



优质正品美妆保障 悉心缔造动人时刻

2025年度

环境、社会和公司治理(ESG)报告
Environment, Social and
Governance (ESG) Report

🌐 官网链接: www.lrlz.com

✉ 电子邮箱: shlrlz@lrlz.com

☎ 电话: 021-64663911

📍 公司地址: 上海市徐汇区番禺路876号

上海丽人丽妆化妆品股份有限公司

CONTENTS 目录

| | |
|-------------|-----------|
| 报告前言 | 01 |
| 关于本报告 | 01 |
| 董事长致辞 | 03 |

| | |
|---------------|-----------|
| 走进丽人丽妆 | 05 |
| 公司介绍 | 05 |
| 业务布局 | 06 |
| 企业文化 | 07 |
| 2025年所获荣誉 | 08 |
| 2025年亮点绩效 | 09 |

| | |
|----------------|-----------|
| 可持续发展治理 | 10 |
| 可持续发展理念 | 10 |
| 可持续发展治理架构 | 10 |
| 利益相关方沟通 | 11 |
| 重要性议题管理 | 12 |

01 公司治理篇

| | |
|--------------|----|
| 公司治理 | 17 |
| 投资者关系管理与股东权益 | 20 |
| 风险管理 | 21 |
| 合规管理 | 23 |
| 商业道德 | 25 |

02 环境保护篇

| | |
|--------|----|
| 应对气候变化 | 29 |
| 环境合规管理 | 32 |
| 资源利用 | 33 |
| 践行绿色发展 | 35 |

03 产业价值篇

| | |
|------------|----|
| 创新驱动 | 39 |
| 产品和服务安全与质量 | 44 |
| 客户服务管理 | 49 |
| 负责任供应链 | 53 |
| 信息安全与数据安全 | 57 |

04 美好生活篇

| | |
|---------|----|
| 员工权益保障 | 63 |
| 培训与发展 | 67 |
| 员工关怀与沟通 | 70 |
| 践行社会责任 | 73 |

| | |
|-----------|-----------|
| 附录 | 74 |
| 指标索引 | 74 |
| 关键绩效表 | 76 |
| 意见反馈表 | 84 |

报告前言

◆ 关于本报告

本报告是上海丽人丽妆化妆品股份有限公司发布的第五份环境、社会和公司治理(ESG)报告(以下简称“ESG报告”)。本报告依据客观、规范、透明和全面的原则,详细披露了公司2025年度在环境、社会和公司治理的实践及绩效。

报告范围

本报告以“丽人丽妆”为主体,除特别说明外,披露范围与本公司年报范围保持一致。

时间范围

本报告的时间范围为2025年1月1日至2025年12月31日(简称“报告期”)。为增强报告的可比性和完整性,部分内容适当追溯以往年份或具有前瞻性描述。

① 编制依据

- 上海证券交易所《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)》
- 全球报告倡议组织《GRI可持续发展报告标准(GRI Standards)》
- 中国企业改革与发展研究会《中国企业可持续发展报告指南(CASS—ESG 6.0)》
- 气候相关财务信息披露(TCFD)框架
- 联合国可持续发展目标(SDGs)
- 可持续发展会计准则委员会SASB准则

数据说明

本报告引用的全部信息数据均来自“丽人丽妆”正式文件、统计报告及财务报告,以及经由公司统计、汇总与审核的各职能部门、各经营单位的可持续发展实践信息。

公司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。同时,本报告涉及的货币种类及金额,如无特殊说明,均以人民币为计量单位。

释义说明

| 释义项 | 释义内容 |
|---------|-----------------|
| 公司、丽人丽妆 | 上海丽人丽妆化妆品股份有限公司 |

确认及批准

本报告经董事会审议批准,于2026年3月28日与公司2025年年度报告同期发布。董事会承诺对报告内容进行监督,确保其不存在任何虚假记载或误导性陈述,并对内容真实性、准确性和完整性负责。

报告获取

本报告可以在公司网站(www.lrlz.com)、上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)查阅和下载。

◆ 董事长致辞



尊敬的各位股东、合作伙伴、消费者及社会各界朋友们：

大家好！

在《丽人丽妆2025年度环境、社会和公司治理(ESG)报告》发布之际，我谨代表公司董事会，向所有关心和支持丽人丽妆发展的朋友们，致以诚挚的感谢！

2025年，科技革命与产业变革加速演进，消费者对美好生活与可持续发展的期待日益提升。经过十多年的发展，中国电商行业的增长已经趋于稳定，电商代运营行业整体从高速增长转变为中低速增长阶段。行业正在向着全渠道整合营销、品牌管理、自有品牌孵化等多元化、一体化解决方案升级。在这一宏观背景下，丽人丽妆深刻认识到，企业的生命力根植于其与环境、社会共生的能力。公司将ESG理念深度融入我们的企业战略和日常运营，视其为驱动长期价值创造、构建持久竞争优势的根本路径。公司始终追求“成就客户、协作分享、诚而有责、合作共赢”理念，为消费者创造美的价值。

在环境(E)维度，公司坚信美丽产业应与自然和谐共生。公司积极应对气候变化，系统推进运营环节的碳减排，通过技术节能、物流优化与探索清洁能源，稳步降低碳足迹，大力践行循环经济理念，携手品牌伙伴应用环保材料，减少原生塑料，从日常办公的节能细节到仓储物流的效能提升，绿色运营已成为丽人丽妆全链条的自觉行动。

在社会(S)维度，公司始终将消费者权益与数据安全置于首位，以严格品控与透明信息捍卫信任，完善体系守护隐私安全。致力于营造平等、包容、赋能的工作环境，提供员工成长支持与关怀，持续投身于女性赋能、社区公益等事业，传递温暖力量。我们与品牌伙伴携手共进，以数字化能力与供应链协同赋能产业链，构建互利共赢的生态。

在公司治理(G)维度，公司持续夯实可持续发展的根基。董事会肩负ESG监督与决策重任，推动建立权责清晰的治理体系。坚守商业道德标准，完善风险内控，以合规透明作为运营底线，通过积极、及时的信息披露，回应各利益相关方，确保公司在稳健的轨道上行稳致远。

展望前路，丽人丽妆将坚定不移地深化ESG实践，将其融入创新与业务的每一个环节。我们将聚焦绿色低碳、包容成长与治理效能，携手所有利益相关方，共同应对挑战，共创价值。

我们深信，真正的基业长青，在于商业成功与社会福祉、环境健康的和谐统一。丽人丽妆愿与社会各界同心协力，守护我们共同的美好未来。

丽人丽妆董事长 黄梅

黄梅



走进丽人丽妆

◆ 公司介绍

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

◆ 业务布局



电商零售

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



新渠道运营

除传统电商平台外，公司积极探索新兴渠道，包括内容电商、直播电商、社群电商等，通过丰富的平台运作经验，抖音小店数量达到**50**家，成为公司业务拓展的新亮点。我们不断简化界面设计，提供简洁而清晰的导航菜单和搜索功能，并结合AIGC工具的在线支持功能，确保老年人和有障碍人群能够轻松、方便地使用平台进行在线购物。



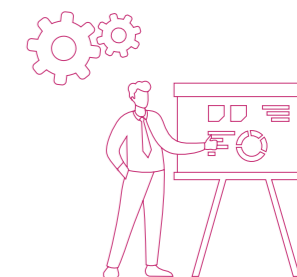
自有品牌

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



总代业务

自2024年下半年开始，公司逐步开始引进海外小众品牌，尝试以总代或者战略合作的形式成为中国大陆总代理或中国区跨境线上总代理，全面负责品牌在中国市场的品牌推广、渠道运营和市场营销等多渠道业务。报告期内，公司先后与ENDOCARE (安多可)、Alula (爱羽乐) 等品牌达成战略合作。



◆ 企业文化



承诺

只卖授权正品

丽人丽妆始终坚持只卖授权正品的初心,期望带给消费者优质而新颖的购物体验。截至报告期内,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。



使命

只要美丽, 不要担心

丽人丽妆希望通过在化妆品领域的长期经营与不懈努力,为爱美人士提供世界范围内优秀化妆品的正品资源。



愿景

打造全球最大美妆专柜

公司致力于推动销售增长的同时,从营销策划、宣传设计、技术支持等各个领域助力品牌方,极大的推动了各品牌的影响力。这种双赢合作的运营机制奠定了公司飞速发展的良好基础,也成为公司在化妆品零售市场份额良性增长的强大内驱力。



理念

成就客户, 协作分享, 诚而有责, 合作共赢

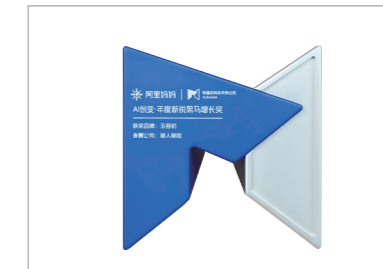
客户满意是我们最大的追求。坚持团队合作,用开放分享的心态带动团队的共同进步,对内对外坚持诚信正直的作风,对客户及社会肩负行业责任,维护与客户的良性合作机制,寻求多元化合作机会。

◆ 2025年所获荣誉



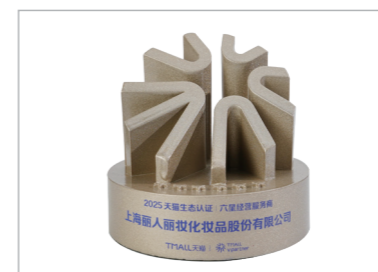
2025上海民营服务业企业100强
(第62名)

上海市企业联合会



阿里妈妈AI创变·年度新锐黑马增长奖
玉容初

阿里妈妈未来商业奖



2025天猫生态认证
六星经营服务商

天猫



快消行业超级v-partner
综合运营

天猫



服务体验超级
v-partner
综合运营

天猫



数智经营超级v-partner
综合运营

天猫

◆ 2025年亮点绩效

经济绩效

| | |
|----------------------|----------------------|
| 营业收入 | 总资产 |
| 169,215.47 万元 | 272,979.81 万元 |
| 纳税总额 | |
| 6,249.83 万元 | |

治理绩效

| | | | |
|------------|------------|------------|-------------|
| 股东会召开次数 | 董事会召开次数 | 女性董事占比 | 廉洁协议签署率 |
| 2 次 | 7 次 | 60% | 100% |

环境绩效

| | | | |
|-------------------------|----------------------|-------------------|-------------|
| 温室气体排放强度 | 能耗强度 | 用水强度 | 废弃物合规处置率 |
| 0.27 吨二氧化碳当量/百万元 | 0.06 吨标准煤/百万元 | 2.47 吨/百万元 | 100% |

社会绩效

| | | |
|-------------|--------------------|------------------|
| 劳动合同签订率 | 员工培训覆盖率 | 乡村振兴投入 |
| 100% | 100% | 122,448 元 |
| 信息安全考核通过率 | 研发投入 | 客户隐私泄露事件 |
| 100% | 1,753.84 万元 | 0 件 |

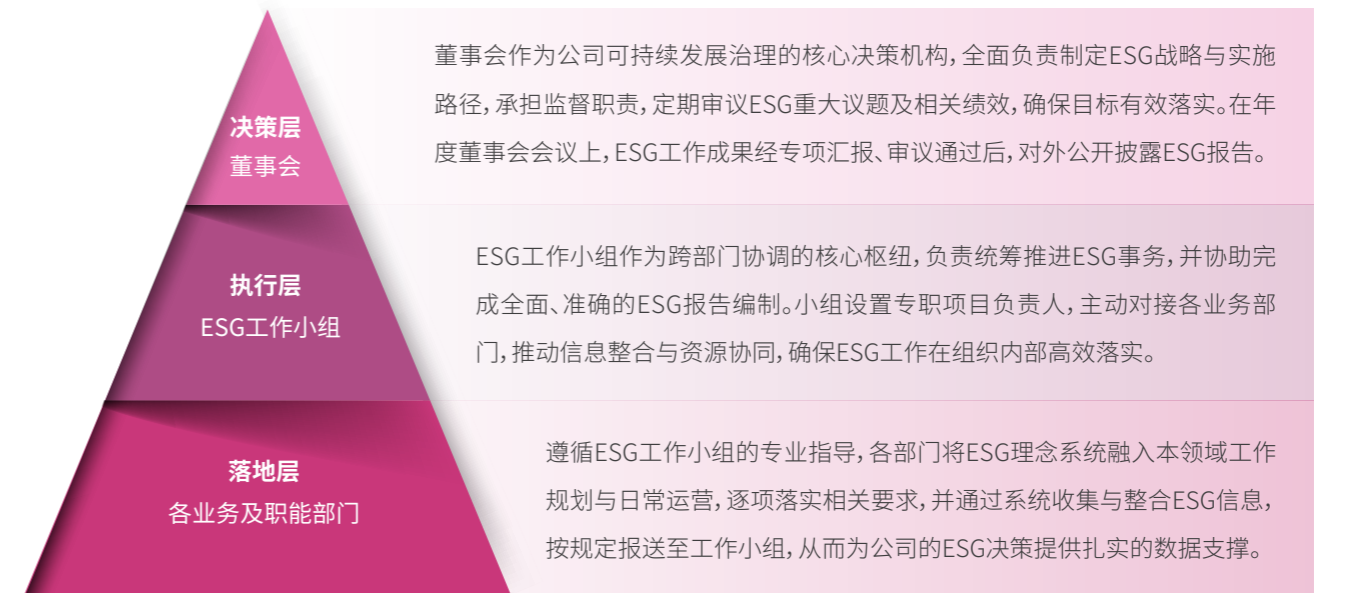
可持续发展治理

◆ 可持续发展理念

公司以环境与社会责任感为引领,系统构建并持续完善可持续发展治理体系,将应对相关影响纳入战略与运营核心。积极开展与各利益相关方的常态沟通与务实协作,共同推动业务向低碳化、绿色化方向转型,为公司的长远稳健运营奠定基础,致力于实现经济绩效、生态效益与社会价值的和谐统一。








◆ 可持续发展治理架构

为建立兼具国际规范与公司特色的治理模式,持续推动可持续发展理念在业务全链条中的贯彻实施,公司构建了“战略决策—统筹执行—落地实施”三级ESG治理架构,由董事会负责ESG战略决策主导,ESG工作小组负责统筹推进ESG事务,各部门协同落实。未来,公司计划在现有组织基础上持续健全ESG管理架构,完善制度设计,强化执行与监督机制,持续提升公司ESG综合表现。



◆ 利益相关方沟通

公司通过建立系统化、常态化的沟通机制,与股东、客户、员工、合作伙伴及社区等各方保持透明、及时的沟通,倾听各方诉求与建议,将相关反馈纳入决策与改进流程,积极做出回应和改善。

| 利益相关方 | 期望与诉求 | 沟通渠道或方式 |
|---|---|---|
|  消费者 | <ul style="list-style-type: none"> 提供优质、安全的产品 提供优质售后服务保障 隐私保护 消费者满意度 | <ul style="list-style-type: none"> 客服热线 客户回访 问卷调查 公司邮箱 客户满意度调查 |
|  股东与投资者 | <ul style="list-style-type: none"> 稳健合规经营 透明信息披露 分红回报 | <ul style="list-style-type: none"> 定期报告 股东会 投资者交流活动 股东热线 临时公告 官方网站 上证e互动 |
|  员工 | <ul style="list-style-type: none"> 保护员工合法权益 职业健康安全 多元、平等和包容的企业文化 提供培训与发展机会 工作与生活平衡 | <ul style="list-style-type: none"> 员工培训 工会 员工满意度调研 公司邮箱 员工手册及刊物 |
|  品牌客户 | <ul style="list-style-type: none"> 提升品牌知名度 消费者满意度 合规与诚信经营 | <ul style="list-style-type: none"> 公司拜访 线上线下交流 签署合作协议 |
|  供应商与合作伙伴 | <ul style="list-style-type: none"> 合作共赢 行业交流 诚信经营 阳光采购 | <ul style="list-style-type: none"> 供应商现场审核 交流互访 战略合作 质量沟通 透明采购 行业论坛 |
|  政府或监察机构 | <ul style="list-style-type: none"> 合规经营 配合监管要求 乡村振兴 依法纳税 产品质量安全 社会公益 | <ul style="list-style-type: none"> 公益慈善活动 政策执行 接受实地调研 志愿者活动 信息披露 |
|  媒体及公众 | <ul style="list-style-type: none"> 媒体监督 信息透明 社会公益 | <ul style="list-style-type: none"> 官网 电话访谈 公益慈善活动 专题采访 路演 |

◆ 重要性议题管理

◎ 重要性议题分析步骤

公司参考《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)》《国际财务报告可持续披露准则第1号——可持续相关财务信息披露一般要求》(IFRS S1)和GRI Standards等国内外披露标准的评估方法,引入影响重要性和财务重要性的分析视角,识别和评估重要性议题,具体实施步骤如下:



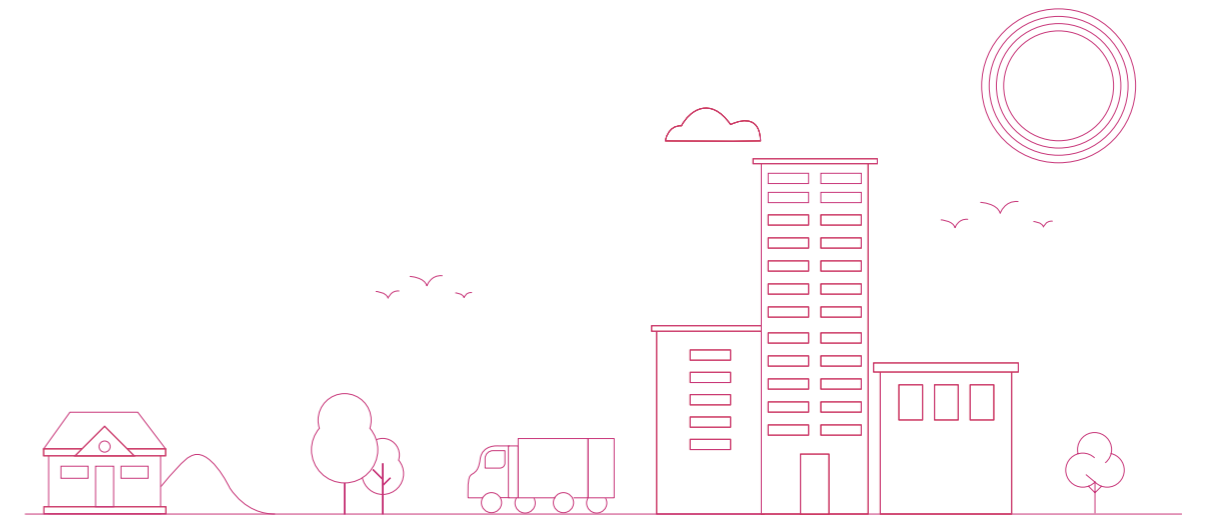
◎ 2025年议题库建立

| 维度 | 议题 | 较上年变化 |
|----|--|--|
| 环境 | 环境合规管理 应对气候变化 循环经济 能源利用 水资源利用 污染物排放 废弃物处理 生态系统和生物多样性保护 | 根据《指引》要求,能源及资源管理拆分为能源利用和水资源利用;将绿色包装融入循环经济,拓宽议题内涵;新增议题环境合规管理、污染物排放、废弃物处理、生态系统和生物多样性保护; |
| 社会 | 保护员工合法权益 员工培训与发展 职业健康与安全 创新驱动 产品和服务安全与质量 数据安全与隐私保护 供应链安全 社会贡献 乡村振兴 | <ul style="list-style-type: none"> • 客户服务与满意度、消费者权益保护、负责任营销、产品质量与安全、化学品安全与成分透明合并改为产品和服务安全与质量; • 员工权益与福利保障、平等与多元化、员工工作与生活平衡合并改为保护员工合法权益; • 供应链环境和社会风险影响、供应链合规管理合并改为供应链安全; • 知识产权保护、助力行业发展、技术发展与科技创新合并改为创新驱动; • 员工发展与培训调整为员工培训与发展;员工健康与安全调整为职业健康安全;社区公益与慈善调整为社会贡献; • 新增议题乡村振兴; |
| 治理 | 股东权益保护 规范公司治理 反商业贿赂及反贪污 风险管理 反不正当竞争 尽职调查 利益相关方沟通 | <ul style="list-style-type: none"> • 保障股东权益调整为股东权益保护;商业道德与诚信廉洁调整为反商业贿赂及反贪污; • 合规经营、税务透明、公司治理合并为规范公司治理; • 新增议题反不正当竞争、尽职调查、利益相关方沟通。 |

注:公司不涉及从事科技伦理敏感领域的科学研究、技术开发活动,因此未将“科学伦理”列为实质性议题;公司也不存在应付账款余额超过300亿元或占总资产超50%的情况,以及通过国家企业信用信息公示系统向社会公示逾期未支付中小企业款项信息的情况,因此未将“平等对待中小企业”列为实质性议题。

◎ 重要性议题分析步骤

公司基于实质性议题清单,通过对交易所指引和回收问卷的深入理解与分析,从“影响重要性”与“财务重要性”两个维度开展综合评估与分析,形成重要性议题矩阵。



丽人丽妆始终将公司治理作为稳健经营与可持续发展的基石,持续完善以董事会为核心的治理架构,建立健全权责清晰、运行规范、制衡有效的内部控制体系。严格遵守法律法规及监管要求,坚持合规审慎经营,全面强化风险管理,不断提升决策的科学性与透明度。通过优化治理机制、强化信息披露与投资者关系管理,为业务高质量发展提供坚实保障。

本章所响应的SDGs



本章所涉及的ESG重要议题

- 股东权益保护
- 规范公司治理
- 反商业贿赂及反贪污
- 风险管理
- 反不正当竞争
- 尽职调查

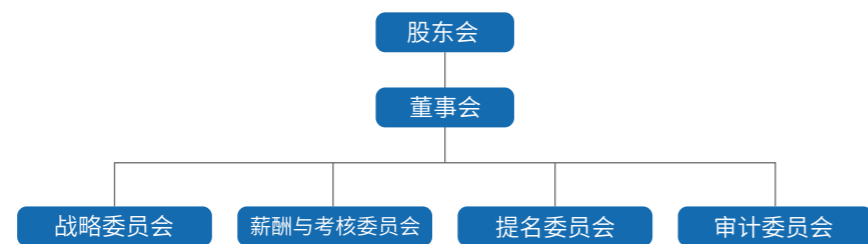


1 公司治理篇

公司治理

治理结构

公司严格遵循《中华人民共和国公司法》(以下简称“公司法”)《中华人民共和国证券法》(以下简称“证券法”)《上市公司治理准则》等相关法律及规定,制定《上海丽人丽妆化妆品股份有限公司章程》及其他配套内控制度,持续推动治理体系优化与内部改革深化,切实保障股东及其他利益相关方的合法权益。公司明确决策、执行和监督等各方面的职责权限,建立了由股东会、董事会和管理层组成的公司治理架构,形成权责清晰、运作规范的分工与约束机制,为公司长期稳定发展与多方价值共赢奠定了坚实基础。



股东会

公司严格按照《上市公司股东会规则》等相关法律法规的规定,制定《股东会议事规则》等制度,规范召集和召开股东会,实行“现场+网络”双轨投票机制,保障股东会以公正、公开方式作出决议。

为保障中小股东的投资利益与合法权益,公司对影响中小投资者利益的重大事项实行中小投资者单独计票,并聘请律师事务所对股东会出具法律意见书。

关键绩效

报告期内
 公司召开股东会 **2**次
 其中年度股东会 **1**次
 临时股东会 **1**次
 股东会共审议通过议案 **31**项

董事会

公司董事会向股东会负责,对公司经营活动中的重大事项进行审议,并作出决定或提交股东会审议。公司严格遵照《公司法》《公司章程》和《董事会议事规则》的规定及要求,明确董事会的职权范围,规范董事会在召集召开程序、审议程序、表决方式和决议内容等方面的运行流程,充分发挥董事会的决策作用。

2025年,公司董事会严格按照股东会的决议和授权,认真执行股东会通过的各项决议,确保董事会运作机制规范有序。全体董事依法合规履行职权,积极参与股东会议、业绩说明会及投资者交流活动,凭借专业知识和实务经验,为公司的重大经营决策提供有效支持与科学建议。

关键绩效

报告期内
 公司召开董事会会议 **7**次
 共审议通过议案 **68**项

董事会专门委员会

公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会及薪酬与考核委员会4个委员会,并制定《董事会战略委员会议事规则》《董事会审计委员会议事规则》《董事会提名委员会议事规则》《董事会薪酬与考核委员会议事规则》等制度,各主体权责分明,形成了纵向贯通、横向协同的制衡机制。决策及议事程序严格遵循制度化、流程化的民主透明原则,确保了治理效能的持续提升,为公司实现规范运作与长远发展提供了坚实保障。

| 专门委员会 | 独立董事(位) | 独立董事占比(%) | 非独立董事(位) | 独立董事是否担任召集人 |
|----------|---------|-----------|----------|-------------|
| 战略委员会 | 1 | 33.33% | 2 | 否 |
| 审计委员会 | 2 | 66.67% | 1 | 是 |
| 提名委员会 | 2 | 66.67% | 1 | 是 |
| 薪酬与考核委员会 | 2 | 66.67% | 1 | 是 |

◎ 董事会多元化构成

2025年4月,公司严格依照相关法律法规及《公司章程》规定完成董事会换届选举工作,目前董事会由5名董事组成,董事会成员专业背景覆盖经济、管理、财务等多个领域,凭借其多元化的专业背景和丰富的行业经验,从更全面的视角为公司决策提供有力支持,确保公司决策的科学性和前瞻性。



董事会多元化构成

◎ 董事会独立性

公司高度重视独立董事在公司治理中的关键作用,通过制度化建设充分发挥其专业优势,着力提升治理水平,于报告期内公司修订《独立董事工作制度》,严格按照规定聘任2名符合要求的专家担任独立董事,人数占董事会总人数的1/3以上。



投资者关系管理与股东权益

◆ 信息披露

公司严格遵循《上市公司信息披露管理办法》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第2号——信息披露事务管理》等相关要求,制定《信息披露制度》《内幕信息及知情人管理制度》等制度,规范公司信息披露行为,通过加强信息披露事务管理,制定了明确的信息披露义务人职责、范围、程序、责任及保密规范。严格遵循公开、公平、公正的原则,通过上交所网站等指定渠道,确保所有信息均能及时、准确地传达,切实保障广大投资者平等的知情权,有效提高信息披露质量。

关键绩效

| 报告期内 | 公司共披露临时公告 | 定期报告 | 未发生因信息披露违规受处罚的情形。 |
|------|-----------|------|-------------------|
| | 62份 | 4份 | |

◆ 资本市场舆情管理

公司坚持“统一领导、统一组织、快速反应、协同应对”的舆情管理理念,建立董事会领导负责统筹舆情管理相关工作的机制,并制定《舆情管理制度》《市值管理制度》等制度,建立覆盖舆情监测预警、实时应对与复盘管理的全流程闭环机制,以及时、有效地化解各类舆情事件可能引发的股价波动、商誉损害及经营干扰,维护公司平稳运营,切实保障广大投资者的正当权益。

◆ 投资者关系管理

公司高度重视投资者关系管理,由董事会办公室负责投资者关系管理,建立投资者管理机制,修订《投资者关系管理办法》,通过上交所“上证e互动”平台、定期业绩说明会、投资者热线及股东会等多种方式,持续加强与投资者的互动交流。主动传达经营战略、管理措施与实施成效,以增进投资者对公司的理解与信任,推动公司与投资者构建长期稳定、互信互利的合作关系。

| 2025年投资者交流情况 | |
|----------------|------|
| 接待投资者活动次数 | 3次 |
| e互动投资者提问总数 | 70次 |
| 在e互动解答投资者问题数量 | 70次 |
| 在e互动平台投资者问题回复率 | 100% |

◆ 股东回报

公司依据《公司章程》中规定的利润分配政策，制定《未来三年（2024年-2026年）股东分红回报规划》，对公司的利润分配做出明确的制度性安排，保持公司利润分配政策的连续性，确保整个分配过程公开透明，充分保障中小股东的知情权和参与权，切实维护中小股东的合法权益，增强投资者的信心。

| 近两年实施现金分红情况 | | |
|-------------|-------------|---------------|
| 年份 | 每股现金分红(元/股) | 派现总额(含税)(元) |
| 2023年 | 0.05 | 20,022,925.00 |
| 2024年 | 0.006 | 2,402,751.00 |

◆ 风险管理

◆ 风险管理体系

公司在风险、内控、合规、法律以及各专业领域内构建了健全的风险管理体系，持续推动风险的分级和分类管理。



◆ 内部审计

公司审计委员会监督及评估内部审计工作，于报告期内修订了《内部审计制度》，检查、监督公司各项业务流程合规运作。同时，制定年度审计计划，开展专项业务审计，对审计发现的问题进行闭环管理，审计活动全面覆盖募集资金使用、提供担保、关联交易等关键运营环节。

◆ 风险管理控制

风险评估流程



公司采用访谈与“丽盾”小程序问卷调研相结合的方式，系统收集各业务岗位员工反馈的风险信息，保障风险信息获取的覆盖面与真实准确。

将所收集信息整理形成风险数据库，实现统一归集与分析，并依据风险发生可能性与影响程度两大维度开展量化评估，据此生成风险热力图。基于评估结果，对风险进行分级管理，优先处置高风险事项，并针对不同级别风险制定并落实相应管控措施，从而确保风险得到有效控制与管理。

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》及《安全运营违规处理办法》等制度文件，明确了预警机制的功能定位与操作标准，并细化各类预警情形的具体处置流程，以保障预警措施的可操作性与实效性。针对违反风控预警规定的行为，公司执行严格的问责与惩戒机制，维护运营活动的持续性与合规基础。此外，公司通过定期审计与评估机制，持续对预警体系进行检视与优化，从而系统提升整体风险管控水平；在审计监察领域，公司围绕流程管理、库存优化、日常审计、外部审计协同、系统改进与信息安全等六个内部职能维度，落实了一系列专项风控举措。



◆ 税务管理

公司严格遵守《中华人民共和国企业所得税法》《中华人民共和国税收征收管理法》等税务法规，建立了全面且完善的税务管理体系，制定了《税务管理制度指导规范》等管理办法，设立财务部税务组，负责公司内部所有与纳税相关的工作，对公司整体税务政策及税务风险进行管控，以确保税务合规性，有效防控税务风险，并持续提升税务管理效能。

为规范发票管理流程，公司制定并推行了详细的发票开具操作指引及标准化模板，确保发票信息准确、格式统一。在开具前，公司对发票内容执行严格审核，保证其与实际业务情况一致，从而有效防范因信息不符可能引发的税务风险。目前，公司已全面实现数字化开票功能，相关业务场景均已100%应用数电发票。

报告期内，公司未发生任何重大税务违规行为，未涉及任何税务相关的重大诉讼、仲裁事项。

关键绩效

报告期内

公司纳税总额为

6,249.83万元

合规管理

◆ 合规管理体系

公司建立健全合规管理体系，完善合规管理机制，明确合规责任，培育合规文化，实现公司依法合规经营。结合公司实际情况制定《合同管理流程指导规范》《页面宣传用语及促销活动合规工作指导规范》《促销规则指引》，确定法务部为合规管理主责部门，履行管理办法要求的合规管理职责，确保公司合规运营。

◆ 合规管理措施

公司以风险管控、合规为导向，进一步强化关键控制流程及关键控制点，将合规要求嵌入运营管理流程。法务部定期进行合规内控的案例培训、监督检查及评估，全面检视公司制度、流程，测试执行有效性，促进整改与管理提升。



◆ 合规教育

公司严格遵守相关法律法规要求，积极为员工提供系统的合规教育培训，并组织合规年检考试，以提升全体员工合规意识与能力，确保各项业务在法律法规的框架内展开。

案例

合规专题培训

2025年，公司法务部开展合规专题培训，以反不正当竞争法要点和消费者保护法体系要点，重点讲解相关合规事项和案例分析，深化各部门对合规的理解，推动合规理念的普及，从而提升全员的风险管理意识和能力，加强公平竞争意识。

商业道德

◆ 反商业贿赂及反贪污

公司恪守商业道德,建立健全《促销抽奖活动廉政指导规范》《廉洁守规协议》《员工及亲属利益申报指导规范》等内部管理制度,规范全体员工从业行为,确保在日常运营中坚守廉洁敬业的原则,从源头预防违规风险,有力维护公司及股东权益,同时促进内外部合作的诚信与公平,为可持续发展奠定坚实的道德与制度基础。

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

关键绩效

| | | |
|------|-----------------|----------------------------|
| 报告期内 | 廉洁协议等有关商业行为书签署率 | 因公司商业贿赂及贪污导致诉讼或重大行政处罚的涉案金额 |
| | 100% | 0 元 |

◆ 廉洁风险管理

公司高度重视各个环节的廉洁风险管理,通过定期审计与不定期检查等方式,加强对各环节的监督管控,防范风险。同时,建立系统化的违规行为处理与问责机制,在相关制度中明确从轻微违纪到重大违纪的梯级处罚标准,对责任人员予以相应处分,并对负有管理责任的人员进行相应追责,明确对违规行为的零容忍立场。同时,以内部通报、案例剖析等形式开展警示教育,促使全员强化廉洁意识与合规自觉。

监督与审计机制

内部审计

公司内审部定期对采购合规、费用结算及资金安全等经营活动实施审计,核查业务流程合规性与财务信息真实性,及时识别并纠正违规情况,保障公司运营合法合规与财务稳健。

专项审计

公司审计部针对直播、淘客佣金及分销等关键业务开展专项审计,深入排查潜在舞弊与违规风险,以强化对重点经营环节的监督与管控。

不定期检查

公司审计部对各门店开展的抽奖活动实施不定期抽查,重点核查活动执行、奖品采购及发放等环节,确保全过程符合制度规范,防范员工违规操作与职权滥用风险。

◆ 反不正当竞争

公司始终秉持公平自由的竞争原则。严格遵守《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《反不正当竞争示范条款》等法律法规,制定反垄断相关的管理制度,系统化规范市场竞争行为,致力于维护诚信、公平、自由的市场秩序和商业环境。

◆ 举报与举报人保护

公司制定《举报管理流程操作规范》,明确举报流程及举报人保护机制,确保举报人权益得到充分保障,承诺严格保护举报人,并对举报内容严格保密,指派专人负责举报受理,确保信息保密工作到位,最大程度保障检举人的安全与隐私。同时,公司鼓励实名举报,并对提供重要线索的举报人给予奖励,进一步推动廉洁从业和合规经营。



公司严格遵循国家环保法规及国际可持续发展标准,秉持绿色低碳的发展理念,重视生态环境保护,优化能源结构,推行清洁生产与绿色供应链管理,积极开展环保宣传教育,提升全员环保意识,为可持续发展贡献力量。

本章所响应的SDGs



本章所涉及的ESG重要议题

- 环境合规管理
- 能源利用
- 应对气候变化
- 污染物排放
- 废弃物处理
- 水资源利用
- 生态系统和生物多样性保护
- 循环经济



2 环境保护篇

应对气候变化

公司贯彻新发展理念,将应对气候变化作为公司治理的核心议题之一,致力于构建科学、高效的气候治理体系。公司定期评估气候变化对业务运营的潜在影响,制定相应的应对策略,通过制度化、专业化的管理推动绿色低碳转型,支持国家碳达峰碳中和目标实现。

治理

公司重视气候变化应对,积极响应国家“双碳”目标,持续推进气候相关治理工作开展。公司董事会负责全面领导公司应对气候变化工作,负责审议包括应对气候变化议题在内的ESG报告,各职能部门建立常态化协作机制,围绕节能减排等领域,推进业务运营中的碳减排工作,助力气候目标的实现。

战略

公司参照TCFD披露建议,结合公司的业务特点开展气候风险分析与评估,识别与公司资产和运营直接相关的气候风险与潜在机遇,并针对性采取应对措施,有效管理相关风险、把握发展机遇。

气候风险与机遇识别清单

| 风险类型 | 具体描述 | 影响时间范围 | 潜在财务影响 | 应对措施 |
|------|---------|--------|----------------------|--|
| 转型风险 | 政策与法律风险 | 中期 | 运营成本增加 | 及时了解和遵守相关监管法律法规,并根据法规要求,规范各项业务的工作机制和专业流程,积极与政府和行业协会合作。 |
| | 声誉风险 | 中长期 | 品牌价值受损,潜在客户流失,长期收入减少 | 定期发布ESG报告,及时、准确披露公司气候变化适应性举措和数据,提升公司的社会形象和品牌价值。 |

| 风险类型 | 具体描述 | 影响时间范围 | 潜在财务影响 | 应对措施 |
|------|---|--------|----------------|---|
| 转型风险 | 市场风险 | 中长期 | 研发与营销投入增加;收入下降 | 加大绿色低碳美妆产品研发与引进力度;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,宣传品牌低碳绿色理念与产品优势。 |
| 物理风险 | 急性风险 | 短期 | 运营成本增加,收入减少 | 加强仓库的防洪防潮设施建设;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;与物流供应商共同制定应对不同恶劣天气的方案;货物运输时使用防水防潮等材料。 |
| | 慢性风险 | 短中期 | 退货损失成本增加,收入减少 | 及时掌握天气预警情况,提前做好好仓库、物流环节的隔热准备,保障产品稳定性。 |
| | 慢性风险 | 中长期 | 运营成本增加 | 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。 |
| 慢性风险 | 持续高温天气对美妆等产品的性能要求不断提高,现有产品可能逐渐失去竞争力,需要投入开发新的产品。 | 中长期 | 研发投入增加,成本增加 | 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。 |

| 机遇类型 | 具体描述 | 影响时间范围 | 潜在财务影响 | 应对措施 |
|---------|--|--------|----------------------|---|
| 产品与服务机遇 | 在低碳经济转型背景下,消费者在绿色低碳产品与服务方面的需求在不断增加,对公司业务是新的市场机遇。 | 短中长期 | 收入增加,品牌溢价能力提升,增强市场份额 | 加大对创新型产品和技术研究、开发和采用,推出环保友好型产品,加强公司在各品类的竞争力。 |

注:影响的时间范围:不同风险和机遇对公司产生影响,公司将影响的时间范畴划分为短期(0-1年)、中期(1-5年)、长期(5年以上)。

◆ 影响、风险和机遇管理

公司建立系统化的气候相关风险和机遇管理流程，覆盖识别、评估、监督等环节，助力提升公司面临气候相关风险时的韧性。

| 管理环节 | 具体措施 |
|-------|--|
| 识别 | 识别可能影响公司运营、财务及战略目标的气候相关风险和机遇，确保覆盖气候变化带来的法律、技术、市场及环境等方面的当前及预期影响 |
| 评估 | 基于识别的信息，通过定性分析评估风险的严重性及机遇的潜力价值 |
| 管理和监督 | 根据风险评估结果，制定并执行针对性的控制措施，并对各项管理措施进行定期监控，评估其执行情况 |

◆ 指标与目标

公司将气候变化应对纳入长期发展战略，并着手推进相关适应与缓解工作，积极规划和实施系统性减排与转型举措，持续降低运营碳足迹。

关键绩效

2025年，温室气体排放总量

462.59 吨二氧化碳当量

范围二温室气体排放量

462.59 吨二氧化碳当量

温室气体排放强度

0.27 吨二氧化碳当量/百万元

注：公司运营环节产生的温室气体主要为外购电力使用间接产生的范围二温室气体，本报告所披露的温室气体排放总量涵盖范围二间接温室气体排放量，计算方法参考《工业其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南》。



🌿 环境合规管理

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《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，由相关部门负责推进、落实日常办公与运营环节所涉及的环境管理和绿色运营的具体工作，保障环境合规管理。

公司主营业务为电商零售和品牌营销运营服务，不涉及自有工厂的生产，日常办公与运营环节产生的主要废弃物包括生活垃圾、电子废弃物、办公用纸、包装材料等，以及车辆产生的少量尾气排放，废水、废气、废弃物排放方面环境合规风险较小。报告期内，公司未受到重大的环境处罚。

◆ 废弃物处理

公司建立规范的废弃物分类处理机制，严格落实垃圾分类投放要求，对纸张、塑料、金属等可回收物进行集中收集与定点回收，实现资源循环利用；对废电池、废墨盒等有害废弃物单独存放、合规处置，避免环境污染；同时通过办公区域标识引导、日常宣导等方式，推动全员自觉践行废弃物规范处理要求。报告期内，公司严格依照运营所在地相关废弃物处置要求进行分类处理，废弃物合规处置率100%。

废弃物处理措施

- 电子废弃物(如废旧电脑、显示器等)由内部统一管理，交由具有资质的第三方机构进行回收处置；
- 电池、墨盒等有害废弃物单独收集，其余生活垃圾等由园区物业统一处理。



◆ 环保培训

公司重视环保能力建设与意识培育，通过组织环保专题培训，持续增强全体员工的环境保护认知、合规意识与实践技能，培训内容紧密围绕国家环保政策法规、公司环境管理体系要求及节能减排实务展开，并注重案例分析与实操演练，提升员工在日常工作中的环保履责能力与风险应对水平。

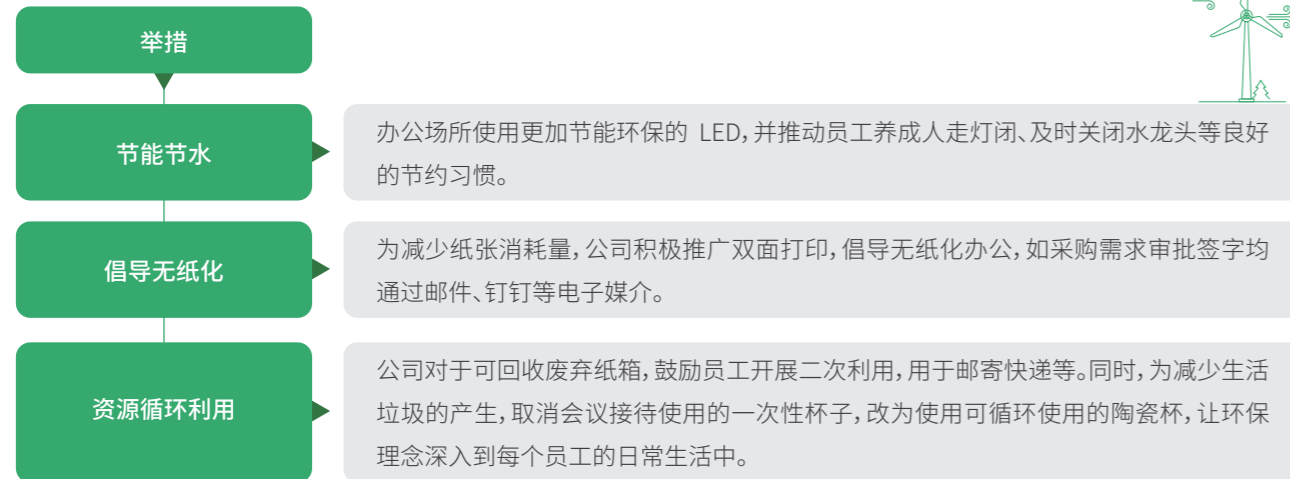
垃圾分类主题培训

2025年6月28日，为培养员工环保意识与理念，公司组织员工开展了垃圾分类宣传教育培训，强调正确垃圾分类的重要性，着重讲解垃圾分类的基本知识，进行实操操作的指导，从示范、案例分析和模拟练习中教授员工如何正确分类垃圾。本次培训提升员工对垃圾分类在源头减量、资源回收及污染防治方面的认知，提高了员工的环境保护意识、知识和技能。



◆ 绿色办公

公司系统推行绿色办公与无纸化办公理念,构建全员参与的低碳办公文化,引导并激励员工在日常工作中践行环保行为,共同推动公司绿色运营与可持续发展。



资源利用

◆ 能源利用

公司严格遵守《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国可再生能源法》等法律法规, 持续完善能源管理体系, 将节能减排理念融入企业文化中, 积极使用节能设备, 有效降低能源的消耗率, 保障公司能源使用效率的持续提升与节能目标的达成。

| 节能减排措施 | 具体内容 |
|--------|---|
| 节能设备使用 | 采购节能型办公设备, 如节能环保的LED灯, 有效降低电力消耗升与节能目标的达成。 |
| 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, 人走灯灭。 |

◆ 水资源利用

丽人丽妆生产经营过程中的水资源使用仅为生活用水, 在取水方面对环境无重大影响。公司严格遵守《中华人民共和国水法》《城市节约用水管理规定》等法律法规, 依据法规要求办理用水许可, 规范用水行为, 确保水资源利用合法合规; 日常通过加强用水管理、及时关闭水龙头与倡导节约用水等方式, 减少水资源浪费。

◆ 物料利用

在物料存储方面, 公司严格实施分类存放与标识管理, 确保环境、温度等条件适宜, 维持准确的库存记录, 并定期进行安全、准确性检查, 以预防物料损坏和安全事故。公司持续加强物料全生命周期管理, 优化库存周转, 减少因积压、变质等原因导致的资源浪费。同时, 积极推动可回收物料的分拣、归集与循环利用, 鼓励从品牌商工厂到消费者全链路免改包、少包装, 全面提升资源使用效率, 降低运营成本, 支持循环运营体系的建设。

报告期间



践行绿色发展

◆ 绿色包装

公司积极推动产品包装绿色转型,将环保理念全面融入包装策略,通过推广轻量化设计、循环利用模式及替换装等创新形式,有效减少了包装材料用量与废弃物产生。

在包装设计与运营管理上,依据产品形态进行适配性设计,运用算法优化纸箱匹配,并通过标准化操作培训提升装箱准确率,从而避免过度包装、节约材料消耗。

公司产品包装不断增加“替换装”,采用可重复使用外壳与可替换内胆结构,在维持使用体验的同时减少塑料废弃。

包装减量化举措



- 部分胶带从原6cm宽改成4.5cm宽;
- 算法优化,合理分配纸箱箱型,提升快递包裹满箱率,同时减少胶带及充气枕等填充耗材;
- 电子面单,从最开始纸质5联单到电子面单,从14cm*10cm缩小至13cm*7.6cm。



◆ 绿色运输与仓储

公司在物料运输方面,选择最优配送线路,实现运输距离缩减并提高运输满载率。应用大数据与智能物流系统,对订单进行整合分析,动态优化配送路径,有效减少空驶里程与迂回运输。同时持续推进运输工具绿色转型,逐步提升新能源车辆在物流车队中的使用比例,从而系统降低运输环节的能源消耗与排放强度。

在仓储环节,公司着力提升运营效率与资源利用率。通过运用智能仓储系统,实现库存精细化管理,加快库存周转,缩短货物在库停留时间,降低仓储能耗与资源浪费;同时合理规划仓库布局,提升仓储空间利用率,减少闲置与浪费,协同助力绿色物流体系的整体建设。

◆ 保护生态系统

公司秉持“人与自然和谐共生”的可持续发展理念,积极践行生态系统保护责任,通过减少运营对环境的干扰、倡导生物多样性保护、合理利用自然资源等方式,强化生态保护意识培育,携手各利益相关方共同推进区域生态平衡与自然保护,为促进人与自然和谐共生贡献力量。

公司通过技术创新、模式优化与生态协同，推动产业链整体效能与竞争力的持续增强，注重与上下游伙伴建立长期稳定的价值共创关系，强化资源配置与能力共享，共同构建健康、可持续的产业生态。同时，公司积极履行产业引领责任，关注行业标准建设与人才培养，助力产业结构优化与社会经济高质量发展。

本章所响应的SDGs



本章所涉及的ESG重要议题

- 创新驱动
- 产品和服务安全与质量
- 供应链安全
- 数据安全与隐私保护
- 尽职调查

3 产业价值篇

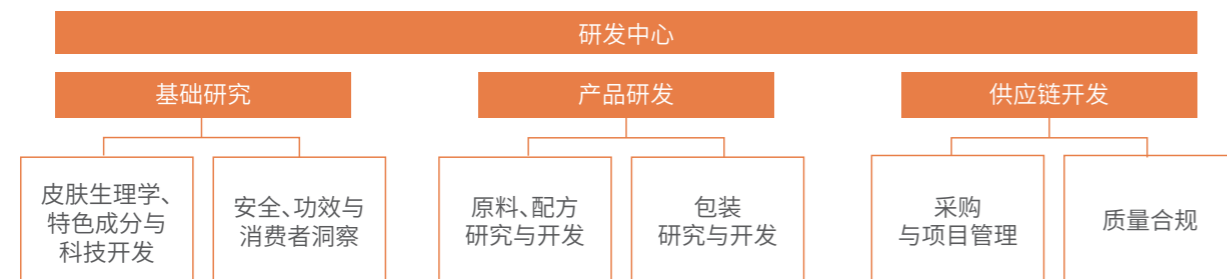


创新驱动

◆ 产品创新体系

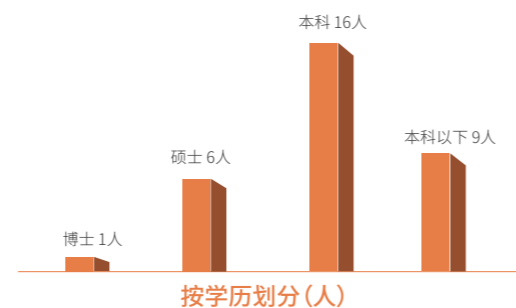
公司将研发创新视为企业持续发展的核心驱动力,持续推进自有品牌孵化。公司设立包括基础研究、产品开发、供应链开发的研发中心,持续加大资源投入,强化团队建设与专业培育,确保研发工作始终围绕品质、安全与功效展开,致力于为消费者打造更优质、更安全、更有效的产品。

同时,为构建安全有效、秩序井然的实验室环境,实现“科学、规范、安全、高效”的目标,公司制定了《研发部实验室管理规范》,对实验室安全及设备管理等方面作出明确规定。



◆ 研发团队与激励

为保障产品研发的专业性与前瞻性,公司构建了一支具备专业素质的研发团队。截至报告期末,公司研发团队共32人,其中本科及以上学历人员占比达71.8%,专业覆盖中医学、高分子材料科学、化妆品学及食品科学等多个领域。团队中,乔小玲、丛远华入选上海科技库专家,丛远华同时入选中国日用化工协会中国特色植物资源化妆品专家委员会。团队凭借扎实的学术背景与跨学科协作能力,为产品研发提供全面深入的技术支持。



公司以创新为核心竞争优势,持续完善人才激励机制,根据员工创意产出给予相应经济奖励,并适当安排员工进行职位轮动,全面拓展员工认知,激发员工创新创造能力。

案例 丽人丽妆“ABCD”大赛

2025年,丽人丽妆举行“ABCD大奖赛”,旨在系统性激励员工在各业务环节中追求卓越、积极创新与协作共赢。该赛事设立四大奖项维度“A-Active、B-Best Case、C-Cooperation、D-Developing”,活动设置不同层级的物质奖励,并通过“团队推荐+自主提报”的双轨参与机制,广泛调动全员积极性,引导员工在实战中总结、在分享中学习。



◆ 创新成果展示

丽人丽妆持续加强研发创新与科研体系建设,在技术研究、标准制定等方面取得积极进展,为提升产品科技内涵奠定了坚实基础。报告期内,公司积极开展研究,公布发明专利申请3项,公布外观设计专利申请1项。

关键绩效



在深化自主研发的同时,公司积极推动核心技术的第三方权威认证,以客观评价创新成果的先进性与独特性。报告期内,玉容初蝉联上海“时尚100+”美妆品牌与阿里妈妈AI创变增长奖两大奖项。



◆ 助力行业发展

◎ 产学研合作

公司构建产学研协同创新机制,持续深化与高校及科研机构战略合作,以前沿技术研发与成果转化推动行业升级与生产力提升。持续加强与外部相关方合作,整合各方资源,研究开发更符合中国女性肤质的护肤方案与产品。

案例 校企联动谋创新,共探“中式成分”研发新路径

2025年3月25日,丽人丽妆董事长团队走访上海交通大学分析测试中心,与校方代表就产学研合作进行深入交流。双方围绕“中式成分”研究、化妆品行业基础科研、人才培养等方向探讨合作可能,结合交大的科研实力与丽人丽妆的产业实践能力,共同推动中国草本资源的科学化开发与应用创新,为化妆品行业高质量发展注入科技动力。

案例 “跨界合作,产教联动”丽人丽妆携手华策集团共创内容

2025年3月,丽人丽妆与华策影视集团达成战略合作,围绕人才共建、内容共创与健康课堂三大方向开展深度协同。双方计划联合开发课程、建设实习实践基地,构建综合型人才培养体系;同时通过内容共创,赋能丽人丽妆旗下自有品牌的市场发展。



活动期间,丽人丽妆董事长在华策影视职业学校开展主题为“气血感是下个时代竞争力”的健康公开课,融合中医智慧与现代皮肤科学,传递品牌理念与研发思路。



◎ 标准制定

公司始终秉持共建、共享、共创的理念,积极承担行业发展责任。作为上海日用化学品行业协会会员,公司参与多项行业、团体标准制定,推动行业规范发展。报告期内,公司共参与4项团体标准制定。

| 标准类型 | 标准名称 | 牵头单位 |
|------|-------------------------------|-------------|
| 团体标准 | 《化妆品抗光损伤性能测试方法》 | 中国检验检测学会 |
| 团体标准 | 《化妆品用多聚脱氧核糖核苷酸(PDRN)原料检测通用要求》 | 上海日用化学品行业协会 |
| 团体标准 | 《敏感肌适用型美白化妆品功效评价方法》 | 中国生产力学会 |
| 团体标准 | 《植物源囊泡化妆品原料制品通用要求》 | 上海日用化学品行业协会 |



◎ 行业交流

公司作为行业生态的共建者,积极参与行业交流活动,聚焦行业发展动态与前沿技术等开展深入交流与探讨,共同推进行业进步。

案例 马修·弗林德斯杰出讲席教授张卫来访丽人丽妆

2025年9月,马修·弗林德斯杰出讲席教授张卫到访丽人丽妆,双方围绕技术驱动行业未来这一核心共识,重点探讨了海洋生物原料应用、“妆食合一”等前沿趋势。这次访问不仅是一次学界与业界的有效碰撞,也为未来潜在的产学研合作奠定了基础,共同探索中国美妆市场以技术创新突围的新路径。



案例 丽人丽妆参加中国(上海)国际男士生活方式博览会

2025年12月26日,由上海时尚之都促进中心、上海市文化创意产业促进会联合主办的首届国际男士生活方式博览会在上海隆重举行。丽人丽妆创始人黄韬受邀出席主题为“数字时代下的男性审美与品牌创新”大会圆桌论坛,共同探讨男性消费升级趋势下,时尚产业面临的机遇与挑战。



◆ AI驱动创新

作为网络零售服务商,公司在图文、视频和营销等方面与生成式AI有着天然的密切联系。公司大力推动AI技术应用,重构企业知识库,提升消费者体验。2025年,公司成立AI部门,系统推进生成式人工智能与自动化技术在业务体系中的应用探索。在AI技术快速发展的背景下,公司坚持以实际业务价值为导向,对各类大模型、AI工具及方法体系进行持续评估与验证,识别能够在真实业务场景中产生稳定效益的应用路径,并将验证有效的实践方法,沉淀为可复用的知识体系,在公司内部持续推广。

AI部门同时深入参与市场调研、数据分析、电商内容生产、营销视频制作及客户服务等业务环节,通过技术测试、流程优化与员工培训相结合的方式,推动AI能力在组织中的稳健落地。在技术浪潮不断变化的环境下,公司始终保持理性审慎的技术应用原则,确保AI技术的发展与企业长期价值创造保持一致,逐步形成可持续的AI应用机制。

在推动技术应用落地的同时,公司高度重视员工对新技术的理解与应用能力建设。AI部门通过组织培训、研讨交流与案例分享等多种形式,持续向业务团队普及AI技术的发展现状、能力边界及适用场景,帮助员工以更加理性、科学的视角认识AI工具。在此基础上,公司鼓励员工在实际工作中主动探索AI应用方式,并将实践经验在组织内部进行沉淀与传播,逐步形成由业务驱动的AI应用氛围,使新技术能够真正服务于业务问题的解决与工作流程的优化。

报告期内,公司组织跨项目组设计师开展AI交流研讨,围绕“如何充分挖掘图片大模型能力,实现对电商设计工作的有效助力”展开深入研讨,有效促进了经验共享与共识凝聚,为AI在设计领域的进一步应用提供了重要参考。同时,公司在AI赋能电商设计领域的实践成果获得行业认可。公司提交的相关应用案例在“2025年上海商业人工智能优秀案例(电商与零售篇)”评选中荣获优胜奖,体现了公司在AI技术与电商设计结合方面的探索成效。

未来,公司将持续推进AI技术与业务场景的深度融合,推动形成更加高效、可持续的数字化运营体系。



◆ 知识产权保护

公司严格遵守《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法》等法律法规,建立健全内部管理制度,全面加强知识产权保护工作。同时,郑重承诺并严格执行尊重他人知识产权的原则,在日常运营中,对所使用的第三方知识产权实行严格的审查与合规管理,确保授权清晰、使用合规。

自身知识产权体系建立

全周期流程化管理

- 在确权阶段,均遵循“需求提出-内部检索评估-商业决策-法务提交-进度跟踪”的闭环流程,法务部全程管控风险。
- 使用环节需经审批,严禁未授权处置。

事前检索与闭环决策

- 申请前由法务部进行检索与评估,为商业决策提供依据,提升注册效率,并将结果反馈至项目负责人,为其提供关键的决策依据。

权责明晰与信息同步

- 体系明确了各部门权责,确保了跨部门协作顺畅、信息透明。法务部负责将已获得的专利、商标等详细信息制作成列表清单,列出每项知识产权的申请日、法律状态、到期日、续展日等信息。
- 定期核查维护,确保各项权利完整、有效。

筑牢纠纷防火墙

- 法务部联合业务团队分析可能发生的纠纷及其对企业的损害程度,向决策层发出警示性信息,并提出防范预案,适时运用行政和司法途径保护本企业的知识产权。
- 在处理知识产权纠纷时,法务部联合业务团队评估诉讼、和解等不同处理方式对企业的影响,必要时引入外部律师,分析选取适宜的争议解决方式。

🛡️ 产品和服务安全与质量

公司持续监测与管控各类质量风险,建立从产品开发至消费者使用全流程的质量管理体系,确保公司产品的安全性和有效性。

◆ 治理

公司严格遵守《中华人民共和国产品质量法》等相关法律法规,制定《质量安全管理度》《自有品牌新产品委外加工流程指导规范》等一系列内部制度,系统构建产品质量管理体系,明确各环节职责。其中,业务负责人统筹销售管理与贸易流程监督,质量负责人承担单证审核与产品质量监督等执行职责,公司法定代表人或质量负责人对产品卫生安全负总责。通过明确职责、强化培训与动态监督,为产品质量安全筑牢制度根基,确保管理工作有序推进。

◆ 战略

为了确保产品质量,公司深入了解产品质量的潜在风险与机遇。针对识别出的各类风险,依据风险特性,制定应对措施,降低质量相关风险。同时,公司积极把握潜在机遇,提升产品质量,增强市场竞争力。

| 主要风险类型 | 风险描述 | 影响时间范围 | 潜在财务影响 | 应对措施 |
|-------------|--|--------|---------------|---|
| 产品质量缺陷风险 | 自有品牌产品研发阶段安全设计考虑不周,导致产品性能不达标、存在安全隐患,进而影响产品销售或引发退货赔偿。 | 短中期 | 运营成本增加、营业收入降低 | 建立产品质量追溯体系,实现问题快速定位与整改。 |
| 供应链质量传导风险 | 上游供应商原材料质量不稳定、生产环境不达标或质量管控能力不足,以及采购、运输各环节出现问题均可能影响产品质量,引发退货赔偿。 | 短期 | 运营成本增加、营业收入降低 | 核查供应商资质与质量认证情况;对核心原材料批次抽检,不合格材料坚决拒收;强化对各类产品的验收、入库标准,做好质控与抽检,进行质量把关。 |
| 质量法规与标准升级风险 | 现有产品或生产流程不符合新规,面临合规处罚或市场准入限制。 | 中长期 | 运营成本增加 | 实时跟踪质量标准与认证政策变化;提前开展产品与工艺优化,确保符合新规要求。 |
| 主要机遇类型 | 机遇描述 | 影响时间范围 | 潜在财务影响 | 应对措施 |
| 高质量产品溢价机遇 | 消费市场对产品安全与质量的关注度持续提升,优质合规产品可形成差异化竞争优势。 | 中长期 | 营业收入增加 | 强化质量口碑传播,突出产品安全性能与质量稳定性;建立质量分级定价机制,体现优质优价。 |

注:影响的时间范围:不同风险和机遇对公司产生影响,公司将影响的时间范畴划分为短期(0-1年)、中期(1-5年)、长期(5年以上)。



◆ 影响、风险和机遇管理

公司高度重视产品和服务安全与质量相关风险及机遇的管理,系统推进风险的识别、评估、监测与管控,同时积极挖掘质量提升带来的发展机遇

| 管理流程 | 管理措施 |
|------|---|
| 风险识别 | 公司依据相关法律法规及行业质量安全标准,通过收集政策监管更新、市场客户反馈、供应链质量信息、内部生产运营数据等内外部资源,定期开展产品设计、生产制造、供应链协作、售后服务等全环节质量风险与机遇识别工作。 |
| 风险评估 | 公司从影响时间范围等维度对识别出的质量风险进行划分,明确重点管控风险与一般关注风险;同时对质量提升相关机遇的潜在价值、实现路径及可行性进行分析,为后续资源配置与行动实施提供依据。 |
| 风险监测 | 依托产品与服务管理流程,对生产、运营各环节质量指标进行实时跟踪,建立风险预警机制,及时捕捉风险变化动态与机遇窗口。 |
| 风险管理 | 针对评估确定的重点风险,制定专项应对方案,明确整改责任部门;完善质量问题反馈与闭环管理机制;同时围绕质量提升机遇,持续完善质量管理体系,将质量优势转化为市场竞争力与发展动能。 |

◆ 指标与目标

公司始终以产品安全为根基、以质量卓越为目标,综合考量行业法规、市场需求及企业战略规划,系统性制定了贯穿产品全生命周期的质量安全目标,并以此为导向,推动质量管控体系不断完善与提升。

| 2025年目标 | 达成情况 |
|-------------|------|
| 客户投诉处理率100% | 已完成 |

| 报告期间 | 客户质量投诉次数 | 客户质量投诉解决数量 |
|------|----------|------------|
| | 259次 | 259件 |

◆ 精进产品质量

丽人丽妆持续优化质量建设,通过环环相扣的控制措施,将质量风险降至最低,为公司的可持续发展奠定了坚实的基础。

◎ 产品质量控制

公司始终将产品质量与消费者安全置于首位,建立了覆盖产品全生命周期的质量管理体系。公司严格遵循国家法律法规,致力于在研发、生产、监督及售后等关键环节实施系统化控制,持续提升产品质量与安全水平,切实保障消费者权益与品牌声誉。

| 环节 | 具体内容 |
|-----------|--|
| 选品管理 | 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。 |
| 产品研发管理 | 原料安全: 严格遵循《化妆品监督管理条例》《委托加工合同签约规范指引》测试配方安全性与有效性。 包材相容性测试: 执行内料与包材相容性测试,防止产品在保质期内发生质变。 |
| 代加工厂安全监督 | 入库审核: 所有委托加工厂(OEM/ODM)必须通过公司的入库审核程序。 现场验厂: 合作前,进行为期1-2天的现场质量体系审核,并出具整改报告。 年度审查: 对合作中的加工厂进行年度现场审核,确保持续符合标准。 留样管理: 每批次产品到货后,均需按规定数量与条件留样,以备质量追溯与复查。 |
| 优化物流防护 | 合理包装: 通过密封保护和合理设计包装箱空隙,降低物流运输过程中商品损坏风险。 |
| 产品售后与市场反馈 | 不良反应监测: 通过店小蜜等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影响,及时执行改善措施。 产品召回与应急: 持续完善产品召回机制,避免缺陷产品流入市场对消费者产生的健康损害。 |

此外,对于公司关联方设立或授权使用的自有品牌,质控部门拥有延伸监管权。通过要求品牌方对受托生产方进行定期自查,并结合公司质控人员的随机抽检,确保其生产活动同样符合国家法规与公司的核心质量要求。

◎ 产品质量培训

公司高度重视全员质量文化建设,建立了系统化、常态化的质量培训机制,定期面向全体员工开展品质意识与专业能力提升培训,确保从管理层到一线执行者均能深刻理解并践行“质量为先”的理念。

◎ 产品召回

在产品召回方面,公司已建立完善的召回机制与流程。一旦发现已销售的化妆品存在可能危及消费者健康安全的缺陷,公司将依法主动从市场及消费者处收回相关产品,以最大程度防范和减少对公众健康造成的损害。



同时,公司构建了一套从“评估决策→行动执行→产品处置→复盘改进”的闭环管理流程,明确了标准、职责与步骤,旨在确保对产品安全风险做出及时、有效且系统化的响应。

| 环节 | 具体内容 |
|------|---|
| 评估决策 | 业务部门在获知信息后,应立即通知质控、法务、内审部门,共同评估事件性质。 |
| 行动执行 | 若为群发性事件,需成立召回处理小组,制定并执行包含消费者补偿及产品销毁或更换等方案的召回计划。 |
| 产品处置 | 召回产品必须物理隔离,待全部收回并妥善处理,召回活动结束。 |
| 复盘改进 | 活动结束后需编制召回报告,分析时间、费用及资源消耗,评估合理性,并制定纠正与预防措施。 |

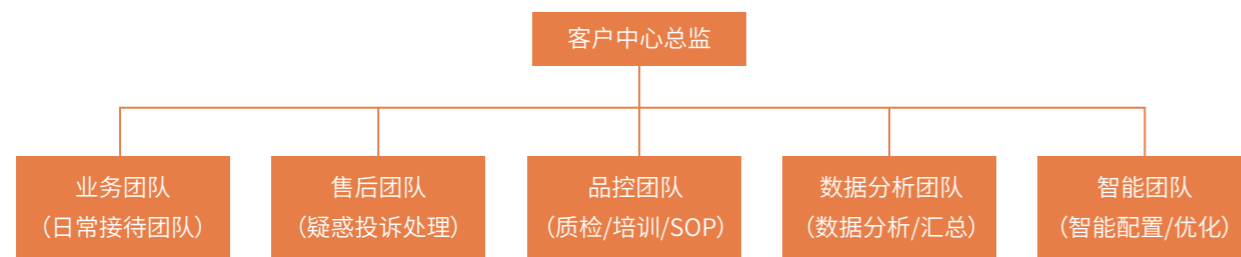


客户服务管理

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

◆ 客户服务管理体系

公司坚持及时、高效的客户服务理念，制定《客服管理制度》《客户投诉管理制度》等制度规范，明确了全渠道服务标准与包含“接待、确认、处理、回访、归档”的五步标准化流程，同时严格执行客户数据安全与隐私保护规范，全面保障客户权益。公司设立客户服务中心，负责策略与制度制定、日常运营管理、SOP流程与知识管理等职能，不断提升客户体验并持续优化和完善服务范围布局，以稳定优质的产品、专业的团队服务更多的客户。同时，通过整合业务、服务及平台专项指标构建了统一的考核体系，并依托日监控与周月复盘机制进行持续跟踪与优化，以持续提升团队客户服务能力。



客户服务中心架构图

◆ 客户满意度管理

公司建立了系统化的客户满意度调查体系，体系覆盖售前交易与售后服务两大核心场景：售前聚焦咨询响应、需求解决及交易体验；售后涵盖收货、使用及产品质量等全链路服务。

公司每项服务结束后，均邀请客户进行1-5星评分，并通过每日评分汇总，识别问题解决效率、沟通清晰度、流程合规性等具体改进点。调查以全量主动邀评为基础，依托电商平台功能日常执行，并由店铺管理人员、客服及品控人员共同进行日监控、周总结与实时优化，形成数据驱动的闭环管理。

关键绩效



◆ 全流程服务保障

公司建立覆盖售前、售中、售后全场景的服务闭环管理流程，并持续围绕服务渠道、服务标准、响应时效、物流配送等环节进行优化，以持续提升客户满意度。

公司引入AIGC技术，与天猫平台携手打造了智能客服工具“店小蜜”。2025年，淘系已全面使用“店小蜜”进行客服人机协同，通过结合客群特性、产品信息和品牌要求进行定制化训练，提高客服响应效率。

关键绩效



公司识别可能影响物流配送时效的相关情况，如恶劣天气、大促爆单、库存不足等，积极采取有效的应对措施，从流程管理、仓储布局、配送资源、应急机制等多方面入手，健全货物配送全流程机制，并持续优化与改进，在保障物流稳定的同时，持续提升产品配送时效与精准送达率，提升客户消费体验。

优化仓储布局

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，还显著降低了物流受阻的风险。

深化物流合作

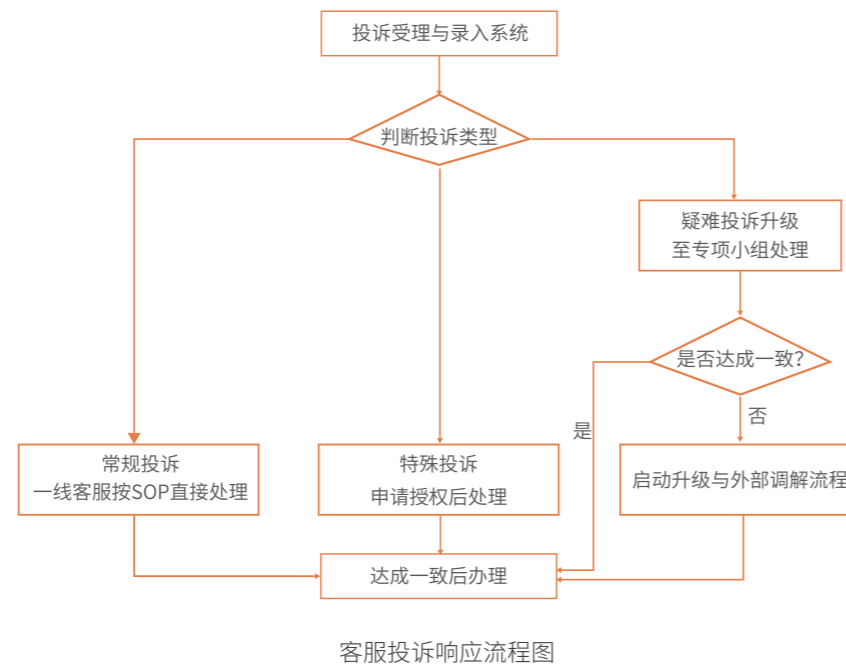
公司与德邦、安能等知名物流企业深度携手，全面强化仓间调拨、上门提货、B2B发运等业务场景的服务能力，为物流运输的顺畅稳定筑牢根基。

强化配送服务

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。

◆ 投诉响应机制

公司制定《客户投诉管理制度》，建立了标准化的客户投诉受理与分级处理机制。投诉可通过电商平台、客服热线及监管部门转办等多渠道接入，并规定所有投诉须统一录入系统以确保可追溯性。依据客诉引发的损失级别、对公司声誉的影响等，将客诉问题分为普通场景、特殊场景、疑难场景和未达成一致场景，多部门协作处理客户投诉事项。



◆ 消费者权益保障

◎ 负责任营销

公司严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》，始终坚守“不夸大，不作假”的原则，建立完善的管理机制，保障产品营销内容的真实性与准确性。通过制定《营销采购管理指导规范》《营销推广业务流程配套罚则》等内部制度，从规范层面约束营销行为，由客服、运营与法务部门共同对营销页面、活动规则及客服话术进行一致性审核，确保信息真实准确。

公司系统开展合规营销培训，新员工入职即学习广告规范、数据使用、活动规则及页面自查等内容，并掌握化妆品等产品的具体宣称要求。同时定期组织新规培训，邀请行业专家、监管人员及律师开展普法讲座，通过案例与法规解读持续强化员工责任意识，保障消费者权益，促进业务健康发展。报告期内，公司无违反有关营销传播（包括广告、促销和赞助）法规的事件。

◎ 信息公开

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。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，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。

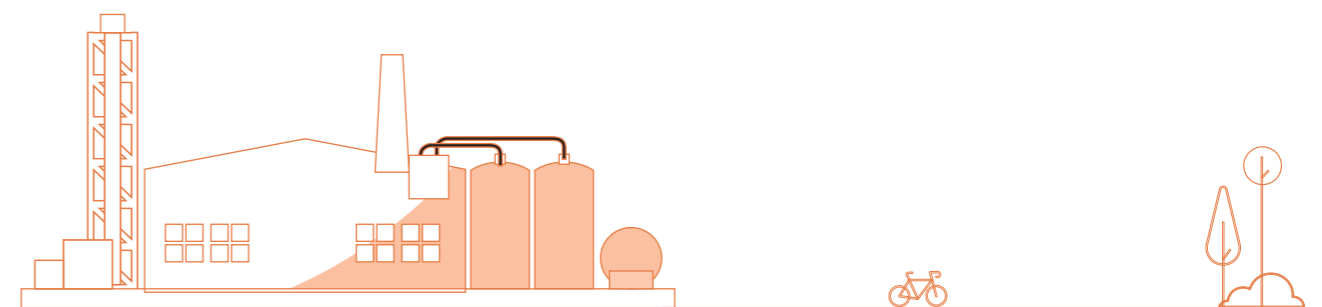
◎ 公平交易

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。

◎ 客户隐私保护

公司承诺所收集的客户及消费者数据仅用于日常的生产经营与管理，严格执行隐私保护政策，明确告知信息收集与使用范围，并获取客户授权。

公司严格遵循国家相关法律法规要求，制定《订单交易隐私信息导出和传输指引》《信息系统安全策略》等内部规则，建立了涵盖数据采集、加密存储及授权使用的全流程防护体系，按岗位职责设定客户信息查询、导出、修改权限，日志留痕，实现对数据资产的全程可追溯管控。同时，公司明确规定，所有接触客户信息的员工及相关人员，均不得向客户、供应商、竞争对手等任何外部方泄露或传播相关信息，全面落实客户隐私安全保障。



负责供应链

丽人丽妆坚持打造高质量、绿色及负责的供应链合作关系，通过建立严格的准入标准、实施动态绩效评估、开展常态化能力建设，推动上下游企业提升安全质量水平，助力行业共同进步。

治理

公司的供应商主要包括合作品牌商以及其他各类产品和服务供应商。公司制定《行政采购指导规范》《采购业务基本指导规范》《自有品牌新产品委外加工流程指导规范》等供应链管理制度，明确供应链管理要求和各部门工作职责，对供应商的导入、审核、稽查、评价、退出、辅导、日常管理等进行全生命周期管理，推动供应链可持续发展，打造公平开放的供应链管理体系。

公司设立采购部门负责主导寻源、比价、签订合同等具体采购流程。根据采购对象的类型和性质不同，分别由运营部门、采购部门、营销合作部等部门分工协作执行。

战略

公司积极识别并应对供应链稳定面临的挑战，挖掘可持续发展进程中的新机遇，力求在保障业务连续性与合规性的同时，推动供应链实现可持续增长。

| 风险类型 | 描述 | 应对策略 | 影响时间范围 | 潜在财务影响 |
|-----------|--|---|--------|-----------------|
| 生产外包依赖风险 | 公司自有品牌主要采用OEM模式，若核心代工厂出现产能波动、质量控制问题或合作关系终止，可能影响自有品牌产品的供应稳定性与市场声誉。 | 建立严格的代工厂准入与考核机制；拓展多元化供应商体系，降低单一工厂依赖；通过合同明确质量要求与违约责任；定期进行生产现场审核。 | 短中期 | 增加采购成本，降低营业收入 |
| 原材料供应风险 | 公司自有品牌产品的原材料(如包装、核心成分等)可能集中采购于少数供应商，若原材料价格大幅上涨、供应中断或出现质量问题，将直接影响生产成本与产品交付。 | 加强供应商合作机制:建立原材料价格波动预警与库存调节机制;持续开发备选供应商,保障供应链弹性。 | 中长期 | 增加企业运营成本,降低营业收入 |
| 全球供应链物流风险 | 公司自有品牌部分成品需跨境采购/运输,全球物流网络的稳定性(如航运延误、关税变动)可能影响库存周转与订单履约效率。 | 加强供应链物流的实时监控与预警机制、优化库存管理策略,与多家物流服务商合作,分散运输风险,提前制定应急方案。 | 短中期 | 增加额外采购成本,降低营业收入 |

| 机遇类型 | 描述 | 潜在财务影响 | 影响周期 |
|------|---|---------------------|------|
| 转型机遇 | 推动供应链数字化与协同化,企业可提升供应链透明度、响应速度和抗风险能力。 | 优化成本结构,增强供应链韧性和竞争力。 | 中长期 |
| 合作机遇 | 建立创新合作平台:与供应商共同搭建研发平台,促进技术交流和协作; 鼓励供应商创新:设立创新激励机制。 | 扩大市场份额和利润增长。 | 中期 |

注:影响的时间范围:不同风险和机遇对公司产生影响,公司将影响的时间范畴划分为短期(0-1年)、中期(1-5年)、长期(5年以上)。

影响、风险和机遇管理

公司严格识别供应商引入的潜在风险,通过多部门合作和定期考核量化供应商的技术、质量、成本等风险,并寻找优化机会。

| | |
|------|---|
| 风险识别 | 定期对供应链在产品质量、廉洁经营、绿色生产与安全健康方面的潜在风险进行识别。 |
| 风险评估 | 对供应链外部风险(如原材料价格波动、供应商合规、物流中断等)进行全面评估。 |
| 风险应对 | 根据风险评估结果,制定详细的应急预案,包括供应链中断事件报告、评估、决策、执行和恢复等各个环节,以及具体的资源调配方案。 |
| 风险监控 | 建立有效的监测系统,及时获取关键数据。每年不定期审查,通过对产品物流、仓储地实地考察的方式实时监测供应链的运行情况,以便及时发现潜在问题。 |

指标与目标

| 指标 | 目标 | 2025年完成情况 |
|------------|------|-----------|
| 供应商廉洁协议签署率 | 100% | 已完成 |

◆ 供应链全生命周期管理

公司构建了覆盖准入、审核、分级、评估、退出及变更管理的供应商全生命周期管理体系，并定期对供应商进行质量检查监督，以严格标准及流程，识别其在产品质量、生产流程等方面的问题，据此进行指导并给出改进建议，监督其整改情况。

| | |
|-------|---|
| 供应商维护 | 公司相关部门建立和维护《合格供应商清单》，全部GWP及部分包材、营销推广类供应商纳入清单中相关类别进行管理。 |
| 供应商审核 | 新供应商入库由需求部门在OA系统中提交“供应商准入审批”，根据不同供应商类型，各部门负责人审批，并由审计部门确认利益申报情况。 |
| 供应商考核 | 根据考核内容包括价格、交期、质量、服务和其他几个方面，由采购部门根据每年采购情况制定考核项目、评分标准，定期对供应商资质和绩效进行评审，评审结果将供应商划分为A类、B类、C类和D类四个等级，实施差异化管理策略。 |
| 供应商退出 | 采购部门建立并维护《供应商黑名单》，财务部维护 EAS 系统内供应商状态，所有黑名单供应商在EAS系统内的状态为禁用。 |

◆ 供应商ESG管理

公司将可持续发展理念融入供应商全生命周期管理，积极推动绿色采购与责任供应链建设。在准入阶段，公司不仅评估供应商的经营资质与服务能力，还重点关注其在环境和社会责任方面的表现。在合作过程中，公司通过年度考核持续监督供应商表现，对不达标的供应商开展沟通与整改，必要时予以淘汰。公司持续提升供应商对环境、社会及治理要求的认知与执行能力，与合作伙伴共同推进可持续发展目标的实现。

◎ 阳光供应链

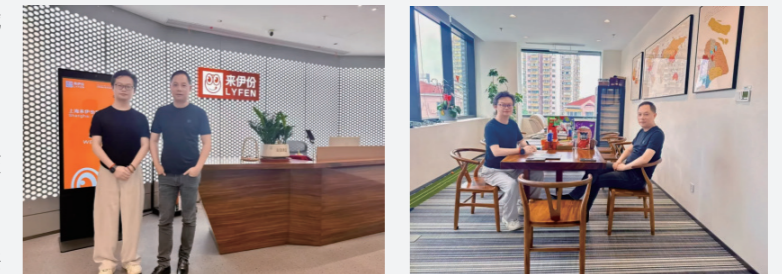
公司坚决反对任何形式的贿赂与不正当竞争行为，始终与供应商保持诚信、廉洁的合作关系。公司要求供应商签署廉洁守规协议，明确双方在合作中的廉洁义务与禁止行为，并通过廉洁小程序实现采购流程的记录、预警与监督，使采购行为可追溯、可核查。公司审计部门持续开展监督检查，对关键环节进行定期与不定期的审计，及时发现和解决采购过程中的潜在风险，确保采购活动的合法性和合规性，维护良好的市场秩序。此外，公司为参与采购及供应链管理的员工提供反腐倡廉培训，强化其对不正当行为的识别与防范能力，培训内容涵盖公司道德准则、合规政策及相关处理流程。

◆ 供应链韧性建设

公司重视与供应商的长期协同发展，与核心供应商保持开放的技术交流与流程优化合作，共同推进效率提升与精益生产。同时，公司把握发展机遇，持续拓展合作层次，携手更多价值链伙伴共同拓展产业生态与促进可持续发展。

案例 丽人丽妆携来伊份：以“精准击穿”共创零食新篇

2025年7月，丽人丽妆与来伊份建立深度战略合作。依托“精准击穿”方法论与AI驱动的实证分析能力，公司为来伊份提供从市场洞察到爆品打造的全链路战略支持，助力其核心品类实现价值跃升。双方通过能力互补与生态协同，构建了从传统供应关系向战略共建伙伴的升级模式，为休闲食品行业的供应链协同树立了新范式。



案例 丽人丽妆与Alula爱羽乐达成战略合作

2025年11月12日，丽人丽妆与全球乳业集团Lactalis旗下高端奶粉品牌Alula爱羽乐在上海正式签订战略合作协议，Alula爱羽乐依托集团全球研发实力与新西兰优质奶源所构建的产品力，双方通过资源互补与深度协同，共同引领母婴健康市场新发展。



案例 丽人丽妆与Ferguson Australia共建南澳生鲜品牌与研发新生态

2025年11月7日，丽人丽妆与澳大利亚领先海产企业弗格森Ferguson Australia在上海签署深化战略合作协议。双方通过“产业+研发”双轮驱动，提升南澳海产附加值，促进区域就业与可持续发展，共同开拓中澳高端生鲜与健康产品市场，此次合作是丽人丽妆全球化战略布局的重要一步。

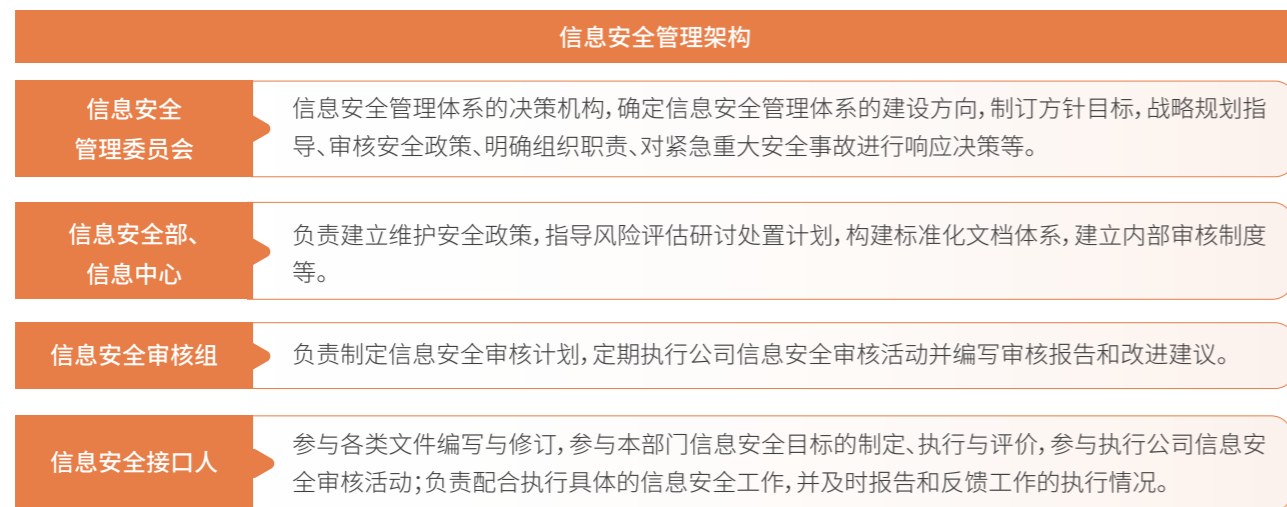


信息安全与数据安全

◆ 治理

为全面提升员工的信息安全意识,规范公司的信息安全行为,有效预防安全事件,公司严格遵循《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》,对客户信息及组织的关键信息资产进行全面系统的保护。报告期内,公司未发生造成公司重大财产损失的数据安全事件。

公司制定《信息安全组织建设管理办法》《信息系统安全策略》等管理办法,构建系统化的信息安全管理架构。公司信息安全管理委员会负责组织、协调、监督信息安全管理体系的运行。信息安全部和信息安全中心牵头负责公司范围信息安全管理具体工作,包括管理工具及流程开发、工具及供应商准入评估、账号权限及域控管理、信息泄露事件调查,全力保障公司业务持续稳定开展。报告期内,公司通过ISO 27001信息安全管理体系认证、SOC2年度审计和信息系统安全等级保护三级备案认证。



ISO 27001信息安全管理体系认证证书

◆ 战略

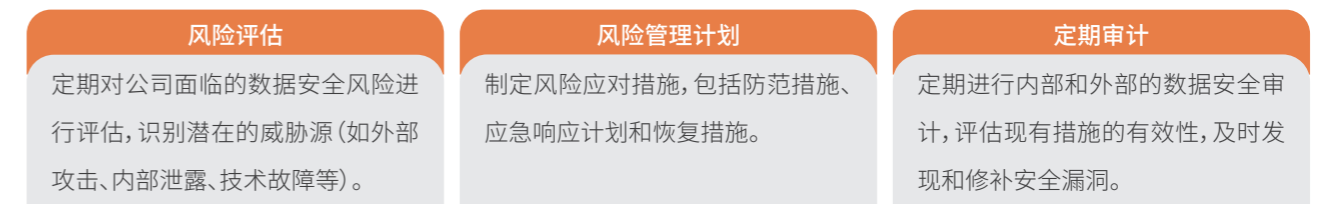
| 风险类型 | 潜在影响 | 应对措施 | 影响时间范围 | 对财务的可能影响 |
|-------|--|--|--------|----------|
| 法律风险 | 数据及客户隐私泄露将违反信息安全相关法律法规、监管机构与客户稽核要求,面临通报、法律诉讼或处罚风险。 | 定期开展专项审计;开展自查自纠,确保满足法律法规、监管机构、用户稽核的合规要求;密切追踪行业政策与标准,并据此动态调整公司运营模式。 | 短中期 | 运营成本增加 |
| 技术风险 | 公司网络或系统存在漏洞等脆弱性,IT 内控措施不足时可能发生内部信息泄露。 | 制定《应急响应预案制度》《信息安全管理控制准则》等信息安全管理办法,建立安全漏洞响应和应急响应机制,确保在发现漏洞时及时响应。 | 短中期 | 运营成本增加 |
| 第三方风险 | 网络中断,服务被迫停止;云服务商发生故障,造成关键数据遗失。 | 制定《数据备份与恢复管理制度》,每年对数据恢复流程进行评估,进行一次恢复演练。 | 短中期 | 运营成本增加 |

| 机遇类型 | 潜在影响 | 影响时间范围 | 对财务的可能影响 |
|------|--|--------|----------|
| 技术机遇 | 新技术如人工智能、区块链等的不断发展,公司通过技术创新,可以帮助其降低成本、提高效率及推动业务发展。 | 中长期 | 营收增加 |
| 声誉机遇 | 通过加强数据安全与隐私保护,提升消费者对公司的信任度,巩固公司市场竞争力,促进业务增长。 | 中长期 | 营收增加 |

注:影响的时间范围:不同风险和机遇对公司产生影响,公司将影响的时间范畴划分为短期(0-1年)、中期(1-5年)、长期(5年以上)。

◆ 影响、风险及机遇管理

公司结合业务实际,识别出数据安全、信息安全准入和信息系统等核心风险,针对上述风险,制定《应急响应预案制度》《信息安全准入许可标准》《数据备份与恢复管理制度》相关管理制度,明确风险识别、预警、响应及恢复流程。



◆ 指标与目标

| 2025年目标 | 达成情况 |
|-------------|-----------------|
| 未发生泄露客户信息事件 | 已达成 |
| 信息安全考核 | 已达成, 组织信息安全考核2次 |

◆ 数据安全管理措施



关键信息系统与硬件设备备份

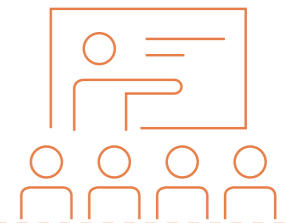
- 为保障数据安全与业务连续性, 公司制定了系统化的数据备份与恢复策略。关键数据库实行每日全量备份并循环保留60日, 每周同步至归档服务器; 源代码通过多台服务器互为备份, 并于每日项目更新后自动同步; 日志文件每日完成截断、压缩与归档, 备份保留周期为180日。
- 公司每半年组织关键数据库备份恢复测试与服务恢复演练, 通过模拟真实故障场景, 验证备份有效性及应急响应能力, 从而持续确保业务连续运行。

数据加密

为强化敏感数据保护, 公司部署行业领先的AES加密算法, 对所有用户个人信息、账户密码等敏感数据进行加密存储与传输。加密密钥严格限定在公司内网服务器中获取, 每台服务器均配置独立密钥。密钥仅在服务端加载时进行严格安全校验, 加载后仅留存于内存, 杜绝落地存储, 从根本上杜绝密钥泄漏风险。

数据监测与预警

公司建立了定期数据安全监测机制, 每周对数据库执行全面扫描, 重点核查手机号等敏感信息的明文存储情况。一旦发现异常, 系统将实时告警并启动处置流程, 同时完整留存检查记录, 确保安全事件可追溯、可闭环。



信息安全培训

公司通过组织开展涵盖信息安全意识、管控准则、门禁管理等培训活动, 有效提升员工信息安全意识和操作规范程度。



公司将尊重人权、促进社会公平作为企业长期发展的基石,致力于构建平等、多元、包容的工作环境,保障员工合法权益,杜绝一切形式的歧视与强迫劳动,推动合作伙伴共同遵循道德与劳工标准,并积极参与社区发展,通过公益投入与乡村振兴助力社会可持续发展。

本章所响应的SDGs



本章所涉及的ESG重要议题

- 保护员工合法权益
- 社会贡献
- 员工培训与发展
- 乡村振兴
- 职业健康与安全
- 尽职调查

4 美好生活篇



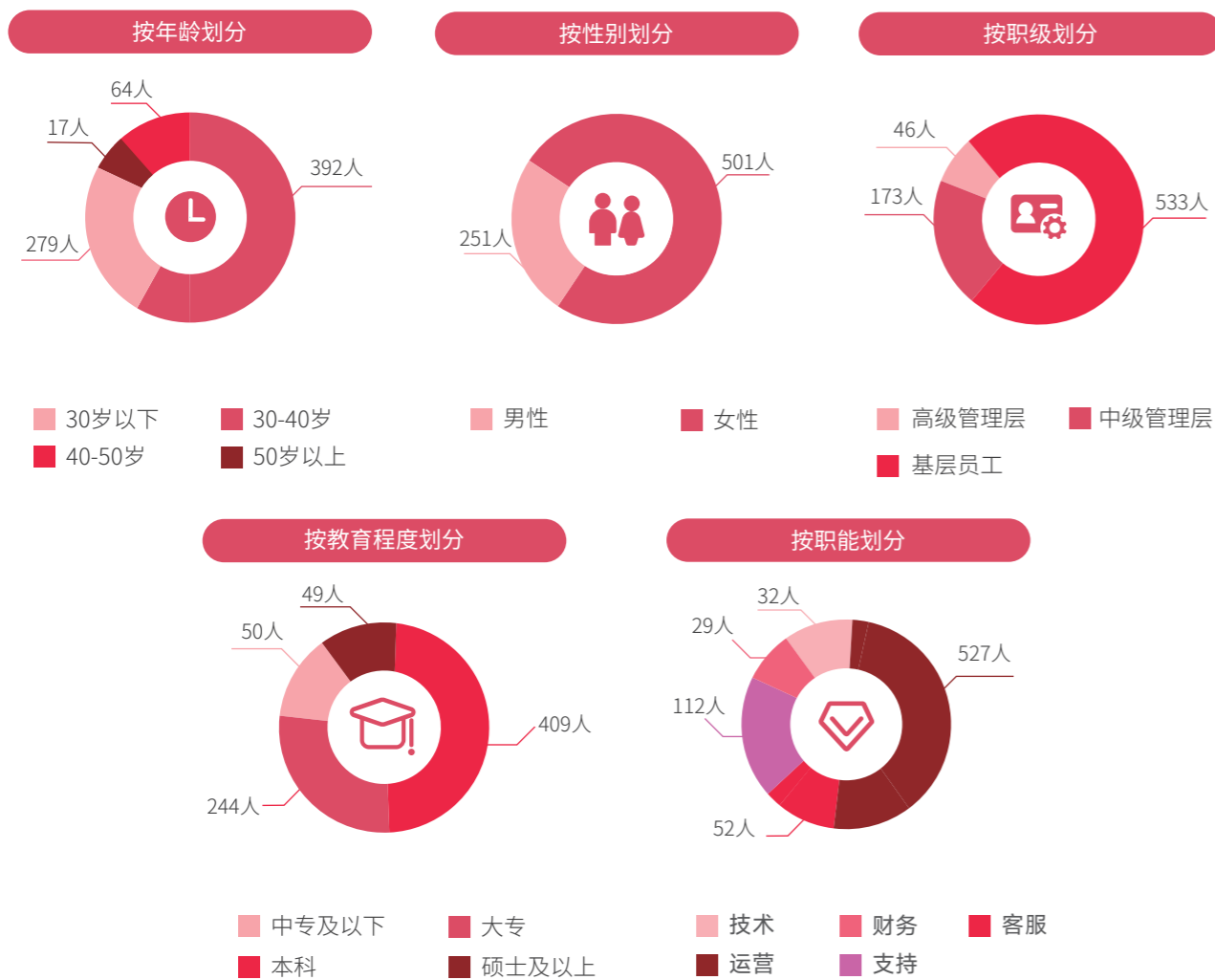
员工权益保障

公司严格遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规，制定《员工手册》等人力资源管理制
度，由人力资源部统一管理，规范员工招聘、薪酬、福利、培训发展等流程，维护和尊重每位员工的合法权益。

◆ 人才招聘

公司坚持“以人为本，人才第一”的核心经营理念，将员工视为公司的宝贵财富，积极打造多元包容、开放进取的企业文化，切
实保障员工的合法权益，为员工的职场生活保驾护航。

截至报告期末，公司员工总数752人，劳动合同签订率100%。



◎ 招聘管理

公司遵循公开、公平、公正的原则，制定《招聘管理制度》，坚决杜绝任何形式的就业歧视行为。在招聘实践环节，明确要求面试
考核需紧密围绕岗位任职资格展开，重点评估候选人的工作履历、专业技能及综合素养，严禁询问与岗位履职能力无关的个人
信息。

◎ 招聘渠道

在人才引进渠道方面，公司构建了社会招聘与校园招聘协同推进的多元化体系：社会招聘依托主流线上招聘平台，精准触达
优质社会人才；校园招聘则与国内多所高校建立长期稳定的合作关系，通过线下宣讲、校企联动等方式吸纳高校应届毕业生，
为企业可持续发展储备新鲜血液。报告期内，公司通过社会招聘渠道成功入职正式员工322人，通过线上渠道共招募实习生
204人。

◆ 平等与多元化

公司致力于营造平等与多元化的工作环境，充分尊重不同身体条件、性别、年龄、种族、国籍、宗教信仰的员工，在招聘、晋升、
薪酬、培训等人力资源管理全环节坚守公平原则，保障全体员工享有平等的发展机会。公司严格遵循劳动法规及国际劳工标
准，杜绝基于任何维度的歧视行为，明确禁止使用童工与强迫劳动，全方位筑牢员工权益保障防线。

多元平等实践与关键绩效

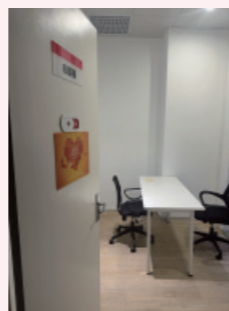
- 充分尊重种族与民族的多样性。目前，公司少数民族员工28人，占比约4%，少数民族员工已成为推动公司发展不可或缺的力量。
- 积极践行社会责任，为残疾人士与退伍军人提供就业支持。目前，已为12名残疾人士与1名退伍军人提供就业岗位。并对残疾人员在出勤方面给予关怀，让他们能在舒适的环境中工作。
- 充分坚持男女平等、同工同酬，提供平等就业与发展机会。目前，公司女性员工占比66.6%，管理人员中女性人数比例为60%。

◎ 女性权益保护

公司坚持“平等协商、共谋发展”原则，制定《女职工权益保护专项集体合同》，营造公平、和谐的工作环境，依法保障女性员工的权利与利益，落实女性员工在孕期、产期和哺乳期内的福利待遇。

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。



母婴室

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。

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。



◆ 薪酬福利

◎ 薪酬管理

公司制定《薪资支付管理制度》，致力于建立与可持续发展目标相契合的薪酬与绩效管理体系，确保薪酬设计既符合外部市场竞争，又体现内部公平与差异化激励。薪酬体系遵循外部竞争性、内部差异化和绩效导向原则，以吸引、保留和激励优秀人才。

薪酬结构由固定收入、浮动收入及长期激励三部分构成，其中固定收入保障员工基本生活，浮动收入与公司年度业绩及个人绩效紧密挂钩，长期激励则关注员工与公司的共同成长。

◎ 福利待遇

公司秉承员工的福利是公司持续发展的关键因素之一的理念，制定员工福利体系，除为员工提供法定节假日和五险一金外，还增设一系列补充福利，提高员工工作积极性和在岗幸福感。



法定福利

社会保险、住房公积金及带薪年假



补充福利

健康与保障方面：为退休返聘人员以及有潜在工作风险的岗位配备有商业意外险；

生活与平衡方面：提供餐食补贴、交通费用报销等；

员工休息权方面，除法定假期外，还提供带薪病假、育儿假等弹性休假安排。



◆ 绩效管理

◎ 绩效考核机制

公司制定并落实《绩效考核制度》等制度，确立以战略目标为导向、以岗位职责为基础的绩效考核机制。绩效考核机制以月度、季度、年度为周期，覆盖绩效计划、实施与辅导、考核与面谈、申诉与反馈全流程。考核维度包括工作业绩、业务能力、作风形象等方面，综合运用KPI、OKR等考核方式，并结合360度评估等多角度反馈，强化过程管理与结果导向。通过“271”管理等工具，实现绩效差异化管理，推动员工与组织协同发展，支持公司ESG目标的实现。

◎ 申诉与反馈机制

为规范绩效管理过程，公司人力资源部建立员工绩效申诉流程并常态化运作，如员工对考评结果有异议，可在绩效评估后2个工作日内采取邮件形式向人力资源部或HRBP提交申诉书。人力资源部或HRBP收到员工邮件申诉后，应在5个工作日内作出是否受理的答复，并在10个工作日内负责调查、协调，提出建议，处理过程实行全程保密原则。公司严格保障员工的申诉权利，杜绝任何形式的打击报复或歧视行为。

◆ 劳动关系管理

公司构建“分类处理、闭环管理”的全周期离职管理体系，制定《劳动合同管理制度》等制度文件，规范了劳动解除流程。试用期内员工需提前3天在钉钉中填写离职申请流程，已转正人员需提前30天在钉钉中填写离职申请流程，且在离职当天填写《离职交接表》办理离职手续。对于未提前30天通知公司的人员，其最后工作日需得到部门总监和人力资源总监的批准。员工在递交离职申请书后，如需撤销已经由上级批准的离职申请，需通过邮件提交申请，经部门总监和高级BP/分管负责人审批同意，直接在钉钉中撤销无效。公司依据当时情况，再作出是否留用的决定。

📖 培训与发展

丽人丽妆秉持“员工是最宝贵财富”的核心理念，注重员工培养与发展，致力于为员工提供平等、持续的发展机会。

◆ 员工培训

公司注重人才培养，聚焦业务实际发展需求，以及岗位能力与个人成长需求，制定《培训管理制度》，建立分层分类的培训课程体系，结合线上线下等多种形式开展培训工作。针对新员工设置入职培训，涵盖企业文化、规章制度与岗位基础技能，助力快速融入；针对在职员工，匹配专业技能提升、业务进阶等专题培训，结合线上学习平台与线下实操演练强化效果；同时为储备人才与管理岗人员定制领导力、团队管理等专项课程，搭配导师带教机制深化实战能力。这套培训体系既精准适配不同阶段员工的成长诉求，也为公司人才梯队的建设与核心能力的沉淀提供了有力支撑。

截至报告期末，公司内部讲师共6人，并自主开发了66门内部课程，主要学习平台课程类型有推广、策划、设计、客服中心等岗位培训，以及ERP系统操作、影刀RPA、AI工具应用、沟通技巧、法务法规等技能培训。

未来，公司将持续对培训发展体系进行优化与完善，为员工成长赋能，为企业发展助力。

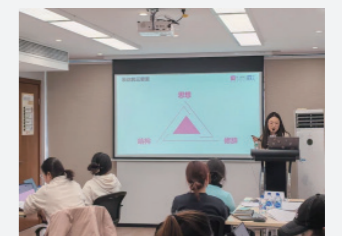
| 丽人丽妆培训发展体系 | | | | | | | |
|------------------|--|---|---|---|---|---|--|
| 打造专业、全面、分层级的优质内容 | | | | | | | |
| 培训分类 | 新人入职培训 | 在职技能培训 | | 软技能培训 | 管理层培训 | 特色培养项目 | 文化建设 |
| 内容概览 | <ul style="list-style-type: none"> • 新人学习地图 • 新人线下培训 | 职业技能课程 <ul style="list-style-type: none"> • 岗位基础技能 • 职业通用技能 • 电商运营知识 • 产品知识 • AI应用知识 • 专题微课 • 系统工具使用 • 外采课程 • 短视频知识 | 职业技能考试认证 <ul style="list-style-type: none"> • 考试 • 内控审计大考 • 法务合规大学 • PRA技能认证 • 外部机构认证 | <ul style="list-style-type: none"> • 沟通技巧 • 高管分享会 • 其他软技能类 • AI/RPA落地 | <ul style="list-style-type: none"> • 教练辅导 • 基础管理训 • 进阶管理训 • 高管训 | <ul style="list-style-type: none"> • 管培生培养 • 星航计划 | <ul style="list-style-type: none"> • 企业文化搭建 |
| | | 备注：黑色字体为已有的课程/项目，红色字体为2026年重点开发或新增的课程/项目 | | | | | |
| 目的 | 了解公司和业务，建立同意的价值观 | 掌握岗位基础技能，达到基本合规标准与岗位技能要求 | 提升个人认知，增长个人软实力 | 提升管理者科学管理能力 | 储备高潜能人才成为管理者后备 | 加强员工凝聚力 | |
| 形式 | 线上课程+线下培训+考试+认证+辅导+咨询等多种模式组合 | | | | | | |

案例 新员工培训

2025年，公司开展新人入职培训专项，通过线上视频观看+线上培训结合的学习方式帮助新人快速了解公司业务，融入新环境，掌握基础岗位技能。

案例 课程：结构性思维

2025年，公司开展结构性思维课程。结构性思维课程不仅能提升员工的个人职场竞争力，更能通过统一思维语言、优化协作模式、提高成果质量，提高员工日常工作工具的使用效率，最终转化为公司的核心竞争力。



关键绩效

| | | |
|---------------|-----------------|--------------|
| 员工培训场次 | 接受培训总人次 | 接受培训总人数 |
| 33 场 | 7,870 人次 | 752 人 |
| 培训总时长 | 员工培训覆盖率 | |
| 450 小时 | 100% | |

◆ 职业发展

公司制定了《晋升管理制度》，搭建了管理类、专业类和操作类三大类纵向晋升路径，开放跨类别横向发展机会，形成“纵向晋升+横向流动”的多重阶梯发展模式，明确了各岗位的成长阶梯，让员工清晰职业进阶方向。同时推进内部轮岗、储备管理人员培养与内部竞聘机制，内部轮岗是员工横向发展的主要通道，帮助员工拓展跨部门能力边界；储备管理人员体系为有管理潜力的员工提供专项培养；内部竞聘则开放公平的晋升机会，让优秀人才可通过公开竞争获得更高岗位。科学的晋升体系既保障了员工成长的确定性，也为公司发展输送了多元能力的人才。

| 职位类别 | | | | | |
|--------|-----|------|-----|---------|----|
| 管理类 | | 专业类 | | 操作类 | |
| 支持 | / | 辅助支持 | P1 | 一线操作 | O1 |
| | | | P2 | | O2 |
| 独立工作 | / | 业务专长 | P3 | 熟练技术 | O3 |
| | | | P4 | | O4 |
| | | | P5 | 现场管理与控制 | O5 |
| 部门日常管理 | M1 | 业务专家 | P6 | | |
| | | | M2 | | |
| | | | M3 | | |
| 部门决策 | M4 | 行业专家 | P9 | | |
| | | | P10 | | |
| | | | P11 | | |
| | | | P11 | | |
| 业务战绩 | M7 | | | | |
| | M8 | | | | |
| | M9 | | | | |
| 公司战略 | M10 | | | | |
| | M11 | | | | |

职业发展路径

员工关怀与沟通

公司秉持“关心员工、促进和谐、共同发展”的原则，通过多种形式为员工提供更好的福利和服务，促进员工之间的交流与合作，营造和谐、积极向上的企业文化。

◆ 民主管理与沟通

公司尊重员工结社自由和集体谈判的权益，成立企业工会委员会，畅通民主沟通渠道，定期召开员工代表大会，让员工代表参与企业决策，了解工会工作情况，提出建议和意见，实现员工和企业管理层的有效沟通。报告期内，工会审议通过项目3项。

同时，公司高度重视内部沟通建设，致力于与员工构建平等对话的良性互动关系。一方面，搭建员工服务热线，支持实名或匿名双渠道反馈，为员工表达意见、反映情况提供便捷路径；另一方面，持续优化沟通机制，畅通多元沟通渠道，通过新员工转正面谈、离职访谈等专项沟通形式，及时为员工答疑解惑。通过多元、畅通的沟通渠道，公司能够及时倾听员工真实声音与需求，积极响应，结合实际情况开展改进工作，持续提升员工满意度和幸福感。

◆ 呵护心理健康

公司高度重视员工心理健康建设，通过定期开展压力疏导、情绪管理等主题活动，帮助员工平衡工作与生活节奏，有效缓解职场压力。这些举措有效守护员工的心理状态，助力员工以更积极健康的身心投入工作，筑牢企业稳定发展的人才根基。

案例 “突破思维的墙”活动

2025年11月21日，公司组织了一场90分钟的“突破思维的墙”活动。这是一次“思维模式+积极心理学”的跨界升级体验。通过情境重构练习、认知互动游戏和视角转换训练，带你打破自我限制、告别焦虑拖延，提升心理灵活性与团队效能。



案例 “心之力，提升心理韧性与复原力”

2025年12月19日，公司组织了一场90分钟的“心之力，提升心理韧性与复原力”活动。成员通过OH卡探索与团体互动，借助OH卡深入了解自我情感与资源，发现内在优势和社会支持，提升心理韧性和创新解决问题的能力，在安全开放的场域中分享倾听，增强心理能量，从容应对未来变化。



◆ 帮扶困难员工

公司高度重视困难员工帮扶工作，专项设立员工救助基金，为遭遇困难的员工提供及时、必要的应急帮扶，助力员工纾难解困，切实增强员工的安全感与归属感，让员工真切感受到企业的关怀与温暖。

◆ 守护健康安全

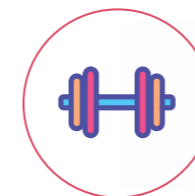
公司围绕员工健康与安全构建了全方位守护体系，常备各类药品并按月补给，配备健身器材以保障日常健康，部署AED设备应对突发急症，每月开展消防培训与演练筑牢安全防线，为员工打造安心的工作环境。

| 指标 | 2025年 |
|-----------|-------|
| 安全生产事故数 | 0起 |
| 因工作关系死亡人数 | 0人 |
| 工伤保险人员覆盖率 | 99.6% |



药品补给

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。



健身器材

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。



突发情况保障

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。



安全提醒

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。

践行社会责任

◆ 社区公益

公司始终坚持将共建共治共享的理念深度融入社区发展之中,积极开展形式多样的公益慈善与志愿服务。公司通过持续参与社区治理、支持公共服务、组织志愿行动等方式,与居民、街道及相关机构保持紧密协作,共同营造安全、温暖、互助的社区氛围。

此外,公司全年向社会提供了322多个就业岗位,为稳定就业、促进人才发展贡献了企业力量。其中,近20名本科及硕士应届毕业生顺利入职,公司通过提供系统化培训与发展平台,助力青年人才实现职业成长。

案例

报告期内,公司向徐家汇街道平安办捐赠产品,为基层反诈宣传活动提供物资支持,助力提升群众反诈意识,筑牢社区安全防线。

在大型公共活动保障中,公司协助徐汇妇联组织女性志愿者,为上海体育场举办的时代少年团“加冠礼”演唱会提供安保协助,同时赞助高倍数防晒霜贴心关怀志愿者,以物资支持与人力协同双重助力活动顺利开展。

案例

丽人丽妆携手火柴公益关爱乡村教师

2025年,丽人丽妆携手火柴公益,为乡村学校教师捐赠暖冬护肤礼包大约12,000份,聚焦乡村一线教师,礼赠一份心意之礼致敬乡村教育守望者,传递社会关怀和新春祝福,让专业护肤的呵护跨越山海,把美与关怀送进山野讲台,让教师们坚韧而美丽的底色,从容舒展,光华自现。本次物资捐赠给全国甘肃省、河南省、贵州省等约20个省份,惠及多地近400所学校的12,000名教师,送去总价值近120万元的暖冬护肤礼包,让坚守焕发从容光彩,以更佳状态投身于教育事业。



◆ 乡村振兴

公司多年来将支持乡村振兴作为履行社会责任的重要方向,尤其重视乡村教育发展与人才培养,通过捐赠学习物资、援建教学设施等方式,定向支持乡县学生的成长与发展。公司希望为教育资源薄弱地区的学生提供更公平的学习机会和更优质的教育条件,拓宽视野、提升能力。

报告期内,公司向云南省石屏县红十字会捐赠价值122,448元的物资,用于石屏县困境妇女及学生的帮扶。未来,丽人丽妆将持续深化教育帮扶模式,推动助学与可持续发展相结合,为乡村振兴注入持久的人才动力。

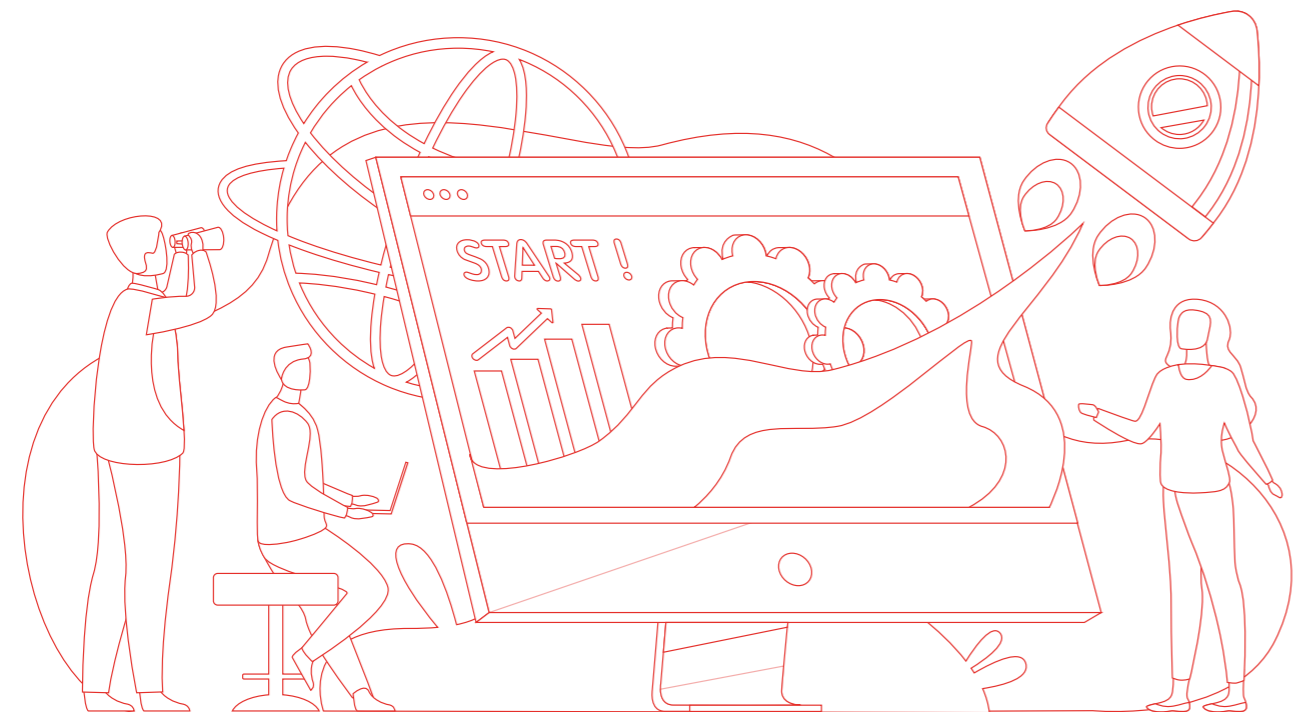
附录

◆ 指标索引

上海证券交易所《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)》索引

| 披露要求 | 对应的本报告章节 |
|--------------|---|
| 应对气候变化 | 环境保护篇-应对气候变化 |
| 污染物排放 | 公司日常经营活动无污染物排放,此议题不适用。 |
| 废弃物处理 | 环境保护篇-环境合规管理 |
| 生态系统和生物多样性保护 | 环境保护篇-践行绿色发展 |
| 环境合规管理 | 环境保护篇-环境合规管理 |
| 能源利用 | 环境保护篇-资源利用 |
| 水资源利用 | 环境保护篇-资源利用 |
| 循环经济 | 环境保护篇-资源利用 |
| 乡村振兴 | 美好生活篇-践行社会责任 |
| 社会贡献 | 美好生活篇-践行社会责任 |
| 创新驱动 | 产业价值篇-创新驱动 |
| 科技伦理 | 公司日常生产经营过程中无涉及生命科学、人工智能等科技伦理敏感领域的科学研究等活动,因此本报告期末将议题列为实质性议题。 |
| 供应链安全 | 产业价值篇-负责任供应链 |
| 平等对待中小企业 | 公司不存在应付账款余额超过300亿元或总资产超50%,以及通过国家企业信用信息公示系统向社会公示逾期未支付中小企业款项信息的情况,因此本报告期末将议题列为实质性议题。 |
| 产品和服务安全与质量 | 产业价值篇-产品和服务安全与质量 |
| | 产业价值篇-客户服务管理 |

| 披露要求 | 对应的本报告章节 |
|-----------------|--------------------|
| 数据安全与客户隐私保护 | 产业价值篇-信息安全与数据安全 |
| 员工 | 美好生活篇-员工权益保障 |
| | 美好生活篇-培训与发展 |
| | 美好生活篇-员工关怀与沟通 |
| 尽职调查 | 公司治理篇-合规经营 |
| | 公司治理篇-风险管理 |
| 利益相关方沟通 | 可持续发展治理-利益相关方沟通 |
| 反商业贿赂及反贪污 | 公司治理篇-商业道德 |
| 反不正当竞争 | 公司治理篇-商业道德 |
| 自主披露的议题: | |
| 股东权益保护 | 公司治理篇-投资者关系管理与股东权益 |
| 规范公司治理 | 公司治理篇-公司治理 |
| 职业健康与安全 | 美好生活篇-员工关怀与沟通 |



◆ 关键绩效表

经济绩效

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|------|----|------------|------------|-------------------|
| 营业收入 | 万元 | 276,239.23 | 172,818.59 | 169,215.47 |
| 总资产 | 万元 | 304,794.99 | 274,893.80 | 272,979.81 |
| 纳税总额 | 万元 | 10,985.84 | 20,465.24 | 6,249.83 |

治理绩效

治理结构与董高薪酬管理

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|----------|----|-------|-------|-----------|
| 股东会召开总次数 | 次 | 2 | 2 | 2 |
| 审议通过事项 | 项 | 23 | 18 | 31 |
| 董事会成员人数 | 人 | 6 | 6 | 5 |

按性别划分

| | | | | |
|----|---|---|---|----------|
| 男性 | 人 | 3 | 3 | 2 |
| 女性 | 人 | 3 | 3 | 3 |

按类型划分

| | | | | |
|-------|---|---|---|----------|
| 独立董事 | 人 | 2 | 2 | 2 |
| 非独立董事 | 人 | 4 | 4 | 3 |

按年龄划分

| | | | | |
|--------------------------|----|----|----|---------------|
| 35岁以下 | 人 | 0 | 0 | 1 |
| 35-49岁 | 人 | 3 | 2 | 2 |
| 50岁及以上 | 人 | 3 | 4 | 2 |
| 董事会召开次数 | 次 | 5 | 4 | 7 |
| 审议通过事项 | 项 | 57 | 39 | 68 |
| 董事及高级管理人员报酬 (包含现任和离任) | 万元 | / | / | 846.96 |

投资者关系管理

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|--------------|----|-------|-------|-------|
| 接待投资者活动次数 | 次 | 3 | 3 | 3 |
| 在e互动投资者提问总数 | 次 | 150 | 111 | 70 |
| 在e互动投资者回答问题数 | 次 | 150 | 111 | 70 |
| 在e互动投资者回复率 | / | 100% | 100% | 100% |

商业行为

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|--------------------------------------|----|-------|-------|-------|
| 廉洁协议等有关商业行为书签署人数 | 人 | 1,039 | 898 | 752 |
| 廉洁协议等有关商业行为书签署率 | / | 100% | 100% | 100% |
| 因公司商业贿赂及贪污导致诉讼或重大行政处罚的涉案金额 | 万元 | 0 | 0 | 0 |
| 因公司不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的涉案金额 | 万元 | 0 | 0 | 0 |
| 违反有关产品和服务信息与标识法规和/或自愿性守则的事件总数 | 件 | 0 | 0 | 0 |
| 违反有关营销传播(包括广告、促销和赞助)的法规和/或自愿性守则的事件总数 | 件 | 0 | 0 | 0 |

环境绩效

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|-----------------------------|----|-------|-------|-------|
| 因环境事件受到生态环境等有关部门重大行政处罚的处罚事件 | 件 | 0 | 0 | 0 |
| 因环境事件受到生态环境等有关部门重大行政处罚的处罚金额 | 万元 | 0 | 0 | 0 |

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|----------------|-------------|-----------|-----------|----------|
| 总用水量 | 吨 | 7,140 | 6,024 | 4,183 |
| 人均耗水量 | 吨 | 6.87 | 6.71 | 5.56 |
| 用水强度 | 吨/百万元 | 2.58 | 3.49 | 2.47 |
| 外购电力总量 | 千瓦时 | 1,007,166 | 1,158,018 | 862,082 |
| 能源消耗总量 | 吨标准煤 | / | / | 105.95 |
| 人均能耗强度 | 吨标准煤/人 | / | / | 0.14 |
| 包装材料使用总量 | 吨 | 2,500.00 | 1,800.00 | 1,821.60 |
| 纸类包材 | 吨 | 3,002.28 | 2,171.65 | 1,821.60 |
| 包装材料消耗强度 | 吨/百万元 | 0.91 | 1.04 | 1.08 |
| 温室气体排放总量 | 吨二氧化碳当量 | 574.39 | 660.42 | 462.59 |
| 间接温室气体排放量(范围二) | 吨二氧化碳当量 | 574.39 | 660.42 | 462.59 |
| 温室气体排放强度 | 吨二氧化碳当量/百万元 | 0.21 | 0.38 | 0.27 |

注:公司运营环节产生的温室气体主要为外购电力使用间接产生的范围二,本报告所披露的温室气体排放总量涵盖范围二间接温室气体排放量,计算方法参考《工业其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南》。

社会绩效

产业价值

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|--------------|----|----------|----------|----------|
| 研发投入 | 万元 | 1,227.08 | 2,343.48 | 1,753.84 |
| 研发投入占营业收入比例 | / | 0.44% | 1.36% | 1.04% |
| 研发团队总人数 | 人 | 32 | 31 | 32 |
| 研发人员占员工总人数比例 | / | 3% | 3% | 4% |

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|-----------------------|----|-------|---------------------------|-----------------------------|
| 研发人员按学历划分 | | | | |
| 本科以下 | 人 | 13 | 10 | 9 |
| 本科 | 人 | 14 | 14 | 16 |
| 硕士 | 人 | 5 | 6 | 6 |
| 博士 | 人 | 0 | 1 | 1 |
| 研发人员按性别划分 | | | | |
| 男性 | 人 | 25 | 24 | 24 |
| 女性 | 人 | 7 | 7 | 8 |
| 知识产权 | | | | |
| 授权专利累计数 (有效期内的专利数) | 项 | 2 | 2 | 2 |
| 专利申请数 | 项 | 0 | 2 | 4 |
| 授权实用新型专利累计数 | 项 | 1 | 1 | 1 |
| 授权外观设计专利累计数 | 项 | 1 | 1 | 1 |
| 软件著作权累计数 | 项 | 14 | 14 | 14 |
| 商标累计数 | 项 | 443 | 488 | 555 |
| 发表论文累计数 | 篇 | 2 | 2 | 11 |
| 客户服务 | | | | |
| 客户投诉数量 | 次 | 45 | 208 | 259 |
| 客户投诉解决数量 | 件 | 345 | 208 | 259 |
| 投诉处理率 | / | 100% | 100% | 100% |
| 参与调查的客户数量 | 人 | / | / | 天猫平台:836,432 抖音平台:77,923 |
| 客户满意度/满意度总分 | / | 89% | 天猫平台:87.68% 抖音平台:91.2% | 天猫平台:94.88% 抖音平台:90.47% |
| 平均客服响应时间 | 秒 | 29 | 天猫平台:20.87S 抖音平台:13.7S | 天猫平台:14.74S 抖音平台:12.15S |
| 供应链管理 | | | | |
| 供应商总数 | 个 | / | / | 358 |

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|------------------|----|-------|-------|-------|
| 数据安全与隐私保护 | | | | |
| 信息安全考核次数 | 次 | 3 | 3 | 2 |
| 信息安全考核参与人数 | 人 | 927 | 1,008 | 825 |
| 信息安全考核通过人数 | 人 | 927 | 1,000 | 825 |
| 发生泄露客户信息事件数量 | 件 | 0 | 0 | 0 |



劳工权益

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|--------------------|----|-------|-------|-------|
| 员工总人数 | 人 | 1039 | 898 | 752 |
| 其中:少数民族员工数 | 人 | 41 | 36 | 28 |
| 残疾人员工数 | 人 | 12 | 13 | 12 |
| 退伍军人员工数 | 人 | 1 | 1 | 1 |
| 少数民族员工占比 | / | 4% | 4% | 4% |
| 劳务派遣人员 | 人 | 0 | 0 | 0 |
| 按性别划分员工数 | | | | |
| 女性 | 人 | 701 | 611 | 501 |
| 男性 | 人 | 338 | 287 | 251 |
| 按年龄划分员工数 | | | | |
| 30岁以下(不含30岁) | 人 | 517 | 382 | 279 |
| 30-40岁(含30岁,不含40岁) | 人 | 454 | 441 | 392 |
| 40-50岁(含40岁,不含50岁) | 人 | 56 | 57 | 64 |
| 50岁及以上 | 人 | 12 | 18 | 17 |

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|--------------------|----|--------|--------|---------------|
| 按职级划分员工数 | | | | |
| 高级管理层 | 人 | 46 | 47 | 46 |
| 中级管理层 | 人 | 209 | 190 | 173 |
| 其他员工 | 人 | 784 | 661 | 533 |
| 按教育程度划分员工数 | | | | |
| 中专及以下 | 人 | 93 | 72 | 50 |
| 大专 | 人 | 353 | 289 | 244 |
| 本科 | 人 | 527 | 488 | 409 |
| 硕士及以上 | 人 | 66 | 49 | 49 |
| 按职能划分员工数 | | | | |
| 技术 | 人 | 32 | 31 | 32 |
| 财务 | 人 | 40 | 38 | 29 |
| 客服 | 人 | 89 | 58 | 52 |
| 运营 | 人 | 677 | 590 | 527 |
| 支持 | 人 | 201 | 181 | 112 |
| 劳动合同签订的员工人数 | 人 | 1039 | 898 | 752 |
| 劳动合同签订率 | / | 100% | 100% | 100% |
| 新进员工数 | 人 | 573 | 399 | 322 |
| 员工总流失率 | / | 34.13% | 37.50% | 38.20% |
| 管理人员中女性人数 | 人 | 147 | 144 | 132 |
| 管理人员中女性人数比例 | / | 58% | 61% | 60% |
| 有权享受育儿假的员工总数 | 人 | 30 | 42 | 45 |
| 休育儿假的员工总数 | 人 | 29 | 41 | 43 |
| 育儿假结束后在报告期内返岗的员工总数 | 人 | 29 | 41 | 43 |
| 享受育儿假员工返岗率 | / | 100% | 100% | 100% |
| 参保人数 | 人 | 1038 | 891 | 749 |

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|--------------------|----|--------|--------|---------------|
| 社会保险覆盖率 | / | 99.90% | 99.22% | 99.60% |
| 定期接受绩效和职业发展考核的员工人数 | 人 | 847 | 858 | 709 |
| 定期接受绩效和职业发展考核的员工比例 | / | 82% | 96% | 94% |
| 工会审议通过项目数 | 项 | 3 | 3 | 3 |
| 工会会员人数 | 人 | 142 | 103 | 155 |
| 工会会员占在职员工的比例 | / | 14% | 11% | 21% |
| 收到员工投诉数目 | 宗 | 0 | 0 | 0 |



培训与发展

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|-------------------|----|--------|-------|---------------|
| 员工培训投入 | 万元 | / | / | 82,300 |
| 员工培训场次 | 场次 | 33 | 66 | 33 |
| 接受培训总人次 | 人次 | 10,706 | 9,754 | 7,870 |
| 接受培训总人数 | 人 | / | / | 752 |
| 按性别划分的受训人数 | | | | |
| 女性 | 人 | / | / | 501 |
| 男性 | 人 | / | / | 243 |
| 按职级划分受训人数 | | | | |
| 高级管理层 | 人 | / | / | 3 |
| 中级管理层 | 人 | / | / | 53 |
| 基层员工 | 人 | / | / | 533 |

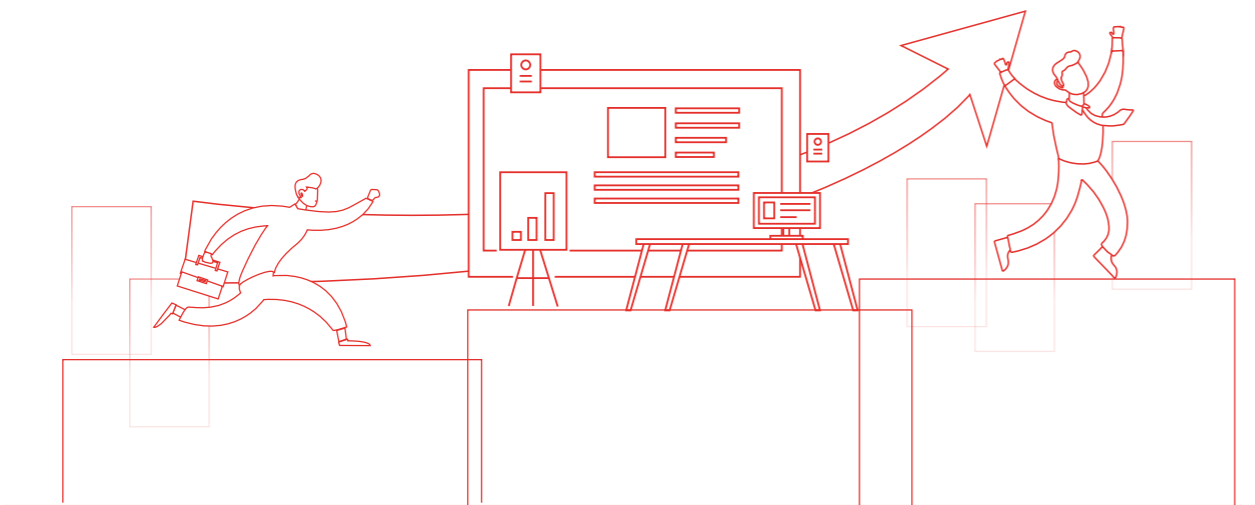
| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|------------------|----|-------|-------|-------|
| 按职能划分受训人数 | | | | |
| 技术 | 人 | / | / | 32 |
| 财务 | 人 | / | / | 29 |
| 其他 | 人 | / | / | 691 |
| 员工培训覆盖率(员工培训比率) | / | / | / | 100% |
| 培训总时长 | 小时 | 454 | 460 | 450 |

职业健康与安全

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|-------------|----|-------|-------|-------|
| 安全生产事故数 | 起 | 0 | 0 | 0 |
| 因工作关系死亡人数 | 人 | 0 | 0 | 0 |
| 应参加工伤保险的总人数 | 人 | 1038 | 891 | 749 |
| 工伤保险人员覆盖率 | / | 99.9% | 99.2% | 99.6% |

社会贡献

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|----------|----|-------|-------|---------|
| 公益慈善投入 | 万元 | 75.29 | 20.23 | 127.20 |
| 乡村振兴投入金额 | 元 | / | / | 122,448 |



◆ 意见反馈表

尊敬的读者：

感谢您阅读本报告。我们高度重视并期待聆听您对本报告的宝贵反馈。您的意见和建议是我们不断提升ESG信息披露质量、深化ESG管理与实践的重要推动力量。我们诚挚欢迎并衷心感谢您的参与与支持！

1.您对我们ESG管理和实践的总体评价是：

非常好 好 一般 较差 差

2.您对本报告的总体评价是：

非常好 好 一般 较差 差

3.您认为我们在利益相关方沟通方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

4.您认为我们在公司治理方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

5.您认为我们在环境保护、资源管理和应对气候变化方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

6.您认为我们在产品质量和服务管理方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

7.您认为我们在供应链安全管理方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

8.您认为我们在员工权益保障及职业健康管理方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

9.您对我们履行ESG及本报告有何意见和建议？

您可通过以下方式联系我们：

网址：www.lrlz.com

电话：021-64663911

邮箱：shlrlz@lrlz.com

地址：上海市徐汇区番禺路 876 号