



珀莱雅化妆品股份有限公司

可持续发展战略规划

(2022-2025)



2022年8月

CONTENTS

目录

引言	2
----	---

01

珀莱雅可持续发展理念、支柱与关注领域	4
(一) 可持续发展理念	4
(二) 三大支柱与关注领域	6

02

珀莱雅可持续发展目标	8
(一) 可持续的业务：创造美	8
(二) 可持续的价值链：传递美	9
(三) 可持续的社会生态：成就美	9

03

可持续发展的基石：全面的ESG管理	10
珀莱雅可持续发展规划总览	12

引言

可持续发展意味着资源分配的代际平衡，在满足当代人发展需要的前提下，也不损害后代的发展需要。人类社会面临的环境、社会挑战愈来愈多，促使我们重新思考如何改善我们行动以平衡人与自然、人与社会的关系，开展强有力的行动刻不容缓。

珀莱雅深刻认识到自身对于全球可持续发展的责任，我们已经连续两年发布《可持续发展报告》/《环境、社会与公司治理报告》。**2022年**，在充分评估自身经营发展的环境、社会影响和风险、机遇的基础上，结合全面的内外部利益相关方调研，珀莱雅编制了第一个可持续发展战略规划——“**美美相生，共向未来**”。

本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**及对应的可持续发展目标。以“**可持续的业务**”为核心和源动力，三大支柱的影响范围层层递进如涟漪激荡，我们期待在自身可持续发展转型的带动下，可持续的价值观在珀莱雅的价值链上传递，与所有合作伙伴、行业伙伴以及消费者携手，向着美好明天共同前行，并最终成就可持续的社会生态。

第一个可持续发展战略规划对于企业来说总是最重要又最具挑战。以第一个可持续发展战略规划为新起点，我们将不断积累经验，继续“积跬步、至千里”，在可持续发展道路上行稳致远。



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



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

美美相生，共向未来

珀莱雅可持续发展 理念、支柱与关注领域

(一) 可持续发展理念

“美美相生，共向未来”

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。

实现地球的可持续发展，需要每一个社会成员共同努力。珀莱雅关注自身可持续发展转型，并始终致力于与各利益相关方并肩同行，以我们的能量和声音，传递可持续理念，引领可持续生活，共同构筑保护地球的牢固防线。

“美美相生，共向未来”的可持续发展战略，表达了我们共建美好世界的期待。

美美相生

表达珀莱雅与价值链和全社会携手推动美的生长

共向

体现“合作”，共同追求可持续发展这一人类的共同目标

未来

代表“可持续”，表示珀莱雅所追求的美不是短视的，而是永续的



(二) 三大支柱与关注领域



三大支柱	关注领域
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	安全的产品 卓效的产品 可持续的产品
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理念, 让可持续理念在价值链上传递	赋能合作伙伴 倡导绿色生活 推动行业发展
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	支持青少年发展 建设多元包容的社会 投身应对全球环境挑战

1

可持续的业务: 创造美

可持续的业务是珀莱雅可持续发展的原点, 是珀莱雅持续创造环境与社会贡献的基础。因此, 我们可持续发展的第一个支柱是“可持续的业务”。

关注领域: 安全的产品
卓效的产品
可持续的产品

产品是珀莱雅业务可持续的核心动力。为实现业务的可持续发展, 我们关注研发安全、卓效的产品, 为我们的消费者持续创造价值和美的生活; 同时, 我们关注自身生产和业务模式转型, 推动产品研发、原材料采购、生产、销售、使用、废弃等的产品全生命周期的可持续转型, 打造可持续产品。

2

可持续的价值链: 传递美

作为价值链的重要环节, 我们深知自身行为对于价值链有重大影响, 需站在价值链系统的整体高度审视自身责任。因此, 珀莱雅可持续发展的第二个支柱是“可持续的价值链”: 在立足自身业务的基础上, 我们将把自身的可持续发展理念, 传递给所有利益相关方, 带动全价值链的可持续转型。

关注领域: 赋能合作伙伴
倡导绿色生活
推动行业发展

在可持续的价值链中, 我们重点关注“合作伙伴”“消费者”与“行业伙伴”三大利益相关方。我们将引领和支持合作伙伴的可持续转型、消费者的绿色生活, 并向行业伙伴分享我们的可持续理念、知识和解决方案, 实现全行业的可持续转型。

3

可持续的社会生态: 成就美

在立足自身业务和价值链基础之上, 我们关心人类面临的共同挑战, 为更可持续的社会生态贡献力量。我们关注社会的包容与发展、人与自然的和谐共生, 这既是我们对美好社会的共同向往, 也是我们的业务与价值链能够长足发展的前提与保障。因此, 珀莱雅可持续发展的第三个支柱是“可持续的社会生态”。

关注领域: 支持青少年发展
建设多元包容的社会
投身应对全球环境挑战

我们关注青少年成长和全社会的平等与包容, 致力于为青少年群体提供支持与帮助, 并支持所有的社会成员获得平等的机遇, 成为更好的自己; 同时, 我们也关注自身业务影响之外的全球环境挑战, 将努力为解决人类共同的环境挑战贡献力量。

珀莱雅可持续发展目标

(一) 可持续的业务：创造美

总体目标	子目标
到2025年，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。 2025年使用清洁能源的比例达50%，实现自身运营碳达峰，2030年实现自身运营净零排放¹。	到2025年， - 推动基础研究与功效性原料的研发，打造更卓效的产品，实现更安全有效的自主研发功效性原料投入应用。 - 主要品牌新产品和更新产品100%开展可持续属性评估。 - 以2021年为基准，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。 - 通过包装减量、改进包装材料、包装回收等多种方式提升包装的可持续属性。以2021年为基准，包装材料²中可持续包装材料³的比例提升20%，包装使用强度降低15%⁴。 - 我们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⁵。

注

¹ 碳达峰指二氧化碳排放量在某一年达到了最大值，之后进入下降阶段；净零排放则指一段时间内，特定组织或整个社会活动产生的二氧化碳通过植树造林、海洋吸收、工程封存等自然、人为手段被吸收和抵消掉，实现人类活动二氧化碳相对“零排放”。

² 包装材料涵盖制成品包装、物流运输环节的包装箱及其内部填充物等所有包装物料。

³ 环境友好的包装材料指符合以下标准的包装材料：a) 减少了塑料使用；b) 使用回收再利用的塑料；c) 使用可生物降解的塑料；等。

⁴ 包装材料使用强度=包装使用重量/产品产量。

⁵ 公司不直接采购棕榈油，仅涉及棕榈油相关衍生品的采购；目前公司棕榈油衍生品的采购中，使用RSPO认证棕榈油的种类占比为55%。

(二) 可持续的价值链：传递美

总体目标	子目标
到2025年，带动所有价值链合作伙伴¹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。 到2045年，实现全价值链碳中和。	到2025年， - 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。

注

¹ 价值链合作伙伴涵盖公司上下游产业链所有的供应商，包括但不限于公司的原材料供应商、经销商、仓储物流供应商、快递供应商等。

(三) 可持续的社会生态：成就美

总体目标	子目标
到2025年，赋能50万女性、青年及少年发展。	到2025年， - 累计投入1200万元用于社会公益，共建平等多元的社会。 - 通过社会公益等活动，直接影响50万人次¹，间接影响5亿人次²。

注

¹ 直接影响人次指参与项目中的直接受益的群体数量。

² 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。

可持续发展的基石： 全面的ESG管理

稳健的商业运营与完善的ESG管理是推动公司可持续经营的根基。珀莱雅将可持续理念与公司经营发展深度融合，坚持规范的内部治理，成就高质量发展。

珀莱雅将搭建健全的ESG治理架构和ESG工作机制，以坚实的ESG管理为可持续发展保驾护航。

管理目标

到2025年，

- 提升董事会多元化，提高女性董事占比
- 客户满意度不断提升
- 以2021年为基准，单位产品水资源消耗量减少 30%
- 废弃物持续 0 填埋
- 员工培训覆盖率 100%，员工人均培训时长 24 小时
- 员工商业道德培训覆盖率 100%
- 每年至少向员工开展可持续发展相关培训 1 场
- 信息安全与隐私保护 0 违规事件
- 劳工权益违规事件 0
- 安全生产 0 事件
- 职业病 0 事件

珀莱雅可持续发展规划总览

美美相生，共向未来

以扎实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。

支柱

承诺

2025目标

关注领域

子目标



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

到2025年，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。

2025年使用清洁能源的比例达50%，实现自身运营碳达峰，2030年实现自身运营净零排放。

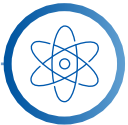
安全的产品

卓效的产品

可持续的产品

到2025年，

- 推动基础研究与功效性原料的研发，打造更卓效的产品，实现更安全有效的自研功效性原料投入应用。
- 主要品牌新产品和更新产品100%开展可持续属性评估。
- 以2021年为基准，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。
- 通过包装减量、改进包装材料、包装回收等多种方式提升包装的可持续属性。以2021年为基准，包装材料中可持续包装材料的比例提升20%，包装使用强度降低15%。
- 我们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。



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

到2025年，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。

2045年实现全价值链碳中和。

赋能合作伙伴

倡导绿色生活

推动行业发展

到2025年，

- 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。



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

到2025年，赋能50万女性、青年及少年发展。

支持青少年发展

建设多元包容的社会

投身应对全球环境挑战

到2025年，

- 累计投入1200万元用于社会公益，共建平等多元的社会。
- 通过社会公益等活动，直接影响50万人次，间接影响5亿人次。

全面的ESG管理

以完善的ESG管理推动公司经营的可持续，为可持续发展提供坚实基础。