

PROYA
珀莱雅
COMPANIES

2022

可持续发展
暨环境、社会及公司治理
(ESG) 报告



美美相生 共向未来

联合创始人致辞	01
关于珀莱雅	03

可持续发展贡献报告

珀莱雅可持续发展治理体系	09
与众不同，贡献可持续业务新模式	13
成就美好，以品牌行动回应时代呼唤	17

ESG 管理实践报告

ESG 治理体系	29
环境责任	33
产品与客户责任	47
供应链责任	65
员工责任	69
社区责任	79
公司治理	82
合规运营	89

ESG 关键量化绩效表	93
对标索引表	99
报告编制说明	107
附录：子公司报告范围	109

目录 CONTENTS

联合创始人致辞

过去的 2022 年，仍旧是充满挑战的一年。国际冲突、气候变化……这一系列的事件让我们深刻认识到，时代如何影响并将持续影响着每一个人。外部环境的波动，让珀莱雅更加坚定了可持续发展的决心。因为我们相信，以长期、可持续发展战略为导向，能够帮助企业更好地应对人类面临的环境、社会挑战，在充满不确定性的时代把握发展机遇。

对化妆品行业而言，我们面对着快速变化的市场环境和新生代的消费群体。从 2006 年到 2022 年，中国限额以上单位化妆品零售额一路攀升至 3,936 亿元，在 15 年间增长了 10.17 倍，珀莱雅在 2022 年的营业收入达到 63.85 亿元，同比增长 37.82%，创下历史新高。快速增长的背后是国家经济的持续发展和公众追求美好生活的消费理念变迁。但与此同时，新生代群体的消费理念正经历着长久而深刻的变化，消费者在选择化妆品时，不仅考虑其品质和效果，还要考虑其环境和社会影响，并选择可持续的产品和品牌。我们致力于引领这一消费理念变革，与消费者和合作伙伴一起，共建美好未来。

我们在 2022 年发布“美美相生 共向未来”的可持续发展战略规划，在向消费者提供高品质产品的同时，主动承担起环境和社会责任。我们将珀莱雅的可持续贡献定位于产品、价值链与社会。

产品作为珀莱雅可持续贡献的起点，是我们持续创造环境与社会贡献的基础。正如报告中所展现的，我们立足产品研发、原材料采购、生产、物流运输、使用等全生命周期，进行可持续产品管理，通过使用安全、天然有机成分，减少包装浪费，采购环保原材料，推广清洁生产等措施，为消费者提供更多的可持续消费选择。

当然，珀莱雅也从未止步于此。我们站在全价值链的高度，致力于带动更多的合作伙伴开展可持续转型。在 2022 年，我们首次向上游供应商与下游经销商收集碳排放数据，探索建立上下游产业链的碳数据追踪机制，逐步推动全价值链的碳减排。同时，我们也向核心供应商开展 ESG 培训，赋能供应商开展 ESG 管理。

我们认为，一家成功、有价值的企业，不仅在于其可以通过可持续经营为投资者、员工和社会带来丰厚的经济回报，也在于其直面社会的诸多挑战，为建设包容、和谐、美好的社会贡献力量。珀莱雅致力于将自身发展成果与社会共享，为员工打造平等、多元的成长环境，倾听员工声音，保障员工权益；同时，我们也聚焦于“性别平等”“爱与亲密关系”“家庭责任”“青春与成长”“心理健康”五大主题，通过观念倡导、社会公益等活动，让更多的人感受美好、成就美好。

珀莱雅坚信，企业只有将自身利益与时代和人类的利益统一起来，承担环境与社会责任，践行可持续发展，才能走向基业长青。道阻且长，行则将至。在过去的几年中，我们在可持续发展方面前进了很多，而更重要的是，我们将进一步巩固和加强可持续发展，把这一理念深植于企业发展战略，在可持续发展道路上砥砺前行，积跬步以至千里。



联合创始人合影 ▾





关于珀莱雅

公司介绍

珀莱雅化妆品股份有限公司(以下简称“珀莱雅”“公司”“我们”)致力于构建新国货化妆品产业平台,主要从事化妆品类产品的研发、生产和销售,公司自有品牌已覆盖大众精致护肤、彩妆、洗护、高功效护肤等美妆领域。通过不断的技术创新、产品优化、营销创新,致力于成为世界一流的美妆企业。

公司名称:

珀莱雅化妆品股份有限公司

英文名称:

PROYA COSMETICS CO.,LTD.

上市代码:

603605 (上海证券交易所)

公司总部:

浙江杭州

成立时间:

2006 年

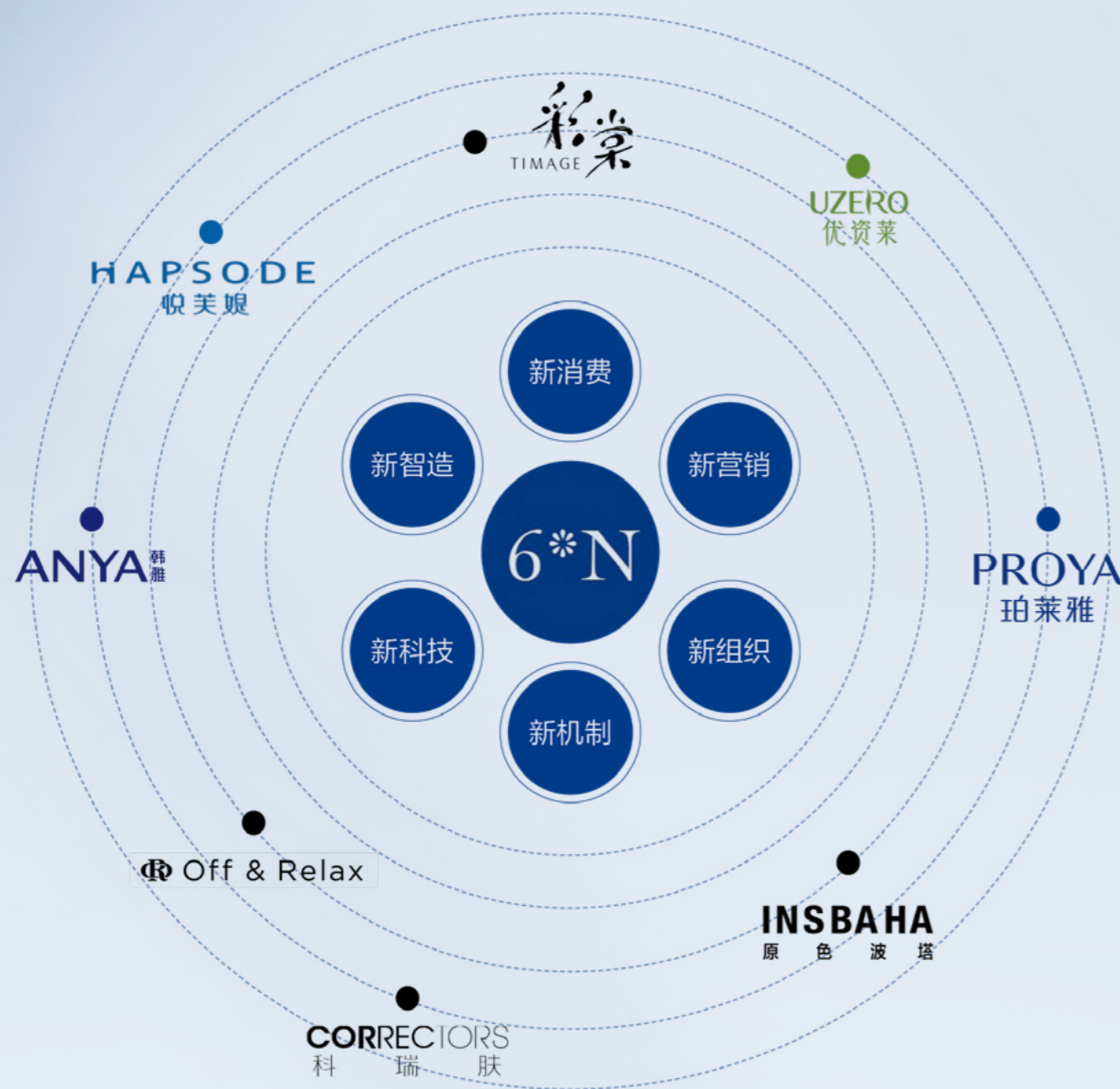
公司发展:

公司的化妆品研发、生产和销售主要在中国大陆进行,在浙江湖州设有护肤、彩妆两个生产工厂

公司产品销售网络包含电子商务、日化专营店、商场超市、单品牌店等渠道

截至报告期末,公司共有员工 3,177 人

“6*N” 发展战略



“6*N” 核心内涵是指基于以上六项能力打造，赋能、孵化出满足“不同”消费者“不同”需求的“不同”品牌。

公司亮点绩效

ESG 评级成果 >



企业荣誉及社会认可 >

企业荣誉及社会认可	颁发机构
沪市主板上市公司 2021-2022 年度信息披露工作 A 级评价	上海证券交易所
2022 年上市公司董办最佳实践奖	中国上市公司协会
2022 年度浙江上市公司最佳内控奖 TOP30	第六届上市公司高质量发展论坛
杭州市“鲲鹏企业”荣誉称号	中共杭州市委
主板上市公司价值 100 强	证券时报
时代金融金桔奖资本市场类：高质量发展上市公司	时代周报
2022 银柿·价值公司奖	浙江日报报业集团、同花顺、银柿财经
2022 中国新消费年度上市公司	第一财经
最受机构关注上市公司 TOP10	IRSC 第六届中国卓越 IR
最佳 ESG 奖	IRSC 第六届中国卓越 IR

可持续发展绩效 >

经济 66,009.66 万元 与去年同期相比增加 52.56%	纳税总额 7.18 元 (含税) 每股社会贡献值
24,666.19 万元 以 2022 年 12 月 31 日的总股本 283,519,469 股为测算基数	现金分红总额 8.7 元 (含税) 与去年同期相比增加 1% 每 10 股派发现金股利
4.31% 与去年同期相比增加 21%	研发投入占母公司营收 0 产品健康与安全方面的违法违规事件数
0 因工伤损失工作日数	
12.42 千克二氧化碳 与去年同期相比降低 32%	万元营收温室气体排放量 11.28 千克 与去年同期相比降低 14% 万元营收包装材料使用量
0 环境安全事故数	

2022 可持续发展贡献报告

—

| 珀莱雅可持续发展治理体系

可持续发展理念

秉持 " 美美相生，共向未来 " 的可持续发展理念，珀莱雅以扎实的可持续发展管理为基础，关心人与生态的可持续发展，用卓越的产品创造美，与伙伴、消费者一起传递美、成就美，让每一个当下生长为更美好的未来。



可持续的业务：创造美

持续创新研发，为消费者提供安全、卓效、可持续的产品，以可持续的业务创造美

美美相生，共向未来

企业使命

美丽永存，共享美好

企业愿景

成为世界一流的美妆企业

企业精神

勤奋务实、激情进取、诚信感恩

企业核心价值观

责任、学习、高效、协同、创新、公平



可持续的价值链：传递美

携手合作伙伴与消费者共同践行可持续发展与消费的理念，让可持续理念在价值链上传递



可持续的社会生态：成就美

为解决环境挑战与促进社会发展提供支持，成就更多人的美好生活

可持续发展战略规划

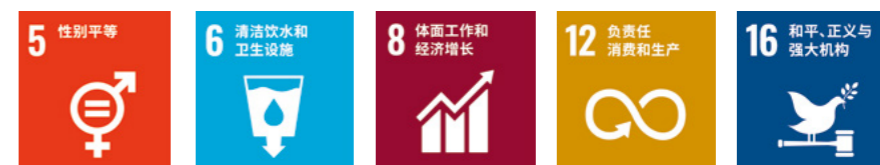
2022 年，珀莱雅编制了首个可持续发展战略规划——“美美相生，共向未来”，规划提出了珀莱雅可持续发展的三大支柱：可持续的业务、可持续的价值链、可持续的社会生态，并以全面的 ESG 管理为基石，推动可持续发展。

我们的可持续发展战略规划也对标联合国可持续发展目标 (SDGs)，聚焦以下可持续发展目标：目标 1 (无贫穷)、目标 3 (良好健康与福祉)、目标 4 (优质教育)、目标 5 (性别平等)、目标 6 (清洁饮水和卫生设施)、目标 7 (经济适用的清洁能源)、目标 8 (体面工作和经济增长)、目标 12 (负责任的消费和生产)、目标 13 (气候行动)、目标 14 (水下生物)、目标 15 (陆地生物)、目标 16 (和平、正义与强大机构)，希望能够在实现这些目标方面发挥重要作用。

以第一个可持续发展战略规划为起点，珀莱雅将不断积累经验，“积跬步、至千里”，在可持续发展道路上稳步前行。(有关珀莱雅可持续发展战略规划的具体内容，详见公司官网：proya-group.com)

三大支柱	总体目标	对应的 SDGs	2022 年珀莱雅行动
可持续的业务	<p>到 2025 年</p> <ul style="list-style-type: none"> 主要新产品或配方改良 100% 实现安全性、功效和可持续属性评估，重点改善产品在绿色包装、产品碳足迹和保护生物多样性等方面的表现 使用清洁能源的比例达 50%，实现自身运营碳达峰 <p>到 2030 年</p> <ul style="list-style-type: none"> 实现自身运营净零排放 	   	<ul style="list-style-type: none"> 采取节能技改、清洁能源置换、配送路线优化等方式，减少生产运营环节的化石能源使用量，降低自身碳排放。报告期内，万元营收温室气体排放量为 12.42 千克二氧化碳，同比下降 31.69% 通过绿色包装管理措施减少包装废弃物产生，进而减少陆地活动对海洋的污染 对棕榈油衍生品来源追溯，优先购买经 RSPO (The Roundtable on Sustainable Palm Oil, 可持续棕榈油圆桌倡议) 认证棕榈油，以减少森林砍伐及其对生物多样性的影响

三大支柱	总体目标	对应的 SDGs	2022 年珀莱雅行动
可持续的价值链	<p>到 2025 年</p> <ul style="list-style-type: none"> 带动所有价值链合作伙伴可持续转型并向同业分享自身可持续行动，并通过多种方式的产品可持续信息披露，面向消费者传递可持续消费理念 <p>到 2045 年</p> <ul style="list-style-type: none"> 实现全价值链碳中和 	 	<ul style="list-style-type: none"> 针对包材及原料供应商，开展 ESG 培训，向供应商传递珀莱雅的可持续发展战略规划以及 ESG 管理知识 收集供应商和下游经销商碳排放数据，鼓励合作伙伴开展节能减排行动
可持续的社会生态	<p>到 2025 年</p> <ul style="list-style-type: none"> 赋能 50 万女性、青年及少年发展 	   	<ul style="list-style-type: none"> 开展“性别平等”“爱与亲密关系”“家庭责任”“青春与成长”“心理健康”五大议题的社会倡导及公益活动 开展教育公益帮扶，捐赠学习文具和图书；捐赠 100 万元用于“一县一梦想”公益项目
全面的 ESG 管理			

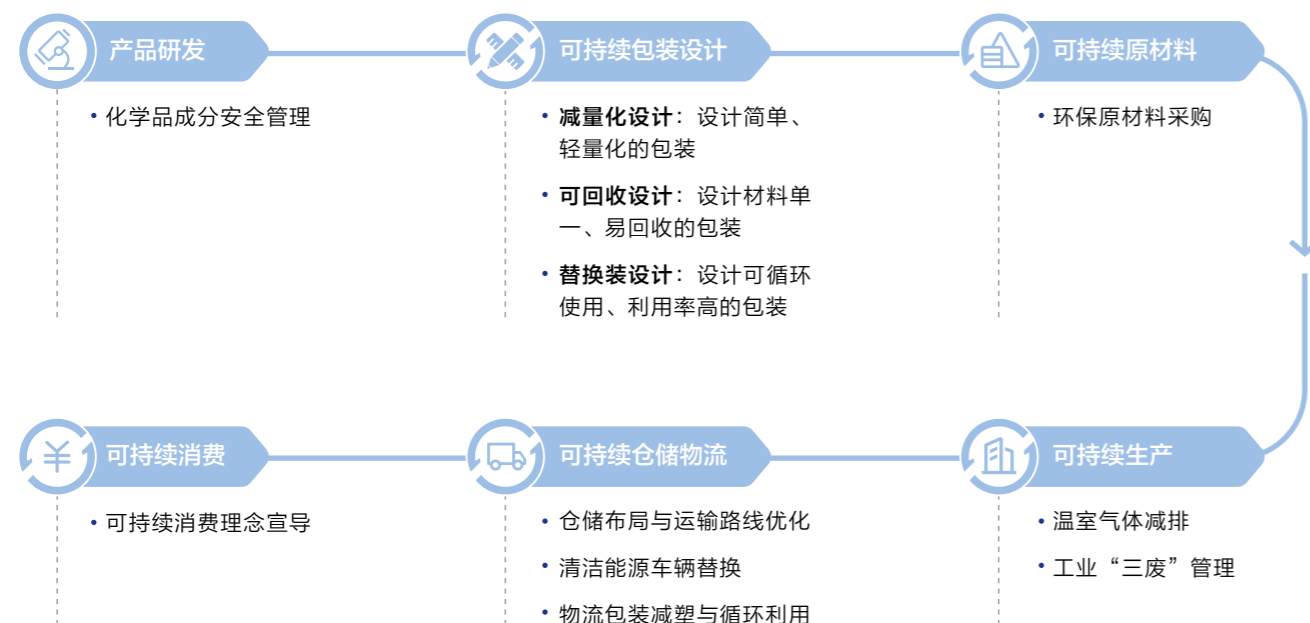


| 与同行，贡献可持续业务新模式

可持续的业务是珀莱雅可持续发展的原点，也是珀莱雅持续创造环境与社会贡献的基础，我们认为，要实现业务的可持续转型，就要从自身产品入手，立足产品研发、原材料采购、生产、物流运输、使用等全生命周期，强化可持续产品管理。

因此，我们持续完善可持续产品模型，关注自身产品对环境和人的影响，在各个环节改善产品的可持续表现。

可持续产品模型 ▾



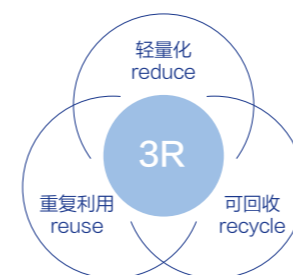
产品研发

对珀莱雅而言，为消费者提供安全可靠的产品是实现可持续发展、打造可持续产品的前提和保障。在产品研发过程中，我们严格管理使用的原料，根据法律法规和国际标准，在新产品研发中禁用有争议的成分。同时，我们根据临床研究成果和市场反馈，对产品成分进行实时调整。

亮点行动

报告期内，公司在售和研发中的大单品已完全汰换了尼泊金酯类防腐剂、矿物油等产品成分，进一步提高产品成分安全性。

可持续包装设计



对一款可持续的产品而言，包装设计应立足包装生产、使用与回收的全生命周期，在满足基本功能需求的基础上，尽可能地减少包装循环周期内所消耗的材料与能源，降低对环境的压力。

珀莱雅立足 3R (reduce 轻量化; reuse 重复利用; recycle 可回收) 的可持续包装设计路径，致力于从源头减少包装材料的使用，进一步实现包装轻量化，提高包装使用率与可回收率。

亮点行动

报告期内，我们将多款赠品外包装覆合铝箔袋改成单一材质，既简化了包装的制造工艺，又便于拆解回收、分类和再利用；同时我们将 30ml 和 50ml 双抗焕亮精华液包材升级成替换装，鼓励消费者重复利用产品外包装，减少塑料使用量。

可持续原材料

可持续的产品也意味着对其原材料可持续性的要求。珀莱雅坚持优先选用经过环保认证的原材料，包括包装原材料和成分原材料，如可持续森林认证的纸张、RSPO 认证棕榈油等。同时，通过了解原材料的来源及其生产方式，我们确保采购的原材料均以可持续的方式生产，以降低对环境的影响。

亮点行动

在诸多原材料中，棕榈油及其衍生品因其保湿、发泡、调节产品质地等特性，在化妆品行业有着普遍的应用。但棕榈油产业也因其造成的森林砍伐、生物多样性破坏问题而广受关注。

珀莱雅本身不直接使用和采购棕榈油，因此致力于以可持续的方式采购棕榈油衍生品。我们的目标是在 2025 年实现所有采购的棕榈油衍生品中，使用 RSPO 认证棕榈油的种类提升占比达到 70% 以上。

报告期内，我们推动建立可持续棕榈油的追溯体系，调整供应商结构，优先同具有良好 ESG 管理实践、具备 RSPO 认证棕榈油信息的大型供应商合作，推动逐步提高 RSPO 棕榈油衍生品的使用占比。

可持续生产

产品生产环节是企业温室气体和工业“三废”排放的主要来源，也是能源、原材料等资源消耗的主要环节。以可持续方式进行生产，意味着提升产品生产过程中的资源、能源使用效率、减少污染物及温室气体排放，建设资源节约、环境友好的生产体系。

亮点行动

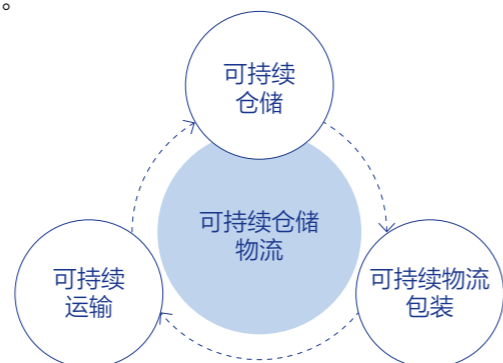
2022 年，公司对湖州护肤工厂开展新一轮的清洁生产审核工作，对生产工厂的污染物排放、能源管理、环境保护现状进行调查，根据调查结果制定清洁生产实施方案。

报告期内，公司湖州护肤工厂累计策划和实施 14 个清洁生产方案，取得了一系列成果：



可持续仓储物流

在分销与运输环节，产品会进一步产生能源、资源消耗以及废弃物排放，包括仓库运营、运输车辆能源消耗以及外包装材料的使用和废弃。珀莱雅从可持续的仓储、可持续的运输、可持续物流包装三个方面优化仓储物流体系，提升产品的可持续属性。



亮点行动

在可持续仓储方面，我们根据线上渠道各省份订单占比，在全国合理地布局五大分仓，以提高运输效率，减少运输路程。

在可持续运输方面，我们对运输线路进行合理布局与规划，通过缩短运输路线，提高车辆装载率等措施，实现节能减排的效果。

- 将工厂到总仓再到 toC 的运输模式，调整为从工厂直送 toC 仓的模式，有效减少无效周转
- 增加配送装载率，减少总仓发货时的物流空载情况

在可持续物流包装方面，我们通过包装循环利用、包装材料替换以及包装设计升级，减少塑料使用量，提升包装使用率。

- 将珀莱雅官方旗舰店 30% 订单的快递箱填充物从气泡膜升级为拉菲草或蜂窝纸，减少一次性塑料使用
- 使用经 FSC 认证的快递箱
- 将珀莱雅官方旗舰店 99% 订单的快递箱升级为拉链箱，减少胶带使用
- 对可循环使用的绿色循环箱进行定期回收，整理后进行再次循环利用

可持续消费

消费者的使用和废弃是产品全生命周期的最后一环。珀莱雅致力于向消费者传导我们的可持续产品理念，与消费者一起，实现可持续的消费。

亮点行动

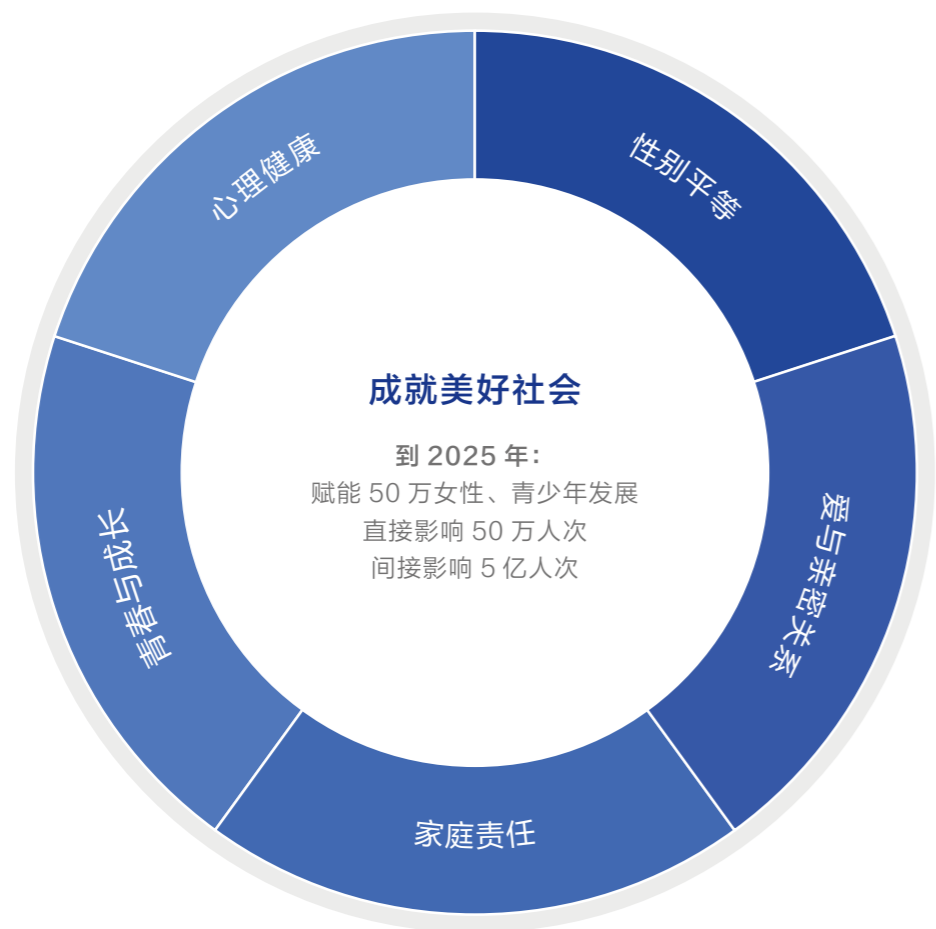
长期以来，我们在产品及包装设计中坚持融入环保理念，在多款产品设计中，将产品套盒的金属包装外盒设计为具有首饰和小物件收纳功能的可重复使用外盒，或在珀莱雅天猫定制礼盒的内部印上小游戏，以鼓励消费者重复利用。

| 成就美好，以品牌行动回应时代呼唤

我们相信，无穷的远方，无数的人们，都与我们有关。

珀莱雅关心人类面临的共同挑战，关注社会的包容与发展，这是我们对美好社会的向往，也是我们长期以来的行动方向。我们致力于影响更多与我们直接相关的群体，希望通过持续的发声、无私的支持，帮助他们过得更好，并持续扩大这一影响范围，如同水面的涟漪一般，激发更多的共鸣，成就更多人的美好生活。

我们将自身的行动聚焦于“性别平等”“爱与亲密关系”“家庭责任”“青春与成长”“心理健康”五大主题，致力于通过观念倡导、社会公益等活动，到 2025 年直接影响 50 万人次，间接影响 5 亿人次。



[性别平等]

性别不是边界线 偏见才是

力量、汗水和狮子同样也属于女性
温柔、细腻和玫瑰同样也属于男性

“性别平等”是联合国可持续发展目标 (SDGs) 关注的重要议题，增强妇女和儿童权能，被认为是世界和平、繁荣和可持续发展的必要基础。

长期以来，珀莱雅将打破性别偏见作为自身的价值主张。我们认为，实现性别平等的前提在于打破性别刻板印象带来的社会规训，鼓励女性以及男性突破性别观念设置的种种限制，追求自我实现。因此，2022 年，我们延续“性别不是边界线 偏见才是”的传播主张，深入个体成长的不同阶段，倡导性别平等的理念。



面向正处于价值观形成阶段的儿童，我们联合北京行知学校、木兰花开社区服务中心和刘文利老师，推出性别教育纪录片《一样的天空：我们如何开展性别教育》。纪录片中，老师、学校、家长、社会公益组织从各自视角阐述了性别观、社会分工的价值等等，孩子们则从多维叙事、鼓励之中，逐步淡化了性别差异，为实现自己无差别的梦想而努力。



面向充满活力、追逐梦想的青少年，我们发布主题短片《醒狮少女》，邀请国家女子足球运动员王霜讲述广州白云区人和镇合兴堂女子舞狮队的故事，通过醒狮少女的故事来呈现女性力量，鼓励女性不给自我设限，抵抗规训，以此唤醒每个人心中的狮子。



报告期内，《醒狮少女》短片总播放量超过 450 万，微博话题页阅读 3 亿、讨论超过 18 万，引发了社会普遍共鸣。



面向社会，我们进一步拓宽话题的广度和深度，深入洞察社会中隐藏的性别偏见。我们从社会生活中最为常见的广告出发，我们致力于揭示传统广告中的性别刻板印象，倡导女性力量以及自我实现的态度。

我们在各大城市投放户外广告，主张外卖员、编程、科研等职业领域不止有男性，也有着挥洒汗水、充满力量的女性；花不止为女性而开放，娃娃、卡车等玩具同等地属于所有的女孩和男孩。我们努力向社会传达着“打破性别偏见”的价值理念，强调“力量、汗水、辛勤并不只是男性独有，它们属于每一个追求自我实现的人。”



同时，我们与文创 IP “西安方所” 合作，共同推出 # 性别不是分界线，偏见才是 # 主题书单并向公益组织捐书。在这份主题书单中，关于爱、责任、成长、世界观等文学著作极其丰富，其中“多样化的女性和男性形象”给大众以更多视角和思考，在丰富品牌形象的同时，进一步拓展了话题覆盖的人群、延展了话题深度。



[爱与亲密关系]

珀莱雅关注爱与亲密关系，鼓励为爱冒险的勇者，倡导爱自己才是爱情的第一步。

敢爱也敢不爱

敢爱，也敢不爱
想知道自己还可以是谁，所以敢爱
不想成为谁的谁，所以敢不爱
人生只有一回，所以敢爱
自己的人生只有一回，所以敢不爱

2022 七夕情人节，珀莱雅再度和大众探讨爱。但这一次，我们选择将真实的故事作为解答爱的钥匙，通过群像影展的方式，和大众一起走进那些藏在生活中的爱的横切面。珀莱雅携手富士胶片中国、摄影师罗洋，邀请诗人余秀华、作家安东尼、奇葩说辩手马剑越、视频博主影视飓风 & 鱼林威等 11 组嘉宾一起探索恋爱中的自我形态。



同时，在见证无数浪漫故事的西子湖畔，定制影展环线及创意巴士，联动站点路牌构建珀莱雅七夕爱情影展。



报告期内，《敢爱，也敢不爱》视频片总播放量超过 300 万，微博话题页阅读 2,587 万、讨论超过 1.9 万，线下车身投放覆盖人数 326 万，公交站牌投放覆盖人数 120 万。

[家庭责任]

家庭责任不是仅妈妈可见

家庭责任不是仅妈妈可见
每一份爱都应在场

根据国家统计局发布的《2018 年全国时间利用调查公报》显示，中国女性每天投入家务劳动的时间有 126 分钟，约为男性的 3 倍。在家庭中，妈妈承担着很多原本不应该只属于她一个人的家庭责任。

在 2022 年母亲节来临之际，珀莱雅从细微日常入手，洞察妈妈们的辛苦和困境，上线了特别策划视频《仅妈妈可见》，主张家庭责任不是仅妈妈可见，呼吁家庭成员共同分担家务，让妈妈们不再昼夜囿于厨房，而是可以“自由做自己”，去看看更加广阔的天空与世界，让家庭关系更和谐。



为了更加深刻地体会妈妈的辛苦，珀莱雅还特别策划「家庭事务计划表」冰箱贴套装，将家务事写下来。希望通过这种具象化的方式让所有家庭成员都承担起责任，领悟妈妈的不易。



报告期内，《仅妈妈可见》视频短片播放量达 525 万次，微博话题页阅读 1,000 万，讨论超过 2 万，受到了广泛关注。

[青春与成长]

萤火计划——再小的事 也当回事

成长，我们总是看到阳光下的纯真，却忽略了有时也有黑暗中的痛楚。根据 2019 年联合国教科文组织发布的《数字背后：结束学校暴力和霸凌》报告显示，全球约有 32% 的学生近一个月内至少一次被学校的同龄人欺凌，约每 3 个学生中就有 1 个遭受过同学的欺凌，校园暴力和欺凌事件是当前全球教育事业面临的主要问题。

2022 年开学季，珀莱雅联合中国教育电视台共同发起「萤火计划—反校园霸凌公益活动」，并特别推出反校园霸凌公益短片——《萤火计划》，呼吁大众：在校园霸凌面前，再小的事也当回事，再小的光也有意义，每个人都有照亮黑暗的力量。



同时，珀莱雅在微博发起 #再小的事 也当回事# 话题讨论，呼吁大众关注校园中的每一次可能的霸凌场景，从小处做起、反对校园霸凌。话题一经发布，北京校园、成都校园等 20 余个校园账号参与「反校园霸凌」声援；近百位 KOL 为「反校园霸凌」发声，科普校园霸凌的多种形式并分享自身经历。

在线下，我们还于 6 城 54 座公交站台投放公益户外广告；联合壹心理共同制作并印发 9,000 册《校园霸凌防范指南》等，阐述校园霸凌发生原因、应对措施等，为校园霸凌受害者及相关人员，提供科学心理支持。

户外公益广告投放 >



校园霸凌防范指南 >



报告期内，公益短片《萤火计划》播放量达 2,300 万次，微博话题累计阅读量逾 1.4 亿次，讨论次数逾 1.4 万次。

2,300 万次
播放量达

1.4 亿次
累计阅读量逾

1.4 万次
讨论次数逾

[心理健康]

回声计划——世界总有回声

从学业竞争、父母期望到快速变化的社会经济环境，青少年面临的压力正日渐增加。根据联合国儿童基金会 2021 年发布的《青少年心理健康——联合国儿童基金会 2021-2025 年工作重点》报告显示，在近期开展的中国心理健康研究中，有近 25% 的青少年表示感到轻度或严重抑郁，约有三千万 17 岁以下的儿童青少年面临情绪或行为问题。

因此，珀莱雅持续关注当下青年面临的各种情绪困境。在 2022 年，珀莱雅继续开展「回声计划」项目，鼓励青少年在正视情绪的基础上再往前迈进一步，听见自己内心的声音，尝试打开情绪的出口。

在 2022 年 10 月 10 日精神卫生日来临之际，珀莱雅推出心理健康公益片《出口》，并联合心理咨询师李松蔚、华东政法大学文学教授杜素娟发布两支公益短片《我们相互之间需要更好地看见彼此》《年轻人喊疼是必要的》，从不同角度诠释将情绪说出口对于年轻人的意义。



针对青年群体的娱乐习惯，我们联合豆瓣推出抚慰情绪的书影音作品清单；联合小宇宙播客 APP 推出五档情绪特辑播客，帮助青年走出情绪漩涡，找到情绪出口。

同时，我们也致力于为青年提供专业的心理辅导。我们联合“壹心理”，邀请北京大学心理学系临床心理学博士刘丹开办线上公益公开课，并邀请心理咨询师于青岛、西安、成都、三亚举办线下公益讲座；联合北京新阳光慈善基金会搭建长期公益倾诉热线，给予每一份情绪善意、温暖的回声。



我们联合了专业心理学服务平台壹心理、精神卫生公益组织心声 Mind，带来了《找到情绪出口不完全尝试》便签。让疏解情绪的 50 种方式、表达情绪的疑问与解答切实地陪伴在大家身边。



报告期内

- 3 支公益短片累计播放量逾 1,005 万次
- 逾 1,400 名豆瓣用户自发发布书影音作品抚慰情绪的经历
- 逾 14 万小宇宙播客 APP 用户收听情绪特辑播客
- 线上公益公开课播放逾 1 万次，累计 200 人参与线下公益讲座
- 公益倾诉热线累计接听逾 658 通，公益服务时长累计 9,033 分钟，并完成 3 例自杀危机干预
- 《找到情绪出口不完全尝试》公益便签累计发放 18 万册

2022 ESG 管理实践报告

—

2022

珀莱雅可持续发展

暨环境、社会及公司治理(ESG)报告

ESG 治理体系

珀莱雅 ESG 管理

公司建立起了覆盖全公司的 ESG 组织架构，确保 ESG 工作高效推进。公司战略委员会总领全局，制定相关战略规划；下属的 ESG 管理委员会负责具体管理 ESG 重大项目以及相关成效考核，并定期向董事会汇报；各职能部门单位构成 ESG 执行小组，实现上传下达和统筹兼顾。



董事会

董事会整体负责及监督珀莱雅环境、社会及公司治理事宜，制定公司 ESG 管理方针及策略，例如参与 ESG 议题识别及评估工作等，就实现公司 ESG 目标所需采取的行动提供建议及必要支持等。

战略委员会

战略委员会负责指导和监督公司重点 ESG 议题的管理，包括科技创新、产品质量与安全、绿色包装等。战略委员会定期对 ESG 议题的绩效表现开展审核工作，推进公司 ESG 目标实现的进度，就实现 ESG 目标所需采取的行动措施提供建议，并定期向董事会汇报管理进展。

ESG 管理委员会

公司战略委员会下设的独立部门，由总经理等总经办高管成员组成，在环境、社会及公司治理等相关事务上起管理作用，同时防范相关风险，并定期向战略委员会和董事会汇报 ESG 工作进展。

ESG 执行小组

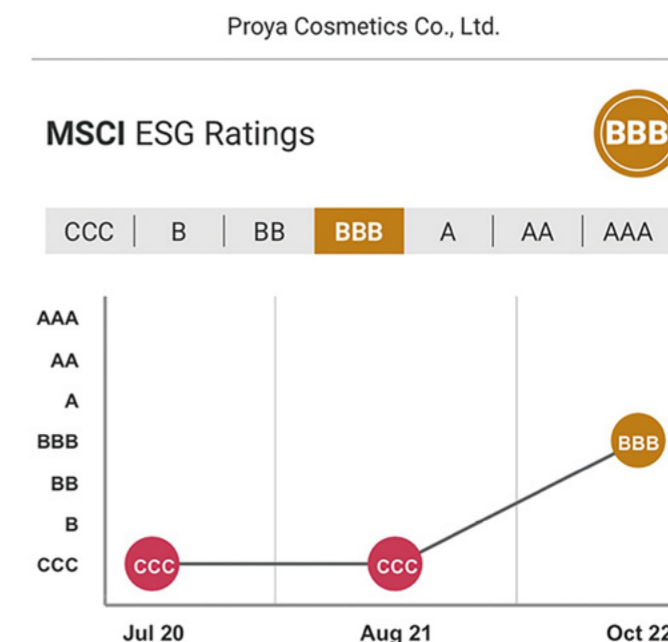
由董秘担任组长，各部门相关负责人担任组员。小组在组长带领下协调各业务模块，并向 ESG 管理委员会汇报环境、社会及公司治理方面的各项事务，提供决策所需的信息，为各业务模块提供工作指导，支持 ESG 战略和决策的执行。

2022 年，公司制定了第一个可持续发展战略规划《珀莱雅化妆品股份有限公司可持续发展战略规划（2022-2025）》，助力“双碳”目标，为共建美丽地球贡献力量。同时，公司组织部门制定 2022-2025 可持续行动规划，为实现珀莱雅的可持续发展目标出谋划策并付诸行动。同时，公司开展可持续发展战略规划培训，例如珀莱雅可持续发展战略规划落地项目培训会，进一步提升公司内部可持续发展协同能力，推进规划实施。

为进一步推进公司的 ESG 管理，2022 年公司在《绩效管理办法》《关于绩效制度补充规定》中新增董事会成员及高级管理层的激励性薪酬与公司可持续发展及 ESG 管理绩效（以下简称“可持续绩效”）相挂钩的条例，并制定短期、中期、长期激励发放规划，确保绩效挂钩从各方面提升董事及高管 ESG 管理的积极性及可持续性。其中，在董事会成员及高管绩效考核体系中，新增的可持续绩效指标考核权重占比 8-10%，并定期开展绩效考核。

同时，公司 ESG 管理受到社会和资本市场的认可。2022 年，公司明晟 MSCI ESG 评级上调至 BBB 级。其中，公司在“公司行为”“包装材料与废弃物”议题方面得分高于同业平均水平。

ESG 评级成果 >



利益相关方沟通

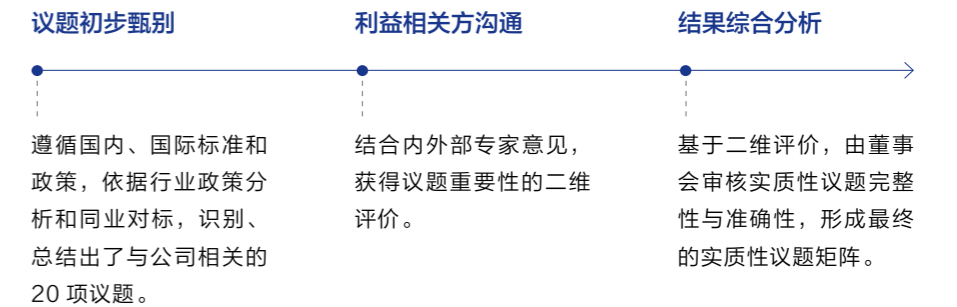
利益相关方的支持和信任对公司至关重要。公司在开展和推进 ESG 管理中关注各利益相关方的诉求，并通过多种渠道积极沟通，以责任实践回应期望诉求，努力实现股东、员工、社会等各方的合作互利共赢。

主要利益相关方及沟通方式 >

利益相关方	关注议题	沟通与回应
政府与监管机构（国家药品监督管理局、地方政府等）	公司治理 风险与合规 有害排放与废弃物	网站公告 政府视察 交流与拜访
投资者与股东（对公司进行股权、债权投资的投资人）	公司治理 科技创新	股东大会 财务报告发布 研讨会、访谈等
消费者	产品与服务品质 负责任营销与消费者教育 化学品安全与成分透明	实地探访 售后服务
员工	员工权益与福利 员工培训与发展 职业健康与安全	工会互动 员工培训 员工手册 面谈等
合作伙伴（行业协会、供应商与经销商等）	负责任采购 产品与服务品质 促进行业发展	供应商培训 经销商大会 技术交流 会议 现场考察
社区与公众（运营所在地周边社区、社会公益组织等）	社会公益 科技创新 促进行业发展 气候变化减缓与适应 产品碳足迹	员工志愿者活动 社区活动 公益捐赠

实质性议题识别

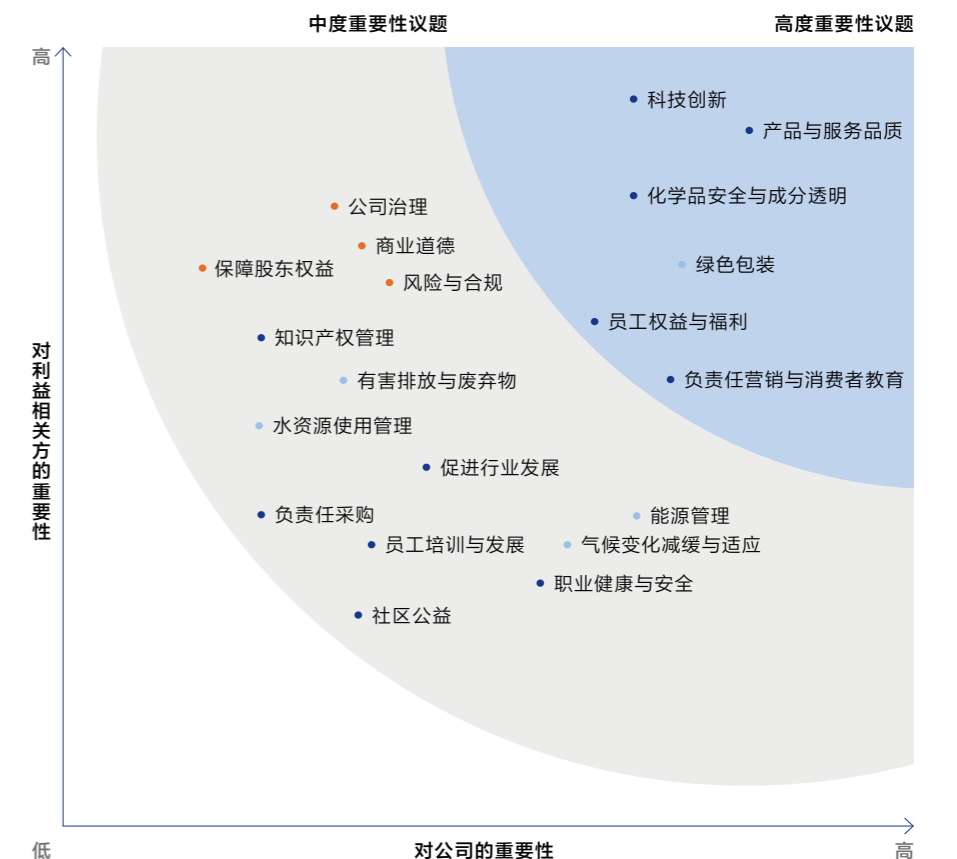
在与内外部利益相关方定期沟通的基础上，珀莱雅参照全球报告倡议组织（Global Reporting Initiative, GRI）《可持续发展报告标准》，结合利益相关方关注的重点和期望，基于应当遵循的国内、国际标准和行业政策，开展报告的实质性议题识别工作，界定出具有较强实质性的 ESG 议题作为公司管理和报告披露的重点，以持续提升报告价值。



经过以上实质性议题识别流程，我们得出如下实质性议题矩阵：

实质性议题矩阵 >

- 环境议题
- 社会议题
- 公司治理议题



| 环境责任

环境管理体系

珀莱雅严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《危险化学品管理条例》《中华人民共和国节约能源法》等法律法规的规定，遵循“节能、降耗、减排、增效”的环境管理方针，不断加强环境风险管理，确保本公司的生产经营符合相关法律法规和标准。公司制定了覆盖各环境影响因素的管理文件，在生产运营中贯彻各项管理制度的落实，保证环境相关风险得到有效控制。

报告期内，公司获得 ISO14001:2015 环境管理体系认证（有效期至 2025/2/14）。公司的资源使用对环境无重大影响，足额缴纳环境保护相关税费，未发生违反环境保护相关法律法规的事件。

公司生产经营活动中各环节的环境影响分析见下表：

环节	输入	输出
采购环节	* 各类供应商的生产经营需消耗原材料、能源、水资源	* 各类供应商生产经营产生废水、废气、固体废弃物、温室气体（范围三）
生产研发环节	产品成分与包装	<ul style="list-style-type: none"> • 温室气体（范围一、范围二） • 废气：VOCs、NOx、油烟 • 废水：COD、NH3-N
	产生蒸汽制膏工艺加热	<ul style="list-style-type: none"> • 能源：天然气
	空调制冷 / 生产动力 / 照明	<ul style="list-style-type: none"> • 能源：外购电力
	产品成分用水 / 工艺介质 / 清洗	<ul style="list-style-type: none"> • 水资源：市政供水 • 有害废弃物：实验室危险试剂、废机油、废油墨等

各环节主要环境影响分析¹ >

各环节主要环境影响分析¹ >

环节	输入	输出
分销与仓储物流环节	<ul style="list-style-type: none"> • 资源：用于运输中转的包装物料 • 能源：货运车辆消耗的汽油、柴油；仓库运营使用的外购电力（包括第三方承担部分²） • * 经销商运营消耗的能源、资源 	<ul style="list-style-type: none"> • 温室气体（范围一、范围二、范围三） • 一般废弃物：废弃包装物、生活垃圾
产品使用与废弃	<ul style="list-style-type: none"> • * 消费者产品使用过程中消耗水资源和能源（产生热水） • * 废弃物处置单位的生产经营会消耗能源和水资源 	<ul style="list-style-type: none"> • * 消费者使用产品后会产生产一般废弃物 • * 废弃物处置单位的生产经营会产生废水、废气、温室气体（范围三）
办公运营	<ul style="list-style-type: none"> • 能源：外购电力、自有车辆消耗的汽油 • 水源：市政供水 	<ul style="list-style-type: none"> • 废水：生活废水 • 无害废弃物：生活垃圾 • 温室气体（范围二）

2022 年，公司湖州护肤工厂建立 ESG 项目管理小组，进一步完善了职责分工，明确了年度排放的绩效目标。同时，湖州护肤工厂开展了新一轮的清洁生产审核工作，由清洁生产领导小组负责筹划与实施，对污染物排放、能源管理、环境保护现状进行调查分析，确定了清洁生产目标及清洁生产的实施方案。报告期内，湖州护肤工厂累计策划和实施了 14 个清洁生产方案，涵盖资源节约、污染物减排、节能减排等领域（具体措施及绩效见后续各章节）。

¹ 标记 * 的环境影响不在本报告的报告范围内

² 第三方承担的部分不在本报告的报告范围内

资源节约使用

原材料与水资源节约

公司生产经营过程中使用的资源主要为产品原材料和水资源，其中水资源使用主要来自市政供水，在求取水源方面对环境无重大影响。

在原材料使用方面，公司推行卓越绩效和精益管理，鼓励员工在生产中随时提出改善建议，减少废品率，从而提高原材料使用效率。我们收集员工反馈的改善建议，并定期表彰。

在水资源使用方面，本年度，公司在湖州护肤工厂建立了节水管理领导小组，由节水管理领导小组统筹节水管理工作，建立用水节水考核奖惩机制，完善用水计量体系，规范用水行为，推动水资源利用效率的不断提升。

2022 年主要节水措施 >

主要措施	
冷却水循环利用	湖州护肤工厂车间冷却用水建有冷却水循环水池，冷却水重复利用，定期排放，冷却水日补水 41.6m ³ ，循环量 2,800m ³ ，循环率约 98.5% ³
污水过滤回用	建设污水处理系统，该系统通过过滤处理，可以将中水回用至厕所冲水及景观水池补水，极大地减少了新鲜水取水量
纯水制备浓水回用	纯水制备机组产生的浓水回用至厕所冲洗水及景观水池
蒸汽冷凝水回用	蒸汽冷凝水收集回用至清洗工序，有效地利用了蒸汽余热和水资源
引进高效清洗系统	通过 CIP 高效储罐自动清洗系统，年节约用水 2,000 吨，节约各类费用 15.8 万元

³ 循环水率 = 冷却循环水量 / (冷却循环水量 + 补水量)

能源管理

公司生产经营活动及办公中直接或间接消耗的主要能源为电能、天然气、汽油与柴油。珀莱雅制定《节电管理制度》《天然气泄漏应急预案》等能源管理制度，并不断提高能源使用效率、优化能源使用结构。报告期内，公司万元营收能耗为 32.65 千瓦时，较 2021 年下降 18.20%。

2022 年，公司开展了清洁生产审核工作，识别有待完善的节能项并制定实施方案予以落实。在节能降耗方面，公司已采取多项节能技改项目，如购买永磁变频无油螺杆空压机、生产线自动化改造等，并通过清洁能源置换、配送路线优化等方式，减少生产过程中的化石能源使用量。

2022 年主要节能减排措施与成效 >

类别	主要措施	成果绩效
清洁能源置换	使用光伏发电 <ul style="list-style-type: none"> 利用工厂自有光伏发电，满足自身用电需求，降低碳排放 	报告期内： <ul style="list-style-type: none"> 光伏发电 2,038.994 兆瓦时 节约燃油 27,300 升 购买绿色电力 1,800 兆瓦时 清洁电力⁴使用占比为 24.04%
	购置新能源设备 <ul style="list-style-type: none"> 使用电动叉车，以减少化石能源消耗，减少碳排放量。目前，公司仓库 3 辆户外作业叉车及 4 台高位叉车全部采用电动叉车 	
	购买绿色电力 <ul style="list-style-type: none"> 购买绿色电力，提升清洁能源使用占比 	
提高能源使用效率	空压机更新 <ul style="list-style-type: none"> 购买 2 台永磁变频无油螺杆空压机，加大空压机余热回收能量 	改造后年平均节约用电 565.9 兆瓦时以上 ⁵
	冷水机组更新 <ul style="list-style-type: none"> 淘汰低效冷水机组，采用一级能效空压机 	
	其他 <ul style="list-style-type: none"> 在日常生产运营中，加强清洁生产的宣传力度，加强设备维护与保养、变压器调整、蒸汽管道修补、加强就地补偿，减少能源损耗 暖通系统、空压机及热能回收系统自动化运行 生产线自动化改造，提高工作效率的同时带动能源利用率的提升 老旧设备淘汰和改造，基本使用变频电机或配套变频，引进节能的大容量高性能均质乳化机组，达到节能减碳的效果 更换 LED 灯、更换节能疏水阀 	

⁴ 清洁电力包括光伏发电及购买绿色电力

⁵ 数据来自本公司清洁生产审核的评估结果，部分改善措施因不在清洁生产审核范围内，未纳入计算；因此实际节电数据应高于此数据

2022 年主要节能减排措施与成效 >

类别	主要措施	成果绩效
配送路线优化	提升配送装载率 <ul style="list-style-type: none"> 增加配送装载率的方式，减少总仓发货时的物流空载情况，使得配送装载率较之前提升约 30% 以上 	报告期内，公司累计减少超 50 车次短驳周转；平均每趟减少物流运输 100 公里，累计减少 5,000 公里
	减少无效周转 <ul style="list-style-type: none"> 针对电商渠道部分产品，打通供应链路，采取从工厂直送 toC 仓的模式，优化从工厂到总仓再到 toC 仓的环节 	

在日常办公方面，公司持续倡导和践行绿色办公理念。在 2022 年，我们制定了《珀莱雅大厦日常节电方案》及《珀莱雅大厦有序用电管控方案》，倡导员工离开公司时关闭灯光空调，同时由物业定时巡视，及时关闭无人使用区域的能源，避免能源浪费。在保证员工的基础需求前提下，我们采取关闭办公区域部分空调以及减少地下区域多余供亮等措施，降低办公电力消耗。

报告期内，公司实现人均办公耗电量同比下降 4.36%，人均办公耗水量下降 13.27%⁶。

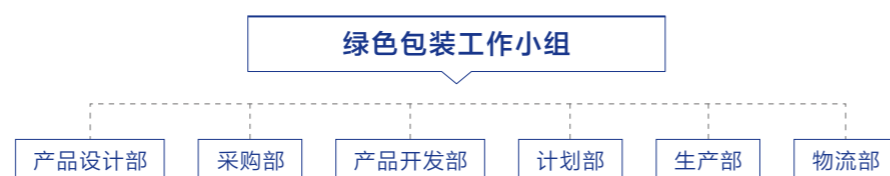


⁶ 人均办公耗电及耗水仅统计公司办公大楼耗水、耗电数据及员工人数，未包含生产、物流等其他生产运营环节的数据

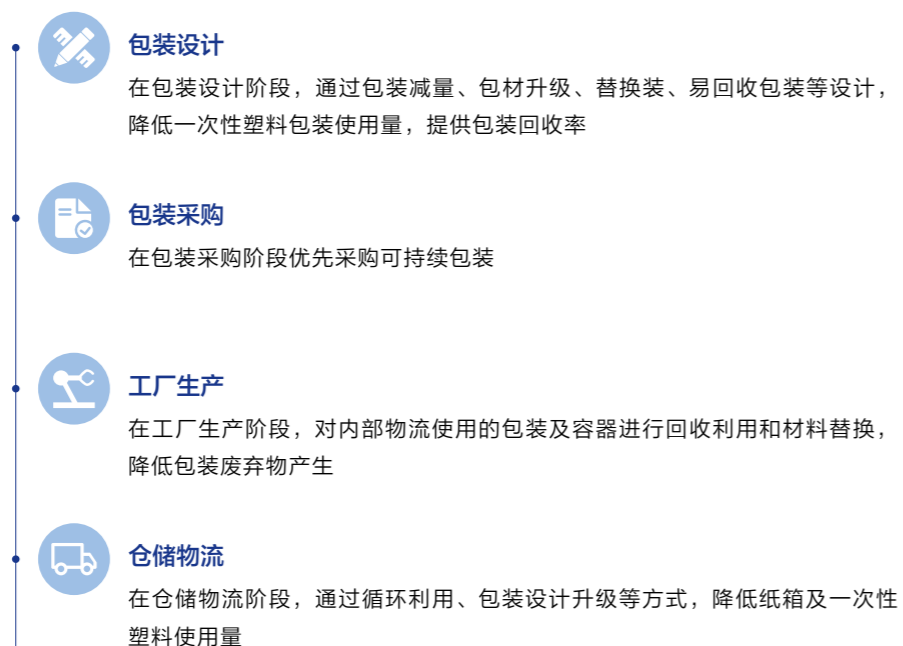
绿色包装

公司持续关注绿色包装议题，积极推进绿色包装项目进程。公司的绿色包装管理与实践涵盖生产全流程涉及到的多种产品包装，如制成品包装、中间体包装、仓储物流包装等。2022 年，公司绿色包装工作小组进一步扩大绿色包装在公司内的应用范围、应用规模，并基于已有实践探索更多绿色包装解决方案，构建全面完善的绿色包装管理体系。

绿色包装工作小组架构 >



绿色包装管理流程 >



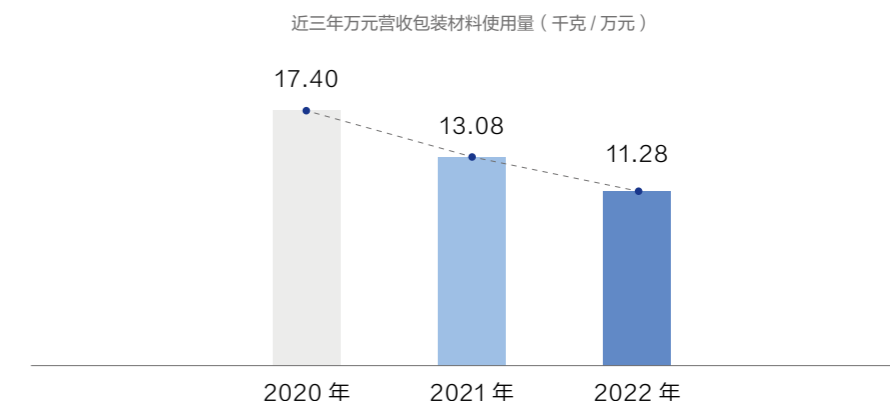
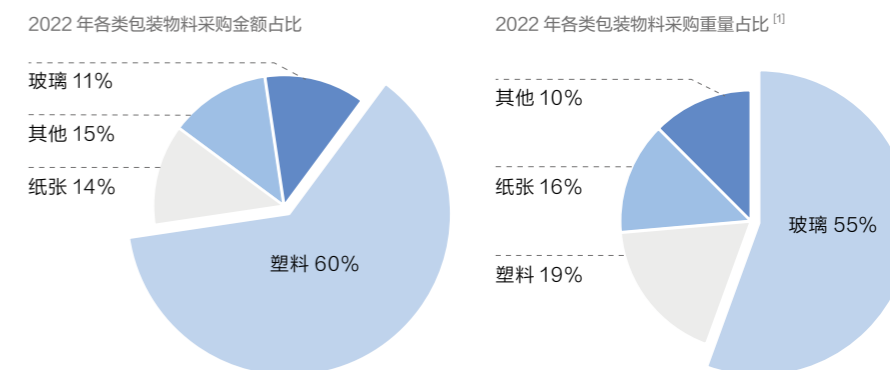
2022 年绿色包装主要行动 >

环节	类别	行动	成果
包装设计	包装设计升级	将复合铝箔袋改成单一材质，以便于包装回收	报告期内已经实现多款赠品包装改用此单一材质
		将双抗 3.0 精华包材升级为替换装，提升包装利用率	报告期内已完成开发，预计 2023 年 4 月份上市
包装采购	包装材料升级	采购经 FSC 认证的快递箱	报告期内采购 990 万个经认证的快递箱，占年度总量的 50% 以上

2022 年绿色包装主要行动 >

环节	类别	行动	成果
工厂生产	包装循环利用	在生产车间至内部物流仓运输过程中，将产品纸箱包装二次加工后重新回收车间再利用	报告期内，累计完成 41.92 万个纸箱的循环再利用，减少纸箱使用量 41.92 万个
	包装材料升级	持续投入不锈钢储罐代替塑料袋和塑料桶装膏体，新增 20 个不锈钢储罐	报告期内，累计减少 12,000 个白色塑料袋的使用
仓储物流	包装设计升级	珀莱雅官方旗舰店 2022 年 99% 的订单全部使用拉链箱，减少了胶带的使用	报告期内，累计减少胶带使用约 28.5 万卷
	包装循环利用	对内部物流仓至全国物流仓直接使用的绿色循环箱定期回收，整理后再次进入生产环节循环利用	报告期内，累计完成 26.1 万个纸箱的循环再利用，减少纸箱使用量 26.1 万个
	包装材料升级	珀莱雅官方旗舰店 30% 的订单填充从气泡膜升级为拉菲草或蜂窝纸	报告期内，累计减少气泡膜约 3 万卷

包装管理绩效 >



[1] 本年度公司将采购的各类包装物料统计方式调整为按重量计算，以便更为直接地展现公司不同类型包装物料的使用情况

应对气候变化

珀莱雅密切关注全球气候变化态势。2020 年 9 月 22 日，中国宣布将提高国家自主贡献力度，采取更加有力的政策和措施，努力争取 2060 年前实现碳中和。同时，公司主要运营所在地——浙江省也在 2022 年印发《浙江省委省政府关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的实施意见》，明确提出到 2060 年非化石能源消费比重达到 80% 以上，碳中和目标顺利实现。公司积极响应国家战略与运营所在地的政府政策，推动构建气候变化管理体系，识别气候变化相关的风险和机遇，并依据结果完善管理。

气候变化管理体系

珀莱雅高度重视气候变化的管理，将应对气候变化纳入公司 ESG 管理的高实质性议题，由董事会对公司的 ESG 事宜包括气候变化议题开展监督与管理，相关职能部门和业务部门将气候变化的管理纳入日常工作重点之中。每年度，公司会统计与披露温室气体排放数据，评估公司应对气候变化管理的绩效水平。

2022 年，公司发布《珀莱雅可持续发展战略规划（2022-2025）》，包含面向 2025、2030 及 2045 年的温室气体排放目标，涵盖公司范围一至范围三的温室气体排放绩效。

珀莱雅温室气体减排目标 >

日期	具体目标
到 2025 年	<ul style="list-style-type: none"> 使用清洁能源的比例达 50%，实现自身运营碳达峰 单位产品温室气体排放量（范围一、二）下降 25%，自身运营（范围一、二）碳达峰 通过价值链减碳倡议和激励，推动所有战略合作伙伴碳排放降低
到 2030 年	<ul style="list-style-type: none"> 实现自身运营净零排放
到 2045 年	<ul style="list-style-type: none"> 实现全价值链碳中和

识别温室气体排放来源

产品全生命周期温室气体排放来源识别 >

公司的温室气体排放主要来源于产品全生命周期的温室气体排放，以及少量办公运营中产生的温室气体排放。因此，产品碳足迹管理是我们温室气体减排的重点工作。我们从识别产品全生命周期的温室气体来源入手，逐步开展产品碳足迹的管理工作。

产品全生命周期环节	主要能源消耗	温室气体主要来源	2022 年度温室气体排放数据 (估算) ^{[1][2]}
原材料采购	<ul style="list-style-type: none"> 原材料生产和运输消耗的能源 	<ul style="list-style-type: none"> 原材料生产和运输产生的范围三排放 	<ul style="list-style-type: none"> 范围三：268,521.55 吨二氧化碳
生产	<ul style="list-style-type: none"> 电能 天然气 自有车辆汽油、柴油 	<ul style="list-style-type: none"> 电能消耗产生的范围二排放 天然气、自有车辆汽油、柴油消耗产生的范围一排放 	<ul style="list-style-type: none"> 范围一、范围二温室气体排放数据详见“ESG 关键量化绩效表”
产品分销	<ul style="list-style-type: none"> 电能 货运车辆消耗的汽油、柴油 	<ul style="list-style-type: none"> 自有仓库消耗电能产生的范围二排放 第三方仓库和货车产生的范围三排放 	<ul style="list-style-type: none"> 范围二温室气体排放数据详见“ESG 关键量化绩效表” 范围三：20,237.93 吨二氧化碳^[3]
产品使用与废弃	<ul style="list-style-type: none"> 产品使用过程中用水消耗的能源 废弃物回收、处置消耗的能源 	<ul style="list-style-type: none"> 范围三排放 	<ul style="list-style-type: none"> 范围三：288.00 吨二氧化碳^[4]

[1] 上述范围三温室气体排放数据根据 GREENHOUSE GAS PROTOCOL 系统估算得出。

[2] 除上述温室气体排放来源外，公司运营过程中的采购的服务、资本产品、商务旅行等也会产生范围三温室气体排放，公司将在后续完善计算和披露。

[3] 产品分销过程中产生的范围三温室气体排放数据包括公司自营电商发货产生的温室气体排放，未包含公司经销商发货到消费者环节产生温室气体排放数据。

[4] 产品使用与废弃环节暂未考虑消费者使用过程中产生的碳排放，主要关注废弃包装的处置，因此该部分数据主要核算对象为外材包装废弃物的处理处置过程产生的范围三温室气体排放。

减少温室气体排放



在识别全价值链温室气体排放来源的基础上，我们努力将减少碳足迹的行动扩展到产品全生命周期，从原材料的采购、产品生产、包装、仓储物流等环节，采取有效措施减少产品碳足迹。

温室气体减排路径 >

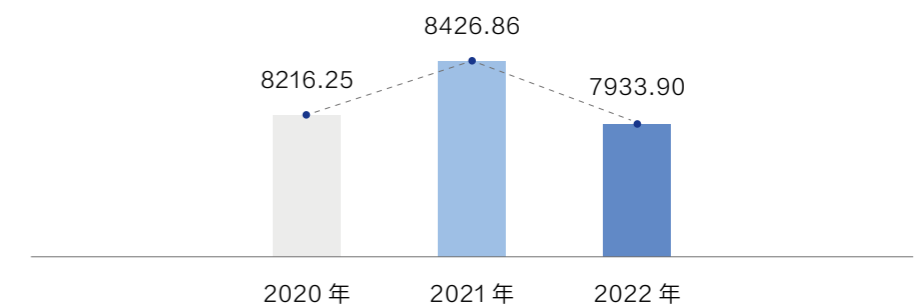
主要环节	行动路径	成果绩效
原材料采购	<ul style="list-style-type: none"> 向供应商宣导减碳政策，与供应商合作减少采购环节的碳排放，优先选用碳排放少的供应商 	<ul style="list-style-type: none"> 报告期内，多次组织开展供应商 ESG 培训，参与培训供应商超过 50 家
产品生产	<ul style="list-style-type: none"> 定期开展碳排放数据收集，邀请专业第三方开展数据审核，进行偏差改善和内部改进 开展节能技改项目，提高能源使用效率 开展清洁能源置换，通过光伏发电、购买绿色电力、购置新能源设备等方式，提升清洁能源使用占比 	<ul style="list-style-type: none"> 报告期内，通过清洁能源置换，累计减少碳排放 2,261.23 吨二氧化碳； 通过实施清洁生产方案，累计减少碳排放 322.73 吨二氧化碳
产品包装	<ul style="list-style-type: none"> 开展绿色包装项目，通过包装减量、包装循环利用等方式，减少包装废弃后的碳排放 	<ul style="list-style-type: none"> 报告期内，通过包装循环利用，累计减少碳排放 1,670 吨二氧化碳
物流运输	<ul style="list-style-type: none"> 优化仓储物流体系，通过合理布置分仓、规划运输线路等方式，减少仓储物流过程中的能源消耗 	<ul style="list-style-type: none"> 报告期内，通过优化运输线路，减少碳排放约 1.5 吨二氧化碳
产品使用与废弃	<ul style="list-style-type: none"> 向消费者宣导可持续消费理念，为消费者提供更多的可持续消费者选择 	<ul style="list-style-type: none"> 报告期内，在公司官网、公众号公开发布可持续发展战略规划，向公众传导珀莱雅可持续理念

温室气体排放绩效 >

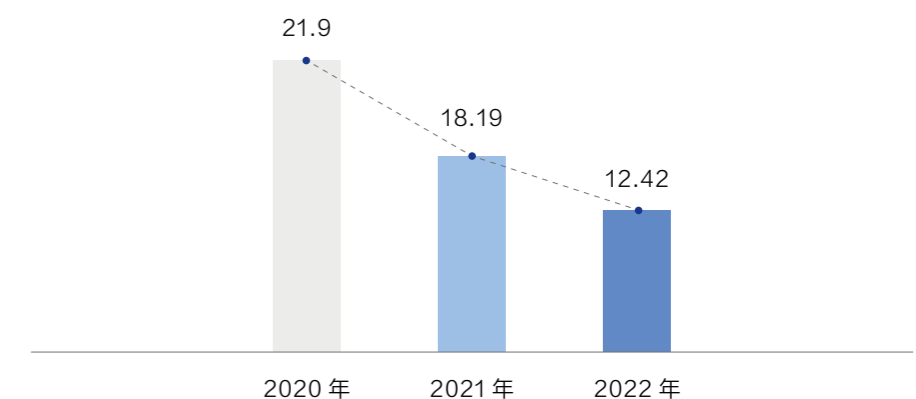
珀莱雅密切关注上下游产业链的温室气体排放强度，积极推动全价值链的可持续发展转型。在 2022 年发布的《珀莱雅环境、社会与公司治理 (ESG) 规范》中，公司规定开展全价值链碳数据追踪，逐步建立涵盖上下游产业链的碳数据追踪机制。

报告期内，珀莱雅面向供应商和下游经销商收集碳排放数据，累计收集 13 家供应商的碳排放数据，占公司供应商总数的 6%，采购金额占总采购金额的 50% 以上；收集 168 家经销商的碳排放数据，占公司经销商总数的 49.27%。同时，我们针对原料、包材等核心供应商进行单独宣贯，鼓励供应商开展节能减排行动。未来，我们将继续完善上下游产业链的碳数据追踪机制，对碳管理表现优秀的合作伙伴给予政策支持和激励，以逐步减少全价值链的碳排放。

近三年温室气体排放量 (吨二氧化碳)



近三年万元营收温室气体排放量 (千克二氧化碳/万元)



排放与废弃物管理

废水及废气排放

公司产生的废水主要来源于生活污水和生产废水，经公司厂区污水处理站后出水至景观水池或纳管排放；产生的废气主要来源于锅炉。公司制定了《污水处理管理制度》《锅炉管理制度》等管理文件，严格管理废水、废气排放。**报告期内，公司的废水、废气全部达标排放。**

废水与废气排放标准与主要控制指标 >

类别	遵守的排放标准	主要控制指标
废水	《污水综合排放标准》(GB8978-1996)	五日生化需氧量 (BOD ₅) 300mg/L、化学需氧量 (COD _{Cr}) 500mg/L、悬浮物 400mg/L、氨氮 35MG/l、动植物油 100mg/L 等
废气	《大气污染物综合排放标准》(GB16297-1996) 《锅炉大气污染物排放标准》(GB13271-2014)	氮氧化物 50mg/lm ³ 、颗粒物 20mg/m ³ 、二氧化硫 50mg/m ³

废水与废气排放主要管理措施 >

污染物类别	管理措施
废水	<ul style="list-style-type: none"> 安装 Multi Vision COD 在线自动监测仪，24 小时监测处理后水体中的 COD，确保污水排放达到 A 级标准； 构建污水处理系统，确保处理后的污水达到高度净化、循环使用； 报告期内，对生产园区进行环保技术改造，包括： <ol style="list-style-type: none"> 使用地下管道闭路电视系统 (CCTV 检测)：由管道 CCTV 检测机器人实施厂内管网清障、管网养护管养、管网修复，避免因管网陈旧带来管网污水渗漏风险； 对污水处理站的厌氧塔实施技改，提高生物厌氧效果； 对污水处理站气浮池进行扩容 (10 吨) 增效改进，加大污水在气浮池中的气爆处理能力，在原有基础上提高清水处理量。
废气	<p>湖州护肤工厂</p> <ul style="list-style-type: none"> 报告期内，增加制膏废气处理设施，主要降低粉尘及有机废气的排放，投入使用后粉尘收集率可达 99%，有机废气去除率达 75%； 报告期内，投入高精密的 VOCs 气体收集装置，有效降低企业无组织气体排放量； <p>湖州彩妆工厂</p> <ul style="list-style-type: none"> 报告期内，增加瑞士 VOCs 气体和粉尘处理装置。

固体废弃物

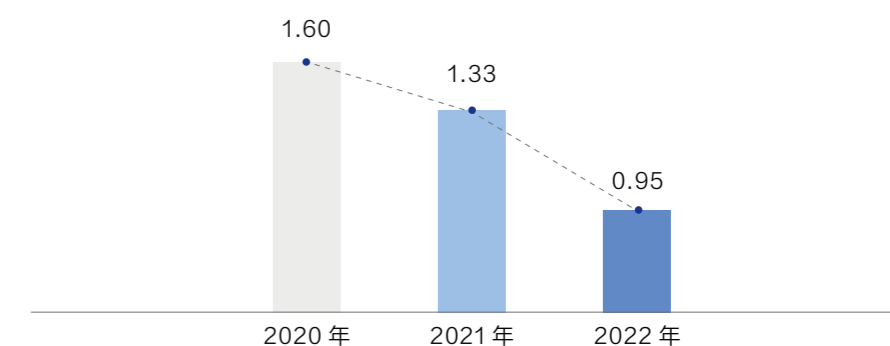
公司妥善处理生产经营中产生的固体废弃物。公司对固体废弃物宏观管理，工厂申请登录国家固体废物和化学品管理信息系统平台，对危废产生量进行每年预申报，对生产危废处置单位进行平台公开招标，危废申请处理也在系统平台进行，实现了固体废物全过程数据跟踪与风险预防功能。

固体废弃物处理主要措施及执行标准 >

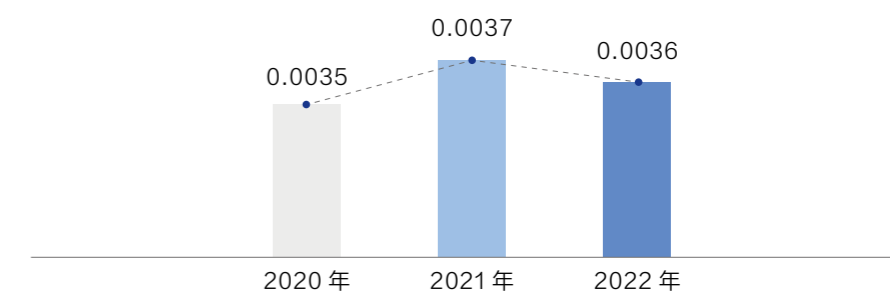
类别	废弃物	主要处理措施	主要处理措施
一般废弃物	生活垃圾、纸箱、胶带、膜、纸等	收集后出售	生活垃圾焚烧污染控制标准 GB18485-2014
	内衬袋、过期产品、废滤膜和过滤网、污水站污泥、生活垃圾、食堂泔水	交由有资质的机构定期处理	
危险废弃物	实验室危险试剂、废机油、废油墨	交由有资质的机构定期处理	危废鉴别标准 GB5058.7-2019

固体废弃物排放绩效 >

万元营收一般废弃物排放量 (千克 / 万元)



万元营收危险废弃物排放量 (千克 / 万元)



| 产品与客户责任

研发创新

我们将创新研发作为自身核心竞争力，搭建全面的研发创新布局，帮助公司在基础研究、配方开发、功效与安全性评估等多领域始终保持行业领先性。

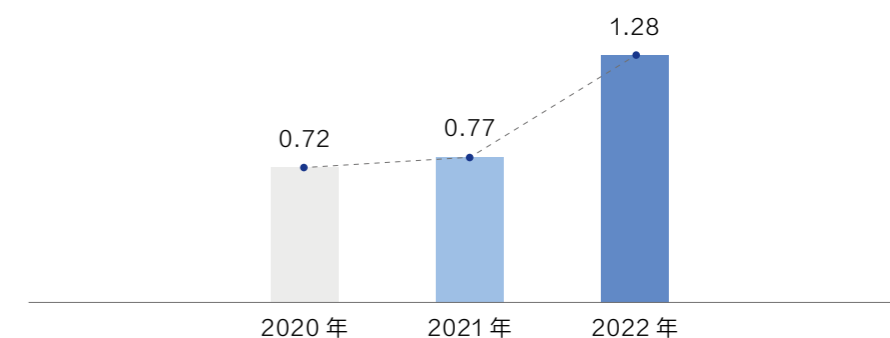
在产品研发方向上，我们秉承“以消费者为中心”的理念，以皮肤科学为基础，深入融合消费者的需求。公司搭建消费者调研团队，并与外部知名数据分析公司合作，针对目标群体，开展消费者调研。我们通过定量或定性调研分析，并结合行业分析数据和报告，综合识别消费者的需求，将其深度融入公司的研发创新中，为消费者开发真正符合其需求的安全、功效卓越的产品。



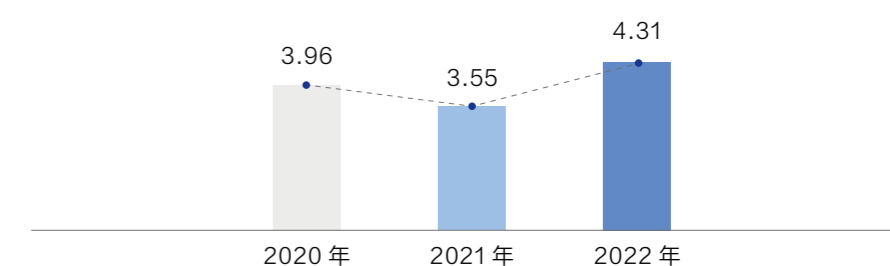
我们以研发创新中心、国际科学研究院为创新引擎，完善从原料端到成品端所有关键环节的研发布局，包含基础研究、配方开发、理化分析、原料及产品功效评估等。2022 年，公司持续推进国际科学研究院建设，按照生物工程、植物提取、有机合成三大领域划分研究方向、进行平台建设。截至报告期末，国际科学研究院已具备基础研究前期小规模探索和样品制备能力。公司的上海研发中心和日本研发中心正在筹备中。

我们持续加大研发端投入，通过人才培养、先进设备引进等方式，增强研发能力。报告期内，公司累计投入研发资金 12,801 万元，研发投入占母公司营收比重为 4.31%。

珀莱雅近三年研发投入 (亿)



研发投入占母公司营收比重 (%)



公司拥有一支专业的创新研发团队，背景涵盖皮肤科学、生物化学、生命科学、材料科学、医学、工业造型设计、心理学和统计学等不同学科的高层次科研人员。同时，公司成立“浙江省博士后工作站”，并于 2018 年获正式授牌，持续深化高层次人才培养。报告期内，公司发起研发团队的管培生项目，对选定人才开展公司介绍、轮岗规划、分批面试、研究内容互通和新技术吸收等工作，以丰富跨学科人才储备；对配方师和公司内部相关从业人员进行化妆品新法规的贯彻宣讲，覆盖公司内部产品开发、采购、质量管理、生产等多个部门，参与人次 200+，进一步提升公司内相关从业人员的合规意识；同时，根据化妆品行业一系列新法规，对公司内部相关部分进行贯彻、执行，包括更新流程、升级研发系统支持等。

为充分激发研发人员创新积极性，公司持续完善人才激励措施，制定《专利管理办法》，设立创新项目奖、论文及专利等相关奖励，对于经理及以上的部分人员给予股权激励，并根据新上市产品贡献度，设立先进个人奖励，强化对研发人员的物质与精神激励。

同时，公司加强先进研发设备的引进，提升研发效率。报告期内，公司购置定制发酵罐系统、自动化制备与分析设备，并添置软件及数据库的应用。

设备名称	主要功能
定制发酵罐系统	模拟发酵工程生产放大的工艺模式，扩大发酵体系的同时实现多项数据在线检测
自动化制备与分析设备	为新原料开发探索和试中提供高效的硬件支持，实现自动处理和收集，节省人力、提高研发效率

公司重视外部研发合作，持续深化合作范围。公司积极开展国际战略合作，与德国巴斯夫公司、西班牙国际胜肽世家 LipoTrue、美国特种材料专家 Ashland、法国海洋生物科技专家 CODIF、法国国家海藻研究机构 CEVA 等多个全球科技实验室达成合作。公司在 2020 年投资中科欣扬，在麦角硫因，sod，依克多因等化妆品功效原料上开展合作。同时，公司积极推动产学研融合，推动研发成果转化。

2022 年度新增研发设备投入 >

2022 年研发创新亮点绩效与认可 >

报告期内，珀莱雅：

- 共有科研人员数量 229，其中硕士以上学历员工占比超过 30%，博士学历员工占比 2%
- 授权发明专利 15 项
- 实现 75 款新产品⁷上市
- 成功研发超分子 A 醇、多重分子钉、包裹异槲皮素、安可宁糖、抗黑眼圈脂质体、Microbe Defender 等多款珀莱雅独家原料
- 参与了《T/ZHCA 017-2022 头发生长期与休止期数量比值测试方法》和《T/ZHCA 019-2022 化妆品去屑功效测试方法》团体标准的制定



截至报告期末，珀莱雅：

- 累计主导或参与制定国家标准 14 项、行业标准 3 项、团体标准 14 项
- 累计获得有效专利 225 项，其中发明专利 107 项



⁷ 新产品指全新产品、配方升级产品、包装升级产品、微创新产品等

产品质量与安全

珀莱雅严格遵守《化妆品监督管理条例》《化妆品生产质量管理规范》《化妆品安全技术规范》等法律法规，从产品研发、生产到上市后的质量与安全保障开展产品全流程质量管理，确保产品的安全性、功效性。

产品研发质量管理

在产品研发环节，公司重点关注原料与配方的安全性与功效性。公司制定《产品防腐能效测试流程》《人体斑贴测试流程》等制度，规范产品开发环节质量与安全控制，对新开发的产品配方、升级的原有配方、功能性及活性原料进行全面的评估，以保障产品安全与功效卓越。

公司遵守国家化妆品注册备案要求，进行产品的理化微生物指标送检及安全性测试。公司在研发创新中心下成立理化分析部、产品评估部负责产品研发环节的质量评估，并设计完善的安全评估体系，例如：稳定性、感官评估、离体功效评估、细胞毒性评估、临床测试评估等，以及皮肤科医生的测试。此外，公司积极开展人体斑贴测试，减少化妆品引起人体皮肤不良反应的潜在可能性。

同时，公司积极开展体外评价方法的建立与开发，以替代动物性实验。国际科学研究院下设技术评估模块，针对重点的功效原料和产品开展安全和功效评价。我们在生化、分子、细胞、3D 模型等水平上建立了体外保湿、美白祛斑、舒缓抗炎、抗氧化、抗衰老等功效评价、以及毒理刺激等安全性评价等体外评价方法 20 余项，初步具备了进行抗衰、美白祛斑、舒缓、刺激等主要化妆品体外功效和安全评价、以及功效机理研究的能力。



产品生产质量管理

在产品生产阶段，珀莱雅以“过程把控 质量安全 客户满意”作为质量管控理念，建立完善的质量管理体系，制定《珀莱雅管理手册》《偏差控制制度》《不符合纠正措施控制程序》等制度，规范原材料、生产过程和产品出厂等各环节的质量控制和偏差管理，在各个环节设立质量目标、严控质量监测，全方位保障产品品质。

质量管理体系认证 >

认证	认证范围	认证有效期
ISO22716 化妆品良好生产规范(GMP)	珀莱雅化妆品股份有限公司	2024.3
US FDA CFSAN 化妆品 - 良好生产规范(GMP)	珀莱雅化妆品股份有限公司	2024.1
ISO9001:2015	珀莱雅化妆品股份有限公司	2025.2
ISO9001:2015	浙江比优媞化妆品有限公司	2024.3
US FDA CFSAN 化妆品 - 良好生产规范(GMP)	浙江比优媞化妆品有限公司	2024.3
ISO22716 化妆品良好生产规范(GMP)	浙江比优媞化妆品有限公司	2024.3

生产工厂关键绩效目标及绩效 >

生产质量关键绩效指标	目标	2022年绩效
生产制程一次性合格率	≥ 99%	99.677%
市场抽检合格率	100%	100%
市场质量投诉率	≤ 1.2ppm(百万件不良率)	≤ 1.169ppm
进料检验合格率	≥ 99%	原料进料检验合格率 99.267% 包材进料合格率 99.591%
管理体系审核缺陷项关闭率	100%	100%

2022 年，公司进一步提高 QA (Quality Assurance, 质量保证)、QC (Quality Control, 质量控制) 标准，优化产品生产的确认流程，建立由研发、开发、工厂等多方确认的审核机制，对产品质量进行层层把关。

产品生产环节质量控制 >



原料控制

- 制定原料管理制度，设置验收标准并规范评价方法，各部门严格遵守各类文件规定操作
- 采用原料保质期控制系统、设置原料质量控制指标，包括：理化、微生物、红外光谱指纹控制等



包材控制

- 制定《包装材料管理规范》等制度
- 开展包装样品评价、包装小批量试验性生产评价
- 设立检验计划，在项目全部测试通过后方可放行生产



制造过程

- 严格按照国家批准的生产工艺制定工艺规程，对生产过程进行标准化管理
- 制定半成品评价规格书，并设置质量控制指标，例如：理化、微生物、防腐剂添加量等
- 半成品每批留样、库存定期复检



灌包控制

- 开展首件控制、在线巡检，管理灌装过程质量
- 2021 年上线的 MES 系统，采集生产过程质量数据，实现现场质量信息实时共享、信息可追溯



成品控制

- 对照产品各项执行标准，对产品质量进行控制，开展包括：理化检验、稳定性检验、重金属检验等，合格后方可放行



出货检查

- 严格按照法律法规要求，建立产品标签管理规程《标识和可追溯性控制程序》
- 确保所有出厂产品的标签全面实现生产历史可追溯，包括：批号、规格、工序、检验记录等

公司具有完善的内部检测能力以及先进的设备仪器，包括英国 VISION SWIFT DUO 一体化视频和光学测量系统、OLYMPUS 壁厚测量仪、美国 SUN TEST 光老化测试仪、美国安捷伦高效液相色谱仪、电感耦合等离子体发射光谱仪 (ICP-OES) 等，可以对包材外观、壁厚、膜厚、电镀涂层硬度、表面印刷及电镀涂层附着力、光老化褪色性能、耐冲击力、抗溶剂性、气密性、疲劳特性、相容性，及对化妆品防腐剂、重金属、防晒剂含量、《化妆品安全技术规范》规定的禁限用物质含量等进行测定，各项安全与功效测试贯穿了整个产品的研发到原料、包材、半成品、成品全生命周期，确保送到消费者手中的产品安全有效。



2022 年，公司开展了工厂内部质量审核，并通过了来自监管单位、合作单位的 8 次外部审核，公司质量体系也受到外部审核单位的肯定。报告期内，公司未发生与质量安全相关的处罚事件，也未有上述事项引起的诉讼案件发生。

产品上市后质量管理

公司建立《产品召回管理》《产品召回控制程序》等制度，对于已经上市的产品或在运输途中的不合格产品，立即停止销售并召回，以保障消费者的权益。公司每年开展一次模拟产品召回，以确保召回程序的有效运行。

报告期内，公司开展模拟召回了珀莱雅弹润透亮青春活力水 160ml。整个模拟召回活动联动客户服务部、质量管理部、物流部、生产部、研发部等多个部门，从客诉立案、发放召回函到模拟产品退回共费时 1 周，验证了召回程序与可追溯管理制度流程的正常使用，确保了公司管理体系的适宜性、符合性。

化学品安全

公司在产品研发中不断审视我们使用的化妆品原料，持续提升产品的化学品安全属性。珀莱雅严格遵守《化妆品安全技术规范》《已使用化妆品原料目录（2021年版）》等法律法规要求，不使用任何禁用成分，包括但不限于《化妆品禁用原料目录》《化妆品禁用植（动）物原料目录》中2,000多种禁用成分，例如氢醌、苯酚、维甲酸（视黄酸）及其盐类、糖皮质激素类、抗生素类等。

在此基础上，公司采用严于中国法律法规的标准，规范化妆品原料的选用。公司参考欧盟、韩国及日本的相关标准中的成分及使用剂量，在新产品研发中禁用有争议的成分。

对于法律明确规定的禁用成分，公司严格按照法规要求，实时执行禁用成分的仓储清零。本年度公司多次筛查在库原料的杂质成分、进行成分拆解，确保化学成分的安全。对于临床研究和市场反馈有争议的成分，公司会对原配方制定成分升级计划，逐步汰换、减少争议成分的使用。

公司的化学品安全管理贯穿研发到上市后各个阶段。在产品开发和备案阶段，公司邀请专业第三方机构共同开展产品安全性评估，并根据相关成分的临床研究成果和市场反馈，调整成分的选用。对已上市的产品配方，公司会实时关注全球法规和标准变化，识别有争议的风险成分，由各相关部门进行评估和决策，制定配方升级和汰换的计划。

报告期内，公司在售和研发中的大单品已完全汰换了尼泊金酯类防腐剂、矿物油等产品成分，并针对苯氧乙醇防腐剂对于亚洲肤质的刺激问题，将产品配方中含苯氧乙醇防腐剂的活性物进行了逐步替换，并优化了配方的防腐剂温和度。



公司所参考的重要化学品安全国际标准

欧盟委员会（European Commission）

- LIST OF SUBSTANCES PROHIBITED IN COSMETIC PRODUCTS
- LIST OF SUBSTANCES WHICH COSMETIC PRODUCTS MUST NOT CONTAIN EXCEPT SUBJECT TO THE RESTRICTIONS LAID DOWN
- LIST OF COLORANTS ALLOWED IN COSMETIC PRODUCTS
- LIST OF PRESERVATIVES ALLOWED IN COSMETIC PRODUCTS
- LIST OF UV FILTERS ALLOWED IN COSMETIC PRODUCTS

韩国

《化妆品着色剂的种类和限制》

日本

《化妆品基准 - 禁限物质清单》



珀莱雅历年成分汰换清单 >

序号	原料名称	汰换进度
1	碘丙炔醇丁基氨甲酸酯 (IPBC)	已经淘汰
2	甲基氯异噻唑啉酮和甲基异噻唑啉酮与氯化镁及硝酸镁的混合物 (甲基氯异噻唑啉酮:甲基异噻唑啉酮为 3:1)	已经淘汰
3	曲酸	已经淘汰
4	丁基甲氧基二苯甲酰基甲烷	已经淘汰
5	三氯生	已经淘汰
6	新铃兰醛	已经淘汰
7	丙二醇	逐步淘汰 (大单品已经不再使用)
8	咪唑烷基脲	逐步淘汰 (大单品已经不再使用)
9	双 (羟甲基) 咪唑烷基脲	逐步淘汰 (大单品已经不再使用)
10	尼泊金酯类	逐步淘汰 (大单品已经不再使用)
11	矿物油	逐步淘汰 (大单品已经不再使用)
12	甲基异噻唑啉酮	逐步淘汰 (大单品已经不再使用)
13	肉豆蔻酸异丙酯	逐步淘汰 (大单品已经不再使用)
14	椰油酰胺 DEA	逐步淘汰 (大单品已经不再使用)
15	吡啶硫铜锌 (ZPT)	逐步淘汰 (大单品已经不再使用)
16	滑石粉	逐步淘汰 (大单品已经不再使用)
17	丁羟甲苯 (BHT)	逐步淘汰 (大单品已经不再使用)
18	塑料粒子类 (聚乙烯蜡)	逐步淘汰
19	苯氧乙醇	逐步淘汰
20	含 PEG 类乳化剂	逐步淘汰
21	人工色素	逐步淘汰

同时，公司也致力于提升产品的天然有机属性，以减少化妆品生产与使用过程中产生的环境影响，为消费者提供更加多元的产品选择，满足日益增长的可持续消费需求。我们从产品的全周期出发，通过在原料选取、天然有机原料的使用及配方的改良升级，不断提升产品的绿色属性。



原料选取

将绿色可持续纳入原料筛选标准

除了设立从原料安全性、功效性方面设定筛选标准，例如：有效成分浓度，刺激性维度等，将生产可持续性纳入筛选标准，关注原料的环境友好程度等

在新品研发中使用更天然、有机的原料

根据《ISO16128-1/2 天然和有机化妆品成分和产品的技术定义和标准》，新品选取更天然的成分，提升产品的绿色属性



有机原料使用

使用有机认证原料

在产品中选用有第三方有机认证的原料，比如符合国际公认的有机和天然化妆品标准 COSMOS、法国国际生态认证中心 ECOCERT 有机认证的原料



改良升级

不断提高配方的有机、天然和环境友好属性

不断升级产品配方，为消费者提供更有有机与天然的产品

消费者服务与权益保护

消费者服务

秉承“用心服务、以诚待人”的理念，珀莱雅致力于为消费者提供优质的服务体验。我们搭建了畅通的线上线下消费者服务渠道，为消费者提供售前、售中、售后全链路的查询、咨询和投诉服务。公司定期开展营销体系人员的培训工作，持续提升其专业能力和服务能力，并定期开展消费者满意度调查，收集消费者意见建议，以优化消费者服务体验。

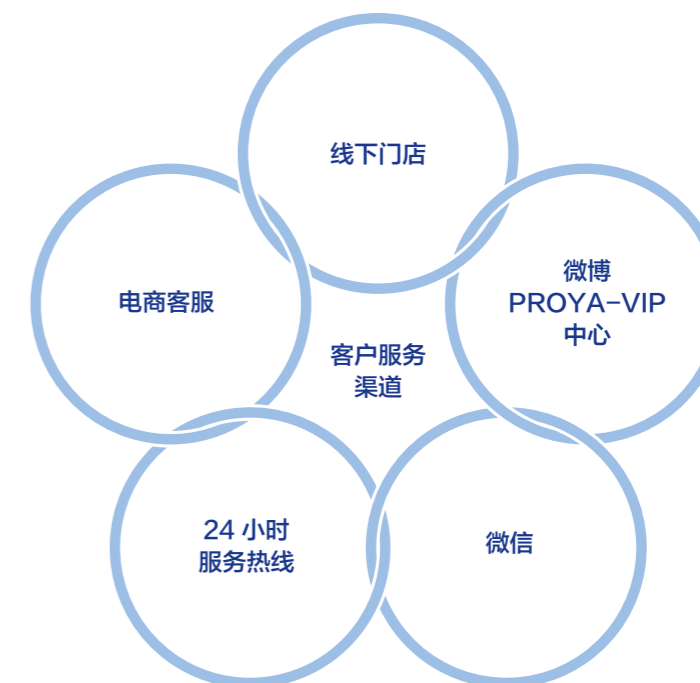


在消费者沟通方面，公司搭建消费者反馈渠道、听取消费者意见建议。2022年，公司珀莱雅、彩棠品牌先后在微博、小红书等平台开通服务账号，为消费者产品使用答疑解惑及提供售后服务；并通过该账号进行消费者售后追踪。报告期内累计跟踪处理相关问题 20,000+。

在此基础上，公司也主动开展消费者沟通，通过评价回访、电话满意度调研等方式收集消费者对于产品、服务、运营活动等多方面的真实反馈，输出改善建议。

对于消费者投诉，公司建立了完善的投诉处理渠道，联动产品销售、研发、客户服务等多部门，对于消费者在使用感受、售后服务、产品优化建议等多方面反馈和疑问，进行及时处理。

投诉处理方式与流程 >



沟通反馈问题	处理方式
使用感受问题	客户服务人员第一时间对用户产生的问题进行询问，提供专业的使用建议和产品解答
售后体验问题	记录反馈用户需求，同步给客服等相关部门，力求第一时间解决用户问题，保障用户权益最大化
产品优化建议	对不同产品进行整理，并生成月度报告，反馈研发部门，对产品进行升级优化
产品质量投诉	联合工厂、研发、质量等部门排查可能存在的问题，根据问题严重程度采取针对性措施，同时与消费者协商一致，保障用户权益最大化





针对消费者反馈意见，公司每月汇总天猫客户之声模块的消费者评价，举办消费者服务月会，联动产品销售、研发、工厂、客户服务等多部门，对于消费者在使用感受、客服服务、产品优化、物流服务建议等多方面反馈和疑问，进行跟进和优化处理，完善内部管理机制。

2022 年，公司收到有关“羽感防晒”（珀莱雅轻享阳光羽感养护精华防晒液）使用体验问题的反馈。公司第一时间前往厂区进行调查，及时发布问题说明，并为消费者开通畅通的售后通道解决问题。同时，公司筹备已久的透明工厂也将在 2023 年上线，通过线上线下双开放模式，让消费者以更透明、开放的方式了解产品生产全流程，进一步提升消费者信任度和满意度。



在消费者体验优化方面，我们关注消费者的购买与使用感受，主动跟踪交易链路中的各个环节，提前发现消费者可能遇到的问题进行主动提醒或主动跟进，在各个阶段持续优化消费者的消费体验。

消费者体验优化措施 >

消费过程体验提升

-  坚持“黄金回复 30 秒”原则，快速响应消费者问题
-  对售后问题采取统一工单登记、闭环管理措施，确保售后问题 100% 处理
-  对电商平台的消费者服务预警、告警进行跟进，及时修复消费者体验
-  降低客服机器人使用比例，实现全 24 小时人工在线服务，提升消费者互动体验

产品使用体验提升

-  产品（大单品及彩妆产品）上市前开展消费者盲测，根据消费者的意见进行产品修改
-  产品上市后根据消费者反馈进行产品迭代更新，以提升产品本身的使用体验

报告期内，公司珀莱雅品牌在天猫平台 2022 年 2 月和 9 月服务满意率达 95% 以上，获得“金旺旺”客服团队称号，在抖音店铺服务体验分值始终保持在 4.95 以上，京东平台获得了直通车服务亚军称号；彩棠品牌整体客户满意度 > 95%，连续 5 个月荣获天猫“金旺旺”客服团队，机器人店小蜜综合体验荣获天猫一等奖；悦芙媿品牌在抖音、天猫双平台满意率达 95% 以上，并获得“金旺旺”客服团队称号。

在消费者服务能力提升方面，公司通过人才培养、业务创新的方式，致力于建设专业高效的消费者服务团队。2022 年，公司搭建了珀莱雅魔学院线上客服培训系统，以线上课程为基础，实现全体员工终端在线学习。报告期内，线上培训在线学员⁸超 500 人，课程总数达 155 门，累计考试 75 次，有效提高了培训工作效率，提升客服的业务能力和专业知识产品能力，为消费者提供优质的服务体验。同时，公司开展了 RPA 电商自动化流程业务创新，将客服内部繁琐、重复性的工作流程自动化。报告期内，公司已开发 50+RPA 场景，帮助客户服务团队快速处理顾客问题，减少顾客等待时间。

在消费者满意度调查方面，公司相关事业部每年向消费者开展消费者满意度调查，从产品、物流及服务等多个方面收集消费者意见，双向收集、了解消费者需求。报告期内，公司旗下彩棠品牌对全线产品及服务进行了满意度问卷调研，共调研 16 次、2,000 人，产品满意度达 94%，服务、物流满意度达 96%。



⁸ 在线学员指公司在职工（客服）、外部合作类客服

消费者隐私保护

珀莱雅重视信息安全与消费者隐私保护。公司严格遵守《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国数据安全法》等法律法规，制定了《电商数据安全管理制度》《网络安全管理办法》《信息系统开发管理办法》等管理制度，并要求内部严格执行相关制度，确保在数据安全、研发等层面，均保证符合数据安全生产要求。公司实时跟进最新的信息安全与隐私保护政策，在 2022 年对《电商数据安全管理制度》进行更新，完善了在数据安全、权限审批、数据审批等方面的规定，强化消费者隐私保护。**报告期内，公司未发生与消费者隐私泄露相关的事件，也未有上述事项引起的诉讼案件发生。**

公司严格控制消费者信息的访问与传输，针对敏感信息进行脱密处理，限制数据复制、限制消费者信息查看的次数，并对敏感信息的导出进行权限设置，运营人员无权获取用户的信息。2022 年，公司对现有数据进行排查，整理收紧数据域访问权限，加强网络环境访问控制。

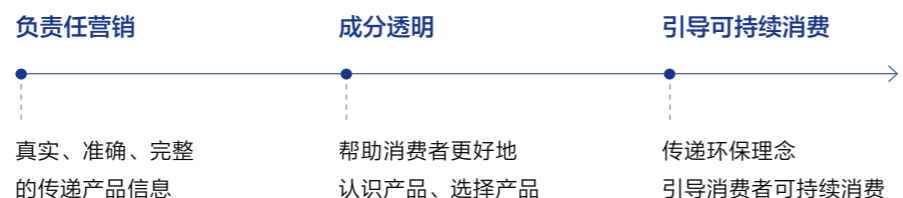
同时，公司通过内部会议的形式，提升消费者隐私保护意识。在数据开发层面，公司要求对涉及消费者隐私的重要字段进行脱敏处理，并在 2022 年开展 6 次内部全员会议讨论与宣导，对外(常调用数据部门)进行 2 次数据使用规范约束。

负责任营销与消费者教育

企业营销是与消费者互动的过程。在此过程中，为消费者提供真实、准确、完整的产品和营销信息是企业开展消费者服务的底线与基础；而同时，消费者从品牌和产品中获得的信息会影响消费者的购买决策，也将进一步影响行业的发展。

珀莱雅重视与消费者的互动与沟通，我们以负责任原则开展营销活动，也注重在与消费者沟通过程中传递科学、环保理念，帮助消费者理性决策、可持续消费。

珀莱雅消费者沟通原则 >



公司重视产品营销的真实性和准确性，严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》，制定《产品文案审核流程》，并在研发创新中心下成立产品科技内容部，负责对产品科学内容的把控。此外，公司加强对所有客服人员的培训，提高客服人员的负责任营销意识。

负责任营销管理措施 >

报告期内，公司未发生市场推广、标签使用违规相关的处罚事件，也未有上述事项引起的诉讼案件发生。

产品推广内容准确性保障	负责任营销培训
<ul style="list-style-type: none"> 成立产品科技内容部，由专业的研发人员对产品介绍内容进行审核，确保产品推广过程中科学内容正确性和准确性 建立《产品文案审核流程》，营销文案须经过品牌营销、产品开发、研发、法务等多部门审核 对于推广过程中产品主要功效开展内部临床试验和第三方检测，例如：对于彩棠釉感焕颜多效妆前乳推广的亮点“改善卡粉，改善暗沉及改善即时皮肤细腻度”聘请第三方进行检测证明 	<ul style="list-style-type: none"> 新产品上市前，向品牌宣传、运营、客户服务人员等开展产品信息准确性培训，包括：产品肌理科普、产品用法建议等 每月至少三次，针对客户服务人员开展产品知识培训与训后考核，确保在客户服务过程中提供给消费者的产品信息与标准的产品介绍保持一致 报告期内，产品营销及客户服务人员负责任营销培训覆盖率 100%

了解化妆品的安全性、功能性是消费者保障自身安全的重要防线。公司通过透明的成分披露和多种形式的化学品成分教育，帮助消费者更好地认识功效成分，做出更科学的购买决策。

化学品成分透明管理措施 >

成分公开	<ul style="list-style-type: none"> 公司在产品标签上按法律法规要求，对产品成分进行全标注 此外，公司在“透明标签”“美丽修行”等消费者常用的 APP 上传产品全成分表，公开透明地披露产品成分 公司所有的产品推广均会清晰地说明所使用的成分、作用机理以及来源
成分教育	<ul style="list-style-type: none"> 创立《这！就是护肤》栏目，邀请多位公立医院权威皮肤科医生，通过热门护肤主题直播、专业护肤知识科普、皮肤科医生分享诊疗经验，帮助用户建立专业的护肤体系，引导用户建立正确的护肤常识

在引导消费者可持续消费方面，我们在产品及包装设计中融入我们的环保理念，并将其传递至消费者。

引导可持续消费措施 >

功能设计	<ul style="list-style-type: none"> 产品包装外盒设计为包括具有首饰和小物件收纳功能的可重复使用外盒，使其更具复用性
使用引导	<ul style="list-style-type: none"> 在花盒及礼盒的内部印上使用说明与小游戏，引导消费者留存使用




| 供应链责任

供应商管理

公司主要供应商类型为物料供应商与 OEM、ODM 供应商，供应商的稳定关系到公司产品与服务的品质和稳定经营。珀莱雅遵守《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国招标投标法》等法律法规，对供应商开展有效的全流程管理，防控供应链风险。

公司建立了《供应商管理制度》和《生产性物料新供应商开发管理制度》等管理文件，从供应商的准入、评估考核、审查等各环节进行全流程规范化管理。

供应商管理流程 >

- 
供应商准入
 - 根据业务运营过程中产生的新需求，在现有资源无法满足的情况下，采购部门启动新供应商开发需求
 - 对新供应商的企业资料进行预审，择优选出潜在供应商后安排进行现场审核。按照新供应商评价标准，进行供应商评分后予以准入
- 
供应商评估
 - 公司每半年度对供应商进行绩效评估，由采购部发起，协同质量管理和价格评审部采用 SRM 线上以及线下相结合形式的打分评级，将供应商划分为 A/B/C/D 四个等级，评估内容主要包括产品质量、交货、价格及增值服务等
- 
不合格供应商
 - 基于供应商绩效评估结果的相应措施，D 级供应商为不合格供应商，由采购填写供应商删除变更表，经多级审批后终止合作关系

委外加工质量管控措施 >

在供应商质量管理方面，公司定期对供应商进行现场审核，并针对重点供应商提供质量专项培训。2022 年，公司对 17 家供应商完成了年度审计。同时，公司结合年审进行点对点质量培训，并对 18 家大单品配套包材供应商组织集中质量培训。

同时，针对 OEM/ODM 等供应商，公司建立了《委外加工管理制度》，通过质量标准制定、现场指导、不定期抽查等方式，强化委外加工环节的质量控制。

质量标准制定

制定涵盖化学品成分、外观、消费者使用体验等在内的完善的质量控制指标，确保供应商按照标准进行生产

现场指导

在首批产品生产前，开展现场指导，向生产管理人员进行标准解读，集中解决在实际生产中质量标准的运用问题

不定期抽查

依据质量标准开展不定期抽检，并根据市场反馈问题进行现场盘查

在供应链稳定管理方面，公司通过供应链自动化、数字化、智能化的不断升级改造，打通从生产端到品牌需求端的数据信息链，从而打造更精准、更敏捷的市场响应能力。公司从价值、策略、技术、业务等维度建立供应链稳定保障机制，通过科学的预测、预警和供应商管控确保供应链韧性，保证了供应链的稳定。

同时，公司关注供应商对其上游供应商的管理，并在具体项目上进行合适的供应商匹配，重点评估供应商的财务稳定性和经营状况、综合管理能力、技术开发能力、生产能力、质量管理能力和供应交付弹性，以保证供应链健康稳定发展。

负责任供应链

珀莱雅深知，公司的采购行为对环境、社会均有重要影响，我们需要站在全价值链系统的整体高度审视我们的责任。我们关注所使用的原材料带来的环境与社会影响，坚持以负责任的方式采购原材料，同时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。

因此，我们制定了面向 2025 年的全价值链可持续转型目标，致力于提升全价值链的可持续属性。

珀莱雅全价值链可持续转型目标 >

日期	具体目标
2025 年	<ul style="list-style-type: none"> 带动所有价值链合作伙伴可持续转型并向同业分享自身可持续行动，通过多种方式的产品可持续信息披露，面向消费者传递可持续消费理念 主要合作伙伴 100% 开展 ESG 符合性评估，为所有合作方提供 ESG 管理支持 通过价值链减碳倡议和激励，推动所有战略合作伙伴碳排放降低 所采购的棕榈油衍生品中使用 RSPO 认证棕榈油的种类占比达到 70% 以上，同时在规划期内进一步完善对所采购原料中棕榈油的追溯体系
2045 年	<ul style="list-style-type: none"> 实现全价值链碳中和

我们的可持续采购措施 >

环境方面

优先选用经过环保认证的原材料

- 我们优先采购环保原材料，包括经过可持续森林认证的纸张、棕榈油，环保油墨、环保涂料、环保胶水等
- 源产非洲的原材料，公司优先选择签署公平贸易协议的生产商
- 天然产物是珀莱雅产品的核心成分，针对黄细心根提取物、刺云实胶、大花可可树脂等，公司优先选择符合《名古屋议定书》的生产商

与生产供应商携手降低环境影响

- 我们与供应商共同努力，改进生产工艺流程，减少生产过程的环境影响

要求供应商建立环境管理体系

- 要求所有供应商签署《商业准则承诺书》，并承诺建立完善的环境管理体系，以提高资源使用效率、减低工业“三废”及温室气体排放

我们的可持续采购措施 >

社会方面

在《商业准则承诺书》中，要求供应商承诺坚持合规雇佣，不使用童工，不强迫工人劳动，在用工方面遵循公平不歧视原则；遵守廉洁阳光原则，拒绝任何形式的商业贿赂行为

在棕榈油采购方面，公司自身产品生产中没有直接使用棕榈油；我们在采购棕榈油制成的原料时，优先同具有良好 ESG 管理实践、具备 RSPO 认证棕榈油信息的大型供应商合作，向供应商了解其棕榈油的产地来源等信息，了解其可持续属性，并优先采购经过 RSPO 认证的棕榈油衍生品。

在供应商审核方面，公司在供应商准入审核中纳入环境、劳工、道德等方面的考量因素，涵盖合规雇佣、员工培训、诚信经营、环境管理等多方面的考核指标。报告期内，共有 **222 家** 供应商参与了 ESG 符合性评估，通过率为 **95.05%**。

同时，公司致力为供应商的 ESG 管理提供支持，推动全价值链的可持续转型。2022 年，公司针对包材及原料供应商，先后开展了 **3 次** ESG 培训，供应商数量 **超过 50 家**，参与培训的供应商采购额占总采购额 **70% 以上**。通过培训，公司向供应商传递珀莱雅的可持续发展战略规划以及 ESG 管理的知识，以促进供应商对公司可持续发展战略规划的理解与支持，提升供应商的 ESG 管理意识。

3 次
开展 ESG 培训

50 家
供应商数量超过

70% 以上
供应商采购额占总采购额

员工责任

员工权益与福利

合规雇佣

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律制度，制定并实行《员工招聘和录用管理制度》《薪酬管理制度》《员工异动管理办法》等制度文件，保障员工在招聘、管理过程中不受到任何形式的歧视。此外，公司成立工会，与工会签订了集体合同，保障员工权益与福利。报告期内，公司未发生与员工招聘与解雇、工时与假期、晋升与平等机会、反歧视及多元化和劳工准则相关的事件，也未有上述事项引起的诉讼案件发生。

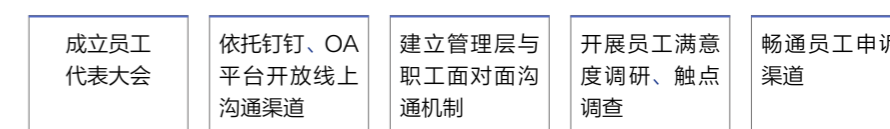
员工雇佣和基本权益政策 >

	权益保障措施	相关制度
招聘	<ul style="list-style-type: none"> 原则：公正、公平、公开 杜绝录用童工：招聘时确保面试者达到法定劳动规定年龄 禁止强制劳工：弹性上班、按时记录考勤、定期检查工作强度、提倡劳逸结合 	《员工招聘和录用管理制度》
解聘	<ul style="list-style-type: none"> 严格遵守劳动法规开展员工离职工作 	《员工离职管理办法》
工时与假期	<ul style="list-style-type: none"> 实行标准工时制，标准工时为每周 40 小时，加班时间可申请调休 按照国家规定实行带薪年假、婚假、丧假等法定假期 按照当地规定实行育儿假、护理假等假期 	《请休假管理办法》
薪酬与补贴	<ul style="list-style-type: none"> 以业绩牵引为基础，制定公平且有竞争力的薪酬制度 因工作或岗位需要而异的交通、差旅等补助或津贴 	《薪酬管理制度》
考核与晋升	<ul style="list-style-type: none"> 不拘泥于资历与级别，以能力素质为先，破格晋升有突出才干和突出贡献者 绩效考核结果作为员工晋升的重要参考；建立专业、管理类双通道晋升机制 	《绩效管理办法》

员工沟通

平等的对话关系有利于建立高效的工作机制，也能让更多的员工参与到公司发展经营之中，增强员工的归属感。公司不断改善与员工的沟通机制，听取员工的意见建议，改进企业管理，为员工打造平等开放的工作环境。

员工沟通渠道 >



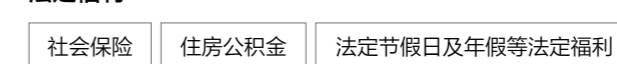
报告期内，公司就办公绿植配置、办公区域指引设计及茶歇采购方面开展员工问卷调查，积极采纳员工意见，共建有温度有情怀的职场环境。

员工福利

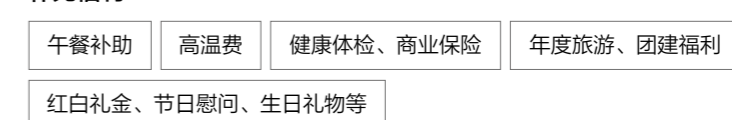
珀莱雅重视员工的福利保障，制定并严格实行《福利管理办法》，为员工提供了丰富完善的福利体系，在法定的固定福利基础上，增加补充福利、专项福利等。其中，公司为工厂员工设置专项福利，例如免费员工宿舍或住房补贴、免费工作餐，以及全勤奖、工龄奖等奖励。

公司福利清单 >

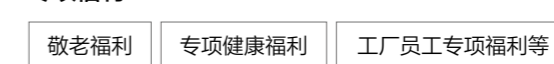
法定福利



补充福利



专项福利



员工关怀

随着公司发展与员工需求的演进，珀莱雅的福利制度也进行动态升级，以回报员工的付出，例如主播关怀等。公司在了解到主播工作室较为干燥后，并考虑主播员工高强度工作长时间持续直播的因素，增添加湿器并另外配置鲜花，提升主播员工工作舒适度。

此外，工会会定期开展节日慰问等工作，提升员工在珀莱雅的幸福感和归属感。

2022 年员工关怀行动 >

行动	措施
女性关怀	<ul style="list-style-type: none"> 为职场妈妈设立私密、干净、舒适的“爱心妈咪小屋”，配置沙发、椅子、冰箱、湿巾、母乳喂养宣传指南、宣传海报。报告期内，累计为 30 位职场妈妈（包含哺乳期及准妈妈）提供职场里的“温馨之家” 三八妇女节，给女员工送出「3·8」粉色礼袋，并提供半天福利假
青年关怀	<ul style="list-style-type: none"> 联合园区企业建立安全的交友平台“光年间”，拓展年轻员工交友平台，丰富年轻员工在园区的生活
优秀员工嘉奖	<ul style="list-style-type: none"> 在“2022 进无止境”云年会首次举行勋章授勋仪式，嘉奖优秀团队和个人 举办珀莱雅十周年“更有范，正当十”员工授勋仪式，邀请司龄满 10 年的员工在授勋仪式上分享心得 举办“不止一面，奔向未来”——珀莱雅 2022 双十一表彰仪式，表彰双十一优秀员工与团队
主播关怀	<ul style="list-style-type: none"> 提供加湿器、配备鲜花，提升主播工作环境舒适度 为主播提供心理辅导，缓解工作压力
节日慰问	<ul style="list-style-type: none"> 积极开展节假日庆祝活动与员工同庆同乐，让员工感受到家的温暖，例如“2022 虎虎生威——迎新春、送福联”及元宵节自制花灯等
兴趣类培训及认证	<ul style="list-style-type: none"> 公司工会联合西湖区工会为员工提供美容师、西点师及茶艺师等兴趣类培训及认证
内购福利	<ul style="list-style-type: none"> 下半年举办 2 场公司级多品牌联合内购活动，为员工提供高性价比产品福利，平均销售额 40 多万元 / 场次
组织交流	<ul style="list-style-type: none"> 与西湖区团区委建立良好沟通，举办 2022 年西湖区“万朵浪花”大学生暑期社会实践团交流活动，迎接浙大等高校优秀学子前来参观
珀爱互助金	<ul style="list-style-type: none"> 开展 1 例互助金资助，为患乳腺恶性肿瘤疾病的员工发放互助金

公司提倡劳逸结合，推行弹性上班工作制，给予员工上班时间更多自由度；建设员工休闲吧，配置健身区等设施；鼓励员工组建社团，并为社团提供平均 15 万 / 年的活动经费资助。

此外，公司定期举办各项文体活动，丰富员工职场生活，提高员工工作生活幸福感，实现工作生活平衡。

2022 年员工文体活动（部分）>

活动	内容
珀莱雅星歌会	<ul style="list-style-type: none"> 组织内部歌手比赛，涵盖个人 Solo 独唱、“帮帮唱”组合唱环节，为员工提供展现特长的舞台
2022 年珀莱雅网球训练营	<ul style="list-style-type: none"> 成立珀莱雅网球社，由社团出资开展训练营活动，并组织成员开展日常训练，提升专业技能
火力青春，谁羽争锋羽毛球挑战赛	<ul style="list-style-type: none"> 组织开展羽毛球单打比赛，宣传积极拼搏的“执行力”文化
无惧挑战，珀出精彩珀莱雅篮球争霸赛	<ul style="list-style-type: none"> 邀请共创空间团队，开展篮球友谊赛，推崇团队协作文化
学习社系列活动	<ul style="list-style-type: none"> 与 COSTA 开展跨界合作学习，了解咖啡历史，学习品评技巧；大咖摄影课，了解各式摄影器材，玩转光影效果；Excel 函数学习交流，传授专业技能；《科技·美》小课堂，分享医美变美路径；与青藤艺术中心合作，开展茶艺课，带来对美好生活的追求




职业健康与安全

安全生产

公司秉持“坚持安全生产，营造安全氛围，保证身心健康”的安全生产方针，贯彻落实《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国安全生产法》等法律法规，制定安全生产目标。报告期内，公司发生工伤死亡事故数为 0，火灾事故数为 0。

管理目标 >

 不发生重大伤亡事故，不发生火灾爆炸消防事故
轻微小伤害事故年度发生数少于 3 起

公司制定《安全生产检查及隐患排查治理制度》《安全生产教育培训制度》《安全例会制度》《消防安全管理制度》等制度文件，建立完善的安全生产管理制度，定期开展员工安全培训及消防演练，保障员工安全。

安全生产管理措施 >

完善管理体系

- 提高安全意识，坚持预防为主。定期研究安全生产动态，及时解决生产中出现的问題；用足用好安全防护经费，改善劳动条件和作业环境
- 建立健全安全组织网络，完善安全生产岗位责任制，逐级签订安全生产责任书，充分发挥安全管理员作用，杜绝违章指挥，违章操作

严格过程管理

- 严格执行危险作业审批制度，对从事危险作业的必须事前做好审批手续。危险作业前必须有详细的施工方案、书面交底和安全保护设施并随时检查，发现隐患即时纠正
- 统一管理安全生产台账，定期监督检查，识别安全生产隐患，把事故隐患消灭在萌芽之中监督安全生产管理工作质量
- 建立《生产安全事故应急预案》，从组织、响应、后期处置、专项应急及现场处置方案等方面，建立了完善的安全事故应急处理体系

加强安全教育

- 加强安全教育，提高职工安全素质，健全职工安全教育档案。新入场的工人上岗前必须全部进行三级安全教育培训，经考试合格，签订《安全责任书》方可上岗操作
- 开展好每年“全国安全生产月”活动。通过开展安全活动，增强职工安全意识，提高安全素质，促进安全生产

报告期内，公司开展车间安全技改项目，为消防安全处理提供物质保障；持续开展“百万员工安全大培训”工作，加强员工安全生产意识及防护设备的使用熟悉度，为公司安全生产提供知识支持。



2022 年职业安全工作开展情况 >

车间安全技改项目

- 湖州工厂添置监控及进行监控改造，涵盖工厂车间电梯、制造配料车间监控等区域，保障消防隐患排查力及生产安全事故发生时公司处理响应度
- 车间一楼增设消防设备，以及升级烟感系统，为消防安全提供物质保障

百万员工安全大培训

- 公司组织 20 名员工参加浙江省安全生产网络学院开展的生产加工小微企业重点岗位人员知识培训并通过认证，内容涵盖安全生产法律法规，事故防控和应急处置措施等


消防安全应急演练

- 公司组织开展消防应急预案演练，发现部门员工对应急预案及防护器材使用不熟悉，并开展后续加强培训，提高员工安全防范意识和应急处置能力，内容涵盖应对各类灾害事故的自救和抢险技能

职业健康

我们高度重视员工职业健康保障，贯彻落实《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国职业病防治法》，制定职业健康管理目标，制定并严格实行《职业健康管理制度》，识别生产环境中存在的职业病风险，采取针对性措施，保障员工身体健康。报告期内，护肤工厂通过职业健康安全管理体系 ISO45001:2018 审核，且公司职业病发生数为 0。

健康管理目标 >

 不发生职业病
定期进行职业危害因素检测和职业健康体检

职业健康安全管理体系认证情况 >

认证主体	认证名称	有效期
护肤工厂	职业健康安全管理体系 ISO45001:2018	2022.2-2025.2

公司的职业病风险主要包括粉尘、VOC 气体等。我们从环境与设备安全防护、个人安全防护两个方面，为员工提供全面的职业病风险防护。

职业病风险防护措施 >

环境与设备安全防护	个人安全防护
<ul style="list-style-type: none"> • 优先采用有利于防治职业病和保护劳动者健康的新技术、新工艺、新材料 • 引进粉尘和 VOC 收集系统，用以清除车间粉尘和 VOC 气体 • 在现场设立警示标识及公示栏，为员工发放防护设施 • 对职业病防护设备、应急救援设施和个人使用的职业病防护用品，进行经常性的维护、检修 	<ul style="list-style-type: none"> • 为劳动者提供个人使用的职业病防护用品，并定期开展个人防护用品使用讲解培训，确保员工正确使用防护用品 • 对从事接触职业病危害的作业的劳动者开展在上岗前、在岗期间和离岗时的职业健康检查 • 每年为员工提供免费健康体检，体检范围覆盖公司全体职工，并根据较为突出的员工亚健康健康问题，开展针对性健康讲座

此外，公司工会提供医疗互助保险，并积极开展健康培训活动，保障员工健康。

珀莱雅工会 2022 年工作开展情况 >

项目	成效
医疗互助保险	报告期内，累计为 1,345 名员工提供在职职工医疗互助保障金
职业健康培训	报告期内，累计开展 4 场健康讲座，累计 200 名员工参加，内容覆盖日常保健、心肺复苏救治、胃肠道疾病防治等方面

公司不仅关心员工的身体健康，也关注员工的心理健康。我们为员工营造轻松愉快的工作氛围，并积极为员工提供心理支持。报告期内，公司联合壹基金合作开通公益倾诉热线，并鼓励员工进行电话心理咨询，排解心理压力，关注员工心理健康。

人力资本发展

珀莱雅高质量发展离不开人才的成长。公司将员工能力提升视为企业发展的重要动力，持续赋能员工成长。

员工培训

在员工培训方面，公司整合内外部培训资源，针对不同发展阶段的员工，提供了个性化的职业培训内容，满足不同员工的能力提升需求，为员工提供了完善的培训提升体系。此外，公司严格遵守《职业技能管理规定》，制定《职业技能等级认定管理规程》，规范鉴定员工职业技能等级，不断优化公司培训体系。

培训体系 >

内部培训

入职培训

面向对象：新入职员工
培训内容：企业历史文化、规章制度、员工应知应会内容

专业培训

面向对象：业务部门骨干、管培生
培训内容：品牌营销规划、研发工艺

晋升培训

面向对象：中层管理者
培训内容：业务思维、管理能力、领导力提升培训

日常培训

面向对象：全体员工
培训内容：业务能力、管理能力提升培训

高管游学

面向对象：公司高管
培训内容：视野开拓、战略思维提升

外部培训

面向对象：面向全体员工，通过考试选拔产生
培训内容：购入阿里巴巴商业培训课程，为员工提供全方位的商业通识教育

报告期内，公司举办了第三期“干部训练营”，组织员工进行集中在岗培训学习。培训历时近 16.5 小时，内容覆盖管理、财务、营销多方面内容，为 40 名员工提供了领导及业务能力培训，结业通过率为 100%，结业考试良好以上人员占比达 27.5%。此外，公司为鼓励员工对化妆品制造的技能提升，在吴兴区人社局协助下开展化妆品制造工三至五级的职业技能等级认证，共有 68 人参与。

同时，为保障公司 6*N 战略落地，公司成立珀莱雅品牌学院，致力培养更多珀莱雅品牌营销人才。珀莱雅品牌学院结合业务实际、人才发展现状和需求调研结果，融合理论学习 + 案例研讨 + 在岗实践 + 评优分享，分别从领导力、专业力、通用力三个层面设计课程，报告期内，共开设了 6 门业务课程，覆盖员工近 400 人。

2022 年珀莱雅品牌学院开设课程 >

培训	内容	课程
管理者训练营	提升新晋管理者的管理认知和技能，开拓视野，注入新的工作理念和实践经验	《管理者角色认知》 《MTP 中层领导力》 《MBP 项目管理》 《战略及目标分解》 《预算、财务管理及分析》 管理者实践分享会
产品营销训练营	提炼工作中的优秀方法论，提升产品营销人才的专业技能	《什么是产品营销》 《AITPL 原则》 《产品营销实战指南》 产品营销 workshop
通用素质系列	定期开展职业化培养课程，提升新员工职业化认知和技能	《职业化思维与意识》 《职业化沟通》 《Excel 技能提升》 《PPT 技能提升》

此外，公司也鼓励员工提升学历，在 2022 年组织 17 名员工参与杭州市总工会组织的学历提升补贴项目，助力员工提升学历水平。

报告期内，公司累计开展培训时长 55,286 小时，员工培训覆盖率 46.27%，人均培训时长为 17.40 小时。

员工绩效考核与晋升

在员工晋升方面，公司制定《绩效管理办法》《干部管理办法》《内部竞聘制度》等管理制度，采用统一的绩效管理及考核方法，确保各级员工的绩效评价标准公开、程序公平、各级管理人员的任命及晋升公开透明。根据不同员工岗位特点，公司建立了管理类、专业类双通道晋升管理制度，为员工提供畅通的发展通道。

珀莱雅秉持尚贤用能绩效优先的理念，不拘泥于资历与级别，按公司组织机构组成目标与事业机会的要求，依据人才库选拔考试结果，对有突出才干和突出贡献者实施破格晋升。

公司建立员工轮岗机制，拓展员工知识领域，助力员工找寻职业发展方向。此外，公司针对业务部门骨干领导能力开展经理人反馈计划的考核行动，旨在提高骨干干部的领导力及凝聚力。

员工轮岗流程 >



报告期内，针对业务部门骨干领导能力，公司开展问卷调查，重点考核经理及部门骨干协同、团结合作及坦率沟通等方面。调查有 93.6% 的有效问卷回收率，发现骨干干部团队领导能力及团队协作能力较好，但人才识别及发展相关的能力需增强。公司也将就调查结果，调整晋升培训内容，助力经理及部门骨干提升管理能力。

社区责任

社会倡导

我们秉持“美丽永存、共享美好”的企业使命，倡导“美”的社会价值观，重点关注社会生活中的重点议题，依托品牌影响力和专业能力，发出倡议，付诸行动，致力于成就每个人的美好生活。2022 年，公司社会倡导活动有 43 万人次直接受益⁹，1.19 亿人次间接受益¹⁰。

2022 年社会公益活动说明 ▾

关注领域	项目名称	项目内容	项目数据
性别平等	性别不是边界线 偏见才是 三·八特别策划	<p>启动时间: 2022 年 3 月</p> <p>项目内容: 联合女足王霜与南兴合兴堂舞狮队，推出 TVC《醒狮少女》，并联动 7 个品牌从广告界出发，突破性别刻板印象的枷锁，为「性别平等」发声</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 微博话题 # 性别不是边界线，偏见才是 # 话题总阅读量达 3 亿，讨论次数达 18 万 • 《醒狮少女》TVC 转发量高达 1.9 万，点赞量近 5 万，B 站上播放量达 30 万 • 累计向 10 所乡村小学捐赠书籍
		<p>启动时间: 2022 年 3 月</p> <p>项目内容: 联合文化 IP「西安方所」合作，推出主题书单，并向 10 所乡村小学捐书</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 性别教育纪录片《一样的天空：我们如何开展性别教育》播放量达 18 万
		<p>启动时间: 2022 年 5 月</p> <p>项目内容: 联合刘文利老师、北京行知学校及木兰花社区服务中心推出性别教育纪录片《一样的天空：我们如何开展性别教育》</p>	
心理健康	回声计划 青年心理健康公益行动	<p>启动时间: 2022 年 5 月</p> <p>项目内容:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 珀莱雅联合中国青少年发展基金会合作开展的公益项目。截至 2022 年 5 月，10 所“心灵成长驿站”已分别在重庆的 10 所中学落地，通过配置心理沙盘、宣泄设备和心理健康书籍，为教师开展心理健康教育提供固定场所、营造专业环境 • 此外还将依托 10 所驿站开展“师生沟通工作坊”主题培训，通过案例分享、实例模拟、实操演练等方式，帮助班主任了解师生沟通中的常见问题，掌握沟通技巧，提升专业素养 • 于上述 10 所中学，由学校老师或者班主任推荐、家长学生自愿报名共计招募 40 名学生开展珀莱雅回声计划心灵成长主题夏令营 	<p>报告期内:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 于重庆 10 所中学建设心灵成长驿站 • 与重庆 10 所中学心理教师团队合作开展家长培训 3 场、教师培训 2 场 • 于重庆 10 所中学招募 40 名学生参与回声计划心灵成长主题夏令营

关注领域	项目名称	项目内容	项目数据
心理健康	回声计划 青年心理健康公益行动	<p>启动时间: 2022 年 10 月</p> <p>项目内容: 2022 年珀莱雅回声计划升级</p> <ul style="list-style-type: none"> • 推出心理健康公益片《出口》，并联合心理咨询师李松蔚、华东政法大学文学教授杜素娟发布两支公益短片《我们相互之间需要更好地看见彼此》《年轻人喊疼是必要的》 • 推出抚慰情绪书影音作品清单 • 联合小宇宙播客 APP 推出五档情绪特辑播客 • 联合北京大学心理学系临床心理学博士刘丹开办线上公益公开课，并邀请心理咨询师于青岛、西安、成都、三亚举办线下公益讲座 • 联合北京新阳光慈善基金会搭建长期公益倾诉热线 	<p>报告期内:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 多支公益短片累计播放量逾 1,005 万次 • 逾 1,400 名豆瓣用户自发发布书影音作品抚慰情绪的经历 • 逾 14 万小宇宙播客 APP 用户收听了情绪特辑电台 • 线上公益公开课播放逾 1 万次，累计 200 人参与线下公益讲座 • 公益倾诉热线已累计接听逾 658 通，公益服务时长累计 9,033 分，并完成 3 例自杀危机干预 • 情绪疗愈公益便签累计发放 18 万册
青春与成长	萤火计划 反校园霸凌公益行动	<p>启动时间: 2022 年 10 月</p> <p>项目内容: 珀莱雅联合中国教育电视台发起“萤火计划——反校园霸凌公益行动”，涵盖公益影片、公益广告投放及《校园霸凌防范指南》手册印发等，呼吁大家：在校园霸凌面前，再小的事也当回事，再小的光也有意义，每个人都有照亮黑暗的力量</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 公益影片全网累计播放量逾 2,300 万次，联合中国教育电视台投放公益影片曝光量 9,500 万次 • 截至 2022 年 10 月 16 日，微博「反校园霸凌」话题累计阅读量逾 1.4 亿次，讨论次数逾 1.4 万次 • 公益户外广告投放于 6 城 54 个公交站台 • 《校园霸凌防范指南》印发 9,000 册
家庭责任	仅妈妈可见 母亲节特别策划	<p>启动时间: 2022 年 5 月</p> <p>项目内容: 珀莱雅发起“仅妈妈可见”母亲节特别企划，呼吁大家打破母亲的刻板印象，让更多的家庭成员能够意识到「家庭责任不分角色」，号召所有家庭成员共同平等肩负家庭责任</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 截至 2022 年 12 月，微博「家庭责任不是仅妈妈可见」话题累计阅读量逾 1,175.5 万，讨论次数逾 2.1 万次

⁹ 直接影响人次指参与项目中的直接受益的群体数量

¹⁰ 间接影响人次指通过项目影响到的群体数量，例如线上传播影响人数、线下相关活动影响人数等

公益慈善

青少年教育关系国家未来、民族希望，是珀莱雅公益慈善核心关注领域之一。我们积极贯彻落实中共中央国务院印发《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》《中长期青年发展规划（2016 - 2025 年）》及国务院印发《中国儿童发展纲要（2021-2030 年）》等政策，通过结对帮扶、慈善捐助等形式，助力青少年发展。

公益慈善开展情况 >

结对帮扶村	合作机构	报告期内开展的工作及成效
“一县一梦想”公益项目	上海真爱梦想公益基金会	捐赠 100 万元用于“一县一梦想”公益项目，该项目将于 2023 年落地实施
对口帮扶	四川省甘孜州九龙县里伍村	报告期内，为乡村捐赠学习文具和图书，夯实教育基础建设

此外，公司积极组织员工参与志愿服务。报告期内，公司成立珀莱雅志愿队伍，组织 60 多名员工协助园区开展 20 场志愿服务，助力社区工作；支持真爱梦想基金会“梦想教室”项目募款，在 95 公益周发起募捐倡议，号召社会力量参与。

公司治理

公司治理体系

公司遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上海证券交易所股票上市规则》《上市公司治理准则》等相关法律法规及相关规定，制定《公司章程》等管理制度，完善公司法人治理结构，不断提高公司规范运作水平。

公司严格按照《公司章程》规范地召集、召开股东大会，平等对待所有股东，并尽可能为股东参加股东大会提供便利，使其充分行使股东权利。2022 年，公司就自身业务发展实施《公司 2021 年度利润分配及资本公积金转增股本方案》《关于向激励对象授予限制性股票的议案》，修订《公司章程》中的注册资本及公司股份总数等部分条款。

2022 年，公司依据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司股东大会规则》和《公司章程》，修订《珀莱雅化妆品股份有限公司股东大会议事规则》《珀莱雅化妆品股份有限公司董事会议事规则》《珀莱雅化妆品股份有限公司监事会议事规则》。各股东、董事、监事和高级管理人员均勤勉尽责，按照规章制度及相关议事规则的规定切实地行使权利、履行义务。公司治理实际情况符合中国证监会、上海证券交易所发布的有关上市公司治理的规范性文件要求，未收到被监管部门采取行政监管措施的有关文件。

2022 年公司董事会组成及三会召开情况 >

董事会与监事会组成

董事会董事 5 名	独立非执行董事 2 名
执行董事 3 名	监事 3 名（其中职工代表监事 1 名）

三会召开情况

股东大会 2 次	监事会会议 6 次
董事会会议 6 次	董事会各专门委员会会议 8 次
共审议、审阅、审查或听取议案、报告 126 项	

投资者关系

信息披露与投资者沟通

公司严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等相关法律法规及相关规定，履行信息披露义务，保证公司信息披露的真实、准确、完整、及时，确保所有投资者公平地获取公司信息。报告期内，公司无违反信息披露与投资者权益的违规和处罚情形。

公司严格按照监管要求，准确履行信息披露义务。自愿通过环境、社会与公司治理 (ESG) 报告进行 ESG 信息披露，并聘请外部专业机构，向公司相关部门开展 ESG 培训，增强公司内部对 ESG 的理解。

公司坚持投资者机会均等原则。为了进一步保障中小投资者权益，公司积极做好与投资者的沟通互动工作，通过电话、邮箱、上证“e互动”、业绩说明会、参观调研、在线交流等多种沟通方式，增强投资者对公司的了解与信任。

投资沟通渠道 >



2022 年公司信息披露及投资者沟通社会认可 >

奖项	颁发机构
沪市主板上市公司信披 A 级评价	上海证券交易所
2022 年上市公司董办最佳实践奖	中国上市公司协会
最佳信披奖	IRSC 第六届中国卓越 IR
杰出 IR 企业	全景
业绩说明会创新奖	全景
优秀 IR 团队	全景
中小投资者关系互动奖	全景

2022 年公司投资者沟通绩效 >

公司共发布定期报告	4 份	公司共发布临时公告	61 份
公司通过线上及现场方式开展投资者调研沟通活动	9 次	累计接待机构投资者超过	1000+ 人

投资者权益

在努力实现企业规模快速成长、企业经济效益稳步增长的同时，公司根据盈利状况和生产经营发展需要，关注对投资者的合理投资回报，实行稳健的股利分配政策，持续稳定分红，积极回报股东。2022 年，公司董事会、监事会及股东大会审议通过了《公司 2021 年度利润分配及资本公积金转增股本方案》。公司于 2022 年 5 月 30 日完成分配及增股。

近三年现金分红派息情况 >

年度	每 10 股派息数 (元) (含税)
2020	7.2
2021	8.6
2022	8.7

每股社会贡献值反映了公司为社会和利益相关方创造的价值，公司近三年每股社会贡献值为：

年度	2020	2021	2022
每股社会贡献值 ¹¹ (元) (含税)	6.22	7.24	7.18

¹¹ 每股社会贡献值 = (公司净利润 + 年内为国家创造的税收 + 向员工支付的工资 + 向银行等债权人给付的借款利息 + 对外捐赠额等其他利益相关者创造的价值额 - 因环境污染等造成的其他社会成本) / 公司股份总数

内部控制

为构建支撑战略落地和诚信建设的风险管理机制，确保风险管理体系有效运作，公司制定《内部审计管理制度》《应用指南》等制度，并在各子公司、各事业部建立各自内部管理制度，优化内部控制体系，实现对内外部风险的管理和应对，确保公司低风险运营和高质量快速发展。

在内部控制应用指南及《流程制度管理》的指导下，公司对各事业部及职能部门的特定项目流程建立独立制度及流程配套制度，满足市场快速响应的要求。公司专门针对经营决策风险、违反法律法规风险、财产报告失真、资产安全受到危险及营私舞弊五大风险类别进行及时地识别与判断，并要求描述风险的具体控制目标与处理措施，提高内部风险管理效率。

公司内审部定期开展专项审计、离任审计等项目，强化公司营商活动的合法性、合规性及真实性，在重点的合同履行、关联交易等方面进行严格的检查，及时处理违规或失约事件，促进公司业务流程与运营机制不断完善。2022 年，内审部开展了 5 项专项审计，4 项离职审计，定期跟踪针对存在问题的审计项目，实时和被审计单位沟通，确保审计整改的落实情况。此外，公司入选第六届上市公司高质量发展论坛“浙江上市公司最佳内控奖 TOP30”名单。

5 项
专项审计

4 项
离职审计

TOP30 名单
浙江省上市公司最佳内控奖

| 合规运营

合规管理体系

珀莱雅将合规运营视作公司稳健发展的基石，为此建立起健全的合规管理制度并不断完善。公司积极识别生产经营过程中的合规风险，重点关注反贪污、反贿赂、环境、劳工人权等领域涉及的风险点。

公司设立多层次的监察举报机制，设置了包括内部的《员工监察举报管理制度》和外部的举报热线、举报邮箱等多种合规举报渠道。我们认真负责地对待每个举报事件，由公司的审计部负责调查处理相关问题。

员工举报处理流程 >



举报人保护措施 >

- 举报工作人员严格保密举报人的相关信息、举报事项的具体内容，相关调查工作在不暴露举报人身份的情况下进行。除非举报人同意，否则任何情况下，不公开举报人的姓名、部门、联系方式等信息
- 对于违反保密规定或不正当履行职责的举报工作人员，需要根据情节和后果给予严肃处理。构成犯罪的，移交司法机关处理
- 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。打击报复举报人或其家属的，一经查实，依照公司有关规定严肃处理，构成犯罪的，移送司法机关依法进行处理
- 举报事项查证属实，使违法违纪者受到应有惩处，并为公司挽回或减少损失的，内审部可以建议按照公司相关规定给予表彰或奖励。为了保护举报人，除非举报人同意，否则奖励发放经总经办批准后，应采用不公开的形式

2022 年，公司法务部根据公司业务发展需求重构部门组织架构，实施专业化、分工化、精细化管理，设置了“民商事综合”“电商合规”“知识产权合规”及“投融资”等模块，极大提升了公司的合规治理能力。

报告期内，公司开展系列法治宣贯教育。法务部编制并推出法治宣传内刊《珀·尚法荟》，涵盖“新规速递、热点评析、以案释法”三大内容版块，全面提升员工风险防范意识。同时，公司及法务部为员工开展法规合规实践培训活动，其中包括 3 场外聘专家培训及 4 场内部法务培训，覆盖 272 人次，累计开展 555.5 小时，进一步将法治理念贯穿于企业管理中，推动“以法促管，以管创效”的企业合规经营理念。



反腐败与商业道德

公司高度重视在商业经营活动中的道德准则，严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《浙江省反不正当竞争条例》《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国刑法》等相关法律法规，制定《反商业贿赂反腐败管理制度》，杜绝公司内部存在腐败行为。**报告期内，公司未发生贪污、贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的事件，也未有上述事项引起的诉讼案件发生。**

针对公司员工，珀莱雅贯彻落实《珀莱雅 32 条》，与员工签署《廉洁自律承诺书》，强化员工“诚实正直，廉洁守信”的意识。另外，公司董事与高管均签署《廉洁自律公约》，恪守珀莱雅的商业道德准则。

在供应商采购和品牌合作方面，公司要求所有原料、包装材料供应商签署《商业准则承诺书》，品牌宣传合作方需签署《廉洁合作协议书》，严格遵从反贪污反贿赂原则，并于采购合同中明确商业贿赂定义和违规处罚条例。对于违反公司反腐败原则的供应商，公司将其列入黑名单；供应商行为构成犯罪的，公司将提交国家机关追究其刑事责任。同时，公司要求采购人员签署《采购人员道德行为准则承诺书》，在采购管理环节严格管控职业受贿风险。

公司按计划开展反腐败审计。公司内审部在审计过程中针对价格、费用结算方式等反腐败的重点管理环节进行审计，审计计划每两年覆盖公司主要的运营流程。

2022 年，公司在反腐败与商业道德方面累计开展培训 2 次，分别为：面向董事及骨干管理层的“遵守商业道德、强化廉洁自律”主题教育学习活动及覆盖全体员工（包含劳务派遣员工和兼职员工）的“商业道德标准与廉洁反腐”主题培训，加强公司及员工的反商业贿赂反腐败教育和廉洁文化建设。

知识产权保护

公司严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国商标法》等法律法规，建立了《知识产权管理制度》《商标管理办法》《专利管理办法》等一系列知识产权管理制度，在保护自身知识产权的同时确保不侵犯他人知识产权。

2022 年，公司建立 IP (Intellectual Property, 知识产权) 管理体系，从 IP 布局与管理、风险预警与管控、流程制度建设、专业人才培养、信息化工具建设等方面加强公司知识产权保护。同时，公司新增《珀莱雅软件使用合规指引》《珀莱雅字体使用合规指引》《珀莱雅图片使用合规指引》等管理制度，规范各事业部门在软件、字体、图片等方面的合规使用，排除潜在知识产权侵权风险。

知识产权管理措施 >

保护自身知识产权

- 在研发项目开发过程中，及时将研发过程中产生的知识产权进行保护
- 积极进行知识产权登记、备案、申请、注册等确权工作

不侵犯他人知识产权

- 公司研发立项、新品开发活动以及引进或出口新技术、新产品前，必须进行查新和检索以确定是否侵犯他人知识产权
- 规范各事业部门在软件、字体、图片等方面的使用，排除潜在知识产权侵权风险

知识产权宣传

- 设立知识产权培训和宣传基金，每年开展知识产权培训和宣传工作

公司知识产权部门针对违法侵权行为展开各项打击、诉讼活动。报告期内，公司知识产权部门针对违法侵权行为展开各项打击、诉讼活动，打击了微信平台侵犯珀莱雅注册商标的补水面膜假货；起诉了拼多多平台侵犯原色波塔权杖睫毛膏外观专利的店铺及制造商，一审获赔 25 万余元；悦芙媞品牌通过各电商平台投诉下架 320 多条侵权链接，发起商标维权诉讼 19 件；彩棠品牌通过电商平台投诉下架 360 多条侵权链接，关停侵权网站 5 个，发起商标维权诉讼 60 多起，有效遏制了各电商上的售假势头，维护了公司及消费者合法权益。

报告期内，公司发生因供应商的外观设计引起知识产权侵权诉讼案件 2 宗，供应商与原告达成和解，均已撤诉处理。为防止类似事件再次发生，公司已制定并落实相关管理制度，并对相关业务部门开展软件、字体及图片合法合规使用培训。

ESG 关键量化绩效表

环境数据 [1]

披露项	单位	2020 年度	2021 年度	2022 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	0
耗电量 [2]	兆瓦时	11,230.16	12,161.96	15,970.07
清洁电力消耗总量 [3]	兆瓦时	—	—	3,838.99
万元营收耗电量	千瓦时 / 万元	29.93	26.25	25.01
天然气消耗总量	立方米	306,164.00	295,436.00	368,936.00
万元营收天然气消耗量	立方米 / 万元	0.82	0.64	0.58
汽油用量 [4]	升	269,292.04	291,954.00	52,620.00
柴油用量	升	52,932.00	42,614.00	39,903.00
总耗水量	立方米	183,856.00	208,614.90	253,488.70
万元营收耗水量	立方米 / 万元	0.49	0.45	0.40
循环用水总量	立方米	13,800.00	15,000.00	13,000.00
水循环与再利用的总量占总耗水量的比例	%	7.51	7.19	5.13
产品制成品包装材料的使用总量	吨	6,528.00	6,060.00	7,200.00
万元营收包装材料使用量	千克 / 万元	17.4	13.08	11.28
废气排放总量	立方米	10,238,400.00	16,368,000.00	16,080,000.26
万元营收废气排放总量	立方米 / 万元	27.29	35.33	25.18
工业废水排放量 [5]	立方米	12,800.00	13,500.00	20,219.00
万元营收工业废水排放量	立方米 / 万元	0.03	0.03	0.03
(废水中) 化学需氧量 (COD) 排放量	千克	640.00	675.00	1,016.00
(废水中) 生化需氧量 (BOD) 排放量	千克	128.00	135.00	172.00
(废水中) 氨氮 (NH3-N) 排放量	千克	64.00	67.50	104.40
所产生一般废弃物总量	吨	587.68	602.65	603.68
万元营收一般废弃物排放量	千克 / 万元	1.57	1.30	0.95
所产生危险废弃物总量 [6]	吨	1.30	1.70	2.32

披露项	单位	2020 年度	2021 年度	2022 年度
万元营收危险废弃物排放量	千克 / 万元	0.0035	0.0037	0.0036
温室气体排放总量 [7]	吨二氧化碳	8,216.25	8,426.86	7,933.90
范围一温室气体排放量	吨二氧化碳	1,364.73	1,360.77	1,015.54
范围二温室气体排放量	吨二氧化碳	6,851.52	7,066.10	6,918.35
万元营收温室气体排放量	千克二氧化碳 / 万元	21.9	18.19	12.42

注:

[1] 《珀莱雅 2020 年可持续发展报告》中对环境数据的统计口径为湖州生产基地 (护肤工厂); 2021 年、2022 年数据口径涵盖了珀莱雅总部大楼的办公、研发及湖州生产基地护肤工厂和彩妆工厂

[2] 耗电量涵盖公司外购电力的使用量及清洁电力使用量。2022 年, 业务增长, 因此耗电量有所增长

[3] 清洁电力消耗总量涵盖光伏发电使用量及外购绿色电力使用量

[4] 2022 年, 受外部环境影响, 公司部分日常工作转为线上开展, 减少了外出出行, 因此自有车辆汽油使用量减少

[5] 2022 年, 由于公司业务增长, 因此工业废水排放量、废水中化学需氧量 (COD) 排放量、废水中生化需氧量 (BOD) 排放量、废水中氨氮 (NH3-N) 排放量有所增长

[6] 2022 年, 由于公司业务增长, 因此所产生危险废弃物排放量增长

[7] 温室气体排放总量涵盖范围一和范围二的碳排放量。其中, 范围一计算的是汽油、柴油及天然气的碳排放量。范围二计算使用电网供电的碳排放量, 公司使用光伏发电的电力和购买的绿色电力不计算碳排放。温室气体排放计算方法参考生态环境部《企业温室气体排放核算方法与报告指南发电设施》(2022 年修订版)。其中, 范围二温室气体计算公式: 全国电网供电 * 全国电网平均排放因子, 2020 年电力排放因子选用 0.6101tCO₂/MWh, 2021 年电力排放因子选用 0.5810tCO₂/MWh, 2022 年采用《关于做好 2023-2025 年发电行业企业温室气体排放报告管理有关工作的通知》中全国电网平均排放因子 0.5703tCO₂/MWh 计算

产品与客户责任

披露项	单位	2020 年度	2021 年度	2022 年度
接获关于产品及服务的投诉数目 ^[1]	件	348	310	2,120
投诉处理率	%	100%	100%	100%
产品和服务的健康与安全方面发生的违法违规的事件数	件	0	0	0
在市场推广方面（包括广告、推销及赞助）发生违法违规事件的总数	件	0	0	0
违反有关产品和服务信息与标识的法规及自愿性准则的事件总数	件	0	0	0
违反有关客户隐私保护的法规的事件数	次	0	0	0

注:

[1] 2022 年, 由于“羽感防晒”使用体验问题和“双十一”期间因外部环境导致发货延迟问题, 公司接获消费者投诉增多

供应链管理

披露项	单位	2020 年度	2021 年度	2022 年度
供应商总数 ^[1]	家	538	604	730
大陆地区的供应商数	家	532	599	724
港澳台及海外地区的供应商数	家	6	5	6
接受环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例 ^[2]	%	20.82	17.88	30.41
通过环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例 ^[3]	%	99.11	96.30	95.05

注:

[1] 供应商数据的统计口径为生产环节的物料、服务类供应商和线下销售的供应商, 不包括品牌营销等的供应商

[2] 接受环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例 = 接受环境、劳工、道德等方面评估的供应商数量 / 供应商总数 (时期末)

[3] 通过环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例 = 通过环境、劳工、道德等方面评估的供应商数量 / 接受环境、劳工、道德等方面评估的供应商数量

员工数据

披露项	单位	2020 年度	2021 年度	2022 年度
员工雇佣				
员工总数 ^[1]	人	2,898	2,844	3,177
男性员工数	人	625	642	751
女性员工数	人	2,273	2,202	2,426
30 岁以下的员工人数 (含本数)	人	1,070	1,192	1,408
30 岁至 50 岁的员工人数	人	1,792	1,612	1,723
50 岁以上的员工人数 (含本数)	人	36	40	46
在中国大陆工作的员工人数	人	2,898	2,844	3,177
在港澳台及海外工作的员工人数	人	0	0	0
基层员工人数	人	2,647	2,598	2,875
中级管理层员工人数	人	238	231	285
高级管理层员工人数	人	13	15	17
中级管理层中女性员工占比 ^[2]	%	57.56	60.17	62.46
高级管理层中女性员工占比 ^[3]	%	15.38	20.00	17.65
研发人员数量 ^[4]	人	196	159	229
违反员工雇佣及劳工法律法规所受处罚的次数	件	0	0	0
职业健康与安全				
因工伤损失的工作日数	天	0	0	0
因工伤关系而死亡的员工人数	人	0	0	0
因工伤关系而死亡的员工比例	%	0	0	0
员工培训与发展				
员工培训覆盖率 ^[5]	%	13.29	49.75	46.27
培训覆盖的男性员工的比例	%	29.76	28.50	27.96
培训覆盖的女性员工的比例	%	8.75	55.95	51.94
培训覆盖的基层员工的比例	%	11.18	52.23	44.31

披露项	单位	2020 年度	2021 年度	2022 年度
员工培训与发展				
培训覆盖的中级管理层员工的比例	%	37.39	25.11	64.91
培训覆盖的高级管理层员工的比例	%	0	0	64.71
员工接受培训平均小时数 ^[6]	小时	1.86	19.31	17.40
男员工接受培训平均小时数	小时	4.17	4.00	8.53
女员工接受培训平均小时数	小时	1.23	23.77	20.15
基层员工接受培训平均小时数	小时	1.23	20.60	18.05
中级管理层接受培训平均小时数	小时	8.97	6.03	11.51
高级管理层接受培训平均小时数	小时	0	0	5.76
员工流失率 ^[7]	%	26.09	26.79	28.83
男性员工流失率	%	20.32	18.22	29.16
女性员工流失率	%	27.67	29.29	28.73
30 岁以下员工的流失率	%	11.78	27.35	34.16
30 岁至 50 岁员工的流失率	%	34.15	26.61	25.01
50 岁以上员工的流失率	%	50.00	17.50	8.70

注:

[1] 员工数据仅统计全职劳动合同制员工, 不包含劳务派遣员工和兼职员工

[2] 中级管理层中女性员工占比 = 中级管理层女性员工人数 / 中级管理层员工人数 (时期末)

[3] 高级管理层中女性员工占比 = 高级管理层女性员工人数 / 高级管理层员工人数 (时期末)

[4] 2022 年, 公司加大了对研发人员的招聘, 包括对应届生的招聘, 研发人员数量增加

[5] 员工培训覆盖率 = 报告期内该类员工培训人数 / 该类员工总人数 (时期末)

[6] 员工接受培训平均小时数 = 该类员工培训总时长 / 该类员工总人数 (时期末)。培训时长数据不包括反腐败培训时长, 反腐败培训数据单列于反腐败绩效中

[7] 员工流失率 = 报告期内该类员工的流失人数 / 该类员工总人数 (时期末)

反腐败^[1]

披露项	单位	2020 年度	2021 年度	2022 年度
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	0
全体董事接受反腐败培训的覆盖率	%	——	——	100
全体董事接受反腐败培训的人均小时数	小时	——	——	1.50
员工接受反腐败培训的覆盖率	%	——	——	100
员工接受反腐败培训的人均小时数	小时	——	——	2.50

注:

[1] 2020 年、2021 年反腐败培训相关数据未开展统计

社区与公益

披露项	单位	2020 年度	2021 年度	2022 年度
社区公益投入金额 ^[1]	万元	1,501.12	370.60	143.46
慈善捐赠金额	万元	1,500.00	370.00	143.46
员工志愿服务总时长 ^[2]	小时	57.00	0	285.00

注:

[1] 社区公益投入包括珀莱雅在各类社区公益及慈善捐赠活动中捐赠的资金和物资。2022 年, 受外部环境影响, 部分线下公益慈善活动暂缓开展, 且公司正在调整公益慈善投入方向, 因此实际发生的投入金额略有减少

[2] 2021 年受外部环境影响, 公司未开展线下员工志愿服务。2022 年, 公司配合社区组织员工开展志愿服务活动, 因此员工志愿服务总时长有所增长

对标索引表

《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》(2022) 索引表

条款及披露内容		报告章节
8.1 综述		环境、社会与公司治理体系
8.2 经营原则		合规运营
8.3 社会责任规划及工作机制		珀莱雅可持续发展治理体系 环境、社会与公司治理体系
8.4 每股社会贡献值		关键定量绩效表
8.5 社会责任报告披露情况		报告编制说明
8.6: (一)	社会责任制度建设	环境责任 产品与客户责任 员工责任 社区责任
8.6: (二)	履行社会责任存在的不足与问题	知识产权保护
8.6: (三)	改进措施和具体时间安排	公司已制定并落实相关管理制度, 并对相关业务部门开展软件、字体及图片合法合规使用培训
8.7 职工权益		员工权益与福利
8.8: (一)	遵守环境保护法律法规与行业标准	环境管理体系
8.8: (二)	环境保护计划	环境责任
8.8: (三)	自然资源使用	资源节约使用
8.8: (四)	污染物处置	排放与废弃物管理
8.8: (五)	污染防治设施	排放与废弃物管理
8.8: (六)	环境保护相关税费缴纳	环境管理体系
8.8: (七)	供应链环境安全	责任供应链
8.8: (八)	其他环境保护责任	环境责任
8.9: (一)	环境保护方针、目标及成效	环境责任
8.9: (二)	年度资源消耗总量	ESG 关键定量绩效表
8.9: (三)	环保投资和环境技术开发	应对气候变化

条款及披露内容		报告章节
8.9: (四)	排放污染物种类、数量、浓度和去向	排放与废弃物管理
8.9: (五)	环保设施建设和运行	环境责任
8.9: (六)	废物处理、处置, 废弃产品回收综合利用	排放与废弃物管理
8.9: (七)	与环保部门签订的自愿协议	不涉及
8.9: (八)	受环保部门奖励情况	不涉及
8.9: (九)	其他自愿披露信息	不涉及
8.10: (一)	新、改、扩建的建设项目或重大投资	不涉及
8.10: (二)	违反环境法律法规及处罚情况	不涉及
8.10: (三)	环境问题重大诉讼或资产被查封、冻结、扣押、质押、抵押	不涉及
8.10: (四)	重点排污单位	不涉及
8.10: (五)	新颁布的法律法规等对公司影响	不涉及
8.10: (六)	环境保护重大事件	不涉及
8.11 环保检查		环境责任
8.12 重点排污单位		公司未被纳入重点排污单位
8.13: (一)	产品安全法律法规与行业标准	产品与客户责任
8.13: (二)	生产环境与生产流程	产品与客户责任
8.13: (三)	产品质量安全保障机制及事故应急预案	产品与客户责任
8.13: (四)	其他生产与产品安全责任	产品与客户责任
8.14: (一)	员工管理制度及违规处理措施	员工权益与福利
8.14: (二)	防范职业性危害与配套安全措施	员工健康与安全
8.14: (三)	员工培训	产品与客户责任
8.14: (四)	其他员工权益保护责任	员工权益与福利
8.15 科学伦理		研发创新

GRI《可持续发展报告标准》(2021)索引表

使用声明

珀莱雅化妆品股份有限公司在 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日参照 GRI 标准报告了在此份 GRI 内容索引中引用的信息

使用的 GRI 1

GRI 1: 基础 2021

GRI 标准	披露项	位置
GRI 2: 一般披露 (2021)	2-1 组织详细情况	关于珀莱雅
	2-2 纳入组织可持续发展报告的实体	报告编制说明
	2-3 报告期、报告频率和联系人	报告编制说明
	2-4 信息重述	报告编制说明
	2-6 活动、价值链和其他业务关系	主营业务和旗下品牌 与同行, 贡献可持续业务新模式 产品质量与安全 供应链责任 关键定量绩效表
	2-7 员工	员工责任 关键定量绩效表
	2-9 管治架构和构成	珀莱雅 ESG 管理架构 公司治理体系
	2-12 在管理影响方面, 最高管治机构的监督作用	珀莱雅 ESG 管理架构 公司治理体系
	2-13 为管理影响的责任授权	珀莱雅 ESG 管理架构 公司治理体系
	2-14 最高治理机构在可持续发展报告中的作用	珀莱雅 ESG 管理架构
	2-16 关键问题的沟通	利益相关方沟通
	2-17 最高治理机构的共同知识	ESG 理念与管理体系
	2-19 薪酬政策	ESG 治理体系 公司治理
	2-22 关于可持续发展战略的声明	珀莱雅可持续发展治理体系 珀莱雅 ESG 管理架构

GRI 标准	披露项	位置
GRI 2: 一般披露 (2021)	2-23 政策承诺	联合创始人致辞
	2-24 融合政策承诺	联合创始人致辞
	2-25 补救负面影响的程序	合规管理体系
	2-26 寻求建议和提出关切的机制	合规管理体系
	2-27 遵守法律法规	环境责任 产品与客户责任 供应链责任 员工责任 社区责任 公司治理 合规运营
GRI 3: 实质性议题 (2021)	2-29 利益相关方参与的方法	利益相关方沟通
	3-1 确定实质性议题的过程	实质性议题识别
	3-2 实质性议题列表	实质性议题识别
GRI 201: 经济绩效 (2016)	3-3 实质性议题的管理	实质性议题识别
	201-1 直接产生和分配的经济价值	公司亮点绩效
	201-2 气候变化带来的财务影响和其他风险和机遇	与同行, 贡献可持续业务新模式 应对气候变化
GRI 203: 间接经济影响 (2016)	201-3 固定福利计划义务和其他退休计划	员工权益与福利
	203-1 基础设施投资和支持性服务	社区责任
GRI 205: 反腐败 (2016)	203-2 重大间接经济影响	社会倡导
	205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	反腐败与商业道德
GRI 301: 物料 (2016)	205-3 经确认的腐败事件和采取的行动	反腐败与商业道德
	301-1 所用物料的重量或体积	关键定量绩效表
	301-2 所用循环利用的进料	关键定量绩效表
GRI 302: 能源 (2016)	301-3 再生产品及其包装材料	关键定量绩效表
	302-1 组织内部的能源消耗量	关键定量绩效表
	302-2 组织外部的能源消耗量	关键定量绩效表
	302-3 能源强度	关键定量绩效表

GRI 标准	披露项	位置
GRI 302: 能源 (2016)	302-4 减少能源消耗	资源节约使用
	302-5 产品和服务的能源需求下降	资源节约使用
GRI 303: 水资源和污水(2018)	303-1 组织与水作为共有资源的相互影响	资源节约使用
	303-2 管理与排水相关的影响	资源节约使用
	303-3 取水 1	关键定量绩效表
	303-4 排水	关键定量绩效表
	303-5 耗水	关键定量绩效表
GRI 305: 排放 (2016)	305-1 直接 (范围 1) 温室气体排放	关键定量绩效表
	305-2 能源间接 (范围 2) 温室气体排放	关键定量绩效表
	305-3 其他间接 (范围 3) 温室气体排放	关键定量绩效表
	305-4 温室气体排放强度	关键定量绩效表
	305-5 温室气体减排量	关键定量绩效表
	305-7 氮氧化物 (NOx)、硫氧化物 (SOx) 和其他重大气体排放	关键定量绩效表
GRI 306: 废弃物 (2020)	306-1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响	排放与废弃物管理
	306-2 废弃物相关重大影响的管理	排放与废弃物管理
	306-3 产生的废弃物	关键定量绩效表
	306-4 从处置中转移的废弃物	关键定量绩效表
	306-5 进入处置的废弃物	关键定量绩效表
GRI 308: 供应商环境评估 2016	308-1 使用环境评价维度筛选的新供应商	责任供应链
	308-2 供应链中的负面环境影响以及采取的行动	责任供应链
GRI 401: 雇佣 (2016)	401-1 新进员工雇佣率和员工流动率	关键定量绩效表
	401-2 提供给全职员工 (不包括临时或兼职员工) 的福利	关键定量绩效表
	401-3 育儿假	关键定量绩效表
GRI 403: 职业健康与安全(2018)	403-1 职业健康安全管理体系	职业健康与安全
	403-2 危害识别、风险评估和事故调查	职业健康与安全
	403-3 职业健康服务	职业健康与安全
	403-4 职业健康安全事务: 工作者的参与、意见征询和沟通	员工权益与福利
	403-5 工作者职业健康安全培训	职业健康与安全

GRI 标准	披露项	位置
GRI 403: 职业健康与安全(2018)	403-6 促进工作者健康	职业健康与安全
	403-7 预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响	职业健康与安全
	403-8 职业健康安全管理体系覆盖的工作者	职业健康与安全
	403-9 工伤	关键定量绩效表
GRI 404: 培训与教育 (2016)	403-10 工作相关的健康问题	职业健康与安全
	404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	关键定量绩效表
GRI 405: 多元性与平等机会 (2016)	404-2 员工技能提升方案和过渡援助方案	人力资本发展
	405-1 管治机构与员工的多元化	关键定量绩效表
GRI 406: 反歧视 (2016)	406-1 歧视事件及采取的纠正行动	员工权益与福利
GRI 408: 童工 (2016)	408-1 具有重大童工事件风险的运营点和供应商	员工权益与福利
GRI 409: 强迫或强制劳动 (2016)	409-1 具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商	员工权益与福利
GRI 413: 当地社区 (2016)	413-1 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	社会倡导 公益慈善
GRI 414: 供应商社会评估 (2016)	414-1 使用社会标准筛选的新供应商	供应链管理
	414-2 供应链中的负面社会影响和采取的行动	责任供应链
GRI 416: 客户健康与安全 (2016)	416-1 评估产品和服务类别的健康与安全影响	产品质量与安全
	416-2 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	关键量化绩效表
GRI 417: 营销与标识 (2016)	417-1 对产品和服务信息与标识的要求	产品质量与安全 客户服务与权益保护
	417-2 涉及产品和服务信息与标识的违规事件	关键量化绩效表
	417-3 涉及营销传播的违规事件	关键量化绩效表
GRI 418: 客户隐私 (2016)	418-1 涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉	关键定量绩效表

联合国可持续发展目标 (SDGs) 索引表

SDGs	SDGs 二级目标	报告章节
	1.4 到 2030 年, 确保所有男女, 特别是穷人和弱势群体, 享有平等获取经济资源的权利, 享有基本服务, 获得对土地和其他形式财产的所有权和控制权, 继承遗产, 获取自然资源、适当的新技术和包括小额信贷在内的金融服务。	公益慈善
	3.4 到 2030 年, 通过预防、治疗及促进身心健康, 将非传染性疾病导致的过早死亡减少三分之一。	成就美好 以品牌行动回应时代呼唤 社会倡导
	4.1 到 2030 年, 确保所有男女童完成免费、公平和优质的中小学教育, 并取得相关和有效的学习成果。	公益慈善
	4.7 到 2030 年, 确保所有进行学习的人都掌握可持续发展所需的知识和技能, 具体做法包括开展可持续发展、可持续生活方式、人权和性别平等方面的教育、弘扬和平和非暴力文化、提升全球公民意识, 以及肯定文化多样性和文化对可持续发展的贡献。	成就美好 以品牌行动回应时代呼唤 社会倡导
	5.1 在全球消除对妇女和女童一切形式的歧视。	成就美好 以品牌行动回应时代呼唤 社会倡导
	6.3 到 2030 年, 通过以下方式改善水质: 减少污染, 消除倾倒废物现象, 把危险化学品和材料的排放减少到最低限度, 将未经处理废水比例减半, 大幅增加全球废物回收和安全再利用。	排放与废弃物管理
	6.4 到 2030 年, 所有行业大幅提高用水效率, 确保可持续取用和供应淡水, 以解决缺水问题, 大幅减少缺水人数。	水资源节约
	7.2 到 2030 年, 大幅增加可再生能源在全球能源结构中的比例。	能源管理
	7.3 到 2030 年, 全球能效改善率提高一倍。	
	8.5 到 2030 年, 所有男女, 包括青年和残疾人实现充分和生产性就业, 有体面工作, 并做到同工同酬。	员工权益与福利
	8.7 立即采取有效措施, 根除强制劳动、现代奴隶制和贩卖人口, 禁止和消除最恶劣形式的童工, 包括招募和利用童兵, 到 2025 年终止一切形式的童工。	员工权益与福利 负责任供应链
	8.8 保护劳工权利, 推动为所有工人, 包括移民工人, 特别是女性移民和没有稳定工作的人创造安全和有保障的工作环境。	员工权益与福利 职业健康与安全

SDGs	SDGs 二级目标	报告章节
	9.4 到 2030 年, 所有国家根据自身能力采取行动, 升级基础设施, 改进工业以提升其可持续性, 提高资源使用效率, 更多采用清洁和环保技术及产业流程。	资源节约使用
	9.5 在所有国家, 特别是发展中国家, 加强科学研究, 提升工业部门的技术能力, 包括到 2030 年, 鼓励创新, 大幅增加每 100 万人口中的研发人员数量, 并增加公共和私人研发支出。	研发创新
	10.2 到 2030 年, 增强所有人的权能, 促进他们融入社会、经济和政治生活, 而不论其年龄、性别、残疾与否、种族、族裔、出身、宗教信仰、经济地位或其他任何区别。	成就美好 以品牌行动回应时代呼唤 社会倡导
	11.6 到 2030 年, 减少城市的人均负面环境影响, 包括特别关注空气质量, 以及城市废物管理等。	排放与废弃物管理
	12.2 到 2030 年, 实现自然资源的可持续管理和高效利用。	资源节约使用
	12.5 到 2030 年, 通过预防、减排、回收和再利用, 大幅减少废物的产生。	绿色包装 排放与废弃物管理
	12.6 鼓励各个公司, 特别是大公司和跨国公司, 采用可持续的做法, 并将可持续性信息纳入各自报告周期。	报告编制说明
	12.8 到 2030 年, 确保各国人民都能获取关于可持续发展以及与自然和谐的生活方式的信息并具有上述意识。	与众不同 贡献可持续业务新模式
	13.3 加强气候变化减缓、适应、减少影响和早期预警等方面的教育和宣传, 加强人员和机构在此方面的能力。	应对气候变化
	14.1 到 2025 年, 预防和大幅减少各类海洋污染, 特别是陆上活动造成的污染, 包括海洋废弃物污染和营养盐污染。	绿色包装
	15.2 到 2020 年, 推动对所有类型森林进行可持续管理, 停止毁林, 恢复退化的森林, 大幅增加全球植树造林和重新造林。	负责任供应链
	16.5 大幅减少一切形式的腐败和贿赂行为。	反腐败与商业道德

报告编制说明

《珀莱雅 2022 年度可持续发展暨环境、社会及公司治理 (ESG) 报告》(以下简称“本报告”)是珀莱雅化妆品股份有限公司发布的第 3 份可持续发展暨环境、社会及公司治理 (ESG) 报告,阐述了珀莱雅化妆品股份有限公司 2022 年度可持续发展及 ESG 治理所秉持的原则及推行的工作绩效,包括重要利益相关方所关注的环境、社会及公司治理议题。

编写依据

本报告依据上海证券交易所发布的 2022 版《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》编制,并参考全球报告倡议组织 GRI《可持续发展报告标准》(2021)及联合国发布的《可持续发展目标》(SDG)。

报告原则

本报告参考 GRI《可持续发展报告标准》(2021)的报告原则,确保报告信息的质量以及适当呈现:

重要性

公司识别出投资者等利益相关方关注的与经营相关的实质性议题,作为本报告汇报重点。本报告中对实质性议题的汇报同时关注公司运营涉及的行业特征以及所在地区特征。实质性议题的分析过程及结果详见本报告“实质性议题与利益相关方沟通”章节。同时,本报告对环境、社会和公司治理方面可能对投资人及其他相关方产生重要影响的事项进行重点汇报

准确性

本报告尽可能确保信息准确。其中,定量信息的测算已说明数据口径、计算依据与假定条件,以保证计算误差范围不会对信息使用者造成误导性影响。定量信息及附注信息详见本报告“可持续发展管理绩效”章节。董事会对报告的内容进行保证,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏

平衡性

本报告内容反映客观事实,对涉及公司正面、负面的信息均予以不偏不倚的披露。公司对本报告范围内的对象,通过上海青悦信用数据库开展检索,在报告期间内未发现应当披露而未披露的负面事件

清晰性

本报告以简体中文及英文发布。本报告中包含表格、模型图以及专业名词表等信息,作为本报告中文字内容的辅助,便于利益相关方更好地理解报告中文字内容。为便于利益相关方更快获取信息,本报告提供目录及 ESG 标准的对标索引表

量化及一致性

本报告披露关键定量绩效指标,并尽可能披露历史数据。本报告对同一指标在不同报告期内的统计及披露方式保持一致;若统计及披露方式有更改,在报告附注中予以充分说明,以便利益相关方进行有意义的分析,评估公司 ESG 绩效水平发展趋势

完整性

本报告披露对象范围涵盖与公司合并财务报表范围保持一致

时效性

本报告为年度报告,覆盖时间范围为 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日。公司尽力在报告年度结束后尽快发布报告,为利益相关方决策提供及时的信息参考

可验证性

本报告中案例和数据来自公司实际运行的原始记录或财务报告。所披露数据来源及计算过程均可追溯,可用于支持外部鉴证工作检查

报告范围

时间范围:本报告为年度报告,所涵盖的时间范围为 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日。部分信息超出此范围,已在对应信息处说明。

组织范围:本报告涵盖珀莱雅化妆品股份有限公司及其附属公司,仅包含公司的化妆品业务。部分数据的统计范围与此不同,已在数据部分说明。

报告中简称释义如下:

简称	释义
珀莱雅、公司、我们	珀莱雅化妆品股份有限公司
护肤工厂	珀莱雅化妆品股份有限公司湖州分公司
彩妆工厂、浙江比优媞	浙江比优媞化妆品有限公司

数据说明

报告中数据和案例来自公司实际运行的原始记录或财务报告

报告中的财务数据均以人民币为单位。财务数据与公司年报财务报告不符的,以年度报告为准

可靠性保证

珀莱雅承诺:本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。珀莱雅董事会对 ESG 管理及汇报承担整体责任对本报告涉及的珀莱雅化妆品股份有限公司,通过上海青悦信用数据库开展检索,未发现负面环境信息

联系我们

关于本报告或珀莱雅 ESG 治理相关的询问,可通过以下方式与我们取得联系

联系地址:浙江省杭州市西湖区西溪路 588 号

联系邮箱:proya-group@proya.com

电话:0571-8735 2850

网址:www.proya-group.com

附录：子公司报告范围

序号	子公司名称	是否纳入报告
1	杭州珀莱雅贸易有限公司	是
2	韩娜化妆品株式会社	是
3	韩雅（湖州）化妆品有限公司	是
4	珀莱雅（海南）化妆品有限公司	是
5	圣歌兰（杭州）化妆品有限公司	是
6	珀莱雅（浙江）化妆品有限公司	是
7	湖州优妮蜜化妆品有限公司	是
8	韩国优妮蜜化妆品有限公司	是
9	宁波彩棠化妆品有限公司	是
10	杭州彩棠化妆品有限公司	是
11	浙江比优媞化妆品有限公司	是
12	株式会社オー・アンド・アール	是
13	杭州维洛可化妆品有限公司	是
14	秘镜思语（杭州）化妆品有限公司	是
15	悦芙媞（杭州）化妆品有限公司	是
16	悦芙媞株式会社	是
17	丹阳悦芙媞化妆品贸易有限公司	是
18	湖州悦芙媞贸易有限公司	是
19	乐清莱雅贸易有限公司	是
20	湖州优资莱贸易有限公司	是
21	宁波可诗贸易有限公司	是
22	宁波汤愈贸易有限公司	是
23	杭州欧蜜思贸易有限公司	是
24	杭州珀新贸易有限公司	是

序号	子公司名称	是否纳入报告
25	香港旭晨贸易有限公司	是
26	香港可诗贸易有限公司	是
27	香港星火实业有限公司	是
28	香港仲文电子商务有限公司	是
29	香港万言电子商务有限公司	是
30	浙江美丽谷电子商务有限公司	是
31	湖州创代电子商务有限公司	是
32	杭州珀莱雅商业经营管理有限公司	否
33	杭州铁定鲜餐饮管理有限公司	否
34	杭州铁了心爱泥餐饮管理有限公司	否
35	杭州侠客吧餐饮管理有限公司	否
36	杭州撸小铁健身有限公司	否
37	杭州东海望潮餐饮管理有限公司	否
38	Proya Europe SARL	否
39	上海仲文电子商务有限公司	否
40	湖州牛客科技有限公司	否
41	杭州万言文化传媒有限公司	否
42	宁波珀莱雅企业咨询管理有限公司	否
43	浙江青雅文化艺术传播有限公司	否
44	博雅（香港）投资管理有限公司	否
45	杭州一桌文化传媒有限公司	否
46	广州千汐网络科技有限公司	否
47	徐州莱珀信息技术有限公司	否



珀莱雅化妆品股份有限公司

联系地址：浙江省杭州市西湖区西溪路 588 号

联系邮箱：proya-group@proya.com

电 话：0571-8735 2850

网 址：www.proya-group.com

官网二维码



微博二维码



微信二维码

