



IMEIK 2024 SUSTAINABILITY REPORT

爱美客2024年可持续发展报告

让生命有更高的质量和尊严

目 录

简介

关于本报告	01
董事长致辞	02
关于爱美客	03
可持续发展管理	04
2024大事记	06

附录

关键绩效表	44
指标索引	46
意见反馈表	47

01
合规治理 筑牢发展根基

精益公司治理

治理架构	08
多元化	09
独立性	09
薪酬与考核	09
投资者关系	10

诚信合规经营

合规管理体系	11
反舞弊与反腐败	12
反不正当竞争	12

健全风险管理

内控与风险管理体系	13
风险识别与应对	13
内部审计与监督	14

02
环境友好 守护美好生态

提升环境管理

环境治理机制	16
环境战略规划	16
环境风险管理	17
践行绿色运营	18

加强污染防治

废水排放管理	18
废气排放管理	19
固废排放管理	19

优化资源使用

能源管理	20
水资源管理	21
包材管理	21

应对气候变化

治理	22
战略	22
风险与机遇管理	23
绩效与指标	24

03
匠心精研 赋能品质升级

科学研究 创新驱动

科创管理体系	26
技术产品创新	26
激发创新活力	27
坚守科研伦理	28
知识产权保护	29

卓越品质 多元可及

强化质量管理	29
提升产品可及性	30
共建质量文化	30

客户至上 精诚服务

拓宽服务渠道	31
开展负责任营销	32
保障客户隐私安全	32
提升客户满意度	33
赋能下游机构发展	34

04
携手同行 共创美好家园

关爱员工 共同成长

权益保障	36
发展培训	37
健康安全	39

责任采购 合作共赢

负责任采购管理	40
可持续供应链建设	41

热心公益 同行共济

“爱职说”求职赋能公益项目	42
“新美妈妈”育龄女性公益项目	42

关于本报告

这是爱美客技术发展股份有限公司（简称“爱美客”或“公司”）自2020年上市并连续四年发布社会责任报告后，首次改版发布的可持续发展报告（以下简称“本报告”）。本报告旨在向利益相关方汇报公司在经济、社会和环境方面的管理、实践和成效，传递公司的社会责任价值。

报告范围

本报告覆盖爱美客技术发展股份有限公司总部、位于北京市平谷区的生产基地及位于北京市昌平区的研发中心。本报告为年度报告，时间界限为2024年1月1日至12月31日，部分内容超出上述范围，在所涉及处予以说明。

编制依据

本报告遵循深圳交易所于2024年发布的《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》，及2023年12月修订的《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第2号——创业板上市公司规范运作》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第11号——信息披露工作考核》，并参考全球可持续发展标准委员会（GSSB）发布的《GRI可持续发展报告标准（GRI Standards）》，及国际可持续准则理事会（ISSB）发布的《国际财务报告准则S1号——可持续相关财务信息披露一般要求》《国际财务报告准则S2号——气候相关披露》进行编制。

数据说明

报告中的数据、管理机制和案例来自公司实际运营的原始记录和财务报告。报告中的财务数据以人民币为单位。财务数据如与公司年度财务报告不一致，请以年度财务报告为准。

可靠性承诺

爱美客承诺本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，公司董事会对其内容真实性、准确性和完整性负责。

联系方式

爱美客鼓励所有利益相关方对本公司社会责任和可持续发展工作提出建议或意见。如有相关事宜，请联系 ir@imeik.com。

董事长致辞

2024 年，我们共同经历前所未有的考验，但也见证了无数动人的瞬间。这些努力汇聚成一股不可阻挡的力量，让我们在复杂的国内外环境变化中稳步前行。这一年，爱美客始终坚守初心，把科技创新视为驱动企业前行的强劲引擎。我们持续加大研发投入力度，秉持以消费者需求为导向的理念，不断推出安全有效、多元可及、个性化、高品质的产品与服务。这一年，爱美客作为一家负责任的企业，合规经营成果丰硕，绿色低碳纵深推进，高质量发展走深走实，为建设包容、和谐、美好的社会贡献力量。

强化治理效能，战略筑基创价值。2024年，爱美客深度优化治理结构，大力提高决策机构独立性，全方位、深层次提升运营效率。我们不断强化董事会的战略引领作用，积极推进董事会多元化进程，不断完善董事会规范运作机制，显著提高科学决策水平。我们把ESG因素融入关键业绩指标体系，创新性地将ESG绩效与高管薪酬紧密挂钩，确保可持续发展理念全方位贯穿于公司运营的每一个环节。我们持续强化内部控制，进一步完善风险管理体系，确保公司在合规的轨道上稳健运营。我们致力于为股东创造长期价值，为员工、客户和社会创造更大的福祉，以实际行动践行企业的责任与担当。

深耕研发创新，成果累累谱新章。爱美客始终坚定不移地秉持创新驱动发展战略，持续加大研发投入力度，积极吸引和培养优秀的科研人才，全力打造创新高地。2024年，我们在研发领域取得了一系列丰硕成果，联合高校携手搭建多个创

新平台，深化科研人才培养体系，充分调动员工创新潜能。我们始终严守科研伦理底线，认真履行药物警戒主体责任，自觉主动接受社会各界监督，致力于树立行业高标准标杆。截至2024年底，公司累计拥有有效授权专利163件，其中发明专利49件；公司共有11款III类医疗器械产品获批上市，进一步丰富了我们的产品管线，为公司的长远发展筑牢根基。

精研多元产品，守护健康筑华章。2024年，我们持续深耕产品矩阵，致力于提供更为普惠且安全的产品和服务。我们积极拓展研发边界，针对多样化群体的特殊需求，尤其是聚焦于从内到外延缓衰老等前沿方向，全力研发并优化医学解决方案，力求在保障治疗效果的同时，进一步降低医疗成本，以此持续满足消费者日益增长的个性化需求，稳步提升品牌影响力。我们不断精益求精，全方位优化产品质量与服务水平，同时，坚持打击假冒伪劣产品，通过一系列有力举措，切实保障消费者的健康权益，以实际行动诠释对客户和消费者的责任。

厚植员工关怀，人本为根深铸魂。爱美客坚定不移地秉持以人为本的理念，将员工的成长与发展置于战略高度予以重视。2024年，公司团队规模持续壮大，员工的专业素养与创新能力显著提升。我们全方位筑牢员工权益保障防线，连续三年保持因工亡故、工伤损失工作日以及新增患职业病员工人数为零的卓越成绩。我们积极践行平等包容、多元化与反歧视的职场文化理念，健全员工多元化沟通与申诉机制，营造积极和谐的工作氛围。我们秉持“开放学习”的人才发展理

念，不断完善培训体系，优化人才发展战略布局。2024年，员工全年总学习时长达30911小时，较去年增长67%。我们积极践行人文关怀，推出“爱职说”项目助力青年就业，携手基金会发起“新美妈妈”育龄女性公益项目，积极投身公益事业，让更多人感受美好，成就美好。

践行绿色理念，守护生态显担当。爱美客始终秉持“敬畏自然，知行正义”的工作导向，持续致力于健全完善环境治理机制，制定适用于企业实际的环境保护战略规划，不断提升环境风险防控能力。我们积极探索新能源利用与资源循环新模式，安装分布式光伏发电项目，采用雨水收集与滴灌技术等，提高能源和水资源的利用效率。我们积极构建并完善气候变化治理体系，制定全面的气候变化风险管理策略，为助力实现“双碳”目标积极探析切实可行的实践路径。我们积极深化绿色实践，组织开展各类环保教育活动，广泛倡导绿色生活方式，以实际行动为守护生态环境贡献力量。

砥砺前行，筑梦前行。展望2025，我们将继续秉承初心、勇担责任，深化可持续发展战略，强化科技创新驱动力，丰富产品多元化矩阵，推进国际化进程与合作，为更多国家与地区的广大消费者提供更安全、有效、可及的解决方案。我们愿与各利益相关方一道，做合规治理的践行者、绿色发展的推动者、社会价值的缔造者，以广阔的视野履行社会责任，用科技的力量成就健康与美，共同开创繁荣稳定的美好未来。



爱美客董事长 简军女士

简军

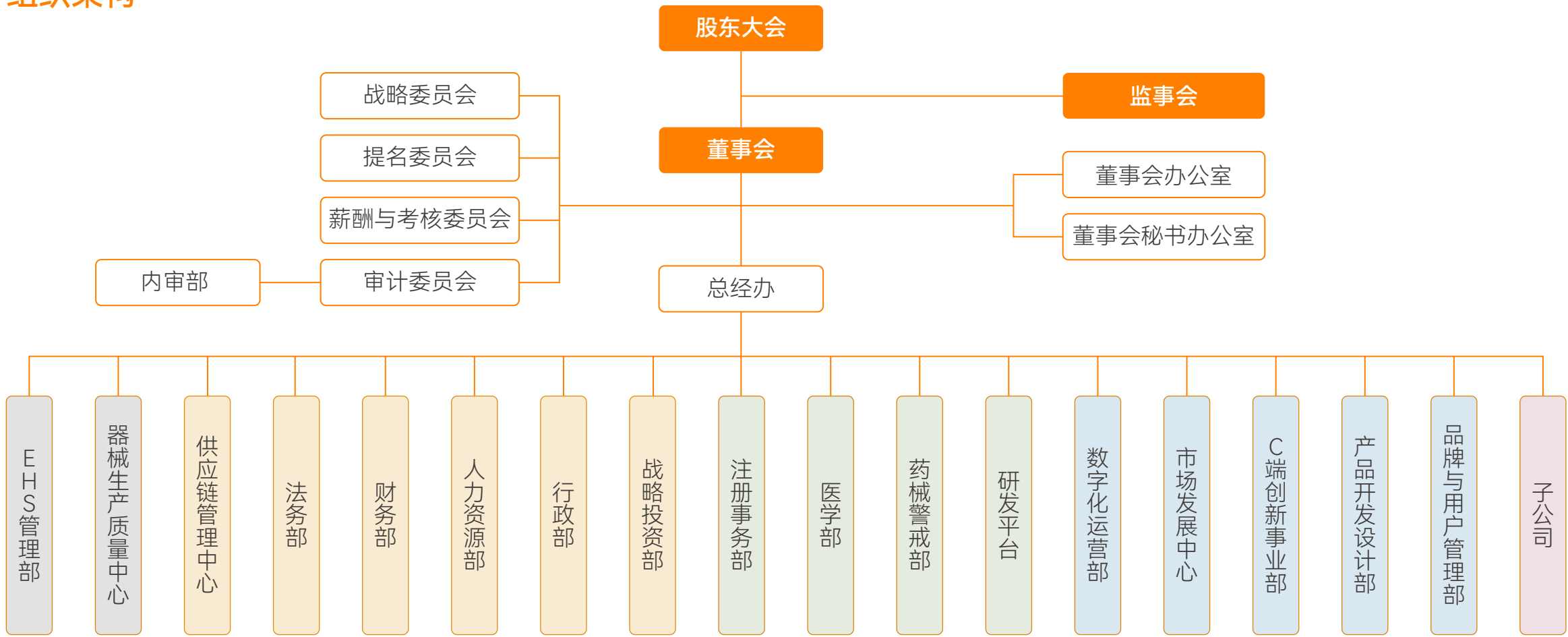
关于爱美客

公司简介

爱美客于2004年正式成立，总部设在中国北京，是从事生物医用材料及生物医药产品研发与转化的国家高新技术企业。2020年9月，爱美客成功登陆A股市场（股票代码：300896.SZ）。爱美客始终以“用科技成人之美”为使命，以创新为先导，以产业报国、进口替代，为国人创造更加健康、美好生活为宗旨，对国内医疗美容行业从产品、技术、服务到生态都进行了战略性布局，已经成为国内领先的医疗美容创新产品提供商。爱美客已成功实现基于透明质酸钠的系列皮肤填充剂、基于聚乳酸的皮肤填充剂以及聚对二氧环己酮面部埋植线的产业化，同时正在开展重组蛋白和多肽等生物医药的开发。目前，公司已建立了多种生物医用材料的产品技术转化平台，产品的临床应用和研发涵盖医疗美容、大外科以及代谢疾病治疗等领域。

- 愿景
让生命有更高的质量和尊严
- 使命
用科技成人之美
- 价值观
预而多识；减而有力

组织架构



图注：爱美客公司组织架构

责任荣誉

企业荣誉

	颁发机构
ESG先锋60·年度社会责任优秀奖	界面新闻
第二届国新杯·ESG金牛奖治理二十强	中国证券报
2024年上市公司最具社会责任奖	每日经济新闻
2024年度ESG金曙光·社会责任奖	证券市场周刊
2023年度金牛最具投资价值奖	中国证券报、南通市人民政府
2024中国制造业上市公司社会责任五星金奖	时代责任四十人论坛智库
ESG投资价值TOP100	证券之星
《可持续发展年鉴（中国版）2024》行业最佳进步企业	标普全球
英华奖A股ESG价值奖	中国基金报
亚洲未来30强	《财富》
2024中国医疗美容行业领袖企业奖、创新产品奖、创新技术奖	中国整形美容协会
最具投资价值上市公司奖	钛媒体
创业板上市公司价值五十强	证券时报
优值榜——年度优秀上市公司	界面新闻

个人荣誉

爱美客董事长简军获得“全国三八红旗手称号”	中华全国妇女联合会
爱美客董事长简军获得“2024中国医疗美容行业·领袖人物奖”	中国整形美容协会
爱美客董事长简军入选“SHE POWER·2024影响力女性”	36氪
爱美客董事长简军荣获“2023年度金牛企业家成就奖”	中国证券报、南通市人民政府
爱美客董事长简军入选“2024杰出商界女性100”	福布斯中国

可持续发展管理

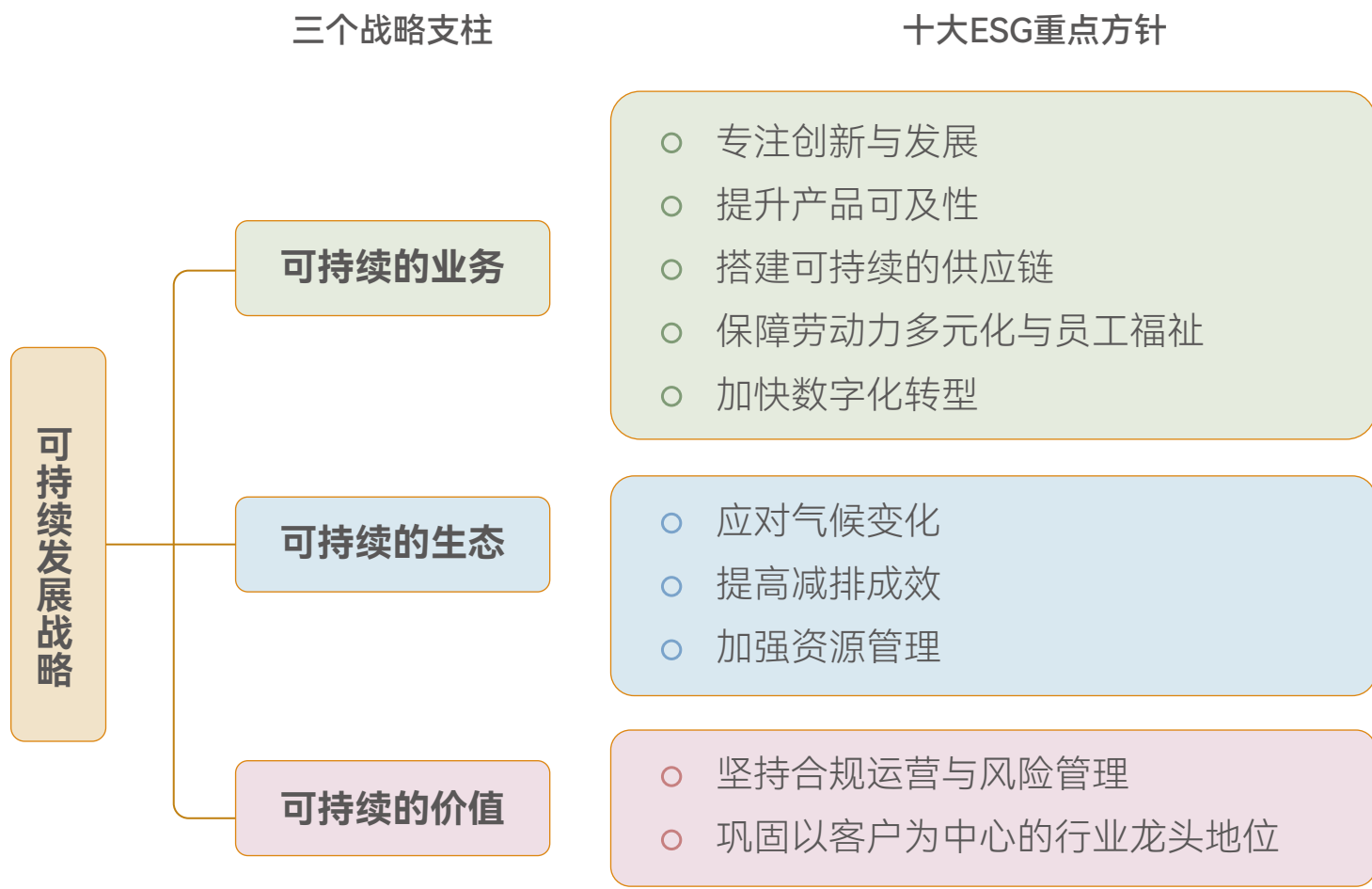
爱美客始终践行可持续发展理念，高度重视社会责任管理工作，从顶层设计到落地实践全面布局，以三级联动的可持续发展治理架构，自上而下推动可持续发展管理工作有序进行，为创造持续增长的社会价值提供永续动力。同时，以实质性议题作为可持续发展管理的着力点，将可持续发展管理深度融合到公司日常运营发展中，从而更加积极主动回应利益相关方的期望与诉求，全面提升公司可持续价值管理，推动公司更高质量发展。

可持续发展战略

爱美客的愿景是“让生命有更高的质量和尊严”，美不仅在于外表，更在于以自信、积极、正能量的心态，更好地拥抱健康、创造感动、探索充满活力和希望的生命。为了实现这个愿景，公司对企业的可持续发展心怀使命，制定了可持续发展策略来审视和管理公司对环境、社会和经济的影响，积极推动可持续发展理念融入每个营运层面，长期追求社会价值与商业利益的平衡发展。

联合国可持续发展目标(SDGs)为爱美客的可持续发展实践提供了丰富的指导框架，公司基于自身核心业务和稳健运营模式的考量，专注于改善终端消费者的身心健康（SDG3-健康和福祉）、加大研发投入以推动行业创新发展（SDG9-工业、创新和基础设施）、竭力提升产品及服务的影响力、可及性和可负担性（SDG12-负责任消费和生产）等核心议题，制定了可持续发展战略规划。

2024年，我们围绕可持续的业务、可持续的生态、可持续的价值三大战略支柱，并以十大ESG重点方针为基石，推动可持续发展。从中长期来看，这些方针将帮助我们实现可持续发展愿景。我们将不断探索公司治理的最佳实践；减少整个运营过程中对环境的影响；通过研发创新产品和培育本土从业者来创造社会福祉；同时营造一个安全、包容、平等和多元化的工作场所。



图注：爱美客可持续发展战略

可持续发展管理体系

爱美客将可持续发展战略与经营活动紧密结合，以科学透明的管理体系，指导并促进公司可持续发展管理水平的整体提升。2024年公司制定《爱美客技术发展股份有限公司可持续发展管理制度》《爱美客技术发展股份有限公司环境、社会及公司治理（ESG）工作管理办法》，延续以董事会为决策机构，合规小组为评估及监督机构，环境、社会及公司治理（ESG）管理委员会为管理及协调机构的管理架构。

董事会是公司ESG治理的决策机构，对ESG事宜负有实质性的决策、统筹和监督责任。

董事会设立社会责任与合规小组，由董事会秘书担任小组组长，负责研究拟定公司可持续发展战略和政策，对公司可持续发展管理进行监督、检查、评估、管理及建议，对可持续发展议题的绩效表现开展审核工作，向董事会报告可持续发展管理情况并对董事会负责。

环境、社会及公司治理（ESG）管理委员会是社会责任与合规小组的专门工作机构，由总经理办公室牵头，各部门第一负责人担任委员会委员。作为可持续发展管理的日常办事和执行机构，委员会对接公司各部门内部人员，评估可持续发展相关影响、风险和机遇并开展治理、控制措施和程序，包括建立健全可持续发展管理及合规体系、落实可持续发展战略及目标、编制年度可持续发展报告和其他信息披露工作。



图注：爱美客可持续发展管理架构

利益相关方沟通

利益相关方的识别与参与对爱美客的可持续发展管理至关重要。公司通过建立常态化沟通合作机制与利益相关方持续互动，深入准确了解各方核心关切，主动提升公司可持续发展管理能力和水平，更好地响应并满足利益相关方的期望与诉求。

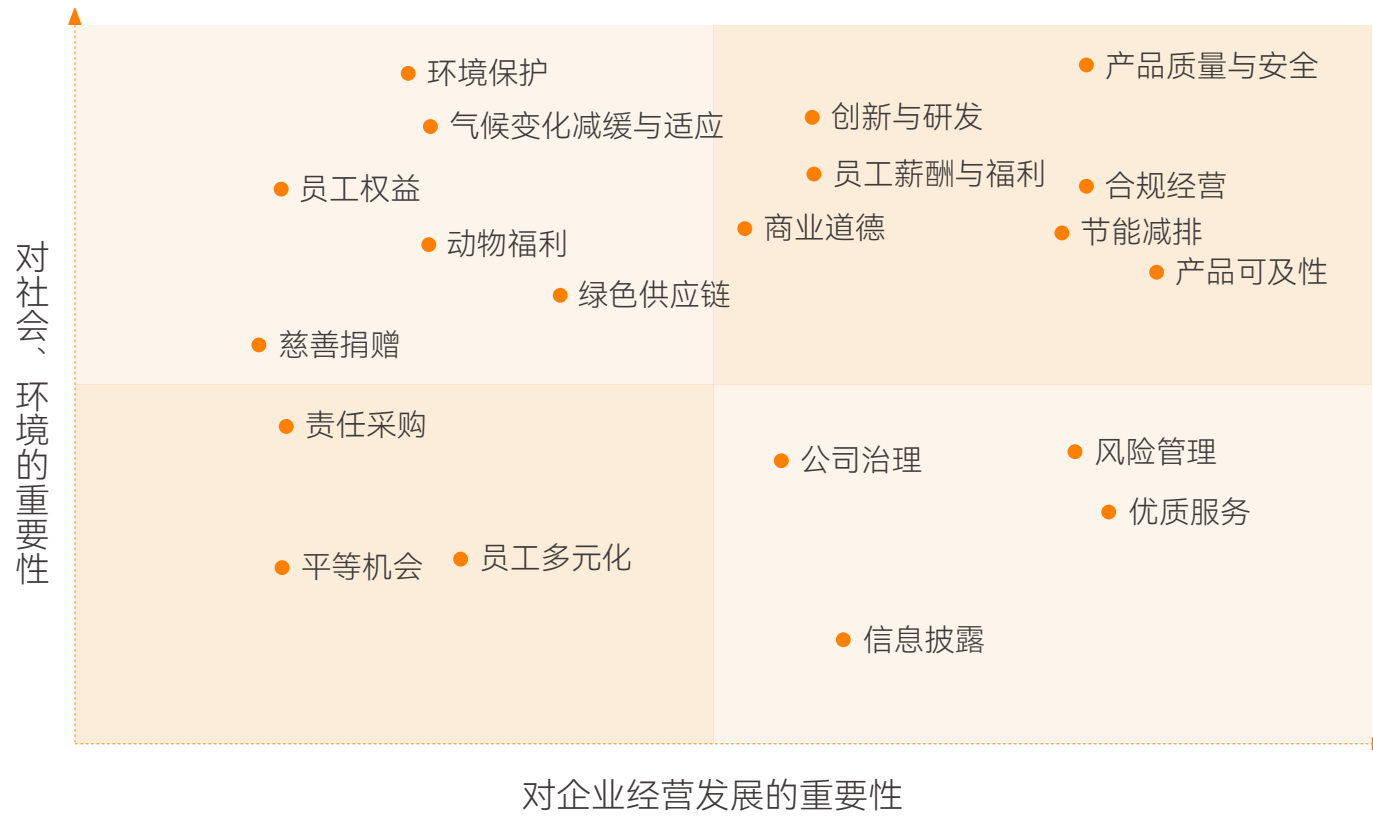
利益相关方	期望与诉求	回应方式/沟通渠道
政府及监管机构	依法合规经营 遵守商业道德	依法纳税；接受监管机构监督和检查；加强公司治理和合规运营；加强反贿赂、反腐败管理；保护知识产权；依法合规披露信息。
股东	规范公司治理 持续经济回报 信息公开披露	完善公司治理与投资者关系管理；组织业绩交流会、投资者关系活动；借助线上投资者交流平台回复投资者提问；积极参与线下投资者交流活动；开展投资者教育活动；保持业务和盈利能力双增长；及时、定期进行信息披露。
客户	产品安全与质量 多元的产品与服务 客户隐私保护与信息安全 负责任营销	提供优质健康安全的产品及服务；加大产品研发投入与创新；定期开展市场调研、客户关怀等活动；开展客户满意度调查；完善客户投诉、产品召回及售后服务体系；健全信息安全体系，保障客户隐私安全。
员工	基本权益保障 培训与晋升 薪酬福利 职业健康与安全 平衡工作与生活	依法签订劳动合同，按时缴纳社保；保持具有市场竞争力的薪资水平；提供多维度的培训机会；确保员工晋升通道畅通与透明；保障职业健康与安全；通过工会了解并帮助解决员工诉求；建立尊重包容、舒适平等的工作环境；健全员工投诉与举报机制。
环境	应对气候变化 减少污染物排放 提升能源使用效率	减少温室气体排放；制定中长期环境管理目标；加大可再生能源使用与替代；实施节能减排各项行动；打造低耗能 and 数字化的绿色产业链；开展绿色办公；构建绿色企业文化。
合作伙伴 包括供应商、下游医疗机构、行业从业人员、业务及学术合作伙伴、非政府组织等	合作共赢 可持续供应链 贡献行业发展	开展战略合作；建立规范招采制度，完善供应链管理；维护公平有序的竞争环境；建立医生学术交流平台“全轩医学苑”，培养本土医生，赋能下游医疗机构；开展产学研合作项目；促进行业规范发展。

利益相关方	期望与诉求	回应方式/沟通渠道
社区与公众	社区贡献 公益慈善	开展社会公益和志愿活动；为偏远地区提供医生培训服务；为毕业生免费提供求职资讯及培训。
媒体	商业道德 公开透明	及时做好新闻发布；参与媒体活动；接待媒体访问。

实质性议题识别

实质性议题体现公司对经济、社会 and 环境的重大影响。公司根据深圳证券交易所《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第11号——信息披露工作考核》第十四条、《GRI可持续发展报告标准》对识别实质性议题的指引，开展实质性议题识别与管理，并结合利益相关方提出的期望与诉求，持续改进企业发展的重点方向和透明度，每两年执行一次实质性议题的重要性识别、沟通、评估和排序流程。

为积极应对全球气候变化与促进国家“双碳”战略目标，2024年，公司新增了“气候变化减缓与适应”议题。同时，科技伦理是开展科学研究、技术开发等科技活动需要遵循的价值理念和行为规范，是促进科技事业健康发展的重要保障，因此我们提升了“实验伦理”议题的重要性。我们按照“对社会、环境的重要性”和“对企业经营发展的重要性”两个维度进行重要性排序，并绘制实质性议题分析矩阵，为提升报告透明度和可持续发展管理水平提供了重要参考。



图注：实质性议题矩阵

2024大事记

3-4月



爱美客凭借强劲的研发实力、丰富的产品管线、卓越的增长潜力等优势成功入选首届《财富》亚洲未来30强，成为彰显亚太地区发展活力的代表企业之一。

爱美客增资2,000万元控股艾美创医疗科技（珠海）有限公司，持股占比52%，拓展医美设备领域布局，进一步丰富了产品矩阵。

7月



爱美客入选标普全球《可持续发展年鉴（中国版）2024》获评“行业最佳进步企业”。公司ESG评分已超过纳入其评分系统的全球95%的生物科技（BTC Biotechnology）同业企业，且大幅领先行业平均得分。

爱美客收到国家药品监督管理局下发的《受理通知书》，公司申请的境外生产药品注册上市许可已获受理，产品名称为注射用A型肉毒毒素。

9月



爱美客获华证ESG评级AAA级，在全市场排名第1/5923，在GICS一级行业医疗保健中排名第1/592；在沪深300指数的成份股中，爱美客ESG得分排名第1，超过95%的沪深300指数成份股，充分展现了爱美客在可持续发展方面的卓越成果。

10月



爱美客荣获“2023年度金牛最具投资价值奖”，公司以稳健性、成长性、投资者回报、品牌影响力等赢得市场认可。

爱美客自主研发的“医用含聚乙烯醇凝胶微球的交联透明质酸钠凝胶”获得国家药品监督管理局下发的《医疗器械注册证》，适用于成人骨膜上层注射填充以改善轻中度的颞部后缩。该注册证的取得丰富了公司产品类别，有利于增强公司的核心竞争力。

12月



公司全资子公司诺博特与北京质肽生物医药科技有限公司及其部分股东签署股权转让协议，以总对价人民币4,000万元受让北京质肽公司注册资本股权。公司通过股权投资不断完善产品管线研发布局，为公司进一步提升国际竞争力奠定基础。

北京企业联合会、北京市企业家协会发布榜单，爱美客荣登2024北京专精特新企业百强、2024北京制造业企业百强、2024北京高精尖企业百强。



01

合规治理 筑牢发展根基

爱美客立足公司长期、稳定、健康发展，持续加强公司治理，坚守合规经营，有效开展风险管理，全面提升公司的长期竞争力和发展韧性。

5 性别平等

16 和平、正义与强大机构

17 促进目标实现的伙伴关系

1.1 精益公司治理

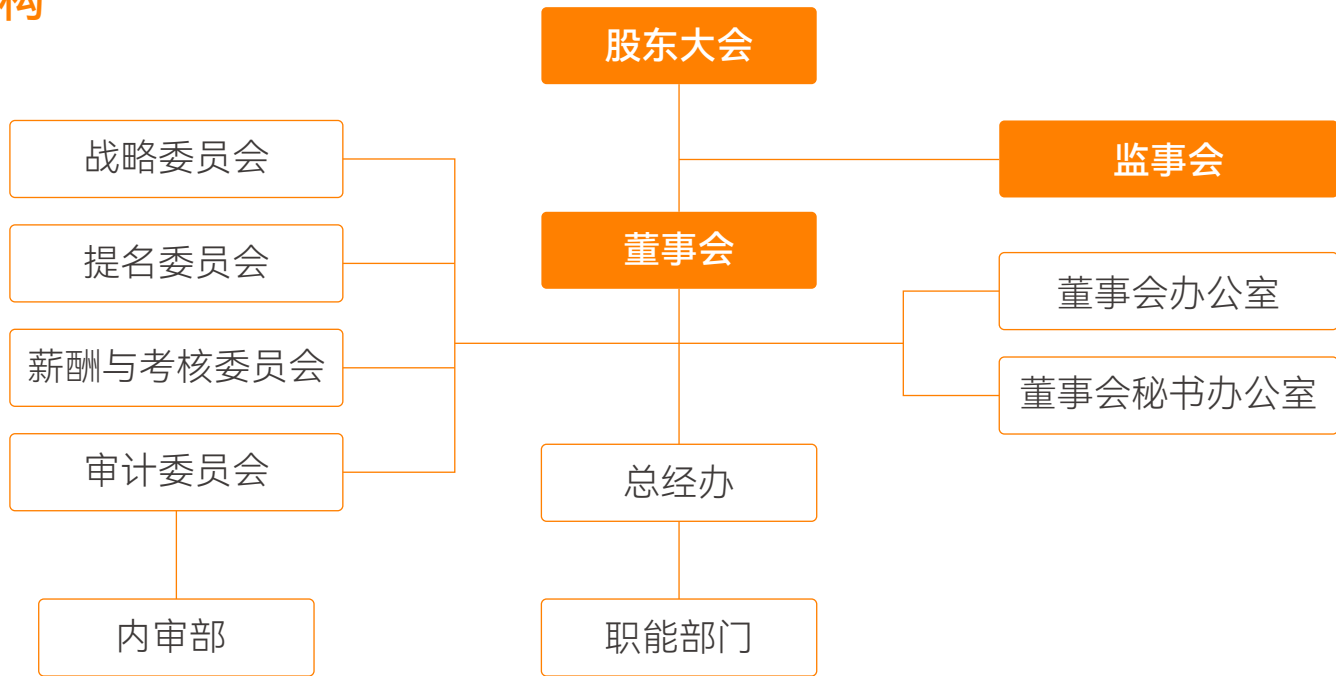
公司持续完善公司治理体系，推动治理结构多元化，提高决策机构独立性，优化薪酬考核监督管理，建立健全高效、公平、透明的治理机制，有效保障投资者权益，积极回应利益相关方关切。

1.1.1 治理架构

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》、中国证券监督管理委员会《上市公司治理准则》以及《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第2号——创业板上市公司规范运作》等有关法律法规和规则的要求。报告期内，修订完善《公司章程》《独立董事工作制度》《募集资金管理制度》《内部审计制度》《审计委员会议事规则》《提名委员会议事规则》《薪酬与考核委员会议事规则》等政策；新制定《独立董事专门会议制度》《市值管理制度》等制度，深化公司治理，规范公司运作。

公司建立了股东大会、董事会及其下属各专门委员会、监事会及高级管理层组成的所有权与经营权分离、规范有序的法人治理结构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和执行机构之间权责分明、互相制衡和协调互补的治理机制，有效保障了公司稳定、合规、高效运营。

公司治理架构



图注：公司治理架构

股东大会

股东大会是公司的最高权力机构，公司严格按照《公司章程》《股东大会议事规则》的规定和要求，规范股东大会召集、召开和表决程序，全面采取现场投票与网络投票结合的方式。公司股东依照其所持有的股份份额享有平等权利并承担相应义务。在审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决单独计票，并及时披露中小投资者的表决结果，确保全体股东特别是中小股东享有平等地位，确保股东能够充分行使股东权利。同时聘请律师列席股东大会并对股东大会的召开和表决程序出具法律意见书，充分尊重和维护全体股东的合法权益。

董事会

董事会是公司的决策机构，公司董事严格按照《董事会议事规则》《独立董事工作制度》的规定，依法行使权利、履行职责、承担义务，积极参加相关培训，不断提高董事会规范运作和科学决策水平。董事会下设4个专门委员会，按照各自的议事规则，从不同方面监察公司的经营管理与所在范畴内的相关事务，并定期向董事会汇报，确保公司长期稳健运营。

监事会

监事会是公司的监督机构，公司设监事3名，其中职工代表监事2名，监事会人数及结构符合法律法规要求。公司监事按照《监事会议事规则》要求，认真履行职责，对公司的重大事项、关联交易、财务状况以及董事和高级管理人员履行职责的合法合规性进行监督检查，维护公司及股东合法权益。

经理层

公司已建立《总经理工作细则》，对总经理的选聘、职责、权限范围等事项进行了明确约定。报告期内，总经理及其他高级管理人员严格按照公司各项管理制度履行职责，忠实执行董事会的各项决议，较好完成董事会制定的经营管理任务，未发现违规行为。

2024 年度报告期内

公司召开股东大会次数

2次

公司董事人数

9名

独立董事人数

3名

召开董事会会议次数

5次

召开审计委员会会议次数

4次

召开薪酬与考核委员会会议次数

2次

召开战略委员会次数

1次

召开监事会会议次数

5次



图注：公司召开2024年第一次临时股东大会



图注：公司召开2023年度网上业绩说明会

1.1.2 多元化

公司立足可持续发展战略高度，积极落实董事 会多元化政策，持续优化董事会结构，保障公司科学决策运营并有效维护各利益相关方权益。公司现有董事会成员性别结构合理、专业背景多元，具有财务、法律、管理、营销、新闻、金融和医药等丰富的专业知识与职业经验，具备履行职务所必需的技能 and 素质。

1.1.3 独立性

公司拥有独立完整的业务和自主经营能力，在业务、人员、资产、机构和财务方面均相互独立运行，同时公司董事会、监事会和内部机构亦能够独立运作，报告期内，公司不存在控股股东超越股东大会直接或间接干预公司的决策和经营活动的情况。

公司持续加强独立董事制度建设，报告期内，公司修订完善《独立董事工作制度》，制定《独立董事专门会议制度》，规定独立董事不在公司担任除董事以外其他职务，设立独立董事召集人机制，董事会审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中，独立董事占多数并担任召集人，审计委员会的独立董事召集人为会计专业人士。

公司保持独立董事在董事会中占比为三分之一，独立于管理层和大股东。公司为独立董事履职提供办公场所、报告公司重大事项进程、审议事项等，建立独立董事履职台账，明确15个工作日的履职要求，确保独立董事能够以客观、公正的态度参与决策，提升董事会决策的科学性和合理性。

1.1.4 薪酬与考核

公司董事会薪酬与考核委员会负责薪酬政策及方案的制定与审核，确保公司董事、监事、高管薪酬与考核公开透明、规范合法。在本发展阶段，公司董事薪酬保持稳定，结合公司所处同行业、同规模上市公司董事的薪酬水平，根据公司实际经营情况与未来的经营目标进行调整。执行董事的薪酬包括基本薪酬包、年度奖励和定期绩效考核奖励，其中年度奖励和绩效考核奖励不超过基本薪酬包；非执行董事和独立董事的薪酬采取定额税后津贴的方式，其津贴根据公司所处同行业、同规模上市公司董事的薪酬水平作出。报告期内，公司制定《爱美客环境、社会及公司治理（ESG）工作管理办法》，进一步健全完善ESG绩效考核体系，将ESG绩效与高管薪酬挂钩，把ESG所有议题细化分解后纳入公司整体的关键业绩指标管理体系，并把产品质量安全、环境保护、员工健康及用工安全等指标作为红线指标，如触犯红线指标，将大幅影响高管个人的年度经营业绩奖金值，导致严重不良后果的，高管个人的年度经营业绩奖金将被清零。

2024 年度报告期内

公司董事会成员女性占比

11.11%

高级管理人员女性占比

40%

公司董事会成员独立董事占比

33.33%



1.1.5 投资者关系

公司严格遵循《上市公司信息披露管理办法》等相关法律法规要求，健全完善信息披露制度体系，形成了以《信息披露管理制度》为核心，《内幕信息知情人登记备案制度》《定期报告编制管理制度》《关联交易管理制度》《对外投资管理制度》《对外担保管理制度》《募集资金管理制度》《重大信息内部报告制度》《信息披露暂缓与豁免制度》为支撑，以及其他三级制度为补充的信息披露制度体系。公司建立信息披露及重大信息内部报告相关流程，明确信息披露内容及披露标准，保证信息的收集、编制、审核及披露全过程处于受控状态，并保障相关信息的快速传递、归集和有效管理。在信息披露前需要各相关负责人对披露内容进行审批并签字确认，及时、准确、全面、完整地履行信息披露义务。公司由董事会秘书统筹负责信息披露工作，协调投资者关系，接待股东来访，回答投资者咨询，向投资者提供公司已披露的资料，并指定《证券时报》《证券日报》《中国证券报》《上海证券报》和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）为公司信息披露的指定报纸和网站，确保所有投资者能够公平获取公司信息。2024年，公司在深圳证券交易所上市公司信息披露考核中荣获最高等级A的评级。

2024年5月，公司在中国证监会投资者保护局指导下，正式启动并积极推广“股东来了”2024年投资者权益知识竞赛，面向广大中小投资者普及权益知识，引导投资者全面知权、积极行权、依法维权。

公司认真落实《投资者关系管理制度》，积极与广大投资者保持公开、及时、透明及可信的双向沟通，持续优化多元高效的沟通渠道，及时回应投资者的需求和问题，加强与资本市场的互动交流，始终如一地为公司股东和所有合作伙伴创造长期价值。2024年，公司采用“线下+线上”的模式建立多元化沟通渠道，线上包括常态化召开业绩说明会、上证E互动、投资者热线电话、投资者关系邮箱等多种途径；线下包括业绩路演、策略会、定向调研、反向路演、投资者峰会等多种方式。同时，充分利用好线上投资者关系管理平台，在深交所互动易平台及时回复投资者提问，为中小投资者提供了更为高效、便捷的沟通渠道。



2024 年度报告期内	
公司对外发布定期公告	发布临时公告
4 份	44 份
共接待机构投资者的大型调研活动	先后与 408 家机构开展交流
1 场	535 人次
在深交所互动易平台回复投资者提问	组织业绩交流会
250 条	1 次
组织参与线下投资者交流活动	覆盖股东及投资者
200 余次	1200 余名

1.2 诚信合规经营

公司持续加强合规管理体系建设，严格遵循商业道德规范，杜绝任何形式的贪污腐败行为，自上而下打造公正廉洁的内部氛围和公平竞争的行业市场。

1.2.1 合规管理体系

公司严格遵守《中华人民共和国刑法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反洗钱法》《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等相关法律法规的要求，持续完善合规管理体系，提高合规管理能力建设。报告期内，公司修订完善《反腐败管理政策》，秉承“全面合规”和“上下游整体合规”的管治理念，加强合规管理和商业道德建设，确保公司运营合规性。一方面，保障公司内部各运营板块严格遵守适用法规，实现全面合规；另一方面，要求上下游合作伙伴、全体员工自觉遵守公司廉洁纪律与商业道德相关规定，杜绝任何谋取私利的行为，实现上下游整体合规。



2024 年，向新入职员工开展 4 次“爱美客人不可不知的红线”培训，围绕商业贿赂、职务侵占等不合规行为及法律后果进行讲解培训，提升新员工的行为合规意识。



2024 年 7 月，向子公司开展“用证据说话”专题培训，围绕证据规则、日常工作中证据保存、提供技巧及如何防止不利证据等，提高员工的证据合规和风险防范意识。

健全合规管理体系

公司制定并落实《反腐败管理政策》《商业道德指南》《商业道德及廉洁建设管理规则》《供应商行为准则》等合规政策，加强合规审计，制定年度审计计划，常态化开展月度专项审计、季度常规审计，保证公司合规管理有效性。

加强合规文化建设

公司对新入职员工开展“合规红线”教育，帮助员工理解公司合规文化、遵守廉洁从业要求；向全体员工开展普法宣传、业务合规教育培训活动，增强员工法治观念，提升合规管理能力；邀请行业伙伴“走进爱美客”，围绕企业合规建设的创新与平衡，分享交流爱美客的合规建设成果。



2024 年 7 月，邀请医药行业同仁“走进爱美客”，围绕“企业合规建设的创新与平衡”主题，分享交流爱美客在企业合规建设方面的成果。



2024 年 10 月，法务部向采购部及子公司开展“合同审核要点”培训，围绕合同签署形式及实质内容审查等，提高员工合同签署合规和风险防范意识。



完善申诉举报机制

公司制定并落实《举报调查管理办法》，明确规定了举报要求、举报范围、调查流程和举报人保护等措施；在官方微信公众号、官方网站均设立举报渠道，及时对外公布举报电话和邮箱；严格保密举报人信息、举报内容，任何单位和个人不得以任何借口阻拦压制举报人举报，不得采取任何方式打击报复举报人。打击报复举报人的，一经查实，依照公司有关规定严肃处理，构成犯罪的，公司将移交司法机关处理，最大程度地保护举报人。

1.2.2 反舞弊与反腐败

公司严格遵守有关反贿赂、反腐败、反洗钱、反不正当竞争的法律法规以及国际准则和倡议，坚决拒绝商业贿赂、行贿及其他不正当的商业行为，杜绝企业内部滋生腐败、欺诈以及弄虚作假的现象。报告期内，公司根据《反腐败管理政策》《商业道德指南》《商业道德及廉洁建设管理规则》《供应商行为准则》等政策制度，持续加强反舞弊体系建设，覆盖内部全体员工和外部供应商，明确禁止腐败、贿赂、勒索、诈骗、洗钱、垄断、不正当竞争和内幕交易等行为。

公司与全体员工签署《廉洁承诺书》，并定期对全体员工进行反腐败培训和教育，营造廉洁文化氛围，提高全体员工的廉洁意识。公司还将员工的商业道德的遵守情况纳入到薪酬绩效考核中，确保反舞弊政策有效贯彻实施。

公司高度关注供应商等合作伙伴的廉洁工作，在与供应商或合作伙伴签订的销售、采购、施工、服务等合同中追加反商业贿赂条款，并注明爱美客的举报途径；定期向供应商等合作伙伴宣传爱美客的反腐败政策，并面向供应商开展反腐败监督检查和廉洁审查，包括对其经营状况、财务状况、管理团队、商业信誉等方面进行全面评估；建立“供方黑名单”管理机制，将存在重大违规事项或舞弊行为的合作单位及其关键人（董监高或管理人员）列入“供方黑名单”，暂时或永久停止与其合作。

1.2.3 反不正当竞争

公司坚持以诚信和道德的方式经营业务，致力于打造公平竞争的市场环境，认真落实《商业道德指南》，要求全体员工在经营活动与工作中遵守适用的反垄断、反不正当竞争相关法律法规，不得从事法律法规禁止的垄断行为，包括但不限于与其他经营者达成垄断协议及滥用市场支配地位的行为等。员工代表公司进行市场交易等活动时，不得采取倾销、侵犯他人商业秘密、虚假广告、串通投标、损害竞争对手声誉等其他不正当竞争方式。报告期内，公司未发生因运营中的不正当竞争行为或违反反垄断法而受到相关部门制裁的事件。

2024 年度报告期内

公司员工接受反腐败反贪污培训平均时长

4 小时

员工参加反腐败反贪污培训人数

100 人

1.3 健全风险管理

公司持续优化内部控制体系建设, 建立健全风险管理防线, 提高风险识别、评估和应对能力, 加强内部审计监督赋能, 保障公司运营有效性。

1.3.1 内控与风险管理体系

公司依据《企业内部控制基本规范》《企业内部控制应用指引》等指引, 制定《爱美客内部控制管理手册》, 明确了公司内部控制管理体系的组织与职责、建设内容、建设方法、评审与发布、日常运行与评价等要点, 规范开展内部控制体系建设, 全面加强风险管理, 防范化解各类重大风险。

公司的内部控制管理体系涵盖内部环境、风险评估、控制活动、信息与沟通、内部监督五大核心要素, 多维度系统地开展风险评估与应对, 有效提升公司整体风险管理水平。

公司董事会统筹规划并监督公司内部控制与风险管理工作, 在管理层建立了内部控制委员会作为管理机构, 负责组织协调内部控制体系的建立、后续维护及内控体系有效运行。各部门分管领导作为本部门的内部控制建设一级负责人, 各部门的内控专员负责统筹本部门相关的内控建设。董事会审计委员会作为监督机构, 负责对内部控制建立与实施情况进行监督检查, 评价内部控制的有效性。

公司内控组织架构及风险管理三道防线

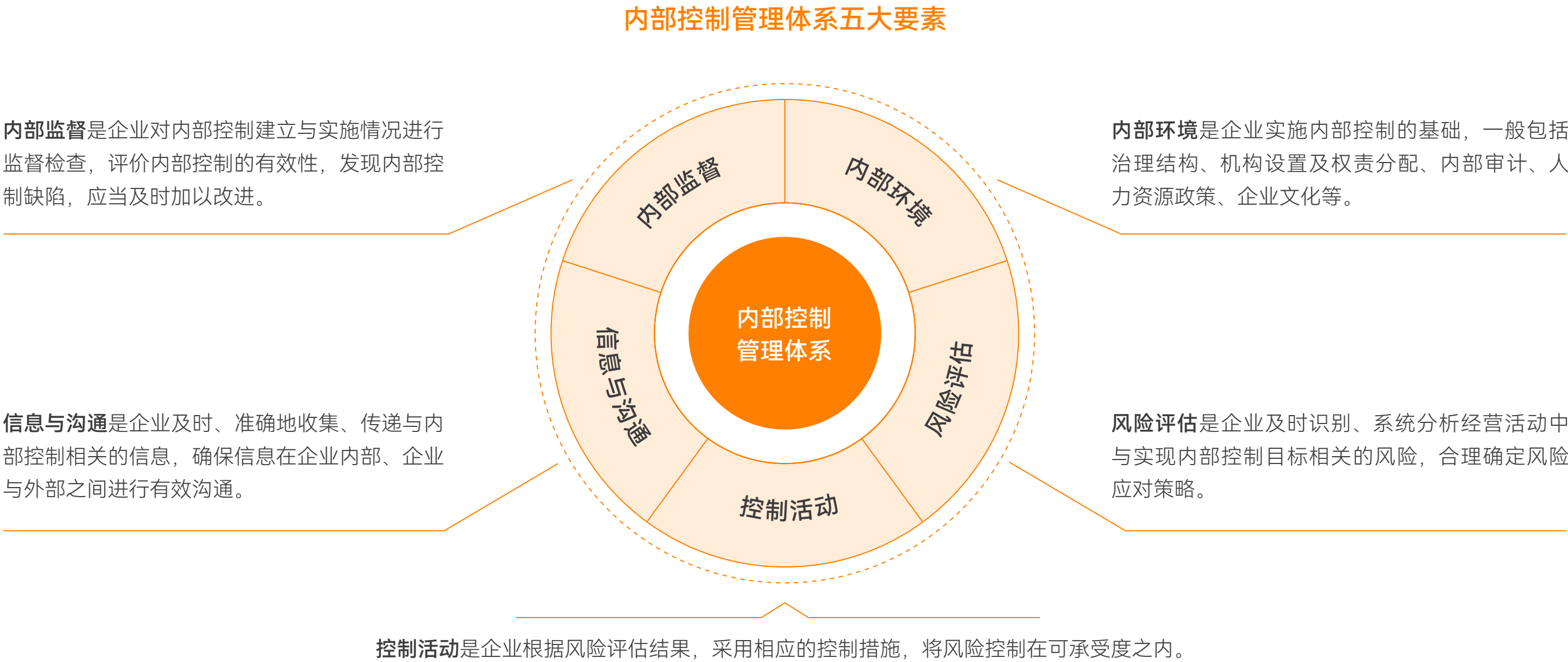


1.3.2 风险识别与应对

公司持续识别在战略、运营、市场、财务、人力资源等层面可能存在的风险点, 制订相应的风险解决方案和整体策略, 建立关键控制管理文件, 如风险控制矩阵及重要控制政策、不相容职务分离、相关制度和过程控制文件等, 推动公司风险管理水平持续提升。

在内部环境方面, 主要包含组织架构、发展战略、人力资源、社会责任等5个关键流程, 通过优化组织架构、完善人才培养与激励机制、积极践行社会责任等方式防范化解内部风险; 在控制活动方面, 涉及采购业务活动、销售业务活动、工程项目、全面预算等13个重要流程, 通过建立供应商评估体系、加强客户服务管理、优化项目管理流程、强化预算编制与执行监督等方式加以应对此类风险; 在信息和沟通方面, 涵盖反舞弊、信息披露等4个流程, 通过建立举报机制、加强内部审计、规范信息披露流程等方式, 防范此类风险。

尤为重要的是, 公司将环境、社会和公司治理等多方面的风险控制, 全面融入企业整体内部控制和风险管理流程之中, 通过制定环保策略、完善员工关怀与社区互动机制、提升产品质量和服务水平、优化公司治理结构等举措, 系统识别、评估与应对各类风险, 促进公司可持续发展。



公司构建了完善、严谨、全面的风险识别分析流程，通过内外部信息收集，运用风险控制矩阵等多种方法识别政策、市场等风险，经内部分析研讨评估后划分风险等级，针对不同等级风险制定相应的应对策略，监督风险管控措施执行落实，并依据内外部变化进行动态调整，确保风险管理契合公司发展。



2024年，公司运用多元化途径与全方位手段，致力于风险的识别、分析与防范。我们对照行业常见风险类型，对公司业务全流程展开细致梳理，逐一排查风险点，评估分析公司面临的状况，挖掘潜在风险，制定有效的风险应对策略和管控措施。经识别分析，公司级风险（高风险）主要有物流风险、采购风险、系统风险。针对这些风险，公司迅速制定了切实有效的风险应对策略与管控措施，力求将风险影响降至最低，保障公司稳健运营。

2024 年度报告期内		
公司共进行内部审计	同比增长	其中商业道德审计
13 次	62.5 %	2 次

公司级风险（高风险）识别结果及应对措施

风险类别	风险因素	应对措施
物流风险	客户签收风险 物流费结算风险 混同管理风险	将物流到货后须由合同备案的签收人签收，作为关键控制点。 利用信息化手段优化作业流程，依据完整的对账过程进行结算。 持续完善用工手续、内部授权和工作职责。
采购风险	采购合同风险 评定标风险 供应商赠样管理风险	避免合同嵌套、合同联立、合同单号断号、无合同订单；及时提交支付申请，确保财务按照权责发生制入账。 严肃招投标纪律：禁止评定标流程中存在无供应商引入过程记录、无入围评审记录、无评定标报告等资料；禁止流程借用或非法使用评定标流程的情况。 禁止人工干预生产环境数据的情况，在未与供应商签订任何协议或相关条款的前提下，不得私自索要赠样。
系统风险	主数据风险 系统输入控制风险 不相容职责未分离	完善公司级主数据的统一编码规则、录入规则、校验规则，强化版本管控，强化系统间关联度。 重新梳理单据流转及核销流程，完善系统接口，确保数据完整、单据可追溯；禁止人为干预系统。 定期检查不相容职责是否分离：员工离职/转岗后需禁用旧职责权限；禁止员工同时被赋予系统的制单、审核、发货、退货、签收、对账、付款申请等权限。

1.3.3 内部审计与监督

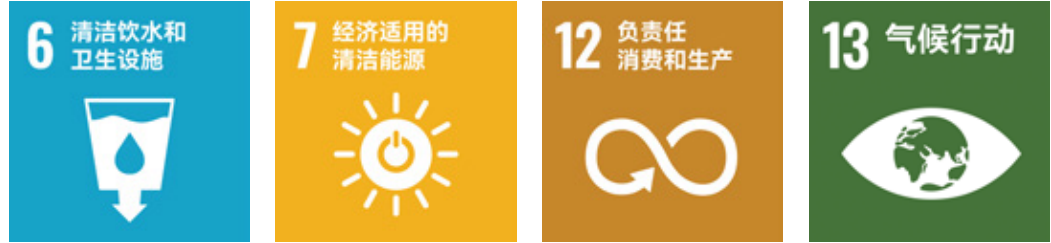
公司严格遵守《中华人民共和国审计法》等法律法规，制定并实行《内部审计制度》《内部控制评价管理办法》《信息系统内部审计指引》《ESG负责任营销审计细则》等政策，规范开展内部审计与监督。公司董事会下设审计委员会，负责对内部控制建立与实施情况进行监督检查，评价内部控制的有效性。为确保内部控制与风险管理的有效性，公司有计划地对所有业务开展合规审计，审计范围覆盖合规管理、商业道德、内部控制、风险管理等政策的有效性和所有员工及所有上下游供应商和经销商代理商的行为规范，具体审计内容涉及资金管理、物流、工程、费用报销等。为促进商业道德文化的建立与维护，保障利益相关方权益，公司至少每三年组织一次覆盖所有员工和合作伙伴的商业道德审计，防范道德风险，增强消费者和投资者的信任。2024年，公司抽查多家供应商开展合同履行审查，同时向供应商调研爱美客员工的商业道德履行情况，包括合同的履行、采购人员的行为等方面，内外合力监督推动企业可持续发展。



02

环境友好 守护美好生态

坚持绿色发展是企业应尽的社会责任。爱美客奉行“敬畏自然，知行正义”的工作导向，将绿色发展理念深植于爱美客的各个生产经营环节中。我们持续完善环境管理体系、优化产品设计与生产工艺，不断探索资源与能源的综合利用新途径，积极应对全球气候变化挑战，努力践行绿色低碳生产运营模式，致力于最大程度降低和规避生产活动对生态环境的潜在影响，创造美与健康的生活环境。



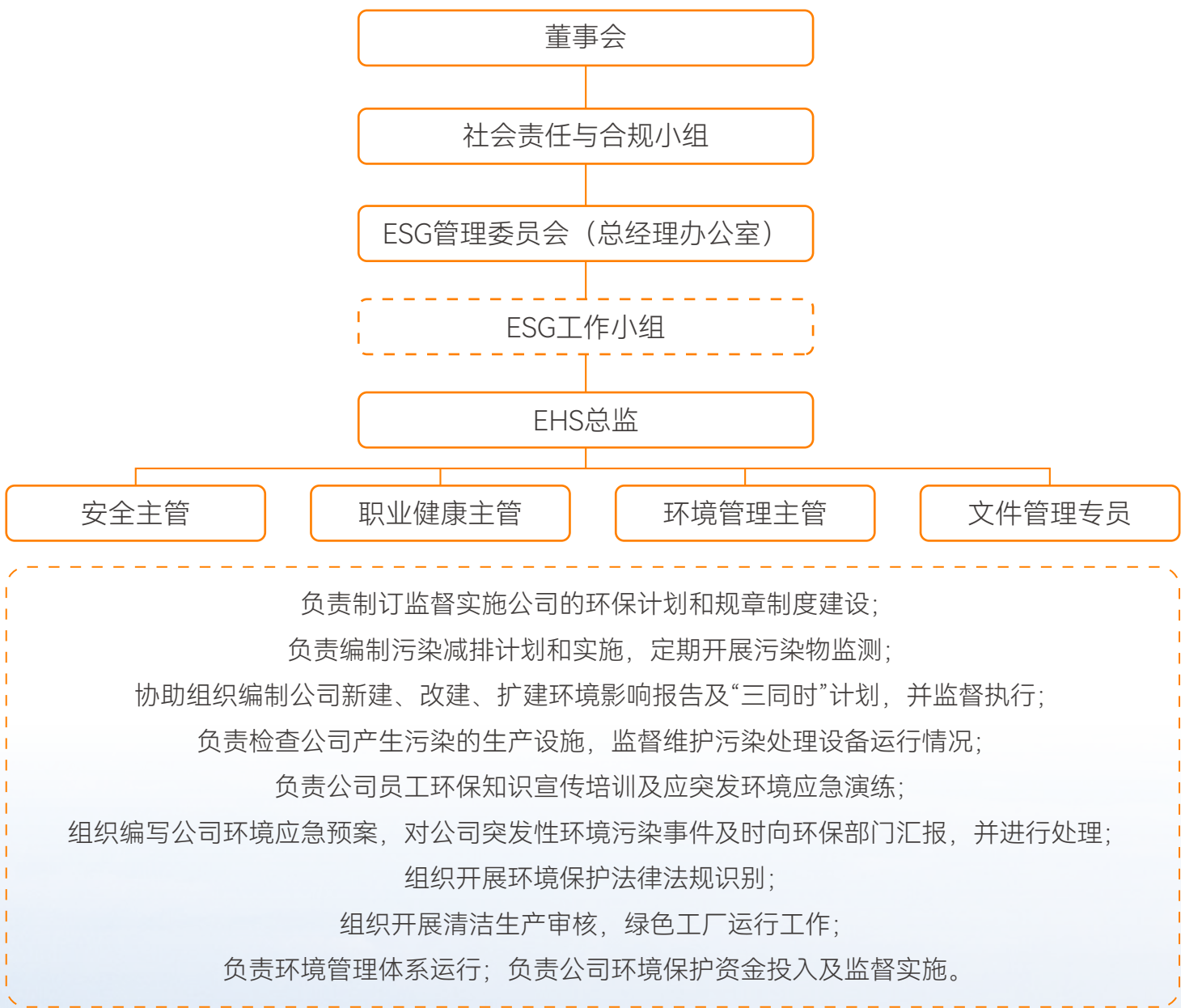
2.1 提升环境管理

爱美客秉持绿色发展理念，以实际行动践行社会责任，通过推动环保设施的优化升级，不断建立健全环境管理体系，加强防范化解环境风险，深入践行绿色运营，确保环境合规性的同时减少运营对环境的影响，为实现可持续发展目标奠定坚实基础。

2.1.1 环境治理机制

公司持续完善环境管理机制，设立ESG工作执行机构，全面统筹管理ESG工作。同时，公司成立专门的EHS管理部，配备专业人员，具体负责执行落实环境、健康与安全的管理工作，全方位推动公司环境管理工作的高效开展。我们严格执行落实《组织环境控制程序》《环境因素识别与评价控制程序》《环境保护“三同时”管理制度》《大气污染控制管理制度》《固体废弃物管理制度》《环境噪声控制管理制度》《水污染防治管理制度》等一系列环境管理政策，以确保环境管理的系统性和规范性。2024年，公司依据《安全奖惩制度》《年度责任目标考核书》《公司薪酬与考核激励管理制度》等相关文件，将管理层年度EHS责任目标与个人年度绩效薪酬挂钩，以此激励管理层在环境管理方面的表现和贡献，不断提升公司环境管理水平。

爱美客环境管理架构与职责



2.1.2 环境战略规划

我们秉持可持续发展理念，坚持“绿色优先，和谐共生”，致力于实施节能减排、污染防治、资源循环利用等环境管理策略，制定适用于企业的环境保护战略规划，推动企业向环境友好型转变，确保经营活动与环境保护相协调，实现环境绩效的持续提升，为构建生态文明和推动可持续发展贡献企业力量。



2.1.3 环境风险管理

公司持续深化落实环境保护管理体系，致力于打造绿色、低碳的运营模式。我们设立专门的环保设施管理岗位，由专业人员负责日常运行和维护，确保环保设施的高效、稳定运作。通过定期巡检、维护保养及监督审查，保障环境管理体系正常运行，提升了公司环境风险防控能力。

报告期内，公司未发生环境污染事件、环境保护处罚等，完成既定目标；同时，我们优化环境评价因素，确保污染物排放呈现逐年下降趋势，实现公司环境保护战略目标。



危废泄露应急演练



危险废弃物泄露应急演练



ISO 14001 环境管理体系认证审核



开展现场检查

环境管理体系认证

- i. 2024 年 11 月，公司完成 ISO 14001 环境管理体系监督第二次审核，体系覆盖范围为III-13-09 整形及普通外科植入物的设计开发、生产和服务相关的环境管理体系活动，审核区域范围为平谷工厂厂区和昌平研发中心。

完善环境应急预案

- i. 2024年4月，公司修订突发环境应急预案，并取得生态环境局备案回执；
- ii. 2024年，公司编制突发环境应急预案工作计划，组织开展《辐射源泄漏》《危险废物泄漏》《臭氧泄露应急处置》等项目突发应急演练，增强员工的突发环境事件应急处置能力。

环境管理监督审查

- i. 2024 年，公司完成 12 次环保设施运行维护，环境风险识别 3 次，环保设施自查 12 次，更换活性炭净化处理设施 2 次，危险废物管理自查 12 次，污水处理运行自查每日 1 次；
- ii. 2024 年，对子公司诺博特完成 4 次环境管理现场监督审查，主要以环境因素识别、危险废弃物无害化处置、废水、废气排放等范围进行核查，确保子公司环境保护管理体系正常运行。

环境影响评价项目

- i. 2024 年 3 月，植入医疗器械生产线扩建项目竣工环保验收；
- ii. 2024 年 3 月，东方美客组织埋植和缝合器械生产线项目竣工环保验收；
- iii. 2024 年 8 月，取得京平环审〔2024〕16 号关于脱细胞和西林瓶灌装类医疗器械生产线建设项目环境影响报告表的批复，该项目当前处于施工阶段，将严格按照批复内容进行建设，推进项目绿色施工。

2024 年度报告期内

环保投入资金

140.49 万元

环保培训场次

3 次

环保培训参与人次

321 人次

开展环境培训时长

6 小时

开展环境培训覆盖率

100 %

2.1.4 践行绿色运营

公司全面加强环境保护培训与实践活动，积极推动岗位节能环保改进建议活动，有效提升能源环保管理绩效；利用节能教育培训、环保宣传活动月等活动，倡导员工推行无纸化办公，有效减少资源浪费；组织全体员工参与低碳生活、绿色出行承诺签署活动，联合开发区管委会开展环境保护志愿者服务活动，举办“低碳环保，节能减排”主题月活动、“垃圾分类，人人有责”宣传活动、环境保护知识竞赛，激发员工学习环保知识的热情，提升员工的环保意识和参与度。报告期内，我们开展了3次全员环境保护培训，重点围绕环境因素识别、危险废物无害化处置以及环境保护事故案例，强化了员工的环境风险防控能力。



联合开发区管委会开展环保志愿者服务活动



开展环保知识竞赛活动



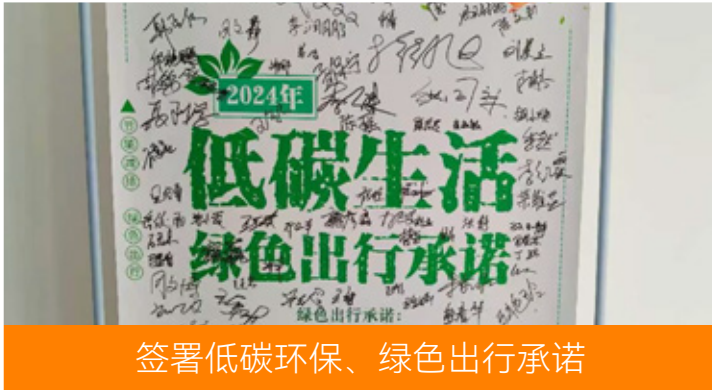
开展环保知识教育培训



开展垃圾分类宣传活动



环保改善建议评选活动



签署低碳环保、绿色出行承诺

2.2 加强污染防治

爱美客严格遵守污染防治的相关法规标准，不断升级环保设计、改造环保设备、提升环保设施处理效率，加强污染物排放监督检测，有效预防污染物排放控制，最大化减少污染物对环境产生的负面影响。2024 年，公司未发生环境污染事件。

2.2.1 废水排放管理

公司严格遵守《中华人民共和国水污染防治法》及适用的国家、地方废水排放标准，强化水污染防治设施管理，有效管控生产废水和生活污水等各类水体风险。公司通过进行高频次水质采样检测，确保废水达标排放；制定详尽的水体污染应急管理预案，对废水排放进行全流程监控，杜绝违规排放。

报告期内，公司从水资源高效利用与污水处理升级两大关键维度发力，采取了一系列科学且富有成效的举措：在水资源利用环节，通过优化纯化水机运行模式，实现产水率从65%大幅提升至75%，浓废水排放量显著降低；新采购制水设备时，明确设定高产水率和回收率标准（纯化水80%，注射水98%）；在污水处理方面，公司将污水处理站改扩建，规模提升至200吨/d，同时通过技术改造升级，显著增强污水处理能力，确保废水排放标准远低于北京市地方标准，成功降低了水污染物排放。

关键绩效指标：水体污染物排放				
关键绩效指标	单位	2024年	2023年	2022年
废水排放总量	立方米	35,883.00	24,559.00	/
化学需氧量（COD）	mg/L	48.88	53.28	42
五日生化需氧量（BOD5）	mg/L	19.17	15.00	16.90
悬浮物	mg/L	23.00	14.75	50
氨氮	mg/L	1.96	0.96	5.25
总磷	mg/L	1.37	0.29	2.61
动植物油	mg/L	1.87	0.87	0.64
阴离子表面活性剂	mg/L	0.52	0.17	0.66
PH值	-	7.35	7.32	7.10



废水采样检测



污水站改造升级

2.2.2 废气排放管理

公司秉承绿色发展理念，高度重视大气污染物的防治工作，通过一系列科学、严谨的管理措施和技术手段，确保大气污染物的有效处理和达标排放。在生产、污水运行、质量检测、锅炉运行、餐饮服务等各个环节，我们采取了有组织排放的方式，将大气污染物有效控制并净化，避免了无序排放对环境造成的不良影响。通过运用活性炭吸附、洗涤处理等先进工艺，有效去除废气中的有害物质，降低大气污染物的浓度。

公司定期进行设备的维护和巡检，及时发现并解决潜在问题，确保大气污染物处理设施的稳定运行和高效处理能力。特别是每半年对活性炭的更换，进一步保障了净化效果，提高了净化效率，实现了大气污染物排放的持续降低。

我们的环保措施不仅停留在内部管理，还延伸至外部监督。报告期内，公司委托专业第三方机构对大气污染物排放浓度进行定期监测，监测结果均符合国家和北京地方环保标准限值要求，实现空气减污目标，为改善区域环境质量、推动生态文明建设作出了积极贡献。



公司委托专业机构进行废气检测

关键绩效指标：气体污染物排放

关键绩效指标	单位	2024年	2023年	2022年
氮氧化物（NOx）	Kg	115.93	97.10	63.27
硫氧化物（SOx）	Kg	0	0	6.30
颗粒物（PM）	Kg	12.30	7.57	9.77

2.2.3 固废排放管理

公司高度重视废弃物管理工作，始终坚持可持续发展的理念，有效实施固废管理制度，确保废弃物管理工作的规范化、制度化，积极探索废弃物资源化利用、无害化处置的新技术、新方法，降低环境污染风险，为实现废弃物减废管理目标贡献力量。

关键绩效指标：废弃物排放

关键绩效指标	单位	2024年	2023年	2022年
有害废弃物总量	吨	8.37	6.77	8.97
无害废弃物总量	吨	49.28	51.36	55.51
有害废弃物排放密度	吨/万元营收	0.000028	0.000024	0.000046
无害废弃物排放密度	吨/万元营收	0.00016	0.00018	0.00029
废弃物回收、循环使用量	吨	16.38	17.05	/
废弃物回收、循环使用占比	%	33.24	33.2	/
危险/医疗废弃物总量	吨	0.38	0.22	/

完善管理机制

- i. 持续完善落实执行固废管理制度，确保废弃物管理有章可循；
- ii. 制订固废管理目标，明确年度废弃物减量目标，确保废弃物管理工作的有序推进。

实施管理计划

- i. 制订详细的固废管理计划，确保各项措施落实到位；
- ii. 签订危险废弃物无害化处置合同，确保危险废弃物得到专业、合规的处理。

加强分类与登记管理

- i. 对废弃物进行出、入库登记管理，确保废弃物去向可追溯。

资源化和无害化处置

- i. 通过技术创新和优化管理，实施无害废弃物资源化处理；
- ii. 不定期组织第三方专业机构对有害废弃物进行无害化处置，实施无害化合规处置。

提升员工环保意识

- i. 加强危险废弃物教育培训，增强员工对危险废弃物管理的认识和环保责任感，从源头管控废弃物生产与排放。

2024 年度报告期内

无害化废弃物资源回收使用

100 %

有害废弃物无害化合规处置

100 %

2.3 优化资源使用

爱美客作为负责任的企业，致力于将绿色发展理念融入生产及运营的各个环节。公司严格遵守《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国水法》等法律法规要求，严格执行落实公司资源管理制度，明确节能降耗管理职责，并基于能源及水资源使用的合理管控，落实绿色办公管理，采取节约用水、用电、包材循环利用等一系列举措，全面推进节能降耗管理，持续建设资源节约型、环境友好型企业。

2.3.1 能源管理

降低能源消耗是实现减碳目标的核心要素，公司通过系统性的综合管理结构来提高能源效率。公司制定《能源基准和绩效参数设定控制程序》《能源数据控制程序》《能源运行控制程序》《能源监视、测量控制程序》《能源绩效改进优先级排序管理规定》等规章制度，明确能源使用效益目标，实施一系列节能降耗措施，通过冷凝水回收使用，锅炉升级改造，设备维护保养，加强节能宣传等一系列方式提升能源使用效率，重视各项用能管理，持续开展“绿色工厂”运行动态监视，着重开展能源消耗管理分析，开展清洁生产审核，积极探索可实践的节能降耗项目。报告期内，公司制定的能源目标全部实现。

关键绩效指标：能源消耗				
关键绩效指标	单位	2024年	2023年	2022年
综合能耗	吨标准煤	1,196.62	1,005.69	1,258.21
万元营收综合能耗	吨标准煤/万元	0.0039	0.0035	0.0065
天然气	立方米	598,369.53	511,500.31	404,506.40
柴油	升	360.00	333.00	389.00
汽油	升	10,082.70	11,650.83	7,952.21
可再生能源使用量	千瓦时	255,921.70	220,000.00	80,000.00
企业内部自行制暖、制冷及产生的蒸汽量	立方米	1,811,128.00	1,783,562.00	1,712,082.00
电力消耗总量	千瓦时	3,729,666.70	3,056,240.00	2,566,950.00
企业内部自行发电	千瓦时	255,921.70	140,000.00	/
外购电力	千瓦时	3,473,745.00	2,916,240.00	2,566,950.00
节能改造节约电量	千瓦时	255,921.70	140,000.00	/



收集使用蒸汽冷凝水余热，用于加热生活热水和锅炉补水



针对旧锅炉进行升级改造，将燃烧效率提升至 98%



在灯开关、空调控制器旁设置节能宣传标语，定期开展节能巡查



5.5kw 步入式实验室实现升级改造，每年可节约 5.5 万度电



EMA 能源管理平台，对能源使用进行统计，指导能源供应调度



2024年初，公司启动自愿型清洁生产审核，11月，通过北京市节能环保中心及专家评审组现场审核。图为清洁生产审核现场评估照片。

2.3.2 水资源管理

公司高度重视水资源管理，专门编写一系列用水管水类文件，包括用水管理制度、节水措施等，以确保水资源管理的规范化和科学化。我们设定年度用水目标，持续监测和评估水资源利用情况，不断优化用水结构，提升水资源利用效率，力求在保障生产需求的同时，实现对水资源的可持续使用。2024年，公司节水目标顺利完成。

我们采取了一系列创新性和实效性的水资源管理措施，通过实施雨水收集滴灌、引进节水设备以及强化节水宣传，履行公司对水资源保护的坚定承诺。报告期内，我们实现了水资源的循环利用，显著提高了用水效率，有效减少了水资源浪费，为推动企业绿色发展和实现可持续水资源管理提供了有力支撑。

园区绿化滴灌

持续推动雨水收集园区绿化滴灌项目，雨水收集池灌溉用水泵，连接绿化管网进行滴灌，实现水资源循环利用，全年节约用水 1500 吨。

采购节水设备

积极采购节水型设备（如节水马桶，节水水龙头等）和高效产水设备（新采购纯化水机产水效率 80%，多效蒸馏水机和纯蒸汽发生器效率大于 98%），从源头上降低水耗。

加强节水宣传

在水龙头、洗手间等处设置节约用水标识，减少水资源浪费，提高全体员工的水资源保护意识，形成全员参与的节水氛围。

2.3.3 包材管理

公司秉持绿色可持续发展理念，严格执行固废管理制度，通过对包装材料的全面回收利用，实现固废管理的闭环操作；同时，在进行产成品发货作业时灵活应对拆零问题，通过创新性的二次利用策略，有效减少包装材料的浪费，提升物资利用效率和运营效率，彰显了企业将环保理念融入日常运营的决心与智慧，展现了公司在促进循环经济、构建资源节约型社会方面的积极作为。



公司在进行产成品发货作业时，积极采取措施将拆零发货替换下来的纸箱进行重复使用。报告期内，约使用旧纸箱19765个，全年节约纸箱约24.7吨。



关键绩效指标：水资源使用				
关键绩效指标	单位	2024年	2023年	2022年
总耗水量	立方米	55,311.00	44,618.00	37,241.00
水资源使用：市政购水量	立方米	53,811.00	43,418.00	37,241.00
水资源使用：收集雨水的使用量	立方米	1500.00	1200.00	/
万元营收水耗	吨标准煤/万元	0.000046	0.000039	0.000049
节水量	立方米	1,500.00	1,200.00	/

关键绩效指标：包装材料使用情况				
关键绩效指标	单位	2024年	2023年	2022年
包装材料使用总量	吨	513.04	380.96	187.00
包装材料使用：塑料	吨	69.50	43.27	/
包装材料使用：纸张	吨	281.59	238.51	/
包装材料使用：其他	吨	161.95	99.18	/
包装材料使用密度	吨/万元	0.0017	0.0013	0.0010

2.4 应对气候变化

爱美客积极倡导可持续运营，采取行动应对气候变化。我们积极识别风险和机遇，采取措施减轻气候变化的影响，提高能源使用效率，减少资源消耗和温室气体排放，将减少温室气体排放作为实现绿色发展的重要任务，在降低自身排放的同时努力提供绿色解决方案，为“双碳”目标及可持续发展助力。

2.4.1 治理

良好的公司治理是企业可持续发展的制度保障，是核心竞争力的重要体现。爱美客建立由董事会下设的社会责任与合规小组牵头、相关职能部门和业务部门具体执行落实构成的治理架构，并在该架构下逐步探索完善有效应对气候变化的治理体系，战略性推动公司绿色、低碳、可持续发展。

在治理架构上，我们建立了科学且严谨的管理体系。公司董事会下设的社会责任与合规小组，肩负起监督管理气候变化相关事宜的重任，深入研究气候变化领域的最新动态和政策法规，结合公司实际业务，制定出具有前瞻性和可操作性的应对策略。从战略规划的制作，到执行过程中的监督与调整，确保公司在可持续发展战略层面，对气候变化议题有顶层把控。

在执行落实层面，公司各相关职能部门和业务部门紧密协作，将气候变化管理融入日常工作重点。一方面，组建专业的风险评估团队，积极识别气候变化风险，通过有效的预警机制，提前洞察可能面临的风险，针对可能出现的极端天气，如暴雨、暴雪、高温等，评估其对生产设备运行、原材料运输及产品配送等环节的潜在影响等；另一方面，在执行过程中积极开展针对气候变化缓解与适应的相关措工作，如优化生产工艺流程、推广使用清洁能源、建设可持续供应链以降低碳排放等具体行动，从多维度保障公司在应对气候变化中稳健前行。

2.4.2 战略

在全球气候危机不断加剧的背景下，企业作为应对气候变化的重要力量，面临着日益严峻的风险与挑战，包括政策、技术和市场等不同层面带来的转型风险，以及极端天气和气候特征的长期变化等带来的实体风险，减缓和适应气候变化将为企业带来积极而广阔的发展机遇。

爱美客密切关注全球气候变化态势，高度重视气候变化的管理。我们始终把深入研习总书记关于“双碳”工作的系列重要讲话和指示批示精神作为公司发展的第一议题，将“气候变化减缓与适应”纳入公司 ESG 管理的实质性议题范畴，制定针对性战略规划，将绿色发展战略全方位、深层次融入公司整体发展布局，减少气候变化给公司运营带来的不利影响。

此外，我们积极开展气候变化风险和机遇分析，从政策转型、市场变化和极端天气加剧等不同方面，评估其对公司商业模式、价值链、财务、战略等维度的影响，制定全面的气候变化风险管理策略，为实现碳达峰目标和碳中和愿景探析实践路径。

气候变化主要风险	相关性
极端天气	极端天气可能影响公司运营稳定性，适应极端天气的成本将会增加。
政策法规变化	更严格的环保法规，可能会增加公司的合规成本，影响产品开发和市场推广策略。
技术转型成本	为回应利益相关方期望，爱美客需研发新技术、改造设备，导致运营成本上涨，通过合理的资金规划和融资渠道的拓展缓解资金压力。

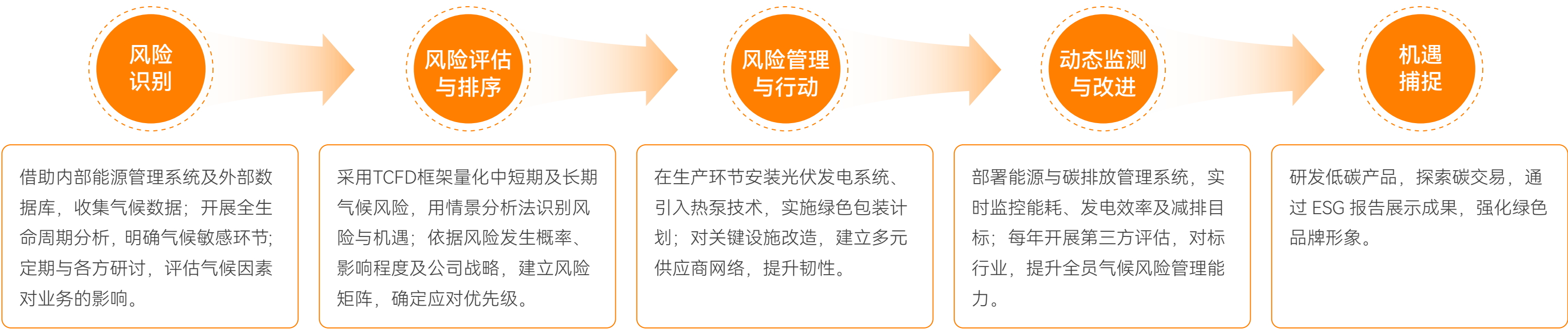
气候变化主要机遇	相关性
产品与服务	未来，投资者和消费者倾向于选择碳排放量较低的绿色产品，开发更环保的生物科技产品，满足消费者对可持续发展的需求，将有助于爱美客提升市场竞争力和品牌形象。
能源来源	为适应未来传统能源市场的不稳定性，爱美客将考虑采用可再生能源，以确保业务连续性。

2.4.3 风险与机遇管理

公司识别气候变化相关影响、风险和机遇，持续对气候风险开展跟踪评估，推动气候风险与公司风险管理体系的持续融合，在不同的气候情景下，根据评估出的风险和机遇的影响时间和程度的不同，制定相应的应对措施，逐步建立全面的应对和管理策略。

气候风险管理流程

为实现对气候变化相关影响、风险与机遇的系统性应对，爱美客在董事会社会责任与合规小组的专业指导下，精心构建了一套严谨且完善的气候变化风险管理机制，涵盖风险识别、影响评估、优先排序、动态监测以及精准管理五大关键环节，各环节紧密协同，确保公司能够及时、科学地应对气候变化带来的各类挑战，将气候风险融入可持续发展战略，有效把握潜在机遇，为公司可持续发展保驾护航。



气候变化风险与应对

在国家“双碳”战略和全球碳中和趋势的推动下，爱美客已意识到转型的必要性所带来的潜在长期经营和业务拓展的合规风险以及成本压力。公司积极审视气候变化趋势，持续关注气候变化对公司短期、长期生产运营的影响，并基于内部数据、行业相关研究、评级关注要点等，梳理并识别出与公司相关的气候变化及机遇，制定针对性应对方案，以加强气候变化相关风险的有效管理。

公司的气候变化风险主要分为物理风险和转型风险。

风险类型		风险表现及影响	预计发生时间	风险应对措施
物理风险	极端天气	洪水、飓风、地震等极端天气事件可能对公司生产设施造成严重破坏，导致生产中断、维修成本增加和产量下降。	短、中、长期	建立健全气候风险管理机制，定期评估和监测气候风险，制定相应的应对预案。例如，为应对极端天气事件，制定详细的应急响应计划，确保生产设施和供应链的稳定运行。
	供应链中断	干旱、暴雨等影响原材料产地，或破坏运输线路，可能使公司面临原材料供应不足、物流运输受阻等问题，影响正常生产运营。	短、中、长期	加强与供应商的合作，推动供应链的绿色化和可持续发展。选择环保材料供应商，要求供应商采取节能减排措施，降低整个供应链的碳足迹。
	资源短缺	气候变化可能导致水资源、土地资源等短缺，使公司获取生产资源的成本上升，甚至面临资源供应不足的困境。	中、长期	持续加强废弃物回收再利用，高效利用能源、水、原材料等资源，加强资源使用过程节约管理，提高资源使用效率和循环使用比例。

风险类型		风险表现及影响	预计发生时间	风险应对措施
转型风险	法规政策风险	各国政府为应对气候变化，不断出台更严格的环保法规和碳减排政策，未来，公司可能面临环保罚款、限产甚至停产等风险。	中、长期	健全企业合规管理及风险管控体系，提升法律意识，强化合规经营。
	技术变革风险	随着清洁能源、节能技术等快速发展，若公司在未来5-8年不能及时跟进技术革新，可能导致产品和服务落后，失去市场竞争力。	中、长期	加大对低碳技术的研发投入，改进生产工艺，提高能源利用效率，减少温室气体排放。如，采用先进的生产设备和技术，优化生产流程，降低能源消耗和废物排放。
	市场需求变化风险	消费者对绿色环保产品的偏好日益增强，未来，公司若不能调整产品结构，可能面临市场需求下降、市场份额缩小的风险。	中、长期	开发和推广低碳、环保的产品，满足市场对可持续发展的需求。加强品牌宣传，提升消费者对环保产品的认知和接受度，增强公司的市场竞争力。

气候变化机遇与应对

我们高度重视气候风险和机遇的识别，董事会定期就气候变化对公司的影响展开讨论，合规小组认真学习分析气候变化对业务运营的影响，参照 TCFD、ISSB 识别气候风险和机遇，评估潜在财务影响，对公司面临的气候相关机遇进行分析，制定针对性应对策略。

类型	潜在影响	应对措施
绿色技术创新	环保要求不断提高，市场对绿色产品的需求有所增加	加大在节能减排、可再生能源利用、污染治理等绿色技术研发投入，开发新的产品和服务，开拓新的市场。
可再生能源利用	投资和应用太阳能、风能等可再生能源，可降低碳排放，提高能源供给的可靠性和稳定性	投资和应用太阳能、风能等可再生能源，为公司带来长期的能源成本节约和可持续发展优势。
循环经济发展	降低原材料采购成本，提高资源利用效率，同时提升公司的社会形象	构建绿色供应链，推广资源回收利用、废弃物再利用等循环经济模式。
新兴市场拓展	气候变化催生了碳交易、环保包装、绿色金融等新兴市场，有望获得新的增长点和利润来源	提前布局，进入新兴市场。

2.4.4 绩效与指标

公司持续跟踪能源消耗和温室气体排放情况，通过线上线下宣传、制定设备节能措施、定期召开能源会议、组织能源体系认证，进一步规范管理；安装200kw分布式光伏发电项目、利用雨水收集与滴灌技术、安装冷凝水回收机组等方式促进节能技改，将减少温室气体排放作为实现可持续发展的重要任务，致力于减少企业生产运营对气候的影响。

关键绩效指标：温室气体排放				
关键绩效指标	单位	2024年	2023年	2022年
直接（范围1）温室气体排放量	吨	1,251.54	1,069.85	846.06
间接（范围2）温室气体排放量	吨	3,609.92	2,958.12	2,484.80
直接（范围1）温室气体排放密度	吨/万元	0.0041	0.0037	0.0044
间接（范围2）温室气体排放密度	吨/万元	0.012	0.010	0.013



03

匠心精研 赋能品质升级

爱美客坚持“客户至上”，以服务国家大健康发展战略和提升人们美好生活为指引，专注研发和创新更高质量的产品与技术，服务更广范围的群体，让科技的力量在创造健康、积极和高质量的生活 中更有为。

3 良好
健康与福祉

9 产业、创新和
基础设施

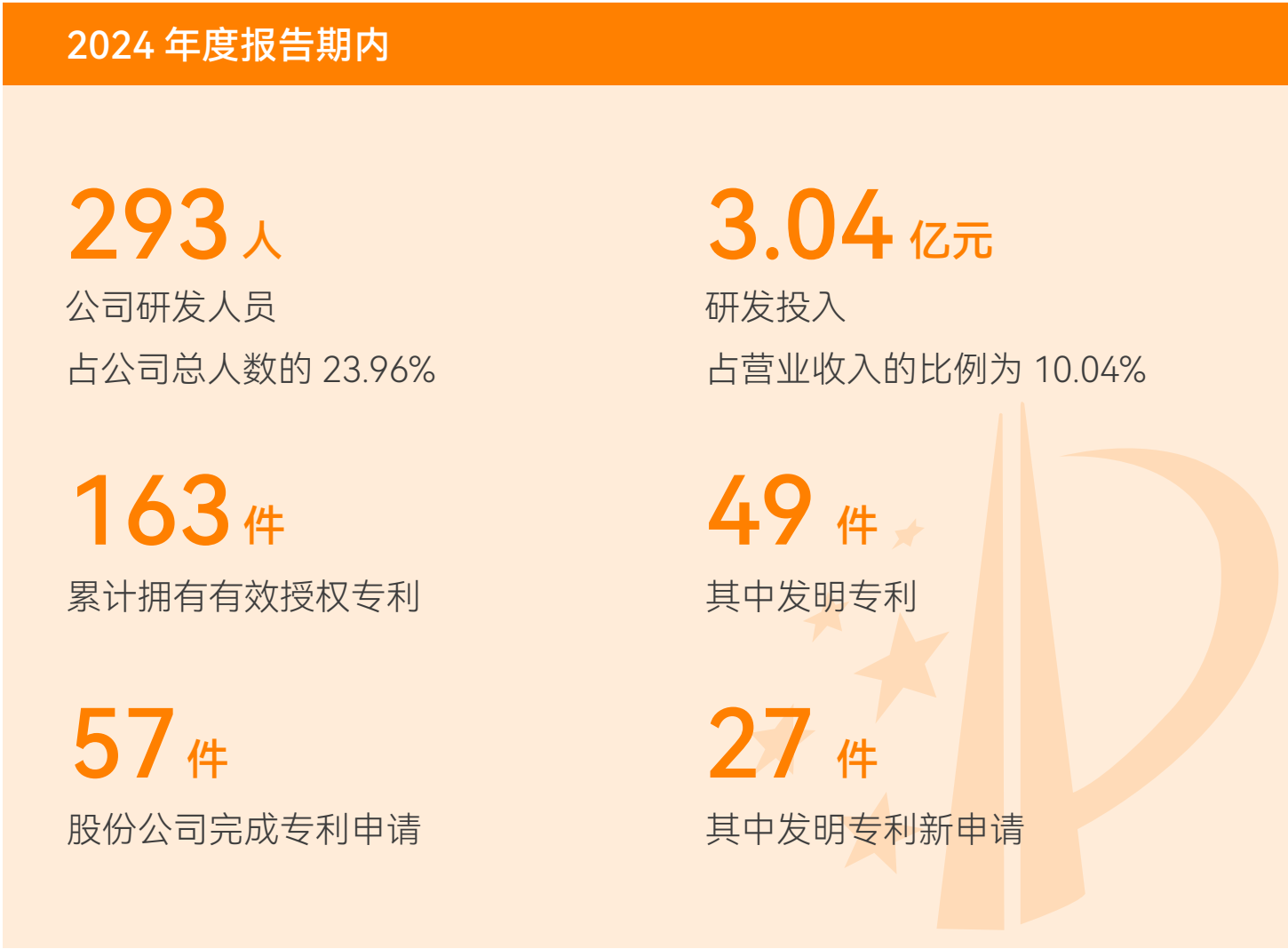
12 负责任
消费和生产

3.1 科学研究 创新驱动

爱美客致力于探索“让生命有更高的质量和尊严”的有关科学研究，以自主研发和创新不断回应关于生命科学的思考，充分激发科研创新活力，培育创新人才竞争力，不断探索新的技术与解决方案，恪守科研伦理，关照医美科技背后的力量，携手大健康领域工作者加速研发转化步伐，共创科研美丽星河。

3.1.1 科创管理体系

我们致力于构建全面而高效的研发管理体系，基于公司科研创新管理实际情况，及时更新并发布最新管理制度、健全研发管理运行机制、提升科研创新能力，确保科研创新活动全生命周期的规范性和有效性，不断推动公司科研创新工作迈向新的高度。



建立健全研发管理制度

在现有科研管理系列专项制度的基础上，发布《研发项目管理制度》，更新并发布《研发项目计划管理办法》，进一步规范研发项目管理。

提升科研项目管理效率

实现所有在研项目线上化管理，确保研发资源的统一调配；推行分阶段管理机制，实时动态监测反馈项目完成情况；建立由“正常推进、预警、突击”层层升级的管理协调机制，助力在研项目综合管理。

建立研发时长对比机制

建立研发时长与行业领先时长对比机制，形成在研项目综合仪表盘，加快研发产出进度与目标完成。

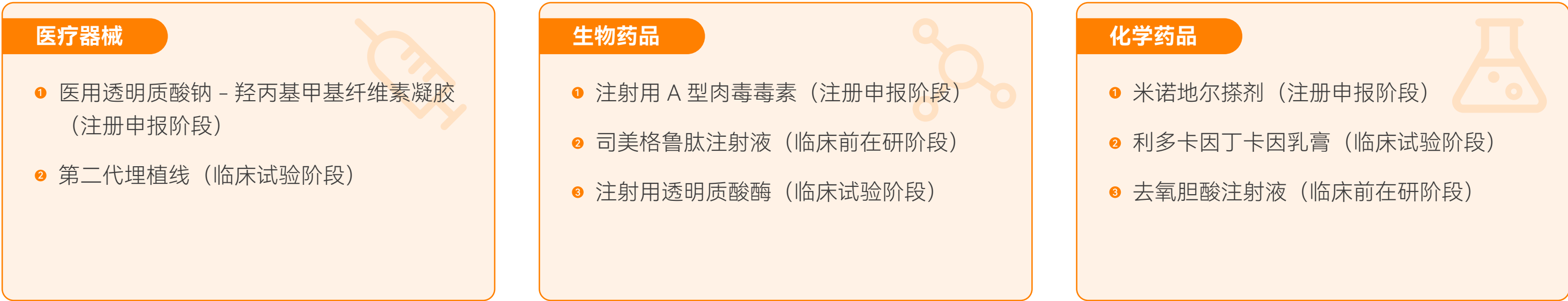
继续完善研发项目评审机制

组织评审会议，分层次、多角度、跨领域的确认产品可行性及推进策略，并构建闭环跟进机制，确保项目顺利推进。

3.1.2 技术产品创新

我们秉承为求美者提供更好解决方案的研发初心，从生物医用材料向生物制药、化学药品等更多生命科学领域拓展，以创新研发为引领，不断扩大公司现有产品产能，丰富新产品供给，更好满足社会 and 市场需求。截至2024年，公司共有11款III类医疗器械产品获批上市。

部分研发项目进展





图注：爱美客科研实验场景

案例：重组人透明质酸酶注射液获批临床实验，开启医美新征程

2024 年公司开发的重组人透明质酸酶获得临床试验默示许可，“重组人透明质酸酶注射液”作为一款极具潜力的生物制品，属于治疗用生物制品 2.4 类，适应症为促进皮下输液的扩散以替代静脉输液，在医美及临床医学领域具有广泛的应用前景，将在医疗美容、眼科手术、药物递送、辅助生殖等多个医学领域产生积极影响。目前，国内在这一领域一直处于空白状态，爱美客产品获批临床试验，不仅彰显了爱美客在医美科技创新领域的深厚实力，也将为医美行业技术的进步、产品的多元化以及消费者的福祉带来深远的影响。



图注：重组人透明质酸酶注射液临床试验默示许可

3.1.3 激发创新活力

我们不断深化科研人才培养体系，持续建立并完善富有吸引力的激励机制，充分调动员工的创新意识和潜能，并积极对接整合公司内外部科研资源，全力营造鼓励创新、尊重创新的科研环境和氛围。2024 年科研平台上线运行，开启了科研之路新篇章。

培育科研人才

- 正式启动国家级博士后科研工作站运行工作,与北京化工大学博士后科研流动站开展联合培养工作,首位联合培养的博士后人才已于 2024 年 7 月 2 日正式入站,开展相关研究工作。
- 建立研发 + 专利复合型人才培养机制，通过线上、线下相结合的方式开展知识产权法律法规、专利工作实务的宣传和培训，强化研发人员对于知识产权创造和保护意识，激发研发人员的创新潜能。

加大研发激励

- 设立研发激励奖金,修订并发布专项奖金制度,如《研发项目奖金管理办法（修订版 1）》《药品研发项目奖金管理办法》《研发技术转产品专项奖金管理办法》等，激励研发团队积极性与成果产出。
- 将专利产出纳入员工绩效考核和职级晋升考核，鼓励员工积极投身于科研创新工作，促进公司整体科研实力的增强。

深化科研合作

- 与国内各级医疗机构开展横向课题研究项目共计 21 项，覆盖公司核心产品及相关新材料，研究应用方向涵盖整形美容科、皮肤科、耳鼻喉科、神经外科、烧伤与创面修复科等。
- 报告期内，公司独立或联合发表 SCI 等文章 24 篇。
- 参与北京市自然科学基金 - 昌平创新联合基金项目，针对生物医用材料、干细胞、合成生物学、外泌体等方向设置重点研究专题和前沿项目共计 15 项。
- 积极联合北京大学、北京航空航天大学、北京化工大学、中国科学院过程工程研究所、中国科学院化学研究所、中国科学院遗传与发育生物学研究所、中国科学院北京协和医院等高校院所，面向世界科技前沿、国家重大需求及人民生命健康领域的关键问题发起科研攻关。

建设创新平台

- 搭建联合创新平台，设立“难题揭榜”线上化的横向课题招标模式，丰富企业与高校及科研院所的产学研合作模式，助力高校成果转化，与北京大学口腔医院、北京化工大学、北京科技大学等高校院所达成横向科研合作。
- 发布科研资讯 180 余篇,促进学术交流。面向高校师生开展知识产权、科研绘图等公益公开课程 6 场,惠及 5 所高校,总计 500 余名师生参与,为科研工作者赋能。
- 筹办“硬核科学课题创意大赛”“实验室安全科普大赛”等高校及科研院所师生科研活动，激发科研工作者的科研创造活力，赛事总计百余人（团队）参与，吸引公众的关注与互动超 1 万人次。

案例：硬核科学课题创意大赛，推动科技进一步落地

2024年2月至4月，爱美客科研平台联合多个高校筹办硬核科学课题创意大赛。大赛以“如何硬核科学抗衰”为主题，共设置了人文学科、理学、工学、农学、医学五个赛道，面向行业内师生发起挑战，请其结合专业知识和创新思维，设计一套针对衰老问题的解决方案。大赛累计收回107份摘要，25份海报，最终评选出15位获奖选手，并发布4篇推文。大赛选手从外表年轻的保持、人体病理生理状态、生活态度与生活方式，以及如何看到衰老等方面，结合专业学术经验一起探索寻找延缓衰老、提高生活品质的有效途径，提出众多有效解决方案。

3.1.4 坚守科研伦理

我们始终坚守科研伦理的底线，将其贯穿于研究和产品开发的全过程，通过制定严格的内部管理制度和机制，确保所有科研活动符合国内外伦理准则，引领行业迈向更高水准的伦理实践。

2024 年度报告期内

开展医疗器械安全监测相关培训

10 余场

上市后不良反应信息上报合规率

100%

严格遵守规范

- i. 严格遵守《世界医学大会赫尔辛基宣言》、国家生物医学研究伦理规范及NMPA临床试验指导原则，确保试验在启动前获得机构伦理委员会的审批。
- ii. 研究过程恪守“减少”“替代”“优化”的3R原则，尽可能减少动物使用和人体标本采集，同时优化实验条件，降低对实验动物和受试者的痛苦及潜在风险。实行全过程的严格监督，确保研究对象的权益、隐私及安全性得到全面保障。

药物警戒管理

- i. 认真履行药物警戒主体责任，落实《中华人民共和国药品管理法》《药物警戒质量管理规范》《化妆品监督管理条例》《化妆品不良反应监测管理办法》等法律法规。
- ii. 搭建药物警戒质量管理体系，设置药物警戒人员体系，积极主动监测、识别、评估和控制药品不良反应及其他与用药有关的有害反应。

加强药械警戒

- i. 建立全链条的不良事件监测管理体系，确保在产品应用过程中及时发现并管理潜在风险。对于已销售和使用的产品实施产品可追溯的管理要求，持续提高风险管控能力，保障公众健康和生命安全。
- ii. 深化医疗器械警戒工作模式，遵照《医疗器械监督管理条例》《医疗器械不良事件监测和再评价管理办法》等法律法规，建立健全医疗器械上市后不良事件主动收集机制。

受试者权益保护

- i. 系统开展 GCP 培训和受试者权益保护教育，提升研究参与人员的专业能力，最大限度保障受试者权益与数据保密性。
- ii. 充分加强对试验人员的伦理教育与专业培训，保障研究的合规性和高质量开展。
- iii. 注重受试者的多样性与公平性，优化研究设计，确保研究成果能够惠及更广泛的患者群体。

合作准入要求

- i. 关注合作机构伦理管理的完善性和动物或人体试验的合规性，优先选择具有完善伦理管理体系、制度完备、保障实验对象权益到位的机构。
- ii. 通过全程监控和培训机制，推动高标准伦理原则的全面落实。

接受外部监督

- i. 注重将研究成果透明化，通过线上线下多种渠道向公众发布研究进展，接受社会监督，树立高标准的伦理与质量标杆。

3.1.5 知识产权保护

我们严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国商标法》等法律法规，持续优化公司知识产权管理系统，在已有《企业知识产权管理总则》《专利管理制度》的基础上，进一步加强著作权管理，制定并发布《企业著作权管理制度》，所有专利及著作权实现100%线上管理。同时，修订发布《商标管理制度》，对商标申请、商标使用、商标侵权保护等方面的流程进行优化和固定。2024年，面向全体员工发布《关于著作权合规使用的通知》，进一步提高全体员工的知识产权合规和保护意识，确保不侵犯他人知识产权。

2024 年度报告期内

开展知识产权保护宣传活动

1 次

股份公司完成新专利申请

57 件

其中，发明专利新申请

27 件

3.2 卓越品质 多元可及

爱美客始终坚信“人的品质就是产品的品质；手下美丑，做世界一流的产品”，将产品质量放在首要位置，以匠心深耕全链路安全与品质，精益求精强化产品质量管理，为医美需求者提供安全、可靠、合规且可及的产品，以长期主义和品质之美赋能更高质量发展。

3.2.1 强化质量管理

我们严格遵守医疗器械相关的法律法规，确保从产品研发、原料采购、生产制造到销售等各个环节实现全流程、精细化管控，定期完成最新法律法规的内部转化及培训。2024 年，我们制定年度质量目标，并通过宣贯和分解将其落实到各个部门，全力推动产品质量水平的全面提升。报告期内，未发生产品和服务相关的安全与质量重大责任事故。

优化质量管理体系

- i. 依照《GB/T42061-2022/ISO 13485:2016 医疗器械 质量管理体系 用于法规的要求》《GB/T19001-2016/ ISO 9001: 2015 质量管理体系 要求》《医疗器械生产质量管理规范》及相关附录组织完成文件修订、日常文件优化共计1000余份，并启动CE认证体系建设；
- ii. 公司层面建立完善的核查制度并设立核查归口部门，各部门建立自查相关细则，每月进行核查并输出月度核查报告，及时跟进不符合项和建议项进行有效整改；
- iii. 优化现有质量体系文件，识别ISO17025《检测和校准实验室能力的通用要求》的相关要求，并和其他质量体系及GMP进行融合，完善体系文件、记录管理。

提升产品工艺水平

- i. 持续优化物料管理，设立计划专员促进收率提升，报告期内单位物料消耗费用同比降低19.20%；
- ii. 合理排产利用生产车间，单位能源费用同比降低18%，2024年度产品收率同比提升1%；
- iii. 完成全自动大型生产设备采购、完成新产线规划并启动施工建设工作，进一步促进产线提升，有效保障产能和产品品质；
- iv. 引入LIMS实验室管理系统，提升检验自动化程度，提升检验效率。

2024 年度报告期内

两项认证

通过 GB/T42061-2022/ISO 13485:2016 认证
及 GB/T19001-2016/ ISO 9001:2015 复核监督认证

0 件

因产品质量缺陷导致的群体不良反应事件、死亡事件
以及涉及产品安全及质量的产品召回事故

严控质量检验和监督

- i. 加强工艺用水、工艺用气、物料、中间品过程检验、成品检验，保证产品的质量，2024年完成检验工作包括物料入厂检、产品检验约5000批次，检验结果反馈及时率100%，监督抽检合格率100%；
- ii. 确保检验人员均为专职检验员，所有人员均经过上岗前培训、评价以及定期的再评价；
- iii. 接受第三方体系认证机构、政府监管部门监管共5次，检查涉及的不符合项均为一般不符合项，且均已有效整改完毕；
- iv. 完成质量管理体系的管理评审工作，确保管理体系的适宜性、有效性及充分性。

3.2.2 提升产品可及性

我们致力于提供更广泛可及、更加惠普安全的产品和服务，布局更多领域的研究与开发，不断拓宽产品线以及适应症，丰富产品场景应用，关注特定人群需求，加速提升产品服务的可负担性和可及性，让更多人享受高品质的医美体验，助力医美大众化。

扩展研发与布局

公司研发与布局由医美领域扩展到整个医疗外科体系器械，结合自身产品优势积累，创新与改进并进，积极参与多项政府科研课题，以解决临床遇到的困难为目的进行研发与布局。参与多种行业科研交流活动，积极吸收国内外同行经验与优势，为科研人员提供专业平台，加速新技术、新材料的研发与应用，促进产学研用资源的整合与优化配置，加速研发成果落地应用，为客户提供更多用得上、用得起的高品质产品。

产品多场景应用

关注大健康领域并在医疗美容、皮肤科、眼科、耳鼻喉科、神经外科、骨科、口腔科、妇科以及大外科等科室方向布局新产品研发，推进多元化临床试验，关注产品在不同适应症、使用人群及使用场景中的效果和安全性，为多样化群体提供了医学解决方案。将产品拓展至非美容场景，如在修复治疗场景中，针对面部和身体缺陷改善等问题，积极探索治疗方案。

满足更多特定需求

在产品特性设计环节，广泛开展需求调研，针对眼科、神经外科、减重、骨科等不同领域的病症特征，精准制定专属的产品开发路径，确保每一款产品都能紧密贴合对应消费者群体的特殊需求。提升产品精准应用度，在美容塑形领域，产品可精准应用于手部填充、鼻部以及下面部塑形等不同关键部位，全方位满足不同患者的个性化审美诉求。注重老年群体的需求，关注老龄化引起的疾病治疗，设计更好的产品来服务更广泛的人群。

有效降低医疗成本

关注单一产品在多种适应症中的研发、注册、验证和推广，通过临床数据支持优化治疗方案，减少患者在多次治疗中的重复费用，为患者提供更高性价比的医疗解决方案。

积极参与医学公益

积极参与医学公益救治活动，组织专家为社会消费者普及医疗风险并给予科学治疗方案及护理建议，以专业平台和资源惠及更多人。

3.2.3 共建质量文化

我们坚持打造具有公司特色的质量文化，不断强化员工质量意识，注重供应商质量管理能力建设与提升，多措并举实现质量管理全员全流程覆盖。同时，我们积极助推行业高质量发展，严厉打击假冒伪劣产品，与各方携手共同营造健康有序的行业发展生态。



图注：获得救治救助公益突出贡献奖



图注：爱美客参加中国食药促进会医美抗衰老高质量大会

案例：参与合规搭建服务医美与创新转化新平台，助力提升行业整体质量水平

2025 年 1 月 5 日，爱美客承办中国食药安全促进会医疗美容药品器械规范与创新转化专业委员会筹备会成功召开。爱美客医学总监王世炜在会议中剖析了企业在产品全生命周期环节落实质量标准时面临的挑战与应对策略，分享了国际医美产品最新研发趋势，强调创新研发必须与质量管控同步推进；并发表其对于分支机构正规名称的选词建议。爱美客以此次筹备会为契机，与医疗机构、科研院校、生产企业等多方主体携手共同发力，为建立健全医美药品与器械质量管理体系、提升行业整体质量水平、促进医美产业的可持续发展注入强劲动力。

案例：持续打击假冒伪劣产品，守护医美市场纯净与健康

爱美客始终坚持打击假冒伪劣产品，与各地公安机关紧密配合，开展系列打击假冒嗨体及其相关产品的行动，对制造销售假冒嗨体、嗨体熊猫等产品的窝点进行精准打击。2024 年，爱美客共参与完成 16 个维权打假刑事案件，查获假冒嗨体、假冒嗨体熊猫、假冒濡白天使等各类假冒产品共计 3069 盒，半成品 1536 支，假冒包材 208213 个，为守护广大消费者的利益、营造纯净健康的医美市场做出积极行动。



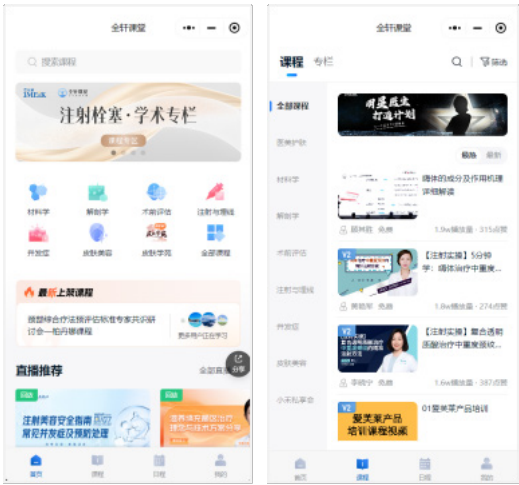
图注：
假冒伪劣产品生产现场

3.3 客户至上 精诚服务

爱美客始终将客户服务与需求放在首位，致力于为客户提供贴心服务，最大程度满足客户需求。通过“直销为主、经销为辅”的模式，为客户提供个性服务和解决方案，深入洞悉下游机构的需求并以多种形式积极赋能，以责任营销增强客户粘性，让更多客户畅享高价值服务。

3.3.1 拓宽服务渠道

我们以满足客户需求为立足点，紧抓数字化转型契机，建立和持续迭代数字化系统，不断赋能提升服务多端客户群体的能力和水平，更好地满足客户进阶式、多样化需求，打造品质化服务。报告期内，我们通过多渠道进行医生用户满意度调研，真诚倾听用户需求与建议，持续优化产品与服务，并上线医疗器械唯一标识（UDI）系统，为客户提供透明、可追溯的产品质量安全服务。



全轩课堂

爱美客通过组织专家以及专家领衔的培训团队，向广大合作医生持续输出符合时代发展需要的医疗美容技术相关知识、技能，提高医生的诊疗水平、客户服务等综合能力；服务行业和更大范围的医生群体，从而打造极具影响力的行业学习交流平台。



爱美客社区正式上线

提供爱美客的官方活动、最新动向、全线产品信息，定期发布医美健康科研创新的最新成果，推出“安心医美”栏目，以及真伪查询服务、医生资质查询等特色服务，让美健用户“美的更放心”。

2024 年度报告期内

爱美客各系统注册用户

330,000+

同比增长

150%

医生学习交流平台“全轩课堂”
关键绩效

新增学术直播

88场

新增学术课程

600节

全年新增用户

12,534人

累计用户

105,512人

其中认证医生

28,773人



爱+小程序

面向消费者，提供爱美客产品真伪查询、品牌授权医生和机构查询、产品内容介绍、积分权益兑换等功能，为求美者赋能。2024 年用户体量达到 20 万。



爱美客伙伴平台

爱伴通过标签对下游机构客户和用户进行精准运营，通过爱美客投入的资源比如物资、课程、积分等进行拉新、促活、转化等，实现最高价值的ROI。2024年平台一期上线，完成了面向医美商业人群（非医生）精选的营销类课程、精选运营活动、政策新闻、广宣素材、优质终端活动内容，以内容的真实度、完整度、透明度、专业度，为伙伴客户提供高效赋能。未来，伙伴平台还将陆续上线品牌官方认证、机构口碑评价等互动功能，为医美交付质量提升提供持续有力支持。



图注：获得艺星集团2024年星质奖



图注：获得媛颂集团24年星越合作伙伴



图注：获得成都军大卓越品牌挚友奖

3.3.2 开展负责任营销

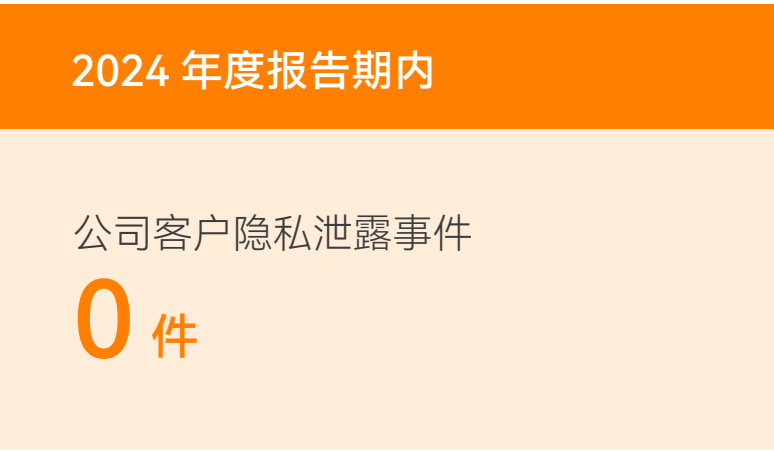
我们秉持高度的责任合规意识，严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国网络安全法》《医疗机构管理条例》《医疗美容服务管理办法》等法律法规要求，并制定《爱美客负责任营销政策》《爱美客自媒体运营标准》《医疗器械广告“八不得”》等内部制度标准，以全面规范公司的营销行为和传播活动，确保每一项推广策略和内容都充分尊重并切实保障消费者权益。

为保障营销活动规范开展，公司制定了严格审批流程，通过会前申请、上级领导审批、活动开展记录、会后上传审批等全流程把控，实现负责任营销的闭环管理。同时，在科普宣传过程以用户需求为核心，以产品知识和医疗知识为基础，邀请医护人员等专业人士，传播正确严谨科普内容，推广专业医学理念，拓展求美者诊疗知识，为求美者建立正确医美认知，倡导理性医美。



3.3.3 保障客户隐私安全

客户数据与隐私安全是确保公司稳健运行与持续发展的关键要素之一。公司充分尊重和保护客户的隐私和数据，围绕数据全生命周期进行安全管理，不断完善信息安全管理体系统，依托信息安全技术筑牢客户数据与隐私安全保护屏障。



数据与隐私安全管理体系

我们严格遵守《中华人民共和国数据安全法》《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》等法律法规，制定《爱美客用户数据安全管理制度》《爱美客信息安全管理政策》《爱美客信息系统权限管理办法》等系列规定，建立数据安全管理制度体系，明确各部门及全体员工遵守流程。同时，建立严格的保密制度，明确保密内容、保密措施、密级程度和传递范围，并要求员工入职时签订《保密协议》，申请各类权限时签订《爱美客员工数据安全与保密责任告知书》，以完善的管理制度体系全方位保障客户数据与隐私安全。

数据与隐私安全保障措施



3.3.4 提升客户满意度

我们建立健全售后服务体系,妥善处理客户提出的投诉和售后服务诉求,针对售后存在严重质量缺陷、隐患的产品,及时召回或采取有效措施确保客户诉求得到解决。对于识别到上市产品的安全性风险，通过及时采取优化产品说明书、加强产品知识宣教和提升医生标准化操作等手段，实施有效的风险管理。对于可能危害人体健康和生命安全的不良事件，我们将果断采取停止销售和使用产品、实施产品召回、发布风险信息、开展医疗器械再评价等系列风险控制行动，以全面保障客户权益并提升客户满意度。

公司建立《反馈及投诉处置控制程序》规定客户投诉处置流程，2024 年增加反馈及投诉造成不良事件及召回事件处置管理要求。涉及投诉处置详细流程如下：



图注：产品召回及召回事件演练培训

3.3.5 赋能下游机构发展

我们依托全轩学院优质资源，通过技术培训与专业提升、营销支持与品牌建设、资源共享与合作项目、行业交流与学术会议等途径，全方位为下游机构与医生赋能，解决医生端教育不足的问题，有效提升下游医生的专业水平和市场竞争力，更好的通过 B 端医疗机构为 C 端消费者提供服务，共建共享互利共赢的医美生态体系。

2024 年，我们开展了“聚焦增长 2024 年度决策者论坛”“风格美学”“弄潮计划·潮青年医生大赛”等活动，并采取线上融合线下形式，帮助医生掌握全层灌注和韧带滋养项目、风格美学面诊评估、活性童颜临床应用等技术，确保各项技术的落地应用。



图注：公立医生学术交流活



图注：活性童颜院长共研论坛



图注：“全”新“冬”度实训营



图注：全轩医学苑风格美学会议

2024年度报告期内

为下游医生开展学术交流和培训

总覆盖医生人数

涉及机构数量

148 场

29,956 人

9,881 家

案例：探寻英伦美学，感悟医美智慧

2024 年 4 月 20 日至 4 月 25 日，爱美客邀请了将近 30 位医美领域专家和从业人员，沉浸式感受英国地域文化与英式风格美学，以期更深入地认知和思考风格美学的科学性和临床应用，为行业带来崭新的审美视角和美学灵感。通过实地游览、美学课程、深度研讨等环节，游学成员们从历史与现代、科技与自然、松弛与精致和谐融合的艺术之都伦敦，感受到生命和美的力量，并将这种力量灌注于医美行业的理解和实践中，赋予市场崭新的视角和鲜活的能量。



图注：游学团队剪影

案例：明星医生自媒体实战工坊扩大医生IP影响力

2024 年 7 月 18 日，自媒体实战工坊正式开启了明星医生打造计划的新篇章。自推出明星医生打造计划以来，爱美客已与 2000+ 医生一同学习打卡了大咖精品课程，聚力完成了 28 天小班陪跑教学和 90 天实战训练营，自媒体实战工坊的举办将进一步以专业深度赋能行业医生，帮助更多医美医生打造具有个人特色的自媒体 IP，并释放更强大的影响力。



图注：明星医生自媒体实战工坊



04

携手同行 共创美好家园

爱美客秉持“让生命有更高的质量和尊严”的愿景，携手员工共同成长，推动供应链可持续发展，热心公益慈善事业，积极践行企业公民责任。

1 无贫穷	3 良好健康与福祉	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	12 负责任消费和生产	17 促进目标实现的伙伴关系

4.1 关爱员工 共同成长

公司坚持“以人为本”理念，保障员工基本权益，促进员工成长发展，关注员工健康安全，着力构建公平、多元、包容、温暖的职场环境，携手员工共享美好未来。

4.1.1 权益保障

公司严格遵守《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国社会保险法》等相关法律法规要求，构建完善规范的人力资源管理体系与制度。报告期内，公司对《劳动力多元化政策》《员工离职管理办法》《薪酬与考核激励管理制度》等政策进行修订完善，新制定发布《企业文化制度》，提升公司员工凝聚力。报告期内,公司依法与全体员工签订劳动合同并缴纳“五险一金”,不存在劳动纠纷情形，充分保障了员工合法权益与福利。

多元化与平等机会

公司坚持公平公正原则，平等对待不同国籍、种族、民族、性别、宗教信仰和文化背景的员工。公司在新修订的《劳动力多元化政策》中明确了“多元化人才管理”“多元化理念”“多元化群体网络支持”“多元化包容性措施”“多元化的沟通渠道”等内容，支持多元化、平等和包容的文化，避免一切形式的歧视；完善了同工同酬、反歧视、反骚扰、集体谈判权、结社自由、贩卖人口、强迫劳动、童工等劳动力权益或人权保护相关条款；制定人权尽职调查程序，定期识别和评估公司在所有运营业务和价值链中与人权有关的潜在风险、受影响群体和措施，完善公司整体的申诉报告和升级程序。

公司在《招聘与入职管理办法》中明确规定“禁止童工”“强制劳动”等内容。为杜绝童工、强制劳动等非法用工行为，在入职手续办理流程中，严格检查候选人的相关身份信息，每个部门设置HRBP角色，支持并协助部门负责人进行人员管理，公司内审部门持续开展相应的监督管理，层层把关，避免出现强制劳动等违规情形。新修订《员工离职管理办法》，完善了离职流程办理环节，提供了详细的离职流程办理指引，依法执行解除手续，切实保障员工权益。

2024 年度报告期内		
	关键绩效指标	单位 2024年
	员工总人数	人 1223
	少数民族员工人数	人 97
	残疾人员工人数	人 6
按性别	男性员工人数	人 655
	女性员工人数	人 568
按年龄	30岁以下员工人数	人 438
	30-50岁员工人数	人 765
	50岁以上员工人数	人 20
按学历	本科及以上学历员工人数	人 864
	大专学历员工人数	人 233
	中专及以下学历员工人数	人 126
按岗位类型	生产类型员工人数	人 226
	销售类型员工人数	人 542
	研发类型员工人数	人 293
	职能类型员工人数	人 162

沟通与申诉

公司严格执行落实《劳动力多元化政策》，高度重视员工多元化沟通与申诉机制建设，为保障员工的意见和建议传达畅通，公司提供四类多元化沟通与申诉渠道，为员工提供内部交流学习平台，鼓励交流融合，制定相应的福利补助和弹性上下班时间，开展员工身心健康关爱计划，积极倾听员工心声，有效解决员工合理诉求，并制定了相应的保密和免遭打击报复的保护措施。公司充分尊重员工的申诉权利，在《惩处管理制度》中明确了员工申诉的流程和机制。公司注重加强民主管理，每五年进行一次民主选举，组成职工代表大会，广泛听取员工合理建议和意见。

公司致力于为员工营造充满幸福感的工作氛围，每年持续开展员工满意度调查。报告期内，公司从基本需求、管理支持、团队合作、共同成长四个维度，面向所有直营销售团队开展满意度调查，问卷回收率 96.8%，员工满意度为 88.6%。

公司多元化沟通渠道

常规沟通渠道

向直接上级反馈、向部门 HRBP 反馈，不限于电话、邮件或者当面的形式，保证员工反馈渠道畅通。

匿名投诉通道

公共邮箱反馈至公司邮箱lianzheng@imeik.com，依据公司的政策、制度以及法律规定进行处理，并将处理结果报送公司工会和相关负责人。

权益申诉渠道

向公司工会反馈，帮助员工解决需求和困难。

问卷调查

在全体员工范围内定期开展满意度或敬业度调查。

薪酬与福利

公司修订完善《薪酬与考核激励管理制度》《批次绩效奖金考核管理办法》等制度，建立年度调薪和不定期调薪机制，完善经营业绩奖金、部门特色绩效考核等内容，进一步明确了绩效申诉的流程和不胜任的标准，致力于为员工提供有市场竞争力、公平化的薪酬体系。2024 年，公司在去年首期为 140 余名核心员工授予股权激励的基础上，进行了首轮股权激励的归属工作，所有授予对象归属比例达到 92%，进一步健全长期激励机制，激发员工活力。

公司持续完善绩效考核与申诉机制，通过对月度考核结果进行系数修正，促进部门平均分趋向于部门负责人得分，各部门评价尺度与总经理评价步调一致，进一步提升考核公平性。通过公司 EHR 系统开启月度绩效评估，员工可在系统中进行自评和查看最终评价及评分，如对评价和评分有异议，可与上级进行沟通，沟通后不能达成一致的，可反馈给人力资源部介入沟通，充分保障绩效考核的透明度和申诉渠道。



儿童节活动



中秋节活动



慰问员工家属



慰问生病员工

公司认真落实《福利管理制度》，完善法定福利、通用福利、保障性福利三类福利内容，落实带薪休假、育儿假等国家法定节假日，完善人才落户、补充医疗、体检、EAP、就近居住补贴等福利方案，新推出员工使用公司产品的福利。公司注重员工身心健康，健全员工关怀机制，通过举办日常关怀、节日庆祝、团建文娱、心理辅导等活动，不断丰富员工精神生活，促进员工工作与生活保持平衡，提升员工的归属感和幸福感。

4.1.2 发展培训

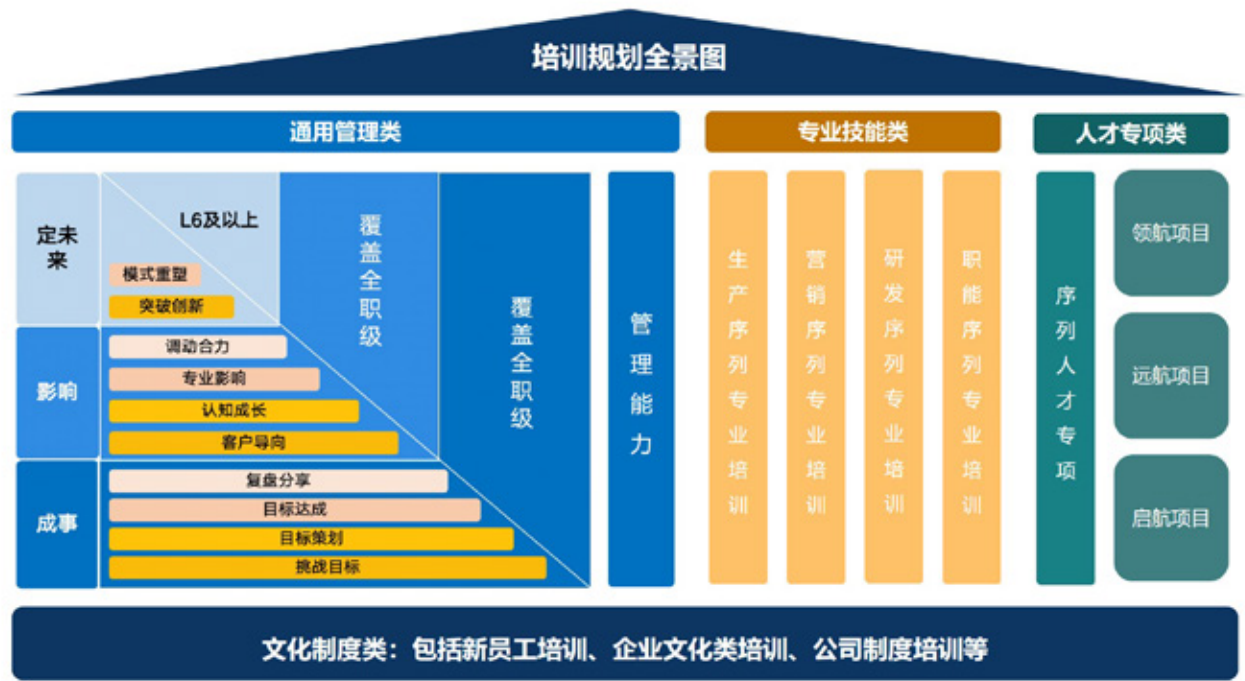
公司始终秉持“开放学习”的人才发展理念，视人才为企业持续发展的核心竞争力，不断优化人才发展战略，完善员工发展通道，致力于构建多元高效的人才培养发展体系，为员工提供多样化的培训资源和广阔的发展空间。

人才发展

公司结合企业文化和发展需求，持续优化员工发展模型，明确各职级所需的核心能力，并应用于公司年度人才盘点和人才培养体系搭建。根据《爱美客人才管理手册》，加强员工晋升和降级的规范管理，持续推进“职级分离”晋升机制，实现职位和职级分离，施行管理岗和专业岗并行的人才晋升“双通道”，拉宽管理岗位和专业岗位对应的职级宽度，还进一步推动内部转岗渠道，为员工提供多样化的职业发展机会，促进公司内部人才流动和合理配置。在统一人才标准基础上，建立核心梯队人才厚度评价体系，并进一步完善公司人才培养规划，公司级人才项目和序列专业人才培养项目同步推进。对外加强优秀人才引进，建立和完善多元化人才引进渠道，内外合力保证人才供给和组织活力。

培训体系

公司制定发布《培训管理办法》，优化培训资源配置，实现从需求、供给、实施到效果评估闭环管理，构建了涵盖文化制度类、专业技能培训、通用管理类培训、人才专项等多个模块的全方位培训体系。报告期内，公司共举办培训分享 610 场，参与员工 28504 人次。



公司人才培养项目

项目名称	培养对象	进展成效
新员工培养项目	社招新员工	旨在帮助全体社招新员工全面了解融入公司文化与业务流程。2024年，线上自学完成率100%，参与人数共287人；举办5场线下集训，共228名新员工参与；同时，举办4场“闪耀新星”新员工赋能会，特邀8位嘉宾分享经验，覆盖643人次。
专业序列人才培养项目	专业序列人才	通过定制化、个性化的培训项目，促进员工成长和职业发展，构建稳固的人才梯队，为公司长期发展奠定基础。2024年，启动专业序列人才培养项目，共90人参与。
启航项目	校招人才	发掘并培养爱美客未来的管理骨干及文化传承者，设置两年培养周期，通过培训课程、导师辅导、领导帮带、互助学习等方式，解决职场新人转身、融入、技能、专业四大困惑。2024年，“启航”项目第1-3期同步开展，共培养74人。
远航项目	中层高潜人才	旨在培养专业与管理兼备的中层储备干部，采用集中培训、工作坊、读书会、公开课、行动学习等多元化培养形式，全面提升学员的综合管理能力。2024年，“远航”项目1-2期同步开展，共培养97人。
领航项目	高层管理者	通过研讨会、领导力工作坊等形式，提升高层管理者的领导能力，促进高管认知同频，达成战略共识，为公司发展培养领导型人才，更好引领团队实现公司战略目标。



图注：新员工培训



图注：启航项目三期培训



图注：远航项目二期培训



图注：研发序列人才培养



图注：生产序列人才培养



图注：中层干部能力提升培训

线上平台

公司不断探索和创新培训方式，引入互动式、情景式、共创式的培训方法，除传统的课堂授课外，还设置线上爱学习平台、直播分享、实操演练、素拓训练、内部工作坊等多种培训形式，有效激发员工学习兴趣，提高培训实际效果。同时，利用人才项目数字化管理系统，动态跟进学员成长轨迹，实现培训管理的高效性和可视化。报告期内，公司持续强化“爱学习”线上平台运营，覆盖率达93.24%，较去年提升3.5%；全年参加学习81205人次，较去年提升31.8%；总学习时长达30911小时，较去年提升67%；人均月度学时2.2小时，较去年提升40.9%；直播场次共计74场，较去年提升73.0%。

内部沉淀

公司持续推进知识沉淀制度，打造知识管理体系，鼓励员工总结工作经验、分享心得体会、输出感动，促进内部知识共享和传承，助力公司持续创新和发展。截至 2024 年底，累积创建课程 761 门，年度新增 381 门，较去年提升 22.6%，其中三级以上高质量文章 63 篇、课程 58 门。

外部联动

公司加强与外部机构合作交流，支持员工参与外部培训，拓宽员工培训渠道。报告期内，公司员工教育经费支出超 160 万元，支持员工参与外部培训 130 余场，涵盖会计人员、学历提升类等继续教育，内审员、GCP、消防设施操作员考试、药监局高研院欧盟器械法规认证等职业资格认证，第十二届毒理年会、中国实验动物科学技术年会、生物医药高分子材料年会等行业学习交流活动。

为进一步丰富和升级员工的学习资源，公司持续加强外部优质课程引进。线下方面，积极与外部优秀培训机构合作，精心筛选并引进 7 门高质量的线下外部课程，涵盖通用技能提升、领导力领域，注重实践操作和案例分析。线上方面，充分利用线上学习平台优势，引进外部平台的精选课程 2700 门，课程内容丰富多样，能够满足员工在不同阶段、不同岗位的学习需求，为员工提供了更加便捷高效、个性化的学习体验。

4.1.3 健康安全

健康安全管理体系

我们严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》等法律法规，落实《职业病危害防治责任制度》《安全生产责任制管理制度》《应急预案管理制度》等政策制度要求，全力保障员工的健康和安全。持续加大健康与安全投入力度，建立安全生产管理组织架构，以总经理为主要责任人，由EHS管理部全权负责安全生产管理相关事务，并在各相关职能部门设置安全负责人，层层压实安全生产责任。持续加强职业健康安全管理体系建设，已完成ISO 45001职业健康安全管理体系认证，并于2024年11月完成第二次监督审核，体系覆盖III-13-09整形及普通外科植入物的设计开发、生产和服务相关的职业健康安全管理活动，有效推动职业健康安全管理标准化、规范化。

2024 年度报告期内

公司安全生产与职业健康安全投入资金

252.40 万元

购买职业伤害保险投入资金

55.85 万元

员工年度体检覆盖率

100 %



图注：2024年11月，公司通过ISO 45001职业健康安全管理体系年度监督审核

安全管理

公司建立并完善危险源辨识管理制度、设备设施安全管理制度、安全防护装置、防尘防毒设施安全管理制度，每年组织危险源辨识和风险评价，对风险进行分级管控，绘制安全风险分布图，定期对设施维护保养，对锅炉、电梯、叉车、压力容器等特种设备按规定检查，对防雷设施、可燃有毒气体报警器、安全阀等安全设施定期检测，确保设备设施运行安全。

公司建立了网格化最小单元的安全隐患风险检查体系，制定危害岗位的识别程序和每个最小单元的隐患排查标准，岗位人员负责日常安全检查，部门管理人员负责每周检查，EHS管理部每月组织一次月度核查，通过现场排查的方法，辨别危害岗位及风险源，并实施针对性的防护措施，以减少意外事故的发生。

报告期内，公司健康安全管理工作取得显著成效，荣获国家卫生健康委办公厅“健康企业国家级优秀案例”称号，被北京市安全生产委员会办公室评选为“安全生产标准化标杆企业”，受北京市卫生健康委、北京市平谷区卫生健康委邀请分享公司在健康企业建设和职业病防治方面的优秀经验。



图注：荣获“健康企业国家级优秀案例”

应急管理

公司组织并实施生产安全事故应急救援预案，提升突发事件应对能力。持续完善应急预案管理体系，编制发布综合应急预案1份，专项应急预案6份，包括火灾、触电、车辆伤害、中毒窒息、压力容器、危险化学品泄漏等，现场处置方案10份，包括火灾爆炸、机械伤害、触电、压力容器锅炉爆炸、车辆伤害、物体打击、高处坠落、起重伤害、中毒窒息、灼烫等。公司至少每月组织一次应急演练，涵盖触电、火灾、燃气泄露、消防疏散、有限空间等多种场景，有效提升员工应急处置能力。

2024 年度报告期内

公司开展安全应急演练

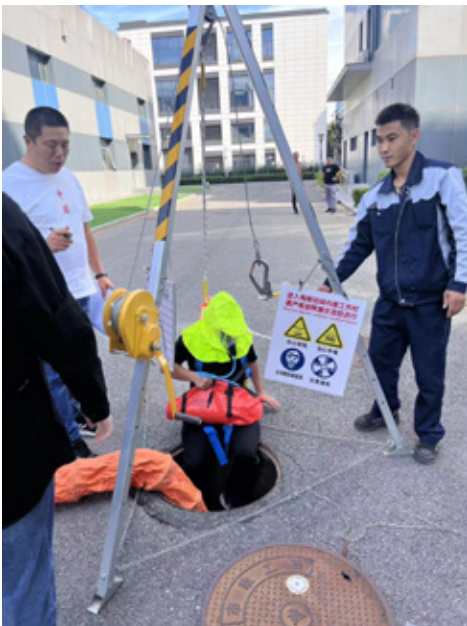
15 场次

员工参加应急演练

491 人次



图注：消防疏散应急演练



图注：有限空间应急演练

安全文化

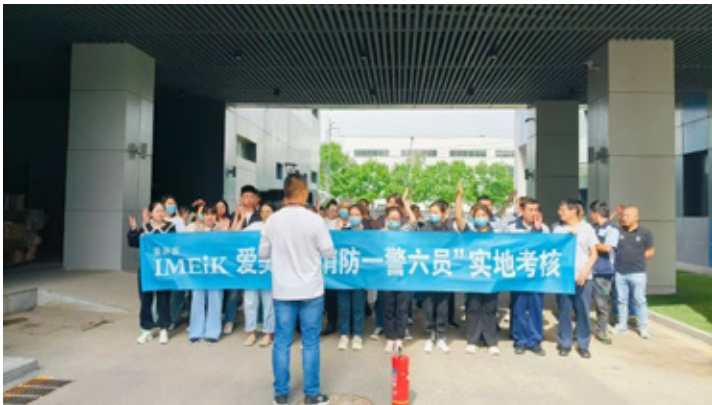
公司积极开展员工安全生产、职业病防治知识等培训，提升员工安全生产意识和防护能力，预防安全事故发生。建立安全体验馆，包括心肺复苏、电子模拟灭火、触电、火场应急处置等体验项目，组织开展“第二届安全竞赛”、消防“一警六员”考核等活动，通过比赛和考核形式提高员工安全防护意识和能力。每月至少开展一次安全教育培训，内容覆盖法律法规及公司制度学习、安全知识普及、职业病防治、事故案例学习等。



图注：安全体验馆



图注：急救培训



图注：消防“一警六员”考核



图注：消防培训

4.2 责任采购 合作共赢

公司持续规范采购管理，加强可持续供应链管理，保障供应链安全稳定，携手供应链上下游共同履责、合作共赢。

4.2.1 负责任采购管理

公司严格遵守《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》等相关法律法规，认真落实《供方选择及采购控制程序》《采购管理办法》《招投标管理办法》等政策，修订完善《设备采购管理办法》《采购合同管理办法》，持续加强内部采购人员培训，推进供应链采购风险的识别与评估并制定应对措施，提升采购工作规范性，保障供应链安全稳定。

为全面规范公司的采购流程，提升采购工作透明度和公平性，公司持续加强阳光采购教育培训，深化采购人员对公司相关制度的理解与认知，签署保密廉洁承诺/保密廉洁协议，提升采购人员负责任采购的意识，并监督落实至采购过程中；加强责任采购相关文化宣传工作，通过发送节日廉洁提醒、张贴宣传标语等方式，培育廉洁、阳光、负责的采购文化。



图注：开展内部采购人员培训



图注：开展廉洁采购宣传

公司持续加强供应商风险管控，采取风险控制矩阵方法，从质量、经营、供应、产能、独家以及EHS等维度，定期对一级供应商的产能和供应风险进行评估分析，预判采购过程中的潜在风险，提前制定应急方案及应对措施，确保供应链安全稳定。报告期内，公司继续对19个采购类别的全部32个一级供应商进行全维度风险评估，识别出独家风险、质量风险、供应风险三类风险，并及时制定应急方案和应对措施，有力保障了公司供应链安全稳定。

风险类型	风险评估依据
质量风险	近一年质量问题反馈数量、质量体系的完善性、质量管理水平
经营风险	财务报表、行业信息
供应风险	供应链上游稳定性、供应链计划协同、下游产品竞对关系
产能风险	未来两年的需求量预估与供应商可供应产能的匹配性
独家风险	是否为供货单一的供应商
EHS风险	EHS体系合规性

公司供应商风险评估结果及应对措施

风险类型	风险评估结果	风险评估依据
独家风险	存在独家供应商风险，若供应商断货或停产，将直接导致产品生产中 断	建立备选供应商引进专项组，制定独家供应商引进计划，实现所有供应商至少一备一用； 建立独家供应商风险预警机制，加强信息共享，及时了解供应商的生产能力、交货能力等变化； 加强合同约束性，合同条款明确供货保障、质量标准、断供处罚条款等关键要素，签订长期框架协议。
供应风险	存在上游为垄断供应链且供货紧张的风险，如果上游原料断供，会导致生产中断	加强供应链调研工作及组织保障机制； 加强供应链规划管理，建立库存预警机制并实现系统监控； 建立供方定期沟通机制，动态监控供应商的生产能力、交货能力、库存信息。
质量风险	部分供应商存在质量问题的风险，若供货质量频繁出现问题，将对公司产品造成严重的质量与安全风险	严控进厂质量，对于频繁出现质量问题的供方，提高其来料检测的抽样比例，并定期评估，动态调整抽样比例； 建立质量问题管理库，总结提炼质量控制的标准方法，形成质量评估标准关键点，严格把控供应商准入，稳步提升供货质量； 优化供应商管理和绩效评估机制，定期与供应商进行质量问题交流，提升供应商的质量水平与交货能力。

4.2.2 可持续供应链建设

公司高度重视可持续供应链的责任，积极引导与支持合作伙伴开展ESG管理，促使其降低自身的环境与社会影响。严格落实《供应商管理制度》等制度要求，建立健全供应商准入、动态审查及退出机制，依托数字信息化技术，打通上下游供应链链路，提升供应链管理质效，切实推进可持续供应链建设。

公司根据《爱美客供应商行为准则》《绿色供应链管理准则》等政策，通过定期沟通、现场检查、抽样调查，核实相关报告和证明材料，关注相关新闻报道等方式，加强对供应商准入、生产、销售、回收处理各环节履行社会责任情况的日常监管。系统梳理供应链中有关有毒物质及三废排放等EHS相关风险，将绿色供应链相关内容纳入供应商管理制度及工作要求，并建立供应商培训机制，定期组织与供应商的技术交流、培训等，赋能供应商健康可持续发展。通过供应商关系管理（SRM）系统，与供应链上游供应商实现线上订单、交货、质量管理等系统协同，打通与供应商的信息流互通共享，保障供应链安全。

2024 年度报告期内			
公司现有供应商	签署《供应商行为准则》比例	新增供应商资质评审	
2557家	100%	1,496次	
开展关键供应商现场审计	供应商可持续管理培训	培训时长	关键供应商覆盖率
48次	1,496次	498小时	100%

公司绿色供应链管理重点举措

准入环节

将环保绩效作为供应商准入评估的重要指标，优先选择具有环保认证的供应商，确保原材料采购环节的环保性。

生产环节

采用绿色生产工艺和技术，提高资源利用效率；优化生产流程，降低能源消耗和排放，提高绿色生产水平。

销售环节

采用环保包装材料，减少过度包装；优化物流方案，降低运输过程中的能源消耗和排放；建立绿色营销体系，推广绿色产品和品牌。

回收处理环节

建立有效的回收渠道，确保废弃物合理处理和循环利用；与回收企业建立合作关系，共同推动废弃物的资源化利用；对不可回收废弃物进行无害化处理，降低对环境的影响。

公司坚持对所有关键供应商每三年开展一次全面审计，将供应商 ESG 表现纳入供应商评审工作，对供应商开展绿色环保评价考核，涵盖供应商环境管理体系认证、有害废弃物排放、温室气体排放量等 20 项指标，鼓励供应商开展质量、环境和职业健康安全认证，带动合作伙伴共同履行社会责任。报告期内，未发生因供应商所提供的的产品或服务而导致的质量、安全、环境、商业道德方面的责任风险以及由此导致的不良公共事件。

公司可持续供应链建设重点举措

符合劳工标准

要求供应商确保公平的工作环境，包括为员工提供公平的福利待遇、禁止歧视、尊重员工集会和结社权利、对强迫劳动零容忍、禁止使用童工等。

落实健康安全

要求供应商建设安全健康的工作环境，提高产品和服务质量，包括完善职业健康安全机制、加强安全意识和能力培训教育等。

推动绿色发展

要求供应商应认同绿色低碳发展理念，选用绿色材料、推行绿色包装，实现业务全周期内的绿色环保，努力营造绿色办公环境，推动行业基础设施绿色升级。

遵循商业道德

要求供应商采取零容忍政策，禁止任何形式的贿赂、腐败、敲诈勒索和挪用公款行为，推行监督和强化程序以确保符合反腐败法的要求。同时，要求供应商诚信经营、公平竞争、尊重知识产权，与公司建立长效沟通机制、奖励机制，约束利益冲突。



图注：到供应商现场开展ESG相关培训指导

4.3 热心公益 同行共济

公司积极投身公益事业，乐于回馈社会，发挥自身优势，推出“爱职说”求职赋能公益项目、“新美妈妈”育龄女性公益项目等多种特色公益项目，用实际行动践行企业公民责任。

4.3.1 “爱职说”求职赋能公益项目

为帮助毕业生和职场人实现职场转身与成长，我们积极发挥人力资源管理经验优势，持续推出“爱职说”求职赋能公益项目。项目瞄准求职痛点，精心打磨求职赋能相关课程，站在新老职场人求职的立场，展示面试官的视角，真实且真诚地分享求职方法，包括如何选择行业及公司、面试技巧、简历撰写、职场思维建立等，用真诚与专业赋能职场蜕变。2024 年，共走进校园 7 次，开展多平台线上直播 1 次，覆盖北京化工大学、北京大学医学院、北京工商大学等多所院校的千余名学生；同时，积极面向社会开展公益求职咨询活动，汇集内外部 20 余名职业咨询师，为数十名职场人答疑解惑，排解职场迷茫与压力。



4.3.2 “新美妈妈”育龄女性公益项目

2024 年，爱美客向中国人口福利基金会捐赠 500 万元人民币，携手基金会共同发起“幸福明天 - 新美妈妈”公益项目，项目以“正在或即将抚育婴幼儿的育龄女性”为目标受益群体，计划通过一系列课题资助、课程研发、心理辅导、技能培训、美育科普等方式，为受益群体提供线上线下结合的帮扶，助力构建生育友好型社会。





附录

关键绩效表

环境绩效指标

指标	单位	2024年	2023年	2022年
环保投入资金	万元	140.49	247.65	/
温室气体排放				
直接（范围1）温室气体排放量	吨	1,251.54	1,069.85	846.06
间接（范围2）温室气体排放量	吨	3,609.92	2,958.12	2,484.80
直接（范围1）温室气体排放密度	吨/万元	0.0041	0.0037	0.0044
间接（范围2）温室气体排放密度	吨/万元	0.012	0.010	0.013
废弃物排放				
有害废弃物总量	吨	8.37	6.77	8.97
有害废弃物排放密度	吨/万元营收	0.000028	0.000024	0.000046
无害废弃物总量	吨	49.28	51.36	55.51
无害废弃物排放密度	吨/万元营收	0.00016	0.00018	0.00029
空气污染物排放总量	Kg	128.23	104.67	79.34
氮氧化物（NOx）	Kg	115.93	97.10	63.27
硫氧化物（SOx）	Kg	0	0	6.30
颗粒物（PM）	Kg	12.30	7.57	9.77
废水排放总量	立方米	35,883.00	24,559.00	/
化学需氧量（COD）	mg/L	48.88	53.28	42
五日生化需氧量（BOD5）	mg/L	19.17	15.00	16.90
悬浮物	mg/L	23.00	14.75	50.00
氨氮	mg/L	1.96	0.96	5.25

指标	单位	2024年	2023年	2022年
总磷	mg/L	1.37	0.29	2.61
动植物油	mg/L	1.87	0.87	0.64
阴离子表面活性剂	mg/L	0.52	0.17	0.66
PH值	-	7.35	7.32	7.10
资源及能源使用				
综合能耗	吨标准煤	1,196.62	1,005.69	1,258.21
万元营收综合能耗	吨标准煤/万元	0.0039	0.0035	0.0065
总耗电量	千瓦时	3,729,666.70	3,056,240.00	2,566,950.00
万元营收电耗	吨标准煤/万元	0.0015	0.0013	0.0038
天然气使用总量	立方米	598,369.53	511,500.31	404,506.40
万元营收天然气能耗	吨标准煤/万元	0.0024	0.0022	0.0026
总耗水量	立方米	55,311.00	44,618.00	37,241.00
水资源使用：市政购水量	立方米	53,811.00	43,418.00	37,241.00
水资源使用：收集雨水的使用量	立方米	1500.00	1200.00	/
万元营收水耗	吨标准煤/万元	0.000046	0.000039	0.000049
节水量	立方米	1,500.00	1,200.00	/
可再生能源使用量	千瓦时	255,921.70	220,000.00	80,000.00
包装材料使用总量	吨	513.04	380.96	187.00
包装材料使用：塑料	吨	69.50	43.27	/
包装材料使用：纸张	吨	281.59	238.51	/
包装材料使用：其他	吨	161.95	99.18	/
包装材料使用密度	吨/万元	0.0017	0.0013	0.0010

社会绩效指标

指标	单位	2024年	2023年	2022年
人力资源				
员工总数	人	1223	910	713
员工流失率	%	14.42	16.56	16.80
男性员工流失率	%	13.93	17.37	15.70
女性员工流失率	%	14.97	15.45	18.30
新入职员工总数	人	361	415	/
女性员工平均受雇年限	年	2.15	1.27	/
男性员工平均受雇年限	年	2.08	1.35	/
员工培训情况				
接受培训的员工数	人	1041	812	456
接受培训的员工占比	%	90.76	89.10	63.96
接受培训的男性员工数	人	559	474	269
接受培训的女性员工数	人	482	338	187
接受培训的生产员工数	人	111	73	63
接受培训的销售员工数	人	517	435	181
接受培训的研发员工数	人	273	224	104
接受培训的职能员工数	人	140	80	108
接受培训的高层员工数	人	12	19	/
接受培训的中层员工数	人	130	92	/
接受培训的基层员工数	人	899	487	/
员工平均接受培训时长	小时	50.05	32.37	12

指标	单位	2024年	2023年	2022年
男性员工平均接受培训时长	小时	53.34	30.30	12
女性员工平均接受培训时长	小时	44.11	34.86	12
生产类型员工平均接受培训时长	小时	50.09	30.76	9
销售类型员工平均接受培训时长	小时	52.62	30.40	10
研发类型员工平均接受培训时长	小时	45.11	36.12	23
职能类型员工平均接受培训时长	小时	39.84	34.68	9
职业健康与安全				
因工亡故人数	人	0	0	0
安全生产与职业健康安全投入资金	万元	252.40	231.00	293.66
产品研发与创新				
研发人员数量	人	293	243	181
研发人员硕士及以上学历人数占比	%	55.97	48.97	47.5
新引进人才数	人	22	5	8
新引进毕业生数	人	48	10	9
研发投入	亿元	3.04	2.50	1.73
研发投入占营收比例	%	10.04	8.72	8.93
累计获得专利数量	件	163	74	49
获得发明专利数量	件	49	35	25
产品召回事件数	次	0	0	0
客户投诉数量	件	236	354	218

指标索引

指标	单位	2024年	2023年	2022年
客户投诉处理率	%	100%	100%	8100%
客户满意度	%	97.3%	97.6%	4.9%
供应链管理				
供应商总数目（含潜在供应商）	个	2557	1697	673
中国大陆供应商数目	个	2543	1686	666
中国大陆以外供应商数目	个	14	11	7
供应商签署《供应商行为准则》数量占合格供应商比例	%	100	100	100
供应商准入制度覆盖供应商数量	个	2557	1105	273
新供应商资质评审次数	次	1496	1105	273
供应商ESG审查次数	次	1496	1024	273
供应商ESG审查覆盖率	%	100	100	100
供应商现场审计次数	次	48	24	2
绿色供应链审计次数	次	48	24	2

报告目录	GRI Standards 对标	深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）	贡献SDGs
关于本报告	2-2/2-3/2-4		
董事长致辞	2-11/2-17/2-22/2-23/2-24		
关于爱美客	2-1/2-6/2-28		
可持续发展管理	2-9/2-12/2-13/2-14/2-16/2-17/2-22/2-23/2-29/3-1/3-2/3-3	第五十一条、第五十三条	
2024大事记	2-6/2-28		
合规治理 筑牢发展根基			
精益公司治理	2-9/2-10/2-11/2-12/2-13/2-18/2-19/2-27/405-1		  
诚信合规运营	2-25/2-26/2-27/205-2/205-3/206-1	第五十四条、第五十五条、第五十六条	
健全风险管理	2-27		
环境友好 守护美好生态			
提升环境管理	2-27	第五十三条	
加强污染防治	2-27/303-4/305-2/305-7/306-1/306-2/306-3/306-4/306-5	第三十条、第三十一条	
优化资源使用	2-27/301-1/301-2/301-3/302-1/302-2/302-3/302-4/302-5/303-1/303-3/303-5	第三十五条、第三十六条、第三十七条	 
应对气候变化	201-2/305-1/305-2/305-4	第二十一条至第二十八条	

意见反馈表

感谢您阅读《爱美客 2024 年可持续发展报告》。为了向您及其他利益相关方提供更有价值的信息，促使公司提升履行企业社会责任的能力和水平，我们衷心欢迎您对报告提出意见建议。



扫一扫，填写读者意见反馈表

报告目录	GRI Standards 对标	深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）	贡献SDGs
匠心精研 赋能品质升级			
科学研究 创新驱动	2-6/2-27		9 产业、创新和基础设施
卓越品质 多元可及	2-27/416-1/416-2	第五十四条、第五十五条、第五十六条	3 良好健康与福祉 12 负责任的生产和消费
客户至上 精诚服务	2-27/417-1/417-2/417-3/418-1		12 负责任的生产和消费
携手同行 共创美好家园			
关爱员工 共同成长	2-7/2-19/2-27/201-3/401-1/401-2/401-3/403-1/403-2/403-3/403-4/403-5/403-6/403-7/403-8/403-9/403-10/404-1/404-2/405-1/406-1/408-1	第五十三条	1 平等、多样性和包容性 3 良好健康与福祉 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
责任采购 合作共赢	2-6/308-1/308-2/414-1/414-2	第三十条、第三十一条	12 负责任的生产和消费 17 促进可持续经济
热心公益 同行共济	203-1/203-2/413-1	第三十五条、第三十六条、第三十七条	1 平等、多样性和包容性 17 促进可持续经济
关键绩效表	201-1/302-1/302-2/302-3/303-4/303-5/305-1/305-2/305-4/305-7/401-1/401-2/	第二十一条至第二十八条	