



2023

环境、社会及公司治理(ESG)报告

上海家化联合股份有限公司
Shanghai Jahwa United Co.,Ltd.



目录 CONTENTS

董事长致辞	01
关于上海家化	03
ESG管理	09
公司治理责任	14
环境责任	23
社会责任	35
ESG数据绩效表	67
对标索引表	73
报告编制说明	77



董事长致辞

2024 年是甲辰龙年，岁逢新变，时势日新。回顾过去的一年，在充满挑战和不确定性的环境中，我们始终坚守信念，积极进取，抓住了绿色、低碳、健康发展的重要机遇，在环境、社会及企业治理等方面取得了明显的进步，实现了重要突破。

上海家化秉持着“因美而生、向善而行”的长期可持续发展战略，在 2023 年保持了对 ESG 战略的专注和投入，MSCI ESG 评级持续上升至 A 级，两年内连升四级；Wind ESG 评级获得日常消费 - 个人用品行业最高评级 AA 级。同时，在 CDP（全球环境信息研究中心）气候变化评级中获得 B 级，为中国美妆日化行业最佳评级。这些成绩的取得，充分反映了国际和国内资本市场对公司 ESG 管理实践的认可。

在气候变化议题受到全球越来越高关注的背景下，我们积极响应，并以消费品制造商的身份，正式加入了 RSPO 组织（Roundtable on Sustainable Palm Oil，

可持续棕榈油圆桌倡议），采购可持续绿色原材料；我们研发绿色低碳产品，对包装材料及废弃物进行 3R 管理，旗下启初品牌胚米面霜获得了国内首个母婴护肤产品绿色包装莱茵“易再生易回收”环保包装的认证；我们打造绿色运营场景，跨越工厂引入绿色能源，正式启用光伏并网发电；实施“飞粤项目”，通过优化运输工具及场景，减少碳排放；我们与合作伙伴共同实现低碳发展，实施《全价值链碳管理计划》，从原材料采购到销售环节进行全价值链碳管理，构建绿色产业链。

在社会方面，我们勇于挑战，更懂得感恩与互相成就。2023 年，公司引入国际 EWG 安全评级体系，研发全绿色成分产品，为消费者提供更加可持续和健康的选项。我们坚持秉承多元化政策，成为联合国妇女署《赋权予妇女原则》WEPs (Women's Empowerment Principles) 全球签约企业，保障女性参与管理和决策的权利，支持女性职业发

展。我们持续向外传输企业正能量，重磅发布了“家·公益”项目并成立了首支员工志愿者队伍。在年度内，员工志愿者服务时长超过 2,600 小时。

我们持续完善内部控制和风控流程，建立健全重点风险管理体系。2023 年，公司党委启动反腐倡廉的“号角行动”，成立号角行动工作小组，致力于党风教育、廉政宣传、自查自纠，强化员工合规意识。

百年匠心，尽善致美，走过 125 年，上海家化始终以梦想、活力和传承作为发展的主线。作为长期主义者，上海家化将继续秉持“勿以善小而不为”的理念，聚焦长期可持续发展，坚持做难而正确的事，希望我们有一天能把中国美带给全世界！

百舸争流，奋楫者先。让我们共同努力，创造美好未来！



董事长兼首席执行官

潘秋生

关于上海家化

上海家化联合股份有限公司是中国美妆日化行业历史悠久的民族企业之一，前身是成立于 1898 年的香港广生行，于 2001 年在上海证券交易所上市，国内美妆日化行业首家上市公司。

公司基本情况

公司名称	上海家化联合股份有限公司
公司总部	中国上海
主要业务	业务涵盖美容护肤、个人护理、家居护理三大品类领域，共有 10 个品牌
主要生产地	中国：上海、海南、广东；非洲：摩洛哥；欧洲：英国

员工及经济绩效表

公司名称	单位	2021	2022	2023
历年员工人数	人	5,525	5,238	4,824
历年营业收入	亿元	76.46	71.06	65.98

旗下品牌

护肤

佰草集
HERBORIST

中国特色本草
护肤品牌

玉泽
Dr.Yu

医研共创
定义皮肤屏障自修护

SINCE 1898
雙妹
VIVE

东情西韵
传世之美

gf高夫

中国男士
科技护肤专家

佰草集
HERBORIST
HERBORIST DERMA
—— 典萃 ——

即刻高效
安心复配

个护家清

六神

中国功效草本
个人护理专家

**HomeAegis
家安**

有家安
超简单

美加净
maxam

天然养肤
养本真之美

母婴

Giving
启初

取自然之初
育生命之初

**tommee
tippee**
汤美星

科技时尚
让妈妈育儿更轻松

企业文化



企业愿景

成为中国美妆日化行业领导者，
将中国美带给全世界。



使命

以尽善之心追求至美的产品与服务，
为消费者、员工、股东和社会创造最大价值。



经营方针

以消费者为中心，以品牌创新和
渠道进阶为两个基本点，以文化、
流程、数字化为三个助推器。



企业标志语

百年匠心，尽善致美。



价值观

正直互信、创新进取
勇于担当、高效执行



ESG 标志语

因美而生，向善而行。

ESG 治理成果

ESG 亮点绩效



经济

营业收入

65.98 亿元

归母净利润

5.00 亿元

现金分红总额

1.55 亿元



社会

女性员工占比

72.99%

员工培训覆盖率

98.85%

社会公益投入金额

294.19 万元



环境

0.028 吨二氧化碳¹

万元营收温室气体排放量
(与去年同期相比降低 2.81%)

0.275 吨

百万元营收一般废弃物排放量
(与去年同期相比降低 11.80%)

0.484 立方米

万元营收耗水量
(与去年同期相比降低 14.59%)

¹ 数据披露范围不含汤美星、投资控股、销售管理等为主营业务的附属公司

ESG 评级

Wind ESG 评级



(个人用品行业最高评级)
评级日期: 2023.12

MSCI ESG 评级



评级日期: 2023.10

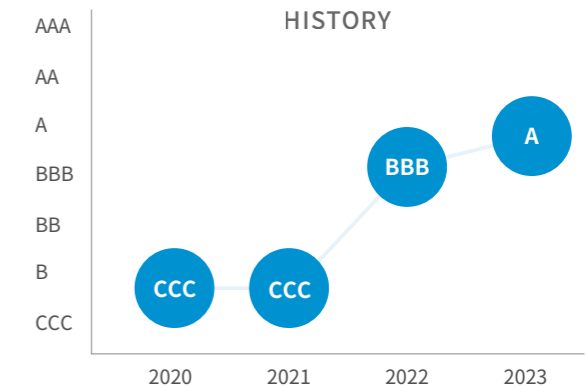
CDP 气候变化问卷



评级日期: 2023 年

MSCI ESG 评级 2 年跳 4 级跃升至 A

2023 年, 上海家化持续推动 ESG 可持续发展的实践, 在 MSCI (摩根士丹利资本国际公司) 最新发布的 ESG 评级中, 上海家化获得 A 级。公司自 2021 年发布《ESG 中长期可持续战略规划》后, MSCI ESG 评级在两年中连跳四级, 是目前国内美妆行业评级最高的企业之一。



ESG 协会与组织



联合国妇女署《赋权予妇女原则》
(WEPs) 全球签署企业成员
加入日期: 2023.12



可持续棕榈油圆桌倡议 (Roundtable
on Sustainable Palm Oil, RSPO) 成员
加入日期: 2023.11



上海化妆品行业双碳工作委员会 -
副主任委员单位
加入日期: 2023.10

荣誉及奖项

企业综合评价

获奖日期	荣誉及奖项	颁发机构
2023.1	2022年度青浦区百强优秀企业 2022年度青浦区制造业十强 2022年度青浦区创新创业优秀人才团队奖	上海市青浦区人民政府
2023.1	上海市化妆品生产领域数字化转型标杆企业	上海市工业互联网协会 上海日用化学品行业协会
2023.2	上海市智能工厂100+(上海家化青浦工厂)	上海市经济和信息化委员会
2023.3	2022年度虹口区重点企业重大贡献奖 2022年度虹口区重点企业贡献奖	上海市虹口区人民政府
2023.5	TBB上海品牌制造榜单	上海企业文化与品牌研究所 上海市工业经济联合会
2023.6	2023上海品牌100+(时尚消费品)	上海市经济和信息化委员会
2023.9	2023上海制造业企业100强 2023上海民营企业100强 2023上海民营制造业企业100强	上海市企业联合会 上海市企业家协会 上海市经济团体联合会 解放日报社
2023.11	2023年度企业管理现代化创新成果一等奖	中国轻工业企业管理协会
2023.11	2023年“鼎革奖”数字化转型先锋榜年度评委会大奖	清华大学全球产业研究院 《哈佛商业评论》中文版 思爱普公司
2023.11	消费品行业数字化转型示范案例-飞粤项目	中国轻工业协会

研发与知识产权

获奖日期	荣誉及奖项	颁发机构
2023.4	上海市商业秘密保护示范点	上海市市场监督管理局
2023.6	2023年知识产权优秀维权项目	上海市知识产权局
2023.11	国家级企业工业设计中心(复审)	中华人民共和国工业和信息化部
2023.12	国家级企业技术中心(复审)	中华人民共和国工业和信息化部
2023.12	2023年“国家知识产权示范企业”	国家知识产权局

获奖日期	荣誉及奖项	颁发机构
2023年	企业标准领跑者证书-《洗发液》	企业标准“领跑者”管理信息平台
	企业标准领跑者证书-《面膜》	
	企业标准领跑者证书-《润肤膏霜》	
	企业标准领跑者证书-《洗面奶、洗面膏》	
	企业标准领跑者证书-《护肤乳液》	
2023年	企业标准领跑者证书-《儿童洗发沐浴泡泡(液)》	

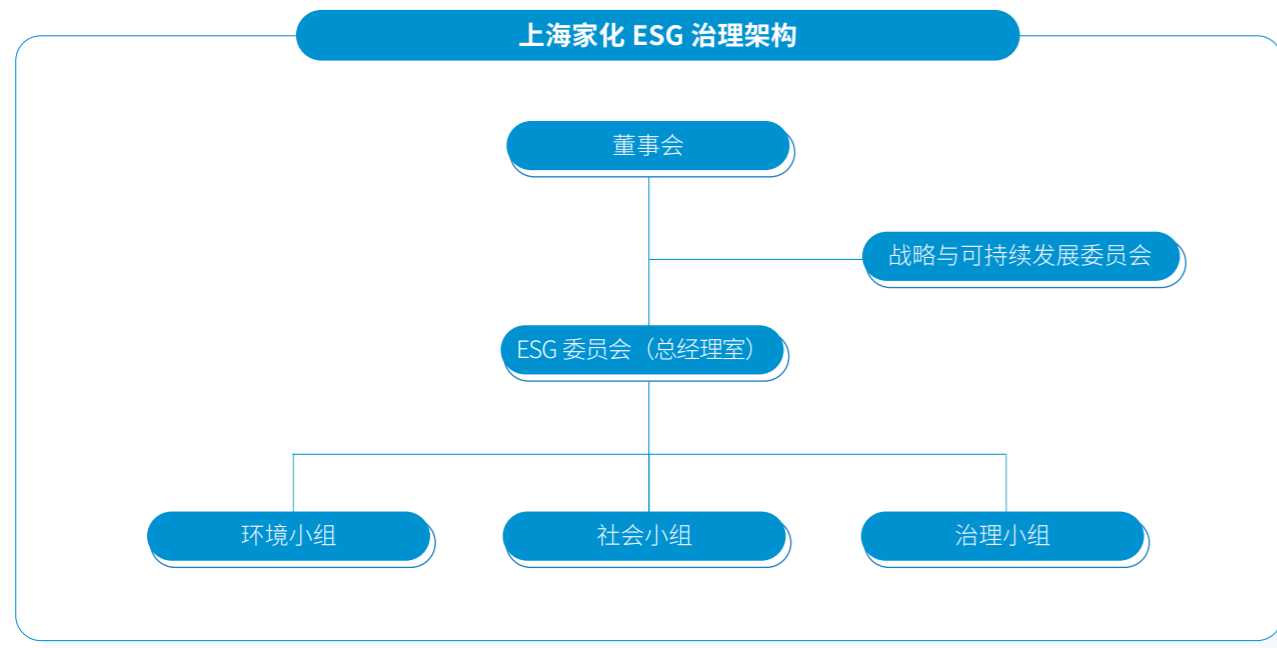
ESG 建设

获奖日期	荣誉及奖项	颁发机构
2023.3	工业产品绿色设计示范企业	中华人民共和国工业和信息化部
2023.8	2022年度上海市社区、企事业单位献血工作考核优秀集体	上海市血液管理办公室
2023.11	国新杯·ESG金牛奖百强	中国证券报
2023.11	2023香料香精化妆品行业ESG卓越案例	中国香料香精化妆品工业协会
2023.11	金桥奖-2023年度杰出ESG实践企业	投资者网
2023.11	2023年上市公司ESG优秀实践案例	中国上市公司协会
2023.12	企业社会责任评价AAAA级企业	中国轻工业协会
2023.12	2023ESG先锋践行者	证券日报
2023.12	2023年度卓越ESG领航企业	经济观察报
2023.12	2023优秀企业社会责任报告	金蜜蜂
2023.12	ESG致远奖	财联社
2023.12	2023ESG绿色公司之星	投资时报
2023.12	年度社会责任优秀奖	《界面》
2023.12	WISE商业之王·年度ESG企业	36氪
2023.12	2023可持续品牌典范ESG信披榜单	虎嗅
2023.12	ESG创新奖	ECI AWARDS
2023.12	2023年度中国上市公司ESG最佳实践100强	Wind
2023.12	2023年上市公司最佳ESG实践奖	易董&价值在线

ESG 管理

ESG 治理架构

上海家化通过设立董事会战略与可持续发展委员会、ESG 委员会、各执行小组三级管理体系,全面提升公司在环境、社会和公司治理方面的管理水平与绩效表现。



董事会

董事会 ESG 治理的最高层级,负责制定公司 ESG 管理方针及策略,授权 ESG 委员会协助董事会管理及决策相关事宜。

战略与可持续发展委员会

制定公司长期发展战略(包括环境、社会和治理等方面),提升可持续发展能力,对 ESG 主要趋势以及公司面临的有关风险、机遇进行研究、评估,并指导和监督公司 ESG 目标制定与实施,为公司 ESG 发展提供重要支持。(战略与可持续发展委员会具体工作细则,详见《上海家化联合股份有限公司董事会战略与可持续发展委员会工作细则》)。

ESG 委员会

制定公司 ESG 目标、识别重要 ESG 议题、制定管理政策和评估公司 ESG 表现,每月与战略与可持续发展委员会沟通一次 ESG 工作的执行进展,持续跟踪 ESG 战略完成进度,并定期向董事会汇报 ESG 工作进展和管理成果。

执行小组

环境(E)、社会(S)、治理(G)小组分别对应 ESG 三个领域落实具体的目标和经营发展战略,制定工作计划和行动方案,并监督和管理 ESG 目标和经营发展战略进展情况,定期向 ESG 委员会汇报工作进展和管理成果。

每月至少 **1 次**
ESG 执行小组向 ESG 委员会提报 ESG 工作进展持续跟踪 ESG 完成进度

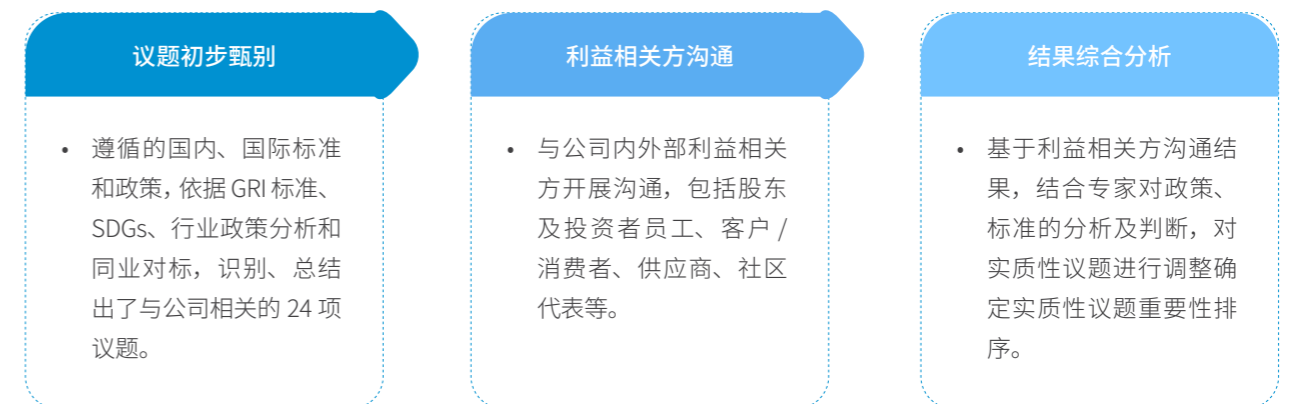
利益相关方沟通

企业的可持续发展与我们的利益相关者的支持密不可分,公司始终重视与利益相关方的沟通。我们识别公司的重要利益相关方,建立了与各利益相关方的常态化沟通机制,与其保持双向沟通,深入了解各界相关方的意见,并积极回应他们的需要,建立相互信赖、相互支持的长远关系。

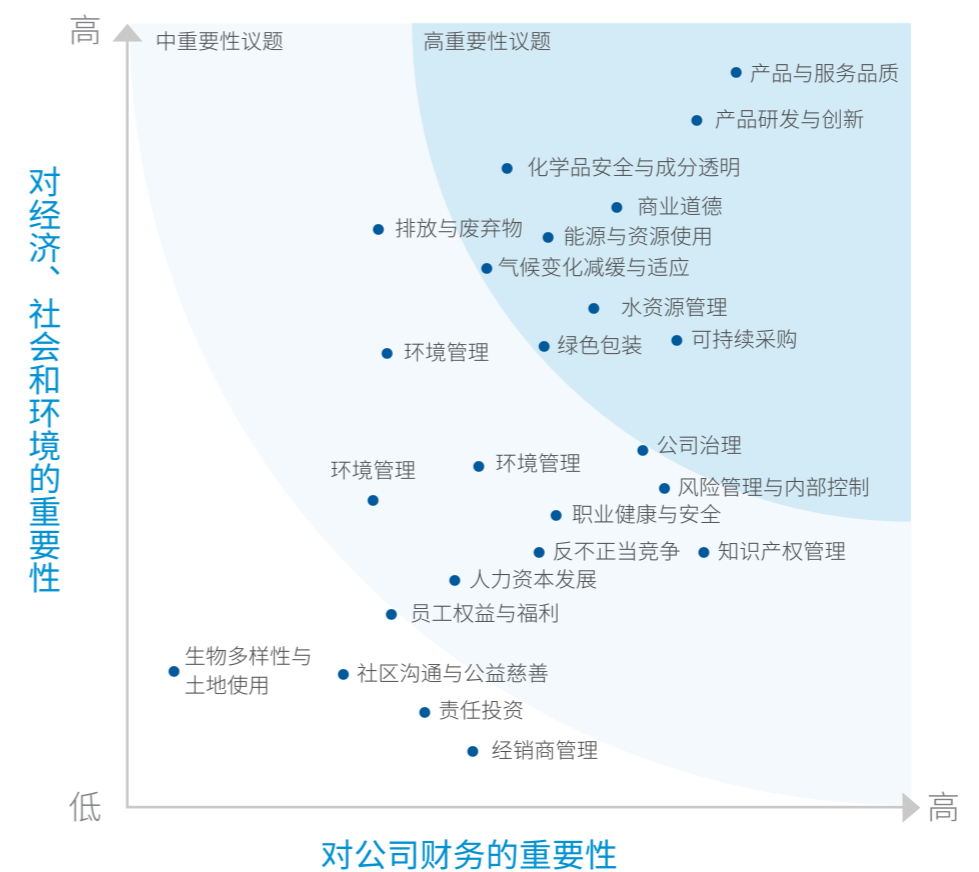
主要利益相关方	关注议题	沟通方式 / 渠道
政府及监管机构	<ul style="list-style-type: none"> 公司治理 风险管理与内部控制 商业道德 能源及资源管理 排放物管理 	<ul style="list-style-type: none"> 领导及主管部门视察调研 定期工作总结及公文往来 日常政策执行 会议及活动参与 月度邮件报告
股东和投资者	<ul style="list-style-type: none"> 公司治理 风险管理与内部控制 投资者权益保护 产品与服务品质 产品研发与创新 	<ul style="list-style-type: none"> 股东大会 定期报告及官网信息披露 投资者热线 上交所“上证 e 互动”平台 投资者专用邮箱 投资者关系微信小程序
客户 / 消费者	<ul style="list-style-type: none"> 产品研发与创新 产品质量管理 化学品安全与成分透明 风险管理与内部控制 	<ul style="list-style-type: none"> 公司官网及新媒体平台 线下销售柜台 线上销售平台 客户服务与投诉 客户满意度调查
合作伙伴 (供应商与经销商)	<ul style="list-style-type: none"> 商业道德 风险管理与内部控制 反不正当竞争 供应链管理 减少产品碳足迹 	<ul style="list-style-type: none"> 经销商大会 供应商大会 日常邮件与电话沟通 培训 业务拜访
员工	<ul style="list-style-type: none"> 员工权益与福利 职业健康与安全 人力资本发展 风险管理与内部控制 	<ul style="list-style-type: none"> 内部邮件 内部沟通平台及活动: 生日会、云享会 员工建议平台: 创新社 内部刊物新闻
社区及公众	<ul style="list-style-type: none"> 社区沟通与公益慈善 绿色包装 排放物管理 	<ul style="list-style-type: none"> 企业公民日、员工家庭日等活动 公司官网新媒体平台 社区公益活动

实质性议题分析

我们参照全球报告倡议组织 (GRI) 《可持续发展报告标准》,识别公司的重要利益相关方,与他们建立常态化沟通机制,保持双向沟通,同时深入了解各利益相关方的意见与价值观,通过相关渠道回应他们的需求,建立互信的长远关系,为各方创造超长期价值。



上海家化实质性议题



实质性议题调整说明

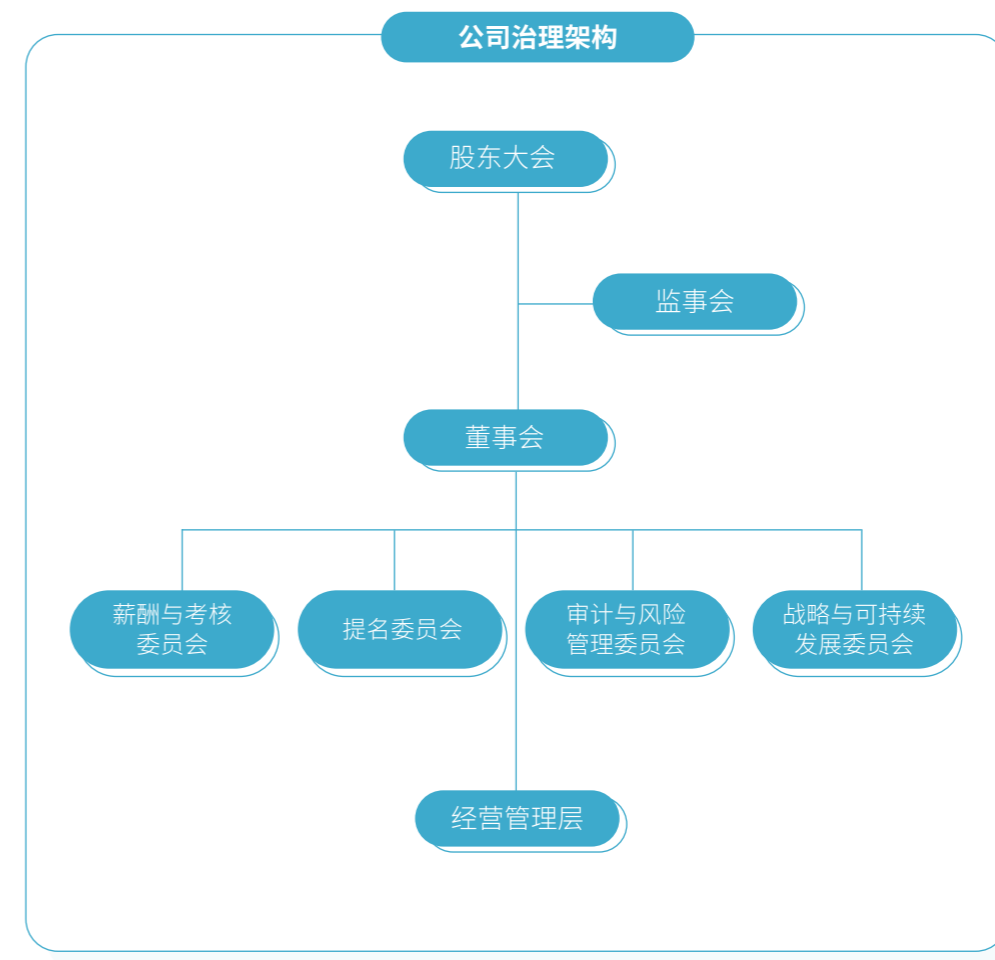
2023 年实质性议题	2022 年实质性议题	说明
投资者权益保护	信息透明	调整表述, 突出议题的利益相关方
风险管理与内部控制	合规运营	调整表述
可持续采购	负责任采购	调整表述, 突出公司对该议题管理的目标是实现社会可持续发展
社区沟通与公益慈善	社区公益	调整表述, 扩展议题含义
反不正当竞争	—	增加议题

公司治理责任

公司治理

上海家化严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》等有关法律法规和交易所要求, 不断完善法人治理结构, 健全公司的内部控制制度, 提高公司规范运作水平, 为公司稳健发展提供有力保障。

公司建立了股东大会、董事会及其下属各专门委员会(包括薪酬与考核委员会、提名委员会、审计与风险管理委员会、战略与可持续发展委员会等)、监事会及高级管理人员组成的规范有序的法人治理结构, 形成了权力机构、决策机构、监督机构和执行机构之间权责分明、相互协调和相互制衡的治理机制, 切实保障公司和股东的合法权益。



回应的 SDGs



报告期内:
股东大会召开

1次

审阅议题

11项

董事会召开

6次

审阅议题

44项

监事会召开

5次

审阅议题

19项

43%

独立董事占董事会人数比例

公司严格按照《公司章程》规定的董事选聘程序选举董事。秉持多元化政策,现时董事会 7 名董事在投资、金融、消费品行业、数字化转型、会计、风险管理等领域具有专业背景和丰富经验,能够满足上海家化在公司发展、风险应对和合规治理等方面的需求。公司董事会的人数和人员构成符合法律法规的要求,由 7 名董事组成(女性董事 1 名)。其中,6 名为非执行董事(包括 3 名独立非执行董事)。

报告期内,修订

10 项

公司治理文件/制度

公司制定了董事会议事规则及各专门委员会工作细则确保各位董事熟悉有关法律法规,了解作为董事的权利、义务和责任。公司每年公示审计与风险管理委员会履职情况报告,确保公司能够稳健运行,提高透明度和公信力。

2023 年,公司修订《公司章程》《独立董事工作制度》等制度,充分发挥独立董事在公司治理中的作用。

上海家化组织独立董事参加市场调研活动

2023 年 8 月,公司组织独立董事、监事开展江西重点市场的考察调研活动,调研组一行先后到当地超市、供应商公司等地,详细了解有关线下商超和供应商的历史沿革、整体经营、产品体系、市场布局,并就未来发展进行深入探讨,掌握基层经营管理中存在的困难、问题和不足,形成调研总结,并提出针对性的意见建议。



上海家化独立董事调研现场

投资者权益保护

上海家化高度重视投资者关系,规范遵循中国证监会《上市公司信息披露管理办法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》和《公司章程》等,制定了《年报信息披露重大差错责任追究制度》《上海家化信息披露管理制度》《上海家化投资者关系管理制度》《外部信息使用人管理制度》等系列投资者关系管理制度,持续完善公司信息披露体系与工作流程,积极规范履行信息披露义务,切实保障投资者与其他公司利益相关方权益。

公司贯彻信息披露真实、准确、完整、简明清晰、通俗易懂的基本原则,确保广大投资者公平、及时地获取信息,保障所有投资者的利益。

董事会专门委员会(审计与风险管理委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会)的主任委员均由独立董事担任。各独立董事认真履行诚信和勤勉义务,报告期内共发表专项独立意见 9 项,维护公司整体利益及中小股东的合法权益不受侵犯,并为董事会科学决策发挥了积极作用。

在对外沟通方面,公司针对投资者交流平台的特点采取不同的应对和沟通策略,通过投资者热线、上证 E 互动平台、举办年度战略发布会等多种渠道加强与投资者有效沟通。

报告期内
公司发布公告

80+ 份

沟通渠道

投资者热线与投资者邮箱

上证 E 互动

“投资者关系”专栏

股东大会

现场或线上交流活动

微信公众号

沟通行动

- 提供电话咨询百余次,解答投资者关心的问题,接受投资者合理意见和建议。
- 维护投资者互动平台,回答投资者问题 160+ 个
- 公司官网“投资者关系”栏目持续对外发布公司最新经营动态。
- 举办 1 次股东大会,百余人参加。公司在股东大会中设置了与投资者交流环节,充分保障投资者的参与权。
- 举办 1 次战略发布会,全面解读了投资者关注的企业经营成果和发展策略。
- 举办 4 次业绩交流会。
- 除此之外,其他交流还包括参加券商策略会和路演活动、媒体访谈等。
- 2023 年发布推文 116 篇,向公众宣传企业文化和品牌形象,帮助投资者了解公司动态。
- 截至报告期末,微信公众号订阅人数达 11 万余人,总阅读量超过 50 万人次。

长风破浪 勇拓新征程 | 125 周年上海家化举办战略发布会

2023 年 3 月, 上海家化线上举行了“致美·致青春”——2023 年战略发布会。本次发布会上, 公司核心管理团队从企业战略、趋势发展、品牌创新、ESG 建设等多方面发布了过去一年里公司所取得的成果以及未来的规划, 并邀请外部专家和合作伙伴探讨了新时代下的消费趋势与增长路径。



上海家化 2023 年度战略发布会

公司在与投资者保持及时、公平、良性沟通的同时, 通过稳健的股利分配政策合理回报投资者, 维护并确保长期投资者的投资价值。报告期内, 公司派发现金红利 1.55 亿元。此外, 2023 年公司的每股社会贡献值为 3.26 元, 体现了公司在践行 ESG 理念的过程中, 致力于实现经济效益、环境效益和社会效益三者的和谐共生。

派发现金红利情况及每股社会贡献值

数据指标	2023年	2022年	2021年
派发现金红利情况(亿元)	1.55	1.42	1.97
每股社会贡献值(元)	3.26	3.26	3.52

风险管理与内部控制

上海家化严格遵守《上海证券交易所上市公司内部控制指引》《企业内部控制评价指引》《企业内部控制审计指引》等有关法律和规范, 设立内部控制管理部负责完善内控体系建设。公司制定了《上海家化联合股份有限公司内部审计制度》《上海家化联合股份有限公司内部控制自我评价办法》《上海家化关联交易管理制度》等管理制度, 持续完善内部风险管理体系和控制措施, 提升公司的内控管理水平。

2023 年, 公司新增制定《上海家化风险管理制度》, 以建立规范、有效的风险管控体系, 提高风险监控、风险预警、风险防范与应对能力, 维护公司经营安全与资产安全。公司成立了问责处罚委员会, 制定《上海家化联合股份有限公司问责处罚委员会运作管理指引》, 进一步加强内控管理。

上海家化 2023 年度股东大会

2023 年 6 月, 公司召开股东大会, 针对股东希望深入、全面了解公司的需求, 潘秋生董事长现场进行了专题分享。公司高级管理人员面对面当场回复投资者关心的问题, 积极听取投资者的意见、建议, 保证股东对公司重大事项的知情权、参与权和表决权, 确保所有股东地位平等并能够充分行使自己的权利。



股东大会现场

2023 年投资者关系管理荣誉与认可



奖项名称	颁发机构
上市公司2022年业绩说明会优秀实践	中国上市公司协会
2023年度董事会之“星”	大众证券报
2023年最佳上市公司董事会	每日经济新闻
2023年度最佳互动交流IR团队	进门财经
第十八届金圆桌奖最佳董事会	董事会杂志

风险管理体系

风险识别和评估

借鉴国际国内优秀行动并结合公司实际, 明确公司重点风险点。

风险控制和考核

明确重点风险点管理部门, 确定风险预测方法、衡量标准、数据来源及考核指标。

风险管理监督

定期监督各部门风险控制情况, 并审计重点风险点管理项目。

风险事件应对

明确风险发生后的应对方式, 建立风险事件汇报流程。



梳理
6 项
一级风险
86 项
风险点

报告期内, 审计部组织各部门更新风险管理矩阵, 识别风险点和风险事件, 重点识别和关注舞弊及违反职业道德风险、关联方以及关联交易相关风险、以及公司新业务运营相关风险等潜在风险领域, 并对控制措施、风险程度和发生可能性进行评估。

重点识别风险及应对措施

潜在风险	应对措施
舞弊及违反职业道德风险	<ul style="list-style-type: none"> 回顾和重申《上海家化商业道德与反贪污准则》制度。 在全体员工中开展廉政文化建设和进行全员反舞弊培训, 提升全体员工廉洁自律的意识。 通过海报易拉宝等宣传举报邮箱和举报电话, 鼓励对违规行为进行举报, 同时对举报人进行保护。
关联方以及关联交易的认定、审批以及披露不完整、不准确的风险	<ul style="list-style-type: none"> 对公司新增供应商、客户的创建进行是否关联方的认定, 同时编辑整个集团下辖关联方清单, 发布在公司平台并定时更新。 对与关联方签订的合同进行专项的审批流程, 加强了对关联方交易的监督和管理。 审计部每年进行两次关联交易管理专项审计。 在年报中完整披露关联交易信息, 提升信息披露透明度, 接受社会公众监督。
公司运营新业务、新渠道, 对于相关制度执行力度的不完整, 对公司经营产生影响的风险	<ul style="list-style-type: none"> 对运营新业务、新渠道的业务进行日常的合规宣导。 对运营新业务、新渠道带来的新增风险点通过常规审计、自查自纠、外部审计等覆盖方式进行监督管控。

与此同时, 公司于 2023 年 4 月和 12 月分别开展了内控流程满意度调研, 并根据调研结果优化了 28 个内控流程, 提高工作效率、业务匹配度和员工使用感受。

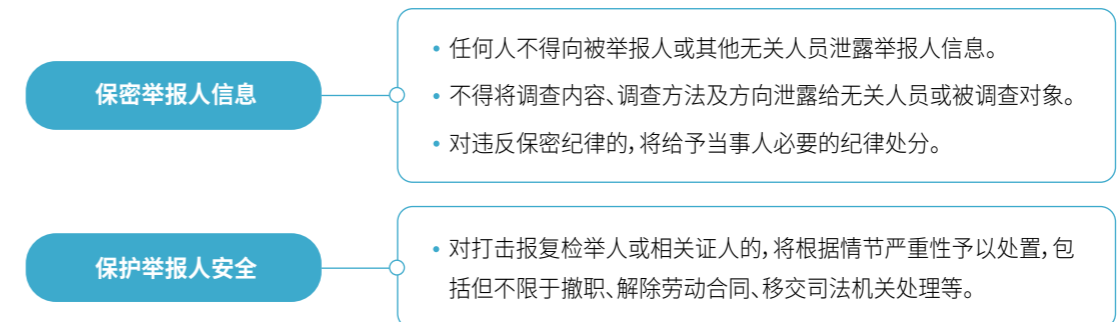
此外, 2023 年 8 月, 公司组织各部门负责人参与企业风险管理培训, 邀请外部专业讲师针对企业风险管理的原因、基本工具和方法、风险案例三个方面进行讲授, 进一步提升公司风险管理能力。

商业道德

上海家化致力于反腐败文化建设, 制定了《上海家化联合股份有限公司员工职业行为准则》《举报处理流程》《上海家化商业道德与反贪污准则》, 在公平交易与公平竞争、利益冲突、禁止内幕交易、执行与违纪处分、举报处理流程等方面做出了明确规定。

公司鼓励对腐败事件的举报, 在《举报处理流程》中明确员工可以通过发送邮件到举报专门邮箱或者联系人事、法律、审计部门进行举报。2023 年公司修订了举报处理流程, 优化了流程, 让员工可以快速找到举报渠道, 畅所欲言。同时上海家化出台了一系列针对举报人的保护措施, 切实保护检举人安全和权益。

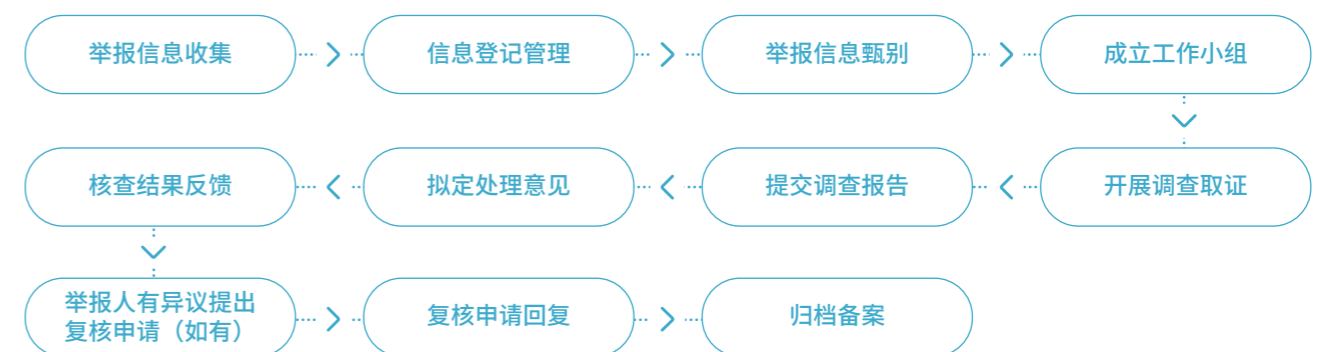
上海家化检举人保护措施



上海家化举报邮箱及电话

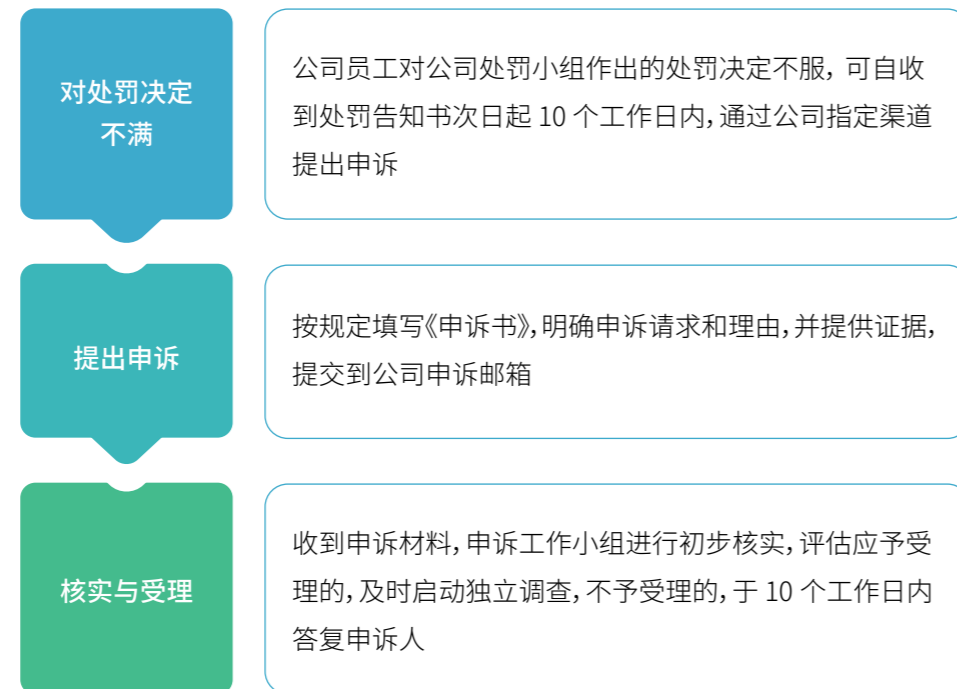


举报处理流程



此外,公司在《上海家化申诉制度》中采用科学完备的审理与申诉流程,进一步提升还原腐败事件真相能力,稳固公司内外部公正管理屏障。

公司申诉流程



上海家化通过组织引领和加强学习教育,完善职业道德体系和公司商业道德文化建设。2023 年 5 月份,公司启动反腐倡廉的“号角行动”,成立“号角行动”工作小组,致力于党风教育、廉政宣传、自查自纠,通过活动海报、线上课程、电子屏滚动播放等多渠道进行宣传,加强员工对于反腐倡廉的意识。

2023 年公司针对董事会成员和全体员工开展利益冲突和反腐败培训,在线上学习系统“家化课堂”上线《利益冲突培训》《商业道德与反腐败培训》等课程视频,通过培训和考试的形式培养员工形成合法合规意识。

反不正当竞争

上海家化严格遵守平等、自愿、公平原则参与市场经济活动,坚决反对不正当竞争。我们严格遵守《中华人民共和国反垄断法》《禁止垄断协议暂行规定》《经营者反垄断合规指南》《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律、规定和指南,积极在公司

内部开展反不正当竞争相关培训,引导员工保持良好的商业操守及品行,确保合规开展竞争,排除恶性竞争和价格战,维护行业正当竞争秩序。

2023 年,我们在线上学习系统“家化课堂”中上线了《化妆品广告宣传避坑指南》,梳理产品宣传中的不正当竞争风险点,针对全集团员工开展反不正当竞争培训。线下,我们针对运营管理人员进行重点培训,覆盖所有相关部门的管理人员,确保公司在运营过程中无不正当竞争行为事件发生。

报告期内,公司未发生因运营中的不正当竞争行为或违反托拉斯法和反垄断法而受到相关部门的制裁的事件。

上线
17
线上课程
78 位
相关管理人员
参加线下培训

467 小时
参与“号角行动”
培训

回应的 SDGs



环境责任

环境管理

上海家化严格遵守《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》《危险废物识别标志设置技术规范》等环境法律法规，建立完善的环境管理体系，并由各生产基地 EHS 部门对各生产基地的环境管理工作进行落实与监督。报告期内，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。

2023 年上海家化获得环境管理体系认证情况

公司/生产基地名称	认证名称	认证有效期
跨越工厂	ISO14001:2015	2025.1.13
英国工厂及摩洛哥工厂	ISO14001:2015	在有效期内

主要环境影响分析

环节	环境因素输入	环境因素输出
采购	<ul style="list-style-type: none"> 供应商生产经营过程中需消耗原材料、能源、水资源 	<ul style="list-style-type: none"> 供应商生产经营过程中产生废水、废气、废弃物、温室气体
研发与生产	<ul style="list-style-type: none"> 能源:外购电力、天然气、蒸汽 水资源:市政供水 包装材料 	<ul style="list-style-type: none"> 温室气体 废气:挥发性有机物 (VOCs)、氮氧化物 (NOx) 废水:化学需氧量 (CODcr)、悬浮物 一般废弃物:过期产品、生活垃圾、包装废料 危险废弃物:污泥、危险试剂、废机油
物流与仓储	<ul style="list-style-type: none"> 能源:货运车辆消耗的柴油、电动车消耗的电力、仓储消耗的能源 包装材料 	<ul style="list-style-type: none"> 温室气体 一般废弃物:包装废料
办公运营	<ul style="list-style-type: none"> 能源:外购电力、自有车辆消耗的电力和汽油 水资源:市政供水 	<ul style="list-style-type: none"> 温室气体 废水:生活废水 一般废弃物:生活垃圾

环节	环境因素输入	环境因素输出
产品使用与废弃	<ul style="list-style-type: none"> 消费者在使用产品过程中消耗的能源和水资源 废弃物处置过程消耗的能源和水资源 	<ul style="list-style-type: none"> 消费者使用产品后产生废弃物 废弃物处置过程中产生的废水、废气、温室气体

在有效管理环境风险方面，公司委托有资质的环境检测技术有限公司定期对公司废水、废气等进行检测，定期监测环境噪音避免噪音污染和对员工的伤害，建立环境应急预案并组织相关应急演练。

在宣传教育方面，公司面向管理层和全体员工开展各类宣教活动。报告期内，公司组织了管理层的 EHS 领导力培训，培训内容包含了应急能力、全生命周期管理等内容，提升了管理层在降低产品环境影响、生产过程节能降耗等方面的意识。面向全体员工，公司在电子公告屏进行环保内容宣传，并由各部门组织增强环保意识与垃圾分类意识等的培训；6 月上海家化跨越工厂启动环境健康安全月，面向员工开展“空瓶回收”减塑行动，引导员工提高环保意识。

环境相关培训
18 场
484 人次
729 小时

能源及资源管理

上海家化在生产和运营过程中使用的能源及资源主要是天然气、电能、蒸汽和水资源。水资源主要来源于市政供水，在求取水源方面对环境无重大影响。

公司严格遵守《中华人民共和国节约能源法》等法律法规，制定了《能源策划与能源评审运行控制程序》《能源基准和能源绩效参数管理程序》《能资源管理制度》《能源计量器具管理规定(跨越工厂)》等能源管理制度，在生产运营过程中降低能耗、提高能源利用效率，最终实现能源的体系化与精细化管理。

2023 年上海家化获得能源管理认证情况

公司/生产基地名称	认证名称	认证有效期
跨越工厂	ISO50001:2018	2025.3.18

报告期内
公司综合能源耗量
较 2022 年下降
528.38
吨标准煤
下降幅度为
13.19%
总耗水量较 2022
年下降
56,759.00
立方米
下降幅度为
19.01%

使用清洁电力

317.74 兆瓦时

循环用水

80,473 立方米

2023 年上海家化能源节约举措与成效

	行动措施	成效
跨越工厂	更换2辆柴油车, 1辆汽油车为新能源车	每月可减少汽油用量 500升 , 减少柴油用量 400升
	2023年6月启动太阳能光伏项目, 并于2023年11月完成并网发电	预估每年可减少温室气体排放 2,000余吨
	10m ³ 在线清洗系统 (Cleaning in place, CIP) 自动模式调整, 根据生产计划调整CIP进水量, 每天减少2小时的加热时间	预估每年可减少电量消耗 5.5兆瓦时
	通过部分产品 (佰草集、启初等) 工艺流程优化放大生产, 节约冷却水耗电量	预估每年可减少电量消耗 5兆瓦时
	六神清凉爽肤沐浴露皂化保温优化, 去除非必要的保温皂化时间	预估每年可减少蒸汽消耗 1,516吨
	液洗配制部分洗衣液、皂化类沐浴露连续生产时每锅生产前洗锅操作优化, 通过工艺检验验证, 连续生产时可取消洗锅, 可节约去离子水	预估每年可减少蒸汽消耗 96吨
	2023年, 跨越工厂部署了空调智慧控制系统, 增加冷水机组加减机策略, 同时对空调机组中的冷冻泵、冷水泵、冷却塔风机和热水循环泵等组件进行节能控制。	预估每年可减少电量消耗 400兆瓦时 。
海南工厂	开展多项节电措施, 包括更换LED路灯、饮水机加装时控开关、开展节能宣导等	全年节约电量 97.79兆瓦时
汤美星	汤美星的英国工厂和墨尔本办公室已100%使用可再生能源, 并正在致力于在全球所有运营点使用100%可再生能源	/

2023 年上海家化水资源节约举措与成效

	行动措施	成效
跨越工厂	纯水超滤膜反洗作业流程优化, 在符合工艺标准前提下将此前60分钟一次优化为90分钟清洗一次	预估每年可减少耗水量 500吨
	软化器工作效率提升, 缩短再生频次以降低再生用水量	预估每年可减少耗水量 300吨
	液洗配制部分洗衣液、皂化类沐浴露连续生产时每锅生产前洗锅操作优化, 通过工艺检验验证, 连续生产时可取消洗锅, 减少去离子水的使用	预估每年可减少去离子水消耗 384吨
	跨越工厂纯水系统中间水回收项目, 继续发挥节水作用	预估每年可减少耗水量 56,086吨
海南工厂	开展多项节水和水资源回收再利用项目	全年节约用水 4,872吨

可持续包装

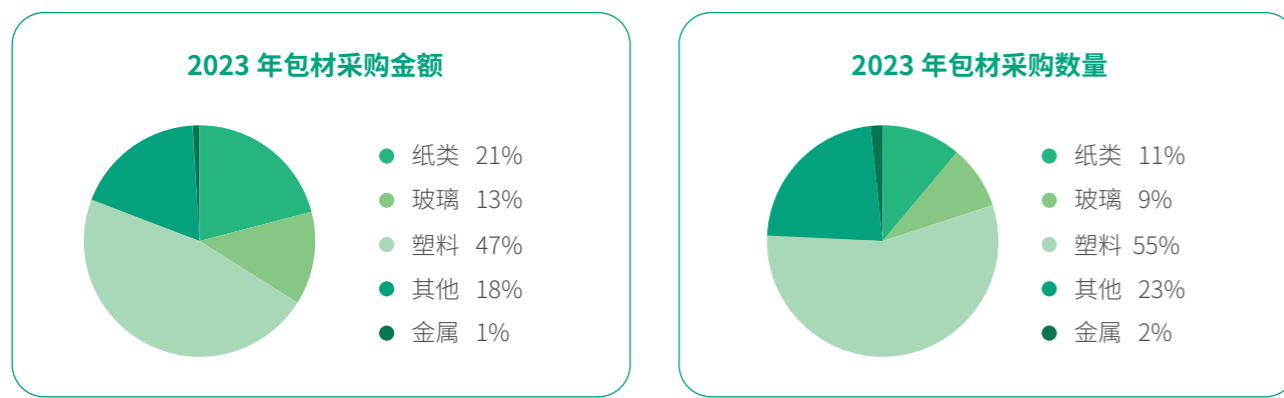
上海家化严格遵守《限制商品过度包装要求食品和化妆品》(GB23350-2021) 等包装材料相关法律法规, 遵循 3R (Reduce、Reuse、Recycle) 理念开展包装可持续属性提升工作, 推进包装材料减量化、包装材料再利用等。2023 年, 公司进一步梳理可持续包装的管理策略与路径, 更新《可持续包装管理办法》加强包装可持续性管理。

包装改进举措及成果

类型	成果案例
Reduce	“家安”品牌“餐具净”“洗衣液”产品包装减重升级 <ul style="list-style-type: none"> 通过瓶身3D微调、材质优化、使用轻量泵等方式实现包装升级。 升级后的“餐具净”产品单瓶重量降低22%左右, 报告期内减少包装使用量72.8吨; “洗衣液”产品单瓶重量降低7.7%-10.8%, 报告期内减少石油基塑料使用约22.4吨。
	“六神花露水”产品缩小包装标签面积 <ul style="list-style-type: none"> 减少标签纸张使用量约20%, 报告期内减少纸张使用约8吨。
	“六神沐浴露”产品通过泵头加固节约泵头保护套 <ul style="list-style-type: none"> 报告期内, 减少使用泵头保护套约48.76万个, 减少塑料使用量约4.88吨。
Reuse	玉泽中小样去减重去花盒 <ul style="list-style-type: none"> 报告期内, 优化玉泽面霜, 精华乳中小样包装形式, 去除中小样花盒, 减少塑料使用量约 0.64 吨和纸张使用约10 吨。
	减少物流包装使用 <ul style="list-style-type: none"> 通过优化产品外箱减少物流包装的使用, 报告期内减少纸箱使用30.4万个, 减少使用纸箱重量约243.2吨。 快递箱升级为拉链箱, 减少胶带使用, 报告期内共使用拉链箱149,979个, 有效降低使用胶带3,153卷。
	六神沐浴露纸箱优化 <ul style="list-style-type: none"> 六神沐浴露通过优化格挡结构使格挡重量降低42%, 通过纸箱优化降低重量16%, 报告期内减少纸箱用量约73吨。
Recycle	美妆类纸箱去中盒子优化 <ul style="list-style-type: none"> 去中盒项目, 报告期内减少纸箱使用68万个, 减少使用纸箱重量约64吨。
	多个系列产品推出替换装、补充装 <ul style="list-style-type: none"> 玉泽皮肤屏障专研精华推出替换装, 每个替换装可减少包装使用量80-90%; 报告期生产替换装56,160, 减重6.19吨。 针对家安洗衣慕斯、洗衣液、餐具净和六神沐浴露等25个家清产品推出补充装, 补充装减少包装使用量最高可达到75%以上。
	包材提升易回收易再生性能 <ul style="list-style-type: none"> 启初植物之初面霜塑料包装罐体和盖子均由同种材料组成, 回收时无需再拆解可整体放入回收箱内, 解决了多种复合材料塑料包装回收拆解困难大的难题, 获得莱茵颁发的护肤品包装“双易”认证优秀等级的证书, 国内婴童护肤品包装个证书认证。 上海家化在产品开发升级中, 会确保可回收塑料瓶容器底部带有相应的环保标识, 帮助消费者更加容易的分类回收和回收企业快速筛分。同时, 上海家化在官网“环境与可持续”板块科普产品塑料回用处理方式。

类型	成果案例
Recycle	<p>佰草集礼盒使用再生材料</p> <ul style="list-style-type: none"> 报告期内, 公司推出佰草集礼盒, 使用回收牛奶盒或一次性纸杯混合一定比例的茶叶渣和天然木浆制成新型环保再生纸张、以及使用废弃咖啡渣和天然木浆打造的咖啡渣艺术纸, 可减少天然木浆的使用。

2023 年, 上海家化全产品的包材中, 各类材料的采购金额及采购数量占比情况如图所示:



此外, 我们的子公司汤美星承诺到 2024 年实现棉花采购 100% 符合“Better Cotton 更好棉花¹”标准, 并致力于确保包装来源可持续且 100% 可回收。报告期内, 汤美星已经开始推出采用创新且可持续材料制造的产品线; 汤美星在英国和摩洛哥生产的产品均使用 FSC 认证的纸板包装; 同时, 汤美星生产的尿布桶的盒式底盘已采用 100% 再生材料制成, 部分包装还含有 30% 的再生材料内容。

排放与废弃物

公司遵守《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》《危险废物贮存污染控制标准》《污水综合排放标准》《大气污染物综合排放标准》《上海市危险废物收集管理暂行办法》相关法律, 制定了《废水排放管理程序》《废气排放管理程序》《废弃物管理规定》《危险废物管理规定》等制度, 对公司生产经营过程中产生的废水、废气及废弃物处置做出了相关规定。

2023 年 7 月《危险废物识别标志设置技术规范》正式出台, 跨越工厂响应生态环境局的要求, 针对排放物采购了电子标签管理设备, 并对工厂生产过程中涉及产生的危险废弃物进行电子化全流程的追溯管理。

2023 年, 公司未发生因污染物超标或违规排放而受到的处罚事件。

¹Better Cotton 是世界领先的棉花可持续发展倡议

废水及废气排放

上海家化的废水主要类别为生活污水和生产废水, 经公司厂区污水处理站后出水至纳管排放。公司建立了《废水排放管理程序》等管理文件, 定期监测厂区出水确保处理后的污水符合排放标准。

公司产生的废气污染物主要类别为非甲烷总烃、颗粒物、臭气等, 经公司厂区废气处理系统处理后纳管排放。公司制定了《废气排放管理程序》等制度文件对废气排放进行管理, 定期监测生产排放废气确保废气排放符合标准。公司废水与废气排放标准与主要控制指标如下:

废水、废气排放标准及控制指标

类别	主要类型	排放标准	管理制度	处置方式	成果
废水	工艺废水、车间清洗废水	DB 31/199-2018《污水综合排放标准》	EHS-P-031 A《废水排放管理程序》	委托第三方监测	达标排放
废气	非甲烷总烃、颗粒物、臭气	DB31/933-2015《大气污染物综合排放标准》 DB31/1025-2016《恶臭(异味)污染物排放标准》	EHS-P-032 A《废气排放管理程序》	委托第三方监测	达标排放

报告期内

公司废水排放总量较 2022 年下降

6.13 万立方米

下降幅度为

26.87%

废气排放总量较 2022 年下降

771.30 万立方米

下降幅度为

7.95%

固体废弃物

公司的固体废弃物包含一般废弃物与危险废弃物, 其主要类别为污泥、废化学试剂、包装废料等, 其中危险废弃物公司会集中收集并交由有资质的机构定期处理, 对于一般废弃物中可回收的部分会进行回收再利用。公司制定了《废弃物管理规定》《危险废物事故防范措施及应急预案》《实验室废弃物处理管理办法》等制度对产生的固体废弃物进行管理。

报告期内

一般废弃物排放密度为

0.275 吨/百万元营收

危险废弃物排放密度为

0.11 吨/百万元营收

固体废弃物处理主要措施及处理标准

类别	主要类型	排放标准	管理制度	处置方式
一般废弃物	纸箱、纸盒、废原料桶 (干净)	《固体废弃物污染防治法》	EHS-I-002 B《废弃物管理规定》	部分资源化处理
危险废弃物	污泥、实验废物、有机废液、废活性炭、废原料桶、废矿物油	《危险废物贮存污染控制标准》	EHS-I-018 B《危险废物管理规定》	交由有资质的机构处理

此外, 我们的子公司汤美星的英国工厂和中国工厂已经实现零填埋目标, 而摩洛哥工厂则达到了 99% 的零填埋标准。

气候变化减缓与适应

上海家化已提出明确的气候变化应对目标: 以 2020 年作为基准年, 通过自有运营设施减排、提升可再生能源占比, 最终于 2050 年前实现上海家化全价值链碳中和, 所有产品 100% 为绿色低碳产品。

上海家化碳中和目标

到 2025 年实现

- 全部自有运营设施, 包括工厂、仓库、办公场所等碳排放达到峰值, 自有工厂单位产品碳排放量下降 30%。
- 清洁电力使用占比 30%。

到 2035 年实现

- 全部自有运营设施, 包括工厂、仓库、办公场所等碳排放下降 50%, 自有工厂单位产品碳排放量下降 50%。
- 可再生能源使用占比达到 50%;

到 2050 年实现

- 全价值链实现碳中和, 所有产品 100% 为绿色低碳产品。

此外, 我们的子公司汤美星致力于在 2030 年 (不包括范围 3 货运排放 *) 成为净零碳排放企业, 并减少全球碳足迹。截至报告期末, 汤美星已制定减少碳排放的行动计划, 并计划在 2024 年底之前建立基于科学净零碳目标。

我们充分认识到应对气候变化问题的重要性, 梳理上海家化气候变化管理体系, 提升自身应对气候变化的韧性与能力, 致力于减少温室气体排放和对自然环境的负面影响。

上海家化气候变化管理体系

主要方面	主要行动
 治理	<ul style="list-style-type: none"> • 上海家化董事会战略与可持续发展委员会负责制定公司长期发展战略规划, 包含“应对气候变化”议题在内的 ESG 战略制定及行动实施。
 战略	<ul style="list-style-type: none"> • 结合气候相关风险和机遇评估结果, 将气候相关风险纳入公司未来发展战略规划, 聚焦低碳技术与产品研发, 以及上下游全价值链的气候变化减缓与适应策略; • 上海家化已发布碳中和目标及行动路径, 2050 年全价值链实现碳中和, 所有产品 100% 为绿色低碳产品。 • 深刻认识清洁能源战略的重要性通过建设光伏等清洁能源项目提高清洁能源使用占比。
 风险管理	<ul style="list-style-type: none"> • 识别与公司相关的气候变化风险和机遇, 并做出相应的制度和管理安排。 • 将气候风险管理整合至上海家化整体风险管理流程中, 通过分析主要业务和上下游价值链的气候相关风险, 明确应对风险的策略及潜在机遇。
 指标和目标	<ul style="list-style-type: none"> • 通过碳排放、能源等指标追踪气候风险管理进展, 并将气候相关关键绩效指标纳入员工的绩效考核制度。 • 定期核算并披露温室气体排放绩效。报告期内, 上海家化核算了 2022 年的范围三温室气体排放核算, 覆盖 13 个范围三核算类别。 • 面向上下游合作伙伴收集温室气体排放数据, 推动合作伙伴减碳。

基于气候变化风险与机遇的识别, 公司在业务运营中通过采用减少全生命周期产品碳足迹的策略来更好地应对气候变化, 分析产品全生命周期各环节中有效的减碳行动, 降低温室气体排放量。

公司将产品全生命周期环境影响评估纳入研发流程, 以确保在产品开发过程中充分考虑环境因素, 并持续优化产品的环保性能。通过评估, 公司能够全面了解产品的环境影响, 及时发现潜在的改进点, 从而降低对环境的影响, 并为客户提供更可持续的产品解决方案。

报告期内

公司万元营收温室
气体排放量较
2022 年下降

2.81%

全生命周期产品碳足迹减少措施

环节	措施
原材料采购	<ul style="list-style-type: none"> 将温室气体排放情况纳入新的原辅材料供应商选择的考虑因素, 我们在新供应商准入时收集评估其温室气体排放或能源管理水平, 并据此作为我们评估新供应商的依据之一
产品研发与生产 ¹	<ul style="list-style-type: none"> 合理调整生产工序和灯光空调等用电设施, 减少非必要能源消耗 利用自有光伏发电, 提高清洁能源占比 进行设备升级, 使用低能耗设备取代高能耗设备
产品运输	<ul style="list-style-type: none"> 建设区域物流网络提高货物运输效率
产品使用及处置	<ul style="list-style-type: none"> 开展上海家化塑料回收标识科普小课堂, 在产品的外包装印制提示回收字样以引导消费者可持续消费

报告期内
“飞粤项目”在物流和仓储方面可减少碳排放约
67吨
二氧化碳

2023 年, 公司深入挖掘总仓整合效应, 继续在华南地区优化完善“飞粤计划”, 为实现物流运输与仓储环节减排目标, 逐步将全国大仓从 28 个合并到了 7 个, 缩短了运输距离, 改变运输方式, 报告期内约减少温室气体排放 67 吨。

报告期内, 上海家化更新了《上海家化全价值链碳管理计划》, 与价值链企业进行合作开展碳足迹追踪, 收集全价值链的碳管理绩效, 并鼓励价值链企业开展减碳行动, 以促进价值链碳中和目标的实现。2023 年, 公司制定经销商减碳行动问卷, 多家原料供应商、间接采购供应商、物流供应商和经销商等均开展了节能减排的相关举措, 为打造绿色供应链做出积极贡献。

¹ 产品研发与生产的能源节约举措与成效具体详见“能源及资源管理”小节。

价值链企业减碳行动与实践案例 (部分)

环节	主要类型	成效
设备节能技改	某原材料供应商企业通过对锅炉进行改造, 将冷风炉更换热风炉, 烟气循环回收热能, 氮氧化物排放量降低为原来的1/3; 同时更换燃烧效率更高的设备, 使达到设备产出要求所需的天然气更少。	预计每年可减少天然气消耗约10,000立方米
	某原材料供应商企业对锅炉进料系统升级改造, 增设一套煤灰回收装置, 煤灰回收后重返锅炉燃烧。用铲煤车和传送带代替人工进料, 使得煤炭进料均匀, 燃烧充分。	预计每年可减少耗煤量180吨
设备淘汰升级	某原材料供应商企业将部分车辆汰换为燃烧效率更高的车辆, 减少运输耗油量。	预计每年可减少柴油消耗量1,300升
	某原材料供应商将工厂内的柴油叉车更换为电动叉车, 减少废气排放及燃油消耗。	预计共节省柴油3,600升
太阳能光伏发电	某原材料供应商企业利用屋顶1.85万平方米建设装机容量为3.23MWp的屋顶分布式光伏项目。	建成后预计每年发电323万千瓦时
	某原材料供应商在两个厂房屋顶安装约1.2万平方米的光伏发电设备。	每年约减少标准煤380吨
能源精细化管理	某原材料供应商将办公区域暖通空调设备分区管控, 并进行自动温度控制。	每月预计节约电能56MWh
	某原材料供应商优化生产计划和设备车间划分, 减少设备空转用电, 提高设备利用效率。	全年外购电力总量减少1,347.1MWh
绿色物流供应商	某物流供应商在履约过程中使用天然气汽车, 并建设智能调度系统, 优化运输路线、减少运输里程。	通过减少里程减少天然气消耗 (暂无量化数据)

绿色办公

上海家化在办公环境管理方面遵守《上海市生活垃圾管理条例》《上海市办公楼物业管理服务规范》《上海市安全生产条例》等法律法规,制定了《办公室用电管理规定》等办公室环境管理制度。

公司为建设环保健康的职场环境,持续践行绿色办公举措,倡导无纸化办公,发动员工一起参与环保行动。同时公司加强节能减排、废弃物处理的管理,减少经营过程中的能源消耗与碳排放。报告期内,公司开展的垃圾减量措施如下:

绿色办公措施及成效



绿色检测

- 公司委托第三方监测公司,定期对保定路办公楼污水排放、实验室废水、废气、噪音等进行检测,检测结果均符合国家相关规范要求。
- 生态环境部门今年对保定路办公楼进行了6次现场检查,检查内容包括对各项制度流程的完善、环保管理措施的落实、实验室废弃物处置等,结果均为合格。



垃圾回收

- 对可回收垃圾进行回收利用,报告期内保定路办公楼在办公楼人员增加的情况下实现了垃圾清运总量同比3%的下降。
- 公司推出了塑料废弃物回收再生环保袋,塑料废弃空瓶通过专业回收再生工序变成了环保手提袋,每个手提袋相较于传统耗材降低了467克二氧化碳排放。



无纸化办公

- 采用电子屏宣传,减少实物宣传物料。
- 日常会议鼓励员工自带水杯,非访客不提供瓶装水、一次性纸杯。
- 使用无纸化办公系统,减少纸质文件的打印。



节能

- 节约用电,对空调等设备进行智能化控制,2023年办公场所耗电量同比减少了3.90%。



宣传学习

- 进行绿色办公宣传,提高员工绿色办公意识、培养员工节能习惯。

职场产品空瓶回收计划

报告期内,公司在总部举办了空瓶回收活动,号召员工将产品空瓶投掷于环保回收筒中,在公司范围内推广废弃物循环利用的环保理念。



回应的 SDGs

- 1 无贫穷
- 3 良好健康与福祉
- 4 优质教育
- 5 性别平等
- 6 清洁饮水和卫生设施
- 8 体面工作和经济增长
- 9 产业、创新和基础设施

社会责任

产品研发与创新

公司高度重视产品创新研发,建立完整的研发创新管理体系推动公司持续创新发展。2023 年上海家化科创中心成立 9 大组织架构,确保全链路自主研发。在研发创新管理体系的运行支持下,上海家化从基础研究、应用创新以及产品价值塑造三个维度开展研发创新,赋能致美的产品和服务。



报告期内
研发投入
1.47 亿
研发人员
179 位
研发人员占总
员工数比例
3.71%

研发创新运用与发展维度

- 基础研究**
 - 依托“中国特色+国际理念+数智赋能”,持续围绕医研共创、中医中草药、细胞生物、安全和功效评估设备、功效筛选、包装设计、AI定制化以及美容仪器八大基础平台,夯实技术壁垒及价值落地,并通过以产学研医的外部开放合作平台的共创共赢模式,加速核心技术优势的建立及转化。
- 应用创新**
 - 科技赋能新品,依托产业链上下游的优势结合现代科学技术手段,从原料、配方、工艺、包装等方面进行一系列的创新。
- 产品价值塑造**
 - 始终秉持以消费者为中心,持续挖掘用户需求和产品痛点,通过践行 ESG 理念、创新引领建立标准、权威认证等方式,为消费者提供创新、致美、可持续发展的产品和服务。

在激励员工创新方面,公司制定了《上海家化联合股份有限公司专利管理办法》及《上海家化联合股份有限公司技术秘密管理办法》,以及通过公司内部的技术职称评定、职务聘任、晋升和其它奖励等方式,鼓励与支持员工投入创新研发。

2023 年,公司和研发部门加大了对专业能力培训的投入,全年共开设 36 次专业课程,共 524 人次参加学习。特别地,公司为配方开发部以及创意设计部设计专业能力框架,并匹配符合需求的内外部学习资源,报告期内已落地了 17 门课程主题,针对性提升员工的专业技能和知识水平。此外,公司支持员工参与外部培训,报告期内累计共支持 42 人次参与外部学习,覆盖质量安全、实验室管理、产品开发管理等 19 个主题内容。

2023 年上海家化共发布外刊 9 篇,占总发刊数的 75%,影响因子平均在 6 以上。其中,2023 年发表的两篇英文期刊,其影响因子¹均达到了 10 以上。



上海家化专利墙

¹ 影响因子 Impact factor, 指某一期刊的文章在特定年份或时期被引用的频率,是衡量学术期刊影响力的一个重要指标,也是国际通行衡量期刊学术水平的重要指标之一。

报告期内
公司参与制定/修订
或发布标准
23 项
其中
7 项
国家/行业标准
16 项
团体标准
涉及功效检测、安全评估、原料和/或成品检测、数字化转型等领域
截至报告期末
公司共参与制定/修订标准
118 项
其中
39 项
国家/行业标准
79 项
地方/团体标准

报告期内
公司获得企业标准领跑者证书
6 项
发表文章
11 篇
其中英文文章
9 篇
中文文章
2 篇
截至报告期末
获得授权有效专利
423 项
其中
国家发明专利
102 项
涉外专利授权
22 项

上海家化的研发创新工作扎实稳步前进,取得了诸多成果,也获得了外部认可。2023年10月,上海家化与长三角国家技术创新中心¹达成合作,共建 NICE- 上海家化联合创新中心。



2023 年上海家化部分研究成果

研究项目	研究内容	研究成果
深化中医中药研究	<ul style="list-style-type: none"> 与行业领先研究院所开展合作,将网络药理学、组学等前沿技术应用于重点功效活性物的挖掘、打造和深入研究中。 	<ul style="list-style-type: none"> 青蒿油SFE(超临界提取)已成功应用于玉泽干敏霜中。
持续开展医研共创	<ul style="list-style-type: none"> 协同上海交通大学医学院附属瑞金医院基于透皮入血、特异性进程等多领域的研究,进一步开展更适合皮肤屏障受损人群的安全绿色防晒产品的科学验证,及阻断特异性进程的新一代皮肤屏障修护剂的优化升级。 继续深化与华山医院、上海皮肤病医院及首都医科大学附属北京儿童医院马琳主任团队等多家医院团队在不同产品上的合作。 	<ul style="list-style-type: none"> 推出行业内首个化妆品医研合作研究规范的团体标准。
AI 定制化	<ul style="list-style-type: none"> 首次运用顶尖的AI人脸识别影像技术和算法,融合国人肌肤的大数据库,建立专属国人各维度的肌肤状态分析模型。 	<ul style="list-style-type: none"> 推出AI肌肤检测app及小程序; 牵头发布行业内首个人工智能(AI)测肤数据分析法团体标准。

研发与创新奖项

创新成果/产品	荣誉及奖项	颁发机构
玉泽星空片材管表面工艺创新	法国设计奖金奖	法国设计评委会
佰草集美白灯管精华替换装结构	美国MUSE包装奖	美国国际奖项协会 (IAA)
佰草集御龄紧致抗皱系列	上海设计100+	上海设计100+组委会
启初感官启蒙系列	2023年Pentawards奖	国际Pentawards奖评委会
佰草集太极肌源修护系列	中国之星设计优秀奖	中国包装联合会设计委员会
佰草集御龄紧致抗皱系列	2023上海设计设享奖“EDW”	上海工业设计协会

动物福利

上海家化关注动物福利,自2003年开始在研发环节关注开发非动物测试方法,目前已经建立了涵盖皮肤刺激、眼刺激、皮肤致敏、皮肤刺痛等多种方法的开发,为研发环节原料和产品的安全性筛选提供强大支持。

上海家化推动非动物测试行动

行动	内容
试验创新	<ul style="list-style-type: none"> 为进一步提升产品的使用体验,弥补急性眼刺激性测试的局限性,上海家化科研团队建立了瞬时受体电位香草酸亚型1(又称辣椒素受体,transient receptor potential vanilloid type 1, TRPV1)激活试验:即利用TRPV1受体的激活机制,模拟人眼角膜痛觉相关神经元感受疼痛的过程而构建的可以预测疼痛刺激的神经细胞模型。
体系建设	<ul style="list-style-type: none"> 上海家化积极推动新的评估方法体系运用,参与由上海市食品药品安全研究会组织的交叉参照(read across)方法的课题研究,共同推动新评估手段的科学运用。
创新平台	<ul style="list-style-type: none"> 在体外功效研究方面,建立了4大体外功效创新平台:包括抗衰新靶点基因水平实验、人源黑色素细胞美白实验、细胞免疫荧光实验(AQP3、I型胶原)、抗糖化功效免疫荧光实验。 成功构建复制性衰老细胞模型,共计筛选评价活性成分/原料几十余种,如对自主功效活性物青蒿系列的深入研究。

¹ 长三角国家技术创新中心是由国家科技部批准、上海牵头、联合苏浙皖三省相关机构合作共建的综合类国家技术创新中心。

知识产权管理

在保护自身知识产权方面公司参考《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法》《企业知识产权管理规范》等法规制定了一系列知识产权管理制度,包括《技术秘密管理办法》《商标管理办法》《专利管理办法》和《版权管理办法》等,并通过完善知识产权数据库、开展员工培训、借助法律手段等方式维护自身知识产权。

为确保不侵犯他人知识产权,公司严格审核及把控知识产权运用的合法性及合理性,由公司在研究项目立项前或产品开发初期,对相关研究主题的现有技术进行检索,对相关拟开发产品使用商标、作品的合法性及合理性进行评估,避免重复开发或潜在侵权风险。

报告期内,公司未因运营发生侵犯他人知识产权的事件进而受到相关主管部门处罚或法院裁判承担责任。

知识产权管理措施

类别	措施
保护自身知识产权	<ul style="list-style-type: none"> 在研发项目开发过程中,及时将研发过程中产生的知识产权进行保护 积极进行知识产权登记、备案、申请、注册等确权工作
不侵犯他人知识产权	<ul style="list-style-type: none"> 公司研发立项、新品开发活动以及引进或出口新技术、新产品前,必须进行查新和检索以确定是否侵犯他人知识产权 规范各事业部门在软件、字体、图片等方面的使用,排除潜在知识产权侵权风险
知识产权宣传	<ul style="list-style-type: none"> 通过培训和公司内部屏幕滚动播放等方式开展知识产权宣传工作

上海家化荣获“国家知识产权示范企业”称号

2023 年 12 月,公司凭借行业内领先的研发创新实力、完备的知识产权管理体系,以及突出的知识产权管理水平,成功入选“国家知识产权示范企业”。



2023 年新确定的国家知识产权示范企业名单

上海市	15	上海浦江缆索股份有限公司
	16	上海海立电器有限公司
	17	上海家化联合股份有限公司
	18	上海诺雅克电气有限公司
	19	上海奥普生物医药股份有限公司
	20	上海新力动力设备研究所
	21	华勤技术股份有限公司
	22	英华达(上海)科技有限公司
	23	明基智能科技(上海)有限公司
	24	柏美迪康环境科技(上海)股份有限公司
	25	恒源祥(集团)有限公司

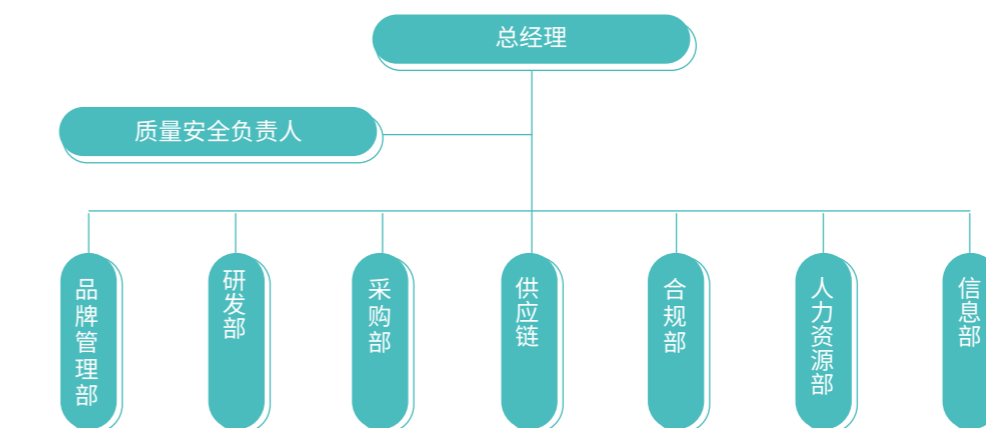
产品质量管理

上海家化严格遵守《化妆品监督管理条例》《化妆品生产经营监督管理办法》《化妆品注册备案管理办法》《化妆品生产质量管理规范》等法律法规,建立质量管理责任制,构建了从原材料到成品、从设计开发到消费者使用的全过程产品质量保证体系,确保公司的产品质量和生产过程满足国家法律法规和标准的要求。

2023 年国家药品监督管理局出台《企业落实化妆品质量安全主体责任监督管理规定》,公司积极响应并制定了《化妆品生产一致性审核管理制度》《质量安全负责人考核管理程序》《化妆品质量安全风险有因启动自查制度》《跨越工厂成品留样观察补充制度》等质量管理制度,进一步明确了质量安全负责人制度,完善质量管理体系组织架构,明确法定代表人、质量安全负责人及所有与产品质量安全相关部门的质量责任加强企业质量安全管理水平。

报告期内
新增质量管理
制度
4 项

质量管理体系架构



总经理

- 对公司产品质量安全工作全面负责,负责组织制定、批准公司质量方针和质量目标;
- 负责提供必要的资源,跟踪考核并推动公司质量目标的实现。

质量安全负责人

- 负责产品质量安全问题审核、决策及相关文件的审批,确保化妆品安全评估报告、配方、生产工艺、物料供应商、产品标签、注册备案资料等按法规要求进行审核;
- 负责物料及产品放行及不良反应监测的管理。

各部门

- 参与公司质量管理体系的策划和运行,确保质量管理体系运行符合相关法律法规和标准要求;
- 严格履行质量安全职责,规范实施产品设计开发、采购、生产、检验、交付、售后等过程,确保最终产品符合标准要求并实现顾客满意;
- 组织相关人员工作技能及法规质量相关知识的培训与考核,保障员工达到岗位职责要求。

报告期内
公司开展产品
质量相关培训
12 次
覆盖
1,250 余人次

2023 年上海家化获得质量管理认证情况

公司/生产基地名称	认证名称	认证有效期
上海家化	ISO9001:2015	2024.11.2
上海家化	ISO22716:2007	2024.9.12
上海家化	CGMP-US	2024.9.12

报告期内,公司分别对工厂、研发部、质管部等部门开展了质量管理体系内部审核。截至报告期末,针对检查中的不符合项已全部完成整改。同时,公司开展了多次产品质量相关培训,其中线上培训 2 次、线下培训 10 次,内容涉及法律法规、质量管理体系和安全评估等内容。

产品开发阶段

在产品开发阶段,我们制定了产品开发通用流程和不同类别产品开发的质量控制要求,关键品质控制环节包含配方开发、产品安全测试和原材料管控等,确保产品开发稳定安全。

产品开发过程中的质量控制

配方开发	从实验室设计、小试到初扩实验、中试放大等各个环节,严格遵守内部开发标准和流程,充分保证内材质量的稳定一致性,并制定严于国标、行标的内控质量标准。
产品安全测试	我们建立了严格的闭环式安全评估体系,包含原料质控、配方的设计与评估、体内/体外测试、人体试验、消费者测试和临床测试,在产品出厂前层层把关,确保产品安全无危害。
原材料管控	公司明确要求任何新原料的使用、配方的变更、原材料货源的变更等,都要经过相关人员的检测、验证和评估,以最大程度地保证产品的安全性。

针对要求更为严格的儿童护肤类产品,上海家化针对性制定了更严格的开发控制要求,确保产品品质合规。

儿童护肤类产品开发控制要求

儿童护肤类产品

- 为上海家化旗下的儿童护肤品牌启初专门制定《启初产品开发及生产质量要求规范》,针对儿童这一特殊人群,对启初产品的原材料安全评审、设计开发验证、采购及供应商管理、生产过程、检验放行等各个过程作出更加严格的要求,以保障启初产品的安全与品质,减少产品质量安全风险。

产品生产阶段

在产品生产阶段,我们建立完善的生产管理标准和制度,并对原材料、生产过程和产品出厂等环节进行严格的质量控制,对不合格品按照处理规程处理。

产品生产控制体系

建立完善的生产管理标准

- 根据法规要求,合理设置组织机构、配备各级生产质量技术人员并通过培训使其满足岗位要求;
- 对生产设施设备建立维护保养及清洗消毒制度并按制度执行;
- 与各受托方签订委托生产合同及质量协议,并建立制度对受托方进行日常监督管理,确保委托生产产品的质量安全符合要求。

生产检验

- 按标准及检验规程对每批原材料实施进货检验控制并对供应商进行审核评估管理;
- 对生产环境及工艺用水定期监测;
- 每批产品严格按注册备案资料载明的技术要求进行生产和检验控制并对批记录审批后实施产品放行。

不合格品管理

- 对不合格品及过期物料产品建立处理规程进行管控。

原料一次检验合格率

99.70%

半成品一次检验合格率

99.41%

成品一次检验合格率

99.93%

材料一次检验合格率

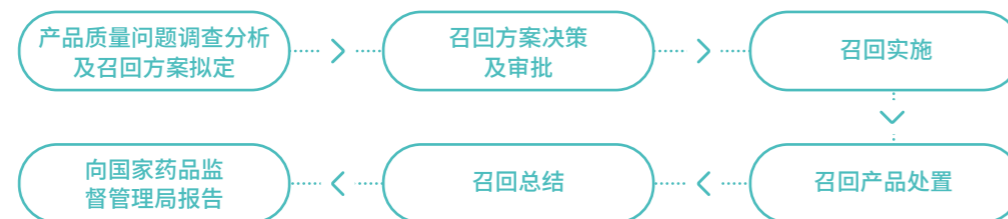
99.66%

产品上市后

公司制定了化妆品不良反应监测制度,通过门店投诉、热线电话、线上投诉、舆情监控等各种途径主动全面收集消费者不良反应反馈信息,按要求上报国家监管系统,并对不良反应进行评价和分析,采取适当的风险控制措施,保障消费者健康。

对已进入流通渠道的,因质量缺陷或其他原因可能危害人体健康安全,或明显违反法律法规的批次性产品,立即停止销售,并根据《产品召回流程》召回公司妥善处理,以保护客户及消费者的利益,并符合法律法规要求。若当年没有发生实际的产品召回,则每年按照流程规定,进行一次模拟召回。2023 年,公司模拟召回高夫净透控油泡沫洁面乳 120g,覆盖各级经销商和经营部库存产品。

产品召回流程



此外,为进一步保障产品质量与安全,公司积极接受药监局、SGS 等监管部门及外部专业机构审核,并主动邀请第三方评测组织开展产品评估和检测,接受多方专业审核与检查,全方位促进产品合规与质量提升。针对检测不合格项,由质量管理负责人召集相应部门商讨处理方案,及时跟进并解决相关问题。

报告期内,公司未出现已售或已运送产品中因安全与健康理由而须回收的产品,在产品和服务的健康与安全方面未发生违法违规事件。

化学品安全管理

在化学品安全管理方面,上海家化不仅遵守中国《危险化学品管理条例》《化妆品安全技术规范 2015》法规与标准,同时参考美国《化妆品成分评估》(Cosmetic Ingredient Review, CIR)、欧盟 Regulation 1223/2009、欧盟消费者安全科学委员会 (Scientific Committee on Consumer Safety, SCCS) 等相关要求,尽可能运用更全面及完整的国际与国内标准提升产品安全性。

2023 年,公司制定《上海家化化学品安全管理政策》,进一步明确规定了配方及成分的管理标准、原料安全评估与化学品识别的方法和成分淘汰与产品的指导原则等。

原料启用流程与安全评估机制

评估 (define)

根据开发要求,综合考虑原料的安全性、功效性、EWG 评分、可持续来源等指标,初步确定原料候选者

测评 (evaluate)

根据安全和功效评估,包括但不限于

- 理化检测
- 安全毒理评估
- 稳定性考虑
- 功效评价
- 法规检查

确定 (determine)

根据评估结果,建立原料检验标准并确定启用原料。如果信息不能确定或者不完善,那我们不会妥协

追踪 (track)

在原料启用后,我们持续对原料进行跟踪,及时反馈原料应用情况

化学品安全管理措施

公司产品成分严格遵守法规底线,不使用任何禁用成分,禁用成分包含但不限于《化妆品安全技术规范 2015》表 1 和表 2 所列出 1,000 多种禁用组分或者禁用植(动)物组分,例如苯、双酚 A、氢醌、抗生素类、雌激素类、石棉、二噁烷、甲醇、铅砷汞镉等¹。

在法规基础之上,公司编制《禁用与受关注化学成分清单》,在研发和生产中如涉及清单中的成分,必须经过特别的评估和批准。

公司要求所有供应商填写《原料信息调查反馈表》,针对原料中的成份信息、杂质信息和风险物质信息进行信息收集和物质管控;供应商所提供原料成分的所有更改,都必须通知上海家化并经过重新评估和审批、备案或备案信息变更。

关注绿色原料的开发和使用,在绿色化学 12 原则、ISO16128、OECD 301/302 等标准的指导下,参考行业权威的理念和认证(例如 RSPO 认证、Ecocert 认证²、EWG 认证³等);公司制定了化学品原料的《“星级”管理制度》,按照不同警示级别对化学品进行分类管理。上海家化优选 EWG 评分绿色原料,致力于从原料的选用开始确保产品的安全、绿色和可持续性。

¹ 以上所列成分公司不会主动添加在化妆品中,可能会因为非故意因素存在于化妆品成品中,如来源于天然或合成原料中的杂质,来源于包装材料,或来源于产品的生产或储存等过程中。在符合国家强制性规定的生产条件下,如果禁用组分的存在在技术上是不可避免的,公司会对化妆品产品做安全性评估,以保障公司产品在正常的,或可合理预见的使用条件下对人体不会产生危害。

² 欧盟 Ecocert 有机认证,认证机构为法国国际生态认证中心 (ECOCERT SA),认证范围包括有机水产品和生态清洁剂等方面。

³ 美国环境工作组 (Environmental Working Group, EWG),旨在评估个人护理产品成分进行安全等级评估,所有评估数据来源于已发布的科学文献。

报告期内
公司接受外部
监督审核
6次

服务品质管理

提升消费者体验

上海家化遵守《消费者权益保护法》《信息安全保护法》，高度重视消费者权益保障以及产品的售后服务。秉承“以消费者为中心”的宗旨，以“顾客满意”和“高效处理顾客问题”为目标，公司建立了“两线服务实施推进，三级服务质量监管”的消费者服务体系，设立了健全的售后服务保障体系和售后服务中心，通过多个工作小组协作，确保多形式、多维度触达消费者。

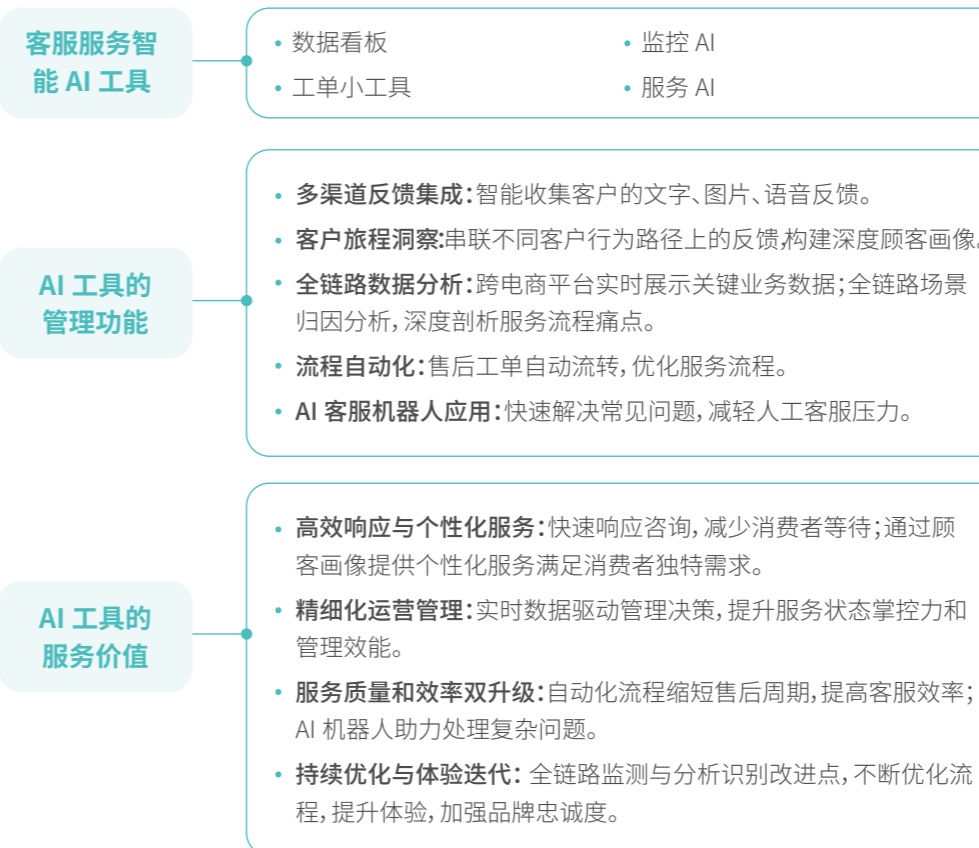
“两线服务实施推进，三级服务质量监管”

两线服务实施推进	线上服务	<ul style="list-style-type: none"> 除在电商购物平台安排专业售后服务人员承接外，同时在抖音、快手、微信小程序等社交电商平台入驻，确保服务与产品同步 制定标准化服务指南，规范服务人员在不同场景下的服务动作 建立专业护肤师客服团队，为消费者提供专业护肤建议
	线上与线下服务闭环	<ul style="list-style-type: none"> 基于良好的线下分销与专柜模式，通过跨渠道培训与系统打通、服务归口整合实现全渠道服务统一，达成两线服务闭环
三级服务质量监管	售后服务中心	<ul style="list-style-type: none"> 服务质量质检 消费者回访
	智能AI软件	<ul style="list-style-type: none"> 在线上客服场景使用Voice of the Customer (VOC) 和AI人工智能应用
	企业舆情系统	<ul style="list-style-type: none"> 对公域投诉问题进行选择性追溯并由人工进行跟进，确保消费者购物体验

公司制定了消费者服务的标准服务指南，规范客服在各服务场景下的行为，为消费者提供品质如一的服务。在此基础上，公司建立专业护肤师客服团队，不定期为护肤师提供专业培训，为消费者提供专业的护肤指导建议。

2023 年公司进一步扩充和完善消费者服务流程中的 AI 人工智能应用，报告期内已开发数据看板、工单小工具、监控和服务 AI 等一系列产品，运用 AI 客服技术监测和反馈消费者遇到的问题，提高客服工作效率，提升消费者体验。

上海家化消费者服务流程中智能 AI 工具应用及价值



针对各类消费者投诉，客户服务中心设有投诉处理专项组，覆盖线上、线下各个渠道，涉及质量、安全、法律法规等各方面问题的投诉处理流程，确保消费者投诉在 24 小时内进行沟通、3 个工作日内解决。

消费者投诉自主
解决率
91%

售后服务保障体系



消费者投诉处理方式

投诉类型	处理方式
一般问题投诉	授权一线人员快速处理
严重问题、法律法规专业问题投诉	专业部门进行快速有效的分析和处理,并深入分析原因、采取预防措施
有重大影响的批次性问题投诉	及时上报公司领导,妥善处置,必要时进行产品召回

公司在各销售渠道广泛开展消费者满意度调研,收集用户声音,评估和不断改善服务体系。报告期内,公司产品与服务得到客户的认可。

消费者满意度:
天猫渠道同比增长
20%
京东渠道同比增
2%
兴趣电商同比增长
21%
合作渠道同比增长
26%

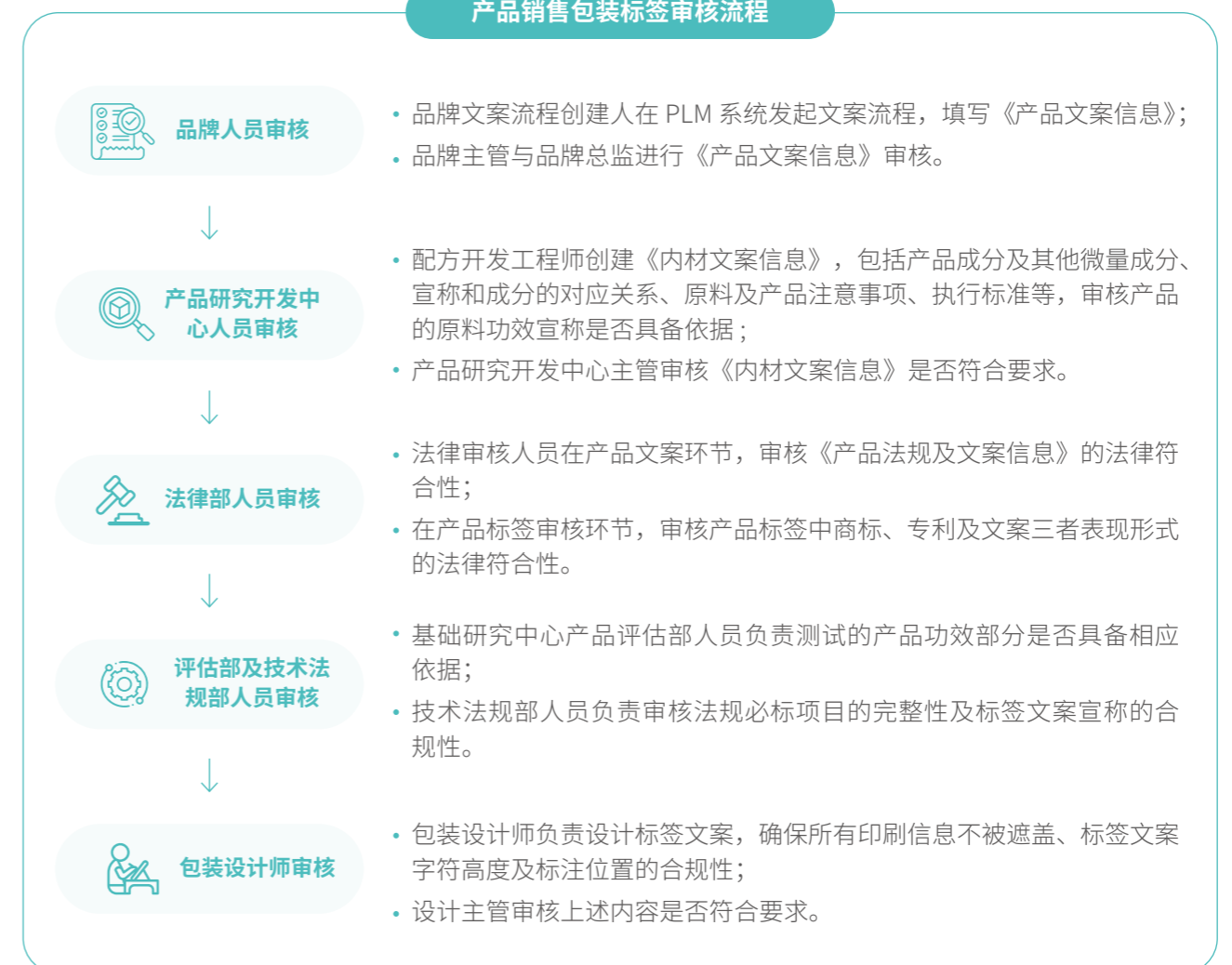
上海家化各渠道服务成果

渠道	服务成果
 天猫渠道	<p>截至报告期末:</p> <ul style="list-style-type: none"> 各品牌店铺累计共获得57次“金旺旺”。 <p>报告期内:</p> <ul style="list-style-type: none"> 获得阿里淘天集团颁发的2023年双11、双12大促月“金牌客服团队”奖。 荣获阿里店小蜜智能客服机器人美容护肤类目“金蜂奖”,在三家获奖单位中位于首位。 六神品牌满意率始终保持在95%以上,位于行业领先水平。
 抖音渠道	<ul style="list-style-type: none"> 报告期内,各品牌店铺的服务体验分数均保持4.95分及以上。 截至报告期末,玉泽、佰草集、启初、六神、美加净5个品牌服务体验分为满分5分。
 京东自营	<p>报告期内</p> <ul style="list-style-type: none"> 客服月均满意率达95%,8月至11月店铺荣获京东官方授予的“热情掌柜”称号。 京东服务直通车服务获105分。
 拼多多自营	<p>报告期内,品牌店铺保持五星评价。</p>

负责任营销

保证产品信息准确、真实是我们做好产品质量与安全管理必不可少的部分。上海家化遵守《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》、《化妆品监督管理条例》、《化妆品标签管理办法》、《化妆品注册备案资料管理规定》、《化妆品功效宣称评价规范》、《网络直播营销行为规范》、《电商创作者管理总则》等法规,制定了《化妆品销售包装标签审核流程》,规范公司化妆品销售包装标签形成及审核的过程,针对化妆品标签、如包装盒、包装容器和说明书等文案内容,需在产品生命周期管理(Product Lifecycle Management, PLM)系统中,经品牌部、研发部、法律部等多部门依次审核确认,确保产品标签内容真实、准确,满足产品合规宣传和上市要求。

产品销售包装标签审核流程



¹ PLM 系统是公司产品研发过程的全生命周期管理平台,包括产品需求管理、研发文档管理、法规成分禁限用管理、BOM 管理、物料标准管理以及研发项目管理,以及与 OA、SAP 等系统的集成支持生成数据的传输及技术资料的下载。

报告期内,公司内部学习系统上线了《化妆品广告宣传避坑指南》系列课程,培训覆盖公司全体员工。同时,公司根据不同渠道,不同业务部门的需求,针对性开展特定广告、直播合规培训 3 场,培训覆盖 160 人次,人均学习时长 3 小时。

此外,我们关注代理商、经销商、承包商等以符合商业道德准则的行为开展经营活动,鼓励廉洁自律,并强调其负责的宣传与营销;鼓励合作伙伴诚信经营,严禁虚报数据、虚假做账、业绩作假等弄虚作假的行为;始终遵守负责任营销的法律与法规,要求合作伙伴遵从准确性、清晰性与透明性的要求,保障负责任营销。

报告期内,公司未发生任何因违反有关产品和服务市场推广、信息及标签相关法律法规或其他自愿性法规而受到主管部门处罚的事件。

上海家化在“全国科普日”倡导可持续消费

2023 年 9 月上海市虹口区举办“全国科普日”主场活动,上海家化在科普集市上设立了美妆科技展区与中草药护肤展区。公司注重绿色成分的开发和应用,尤其是中国特色本草成分,此次活动现场重点展示的佰草集太极系列和双石斛系列的配方中,均使用了由公司自主开发的中国特色本草成分,在确保产品安全使用的同时,也可实现高功效护肤。

同时为充分体现公司可持续发展的 ESG 理念,本次展厅中所使用的展示道具均采用环保、可再生的材质制作,公司也在活动现场开展了可持续包装和废弃物回收循环再利用的科普教育活动,以提升公众对环保和可持续发展的认知和了解。



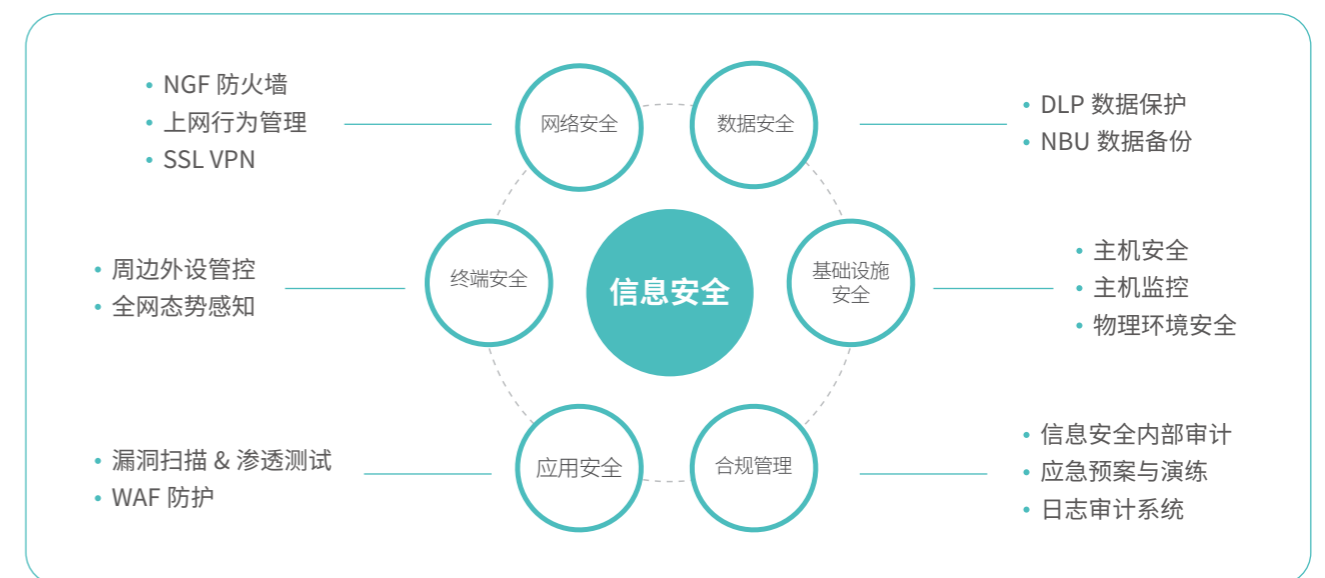
“全国科普日”主题活动

数据安全与隐私保护

在数字化转型过程中,上海家化重视公司数据安全与消费者隐私保护。公司严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《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》《中华人民共和国密码法》《中华人民共和国国家安全法》等法律法规,以国家等保要求与国际 ISO27001 信息安全体系为框架建设上海家化信息安全管理体。系。

2022-2023 年,上海家化制定了《上海家化安全咨询规划》,确立了“服务公司主业、提升管控效率、赋能业务转型”的数字化转型目标。

上海家化信息安全管理体



上海家化信息安全管理认证

系统	通过认证
公司会员管理系统	国家等级保护三级认证
特渠商城	国家等级保护三级认证
一体化订单管理系统(OMS)	国际 ISO 27001 安全认证

2023 年,依据《通信网络安全防护管理办法》的有关规定,“上海家化股份有限公司上海家化 E 商城系统互联网网络交易系统”网络单元已在通信网络安全防护管理系统完成备案,安全级别为 3 级。

36,315 人次

参加信息安全培训

1,803 人

参加信息安全考试

信息安全管理措施

组织保障

- 法务部、信息安全部门、内控管理部门等部门共同负责公司信息安全的统筹管理。

制度保障

- 公司制定了《个人信息与隐私保护政策》《信息安全规范（个人版）》《上海家化数据库管理制度》《消费者隐私保护政策》，确保数据安全及消费者隐私安全。2023 年，上海家化更新了《信息系统账号授权管理办法》，进一步规范系统的授权及访问。

一体化平台建设

- 将供应商关系管理系统 (SRM)、可视化系统、运维安全审计系统等接入搭建的 One Jahwa 平台，通过一体化平台建设巩固整体信息安全体系。

分级授权管理

- 公司信息系统严格控制授权范围，按照“业务谁管理，功能谁授权”及“授权最小化”的原则，分级授权管理。
- 消费者信息系统权限以岗位授权为前提，不得突破本岗位职责，非权限人员无权查阅及下载。报告期内未发生消费者信息泄露问题。

员工意识提升培训

- 公司举办了数据安全、密码安全、AI 安全、企业网络侵权举报等系列主题培训，提高公司全员信息安全意识。

继 2022 年入选上海市虹口区首批商业秘密示范点后，2023 年 3 月上海家化成为首批“上海市商业秘密保护示范点”之一，商业秘密保护能力获认可。2023 年，公司未发生数据安全和隐私保护方面的违规事件和诉讼案件。



供应链管理

供应商质量与合规管理

上海家化供应商分为原材料供应商和间接供应商。公司制定了《供应商动态管理制度》等供应商管理及考核制度文件，运用供应商关系管理系统 (SRM) 对供应商在引入、评估、奖励及淘汰供应商方面进行全生命周期管理，确保供应商符合公司要求。

针对原材料供应商，公司每年进行一次绩效评估，由质管部、采购部、研发部、计划部等 4 个部门共同参与打分，综合评定相应等级。针对评估中识别的问题，要求供应商进行问题分析并提交整改计划，并根据如下策略开展后续工作。

供应商绩效评估结果及应用

A 级

- 供应商拥有优先参与竞标的机会，同时在同等条件下享有优先中标及优先采购的权利

B 级

- 供应商拥有常规的参与竞标权和采购合作机会
- 采取二元化采购策略，通过引入竞争机制以提升供应商绩效表现、培养竞争对手以增强供应链稳定

C 级

- 对供应商竞标权和参与采购权实行一定程度的限制
- 采用二元化采购方式，推动供应商进行内部调整和绩效改进，促使其达到更高标准

D 级

- 取消其竞标资格，并严格限制其参与采购活动
- 执行二元化采购策略，旨在启动淘汰机制，敦促供应商迅速整改提升或终止合作

在商业道德与反贪污方面，公司制定供应商反贪污政策，对供应商进行反腐教育和宣贯，杜绝任何违反商业道德的行为。公司的检举途径向供应商开放，鼓励对违反商业道德行为、反贪污行为的检举，并将供应商纳入《检举人保护制度》，在受理、登记、保管、调查等各个环节，对检举人的个人信息及检举人提供的所有举报资料均严格保密。

为增强供应链稳定性，构建高质量供应链，质管部、采购部与信息部紧密协作，通过 SAP¹ 系统成功地构建了生产商目录、关键原料目录及其维护管理功能，在严格遵守相应法规的前提下实现高效的生产管理和原料供应。同时，公司不定期针对供应商开展包括反腐败培训、系统使用培训、质量培训在内的多层次培训，提高供应商的质量意识、合规意识和系统使用能力。

公司坚持阳光采购。报告期内,公司对原材料供应商进行在线年度绩效考核与评估,评估率为 100%。此外,公司对已发生的采购交易进行抽查审计,对整体供应商的年度考核进行合规审计。

可持续采购

我们深知我们的采购行为对于森林、生物多样性、气候变化、劳工权益都有深刻的影响,与环境、社会有着紧密关联。上海家化坚持绿色采购理念,更新了 [《上海家化可持续采购政策》\(点击链接阅读制度原文\)](#) 《上海家化包装材料供应商年度绩效考核表标准细则》,将可持续发展原则融入供应商管理,持续完善可持续采购流程,努力降低因采购带来的环境和社会影响。

可持续采购关注领域

关注领域	具体内容
环境	<ul style="list-style-type: none"> 考虑产品及服务在整个生命周期内造成的环境影响。 优先采购使用回收材料制作的包材及使用绿色来源的原料。 我们优先采购可持续认证的原材料并逐步提高采购量,例如可持续棕榈油 (RSPO) 认证的棕榈油。 优先选择采用国际认可的环境管理体系的原辅材料供应商,例如:ISO14001环境管理体系。 将供应商产品、工艺使用环保材料的使用情况作为评估新供应商的依据之一。 将供应商是否具有环保资质证明、污染物处理流程和设备的情况作为评估新供应商的依据之一。 将温室气体排放情况纳入新的原辅材料供应商选择的考虑因素。我们在新供应商准入时收集评估其温室气体排放或能源管理水平,并据此作为我们评估新供应商的依据之一。 鼓励供应商不断提高环境管理水平,鼓励供应商环境绩效透明,鼓励供应商对外发布可持续发展承诺。
社会	<ul style="list-style-type: none"> 要求供应商为员工提供平等机会,在招聘、晋升、解聘等各个环节坚持公平用工,不因年龄、性别、籍贯、宗教信仰、婚姻状况等歧视或者差别待遇员工。 要求供应商必须为其员工提供健康和安全的工作环境。我们将优先选择采用国际认可的管理体系的供应商,例如: OHSAS 18001 健康与安全管理体系。 寻求机会向支持当地经济及 / 或弱势社群的不同供货商采购。

棕榈油种植对热带雨林和生物多样性有重大影响,不可持续的种植方式会导致严重的森林砍伐、生态系统破坏。上海家化不直接使用棕榈油,但使用部分棕榈油衍生品作为原材料。报告期内,上海家化使用的棕榈油衍生品作为原料的产品销售额占总体销售额约 8%。

我们始终关注对棕榈油相关原材料的管理,致力于提升棕榈油相关原材料的可持续性。2023 年 11 月 20 日,公司以消费品制造商的身份正式加入 RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil, 可持续棕榈油圆桌倡议),表达了上海家化对于推动“可持续棕榈油成为市场规范”的郑重承诺。

¹ SAP: System Applications and Products, 是 SAP 公司的产品——企业管理解决方案的软件名称。

员工权益及福利

合规雇佣与多元化

上海家化严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等政策法规,制定《员工手册》,构建完善、规范的人力资源管理体系与制度,涵盖招聘与解聘、工时与假期、薪酬与晋升等方面,充分保障员工合法权益与福利。

公司明确规定禁止雇佣童工、强制劳工等不当用工形式;通过严格筛查、日常管理监督确保无使用童工或强制劳工的现象,保障无人因种族、宗教、性别、年龄、婚姻状况、残疾、国籍等因素遭受歧视;尊重员工的自由结社、集体谈判和自由选举等各项政治权利。报告期内,公司未发生任何违规用工事件。

员工权益保障措施及相关制度

类型	权益保障措施	相关制度
 招聘	坚持合法合规、平等公正无歧视的原则开展员工招聘,坚决杜绝各类歧视、童工及强制劳工	《员工手册》
 解聘	公司与员工依据《员工手册》中相关制度和平等协商后解除劳动合同	《员工手册》
 工时与休假	工时: 标准工时为每周 40 小时; 执行不定时工时和综合工时制的员工可以根据情况调整工作时间 休假: 带薪休年假、婚假、丧假、产假等国家规定的假期	《员工手册》
 薪酬	根据员工的工作内容、岗位职级、工作表现、员工潜力等决定员工薪资 公司在充分了解市场及行业薪酬数据调研后,结合内部员工的贡献,制定全年的调薪政策,从各个维度考虑,力求做到薪酬的公平公正	《员工手册》 《职业健康安全管理制度》
 晋升	每年在年初为不同员工制定各自全年的绩效考核计划,年末复盘全年表现对绩效进行考核,考核通过后的员工可获得晋升机会	《员工手册》

公司倡导多元化,并向每位员工或求职者提供平等的机会。报告期内,公司有 12 名残疾人员工,与其他员工享有同等的工作待遇。同时,公司重视女性员工所面临的职场与生活挑战。公司在《员工手册》中确保女性员工享有法定以及公司制度中额外的各项福利,且拥有平等的晋升和职业发展途径。公司除了为女性员工提供婚假、产假、哺乳假、孕检假、育儿假等法定假外,也为全体女性员工提供额外假期与福利,公司设置了妈咪小屋,为生育女员工重返工作岗位提供便利。

女性员工占比
72.99%
管理层中,女性
员工占比
41.67%

员工福利及举措

类别	举措
女性关怀	<ul style="list-style-type: none"> 家化各职场设有妈咪小屋,方便哺乳期妈妈使用。 三八妇女节,女员工可享受半日假期,公司组织节日活动。
工会活动	<ul style="list-style-type: none"> 通过组建文体社团、定期开展趣味活动等增加员工的归属感与幸福感。
员工慰问	<ul style="list-style-type: none"> 在传统节日前后,组织慰问员工,发放礼包及生活必需品。 定期举办生日会,为员工送上生日祝福。
员工表彰	<ul style="list-style-type: none"> 在云享会上表彰优秀员工、优秀项目团队。 在125司庆活动上,邀请10年、15年、20年、25年、30年司龄员工代表,为他们颁发长期服务奖。 为退休职工设立“家化毕业生”奖项,并组织欢送会。
职场设施	<ul style="list-style-type: none"> 公司在每个办公楼层配备冰箱、微波炉、咖啡机。 青浦工厂配备食堂,解决工人就餐问题。

员工沟通与关爱

上海家化坚持“以人为本”的理念,公司认为员工的参与对公司经营发展至关重要。公司为全体员工提供畅通的沟通机制,保障员工享有充分的参与权与表达权,建立和谐稳定的劳动关系。

同时,为激发员工创意表达的动力,公司成立“家化创新社”,鼓励员工在内部交流平台通过帖子发表自己的创新想法。针对被采纳的创意,公司将根据预期收益对员工进行不同的奖励。2023年,公司鼓励员工积极参与沟通会,面对管理层提出问题和建议,管理层对员工提出的问题一一进行解答,并在会后将问答内容向员工公示。

报告期内
公司开展全员沟通会
2次
管理沟通会
1次

员工沟通措施

渠道	措施
依托企业微信、OA平台开放线上沟通渠道	通过家化内部信息平台、家化创新社等多种沟通渠道,及时与员工同步公司发展信息,倾听员工心声,鼓励员工积极为公司的发展建言献策
建立管理层与职工面对面沟通机制	定期组织全员沟通会,管理层会通过全员直播的方式把公司近期政策制度、业务进展方面的信息进行共享交流,同时在直播过程中也鼓励员工积极提问并加以解答
成立员工代表大会	公司定期召开职工代表大会、职工代表联席会议,听取员工意见及建议
开展员工满意度调研、组织氛围调研和触点调查	公司每年面向全体员工开展满意度调研和触点调查,全面了解对于员工关心的工作环境、福利待遇、职业发展和领导关系等各方面的意见和建议
畅通员工申诉渠道	设立了专用邮箱、专用热线等来方便员工进行申诉,公司在《员工手册》中明确了员工申诉有关方式,若员工有不满或受到不公平待遇,可采取逐级上报申诉途径,同时我们也为举报者提供保护制度,保护员工的隐私权与个人信息安全



全员沟通会现场 (含线上实时直播)

公司重视员工的工作与生活平衡,致力于营造快乐、健康、和谐的工作生活环境。我们通过成立各种文体社团,定期组织趣味活动,以增强员工的归属感和幸福感,丰富员工的日常生活。

员工关爱活动

类别	举措
春节开展帮困送温暖活动	• 公司每年对家庭困难,长期大病的员工进行慰问。报告期内帮助困难员工12人。
组织关心、慰问、探望生病住院、生育、献血等员工	• 报告期内,公司慰问生病住院、生育等员工200余人次,慰问献血员工99次,并对6位患重大疾病的员工上门探望沟通。
节假日慰问活动	• 工会在春节、端午、中秋等传统节日慰问工会会员,发放春节大礼包,粽子、月饼等生活必需品,报告期内惠及员工9000余人次。 • 报告期内,工会在高温季节慰问高温岗位员工600余人。
为员工办理补充保险	• 工会为员工办理市总工会在职职工住院补充保险及商业保险。

职业健康与安全

上海家化严格遵守《中华人民共和国职业病防治法》《职业病危害项目申报管理办法》《安全生产法》《工贸企业重大事故隐患判定标准》《特种设备使用单位落实使用安全主体责任监督管理规定》等职业健康安全法律法规,制定了《职业健康安全管理规定》,坚持“预防为主、防治结合”的管理方针,设定了健康安全管理目标,建立了完善的权责分明、分工明确的 EHS 管理体系。

2023 年上海家化获得职业健康安全管理体系统认证情况

公司/生产基地名称	认证名称	认证有效期
跨越工厂	ISO45001:2018	2025.3.1

上海家化涉及职业病风险的岗位主要包括配制车间、包装车间、动力设施岗位、实验室等,公司识别员工工作环境中存在的职业健康危害因素,更新了职业健康危害因素岗位矩阵,并采用对应措施进行防范。

公司识别的职业健康危害因素

生产区域	危害因素	
灌装、包装车间	丁酮、丙酮	
配制车间、称量中心	其他粉尘、二氧化钛粉尘、氢氧化钾	
工艺	其他粉尘、二氧化钛粉尘、氢氧化钾、氢氧化钠、乙醇	
跨越工厂	原料检验	乙醇、正己烷、硫酸、盐酸、三氯甲烷、氢氧化钾、氢氧化钠、丙酮、乙酸
	半制品、成品	乙醇、氢氧化钾、氢氧化钠、盐酸
	仪器分析	甲醇、乙腈、四氢呋喃、三氯甲烷、氢氧化钾、丙酮、硫酸、乙酸
	公用设施	工频电场、噪声、氢氧化钠、次氯酸钠、亚硫酸氢钠、其他粉尘、硫化氢、氨
中草药车间	萃取	盐酸、氢氧化钠
	质量分析	甲醇、盐酸、甲酸、硫酸、氢氧化钾、氢氧化钠、乙酸、乙腈
	配制	其他粉尘、乙醇

职业健康与安全生产管理措施及进展

类型	措施	进展
完善管理体系	<ul style="list-style-type: none"> 识别EHS管理过程中的风险并制定相对应的预案 建立完善的检查机制,定期排查安全隐患并整改 通过技术手段消除高风险危险源 	<ul style="list-style-type: none"> 报告期内,公司将直笼梯更换为斜梯,降低安全风险 对生产设备进行降噪音改造,降噪5个分贝
严格过程管理	<ul style="list-style-type: none"> 每年组织进行合规性评价,以保证工厂安全生产 	<ul style="list-style-type: none"> 按标准实施
配备防护设备	<ul style="list-style-type: none"> 为职业健康风险岗位配备防尘口罩、防护手套、护目镜/面屏、防化服、安全鞋等防护设备 	<ul style="list-style-type: none"> 按标准实施
加强安全教育	<ul style="list-style-type: none"> 推动全员互助的“零事故”EHS文化,在《员工手册》中对EHS培训及考核体系做出了相关规定,通过常态化的宣贯与培训,提升员工的EHS意识与能力 定期开展急救、消防演练等培训 	<p>报告期内</p> <ul style="list-style-type: none"> 共开展急救及消防演练等安全培训培训小时540小时,涉及448人次 跨越工厂开展的职业健康与安全培训覆盖率已达100%,其中安全关爱系统培训等厂级安全培训11次,部门级安全培训66次 海南工厂开展职业健康与安全培训12次,安全演练3次,工厂内部每月召开安全会议。
组织健康体检	<ul style="list-style-type: none"> 每年为员工提供免费健康体检,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 	<ul style="list-style-type: none"> 按标准实施

人力资本发展

员工选拔与晋升

上海家化关注员工发展,为员工提供清晰而畅通的职业发展路径。公司搭建了人员发展沟通平台,向员工了解关于其职业发展的期望,并结合员工发展意愿及岗位匹配度与员工进行上下级沟通,实行轮岗/内调、给予员工岗位能力提升、给予员工职业发展指引等措施,确保员工发展意愿与岗位匹配度上下级高度一致。

公司建立了统一的绩效管理机制,每年在年初为不同员工制定各自全年的绩效考核计划,年末复盘全年表现对绩效进行考核,考核通过后的员工可获得晋升机会。此外,公司推出了涵盖核心中高层员工的股权激励制度,进一步提升了员工的稳定性和忠诚度。

员工敬业度和满意度连年提升。2023年,公司对全体员工进行了组织氛围调研,其中员工敬业度同比提升了4.9个百分点,位于高绩效区域/最佳人才地带;员工满意度同比提升了3.9个百分点,高于行业平均水平。

机制：考核机制

- 横向排名：公司通过同层级人员进行横向排名的方式,进行人员绩效评估,形成绩效排名结果
- 激励措施：针对绩效考核优秀人才实施激励措施

机制：晋升机制

- 依据员工任职年限、个人考核及是否存在违规等情况,通过晋升提名、360度考察、工作述职、命题汇报、评审团多对一交互、高管面谈等多环节严格审核与评估

2023 年人力资源荣誉与认可

奖项名称	颁发机构
ICAEW ¹ 认可雇主	ICAEW
中国人才管理卓越典范奖	Hero
2023人力资源杰出管理雇主	前程无忧
2023女性领导力Top雇主	拉勾网

¹ 英格兰及威尔士特许会计师协会 (The Institute of Chartered Accountants in England and Wales, ICAEW)

人才培养与支持

上海家化制定了专门的人才培养计划,从专业能力和通用能力以及梯队建设的维度对人才进行系统培养。

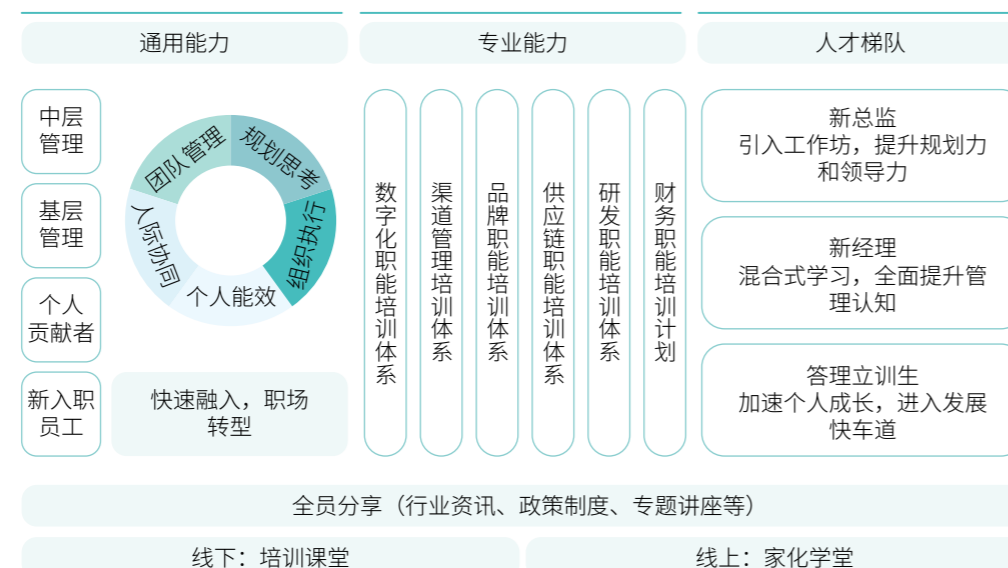
2023 年,公司对培训申请和审批流程进行了全面优化,以提升工作效率并确保培训活动的顺利进行。同时,为了更好地支持员工的个人发展,我们更新了学历进修资助的申请条件和补贴标准,以及专业证书学习的申请条件和补贴标准,以激励员工不断提升自身技能和能力。这些改进旨在为员工创造更好的学习和发展机会,促进个人与企业的共同成长。

员工能力提升管理举措

报告期内
新开发培训课程
44 门

能力提升维度	具体措施
专业能力	在公司重点职能正式启动了专业能力培训体系搭建的项目,通过能力评估、调研访谈等形式,筛选优先发展的能力项和培训需求,定制了专业培训计划。
通用管理	依据能力模型,从“个人能效、人际协同、组织执行、规划思考以及团队管理”的维度,针对不同的职位人群,开展了线上、线下综合的混合式培训,为员工个人赋能。

上海家化培训体系全景



员工培训类型及具体行动

培训类型	具体行动
管理层培训	公司为管理层开展相关培训,包括参加外部ESG研讨会、宏观经济研讨、企业风险管理、企业合规等学习主题。2023 年,共有84人次管理层参与培训。
专业培训	公司为不同职能的员工规划各自职能相匹配的专业技能培训,采用线上自主学习,线下工作坊等多种形式开展,2023年,共有 1,962 人次参与专业培训。
管培生培训	公司为管理培训生制定了一项为期一年的学习和轮岗计划,包括职场转型和办公技能等通用管理课程,以及各部门提供的专业岗位学习。
外派学习	公司支持员工参与外派学习,主题主要集中于《全国化妆品质量安全负责人培训》《化妆品网络经营监督管理办法》和《实验室监督员岗位培训》等专业课程。2023 年,共有103人次参与外派学习,其中共有14位员工已考取 PMP 证书、CIA 国际注册内审师等专业资格,另有26位员工正在学习 ACCA 全球商业服务证书、CMA 课程以及供应链等专业技能课程。

报告期内
管培生培训覆盖率
100%
人均培训时长
22 小时
人均培训次数
12.5 次

公司致力于构建稳固的人才发展梯队。公司每年针对中层管理层员工开展干部 360 度评估,帮助中层管理者加深自我了解、激发发展潜能;公司不断优化中高层岗位的胜任模型,并基于各岗位的具体要求盘点重点岗位人才和潜在继任者。通过整合调查数据,公司绘制了人才地图,全面了解人才整体状况,为后续制定人才发展与培训计划提供数据和理论支持。

社区沟通与公益慈善

上海家化重视社区发展和公益志愿活动,始终秉承“因美而生,向善而行”的理念,动员员工力量共同参与社区建设。2023 年,公司发布“家·公益”项目,并成立了首支员工志愿者队伍,开展了十余个公益项目,为美好社会贡献力量。

我们的公益成果

指标	单位	数据
社区公益投入总金额 ¹	万元人民币	294.19
社会公益项目帮扶覆盖人数	人	43,993
员工志愿服务参与人数	人	490
员工志愿服务总时长	小时	2,628
公益捐赠金额 ²	万元人民币	110.40

坚持回馈社会

上海家化坚持回馈社会,助力共同富裕建设,积极开展各类社区公益活动和慈善捐赠,努力传递健康与关爱。

2023 年上海家化社会公益行动

行动	内容
紧急救援	<ul style="list-style-type: none"> 2023年1月,上海家化向属地街道——上海市青浦区香花桥街道社区卫生服务中心医护工作者捐赠逾10万元的护肤及防疫产品。 2023年8月,上海家化联合中国妇女发展基金会,向京津冀遭遇水灾地区河北省保定市、沧州市捐赠市场价值逾百万元的个人护理和防疫除菌产品。 2023年8月,上海家化“家·公益”项目联合上海市儿童基金会,向厚天应急救援队捐赠了一批玉泽产品物资,用于帮助他们抵御在先前的京津冀水灾中造成的皮肤影响。
关爱青少年	<ul style="list-style-type: none"> 2023年8月,上海家化与上海市青少年发展基金会联合主办“家·公益”六安希望小学师生看上海活动。师生们在中共一大纪念馆、中华印刷博物馆、世博会博物馆等地开展研学活动拓展视野,随后小朋友们使用上海家化跨越工厂的绿植和在六安地区采集的田间花卉和麦穗,结合联合国SDGs“生物多样性”理念共创出环保手工作品。

¹公益投入总金额:指公司用于社区公益用途的所有投入,包括:

- 1) 向慈善机构、NGO研究机构(与公司的商业性研发无关)的捐赠
- 2) 支持社区基础设施的资金
- 3) 社会活动(包括艺术和教育活动)的直接成本

²公益捐赠金额:指公司获得正规捐赠发票的捐赠额

行动

赋能女性

- 2023年7月,上海家化为乡村女教师开设美妆课,促进乡村女性的个人形象和自信心提升。

乡村振兴

- 2023年10月,上海家化通过中国香化协会“爱心书包公益活动”,向敦煌市阳关中心小学等三所小学的学生捐赠了爱心书包,用于帮助乡村学生改善学习条件。

关怀弱势群体

- 2023年5月,上海家化向自闭症青年慈善超市“真如镇街道慈善超市”捐赠了一批爱心产品,并签约成为其公益合作伙伴,爱心产品售卖所得收入将全部捐献给用于公益事业。
- 2023年11月,上海家化携手展翼机构与“星星的孩子”自闭症儿童共创环保艺术。
- 2023年12月,上海家化“家·公益”签约成为自闭症青年慈善超市公益合作伙伴,助力“星青年”就业,并在活动现场开展星青年手工艺品义卖活动。

参与社区沟通

企业与社区的有效沟通和良好关系是企业获取社区支持、促进社区参与可持续发展决策的关键途径。上海家化支持员工踊跃加入社区沟通相关活动,并主动为员工创建丰富有效的参与机会。公司每年开展“企业公民日”活动,通过各种形式的志愿与公益,助推员工参与社区沟通。

自跨越工厂 2018 年落成以来,工厂团队积极向员工和社会大众科普保护生物多样性的理念,举办了多种科学实践活动。同时,员工代表还兼任河道的民间河长,助力社区充实巡护力量、提升河道管护水平。

2023 年 6 月,上海家化以“践行 ESG 发展理念,守护生物多样性”为主题,组织开展了鸟类庇护所的搭建活动,不仅践行传播了环保及生物多样性的理念,也为生态平衡作出了积极贡献。

2023 年 10 月,上海家化高夫品牌赞助了第七届上海虹口易跑精英赛,比赛有来自十多个国家和地区的千余名路跑爱好者参加,加强了居民与社区的交流互动,倡导了运动、健康的生活理念。上海家化高夫品牌通过支持此次活动,助力社区活力提升。

2023 年 11 月,上海家化受邀出席 2023 东方美谷国际化妆品大会,并参加《东方美谷 ESG 联合倡议书》的发布仪式,共同倡议化妆品行业有目标、有策略、有规划、有效果地共筑可持续发展的美好明天。

此外,汤美星的英国工厂已建成为野生动物友好场所。工厂种植了野生花卉吸引蜜蜂和蝴蝶,同时安装了自然池塘和鸟巢箱以提升生物多样性。工厂还提供了户外座椅和绿化区域,旨在帮助员工更亲近大自然。

2023 年上海家化社会公益行动



125 周年庆公益义卖



关爱自闭症活动



家化志愿队



六安希望小学看上海



驰援河北水灾



驰援河北水灾上海救援队



香花协会爱心书包捐赠



乡村女教师美妆培训

ESG 数据绩效表

公司治理

绩效指标	单位	2023 年	2022 年	2021 年
董事会人数	人	7	7	7
董事会中男性成员人数	人	6	6	6
董事会中女性成员人数	人	1	1	1
汇报期内对发行人或其员工提出并已审结的贪污诉讼案件数	件	0	0	0
反贪污培训覆盖的员工比例 ^[1]	%	100	95	100

注:

[1] 2021 年数据统计口径为上海家化总部员工, 2022 年与 2023 年数据统计口径与公司合并报表范围一致。

产品与服务

绩效指标	单位	2023 年	2022 年	2021 年
接获关于产品及服务的投诉数目	件	597	663	627
投诉处理率	%	100	100	100
已售或已运送产品中因安全与健康理由而须回收的产品的销售额	万元	0	0	0
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
在客户隐私方面发生违法违规事件的总数	件	0	0	0

员工

绩效指标	单位	2023 年	2022 年
员工雇佣 ^[1]			
员工总数	人	4,824	5,238
研发人员占比	%	3.71	3.63
男性员工数	人	1,303	1,399
女性员工数	人	3,521	3,839

绩效指标	单位	2023 年	2022 年
30 岁以下的员工人数	人	558	606
30 岁至 50 岁的员工人数	人	3,911	4,086
50 岁以上的员工人数	人	355	546
在中国大陆工作的员工人数	人	4,375	4,767
在港澳台及海外工作的员工人数	人	449	471
基层员工人数	人	4,653	5,063
中级管理层员工人数	人	153	156
高级管理层员工人数	人	18	19
新进员工总数	人	896	843
新进男性员工数	人	205	346
新进女性员工数	人	691	497
30 岁以下新进员工数	人	291	325
30 岁至 50 岁的新进员工数	人	588	501
50 岁以上新进员工数	人	17	17
新进大陆员工数	人	792	722
新进港澳台及海外员工数	人	104	121
员工流失率 ^[2]	%	28.54	16.78
男性员工流失率	%	23.79	25.45
女性员工流失率	%	30.30	13.62
因工伤关系而死亡的员工人数	人	0	0
因工伤关系而死亡的员工比例	%	0	0
因工伤损失的工作日数	天	248	269
劳动纠纷事件数 ^[3]	件	0	2
违反员工雇佣及劳工法律法规所受处罚的次数	件	0	0
因违反职业健康与安全法律法规而受到处罚的事件数	件	0	0
员工培训 ^[4]			
员工培训覆盖率 ^[5]	%	98.85	97.65
员工人均培训时长 ^[6]	小时	11.7	6.62
员工人均接受培训次数 ^[7]	人次	14.9	7.93

注:

[1] 2023 年员工雇佣数据的统计范围为合并报表范围内全职劳动合同制员工总数, 含汤美星员工。

[2] 员工流失率 = 该类员工年内员工流失人数 / 时期末该类员工总人数 × 100%。

[3] 公司 2022 年中 2 起劳动纠纷事件为汤美星前员工要求解雇补偿金, 经行政机构审查, 其所有请求均不成立, 公司无需采取进一步行动或作出任何赔偿。

[4] 员工培训数据的统计范围仅包括上海家化联合股份有限公司的员工, 不包括子公司数据。

[5] 员工培训覆盖率 = 接受培训的员工数 (时期末) / 员工总数 (时期末) × 100%。

[6] 员工人均培训时长 = 员工培训总时长 / 员工总数 (时期末)。

[7] 员工人均接受培训次数 = 员工培训总人次 (时期末) / 员工总数 (时期末)。

供应商管理 [1]

绩效指标	单位	2023 年	2022 年	2021 年
供应商总数	家	223	309	188
大陆地区的供应商数	家	219	238	188
海外及港澳台地区的供应商数	家	4	71	0
接受环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例 [2]	%	86	67	100
通过环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例	%	100	100	100

注:

[1] 2021 年公司供应商管理披露项数据不含汤美星, 2022-2023 年供应商披露项数据统计新增汤美星部分。2021-2023 年供应商数据的统计范围为原材料供应商, 不包括间接供应商。

[2] 公司 2022-2023 年“接受环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例”不含汤美星数据为 100%, 与往年一致。

社会公益

绩效指标	单位	2023 年	2022 年	2021 年
社区公益投入金额	万元	294.19	863.32	734.98
其中, 慈善捐赠金额	万元	210.40	129	60.00
每股社会贡献值 [1]	元	3.26	3.26	3.52
社会公益项目帮扶覆盖人数	人	43,993	72,082	59,314

注:

[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 + 对外捐赠额等为其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。

环境 (除汤美星) [1]

绩效指标	单位	2023 年	2022 年	2021 年
因违反环境保护法律法规而受到处罚的事件数	件	0	0	0
能源资源使用				
外购电力 [2]	兆瓦时	13,781.33	15,413.35	17,286.88
自有车辆汽油用量 [3]	升	5,290	9,520.00	12,553.66
自有车辆柴油用量	升	9,411.76	41,900.00	51,304.96
天然气消耗总量 [4]	立方米	54,996.60	42,976.00	65,301.00
蒸汽消耗总量	吉焦尔	56,195.37	58,443.76	66,700.8
蒸汽消耗密度	吉焦尔 / 万元营收	0.112	0.111	0.114
综合能源耗量 [5]	吨标准煤	3,476.47	4,004.85	4,564.82
总耗水量	立方米	241,854.00	298,613.00	280,898.00
循环用水量 [6]	立方米	80,473.00	97,077.00	70,888.90
自有工厂耗水密度 (单位产量) [7]	立方米 / 万件产品	9.50	8.43	5.83
耗水密度 (单位营收)	立方米 / 万元营收	0.484	0.566	0.480
排放物				
废气排放总量	立方米	89,246,500.00	96,959,500	132,019,046
废水排放总量	立方米	166,723.00	227,976.00	192,148.10
(废水中) 化学需氧量 (COD) 排放量	吨	2.250	2.255	3.04
(废水中) 氨氮 (NH ₃ -N) 排放量	吨	0.010	0.015	0.018
所产生一般废弃物总量	吨	1,374.73	1,643.80	1,507.79
一般废弃物产生密度	吨 / 百万元营收	0.275	0.312	0.258
所产生危险废弃物总量 [8]	吨	550.47	386.14	305.08
危险废弃物产生密度	吨 / 百万元营收	0.110	0.073	0.052
非甲烷总烃排放量 [9]	千克	419.00	46.87	176.16
温室气体排放总量 [10]	吨二氧化碳	14,235.30	15,447.05	18,199.05
温室气体排放密度	吨二氧化碳 / 万元营收	0.028	0.029	0.031
范围一温室气体排放量 [11]	吨二氧化碳	194.32	228.00	315.24
范围二温室气体排放量 [12]	吨二氧化碳	14,040.98	15,219.05	17,883.81

注:

[1]2021 年环境绩效数据披露范围: 公司总部、保定路职场、跨越工厂、海南工厂、汉利工厂, 不含汤美星、投资控股、销售管理等为主营业务的附属公司; 2022-2023 年环境绩效数据统计范围: 公司总部、保定路职场、跨越工厂、海南工厂, 汉利工厂已于 2022 年关停因此不纳入统计, 其中, 2021-2023 年温室气体数据均不包含汤美星。所有单位营收数据分母均调整为国内营收数据, 经数据追溯, 对 2021-2022 年单位营收相关数据进行更正。

[2] 经数据追溯, 2022 年耗电量统计范围中去除了汤美星的耗电量。

[3]2022 年公司关停了汉利工厂, 因此汽油使用量和非甲烷总烃的排放量大幅度减少。

[4]2022 年上半年受物流与基地停摆影响办公室使用时间减少, 因此天然气消耗量降低。

[5] 综合能耗的计算公式及系数来源为《GB/T2589-2020 综合能耗计算通则》, 综合能耗计算的数据统计口径不包含汤美星。

[6] 循环用水量为公司总耗水量中进行了循环利用的部分。

[7] 自有工厂耗水密度 (单位产量) = 自有工厂总耗水量 (时期末) / 自有工厂总产品产量 (时期末), 经数据追溯, 对 2021-2022 年耗水密度进行更正。

[8]2023 年因合规性要求, 原做回收的废原料桶作为危险废弃物进行处理, 导致危险废弃物总量提升。

[9] 经数据追溯, 对 2022 年非甲烷总烃排放量进行更正。

[10] 温室气体排放总量来源包括范围一和范围二温室气体排放, 计算方法及排放因子的选取参考《企业温室气体排放核算方法与报告指南发电设备》(2022 年修订版)。

[11] 范围一温室气体来源包括: 天然气、自有车辆柴油、自有车辆汽油消耗产生的温室气体。其中 2021-2022 天然气、汽油、柴油热值的选取参考《中国能源统计年鉴》(2021) 天然气排放系数为 0.002165 tCO₂/m³, 汽油排放系数为 0.002382 tCO₂/L, 柴油排放系数为 0.002806 tCO₂/L。2023 年参考《中国能源统计年鉴》(2021), 天然气排放系数为 0.002180 tCO₂/m³, 汽油排放系数为 0.002220 tCO₂/L, 柴油排放系数为 0.002650 tCO₂/L。

[12] 范围二温室气体来源包括: 蒸汽、外购电力消耗产生的温室气体排放。2021 年外购电力温室气体排放因子来源为生态环境部 2019 年公布的中国国家电网排放系数 0.6101 kgCO₂/kWh; 2022-2023 年外购电力的排放因子选取生态环境部《关于做好 2023—2025 年发电行业企业温室气体排放报告管理有关工作的通知》中公布的中国国家电网排放系数 0.5703 kgCO₂/kWh。2021-2023 年蒸汽温室气体排放因子参考《企业温室气体排放核算方法与报告指南发电设施 (征求意见稿)》(2022) 为 0.11 tCO₂/GJ, 并经数据追溯更新了 2021 年的数据以确保数据年际间的可比性。

环境 (汤美星)

绩效指标	单位	2023 年	2022 年
能源资源使用			
外购电力	兆瓦时	12,246.44	9,629.23
天然气消耗总量	立方米	44,672.49	2,443.00
总耗水量	立方米	47,382.00	44,101.00
排放物			
废气排放总量	千克	44,672.49	—
废水排放总量	吨	40,622.00	47,520.00
工业废水排放量	吨	0	—
(废水中) 化学需氧量 (COD) 排放量	吨	16.96	—
(废水中) 氨氮 (NH ₃ -N) 排放量	吨	0.72	—
所产生一般废弃物总量	吨	168.95	412.43
所产生危险废弃物总量	吨	49.18	—
温室气体排放总量 ^[1]	吨二氧化碳	5,794.30	—

[1] 温室气体来源包括: 天然气、外购电力消耗产生的温室气体排放。其中天然气排放来自墨西哥和英国, 墨西哥参考 IPCC 排放因子数据库 EFDB (2021) 天然气排放系数为 2.09 kgCO₂/m³, 英国参考英国环境部排放因子数据库 EFDB (2021) 天然气排放系数为 2.02135 kgCO₂/m³; 外购电力排放来自墨西哥、英国和中国东莞, 墨西哥参考低碳力 (LowCarbonPower) 电力排放系数为 0.4503 kgCO₂/kWh, 英国参考 EMBER《2023 年全球电力评论》电力排放系数为 0.2343 kgCO₂/kWh, 中国东莞参考中国生态环境部《关于做好 2023—2025 年发电行业企业温室气体排放报告管理有关工作的通知》中公布的中国国家电网排放系数 0.5703 kgCO₂/kWh。

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（2023 年 12 月修订）》

编号	主要内容	报告章节
8.1	利益相关方沟通与社会责任践行	利益相关方沟通 实质性议题分析
8.2	遵守商业道德，反不正当竞争	反腐败与商业道德 反不正当竞争
8.3	社会责任管理及战略规划	ESG 治理架构
8.4	每股社会贡献值	ESG 量化绩效表
8.5	社会责任报告披露主体与公开披露	公司治理
8.6	社会责任报告范围	报告编制说明
8.7	职工权益保障	员工权益与福利
8.8	环境管理方针	环境管理体系
8.9	环境管理绩效	环境管理体系 能源及资源管理 排放物管理 减少产品碳足迹
8.10	环境影响	能源及资源管理 排放物管理
8.11	环境整改	环境管理体系 能源及资源管理 排放物管理
8.12	重点排污单位排放物及应急管理	不涉及
8.13	生产及产品安全保障	产品研发与创新 产品及服务质量管理 化学品安全管理
8.14	员工雇佣管理、职业健康安全、员工培训	员工权益与福利 职业健康安全 人才发展与留任
8.15	科学伦理	产品研发与创新

《GRI 可持续发展报告标准》（2021）

GRI 标准	披露项	报告章节
一般披露		
GRI 2: 一般披露 2021	2-1	关于上海家化
	2-2	报告编制说明 关于上海家化
	2-3	报告编制说明
	2-6	关于上海家化
	2-7	量化绩效表
	2-9	公司治理
	2-12	ESG 管理
	2-13	ESG 管理
	2-14	ESG 管理
	2-16	ESG 管理
	2-17	ESG 管理
	2-22	ESG 管理
	2-29	利益相关方沟通
GRI 3: 实质性议题 2021	3-1	ESG 管理
	3-2	
	3-3	
经济		
GRI 204: 采购实践 2016	204-1	量化绩效表
GRI 205: 反腐败 2016	205-1	商业道德
	205-2	
	205-3	
GRI 206: 反竞争行为 2016	206-1	反不正当竞争
环境		
GRI 301: 物料 2016	301-1	可持续包装
	301-2	
	301-3	

GRI 标准	披露项	报告章节
GRI 302: 能源 2016	302-1	能源及资源管理
	302-2	
	302-3	
	302-4	
GRI 303: 水资源和污水 2018	303-1	能源及资源管理 排放与废弃物
	303-2	
	303-3	
GRI 304: 生物多样性 2016	304-1	参与社区沟通
	304-2	
	304-3	
	304-4	
GRI 305: 排放 2016	305-1	排放与废弃物
	305-2	
	305-3	
	305-4	
	305-5	
GRI 306: 废弃物 2020	306-1	排放与废弃物
	306-2	
GRI 308: 供应商环境评估 2016	308-1	供应链管理
	308-2	
社会		
GRI 401: 雇佣 2016	401-1	员工权益与福利
	401-2	

GRI 标准	披露项	报告章节
GRI 403: 职业健康与安全 2018	403-1	职业健康与安全
	403-2	
	403-3	
	403-4	
	403-5	
	403-6	
	403-7	
	403-8	
	403-9	
	403-10	
GRI 404: 培训与教育 2016	404-1	人力资本发展
	404-2	
	404-3	
GRI 405: 多元性与平等机会 2016	405-1	员工权益与福利
GRI 406: 反歧视 2016	406-1	员工权益与福利
GRI 408: 童工 2016	408-1	员工权益与福利
GRI 409: 强迫或强制劳动 2016	409-1	员工权益与福利
GRI 413: 当地社区 2016	413-1	社区沟通与公益慈善
	413-2	
GRI 414: 供应商社会评估 2016	414-1	供应链管理
	414-2	
GRI 416: 客户健康与安全 2016	416-1	服务品质管理
	416-2	
GRI 418: 客户隐私 2016	418-1	服务品质管理

报告编制说明

本报告是上海家化联合股份有限公司第 8 份《环境、社会及公司治理 (ESG) 报告》，向投资者等利益相关方披露了公司在经营中对于 ESG 管理议题所秉持的理念、建立的管理方法、推行的工作与达到的成效。

报告范围

本报告范围涵盖上海家化联合股份有限公司及其附属公司（简称“上海家化”“公司”）。除非特别说明，与上海家化（股票代码：600315）同期合并财务报表范围一致。部分数据的统计范围与此不同，已在数据部分说明。

报告涵盖实体范围如下：

公司名称	公司名称
上海家化销售有限公司	成都上海家化销售有限公司
上海高夫化妆品有限公司	北京上海家化销售有限公司
上海佰草集化妆品有限公司	青岛上海家化销售有限公司
上海佰草集美容投资管理有限公司	厦门上海家化销售有限公司
上海佰草集汉芳美容服务有限公司	杭州上海家化销售有限公司
上海家化国际商贸有限公司	南昌上海家化销售有限公司
上海家化商销有限公司	武汉上海家化销售有限公司
成都上海家化有限公司	合肥上海家化销售有限责任公司
上海家化海南日用化学品有限公司	陕西上海家化销售有限公司
HONG KONG HERBAL LABORATORY COMPANY LIMITED(香港佰草集有限公司)	济南上海家化销售有限公司
上海汉利纸业有限公司	南京上海家化销售有限公司
上海家化医药科技有限公司	广州上海家化销售有限公司
上海家化实业管理有限公司	新疆上海家化销售有限公司
上海霖碧饮品销售有限公司	福州家化销售有限公司
海南霖碧饮品有限公司	上海家化华美化妆品有限公司
大连上海家化销售有限公司	上海家化电子商务有限公司
上海家化哈尔滨销售有限公司	JAHWA-HERBORIST EUROPE (法国佰草集有限公司)
郑州上海家化销售有限公司	上海家化生物科技有限公司
苏州上海家化销售有限公司	北京佰草集化妆品有限公司
天津上海家化销售有限公司	上海家化华美科技有限公司

公司名称	公司名称
JAHWA INTERNATIONAL INVESTMENT COMPANY LIMITED(家化国际投资有限公司)	PMM China Limited (宝达美中国销售有限公司)
宁波经济技术开发区家化经贸有限责任公司	东莞宝达美塑胶制品有限公司 (Jackel International China Limited)
长沙 (上海) 家化销售有限公司	Mayborn USA Inc
上海家化宏元文化传播有限公司	Mayborn ANZ PTY Limited
上海家化化妆品销售有限公司	Mayborn France SARL
上海家化商贸有限公司	Mayborn Morocco SARL
Abundant Merit Limited	Mayborn Italy S.R.L
Cayman A2, Ltd.	Steri-bottle UK Ltd
Financial Wisdom Global Limited	Kindertec Limited
Glamour Time Limited	Gro-Group Holdings Ltd
Success Bidco 2 Limited	Gro-Group Ltd
Jake Holdings Limited	Gro-Group International Ltd
Jake Investment Limited	Gro Company Australia Pty Ltd
Jake Nominees Limited	美宝格罗 (深圳) 贸易有限公司
Jake Acquisitions Limited	Tomme Tippee Limited
Mayborn Group Limited	Mayborn Canada Inc.
Mayborn (UK) Limited	Baby Buddha Products LLC (原 “Tomme Tippee Americas LLC”)
Sangenic International Limited	Mayborn Deutschland GmbH
Product Marketing Mayborn Limited	
Jackel China Limited(宝达美中国有限公司)	

报告中简称释义如下：

简称	释义
上海家化、公司、我们	上海家化联合股份有限公司
跨越工厂	是公司位于上海青浦区的生产基地
海南工厂	上海家化海南日用化学品有限公司，是上海家化的控股子公司
汤美星	Mayborn Group Limited 及其子公司，是 Abundant Merit Limited 控股子公司

报告期间

本报告期间为 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日。本报告中的数据如无特别说明，均为在此期间内数据。

编制依据

本报告依据上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号—规范运作（2023 年 12 月修订）》，并参考了全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告标准》（GRI Standards）、中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南基础框架（CASS-CSR4ESG5.0）》《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）》。

数据说明

报告中数据和案例来自公司实际运行的正式记录。财务数据与公司年度财务报告不符的，以年度财务报告为准。

报告中的财务数据均以人民币为单位。

报告获取方式

本报告通过电子版形式发布，发布平台包括证券交易所指定的信息披露平台，亦可于公司官方网站（<https://www.jahwa.com.cn/>）在线浏览或下载。

联系我们

如对报告有意见或建议，可通过以下方式与我们联系：

联系地址：上海市虹口区东长治路 399 号 A 座上海家化联合股份有限公司 ESG 委员会

联系邮箱：ir@jahwa.com.cn

报告编制原则

本报告在编制过程中遵循下列原则，以尽可能实现使用有效、完整、准确、全面的内容与公司利益相关方进行沟通的目标。

• 重要性

公司识别出投资者等利益相关方关注的与经营相关的实质性议题，作为本报告汇报重点。本报告中对实质性议题的汇报同时关注公司运营涉及的行业特征以及所在地区特征。实质性议题的分析过程及结果详见本报告“实质性议题分析”章节。同时，本报告对环境、社会和公司治理方面可能对投资人及其他相关方产生重要影响的事项进行重点汇报。

• 准确性

本报告尽可能确保信息准确。其中，定量信息的测算已说明数据口径、计算依据与假定条件，以保证计算误差范围不会对信息使用者造成误导性影响。定量信息及附注信息详见本报告“ESG 数据绩效表”。

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。

• 平衡性

本报告内容反映客观事实，对涉及公司正面、负面的信息均予以不偏不倚地披露，在报告期内未有应当披露而未披露的负面事件。

• 清晰性

本报告分别以简体中文和英文版发布，如不同版本中出现内容不一致的情况，以简体中文版为准。本报告中包含表格、模型图以及专业名词表等信息，作为本报告中文字内容的辅助，便于利益相关方更好地理解报告中文字内容。为便于利益相关方更快获取信息，本报告提供目录及 ESG 标准的对标索引表。

• 量化及一致性

本报告披露关键定量绩效指标，并尽可能披露历史数据。本报告对同一指标在不同报告期内的统计及披露方式保持一致；若统计及披露方式有更改，在报告附注中予以充分说明，以便利益相关方进行有意义的分析，评估公司 ESG 绩效水平发展趋势。

• 完整性

本报告披露对象范围与公司合并财务报表范围保持一致，保证本报告所披露信息范围完整。

• 时效性

本报告为年度报告。公司尽力在报告年度结束后尽快发布报告，为利益相关方决策提供及时的信息参考。

• 可验证性

本报告中案例和数据来自公司实际运行的原始记录或财务报告。公司采用 HiESG 绩效管理系统管理历年 ESG 量化绩效，所披露数据来源及计算过程均可追溯，可用于支持外部鉴证工作检查。

上海家化联合股份有限公司

地址：上海市东长治路 399 号 A 座 11 楼 | 邮编：200080

www.jahwa.com.cn