



2023

上海丽人丽妆化妆品股份有限公司

环境、社会及治理报告



报告说明

作为中国线上化妆品零售服务行业的引领企业，上海丽人丽妆化妆品股份有限公司（股票代码：605136，为方便表述下称“丽人丽妆”“公司”“我们”），以绿色创新为核心竞争优势，致力于成为电商 3.0 时代的健康美丽探索者。自成立以来，公司持续履行对消费者、员工、股东、监管单位和社会的承诺，将环境、社会及治理（ESG）理念融入公司决策，不断保持与各利益相关方的沟通，全力推进公司可持续发展。

本报告为公司发布的第三份《环境、社会及治理（ESG）报告》，全面阐述了丽人丽妆于报告期内在环境、社会及治理方面的理念、实践与成果。在发布本报告之前，所有数据和相关内容均经过部门及管理层的严格审核，确保信息的真实性和准确性，不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

报告范围

本报告所涉及的政策和数据涵盖了本公司及其附属子公司，范围与年报保持一致，时间范围覆盖 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日（下称“报告期”）。同时为了阐释的完整性和连续性，我们在特定议题下回顾和延展了部分内容。

本报告为年度报告，《上海丽人丽妆化妆品股份有限公司 2023 年度环境、社会及治理（ESG）报告》发布时间为 2024 年 3 月 29 日。

数据说明

本报告的数据来源包括公司实际运行的原始数据、年度财务数据、内部相关统计报表和行政文件及报告等。除非特别说明，报告中涉及的货币均为人民币。

参照标准

本报告的主要编写依据系《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》，并参考了香港联合交易所有限公司《环境、社会及管治报告指引》及联合国可持续发展目标（SDGs）的部分要求。

报告获取

本报告提供中文版供读者参阅，以 PDF 电子版形式发布，欢迎登录公司官方网站（www.lrlz.com），或登陆上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）查阅和下载。我们重视每一位利益相关者的意见，并视之为推动公司战略的重要动力，欢迎读者通过本报告附录所刊载的方式与我们联系，帮助公司进一步完善报告以及提升我们的 ESG 表现。

目录

CONTENTS

- 01 报告说明
- 04 董事长致辞
- 06 回顾 2023
- 07 关于我们
- 11 品牌荣誉

可持续发展管理

- 12 可持续发展理念
- 12 可持续发展治理
- 13 实质性议题分析
- 14 利益相关方沟通

稳健经营，筑牢发展根基

- 18 规范公司治理
- 20 坚守诚信合规
- 26 强化风险管控

服务创新，创享心悦体验

- 30 产品质量管理
- 31 化学品安全
- 31 优化客户服务
- 35 保护信息安全
- 36 激发创新活力

绿色发展，共建生态文明

- 42 应对气候变化
- 43 推行节能减排
- 46 弘扬绿色文化

聚势融合，创造多元价值

- 50 深化战略协作
- 51 可持续供应链体系

以人为本，厚植成长沃土

- 56 保障员工权利
- 59 激发人才潜能
- 60 关爱员工生活

立业立德，同创美好社会

- 64 助力乡村振兴
- 65 聚焦女性力量
- 66 增进民生福祉

- 68 展望未来
- 70 附录
- 70 关键绩效列表
- 74 对标索引表
- 75 意见反馈

董事长致辞

成长 - 构建共同价值体系

2023 年是充满机遇与挑战的一年，国际局势动荡不安、极端天气日益频繁。丽人丽妆立足全球视野，也见证着美妆零售行业的巨大变革。2023 年，我们加快了绿色转型脚步，将经济效能与社会责任并重，携手价值链伙伴，共同打造更公平、更美好、更可持续的未来。

丽人丽妆作为国内领先的化妆品网络零售服务商，多年来，我们深耕自身专业领域，始终关注可持续目标，将 ESG 理念融入公司运营的方方面面，2023 年是我们坚持发布 ESG 报告的第三年，这一年，我们入选了“美丽中国 ESG 研究联盟”，荣获证券之星“年度新标杆企业”奖，入选金帆案例，荣获“2023 年度成长价值上市公司”等奖项，我们致力于为社会创造价值，渐渐已成长为经营实力与社会责任兼具的企业。

随着国内经济起伏、生活社会环境的改变，消费者的需求喜好也在不断变化，我们始终跟随市场脚步，坚持“只要美丽、不要担心”的初心使命，积极洞察市场和消费者的需求变化，先后孵化推出了玉容初、美壹堂等自主品牌，主打植物养肤，努力为广大的美妆爱好者提供更天然、更优质、可信赖的国货品牌。

永续 - 应对环境挑战

在“双碳”目标和可持续发展战略持续深化的背景下，我们坚持向绿色低碳转型，与供应链伙伴共同探索开发轻量化、环保可降解、可回收的绿色包装物。整合仓储和配送资源，优化分仓策略，实现物流智能化、清洁化发展。入驻配备了光伏设备的仓储园区，为绿色电商供应链贡献力量。我们认为，以负责任的方式采购和销售产品、运用科技创新、推动合作伙伴共创绿色生态，是规模化缓解社会和商业挑战的重要举措。我们已采取系统性的风险管理框架，识别价值链中与可持续发展相关的风险及机遇，并透过供应商管理与互动，提升供应链的透明度。

转型 - 加快数字化进程

随着数字经济发展进入新阶段，数字经济和实体经济融合进程加快，人工智能异军突起，美妆行业也全面迎来了“AI+ 时代”。这一年，我们把握数字生态发展机遇，引入 AIGC 技术，通过对技术路线和架构的迭代更新，与天猫平台共创开发智能店小蜜、乐销客等智库工具，提高了信息传达的精准度，极大改善了商品错配问题，以数智化运营助力消费者体验升级。

回馈 - 矢志社会公益

丽人丽妆肩负起企业社会责任，积极投身社会公益事业，立足于乡村振兴，孵化自主品牌《寻味档案》，拓宽运营品类、充分发挥电商优势，以消费帮扶的形式助力偏远地区产业经济发展。聚焦女性力量，独家赞助 U8 世界创新峰会“她力量”论坛，参加淘宝天猫当代女性跨界沙龙，持续关注女性发展，让女性拥有的内在智慧和外在品质成为推动世界前进的重要力量。我们携手上海市徐汇区徐家汇街道，共建“格桑花开，汉藏一家亲”汉藏文化交流项目，以实际行动传递企业关爱，促进汉藏民族交流与团结。

展望 - 紧随可持续发展趋势





展望 2024，丽人丽妆将坚持追求“既能洞察市场消费者需求变化，又能组织供应链保障供给”的营销闭环能力，专注长期主义，循梦而行、向阳而生，继续将 ESG 发展理念和公司经营深度融合，携手各生态伙伴共创绿色、智能、和谐的未来，实现高质量可持续发展。



董事长、总经理

回顾 2023

关键数据

 <p>企业治理</p>	<p>女性董事、独立董事分别占比 50%、33%</p>	<p>组织 33 场员工培训，人均培训时长 52 小时，商业道德培训覆盖率 100%</p>
 <p>社会责任</p>	<p>AIGC 技术赋能新媒体平台运营，客户满意度 89%，产品合格率 100%</p>	<p>公益慈善投入总金额 75.29 万元</p>
 <p>环境责任</p>	<p>入驻配备光伏设施的仓配园，按租用面积匡算，每年可减少间接排放二氧化碳 133 吨、二氧化硫 4 吨、氮氧化物 2 吨</p>	<p>包装材料使用量减少 400 吨</p>
 <p>员工责任</p>	<p>女性员工占比 67%</p>	<p>以往 3 年因公亡故人数 0 人</p>

关于我们

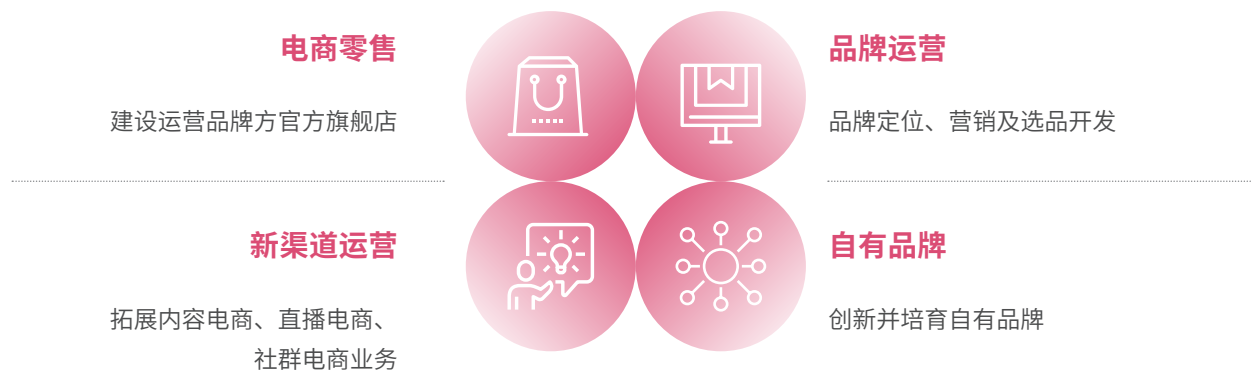
公司简介

上海丽人丽妆化妆品股份有限公司创立于 2010 年，总部位于上海，并于 2020 年 9 月成功在上海证券交易所主板上市。作为中国著名的线上化妆品营销零售服务商，丽人丽妆以化妆品电商零售业务为核心，为众多全球知名品牌提供品牌营销服务和化妆品经销业务。公司以售卖授权正品的经营模式，为爱美人士在全球范围内提供优质的化妆品正品资源。时至今日，公司已经发展成为中国化妆品网络零售龙头企业之一，与佳丽宝、爱茉莉太平洋、汉高等国际知名化妆品集团授权合作，获得包括芙丽芳丝、雪花秀、雅漾、施华蔻、奥伦纳素等众多全球知名品牌在中国的正品授权，成为品牌坚实的合作伙伴。



业务布局

丽人丽妆以化妆品网络零售服务为核心，主要业务围绕消费全链路展开：



电商零售业务

公司与多个电商平台开展长期合作，如天猫、抖音、小红书、唯品会、京东、拼多多等，建设和运营品牌方的官方旗舰店，提供包括店铺运营、页面设计、产品策划、整合营销、大数据分析在内的全链路网络零售服务。公司与众多知名国际美妆集团合作，其中包括佳丽宝、汉高、爱茉莉太平洋、皮尔法伯等。



品牌营销运营服务

公司为品牌方提供全面的品牌定位、精准营销、运营服务、选品开发等服务。以互惠互利为基础，与品牌建立长期合作关系，覆盖多个国家和细分品类，积累了显著的先发优势和规模效应。



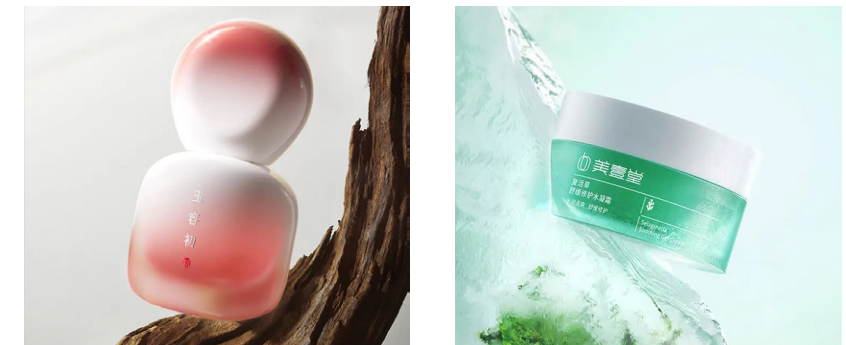
多元化拓展新兴渠道

除传统电商平台外，公司积极探索新兴渠道，包括内容电商、直播电商、社群电商等，通过丰富的平台运作经验，抖音小店数量达到 48 家，成为公司业务拓展的新亮点。我们不断简化界面设计，提供简洁而清晰的导航菜单和搜索功能，并结合 AIGC 工具的在线支持功能，确保老年人和有障碍人群能够轻松、方便地使用平台进行在线购物。截至报告期末，新兴渠道产生的营业收入占比接近 15%。



自有品牌孵化

针对不断涌现的消费新需求，公司在业务布局中着重发力自有品牌孵化和新兴渠道拓展。通过自主研发和投资的方式，成功培育了一系列有潜力的自有品牌，其中包括“玉容初”“美壹堂”“爱贝萌”“寻味档案”“续欢”等。这些品牌在护肤、彩妆、食品、茶饮等领域，实现了高速增长，体现了公司市场发掘和创新能力。



组织架构

面对美妆行业的快速变化，公司组建了一支高效灵活的管理团队，该团队具备丰富的化妆品行业经验，核心团队成员在店铺运营、营销策划、团队建设、品牌孵化等方面展现了出色的执行力，为公司的战略执行和业务拓展提供了有力支撑。



企业文化

公司自成立以来，始终坚持只卖授权正品的初心，期望带给消费者优质新颖的购物体验，不断夯实 ESG 管理，为企业的长远发展筑牢根基。



品牌荣誉

报告期内，我们在化妆品网络零售服务领域喜获多项荣誉。

奖项	获奖时间	主办方
2023 阿里妈妈 m awards 年度大奖	2023 年 3 月	阿里妈妈 (平台)
美壹堂: C2CC 美妆大赏先锋品牌	2023 年 4 月	C2CC 传媒 (媒体)
2023 年度品牌管理服务商	2023 年 4 月	今日广告 (媒体)
2023 年度上海市“工人先锋号”	2023 年 4 月	上海市总工会 (政府)
美壹堂水凝霜: 2023 年度创新产品	2023 年 6 月	澎湃新闻 (媒体)
2023CIBE 颜值经济品牌运营官	2023 年 6 月	CIBE 美博会 (媒体)
入选美丽中国 ESG 研究联盟成员单位	2023 年 7 月	澎湃新闻 (媒体)
2023 年度 ESG 新标杆企业奖	2023 年 7 月	证券之星 (媒体)
2023 天猫六星服务商	2023 年 8 月	淘宝天猫 (平台)
2023 DIGITAL 生态实验室货品能力赛道优秀服务商	2023 年 8 月	淘宝天猫 (平台)
长三角 G60 科创走廊策源地民营企业纳税 100 强	2023 年 8 月	上海市松江区永丰街道 (政府)
美壹堂: 2023“当红国潮评选”年度国潮品牌	2023 年 8 月	界面新闻 (媒体)
万相智链 - 先行生态伙伴	2023 年 9 月	阿里妈妈 (平台)
《寻味档案》: 社会责任创新案例	2023 年 10 月	财联社 (媒体)
星球奖 - 2023 服务创新奖	2023 年 11 月	品牌星球 (媒体)
2023 年度成长价值上市公司	2023 年 12 月	21 世纪经济报道 (媒体)
2023 年千川创新奖	2023 年 12 月	巨量引擎 (平台)
社会责任先锋企业奖	2023 年 12 月	财联社 (媒体)
2023-2024 年度上海市电子商务示范企业	2023 年 12 月	上海市商务委员会 (政府)
2023 年度认定民营企业总部	2024 年 1 月	上海市商务委员会、市工商联 (政府 / 协会)



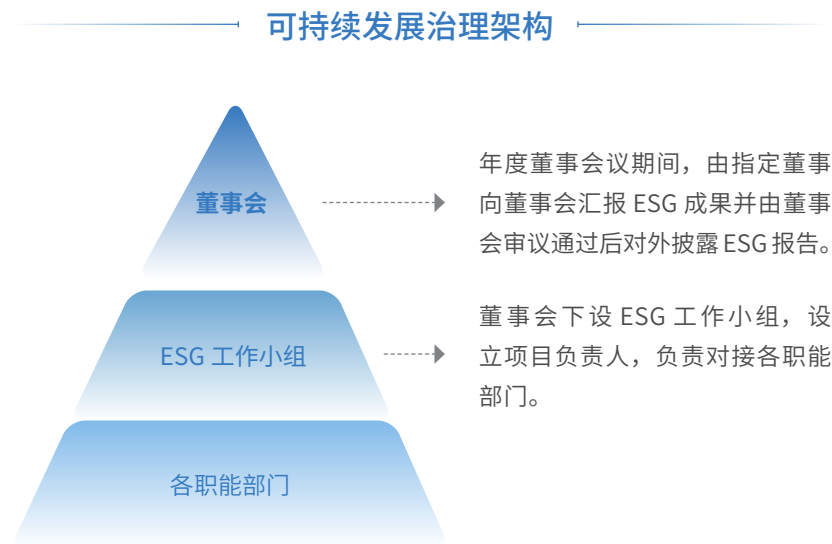
可持续发展管理

可持续发展理念

我们积极管理企业经营带来的环境及社会影响，建立并逐步完善可持续发展治理架构，积极与利益相关方沟通，携手各相关方促进企业低碳持续发展和负责稳健经营。

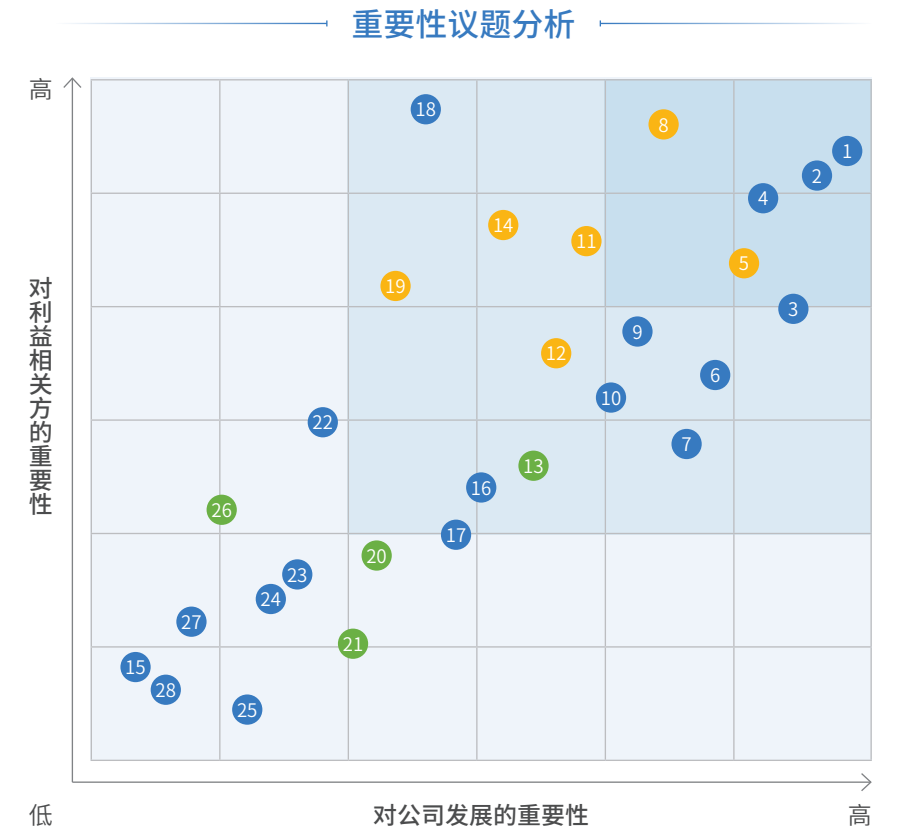
可持续发展治理

我们完善可持续发展治理架构，形成由董事会统领，由公关部协调，由各部门协调配合的管理链条。公司董事会负责制定 ESG 治理策略及行动路径，定期监督、检讨 ESG 相关重大事项及表现。跨部门 ESG 工作小组作为协调单位，负责协调管理 ESG 相关事宜，并协助 ESG 报告编制。各职能部门以 ESG 工作小组的建议为指导，在自身工作规划和实践中充分落实 ESG 工作，并定期上报相关信息。



实质性议题分析

报告期内，我们基于内部利益相关方沟通、同行对标，并参考资本市场 ESG 关注议题、国内外同行最佳实践梳理得出 28 个 ESG 议题。结合议题，我们通过问卷调查的形式开展重要性评估，得出融合监管机构、公司董事及管理层、消费者、投资者、员工、供应商等相关方的 ESG 议题重要性排序，作为本年度 ESG 报告披露的重要参考。



重要性	排序	议题
核心关注议题	1	消费者权益保护
	2	产品质量与安全
	3	平等与多元化
	4	客户服务与满意度
	5	商业道德与诚信廉洁
	6	负责任营销
	7	知识产权保护
	8	合规经营

重要性	排序	议题
重点关注议题	9	员工权益与福利保障
	10	供应链合规管理
	11	税务透明
	12	保障股东权益
	13	绿色包装
	14	风险管理
	15	应对气候变化
	16	员工发展与培训
	17	员工健康与安全
18	员工工作与生活平衡	
19	数据安全与隐私保护	

重要性	排序	议题
重点关注议题	20	公司治理
	21	能源及资源管理
	22	绿色办公
	23	供应链环境和社会风险影响
	24	技术与科技创新
一般关注议题	25	助力行业发展
	26	化学品安全与成分透明
	27	社区公益与慈善
	28	应对气候变化

利益相关方沟通

对各利益相关方所关切的问题，公司及时聆听并提供相关信息，维持透明度，降低不确定性。报告期内，我们识别出 8 类利益相关方，通过多种形式建立沟通渠道，尊重及倾听利益相关方意见，积极做出回应和改善。

利益相关方	消费者	员工	股东及投资者	供应商
期望和诉求	消费者权益保障 消费者满意度 产品质量与安全	权益保障 健康安全 职业发展和培训 工作与生活平衡 多元、包容和平等的企业文化	投资回报及财务稳健 公司合规治理运营 信息公开透明披露	阳光采购 合作共赢
沟通及回应	客服热线 社交媒体 公司邮箱 消费者调研	公司邮件 员工论坛 职工代表大会 员工培训 员工满意度调研	股东大会 年报及公告 上证 e 互动 股东热线 官方网站 路演及投资者峰会	走访与验厂 监督审计 日常沟通

政府及监管机构	品牌客户	合作伙伴	媒体及公众
遵纪守法 促进就业 合规经营 推动行业发展 产品质量安全	合规运营 品牌力提升 消费者满意 诚信经营	行业参与 战略共享 合作共赢	媒体监督 信息透明
日常汇报沟通 答复相关询问 接受实地调研	线上线下会议 公司拜访 合作协议沟通与签署	行业论坛 战略合作 社会公益	官方网站 媒体采访 新闻发布会及新闻稿 组织参与公益活动

01

稳健经营

筑牢发展根基

本章节回应的 SDGs 目标



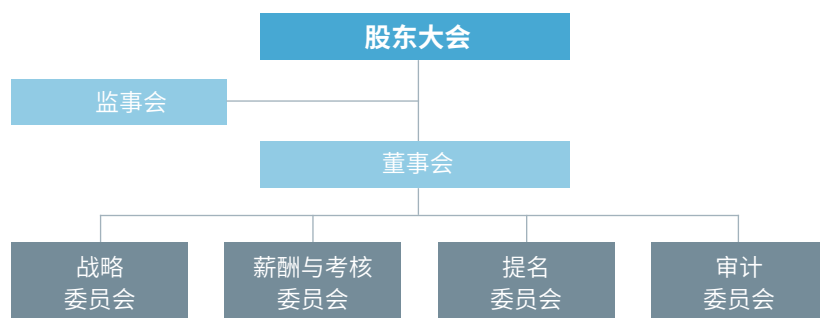
- 规范公司治理
- 坚守诚信合规
- 强化风险管控

规范公司治理

公司坚持公开透明、职责明晰的治理理念，规范信息披露、健全决策机制，不断提升公司治理水平。

公司治理架构

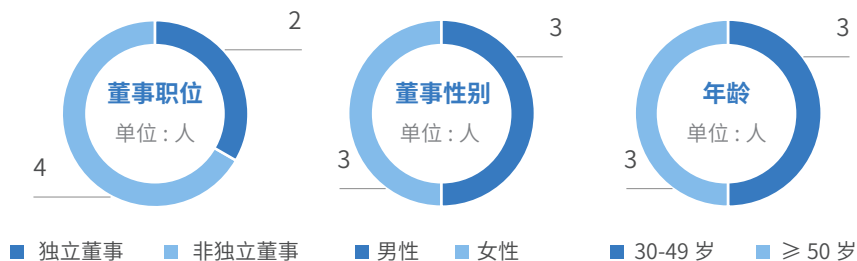
公司依法设立董事会及监事会，董事会为最高治理机构，对股东大会负责并报告工作，确保落实股东大会决议。董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，并制定各委员会工作规程，规范其运作。



董事会独立与多元

我们重视董事会多元化程度的不断提升，持续关注女性董事及独立董事在董事会中的占比，致力于丰富董事会的人员构成背景，以满足企业治理所需经验和技能的全面性，提升企业重大决策的科学性。在提名及委任董事会成员的过程中，我们通过综合评估包括性别、年龄、行业经验、专业背景、教育学历等多方面的维度，最后按照公司的业务需求及候选人的专业能力确定最终人选。

报告期内，公司新增一名董事，截止期末共有 6 名董事会成员，涵盖财务专业人员、股东方代表、品牌专家等多领域专业背景，其中女性董事人数 3 名，占比 50%。公司独立董事人数为 2 名，占比 33.3%。



目前，审计委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会中独立董事占多数并担任召集人。报告期内，独立董事按照规定有效行使自身职责，代表中小股东发表独立客观的意见和建议，为公司全面决策作出积极贡献。

股东大会 召开 2 次，审议通过议案 23 项	董事会 召开 5 次，审议通过议案 57 项	监事会 召开 5 次，审议通过议案 23 项
-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

投资者关系管理

我们关注企业与投资者间的纽带作用，制定《投资者关系管理制度》，规范信息披露机制，畅通沟通交流渠道，积极听取广大投资者建议，持续改善公司投资者关系管理工作。报告期内，我们举办了 3 场业绩发布会，加强与投资者沟通，提高公司在投资者心目中的透明度和信任度。

合规信息披露 以公告形式在公司官网对外披露诸如财务报表等重大事项。报告期内，无更正公告、无补充公告 报告期内，累计发布公告 52 份，其中临时公告 48 份，定期报告 4 份	投资者沟通与权益保护 多种发声渠道（电话热线、业绩说明会、上证 e 互动、路演、反路演、公司邮箱等），倾听投资者意见和建议，实现双向沟通与价值传递 定期召集、召开股东大会，并设置投资者提问环节，为中小股东提供发言时间，确保每位股东都能参与公司经营决策
--	--

我们积极探索人工智能技术在电商业务上的应用，并与投资者交流分享我们在 AI 技术方面的实践成果和未来发展方向。

案例：商业 AI 技术交流分享会

我们充分认识到人工智能 AI 作为新一轮科技革命和产业变革的核心力量，正在推动美妆行业的数字化转型。我们相信，后疫情时代消费者需求、行为和预期都将发生变化，基于人工智能的商业智能决策技术，可以帮助公司迅速获取并分析消费需求，做出准确的决策。

报告期内，我们通过反路演，用“请进来”的模式，以实际案例向券商分析师及专业机构投资者全方位、多角度地展示了 AIGC 技术如何赋能公司运营决策，并分享了我们数智化转型的实战经验、创新与沉淀。

坚守诚信合规

我们始终秉持“诚实守信、职业道德、遵纪守法”三大原则，严格遵守国家法律法规和商业道德准则，持续完善廉洁合规制度，健全内部合规管理体系，尊重他人知识产权，确保公司运营从一而终、稳定可靠。

合规管理体系

我们始终坚持依法合规经营，持续健全风险管理与内控体系，不断提升公司内部控制水平，确保风险获得有效的识别和管控，保障企业稳定持续经营。

合规事件响应

我们高度重视合规事件处理，对突发事件采取“六步法”应急处理机制，确保收到反馈后积极响应、及时核实处理、事后复盘总结，杜绝重复发生。



税务合规管理

依法纳税是企业对国家应尽的责任和义务，我们建立了完善规范的税务合规机制。



我们积极响应税务机关推广全面数字化电子发票（以下简称“全电票”）的要求，报告期内，公司在内部继续落实、强化相关措施，同时推动上下游合作方接受、认可数电发票。

案例：积极开展“全电票”试点

2022 年 5 月，国家税务总局上海市税务局发布公告决定进一步开展全电发票试点工作，公司积极加入首批试点范围，集团内 3 家实体成功入选首批试点企业并开通了数电发票开票功能。

报告期内，接到《国家税务总局上海市税务局关于全面数字化的电子发票开票试点全面扩围工作安排的通告》后，公司全面落实扩围通告要求，在内部开展培训、普及相关知识，同时积极推动上下游合作伙伴对数电发票的接受和认可。目前，集团所有存量企业均开通了数电发票开票功能，并且 95% 以上相关业务已实现数电发票，不再对外开具纸质增值税发票。



案例：接入“乐企服务”平台

2023 年 10 月发布的《国家税务总局上海市税务局关于乐企自用直连服务的规范指引》指出，“乐企”是构建税企直连模式、实现“全电票”的重要基础。

减少人工工作量

全电票开票接口实现了自动化的开票过程，极大地减少了人工工作量
只需在系统中录入相关信息，系统自动完成发票生成、打印和分发等环节，提高了工作效率，减少了人为错误的发生

防止伪造和篡改

数字化电子发票具有高度的安全性和防伪性，有效防止了发票的伪造和篡改
只有通过平台生成的合法数字化发票才能被认可和使用，确保发票信息的真实性和准确性

自动化财务流程

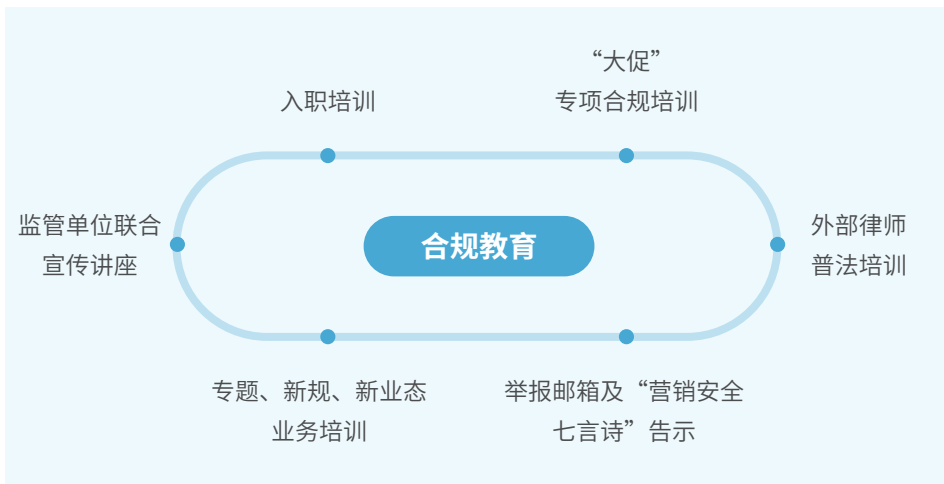
全电票开票接口使企业能够实现财务流程的自动化
减少了手动输入和反复核对的时间和精力消耗

全面财务监控

能够实时追踪和监视发票开票情况
可生成各种报表和统计数据，帮助企业及时了解和分析财务状况，做出合理的财务决策

合规培训宣贯

我们高度重视合规工作的宣贯与执行，通过创新方式，丰富合规教育宣贯方式方法，为各业务线员工提供了多种形式的培训或讲座。



案例：“618 / 双 11 大促”合规培训

“618 / 双 11 大促合规培训”及考核是公司合规管理的重点工作，内容涵盖广告宣传、营销规则、价格管理、促销活动等多维度内容。我们高度重视考核成效，考核有正考、补考两次机会，并随机完成 A、B 两套试卷其中一套，考核正确率不低于 90% 方能判定为“合格”，该成绩将纳入年度晋升及绩效管理。

报告期内，公司组织 4 场（其中，线上录播 4 小时、线下 3 小时）相关培训，共计 850 名员工参加了培训，参与率 95%，考核合格率 99%。



案例：普法实践专题培训

公司在普法实践专题培训过程中，归纳并推出贴合最新实务理解与操作的案例合集和合规建议课程。此外，法务部推出了《功效复核操作指引》，并协同审计监察部在相关制度上进一步明确了运营产品维护基本操作流程，确保产品在售前、售中、售后阶段均具备完备的合规链路及解决方案，从而保障公司以履责、透明、合规的标准开展营销活动，全方位落实责任营销。



反腐败与商业道德

我们严格遵守《中华人民共和国反垄断法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，建立健全商业道德及反贪腐管理机制和举报机制，加强合规审查，倡导廉洁文化，并鼓励合作伙伴共同践行道德准则，致力于推动合规清正的行业环境及市场环境。报告期内，公司未发生涉及贪污、贿赂、勒索、欺诈、内幕交易及洗钱的诉讼案件。

廉洁文化建设

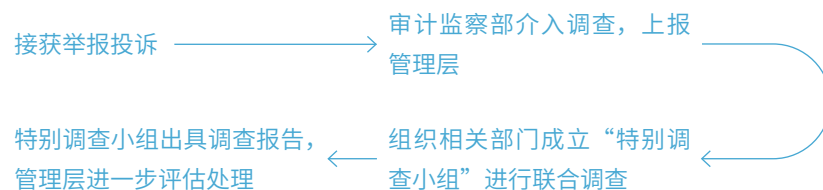
为持续增强员工诚实守信、廉洁合规意识，我们致力于廉洁文化建设。

自我约束	违纪处分	培训宣贯
<ul style="list-style-type: none"> 全体员工签署《员工廉洁守规约定书》 按《员工及亲属利益申报指导规范》申报利益冲突 	<ul style="list-style-type: none"> 明确违纪处分措施 杜绝触碰腐败底线 	<ul style="list-style-type: none"> 组织职业操守、道德规范培训 通过日常邮件、小贴士等渠道持续反腐宣贯

2023 年，通过入职培训、专题培训、签署《员工廉洁守规约定书》等形式，我们的员工商业道德培训覆盖率达 **100%**。

举报申诉机制

我们鼓励员工发现违规、舞弊等行为第一时间向公司反馈，推出举报邮箱、廉洁共创小程序等举报渠道，事件信息由专人处理，举报人可自愿选择实名或匿名举报，公司承诺对所有举报者及其提供的全部数据严格保密，并禁止对举报者以及协助调查的员工实施打击报复。我们规范举报处理流程，明确对违反规范人员的处理要求。



我们持续营造崇廉尚洁的企业氛围，报告期内，在微信 APP 推出违规线索举报平台。

案例：上线“丽人廉洁共创”微信小程序及公众号

为持续加强供应商廉洁管理，进一步加深廉洁从业宣导，凝聚发展共识，公司于 2023 年 8 月推出“丽人廉洁共创”微信小程序及公众号。

相较纸质《廉洁协议》，“丽人廉洁共创”通过数字化手段实现了供应商信息入库维护、财务付款信息校对、廉洁政策推送、举报投诉接收等多样化功能。报告期内，小程序已推送廉洁政策 1 篇，接收举报投诉 0 宗。



案例：《公司历年廉洁守规案例整理》专题培训

为倡导员工依法合规经营，公司梳理历年来 21 宗廉洁守规案例，按不同类型、领域进行分类，例如财务、市场营销、信息安全等方面的违规行为，将整理好的案例资料转化为教育材料，推出了《公司历年廉洁守规案例整理》专题培训。

对于每一宗案例，除关键事实、违规行为、涉及人员和最终的处理结果外，还逐一分析违规行为所违反的公司条例（如：《员工手册》、《员工廉洁守规约定书》、《合同管理流程指导规范》、《采购业务基本指导规范》、《信息安全管理准则》、《营销推广业务流程配套罚则》等），对于触犯国家法律的更进行了相关条文科普。

我们通过整理案例，强调每个案例背后的教训和公司对于违规行为“零容忍”的态度，有助于员工更好地理解公司的价值观和规章制度。我们将持续更新廉洁守规案例，确保员工能够及时了解最新的违规案例、趋势，及公司的处理方式，提高员工对公司规章制度的理解和遵守意识，鼓励员工主动参与，建立举报机制，确保他们能够安全地报告任何潜在的违规行为。

强化风险管控

我们高度重视防范风险，建立健全风险防控机制，尊重他人知识产权，定期收集更新风险清单，针对性制定应对策略，为公司守法合规、稳健经营保驾护航。

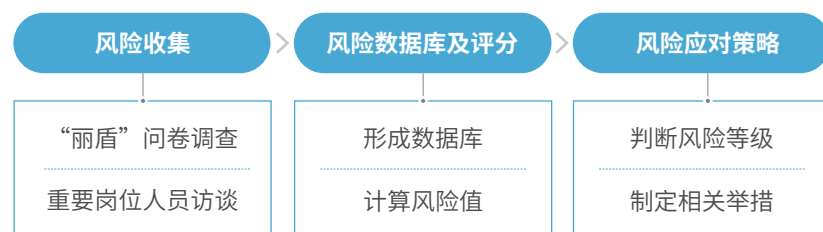
风险合规体系

我们秉持以规范的内部环境为基础、强化的监督评估为保障的原则，结合公司运营实际，构建了由业务部门、内控体系与审计监察部共同组成的风控合规“三道防线”，形成了灵活高效、具有前瞻性的风控合规管理体系。



风险评估流程

我们通过访谈形式并结合“丽盾”小程序发放问卷，从各业务岗位员工收集风险信息，进一步整理、分析和归类后形成全面风险清单。锚定“风险发生可能性”和“风险严重程度”两大维度展开风险评估，最终形成风险热力图。每年鼓励员工及时对日常工作中可能导致公司暴露于风险下的新业务、新模式进行汇报，结合内部外政策、市场等新变化定期识别更新风险热力图及应对策略，最大程度防范风险、减少损失。



风险预警机制

我们不断健全风控预警机制，制定《风控预警功能说明及操作规范》、《安全运营违规处理办法》等文件制度，细化各类预警机制功能及操作规范，严格惩戒措施，保障公司运营的连续性、稳定性和合规性。此外，我们重视审计监察职责，在流程管理、库存优化、日常审计、外审应对、系统优化和信息安全等六个内审职能维度采取了多项风控措施，以消除或减少风险事件的发生。报告期内，公司共执行专项审计 20 次，查处涉嫌违规案件 2 宗。

知识产权保护

我们严格遵守《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国专利法》等法律法规，并制定内部制度全面加强知识产权保护工作，提升公司市场竞争力。

权利取得与维护

随着自有品牌项目不断新增，公司日益重视商标权利取得及保护。我们重视巩固自身知识产权成果，积极构筑知识产权防火墙，并设置专职管理团队，对商标、专利、著作权等知识产权的申请、维护、使用、许可和转让、风险防控等流程进行严格规范管理。



尊重他人知识产权

公司承诺不侵犯他人知识产权，对于合作品牌方商标授权、协议签订，内部软件使用等执行严格管理。定期监控企业产品、商标等侵权风险，分析纠纷发生可能和影响程度，设置预警机制和防范预案，确保公司合理合规使用他人知识产权。

02

服务创新

创享心悦体验



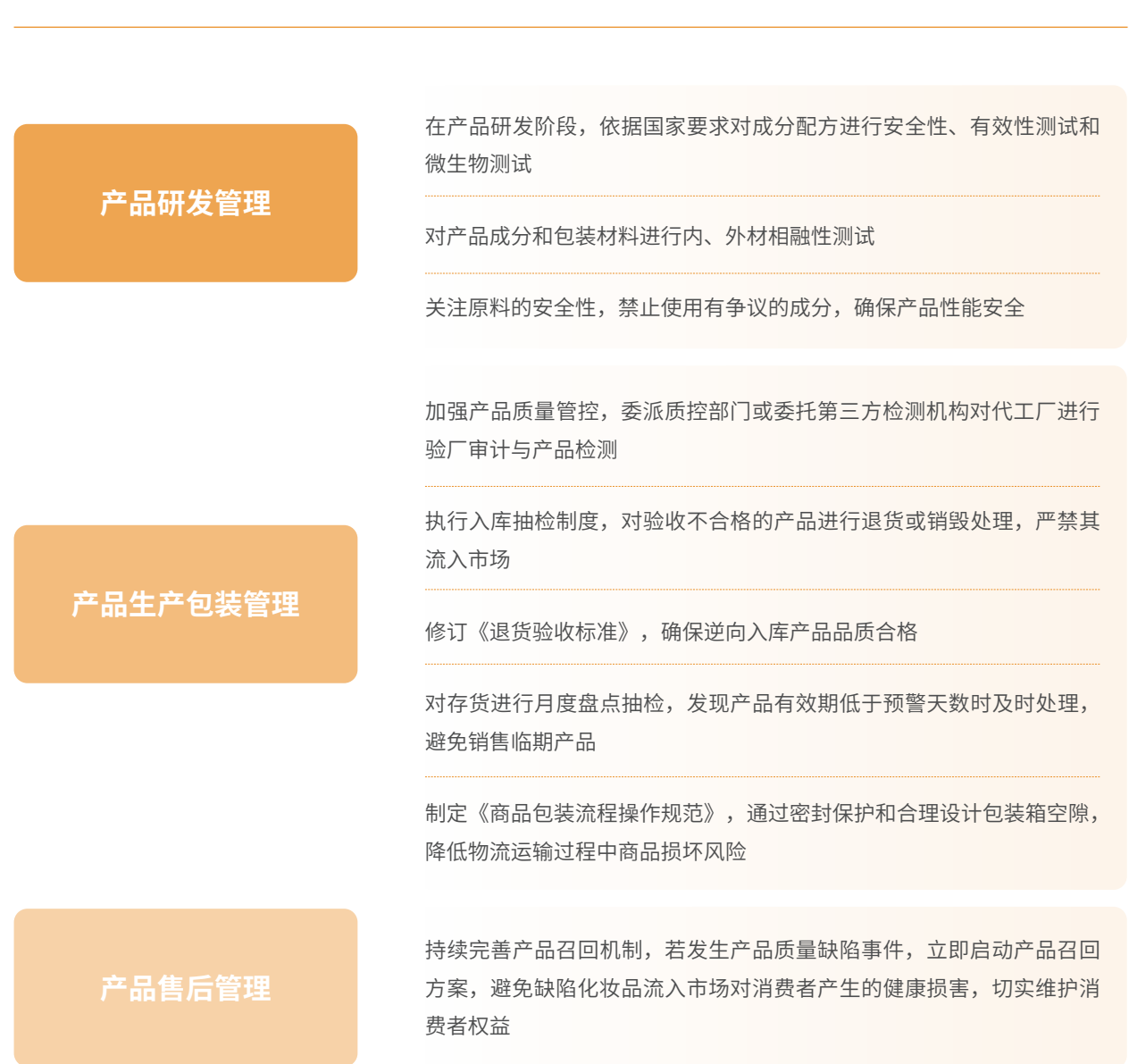
本章节回应的 SDGs 目标



- 产品质量管理
- 化学品安全
- 优化客户服务
- 保护信息安全
- 激发创新活力

产品质量管理

我们以“为消费者提供高质量产品”为目标，高度重视产品质量管理，建立从产品开发到消费者使用全链条质量管理体系，制定《质量安全管理制



化学品安全

公司关注化学品安全，立志为消费者提供优良可靠的产品，为此，我们始终按照严格准入，落实责任，强化监管的要求，构建产品安全生产长效机制。



优化客户服务

公司致力于提升客户体验，坚持落实负责任营销，维护消费者权益，并加强人工智能应用，进一步提升客户服务质效，树立良好行业口碑，夯实企业竞争力。

负责任营销

我们始终坚持“不夸大、不作假”，以负责任的原则开展营销活动，制定《促销规则指引》、《页面宣传用语及促销活动合规工作指导规范》、《广告宣传一页通》等制度，规范营销过程。建立营销复核机制，在营销活动开始前，由客服端配合运营部和法务部对营销页面的表述、营销规则和客服话术的一致性进行复核，确保营销信息真实、表述准确。

我们持续对员工开展合规营销培训，在新员工入职培训中特别设置合规营销课程。定期开展新规培训，积极邀请外部专家，联合政府部门和律师团队，组织专业的普法讲座，不断提高员工的负责任营销意识，切实维护消费者权益。

提升服务质效

公司高度重视提升服务质效，编制《售前接待流程》、《售后接待流程》、《退款处理流程》、《突发事件上报流程》等制度，规范客户服务全流程。

提升客户满意度

深化人工智能应用，应用客服智能工具“店小蜜”，大幅提升咨询峰值时客服回复效率。通过“质培小蜜”、“赤兔火眼”等智能化工具，监测人工客服与智能客服的服务质量。

案例：智能工具“店小蜜”提升消费者体验

我们引入 AIGC 技术，与天猫平台共创开发智能客服工具“店小蜜”，替代一部分在线客服，进而减少人工服务的劳动量。同时，每天大量的真实交易互动，让消费者的问题都以数据的形式沉淀在我们的智库工具中。

通过这些数据，我们可以掌握最高频问题。而这些数据也让“店小蜜”预设店面高频率问题，不断地进行强化学习，变得越来越“聪明”，为消费者作出“秒级”回应的智能服务应答，并且处理、传达信息（如：产品选色、选号、商品参数等）时准确度不断提高，极大改善了商品错配问题，让消费者体验升级。



2023 年，公司对智能“店小蜜”知识库进行维护升级，使其在命中顾客问法、相关解决率和满意度上均有不同程度提升，进一步提升客户服务质效。

平台客户投诉完结率

100%

产品售后满意度

89%

平均客服响应时间

29 秒

案例：售后满意度提升共创行动

我们不断探索提升客户满意度的方法，报告期内组织业务组、售后退款组、质检抽查组人员进行共创讨论并达成多项针对性机制：

机制调整：

1. 调整对应店铺客服 KPI 考核项，加大满意度考核的比重，并增加售后首解率考核；
2. 建立邀评监控机制，日均邀评率不低于 25%；
3. 数据监测，对客服售后满意度数据进行每日监控；
4. 设置奖励机制；
5. 前期加大对页面、营销活动机制检查，避免售后问题产生，规避顾客不满意风险。

案例培训：

1. 整理常见售后案例进行分享培训，提高客服售后处理技巧；
2. 优化售后处理流程，提升售后处理效率。

处理权限：

1. 加大疑难售后问题的处理权限；
2. 如遇特殊售后问题，及时上报反馈。

专项处理：

1. 回访：发现严重不满意情况，报备上海地区负责人，由其快速电话回访顾客，了解原因，落实售后处理及改良提升；
工具应用：利用“赤兔火眼”进行不满意二次跟进。



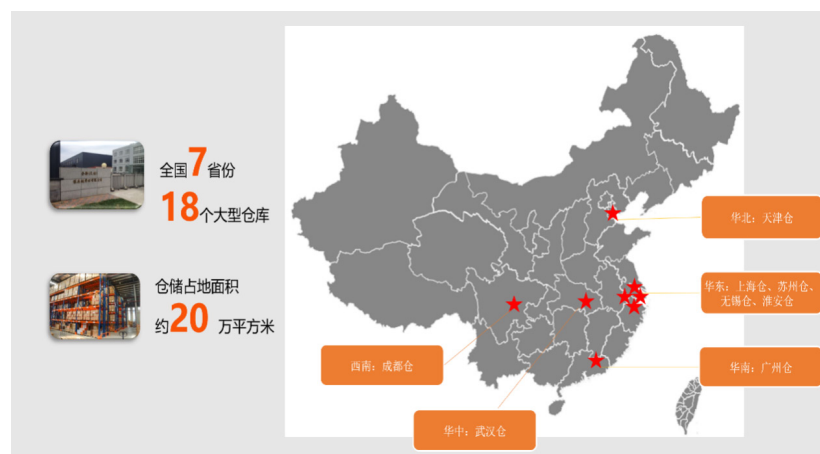
后期跟进数据表明，上述共创行动让员工更多维度地了解客户需求，积极主动地解决问题，提高客户体验。

通过制定明确的客户服务标准，确保所有员工了解并积极执行，公司整体客诉完结率、响应时间、问题解决速度、服务态度等指标稳步提高。

平台	店铺名称	客户满意度水平		
		共创前	共创后	增幅
天猫	美丽芳丝	85%	91%	↑ 6%
	雅漾	90%	93%	↑ 3%
	悦诗风吟	93%	96%	↑ 3%
	谜尚	91%	95%	↑ 4%
抖音	玉容初	92%	100%	↑ 8%
	谜尚	82%	94%	↑ 12%
	雅漾	79%	88%	↑ 9%

保障服务稳定

保障物流稳定性是提升客户消费体验的重要工作，我们加大了在华中区域设立仓库和分配订单的力度，充分利用华东购买力强、华中区位好的优势，通过 18 个分仓辐射全国，缩短了运输路径、提升流转效率的同时，降低物流受阻风险。公司与德邦、安能等物流企业深入合作，进一步增强了仓间调拨、上门提货、B2B 发运等业务场景的服务能力。配送端实现了通达系快递、顺丰、EMS 等主流快递的全面覆盖，定期跟踪分析各快递公司服务表现，不断提升配送端服务水平，为客户提供更高效稳定的物流体验。



我们追求客户服务质量提升，不断完善、更新不同品牌的收货规则，根据品牌和运营端需求对商品进行检查检验，严格执行入库查验登记要求，使用《进货查验台账》对商品入库的详细信息进行登记，以便后期追踪查证。

报告期内，我们增加了对产品批次信息的登记和维护环节，一旦出现产品缺陷事故，能够精准定位到具体订单进行召回，并且进一步修订了各品牌的《退货验收标准》，对重点产品的残次判定标准进行了文字、图片双重说明，确保逆向入库产品品质。

我们高度重视客户的物流体验，定期收集客户对开箱体验、物流时效、包装等问题的反馈意见，并持续对客户集中反馈的问题进行针对性提升改善。

 <p>平台店铺</p> <p>售前咨询、生成订单、推荐物流</p>	 <p>公司仓库</p> <p>验收入库、拣货、包装</p>	 <p>第三方物流</p> <p>配送</p>	 <p>消费者</p> <p>确认收货/退货退款，评价反馈</p>
--	--	---	---

保护信息安全

公司十分注重数据信息安全与个人隐私保护，坚决避免用户信息外泄情况。公司严格遵循《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国数据安全法》及《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规。

内部安全管理

- 制订《隐私信息导出和传输指引》、《客服外包合同-数据保护规定》等制度，完善数据应用机制，规范数据采集、查看、使用、留存等行为，保障消费者隐私和数据安全
- 制定《信息安全检查工作清单》，细化信息安全检查内容、检查周期和负责人，要求编制《安全检查报告》并提交审计监察部门做进一步信息安全审查
- 对消费者信息进行脱敏或加密处理，统一为员工配备已安装防数据泄露软件的办公电脑，安排审计监察部门对数据防泄露软件发出的预警信息进行监控
- 办公电脑报废时，对硬盘进行处理，让数据无法再被恢复和获取，防止消费者信息泄露
- 积极开展信息安全教育，不定期对员工发送钓鱼邮件案例，加强员工信息安全保护意识
- 每年进行两次信息安全渗透测试，渗透测试查出问题的解决率 100%

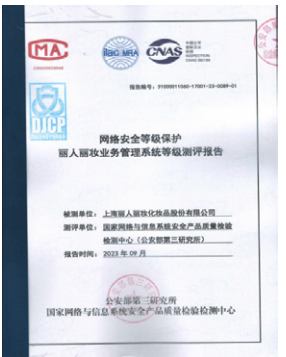
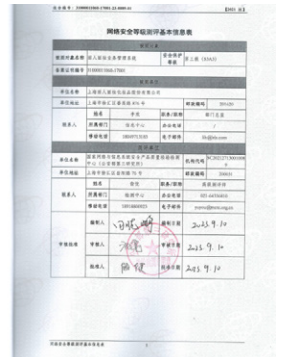

外部安全认证

- 在小程序及第三方购物平台设置《用户隐私保护政策》，明确用于广告个性化投放以及信息共享的个人信息获取相关规定，保障消费者知情权

用户端隐私保护

- 聘请安全服务机构定期对信息系统、网络进行安全检查和评估，根据评估结果进行整改跟进，提升和完善信息系统及网络安全性
- 2023 年，信息安全体系已通过 Softools 认证、国家信息安全等级保护三级认证和 IOS27001 体系认证

案例：国家网络安全等级保护三级认证证书

激发创新活力

公司秉承“以消费者为中心”的理念，从消费者需求出发，寻找能满足消费者需求的科技技术并应用到产品研发。

产品创新

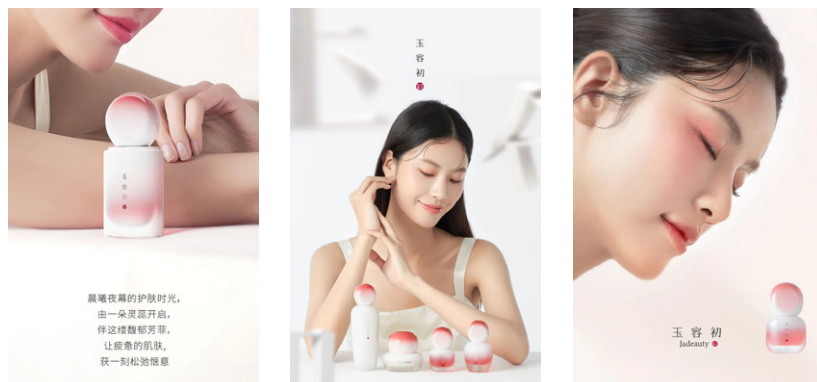
公司视创新为核心竞争力，以市场为导向，不断进行大量内部产品测试，验证实验配方的功效，依据实验结果升级存量产品配方和开设新品，满足消费者的多元需求。

近年来，我们始终不渝地加强新产品的研发和孵化，坚持通过研发推出具有针对性及功能性的护肤、彩妆、茶饮等新产品，满足消费者日益多元的潮流口味，不断“圈粉”新人群。

● 玉容初

越来越多的消费者认为护肤无效，却忽视了焦虑和压力感等负面情绪才是导致肌肤反复过敏、美白返黑、返老的真正元凶。研究表明，负面情绪会导致体内皮质醇的增加，是加重肌肤敏感、暗沉、老化的主要成因。玉容初聚焦用户情绪问题，科研团队从皮肤根本问题研究深耕，并提出了新中式护肤理念：心肤同修，更快、更有效的护肤解决方案。于万千成分中选择了了不起的藏红花，经过细胞愈伤技术的锤炼之后，赋予本就活性极高的藏红花更强的修护力和抗衰力，从根本上解决情绪带来的情绪敏、情绪黄、情绪老，护肤无效难题迎刃而解。

玉容初提倡关注自我情绪健康，鼓励向内探寻，聆听内心的情绪与需求，得以养内心通透，保持松弛的心态，获玉容如初。



● 美壹堂

美壹堂是由公司自主搭建研发团队，深入神经酰胺成分研究后孵化出的功效型护肤品牌。美壹堂以产品安全为基础，构建“修护+”系统，强调在温和安全前提下实现功效自由。美壹堂水凝霜主打“真神经酰胺+4重复活草+3重玻尿酸”，运用了专利降温科技 Soothing Cooler（韩国降温专利号：第10-1793098号），真正做到了一瓶解决救急、修护、补水、舒缓等多个肌肤痛点和需求，满足了消费者不同使用场景的多样化需求。2023年，美壹堂入选了澎湃新闻“2023年度消费创新案例”。



● 爱贝萌

爱贝萌为丽人丽妆孵化，以“呵护、启发、快乐”为专研理念，定位高端、专业的婴童护理品牌。

我们结合儿童皮肤学，在全世界内为孩子们甄选高品质原材料，以“行动引力”、“视觉引力”、“嗅觉引力”、“触觉引力”为内核，致力于安全、有效、有趣的感统训练类产品。采用 m-yogurt2 延续母体保护力，24 色儿童美术心理学设计，IFRA 认证幸福情绪香氛，帮助激发无限的创造力。

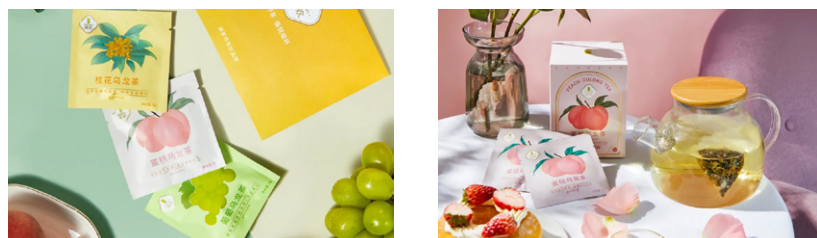
爱贝萌原创“拍一拍”气垫面霜、“30s 变色泡泡”洗手液等一上市，便凭借其“四维引力欢乐多，宝宝成长更出色”的独特理念深受宝妈宝爸青睐。



● 续欢

公司注重传统茶文化的传承，同时敏锐地观察到现代消费者对茶饮食材原色原味、健康养生的消费需求，将传统文化与现代工艺结合，推出茶饮新品牌“续欢”养生茶系列，成功捕捉了年轻人的味蕾和喜好。续欢注重传统茶文化的传承，甄选高品质地域风味原材料，如安溪铁观音、福鼎白茶、长白山人参等，保证高端原叶茶品质，及食材的原色原味，同时不断进行创新，上百次的调配与审评调制出恰到好处的茶感，新品养生茶的推出正是这一理念的完美融合。不仅保留了传统茶的精髓，还融入了现代养生理念，使得老茶客能够在品味中找到熟悉的味道，同时也能让年轻人感受到茶文化的新奇与活力。

公司专研果肉与原茶的黄金配比，致力于生活注入有趣而愉悦品茶体验的调茶师茶饮品牌，旗下产品收获了众多消费者的喜爱与青睐。续欢的三款代表产品蜜桃乌龙茶、桂花乌龙茶及葡萄乌龙茶获得了“2023 年国际美味奖”的殊荣。



AI 驱动创新

作为网络零售服务商，我们在图文、视频和营销等方面与生成式 AI 有着天然的密切联系。面对人工智能时代的来临，2023 年公司加大力度推动 AIGC 技术研发，通过已有数据寻找规律，基于适当的泛化能力，利用 AI 技术来自动生产内容，重构内部知识库，加速了公司信息知识共享，提升了消费者体验。

案例：AIGC 技术丰富消费者购物体验

我们将 AIGC 技术结合到业务，在小红书、抖音等平台，AI 能够自动分析客户反馈及评价的趋势和倾向，提升对用户反馈的处理效率和准确性。利用该技术开发的“店小蜜”、“乐销客”等智库工具可以替代一部分在线客服，减少了人工服务的劳动量。同时，该技术具有强化学习能力，提高了信息传达的精准度，以数智化运营助力消费者体验升级。

公司引入虚拟数字人主播，通过实时互动，让消费者更深入地参与到直播中来，AI 算法和数据分析工具可实现直播内容的精准投放。此外，自动录制、自动上传、多平台发布等智能化功能提高了工作效率与便捷性，延长直播时长，让顾客能够更便捷地触碰到公司产品，满足消费需求。

打造创新生态

我们把创新视为公司的核心竞争优势，构建全方位创新生态，为公司发展提供不竭动力。公司建立创新人才激励机制，根据员工创意产出给与相应经济奖励，并适当对员工进行职位轮动，全面拓展员工认知。此外，公司加强与外部相关方合作，整合各方资源，研究开发符合中国女性肤质的护肤方案与产品。

案例：黄韬董事长出席 S 创上海 2023 科技创新大会

2023 年 9 月 22 日，公司董事长黄韬先生受 S 创上海及上戏大文化新消费邀请出席“2023 科技创新大会”，并在会上以“新消费投资与品牌塑造”为主题发表演讲，与来自世界各地的优秀创业者、投资者、企业家、专家学者和科技创新者，分享了在品牌研发创新、品牌塑造方面的理念与经验，携手行业共同助力创业创新。



案例：合作研发，提供多元化产品

当下，中国女性在生活、工作中的角色变得愈发重要，所以我们不断思考如何为女性消费者在忙碌中提供更多元的美妆解决方案。

在产品研发端，我们持续洞察中国女性用户所需，围绕用户肤质、生活环境、文化自信等方面，与各专业机构合作，共同合作研究，在配方经过上百次试验的同时，也进一步利用数字化能力加持，通过自动化配比等更精确的方式，为女性用户提供更好的配方，带来玉容初、美壹堂、爱贝萌等更多元、更适配的产品。

03

绿色发展 共建生态文明

本章节回应的 SDGs 目标



- 应对气候变化
- 推行节能减排
- 弘扬绿色文化

应对气候变化

我们以践行国家“双碳”战略为导向，持续跟踪气候变化相关的政策变化，开展气候变化相关风险与机遇的识别，努力提升气候相关议题的治理表现，为社会低碳发展提供绿色动力。

风险类别	风险描述	应对措施
物理风险		
急性风险 - 极端天气	仓储配送中心受极端天气影响，物流中断致产品交付受影响，造成经济损失	严格执行供应商遴选制度，不定期实地验仓，确保仓储设施符合要求 实现通达、顺丰、EMS 等物流服务商全覆盖，保障订单正常履约
慢性风险 - 全球平均气温升高	海平面上升，沿海仓储配送中心可能面临搬迁风险	仓储中心向华中地区转移，优化配送路径、减少风险
	极端高温天气频发，制冷需求同步上升，增加办公运营负担及温室气体排放量	采用气候友好型制冷系统，优化空调制冷模式，提高用电效率
转型风险		
政策与法规风险	碳税和碳定价上涨风险，导致企业运营成本增加	持续关注国家地方减排政策，积极推行节能减排、绿色办公举措
市场风险	客户需求转变，偏好绿色低碳、可持续产品	积极与供应链伙伴开展合作，探索可降解、可持续利用的包装材料 自有品牌选用天然植物性原料 优化仓储设置、仓配一体化，提升物流时效，减少产品碳足迹
企业声誉风险	“双碳”政策下，若未能满足利益相关方对可持续发展需求，易遭受声誉损失	注重提升公司社会形象和品牌价值，避免负面事件产生 积极参加社区环保公益活动，向利益相关方推广宣传环保和社会责任理念

推行节能减排

绿色可持续发展是全社会的共同愿景。我们坚持绿色优先，生态先行，致力于打造天然低碳的绿色产品，从生产、包装到物流环节，积极推行节能减排工作。

绿色生产

我们高度重视美妆产品生产过程的环保实践，一方面尽可能选用天然植物性原料，使用更环保、可再生的植物原料替代传统化学品，专注为消费者提供更天然、无污染的绿色产品。另一方面，注重 OEM、ODM 的环保和社会责任绩效，鼓励其使用先进的废水处理和空气净化技术，以减少废气物的产生与污染。在生产过程中优先采用节能技术和设备，如冷配工艺等，尽可能减少温室气体排放。

案例：代工厂环保实践

我们要求代工厂采用环保的生产技术，寻找创新的解决方案，使生产过程更加环保友好。例如，湖州代工厂已采纳多种节能工艺及环保设施，并通过第三方环境管理体系认证：

水冷预混超低氮燃气蒸汽锅炉：

实现氮氧化物排放小于 30 毫克/立方米，充分回收烟气余热，预计每年节省燃气 100 万立方，节能的同时减少了雾霾排放；

纯水处理系统：

增加浓水回收设备，对纯水处理的浓水进行二次处理，每年可以回收大约 88,000 吨水；

两级压缩永磁变频空压机：

通过降低压缩机转速比例来降低负载，节能效果超过 100%；

安装光伏：利用工厂屋面空地安

装光伏发电设备，预计每年发电 170 万度。



绿色包装

包装材料的消耗和对环境的污染等问题越来越受到关注，绿色减塑、轻量化包装、可循环利用已经成为政府倡导、消费者期待的发展方向。我们积极响应绿色发展需求，在产品包装中采用更多环保型材料，注重提升包装耗材的可持续性和可降解性，设计采购使用可重复利用、可替换的产品包装，简化包装结构，减少胶条组件和填充物的非必要支出，避免木材资源浪费，降低企业运营成本，并减少外部工艺产生的喷涂污染。推广使用环保无害、可降解的内外包装物料，减少塑料使用，避免降解过程的环境污染。

案例：采用绿色包装材料，减少对非可再生资源依赖

我们与合作伙伴康如运营共同探索，推出了多种环保包材：

1. 玉米泡泡粒：原料采用玉米淀粉加工制成，相比较传统 EPE 的珍珠棉泡泡粒对环境的污染，玉米粒可快速降解且无害；
2. 包裹卡：油墨采用环保的大豆油墨，含食用油，VOCs 含量低，可再生，危害小，回收好，无刺激性气味。同时，脱墨好处理，大豆油墨在回收时对废印刷品处理比传统油墨更易于脱墨，对纸的损坏小，脱墨后的废渣更好降解；
3. 易撕得纸箱：系拉链箱的设计，箱盖封装采用双面胶，其原料使用生物胶。与传统的化学胶相比更加无毒、易分解，且封箱胶条用量少，提高封箱效率。



案例：玉容初产品搭赠替换装

我们践行循环经济理念，设计可重复使用的包装，为自有品牌玉容初藏红花赋活精华油 15ml 正装搭赠了替换装，使包装成为可持续发展的一部分。



绿色物流

公司在产品的物流环节坚持绿色运营理念，鼓励物流供应商使用清洁能源、整合仓储和配送资源，通过“上仓下中转”、“仓配同园”等形式，向仓配一体、低碳供应链转型。



降本增效

仓储中心向华中转移，由华中主仓外向辐射，实现全国地区全覆盖，减少配送路径，节约配送时效，降低配送成本

提升商品可及性与可负担性，改善消费体验



节能减排

减少配送车燃油消耗，降低运输过程中产生的碳排放，助力实现绿色运输

租用的仓库园区通过使用可再生能源，改善用能结构



优化物流运作流程

对分销商，实行一次性统一提货方式，提前规划货物出库、托盘使用、车辆数量，持续优化物流作业流程，提高物流效率

案例：携手供应商伙伴，践行绿色仓储

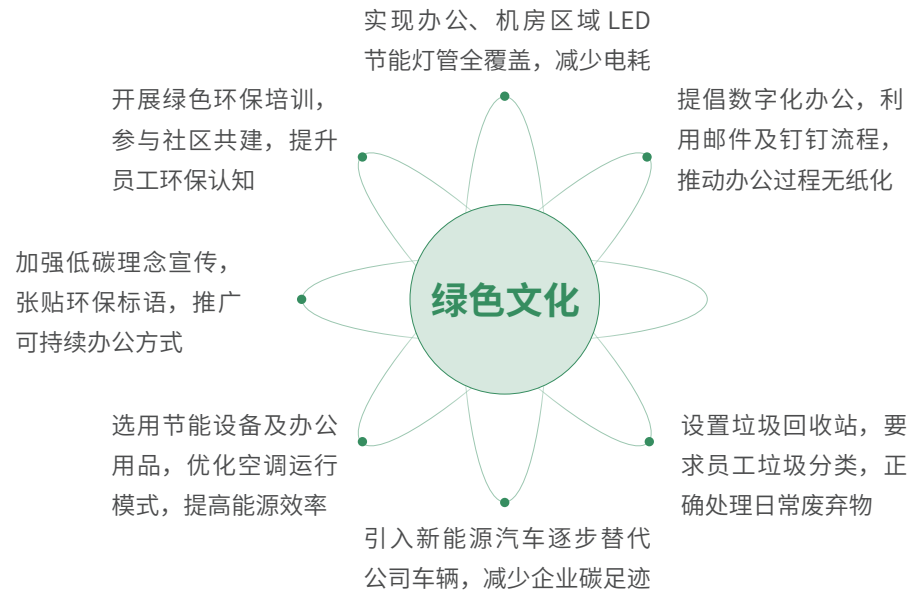
绿色发展离不开产业上下游的共同努力，我们将环境友好的理念融入对供应商伙伴的期待之中。公司入驻了位于湖南浏阳配备了光伏设备的仓配园，该园区面积约 5 万平方米，光伏电站总装机容量 630 万千瓦时。

按照租用面积匡算，丽人丽妆每年可减少温室气体间接排放量：二氧化碳 133 吨、二氧化硫 4 吨、氮氧化物 2 吨。



弘扬绿色文化

为响应国家低碳号召，公司大力弘扬绿色文化，将节能减排举措融入办公、运营的各个环节，不断加强能源使用及管理，与政府、社区共同倡导绿色环保理念，努力回应利益相关方对企业可持续发展的期望。



在国家大力推进经济社会发展全面绿色转型的大环境下，我们相信品牌 ESG 体系建设与绿色消费发展势在必行。公司数据中心借助多年沉淀的行业经验与分析方法，通过人群特性研究助力品牌实现绿色消费人群精细化运营的试跑与数智化资产沉淀。

案例：绿色消费人群精益化运营

我们直面品牌绿色消费转型痛点，基于在美妆行业的多年观察，发现了掣肘品牌进行绿色消费升级的几个关键攻坚课题：

1. 品牌亟需掌握如何精细化运营人群的要义；
2. 品牌如何挖掘货品绿色元素，以匹配人群需求；
3. 如何建立货品卖点连接消费者核心需求的桥梁，提升商品核心竞争力和品牌心智。

我们联合天猫 DIGITAL 生态实验室，推出“美妆 ICON 绿色人群校准器”模型，核心理念在于将品牌目标绿色 TA 人群“提纯”，并基于深度洞察输出定制化人群营销策略。通过“人群切分”-“人群表现洞察”-“TA 人群锁定”-“TA 人群运营”-“效果诊断”的五级串联，助力品牌把握绿色商机，引领绿色消费心智。从“Intension 意向度”-“Content 内容偏好”-“Function 功效偏好”-“Promotion 利益点/价位敏感度”四维洞察细分绿色人群表现，从而定位消费偏好可运营人群，使品牌面对 ESG 生态化转型的浪潮时，借力标准化工具精细化运营人群。

案例：参与徐汇社区“数码公益，环保先行”活动

为贯彻落实“绿水青山就是金山银山”重要发展理念，2023 年 7 月，以青少年暑期活动为契机，上海市徐汇区徐家汇街道举办了主题为“数码公益，环保先行”的暑期公益环保绿色市集活动。我们积极响应，旗下玉容初、美壹堂、爱贝萌、寻味、续欢五个自营品牌入驻该市集，向社会公众展示了环保材料的包装设计。



案例：员工环保意识与理念培训

为培养员工环保意识与理念，推动公司可持续发展，2023 年 6 月，我们组织员工开展了垃圾分类宣传教育，指导员工如何正确分类、处理和管理垃圾废弃物，提高了员工环境保护意识、知识和技能，同时也践行了公司的 ESG 理念与社会责任。



04

聚势融合

创造多元价值

本章节回应的 SDGs 目标



- 深化战略协作
- 可持续供应链体系

深化战略协作

面对快速变化的市场，丽人丽妆与多方伙伴共同努力，共享资源和知识，坚持采取创新方式，通过智能工具和产学研合作，提升营销效果和产品研发能力，坚定决心促进全球美妆行业可持续发展。

打通产学研链路

我们重视以学促产、以产助研，不断融合产业界的实战经验、学术界的理论洞见以及研究机构的前沿技术，加速产品研发和市场推广，促进多方合作共赢。

案例：入选上海市徐汇区见习基地

公司在稳岗促就业方面，积极响应国家号召，充分发挥自身在稳就业中的生力军作用。2023 年 5 月，公司入选上海市徐汇区见习基地，携手徐汇人社积极开展毕业季促就业工作。

公司提供直播运营专员、天猫运营专员、策划专员等近年来新兴热门的岗位作为见习岗位。挑选工作经验丰富、优秀的员工作为带教老师，为有需求的失业青年、大学毕业生提供了获取网络平台销售经验的有效途径和有力保障。2023 年前 6 个月，新招聘员工 374 人，其中吸纳大学生就业 134 人。为国家稳发展、促进高校毕业生就业做出了应有的贡献。

参与业内交流

丽人丽妆秉承合作共赢理念，搭建开放性交流渠道，积极参与国内外论坛、展会活动，推动行业课题研究，为行业提供资源整合和经验分享，致力于行业共融，持续推动美妆行业资源整合与价值共享。

案例：受邀参加 2023CIBE 美博会

2023 年 6 月 11 日，第 61 届 CIBE 美博会在上海正式拉开帷幕。公司受天猫邀请参加本届大会，在布局全局运营、全品类消费者洞察、新品孵化等方面，为品牌及现场参会者提供运营咨询服务。



案例：荣膺阿里妈妈“万相智链-先行生态伙伴”

2023 年 9 月 6 日，阿里妈妈 m 峰会成功举办。作为阿里妈妈全局六星合作伙伴，公司凭借敢于“打破未知、敢于尝试新工具、新方法”的先行者精神，荣膺阿里妈妈“万相智链-先行生态伙伴”，携手阿里妈妈，共同探索经营进化新方向，共促平台生态繁荣生长。

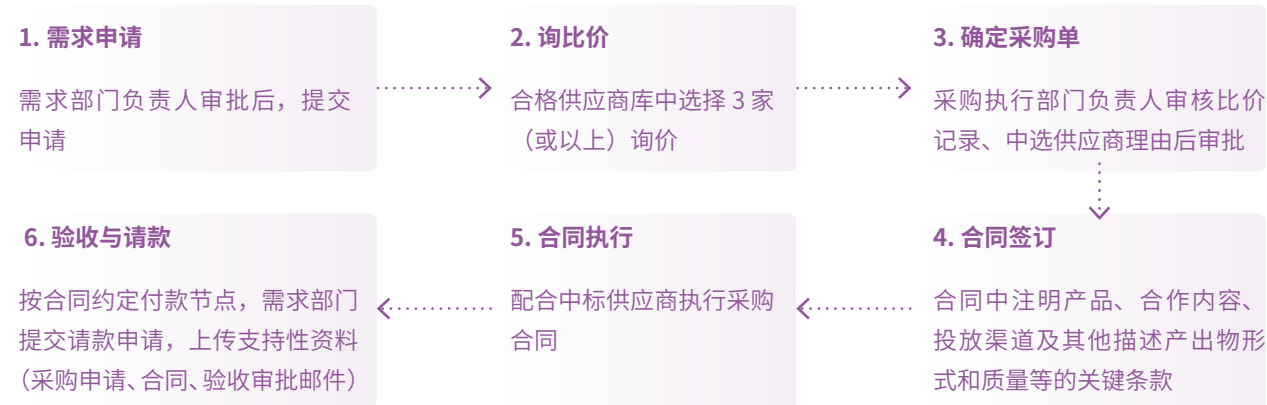


可持续供应链体系

丽人丽妆秉承“公开、公平、公正”和“质量优先，价格优先”的原则，通过阳光采购平台确保透明、公正的采购环境，把控供应商资质，加强风险管理。公司与供应商持续交流、共同推动环保包装与绿色采购，致力于构建可持续、信任有序的供应链生态。

坚持负责任采购

公司坚持负责任采购，制定《采购业务基本指导规范》、《促销品及包材采购指导规范》在内的多项管理细则，推动采购过程公平、公开、阳光透明，确保每一位供应商机会平等，并建立供应商全流程管理体系以提高采购过程的透明度、公正性和合规性。



公司不断完善阳光采购平台，巩固与供应商间的合作信任桥梁，加强采购人员的素质要求，坚持正确的采购原则，保持廉洁奉公的工作作风，进一步实现供应商的统一管理、统一报价与统一开票，降低采购成本，提升采购效率。坚持挑选拥抱环保理念的合作伙伴，建立合作机制，共同确认产品标准，合作开发轻量化设计，追求环保包装材料。

反腐倡廉承诺

要求供应商签署反腐倡廉承诺，明确拒绝贿赂、行贿等不当行为。确保反腐倡廉承诺的内容明确，并在合同中体现相关条款

审核流程加强

强化供应商审核过程，确保其经营合规、财务透明。建立反腐反贿的流程审理，包括对供应商的背景调查、合规性审核等

员工培训

为涉及采购和供应链管理的员工提供反腐倡廉培训，提高其对不正当行为的警惕性。确保员工了解公司的道德准则和合规政策



供应商绩效评估

在供应商绩效评估中加入反腐倡廉的评估指标，例如供应商是否遵守合规要求。根据评估结果采取相应的措施，以奖励合规供应商或要求不合规供应商改进

合规审计

定期进行合规审计，确保采购流程符合相关法规和公司政策。对可能存在的合规风险进行识别和解决

强化供应链管理

公司通过严格的供应商准入资质审核和年度考评制度，高度重视供应商在环保与社会责任方面的承诺与表现，致力于打造合作共生、可持续的价值链体系。

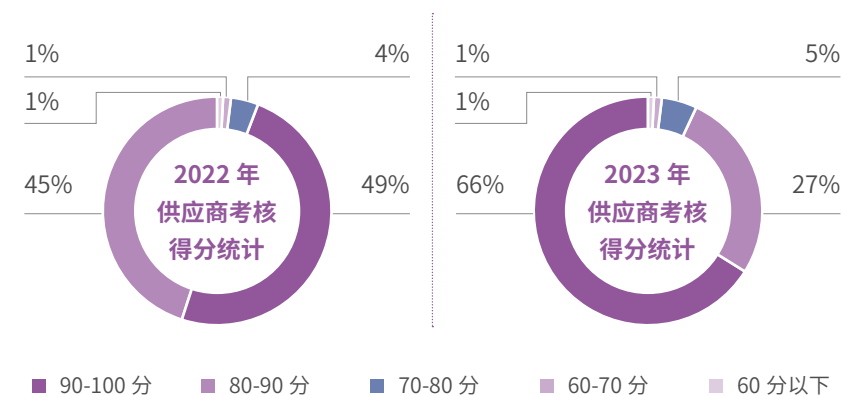
供应商资质核查

为降低公司与供应商及自有产品代工厂等相关方合作中的 ESG 风险，公司实施了严格的供应商资质审核制度。公司在供应商入库前进行全面的资质审核，关注供应商的环境管理和社会责任行为，如劳工安全保障与权利、污染治理等。

沟通与考评机制

公司加强了对供应商的定期沟通和培训，分享公司的战略方向、政策变更、市场趋势，鼓励供应商采取更环保、更可持续的生产方式，增强供应商对环保和社会责任的认识，以确保供应商能够及时调整和满足公司的需求。通过与供应商建立更紧密的合作关系，推动整个供应链向可持续方向发展，实现了与供应商的共赢。

公司实行供应商不定期检查和年度综合考核相结合的评价机制，评分维度包括交付准时性、产品质量、服务态度等。在过去的一年中，公司供应商管理取得了显著的进展，与供应商的沟通更加顺畅，合作水平明显提升。



同时，对年度考核不合格的供应商，在沟通、整改后仍未能满足公司标准的，即予以淘汰。目前，我们的供应商年度考核覆盖率 100%，报告期内，对 4 家考核未达标供应商予以淘汰。

05

以人为本 厚植成长沃土

本章节回应的 SDGs 目标



- 保障员工权利
- 激发人才潜能
- 关爱员工生活

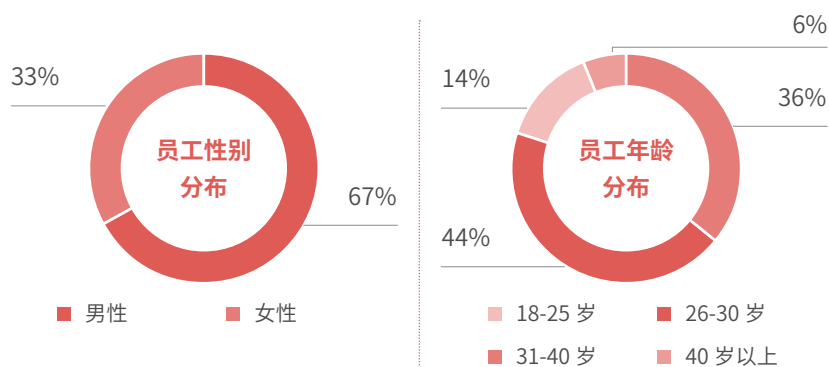
保障员工权利

公司将员工视为发展的核心竞争力，重视员工权益保障，积极增进员工福祉，关爱员工身心健康，致力于构建平等、多元化的工作环境，打造幸福职场。

平等多元用工

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，制定并实行《人力资源政策与程序》系列规章制度，持续优化劳工管理体系，切实保障员工合法权益。

我们尊重人才的多元化，倡导平等、和谐的招聘文化和工作氛围，在招聘、入职、培训及工作安排过程中，禁止因性别、年龄、宗教、国籍等任何因素而导致的歧视行为，严禁使用童工、强迫劳动等行为。报告期内，未发生招聘和就业歧视、使用童工或强迫劳动等相关事件。



公司常年与上海市松江区残疾人联合会结对。2023 年安置辖区内的 18 位残疾人士在公司就业，为其提供相应的生活保障。2023 年累计发生相关支出 120.46 万元。

优化薪酬福利

公司制定且实行《人力资源政策与程序 - 薪资支付管理办法》，建立稳定且富有市场竞争力的薪酬福利体系，为员工提供全方位的福利保障。报告期内，针对新增的主播职能，公司为其制定了多元化的薪酬福利制度。



保障员工薪酬完整
发放，留住人才，
提升认同感



客观、公平、公正
地开展绩效考核，
结合岗位实际合理
设置权重，提高考
核结果公允性



依法缴纳“五险
一金”，提供法
定节假日福利，
及交通、晚餐补
贴等额外福利

加强民主管理

公司重视内部沟通，乐于与员工建立平等的对话关系，为员工打造平等开放的工作环境。公司搭建员工服务热线，员工可实名或匿名反馈意见与建议，并向有关部门或人员反映情况。

公司不断改善与员工的沟通机制，畅通员工沟通渠道。通过新入职转正面谈、离职访谈等专项访谈，及时解答员工困惑，增强员工的归属感，持续优化工作机制，提高管理效率。通过增加员工定期访谈频次，实时了解员工动态、身心健康、发展诉求，增强公司与员工间的互信关系，解决员工工作生活中可能面临的困难。

案例：工会“为员工服务、与员工共成长”

2022 年 7 月，经上海市徐汇区徐家汇街道总工会批复，公司工会委员会正式成立。工会秉持“为员工服务、与员工共成长”的理念，定期召开员工代表大会，让员工代表参与企业决策，了解工会工作情况，提出建议和意见，实现员工和企业管理层的有效沟通。

在工会组织下，公司客服中心班组于 2023 年 4 月申报并荣获“上海市工人先锋号”称号。



职业健康与安全

公司将员工的职业健康与安全置于公司长远发展的重要位置，严格遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国消防法》等相关安全法律法规，将职业健康与安全融入公司运营的各方面，为员工打造一个安全、舒心的工作环境，激发其创新活力。

呵护身心健康

- › 制定《员工手册》，保障员工的健康权利
- › 为员工提供年度免费健康检查
- › 配备医疗用品、健身器材
- › 开放心理咨询服务

提升应急保障

- › 组织一次全员消防演习与安全知识培训
- › 采购急救物资（急救包、除颤器），定期安排现场培训
- › 组织 3 场员工健康、职场安全、法律安全系列直播讲座

调节身心压力

- › “大促”期间，增加班车车次、延长班车时间
- › 安排专业按摩师，缓解员工紧张压力
- › 准备茶歇点心和零食礼包
- › 提供公司附近酒店预订，满足“大促”期间住宿需求
- › 办公区域增设儿童游乐场，帮助员工实现工作与生活平衡

激发人才潜能

公司重视员工的培训与发展，不断完善培训体系，拓宽员工职业发展通道，为员工提供丰富的学习和成长机会。

完善培训体系

公司搭建了“线上+线下”联动的学习平台，制定“通用基础、专业技能、管理发展”的多层次培训体系，提供丰富多彩的培训机会，帮助员工提升职业能力，使他们在不断变化的职场中保持竞争力，实现个人与公司共同发展。

通用基础培训

入职、企业文化、职业素养培训，读书分享会等

《丽行》双月刊目前已更新至 33 期，内容涵盖公司事件、培训、文化，分为电子版和纸质版，方便各方更快了解公司信息

专业技能培训

安全合规、项目管理、资质认证等

管理发展培训

高管授课、领导力、1 对 1 教练辅导、进修深造等

2023 年，公司组织 **948** 人次完成 **33** 场培训，培训总时长 **454** 小时。

畅通晋升通道

为满足员工个人职业发展需求，并充分发挥内部人力资源潜力，公司建立了晋升和内部转岗竞聘两大序列晋升通道，分层次进行人力资源管理，以提供多样化的职业发展路径。

公司的晋升体系坚持以工作能力和业绩水平作为评估标准，不受性别、资历和背景等因素的影响。

公司 35 岁以下管理人员占比 **15.22%**，并且有 **1** 名外籍和 **3** 名少数民族管理人员。

关爱员工生活

公司致力于打造健康、平等和团结的工作环境，积极为员工提供身心关怀和支持，通过多样化的文娱活动和福利措施，帮助员工协调工作生活节奏，释放身心，不断提高团队活力和凝聚力。

打造幸福职场

公司倡导愉快的工作氛围和幸福的生活，积极开展文娱活动、改造提升办公环境，不断丰富员工职场生活，努力提高员工幸福感、归属感。



- 1. 在传统节日（如：中秋、春节）举办文化活动，营造浓厚节日氛围
- 2. 定期组织活动（如：生日会、双十一游园会等），促进员工交流与理解，提高归属感
- 3. 成立“活丽社”，由羽毛球、篮球、徒步三个社团组成，员工自主运营，释放组织内部活力，增强团队凝聚力



- 1. 持续优化办公区域环境，提供优美、舒适、健康的职场环境
- 2. 2023 年 5 月，对上海市徐汇区的办公场所，包括：会议室、后楼梯进行装修改造，同时完成会议室功能升级

关爱女性员工

公司女性员工占比达到 67%，她们是公司发展的主力军。公司不断努力，致力于为女性员工创造一个更加平等和支持性的工作环境。

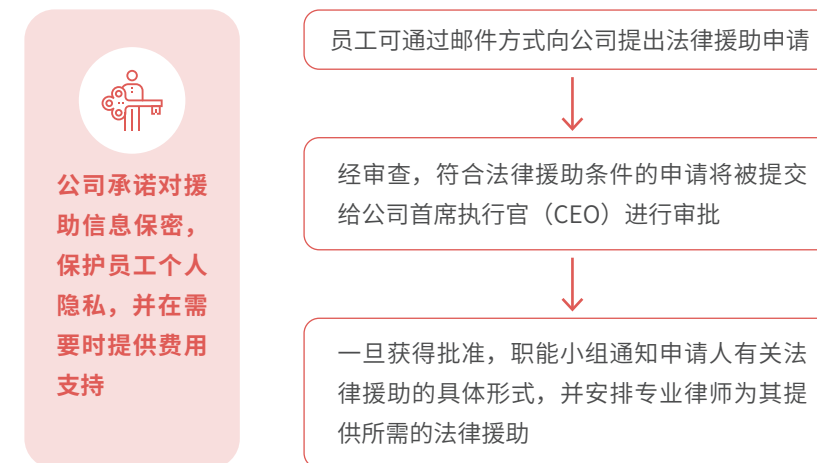


- 1. 设立“妈咪小屋”，为职场妈妈们提供干净、舒适、私密的休息和哺育空间
- 2. 在“三八”妇女节准备专属节日礼品，并举办插花活动
- 3. 报告期内，成立“妇女联合会”，维护女性员工权益、组织关爱女性的各项活动

员工支持与援助

公司积极关心员工福祉，设立员工救助基金，旨在提供紧急援助，帮助员工应对生活中的紧急问题和意外困境，为员工创造更加安心和温馨的工作环境。

公司高度重视员工的法律权益，为帮助全体员工解决工作和生活中可能遇到的法律问题或纠纷，制定《法律援助项目运行制度》，并设立法律援助职能小组作为公司法律援助的核心运作机构。



报告期内，公司收到 2 起法律援助申请，为员工安排专业律师一对一的电话咨询服务，帮助员工解决法律问题，维护了员工的合法权益。

06

立业立德
同创美好社会

本章节回应的 SDGs 目标



- 助力乡村振兴
- 聚焦女性力量
- 增进民生福祉

助力乡村振兴

全面推进乡村振兴是新时代建设农业强国的重要任务。近年来，丽人丽妆持续从多方面努力，助力弥合城乡差距，推动乡村振兴。通过向乡村教师捐赠物资，打造地域美食新消费品牌等方式，推动乡村人才培养以及促进乡村价值链升级。

寻味沙县，探索新型发展模式

公司旗下品牌《寻味档案》持续探索全国各地特色美食，据此进行预制菜产品开发及销售，以消费帮扶助力乡村振兴。报告期内，我们与沙县小吃集团达成战略合作关系。

案例：《寻味档案》立足乡村振兴

公司自主孵化栏目《寻味档案》立足乡村振兴，积极响应上海市政府和福建省政府“沪闽合作”号召，携手沙县小吃集团以更具创新发展的模式，将国民耳熟能详的地域美食品牌沙县小吃推广至全国乃至全世界。

双方发挥各自领域的资源优势，从品牌化、数字化、市场化等多方面展开深入合作，打造更强大的供应链、营销、渠道能力以及开展新品研发与推广能力，持续带动地方产业发展、创造就业机会、推广旅游名片，促进地方经济高质量可持续发展。



守护美丽，关爱知识火炬传递

全面推进乡村振兴，教育建设是关键。千千万万教师扎根乡村，舍小家为大家，助力乡村教育事业的振兴。丽人丽妆始终关注乡村教师工作和生活等基本情况。

案例：携手火柴公益，关爱乡村教师

公司及旗下“美壹堂”品牌是火柴公益的长期捐赠企业和品牌，目前已累计支持了超过来自 600 所乡村学校的老师和儿童。

2023 年 6 月，美壹堂通过火柴公益，为乡村学校教师捐赠护肤物资共计 30,000 份。其中 20,000 份物资捐赠给上海市长宁区对口帮扶区县，云南省红河州的红河、绿春、金平三县，惠及当地超过 500 所学校的 6,000 名教师。



聚焦女性力量

公司积极开展、参加女性论坛、妇女联合会等组织活动的交流和学习，关注女性内在力量，助力女性社会发展，持续完善公司的女性员工赋能体系，为她们提供更好的成长和发展机会。

案例：受邀出席 2023 淘宝天猫当代女性跨界沙龙

2023 年 3 月 8 日，由淘宝天猫商家品牌策略部策划的《她的光芒——当代女性跨界主题沙龙》在上海成功举办。公司受邀出席，与现场来自社会各界嘉宾，共同探讨数字化时代下当代女性的新光芒。同时，我们强调随着中国女性受教育水平提升，女性的自我意识上升，有了更多精神追求以及文化自信，基此公司孵化了玉容初、美壹堂、爱贝萌等国货品牌，致力于打造更加符合中国女性肤质的产品。



案例：玉容初亮相 U8 创新峰会，关注女性未来发展

在 2023 年 12 月的“U8 世界创新峰会—【她力量】女性板块”上，公司通过其旗下品牌“玉容初”成为独家赞助商。

本次会议聚焦女性情绪健康，关注女性未来发展，赋能女性成长，我们还和全球顶尖女性领袖探讨了女性在高科技创新领域打破天花板的可能。



增进民生福祉

我们坚持向善而为，热衷于公益慈善，自觉承担企业社会责任，持续助力公益活动，致力于以自身影响力反哺社会，传递关爱和温暖。

报告期内，累计公益慈善投入总金额 **75.29** 万元。

案例：格桑花开，共守藏区女孩健康成长

2023 年 5 月，公司受邀出席“格桑花开，汉藏一家亲”项目十周年互动联谊活动，通过捐赠护肤品等互动方式，积极响应上海市徐汇区徐家汇街道汉藏文化交流项目，共同守护藏区女孩健康成长。



案例：携手徐家汇街道，助力“关爱好心人”公募活动

我们积极承担企业责任，传递社会爱心。2023 年 7 月 29 日，携手上海市徐汇区徐家汇街道助力“关爱好心人”公募活动，通过现场捐赠以及公益义卖市集等方式向社会传递温暖。



案例：浴火前行，“壹”直守护

我们大力支持消防事业，保持对消防员的深切关心。2023 年 8 月，公司向内蒙古乌兰察布市察右后旗消防救援大队捐赠共计 5,000 瓶水凝霜，5,000 份补水面膜，感谢消防官兵们为地区稳定和谐、保障地方经济发展和人民群众安居乐业所付出的辛勤汗水。



未来展望

在丽人丽妆的可持续发展旅程中，公司充满信心地展望未来，坚信通过持续的努力和承诺，公司将不断取得进展并创造更大的价值。公司坚守可持续发展理念，将 ESG 因素与公司发展战略和日常经营深度融合，以管理促实践，积极探索 ESG 实践创新方式，提升 ESG 管理水平。

公司将立足本业，从产品与营销入手，不断寻求创新的机会，扩大绿色设计、绿色包装应用范围，探索供应链循环经济模式，引领绿色文化传播与实践，积极推动绿色发展。同时，不断提高资源利用效率，减少能源消耗，降低公司经营发展对环境造成的影响。

公司将继续关注员工的身心健康和工作满意度，提供更多的培训和发展机会，创造多元和包容的工作环境。同时，利用自身资源优势，积极响应国家教育发展、乡村振兴等战略号召，投身于社会公益事业，肩负起公司社会责任。

公司将持续强化企业治理，坚守合规底线，加强风险管理，确保公司稳健运营，保持内外部沟通，提高公司治理的透明度，接受各利益相关者的监督，持续提升 ESG 表现。

在未来，丽人丽妆将继续致力于可持续发展，坚持高标准的社会责任和公司治理，携手更广泛的利益相关者共建绿色、平等、和谐的未来社会。

附录

关键绩效列表

公司治理

披露项	单位	2022 年度	2023 年度
董事总人数	人	5	6
独立董事人数	人	2	2
女性董事人数	人	3	3
董事按年龄划分：<35 岁	人	0	0
董事按年龄划分：35-49 岁	人	4	3
董事按年龄划分：≥ 50 岁	人	1	3
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
反贪污培训员工覆盖比例	%	100	100
股东大会开展次数	次	3	2

员工数据

披露项	单位	2022 年度	2023 年度
员工总数	人	1,043	1,039
按性别划分：男性	%	29.43	32.51
按性别划分：女性	%	70.57	67.49
按职能划分：职能部门	%	13.14	11.63
按职能划分：运营部门	%	65.87	65.16
按职能划分：研发部门	%	2.30	3.08
按职能划分：服务部门	%	11.60	8.56
按职能划分：管理部门	%	0.19	0.19
按职能划分：营销部门	%	6.90	10.00
按年龄划分：18-25 岁	%	24.35	13.94
按年龄划分：26-30 岁	%	43.14	44.05

披露项	单位	2022 年度	2023 年度
按年龄划分：31-40 岁	%	27.90	36.15
按年龄划分：40 岁以上	%	4.60	5.86
按受教育程度划分：硕士及以上	%	8.15	6.35
按受教育程度划分：本科	%	53.50	50.72
按受教育程度划分：专科	%	29.34	33.98
按受教育程度划分：中专、高中及以下	%	9.01	8.95
少数民族员工	%	3.45	3.94
外籍员工	%	0.29	0.10
残疾员工	%	1.73	1.15
新进员工总数	%	24.92	35.49
劳动合同签订率	%	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100
员工流失率	%	35.66	34.13

员工职业健康与安全

披露项	单位	2022 年度	2023 年度
因工亡故人数	人	0	0
工伤损失工作日数	天	0	0

员工培训与发展

披露项	单位	2022 年度	2023 年度
组织开展培训的次数	次	43	33
组织开展培训的总时数	小时	583	454
接受培训的员工人数	人	5,318	10,706
员工培训覆盖率	%	91.20	84.80
高级管理层受训比例	%	3.30	3.00

披露项	单位	2022 年度	2023 年度
中级管理层受训比例	%	12.60	15.50
基层员工受训比例	%	84.10	81.50
男性雇员受训比例	%	29.00	31.20
女性雇员受训比例	%	71.00	68.80
高级管理层受训的平均时数	小时 / 人	3.38	12.50
中级管理层受训的平均时数	小时 / 人	22.46	38.00
基层员工受训的平均时数	小时 / 人	39.92	52.00
男性雇员受训的平均时数	小时 / 人	62.56	53.40
女性雇员受训的平均时数	小时 / 人	63.99	50.60

环境数据

披露项	单位	2022 年度	2023 年度
耗电量 ¹	千瓦时	732,025	1,007,166
能源消耗密度	千瓦时 / 平方米	102.60	112.92
万元营收耗电量	千瓦时 / 万元	2.26	3.65
办公室水资源消耗量 ²	吨	5,874	7,140
水资源消耗密度	吨 / 平方米	0.82	0.80
万元营收耗水量	吨 / 万元	0.02	0.03
温室气体排放总量 ³	吨二氧化碳当量	307.45	574.39
范围二温室气体排放量	吨二氧化碳当量	307.45	574.39
万元营收温室气体排放量	千克二氧化碳当量 / 万元	0.0009	0.0021

[1] 耗电量涵盖公司外购电力的使用量。报告期内，公司持续加大对抖音直播生态的投入，因此耗电量有所增加。公司密切关注能耗问题，倡导绿色办公，努力平衡业务需求和对环境的责任，实现能源的高效利用，为可持续经营和国家“双碳”战略作出积极贡献。

[2] 报告期内，公司办公场所面积增加、硬件升级，导致耗水量增加，但消耗密度较上期有所下降。

[3] 温室气体排放总量只涵盖范围二的碳排放量，主要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，报告期电力排放因子采用生态环境部 2023 年 2 月 7 日发布的《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。

信息安全治理

披露项	单位	2022 年度	2023 年度
信息安全培训次数	次	3	3
信息安全培训覆盖人数	人	1,096	927
信息安全考核次数	次	3	3
信息安全考核参与人数	人	1,096	927
信息安全考核通过人数	人	1,096	927

产品与客户责任

披露项	单位	2022 年度	2023 年度
产品合格率	%	100	100
投诉处理率	%	100	100
客户满意度 ⁴	%	91	89
平均客服响应时间 ⁴	秒	27	29
新增专利申请数量	项	2	0

社区与公益

披露项	单位	2022 年度	2023 年度
慈善捐赠金额	万元	140	75.29

可持续包装

披露项	单位	2022 年度	2023 年度
因违反环境保护法律法规而受到处罚的事件数	件	0	0
包装材料使用总量 ⁵	吨	2,900	2,500
万元营收包装材料使用总量	吨 / 万元	0.009	0.009

[4] 报告期内，客户满意度小幅下降，平均客服响应时间小幅上升，系因公司客服形式调整、磨合带来的短期影响，我们预期随着智能客服工具的强化以及售后满意度提升共创行动的进一步深入，客户满意度与平均客服响应时间将会改进。

[5] 报告期内，公司持续推动产品减重化、减量化，使用可降解材料替代塑料包材，叠加订单量减少的因素，包装材料用量较上年显著下降。

对标索引表

《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作（2023 修订）》内容索引

指引内容	所在报告章节
8.1-8.2 综述及经营原则	2.2 坚守诚信合规
8.3-8.5 社会责任战略规划，报告披露情况	2.1 规范公司治理 报告说明
8.6 职工保护、环境污染、商品质量、社区关系等方面的社会责任制度建设和执行情况	6.1 保障员工权利 4.2 推行节能减排 4.3 弘扬绿色文化 7.1 助力乡村振兴 7.2 聚焦女性力量 7.3 增进民生福祉
8.7 职工权益	2.1 规范公司治理 6.1 保障员工权利 6.2 激发人才潜能 6.3 关爱员工生活
8.8-8.9 履行环保责任，环保方针、目标及成效，年度资源消耗总量，环保设施建设和运行情况	4.1 应对气候变化 4.2 推行节能减排 4.3 弘扬绿色文化 附录一：关键绩效列表（见“环境数据”）
8.10 与环保相关的重大事件	不涉及
8.11 检查环保政策实施情况	4.2 推行节能减排
8.12 重点排污单位	不涉及
8.13 履行生产及产品安全保障责任	3.1 产品质量管理 3.2 化学品安全
8.14 履行员工权益保障责任	6.1 保障员工权利 6.2 激发人才潜能 6.3 关爱员工生活
8.15 遵守科学伦理规范	3.5 激发创新活力

意见反馈

尊敬的读者：

您好！非常感谢您百忙之中阅读《上海丽人丽妆化妆品股份有限公司 2023 年度环境、社会及治理（ESG）报告》，为向您及其他利益相关方提供更有价值的 ESG 信息，持续完善丽人丽妆 ESG 管理工作，提升 ESG 报告编制水平，请您协助完成意见反馈表，并选择以下方式反馈给我们。

地址：上海市徐汇区番禺路 876 号

邮编：200030

电话：021-64663911

传真：021-64663912

邮箱：shlrlz@lrlz.com

1. 您属于以下哪类利益相关方：

政府人员 监管机构 股东和投资者 员工 客户

供应商及合作伙伴 社区居民 ESG 从业人员 同行企业 其他

2. 您对本报告的总体评价是：

好 较好 一般 较差

3. 您认为本报告披露的 ESG 信息质量：

好 较好 一般 较差

4. 您认为本报告的结构安排：

很合理 较合理 一般 较差

5. 您认为本报告哪些方面最让您满意？

6. 您认为本报告还需要披露哪些您希望进一步了解的信息？

7. 您对丽人丽妆 ESG 管理工作有哪些意见和建议？

如果方便，请告诉我们您的信息：

姓 名：_____ 联系电话：_____

工作单位：_____ 邮箱地址：_____