



2025

年度可持续发展暨环境、 社会责任及公司治理(ESG)报告



重庆百亚卫生用品股份有限公司
Chongqing Baiya Sanitary Products Co., Ltd.

关于本报告

本报告是重庆百亚卫生用品股份有限公司（以下简称“百亚股份”“公司”或“我们”）发布的第四份可持续发展类的报告。报告本着客观、规范、透明和全面的原则，系统展示了百亚股份的可持续发展理念、实践及报告年度主要可持续发展工作进展。我们希望通过发布报告这一方式，加强与内外部利益相关方之间的沟通与交流。

编制依据

本报告依据深圳证券交易所发布的《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制》编写，同时参考了全球可持续发展标准委员会（GSSB）发布的《GRI可持续发展报告标准》（GRI Standards）、联合国发布的《联合国可持续发展目标》（SDGs）以及上海证券交易所、深圳证券交易所和北京证券交易所发布的《上市公司可持续发展报告指引》。

报告范围

本报告以年度财务报告合并范围为基础，披露百亚股份从2025年1月1日起至2025年12月31日在环境、社会和管治等方面的管理方法、举措及绩效表现，本报告的覆盖范围涵盖百亚股份及子公司。为增强报告可比性和前瞻性，部分内容有所延伸。

数据来源

本报告中的财务数据来自2025年年度财务报告，其他信息来自公司正式文件、统计报告及公开资料。报告中所涉及的货币金额，除非另有注明，均以人民币为计量单位。公司董事会对本报告内容的真实性、准确性和完整性负责。

报告获取

本报告以PDF电子版方式发布。欢迎读者及各利益相关方登录公司官网（www.baiya.cn），或深圳证券交易所网站（<https://www.szse.cn>）查阅下载本报告。如需进一步查询，或对本报告有任何意见或建议，请通过电子邮箱**baiya.db@baiya.cn**与我们联系。

目录 CONTENS

- **【关于本报告】**
编制依据
报告范围
数据来源
报告获取
- **【前言】**
董事长致辞
关于百亚股份
ESG关键绩效
可持续发展管理

1	治理篇	015-022
	公司治理 合规与风险管控 商业道德 投资者权益保障 党建引领	

2	环境篇	025-032
	环境管理体系 废弃物排放管理	

3	产品与供应链篇	035-062
	研发与创新 产品质量与安全 负责任供应链 客户权益保障	

4	员工与社会篇	065-076
	员工责任 社会责任	

- **【附录】**
可持续发展报告议题索引



董事长致辞

在变革与挑战交织的时代，百亚股份始终坚守“因为爱，让生活更阳光灿烂”的企业使命，以“百年百亚，百年品牌，活100岁”为愿景，将可持续发展作为实现长期价值的核心路径。我们深知，践行ESG不仅是企业提升品牌影响力、锚定长期稳定发展的关键，更是对利益相关方承诺的庄严兑现。

感恩前行，致敬不凡

2025年是百亚股份经历深刻变革、砥砺前行的一年。站在时代发展的交汇点，我谨代表董事会，向长期以来关心支持百亚股份发展的股东、客户、合作伙伴及全体员工致以最诚挚的感谢！正是你们的坚定信任与鼎力支持，让百亚在复杂多变的 market 环境中依然保持定力，持续探索高质量发展的新路径。

坚守初心，以爱为源

我们始终坚守“因为爱，让生活更阳光灿烂”的企业使命，致力于为每一位消费者提供安全、舒适、高品质的个人健康护理产品。正如我在第二届经期健康论坛上所强调的：“关爱妇女儿童健康，是国家健康之基，更是百亚义不容辞的社会责任。”这一使命不仅指导着我们的产品研发，更贯穿于企业经营的全方位实践，成为每一位百亚人内心深处的价值追求。

攻坚克难，韧性成长

回顾2025年，我们面对前所未有的市场环境和行业变革，公司在经营发展上遇到了显著的挑战。我们将其视为企业转型升级的重要契机，迅速调整策略，优化产品结构，加大研发投入，强化品牌宣传和市场推广，持续改善经营质量，进一步提高市场份额和产品竞争力。在线下渠道，我们坚持全国化战略，外围省份实现了突破性增长；在线上渠道，我们积极应对挑战，优化运营策略，通过精细化管理和数字化赋能，致力于恢复和提升电商渠道的竞争力。

这一年的经历让我更加坚信：困难是暂时的，而企业的韧性和适应能力才是长期发展的根本。我们通过这次挑战，进一步强化了内部管理，完善了风险控制体系，提升了产品质量标准。这些基础性的工作，将为公司未来的可持续发展奠定更加坚实的基础。

坚定信心，谋划未来

面对挑战，我们不仅进行了深刻反思，更制定了清晰的发展路径和具体举措：

第一，聚焦核心主业，提升产品竞争力

我们将持续加大研发投入，通过技术创新提升产品品质及附加值。我们将持续推进产品结构升级，提高公司产品竞争力，实现经营规模的持续增长。

第二，优化渠道布局，提升运营效率

我们将继续坚持全国化战略，突破线下重点省份市场；我们亦将积极应对线上挑战，优化运营策略，通过精细化管理和数字化赋能，恢复和提升电商渠道的竞争力。

第三，强化内部管理，夯实发展基础

我们将进一步完善公司治理结构，优化管理流程，提升决策效率。通过构建以董事会为核心的三级ESG管理架构，将可持续发展理念深度融入战略决策、日常管理和业务执行各个环节。

第四，推进数字化转型，赋能产业升级

我们将持续推进数字化建设，通过技术赋能提升生产效率、优化供应链管理、增强市场响应能力。

展望前路，共创未来

展望前路，百亚股份将继续以百年品牌为发展愿景，以爱为纽带，以责任为动力，与每一位女性、每一个家庭、每一份期待同行。我们将与各方携手，凝聚共识、汇聚力量，共同书写可持续发展的未来篇章！

关于百亚股份

公司简介

重庆百亚卫生用品股份有限公司主要从事一次性卫生用品的研发、生产和销售，是国内一次性卫生用品行业的知名综合性企业。公司成立于2010年11月，2020年9月在深交所正式挂牌上市（证券代码003006），公司现有员工2600余人，总资产20.84亿元。公司在一次性卫生用品领域深耕多年，依靠多品牌、差异化的发展战略，专注打造中国一次性卫生用品领域优质的民族领先品牌。公司坚持“因为爱，让生活更阳光灿烂”的企业使命，秉承“始终坚持用户第一”的经营理念，为各年龄段消费人群提供安全、舒适和高品质的个人健康护理产品，主要涵盖卫生巾、婴儿纸尿裤、成人失禁用品等领域。公司依托自有品牌，主要采取自主研发和生产的模式，已建立起一套完整、协同、高效的技术研究、产品开发、生产制造、品质控制和供应链管理体系，为公司的健康发展提供了有力支撑。



企业文化



使命

因为爱，让生活更阳光灿烂。



愿景

活100岁



核心价值观

01 始终坚持
用户第一

02 诚信 | 以拼搏者为本
我是一切根源

03 创新 | 聚焦 | 灵活 | 快
胜则举杯相庆，败则拼命相救



年度荣誉

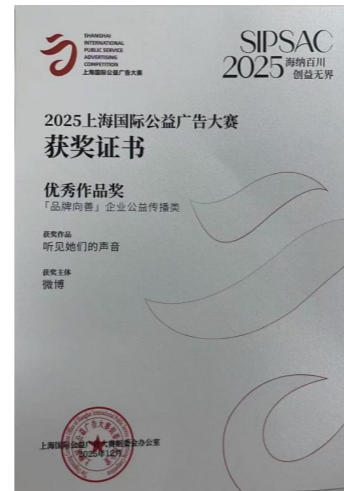
经过多年发展，公司在国内一次性卫生用品市场上建立了良好的品牌形象，专注打造中国一次性卫生用品领域的本土领先品牌。公司专注于一次性卫生用品的研发、生产和销售，凭借较强的研发创新能力、先进的生产设备技术和严格的质量控制体系，获得消费者的青睐与信任，品牌知名度和市场美誉度不断提升，公司已成为中国一次性卫生用品领域的领先品牌之一。



2024-2025年度影响力案例



2025FAST【S】创新突破奖



2025上海国际公益广告大赛优秀作品奖

排名	品牌	行业	注册地址	金榜指数
201	毛戈平	美妆护肤	浙江杭州	72.80
202	亚朵星球	家居用品	上海浦东	72.80
203	星期六	鞋靴箱包	广东佛山	72.79
204	欧诗漫	美妆护肤	浙江湖州	72.79
205	曲美家居	家居用品	北京顺义	72.79
206	自然堂	美妆护肤	上海奉贤	72.78
207	食者道	食品饮料	辽宁沈阳	72.76
208	双星集团	鞋靴箱包	山东青岛	72.76
209	明珠珠宝	黄金珠宝	浙江绍兴	72.75
210	仁和	滋补保健	江西宜春	72.73
211	张裕	食品饮料	山东烟台	72.73
212	自由点	个护家清	重庆巴南	72.73
213	佳沃	生鲜水果	浙江绍兴	72.73
214	香飘飘	食品饮料	浙江湖州	72.72
215	涪陵榨菜	食品饮料	重庆涪陵	72.72
216	盐津铺子	食品饮料	湖南长沙	72.72
217	乐品乐茶	食品饮料	安徽芜湖	72.72

2025年中国国货消费品牌500强



天猫年度创新先锋奖、天猫年度女性护理奖

ESG关键绩效

经营情况

营业收入 34.92亿元

较上年同期 增长7.32%

总资产 20.84亿元

税收

2025年纳税金额
2.17亿元

过往三年纳税总额
超过6.7亿元

研发

研发投入
0.88亿元

新增各类专利
27项

环境绩效

温室气体2025年排放量
25,101.76tCO₂e

光伏发电量
249万kwh

环保事故处置率
100%

固危废物回收处理率
100%

环保培训人数覆盖
862人次

社会绩效

员工总数2,682人

女性员工占比65.36%

员工培训总场次达726次

覆盖人数超18,000+

慈善捐赠196.4万元

公益覆盖人数10,000+

可持续发展管理

践行可持续发展，可助力企业提升品牌影响力，锚定长期稳定发展的航向。百亚股份坚持“因为爱，让生活更阳光灿烂”的企业使命，不断优化企业可持续发展管理体系，努力提升内部可持续发展管理水平，加强外部可持续发展信息披露，致力于为利益相关方创造长期共享价值。

ESG管理架构

百亚股份积极主动将可持续发展理念融入日常经营管理活动中，持续健全ESG管理架构。公司通过构建以董事会为核心的决策层、以公司各管理部门为执行层以及以公司部门和子公司为基础落实层的三级ESG管理架构，通过明确各层级的职责分工，使ESG目标能够高效地在组织内部逐级传导和落实。

公司董事会作为最高决策机构，负责统筹规划和监督ESG战略的推进，确保ESG理念贯穿公司整体发展战略；各管理部门/中心作为执行机构，负责将ESG理念融入日常管理流程并推动实施，保障ESG目标在公司运营中的有效落地；而部门和子公司则作为具体落实主体，确保ESG目标在基层业务中的有效执行，实现ESG理念从战略规划到具体执行的全面落地。

公司董事会



将ESG理念纳入公司整体战略规划，审批ESG相关的政策和信息披露内容，确保ESG目标与公司长期发展紧密结合。

公司各管理部门/中心



明确各部门在ESG工作中的职责分工，同时，管理层不定期召开ESG工作会议，协调各部门及子公司落实ESG任务，确保ESG战略在公司内部的有效执行。

部门及子公司



各部门需根据自身职能，将ESG要求融入日常业务，子公司结合自身业务特点，制定本地化的ESG实施计划，确保公司ESG目标在基层的有效落地。

ESG风险管理

公司以“因为爱，让生活更阳光灿烂”为使命，以“百年百亚，百年品牌，活100岁”为愿景，始终将可持续发展作为创造长期价值、传递品牌人文关怀的重要基石。公司高度重视ESG相关风险管控，把“爱与责任”深度融入经营全过程，为企业稳健长远发展保驾护航。

公司已构建起系统完备的ESG风险管理体系，将ESG风险全面纳入整体风控框架，实现与传统风险管控体系的有机融合，确保在实现经济效益的同时，统筹兼顾环境、社会及公司治理等多维度的可持续发展。

内部管理上，公司持续优化业务运营流程，将ESG相关标准与要求全面贯穿采购、研发、生产、销售等核心业务环节，保障各项经营活动严格契合ESG管理规范。同时，公司建立标准化的ESG信息归集与披露机制，对信息采集、梳理、审核及发布实施全流程严格管控，不断提升信息披露的规范性、透明度与时效性。

供应链管理方面，公司执行严格的供应商准入与评价机制，优先遴选符合可持续发展要求的合作方，并积极引导供应商持续提升环境管理水平。通过此举，公司在提升自身运营效能的同时，带动产业链协同推进绿色升级，助力实现从企业自身到上下游全链条的可持续转型。

利益相关方沟通

百亚股份重视与利益相关方的沟通，积极搭建良好的内、外部沟通平台并建立畅通、透明的沟通机制，用心倾听利益相关方的声音，将其融入公司决策当中。报告期内，我们继续通过多元化的渠道，与股东与投资者、政府或监管机构、员工、客户、供应商、经销商及合作伙伴、社区成员等重要利益相关方建立紧密联系，主动了解并积极回应各利益相关方的期望和需求。



利益相关方

主要关注议题

沟通渠道与方式



政府及监管机构

公司治理
负责任营销
合规与风险管控
能源与资源耗用
废弃物体排放管理
职业健康及安全
研发与创新
党建引领

监管考核
定期报送和邮寄信息或报告
专项会议
调研问卷
信息披露



股东及投资者

公司治理
商业道德
合规与风险管控
投资者权益保障
产品质量与安全
研发与创新
职业健康及安全

信息披露、股东会
投资者交流活动
深交所互动易
官网及投资者关系热线或邮箱
调研问卷



客户

绿色经营
客户权益保障
产品质量与安全
信息安全与隐私保护

官网、官微与客服热线
客户投诉与回访
用户调研、满意度调查



员工

培训及职业发展
职业健康及安全
合规用工及平等机会
薪酬与福利
民主管理

职工代表大会
员工意见反馈服务中心
员工培训、员工活动
企业微信群



供应商

供应商管理
商业道德
负责任供应链
产品安全与质量
职业健康及安全
原材料使用及管理

供应商巡访
供应商考核
公开招标、调查问卷



经销商及
其他合作伙伴

产品质量与安全
信息安全与隐私保护
经销商管理
负责任营销
推动行业发展
研发与创新

信息披露
经销商大会
经销商巡访
经销商培训



社区及环境

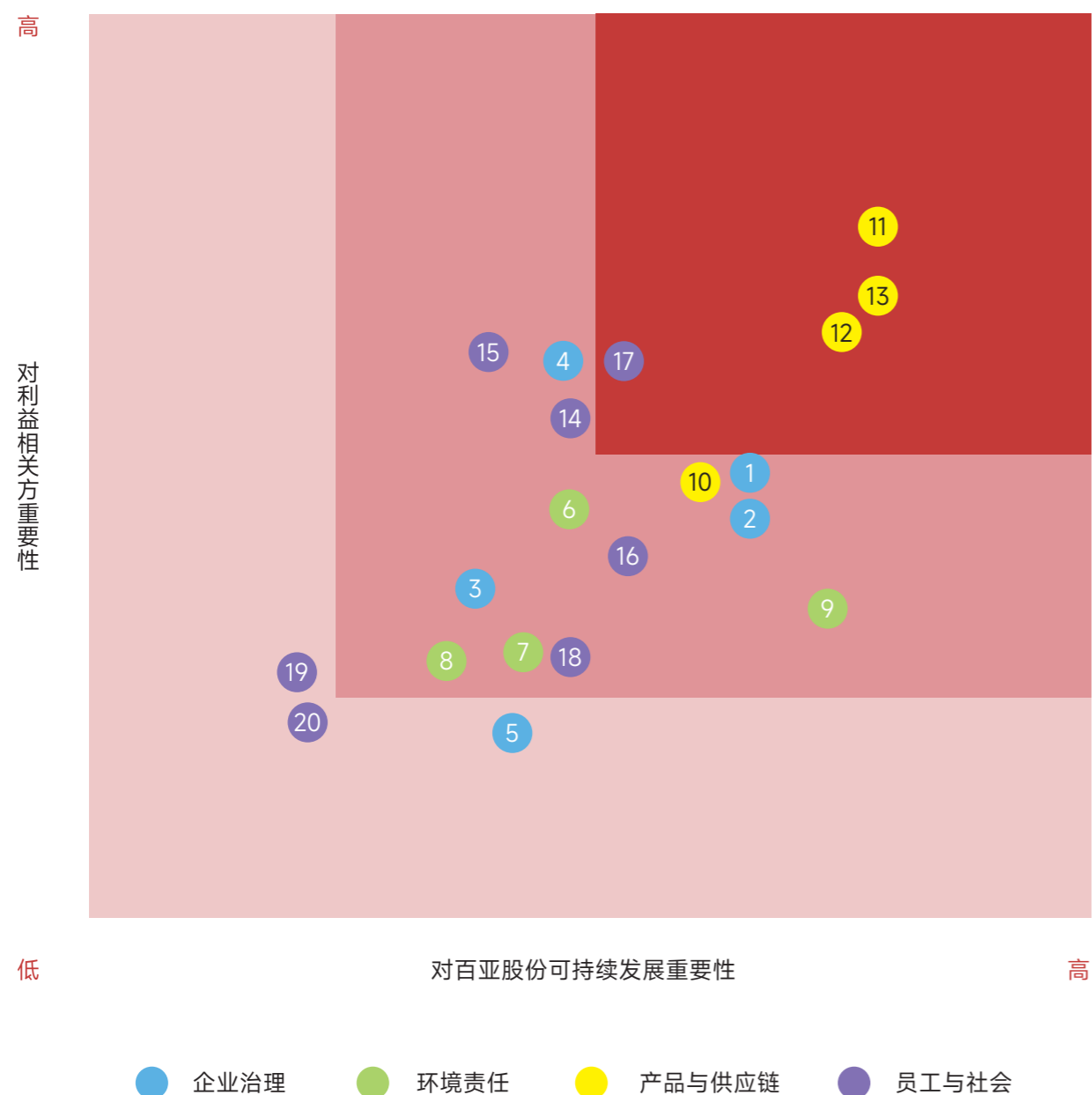
社会公益
职业健康及安全
合规用工及平等机会
能源与资源耗用
废弃物体排放管理
绿色经营

官网、官微与客服热线
公益活动
信息披露
实地走访

重要性议题评估

百亚股份基于全球报告倡议组织《可持续发展报告标准》（GRI Standards）及《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制（2026年修订）》中的“重要性”原则，持续开展可持续发展议题的识别、评估和披露工作，确立对于公司和利益相关方均具有重要性的议题。

百亚股份可持续发展议题重要性矩阵



识别

我们通过政策文件分析、披露标准分析、同行议题对标等方式，识别出公司治理、环境、产品与供应链、员工与社会等层面共20项议题，形成公司2025年可持续发展议题库。

评估

我们面向内外部利益相关方收集意见，并结合可持续发展领域专家建议，从“对利益相关方的重要性”和“对百亚股份可持续发展重要性”两个维度对重要性议题进行排序。

披露

公司董事会负责检视重要性议题的评估情况，最终形成重要性议题分析矩阵，作为公司可持续发展管理和报告披露的重点。

重要性分类	编号	百亚股份2025年议题库	
高度重要性议题	11	产品质量与安全	
	13	客户权益保障	
	12	负责任供应链	
	17	职业健康及安全	
中度重要性议题	1	公司治理	
	4	投资者权益保障	
	2	合规与风险管控	
	10	研发与创新	
	9	废弃物排放管理	
	14	员工雇佣	
	15	薪酬与福利	
	6	环境管理体系	
	16	培训及职业发展	
	18	民主管理	
	3	商业道德	
	7	绿色经营	
	8	能源及资源耗用	
	一般重要性议题	5	党建引领
		19	社会公益
		20	响应国家战略



治理篇

百亚股份始终将科学有效的公司治理视为可持续发展的基石。2025年，公司严格依据最新《公司法》及相关配套规则要求，结合公司实际发展需要，建立了以股东会、董事会、审计委员会、经营管理层为核心的新型治理结构，不断增强自我规范、自我提高、自我完善的意识，形成规范治理的长效机制，建立健全公司内部控制体系，有效保障股东、客户、员工等各利益相关方合法权益并创造价值。

1.1 公司治理

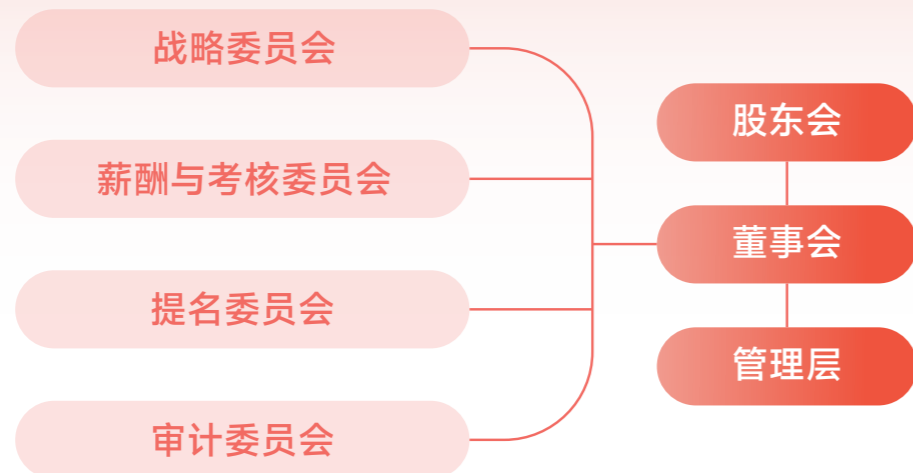
科学完善的公司治理机制是企业可持续健康发展的根基和保障。我们将公司治理作为一项长期的系统性工程，严格按照最新《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号—主板上市公司规范运作》等法律法规及规范性文件的要求，结合公司实际情况，持续优化公司治理结构，建立健全规范运作机制，强化信息披露责任意识，保障公司健康平稳运行。

1.1.1 治理架构

公司严格按照2025年最新《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号—主板上市公司规范运作》等有关法律法规、规范性文件的要求，依据《公司章程》建立了完善的股东会、董事会、审计委员会、经营管理层治理机制。公司已将“股东大会”统一调整为“股东会”，并按照监管要求取消了监事会设置，由董事会下设的审计委员会行使《公司法》规定的监事会职权。

公司不断完善包含《股东会议事规则》《董事会议事规则》《董事会审计委员会工作细则》等在内的公司治理制度体系，明确了公司内部各部门之间的权责范围和工作程序，为公司法人治理的规范化运作提供了有效的制度保证。

治理架构图



1.1.2 董事会、股东会运作

公司严格按照《上市公司股东会规则》《公司章程》和《股东会议事规则》等规定的要求，规范股东会召集、召开、表决程序，确保全体股东特别是中小股东享有平等地位，使其充分行使股东权利，维护股东的合法权益。报告期内，公司共召开2次股东会，其中年度股东会1次，临时股东会1次，审议议案17项。

公司董事会设董事9名，其中独立董事3名，独立董事资格、人数和比例符合《上市公司独立董事管理办法》及其他相关监管规定。董事会成员均为卫生用品行业、会计、法律方面的专业人士，具备履职所需的知识、技能和素质并依据法律法规行使《公司章程》赋予的职权，按时出席董事会和股东会，忠实、勤勉尽责地履行职责和义务。报告期内，公司共召开5次董事会，审议议案30项，董事出席率100%。报告期内，公司组织董事、高级管理人员参加了重庆上市公司协会举办的《关于举办推动上市公司高质量发展专题培训会》《资本市场财务造假综合惩防专题培训会》等活动，持续加强董事履职能力。

董事会下设审计委员会、战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会等专业委员会，各专门委员会依照公司章程履行职责，依照各委员会工作细则开展具体工作，促使董事会科学决策、规范运作。报告期内，公司共召开5次审计委员会，审议议案13项；召开1次薪酬与考核委员会，审议议案7项。

1.1.3 董事、高管薪酬决议程序

公司对于董事、高级管理人员报酬决议严格按照公司制定的《股东会议事规则》《董事会议事规则》及《董事会薪酬与考核委员会实施细则》的相关规定，将董事、高级管理人员年度收入报酬与公司经营效益及个人工作绩效挂钩，根据实际经营状况、个人岗位情况、工作考核与业绩以及董事会、股东会审核等相关情况，核发公司董事、高级管理人员的报酬。公司董事及高管薪酬情况详见公司年报“第四节 公司治理、环境和社会”-“四、董事和高级管理人员情况”-“3、董事、高级管理人员薪酬情况”。

1.2 合规与风险管控

公司高度重视内部控制和风险管理的有效性，不断健全内部监督体系，建立了《内部审计制度》及风险管理制度体系，明确各级管理职责，以确保防范和控制公司经营及ESG相关风险，促进公司经营管理持续改善。

1.2.1 内部控制

公司根据《企业内部控制基本规范》要求，结合业务特性、发展需要及内控体系实际情况建立了规范的内部管理体系并不断健全和完善内控制度和规范的业务流程，进一步保证经营管理合法合规、资产安全、财务报告及相关信息真实完整，提高经营效率和效果。针对公司治理、销售管

理、采购管理、质量管理、产品研发管理、人力资源管理、安全生产与环境保护管理等ESG重点领域，公司均已建立相应内部管理机制并由内审部开展定期/不定期审计，对公司经营活动和财务收支的真实性、合规性及经营管理情况开展核实、评价和监督。

报告期内，公司共开展审计23项，包括4次专项审计，整改效果明显。

1.2.2 风险管理

为保障经营管理，提高公司风险防范能力，公司制定《风险与机遇管理控制程序》，系统性识别、评估、控制公司在产品质量、环境管理、职业健康安全及经营管理等环节所存在的风险，保障企业可持续发展。

总裁办为公司风险管理最高机构，负责风险统筹管理，坚持在每个项目中实施风险管理流程，分配必要资源；经营管理部为风险评估部门，分析评估内外部环境变化对公司经营管理体系带来的风险和机遇，提出应对措施供管理层决策；各职能部门及机构为风险管理执行部门，负责部门经营活动相关的风险识别、应对、评价及控制管理活动的实施。公司将经营过程中的风险划分为14类，并制定《年度风险识别及对策表》对风险等级进行划分、明确风险管理责任部门及风险应对措施，对经营管理活动风险进行动态化管理。

1.2.3 税务管理

公司把依法纳税作为履行社会责任、回馈社会的最基本要求，始终坚持依法经营、诚信纳税，积极履行纳税义务，2025年纳税金额2.17亿元，过往三年纳税总额超过6.7亿元。公司连续多年被评为纳税信用A级纳税人，为当地经济发展做出积极贡献。

1.3 商业道德

2025年，公司在商业道德建设方面取得显著进展，持续完善市场公平竞争相关工作指引和员工行为准则。公司强化内部治理体系，于8月对《重庆百亚卫生用品股份有限公司内部审计制度》和《董事会审计委员会实施细则》进行更新修订，进一步完善了“董事会-审计委员会-审计部”三级监督体系，确保商业道德规范的有效执行。

公司推动透明化生产体系建设，建立从原料筛选到成品出厂的全链路可追溯体系，执行严于国家标准的质量标准；通过开放“透明工厂”活动和上线“云监工”功能，让消费者24小时监督生产过程；每包产品均设“安心溯源码”，消费者扫码即可查看产品身份卡、质检报告等详细信息。

公司持续将公平竞争、责任营销纳入企业管理体系当中，坚决杜绝虚假宣传，抵制任何限制市场竞争的不正当行为，致力于打造让消费者安心、放心的民族品牌。

1.3.1 反腐败

2025年，公司在反腐败体系建设方面取得新突破。公司严格执行《业务红线十条管理办法》，进一步细化各类行为惩处标准，严禁员工出现勾结客户、虚报费用、售卖假货谋取不正当利益及违反采购规定等贪污、舞弊行为，确保制度执行的刚性和严肃性。

公司设立多元化举报渠道，确保举报信息保密处理；对查实的违规行为，严格按照《业务红线十条管理办法》进行处罚。通过一系列审计项目的实施，公司提出了多项针对性审计建议，推动修订完善了多项管理制度，在防范风险、挽回损失方面取得了积极成效。

公司通过健全反腐倡廉制度、推进廉洁文化建设、深入开展监督预防、构建清晰举报途径等方式，持续加强公司反腐败管理体系建设，全面营造风清气正的廉洁氛围。

1.3.2 反垄断与反不正当竞争

公司严格遵循2025年国家发改委、市场监管总局发布的《关于完善价格治理机制的意见》和《互联网平台价格行为规则》，构建了系统化、制度化的价格管理与市场秩序维护体系。通过制定《价格执行管理规定》《窜货管理制度》等核心制度，明确违反价格及区域销售规定的处罚标准，为规范市场行为提供了坚实的制度保障，确保各项经营活动在法律法规框架内有序开展。公司产品属于日常消费品类，对不同地区经销商价格严格把控，对任何扰乱市场价格体系、损害品牌形象及加剧各渠道冲突事件采取零容忍政策。面对市场价格无序竞争的情况，公司坚守合规经营，杜绝低价恶性竞争，依托产品、服务与品牌参与竞争，严格落实《价格法》，实现明码标价全覆盖，严厉处罚扰乱价格体系行为。公司坚持“价格就是生命线，窜货零容忍”的核心经营理念，制定了《关于客户价格及窜货投诉的培训及处理机制》，建立了覆盖全渠道的全民监督投诉体系。针对销售层级或经销商有关价格、窜货投诉的需求，公司确保24小时内响应，48小时内给出初步处理意见，保障各渠道经销商及终端消费者利益。

2025年，公司在窜货治理、价格规范、数据稽核及内部合规建设上成效显著。窜货治理方面，稽核部在高发期开展专项查处，深入区域带教培训，大幅减少跨区域窜货，经销商规范经营意识增强，市场秩序持续规范，管理模式获行业认可。公司搭建了窜货闭环管理机制，对高风险场景提前预警，对窜货事件快速响应，并通过案例复盘、通报宣传形成长效改进机制，提升治理效率。数据治理上，建立月度与重点档期常态化稽核，稽核范围从核心五省扩至全国，双旦档期实现全覆盖，市场人员认同度、数据准确率与配合度明显提升。

内部合规层面，通过系统化培训强化员工与合作伙伴公平竞争及数据规范意识，优化数据提报平台与考核制度，建立主管初审机制，统一特殊业务数据标准，完善稽核考核体系，全面夯实市场合规运营基础。

报告期内，公司未发生与不正当竞争及反垄断相关的法律诉讼事件，充分体现了公司合规管理的有效性。通过常态化稽核工作的深入开展，市场人员对数据稽核机制的理解与认同度显著提升，数据提报准确率与工作配合度实现系统性改善。



1.3.3 负责任营销

公司严格遵守《广告法》《消费者权益保护法》《反不正当竞争法》等法律法规，积极响应市场监管总局2025年广告市场秩序整治专项行动要求，切实履行企业主体责任，践行负责任营销理念。在产品营销过程中，公司遵循商业伦理和社会道德，杜绝任何形式的虚假、夸大宣传，严格落实广告内容真实性、准确性要求，避免模糊宣传行为。公司产品包装信息为终端消费者了解产品最直接、最重要的渠道。公司制定并严格执行《产品包装设计规范》，包装设计及信息需通过销售部、市场传播部、研发部及总裁办多方审核，确保符合《广告法》《广告引证内容执法指南》等法规要求后方可投入使用。产品包装严禁出现任何形式的虚假或不实信息，确保产品包装能够让消费者准确获取产品信息，有效传递产品健康理念。公司积极践行ESG（环境、社会、治理）理念，将可持续发展融入营销战略，在包装设计中优先采用可回收、可降解的环保材料，推动绿色消费。

1.4.投资者权益保障

公司高度重视投资者权益保护，致力于为投资者创造长期价值。严格遵守资本市场法律法规，持续优化投资者关系管理制度，杜绝任何损害投资者利益的行为。

中国上市公司协会：

2025年度上市公司董事会典型实践案例
2025年度上市公司董事会办公室优秀实践



2025年上市公司董事会秘书 履职评价报告4A评级：



上市公司口碑榜-每日经济新闻： 最佳主板上市公司董秘



1.4.1 投资者关系管理

公司高度重视投资者关系管理工作，根据《投资者关系管理》制度的规定持续完善多元化投资者沟通渠道，主动开展投资者关系管理活动，不断提高公司信息的透明度。公司诚恳听取股东及潜在投资者的意见和建议，做好投资者接待工作，为公司股东及潜在投资者及时答疑解惑。在投资者关系管理中，公司公平对待投资者，注重诚信、负责任、有担当，积极维护健康良好的市场生态。

投资者沟通渠道包含股东会、业绩说明会、热线、邮箱、互动易等多种方式。2025年，公司进一步优化投资者沟通机制，组织开展多类型投资者交流活动，报告期内通过全景网“投资者关系互动”平台举办了1次业绩说明会，通过“进门财经”平台举办了5次业绩交流会和1次上市公司投资者集体接待日活动，组织投资者公司实地调研交流活动，出席主流券商策略会，线上线下核心投资者反路演等活动，累计接待投资调研人员超过300余人次；在互动易平台上回复投资者提问31次；接听投资者电话70余次。对投资者普遍关注的问题进行了专业、细致的回复，向投资者全面分享公司经营成果及未来发展前景，传递公司投资价值。



1.4.2 信息披露

公司严格遵守《证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》《信息披露管理办法》及《内幕信息知情人登记制度》等有关要求，严格履行信息披露义务，确保信息披露真实、准确、完整、及时。本年度公司依规发布公告47份，未发生补充和更正情况，获得深圳证券交易所信息披露工作评级等级B级，并指定《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》和巨潮资讯网为公司信息披露的指定报纸和网站，确保公司所有股东能够以平等机会获取信息。同时公司也对舆论环境和市场交易情况保持密切关注，通过公平信息披露，切实保护投资者合法权益。

1.4.3 股东回报

公司在强化经营管理、提高公司经营业绩的同时，严格遵守中国证监会、深圳证券交易所关于现金分红的监管规定，充分重视对股东的回报，同时兼顾公司的长远可持续发展，一直将现金分红作为实现投资者回报的重要方式。公司董事会结合公司实际情况制定利润分配方案，并提交股东会审议，切实保障股东特别是中小股东的合法权益。

公司上市以来（2020-2024年度）累计现金分红金额8.59亿元，累计现金分红额占归属于上市公司股东的净利润比例达76.43%。

2025年度，公司拟现金分红金额：1.72亿元（需提交2025年年度股东会审议）

公司上市以来现金分红情况表

单位：万元

年份	现金分红金额(含税)	归属于上市公司 股东的净利润	现金分红占公司当年度 实现归属于上市公司股 东的净利润的比例
2020	12,833.33	18,250.75	70.32%
2021	12,909.91	22,792.48	56.64%
2022	12,909.91	18,729.08	68.93%
2023	23,617.07	23,825.18	99.13%
2024	23,610.70	28,767.15	82.08%
2025	17,185.91 (需提交股东会审议)	20,797.50	82.63%
总计	103,066.83	133,162.15	77.40%

1.5.党建引领

公司积极推动党建活动与企业文化深度融合，精心构筑思想文化建设新高地。公司党支部现有48名党员（含预备党员），他们广泛分布于营销、生产、研发、质量、财务、人力等各个业务部门。公司坚持将党的领导全面融入公司治理的各环节，充分发挥党建引领效能，有力推动公司实现高质量发展。为进一步强化党建引领作用，公司持续在各业务条线发力，不断壮大党建队伍力量。2025年，经党组织的悉心培养、深入教育和严格考察，成功发展3名预备党员，同时有1名预备党员如期转正，为公司党组织注入了新鲜血液，增添了新的活力。

自公司党支部成立以来，便以出色的工作成效脱颖而出，成为国际生物城党委树立的红旗标杆。支部深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想、党的二十届四中全会及2025年中央重要会议精神，深刻领悟“两个确立”的决定性意义，切实增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，始终在思想上、政治上、行动上同党中央保持高度一致。在具体实践中，支部紧密围绕企业经营活动这一核心，精心策划并开展了一系列富有成效的党建活动。通过将党建工作与业务发展深度融合，充分发挥党建引领的强大作用，激发党员的先锋模范作用，为企业发展注入源源不断的红色动力，推动企业不断开创发展新局面。

2025年，公司党支部持续强化组织建设，严格落实“三会一课”制度，确保党内政治生活严肃认真、规范有序。同时，支部紧密结合党中央重要会议精神与企业实际业务工作，创新活动形式，丰富活动内容，有序开展了主题分享、两会精神学习研讨、红色主题教育等一系列活动，有效提升了党员的政治素养与业务能力，为企业高质量发展提供了坚实的政治保障。

深化思政教育

通过定期组织会议、开展学习活动，党员教育管理工作常抓不懈，有效提升了党员的政治觉悟与组织观念，进一步增强了党组织的凝聚力与战斗力。报告期内，支部共开展主题党日学习活动12次；严格落实“三会一课”制度，召开党员大会4次、支委会13次、党小组会36次，支部书记讲党课3次。2025年，支部精心策划主题党日活动，6月组织党员参观广安邓小平故居，开展“缅怀小平伟绩，弘扬改革精神”主题活动；12月带领党员参观铜梁邱少云烈士纪念馆，举行“致敬邱少云烈士 永葆忠诚本色”主题活动。激励党员传承红色基因，坚守初心使命。

强化组织建设

经党组织的悉心培养、深入教育与严格考察，本阶段成功发展3名预备党员，1名预备党员如期转正，同时培养入党积极分子5名，党组织队伍结构进一步朝着年轻化、知识化、专业化的方向优化。

党建业务融合

由支部党员建立的“党员研发攻坚组”、“党员安全保障组”、“党员生产保障组”赋能公司研发创新、安全生产管理及生产保障工作

党员先锋墙



党员大会



主题党日活动



党员教育



积极参与乡村振兴



百亚支部捐助的保安村巴适小院





2 环境篇

百亚股份锚定“活100岁！”的企业长期愿景，将绿色低碳发展理念深度融入生产经营全链条，依托“因为爱，让生活更阳光灿烂”的企业文化内核，以责任共担、绿色增值、技术驱动、文化筑基、全链协同为核心环保理念，践行“合法合规防污染，节能降耗再创效”方针，打造环境友好型企业，助力国家可持续发展战略落地。公司相信，开展环境保护工作不仅是对人类、社会和自然的关爱，更是我们对未来美好生活的承诺。

2.1 环境管理体系

公司坚定不移地走全面、协调、可持续发展之路，严格遵守《节约能源法》《环境保护法》等法律法规，结合公司实际经营情况建立环境管理体系。公司设立了《环境治理管理制度》《环境保护责任制》《环保理念与方针》《废弃物管理制度》等管理文件，全面落实环境保护责任制，确保公司经营满足国家有关生态环境保护法律法规及标准规定，助力国家可持续发展的政策。报告期内，公司未发生重大环境污染事件，共开展2次全面环保培训，累计覆盖862人次。

● 管理目标

为贯彻“保护优先、预防为主、防治结合”的环保工作原则，公司制定清晰的年度环境管理目标，以目标为导向推动环保工作落地执行，具体目标如下：固危废物回收处理率100%；粉尘、噪音、废水排放符合环保要求；环保事故处置率100%。

● 管理架构

为严格落实公司各项环保工作，公司制定了《环境保护责任制》，将环保责任分5个层级落实，由环境保护第一责任人领导成立环保管理领导小组，负责组织开展环保培训、制定环保制度及环保方案及监督落实环保工作执行等重要工作，全面领导公司环境保护工作开展。

● 环境保护责任层级



● 环境保护具体措施

公司围绕年度环保目标，从污染防治、资源节约、设施管理、人员教育等多方面制定并落实具体环保措施，推动生产经营与环境保护协同发展：

1. 严格遵守国家及地方环保法律法规，加强环保教育，强化环保管理，降低环境污染程度。
2. 认真贯彻执行国家及地方环保相关法律法规，依法办理相关手续，按要求开展环保工作，切实保护作业场地及周边环境。
3. 确保机械设备保持良好的运行状态，作业时采取有效措施减少噪音产生。
4. 加强道路运输管理，防止运输车辆在运输过程中出现泄漏等情况而污染道路和环境，及时清理道路边角料。
5. 加强生活污水排放管理，确保污水处理站正常运行，使生活污水排放符合相关要求。
6. 加强环保收尘设备的运行管理，定期开展巡检与维护保养工作，确保收尘处置率达标。
7. 严格落实危废处置管理要求，做好危废的暂存管理与记录工作，定期协调完成危废处置。
8. 加强环保宣传教育，提高作业人员的环保意识，促使其养成自觉保护环境的良好习惯。

“无废工厂”科普培训照片



环保培训照片



2.1.1.1 隐患排查

为有效评估公司生产过程中的环境保护风险，公司对危废存放处、废气及废水排放设施等检查纳入日常工作流程。同时聘请具有专业资质的第三方机构按季度检测计划对废水、废气、噪音排放检测并出具检测报告。



污水池检查



排气口检查



危废间检查

2.1.1.2 应急预案

有效预防和减少各类环境突发事件的发生，公司结合行业特性与自身实际情况，特制定《环境突发事件应急管理规定》。该规定旨在确保各部门在面对因污染物排放或自然灾害引发的环境风险时，能够迅速且科学地作出响应，防止污染物或其他有毒有害物质进入大气、水体、土壤等环境介质，从而避免相关突发事件的发生。针对生产部门，公司还专门制定了《危险化学品使用规范》。该规范详细明确了生产现场对化学用品的储存与使用的安全管理要求，旨在预防火灾、爆炸、中毒以及环境污染等意外事故的发生。报告期内，公司共开展应急演练12次。

案例：危废库房废油泄露演练

公司针对危废库房废油泄露演练事件进行演练，由工作人员采用工具进行拦截，警戒人员对周边进行警戒，应急人员采用砂石吸附废油后按规范将收集的带有废油的砂石规范存放在应急处置桶内并回收至危废库房。



案例：工厂义消队训练

由公司工厂内部由员工组成的、不脱离原生产岗位的义务消防队伍所开展的一系列消防技能和知识的培训与演练活动。



2.1.2 隐患排查

百亚股份积极践行绿色经营理念，推动可持续发展。公司通过优化生产流程、采用环保材料、降低能源消耗和减少废弃物排放，尽可能减少经营活动对环境造成负面影响。

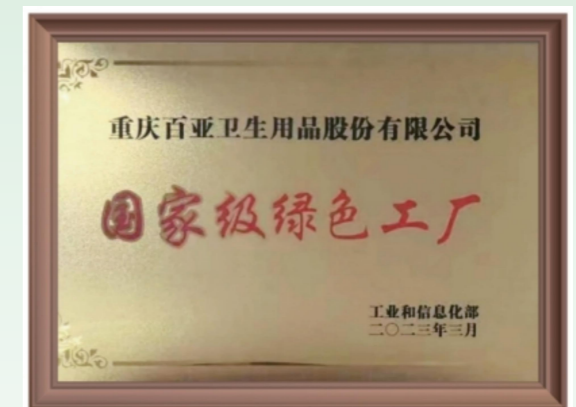
2.1.3 绿色智造

公司持续推进精益智造，以数字化建设为引擎，驱动智能制造升级。通过深度融合数字化与智能化技术，公司不断优化生产工艺流程，提升产品品质与生产效率，于2025年荣获重庆市工商业联合会颁发的“2025重庆民营企业科技创新指数100强”第88位。公司工厂满足用地集约化、原料无害化、生产洁净化、废物资源化、能源低碳化标准，于2023年获工业和信息化部授予的“国家级绿色工厂”称号。

“2025重庆民营企业科技创新指数100强”第88位



“国家级绿色工厂”称号



2.1.4 绿色设计

公司为系统规范各类产品的研发工作，专门制定了《设计和开发控制程序》。该程序要求将环境因素纳入产品设计中，降低产品生命周期全过程对环境的负面影响。采购阶段选用满足国标、行业标准的材料用于生产和包装，如无荧光、无甲醛、安全、健康等环保材料，严禁使用国家禁止的高污染材料。

2.1.5 绿色办公

公司积极践行绿色运营理念，全力打造环保节能的工作环境。通过全面推行无纸化办公、实施节能照明改造、鼓励采用视频会议等绿色办公模式，全方位落实低碳办公举措。同时，持续加大工厂园区绿植覆盖力度，提升园区生态品质。



2.1.6 能源及资源耗用

百亚股份积极打造资源节约型企业，通过技术创新和精细化管理，全面提升资源利用效率，用实际行动践行绿色发展理念。

2.1.7.能源管理

在公司生产经营进程中，电力与天然气是主要的能源消耗类型。公司严格遵循《能源管理体系—要求及使用指南》这一指导方针，借助管理优化与技术革新双轮驱动，持续深入推进生产经营各环节的节能减排工作。同时，积极开拓可再生能源利用途径，为实现绿色可持续发展不懈努力。报告期内，公司生产经营共消耗44,305兆瓦时，其中外购市政电力41,816兆瓦时，天然气58万立方米，清洁电力使用比例较上年度有所提高为5.62%。

百亚公司2025年度碳排放（单位：tCO₂e）

直接温室气体排放（范围一）	1,254.10
间接温室气体排放（范围二）	23,847.66
总温室气体排放（范围一和范围二）	25,101.76

2.1.7.1 可再生能源利用

公司坚定不移地推进绿色发展战略，推广并采用清洁能源解决方案，通过自建屋顶分布式光伏项目降低生产经营对传统化石能源的依赖。2023年公司充分利用工厂房屋顶部有效使用面积约1.5万平方米，建设完成分布式光伏发电基地并投入使用，项目配备光伏组件超3,000块，装机容量1,860千瓦。2024年公司增加工厂房屋顶部有效使用面积约0.6万平方米，建设完成分布式光伏发电二期基地并投入使用，该项目配备光伏组件1,300块，装机容量800千瓦。

2025年累计发电量约为249万千瓦时，等于减少标准煤消耗约306吨，累计减少二氧化碳排放约1,301吨。直观体现了光伏项目在降低碳排放、推动能源转型方面的积极成效，更彰显了公司在践行可持续发展理念，为构建绿色低碳的未来持续贡献力量。

光伏项目



公司投资建成的空压机余热回收系统具有自动控制功能，该系统在确保空压机正常运行的前提下，对空气压缩机产生的压缩余热进行高效回收利用。建成后，借助PLC智能控制系统，可自动精准控制余热回收机的加热温度，并能自由设定热水输送温度。热水通过热水增压泵输送至宿舍楼，充分保障了全厂员工全天候的热水使用需求。

报告期内节约燃气使用约1.25万立方米，减少燃气费用支出约4.1万元，同时减少标准煤使用约14.2吨，减少二氧化碳排放量约27吨，以实际行动为低碳环保事业贡献积极力量。



空压机
余热回收系统

2.1.8 水资源管理

在水资源管理与利用方面，公司始终秉持严谨负责的态度，严格遵循经营所在地在用水规范及水回用标准等各项要求，对日常运营中的水资源使用进行科学、合理的规划与管理。公司所使用的水资源主要源自市政供水系统，具体用途涵盖员工生活用水，以及产品生产制造环节中降温设备所需的间接冷却用水。

报告期内，公司生产经营活动市政购水量共277,816.00吨。

2.2 废弃物排放管理

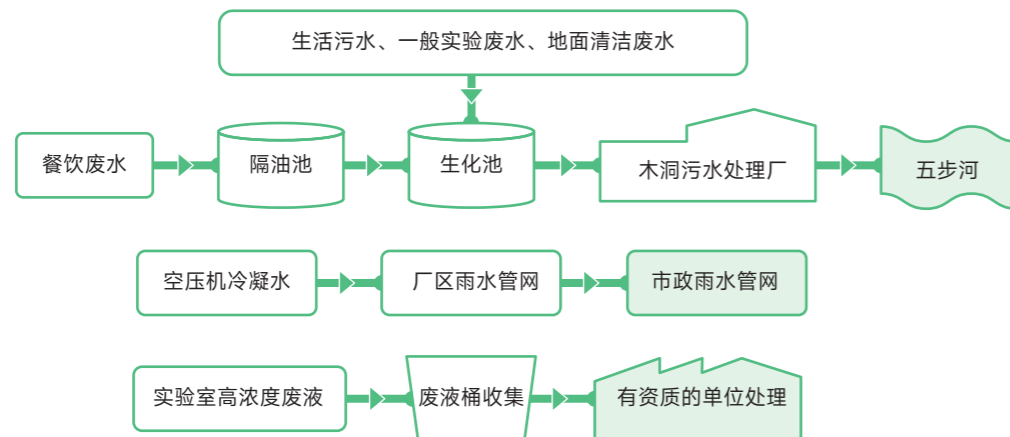
在公司生产经营过程中，主要产生的排放物涵盖固体废弃物、废气以及废水。公司始终严格恪守《环境保护法》《大气污染防治法》《水污染防治法》和《固体废物污染环境防治法》等相关法律法规，专门制定了《环境保护责任制度》《污水排放管理制度》与《污染预防控制程序》，清晰明确废气、废水及固体废弃物的处理管理要求，全力保障废弃物处理工作合法合规开展

2.2.1 污水排放

公司生产经营过程中产生的污水主要分为生活污水及以高浓度废液为主的工业废水。公司制定《污水排放管理制度》，针对不同类型废水采用不同处理方式并定时开展内外部检测，确保各类污水达到《污水综合排放标准》《城镇污水处理厂污染物排放标准》等国家和地方排放要求。实施科学的污水处理技术，降低排放浓度和量，提高污水处理效率，减少对环境的危害。加强排水设施的维护和管理，确保设施运行良好，杜绝漏排现象。完善监测、报告和应急预案，及时发现和应对污水排放异常情况。

报告期内，生产经营活动共产生生活污水99,960.00吨，工业废水696.32吨，均通过污水处理后进行排放，未出现废水超标排放。

污水处理流程

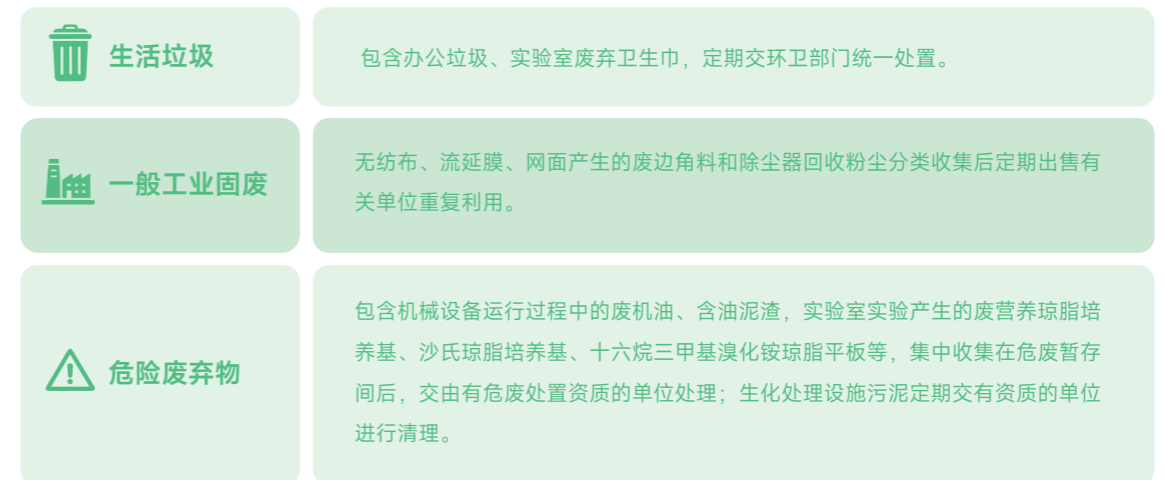


2.2.2 固废排放

公司生产经营活动中产生的固体废弃物，主要划分为生活垃圾、一般工业固废与危险废弃物三大类。在固体废弃物处理上，公司严格恪守“减量化、资源化、无害化”原则，依据废弃物不同类型，精准施策、分类处理，确保固废从分类收集、规范贮存到安全处置的全流程，均严格契合法律法规要求。尤其针对危险废弃物，公司专门制定《危险废弃物管理制度》，对危废处理各环节实施严密管控，筑牢环境安全防线。

报告期内，公司大力推进资源循环利用与废弃物合规处置，资源回收方面，共回收废纸1,082.12吨，废弃金属71.53吨，废弃塑料66.99吨，且全部出售给有专业资质的回收单位实现再利用，有力推动了循环经济发展。生产废边角料管理上，将3,892.68吨废边角料破碎后，交由第三方公司进行环保焚烧发电或用于烧制水泥，实现资源化利用。危险废弃物处置严格规范，报告期内处置生产危废废弃物6.31吨，均委托给具有资质的单位处理，未发生任何违规处置情况。

固废处理流程

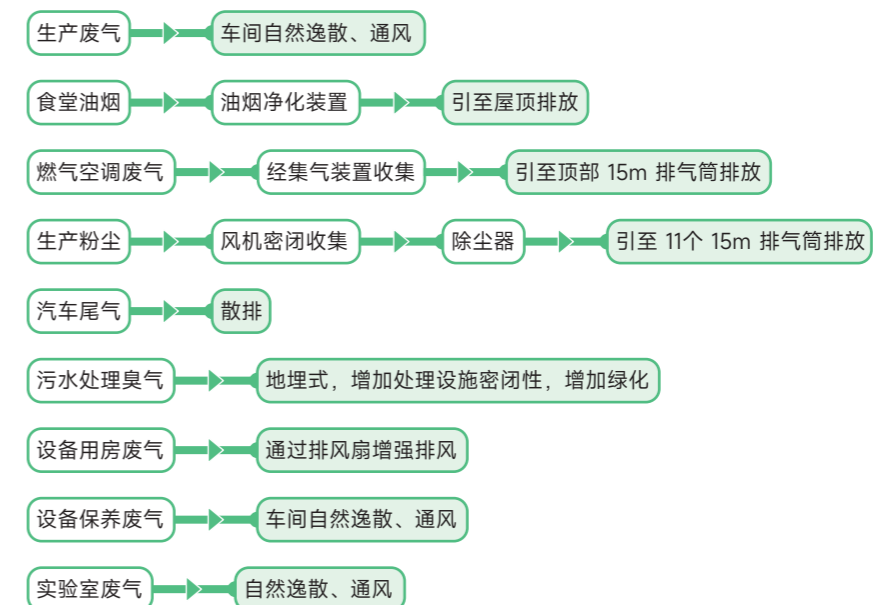


2.2.3 废气排放

公司生产经营过程中产生废气主要来自少量生产粉尘及实验室实验产生的臭气等。公司针对不同类型废气采取不同防治措施。

报告期内，公司共产生颗粒物粉尘5.49吨，未发生违规排放废气情况。

废气防治措施





3

产品与供应链篇

百亚股份坚持“因为爱，让生活更阳光灿烂”的企业使命，秉承“始终坚持用户第一”的经营理念，作为行业的探索者与实践者，我们始终坚守初心，以创新驱动成长，以品质铸就品牌，用卓越的产品和服务陪伴每一位消费者。我们依托自有品牌，主要采取自主研发和生产的模式，已建立起一套完整、协同、高效的技术研究、产品开发、生产制造、品质控制和供应链管理体系，为公司的健康发展提供有力支撑。

3.1 研发与创新

公司深耕卫生用品领域二十余年，始终将技术革新置于战略核心，以严苛品质标准驱动发展。我们致力于打造全行业领先的研发中心及工业设计中心，构建了覆盖产品、设备、材料的“三重研发”创新体系，持续强化自主研发能力。目前已自主设计开发卫生巾、纸尿裤、成人失禁产品等多个单品，以鲜明的产品个性和独特的设计风格，为消费者提供高品质卫生用品，努力创造更高社会价值。公司建设运营2,500平方米独立研发实验室及百级洁净室，工厂先后荣获“消费者创新研究中心”、“重庆市企业技术中心”“重庆市智能工厂”、“国家级绿色工厂”、“重庆市5G全连接智能工厂”等称号，并于2025年成功入选工信部“5G工厂名录”。

荣获多项
技术认定证书



3.1.1 研发管理

我们高度重视研发队伍的建设和高新人才的培育，建立了完善的产品研发体系与组织架构，组织搭建研发 IPD 流程，建立了产品研发中心、微生物实验室和产品检测中心，下设用户研究与产品管理、产品线及卫品研发平台，全面推动公司研发战略规划、新品开发与上市、产品迭代与生命周期管理及研发平台建设等。我们共拥有高学历、极具开拓进取精神的研发人员 75 人，打造了一支高度认同企业、素质高、创新能力强的研发技术团队。为调动研发人员的积极性与创造性，我们制定了相关激励政策，设置项目研发创新奖励，鼓励员工发挥创新能力积极研发创造。

报告期内，我们研发投入为 8,798.15 万元；品牌创立至今累计研发投入近 11 亿元，处于行业领先水平。

我们不断优化研发创新流程，制定《设计和开发控制程序》《设计变更控制程序》《产品包装设计规范》《研发实验室管理制度》《产品研发费用管理规范》等相关制度文件，联动产品研发部、ODM 国际事业部、技术质量中心、供应链中心、生产管理等相关部，严格把控设计开发的关键环节，确保产品设计在满足客户需求的同时，符合相关标准及法律法规的严格规定。我们在设计阶段充分考虑产品生命周期全过程的环境影响，对原材料、包装材料、生产工艺的选择上严格把控，通过改进设计把产品的环境影响降低到最小程度，同时，我们严格执行产品设计开发的全流程管理规定，并严格最终的开发评审、验证及确认流程，保障产品的质量。

2025 年，我们构建了覆盖产品全生命周期的用户研究体系，从产品研发阶段的需求洞察、概念测试、产品测试到上市后的用户满意度研究、流失研究以及产品层面的人群研究、品牌健康度研究等，实现从产品研发到上市后追踪的完整闭环。报告期内，我们每季度开展客户满意度调查，覆盖人数达 8,000+，整体满意度达 75%；组织开展用户访厂活动 11 次，邀请消费者深入生产一线，零距离了解产品制造过程；开展消费者座谈会 7 次，深度倾听用户心声，让消费者真正参与到产品创新中来。

产品设计与开发流程

策划立项	新品开发来源→可行性分析与研发立项
产品设计	设计理念→外观与结构设计→条码→产品包装设计→选材→样品制作→设计报价→设计评审→材料安全和环保要求
样品试制	新设备及新模具请购与验收→新材料索样、申购及到厂测评→打样和测试
新产品设计确认	性能评估→试用评估→成本审核→新产品设计确认→新产品相关标准的制定
小批量试产	原材料封样→小批量生产材料采购→材料验收入库→小批量试生产→半成品封样与成品封样→质量验收→产品送外检
量产	产品投入量产，经检测合格后上市

3.1.2 创新成果

作为行业技术革新的引领者，我们坚持自主研发与创新，通过持续投入打造产学研协同创新平台，累计攻克多项核心专利技术，成功研发国内首款益生菌功能型护理产品等多项填补市场空白的创新成果。2025年，我们在产品健康功能研发方面取得重大突破：益生菌 LA88 专利技术、超声波复合面层设计等。

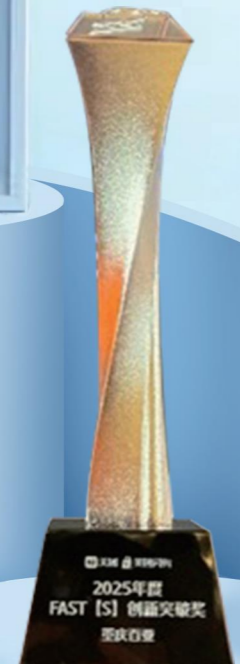
我们创新行业内消费者参与产品共创机制，邀请消费者深度参与新品开发论证。报告期内，通过用户访厂活动、消费者座谈会，我们收集了大量宝贵的用户反馈，并将用户需求转化为产品创新的动力，真正实现“用户需求驱动创新”的可持续研发模式。



2025 年获得
LA88 后生元组合物专利授权



- 自由点益生菌卫生巾获得弗若斯特·沙利文颁发的“中国益生菌卫生巾第一品牌”
- 自由点荣获“2025 年度 FAST (S) 创新突破奖”
- 自由点荣获 2025 年天猫金妆奖“年度创新先锋奖”



3.1.3 专利与知识产权

我们长期注重专利、原创设计等自主知识产权的维护，制定《专利管理办法》等制度文件，规范公司专利申请及知识产权管理，提高知识产权风险控制，防止公司无形资产流失，同时设置专利奖励额度及分配原则，激励员工发明创造的积极性，鼓励创新及保护公司创新成果，提高公司的核心竞争力。

报告期内，我们新增专利 27 项，较上一年度实现大幅增长，其中实用新型专利 13 项，外观专利 9 项，发明专利 4 项。专利数量的持续增长，体现了公司创新能力的不断提升和知识产权保护意识的持续增强。

报告期内
新增专利 27 项

- 实用新型专利 13 项
- 外观专利 9 项
- 发明专利 4 项

○ 国家知识产权优势企业



○ 重庆市巴南区知识产权示范企业



○ 报告期内部分新申请专利

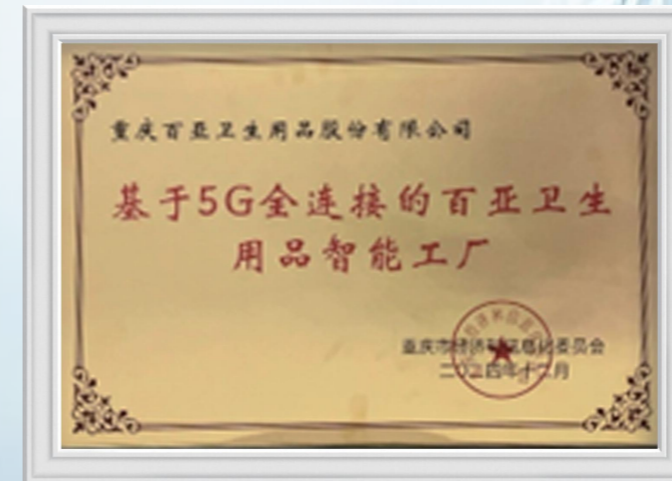


3.1.4 数字化发展

我们具备领先的数字化意识，提出全面数字化、智能化发展战略，持续投入改善数字化系统建设以提高研发、供应链、生产、销售效率。我们将数字化理念充分应用到公司经营各场景，采用自动化的全球领先生产设备、合理化升级读码、赋码系统实现包装成型自动识别、自动装箱、匹配业务需求五码合一、搭建客诉体系 IT 化平台等，并致力于打造 5G 全连接工厂，充分提高经营可视化水平，助力公司数智化转型升级。

2025 年，我们完成了 PLM（产品生命周期管理）系统的全面部署，构建研发管理全景图，实现与 ERP、QMS、CAD 等系统的数据集成，包含物料管理、BOM 管理、图文管理、基础数据管理、系统集成等核心功能。实施路径从物料申请、检验标准管理到 BOM 和替代料管理，最终实现图文档全面管理，所有变更流程统一在 PLM 系统中完成，确保数据一致性和流程规范化。

○ 荣获重庆市经济和信息化委员会颁发的“重庆市数字化车间”“基于 5G 全连接的百亚卫生用品智能工厂”称号



5G全连接工厂

5G+AI 安全行为识别

针对厂区安全门、逃生门监控管理死角，车间包装生产线区域，员工出入生产区的风淋区域进行视频监控建设，架设嵌入 5G 芯片的高清摄像头，通过 5G 网络实时传输视频至安全管控系统，实现基于视觉 AI 应用员工着装检测、安全通道人员检测两个场景化功能应用，预防安全问题发生。



5G+ 信息安全防护

建立信息安全管理体系统，接入重庆市安全态势感知平台，为智能制造模式的推广应用提供安全保障；引入企业级病毒防护系统、数据加密系统、工业生产网、视频安全网、办公网、外来人员接入、生活网多网络隔离提升信息安全。



5G+ 设备故障诊断

建设 SCADA 系统，通过 5G 数采网关，融合智能传感、故障机理检测等先进技术，实时采集全生产环节的设备故障状态信息，监测设备故障告警、预警，建立故障知识图谱，通过分析故障数据对设备运行过程进行问题诊断，及时排除设备运行故障。



5G+ 智能物流

采用嵌入 5G 芯片模组的 PDA、立库智能穿梭车、码垛机器人物流核心设备 3 类，接入终端数量 149 个，实现 5G+ 智能理货场景。



5G+ 生产能效管控

将生产区域的总电表及各高耗能区域的分表能耗数据采集 MEC 边缘平台并传输至能源管理系统服务器，实时监控各区域能耗情况，并可查看实时用能情况及历史数据；同时运用大数据从不同维度对用能情况进行分析，及时发现能耗异常，根除能耗漏洞，减少能耗损失、降低运营成本。



5G+AI 视觉质检

形成 5G+ 机器视觉质检场景应用设备 11 个，5G+ 设备故障诊断场景应用设备 11 个，5G+ 生产现场监测场景应用设备 17 个；实现云边缘、智能化协同检测能力。



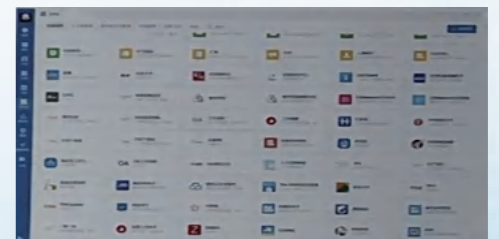
5G+ 工业专网

构建 5G 工业专网+5G 工业终端+工业 PaaS 云平台+工业 APP 应用端到端服务能力，集成企业应用系统数据，实现工厂数据的互联互通以及可视化驾驶舱，打造“1+1+N”的 5G 全连接工厂，实现设备、物料、能源等制造资源要素的数字化汇聚、网络化共享和平台化协同。



IT-OT 应用融合化部署

将应用软件或系统功能进行云化部署在百亚工业互联网平台上，包含云化 PLC、云化 SCADA、云化 MES、云化机器视觉检测平台等设备功能、生产控制系统、工业软件、企业信息化管理系统及软件，形成统一集中控制系统，结合 5G 网络，实现设备实时反向控制，最终实现工厂各生产环节的数字化转型升级。



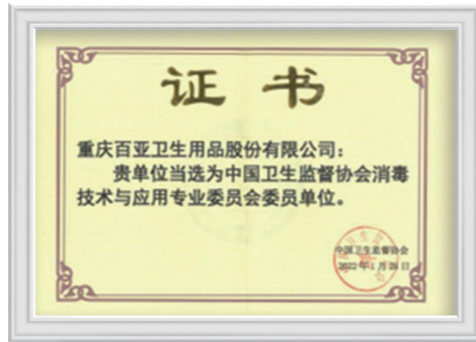
3.1.5 引领行业发展

我们致力于推动整个行业的创新与发展，呼吁行业内的企业与机构共同关注新的消费趋势，积极与行业同仁、科研机构与高校联建合作，加强合作与交流，加速产品和服务迭代升级，实现行业整体提质增效。我们通过协助制定行业标准、举办及参与行业会议及论坛、等方式，积极助力行业标准提升，积极承担百亚股份作为行业领先者与时俱进的责任，共同探索行业发展新模式，持续推动行业高质量发展。同时，我们也积极推动女性健康的社会化讨论和意识扩展，促进整个行业的健康发展。报告期内，公司积极参与国家标准和团体标准制定工作，成功参与国家标准1项——GB/T8939-2025《卫生巾（护垫）》，为行业规范化发展贡献专业力量。

○ 中国工业合作协会会员



○ 中国卫生监督协会消毒技术与应用专业委员会委员单位



○ 中国产业用纺织品行业协会会员



○ 中国产业用纺织品行业协会第五届理事会会员单位



○ 中国造纸协会生活用纸专业委员会



○ 中国造纸学会卫生用品专业委员会“副主任委员单位”



报告期内，我们持续深化与高校和科研机构的合作：与暨南大学、中药科大、北服、西安工程大学等一流高校保持紧密联建关系；与上海生研院、中国中医科学院及造纸院建立深度合作关系；共同建立女性私护大健康联合研发中心，以科学为支撑，以创新为动力，共同推动女性私护大健康产业发展。

截至报告期末，百亚股份参编标准

类别	标准号	标准名称	
国家标准	GB/T 28004.1-2021	纸尿裤 第1部分：婴儿纸尿裤	
	GB/T 43585-2023	一次性卫生棉条	
	GB/T 30133-2022	一次性卫生用品用面层	
	GB/T 40269-2021	吸收性卫生用纸制品 生产过程质量安全状态监测与评价指南	
	GB/T 35613-2024	绿色产品评价 纸和纸制品（即将实施）	
	GB 15979-2024	一次性使用卫生用品卫生标准（待发布）	
行业标准	QB/T 5650-2021	一次性纸制卫生用品用复合吸收芯体	
	T/CNITA 09102—2018	卫生棉条	
	T/NAHIEM 37—2021	医护级卫生巾（护垫）	
团体标准	T/CSI 0025—2023	老年用品 介护用具 智能照护纸尿裤	
	T/NAHIEM 002—2022	医护级成人纸尿裤	
	T/NAHIEM 001—2022	医护级婴儿纸尿裤	
	T/NAHIEM 51—2022	医护级女性卫生裤	
	T/CTAPI 003—2022	匠心产品 卫生用品	
	T/SHRLXXH 2-2024	女性卫生用品阴道微生态调节功效评价 16S-rRNA 基因测序法	
	T/SHRLXXH 1-2024	吸收性卫生用品中嗜酸乳杆菌检测方法数字 PCR 技术法	
	T/CTAPI 012-2026	吸收性卫生用品中嗜酸乳杆菌和植物乳植杆菌检测方法荧光定量 PCR 计数法	
	企业标准	Q/CQBY 003-2024	益生菌卫生巾（护垫）
		Q/CQBY 002-2024	益生菌女性卫生裤
Q/CQBY 001-2023		女性卫生裤	



案例

第二届经期健康论坛成功举办

10月20日，我们联合中国卫生监督协会消毒与感染控制专业委员会，成功举办第二届经期健康论坛。论坛汇聚妇科、皮肤科、疾控等多领域权威专家，围绕经期健康的前沿研究、产品创新与行业规范展开深度探讨，多位权威专家聚焦女性经期健康，共同发出专业声音。

论坛期间，我们与权威科研机构深入交流，搭建多元协同平台，对监管单位深入交流、拉齐共识，对企业强化品牌话语权，对社会推动健康认知普及。通过这一平台，我们构建了从功能创新到科学信任的完整链路，持续引领行业规范与创新。现场公布了由山东大学妇儿与生殖健康研究院牵头、公司与零一生命等参与的“中国女性万人生殖道微生态项目”阶段性成果。该项目覆盖全国20余个省份，超万名女性志愿者参与，助力健康管理向精细化、个性化方向发展。



案例

经期健康白皮书项目

3月5日，我们联合春雨医生成功发布《女性卫生巾需求发展趋势与经期健康白皮书》。白皮书系统涵盖大健康卫生巾定义、女性妇科问题综述、卫生巾市场发展及经期健康需求洞察等核心议题，以行业报告的高度深度剖析女性卫生需求发展趋势。

此次发布创新性地与央媒“人民探厂”有机结合，通过视频化溯源链路和专业白皮书相结合的形式，构建了强大的专业信任背书。传播效果显著，人民探厂客户端开屏曝光达738.5万，科普栏目页阅读量4.8万，全网总曝光量突破76.1万，有效触达广泛受众。

通过这一权威发布平台，我们不仅向外传递了公司在行业研究、产品创新与科学认知方面的综合实力，更搭建了从专业研究到公众科普的完整传播链路。白皮书站在行业高度进行分析，为卫生巾行业的规范化、科学化发展提供了专业参考框架，持续引领行业从功能创新向科学信任的价值升级，推动女性经期健康认知的普及与深化。



3.1 研发与创新

公司始终秉持“要造全球最好的卫生巾”这一宏伟愿景，将这一信念深度融入企业运营的每一个环节。从设计研发阶段的精心雕琢，到原料采购时的严格筛选；从加工生产过程中的精细把控，到检验运输环节的严谨负责；再到终端销售时的贴心服务，我们实现了全产业链的严苛质量管控，为产品品质筑牢坚实根基。在一次性卫生用品领域，我们已深耕多年。凭借多品牌、差异化的发展战略，我们专注打造中国一次性卫生用品领域的民族领军品牌，推动行业不断进步。我们始终将质量置于首位，积极顺应时代消费新趋势，坚持创新驱动发展。如今，公司已成长为国内一次性卫生用品行业领先的本土企业典范。我们以卓越品质铸就匠心品牌，以高质量发展助力中国女性卫品行业迈向新高度，致力于为女性带来更多、更优质的经期体验，彰显企业的社会责任与担当。

3.2.1 产品质量保障

公司严格遵循《中华人民共和国产品质量法》等相关法律法规及标准，制定全套质量管理体系程序文件，以产品质量为核心，构建多层次、高标准质控体系。持续加大研发投入，推行精益生产，秉持用户第一理念，提升质量与效率，保障产品品质、满足市场需求。

2025年度荣获中国造纸学会颁发的“FREEMORE”自由点益生菌夜用卫生巾2025年度中国卫生用品行业匠心产品。



3.2.1.1 质量管理体系

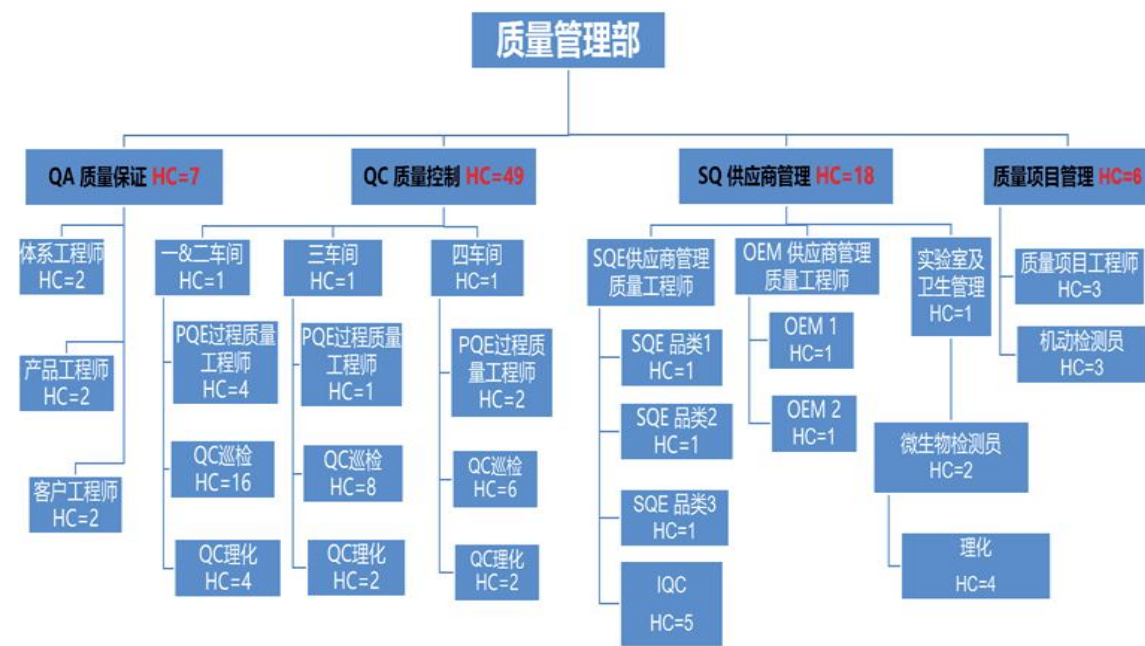
公司秉持“预防为主，技术进步，重视过程，顾客持续满意”的质量管理方针，以零缺陷为终极追求，将质量管理全面渗透至营销、研发、供应、制造、物流、服务全业务流程，构建覆盖研发设计原料采购、生产制造、检验检测、仓储物流、售后改善的全生命周期质量管理体系。公司以高标准、严要求、强执行追求卓越品质，全力保障产品全周期质量安全，立志成为一次性卫生用品行业质量安全标杆，以可靠品质守护女性健康，践行企业社会责任与可持续发展承诺。

质量中心围绕工厂质量战略与全面质量管理体系建设需求，构建权责清晰、分工协同、专业覆盖完整的组织架构，下设 QC 科、SQE 科、QA 科、QM 科四大核心职能科室，实行质量负责人统一统筹、各科室专业化分工、全流程闭环执行的管理模式。

质量负责人作为部门第一责任人，全面主导质量战略落地、体系建设、组织人才与跨部门协同管理；QC 科聚焦制造过程质量控制、产品检验、制程改善与现场质量监督，筑牢生产环节质量防线；SQE 科负责供应商全生命周期质量管理、进料管控、供应商审核与风险改善，保障原材料与供应链质量稳定；QA 科统筹质量体系运行、内外部审核、客户满意度管理、流程优化与质量文化建设，推动体系合规与持续改进；QM 科专注质量项目推进、设备质量验证、参数管控与专项改善，支撑质量效率与技术能力提升。

各科室依托 ARCPPI 职责划分工具明确岗位权责，消除职能重叠与管理盲区，形成战略规划—体系搭建—过程管控—供应链保障—客户服务—项目改善—一体化组织能力，为公司全生命周期质量管理、产品品质提升与可持续发展提供坚实组织保障。

质量中心组织架构



报告期内，公司扎实推进质量体系标准化、体系化、数字化建设，完成全部门体系文件全面迭代升级。累计梳理体系文件 377 份，其中废止失效文件 210 份、新增适配文件 158 份、延续有效文件 219 份，实现体系文件全覆盖、无死角、可执行，进一步夯实质量体系运行根基。公司严格遵循国际国内质量管控要求，无重大不符合项，体系运行高效合规。

同时，公司建立质量一票否决刚性机制，将质量指标列为全员考核第一权重，明确质量责任边界与奖惩规则，对质量事故实行“小则降职降薪、大则除名”的严格约束，通过经济杠杆、绩效挂钩、责任追溯等方式，推动质量意识入脑入心，倒逼全员落实质量责任，形成“人人重视质量、人人把控质量、人人对质量负责”的管理氛围，为产品质量稳定与持续提升提供坚实制度保障。

质量优秀团队

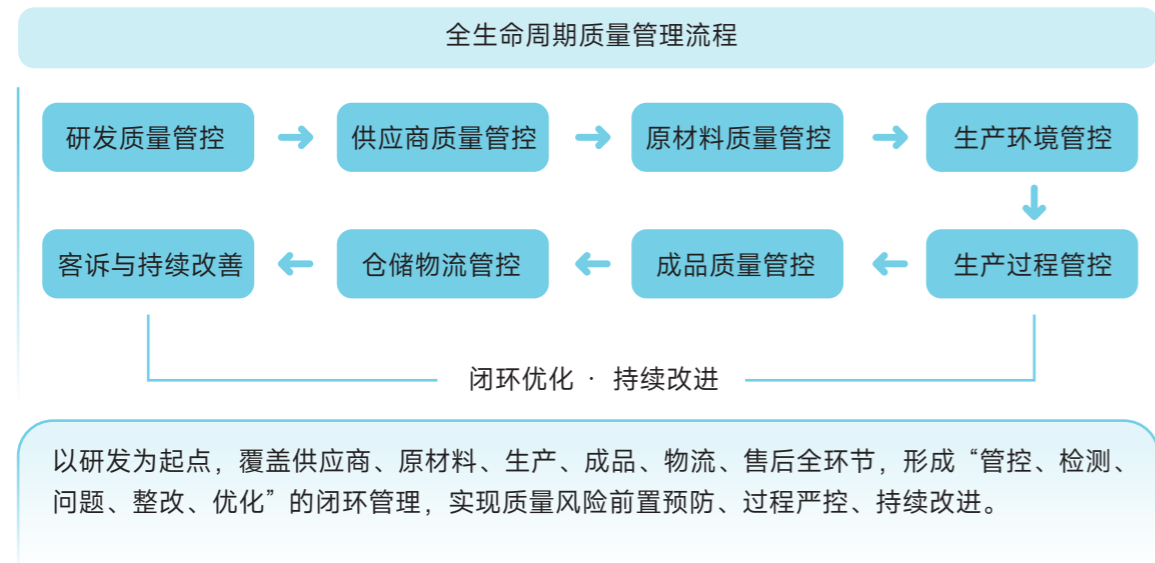


质量优秀个人



3.2.1.2 质量控制流程

为及时满足市场需求、确保产品高质量生产，我们制定《生产计划和过程控制程序》《生产过程控制程序》《基础设施及工作环境控制程序》《仓储管理控制程序》《标识与可追溯性控制程序》等质量控制程序，对产品原材料、生产、成品等各个方面严格控制。

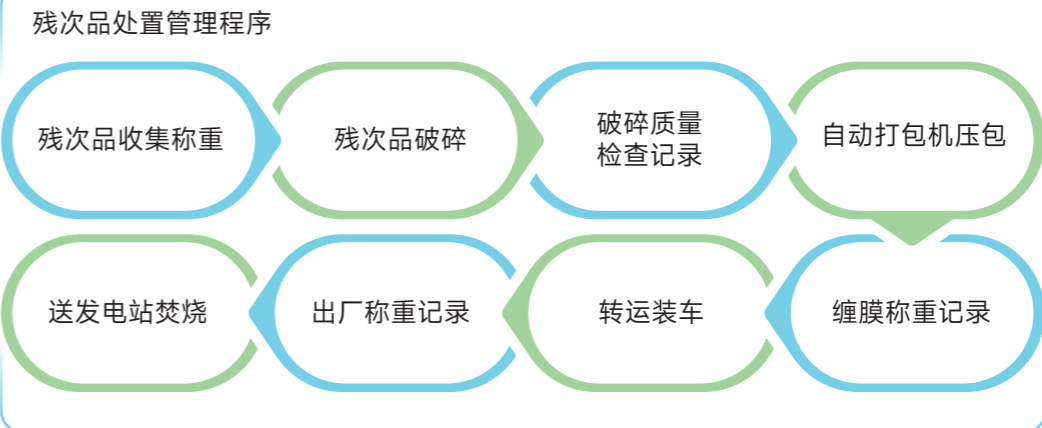


部分质量管理措施	
体系与内审管理	构建跨部门内审队伍，覆盖各部门人员，参与公司管理体系内审工作，代表质管部实施业务指导，完成 377 份体系文件迭代，以刚性内审保障体系高效合规。
数字化质量度量与分析	优化原材料扫码系统，实现全链路可追溯 升级包装喷码方案，兼顾防伪与提效提质 搭建客诉 IT 平台，客诉整改验证闭环 上线 SRM 供应商数据模块，实现供应商质量全周期可视化管理
自动化生产与智能检测	生产线配备先进自动化设备，实现从原料上架至卫生巾成品包装的全流程高度自动化。
动态质量检测	生产线配备多台高分辨率视觉检测系统和 88 个光电检测系统，自动检测，剔除次品，确保瑕疵产品 0 流出。
自检与第三方机构检测	原材料进入产品线之前以及产品出厂前会进行同一批次多时段自检，并定期进行第三方结构外检，检验项目包括细菌、真菌等微生物检测、甲醛检测、迁移性荧光物质检测、PH 值检测等 13 项检测，每一片产品，从源头确保产品的安全健康，品质有保障。
质量改进与文化建设	建立问题识别—根因分析—整改验证—标准固化的改进闭环，针对客诉开展专项攻坚。推行质量小组、零缺陷全员改善活动，完善实习上岗证→质量上岗证→星级认证三级培训体系，关键岗位 100% 持证上岗，以文化赋能与技能提升推动全员质量责任落地。

3.2.1.3 质量纠正与产品召回

为防止不合格产品被非预期使用或交付，确保所有产品高质量交付，公司建立并实施了《不合格品控制程序》。该程序严格规范了原材料、生产过程中的半成品及成品的不合格品控制，明确了不合格品识别、记录、隔离、评价和处置的相关职责与权限。对于原材料中的不合格品，我们向供应商实施批量退货或拒收处理；市场上退货的产品，则依据《成品退货作业指导书》执行。此外，公司还制定了《模拟召回操作规程》和《医疗器械模拟召回操作规程》，并每年进行产品召回模拟演练。当产品性能测试发现影响安全或批次性缺陷等重大问题，且该批次产品已发货或在市场上发现同批次产品均存在质量问题时，公司将按照《医疗器械召回控制流程》及《美国医疗器械召回控制程序》召回该批次产品，并根据问题严重程度选择性发布《忠告性通知》，由质量检验部门监督通知发送及产品追回进度。

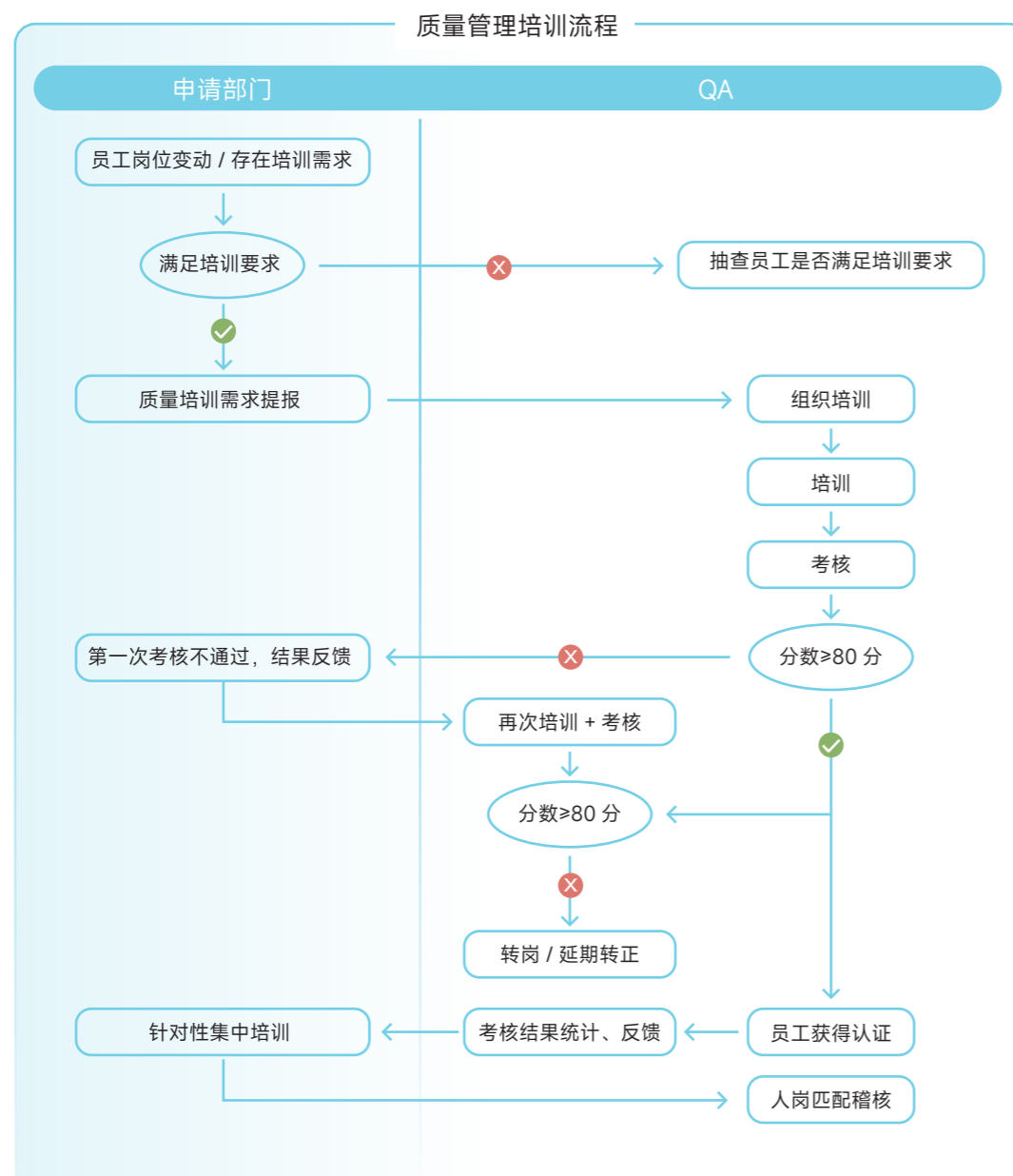
报告期内
未发生因质量、安全或健康问题而召回产品的情况。



3.2.1.4 质量文化建设

公司积极宣传并贯彻重要质量制度、机制和政策，坚守“预防为主，技术进步，重视过程，顾客持续满意”的质量管理方针，并明确界定质量责任主体。为优化质量培训体系，提升关键岗位员工在各阶段的质量意识，制定了《质量培训管理办法》及年度关键岗位质量能力提升培训计划。通过组织讲师授课、书面考核、实操考核等多元化培训方式，面向各级员工开展质量培训，并广泛举办各类质量文化活动，以强化员工的质量意识，持续提升其专业技能水平，实现质量赋能，逐步形成具有百亚特色的质量管理文化。

2025 年度公司启动了多期“健康制造透明化”溯源行动，通过多平台公开招募消费者代表担任质检官，深入卫生巾智能制造基地，系统开展产品全生命周期科普教育。此举创新构建了“沉浸式溯源 - 深度交互 - 认知升级”三维赋能体系，形成了标准化的质量科普赋能模板，进一步深化了消费者教育工程，有力推动了行业质量透明度的提升。



安全质量大会

公司定期召开安全质量大会，以“零缺陷、零事故、零容忍”为目标，系统复盘质量安全运行状况，深挖各环节风险隐患，明确年度质量改善攻坚方向。推动质量安全事前预防与过程严控，为企业高质量发展筑牢安全防线。



质量文化培训及活动



工厂精益办组织班前会竞赛

工厂精益办组织班前会竞赛，本次竞赛共 6 支队伍参赛，最终评选优秀团队 3 支。竞赛中各队伍不仅展现出百亚员工昂扬向上的精神风貌，更在比拼中赛出风采、赛出水平，尽显团队活力与专业素养！展现高水准，为全厂树立了可复制、可推广的优秀范例。





案例

自由点工厂溯源活动

公司以“透明品质·安心守护”为主题，通过多平台公开招募消费者代表，邀请其深入卫生巾智能制造基地，开启沉浸式工厂溯源之旅。活动中，消费者化身“质检官”，亲身参与荧光剂检测、原料溯源、生产环境考察等核心质量管控环节，实地验证产品安全标准。从品牌体验馆的深度讲解，到精密实验室的专业考察，再到生产车间的实地观摩，消费者全程见证一片卫生巾从原料甄选到成品出厂的完整蜕变，直观感受公司全流程智能制造体系与严苛质检标准，切实体会到我们对品质的坚守与对女性健康的郑重承诺。

报告期内，公司组织 12 期工厂溯源活动，累计接待超 500 人次，让消费者近距离了解产品生产工艺与质量控制体系。



3.2.1.5 化学品安全

公司严格遵循国际、国家及行业标准，并结合内部管控要求，全面强化化学品全生命周期管理。通过系统识别、跟踪与评估产品全流程中化学物质的使用与潜在风险，持续管控与削减其对环境、人体健康及安全生产的影响。公司坚持以更高标准严把上游原材料准入关口，定期排查并淘汰高风险、不安全化学品，在为消费者提供安全放心产品的同时，全力保障一线员工职业健康，避免接触有害化学物质，筑牢健康与安全双重防线。



化学品检测

公司严格遵循国际化学品安全标准，常态化委托权威第三方检测机构对产品开展全维度安全评估。评估覆盖毒性指标、微生物安全指标、化学残留物三大核心维度，包含 pH 值、细菌菌落总数、大肠菌群、真菌菌落总数、致病性化脓菌、甲醛、可迁移性荧光物质、重金属（铅、砷、镉、汞）、五氯苯酚、丙烯酰胺、邻苯二甲酸酯、可吸附有机卤素等多项潜在风险物质，实现安全风险全面筛查。同时，公司构建“原料筛选、工艺优化、成品复检”三重防护机制，实现产品成分透明可追溯，确保全系列产品符合全球健康安全规范。

报告期内

公司旗下所有产品均未检出有害化学物质超标，以严苛标准守护女性健康与使用安全。



化学品禁用

在化学品使用管控领域，我们主动设立高于行业标准的禁用物质清单，全面推行绿色无害替代方案，并通过全品类常态化检测验证执行成效。

报告期内

我们未发生与化学品相关的任何重大事件和罚款，未使用任何违禁化学品。



化学品公开

我们在产品包装上披露产品原材料明细、执行标准编号等，向消费者清晰展示产品所含的化学物质成分。



3.3 负责任供应链

构建高效、严格且绿色的供应链体系，是公司实现可持续发展的坚实保障。公司积极推动稳定、可持续的供应链建设进程，不断完善供应链管理制度，从源头把控质量，对申请准入的供应商展开严格考核，并深入开展现场考察评估，确保供应商资质过硬、信誉良好。与此同时，公司大力深化渠道变革与合作伙伴保持同频共振、协同发展。将合作共生的可持续发展理念切实贯彻到每一个环节，打造一个互利共赢、生机勃勃的绿色生态链。

3.3.1 供应商管理

公司持续推进供应商管理优化工作，融合数字化与智能化技术手段，并深度结合流程化建设，系统性地提升可持续供应链的管理效能。公司不断深化供应商表现与绩效评估机制，以科学、严谨的标准衡量合作伙伴的贡献与潜力。公司始终秉持合作共生的可持续发展理念，与合作伙伴紧密携手、同频共振，将战略愿景转化为扎实有力的实际行动。通过双方的共同努力，构建一个互利共赢、生机盎然的绿色生态链，共同打造一个多元化、高效能且具有强大抗风险能力的供应链管理体系，为公司的长远发展筑牢坚实基础。

3.3.1.1 数字化管理

公司搭建了集供应商协同功能于一体的 ERP 与 SRM 系统，并制定了供应商数字化管理解决方案。借助这一平台，公司实现了对供应商的周期化闭环管理，从供应商准入审核、合作过程管控到绩效评估反馈等各个环节，均进行精细化操作与实时监控，确保供应商体系规范有序、高效运行。

同时，该平台还支持采购业务全程线上化管理，供应商可随时登录查询采购订单详情、账务结算进度、送货明细记录以及电子发票信息等，实现信息透明共享。通过这一举措，公司构建了企业一体化采购协同机制，促进了公司与供应商之间的双向高效沟通，显著提升了供应链整体的信息流转效率与协同效能。

3.3.1.2 全流程管理

公司选取行业一流、专业顶级的供应商建立长期战略合作关系，为规范公司供应商管理，建立稳定、高效、低风险的供应链体系，保障物料供应在质量、成本、交期与服务上的卓越表现，支撑公司战略目标的实现。公司制定了《外部提供过程控制程序》《供应商质量绩效管理办法》《供应商开发管理制度》等一系列管理制度与程序，从初步筛选、量化评分、质量检验、分级管理、绩效考核、供应链中断应对管理等维度，对供应商进行全流程管理。

● 核心原则

战略匹配原则： 供应商管理必须服务于公司整体战略。

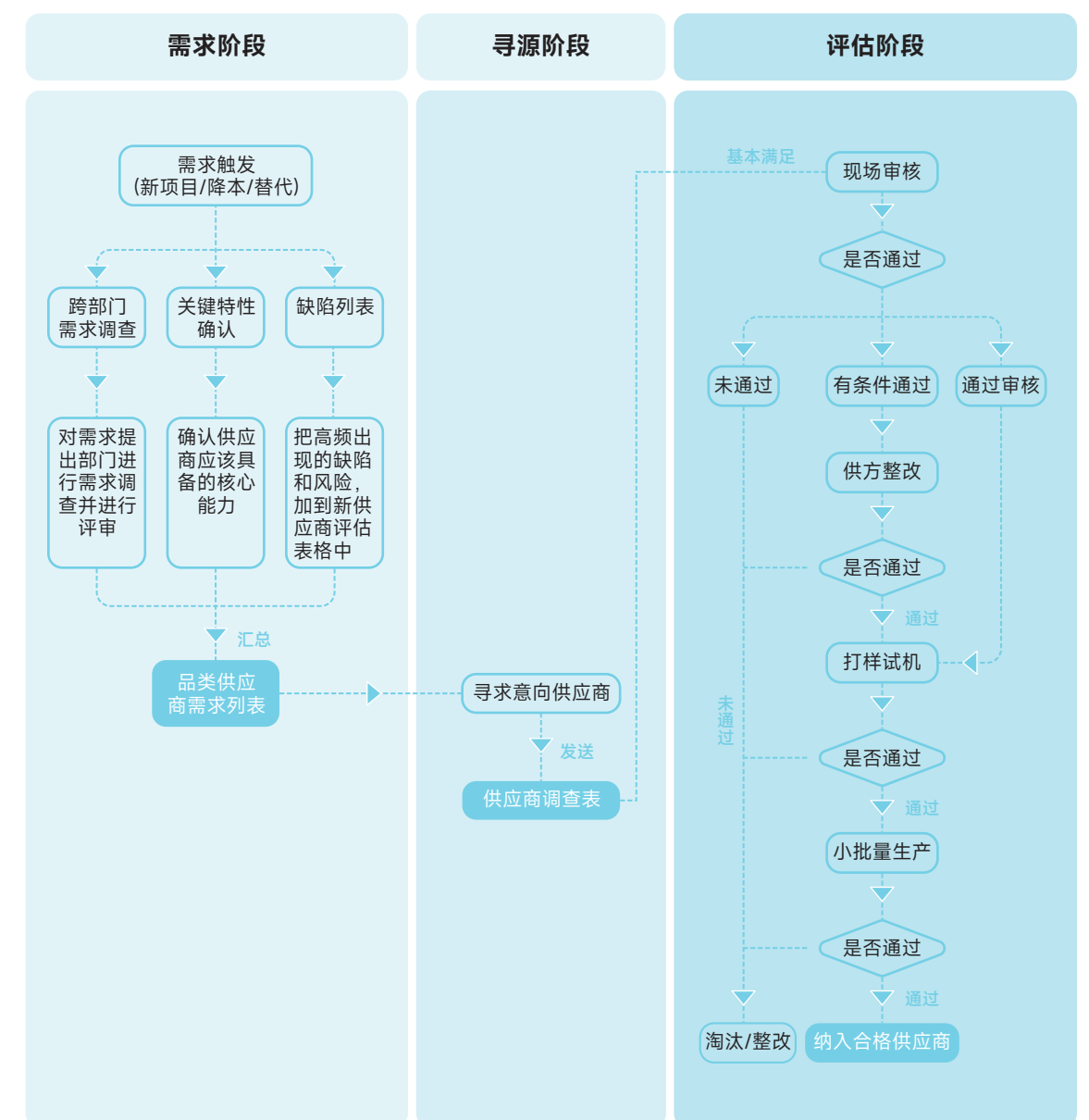
风险可控原则： 对供应商的准入、绩效和关系进行全过程风险监控。

分级分类原则： 依据支出和价值，以及质量风险影响，对供应商进行差异化管理和资源分配。






公开公平原则： 供应商选择与考核过程应公正、透明。

持续改进原则： 推动供应商不断优化其产品、服务与管理。

● 供应商开发全流程如下图所示



● 新供应商准入考核流程

- 
寻源与初步筛选 通过行业展会、专业数据库、同行推荐、公开招标等渠道拓源，使用《供应商信息调查表》完成工商、资质、财务、产能等信息核验。
- 
量化评分 从公司规模、行业经验、资质认证、地理距离四大维度评分，达到标准才能进入。
- 
现场考察 所有战略类和 A 类（质量主导）物料供应商，必须执行现场审核，覆盖技术、质量、生产交付、成本等维度。
- 
样品与试产验证 样品测试合格后开展小批量试产，由质量、生产、研发联合评审，合格后方可准入。
- 
审批入库 通过公司流程完成准入审批，纳入《合格供应商名录》，每季度动态更新。

● 分级管理

规范供应商分级及材料分类管理，我们制定了《供应商分级和材料分类作业办法》，将原材料按重要程度或不可替代性分为 A、B、C 三类，同时根据《供应商调查表》评分结果将供应商评定为甲、乙、丙三个等级。公司向甲级供应商采购 A、B、C 三类原材料，向乙级供应商采购 B、C 两类原材料，仅能向乙丙级供应商采购 C 类原材料，为保障原材料品质，原则上供应商不得越级供应材料。

供货材料分类标准

- A 类** 构成高档最终产品的主要部分或关键部分材料等
- B 类** 构成一般产品的物资，一般不影响最终产品的质量或即使略有影响，但可采取措施予以纠正
- C 类** 非直接用于产品本身的起辅助作用的物资，如五金件、油壶、塑料袋等

供应商分级标准

考核项目	行业地位	技术能力	资源条件	一致性	合作意愿
比例	5%	10%	25%	50%	10%

甲级供应商评分≥90%，80%≤乙级供应商 < 90%，70%≤丙级供应商 < 80%

● 绩效考核

公司依据《供应商质量绩效管理办法》《外部提供过程控制程序》等制度要求，建立供应商年度审核与常态化绩效评价机制，围绕质量、交付、成本、技术服务、合规性等维度开展综合考核，持续推动供应商规范化、标准化运营，强化供应商全生命周期管控能力，定期核验供应商合规资质与履约能力，确保其持续满足公司质量标准、行业规范及可持续发展要求

● 供应链中断应对

公司高度重视供应链安全与业务连续性，对战略类物料供应商，准入时要求其提供《供应链中断应急方案》，明确备用生产基地、代工合作方等应急资源；公司针对关键物料建立备选供应商池（1 个主供应商 + 1 个次供应商 + 1 个备选供应商），备选供应商需完成现场审核及样品检验，确保主供应商出现供应中断时，可在 15 个工作日内切换至备选供应商，有效保障供应链稳定与生产连续。

3.3.2 经销商管理

公司始终将经销商视为最重要的战略合作伙伴，坚守“让百亚成为经销商最赚钱的品牌”“让优秀经销商成为百亚长期战略伙伴”的合作理念，坚持互利共赢、长期共生、利益共享。通过搭建覆盖全国的完善服务网络与成熟服务机制，为经销商提供全方位运营指导、专业培训及市场支持，助力其高效响应市场变化与消费者需求。公司积极凝聚行业共识，主动应对行业转型挑战，与全体经销商携手共进，共同打造可持续发展的商业生态，共创长期稳定的价值与未来。

3.3.2.1 强化公平管理

为强化经销商规范化管理、维护品牌形象，公司秉持“从严控制、降低风险、严格执行、问责到位”的管理理念，建立《经销商授信管理制度》《经销商库房管理制度》等完善的管理体系，搭建权责清晰的经销商管理架构，对经销商实施信用分级与动态调级管理，持续提升运营合规性与风险防控能力。同时，公司对经销商仓储环境、产品存放规范实行严格标准，开展不定期库房巡查，对影响产品质量的隐患及时督促整改，保障产品在仓储与流转环节的品质稳定。

为维护公平有序的市场经营秩序，保障公司品牌形象与经销商合法权益，公司制定《窜货管理制度》，通过违约金约束、保证金管理、区域管控、产品喷码与物流溯源、专项稽查、投诉举证通道等全链条管控措施，强化窜货违约行为监督与处置，对利益受损经销商予以合理补偿，切实维护经销商正当权益，持续净化市场经营环境。

3.3.2.2 赋能提质增效

公司充分激活一线业务力量，以复盘、共创、共识工作坊模式创新终端动销方案，搭建覆盖核心经销商网络的系统化赋能体系，建立每季一训、每周一播、每日一学的常态化支持机制，形成千人大大会务集成管理与经销商训练营双轮驱动模式。公司邀请行业顶尖专家授课，全年举办多场经销商专项会议与高规格训战营，以样板经销商为标杆，输出成熟运营战法，助力经销商提升盈利能力、实现逆势突围。同时，依托百亚大讲堂开设经销商赋能专题，面向经销商及导购团队开展常态化线上直播培训，持续深化产业链协同，为公司实现战略目标注入强劲动力。

经销商财富倍增训战营



聚焦机会最大 & 来量最快的“中占有率”市场做深做透
公司牢记经销商是百亚最重要的战略合作伙伴，只有经销商成功才能成就百亚成功
“让百亚成为经销商最赚钱的平台，让经销商成为百亚战略合作伙伴”。

3.4 客户权益保障

公司严格遵守《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国产品质量法》及《中华人民共和国消费者权益保护法》等相关法律法规，始终将客户权益保护置于首位。2025年，面对行业挑战和消费者日益增长的质量安全需求，公司进一步强化了客户权益保障体系，通过制度完善、流程优化和实际行动，切实保护客户的合法权益，倾听客户反馈并及时响应客户需求，为客户提供更加优质可靠的消费体验。

3.4.1 关注客户体验

公司高度重视客户的体验与反馈，我们通过主动调查和开通多种交流渠道收集客户反馈，真诚聆听客户的意见和建议，不断改进和优化产品，提升客户满意度，赢得客户的信赖与支持。

3.4.1.1 客户反馈处理

我们以让用户满意为核心，建立了《与顾客有关的过程控制程序》《客服作业办法》等一系列客户反馈管理制度，明确客诉的分级分类处理流程与责任部门，开放多渠道反馈方式，同时搭建客诉体系 IT 化平台，实现消费者意见反馈的及时妥善处理。2025 年，我们进一步优化了客户服务体系，确立了“以客户满意为最高目标”的服务理念，设定了客户满意度≥90%、服务响应时效≤24 小时、服务问题解决率≥95%的年度服务目标。我们建立客户投诉“绿色通道”，完善客户投诉复盘机制，每起投诉都要深入分析根源，制定改进措施并跟踪落实。同时，我们对客户投诉进行闭环管理，将投诉改善率列入质量部门绩效考核范围，通过服务数据分析和预警系统，提前识别投诉风险点，主动优化服务流程，有效降低了投诉率。

消费者反馈渠道

- 1、公司官方沟通渠道：电话、传真、电子邮箱、社交媒体账号（微信公众号、小红书、微博等官方账号）、电商平台（抖音、淘宝、拼多多、京东）等；
- 2、各单位或员工直接接收消费者投诉与抱怨信息；
- 3、公司委托专业咨询或顾问公司进行的市场专业信息调研；
- 4、自由点会员网站会员留言板信息反馈；
- 5、针对新品推广或产品升级与换代进行的产品试用问卷调查；
- 6、针对新品推出或专项质量问题的整改，所进行的内部员工产品试用信息反馈；
- 7、其他消费者组织及媒体的信息反馈收集。



投诉响应机制

五级
响应

1小时内 客服主管、直播运维经理、新媒体经理
普通的电话投诉，抖音小红书等新媒体投诉，但尚未形成较大影响力的投诉

四级
响应

24小时内 当地销售员，视情况增加质量工程师、生产负责人
客服主管电话沟通无法当场解决的，需要当面沟通处理的

三级
响应

24小时内 法务、当地销售，视情况增加质量工程师、生产负责人
当地销售员无法成功处理的

二级
响应

2小时内 法务、新媒体经理、质量总监、生产负责人、区总
已在抖音、小红书等新媒体形成较大传播的投诉

一级
响应

1小时内 新媒体经理、法务、质量总监、生产负责人、区总
引起传统媒体、新媒体大V关注的投诉



3.4.1.2 客户满意度

为向客户提供更加优质可靠的消费体验，我们建立了《顾客满意度控制程序》，每季度组织开展客户满意度 NPS 与产品 NSS 调查，同时通过官网、电商平台、热线电话、线上回访等多重渠道，不定期收集客户反馈与意见，对客户满意度进行调研分析。我们对自由点品牌及竞品开展满意度调研，组织了对客户的线上深度访谈调研，全方面调查客户对于产品穿戴感受、吸收性、透气性、贴合性、舒适性、除臭抑菌、尺寸比例、包装设计、陈列、品牌、宣传广告、退换货政策等多方面的体验反馈，用以优化产品从而更好满足消费者需求，同时把握消费者心理及行业机会。



3.4.2 信息安全与隐私保护

随着市场智能化、数字化发展，我们高度重视数据和隐私安全，为加强对公司关键数据和信息资产的保护，根据《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》等法律法规，制定了《信息安全控制程序》《信息化设备设施控制程序》《机房管理办法》等公司制度和规程文件，建立了完善的内部信息安全管理体系统、组织架构、程序和制度，接入重庆市安全态势感知平台，并不断提升信息安全领域的技术能力，规范数据安全治理，全方位保护公司和客户信息安全。

3.4.2.1 隐私保护

我们重视客户隐私保护，严格遵循《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》等相关法律法规的要求，规定合法、正当、必要的信息收集和使用原则，尊重并保障客户的知情权、选择权、更正权、删除权。2025年，公司进一步明确顾客信息的使用范围，仅限于与服务提供、产品销售、客户服务等相关业务，建立了客户隐私保护专项审核机制，对所有涉及客户信息的业务流程进行隐私影响评估，确保符合最新的法律法规要求。

截至报告期末，公司在过去三年内未收到消费者因隐私泄露而发起的诉讼与纠纷。

3.4.2.2 应急预案

我们根据《信息安全风险管理办法》制定《网络与信息系统安全防范应急预案》等应急预案和响应机制，一旦出现信息泄露事件或安全风险将立即采取补救措施并及时跟进处理，将事件损失和影响降到最低。2025年，公司为确保网络与信息安全应急预案高效运行，应急领导小组按不同应急类型准备应急演练方案并定期或不定期组织预案演练，通过演习进一步明确应急响应各岗位职责，对网络与信息预案中存在的问题和不足给予补充和完善。同时，公司建立了“预防为主、快速响应、分级处理、闭环管理”的服务突发事件应对机制，针对技术性突发事件、人为失误事件、外部环境突发事件、客户投诉与纠纷事件、服务流程异常事件等不同类型，制定了相应的预防和应对措施，确保服务连续性和客户满意度。





4

员工与社会篇

公司鼓励员工积极参与企业管理与监督，推动企业与员工共融共生、共同成长，在实现企业高质量发展的同时，助力员工成就个人价值。公司始终视员工为最宝贵的财富，高度重视员工成长与身心健康，通过搭建职业发展平台、提供学习培训机会，持续提升员工综合能力；同时营造温暖和谐的工作氛围，增强员工归属感与凝聚力，实现企业与员工共赢发展。

在社会责任方面，公司积极践行企业公民责任，以关爱女性健康、传递社会温暖为宗旨，围绕健康科普、公益捐赠、乡村帮扶等开展多项公益行动，聚焦女性健康与乡村发展，用实际行动传递爱心，为社会和谐发展贡献力量。

4.1.1 员工责任

科学完善的公司治理机制是企业可持续健康发展的根基和保障。我们将公司治理作为一项长期的系统性工程，严格按照最新《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号—主板上市公司规范运作》等法律法规及规范性文件的要求，结合公司实际情况，持续优化公司治理结构，建立健全规范运作机制，强化信息披露责任意识，保障公司健康平稳运行。

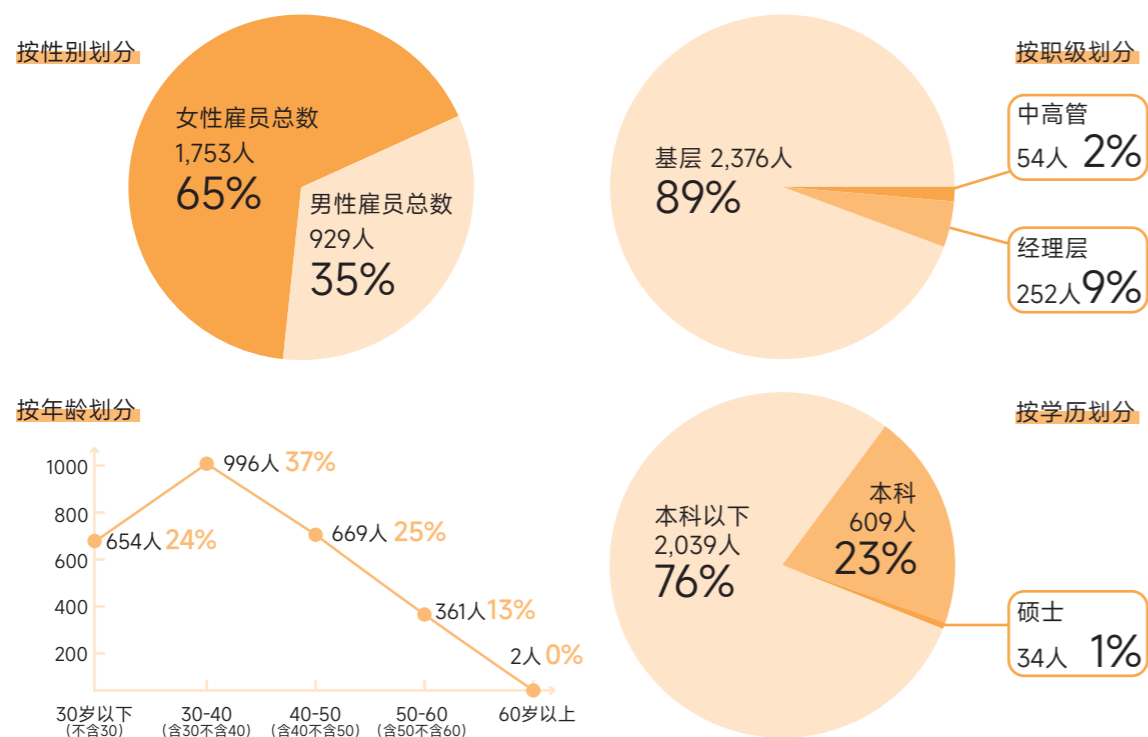
4.1.2 员工雇佣

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《禁止使用童工规定》《就业服务和就业管理规定》等各业务运营所在地的法律法规，制定《招聘管理作业办法》《校园招聘培养专案计划》等，深入贯彻合法合规的用工理念，保障劳动者的合法权益。

公司坚定维护员工合法权益，严格确保合理工作时长，并依法依规落实加班补偿机制，全力营造一个多元共融、和谐包容的工作环境。在人才招聘与建设上，公司秉持“德才兼备、以德为先”的用人理念，积极拓宽引才渠道，广泛吸纳社会各界优秀人才，不断强化人才梯队建设，优化人才资源配置。招聘过程中，公司坚持公平公正原则，对待每一位应聘者一视同仁，坚决反对任何就业歧视，致力于为所有求职者搭建一个平等竞争、共同发展的广阔平台。

报告期内，公司员工总人数为2,682人，其中女性员工1,753人，占比65.36%；全年劳动合同签订率为100%，在各用工环节中均无雇佣童工或强制劳动等情况发生。

员工分布



4.1.3 薪酬与福利

公司严格遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规，制定了《百亚股份薪酬管理制度》《百亚股份绩效管理制度》《百亚股份薪酬总控管理制度》等一系列制度，构建了具有市场竞争力的薪酬体系，并提供多样化福利待遇，充分激发员工创造价值的积极性。同时，公司建立了完善的劳动合同、社会保险、薪酬分配及员工体检等管理机制，全方位保障员工合法权益。

4.1.3.1 人才激励

在人才激励方面，公司采取了多元化的策略，致力于充分激发员工的潜力与创造力，推动企业与员工的共同发展。

● 股权激励

报告期内，公司对股权激励第三个解除限售期内符合解除限售条件的61名激励对象共639,000股限制性股票办理解除限售手续；对第三个行权期满足行权条件的323名激励对象涉及的376,160份股票期权进行行权，最终选择行权的激励对象共计310名，涉及的股票期权数量为362,400份。符合既定条件的股权激励对象，在解除限售或选择行权后均实现了可观收益，这一激励机制充分激发了员工为公司持续创造价值的内生动力。

● 绩效激励

公司严格恪守国家相关法律法规，精心构建了科学完备、全面细致、客观公正的《百亚股份绩效管理制度》。该绩效管理激励机制以组织与个人绩效目标为核心纽带，深度融合二者，致力于充分释放组织效能与个人潜能，实现效能最大化。依托科学严谨的绩效考评体系，公司既能精准提升员工个人绩效，又能有力保障公司战略目标稳步推进、顺利达成。这一举措确保每位员工都能在公平公正的绩效激励体系下，获得客观评价与均等发展机遇，进而充分调动员工的工作积极性与创造力，为公司整体战略目标的实现注入强劲动力。

员工福利

夏日清凉行动

从进入夏季以来，公司发起“清凉行动”，为一线员工、销售团队及工厂工人送上防暑物资与暖心关怀，从便携防晒套装到冰镇饮品。这场覆盖营销前线到生产后方的慰问活动，是对高温下坚守岗位的“百亚战士”的致敬。



公司工厂发起“清凉驿站，致敬主机台坚守者”活动，8月1日至9月30日期间，公司每日特供电解质水，关怀生产一二三车间主机台员工，清凉一夏！



案例：组织员工团建



案例：帮助困难职工



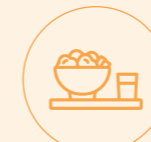
员工咖啡吧



员工班车



员工宿舍



员工食堂



员工休闲娱乐及锻炼设施



4.1.4 培训与职业发展

公司始终将人才视为驱动企业发展的核心引擎，高度重视员工的职业成长与能力提升，将其作为构筑企业核心竞争力的关键要素。通过打造“线上+线下”深度融合的全场景学习生态，公司为员工提供覆盖全职业周期的成长支持体系：一方面鼓励员工积极参与内部培训、外部高端进修及权威专业认证项目，另一方面依托成熟的制造体系与实战场景，为员工职业发展提供坚实的实践平台。

在职业发展规划层面，公司为每位员工量身定制透明化的晋升通道，同步构建专业化内部讲师团队，确保培训内容与业务需求精准对接。针对不同岗位序列与发展阶段，公司实施差异化培养策略，通过阶梯式培训方案与系统性能力建设，持续为员工注入发展动能，助力其在专业领域实现持续突破，与企业共同成长。

4.1.4.1 人才培养

公司高度重视人才培养，持续深耕内部培训体系，全面提升内部员工的专业素养和综合能力。同时，公司积极为外部合作伙伴提供成长和发展的机会，为公司的长远发展奠定了坚实的人才基础。

2025年，公司根据有关法律法規要求和公司的经营管理需要，结合岗位性质和岗位职责等方面的差异化和发展需求制定了培训计划。公司组织了涵盖生产、质量、安全、环保及消防等多个方面的业务培训，增强了生产安全意识、保证产品质量。报告期内，公司积极与专业机构展开合作，开展覆盖200个市场的经销商训战营，内部落地两千多场培训，推行集成作战体系，提升整体运营效率。

报告期内，公司制定了差异化的人才培育计划，针对工作性质和岗位职级等差异化特点开展专项培训活动，包括干部管理能力训练、新员工培训、校招专项培养、在职经理训战、导购标准化赋能等培训活动，旨在全面提升员工专业技能和综合素养，构建坚实的人才梯队。上述培训项目的开展为公司长远持续发展提供了充分的人力资源保障。

新人集中训练营



4.1.4.2 职业发展

公司始终坚定地秉持“人才乃企业发展第一资源”这一核心理念，严格依据《人力资源控制程序》，构建起一套科学的管理体系。

在职业发展路径规划上，公司精心设计多元化的职业发展通道，并推行自主规划机制，成功营造

出员工与公司携手共进、共同成长的优良环境。以此为坚实基础，公司进一步搭建起一套基于能力、公平公正的人才评价体系，确保员工的付出与能力都能得到客观、准确的评估。

为进一步优化人才管理，公司深度融合《百亚股份薪酬管理制度》《员工职级发展管理制度》以及《人才培养发展体系》，对人才的甄选、培养与开发流程进行全方位完善。通过管理条线与专业条线并行的双线发展模式，公司集中资源重点培育高潜力、高绩效的优秀人才。这一战略举措不仅使公司的人才结构得以持续优化，更成功打造出一支实力强劲、锐不可当的精锐团队。

2025校招集训营



4.1.5 职业健康与安全

公司高度重视员工的职业健康安全，致力于为员工提供健康安全的工作条件，不断完善职业健康与安全管理体系。我们贯彻落实《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》《生产经营单位安全培训规定》《中华人民共和国消防法》等法律法规，持续落实安全生产责任，全力营造良好的安全生产环境。

4.1.5.1 职业健康管理

公司制定并实施了《安全生产责任制》《安全生产管理制度》《职业病危害防治责任制度》，同时编制了《生产安全事故综合预案》。这些文件旨在确保职业健康安全管理在开发、策划、实施、绩效评价及改进过程中，能充分吸纳所有适用层次、职能的员工及员工代表的协商与参与。

公司还制定了《环境与职业健康安全运行控制程序》，对涉及重要环境因素、重大危险源及重大风险的运行和活动实施严格管控，以保障公司环境和职业健康安全方针、目标及指标的达成。此外，公司对标ISO45001职业健康安全管理标准，通过定期体检、技术革新、增配劳保用品等举措，持续优化职业健康监管机制。

公司定期组织员工接受职业健康、安全生产、消防知识等多维度培训，并每年安排全面体检，以便及时掌握员工健康状况，预防职业伤害。同时，我们每年委托专业评价检测机构对作业场所进行职业危害因素检测，一旦发现不符合国家标准或行业标准的情况，立即整改治理，消除职业病危害因素，确保作业场所符合职业健康要求，为员工营造安全、健康、舒适的工作环境。对检查出异样的人员进行脱离噪声休息2~3天后复查，对不合格人员进行调岗。

职业健康安全
管理体系认证证书



4.1.5.2 安全生产管理

公司始终将员工的生命安全与健康权益视为重中之重，全力构建完善的安全生产制度和管理体系，精准识别并有效管控各类安全风险，全力营造安全稳定的生产环境。为此，公司精心制定了一系列安全生产制度，涵盖《安全生产管理制度》《全员安全生产责任制》《安全检查管理制度》等，为安全管理提供了明确且可遵循的规范准则。此外，针对各类机器设备及作业流程，公司均配备了详尽的操作指导书，并制定了完整、规范的作业流程，确保每一个环节都有章可依、有据可循。

通过持续推行一系列行之有效的安全管理举措，公司成功实现了隐患排查与整改的高效闭环管理。这不仅为员工的安全权益构筑了坚实防线，更为企业的长远可持续发展奠定了稳固基石。依据《风险与机遇管理控制程序》和《风险识别及对策表》，公司开展了科学的风险分级管控工作，将安全生产风险评估等级细分为四级，并明确指定安委会作为责任部门。结合卫生用品行业的独特特点，公司巧妙运用风险分级管控与隐患排查治理双重预防机制，设立安委会专项负责安全事务管理。针对电气、叉车、安全挡板、急停开关等关键环节，公司定期开展专项检查，同时制定了完善的消防安全管理制度和火灾事故应急预案。

为提升员工的安全意识和应急处置能力，公司每年都会定期组织应急预案的培训和演练活动。此外，公司还坚持定期开展安全自查工作，及时发现并弥补风险控制过程中存在的漏洞，全力确保安全生产零事故。

报告期内，公司未发生安全生产事故，累计开展安全应急演练12次，安全教育培训场次99次，参与安全教育培训人数3,490人，安全教育培训覆盖率100%，有效防范了安全事故的发生。



车间设备
专项安全检查



电气专项检查



消防安全检查



消防知识培训



4.2 社会公益

百亚股份积极践行社会责任，通过多维度创新举措彰显企业担当。在公益领域，公司秉持“关爱女性健康，传递社会温暖”的理念，持续开展健康知识普及、公益捐赠和系统性赋能等活动，助力女性健康与教育发展，推动乡村地区可持续发展。同时，积极响应“一带一路”倡议和“双循环”战略，以创新科技推动品牌出海，凭借益生菌卫生巾等创新产品在国际舞台上展现中国品牌的竞争力，助推西部区域经济内外联动发展，实现社会效益与战略价值的有机统一。

4.2.1 社会公益

百亚股份始终将履行社会责任视为企业发展的核心组成部分，持续深化与第三方公益组织重庆市渝中区红樱桃义工协会的战略合作，共同推进多元化社会公益活动。公司坚持以系统性赋能和精准帮扶为基本方略，不断拓展公益项目的覆盖范围与服务深度，确保各项公益举措能够切实解决社会实际问题，促进社会和谐与进步。

报告期内，自由点女性关爱专项基金投入**1,964,454**元，持续助力女性健康公益项目发展。

公益策略	具体内容
 生理卫生知识传播	公司以树立正确生理健康观念为核心，持续扩大公益服务范围。2025年，公司与专项基金执行方重庆市渝中区红樱桃义工协会深度合作，共同开展《自由益起来关爱女生生理心理健康知识巡讲》进校园活动。活动通过构建专业课程体系，系统传授青春期生理心理知识，显著提升青少年生理健康意识与自我防护能力，为中小学女生健康成长提供全方位支持。
 志愿服务	针对高校自身情况，建立大学生志愿者服务支队，进行每个月1-2场公益义卖、义展、助学等活动。
 捐助扶贫	公司深度参与由重庆市委宣传部、市教委、市妇联等部门联合开展的重庆市红樱桃志愿行动；同时持续开展重庆市慈善总会自由点女性关爱专项扶贫基金公益活动，并开展专项卫生物资帮扶行动，通过多渠道捐助支持女性健康事业发展。

“自由益起来”2025公益巡讲活动

2025年，“自由益起来”公益巡讲深入重庆市万州区、云阳区、城口县等地区，走进126所中小学，为超过25,000名青春期女生开展健康知识讲座。活动构建“知识+物资+氛围”三位一体的成长支持体系，通过专业讲师团队结合真实案例生动讲解，帮助她们了解青春期变化，消除青春期困惑，建立正确的自我认知，传授科学的月经护理知识，为她们送去健康知识温暖关怀。



作为国货卫生巾第一股，百亚股份于2020年上市仪式上宣布设立自由点女性关爱专项基金，基金联合第三方公益组织及其他社会力量，每年深入走进各地中小学，开展“自由益起来”系列公益活动，为青春期女生提供一堂轻松科学的青春期知识课堂，一份爱心生理期礼包。五年以来，自由点“自由益起来”系列公益活动已走进重庆、四川二十多个地区，为超过15万名青春期女生送去青春期健康知识和爱心礼包。自由点以实际行动传递健康知识，呵护青春期女生生理和心理健康，践行一个国货品牌的社会责任担当，为创造一个更加平等、健康和谐的社会环境贡献力量。

其他公益活动

高铁卫生巾免费试点项目



2025年5月，公司创新推出高铁卫生巾免费试点项目，联合国内部分铁路部门在全国26个省级行政区/直辖市/自治区的150余组列车上线服务。项目创新构建“应急免费提供+平价销售”双重保障模式，捐赠数十万片自由点益生菌卫生巾，有效解决女性旅客突发生理期需求难题。该项目荣获2025上海国际公益广告大赛“品牌向善”企业公益传播类优秀作品奖，被中国妇女报评价为“撕开的不仅是卫生巾的包装，更是女性生理期需求的表达”，成为社会进步的生动注脚。

大凉山公益帮扶项目

2025年5月，公司联合央视《大红车来了》公益特别节目走进四川凉山彝族自治州喜德县，开展系统性公益帮扶。项目捐赠1,600箱卫生巾，为彝族女孩开设青春期健康课堂，由专业讲师讲解生理变化、卫生护理及心理调适，帮助女孩建立“月经不羞耻”的自我认同。同时，公司创新探索公益模式，在当地开启就业促进计划，为大凉山女性提供就业岗位与职业成长规划，帮助她们实现经济独立，从根本上改善生活条件。



4.2.2 响应国家战略

百亚股份积极响应国家“一带一路”倡议、“西部陆海新通道”规划及“双循环”战略，公司以创新科技推动品牌出海，以“大健康”理念为核心，开发出具有国际竞争力的创新产品，通过产品创新和全球化布局，为中国品牌走向世界贡献重要力量。



案例：益生菌卫生巾的国际突破

自由点益生菌卫生巾凭借其大健康理念和前沿科技，在2025年继续亮相欧洲PLMA阿姆斯特丹自有品牌展，受到国际采购商的关注。该产品通过添加LA88女性专利菌，有效抑制有害菌繁殖，维护女性私处微生态平衡，为女性经期健康提供强有力的保障。这一创新不仅颠覆了传统卫生巾的设计理念，还满足了全球消费者对健康和品质的需求。



附录

可持续发展报告议题索引

参考标准：《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》

维度	序号	议题	对应条款
环境	1	应对气候变化	本公司于“环境管理体系”章节披露相关管理架构与措施
	2	污染物排放	废弃物排放管理
	3	废弃物处理	废弃物排放管理
	4	生态系统和生物多样性保护	本公司经营行为未对生态系统及生物多样性产生影响，已于“绿色经营”“废弃物排放管理”章节披露相关环保举措
	5	环境合规管理	环境管理体系
	6	能源利用	能源及资源耗用
	7	水资源利用	能源及资源耗用
	8	循环经济	废弃物排放管理
社会	9	乡村振兴	社会责任
	10	社会贡献	社会责任
	11	创新驱动	研发与创新
	12	科技伦理	本公司主营业务不涉及科技伦理
	13	供应链安全	负责任供应链
	14	平等对待中小企业	负责任供应链
	15	产品和服务安全与质量	产品质量与安全;客户权益保障
	16	数据安全与客户隐私保护	客户权益保障
	17	员工	员工责任
可持续发展相关治理	18	尽职调查	负责任供应量
	19	利益相关方沟通	可持续发展管理
	20	反商业贿赂及反贪污	商业道德
	21	反不正当竞争	商业道德



地址：重庆市巴南区麻柳沿江开发区百亚国际产业园
电话：023- 68825666
传真：023- 68825666-801
邮箱：baiya.db@baiya.cn