

2024 可持续发展报告



联系地址：中国浙江省杭州市西湖区西溪路 588 号
联系邮箱：proya-group@proya.com
电 话：+86-571-8735 2850
网 址：www.proya-group.com



官网二维码



微博二维码



微信二维码

珀莱雅化妆品股份有限公司
PROYA COSMETICS CO., LTD.

美美相生 共向未来

关于本报告

《珀莱雅 2024 年度可持续发展报告》(以下简称“本报告”)是珀莱雅化妆品股份有限公司发布的第 5 份可持续发展报告,阐述了珀莱雅化妆品股份有限公司 2024 年度可持续发展及 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《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告(试行)》(简称“上交所《指引》”编制),并参考全球报告倡议组织 GRI《可持续发展报告标准》(2021)及联合国发布的《可持续发展目标》(SDGs)。

报告范围

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。具体信息详见“附录:报告范围”。

报告中简称释义如下:

简称	释义
珀莱雅、公司	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	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 2024 年年度报告不符的,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, 可通过以下方式与我们取得联系。

联系地址: 中国浙江省杭州市西湖区西溪路 588 号

联系邮箱: proya-group@proya.com

电话: +86-571-8735 2850

网址: www.proya-group.com

报告编制原则

可持续发展背景

公司识别出各利益相关方关注的与经营相关的重要性议题, 作为本报告汇报重点。本报告中对重要性议题汇报的同时关注公司所处行业 and 经营业务的特点。议题重要性分析过程及结果详见本报告“ESG 议题重要性评估”章节。

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。定量信息详见本报告“ESG 数据绩效表及附注”章节。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的披露。在报告期间内未发现应当披露而未披露的负面事件。

清晰性

本报告以简体中文版和英文版发布, 如果两种语言的内容有分歧, 以中文版报告为准。本报告中包含表格、模型图等信息, 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。

量化性

本报告披露关键定量披露项, 并尽可能披露历史数据。

可比性

本报告对同一定量披露项在不同报告期内的统计及披露方式保持一致; 若数据的采集、测量与计算方法有更改, 对相关数据进行追溯调整, 并在报告附注中说明调整的情况和原因, 便于利益相关方进行有意义的分析, 评估公司 ESG 数据水平发展趋势。

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。

时效性

本报告为年度报告, 覆盖时间范围为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日。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 2024 年年度报告。公司采用 HiESG 绩效管理系统管理历年 ESG 数据, 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。

目录

走进珀莱雅	06
董事长致辞	12
总经理致辞	14
副总经理致辞	16
可持续规划目标与进展	18

01

珀莱雅可持续发展治理体系

1.1 可持续发展理念	22
1.2 可持续发展规划	22
1.3 可持续发展管理架构	24
1.4 ESG 议题重要性评估	26

02

绿色美妆, 与自然和谐共生

2.1 可持续产品与消费	44
2.2 化学品安全与成分透明	49
2.3 绿色包装	56
2.4 气候变化减缓与适应	59
2.5 环境合规管理	63
2.6 负责任采购	72

03

品质创新, 与顾客共享美丽

3.1 科技创新	84
3.2 产品质量管理	90
3.3 客户服务与权益保护	94
3.4 数据安全与客户隐私保护	101
3.5 促进行业发展	103

04

多元包容, 成就美好社会

4.1 员工权益与福利	110
4.2 人力资本发展	116
4.3 健康与安全	121
4.4 社会公益	125

05

规范治理, 稳健经营基石

5.1 公司治理	140
5.2 风险与合规	145
5.3 商业道德	150
5.4 知识产权管理	154

ESG 数据绩效表及附注	156
对标索引表	170
附录: 报告范围	178
附录: 温室气体核查声明	180
附录: 外部审验声明	183



走进珀莱雅

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。

公司旗下拥有“珀莱雅”“彩棠”“Off&Relax”“悦芙媞”“CORRECTORS”“INSBAHA 原色波塔”“惊时”“优资莱”“韩雅”等品牌。公司自有品牌已覆盖大众精致护肤、彩妆、洗护、高功效护肤等美妆领域。

公司名称:

珀莱雅化妆品股份有限公司

总部位置:

中国浙江杭州

成立时间:

2006年

所有权及法律形式:

公司于上海证券交易所上市(股票代码:603605)

主营业务:

化妆品类产品的研发、生产和销售

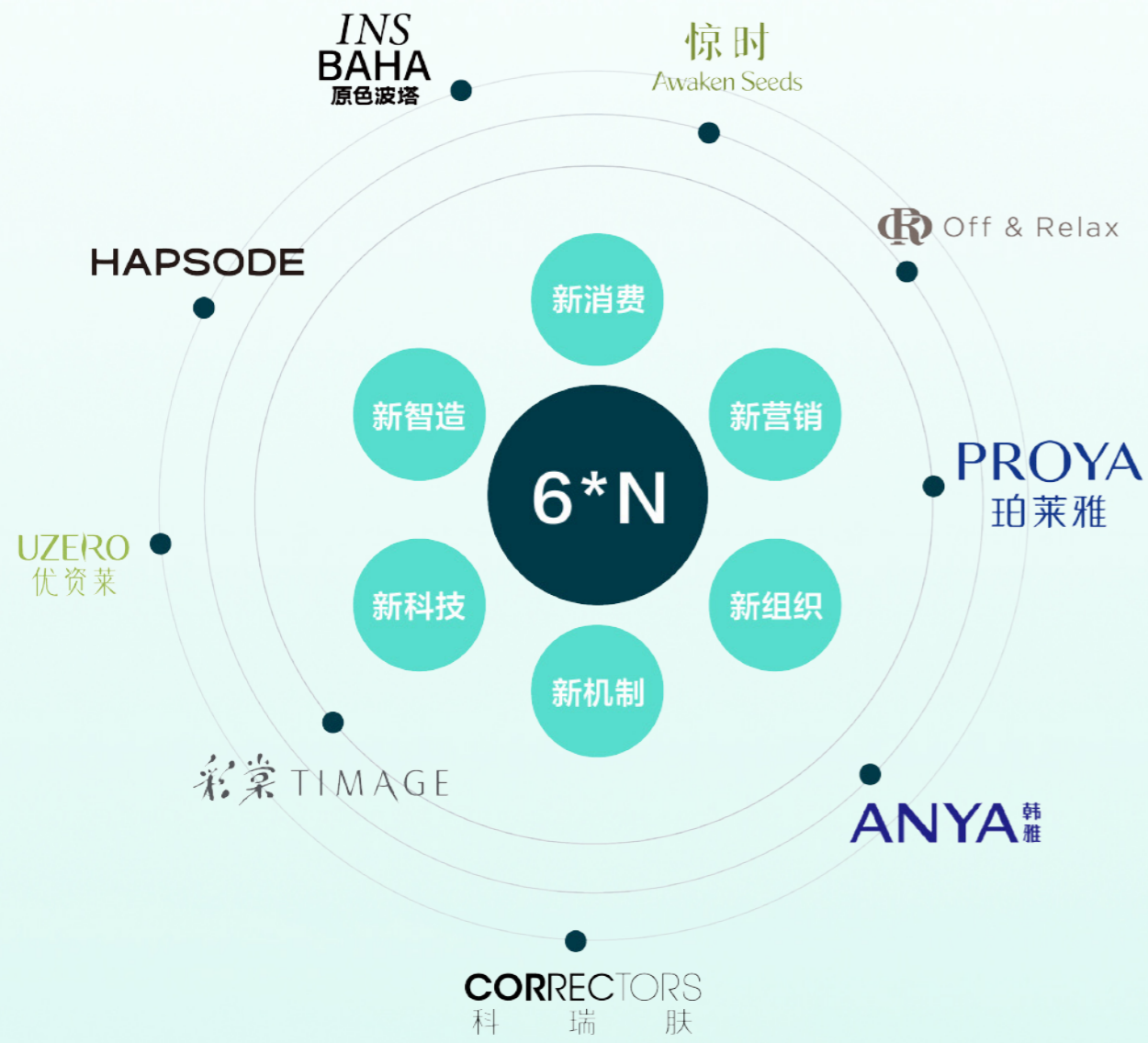
主要运营地:

中国:浙江杭州、浙江湖州、上海

日本:神户

法国:巴黎

“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。

ESG 管理成果

ESG 评级成果 >

<p>CDP 气候变化问卷 B 注：连续两年获 B 评级</p>	
<p>MSCI ESG 评级 BBB 注：评级截至 2022 年底，之后未更新</p>	
<p>Wind ESG 评级 AA 注：个人用品 III 综合得分行业排名：1/29</p>	
<p>晨星 ESG 风险评级： 28.7 注：分数越低，代表表现越好</p>	
<p>S&P Global ESG Score 36 注：处于行业均值</p>	

2024 年度 ESG 荣誉及社会认可 >

荣誉名称	颁发机构
2024 年度国家级绿色工厂	中华人民共和国工业和信息化部办公厅
重点行业社会责任发展指数日化行业优秀企业代表	中国社会科学院
中外品牌可持续发展创新案例	新华社
中国 ESG 上市公司长三角先锋 50	中央广播电视总台财经节目中心
Wind 中国上市公司 ESG 最佳实践 100 强	万得
A 股上市公司主要消费行业 ESG 绩效 TOP20	上海华证指数信息服务有限公司
A 股上市公司家庭与个人用品行业 ESG 绩效优秀榜单	上海华证指数信息服务有限公司
A 股上市公司 ESG 卓越表现 TOP100	上海华证指数信息服务有限公司

2024 年度 ESG 荣誉及社会认可
续表 >

荣誉名称	颁发机构
2024 中国美妆行业可持续发展 (ESG) 实践案例	中国香料香精化妆品工业协会
最佳 ESG 奖	IRSC 第八届中国卓越 IR
ESG 新标杆企业奖	证券之星
中国新增长 ESG 创新实践榜	哈佛商业评论
全球浙商 ESG 经典 100	全球浙江 ESG 大会组委会
ESG 治理与战略示范奖	价值共创组委会
向光奖 年度 ESG 可持续发展 TOP15	向光奖组委会
向光奖 向善企业	向光奖组委会
520 社会责任日优秀案例评选——关爱儿童议题背景	思盟企业社会责任促进中心

董事长致辞

2024年，是我们坚守战略定力、不断开拓进取的一年，也是连续发布独立的可持续发展报告的第五年，珀莱雅积极回应市场对我们高质量发展的期待。

在全球可持续发展进程中，我们深刻认识到企业的社会责任不仅仅体现在产品和利润的创造上，更在于通过可持续的行动来推动生态环境保护、社会责任进步与经济快速增长的平衡。珀莱雅自成立以来，始终以“秉持感恩、追求卓越”为企业精神，立志做一家值得社会认可、信任和尊重的企业，这与可持续发展理念高度重合，因此珀莱雅一直将可持续发展作为企业战略的重要组成部分。我们强化 ESG 管理体系，全方位提升在环境、社会及公司治理层面的表现，全力助推全球可持续发展目标的实现。

在科技创新与绿色可持续发展的道路上，我们步履不停。2024年，欧洲科创中心成立并投入运营，作为珀莱雅全球化研发体系建设的重要组成部分，它将通过科研创新和资源整合，为珀莱雅的可持续发展提供强劲动力。我们积极开展可持续产品规划，优化包装减塑设计，竭力降低产品碳足迹，引导消费者关注并参与可持续消费，为全球生态环境贡献积极的力量。2024年，珀莱雅荣获国家级“绿色工厂”与“浙江省未来工厂”双认证，同时我们积极推动数智化转型，通过智能制造和节能技术提升效率，并持续加大在可再生能源领域的投入，推动价值链合作伙伴开展脱碳行动，力求打造一个低碳环保的循环经济体系，为行业树立榜样。

在员工赋能与社会责任方面，我们深知企业的使命不仅仅在于市场的成功，更在于其对社会的深远影响。我们致力打造包容和多元开放的企业文化，营造有利于所有员工尽展个人潜能的职场环境。同时，我们通过珀莱雅公益基金会开展女性公益事业、响应抗震救灾、推动边疆教育事业及乡村共富，并同众多社

会公益机构展开合作，呼吁全社会关注性别平等、心理健康等议题，努力为社会弱势群体提供帮助，共同构建更加公正、平等和包容的社会环境。

在 ESG 体系建设方面，我们坚信稳健及规范的治理是企业可持续发展的核心。我们放眼可持续价值，将环境、社会及公司治理（ESG）全面融入公司战略与治理体系，重塑管理理念。同时，我们持续加强公司治理透明度，深化经营合规、阳光廉洁的企业建设，提升风险管理能力，护航公司长远、健康、可持续发展。我们将通过不懈的努力，逐步实现“中国的珀莱雅、世界的珀莱雅、百年的珀莱雅”这一目标。

2025年是我国“十四五”规划的收官之年，也是珀莱雅乘势向上、开创新局的一年。展望未来，珀莱雅将始终牢记初心使命，全面贯彻落实可持续发展理念，以高标准履行社会责任、高水平开展 ESG 工作，锚定“未来十年跻身全球化妆品行业前十”的“双十”战略愿景，在做好自身企业的同时持续推动中国美妆的高质量发展。让每一步发展都怀着对地球的敬意，让每一份成就都化作对社会的回馈。

以美之名，向新而行！



△ 董事长 侯军呈

总经理致辞

作为新一代管理团队的一员，我有幸站在巨人的肩膀上，承接珀莱雅过去二十年的积淀，更肩负着迈向未来的重任。这份可持续发展报告不仅是对责任践行的总结，更是我们面向全球市场的一份公司战略宣言——关乎增长，更关乎价值。

在当今复杂环境中，美妆行业一个字形容就是“卷”，而珀莱雅的答案是基于深度消费者洞察的高质量发展，以时间、空间、价值、速度四轮驱动，推动我们未来十年内从百亿企业迈向世界前十美妆集团。

科技创新，定义未来美妆的趋势

市场从未停止变化，但消费者对“真实功效”的需求始终如一。在行业竞争激烈的今天，珀莱雅选择了一条更艰难却可持续的路：以底层科研构筑护城河。从革新“胜肽”技术标准到建立中国抗衰老的全新范式，我们主品牌的红宝石系列用自主研发的突破证明了一个事实——好的产品自有跨越时代的力量；而支撑这一切的，是数年如一日对基础研究的坚守，是产学研研深度协同所锻造的体系化竞争力。

我们深知，真正的竞争优势不仅在于营销声量的大小，而在于能运用科技重新定义品类规则。未来十年，全球化的研发中心和国际化的技术平台将持续围绕细胞级抗衰、微生态调控、合成生物学等前沿领域深耕，让“中国成分”成为世界专利。这是再一次的蓄力，为珀莱雅的长远发展打下坚实基础，推动我们从“在中国创新”走向“为世界研发”的真实跨越。

多维度发力，重构增长逻辑

下沉市场与高端需求的并行爆发，是挑战，更是机遇。面对这一分化，我们选择“双向出击”：一方面，主品牌通过“能量”“红宝石”等系列强化科技护肤心智，以明星产品代言为先驱；另一方面，我们在全民美妆觉醒的浪潮中精准布局，基于深度消费洞察推出差异化产品线，通过年轻化沟通与跨场景服务模式激活次级市场，让科技护肤的普惠性在更广阔的渠道网络中

释放价值。这种“高美树标杆、大众拓份额”的布局，让珀莱雅在价格混战中始终坚守底线，亦是珀莱雅能够穿越时间周期的必经之路。

全球化不是选择，而是必然

中国美妆品牌的全球化叙事，需要技术底气，更需要本土智慧。在印尼，我们正在以当地消费者洞察为始，明确人群画像，充分满足差异化产品需求；在越南，团队正将国内验证的爆品逻辑与本土文化融合，打造下一个增长生态。这些探索让我们坚信：真正的全球化不是简单的产品出海，而是技术、供应链与文化的三位一体。

在一带一路引领下，中国企业出海已势不可挡，这也是珀莱雅腾飞之路的关键一步。珀莱雅身披国货之光的荣誉，不仅承载自身使命，更是中国美妆在世界舞台上的先锋旗帜。我们要从“中国的珀莱雅”迈向“世界的珀莱雅”，这是时代赋予我们的使命，也是国货崛起的责任担当。

为此，我们已开始国际化人才储备，吸纳全球各地优秀人才。未来，更多的海外研发中心将陆续落地，我们将与国际美妆巨头在全球同台竞技，让中国品牌赢得世界尊重。

组织敏捷，让大象也能起舞

在瞬息万变的市场中，组织的活力决定了战略的锋利度。未来，我们将持续坚持多品牌矩阵的生态共生，从研发到产品到营销，全链路数字化赋能，实现独立单元独立核算的闭环决策，也真正意义上把我们的“业务执行者”转化为“创客机制践行者”。同时，我们成立跨部门“增长攻坚组”，针对下沉与海外市场快速试错迭代。

这体现了速度维度的重要性。与许多成熟跨国企业相比，我们最大的优势之一就是敏捷高效，能够快速响应市场变化，高效对接平台需求。随着规模扩大，我们时刻警惕“大公司病”，消除部门墙，打通信息流，

保持组织敏捷度。我们确信：未来的竞争，是“小团队打大仗”的效率竞争。对于高管及核心团队，我们设置股权激励等长期激励机制，将业绩目标与长期价值绑定。在数据中台的赋能、合伙人机制的驱动下，组织将会有更坚实的底座，为珀莱雅的基业长青保驾护航。

责任，是藏在财报背后的第二份报表

可持续发展于我们而言，是从源头到终局的价值闭环。珀莱雅的绿色实践让2024年单位产品温室气体排放量（范围一、范围二）对比2021年下降18.46%，但这只是起点；“性别不是边界线，偏见才是！”公益行动触达上亿群体心智，让平等议题不止于营销，更帮助到社会多元化进程；珀莱雅在自身发展与成长的同时，近3年累计投入超1200万元，积极承担社会责任，通过公益力量推动世界美好改变。这些行动或许不会直接写入财务报告，但它们定义了珀莱雅作为优秀企业的格局。在价值维度上，我们追求的不是简单降低成本，而是结构性优化，是花同样的钱做更有价值的事。

走向双十，迈向世界

站在公司“双十战略”的起点，我们清醒而坚定：十年冲刺全球美妆行业前十的目标，不是为了一个数字，而是向世界证明——中国品牌既能以技术立身，亦能以责任致远。今年是我们的“双十战略”元年，珀莱雅正在规划将这张宏伟的蓝图落在实处。

我们走的是一条难而正确的道路，我们也要全力填补中国在全球美妆行业前十头部



^ 董事、总经理 侯亚孟

的空白。我们的成长，不仅仅是源自我们内生的多品牌矩阵的布局，同时我们也放眼全球，寻找广泛意义上的协作与整合。幸运的是，我们从未孤身前行。感谢每一位合作伙伴的信任、每一位消费者的选择，更感谢这个时代给予中国企业的无限可能。未来的珀莱雅，将以科技为笔、责任为墨，在全球化版图上写下属于中国美妆的答案。

副总经理致辞

在全球气候变化与可持续发展议题日益紧迫的今天，珀莱雅坚信，企业的价值不仅在于商业成就，更在于对环境的尊重、对社会的贡献以及对未来的担当。作为中国美妆行业的领军企业，珀莱雅积极践行“美美相生，共向未来”的可持续发展理念。

一、坚定长期主义，构建可持续未来。

珀莱雅董事会将气候变化议题作为重要的 ESG 事宜进行监督与管理，我们的相关职能部门和业务部门亦将应对气候变化纳入日常工作重心，提出了“碳达峰”“碳中和”目标，明确了“碳中和”实现路径。2024 年，珀莱雅化妆品股份有限公司湖州分公司获评“国家级绿色工厂”，标志着珀莱雅在能效水平、清洁能源利用、废弃物综合利用等关键指标上均达到或优于国家标准。

二、科技赋能，打造智慧零碳新标杆。

在数字化与低碳化双轨并行的时代，珀莱雅积极拥抱技术创新，以 5G、AI、云计算等先进技术重构生产制造体系。通过推动 ISO 50001 能源管理体系认证实施与先进的能源管理智慧平台完美结合，我们健全了公司的能源使用、监测、统计、分析路径，实现能耗的智能化监控与调度。我们的下一个目标是建设能碳数字化管理平台，形成多种功能集成的综合性能碳智慧管理系统，最终实现能碳数据的可视化展示和智慧化分析。

三、开放协作，共创行业绿色生态。

珀莱雅始终贯彻落实国家“碳达峰”“碳中和”精神，加快零碳工厂建设。2024 年，我们新开工建设的湖州第二制造基地按照《浙江省零碳（近零碳）工厂建设评价导则》全面规划新工厂，实现光、储、发电玻璃、绿电等绿色能源合并分析，优化能源管理监测平台，实现绿色智慧园区。

此外，“碳中和”目标的实现，不能仅靠单点突破，而需要产业链的全局协同。2023 年，我们联合十大战略合作伙伴发布“携手零碳 美力同行”减碳宣言，承诺到 2025 年实现自身碳排放降低。2024 年，我们重点推进向十大战略合作伙伴开展碳排放数据及碳减排成果的信息收集工作。通过“自主减排 + 边界内外协同”的立体化减碳路径，珀莱雅致力于为美妆行业的可持续发展探索更新、更高、更具挑战的零碳科技力量。

珀莱雅的使命，不仅是创造美丽的产品，更是创造美丽的世界。未来，我们将继续加大在绿色、零碳科技等领域的投入，让每一份美丽都承载可持续发展的基因。



△ 董事、副总经理 金衍华

| 可持续规划目标与进展

可持续规划目标		2022年	2023年	2024年	目标达成情况	
可持续的业务：创造美    	到 2025 年 • 推动基础研究与功效性原料的研发，打造更卓效的产品，实现更安全有效的自研功效性原料投入应用	采取节能技改、清洁能源置换、配送路线优化等方式，减少生产运营环节的化石能源使用量，降低自身碳排放 单位营收温室气体排放量为 12.42 千克二氧化碳当量，同比下降 31.69%	成功备案新原料成分“3,3,5-三甲基环己醇琥珀酸酯二甲基酰胺”	将槐糖脂、琥珀酸等生物基原料应用于产品中	按计划推进中	
	到 2025 年 • 主要品牌新产品和更新产品 100% 开展可持续属性评估	对棕榈油衍生品来源追溯，优先购买经 RSPO (The Roundtable on Sustainable Palm Oil, 可持续棕榈油圆桌倡议) 认证棕榈油，以减少森林砍伐及其对生物多样性的影响	产品可持续评估体系和机制基本建立	对珀莱雅双抗焕亮精华液(双抗精华 3.0) 完成产品可持续属性评估	按计划推进中	按计划推进中
	到 2025 年 • 使用清洁能源的比例达 50%，自身运营实现碳达峰，以 2021 年为基准，单位产品温室气体排放量(范围一、二)下降 25%	使用清洁能源的比例达到 53.69% 单位产品温室气体排放量(范围一、二)对比基准年下降 45.34%	使用清洁能源的比例达到 46.66% 单位产品温室气体排放量(范围一、二)对比基准年下降 18.46%	按计划推进中	按计划推进中	按计划推进中
	到 2025 年 • 以 2021 年为基准，包装材料中可持续包装材料的比例提升 20%，包装使用强度降低 15%	包装材料中可持续包装材料的比例达到 25.47%，对比基准年提升 25.31%	包装材料中可持续包装材料的比例达到 33.88%，对比基准年提升 33.72%	包装材料中可持续包装材料的比例目标已达成	包装材料中可持续包装材料的比例目标已达成	按计划推进中
到 2025 年 • 所采购的棕榈油衍生品使用 RSPO 认证棕榈油的采购重量占比达到 70% 以上，同时在规划期内进一步完善对采购原料中棕榈油的追溯体系	基本完成对现有产品原料棕榈油使用状况的梳理	采购的棕榈油衍生品中使用 RSPO 认证棕榈油的重量比例为 48.86%	按计划推进中	按计划推进中	按计划推进中	

可持续规划目标		2022年	2023年	2024年	目标达成情况	
可持续的价值链：传递美  	到 2025 年 • 主要合作伙伴 100% 开展 ESG 符合性评估，为所有合作方提供 ESG 管理支持	针对包材及原料供应商，开展 ESG 培训，向供应商传递珀莱雅的可持续发展战略规划以及 ESG 管理知识	共评估 264 家供应商的 ESG 表现，其中主要合作伙伴 100% 开展 ESG 符合性评估	主要合作伙伴 100% 开展并通过 ESG 符合性评估，共评估 407 家	按计划推进中	
	到 2025 年 • 通过价值链减碳倡议和鼓励，推动所有战略合作伙伴碳排放降低	收集供应商和下游经销商碳排放数据，鼓励合作伙伴开展节能减排行动	珀莱雅联合十大战略合作伙伴(供应商)共同发布“携手零碳 美力同行”减碳宣言	十大战略合作伙伴碳排放总量实现降低	按计划推进中	按计划推进中
	到 2025 年 • 带动所有价值链合作伙伴可持续转型并向同业分享自身可持续行动	参与联合主办珀莱雅物流沙龙，与行业分享自身可持续实践	建立定期供应商沟通培训机制，重点传导 ESG 理念与采购政策、解析国际环保趋势及要求、分享珀莱雅可持续管理计划实施经验	按计划推进中	按计划推进中	按计划推进中
可持续的社会生态：成就美    	到 2025 年 • 累计投入 1,200 万元用于社会公益，共建平等多元的社会	开展“性别平等”“爱与亲密关系”“家庭责任”“青春与成长”“心理健康”五大议题的社会倡导及公益活动	投入 866.12 万元用于社会公益共建平等多元的社会。截至报告期末，累计投入 1,009.58 万元	投入 258.87 万元用于社会公益共建平等多元的社会。截至报告期末，2022-2024 年累计投入 1,268.45 万元	已达成	
	到 2025 年 • 通过社会公益等活动，直接影响 50 万人次，间接影响 5 亿人次	开展教育公益帮扶，捐赠学习文具和图书；捐赠 100 万元用于“一县一梦想”公益项目	社会倡导活动有 23.30 万人次直接受益，2.47 亿人次间接受益。截至报告期末，直接受益人次累计达 66.51 万人次，间接受益人次累计达 3.65 亿人次	社会倡导活动有 31.49 万人次直接受益，1.08 亿人次间接受益。截至报告期末，2022-2024 年直接受益人次累计达 98 万人次，间接受益人次累计达 4.73 亿人次	直接影响人次已达成	直接影响人次已达成

珀莱雅可持续发展 治理体系

01



可持续发展理念

秉持“美美相生，共向未来”的可持续发展理念，珀莱雅以扎实的可持续发展管理为基础，关心人与生态的可持续发展，用卓越的产品创造美，与伙伴、消费者一起传递美、成就美，让每一个当下生长为更美好的未来。

可持续发展规划

珀莱雅可持续发展战略规划——“美美相生，共向未来”，围绕可持续发展的三大支柱：可持续的业务、可持续的价值链、可持续的社会生态，并以全面的 ESG 管理为基石，推动可持续发展。

美美相生，共向未来



可持续的业务：创造美

持续创新研发，为消费者提供安全、卓效、可持续的产品，以可持续的业务创造美



可持续的价值链：传递美

携手合作伙伴与消费者共同践行可持续发展与消费的理念，让可持续发展理念在价值链上传递



可持续的社会生态：成就美

为解决环境挑战与促进社会发展提供支持，成就更多人的美好生活

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

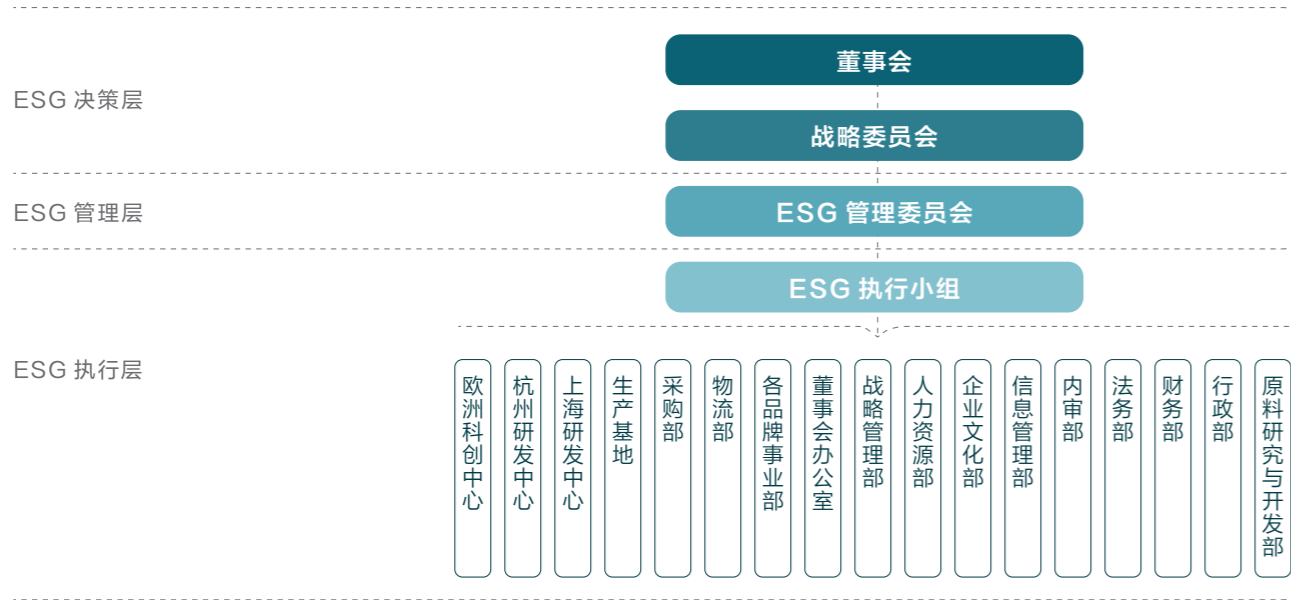
企业精神

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

| 可持续发展管理架构



董事会

董事会整体负责及监督珀莱雅可持续发展及环境、社会及公司治理事宜，制定公司可持续发展及 ESG 管理方针及策略，例如参与 ESG 议题识别及评估工作等，就实现公司 ESG 目标所需采取的行动提供建议及必要支持等

战略委员会

董事会战略委员会负责指导和监督公司重点 ESG 议题的管理，包括科技创新、产品质量与安全、绿色包装等。董事会战略委员会定期对 ESG 议题的绩效表现开展审核工作，推进公司 ESG 目标实现的进度，就实现 ESG 目标所需采取的行动措施提供建议，并定期向董事会汇报管理进展

ESG 管理委员会

ESG 管理委员会由总经理室成员组成，负责公司 ESG 战略及目标的推进和信息披露的执行工作。公司董事会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，并定期向董事会战略委员会和董事会汇报 ESG 工作进展

ESG 执行小组

由公司多个与 ESG 相关的内部部门联合组成，在组长带领下统筹协调各业务模块工作，并向 ESG 管理委员会汇报 ESG 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

为进一步推进公司的 ESG 管理，公司在《绩效管理办法》《关于绩效制度补充规定》中设有董事会成员及高级管理层的激励性薪酬与公司可持续发展及 ESG 管理绩效（以下简称“可持续绩效”）相挂钩的条例，并制定短期、中期、长期激励发放规划，确保绩效挂钩从各方面提升董事及高管 ESG 管理的积极性及可持续性。其中，在董事会成员及高管绩效考核体系中，可持续绩效指标考核权重占比 8-10%，并定期开展绩效考核。

此外，公司自愿通过环境、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。

ESG 议题重要性评估

双重重要性分析

重要性议题是 ESG 管理与信息披露的基础和抓手。珀莱雅通过尽职调查、风险管理等内部流程，以及整理相关监管政策、规则、行业标准及发展趋势、同业分析等方式识别重要性议题，形成重要性议题库，并依据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》对“议题重要性分析”的有关要求，开展议题双重重要性分析。

公司识别出 22 项需关注的重点环境、社会及公司治理议题，并邀请内外部利益相关方，从财务重要性、影响重要性双重视角，分析各议题对公司的双重重要性。其中，财务重要性的评估维度包括预期在短期、中期和长期内影响发生的可能性以及财务影响的程度；影响重要性的评估维度包括影响发生的可能性以及严重性（影响规模、影响范围和影响不可补救性）。

珀莱雅双重重要性分析流程 >



尽职调查

公司开展可持续发展相关尽职调查工作，识别、分析和梳理各 ESG 议题在短期、中期和长期对经济、环境和社会的影响以及对业务运营和商业模式产生的风险和机遇，并披露公司采取的针对性管理举措与实践。

珀莱雅 2024 年度重要性议题影响、风险和机遇分析

序号	议题名称	影响分析	风险和机遇分析			
		影响描述	风险与机遇类型	影响范围	时间范围 ¹	风险与机遇描述
1	气候变化减缓与适应	应对气候变化的策略能够减少企业的碳足迹、降低气候相关风险，并增强企业在环保方面的声誉；通过采取减排措施，企业能够积极响应全球气候变化挑战，推动可持续发展	<ul style="list-style-type: none"> 市场机遇 产品与服务机遇等 	<ul style="list-style-type: none"> 企业自身运营 价值链下游 	<ul style="list-style-type: none"> 中期 长期 	详见本报告“气候变化减缓与适应”
			<ul style="list-style-type: none"> 实体风险 转型风险 	<ul style="list-style-type: none"> 企业自身运营 	<ul style="list-style-type: none"> 短期 中期 长期 	
2	能源管理	化石能源的利用导致废气及大量温室气体排放，加剧空气污染和气候变化	<ul style="list-style-type: none"> 政策风险 市场风险 	<ul style="list-style-type: none"> 企业自身运营 	<ul style="list-style-type: none"> 短期 中期 	<ul style="list-style-type: none"> 成本节约：通过搭建能源管理体系、建设能源管理系统，优化能源使用和提高能效，企业可以显著降低能源消耗 财务影响：虽然短期会有投资成本，但是长期来看，可以降低能源成本，提高盈利能力
			<ul style="list-style-type: none"> 能源效率机遇 	<ul style="list-style-type: none"> 企业自身运营 	<ul style="list-style-type: none"> 短期 中期 	<ul style="list-style-type: none"> 能源供应：能源供应的不稳定性可能影响企业的生产计划 财务影响：增加能源采购成本和供应链管理成本，影响生产效率

珀莱雅 2024 年度重要性议题影响、风险和机遇分析续表

序号	议题名称	影响分析		风险和机遇分析		
		影响描述	风险与机遇类型	影响范围	时间范围 ¹	风险与机遇描述
3	资源管理	资源的高效利用能够减少对自然资源的依赖并降低企业自身运营活动对环境的影响	• 资源效率 机遇	• 企业自身 运营	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 资源效率: 化妆品行业用水量较大, 公司进行设备更新和技术改造提高水资源利用效率, 降低水资源消耗 • 财务影响: 减少水费支出, 提高盈利能力
			• 政策风险 • 市场风险 • 声誉风险	• 价值链 上游 • 企业自身 运营	• 短期 • 中期	<ul style="list-style-type: none"> • 合规风险: 化妆品行业受到严格的环保法规监管, 如果在资源管理方面存在违规行为, 会受到监管部门处罚和声誉损失 • 财务影响: 面临监管部门罚款和市场份额下降
4	排放与废弃物	生产过程中的废弃物处理、危险物质的控制以及废气排放, 若未能严格管理, 可能会导致土壤、水源和空气污染, 影响生态系统和人类健康	• 资源效率 机遇	• 企业自身 运营	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 创新机遇: 促进公司采用更环保的生产工艺和设备, 提高资源利用效率, 减少废弃物产生 • 财务影响: 减少废弃物处置费用, 降低排放不合格被处罚的风险
			• 政策风险 • 市场风险	• 企业自身 运营	• 短期 • 中期	<ul style="list-style-type: none"> • 合规风险: 如果公司未能遵守环保法规, 可能会面临罚款、停产整顿等行政处罚, 甚至可能被追究刑事责任 • 财务影响: 环保法规的不断完善和严格执行, 增加了公司在环保方面的合规成本
5	化学品安全与成分透明	美妆产品生产过程中涉及多种化学物质, 如染料、香料、防腐剂等, 产品化学品的安全与成分透明一直是企业与消费者共同关注的核心问题	• 市场机遇 • 产品 / 服务 机遇	• 企业自身 运营	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 市场拓展: 随着消费者对化学品安全和成分透明度的关注度提高, 那些能够提供安全、透明产品的公司将更容易获得消费者的青睐 • 财务影响: 为公司提供了市场拓展的机遇, 可以进一步增加销售额和市场份额

珀莱雅 2024 年度重要性议题影响、风险和机遇分析续表

序号	议题名称	影响分析		风险和机遇分析		
		影响描述	风险与机遇类型	影响范围	时间范围 ¹	风险与机遇描述
5	化学品安全与成分透明	美妆产品生产过程中涉及多种化学物质, 如染料、香料、防腐剂等, 产品化学品的安全与成分透明一直是企业与消费者共同关注的核心问题	• 运营风险 • 市场风险 • 声誉风险	• 价值链 下游	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 安全风险: 化妆品中的化学成分可能对消费者健康产生潜在风险, 包括过敏反应、皮肤刺激等; 一旦发生安全问题, 将严重损害品牌形象, 导致销量下降 • 财务影响: 可能导致公司面临罚款、产品召回成本、销量下降以及品牌声誉损失等财务负担, 从而对公司的财务状况产生负面影响
6	绿色包装	塑料材料由于其优越的保存性和易运输性, 一直是美妆产品包装中不可或缺的材料, 但塑料包装里不可 / 难以降解物质也可能造成环境污染及生态破坏	• 市场机遇	• 企业自身 运营 • 价值链 下游	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 绿色转型: 推动公司在包装材料等方面进行创新, 开发可降解、环保的产品和包装 • 财务影响: 通过开发环保产品和包装, 公司可能吸引更多消费者, 提高产品销量和市场份额, 从而增加收益
			• 运营风险 • 市场风险	• 企业自身 运营	• 短期	<ul style="list-style-type: none"> • 成本增加: 绿色包装材料往往比传统包装材料成本更高, 如可降解塑料、FSC 认证的纸张等 • 财务影响: 导致公司生产成本上升
7	负责任采购	供应链环境与社会风险管理有助于确保企业在供应链中的环境和社会责任合规, 通过主动管理环境保护、劳工权益等社会风险, 企业能够提升品牌声誉, 增强消费者和投资者的信任	• 市场机遇 • 产品 / 服务 机遇	• 价值链 上游 • 企业自身 运营 • 价值链 下游	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 促进可持续发展: 负责任采购关注环保、劳工权益等议题, 有助于推动供应链的可持续发展 • 财务影响: 这有助于提升公司的社会形象, 吸引更多关注可持续发展的消费者和投资者
			• 运营风险 • 市场风险	• 价值链 上游 • 企业自身 运营 • 价值链 下游	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 供应链风险: 供应链通常涉及多个国家和供应商, 负责任采购需要追踪每一个环节, 确保所有合作伙伴都遵循可持续发展的原则 • 财务影响: 增加了供应链的复杂性和管理难度, 可能导致供应链中断或成本上升

珀莱雅 2024 年度重要性议题影响、风险和机遇分析续表

序号	议题名称	影响分析	风险和机遇分析			
		影响描述	风险与机遇类型	影响范围	时间范围 ¹	风险与机遇描述
8	生态系统和生物多样性保护	美妆行业与生物多样性息息相关。美妆产品的一些关键成分与森林砍伐或森林退化直接相关，如棕榈油、木浆和云母等。过度采摘或不当开采都有可能造成生态破坏和生物多样性减少	• 市场机遇	• 企业自身运营 • 价值链下游	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 品牌形象提升: 积极践行生物多样性保护理念的公司可以提升品牌形象和声誉 • 财务影响: 增强消费者信任, 提高市场份额
			• 市场风险 • 声誉风险	• 企业自身运营 • 价值链下游	• 短期 • 中期	<ul style="list-style-type: none"> • 声誉风险: 若被曝出对生物多样性和生态系统造成破坏, 将损害其品牌形象和声誉 • 财务影响: 影响消费者信任和销售业绩
9	环境合规管理	环境合规体系的不足可能带来超标排放、不当废弃物处置等风险, 加剧水源、土壤和空气的污染负担, 破坏当地生态环境	• 市场机遇	• 企业自身运营 • 价值链下游	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 市场拓展: 随着消费者对环保意识提高, 那些注重环境合规管理的化妆品公司更容易获得消费者的青睐 • 财务影响: 为公司提供了开拓新市场、提高市场份额的机遇
			• 运营风险	• 企业自身运营	• 短期 • 中期	<ul style="list-style-type: none"> • 合规成本增加: 为达到环境合规标准, 公司可能需要投入大量资金用于设备升级、污染控制技术和废物处理 • 财务影响: 可能会增加公司的运营成本, 对财务造成压力
10	产品质量与安全	产品和服务安全与质量直接关系到消费者的健康与满意度, 影响企业的品牌形象和市场份额, 确保高质量和安全标准能够提升客户信任, 增强企业的竞争力, 促进长期业务增长	• 市场机遇 • 产品 / 服务机遇	• 企业自身运营 • 价值链下游	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 技术创新: 通过研发和创新, 开发更安全、更有效的化妆品成分和配方, 以满足消费者对产品质量与安全的高要求。这将为公司带来新的增长点 • 财务影响: 将为公司带来新的收入来源、市场份额的增长以及品牌价值的提升, 从而对公司的财务状况产生正面影响
			• 运营风险 • 市场风险 • 声誉风险	• 企业自身运营 • 价值链下游	• 短期	<ul style="list-style-type: none"> • 满意度风险: 产品功效不好可能导致消费者满意度下降, 降低品牌信任度, 造成销量下降, 退货率上升 • 财务影响: 可能导致公司面临产品召回成本、以及品牌声誉损失等财务损失

珀莱雅 2024 年度重要性议题影响、风险和机遇分析续表

序号	议题名称	影响分析	风险和机遇分析			
		影响描述	风险与机遇类型	影响范围	时间范围 ¹	风险与机遇描述
11	科技创新	科技创新战略能够提升企业的竞争力和市场适应能力, 通过持续的技术创新和产品研发, 企业能够满足市场需求, 推动业务升级, 保持领先地位, 提升品牌价值和客户忠诚度	• 市场机遇 • 产品 / 服务机遇	• 企业自身运营 • 价值链下游	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 开发新产品线: 科技创新为公司提供了开发新产品线的机会, 通过引入新技术、新成分或新配方, 公司可以开发出具有独特卖点的产品 • 财务影响: 吸引更多消费者, 增加产品销量和市场份额
			• 市场风险	• 企业自身运营 • 价值链下游	• 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 市场竞争风险: 随着科技创新的加速, 化妆品行业的市场竞争也日益激烈 • 财务影响: 若公司未能及时跟上市场趋势, 或创新产品未能满足消费者需求, 可能面临市场份额下降的风险
12	客户服务与权益保护	良好的客户关系管理能够增强客户忠诚度, 提高客户满意度, 提升销售业绩, 并为企业带来持续的收入来源, 最终增强企业的市场份额和竞争力	• 市场机遇	• 企业自身运营 • 价值链下游	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 增强品牌形象和口碑: 化妆品公司通过提供卓越的客户服务, 能够在消费者心中树立积极的品牌形象, 形成良好的口碑效应 • 财务影响: 有助于吸引更多潜在客户, 扩大市场份额
			• 市场风险	• 企业自身运营 • 价值链下游	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 客户流失风险: 如果客户服务质量不佳或客户权益得不到有效保护, 会造成客户流失 • 财务影响: 导致公司客户基础缩小, 销售额下降
13	数据安全与客户隐私保护	若企业未能采取足够的技术措施保障客户和员工的个人信息安全, 可能导致敏感数据泄露或遭受网络攻击, 这不仅侵犯个人隐私, 还可能引发社会对企业数据保护能力的信任危机	• 运营机遇	• 企业自身运营	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 技术创新与应用: 化妆品行业公司可以通过技术创新来加强数据安全与客户隐私保护, 如采用区块链、人工智能等先进技术来提升数据保护能力 • 财务影响: 降低数据泄露风险, 从而减少财务风险
			• 政策风险 • 市场风险	• 企业自身运营 • 价值链下游	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 数据泄露风险: 如果化妆品行业公司的数据安全措施不到位, 可能导致客户数据泄露 • 财务影响: 给公司带来严重的法律和财务风险

珀莱雅 2024 年度重要性议题影响、风险和机遇分析续表

序号	议题名称	影响分析		风险和机遇分析		
		影响描述	风险与机遇类型	影响范围	时间范围 ¹	风险与机遇描述
14	促进行业发展	通过开展合作交流等活动,企业能够携手价值链伙伴一起推动整个行业的可持续发展	<ul style="list-style-type: none"> 市场机遇 产品/服务机遇 	<ul style="list-style-type: none"> 企业自身运营 价值链下游 	<ul style="list-style-type: none"> 短期 中期 长期 	<ul style="list-style-type: none"> 新兴市场的发展:随着新兴市场经济的发展和消费者购买力的提升,化妆品市场在这些地区具有巨大的增长潜力 财务影响:公司可以抓住这些新兴市场的发展机遇,拓展市场份额
			<ul style="list-style-type: none"> 市场风险 	<ul style="list-style-type: none"> 企业自身运营 	<ul style="list-style-type: none"> 短期 中期 长期 	<ul style="list-style-type: none"> 市场竞争加剧:随着化妆品行业的不断发展,市场竞争日益激烈,行业公司面临来自国内外品牌的竞争压力 财务影响:这可能导致价格战、市场份额争夺等激烈竞争行为,对公司的财务状况造成不利影响
15	知识产权管理	知识产权保护对于激励创新、促进经济增长、维护市场秩序具有重要意义	<ul style="list-style-type: none"> 市场机遇 产品/服务机遇 	<ul style="list-style-type: none"> 企业自身运营 价值链下游 	<ul style="list-style-type: none"> 短期 中期 长期 	<ul style="list-style-type: none"> 利用知识产权进行国际合作与拓展:知识产权是跨国公司进行国际合作与拓展的重要资产,公司可以通过加强知识产权管理,提升国际合作与拓展的能力 财务影响:公司通过合作进一步拓展市场份额
			<ul style="list-style-type: none"> 市场风险 	<ul style="list-style-type: none"> 企业自身运营 价值链下游 	<ul style="list-style-type: none"> 短期 中期 长期 	<ul style="list-style-type: none"> 知识产权侵权风险:化妆品行业涉及众多专利技术、商标和著作权等知识产权。若公司未能妥善管理这些知识产权,可能面临被他人侵权的风险 财务影响:导致公司失去市场份额,遭受经济损失,并需要投入大量资源进行维权
16	员工权益与福利	员工雇佣与权益的管理直接影响企业的劳动关系、员工满意度和企业文化。通过保障员工的基本权益,如公平薪酬、职业发展机会和工作环境,企业能够提升员工忠诚度和生产力,从而增强组织的长期竞争力	<ul style="list-style-type: none"> 市场机遇 	<ul style="list-style-type: none"> 企业自身运营 	<ul style="list-style-type: none"> 短期 中期 长期 	<ul style="list-style-type: none"> 激发员工创新潜力:当员工感到自己的权益得到充分保障且福利优厚时,他们更可能积极投入工作,发挥创新潜力 财务影响:员工的创新成果可以为公司带来新的业务增长点,提升公司的市场竞争力

珀莱雅 2024 年度重要性议题影响、风险和机遇分析续表

序号	议题名称	影响分析		风险和机遇分析		
		影响描述	风险与机遇类型	影响范围	时间范围 ¹	风险与机遇描述
16	员工权益与福利	员工雇佣与权益的管理直接影响企业的劳动关系、员工满意度和企业文化。通过保障员工的基本权益,如公平薪酬、职业发展机会和工作环境,企业能够提升员工忠诚度和生产力,从而增强组织的长期竞争力	<ul style="list-style-type: none"> 运营风险 	<ul style="list-style-type: none"> 企业自身运营 	<ul style="list-style-type: none"> 短期 	<ul style="list-style-type: none"> 人才流失风险:如果员工认为自己的权益受到侵害或福利不足,他们可能会选择离职,导致人才流失 财务影响:人才流失不仅会增加公司的招聘和培训成本,还可能影响公司的业务连续性和稳定性
17	员工培训与发展	企业通过提供系统的职业培训和发展机会,帮助员工提升专业技能,增强其就业竞争力。这不仅为员工个人职业成长创造有利条件,还促进社会整体劳动力素质的提升	<ul style="list-style-type: none"> 运营机遇 	<ul style="list-style-type: none"> 企业自身运营 	<ul style="list-style-type: none"> 短期 中期 长期 	<ul style="list-style-type: none"> 促进员工职业发展:员工培训与发展计划有助于员工实现个人职业目标,提高职业满意度和成就感,从而增强员工的归属感和敬业度 财务影响:促进员工职业发展则有助于降低员工流失率,减少招聘和培训成本,同时提高员工的工作效率和质量,进一步提升公司的盈利能力
			<ul style="list-style-type: none"> 运营风险 	<ul style="list-style-type: none"> 企业自身运营 	<ul style="list-style-type: none"> 短期 中期 长期 	<ul style="list-style-type: none"> 培训成本高昂:高质量的员工培训往往需要投入大量的时间和金钱,包括聘请专业讲师、购买培训材料、安排场地等费用 财务影响:高昂的培训成本可能增加公司的运营成本,影响盈利能力
18	职业健康与安全	美妆日化企业作为社会的一部分,承担着保护员工健康与安全的社会责任。加强员工职业健康与安全有助于企业履行社会责任,提升自身的社会形象和声誉	<ul style="list-style-type: none"> 运营机遇 	<ul style="list-style-type: none"> 企业自身运营 	<ul style="list-style-type: none"> 短期 中期 长期 	<ul style="list-style-type: none"> 提升公司形象:注重职业健康与安全的公司能够树立良好的企业形象,展现公司对员工的关怀和对社会责任的承担,从而提升公司的品牌价值和市场竞争力 财务影响:提升公司形象有助于吸引更多消费者和合作伙伴,增加销售额和市场份额

珀莱雅 2024 年度重要性议题影响、风险和机遇分析续表 ∨

序号	议题名称	影响分析	风险和机遇分析			
		影响描述	风险与机遇类型	影响范围	时间范围 ¹	风险与机遇描述
18	职业健康与安全	美妆日化企业作为社会的一部分，承担着保护员工健康与安全的社会责任。加强员工职业健康与安全有助于企业履行社会责任，提升自身的社会形象和声誉	• 运营风险	• 企业自身运营	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 安全事故导致的经济损失: 如果公司忽视职业健康与安全，可能会导致安全事故频发 • 财务影响: 造成人员伤亡和财产损失，进而给公司带来重大的经济损失
19	社会公益	企业通过开展各类公益活动和支持社区发展，改善当地居民的生活质量，不仅推动社会责任的履行，还促进社区的可持续发展	• 运营机遇	• 企业自身运营 • 价值链下游	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 拓展市场份额: 通过积极参与社会公益活动，公司可以拓展那些注重社会责任的消费者市场 • 财务影响: 拓展市场，增加市场份额
			• 运营风险	• 企业自身运营 • 价值链下游	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 公益活动成本高昂: 参与社会公益活动需要投入一定的资金、人力和物力 • 财务影响: 如果公益活动规模过大或持续时间过长，可能会增加公司的运营成本
20	公司治理	公司治理水平不仅关乎股东及投资者权益，也对企业自身的长期稳健发展具有重要意义	• 运营机遇	• 企业自身运营	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 完善治理结构: 企业可以通过完善治理结构，明确决策权和责任，提高决策效率 • 财务影响: 降低运营成本
			• 运营风险	• 企业自身运营	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 治理结构不健全: 如果公司治理结构不健全，可能导致企业内部权力失衡，决策效率低下，甚至引发内部矛盾和纷争 • 财务影响: 治理结构不健全和内部控制失效可能导致企业运营成本上升，盈利能力下降

珀莱雅 2024 年度重要性议题影响、风险和机遇分析续表 ∨

序号	议题名称	影响分析	风险和机遇分析			
		影响描述	风险与机遇类型	影响范围	时间范围 ¹	风险与机遇描述
21	风险与合规管理	风险管理是识别、评估和应对可能影响企业目标实现的风险的过程，有效的风险管理能够降低潜在的财务损失、声誉风险和法律风险，确保企业在面对内外部挑战时依然能够稳健运营，保障长期的可持续发展	• 运营机遇	• 企业自身运营	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 优化风险管理流程: 通过完善风险管理流程，化妆品公司能够更有效地识别、评估和应对潜在风险，降低风险带来的负面影响 • 财务影响: 优化风险管理流程能够降低企业的运营成本和潜在损失，提高盈利能力
			• 政策风险	• 企业自身运营	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 法律合规风险: 化妆品行业受到众多法律法规的监管，如产品质量、广告宣传、知识产权等方面的规定 • 财务影响: 不合规行为可能导致法律诉讼、罚款甚至市场禁入等严重后果
22	商业道德	商业道德，特别是反商业贿赂及反贪污有助于维护市场的公平竞争，促进市场经济的健康发展	• 市场机遇	• 企业自身运营 • 价值链下游	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 增强市场竞争力: 商业道德不仅是企业形象的体现，也是市场竞争力的关键因素。遵守商业道德的企业能够在市场中树立正面形象，从而赢得消费者的青睐 • 财务影响: 通过提升市场竞争力，企业能够扩大市场份额，增加销售收入，进一步巩固市场地位
			• 政策风险	• 企业自身运营	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> • 法律风险: 公司可能因虚假宣传、侵犯消费者权益、不正当竞争等行为而面临法律诉讼和罚款 • 财务影响: 法律风险将增加企业的运营成本，包括法律费用、赔偿费用等，同时法律诉讼和罚款还可能对企业的声誉和形象造成进一步损害，进而影响企业的市场表现和财务状况

¹ 时间范围的界定为: 短期(1年以内[含])、中期(1年至5年[含])和长期(5年以上)

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。公司在开展和推进可持续发展及 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
政府与监管机构(国家药品监督管理局、地方政府等)	<ul style="list-style-type: none"> 气候变化减缓与适应 化学品安全与成分透明 能源管理 资源管理 环境合规管理 排放与废弃物 生态系统和生物多样性保护 产品质量与安全 公司治理 风险与合规 	<ul style="list-style-type: none"> 开展节能减碳工作、建立系统化的气候相关风险和机遇管理流程 基于法律法规要求完成产品备案、公开产品配方 优化能源结构、提高清洁能源使用占比 依据法规要求办理用水许可、规范用水行为 持续优化环境管理体系 通过循环利用等方式、妥善管理排放物与废弃物配合机构考察 盘查公司 RSPO 认证棕榈油使用情况 完善产品质量管理体系 定期沟通汇报 健全风险管理体系
投资者与股东(对公司进行股权、债权投资的投资人)	<ul style="list-style-type: none"> 科技创新 公司治理 风险与合规 商业道德 	<ul style="list-style-type: none"> 加大研发投入、组建研发团队、开展外部研发合作项目、参加行业交流会研讨会等 刊发财务报告、业绩报告、通过上证 e 互动、邮件、路演与投资者及股东交流 举办股东大会等 开展专项审计、离任审计等项目、妥善管理公司经营活动合法性及合规性 对所有运营点开展商业道德与反腐败审计

主要利益相关方及沟通方式
续表 >

利益相关方	关注议题	沟通与回应
消费者	<ul style="list-style-type: none"> 化学品安全与成分透明 绿色包装 产品质量与安全 科技创新 客户服务与权益保护 数据安全与客户隐私保护 	<ul style="list-style-type: none"> 对所有新原料进行安全评估、通过网站公告披露产品配方信息 开展包装可持续属性提升工作 实施产品质量与安全管理措施 秉承“以消费者为中心”的理念持续开展新品研发 为消费者提供优质的服务体验 消费者信息进行加密、保障信息安全
员工	<ul style="list-style-type: none"> 员工权益与福利 员工培训与发展 职业健康与安全 商业道德 	<ul style="list-style-type: none"> 制定员工手册、设立工会等 建立人才发展与学习共享平台 开展安全技改项目、组织安全生产培训及职业健康体检等 持续开展员工商业道德培训
合作伙伴(行业协会、供应商与经销商等)	<ul style="list-style-type: none"> 气候变化减缓与适应 生态系统和生物多样性保护 负责任采购 产品质量与安全 促进行业发展 科技创新 	<ul style="list-style-type: none"> 与十家战略伙伴达成深度合作、发布减碳宣言 优先采购经过 RSPO 认证的棕榈油衍生品 供应商培训、供应商 ESG 评估等 开展供应商质量管理培训、供应商质量审核等 积极参与行业交流 加大研发投入、组建研发团队、开展外部研发合作项目等
社区与公众(运营所在地周边社区、社会公益组织等)	<ul style="list-style-type: none"> 社区公益 	<ul style="list-style-type: none"> 员工志愿者活动、公益捐赠、参与社区活动

议题重要性分析结论

同时具有财务重要性与影响重要性的议题：产品质量与安全、化学品安全与成分透明、科技创新、客户服务与权益保护、绿色包装、负责任采购、气候变化减缓与适应、员工权益与福利

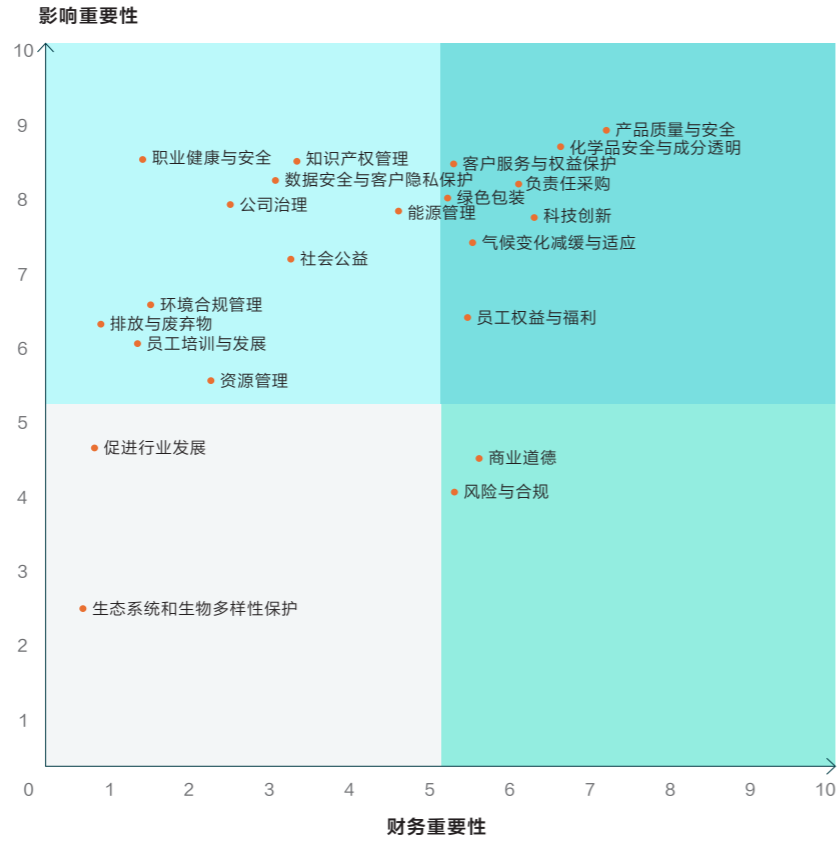
仅具有财务重要性的议题：商业道德、风险与合规

仅具有影响重要性的议题：能源管理、知识产权管理、公司治理、数据安全与客户隐私保护、职业健康与安全、社会公益、环境合规管理、排放与废弃物、员工培训与发展、资源管理

既不具有影响重要性也不具有财务重要性的议题：促进行业发展、生态系统和生物多样性保护

珀莱雅议题重要性矩阵 >

- 同时具有财务重要性与影响重要性
- 具有财务重要性但不具有影响重要性
- 具有影响重要性但不具有财务重要性
- 既不具有影响重要性也不具有财务重要性



珀莱雅 2024 年重要性议题清单 >

序号	维度	议题名称	是否具有双重重要性 ²
1	环境	气候变化减缓与适应	●●
2		化学品安全与成分透明	●●
3		绿色包装	●●
4		负责任采购	●●

珀莱雅 2024 年重要性议题清单
续表 >

序号	维度	议题名称	是否具有双重重要性 ²
5	环境	能源管理	●
6		资源管理	●
7		环境合规管理	●
8		排放与废弃物	●
9		生态系统和生物多样性保护	●
10	社会	产品质量与安全	●●
11		科技创新	●●
12		客户服务与权益保护	●●
13		数据安全与客户隐私保护	●
14		职业健康与安全	●
15		员工权益与福利	●●
16		员工培训与发展	●
17		社会公益	●
18		促进行业发展	●
19		公司治理	公司治理
20	风险与合规		●
21	商业道德		●
22	知识产权管理		●

珀莱雅 2024 年度重要性议题
主要变动情况 >

2024 年重要性议题	2023 年重要性议题	变动情况	变动原因
生态系统和生物多样性保护	—	新增议题	新增议题, 符合《指引》要求
环境合规管理	—	新增议题	新增议题, 符合《指引》要求
数据安全与客户隐私保护	—	新增议题	新增议题, 符合《指引》要求
客户服务与权益保护	消费者教育	议题合并	扩充议题定义, 内容包含针对消费者的教育和负责任营销
	负责任营销		
公司治理	公司治理	议题合并	扩充议题定义, 内容包含公司治理和保障消费者权益
	保障投资者权益		

² “●●”代表具有双重重要性, “●”代表仅具有财务重要性, “●”代表仅具有影响重要性, “●”代表既不具有财务重要性, 也不具有影响重要性

绿色美妆 与自然和谐共生

02



珀莱雅秉持“美丽永存，共享美好”的企业使命，将可持续发展作为前进道路的重要责任。在识别全价值链温室气体排放来源的基础上，公司将减少碳足迹的行动扩展到**产品全生命周期**，从**原材料的采购、产品生产、包装、仓储物流**等环节，采取有效措施减少产品碳足迹。

珀莱雅也在持续向消费者传递可持续发展理念，通过**产品可持续属性评估、创新产品包装设计、以及空瓶改造**等活动来调动消费者的环保积极性，并致力于将可持续发展理念培养到消费者生活习惯当中，实现消费者与品牌在可持续道路上的共同参与。

本章节 回应重要性议题

- 化学品安全与成分透明
- 绿色包装
- 气候变化减缓与适应
- 能源管理
- 环境合规管理
- 排放与废弃物
- 资源管理
- 生态系统与生物多样性保护

注：“●●”代表具有双重重要性，“●”代表仅具有财务重要性，“●”代表仅具有影响重要性，“●”代表既不具有财务重要性，也不具有影响重要性

本章节 回应的 SDGs



| 可持续产品与消费

面对全球气候挑战的迫在眉睫，绿色消费浪潮正重塑时代需求。珀莱雅致力于与消费者共同践行可持续消费发展与消费理念，通过创新赋能每位消费者参与低碳生活转型。基于此，珀莱雅开发可持续产品属性评估工具，帮助以消费者为核心的利益相关方了解产品环境影响信息，并通过数字化平台等方式积极披露，为消费者提供透明信息方面迈出重要步伐

管理目标

到 2025 年，主要品牌新产品和更新产品

100%

开展可持续属性评估

产品可持续属性评估

公司参考如中华人民共和国国家标准《GB/T 32161-2015 生态设计产品评价通则》《欧盟化妆品和动物护理产品生态标签标准用户手册》等相关标准要求及优秀同业实践，建立覆盖产品全生命周期的“可持续产品评估模型”，全面评估各项产品的可持续性表现，涉及资源使用、生态影响、消费者健康等方面，从而不断改善。

产品生命周期可持续性评估模型 >



产品生命周期可持续性评估模型
续表 >



可持续原料

环境影响

- 减少原料对环境的负面影响
- 可持续采购行为
- 可持续原料认证

对人的影响

- 禁用对人体有害的原料



可持续生产

环境影响

- 节能减排
- 减少排放



可持续消费

对人的影响

- 真实全面地展示产品信息
- 传播可持续消费理念



可持续包装

环境影响

- 减塑，使用环保材质
- 减量，不过度包装
- 设计减少浪费的包装结构
- 使用获得可持续生产认证的包装材料



可持续仓储物流

环境影响

- 提升运输效率，减少碳排放
- 提升仓储效率，降低仓储消耗



使用与废弃

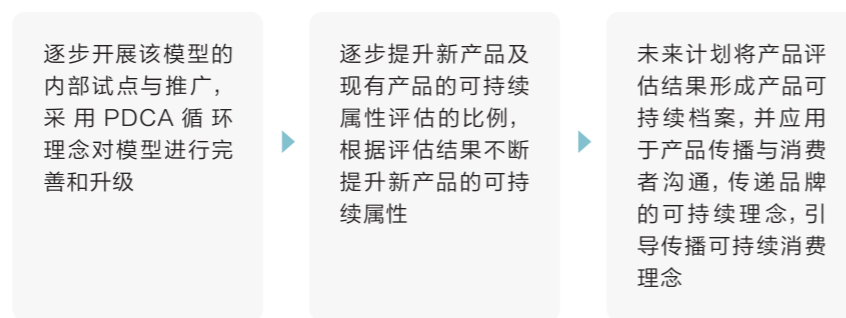
环境影响

- 减少使用环节的资源消耗
- 回收再利用

产品生命周期可持续性评估
的环境与社会影响因素 >

资源使用	生态影响	消费者健康
<ul style="list-style-type: none"> 不可再生能源消耗, 例如化石能源的消耗 土地资源 水资源消耗 	<ul style="list-style-type: none"> 土壤酸化 灰尘和颗粒物 生态毒性 富营养化 全球变暖 臭氧层破坏 物种丰富度 	<ul style="list-style-type: none"> 有毒有害物质 核辐射污染

产品生命周期可持续性评估模型
的应用 >



案例

产品可持续等级评估

产品可持续等级是以珀莱雅“可持续产品评估模型”为基础, 评估产品在研发、原料等 5 个影响环节后, 综合反映产品环境影响大小的评级系统。2024 年, 公司对珀莱雅双抗焕亮精华液(双抗精华 3.0)进行评估后, 其综合可持续等级为“四星”。后续公司也计划对更多产品线产品评估其产品可持续等级。

珀莱雅双抗焕亮精华液(双抗精华 3.0)亮点内容

- 淘汰了对肌肤有刺激争议的酒精成分
- 淘汰了对环境有负面影响的十四烷基氨基丁酰缬氨酰胺基丁酸脲三氟乙酸盐, 使用环境更友好的合欢树皮提取物进行替代, 有效增强抗糖、抗氧化
- 淘汰了对肌肤不友好的传统防腐剂苯氧乙醇
- 淘汰了配方中的海水成分, 避免受到核废水污染事件的影响
- 双仓锁鲜的配方设计理念, 让消费者能够用到更鲜活的活性物成分
- 外包装提示消费者产品塑封膜、外纸盒、瓶器均可回收
- 使用替换装设计, 外瓶可以分离, 便于 PP 塑料内瓶回收, 报告期内减少塑料使用 **70.64 吨**
- 商品介绍及说明书中展示备案全成分

可持续消费

珀莱雅将培育消费者可持续消费意识融入其日常运营策略之中, 采取了一系列措施以加强与消费者的沟通并促进其采纳更为可持续的消费方式。

珀莱雅传递可持续消费理念重点举措



完整、真实介绍产品成分信息

准确介绍和描述产品, 确保产品安全和功效宣传合规; 完整展示原料成分, 包含配方中的所有成分, 不隐瞒任何有毒化学物质及过敏原



引导消费者了解产品信息

通过官网、自有社交账号及产品包装等媒介, 引导消费者至药监局查询产品信息详情、使用注意事项等



披露产品可持续信息

外包装上增加回收再生标签或重复使用说明, 引导消费者循环利用产品包装或将包装放置于回收处理点, 延长产品包装的生命周期, 提高包装循环利用率; 同时开展空瓶回收活动, 完成产品“设计-生产-回收-再生”的闭环



引导科学护肤与可持续消费

通过官网、自有社交账号等平台, 倡导消费者购买使用替换装, 替代购买原装产品; 同时提示产品科学的使用剂量与使用频率, 引导消费者能达到功效的合理产品搭配, 减少不必要的产品浪费

此外, 公司通过微博、小红书和公司官网等多渠道, 宣传产品可替换装设计、成分信息等内容, 在提升消费者对安全使用及合规处置产品认知的同时, 持续传递可持续消费理念。

案例

珀莱雅携手“物与再生”探索生活中可持续的可能

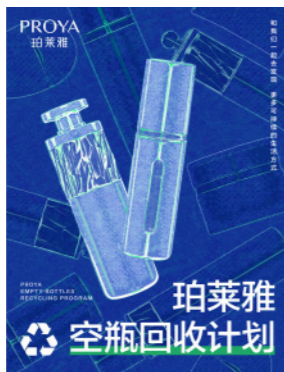
2024年，珀莱雅联名可持续生活品牌“物与再生”发起支持可持续生活的品牌号召。本次活动旨在通过对珀莱雅产品空瓶的回收，并结合一系列互动体验式活动号召消费者与我们一起，从探索可持续的生活开始，一起发现更多「新生」。

活动在多个主流社交媒体推广，线下参与空瓶回收人次 231 人，回收空瓶 317 个，有效提升并激励公众对化妆品可持续消费者的认知与参与度。

活动亮点



与“物与再生”共同推出的“发现新生”联名礼盒，采用具有 GRS 标准 / FSC 森林可持续经营认证的环保纸张，整体盒身都由回收材质制成。



首期“珀莱雅空瓶回收计划”活动在珀莱雅线下快闪店“无限空间”开展。活动以产品体验装以及「可持续」周边作为兑换福利，鼓励更多会员参与其中，让消费者进一步认识到可持续生活的多样性。



设立珀莱雅“无限空间”，内设三大互动站点，分别对应了塑料可持续再生的关键步骤。消费者通过参与互动站点体验活动，深入了解公司可持续发展的理念及行动。

| 化学品安全与成分透明

治理

秉承可持续的产品理念，珀莱雅在产品研发的过程中持续关注与审查化妆品原料的安全性，持续提升各项产品的安全属性。为保障化学品原料的安全性，公司建立自上而下的原料开发管理架构，形成由总经理监督、异常决策委员会决策、各部门配合执行的管理模式，全方位保障化学品新料引入的安全性。

珀莱雅原料开发管理体系 >

原料研究与开发

基于市场需求和配方开发需求，对新原料 / 替代 / 储备原料引入，编制并开放原料质量审核标准等

采购

负责原料供应商开发、选择、采购、商务谈判等

研发

负责提供产品研究相关的原料需求，并在候选原料引入前提供检测和验证支持

质量管理

负责管理原料供应商质量管理体系，同时负责来料检测

各品牌产品开发 / 产品营销

提供产品线规划及新原料需求

在制度建设方面，公司制定了《新原料开发流程规范》《创新原料安全检测管理制度》等制度，规范管理新原料研发操作，确保新原料开发过程的合规性、安全性。

战略、风险及 机遇管理

在全球可持续发展背景下，提供安全、环保的美妆护肤产品成为美妆企业彰显品牌区隔、进行差异化竞争、增加用户粘性的一大发力方向。同时，美妆行业原料安全相关的监管政策也在陆续出台。

为更好的应对当前及未来的监管风险，把握市场机遇，公司制定了化学品安全战略及管理目标，将产品安全保障体系分为“原料”和“产品”两个阶段，对所有化妆品成分进行安全性评估并制定相关管理目标；通过开展原料的可靠性及可追溯性，不断减少或禁用有争议的成分；提高产品成分透明度，保障消费者的知情权。

管理目标

“到 2025 年，推动基础研究与功效性原料的研发，打造更卓效的产品，实现更安全有效的自研功效性原料投入应用”。

此外，公司建立了完善的化学品安全风险管理体系，定期开展相关风险的识别、评估及应对，确保产品的安全评估和化学品管理的有效执行。

化学品安全风险识别、评估
及管理流程 >



检索

- 定期开展化学品原料安全相关法律法规、行业标准及相关规定检索，识别新政策及有争议、受关注的化学品成分，更新内部受关注化学品清单及禁用名单，提高化学品管理的合规性



盘查与识别

- 开展受关注化学品盘查，识别受关注化学品及涉及产品，完善化学品原料台账管理



评估

- 评估受关注化学品原料使用情况，由各相关部门进行评估和决策，制定配方升级和汰换的计划

化学品安全风险识别、评估
及管理流程续表 >



调整

- 对于法律明确规定的禁用成分，公司严格按照法规要求，实时执行禁用成分的仓储清零
- 对于临床研究、行业政策、市场反馈有争议的成分，公司依据成分升级计划，逐步汰换、减少争议成分的使用
- 在调整完毕后更新产品备案信息

化学品合规管理

公司严格遵守《化妆品原料数据使用指南》《化妆品安全技术规范》《化妆品安全评估技术导则》等法律法规要求，同步参照《国际权威化妆品安全评估数据索引》《已上市产品原料使用信息》等数据信息，规范化开展化学品安全管理工作。

在遵循中国法律法规及有关要求的基础上，公司借鉴欧盟、韩国以及日本等国家对于化学品成分及剂量的要求，进一步提升对化妆品原料选用的规范准则。

同时，公司秉持“绿色为先”的原则，参考《COSMOS 标准》、《ISO 16128-1/2 天然和有机化妆品成分和产品的技术定义和标准》等国际可靠的有机认证标准，持续提升产品中绿色、天然、有机原料的应用比例。

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

- REGULATION (EC) No 1223/2009 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL
- REGULATION (EC) No 1272/2008 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL

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》

公司的化学品安全管理贯穿研发到上市后的各个阶段，各品牌研发部主要负责保障产品的安全性。公司将安全保障体系分为“原料”和“产品”两个阶段，“原料”阶段重点关注开发过程中新原料的安全性及可持续属性，“产品”阶段重点关注产品的配方升级和汰换计划。

珀莱雅化学品安全管理程序 >

类别	主要举措
“原料”安全	<ul style="list-style-type: none"> • 在新产品研发中禁用化学品管理法律法规、行业标准、学术成果及内部受关注化学品名单上有争议成分 • 制定《新原料引入管理流程》规范管理新原料研发操作，确保新原料开发过程的合规性、安全性 • 制定《创新原料安全检测管理制度》，对首次在我国境内使用的新原料开展全生命周期监测 • 要求化学品原料供应商开展安全性评估、提供化学品原料毒理检验报告 • 关注配方组成物中的天然和化学成分，不区别对待天然和化学成分 • 对候选新原料进行检测与评价，检测项包括：常规检测、原料特征指标检测、微生物检测、风险物质检测、活性成分检测

珀莱雅化学品安全管理程序
续表 >

类别	主要举措
“产品”安全	<ul style="list-style-type: none"> • 依据现行法律法规、行业政策及最新学术研究成果，系统开展化学品监控工作，动态更新内部受关注化学品清单并持续优化化学品台账管理，同时将更新内容及时通报相关部门，有序推进化学品使用减量化进程 • 对于法律明确规定的禁用成分，公司严格按照法规要求，实时执行禁用成分的仓储清零 • 对于临床研究、行业政策、市场反馈有争议的成分，公司依据成分升级计划，逐步汰换、减少争议成分的使用 • 开展化学品杂质检验，在保障产品安全的情况下，主动替换、使用杂质更少的化学品 • 设置原料验收标准、采用原料保质期控制系统、设置原料质量控制指标，包括：理化、微生物、红外光谱指纹控制等，保障化学品安全、有效性 • 增加包装材料相容性测试，识别包装材料是否有潜在的对人体有害的物质被化妆品内容物浸出 • 开展人体斑贴测试、眼刺激性 / 腐蚀性的鸡胚绒毛尿囊膜试验、斑马鱼测试、乳酸刺痛模型检测等，减少化妆品引起人体皮肤不良反应的潜在可能性 • 在官网公开披露汰换化学品成分清单、大单品全配方，保障消费者对产品成分的知情权

2024年，公司在原料及活性物筛选方面，通过体外人体研究建立了表面活性剂数据库，为后续应用研究的成分安全性奠定了坚实基础。在配方开发阶段，公司采用内部与外部资源相结合的方式，全面验证原料及表面活性剂的安全性和功效，为产品开发提供了科学保障。此外，公司对所有新原料进行安全评估，补齐各项原料资料信息，确保化学品来源及使用符合法规要求。

珀莱雅历年成分汰换清单 >

序号	原料名称	汰换进度
1	碘丙炔醇丁基氨甲酸酯 (IPBC)	已经淘汰
2	甲基氯异噻唑啉酮和甲基异噻唑啉酮与氯化镁及硝酸镁的混合物 (甲基氯异噻唑啉酮:甲基异噻唑啉酮为 3:1)	已经淘汰
3	曲酸	已经淘汰
4	丁基甲氧基二苯甲酰基甲烷	已经淘汰
5	三氯生	已经淘汰
6	新铃兰醛	已经淘汰
7	咪唑烷基脲	已经淘汰
8	双(羟甲基)咪唑烷基脲	已经淘汰
9	吡啶硫铜锌 (ZPT)	已经淘汰
10	甲基异噻唑啉酮	已经淘汰
11	塑料粒子类 (聚乙烯蜡)	在淋洗类产品中已经淘汰
12	丙二醇	逐步淘汰 (大单品已经不再使用)
13	尼泊金酯类	逐步淘汰 (大单品已经不再使用)
14	矿物油	逐步淘汰 (大单品已经不再使用)
15	肉豆蔻酸异丙酯	逐步淘汰 (大单品已经不再使用)
16	椰油酰胺 DEA	逐步淘汰 (大单品已经不再使用)
17	滑石粉	逐步淘汰 (大单品已经不再使用)
18	丁羟甲苯 (BHT)	逐步淘汰 (大单品已经不再使用)
19	苯氧乙醇	逐步淘汰 (大单品已经不再使用)
20	含 PEG 类乳化剂	逐步淘汰
21	人工色素	逐步淘汰

注:

[1] 公司实时更新成分汰换清单, 具体信息以官网披露信息为准。

[2] 原料序号 5、6、9 汰换原因为法规要求, 其余原料均为主动淘汰。

化学品成分透明

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

成分公开

- 公司在产品标签上按法律法规要求, 对产品成分进行全标注
- 公司在“透明标签”“美丽修行”等消费者常用的 APP 上传产品全成分表, 公开透明地披露产品成分
- 公司在官网公布受关注化学品成分汰换清单, 并定期更新汰换清单及汰换进度; 公布产品成分备案查询方式
- 公司所有的产品推广均会清晰地说明所使用的成分、作用机理以及来源

化学品安全指标与目标

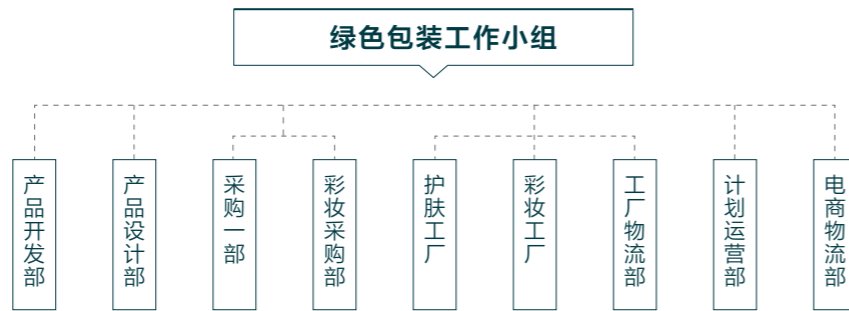
指标	单位	管理目标	2024年进展	达成情况
推动基础研究与功效性原料的研发, 打造更卓效的产品, 实现更安全有效的自研功效性原料投入应用	/	到 2025 年 推动基础研究与功效性原料的研发, 打造更卓效的产品, 实现更安全有效的自研功效性原料投入应用	将槐糖脂、琥珀酸等生物基原料应用于产品中	按计划推进中

| 绿色包装

治理

珀莱雅绿色包装管理与实践涵盖生产全流程涉及到的多种产品包装，如制成品包装、中间体包装、仓储物流包装等。公司坚持在产品与包装设计中融入环保理念，制定《包装材料管理规范》《可持续包装管理手册》等制度，建立由计划运营部统筹管理，产品开发部、产品设计部等部门协同管理、执行与监督的组织架构，有效提升绿色包装的管理水平。

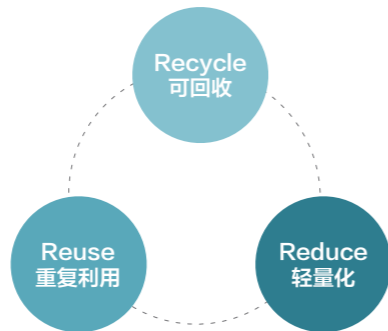
珀莱雅绿色包装治理架构 >



战略、风险及机遇管理

新一代消费者更加关注环境保护和个人健康，将产品的环保性与包装的可持续性作为购买产品的重要考量维度。因此，推广绿色与可持续发展的包装已成为美妆品牌未来发展的关键因素。为此，珀莱雅设立 3R (Reduce 轻量化; Reuse 重复利用; Recycle 可回收) 的可持续包装提升理念，致力于提升包装在设计、采购、生产、物流各环节的可持续属性，进一步实现包装轻量化，提高包装使用率和可回收率。

珀莱雅绿色包装提升理念 >



公司设立可持续包装管理目标，旨在满足包装材料安全性要求及产品包装功能需求的基础上，尽可能地减少产品包装循环周期内所消耗的材料与能源、使用更加环境友好的包装材料，降低产品包装对环境的压力。

管理目标

绿色包装风险识别、评估与管理流程 >

到 2025 年，以 2021 年为基准

包装材料中可持续包装材料的比例提升 **20%** 包装使用强度降低 **15%**

类别	描述
产品定位与需求分析	<ul style="list-style-type: none"> 在产品定位初期，结合品牌定位、用户画像与产品使用场景等角度，对该类产品的包装使用进行定性，例如 Off&Relax 品牌定位为天然产品，因此考虑配合使用重复利用包装材料
风险识别及评估	<ul style="list-style-type: none"> 开展专项评估，模拟消费者使用场景，推算包装年度废弃物总量，并对其影响环境的程度和大小进行评估 开展成本可行性测算，确保绿色包装的使用对应的成本提升，会获得消费者的认可

绿色包装设计

珀莱雅通过开展包装减量、包材升级、替换装、易回收包装等设计，降低一次性塑料包装使用量，提供包装回收率。在确保产品质量功能前提下，公司制定产品轻量化的解决方案，通过简化生产工艺、结构优化、装配优化和材料使用提升包装可持续属性。

案例

珀莱雅绿色包装设计

- 赋能鲜颜淡纹紧致霜 (3.0 版) 产品替换装，相较原设计每个替换装产品可减少塑料使用逾 100 克；包装重新设计升级，单个产品可减少塑料使用逾 30 克
- 双抗焕亮精华液 (3.0 版) 产品替换装，相较原设计每个替换装产品可减少塑料使用逾 30 克
- 赋能鲜颜淡纹紧致精华液产品替换装，相较原设计每个替换装产品可减少塑料使用逾 40 克、铝材使用逾 15 克
- 启时集致紧塑霜产品替换装，相较原设计每个替换装产品可减少塑料使用逾 35 克、铝材使用逾 15 克、玻璃使用逾 170 克
- 启时集致抗皱精华液产品替换装，相较原设计每个替换装产品可减少塑料使用逾 40 克、铝材使用逾 10 克

倡导绿色循环

珀莱雅旗下多个品牌致力于推动包装回收与重复利用。同时，在工厂生产及仓储物流阶段，公司通过对内部物流使用的包装及容器进行回收利用和材料替换，降低纸箱及一次性塑料使用的同时减少包装废弃物产生。

案例

珀莱雅绿色循环行动

- 彩棠品牌部分产品线使用 PP 塑料循环箱替换瓦楞纸箱，累计节约 5 吨瓦楞纸张
- 悦芙媞品牌新产品计划使用玻璃包装替换原一次性塑料包装
- 促销活动确权订单与现货订单合并发货，双十一促销活动实际合并发货约 50 万单，有效减少因重复发货造成的包装材料浪费
- 绿色循环箱使用次数达 125 万，同比 2023 年使用量增长 55.8%

使用环保纸张

公司在推进环保包装方面实施系统性优化，于 2024 年持续推进森林管理委员会 (FSC) 认证纸张的应用。FSC (Forest Stewardship Council, 森林管理委员会) 旨在推广环境友好、社会有益和经济可行的森林经营，在不对环境造成负面影响的前提下，满足当代人的使用需求。

此外，公司通过以单色印刷替代多色印刷工艺、引入可降解包装膜等措施，不断降低产品包装的环境足迹。

绿色包装指标与目标

指标	单位	基准年 (2021年)	管理目标	2024年进展	达成情况
可持续包装材料使用比例	%	0.16	到 2025 年 可持续包装材料使用比例较基准年提升 20%	33.88	已达成
包装使用强度	吨 / 万件	1.10	到 2025 年 包装使用强度较基准年降低 15%	1.29	按计划推进中

气候变化减缓与适应

珀莱雅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。

珀莱雅温室气体排放来源识别 >

温室气体排放环节	主要能源消耗	温室气体主要来源
原材料采购	• 原材料生产和运输消耗的能源	• 原材料生产和运输产生的范围三排放
生产	• 电能 • 天然气	• 电能消耗产生的范围二排放 • 天然气、自有车辆汽油、柴油消耗产生的范围一排放
产品分销	• 电能 • 货运车辆消耗的汽油、柴油	• 自有仓库消耗电能产生的范围二排放 • 第三方仓库和货车产生的范围三排放
产品使用与废弃	• 产品使用过程用水消耗的能源 • 废弃物回收、处置消耗的能源	• 范围三排放
办公运营	• 电能 • 自有车辆汽油、柴油	• 电能消耗产生的范围二排放

治理

珀莱雅建立了自上而下的 ESG 管理架构，由董事会及董事会战略委员会负责监督包括“气候变化减缓与适应”议题在内的 ESG 相关事宜，确保其切合公司所需。董事会战略委员会下设 ESG 管理委员会，负责监督和指导气候变化计划，制定和监督气候变化绩效目标的执行，制定气候变化激励政策等，受董事会及董事会战略委员会监督。ESG 管理委员会下的 ESG 执行小组为气候变化管理工作的核心执行团队。

战略、风险及机遇管理

公司参照国际可持续准则理事会 (ISSB)《国际财务报告可持续披露准则第 2 号——气候相关披露》(简称“IFRS S2”)的气候相关信息披露框架，结合公司的业务特点，进行了初步的气候风险分析与评估，识别了与公司资产和运营直接相关的气候风险与潜在机遇，并采取措施有效应对识别的风险及机遇。

珀莱雅气候变化风险与机遇识别与应对 ▾

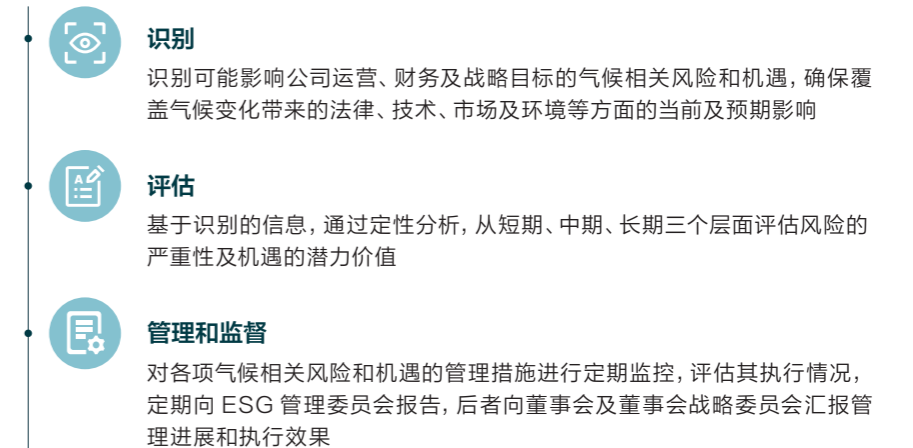
气候风险 / 气候机遇		具体描述	应对措施
实体风险	急性物理风险	公司办公地与生产基地可能会受停电、洪涝、交通运输困难等问题，导致安全生产事故的发生或生产暂停的情况，对产品的稳定供应产生重大影响，在短时间内对公司的营收产生较大影响	<ul style="list-style-type: none"> 日常经营中密切关注气象预报和预警信息，及时了解自然灾害的动态和影响范围，实时监控做好预警工作 提前检查生产设施、储备原材料及应急物资等，确保生产经营的稳固性和安全性，减少自然灾害对公司的日常生产经营造成影响，并确保员工的安全 在灾害发生时启动应急机制，第一时间启动前期处置方案并汇报属地相关部门后进行处理
	慢性物理风险	气候变化会导致全球变暖、海平面上升等情况出现，对生产所需水资源产生影响，对公司长期的营收产生影响	
转型风险	政策和法律风险	自我国碳达峰、碳中和目标提出以来，公司可能面临能源与环境法规和政策的收紧，严格的政策及法规预计会增加运营成本	<ul style="list-style-type: none"> 及时了解和遵守相关监管法律法规，并根据法规要求，规范各项业务的工作机制和专业流程 每年开展全公司的温室气体排放核查，以便及时响应相关要求
	市场风险	低碳及产品碳足迹管理政策的出台将影响市场的供需结构，客户倾向于购买低碳产品	<ul style="list-style-type: none"> 在生产工艺方面，积极采用低碳绿色工艺，持续寻求生产及运营的低碳节能方案 在包装方面，基于 3R 理念，持续推进可持续包装的更新与应用，以降低包装的碳排放
	技术风险	为减少碳排放，进行生产工艺优化、使用可再生能源、购买绿色证书，可能面临较高的技术投入成本及风险	<ul style="list-style-type: none"> 在物流运输方面，使用新能源车辆替换传统燃油车，同时科学优化运输流程，减少资源消耗 在供应链方面，与十家战略伙伴达成深度合作，发布减碳宣言
	声誉风险	低碳经济、气候相关议题愈发受到大众关注，若公司无法在应对气候变化方面进行合理回应，将对公司声誉造成一定的风险	<ul style="list-style-type: none"> 加大对气候变化因素的关注，通过 ESG 报告、全球环境信息研究中心报告 (CDP 报告) 等形式，及时、准确披露公司气候变化减缓与适应举措及数据
资源效率机遇	生产和运营过程中提高能源、水资源、原材料等资源的使用效率，降低公司运营成本	<ul style="list-style-type: none"> 积极采用绿色办公与绿色运营措施，并对员工加强资源与能源节约主题的宣贯工作 积极引进节能设备或对现有设备进行节能技术改造 新建工厂建筑在设计阶段融入生态环保理念，降低建造与运营环节中的各类资源使用量 	
能源来源机遇	运营过程中使用可再生能源，降低公司受传统能源价格波动影响	<ul style="list-style-type: none"> 持续推广可再生能源的使用，报告期内屋顶光伏年发电总量约为 2,562.09 兆瓦时，购买 7,104.00 兆瓦时绿色证书 	

珀莱雅气候变化风险与机遇识别与应对续表 ▾

气候风险 / 气候机遇		具体描述	应对措施
产品与服务机遇	在低碳经济转型背景下，客户在环保产品与服务方面的需求在不断增加，对公司业务是新的市场机遇	<ul style="list-style-type: none"> 加大对创新型产品和技术研究、开发和采用 通过选择环境友好型原材料供应商，为公司研发环保产品提供更多可能性 推出环保友好型产品，加强公司在各品类的竞争力 	
市场机遇	低碳经济背景下，公司在气候变化方面的良好表现愈发受到市场青睐，致力于提升产品质量、工艺创新，在降低风险的同时为公司带来稳定收入	<ul style="list-style-type: none"> 通过对赋能鲜颜淡纹紧致霜、双抗焕亮精华液等产品进行替换装设计及简化包装，减少塑料及铝材使用约 300 吨，相当于减少约 938 吨二氧化碳当量排放 	
适应力	积极开展应对气候变化相关产业合作，或参与气候相关行业交流，有利于培养气候变化的适应能力	<ul style="list-style-type: none"> 通过参与行业论坛展会等活动，积极与同行共享资源及自身实践案例，促进技术创新和业务升级，更好地适应快速变化的市场环境 	

珀莱雅建立系统化的气候相关风险和机遇管理流程，覆盖识别、评估、监督等环节，助力提升公司面临气候相关风险时的韧性，同时挖掘公司业务中的潜在价值和机遇。

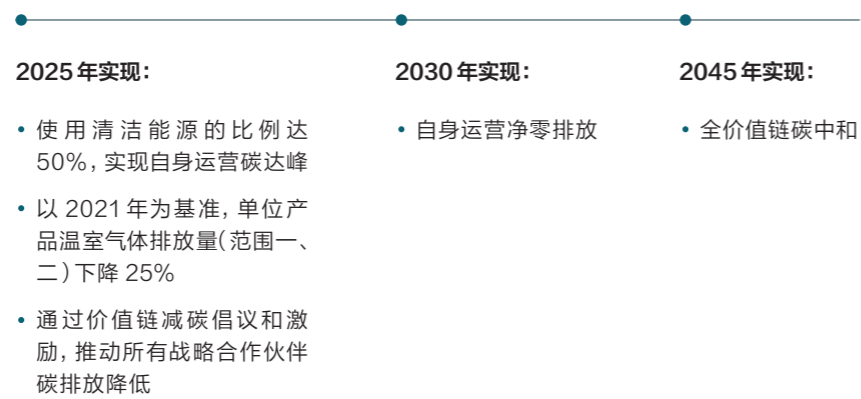
气候变化风险与机遇识别、评估与管理流程 >



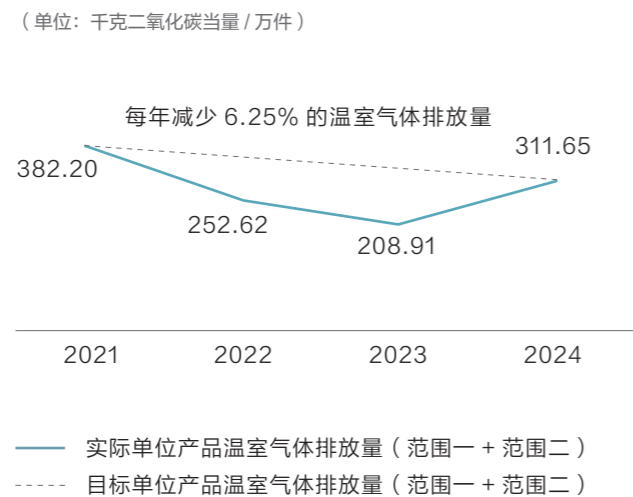
指标与目标

珀莱雅通过设定具体的、可衡量的目标来推动气候变化适应与缓解进程。通过积极实施减排转型计划、优化能源使用和强化环境保护，公司致力于实现全价值链碳中和目标并与全球气候变化努力接轨。

珀莱雅全价值链碳中和路径 >



关键绩效¹ >



注 1: 公司计划以线性方式减少单位产品的温室气体排放量, 即每年减少 6.25%。

| 环境合规管理

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》《危险化学品安全管理条例》等法律法规及相关规定，不断优化环境管理体系，建立自上而下的环境管理架构，通过总经理决策、环境管理委员会监督、各部门执行的治理机制，保障公司环境管理工作的有效持续开展，并致力于持续改善环境绩效。

珀莱雅工厂环境管理体系 >

质量管理	生产管理	环境管理
负责监督产品生产过程，确保产品从原材料到成品的全过程均符合环保标准与规定要求	负责产品的生产制造，落实生产过程中涉及的各项环境管理要求	开展各项环境管理事务，确保各项环境管理措施在全公司范围内有效实施

珀莱雅环境管理体系认证情况 >

公司 / 生产基地名称	认证范围	认证名称	认证有效期
护肤工厂	一般液态单元 (护发清洁类、护肤水类、喱类)、膏霜乳液单元 (护发类、护肤清洁类)、粉单元 (散粉类) 化妆品的设计、开发和生产	ISO 14001:2015	2028/2/14

公司遵循“节能、降耗、减排、增效”的环境管理方针，制定符合公司生产经营情况、覆盖各环境影响因素的管理制度，在采购、生产、研发等各环节均严格贯彻落实，同时定期对公司员工开展环境培训，保证环境相关风险获得有效控制。

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。

珀莱雅各环节主要环境影响分析^注 √

环节		输入	输出
采购环节		<ul style="list-style-type: none"> * 各类供应商的生产经营需消耗原材料、能源、水资源 	<ul style="list-style-type: none"> * 各类供应商生产经营产生废水、废气、固体废弃物、温室气体（范围三）
生产研发环节	产品成分与包装	<ul style="list-style-type: none"> 资源：原材料、包装物料 	<ul style="list-style-type: none"> 温室气体（范围一、范围二） 废气：挥发性有机物（VOCs）、氮氧化物（NO_x）、油烟 废水：化学需氧量（COD）、氨氮含量（NH₃-N） 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 有害废弃物：实验室危险试剂、废机油、废油墨等
	产生蒸汽制膏工艺加热	<ul style="list-style-type: none"> 能源：天然气 	
	空调制冷 / 生产动力 / 照明	<ul style="list-style-type: none"> 能源：外购电力、自建光伏发电 	
	产品成分用水 / 工艺介质 / 清洗	<ul style="list-style-type: none"> 水资源：市政供水 	
分销与仓储物流环节		<ul style="list-style-type: none"> 资源：用于运输中转的包装物料 能源：货运车辆消耗的汽油、柴油；仓库运营使用的外购电力² * 经销商运营消耗的能源、资源 	<ul style="list-style-type: none"> 温室气体（范围一、范围二、范围三） 一般废弃物：废弃包装物、生活垃圾
产品使用与废弃		<ul style="list-style-type: none"> * 消费者产品使用过程中消耗水资源和能源（产生热水） * 废弃物处置单位的生产经营会消耗能源和水资源 	<ul style="list-style-type: none"> * 消费者使用产品后会产生一般废弃物 * 废弃物处置单位的生产经营会产生废水、废气、温室气体（范围三）
办公运营		<ul style="list-style-type: none"> 能源：外购电力、自有车辆消耗的汽油 水源：市政供水 	<ul style="list-style-type: none"> 废水：生活废水 无害废弃物：生活垃圾 温室气体（范围一、范围二）

案例

珀莱雅湖州生产基地严格遵循《化妆品生产质量管理规范》进行整体规划，生产车间洁净区环境指标全面符合化妆品行业高标准要求。通过智能化升级，该基地构建以数据中台为核心的智能仓储体系，实现机器人全流程自动化作业，形成可持续发展的绿色生产闭环，有效支撑企业降本增效战略目标。



∧ 搬箱码垛机器人



∧ 全自动装盒机



∧ 智能物流中心

珀莱雅湖州工厂荣获“2024年度国家级绿色工厂”，践行绿色发展理念

珀莱雅持续践行数字化设计、智能化生产、智慧化管理、协同化制造、绿色化制造、安全化管控的理念，并获得积极成效。由中华人民共和国工业和信息化部发布的“2024年度绿色制造名单”中，珀莱雅湖州工厂被认定为“2024年度国家级绿色工厂”，同时该工厂还获颁浙江省“未来工厂”“浙江省智能工厂”“浙江省级绿色低碳工厂”“湖州市节水型企业”，标志着珀莱雅的绿色制造水平和可持续发展理念又一次获得了国家权威认可。



∧ 国家级绿色工厂公示名单及未来工厂证书

注1: 标记 * 的环境影响不在本报告的报告范围内。第三方承担的部分不在本报告的报告范围内。

排放与废弃物

珀莱雅产生的污染物排放与废弃物主要来源于产品的研发、生产及员工办公。公司严格遵守《中华人民共和国污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等法律法规，制定《污水处理管理制度》《锅炉管理制度》《危险废弃物管理制度》等制度，有效管理各项污染物与废弃物。

珀莱雅主要排放与废弃物 >

类别	主要排放物 / 废弃物	处理方式	参考标准
废水	五日生化需氧量 (BOD ₅)300mg/L、化学需氧量(CODcr) 500mg/L、悬浮物 400mg/L、氨氮 35mg/L、动植物油 100mg/L 等	生产废水经污水处理站后出水至景观水池或纳管排放, 生活废水经市政污水管道排放	《污水综合排放标准》(GB 8978-1996)
废气	氮氧化物 50 mg/m ³ 、颗粒物 20 mg/m ³ 、二氧化硫 50 mg/m ³	经废气处理装置及收集装置后对外排放	《大气污染物综合排放标准》(GB 16297-1996) 《锅炉大气污染物排放标准》(GB 13271-2014)
一般废弃物	生活垃圾、纸箱、胶带、膜、纸等	收集后循环利用或出售	《生活垃圾焚烧污染控制标准》(GB 18485-2014)
	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	
危险废弃物	实验室危险试剂、废机油、废油墨	交由有资质的机构定期处理	《危险废物鉴别标准通则》(GB 5058.7-2019)

湖州生产基地构建了完善的污染物排放管理体系，由生产基地总经理全面负责公司污染物排放管理战略的制定和重大决策，污染物排放管理委员会监督污染物排放管理计划的执行情况，各部门根据自身职责，实施减排及改善举措并定期向上汇报。

此外，公司建立长效监测机制管理污染物排放，定期委托第三方机构对废气、废水进行检测，并形成检测报告。报告期内，公司废水及废气中各类污染物浓度均低于国家排放限值。

珀莱雅排放与废弃物主要管理措施 >

类别	管理措施
废水	<ul style="list-style-type: none"> 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 设置 Multi Vision COD 在线自动监测仪，24 小时监测处理后水体中的 COD 设置污泥压滤装置，有效清理废水中有机物质，进一步提升污水处理水平，确保废水排放始终达到 A 级标准
废气	<ul style="list-style-type: none"> 设置制膏废气处理设施降低粉尘及有机废气的排放，粉尘收集率可达 99%，有机废气去除率达 75% 报告期内，对 VOC 收集装置进行技术改造，使用可回收活性炭提高收集效率 报告期内，对生产流程中易产生粉尘的环节，使用更先进的过滤技术，有效降低粉尘在车间内的积聚
废弃物	<ul style="list-style-type: none"> 登录浙江省固体废物监管信息系统平台，对危废产生量、处理进行申报，实现废弃物全过程数据跟踪与风险预防 设置污泥压滤装置，减少污泥生成量

案例

珀莱雅湖州工厂开展“雨水零直排”改造工程，有效提升污水管理效果

2024 年，珀莱雅湖州工厂开展“雨水零直排”改造工程，通过搭建智慧雨水收集处理系统，在雨水排放口安装智能阀门系统，主要监测雨水的指标“pH(6-9)、电导率(<1000μS/cm)、氧化还原电位(ORP)”等。通过系统自动判断水质是否合格，进而精准控制阀门的启闭。目前，工厂三项参数均符合标准。

工厂在初期雨水池加装提升泵、液位计、流量计等装置。液位计可实时反馈雨水池水位，方便工作人员及时了解情况，后续通过提升泵将初期雨水回用灌溉绿化。同时，流量计数据上传功能可准确记录初期雨水的使用情况。

工厂建立了事故应急池，在平常状态下，应急池需保持空置，以确保在事故发生时，能够最大程度地储蓄事故废水。为了及时掌握事故应急池内的水量情况，工厂加装了液位计，并且设置了提升泵，一旦事故发生，可及时将应急池内的事故水排入厂区污水站进行处理，处理达标后再行排放。从而有效避免事故废水对环境造成污染。

能源管理

珀莱雅生产经营活动及办公中直接或间接消耗的能源为电能、天然气、汽油与柴油。公司严格遵守《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国可再生能源法》等法律法规，制定《节电管理制度》《天然气泄漏应急预案》等能源管理制度，2024年新增《能源管理手册》《能源管理团队职责》《节能降耗控制程序》等规章制度，规范化管理各项能源使用。

管理目标

到 2025 年

使用清洁能源的比例达

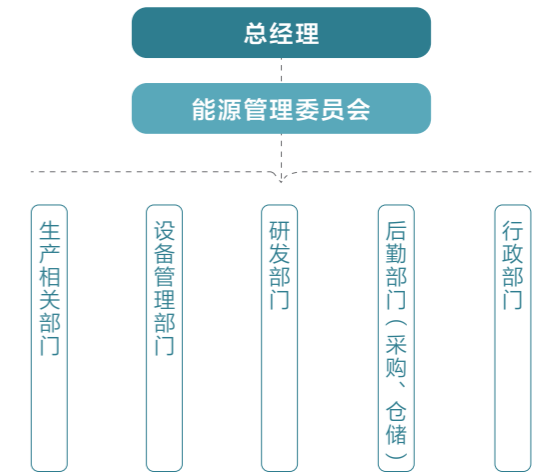
50%



^ 太阳能光伏发电

公司持续完善能源管理体系，构建分层级的能效管控架构，依托总经理战略决策、能源管理委员会统筹调度、各部门分解配合落实的三级联动机制，切实保障公司能源使用效率的持续提升与节能目标的达成。2024年，公司湖州护肤工厂经过外部能源审计，获得 ISO 50001 能源管理体系认证（有效期至 2028 年 01 月）。

珀莱雅能源管理架构 >



生产相关部门

直接参与生产过程中的能源使用和控制，是能源管理的关键执行部门

设备管理部门

负责公司设备的维护、更新与能源效率提升，确保设备在能源利用方面的优化运行

研发部门

从产品和工艺研发角度，探索节能型的生产方式和产品配方，推动能源管理技术创新

后勤部门（采购、仓储）

采购部门负责能源相关物资的采购，仓储部门负责能源物资的存储和管理，共同确保能源供应的稳定性和合理性

行政部门

管理公司办公区域的能源使用，包括照明、空调、办公设备等的能耗控制

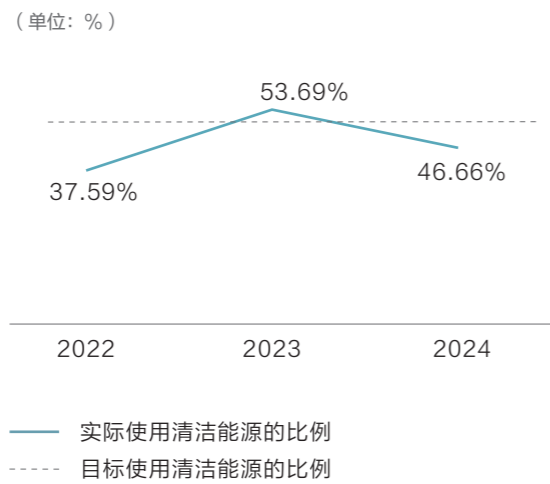
在日常办公中，公司倡导绿色办公理念。珀莱雅严格遵守《珀莱雅大厦日常节电方案》和《珀莱雅大厦有序用电管控方案》，鼓励员工在离开公司时关闭灯光空调，避免能源浪费。在满足员工基本需求的前提下，关闭部分办公区域空调和减少地下区域过度供亮等措施，降低办公电力消耗。

在日常生产过程中，工厂倡导节能减碳生产理念，大力推行降本增效项目。湖州工厂生产车间严格遵守有序用电管控方案，鼓励员工在结束生产时关闭照明空调，避免能源浪费，通过加装时间控制器，所有运输设备在谷电时进行充电，此外，还通过错峰错谷等手段，对洗瓶机、锅炉、进一步优化能源使用，切实降低设备运行过程中的电力消耗。

珀莱雅 2024 年节能
措施与成效 >

主要措施	成果绩效
通过能源管控平台，构建了能源产耗预测模型和用能平衡模型，采用能源系统的 AI 优化调度和运行，实现对空调、工艺制冷等设备的精细化管理	能源利用率提升了 5%
所有生产区域实施在休息时间关闭风柜运行，上班时自动启动的策略	节能约 3,000kWh
对生产区域的洗瓶机设备在连续生产期间，降低开停机频次，延长高温段停留时间，实现热能节约	节能约 7,500kWh
所有生产区域在休息时间关闭塑封机设备，有效降低能耗	节能约 25,025kWh
所有生产区域在生产结束提前时间关闭工艺制冷机组运行	节能约 45,000kWh

关键绩效¹



注 1: 清洁能源使用占比 = (外购电力: 可再生能源 + 太阳能光伏发电量 + 天然气用量) / 综合能源消耗量 * 100%。

资源管理

珀莱雅生产经营过程中的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。严格遵守《中华人民共和国水法》《城市节约用水管理规定》等法律法规，依据法规要求办理用水许可，规范用水行为，确保水资源利用合法合规。

管理目标

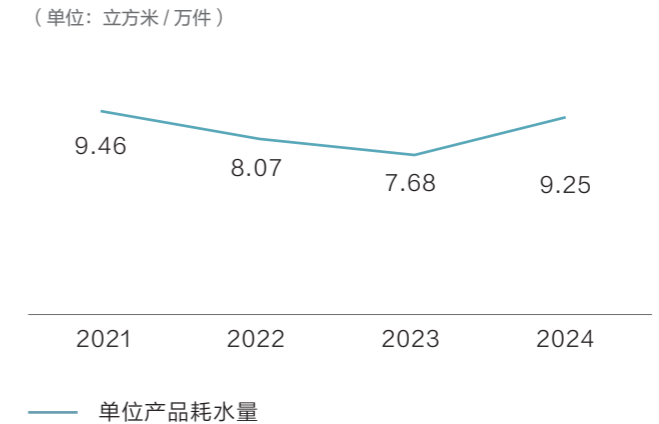
到 2025 年，以 2021 年为基准

单位产品水资源消耗量减少 **30%**

珀莱雅资源管理主要措施 >

类别	管理措施
水循环利用	<ul style="list-style-type: none"> 冷却水循环利用: 湖州护肤工厂车间建有冷却水循环水池，冷却水重复利用，定期排放 污水过滤回用: 建有污水处理系统，通过对污水进行过滤处理，可将中水回用至厕所冲水及景观水池补水，减少新鲜水取水量 纯水制备浓水回用: 纯水制备机组产生的浓水回用至厕所冲洗水及景观水池 蒸汽冷凝水回用: 蒸汽冷凝水收集回用至清洗工序，有效利用蒸汽余热和水资源
设备升级	<ul style="list-style-type: none"> 安装 50 吨水箱，避免突发断水事件对公司生产经营造成影响

关键绩效



| 负责任采购

治理

可持续供应链对企业发展的战略意义不仅关乎环境保护与社会责任履行，更是塑造企业长期竞争力与品牌价值的重要基石。

珀莱雅主要供应商类型为物料供应商与 OEM (Original Entrusted Manufacture, 原始设备制造商)、ODM (Original Design Manufacturer, 原始设计制造商) 供应商, 供应商的稳定关系到公司产品与服务的品质和稳定经营。公司严格遵守《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国招标投标法》等法律法规, 制定并更新《供应商管理制度》《原料采购管理制度》等制度材料, 建立董事会统一领导, 采购部门、原料研究与开发部等各部门互相配合实施的供应链管理体系, 持续规范供应商管理流程与采购程序, 防范供应链风险。

珀莱雅供应链管理体系 >

采购	原料研究与开发	价格评审	质量管理	内审
负责开发能满足需求的潜在供应商, 负责计划和组织对合格供应商的年审以及对供应商开展绩效评价	负责开发新原料供应商, 并作为技术支持部门参与新原料供应商的评审	负责对供应商的采购价格进行审核, 监督采购流程执行合规, 对供应商进行资质预审及资料维护	负责初步评估供应商的质量保证能力, 并主导生产物料供应商的现场评估	负责对供应商管理全流程检查与监督管理, 并对发现待改善问题提出整改和优化意见

为应对在激烈行业竞争中, 可能发生的如供应链质量不稳定、供应链存在安全隐患等风险, 公司依托“6*N”战略中“新智造”大方向, 在战略规划上推进自动化、数字化和智能化升级, 实现生产端与需求端的数据信息链路畅通, 增强供应链韧性; 在管理策略上加强对供应商的管理, 在原有的供应商准入、评估考核、审查等管理基础上, 注重供应商环境、劳工、道德等方面的考量; 在商业模式上推动与供应商的深度合作, 共同探索如绿色包装、可持续采购等方面合作, 共同推动整个供应链的可持续发展。

战略、风险及机遇管理

管理目标

到 2025 年, 主要合作伙伴

100%

开展 ESG 符合性评估, 为所有合作方提供 ESG 管理支持

到 2025 年, 所采购的棕榈油衍生品中使用 RSPO 认证棕榈油的采购重量占比达到

70% 以上

同时在规划期内进一步完善对采购原料中棕榈油的追溯体系

公司建立了完善的供应链风险识别、评估及管理流程, 以确保其风险可被有效控制及降低, 对可能具有较高风险的供应商进行线下评估, 落实对供应商的有效管理, 降低风险并提高供应链整体效率, 强化供应链的可持续发展。

供应链风险识别、评估及管理流程 >

-  **问卷风险自评**
向供应商发放《企业信息征询表》, 邀请供应商进行风险自我评估, 自我评估主要考察供应商在研发能力、生产能力、质量管理体系等方面的情况
-  **现场风险评估**
通过前往供应商运营场所, 对企业在管理体系、人员能力及培训、实验室质量管理、可溯性管理等方面进行现场风险评估, 最终形成总结报告
-  **风险整改消除**
供应商针对总结报告中识别到的潜在风险制定纠正措施与整改计划, 并在有效期内进行改进与完善, 确保潜在风险有效消除

此外，在供应商进行风险评估之前，公司主动开展供应商筛选，以年度采购金额筛选出须纳入管控的供应商，以及识别在环境、社会和治理方面具有潜在高风险的供应商，列为重点管理对象。

珀莱雅供应商筛选具体内容 >

供应商筛选过程中的风险考量	
特定国家风险	依据供应商所在地判断是否纳入高风险国家管控
行业风险	对于制造业人力劳动密集、能源消耗、制造流程特殊排放污染风险之原物料供应商，及提供人力的劳务代理公司、承包商及现场服务商等
产品风险	依原料属性分类，筛选出含对环境和人的健康有害的原料

供应商筛选过程中的 ESG 风险考量			
环境	社会	治理	业务相关性
曾有任何火灾、爆炸、工业事故导致严重伤害、死亡、环境排污或财产损失事件	曾有违反劳动、人权、劳工健康与安全相关法规遭政府单位判罚或勒令停工等事件	曾有违反公司法、证券交易法及信息安全或其他网络安全事件	年度采购金额技术与价格优势产能满足度与配合度等
曾有违反环境保护相关法规遭政府单位判罚或勒令停工等事件			

供应链安全

为保障供应链质量的稳定，公司持续规范推进供应商准入、评估等管理举措，在 2024 年重点细化新供应商预审流程与规定，并新增供应商自然淘汰机制，从而系统性提升供应链的安全性与竞争力。此外，公司于每年年初制定供应商年度审计计划，于线下对年审审计计划名单上的供应商开展审查工作，并出具审查总结报告，帮助供应商针对审查中发现的问题项进行改善。

珀莱雅供应商管理流程 >



供应商准入

根据业务运营过程中产生的新需求，在现有资源无法满足的情况下，采购部门启动新供应商开发需求。对新供应商的企业资料进行预审，择优选出潜在供应商后安排进行现场审核。按照新供应商评价标准，进行供应商评分后予以准入



供应商评估

公司定期对供应商进行绩效评估（彩妆业务供应商一年一次、护肤业务供应商半年一次），由采购部发起，协同质量管理部和价格评审部采用 SRM 线上以及线下相结合形式的打分评级，将供应商划分为 A、B、C、D 四个等级。评估内容主要包括产品质量、交货、价格、增值服务及 ESG 管理等



不合格供应商

基于供应商绩效评估结果的相应措施，D 级供应商为不合格供应商，需在规定时间内提供整改报告，并进行二次复审，如复审未通过则启动淘汰流程，终止合作关系



供应商自然淘汰

三年内无合作记录的供应商自然转为淘汰供应商，公司每年整理需淘汰供应商名单，经多层审批后进入淘汰流程，终止合作关系

可持续供应链

公司持续关注所使用的原材料可能带来的环境与社会影响，坚持以负责任的方式采购原材料，同时积极引导与支持合作伙伴开展 ESG 管理，促使其降低自身的环境与社会影响。

为降低供应链的 ESG 风险，公司在供应商准入审核中纳入环境、劳工、道德等方面的考量因素，涵盖合规雇佣、员工培训、诚信经营、环境管理等多方面的考核指标。对于可持续发展表现好的供应商，公司在同等条件下提高其采购份额，优先提供业务合作机会。

珀莱雅可持续采购举措 >

环境方面**优先选用经过环保认证的原材料**

- 我们优先采购环保原材料，包括经过可持续森林认证的纸张、棕榈油，环保油墨、环保涂料、环保胶水等
- 源产非洲的原材料，公司优先选择签署公平贸易协议的生产商
- 天然产物是珀莱雅产品的核心成分，针对黄细心根提取物、刺云实胶、大花可可树脂等，公司优先选择符合《名古屋议定书》的生产商

与生产供应商携手降低环境影响

- 我们与供应商共同努力，改进生产工艺流程，减少生产过程的环境影响
- 推动供应商环保包装材料的使用、改进包装材料的生产工艺、采用循环箱包装等举措，持续推进绿色包装理念
- 推动供应商使用环保污水处理材料及安装废气处理装置，减少外排污染物的产生
- 推动供应商高能耗设备替换、应用屋顶光伏发电，减少能源使用的同时增加绿色能源的使用比例

要求供应商建立环境管理体系

- 要求所有供应商签署《商业准则承诺书》，并承诺建立完善的环境管理体系，以提高资源使用效率、减低工业“三废”及温室气体排放
- 在新供应商开发及新项目选择的时候，优先考虑有开展 ESG 管理的供应商

社会方面

- 在《商业准则承诺书》中，要求供应商承诺坚持合规雇佣，不使用童工，不强迫工人劳动，在用工方面遵循公平不歧视原则

治理方面

- 供应商应遵守廉洁阳光原则，拒绝任何形式的商业贿赂行为

供应商发展珀莱雅供应商能力提升
行动计划 >

珀莱雅视供应商为公司的重要合作伙伴，重视与其交流及互动，通过开展供应商培训、技术 / 能力的辅导等，协助供应商建立可持续性的管理意识，提升供应链整体可持续性的能力。

类别	管理措施
供应商辅导	<ul style="list-style-type: none"> • 针对原料供应商及服务承包商，我们采取现场审核与文件评估相结合的方式识别潜在风险：通过设施巡检、文件核验及员工访谈，重点关注如体系管理情况（如 ISO 14001、ISO 45001 等体系认证）、环境保护管理（如第三方环境检测报告等）等关键环节
供应商产品技术提升项目	<ul style="list-style-type: none"> • 为提升成品料体合格率，公司依据产品要求制定清晰统一的料体质量标准及判定规则，并组织针对 ODM（代工工厂）的培训，强化其质量意识，从根本上保障产品质量的稳定性与可靠性，推动整体生产水平向高质量迈进
供应商可持续发展培训	<ul style="list-style-type: none"> • 建立定期供应商沟通培训机制，重点传导 ESG 理念与采购政策、解析国际环保趋势及要求、分享珀莱雅可持续发展管理计划实施经验，2024 年重点推进供应商碳排放数据采集标准的对接工作

生态系统和生物多样性保护

棕榈油是全世界使用最广泛的植物油之一，也是日化行业的重要原材料，但随着棕榈油的消耗不断增长，棕榈油的生产可能会导致世界上一些最具生物多样性的森林被过度地砍伐，同时对一些濒临灭绝动物的栖息地造成了威胁，因此棕榈油的可持续性成为保护生物多样性重点关注对象。

珀莱雅自身产品生产中并没有直接使用棕榈油，但公司使用的原材料中包含棕榈油制成品。公司积极开展棕榈油制成品管理，优先采购经过 Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) 认证的棕榈油衍生品，从而提高产品的可持续属性，减少对环境的影响。公司已加入 RSPO，并正在规划将原材料中的棕榈油制成品逐步替换为 RSPO 认证产品的替换工作。



^ 护肤工厂获得 RSPO 供应链认证证书

2024 年，珀莱雅护肤工厂获得可持续棕榈油圆桌倡议 (RSPO) 供应链认证 (Mass Balance 模式, MB 模式)，这是珀莱雅持续追求可持续发展的重要里程碑。同时，珀莱雅董事长侯军呈应邀接受可持续棕榈油圆桌倡议 (RSPO) 专访，通过视频，分享了珀莱雅的可持续棕榈油之路并为 RSPO 成立二十周年献上祝福。作为 RSPO 中国成员中的典型代表，与 RSPO 的合作将进一步推动珀莱雅在可持续棕榈油方面的进展。



^ 董事长应邀接受 RSPO 专访

珀莱雅 2024 年可持续棕榈油管理举措 >

类别	主要举措
识别 & 盘查	<ul style="list-style-type: none"> 识别涉及棕榈油或棕榈油衍生物产品 盘查公司 RSPO 认证棕榈油使用情况
追溯	<ul style="list-style-type: none"> 开展棕榈油追溯，要求供应商提供棕榈油产地信息、RSPO 认证资质等信息，并在内部系统中补充相关信息，完善棕榈油台账管理
调整	<ul style="list-style-type: none"> 逐步替换使用 RSPO 认证的棕榈油

负责任采购指标与目标

指标	单位	管理目标	2024年进展	达成情况
主要合作伙伴 ESG 符合性评估比例	%	到 2025 年 主要合作伙伴 100% 开展 ESG 符合性评估，为所有合作方提供 ESG 管理支持	100	按计划推进中
使用 RSPO 认证棕榈油的采购重量占比 ¹	%	到 2025 年 所采购的棕榈油衍生品中使用 RSPO 认证棕榈油的采购重量占比达到 70% 以上，同时在规划期内进一步完善对采购原料中棕榈油的追溯体系	48.86	按计划推进中

注 1: 使用 RSPO 认证棕榈油的采购重量占比 = RSPO 认证棕榈油衍生品采购重量 / 所有棕榈油衍生品采购重量 * 100%。

品质创新 与顾客共享美丽

03



科技创新始终是珀莱雅的核心驱动力。公司持续深化对皮肤科学等基础医学领域的研究,并致力于开发新型原料,赋能珀莱雅的产品力和品牌力。同时,珀莱雅通过与国内外顶尖高校、科研机构及行业专家的紧密合作,增强自身研发能力,打造一支高水准的国际研发团队。

公司持续提升自身质量管控水平、核心竞争力以及快速应对市场变化的能力,致力于提升数字化能力,通过拓展数字营销渠道,为用户带来更好的消费体验和幸福感。同时,公司高度重视消费者隐私保护,采取严格措施确保数据安全,全力保障公司高速稳定健康发展。

本章节 回应重要性议题

- 科技创新 ●●
- 产品质量与安全 ●●
- 客户服务与权益保护 ●●
- 数据安全与客户隐私保护 ●
- 促进行业发展 ●

注：“●●”代表具有双重重要性“●”代表仅具有财务重要性，“●”代表仅具有影响重要性，“●”代表既不具有财务重要性，也不具有影响重要性

本章节 回应的 SDGs



| 科技创新

治理

珀莱雅始终坚持自主研发的发展道路，并建立了一个高效、严谨、完善的研发创新治理体系。

自杭州研发中心、珀莱雅上海研发中心投入使用后，公司于2024年在法国巴黎设立欧洲科创中心。作为国内外美妆行业的沟通桥梁，欧洲科创中心将助力欧洲供应商更好地了解中国市场的需求，也将进一步完善公司的全球研发体系。

珀莱雅全球研发创新治理架构 >



杭州研发中心

专注前沿皮肤肌理研究、新原料设计和开发、配方研发和验证

下设配方开发、产品评估、测试及支持团队，实现从产品创意到落地实施的全流程管理，确保各环节具备高水平的专业性和严谨性



上海研发中心

以头皮皮肤肌理、微生态及头发洗护保养、开展基础研究、应用开发及临床功效评价

下设应用研究、功效安全及基础研究等模块，构建从理论研究到应用实践，再到安全和效果验证的完整创新链条，确保产品研究的深度和广度



欧洲科创中心

聚焦抗衰老、敏感性皮肤护理和皮肤美白等领域研究，与国际供应商开展紧密合作

聚焦创新原料的研究和探索，借助欧洲成熟的科研环境和国际合作网络，为公司引入全球领先的新原料技术提供支持

战略、风险及机遇管理

公司制定《稳定性测试操作流程》《人体斑贴测试流程》《试产流程规范》等制度，规范产品开发环节质量与安全控制。为规范管理新产品的研发程序，公司于2024年新增《新产品研发制度》，推动研发流程程序化、规范化以及高效化。

在全球美妆行业快速发展的背景下，科技的力量正深刻改变着行业格局。在这一背景下，美妆企业当前面临着市场竞争加剧、研发人才流失等潜在风险。珀莱雅秉承“以消费者为中心”的理念，以皮肤科学为基础，深入融合消费者的需求，开展从原料端到成品端的研发，包含基础研究、配方开发、理化分析、原料及产品功效评估等。此外，公司坚持“6*N”战略，以基础研究、应用研究、临床研究、外部合作为核心的研发路径，通过各品类产品创新举措，不断推出差异化及具有创新性的产品，满足市场需求。

管理目标

珀莱雅研发建设路径 >

持续提升研发投入

基础研究	应用研究	临床研究	外部合作
推进新技术和新原料开发管线规划及应用，持续运用计算生物学、基因组学、蛋白组学等跨行业先进技术赋能	以市场需求为导向，研发功效明显、肤感好、成本优的各层次护肤、美妆产品；完善各大单品未来迭代的技术布局	进行产品的临床研究和验证，探索验证原料和产品功效的新方法同时结合先进仪器和统计学，对临床研究数据进行科学地分析	巩固现有合作，携手高校及研究机构，拓宽并深化新的研究方向；通过先进设备和前沿技术的运用，赋能增值各项研究开发工作

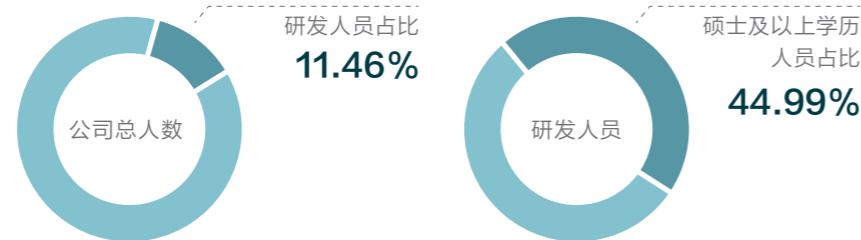
珀莱雅科技创新风险与机遇识别、评估及管理流程 >

类别	风险	机遇
识别	<ul style="list-style-type: none"> 立项阶段知识产权查新 原料准入供应商资质筛查 生产转化风险点识别 	<ul style="list-style-type: none"> 产学研平台需求对接 欧洲科创中心技术监测
评估	<ul style="list-style-type: none"> 原料风险物质检测 配方稳定性 / 相容性验证 工艺参数可行性评估 	<ul style="list-style-type: none"> 技术可行性论证 构建原料“功效-安全性-合规性”三维评估模型
管理	<ul style="list-style-type: none"> 建立全生命周期防控体系 研发-生产-市场闭环优化 实施逐级放大试验, 确认工艺稳定性 	<ul style="list-style-type: none"> 战略原料合作开发 团体 / 国家标准制定

研发团队建设

公司拥有一支专业、多元的创新研发团队，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。作为“浙江省博士后工作站”，公司持续深化高层次人才培养，通过轮岗规划、研究内容互通、行业新技术及成果交流、专项研发培训等举措，培养研发人员研发能力。

珀莱雅 2024 年度研发人员雇佣情况 >



公司持续完善人才激励机制，如设立论文及专利等对应奖励，激发研发人员创新积极性，同时为研发人员提供专利研发课题、与高校合作、评选职称等机会与专业培训，充分激发研发人员创新积极性。**报告期内，公司助力 10 名研发人员完成化妆品功效评价师（三级）职业能力培训。**

此外，公司重视外部研发合作，持续深化与外部机构、学院的合作。在国际战略合作上，公司积极探索全球范围内的研发资源，保持与德国巴斯夫公司、西班牙国际胜肽世家 Lipo True、美国特种材料专家 Ashland 等多个全球科技实验室的紧密合作关系。报告期内，公司与上海交通大学系统医学院成立“头皮健康联合实验室”，并与华东理工大学、上海理工大学、西湖大学等学校均开展不同领域的研究合作。

珀莱雅 2024 年重点研发成果 >

- 开创微小粒径壬二酸研磨新技术，解决现有壬二酸原料粒径大、溶解速率慢、不易发挥功效等问题
- 完成防晒粉体处理技术的创新，大幅提升防晒效率和产品使用感，解决了防晒浆依赖进口成本高昂及配方受限的问题，实现了低成本自主化生产与全链路品质管控体系的突破
- 完成高压微射流技术的前沿应用，精准控制分子级别配方优化，打造出具有卓越渗透力和深层修护效果的高端护肤品系列
- 防晒产品应用“软膜+硬膜+功能性粉体”自组装方案，以及通过改造水包油防晒内相形状，有效增强各波段光线散射效果，实现防晒力、防水抗汗性能双提升
- 建立珀莱雅内部敏感肌人群斑贴测试的创新检测模型，助力公司产品安全性研究和改进
- 国内外期刊及学术会议上共计发表论文 **20** 篇，其中包括验证红宝石核心技术功效的研究《Mitigation of retinol-induced skin irritation by physiologic lipids: Evidence from patch testing》发表于期刊《Journal of Cosmetic Dermatology》
- 与杭州电子科技大学在液晶乳化与防晒技术表征与验证两个项目的分析检测合作取得重要阶段性成果，其中液晶乳化项目递交了 **2** 篇高水平学术论文和 **1** 项专利申请，成果获得了“浙江省科学技术成果登记证书”的权威认可

珀莱雅 2024 年科技创新相关
认可与荣誉 >

- 入选“2024 年度浙江省高新技术企业创新能力 500 强”榜单，并位列第 36 位
- 荣获省经信厅企业研发机构最高等级评定“浙江省功效化妆品重点企业研究院”
- 与多家企业及高校联合申报的《生物样本中复杂基质的高效分离关键技术及应用》荣获“2023 年度浙江省科学技术进步奖三等奖”
- 珀莱雅研发中心荣获由中国香料香精化妆品工业协会颁发的“优秀研发团队”

减少动物实验

珀莱雅致力于减少非必需的动物实验，不断尝试应用科学方法以替代动物实验，推动对动物福利的关怀和美妆行业的可持续发展。2024 年，公司参与由中国食品药品检定研究院主持的国家重点研发计划项目“基于化妆品和生物制品等产品检验的动物实验替代技术研究”中《皮肤致敏性整合测试与评估策略应用技术指南“3 选 2 试验”策略》的成果应用研究，该技术可替代动物实验应用于部分化妆品原料皮肤致敏性评价。

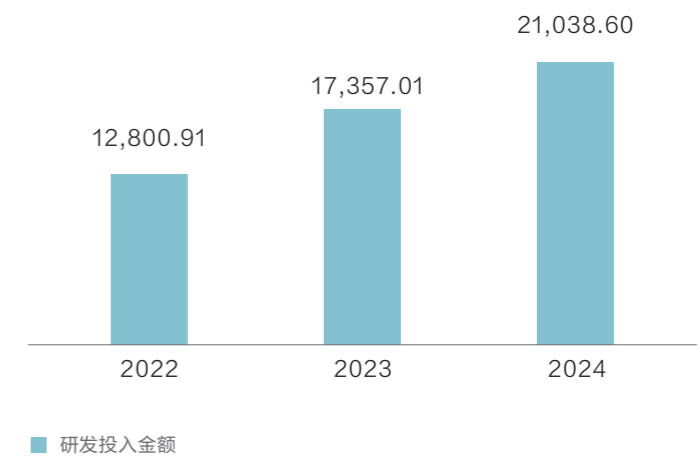


科技创新指标 与目标

指标	单位	管理目标	2022年	2023年	2024年	达成情况
研发投入金额	万元	持续提升研发投入	12,800.91	17,357.01	21,038.60	按计划推进中
研发投入金额占营业收入比例	%		2.00	1.95	1.95	

关键绩效

(单位: 万元)



| 产品质量管理

治理

为消费者提供质量安全的、高标准的、创新的化妆品产品是珀莱雅的工作核心之一。公司持续监测与管控各类质量风险，开展从产品研发、生产到上市后的产品全流程质量管理，确保消费者使用到安全、可靠、高质量的产品。

珀莱雅护肤工厂及彩妆工厂分别成立了质量管理部及质量管理体系委员会，作为产品质量的统筹部门。其主要职责包括制定质量审计计划、规范生产过程和产品出厂等各环节的质量控制和偏差管理、设立并追踪产品质量目标等。



▲ 珀莱雅湖州生产基地

珀莱雅质量管理体系认证 >

认证	认证范围	认证有效期
ISO 9001:2015	珀莱雅化妆品股份有限公司	2028.2
	浙江比优妮化妆品有限公司	2027.5
ISO 22716 化妆品良好生产规范 (GMP)	珀莱雅化妆品股份有限公司	2026.5
	浙江比优妮化妆品有限公司	2027.5
US FDA CFSAN 化妆品良好生产规范 (GMP)	珀莱雅化妆品股份有限公司	2026.5
	浙江比优妮化妆品有限公司	2027.5

公司严格遵守《化妆品监督管理条例》《化妆品生产质量管理规范》《化妆品安全技术规范》等法律法规，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，持续优化和完善自身质量管理体系。

战略、风险及机遇管理

产品质量是赢得消费者信任及保持市场核心竞争力的关键。公司以“过程把控 质量安全 客户满意”作为质量管控理念，深度平衡产品品质升级与产业化发展的协同关系，通过强化各工序质量保证管理、质量检测管理、持续提升品质标准、开展质量管理体系自查、不良反应监测管理，模拟召回等举措，积极应对美妆行业日益严苛的监管标准以及消费者对产品功效与质量的高期待。

公司建立了全流程质量风险管控体系，对产品生命周期过程中存在的质量风险进行识别、评估和管理。

珀莱雅产品质量风险识别、评估及管理流程 >



此外，公司设立产品质量管理年度目标，并持续追踪各项目标完成情况。针对未能达成预期目标的项目，公司制定专项改善措施，从而有效提升产品的质量与安全表现。

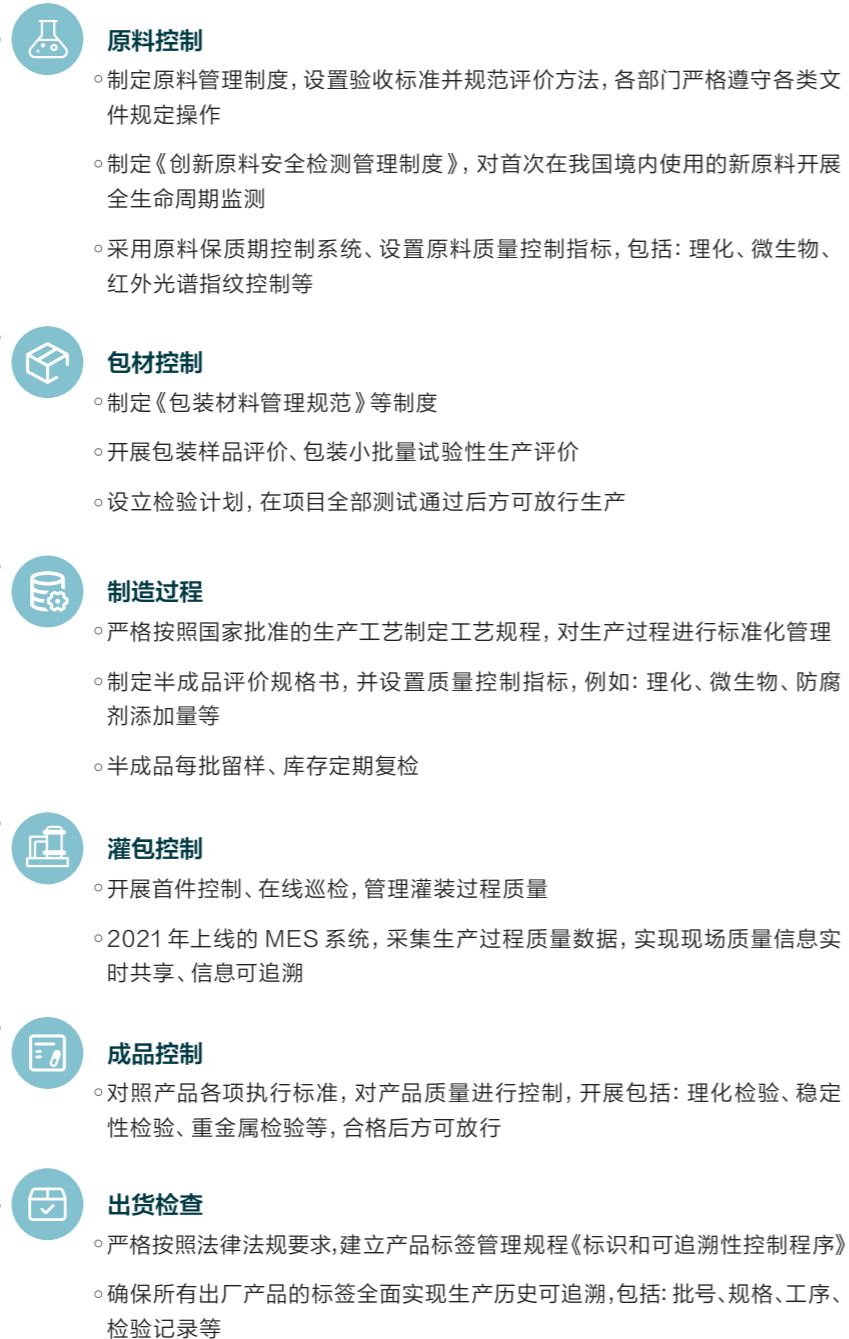
质量控制

为应对可能面临的质量管理风险，公司持续提高QA (Quality Assurance, 质量保证)、QC (Quality Control, 质量控制) 标准，优化产品生产的确认流程，建立由研发、开发、工厂等多方确认的审核机制，对产品质量进行层层把关。公司定期开展内部质量审核，识别潜在质量管理提升点，制定《验证管理制度》对配方工艺、制水系统及关键乳化设备、灌装设备性能验证，

按年度验证方案、计划推进各项验证工作，确保质量管理的充分性、适宜性及有效性。

2024年，公司强化产品质量管理，护肤工厂及彩妆工厂通过明确的指标和目标体系，确保持续提升产品合规性与质量合格率，且未发生与产品相关的安全与质量重大责任事故。

珀莱雅生产环节质量控制 >



供应商质量管理

珀莱雅委外加工质量管控措施 >

针对OEM/ODM等供应商，公司建立《委外加工管理制度》，通过质量标准制定、现场指导、质量检测、不定期抽查等方式，强化委外加工环节的质量控制。2024年，公司ODM供应商审核覆盖率100%。

质量标准制定	现场指导	质量检测	不定期抽查
<ul style="list-style-type: none"> 制定涵盖化学成分、外观、消费者使用体验等在内的完善的质量控制指标，确保供应商按照标准进行生产 	<ul style="list-style-type: none"> 在首批产品生产前，开展现场指导，向生产管理人员进行标准解读，集中解决在实际生产中质量标准的运用问题 	<ul style="list-style-type: none"> 委外生产产品出厂时，要求OEM/ODM供应商开展质量检测，并提供检测结果 公司开展质量检测，确保委外生产产品符合公司标准 	<ul style="list-style-type: none"> 依据质量标准开展不定期抽检，并根据市场反馈问题进行现场盘查

产品召回

公司建立《产品召回管理程序》《客诉抱怨管理制度》等制度，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，过去4年公司未发生产品召回事件。

报告期内，公司对一款产品开展模拟质量问题召回模拟演练，各部门积极配合，内部跟踪物料走向、不合格产品的分析与评估、成品发货信息梳理等信息流在4小时内执行完毕，7天内完成问题批次成品运回工厂，充分验证《产品召回管理程序》的有效性。

产品质量指标与目标

指标	年度目标	2024年		达成情况
		护肤工厂	彩妆工厂	
生产制程一次性合格率	≥99%	99.46%	100%	已达成
* 进料检验合格率(原料)	≥99%	97.76%	99.77%	已达成
* 进料检验合格率(包材)	≥99%	99.21%	95.09%	基本达成
市场抽检合格率	100%	100%	100%	已达成
管理体系审核缺陷项关闭率	100%	100%	100%	已达成

*2023年公司新增原材料检验指标，提高原材料质量管理要求。

| 客户服务与权益保护

治理

珀莱雅秉承“用心服务、以诚待人”的理念，致力于为消费者提供优质的服务体验。在客户服务与权益保障方面，公司建立了完善的客户服务管理体系，由产品营销部门作为第一负责部门，统筹客户服务管理工作，致力于提供全方位、多层次的客户服务，为客户提供安全、可靠、优质的服务体验。

珀莱雅产品营销部门
管理职责 >

- 根据品牌年度目标,制定各单品站外产品营销规划,包含各阶段预算策略、人群策略、传播内容策略等
- 统筹产品生命周期管理,协同产品开发团队、电商团队、消费者服务与调研团队,基于消费者真实反馈,进行产品的迭代/优化,增强产品竞争力和用户满意度
- 负责营销策略落地,通过全链路与消费者进行产品传播与产品服务保障,为消费者提供公开、透明、科学、有趣的产品信息,并从产品线出发引导不同肌肤消费者找到对应的科学解决方案

公司严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》等相关法律法规,制定了《售前及售后处理标准》《质检管理标准》等相关管理制度,不断完善和提高公司客户服务管理水平。

战略、风险及 机遇管理

为达成客户满意度不断提升的管理目标,珀莱雅搭建了畅通的线上线下消费者服务渠道,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工作,持续提升其专业能力和服务能力,并定期开展消费者满意度调查,收集消费者意见建议,以优化消费者服务体验。此外,珀莱雅持续加大数字化转型的投入,借助技术创新来提升客户服务质量和加强数据安全与客户隐私保护。

管理目标

到 2025 年,客户满意度不断提升

公司在客户服务与权益保护的管理流程中,对风险与机遇的识别、评估、管理,建立了一套系统化、全面的标准化体系,有效帮助公司应对潜在风险与机遇。

珀莱雅客户服务与权益保护风险和机遇的识别、评估与管理流程 >

识别

- 识别范围:覆盖客户服务全生命周期(售前咨询、售中交易、售后支持)及权益保护核心场景(隐私安全、投诉处理、退换货保障、争议解决等)
- 识别方法:通过客户VOC数据库(评级分析、咨询分析等)、舆情监测系统、售后服务工单分析、客户满意度分析等举措,挖掘潜在风险点及改进机遇

评估

- 风险评估:从发生概率(高、中、低)和影响程度(财务损失、品牌声誉、客户流失)两个维度评估风险,划分为重大、中等、一般三级风险等级
- 收益潜力评估:评估机遇对客户留存率、复购率、市场份额提升的量化贡献
- 实施评估:结合技术可行性、资源投入、政策合规性综合评估,优先落地高收益、低难度的机遇

管理

- 风险规避:建立页面文案、服务话术合规审查机制,杜绝误导性宣传
- 风险降低:建立风险监控与防火墙机制,帮助客户的问题能被快速、有效、主动地解决,降低风险进一步扩大的可能性
- 风险转移:购买相关保险,分摊一部分风险损失
- 风险监控:对低概率/低影响风险纳入风险预案库,并作动态监控
- 机遇转化:引入AI智能客服与智能服务监控系统,在缩短服务响应的同时能对客户、客服双方的情绪以及客诉进行监控和介入;贯彻“七天无理由退货”服务、过敏无忧服务与价保服务,帮助客户建立消费信心

消费者沟通

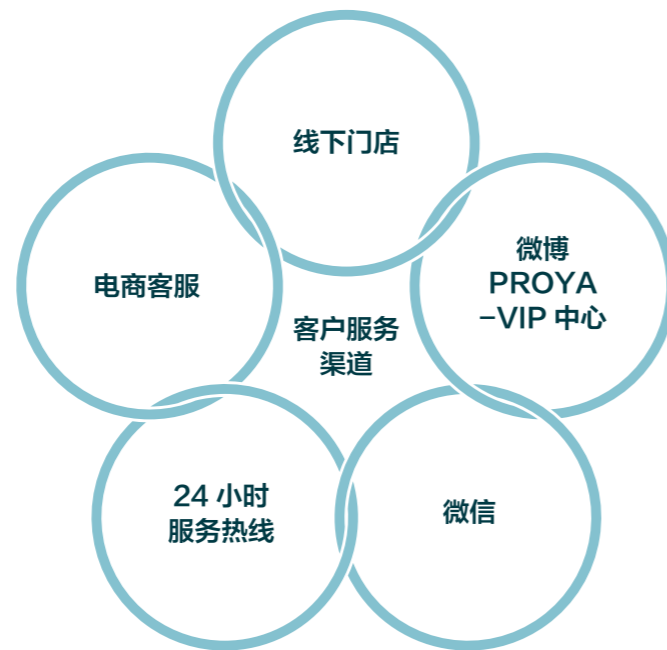
珀莱雅消费者沟通渠道指标 >

在消费者沟通方面,公司搭建多元消费者反馈渠道、听取消费者意见建议,为消费者产品使用答疑解惑及提供售后服务,并进行消费者售后追踪。公司也主动开展消费者沟通,通过评价回访、电话满意度调研等方式收集消费者对于产品、服务、运营活动等多方面的真实反馈,输出改善建议。



对于消费者投诉，公司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，及时处理消费者在使用感受、售后服务、产品优化建议等多方面反馈和疑问。

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，同步给客服等相关部门，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

针对消费者反馈意见，公司每月汇总天猫客户之声模块的消费者评价，举办消费者服务月会，联动产品销售、研发、工厂、客户服务等多部门，跟进消费者在使用感受、客服服务、产品优化、物流服务建议等多方面反馈和疑问，及时优化处理、完善内部管理机制。

客户满意度提升

珀莱雅提升消费者体验措施 >

珀莱雅通过实施一系列客户维护措施，正逐步改善消费者在品牌认知方面的印象，从性价比的代名词，逐渐转型为中等档次、品质卓越且服务可靠的品牌形象，不断增强消费者对于珀莱雅品牌的信任度。

- 不断优化客服团队，提高消费者服务质量
- 各单品定期进行消费者访谈，根据消费者反馈和建议不断改进优化产品和服务
- 源力精华 3.0 上新时积极推进老客派样计划，开展“给有‘源’人的一封信”活动，回馈一直支持和信赖品牌的消费者们
- 对线下柜台做了以能量系列为主的陈列优化，让消费者近距离感受品牌高端线产品
- 开展《谢谢你升温了 2024》项目，答谢品牌会员人群（每月 28 日为珀莱雅品牌会员日），增强消费者对珀莱雅的好感度与忠诚度



^ 《谢谢你升温了 2024》项目

珀莱雅每年向消费者开展定性和定量调研，从产品、物流及服务等多个方面收集消费者意见，双向收集、了解消费者需求。此外，公司积极开展线下产品沙龙、经销商产品与服务培训，提高线下服务体验。2024 年，公司进一步实现售前售后客户服务一体化管理，帮助客户服务团队快速处理顾客问题，减少顾客等待时间。

珀莱雅 2024 年消费者体验优化
工作进展及成果 >

	工作	成果
消费者沟通	珀莱雅 <ul style="list-style-type: none"> 采用多种智能工具帮助消费者的诉求得到主动、及时解决 <small>(如补发自动留言、物流在途自动拦截退款等)</small>	<ul style="list-style-type: none"> 2024 年, 天猫客户问题一次性解决率达 83.41%, 相较 2023 年提升 3.76%
	彩棠 <ul style="list-style-type: none"> 引入智能客服系统实现 24 小时自动回答常见问题, 同时客服团队主动推送物流 / 补发等信息 	<ul style="list-style-type: none"> 2024 年, 天猫客户问题一次性解决率达 83.99%, 相较 2023 年提升 1.41%
	Off&Relax <ul style="list-style-type: none"> 客户投诉受理途径广泛, 涵盖微博、电商客服、24 小时服务热线、微信、官网等多渠道 	<ul style="list-style-type: none"> 2024 年, 天猫客户问题一次性解决率达 79.54%, 相较 2023 年提升 5.10% 2024 年, 全渠道满意度达 93.13%, 其中天猫 94.94%, 抖音 91.32%, 全品牌客服满意度相较 2023 年提升 2.69%
	悦芙媞 <ul style="list-style-type: none"> 规范处理流程, 客户服务人员或使用感受问题提供专业建议, 售后问题记录并同步相关部门解决 	<ul style="list-style-type: none"> 2024 年一次性解决率达 93%, 其中天猫 88.76%, 抖音 95.12% 全渠道客户满意度达 93.10%, 其中天猫 96.13%
消费者体验提升	珀莱雅 <ul style="list-style-type: none"> 公司借助第三方机构 / 软件, 7*24 小时实时监测全平台消费者客诉舆情 搭建客诉防火墙, 通过实时监控负面情绪、上线投诉通道等措施, 帮助消费者问题能有效得到反馈和解决 搭建客诉升级机制, 对消费者反馈的问题进行升级, 提供更高的处理权限以及更专业的护肤知识, 给予消费者更好的服务体验 	<ul style="list-style-type: none"> 2024 年, 双十一天猫站内投诉同比下降 93%, 其中服务相关客户投诉(承诺未履行)同比下降 58%
	彩棠 <ul style="list-style-type: none"> 提供个性化服务, 如将 7 天无理由升级为 15 天、喜事礼赠及首单策略等 	<ul style="list-style-type: none"> 2024 年, 天猫满意度 96.22%, 较 2023 年提升 0.80%

珀莱雅 2024 年消费者体验优化
工作进展及成果续表 >

	工作	成果
消费者体验提升	Off&Relax <ul style="list-style-type: none"> 规范工单分类 & 处理流程, 问题类型归类分析, 跨部门联动推进产品包材优化、订单运输线路优化、并为用户推送问题处理进度和结果 	<ul style="list-style-type: none"> 2024 年全年咨询差评率同比降低 12.7% 单品破损率降低 0.06%, 全渠道走件时长同比缩短 5.94 小时
客服服务能力提升	珀莱雅 <ul style="list-style-type: none"> 通过系统性人员培训及认证, 团队服务人员在带队、处理消费者投诉等方面能力得到全面升级, 给到消费者更好的服务体验 	<ul style="list-style-type: none"> 2024 年以天猫为例, 满意度达成 93%, 相较 2023 年提升 12%
	彩棠 <ul style="list-style-type: none"> 强化培训与知识管理, 组织客服团队参加产品知识、服务流程、沟通技巧等方面的培训, 建立并完善知识库, 提高团队解决问题的效率和准确性 	<ul style="list-style-type: none"> 2024 年全年彩棠开展培训 269 次, 参训人次共计 3,199 人, 总培训时长 1,629 小时, 覆盖 100% 员工
	Off&Relax <ul style="list-style-type: none"> 搭建质培体系, 完善品牌知识库, 针对咨询对话进行实时监控, A 类 & B 类咨询告警、异常咨询及时升级专人跟进与日复盘分析 	<ul style="list-style-type: none"> 2024 年搭建品牌培训体系, 完善品牌知识库, 录制品牌知识、产品知识、产品 QA 等培训微课, 提升团队培训效率及客服服务专业性

珀莱雅 2024 年消费者服务
相关认可与荣誉 >

品牌	2024 年获得荣誉与认可
珀莱雅	天猫渠道获得平台颁发的“年度五星店铺”“双十一金牌售后”奖
彩棠	<ul style="list-style-type: none"> 天猫平台获得 11 个“金旺旺”客服团队称号, 授予“服务创新先锋”奖、“五星店铺”奖、“店铺职能服务银蜂奖” 赤兔授予“星客服”奖
悦芙媞	<ul style="list-style-type: none"> 天猫平台全年保持“金旺旺”客服团队称号, 授予“五星店铺”奖 赤兔授予“星客服”奖
Off&Relax	<ul style="list-style-type: none"> 天猫平台全年获得 10 次“金旺旺”客服团队称号, 全年服务体验分排名行业 Top 前 5, 授予“五星店铺”奖 赤兔授予“星客服”奖

负责任营销

为消费者提供真实、准确、完整的产品和营销信息是珀莱雅开展消费者服务的底线与基础。公司严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》，建立完善的管理机制，保障产品营销内容的真实性和准确性。

珀莱雅负责任营销
管理措施 >

产品推广内容准确性保障	负责任营销培训
<ul style="list-style-type: none">成立产品科技内容部，由专业的研发人员对产品介绍内容进行审核，确保产品推广中科技内容的正确性和准确性建立《产品文案审核流程》，营销文案须经过品牌营销、产品开发、研发、法务等多部门审核对于推广过程中产品主要功效开展内部临床试验和第三方检测	<ul style="list-style-type: none">新产品上市前，向品牌宣传、运营、客户服务人员等开展产品信息准确性培训，包括：产品肌理科普、产品用法建议等每月至少三次，针对客户服务人员开展产品知识培训与训后考核，确保在客户服务过程中提供给消费者的产品信息与标准的产品介绍保持一致报告期内，开展3次品牌价值观培训，规范营销行为；产品营销及客户服务人员负责任营销培训覆盖率100%

客户服务指标与目标

指标	单位	管理目标	2024年进展	达成情况
客户满意度	/	到2025年客户满意度不断提升	珀莱雅、彩棠、Off&Relax等品牌客户满意度均较上一年度实现提升	按计划推进中

数据安全与客户隐私保护

珀莱雅高度重视数据安全与客户隐私保护，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，制定了《电商数据安全管理制度》《网络安全管理办法》《信息系统开发管理办法》《数据安全管理制度》《数据分类分级安全管理制度》《数据全生命周期安全管理制度》等管理制度，并要求内部严格执行，确保符合数据安全生产要求。

管理目标

到2025年

信息安全与隐私保护 **0** 违规事件

公司非独立董事、总经理已参与信息安全及网络安全战略的制定与审查流程，直接负责信息安全及网络安全工作的整体规划，并任命具体成员专职负责网络安全的执行与监督。为了有效地识别、评估、排序、监测和管理数据安全与客户隐私保护相关风险，珀莱雅建立一套全面的风险管理流程。

珀莱雅数据安全与客户隐私保护
风险管理流程 >

流程	内容
识别	<ul style="list-style-type: none">数据资产清单：确定公司持有的所有数据类型和存储位置风险识别：定时识别内部可能导致数据泄露或滥用的风险、外部数据威胁，以及法律合规风险
评估	<ul style="list-style-type: none">风险评估：评估每个风险事件发生的可能性以及潜在影响，并结合可能性和影响程度，对风险进行量化评分和排序
监测	<ul style="list-style-type: none">监控和审查：定期通过日志检测系统进行技术检测，并针对安全和隐私保护措施进行安全和合规审计报告机制：公司内部建立内部报告流程，确保信息及时传达给相关人员和管理层。在发生数据泄露等安全事件时，及时向监管机构报告
管理	<ul style="list-style-type: none">数据安全政策：制定全面安全政策和客户隐私保护政策员工培训：对员工开展数据安全和隐私保护培训，提升全体员工的安全意识技术升级：部署最新的安全技术，并优化数据处理流程，确保在各个环节都遵循最佳实践应急响应计划：组建专门的团队负责应对数据泄露，并制定详细的事件响应步骤，定期进行模拟演练，测试和改进应急响应能力

| 促进行业发展

珀莱雅严格控制消费者信息的访问与传输，针对敏感信息进行脱敏处理，并限制数据复制、限制消费者信息查看的次数，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。同时，公司定期对现有数据进行排查，整理收紧数据域访问权限，加强网络环境访问控制。在电商平台管理方面，公司严格遵循各平台的消费者信息保护要求，对消费者信息进行加密、脱敏传输，保障信息安全。

为减少突发事件对公司连续经营造成影响，公司已制定多项业务连续性计划、应急响应程序及相关事件处置管理机制。依据制度要求，公司每季度实施 UPS 放电测试保障电力中断情况下的设备稳定运行，执行每日本地备份与异地同步的数据保护策略以应对系统或数据意外丢失风险，通过年度容灾演练验证恢复机制有效性。此外，公司定期开展模拟黑客攻击，并参与杭州市网络安全攻防实战演练。2024 年，公司在信息安全与隐私保护方面未发现违规事件。

公司通过内部会议及邀请专家讲解培训的形式，提升消费者隐私保护意识。同时，公司于 2024 年开展 6 次数据安全合规培训，覆盖 251 人次，总课时 4.5 小时，提升员工信息安全保护意识。

数据安全 与客户隐私保护 指标与目标

指标	单位	管理目标	2024年进展	达成情况
信息安全与隐私保护违规事件	起	到 2025 年 信息安全与隐私保护 0 违规事件	0	按计划 推进中

行业合作是化妆品行业持续进步的关键推动力，它对于增强供应链效能、确保原料稳定供应、促进技术创新、拓宽市场份额以及有效应对行业竞争与挑战具有重大意义。珀莱雅紧抓发展机遇，不断深化产学研融合战略，携手合作伙伴与消费者共同践行可持续发展与消费理念，让可持续理念在价值链上传递。

2024 年，公司积极开展产学研合作和参与行业交流，携手北京工商大学共建国内首个校企联合毛孔专业实验室。在第 34 届 IFSCC 国际化妆品科学大会上，珀莱雅受邀在会议上发表主题演讲，13 篇学术论文均通过 IFSCC 组委会审核并收录。此外，公司还受邀参加法国巴黎第六届全球抗衰老会议、上海美博会、化妆品质量安全大会、2024 中国化妆品科学技术大会、化妆品相关技术文件专家会等行业交流会。

案例

携手北京工商大学共建国内首个校企联合毛孔专业实验室

2024 年 7 月，珀莱雅旗下专业实验室科学护肤品牌科瑞肤与北京工商大学联合实验室揭牌仪式在珀莱雅杭州研发中心举行。此次校企联合共建的毛孔专业实验室将聚焦国人毛孔难题，深耕国人毛孔研究，实现科研成果深度助力产品开发。



^ 珀莱雅与北京工商大学联合实验室正式揭牌

案例

携手医学机构发布《亚洲人头皮健康白皮书》

2024年8月, Off&Relax 联合国家中西医结合医学中心毛发专病医联体, 推出《亚洲人头发健康白皮书》。《白皮书》由 Off&Relax 首席研究官杨建中博士及其带领的团队主笔撰写, 由医联体专家提供基础研究与临床数据的相关指导、建议, 为亚洲人头皮及头发健康养护方案提供重要参考及指导意义。



^ 《亚洲人头发健康白皮书》

案例

联动上海交大共建头皮健康联合实验室

2024年10月, 珀莱雅旗下品牌惊时 Awaken Seeds, 依托珀莱雅上海头部护理研发中心, 携手上海交通大学系统生物医学研究院举行线下签约仪式及“头皮健康联合实验室”揭牌仪式。双方就未来合作方向深入探讨, 达成战略合作。



^ “头皮健康联合实验室”揭牌仪式

案例

珀莱雅亮相 2024 中国香化行业年会暨博览会

2024年10月, 珀莱雅参加了在南京国际博览中心举办的2024中国香料香精化妆品行业年会暨博览会(简称: CAME), CAME以“共创、共赢、共生”为主题, 汇集了100余家国内外实力香妆企业。

在 CAME 企业家对话论坛上, 中国香料香精化妆品工业协会副理事长, 珀莱雅股份创始人、董事长侯军呈发表了以《匠心为基、创新为翼, 共筑中国美妆未来》为主题的演讲, 分享了珀莱雅的高质量发展历程及对未来中国美妆行业的展望。公司于会上荣获“香妆行业-化妆品领军企业”。



^ 董事长发表主题演讲



^ 珀莱雅荣获“香妆行业-化妆品领军企业”

多元包容 成就美好社会

04



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。珀莱雅致力于打造多元、包容的企业文化，让每一位员工在工作中备受幸福、尊重和认可。公司为员工提供健康安全的工作环境，有竞争力薪酬福利，以及强有力的职业发展体系，充分激发员工潜力。

在发展美丽事业的同时，珀莱雅专注于女性由内而外的美丽哲学，也让企业对女性的呵护，从个人肌肤护养延展到整个社会领域。公司坚持发声，分享着“美”的社会价值观，传播互助、平等、独立的社会价值观，与世界同呼吸、共命运，帮助更多的人成就美好生活。

本章节 回应重要性议题

- 员工权益与福利 ●●
- 员工培训与发展 ●
- 职业健康与安全 ●
- 社会公益 ●

注：“●●”代表具有双重重要性，“●”代表仅具有财务重要性，“●”代表仅具有影响重要性，“●”代表既不具有财务重要性，也不具有影响重要性

本章节 回应的 SDGs



员工权益与福利

治理

完善的人力资源管理架构是公司持续发展和高效运营的重要基石，公司设立人力资源三支柱体系，各条线各司其职，协同作用，以确保人力资源管理工作的全面性和专业性。

珀莱雅人力资源三支柱体系 >

支柱	职责
首席人力资源官 (Chief HR Officer, 简称 CHO)	负责人力资源相关制度的起草和修改
共享服务中心 (Shared Service Center, 简称 SSC)	负责人事基础服务
人力资源业务合作伙伴 (Human Resource Business Partner, 简称 HRBP)	负责业务端落实招聘和相关制度政策

珀莱雅严格遵守《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，制定并实行《员工招聘和录用管理制度》《薪酬管理制度》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。

战略、风险及机遇管理

员工雇佣风险可能会导致优秀人才流失，损害公司品牌形象。为此，珀莱雅制定了员工权益管理策略，包括尊重全体员工基本权益，明确禁止强迫劳动和童工，保障合理工时与加班补偿，坚持同工同酬，支持结社自由与集体协商，反对歧视行为，对侵权事件“零容忍”。

管理目标

到 2025 年

劳工权益 **0** 违规事件

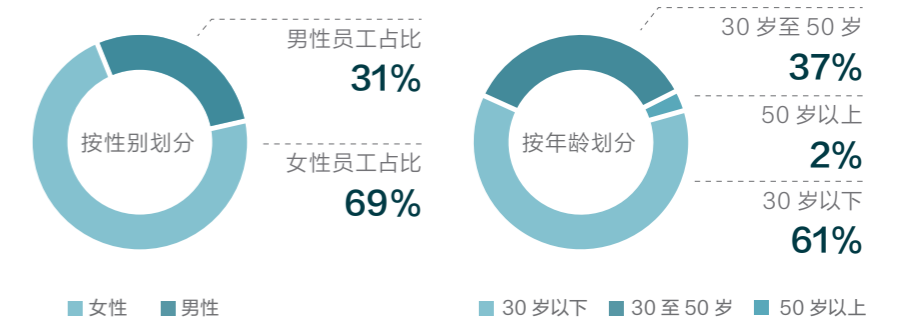
合规雇佣

2024 年，珀莱雅对《员工手册》进行修订更新，包括在珀莱雅的成长与发展、公司的管理制度、职业底线与红线等。同时，公司在《员工手册》中明确了反歧视和反职场性骚扰政策，并设置内部举报通道，对歧视和骚扰行为零容忍。

珀莱雅员工雇佣和基本权益政策 >

	权益保障措施	相关制度
招聘	<ul style="list-style-type: none"> 原则：公正、公平、公开 杜绝录用童工：招聘时确保面试者达到法定劳动规定年龄 禁止强制劳工：弹性上班、按时记录考勤、定期检查工作强度、提倡劳逸结合 	《员工招聘和录用管理制度》
解聘	<ul style="list-style-type: none"> 严格遵守劳动法规开展员工离职工作 	《员工离职管理办法》
工时与假期	<ul style="list-style-type: none"> 实行标准工时制，标准工时为每周 40 小时，加班时间可申请调休 按照国家规定实行带薪年假、婚假、丧假等法定假期 按照当地规定实行育儿假、护理假等假期 	《请休假管理办法》
薪酬与补贴	<ul style="list-style-type: none"> 以业绩牵引为基础，制定公平且有竞争力的薪酬制度 因工作或岗位需要而异的交通、差旅等补助或津贴 	《薪酬管理制度》

珀莱雅 2024 年度用工情况 >



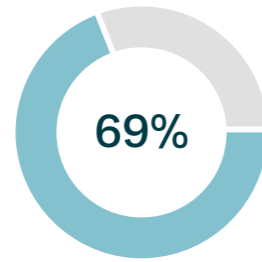
多元平等与包容

珀莱雅高度重视职场多元化和平等发展，制定公平、透明的招聘流程与晋升机制，为女性员工提供同等的雇佣和发展机会，构建多元化、包容性的工作环境，共同推动公司的可持续发展。

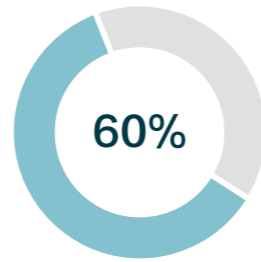
2024年，经浙江省工商联推荐、全国工商联组织评审和审定，珀莱雅《践行绿色发展理念 守护女性劳动权益——珀莱雅化妆品股份有限公司社会责任案例》入选中国民营企业社会责任优秀案例（2024）。

珀莱雅 2024 年度女性雇佣情况 >

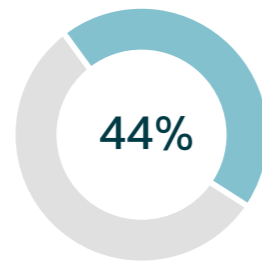
女性占总劳动力中的份额¹



女性在所有管理职位中的比例²



女性担任最高管理职位的比例³

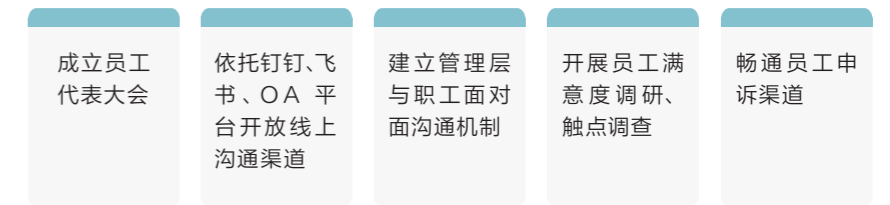


注 1: 占总劳动力的百分比;
 注 2: 包括初级、中层和高级管理人员 (占总管理职位的百分比);
 注 3: 即与首席执行官或类似职位最多相距两个级别 (占最高管理职位总数的百分比)

员工沟通

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。2024年，为进一步提升员工沟通效率，公司通过采购人事系统，简化沟通流程，不断听取员工的意见建议，改进企业管理，打造平等开放的工作环境。

珀莱雅员工沟通渠道 >



员工福利

珀莱雅重视员工的福利保障。2024年，公司完成职工代表选举，召开职工代表大会，着重讨论和升级了员工福利内容及福利制度，优化职工商业保险套餐，修订并发布了《珀莱雅福利管理办法》，不断完善公司福利体系，提升员工福利待遇。

珀莱雅员工福利清单 >

法定福利			
社会保险	住房公积金	法定节假日及年假等法定福利	
补充福利			
午餐补助	高温费	健康体检、商业保险	年度旅游、团建福利、员工福利假
红白礼金、节日慰问、生日礼物等			
专项福利			
敬老福利	专项健康福利	临时住宿安排	工厂员工专项福利等

员工关怀

珀莱雅 2024 年员工关怀行动 >

随着公司发展与员工需求的演进，珀莱雅的福利制度也进行动态升级，以回报员工的付出。此外，工会定期开展节日慰问等工作，提升员工在珀莱雅的幸福感和归属感。

行动	措施
女性关怀	<ul style="list-style-type: none"> 3.8 妇女节为公司女性员工送上鲜花及礼品 1,700 余份 2024 年 7 月，公司成立珀莱雅妇联并召开第一次妇女大会，为公司妇女工作注入新的活力和动力
珀爱互助奖金	<ul style="list-style-type: none"> 员工珀爱互助金完成制度和流程升级，增强了互助金的覆盖性，申请流程升级为线上审批，提高办事效率。报告期内，公司共收到 2 例申请案例，共计为困难员工提供 45,000 元帮扶资金
心理关怀	<ul style="list-style-type: none"> 为了缓解 618、11·11 大促的紧张心情，公益社开展疗愈系列课程，特邀专家帮助大家释放情绪，缓解疲惫，抛开快节奏的工作压力，聆听自己内心深处最真实的声音，汲取力量
节日慰问	<ul style="list-style-type: none"> 积极开展节假日庆祝活动与员工同庆同乐，让员工感受到家的温暖，例如迎新春送福联及情人节赠送玫瑰等
内购福利	<ul style="list-style-type: none"> 举办 1 场公司级多品牌联合内购活动，为员工提供高性价比产品福利，总销售额逾 170 万元
关爱员工子女	<ul style="list-style-type: none"> 携手杭州市儿童医院共建儿童健康红色驿站，为员工搭建专业的儿童健康管理平台，员工可以获取到儿童健康的专业解答，还能享受定期的健康讲座、专家咨询预约、儿童常见疾病预防与护理指南等一系列服务

公司提倡劳逸结合，推行弹性上班工作制，给予员工上班时间更多自由度。同时，公司建设员工休闲吧，配置健身区等设施，鼓励员工组建社团，并为社团提供平均 15 万 / 年的活动经费资助，努力提高员工工作生活幸福感，实现工作生活平衡。

2024 年，为了进一步提升员工的团建体验与参与度，公司优化了团建活动流程，制定了全新的团建制度，并配套建立了云端文档平台，不仅促进了员工之间的沟通与协作，还极大地提升了团建活动的组织效率与参与热情。

珀莱雅 2024 年员工文体活动



学习活动月

人力资源部 & 企业文化部联合举办「珀学成长季」9 月珀莱雅学习活动月，开展“大 V 开麦说、教师节线下特别活动、内部兼职讲师制度试运行”等系列活动，打造珀莱雅“爱学习、爱分享”的文化氛围。



历史文化展

企业文化部策划推出以“廿一，当然更好”为主题的历史文化展，展示了代表珀莱雅重要节点和事件代表物件，诠释了珀莱雅文化的深刻内涵。



社团活动

在企业文化部、社团长、社团积极分子们的积极运营下，2024 社团全年累计开展活动超 412 场次，社群影响覆盖 1,000 余珀莱雅人，相较于 2023 年活跃度提升 127%；2024 年社团全年共计支出约 14.4 万元。

员工权益与福利指标与目标

指标	单位	管理目标	2024年进展	达成情况
劳工权益违规事件	件	到 2025 年 劳工权益违规事件 0	0	按计划推进中

| 人力资本发展

珀莱雅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。

珀莱雅重视校园人才培养，制订《管培生培养方案》，每年度走进高校，展开校园招聘活动，为公司注入新鲜血液。同时，公司邀请行业专家加入公司，涵盖原料开发及研发、产品设计等方面，为公司竞争力提升提供人才储备。

管理目标

到 2025 年，

员工培训覆盖率 **100%**

员工人均培训时长 **24** 小时

每年至少向员工开展可持续发展相关培训 **1** 场

员工培训

在员工培训方面，公司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。此外，公司严格遵守《职业技能管理规定》，制定《职业技能等级认定管理规程》，规范鉴定员工职业技能等级，不断优化公司培训体系。

珀莱雅员工培训体系 >

内部培训

入职培训

- 面向对象: 新入职员工
- 培训内容: 企业历史文化、规章制度、员工应知应会内容

专业培训

- 面向对象: 业务部门骨干、管培生
- 培训内容: 品牌营销规划、研发工艺

珀莱雅员工培训体系
续表 >

晋升培训

- 面向对象: 中层管理者
- 培训内容: 业务思维、管理能力、领导力提升培训

日常培训

- 面向对象: 全体员工
- 培训内容: 业务能力、管理能力提升培训

高管游学

- 面向对象: 公司高管
- 培训内容: 视野开拓、战略思维提升

外部培训

- 面向对象: 面向全体员工，通过考试选拔产生
- 培训内容: 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

2024 年公司围绕管理梯队的搭建与培养，组织开展了一系列培训训练营活动，训战结合，围绕实际管理场景，结合公司级项目议题，搭建员工成长发展平台。同时，公司针对全体员工制定《员工知识技能提升激励办法》，鼓励员工在不影响正常工作的情况下，主动提升知识技能，对获得学历提升的资格证书的员工提供激励奖金。

珀莱雅训练营活动 >

主题	内容
中基层管理训练营	<ul style="list-style-type: none">• 目的: 通过训练提升中基层管理者的团队管理技能，具备该层级的关键管理行为，更好的管理与指导团队• 覆盖人群: 新晋管理者占比约 50%，其他学员分别是一线高潜管理者、与储备管理人才• 培训效果: 两期项目的平均满意度为 4.96 分(满分 5 分)、推荐值为 9.47(满分 10 分)

珀莱雅训练营活动
续表 >

主题	内容
高潜经理行动学习	<ul style="list-style-type: none"> 目的: ①加强团队合作, 建立高管后备人才梯队; ②基于双十一目标制定落实计划, 分享优质经验 覆盖人群: 高潜经理层级学员 37人, 导师 6人, 助教 4人, 导师和助教共 47人 培训设计: ①项目设计、高管 - 董事长、总经理、人力资源总监项目前 1v1 访谈调研, 基于现状进行设计纠偏; ②学员选定: 通过多维度条件筛选, 选定学员 30+ 位; ③根据珀莱雅实际情况, 制定团队学习课题及指定导师
总监培训论坛	<ul style="list-style-type: none"> 目的: 结合公司战略方向围绕“品牌力、国际化、数字化、领导力”主题 赋能分享 共同成长; 引领总监梯队深度理解公司战略方向, 拓宽管理视野 人群: 总监层级及以上 + 总监梯队 80+ 分享主题: 《穿越周期之美》《跨境出海商业化》《数字化企业实践应用》《领导力提升与发展》

由于公司过往培训形式主要为内部线下学习, 无法满足员工对于灵活、个性化学习的需求, 同时存在覆盖不广、资源分散等问题。2024 年, 公司新增搭建线上培训平台——“珀学 E 课”, 为员工提供即时、高效的培训和学习内容, 促进员工的知识更新和技能提升。

珀莱雅线上培训平台优势 >

优势	内容
学习灵活性和便利性	<ul style="list-style-type: none"> 允许员工根据自己的时间安排及节奏进行学习, 不受地理位置的限制
培训成本和效率	<ul style="list-style-type: none"> 可扩大培训的覆盖范围, 集中整合各类培训资源, 包括视频、文档、在线测试等, 方便不同群体的员工一站式学习 可以重复利用或组合成学习项目, 员工可以根据自己的学习节奏多次复习或按需参与
培训内容及形式等可延展性	<ul style="list-style-type: none"> 可以引进并扩充更多优质学习资源, 可作为知识共享的中心, 促进员工分享优秀经验及实践案例, 提升组织学习氛围 可以跟进员工的学习进度 可以根据员工的职位、经验和职业目标提供个性化的学习路径, 落实并完善人才发展工作等

员工绩效管理

公司制定《绩效管理办法》《干部管理办法》《内部竞聘制度》等管理制度, 采用统一的绩效管理及考核方法, 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。

珀莱雅透过公平完善的绩效管理制度, 员工个人工作目标及工作绩效与公司整体策略目标相结合, 定期评估员工工作表现。

珀莱雅员工绩效评估体系 >

评估维度	评估频率	执行方法
组织绩效	每年一次	每年年初确认, 一般为员工所服务业务单元的财务类结果性指标, 包括销售收入、净利润等指标
关键动作	每年一次	一般为核心的业务运营类指标, 经上下级确认后员工依据此作为个人绩效指标, 包括客单、复购、运营效率等指标
团队管理及人才发展	每年一次	围绕团队管理、人才梯队建设等维度作指标提炼

员工晋升

珀莱雅秉持公司战略发展要求及绩优导向开展晋升选拔工作, 坚持“公平、公正、公开”的原则, 坚持多维度衡量、360 评议, 确保激励资源的有效使用。

根据不同员工岗位特点, 公司建立了管理类、专业类双通道晋升管理制度, 依据员工的经验、能力、技能的不同, 产生垂直化的分工, 为员工提供畅通的发展通道。公司建立完善人才盘点、员工轮岗机制, 拓展员工知识领域, 助力员工找寻职业发展方向。此外, 公司针对业务部门骨干领导能力开展经理人反馈计划的考核行动, 提高骨干干部的领导力及凝聚力。



人才盘点

◦ 每年 7 月、12 月开展人才盘点, 梳理员工轮岗需求



员工沟通

◦ 了解员工对新岗位的认知和绩效要求, 与员工达成共识

健康与安全

安全生产

珀莱雅秉持“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,制定安全生产目标,全力保障员工安全。

管理目标

到 2025 年

安全事故 **0** 事件

公司制定《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》《厂区交通安全管理制度》等制度文件,建立完善的安全生产管理架构,并定期开展员工安全培训及消防演练。

珀莱雅安全生产管理架构 >

职位 / 部门	职责
工厂总经理	• 作为总负责人,领导和管理工作
生产总监	• 协助总经理制定安全生产管理方针和发展战略,为公司安全生产提供支持
安环部 / 安全委员会	<ul style="list-style-type: none"> 负责识别生产全流程中的安全隐患和风险,并针对性制定应对措施 监督检查安全生产培训等日常工作,不定期对安全生产工作开展检查,召开安全管理会议、安全培训及消防演练 定期向总经理和生产总监汇报工作进展和管理成果
车间兼职安全管理	<ul style="list-style-type: none"> 配合安环部 / 安全委员会,推动安全生产措施落地和确保严格按照标准执行 配合安环部 / 安全委员会开展安全培训及消防演练等工作

珀莱雅安全生产管理措施 >

完善管理体系

- 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问題;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

员工激励

为实现对关键人才的激励与保留,激发核心人才工作积极性,公司制定了长期激励计划,为高级管理层和骨干员工提供股票期权。长期激励平均时长为 3 年,并与组织及个人绩效目标达成情况相挂钩。此外,公司建立个人和团队评选的机制,对优秀员工与团队给予表彰,致力打造可衡量、多元化、激励性的荣誉体系。

珀莱雅优秀个人和团队
评选机制 >

评选频率	年度
评选奖项	设置了 3 个特别奖奖项、6 个团队奖奖项、12 个人奖项
评选机制	基于价值贡献、业务发展场景、及能力开展评选
评选流程	明确方案 -> 分配名额 -> 单位提名 -> 项目组审核 -> 总经办审批 -> 召开颁奖典礼

人力资本发展指标与目标

指标	单位	管理目标	2024年进展	达成情况
员工培训覆盖率	%	到 2025 年 员工培训覆盖率 100%, 员工人均培训时长 24 小时	100	按计划推进中
人均培训时长	小时		17.51	按计划推进中
员工可持续发展相关培训场次	场	到 2025 年 每年至少向员工开展可持续发展相关培训 1 场	8	按计划推进中

珀莱雅安全生产管理措施
续表 >

严格过程管理

- 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设施并随时检查，发现隐患并及时纠正
- 统一管理安全生产台账，定期监督检查，识别安全生产隐患
- 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

加强安全教育

- 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

珀莱雅 2024 年度安全工作进展 >

举措	内容
升级机械设备安全防护	对所有生产机械设备进行全面排查，重点检查防护装置的完整性与有效性，如搅拌机、灌装机等设备的运动部件防护栏、紧急制动按钮等。对损坏或老化的防护部件及时更换，确保员工操作时人身安全无虞
完善安全管理体系	修订完善安全生产管理制度，明确各岗位安全职责，细化操作规程，将安全责任落实到每一个生产环节与员工个人
开展应急演练	定期组织各类安全应急演练，包括火灾逃生、化学物质泄漏应急处理、机械伤害急救等，模拟真实场景，让员工熟悉应急流程与处置方法，提高在突发情况下的自救互救能力，确保应急响应迅速、高效
第三方排查	邀请第三方专家团队入驻工厂，对工厂开展 360 度无死角排查。完成安全责任制意识培训及责任制实务落地，建立安全责任制

珀莱雅高度重视员工职业健康保障，贯彻落实《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》，制定职业健康管理目标，制定并严格实行《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。

职业健康

管理目标

职业健康安全管理体系
认证情况 >

珀莱雅 2024 年度职业病
风险防护措施 >

到 2025 年

职业病 **0** 事件

认证主体	认证名称	有效期
护肤工厂	职业健康安全管理体系 ISO 45001:2018	2024.12-2028.2

公司的职业病风险主要包括粉尘、VOC 气体等。珀莱雅每年年初根据职业病风险制定应对计划和具体措施，并不定期针对措施落实情况进行检查，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。

措施	成效
VOC 收集装置优化与扩展	<ul style="list-style-type: none">在现有 VOC 收集装置基础上，进行技术升级，使用碘值 800 以上的活性炭提高收集效率，确保生产车间内挥发性有机化合物（VOC）的排放浓度严格控制在国家标准以下对生产流程中易产生粉尘的环节，如粉末原料称量、灌装等区域，增设高效粉尘收集系统，采用先进的过滤技术，不仅减少粉尘对员工呼吸道的刺激，还能降低粉尘在车间内积聚引发爆炸的风险
车间通风与温湿度调控系统升级	<ul style="list-style-type: none">全面检修和升级车间通风系统，根据不同生产区域的特点，合理调整通风量与换气频率，保证车间内空气持续清新，有效稀释化学物质气味，为员工营造舒适的呼吸环境安装智能温湿度调控设备，针对化妆品生产对环境温湿度要求较高的特性，精准控制车间温湿度，避免员工因高温、高湿或低温环境导致中暑、冻伤或身体不适，同时确保产品质量稳定

公司通过定期员工体检、健康安全月活动实时关注员工身心健康，并积极开展健康培训活动，保障员工健康。

珀莱雅 2024 年度职业健康
管理措施 >

措施	成效
定期全面体检	<ul style="list-style-type: none">为全体员工制定详细的年度体检方案，体检项目涵盖基础身体指标检查，确保能早期发现潜在疾病针对化妆品生产岗位特性，特别增设与化学物质接触相关的专项检查以及对可能接触重金属原料员工的微量元素检测，以便及时察觉因工作环境导致的健康隐患
职业健康培训与咨询服务	<ul style="list-style-type: none">定期组织职业健康培训课程，通过内部培训或邀请专业医生、行业专家授课，内容包括化妆品原料安全知识、正确的防护用品使用方法、常见职业病预防与早期症状识别等通过理论讲解、案例分析与现场演示相结合的方式，让员工深入了解工作中的健康风险及应对措施
优化办公环境	<ul style="list-style-type: none">重视员工办公环境管理，包括但不限于绿植放置净味、定期巡查开关窗通风、虫害防治管理等，积极为员工打造舒适的办公环境

公司高度重视员工的身心健康，致力于营造积极愉悦的工作环境，并主动为员工提供心理援助服务。同时，公司积极倡导员工利用「回声计划」公益心理咨询热线，及时疏导心理压力，保持良好心理状态。

珀莱雅 2024 年心理健
康关怀措施 >

措施	成效
合理评估各岗位工作负荷	<ul style="list-style-type: none">在旺季或紧急生产任务期间，通过优化人员调配、加班补贴、弹性工作制度等措施，避免员工长时间高强度工作导致压力过大
加强员工职业发展规划指导	<ul style="list-style-type: none">为员工提供清晰的晋升路径与培训机会，让员工看到自身成长空间，激发工作热情，减少因职业迷茫产生的焦虑情绪

健康与安全指标 与目标

指标	单位	管理目标	2024年进展	达成情况
安全事故	件	到 2025 年 安全事故 0 事件	0	按计划推进
因工伤损失的工作日数 ¹	天		121	未达成
因工伤关系而死亡的员工人数	人	到 2025 年 职业病 0 事件	0	按计划推进
职业病事件	件		0	按计划推进

注：2024 年，公司共计发生三起工伤事件，涉及员工 3 人，均因员工上下班途中发生交通事故，公司依据相关管理规定，均已妥善处理。

社会公益

管理目标

珀莱雅在自身发展与成长的同时，充分发挥资源优势与影响力，积极承担社会责任，通过公益力量推动世界美好改变。

到 2025 年，累计投入

1,200 万元 用于社会公益共建平等多元的社会

到 2025 年，通过社会公益等活动

直接影响 50 万人次 间接影响 5 亿人次

社会倡导

珀莱雅秉持“美丽永存、共享美好”的企业使命，倡导“美”的社会价值观，重点关注“性别平等”“心理健康”“青春与成长”“爱与亲密关系”四大重点社会生活议题，依托品牌影响力和专业能力，发出倡议，付诸行动，携手共筑美好生活。2024 年，公司社会倡导活动有 31.49 万人次直接受益，1.08 亿人次间接受益。

性别平等

「性别不是边界线，偏见才是」三八国际妇女节特别策划

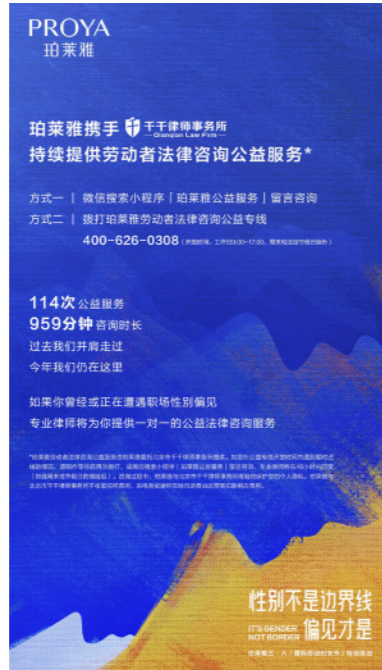


启动时间：
2024 年 3 月

项目内容：
特别策划短片《不同而已》，在更多女性的生活剪影里，看到她们在「偏见」面前的勇气

项目数据：
《不同而已》主题短片全平台总播放量逾 118 万，全平台讨论数逾 1.7 万

^ 珀莱雅「性别不是边界线，偏见才是」主题海报



^ 珀莱雅公益劳动者咨询服务

启动时间：
2023年3月

项目内容：
从2023年开始持续携手北京市千予律师事务所，通过“珀莱雅公益服务”小程序和公益专线持续为更多女性提供劳动者法律咨询公益服务

项目数据：
2024年珀莱雅劳动者法律咨询公益服务累计提供116次公益服务，1,877分钟咨询时长



^ 珀莱雅公益劳动者咨询服务

启动时间：
2022年10月

项目内容：
持续开展与北京新阳光慈善基金会的长期心理倾诉公益专线，尝试为每一份情绪带去善意、温暖的回声

项目数据：
2024年珀莱雅「回声计划」心理倾诉公益专线累计接听1,532通电话，陪伴用户46,360分钟

心理健康

「回声计划」青年心理健康公益行动



^ 珀莱雅《有情绪，就有情绪安放地》公益片

启动时间：
2024年10月

项目内容：
制作《有情绪，就有情绪安放地》青年心理健康公益片，陪伴大家找到自己的情绪安放地，让情绪自然流过、好好安放

项目数据：
《有情绪，就有情绪安放地》公益片全平台总播放量逾7,430万、全平台总互动量逾24万



^ 珀莱雅《欢迎你来偶遇 ____ 回声箱》活动

启动时间：
2024年10月

项目内容：
开展《欢迎你来偶遇 ____ 回声箱》活动，在杭州20处城市角落放置情绪回声箱，在每个箱子中放置一本可以带走的“情绪之书”和情绪卡片，希望能成为大家小小的情绪安放地

项目数据：
情绪回声箱共派发书籍1,091份，收录257份用户心声



△ 珀莱雅《天目里「情绪安放地」漫游展》活动

启动时间：
2024年10月

项目内容：
开展《天目里「情绪安放地」漫游展》，将7种真实情绪故事做成具像装置，在沉浸式互动中，体会到情绪的流动和被安放

项目数据：
漫游展互动人数逾4,000人次

项目数据

- 项目全平台总曝光量逾8,000万

青春与成长

「萤火计划」反校园霸凌公益行动



△ 珀莱雅「萤火计划」主题海报

启动时间：
2024年8月

项目内容：
持续与北京新阳光慈善基金会共同搭建反校园霸凌公益专线



△ 珀莱雅《家长应对指南》活动照片



△ 珀莱雅《花吃了那女孩》主题海报

推出《校园霸凌防范指南》系列第三部《家长应对指南》，并走入校园进行线下亲子科普讲座；支持乌镇戏剧节青赛获奖作品《花吃了那女孩》话剧重启，开启2城4场「萤火计划」公益巡演。

项目数据

- 「萤火计划科普小册子」派发量 **29.7 万**；线下亲子团辅参与 **809 人次**；公益话剧参与逾 **700 人**；《校园霸凌防范指南》系列派发逾 **900 册**
- 项目全平台总曝光量 **1.09 亿**

爱与亲密关系

「妈怎么做？听她的」母亲节特别策划



^ 珀莱雅母亲节主题海报

启动时间：
2024 年 5 月

项目内容：
母亲节，珀莱雅再次聚焦母职话题，发布母亲节主题短片《听见了吗》和系列海报“妈怎么做，听她的”，关注在困境里处于“失语状态”的妈妈，“让那些教她怎么做的声音，停一停；也让属于她的声音，被听一听”

项目数据：
主题短片全平台总播放量逾 **2,694 万**、全平台总讨论数逾 **31 万**

公益慈善

2024 年，珀莱雅继续以浙江珀莱雅公益基金会为载体践行企业社会责任，为教育、区域共富、女性发展和社区建设贡献力量。

报告期内，珀莱雅捐赠支出 **258.87 万元**，其中向基金会捐赠资金 **100 万元**。依托珀莱雅基金会平台，公司开展一系列员工志愿者活动。



^ 浙江珀莱雅公益基金会

公司关注乡村地区的发展，与当地政府、社会组织等开展紧密合作，通过开展教育助学等活动，帮助当地居民改善生活水平，推进整体、长效的乡村振兴。

推动教育发展



^

一月，向乐清市慈善总会捐赠 100 万元用于支持乐清市戏曲艺术传承展演中心公益项目



^

二月，向西溪街道小哥学院捐赠元宵节 13 份小哥微心愿



^

三月，向上海真爱梦想公益基金会捐赠 100 万元定向用于云南富宁县第四小学国门学校建设，赋能县域教育生态



^

五月，向珀莱雅希望小学捐赠童鞋、校服、幼儿被褥和营养牛奶，并出资改建学校食堂

七月，向文成县玉壶教育爱心协会捐赠 10 万元支持玉壶县教育发展。



^

八月，“来雅少年”公益研学项目组织 70 余名员工参与给远方的孩子一封信活动，并有 14 名员工成为守护志愿者，陪伴来自新疆、云南等地 40 余名远方的孩子



^

八月，组织珀莱雅希望小学教师团队来杭研学。通过专家讲座、实地探访等形式，为乡村学校提供办学思路的启发，助力教师专业技能与综合素质的提升



^

八月，组织 18 名来自新疆巴州且末县的师生前往山东威海开启暑期公益篮球营，通过跨区域学习交流提升学生体育能力，并拍摄制作短片《上篮吧！少年》，呼吁公众的关注



^

十月，在丽水市景宁县开展教育助学活动，在城北中学设立奖助学金 10 万元，并与沙湾镇小学签订为期三年的研学支持计划

探索社会创新



^

三月，联合西湖区慈善联合总会和西湖区妇联，共同发起珀莱雅「美力绽放」女性关爱慈善信托项目，面向妇女儿童及其家庭、老人等女性群体开展公益活动 17 场，覆盖 864 人次

助力区域共富



六月，向大荆镇乐清市第五人民医院捐赠5台价值63万元的血透机设备，用于帮助当地血透病人



六月，向四川省小金县困难家庭捐赠大米、食用油、棉被等价值5万元物品，向四川甘孜州德格县捐赠书包、校服、文具等价值5万元物品



九月，值第九个中华慈善日之际，向西湖区慈善联合总会捐赠善款10万元，助力四川省广元市青川县在脱贫成果巩固上迈出坚实步伐

员工公益



八月，组织员工为珀莱雅希望小学师生捐赠了6箱生活学习物品与10套闲置的电脑设备



九月，组织“为自然做减法”主题净山活动，号召员工在世界清洁日当天徒步上山捡垃圾，为环保助力



十二月，组织二十余位员工及其家属走近听障人士，学习手语的同时，促进残健融合

社会公益 指标与目标

指标	单位	管理目标	2024年进展	达成情况
社会公益项目投入金额	万元	到2025年 累计投入1,200万元用于社会公益，共建平等多元的社会	2022-2024累计投入1,268.45万元（含物资折价）	已达成
公益活动影响人次	人次	到2025年 通过社会公益等活动，直接影响50万人次、间接影响5亿人次	2022-2024年直接受益人次累计达98万人次，间接受益人次累计达4.73亿人次	按计划推进中

规范治理 稳健经营基石

05





珀莱雅深知良好的公司治理是实现基业长青之根本。公司坚持依法经营，建立科学完善的合规管理体系，恪守高水平的经营准则。

公司围绕商业道德、风险与合规、知识产权等多个议题，践行规范严明的治理常规及程序，在追求业绩成长的同时，以诚信、透明、道德的行为努力为社会创造可持续价值。

本章节 回应重要性议题

- 公司治理 ●
- 风险与合规 ●
- 商业道德 ●
- 知识产权管理 ●

注：“●●”代表具有双重重要性“●”代表仅具有财务重要性，“●”代表仅具有影响重要性，“●”代表既不具有财务重要性，也不具有影响重要性

本章节 回应的 SDGs



公司治理

公司遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《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，根据最新监管政策及规范性文件规定，结合公司实际情况，更新有关规章制度，不断完善法人治理结构，提高公司规范运作水平。

公司严格按照《公司章程》规范地召集、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。报告期内，公司治理实际情况符合中国证监会和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。

公司董事会组成
及三会召开情况 >

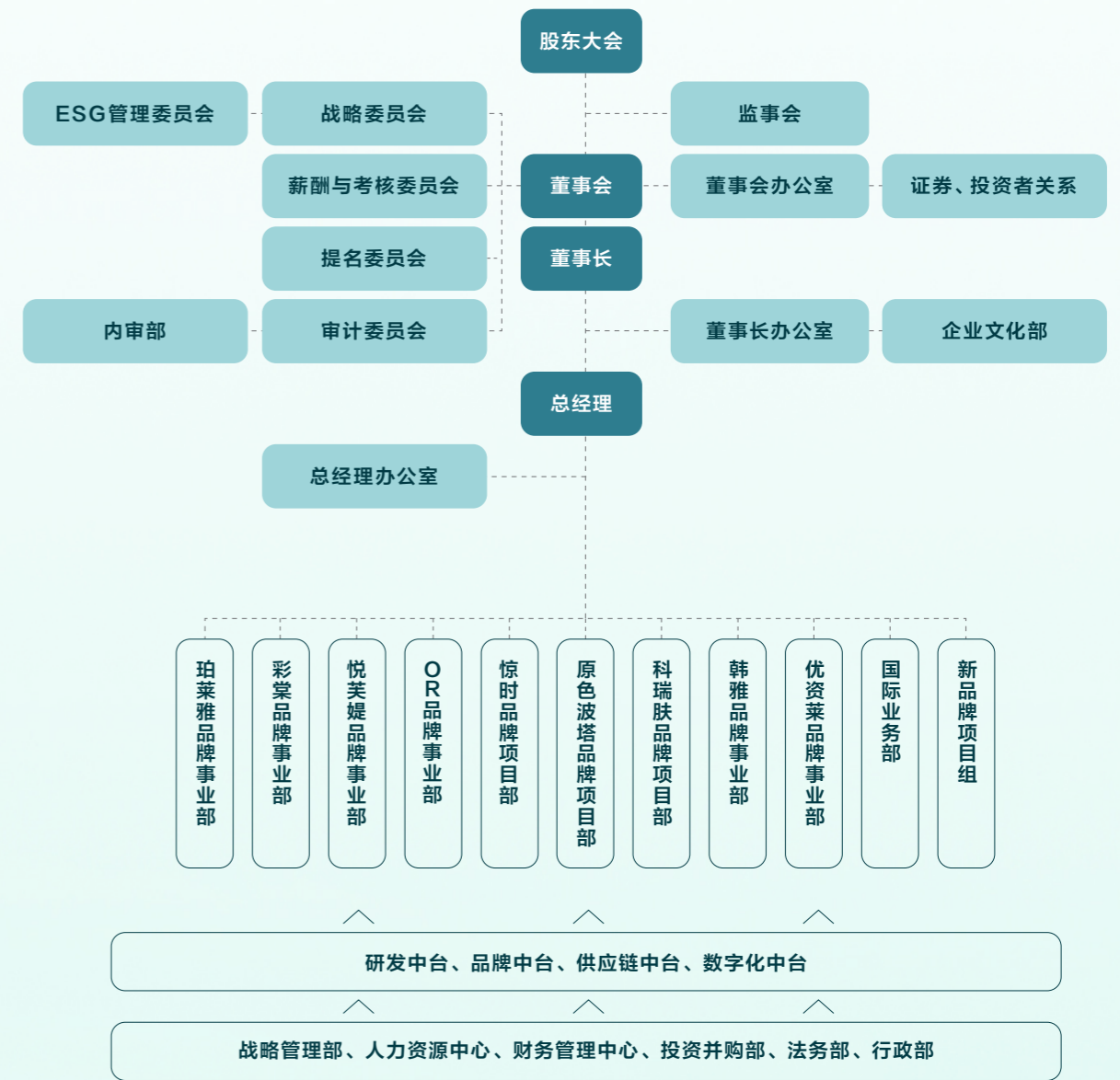
董事会与监事会组成

董事会董事 5 名	独立非执行董事 2 名
执行董事 3 名	监事 3 名（其中职工代表监事1名）

三会召开情况

股东大会 2 次	监事会会议 4 次
董事会会议 4 次	董事会各专门委员会会议 10 次
共审议、审阅、审查或听取议案、报告 107 项	

公司治理架构图 v



公司董事及高管薪酬构成(单位:人民币元) ∨

姓名	职务	固定薪酬			可变薪酬		全年报酬总额	股权支付
		基本工资	岗位工资	津贴及其他报酬	可持续绩效	年度奖金		
侯军呈	董事长	240,000.00	240,000.00	660,000.00	310,000.00	1,701,110.00	3,151,110.00	0.00
侯亚孟 ¹	董事 总经理	150,000.00	150,000.00	158,000.00	120,000.00	688,042.60	1,266,042.60	0.00
金衍华 ²	董事 副总经理	120,000.00	120,000.00	420,000.00	270,000.00	2,084,040.00	3,014,040.00	2,694,547.05
王莉	副总经理 董秘 兼财总	120,000.00	120,000.00	650,000.00	270,000.00	1,772,971.64	2,932,971.64	3,464,417.63
方玉友 ³	董事 总经理	180,000.00	180,000.00	519,000.00	240,000.00	1,419,236.13	2,538,236.13	0.00

针对董事及高管，公司建立完善的薪酬激励制度，保证董事及高管与股东利益的一致性。公司董事及高管薪酬由固定工资及可变薪酬两部分组成，可变薪酬的数额由董事及高管的年度绩效表现决定。其中，**公司将可持续绩效作为可变薪酬的一部分，将公司可持续发展表现与董事及高管薪酬相挂钩，从而推动公司可持续发展目标的实现。**

注：
[1] 侯亚孟总经理报告期内任期为 2024 年 9 月 13 日 -2024 年 12 月 31 日。
[2] 金衍华董事报告期内任期为 2024 年 9 月 13 日 -2024 年 12 月 31 日。
[3] 方玉友董事、总经理的报告期内任期均为 2024 年 1 月 1 日 -2024 年 9 月 12 日。

信息披露 与投资者沟通

公司高度重视信息披露工作，按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等相关法律及相关规定，制定《信息披露管理制度》《内幕信息知情人登记管理制度》等信息披露相关制度，定期更新《信息披露标准》《关联方清单》等有关文件，构建了合规高效的信息披露体系。公司积极组织董事、监事、高级管理人员学习《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》及独董新规、回购新规等法律法规，确保其行为遵守信息披露相关法规要求。

珀莱雅 2024 年信息披露
质量提升举措 >

公司严格履行信息披露义务，保障信息披露内容的真实、准确、完整、及时、公平，并加强自愿性披露，增强信息披露质量。**报告期内，公司合规高效地完成了定期报告及临时公告的信息披露工作，有效保障了信息披露的有效性与一致性，未发生因信息披露不当受到监管处罚等情形。**

举措	具体内容
优化自愿性披露内容	公司主动披露对投资者作出价值判断和投资决策有关的信息，在年报及半年报中主动披露所处行业及公司经营性信息
提升信息披露内容可读性	公司通过“一图速览”长图、“视频解读”、PPT 图文等可视化的形式呈现公司的业务数据及经营亮点
规范信息披露相关审批流程	公司在 OA 系统中设立信息披露审批、新设 / 投资 / 变更公司申请、委托理财申请、担保申请等流程，监督公司对外投资、对外担保、关联交易等事项

珀莱雅 2024 年信息披露
质量提升举措 >

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，公司制定《珀莱雅化妆品有限公司投资者关系管理制度》，积极开展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。



2024 年，公司积极开展投资者沟通互动工作，开展多样化的业绩说明会投资者交流活动。同时，公司在微信公众号、微信小程序、东方财富、同花顺、雪球运营珀莱雅投资者关系官方账号，持续拓宽与投资者沟通渠道。

珀莱雅 2024 年投资者
沟通绩效 >

公司共发布定期报告	4 份	公司共发布临时公告	58 份
公司通过线上及现场方式开展投资者调研沟通活动	9 次	累计接待机构投资者	2,000+ 人

珀莱雅 2024 年信息披露
及投资者沟通社会认可 >

奖项	颁发机构
2023-2024 年度信息披露工作评价结果为 A	上海证券交易所
上市公司投资者关系管理最佳实践	中国上市公司协会
中国上市公司投资者关系天马奖	证券时报
中国主板上市公司价值 100 强	证券时报
2024 年度最佳机构覆盖 IR 团队	进门财经
最佳信披奖	IRSC 第八届中国卓越 IR
2024 上市公司年度评选——投关菁英奖	同花顺
2024 年度品牌力上市公司——雪球年度金榜	雪球

在努力实现规模快速增长、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。

年度	每 10 股派息数 (元) (含税)
2022	8.7
2023	9.1
2024	11.9

公司重视信用建设，遵守信贷商业规则，保障法律、行政法规及《公司章程》所赋予的债权人合法权益。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	2022	2023	2024
每股社会贡献值 (元) (含税)	7.18	7.38	9.06

更多公司治理信息请参阅《珀莱雅 2024 年年度报告》中“公司治理”章节。

| 风险与合规

治理

珀莱雅董事会为全面风险管理的最高决策机构。公司在董事会下设立审计委员会，建立内部审计制度，审计委员会下设内审部，对公司内部控制制度的建立和实施、财务信息的真实性和完整性等情况进行检查监督。内审部向审计委员会负责，并向审计委员会报告工作。

珀莱雅严格遵守《中华人民共和国公司法》《化妆品生产经营监督管理办法》《化妆品功效宣称评价规范》等法律法规，制定《内部审计管理制度》《内部控制应用指南》等内部规章制度，公司在 2024 年更新《珀莱雅广告物料合规审核流程指引》并完善发布了其他 10 余项公司制度，持续提升风控合规管理水平。



战略、风险及 机遇管理

公司深刻认识到，健全的风险管理与内部控制体系是及时识别和应对潜在风险、实现高质量可持续发展的关键。基于风险治理架构，公司建立了系统化的风险识别、评估与监控流程。同时，公司设立内审部，以加强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。

管理目标

重大风险事件	0 起	因不当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚事件	0 起
--------	------------	----------------------	------------

珀莱雅风险管理流程 >

- 
风险识别
 - 收集内外部信息，确定识别范围涵盖战略和业务各环节；运用头脑风暴、流程图分析方法识别风险
- 
风险评估
 - 设定风险发生可能性和影响程度的评估标准；采用风险矩阵、定量分析方法评估风险大小
- 
风险排序
 - 依据评估结果按严重程度排序，同时考虑风险紧迫性调整排序优先级

珀莱雅风险管理流程
续表 >

- 风险监测**
 - 建立包含财务、市场等指标的监测体系；利用信息化系统和内部审计手段进行监测
- 风险管理**
 - 制定规避、降低、接受、转移等风险应对策略；成立小组实施措施并调配资源，评估管理效果

公司注重海外市场开拓过程中的风险防范，主动识别地缘政治、文化差异、本土竞争等新兴风险，制定风险管控策略，为公司海外业务发展提供保障。

珀莱雅新兴风险管控策略 >

策略	具体描述
多元化市场布局	彩棠成功切入日本市场、中国台湾省市场，珀莱雅与悦芙媿聚焦马来西亚、印尼等东南亚地区，公司于欧洲设立法国子公司，成立欧洲科创中心，以此分散地缘政治风险
组建海外项目组及本地化团队	通过跨文化深度交流，借助其文化特长深入理解适配本地市场，增强团队跨文化沟通与文化感知力，保障品牌信息精准传播
着力海外合规体系建设	法务部紧密契合海外业务，设立海外合规小组推动业务发展，合规小组负责人为杭州市合规专家库成员，参与编制《杭州市企业境外经营合规管理指引》并开展内部落实

内审部定期开展专项审计、离任审计等项目，强化公司营商活动的合法性、合规性及真实性，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。2024年，内审部完成16个内部审计项目，审计范围覆盖全体事业部和子公司，有效防范了公司经营和业务开展过程中的各类风险。

公司坚持以业务合规落地为导向，坚守法律底线、上市公司监管规则和公司规章制度红线。公司设立法务部，围绕民商事综合、电商业务合规、知识产权、投融资四大法务工作模块，深入专业化、精细化、职能化运作模式，当前已完成从“预防式法务”向“战略式法务”转型。

合规运营

珀莱雅合规审核流程 >

2024年，公司开展合规管控系统智能化改造工作，新系统已于报告期内正式上线，为公司提升运营效率、增强跨部门协同能力提供了有力保障。

合同审核管理流程

- 重点关注担保、关联交易和其他违反强制性法律规定的情形，确保业务合规
- 遵循《珀莱雅信息披露标准》《珀莱雅关联方清单》以及相关规章制度、法律法规进行合规审查
- 根据需要联动董事会证券部、财务部、价格评审部等会审，控制交易风险
- 利用SOA系统进行合同审批管理

广告物料审核流程

- 重点关注遵守广告法、反不正当竞争法、个人信息保护法、消费者权益保护法、公序良俗及正向价值导向
- 审核流程适用于公司各品牌需对外发布的涉及产品相关的物料的合规审核，如品牌宣传、商详页、活动首页海报、视频脚本、DM单、宣传手册、客服话术、直播话术、营销短信等

此外，公司通过刊发法治内刊、搭建知识库、主题宣传活动、法律专题培训、以及同行法务交流与培训等举措，深化相关部门及人员合规意识，营造合规文化氛围，推动各品牌法务管理统一化、标准化。

珀莱雅合规管理举措 >

举措	成果
刊发法治内刊《珀·尚法荟》	发布《珀·尚法荟》双月刊共4期，向全员介绍最新法律法规动态、民商事违法案例以及知识产权侵权典型案例，提高全员法律水平和知识产权保护意识
搭建知识库	梳理整合与公司业务相关法律法规、部门规章、监管部门问答、监管部门科普信息等并建立飞书“化妆品行业法律法规汇总知识库”
主题宣传活动	举办年度“廉洁合规”主题宣传周系列活动。活动形式多样，包括面向全体员工开展“廉洁合规宣讲”；面向公司管理层（含公司董事）及总监级管理干部开展合规专题培训；设置“我为廉洁代言”趣味游戏、有奖问答等
法律专题培训	开展电商合规培训2场、劳动合规培训2场

珀莱雅合规管理举措
续表 >

举措	成果
法律专题培训	<ul style="list-style-type: none"> 面向财务、内审、投资部等员工开展新公司法培训 1 场 面向总监级员工开展公司法培训 1 场
同行法务交流与培训	<ul style="list-style-type: none"> 法务部人员自行主动参与行业交流及学习活动 27 场 法务部积极组织成员参加线下相关培训学习，提升专业经验和职业技能，累计共参加 22 场外部免费培训 法务部积极参与相关行业标准制定，主动参加行业相关活动，开展分享与学习，如参与《杭州市企业境外经营合规管理指引》的编制（已发布），共计 5 场次

税务管理

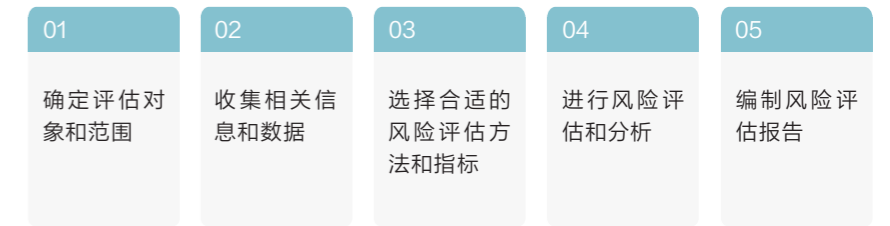
公司建立并持续健全税务管理体系，确保税务管理与公司的发展阶段、业务规模、商业模式、外部环境相匹配，与公司发展战略相协同。公司坚持依法纳税，合理管控税务成本，防范税务风险，持续优化税务管理。

珀莱雅税务管理体系 >

<p>战略层</p> <p>税务筹划，优化税务成本，创造价值</p> <ul style="list-style-type: none"> 负责在公司战略与财务战略规划指引下，制定公司的税务管理战略规划，明确税务管理目标，制定科学合理的税收筹划方案
<p>支撑层</p> <p>保障税务工作的持续发展</p> <ul style="list-style-type: none"> 负责构建税务组织架构与团队、建立与完善税务制度流程、管理税务文档等
<p>税务风险管理层</p> <p>护航企业行稳致远</p> <ul style="list-style-type: none"> 负责税务风险评估与预警、税务自查、税务检查与稽查应对、税务关系维护等
<p>日常税务业务层</p> <p>确保税务工作的正常开展</p> <ul style="list-style-type: none"> 负责税务登记与注销、税务计算与申报、税收缴纳、税收政策收集与动态管理、税务分析与报告等

公司建立起完善的税务风险管理体系，公司在关注纳税申报准确率、税款缴纳及时性、税务登记及时率等税务合规性指标的同时，也通过流程分析法、

珀莱雅税务风险评估流程 >



珀莱雅税务风险应对措施 >

措施	具体内容
设立风险预警机制	<ul style="list-style-type: none"> 设定风险预警指标和阈值，当指标超过阈值时，及时发出预警信号 建立风险预警信息系统，实现风险的实时监测和预警
制定应急预案	<ul style="list-style-type: none"> 针对可能出现的税务风险，制定相应的应急预案，明确应急处理流程和责任分工 定期进行应急演练，提高应对税务风险的能力
加强内部控制	<ul style="list-style-type: none"> 建立健全税务内部控制制度，规范税务管理流程，加强对税务风险的防范和控制 加强对财务核算、发票管理、纳税申报等关键环节的监督和控制在
与税务机关保持良好沟通	<ul style="list-style-type: none"> 及时了解税收政策的变化和税务机关的工作要求，积极配合税务机关的工作 在遇到税务问题时，主动与税务机关沟通协商，寻求解决方案

风险与合规指标与目标

指标	单位	管理目标	2024 年进展	达成情况
重大风险事件	起	重大风险事件 0 起	0	已达成
因不当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚事件	起	因不当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚事件 0 起	0	已达成

| 商业道德

治理

公司建立完善的反腐败治理架构，防治商业贿赂管理工作由公司董事会战略委员会统一领导，ESG管理委员会负责，并由ESG管理委员会公司治理小组具体执行。

董事会作为公司防治商业贿赂管理工作的领导机构，其主要职责包括指导各部门进一步完善内部控制制度、定期听取各部门的治理商业贿赂工作情况等。ESG管理委员会作为防治商业贿赂的监督管理部门，其主要职责包括组织制定及完善公司治理商业贿赂工作的管理办法或细则、定期召开商业贿赂腐败治理工作会议等。

公司在经营活动中恪守商业道德，严格遵守《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国刑法》等相关法律法规，制定《反商业贿赂反腐败管理办法》《阳光行为准则》等规章，从制度层面筑牢廉洁防线。此外，公司制定并公开经营哲学手册《珀莱雅32条》，激励员工以“诚实正直，廉洁守信”的品格成就卓越个人。

战略、风险及 机遇管理

公司内审部定期进行商业道德议题相关风险识别，基于识别出的腐败风险，通过开展定期审计、设置举报监察渠道、开展廉洁培训等措施管控与应对相关风险，公司也持续加强供应商廉洁管理，努力打造公平、公正的商业环境。

管理目标

到 2025 年

员工商业道德培训
覆盖率

100%

商业贿赂及贪污事件

0起

公司制定覆盖前、中、后台全业务的审计规划，计划每三年完成对公司业务全流程、所有运营点的商业道德与反腐败审计，重点关注合同签订合规审计、财务审计、销售返利与折扣的确认等高商业道德风险领域，以确保公司反腐败与商业道德的管理有效性。公司将基于审计结果，评估风险级别，视实际情况再制定进一步整改及再审计计划，尽可能降低反腐败与商业道德风险。

健全举报渠道

公司设立多层次的监察举报机制，设置包括内部的《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。公司将认真负责地对待每个举报事件，由公司的内审部负责牵头调查处理相关问题。

珀莱雅员工举报处理流程 >



珀莱雅举报者保护措施 >

- 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，否则奖励应在总经理批准后采用非公开形式发放

2024年，公司面向总监级干部开展新《中华人民共和国公司法》和《中华人民共和国刑法修正案（十二）》普法宣贯活动1场，面向全体员工举办“爱廉说”廉洁合规宣传主题周活动，面向供应商持续开展商业道德培训，推进构筑“阳光廉洁、风清气正”的商业文化环境。

供应商廉洁管理

在供应商采购和品牌合作方面，公司要求所有原料、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。

反不正当竞争

公司坚决杜绝虚假宣传、实施市场垄断、侵犯他人商业秘密等不正当竞争行为，严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国广告法》《浙江省反不正当竞争条例》等法律法规，搭建广告物料合规审核流程（详见前述“合规审核流程”）。

公司对涉密会议、论文发表等信息公开行为进行审查，保护公司商业秘密；公司针对他人模仿珀莱雅知名产品的不正当竞争行为发起主动维权，**2024年，公司发起主动维权新增立案3件，历年维权结案15件，保护了珀莱雅知名商品的包装装潢权，维护公司及消费者合法权益。**

商业道德指标与目标

指标	单位	管理目标	2024年进展	达成情况
员工商业道德培训覆盖率	%	到2025年 员工商业道德 培训覆盖率 100%	100	按计划 推进中
董事成员参与反贪污培训覆盖率	%		100	
商业贿赂及贪污事件	起	商业贿赂及贪污事件0起	0	已达成

| 知识产权管理

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》《中华人民共和国专利法实施细则》等法律法规，制定《知识产权管理制度》等内部规范。2024年，公司新发布《商标管理办法》《专利管理办法》《著作权管理办法》，进一步规范知识产权管理，促进知识产权合规使用。

公司已形成完善的 IP(Intellectual Property, 知识产权) 管理体系, 从 IP 布局与管理、风险预警与管控、流程制度建设、专业人才培养、信息化工具建设等方面持续加强知识产权保护, 保障公司合法权益。

知识产权保护重点举措及成效 >

举措	内容	绩效
知识产权确权	<ul style="list-style-type: none"> 在研发项目开发过程中做好创新成果保护, 积极进行知识产权登记、备案、申请、注册等确权工作 与专业律所合作, 布局海外知识产权 	<ul style="list-style-type: none"> 2024年, 公司新申请各类专利64件、新申请商标182件, 新获授权各类专利25件, 新获得注册商标126件、新获得版权登记及版权存证11件 海外注册商标覆盖80多个国家和地区
知识产权意识培训	<ul style="list-style-type: none"> 设立知识产权培训和宣传基金, 每年开展知识产权培训和宣传工作, 组织4.26知识产权宣传日活动 持续宣贯《珀莱雅音视频制作发布合规指引》等内部知识产权合规指引, 提升全员知识产权保护意识和合规意识 持续刊发《珀·尚法荟》内刊, 介绍最新法律法规动态、民商事违法案例、知识产权侵权典型案例, 提高全员法律知识水平和知识产权保护意识 	<ul style="list-style-type: none"> 2024年, 公司组织开展6场知识产权培训, 其中4场为外部专家培训, 2场为内部法务培训, 涵盖“化妆品领域的专利挖掘及注意事项”“AI助力研发进程一键加速”等6个主题

知识产权保护重点举措及成效
续表 >

举措	内容	绩效
知识产权维权	<ul style="list-style-type: none"> 与专业知识产权服务公司、律所等合作, 开展专项维权行动 对假冒、仿冒和商标侵权等行为发起诉讼维权, 开展全方位、立体式打击, 保护品牌合法权益 	<ul style="list-style-type: none"> 2024年, 公司旗下彩棠品牌维权新增立案217件, 结案172件; 悦芙媞品牌维权新增立案44件, 结案46件; OR品牌维权新增立案22件, 结案19件

公司在保护自身知识产权的同时, 也关注知识产权侵权风险。公司建立完善的知识产权风险防控机制, 致力于营造尊重知识产权的良好商业氛围。

珀莱雅知识产权风险
防控机制 >

- 在研发项目立项时, 开展知识产权检索、盘查, 对可能侵犯他人知识产权研发项目实行一票否决权
- 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存在侵犯他人知识产权的风险
- 规范各事业部门在商标、软件、字体、图片、音乐等方面的合规使用, 排除潜在知识产权侵权风险

珀莱雅知识产权荣誉 >

- 悦芙媞被列入杭州市第二批重点商标保护名录
- Off&Relax 被列入第三批重点商标保护名录

ESG 数据绩效表及附注

环境数据¹

披露项	单位	2022 年度	2023 年度	2024 年度
环境合规管理				
因违反环境保护法律法规而受到处罚的事件数	件	0	0	0
报告期内因环境事件受到生态环境等有关部门重大行政处罚的处罚金额	万元	0	0	0
能源管理				
综合能源消耗量	吨标煤	2,561.55	2,889.61	3,841.18
– 天然气	立方米	368,936.00	397,113.82	453,649.20
– 汽油	升	52,620.00	86,678.73	67,531.47
– 柴油	升	39,903.00	69,948.07	94,484.26
– 外购电力: 非可再生能源	兆瓦时	12,131.08	9,409.49	15,110.44
– 外购电力: 可再生能源	兆瓦时	1,800.00	6,121.42	7,104.00
– 太阳能光伏发电量	兆瓦时	2,038.99	2,197.53	2,562.09
单位营收综合能源消耗量	吨标煤 / 百万元	0.40	0.32	0.36
资源管理				
总耗水量	立方米	253,488.70	272,865.52	343,585.15
单位营收耗水量	立方米 / 万元	0.40	0.31	0.32
循环用水总量	立方米	13,000.00	19,000.00	19,000.00
水循环与再利用的总量占总耗水量的比例	%	5.13	6.96	5.53
包装材料使用总量 ²	吨	29,606.21	41,005.70	47,855.74
– 可持续包装材料使用量	吨	2,083.32	10,442.88	16,213.94
单位营收包装材料使用量	千克 / 万元	46.37	46.05	44.40
排放与废弃物管理				
废气排放总量 ³	立方米	16,080,000.26	38,376,000.26	54,600,000.52
单位营收废气排放总量	立方米 / 万元	25.18	43.10	50.66

披露项	单位	2022 年度	2023 年度	2024 年度
排放与废弃物管理				
工业废水排放量 ³	立方米	20,219.00	24,329.00	32,298.00
– 化学需氧量(COD)排放量	千克	1,016.00	1,160.00	1,600.00
– 生化需氧量(BOD)排放量	千克	172.00	242.00	250.00
– 氨氮(NH ₃ -N)排放量	千克	104.40	60.00	160.00
单位营收工业废水排放量	立方米 / 万元	0.03	0.03	0.03
废弃物总量	吨	1,268.61	1,639.33	2,178.62
– 一般废弃物总量 ⁴	吨	1,267.63	1,638.79	2,177.78
– 危险废弃物总量 ⁵	吨	0.98	0.58	0.84
单位营收一般废弃物排放量	千克 / 万元	1.99	1.84	2.02
单位营收危险废弃物排放量	克 / 万元	1.53	0.65	0.78
气候变化减缓与适应				
温室气体排放总量(范围一、范围二) ⁶	吨二氧化碳当量	7,933.90	7,420.89	11,579.15
– 范围一温室气体排放量 ⁷	吨二氧化碳当量	1,015.54	2,054.66	2,730.48
– 范围二温室气体排放量 ⁸	吨二氧化碳当量	6,918.35	5,366.23	8,848.67
单位营收温室气体(范围一、范围二)排放量	千克二氧化碳当量 / 万元	12.42	8.33	10.74
范围三温室气体排放量	吨二氧化碳当量	/	88,194.52	107,692.26

注 1: 2022 年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, 2023 年数据口径涵盖珀莱雅总部大楼、湖州生产基地护肤工厂、彩妆工厂, 且已覆盖珀莱雅化妆品业务中除各地销售办公室外的主要运营点。2024 年的数据口径在上一年度的基础上扩大了母公司珀莱雅化妆品股份有限公司的核算边界, 具体可见《珀莱雅化妆品股份有限公司 2024 年度温室气体核查声明》。

注 2: 包装材料使用总量涵盖一级包装、二级包装及包装辅料。2023 年, 公司业务增长, 因此使用包装材料有所增长。

注 3: 2023 年, 护肤工厂制膏废气处理设施正式投产, 因此废气产生量增加, 此设备有效收集生产过程产生的废气和粉尘, 降低粉尘及有机废气排放; 2024 年, 公司因四车间和食堂投入使用, 废气及废水产生量进一步增加。

注 4: 2023 年, 公司完善一般废弃物统计范围, 涵盖生活垃圾、一般生产废弃物以及纸箱、塑料纸、塑料桶等可回收废弃物; 2024 年, 公司因销量增加致使电商产品退货产生的包装材料使用量增加, 一般废弃物产生量随之增加。

注 5: 2024 年危险废弃物增加的原因因为工厂可回收活性炭更换周期从每半年一次改为一季度一次。

注 6: 2024 年, 公司依据 ISO 14064 进行盘查并通过核查, 核查证书见“附录: 温室气体核查声明”。

注 7: 2021-2022 年范围一计算的是汽油、柴油及天然气的碳排放量。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)。2023 年, 公司完善统计口径范围一碳排放涵盖汽油、柴油、天然气、灭火器及空调冷媒等碳排放。此外, 公司汽油、柴油消耗量增加, 因此范围一碳排放量增加。2023 年范围一计算因子采用《IPCC 国家温室气体清单指南》相关因子。

注 8: 范围二计算使用电网供电的碳排放量, 公司使用光伏发电的电力和购买的绿色电力不计算碳排放。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)。范围二温室气体计算公式: 全国电网供电 * 全国电网平均排放因子, 2022 年以及 2023 年采用《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》中全国电网平均排放因子 0.5703tCO₂/MWh 计算, 2024 年使用的碳排放因子为 0.5856 tCO₂/MWh。

创新驱动数据

披露项	单位	2022 年度	2023 年度	2024 年度
研发人员数量	人	229	322	389
- 最高学历为硕士研究生的人数	人	69	126	159
- 最高学历为博士研究生的人数	人	4	8	16
研发人员占比 ¹	%	7.21	10.84	11.46
研发投入金额	万元	12,800.91	17,357.01	21,038.60
研发投入金额占主营业务收入比例 ²	%	2.00	1.95	1.95
报告期内专利申请数量	件	/	/	64
报告期内专利授权数量	件	/	/	25
报告期内有效专利数量	件	/	/	229
应用于主营业务的发明专利数量	件	/	/	123

注 1:【计算方式】研发人员占比 = 研发人员数量 / 期末员工总人数 *100%。

注 2:【计算方式】研发投入金额占营业收入比例 = 研发投入金额 / 营业收入 *100%。

产品与客户责任

披露项	单位	2022 年度	2023 年度	2024 年度
接获关于产品及服务的投诉数目	件	2,120	3,925	2,729
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 ¹	件	0	3	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

披露项	单位	2022 年度	2023 年度	2024 年度
违反有关客户隐私保护的法规的事件数	次	0	0	0
线上销售产生的收入百分比	%	91	93	95

注 1: 2023 年, 美丽谷和宁波汤愈 2 家公司在三八促销活动期间, 因使用第三方工具发送推广短信时误选人群包, 构成“未经他人同意发送广告”, 分别被属地市场监督管理局处以行政处罚, 公司相关部门已全面复盘, 优化短信推广复核程序, 规避同类事件再发生; 美丽谷在个别电商平台发布商品宣传页面时因漏标文字, 构成“广告以引人误解的内容误导消费者”, 被属地市场监督管理局处以行政处罚, 公司相关部门已全面复盘及整改, 加强营销推广审核监督机制, 规避同类事件再发生。

供应链管理

披露项	单位	2022 年度	2023 年度	2024 年度
供应商总数 ¹	家	730	791	976
- 大陆地区的供应商数	家	724	782	968
- 港澳台及海外地区的供应商数	家	6	9	8
接受环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例 ²	%	30.41	33.38	41.70
通过环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例 ³	%	95.05	100	100

注 1: 2022 年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; 2023 年起, 公司进一步完善统计口径, 供应商统计口径涵盖生产环节的物料、服务类供应商、线下销售和品牌营销的供应商, 不包括品牌代言人和关键意见领袖(KOL)。

注 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) × 100%。

注 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 × 100%。

员工数据¹

披露项		单位	2022 年度	2023 年度	2024 年度
员工雇佣					
员工总数 ²		人	3,177	2,971	3,394
按性别划分	男性	人	751	877	1,052
	女性	人	2,426	2,094	2,342
按年龄划分	30岁及以下	人	1,408	1,584	2,079
	30岁至50岁之间	人	1,723	1,338	1,268
	50岁及以上	人	46	49	47
按工作地区划分	在中国大陆工作	人	3,177	2,971	3,389
	在港澳台及海外工作	人	0	0	5
按职级划分	基层员工	人	2,875	2,596	2,919
	中级管理层员工	人	285	358	460
	高级管理层员工	人	17	17	15
违反员工雇佣及劳工法律法规所受处罚的次数		件	0	0	0
新员工总数		人	/	/	1,100
按性别划分	男性	人	/	/	299
	女性	人	/	/	801
按年龄划分	30岁及以下	人	/	/	942
	30岁至50岁之间	人	/	/	158
	50岁及以上	人	/	/	0
按职级划分	低级/初级管理层员工	人	/	/	227
	中级管理层员工	人	/	/	13
	高级管理层员工	人	/	/	1
内部候选人填补的空缺职位百分比（内部招聘）		%	/	/	5
平均招聘成本/FTE（全职人力工时）		万元	/	/	0.26

披露项		单位	2022 年度	2023 年度	2024 年度
女性员工雇佣					
女性在总劳动力中的份额（占总劳动力的百分比）		%	76.36	70.48	69.00
女性在所有管理职位中的比例，包括初级、中层和高级管理人员（占总管理职位的百分比）		%	/	/	60.10
按职级划分	女性担任初级管理职位，即一级管理职位的比例（占初级管理职位总数的百分比）	%	/	/	64.10
	女性担任最高管理职位的比例，即与首席执行官或类似职位最多相距两个级别（占最高管理职位总数的百分比）	%	/	/	44.00
按职能划分	在创收职能（如销售）中担任管理职位的女性比例占所有此类经理人的百分比（即不包括人力资源、IT、法律等支持职能）	%	/	/	53.40
	女性在科学、技术、工程、数学（Science, Technology, Engineering, Mathematics, 简称STEM）相关职位中的比例（占STEM职位总数的百分比）	%	/	/	68.10
职业健康与安全					
因工伤损失的工作日数 ³		天	0	0	121
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
员工百万工时损工率（LTIFR）		%	0	0	0.44
员工工伤保险投入金额 ⁴		万元	70.47	91.34	101.53
员工工伤保险覆盖率		%	/	/	100
员工培训与发展					
员工培训覆盖率 ⁵		%	46.27	90.51	100
按性别划分	男性	%	27.96	74.12	100

披露项		单位	2022 年度	2023 年度	2024 年度
员工培训与发展					
按性别划分	女性	%	51.94	97.37	100
按职级划分	基层员工	%	44.31	89.14	100
	中级管理层员工	%	64.91	100.00	100
	高级管理层员工	%	64.71	100.00	100
员工接受培训平均小时数 ⁶		小时	17.40	18.04	17.51
按性别划分	男性	小时	8.53	14.30	18.01
	女性	小时	20.15	19.61	17.28
按职级划分	基层员工	小时	18.05	17.76	17.59
	中级管理层员工	小时	11.51	20.47	17.37
	高级管理层员工	小时	5.76	10.09	4.9
员工流失率 ⁷		%	28.83	43.86	22.22
按性别划分	男性	%	29.16	22.01	26.90
	女性	%	28.73	53.01	20.11
按年龄划分	30岁及以下	%	34.16	36.49	28.72
	30岁至50岁之间	%	25.01	53.44	12.30
	50岁及以上	%	8.70	20.41	2.13
按工作地区划分	在中国大陆工作	%	28.83	43.86	22.25
	在港澳台及海外工作	%	0	0	0
按职级划分	低级 / 初级管理层员工	%	/	/	2.40
	中级管理层员工	%	/	/	5.20
	高级管理层员工	%	/	/	1.90
员工培训总支出		万元	/	/	264.96
员工培训平均支出		元	/	/	780.67

注 1: 如无特别说明, 本表所示员工人数均为各年度末时点数据。

注 2: 员工数据仅统计报告期末全职劳动合同制员工, 不包含劳务派遣员工和兼职员工。

注 3: 报告期内, 公司共计发生三起工伤事件, 涉及员工 3 人, 均因员工上下班途中发生交通事故, 公司依据相关管理规定, 均已妥善处理。

注 4: 该金额未包含珀莱雅品牌线下渠道全国门店 BA 员工及公司小部分地区员工的工伤保险费, 但公司已通过第三方服务机构为该部分员工代缴全部工伤保险费。

注 5: 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。

注 6: 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; 2022 年, 培训时长数据不包括反腐败培训时长; 2023 年, 公司调整员工培训统计范围, 将反腐败培训数据纳入员工培训统计范围内。

注 7: 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)。

社会公益

披露项	单位	2022 年	2023 年	2024 年
社区公益投入金额 ¹	万元	143.46	866.12	258.87
慈善捐赠金额	万元	143.46	850.14	257.28
员工志愿服务总时长 ²	小时	285.00	765.00	1,263.00

注 1: 社区公益投入包括珀莱雅在各类社区公益及慈善捐赠活动中捐赠的资金和物资; 2022 年, 受外部环境影响, 部分线下公益慈善活动暂缓开展, 且公司正在调整公益慈善投入方向, 因此实际发生的投入金额略有减少; 2023 年, 公司社区投入工作恢复正常, 因此投入金额增加。

注 2: 2022 年起, 公司配合社区组织员工开展志愿服务活动, 且基金会及公司积极倡导员工开展志愿者服务, 因此员工志愿服务总时长逐年增长。

商业道德

披露项	单位	2022 年	2023 年	2024 年
报告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
董事接受反腐败培训的覆盖率	%	100	100	100
董事接受反腐败培训的人均小时数	小时	1.50	3	2.5
员工接受反腐败培训的覆盖率	%	100	100	100
员工接受反腐败培训的人均小时数	小时	2.50	3.02	1.50

奖项与社会认可

2024 年度公司荣誉奖项	
荣誉名称	颁发机构
ISO50001:2018 能源管理体系认证	必维
RSPO 供应链认证	必维
中国上市公司投资者关系最佳实践案例	中国上市公司协会
2023-2024 最受尊敬企业	经济观察报
中国幸福企业百强——卓越雇主 30 强	经济观察报
2024 年中国轻工业数字化转型“领跑者”	中国轻工业信息中心
2024 年药品智慧监管典型案例	国家药监局信息中心
《升级和创新消费品指南（轻工 第十一批）》	中国轻工业联合会
《升级和创新消费品指南（轻工 第十一批）》	中国轻工业联合会
浙江省民营经济国际合作商会鼎力支持奖	浙江省民营经济国际合作商会
浙江省民营经济国际合作商会突出贡献奖	浙江省民营经济国际合作商会
2024 浙江省成长性最快百强企业	浙江省企业联合会 浙江省企业家协会 浙江省工业经济联合会
浙江省 2023 年科学技术进步三等奖	浙江省科学技术厅
2024 年浙江省民营经济总部领军企业	浙江省经济和信息化厅
2024 浙江民营企业数字化转型“弄潮榜”	浙江省数字经济学会
浙江省重点企业研究院	浙江省经济和信息化厅
杭州市重点商标	杭州市市场监督管理局

2024 年度公司荣誉奖项	
荣誉名称	颁发机构
杭州市上市企业 ESG 战略慈善影响力先锋 20	杭州市慈善总会 / 杭州市民政局
2024 杭州市综合百强企业	杭州市工业经济联合会、杭州市企业联合会、杭州市企业家协会
2024 年杭州市三星级总部企业	中共杭州市委杭州市人民政府
2023 年度杭州市鲲鹏企业（一星）	中共杭州市委杭州市人民政府
2024 年度湖州市“金象”企业	中共湖州市委湖州市人民政府
2024 年度湖州市纳税大户	中共湖州市委湖州市人民政府
2024 年度杰出贡献奖 - 金牌奖	湖州市吴兴区人民政府
2024 年度亩均十强奖 - 一等奖	湖州市吴兴区人民政府
2024 年度西湖区工商联共同富裕工作优秀会员企业	杭州市西湖区工商业联合会
2024 年度西湖区工商联优秀会员企业	杭州市西湖区工商业联合会
西湖区“三新”学堂实训中心	西湖工会
杭州市西湖区平台经济发展联盟理事单位	西湖区人民政府（市场监管）
副会长单位	乐清慈善总会
慈善突出贡献奖	乐清慈善总会
优秀党建联建单位	中共杭州市西湖区留下街道工作委员会
西湖区 2024 年度关键创新领军企业	杭州西湖区人民政府
2024 年浙江省民营经济总部领军企业	杭州西湖区人民政府
中国美妆品牌 TOP100（第 1）	美妆网

2024 年度公司荣誉奖项	
荣誉名称	颁发机构
中国美妆品牌 TOP100 (第 45)	美妆网
中国上市公司投资者关系天马奖	证券时报
2024 福布斯中国品牌价值系列评选年度好品牌 Top50	福布斯中国
2024 美伊 BEAUTY 中国好产品护肤大奖	第 28 届 CBE 中国美容博览会
2024 美伊 BEAUTY·彩妆类底妆 TOP 大奖	第 29 届 CBE 中国美容博览会
2024 美伊 BEAUTY·洗护发 TOP 大奖	第 30 届 CBE 中国美容博览会
市场地位确认证书“连续 3 年中国早 C 晚 A 护肤产品领导者”	沙利文
市场地位确认证书“连续 3 年中国早 C 晚 A 护肤产品销售额第一”	沙利文
优秀参展品牌	首届国潮美妆生活节组委会
优秀参展企业	首届国潮美妆生活节组委会
企业反舞弊联盟会员单位	企业反舞弊联盟会员单位
阳光诚信联盟会员单位	阳光诚信联盟会员单位
浙江美妆十大品牌	浙江省健康产品化妆品行业协会
2023 年度卓越聚势奖 (腾讯音乐公益「让情绪发声」校园音乐公益企划)	中国广告协会 / 腾讯广告 / TME 商业广告
2024 腾讯·域见美妆大奖 - 营销创新奖	腾讯广告
2024 年中国化妆品蓝玫奖『年度影响力上市公司』	化妆品观察
2024 年中国化妆品蓝玫奖『年度星产品』	化妆品观察
2024 天猫金妆奖·年度中国品牌奖	天猫

2024 年度公司荣誉奖项	
荣誉名称	颁发机构
2024 天猫金妆奖·年度 TOP 品牌奖	天猫
2024 天猫金妆奖·年度店播合作伙伴奖	天猫
2024 天猫金妆奖·年度 TOP 单品奖	天猫
2024 天猫金妆奖·年度乳液面霜奖	天猫
2024 天猫金妆奖·年度 TOP 新品奖	天猫
2024 天猫金妆奖·年度面膜奖	天猫
2024 天猫金妆奖·年度修容奖	天猫
2024 天猫金妆奖·年度年轻人选择奖	天猫
2024 CBE·胡润中国美妆新势力品牌 TOP50	胡润百富 / CBE
爱心证书	上海真爱梦想公益基金会
华证 ESG 评级 AA 级	上海华证指数信息服务有限公司
美妆行业 - 化妆品领军企业	中国香料香精化妆品工业协会
2023 年度中国化妆品行业品牌防晒类	中国香料香精化妆品工业协会
反侵权假冒联盟会员单位	中国产学研合作促进会反侵权假冒中心 北京反侵权假冒联盟
中国上市公司价值百强	证券时报
2024 中国好配方 年度抗皱紧致精华	中国好配方组委会
2024 中国好配方 最具人气奖	中国好配方组委会
2024 浙商经典国潮品牌 TOP50	浙商杂志
2024 年度影响力品牌	36 氪未来消费

2024 年度公司荣誉奖项	
荣誉名称	颁发机构
中国美妆产业博览会优秀参展商	中国香料香精化妆品工业协会
2024 中国国货消费品牌 500 强 (第 79 位)	艾媒咨询
2024 国民消费创新案例 (绿色消费)	人民网
化妆品 (中国) 工业百强	化妆品报
2024 化妆品 (中国) 超卖优品精华品类	化妆品报
2024 超级增长品牌	化妆品报
2024 化妆品 (中国) 超卖优品面霜乳液	化妆品报
2024 超级增长品牌	化妆品报
2024 化妆品 (中国) 超卖优品彩妆品类	化妆品报
2024 上海证券报金质量奖持续成长奖	上海证券报
上市公司评选——最佳机构覆盖	进门财经
2024 最具潜力法务 / 合规团队 TOP10	WELEGAL
第二届年度优秀法律人年度优质输出奖	理购 L-COUNCIL
雪球年度金榜——年度品牌力上市公司	雪球
同花顺上市公司年度评选——投关菁英奖	同花顺
2024 年度浙江上市公司最佳内控奖 TOP30	浙江大学管理学院 浙江大学财务与会计研究所 浙江大学全球浙商研究院 浙江上市公司协会 浙江省总会计师协会
ESG 治理与战略示范奖	IRSC 第八届中国卓越 IR

2024 年度公司荣誉奖项	
荣誉名称	颁发机构
向善企业	价值共创组委会
年底 ESG 可持续发展 TOP15	向光奖组委会
最佳 ESG 奖	向光奖组委会
关爱儿童议题优秀案例	思盟企业社会责任促进中心
Wind ESG 最佳实践 100	万得
2024 年 Wind ESG 评级 AA 级	万得
2024 全球浙商 ESG 经典 100	浙商杂志
2024 年度 A 股上市公司主要消费行业 ESG 绩效 TOP20	上海华证指数信息服务有限公司
2024 年度 A 股上市公司 ESG 卓越表现 TOP100	上海华证指数信息服务有限公司
ESG 新标杆企业奖	证券之星
2024 中国美妆行业可持续发展 (ESG) 实践案例	中国香料香精化妆品工业协会
CDP 气候变化问卷并获 “B 级”	全球环境信息研究中心 (CDP)
日化行业社会责任发展指数优秀企业代表	中国社会科学院
中外品牌可持续发展创新案例	新华社
2024 重点行业社会责任发展指数日化行业优秀企业代表	中国社会科学院
长三角 ESG 先锋 50	中央广播电视总台
国家级绿色工厂	中华人民共和国工业和信息化部

对标索引表

《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》索引表

披露要求	报告章节、其他说明
上交所《指引》设置的 21 项议题	
应对气候变化	气候变化减缓与适应 ESG 数据绩效表及附注
污染物排放	环境合规管理 ESG 数据绩效表及附注
废弃物处理	环境合规管理 ESG 数据绩效表及附注
生态系统和生物多样性保护	负责任采购
环境合规管理	环境合规管理 ESG 数据绩效表及附注
能源利用	环境合规管理 ESG 数据绩效表及附注
水资源利用	环境合规管理 ESG 数据绩效表及附注
循环经济	绿色包装 ESG 数据绩效表及附注
乡村振兴	社会公益 ESG 数据绩效表及附注
社会贡献	社会公益 ESG 数据绩效表及附注
创新驱动	科技创新 ESG 数据绩效表及附注
科技伦理	科技创新
供应链安全	负责任采购 ESG 数据绩效表及附注
平等对待中小企业	报告期末应付账款（含应付票据）余额未超过 300 亿元、占总资产的比重未超过 50%，且合并报表范围内企业均无需在国家企业信用信息公示系统披露逾期尚未支付中小企业款项信息

披露要求	报告章节、其他说明
上交所《指引》设置的 21 项议题	
产品和服务安全与质量	产品质量管理 客户服务与权益保护 ESG 数据绩效表及附注
数据安全与客户隐私保护	数据安全与客户隐私保护
员工	员工权益与福利 人力资本发展 健康与安全 ESG 数据绩效表及附注
尽职调查	ESG 议题重要性评估
利益相关方沟通	ESG 议题重要性评估
反商业贿赂及反贪污	商业道德 ESG 数据绩效表及附注
反不正当竞争	商业道德 ESG 数据绩效表及附注
自主披露的议题	
化学品安全与成分透明	化学品安全与成分透明
促进行业发展	促进行业发展
公司治理	公司治理
风险与合规	风险与合规
知识产权管理	知识产权管理 ESG 数据绩效表及附注

GRI《可持续发展报告标准》(2021)索引表

使用声明

珀莱雅化妆品股份有限公司在2024年1月1日至2024年12月31日参照GRI标准报告了在此份GRI内容索引中引用的信息。

使用的GRI 1

GRI 1: 基础 2021

GRI 标准	披露项	报告章节
GRI 2: 一般披露(2021)	2-1 组织详细情况	走进珀莱雅
	2-2 纳入组织可持续发展报告的实体	关于本报告
	2-3 报告期、报告频率和联系人	关于本报告
	2-4 信息重述	关于本报告
	2-6 活动、价值链和其他业务关系	走进珀莱雅 客户服务与权益保护 负责任采购 ESG 数据绩效表及附注
	2-7 员工	人力资本发展 ESG 数据绩效表及附注
	2-9 管治架构和构成	可持续发展管理架构 公司治理
	2-12 在管理影响方面,最高管治机构的监督作用	可持续发展管理架构 公司治理
	2-13 为管理影响的责任授权	可持续发展管理架构 公司治理
	2-14 最高治理机构在可持续发展报告中的作用	可持续发展管理架构
	2-16 关键问题的沟通	利益相关方沟通
	2-17 最高治理机构的共同知识	可持续发展管理架构
	2-19 薪酬政策	可持续发展管理架构 公司治理
	2-22 关于可持续发展战略的声明	可持续发展规划 可持续发展管理架构

GRI 标准	披露项	报告章节
GRI 2: 一般披露(2021)	2-23 政策承诺	董事长致辞 总经理致辞 副总经理致辞
	2-24 融合政策承诺	董事长致辞 总经理致辞 副总经理致辞
	2-25 补救负面影响的程序	风险与合规
	2-26 寻求建议和提出关切的机制	风险与合规
	2-27 遵守法律法规	环境合规管理 产品质量管理 负责任采购 员工权益与福利 人力资本发展 健康与安全 社会公益 公司治理 风险与合规
	2-29 利益相关方参与的方法	ESG 议题重要性评估
GRI 3: 实质性议题(2021)	3-1 确定实质性议题的过程	ESG 议题重要性评估
	3-2 实质性议题列表	ESG 议题重要性评估
	3-3 实质性议题的管理	ESG 议题重要性评估
GRI 201: 经济绩效(2016)	201-1 直接产生和分配的经济价值	公司治理
	201-2 气候变化带来的财务影响和其他风险和机遇	气候变化减缓与适应
	201-3 固定福利计划义务和其他退休计划	员工权益与福利
GRI 203: 间接经济影响(2016)	203-1 基础设施投资和支持性服务	社会公益
	203-2 重大间接经济影响	社会倡导
GRI 205: 反腐败(2016)	205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	商业道德
	205-3 经确认的腐败事件和采取的行动	商业道德
GRI 301: 物料(2016)	301-1 所用物料的重量或体积	ESG 数据绩效表及附注
	301-2 所用循环利用的进料	ESG 数据绩效表及附注
	301-3 再生产品及其包装材料	ESG 数据绩效表及附注
GRI 302: 能源(2016)	302-1 组织内部的能源消耗量	ESG 数据绩效表及附注
	302-2 组织外部的能源消耗量	ESG 数据绩效表及附注
	302-3 能源强度	ESG 数据绩效表及附注

GRI 标准	披露项	报告章节
GRI 302: 能源 (2016)	302-4 减少能源消耗	环境合规管理
	302-5 产品和服务的能源需求下降	环境合规管理
GRI 303: 水资源和污水 (2018)	303-1 组织与水作为共有资源的相互影响	环境合规管理
	303-2 管理与排水相关的影响	环境合规管理
	303-3 取水	ESG 数据绩效表及附注
	303-4 排水	ESG 数据绩效表及附注
	303-5 耗水	ESG 数据绩效表及附注
GRI 305: 排放 (2016)	305-1 直接 (范围 1) 温室气体排放	ESG 数据绩效表及附注
	305-2 能源间接 (范围 2) 温室气体排放	ESG 数据绩效表及附注
	305-3 其他间接 (范围 3) 温室气体排放	ESG 数据绩效表及附注
	305-4 温室气体排放强度	ESG 数据绩效表及附注
	305-5 温室气体减排量	ESG 数据绩效表及附注
	305-7 氮氧化物 (NOx)、硫氧化物 (SOx) 和其他重大气体排放	气候变化减缓与适应
GRI 306: 废弃物 (2020)	306-1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响	环境合规管理
	306-2 废弃物相关重大影响的管理	环境合规管理
	306-3 产生的废弃物	ESG 数据绩效表及附注
	306-4 从处置中转移的废弃物	ESG 数据绩效表及附注
	306-5 进入处置的废弃物	ESG 数据绩效表及附注
GRI 308: 供应商环境评估 2016	308-1 使用环境评价维度筛选的新供应商	负责任采购
	308-2 供应链中的负面环境影响以及采取的行动	负责任采购
GRI 401: 雇佣 (2016)	401-1 新进员工雇佣率和员工流动率	ESG 数据绩效表及附注
	401-2 提供给全职员工 (不包括临时或兼职员工) 的福利	ESG 数据绩效表及附注
	401-3 育儿假	员工权益与福利
GRI 403: 职业健康与安全 (2018)	403-1 职业健康安全管理体系	健康与安全
	403-2 危害识别、风险评估和事故调查	健康与安全
	403-3 职业健康服务	健康与安全
	403-4 职业健康安全事务: 工作者的参与、意见征询和沟通	健康与安全
	403-5 工作者职业健康安全培训	健康与安全
	403-6 促进工作者健康	健康与安全

GRI 标准	披露项	报告章节
GRI 403: 职业健康与安全 (2018)	403-7 预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响	健康与安全
	403-8 职业健康安全管理体系覆盖的工作者	健康与安全
	403-9 工伤	ESG 数据绩效表及附注
	403-10 工作相关的健康问题	健康与安全
GRI 404: 培训与教育 (2016)	404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	ESG 数据绩效表及附注
	404-2 员工技能提升方案和过渡援助方案	人力资本发展
GRI 405: 多元性与平等机会 (2016)	405-1 管治机构与员工的多元化	ESG 数据绩效表及附注
GRI 406: 反歧视 (2016)	406-1 歧视事件及采取的纠正行动	员工权益与福利
GRI 408: 童工 (2016)	408-1 具有重大童工事件风险的运营点和供应商	员工权益与福利
GRI 409: 强迫或强制劳动 (2016)	409-1 具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商	员工权益与福利
GRI 413: 当地社区 (2016)	413-1 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	社会公益
GRI 414: 供应商社会评估 (2016)	414-1 使用社会标准筛选的新供应商	负责任采购
	414-2 供应链中的负面社会影响和采取的行动	负责任采购
GRI 416: 客户健康与安全 (2016)	416-1 评估产品和服务类别的健康与安全影响	产品质量管理
	416-2 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	ESG 数据绩效表及附注
GRI 417: 营销与标识 (2016)	417-1 对产品和服务信息与标识的要求	产品质量管理 客户服务与权益保护
	417-2 涉及产品和服务信息与标识的违规事件	ESG 数据绩效表及附注
	417-3 涉及营销传播的违规事件	ESG 数据绩效表及附注
GRI 418: 客户隐私 (2016)	418-1 涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉	ESG 数据绩效表及附注

联合国可持续发展目标 (SDGs) 索引表

SDGs	SDGs 二级目标	报告章节
	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的权利, 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。	社会公益
	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。	社会公益
	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。	社会公益
	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。	社会公益
	5.1 在全球消除对妇女和女童一切形式的歧视。	社会公益
	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。	环境合规管理
	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。	环境合规管理
	7.2 到 2030 年, 大幅增加可再生能源在全球能源结构中的比例。	环境合规管理
	7.3 到 2030 年, 全球能效改善率提高一倍。	
	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。	员工权益与福利
	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。	员工权益与福利 负责任采购
	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。	员工权益与福利 健康与安全

SDGs	SDGs 二级目标	报告章节
	9.4 到 2030 年, 所有国家根据自身能力采取行动, 升级基础设施, 改进工业以提升其可持续性, 提高资源使用效率, 更多采用清洁和环保技术及产业流程。	环境合规管理
	9.5 在所有国家, 特别是发展中国家, 加强科学研究, 提升工业部门的技术能力, 包括到 2030 年, 鼓励创新, 大幅增加每 100 万人口中的研发人员数量, 并增加公共和私人研发支出。	科技创新
	10.2 到 2030 年, 增强所有人的权能, 促进他们融入社会、经济和政治生活, 而不论其年龄、性别、残疾与否、种族、族裔、出身、宗教信仰、经济地位或其他任何区别。	社会公益
	11.6 到 2030 年, 减少城市的人均负面环境影响, 包括特别关注空气质量, 以及城市废物管理等。	环境合规管理
	12.2 到 2030 年, 实现自然资源的可持续管理和高效利用。	环境合规管理
	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。	绿色包装 环境合规管理
	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。	关于本报告
	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。	负责任采购
	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。	气候变化减缓与适应
	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。	绿色包装
	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。	负责任采购
	16.5 大幅减少一切形式的腐败和贿赂行为。	商业道德

附录：报告范围

序号	公司名称	是否纳入报告
1	珀莱雅化妆品股份有限公司	是
2	珀莱雅化妆品股份有限公司湖州分公司	是
3	珀莱雅化妆品股份有限公司上海分公司	是
4	杭州珀莱雅贸易有限公司	是
5	韩娜化妆品株式会社	是
6	韩雅（湖州）化妆品有限公司	是
7	乐清莱雅贸易有限公司	是
8	湖州优资莱贸易有限公司	是
9	秘镜思语（杭州）化妆品有限公司	是
10	浙江美丽谷电子商务有限公司	是
11	湖州创代电子商务有限公司	是
12	杭州科瑞肤贸易有限公司	是
13	杭州格珞芮斯贸易有限公司	是
14	悦芙媞（杭州）化妆品有限公司	是
15	悦芙媞株式会社	是
16	湖州悦芙媞贸易有限公司	是
17	香港可诗贸易有限公司	是
18	香港星火实业有限公司	是
19	香港仲文电子商务有限公司	是
20	香港旭晨贸易有限公司	是
21	杭州彩棠形象设计艺术有限公司	是
22	宁波彩棠化妆品有限公司	是
23	杭州彩棠化妆品有限公司	是
24	宁波可诗贸易有限公司	是

序号	子公司名称	是否纳入报告
25	浙江比优媞化妆品有限公司	是
26	株式会社オー・アンド・アール	是
27	宁波汤愈贸易有限公司	是
28	杭州维洛可化妆品有限公司	是
29	杭州欧蜜思贸易有限公司	是
30	珀莱雅（海南）化妆品有限公司	是
31	圣歌兰（杭州）化妆品有限公司	是
32	珀莱雅（浙江）化妆品有限公司	是
33	PROYA PTE. LTD.	是
34	PROYA BEAUTY MALAYSIA SDN. BHD.	是
35	PROYA EUROPE SAS	是
36	宁波惊蛰化妆品有限公司	是
37	杭州珀莱雅商业经营管理有限公司	是
38	杭州一桌文化传媒有限公司	是
39	杭州铁了心爱泥餐饮管理有限公司	否
40	杭州撸小铁健身有限公司	否
41	Proya Europe SARL	否
42	上海仲文电子商务有限公司	否
43	湖州牛客科技有限公司	否
44	徐州珀雅科技有限公司	否
45	香港万言电子商务有限公司	否
46	宁波珀莱雅企业咨询管理有限公司	否
47	博雅（香港）投资管理有限公司	否
48	徐州莱珀信息技术有限公司	否



Bureau Veritas Certification

温室气体核查意见书

授予

珀莱雅化妆品股份有限公司

必维认证（北京）有限公司（以下简称“必维”）受珀莱雅化妆品股份有限公司的委托，对珀莱雅化妆品股份有限公司报告的温室气体排放量进行独立的第三方核查，本核查意见适用于下文所述工作范围内的相关信息。

核查边界：

- 核查场所名称：珀莱雅化妆品股份有限公司
- 核查地址：中国浙江省杭州市西湖区西溪路 588 号珀莱雅大厦
- 温室气体报告期限：2024 年 01 月 01 日 - 2024 年 12 月 31 日

组织边界：珀莱雅化妆品股份有限公司及其子公司和生产基地实施运营控制的活动和设施（见附页）

报告边界：珀莱雅化妆品股份有限公司及其子公司和生产基地组织边界内，化妆品的研发、销售及一般液态单元(护发清洁类、护肤水类、啫喱类)、膏霜乳液单元(护发类、护肤清洁类)、粉单元(散粉类、块状粉类)和蜡基单元产品的生产和相关管理活动过程中产生的温室气体排放及其重要的间接温室气体排放

经核查的排放量：

- 类别1：直接温室气体排放：2730.48 tCO₂e
 - 类别2：输入能源的间接温室气体排放（基于位置）：11920.27 tCO₂e
 - 类别2：输入能源的间接温室气体排放（基于市场）：8848.67 tCO₂e
 - 类别3：运输的间接温室气体排放：7520.74 tCO₂e
 - 类别4：组织使用产品的间接温室气体排放：97083.88 tCO₂e
 - 类别5：与使用组织产品有关的间接温室气体排放：3087.64 tCO₂e
 - 类别6：其它来源的间接温室气体排放：非重要间接排放，未量化
- 量化的总排放量（基于位置）：122343.01 tCO₂e
量化的总排放量（基于市场）：119271.40 tCO₂e

限制性叙述：排除其他非重要间接温室气体排放

温室气体核查依据：

- ISO 14064-1:2018 温室气体 - 第1部分：组织层面温室气体排放和移除的量化和报告的要求及指南
- ISO 14064-3:2019 温室气体 - 第3部分：温室气体声明核查和审定规范及指南

保证等级：

- 合理保证

核查方法：

- 访谈相关人员；
- 评审提供的文件证据；

认证机构地址：中国北京市东城区东长安街1号东方广场西一办公楼9层902室，邮编：100738
需进一步澄清本意见书的核查范围，可直接向本意见书持有者查询
要查证本意见书之有效状态请电：+86 10 59683663 或 +86 20 83073800
第1页，共3页



Bureau Veritas Certification

- 评估用于数据收集、汇总、分析和检查的量化方法和信息系统；
- 核查抽样场所和数据源。

核查结论：

基于核查工作实施过程和核查发现，珀莱雅化妆品股份有限公司在盘查报告中提供的温室气体排放量数据，与 ISO 14064-1:2018 温室气体 - 部分1：组织层面温室气体排放和移除的量化和报告的要求及指南是相符的。

独立、公正和胜任能力声明：

必维集团是一家拥有190多年历史，在质量、环境、职业健康安全和社会责任领域提供独立验证服务的机构。必维核查团队与珀莱雅化妆品股份有限公司及其管理人员不存在其它的商业关系，核查团队的核查活动是独立的、公正的，不存在任何利益冲突。必维集团在整个业务范围内实施商业道德准则，以确保员工在日常业务活动中保持最高的道德标准。

核查组长：黄惠捷

核查日期：2025年03月10日-13日

编号：EMI25672310GZ

签发日期：2025年04月01日

版本号：No.1

必维认证（北京）有限公司授权代表

认证机构地址：中国北京市东城区东长安街1号东方广场西一办公楼9层902室，邮编：100738
需进一步澄清本意见书的核查范围，可直接向本意见书持有者查询
要查证本意见书之有效状态请电：+86 10 59683663 或 +86 20 83073800
第2页，共3页



Bureau Veritas Certification

温室气体核查意见书附件

分代码	场所名称	场所地址	范围
HQ	珀莱雅化妆品股份有限公司	中国浙江省杭州市西湖区西溪路588号珀莱雅大厦	珀莱雅化妆品股份有限公司及其子公司组织边界内，化妆品的研发、销售和和管理活动过程中产生的温室气体排放及其重要的间接温室气体排放
1	杭州珀莱雅贸易有限公司	中国浙江省杭州市西湖区西溪路588号1号楼1501室	
2	珀莱雅化妆品股份有限公司上海分公司	中国上海市闵行区漕宝路1355号科技绿洲五期28号楼6楼	
3	浙江美丽谷电子商务有限公司	中国浙江省杭州市西湖区西溪路588号1号楼13层	
4	秘镜思语(杭州)化妆品有限公司	中国浙江省杭州市西湖区西溪路588号1号楼1502室	
5	悦芙媿(杭州)化妆品有限公司	中国浙江省杭州市西湖区西溪路588号1号楼1001室	
6	圣歌兰(杭州)化妆品有限公司	中国浙江省杭州市西湖区西溪路588号1幢1101室	
7	杭州科瑞肤贸易有限公司	中国浙江省杭州市三台山路6号(浴鹤轩)105室	
8	杭州一桌文化传媒有限公司	中国浙江省杭州市西湖区转塘街道龙坞工业区块156号101室	
9	杭州欧蜜思贸易有限公司	中国浙江省杭州市西湖区西溪路588号1幢601室	
10	杭州彩棠化妆品有限公司	中国浙江省杭州市西湖区西溪路588号1幢602室	
11	杭州彩棠形象设计艺术有限公司	中国浙江省杭州市西湖区西溪路588号1幢珀莱雅美帆广场3层313、314、315号商铺	
12	珀莱雅化妆品股份有限公司湖州分公司	中国浙江省湖州市上强工业园国道北路16号	
13	浙江比优妮化妆品有限公司	中国浙江省湖州市吴兴区埭溪镇官泽路55号2幢	浙江比优妮化妆品有限公司组织边界内，化妆品的制造包括一般液态单元(护肤水类、啫喱类、护发清洁类)、膏霜乳液单元(护肤清洁类、护发类)、粉单元(散粉类、快状粉类)及蜡基单元产品和相关管理活动过程中产生的温室气体排放及其重要的间接温室气体排放

认证机构地址：中国北京市东城区东长安街1号东方广场西一办公楼9层902室，邮编：100738
需进一步澄清本意见书的核查范围，可直接向本意见书持有者查询
要查证本意见书之有效状态请电：+86 10 59683663 或 +86 20 83073800
第3页，共3页



Bureau Veritas Certification

独立验证声明

验证目的

必维认证(北京)有限公司(简称“必维”)受珀莱雅化妆品股份有限公司(简称“珀莱雅”)委托,对珀莱雅2024年可持续发展报告(简称“报告”)执行独立性验证,本声明适用于下述范围内包含的相关信息。

报告中的信息及其披露完全由珀莱雅负责,必维的唯一职责是对报告中所包含信息的准确性提供独立验证。

验证范围

验证过程按照AA1000 AS(V3) 2类验证的要求进行,验证范围包括:

珀莱雅2024年可持续发展报告中报告期从2024年1月1日到2024年12月31日的数据和信息;

- 用于收集、分析和审查报告信息所使用的基础报告系统和流程的适当性和稳健性;
- 根据AA1000审验原则和AA1000审验标准的主要原则对报告进行评估
 - 包容性
 - 实质性
 - 响应性
 - 影响性

根据《GRI可持续发展报告指南2021》定义的实质性、准确性、完整性、平衡性、清晰性、可比性原则对报告进行评估。

我们的验证范围不包括对以下信息的验证:

- 报告验证期之外的活动相关的信息;
- 珀莱雅的立场声明(观点、信仰、目标或未来意图的阐述)和未来承诺的声明;
- 已通过第三方财务审计的财务数据和信息

AA 1000 审验等级如下:

报告部分	验证级别
组织治理	高级
产品责任	高级
员工责任	高级
环境责任	高级
社会责任	高级

保证水平:合理保证

验证标准

1. AA 1000 AP (2018) & AA 1000 AS (V3)
2. 国际审计与验证准则理事会发布的《ISAE 3000 (修订版)-除历史财务信息审核或复核之外的鉴证业务》
3. 全球报告倡议组织发布的《GRI可持续发展报告标准2021》
4. 上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号-可持续发展报告(试行)



Bureau Veritas Certification

验证方法

作为独立验证的一部分, 必维验证小组执行了以下程序:

1. 对珀莱雅相关人员进行访谈;
2. 审核珀莱雅提供的书面证据;
3. 审核绩效数据, 按照抽样原则对其中的样本数据进行追溯和核查;
4. 到珀莱雅杭州总部进行访问;
5. 审核珀莱雅用于收集、汇总、分析和审查的数据和信息管理系统;
6. 审核珀莱雅的利益相关方参与活动, 审核利益相关方沟通的结果以及珀莱雅如何采用这些结果。

我们的验证工作遵循必维对非财务报告外部验证的标准程序, 这些标准程序是当前独立验证的最佳实践, 验证活动是基于必维认定的合理的、非绝对的基础上进行策划、实施和得出结论。

验证结论

基于我们的方法论和上述执行程序, 我们的意见如下:

- 报告中包含的信息和数据是准确、可靠的, 没有重大错误或失实的阐述;
- 报告对珀莱雅在报告期内的活动进行了公正的描述;
- 信息以清晰、易于理解和易于获取的方式呈现, 使读者能够对珀莱雅在报告期内的表现和状况形成全面的意见;
- 珀莱雅已经建立了适当的ESG信息管理系统来收集、汇总和分析相关信息;
- 珀莱雅已经制定了与关键利益相关方进行结构化和系统化咨询和参与的程序;

报告正确地反映了公司在其运营中遵守和实施AA1000AS (V3)的包容性、实质性、响应性、影响性原则, 具体细节如下:

与AA1000AS (V3) 原则的一致性

包容性

珀莱雅已经制定了利益相关方参与和沟通流程, 与客户、供应商、投资者、政府官员、非政府组织、行业协会等利益相关者进行互动和沟通, 并开展了一系列利益相关者参与活动, 这些活动涵盖了一系列主题, 如组织治理、产品与服务、员工权益、能源与环境管理、供应链管理、社区相关等。

实质性

本报告覆盖珀莱雅确定的重要的环境、社会和公司治理议题。在确定重大议题时, 既考虑了企业内部对风险和机遇的评估, 也考虑了利益相关方的关注点, 报告披露的关键议题以及相关的数据信息具有实质性。

响应性

珀莱雅积极应对其确定的关键议题, 并在其ESG政策、目标、指标和绩效目标中体现出来。报告中的信息可供组织的利益相关方作为决策的合理依据。



Bureau Veritas Certification

影响性

珀莱雅对其运营活动中涉及的公司治理、环境、社会方面的关键议题以及带来的正负面影响承担责任, 公司对关键议题的影响进行适当的量化、监测和评价, 根据绩效监测结果采取了相关的持续改进措施。

独立性、公正性和能力声明

必维是一家拥有190多年历史, 在质量、环境和职业健康安全、社会责任领域提供独立验证服务的机构。验证小组成员与委托方珀莱雅无任何利益或冲突关系, 验证活动是独立、公正的。必维在整个业务范围内实施了商业道德规范, 员工在日常业务活动中维持高道德标准。



邹凤贤
总经理
必维认证(北京)有限公司
2025年4月18日



卢国强
验证组长
必维认证(北京)有限公司
2025年03月31日-4月02日