



上海丽人丽妆化妆品股份有限公司
Shanghai Lily & Beauty Cosmetics Co., Ltd.

环境、社会及治理报告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE REPORT



2024

报告说明

前言

上海丽人丽妆化妆品股份有限公司（股票代码：605136，后文简称“丽人丽妆”、“公司”或“我们”），自成立以来，始终将责任履行贯穿于发展全程。从对消费者的品质坚守，到对员工的悉心培育，从为股东创造价值，到积极配合监管部门、投身社会公益，公司始终全力以赴。

作为中国线上化妆品零售服务行业的领军者，丽人丽妆将绿色创新作为核心竞争力，立志在电商3.0时代，成为健康与美丽的深度探索者。公司把环境、社会及治理（ESG）理念深度融入决策，持续加强与各利益相关方的沟通交流，全方位推动公司可持续发展。

本报告是丽人丽妆发布的第四份《环境、社会及治理（ESG）报告》，全景展现了公司在报告期内环境、社会及治理三大方面的理念、实践及成果。报告发布前，公司各部门与管理层严格把关，对所有数据和相关内容进行了多轮审核，全力确保报告内容真实、准确，不存在虚假记载、误导性陈述及重大遗漏。

报告范围

本报告所涉及的政策和数据涵盖了本公司及其附属子公司，范围与年报保持一致，时间范围覆盖2024年1月1日至2024年12月31日（下称“报告期”）。同时为了阐释的完整性和连续性，我们在特定议题下回顾和延展了部分内容。本报告为年度报告，《上海丽人丽妆化妆品股份有限公司2024年度环境、社会及治理（ESG）报告》发布时间为2025年3月28日。

数据说明

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

参照标准

本报告主要依据上海证券交易所上市公司自律监管指南编制，并参考了联合国可持续发展目标（SDGs）和全球报告倡议组织（GRI）标准，积极响应全球可持续发展的号召，将公司的发展战略与国际社会的可持续发展愿景紧密相连，力求为推动全球可持续发展贡献自身力量。

报告获取

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

目录CONTENTS

报告说明	01
前言	01
关于我们	04
董事长致辞	05
品牌荣誉	06

01 循善治之道, 赓续发展新章 08

1.1 可持续发展理念	10
1.2 可持续发展治理	10
1.3 实质性议题分析	13
1.4 利益相关方沟通	14

02 守权益之责, 厚植信任基土 16

2.1 严守合规底线	18
2.2 完善风险管理	22
2.3 保护知识产权	25
2.4 强化商业道德	26

03 立臻心之桅, 擢升客户体验 28

3.1 保障消费权益	30
3.2 精进产品质量	31
3.3 优化客户体验	33
3.4 实践负责任营销	35

04 怀仁爱之心, 汇聚伙伴力量 38

4.1 保障基本福利	40
4.2 激励职业发展	42
4.3 守护安全健康	44
4.4 丰富业余生活	45

05 持绿行之念, 构建环保生态 46

5.1 应对气候变化	48
5.2 推广绿色包装	49
5.3 倡导绿色办公	49
5.4 协同绿色生态	50

06 秉公益之情, 共绘社会新愿 52

6.1 聚焦女性力量	54
6.2 赋能青年成长	54
6.3 助力乡村振兴	55
6.4 扶持社区发展	55

07 立创新之帆, 引领行业浪潮 56

7.1 技术发展与科技创新	58
7.2 助力行业发展	59

未来展望	62
关键绩效指标	64
索引表	66
意见反馈	67

关于我们



丽人丽妆（605136.SH）是中国领先的化妆品网络零售服务商，由董事长黄韬先生创立，于2020年9月在上交所主板上市。截至2024年12月31日，公司已经与多个知名化妆品品牌建立了紧密的合作关系，覆盖欧美、日韩等多个国家和细分品类，运营店铺总数达到234家。公司注重洞察消费者行为，采用精细化运营等方法提升品牌零售效率和降本提效，从而保障品牌经营的长期稳定性和营销确定性。

丽人丽妆以ESG为企业发展战略方针，致力于与员工、生态伙伴、社会共享发展价值，提高企业的可持续性和社会责任，凭借突出的ESG管理表现，公司在Wind2024年ESG评级中获得“A”级，位居互联网零售行业前列。此外，公司获得了多个殊荣和奖项，包括“上海民营企业100强”、“上海市品牌电商优秀企业”、“天猫六星服务商”、“抖音电商年度品牌服务商”等，彰显了公司在行业内的领先地位和商业价值。未来，丽人丽妆将继续发挥自身核心优势，为推动上海市互联网经济的蓬勃发展做出贡献。

董事长致辞

在全球可持续发展理念不断深化的时代背景下，企业已不再仅仅是经济活动的参与者，更是社会进步与环境改善的关键推动者。丽人丽妆作为美妆电商领域的重要一员，始终将ESG理念融入企业发展的核心脉络，以实际行动践行责任担当，积极探索商业与可持续发展的深度融合。

过去一年，丽人丽妆恪守“成就客户、协作分享、诚而有责、合作共赢”的核心理念，将ESG理念深度融入企业运营的每一寸肌理。于环境维度，我们积极响应“双碳”战略的时代号召，从生产环节的绿色革新、物流体系的低碳重塑，到包装材料的可持续迭代，为地球生态注入盎然生机。在社会领域，我们以美妆为媒介，传递自信与美好，更积极投身公益事业，聚焦教育赋能、乡村振兴，以拳拳之心回馈社会，践行企业公民的担当。于公司治理层面，我们秉持诚信为本、正直为纲的原则，不断完善内部管控体系，提升信息披露透明度，与员工、合作伙伴缔结命运共同体，构建稳健且充满活力的发展格局。

2024年，丽人丽妆在ESG领域的努力获得了广泛认可，诸多荣誉加身。这不仅是对我们过往工作的高度肯定，更是激励我们砥砺前行的强大动力。我们将其视为新征程的起点，以更高的标准、更严的要求，持续提升ESG治理水平，引领行业可持续发展。

展望未来，丽人丽妆将继续把可持续发展理念深度融入企业战略与日常运营。我们愿与产业链上下游伙伴紧密合作，共同探索创新商业模式，为实现经济繁荣、社会进步与环境可持续发展的多赢局面贡献力量。

感谢每一位关心和支持丽人丽妆的同仁与挚友，是你们的信任与陪伴，让我们在ESG的道路上坚定前行。让我们携手共进，以责任为笔，以创新为墨，共同描绘可持续发展的美好蓝图！



董事长
总经理

品牌荣誉

荣誉名称	颁发部门	分类	品牌/公司/获奖者
天猫六星经营服务商	淘天集团	平台	丽人丽妆
数智经营超级v-partner（综合运营）	淘天集团	平台	丽人丽妆
快消行业 超级v-partner（综合运营）	淘天集团	平台	丽人丽妆
服务体验超级v-partner	淘天集团	平台	丽人丽妆
2024年科研创新品牌	C2CC传媒	媒体	玉容初
TBI最佳大健康单品	Topdigital	媒体	美壹堂
公益合作伙伴	她无限	政府/协会	丽人丽妆
2024精英董秘	财联社	媒体	杜红谱
ESG社会责任先锋企业奖	财联社	媒体	丽人丽妆
金桥奖-年度杰出ESG实践企业	思维财经&投资者网	媒体	丽人丽妆
2024年度卓越董秘奖	证券之星	媒体	杜红谱
宝藏好物推介	人民好物	平台	玉容初
金瞳奖-最具突破价值品牌银奖	金瞳奖X阿里妈妈	平台	寻味档案
金瞳奖-最具数智经营力品牌银奖	金瞳奖X阿里妈妈	平台	施华蔻
阿里妈妈效果经营超级营销伙伴	阿里妈妈	平台	丽人丽妆
0碳未来·ESG创新实践榜	华尔街见闻	媒体	玉容初
上海服务业企业100强（85名）	上海市企业联合会	政府/协会	丽人丽妆
上海民营服务业企业100强（53名）	上海市企业联合会	政府/协会	丽人丽妆
2024年好食榜 年度方便食品	界面新闻	媒体	寻味档案
美壹堂 2024【当红国潮评选】年度国潮品牌	界面新闻	媒体	美壹堂
美壹堂水凝霜 2024【当红国潮评选】年度国潮单品	界面新闻	媒体	美壹堂
【安心奖】年度新中式护肤品牌	界面新闻	媒体	玉容初
睿力洞察合作案例	澎湃新闻	媒体	丽人丽妆
年度创新力品牌	仪美尚	媒体	玉容初
宝藏品牌	仪美尚	媒体	玉容初
爱贝萌 爱心企业	上海天使宝贝爱心公益基金会	政府/协会	爱贝萌
ESG新标杆企业奖	证券之星	媒体	丽人丽妆
丽人丽妆 阿里妈妈全域经营赛道生态伙伴奖	阿里妈妈	平台	丽人丽妆

荣誉名称	颁发部门	分类	品牌/公司/获奖者
玉容初 AI创变·破局增长新锐突围奖	阿里妈妈	平台	玉容初
《寻味档案》Wow Food 2024产品赛道——年度创新方便食品奖	FBIF Wow Food Awards 组委会	媒体	寻味档案
丽人丽妆黄韬 中关村炎黄中医药科技创新联盟国医经方传承专业委员会副会长	中关村炎黄中医药科技创新联盟	政府/协会	黄韬
玉容初 时尚100+ 时尚美妆品牌	上海时尚之都促进中心	政府/协会	玉容初
趣多多 内容营销奖-金奖	淘宝天下传媒有限公司	媒体&平台	趣多多
施华蔻 美妆洗护行业奖-银奖	淘宝天下传媒有限公司	媒体&平台	施华蔻
趣多多 食品饮料行业奖-金奖	淘宝天下传媒有限公司	媒体&平台	趣多多
寻味档案 文旅游戏行业等级奖-金奖	淘宝天下传媒有限公司	媒体&平台	寻味档案
趣多多 跨界营销奖-银奖	淘宝天下传媒有限公司	媒体&平台	趣多多
寻味档案 最佳地域振兴品牌奖	淘宝天下传媒有限公司	媒体&平台	寻味档案
施华蔻 最佳跨境品牌奖	淘宝天下传媒有限公司	媒体&平台	施华蔻
丽人丽妆 最佳营销服务商	淘宝天下传媒有限公司	媒体&平台	丽人丽妆
2024卓越贡献奖	松江区经济委员会	政府/协会	丽人丽妆
美壹堂 美好消费品牌奖	财联社	媒体	美壹堂
玉容初 硬科技实力奖	财联社	媒体	玉容初
玉容初 最受KOL推荐美妆品牌	仪美尚	媒体	玉容初
2024天猫快消行业年度生态荣誉合作伙伴认证	淘天集团	平台	丽人丽妆
玉容初CiE年度最具创新力护肤品牌	品观	媒体	玉容初
2022-2023年度松江区先进民营企业	松江区民营经济协会	政府/协会	丽人丽妆
阿里妈妈品牌经营超新星营销伙伴	阿里妈妈	平台	丽人丽妆
阿里妈妈效果经营超级营销伙伴	阿里妈妈	平台	丽人丽妆
2024阿里妈妈全域六星生态伙伴	阿里妈妈	平台	丽人丽妆
放心消费创建活动2022-2023优秀单位	上海市放心消费创建办公室	政府/协会	丽人丽妆
松江区高质量发展标兵奖	永丰街道	政府/协会	丽人丽妆
松江区高质量发展杰出贡献奖	永丰街道	政府/协会	丽人丽妆
玉容初 TBI年度最具内容力品牌	Topdigital	媒体	玉容初
玉容初 年度最佳新国货护肤品牌	今日广告	媒体	玉容初

01

循善治之道 赓续发展新章

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

本章回应的实质性议题：

- 公司治理
- 保障股东权益

本章回应的SDGs目标：



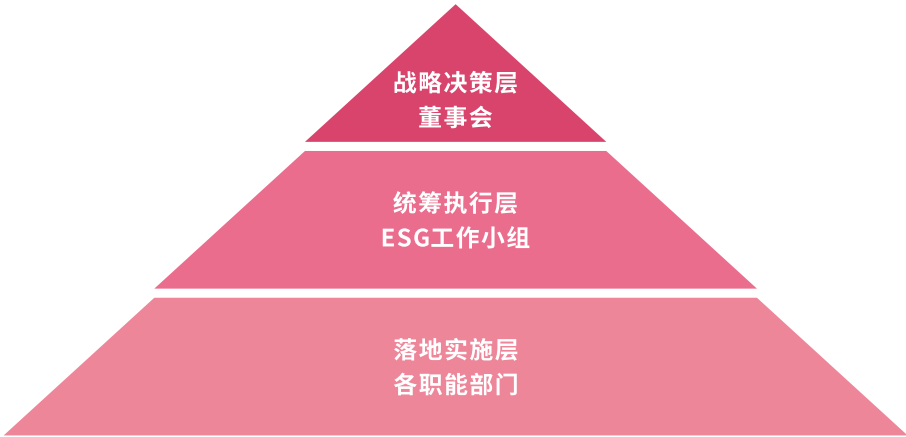
1.1 可持续发展理念

公司始终秉持着对环境与社会高度负责的态度，主动肩负起管理企业经营所产生影响的重任，全力投身于构建并持续优化可持续发展的治理架构。公司积极与各方利益相关者展开深入且有效的沟通与合作，携手共进，坚定不移地推动企业朝着低碳、绿色、可持续的方向稳步发展，为企业的长远稳健经营筑牢根基，确保在创造经济效益的同时，也为环境保护与社会进步贡献力量。

1.2 可持续发展治理

1.2.1 可持续发展架构

公司构建了"战略决策-统筹执行-落地实施"的三级ESG治理体系，形成权责清晰、协同高效的管理闭环。



战略决策层 — 董事会

作为公司可持续发展治理的核心决策层，董事会肩负着制定ESG治理策略及行动路径的重任，以高瞻远瞩的视角为公司ESG发展指明方向。同时，董事会定期对ESG相关重大事项及表现进行严格监督和全面检讨，确保各项工作有序推进。在年度董事会议这一关键节点，指定董事将向董事会详细汇报ESG工作成果，经董事会充分审议并审议通过后，对外公开披露ESG报告，接受社会各界的监督与检验。

统筹执行层—ESG工作小组

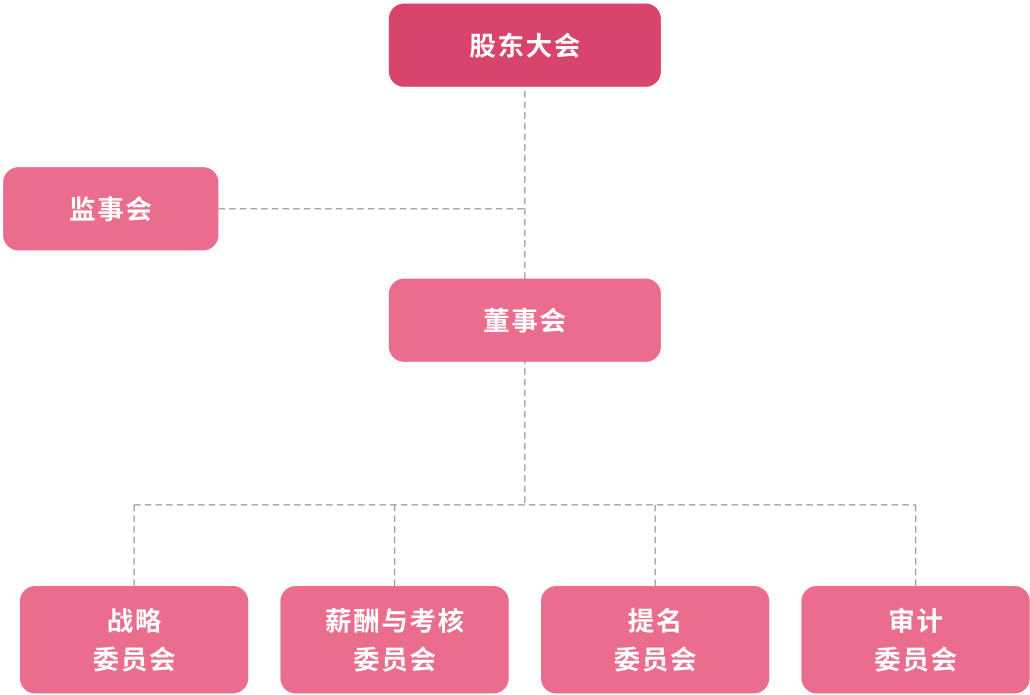
在董事会领导下，ESG工作小组作为协调各方的关键枢纽，承担着统筹管理ESG相关事宜的重要职责，全力协助ESG报告的编制工作，确保报告内容详实、准确、全面。该小组设立项目负责人，积极对接各职能部门，打破部门壁垒，促进信息流通与资源共享，保障ESG工作在公司内部高效协同开展。

落地实施层—各职能部门

紧密围绕ESG工作小组的专业建议，将ESG理念深度融入自身工作规划与日常实践中，从点滴细节入手，全面落实ESG工作要求，并定期收集、整理相关信息，及时、准确地上报给ESG工作小组，为公司ESG决策提供有力的数据支持。

1.2.2 公司治理架构

公司依法设立董事会与监事会。其中，董事会作为公司最高治理机构，秉持高度负责的态度，对股东大会负责，并定期向其汇报工作，全力保障股东大会各项决议得以切实贯彻执行。



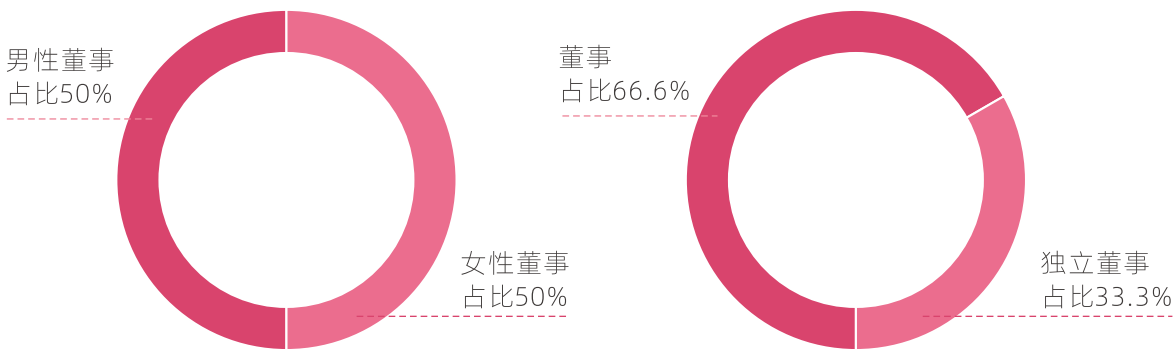
董事会下设有战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会以及审计委员会，公司制定各委员会工作规程，明确各委员会的职责权限、议事规则与决策程序，从制度层面规范各委员会的日常运作，确保其在公司治理中充分发挥专业职能，为公司稳健发展提供坚实保障。

监事会全面监督公司经营管理，重点审查财务状况，确保数据真实，同时监督董事、高管履职，防止权力滥用。履职时，监事会依公司章程和法规定期开会，审议重大事项并发表意见。若发现问题，会及时提出整改建议并跟进，切实维护公司与股东权益。

1.2.3 董事会独立与多元

在公司治理架构的持续优化进程中，董事会多元化建设始终是公司重点关注的领域。公司始终将目光聚焦于董事会成员构成的持续完善，尤其是对女性董事与独立董事在董事会整体架构中的比例保持高度关注，期望全方位拓展董事会成员的背景维度，以此汇聚更为广泛的经验与技能，为公司治理注入多元智慧，从而有力推动企业在面临重大决策时，能够依据更为科学、全面的视角与思路进行精准抉择。在甄选与任命董事会成员的环节，公司构建了一套全面且系统的评估体系，综合考量性别平衡、年龄层次分布、行业深耕经验、专业领域背景以及教育学术背景等多元因素。

于报告期内，依据公司章程，董事会经历了成员架构的动态调整。其中有1名独立董事因原工作单位新出台的相关规定与其独立董事职责产生冲突，主动提出辞职；另有1名董事因正常工作调动，离开董事会岗位。依据公司章程及相关规定，经公司股东大会审议通过，补选了董事和独立董事各1名。



截至报告期末，董事会成员总数为6人

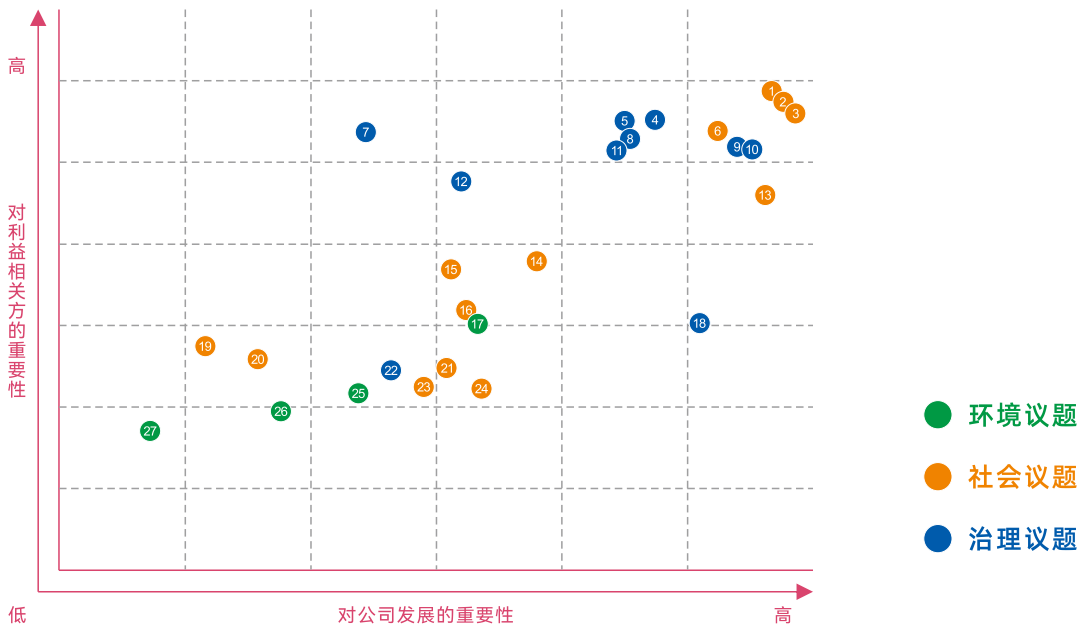
成员背景呈现出丰富多元的特征，涵盖财务管理、广告营销、法务合规、人才团队建设、采购供应链、可持续发展等多个领域的专业人才，为董事会的独立性与客观性提供了坚实保障，也为公司治理注入了多元且平衡的力量。

1.3 实质性议题分析

数据来源及分析方法

基于内部利益相关方沟通、同行对标，并参考资本市场ESG关注议题、国内外同行最佳实践梳理得出27个ESG议题。结合议题，我们通过问卷调研的形式开展重要性评估，得出融合监管机构、公司董事及管理层、消费者、投资者、员工、供应商等相关方的ESG议题重要性排序，将前30%作为核心议题，中60%作为重点议题，后10%作为一般议题，作为本年度ESG报告披露的重要参考。

丽人丽妆实质性议题分析



序号	重要程度	议题名称	ESG分类
01	核心议题	产品质量与安全	社会议题
02	核心议题	客户服务与满意度	社会议题
03	核心议题	消费者权益保护	社会议题
04	核心议题	合规经营	治理议题
05	核心议题	数据安全与隐私保护	治理议题
06	核心议题	负责任营销	社会议题
07	核心议题	税务透明	治理议题
08	核心议题	公司治理	治理议题
09	重点议题	商业道德与诚信廉洁	治理议题
10	重点议题	风险管理	治理议题
11	重点议题	保障股东权益	治理议题
12	重点议题	技术与科技创新	治理议题
13	重点议题	化学品安全与成分透明	社会议题
14	重点议题	员工权益与福利保障	社会议题

序号	重要程度	议题名称	ESG分类
15	重点议题	平等与多元化	社会议题
16	重点议题	员工发展与培训	社会议题
17	重点议题	绿色包装	环境议题
18	重点议题	知识产权保护	治理议题
19	重点议题	助力行业发展	社会议题
20	重点议题	供应链环境和社会风险影响	社会议题
21	重点议题	员工健康与安全	社会议题
22	重点议题	供应链合规管理	治理议题
23	重点议题	员工工作与生活平衡	社会议题
24	重点议题	社区公益与慈善	社会议题
25	一般议题	能源及资源管理	环境议题
26	一般议题	绿色办公	环境议题
27	一般议题	应对气候变化	环境议题

1.4 利益相关方沟通

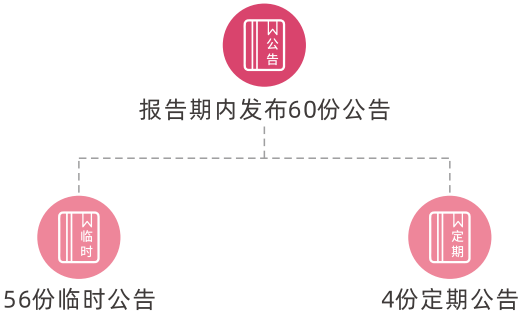
1.4.1 利益相关方沟通

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

利益相关方	期望和诉求	沟通及回应
消费者	消费者权益保障 消费者满意度 产品质量与安全	客服热线 社交媒体 公司邮箱 消费者调研
员工	权益保障 健康安全 职业发展和培训 工作与生活平衡 多元、包容和平等的企业文化	公司邮件 员工论坛 员工培训 职工代表大会 员工满意度调研
股东及投资者	投资回报及财务稳健 公司合规治理运营 信息公开透明披露	股东大会 年报及公告 上证 e 互动 股东热线 官方网站 路演及投资者峰会
供应商	阳光采购 合作共赢	走访与验厂 监督审计 日常沟通
政府及监管机构	遵纪守法 促进就业 合规经营 推动行业发展 产品质量安全	日常汇报沟通 答复相关询问 接受实地调研
品牌客户	合规运营 品牌力提升 消费者满意 诚信经营	线上线下会议 公司拜访 合作协议沟通与签署
合作伙伴	行业参与 战略共享 合作共赢	行业论坛 战略合作 社会公益
媒体及公众	媒体监督 信息透明	官方网站 媒体采访 新闻发布会及新闻稿 组织参与公益活动

1.4.2 投资者关系管理

在信息披露上，公司以极高的标准要求自身。通过官网以公告形式披露财务报表等重大事项，报告期内无更正及补充公告，信息披露质量可靠。报告期内累计发布60份公告，包含56份临时公告与4份定期报告，及时且全面地向投资者传递公司动态。



在投资者沟通与权益保护方面，丽人丽妆拓宽多种发声渠道，如电话热线、业绩说明会、上证e互动等，确保能倾听投资者的声音，实现双向沟通与价值传递。定期召开股东大会并设置提问环节，给予中小股东发言机会，保障其参与公司经营决策。

报告期内举办3场业绩说明会，上证e互动回复达111条，进一步加强与投资者的交流，提升公司在投资者心中的透明度和信任度，切实维护投资者权益。

守权益之责 厚植信任基土

- 严守合规底线
- 完善风险管理
- 保护知识产权
- 强化商业道德

本章回应的实质性议题：

- 合规经营
- 税务透明
- 供应链合规管理
- 风险管理
- 数据安全与隐私保护
- 知识产权保护
- 商业道德与诚信廉洁

本章回应的SDGs目标：



2.1 严守合规底线

2.1.1 合规事件响应

工作流程6步法

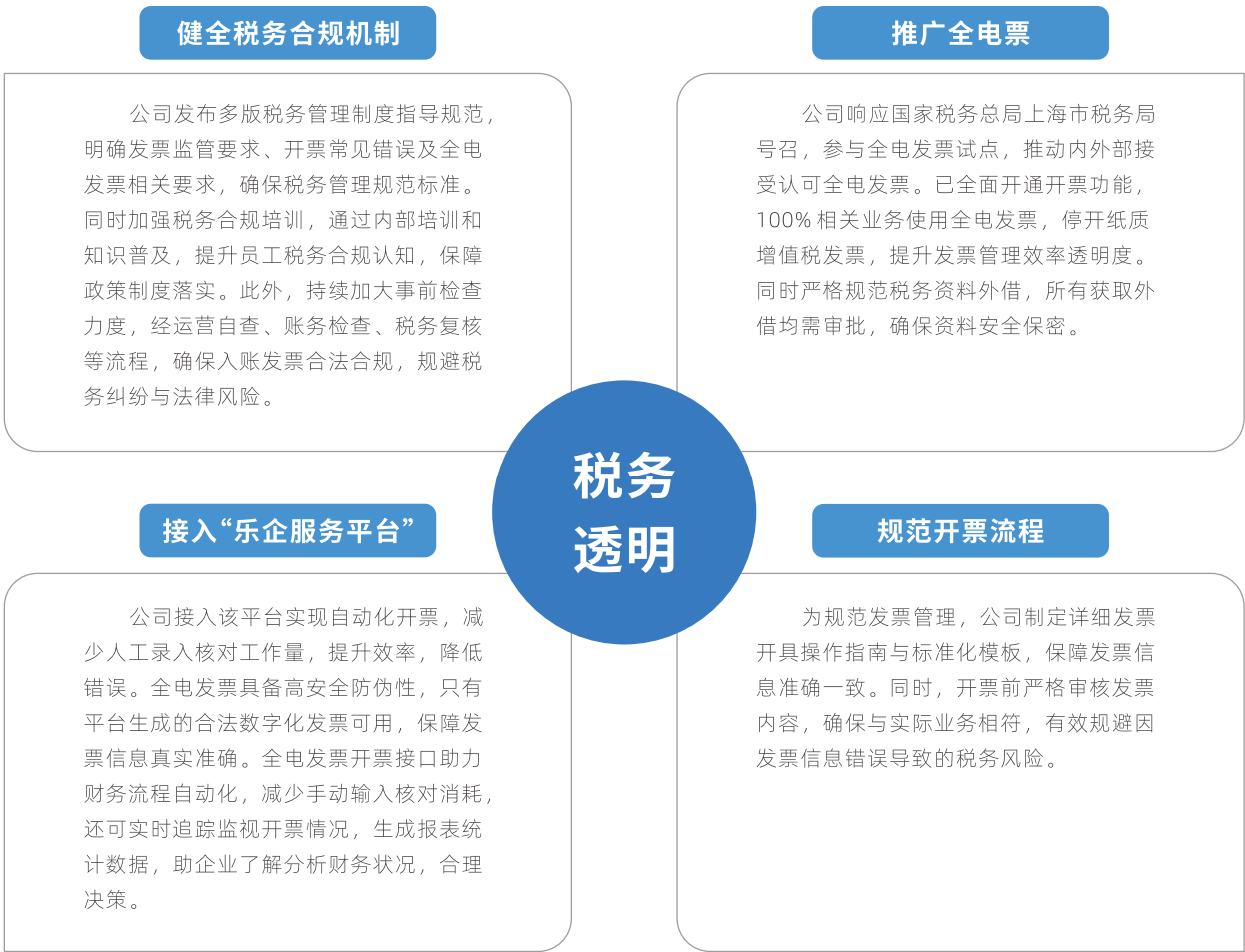


公司高度重视合规事务处理效率，对于一般合规事件，能够做到基本在当日或次日迅速完成处理。若遇到特殊问题，公司则依据实际情况展开积极沟通，制定针对性解决方案，确保所有合规事件均得到妥善解决，实现完结率100%。

法务部架构



2.1.2 税务透明



2.1.3 供应链合规管理

坚持负责任采购

公司秉承“公开、公平、公正”和“质量优先，价格优先”的原则，通过阳光采购平台确保采购过程的透明和公正。为此，公司制定了《采购业务基本指导规范》和《促销品及包材采购指导规范》等多项管理细则，明确采购流程和标准，推动采购过程的公平、公开和透明。这些规范涵盖了从需求申请、询比价、确定采购单、合同签订、合同执行到验收与请款的全流程，确保每一位供应商在同等条件下竞争，机会平等。此外，公司还建立了供应商全流程管理体系，对供应商的资质审核、背景调查、合规性审核等进行严格管理，提高了采购过程的透明度、公正性和合规性，有效防范了采购过程中的风险。



完善合规审计与培训



公司定期进行合规审计，确保采购流程符合相关法规和公司政策。审计内容包括采购需求的真实性、合理性，供应商选择的规范性和公允性，采购验收的及时性等。通过合规审计，公司能够及时发现和解决采购过程中的潜在风险，确保采购活动的合法性和合规性。此外，公司为涉及采购和供应链管理的员工提供反腐倡廉培训，提高其对不正当行为的警惕性。培训内容包括公司的道德准则、合规政策以及如何识别和处理不正当行为。通过这些培训，公司确保员工了解并遵守相关法规和公司政策，进一步加强了采购过程的廉洁性和合规性。



公司通过严格的供应商准入资质审核和年度考评制度，淘汰不合格供应商，推动整个供应链向可持续方向发展。在供应商准入阶段，公司不仅关注其资质和能力，还重点关注其在环保和社会责任方面的表现。年度考评制度则确保供应商在合作过程中持续符合公司的标准和要求。对于年度考核不合格的供应商，公司会进行沟通 and 整改，如仍未能满足公司标准，则予以淘汰。此外，公司与供应商建立紧密的合作关系，共同推动环保包装和绿色采购。通过这些举措，公司不仅提升了自身的可持续发展能力，还带动了整个供应链的可持续发展，实现了与供应商的共赢。

2.1.4 员工合规教育



合规教育培训

公司严格遵循《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》、《中华人民共和国消费者权益保护法》、《化妆品监督管理条例》、《化妆品注册备案管理办法》、《化妆品生产经营监督管理办法》、《化妆品网络经营监督管理办法》、《互联网广告管理办法》以及《上海市化妆品行业广告宣传合规指引》等相关法律法规与规范性文件的要求，积极为员工提供系统的合规教育培训，以确保全体员工在法律法规框架内开展业务活动。



合规年检考试

合规年检考试作为公司员工上岗的必备考试，考试内容紧密结合电商运营领域的复杂业务生态，全面涵盖宣传规范、价格管理、促销活动合规、信息披露、消费者权益保障、知识产权维护以及数据真实性把控等多个关键维度的合规要求，全面考察员工对合规知识的掌握程度和实际应用能力，是公司衡量员工专业素养与岗位适配度的重要标尺。对于未能在指定考试窗口期内通过合规年检考试的员工，公司将视其为暂时不胜任工作岗位，并依据公司相关规定，对该员工的工作岗位安排、职级晋升、薪酬待遇、绩效考核结果以及劳动合同续约等关键职业发展事项进行相应调整，以确保公司整体运营的合规性与专业性，同时也促使员工不断提升自身的合规意识与业务能力。



案例

1

钉钉合规答疑群

为搭建实时且高效的合规沟通桥梁，公司专门创建了钉钉合规答疑群。群内成员能够做到随时提问、随时解答，有力确保法务团队与运营人员在合规行为方面实现无缝对接与高效交流。同时，针对群内出现的普遍性问题，成员们可以相互借鉴经验，从而显著提升整体工作效率。

2

“合规干粮”

自2024年5月起，“丽人学堂”平台正式上线“合规干粮”板块。法务部合规组对以往推送的所有“合规干粮”内容进行了全方位、系统性的整理与归类，精心打造了违规案例、新政速递等多个特色版块，并将其分类上传至该板块。截至目前，已累计更新120余篇“合规干粮”。无论是刚刚加入公司的新员工，还是已在职多年的老员工，均可随时登录“丽人学堂”，便捷查阅各类合规知识，为日常工作提供有力的知识支撑。

3

广告宣传一页通

公司依据最新法律法规以及相关配套文件，同时紧密结合近年来常见的违规案例和易错点，精心编制广告宣传指导册。该指导册内容详实、针对性强，印制完成后已全面发放给运营团队，助力运营人员在广告宣传工作精准把握合规要点，有效规避潜在风险，切实提升广告宣传的合规性与专业性。

2.2 完善风险管理

2.2.1 风险管理体系



风险评估流程

公司通过访谈和“丽盾”小程序问卷调查的方式，从各业务岗位员工，特别是重点岗位人员收集风险信息，以确保风险信息的全面性和准确性。将收集到的风险信息整理成风险数据库，便于统一管理和分析，并通过风险发生可能性和严重程度两个维度，对风险进行量化评估，形成风险热力图。根据风险值，将风险分为不同等级，优先处理高风险事项，并针对不同等级的风险，制定相应的应对措施，确保风险得到有效控制和管理。

预警与处置机制

公司通过制定《风控预警功能说明及操作规范》和《安全运营违规处理办法》等文件，明确了预警机制的功能和操作规范，并细化了各类预警机制的具体操作流程，以确保预警措施的可执行性和有效性。对于违反风控预警机制的行为，公司采取严格的惩戒措施，确保公司运营的连续性和合规性。此外，通过定期的审计和评估，公司不断优化和完善预警机制，提高风险管理能力。在审计监察方面，公司在流程管理、库存优化、日常审计、外审应对、系统优化和信息安全等六个内审职能维度采取了多项风控措施。

报告期内，公司开展了多次审计，涵盖资金安全、IT系统、员工利益冲突及平台权限等方面。

所有审计中发现的问题均在公司内部闭环处理，未对外部业务及合作方造成负面影响，通过整改措施有效维护了运营合规性与安全性。

资金安全审计	发现上海子公司存在已销户的银行账户未及时处理，已在金蝶系统中禁用并消除潜在风险；
IT审计	全年多次进行未发现重大问题，但对部分控制点进行了优化，确保系统持续安全运行；
员工利益冲突专项审计	均未发现M4以上员工存在外部利益冲突，通过内部核查确认了交易公正性；
平台权限年度检查	发现部分店铺存在子账号权限设置不当及违纪行为，对相关责任人进行了分级处理，相关问题已通过内部流程妥善纠正。

2.2.2 数据安全与隐私保护

数据备份策略

公司制定了全面严谨的数据备份策略，关键数据库每日全量循环备份，保留60日备份文件，每周同步至归档服务器；源代码多台服务器互为备份，每日项目更新后自动同步；关键虚拟机通过NAS ABB服务每周定期备份；日志文件每日截断、压缩归档，保留180日备份。每半年开展关键数据库备份数据恢复测试及服务恢复演练，模拟真实故障场景，保障业务连续性。

数据加密保护

公司重视敏感数据加密，对用户个人信息、账号密码等采用行业领先的AES算法加密存储与传输。加解密密钥仅限公司内网服务器获取，每台服务器配置独立密钥，从服务端加载后仅存于内存，不落地保存，加载时通过严格安全校验机制。每周全面扫描数据库，检查手机号明文存储情况，发现异常立即告警并处理，留存检查结果。



管理制度建设

制定《信息数据分级分类管理制度》，对信息数据分类分级，明确部门岗位信息数据权限及存储、传递、销毁要求；出台《订单交易隐私信息导出和传输指引》规范相关操作；建立《存储介质管理制度》加强对存储介质管理，确保信息安全管理有章可循。



应急处理响应

制定《应急响应预案制度》，明确应急及维护保障体系组织架构、人员职责，设定RTO及RPO指标。定期开展应急演练，检验和完善预案，提升应急响应能力；制定《信息系统灾难恢复计划》，规范业务连续性管理，积极防范和处理突发信息安全事件。



风控预警机制

涵盖优惠券、商品折扣、商品价格等多种预警功能，明确操作规范和罚则，审计监察部抽查白名单维护和预警次数；制定《举报管理流程操作规范》，为举报人提供渠道，对不当行为进行调查处理，完善内部控制。



信息安全培训

报告期内组织3次全员信息安全培训，内容涵盖信息安全意识、管控准则、门禁管理等多方面。考试合格率达99.6%，有效提升员工信息安全意识和操作规范程度。

报告期内，公司发生1起IT网络故障事件。故障的直接原因为拆除1楼机柜接线盒时引发UPS电流不稳定，进而触发保护策略，导致对本机上的虚拟机服务器进行了断电处理。故障发生后，公司IT运维团队迅速响应，启动应急预案开展紧急处理。经过全力抢修，在1小时内，除金蝶数据库服务器外，其他全部应用服务器均恢复正常运行。金蝶数据库服务器由于数据容量庞大，在系统启动时需执行硬盘与数据自检程序，自检过程耗时较长。在故障发生后的6小时内，所有服务器均恢复正常运行状态。经全面检查评估，此次故障未造成任何数据泄露，也未给公司带来直接经济损失。故障发生后，公司立即组织相关技术人员进行了深入的复盘分析并制定了一系列改进措施。

2.3 保护知识产权

2.3.1 筑牢自身知识产权壁垒

为巩固自身知识产权成果，公司全力构建知识产权防火墙，组建专业管理团队，对商标、专利、著作权等知识产权的申请、维护、使用、许可与转让以及风险防控等全流程，实施严格且规范的管理。

● 优化申请流程，强化预先检索，提升注册成功率

通过完善申请机制，在申请前进行全面且深入的检索，有效规避风险，提高商标、专利等知识产权的注册成功率。

● 购置处理既有商标，加速权利获取进程

积极申请或购买已有的商标，缩短权利取得周期，加快品牌布局，为公司业务拓展提供有力支持。

● 联合代理机构，构建知识产权数据库，实现精细管理

与专业代理机构合作，将已获得的专利、商标、版权证书等信息整理成数据库，并标注详细日期，进行严格且精细的管理，方便随时查阅与调用。

● 借助行政司法手段，全方位保护公司知识产权

充分运用行政投诉和司法诉讼等途径，对公司的知识产权进行全方位、多层次的保护，确保公司的创新成果得到有效维护。报告期内，公司在知识产权保护方面取得显著成果：申请商标数量453件，成功注册205件。其中，文字商标占比50%，图形商标占比10%，组合商标占比40%。报告期内新增2项专利申请，国家知识产权局已受理相关文件。

2.3.2 捍卫他人知识产权红线

公司郑重承诺，坚决不侵犯他人知识产权。在与合作品牌方的商标授权、协议签订以及内部软件使用等环节，均执行严格的管理标准。定期对企业产品、商标等进行侵权风险监控，深入分析可能发生的纠纷及其影响程度，建立完善的预警机制和防范预案，确保公司在使用他人知识产权时，严格遵循法律法规和相关协议，做到合理合规。

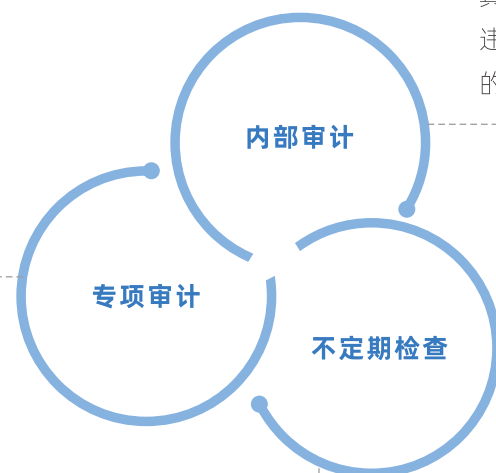
2.4 强化商业道德

2.4.1 制度建设与规范制定

公司在反腐败与商业道德方面建立了全面的制度体系，通过制定《促销抽奖活动廉政指导规范》、《公司历年廉洁守规案例整理》、《举报管理流程操作规范》、《廉洁守规协议》、《行政采购指导规范》、《员工及亲属利益申报指导规范》以及《采购业务基本指导规范》等一系列规范，明确了在促销活动、廉洁自律、举报处理、供应商合作、行政采购、员工利益申报以及采购业务等各个环节的廉政要求和操作标准，确保公司运营的透明度和合规性，从制度层面有效预防和打击腐败行为，维护公司及股东的利益，同时促进公司内部及与合作伙伴间的诚信与公平，为公司的可持续发展奠定了坚实的道德和规范基础。

2.4.2 监督与审计机制

针对特定项目或业务领域开展专项审计，如对直播业务、内卖活动、分销业务等进行专项检查，深入排查潜在的腐败和违规风险，加强公司对关键业务环节的管控。



公司审计部定期对采购业务、促销活动、资金使用等进行审计，检查相关业务的合规性和财务数据的真实性，及时发现并纠正违规行为，确保公司运营的合法性和财务的健康性。

审计部不定期对各店铺的抽奖活动执行情况、奖品采购与发放情况等进行检查，确保活动按照规定流程进行，防止员工违规操作或滥用职权。

2.4.3 处罚与问责



明确处罚标准

在各项规范和制度中，明确了不同程度违规行为的处罚措施，如轻度违纪、严重违纪和特别重大违纪等，确保对违规行为的处理有章可循、有据可依。



严格问责机制

对违规行为的责任人进行严肃问责，包括解除劳动合同、赔偿经济损失、追究法律责任等，同时对相关管理人员的失职行为也进行相应处罚，体现了公司对腐败和违规行为的零容忍态度。



案例通报与警示

通过内部通报、案例分析等方式，对典型违规案例进行公开通报，警示其他员工引以为戒，强化员工的廉洁自律意识和合规意识。

立臻心之桅 擢升客户体验

- 保障消费权益
- 精进产品质量
- 优化客户体验
- 实践负责任营销

03

本章回应的实质性议题：

- 客户服务与满意度
- 消费者权益保护
- 产品质量与安全
- 化学品安全与成分透明
- 负责任营销

本章回应的SDGs目标：

12 负责任的
消费和生产



3.1 保障消费者权益

• 安全保障



公司建立严格的选品机制，与资质齐全、信誉良好的供应商合作，确保所售产品均通过国家安全检测，符合相关质量标准。对于某些可能引发过敏或其他不适反应的产品，如含有特定香料、酒精或高浓度活性成分的美妆品，在商品详情页及产品包装上，以显著方式明确提示消费者潜在风险，引导消费者根据自身肤质和身体状况谨慎选择。

• 信息透明



为使消费者做出明智的购买决策，公司做到信息透明化。在产品介绍页面，避免使用模糊或误导性词汇。清晰标注产品的保质期、开封后使用期限，防止消费者因使用过期产品而造成皮肤伤害。针对不同产品的使用方法，配以图文或视频教程，让消费者能够正确使用产品，发挥其最佳功效。

• 隐私保护



公司搭建完善的数据安全防护体系，采用先进的加密技术，对消费者在注册、购买过程中提交的个人信息，如姓名、联系方式、收货地址、支付信息等进行加密存储，防止数据被窃取或篡改。严格限制内部员工对消费者信息的访问权限，仅授权相关业务人员在必要时访问，且访问全程留痕。同时，严格遵守国家和地方的数据保护相关法律法规，定期进行数据安全自查，一旦发生信息泄露事件，及时采取补救措施，并依法向消费者和监管部门报告。

• 公平交易



公司制定价格策略时，充分考虑产品成本、市场行情以及合理利润空间，确保价格合理公正。杜绝在促销活动中先提价后打折等价格欺诈行为，所有促销活动规则清晰明确，便于消费者理解。在销售过程中，尊重消费者的自主选择权，不进行强制搭售，让消费者自由选择所需产品，切实保障消费者的公平交易权。

3.2 精进产品质量

打造涵盖产品开发至消费者使用全流程的质量管理体系。《质量安全管理制

3.2.1 筑牢研发环节质量防线

在产品研发阶段严格遵循国家相关标准，对成分配方开展全面的安全性、有效性测试以及微生物测试。同时，高度重视产品成分与包装材料的适配性，进行内、外材相融性测试。从源头上把控原料安全，坚决禁止使用存在争议的成分，全方位保障产品性能安全，为消费者提供放心的化妆品。

严格原料安全评估管理

为保障产品的安全性，公司委托专业三方机构对原料进行全面的安全评估。深入分析每种原材料的潜在危害，精准把握产品配方的安全性和关键参数。同时，明确禁止在产品配方中使用对人体具有危害性的原料，并严格控制受监管原料的使用，从源头上杜绝安全隐患，确保产品质量安全。

持续监测产品使用反馈

公司充分利用店小蜜等AI智库工具，持续收集、分析消费者使用产品后可能出现的不良反应信息。建立高效的反馈机制，一旦发现问题，及时采取改善措施，不断优化产品质量，提升消费者的使用体验，为消费者们的健康保驾护航。

加强代工厂产品安全监督

针对OEM/ODM代工厂，公司建立了严格的准入检测和年度送检机制。在原材料选择、生产控制、质量检测等关键环节，加强监督力度，确保代工厂严格按照公司的标准和要求进行生产，保障产品质量稳定可靠，维护公司品牌形象和消费者权益。

规范产品标签成分披露

公司严格遵守药监局的规定，在化妆品标签上全面、准确地披露全成分信息。让消费者清晰了解产品成分，保障消费者的知情权，使消费者能够根据自身需求和肤质，做出更加明智的购买决策，增强消费者对公司产品的信任度。

3.2.2 强化生产包装质量管控



为保证产品质量，公司积极采取多种措施。委派专业的质控部门或委托权威第三方检测机构对代工厂进行严格的验厂审计和产品检测；执行严格的入库抽检制度，对不合格产品坚决进行退货或销毁处理；修订《退货验收标准》，确保逆向入库产品质量达标；每月对存货进行盘点抽检，及时处理有效期低于预警天数的产品；制定《商品包装流程操作规范》，降低物流运输中商品的损坏风险；不断完善产品召回机制，一旦出现产品质量缺陷，立即启动召回方案，切实维护消费者权益。

3.2.3 规范产品销售售后管理



公司严格把控产品销售环节，只销售经质控团队审核放行的产品，坚决杜绝过期和不合格产品流入市场。电商运营、仓库等多部门紧密协作，严格按照先进先出原则完成发货流程，并建立完善的销售记录，妥善保存销售票据。同时，要求经销商建立购货及销售台账，实现货物流向的全程可追溯。此外，客服组长负责收集、分析、监测和上报化妆品不良反应信息，严格按照相关流程和要求处理不良反应事件，并妥善保存监测记录，为消费者提供可靠的售后保障。

3.3.4 构建长效安全生产机制



公司始终将化妆品安全视为重中之重，秉持严格准入、落实责任、强化监管的理念，精心构建产品安全生产长效机制。从原材料采购到产品生产、销售的全过程，都进行严格把控，确保每一个环节都符合安全标准，为化妆品安全生产提供坚实保障。

3.3 优化客户体验

3.3.1 专业服务周到答疑

在咨询量高峰期，公司引入了AIGC技术，与天猫平台携手打造的智能客服工具“店小蜜”能够高效地分担一部分在线客服的工作，从而显著减轻人工客服的压力。与此同时，日常大量的真实交易互动所产生的数据，都会被收集并沉淀到公司的智库工具中。

基于这些丰富的数据资源，“店小蜜”能够精准地预设店铺内的高频问题，并且通过持续的强化学习，不断优化自身的智能水平，变得越来越“聪明”。这使得“店小蜜”能够为消费者提供“秒级”迅速且精准的智能回应，在处理诸如产品选色、选号、商品参数等各类信息时，其准确度也在不断提升，进而极大地改善了商品错配问题，全方位地提升了消费者的购物体验。

	天猫平台	抖音平台
平均响应时间	20.87 秒	13.7 秒
响应时间达标率	100%	100%
客服满意度	87.68%	91.20%
推荐转化率	52.61%	30.31%

3.3.2 高效配送精准送达

报告期内，平均配送时间约**43.6小时**，平台约定发货时效达成占比为：**99.93%**。

面临的问题	具体表现	解决措施	实施细节
恶劣天气	运输延误，因暴雨、暴雪、台风等致道路封闭、航班延误或取消，货物无法按时送达；货物损坏，潮湿、强风等损坏货物包装甚至货物	建立应急预案 加强货物防护	与物流供应商共同制定应对不同恶劣天气的方案，如调整运输路线、优先配送紧急订单；确保仓库具备防潮、防水、防风功能，运输时提供防水、防震包装材料，如防水篷布、泡沫填充物
大促爆单	订单处理效率低，短时间大量订单致系统卡顿、瘫痪，人工处理易出错；仓储压力大，库存消耗快、补货不及时易缺货，囤货占用空间致仓储混乱；配送能力不足，快递公司业务量剧增，车辆和人员不足，包裹积压、配送延迟	技术升级 合理规划库存 增加配送资源	提前优化和扩容订单处理系统，增加服务器带宽，引入人工智能客服；利用大数据分析预测销量，提前备库，采用动态库存管理策略；提前与快递公司协商增加车辆和人员，引入众包配送模式，招募兼职配送员
库存不足	实际销量超出预期，补货周期长，导致商品缺货，影响客户购买和店铺口碑	精准需求预测 优化补货流程 建立安全库存	运用历史销售数据、市场趋势及促销活动等信息，借助数据分析模型预测销量；与供应商建立快速补货通道，缩短补货周期；根据过往销售波动，设定安全库存阈值并定期盘点
重大会议或活动（如两会等）	物流运输在特定区域、时段限行或管制，配送时效延长；部分快递服务暂停或调整，影响货物收发	提前沟通与规划 调整配送策略 信息及时同步	提前与物流合作伙伴、当地交通管理部门沟通，获取限行管制信息；调整配送路线，采用分阶段配送、提前囤货至周边非管制区域仓库等方式；及时将物流调整信息告知客户，避免客户不满



仓储布局优化

公司为全力保障服务稳定，提升客户消费体验，着重强化物流稳定性。在战略布局上，持续加大在华中区域设立仓库和分配订单的力度，巧妙借助华东地区强劲的购买力以及华中地区优越的区位优势，通过18个分仓高效辐射全国。这一布局不仅有效缩短了运输路径，大幅提升流转效率，还显著降低了物流遇阻的风险。



物流合作深化

公司与德邦、安能等知名物流企业深度携手，全面强化仓间调拨、上门提货、B2B发运等业务场景的服务能力，为物流运输的顺畅稳定筑牢根基。



配送服务强化

公司实现了通达系快递、顺丰、EMS等主流快递的全方位覆盖。同时，通过定期跟踪分析各快递公司的服务表现，精准把握服务质量，持续优化配送端服务水平，致力于为每一位客户打造更高效、更稳定的物流体验，全方位保障客户的消费满意度。

3.3.3 完善保障贴心服务

公司深知，每一位选择公司产品的消费者，不仅是在购买美妆产品，更是在追求一份美丽与自信。一旦消费者在使用产品过程中遇到任何问题，公司专业的售后团队会迅速响应。无论是产品使用咨询，还是对商品质量的疑问，售后人员都会以耐心、细致的态度，提供一对一的贴心服务。

同时，公司建立了完善的售后反馈机制，对于消费者提出的意见和建议进行深入分析与总结，不断优化产品和服务流程。从快速处理退换货，到定期回访了解使用感受，公司致力于用实际行动，让每一位消费者都能在享受美妆产品带来的美丽蜕变的同时，感受到来自丽人丽妆的全心关怀。

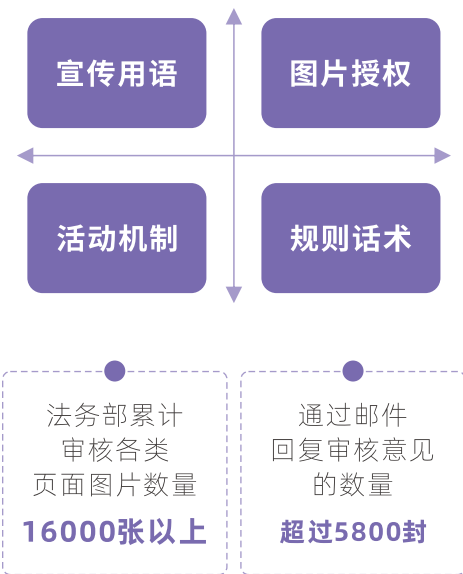


3.4 实践负责任营销

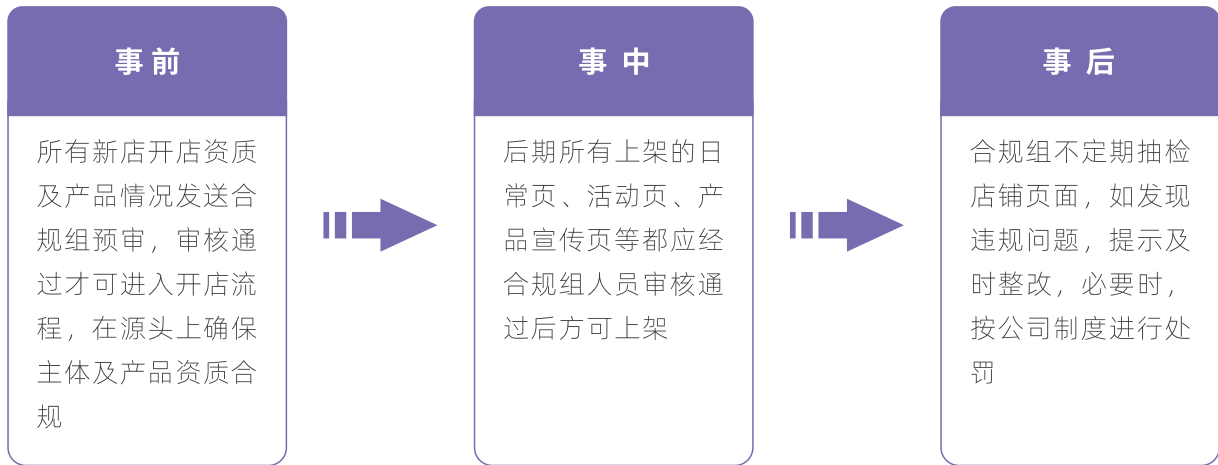
3.4.1 营销审核机制

公司以“不夸大、不作假”的原则开展各类营销活动。为确保营销过程的规范性，制定了《促销规则指引》《页面宣传用语及促销活动合规工作指导规范》以及《广告宣传一页通》等系列制度，从制度层面严格约束营销行为。同时，建立完善的营销复核机制。在营销活动启动前，由客服端协同运营部和法务部，对营销页面的表述、营销规则以及客服话术的一致性进行全面复核，以严谨的工作流程保障营销信息的真实性与表述的准确性。

审核范围全面涵盖100余家各平台店铺（包括经销与代运营），实现全渠道覆盖，涉及天猫、抖音、小红书、内卖平台、自有公众号等。审核内容包括店铺首页、产品主图、产品描述、二级页、会员页、抽奖页、视频脚本等，以及日常活动和大促期间各店铺活动规则。



3.4.2 页面合规审查机制



3.4.3 规范营销制度

《安全运营违规处罚办法》
提高店铺日常管理效率，避免潜在营销事故。对未及时设置商品白名单或有异常预警的店铺，依据相关管理办法，对相关人员进行罚款或要求赔偿，以规范店铺运营行为。
《达播申请要求 - 达播防诈骗指南》
为预付坑位费的达人直播提供防诈骗措施，涉及付款平台、达人入驻及公司可靠性评估等。要求签订三方协议，明确机构与付款公司主体一致性，保障直播业务安全开展。
《天猫平台运营突发事件应急处理机制》
高效应对天猫平台运营突发事件，维护公司形象与顾客满意度。应急机制含确认问题、确定量级等六步骤，具体程序涵盖多部门协同处理、责任人处罚及复盘，确保事件妥善解决。
《营销采购管理指导规范》
明确市场部种草项目执行流程，规范费用申请审批，强化预算效果管理。包括总预算编制审批、单笔投放执行、项目结案等环节，要求填写关键信息按流程审批，完成后复盘填管理台账。
《营销推广业务流程配套罚则》
依公司管理规范及邮件要求，设定违规处罚标准。违规分轻度、严重、特别重大违纪三类，如未有效询比价致不同损失、企图蒙混审批、故意编造数据等，对应不同处罚措施，规范营销推广业务。

3.4.4 员工培训宣导

在员工培训体系建设中，公司高度重视合规营销培训工作，将其作为一项持续性、系统性的重要任务。针对新员工入职培训，公司专门设置了合规营销课程，涵盖了线上营销活动中的广告宣传规范、数据与资料使用、活动规则制定以及页面自查要点等方面，同时对化妆品功效宣称、儿童化妆品宣称规范以及牙膏、香皂等单品的宣称规范进行了详细说明，帮助新员工树立正确的营销理念，确保营销活动在合规框架内进行。除新员工培训外，公司还定期组织新规培训，积极整合外部专业资源，邀请行业资深专家，联合政府部门和专业律师团队，举办高水准的普法讲座。通过案例分析、法规解读、互动交流等多种形式，及时向员工传递最新的法律法规和政策要求，不断强化员工的负责任营销意识，切实维护消费者的合法权益，推动公司营销业务的健康、可持续发展。



案 例

2024年4月合规考试题库(节选)

小方在维护产品页面时，看到该产品有个维C成分，于是在产品标题上写了“美白”二字。（×）

解析：产品要宣称有美白功效，需取得美白批件。成分功效不等同于产品功效，维C具有美白作用，不代表产品有美白作用。

某A品牌天猫旗舰店销售某a产品，在标题中加入了的对家B品牌b产品的名字和C品牌c产品的名字，以增加此产品的曝光率。（×）

解析：此种行为属于不正当竞争行为。

小A在店铺抽奖活动规则中加入“最终解释权归店铺所有”的条款。（×）

解析：经营者不得以格式合同、通知、声明、店堂告示等方式作出对消费者不公平、不合理的规定，或者减轻、免除其损害消费者合法权益应当承担的民事责任。

怀仁爱之心 汇聚伙伴力量

- 保障基本福利
- 激励职业发展
- 守护安全健康
- 丰富业余生活

本章回应的实质性议题：

- 员工权益与福利保障
- 平等与多元化
- 员工发展与培训
- 员工健康与安全
- 员工工作与生活平衡

本章回应的SDGs目标：



4.1 保障基本福利

4.1.1 清晰合理的薪酬构成

明确告知员工薪酬由基本工资、绩效奖金、补贴等多个部分组成。基本工资根据岗位的职责、技能要求和市场行情设定，保障员工基本生活需求；绩效奖金与员工个人的工作表现、业绩目标完成情况挂钩，激励员工积极工作；补贴部分涵盖交通补贴、餐补等，体现公司对员工生活和工作的关怀。完善的薪酬体系与员工的职业发展路径紧密相连。随着员工在公司内部晋升到更高的职位，承担更多的责任，其薪酬也会相应提升。同时，在薪酬确定和调整过程中，严格遵循既定标准，确保公平公正，杜绝因个人偏见或关系亲疏影响薪酬分配。

4.1.2 丰富的员工福利



健康关怀

每年度为全员提供一次全面的健康体检，体检项目涵盖内外科、血液、肝肾、妇科彩超（女性）、癌症筛查、拍片心电图等全套项目，关注员工的身体健康状况，做到疾病早发现早治疗。



保险保障

公司为全员缴纳社会保险，为员工的生活提供基本保障。对于退休返聘人员以及有潜在风险的岗位，如审计监察部人员，配备商业意外险，进一步降低员工工作中的风险，让员工无后顾之忧。

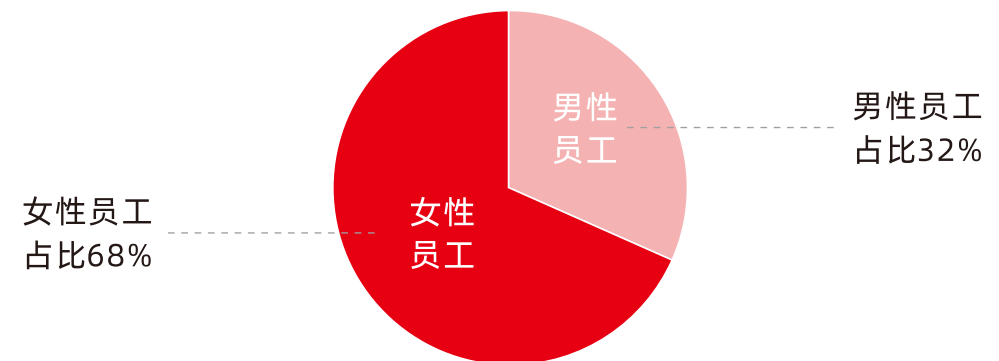
4.1.3 公平完善的薪酬机制

公司建立完善的薪酬调整机制，每年或每半年会根据员工的工作表现、市场薪酬水平的变化以及公司的经营状况对员工薪酬进行评估和调整。表现优秀、业绩突出的员工能够获得较大幅度的薪资增长；即使是表现平稳的员工，也能根据市场情况和公司发展获得相应的调薪，确保员工的付出得到合理回报。

4.1.4 平等与多元化

公司高度重视并尊重种族与民族的多样性，少数民族员工积极融入公司团队，成为推动公司发展不可或缺的力量。此外，公司积极践行社会责任，大力促进残疾人士就业，目前已有13名残疾员工在公司任职。公司充分体谅他们的特殊情况，在出勤方面给予特殊照顾，不做强制要求，让他们能在舒适的环境中工作。公司晋升机制严格以客观数据为评判依据，坚决杜绝任何基于性别、年龄、种族等因素的歧视现象。此外，公司也为不同群体的员工提供平等的培训和职业发展机会，确保每位员工都能在公平的环境中获得成长与进步。

4.1.5 关爱女性员工



硬件设施

在硬件设施配备上，为满足孕期及哺乳期女性员工的特殊需求，公司在徐汇办公地与松江办公地分别设置了母婴室。母婴室内部布局合理，设施完善，配备了舒适的休息座椅、专业的哺乳设备以及完备的卫生设施，为女性员工提供了一个私密、安全且舒适的专属空间，充分彰显公司对女性员工的细致关怀。

假期权益

在假期权益保障方面，公司严格遵守国家相关法律法规，确保女性员工能够根据自身实际情况，依法享有产检假、产前假、产假、哺乳假、授乳假以及育儿假。这些假期政策的落实，不仅保障了女性员工在特殊时期的身心健康，也体现了公司对女性员工家庭责任与社会责任的尊重和支持。

职业发展

在职业发展领域，公司始终秉持公平、公正、公开的用人原则，为全体员工提供平等的晋升机会和广阔的发展空间。从2024年度的晋升数据来看，女性员工晋升比例达到65%，这一显著成果充分展示了女性员工在公司发展过程中的卓越贡献，也反映出公司为女性员工搭建的职业发展平台行之有效，能够充分激发女性员工的潜力，助力其实现职业目标。

妇联组织

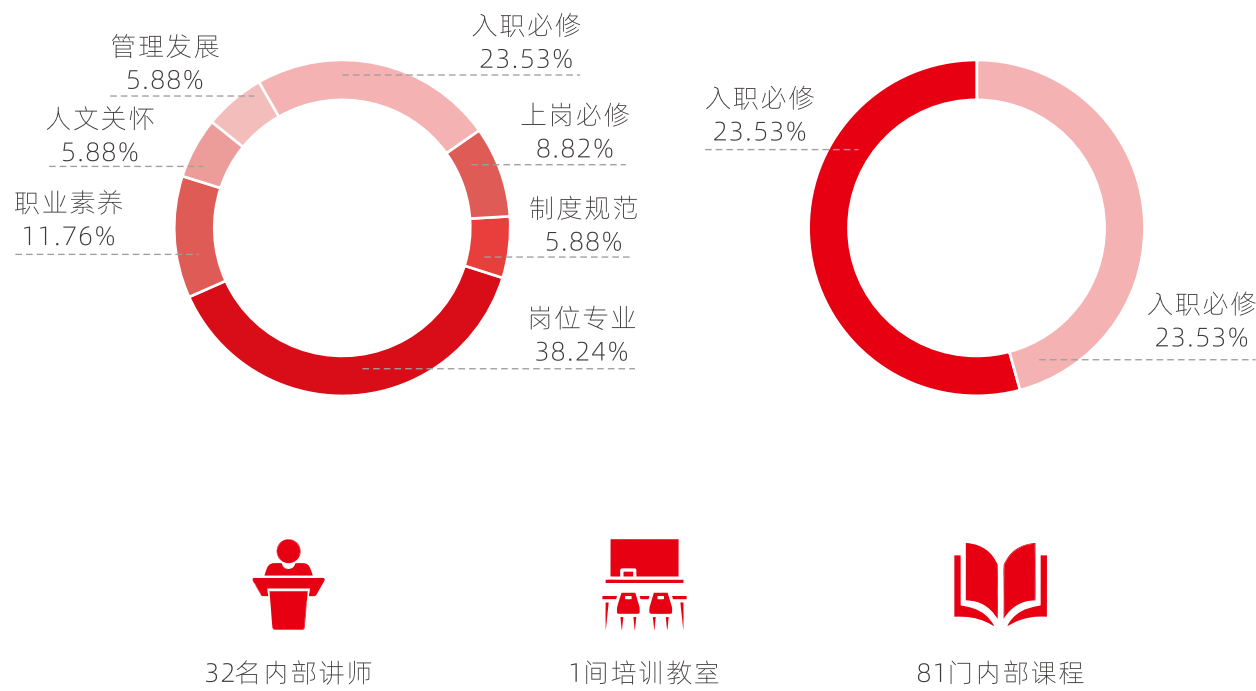
为进一步加强女性员工之间的交流与合作，促进女性员工的全面发展，公司积极推动妇联组织的成立。妇联组织成立后，积极开展各类活动，涵盖职业技能提升培训、心理健康咨询辅导、家庭与工作平衡主题研讨等多个方面，旨在全方位提升女性员工的综合素质，关注女性员工的身心健康，增强女性员工的归属感和凝聚力。

4.2 激励职业发展

4.2.1 多元培训体系助力成长

公司构建了全面且多元的培训体系，培训普及率达 92.1%，每年新人培训和年度大考均要求全员参与，充分彰显了公司对员工培训的高度重视。

培训对象广泛，不仅关注新员工入职培训，助力新人快速融入公司，还重视在职员工技能提升培训，满足员工不同发展阶段的需求，更涵盖管理层领导力培训，为管理层提供专业能力提升平台。培训形式灵活多样，包括线下培训、线下室内拓展游戏、线上直播及课程回访、1V1 线上辅导等，以适应不同培训场景和需求。



公司拥有32名内部讲师、1间培训教室及相关设施，并自主开发了81门内部课程，配备培训视频、电子培训课件和线上考试题库等丰富资源，为培训的顺利开展提供有力保障。培训效果评估科学严谨，通过满意度评估、考试合格率、违规通报下降率和筛查高风险人员匹配率等指标，全面衡量培训成效，确保培训对员工行为改变和公司绩效提升发挥积极作用。

未来，公司将根据业务转型需求，新增内容营销课程、新品推新类课程和专业提升类课程，并将管培生特训营升级为“新星训练营”，致力于培养公司中层储备人员，进一步优化和完善培训体系，持续为员工成长赋能。

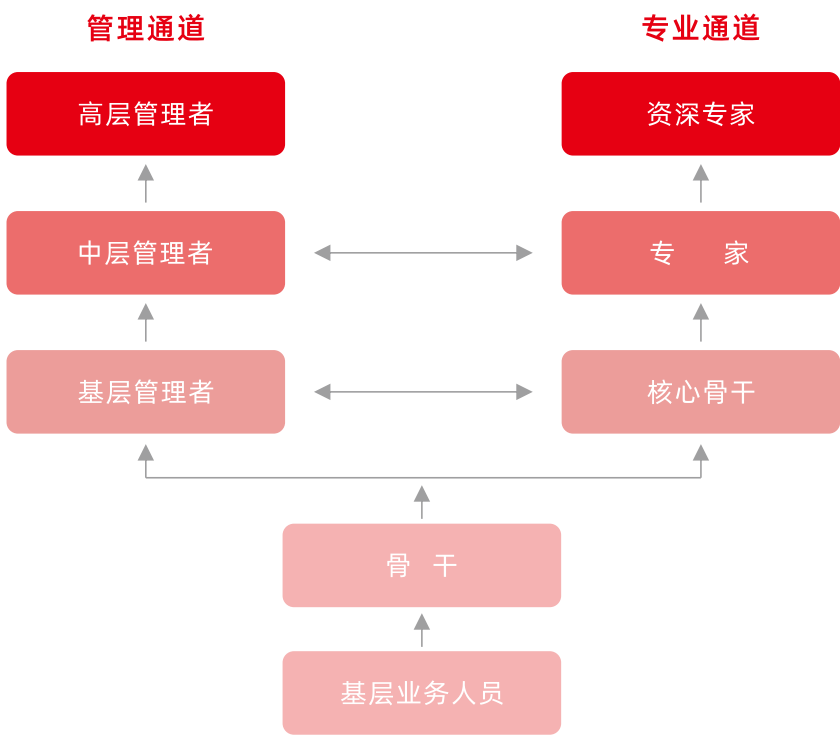


案例

公司创始人、CEO、CSO每2周与管培生进行面对面交流会，关心管培生的日常工作，结合管培生的个人特质和职业规划，为其进行精准的职业引导，帮助他们明晰在公司的职业发展路径，了解不同岗位晋升所需的能力和素养。针对管培生在专业技能方面的不足进行专业辅导，助力管培生快速成长，在公司实现自身价值，也为公司的可持续发展储备优秀人才。

4.2.2 完善晋升机制激励发展

公司为员工搭建广阔的发展平台，提供多种晋升路径，涵盖技术、管理、跨部门晋升等多个维度，包括管理类、专业类和操作类等纵向和横向发展通道，满足员工不同职业发展方向的需求。



晋升评估机制明确且公正，以绩效考核和能力评估为标准，确保评估过程的透明度和公正性，赢得员工广泛信任。在晋升流程中，通过上级提报、储备管理人员和内部竞聘等方式，由专业评估团队进行全面评估，最终由高层决策，保障晋升决策的科学性和合理性。为确保绩效透明度和公正性，公司采取一系列措施，包括宣导评估方案，让员工充分了解晋升评估的标准和流程；过程辅导沟通，为员工提供及时的指导和反馈，帮助员工提升绩效；结果复盘及申诉处理，对晋升结果进行复盘分析，并为员工提供申诉渠道，确保员工对晋升机制的信任。

4.3 守护安全健康

4.3.1 身体健康保障

公司将员工身心健康视为重中之重，构建起一套完善的健康保障机制，配备丰富的生活用品、药品以及健身器材，为员工的健康保驾护航。



涵盖缓解胃部不适、感冒症状、眼部疲劳、小创伤处理、消肿止痛、增强机体抵抗力以及缓解轻至中度疼痛等各类药品，以应对员工日常工作生活中可能出现的常见健康问题。为确保药品的充足供应，公司每月都会进行库存盘点，并及时采购补充。



准备了运动脚踏车、跑步机、正骨复位推椅、盆骨矫正器、抽屉式哑铃等丰富的健身器材，鼓励员工积极锻炼身体，增强体质，预防疾病，以良好的身体状态投入工作与生活。



公司还备有 AED（自动体外除颤器）一台，以应对突发心脏骤停等紧急情况，为员工的生命安全增添一份坚实保障。

4.3.2 突发困境援助

为提升员工应对生活中突发紧急状况与意外困境的能力，公司特设立员工救助基金。该基金致力于为员工提供及时且必要的紧急援助，帮助员工度过难关，营造一个更加安心、和谐的工作环境，让员工在面对生活中的风雨时，能够感受到公司的温暖与支持。

4.3.3 法律权益护航

公司高度重视员工的法律权益保障工作，制定并实施《法律援助项目运行制度》，同时组建专业的法律援助职能小组，作为公司法律援助工作的核心执行机构。员工若遇到法律问题，可通过邮件提交法律援助申请。公司会依据既定标准对申请进行严格审查，对于符合法律援助条件的申请，将呈交至公司首席执行官（CEO）审批。审批通过后，职能小组会第一时间通知申请人法律援助的具体实施形式，并委派专业律师，为员工提供精准、高效的法律援助服务，切实维护员工的合法权益。

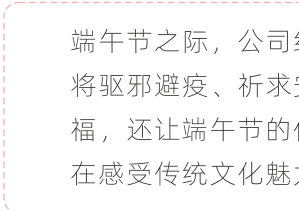
4.3.4 安全提醒常伴

公司每月会向员工进行消防安全以及平面疏散路线的提醒，强化员工的安全意识，确保员工在面对突发安全事件时，能够迅速、准确地采取应对措施，保障自身安全，同时也为公司的正常运营筑牢安全防线。

4.4 丰富业余生活



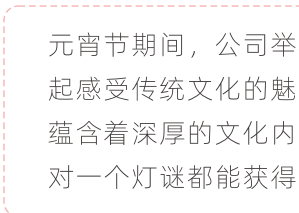
6.18购物狂欢节期间，公司不仅在业务上全力冲刺，还为员工们准备了丰富多彩的活动，举办了趣味闯关集章小游戏，让员工们在紧张的工作之余，能够放松心情，享受游戏的乐趣。



端午节之际，公司组织了艾草门挂DIY活动，员工们亲手制作艾草门挂，将驱邪避疫、祈求安康的美好祝福“束”进其中，不仅承载着满满祝福，还让端午节的仪式感和氛围感拉满。通过这样的活动，让员工们在感受传统文化魅力的同时，也收获了公司的美好祝福。



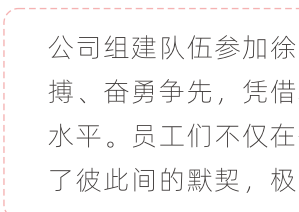
在妇女节这个特别的日子里，公司为每位女性员工准备了礼物，并举办了香薰DIY活动。活动现场，香薰散发出阵阵清香，让人身心放松。员工们其乐融融，沉浸在随香漫舞的心灵芳疗中，享受着创作与手工制作带来的欢乐。



元宵节期间，公司举办了充满趣味的猜灯谜活动。员工们积极参与，一起感受传统文化的魅力。灯谜作为一种文化传承，不仅具有娱乐性，更蕴含着深厚的文化内涵。员工们在思索中感受中华文字无穷乐趣，每猜对一个灯谜都能获得一份奖品，增加了活动的趣味性和吸引力。



公司每月会为当月生日的员工举办集体生日会，让员工们在忙碌的工作中感受到家的温暖。生日会现场布置得温馨而充满活力，气球、彩带、生日蛋糕等元素营造出浓厚的庆祝氛围。公司为寿星们准备了专属的生日礼物，大家围坐在一起，唱生日歌、切蛋糕、分享生日喜悦，共同许下美好心愿。



公司组建队伍参加徐家汇“阿迪达斯杯”营商篮球大赛，队员们顽强拼搏、奋勇争先，凭借精湛的球技和默契的配合，充分展现了高超的竞技水平。员工们不仅在体育竞技中锻炼了身体素质，更在团队协作中深化了彼此间的默契，极大地增强了团队的凝聚力与归属感。



持绿行之念 构建环保生态

- 应对气候变化
- 推广绿色包装
- 倡导绿色办公
- 协同绿色生态

05

本章回应的实质性议题：

- 应对气候变化
- 绿色包装
- 能源及资源管理
- 绿色办公
- 供应链环境和社会风险影响
- 绿色物流

本章回应的SDGs目标：



5.1 应对气候变化

公司始终将消费者购物体验置于首位，不仅针对极端天气状况制定了完善的预警与应对方案，也着眼于慢性的气候变化趋势提前布局多项预防和调整措施，力求在任何环境下都能为消费者提供稳定、优质且便捷的购物服务，确保消费者在购物过程中的满意度不受影响。

具体风险	风险描述	应对措施
急性物理风险 极端天气	极端天气可能导致仓储设施受损，物流中断，影响产品交付和客户满意度。	加强仓库的防洪防潮设施，建立极端天气预警机制，提前调整物流计划，确保供应链的稳定性。
慢性物理风险 全球平均气温升高	气温升高增加空调等设备的使用，导致能源消耗增加，运营成本上升。	采用节能设备，优化仓库隔热设计，推广绿色办公，减少能源浪费，降低碳排放。
政策与法规风险	环保政策的加强可能增加企业的合规成本和运营压力。	定期进行环保法规培训，确保员工了解最新政策要求，积极与政府和行业协会合作，推动行业标准的制定和实施。
市场风险	消费者环保意识增强，对绿色、可持续美妆产品需求上升，若丽人丽妆产品与服务绿色属性不足，将失去市场竞争力。	加大绿色美妆产品研发与引进力度，如天然有机、无动物实验、可回收包装的产品；优化供应链管理，确保原材料采购、生产、运输等环节低碳环保；通过线上线下营销活动，宣传品牌绿色理念与产品优势。
企业声誉风险	在环保方面的不足可能损害公司的品牌形象和声誉。	定期发布 ESG 报告，提升公司的社会形象和品牌价值。
供应链风险	气候变暖导致一些用于美妆产品的珍稀植物或原料产地生态恶化，资源数量减少或品质下降，公司获取优质原料难度增大，成本上升。	与原料供应商建立战略合作伙伴关系，共同应对气候变化；增加原料储备，拓宽采购渠道，降低供应风险。
物流运输风险	气候异常使运输途中的路况和气象条件更复杂，如暴雨引发的道路积水、山体滑坡，高温导致的路面变形，影响运输效率和货物安全，增加物流成本和货物损耗风险。	选择有丰富气候应对经验的物流伙伴，利用气象预警提前规划运输安排，为货物购买运输保险。优化运输路线，采用更环保的运输方式，如电动车或铁路运输，减少碳排放，提高物流效率。
产品包装风险	消费者对环保包装的需求增加，如果公司不能及时调整，可能失去市场份额。	研发和使用可降解、可回收的包装材料，减少塑料使用，推广绿色包装，提升产品的环保属性。
产品稳定性风险	气温变化幅度增大和极端高温天气，可能影响美妆产品的稳定性，如化妆品的质地、成分活性改变，缩短保质期，增加产品售后风险和召回几率。	加强产品研发时对气候因素的考量，改进产品配方和包装材料，建立产品稳定性监测机制。

5.2 推广绿色包装

公司旗下多个品牌积极践行绿色环保理念，通过大力推广使用替换装等创新包装形式，切实有效地实现了包装减量目标。这一举措不仅减少了包装材料的使用量，降低了资源消耗，还降低了废弃物的产生，减轻了对环境的负担。同时，消费者对替换装的接受度和满意度也在不断提升，既满足了消费者的使用需求，又促进了环保意识的普及和提高。

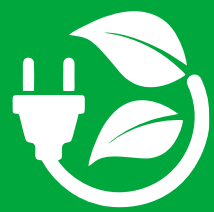
5.3 倡导绿色办公

5.3.1 纸张节约利用



- **推广无纸化办公**
鼓励员工通过电子邮件、即时通讯工具沟通，减少纸质文件的传递。使用电子文档、电子表格、电子签名等方式进行日常办公，减少打印、复印次数。
- **双面打印**
设置双面打印选项，提醒员工双面使用纸张。
- **纸张回收**
在办公区域设置纸张回收箱，将废弃纸张分类回收，用于内部草稿打印或其他二次利用场景。

5.3.2 设备能源管理



- **节能设备使用**
采购节能型办公设备，有效降低电力消耗。
- **合理设置待机**
设置办公设备的自动待机和关机时间，在员工离开工位一段时间后，电脑、显示器等设备自动进入待机或关机状态，减少不必要的能源浪费。
- **照明优化**
充分利用自然光，合理规划办公区域的照明布局，减少人工照明的使用时间。在光线充足时，关闭不必要的灯具，采用感应式灯具，人走灯灭。

5.3.3 办公用品选择



· 环保材料用品

优先采购使用可降解、可回收材料制成的办公用品，如环保笔记本、可降解文件袋、可回收塑料文件夹等。

· 减少一次性用品

取消一次性纸杯、餐具等的供应，鼓励员工自带水杯、餐具。对于确实需要使用的一次性用品，选择可降解材质的产品。

5.3.4 员工意识提升



· 绿色办公培训

定期组织绿色办公培训，向员工传授绿色办公知识和技能，如如何正确进行垃圾分类、如何节约能源、如何选择环保办公用品等。

5.4 协同绿色生态

5.4.1 革新包装材质

· 使用环保包装材料

与合作伙伴共同探索，推出了玉米泡泡粒、环保大豆油墨卡片、易撕得纸箱、生物胶条等多种环保包材，减少对环境的影响，降低资源消耗，提高回收效率。

· 优化包装设计

根据美妆产品的尺寸和形状，设计合适的包装，避免过度包装，减少包装材料的使用量。同时，采用紧凑、轻量化的包装结构，降低包装重量，从而减少运输过程中的能源消耗。



案 例

公司通过优化包装设计减少的材料用量和废弃物产生。针对派样订单使用规格更小的派样箱，加强打包人员培训，使用正确箱型提升装箱率。专人驻仓配合仓库对纸箱的设计、规格进行持续优化，根据订单结构情况进行阶段性调整，确保纸箱的规格材质与产品更为适配，做到减少用料的用时降低破损率。

5.4.2 优化运输模式

· 提高运输效率

利用大数据和智能物流系统，对订单进行整合和分析，优化配送路线，减少空驶里程和迂回运输，降低能源消耗和尾气排放。

· 采用绿色运输工具

逐步增加新能源车辆在物流运输中的比例，如电动汽车、混合动力汽车等。

5.4.3 精细仓储规划

· 运用智能仓储

提高库存周转率，减少货物在仓库的停留时间，降低仓储过程中的能源消耗和资源浪费。合理规划仓库布局，提高仓库空间利用率，减少仓库面积的浪费。

· 使用绿色能源

公司入驻了位于湖南浏阳配备了光伏设备的仓配园，该园区面积约5万平方米，光伏电站总装机容量630万千瓦时。按照租用面积匡算，公司每年可减少温室气体间接排放量：二氧化碳133吨、二氧化硫4吨、氮氧化物2吨。

5.4.4 推动供应链可持续发展

公司通过严格的供应商准入资质审核和年度考评制度，淘汰不合格供应商，推动整个供应链向可持续发展方向。在供应商准入阶段，公司不仅关注其资质和能力，还重点关注其在环保和社会责任方面的表现。年度考评制度则确保供应商在合作过程中持续符合公司的标准和要求。对于年度考核不合格的供应商，公司会进行沟通和整改，如仍未能满足公司标准，则予以淘汰。通过这些举措，公司不仅提升了自身的可持续发展能力，还带动了整个供应链的可持续发展，实现了与供应商的共赢。

秉公益之情 共绘社会新愿

- 聚焦女性力量
- 扶持社区发展
- 赋能青年成长
- 助力乡村振兴

06

本章回应的实质性议题：

- 社区公益与慈善

本章回应的SDGs目标：



6.1 聚焦女性力量

公司在为女性员工提供良好的工作环境和发展机会，为女性消费者带来更好的体验和价值的同时，还通过各种方式为困境女性提供帮助和支持，传递温暖与希望，展现企业的社会责任与人文关怀。致力于赋能女性发展，激发她们的潜力，让每一位女性都能绽放独特光芒。积极传递女性力量，以实际行动鼓励女性勇敢追梦。

6.1.1 赋能女性发展



在妇女节期间策划并推出8场主题直播，围绕女性成长、职场发展、家庭生活等话题展开探讨，吸引近15万人次观看。携手天猫参与她无限女性数字未来项目，打造《隐形说服力：一张海报的33种说服技术》、《推广图点击率》等电商实战特色课程，为云南、贵州、甘肃等地区的近500位女性学员提供了宝贵的学习机会。项目二期影响力进一步扩大，覆盖8所学校，总人数超300人，切实助力女性在数字领域开启新未来。

6.1.2 助力女性创业

公司大力支持静安妇联“慧创助力行”项目，丽人丽妆市场总监、玉容初市场负责人李霞就企业的品牌建设和市场营销策略向前来参访的创业女性们进行了详细介绍，同时还结合实际案例，为参访者们深入剖析了女性消费市场的特点和趋势，以及未来市场的发展方向，激发女性创新活力。



6.1.3 传递女性温暖

联合时尚美妆博主张沫凡以及时光代理人音乐剧，在七夕节期间为近1000位女性送上鲜花及礼品，在特别的日子里与所有女性一起共同庆祝爱情的美好，同时也彰显出女性在现代社会中的独特魅力与重要作用，激励每一位女性勇敢追求自己的梦想，绽放属于自己的光彩。

6.2 扶持社区发展

公司旗下高端婴童护理品牌爱贝萌助力第六届“天使宝贝圆梦之旅”，向来自湖南、云南、安徽、广东、江西、河南、广西等七地的12组患儿家庭送上了精心筹备的爱心礼物，不仅为患儿们送去了一份温暖与关怀，更以专业、安全的产品助力他们更好地呵护肌肤健康，为这些家庭在圆梦之旅中增添了一份信心与力量。



6.3 赋能青年成长



公司致力于为青年群体搭建成长与实践的优质平台，高度重视为大学生提供实习机会。报告期内共提供了172个实习岗位，涵盖了短视频编导、摄影摄像、商务合作、电商运营、营销种草、媒介策划、财务、人事、公关等众多领域。不同专业背景的大学生都能在公司找到与之匹配的实习岗位，从而将所学知识应用于实际工作中，积累宝贵的实践经验。

为了确保实习生能够在实习期间得到充分的成长与提升，公司建立了完善的实习培训体系。全年共提供了28个课程主题的培训，内容全面且深入。不仅包括企业文化、信息安全、法务合规、廉洁守规等通用知识，还涵盖了运营、策划、设计、推广等专业知识，帮助实习生快速融入公司文化，提升专业技能，基础培训合格率达到100%。

报告期内共提供
172个实习岗位

全年共提供了28个课程主题的培训
基础培训合格率达到100%

6.4 助力乡村振兴



公司随徐家汇街道考察团一行，赴云南省石屏县等地开展村企结对帮扶考察活动。结对双方举行了简短的捐赠仪式，捐助将被重点用于扶持地方特色产业、完善基础设施，以及提升教育、医疗等公共服务的质量。公司通过捐赠物资，为当地群众解决生活实际需求、改善地方生活条件贡献了积极力量。

立创新之帆 引领行业浪潮

- 技术发展与科技创新
- 助力行业发展

07

本章回应的实质性议题：

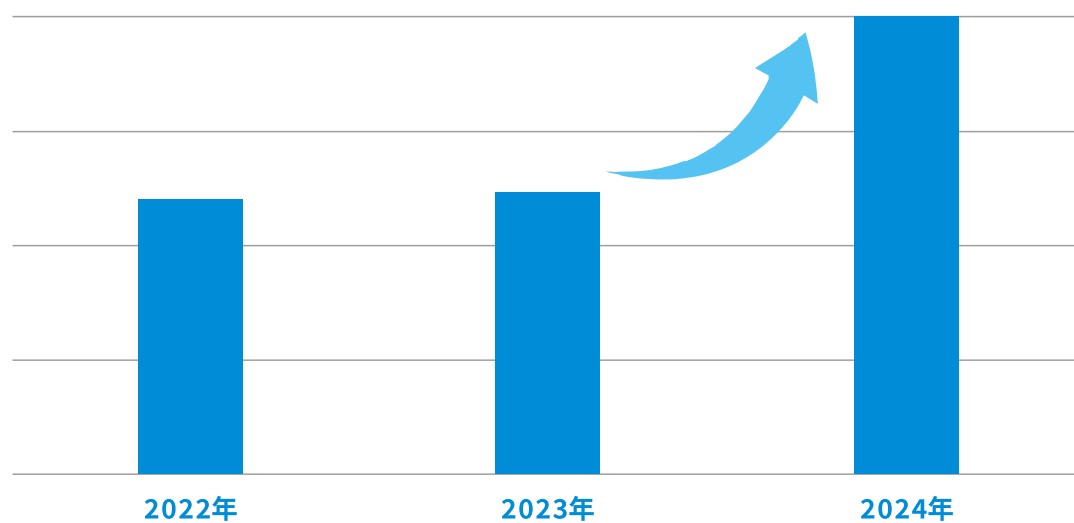
- 技术发展与科技创新
- 助力行业发展

本章回应的SDGs目标：



7.1 技术与科技创新

公司始终将研发创新视为企业发展的核心驱动力，秉持着对卓越品质的不懈追求，高度重视研发团队的建设与培育，精心组建了一支兼具专业素养与深厚扎实学术根基的研发团队，成员学历为硕士及以上者所占比例高达 71.4%，专业背景涵盖中医药学、高分子材料科学、化妆品学以及食品科学等多个与美妆研发紧密相连的领域，为产品的研发工作提供了全方位、深层次的有力支撑，凭借各自扎实的专业知识储备以及精湛的专业技能，协同共进，有力地推动着产品高质量研发进程的稳步迈进，始终致力于为消费者倾心打造更为优质、更为安全、更为有效的产品。



报告期内，研发费用支出合计约2343万元，较上一年度增长90%以上。

2024年
双11期间

GMV同比去年
增长**1079%**

短视频曝光量
同比增长**59倍**

公司旗下品牌玉容初通过先进的细胞愈伤组织培养技术精准地控制生长环境，模拟植物自然生长的最优条件，使得藏红花在无菌、无污染的环境中茁壮成长，从而提取出高纯度、高活性的珍贵成分，最大程度地保留了藏红花的天然功效和独特魅力。同时，还采用了合成生物技术所生产的胶原蛋白，该技术运用前沿的生物工程手段，以可持续的方式高效合成与人体自身胶原蛋白高度相似的优质蛋白，为肌肤补充流失的胶原蛋白，提升肌肤的弹性和紧致度，让肌肤重焕年轻光彩。2024年双11期间，玉容初凭借中式情绪护肤理念在精华油赛道迅速崛起，GMV同比去年增长1079%，短视频曝光量同比增长59倍，成功实现品牌声量与销售效果的双重飞跃。

7.2 助力行业发展

3月27日-29日，丽人丽妆旗下品牌玉容初携藏红花赋活系列产品亮相品观CIE美妆创新展，传递情绪护肤新理念，引领护肤新趋势。展位吸引了大批观众与红人驻足打卡，现场体验产品，感受情绪与肌肤的双向呵护。藏红花精华油作为人气单品，精准撬动以油养肤的护肤领域，深受消费者喜爱。凭借独特品牌理念和前瞻产品洞察，玉容初在众多参展品牌中脱颖而出，荣获“年度最具创新力护肤品牌”殊荣。



5月9日，丽人丽妆董事长、玉容初创始人黄韬受邀出席仪美尚「TA影响力」全球电商KOL营销大会并发表主论坛演讲，与数百位互联网内容创作者、头部带货达人、电商营销专家共同探讨情绪压力下玉容初如何为情绪敏感人群提供多方位护肤方案，强调了玉容初品牌在情绪护肤领域的创新和突破。

5月22日，第11届金麦营销奖颁奖典礼在杭州未来科技城奥克斯中心落幕。丽人丽妆凭借专业的品牌管理与运营能力，赋能合作品牌全域高效运营，一举斩获五大赛道八大奖项，成为全场获奖最多的品牌服务商，充分彰显了丽人丽妆在电商领域的专业实力和行业领先地位。



6月6日，上海时尚之都促进中心“时尚100+”系列发布活动于上海举行。玉容初凭借在产品创新、质量、设计等方面的优异表现，获评入选2023“时尚100+”时尚美妆品牌，不仅是对其品牌创新发展的高度肯定，更是对其引领情绪护肤行业发展所作贡献的鼓励。



6月22日，丽人丽妆董事长、玉容初创始人黄韬出席中关村炎黄中医药科技创新联盟国医经方传承专业委员会成立大会，被聘任为国医经方传承专业委员会副会长。玉容初品牌在大会期间举办了经方与女性皮肤健康专场论坛，与多位中医专家共探玉容初心肤同养的艺术。论坛上，专家们围绕中医皮肤的理、法、方进行了深度探讨，玉容初创始人黄韬强调了“肝”与皮肤问题的关系，以及藏红花在改善情绪和皮肤问题方面的作用。此外，玉容初还联合青眼情报发布《2024情绪护肤发展趋势洞察报告》，旨在阐明情绪影响与皮肤的重大关系，推动中国皮肤健康生态发展。

6月27日，FBIFWow食品创新奖2024颁奖典礼在上海举行。《寻味档案》飘飘菌子锅凭借在产品创新、独特口味、消费者评价等方面的优异表现，斩获WowFood2024产品赛道——年度创新方便食品奖。该奖项聚焦食品行业的产品研发创新，对产品创新理念、感官评价、消费者沟通等多个维度进行综合评估。《寻味档案》立足国家乡村振兴战略，通过挖掘全国各地美食和风土人情，创新性打造出地域美食新消费品牌，此次获奖体现了行业内权威专家学者对品牌产品品质与创新的高度认可。



7月2日，2024阿里妈妈未来商业奖颁奖盛典在杭州举行。丽人丽妆荣获全域经营赛道生态伙伴奖，玉容初荣获破局增长赛道新锐突围奖。借助阿里妈妈的AI数智工具，丽人丽妆洞察到敏感肌与精华油市场的高潜机会，并抓住消费者因情绪压力而敏感的护肤痛点，打造自有品牌玉容初，聚焦情绪护肤赛道，致力于帮助消费者实现心肤同养。数据显示，玉容初实现精华类产品GMV突破200万，环比增长130%，带动店铺整体GMV增长超100%。

8月6日，2024可持续发展生态创新大会暨上海创新创业青年50人论坛徐汇分论坛在上海圆满落幕。丽人丽妆出席大会，并与上海市青年五十人创新创业研究院院长陈凯、徐家汇街道办事处主任张耀、益社创始人李磊、OATLY战略运营中心高级总监、可持续发展负责人林春燕、北智建（上海）智能科技有限公司总经理高峰共同启动了“ESG创新LAB”，将借助此平台，进一步加强与各方的合作交流，持续深化ESG理念在企业运营中的实践，携手各生态伙伴共创绿色、智能、和谐的未来，为推动经济社会的绿色转型和高质量发展贡献更多力量。



8月29日，界面新闻2024“新消费盛典”圆满落幕。丽人丽妆旗下品牌美壹堂荣获2024【当红国潮评选】年度国潮品牌，新品净澈祛痘修护精华液荣获2024【当红国潮评选】年度国潮单品荣誉。美壹堂凭借其文化初心的坚守和对国潮创新的引领，从众多品牌中脱颖而出。品牌研发团队于2024年开启品牌修护概念升级，以“典籍新研”为护肤核心，将中草配方逻辑及成分融于现代护肤方案之中，致力于通过自然、高能、平衡的产品力，改善高压生活下年轻人复杂的肌肤问题。



9月13日，2024阿里妈妈生态大会在上海举办。丽人丽妆荣膺阿里妈妈效果经营超级营销伙伴。在618期间，丽人丽妆借助阿里妈妈AI全域数智经营工具，从消费者精细化运营、营销内容质量、产品价值等方面制定经营策略，助力施华蔻、芙丽芳丝、雅漾等成熟品牌新品拓展市场增量的同时，还赋能旗下自有品牌玉容初等新品牌销量的增长。此外，丽人丽妆通过阿里妈妈站内营销工具，为芙丽芳丝全新单品净澈控油洗面奶打造了一套人、货、场运营组合拳，推动芙丽芳丝新品上线即爆发，登上天猫榜单的TOP位置，在618期间拉新2.5万人，新客占比达78%。

未来展望

在未来的征程中，丽人丽妆将坚定不移地深化ESG理念的融合与实践，致力于在经济、社会和环境三大维度上实现全方位的可持续发展，全力塑造企业的可持续发展核心竞争力，为构建更加美好的商业生态和社会环境贡献更大的力量。

引领绿色美妆新潮流

继续加大在绿色技术研发与应用方面的资源投入，推动供应链上下游协同实现更高效的资源利用与更严格的环境管理。公司积极探索可持续原料和包装的创新，推动绿色美妆风潮。同时优化物流配送网络，提高能源利用效率，降低碳排放，致力于成为美妆电商领域的绿色标杆，引领行业迈向低碳、循环发展的新纪元。

打造多元公益新生态

坚守以人为本的理念，不断强化员工权益保障与发展支持体系。公司为员工提供更加清晰的职业发展路径，通过培训、导师制等方式支持员工成长。同时，公司积极拓展多元化的社会公益活动，聚焦女性赋能、社区发展等关键议题，继续支持女性力量的发展，助力乡村振兴，为社会的和谐与进步贡献力量。通过更加专业、有温度、有力量的公益行动，为美好居住生活贡献力量，推动社会的和谐与进步。

提升企业治理新效能

秉持高标准的职业道德与商业规范，持续优化公司治理架构，强化风险预警与应对机制。通过完善治理结构、优化内部管理流程、加强党风廉政建设等措施，不断提升企业的治理效能和风险防范能力。确保决策的科学性与运营的透明度，以卓越的治理效能为企业稳健前行保驾护航。通过数字化转型和智能化发展，加快构建智慧管道系统，通过大数据、云计算等先进技术，实现对管道运行的实时监测和智能调度，提高管道运行的安全性和效率。

展望前路，丽人丽妆将与各利益相关方携手共进，在ESG的引领下，砥砺前行，开拓创新，向着构建更加可持续、更具责任感的商业生态奋勇前行。公司继续关注全球气候变化和可持续发展的趋势，积极响应政策号召，推动企业在环境保护、社会责任和公司治理方面的卓越成就。公司相信，通过与各利益相关者的共同努力，丽人丽妆将创造一个更加绿色、智能和可持续的未来，为行业的可持续发展树立典范，为社会的永续繁荣贡献力量。

关键绩效指标

公司治理			
披露项	单位	2023年度	2024年度
董事总人数	人	6	6
独立董事人数	人	2	2
女性董事人数	人	3	3
董事按年龄划分：<35岁	人	0	0
董事按年龄划分：35-49岁	人	3	2
董事按年龄划分：≥50岁	人	3	4
报告期内对发行人或其员工提出并已审结的贪污诉讼案件数	件	0	0
反贪污培训员工覆盖比例	%	100	100
股东大会开展次数	次	2	2

员工数据			
披露项	单位	2023年度	2024年度
员工总数	人	1039	898
按性别划分：男性	%	32.51	31.96
按性别划分：女性	%	67.49	68.04
按职能划分：职能部门	%	11.63	15.14
按职能划分：运营部门	%	65.16	65.71
按职能划分：研发部门	%	3.08	3.45
按职能划分：服务部门	%	8.56	6.46
按职能划分：管理部门	%	0.19	0.33
按职能划分：营销部门	%	10	8.91
按年龄划分：18-25岁	%	13.94	11.36
按年龄划分：26-30岁	%	44.05	38.64
按年龄划分：31-40岁	%	36.15	42.98
按年龄划分：40岁以上	%	5.86	7.02
按受教育程度划分：硕士及以上	%	6.35	5.46
按受教育程度划分：本科	%	50.72	54.34
按受教育程度划分：专科	%	33.98	32.18
按受教育程度划分：中专、高中及以下	%	8.95	8.02
少数民族员工	%	3.94	4.01
外籍员工	%	0.1	0.11
残疾员工	%	1.15	1.45
新进员工总数	%	35.49	27.51
劳动合同签订率	%	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100
员工流失率	%	34.13	37.5
因工亡故人数	人	0	0
工伤损失工作日数	天	0	0
组织开展培训的次数	次	33	66
组织开展培训的总时数	小时	454	460
接受培训的员工人数	人	10706	9754
员工培训覆盖率	%	84.8	92.1
高级管理层受训比例	%	3.3	4.1
中级管理层受训比例	%	15.5	15.7
基层员工受训比例	%	81.5	80.2
男性雇员受训比例	%	31.2	27.2
女性雇员受训比例	%	68.8	72.8
高级管理层受训的平均时数	小时/人	12.5	6.1
中级管理层受训的平均时数	小时/人	38	31
基层员工受训的平均时数	小时/人	52	39
男性雇员受训的平均时数	小时/人	53.4	37
女性雇员受训的平均时数	小时/人	50.6	39

环境数据			
披露项	单位	2023年度	2024年度
耗电量	千瓦时	1007166	1158018
能源消耗密度	千瓦时/平方米	112.92	137.56
万元营收耗电量	千瓦时/万元	3.65	6.70
办公室水资源消耗量	吨	7140	6024
水资源消耗密度	吨/平方米	0.8	0.72
万元营收耗水量	吨/万元	0.03	0.03
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	574.39	660.42
范围二温室气体排放量	吨二氧化碳当量	574.39	660.42
万元营收温室气体排放量	千克二氧化碳当量/万元	0.0021	0.0038

信息安全治理			
披露项	单位	2023年度	2024年度
信息安全培训次数	次	3	3
信息安全培训覆盖人数	人	927	1008
信息安全考核次数	次	3	3
信息安全考核参与人数	人	927	1008
信息安全考核通过人数	人	927	1000

产品与客户责任			
披露项	单位	2023年度	2024年度
产品合格率	%	100	100
投诉处理率	%	100	100
客户满意度	%	89	天猫平台：87.68% / 抖音平台：91.2%
平均客服响应时间	秒	29	天猫平台：20.87S / 抖音平台：13.7S
新增专利申请数量	项	0	2

社区与公益			
披露项	单位	2023年度	2024年度
慈善捐赠金额	万元	75.29	20.23

可持续包装			
披露项	单位	2023年度	2024年度
因违反环境保护法律法规而受到处罚的事件数	件	0	0
包装材料使用总量	吨	2500	1800
万元营收包装材料使用总量	吨/万元	0.009	0.01

索引表

章 节	实质性议题	GRI标准	上交所指引	SGDs
循善治之道 赓续发展新章	公司治理 保障股东权益	经济绩效	利益相关方沟通	
守权益之责 厚植信任基土	合规经营 税务透明 供应链合规管理 风险管理 数据安全与隐私保护 知识产权保护 商业道德与诚信廉洁	客户隐私 间接经济影响 采购实践 反腐败 反竞争行为 税务	反商业贿赂及反贪污 反不正当竞争 数据安全与客户隐私保护 平等对待中小企业 供应链安全	
立臻心之桅 擢升客户体验	客户服务与满意度 消费者权益保护 产品质量与安全 化学品安全与成分透明 负责任营销	客户健康与安全 营销与标识 客户隐私 市场表现	产品和服务安全与质量 数据安全与客户隐私保护	
怀仁爱之心 汇聚伙伴力量	员工权益与福利保障 平等与多元化 员工发展与培训 员工健康与安全 员工工作与生活平衡	雇佣 劳资关系 职业健康与安全 培训与教育 多元化与平等机会 反歧视 结社自由与集体谈判 童工 强迫或强制劳动	员工	   
持绿行之念 构建环保生态	应对气候变化 绿色包装 能源及资源管理 绿色办公 供应链环境和社会风险影响 绿色物流	供应商社会评估 供应商环境评估 物料使用 能源	应对气候变化 循环经济	  
秉公益之情 共绘社会新愿	社区公益与慈善	当地社区	乡村振兴 社会贡献	  
立创新之帆 引领行业浪潮	技术发展与科技创新 助力行业发展	——	创新驱动 科技伦理	 
附录：关键绩效指标		排放 水资源和污水 废弃物	污染物排放 废弃物处理 能源利用 水资源利用	——

意见反馈

尊敬的读者：

您好！非常感谢您在百忙之中阅读《上海丽人丽妆化妆品股份有限公司 2024 年度环境、社会及治理（ESG）报告》，为向您及其他利益相关方提供更有价值的 ESG 信息，持续完善丽人丽妆 ESG 管理工作，提升 ESG 报告编制水平，请您协助完成意见反馈表，并选择以下方式反馈给我们。

地址：上海市徐汇区番禺路 876 号

邮编：200030

电话：021-64663911

传真：021-64663912

邮箱：shlrlz@lrlz.com

1. 您属于以下哪类利益相关方：

- ☐政府人员
- ☐监管机构
- ☐股东和投资者
- ☐员工
- ☐客户
- ☐供应商及合作伙伴
- ☐社区居民
- ☐ESG 从业人员
- ☐同行企业
- ☐其他

2. 您对本报告的总体评价是：

- ☐好
- ☐较好
- ☐一般
- ☐较差

3. 您认为本报告披露的 ESG 信息质量：

- ☐好
- ☐较好
- ☐一般
- ☐较差

4. 您认为本报告的结构安排：

- ☐很合理
- ☐较合理
- ☐一般
- ☐较差

5. 您认为本报告哪些方面最让您满意？

6. 您认为本报告还需要披露哪些您希望进一步了解的信息？

7. 您对丽人丽妆 ESG 管理工作有哪些意见和建议？

如果方便，请告诉我们您的信息：

姓 名：联系电话：

工作单位：邮箱地址：