

**babëmax**  
爱婴室

**babëmax** 爱婴室

2025

股票代码  
603214

可持续发展报告

SUSTAINABILITY REPORT

上海爱婴室商务服务股份有限公司  
SHANGHAI AIYINGSHI CO., LTD.

# 目录 Contents

关于本报告	05
董事长致辞	07
走进爱婴室	09

公司概况	09
爱婴室大事记	11
以健康为本，焕新企业动力	13
2025关键绩效	15

## 1 健康 HEALTH

## 2 诚信 INTEGRITY

2.1 可持续发展管理	30
ESG治理	30
利益相关方沟通	31
双重重要性分析	33
2.2 企业治理	37

公司治理	37
内控与风险管理	39
商业道德	41
信息安全与隐私保护	42

## 3 协作 COOPERATION

3.1 可持续供应链	46
治理	46
战略	47
影响、风险和机遇管理	54
指标与目标	56
3.2 行业交流	57

## 4 专业 PROFESSIONAL

4.1 产品责任	60
食品安全管理	60
产品质量与安全	63
4.2 客户服务	69
负责任营销	73

## 5 创新 INNOVATION

5.1 智慧运营	76
5.2 知识产权保护	79

## 6 关爱 CARE

6.1 员工关爱	82
员工雇佣	82
福利体系	85
员工关怀	85
民主沟通	88
6.2 人才培养与晋升	89
员工培训	89
绩效管理	91
薪酬激励	92
员工晋升	93
6.3 员工安全与健康	94
安全风险	94
职业健康管理	95
6.4 乡村振兴与公益慈善	96

## 7 韧性 RESILIENCE

7.1 应对气候变化	102
治理	102
战略	103
风险管理流程	109
指标与目标	109
7.2 可持续经营	111
环境合规管理	111
水资源管理	112
废弃物管理	114
循环经济与绿色设计	115
生物多样性	118

## 附录 APPENDIX

附录一 绩效指标	119
附录二 指标索引	125

## 关于本报告



上海爱婴室商务服务股份有限公司（以下简称“本公司”或“公司”）于2019年发布第一份《企业社会责任报告》，之后每年连续发布。《2025年可持续发展报告》（简称“本报告”）将系统阐述本公司于2025年度在企业社会责任及可持续发展方面的策略、政策、措施及成果。

### 时间范围

报告时间涵盖公司2025年1月1日至2025年12月31日（以下简称“报告期”）的信息和数据。为增强本报告的对比性及前瞻性，部分内容往前后年度适度延伸。

本报告的发布周期与财务年度保持一致，为一年一次。

### 报告边界

本报告以重要性原则为基础界定组织范围。本报告中所涉及的其他实质性内容均涵盖上海爱婴室商务服务股份有限公司及下属子公司，与年报披露范围保持一致。部分指标若存在与年报披露范围不完全一致时，将在正文中进行备注说明。

### 指代说明

为便于表述，“上海爱婴室商务服务股份有限公司及下属子公司”在报告中也以“爱婴室”“本公司”或“我们”表述。

### 数据说明

本报告数据来源于本公司的内部正式文件和相关统计资料，其中财务报表相关数据经安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）审计。报告中如无特殊说明，所有金额均以人民币表示。

### 编制依据

本报告编制主要参考《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）》《上海证券交易所上市公司自律监管指南第4号——可持续发展报告编制》《上海证券交易所科创板上市公司自律监管指南第13号——可持续发展报告编制》，以及全球报告倡议组织（GRI）可持续发展报告标准2021版进行编制。本报告的编制过程亦参考了联合国2030年可持续发展目标（SDGs），以及中国社会科学院《中国企业社会责任报告编写指南》（CASS-ESG 5.0）等要求。

### 报告获取

本报告以印刷版、电子版形式供您阅读，报告语言为中文版本。

您可访问公司官网<https://www.aiying-shi.com>阅读电子版报告。

如对本报告有任何疑问或建议，敬请发送电子邮件至[investor.list@aiyingshi.com](mailto:investor.list@aiyingshi.com)。

### 联系方式

上海爱婴室商务服务股份有限公司

地址：上海市浦东新区杨高南路99弄保利浦开金融中心T1幢5楼

邮编：200135

电话：021-68470177

传真：+8621 68470019

邮箱：[investor.list@aiyingshi.com](mailto:investor.list@aiyingshi.com)

网址：<https://www.aiyingshi.com>

### 确认及批准

本报告经管理层确认后，于2026年4月3日获董事会通过。

## 董事长致辞



2025年，母婴行业在深度调整中加速重构。消费者回归对专业价值与底层品质的极致追求，对“安全、健康、专业”的诉求，已从模糊的心理期待转向“有据可依”的硬性标准。面对市场周期的波动，我们深知：真正能抵御喧嚣、穿越周期的力量，并非短期流量的红利，而是源于深厚的体系能力与长期的用户信任。基于这一判断，爱婴室将“母婴健康”确立为企业发展的核心战略锚点。这一年，我们完成了企业文化的全面升级，确立了“成为中国领先的母婴健康生活品牌”的愿景，并明确以“匠心精神，守护健康生活”为使命。这不仅是品牌形象的更新，更是经营逻辑的再聚焦：我们将健康基因植入组织治理、产品研发与渠道服务的全链条，致力于将“您身边的母婴健康专家”从一句品牌口号，转化为触手可及、可被验证的日常专业体验。

董事长兼总裁

在“健康”这一年度专题上，我们坚持用更硬的标准与更直观的结果说话。报告期内，公司以外部抽检合格率作为关键管理目标之一，外部抽检合格率达到99.5%，且本年度未出现食品安全不合格事件；我们持续推进商品结构的精细化管理，以数据驱动的方式优化商品组合，通过主动的品类深度出清与结构重组，我们完成了SKU的精益化管理，实现“产品战略的精准化重构”构建爱婴室不可复制的“专业壁垒”。让资源更集中地投向更具健康价值与专业优势的品类与自有品牌协同；我们稳步扩大服务触点，全年新开门店近100家，让专业服务更贴近用户、更贴近社区。通过这些“看得见的改进”，我们希望让每个家庭在选购、使用与服务沟通的全过程中，都能感受到更明确、更可靠的健康守护。

健康不仅体现在产品与服务，也体现在我们对运营方式的选择。报告期内，公司在嘉善仓推进光伏发电与用能协同管理，截至2025年12月光伏发电量达到674,810千瓦时，白日用电量中光伏发电比例达到79%。绿色低碳不应是经营的成本项，而应成为竞争的加分项。嘉善仓的光伏协同管理是我们“环境责任内生”的试点，我们通过能源结构的低碳转型，正在重塑母婴零售的绿色底座，确保企业在环境标准日益严苛的未来，依然拥有最稳健的运营韧性。

稳健经营离不开治理能力与合作伙伴共同的责任共识。报告期内，公司实现《供应商行为准则》签订率100%，以更清晰的规则与更严格的标准推动合作伙伴共同遵循一致的合规与道德要求，夯实从源头到终端的责任链条。与此同时，公司在治理、信息披露、ESG实践、品牌与公共沟通、员工关怀与投资者关系等方面也获得了多方认可，包括上海证券交易所年度

信息披露考核“A”级评价（连续四年）、中国上市公司协会“上市公司内部控制最佳实践”、万得Wind“中国上市公司ESG最佳实践100强”等。连续四年的信披A级评价与ESG百强荣誉，是对爱婴室“治理透明化”的最高褒奖。在高波动性的市场环境中，我们通过严苛的内控体系与高质量的信息披露，为投资者构建了一个确定性的“信任港湾”，让长期主义从情怀变为可计量的投资价值。面向未来，我们将继续以国家“健康中国”战略导向为指引，把“母婴健康”作为长期锚点，持续深耕母婴健康生态：以科学研究与严谨标准推动精准营养与健康产品创新，以更透明的追溯与更严格的质量管理守住安全底线，以线上线下融合的服务体系提升专业服务可及性，并在运营层面持续推进绿色低碳与资源效率提升。我们也将继续以“责任、品质、专业、创新”为行动准则，把每一次选品、每一次检测、每一次服务、每一次沟通都做到更扎实、更可信、更温暖。

展望未来，爱婴室将继续紧扣国家“健康中国”战略，将“母婴健康”作为驱动企业持续进化的长期原点。我们不仅要在产品端深耕精准营养与科学研究，更要在运营端践行绿色低碳与资源高效利用，将“对家庭负责”的初心延伸至“对环境负责”的行动，用更高质量的经营方式回馈社会。

荣誉是过往专业能力的积淀，而坚守则是通往未来的唯一路径。我们将继续秉持“责任、品质、专业、创新”的核心价值观，在每一件商品的检测中守住底线，在每一次服务的沟通中传递温暖。爱婴室愿与所有利益相关方一道，以克制致长远，以专业护周全，深耕母婴健康生态，共创一个更扎实、更可信、更美好的可持续未来。

## 走进爱婴室



## || 公司概况

上海爱婴室商务服务股份有限公司（股票代码603214.SH）创立于1997年，总部位于上海。作为国内母婴零售行业率先登陆A股市场的企业（2018年3月上市），爱婴室致力于为孕前至0-6岁婴幼儿家庭提供母婴商品与服务的全方位解决方案，业务覆盖婴幼儿乳制品、纸制品、喂哺用品、洗护用品、棉纺品、玩具等核心品类，并延伸至育儿咨询、亲子活动及孕婴童博览会等增值领域，构建一站式母婴消费生态。



通过“会员营销+全渠道布局”模式，聚焦母婴市场以提供高品质、高性价比的商品及服务为基础，着力于建成全国领先、国际先进的母婴品牌。在线下渠道方面，公司已在华东、华南、华中等重点区域构建直营网络，凭借标准化服务体系与沉浸式场景体验，不断强化母婴零售领域的品质标杆形象。在线上渠道方面，除微信小程序外，公司已在天猫、京东、拼多多、小红书及抖音等主流电商及内容平台设立旗舰店及专营店，并依托线下门店体系，积极拓展即时零售与社区团购业务，有效推动线上线下融合协同。



作为国内知名的母婴用品专业连锁零售机构，“爱婴室”母婴品质生活馆吸引了飞鹤、美素、伊利、A2、惠氏、贝亲、世喜、hegen、BeBeBus、纽强、戴可思、松达、好奇、大王、帮宝适等世界知名品牌的入驻，并与上述多家国际性集团公司建立了紧密的战略合作关系，为客户提供了优质特惠的母婴商品及服务。在此基础上，凭借上海地区“母婴商品销售特色服务”首获“上海品牌”认定的独特优势，公司将持续深化专业化服务能力建设，不断巩固并强化母婴零售领域的品质标杆形象，致力于成为广大消费者信赖的母婴生活伙伴，为千万母婴家庭提供更优质、更便捷的商品与全周期服务。



在深化外部品牌合作的同时，爱婴室亦高度重视自有品牌业务的培育与发展。公司组建了专业的自有品牌研发团队，建立了贯穿产品开发、供应链管理与质量控制的全流程科学管理体系，目前已成功推出涵盖服装、纸制品、食品、玩具等多个品类的自有品牌产品矩阵。通过聚焦高品质与高性价比的核心定位，自有品牌系列旨在更好地响应消费者多样化、个性化的需求，进一步增强公司的商品差异化竞争力与顾客黏性。



公司依托“总部集中采购+区域协同联动”的供应链体系，保障商品品质稳定与供应效率提升。通过整合自建智能化仓储物流中心与第三方配送资源，公司已构建覆盖广泛、响应高效的履约服务网络，为消费者提供便捷、安全、可靠的一站式购物体验。展望未来，爱婴室将持续深化“渠道拓展、品牌升级、产业协同”三大核心战略，进一步巩固其在母婴零售行业的领军地位。

## II 爱婴室大事记



## II 以健康为本，焕新企业动力



在行业演进与消费升级的新阶段，爱婴室集团始终秉持对市场趋势、顾客需求及员工发展的敏锐洞察，正式启动企业文化体系的全面焕新与战略升级。此次升级不仅是对集团核心理念的深化凝练，更承载着对组织愿景、使命与价值观的系统梳理与升华，致力于为全体员工提供清晰、一致的价值指引，持续为顾客创造更专业、更健康的母婴产品与服务体验，共同引领中国母婴行业迈向高质量发展的新阶段。

### 企业愿景

成为中国领先的母婴健康生活品牌

### 企业使命

以匠心精神，守护健康生活

集团全面升级品牌Logo，赋予马卡龙七彩色全新形象寓意。

- 红·关爱
- 黄·诚信
- 橙·专业
- 绿·健康
- 蓝·创新
- 青·协作
- 紫·韧性



企业文化体系的全面升级，将为爱婴室集团在产品研发、服务提升、供应链优化、团队塑造及可持续发展等关键领域注入持续的内在驱动力。集团将以此为契机，系统推进各项业务的精进与协同，致力于构建值得信赖、具备科学专业能力、并充满人文关怀的母婴健康生活品牌。通过持续创新、精益运营与价值共创，公司将持续为中国母婴家庭的健康生活提供坚实支持，并以实际行动引领行业迈向更高水平的发展。

## 2025关键绩效

### 奖项与荣誉

上海市商业联合会“上海市首发经济引领性本土品牌”

中国零售行业协会“中国零售数字化及新技术应用创新案例”

中国公共关系协会“中国公共关系优秀案例”

上海市公共关系协会“第十二届优秀公共关系示范案例”

中国上市公司协会“上市公司内部控制最佳实践”

上海证券交易所年度信息披露考核“A”级评价（连续四年）

万得Wind“中国上市公司ESG最佳实践100强”

上海市浦东新区“中外企业可持续发展ESG优秀案例”

上海市浦东新区总工会“浦东新区职工品质生活优秀案例”

上海市浦东新区总工会“浦东新区职工先进操作法入围奖”

上海市陆家嘴金融贸易区总工会“模范工会”

上海市陆家嘴金融贸易区总工会“特别贡献奖”

上海市浦东新区花木街道“ESG示范企业”

中国证券报“ESG治理金牛奖”

全景网“杰出中小投资者关切奖”

快消品“零供满意度领先零售商”

易董“上市公司卓越投关建设奖”

### 2025年爱婴室可持续发展关键绩效

#### 财务表现

1	营业收入37.82亿元。
2	利润总额1.36亿元。

#### 诚信

1	女性董事占比 42.8%。
2	董事会成员参与培训 7 次；向中高层管理提供的合规管理场次11场，参与的中高层人数450人；向员工提供的合规管理培训次数21次，参与的员工人数1,501人，培训时长累计7,880小时。
3	董事会成员累计ESG参与相关专题培训共计5次。
4	累计发布定期报告4份、临时公告57份。
5	累计开展信息安全专项培训11次，参训人员达1,282人。未发生任何数据泄露及其他信息安全争议事件。

#### 协作

1	围绕供应链效率优化，持续开展品类管理项目，将库存量单位（SKU）总量优化至约2,500个。
2	签订商业道德条款的供应商数目为478家，比例达100%。
3	《供应商行为准则》签订率100%。
4	本地供应商占比100%。

专业

1	公司通过ISO 9001质量管理体系与“上海品牌”认证的年度监督审核。
2	外部抽检合格率达99.5%。
3	公司整体满意度得分为4.72分，满意率为94.1%
4	客诉率为0.0039%，投诉处理率达100%，投诉处理满意度为98.3分。
5	上海地区全部90家门店均已加入“上海市无理由退货联盟”。
6	面向全员开展负责任营销专项培训，并通过“钉钉云课堂广宣小课堂”累计发布11期专题合规视频。
7	本年度共开展8场新员工系统培训。

创新

1	引入AI智能换衣技术，通过批量导入服装平面图，结合预设模特形象及多样化动作库，由AI自动化生成全系列真人试穿效果图。
2	截至报告期末，爱婴室已累计在境内完成商标注册521项。
3	截至报告期末，爱婴室在日本及欧盟等境外重点市场分别完成商标注册4项，共布局境外商标8项。

关爱

1	累计对外捐赠超178万元。
2	全体员工志愿活动投入总时数 1,830小时。
3	新人乳库爱心站点捐乳总量357,190 ml，捐乳人数61人次。

4	报告期内累计向200家浦东新区总工会妈咪小屋提供关爱礼包。
5	报告期内共向2名困难员工进行专项帮扶。
6	2025年，公司为入职满1年的员工投入约110万元“重大疾病综合险”。
7	2025年，公司共开展165场内部培训，159场外部培训。
8	报告期内，公司共开展产品专项培训88期。
9	报告期内，公司展开了多次应急响应培训和消防演习。

韧性

1	照明系统升级，照明亮度提升约31.6%。
2	通过运输管理系统（TMS）智能规划，报告期内运输准点率达98%，油耗降低8%，整体运输距离降低约10%。
3	在湖南、湖北、重庆等地，新能源车覆盖率达90%以上；在湖南、湖北、嘉善等地，电动叉车使用率达100%。
4	使用电动叉车替代柴油叉车，每年净减碳20.15吨。
5	光伏发电量为674,810 kWh，白日用电中光伏占比为79%；光伏用电量为326,925 kWh，消纳比为48%。
6	投入可循环周转箱3,000个，年循环次数超过37万次。
7	瓦楞纸箱回收复用率达32%，年回收复用纸箱超过85万个。
8	可回收资源利用率达85%，年回收再生纸箱约250吨、塑料/金属配件约3吨。
9	年捐赠完好服装超过70,000件，服装类废弃物再生利用率达70%。
10	在洗脸巾产品中采用100%再生纤维素纤维。



01

健康

HEALTH

3 良好  
健康与福祉





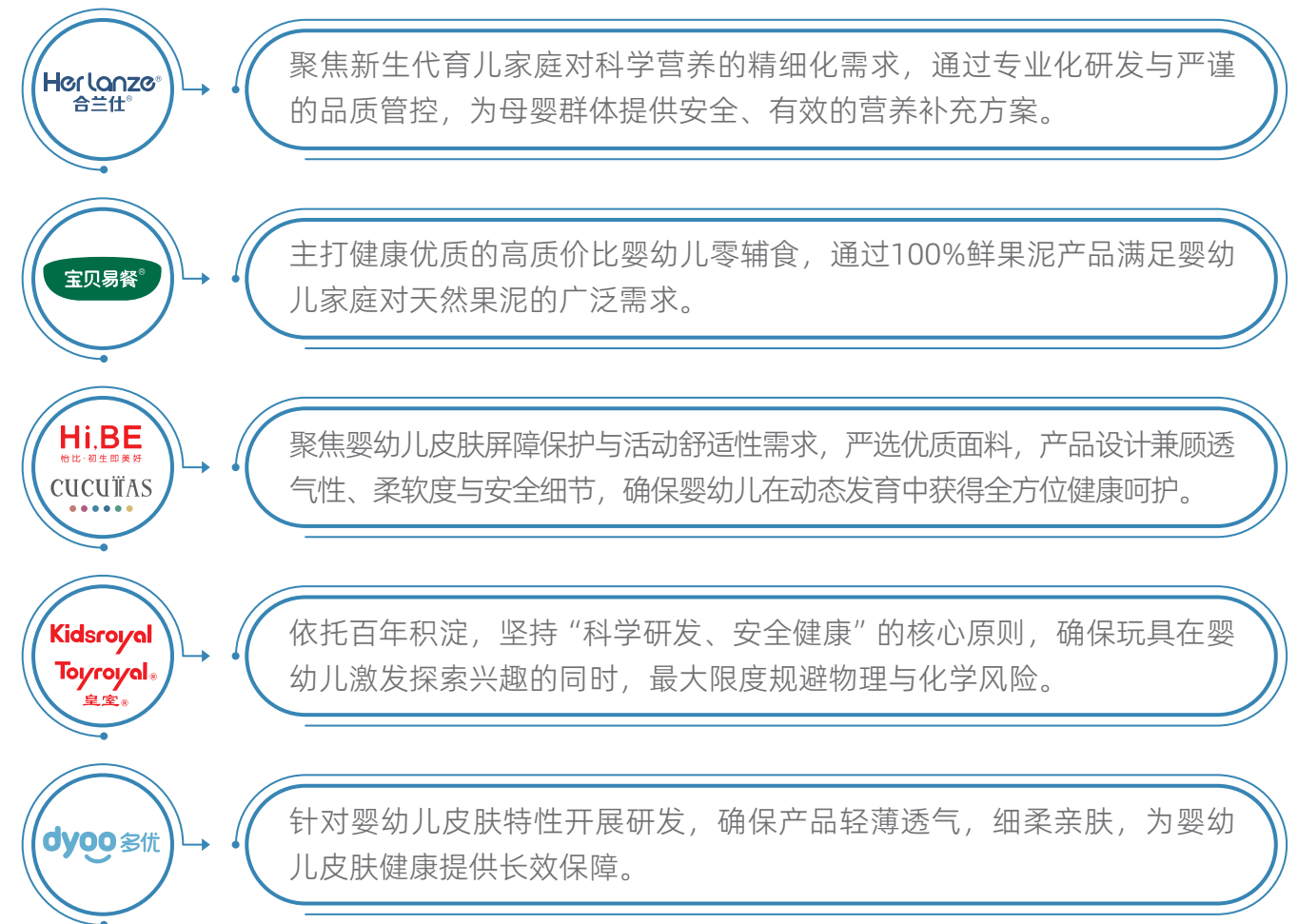
爱婴室始终坚持以国家战略为引领，深度践行《“健康中国2030”规划纲要》中“共建共享、全民健康”的核心要义，精准对接《“十四五”国民健康规划》中“促进婴幼儿健康成长”“完善妇幼健康服务体系”等关键部署，以“母婴健康”为企业发展的战略锚点，持续推动服务升级与产品创新。公司通过严格的产品质量控制、科学的产品研发及全方位的健康服务支持，切实履行对家庭与社会的健康责任。作为“您身边的母婴健康专家”，爱婴室持续强化健康管理体系，推动母婴行业向更安全、更专业的方向发展，以实际行动践行可持续发展理念。

2025年，爱婴室将“健康”理念全面融入企业文化升级与自有品牌协同中，通过多维举措诠释对这一核心议题的深度思考。我们以高标准打造卓越品质，构建从源头到餐桌的安全闭环，让健康成为贯穿宝贝成长旅程的温暖底色，为万千家庭筑起一道坚实的健康防线。



爱婴室自有品牌矩阵

爱婴室的自有品牌涵盖营养品、零辅食、棉品、玩具及纸制品五大品类。



公司开展常态化客户需求调研与健康风险监测，将婴幼儿及家庭健康需求作为战略指引，持续优化产品与服务矩阵。在业务决策中，我们精准识别健康痛点、针对性加强产品创新与服务升级，确保资源优先投向具有显著健康效益的领域。



宝贝易餐水果溯源团队合影

## 恒 贯彻可持续理念的营养品开发

公司将可持续理念深度融入营养品开发管理，构建以健康价值为核心的可持续发展体系。我们以《中国营养科学》《中国居民膳食营养素参考摄入量》为研发基石，针对不同年龄段婴幼儿的生理特点开发精准营养产品，确保每一款配方均能科学匹配特定发育阶段的健康需求。公司已构建从原料溯源、生产控制到品质验证的闭环管理体系，甄选高端原料并建立全流程追溯机制，依托药品级GMP洁净车间与第三方权威检测制度，确保产品符合健康标准。我们亦通过“可感知的透明工厂”机制，在精选系列产品包装设置追溯二维码，消费者可直观查阅生产与检测信息，以信息透明推动品牌信任建设，切实保障婴幼儿营养摄入的安全性与有效性。



举例而言，合兰仕畅享得益益生菌与合兰仕敏敏无忧益生菌坚持选用名列国家卫健委《可用于婴幼儿食品的菌种名单》的菌株，严选经科学实证的全进口活性菌株。每一株菌均可从源头溯源，在达到药品级GMP标准的洁净车间生产，严格按科学实证剂量添加，并通过第三方权威机构检测验证活菌含量，供应链严控批次数量，最大限度保持货架期益生菌活性，兑现“品质看得见”的承诺。

## 鲜 可负担的健康产品配方

我们以“原料品质、配方极简、产品透明”为核心，构建“鲜”标准下的婴幼儿果泥产品体系，确保消费者能以合理价格获得具备明确健康价值的食品。在原料管控方面，我们到全国各地优质水果主产区进行实地考察；2025年，宝贝易餐溯源团队跨越4,000公里，在新疆地区开展详细考察，重点考察阿克苏红旗坡产区的苹果、莎车地区的天山雪梨和香梨、伽师地区的法兰西西梅，从种植环境、风味口感、品质指标等维度严格筛选原料，确保“鲜果入料”。宝贝易餐团队的足迹亦遍布新疆、黑龙江、山东、四川、海南等地，只为寻找符合宝贝易餐高标准要求的好水果；好水果才能造就好果泥，从源头保障婴幼儿食品的健康与安全。

在配方设计方面，我们坚持极简原则，在“西梅泥”的基础上，进一步推出“樱桃泥”“黄金维纳斯苹果泥”等单一配料产品，仅保留水果本真风味；对于蓝莓、树莓等酸度较高的水果，严格限制配料不超过3种，只使用甄选的苹果、梨等果品调节口感，确保“简单配料、原汁原味”，最大程度保留水果天然营养，让宝宝吃到水果本真的味道。

《助农兴业，生生不息》守护宝宝的第一口原味鲜果泥，荣获“白玉琮杯”第十二届上海市优秀公共关系示范案例。



## 融 稻鸭共生生态模式下的健康原料

我们选取稻鸭共养模式培育的鸭田稻作为零辅食品牌米饼的核心原料，该种植方式通过鸭稻共生实现环保、低碳、可持续的农业生产，践行生态呵护理念。稻鸭米富含大米原生营养，制成的米饼口感香甜，能为婴幼儿提供纯粹自然的味觉体验。为确保产品健康安全，我们对原料实施57项农残检测，并依托无麸质产线进行生产；经第三方检测机构验证，产品麸质含量未检出，符合无麸质标准。这一全流程管控体系从原料生态种植、营养保留到安全检测层层把关，竭力为婴幼儿提供兼具自然风味与健康保障的米饼产品。



第三方机构无麸质检测报告

## 隐 贴身衣物无感标签工艺升级

传统产品缝制洗标因物理摩擦易引发皮肤瘙痒、刺痛等健康隐患，贴身穿着的内衣裤产品尤甚。为守护婴幼儿皮肤屏障健康，我们对所有在售内裤品类实施洗标工艺升级，通过将洗标信息直接转印至面料内层，消除物理接触风险，显著提升贴身衣物的穿着舒适度。为确保工艺升级后的健康安全，我们对每一批次无感热转印洗标实施第三方检测，覆盖重金属、邻苯二甲酸酯、甲醛、摩擦色牢度等关键指标，检测结果均符合安全标准，从源头杜绝化学与物理刺激风险，为婴幼儿皮肤健康提供全方位保障。



第三方机构安全检测报告



麦秆料玩具车  
第三方FDA食品接触安全测试报告

### 循 生物基材料玩具上市

我们以生物基碳含量达21%的小麦秸秆纤维复合料（PWM 861B）为核心材质，于2024年启动开发麦秆料玩具车系列。该材料通过美国食品药品监督管理局（FDA）食品接触安全测试，杜绝化学污染风险。产品开发环节中，我们与供应商协同优化外包装设计，强化麦秆纤维的环保属性传递，使产品兼具安全性与可持续价值。未来，我们将持续拓展生物基材料在玩具、包装等领域的应用，与供应链伙伴共同推动“玩具循环经济”，为婴幼儿提供更安全、更健康的玩乐体验。



合兰仕新品口服液宣传海报

### 严 贯彻落实严格产品宣传规范

爱婴室保健产品宣发均严格遵循《广告法》《保健食品广告标识标注指引（征求意见稿）》《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法（2019）》等国家法规规定，构建全流程合规宣传管理体系。我们明确区分保健食品功能声称与普通食品宣传边界，确保所有广告内容均经内部合规审核，杜绝夸大功效、误导性表述等违规行为。同时，我们在包装标识中完整标注保健食品批准文号、适宜人群及“本品不能代替药物”等法定信息，既保障消费者知情权，亦践行企业合规经营责任。



## 舒 基于舒适技术的新型产品

调研显示，纸尿裤使用中“红屁股”（尿布皮炎）是婴幼儿家庭的高频健康困扰，其核心成因包括但不限于“潮湿+摩擦+化学刺激”三重因素对皮肤屏障的破坏。为回应这一健康关切，我们围绕“减少摩擦、加速干爽、降低刺激”三大技术路径开展攻关，并取得阶段性突破。基于实验室测试数据验证，我们预计将于2026年内实现技术落地，推出具备高倍吸收、干爽性能更优、更低皮肤刺激性的新型纸尿裤产品，缓解婴幼儿红屁股等不适症状，提升家庭育儿健康水平。



未来，爱婴室将持续深耕母婴健康生态，以产品创新与服务升级为协同策略，持续筑牢婴幼儿健康保障。我们将以科学研究为基石，重点布局精准营养、生物基材料应用与数字化健康管理等领域，持续优化从原料溯源到消费终端的全流程品质管控体系，深化透明工厂与可追溯机制建设。

同时，我们将依托线上线下融合服务模式，积极引入人工智能，为家庭提供个性化健康解决方案，推动母婴行业向更安全、更专业的方向迈进。



# 02

诚信

INTEGRITY

16 和平、正义与  
强大机构





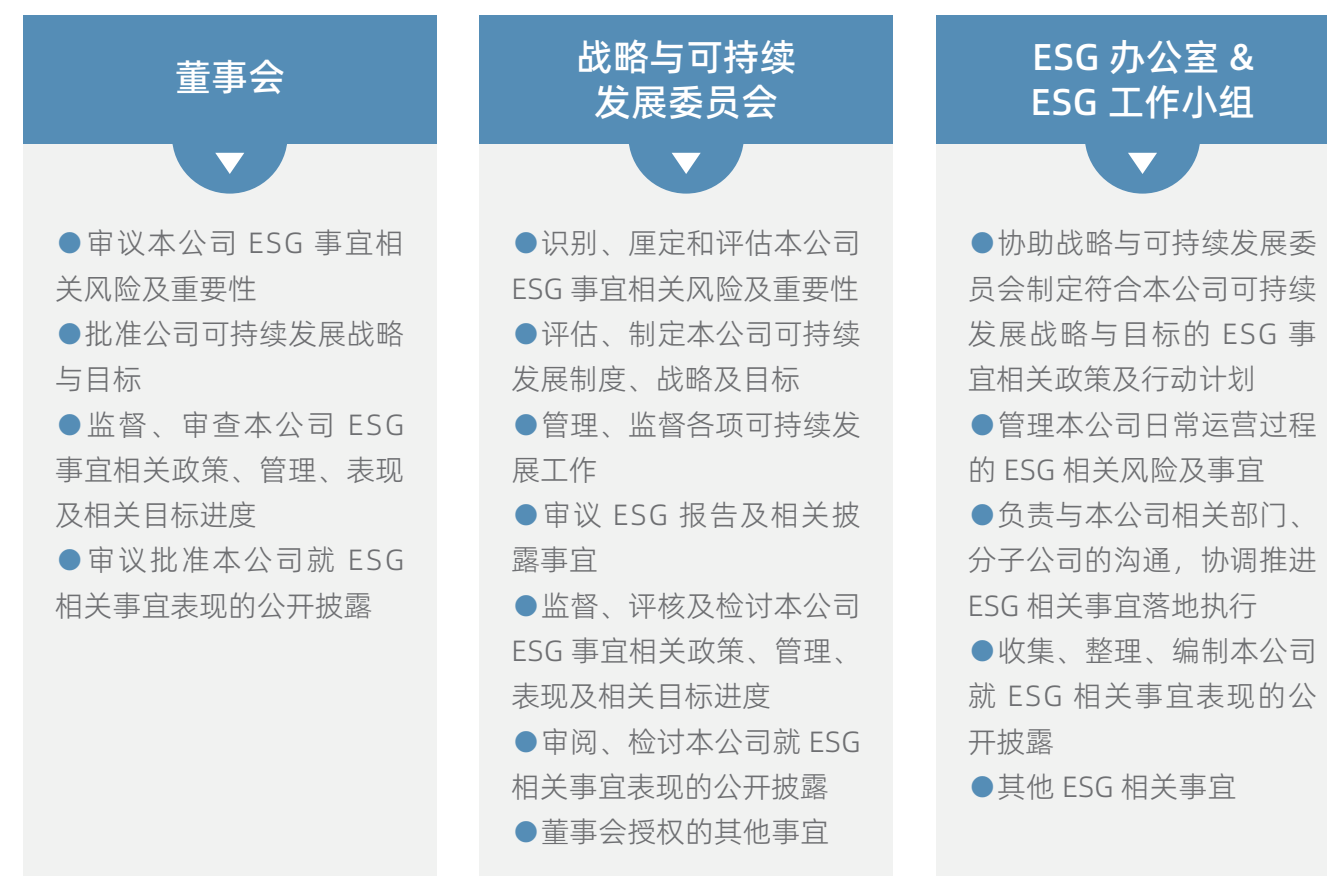
在复杂多变的大环境中，爱婴室将可持续发展作为核心驱动力，依托稳健的治理架构与高效管理，确保其在企业战略与经营实践中协同落地。公司持续完善监督体系，加强信息披露透明度，不断推动经济、环境与社会价值的协同发展，致力于为各利益相关方创造可持续的长期价值。

## 可持续发展管理

### ESG治理

爱婴室深刻认识到，企业实现长远发展的根基在于可持续发展的有效践行。公司将ESG管理及可持续发展理念全面融入日常运营与战略决策之中，持续优化ESG治理体系，完善顶层设计，并积极推动董事会与管理层在ESG事务中的参与度与决策效能，为持续创造多方共享的长期价值奠定坚实基础。

爱婴室的ESG治理架构以董事会作为ESG与可持续发展管理的最高决策与责任机构，全面监督公司ESG方针的制定、重大事项审议及战略目标的落地。公司同步设立董事会专委会——战略与可持续发展委员会、ESG办公室及各专项ESG工作小组，形成董事会治理、战略与可持续发展委员会管理、ESG办公室及工作小组执行的多层次、权责清晰的执行体系，确保ESG事务的统筹推进与高效落实。



#### ESG治理架构各职级工作细则

公司将ESG关键绩效指标纳入高级管理团队的考核与薪酬评价体系，并依据年度ESG评估结果实施相应的激励与约束机制，以此驱动管理层与全体员工协同推进负责任商业实践。

爱婴室系统规划了短、中、长期三大阶段的行动目标，将ESG理念从承诺转化为切实的行动力，将长远战略分解为可执行、可达成的具体任务，旨在稳步推动企业与社会、环境的和谐共进。

**短期目标  
(2026年前)**

构建并运行一个高效的ESG管理体系，在公司风险管理和治理结构中深度融合ESG元素，旨在将ESG理念转化为企业的核心竞争优势，推动企业在可持续发展的道路上迈出坚实步伐。

**中期目标  
(2026-2030)**

公司重点项目对标国际最佳实践，持续提升ESG标准和绩效表现。

**长期目标**

坚持推行绿色、低碳的发展观念，力求在全球母婴用品行业中引领可持续进步的潮流，为全球的家人供应安全、健康且环境友好的母婴产品，为孩子们的成长营造一个更光明的未来。

**爱婴室 ESG 与可持续发展短、中、长期目标**

报告期内，我们荣获上海浦东外商投资企业协会与上海浦东新区内资企业协会认可，取得“2025年浦东新区中外企业可持续发展(ESG)优秀案例奖”。



2025年浦东新区中外企业可持续发展(ESG)优秀案例奖

**利益相关方沟通**

爱婴室始终将利益相关方权益保障置于公司治理的重要位置，持续深化与政府及监管机构、股东与投资者、供应商、客户、管理层及全体员工、合作伙伴以及社会公众等各群体的沟通与协作。通过构建常态化、多元化的双向沟通渠道，公司系统识别并回应各方诉求与期望。为进一步提升沟通效能，我们建立了多层次、覆盖全面的议题反馈与响应机制，确保不同利益相关方的意见与关切得以有效传递和及时回应。

利益相关方	关注议题	沟通方式与渠道	2025年回应举措
地方政府与监管机构	产品质量与安全 商业道德 职业健康与安全 员工权益与福利 应对气候变化	现场调研 公文往来 会谈 政策执行 信息披露	配合政府监管工作 依法进行信息披露
股东与投资者	产品质量与安全 客户关系 创新驱动	股东会 信息披露 投资者沟通平台 业绩说明会及其他交流活动	定期召开股东会 举办3次业绩说明会， 向投资者解读业绩、 企业经营战略
供应商	负责任营销 商业道德 产品质量与安全	供应链质量/安全/ 负责任管理及审核 供应商培训与提升 供应商交流大会	推动供应商环保、安全、 用工方面的履责 开展符合公司商业准则规范 和标准的培训和交流
消费者	客户服务 产品质量与安全 职业健康与安全 员工权益与福利 信息安全与隐私保护 营养与健康	客户满意度调查 客户专线 官方媒体平台	客户满意度调查与售后服务 收集用户反馈，分析提出 解决方案 遵循法规要求，严格保护 客户隐私
管理层	产品质量与安全 客户关系 员工权益与福利 信息安全与隐私保护 商业道德	内部管理会议和报告 公司治理相关培训 内部信息沟通平台 内部邮件往来	定期举办内部会议 商讨公司制度及审阅有关报告 参与相关培训
非管理层员工	产品质量与安全 职业健康与安全 员工权益与福利 信息安全与隐私保护 商业道德	各类员工活动 员工培训 员工考核 工会与职代会 内部信息沟通平台 内部刊物 员工满意度调查	公平招聘 多渠道投诉与反馈 组织培训和文化建设活动 组织文化、体育、娱乐活动
合作伙伴	信息安全与隐私保护 知识产权保护	交流互访 行业相关协会、 工作组 战略合作项目 信息披露	与合作伙伴定期交流互访
公众及社区	产品质量与安全 职业健康与安全 商业道德 社区公益 乡村振兴 环境合规管理	交流互访 媒体采访 官方媒体平台 信息披露 社会公益项目 社区志愿者活动	积极投身公益及志愿者活动 荣获“模范工会”称号 为200家浦东新区 妈咪小屋捐献关爱礼包

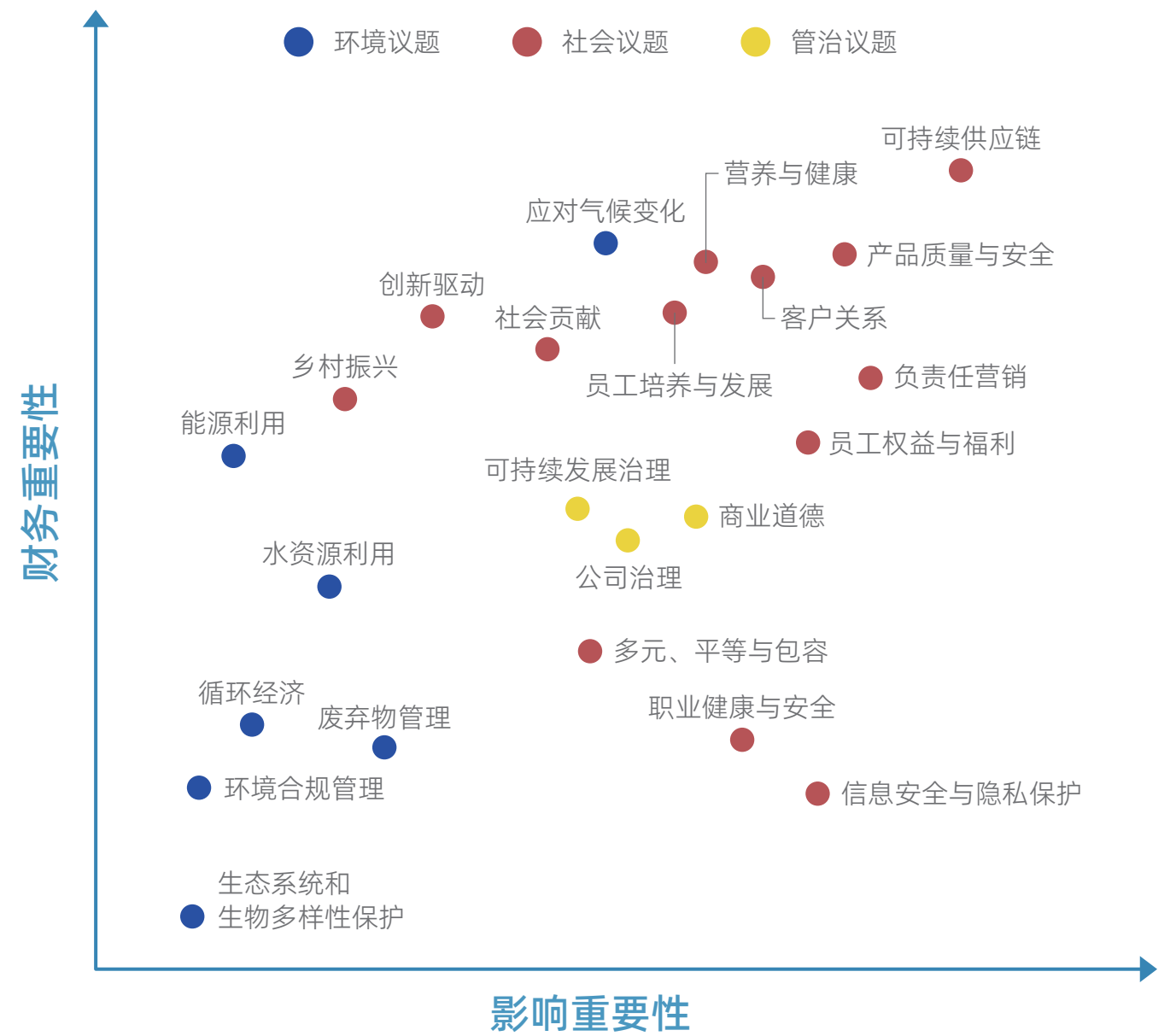
## 双重重要性分析

为积极响应公司可持续发展进程与内部经营实际，爱婴室结合上海证券交易所相关指引及本年度公司发展情况，优化建立了议题库并持续开展双重重要性评估。我们既关注各议题对公司财务状况的潜在作用，也重视本集团在相应议题的管理和表现对外部社会或相关方产生的影响。通过利益相关方问卷，我们识别了对各利益相关方产生显著影响的重点议题，并通过内部专业研判进一步强化对相关议题的财务重大性判别与确认，确保评估结果更贴合企业当前战略与运营实际。



双重重要性评估流程

报告期内，我们进一步对标、参照了消费品与食品行业领先企业的实质性议题识别结果与披露范式，并依据本公司价值链特征与长期战略目标进行校准，从而构建兼具行业共识与内部战略连接性的实质性议题矩阵。2025年，我们共识别出23项双重重要性议题，其中环境议题7项、社会议题13项、管治议题3项。我们于本报告中，针对可持续供应链与应对气候变化两个议题，围绕“治理-战略-影响、风险和机遇管理-指标与目标”四个方面核心内容进行了分析和披露。



爱婴室双重重要性矩阵

维度	爱婴室 2025 年度 ESG 议题
环境	应对气候变化
	能源利用
	水资源利用
	废弃物管理
	循环经济
	环境合规管理
	生态系统和生物多样性保护
社会	产品质量与安全
	可持续供应链
	客户关系
	负责任营销
	职业健康与安全
	多元、平等与包容
	员工培养与发展
	员工权益与福利
	信息安全与隐私保护
	乡村振兴
	社会公益
	创新驱动
	营养与健康
	管治
商业道德	
可持续发展治理	

爱婴室2025年ESG议题清单



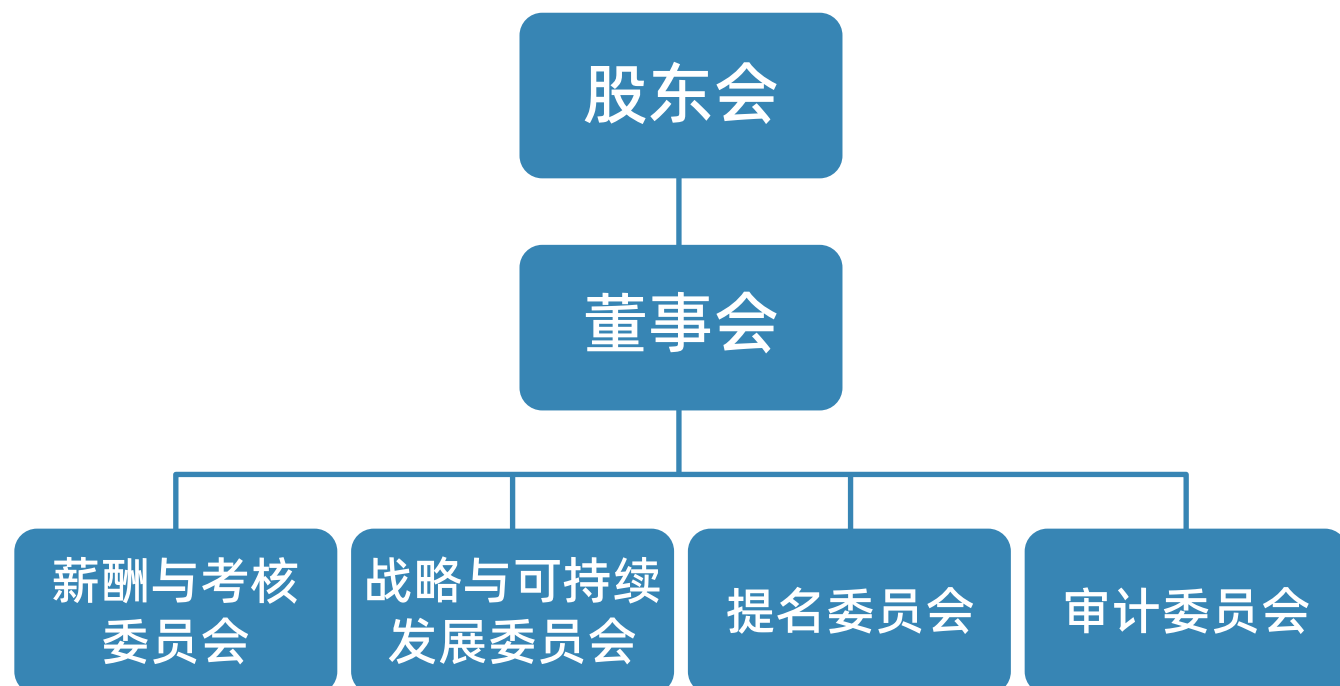
## 企业治理

爱婴室持续完善以董事会为核心的治理体系，不断强化合规管理与内部控制机制建设。通过将ESG理念与实践深入融入公司运营，公司切实保障各方权益，持续推进可持续、高质量的发展路径。

### 公司治理

爱婴室致力于构建卓越的公司治理体系，严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上海证券交易所上市公司自律监管指引》等法律法规及监管要求，并以《公司章程》为基本准则，持续完善由股东会、董事会与管理层构成的三位一体治理架构，确保权责清晰、运作规范、决策科学。随着新《上市公司治理准则》2026年1月起正式实施，为积极响应新时期上市公司高质量发展的新要求，公司于2026年1月13日制定并发布了《公司董事及高级管理人员薪酬管理制度》，将董事、高级管理人员的薪酬与其履职绩效、公司长期价值及股东回报更紧密地结合，通过科学的激励约束机制，促进管理层与公司、股东利益协同，进一步提升治理效能与决策质量。

我们严格规范董事会选举、召开和表决程序，董事会由股东会选举或更换，任期为3年。董事会作为爱婴室的最高决策机构，始终恪守独立性与专业性，为公司各阶段发展提供清晰、稳健的战略指引。董事会下设战略与可持续发展委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会以及提名委员会四大专业委员会，对公司的重大制度、核心战略与关键决策进行持续监督与指导，为爱婴室可持续发展筑牢治理根基。



爱婴室治理架构

爱婴室股东会严格遵循既定议事规则运作，确保各项治理程序得以有效实施。会议的召集、召开及提案流程均依据《中华人民共和国公司法》《公司章程》等法律法规与内部制度执行，切实保障全体股东，并注重强化对中小股东权益的实质性保护。公司致力于为所有股东提供平等、充分的参与机会，确保其能够有效行使权利，并实质参与公司重大决策过程。

爱婴室董事会由7名董事构成，包括3名独立董事，占比超过40%。董事会严格遵循《中华人民共和国公司法》及《公司章程》的规定运作，具有完善的决策机制，全面负责公司经营管理与重大决策。为提升决策的专业性与科学性，董事会下设四个专门委员会，依托各自领域的专业能力，在重大事项审议过程中为董事会提供有针对性的专业意见与建议。

在董事提名过程中，爱婴室遵守《公司章程》《独立董事工作制度》中董事和独立董事的任职条件，综合考量候选人的性别、年龄、专业背景、行业经验与职业技能等多维度要素，尤其重视董事会的独立性、多元化和专业能力建设。

2025年，公司发布《董事会关于独立董事独立性情况的专项意见》，对独立董事的独立性进行系统审查。该项工作旨在确保独立董事始终保持客观、公正的立场，有效履行其监督与咨询职责，从而为公司重大决策提供更具独立性、专业性的意见支持，进一步巩固公司治理的规范性与公信力。

我们致力于构建具备全面视野与多元认知的董事会结构，以提升公司治理水平，保障决策的科学性与运营的规范性。截至报告期末，爱婴室董事会董事共7人，独立董事3人，女性董事3人，独立董事（行业专家）1人，其中女性董事占比42.8%。

股东会	董事会会议	审计委员会会议	提名委员会会议	监事会会议	战略与可持续发展委员会会议	薪酬与考核委员会会议
3次	6次 董事出席率100%	5次	1次	3次 报告期内，爱婴室已取消监事会，由审计委员会承接监事会职责	1次	1次

公司董事及高管积极参与《上市公司治理准则》市值管理等专项培训，持续提升公司治理能力，确保全体董事对法规要求及履职规范形成全面、准确的理解。报告期内，董事会成员累计参与相关专题培训共计5次。

## 信息披露与投资者关系管理

爱婴室始终将投资者权益保护作为公司治理的核心工作，严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》及《上市公司信息披露管理制度》等法律法规要求，确保定期报告与临时公告的及时、准确和完整披露。董事会秘书作为投资者关系管理的关键负责人，全面统筹股东沟通、来访接待及咨询回复等事务，保障信息传递渠道高效畅通。

2025年，公司通过举办线下业绩说明会、线上AI数字人互动式业绩说明会及战略研讨会等多种形式，持续加强与所有股东之间的深度沟通。在信息披露方面，公司坚持高标准、透明化管理，切实保障全体股东的知情权、监督权与参与权，助力股东全面掌握公司经营发展动态。报告期内，公司新制定了《市值管理制度》与《信息披露暂缓与豁免管理制度》，并对《信息披露管理制度》进行了全面修订，各项制度的完善，既有效保护了公司的核心利益，同时强化了信息披露的公平性与透明度，更好推动了公司内在价值与市场价值的良性互动。

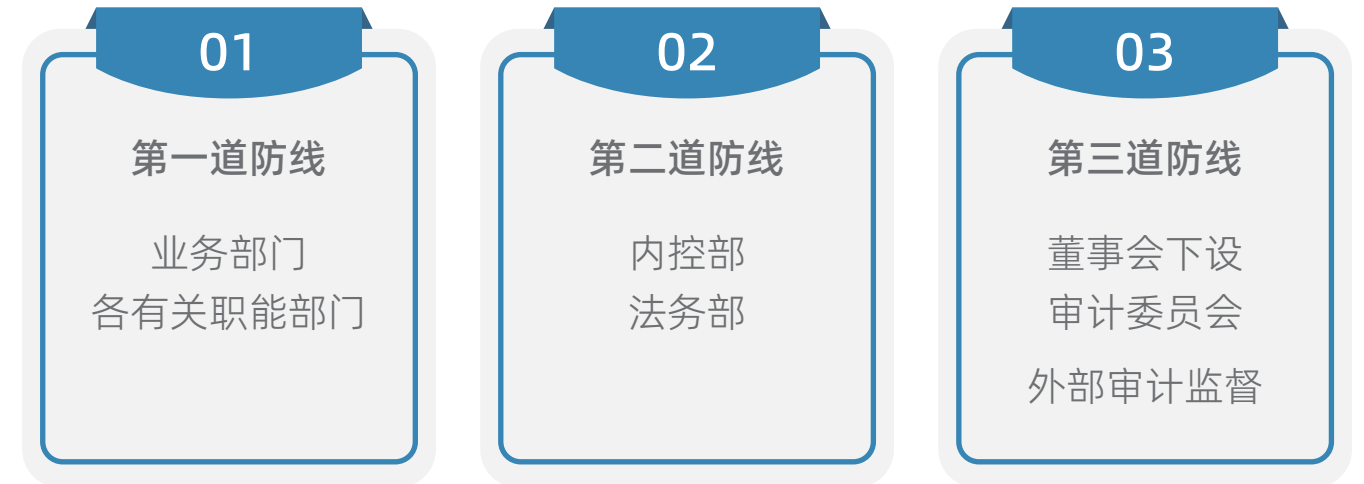
报告期内，公司累计发布定期报告4份、临时公告57份，连续四年获得上海证券交易所信息披露工作最高评级“A”级。

此外，爱婴室凭借在投资者关系管理方面的卓越表现，荣获全景网“投资者关系金奖-杰出中小投资者关切奖”和易董“上市公司卓越投关建设奖”，充分体现了市场与投资者对公司治理及沟通成效的广泛认可。

## 内控与风险管理

爱婴室已将风险管理体系与ESG治理深度融合，遵循《企业内部控制基本规范》及配套指引要求，制定并实施《内控管理和评价制度》《部门风险检查制度》等内部规范，建立完善的内控与风险治理机制和体系。公司各部门协同开展内控管理与评价，全面覆盖关键业务流程，并依据实际情况动态更新评价内容，定期审议ESG相关风险，不断强化风险识别与应对能力建设，并将风险意识融入企业文化，切实增强全员风险防控能力。

爱婴室通过构建涵盖一线业务部门、风险管理职能部门及内外部审计监督的三道防线架构，形成了系统化、全覆盖的风险识别、评估、防范与控制机制，并为风险管理工作提供了制度化的支撑保障。



报告期内，爱婴室系统开展多项内部审计与专项调查工作，涵盖区域全模块审计、业务专项审计及合规事件协查等维度。我们面向福州区域开展全模块内审及整改跟踪、门店增值服务与装修业务专项调查、礼品卡管理专项审计、第三方物流合作审计，以及多起门店违规事件的协查处理，有效强化了公司内部控制与合规管理水平。

### 礼品卡专项审计

在2025年开展的礼品卡专项审计中，公司发现存在非官方渠道流转的低价礼品卡问题。针对审计发现，公司及时升级系统管控措施，通过强化购卡页面风险提示、设置购买与转赠限制等方式，有效加强虚拟商品在流通环节的风险防控，提升了礼品卡业务的管理规范性与安全性。

2025年，爱婴室获得了上协颁发的《2025年上市公司内部控制最佳实践》奖。



2025年上市公司内部控制最佳实践奖

## 商业道德

爱婴室恪守商业道德准则，严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反垄断法》等法律法规，持续推动廉洁合规文化建设，对不正当竞争、贿赂、贪污、欺诈等行为实行零容忍政策。我们要求全体员工严格遵循《员工手册》中关于商业道德的各项规定，并要求员工在入职时签订《廉洁从业及利益冲突申报承诺书》，筑牢内部合规防线。截至报告期末，公司已实现新入职员工签署率100%。

在与供应商的合作过程中，公司积极倡导并践行尊重市场竞争、维护公平自由市场环境的原则，要求与爱婴室进行商业行为的供应商遵守和维护爱婴室在反贿赂和反腐败方面的政策，在《供应商手册》中对供应商提出商业道德方面的具体要求，坚决反对任何形式的不正当竞争、商业欺诈、垄断行为及洗钱等违法违规活动。

爱婴室将商业道德与合规意识培养纳入员工教育体系，不仅作为新员工入职必修课程，更开展覆盖全员的多维度培训，内容涵盖监管政策、行业规范及商业道德准则。通过系统化宣导与制度落实，公司不断强化职业操守，积极营造廉洁诚信、规范经营的企业文化氛围。

中高层管理提供的合规管理场次	11场
参加合规管理培训的中高层管理人数	450人
员工提供的合规管理培训次数	21场
参加合规管理培训的员工人数	1,501人
合规管理培训总时长	7,880小时

### 爱婴室合规与商业道德培训相关数据

爱婴室建立了包括热线、邮箱等在内的多元化举报渠道，鼓励员工、供应商及其他利益相关方及时反映潜在违规行为。所有举报信息均由专门机制负责多路径受理与处理，形成多方协同的监督体系。公司高度重视举报人权益保护，严格执行身份保密与反报复制度，确保举报过程安全可靠，共同维护企业廉洁健康的商业环境。

举报邮箱	举报电话
<a href="mailto:gysts.list@aiyingshi.com">gysts.list@aiyingshi.com</a>	021-68470177-850 021-50772369

此外，公司于OA系统正式上线《员工利益冲突申报流程》，在既有举报邮箱基础上，进一步构建主动申报机制，倡导员工自主申报潜在利益冲突，实现廉洁风险的前置防控。该流程覆盖全员全周期管理，包括入职申报、动态申报及年度定期申报（每年7月1日自动触发），形成系统化、闭环式的廉洁从业管理体系。自2025年7月1日上线以来，该体系已完成3,181人次申报，员工申报完成率达100%，有效提升了合规管理的主动性与覆盖面。

## 信息安全与隐私保护

爱婴室持续推进信息安全与隐私保护工作，依据《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国数据安全法》等相关法律法规进行信息安全及隐私保护工作，制定了《信息数据保密管理制度》《网络安全管理制度》《服务器安全管理制度》《IT 应急管理制度》《电子屏管理制度》等在内的一系列内部制度，在数字技术部负责人和下属安全管理员团队的信息安全工作治理下，建立并持续强化信息安全管理机制，切实筑牢用户数据安全与隐私保护的防线。

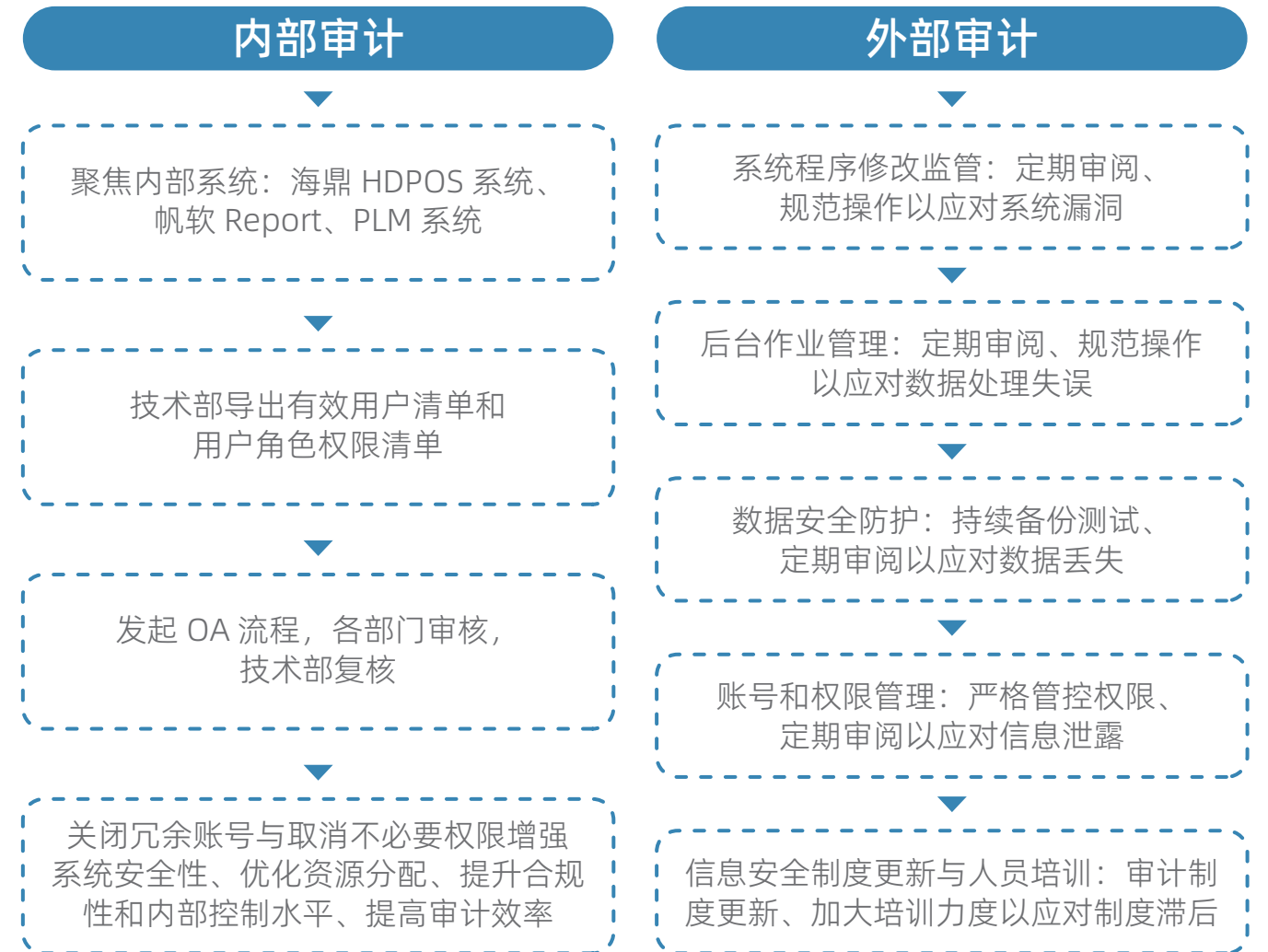
爱婴室应用并持续优化针对公司或客户数据泄露应急响应机制，遵循预防、监测、快速处理等原则。报告期内，公司执行应急备份演练2次，1次外部云厂商网络安全检查。为加强客户隐私安全管理，公司建立了涵盖数据收集最小化、高强度加密保护、基于角色的访问控制、全流程数据追踪与监控，以及完备的备份与恢复机制在内的系统化数据管理措施。

2025年，爱婴室持续推进信息安全与隐私保护能力建设，通过实施防火墙整体升级、优化访问控制策略、缩减非必要网络端口及域名访问，有效强化网络边界防护。同时，公司新增部署IPS入侵防御系统，实现全流量实时监测与主动攻击拦截，并构建“网络边界+终端”双重病毒防护体系，同步更新病毒特征库，全面提升系统威胁防御与响应能力。针对不同客户沟通渠道，公司制定了差异化的信息保护管理要求，以全面提升个人信息安全保障水平。



爱婴室采取信息安全保护措施

爱婴室依照制度严格执行每半年一次的内部审计与每年一次的外部审计，以确保信息系统安全稳定运行。审计结果显示，公司信息安全管理体运行有效，暂未识别出新的系统性风险。



内外部审计工作流程

2025年，爱婴室将信息安全与数据保护要求全面延伸至供应商及其他商业伙伴管理范畴，围绕数据共享全流程建立系统化的合规与安全管控机制。我们与涉及数据交互的合作方签订保密协议，明确界定保密范围、数据处理规范、保密期限及违约责任，并严格执行“最小必要”原则进行数据共享，仅提供履约所必需的信息，辅以对核心数据实施加密传输与访问控制，全面防范信息泄露与滥用风险。

爱婴室持续强化信息安全培训体系建设，培训内容涵盖基础安全知识、政策合规要求、常见安全威胁识别及应急处置方法。报告期内，公司已开展一次面向全员的信息安全演练。公司实行“新员工入职必修”机制，要求新员工在入职首周完成基础安全培训并通过考核。2025年，公司累计开展信息安全专项培训11次，参训人员达1,282人，有效提升全员安全防护意识与风险应对能力。报告期内，爱婴室未发生任何数据泄露及其他信息安全争议事件，未发生用户针对隐私保护的投诉事件。




# 03

协作

COOPERATION

8 体面工作和  
经济增长



9 产业、创新和  
基础设施



10 减少不平等



12 负责任  
消费和生产





爱婴室以“共创共赢、携手前行”为协作理念，秉持长期主义与责任共担的合作观，持续完善可持续供应链治理体系与协同机制，携手上下游伙伴共同推动母婴零售生态的高质量与可持续发展。

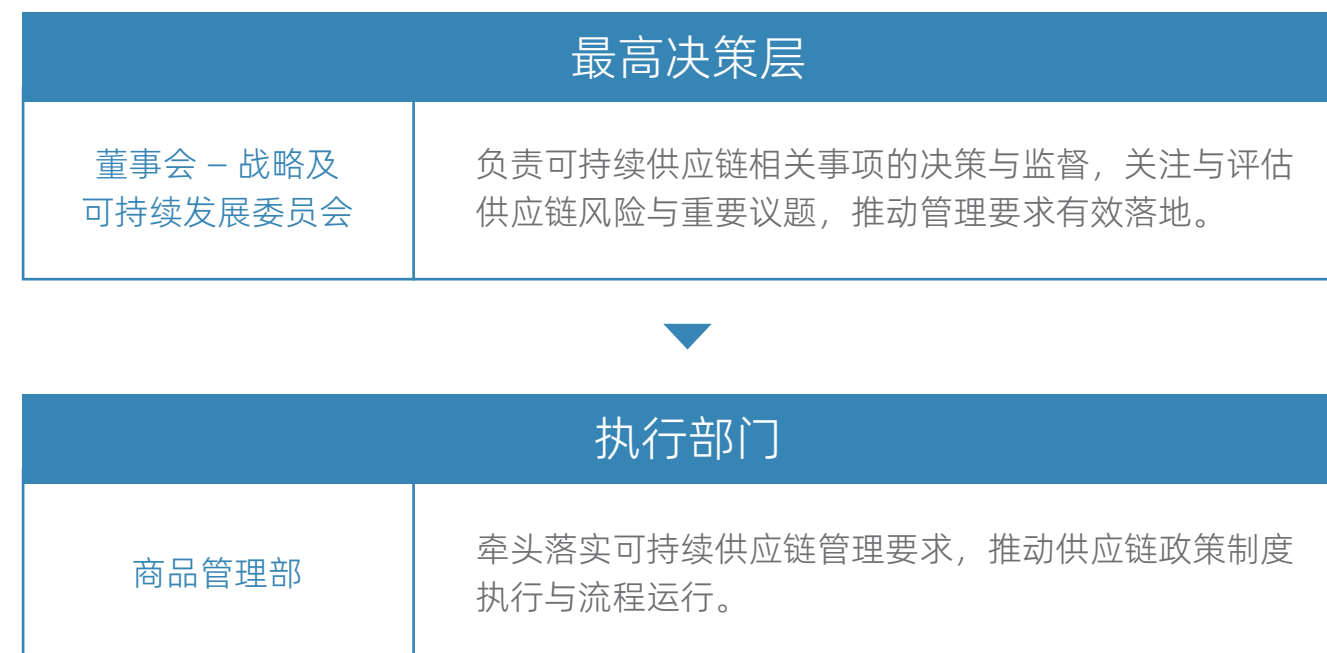
## 可持续供应链

爱婴室坚持将可持续发展理念融入供应链全流程管理，持续完善供应链管理架构与制度体系。

### 治理

爱婴室不断完善可持续供应链治理体系，严格遵守《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》等相关法规要求，并结合业务特点建立并持续优化内部管理制度与操作标准，推动供应链管理规范化。报告期内，公司更新《合规供应管理程序》《商品准入管理制度》《新品进场模板规范格式》《商品入库查验标准》，并新增《促销员管理协议》，进一步提升合规管理的执行力度与运营协同效率。

公司董事会下设战略与可持续发展委员会作为可持续供应链相关事宜最高决策层，负责可持续供应链相关事项的决策与监督，关注与评估供应链风险与重要议题，推动管理要求有效落地。商品管理部牵头落实可持续供应链管理要求，推动供应链政策制度执行与流程运行。



公司将可持续供应链相关管理要求与关键指标纳入供应链管理负责人绩效考核，强化责任落实与持续改进。此外，公司进一步强化会员中心（CRM）相关职能建设，将会员与消费者触点信息用于支持供应链管理优化。

## 战略

公司围绕供应链效率优化，持续开展品类管理项目，并对库存量单位（SKU）结构进行系统性梳理与迭代。公司以数据驱动方式，综合商品动销率、线上到线下（O2O）占比等核心经营指标，并结合商品同质化程度、价格带覆盖、品牌力与贡献率等维度，对各小类商品逐项评估，持续优化商品组合。报告期内，公司SKU总量优化至约2,500个，加快释放门店空间并提升陈列与周转效率。与此同时，公司亦在商品结构优化过程中持续提升准入标准，推动资源向质量表现更稳定、合规基础更扎实、可持续表现更优的产品及供应商集中，从源头降低抽检不合格、质量问题及客户投诉等风险。

与供应商建立长期、稳固、互信的合作关系是爱婴室推进可持续供应链管理的关键支撑。基于持续优化的商品管理体系，公司不断完善供应商准入机制、供应商准入后考核、定期评估与动态淘汰流程，推动供应链管理兼顾效率提升与质量管控。报告期内，公司于供应商管理平台（SRM）新增管理属性工具以加强供应商沟通与协同机制建设。此外，公司针对并主动开展供应链风险识别与研判，持续提升可持续供应链管理的规范化与韧性水平。

## 供应商准入管理

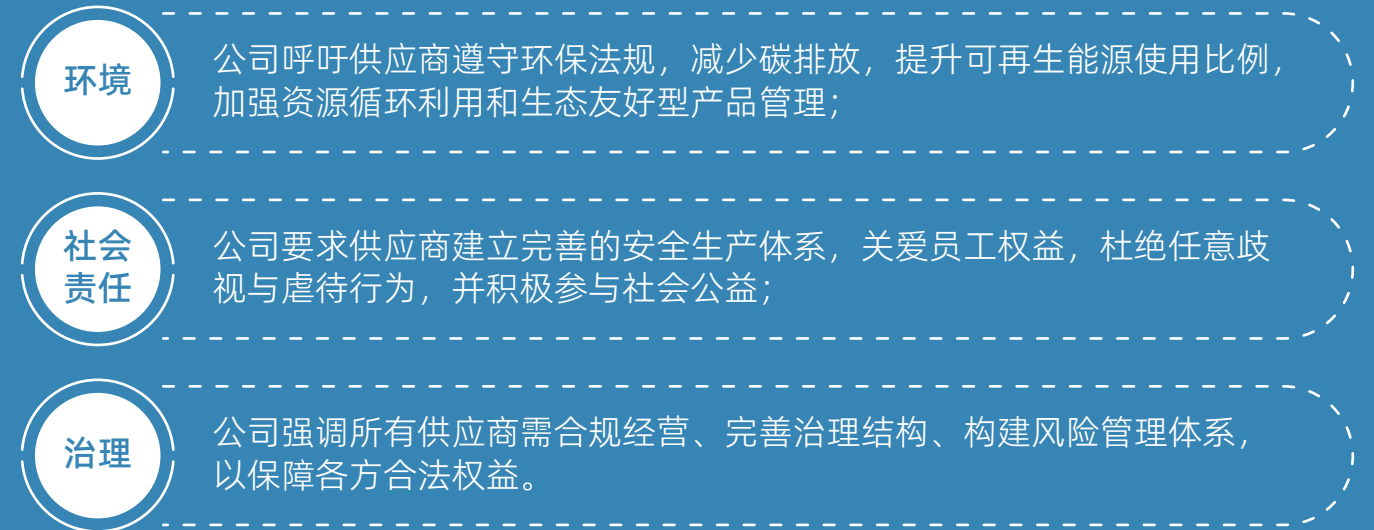
爱婴室在供应商准入管理中坚持标准前置与风险导向，基于既定四个维度对候选供应商开展筛选与评估，并通过量化指标与证据材料提高风险判断的一致性与可比性，在源头环节把控合作伙伴的合规与履约风险。公司在选择合作伙伴时，持续关注其环境与社会风险管理能力，优先与管理水平较高、治理体系较完善的供应商建立合作关系。



爱婴室供应商准入审核四大维度

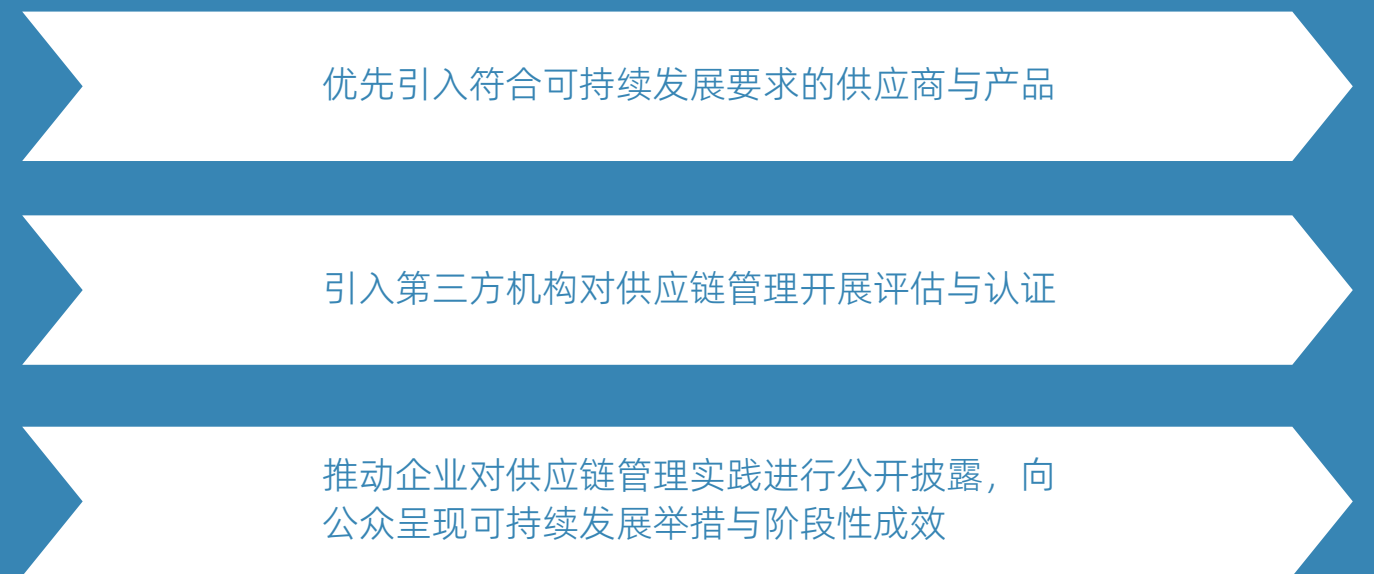
公司在已有准入评估框架基础上进一步优化评估内容与管理要求，将ESG相关要求纳入供应商准入评估的考虑因素，并在合作合同中补充完善ESG相关条款，明确双方在合规、责任与信息披露等方面的基本要求。对于已在ESG方面形成实践基础或取得阶段性成果的供应商品牌，公司在准入考评中设置相应的加分项，以鼓励供应商持续改进环境与社会管理表现，推动供应链协同提升可持续管理水平。

报告期内，为强化供应链合规管理，爱婴室进一步将ESG要求嵌入供应商管理工具与合作规则，在《供应商手册》中增设“ESG倡议”章节，明确公司对合作伙伴在环境、社会与治理方面的基本期望与行为准则，并将ESG相关倡议明确纳入供应商合同条款：



如供应商未能遵循上述倡议，爱婴室将保留要求整改、暂停或终止合作并追究违约责任的权利。

同时，公司在手册中同步明确了ESG要求的管理措施与处置路径：如供应商未能满足上述ESG要求，爱婴室有权要求其限期整改，并视情况采取暂停或终止合作、追究违约责任等措施，以确保ESG要求在供应链合作中可执行、可约束、可追责。



爱婴室供应商选择标准

### 自有品牌供应商管理

爱婴室针对自有品牌产品实行更为严格的供应商准入与质量合规管理要求，尤其在营养品及辅食品类中，将食品安全、国际合规与过程管控作为核心门槛并前置到准入阶段。公司由质量团队开展现场审核与第三方检测把关，确保原辅料溯源、生产过程与首批大货外检结果符合标准后方可供货；辅食业务通过品控、法务与产品经理的联合准入机制强化原辅料信息与产品合规资料的系统化收集与审查，并新增专职品控岗位对供应商进行评级打分、开展半年度合规复核，提升供应商管理的规范化与可追溯水平。

### 履约供应商考核

我们建立并持续执行较为严格的供应商评估与考核机制，确保合作方的交付与管理表现满足爱婴室的要求。公司对供应商实行分层分类管理，综合考虑其优势品类、资源与硬件条件（如产能保障、区域配套能力等）以及阶段性绩效考核结果，将供应商划分为核心、主力、卫星供应商等不同等级，并以此作为订单分配与合作深度安排的重要依据。



爱婴室供应商划分情况

公司持续优化供应商考核框架，设置五大考评维度，并持续把ESG要求纳入统一评估，重点关注供应商质量、环境与职业健康安全管理体系建设情况。

我们将ISO 9001质量管理体系、ISO 14001环境管理体系、ISO 45001职业健康安全管理体系等认证获取情况纳入评分规则，并结合明确的评价指标，对供应商在规范商业行为、诚信经营与反腐败等方面的表现进行综合评价，推动合作伙伴遵循与爱婴室一致的合规与道德标准。

同时，公司鼓励供应商定期披露ESG报告，用以呈现其在可持续发展方面的实践与成效，并对披露的完整性、准确性与及时性开展审核；结合供应商在环境、社会与治理方面的表现，将相关结果作为合作选择与合作优先级的重要参考，促进供应商持续改进可持续发展绩效。

### 业务综合能力

- 促销与展会配合能力
- 品牌运营效果

### 供货履约能力

- 供货能力
- 配送与交付能力

### 质量控制能力

- 客诉处理能力

### 财务能力

- 货款给付能力
- 财务服务能力

### ESG考核

- ESG 报告披露情况
- 商业道德评估
- 外部认证

爱婴室供应商五大考评维度

爱婴室始终将商品质量作为公司长期发展生命线，每季度开展供应商产品质量抽检，针对包括玩具、用品、棉纺品等品类进行全面抽检，以及时发现和解决潜在的质量问题。在履约供应商持续管理方面，公司针对自有品牌重点品类建立了更具针对性的跟踪与考核安排。

### 营养品

由质量团队开展现场审核，并配套全流程合规材料审核机制。

- 在生产过程中同步审核稳定性测试报告与批次出厂报告，并纳入系统化品控审核流程；
- 新品首批大货须在第三方外检结果符合标准后方可安排发货；
- 通过定期复核认证有效性与合规材料更新，持续强化动态管控能力

### 辅食

实施供应商分级管理，通过专职品控岗位对供应商进行评级打分，并在日常合作中强化质量跟进、抽检协调及合规资料的动态更新与归档，提升供应商管理的精细化与可追溯水平。

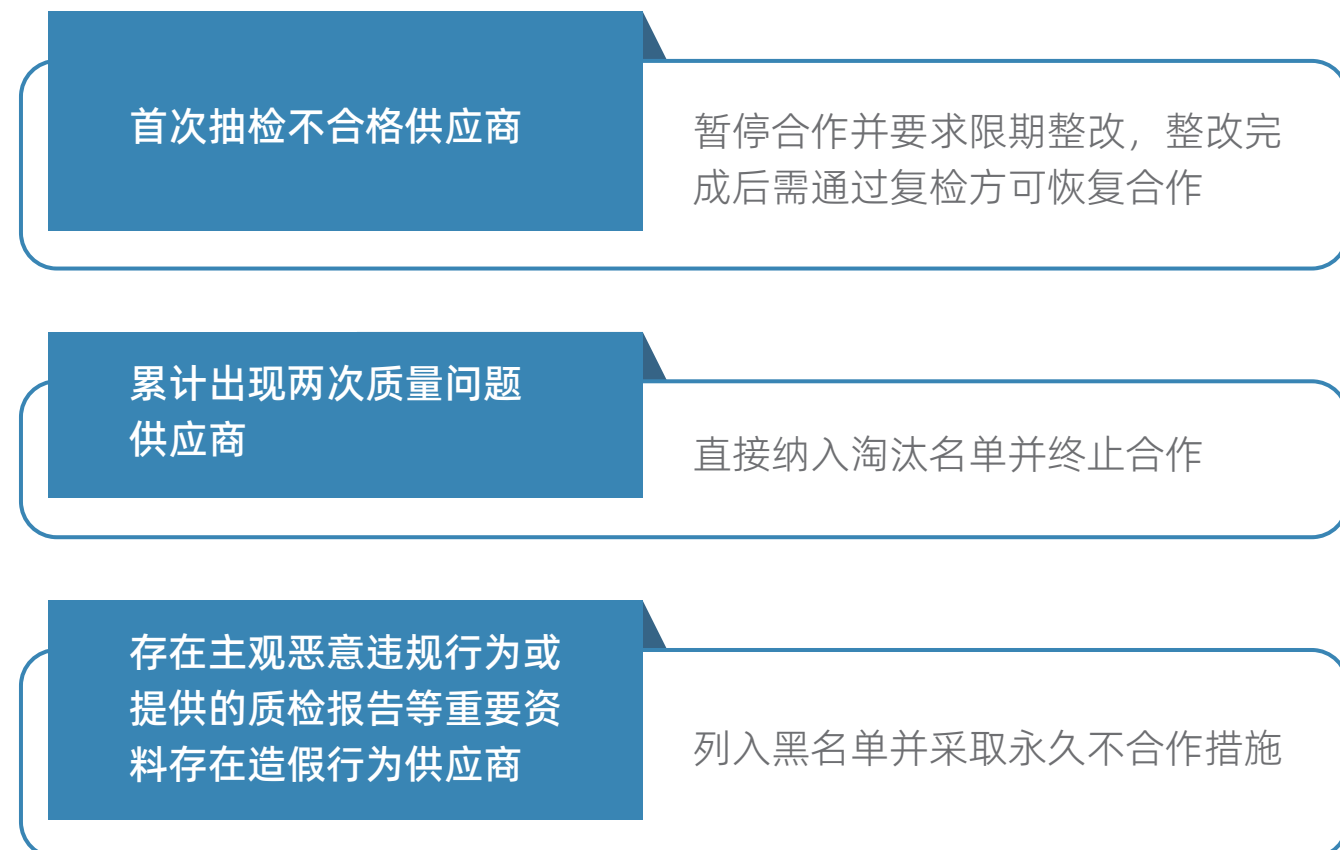
针对零辅食品类，正在筹备差异化的分级考核方案，拟基于供应商评级（A/B/C类）匹配不同强度的检测、评估与审核要求，并建立以食品安全及事故、合规、沟通、研发等为核心维度的绩效评分体系，通过“项目得分×权重”形成综合得分与等级对应规则，为后续更体系化的供应商绩效管理 with 风险分层管控提供支撑。

爱婴室自有品牌供应商考核机制

### 供应商淘汰管理

公司以年度综合评价作为供应商淘汰管理的决策支撑，确保供应链运行效率与商品质量稳定。年度评价采用结构化的多维指标体系，对供应商的经营协同与交付表现开展综合评估，评价维度覆盖业绩与综合服务能力、质量管理能力、财务稳定性、供货与履约表现以及环境相关要求等。我们设置明确的准入底线：年度综合评分未达既定标准（如低于70分）的供应商将被纳入淘汰管理范围。同时，公司将季度质量评价结果作为年度评价的重要组成部分，以季度表现的平均值反映供应商质量管理的持续性与稳定性。

公司坚持将产品质量与食品安全置于优先位置，对在售产品开展季度抽检管理；一旦发现不合格情形，相关产品将第一时间全渠道下架，并同步启动供应商责任追溯与分级处置流程。



爱婴室供应商淘汰机制

### 供应商沟通

爱婴室重视与供应商的常态化沟通协同，将其作为提升供应链响应速度、保障商品质量稳定与推动合作共赢的重要基础。公司通过多渠道、多触点保持与供应商的高频互动，报告期内进一步依托供应商关系管理平台（SRM），提升信息传递与问题闭环的效率；同时结合邮件、实地走访及即时通讯等方式，及时对齐交付计划、质量要求与合规关注点。在业务协作过程中，公司也与供应商围绕产品开发与迭代开展沟通，在产品设计与打样阶段就原辅料信息、质量标准与合规要求进行前置确认，促进产品端与供应端的高效联动。

### 供应商培训

为降低合规风险、统一执行口径，公司针对典型问题组织供应商培训与答疑，将法规核心要求与内部标准同步传导并拉齐。以消毒产品及医疗器械为例，爱婴室在进货查验过程中发现部分供应商对《消毒管理办法》《医疗器械监督管理条例》的关键要求掌握不充分，公司随即组织供应商会议，围绕现场发现的典型问题开展沟通与培训，并在会议中集中收集高频疑问与易错点，形成“问题清单”，对消毒产品标签标识不规范、医疗器械进货查验记录不完整等情况进行针对性解读与实时答疑。

公司聚焦法规核心条款与可操作要求，并结合实际案例拆解常见误区，同时同步传达公司内部质量控制标准与执行要点，帮助供应商将法规要求拆解细化。通过持续的沟通拉齐与质量培训，报告期内，消毒产品标签合规率显著提升，医疗器械进货查验记录完整率提高，供应商对法规条款的理解一致性进一步增强。

### 数字化供应链

随着公司业务规模扩展与监管要求不断细化，供应链管理对信息的及时性、准确性与可追溯性提出更高要求，数字化工具在供应商合规管理、风险预警与运营提效中的作用日益凸显。爱婴室持续推进数字化供应链建设，建立并完善SRM供应商管理系统，通过平台化手段提升供应商资料管理的标准化与闭环管控能力。

报告期内，SRM系统实现对供应商证照的精细化管理，支持证照有效期的精准维护与到期预警提醒，并可对供应商调查表相关材料（如品牌授权、营业执照、经营许可资质等）设置有效期校验机制。为强化执行效果，公司将证照到期维护情况纳入相关人员绩效考核，进一步提升证照维护效率与合规管理的响应速度。

供应商认证

合兰仕钙锌维生素D口服液（甜橙味）  
与合兰仕葆滴葡萄糖酸锌口服液

报告期内，公司上新合兰仕钙锌维生素D口服液（甜橙味）与合兰仕葆滴葡萄糖酸锌口服液两款产品，面向1岁以上人群用于补充钙、锌与维生素D及补充锌。公司在供应商管理中重视生产技术、质量控制与生产管理能力的对外部认可，相关供应商已建立较为完善的生产与质量管控体系，并获得多项国内外权威资质与管理体系认证。



CNAS实验室认可证书

ISO22000

ISO9001

ISO14001

FDA注册证书

清真证书

NSF455-2GMP认证

HACCP体系认证证书



百合股份已通过

影响、风险和机遇管理

爱婴室结合供应链管理所涉及的关键议题，将风险进一步拆解为更细颗粒度的子风险项，并围绕每一项子风险开展结构化评估。公司对已识别的子风险从发生可能性与潜在影响两方面进行量化判断，形成可对比的评分结果，并在此基础上采用加权计算的方法，综合确定各子风险的管理优先级与资源投入顺序。

针对优先级较高的子风险项，公司进一步配套建立相应的管理机制与工作流程，明确关键控制点、执行标准与责任分工，由专门团队负责日常跟进。相关团队按既定频次开展风险水平的监测、记录与复盘，及时识别风险变化与异常信号，并推动纠偏与改进措施闭环落实。同时，公司结合风险特征同步实施多项风险缓释举措，降低供应链风险对经营运行、产品质量以及内外部利益相关方可能造成的不利影响。

风险与机遇  
清单建立

- 系统梳理供应链全流程环节，覆盖原材料采购、生产加工、仓储物流与配送等关键节点，识别各环节可能存在的风险与机遇。

风险与机遇  
分析与确认

- 风险分析：从发生概率与影响程度两个维度开展评估，结合历史数据、行业资料与专家意见进行综合判断。例如评估供应商供货中断风险时，可参考其过往供货表现及所在地政治经济稳定性判断概率，并从生产进度、成本水平与客户满意度等方面评估影响。
- 机遇分析：评估机遇出现的可能性与成长空间，例如识别新兴市场机遇时，综合市场增长趋势、消费者需求特征与竞争格局判断进入可行性与潜力，并结合企业资源与能力评估把握能力。
- 与采购、生产、销售、物流等相关部门对齐沟通，对风险与机遇的评估结论进行校准确认。

风险与机遇  
评估与管理

- 风险评估：基于风险发生可能性与影响程度进行排序，确定重点风险点，形成应对方案并明确责任人及时间节点。
- 机遇评估：综合机遇潜在收益与投入成本确定优先级，制定推进计划，内容可包括资源配置、市场推广策略与合作伙伴选择等。

爱婴室供应链风险与机遇管理流程

报告期内，爱婴室积极评估与识别供应链潜在风险与机遇，并形成供应链风险识别清单。

已识别供应链风险	风险描述	应对措施
供应链质量安全风险	婴幼儿用品对质量与安全的要求极高，直接面向消费者，也是公司竞争力的重要体现；一旦质量管理不到位，可能引发使用安全事件，并在严重情况下对相关利益方及公司声誉造成显著不利影响。	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 建立覆盖供应链全环节的质量管理与控制体系，对潜在质量风险开展识别、评估与分级管理，并通过定期复盘与更新质量管理记录/报告，及时发现隐患并落实预防措施；</li> <li>● 设置严格的供应商准入门槛并开展周期性评价与质量审核，确保供应商生产过程符合质量标准，降低因供应商质量问题引发的风险。</li> </ul>
供应链透明度风险	婴幼儿用品处于较严格监管环境，监管法规对产品指标提出明确要求且存在持续更新；部分供应商可能对监管变化响应不及时，甚至出现虚假材料等情形，导致信息披露不充分、追溯困难等问题，进而对业务运营带来潜在风险。	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 持续推进供应链数字化建设并优化供应链管理平台（SRM），提升端到端数据共享与可视化能力，支持对供应链关键环节的实时监测与信息同步，减少信息不对称；</li> <li>● 强化与供应商的协同沟通机制，定期开展审计与评估，通过例行会议与沟通对齐信息披露与业务协作要求，提升供应链透明度与可控性。</li> </ul>
已识别供应链机遇	机遇描述	应对措施
深度整合供应链	公司现有供应商体系覆盖面广，支撑自有食品、自有棉品等多项自有品牌；进一步推进供应链整合，有助于提升供应链统筹与协同效率，强化质量与合规要求在全链条的一致执行，保障产品按公司标准稳定、及时交付。	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 持续完善供应商准入、分级评价与动态淘汰机制，将质量、交付与合规要求前置并贯穿合作全周期；</li> <li>● 依托SRM等数字化工具强化供应商信息与证照集中管理、到期预警与材料闭环更新，提升协同效率与风险响应速度；</li> <li>● 对自有品牌重点品类延续差异化管控路径，例如营养品由质量团队开展现场审核并配套合规材料全流程审核与第三方检测把关，辅食通过供应商评级打分与专职品控跟进实现精细化管理，并逐步推进零辅食供应商分级检测与绩效评价方案落地。</li> </ul>
建立绿色供应链	在现有供应链基础上推进绿色供应链建设，逐步提升绿色要素的过程管理与溯源能力，有助于更好回应婴幼儿产品监管要求与消费者对责任供应链的关注，增强自有品牌可持续竞争力并拓展产品受众。	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 在供应商准入评估与合作合同中持续纳入ESG相关要求，明确双方在合规、责任与信息披露方面的基本约束，并对具备ESG实践基础的供应商在考评中设置加分项；</li> <li>● 依托SRM平台与合规材料归档机制，提升供应商资质证书与关键合规资料的可追溯与动态更新能力；</li> <li>● 鼓励供应商定期披露ESG报告并开展完整性、准确性与及时性审核，将其环境与社会管理表现作为合作优先级的重要参考，形成持续改进的激励机制。</li> </ul>

爱婴室供应链风险与机遇识别清单

公司已建立覆盖供应商全生命周期的风险分级管理机制，将风险识别、分级抽检、结果应用与动态调整纳入一体化流程管理。

风险识别	分级抽检	结果应用	动态调整
在新品准入环节同步开展检测报告核验，重点核查材料真实性与一致性；一旦发现异常信号，及时纳入重点关注与监控范围。	对风险等级较高的供应商实施更高频次的抽检安排，按季度开展商品抽样，并通过随机盲抽与第三方检测相结合的方式强化抽检的独立性与有效性。	对检测不符合要求的产品及时启动下架与清退，并依据合同约定对供应商形成责任追究与违约处理，推动问题整改闭环。	根据供应商违规情形与风险变化，适时上调管控等级，并可扩大抽检范围从单一品类扩展至全品类商品，提升风险覆盖与防控力度。

爱婴室供应商风险分级管理机制

## 指标与目标

为持续提升供应链管理能力和增强过程透明度，公司建立了覆盖关键环节的监测指标体系。同时，公司制定清晰的供应链管理目标，并定期更新与发布目标推进情况，向各利益相关方呈现供应链治理的阶段性成效。报告期内，公司实现《供应商行为准则》签订率100%，达成既定目标。

指标	单位	2023年	2024年	2025年
<b>供应商划分</b>				
供应商总数	家	620	608	578
华北供应商	家	/	28	30
华中供应商	家	/	366	344
华南供应商	家	/	214	204
本地供应商占比	%	100	100	100
新引入供应商	家	109	88	110
淘汰供应商	家	167	30	138
<b>供应商管理<sup>1</sup></b>				
签订商业道德条款的供应商数目	家	/	20	478
签订商业道德条款的供应商比例	%	/	100	100
获得 ISO 14001 认证的供应商占比	%	/	15	9.7
获得 ISO 45001 认证的供应商占比	%	/	10	7.7
获得 ISO 9001 认证的供应商占比	%	/	55	19.9

<sup>1</sup>2025年供应商管理相关数据已覆盖爱婴室所有供应商，2024年数据仅覆盖爱婴室自有品牌食品供应商。

## 行业交流

爱婴室始终致力于推动母婴行业可持续发展，积极与政府部门建立常态化交流与合作关系。在主动对接政策导向、严格落实监管要求的同时，公司亦注重向相关部门分享在母婴产品质量管控方面的实践经验与有效举措，促进行业规范化建设、切实保障母婴健康安全贡献了企业力量。

报告期内，爱婴室积极推动母婴健康科普工作，与浦东电视台合作，共同录制了专题科普节目《食安360：守护宝贝“食”光 严把安全“味”来》。节目内容聚焦于母婴食品安全这一核心议题。爱婴室从零售企业的角度，重点阐述了在供应商筛选与准入过程中所遵循的严格资质审核标准与核心指标，分享了关于水奶等产品在冷链运输环节确保全程质量可控的管理实践，并就特殊医学用途配方食品的具体范畴与规范要求进行了专业解读。

### 参加“上海食品安全举报奖励工作”人民建议征集座谈会

为构建食品安全社会共治格局，上海市就“食品安全举报奖励工作”向社会公开征集人民建议。2025年7月，爱婴室作为母婴零售行业代表企业受邀参加专题座谈会。会上，爱婴室积极履行企业社会责任，主动发挥政府与公众间的桥梁作用，为推动形成更高效、务实的食品安全社会监督机制贡献了专业力量。

### 参加“2025年浦东特殊食品经营主体责任落实推进会暨培训会”

为促进特殊食品行业主体责任共同落实与经验交流，2025年8月，在“2025年浦东特殊食品经营主体责任落实推进会暨培训会”上，爱婴室作为企业典范受邀发言。公司以落实主体责任为核心，从企业制度根基、特殊食品全链路管理、信息化追溯体系、内部责任机制以及消费者权益保障五大维度，系统分享了在落实食品安全主体责任方面的成熟经验与做法。

### 参加特殊食品安全科普宣传暨浦东新区食品安全示范引领建设主题活动

为进一步普及特殊食品安全知识，提升公众食品安全意识，加强特殊食品安全监管和服务能力建设，爱婴室受邀参加在上海海洋大学（临港校区）举办的“尚德守法 共享食安”上海市特殊食品安全科普宣传暨浦东新区食品安全示范引领建设主题活动。此次活动旨在普及特殊食品安全知识、提升公众认知，并推动监管与服务能力协同发展。爱婴室在现场通过展台咨询、资料发放与互动讲解等形式，向高校师生及公众传递母婴特殊食品选购、食用与储存的科学知识，尤其对特殊医学用途配方食品等专业品类进行了重点解读。



活动现场



04

专业

PROFESSIONAL

12 负责任  
消费和生产





爱婴室深耕母婴行业，始终将“专业”作为立身之本与服务基石。我们坚持以严苛的标准守护母婴家庭，通过构建全生命周期的产品质量管理体系与卓越的服务保障机制，将责任落实于食品安全、产品合规、客户体验及负责任营销的每一个环节，致力于为消费者提供安全、可靠且有温度的高品质产品与服务。

## 产品责任

爱婴室建立并持续优化覆盖全产业链的质量控制体系，从源头准入到流通环节实施全流程标准化监管，确保每一件商品均能经受品质考验。通过精细化的品质管理与差异化的产品矩阵，我们不断强化品牌的核心竞争力，在满足消费者多元化需求的同时，为企业的长期稳健经营提供强有力的专业保障。

## 食品安全管理

爱婴室将食品安全作为自有品牌经营的底线要求与核心管理重点，围绕营养品、辅食及零辅食等关键品类，持续强化从供应商准入、进货查验、过程管控到宣传合规的全链条管理，确保产品质量稳定、信息真实可核验。

公司严格遵守国家及地方有关食品安全与产品合规的法律法规及食品安全国家标准，并于报告期内更新《合规供应商管理程序》《商品入库查验标准》等内部政策制度以确保在原材料层面把控食品安全。公司要求营养品供应商须具备ISO 9001质量管理体系认证等基础质量体系，亦要求获得ISO 22000食品安全管理体系认证、HACCP危害分析与关键控制点体系认证等食品安全管理体系，关注并审核美国食品药品监督管理局相关合规/注册要求（FDA）、欧盟相关标准如英国零售商协会全球食品安全标准认证（BRC）及清真等资质。

公司高度重视自有品牌食品类商品的质量与食品安全管理，围绕辅食、营养品等重点品类建立全面的供应商管理机制，严格落实食品安全相关法律法规及食品安全国家标准要求，持续强化对供应商资质证照、体系建设与关键合规资料的审核，并通过分级管理、现场审核、第三方检测等方式提升过程管控的有效性，降低食品安全与合规风险，保障消费者权益。关于食品供应商准入要求及准入后考核安排的具体内容，详见“协作”章节相关段落。

## 产品认证

公司坚持以食品安全与合规为底线要求，面向自有品牌辅食、营养品等重点品类，持续通过第三方检测与外部认证等方式强化质量验证与合规背书，确保产品相关信息与关键指标可核验、可追溯并满足法律法规及监管要求。

报告期内，公司在多类自有品牌产品上引入外部机构的检测与认证安排，通过独立验证机制进一步夯实食品安全管理的有效性，降低合规风险，提升消费者信任度。

## 婴幼儿有机泡芙

公司在泡芙产品原料选择阶段坚持“源头可追溯、标准可核验”的原则，选用来自黑龙江东北原产地的有机大米作为核心原料，并对原料来源文件进行留存备查。同时，该产品通过第三方认证机构的有机认证，以独立认证方式验证原料与生产过程的合规性与规范性。



有机大米原料与有机认证



婴幼儿有机泡芙

## 有机DHA山核桃油

公司在核桃油产品原料端强调“原料品质决定产品品质”，精选来自太行山脉的有机山核桃作为原料来源，并关注原产地自然条件对原料品质的影响。同时，公司对核桃原料取得第三方认证机构的有机认证材料进行审核与归档，通过外部认证机制提升原料合规性与质量可信度，进一步强化产品在食品安全与品质管理上的支撑。



有机山核桃原料与有机认证



有机DHA山核桃油

## 虾肉薄脆

在虾肉薄脆的原料选型过程中，公司关注到部分市售虾肉原料为应对长途运输保鲜可能使用保水剂等添加剂，存在配方复杂化与合规风险抬升的可能。基于对食品安全风险案例的梳理与对原料风险点的识别，产品经理与品控团队最终选用青岛本地的国产鹰爪虾，并匹配本地生产条件，降低对“长途运输保鲜”的依赖，从源头减少添加剂使用的动因。公司在原料资质审核中重点核查原料标签与配料信息，确认成分仅为虾仁、不含保水剂等用于保鲜的添加成分，并留存原料标签等证明材料，以更清晰的原料构成与更可控的供应链路径提升产品安全性。



此外，公司积极参与行业与社会共治相关交流活动，推动食品安全治理经验分享与跨界协同。

## 第六届食品安全社会共治论坛



2025年12月，公司参加由上海市食品药品安全委员会办公室主办，上海市市场监督管理局、上海市农业农村委员会、上海市卫生健康委员会协办的第六届食品安全社会共治论坛。

论坛期间，多位院士及高校专家围绕未来食品与生物制造、食品领域大模型构建、乳制品质量提升等议题分享研究进展；圆桌环节围绕食品安全治理中的价值困境展开讨论，进一步促进监管、学界与企业之间的观点碰撞与协同共识。

通过参与此类交流活动，公司持续跟进行业治理新趋势，并将相关理念与实践经验用于完善自身食品安全与供应链管理工作。

## 产品质量与安全

爱婴室坚持依法合规经营，严格遵守《中华人民共和国产品质量法》等相关法律法规，结合母婴用品品类特点，确保在售产品持续符合国家质量与安全要求。报告期内，公司围绕产品质量安全管理要求对关键制度进行迭代更新，修订《商品准入管理制度》《新品进场模板规范格式》《商品入库查验标准》，持续夯实商品准入、进货查验与入库管理的制度基础。

## 质量管理体系

公司质量管理体系围绕母婴商品销售服务的关键环节建立统一的管理要求，并通过第三方年度监督审核对体系运行有效性进行验证。报告期内，公司通过了ISO 9001质量管理体系与“上海品牌”认证的年度审核，其中“上海品牌”认证覆盖范围为商品销售服务（母婴产品类）；ISO 9001认证覆盖范围为母婴商品的销售（线上与线下），重点聚焦从商品准入与信息管理、门店/电商运营、仓储配送、售后服务与投诉处理等全流程的制度建设与过程控制。

依托上述质量管理体系，公司持续推进管理要求在业务一线落地，通过明确职责分工、统一操作标准、强化记录留存与内部检查改进，提升质量管理的可追溯性与一致性，保障商品与服务质量的稳定交付。



## 产品召回体系

公司将产品召回作为风险处置与质量改进的关键环节，通过数字化追溯与流程化联动，形成“预警识别-快速处置-追溯整改”的闭环规范管理机制。

### 预警识别

依托质量信息监测与跨部门研判，实现风险信号的及时捕捉与分级响应

### 快速处置

通过多渠道发布召回信息、定向触达相关客户、组织库存隔离与无害化处置，确保召回动作可执行、可追踪、可复盘

### 追溯整改

将召回处置中沉淀的问题线索反向反馈至供应链管理与准入审核环节，推动原因分析与纠正预防措施落地，将产品安全管控从终端处置延伸至源头管理，持续提升产品质量治理的系统性与前瞻性。

## 爱婴室产品召回闭环管理机制

公司对食品等高风险品类建立专门的召回管理制度；对其他风险相对较低的品类，参照食品类召回流程进行组织与处置，确保全品类风险处置口径一致、动作规范。

食品召回管理制度以保障公众健康安全、依法处置不安全食品为目标，适用于爱婴室系统内不安全食品的停止经营、召回与处置等工作。

公司在发现风险隐患后第一时间报告并启动评估，经确认后立即对相关产品执行下架与库存隔离；召回启动方面，公司既配合生产者召回要求停止销售、封存产品并发布公告，也可根据风险等级启动主动召回，并按三级响应机制在规定时限内启动（一级24小时、二级48小时、三级72小时），同时向监管部门报备召回计划。召回计划内容覆盖生产者信息、产品基本信息、召回原因等关键要素，召回公告通过门店、线上渠道及省级/国家级平台等多渠道发布，保障信息触达与消费者知情权；实施时限方面，公司按召回等级在规定期限内完成（一级10个工作日、二级20个工作日、三级30个工作日），并对召回全过程形成可追溯记录。

公司根据风险性质采取差异化处理，召回相关记录保存不少于2年，覆盖产品信息、处置方式与处置结果等内容。针对产品召回问题，公司由商品管理中心牵头统筹，客服、营运、电商与仓储等条线协同执行，形成跨部门联动机制，确保召回响应及时、执行到位、闭环可核验。

严重危害食品	依法依规予以销毁
标签标识等可补救情形	满足合规要求前提下采取纠正措施后再行处置
需无害化处理产品	严格按照合规要求完成处置与记录

差异化处置

报告期内，爱婴室未发生任何重大质量事故，亦未发生任何产品召回事件。

产品质量安全风险

公司将产品质量安全风险按照风险来源分为内部风险与外部风险两类开展闭环管控。

风险类型	风险描述	应对措施
内部风险	公司运营各环节在收货、仓储、销售、品控等过程中识别到的供应商产品相关风险信息，包括供应商产品风险分析、过程与检验发现、供应商检查评价以及供应商整改响应等。	一线人员发现潜在风险后，第一时间通过邮件或系统上报质量管理部门，质量管理部门定期汇总并分析进货查验不合格记录、客户投诉中涉及供应商因素、内部检验报告等信息，识别系统性或趋势性风险并推动纠偏。
外部风险	监管与社会信息渠道中与供应商相关的风险线索，经核实后纳入管理，来源包括官方通报、第三方机构信息、权威媒体信息、投诉举报及失信信息。	公司指定专人定期监测国家及地方监管部门网站、行业媒体与第三方信息平台，员工获知相关风险线索亦需及时反馈质量管理部门，由质量管理部门开展初筛与真实性核验，避免不实信息干扰判断，并视情况组织专项排查与资质复核

季度质量考核

公司对合作供应商实施季度质量考核机制，作为供应商日常管理与年度综合评价的重要依据。季度考核聚焦商品质量稳定性与过程合规表现，结合进货查验不合格记录、内部检验与抽检结果、外部抽检反馈、客户投诉中涉及质量因素的情况，以及供应商问题响应与整改闭环成效等信息进行综合评估，形成季度评价结果并留存可追溯记录。季度评价结果亦纳入年度综合考评，用于支持供应商合作优先级调整及动态淘汰决策，推动供应商持续改进质量管理水平，保障商品质量与消费者体验的稳定性。

质量培训

爱婴室高度重视质量管理，构建了外部与内部相结合的产品质量培训体系，通过定期培训与案例复盘提升相关岗位对法规标准的理解一致性与现场识别能力，推动质量管理要求在采购、开发、品控与运营环节落到实处。

食品相关产品新标准及补充检验方法改革等法律法规培训

2025年，公司组织相关人员参与上海市质量监督检验技术研究院开展的“食品相关产品新标准及补充检验方法改革等法律法规”培训。培训聚焦食品接触材料及制品领域的新国标要求与检验方法变化，重点覆盖GB 4806.10-2025《食品安全国家标准 食品接触材料及制品用涂料及涂层》、GB 4806.16-2025《食品安全国家标准 食品接触用硅橡胶材料及制品》等标准内容的宣贯与技术答疑，并同步解读GB 31604.30-2025《食品安全国家标准 食品接触材料及制品 邻苯二甲酸酯类化合物的测定和迁移量的测定》等检验方法标准变化，以及上海市食品相关产品生产许可补充检验方法改革相关要求。此次培训覆盖与食品接触材料相关的质量、采购及品控人员，帮助公司及时对齐监管与检测口径，为后续供应商资料审核、产品合规判定与检测方案制定提供支撑。



### 玩具国标更新专项培训

在GB 6675玩具系列国家标准更新后，公司第一时间组织内部研究与讨论，对新老标准变化进行系统梳理与对比，并就疑难点向第三方检测机构及行业协会专家请教，形成针对性的内部课件。随后，公司面向玩具采购、自有品牌开发及相关质量岗位组织专项培训，重点解读标准变化要点、执行口径与风险点提示，使相关部门对标准升级带来的合规要求与成本/工艺影响形成清晰预期，为后续采购策略与产品开发决策做好准备。

### 质量管控（QC）月度分享复盘 + 季度专家深度解读

公司建立QC月度内部培训机制，由各QC定期分享在质检工作中遇到的典型问题与案例，形成经验互通与共识口径，减少重复性问题发生。公司按季度邀请绍兴中纺联检验技术服务有限公司、上海市质量监督检验技术研究院有限公司等外部专家到司开展专题解读与案例分享，围绕婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范（GB 31701）等重点标准，对关键条款、常见不符合项与典型风险进行深度讲解，提升一线人员对标准落地的理解与执行一致性。



### 特殊食品追溯平台联通与全流程信息管理

爱婴室持续夯实食品安全管理基础，进一步强化自建“爱婴室食品安全信息追溯平台”的数据归集与流程管理能力，将商品采购信息、供应商信息及批次报告等关键资料统一关联、留痕管理。门店端为相关食品配置唯一识别码，消费者扫码即可查询追溯信息，为日常核验、风险排查与问题追溯提供更高效的数据支撑。

截至报告期末，上海区域门店均已接入市场监督管理部门“上海市食品安全信息追溯平台”，由37家供应商提供的共计528款食品类产品完成信息对接与上传，持续提升食品采购与终端销售环节的信息透明度与可追溯性。

### 重点品类管控与抽检成效

围绕重点品类的质量安全风险，公司依据最新法规要求，持续细化商品准入与进货查验标准，强化关键环节的合规审核与过程管控。报告期内，公司针对牙膏、医疗器械等重点品类进一步完善管理要求，持续提升产品合规性与可追溯性；同时，将外部抽检合格率纳入年度关键管理目标，推动质量安全管理要求有效落实。

针对牙膏类产品，公司在查验备案凭证的基础上，增加对功效评价摘要、儿童牙膏标识等内容的审核；针对医疗器械，进一步细化进货查验要点，并新增对随货同行单等资料的核验要求，从源头提升产品合规性与可追溯性。

与此同时，公司将外部抽检合格率作为年度关键管理目标之一，设定外部抽检合格率不低于96%。报告期内，公司外部抽检合格率达99.5%，本年度未发生食品安全不合格事件。

## 客户服务

爱婴室坚持以诚信为本，确保所有市场传播真实、透明，致力于为母婴家庭提供科学、可靠的产品与育儿指引。同时，我们视客户服务为信赖的纽带，通过持续优化服务流程、强化团队专业能力，全心打造值得托付的消费体验，让每一次互动都传递关怀与安心。

### 客户服务体系

客户满意度是驱动爱婴室持续发展的核心动力。我们始终坚持以客户为中心的根本原则，满足客户多元化需求、提升全流程服务体验。

报告期内，爱婴室持续落实《客户服务管理制度》，包括等级分类、信息安全、风险管理、售后保障和复盘优化在内的具体管理流程。

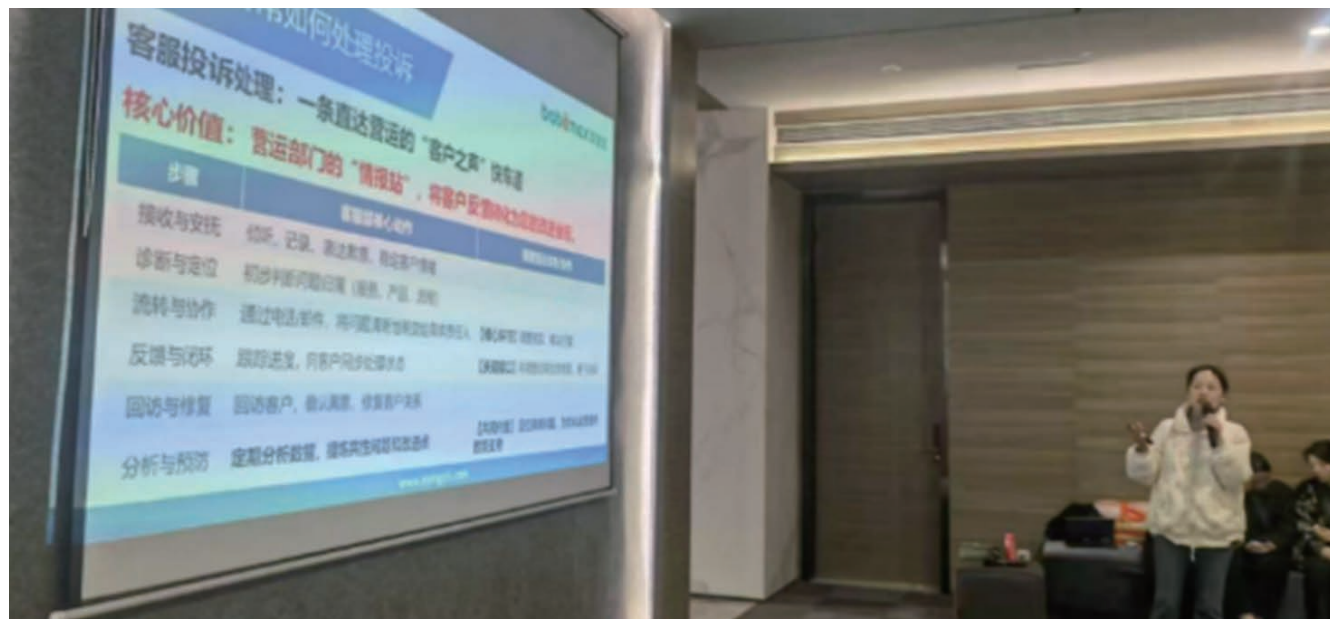
<b>等级分类</b>	根据客户投诉的来源渠道与具体事由，投诉将被划分为四个级别：简易、中等、重要与重大。各级别均对应指定层级的负责人进行处理，且所有投诉的处理全流程须在72小时内完成。
<b>信息安全</b>	为确保服务质量与信息安全，所有客服人员在工作沟通中必须统一通过公司录音电话与客户联系，并严格遵守保密协议，任何情况下不得将客户资料及订单信息泄露给非相关人员。
<b>风险管理</b>	客诉处理过程中，如遇客户不认可当前处理方案或处理时效已超时，该客诉将立即升级至高一级负责人。在处理人内部协调环节，若相关协办部门超过2小时未予响应，主责处理人应通过邮件向其直属领导发起升级，以推动问题解决。
<b>售后保障</b>	爱婴室高度重视客户意见，为此设立了多元反馈渠道：爱婴室消费者可拨打官方400客服热线、亲临任意门店，或通过大众点评等外部平台进行反馈。同时，对于消费者协会等官方机构转达的客户意见，公司亦会负责跟进并妥善处理。
<b>复盘优化</b>	公司将每周汇总客诉并分析典型案例，报送至相关部门负责人与公司高层，以推动内部学习改进，提升整体服务质量。

同时，我们围绕客户投诉构建起覆盖受理响应、解决方案制定、质量溯源分析、人工操作核查及监管流程优化的全链路闭环处理机制。系统通过标准化流程快速响应客诉、精准定位问题，并推动从个案处理到体系完善的持续改进，从而系统化提升整体服务质量与客户满意度。



公司坚持将客户服务能力建设置于战略发展的中心位置，持续推动客服团队专业化水平的提升。报告期内，爱婴室围绕服务能力建设，系统构建并实施了覆盖全员、店长及新员工的多层次、常态化培训体系。

<b>全员能力提升计划</b>	依托《400客服奖惩制度》的落实机制，结合每周案例研讨与季度专项培训，持续提升客服团队的专业技能与服务规范，实现客户满意度提升1.4%，业务处理效率提高15%。
<b>营运店长赋能培训</b>	持续推进面向全国八大区门店店长的年度赋能培训，每年至少开展两次线下集训。培训内容涵盖服务案例深度剖析、客诉处理策略及第三方抽检应对等实战课题，致力于系统提升店长在门店现场的精细化服务管理与高效风险应对能力。
<b>新员工标准化培训</b>	为夯实服务基础，本年度共开展8场新员工系统培训，确保每季度至少完成1场。培训全面覆盖服务意识、应急流程、售后标准等核心规范，推动新员工快速掌握标准化服务流程，实现业务基础能力的有效构建与快速上岗。
<b>常态化知识沉淀机制</b>	依托每周钉钉周报，定期推送典型案例与服务提示，构建轻量化、持续化的内部知识共享平台。



### 客户满意度调查

为系统评估与服务改进，我们每半年对近6个月有线下消费的全体会员（超114万人）开展满意度调研，含企业微信会员超46万人。调研采用5分制，涵盖8个具体维度（得分≥4分为“满意”，≤2分为“不满意”）。截至报告期末，爱婴室整体满意度得分为4.72分，满意率为94.1%。同期共受理客户投诉375起，客诉率为0.0039%，投诉处理率达100%，投诉处理满意度为98.3分。

### 客户服务提升举措

我们持续拓展客户意见的收集与响应渠道，致力于构建高效闭环的客户反馈机制。

#### ODR客诉处理流程优化

爱婴室进一步优化在国家市场监管总局指导下接入全国12315平台的在线消费纠纷解决（ODR）机制处理流程。报告期内，公司通过简化ODR客诉流程，设立2小时快速响应机制，确保产品售后问题在24-48小时内得到处理，并借由内部培训强化了客服团队的投诉闭环管理能力。本报告期内，爱婴室累计收到70起ODR投诉，均已全部完成跟进处理。

#### 所有新增14家门店加入上海无理由退货联盟

爱婴室秉持“以客户为中心”的服务宗旨，积极响应市场趋势与消费者需求，主动将上海地区新开设的14家门店全部纳入上海市“无理由退货联盟”。截至报告期末，上海地区全部90家门店纳入“无理由退货联盟”。公司对相关门店员工组织了系统化、规范化的专项培训，全面强化其政策理解、流程操作与沟通服务能力，保障无理由退货机制执行到位。实施以来，上海新门店的整体服务水平与消费者满意度显著提升，顾客信任度持续增强，有效带动了门店客流与销售业绩的同步增长，取得了良好的社会反响与经营效益。

**babemax 爱婴室 baby 贝贝熊**

## 门店退换货服务

### 售后服务说明

AFTER-SALES SERVICE

1. 购买之日起7天内提供退货保障。
2. 购买之日起30天内提供换货保障。
3. 携带收银小票或APP上的门店购买记录至全国任意爱婴室&贝贝熊门店为您提供退换货服务。
4. 商品在未经洗涤、使用，包装无破损并保留所有配件的前提下，可为您提供退换货服务。恕逾期不能为您提供退换货服务。
5. 食品、内衣无质量问题不享受退换货服务。

**温馨提示** 为保障您的资金安全，请勿向个人账户转账，门店收款均为公司账户。如遇任何人要求转账至私人账户，请拒绝并拨打监督热线。

WARM REMINDER 400-920-8000 (9:00-18:00)

未来，我们将围绕标准化服务、一体化体验、情感化连接三大支柱，系统性地改进服务短板、强化既有优势，努力将每一次满意的服务接触转化为会员对品牌的长期信任与持续复购。

## 负责任营销

爱婴室始终坚持负责任的营销理念，严格遵守《中华人民共和国广告法》及相关法律法规，对广告宣传内容进行系统化规范管理。我们以《爱婴室广宣材料发布实用指南》为依据，确保所有营销与销售行为符合法律规范、社会公序与商业道德，并持续优化商品信息表述，保证其真实、准确、完整。报告期内，为保障消费者权益，我们对线上第三方平台订单继续推行“30天无理由退换”政策。在商品不影响二次销售的前提下，自购买之日起30天内，我们均提供相应的退换货服务，进一步强化购物保障，提升消费体验。

爱婴室持续运行《宣传材料审核体系》，对重点监管商品按食品、保健食品、玩具等六个维度进行分类，并分别从“禁止”“必须”“附证明”三个层面，明确线上线下展示与陈列的具体规范。同时，我们制定并推行《爱婴室广宣材料发布实用指南》，清晰界定宣传中允许与禁止使用的表述，规定相应证明材料要求，并提供参考案例，指导采购、设计、陈列、品控、质检、客服、运营等部门开展负责任营销相关工作，提升各部门自查能力，推动负责任营销实践精准落地。此外，针对其他品类商品，我们逐步将重点商品宣传审核体系的规范与流程，推广至爱婴室全线产品的审核管理中，实现宣传监管全覆盖。

### 《供应商宣传材料授权及承诺书》

报告期内，爱婴室会员中心严格执行品牌宣传内容审核机制。所有经该中心接收的品牌宣传资料，均须通过法务合规审核后，方可在爱婴室官方新媒体平台发布。同时，公司要求所有供应商以书面或正式邮件形式签署《供应商宣传材料授权及承诺书》，明确授权宣传渠道，并承诺所提供宣传内容的合法性与合规性，从源头保障宣传材料的真实性与规范性。

## 内部合规审查

为完善自有食品详情页的内容合规与信息准确性，爱婴室成立了跨部门详情页共创小组。该小组由产品经理、品控、法务、合规及设计等相关职能人员组成，通过集体讨论与联合研判，系统审核产品详情页的内容表述。小组严格核验包括进口报关单、投料记录、检测报告、临床实证等在内的各项证明材料，并与产品包装信息进行细致比对，确保所有宣传内容真实、合规。同时，在“营养知识科普”框架下，小组会依据相关学术文献与研究资料，在合规范围内科学介绍产品功能，严格避免涉及医疗承诺或功效性宣传，从源头防控合规风险。

2025年，公司面向全员组织开展了负责任营销专项培训。该培训系统讲解了负责任营销的核心理念、法律法规、行业准则及实际案例，进一步增强了营销行为的责任感与可持续性。

在常规广告合规培训基础上，公司创新打造“钉钉云课堂广宣小课堂”数字化学习平台，累计发布11期专题视频，内容覆盖食品、日化、化妆品等多个品类，重点解析各类产品宣传中的法律风险与规范要求，确保营销信息真实、准确、合规。

通过“线上+线下”相结合的培训体系，公司将负责任营销准则贯穿于业务全流程，从源头上保障了消费者权益，持续推进营销活动的规范化与透明化。

### 爱婴室宣传用语“消毒奶瓶-横扫千菌”维权事件

2025年，爱婴室有效应对了一起针对产品宣传用语的专业性质疑，9月12日，公司接到监管部门转办的消费者投诉，反映某款奶瓶消毒烘干机宣传中“横扫千菌”等表述涉嫌虚假宣传。法务部门悉知后迅速响应，系统梳理产品检测报告，并依据《广告法》第八条及相关司法实践，从公众普遍认知与语言合理使用角度出发，论证该表述属于对产品杀菌功能的形象化描述，而非对具体菌种数量的承诺，不会造成消费者误解。经与监管部门充分沟通并提交专业意见，最终于9月29日获认定不构成虚假宣传，案件顺利办结。



05

创新

INNOVATION

9 产业、创新和基础设施





爱婴室致力于将人工智能（AI）等前沿技术深度融合企业运营与产品创新，构建以数据驱动、智能建设为核心的智慧运营体系，提升效率与用户体验，持续强化包括知识产权在内的创新成果保护机制。

## 智慧运营

爱婴室将人工智能与数字化手段系统化融入公司治理与业务运营中，通过在AI知识库、智能换衣、智能考试系统、商品效期管理及门店陈列审核等多个AI应用场景的探索与实践，不仅显著优化了工作流程、提升了运营与服务效率，亦为降低能耗、强化合规、提升员工技能与顾客体验带来了实际成效。

### 爱婴室AI知识库

爱婴室通过构建AI知识库，运用自然语言处理与机器学习技术，整合分散业务数据，实现跨部门知识共享与智能检索。在IT支持场景中，员工可自助完成系统权限申请与常见故障



AI知识库对话示例

处理，AI辅助预判复杂问题并生成工单；在人力资源场景中，员工的假期规则、考勤制度查询也使用AI实现即时响应。该系统显著提升了信息检索与问题解决效率，缩短培训周期，并通过数据分析持续驱动流程优化，形成可迭代的组织智慧资产，为数字化转型提供底层支撑。

## AI换衣技术

面对传统服装拍摄中存在的模特征选难、成本高及创意实现受限等痛点，尤其婴童服装品类因模特配合度低而面临更高拍摄难度，公司部分服装长期仅依赖平面图展示，严重制约商品表现力与销售转化。为此，爱婴室引入AI智能换衣技术，通过批量导入服装平面图，结合预设模特形象及多样化动作库，由AI自动化生成全系列真人试穿效果图。该应用不仅大幅降低拍摄成本与周期，更支持复杂设计的快速可视化测试，有效提升了商品视觉呈现的完整性与吸引力，为线上销售转化提供了技术赋能。



AI换衣效果图

## AI智能考试系统

爱婴室通过部署AI智能考试系统，构建了覆盖出题、监考、判卷及分析的智能化培训测评闭环。系统基于自然语言处理及机器学习技术，实现了“千人千题”的个性化考题生成，确保内容与企业知识库同步更新。在考试管理环节，系统支持从组卷、防作弊监考到自动评分与报告生成的全流程无人化操作。考后即时生成个人诊断报告，精准反馈知识薄弱点，同时聚合分析岗位与部门的共性短板，为管理层优化培训体系与人才配置提供数据支撑，有效实现了以考促学、数据赋能的组织能力提升路径。



爱婴室智能考试系统

截至报告期末，爱婴室的AI融合创新成果已获得行业权威机构与专业评鉴的高度认可，获颁相关奖项与荣誉。



2025年度浦东职工科技创新先进操作法“入围奖”

## 知识产权保护

爱婴室高度重视对各类知识产权与创新研发成果的保护，持续加强知识产权管理体系建设，遵守《中华人民共和国专利法》与《中华人民共和国商标法》等相关法规，完善《商标管理制度》和《著作权（版权）管理制度》等知识产权体系文件，以系统化、制度化的方式夯实知识产权管理基础，为创新活动提供坚实保障。

报告期内，爱婴室持续加强知识产权保护力度，积极通过法律途径维护自身商标权益，针对多起商标侵权行为，依法展开维权行动，有效维护了企业品牌权益与市场秩序。

商标侵权诉讼案件	商标侵权调解案件
2025年3月，上海爱婴室商务服务股份有限公司就商标专用权受侵害事宜，依法对桂林市临桂区爱婴室星站母婴用品店、南宁市青秀区富华母婴用品店等六家主体提起诉讼。目前案件已进入司法程序，正待开庭审理。	2025年9月及10月，爱婴室旗下贝贝熊孕婴童连锁商业有限公司分别就两起商标侵权纠纷，在江苏省盐城市亭湖区人民法院主持下与侵权方达成调解。侵权方已承诺对经营门店门头及商号进行整改，并向爱婴室支付相应经济赔偿。

### 爱婴室维权行动






截至报告期末，爱婴室已累计在境内完成商标注册521项，并在日本及欧盟等境外重点市场分别完成商标注册4项，共布局境外商标8项。2025年，爱婴室持续推进品牌战略布局，新提交境内商标注册申请4项，相关申请正在依法有序推进中。



# 06

关爱

CARE

- 4** 优质教育 
- 5** 性别平等 
- 8** 体面工作和经济增长 
- 10** 减少不平等 
- 11** 可持续城市和社区 



爱婴室始终秉持“源于社会，回馈社会”的理念，将可持续发展深度融入战略与运营。我们坚持以人为本，构建多维度的员工关怀体系，激发团队潜能；同时积极履行社会责任，系统性投身于乡村振兴、青少年发展、公共服务及弱势群体帮扶等领域。通过务实创新的举措，我们致力于实现商业价值与社会价值的共同成长，与社会共创长远未来。

## 员工关爱

爱婴室始终将员工视为企业发展的核心力量与宝贵财富。我们坚持以人为本的理念，在严格遵守国家法律法规、切实保障员工合法权益的基础上，积极营造平等、包容、有温度的工作环境。通过不断完善雇佣管理、健全福利体系、落实关怀举措并建立畅通的沟通渠道，我们致力于为每一位员工提供安全、温暖、有归属感的职场家园。在爱婴室，我们不仅关注员工的职业成长，也珍视每位伙伴的身心健康与工作体验。我们相信，员工的幸福与发展，正是公司迈向可持续未来的坚实基石。



## 员工雇佣

爱婴室始终将制度的规范化建设视为保障员工权益、促进组织健康发展的重要基石，并以此为核心构建起一套覆盖日常运营的多维度制度体系。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》及《中华人民共和国未成年人保护法》等国家法律法规，并以此为基础建立了系统化的人力资源管理制度体系，包括《招聘管理制度》《劳动合同管理制度》《薪酬管理制度》及《员工手册》等，以全面规范用工管理、保障员工合法权益、构建公平包容的工作环境。

在制度体系框架下，我们重点落实以下核心议题政策：

### 禁止童工及强制劳动

爱婴室坚决禁止并抵制一切形式的童工及强制劳动。《招聘管理制度》中明确要求所有岗位必须招聘年满18周岁的成年人，并在录用环节严格核查身份信息，从源头杜绝童工可能；与所有员工依法签订劳动合同，保障其自愿、平等的就业权利，从根本上防范强制劳动；同时通过制度宣导、入职培训与跨部门监督，持续强化全员合规意识与实际执行。公司历来对相关问题持“零容忍”态度，未来也将持续关注法律与社会责任实践的发展，确保用工政策始终符合最高的法律与道德标准。

### 平等雇佣政策

在薪酬公平方面，制度明确实行“同工同酬”，以岗位价值、个人能力与绩效表现为依据确定薪酬，严禁任何形式的歧视，并建立了定期审查与员工申诉渠道，保障分配机制的公正透明。

### 反歧视与骚扰政策

公司严格禁止一切基于种族、性别、宗教、年龄、残疾、性取向等因素的歧视行为，禁止在招聘信息、面试及录用决策中包含任何歧视性内容。所有对外发布的招聘信息均经过双重审核，招聘流程已全面实现线上化与标准化，并设有体系化的入职引导机制，从源头保障公平就业。公司积极倡导多元、平等与包容的工作文化，为员工建立安全、保密的歧视行为举报渠道，鼓励及时反映相关问题。我们承诺对每一起举报开展公正、审慎的调查，并依据制度与法律妥善处理，持续构建并维护一个尊重、公平、安全的工作环境。

报告期内，爱婴室通过多样化招聘渠道广泛吸纳人才。公司以校园招聘和社会招聘为主要渠道，组织校园宣讲会、招聘会，同步依托内部推荐与员工引荐等方式，进一步拓展人才来源，优化招聘结构。

### 困难员工帮扶

2025年，公司员工帮扶工作坚持“精准识别、分类施策、动态管理、长效保障”的原则，着力构建“物质帮扶、精神关爱、能力提升”三位一体的支持体系。帮扶对象筛选综合考虑家庭收入、大病负担、子女教育等关键因素，确保帮扶指向清晰、资源用到实处。

报告期内，经评估共确定2名帮扶对象，并开展针对性支持：

- 面向罹患重症的员工，发放工会医疗补贴，合理调节该员工工作强度，保障必要的休息与康复时间；
- 面向家庭经济困难的员工，通过工会补贴缓解其生活压力，并协助解决工作与生活中的实际困难，在制度允许范围内提供持续支持，切实传递组织温暖。

未来，公司将持续完善帮扶机制，强化对困难员工的动态关注与长效支持，营造更具归属感和凝聚力的企业文化环境。

指标	单位	2023	2024	2025
<b>员工构成</b>				
全职员工总数	人	3,315	3,116	3,031
其他类型员工总数	人	45	61	212
新进员工数量	人	724	917	549
男性员工	人	386	395	412
女性员工	人	2,929	2,721	2,619
30岁以下员工	人	295	365	359
30-50岁员工	人	2,874	2,598	2,590
50岁以上员工	人	146	153	82
<b>员工流失率</b>				
总流失人数	人	756	991	780
总流失比率 <sup>2</sup>	%	16.7	23.4	25.4

爱婴室2025年员工构成与流失情况

<sup>2</sup>员工总体流失率 = 员工流失总人数 / [(期初员工人数 + 期末员工人数) / 2] \* 100%

## 福利体系

爱婴室始终重视员工关怀与文化建设，致力于通过完善福利体系、加强内部沟通，营造温暖且有归属感的工作氛围。我们鼓励员工在专注工作的同时，积极发展个人兴趣、平衡生活与工作，从而持续激发团队的热情与创造力。

报告期内，公司围绕“全面保障、暖心关怀、精准激励”三大维度，系统化推进了员工福利体系的升级。为完善员工健康防护网，公司于2025年度面向全国入职满一年的正式员工新增“重大疾病综合险”，与现有意外险、雇主责任险共同构建多层次保障体系。该保险覆盖重疾与轻症责任，并提供百万医疗住院险，有效补充基础医保，缓解员工面对重大健康风险的经济压力。2025年，公司为此投入约110万元；截至2025年12月末，该险种已完成理赔19人，赔付总额约88万元，为相关员工及其家庭提供了及时支持。

此外，公司持续开展妇女节、中秋节、春节等节庆福利活动，并优化发放形式与体验；结婚贺礼、生日祝福、异地调动关怀等人文项目已实现标准化、全覆盖执行。在建立多维激励体系、全面认可员工价值的理念下，公司设计并实施了短期业绩激励与长期贡献认可相结合的荣誉机制。

公司设立“销售先锋”“服务之星”等荣誉奖项，该类奖项旨在对高绩效员工给予直接的奖金激励，同时设立“金脚丫”长期服务奖，对入职满5年、10年、15年及20年的员工给予专项奖金与仪式化表彰，以认可其持续贡献。

## 员工关怀

爱婴室将“以人为本”的理念融入日常管理的每一个细节，不仅为员工提供全面的职业发展支持，更通过系统化、人性化的关怀体系，关注每一位伙伴的成长、健康与幸福。

## 员工健康

公司定期邀请专业医生及健康机构开展主题健康讲座（如颈椎保健、营养调理等），并不定期引入人工智能视网膜筛查等前沿健康检测服务，多维度提升员工的健康管理意识与自我保健能力。



## “妈咪小屋”

爱婴室始终坚持“以人为本”的理念，深切关注女性员工的职业健康与发展。为切实保障职场“三期”（孕期、产期、哺乳期）女性的特殊权益，总部全新打造了达到五星级标准的“妈咪小屋”。小屋在功能设计上兼顾私密性与便利性，配置了专属存乳冰箱、舒适哺乳沙发、独立洗手台及专业消毒柜等全套设施，为有需要的员工提供安全卫生、温馨舒适的私密空间。



## 员工活动

报告期内，公司开展多样的团队建设与文体活动，旨在促进团队协作、丰富员工生活，从而构建积极向上的工作环境。

### 陆家嘴金融城第六届龙舟赛

爱婴室派出由跨部门员工组成的“爱婴奋进号”龙舟队参赛。通过前期系统性训练与团队磨合，队员们不仅在比赛中展现出高度的协作与拼搏精神，更在金融城企业队伍中取得突破性成绩，荣获“最佳团队协作奖”。



### “健康生活·为爱奔跑” 陆家嘴滨江荧光夜跑

公司工会组织总部及上海地区员工开展滨江荧光夜跑活动，吸引近百名员工及家属参与。活动融合荧光装备、健康打卡、亲子同乐等环节，倡导“快乐工作、健康生活”理念。



## 民主沟通

爱婴室高度重视与员工的沟通交流，通过搭建多元化的渠道与反馈机制，积极倾听员工心声，鼓励大家为企业发展建言献策，共同推动组织持续进步。

公司建立了覆盖线上与线下、贯穿总部与一线的立体化沟通体系。通过定期的全国门店巡访、跨层级座谈会、总经理信箱及数字化反馈平台等多种形式，公司管理层深入业务一线，主动倾听员工心声，了解其在工作条件、职业发展及生活支持等方面的真实诉求。此举不仅拉近了管理距离，也为公司精准制定人力资源政策、及时响应团队动态提供了重要依据。

为科学评估组织健康度与员工感受，公司积极开展覆盖全员的满意度调查。2024年，爱婴室员工满意度结果为88%。我们计划于2026年再次开展覆盖全员的员工满意度调研。我们的满意度调研围绕工作内容、成长支持、管理效能、协作氛围、薪酬福利及公司认同等六大核心维度展开结构化测评，并建立了“问题收集-分析归因-举措制定-落实跟踪-结果反馈”的完整闭环管理机制，确保员工意见有效转化为管理行动，持续推动公正、平等、民主的组织氛围建设。

## 人才培养与晋升

爱婴室始终将人才发展置于战略高度，致力于构建系统化的培养体系、规划清晰的职业通道，并通过多元化的赋能项目，持续支持员工提升专业能力、拓展发展空间，实现个人与企业的共同成长。

### 员工培训

围绕“提升组织效能与员工专业素养”的战略目标，爱婴室系统构建并实施了覆盖全员的分层培训体系：一方面深化“繁星计划”，夯实中后台人才的专业基础；另一方面持续推进全国门店员工的产品知识培训，强化一线业务实战能力。2025年，公司共开展165场内部培训，涵盖新员工入职、信息安全、合规、客户服务及产品知识等核心内容，覆盖748名职能及核心门店员工；组织159场外部培训，涉及高管发展、品牌赋能、安全生产及人工智能等领域，内外结合确保知识结构全面更新。

### 新员工入职培训

爱婴室人力资源中心持续开展覆盖全国范围的新员工入职培训；截至报告期末，已累计开展11期，平均参训率达83.4%，有效助力新员工的快速融入。

我们构建了覆盖企业文化、人事制度、产品知识、信息安全及消防安全等多维度的系统化课程体系，帮助新员工全面了解公司、快速融入岗位。同时，我们为每位新人建立培训成长档案，持续跟踪发展情况，协助员工明确职业方向，并为店长及区域管理者提供用人参考，实现从培训到发展的有效衔接。



### 产品知识培训

公司2025年进一步优化全国培训体系，制定涵盖培训频率、统一课件及考核评估的完整规范，确保新员工入职训练的质量与一致性。公司结合线上线下多种形式灵活开展培训，并通过建立员工个人培训档案进行持续跟踪与成长支持，助力其明确发展方向。

为保障体系有效落地，公司在各区域设立专职培训运营督导，负责统筹月度线下集中培训、收集一线需求，推动产品知识与服务标准在全国范围内统一实施。

报告期内，公司共开展产品专项培训88期。该体系化培训显著提升了新员工的专业素养与服务技能，为门店运营质量与顾客体验夯实了人才基础，实现了人才培养与业务发展之间的协同增效。

### 繁星计划

报告期内，“繁星计划”轮岗项目进一步深化，成为公司人才流动机制的重要实施载体。该计划依托《外派管理制度》提供系统性支持，通过“横向轮岗、项目制历练、跨区域调动”等多种形式，不仅推动了内部经验与能力的有效流转，更为高潜力人才搭建了跨越式发展的实战平台，逐步构建起“人才驱动业务、业务反哺人才”的双向赋能生态。

在“繁星计划”的持续推动下，公司关键岗位的内部流动取得显著成效，实现了人才经验与组织发展的双向赋能。例如，苏南区域负责人调任全国营销总经理后，成功将其区域管理专长扩展至全国战略层面。

此外，上海运营管理人员调任湖南区域，将成熟市场的运营体系与管理经验有效导入，带动湖南区域在门店标准化作业流程（SOP）执行率、人效及陈列规范等多个运营维度实现明显提升。

## 绩效管理

报告期内，爱婴室已建立起贯穿目标设定、过程跟踪、结果评估与激励发展的完整绩效管理体系。该体系以“双向沟通、持续改进”为核心原则，通过“制定-考核-改进”的闭环流程，强化日常辅导与定期反馈，确保绩效管理客观有效。同时，公司推行与组织业绩、个人绩效及行为表现挂钩的年终奖激励机制，推动员工与公司目标协同，实现共同成长与价值共享。

绩效指标制定

绩效结果提报

绩效考核改进

绩效申诉管理

绩效管理流程

公司绩效管理严格执行“制定-考核-改进”的闭环流程：在绩效指标制定阶段，通过上下级沟通共同确认目标；考核阶段要求员工自评后，由上级进行一对一绩效面谈，反馈结果并分析差异；针对考核结果为中等及以下的员工，由直属领导、部门负责人及人力资源部共同开展绩效改进面谈，共同制定改进计划并设定下阶段目标，从而实现对员工绩效的持续跟踪、客观评估与系统提升。

公司实行年终奖分配与公司整体业绩、个人工作绩效、价值观与行为表现等多维度指标挂钩的激励模式，旨在倡导共同奋斗、利益共享，增强员工获得感与归属感，亦从管理机制上引导全体员工紧密围绕公司战略目标开展工作，推动个人与组织绩效的持续提升，实现员工成长与企业发展的双赢。

2025年，公司配合《绩效管理制度》的全面更新，同步优化了与人员评级、任用直接相关的《门店星级考核管理制度》与《营运岗位评级管理制度》，建立起覆盖一线店员、店长及营运管理岗位的动态化、多维度评价体系。其中，店员岗位实施“半年度全员考评”与“季度补员考评”相结合的机制，围绕业绩、技能、证书、上级评价、陈列及奖惩等多维度进行星级评定；店长岗位每年进行一次综合考核，内容涵盖销售业绩、基础工作、现场述职及加减分项；营运管理岗位则按季度进行考核，聚焦业绩达成、日常管理、人员管理与自我管理四大维度。通过明确各岗位的考核标准、频次与内容，公司旨在科学、全面地衡量人员表现，激发员工积极性与创造性，持续提升门店运营效率，并为人才晋升与发展提供清晰的制度依据。

## 薪酬激励

我们严格遵循国家关于员工薪酬与社会福利的法律法规，持续优化薪酬制度体系与激励方案，致力于构建科学、高效、公平、透明的薪酬管理体系。我们依据年终奖制度、利润分享制度、创新项目激励制度等多种长期激励机制，对业绩优秀、勇于创新、创造价值的员工给予充分激励。此外，公司持续基于具体运营情况，不定期为核心骨干员工推出股权激励计划，旨在将核心人才的利益与公司长期发展深度绑定，通过设置合理的考核条件与解锁机制，激励骨干团队在关键领域发挥引领作用。

针对不同岗位特点，我们在总预算可控的前提下，坚持向优秀员工倾斜，设立相应的绩效奖励计划，以合理回报员工的贡献。各岗位考核方案在考核周期、奖金发放等方面体现差异化设计，确保薪酬体系兼具内部公平性、外部竞争力和持续激励性，以有效吸引、激励和保留人才。

报告期内，我们更新了《爱婴室店员薪酬绩效方案》和《爱婴室店长、区域店长及城市经理薪酬绩效方案》，力求通过更清晰、更具牵引力的激励设计，吸引、保留并激励优秀人才，共同驱动公司战略目标的实现。

### 《爱婴室店员薪酬绩效方案》

通过简化规则、强化“多卖多得”的激励逻辑，进一步激发一线销售热情，牵引重点品类与品牌实现突破。该方案在提升个人收入的同时，也推动门店运营更加规范、事务流程持续简化，助力公司与员工共同聚焦业绩增长。

### 《爱婴室店长、区域店长及城市经理薪酬绩效方案》

以“业绩导向”为核心，将激励与考核紧密串联，促进个人绩效与组织战略协同落地。方案注重短期业绩冲刺与长期能力建设相结合，鼓励管理人员带教团队、赋能人才，从而提升整体人员效能与营运质量，推动各级管理者回归经营本质、创造更高价值。

## 员工晋升

爱婴室已构建并持续完善清晰的员工晋升与动态考核体系。该体系以员工的工作能力、周期绩效及发展潜力为基础，结合业务需求进行综合评估与晋升安排，致力于提供公正、科学的发展通道。2025年，随着《绩效管理制度》的全面更新，公司同步优化了配套的《门店星级考核管理制度》与《营运岗位评级管理制度》，形成覆盖不同层级的动态化、多维度评价机制：店员岗位实行“半年度全员考评”与“季度补员考评”相结合，围绕业绩、技能、上级评价等多维度评定星级；店长岗位每年开展综合考核，涵盖销售业绩、基础工作与现场述职；营运管理岗位则按季度考核，聚焦业绩达成、日常与人员管理等维度。通过这一体系，公司旨在科学、全面地评估员工表现，激发工作积极性和创造力，持续提升店铺运营水平，并为人才晋升与发展提供清晰的制度依据。

## 员工安全与健康

爱婴室严格遵循《中华人民共和国职业病防治法》《中华人民共和国安全生产法》等国家法律法规，始终将员工身心健康置于重要位置。公司建立了完善的职业健康与安全风险识别、评估及管控体系，并配套制定相关规章制度，旨在系统性消除隐患、防范事故，持续构建健康、安全、可靠的工作环境。

为确保各项健康安全管理落到实处，爱婴室全面落实全员安全生产责任制，明确各岗位安全职责，推动从管理层到一线员工共同参与、共同负责，致力于为全体员工营造一个健康、安全且舒适的工作氛围。

### 安全风险管控

爱婴室始终坚持“预防为主”的风险管理原则，将事前防控作为健康安全的首要环节，通过向各运营点系统输出安全管理规范与操作指导，实现对健康安全风险的有效识别与管控。为持续强化员工安全意识与应急能力，公司组织开展常态化应急响应培训，并结合线下实战化仓库消防演练，推动安全观念内化于心、外化于行，切实筑牢企业安全防线。

### 应急响应培训

爱婴室始终将员工安全置于首位，并高度关注其在紧急情况下的应急反应与处置能力。报告期内，公司依托完善的应急管理体系，在湖南、重庆、嘉善等区域的多座核心仓储基地，持续开展了实战化、场景化的应急响应培训。通过模拟真实突发场景、复盘处置流程，并引入专业消防及救援机构的现场指导，确保每位员工能够精准掌握应急操作要领，提升团队协同处置效率。



## 仓库消防演习

报告期内，公司开展了多次消防演习，覆盖从火情发生到处置结束的全流程，重点演练火灾报警响应、安全疏散引导、消防器材实操及应急协同等关键环节。演习中，参训人员按照预案完成了从发现火情、启动报警、组织疏散（包括安全门引导与撤离流程）到实际操作灭火器与消防栓的完整流程，同时模拟火情信息通报、119报警沟通、现场警戒维护等应急处置程序。



## 职业健康管理

爱婴室将保障员工的健康与安全作为贯穿于所有运营环节的首要责任，致力于打造安全的工作环境。我们为全体员工安排定期健康体检，并为每位员工购买重疾综合保险，多维度构筑员工健康保障体系。

报告期内，公司在职业健康安全管理领域已建立系统化、规范化的管理体系，覆盖制度设计、风险管控、岗位执行与持续改进全链条。

通过发布并实施《职业健康安全手册》，明确管理方针、职责与流程，我们确保方针全员覆盖、风险分级受控；针对仓储等重点场景，制定《仓储作业安全引导》，从设施、设备、物料、作业行为等维度实现标准化管理；同步完善《应急响应程序》与《劳保用品管理程序》，形成“事前预防-事中控制-事后应急”的闭环管理机制，系统提升职业健康安全管理能力，为员工构建安全、可靠的工作环境。

## 乡村振兴与公益慈善

作为母婴行业的领先企业，爱婴室积极服务国家战略，主动将公益实践延伸至乡村振兴领域，为社会民生谋福祉。我们借助公益捐赠、与地方开展合作以及消费助农等多元途径，为乡村地区增添经济活力，改善乡村民生质量，全力推动乡村的现代化建设进程。

### 援藏赋能乡村：守护高原母婴健康防线

2025年5月11日母亲节暨上海援藏三十周年之际，爱婴室携手菲仕兰启动年度战略公益合作，于西藏日喀则市开展母婴健康精准支持行动。在上海市援藏干部联络组、日喀则市卫生健康委协同组织下，公司向当地捐赠1200罐妈妈奶粉，并实地走访桑珠孜区困境家庭，为高原孕产母亲提供关键营养支持。针对高海拔地区母婴营养与健康知识相对缺乏的现状，爱婴室还将联合开展营养健康课堂，持续推动孕产妇健康教育和育儿知识普及。



爱婴室援藏行动成员合影

## 助农兴业：赋能乡村可持续发展

爱婴室通过创新构建“地理标志农产品+精深加工+品牌赋能”的产业融合模式，精选烟台苹果、蒙阴蟠桃、都江堰黄心猕猴桃、阿克苏苹果等具有国家地理标志认证的优质水果作为婴幼儿辅食核心原料。在严格保障产品天然品质与安全标准的同时，该模式有效延长了农产品价值链，带动合作产区农户实现稳定增收与农业产业化升级，以实际行动助力乡村特色产业可持续发展。



爱婴室在实现企业可持续发展的进程中，始终将履行社会责任作为企业发展的核心驱动力之一，积极构建具有行业特色与社会价值的公益体系。我们以母婴健康为核心关切，持续拓展公益慈善的深度与广度，在母婴健康知识普及、特殊群体关爱、社区服务支持等领域开展系统性、长效化的公益实践，推动企业发展与社会进步深度融合，以实际行动诠释“商业向善”的价值理念，助力构建包容、健康、可持续的社会生态。

## 爱婴室驰援西藏日喀则地震灾区

2025年，在上海市陆家嘴金融贸易区综合党委的牵头组织下，中共上海爱婴室商务服务股份有限公司支部委员会联合上海市援藏干部联络组、徐汇区援藏干部、上海大丰公益基金会、上海市圆通公益基金会等多方力量，共同开展“温暖雪域 情暖童心”援藏公益行动。爱婴室党支部积极响应、全程参与，筹措并向西藏日喀则萨迦县地震灾区捐赠羽绒服、棉鞋、棉衣等共计100箱御寒物资，助力当地儿童温暖过冬、欢度元宵。这批满载关爱的物资跨越千里，及时送达雪域高原，改善了受助儿童的过冬条件，传递了母婴企业的温度与担当。



爱婴室援助物资

## 爱婴室“爱与美好 温暖童行”公益活动

2025年12月，爱婴室携手上海大丰公益基金会、新疆生产建设兵团红十字会、安徽省安庆市关工委等多家公益伙伴及医疗机构，共同开展“爱与美好 温暖童行”系列公益活动，通过精准、多地的物资捐赠持续践行企业社会责任。本次行动覆盖新疆、上海、安徽等多地，聚焦边疆儿童、住院患儿及新生儿等不同群体需求：在新疆，捐赠万余件儿童内衣，助力边疆儿童温暖过冬；在上海，向新华医院、上海市儿童医院、复旦大学附属儿科医院等三家医院捐赠千余件优质儿童内衣，为患病儿童提供舒适呵护与康复关怀；在安庆，联合当地关工委向多家医院捐赠婴幼儿服装、玩具及儿童内衣万余件，为新生儿送去暖心呵护。整个系列活动中，爱婴室累计捐赠儿童内衣三万余件，物资总价值达百万元，以实际行动践行企业社会责任，传递持续关怀。



“爱与美好 温暖童行”公益活动

## 爱婴室人乳库爱心站点迁新址，让母爱温暖延续

爱婴室始终将守护母婴健康作为企业社会责任的核心，在第34个世界母乳喂养周期间，公司与上海市儿童医院合作，共同完成“人乳库爱心站点”的焕新升级。新站点落户于交通便利的花木时光里店，通过优化服务环境与流程，旨在为捐赠与受捐家庭提供更便捷、专业的支持。该行动不仅拓展了人乳库的社会可及性，更以“汇聚社会爱心，构筑生命防线”为理念，鼓励更多符合条件的母亲参与捐赠，助力早产儿及重症患儿获得关键的营养支持。正如爱婴室相关负责人表示在活动中表示：“站点的升级是责任的深化，我们期待凝聚更多力量，让每一份珍贵的母乳都能滋润最需要呵护的生命。”

截至2025年12月，新人乳库爱心站点捐乳总量357,190 ml，捐乳人数61人次。

人乳库公益项目题为——《“政企社”协同搭建人乳库，助力解决公共健康难点》的卓越品牌实践，成功入选中国公共关系协会“2025年度优秀公共关系案例”（全国仅80例）。



爱婴室人乳库爱心站点

## 爱婴室携手伊利、飞鹤关爱孤残儿童

守护儿童健康是全社会的共同责任。2025年7月，爱婴室携手战略合作伙伴伊利、飞鹤，共同向上海市儿童福利院开展专项捐赠，捐赠高品质婴幼儿配方奶粉500余罐。爱婴室充分发挥自身供应链与平台协调优势，安排专车确保物资高效、安全送达。

此次行动体现了爱婴室在公益领域的资源整合与协同能力，通过融合伊利“伊利营养2030”项目与飞鹤母婴公益经验，形成“1+1+1>3”的公益合力，在践行企业社会责任的同时，也为跨界协作守护儿童健康成长提供了可参照的实践样本。



爱婴室捐赠证书

截至报告期末，爱婴室累计对外捐赠超178万元，全体员工志愿活动投入总时数1,830小时。



# 07

## 韧性

RESILIENCE

3 良好  
健康与福祉

7 经济适用的  
清洁能源

13 气候行动

15 陆地生物



随着全球气候变化问题日益严峻，积极应对气候变化、迈向低碳未来已经成为各行各业得共识与行动。爱婴室积极响应绿色发展理念，推行绿色办公、绿色仓储与物流等建设，助力行业绿色低碳转型，共同守护千万母婴家庭健康未来。

## 应对气候变化

在气候变化影响持续加剧的当下，强化气候议题管理已成为企业推进可持续发展的重要内容。爱婴室依据《上海证券交易所上市公司自律监管指南第4号--可持续发展报告编制(2026年1月修订)》关于应对气候变化的披露要求，对公司面临的气候相关风险开展识别与评估，并结合经营实际推进相应的应对措施，旨在降低气候变化对生产运营可能带来的不利影响，同时积极参与并支持全球气候治理进程。

### 治理

爱婴室将气候治理架构全面融入公司可持续发展管理体系中，构建了完善的气候变化治理体系，确保气候变化议题被纳入公司整体战略制定流程，持续增强公司在气候变化背景下的风险应对能与发展韧性。

#### 董事会

- 审议本公司气候相关事宜的风险及机遇
- 审议、批准公司气候风险与机遇的战略与目标

#### 战略与可持续发展委员会

- 识别、厘定和评估本公司气候相关事宜的风险及重要性
- 评估、制定本公司气候相关的战略与目标
- 监督及检讨本公司气候相关事宜的管理、表现及相关目标进度
- 每年举办相关会议，就本公司的气候变化风险及影响的管理表现及其他待决策事宜进行讨论及审批。

#### 战略与可持续发展委员会

- 协助战略与可持续发展委员会制定符合本公司气候相关战略、目标及行动计划
- 管理本公司日常运营过程的气候相关风险及事宜
- 负责与本公司相关部门沟通，协调推进气候相关事宜落地执行
- 收集、整理、编制本公司应对气候变化表现的公开披露资料

#### 爱婴室应对气候变化管治架构

## 战略

爱婴室持续关注气候变化带来的风险与机遇，并坚信气候议题的有效管理有望为业务发展打开新的空间。公司通过分析气候变化对经营活动与战略推进可能产生的潜在财务影响，进一步明确气候相关风险与机遇的时间跨度与边界假设，为管理层开展气候决策与制定应对举措提供更有力的依据与支撑。

风险类别	风险名称	风险描述及对爱婴室的影响	时间范围 <sup>3</sup>	应对举措
实体风险	台风、极端降雨	台风和极端降水对爱婴室构成的风险主要包括店面受损、农产品等原材料供应链中断、运输及产品终端配送中断等风险。这些风险不仅可能导致企业财务和运营上的损失，还可能对品牌形象和长期客户关系产生负面影响。	短期	我们严格遵守地方及国家有关部门应对极端天气的所有环境相关规定及指引，并根据本公司的实际情况制定应急预案及应对措施，以尽量减少气候变化对日常运营及人身安全的影响；同时通过运输管理系统（TMS）与GPS等定位技术的结合，实现对货物运输过程的实时跟踪与精准定位，提前预警极端气候并调整运输时间，保障供应链的稳定。
	极热	极端高温等情况可能增加员工健康风险、影响门店客流与到店频次。	短期	在门店与仓储作业场景中完善防暑降温与职业健康保护措施，降低高温对员工安全与作业效率的影响，并结合线上渠道与到家服务等方式提升在天气不利条件下的服务连续性与销售韧性。
	平均温度上升	平均气温上行可能削弱冬季服装等季节性品类的需求强度与销售窗口，带来结构性滞销与库存周转放缓，进而推高库存占用与减值压力，并对收入表现形成拖累。	中长期	公司将通过精细的商品企划与动态补调机制提升对季节波动的响应能力，优化服饰等季节性品类的订货节奏与库存结构；强化销售数据与气象趋势的联动分析，提前开展促销与清库存安排，降低滞销风险。

<sup>3</sup>时间范围：短期定义为一年内，中长期定义为一年以上。

风险类别	风险名称	风险描述及对爱婴室的影响	时间范围 <sup>3</sup>	应对举措
实体风险	降水模式变化	降水强度与频次变化可能增加运输与仓储环节受潮、霉变等风险，导致服装、食品等对湿度敏感品类的损耗与报废率上升，同时可能引发配送时效波动，影响消费者体验与运营成本。	中长期	持续完善仓储与物流网络布局，通过在全国多地建设与优化仓储中心提升就近备货与分仓调拨能力，缩短运输半径、降低极端天气对干线与末端履约的影响；强化仓储环境管理与防潮防汛措施，提升对温湿度的监测与控制能力，并优化包装、装卸与运输防护要求，减少受潮损耗；提前开展库存前置与应急预案，提升供应链在异常天气下的稳定性与恢复能力。
转型风险 <sup>4</sup>	强化环境披露信息义务	国家和地区的相关政策将对爱婴室在各地区的运营有更加严格的要求和监管，若爱婴室未及时按照出台的相关法律法规、政策规定披露相应的环境信息，将导致公司面临合规风险。	短期	爱婴室根据上海证券交易所、全球报告倡议组织（GRI）、联合国2030年可持续发展目标（SDGs）和中国社会科学院《中国企业社会责任报告编写指南》要求积极每年定期披露ESG信息。
	客户消费偏好转变	客户对低碳绿色消费与绿色的生活方式的需求与日俱增，若爱婴室不能在节能降耗、绿色产品等方面达到客户要求，爱婴室可能会面临客户流失的风险，进而带来减少收入的影响。	中长期	爱婴室在日常运营过程中融入绿色理念，开展一系列绿色活动，如“衣旧童新”童装回收环保计划。同时，我们进行有效的能源管理满足客户消费需求，详情请见爱婴室能源管理体系。
	持份者对负面反馈日益关切	若环境绩效披露不够充分，投资者和客户可能会转而选择竞争对手，进而造成我们收入下滑，并面临市场份额及投资流失的风险。	中长期	爱婴室在去年的基础上进一步对环境绩效进行披露，包括范围一和范围二的温室气体排放情况，绿色办公绩效等，并明确界定披露的范围，以增强透明度并赢得投资者与客户的信任与支持。

### 爱婴室应对气候变化风险与机遇清单

<sup>4</sup>爱婴室转型风险：爱婴室的主营业务为母婴商品的销售，不涉及高碳排的生产流程，转型风险较为可控。

## 能源管理体系

为有效应对气候变化相关的风险与机遇，公司严格遵守《中华人民共和国节约能源法》等法律法规，不断完善内部能源管理架构，将能源管理要求融入日常运营，并覆盖办公区域、门店以及运输与仓储等主要用能场景，推动能耗管理的规范化与精细化，提升运营效率与资源利用水平。



### 办公区域能源管理

公司参照《中华人民共和国节约能源法》相关要求，制定内部《用电管理要求》对所有办公场所的用电情况进行管理。公司将节能理念融入办公区域日常管理，通过制度化管理与智能化手段提升用能效率，推动绿色办公场景建设，持续强化资源节约与环境友好的运营形象。

- 办公区域通过智能管控方式对公共区域照明进行分时设置，优化照明开启时段，在满足正常使用需求的前提下减少不必要的耗电。

- 将办公能源管理纳入新员工入职培训内容，引导员工形成节能意识与日常节约习惯。

- 行政部门每周开展督促检查，并结合不定期巡检持续强化执行，推动节能减排行为在办公场景中常态化落地。

### 爱婴室办公场所节能减碳举措

## 门店能源管理

为加强门店用能的规范管理与成本管控，爱婴室建立了以制度约束与责任落实为核心的门店能源管理机制。

公司制定并执行《门店电费使用管理制度》，为各门店设置电（水）费预算，并落实“店长责任制”作为门店用能管理的第一责任人：当门店用电超预算10%以上需及时说明原因，并联动工程部门上门核查线路及设备运行情况；如异常原因未能及时锁定，自下月起要求店长每日登记用能台账直至完成原因排查与整改。公司同时细化空调、照明、门头灯等用电行为规范，并明确禁止使用大功率发热设备等红线要求，以提升门店用能的可控性与安全性，减少不必要的能源浪费。

### 闭店后用电管理

- 营业结束后只保留收银台、组长结账区域照明附近灯，其他全部关闭。
- 沿街门店下班后门头灯全部关闭，离店后确保电总闸关闭，并检查应急灯是否正常。

### 高柜射灯使用管理

- 周一至周四门店高柜射灯须从营业开始后1小时开启，营业结束前半小时关闭高柜射灯，周五至周日与节假日全开，营业结束前半小时高柜射灯关闭。

### 空调使用管理

- 营业前 15 分钟开启门店所有空调，营业结束前半小时关闭所有空调。
- 室温 10°C 以下，空调开启至 18°C，室温 28°C 以上，空调开启至 26°C，未达规定温度不开启空调，开空调期间门店不允许开窗。

### 爱婴室门店用电日常管理举措

### 新开店模型优化，推动资源投入效率提升

2025年起，公司优化新开店面积选择，由以300平方米以上为主逐步转向以200平方米以下为主。调整前后单店成本节省约7,195元；2024年新开店57家，2025年新开店85家，2025年较2024年多开28家，对应累计节约201,460元。

在扩店节奏加快的情况下，通过门店模型与配置优化实现单店投入下降与资源使用效率提升，为后续门店精益化运营与能耗管理提供支撑。2025年新开店单店能耗较老店面下降59%。

### 照明系统升级

公司对门店灯具进行升级迭代，优化灯具功率与光效配置。以营业面积约148平方米门店为例；新灯总功率约3,263瓦特、总光通量约436,400流明。在功率基本不变的情况下，照明亮度提升约31.6%，实现门店照明体验提升且电费压力基本稳定，提高门店能效与运营体验的综合表现。

### 运输与仓储能源管理

为提升仓储物流环节的运营效率与能耗管理水平，爱婴室持续推进数字化调度、绿色装备替代、清洁能源应用的组合举措，在保障门店配送时效与服务稳定性的同时，降低运输与作业过程中的能源消耗与排放强度，并将精益化管理思路贯穿于仓储、运输与末端交付的关键节点。

### 运输管理系统（TMS）赋能运输精益化管理

公司依托TMS物流运输系统开展智能路径规划与全链路实时监控，强化车辆运行状态可视化与配送信息快速共享，提升调度效率与配送精准度，为门店销售与补货保障提供支撑。报告期内，通过TMS路径优化与过程监控，运输准点率达98%，油耗降低8%，整体运输距离降低约10%，从源头减少无效行驶与能源浪费。

### 新能源车辆与电动叉车替代

公司在仓储物流端加快推进绿色物流转型，在湖南、湖北、重庆等地实现新能源车90%以上覆盖，并在湖南、湖北、嘉善等地实现电动叉车使用率100%。相较传统柴油叉车，电动叉车在作业阶段可实现“零尾气排放”，同时显著降低噪声水平；在同等作业强度下，电动化替代有助于减少仓内作业的直接碳排放，并同步降低NO<sub>x</sub>、颗粒物等污染物排放，改善库内作业环境与职业健康条件。以五吨电动叉车为例，五吨柴油叉车年排CO<sub>2</sub> 20.4吨，电动叉车（煤电）年排2.55吨，年净减碳20.15吨，同时消除NO<sub>x</sub>、PM污染，改善库内空气。



### 嘉善仓光伏应用与就地消纳

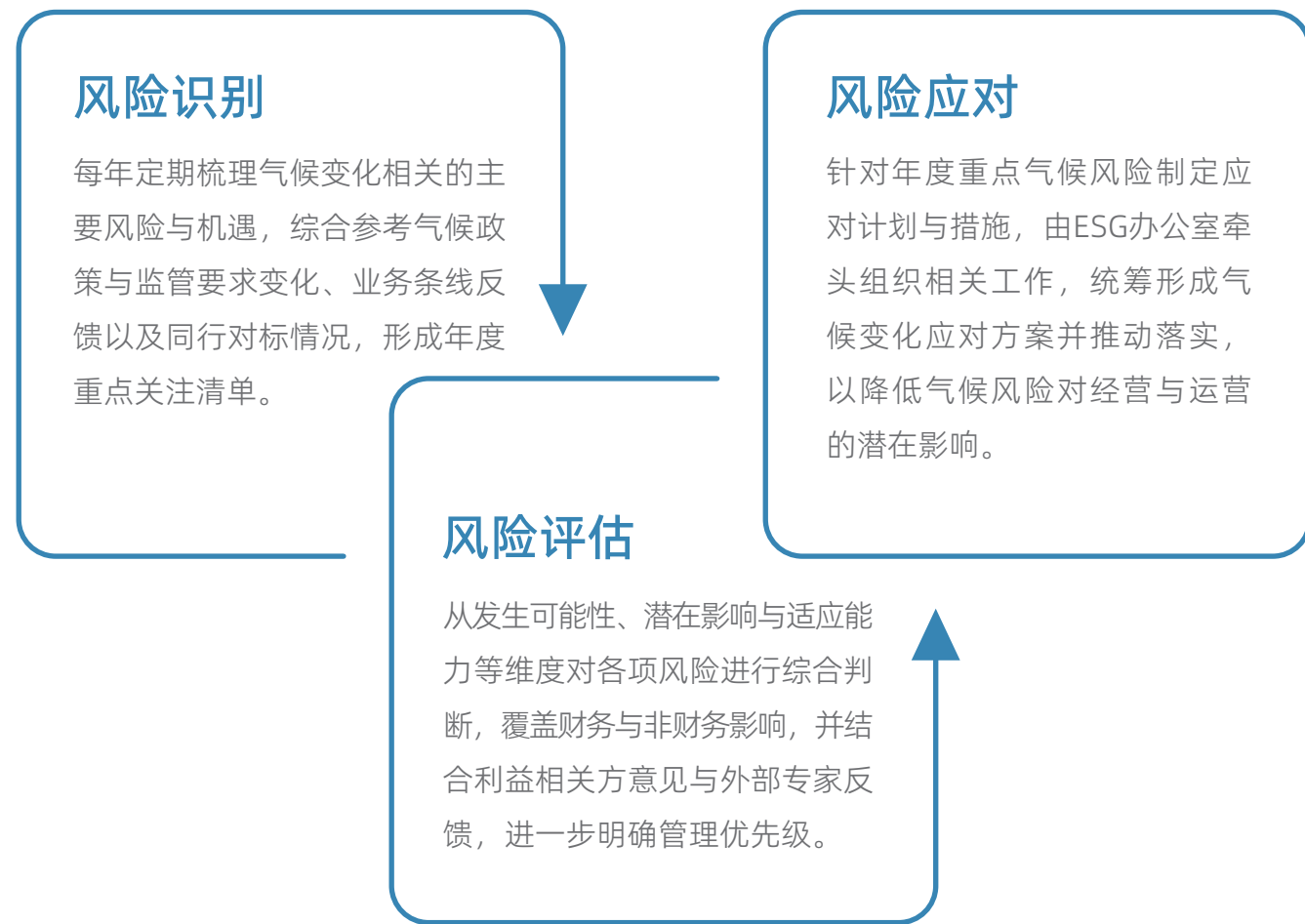
公司在嘉善仓推进光伏发电与用能协同管理，提升清洁能源在仓储运营中的使用比例。截至2025年12月，光伏发电量为674,810千瓦时，光伏用电量为326,925千瓦时，消纳比为48%；白日用电中光伏占比为79%。该模式有助于在日间运营高峰优先使用自发绿电，降低外购电依赖并提升能源结构的清洁化水平。



同时，嘉善仓获得“2025年度嘉善经济开发区物流服务业优秀企业”荣誉，体现公司在仓储物流运营与服务能力建设方面的阶段性成果。

## 风险管理流程

爱婴室依托明确的风险管理架构推进气候风险管理，并将相关工作纳入规范化流程，以提升对气候变化不确定性的识别与应对能力。公司气候风险管理流程总体包括风险识别、风险评估与风险应对三个环节，确保在面对气候变化带来的挑战时能够形成及时、可执行的管理措施与应对策略。



爱婴室气候风险管理流程

## 指标与目标

为推动气候行动与风险管理措施稳步落实，爱婴室建立了清晰的气候相关指标体系，持续开展温室气体排放的监测并定期对外披露。报告期内，公司设定了温室气体减排目标，并同步完善指标与目标的跟踪评估机制，通过持续优化指标口径、数据管理与评估流程，提升目标管理的可执行性与可衡量性，促进气候目标在经营管理中落地见效。

指标	指单位	2023年	2024年	2025年
<b>能源<sup>5</sup></b>				
汽油消耗量	升	/	3,211.75	18,999.54
柴油消耗量	升	/	224,416.00	290,401.02
用电量	兆瓦时	/	20,901.14	19,125.16
光伏发电量	万千瓦时	37.7	60.3	67.5
光伏发电自用量	万千瓦时	22.4	29.5	32.7
<b>温室气体排放<sup>6</sup></b>				
范围一温室气体排放量	吨二氧化碳	/	599.97	809.12
范围二温室气体排放量	吨二氧化碳	/	11,090.14	9,974.34
温室气体排放总量 (范围一+范围二)	吨二氧化碳	/	11,690.11	10,783.46
温室气体排放强度	吨二氧化碳/ 百万人民币营收	/	3.37	2.85
<b>绿色办公</b>				
员工远程办公次数	次	5,200	5,330	5,500
办公场景使用线上文档数量	篇	13,378	13,476	11,885
线上会议开展次数	次	4,900	4,956	5,860
线上累计与会人数	人	20,846	21,400	40,444

爱婴室环境管理绩效表

<sup>5</sup>为更全面反映能源使用情况及保持统计口径一致与年度可比性，本年度公司在扩展汽油、柴油等移动源能耗统计范围的同时，已对上年同期数据进行了同口径补充。

<sup>6</sup>温室气体排放量：爱婴室自2024年ESG报告起对外披露范围一与范围二温室气体排放量；因能源消耗溯源、统计时范围扩展（新增自营仓储物流与福州分公司），我们在2025年ESG报告中对2024年ESG报告中的范围一与范围二温室气体排放数据进行修正，并统一采用0.5306kgCO<sub>2</sub>e/kWh的排放因子进行计算。该因子为2023年全国电力平均二氧化碳排放因子，来源于生态环境部、国家统计局《关于发布2023年电力二氧化碳排放因子的公告》（公告2025年第47号）。

## 可持续经营

爱婴室将绿色运营作为日常管理的重要组成部分，围绕环境合规要求持续完善运营管控与改进举措，覆盖废弃物规范处置与减量、水资源节约与效率提升、循环经济与绿色设计理念导入，以及对生物多样性相关风险的关注与管理。

公司通过制度化、过程监测与持续优化，推动运营场景的环境表现稳步提升，在满足监管要求的基础上，进一步提升资源利用效率与环境影响管控水平。

### 环境合规管理

爱婴室严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等环保相关法律法规，以及国家和地方标准与行业规定，并结合自身运营场景建立相应的制度化要求，制定并落实《爱婴室办公环境管理制度》等内部制度政策，推动环境合规要求在各环节有效落地。

结合业务模式与运营特性，公司主营业务为母婴商品的线上线下销售与配套服务，不涉及自有工厂生产环节，整体环境影响以日常运营中的用电用水、包装与一般固废管理为主，废水、废气及生产性固体废物排放相关的环境合规风险相对有限。报告期内，公司未发生重大环境处罚；生态环保投入合计141万元，用于支持绿色运营相关管理与改进工作。

### 环境风险应急预案

爱婴室将突发环境事件应急管理纳入日常运营管理体系，围绕门店与仓储物流等关键场景建立风险预防、快速响应与事后改进的闭环机制，提升对火灾、生产安全事故等突发情况的处置能力，降低对人员安全、业务连续性及周边环境的潜在影响。

公司已制定并执行《仓储物流台风天气应急预案》等应急管理文件，明确了事件上报、现场处置、协同联动、信息通报与恢复运营等关键流程，确保在紧急情况下能够快速启动预案、分工到岗、措施到位，将损失与影响控制在可控范围内。

## 环境相关培训

报告期内，爱婴室对各部门负责人及关键岗位人员开展环境管理培训，员工入职培训中亦包含工作环境相关内容，所有新入职员工进行办公室能源管理专项培训。

针对环境相关培训，公司通过实际案例分析，指导参训人员如何识别生产运营中的环境因素，评估其潜在环境影响，并制定相应的风险管控措施。通过完善的培训机制，公司进一步提升了员工对环境管理政策的理解和执行能力。



## 水资源管理

爱婴室在日常运营中严格遵守《中华人民共和国水法》等相关法律法规，持续完善用水管理要求并推动水资源精细化管理。公司用水主要来自办公与仓储场景，以及各门店经营场景，均统一接入市政供水系统取水，不涉及自备取水设施或生产用水。

### 办公场所 水资源管理

积极开展水资源管理措施，在办公区域张贴节约用水标语，并通过宣传和培训引导增强员工的节水意识。

### 门店运营 水资源管理

每家门店设定了水费预算，用水管理实行店长责任制，一旦超出一定比例，工程相关部门会上门检查门店用水设备是否正常，直至查明原因

### 仓储物流 水资源管理

为提升仓储场景用水效率、减少非必要用水，公司在仓库对部分用水点位进行节水改造，将传统手动龙头升级为感应式出水龙头；以仓储物流年运行300天估算，综合考虑龙头实际流量与使用时长波动，仓储物流体系可实现约200吨年度节水量。

#### 爱婴室水资源管理举措

指标	指单位	2023年数据	2024年数据	2025年数据
水资源使用量	吨	/	226,607.81	204,972.98
水资源使用强度	吨/百万人民币营收	/	65.36	54.20

爱婴室水资源使用绩效表

## 废弃物管理

爱婴室严格遵守《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》及相关废弃物管理要求，建立并运行覆盖全流程的废弃物管理体系，确保各类废弃物实现100%合规处置。公司按照运营场景将废弃物管理划分为办公区域、仓储物流与门店三类，并根据不同类别的特性匹配相应的分类收集与处置方式。

同时，公司对废弃物从产生、分类收集、内部转运、暂存到资源化利用与最终处置等关键环节实施规范管理与过程控制，强化闭环管理与合规把关。

### 办公场所废弃物管理

- 长期推行无纸化办公，减少纸张消耗，并设置“二手纸回收使用栏”，提升纸张重复利用率。
- 办公区域配置干垃圾桶，茶水间配置干湿分类垃圾桶，由专人于每日午餐后对干湿垃圾进行分类处理。
- 采用打印机租赁模式，由耗材供应商负责耗材更换与回收处置，门店可直接对接供应商完成硒鼓等耗材更换；据估算，每月硒鼓使用量约263个，相关废弃物由供应商回收闭环处理。

### 门店运营废弃物管理

制定并执行《纸板箱管理制度》，规范门店纸板箱回收管理，按门店处置方式将门店分为“自售回收”与“统一退大仓”两类，并以“回收重量/要货重量”的比例作为管理口径进行测算与跟踪。

- 对回收利用率低于70%的门店纳入异常管理，要求门店反馈原因并推动纠偏。
- 同步推进衣物回收等资源化举措，以抵用券形式鼓励回收参与，截至报告期末累计发放抵用券5,660张。

### 仓储物流废弃物管理

公司根据废弃物特性实施分类管理，并优先选择具备环保资质的第三方机构开展合规处置与资源回收，同时建立处置台账，确保过程可追溯、结果可核验。

爱婴室废弃物管理举措

仓储物流废弃物分类处置	
食品类废弃物	<ul style="list-style-type: none"> <li>●在源头按“过期食品、破损食品、食品包装残料”等类型细分收纳，使用专用密封容器减少渗漏与异味扩散；</li> <li>●仅对接具备环保资质的第三方机构并签订处置协议，明确采用焚烧（能量回收）或无害化填埋等方式；</li> <li>●建立处置台账，记录废弃物类别、重量与处置时间，实现全流程可追溯</li> </ul>
用品类废弃物	<ul style="list-style-type: none"> <li>●对废旧包装（纸箱、塑料膜）、破损工具（塑料件、金属配件）及废弃耗材等进行拆解分拣，区分可回收与不可回收部分，并与再生资源企业建立长期合作机制，定期回收可利用资源；</li> <li>●通过纸箱循环复用、耗材按需申领等方式推进源头减量。</li> </ul>
服装类废弃物	<ul style="list-style-type: none"> <li>●按“完好可穿、轻微破损、严重破损”分级处理：完好服装对接公益渠道进行捐赠，破损服装通过专业机构进行拆解与再生利用，提升资源循环水平。</li> </ul>

报告期内，食品类废弃物合规处置率100%，未发生二次污染问题。

## 循环经济与绿色设计


爱婴室坚持以“减量化、再利用、资源化”为核心的循环经济理念，将绿色设计与资源效率要求融入产品与运营全流程，通过源头减量、重复使用与回收利用等方式尽可能降低资源消耗与浪费，并协同供应链伙伴推动更可持续的经营实践，助力行业向绿色低碳方向持续优化升级。

### 减量化

公司坚持从源头减少一次性材料使用与废弃物产生，通过替代与优化把“少用、少弃”落到运营细节。

### 购物袋升级推动源头减塑

公司自2020年率先响应国家“限塑令”要求，持续优化门店购物袋方案，并于报告期内完成全国门店购物袋升级：将纸袋与可降解购物袋统一替换为可重复使用的无纺布购物袋。



相较一次性包装，无纺布袋更强调“多次使用”的场景适配，帮助公司从“用后处理”转向“源头减量与循环使用”，降低一次性包装消耗与废弃物产生。无纺布购物袋通过重复使用使单袋碳足迹降低70%以上，公司累计减少不可降解塑料垃圾逾千吨，生产废弃物综合利用率超过95%。

### 再利用

公司通过循环载具与包装复用机制，提升包装周转效率；此外，公司推动门店设施设备“退仓-复用-再投放”的利旧机制，将可用资产循环使用，减少一次性采购与资源消耗。

### 门店货架与灯具利旧复用

公司在门店闭店环节对货架与灯具进行分级评估与回收管理：品相较好、匹配近两代门店形象的货架及状态良好的灯具统一退回仓库备用，较老灯具纳入维修备件储备。2025年，货架利旧共44店次，累计节约约1,097,449元；灯具利旧共19店次，累计节约约71,757.5元。利旧覆盖形式包括“整店利旧”与“部分利旧”，在保证门店形象与运营需求的前提下，显著降低开店投入与资源浪费。

### 周转筐循环使用提升周转效率

公司推广可循环周转箱应用，计划实现周转筐使用35万次；报告期内实际投入可循环周转箱3,000个，年循环次数超过37万次，在满足仓配效率的同时降低一次性包装使用强度。

### 瓦楞纸箱回收复用机制

公司建立纸箱回收与复用机制，推动包装“回收-再用”闭环运行。2025年瓦楞纸箱回收复用率目标为30%，实际达成32%，年回收复用纸箱超过85万个，有效减少新箱投入与包装浪费。

## 资源化

公司通过分类回收与再生利用，将可回收物转化为再生资源，并对不同废弃物匹配差异化去向管理，提升资源回收价值与处置合规性。

### 用品类废弃物拆解分拣与再生回收

仓储物流端对废旧包装（纸箱、塑料膜）、破损工具（塑料件、金属配件）及废弃耗材等进行拆解分拣，区分可回收与不可回收部分；并与正规再生资源回收企业建立长期合作，定期上门回收并签订回收协议明确环保要求。报告期内，可回收资源利用率达85%，年回收再生纸箱约250吨、塑料/金属配件约3吨。

### 服装类废弃物分级处置与再生利用

公司按“完好可穿、轻微破损、严重破损”对服装类废弃物分级管理：完好服装对接公益渠道捐赠，破损服装拆解回收面料纤维，严重破损服装交由专业机构加工为再生布料或填充材料。报告期内，年捐赠完好服装超过70,000件，服装类废弃物再生利用率达70%，减少纺织废料填埋压力。

## 绿色设计

公司将绿色设计理念融入自有产品开发与选材决策，从源头优化材料选择与产品组合，在满足安全、亲肤与使用体验的前提下，优先采用更具环境友好属性的材料方案，推动产品向可持续方向迭代升级。

### 洗脸巾使用100%再生纤维素材料

公司以洗脸巾品类为切入点，在产品中采用100%再生纤维素纤维，在满足亲肤与使用体验需求的同时强化可持续材料应用。公司计划于2026年推出全棉品类，形成兼顾再生材料与天然材料的产品矩阵，进一步减少对化石基原料的依赖并满足可生物降解产品需求。

## 生物多样性

爱婴室关注企业经营活动与自然环境之间的关联，持续将生物多样性与生态保护理念融入公益参与与公众倡导之中。结合自身以零售与服务为主的运营特性，公司通过面向消费者的互动活动与科普传播，倡导更友好的生活方式与绿色消费理念，并以实际行动支持生态修复与栖息地保护等项目，带动更多公众参与，共同助力自然生态的恢复与可持续发展。

### 守护朱鹮栖息地，推动生物多样性保护与自然教育

朱鹮作为我国一级保护动物、全球濒危物种，相关栖息地与繁育工作对生态系统修复具有重要意义。基于对生物多样性议题的关注，菲仕兰联合中国绿化基金会连续三年支持山东东营黄河三角洲国家级自然保护区的朱鹮繁育野化项目。



2025年6月，黄河口朱鹮野化基地遭遇15级强对流大风灾害，野化笼舍倒塌，43只朱鹮幼鸟失去家园。值此背景下，爱婴室参与“久久公益节”相关倡议，通过“捐步”方式助力修护朱鹮家园，并面向公众发起生物多样性保护倡导，鼓励更多家庭以低门槛方式参与生态修护行动；同时设置“生物多样性探索营”研学名额等激励机制，提升亲子家庭对湿地生态与珍稀鸟类保护的认知与参与度。

此外，公司还参与菲仕兰发起的“保护地球免疫力联盟”相关自然教育活动，通过在黄河三角洲开展沉浸式研学与公众科普，向亲子家庭传递生物多样性保护理念，并在多地幼儿园与社区开展“地球免疫力第一课”等公益课堂，全年受益人次超过2.8万，持续扩大生物多样性科普与公众参与的覆盖面。



## 附录一：绩效指标

经济绩效	单位	2023年	2024年	2025年
营业收入	亿元	33.32	34.67	37.82
利润总额	亿元	1.43	1.49	1.36

环境绩效	单位	2023年	2024年	2025年
<b>环境合规管理</b>				
生态环保总投入	万元	/	135.68	141.08
重大的环境处罚事件	件	/	0	0
<b>温室气体排放</b>				
温室气体排放 (范围一)	吨二氧化碳	/	599.97	809.12
温室气体排放 (范围二)	吨二氧化碳	/	11,090.14	9,974.34
温室气体排放总量 (范围一+范围二)	吨二氧化碳	/	11,690.11	10,783.46
温室气体排放强度	吨二氧化碳/百万人民币营收	/	3.37	2.85
<b>能源管理</b>				
汽油消耗	升	/	3,211.75	18,999.54
柴油消耗	升	/	224,416.00	290,401.02
用电量	兆瓦时	/	20,901.14	19,125.16

员工远程办公次数	次	5,200	5,330	5,500
办公场景使用线上文档数量	篇	13,378	13,476	11,885
线上会议开展次数	次	4,900	4,956	5,860
线上累计与会人数	人次	20,846	21,400	40,444
光伏发电量	万度	37.7	60.3	67.5
光伏发电自用量	万度	22.4	29.5	32.7
<b>水资源管理</b>				
水资源使用量	吨	/	226,607.81	204,972.98
水资源使用强度	吨/百万人民币营收	/	65.36	54.20
<b>循环经济</b>				
使用循环塑料周转箱	万次	26	26	27
废纸回收总量	吨	150.6	381.8	308.4
缠绕膜回收总量	吨	5.6	7.2	7.3
塑料回收总量	吨	0.70	2.30	0.36
木材回收总量	吨	18.50	16.00	11.00
金属回收总量	吨	0.70	2.40	47.70

社会绩效	单位	2023年	2024年	2025年
<b>供应商</b>				
供应商数量	家	620	608	578
淘汰供应商	家	167	30	138
新引入供应商	家	109	88	110
持续合作供应商	家	344	351	330
供应商本地化比例	%	100	100	100
食品安全平台纳入商品	种	400	396	409
食品安全平台纳入供应商	家	31	24	20
<b>客户沟通</b>				
接获客户投诉	起	266	412	375
二次客诉	起	0	0	0
客诉率	%	0.0030	0.0037	0.0039
每百万营收客户投诉数量	起	0.0798	0.1188	0.0992
客户投诉处理率	%	100	100	100
投诉事件处理满意度得分	%	97.2	98.6	98.3
整体客户满意度	5分制	4.71	4.75	4.72
客户满意率	%	94.54	95.88	94.10

<b>员工培训</b>				
外部培训开展次数	次	80	71	159
内部培训开展次数	次	12	29	165
线下产品知识类培训	次	80	50	88
<b>员工平均受训时长</b>				
高级管理层	小时	15	18	35
中级管理层	小时	20	24	24
一般员工	小时	23	25	33
<b>员工累计受训时长</b>				
高级管理层	小时	525	612	630
中级管理层	小时	4,200	4,992	5,832
一般员工	小时	248,061	238,596	161,106
<b>员工</b>				
全职员工总数	人	3,315	3,116	3,031
男性	人	386	395	412
女性	人	2,929	2,721	2,619

< 30	人	295	365	359
30 - 50	人	2,874	2,598	2,590
> 50	人	146	153	82
总流失人数	人	756	991	780
总流失比率	%	16.7	23.4	25.4
新进员工数量	人	724	917	549
<b>员工证书</b>				
持证育婴师	人	871	830	762
<b>员工福利</b>				
员工满意度	%	85	88	/
<b>职业健康与安全</b>				
员工重疾综合险	万元	/	115	110
消防演习开展次数	次	/	4	4
消防演习覆盖范围	人次	/	146	153

管治绩效	单位	2023年	2024年	2025年
独立董事	名	3	3	3
非独立董事	名	4	4	4
女性董事占比	%	28.6	28.6	42.8

股东会	次	3	3	3
董事会	次	6	6	6
审计委员会	次	5	4	5
提名委员会	次	2	1	1
战略与可持续发展委员会	次	/	1	1
薪酬与考核委员会	次	/	1	1
监事会 <sup>7</sup>	次	6	5	3
定期报告	份	4	4	4
临时报告	份	58	66	57
合规培训	场	24	50	21
中高层合规管理培训	场	1	9	11
合规培训覆盖率	%	100	100	100
合规培训参与人数	人	/	1,372	1,501
合规培训总时长	小时	7,050	7,512	7,880
信息安全培训	场	12	16	11
信息安全培训人次	人	619	517	1,282
有效商标数量	件	454	509	518
新增商标数量	件	25	55	9

<sup>7</sup>公司于2025年取消监事会，由审计委员会承接对应职责。

## 附录二：指标索引<sup>8</sup>

《上海证券交易所上市公司自律监管指南第14号--可持续发展报告编制(2026年1月修订)》

维度	序号	议题	对应条款	所在章节
环境	1	应对气候变化	第二十一条至第二十八条	7.1 应对气候变化
	2	污染物排放	第三十条	7.2 可持续经营
	3	废弃物处理	第三十一条	7.2 可持续经营
	4	生态系统和生物多样性保护	第三十二条	7.2 可持续经营
	5	环境合规管理	第三十三条	7.2 可持续经营
	6	能源利用	第三十五条	7.1 应对气候变化
	7	水资源利用	第三十六条	7.2 可持续经营
	8	循环经济	第三十七条	7.2 可持续经营

社会	9	乡村振兴	第三十九条	6.4 乡村振兴与公益慈善
	10	社会贡献	第四十条	6.4 乡村振兴与公益慈善
	11	创新驱动	第四十二条	5.1 智慧运营
	12	科技伦理	第四十三条	爱婴室暂不适用
	13	供应链安全	第四十五条	3.1 可持续供应链
	14	平等对待中小企业	第四十六条	爱婴室暂不适用
	15	产品和服务安全与质量	第四十七条	4.1 产品责任 4.2 客户服务
	16	数据安全与客户隐私保护	第四十八条	2.2 企业治理
可持续发展相关治理	17	员工	第五十条	6.1 员工关爱 6.2 人才培养与晋升 6.3 员工安全与健康
	18	尽职调查	第五十二条	3.1 可持续供应链
	19	利益相关方沟通	第五十三条	2.1 可持续发展管理
	20	反商业贿赂及反贪污	第五十五条	2.2 企业治理
	21	反不正当竞争	第五十六条	2.2 企业治理

<sup>8</sup> 《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）》（以下简称《14号指引》）规定的科技伦理、平等对待中小企业两个议题对公司不具有重要性；科技伦理因公司未从事生命科学、人工智能等科技伦理敏感领域的科研活动而不具重要性；平等对待中小企业因公司不存在《14号指引》规定的需披露情况而不具重要性。



babëmax 爱婴室