

PROYA  
珀莱雅  
COMPANIES

2021

| 珀莱雅环境、社会及  
| 公司治理（ESG）报告



联合创始人致辞	01
关于珀莱雅化妆品股份有限公司	03
珀莱雅可持续发展治理体系	06

<b>可持续发展贡献报告</b>	11
为员工搭建幸福职场	13
品牌力量助力美的社会	17
携手共护美丽地球	21

<b>ESG管理实践报告</b>	25
环境、社会与公司治理体系	27
环境责任	31
产品与客户责任	41
供应链责任	51
员工责任	53
社会责任	57
公司治理	59
合规运营	62

关键定量绩效表	64
对标索引表	69
报告编制说明	73

# CONTENTS 目录

## 联合创始人致辞



2021年，珀莱雅迎来了18岁的成人礼。创业18年，我们追赶朝暮、不畏艰险，在蜕变、进化中不断成长，致力于成为世界一流的美妆企业。从第一瓶护肤品诞生、大踏步迈入日化市场，到开启“二次创业”、寻求品牌化生存之道，再到抢抓电商与直播风口、迅速迈入发展的快赛道……在风云激荡的21世纪，我们不负时代，成功实现多个阶段性转型，在缔造美丽事业的道路上不断前行。

从诞生之日起，珀莱雅就高度重视科技创新，始终保持较高比例的研发投入，全力布局自主研发生产，以科技赋能产品。近年来，珀莱雅与全球多家机构建立战略合作，以全球化的视野，开展全球供应链项目，搭建技术合作桥梁。2021年，我们在原有“研发创新中心”的基础上，成立“国际科学研究院”，加强基础研究能力，并启动“龙坞研发中心建设项目”，助力公司研发实力提升。

我们深知，珀莱雅的成长离不开社会的发展、行业的繁荣以及广大员工的勤奋进取。**作为企业公民，珀莱雅秉持“以感恩的心，成就美的事业；以敬畏之心，真情回报社会”的理念，致力于成就每个人的美好生活，并通过自身的可持续发展行动，携手全价值链共建美丽地球。**

**我们关心员工。**珀莱雅努力为员工创造幸福温暖的职场环境。我们倾听员工心声，想员工所想，急员工所急，为员工的工作和生活提供坚实的保障。2021年，从开展多场“星”系列员工活动，到大小节日的共同庆祝，再到听取员工反馈改善每个环节的办公体验，我们对员工的关怀在细微之处见真章。

**我们关爱社会。**珀莱雅以“美丽永存 共享美好”为使命，向社会传递美的价值观。我们关心女性和青年群体，关心他们的生存状况和心理健康。2021年，我们通过跨界联合等多种方式开展社会倡导和公益行动，持续倡导性别平等，并为青年人提供陪伴、支持和帮助。

**我们关注地球。**地球的可持续发展需要每一位社会成员的努力。打造全生命周期可持续产品是珀莱雅的不懈追求。道阻且长，行则将至。2021年，我们在生产过程、包材使用、仓储物流等方面已经取得了一些进展，通过引入光伏发电、减少能耗使用、包材减量和循环使用等措施减少产品碳足迹；未来我们将在打造可持续产品方面继续努力，为助力“双碳”目标、共护美丽地球贡献力量。

**与此同时，我们持续推动 ESG 体系建设，以坚实的 ESG 管理作为企业可持续发展的根基。**2021年，公司搭建了董事会领导的 ESG 管理架构，成立 ESG 管理委员会和 ESG 执行小组，确保 ESG 工作高效推进。2022年，我们还将制定珀莱雅第一份 ESG 中长期发展规划，助力公司在正确的航道上乘风破浪、行稳致远。

迈进2022年，度过了成人礼的珀莱雅，掀开了新的发展篇章。我们将继续贯彻落实可持续发展理念，坚定不移走科技创新引领高质量发展之路，以更加可持续的方式开展业务，厚植 ESG 建设，推动绿色低碳高质量发展，打造一个绿色环保、有社会责任感的珀莱雅，为中国化妆品行业健康可持续发展作出新的贡献。

陈子昂

# 关于珀莱雅化妆品股份有限公司

## 公司介绍

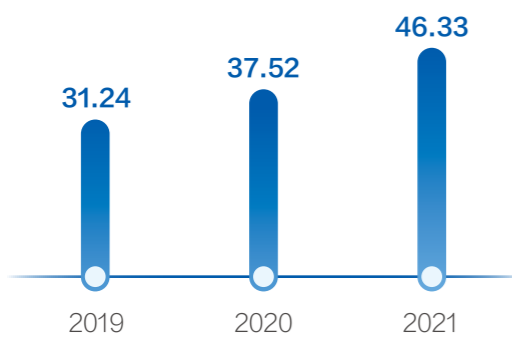
珀莱雅化妆品股份有限公司（以下简称“珀莱雅”“公司”“我们”）致力于构建新国货化妆品产业平台，主要从事化妆品类产品的研发、生产和销售，公司自有品牌已覆盖大众精致护肤、彩妆、高功效护肤、洗护等美妆领域。通过不断的技术创新、产品优化、营销创新，致力于成为世界一流的美妆企业。

公司名称：珀莱雅化妆品股份有限公司  
 英文名称：PROYA COSMETICS CO.,LTD.  
 上市代码：603605（上海证券交易所）  
 公司总部：浙江杭州  
 成立时间：2006年  
 公司业务及规模：

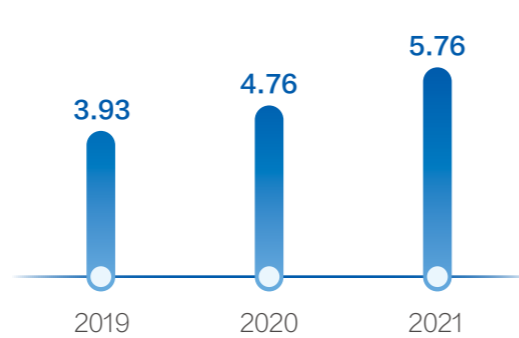


- 公司的化妆品研发、生产和销售主要在中国大陆进行，在浙江湖州设有护肤、彩妆两个生产工厂，同时在中国香港、韩国、日本设有销售子公司
- 公司产品销售网络包含电子商务、日化专营店、商场超市、单品牌店等渠道
- 截止到报告期末，公司共有员工 2,844 人

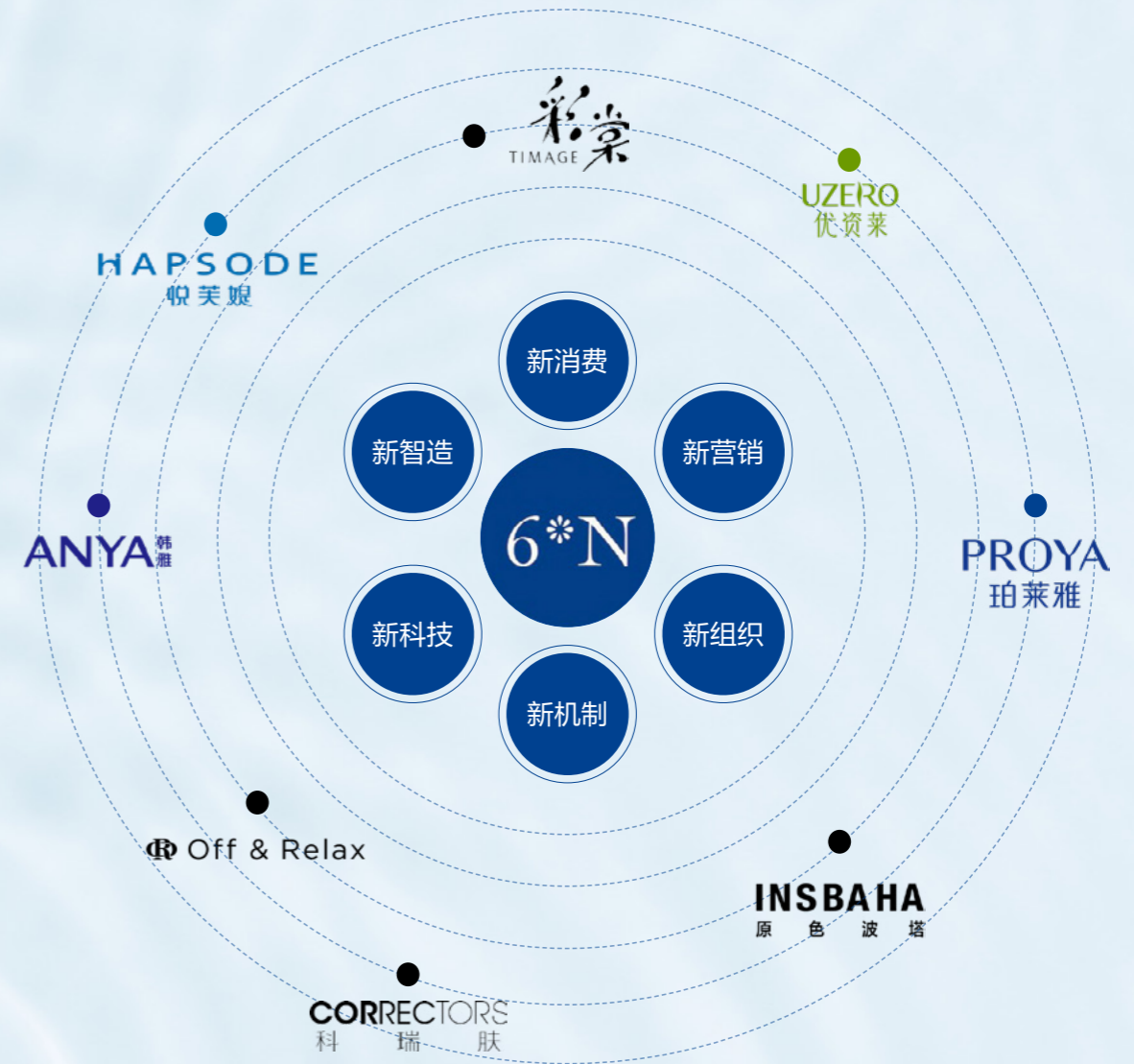
营业收入（亿元）



归属上市公司股东净利润（亿元）



## “6\*N”发展战略



“6\*N”核心内涵是指基于以上六项能力打造，赋能、孵化出满足“不同”消费者“不同”需求的“不同”品牌。

## 公司亮点绩效

### 企业荣誉

荣誉名称	颁发机构
第十五届中国上市公司价值评选中国主板上市公司价值百强	证券时报
2020 浙江美妆十大品牌	浙江省健康产品化妆品产业协会
2021 年度中国智能生产杰出应用奖	e-works 数字化企业网
浙江省供应链协同创新综合体承建单位	浙江省流通与消费工作领导小组办公室
2021 年浙江省优秀工业产品(珀莱雅红宝石淡纹紧致精华 2.0)	浙江省工业经济联合会
创新消费品(珀莱雅赋能鲜颜淡纹紧致精华液)	中国香料香精化妆品工业协会
2021 年药品安全治理与技术赋能成绩突出集体	浙江省药品监督管理局
全国双爱双评先进企业工会	中华全国工商业联合会
中国区优秀论文奖	IFSCC 2021 国际化妆品科学大会(墨西哥、坎昆)

### 可持续发展绩效



#### 经济

纳税总额	每股社会贡献值	现金分红总额	每 10 股派发现金股利
43,266.83 万元	7.24 元	17,286.86 万元	8.60 元(含税)



#### 社会

研发投入占母公司营收	产品健康与安全方面的违法违规的事件数	因工伤损失工作日数
3.55%	0	0%



#### 环境

万元营收温室气体排放量	万元营收包装材料使用量	环境安全事故数
18.19 千克 CO <sub>2</sub> 当量	13.08 千克	0

## 珀莱雅可持续发展治理体系

### 可持续发展理念

秉持“美丽永存、共享美好”的企业使命，珀莱雅以坚实、全面的 ESG 管理为基础，以创新产品为消费者带来美的生活，通过以人为本的管理成就员工，积极参与公益事业，以品牌力量助力美的社会，携手全价值链共护美丽地球，与员工、消费者和全社会共享美好。

#### 企业使命

美丽永存, 共享美好

#### 企业愿景

成为世界一流的美妆企业

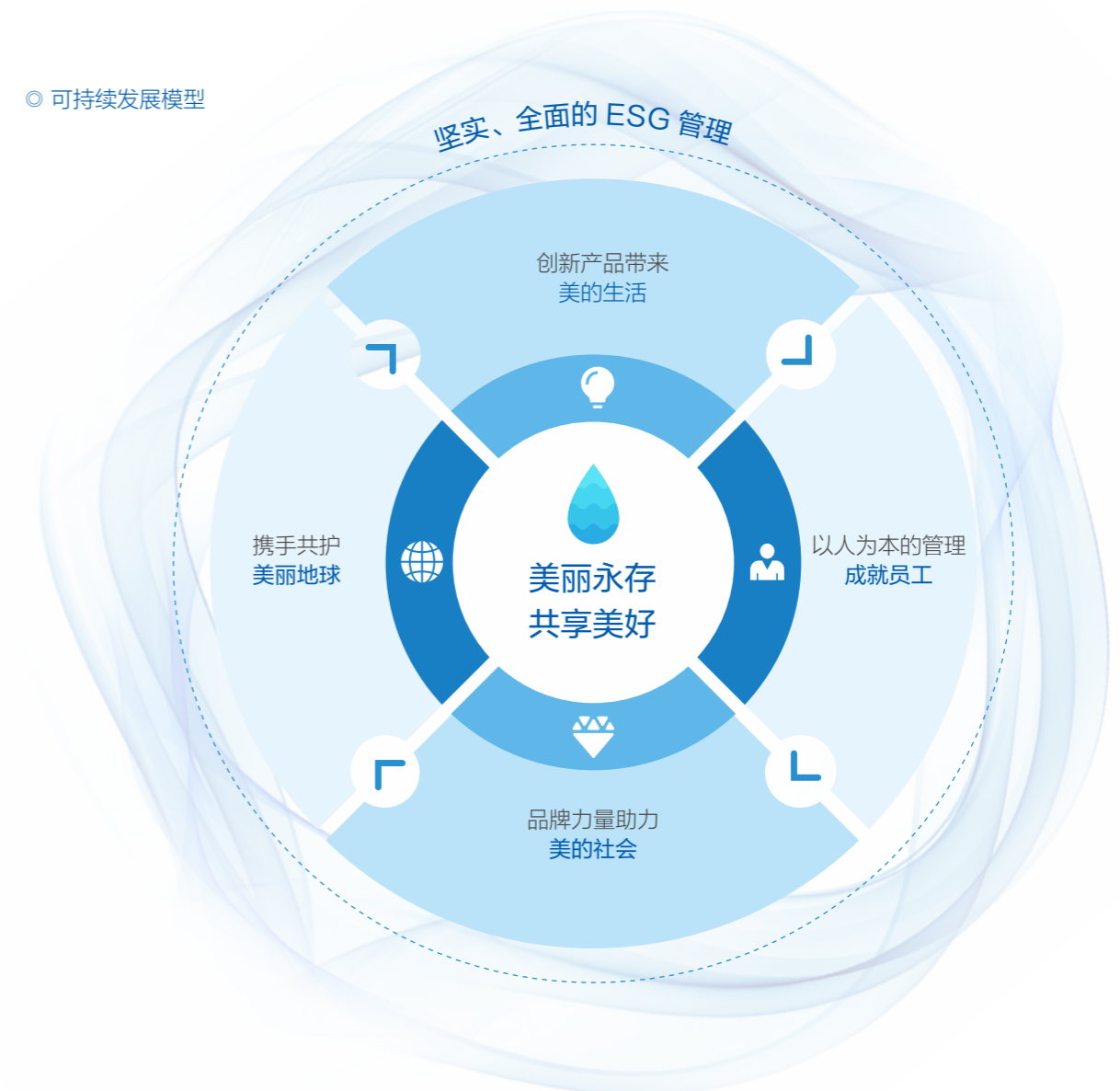
#### 企业精神

勤奋务实、激情进取、诚信感恩

#### 企业核心价值观

责任, 学习, 高效, 协同, 创新, 公平

#### 可持续发展模型



## 贡献全球可持续发展目标


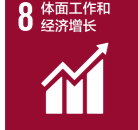
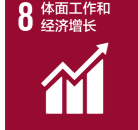
联合国 193 个成员国于 2015 年正式通过《2030 年可持续发展议程》，包括 17 个可持续发展目标 (SDGs) 以及 169 个具体目标。这些目标兼顾了可持续发展中经济、社会和环境三个方面，致力于消除贫困、饥饿和不平等，提倡增强妇女和女童权能，建立和平、公正和包容的社会，以及保护地球及其自然资源等。

17 个可持续发展目标及其相关的 169 个目标，已成为企业团结解决一系列复杂、相互关联的全球问题的重要框架。作为负责任的企业，我们希望能够在实现这些目标方面可以发挥重要作用。

基于我们的可持续发展模型，我们将主要聚焦贡献以下可持续发展目标：目标 5(性别平等)、目标 8(体面工作和经济增长)、目标 12(负责任的消费和生产)、目标 13(气候行动)。

同时我们也支持以下可持续发展目标的实现：目标 1(无贫穷)、目标 3(良好健康与福祉)、目标 4(优质教育)、目标 6(清洁饮水和卫生设施)、目标 14(水下生物)、目标 15(陆地生物)、目标 16(和平、正义与强大机构)。

### ◎ 主要聚焦的目标

可持续发展目标	珀莱雅行动	相关报告章节
 <p>5 性别平等</p> <p>5.1 在全球消除对妇女和女童一切形式的歧视。</p>	我们传递性别平等理念，助力消除对女性的歧视。	性别不是边界线，偏见才是
 <p>8 体面工作和经济增长</p> <p>8.5 到 2030 年，所有男女，包括青年和残疾人实现充分和生产性就业，有体面工作并做到同工同酬。</p>	我们通过投资、纳税、提供就业助力经济发展，让员工体面工作，并做到同工同酬。	员工权益与福利
 <p>8 体面工作和经济增长</p> <p>8.7 立即采取有效措施，根除强制劳动、现代奴隶制和贩卖人口，禁止和消除最恶劣形式的童工，包括招募和利用童兵，到 2025 年终止一切形式的童工。</p>	我们保护劳工权利，禁止使用童工和反对强制劳工，并同样要求我们的供应商遵守这项原则。	员工权益与福利 责任供应链

可持续发展目标	珀莱雅行动	相关报告章节
 <p>8 体面工作和经济增长</p> <p>8.8 保护劳工权利，推动为所有工人，包括移民工人，特别是女性移民和没有稳定工作的人创造安全和有保障的工作环境。</p>	我们为员工提供稳定的工作机会、收入和良好的工作环境。	员工权益与福利
 <p>12 负责任消费和生产</p> <p>12.2 到 2030 年，实现自然资源的可持续管理和高效利用。</p>	我们在采购中遵循可持续采购原则，使用经过可持续认证的原材料，并在生产中努力提高资源使用效率。	资源使用节约 责任供应链
 <p>12 负责任消费和生产</p> <p>12.5 到 2030 年，通过预防、减排、回收和再利用，大幅减少废物的产生。</p>	我们改进生产工艺，减少工厂废弃物；通过包装减量、循环使用，减少物流和产品使用过程中的废弃物。	绿色包装 排放物管理
 <p>12 负责任消费和生产</p> <p>12.6 鼓励各个公司，特别是大公司和跨国公司，采用可持续的做法，并将可持续性信息纳入各自报告周期。</p>	我们每年发布 ESG 报告披露我们的可持续性信息。	报告编制说明
 <p>12 负责任消费和生产</p> <p>12.8 到 2030 年，确保各国人民都能获取关于可持续发展以及与自然和谐的生活方式的信息并具有上述意识。</p>	我们向员工、消费者和供应商传递可持续发展理念。	与伙伴同行：引领可持续生活
 <p>13 气候行动</p> <p>13.3 加强气候变化减缓、适应、减少影响和早期预警等方面的教育和宣传，加强人员和机构在此方面的能力。</p>	我们采取措施提高能源使用效率，减少碳排放，应对气候变化。	应对气候变化

◎ 其他目标

可持续发展目标	珀莱雅行动	相关章节
 <p>1.4 到 2030 年, 确保所有男女, 特别是穷人和弱势群体, 享有平等获取经济资源、享有基本服务, 获得对土地和其他形式财产的所有权和控制权, 继承遗产, 获取自然资源、适当的新技术和包括小额信贷在内的金融服务。</p>	我们参与乡村振兴, 同经济落后地区乡村结对帮扶。	乡村振兴
 <p>3.4 到 2030 年, 通过预防、治疗及促进身心健康, 将非传染性疾病导致的过早死亡减少三分之一。</p>	我们关注青年人心理健康, 减少心理问题给青年人带来的伤害。	回声计划: 不必对你的情绪感到羞耻
 <p>4.1 到 2030 年, 确保所有男女童完成免费、公平和优质的中小学教育, 并取得相关和有效的学习成果。</p>	我们为结对帮扶村提供教育资助, 支持学生就学。	乡村振兴
 <p>4.7 到 2030 年, 确保所有进行学习的人都掌握可持续发展所需的知识和技能, 具体做法包括开展可持续发展、可持续生活方式、人权和性别平等方面的教育、弘扬和平和非暴力文化、提升全球公民意识, 以及肯定文化多样性和文化对可持续发展的贡献。</p>	我们在员工和消费者中传递可持续发展理念和可持续的生活方式, 开展性别平等教育。	性别不是边界线, 偏见才是 与伙伴同行: 引领可持续生活

可持续发展目标	珀莱雅行动	相关章节
 <p>6.3 到 2030 年, 通过以下方式改善水质: 减少污染, 消除倾倒废物现象, 把危险化学品和材料的排放减少到最低限度, 将未经处理废水比例减半, 大幅增加全球废物回收和安全再利用。</p>	我们改进生产工艺, 减少工厂废水和有害废弃物的产生。	排放物管理
 <p>6.4 到 2030 年, 所有行业大幅提高用水效率, 确保可持续取用和供应淡水, 以解决缺水问题, 大幅减少缺水人数。</p>	我们在生产中努力提高用水效率, 促进水的循环利用。	原材料与水资源节约
 <p>14.1 到 2025 年, 预防和大幅减少各类海洋污染, 特别是陆上活动造成的污染, 包括海洋废弃物污染和营养盐污染。</p>	我们通过绿色包装管理措施减少包装废弃物产生, 进而减少陆上活动对海洋的污染。	绿色包装
 <p>15.2 到 2020 年, 推动对所有类型森林进行可持续管理, 停止毁林, 恢复退化的森林, 大幅增加全球植树造林和重新造林。</p>	我们遵循可持续采购原则, 使用经过可持续森林认证的纸张。	责任供应链
 <p>16.5 大幅减少一切形式的腐败和贿赂行为。</p>	我们对商业贿赂行为严格管理, 在我们的企业经营中杜绝腐败。	反腐败与商业道德

## 可持续发展贡献报告

“上善若水，润泽万物”，一句话道出了我们在可持续发展上的行动真谛。我们致力于美丽事业，寻寻觅觅，发现美、创造美、滋养美，直至成就每个人的美好生活。我们以如水的守护、润物无声的姿态，为员工创造最具幸福感的职场，为社会营造美丽、平等、向善的环境，为共护美丽地球贡献力量。





## 为员工搭建幸福职场

我们认为，员工是企业生存发展的基石，企业应当与员工共享经营发展的成果。以“幸福职场”为目标，我们希望为员工打造温暖、和谐、快乐的工作环境，让每一位员工在工作中备受幸福、尊重和认可。

### 多彩职场

在珀莱雅，工作永远不是生活的全部。我们希望员工平衡工作与生活，从而实现身心健康。因此，公司鼓励员工开展丰富多彩的文体活动。

我们建设了员工休闲吧，设置乒乓球台、健身区等设施；我们支持员工组建篮球社、音乐社、户外社等员工社团，为每个社团提供平均1,200-1,500元/年的活动经费，并定期组织开展比赛活动，打造多彩职场生活。



### “星”系列活动，点亮职场星光

2021年8月，珀莱雅组织“星主播”比赛。邀请了特邀嘉宾和专业脱口秀老师助阵，以员工们创作脱口秀等语言作品的形式进行比拼，经过网络投票、专家评分的综合评价，最终评选出8名“星主播”。

2021年11月，珀莱雅组织“星唱将”比赛。经过海选、复选后，选拔出一批参赛选手走进专业录音棚进行决赛的终极比拼。比赛全程“星唱将”们踊跃参与，持续收获关注点赞，并在18周年庆中参与现场演出，表现惊艳。



星主播颁奖现场

## 社团活动



羽毛球社团



花艺社团



游泳社团

## 温情职场

每一位员工都是珀莱雅的家人，我们真诚关心每一位员工的生活。当员工在生活中遇到困难，我们尽己所能给予帮助；每逢年节，我们也与员工同庆同乐，让员工感受到如家的温暖。

### “温暖春节、乐享团圆”春节系列活动

2021年年初，新冠肺炎疫情仍在肆虐。公司开展了春节系列活动，只为让回家的员工乐享团圆，让无法回家的员工欢度春节。

#### 活动一：健康返乡核酸检测

根据防疫要求，春节返乡人员需持7日内核酸阴性证明才能返乡。为方便员工完成核酸检测顺利与家人团圆，公司工会联系了核酸检测第三方上门服务，由公司支付上门服务费，并为员工申请了团队价格。最终有488位员工在公司完成了核酸检测服务。

#### 活动二：留杭年夜饭

很多外省的员工无法返乡，工会了解情况后，组织了集体年夜饭和新年大礼包，为留在杭州过年的员工带去温暖。



#### 活动三：新春送福

2021年2月，珀莱雅工会联合青藤艺术中心邀请十余位艺术家为员工书写春联、福字。满满的年味儿，吸引员工热情参与，现场共免费送出春联和福字1,200多副。



### 年头到年尾：丰富的节日活动

在每个重大节日，我们都为员工准备具有节日特色的礼品，并开展丰富的节日活动，让员工在工作之余，享受节日的快乐。



### 我的职场我做主

在珀莱雅，我们充分尊重员工意见，构建畅通的沟通渠道，与员工携手创造满意的工作环境。一方面，通过定期满意度调研、触点调查等方式，及时了解员工诉求，不断改善员工工作体验；另一方面，公司与员工相关的决策，包括福利体系、员工活动等，均通过与员工“共创”的方式进行，从而作出真正受员工欢迎的决策。

此外，公司着力降低员工间的等级观念，构建平等的职场环境。2021年，公司开展了称谓去“总”化活动，鼓励全体员工注册花名，代替职位头衔，用于日常称呼，进一步淡化了等级隔阂，为员工更好地交流意见、沟通想法提供了便利。

### 及时回应员工需求，改善食堂服务品质

为方便员工就餐，珀莱雅通过引进外部供应商的方式建设了公司食堂。2021年，行政部发现公司食堂就餐率下降，并且在定期触点调查中发现员工对公司食堂投诉率较高。食堂服务是影响员工幸福感的重要一环，接到反馈后，公司行政部开展了一系列提高食堂服务的改善行动。

发现问题	解决措施
投诉渠道不畅通，问题反馈不及时	拆分食堂运维职能，由公司负责食堂监管 建立员工微信群、意见箱、公示公告等反馈渠道
菜品单一	推出每月新品菜，以员工满意为标准
菜价不合理，菜量不足	推出每天特价菜，要求食堂增大菜量

同时，公司建立了食堂定期检查机制，开展每周及每季度例行检查，敦促食堂不断提升服务质量。经过为期半年的实践，食堂营业额上升17%，食堂就餐率显著上升，员工满意度显著提高。

与公司经营中的无数工作相比，员工食堂因不起眼常被忽视。但对于珀莱雅来说，关系到员工体验的每一件事都是大事，都值得做到极致。我们根据一年两次的触点调查制度，对员工体验和内部服务满意度进行问卷调研，了解公司的客观情况和员工的真实想法。

报告期内，珀莱雅：



2次

开展各项员工满意度调查、触点调查



132项

收集员工反馈意见



40项

落实改善行动

## 品牌力量助力美的社会

我们相信，在互联互通的时代，没有人是一座孤岛。放眼社会，在性别平等、心理健康、职场新生代等社会议题中，珀莱雅坚持发声，分享着“美”的社会价值观，传播互助、平等、独立的价值理念，与世界同呼吸、共命运，帮助更多的人成就美好生活。



## 性别不是边界线，偏见才是

女性是珀莱雅最主要的服务对象，我们长期致力于女性事业，呼吁全球范围内的性别平等。我们发现，在日常生活中很多人会分性别来评价事物，“女性化”仿佛成为了贬义词，并随之形成一整套性别偏见。其实，这种现象不仅束缚女性，也在束缚男性，性别刻板印象成为阻碍性别平等的一道沉重枷锁。

为此，在2021年妇女节之际，珀莱雅品牌联合《中国妇女报》发起“性别不是边界线 偏见才是”系列活动。截止2021年3月16日，宣传片总播放量超过**2,500**万，微博话题页阅读**1.5**亿、讨论超过**10.3**万，引发了社会普遍共鸣。

在《中国妇女报》底版全版刊登“性别不是边界线 偏见才是”全文文案

**#性别不是边界线 偏见才是#**  
阅读1.1亿 讨论9万 详情>  
主持人：珀莱雅PROYA

导语：此次三八妇女节，珀莱雅联合《中国妇女报》发起「性别不是边界线 偏见才是」主题活动，对抗性别偏见，打破刻板印象，让我们可以温柔，也可...[更多]

发起 # 性别不是边界线 偏见才是 # 微博话题，联动多领域 KOL，深入探讨性别议题

邀请新锐插画师定制产品礼盒，并将礼盒中的T恤特别设计成“空白纸页”样式，邀请消费者通过创作讲述他们在生活中遇到的“性别偏见”现象，将“对抗性别偏见”的理念送到消费者手中

与歌手于贞合作，发布“对抗性别偏见”宣传片，突出态度表达

## 回声计划：不必对你的情绪感到羞耻

公开资料显示，全球每年有近10亿人受到心理健康问题的影响，而我国民众对心理健康常识的认知率不高，社会对心理健康问题的错误认识也成为了情绪亚健康群体进一步走向“悲剧深渊”的元凶之一。

珀莱雅关注当下青年面临的各种情绪困境，希望向青年传递温暖的力量。2021年，珀莱雅品牌开展“回声计划”关注心理健康系列活动，提出“没有一种情绪是不正当的，没有一种痛苦应该被轻视”。



### 理念先行

- 联合《中国青年报》、壹心理，发起“回声计划”主题活动：
  - 发布 #不必对你的情绪感到羞耻# 主题纪录片
  - 定制“回声计划”青年心理健康关爱手册《情绪疗愈不完全指南》
- 与心理学者合作，立足专业观点：约稿心理学者李松蔚、张春，撰写长文案，就话题#不必对你的情绪感到羞耻#发声，呼吁更多人重视当下社会青年的心理健康问题
- 发布国内首支青年心理健康主题短片，推出深度内容系列纪录片



### 行动落地

- 联合中国青年基金会，建立专项心理健康公益基金，建立回声计划心灵驿站，开展家校心灵成长活动，将“回声计划”落地到具体的校园场景
- 与壹心理合作，邀请临床心理学博士徐凯文老师，联合举办线上心理健康公益公开课
- 将“回声计划”青年心理健康关爱手册在全国60余所高校发放6万余册，同时随“回声计划”产品定制礼盒发放10万册，引导更多青年学生关注心理健康
- 面向社会开放青年心理健康关爱手册申领，有十余所高校、组织、以及社工团体自发地参与了进来，向更多的人发出回声、传递温暖



“回声计划”部分理念倡导物料



青年心理健康关爱手册部分申领信息

## 毕业第一年，与新世界交手

秉承“趁年轻，去发现”的品牌理念，珀莱雅品牌始终关注“Z世代<sup>1</sup>”的生活状态和故事。2021年，第一批00后即将步入职场。毕业第一年，他们要学习一个人独立面对社会、人生和未来；他们心中有着很多的困惑、迷茫，但常常找不到倾诉的场合。

我们深知，初入社会的年轻人，需要被细致地看见，需要被温柔地关怀。因此，我们走到年轻人身边，走进年轻人的世界，成为懂得倾听、给予安慰、真诚陪伴的朋友，与他们一同经历、共赴未知。

在2021年开年之际，珀莱雅品牌发起了“毕业第一年，与新世界交手”的活动，努力告诉职场新生代们：



世界也许和你想象不同，但这是每一位毕业生都要完成的人生功课。  
在与世界的碰撞和交手中成长，趁年轻，去发现更大的世界、更好的自己。

### 倾听·共情

- 征集到82个真实用户的心声故事并制成独立海报，集结成为“纪念册”
- 在全国最深的地铁站重庆红土地站投放超长插画展，通过82幅插画还原专属毕业第一年的心情
- 制作视频宣传片《毕业第一年》

### 陪伴·支持

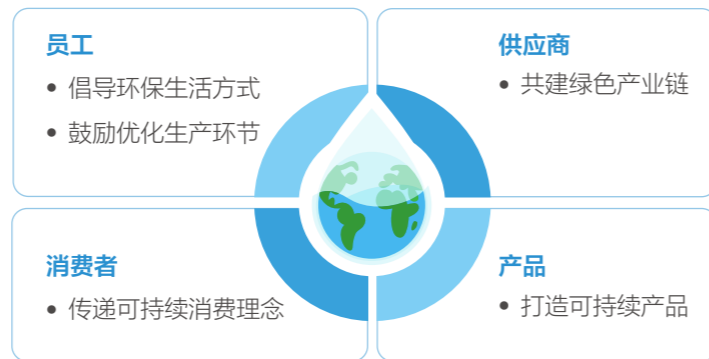
- 毕业一年的年轻人会面临种种难题，其中最能引起他们关注的大概率是职业难题。毕竟，生活困难尚能求助家人朋友，而职业困境多数只能靠自己摸着石头过河
- 联合专注于职场社交的平台脉脉，发布《毕业第一年职场成长指南》。通过更为权威的调查数据，帮助年轻群体更加全面地了解职场整体现状，从主流经验中获取成长建议，给到实实在在的职场解决方案



1. 指在1995-2009年间出生的人

## 携手共护美丽地球

地球的可持续发展与每一个人休戚相关，需要每一位社会成员共同努力。我们希望从研发、采购、生产到消费者使用和废弃的全过程中，创造出更多、更好的环境、社会友好型的产品，带动更多人认识、了解和参与到可持续的生活中，为全球可持续发展贡献力量。



## 打造可持续产品：积跬步可至千里

打造真正的可持续产品并非易事——不仅仅因为替换环保材料带来更高成本，还因为更多时候，环保材料很难寻找和获得。在珀莱雅，我们建立了一个覆盖产品全生命周期的“可持续产品模型”，并以此为目标持续努力。

### 我们的可持续产品模型



## 可持续包装的探索

以可持续包装为例，我们在减塑、使用环保材料、包装减量化等方面已经有了诸多有益探索。

### 包装升级减少塑料使用

我们一直努力降低产品包装中的塑料使用量。2021年，我们将双抗精华液 30ml、红宝石精华液 30ml 产品包装中的部分塑料替换为金属铝，产品包装中的塑料最高减少 **52%** 以上。



产品示例

报告期内，仅此两项产品的包装改进就降低塑料使用量约 **127.6** 吨。

### 以环保收缩膜替代塑料自封袋

电商平台的产品套装组合最初一直沿用塑料自封袋进行包装。为减少塑料使用，工厂物流部对包装工艺进行了探索。经过努力，工厂物流部与设备供应商联合开发了自动组套机，用 POF 环保收缩膜替代传统的塑料自封袋。



工艺改进后的产品套装组合

报告期内，该设计已在超过 **200** 万套珀莱雅的产品中使用。

### 新型纳米环保保温箱替代泡沫箱

化妆品在冬季寒冷地区运输时，需要做好保温措施。以往传统的保温模式是采用泡沫箱包装，但这种泡沫箱不可循环再利用，并且会造成塑料污染。因此，我们使用可重复再利用并且材料可降解的新型纳米环保保温箱，替代了传统泡沫保温箱。



新型纳米环保保温箱

截止到报告期末，该新型纳米保温箱累计使用 **7,369** 箱次，替换传统保温箱 **14,738** 箱次。



## 与伙伴同行：引领可持续生活

独行快，众行远。在可持续发展的道路上，我们始终与各利益相关方并肩同行，以我们的能量和声音，传递可持续理念，引领可持续生活。我们将与伙伴携手，共同构筑保护地球的牢固防线。

### 员工：可持续运营

可持续发展是沉淀在珀莱雅精神中的重要部分。在珀莱雅的企业文化手册《珀莱雅 32 条》中，明确提出“注重资源节约、崇尚环保意识”的理念。在珀莱雅的日常经营中，我们对可持续发展理念的倡导无处不在。

与此同时，关注生产经营每一个环节对环境的影响，并不遗余力地降低它们，已经成为全体员工的共识。我们的每一位员工都是环保建议的提出者，每一个细微的环节都可能成为下一个被优化和改进的切入点。



工厂的环保科普

2021年下半年度前湾湖州工厂合理化建议奖一览表			
序号	所属部门	姓名	主题
合理化建议特等奖			
1	二车间包装组	李国平、沈国平	...
合理化建议一等奖			
2	二车间包装组	陈国平	...
3	二车间包装组	李国平	...
4	二车间包装组	沈国平	...
合理化建议二等奖			
5	二车间包装组	李国平	...
6	二车间包装组	沈国平	...
7	二车间包装组	李国平	...

员工合理化建议表彰

在珀莱雅，许多环保行动都是像这样从一位员工、一个部门的探索开始，在取得成效后再向全公司逐步推广。我们相信，以每个人的一小步为起点，汇聚起来就是不断降低环境影响、成就美丽地球的重要力量。

### 供应商：可持续生产

我们将可持续生产的关注点延伸至供应商，共同研究创新的可持续生产工艺。

#### 降低玻璃生产能耗

2021年，针对化妆品玻璃瓶生产过程中的高耗能问题，我们与供应商共同探讨，推出了多项节能降耗的改进措施，包括：

- 关停排放大量酸性废水的蒙砂车间，替代为更环保的喷涂工艺；
- 将重油与空气混合燃烧工序，改为天然气与纯氧燃烧，或直接采用电热替代传统化石能源燃烧，减少有害气体的排放；
- 将窑炉预热回收利用，夏天转换成冷气，供车间以及办公室使用；冬天可以转换成暖气和热水，提供日常取暖和用水。

#### 工艺改进减少资源消耗

与包装容器供应商共同努力，针对产品生产工艺进行评估，改进生产工艺，减少水、电消耗。

### 消费者：可持续消费

在引导消费者可持续消费方面，我们在产品及包装设计中融入公司的环保理念，并将其传递至消费者。在多款产品设计中，将产品套盒的金属包装外盒设计为具有首饰和小物件收纳功能的可重复使用外盒，或在珀莱雅天猫定制礼盒的内部印上小游戏，以此鼓励消费者重复利用。



珀莱雅至简密护安瓶精华液系列产品



珀莱雅天猫定制礼盒

## ESG管理实践报告

作为重要的社会成员，企业在经营中有众多利益相关方。履行对利益相关方的责任，对于企业的稳固经营尤为重要。我们以“成为世界一流的美妆企业”为愿景，不断夯实 ESG 管理，为企业的长远发展筑牢根基。



## 环境、社会与公司治理体系

### ESG 管理架构

公司建立起了覆盖全公司的 ESG 组织架构，确保 ESG 工作高效推进。公司战略委员会总领全局，制定相关战略规划；下属的 ESG 管理委员会负责具体管理 ESG 重大项目以及相关成效考核，并定期向董事会汇报；各职能部门单位构成 ESG 执行小组，实现上传下达和统筹兼顾。在 2022 年，公司将制定一系列 ESG 相关战略规划，进一步强化 ESG 综合管理能力。

#### ESG 管理架构



#### ESG 管理委员会

公司战略委员会下设的独立部门，由总经理等总经办高管成员组成，在环境、社会及公司治理等相关事务上起管理作用，同时防范相关风险，并定期向战略委员会和董事会汇报 ESG 工作进展。

#### ESG 执行小组

由董秘担任组长，各部门相关负责人担任组员。小组在组长带领下协调各业务模块，并向 ESG 管理委员会汇报环境、社会及公司治理方面的各项事务，提供决策所需的信息，为各业务模块提供工作指导，支持 ESG 战略和决策的执行。

### 利益相关方沟通

利益相关方的支持和信任对公司至关重要。公司在开展和推进 ESG 管理中关注各利益相关方的诉求，并通过多种渠道积极沟通，以责任实践回应期望诉求，努力实现股东、员工、社会等各方的合作互利共赢。

#### 主要利益相关方及沟通方式

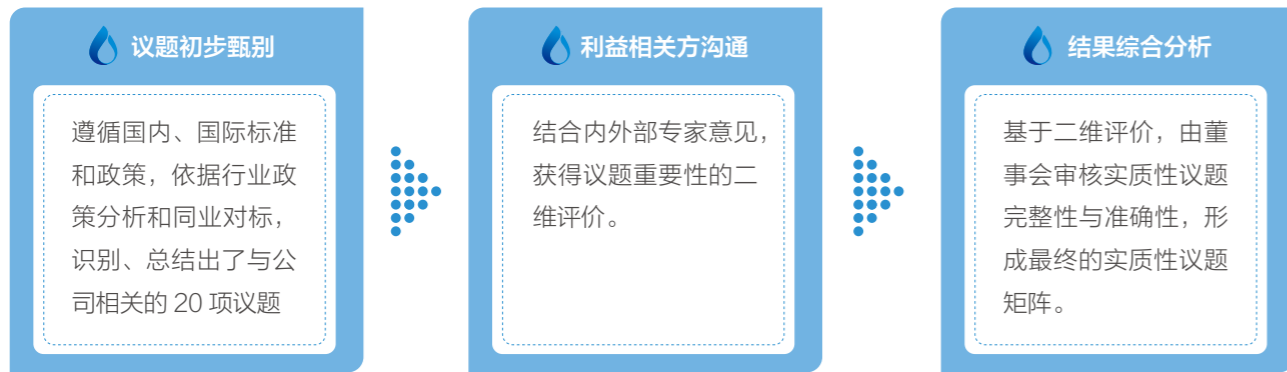
利益相关方	关注议题	沟通与回应
<b>政府与监管机构</b> (国家药品监督管理局、地方政府等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>公司治理</li> <li>风险与合规</li> <li>有害排放与废弃物</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>网站公告</li> <li>政府视察</li> <li>交流与拜访</li> </ul>
<b>投资者与股东</b> (对公司进行股权、债权投资的投资人)	<ul style="list-style-type: none"> <li>公司治理</li> <li>经济绩效</li> <li>科技创新</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>股东大会</li> <li>财务报告发布</li> <li>研讨会、访谈等</li> </ul>
<b>消费者</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>产品与服务品质</li> <li>负责任营销与消费者教育</li> <li>化学品安全与成分透明</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>实地探访</li> <li>售后服务</li> </ul>
<b>员工</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>员工权益与福利</li> <li>员工培训与发展</li> <li>职业健康与安全</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>工会互动</li> <li>员工培训</li> <li>员工手册</li> <li>面谈等</li> </ul>
<b>合作伙伴</b> (行业协会、供应商与经销商等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>负责任采购</li> <li>产品与服务品质</li> <li>促进行业发展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>供应商培训</li> <li>经销商大会</li> <li>技术交流</li> <li>会议</li> <li>现场考察</li> </ul>
<b>社区与公众</b> (运营所在地周边社区、社会公益组织等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会公益</li> <li>科技创新</li> <li>促进行业发展</li> <li>气候变化减缓与适应</li> <li>产品碳足迹</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>员工志愿者活动</li> <li>社区活动</li> <li>公益捐赠</li> </ul>



## 实质性议题识别

在与内外部利益相关方定期沟通的基础上，珀莱雅参照全球报告倡议组织（Global Reporting Initiative, GRI）《可持续发展报告标准》中“实质性”原则，结合利益相关方关注的重点和期望，基于应当遵循的国内、国际标准和行业政策，开展报告的实质性议题识别工作，界定出具有较强实质性的 ESG 议题作为公司管理和报告披露的重点，以持续提升报告价值。

### ◎ 实质性议题识别流程



### ◎ 实质性议题矩阵



### ◎ 议题定义及调整说明

调整类型	调整内容	说明
新增议题	6 项，包括：负责任营销与消费者教育、化学品安全与成分透明、水资源使用管理、绿色包装、产品碳足迹、职业健康与安全	根据政策及同业对标新增议题。
合并议题	将以下原 10 项议题合并为 5 项： 原议题：优质产品、优质服务、员工权益、民主管理、温室气体排放、能源高效利用、废物排放处理、废气排放管理、信息披露、投资者关系 合并后：产品与服务品质、员工权益与福利、气候变化减缓与适应、有害排放与废弃物、保障股东权益	合并含义类似或重合的议题。
调整议题表述	5 项，包括：员工培训与发展、社区公益、负责任采购、商业道德、知识产权管理	调整表述使之更符合公司管理实际。

### ◎ 高实质性议题定义说明

实质性议题	议题定义
负责任营销与消费者教育	公司在开展营销活动时提供真实、全面的产品信息（产品标识等），以诚信、规范、透明的渠道和方式进行产品推广，并通过宣导包装回收、藉由通过产品标识向消费者说明产品环保属性等方式引导消费者可持续消费。
化学品安全与成分透明	公司通过淘汰或减少使用危险的、有争议的化学品，开发替代产品等方式减少化学品危害，并提升面向消费者的成分透明度，使消费者能够易于获取化学品使用及其危害的信息。
绿色包装	公司通过包装轻量化、包装回收和改进包装材料等方式减小包装对环境的影响的情况。
产品与服务品质	公司在保障所提供产品的质量、面向客户的优质服务、投诉与处理、保护消费者隐私等方面采取的行动。
员工权益与福利	公司在招聘及解雇、薪酬、工作时长、员工沟通等方面采取措施，保障员工的公民、政治、经济、社会和文化等各项权利，并通过多样化员工关爱活动增进员工福祉的情况。
科技创新	公司在的产品研发、创新以及提供更健康产品方面的行动。

## 环境责任

### 环境管理体系

珀莱雅严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《危险化学品管理条例》《中华人民共和国节约能源法》等法律法规的规定，遵循“节能、降耗、减排、增效”的环境管理方针，不断加强环境风险管理，确保本公司的生产经营符合相关法律法规和标准。公司制定了覆盖各环境影响因素的管理文件，在生产运营中贯彻各项管理制度的落实，保证环境相关风险得到有效控制。

报告期内，公司获得 ISO14001:2015 环境管理体系认证（有效期至 2025/2/14），公司的资源使用对环境无重大影响，足额缴纳环境保护相关税费，未发生违反环境保护相关法律法规的事件。

公司生产经营活动中各环节的环境影响分析见下表。

#### 各环节环境影响分析

环节	输入	输出	
生产环节	产生蒸汽制膏工艺加热	<ul style="list-style-type: none"> <li>能源：天然气</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>温室气体</li> <li>废气：VOCs、NOx、油烟</li> </ul>
	空调制冷 / 生产动力 / 照明	<ul style="list-style-type: none"> <li>能源：外购电力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>废水：COD、NH<sub>3</sub>-N</li> </ul>
	产品成分用水 / 工艺介质 / 清洗	<ul style="list-style-type: none"> <li>水资源：市政供水</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>一般废弃物：废弃包装物、过期产品、废滤膜和过滤网、污水站污泥、生活垃圾、食堂泔水</li> </ul>
	产品包装	<ul style="list-style-type: none"> <li>包装物料</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>有害废弃物：实验室危险试剂、废机油、废油墨等</li> </ul>
物流运输环节	<ul style="list-style-type: none"> <li>用于运输中转的包装物料</li> <li>能源：货运车辆消耗的汽油、柴油</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>温室气体</li> <li>无害废弃物：废弃包装物</li> </ul>	
办公运营	<ul style="list-style-type: none"> <li>能源：外购电力、自有车辆消耗的汽油</li> <li>水源：市政供水</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>废水：生活废水</li> <li>无害废弃物：生活垃圾</li> </ul>	

### 应对气候变化

珀莱雅密切关注全球气候变化态势。2020年9月22日，中国宣布将提高国家自主贡献力度，采取更加有力的政策和措施，努力争取2060年前实现碳中和。2021年度，公司参考金融稳定委员会（Financial Stability Board, FSB）气候相关财务信息披露工作组（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD）的建议，从治理架构、制定策略、风险管理以及目标与绩效制定四个层面，构建气候变化管理体系，识别气候变化相关的风险和机遇，并依据结果完善管理。

#### 气候变化管理体系

##### 治理

- 公司将应对气候变化纳入 ESG 关注议题，由董事会对公司的 ESG 事宜包括气候变化议题开展监督与管理
- 相关职能部门和业务部门将气候变化的管理纳入日常工作重点之中

##### 战略

- 识别气候变化对公司运营产生的风险和机遇，计划将气候变化的风险与机遇纳入整体运营风险管理的一部分
- 识别产品全生命周期的温室气体排放来源，并积极管理产品碳足迹

##### 风险管理

- 在资源节约、减少排放等方面开展相关的管理行动
- 编制应急预案，以应对台风等极端天气情况

##### 绩效

- 定量统计与披露温室气体排放量与排放密度，评估公司应对气候变化管理的绩效水平
- 我们将在 2022 年制定定量气候目标

### 识别温室气体排放来源

公司的温室气体排放主要来源于产品全生命周期的温室气体排放，以及少量办公运营中产生的温室气体排放。我们从识别产品全生命周期的温室气体来源入手，逐步开展产品碳足迹的管理工作。

#### ◎ 产品全生命周期温室气体排放来源识别（产品碳足迹）



### 减少温室气体排放

珀莱雅始终致力于减少产品全生命周期的温室气体排放。目前，我们已从产品生产和物流运输两个与珀莱雅直接相关的环节入手，采取有效措施减少产品碳足迹，并努力将减少碳足迹的行动扩展到产品全生命周期。

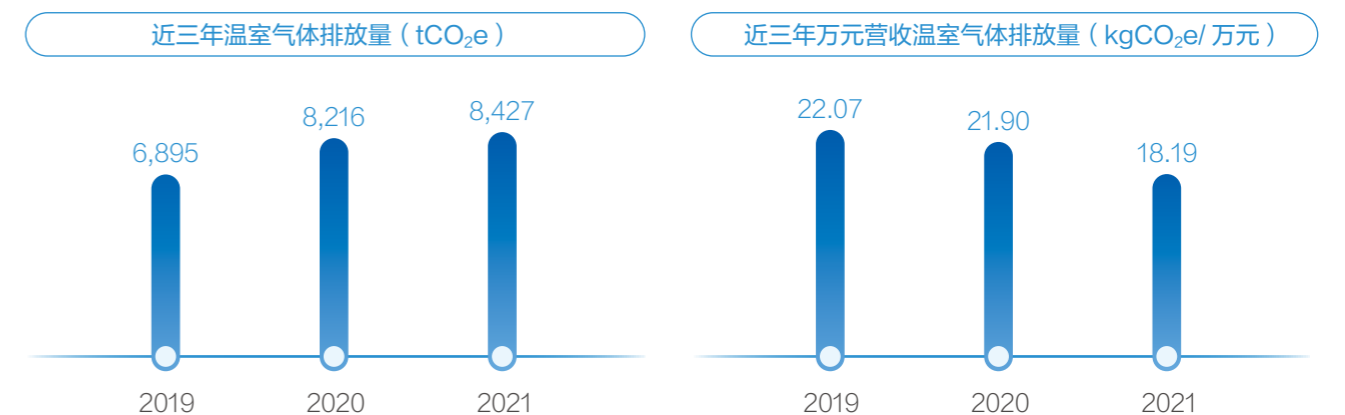
在产品生产环节，公司持续推进低碳环保和绿色制造各项举措，通过技术创新，购置高效率低能耗乳化设备、实现工艺夹套热水循环回收使用等方法，提高能源使用效率。

#### ◎ 2021年主要节能措施与成效

类别	主要措施	成果绩效
清洁能源置换	<b>安装太阳能光伏</b> 在工厂 2.5 万平方米的仓库屋顶安装了 2 兆伏安光伏发电储能系统，优先满足自身使用，余量可供给国家电网。	报告期内，光伏发电 179.6 万度电
	<b>仓库无动力风机</b> 在仓库空气调节系统中使用了 1,500 个无动力风机装置替换电动风机，无动力风机以风能驱动，不会产生碳排放。	报告期内，约减少 36 万度电力消耗
提高能源使用效率	<b>工厂电子智能调度系统</b> 工厂在全自动化立体仓库模式下开展数字化运营管理模式，采用电子智能调度系统合理安排设备运行、车辆调配、货物装载等，减少能源消耗。	—
	<b>能源无功补偿装置</b> 投入近 10 万元配电设施更新无功补偿，改善供电环境，提高供电效率。	—

在物流仓储环节，珀莱雅根据线上渠道各省份订单占比，在全国合理地布局了五大分仓，以提高运输效率，减少运输路程中产生的碳排放。

#### ◎ 温室气体排放绩效



## 资源使用节约

### 原材料与水资源节约

公司在生产经营过程中使用的资源主要为产品原材料和水资源，其中水资源使用主要来自市政供水，在求取水源方面对环境无重大影响。

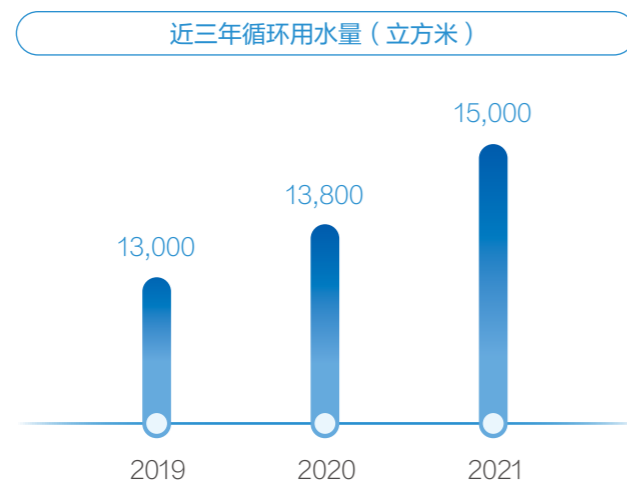
公司推行卓越绩效和精益管理，鼓励员工在生产中随时提出改善建议，减少废品率，从而提高原材料使用效率。我们收集员工反馈的改善建议，并定期对其进行表彰。

#### ◎ 2021年部分被采纳的员工改善建议

建议	效果
折尾机找标凸轮改善	减少软管歪斜导致的不合格品发生
某产品装盒机加装剔除感应装置	减少不合格品发生
成品检测报告系统模板改进	减少 A4 纸张使用
塑封机限高杆改善	降低维修次数，节省物料

在水资源使用方面，公司不断提高水资源循环利用率，建立了“中水回收系统”，将生产工艺用水淘汰后的水回收再利用于卫生间冲洗、厂区绿化的浇灌及其它外围冲洗。报告期内，珀莱雅循环用水量为 15,000m<sup>3</sup>，同比上升 8.7%。

#### ◎ 水资源节约绩效



## 绿色包装

作为日化产品不可或缺的部分，公司每年包装的消耗量不可忽视。然而，常规包装使用的一次性纸箱意味着大量的木材消耗，难以降解的塑料则会给生态环境带来巨大负担。为减少包装带来的环境影响，公司积极推进绿色包装项目进程。

2021年，公司建立了绿色包装工作小组，由计划部、产品开发部、生产部、采购部、物流部组成工作小组。依托各部门的优秀实践，工作小组将进一步扩大绿色包装在公司内的应用范围、应用规模，并基于已有实践探索更多绿色包装解决方案，构建全面完善的绿色包装管理。

#### ◎ 绿色包装工作小组架构

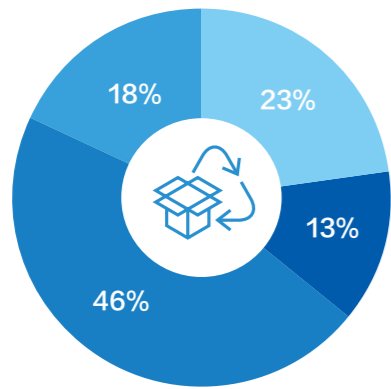


#### ◎ 2021年绿色包装主要行动

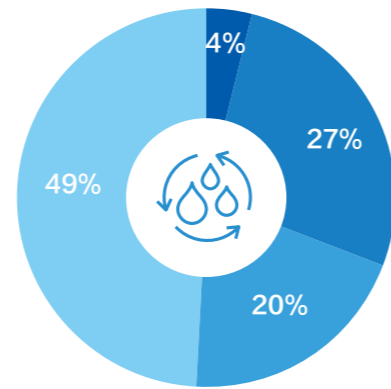
类别	行动	成果
使用环保材质	<ul style="list-style-type: none"> <li>将普通纸箱升级为拉链箱，减少塑料胶带使用</li> <li>在循环箱上设计卡扣封箱装置，减少塑料胶带使用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>报告期内，共约减少胶带使用近 18 万卷</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>用环保收缩膜替代传统的塑料自封袋</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>报告期内，在超过 200 万套珀莱雅的产品中使用</li> </ul>
减少包装用量	<ul style="list-style-type: none"> <li>双抗精华液 30ml、红宝石精华液 30ml 产品包装中的部分塑料替换为金属铝</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>产品包装中的塑料最高减少 52% 以上</li> <li>报告期内，降低塑料使用量约 127.6 吨</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>减少包装中盒，采用大容量外箱</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>报告期内，全年累计减少中箱使用量约 394.84 万个，预估节约 237 吨原纸</li> </ul>
循环利用	<ul style="list-style-type: none"> <li>湖州生产基地（护肤工厂）累计采购 307 个不锈钢储罐，利用 CIP 清洁消毒后结束，替代塑料桶和塑料袋进行膏体存储，减少包装废弃物</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>一年可节约 11.5 万个 1,400cm*900cm 塑料袋，减少 61,329 公斤固废产生</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>在电商渠道和内部物流中使用可降解循环箱替代一次性纸箱</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>截止到报告期末，累计投入使用可降解循环箱 4.6 万件，已减少纸箱使用量约 4.6 万件</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>采用新型纳米环保保温箱替代传统保温箱，使得包装可重复再利用，箱体材料可降解</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>截止到报告期末，该新型纳米保温箱累计使用 7,369 箱次，替换传统保温箱 14,738 箱次</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>将工厂生产废弃的玻璃瓶回收利用，助力循环再生</li> </ul>	——

◎ 包装管理绩效

2021年各类包装物料采购金额占比

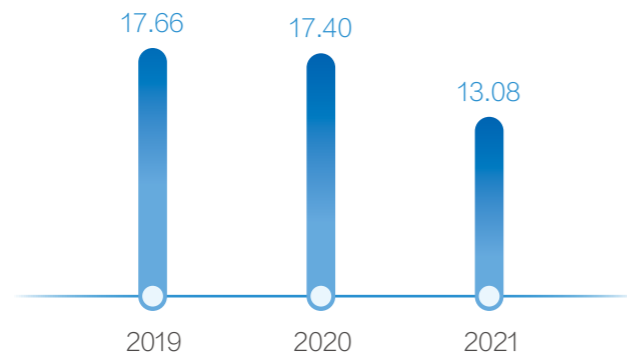


2021年各类包装物料采购数量占比



● 玻璃 ● 塑料 ● 纸张 ● 其他

近三年万元营收包装材料用量(千克/万元)



绿色办公

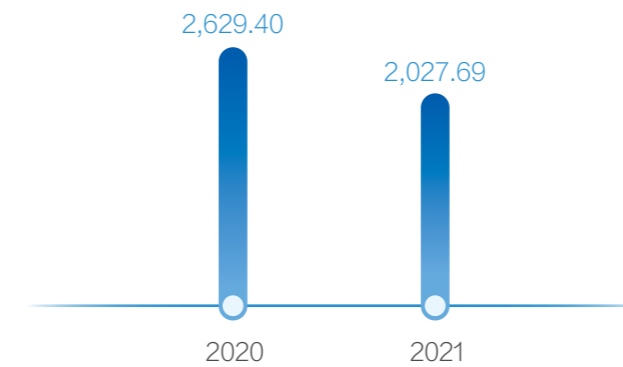
公司支持员工从身边点滴小事做起, 践行环保理念, 开展绿色办公。2021年, 我们提出人均水耗、电耗降低5%的目标, 采取多种措施推动节能降耗工作。

◎ 绿色办公行动

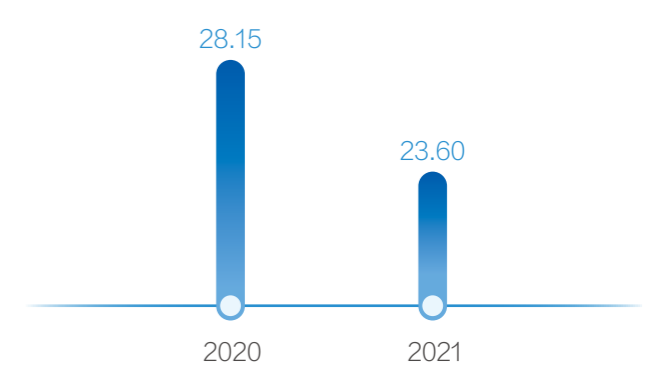
- 对空调、设备开展智能节电控制
- 采用新型LED灯, 降低设备闲置率和能源消耗
- 鼓励员工养成随手关灯、关闭水龙头、以断电代替待机日常习惯

◎ 绿色办公绩效

人均办公耗电量(千瓦时/人)



人均办公耗水量(立方米/人)



注: 办公耗电量数据包括办公室运营耗电和办公楼公摊耗电。

## 排放物管理

### 废水及废气排放

公司产生的废水主要来源于生活污水和生产废水，经公司厂区污水处理站后出水至景观水池或纳管排放。公司建立了《污水处理管理制度》等管理文件，安装了 Multi Vision COD 在线自动监测仪，24 小时监测处理后水体中的 COD，确保污水排放达到 A 级标准；构建污水处理系统，确保处理后的污水达到高度净化、循环使用。报告期内，湖州生产基地（护肤工厂）增加一套 MBR 膜处理系统，每年投入 20 万元更换膜装置，处理后废水达到一级排放标准<sup>1</sup>。

公司产生的废气主要来源于锅炉。公司建立了《锅炉管理制度》等管理文件，湖州生产基地（护肤工厂）投资 60 余万元增加分层 VOC 处理装置，主要针对前端各个产生投料废气的反应釜进行收集处理，包括前端收集管网、末端处理设备、PLC 电控系统等整个工程，处理后废气达到排放标准。

#### ◎ 废水与废气排放标准与主要控制指标

类别	遵守的排放标准	主要控制指标
废水	《污水综合排放标准》(GB8978-1996)	五日生化需氧量 (BOD <sub>5</sub> ) 300mg/L 化学需氧量 (COD <sub>Cr</sub> ) 500mg/L 悬浮物 400mg/L 氨氮 35MG/l 动植物油 100mg/L 等
废气	《大气污染物综合排放标准》(GB16297-1996) 《锅炉大气污染物排放标准》(GB13271-2014)	氮氧化物 50mg/lm <sup>3</sup> 颗粒物 20mg/m <sup>3</sup> 二氧化硫 50mg/m <sup>3</sup>

### 固体废弃物

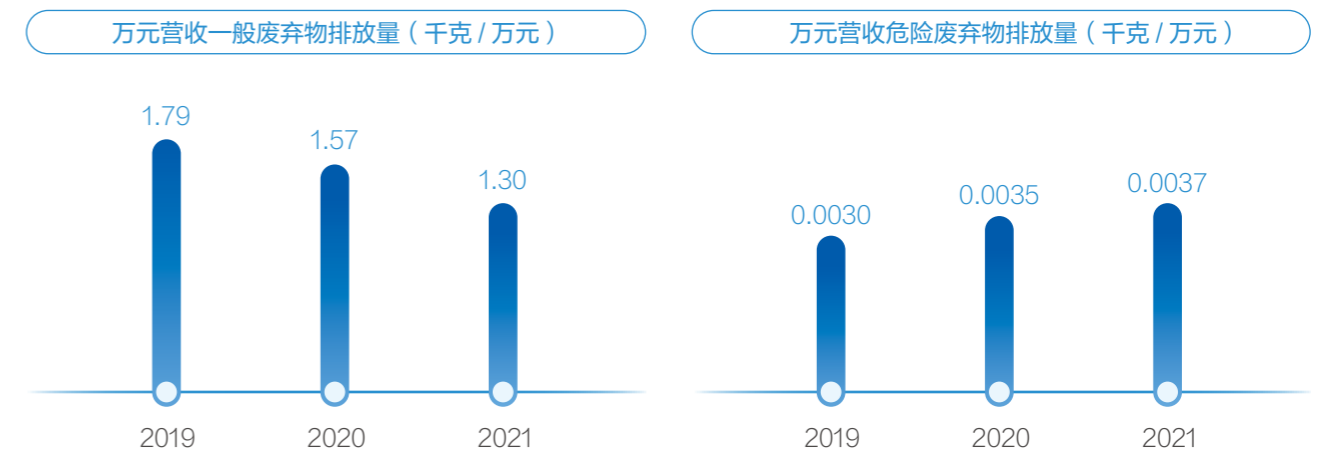
公司妥善处理生产经营中产生的固体废弃物。公司对固体废弃物宏观管理，工厂申请登录国家固体废物和化学品管理信息系统平台，对危废产生量进行每年预申报，对生产危废处置单位进行平台公开招标，危废申请处理也在系统平台进行，实现了固体废物全过程数据跟踪与风险预防功能。

1. 国家要求排放标准为三级排放。

#### ◎ 固体废弃物处理主要措施及执行标准

类别	污染物	主要处理措施	执行标准
一般废弃物	生活垃圾、纸箱、胶带、膜、纸等	收集后出售	生活垃圾焚烧污染控制标准 GB18485-2014
危险废弃物	内衬袋、过期产品、废滤膜和过滤网、污水站污泥、生活垃圾、食堂泔水	交由有资质的机构定期处理	危废鉴别标准 GB5058.7-2019

#### ◎ 固体废弃物排放绩效<sup>1</sup>



1. 仅包含湖州生产基地护肤工厂，不包含彩妆工厂数据。

## 产品与客户责任

### 研发创新

秉承以消费者为中心的理念，珀莱雅的产品研发以皮肤科学为基础，深入融合消费者的需求。公司在内部搭建了消费者调研团队并与外部知名数据分析公司合作。针对目标群体，通过定量或定性调研分析，结合行业分析数据和报告，综合识别消费者的需求，并将其深度融入公司的研发创新中，为消费者开发提供真正符合其需求的安全、功效卓越的产品。



公司在研发创新和科技人才的引入方面不遗余力，搭建全面的研发创新布局，帮助公司在基础研究、配方开发、功效与安全性评估等多领域始终保持行业领先性。研发创新中心是我们的创新引擎，珀莱雅多个产品与功效技术突破均诞生与此。经过 18 年沉淀，研发创新中心已有丰硕的技术积累与前进成果。

2021 年，在已有研发创新中心的基础上，公司成立国际科学研究院，采用自主研发与外部合作相结合的方式，聚焦创新、自主专利和应用价值为核心的应用基础研究，专注于皮肤科学研究和活性原料的研发，不断探索功效更卓越的成分与原料。

公司注重研发团队的建设，通过博士后工作站建设、国家级人才引进计划等方式，构建专业的研发团队，并通过国内外研究机构的战略合作、产学研融合等方式，深度整合全球科研力量，不断寻找成分与配方的创新突破。报告期内，公司在研发端投入占母公司营业收入的 3.55%。

与此同时，珀莱雅参与起草国家标准和行业标准，推进国内化妆品行业的健康、高质量发展。报告期内，公司共参与 1 项国家标准、2 项团体标准的制定。

#### 研发创新体系



研发创新布局

- **两大创新中心：**研发创新中心、国际科学研究院
- **全面的研究能力：**涵盖从原料端到成品端所有关键环节，包括：基础研究、配方开发、理化分析、原料及产品功效评估等



人才队伍建设

- **专业研发团队：**专业背景涵盖皮肤科学、生物化学、生命科学、材料科学、医学、工业造型设计、心理学和统计学等不同学科的高层次科研人员
- **省级博士后工作站：**为充分发挥自身优势、深化合作领域，成立了“浙江省博士后工作站”，并于 2018 年获正式授牌
- **国家级人才引进：**获得国家级人才引进 1 名，担任公司核心技术高级研发岗位，帮助公司将具有前景的活性成分与不同配方和辅助技术有效结合，大幅提升护肤品吸收率以提升皮肤健康
- **人才激励：**建立《专利管理办法》等管理制度，强化对研发人员的激励与奖励措施，鼓励开展研发工作



合作网络搭建

#### 产学研融合：

- 积极开展产学研合作项目，与中科院微生物研究院建立深海微生物资源利用及活性物质开发技术研究中心，开展《深海微生物资源利用及活性物质开发》主题研究
- 与浙江工业大学开展《化妆品用功能营养成分载体设计》主题研究
- 与上海应用技术大学国际化妆品学院开展人才培养、科学研究、科技创新、技术咨询等方面合作

#### 国际战略合作：

- 与德国巴斯夫公司、西班牙国际胜肽世家 LipoTrue、美国特种材料专家 Ashland、法国海洋生物科技专家 CODIF、法国国家海藻研究机构 CEVA 等多个全球科技实验室达成合作

2021年研发创新亮点绩效与认可

报告期内，珀莱雅：

- 共有科研人员数量 **159** 人，其中硕士以上学历员工占比超过 **32%**，博士学历员工占比 **1.89%**
- 申请发明专利 **11** 项，授权发明专利 **19** 项；
- 新上市的产品中，共有 **3** 款产品的核心成分为珀莱雅独家专利；
- 在 Journal of Cosmetic Dermatology 等国内外权威杂志期刊上共发布论文 **14** 篇；
- 《功效测试的微创新 - 改善毛孔 / 黑头化妆品的人体功效测试方法研究》论文获得 IFSCC 2021 国际化妆品科学大会“中国区优秀论文奖”；
- 《海藻多糖增值加工关键技术及产业化应用》项目荣获浙江省科学技术进步奖二等奖；
- 研发创新中心荣获 2021 药品安全治理与技术赋能成绩突出集体；
- 珀莱雅赋能鲜颜淡纹紧致精华液入选中国香料香精化妆品工业协会创新消费品。

截止到报告期末，珀莱雅：

- 累计主导或参与制定国家标准 **10** 项、行业标准 **3** 项、团体标准 **13** 项；
- 累计授权专利 **225** 项，其中发明专利 **92** 项。

提升产品天然有机属性

为更好地满足消费者对天然、有机的追求，提供多元化的产品选择，珀莱雅从产品的全周期出发，通过选取绿色原料、使用天然有机原料及配方的改良升级，不断提升产品的绿色属性，例如：2021 年新品——保龄球蓝瓶选用采用天然油脂作为主活性物，同时不添加刺激成分，无香精酒精和传统防腐剂。

原料选取

将绿色可持续纳入原料筛选标准

除了设立从原料安全性、功效性方面设定筛选标准，例如：有效成分浓度、刺激性维度等，将生产可持续性纳入筛选标准，关注原料的环境友好程度等

在新品研发中使用更天然、有机的原料

根据《ISO16128 天然和有机化妆品成分和产品的技术定义和标准》，新品选取更天然的成分，提升产品的绿色属性

有机原料使用

使用有机认证原料

在产品中选用有第三方有机认证的原料，比如符合国际公认的有机和天然化妆品标准 COSMOS、法国国际生态认证中心 ECOCERT 有机认证的原料

改良升级

不断提高配方的有机、天然和环境友好属性

不断升级产品配方，为消费者提供更有机与天然的产品

截止到报告期末，公司旗下共有 86 个产品中采用 COSMOS、ECOCERT 认证的原料共 47 种，例如：珀莱雅轻享阳光羽感沁白精华防晒液中采用 ECOCERT 认证的美白成分 AA2G、珀莱雅弹润透亮青春活力眼霜中采用 COSMOS 有机认证抗衰老成分 HYALUFIX GL、彩棠釉瓷无瑕粉底液（101 秋梨白）采用 COSMOS 有机认证的乳化剂等。

化学品安全

公司在产品研发中不断审视我们使用的化学成分，不断提高产品的化学品安全属性。珀莱雅严格遵守《化妆品安全技术规范》《已使用化妆品原料目录（2021 年版）》等法律法规要求，不使用任何禁用成分，包括但不限于《化妆品禁用原料目录》《化妆品禁用植（动）物原料目标》中 2,000 多种禁用成分，例如氢醌、苯酚、维甲酸（视黄酸）及其盐类、糖皮质激素类、抗生素类等。

同时，公司采用严于中国法律法规的标准，规范化学品成分的选用。公司参考欧盟、韩国及日本的相关标准中的成分及使用剂量，在新产品研发中禁用有争议的成分。公司对于原配方制定成分升级计划，逐步汰换、减少争议成分的使用。



公司所参考的重要化学品安全国际标准

欧盟委员会 (European Commission)

- LIST OF SUBSTANCES PROHIBITED IN COSMETIC PRODUCTS
- LIST OF SUBSTANCES WHICH COSMETIC PRODUCTS MUST NOT CONTAIN EXCEPT SUBJECT TO THE RESTRICTIONS LAID DOWN
- LIST OF COLORANTS ALLOWED IN COSMETIC PRODUCTS
- LIST OF PRESERVATIVES ALLOWED IN COSMETIC PRODUCTS
- LIST OF UV FILTERS ALLOWED IN COSMETIC PRODUCTS

韩国

- 《化妆品着色剂的种类和限制》

日本

- 《化妆品基准 - 禁限物质清单》



## 产品质量与安全

珀莱雅严格遵守《化妆品监督管理条例》《化妆品注册备案管理办法》《化妆品生产经营监督管理办法》等法律法规，从产品研发、生产到上市后的质量与安全保障开展产品全流程质量管理，确保产品的安全性、功效性。报告期内，公司未发生与质量安全相关的事件，也未有上述事项引起的诉讼案件发生。

### ◎ 质量管理体系认证

认证	认证范围	认证有效期
ISO22716 化妆品 - 良好生产操作 (GMP)	珀莱雅化妆品股份有限公司	2024.3
US FDA CFSAN 化妆品 - 良好生产操作 (GMP)	珀莱雅化妆品股份有限公司	2024.1
ISO9001:2015	珀莱雅化妆品股份有限公司	2025.2
ISO9001:2015	浙江比优媞化妆品有限公司	2024.3
US FDA CFSAN 化妆品 - 良好生产操作 (GMP)	浙江比优媞化妆品有限公司	2024.3

### 产品研发质量管理

在产品研发环节，公司重点关注原料与配方的安全性与功效性。公司制定《产品防腐能效测试流程》《人体斑贴测试流程》等制度，规范产品开发环节质量与安全控制，对新开发的产品配方、升级的原有配方、功能性及活性原料进行全面的评估，以保障产品安全与功效卓越。

公司遵守国家化妆品注册备案要求，进行产品的理化微生物指标送检及安全性测试。公司在研发创新中心下成立理化分析部、产品评估部负责产品研发环节的质量评估，并设计完善的安全评估体系，例如：稳定性、感官评估、离体功效评估、细胞毒性评估、动物毒理实验、临床测试评估等，以及皮肤科医生的测试。此外，公司积极开展人体斑贴测试，减少化妆品引起人体皮肤不良反应的潜在可能性。

同时，公司积极开展体外评价方法的建立与开发，以替代动物性实验。国际科学研究院下设皮肤科学研究部，针对重点的功效原料和产品开展安全和功效评价。我们在生化、分子、细胞、3D模型等水平上建立了体外保湿、美白祛斑、舒缓抗炎、抗氧化、抗衰老等功效评价、以及毒理刺激等安全性评价等体外评价方法20余项，初步具备了进行抗衰、美白祛斑、舒缓、刺激等主要化妆品体外功效和安全评价、以及功效机理研究的能力。

### 产品生产质量管理

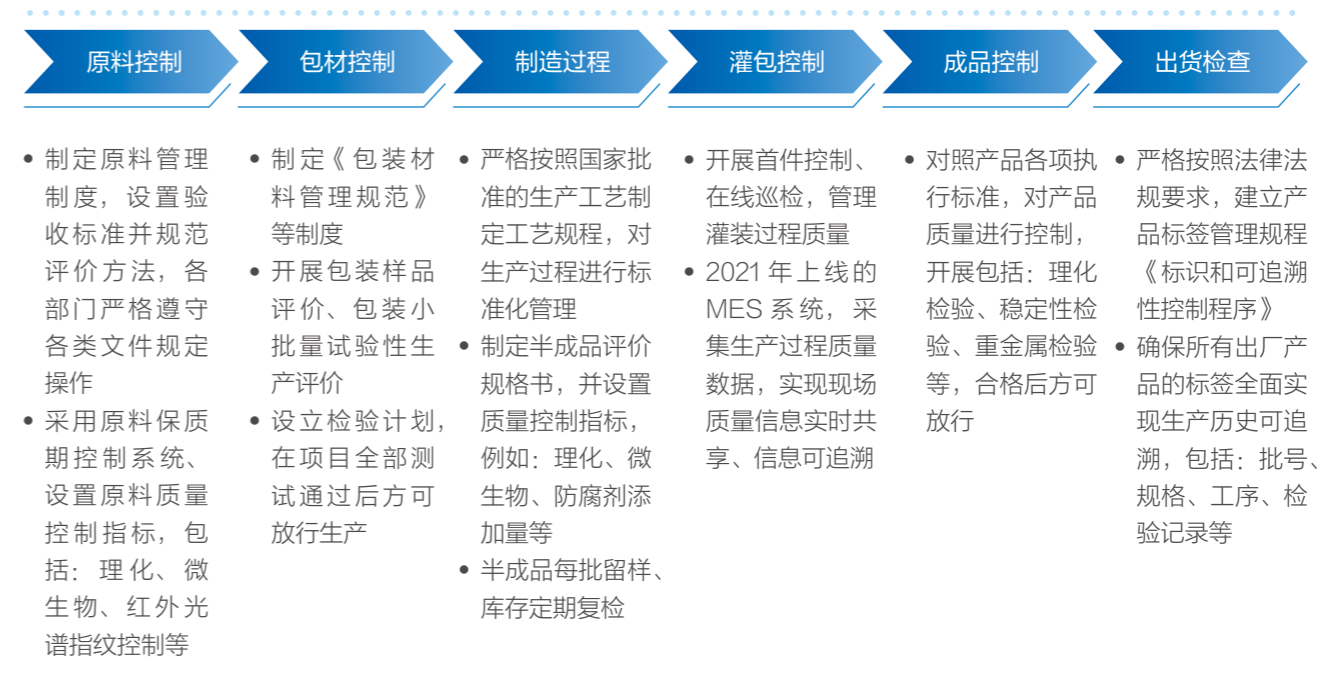
在产品生产阶段，珀莱雅以“过程把控 质量安全 客户满意”作为质量管控理念，建立完善的质量管理体系，制定《珀莱雅管理手册》《偏差控制制度》《不符合纠正措施控制程序》等制度，规范原材料、生产过程和产品出厂等各环节的质量控制和偏差管理，在各个环节设立质量目标、严控质量监测，全方位保障产品品质。

### ◎ 生产工厂关键绩效目标及绩效

生产质量关键绩效指标	目标	2021年绩效
生产制程一次性合格率	≥ 99%	≥ 99.5%
市场抽检合格率	100%	100%
市场质量投诉率	≤ 2ppm (百万件不良率)	≤ 2ppm
进料检验合格率	≥ 99%	≥ 99.5%
管理体系审核缺陷项关闭率	100%	100%

公司具有完善的内部检测能力以及先进的设备仪器，包括英国 VISION SWIFT DUO 一体化视频和光学测量系统、OLYMPUS 壁厚测量仪、美国 SUN TEST 光老化测试仪、美国安捷伦高效液相色谱仪、电感耦合等离子体发射光谱仪器 (ICP-OES) 等，可以对包材外观、壁厚、膜厚、电镀涂层硬度、表面印刷及电镀涂层附着力、光老化褪色性能、耐冲击力、抗溶剂性、气密性、相容性，及对化妆品防腐剂、重金属、防晒剂含量、《化妆品安全技术规范》规定的禁限用物质含量等进行测定，各项安全与功效测试贯穿了整个产品的研发到原料、包材、半成品、成品全生命周期，确保送到消费者手中的产品安全有效。

### ◎ 产品生产环节质量控制



### 产品上市后质量管理

公司建立《产品召回管理》制度，对于已经上市的产品或在运输途中的不合格产品，立即停止销售并召回，以保障消费者的权益。公司每年开展一次模拟产品召回，以确保召回程序的有效运行。报告期内，公司开展2次模拟召回，召回芮加新肌焕活眼部精华露、珀莱雅深海蕴活抗皱新生精华液，联动客户服务部门、质量管理部门、物流部、仓库、经销商等多个部门，成功回收模拟召回产品14,586件。

2021年12月，公司接到国家药品监督管理局综合和规划财务司文件，文件对普通化妆品中苯乙基间苯二酚成分的使用提出了新的规范要求。为更好地满足法规的要求，公司立即按制度启动召回程序、成立召回小组，积极开展成品回溯，公司成功对涉及的40万件产品（成本近300万元）进行集中报废处理。同时，针对涉及此原料的产品，公司重新按照法规要求予以特证申报注册，保证产品的安全合规。

### 消费者服务与权益保护

#### 消费者服务

秉承“用心服务、以诚待人”的理念，珀莱雅致力于为消费者提供优质的客户服务体验。我们搭建了畅通的线上加线下客户服务渠道，为消费者提供售前、售中、售后全链路的查询、咨询和投诉服务。公司定期开展营销体系人员的培训，持续提升其专业能力和服务能力。

公司重视消费者的沟通与反馈，建立了完善的投诉处理渠道，联动产品销售、研发、客户服务等多部门，对于消费者在使用感受、售后服务、产品优化建议等多方面反馈和疑问，进行及时的处理。



#### 投诉处理方式与流程

沟通反馈问题	处理方式
使用感受问题	客户服务人员第一时间对用户产生的问题进行询问，提供专业的使用建议和产品解答
售后体验问题	记录反馈用户需求，力求第一时间解决用户问题，保障用户权益最大化
产品优化建议	对不同产品进行整理，并生成月度报告，反馈研发部门，对产品进行升级优化
产品质量投诉	联合工厂、研发、质量等部门排查可能存在的问题，根据问题严重程度采取针对性措施，同时与消费者协商一致，保障用户权益最大化

此外，公司各个事业部每年向消费者开展消费者满意度调查，包含产品、物流及服务等多个方面，收集和尊重不同意见的同时，也更好地了解消费者需求。报告期内，公司旗下彩妆品牌对消费者进行满意度调查，93.7%受访客户均对公司的产品、物流与服务很满意，远高于行业平均水平。此外，通过满意度调查，公司了解到消费者对化妆技巧的需求，进而开设了彩妆微课堂，面向消费者教授妆容技巧，不断以“消费者满意”为核心，提供更优的产品与服务。

#### 2021年提升消费者满意度重点措施

- 优化服务流程体系，制定《服务标准制定规则——考虑消费者需求》标准并从流程出发，分析确定影响消费者感知的服务要素，不断迭代优化服务标准，提升消费者服务体验感
- 在售环节，建立了公司内部多部门快速响应的协作机制，加强客服服务、运营、供应链等部门的联动能力，提升物流环节问题处理、运营过程日常促销与大型促销活动的体验等各环节的处置能力，消费者服务非常满意度大幅提升至80%以上
- 定期开展客户服务员工培训，提升其服务技巧、沟通能力等，为消费者带来更好的服务体验

#### 消费者隐私保护

珀莱雅重视信息安全与消费者隐私保护。公司严格遵守《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国数据安全法》等法律法规，并要求内部严格执行相关安全制度，确保在数据安全、研发等层面，均保证符合数据安全生产要求。公司实时跟进最新的安全政策以及相关规定。报告期内，公司未发生与客户隐私相关的事件，也未有上述事项引起的诉讼案件发生。

公司严格控制消费者信息的访问与传输，针对敏感信息进行脱密处理，并限制数据复制、限制客户信息查看的次数，并对敏感信息的导出进行权限设置，运营人员无权获取用户的信息。2021年，公司针对消费者隐私及个人数据，启动订单处理链路的消费者敏感信息保护方案，对涉及消费者个人敏感信息采取加密、去标识化等安全技术措施，不断提升平台及产品数据的安全性。

同时，公司定期开展安全演练和安全培训并定期对信息安全开展自查自纠。报告期内，公司组织了三次数据安全演练，排查产品运营环境，对平台、数据、产品进行全方位安全加固。



### 负责任营销与消费者教育

企业营销是与消费者互动的过程。在此过程中，为消费者提供真实、准确、完整的产品和营销信息是企业开展客户服务的底线与基础；而同时，消费者从品牌和产品中获得的信息会影响消费者的购买决策，也将进一步影响行业的发展。

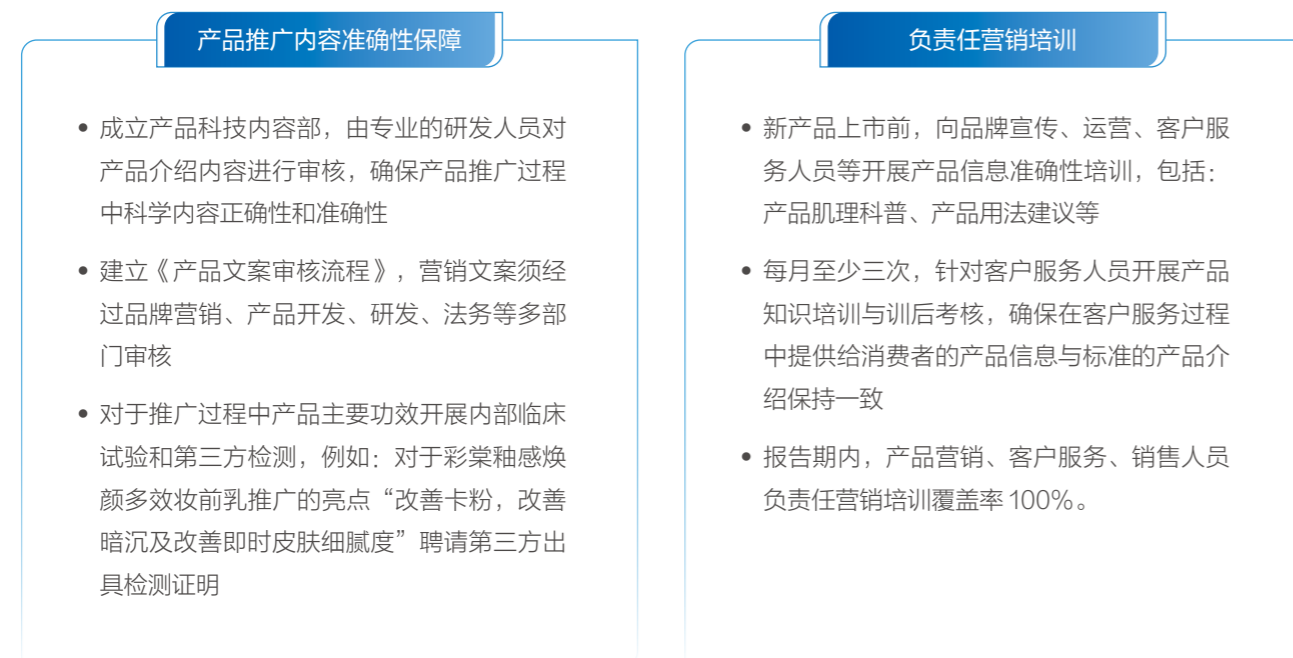
珀莱雅重视与消费者的互动与沟通，我们以负责任原则开展营销活动，也注重在与消费者沟通过程中传递科学、环保理念，帮助消费者理性决策、可持续消费。

#### ◎ 珀莱雅消费者沟通原则



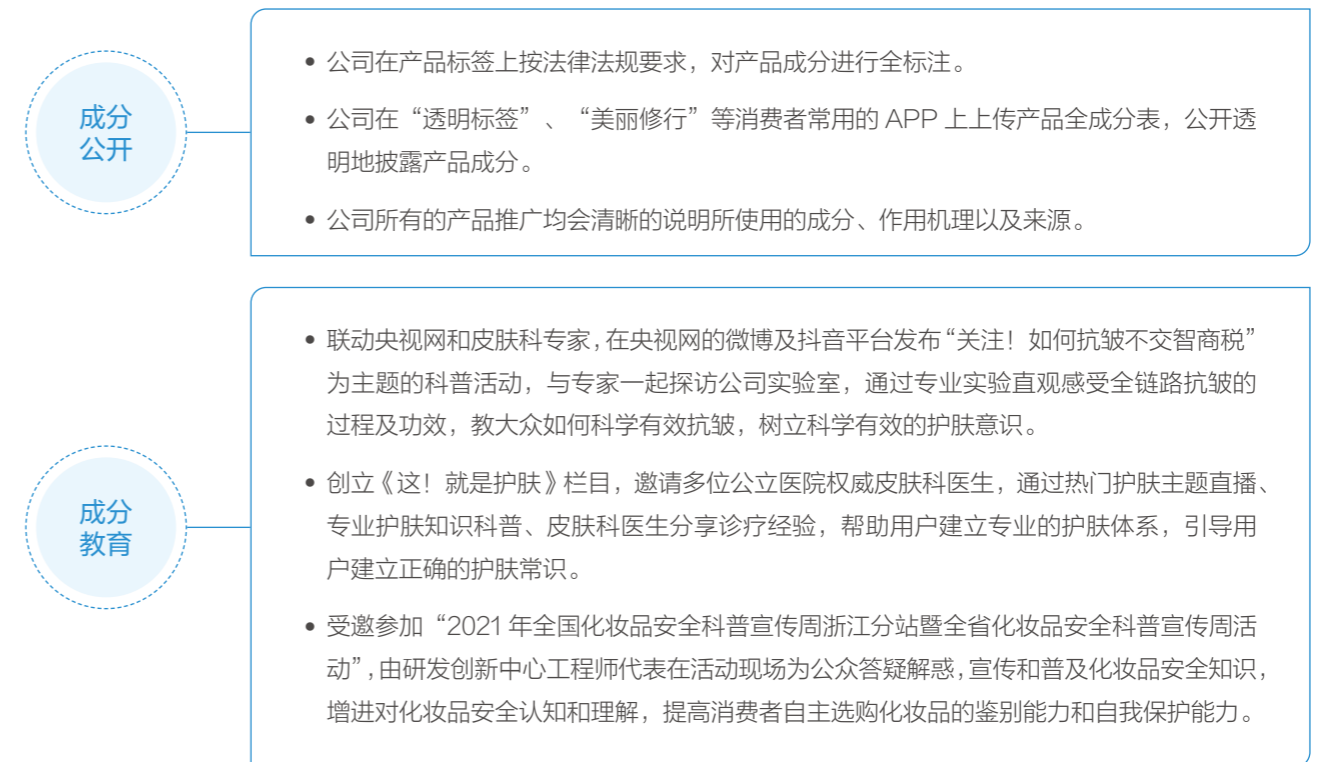
公司重视产品营销的真实性和准确性，严格遵守《中华人民共和国消费者保护法》，制定《产品文案审核流程》，并在研发创新中心下成立产品科技内容部，负责对产品科学内容的把控。此外，公司加强对所有客服人员的培训，提高客服人员的负责任营销意识。报告期内，公司未发生市场推广、标签使用相关的事件，也未有上述事项引起的诉讼案件发生。

#### ◎ 负责任营销管理措施



了解化妆品的安全性、功能性是消费者保障自身安全的重要防线。公司通过透明的成分披露和多种形式的化学品成分教育，帮助消费者更好地认识功效成分，做出更科学的购买决策。

#### ◎ 化学品成分透明管理措施



在引导消费者可持续消费方面，我们在产品及包装设计中融入我们的环保理念，并将其传递至消费者。

#### ◎ 引导可持续消费措施



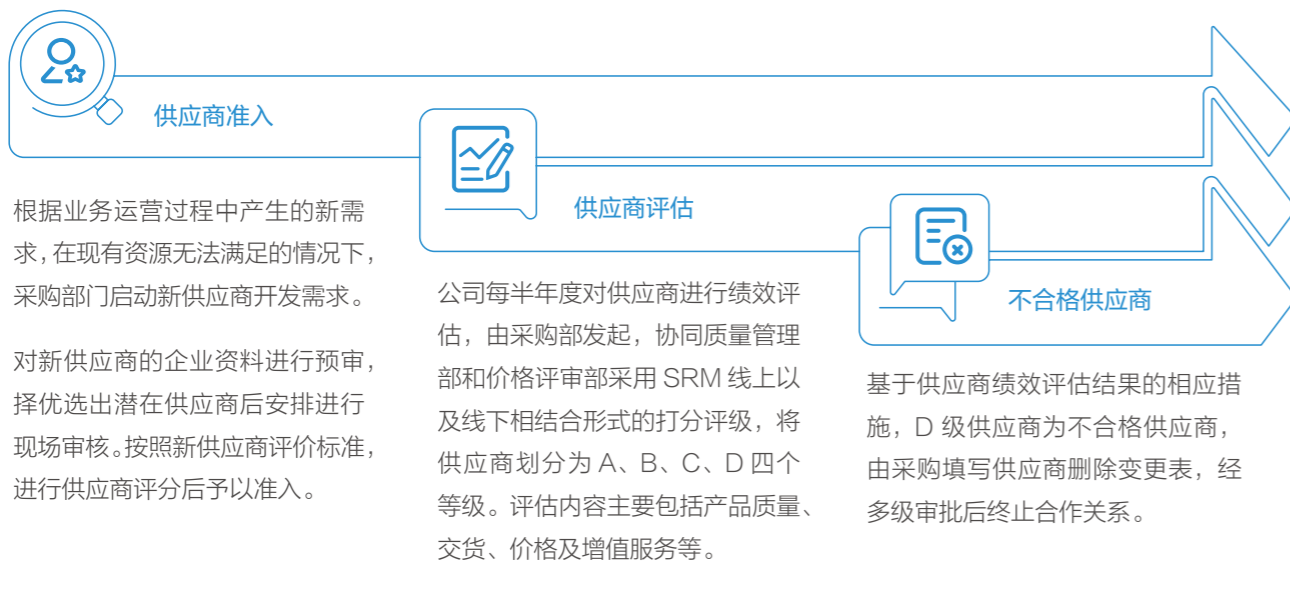
## 供应链责任

### 保障供应链稳定

公司主要供应商类型为物料供应商与 OEM、ODM 供应商，供应商的稳定，关系到公司产品与服务的品质和经营的稳定。珀莱雅遵守《中华人民共和国合同法》《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国民法典》等法律法规，对供应商开展有效的全流程管理，防控供应链风险。

公司建立了《供应商管理制度》和《生产性物料新供应商开发管理制度》等管理文件，从供应商的准入、评估考核、审查各环节进行全流程规范化管理。报告期内，获得了湖州市供应链创新与应用专项激励。

#### ◎ 供应商管理流程



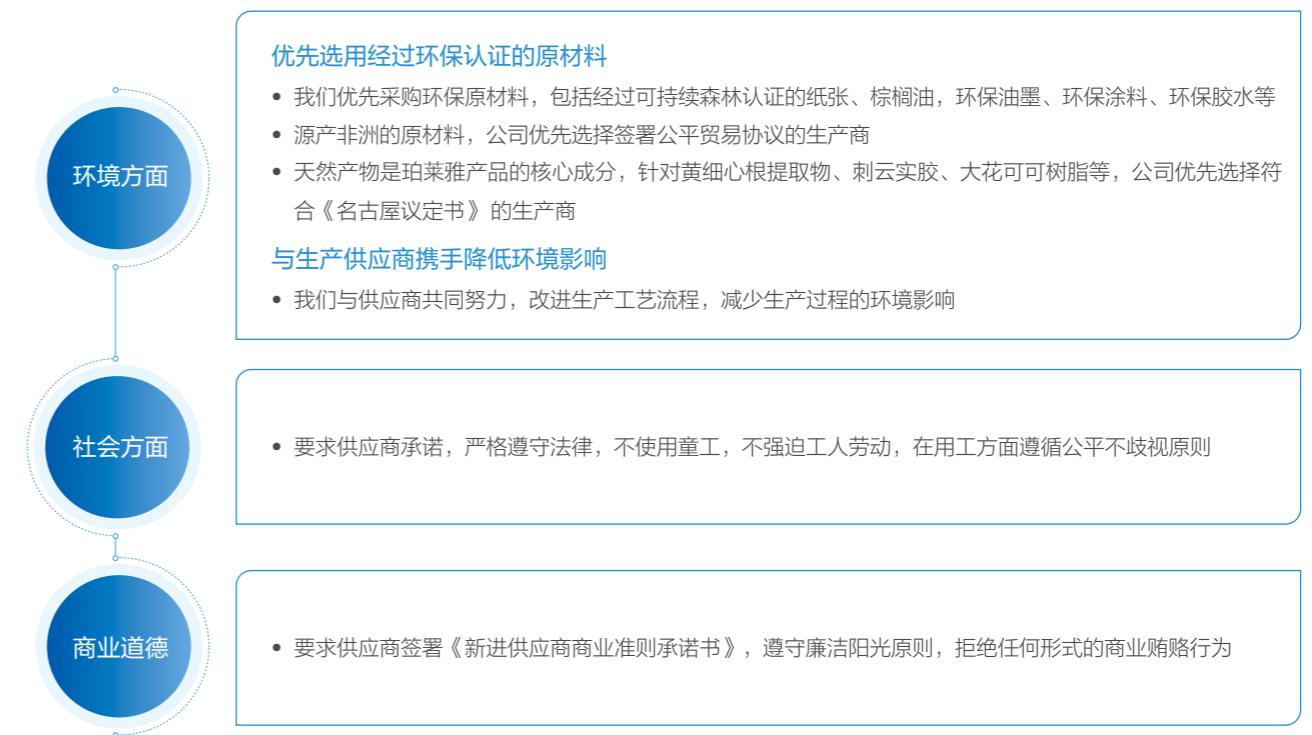
在供应商质量管理方面，公司定期对供应商进行现场审核，并针对重点供应商提供质量专项培训。报告期内，公司开展针对供应商的“质量月”活动，旨在针对核心供应商进行工厂现场审核，提出整改意见，督促供应商提升质量管理水平；同时，公司为高卫生风险包装材料供应商开展了质量控制要点培训。

在供应链稳定管理方面，公司通过供应链自动化、数字化、智能化的不断升级改造，打通从生产端到品牌需求端的数据信息链，从而打造更精准、更敏捷的市场响应能力。公司从价值、策略、技术、业务等维度建立供应链稳定保障机制，通过科学的预测、预警和供应商管控确保供应链韧性，保证了供应链的稳定。公司基于大数据和 5G 网络结合物联网相关技术搭建供应链信息化平台，2021 年 4 月获得浙江省供应链协同创新综合体承建单位称号。

### 打造责任供应链

珀莱雅深知，作为全价值链核心地位的企业，公司的采购行为对环境、社会均有重要影响，我们需要站在全价值链系统的整体高度审视我们的责任。一方面，我们所使用的原材料影响到产地的土壤与生物多样性，还可能产生劳工问题；另一方面，我们的积极引导与支持，能够促使供应商降低其自身的环境与社会影响。因此，公司努力践行可持续采购原则，致力于提升全价值链的可持续属性。

#### ◎ 我们的可持续采购措施



在棕榈油采购方面，公司自身产品生产中没有直接使用棕榈油；我们在采购棕榈油制成的原料时，与供应商了解其棕榈油的产地来源等信息，了解其可持续属性，并优先采购经过 RSPO 认证的棕榈油。

在生产方面，报告期内，我们与供应商共同探讨，推出了多项节能降耗的改进措施，包括：

- 关停非环保工艺的蒙砂车间，停用非环保工艺；
- 使用纯氧燃烧和电热替代传统燃烧窑炉，减少废气和温室气体排放；
- 将窑炉预热回收利用，用于日常供热；
- 针对产品生产工艺进行评估。

此外，公司积极参与行业研发，分享和交流打造责任供应链的经验。报告期内，公司参加上海同济大学和阿普塔举办的“2021 包装可持续发展研讨会”以及包装之家协会和 SK 共同举办的可持续包装的全球趋势研讨会，与社区、院校、企业一起携手探索绿色且以人为本的未来包装新生态。

## 员工责任

### 员工权益与福利

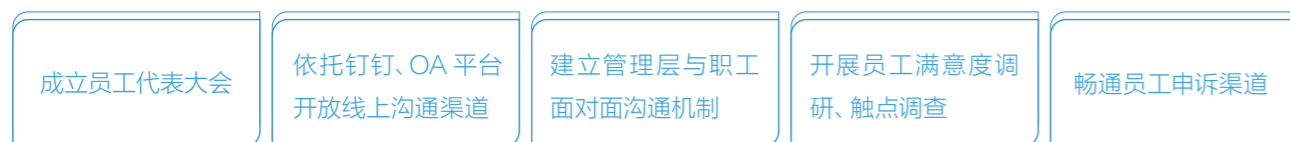
公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律制度，制定发布了《员工招聘和录用管理制度》《薪酬管理制度》《员工异动管理办法》等制度文件，保障员工在招聘、管理过程中不受到任何形式的歧视，在薪酬、工作调动、绩效考核等方面，都能够得到公平对待。报告期内，公司未发生与员工招聘与解雇、工时与假期、晋升与平等机会、反歧视及多元化和劳工准则相关的事件，也未有上述事项引起的诉讼案件发生。

#### 员工雇佣和基本权益政策



平等的对话关系有利于建立高效的工作机制，也能让更多的员工参与到公司发展经营之中，增强员工的归属感。公司不断改善与员工的沟通机制，听取员工的意见建议，改进企业管理，为员工打造平等开放的工作环境。

#### 员工沟通渠道



珀莱雅重视员工的福利保障，制定并发布了《福利管理办法》，为员工提供了丰富完善的福利体系，在法定的固定福利基础上，增加补充福利、专项福利。

#### 公司福利清单



与此同时，我们还为工厂员工提供额外福利，包括免费员工宿舍或住房补贴、免费工作餐，以及全勤奖、工龄奖等奖励。

### 人力资本发展

企业的高质量发展离不开人才的成长。公司将员工能力提升视为企业发展的重要动力，持续赋能员工成长。

在员工晋升方面，公司根据不同员工岗位特点，建立了管理类、专业类双通道晋升管理制度，为员工提供畅通的发展通道。我们采用统一的绩效管理系统，制定了《绩效管理办法》《干部管理办法》《内部竞聘制度》，确保各级员工的绩效评价标准公开、程序公平、各级管理人员的任命及晋升公开透明。

在员工培训方面，我们整合内外部培训资源，针对不同发展阶段的员工，提供了个性化的职业培训内容，满足不同员工的能力提升需求，为员工提供了完善的培训提升体系。

#### 培训体系

	入职培训	晋升培训	日常培训	高管游学
内部培训	<b>面向对象:</b> 新入职员工 <b>培训内容:</b> 企业历史文化、规章制度、员工应知应会内容	<b>面向对象:</b> 中层管理者 <b>培训内容:</b> 业务思维、管理能力、领导力提升培训	<b>面向对象:</b> 全体员工 <b>培训内容:</b> 业务能力、管理能力提升培训	<b>面向对象:</b> 公司高管 <b>培训内容:</b> 视野开拓、战略思维提升
外部培训	<b>面向对象:</b> 面向全体员工，通过考试选拔产生 <b>培训内容:</b> 购入阿里巴巴商业培训课程，为员工提供全方位的商业通识教育			

报告期内，公司举办了“干部训练营”，组织员工进行集中在岗培训学习。培训历时1个月零10天，内容覆盖管理、财务、营销多方面内容，为40名员工提供了领导及业务能力培训，结业通过率为100%，结业考试良好以上人员占比达43%。

同时，公司鼓励员工针对自身岗位工作经验，在公司内开设“小课堂”，与同事分享业务经验。报告期内，共开设了6门业务课程，每次50人左右线下参与；课程结束后相关内容被上传至公众知识平台，支持全体员工查看学习。

此外，公司邀请培训讲师为员工提供职业技能培训及等级考试，包括初级互联网营销师、高级健康管理师、高级茶艺师等，共有108人参与。

报告期内，公司累计开展培训时长54,904小时，员工培训覆盖率49.75%，人均培训时长为19.31小时。

**54,904**小时  
公司累计开展培训时长

**49.75%**  
员工培训覆盖率

**19.31**小时  
人均培训时长

## 职业健康与安全

### 安全生产

公司秉持“坚持安全生产，营造安全氛围，保证身心健康”的安全生产方针，贯彻落实《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国安全生产法》等法律法规，制定了“不发生重大伤亡事故，不发生火灾爆炸消防事故，轻微小伤害事故年度发生数少于三起”的安全生产目标。报告期内，公司发生工伤死亡事故数为0，火灾事故数为0。

公司制定了《安全生产检查及隐患排查治理制度》《安全生产教育培训制度》《安全例会制度》《消防安全管理制度》等制度文件，建立完善的安全生产管理制度。

#### ◎ 安全生产管理措施

- 提高安全意识，坚持预防为主。定期研究安全生产动态，及时解决生产中出现的問題；用足用好安全防护经费，改善劳动条件和作业环境。
- 建立健全安全组织网络，完善安全生产岗位责任制，逐级签订安全生产责任书，充分发挥安全管理员作用，杜绝违章指挥，违章操作。
- 加强安全教育，提高职工安全素质，健全职工安全教育档案。新入场的工人上岗前必须全部进行三级安全教育培训，经考试合格，签订《安全责任书》方可上岗操作。
- 开展好每年“全国安全生产月”活动。通过开展安全活动，增强职工安全意识，提高安全素质，促进安全生产。
- 严格执行危险作业审批制度，对从事危险作业的必须事前做好审批手续。危险作业前必须有详细的施工方案、书面交底和安全保护措施并随时检查，发现隐患即时纠正。
- 定期监督检查，把事故隐患消灭在萌芽之中。
- 建立《生产安全事故应急预案》，从组织、响应、后期处置、专项应急及现场处置方案等方面，建立了完善的安全事故应急处理体系。

报告期内，公司购买了专用安全设施和应急救援装备，为应急救援处理提供物质保障；针对实地情况增加现场在线监控系统，并与政府视频监控平台联网，纳入智慧管理；持续开展“百万员工安全大培训”工作，让全厂员工掌握安全生产法律法规，掌握事故防控和应急处置措施，做到全员参与、全员培训、全员考试合格的高标准要求；实施安全风险分级管控和隐患排查治理双重预防控制的双控新体系建设，开展全员的危险源辨识，制作安全风险清单，制定相关安全防护措施方法，确保安全管理零风险。

### 职业健康

我们高度重视员工职业健康保障，贯彻落实《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国职业病防治法》，制定并发布了《职业健康管理制度》，识别生产环境中存在的职业病风险，采取针对性措施，保障员工身体健康。公司制定了“不发生职业病；定期进行职业危害因素检测和职业健康体检”的职业健康管理目标。报告期内，湖州生产基地通过职业健康安全管理体系ISO45001:2018（有效期至2025/2/14）认证，且公司职业病发生数为0。

公司的职业病风险主要包括粉尘、VOC气体等。我们从环境与设备安全防护、个人安全防护两个方面，为员工提供全面的职业病风险防护。



#### ◎ 职业病风险防护措施



##### 环境与设备安全防护

- 优先采用有利于防治职业病和保护劳动者健康的新技术、新工艺、新材料
- 引进粉尘和VOC收集系统，用以清除车间粉尘和VOC气体
- 在现场设立警示标识及公示栏，为员工发放防护设施
- 对职业病防护设备、应急救援设施和个人使用的职业病防护用品，进行经常性的维护、检修



##### 个人安全防护

- 为劳动者提供个人使用的职业病防护用品
- 对从事接触职业病危害的作业的劳动者开展在上岗前、在岗期间和离岗时的职业健康检查
- 每年为员工提供免费健康体检，体检范围覆盖公司全体职工，并根据较为突出的员工亚健康健康问题，开展针对性健康讲座

## 社会责任

长期以来，珀莱雅秉持“以感恩的心，成就美的事业；以敬畏之心，真情回报社会”的理念，持续加大社会投入，积极履行社会责任，报告期内，公司累计投入 370 余万元，用于社会公益事业。

**370** 余万元  
用于社会公益事业

### 社会倡导

我们长期倡导“美”的社会价值观，关注社会生活中的重点议题，依托品牌影响力和专业能力，发出倡议，付诸行动，致力于成就每个人的美好生活。

关注领域	项目名称	项目内容	项目数据
女性与性别	“性别不是边界线，偏见才是”	<p><b>启动时间:</b> 2021年3月</p> <p><b>项目内容:</b> 通过媒体发声、微博讨论、视频宣传片投放等一系列整合传播活动，突破性别刻板印象的枷锁，讨论性别平等真正含义。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 宣传片总播放量超 2,500 万，微博话题页阅读 1.5 亿，讨论超 10.3 万，引发了社会普遍共鸣。</li> </ul>
女性与性别	“致爱里的勇敢者”	<p><b>启动时间:</b> 2021年5月</p> <p><b>项目内容:</b> 通过经典文学作品，结合重点社交媒体平台，传播“敢爱，也敢不爱”的爱情观；与知名美妆 KOL 骆王宇共创短片，制造社交媒体平台声量，传达品牌“趁年轻，去发现”的理念和精神。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 截止到 5 月 24 日，微博话题 # 敢爱·也敢不爱 # 共计产生 4,493.50 万阅读量，吸引微博用户讨论次数达 3 万次；</li> <li>• 截止到 9 月 7 日，品牌片微博端播放量达 291 万次。</li> </ul>

关注领域	项目名称	项目内容	项目数据
青年人	回声计划	<p><b>启动时间:</b> 2021年10月</p> <p><b>项目内容:</b> 结合对当下青年心理健康状况的洞察，提出“不必对你的情绪感到羞耻”，通过发布话题、定制“回声计划”青年心理健康关爱手册、建立公益基金、制作青少年心理健康主题短片等形式，关注如今青年面临的各种情绪困境。</p>	<p>截止到 10 月 29 日：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• # 不必对你的情绪感到羞耻 # 话题总阅读次数达到 7,629 万，讨论数 3.8 万；</li> <li>• # 珀莱雅回声计划 # 话题总阅读次数达 1,339 万，讨论数 3 万；</li> <li>• “不必对你的情绪感到羞耻”项目主题 TVC 全网播放量超 490 万；</li> <li>• 主题纪录片播放量超 350 万；</li> <li>• “回声计划”青年心理健康关爱手册在北师大、华南师范等全国 60 余所高校发放 6 万余册。</li> </ul>
	毕业第一年，与新世界交手	<p><b>启动时间:</b> 2021年1月</p> <p><b>项目内容:</b> 通过插画投放、微博话题、视频宣传篇片投放等形式，鼓舞大家与新世界交手的勇气，传递“趁年轻，去发现”的品牌理念。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TVC 品牌直发微博总阅读量超过 1,508 万，总互动超过 1 万次；</li> <li>• # 毕业第一年 # 微博话题阅读达到 1 亿，讨论 4.4 万，微博话题 # 被重庆最深的地铁站暖到了 # 阅读超过 8,000 万，阅读 3.5 万+。</li> </ul>

### 乡村振兴

乡村振兴战略是关系全局性、长远性、前瞻性的国家战略，是国家发展的核心和关键问题。我们积极贯彻落实《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》《关于实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的意见》等政策，通过结对帮扶、慈善捐助等形式，助力乡村振兴。

#### 公司参与乡村振兴结对帮扶情况

结对帮扶村	开始时间	帮扶措施及成效
四川省甘孜州九龙县烟袋镇烟袋村	2021年	报告期内，投入帮扶资金 5 万元，用于表彰优秀学生，扶持贫困生。
四川省甘孜州九龙县烟袋镇桫木林村	2021年	报告期内，投入帮扶资金 5 万元，用于表彰优秀学生，扶持贫困生。

## 公司治理

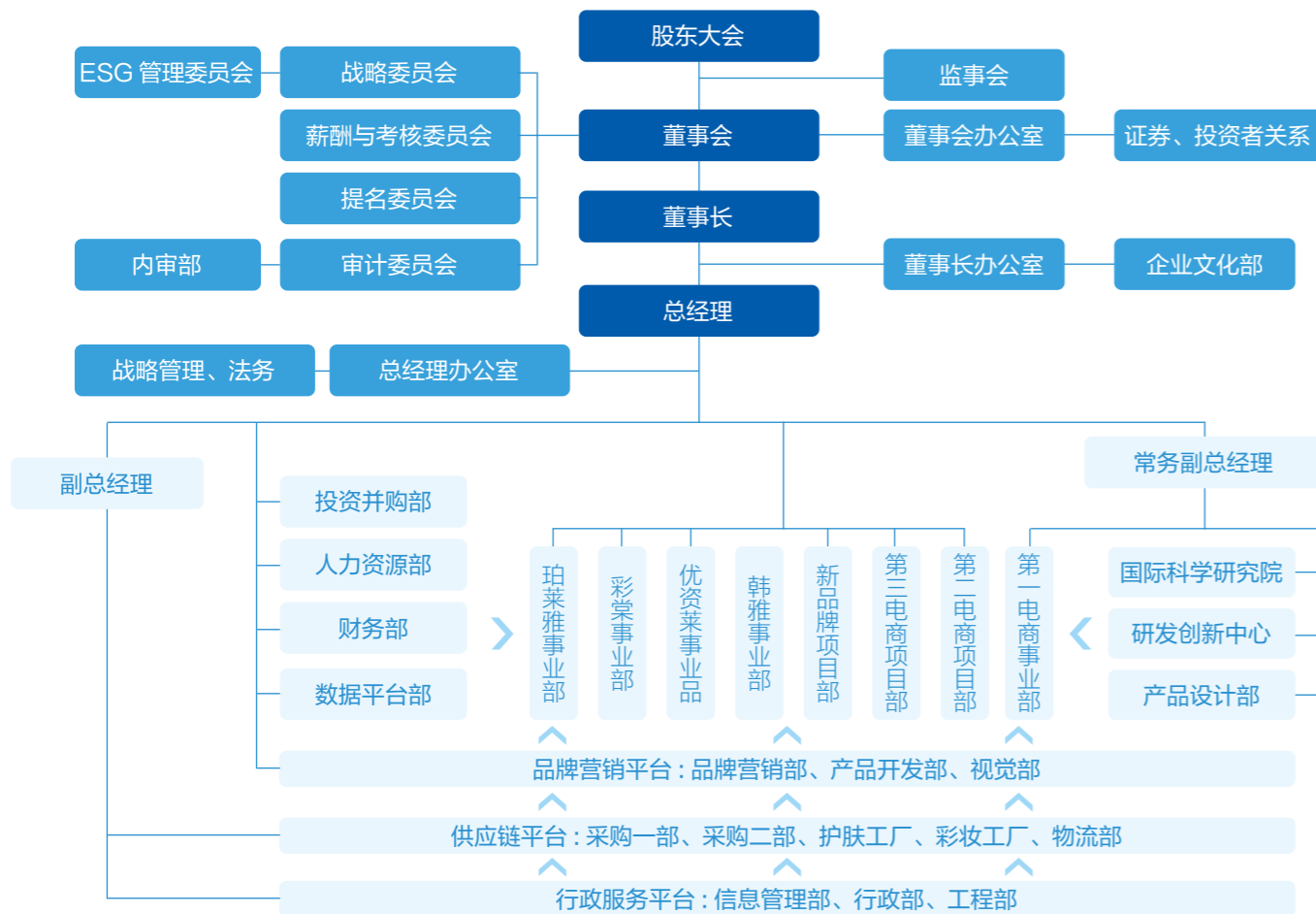
### 公司治理体系

公司根据《公司法》《证券法》《上海证券交易所股票上市规则》《上市公司治理准则》等相关法律法规的要求，以及《公司章程》的规定，完善公司法人治理结构，不断提高公司规范运作水平。

公司严格按照《公司章程》规范召集、召开股东大会，平等对待所有股东，并尽可能为股东参加股东大会提供便利，使其充分行使股东权利。

各股东、董事、监事和高级管理人员均勤勉尽责，按照规章制度及相关议事规则的规定切实地行使权利、履行义务。公司治理实际情况符合中国证监会、上海证券交易所发布的有关上市公司治理的规范性文件要求，未收到被监管部门采取行政监管措施的有关文件。

#### ◎ 公司治理架构图



#### ◎ 2021 年公司董事会组成及三会召开情况

董事会与监事会组成	三会召开情况
董事会董事 5 名	股东大会 2 次
执行董事 3 名	董事会会议 6 次
独立非执行董事 2 名	董事会各专门委员会会议 11 次
监事 3 名，其中职工代表监事 1 名	监事会会议 6 次
	共审议、审阅、审查或听取议案、报告约 124 项

### 投资者关系

#### 信息披露与投资者沟通

公司严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等相关法律规定，履行信息披露义务，保证公司信息披露的真实、准确、完整、及时，确保所有投资者公平地获取公司信息。报告期内，公司无任何违规和处罚情形。

在做好强制披露的基础上，公司积极拓宽自愿披露的信息量。公司通过环境、社会与公司治理（ESG）报告进行 ESG 信息披露，并聘请外部专业机构，向公司相关部门开展 ESG 培训，增强公司内部对 ESG 的理解。

公司坚持投资者机会均等原则。为了进一步保障中小投资者权益，公司积极做好与投资者的沟通互动工作，通过电话、邮箱、上证“e 互动”、业绩说明会、参观调研、在线交流等多种沟通方式，增强投资者对公司的了解与信任。

#### 2021 年公司投资者沟通绩效

- 获得上海证券交易所信息披露工作评价 **A**
- 公司共发布定期报告 **4** 份，临时公告 **87** 份
- 公司通过线上及现场方式开展投资者调研沟通活动 **7** 次，累计接待投资者超过 **800+** 机构



## 投资者权益

在努力实现企业规模快速增长、企业经济效益稳步增长的同时，公司根据盈利状况和生产经营发展需要，关注对投资者的合理投资回报，实行稳健的股利分配政策，持续稳定分红，积极回报股东。

### ◎ 近三年现金分红派息情况

年度	每10股派息数(元)(含税)
2019	5.90
2020	7.20
2021	8.60

每股社会贡献值反映了公司为社会和利益相关方创造的价值，公司近三年每股社会贡献值为：

年度	2019年	2020年	2021年
每股社会贡献值 <sup>1</sup>	5.59	6.19	7.24

1. 每股社会贡献值 = (公司净利润 + 年内为国家创造的税收 + 向员工支付的工资 + 向银行等债权人给付的借款利息 + 对外捐赠额等其他利益相关者创造的价值额 - 因环境污染等造成的其他社会成本) / 公司股份总数。

## 风险管理

为构建支撑战略落地和诚信建设的风险管理机制，确保风险管理体系有效运作，公司制定《内部审计管理制度》《应用指南》等制度，并在各子公司、各事业部建立各自内部管理制度，优化内部控制体系，实现对内外部风险的管理和应对，确保公司低风险运营和高质量快速发展。

在内部控制应用指南及《流程制度管理》的指导下，公司对各事业部及职能部门的特定项目流程建立独立制度及流程配套制度，满足市场快速响应的要求。公司专门针对经营决策风险、违反法律法规风险、财产报告失真、资产安全受到危险及营私舞弊五大风险类别进行及时地识别与判断，并要求描述风险的具体控制目标与处理措施，提高内部风险管理效率。

报告期内，公司审计部开展的审计工作包括常规审计1项、常规离任审计12项、特殊离任审计3项、专项审计7项，在重点的合同履行、关联交易等方面进行严格的检查，及时处理违规或失约事件，促进公司业务流程与运营机制不断完善。

- 1项  
常规审计
- 12项  
常规离任审计
- 3项  
特殊离任审计
- 7项  
专项审计

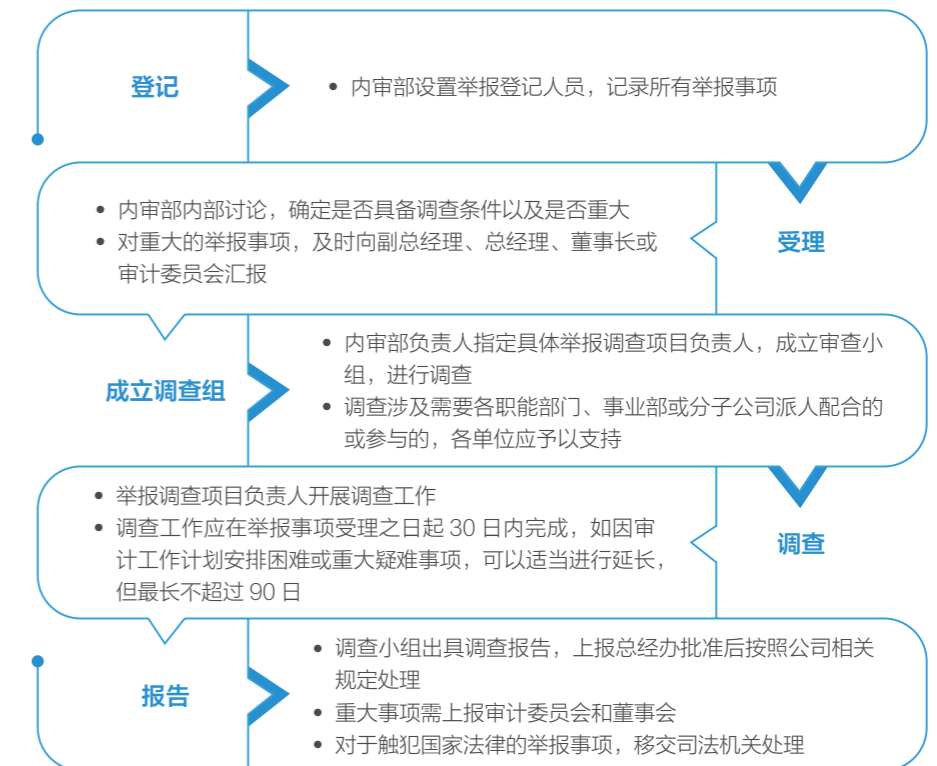
## 合规运营

### 合规管理体系

珀莱雅将合规运营视作公司稳健发展的基石，为此建立起健全的合规管理制度并不断完善。公司积极识别生产经营过程中的合规风险，重点关注反贪污、反贿赂、环境、劳工人权等领域涉及的风险点。

公司设立多层次的监察审计机制，设置了包括内部的《员工监察举报管理制度》和外部的举报热线、举报邮箱等多种合规举报渠道。我们认真负责地对待每个举报事件，由公司的内审部负责调查处理相关问题。

### ◎ 员工举报处理流程



### 举报人保护措施

- 举报工作人员严格保密举报人的相关信息、举报事项的具体内容，相关调查工作在不暴露举报人身份的情况下进行。除非举报人同意，否则任何情况下，不公开举报人的姓名、部门、联系方式等信息。
- 对于违反保密规定或不正当履行职责的举报工作人员，需要根据情节和后果给予严肃处理。构成犯罪的，移交司法机关处理。
- 任何单位和个人不得以任何借口阻拦、压制举报人举报，不得采取任何方式打击报复举报人。打击报复举报人或其家属的，一经查实，依照公司有关规定严肃处理，构成犯罪的，移送司法机关依法进行处理。
- 举报事项查证属实，使违法违纪者受到应有惩处，并为公司挽回或减少损失的，内审部可以建议按照公司相关规定给予表彰或奖励。为了保护举报人，除非举报人同意，否则奖励发放经总经办批准后，应采用不公开的形式。

报告期内，公司为重点员工开展相关法律法规合规实践的培训活动，其中包括2场针对市场部的《广告法》实务操作规范的培训和1场公司人力资源部有关《用工管理实务》合规要点培训，强调合规风险控制与日常工作运营的结合，提升员工的合规管理意识。

## 反腐败与商业道德

公司高度重视在商业经营活动中的道德准则，杜绝公司内部存在腐败行为。报告期内，公司未发生贪污、贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的事件，也未有上述事项引起的诉讼案件发生。

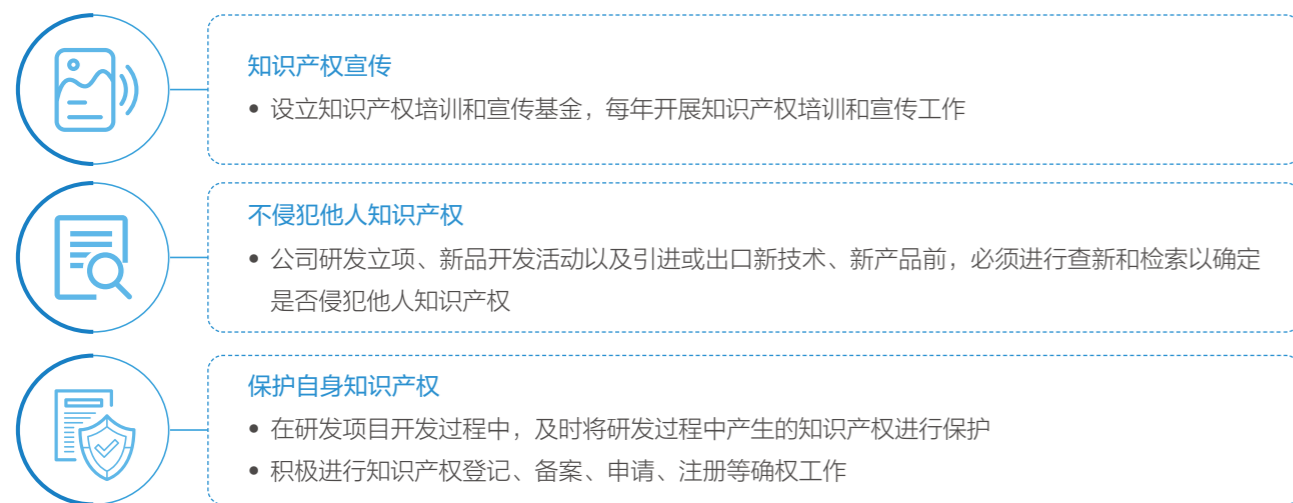
针对公司员工，《珀莱雅32条》明确规定了员工应“诚实正直，廉洁守信”。同时，公司要求采购人员签署《采购人员道德行为准则承诺书》，在采购管理环节严格管控职业受贿风险。

在重点的供应商采购和品牌合作方面，公司要求重点原料、包装材料供应商签署《商业准则承诺书》，品牌宣传合作方需签署《廉洁合作协议书》，严格遵从反贪污反贿赂原则，并于采购合同中明确商业贿赂定义和违规处罚条例。对于违反公司反腐败原则的供应商，公司将其列入黑名单；供应商行为构成犯罪的，公司将提交国家机关追究其刑事责任。

## 知识产权保护

公司严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国商标法》等法律法规，建立了《知识产权管理制度》《商标管理办法》《专利管理办法》等一系列知识产权管理制度，在保护自身知识产权的同时确保不侵犯他人知识产权。

### ◎ 知识产权管理措施



报告期内，公司知识产权部门针对违法侵权行为展开各项打击、诉讼活动，打击侵犯“双抗”精华外观专利店铺20家，涉案金额达4,000多万；通过公安局查扣假冒珀莱雅注册商标产品5,000余套；彩妆品牌共投诉下架980条产权，公证取证159次。

## 关键定量绩效表

### 环境数据

披露项	单位	2019年度	2020年度	2021年度
因违反环境保护法律法规而受到处罚的事件数	件	0	0	0
资源使用 <sup>1</sup>				
耗电量	兆瓦时	9,228.90	11,230.16	12,161.96
万元营收耗电量	千瓦时/万元	29.55	29.93	26.25
天然气消耗总量	立方米	293,551.00	306,164.00	295,436.00
万元营收天然气消耗量	立方米/万元	0.94	0.82	0.64
自有车辆汽油用量	升	241,083.61	269,292.04	291,954.00
自有车辆柴油用量	升	47,425.00	52,932.00	42,614.00
总耗水量	立方米	167,132.30	183,856.00	208,614.90
万元营收耗水量	立方米/万元	0.54	0.49	0.45
循环用水总量	立方米	13,000.00	13,800.00	15,000.00
水循环与再利用的总量占总耗水量的比例	%	7.78	7.51	7.19
产品制成品包装材料的使用总量	吨	5,516.00	6,528.00	6,060.00
万元营收包装材料使用量	千克/万元	17.66	17.40	13.08
排放物 <sup>2</sup>				
废气排放总量 <sup>3</sup>	立方米	9,288,000.00	10,238,400.00	16,368,000.00
工业废水排放量	立方米	13,000.00	12,800.00	13,500.00
(废水中)化学需氧量(COD)排放量	千克	650.00	640.00	675.00
(废水中)生化需氧量(BOD)排放量	千克	130.00	128.00	135.00
(废水中)氨氮(NH <sub>3</sub> -N)排放量	千克	65.00	64.00	67.50
所产生一般废弃物总量	吨	560.00	587.68	602.65
万元营收一般废弃物排放量	千克/万元	1.79	1.57	1.30
所产生危险废弃物总量 <sup>3</sup>	吨	0.95	1.30	1.70
万元营收危险废弃物排放量	千克/万元	0.0030	0.0035	0.0037

披露项	单位	2019年度	2020年度	2021年度
温室气体排放总量 <sup>4</sup>	吨二氧化碳当量	6,894.55	8,216.25	8426.86
范围一温室气体排放量	吨二氧化碳当量	1,264.00	1,364.73	1,360.77
范围二温室气体排放量	吨二氧化碳当量	5,630.55	6,851.52	7,066.10
万元营收温室气体排放量	千克二氧化碳当量 / 万元	22.07	21.90	18.19

注:

[1] 《珀莱雅 2020 年可持续发展报告》中对资源使用的统计口径为湖州生产基地（护肤工厂）；本年度我们完善数据口径，涵盖了珀莱雅总部大楼的办公、研发及湖州生产基地护肤工厂和彩妆工厂，因此耗电量、耗水量有所增长。

[2] 排放物数据仅包含湖州生产基地护肤工厂，不包含彩妆工厂数据。

[3] 2021 年有害废弃物总量、废气排放量略有增长，原因是公司新品研发、实验室测试批次数量的增加以及生产规模扩大。

[4] 温室气体排放计算方法参考生态环境部《企业温室气体排放核算方法与报告指南 发电设施》（2022 年修订版）。其中，2019-2020 年电力排放系数选用 0.6101 千克二氧化碳当量 / 千瓦时，2021 年电力排放系数选用 0.5810 千克二氧化碳当量 / 千瓦时。

相比于《珀莱雅 2020 年可持续发展报告》，本年度完善了能源消耗的统计范围（见注 [1]），并新增了对自有车辆消耗汽油、柴油量的统计。基于新的能源数据和电力排放系数，对 2019-2020 年数据进行追溯调整。

## 产品与客户责任

披露项	单位	2019年度	2020年度	2021年度
接获关于产品及服务的投诉数目	件	349	348	310
投诉处理率	%	100%	100%	100%
产品和服务的健康与安全方面发生的违法违规的事件数	件	0	0	0
在市场推广方面（包括广告、推销及赞助）发生违法违规事件的总数	件	0	0	0
违反有关产品和服务信息与标识的法规及自愿性准则的事件总数	件	0	0	0
违反有关客户隐私保护的法规的事件数	次	0	0	0

## 供应链管理

披露项	单位	2019年度	2020年度	2021年度
供应商总数 <sup>1</sup>	家	598	538	604
大陆地区的供应商数	家	592	532	599
港澳台及海外地区的供应商数	家	6	6	5
接受环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例 <sup>2</sup>	%	19.50	20.82	17.88
通过环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例 <sup>3</sup>	%	94.87	99.11	96.30

注:

[1] 供应商数据的统计口径为生产环节的物料、服务类供应商和线下销售的供应商，不包括品牌营销等的供应商。

[2] 接受环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例 = 接受环境、劳工、道德等方面评估的供应商数量 / 供应商总数（时期末）。

[3] 通过环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例 = 通过环境、劳工、道德等方面评估的供应商数量 / 接受环境、劳工、道德等方面评估的供应商数量。

## 员工数据<sup>1</sup>

披露项	单位	2019年度	2020年度	2021年度
员工雇佣				
员工总数	人	2,844	2,898	2,844
男性员工数 <sup>2</sup>	人	561	625	642
女性员工数 <sup>2</sup>	人	2,283	2,273	2,202
30岁以下的员工人数	人	890	1,070	1,192
30岁至50岁的员工人数	人	1,903	1,792	1,612
50岁以上的员工人数	人	51	36	40
在中国大陆工作的员工人数	人	2,844	2,898	2,844
在港澳台及海外工作的员工人数	人	0	0	0
基层员工人数	人	2,596	2,647	2,598
中级管理层员工人数	人	235	238	231
高级管理层员工人数	人	13	13	15
中级管理层中女性员工占比 <sup>3</sup>	%	51.49	57.56	60.17
高级管理层中女性员工占比 <sup>4</sup>	%	15.38	15.38	20.00
研发人员数量	人	172	196	159
违反员工雇佣及劳工法律法规所受处罚的次数	件	0	0	0

披露项	单位	2019年度	2020年度	2021年度
<b>职业健康与安全</b>				
因工伤损失的工作日数	天	0	0	0
因工伤关系而死亡的员工人数	人	0	0	0
因工伤关系而死亡的员工比例	%	0	0	0
<b>员工培训与发展</b>				
员工培训覆盖率 <sup>5,6</sup>	%	12.80	13.29	49.75
培训覆盖的男性员工的比例	%	35.12	29.76	28.50
培训覆盖的女性员工的比例	%	7.31	8.75	55.95
培训覆盖的基层员工的比例	%	8.51	11.18	52.23
培训覆盖的中级管理层员工的比例	%	60.85	37.39	25.11
培训覆盖的高级管理层员工的比例	%	0	0	0
员工接受培训平均小时数 <sup>5,7</sup>	小时	1.73	1.86	19.31
男员工接受培训平均小时数	小时	4.76	4.17	4.00
女员工接受培训平均小时数	小时	0.99	1.23	23.77
基层员工接受培训平均小时数	小时	0.58	1.23	20.60
中级管理层接受培训平均小时数	小时	14.60	8.97	6.03
员工流失率 <sup>8</sup>	%	26.55	26.09	26.79
男性员工流失率	%	24.06	20.32	18.22
女性员工流失率	%	27.16	27.67	29.29
30岁以下员工的流失率	%	13.93	11.78	27.35
30岁至50岁员工的流失率	%	30.85	34.15	26.61
50岁以上员工的流失率	%	86.27	50.00	17.50

注:

[1] 员工数据仅统计全职劳动合同制员工, 不包含劳务派遣员工和兼职员工。

[2] 经数据追溯, 2020年男性员工和女性员工数据已修正。

[3] 中级管理层中女性员工占比 = 中级管理层女性员工人数 / 中级管理层员工人数(时期末)。

[4] 高级管理层中女性员工占比 = 高级管理层女性员工人数 / 高级管理层员工人数(时期末)。

[5] 2021年员工培训覆盖率及员工人均培训时长大幅增加, 原因是本年度新增将线下BA(Beauty Advisor, 导购)培训数据纳入统计口径。

[6] 员工培训覆盖率 = 报告期内该类别员工培训人数 / 该类别员工总人数(时期末)。

[7] 员工接受培训平均小时数 = 该类别员工培训总时长 / 该类别员工总人数(时期末)。

[8] 员工流失率 = 报告期内该类别员工的流失人数 / 该类别员工总人数(时期末)。

## 社区与公益

披露项	单位	2019年度	2020年度	2021年度
社区公益投入金额 <sup>1</sup>	万元	495.06	1,501.12	370.60
慈善捐赠金额 <sup>2</sup>	万元	495.06	1,500.00	370.00
员工志愿服务总时长 <sup>3</sup>	小时	0	57	0

注:

[1] 社区公益投入包括慈善捐赠金额和珀莱雅在各类社区公益活动中捐赠的物资。

[2] 2020年捐赠金额较大, 原因是2020年公司设立了“1,500万元慈善公益资金”, 专项用于疫情防控。

[3] 2021年因为疫情持续发生, 员工志愿服务未开展。

## 对标索引表

### 《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》(2022)索引表

条款及披露内容		报告章节
8.1 综述		环境、社会与公司治理体系
8.2 经营原则		合规运营
8.3 社会责任规划及工作机制		可持续发展理念 环境、社会与公司治理体系
8.4 每股社会贡献值		关键定量绩效表
8.5 社会责任报告披露情况		报告编制说明
8.6: (一)	社会责任制度建设	环境责任 产品与客户责任 员工责任 社区责任
8.6: (二)	履行社会责任存在的不足与问题	公司将在 2022 年制定可持续发展规划, 制定中长期发展规划和管理目标
8.6: (三)	改进措施和具体时间安排	公司将在 2022 年制定可持续发展规划, 制定中长期发展规划和管理目标
8.7 职工权益		员工权益与福利
8.8: (一)	遵守环境保护法律法规与行业标准	环境管理体系
8.8: (二)	环境保护计划	环境责任
8.8: (三)	自然资源使用	资源使用节约
8.8: (四)	污染物处置	排放物管理
8.8: (五)	污染防治设施	排放物管理
8.8: (六)	环境保护相关税费缴纳	环境管理体系
8.8: (七)	供应链环境安全	责任供应链
8.8: (八)	其他环境保护责任	环境责任
8.9: (一)	环境保护方针、目标及成效	环境责任
8.9: (二)	年度资源消耗总量	关键定量绩效表

条款及披露内容		报告章节
8.9: (三)	环保投资和环境技术开发	不涉及
8.9: (四)	排放污染物种类、数量、浓度和去向	排放物管理 关键定量绩效表
8.9: (五)	环保设施建设和运行	不涉及
8.9: (六)	废物处理、处置, 废弃产品回收综合利用	排放物管理
8.9: (七)	与环保部门签订的自愿协议	不涉及
8.9: (八)	受环保部门奖励情况	不涉及
8.9: (九)	其他自愿披露信息	不涉及
8.10: (一)	新、改、扩建的建设项目或重大投资	不涉及
8.10: (二)	违反环境法律法规及处罚情况	不涉及
8.10: (三)	环境问题重大诉讼或资产被查封、冻结、扣押、质押、抵押	不涉及
8.10: (四)	重点排污单位	不涉及
8.10: (五)	新颁布的法律法规等对公司影响	不涉及
8.10: (六)	环境保护重大事件	不涉及
8.11 环保检查		环境责任
8.12 重点排污单位		公司未被纳入重点排污单位
8.13: (一)	产品安全法律法规与行业标准	产品质量与安全
8.13: (二)	生产环境与生产流程	产品质量与安全
8.13: (三)	产品质量安全保障机制及事故应急方案	产品质量与安全
8.13: (四)	其他生产与产品安全责任	产品质量与安全
8.14: (一)	员工管理制度及违规处理措施	员工权益与福利
8.14: (二)	防范职业性危害与配套安全措施	职业健康与安全
8.14: (三)	员工培训	员工培训与发展
8.14: (四)	其他员工权益保护责任	员工权益与福利
8.15 科学伦理		研发创新

GRI《可持续发展报告标准》索引表

GRI索引	报告章节
101	报告编制说明
<b>组织概况</b>	
102-1	关于珀莱雅化妆品股份有限公司
102-2	关于珀莱雅化妆品股份有限公司
102-3	关于珀莱雅化妆品股份有限公司
102-4	关于珀莱雅化妆品股份有限公司
102-5	关于珀莱雅化妆品股份有限公司
102-6	关于珀莱雅化妆品股份有限公司
102-7	关于珀莱雅化妆品股份有限公司
102-8	关键定量绩效表
<b>战略</b>	
102-14	联合创始人致辞
102-15	联合创始人致辞
<b>道德和诚信</b>	
102-16	关于珀莱雅化妆品股份有限公司
102-17	合规运营
<b>公司治理</b>	
102-18	公司治理 环境、社会与公司治理体系
102-19	环境、社会与公司治理体系
102-20	环境、社会与公司治理体系
102-21	环境、社会与公司治理体系
102-22	公司治理
102-29	环境、社会与公司治理体系
<b>利益相关方参与</b>	
102-40	环境、社会与公司治理体系
102-43	环境、社会与公司治理体系
102-44	环境、社会与公司治理体系
<b>报告实践</b>	
102-45	报告编制说明

GRI索引	报告章节
102-46	环境、社会与公司治理体系
102-47	环境、社会与公司治理体系
102-48	关键定量绩效表
102-49	环境、社会与公司治理体系
102-50	报告编制说明
102-51	报告编制说明
102-52	报告编制说明
102-53	报告编制说明
102-55	对标索引表
<b>经济</b>	
103: 管理方法 2016	
103-1	合规运营
103-2	合规运营
103-3	合规运营
205: 反腐败 2016	
205-2	关键定量绩效表
205-3	关键定量绩效表
<b>环境</b>	
103: 管理方法 2016	
103-1	携手共护美丽地球 环境责任 供应链责任
103-2	携手共护美丽地球 环境责任 供应链责任
103-3	携手共护美丽地球 环境责任 供应链责任
301: 物料 2016	
301-1	环境责任
302: 能源 2016	

GRI索引	报告章节
302-1	关键定量绩效表
302-3	关键定量绩效表
305: 水资源 2016	
303-1	关键定量绩效表
303-2	环境责任
303-3	关键定量绩效表
305: 排放 2016	
305-1	关键定量绩效表
305-2	关键定量绩效表
306: 污水和废弃物 2016	
306-1	关键定量绩效表
306-2	关键定量绩效表
307: 环境合规 2016	
307-1	关键定量绩效表
308: 供应链环境评估 2016	
308-1	关键定量绩效表
<b>社会</b>	
103: 管理方法 2016	
103-1	为员工搭建幸福职场 品牌力量助力美的社会 携手共护美丽地球 环境责任 产品与客户责任 供应链责任 员工责任
103-2	为员工搭建幸福职场 品牌力量助力美的社会 携手共护美丽地球 环境责任 产品与客户责任 供应链责任 员工责任

GRI索引	报告章节
103-3	为员工搭建幸福职场 品牌力量助力美的社会 携手共护美丽地球 环境责任 产品与客户责任 供应链责任 员工责任
401: 雇佣 2016	
401-1	关键定量绩效表
401-2	为员工搭建幸福职场 员工责任
403: 职业健康与安全 2018	
403-1	员工责任
403-5	员工责任
403-6	员工责任
403-7	员工责任
403-9	关键定量绩效表
404: 培训与教育 2016	
404-1	关键定量绩效表
404-3	关键定量绩效表
406: 反歧视 2016	
406-1	员工责任
408: 童工 2016	
408-1	员工责任
409: 强迫与强制劳动 2016	
409-1	员工责任
414: 供应商评估 2016	
414-1	关键定量绩效表
416: 客户健康与安全 2016	
416-1	关键定量绩效表
416-2	关键定量绩效表
418: 客户隐私权 2016	
418-1	关键定量绩效表

## 报告编制说明

《珀莱雅 2021 年度环境、社会及公司治理 (ESG) 报告》(以下简称“本报告”)是珀莱雅化妆品股份有限公司发布的第 2 份 ESG 报告(2020 年发布《珀莱雅 2020 年可持续发展报告》),阐述了珀莱雅化妆品股份有限公司 2021 年度 ESG 治理所秉持的原则及推行的工作绩效,包括重要利益相关方所关注的环境、社会及公司治理议题。

### 编写依据

本报告依据上海证券交易所发布的 2022 版《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》编制,并参考中国证监会《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 2 号——年度报告的内容与格式(2021 年修订)》、全球报告倡议组织 GRI《可持续发展报告标准》。

### 报告原则

本报告参考 GRI《可持续发展报告标准》的利益相关方包容性原则、可持续发展背景原则、实质性原则和完整性原则界定报告内容,同时参考以下界定报告质量的原则提高报告质量:

<p><b>准确性原则</b></p> <p>本报告对提供的信息和数据口径说明计算依据和假定条件,对于估计的数据说明估计所依据的基本假设。</p>	<p><b>平衡性原则</b></p> <p>根据该原则,本报告内容反映客观事实,对涉及正面、负面信息的指标均进行披露。</p>
<p><b>清晰性原则</b></p> <p>本报告以简体中文和英文两种语言发布,并提供对标索引表、专业名词索引表供利益相关方理解信息。</p>	<p><b>可比性原则</b></p> <p>本报告披露关键定量绩效指标,并对指标含义作出解释,说明计算依据和假定条件;同时对不同报告期所用指标尽量保持一致,以反映绩效水平趋势。</p>
<p><b>可靠性</b></p> <p>本报告中数据和案例来自公司实际运行的原始记录或财务报告。董事会对报告的内容进行保证,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。</p>	<p><b>时效性</b></p> <p>本报告为年度报告,并尽力在报告年度结束后尽快发布报告;同时报告范围中说明报告涵盖的时间范围。</p>

### 报告范围

**时间范围:** 本报告为年度报告,所涵盖的时间范围为 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日。部分信息超出此范围,已在对应信息处说明。

**组织范围:** 本报告涵盖珀莱雅化妆品股份有限公司及其附属公司,仅包含公司的化妆品业务。部分数据的统计范围与此不同,已在数据部分说明。

公司合并报表实体范围如下:

公司名称	是否纳入本报告	公司名称	是否纳入本报告
杭州珀莱雅贸易有限公司	是	株式会社オー・アンド・アール	是
韩娜化妆品株式会社	是	宁波汤愈贸易有限公司	是
韩雅(湖州)化妆品有限公司	是	杭州维洛可化妆品有限公司	是
乐清莱雅贸易有限公司	是	杭州欧蜜思贸易有限公司	是
湖州优姿莱贸易有限公司	是	湖州珀云电子商务有限公司	是
秘镜思语(杭州)化妆品有限公司	是	珀莱雅(海南)化妆品有限公司	是
浙江美丽谷电子商务有限公司	是	圣歌兰(杭州)化妆品有限公司	是
湖州创代电子商务有限公司	是	杭州珀莱雅商业经营管理有限公司	否
悦芙媞(杭州)化妆品有限公司	是	杭州铁定鲜餐饮管理有限公司	否
悦芙媞株式会社	是	杭州铁了心爱泥餐饮管理有限公司	否
湖州悦芙媞贸易有限公司	是	杭州侠客吧餐饮管理有限公司	否
丹阳悦芙媞化妆品贸易有限公司	是	杭州撸小铁健身有限公司	否
香港可诗贸易有限公司	是	湖州牛客科技有限公司	否
香港星火实业有限公司	是	杭州万言文化传媒有限公司	否
香港仲文电子商务有限公司	是	宁波珀莱雅企业咨询管理有限公司	否
香港旭晨贸易有限公司	是	浙江青雅文化艺术传播有限公司	否
香港万言电子商务有限公司	是	徐州珀莱雅信息技术有限公司	否
湖州优妮蜜化妆品有限公司	是	Proya Europe SARL	否
韩国优妮蜜化妆品有限公司	是	上海仲文电子商务有限公司	否
宁波彩棠化妆品有限公司	是	博雅(香港)投资管理有限公司	否
宁波可诗贸易有限公司	是	杭州一桌文化传媒有限公司	否
浙江比优媞化妆品有限公司	是	广州千汐网络科技有限公司	否

报告中简称释义如下:

简称	释义
珀莱雅、公司、我们	珀莱雅化妆品股份有限公司
护肤工厂	珀莱雅化妆品股份有限公司湖州分公司
彩妆工厂	浙江比优媞化妆品有限公司

### 数据说明

报告中数据和案例来自公司实际运行的原始记录或财务报告。

报告中的财务数据均以人民币为单位。财务数据与公司年报财务报告不符的，以年度报告为准。

### 可靠性保证

珀莱雅承诺：本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。珀莱雅董事会对 ESG 管理及汇报承担整体责任。

对本报告涉及的珀莱雅化妆品股份有限公司，通过上海青悦信用数据库开展检索，未发现负面环境信息。

### 联系我们

关于本报告或珀莱雅 ESG 治理相关的问询，可通过 [proya-group@proya.com](mailto:proya-group@proya.com) 与我们联系。





## 珀莱雅化妆品股份有限公司

联系地址：浙江省杭州市西湖区西溪路 588 号

联系邮箱：proya-group@proya.com

电 话：0571-8735 2850

网 址：www.proya-group.com

官网二维码



微博二维码



微信二维码

