

# 2025 可持续发展报告



联系地址：中国浙江省杭州市西湖区西溪路 588 号  
联系邮箱：proya-group@proya.com  
电 话：+86-571-8735 2850  
网 址：www.proya-group.com



珀莱雅化妆品股份有限公司  
PROYA COSMETICS CO., LTD.

美美相生 共向未来

## 关于本报告

《珀莱雅 2025 年度可持续发展报告》(以下简称“本报告”)是珀莱雅化妆品股份有限公司发布的第 6 份可持续发展报告,阐述了珀莱雅化妆品股份有限公司 2025 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《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告(试行)》(简称“上交所《指引》”编制)《上海证券交易所上市公司自律监管指南第 4 号——可持续发展报告编制》、香港联合交易所有限公司(简称“香港联交所”)《主板上市规则》附录 C2《环境、社会及管治报告守则》,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》(SDGs)。

## 报告范围

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。具体信息详见“附录:报告范围”。

报告中简称释义如下:

简称	释义
珀莱雅、公司	珀莱雅化妆品股份有限公司
湖州工厂	珀莱雅化妆品股份有限公司湖州分公司

## 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 2025 年年度报告不符的,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 治理相关的问询, 可通过以下方式与我们取得联系。

**联系地址:** 中国浙江省杭州市西湖区西溪路 588 号

**联系邮箱:** proya-group@proya.com

**电话:** +86-571-8735 2850

**网址:** www.proya-group.com

## 报告编制原则

### 可持续发展背景

公司识别出各利益相关方关注的与经营相关的重要性议题, 作为本报告汇报重点。本报告中对重要性议题汇报的同时关注公司所处行业和经营业务的特点。议题重要性分析过程及结果详见本报告“ESG 议题重要性评估”章节。

### 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。定量信息详见本报告“ESG 数据绩效表及附注”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。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

本报告以简体中文版和英文版发布, 如果两种语言的内容有分歧, 以中文版报告为准。本报告中包含表格、模型图等信息, 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。

### 量化性

本报告披露关键定量披露项, 并尽可能披露历史数据。

### 可比性

本报告对同一定量披露项在不同报告期内的统计及披露方式保持一致; 若数据的采集、测量与计算方法有更改, 对相关数据进行追溯调整, 并在报告附注中说明调整的情况和原因, 便于利益相关方进行有意义的分析, 评估公司 ESG 数据水平发展趋势。

### 完整性

本报告披露对象范围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 2025 年 1 月 1 日至 2025 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 2025 年年度报告。公司采用飞书在线文档管理历年 ESG 数据, 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。

# 目录

关于本报告	01
走进珀莱雅	06
董事长致辞	12
总经理致辞	14
副总经理致辞	16
可持续规划目标与进展	18

## 01 以美为翼, 启程致远

1.1 可持续发展理念	22
1.2 可持续发展规划	22
1.3 可持续发展管理架构	24
1.4 ESG 议题重要性评估	25
1.5 重要性议题分析结论	37

## 02 守护自然之美, 践行绿色承诺

2.1 可持续产品与消费	42
2.2 化学品安全与成分透明	48
2.3 负责任采购	55
2.4 生态系统和生物多样性保护	61
2.5 绿色包装	63
2.6 气候变化减缓与适应	67
2.7 降低环境影响	74

## 03 淬炼科技之美, 恪守品质初心

3.1 科技创新	88
3.2 产品质量与安全	98
3.3 客户服务与权益保护	103
3.4 数字化转型与信息安全	111
3.5 促进行业发展	117

## 04 绽放多元之美, 共创包容未来

4.1 员工权益与福利	126
4.2 员工培训与发展	131
4.3 职业健康与安全	136
4.4 社会公益	141

## 05 传承信义之美, 厚植治理根基

5.1 公司治理	152
5.2 风险与合规	158
5.3 商业道德	163
5.4 知识产权管理	166

ESG 数据绩效表及附注	168
奖项与社会认可	178
对标索引表	184
附录: 报告范围	196
附录: 温室气体核查声明	198
附录: 外部审验声明	201



## 走进珀莱雅

### 公司介绍

珀莱雅化妆品股份有限公司 (603605.SH) 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。公司旗下拥有“珀莱雅”“彩棠”“Off&Relax”“悦芙媞”“CORRECTORS”“INSBAHA 原色波塔”“惊时”“优资莱”“韩雅”等品牌。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。

#### 公司名称:

珀莱雅化妆品股份有限公司

#### 总部位置:

中国浙江杭州

#### 成立时间:

2006 年

#### 所有权及法律形式:

公司于上海证券交易所上市 (股票代码: 603605)

#### 主营业务:

化妆品类产品的研发、生产和销售

#### 主要运营地:

中国: 浙江杭州、浙江湖州、上海

日本: 神户

法国: 巴黎

### 发展战略



公司以“双十战略”为宏伟蓝图，“双十战略”核心战略方向是：“四化协同”构建未来增长框架，“双轮驱动”夯实战略根基。

### ESG 管理成果

ESG 评级成果 >

**CDP 气候变化问卷**  
B  
注：连续三年获 B 评级

**S&P Global ESG/CSA Score**  
57/56  
注：高于行业均值

**Wind ESG 评级**  
AA  
注：个人用品 III 综合得分行业排名：1/29

**华证 ESG 评级**  
AAA  
注：个人护理用品行业排名：2/19

**中证指数 ESG 评级**  
AAA  
注：家庭与个人用品行业排名：2/256

## 2025 年度 ESG 荣誉及社会认可 &gt;

荣誉名称	颁发机构
2025 重点行业社会责任发展指数日化行业优秀企业代表	中国社会科学院
2025 中国香精香料化妆品行业可持续发展 (ESG) 实践案例集	中国香料香精化妆品工业协会
珀莱雅化妆品未来工厂	浙江省经济和信息化厅
2025 年浙江先进级智能工厂	浙江省经济和信息化厅
2025 年首批浙江省人工智能赋能制造业典型案例	浙江省经济和信息化厅
2025 年度杭州市知识产权强企	杭州市市场监督管理局
Wind 中国上市公司 ESG 最佳实践 100 强	万得
A 股上市公司家庭与个人用品行业 ESG 绩效 TOP20	上海华证指数信息服务有限公司
A 股上市公司 ESG 卓越表现 TOP100	上海华证指数信息服务有限公司

2025 年度 ESG 荣誉及社会认可  
续表 >

荣誉名称	颁发机构
A 股上市公司公司治理 (G) 维度最佳实践 TOP50	上海华证指数信息服务有限公司
中国 ESG 上市公司长三角先锋 50	中央广播电视总台财经节目中心
第十九届“2025 上市公司 ESG 百强”	证券时报
“奔流·女性公益 30+”“她责任”企业品牌	《中国慈善家》杂志社
2025 浙商 ESG 经典 100	浙商智库 ESG 研究中心
2025 浙江上市公司 ESG 绩效最佳 100 名企业	浙江省企业社会责任促进会 中诚信绿金
浙江省上市公司 ESG 战略慈善影响力成长企业	浙江省中小企业协会
卓越 ESG 奖	IRSC 第九届中国卓越 IR
可持续产品创新奖	第 10 届“价值共创”
520 社会责任日“女性影响力议题”优秀案例 & 网络“人气案例”	思盟企业社会责任促进中心

## 董事长致辞

**时序更替，笃行不怠。**2025年，是公司锚定“双十战略”、迈向国际化发展的关键之年，也是首个《珀莱雅可持续发展战略规划（2022-2025）》圆满收官之年。回望三年征程，我们将可持续发展从宏伟蓝图，系统性转化为可落地、可量化、可追溯的ESG实践体系，并在国际可持续发展评级中获得亮眼成绩：标普全球（S&P Global）ESG评分从36分提升至57分，实现质的突破；CDP气候变化评级连续三年稳居B级，表现稳健。这份收官答卷并非终点，而是我们奔赴更高质量、更高标准可持续发展的全新起点。

**在绿色低碳方面**，作为美妆企业，我们始终坚守人与自然共生共荣的重要理念，将绿色发展深度融入产品研发、供应链管理等全链条环节，持续健全完善全链路绿色管理体系。我们首次开展气候变化情景分析，系统性识别与评估气候风险及潜在财务影响，并制定气候转型战略，全面提升气候韧性；携手十大战略合作伙伴协同减碳，共筑绿色低碳产业生态；同时开展“珀莱雅双抗焕亮净白面膜”产品碳足迹认证，填补公司产品全生命周期碳管理空白，以务实行动为行业绿色转型提供可参考的实践范本。

**在科技创新方面**，我们坚守“打造对用户有用的产品”初心，为消费者提供安全、高效的美妆产品，让科技之美与品质之美交相辉映。我们搭建全球化研发体系，凭借线粒体抗衰前沿研究斩获“IFSCC 2025十大基础研究奖”，成为本年度唯一获此殊荣的中国化妆品企业；突破原料创新壁垒，“双环八肽-68”成功完成新原料备案，成为国内首款注册备案的双环肽新原料；我们以“数字中国”战略为指引，深化全链路数字化布局；珀莱雅5G智能工厂成功转评“先进级智能工厂”，跻身国家级智能工厂梯度培育体系，成为浙江省首批获此殊荣的化妆品企业工厂。我们以科技与数字双轮驱动，树立行业高质量发展新标杆。

**在公益践行方面**，我们始终善意与初心，将温暖传递

到每一个需要的角落，让企业发展更具人文温度。我们坚信，教育是照亮未来的长明灯，自2007年捐建「珀莱雅希望小学」起，这份初心与守护已默默坚守十八载。2025年，我们依托浙江珀莱雅公益基金会，打造「珀爱妈妈」公益项目，聚焦新手妈妈心理健康，以专业力量与温情关怀，构建坚实的支持网络。这一年，我们第一时间驰援西藏地震灾区，专项支援香港火灾救援，与家国同胞同心同行，让“一方有难，八方支援”从理念化为行动。这一切，都是对珀莱雅“美丽永存，共享美好”企业使命的生动注脚——我们不只创造美的产品，更致力于让美好惠及更多人。与此同时，我们持续助力员工成长、赋能合作伙伴，推动主要合作伙伴100%完成ESG符合性评估，让多元包容、责任共担成为企业高质量发展的鲜明底色。

**在规范治理方面**，我们始终坚信，卓越的公司治理是企业行稳致远的基石，坚持透明、合规与廉洁的经营准则，不断完善治理体系、强化风险管理，护航企业稳健发展。2025年，我们启动港股IPO进程，借力资本市场进一步完善ESG治理架构，将ESG指标深度融入企业决策与经营管理全过程，严守合规经营底线。依托国货美妆龙头优势与扎实的责任实践，不断彰显企业发展韧性，为各利益相关方创造长期价值，向着“中国的珀莱雅、世界的珀莱雅、百年的珀莱雅”笃定前行。

**2025年的累累硕果，为珀莱雅奔赴“双十战略”蓝图筑牢了坚实根基。**回望征程，首份可持续发展战略规划的圆满收官，既源于全体同仁的同心聚力、砥砺前行，更离不开广大投资者、合作伙伴与社会各界的信任相伴、鼎力支持。我们连续6年坚持透明化信息披露，完整呈现各项工作的量化实绩，以坦诚姿态接受社会监督，切实扛起上市公司的责任与担当。

**2026年是国家“十五五”规划开局之年，也是珀莱雅启动新一轮可持续发展战略的关键之年。**站在全新起点，我们以“以美为翼，启程致远”为方向，持续推动ESG



▲ 董事长 侯军呈

理念与企业深度融合，在绿色低碳、科技创新、公益践行、规范治理等领域深耕不辍。依托国际化布局与资本市场赋能，我们将平衡企业高质量发展与社会价值创造，让美丽与责任同行、成长与担当相伴。

**珀莱雅愿与各界伙伴携手同行，共赴一个更美好、更公平、更可持续的未来！**

## 总经理致辞

在复杂多变的时代背景下，企业如何实现长期稳健发展，是摆在每一位管理者面前的核心命题。站在“双十战略”关键践行年，珀莱雅承接二十余年品牌积淀，更以持续、务实的行动兑现面向未来的承诺。这份报告既是对2025年责任实践的复盘，也向全球市场重申我们的战略愿景——坚定迈向“未来十年跻身全球化妆品行业前十”的目标。

**以科技创新为根本**，我们围绕真实功效与科学验证持续深化皮肤科学研究，推动基础科研与应用转化贯通。2025年，我们的线粒体抗衰研究获“IFSCC年度基础研究大奖”，成为唯一入选的中国化妆品企业；同年，我们与四川大学华西医院、浙江大学药学院共建创新研究平台，携手恩和生物探索合成生物学与AI技术的融合应用，联动帝斯曼、亚什兰等全球伙伴，强化协同创新生态。通过长期而稳定的投入、跨学科融合与国际协作，我们致力于打造经得起时间检验的科研能力，让技术创新真正成为企业长期发展的内生动力。

**以数字化与AI为“第二增长曲线”**，我们不断推动组织从经验驱动走向数据驱动。2025年，我们举办数字化工具与AI创新比赛，并推进数字化合作，内外部联合为“双十战略”提供有力支撑。2026年起，公司将系统推进数字化与AI建设，聚焦知识沉淀、场景应用与流程优化，把效率变成共识、把创新变成习惯。在合规与长期主义框架下，我们将让AI更深度地服务于研发、供应链、营销与经营管理等关键场景，把“工具应用”升级为“能力重构”。

**以品牌建设为支点**，我们在护肤、彩妆、洗护三大领域推进结构优化与单品深耕，持续强化产品力与品牌力的协同。主品牌珀莱雅连续三年蝉联天猫美妆成交金额榜首；多品牌矩阵势能增强：彩棠在底妆市场崛起，Off&Relax在高端洗护打开局面，原色波塔在新锐彩妆形成优势，悦芙媿、科瑞肤等在细分赛道拓展边界。我们坚信，唯有始终以消费者价值为核心，以长期主义沉淀品牌资产，才能实现更具韧性与可持续性的高

质量增长。

**以全球视野引领**，我们稳步推进港股发行工作，为链接全球资源、构建国际化能力奠定基础。我们理解，真正的全球化不仅是市场拓展，更是技术体系、供应链协同、合规管理与组织能力的系统输出。在推进国际化进程的过程中，珀莱雅正逐步实现从“走向海外”到“融入全球”的战略转变，让中国品牌不仅被看见，更被深刻理解、被充分信任、被长期选择。

**以组织建设与责任治理夯实底座**，我们推进治理规范与透明，梳理关键任务所需核心能力并落实到岗位与个人，将关键行动纳入激励与考核，确保战略目标闭环落地；同时提升绿色生产与资源效率，让责任要求嵌入流程机制。我们也将持续回应社会关切，在女性发展、教育支持、社会心理健康等领域深耕长期公益，从单次投入升级为系统赋能，让责任实践与企业长期价值同频共振。

2025年既是“双十战略”关键之年，也是首个可持续发展战略规划收官之年。这条道路或许充满挑战，但我们始终坚信，中国品牌既能以技术硬核立身，亦能以责任温度致远。展望未来，珀莱雅将继续以科技创新为核心驱动力，坚定推进可持续全球化进程，在价值创造与社会责任中展现中国品牌的长期力量。



△ 董事、总经理 侯亚孟

## 副总经理致辞

珀莱雅成为中国首个年营收突破百亿的本土美妆企业，这一里程碑式的成就，不仅彰显了市场和消费者对珀莱雅长期价值的高度认可，更意味着它将肩负起引领行业发展的重任。站在新的发展阶段，我们深知可持续发展能力才是企业穿越周期、走向全球的核心。为此，珀莱雅将可持续理念深度融入企业发展各维度，推动企业价值与社会价值协同提升。

2025年，珀莱雅正式启动面向未来的“双十战略”，立志在未来十年内跻身全球美妆行业前十。我们认为，真正的全球领先企业，必然建立在可持续的内核之上。基于这一认知，公司将ESG定为战略基石，把ESG目标系统融入战略规划、经营计划与绩效管理，推动可持续发展落地为可执行、可衡量的行动，让业务增长始终坚守长期主义。

### 数字驱动，智慧减碳：能碳管理平台的战略部署

在环境维度，珀莱雅以打造可量化、可优化、可管理的绿色低碳转型系统工程为核心目标。2025年，公司于湖州生产基地上线集团级能碳管理平台，实现能源消耗与碳排放数据的数字化、智能化管控。平台通过物联网传感设备实时采集水、电、天然气等全品类能源数据，依据ISO14064等国际标准精准折算为碳排放数据，构建能源消耗到碳排放的在线追溯与透明化管理体系；同时引入人工智能算法模型，分析优化高能耗设备运行策略，实现能效偏差预警、能源浪费源头管控，持续提升整体能效。

能碳管理平台的落地，标志着珀莱雅可持续发展管理迈入数据智能驱动新阶段，它既是公司实现减排目标的技术支撑，更是助力全球化战略、塑造美妆行业“中国智造”负责任形象的重要战略资产。

### 绿色制造，全链协同：可持续供应链的系统构建

珀莱雅将可持续竞争力建设贯穿产品全价值链，每年设专项绿色技改资金升级生产设备、优化环保工艺。2025年，湖州生产基地光伏发电系统完成二次优化；

通过“自发自用+绿电+证书”形成多元保障，全年清洁能源占比提升至55.80%。

公司以建设近零碳工厂为目标，将环境足迹管理覆盖原料采购至产品交付全环节：2025年度RSPO可持续棕榈油采购占比较2021年提升至55.32%，可持续包装比例提至38.36%；同时通过智能制造降低单位能耗，优化物流网络并协同物流伙伴减排。

珀莱雅立足自身低碳运营，致力打造本土美妆绿色制造标杆。2022年联合十大价值链战略伙伴发布减碳宣言，开启从单点到产业协同减排的转型；2025年合作各方达成逐年减碳目标，为2045年全价值链碳中和奠基。同时依托浙江珀莱雅公益基金会打造公益生态圈，延伸可持续理念至社区，融合商业与社会价值。

### 战略融合，持续进化：ESG与业务增长的双轮驱动

当前全球美妆产业竞争格局深度重构，可持续发展能力已成衡量企业长期价值与核心竞争力的关键标尺。面对新的竞争环境，唯有将责任理念转化为发展能力，才能不断增强企业韧性，打开更可持续的增长空间。

展望未来，珀莱雅将持续把ESG理念深度融入公司治理与业务增长的肌理之中，在生物多样性保护、循环经济模式及社区共建等领域积极探索创新实践。通往可持续未来的道路，需要持之以恒的信念与脚踏实地的行动。珀莱雅愿与所有利益相关方并肩前行，以负责任的增长，共同迈向一个更美、更可持续的未来。



▲ 董事、副总经理 金衍华

# 可持续规划目标与进展

可持续规划目标	2023年	2024年	2025年	目标达成情况		
<b>可持续的业务：创造美</b>    	<b>到 2025 年</b> 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	成功备案新原料成分“3,3,5-三甲基环己醇琥珀酸酯二甲基酰胺”	将槐糖脂、琥珀酸等生物基原料应用于产品中	启动“成分透明化工程”，进一步推动从原料到功效的全链路透明化，助力消费者做出更安心、更科学的消费决策	已达成	
	<b>到 2025 年</b> 主要品牌新产品和更新产品 100% 开展可持续属性评估	产品可持续评估体系和机制基本建立	对珀莱雅双抗焕亮精华液（双抗精华 3.0）完成产品可持续属性评估	使用可再生、可生物降解等环境友好型原料，降低产品全生命周期的碳足迹		按计划推进
	<b>到 2025 年</b> 使用清洁能源的比例达 50%，自身运营实现碳达峰，以 2021 年为基准，单位产品温室气体排放量（范围一、二）下降 25%	使用清洁能源的比例达到 53.69%，单位产品温室气体排放量（范围一、二）对比基准年下降 45.34%	使用清洁能源的比例达到 46.66%  单位产品温室气体排放量(范围一、二)下降 18.46%	使用清洁能源的比例达到 55.80%  单位产品温室气体排放量(范围一、二)下降 28.44%		已达成
	<b>到 2025 年</b> 到 2025 年，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%	包装材料中可持续包装材料的比例达到 25.47%，对比基准年提升 25.31%	包装材料中可持续包装材料的比例达到 33.88%，对比基准年提升 33.72%	包装材料中可持续包装材料的比例达到 38.36%，对比基准年提升 38.20%		已达成
	<b>到 2025 年</b> 所采购的棕榈油衍生品使用 RSPO 认证棕榈油的采购重量占比达到 70% 以上，同时在规划期内进一步完善对采购原料中棕榈油的追溯体系	基本完成对现有产品原料棕榈油使用状况的梳理	采购的棕榈油衍生品中使用 RSPO 认证棕榈油的重量比例为 48.86%	采购的棕榈油衍生品中使用 RSPO 认证棕榈油的重量比例为 55.32%		未达成

可持续规划目标	2023年	2024年	2025年	目标达成情况		
<b>可持续的价值链：传递美</b>  	<b>到 2025 年</b> 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	共评估 264 家供应商的 ESG 表现，其中主要合作伙伴 100% 开展 ESG 符合性评估	主要合作伙伴 100% 开展并通过 ESG 符合性评估，共评估 407 家	主要合作伙伴 100% 开展并通过 ESG 符合性评估，共评估 327 家	已达成	
	通过价值链减碳倡议和鼓励，推动所有战略合作伙伴碳排放降低	珀莱雅联合十大战略合作伙伴（供应商）共同发布“携手零碳 美力同行”减碳宣言	十大战略合作伙伴碳排放总量实现降低	十大战略合作伙伴持续开展碳排放减量行动		按计划推进
	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	参与联合主办珀莱雅物流沙龙，与行业分享自身可持续实践	建立定期供应商沟通培训机制，重点传导 ESG 理念与采购政策、解析国际环保趋势及要求、分享珀莱雅可持续管理计划实施经验	建立定期供应商沟通培训机制，重点传导 ESG 理念与采购政策、分享珀莱雅可持续管理计划实施经验		按计划推进
	通过多种方式的可持续信息披露，向消费者传递可持续消费理念	在包装上增加可持续标签，并通过多渠道倡导使用替换装、空瓶改造等环保行动	携手“物与再生”开展可持续消费活动，其中线下空瓶回收活动参与人次 231 人，回收空瓶 317 个	通过官网、自有社交账号等平台，倡导消费者购买使用替换装，替代购买原装产品		按计划推进
<b>可持续的社会生态：成就美</b>    	<b>到 2025 年</b> 累计投入 1,200 万元用于社会公益共建平等多元的社会	投入 866.12 万元用于社会公益共建平等多元的社会。截至报告期末，累计投入 1,009.58 万元	投入 258.87 万元用于社会公益共建平等多元的社会。截至报告期末，2022—2024 年累计投入 1,268.45 万元	截至报告期末，2022—2025 年累计投入 1,775.83 万元（含物资折价）	已达成	
	<b>到 2025 年</b> 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	社会倡导活动有 23.30 万人次直接受益，2.47 亿人次间接受益。截至报告期末，直接受益人次累计达 66.51 万人次，间接受益人次累计达 3.65 亿人次	社会倡导活动有 31.49 万人次直接受益，1.08 亿人次间接受益。截至报告期末，2022—2024 年直接受益人次累计达 98 万人次，间接受益人次累计达 4.73 亿人次	2022—2025 年直接受益人次累计达 99.67 万人次，间接受益人次累计达 6.20 亿人次		已达成

# 01

以美为翼，  
启程致远

## 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。

## 可持续发展规划

珀莱雅可持续发展战略规划——“美美相生，共向未来”，围绕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。

### 美美相生，共向未来



#### 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



#### 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，让可持续发展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

#### 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

## | 可持续发展管理架构



### 董事会

董事会整体负责及监督珀莱雅可持续发展及环境、社会及公司治理事宜，制定公司可持续发展及 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

### 战略与可持续发展委员会

董事会战略与可持续发展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。董事会战略与可持续发展委员会定期对 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

ESG 管理委员会负责公司 ESG 战略及目标的推进和信息披露的执行工作。公司董事会战略与可持续发展委员会下设的独立部门，由总经理等总经办管理层成员组成，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，并定期向董事会战略与可持续发展委员会和董事会汇报 ESG 工作进展

### ESG 执行小组

由公司多个与 ESG 相关的内部部门联合组成，在董事会办公室带领下统筹协调各业务模块工作，并向 ESG 管理委员会汇报 ESG 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

为进一步推进公司的 ESG 管理，公司在《绩效管理办法》《关于绩效制度补充规定》中设有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，可持续绩效指标考核权重占比 8%—10%，并定期开展绩效考核。

此外，公司自愿通过可持续发展报告进行环境、社会与公司治理(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。

## | ESG 议题重要性评估

### 双重重要性分析

重要性议题是 ESG 管理与信息披露的基础和抓手。珀莱雅通过尽职调查、风险管理等内部流程，以及整理相关监管政策、规则、行业标准及发展趋势、同业分析等方式识别重要性议题，形成重要性议题库，并依据《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)》《上海证券交易所上市公司自律监管指南第 4 号——可持续发展报告编制》对“议题重要性分析”的有关要求，开展议题双重重要性分析。

公司识别出 22 项需关注的重点环境、社会及公司治理议题，并邀请内外部利益相关方，从财务重要性、影响重要性双重视角，分析各议题对公司的双重重要性。其中，财务重要性的评估维度包括预期在短期、中期和长期内影响发生的可能性以及财务影响的程度；影响重要性的评估维度包括影响发生的可能性以及严重性(影响规模、影响范围和影响不可补救性)。

珀莱雅双重重要性分析流程 >



## 尽职调查

公司开展可持续发展相关尽职调查工作，识别、分析和梳理各 ESG 议题在短期、中期和长期对经济、环境和社会的影响以及对业务运营和商业模式带来的风险和机遇，并披露公司采取的针对性管理举措与实践。

珀莱雅 2025 年度重要性议题影响、风险和机遇分析

序号	议题名称	影响分析	风险和机遇分析			
		影响描述	风险与机遇类型	影响范围	时间范围 <sup>1</sup>	风险与机遇描述
1	气候变化减缓与适应	应对气候变化的策略能够减少企业的碳足迹、降低气候相关风险，并增强企业在环保方面的声誉；通过采取减排措施，企业能够积极响应全球气候变化挑战，推动可持续发展	<ul style="list-style-type: none"> <li>市场机遇</li> <li>产品与服务机遇等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> <li>价值链下游</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	详见本报告“气候变化减缓与适应”
		<ul style="list-style-type: none"> <li>实体风险</li> <li>转型风险</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>		
2	能源管理	化石能源的利用导致废气及大量温室气体排放，加剧空气污染和气候变化	<ul style="list-style-type: none"> <li>政策风险</li> <li>市场风险</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>成本节约：</b>通过搭建能源管理体系、建设能源管理系统，优化能源使用和提高能效，企业可以显著降低能源消耗</li> <li><b>财务影响：</b>虽然短期会有投资成本，但是长期来看，可以降低能源成本，提高盈利能力</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>能源效率机遇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>能源供应：</b>能源供应的不稳定性可能影响企业的生产计划</li> <li><b>财务影响：</b>增加能源采购成本和供应链管理成本，影响生产效率</li> </ul>

珀莱雅 2025 年度重要性议题影响、风险和机遇分析续表

序号	议题名称	影响分析	风险和机遇分析			
		影响描述	风险与机遇类型	影响范围	时间范围 <sup>1</sup>	风险与机遇描述
3	水资源管理	资源的高效利用能够减少对自然资源的依赖并降低企业自身运营活动对环境的影响	<ul style="list-style-type: none"> <li>资源效率机遇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>资源效率：</b>化妆品行业用水量较大，公司进行设备更新和技术改造提高水资源利用效率，降低水资源消耗</li> <li><b>财务影响：</b>减少水费支出，提高盈利能力</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>政策风险</li> <li>市场风险</li> <li>声誉风险</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>价值链上游</li> <li>企业自身运营</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>合规风险：</b>化妆品行业受到严格的环保法规监管，如果在资源管理方面存在违规行为，会受到监管部门处罚和声誉损失</li> <li><b>财务影响：</b>面临监管部门罚款和市场份额下降</li> </ul>
4	排放与废弃物	生产过程中的废弃物处理、危险物质的控制以及废气排放，若未能严格管理，可能会导致土壤、水源和空气污染，影响生态系统和人类健康	<ul style="list-style-type: none"> <li>资源效率机遇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>创新机遇：</b>促进公司采用更环保的生产工艺和设备，提高资源利用效率，减少废弃物产生</li> <li><b>财务影响：</b>减少废弃物处置费用，降低排放不合格被处罚的风险</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>政策风险</li> <li>市场风险</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>合规风险：</b>如果公司未能遵守环保法规，可能会面临罚款、停产整顿等行政处罚，甚至可能被追究刑事责任</li> <li><b>财务影响：</b>环保法规的不断完善和严格执行，增加了公司在环保方面的合规成本</li> </ul>
5	化学品安全与成分透明	美妆产品生产过程中涉及多种化学物质，如染料、香料、防腐剂等，产品化学品的安全与成分透明一直是企业与消费者共同关注的核心问题	<ul style="list-style-type: none"> <li>市场机遇</li> <li>产品/服务机遇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>市场拓展：</b>随着消费者对化学品安全和成分透明度的关注度提高，那些能够提供安全、透明产品的公司将更容易获得消费者的青睐</li> <li><b>财务影响：</b>为公司提供了市场拓展的机遇，可以进一步增加销售额和市场份额</li> </ul>

珀莱雅 2025 年度重要性议题影响、风险和机遇分析续表

序号	议题名称	影响分析		风险和机遇分析		
		影响描述	风险与机遇类型	影响范围	时间范围 <sup>1</sup>	风险与机遇描述
5	化学品安全与成分透明	美妆产品生产过程中涉及多种化学物质，如染料、香料、防腐剂等，产品化学品的安全与成分透明一直是企业与消费者共同关注的核心问题	<ul style="list-style-type: none"> <li>运营风险</li> <li>市场风险</li> <li>声誉风险</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>价值链下游</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>安全风险：</b>化妆品中的化学成分可能对消费者健康产生潜在风险，包括过敏反应、皮肤刺激等；一旦发生安全问题，将严重损害品牌形象，导致销量下降</li> <li><b>财务影响：</b>可能导致公司面临罚款、产品召回成本、销量下降以及品牌声誉损失等财务负担，从而对公司的财务状况产生负面影响</li> </ul>
6	绿色包装	塑料材料由于其优越的保存性和易运输性，一直是美妆产品包装中不可或缺的材料，但塑料包装里不可/难以降解物质也可能会造成环境污染及生态破坏	<ul style="list-style-type: none"> <li>市场机遇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> <li>价值链下游</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>绿色转型：</b>推动公司在包装材料等方面进行创新，开发可降解、环保的产品和包装</li> <li><b>财务影响：</b>通过开发环保产品和包装，公司可能吸引更多消费者，提高产品销量和市场份额，从而增加收益</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>运营风险</li> <li>市场风险</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>成本增加：</b>绿色包装材料往往比传统包装材料成本更高，如可降解塑料、FSC 认证的纸张等</li> <li><b>财务影响：</b>导致公司生产成本上升</li> </ul>
7	负责任采购	供应链环境与社会风险管理有助于确保企业在供应链中的环境和社会责任合规，通过主动管理环境保护、劳工权益等社会风险，企业能够提升品牌声誉，增强消费者和投资者的信任	<ul style="list-style-type: none"> <li>市场机遇</li> <li>产品/服务机遇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>价值链上游</li> <li>企业自身运营</li> <li>价值链下游</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>促进可持续发展：</b>负责任采购关注环保、劳工权益等议题，有助于推动供应链的可持续发展</li> <li><b>财务影响：</b>这有助于提升公司的社会形象，吸引更多关注可持续发展的消费者和投资者</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>运营风险</li> <li>市场风险</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>价值链上游</li> <li>企业自身运营</li> <li>价值链下游</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>供应链风险：</b>供应链通常涉及多个国家和供应商，负责任采购需要追踪每一个环节，确保所有合作伙伴都遵循可持续发展的原则</li> <li><b>财务影响：</b>增加了供应链的复杂性和管理难度，可能导致供应链中断或成本上升</li> </ul>

珀莱雅 2025 年度重要性议题影响、风险和机遇分析续表

序号	议题名称	影响分析		风险和机遇分析		
		影响描述	风险与机遇类型	影响范围	时间范围 <sup>1</sup>	风险与机遇描述
8	生态系统和生物多样性保护	美妆行业与生物多样性息息相关。美妆产品的一些关键成分与森林砍伐或森林退化直接相关，如棕榈油、木浆和云母等。过度采摘或不当开采都有可能导致生态破坏和生物多样性减少	<ul style="list-style-type: none"> <li>市场机遇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> <li>价值链下游</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>品牌形象提升：</b>积极践行生物多样性保护理念的公司可以提升品牌形象和声誉</li> <li><b>财务影响：</b>增强消费者信任，提高市场份额</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>市场风险</li> <li>声誉风险</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> <li>价值链下游</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>声誉风险：</b>若被曝出对生物多样性和生态系统造成破坏，将损害其品牌形象和声誉</li> <li><b>财务影响：</b>影响消费者信任和销售业绩</li> </ul>
9	环境合规管理	环境合规体系的不足可能带来超标排放、不当废弃物处置等风险，加剧水源、土壤和空气的污染负担，破坏当地生态环境	<ul style="list-style-type: none"> <li>市场机遇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> <li>价值链下游</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>市场拓展：</b>随着消费者对环保意识的提高，那些注重环境合规管理的化妆品公司更容易获得消费者的青睐</li> <li><b>财务影响：</b>为公司提供了开拓新市场、提高市场份额的机遇</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>运营风险</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>合规成本增加：</b>为达到环境合规标准，公司可能需要投入大量资金用于设备升级、污染控制技术和废物处理</li> <li><b>财务影响：</b>可能会增加公司的运营成本，对财务造成压力</li> </ul>
10	产品质量与安全	产品和服务安全与质量直接关系到消费者的健康与满意度，影响企业的品牌形象和市场份额，确保高质量和安全标准能够提升客户信任，增强企业的竞争力，促进长期业务增长	<ul style="list-style-type: none"> <li>市场机遇</li> <li>产品/服务机遇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> <li>价值链下游</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>技术创新：</b>通过研发和创新，开发更安全、更有效的化妆品成分和配方，以满足消费者对产品质量与安全的高要求。这将为公司带来新的增长点</li> <li><b>财务影响：</b>将为公司带来新的收入来源、市场份额的增长以及品牌价值的提升，从而对公司的财务状况产生正面影响</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>运营风险</li> <li>市场风险</li> <li>声誉风险</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> <li>价值链下游</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>满意度风险：</b>产品功效不好可能导致消费者满意度下降，降低品牌信任度，造成销量下降，退货率上升</li> <li><b>财务影响：</b>可能导致公司面临产品召回成本、以及品牌声誉损失等财务损失</li> </ul>

珀莱雅 2025 年度重要性议题影响、风险和机遇分析续表

序号	议题名称	影响分析	风险和机遇分析			
		影响描述	风险与机遇类型	影响范围	时间范围 <sup>1</sup>	风险与机遇描述
11	科技创新	科技创新战略能够提升企业的竞争力和市场适应能力，通过持续的技术创新和产品研发，企业能够满足市场需求，推动业务升级，保持领先地位，提升品牌价值和客户忠诚度	<ul style="list-style-type: none"> <li>市场机遇</li> <li>产品 / 服务机遇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> <li>价值链下游</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>开发新产品线：</b>科技创新为公司提供了开发新产品线的机会，通过引入新技术、新成分或新配方，公司可以开发出具有独特卖点的产品</li> <li><b>财务影响：</b>吸引更多消费者，增加产品销量和市场份额</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>市场风险</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> <li>价值链下游</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>市场竞争风险：</b>随着科技创新的加速，化妆品行业的市场竞争也日益激烈</li> <li><b>财务影响：</b>若公司未能及时跟上市场趋势，或创新产品未能满足消费者需求，可能面临市场份额下降的风险</li> </ul>
12	客户服务与权益保护	良好的客户关系管理能够增强客户忠诚度，提高客户满意度，提升销售业绩，并为企业带来持续的收入来源，最终增强企业的市场份额和竞争力	<ul style="list-style-type: none"> <li>市场机遇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> <li>价值链下游</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>增强品牌形象和口碑：</b>化妆品公司通过提供卓越客户服务，能够在消费者心中树立积极的品牌形象，形成良好的口碑效应</li> <li><b>财务影响：</b>有助于吸引更多潜在客户，扩大市场份额</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>市场风险</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> <li>价值链下游</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>客户流失风险：</b>如果客户服务质量不佳或客户权益得不到有效保护，会造成客户流失</li> <li><b>财务影响：</b>导致公司客户基础缩小，销售额下降</li> </ul>
13	数字化转型与信息安全	若企业未能采取足够的技术措施保障客户和员工的个人信息安全，可能导致敏感数据泄露或遭受网络攻击，这不仅侵犯个人隐私，还可能引发社会对企业数据保护能力的信任危机	<ul style="list-style-type: none"> <li>运营机遇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>技术创新与应用：</b>化妆品行业公司可以通过数字化转型来提高运营效率，以及增强数据安全与客户隐私保护，如采用人工智能、通用大模型、隐私计算等先进技术来提升数据运行效率和信息保护能力</li> <li><b>财务影响：</b>提升治理效能，降低数据泄露风险，从而减少财务风险</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>政策风险</li> <li>市场风险</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> <li>价值链下游</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>数据泄露风险：</b>如果化妆品行业公司的数据安全措施不到位，可能导致客户数据泄露</li> <li><b>财务影响：</b>给公司带来严重的法律和财务风险</li> </ul>

珀莱雅 2025 年度重要性议题影响、风险和机遇分析续表

序号	议题名称	影响分析	风险和机遇分析			
		影响描述	风险与机遇类型	影响范围	时间范围 <sup>1</sup>	风险与机遇描述
14	促进行业发展	通过开展合作交流等活动，企业能够携手价值链伙伴一起推动整个行业的可持续发展	<ul style="list-style-type: none"> <li>市场机遇</li> <li>产品 / 服务机遇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> <li>价值链下游</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>新兴市场的发展：</b>随着新兴市场经济的发展和消费者购买力的提升，化妆品市场在这些地区具有巨大的增长潜力</li> <li><b>财务影响：</b>公司可以抓住这些新兴市场的发展机遇，拓展市场份额</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>市场风险</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>市场竞争加剧：</b>随着化妆品行业的不断发展，市场竞争日益激烈，行业公司面临来自国内外品牌的竞争压力</li> <li><b>财务影响：</b>这可能导致价格战、市场份额争夺等激烈竞争行为，对公司的财务状况造成不利影响</li> </ul>
15	知识产权管理	知识产权保护对于激励创新、促进经济增长、维护市场秩序具有重要意义	<ul style="list-style-type: none"> <li>市场机遇</li> <li>产品 / 服务机遇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> <li>价值链下游</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>利用知识产权进行国际合作与拓展：</b>知识产权是跨国公司进行国际合作与拓展的重要资产，公司可以通过加强知识产权管理，提升国际合作与拓展的能力</li> <li><b>财务影响：</b>公司通过合作进一步拓展市场份额</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>市场风险</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> <li>价值链下游</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>知识产权侵权风险：</b>化妆品行业涉及众多专利技术、商标和著作权等知识产权。若公司未能妥善管理这些知识产权，可能面临被他人侵权的风险</li> <li><b>财务影响：</b>导致公司失去市场份额，遭受经济损失，并需要投入大量资源进行维权</li> </ul>
16	员工权益与福利	员工雇佣与权益的管理直接影响企业的劳动关系、员工满意度和企业文化。通过保障员工的基本权益，如公平薪酬、职业发展机会和工作环境，企业能够提升员工忠诚度和生产力，从而增强组织的长期竞争力	<ul style="list-style-type: none"> <li>市场机遇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企业自身运营</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期</li> <li>中期</li> <li>长期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>激发员工创新潜力：</b>当员工感到自己的权益得到充分保障且福利优厚时，他们更可能积极投入工作，发挥创新潜力</li> <li><b>财务影响：</b>员工的创新成果可以为公司带来新的业务增长点，提升公司的市场竞争力</li> </ul>

珀莱雅 2025 年度重要性议题影响、风险和机遇分析续表

序号	议题名称	影响分析	风险和机遇分析			
		影响描述	风险与机遇类型	影响范围	时间范围 <sup>1</sup>	风险与机遇描述
16	员工权益与福利	员工雇佣与权益的管理直接影响企业的劳动关系、员工满意度和企业文化。通过保障员工的基本权益，如公平薪酬、职业发展机会和工作环境，企业能够提升员工忠诚度和生产力，从而增强组织的长期竞争力	• 运营风险	• 企业自身运营	• 短期	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>人才流失风险</b>：如果员工认为自己的权益受到侵害或福利不足，他们可能会选择离职，导致人才流失</li> <li>• <b>财务影响</b>：人才流失不仅会增加公司的招聘和培训成本，还可能影响公司的业务连续性和稳定性</li> </ul>
17	员工培训与发展	企业通过提供系统的职业培训和发展机会，帮助员工提升专业技能，增强其就业竞争力。这不仅为员工个人职业成长创造有利条件，还促进社会整体劳动力素质的提升	• 运营机遇	• 企业自身运营	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>促进员工职业发展</b>：员工培训与发展计划有助于员工实现个人职业目标，提高职业满意度和成就感，从而增强员工的归属感和敬业度</li> <li>• <b>财务影响</b>：促进员工职业发展则有助于降低员工流失率，减少招聘和培训成本，同时提高员工的工作效率和质量，进一步提升公司的盈利能力</li> </ul>
			• 运营风险	• 企业自身运营	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>培训成本高昂</b>：高质量的员工培训往往需要投入大量的时间和金钱，包括聘请专业讲师、购买培训材料、安排场地等费用</li> <li>• <b>财务影响</b>：高昂的培训成本可能增加公司的运营成本，影响盈利能力</li> </ul>
18	职业健康与安全	美妆日化企业作为社会的一部分，承担着保护员工健康与安全的社会责任。加强员工职业健康与安全有助于企业履行社会责任，提升自身的社会形象和声誉	• 运营机遇	• 企业自身运营	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>提升公司形象</b>：注重职业健康与安全的公司能够树立良好的企业形象，展现公司对员工的关怀和对社会责任的承担，从而提升公司的品牌价值和市场竞争力</li> <li>• <b>财务影响</b>：提升公司形象有助于吸引更多消费者和合作伙伴，增加销售额和市场份额</li> </ul>

珀莱雅 2025 年度重要性议题影响、风险和机遇分析续表

序号	议题名称	影响分析	风险和机遇分析			
		影响描述	风险与机遇类型	影响范围	时间范围 <sup>1</sup>	风险与机遇描述
18	职业健康与安全	美妆日化企业作为社会的一部分，承担着保护员工健康与安全的社会责任。加强员工职业健康与安全有助于企业履行社会责任，提升自身的社会形象和声誉	• 运营风险	• 企业自身运营	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>安全事故导致的经济损失</b>：如果公司忽视职业健康与安全，可能会导致安全事故频发</li> <li>• <b>财务影响</b>：造成人员伤亡和财产损失，进而给公司带来重大的经济损失</li> </ul>
19	社会公益	企业通过开展各类公益活动和支持社区发展，改善当地居民的生活质量，不仅推动社会责任的履行，还促进社区的可持续发展	• 运营机遇	• 企业自身运营 • 价值链下游	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>拓展市场份额</b>：通过积极参与社会公益活动，公司可以拓展那些注重社会责任的消费者市场</li> <li>• <b>财务影响</b>：拓展市场，增加市场份额</li> </ul>
			• 运营风险	• 企业自身运营 • 价值链下游	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>公益活动成本高昂</b>：参与社会公益活动需要投入一定的资金、人力和物力</li> <li>• <b>财务影响</b>：如果公益活动规模过大或持续时间过长，可能会增加公司的运营成本</li> </ul>
20	公司治理	公司治理水平不仅关乎股东及投资者权益，也对企业自身的长期稳健发展具有重要意义	• 运营机遇	• 企业自身运营	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>完善治理结构</b>：企业可以通过完善治理结构，明确决策权和责任，提高决策效率</li> <li>• <b>财务影响</b>：降低运营成本</li> </ul>
			• 运营风险	• 企业自身运营	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>治理结构不健全</b>：如果公司治理结构不健全，可能导致企业内部权力失衡，决策效率低下，甚至引发内部矛盾和纷争</li> <li>• <b>财务影响</b>：治理结构不健全和内部控制失效可能导致企业运营成本上升，盈利能力下降</li> </ul>

珀莱雅 2025 年度重要性议题影响、风险和机遇分析续表

序号	议题名称	影响分析		风险和机遇分析		
		影响描述	风险与机遇类型	影响范围	时间范围 <sup>1</sup>	风险与机遇描述
21	风险与合规	风险管理是识别、评估和应对可能影响企业目标实现的风险的过程，有效的风险管理能够降低潜在的财务损失、声誉风险和法律风险，确保企业在面对内外部挑战时依然能够稳健运营，保障长期的可持续发展	• 运营机遇	• 企业自身运营	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>优化风险管理流程：</b>通过完善风险管理流程，化妆品公司能够更有效地识别、评估和应对潜在风险，降低风险带来的负面影响</li> <li><b>财务影响：</b>优化风险管理流程能够降低企业的运营成本和潜在损失，提高盈利能力</li> </ul>
			• 政策风险	• 企业自身运营	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>法律合规风险：</b>化妆品行业受到众多法律法规的监管，如产品质量、广告宣传、知识产权等方面的规定</li> <li><b>财务影响：</b>不合规行为可能导致法律诉讼、罚款甚至市场禁入等严重后果</li> </ul>
22	商业道德	商业道德，特别是反商业贿赂及反贪污有助于维护市场的公平竞争，促进市场经济的健康发展	• 市场机遇	• 企业自身运营 • 价值链下游	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>增强市场竞争力：</b>商业道德不仅是企业形象的体现，也是市场竞争力的关键因素。遵守商业道德的企业能够在市场中树立正面形象，从而赢得消费者的青睐</li> <li><b>财务影响：</b>通过提升市场竞争力，企业能够扩大市场份额，增加销售收入，进一步巩固市场地位</li> </ul>
			• 政策风险	• 企业自身运营	• 短期 • 中期 • 长期	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>法律风险：</b>公司可能因虚假宣传、侵犯消费者权益、不正当竞争等行为而面临法律诉讼和罚款</li> <li><b>财务影响：</b>法律风险将增加企业的运营成本，包括法律费用、赔偿费用等，同时法律诉讼和罚款还可能对企业的声誉和形象造成进一步损害，进而影响企业的市场表现和财务状况</li> </ul>

<sup>1</sup>时间范围的界定为：短期（1年以内[含]）、中期（1年至5年[含]）和长期（5年以上）

## 利益相关方沟通

主要利益相关方及沟通方式 >

利益相关方的支持和信任对公司至关重要。公司在开展和推进可持续发展及 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。

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）	<ul style="list-style-type: none"> <li>气候变化减缓与适应</li> <li>化学品安全与成分透明</li> <li>能源管理</li> <li>水资源管理</li> <li>环境合规管理</li> <li>排放与废弃物</li> <li>生态系统和生物多样性保护</li> <li>产品质量与安全</li> <li>公司治理</li> <li>风险与合规</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>开展节能减碳工作、建立系统化的气候相关风险和机遇管理流程</li> <li>基于法律法规要求完成产品备案、公开产品配方</li> <li>优化能源结构、提高清洁能源使用占比</li> <li>依据法规要求办理用水许可、规范用水行为</li> <li>持续优化环境管理体系</li> <li>通过循环利用等方式、妥善管理排放物与废弃物配合机构考察</li> <li>盘查公司 RSPO 认证棕榈油使用情况</li> <li>完善产品质量管理体系</li> <li>定期沟通汇报</li> <li>健全风险管理体系</li> </ul>
投资者与股东（对公司进行股权、债权投资的投资人）	<ul style="list-style-type: none"> <li>科技创新</li> <li>公司治理</li> <li>风险与合规</li> <li>商业道德</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加大研发投入、组建研发团队、开展外部研发合作项目、参加行业交流会研讨会等</li> <li>刊发年度报告、季度报告、通过上证 e 互动、邮件、路演与投资者及股东交流</li> <li>举办股东会等</li> <li>定期开展专项审计、离任审计等项目、妥善管理公司经营活动合法性及合规性</li> <li>对所有运营点开展商业道德与反腐败审计</li> </ul>

主要利益相关方及沟通方式  
续表 >

利益相关方	关注议题	沟通与回应
消费者	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 化学品安全与成分透明</li> <li>• 绿色包装</li> <li>• 产品质量与安全</li> <li>• 科技创新</li> <li>• 客户服务与权益保护</li> <li>• 数字化转型与信息安全</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 对所有新原料进行安全评估、通过网站公告披露产品配方信息</li> <li>• 开展包装可持续属性提升工作</li> <li>• 实施产品质量与安全管理措施</li> <li>• 秉承“以消费者为中心”的理念持续开展新品研发</li> <li>• 为消费者提供优质的服务体验</li> <li>• 消费者信息进行加密、保障信息安全</li> </ul>
员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 员工权益与福利</li> <li>• 员工培训与发展</li> <li>• 职业健康与安全</li> <li>• 商业道德</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 制定员工手册、设立工会等</li> <li>• 建立人才发展与学习共享平台</li> <li>• 开展安全技改项目、组织安全生产培训及职业健康体检等</li> <li>• 持续开展员工商业道德培训</li> </ul>
合作伙伴(行业协会、供应商与经销商等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 气候变化减缓与适应</li> <li>• 生态系统和生物多样性保护</li> <li>• 负责任采购</li> <li>• 产品质量与安全</li> <li>• 促进行业发展</li> <li>• 科技创新</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 与十家战略伙伴达成深度合作、发布减碳宣言</li> <li>• 优先采购经过 RSPO 认证的棕榈油衍生品</li> <li>• 供应商培训、供应商 ESG 评估等</li> <li>• 开展供应商质量管理培训、供应商质量审核等</li> <li>• 积极参与行业交流</li> <li>• 加大研发投入、组建研发团队、开展外部研发合作项目等</li> </ul>
社区与公众(运营所在地周边社区、社会公益组织等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 社区公益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 员工志愿者活动、公益捐赠、参与社区活动</li> </ul>

## 重要性议题分析结论

**同时具有财务重要性与影响重要性的议题:** 产品质量与安全、化学品安全与成分透明、科技创新、客户服务与权益保护、绿色包装、负责任采购、气候变化减缓与适应、员工权益与福利、数字化转型与信息安全<sup>1</sup>

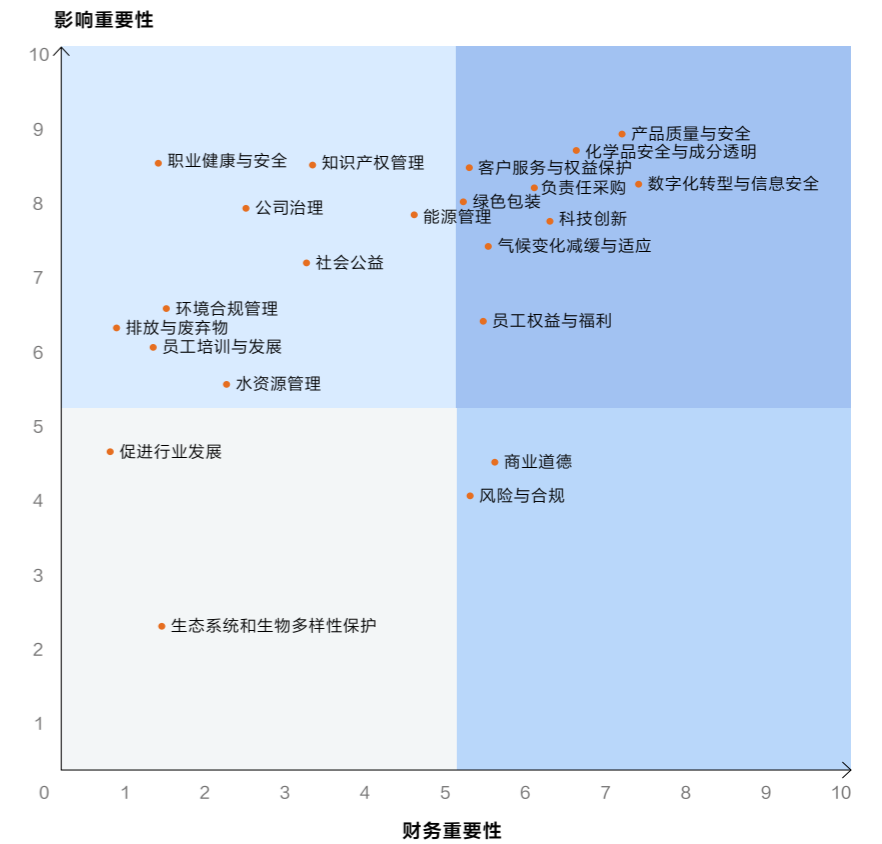
**仅具有财务重要性的议题:** 商业道德、风险与合规

**仅具有影响重要性的议题:** 能源管理、知识产权管理、公司治理、职业健康与安全、社会公益、环境合规管理、排放与废弃物、员工培训与发展、水资源管理

**既不具有影响重要性也不具有财务重要性的议题:** 促进行业发展、生态系统和生物多样性保护

珀莱雅议题重要性矩阵 >

- 同时具有财务重要性与影响重要性
- 具有财务重要性但不具有影响重要性
- 具有影响重要性但不具有财务重要性
- 既不具有影响重要性也不具有财务重要性



<sup>1</sup>“数据安全与客户隐私保护”议题更名为“数字化转型与信息安全”，2025年，珀莱雅设立首席数字官(CDO)，更加符合公司“全局数字化规划”发展方向。

# 02

## 守护自然之美， 践行绿色承诺



珀莱雅秉持“美丽永存，共享美好”的企业使命，将可持续发展理念深度融入企业经营发展战略，构建产品全生命周期管理体系，在追求商业价值的同时，促进人与自然和谐共生。

公司严格管控化学品安全与成分透明，确保产品全链条可追溯；推进绿色包装设计，从源头减少资源消耗与环境负荷；建立负责任采购机制，将环境与社会责任嵌入供应链管理，携手供应商共筑可持续供应生态；同时严守环境合规底线，确保所有运营活动符合乃至超越法规要求，以透明可信的治理筑牢发展根基。

面对气候变化带来的全球性挑战，公司主动识别气候风险并制定减缓与适应策略，持续优化能源结构，提升清洁能源使用比例，以精细化的能源管理驱动低碳转型；做好污染物排放与废弃物管控，推进减量化、资源化、无害化处理；积极投身生态系统与生物多样性保护，守护自然资本，共筑绿色未来。

### 本章节 回应重要性议题

- 化学品安全与成分透明 ●●
- 负责任采购 ●●
- 绿色包装 ●●
- 气候变化减缓与适应 ●●
- 能源管理 ●
- 水资源管理 ●
- 环境合规管理 ●
- 排放与废弃物 ●
- 生态系统与生物多样性保护 ●

注：“●●”代表具有双重重要性，“●”代表仅具有财务重要性，“●”代表仅具有影响重要性，“●”代表既不具有财务重要性，也不具有影响重要性

### 本章节 回应的 SDGs



# | 可持续产品与消费

在全球气候行动加速、“双碳”目标持续推进的背景下，随着《关于实施绿色消费推进行动的通知》《可持续产品生态设计法规》等一系列国内外政策的有力驱动，消费者的绿色低碳消费意识显著增强。在此趋势下，可持续产品正从边缘选择跃升为主流消费刚需，可持续产品已不仅是责任担当，更是抢占未来竞争高地的战略支点。

## 产品可持续属性评估

公司参考中华人民共和国国家标准《GB/T 32161-2015 生态设计产品评价通则》《欧盟化妆品和动物护理产品生态标签标准用户手册》、Cradle to Cradle 认证、绿色化学原则等国内外标准、行业重要认证及优秀同业实践，建立覆盖产品全生命周期的“可持续产品评估模型”，全面评估各项产品的可持续性表现。

产品生命周期可持续性评估模型 >



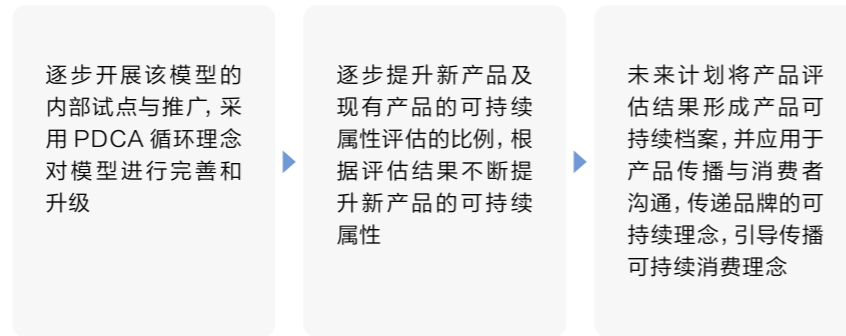
产品生命周期可持续性评估模型  
续表 >

- 可持续包装 (权重: 30%)**
  - 对人的影响**
    - 健康、无害的包装材料
- 可持续生产 (权重: 15%)**
  - 环境影响**
    - 合规生产与减少排放、废弃
    - 减少能源使用与使用清洁能源
    - 减少资源使用
  - 对人的影响**
    - 合规生产与减少排放、废弃
- 可持续消费 (权重: 10%)**
  - 环境影响**
    - 倡议可持续消费理念
  - 对人的影响**
    - 负责任营销
    - 倡议可持续消费理念
    - 传播公益理念
- 可持续仓储物流 (权重: 15%)**
  - 环境影响**
    - 提升运输效率
    - 优化运输能源结构
    - 减少仓储运输包装使用

产品生命周期可持续性评估  
的环境与社会影响因素 >

资源使用	生态影响	消费者健康
<ul style="list-style-type: none"> <li>不可再生能源消耗</li> <li>土地资源</li> <li>水资源消耗</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>土壤酸化</li> <li>灰尘和颗粒物</li> <li>生态毒性</li> <li>富营养化</li> <li>全球变暖</li> <li>臭氧层破坏</li> <li>物种丰富度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>有毒有害物质</li> <li>核辐射污染</li> </ul>

产品生命周期可持续性评估模型的应用 >



## 可持续产品开发

公司将可持续理念系统性地融入产品全生命周期管理，涵盖配方设计、包装创新及消费者沟通等环节。2025 年，公司在提升产品环境友好性、安全性与可持续采购方面取得了一系列进展。

可持续产品开发策略应用情况 >

维度	策略	代表性产品
可持续研发	使用可再生、可生物降解等环境友好型原料，降低产品全生命周期的碳足迹	<ul style="list-style-type: none"> <li>珀莱雅双抗焕白净亮面膜</li> <li>珀莱雅肌源修护轻盈霜 2.0</li> <li>珀莱雅轻享阳光舒护物理防晒霜 (2026 年上市) 等</li> </ul>
	尽量规避传统防腐剂、甲醛释放体、矿油、致痘成分、人工色素等风险原料使用，优先选择安全、温和原料，提升消费者使用体验	<ul style="list-style-type: none"> <li>珀莱雅双抗焕白净亮清透水</li> <li>珀莱雅双抗焕白净亮清透乳</li> <li>珀莱雅恒光净白淡斑精华液等</li> </ul>
	遵循“非必要不做动物实验”原则，优先采用安全评估等方法进行替代	<ul style="list-style-type: none"> <li>珀莱雅赋能鲜颜优效面膜 3.0、</li> <li>珀莱雅赋能鲜颜淡纹紧致轻润霜 3.0</li> <li>珀莱雅赋能鲜颜淡纹紧致轻盈霜 3.0 等</li> </ul>
	优先选用获得可持续棕榈油圆桌倡议 (RSPO) 认证的成分	<ul style="list-style-type: none"> <li>珀莱雅肌源修护轻盈霜 2.0</li> <li>珀莱雅肌源修护盈润霜 2.0 等</li> </ul>

可持续产品开发策略应用情况续表 >

维度	策略	代表性产品
可持续包装	瓶子、塑封膜和外纸盒等包装优先采用环保可回收材质	<ul style="list-style-type: none"> <li>珀莱雅启时集致塑颜面膜</li> <li>珀莱雅男士蕴能多效紧致精华露 (2026 年上市)</li> <li>珀莱雅男士蕴能多效净澈洁面乳 (2026 年上市) 等</li> </ul>
	优先选用经 FSC 森林认证的纸张等具有可持续认证的包材	<ul style="list-style-type: none"> <li>珀莱雅双抗焕白净亮面膜</li> <li>珀莱雅轻享阳光倍护护肤物理防晒液</li> <li>珀莱雅启时集致精致洁面露等</li> </ul>
	设计并推广替换装，降低资源消耗与废弃物产生，助力循环经济发展	<ul style="list-style-type: none"> <li>珀莱雅赋能鲜颜淡纹紧致系列面霜 3.0</li> <li>珀莱雅启时集致紧塑霜</li> <li>Off&amp;Relax 星缎蕴能修护发膜霜 (2026 年上市) 等</li> </ul>
	实施包装轻量化，在保证性能前提下简化包装结构与生产工艺，降低包装重量与空隙率	<ul style="list-style-type: none"> <li>珀莱雅双抗焕白净亮面膜</li> <li>珀莱雅轻享阳光倍护护肤物理防晒液</li> <li>珀莱雅启时光蕴美白淡斑精华液等</li> </ul>
	使用减塑设计，降低塑料包装使用强度，从源头减少塑料污染	<ul style="list-style-type: none"> <li>珀莱雅双抗焕白净亮精华液</li> <li>悦芙媞多效舒缓特护精华液 2.0 等</li> </ul>
可持续生产	通过节能技改、节水技改等措施，减少产品生产过程中的能源和资源的消耗，减少碳排放，降低对环境的负面影响	<ul style="list-style-type: none"> <li>详见“气候变化减缓与适应”和“降低环境影响”小节</li> </ul>
可持续消费	所有产品均通过详情页、说明书等渠道完整展示配方成分，产品随单均提供使用注意事项及频率建议，确保原料及功效透明	<ul style="list-style-type: none"> <li>珀莱雅肌源特护冻干面膜</li> <li>珀莱雅肌源修护优效面膜</li> <li>珀莱雅肌源修护安肤乳等</li> </ul>
	在商品详情页、达人合作手册等渠道展示产品可替换内芯设计，通过售卖、赠送替换芯等活动，鼓励消费者参与可持续消费	<ul style="list-style-type: none"> <li>珀莱雅赋能鲜颜淡纹紧致轻润霜 3.0</li> <li>珀莱雅赋能鲜颜淡纹紧致滋润霜 3.0</li> <li>珀莱雅启时集致紧塑霜 2.0 等</li> </ul>
可持续消费	在满足需求的前提下，优先选用距离较近 (200 公里内) 的本地供应商，减少运输过程产生的碳排放量	<ul style="list-style-type: none"> <li>珀莱雅双抗焕白净亮清透水</li> <li>珀莱雅双抗焕白净亮清透凝霜</li> <li>珀莱雅启时集致抗皱眼霜 2.0 等</li> </ul>

### 案例

#### 珀莱雅双抗焕白净亮面膜开展产品碳足迹认证



珀莱雅双抗焕白净亮面膜

为科学量化产品环境影响、推动绿色低碳转型，公司于2025年启动产品碳足迹核算，后来依据ISO 14067国际标准，委托独立验证服务机构对2025年7月-12月生产的珀莱雅双抗焕白净亮面膜开展碳足迹认证工作，通过核算从原材料获取、运输、生产、分销及生命末期处置的“从摇篮到坟墓”产品全生命周期温室气体排放数据，精准识别关键减排环节。

该认证不仅为公司比较不同工艺下的产品资源环境效率、优化原材料选用提供数据支撑，也为消费者提供了透明的低碳选择，鼓励消费者参与可持续消费，践行企业环境责任，为行业低碳转型提供示范路径，助力“双碳”目标实现。

### 可持续消费倡导

珀莱雅将可持续消费理念深度融入品牌战略与日常运营，依托数字化平台透明展示产品可持续信息，并通过多元化的消费者沟通活动，倡导绿色低碳的生活方式，携手消费者共同迈向负责任的美丽未来。

#### 珀莱雅传递可持续消费理念重点举措



##### 完整、真实介绍产品成分信息

准确介绍和描述产品，确保产品安全和功效宣传合规；完整展示原料成分，包含配方中的所有成分，不隐瞒任何有毒化学物质及过敏原；功效宣称依据查询服务，确保信息透明可追溯，保障消费者知情权



##### 引导消费者了解产品信息

通过官网、自有社交账号及产品包装等媒介，引导消费者了解产品配方、常见成分用途及功效、使用注意事项等



##### 披露产品可持续信息

外包装上增加回收再生标签或重复使用说明，引导消费者循环利用产品包装或将包装放置于回收处理点，延长产品包装的生命周期，提高包装循环利用率；同时开展空瓶回收活动，完成产品“设计-生产-回收-再生”的闭环



##### 引导科学护肤与可持续消费

通过官网、自有社交账号等平台，倡导消费者购买使用替换装，替代购买原装产品；同时提示产品科学的使用剂量与使用频率，引导消费者能达到功效的合理产品搭配，减少不必要的产品浪费

此外，公司通过官方产品详情页内容、小红书UGC（用户生成内容）营销等，向消费者展示替换芯包装设计，鼓励消费者在用完正装后，通过更换替换芯的方式延长外包使用周期，养成更绿色环保的消费习惯。

#### 产品详情页展示



#### UGC 营销内容展示



## | 化学品安全与成分透明

### 治理

珀莱雅深刻认识到化学品安全与成分透明对于保证产品品质和获取消费者信任的重要意义，严格遵守《化妆品监督管理条例》《化妆品安全风险监测与评价管理办法》《化妆品原料数据使用指南》《化妆品安全评估技术导则》等法规及技术规范，制定《创新原料安全监测管理制度》《新原料引入管理流程》等内部制度，对新原料开展全生命周期监测，确保新原料开发过程的合规性、安全性。

在遵循中国法律法规及有关要求的基础上，公司借鉴欧盟、东盟、美国、韩国以及日本等国家对于化学品成分及剂量的要求，进一步提升对化妆品原料选用的规范准则。同时，公司秉持“绿色为先”的原则，参考 COSMOS 标准、ISO16128-1/2《天然和有机化妆品成分和产品的技术定义和标准》等国际可靠的有机认证标准，持续提升产品中绿色、天然、有机原料的应用比例。

#### 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
- REGULATION (EC) No 1223/2009 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL
- REGULATION (EC) No 1272/2008 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL

##### 东盟委员会 (ASEAN Cosmetics Association)

- Annexes of the ASEAN Cosmetic Directive

珀莱雅原料开发管理体系 >

#### 美国

- Color Additives Approved for Use in Cosmetics: Part 73, Subpart C: Color additives exempt from batch certification
- Color Additives Approved for Use in Cosmetics: Part 74, Subpart C: Color additives subject to batch certification
- The Proposition 65 List

#### 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》

为适应国内外日益严格的化妆品安全监管要求，公司不断完善化学品安全管理体系，保证产品的安全性。珀莱雅将安全保障体系分为“原料”和“产品”两个阶段。对所有化妆品成分进行安全性评估，并综合各国法规，安全评估数据，论文和研究数据，根据评估结果判断是否可以使用，仅使用通过安全性评估的原料开发产品，该行为将贯穿在整个产品研发过程中。

#### 各品牌产品开发 / 产品营销

提供产品线规划及新原料需求

#### 原料研究与开发

基于市场、配方开发及供应需求，负责原料研究开发和引入

#### 采购

负责原料供应商开发、选择、采购、商务谈判等

#### 研发

负责在候选原料引入前提供检测和配方验证支持

#### 质量管理

负责管理原料供应商质量管理体系，同时负责来料检测

## 战略、风险及 机遇管理

随着全球可持续发展理念的深入渗透，美妆消费市场对产品安全、环保属性的关注度持续提升——推出符合安全标准、兼具绿色环保特质的美妆产品，已成为企业打造品牌差异化、增强消费者黏性的关键方向；与此同时，针对化妆品原料安全的监管政策也在持续完善，相关合规要求不断细化。

为积极应对监管趋势、抢抓市场机遇，公司持续完善化学品安全管理体系，制定明确的化学品安全战略与阶段性管理目标：将全流程产品安全保障拆解为原料管控与成品管控两大核心阶段，对化妆品全成分开展系统性安全风险评估与合规审查，并配套制定针对性管理指标；通过推进原料品质可靠性验证与全链路追溯体系建设，逐步缩减乃至淘汰行业争议成分的使用；同时持续提升产品成分信息的公开透明度，充分保障消费者的知情权与选择权。

公司建立了完善的化学品安全风险管理体系，定期开展相关风险的识别、评估及应对，确保产品的安全评估和化学品管理的有效执行。

化学品安全风险识别、评估及管理流程 >



## 原料开发

原料开发管控流程 >

公司从原料筛选到配方开发全流程强化风险防控，从源头保障化学品成分安全，为消费者提供安全、放心的产品。

环节	举措
原料及活性物筛选	<ul style="list-style-type: none"> <li>借助体外人体研究成果搭建表面活性剂专属数据库，为后续应用研究阶段的成分安全性评估夯实数据支撑</li> </ul>
配方开发过程	<ul style="list-style-type: none"> <li>公司融合内部技术储备与外部专业资源，对原料在配方中的应用研究及活性物功效性开展全面验证，为产品研发提供严谨的科学依据</li> </ul>
新原料引入	<ul style="list-style-type: none"> <li>严格执行全维度安全评估流程，同步完善各类原料的完整资料档案，确保原料采购来源、应用场景均完全契合现行法规要求，从源头实现化学品使用的合规管控</li> </ul>

公司以前沿科技赋能原料开发，提升开发效率，夯实技术储备，优化产品配方，为构建长期差异化竞争优势奠定坚实基础。

原料开发进展 >

方向	具体举措
模型搭建	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立面部泛红血管调节的斑马鱼胚胎评估模型，替代人体实验，缩短测试周期，用可视化、可量化的评价指标支持舒缓修护平台发展</li> <li>在体外建立仿生角栓模型，用以模拟人体角栓的崩解、清洁效果，将微观的面部问题表征为多维度的可视化数据</li> </ul>
质控评价	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立植物源囊泡的开发技术并建立质控评价标准，在形态表征和功效表征等多维度开展评价工作，达到领先水平</li> <li>建立 PDRN 原料的开发及质量检测评价体系，为后续前沿原料的开发做好技术储备</li> </ul>
产学研合作	<ul style="list-style-type: none"> <li>与浙江中医药大学合作，针对油性皮肤的全链路调控开展机理研究</li> <li>与浙江大学药学院合作，将 AI 技术应用于原料筛选研究，为能量系列产品提供科技背书，研究成果荣获“IFSCC 2025 十大基础研究奖”</li> </ul>

## 化学品管理

公司建立从原料评估到产品全生命周期的管理体系，对原料中的成分开展系统性安全性评估，依据行业标准和学术研究成果综合评估各成分的人体毒性和生态毒性，确立严格的原料准入标准。我们采用科学的“风险管理”模式，对于某些在特定条件下可能带来风险的原料，通过多维度管理措施，确保其处于法规安全范围。

化学品全生命周期管理流程 >



化学品全链路安全管控举措 >

阶段	措施
原料安全	<ul style="list-style-type: none"> <li>把控原料来源：公司坚持源头控制，对入库原料商进行全方位审核并监督管理，保障原料可靠可溯</li> <li>坚持原料质量控制：坚持独立质控原则，自主核验、严苛检验</li> </ul>
成分安全	<ul style="list-style-type: none"> <li>公司产品严格遵守法规要求，不适用任何禁用成分</li> <li>公司产品配方中不断减少或禁用有争议的成分</li> </ul>
产品安全	<ul style="list-style-type: none"> <li>严格遵守国家化妆品法律法规</li> </ul>

化学品全链路安全管控举措  
续表 >

阶段	措施
产品安全	<ul style="list-style-type: none"> <li>严格的质量管理体系：珀莱雅严格遵守《化妆品监督管理条例》等法规，建立了从原料到成品全流程质量管理体系，确保产品合规、安全、有效。公司严格遵循《化妆品生产质量管理规范》并通过了ISO 9001质量管理体系标准（ISO 22716:2007 化妆品—良好生产操作（GMP）—良好生产操作指南》的认证</li> <li>有效的产品质量保证手段：针对不同类产品，公司制定了相应的质量控制标准，覆盖原料安全评估、包装材料审核、配方稳定性测试、防腐挑战试验、成品安全评估、安全性测试、功效验证、合规性检验及上市后不良反应监测等关键环节</li> </ul>

珀莱雅化学品汰换成分清单 >

序号	原料名称	汰换进度
1	碘丙炔醇丁基甲酸酯（IPBC）	全面淘汰
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）	全面淘汰
3	曲酸	全面淘汰
4	丁基甲氧基二苯甲酰基甲烷	全面淘汰
5	三氯生	全面淘汰
6	新铃兰醛	全面淘汰
7	咪唑烷基脲	全面淘汰
8	双（羟甲基）咪唑烷基脲	全面淘汰
9	吡啶硫铜锌（ZPT）	全面淘汰
10	甲基异噻唑啉酮	全面淘汰
11	塑料粒子类（聚乙烯蜡）	在淋洗类产品中已经淘汰

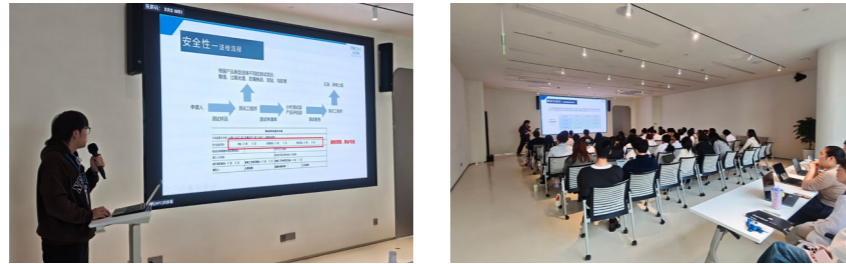
注 1：公司实时更新成分汰换清单，具体信息以官网披露信息为准。  
注 2：原料序号 5、6、9 汰换原因为法规要求，其余原料均为主动淘汰

## 案例

### 组织开展化学品安全培训

2025 年 12 月 18 日，公司研发测试部组织开展《化妆品安全性、稳定性和相容性与 OEM 质量控制》培训，共 158 名员工参与培训，内容涵盖化妆品安全性（防腐挑战试验、刺激性试验及送检流程等）、稳定性（测试定义、多部门协作、样品要求及异常案例等）、相容性（包材与内容物评估、测试流程

及异常处理等)及 OEM 质量控制(测试内容、风险评判及高风险案例等),有效提升了相关人员应对化学品安全相关风险的能力。



^ 化妆品安全培训现场

## 化学品成分透明

了解化妆品的安全性与功能性,是消费者保障自身权益的重要前提。公司严格遵循法律法规要求,在产品包装上完整标注全成分,并通过官网及主要社交媒体平台向消费者介绍通过国家药监局官方渠道查询产品全成分信息的方法,并在产品推广中清晰地说明成分、作用机理及来源,保障消费者合法权益与理性消费。

2025年,公司启动“成分透明化工程”,进一步推动从原料到功效的全链路透明化,助力消费者做出更安心、更科学的消费决策。

“成分透明化工程”开展情况 >

方向	举措
产品配方公开	<ul style="list-style-type: none"> <li>在官网设立专门的产品配方公开专区,提供产品成分列表、功效宣称依据的查询服务</li> </ul>
禁用成分披露	<ul style="list-style-type: none"> <li>官网全面公开淘汰化学品清单(11种高风险成分),清单中的任一成分均不在产品中使用</li> </ul>
成分公开透明	<ul style="list-style-type: none"> <li>官网设立核心产品成分列表,介绍功效成分的来源、用途、功效及用于哪些产品</li> </ul>

## 化学品安全与成分透明指标与目标

指标	单位	管理目标	2025年进展	达成情况
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	/	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	启动“成分透明化工程”,进一步推动从原料到功效的全链路透明化,助力消费者做出更安心、更科学的消费决策	已达成

# | 负责任采购

## 治理

可持续供应链对企业发展的战略意义不仅关乎环境保护与社会责任履行,更是塑造企业长期竞争力与品牌价值的重要基石。

珀莱雅的直接供应商是指向公司提供原材料、配料、包装和第三方制造服务的供应商(包括 ODM 原始设计制造商及 OEM 原始设备制造商)。间接供应商是指向公司销售并非直接用于产品制造的商品和服务的供应商。

公司严格遵守《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,制定并更新《供应商管理制度》《采购价格管理与评审制度》《供应链计划管理制度》等制度材料,建立董事会统一领导,采购部门、原料研究与开发部等各部门互相配合实施的供应链管理体系,持续规范供应商管理流程与采购程序,防范供应链风险。

政策和认证 >

珀莱雅供应链管理体系 >

### • 商业准则承诺书

### 采购

- 负责开发能满足需求的潜在供应商,负责计划和组织对合格供应商的年审以及对供应商开展绩效评价

### 原料研究与开发

- 负责开发新原料供应商,并作为技术支持部门参与新原料供应商的评审

### 价格评审

- 负责对供应商的采购价格进行审核,监督采购流程执行合规,组织相关部门对新供应商进行现场审核,资料维护

### 质量管理

- 针对自主生产产品(含护肤、部分彩妆及部分洗护产品):湖州工厂质量管理部负责初步评估供应商的质量保证能力,并主导生产性物料供应商的年度现场评估
- 针对 OEM/ODM 产品:
  1. 对接 ODM 明确质量要求,推进中试、相容性、稳定性、性能等测试,保障工艺稳定。

珀莱雅供应链管理体系  
续表 >

2. 确认生产标准，强化制程管控，确保产品质量一致性。
3. 落实成品验货放行与留样管理，完善质量追溯体系。
4. 复盘供应商质量表现，持续优化流程，提升产品质量。

**内审**

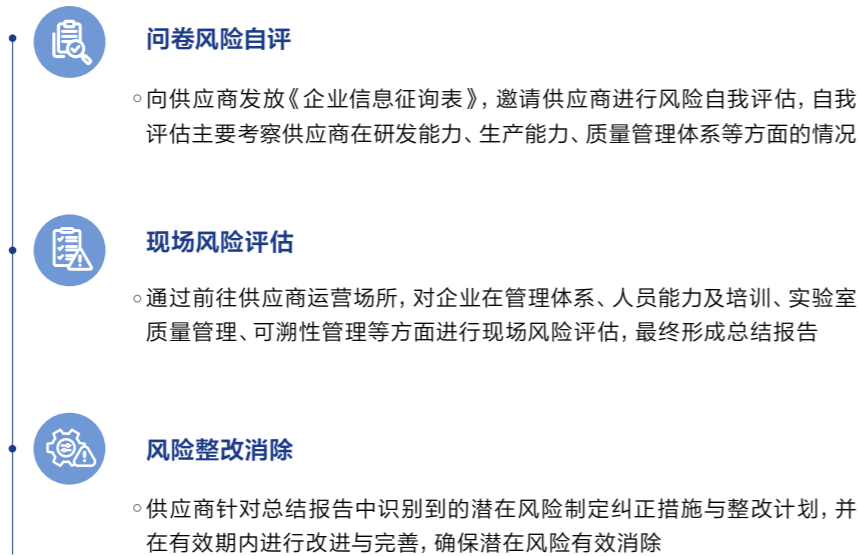
- 负责供应商管理全流程检查与监督管理，并对发现待改善问题提出整改和优化意见

**战略、风险及  
机遇管理**

为应对在激励行业竞争中，可能发生的如供应链质量不稳定、供应链存在安全隐患等风险，公司在战略规划上推进自动化、数字化和智能化升级，实现生产端与需求端的数据信息链路畅通，增强供应链韧性；在管理策略上加强对供应商的管理，在原有的供应商准入、评估考核、审查等管理基础上，注重供应商环境、劳工、道德等方面的考量；在商业模式上推动与供应商的深度合作，共同探索如绿色包装、可持续采购等方面合作，共同推动整个供应链的可持续发展。

公司建立了完善的供应链风险识别、评估及管理流程，以确保其风险可被有效控制及降低，对可能具有较高风险的供应商进行线下评估，落实对供应商的有效管理，降低风险并提高供应链整体效率，强化供应链的可持续发展。

供应链风险识别、评估及管理流程 >



珀莱雅供应商筛选具体内容 >

此外，在供应商进行风险评估之前，公司主动开展供应商筛选，以年度采购金额筛选出须纳入管控的供应商，以及识别在环境、社会和治理方面具有潜在高风险的供应商，列为重点管理对象。

供应商筛选过程中的风险考量	
特定国家风险	依据供应商所在地判断是否纳入高风险国家管控
行业风险	对于制造业人力劳动密集、能源消耗、制造流程特殊排放污染风险之原物料供应商，及提供人力的劳务代理公司、承包商及现场服务商等
产品风险	依原料属性分类，筛选出含对环境和人的健康有害的原料

供应商筛选过程中的 ESG 风险考量			
环境	社会	治理	业务相关性
曾有任何火灾、爆炸、工业事故导致严重伤害、死亡、环境排污或财产损失事件  曾有违反环境保护相关法规遭政府单位判罚或勒令停工等事件	曾有违反劳动、人权、劳工健康与安全相关法规遭政府单位判罚或勒令停工等事件	曾有违反公司法、证券交易法及信息安全或其他网络安全事件	年度采购金额  技术与价格优势  产能满足度与配合度等

**供应链安全**

为保障供应链质量的稳定，珀莱雅持续规范推进供应商准入、评估等管理举措。公司每年年初制定供应商年度审计计划，于线下对年审审计计划名单上的供应商开展审查工作。针对审核不符合项及日常客诉问题风险点，公司制定 CAPA (纠正及预防措施) 分析，对现场的 SOP 及实际操作的一致性进行检查核对，并由质量专员定期对供应商整改情况跟进与落实。

## 珀莱雅供应商管理流程 &gt;



## 可持续供应链

公司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。为降低供应链的 ESG 风险，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。对于可持续发展表现好的供应商，公司在同等条件下提高其采购份额，优先提供业务合作机会。

## 珀莱雅可持续采购举措 &gt;

## 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
- 推动供应商环保包装材料的使用、改进包装材料的生产工艺、采用循环箱包装等举措，持续推进绿色包装理念
- 推动供应商使用环保污水处理材料及安装废气处理装置，减少外排污染物的产生
- 推动供应商高能耗设备替换、应用屋顶光伏发电，减少能源使用的同时增加绿色能源的使用比例

## 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
- 在新供应商开发及新项目选择的时候，优先考虑有开展 ESG 管理的供应商

## 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

## 治理方面

- 供应商应遵守廉洁阳光原则，拒绝任何形式的商业贿赂行为

## 供应商发展

珀莱雅视供应商为公司的重要合作伙伴，重视与其交流及互动，通过开展供应商培训、技术 / 能力的辅导等，协助供应商建立可持续性的管理意识，提升供应链整体可持续性的能力。

珀莱雅供应商能力提升行动计划 >

类别	管理举措
供应商辅导	<ul style="list-style-type: none"> <li>针对原料供应商及服务承包商，我们采取现场审核与文件评估相结合的方式识别潜在风险：通过设施巡检、文件核验及员工访谈，重点关注如体系管理情况（如ISO14001、ISO45001等体系认证）、环境保护管理（如第三方环境检测报告等）等关键环节</li> </ul>
供应商产品技术提升项目	<ul style="list-style-type: none"> <li>为提升成品料合格率，公司依据产品要求制定清晰统一的料体质量标准及判定规则，并组织针对 ODM（原始设计制造商）的培训，强化其质量意识，从根本上保障产品质量的稳定性与可靠性，推动整体生产水平向高质量迈进</li> </ul>
供应商可持续发展培训	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立定期供应商沟通培训机制，重点传导 ESG 理念与采购政策、解析国际环保趋势及要求、分享珀莱雅可持续管理计划实施经验</li> </ul>

## 负责任采购 指标与目标

指标	单位	管理目标	2025 年进展	达成情况
主要合作伙伴 ESG 符合性评估比例	%	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	100	已达成

## 生态系统与生物多样性保护

日化行业广泛使用植物提取物（如精油）、海洋来源生物原料及生物发酵产物等，这些原料直接依赖于健康的生态系统和丰富的生物多样性。珀莱雅深知增强和保护生物多样性的重要性，通过发布相关管理政策、采取实践并设立相关目标等，在运营和采购过程中推进自然和生物多样性的保护与恢复。

### 治理

针对生物多样性保护议题，珀莱雅制定了完善的治理架构，由董事会整体负责及监督公司生物多样性保护相关事宜，制定管理方针及策略。ESG 管理委员会确保公司遵守相关法规和标准，包括生物多样性保护法律和国际公约并负责与利益相关者（如政府机构、非政府组织、社区等）沟通合作，共同推动生物多样性保护和可持续发展。

2025 年，公司制定并发布《生物多样性保护政策》，明确整体的战略方向。同时，公司制定《零毁林政策》，以此推动负责任的木浆采购，减少森林砍伐和破坏，保护生态系统的完整性和生物多样性。

政策和认证 >

- [珀莱雅化妆品股份有限公司零毁林政策](#)
- [珀莱雅化妆品股份有限公司生物多样性保护政策](#)
- [可持续棕榈油圆桌会议（RSPO）认证](#)

### 战略、风险及 机遇管理

面对全球生物多样性丧失和生态系统退化，公司在业务经营过程中坚持尊重自然、保护优先，坚守生态红线。若在接近关键生物多样性地区进行作业时，将严格遵循以下减缓层级原则（Mitigation Hierarchy）。

#### 避免

在可能的情况下，避免在关键生物多样性地区进行作业

#### 减少

在无法完全避免的情况下，采取必要的措施减少对生态系统的影响

#### 恢复

在有人为干扰导致生态系统受损的情况下，公司将采取恢复措施，使生态系统恢复到原有的状态

#### 抵消

在无法避免对生态系统的影响的情况下，公司会采取抵消措施

此外，棕榈油是全世界使用最广泛的植物油之一，也是日化行业的重要原材料，但随着棕榈油的消耗不断增长，棕榈油的生产可能会导致世界上一些最具生物多样性的森林被过度地砍伐，同时对一些濒临灭绝动物的栖息地造成了威胁，因此棕榈油的可持续性成为保护生物多样性重点关注对象。珀莱雅自身产品生产中并没有直接使用棕榈油，但公司使用的原材料中包含棕榈油衍生物。

公司积极开展棕榈油制成品管理，优先采购经过 Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) 认证的棕榈油衍生品，从而提高产品的可持续属性，减少对环境的影响。公司已加入 RSPO，并正在规划将原材料中的棕榈油衍生物逐步替换为 RSPO 认证产品的替换工作。2025 年，珀莱雅湖州工厂完成可持续棕榈油圆桌倡议 (RSPO) 供应链认证 (Mass Balance 模式, MB 模式) 第一次年审工作。

珀莱雅 2025 年可持续棕榈油管理举措 >

类别	主要举措
识别 & 盘查	<ul style="list-style-type: none"> <li>识别涉及棕榈油或棕榈油衍生物产品</li> <li>盘查公司 RSPO 认证棕榈油及棕榈油衍生物使用情况</li> </ul>
追溯	<ul style="list-style-type: none"> <li>开展棕榈油追溯，要求供应商提供棕榈油产地信息、RSPO 认证资质等信息，并在内部系统中补充相关信息，完善棕榈油台账管理</li> </ul>
调整	<ul style="list-style-type: none"> <li>逐步替换使用 RSPO 认证的棕榈油及棕榈油衍生物</li> </ul>

## 生态系统和生物多样性保护指标与目标

指标	单位	管理目标	2025 年进展	达成情况
使用 RSPO 认证棕榈油的采购重量占比 <sup>1</sup>	%	到 2025 年所采购的棕榈油衍生品中使用 RSPO 认证棕榈油的采购重量占比达到 70% 以上，同时在规划期内进一步完善对采购原料中棕榈油的追溯体系	55.32%	未达成 <sup>2</sup>

注 1: 使用 RSPO 认证棕榈油的采购重量占比 = RSPO 认证棕榈油衍生品采购重量 / 所有棕榈油衍生品采购重量 \* 100%

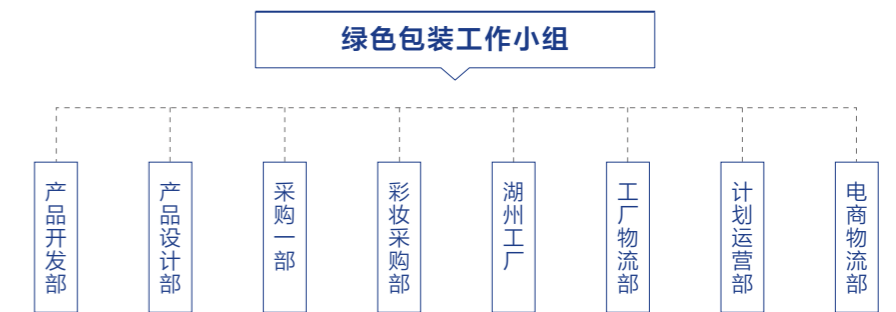
注 2: 受原材料价格上涨等多种因素影响，公司未如期达成阶段性目标，但公司 2025 年采购的 RSPO 认证棕榈油衍生品占棕榈油衍生品总采购量的比例为 55.32%，相较于 2024 年的 48.86% 有所提升，展现了公司在保护生物多样性方面的坚定信念与务实行动。

## 绿色包装

### 治理

珀莱雅绿色包装管理与实践涵盖生产全流程涉及的多种产品包装，如制成品包装、中间体包装、仓储物流包装等。公司坚持在产品 & 包装设计中融入环保理念，制定《包装材料管理规范》《可持续包装管理手册》等制度，建立由计划运营部统筹管理，产品开发部、产品设计部等部门协同管理、执行与监督的组织架构，有效提升绿色包装的管理水平。

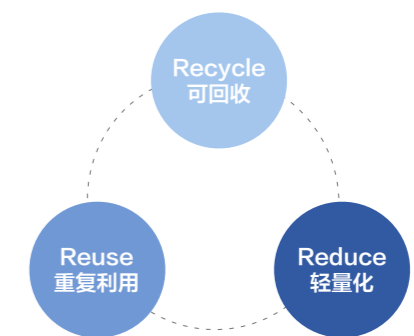
珀莱雅绿色包装治理架构 >



### 战略、风险及机遇管理

新一代消费者更加关注环境保护和个人健康，将产品的环保性与包装的可持续性作为购买产品的重要考量维度。因此，推广绿色与可持续的包装已成为美妆品牌未来发展的关键因素。为此，珀莱雅设立 3R (Reduce 轻量化; Reuse 重复利用; Recycle 可回收) 的可持续包装提升理念，致力于提升包装在设计、采购、生产、物流各环节的可持续属性，进一步实现包装轻量化，提高包装使用率和可回收率。

珀莱雅绿色包装提升理念 >



公司设立可持续包装管理目标，旨在满足包装材料安全性要求及产品包装功能需求的基础上，尽可能地减少产品包装循环周期内所消耗的材料与能源、使用更加环境友好的包装材料，降低产品包装对环境的压力。

绿色包装风险识别、评估  
与管理流程 >







类别	描述
产品定位与需求分析	<ul style="list-style-type: none"> <li>在产品定位初期，结合品牌定位、用户画像与产品使用场景等角度，对该类产品的包装使用进行定性</li> </ul>
风险识别及评估	<ul style="list-style-type: none"> <li>开展专项评估，模拟消费者使用场景，推算包装年度废弃物总量，并对其影响环境的程度和大小进行评估</li> <li>开展成本可行性测算，确保绿色包装的使用对应的成本提升，会获得消费者的认可</li> </ul>

## 绿色包装设计

珀莱雅通过开展包装减量、包材升级、替换装、易回收包装等设计，降低一次性塑料包装使用量，提高包装回收率。在确保产品质量功能前提下，公司制定产品轻量化的解决方案，通过简化生产工艺、结构优化、装配优化和材料使用提升包装可持续性。

## 案例

### 珀莱雅 2025 年绿色包装设计

-  珀莱雅肌源修护精华增加替换装，相较原设计每个替换装产品可降低塑料用量 19.9 克
-  珀莱雅赋能鲜颜淡纹紧致霜 (3.0 版) 产品替换装，相较原设计每个替换装产品可减少塑料使用逾 100 克；包装重新设计升级，单个产品可减少塑料使用逾 30 克
-  珀莱雅双抗焕亮精华液 (3.0 版) 产品替换装，相较原设计每个替换装产品可减少塑料使用逾 30 克
-  珀莱雅赋能鲜颜淡纹紧致精华液产品替换装，相较原设计每个替换装产品可减少塑料使用逾 40 克、铝材使用逾 15 克
-  珀莱雅启时集致紧塑霜 / 启时光蕴美白淡斑精粹霜产品替换装，相较原设计每个替换装产品可减少塑料使用逾 35 克、铝材使用逾 15 克、玻璃使用逾 170 克
-  珀莱雅启时集致抗皱精华液 / 启时光蕴美白淡斑精华液产品替换装，相较原设计每个替换装产品可减少塑料使用逾 40 克、铝材使用逾 10 克

-  惊时轻润蓬松护发乳 200ml 补充装，相比 240ml 装每个可以降低塑料用量 26 克。
-  惊时去屑净澈洗发水 200ml 补充装，相比 240ml 装每个可以降低塑料用量 26 克。
-  Off&Relax 蓬松清爽洗发水 400ml 补充装，相比 460ml 装每个减少塑料用量 134.6g
-  Off&Relax 蓬盈柔润洗发水 400ml 补充装，相比 460ml 装每个减少塑料用量 134.6g
-  Off&Relax 防脱丰盈洗发水 & 防脱韧养洗发水 200ml 补充装，相比 300ml 装每个减少塑料用量 191g
-  Off&Relax 星缎蕴能修护发膜霜 300g/300g 替换装，相较原设计每个替换装产品可减少塑料使用逾 90 克
-  Off&Relax 星缎蕴光修护洗发水 200ml 补充装，相比 300ml 装每个减少塑料用量 191g

## 倡导绿色循环

珀莱雅旗下多个品牌致力于推动包装回收与重复利用。2025 年，公司协同上下游合作伙伴推广循环箱共用模式减少纸箱消耗，并通过工艺技术改造减少不可降解塑料使用，系统性推进绿色低碳循环发展。

## 案例

### 珀莱雅绿色包装循环行动案例

- 供应商协同：**联动上游包材供应商推进周转箱循环共用，2025 年新增 3 家供应商加入绿色循环网络
- 循环箱流转：**建立覆盖工厂与渠道的循环箱流转机制。湖州工厂及彩棠外购环节绿色循环箱全年使用达 124 万次；与外部电商平台合作回收循环箱 861,155 件(PC)，物流中心内部循环箱回收使用 508,498 件(PC)，循环次数为 1.72 次
- 物流包装替换：**彩棠品牌修容盘、胭脂盘、遮瑕盘等大单品，将原有瓦楞纸箱全面更换为 PP 循环箱，2025 年累计出货 6,000 箱，节约瓦楞纸张 2 吨
- 塑料包装替代：**工厂升级自动化组套设备，使用可降解膜替代传统手工线塑料自封袋，2025 年使用可降解膜 8,723.75 千克，占膜类使用总量 11.8%，从源头减少塑料污染

## 使用环保纸张

为减少森林资源消耗、推动可持续林业发展，公司持续推进 FSC (Forest Stewardship Council, 森林管理委员会) 与 CFCC (China Forest Certification Council 中国森林认证委员会) 认证纸张替代、使用工作。旨在推广环境友好、社会有益和经济可行的森林经营，在不对环境造成负面影响的前提下，满足当代人的使用需求，实现森林可持续经营。

2025 年，彩棠品牌已完成全品类彩盒升级替换，原色波塔品牌部分新品包装优化也在稳步推进中。通过这一绿色转型举措，有效降低森林砍伐压力，切实促进生态环境保护和可持续发展。

此外，公司通过以单色印刷替代多色印刷工艺、引入可降解包装膜等措施，不断降低产品包装的环境足迹。

## 绿色包装指标与目标

指标	单位	基准年 (2021年)	管理目标	2025 年进展	达成情况
可持续包装材料使用比例	%	0.16	到 2025 年可持续包装材料使用比例较基准年提升 20%	38.36	已达成
包装使用强度	吨 / 万件	1.10	到 2025 年包装使用强度较基准年降低 15%	1.35	未达成 <sup>1</sup>

注 1: 由于《化妆品标签管理办法》等外部法规修订带来的包材需求提升，以及供应链绿色升级导致的统计范围调整，公司 2025 年度包装使用强度指标未达到预期目标。公司未来将持续优化包装设计与供应商管理，推进轻量化、可重复利用、可回收的包装应用，不断改善可持续包装绩效。

# 气候变化减缓与适应

珀莱雅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。

珀莱雅温室气体排放来源识别 >

温室气体排放环节	主要能源消耗	温室气体主要来源
原材料采购	<ul style="list-style-type: none"> <li>原材料生产和运输消耗的能源</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>原材料生产和运输产生的范围三排放</li> </ul>
生产	<ul style="list-style-type: none"> <li>电能</li> <li>天然气</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>电能消耗产生的范围二排放</li> <li>天然气、自有车辆汽油、柴油消耗产生的范围一排放</li> </ul>
产品分销	<ul style="list-style-type: none"> <li>电能</li> <li>货运车辆消耗的汽油、柴油</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自有仓库消耗电能产生的范围二排放</li> <li>第三方仓库和货车产生的范围三排放</li> </ul>
产品使用与废弃	<ul style="list-style-type: none"> <li>产品使用过程中水消耗的能源</li> <li>废弃物回收、处置消耗的能源</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>范围三排放</li> </ul>
办公运营	<ul style="list-style-type: none"> <li>电能</li> <li>自有车辆汽油、柴油</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>电能消耗产生的范围二排放</li> </ul>

## 治理

珀莱雅建立了自上而下的 ESG 管理架构，由董事会及战略与可持续发展委员会负责监督包括“气候变化减缓与适应”议题在内的 ESG 相关事宜，确保其切合公司所需。董事会及战略与可持续发展委员会下设 ESG 管理委员会，包括负责监督和指导气候变化计划制定和监督气候变化绩效目标的执行，制定气候变化激励政策等，受董事会及战略与可持续发展委员会监督。ESG 管理委员会下的 ESG 执行小组为气候变化管理工作的核心执行团队。

## 战略

为更好评估气候变化给公司带来的潜在影响，进一步了解公司气候韧性，公司开展气候情景分析工作，并对各类气候相关风险和机遇进行系统性识别和梳理，以更好地了解 and 应对气候变化带来的潜在影响。

## 气候情景分析

为满足《国际财务报告可持续披露准则第2号——气候相关披露》(简称“IFRS S2”)对气候相关风险和机遇的披露要求,更好地评估气候变化给公司带来的潜在影响,进一步了解公司气候韧性,珀莱雅对旗下4个主要资产点位开展物理风险情景分析,并对公司开展转型风险情景分析。

## 气候物理风险分析

物理风险分析覆盖高温热浪、强降水、台风三种物理风险类型。物理风险情景分析选取了联合国政府间气候变化专门委员会(IPCC)的SSP5-8.5情景,体现气候变化极端情况下的风险情况。

情景	世纪末温升	特点	情景假设	分析时间节点
IPCC SSP5-8.5	较工业化前水平上升4℃以上	高温升情景	大力发展化石燃料经济的情景。 在该情景下,全球温室气体排放总量和浓度不断增加,世纪末全球平均气温较工业化前水平上升4℃以上。	2050年

珀莱雅气候物理风险情景分析结果(2050年) >

资产点位 风险类型	珀莱雅大厦	珀莱雅杭州研发中心	珀莱雅湖州工厂	珀莱雅上海研发中心
高温热浪				
强降水				
台风				

图例:

气候相关风险影响



珀莱雅样本资产均位于华东地区,在气候灾害持续增强的SSP 5-8.5情景下,高温热浪和台风风险较为显著,强降水风险亦有一定影响。为应对气候物理风险的挑战,公司已通过做好气象预报和预警、做好生产设施检查和应急物资储备等,确保生产经营稳定,保障员工安全。未来,珀莱雅将持续加强气候物理风险的识别和评估,进一步完善气候风险应对,不断提升设施与运营的气候韧性。

## 气候转型风险分析

转型风险分析围绕以碳价为主的政策风险开展,选取了央行与监管机构绿色金融网络(NGFS)的2050净零情景,体现有序转型情况下的风险情况。在NGFS情景下,碳价反映了各类气候政策作用下的边际减排成本。

情景	世纪末温升	特点	情景假设	分析时间节点
NGFS 2050 净零情景	较工业化前水平上升1.5℃以内	有序转型情景,强力转型政策	NGFS 2050 情景假设全球在当下就引入有效的气候政策,全球进行有序转型,在2050年实现净零排放,并在世纪末达到巴黎协定1.5℃控温目标。	2050年

珀莱雅气候转型风险情景分析结果 >

资产名称	CVaR 值
珀莱雅化妆品股份有限公司	0%-1%

图例:

气候相关风险影响



转型风险情景分析结果显示,在气候政策较为严格的NGFS 2050净零情景下,珀莱雅转型风险仍较为可控。未来,珀莱雅将进一步关注减碳政策要求变化,积极促进减碳目标达成,探索多种减碳路径,应对低碳转型新趋势。

## 气候相关风险和机遇

珀莱雅参照国际可持续准则理事会(ISSB)《国际财务报告可持续披露准则第2号——气候相关披露》(简称“IFRS S2”)的气候相关信息披露框架,结合公司的业务特点,进行深入的气候风险分析与评估,识别了与公司资产和运营直接相关的气候风险与潜在机遇,并采取措施有效应对识别的风险及机遇。

珀莱雅气候相关风险与机遇识别及应对策略

气候相关风险 / 机遇类型	具体描述	影响时间范围 <sup>1</sup>	预期财务影响	应对策略	
实体风险	急性物理风险	公司办公地与生产基地可能会受到停电、洪涝、交通运输困难等问题，导致安全生产事故的发生或生产暂停的情况，对产品的稳定供应产生重大影响，在短期内会较为严重影响公司营业收入	短期	运营成本增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>日常经营中密切关注气象预报和预警信息，及时了解自然灾害的动态和影响范围，实时监控做好预警工作</li> <li>提前检查生产设施、储备原材料及应急物资等，确保生产经营的稳固性和安全性，减少自然灾害对公司的日常生产经营造成影响，并确保员工的安全</li> <li>在灾害发生时启动应急机制，第一时间启动前期处置方案并汇报属地相关部门后进行处理</li> </ul>
	慢性物理风险	气候变化会导致全球变暖、海平面上升等情况出现，对生产所需水资源产生影响，对公司长期的营收产生影响	中、长期	运营成本增加	
转型风险	政策和法律风险	自我国碳达峰、碳中和目标提出以来，公司可能面临能源与环境法规和政策的收紧，严格的政策及法规预计会增加运营成本	中、长期	合规成本增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>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展业流程</li> <li>每年开展全公司的温室气体排放核查，以便及时响应相关要求</li> </ul>
	市场风险	低碳及产品碳足迹管理政策的出台将影响市场的供需结构，客户倾向于购买低碳产品	短、中、长期	运营成本增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>在生产工艺方面，积极采用低碳绿色工艺，持续寻求生产及运营的低碳节能方案</li> <li>在包装方面，基于3R理念，持续推进可持续包装的更新与应用，以降低包装的碳排放</li> </ul>
	技术风险	为减少碳排放，进行生产工艺优化、使用可再生能源、购买绿色证书，可能面临较高的技术投入成本及风险	短期	运营成本增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>在物流运输方面，使用新能源车辆替换传统燃油车，同时科学优化运输流程，减少资源消耗</li> <li>在供应链方面，与十家战略伙伴达成深度合作，发布减碳宣言</li> </ul>
	声誉风险	当前投资者、消费者及监管机构对气候相关议题的关注度持续攀升，若公司气候治理行动滞后或信息披露不充分，可能面临声誉受损风险，进而削弱资本市场信心与品牌认同。	短、中、长期	融资成本增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>加大对气候变化因素的关注，通过ESG报告、全球环境信息研究中心报告(CDP报告)等形式，及时、准确披露公司气候变化减缓与适应举措及数据</li> </ul>

珀莱雅气候相关风险与机遇识别及应对策略续表

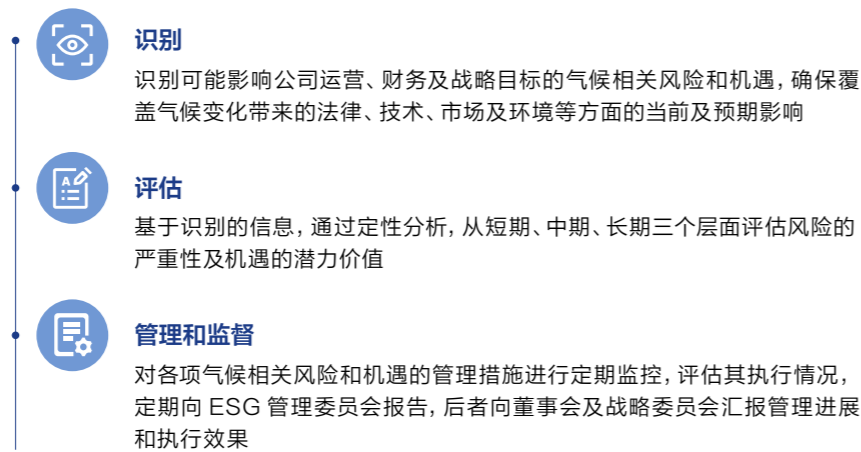
气候相关风险 / 机遇类型	具体描述	影响时间范围 <sup>1</sup>	预期财务影响	应对策略
资源效率机遇	生产和运营过程中提高能源、水资源、原材料等资源的使用效率，降低公司运营成本	短期	运营成本降低	<ul style="list-style-type: none"> <li>采用绿色办公与绿色运营措施，并对员工加强资源与能源节约主题的宣贯工作</li> <li>引进节能设备或对现有设备进行节能技术改造</li> <li>新建工厂建筑在设计阶段融入生态环保理念，降低建造与运营环节中的各类资源使用量</li> <li>持续推广可再生能源的使用，报告期内屋顶光伏发电总量约为3,075.92兆瓦时，购买8,900.00兆瓦时绿色证书</li> </ul>
能源来源机遇	运营过程中使用可再生能源，降低公司受传统能源价格波动影响	中、长期	运营成本降低	
产品与服务机遇	绿色消费偏好的持续升温，为公司基于可持续理念打造现象级明星单品创造契机	短期	营业收入增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>加大对绿色创新技术的开发、研究与应用</li> <li>开发环境友好型原材料供应商，为公司原料选择提供更多可能性</li> </ul>
市场机遇	在可持续消费浪潮下，公司持续深化可持续产品研发，为消费者提供优质的绿色美妆产品，能够打造差异化竞争优势，提升品牌触达效果	中、长期	营业收入增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>深化可持续产品创新布局，构建全品类差异化竞争优势</li> <li>持续推进可持续产品开发，在新产品开发过程中贯彻绿色设计理念，其中珀莱雅双抗焕白净亮面膜已获得产品碳足迹认证。</li> </ul>
适应力	积极开展应对气候变化相关产业合作，或参与气候相关行业交流，有利于培养气候变化的适应能力	短、中、长期	合规成本降低	<ul style="list-style-type: none"> <li>参与行业协会组织的气候变化主题研讨与跨界对话，主动分享低碳转型实践经验，同步吸收前沿适应技术与管理方法，持续提升对气候政策变化的预判能力与业务韧性</li> </ul>

注1: 短期指报告期结束1年以内(含1年), 中期指报告期结束后1年-5年(含5年), 长期指报告期结束后5年以上。

## 影响、风险和机遇管理

气候变化风险与机遇识别、评估与管理流程 >

珀莱雅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，以增强公司对气候变化的适应力，同时捕捉经济社会绿色低碳转型中的业务机遇和价值增长点。



## 案例

### 珀莱雅价值链伙伴：节能降碳共筑绿色供应链

作为实现全价值链碳中和目标的重要一环，珀莱雅积极推动供应链伙伴开展节能降碳技术改造与数字化升级，携手共筑绿色供应链。

例如，某合作供应商通过“清洁能源 + 设备升级 + 智慧管理”三轮驱动，实现能效提升与能源结构优化。一是铺设屋顶光伏发电设施，新增绿色电力供给，优化能源结构；二是更换 LED 高效照明灯具、变频空压机及水冷机组空调等节能设备，从源头降低能耗；三是部署智能水表并搭建智慧能源管理平台，对用电实施实时监测、精准调控与精细化管理，提升能源使用效率。

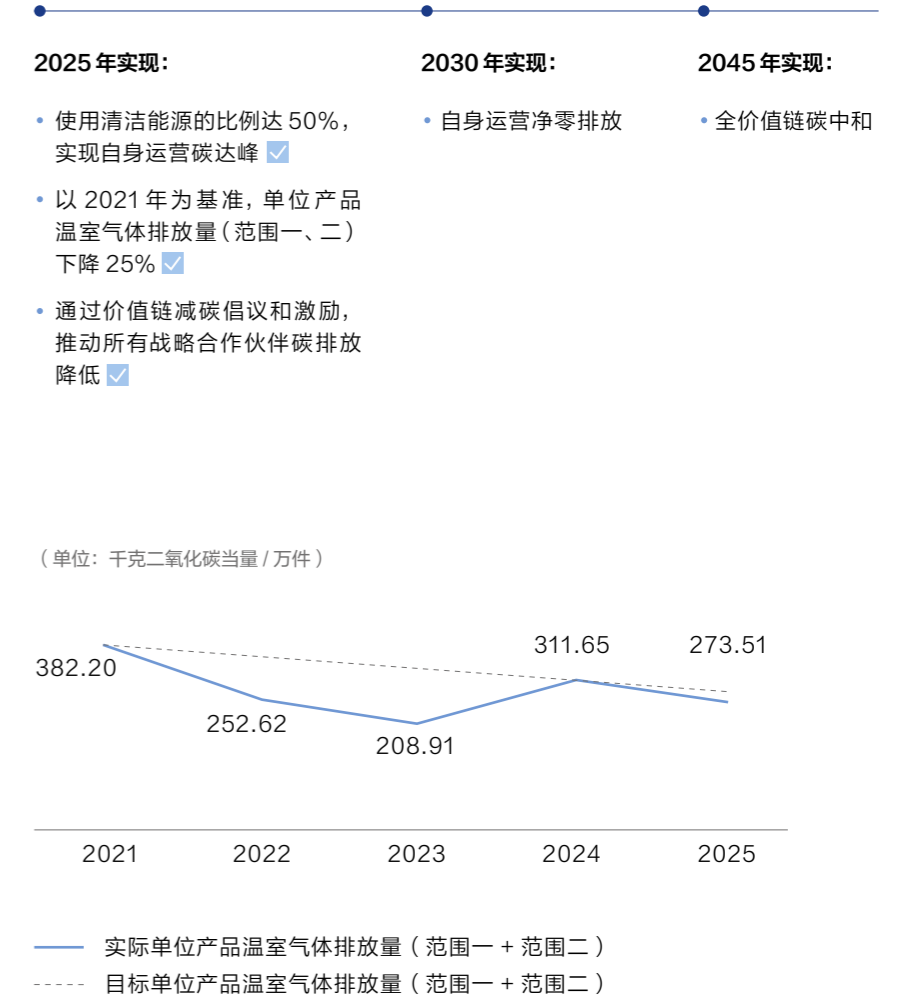
经核算，该合作供应商 2025 年累计减少能耗 2,419 兆瓦时 (MWh)，削减碳排放 1,283.52 吨二氧化碳当量，其中光伏发电贡献显著，为供应链绿色低碳转型提供了可复制的实践范本。

## 气候变化减缓与适应指标与目标

珀莱雅深度参与全球及中国气候治理进程，设定全价值链碳中和目标，科学绘制碳中和实施路径图，并通过深化自身节能减排与强化绿色供应链建设，逐步推动目标达成。

珀莱雅全价值链碳中和路径 >

## 关键绩效<sup>1</sup> >



- 2025 年实现:**
  - 使用清洁能源的比例达 50%，实现自身运营碳达峰 ✓
  - 以 2021 年为基准，单位产品温室气体排放量 (范围一、二) 下降 25% ✓
  - 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 ✓
- 2030 年实现:**
  - 自身运营净零排放
- 2045 年实现:**
  - 全价值链碳中和

# 降低环境影响

## 环境合规管理

珀莱雅严格遵守《中华人民共和国环境保护法》等法律法规，不断优化环境管理体系，建立自上而下的环境管理架构，通过总经理决策、环境管理委员会监督、各部门执行的治理机制，保障公司环境管理工作的有效持续开展，并致力于持续改善环境绩效。

政策和认证 >

- [珀莱雅化妆品股份有限公司环境保护政策](#)

珀莱雅工厂环境管理体系 >

质量管理	生产管理	环境管理
负责监督产品生产过程，确保产品从原材料到成品的全过程均符合环保标准与规定要求	负责产品的生产制造，落实生产过程中涉及的各项环境管理要求	开展各项环境管理事务，确保各项环境管理措施在全公司范围内有效实施

珀莱雅环境管理体系认证情况 >

生产基地名称	认证名称	认证有效期	认证证书
湖州工厂	ISO 14001:2015	2028/2/14	

公司遵循“节能、降耗、减碳、增效”的环境管理方针，制定符合公司生产经营情况、覆盖各环境影响因素的管理制度，在采购、生产、研发各环节均严格贯彻落实，同时定期对公司员工开展环境培训，保证环境相关风险获得有效控制。

2025年，为全面防范生产运营过程中的各类风险，公司系统开展了覆盖能源消耗、环境影响等维度的风险识别与评估工作，形成了科学完备的风险管控体系，为公司持续健康发展筑牢合规防线。

珀莱雅各环节主要环境影响分析<sup>1</sup> v

环节	输入	输出	
采购环节	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 各类供应商的生产经营需消耗原材料、能源、水资源</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 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)</li> </ul>	
生产研发环节	产品成分与包装	<ul style="list-style-type: none"> <li>资源: 原材料、包装物料</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>温室气体(范围一、范围二)</li> <li>废气: 挥发性有机物(VOCs)、氮氧化物(NOx)、油烟</li> <li>废水: 化学需氧量(COD)、氨氮含量(NH3-N)</li> <li>一般废弃物: 废弃包装物、过期产品、废滤膜和过滤网、污水站污泥、生活垃圾、食堂泔水</li> <li>有害废弃物: 实验室危险试剂、废机油、废油墨等</li> </ul>
	产生蒸汽制膏工艺加热	<ul style="list-style-type: none"> <li>能源: 天然气</li> </ul>	
	空调制冷/生产动力/照明	<ul style="list-style-type: none"> <li>能源: 外购电力、自建光伏发电</li> </ul>	
	产品成分用水/工艺介质/清洗	<ul style="list-style-type: none"> <li>水资源: 市政供水</li> </ul>	
分销与仓储物流环节	<ul style="list-style-type: none"> <li>资源: 用于运输中转的包装物料</li> <li>能源: 货运车辆消耗的汽油、柴油; 仓库运营使用的外购电力<sup>2</sup></li> <li>* 经销商运营消耗的能源、资源</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>温室气体(范围一、范围二、范围三)</li> <li>一般废弃物: 废弃包装物、生活垃圾</li> </ul>	
产品使用与废弃	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 消费者产品使用过程中消耗水资源和能源(产生热水)</li> <li>* 废弃物处置单位的生产经营会消耗能源和水资源</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 消费者使用产品后会产生一般废弃物</li> <li>* 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)</li> </ul>	
办公运营	<ul style="list-style-type: none"> <li>能源: 外购电力、自有车辆消耗的汽油</li> <li>水源: 市政供水</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>废水: 生活废水</li> <li>无害废弃物: 生活垃圾</li> <li>温室气体(范围一、范围二)</li> </ul>	

注1: 标记\*的环境影响不在本报告的报告范围内。第三方承担的部分不在本报告的报告范围内。

## 能源管理

珀莱雅湖州工厂严格遵循《化妆品生产质量管理规范》进行整体规划，生产车间洁净区环境指标全面符合化妆品行业高标准要求。通过智能化升级，该基地构建以数据中台为核心的智能仓储体系，实现机器人全流程自动化作业，形成可持续发展的绿色生产闭环，有效支撑企业降本增效战略目标。

报告期内，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。

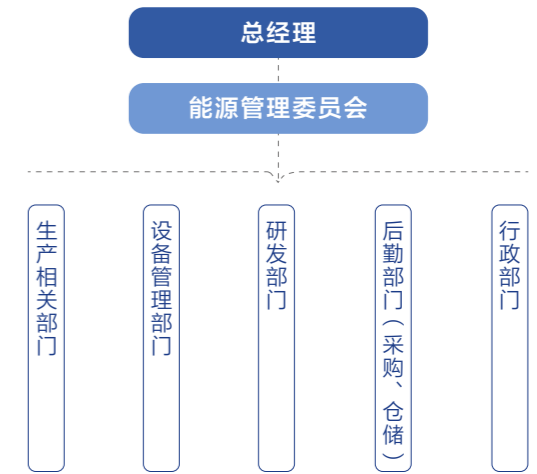
珀莱雅生产经营活动及办公中直接或间接消耗的能源为电能、天然气、汽油与柴油。公司严格遵守《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国可再生能源法》等法律法规，制定《节电管理制度》《天然气泄漏应急预案》《能源管理手册》《能源管理团队职责》《节能降耗控制程序》等能源管理制度，将能源效率、统计参数等指标纳入各部门日常业务，确保体系要求在采购、生产、设备、仓储等全链条落地。



^ 太阳能光伏发电

公司持续完善能源管理体系，构建分层级的能效管控架构，依托总经理战略决策、能源管理委员会统筹协调、各部门分解配合落实的三级联动机制，切实保障公司能源使用效率的持续提升与节能目标的达成。珀莱雅湖州工厂已获得 ISO50001 能源管理体系认证证书（有效期至 2028 年 1 月），实现能源管理的标准化、规范化。

### 珀莱雅能源管理架构 >



#### 生产相关部门

直接参与生产过程中的能源使用和控制，是能源管理的关键执行部门

#### 设备管理部门

负责公司设备的维护、更新与能源效率提升，确保设备在能源利用方面的优化运行

#### 研发部门

从产品和工艺研发角度，探索节能型的生产方式和产品配方，推动能源管理技术创新

#### 后勤部门（采购、仓储）

采购部门负责能源相关物资的采购，仓储部门负责能源物资的存储和管理，共同确保能源供应的稳定性和合理性

#### 行政部门

管理公司办公区域的能源使用，包括照明、空调、办公设备等的能耗控制

2025 年，公司在全环节深化能源流程管控，覆盖采购端、生产端及公辅设备端，有效提升能源管理水平。

### 能源全流程管控体系 >

环节	具体内容
采购端	优先选择低碳、节能的原辅材料与设备，新增能源采购管理制度，推动供应链协同减碳
生产端	建立车间能耗统计复盘机制，定期统计各车间水、电、气等能耗数据；针对季节特性实施动态节能举措，如夏季优化车间空调温控区间、推动生产设备错峰用电，冬季加强蒸汽管道保温、减少热量损耗，全年单位产品综合能耗较上年降低
公辅设备端	对空压机、冷却塔、污水处理站等高耗能公辅设备开展专项能效诊断，通过更换高效节能电机、优化设备运行参数、回收余热等改造，大幅提升能源利用效率

在生产环节中，工厂倡导节能减碳生产理念。湖州工厂 2025 年系统开展能源风险与机遇调查评估，科学研判能耗风险等级及其严重程度，量化风险分值，针对性制定风险控制措施，明确责任部门并建立常态化跟踪机制。工厂也持续推行降本增效项目，2025 年落地实施 6 项节能技术改造，全年节电 54,701kWh，创造了显著的经济及环境效益。

珀莱雅 2025 年工厂  
节能措施与成效 >

分类	主要措施	成果绩效
设备	装盒机增加时控器，设定时间自动开启加热，减少运行时间	节能约 1,728kWh
设备	转盘机增加内碗感应器和主设备连机，在转产或故障时自主停机	节能约 9kWh
设备	修改程序，调整灌装设备参数，提升卸妆膏灌装效率，减少用电量	节能约 9,438kWh
设备	开展 AM0/AM1、OEE 活动，提升设备单位时间产量，降低单位产品能耗	节能约 16,200kWh
设备	增设空调最佳温度控制程序，智能控制减少运行时间	节能约 20,000kWh
程序	洗瓶机全检通过增加流水线提升产量，提高设备运行能效	节能约 7,326kWh

2025 年，湖州工厂面向全体员工开展环境与能源管理专项培训，系统讲解能源与环境双体系运行要求、节能减碳实操技能及能源计量与统计方法等核心内容，全面提升全员“双碳”认知水平与岗位履职能力。

在物流环节，通过使用电动叉车替代、仓储物流路线结合等方式，实现物流环节能效提升与绿色运营。

珀莱雅 2025 年物流  
节能举措 >

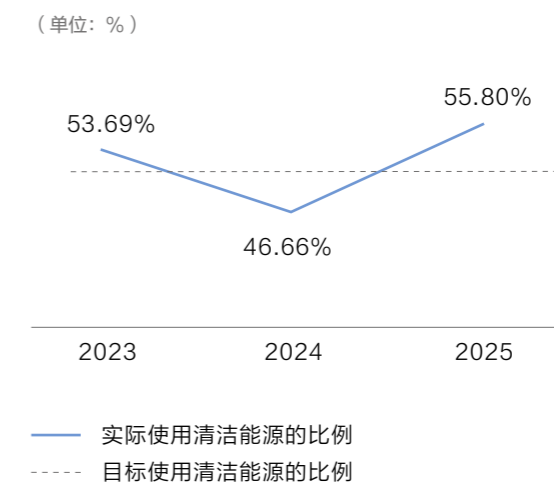
措施	具体内容
电动叉车替代	<ul style="list-style-type: none"> <li>租赁电叉车替代传统叉车，减少柴油使用 6,300L，节能约 62,621.7Kwh</li> </ul>
仓储物流线路整合	<ul style="list-style-type: none"> <li>顺丰干线整合 66 车次，减少柴油使用 2,310L，节能约 22,963.2Kwh</li> <li>西安仓整合，减少柴油使用 538.19L，节能约 5,357.1Kwh</li> </ul>

珀莱雅 2025 年办公  
节能举措 >

在日常办公过程中，公司倡导绿色办公理念。珀莱雅严格遵守《珀莱雅大厦日常节电方案》和《珀莱雅大厦有序用电管控方案》，鼓励员工在离开公司时关闭灯光空调，避免能源浪费。在满足员工基本需求的前提下，通过空调、灯光优化管理等措施，降低办公电力消耗。

措施	具体内容
空调管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>大楼内空调系统集中管理及控温，在保障员工体感舒适的情况下有效进行后台模式及温控管理</li> <li>完善线下空调及灯光面板编号，下班后物业秩序每 2 小时进行楼内全域巡查，针对无人办公区域对应灯光空调及时关闭，项目经理及秩序管理岗进行不定时夜访抽查，最大化降低资源浪费</li> </ul>
灯光管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>大楼内各类导览灯光、景观灯光、美陈灯光均迭代更换为时控，每日早上 8:30 开启 18:00 关闭，规避人力开关不及时问题</li> </ul>

关键绩效<sup>1</sup>



注 1: 清洁能源使用占比 = (外购电力: 可再生能源 + 太阳能光伏发电量 + 天然气用量) / 综合能源消耗量 \* 100%。

## 水资源管理

珀莱雅生产经营过程中的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。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。

公司聚焦水资源高效利用与水质保障，构建了“制度 + 技术 + 管控”的核心体系，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，建立节水评估、奖励和惩罚机制，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。

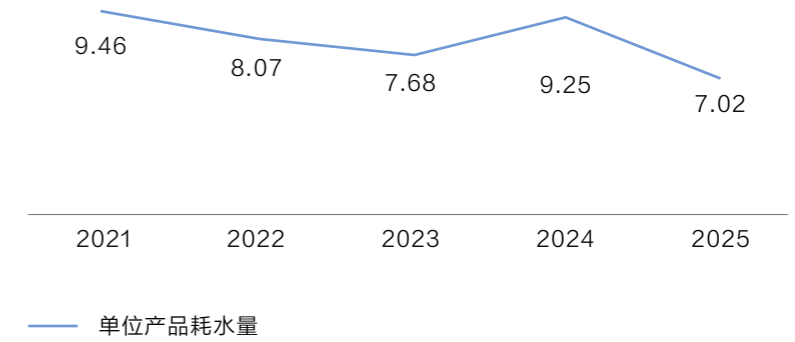
公司在水资源管理与节水工作方面采取了多维度举措，既包含实操性强的硬件优化与循环利用方案，也促进员工节水意识与技能的提升，实现从工程节水到行为节水的全链条协同。

珀莱雅水资源管理  
主要措施 >

类别	管理措施
水循环利用	<ul style="list-style-type: none"> <li>冷却水循环利用：湖州工厂车间建有冷却水循环水池，冷却水重复利用，定期排放</li> <li>污水过滤回用：建有污水处理系统，通过对污水进行过滤处理，可将中水回用至厕所冲水及景观水池补水，减少新鲜水取水量</li> <li>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</li> <li>蒸汽冷凝水回用：蒸汽冷凝水收集回用至清洗工序，有效利用蒸汽余热和水资源</li> </ul>
设备升级	<ul style="list-style-type: none"> <li>安装 50 吨水箱，避免突发断水事件对公司生产经营造成影响</li> </ul>
意识培训	<ul style="list-style-type: none"> <li>开展节水专项培训，通过理论授课形式，深入讲解全球水资源现状、节水政策法规及常见用水浪费现象等基础知识，并传授节水器具规范操作、水循环利用技术等实用技能，全面提升员工节水意识与实操能力</li> </ul>

## 关键绩效

(单位：立方米 / 万件)



## 排放与废弃物

珀莱雅主要排放与废弃物 >

珀莱雅产生的污染物排放与废弃物主要来源于产品的研发、生产及员工办公。公司严格遵守《中华人民共和国大气污染防治法》《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》《危险废物经营许可证管理办法》等法律法规，制定《污水处理管理制度》《锅炉管理制度》《危险废弃物管理制度》等内部规范，有效管理各项污染物与废弃物。

类别	主要排放物 / 废弃物	处理方式	参考标准
废水	五日生化需氧量(BOD <sub>5</sub> ) 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	生产废水经污水处理站后出水至景观水池或纳管排放，生活污水经市政污水管道排放	《污水综合排放标准》(GB 8978-1996)
废气	氮氧化物 50 mg/lm <sup>3</sup> 、颗粒物 20 mg/m <sup>3</sup> 、二氧化硫 50 mg/m <sup>3</sup>	经废气处理装置及收集装置后对外排放	《大气污染物综合排放标准》(GB 16297-1996) 《锅炉大气污染物排放标准》(GB 13271-2014)
噪声	噪声昼间≤ 65dB(A)、夜间≤ 55 dB(A)	厂界达标排放	《工业企业厂界环境噪声排放标准》(GB12348-2008)

珀莱雅主要排放与废弃物  
续表 >

类别	主要排放物 / 废弃物	处理方式	参考标准
一般废弃物	生活垃圾、纸箱、胶带、膜、纸等	收集后循环利用或出售	《生活垃圾焚烧污染控制标准》(GB 18485-2014)
	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	废弃香精、溶剂、重金属溶液、有机试剂、设备清洗废液、过期原料等	交由有资质的机构做化学处理、焚烧处理	《危险废物鉴别标准通则》(GB 5058.7-2019) 《危险废物贮存污染控制标准》(GB 18597-2023)

公司构建了完善的污染物排放管理体系，由湖州工厂总经理全面负责公司污染物排放管理战略的制定和重大决策，污染物排放管理委员会监督污染物排放管理计划的执行情况，各部门根据自身职责，实施减排及改善举措并定期向上汇报。

公司建立长效监测机制管理污染物排放，定期委托第三方机构对废气、废水进行检测，并形成检测报告。2025年，公司委托具备资质的第三方机构开展环境监测，结果显示废水及废气中各类污染物排放浓度均严格符合国家及地方排放标准限值要求。

珀莱雅污染物主要  
管理措施 >

类别	管理措施
废水	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>设置 Multi Vision COD 在线自动监测仪，24 小时监测处理废水中 COD</li> <li>设置污泥压滤装置，有效清理废水中有机物质，进一步提升污水处理水平，确保废水排放始终达到 A 级标准</li> </ul>
废气	<ul style="list-style-type: none"> <li>设置制膏废气处理设施降低粉尘及有机废气的排放，粉尘收集率可达 99%，有机废气去除率达 75%</li> <li>对 VOC 收集装置进行技术改造，使用可回收活性炭提高收集效率</li> <li>对生产流程中易产生粉尘的环节，使用更先进的过滤技术，有效降低粉尘在车间内的积聚</li> </ul>

珀莱雅废弃物主要  
管理措施 >

公司严格遵循国家环保法规，持续完善废弃物管理体系。2025年，公司建立涵盖危险废弃物产生、储存、运输及处置全生命周期的安全管理机制，严防环境污染与安全事故；同时深化废弃物绿色转型，推进源头减量，系统性降低废弃物产生强度。

类别	管理措施
危险废弃物	<ul style="list-style-type: none"> <li>优化工艺并采用具备可再生回收特性的绿碳，实现活性炭资源的循环再生利用，从源头减少危险废弃物产生量</li> </ul>
一般废弃物	<ul style="list-style-type: none"> <li>持续推进数字化管理，配合公司推进各类审批电子化，降低纸质打印耗材人均使用量，2025年办公园区打印纸用量克重同比下降 10.94%</li> <li>设置污泥压滤装置，减少污泥生成量</li> <li>对于运营过程中产生的铁桶、塑料桶、纸箱等具有回收价值的固体废弃物，分类收集并进行市场化处置，推动可再生资源循环利用。</li> </ul>

此外，公司开展废弃物全流程审计，依托数字化监管平台实时追踪废弃物流转数据，系统识别减量、回收及处置环节的绩效改进机会，提升废弃物回收利用率并减少填埋处置量，在确保体系规范运行的同时，持续优化废弃物管理绩效。

# 03

## 淬炼科技之美， 恪守品质初心



科技创新始终是珀莱雅的核心驱动力。公司持续深耕皮肤科学及生物基础研究领域，打造“杭州研发中心+上海研发中心+欧洲科创中心”的全球化研发体系，突破新型原料与配方技术，以科技硬实力赋能产品创新与品牌升级。珀莱雅亦携手国内外顶尖高校、科研机构构建开放创新生态，汇聚全球智慧打造高水准研发体系，构筑技术护城河。

数字化转型是珀莱雅重构商业逻辑、驱动高质量增长的关键引擎。公司通过设立首席数字官(CDO)，推进全链路数字化布局，构建起覆盖研发创新、消费者洞察、组织管理等全业务环节的数字化体系，以“数字基因”重构自身发展的核心竞争力，不仅为新的增长空间打开局面，更努力成为美妆产业数字化创新发展从“产品竞争”转向“生态竞争”的重要参照。

## 本章节 回应重要性议题

- 科技创新 ●●
- 产品质量与安全 ●●
- 客户服务与权益保护 ●●
- 数字化转型与信息安全 ●
- 促进行业发展 ●

注：“●●”代表具有双重重要性“●”代表仅具有财务重要性，“●”代表仅具有影响重要性，“●”代表既不具有财务重要性，也不具有影响重要性

## 本章节 回应的 SDGs



## | 科技创新

### 治理

公司严格遵守《化妆品监督管理条例》《中华人民共和国科学技术进步法》等法律法规，制定《新产品研发制度》《重点研发项目管理制度》《基础研究项目管理制度》《稳定性测试操作流程》《功效安全相关制度》等制度，构建规范化研发管理体系。

珀莱雅搭建“杭州研发中心+上海研发中心+欧洲科创中心”的全球化研发体系，持续加大在基础研究、应用基础研究、原料开发和临床功效研究的投入，配合产品营销战略规划，构建“机理-原料-产品”的全链条创新体系。

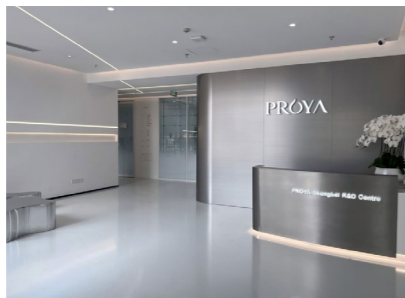
#### 珀莱雅全球研发创新体系



##### 杭州研发中心

专注前沿皮肤机理研究、新原料设计和开发、配方研发和验证

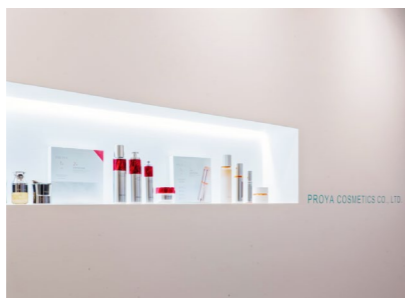
下设原料开发、计算生物学、配方开发、皮肤机理、产品评估、测试及支持等团队，实现从产品创意到落地实施的全流程管理，确保各环节具备高水平的专业性和严谨性



##### 上海研发中心

以头皮皮肤机理、生态及头发洗护保养，开展基础、应用及临床功效研究

下设应用研究、功效安全及基础研究等模块，构建从理论研究到应用实践，再到安全和效果验证的完整创新链条，确保产品研发的深度和广度



##### 欧洲科创中心

聚焦抗衰老、敏感性皮肤护理和皮肤美白等关键领域

引进全球先进生产技术，提升自身研发能力，增强产品竞争力，整合全球资源，提升企业的国际影响力，推动公司的可持续发展

### 战略、风险及 机遇管理

科技创新是提升产品竞争力的关键要素。珀莱雅始终将消费者需求作为研发工作的出发点，依托皮肤科学的专业支撑，搭建起从原料探索到成品交付的全流程研发体系，覆盖基础研究、原料开发、配方创新、理化检测等核心环节，以及原料功效验证、成品效果评估等关键步骤，实现研发全链路的闭环管理。

珀莱雅在研发创新道路上面临多重挑战。基础研究及新原料开发本身需要一定的探索成本和研发成本，且现有核心技术亦面临被新兴技术路线替代的可能；化妆品新原料备案及功效宣称监管日趋严格，但研发创新的成果则为珀莱雅带来战略性增长契机，公司通过核心技术攻关及独家原料研发构建技术护城河，可显著提升产品差异化竞争力；AI技术应用实践重新定义了研发效率标准，不仅为公司产品带来了持续的市场竞争力，更构建了“消费者需求-AI分析-技术转化-产品验证”的正向循环。在基础研究的加持下，更多的研究项目提升了商业转化率，为珀莱雅商业矩阵提供了差异化的成分技术支持与产品竞争力核心引擎，强化了各品牌线的技术辨识度与市场独特性。诸多自研原料的落地应用，实现了关键原料技术的自主可控与迭代能力，为市场增长提供核心技术支持。

珀莱雅研发建设路径 >

基础研究	应用研究	临床研究	外部合作
推进新技术和新原料开发管线规划及应用，持续运用计算生物学、基因组学、蛋白组学等先进技术赋能	以市场需求为导向，研发功效明显、肤感好、成本优的各层次护肤、美妆产品；完善各大单品未来迭代的技术布局；将技术创新转化为产品力，推动大单品的全面升级及新赛道的突破	全球各研发中心基于行业前沿实践，共同开展高水平临床及临床前研究。部分项目整合多中心跨职能团队，实现资源统筹与优势互补，并充分利用最适宜的本地专业知识以满足不同需求	巩固现有合作，携手高校及研究机构，拓宽并深化新的研究方向；整合全球资源共同开展前沿研究，加速技术成果转化

珀莱雅科技创新风险与机遇识别、评估及管理流程 >

类别	风险	机遇
识别	<ul style="list-style-type: none"> <li>立项阶段知识产权查新</li> <li>原料准入供应商资质筛查</li> <li>生产转化风险点识别</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>产学研平台需求对接</li> <li>欧洲科创中心技术监测</li> </ul>
评估	<ul style="list-style-type: none"> <li>原料风险物质检测</li> <li>配方稳定性 / 相容性 / 防腐挑战评估</li> <li>工艺参数可行性评估</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>技术可行性论证</li> <li>构建原料“功效-安全性-合规性”三维评估模型</li> </ul>
管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立全生命周期防控体系</li> <li>研发-生产-市场闭环优化</li> <li>实施逐级放大试验，确认工艺稳定性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>战略原料合作开发</li> <li>团体 / 国家标准制定</li> <li>技术专利护城河</li> <li>AI 赋能管理效率提升</li> </ul>

## 研发体系优化

公司致力于构建规范高效的研发体系，通过流程优化、专项管理、产学研医协同等举措，持续提升研发管理的质量与效率，并发挥欧洲科创中心桥梁作用，将全球创新资源持续转为本土产品力。

管理举措	具体内容
流程优化	建立并运行研发端风险评估流程，推行跨部门并行评审机制，实现研发内部对风险要素的全覆盖评估，确保评估过程全程留痕、结果可追溯，有效夯实研发环节的合规基础。
专项管理	针对重点研发项目搭建专项管理机制，明确跨部门权责与关键协作节点，通过严格执行关键节点评审并依托可视化看板进行全过程跟踪管理，保障项目规范有序推进。
产学研医协同	与高校、科研院所、医疗机构建立长期合作，共同开展前沿研究，加速技术成果转化。

## 案例

### 链接欧亚创新生态：欧洲科创中心驱动全球化研发体系升级

珀莱雅欧洲科创中心旨在通过前沿技术调研及与领先原料商、生物初创企业

(含 AI 原料创新平台)合作，筛选出兼具功效性和安全性，同时契合中国市场需求的解决方案。2025年，中心在深化全球创新布局上取得以下重大进展：

### 战略合作

- 与 Innsbruck 大学达成线粒体研究战略合作，共同撰写的论文在国际权威期刊《科学报告》(Scientific Reports)发表，该研究揭示了环境应激源破坏基底膜完整性并诱发黑素细胞衰老的机制，为抗衰研发提供理论支撑。

### 基建升级

- 完成巴黎新临床前及临床评价中心的选址与布局规划，标志着珀莱雅在欧洲本土的研发闭环能力显著增强。

未来，珀莱雅欧洲科创中心将持续发挥桥梁作用，衔接总部战略与欧洲国际化资源，不断推动全球创新资源转化为本土产品力，持续赋能珀莱雅国际化进程。

2025年，公司布局人工智能技术在研发全流程的深度融合与应用。公司深化 AI 在配方开发、肤感预测及功效成分组合优化等环节的辅助决策作用，提升研发精准性与前瞻性；并拓展 AI 在安全评估与资源调度等运营管理场景的创新应用，推动研发向数据驱动的智能模式转型，全面提升研发整体效率与科技成色。

### 珀莱雅 2025年创新研发工具应用成果

- 首次自主搭建分子跨膜分子动力学模拟研究平台，借助伞形采样技术系统探究环肽与线性肽跨膜转运机制，通过自由能变化、透膜系数等关键指标，明确穿膜能力差异及核心影响因素，相关成果已成功应用于红宝石产品线；
- 自主研发 AI 高通量筛选流程，通过自研方法从 4,200 余种靶点中精准锁定核心靶标，从 12,000 余种原料中优选出高功效分子，经实验验证，含该分子的植物提取物功效显著优于现有原料，实现降本增效与快速落地，后续将首次应用于源力等核心产品线。

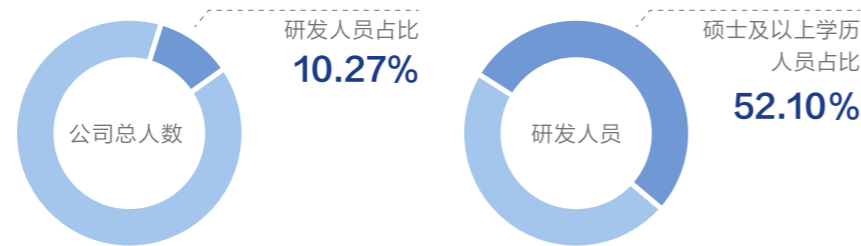
注：其他信息详见“数字化转型与信息安全”小节

## 案例

## 研发团队建设

公司拥有一支专业、多元的创新研发团队，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。作为“浙江省博士后工作站”，公司持续深化高层次人才培养，通过轮岗规划、研究内容互通、行业新技术及成果交流、专项研发培训、与欧洲科创中心协同等举措，合作培养国际化顶尖人才。

珀莱雅 2025 年度  
研发人员雇佣情况 >



公司持续完善人才激励机制，制定《员工知识提升激励办法》，激发研发人员创新积极性。同时为研发人员提供专利研发课题、与高校合作、职称评选等机会与专业培训，充分激发研发人员创新活力。2025 年，公司更通过“科创未莱”研发创新大赛、先锋聚能、闪耀双 11 专项文化激励、AI+ 效率先锋大赛等各类活动，鼓励员工参与创新。

## 案例

### “科创未莱”研发创新大赛激活人才发展潜能

珀莱雅“科创未莱”研发创新大赛是面向研发体系内部的创新赛事，旨在激发研发部门创新活力、促进跨部门协作。竞赛涉及原料机理功效创新、新型工艺与材料技术、人工智能数字化研发赋能等领域，集中展示跨部门的技术创新与产业化能力，形成从研发探索到应用落地的标杆案例与可复用方法。大赛设置科创未莱领航者、未莱突破创新奖、未莱探索者奖、科研星火奖等奖项，获奖团队和个人可获得奖金奖励及职业发展机会、荣誉表彰等非货币激励。



“科创未莱”研发创新大赛现场留影

## 研发创新开拓

珀莱雅 2025 年主要品牌  
研发进展 >

公司持续推进研发创新，不断拓展新的研发方向与技术领域，并联合高校、科研院所及行业伙伴等合作对象，通过协同技术攻关、共建实验室等，加速成果转化与应用。2025 年，公司完成多品牌、多品类的创新配方开发与迭代，构建并完善包括功效组合、创新剂型、感官地图、色彩管理、绿色工艺、安全评价等在内的矩阵式关键技术平台。

### “珀莱雅”品牌

- 创新原料领域取得突破，“双环八肽-68”成为国内首款经国家审批备案的双环肽新原料
- 持续推进核心产品的科学验证与基础研究工作，红宝石系列核心产品的功效及安全性研究成果已发表于《Journal of Cosmetic Dermatology》《Cosmetics》等国际权威期刊
- 源力系列核心成分重组 XVII 型胶原功效成果已发表于国际期刊《International Journal of Biological Macromolecules》

### “彩棠”品牌

- 围绕“中国妆、原生美”的品牌核心理念，在核心技术突破、绿色生物技术布局及数字化研发效能三大领域取得显著进展，确立了从“单一配方开发”向“技术平台构建”转型的战略路径，以“光影重塑、仿生膜、系统协同”为核心构建起独具品牌特色的技术护城河
- 在核心技术攻关上，重点突破“亲肤持妆粉体技术”与“生物活性成膜剂”两项前沿技术：前者利用天然可再生生物材料提升底妆的生物相容性与细腻度，完美诠释“妆人合一”；后者推动成膜技术向生物基来源转型，在保证持妆力的同时兼顾环境友好

### “Off&Relax”品牌

- 持续系统性的研究并升级清洗、抑菌、修护三大选择性技术及 17 型胶原、细胞自噬、线粒体活性三大毛囊赋活技术
- 在防脱、微生态、发丝修护等领域发表中、日、英论文 8 篇，发布《亚洲人头发健康白皮书之受损发质修护》，并取得中国专利 1 个，日本专利 2 个

### “原色波塔”品牌

- 围绕“原色波塔”品牌的底妆进阶之路，成功研发三款具备差异化功效与色彩修正功能的防晒妆前乳
- 推动品牌从深耕“色彩美学”走向“全品类综合彩妆”，加强品牌在底妆赛道的竞争壁垒

“悦美媞”品牌

- 持续聚焦年轻油皮及油敏肌肤的核心护肤需求，深耕控油与敏感肌护理技术
- 在夯实基础功效的同时，逐步拓展抗氧提亮、美白及痘痘肌护理等功效板块，持续丰富年轻肌肤的科学护肤解决方案

“科瑞肤”品牌

- 深耕毛孔护理领域，毛孔功效评估及分级图谱应用相关论文入选 2025 IFSCC 科技海报，与全球化妆品前沿科学交流对话，让世界看到中国功效护肤品牌的科研力量

珀莱雅 2025 年代表性功效研究成果 >

抗衰

- 与浙江大学合作，发表论文《基于深度学习辅助筛选的线粒体功能增强与皮肤抗衰老活性化合物发现》，并开发出能够提升受损细胞能量代谢水平、修复线粒体结构异常的复合配方 Cellergy pro™，相关成果获得“IFSCC2025 十大基础研究奖”，并应用于“能量系列 2.0”产品中。

美白

- 自主研发的光学 335“双降解”美白技术显著增强自噬蛋白活性，提高酪氨酸酶的降解，实现高效肌肤亮白与黑色素减少，突破了传统美白原料易反黑、难持久的局限。光学 335“双降解”美白技术已应用于珀莱雅光学系列产品。

防晒

- Air 超膜防护科技首次提出“分子 - 粒子”双维协同，突破软硬膜平衡瓶颈；点阵点击超膜科技首创不规则内相结构，提升防晒剂利用率，相关产品获浙江省工业新产品认证。

头皮微生态

- 与上海交通大学合作开发“三元净屑因子”技术，通过吡咯克酮乙醇胺盐复配琥珀酸，实现油屑 / 干屑分型解决方案，论文《头屑头皮微生物氨基酸代谢异常与致病机制的激活》发表于全球皮肤科学顶级期刊《Journal of Investigative Dermatology》。

公司深化开放式创新体系建设，全方位拓展外部战略合作网络。2025 年，公司与亚什兰（中国）投资有限公司、帝斯曼维生素（上海）有限公司、巴斯夫（中国）有限公司等原料商开展战略合作；与四川大学华西医院、上海市皮肤病医院、上海交通大学、浙江大学、中国药科大学、北京工商大学等医院和高校加深在医研协同转化、皮肤和头皮毛囊机理、头皮微生态领域和功效活性物开发等方面的深度合作；并与杭州恩和生物科技有限公司达成战略合作，聚焦合成生物学与 AI 技术的融合应用，助力创新原料开发。

珀莱雅 2025 年重点外部合作项目 >

- 与四川大学华西医院合作靶向线粒体关键代谢通路的活性物开发，聚焦线粒体抗衰老通路，锁定全新皮肤抗衰老靶点，结合计算机辅助药物设计筛选并湿实验验证，最终交付最优活性物，涵盖细胞模型及动物实验的功能验证及安全性评估。

珀莱雅 2025 年代表性产品研究成果 >



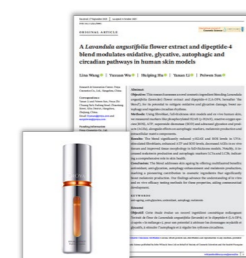
红宝石面霜 | 研究成果发表于国际期刊  
Cosmetics (IF=3.2)

首次在国际上证实化妆品配方显著上调核心交联酶 LOX，并验证了多肽与水飞蓟素复合物在 4 h 内快速激活



红宝石精华 | 研究成果发表于国际期刊  
Journal of Cosmetic Dermatology (IF=2.5)

阐明了视黄醇与维 A 酯 HPR 的协同增效机制，通过激活 TGF-β/Smad 通路显著促进胶原与弹性纤维合成，添加水飞蓟素可进一步提升胶原蛋白表达



双抗精华 | 研究成果发表于国际期刊  
International Journal of Cosmetic Science (IF=2.5)

从氧化、糖化、自噬与昼夜节律四大衰老通路入手，系统验证了新型活性物 NOX-AGE 的多通路协同抗老功效

注：IF (Impact Factor, 影响因子) 是衡量学术期刊影响力的重要指标，IF 值越高，通常代表该期刊在领域内的学术关注度越高、文章质量越受认可。

- 与上海市皮肤病医院合作，利用无创性皮肤影像学技术，结合生物采集样本，首次采用全基因组测序技术 GWAS，探索基因与基底膜蛋白表达之间的关联，以探究基底膜在皮肤老化中的遗传调控机制。

- 与上海交通大学和中国药科大学合作头皮及皮肤微生态研究，核心围绕提取物对皮肤微生态及菌群的调控展开，为产品微生态功效提供支撑。

- 与北京工商大学合作毛孔问题潜在分子标志物筛选预实验，研究有不同毛孔问题的皮肤生理学特征和表皮细胞基因转录水平的差异。

- 与浙江大学药学院共建“皮肤健康与衰老联合实验室”，依托双方在“皮肤抗衰老”“皮肤屏障修护”领域的深厚合作基础，构建产学研医跨学科协同的创新平台。

#### 世界级奖项

- IFSCC 2025 十大基础研究奖
- IFSCC 金级会员

#### 国家级

- 中国轻工业化妆品十强

#### 省级

- 浙江省工业新产品
- 浙江省优秀工业产品
- 浙江省新产品鉴定

#### 市级

- 2025 年度杭州市鲲鹏企业（二星）

#### 行业级

- 2025 健康美丽产业科技创新企业
- 2025 健康美丽产业新质生产力推动奖
- 日用化学品科学优秀论文奖
- 中国粮油学会科学技术进步二等奖

#### 公司级

- 年度创新突破奖

珀莱雅 2025 年科技创新相关  
认可与荣誉 >

## 减少动物实验

珀莱雅秉持动物福利理念，在产品开发中最大限度减少实验动物使用，积极构建并应用动物替代技术体系。公司采用 3D 人造皮肤、离体器官、特征细胞及微生物模型等非动物测试手段，针对原料的皮肤刺激性、眼刺激性、致敏性、光毒性及遗传毒性等毒理学终点开展安全评估，并结合体外测试结果进行临床适用性验证，确保产品安全性。

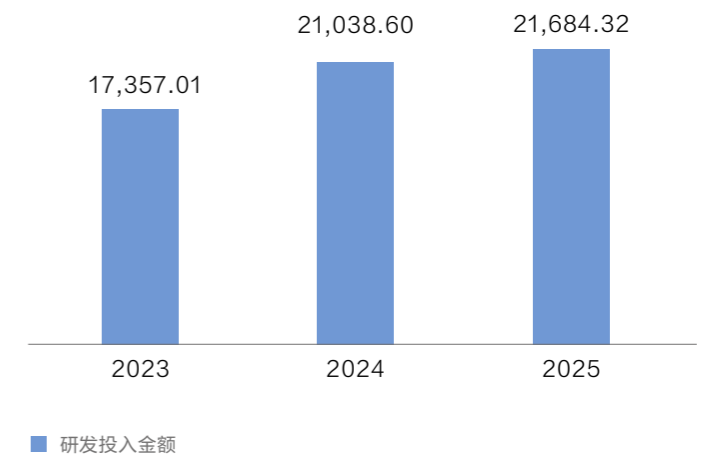
同时，公司持续推动国内动物替代实验标准化进程，与浙江省食品药品检验研究院、中国香料香精化妆品工业协会等机构深度合作，参与制定《面霜类化妆品皮肤刺激性体外测试方法》《祛斑美白类化妆品皮肤变态反应体外测试方法》等多项团体标准，为行业动物替代技术发展贡献专业力量。

## 科技创新指标与目标

指标	单位	管理目标	2023年	2024年	2025年	达成情况
研发投入金额	万元	持续提升研发投入	17,357.01	21,038.60	21,684.32	按计划推进中
研发投入金额占营业收入比例	%		1.95	1.95	2.05	

## 关键绩效

（单位：万元）



## 报告期内

公司产出各类论文共 62 篇，其中 SCI 22 篇，中文期刊 20 篇，国际会议 11 篇，国内会议 9 篇，已发表与已录用的 SCI 期刊累计影响因子 55。

## | 产品质量与安全

### 治理

为消费者提供质量安全的、高标准的、创新的化妆品产品是珀莱雅的工作核心之一。公司持续监测与管控各类质量风险，开展从产品研发、生产到上市后的产品全流程质量管理，确保消费者使用到安全、可靠、高质量的产品。

珀莱雅湖州工厂成立质量管理部及质量管理体系委员会，统筹产品质量管理工作，制定质量审计计划、规范原材料入司质量检验，生产过程和产品出厂等各环节的质量控制和偏差管理、设立并追踪产品质量目标等。

珀莱雅质量管理体系认证 >

认证	认证范围	认证有效期
ISO 9001:2015	珀莱雅化妆品股份有限公司	2028.2
ISO 22716 化妆品良好生产规范 (GMP)	珀莱雅化妆品股份有限公司	2026.5
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	2026.5

公司积极响应《关于深化化妆品监管改革促进产业高质量发展的意见》，严格遵守《化妆品监督管理条例》《化妆品生产质量管理规范》《化妆品安全风险监测与评价管理办法》等法律法规，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，持续优化和完善自身质量管理体系。

为确保质量管理体系持续合规运行，公司 2025 年应业务模块的变更对《验证管理制度》进行系统性梳理；并针对线上业务规模扩大带来的客退品管理需求增长，制定《客退品处理规范》专项规定，全面夯实质量管理体系基础。

### 战略、风险及机遇管理

珀莱雅产品质量风险识别、评估及管理流程 >

产品质量是赢得消费者信任及保持市场核心竞争力的关键。公司以“过程把控 质量安全 客户满意”作为质量管控理念，深度平衡产品品质升级与产业化发展的协同关系，通过强化各工序质量保证管理、质量检测管理、持续提升品质标准、开展质量管理体系自查、不良反应监测管理，模拟召回等举措，积极应对美妆行业日益严苛的监管标准以及消费者对产品功效与质量的高期待。

公司建立了全流程质量风险管控体系，对产品生命周期过程中存在的质量风险进行识别、评估和管理。


阶段	核心环节	关键活动 & 控制措施	输出 / 目标
风险识别	研发设计阶段	<ul style="list-style-type: none"> <li>开展原料安全风险评估</li> <li>评估配方稳定性与相容性</li> <li>识别生产工艺可行性风险</li> </ul>	识别配方及原料端的潜在风险，确保产品设计合规安全
风险评估	物料采购阶段	<ul style="list-style-type: none"> <li>实施供应商准入评估与审核</li> <li>对每批原料进行进货检验</li> <li>建立原料追溯体系及偏差管理机制</li> </ul>	评估原料质量风险等级，防止不合格原料投入生产
风险控制	生产制造阶段	<ul style="list-style-type: none"> <li>对制水系统、乳化设备、灌装机等关键设备进行性能验证和年度再验证</li> <li>监控关键工艺参数</li> <li>实施过程检验</li> <li>严格执行 GMP，防止交叉污染</li> </ul>	确保生产过程稳定可控，消除工艺偏差风险
监控评审	成品放行阶段	<ul style="list-style-type: none"> <li>按照化妆品注册或备案执行标准实施各项检验</li> <li>实施产品逐批放行审核机制</li> <li>建立成品追溯体系</li> </ul>	验证成品符合质量标准 and 法规要求，确保上市产品安全
持续改进	上市后阶段	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立不良反应监测与报告机制</li> <li>配合监管部门的风险监测与抽样检验</li> <li>开展内、外部审核</li> <li>根据市场反馈和风险预警实施整改与预防措施 (CAPA)</li> </ul>	实现风险闭环管理，持续改进质量体系

## 质量控制

为积极应对质量管理领域可能出现的各类风险，公司持续加严质量保证与质量控制标准，不断优化产品生产的全流程确认机制，构建起涵盖研发、开发、工厂等多方协同的审核体系，确保产品在每一环节均得到严格把关。在此基础上，公司定期组织内部质量审核，识别潜在改进机会，并制定《验证管理制度》，系统开展对配方工艺、制水系统及关键乳化、灌装设备性能的验证工作，依据年度验证方案有序推进各项任务，确保质量管理体系的充分性、适宜性与持续有效性。

2025年，公司进一步强化源头管控，对原料实施前瞻性预防管控，同时引入智能检测设备替代传统人工检测，有力保障了产品合格率的稳定提升；全年共开展内部质量审核2次、外部审核10次，全面验证了质量管理体系的实际运行效果；组织质量相关培训7次，持续提升员工业务素养和质量意识。报告期内，公司未发生任何与产品相关的安全与质量重大责任事故。

### 珀莱雅生产环节质量控制 >

- 
**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
  - 制定《创新原料安全检测管理制度》，对首次在我国境内使用的新原料开展全生命周期监测
  - 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

## 委外加工质量管理

### 珀莱雅委外加工质量管控措施 >

针对OEM/ODM等供应商，公司建立《委外加工管理制度》，将OEM质量管理要求纳入《质量安全责任制》适用范围，并采取质量标准制定、现场指导、质量检测、不定期抽查等措施，强化委外加工环节的质量控制。公司通过《产品风险评估单》识别产品质量风险，制定对应风险管控计划，实现质量隐患的前置预防与闭环管理。2025年，公司ODM新品监督审核覆盖率为100%。

质量标准制定	现场指导	质量检测	不定期抽查
<ul style="list-style-type: none"> <li>前期开发针对委外产品特性拉齐相关测试标准，并制定质量规格书、喷码规则、成品组装标准等质量文件</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新品首批生产前往委外工厂进行现场监督审核，帮助代工厂明确公司质量需求</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>要求供应商对出产品进行检测并提供相应的检测报告，对报告进行审核后方可入库</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>对供应商开展不定期的飞行检查，针对其质量薄弱点进行现场及文件的审核，帮助供应商完善质量控制</li> </ul>

- 
**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

## 产品召回

公司建立《产品召回管理程序》《客诉抱怨管理制度》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，过去5年公司未发生产品召回事件。

报告期内，公司对一款产品开展模拟质量问题召回模拟演练，各部门积极配合，内部跟踪物料走向、不合格产品的分析与评估、成品发货信息梳理等信息流在4小时内执行完毕，7天内完成问题批次成品运回工厂，充分验证《产品召回管理程序》的有效性。

## 产品质量 指标与目标

指标	年度目标	2025年	达成情况
生产制程一次性合格率	≥99%	99.63%	已达成
进料检验合格率(原料)	≥99%	98.24%	未达成 <sup>1</sup>
进料检验合格率(包材)	≥99%	99.34%	已达成
市场抽检合格率	100%	100%	已达成
管理体系审核缺陷项关闭率	100%	100%	已达成

\*注1: 公司持续优化质量管控体系，尽管未达成目标，但原料合格率已从2024年的97.78%提升至2025年的98.24%，呈现出改进趋势。

## 客户服务与权益保护

### 治理

珀莱雅秉承“用心服务、以诚待人”的理念，致力于为消费者提供优质的服务体验。在客户服务与权益保障方面，公司建立了完善的客户服务管理体系，由产品营销部门作为第一负责部门，统筹客户服务管理工作，致力于提供全方位、多层次的客户服务，为客户提供安全、可靠、优质的服务体验。

珀莱雅产品营销部门管理职责 >

- 根据品牌年度目标，制定各单品站外产品营销规划，包含各阶段预算策略、人群策略、传播内容策略等
- 统筹产品生命周期管理，协同产品开发团队、电商团队、消费者服务与调研团队，基于消费者真实反馈，进行产品的迭代/优化，增强产品竞争力和用户满意度
- 负责营销策略落地，通过全链路与消费者进行产品传播与产品服务保障，为消费者提供公开、透明、科学、有趣的产品信息，并从产品线出发引导不同肌肤消费者找到对应的科学解决方案

公司严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》等相关法律法规，制定《售前及售后处理标准》《质检管理标准》等相关管理制度，不断完善和提高公司客户服务管理水平。

### 战略、风险及 机遇管理

为达成客户满意度不断提升的管理目标，珀莱雅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。此外，珀莱雅持续加大数字化转型的投入，借助技术创新来提升客户服务质量和加强数据安全与客户隐私保护。

公司在客户服务与权益保护的管理流程中，对风险与机遇的识别、评估、管理，建立了一套系统化、全面的标准化体系，有效帮助公司应对潜在风险与机遇。

珀莱雅客户服务与权益保护风险和机遇的识别、评估与管理流程 >

### 识别

- 识别范围: 覆盖客户服务全生命周期(售前咨询、售中交易、售后支持)及权益保护核心场景(隐私安全、投诉处理、退换货保障、争议解决等)
- 识别方法: 通过客户 VOC 数据库(评级分析、咨询分析等)、舆情检测系统、售后服务工单分析、客户满意度分析等举措,挖掘潜在风险点及改进机遇

### 评估

- 风险评估: 从发生概率(高、中、低)和影响程度(财务损失、品牌声誉、客户流失)两个维度评估风险,划分为特重大、重大、中等、一般四级风险等级,在舆情监测中体现为 P3、P2、P1、P0 四级。
- 收益潜力评估: 评估机遇对客户留存率、复购率、市场份额提升的量化贡献
- 实施评估: 结合技术可行性、资源投入、政策合规性综合评估,优先落地高收益、低难度的机遇

### 管理

- 风险规避: 建立页面文案、服务话术合规审查机制,杜绝误导性宣传
- 风险降低: 建立风险监控与防火墙机制,帮助客户的问题能被快速、有效、主动地解决,降低风险进一步扩大的可能性
- 风险转移: 购买相关保险,分摊一部分风险损失
- 风险监控: 对低概率/低影响风险纳入风险预案库,并作动态监控
- 机遇转化: 引入 AI 智能客服与智能服务监控系统,在缩短服务响应的同时能对客户、客服双方的情绪以及客诉进行监控和介入;贯彻“七天无理由退货”服务、过敏无忧服务与价保服务,帮助客户建立消费信心

## 消费者沟通

在消费者沟通方面,公司搭建多元消费者反馈渠道、听取消费者意见建议,为消费者产品使用答疑解惑及提供售后服务,并进行消费者售后追踪。2025年,公司新增电话沟通作为售后处理渠道,拉近与消费者距离,加速帮助消费者解决问题。

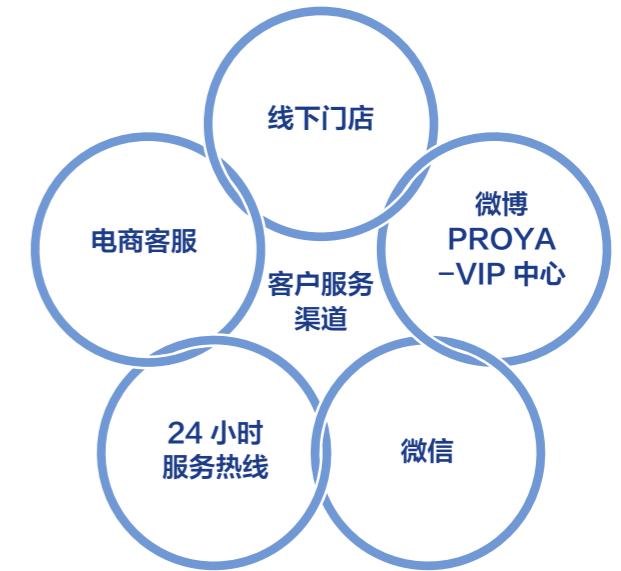
珀莱雅消费者沟通渠道 >



公司主动通过订单评价分析、服务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。公司也搭建了舆情监测与反馈机制,及时识别消费者关注点与疑问,并将其转化为内部改进与外部回应的重要参考,提升沟通透明度与回应质量。

在消费者投诉方面,公司已形成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,及时处理消费者在使用感受、售后服务、产品优化建议等多方面反馈和疑问。针对涉及品牌声誉的消费者投诉,公司品牌公关部与渠道、客服、法务等部门已建立联动机制,确保投诉处理过程中的信息一致性、回应专业性与处理透明度,避免二次传播风险。

珀莱雅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

在消费者反馈方面，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，跟进消费者在使用感受、客服服务、产品优化、物流服务建议等多方面反馈和疑问，及时优化处理、完善内部管理机制。

珀莱雅正通过多维客户维系举措重塑品牌认知，持续夯实消费者信任基石。公司依托各平台线上渠道每年面向消费者开展定性和定量调研，全方位洞察产品、物流及服务痛点，并实施精准优化；线下通过产品沙龙与经销商赋能培训等方式，提升终端服务体验，增强消费者信任感。2025年，公司进一步打通售前售后一体化管理闭环，同时利用 AI 工具全方位增强服务响应能力，提升消费者沟通质量和效果，持续改善消费者体验。

## 客户满意度提升

珀莱雅 2025 年消费者服务优化举措及成果 >

	措施	成果
消费者沟通	<b>珀莱雅</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>聚焦在快速响应和非满解决上，在快速响应消费者的诉求的同时，密切关注消费者不满意的场景，及时介入以及调整话术、服务策略等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025 年天猫渠道投诉率为 <b>0.02%</b></li> </ul>
	<b>彩棠</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>构建 7*24 小时全场景响应网络，部署集成 GPT 的智能客服矩阵，支持多模态交互与自动分单；建立三级业务分类与智能预警，确保咨询即时响应、投诉实时跟进、舆情 1 小时内处置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025 年天猫渠道投诉率为 <b>0.010%</b></li> </ul>
	<b>Off&amp;Relax</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>开展 QA 模拟演练，并同步优化了过敏处理、人工备注及异常问题 SOP，持续提升服务响应能力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025 年天猫渠道投诉率为 <b>0.04%</b></li> </ul>
	<b>悦芙媞</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>搭建高频场景解决方案，规范处理流程，确保客户问题得到有效解决，为用户提供专业热情的服务；动态优化知识库与 AI 意图识别模型，提升 AI 准确率，确保用户问题快速响应</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025 年天猫渠道投诉率为 <b>0.01%</b>，抖音渠道投诉率为 <b>0.04%</b></li> </ul>

珀莱雅 2025 年消费者服务优化举措及成果续表 >

	措施	成果
消费者沟通	<b>原色波塔</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>全平台搭建即时响应聊天工具（8:00-24:00 秒级响应），每天巡查平台并运营优化商品页；对于舆情投诉建立“1 小时响应、12 小时联系并跟进处理、48 小时内内部复盘的闭环”机制，服务响应与舆情闭环机制成效显著</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025 年天猫渠道投诉率为 <b>0.47%</b></li> </ul>
消费者体验提升	<b>珀莱雅</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>天猫、抖音、京东、拼多多多渠道因地制宜应用不同类型 AI 机器人，比如天猫大力发展智能辅助模式，通过 AI 机器人帮助客服进行常规问题的解答，缩短消费者等待时间；抖音则新应用飞鸽机器人，帮助提升机器人的全自动服务能力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025 年天猫渠道客户满意度为 <b>93.76%</b>，同比增长 <b>1.1%</b></li> </ul>
	<b>彩棠</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>打造售后无忧保障体系。建立场景化补偿标准及线上线下双通道基金池，接入“过敏包退 / 医药费险”权益，让消费者购买无后顾之忧</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025 年天猫渠道客户满意度为 <b>96.66%</b>，同比增长 <b>0.44%</b></li> </ul>
	<b>Off&amp;Relax</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>上线 3 项自动化工作流——自动备注小程序、产品介绍小程序与产品说明书跟单，有效减少了用户同类问题咨询频次，提升了服务响应效率与场景化解决能力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025 年天猫渠道客户满意度为 <b>95.97%</b>，同比增长 <b>1.03%</b></li> </ul>
	<b>悦芙媞</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>搭建舆情风险监控机制，实时监控负面情绪、舆情升级、客诉预警，及时介入解决；建立异常问题报备及客诉升级流程，为消费者提供更优的解决方案</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025 年天猫渠道客户满意度 <b>96.46%</b>，同比增长 <b>0.14%</b></li> </ul>
	<b>原色波塔</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>全平台服务流程统一规范，并定期提取“非满 + 咨询高频问题”进行针对性改进；提升客服的邀评率和优化邀评场景</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025 年天猫渠道客户满意度为 <b>97.07%</b>，同比增长 <b>8.76%</b>；2025 年抖音渠道客户满意度为 <b>94.11%</b>，同比增长 <b>2.35%</b></li> </ul>

珀莱雅 2025 年消费者服务优化  
举措及成果续表 >

	措施	成果
客服服务能力提升	<b>珀莱雅</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>建设“仿真问答模拟训练”，结合 AI 工具模拟真实消费者进线，符合模式测试通过标准方可服务真实消费者，帮助新客服在培训环节能快速成长；同时开展“讲师认证”、“带教认证”，提升大促客服的学习效果以及日常服务水平</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025 年累计培训 <b>82</b> 场次，累计覆盖 <b>6,773</b> 人次</li> </ul>
	<b>彩棠</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>通过系统化、场景化的教学设计，强化团队实操能力，并建立投诉案例库供团队复盘学习，通过持续的专业训练，夯实服务基础，最终转化为更优质的用户购物体验</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025 年累计培训 <b>96</b> 场次，累计覆盖 <b>1,702</b> 人次</li> </ul>
	<b>Off&amp;Relax</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>全年内部累计开展 40 次 QA 模拟演练，整合全线产品学习课件、FAQ 话术、解答策略及图文教程，系统化知识管理，显著提升客服响应效率与解答准确性，为用户服务提质增效。完成客服团队从经验驱动升级为标准化、可复制的专业发展模式转化目标，持续团队效能提升、及专业化作业</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025 年累计完成 <b>120</b> 场培训，累计覆盖 <b>1,300+</b> 人次</li> </ul>
	<b>悦芙媞</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>构建高频客诉场景标准化解决方案，完善处理流程，并对客服团队开展产品知识、护肤专业内容及服务流程的全方位培训，确保问题高效解决与服务专业性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025 年累计培训 <b>69</b> 场，累计覆盖 <b>900+</b> 人次</li> </ul>
	<b>原色波塔</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>每周会开展消费者服务反馈周会，针对服务问题收集并提出改善建议，最终通过培训落地；每月开展 1 次“平台规则 + 服务红线”培训，巩固客服对于服务的敏感度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025 年累计培训 <b>30+</b> 场次，累计覆盖 <b>2,400+</b> 人次</li> </ul>

珀莱雅 2025 年消费者服务相关  
认可与荣誉 >

品牌	2025 年获得荣誉与认可
珀莱雅	<ul style="list-style-type: none"> <li>天猫平台“2025 年度智能自动化服务奖”</li> <li>天猫平台“2025 年度五星店铺”</li> <li>天猫平台“2025 年度发货物流体验先锋”</li> <li>天猫获得 9 次“金牌客服团队”</li> <li>天猫平台“2025 年店小蜜双 11 蜂神榜”铜奖</li> <li>京东京小智授予“2025 极智奖”</li> <li>赤兔授予“星客服”奖</li> <li>班牛授予“2025 年度体验协同破界”奖</li> </ul>
彩棠	<ul style="list-style-type: none"> <li>天猫平台获得 12 个“金牌客服团队”</li> <li>赤兔授予“年度优秀客服团队”</li> <li>天猫平台获 2025 年度金牌售后店铺；</li> <li>天猫平台获 2025 年度金牌客服团队；</li> <li>天猫平台获 2025 年度五星店铺；</li> <li>语忆 授予 2025 年服务创新先锋奖</li> </ul>
Off&Relax	<ul style="list-style-type: none"> <li>天猫平台全年均达成平台“金旺旺”指标；</li> <li>天猫双店 15 次进入行业服务 top 排行榜</li> <li>天猫平台 618&amp; 双 11 大促均授予“蜂神榜银奖”</li> <li>天猫平台授予“年度五星体验店铺奖”</li> <li>天猫平台授予“年度金牌客服团队奖”</li> </ul>
悦芙媞	<ul style="list-style-type: none"> <li>天猫平台全年保持“金旺旺”客服团队称号</li> <li>乐言授予“2025 年度服务势能”奖</li> <li>天猫授予“2025 年度金牌客服团队”奖</li> <li>天猫授予“2025 年度五星店铺”奖</li> <li>天猫授予“2025 发货物流体验先锋”奖</li> <li>天猫年度 4 次进入行业 top10 排行榜</li> </ul>
原色波塔	<ul style="list-style-type: none"> <li>天猫平台全年保持“金旺旺”客服团队称号</li> </ul>

### 案例

#### 携手云客服打造“弹性就业 + 优质服务”双赢模式

2025 年，公司引入云客服模式，该模式凭借“最低 1 小时选班”的灵活机制，有效平衡宝妈群体家庭照料与再就业的双重需求。在 618 及双 11 大促期间，公司分别组建 30 人、50 人的临时云客服团队，团队全年累计服务消费者 12.5 万人次，服务满意度达 93%。该模式在保障高峰时段用户体验的同时，也为宝妈群体弹性就业机会，促进了社会包容性发展。

## 负责任营销

为消费者提供真实、准确、完整的产品和营销信息是珀莱雅开展消费者服务的底线与基础。公司严格遵守《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等，建立完善的管理机制，保障产品营销内容的真实性和准确性。

珀莱雅负责任营销  
管理措施 >

产品推广内容准确性保障	负责任营销培训
<ul style="list-style-type: none"> <li>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，确保产品推广中科技内容的正确性和准确性</li> <li>建立《产品文案审核流程》，营销文案须经过产品营销、产品开发、研发、法务等多部门审核</li> <li>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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> </ul>

为维护良好的企业与品牌形象，2025年公司升级舆情防控体系，构建7×24小时全域监控网络，覆盖媒体、社媒、论坛及渠道，依托多维预警规则实现“自动报警+人工复核”；建立“分级—研判—应对—复盘”机制，确保重大舆情处理专业、稳健、可控，保护公司品牌商誉；并通过常态化公关传播，在消费者沟通与媒体沟通中持续输出清晰、审慎信息，增强品牌长线曝光，彰显社会责任形象与长期公信力。

### 珀莱雅舆情监测方案升级

针对业务场景多变难点，珀莱雅定制并实时迭代舆情监测方案，实现从“经验判断”到“数据决策”的转型。通过资源整合实现媒体名单管理、报告生成、内容审核等流程自动化，搭建对外传播管理规范。在保障舆情响应时效性的同时，节省团队重复沟通及操作时间，提升舆情效能与风险防控能力。

指标	单位	管理目标	2025年进展	达成情况
客户满意度	/	到2025年客户满意度不断提升	珀莱雅、彩棠、Off&Relax、悦芙媞、原色波塔等品牌客户满意度均较上一年度实现提升	已达成

## 客户服务 指标与目标

# 数字化转型与信息安全

## 数字化转型

在数字经济浪潮席卷全球的当下，化妆品行业正经历着从生产到消费的全链路变革。作为中国化妆品龙头企业，珀莱雅以国家“数字中国”战略为指引，将数字化作为企业发展的关键战略，通过大数据、AI及5G等前沿技术的深度应用，持续深化研发、生产、营销等全链路的数字化布局，为行业高质量发展提供实践范本。

随着珀莱雅的快速发展，业务规模持续扩张，管理复杂度也日益提升，如何打破部门壁垒、实现数据资产全域贯通，成为企业突破增长天花板的必答题。为此，珀莱雅2025年增设首席数字官(CDO)岗位，旨在从战略层面构建数字化顶层设计，统筹技术、数据及业务等多个核心要素，围绕三大核心维度，推动公司从“局部数字化升级”走向“全局数字化规划”，为珀莱雅打造可持续发展的数字竞争力。

### 珀莱雅数字化转型三大核心维度

- 加速AI技术在精准营销、产品创新、供应链优化等核心场景的深度应用
- 推动企业级全域数据的构建，并探索建立美妆行业大模型，为业务决策提供实时动态支持
- 建立“技术+业务”双轮驱动的创新机制，推进“IT业务化、业务IT化”改革，通过数字化人才梯队建设、跨部门轮岗机制、数字化项目共创等举措，积极吸纳并培养具有系统性架构设计等能力的复合型数字化人才，打破业务与技术间的认知壁垒

珀莱雅数字化典型应用场景 >

### 研发端

- 训练AI配方大模型，未来研发工程师将拥有AI“超级助手”，整合原料数据库和消费者肤质评价后，能智能生成配方，大幅缩短新品从概念到落地的周期，让消费者能更早的与贴合需求的好产品见面

### 营销端

- 搭建达人管理系统和营销数据追踪模块，打通从媒介投放到电商成交的全链路。一条种草内容从曝光、激发兴趣到最终成交的全过程，都能被深度了解，为营销策略动态调整提供依据

案例

“珀莱雅 5G 智能工厂”成功转评“先进级智能工厂”

2025 年 5 月，浙江省经济和信息化厅《拟转评转认先进级智能工厂名单》公示结束，“珀莱雅 5G 智能工厂”成功转评“先进级智能工厂”，跻身国家级智能工厂梯度培育体系，成为浙江省首批获此殊荣的化妆品企业工厂。

珀莱雅持续推进数智化转型升级，从生产车间数字化改造起步，逐步构建全流程智能化系统，系统性推进智能工厂建设，以数智化赋能企业高质量发展。此前，珀莱雅已先后获得“浙江省智能工厂”、“浙江省未来工厂”等权威认定，此次再添新誉，标志着其生产模式、管理效能及智能技术融合应用等方面取得进一步突破，成功实现智能制造三级跨越。

未来，珀莱雅将继续探索数智化、绿色化新路径，不断提升智造水平，进一步迈向“卓越级智能工厂”，实现更高层次的进阶发展。



浙江省经济和信息化厅公示名单

信息安全

珀莱雅在销售与服务、会员服务、供应链与合作伙伴协同等运营环节涉及客户数据的传输与管理。公司高度重视数据安全与客户隐私保护，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》《数据分类分级安全管理制度》《数据全生命周期安全管理制度》等管理制度，并要求内部严格执行，确保符合数据安全生产要求。

2025 年，公司修订《数据安全总则》《个人信息保护管理制度》《数据全生命周期安全管理制度》等，新增《供应商网络安全与数据合规管理制度》，强化供应商信息安全管理；并建立数据分级分权管理体系，发布三级数据

安全制度，涵盖数据分类分级标准与实施细则、数据资源申请流程规范、数据安全应急预案等内容，进一步完善覆盖内外部、贯穿全流程的信息与数据安全防护网。

公司在信息安全方面的最高管治机构为数字科技中心，并设置首席数字官（CDO），向总经理汇报。数字科技中心负责制定并落地公司信息安全与数据保护整体规划，确保产品与系统侧信息安全及数据合规工作的持续优化，并承接各业务部门的信息安全与数据保护需求，推动相关项目有效实施。此外，为了有效地识别、评估、排序、监测和管理数据安全与客户隐私保护相关风险，珀莱雅建立了一套全面的风险管理流程。

珀莱雅数据安全与客户隐私保护  
风险管理流程

流程	内容
识别	<ul style="list-style-type: none"> <li>数据资产清单：确定公司持有的所有数据类型和存储位置</li> <li>风险识别：定时识别内部可能导致数据泄露或滥用的风险、外部数据威胁，以及法律合规风险</li> </ul>
评估	<ul style="list-style-type: none"> <li>风险评估：评估每个风险事件发生的可能性以及潜在影响，并结合可能性和影响程度，对风险进行量化评分和排序</li> </ul>
监测	<ul style="list-style-type: none"> <li>监控和审查：定期通过日志检测系统进行技术检测，并针对安全和隐私保护措施进行安全和合规审计</li> <li>报告机制：公司内部建立内部报告流程，确保信息及时传达给相关人员和管理层。在发生数据泄露等安全事件时，及时向监管机构报告</li> </ul>
管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>数据安全政策：制定全面安全政策和客户隐私保护政策</li> <li>员工培训：对员工开展数据安全和隐私保护培训，提升全体员工的安全意识</li> <li>技术升级：部署最新的安全技术，并优化数据处理流程，确保在各个环节都遵循最佳实践</li> <li>应急响应计划：组建专门的团队负责应对数据泄露，并制定详细的事件响应步骤，定期进行模拟演练，测试和改进应急响应能力</li> </ul>

此外，为应对日益复杂的数据安全挑战，公司建立数据安全风险评估流程，实行“年度定期 + 动态触发”评估模式，即每年至少开展一次全面评估，并在遭遇重大数据安全事件、信息系统重大变更或新技术应用时，立即启动专项即时评估。

珀莱雅数据安全风险评估流程 >



公司构建涵盖数据权限管控、电商平台合规、业务连续性及应急管理的信息安全管控体系，切实保障数据安全与客户隐私。

珀莱雅数据安全与客户隐私保护  
风险管理措施 >

维度	具体措施
数据访问与权限管控	<ul style="list-style-type: none"> <li>严格控制消费者信息的访问与传输，对敏感信息进行脱敏处理</li> <li>限制数据复制、消费者信息查看次数及敏感信息导出权限，运营人员无权获取用户信息</li> <li>定期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</li> </ul>
电商平台信息安全	<ul style="list-style-type: none"> <li>严格遵循各电商平台的消费者信息保护要求，对消费者信息进行加密、脱敏传输</li> </ul>

维度	具体措施
业务连续性与应急管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>制定多项业务连续性计划、应急响应程序及相关事件处置管理机制</li> <li>每季度实施 UPS 放电测试以保障电力中断时的设备稳定运行，执行每日本地备份与异地同步的数据保护策略以应对系统或数据意外丢失风险</li> <li>通过年度容灾演练验证恢复机制有效性</li> <li>定期开展网络安全渗透性测试，并参与杭州市网络安全攻防实战演练</li> </ul>

公司综合运用技术与管理措施，提升信息安全管理水平。2025 年，公司上线全新的数据容灾备份系统，覆盖杭州总部、湖州工厂、龙坞研发三地数据中心所有生产系统及测试环境；并进行互联网系统暴露面梳理，优化访问与权限控制，收敛整体攻击面，为网络安全风险评估与处置提供依据。

公司亦持续推进信息安全认证工作，截至报告期末，公司已取得 1 个信息安全等级保护三级认证及 4 个信息安全等级保护二级认证。公司也积极推进 ISO 27001 信息安全管理体系认证，截至报告期末，已顺利通过审核，完成体系认证。

### 案例

#### 珀莱雅开展信息与数据安全培训

珀莱雅持续深化信息与数据安全培训，筑牢员工信息安全意识防线。公司通过“内部会议 + 邀请专家讲解”形式开展《珀莱雅网络安全培训》专项活动，提升员工网络安全素养与消费者隐私保护意识。保密宣传周系列活动中，数字科技中心也面向财务、采购、营销等部门，开展《守护数字未来——数据安全宣讲会》，提升员工数据安全的认知，推动公司在数字化转型战略中稳健前行。



△ 培训现场

## 数据安全 与客户隐私保护 指标与目标

### 珀莱雅制定《隐私权政策》告知客户隐私保护信息

珀莱雅各品牌会员注册环节，均会公示《隐私权政策》，注册人阅读并点击同意加入会员后，方会收集会员个人信息。

隐私权政策载明以下内容：可能收集的个人信息、如何收集和使用相关个人信息、如何使用 Cookie、数据使用的过程中涉及的合作方以及转移、何种情形下可能公开个人信息、如何存储个人信息、如何保护个人信息的安全、客户可以如何管理个人信息（查看、更正、删除、退出）、对待未成年人个人信息的保护等。

指标	单位	管理目标	2025年进展	达成情况
信息安全与隐私保护违规事件	起	到2025年信息安全与隐私保护0违规事件	0	已达成

## 关键绩效

数据备份恢复成功率达到  
确保业务连续性 **99.9%** 以上

高风险漏洞修复率  
达到 **100%**

修复时间不超过 **24** 小时

## | 促进行业发展

行业合作是化妆品行业持续进步的关键推动力，它对于提升国际影响力、促进技术创新、确保原料稳定供应、增强供应链效能以及有效应对行业竞争与挑战具有重大意义。珀莱雅紧抓发展机遇，不断深化产学研融合战略，携手合作伙伴与消费者共同践行可持续发展与消费，让可持续理念在价值链上传递。

2025年，公司积极参与 IFSCC 国际化妆品科学大会、欧洲皮肤研究协会（ESDR）年会、中华医学会第三十次皮肤性病学术年会等十余场国内外权威学术会议，有效提升公司在全球行业内的学术话语权；同时主导及参与制定十余项国家标准、行业标准及团体标准，获得 IFSCC 等国际组织和机构认可，彰显公司卓越的行业影响力。

珀莱雅 2025 年出席的重量级学术会议 >

- 珀莱雅全球研发团队携 14 项科研成果出席第 35 届 IFSCC2025 国际化妆品科学大会，更凭借一项具有突破意义的线粒体抗衰研究，成功摘得“IFSCC2025 十大基础研究奖”，成为本年度唯一获此奖项的中国化妆品企业，也是至今中国企业在世界化妆品比赛中取得的最好成绩。



^ 第 35 届 IFSCC2025 国际化妆品科学大会



^ 第 54 届欧洲皮肤研究协会 (ESDR) 年会

- 珀莱雅携全球研发团队共同完成的 3 项研究成果首次亮相第 54 届欧洲皮肤研究协会 (ESDR) 年会这一国际权威会议，彰显公司在皮肤科学领域的创新性与科研深度。
- 珀莱雅旗下专研头皮微生态的功效洗护品牌惊时受邀参加中华医学会第三十次皮肤性病学术年会 (2025 CSD)，并于惊时卫星会上首发珀莱雅第一本头皮微生态白皮书——《中国人群头皮健康与头皮微生态研究报告》。



△《中国人群头皮健康与头皮微生态研究报告》 △ 第十六届国际皮肤老化与挑战大会

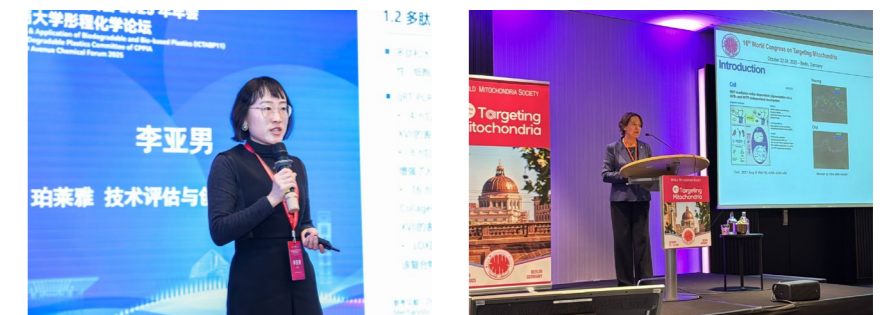
- 珀莱雅首席科学顾问、欧洲科创中心副总裁 Lieve Declercq 博士受邀代表珀莱雅研发团队参加第十六届国际皮肤老化与挑战大会进行研发成果分享，珀莱雅凭借启时光蕴美白系列产品核心成分 Rev-Melan™ 技术，被提名为“创新展示提名奖”的入围者，成为获此殊荣的唯一国货美妆企业。



△2025 中国化妆品科学技术大会

- 在中国香料香精化妆品工业协会主办的 2025 中国化妆品科学技术大会上，珀莱雅举办“抗氧化抗糖化机理的认知与实践创新”论坛。该论坛聚焦皮肤的氧化与糖化问题，深入探讨其产生原理，干预技术、成分及未来发展趋势，来自皮肤学临床领域的权威专家、化妆品原料商代表及国货化妆品企业的研发团队等齐聚一堂，以“氧糖双抗”技术为核心，从科学原理、创新路径到产业应用进行多维解析，为通过“氧糖双抗”实现美白抗老效果的科学研究与技术创新提供有力支撑。

- 珀莱雅研发人员受邀参加第十一届生物基和生物分解材料技术与应用学术研讨会，以《科技驱动，多维赋能：红宝石胜肽 A 醇、氧糖双抗与源力屏障的协同之道》为题发表演讲，分享了公司依托自主原料与产品构建的“机制—影像—临床”科学证据链，并重点介绍了其基于生物技术开发的多款安全、高效的抗衰活性物及相关配方，覆盖抗氧化 / 抗糖化“双抗”机制、屏障修护、昼夜节律调节等多个功效维度。



△ 第十一届生物基和生物分解材料技术与应用学术研讨会 △ 第 16 届世界靶向线粒体大会

- 珀莱雅作为唯一受邀的国货美妆企业再度亮相第 16 届世界靶向线粒体大会，展示了聚焦线粒体抗衰与美白方向的两项最新科研成果，就“能量美白”主题作口头演讲，并通过海报形式展出了公司在线粒体抗衰领域的最新成果。

珀莱雅 2025 年参与研制的  
团体标准 >

- GB/T 46258-2025 化妆品中乌洛托品的测定 液相色谱 - 串联质谱法
- GB/T 46301-2025 化妆品中苔黑醛和氯化苔黑醛的测定 液相色谱 - 串联质谱法
- QB/T 8067-2025 油基型粉底
- QB/T 8005-2025 化妆品用原料 棕榈酰五肽 -4
- T/ZGKSL 023-2025 植物纳米囊泡生产技术指南
- T/SHRH 075-2025 植物源囊泡化妆品原料制品通用要求
- T/ZJRHXH 0017-2025 化妆用具 富氢干膜布
- T/SHRH 077-2025 化妆品用多聚脱氧核糖核苷酸 (PDRN) 原料检测通用要求
- FZ/T 64122-2025 面膜用非织造布成型片材
- T/SHRH 076-2026 微流控皮肤芯片的化妆品紧致抗皱功效评价

珀莱雅亦积极参与西班牙美容创新日(Beauty Innovation Days 2025)、意大利博洛尼亚国际美容展(COSMOPROF)、2025 COSMETIC 360 展会、中国化妆品年会等国内外产业盛会，让世界看到中国美妆企业创新活力和发展潜力，推动中国及全球美妆行业的高质量发展。

珀莱雅 2025 年参与的高影响力行业活动 >

- 珀莱雅作为首个受邀的中国美妆企业参加西班牙美容创新日(Beauty Innovation Days 2025)，珀莱雅首席科学顾问兼欧洲科创中心副总裁 Lieve Declercq 博士也作为首位受邀的中国美妆企业代表发表演讲，在国际舞台展现中国美妆的魅力。



^ 2025 西班牙美容创新日

- 珀莱雅携旗下三大主品牌——珀莱雅、彩棠及 Off&Relax 亮相第 56 届 COSMOPROF 意大利博洛尼亚国际美容展，珀莱雅创始人、董事长侯军呈，总经理侯亚孟，珀莱雅欧洲科创中心总经理 Antoine Deconinck，珀莱雅首席科学顾问、欧洲科创中心副总裁 Lieve Declercq 博士以及彩棠品牌创始人唐毅先生等出席盛会，与全球美妆行业的知名品牌、科研机构、上下游供应链企业展开深入交流，积极拓展国际化资源为珀莱雅高质量发展赋能。



^ 第 56 届 COSMOPROF 意大利博洛尼亚国际美容展

- 珀莱雅携旗下三大品牌——珀莱雅、彩棠、Off&Relax 及最新学术研究成果亮相 2025 COSMETIC 360 展会，展现了在 AI 驱动研发、产品创新及国际化创新生态构建等方面的深厚积累与卓越成果，珀莱雅创始人、董事长侯军呈携全球研发团队成员出席盛会。



^ 2025 COSMETIC 360 展会



^ 2025 (第六届) 中国化妆品年会

- 彩棠品牌创始人唐毅受邀参加 2025 (第六届) 中国化妆品年会，并在主论坛带来《深耕专业主义、以信任驱动增长》的主题演讲，会后接受主办方观点的独家专访，阐述彩棠成为“独一无二的中国品牌”愿景。

# 04

**绽放多元之美，  
共创包容未来**



员工是企业生存发展的基石，珀莱雅坚持与员工共享经营成果，打造多元包容、有温度的组织文化。公司提供健康安全的工作环境、有竞争力的薪酬福利，为员工构建系统的职业发展体系，充分激发人才潜力。

在发展美丽事业的同时，珀莱雅将关怀从肌肤护养延展至社会领域，积极推动性别平等与女性赋能，发起具有影响力的倡导行动，并通过珀莱雅公益基金会聚焦女性心理健康等议题。公司持续传递互助、平等、独立的社会价值观，以全球视野践行“美丽永存，共享美好”的使命。

### 本章节 回应重要性议题

- 员工权益与福利
- 员工培训与发展
- 职业健康与安全
- 社会公益

注：“●●”代表具有双重重要性“●”代表仅具有财务重要性，“●”代表仅具有影响重要性，“●”代表既不具有财务重要性，也不具有影响重要性

### 本章节 回应的 SDGs



## 员工权益与福利

### 治理

完善的人力资源管理架构是公司持续发展和高效运营的重要基石，公司设立人力资源三支柱体系，各条线各司其职，协同作用，以确保人力资源管理工作的全面性和专业性。

珀莱雅人力资源三支柱体系 >

支柱	职责
专家中心 (Center of Excellence, 简称 COE)	负责设计人力资源专业政策与方案
人力资源业务合作伙伴 (Human Resource Business Partner 简称 HRBP)	负责深入业务提供定制化支持
共享服务中心 (Shared Service Center, 简称 SSC)	负责高效处理标准化事务

珀莱雅严格遵守《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》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。

### 战略、风险及机遇管理

员工雇佣风险可能会导致优秀人才流失，损害公司品牌形象。为此，珀莱雅制定了员工权益管理策略，包括尊重全体员工基本权益，明确禁止强迫劳动和童工，保障合理工时与加班补偿，坚持同工同酬，支持结社自由与集体协商，反对歧视行为，对侵权事件“零容忍”。

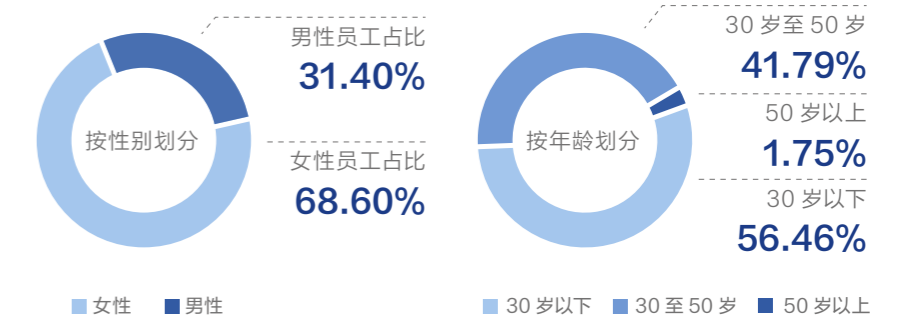
### 合规雇佣

2025年，珀莱雅对《员工手册制度》《薪酬管理制度》《考勤与休假管理办法》进行修订更新，不断完善员工合规雇佣管理工作。同时，公司在《员工手册》中明确了反歧视和反职场性骚扰政策，并设置内部举报通道，对歧视和骚扰行为零容忍。

珀莱雅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"> <li>原则：公正、公平、公开</li> <li>杜绝录用童工：招聘时确保面试者达到法定劳动规定年龄</li> <li>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</li> </ul>	《员工招聘和录用管理制度》
解聘	<ul style="list-style-type: none"> <li>严格遵守劳动法规开展员工离职工作</li> </ul>	《员工离职管理办法》
工时与假期	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>按照国家规定实行带薪年假、婚假、丧假等法定假期</li> <li>按照当地规定实行育儿假、护理假等假期</li> </ul>	《考勤与休假管理办法》
薪酬与补贴	<ul style="list-style-type: none"> <li>以业绩牵引为基础，制定公平且有竞争力的薪酬制度</li> <li>因工作或岗位需要而异的交通、差旅等补助或津贴</li> </ul>	《薪酬管理制度》

珀莱雅 2025 年度用工情况 >

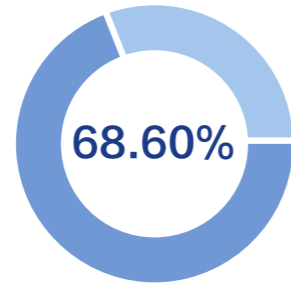


## 平等与多元化

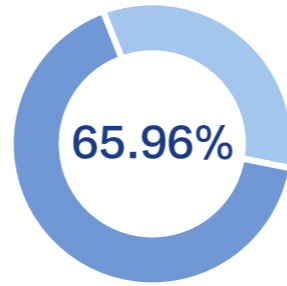
珀莱雅高度重视职场多元化和平等发展，严格遵守《中华人民共和国劳动法》等法律法规，在招聘、管理过程中严禁基于性别、宗教、民族、年龄等任何形式的歧视，制定公平、透明的招聘流程与晋升机制，为女性员工提供同等的雇佣和发展机会，构建多元化、包容性的工作环境，共同推动公司的可持续发展。

珀莱雅 2025 年度女性雇佣情况 >

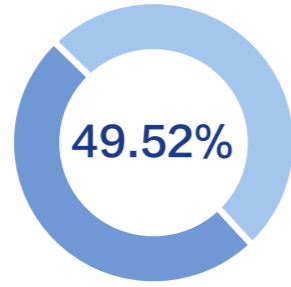
女性在总劳动力中的份额<sup>1</sup>



女性在所有管理职位中的比例<sup>2</sup>



女性担任最高管理职位的比例<sup>3</sup>



注 1: 占总劳动力的百分比;  
 注 2: 包括初级、中层和高级管理人员 (占总管理职位的百分比);  
 注 3: 即与首席执行官或类似职位最多相距两个级别 (占最高管理职位总数的百分比)

## 员工福利

珀莱雅员工福利清单 >

珀莱雅高度重视员工的福利保障，始终坚持倾听职工代表意见，优化升级《珀莱雅福利管理办法》，不断完善公司福利体系，提升员工福利待遇。

### 法定福利

- 社会保险
- 住房公积金
- 法定节假日及年假等法定福利

### 补充福利

- 午餐补助
- 高温费
- 健康体检、商业保险
- 年度旅游、团建福利、员工福利假
- 红白礼金、节日慰问、生日礼物等

### 专项福利

- 敬老福利
- 专项健康福利
- 临时住宿安排
- 工厂员工专项福利等

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。此外，工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。

珀莱雅 2025 年员工福利行动 >



### 女性关怀

3.8 妇女节开展福利脱口秀，共计 110 位女性员工参与，让大家在欢笑中有效释放工作疲惫与压力、收获愉悦心情，既切实落实了节日关怀，也进一步彰显了企业对女性员工的重视，强化了团队凝聚力。



### 社团活动

在金鱼井社区打造新时代文明实践街区，创新打通“公益行为 - 社团积分 - 安居福利”链路，员工参与企业、社区公益可累积积分，高积分者能优先获取社区安居资源、享受专属优惠，激发员工公益热情

## 员工培训与发展

珀莱雅的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。

珀莱雅重视校园人才培养，制订《管培生培养方案》，每年度走进高校，展开校园招聘活动，为公司注入新鲜血液。同时，公司邀请行业专家加入公司，涵盖原料开发及研发、产品设计等方面，为公司竞争力提升提供人才储备。

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。

### 员工培训

珀莱雅员工培训体系 >

#### 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



#### 内购福利

举办双旦内购会活动，供员工以专属优惠价选购公司产品，通过内部福利形式提升员工归属感，同时促进产品体验与内部交流



#### 珀爱互助奖金

互助金累计处理帮扶申请 4 起，发放慰问金 16.8 万元，以实实在在的行动为身处难关的员工送去温暖与力量，让企业关怀直抵人心

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。同时，公司建设员工休闲吧，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，努力提高员工工作生活幸福感，实现工作生活平衡。

## 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。公司成立职工代表大会、通过职工代表，公司定期了解员工的意见和建议。同时，部门主管会定期与员工进行不定期会谈，各类业务流程员工可以通过飞书找到相应责任人及责任人上级进行问题反馈。

珀莱雅员工沟通渠道 >

成立员工代表大会	依托钉钉、飞书、OA 平台开放线上沟通渠道	建立管理层与职工面对面沟通机制	开展员工满意度调研、触点调查	畅通员工申诉渠道
----------	-----------------------	-----------------	----------------	----------

## 员工权益与福利指标与目标

指标	单位	管理目标	2025 年进展	达成情况
劳工权益违规事件	件	到 2025 年劳工权益违规事件 0	0	已达成

珀莱雅员工培训体系  
续表 >

### 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

公司围绕管理梯队的搭建与培养, 组织开展了一系列培训训练营活动, 训战结合, 围绕实际管理场景, 结合公司级项目议题, 搭建员工成长发展平台。

珀莱雅训练营活动 >

主题	内容
新员工培训	<b>《新生力 Pro 探索训练营》</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 针对新入职人员, 介绍公司的发展和企业文化, 帮助新入职的员工快速融入</li> </ul>
中基层赋能	<b>《TOP 经理人转身训练营》</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 新任管理者设计的领导力发展项目, 旨在帮助他们实现从专业人才到管理者的转身</li> </ul>
总监层 + 高级经理培训	<b>《领导力峰会》</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 结合公司战略方向, 围绕“品牌力、国际化、数字化、领导力”主题进行赋能分享, 共同成长, 引领总监梯队深度理解公司战略方向, 拓宽管理视野</li> </ul>
业务型培训	<b>《抖音第一阶段复盘》《情绪压力管理》</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 在各部门及品牌内开展的针对提升各个类型业务痛点问题开展的培训</li> </ul>
数字化转型培训	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PMP 项目管理实战营</li> <li>• AI 夜校 (AI 高效汇报、AI 时代的视频内容「炼金术」、AI 时代的 GEO 教学)</li> <li>• 数字化企业实践分享</li> </ul>

珀莱雅线上培训平台优势 >

公司针对全体员工制定《员工知识技能提升激励办法》, 鼓励员工在不影响正常工作的情况下, 主动提升知识技能, 对获得学历提升的资格证书的员工提供激励奖金。报告期内, 公司统筹开展多项职业资格培训, 包括初级插花花艺师 12 人、人工智能训练师初级 37 人及初级咖啡师 16 人, 帮助员工掌握新技能。同时, 公司积极协助员工完成专科及本科层次的学历提升报名, 累计覆盖 5 人, 为公司长期发展储备高素质人才。

为满足员工对于灵活、个性化学习的需求, 公司搭建线上培训平台——“珀学 E 课”, 为员工提供即时、高效的培训和学习内容, 促进员工的知识更新和技能提升。

优势	内容
学习灵活性和便利性	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 允许员工根据自己的时间安排及节奏进行学习, 不受地理位置的限制</li> </ul>
培训成本和效率	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 可扩大培训的覆盖范围, 集中整合各类培训资源, 包括视频、文档、在线测试等, 方便不同群体的员工一站式学习</li> <li>• 可以重复利用或组合成学习项目, 员工可以根据自己的学习节奏多次复习或按需参与</li> </ul>
培训内容及形式等可延展性	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 可以引进并扩充更多优质学习资源, 可作为知识共享的中心, 促进员工分享优秀经验及实践案例, 提升组织学习氛围</li> <li>• 可以跟进员工的学习进度</li> <li>• 可以根据员工的职位、经验和职业目标提供个性化的学习路径, 落实并完善人才发展工作等</li> </ul>

## 员工绩效管理

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。

珀莱雅透过公平完善的绩效管理制度, 员工个人工作目标及工作绩效与公司整体策略目标想结合, 定期评估员工工作表现。

珀莱雅员工绩效评估体系 >

评估维度	评估频率	执行方法
组织绩效	每年一次	每年年初确认，一般为员工所服务业务单元的财务类结果性指标，包括销售收入、净利润等指标
关键动作	每年一次	一般为核心的业务运营类指标，经上下级确认后员工依据此作为个人绩效指标，包括客单、复购、运营效率等指标
团队管理及人才发展	每年一次	围绕团队管理、人才梯队建设等维度作指标提炼

## 员工晋升



珀莱雅秉持公司战略发展要求及绩优导向开展晋升选拔工作，坚持“公平、公正、公开”的原则，坚持多维度衡量、360 评议，确保激励资源的有效使用。

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，依据员工的经验、能力、技能的不同，产生垂直化的分工，为员工提供畅通的发展通道。公司建立完善人才盘点、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，提高骨干干部的领导力及凝聚力。

- 
**人才盘点**
  - 每年 7 月、12 月开展人才盘点，梳理员工轮岗需求
- 
**员工沟通**
  - 了解员工对新岗位的认知和绩效要求，与员工达成共识
- 
**计划拟定**
  - 根据员工及相关责任部门需求，拟定轮岗计划
  - 向总经办提交轮岗计划审批

## 员工激励

珀莱雅优秀个人和团队评选机制 >

- 
**交接辅导**
  - 轮岗计划获批准后，制定原岗位交接清单
  - 新岗位直接上级作为辅导员
- 
**考核评估**
  - 轮岗后设置三个月保护期，绩效等级薪资保持不变
  - 保护期后，进行绩效考核，岗位职级和薪酬根据实际情况制定

为实现对关键人才的激励与保留，激发核心人才工作积极性，公司制定了长期激励计划，为高级管理层和骨干员工提供股票期权。长期激励平均时长为 3 年，并与组织及个人绩效目标达成情况相挂钩。此外，公司建立个人和团队评选的机制，对优秀员工与团队给予表彰，致力打造可衡量、多元化、激励性的荣誉体系。

评选频率	年度
评选奖项	设置了 3 个特别奖奖项、6 个团队奖奖项、12 个人奖项
评选机制	基于价值贡献、业务发展场景、及能力开展评选
评选流程	明确方案 -> 分配名额 -> 单位提名 -> 项目组审核 -> 总经办审批 -> 召开颁奖典礼

## 员工培训与发展 指标与目标

指标	单位	管理目标	2025 年 进展	达成情况
员工培训覆盖率	%	到 2025 年 员工培训覆盖率 100%，员 工人均培训时长 24 小时	100	已达成
人均培训时长 <sup>1</sup>	小时		22.12	未达成
员工可持续发展 相关培训场次	场	到 2025 年 每年至少向员工开展可持 续发展相关培训 1 场	3	已达成

\* 注 1: 2024 年起，珀莱雅线上培训体系全面推广，平台及课程资源仍处于持续建设期，导致 2025 年人均时长暂未达 24 小时目标。

# 职业健康与安全

## 安全生产

珀莱雅秉持“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,全力保障员工安全。

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》《厂区交通安全管理制度》等制度文件,建立完善的安全生产管理架构,并定期开展员工安全培训及消防演练。

珀莱雅安全生产管理架构 >

职位 / 部门	职责
工厂总经理	<ul style="list-style-type: none"> <li>作为总负责人,领导和管理安全生产工作</li> </ul>
生产总监	<ul style="list-style-type: none"> <li>协助总经理制定安全生产管理方针和发展战略,为公司安全生产提供支持</li> </ul>
安环部 / 安全委员会	<ul style="list-style-type: none"> <li>负责识别生产全流程中的安全隐患和风险,并针对性制定应对措施</li> <li>监督检查安全生产培训等日常操作工作,不定期对安全生产工作开展检查,召开安全管理会议、安全培训及消防演练</li> <li>定期向总经理和生产总监汇报工作进展和管理成果</li> </ul>
车间兼职安全管理员	<ul style="list-style-type: none"> <li>配合安环部 / 安全委员会,推动安全生产措施落地和确保严格按照标准执行</li> <li>配合安环部 / 安全委员会开展安全培训及消防演练等工作</li> </ul>

2025年4月,公司完成《安全隐患全员排查制度》及各车间专项检查表构建,创新采用手机扫码提报模式,实现隐患自查覆盖率100%,推动安全管理从被动应对向主动防控转型。同时,公司制定《事故报告和调查处理管理制度》,建立有效的事故处理机制,对已经发生和正在发生的事故,快速展开调查,做好事故报告和处理工作,并采取有效预防措施,防止事故扩大和减少事故损失。

珀莱雅安全生产管理措施 >

### 完善管理体系

- 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
- 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

- 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
- 每年开展“全国安全生产月”活动,增强职工安全意识

珀莱雅 2025 年度安全工作进展 >

举措	内容
升级机械设备安全防护	<ul style="list-style-type: none"> <li>对所有生产机械设备进行全面排查,重点检查防护装置升级机械设备的完整性与有效性,如搅拌机、灌装机等设备运动部位安全防护栏及防护装置、紧急制动按钮等。对损坏或老化的防护部件及时更换,确保员工操作时人身安全无虞</li> </ul>
完善安全管理体系	<ul style="list-style-type: none"> <li>修订完善安全生产管理制度,明确各岗位安全职责,细化操作规程,将安全责任落实到每一个生产环节与员工,将安全责任分解到每个班组、岗位,确保责任落地</li> </ul>
开展应急演练	<ul style="list-style-type: none"> <li>火灾应急演练:定期组织全厂火灾逃生与初期灭火演练,模拟车间、仓库等场景,检验消防设施联动效率与人员疏散响应速度</li> <li>易制毒易制爆防盗抢及危化品泄漏应急演练:定期开展危化品泄漏、防盗抢实战演练,联动安保、质量、应急队伍,提升危化品全链条风险处置能力</li> </ul>

珀莱雅 2025 年度安全工作进展  
续表 >

举措	内容
开展安全排查	<ul style="list-style-type: none"> <li>宿舍安全大检查: 每月对员工宿舍进行用电、消防、违规物品排查, 重点整治私拉乱接、违规使用大功率电器等问题, 同步开展宿舍安全知识宣讲及海报张贴, 强化员工日常安全意识</li> <li>节前节后全厂安全隐患排查: 在春节、国庆等假期前后, 组织“拉网式”排查, 覆盖设备、消防、危化品存储、临时用电等全场景, 建立隐患台账并闭环整改</li> <li>季节性专项排查: 夏季重点排查防汛、防暑降温设施, 冬季排查防冻、防滑、用电负荷, 动态消除季节相关安全风险</li> </ul>
专业排查	<ul style="list-style-type: none"> <li>联合政府协会“公益专家团”开展厂区专项深度隐患排查, 针对机械防护、危化品管控、消防系统等薄弱环节出具专业报告, 推动隐患从“发现”到“根治”的闭环管理</li> </ul>
人员安全能力建设	<ul style="list-style-type: none"> <li>特种作业人员资质复审与技能提升: 确保电工、叉车司机等特种作业人员 100% 持证上岗</li> <li>新员工三级安全教育与常态化培训: 新员工入职必须完成厂级、车间级、班组级三级安全培训, 每月开展全员安全警示教育, 结合典型事故案例提升全员安全意识</li> </ul>
消防设施运维升级	<ul style="list-style-type: none"> <li>联合专业消防机构对全厂消防栓、灭火器、烟感报警器等设施进行年度检测与维护, 实现消防设施状态实时监控、故障自动预警</li> </ul>

珀莱雅 2025 年度职业病  
风险防护措施 >

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。

措施	成效
VOC 收集装置优化与扩展	<ul style="list-style-type: none"> <li>在现有 VOC 收集装置基础上, 进行技术升级, 使用碘值 800 以上的活性炭提高收集效率, 确保生产车间内挥发性有机化合物 (VOC) 的排放浓度严格控制在国家标准以下</li> <li>对生产流程中易产生粉尘的环节, 如粉末原料称量、灌装等区域, 增设高效粉尘收集系统, 采用先进的过滤技术, 不仅减少粉尘对员工呼吸道的刺激, 还能降低粉尘在车间内积聚引发爆炸的风险</li> </ul>
车间通风与温湿度调控系统升级	<ul style="list-style-type: none"> <li>全面检修和升级车间通风系统, 根据不同生产区域的特点, 合理调整通风量与换气频率, 保证车间内空气持续清新, 有效稀释化学物质气味, 为员工营造舒适的呼吸环境</li> <li>安装智能温湿度调控设备, 针对化妆品生产对环境温湿度要求较高的特性, 精准控制车间温湿度, 避免员工因高温、高湿或低温环境导致中暑、冻伤或身体不适, 同时确保产品质量稳定</li> </ul>

公司通过定期员工体检、健康安全月活动实时关注员工身心健康, 并积极开展健康培训活动, 保障员工健康。

珀莱雅 2025 年度职业健康  
管理措施 >

## 职业健康

珀莱雅高度重视员工职业健康保障, 贯彻落实《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》, 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。

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
湖州工厂	职业健康安全管理体系 ISO45001:2018	2024.12-2028.2

公司的职业病风险主要包括粉尘、VOC 气体等。珀莱雅每年年初根据职业病风险制定应对计划和具体措施, 并不定期针对措施落实情况进行检查, 从

措施	成效
定期全面体检	<ul style="list-style-type: none"> <li>为全体员工制定详细的年度体检方案, 体检项目涵盖基础身体指标检查, 确保能早期发现潜在疾病</li> <li>针对化妆品生产岗位特性, 特别增设与化学物质接触相关的专项检查以及对可能接触重金属原料员工的微量元素检测, 以便及时察觉因工作环境导致的健康隐患</li> </ul>
职业健康培训与咨询服务	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期组织职业健康培训课程, 通过内部培训或邀请专业医生、行业专家授课, 内容包括化妆品原料安全知识、正确的防护用品使用方法、常见职业病预防与早期症状识别等</li> <li>通过理论讲解、案例分析与现场演示相结合的方式, 让员工深入了解工作中的健康风险及应对措施</li> </ul>
优化办公环境	<ul style="list-style-type: none"> <li>重视员工办公环境管理, 包含但不限于绿植放置净味、定期巡查开窗通风、虫害防治管理等, 积极为员工打造舒适的办公环境</li> </ul>

## | 社会公益

公司高度重视员工的身心健康，致力于营造积极愉悦的工作环境，并主动为员工提供心理援助服务。同时，公司积极倡导员工利用「回声计划」公益心理咨询热线，及时疏导心理压力，保持良好心理状态。

珀莱雅 2025 年心理健康  
关怀措施 >

措施	成效
合理评估各岗位工作负荷	<ul style="list-style-type: none"> <li>在旺季或紧急生产任务期间，通过优化人员调配、加班补贴、弹性工作制度等措施，避免员工长时间高强度工作导致压力过大</li> </ul>
加强员工职业发展规划指导	<ul style="list-style-type: none"> <li>为员工提供清晰的晋升路径与培训机会，让员工看到自身成长空间，激发工作热情，减少因职业迷茫产生的焦虑情绪</li> </ul>

### 职业健康与安全 指标与目标

指标	单位	管理目标	2025 年进展	达成情况
安全事故	件	到 2025 年 安全事故 0 事件	0	已达成
因工伤损失的工作日数 <sup>1</sup>	天		115	已达成
因工伤关系而死亡的员工人数	人	到 2025 年 职业病 0 事件	0	已达成
职业病事件	件		0	已达成

注 1: 2025 年, 公司共计发生 7 起工伤事件, 涉及员工 7 人, 其中, 4 人上下班途中受伤, 2 人出差外出时受伤, 1 人因走楼梯崴脚受伤, 公司依据相关管理规定, 均已妥善处理。

珀莱雅 2025 年社会倡导  
活动 >

珀莱雅秉持“美丽永存、共享美好”的企业使命，积极倡导多元、平等、包容的美的社会价值观，围绕社会关注议题开展品牌社会倡导类公益行动，通过公益短片、主题企划、专项行动等多元形式传递正向价值。



#### 萤火虫计划

持续与北京新阳光慈善基金会合作，搭建珀莱雅“萤火虫计划”反校园霸凌公益专线，为校园霸凌受害者及其家庭提供公益心理疏导与公益法律咨询



#### 回声计划

持续开展与北京新阳光慈善基金会的长期心理倾诉公益专线，尝试为每一份情绪带去善意、温暖的回声



#### 法律咨询

持续携手北京市千千律师事务所，通过“珀莱雅公益服务”小程序和公益专线持续为更多女性提供劳动者法律咨询公益服务

公司社会责任管理部门以企业公益基金会为核心践行载体，系统化推进社会责任实践工作，聚焦教育赋能、区域共富、女性发展、应急救援、社区共建

等核心领域持续深耕，推动品牌社会倡导与实体公益行动深度融合、协同发力，切实履行企业社会责任，为社会可持续发展贡献珀莱雅力量。2025年，基金会制定《项目财务管理制度》《费用支出及报销管理制度》，进一步完善内部治理体系、提升财务管理规范化水平。

报告期内，珀莱雅社区公益投入 507.38 万元。依托浙江珀莱雅公益基金会平台，公司开展一系列员工志愿者活动。



^ 浙江珀莱雅公益基金会

公益慈善项目总览 >

### 推动教育发展



五月，珀莱雅第三所国门学校落地云南省富宁县第四小学。爱在边疆·点亮国门项目累计直接受益达 14,000 余人次



七月，珀莱雅希望小学迎来 18 岁生日。珀莱雅股份董事长侯军呈、珀莱雅公益基金会理事长方爱琴携珀莱雅公司管理层共赴这场跨越十八年的爱与希望之约



v



v

八月，开展“来雅少年公益研学活动”，来自河南新密和重庆彭水山区的 36 位师生，走进珀莱雅，开启筑梦之旅

八月，为珀莱雅希望小学图书室发起员工爱心捐赠，捐出绘本、书籍、文具、玩具及礼物



^

八月，举办“美好 18·共绘未来”希望小学 18 周年亲子公益夏令营。19 组城市家庭跨越 1,700 公里，与 30 名乡村学子共度五日四夜，在两地儿童心间播撒友谊、根植公益信念

### 探索社会创新



三月，携手澎湃新闻在杭州举办“新生·共筑”珀爱妈妈——新手妈妈心理健康公益行动发布会



五月，珀莱雅“美力绽放”女性关爱公益行动通过精准帮扶困境儿童、赋能女性就业创业、关爱老年女性群体，全年服务 4226 人次，开展活动 60 余场



v



v

五月，发起“爱在路上”母亲节公益行动，为全国38个城市的外卖骑手、道路养护员、环卫工人、网约车司机等女性户外劳动者捐赠超5,500份健康防护爱心礼物



九月，在西湖区中华慈善日暨慈善月主题活动上向西湖区慈善联合总会捐赠100万元，设立“珀爱妈妈——新手妈妈心理健康公益行动”专项基金，为女性公益事业贡献“珀莱雅力量”

### 助力区域共富



四月，珀莱雅公益基金会团队一行前往景宁妇幼保健计划生育服务中心、景宁妇联等机构进行走访，就“珀爱妈妈”公益项目在景宁的具体落地实施展开深入探讨

五月，聚焦“新手妈妈心理健康”，在三墩镇社区卫生服务中心开启“珀爱妈妈”公益行动，为40余位处于孕期及产后一年的新手妈妈和其家庭成员提供公益服务，提升区域内新手妈妈的身心健康



十二月，“迎难而上，让美好触手可及”2025珀莱雅公益年会在宁波余姚举办



十一月，珀莱雅公益基金会向西湖区慈善联合总会捐赠善款10万元，助力四川省甘孜州九龙县在脱贫成果巩固上迈出坚实步伐



2025年，珀莱雅公益基金会向温州市慈善总会捐赠善款10万元，为温州乐清市、泰顺县、永嘉县等山区海岛县困境“两癌”妇女提供资助帮扶。

### 应急救灾



一月，西藏日喀则市定日县发生6.8级地震，基金会紧急启动救灾响应，第一时间采购女性护理包装车发往西藏震区



十一月，香港大埔宏福苑突发五级火灾，珀莱雅股份通过浙江珀莱雅公益基金会捐赠500万港元，用于受灾居民的紧急救援、临时安置及生活物资补给等工作

### 员工公益



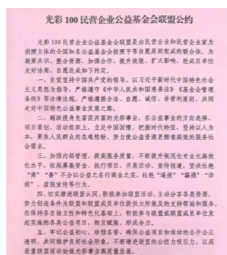
珀莱雅“心暖银龄”公益活动通过与浙江康复医院康养中心合作，每月定期组织员工开展助老活动，全年8次活动累计服务160余人次老人，培养员工人文关怀意识，打造了企业-机构公益协作的温暖典范

珀莱雅员工积极参与希望小学系列公益活动，从亲子夏令营到书信交流，从图书捐赠到校园改造，通过多元化形式传递企业温暖，深化了珀莱雅与希望小学的情感联结



七月，珀莱雅股份以员工公益、员工社团为主体，与金鱼井社区、蚂蚁集团共同签署“文明实践、慈善共建”协议。珀莱雅采薇国风社在留下街道金鱼井社区便民服务站举办“簪花美韵，妆点时光”摄影活动

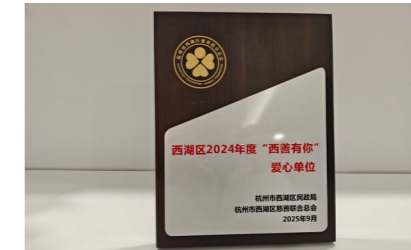
公益慈善荣誉奖项 >



2025年5月，珀莱雅公益基金会作为光荣100民营企业公益基金会联盟成员代表受邀参加座谈会



2025年9月，珀莱雅化妆品股份有限公司入选《中国慈善家》杂志社主办的“奔流·女性公益30+”她责任“企业品牌榜单，成为唯一上榜的国货美妆企业



2025年9月，浙江珀莱雅公益基金会荣获西湖区2024年度“西善有你”爱心单位



2025年12月，浙江珀莱雅公益基金会荣获凤凰网公益“2025年度十大公益企业/机构”称号



2025年12月，浙江珀莱雅公益基金会“珀爱妈妈——新手妈妈心理健康公益行动”荣获澎湃新闻2025年度责任践行公益项目

### 社会公益 指标与目标

指标	单位	管理目标	2025年进展	达成情况
社会公益项目投入金额	万元	到2025年累计投入1,200万元用于社会公益共建平等多元的社会	2022-2025累计投入1,775.83万元(含物资折价)	已达成
公益活动影响人次	人次	到2025年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	2022-2025年直接受益人次累计达99.67万人次,间接受益人次累计达6.2亿人次	已达成

# 05

## 传承信义之美， 厚植治理根基



珀莱雅深明良好的公司治理是实现基业长青之根本。公司坚持依法经营，建立科学完善的合规管理体系，恪守高水平的经营准则。

公司围绕商业道德、风险与合规、知识产权等多个议题，践行规范严明的治理常规及程序，在追求业绩成长的同时，以诚信、透明、道德的行为努力为社会创造可持续价值。

### 本章节 回应重要性议题

- 公司治理 ●
- 风险与合规 ●
- 商业道德 ●
- 知识产权管理 ●

注：“●●”代表具有双重重要性“●”代表仅具有财务重要性，“●”代表仅具有影响重要性，“●”代表既不具有财务重要性，也不具有影响重要性

### 本章节 回应的 SDGs



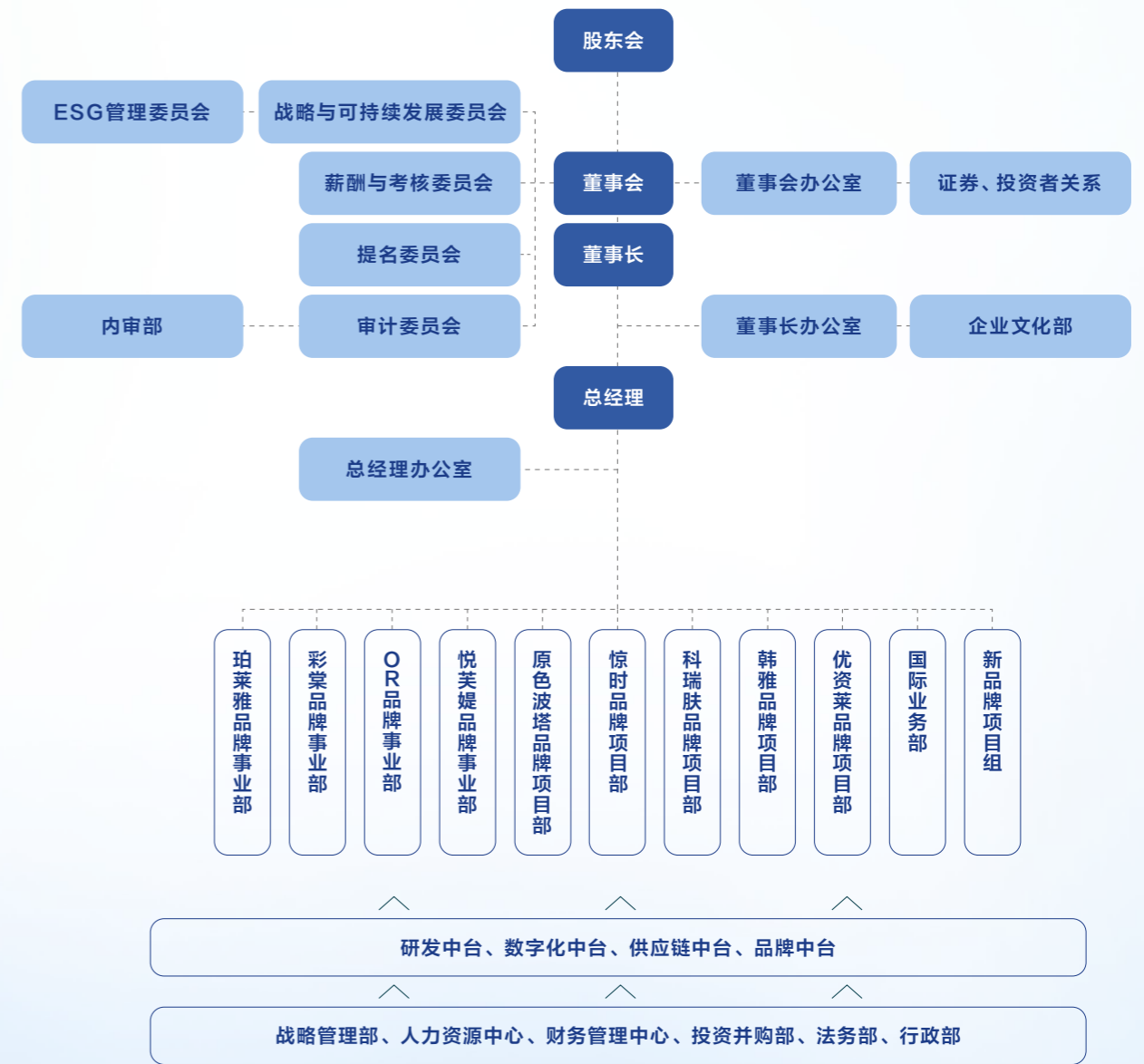
# 公司治理

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，根据最新监管政策及规范性文件规定，结合公司实际情况，更新有关规章制度，不断完善法人治理结构，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、召开股东会，平等对待所有股东，并尽可能为股东参加股东会提供便利，使其充分行使股东权利。

各股东、董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。报告期内，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。

珀莱雅公司治理架构



珀莱雅 2025 年公司董事  
会组成及会议召开情况 >

## 董事会组成

董事会董事 <b>7</b> 名	执行董事 <b>3</b> 名
独立非执行董事 <b>3</b> 名	职工代表董事 <b>1</b> 名

## 会议召开情况

股东会 <b>3</b> 次	董事会会议 <b>9</b> 次
董事会各专门委员会会议 <b>13</b> 次	共审议、审阅、审查或 听取议案、报告约 <b>181</b> 项

珀莱雅 2025 年公司董事及高管薪酬构成 (单位: 人民币元) ∨

姓名	职务	固定薪酬			可变薪酬		全年报酬总额	股权支付
		基本工资	岗位工资	津贴及其他报酬	可持续绩效	年度奖金		
侯军呈	董事长	240,000.00	240,000.00	660,000.00	261,000.00	1,208,410.00	2,609,410.00	-
侯亚孟	董事 总经理	150,000.00	150,000.00	990,000.00	262,300.00	1,070,053.72	2,622,353.72	-
金衍华	董事 副总经理	120,000.00	120,000.00	1,030,000.00	245,600.00	1,069,345.00	2,584,945.00	816,058.98
王顺国 <sup>1</sup>	监事 职工代表 董事	42,000.00	18,000.00	50,000.00	21,000.00	101,394.74	232,394.74	-
金昶 <sup>2</sup>	财务 负责人	25,000.00	25,000.00	320,000.00	71,900.00	355,934.90	797,834.90	-
薛霞 <sup>3</sup>	董事会 秘书	32,000.00	25,600.00	351,015.94	40,100.00	-	448,715.94	-
王莉 <sup>4</sup>	副总经理 董秘 兼财总	50,000.00	50,000.00	644,218.35	73,600.00	-	817,818.35	-5,164,938.39

针对董事及高管，公司建立完善的薪酬激励制度，保证董事及高管与股东利益的一致性。公司董事及高管薪酬由固定工资及可变薪酬两部分组成，可变薪酬的数额由董事及高管的年度绩效表现决定。其中，公司将可持续绩效作为可变薪酬的一部分，将公司可持续发展表现与董事及高管薪酬相挂钩，从而推动公司可持续发展目标的实现。

注：  
 [1] 王顺国监事报告期内任期为 2025 年 1 月 1 日 -2025 年 9 月 11 日，职工代表董事报告期内任期为 2025 年 9 月 12 日 -2025 年 12 月 31 日。  
 [2] 金昶财务负责人报告期内任期为 2025 年 10 月 11 日 -2025 年 12 月 31 日。  
 [3] 薛霞董事会秘书报告期内任期为 2025 年 8 月 26 日 -2025 年 12 月 31 日。  
 [4] 王莉副总经理、董秘兼财总任期为 2025 年 1 月 1 日 -2025 年 5 月 19 日。

## 信息披露与投资者沟通

2025 年，公司根据《中华人民共和国公司法》《上市公司章程指引》等新规的相关要求，结合公司实际情况，对《公司股东会议事规则》《公司董事会议事规则》《公司独立董事工作制度》等相关制度进行修订，取消监事会，由公司董事会审计委员会行使《中华人民共和国公司法》规定的监事会的职权，持续完善公司治理结构与体系。

珀莱雅坚持高质量信披工作，构建合规高效的信息披露体系，加强信息披露事务管理，保障信息披露内容的真实、准确、完整、及时、公平，并加强自愿性披露，提高信息披露质量。报告期内，公司合规高效地完成了定期报告及临时公告的信息披露工作，有效保障了信息披露的有效性与一致性，未发生因信息披露不当受到监管处罚等情形。

珀莱雅 2025 年信息披露  
质量提升举措 >

举措	具体内容
优化自愿性披露内容	公司主动披露对投资者作出价值判断和投资决策有关的信息，在年报及半年报中主动披露所处行业及公司经营信息
提升信息披露内容可读性	公司通过“一图速览”长图、“视频解读”、PPT 图文等可视化的形式呈现公司的业务数据及经营亮点。
规范信息披露相关审批流程	公司在 OA 系统中设立信息披露审批、新设 / 投资 / 变更公司申请、委托理财申请、担保申请等流程，监督公司对外投资、对外担保、关联交易等事项。

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，公司制定《珀莱雅化妆品有限公司投资者关系管理制度》，积极开展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。

珀莱雅投资沟通渠道 >



2025年，公司积极开展投资者沟通互动工作，开展多样化的业绩说明会投资者交流活动。同时，公司在微信公众号、微信小程序、东方财富、同花顺、雪球运营珀莱雅投资者关系官方账号，持续拓宽与投资者沟通渠道。

珀莱雅 2025 年投资者沟通绩效 >

公司共发布定期报告	4 份	公司共发布临时公告	81 份
公司共召开业绩说明会	6 次	累计接待机构投资者超过	1,400+ 人

珀莱雅 2025 年信息披露及投资者沟通社会认可 >

奖项	颁发机构
2024-2025 年度信息披露工作评价结果为 A	上海证券交易所
上市公司董事会办公室最佳实践	中国上市公司协会
2024 年上市公司投资者管理最佳实践	
2025 年上市公司内部控制最佳实践案例	
2024 年度浙江辖区回报投资者优秀实践案例	浙江上市公司协会
中国上市公司投资者关系天马奖	证券时报
主板上市公司价值百强	
2024 年度金牛最具投资价值奖	中国证券报
“上证鹰·金质量”持续成长奖	上海证券报
最具人气上市公司 TOP300	同花顺
2025 年度最佳机构覆盖奖	进门财经

在努力实现规模快速成长、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。

年度	每 10 股派息数 (元) (含税)
2023 年	9.1
2024 年	11.9
2025 年	12

公司重视信用建设，遵守信贷商业规则，保障法律、行政法规及《公司章程》所赋予的债权人合法权益。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	2023 年	2024 年	2025 年
每股社会贡献值 (元) (含税)	7.38	9.06	8.73

更多公司治理信息请参阅《珀莱雅 2025 年年度报告》中“公司治理、环境和社会”章节。

# | 风险与合规

## 治理

珀莱雅董事会为全面风险管理的最高决策机构。公司在董事会下设立审计委员会，建立内部审计制度，审计委员会下设内审部，对公司内部控制制度的建立和实施、财务信息的真实性和完整性等情况进行检查监督。内审部向审计委员会负责，并向审计委员会报告工作。

珀莱雅严格遵守《中华人民共和国公司法》《化妆品生产经营监督管理办法》《化妆品功效宣称评价规范》等法律法规，制定《内部审计管理制度》《内部控制应用指南》等内部规章制度，公司在2025年发布《珀莱雅大促合规专项提示》《关于产品链接标题、参数位置宣称的合规提示》等管理文件，以此持续细化合规管理体系，推动经营行为向更规范、更精细的方向迈进，为业务健康可持续发展奠定坚实的制度基础。

## 战略、风险及机遇管理

公司深刻认识到，健全的风险管理与内部控制体系是及时识别和应对潜在风险、实现高质量可持续发展的关键。基于风险治理架构，公司建立了系统化的风险识别、评估与监控流程。同时，公司设立内审部，以加强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。

珀莱雅风险管理流程 >



珀莱雅新兴风险管控策略 >

公司注重海外市场开拓过程中的风险防范，主动识别市场竞争、文化差异、海外合规等新兴风险，制定风险管控策略，为公司海外业务发展提供保障。

新兴风险	描述	业务潜在影响	策略	管控措施
市场竞争风险	化妆品行业之间的竞争愈发激烈，价格战与流量争夺成为常态	虽营收增长，但利润却并未同步提升	多元化市场布局	<ul style="list-style-type: none"> <li>产品销售层面，我们积极助力海外业务部开拓包括东南亚、东亚、欧洲、北美以及我国港台地区等全球各地的线上线下全渠道市场，助力珀莱雅、彩棠、悦芙媞、科瑞肤、Off&amp;Relax等品牌产品探索、布局国际化业务</li> </ul>
文化差异风险	海外市场消费者对中国本土品牌的认可度有限	海外市场占有率较低，发展较为缓慢	海外市场品牌文化推广	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过跨文化深度交流，借助其文化特长深入理解适配本地市场，增强团队跨文化沟通与文化感知力，保障品牌信息精准传播</li> <li>品牌推广层面，我们密切配合品牌推进国际化社媒平台推广、参与出海综艺项目，助力品牌逐步建立国际知名度</li> </ul>
海外合规风险	欧盟等地区对化妆品成分的禁限用规定不断更新，给出口企业带来了新的挑战	容易面临复杂的海外市场合规问题，影响品牌在海外市场的声誉	着力海外合规体系建设	<ul style="list-style-type: none"> <li>法务部紧密契合海外业务，并设立海外合规小组推动业务发展，合规小组负责人为杭州市合规专家库成员，参与编制《杭州市企业境外经营合规管理指引》并开展内部落实</li> <li>与欧洲专业律师团队建立合作，确保公司海外市场合规运营</li> </ul>

内审部定期开展专项审计、离任审计、合规调查等项目，强化公司营商活动的合法性、合规性及真实性，在供应商引入、生产运营管理、合同与项目执行、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。2025年，内审部完成25个内部审计和调查项目，审计范围覆盖全体事业部和子公司，有效防范了公司经营和业务开展过程中的各类风险。

## 合规运营

2025年，公司全面完善上市公司治理结构，增补独立董事与职工代表董事，开展董监高培训，规范董监高行为准则，强化审计委员会内部监督机制，完善重大决策事前风控体系，建立起了符合A+H两地上市标准的公司法人治理结构。

公司坚持以业务合规落地为导向，坚守法律底线、上市公司监管规则和公司规章制度红线。公司设立法务部，围绕民商事综合、电商业务合规、知识产权、投融资四大法务工作模块，深入专业化、精细化、智能化运作模式，当前已完成从“预防式法务”向“战略式法务”转型。同时，公司通过搭建线上系统开展合规管控工作，并设定完善的合规审核流程，为公司提升运营效率、增强跨部门协同能力提供了有力保障。

珀莱雅合规审核流程 >

### 合同审核管理流程

- 重点关注担保、关联交易和其他违反强制性法律规定的情形，确保业务合规
- 遵循《珀莱雅信息披露标准》《珀莱雅关联方清单》以及相关规章制度、法律法规进行合规审查
- 根据需要联动董事会证券、财务、价格评审等部门会审，控制交易风险
- 利用OA系统进行合同审批管理

### 广告物料审核流程

- 重点关注遵守广告法、反不正当竞争法、个人信息保护法、消费者权益保护法、公序良俗及正向价值导向
- 审核流程适用于公司各品牌需对外发布的涉及产品相关的物料的合规审核，如品牌宣传、商详页、活动首页海报、视频脚本、DM单、宣传手册、客服话术、直播话术、营销短信等

此外，公司通过刊发法治内刊、搭建知识库、主题宣传活动、法律专题培训，以及同行法务交流与培训等举措，深化相关部门及人员合规意识，营造合规文化氛围，推动各品牌法务管理统一化、标准化。

珀莱雅合规管理举措 >

举措	成果
刊发法治内刊《珀·尚法荟》	• 发布《珀·尚法荟》双月刊共3期，向全员介绍最新法律法规动态、民商事违法案例以及知识产权侵权典型案例，提高全员法律知识水平和知识产权保护意识

珀莱雅合规管理举措续表 >

举措	成果
主题宣传活动	• 举办年度“密不可泄·共筑美丽防线”保密合规宣传周活动。通过发布《保密倡导专刊》《珀莱雅员工保密宣言》、设计保密IP“珀密侠”、制作主题曲及拍摄案例视频等方式，结合内部宣传栏、企业微信号等渠道开展专项宣导，有效提升全员保密意识
法律专题培训	• 开展电商培训7场、劳动合规1场
行业交流学习	• 法务部人员自行主动参与行业交流及学习活动32场

## 税务管理

珀莱雅税务管理体系 >

公司建立并持续健全税务管理体系，确保税务管理与公司的发展阶段、业务规模、商业模式、外部环境相匹配，与公司发展战略相协同。公司坚持依法纳税，合理管控税务成本，防范税务风险，持续优化税务管理。

### 战略层

税务筹划，优化税务成本，创造价值

- 负责在公司战略与财务战略规划指引下，制定公司的税务管理战略规划，明确税务管理目标，制定科学合理的税收筹划方案

### 支撑层

保障税务工作的持续发展

- 负责构建税务组织架构与团队、建立与完善税务制度流程、管理税务文档等

### 税务风险管理层

护航企业行稳致远

- 负责税务风险评估与预警、税务自查、税务检查与稽查应对、税务关系维护等

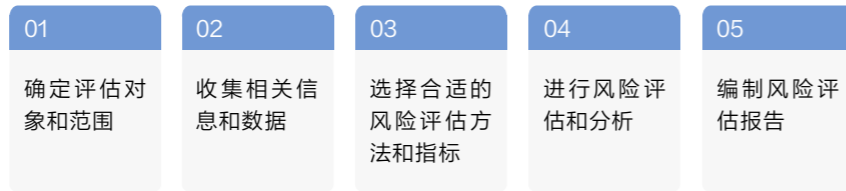
### 日常税务业务层

确保税务工作的正常开展

- 负责税务登记与注销、税务计算与申报、税收缴纳、税收政策收集与动态管理、税务分析与报告等

公司建立起完善的税务风险管理体系，公司在关注纳税申报准确率、税款缴纳及时性、税务登记及时率等税务合规性指标的同时，也通过流程分析法、财务分析法、对比分析法等方式，定期评估公司潜在税务风险并及时预警，有效保障了公司税务管理的合规性。2025年，公司未发生税务重大违规事件。

珀莱雅税务风险评估流程 >



珀莱雅税务风险应对措施 >

措施	具体内容
设立风险预警机制	<ul style="list-style-type: none"> <li>设定风险预警指标和阈值，当指标超过阈值时，及时发出预警信号</li> <li>建立风险预警信息系统，实现风险的实时监测和预警</li> </ul>
制定应急预案	<ul style="list-style-type: none"> <li>针对可能出现的税务风险，制定相应的应急预案，明确应急处理流程和责任分工</li> <li>定期进行应急演练，提高应对税务风险的能力</li> </ul>
加强内部控制	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立健全税务内部控制制度，规范税务管理流程，加强对税务风险的防范和控制</li> <li>加强对财务核算、发票管理、纳税申报等关键环节的监督和控制在</li> </ul>
与税务机关保持良好沟通	<ul style="list-style-type: none"> <li>及时了解税收政策的变化和税务机关的工作要求，积极配合税务机关的工作</li> <li>在遇到税务问题时，主动与税务机关沟通协商，寻求解决方案</li> </ul>
推进税务数字化转型	<ul style="list-style-type: none"> <li>接入数智票税综合服务平台，启动全面的税务管理数字化转型</li> </ul>

## 风险与合规 指标与目标

指标	单位	管理目标	2025 年进展	达成情况
重大风险事件	起	重大风险事件 0 起	0	已达成
因不当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚事件	起	因不当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚事件 0 起	0	已达成

## | 商业道德

### 治理

公司建立完善的反腐败治理架构，防治商业贿赂管理工作由公司董事会战略与可持续发展委员会统一领导，由 ESG 管理委员会负责，并由 ESG 管理委员会公司治理小组具体执行。

董事会作为公司防治商业贿赂管理工作的领导机构，其主要职责包括指导各部门进一步完善内部控制制度、定期听取各部门治理商业贿赂工作情况等。ESG 管理委员会作为防治商业贿赂的监督管理部门，其主要职责包括组织制定及完善公司治理商业贿赂工作的管理办法或细则、定期召开商业贿赂腐败治理工作会议等。

公司在经营活动中恪守商业道德，严格遵守《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办法》《阳光行为准则》等规章，从制度层面筑牢廉洁防线。此外，公司制定并公开经营哲学手册《珀莱雅 32 条》，激励员工以“诚实正直，廉洁守信”的品格成就卓越个人。

### 战略、风险及 机遇管理

公司内审部定期进行商业道德议题相关风险识别，基于识别出的腐败风险，通过开展定期审计、设置举报监察渠道、开展廉洁培训等措施管控与应对相关风险，公司也持续加强供应商廉洁管理，努力打造公平、公正的商业环境。

公司制定覆盖前、中、后台全业务的审计规划，计划每三年完成对公司业务全流程、所有运营点的商业道德与反腐败审计，重点关注合同签订合规审计、财务审计、销售返利与折扣的确认等高商业道德风险领域，以确保公司反腐败与商业道德的管理有效性。公司将基于审计结果，评估风险级别，视实际情况再制定进一步整改及再审计计划，尽可能降低反腐败与商业道德风险。

### 健全举报渠道

公司设立多层次的监察举报机制，设置包括内部的《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。公司在每月进行的所有新员工培训过程中，会详细介绍举报机制和对举报人的保护措施，鼓励所有员工怀着主人翁意识及时反馈公司内的违法违规问题。公司将认真负责地对待每个举报事件，由公司的内审部负责牵头调查处理相关问题。

珀莱雅员工举报处理流程 >



珀莱雅举报者保护措施 >

- 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，否则奖励应在总经理批准后采用非公开形式发放

## 供应商廉洁管理

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。

## 反不正当竞争

公司坚决杜绝虚假宣传、实施市场垄断、侵犯他人商业秘密等不正当竞争行为，严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国广告法》《浙江省反不正当竞争条例》等法律法规，搭建广告物料合规审核流程（详见前述“合规审核流程”）。

公司对涉密会议、论文发表等信息公开行为进行审查，保护公司商业秘密；公司针对他人模仿珀莱雅知名产品的不正当竞争行为发起主动维权，维权措施涵盖自行和解、平台投诉、行政举报及民事诉讼。在民事诉讼上，2025年公司发起主动维权新增立案 65 件，历年维权结案 23 件，新增 4 个产品被法院认定为知名商品特有包装装潢，公司维权累计获赔逾百万。通过系列维权行动，沉重打击了侵权者模仿抄袭等不正当竞争行为，减少侵权店铺对公司品牌产品销售的影响，有力净化了市场，保护了公司的合法市场份额。

## 商业道德 指标与目标

指标	单位	管理目标	2025 年进展	达成情况
员工商业道德培训覆盖率	%	到 2025 年 员工商业道德培 训覆盖率 100%	100	已达成
董事参与反贪污培训覆盖率	%		100	
商业贿赂及贪污事件	%	商业贿赂及贪污事件 0 起	0	已达成

## | 知识产权管理

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》《中华人民共和国专利法实施细则》等法律法规，建立了《知识产权管理制度》《珀莱雅保密工作管理制度》《涉密会议保密管理制度》等知识产权管理制度，在保护自身知识产权的同时确保不侵犯他人知识产权，进一步规范知识产权管理，促进知识产权合规使用。

2025年，公司根据新修订的《专利审查指南》，更新了《发明创造专利申请审批表+研发活动承诺书》，确保专利申请确权阶段合法合规。

公司已形成完善的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持续加强知识产权保护，保障公司合法权益。

知识产权保护重点举措及成效 >

举措	内容	绩效
知识产权确权	<ul style="list-style-type: none"> <li>在研发项目开发过程中做好创新成果保护，积极进行知识产权登记、备案、申请、注册等确权工作</li> <li>与专业律所合作，布局海外知识产权</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025年，公司新申请各类专利81件、新申请商标156件，新获授权各类专利56件，新获得注册商标115件、新获得版权登记及版权存证11件</li> </ul>
知识产权意识培训	<ul style="list-style-type: none"> <li>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，组织4.26知识产权宣传日活动</li> <li>持续宣贯《珀莱雅音视频制作发布合规指引》等内部知识产权合规指引，提升全员知识产权保护意识和合规意识</li> <li>持续刊发《珀·尚法荟》内刊，介绍最新法律法规动态、民商事违法案例、知识产权侵权典型案例，提高全员法律知识水平和知识产权保护意识</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025年，公司组织开展10场知识产权培训，其中包括7场外部专家培训，3场内部法务培训，涵盖“彩棠爆品假货鉴定培训”“涉外专利申请布局”“AI赋能研发创新”“化妆品研发技术成果的知识产权保护”“守护公司秘密安全——保密制度解读宣讲”“AIGC合规使用与风险防范”“委托加工模式下知识产权法律风险分析与合规措施(OEM)”等主题培训</li> </ul>

知识产权保护重点举措及成效  
续表 >

举措	内容	绩效
知识产权维权	<ul style="list-style-type: none"> <li>与专业知识产权服务公司、律所等合作，开展专项维权行动</li> <li>对假冒、仿冒和商标侵权等行为发起诉讼维权，开展全方位、立体式打击，保护品牌合法权益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025年，公司旗下珀莱雅品牌维权新增立案65件，结案23件；彩棠品牌维权新增立案206件，结案106件；悦芙媞品牌维权新增立案40件，结案22件；Off&amp;Relax品牌维权新增立案96件，结案13件；圣歌兰品牌维权新增立案16件，结案3件；惊时品牌维权新增立案14件，结案1件；原色波塔品牌维权新增立案42件，结案0件</li> </ul>

公司在保护自身知识产权的同时，也关注知识产权侵权风险。公司建立完善的知识产权风险防控机制，致力于营造尊重知识产权的良好商业氛围。

珀莱雅知识产权风险  
防控机制 >

- 在研发项目立项时，开展知识产权检索、盘查，对可能侵犯他人知识产权研发项目实行一票否决权
- 公司研发立项、新产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存在侵犯他人知识产权的风险
- 规范各事业部门在商标、软件、字体、图片、音乐等方面的合规使用，排除潜在知识产权侵权风险
- 与浙江省知识产权保护中心、杭州市知识产权保护中心、知识产权专业代理机构达成合作，帮助公司进行海外商标监测，定期发现海外商标抢注行为，根据当地法律法规及时进行应对

珀莱雅知识产权荣誉 >

- 公司被评为“杭州市商业秘密保护基地”
- 公司荣获“杭州市知识产权强企”称号
- “珀莱雅”商标被列入浙江省重点商标保护名录
- “珀莱雅”商标被纳入北京重点商标保护名录
- “珀莱雅”商标在商标异议程序中再次获得驰名商标保护

# ESG 数据绩效表及附注

## 环境数据<sup>1</sup>

披露项	单位	2023 年度	2024 年度	2025 年度
环境合规管理				
因违反环境保护法律法规而受到处罚的事件数	件	0	0	0
报告期内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
能源管理				
综合能源消耗量	吨标煤	2,889.61	3,841.18	3,784.84
直接能源消耗量	吨标煤	979.49	1,109.07	1,214.20
间接能源消耗量	吨标煤	1,910.12	2,732.11	2,570.64
- 天然气	立方米	397,113.82	453,649.20	480,470.00
- 汽油	升	86,678.73	67,531.47	65,628.89
- 柴油	升	69,948.07	94,484.26	101,216.44
- 外购电力: 非可再生能源	兆瓦时	9,409.49	15,110.44	12,001.55
- 外购电力: 可再生能源	兆瓦时	6,121.42	7,104.00	8,900.00
- 太阳能光伏发电量	兆瓦时	2,197.53	2,562.09	3,075.92
单位营收综合能源消耗量	吨标煤 / 百万元	0.32	0.36	0.36
清洁能源消耗量	吨标煤	1,551.29	1,792.17	2,111.92
清洁能源占比	%	53.69	46.66	55.80
资源管理				
总耗水量 <sup>2</sup>	立方米	272,865.52	343,585.15	253,502.94
单位营收耗水量	立方米 / 万元	0.31	0.32	0.24
循环用水总量	立方米	19,000.00	19,000.00	19,000.00
水循环与再利用的总量占总耗水量的比例	%	6.96	5.53	7.49
包装材料使用总量 <sup>3</sup>	吨	41,005.70	47,855.74	48,819.53
- 可持续包装材料使用量 <sup>4</sup>	吨	10,442.88	16,213.94	18,727.69

披露项	单位	2023 年度	2024 年度	2025 年度
资源管理				
- 木质 / 纸质纤维包装材料使用量	吨	22,382.30	24,995.52	26,783.72
- 金属包装材料使用量	吨	104.84	146.48	676.88
- 玻璃包装材料使用量	吨	8,003.36	7,752.10	8,219.29
- 塑料包装使用量	吨	9,602.07	14,375.31	12,939.69
单位营收包装材料使用量	千克 / 万元	46.05	44.40	46.07
排放与废弃物管理				
废气排放总量 <sup>5</sup>	立方米	38,376,000.26	54,600,000.52	75,921,000.00
- 废气中氮氧化物 (NOx) 排放量	千克	453.00	679.00	944.50
单位营收废气排放总量	立方米 / 万元	43.10	50.66	71.64
工业废水排放量	立方米	24,329.00	32,298.00	33,331.00
- 化学需氧量 (COD) 排放量	千克	1,160.00	1,600.00	1,600.00
- 生化需氧量 (BOD) 排放量	千克	242.00	250.00	320.00
- 氨氮 (NH <sub>3</sub> -N) 排放量	千克	60.00	160.00	160.00
单位营收工业废水排放量	立方米 / 万元	0.03	0.03	0.03
废弃物总量 <sup>6</sup>	吨	1,639.37	2,178.62	1,603.13
- 一般废弃物总量 <sup>6</sup>	吨	1,638.79	2,177.78	1,601.73
- 危险废弃物总量 <sup>7</sup>	吨	0.58	0.84	1.40
单位营收一般废弃物排放量	千克 / 万元	1.84	2.02	1.51
单位营收危险废弃物排放量	克 / 万元	0.65	0.78	1.32
气候变化减缓与适应				
温室气体排放总量 (范围一、范围二) <sup>8</sup>	吨二氧化碳当量	7,420.89	11,579.15	9,882.50
- 范围一温室气体排放量	吨二氧化碳当量	2,054.66	2,730.48	2,584.86
- 范围二温室气体排放量 <sup>9</sup>	吨二氧化碳当量	5,366.23	8,848.67	7,297.64

披露项	单位	2023 年度	2024 年度	2025 年度
气候变化减缓与适应				
单位营收温室气体 (范围一、范围二) 排放量	千克二氧化碳当量 / 万元	8.33	10.74	9.33
范围三温室气体排放量	吨二氧化碳当量	88,194.52	107,692.26	197,779.70

## 创新驱动数据

披露项	单位	2023 年度	2024 年度	2025 年度
研发人员数量	人	322	389	334
- 最高学历为硕士研究生的人数	人	126	159	151
- 最高学历为博士研究生的人数	人	8	16	23
研发人员占比 <sup>1</sup>	%	10.84	11.46	10.27
研发投入金额	万元	17,357.01	21,038.60	21,684.32
研发投入金额占主营业务收入比例 <sup>2</sup>	%	1.95	1.95	2.05
报告期内专利申请数量	件	/	64	81
报告期内专利授权数量	件	/	25	56
报告期内有效专利数量 <sup>3</sup>	件	/	229	303
应用于主营业务的发明专利数量	件	/	123	143

注：  
 [1] 2025 年公司转卖彩妆工厂，环境数据统计口径主要包括湖州工厂及珀莱雅大厦，具体边界详见《珀莱雅化妆品股份有限公司 2025 年度温室气体核查声明》。  
 [2] 2025 年公司通过生产工艺节水优化、空调降温喷淋系统改造及节水管理等措施提升了生产和运营阶段的水资源使用效率，因此 2025 年总耗水量相较于 2024 年出现大幅下降。  
 [3] 包装材料使用总量涵盖一级包装、二级包装及包装辅料。由于《化妆品标签管理办法》等外部法规修订带来的包材需求提升以及统计口径不断完善等原因，公司实际统计的包装材料使用量在 2023-2025 年期间持续增长，未来公司将持续推进轻量化、可重复利用、可回收的包装应用，减少包材使用对环境造成的负面影响。  
 [4] 公司定义的可持续包装材料为具有可持续认证的材料（如 FSC/CFCC/ 碳中和认证纸张）、可回收的材料、可降解、单一颜色、单一材质的材料等。  
 [5] 公司持续完善环境数据统计口径，2025 年将新项目纳入废气排放量计算，因此废气排放总量较上一年度有所上升。  
 [6] 公司一般废弃物主要为生活垃圾、生产固废、纸箱、塑料纸、泡沫等。2025 年，公司通过优化生产与包装环节管理减少了生产固废和纸板使用量，因此一般废弃物和废弃物总量相较于 2024 年有所下降。  
 [7] 公司 2025 年对废气处理设施的运维策略进行优化，从源头强化污染物控制，致使 VOCs 废活性炭产生量增加，因此危废产生量较上一年度有所上升。  
 [8] 2024-2025 年，公司依据 ISO 14064 进行温室气体核查，核查结果见“温室气体核查声明”。  
 [9] 公司使用基于市场的电力排放因子计算范围二温室气体排放量，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）。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，2023 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 0.5703tCO<sub>2</sub>/MWh 计算，2024 年使用《关于发布 2022 年电力二氧化碳排放因子的公告》中的 2022 年全国电力平均二氧化碳排放因子 0.5856 tCO<sub>2</sub>/MWh 计算，2025 年使用《关于发布 2023 年电力二氧化碳排放因子的公告》中的全国电力平均二氧化碳排放因子 0.6096 tCO<sub>2</sub>/MWh 计算。

注：  
 [1] 【计算方式】研发人员占比 = 研发人员数量 / 期末员工总人数 \* 100%。  
 [2] 【计算方式】研发投入金额占营业收入比例 = 研发投入金额 / 营业收入 \* 100%。  
 [3] 2025 年起，公司将控股子公司品牌的专利数量纳入统计，因此本年度有效专利数量较上一年度有较大提升。

## 产品与客户责任

披露项	单位	2023 年度	2024 年度	2025 年度
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 <sup>1</sup>	件	3	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
线上销售产生的收入百分比	%	93.00	95.00	95.58

注：  
[1] 2023 年，美丽谷和宁波汤愈 2 家公司在三八促销活动期间，因使用第三方工具发送推广短信时误选人群包，构成“未经他人同意发送广告”，分别被属地市场监督管理局处以行政处罚，公司相关部门已全面复盘，优化短信推广复核程序，规避同类事件再发生；美丽谷在个别电商平台发布商品宣传页面时因漏标文字，构成“广告以引人误解的内容误导消费者”，被属地市场监督管理局处以行政处罚，公司相关部门已全面复盘及整改，加强营销推广审核监督机制，规避同类事件再发生。

## 供应链管理

披露项	单位	2023 年度	2024 年度	2025 年度
供应商总数 <sup>1</sup>	家	791	976	1,026
- 大陆地区的供应商数	家	782	968	1,019
- 港澳台及海外地区的供应商数	家	9	8	7
接受环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例 <sup>2</sup>	%	33.38	41.70	31.87
通过环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例 <sup>3</sup>	%	100	100	100

注：  
[1] 供应商统计口径涵盖生产环节的物料、服务类供应商、线下销售和品牌营销的供应商，不包括品牌代言人和关键意见领袖(KOL)。  
[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 × 100%。  
[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 × 100%。

## 员工数据<sup>1</sup>

披露项	单位	2023 年度	2024 年度	2025 年度
员工雇佣				
员工总数 <sup>2</sup>	人	2,971	3,394	3,252
按性别划分	男性	877	1,052	1,021
	女性	2,094	2,342	2,231
按年龄划分	30 岁及以下	1,584	2,079	1,836
	30 岁至 50 岁之间	1,338	1,268	1,359
	50 岁及以上	49	47	57
按工作地区划分	在中国大陆工作	2,971	3,389	3,236
	在港澳台及海外工作	0	5	16
按职级划分	基层员工 <sup>3</sup>	2,596	2,919	2,262
	初级管理层员工	/	/	526
	中级管理层员工	358	460	449
	高级管理层员工	17	15	15
违反员工雇佣及劳工法律法规所受处罚的次数	件	0	0	0
新员工总数	人	/	1,100	989
按性别划分	男性	/	299	314
	女性	/	801	675
按年龄划分	30 岁及以下	/	942	745
	30 岁至 50 岁之间	/	158	242
	50 岁及以上	/	0	2
按职级划分	基层员工	/	859	712
	低级 / 初级管理层员工	/	227	138
	中级管理层员工	/	13	133
	高级管理层员工	/	1	6

披露项		单位	2023 年度	2024 年度	2025 年度
员工雇佣					
内部候选人填补的空缺职位百分比（内部招聘）		%	/	5	5
平均招聘成本 /FTE（全职人力工时）		万元	/	0.26	0.26
女性员工雇佣					
女性在总劳动力中的份额（占总劳动力的百分比）		%	70.48	69.00	68.60
女性在所有管理职位中的比例，包括初级、中层和高级管理人员（占总管理职位的百分比）		%	/	60.10	65.96
按职级划分	女性担任初级管理职位，即一级管理职位的比例（占初级管理职位总数的百分比）	%	/	64.10	70.34
	女性担任高级管理职位的比例，即与首席执行官或类似职位最多相距两个级别（占高级管理职位总数的百分比）	%	/	44.00	49.52
按职能划分	在创收职能（如销售）中担任管理职位的女性比例占所有此类经理人的百分比（即不包括人力资源、IT、法律等支持职能）	%	/	53.40	87.50
	女性在科学、技术、工程、数学（Science, Technology, Engineering, Mathematics，简称 STEM）相关职位中的比例（占 STEM 职位总数的百分比）	%	/	68.10	76.60
职业健康与安全					
因工伤损失的工作日数 <sup>4</sup>		天	0	121	115
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
员工百万工时损工率（LTIFR）		%	0	0.44	1.28
员工工伤保险投入金额 <sup>5</sup>		万元	91.34	101.53	98.78
员工工伤保险覆盖率		%	/	100	100
因工伤关系而死亡的承包商人数		人	/	/	0
因工伤关系而死亡的承包商比例		%	/	/	0

披露项		单位	2023 年度	2024 年度	2025 年度
职业健康与安全					
承包商百万工时损工率（LTIFR）		%	/	/	0
员工培训与发展					
员工培训覆盖率 <sup>6</sup>		%	90.51	100	100
按性别划分	男性	%	74.12	100	100
	女性	%	97.37	100	100
按职级划分	基层员工	%	89.14	100	100
	初级管理层员工	%	/	/	100
	中级管理层员工	%	100	100	100
	高级管理层员工	%	100	100	100
员工接受培训平均小时数 <sup>7</sup>		小时	18.04	17.51	22.12
按性别划分	男性	小时	14.30	18.01	29.23
	女性	小时	19.61	17.28	18.87
按职级划分	基层员工	小时	17.76	17.59	24.00
	初级管理层员工	小时	/	/	24.00
	中级管理层员工	小时	20.47	17.37	10.70
	高级管理层员工	小时	10.09	4.90	25.70
员工流失率 <sup>8</sup>		%	43.86	22.22	35.98
按性别划分	男性	%	22.01	26.90	34.48
	女性	%	53.01	20.11	36.67
按年龄划分	30岁及以下	%	36.49	28.72	45.37
	30岁至50岁之间	%	53.44	12.30	24.06
	50岁及以上	%	20.41	2.13	17.54
按工作地区划分	在中国大陆工作	%	43.86	22.25	36.16
	在港澳台及海外工作	%	0	0	0
员工培训总支出		万元	/	264.96	236.85

披露项		单位	2023 年度	2024 年度	2025 年度
员工培训与发展					
按性别划分	男性	万元	/	/	86.58
	女性	万元	/	/	150.27
按职级划分	基层员工	万元	/	/	50.86
	初级管理层员工	万元	/	/	91.13
	中级管理层员工	万元	/	/	75.63
	高级管理层员工	万元	/	/	19.22
员工培训平均支出		元	/	780.67	728.32

注：  
 [1] 如无特别说明，本表所示员工人数均为各年度末时点数据。  
 [2] 员工数据仅统计报告期末全职劳动合同制员工，不包含劳务派遣员工和兼职员工。  
 [3] 2023 年、2024 年基层员工人数已包含初级 / 低级管理层员工人数，2025 年进行拆分。  
 [4] 2025 年，公司共计发生 7 起工伤事件，涉及员工 7 人，其中，4 人上下班途中受伤，2 人出差外出时受伤，1 人因走楼梯崴脚受伤，公司依据相关管理规定，均已妥善处理。  
 [5] 该金额未包含珀莱雅品牌线下渠道全国门店 BA 员工及公司小部分异地员工的工伤保险费，但公司已通过第三方服务机构为该部分员工代缴全部工伤保险费。  
 [6] 员工培训覆盖率 = 报告期内该类别员工培训人数 / 该类别员工总人数。  
 [7] 员工接受培训平均小时数 = 该类别员工培训总时长 / 该类别员工总人数；2023 年，公司调整员工培训统计范围，将反腐败培训数据纳入员工培训统计范围内。2025 年，湖州工厂进一步加强对于男性员工的培训，导致员工时长提升较大。  
 [8] 员工流失率 = 报告期内该类别员工的流失人数 / 该类别员工总人数。2025 年，公司为了增加内部竞争力，对员工构成进行调整，导致员工流失率增加。

## 社会公益

披露项	单位	2023 年	2024 年	2025 年
社区公益投入金额 <sup>1</sup>	万元	866.12	258.87	507.38
慈善捐赠金额	万元	850.14	257.28	507.38
员工志愿服务总时长 <sup>2</sup>	小时	765.00	1,263.00	1,722.00

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；公司每年根据实际情况开展各类社区公益和慈善活动，受外部因素影响较大，因此投入金额会存在波动。  
 [2] 公司配合社区组织员工开展志愿服务活动，且基金会及公司积极倡导员工开展志愿者服务，因此员工志愿服务总时长逐年增长。

## 商业道德

披露项	单位	2023 年	2024 年	2025 年
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
利益冲突事件数	件	/	0	0
洗钱或内幕交易事件数	件	/	0	0
董事接受反腐败培训的覆盖率	%	100	100	100
董事接受反腐败培训的人均小时数	小时	3	2.5	2
员工接受反腐败培训的覆盖率	%	100	100	100
员工接受反腐败培训的人均小时数	小时	3.02	1.50	1.00

## | 奖项与社会认可

2025 年度公司荣誉奖项	
荣誉名称	颁发机构
IFSCC2025 十大基础研究奖	IFSCC
IFSCC 金级会员	IFSCC
中国轻工业二百强	中国轻工业联合会
中国轻工业化妆品十强	中国轻工业联合会
中国轻工业化妆品功效研究工程技术研究中心	中国轻工业联合会
2024-2025 年度信息披露工作评价: A	上海证券交易所
2025 年上市公司内部控制最佳实践	中国上市公司协会
2025 上市公司董事会办公室最佳实践	中国上市公司协会
上市公司投资者关系管理最佳实践	中国上市公司协会
2024 年度浙江辖区回报投资者优秀实践案例	浙江上市公司协会
中国日化百强企业	中国日用化学工业信息中心
化妆品行业“新”包装	中国香料香精化妆品工业协会
2025 化妆品企业 50 强	中国香料香精化妆品工业协会
2025 化妆品品牌 50 强	中国香料香精化妆品工业协会
美妆品牌价值证书	中国香料香精化妆品工业协会
2025 中国香精香料化妆品行业可持续发展 (ESG) 实践案例集	中国香料香精化妆品工业协会
先进级智能工厂	浙江省经济和信息化厅
浙江省未来工厂	浙江省经济和信息化厅
2025 年度省级工业互联网平台	浙江省经济和信息化厅
2025 年首批浙江省人工智能赋能制造业典型案例	浙江省经济和信息化厅

2025 年度公司荣誉奖项	
荣誉名称	颁发机构
浙江省药品监督管理局与产业发展研究会第三届理事会副会长单位	浙江省药品监督管理局与产业发展研究会
浙江省企业技术创新协会团体会员	浙江省企业技术创新协会第四届理事会
2025 浙江省成长性最快百强企业	企业联合会 省企业家协会 省工业经济联合会
2025 年度杭州市鲲鹏企业 (二星)	中共杭州市委 杭州市人民政府
2025 年度杭州市知识产权强企	杭州市市场监督管理局
2025 乐商之春	中共乐清市委 乐清市人民政府
乐清慈善功勋单位	中共乐清市委 乐清市人民政府
2024 年度长三角网络新消费品质品牌 TOP 榜单	上海市网商协会
2025 国际化妆品科技大会特别战略支持	第 29 届中国美容博览会
2025 美伊 BEAUTY 护肤类防晒口碑大奖 (珀莱雅「超膜银管」防晒)	第 29 届中国美容博览会
2025 美伊 BEAUTY 彩妆类底妆大奖 (彩棠双生气垫)	第 29 届中国美容博览会
全球品牌中国线上 500 强 (珀莱雅第 21)	北京大学国家发展研究院
520 社会责任日“女性影响力议题”优秀案例 & 网络“人气案例”	思盟企业社会责任促进中心
2025 浙商 ESG 经典 100	浙商智库 ESG 研究中心
可持续产品创新奖	第 10 届“价值共创”
中国 ESG 上市公司长三角先锋 100 (2025)	中央广播电视总台财经节目中心
2025 重点行业社会责任发展指数日化行业优秀企业代表	中国社会科学院
浙江省上市公司 ESG 战略慈善影响力成长企业	浙江省中小企业协会
2025 浙江上市公司 ESG 绩效最佳 100 名企业	浙江省企业社会责任促进会 中诚信绿金

## 2025 年度公司荣誉奖项

荣誉名称	颁发机构
卓越 ESG 奖	IRSC 第九届中国卓越 IR
2025 年度最佳机构覆盖奖	进门财经
2025 CSA Score 57	标普全球 (S&P Global)
中证 ESG 评级 AAA 级别	中证可持续指数
华证 ESG 评级 AAA	上海华证指数信息服务有限公司
Wind ESG 评级 AA 级	万得
2025 年度 Wind 中国上市公司 ESG 最佳实践 100 强	万得
2025 年 A 股上市公司 ESG 卓越表现 TOP100	上海华证指数信息服务有限公司
2025 年 A 股上市公司 ESG 卓越表现 TOP14	上海华证指数信息服务有限公司
2025 年 A 股上市公司一级行业 ESG 绩效 TOP20 榜单——主要消费行业 ESG 绩效 TOP1	上海华证指数信息服务有限公司
2025 年 A 股上市公司公司治理 (G) 维度最佳实践 TOP15	上海华证指数信息服务有限公司
第十九届“2025 上市公司 ESG 百强”	证券时报
第十九届“主板上市公司价值百强”	证券时报
第十六届中国上市公司投资者关系管理天马奖	证券时报
“上证鹰·金质量”持续成长奖	上海证券报
2024 年度金牛最具投资价值奖	中国证券报
"2025 同花顺上市公司年度评选" 最具人气上市公司 TOP300	同花顺
“奔流·女性公益 30+” “她责任”企业品牌	中国慈善杂志
2025 浙商 ESG 经典 100	浙商智库 ESG 研究中心

## 2025 年度公司荣誉奖项

荣誉名称	颁发机构
2025 中国化妆品蓝玫奖“年度影响力上市公司”	化妆品观察
2025 高品质消费品牌 TOP100	南方都市报
2025CBE 胡润中国彩妆品牌 TOP10	胡润中国
极帜奖 2025 最佳人力资源管理团队	众旗
2025 健康美丽产业科技创新企业	2025 (第二届) 健康美丽产业高质量发展大会组委会
2025 健康美丽产业新质生产力推动奖	2025 (第二届) 健康美丽产业高质量发展大会组委会
天猫金妆奖·年度 TOP 品牌奖——珀莱雅	天猫
天猫金妆奖·年度店播合作伙伴奖——珀莱雅	天猫
2025 年度中国美妆百强品牌——彩棠	iPDF
美妆好品牌——彩棠	CBE 美容博览会
年度品牌故事创新奖——彩棠	华妆未来
2025 年度中国美妆百强品牌——彩棠	iPDF
2025 国货化妆品品类标杆品牌 (底妆)——彩棠	化妆品报
2025 国货化妆品品类标杆品牌 (彩妆)——彩棠	化妆品报
2025CBE 美妆好品牌——Off&Relax	中国美容博览会
Top30 消费者偏爱个护品牌——Off&Relax	美妆头条
2025 年新浪美妆大赏感官焕新奖——Off&Relax	新浪美妆大赏
华妆奖年度品牌塑造力奖——Off&Relax	华妆奖

2025 年度公司荣誉奖项	
荣誉名称	颁发机构
2025 国货化妆品品类标杆品牌(洗护发)——Off&Relax	化妆品报
2025 年度营销新锐品牌奖——Off&Relax	阿里妈妈
2025 超级增长品牌——Off&Relax	化妆品报
超级新品盛典·技术突破领袖——Off&Relax	天猫小黑盒
年度生活方式品牌——Off&Relax	仪美尚消费品博览会
中国基底膜作用类修护抗皱护肤品领先品牌——源力系列	弗若斯特沙利文
2025 年浙江省优秀工业产品——珀莱雅红宝石淡纹紧致面霜	浙江省优秀工业产品评选委员会
天猫金妆奖·年度 TOP 单品奖——珀莱雅红宝石面霜	天猫
天猫金妆奖·年度礼盒奖——珀莱雅红宝石水乳礼盒	天猫
天猫金妆奖·年度面膜奖——珀莱雅双抗面膜	天猫
天猫金妆奖·年度年轻人选择奖——珀莱雅双抗水乳	天猫
天猫金妆奖·年度乳液面霜奖——珀莱雅红宝石面霜	天猫
2025 防晒 TOP 榜——珀莱雅轻享阳光盾防晒液	美丽修行
2025 国货化妆品防晒品类标杆品牌——珀莱雅防晒	化妆品报
天猫金妆奖·年度妆前奖——彩棠大师妆前乳	天猫
天猫金妆奖·年度年轻人选择奖——彩棠无暇粉底液	天猫
天猫金妆奖·年度 TOP 新品奖——彩棠薄纱粉底液	天猫
瑞丽美力大赏——彩棠匀衡柔光气垫粉底液饰颜遮瑕膏	瑞丽服饰与美容
theONE 2025 美容年度 TOP 榜——彩棠踏浪静水澜光双色腮红膏	the ONE 壹号时尚

2025 年度公司荣誉奖项	
荣誉名称	颁发机构
Vanity Teen2025 美容年度 TOP 榜彩妆类——彩棠踏浪静水澜光双色腮红膏	Vanity Teen
2025 美妆口碑榜 - 春日元气榜·专业底妆救星奖——彩棠釉感透润多效妆前乳	新浪美妆
我美丽我信赖 2024-2025·年度最信赖遮瑕——彩棠润玉无瑕三色遮瑕膏	搜狐时尚
2025 美伊 beauty 彩妆类底妆大奖——彩棠双生气垫	CBE 美容博览会
美妆创新产品·新势力——彩棠双生气垫	美业颜究院
美妆明星产品·新标杆——彩棠釉感透润 / 焕颜多效妆前乳	美业颜究院
2025iPDF 设计大赏·最佳视觉设计呈现奖——彩棠“争青”系列	iPDF
国产美妆类创新包装奖——云脂凝光气垫粉霜饰颜遮瑕膏	VOGUE
天猫金妆奖·年度 TOP 新品奖——Off&Relax 蓬松洗发水	天猫
年度 SPA 级蓬松洗发水——Off&Relax 蓬松洗发水	时尚 COSMO
新质美力年度控油蓬松洗发水——Off&Relax 蓬松洗发水	茜茜姐妹
年度美妆榜单·年度亚洲先锋疗愈护发精华油——Off&Relax 沁亮柔润护发精油	茜茜姐妹
HB 健康美妆金榜奖——Off&Relax 防脱发精华液	健康与美容
2025 年度跨境领航奖——Off&Relax 海外旗舰店	抖音商城全球购 / 巨量引擎
2025vogue 杂志推荐睫毛膏——原色波塔睫毛膏	Vogue
2025cosmo 年度着色染眉膏——原色波塔睫毛膏	Cosmo
抖音商城美妆大赏 TOP100 新品奖——原色波塔修容棒	抖音商城
抖音商城美妆大赏 TOP100 爆品奖——原色波塔染眉膏	抖音商城

# 对标索引表

## 《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）》索引表

披露要求	报告章节、其他说明
上交所《指引》设置的 21 项议题	
应对气候变化	气候变化减缓与适应 ESG 数据绩效表及附注
污染物排放	排放与废弃物 ESG 数据绩效表及附注
废弃物处理	排放与废弃物 ESG 数据绩效表及附注
生态系统和生物多样性保护	生态系统和生物多样性保护
环境合规管理	环境合规管理 ESG 数据绩效表及附注
能源利用	能源管理 ESG 数据绩效表及附注
水资源利用	水资源管理 ESG 数据绩效表及附注
循环经济	绿色包装 ESG 数据绩效表及附注
乡村振兴	社会公益 ESG 数据绩效表及附注
社会贡献	社会公益 ESG 数据绩效表及附注
创新驱动	科技创新 ESG 数据绩效表及附注
科技伦理	科技创新
供应链安全	负责任采购 ESG 数据绩效表及附注
平等对待中小企业	报告期末应付账款（含应付票据）余额未超过 300 亿元、占总资产的比重未超过 50%，且合并报表范围内企业均无需在国家企业信用信息公示系统披露逾期尚未支付中小企业款项信息

披露要求	报告章节、其他说明
上交所《指引》设置的 21 项议题	
产品和服务安全与质量	产品质量与安全 客户服务与权益保护 ESG 数据绩效表及附注
数据安全与客户隐私保护	数字化转型与信息安全
员工	员工权益与福利 员工培训与发展 职业健康与安全 ESG 数据绩效表及附注
尽职调查	ESG 议题重要性评估
利益相关方沟通	ESG 议题重要性评估
反商业贿赂及反贪污	商业道德 ESG 数据绩效表及附注
反不正当竞争	商业道德 ESG 数据绩效表及附注
自主披露的议题	
化学品安全与成分透明	化学品安全与成分透明
促进行业发展	促进行业发展
公司治理	公司治理
风险与合规	风险与合规
知识产权管理	知识产权管理 ESG 数据绩效表及附注

香港联交所《环境、社会及管治报告指引》

环境范畴			
层面	指标编号	指标内容	对应章节
A1: 排放物	一般披露项	有关废气及温室气体排放向水及土地的排污、有害及无害废弃物的产生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	气候变化减缓与适应 环境合规管理 排放与废弃物
	A1.1	排放物种类及相关排放数据。	排放与废弃物 ESG 数据绩效表及附注
	A1.2	直接（范围 1）及能源间接（范围 2）温室气体排放量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	ESG 数据绩效表及附注
	A1.3	所产生有害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	ESG 数据绩效表及附注
	A1.4	所产生无害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	ESG 数据绩效表及附注
	A1.5	描述所订立的排放量目标及为达到这些目标所采取的步骤	气候变化减缓与适应 环境合规管理
	A1.6	描述处理有害及无害废弃物的方法，及描述所订立的减废目标及为达到这些目标所采取的步骤。	环境合规管理 排放与废弃物
	A2: 资源使用	一般披露项	有效使用资源（包括能源、水及其他原材料）的政策。
A2.1		按类型划分的直接及 / 或间接能源（如电、气或油）总耗量（以千个千瓦时计算）及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	ESG 数据绩效表及附注
A2.2		总耗水量及密度（如以每产量单位、每项设施计算）	ESG 数据绩效表及附注
A2.3		描述所订立的能源使用效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。	能源管理

环境范畴			
层面	指标编号	指标内容	对应章节
A2: 资源使用	A2.4	描述求取适用水源上可有任何问题，以及所订立的用水效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。	水资源管理
	A2.5	制成品所用包装材料的总量（以吨计算）及（如适用）每生产单位占量。	绿色包装 ESG 数据绩效表及附注
A3: 环境及天然资源	一般披露项	减低发行人对环境及天然资源造成重大影响的政策。	环境合规管理 排放与废弃物 生态系统和生物多样性保护
	A3.1	描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动。	环境合规管理 排放与废弃物 生态系统和生物多样性保护
A4: 气候变化	一般披露项	识别及应对已经及可能会对发行人产生影响的重大气候相关事项的政策。	气候变化减缓与适应
	A4.1	描述已经及可能会对发行人产生影响的重大气候相关事项，及应对行动。	气候变化减缓与适应

社会范畴			
层面	指标编号	指标内容	对应章节
B1: 雇佣	一般披露项	有关薪酬及解雇、招聘及晋升、工作时数、假期、平等机会、多元化、反歧视以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	员工权益与福利
	B1.1	按性别、雇佣类型（如全职或兼职）、年龄组别及地区划分的雇员总数。	ESG 数据绩效表及附注
	B1.2	按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	ESG 数据绩效表及附注

社会范畴			
层面	指标编号	指标内容	对应章节
B2: 健康与安全	一般披露项	有关提供安全工作环境及保障雇员避免职业性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	职业健康与安全 化学品安全与成分透明
	B2.1	过去三年(包括汇报年度)每年因工亡故的人数及比率。	ESG 数据绩效表及附注
	B2.2	因工伤损失工作日数。	ESG 数据绩效表及附注
	B2.3	描述所采纳的职业健康与安全措施，以及相关执行及监察方法。	职业健康与安全 化学品安全与成分透明
B3: 发展及培训	一般披露项	有关提升雇员履行工作职责的知识及技能的政策。描述培训活动。	员工培训与发展
	B3.1	按性别及雇员类别(如高级管理层、中级管理层)划分的受训雇员百分比。	ESG 数据绩效表及附注
	B3.2	按性别及雇员类别划分，每名雇员完成受训的平均时数。	ESG 数据绩效表及附注
B4: 劳工准则	一般披露项	有关防止童工或强制劳工的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	员工权益与福利
	B4.1	描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳动。	员工权益与福利
	B4.2	描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	员工权益与福利
B5: 供应链管理	一般披露项	管理供应链的环境及社会风险政策。	负责任采购
	B5.1	按地区划分的供应商数目。	ESG 数据绩效表及附注
	B5.2	描述有关聘用供应商的惯例，向其执行有关惯例的供应商数目，以及相关执行及监察方法。	负责任采购
	B5.3	描述有关识别供应链每个环节的环境及社会风险的惯例，以及相关执行及监察方法。	负责任采购
	B5.4	描述在拣选供应商时促使多用环保产品及服务的惯例，以及相关执行及监察方法。	负责任采购

社会范畴			
层面	指标编号	指标内容	对应章节
B6: 产品责任	一般披露项	有关所提供产品和服务的健康与安全、广告、标签及私隐事宜以及补救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	产品质量与安全
	B6.1	已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比。	ESG 数据绩效表及附注
	B6.2	接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。	ESG 数据绩效表及附注 客户服务与权益保护
	B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	知识产权管理
	B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序。	产品质量与安全
	B6.5	描述消费者资料保障及隐私政策，以及相关执行及监察方法。	数字化转型与信息安全
B7: 反贪污	一般披露项	有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	商业道德
	B7.1	于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。	商业道德 ESG 数据绩效表及附注
	B7.2	描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法。	商业道德
	B7.3	描述向董事及员工提供的反贪污培训。	商业道德 ESG 数据绩效表及附注
B8: 社区投资	一般披露项	有关以社区参与来了解营运所在社区需要和确保其业务活动会考虑社区利益的政策。	社会公益
	B8.1	专注贡献范畴(如教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育)。	社会公益
	B8.2	在专注范畴所动用资源(如金钱或时间)。	社会公益 ESG 数据绩效表及附注

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 2025 年 1 月 1 日至 2025 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	报告章节
GRI 2: 一般披露 (2021)	2-1 组织详细情况	走进珀莱雅
	2-2 纳入组织可持续发展报告的实体	关于本报告
	2-3 报告期、报告频率和联系人	关于本报告
	2-4 信息重述	关于本报告
	2-6 活动、价值链和其他业务关系	走进珀莱雅 客户服务与权益保护 负责任采购 ESG 数据绩效表及附注
	2-7 员工	员工培训与发展 ESG 数据绩效表及附注
	2-9 管治架构和构成	可持续发展管理架构 公司治理
	2-12 在管理影响方面,最高管治机构的监督作用	可持续发展管理架构 公司治理
	2-13 为管理影响的责任授权	可持续发展管理架构 公司治理
	2-14 最高治理机构在可持续发展报告中的作用	可持续发展管理架构
	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	可持续发展管理架构
	2-19 薪酬政策	可持续发展管理架构 公司治理
	2-22 关于可持续发展战略的声明	可持续发展规划 可持续发展管理架构

GRI 标准	披露项	报告章节
GRI 2: 一般披露 (2021)	2-23 政策承诺	董事长致辞 总经理致辞 副总经理致辞
	2-24 融合政策承诺	董事长致辞 总经理致辞 副总经理致辞
	2-25 补救负面影响的程序	风险与合规
	2-26 寻求建议和提出关切的机制	风险与合规
	2-27 遵守法律法规	降低环境影响 产品质量与安全 负责任采购 员工权益与福利 员工培训与发展 职业健康与安全 社会公益 公司治理 风险与合规
	2-29 利益相关方参与的方法	ESG 议题重要性评估
GRI 3: 实质性议题(2021)	3-1 确定实质性议题的过程	ESG 议题重要性评估
	3-2 实质性议题列表	ESG 议题重要性评估
	3-3 实质性议题的管理	ESG 议题重要性评估
GRI 201: 经济绩效 (2016)	201-1 直接产生和分配的经济价值	公司治理
	201-2 气候变化带来的财务影响和其他风险和机遇	气候变化减缓与适应
	201-3 固定福利计划义务和其他退休计划	员工权益与福利
GRI 203: 间接经济影响 (2016)	203-1 基础设施投资和支持性服务	社会公益
	203-2 重大间接经济影响	社会公益
GRI 205: 反腐败 (2016)	205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	商业道德
	205-3 经确认的腐败事件和采取的行动	商业道德
GRI 301: 物料 (2016)	301-1 所用物料的重量或体积	ESG 数据绩效表及附注
	301-2 所用循环利用的进料	ESG 数据绩效表及附注
	301-3 再生产品及其包装材料	ESG 数据绩效表及附注
GRI 302: 能源 (2016)	302-1 组织内部的能源消耗量	ESG 数据绩效表及附注
	302-2 组织外部的能源消耗量	ESG 数据绩效表及附注
	302-3 能源强度	ESG 数据绩效表及附注

GRI 标准	披露项	报告章节
GRI 302: 能源 (2016)	302-4 减少能源消耗	降低环境影响
	302-5 产品和服务的能源需求下降	降低环境影响
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	降低环境影响
	303-2 管理与排水相关的影响	降低环境影响
	303-3 取水	ESG 数据绩效表及附注
	303-4 排水	ESG 数据绩效表及附注
	303-5 耗水	ESG 数据绩效表及附注
GRI 305: 排放 (2016)	305-1 直接 (范围 1) 温室气体排放	ESG 数据绩效表及附注
	305-2 能源间接 (范围 2) 温室气体排放	ESG 数据绩效表及附注
	305-3 其他间接 (范围 3) 温室气体排放	ESG 数据绩效表及附注
	305-4 温室气体排放强度	ESG 数据绩效表及附注
	305-5 温室气体减排量	ESG 数据绩效表及附注
	305-7 氮氧化物 (NOx)、硫氧化物 (SOx) 和其他重大气体排放	气候变化减缓与适应
GRI 306: 废弃物 (2020)	306-1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响	降低环境影响
	306-2 废弃物相关重大影响的管理	降低环境影响
	306-3 产生的废弃物	ESG 数据绩效表及附注
	306-4 从处置中转移的废弃物	ESG 数据绩效表及附注
	306-5 进入处置的废弃物	ESG 数据绩效表及附注
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	负责任采购
	308-2 供应链中的负面环境影响以及采取的行动	负责任采购
GRI 401: 雇佣 (2016)	401-1 新进员工雇佣率和员工流动率	ESG 数据绩效表及附注
	401-2 提供给全职员工 (不包括临时或兼职员工) 的福利	ESG 数据绩效表及附注
	401-3 育儿假	员工权益与福利
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	职业健康与安全
	403-5 工作者职业健康安全培训	职业健康与安全
	403-6 促进工作者健康	职业健康与安全

GRI 标准	披露项	报告章节
GRI 403: 职业健康与安全 (2018)	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	ESG 数据绩效表及附注
	403-10 工作相关的健康问题	职业健康与安全
GRI 404: 培训与教育 (2016)	404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	ESG 数据绩效表及附注
	404-2 员工技能提升方案和过渡援助方案	员工培训与发展
GRI 405: 多元性与平等机会 (2016)	405-1 管治机构与员工的多元化	ESG 数据绩效表及附注
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	社会公益
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	负责任采购
	414-2 供应链中的负面社会影响和采取的行动	负责任采购
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	产品质量管理
	416-2 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	ESG 数据绩效表及附注
GRI 417: 营销与标识 (2016)	417-1 对产品和服务信息与标识的要求	产品质量管理 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	ESG 数据绩效表及附注
	417-3 涉及营销传播的违规事件	ESG 数据绩效表及附注
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	ESG 数据绩效表及附注

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。	社会公益
	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。	社会公益
	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。	社会公益
	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。	社会公益
	5.1 在全球消除对妇女和女童一切形式的歧视。	员工权益与福利 社会公益
	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。	降低环境影响
	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。	降低环境影响
	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。	降低环境影响
	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 负责任采购
	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。	降低环境影响
	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。	科技创新
	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。	员工权益与福利 社会公益
	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。	降低环境影响
	12.2 到 2030 年, 实现自然资源的可持续管理和高效利用。	降低环境影响
	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 环境合规管理
	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。	关于本报告
	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。	可持续产品与消费
	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。	气候变化减缓与适应
	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。	生态系统和生物多样性保护
	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。	生态系统和生物多样性保护
	16.5 大幅减少一切形式的腐败和贿赂行为。	商业道德

## 附录：报告范围

序号	公司名称
1	珀莱雅化妆品股份有限公司
2	珀莱雅化妆品股份有限公司湖州分公司
3	珀莱雅化妆品股份有限公司上海分公司
4	杭州珀莱雅贸易有限公司
5	韩娜化妆品株式会社
6	韩雅（湖州）化妆品有限公司
7	乐清莱雅贸易有限公司
8	湖州优资莱贸易有限公司
9	秘镜思语（杭州）化妆品有限公司
10	浙江美丽谷电子商务有限公司
11	湖州创代电子商务有限公司
12	杭州科瑞肤贸易有限公司
13	杭州格珞芮斯贸易有限公司
14	悦芙媞（杭州）化妆品有限公司
15	悦芙媞株式会社
16	湖州悦芙媞贸易有限公司
17	杭州珀莱雅商业经营管理有限公司
18	香港可诗贸易有限公司
19	香港星火实业有限公司
20	香港仲文电子商务有限公司
21	香港旭晨贸易有限公司
22	Proya Europe SARL
23	上海仲文电子商务有限公司
24	湖州牛客科技有限公司

序号	公司名称
25	宁波彩棠化妆品有限公司
26	杭州彩棠化妆品有限公司
27	杭州彩棠形象设计艺术有限公司
28	宁波可诗贸易有限公司
29	宁波珀莱雅企业咨询管理有限公司
30	博雅（香港）投资管理有限公司
31	株式会社オー・アンド・アール
32	宁波汤愈贸易有限公司
33	杭州维洛可化妆品有限公司
34	杭州一桌文化传媒有限公司
35	杭州欧蜜思贸易有限公司
36	珀莱雅（海南）化妆品有限公司
37	圣歌兰（杭州）化妆品有限公司
38	徐州莱珀信息技术有限公司
39	珀莱雅（浙江）化妆品有限公司
40	PROYA PTE. LTD.
41	PROYA BEAUTY MALAYSIA SDN. BHD.
42	宁波惊蛰化妆品有限公司
43	PROYA EUROPE SAS
44	徐州珀雅科技有限公司
45	徐州珀雅企业管理有限公司
46	珀莱雅（海南）投资有限公司
47	杭州珀莱雅生物科技有限公司



Bureau Veritas Certification

## 温室气体核查意见书

授予

### 珀莱雅化妆品股份有限公司

必维认证（北京）有限公司（以下简称“必维”）受珀莱雅化妆品股份有限公司的委托，对珀莱雅化妆品股份有限公司报告的温室气体排放量进行独立的第三方核查，本核查意见适用于下文所述工作范围内的相关信息。

#### 核查边界：

- 核查场所名称：珀莱雅化妆品股份有限公司
- 核查地址：中国浙江省杭州市西湖区西溪路 588 号珀莱雅大厦
- 温室气体报告期限：2025 年 01 月 01 日 - 2025 年 12 月 31 日

**组织边界：**珀莱雅化妆品股份有限公司及其子公司和生产基地实施运营控制的活动和设施（见附页）

**报告边界：**珀莱雅化妆品股份有限公司及其子公司和生产基地组织边界内，化妆品的研发、销售及一般液态单元(护发清洁类、护肤水类、啫喱类)、膏霜乳液单元(护发类、护肤清洁类)、粉单元(散粉类、块状粉类)和蜡基单元产品的生产和相关管理活动过程中产生的温室气体排放及其重要的间接温室气体排放

经核查的排放量：

- 类别1：直接温室气体排放：2584.86 tCO<sub>2</sub>e
  - 类别2：输入能源的间接温室气体排放（基于位置）：11075.23 tCO<sub>2</sub>e
  - 类别2：输入能源的间接温室气体排放（基于市场）：7297.64 tCO<sub>2</sub>e
  - 类别3：运输的间接温室气体排放：18057.01 tCO<sub>2</sub>e
  - 类别4：组织使用产品的间接温室气体排放：147508.48 tCO<sub>2</sub>e
  - 类别5：与使用组织产品有关的间接温室气体排放：32214.21 tCO<sub>2</sub>e
  - 类别6：其它来源的间接温室气体排放：非重要间接排放；未量化
- 经量化的总排放量（基于位置）：211439.80 tCO<sub>2</sub>e  
经量化的总排放量（基于市场）：207662.21 tCO<sub>2</sub>e

**限制性叙述：**排除其他非重要间接温室气体排放

#### 温室气体核查依据：

- ISO 14064-1:2018 温室气体 - 第1部分：组织层面温室气体排放和移除的量化和报告的要求及指南
- ISO 14064-3:2019 温室气体 - 第3部分：温室气体声明核查和审定规范及指南

#### 保证等级：

- 合理保证

#### 核查方法：

- 访谈相关人员；
- 评审提供的文件证据；

认证机构地址：中国北京市东城区东长安街1号东方广场西一办公楼9层902室，邮编：100738  
需进一步澄清本意见书的核查范围，可直接向本意见书持有者查询  
要查证本意见书之有效状态请电：+86 10 59683663 或 +86 20 83073800

第1页，共3页



Bureau Veritas Certification

- 评估用于数据收集、汇总、分析和检查的量化方法和信息系统；
- 核查抽样场所和数据源。

#### 核查结论：

基于核查工作实施过程和核查发现，珀莱雅化妆品股份有限公司在核查报告中提供的温室气体排放量数据，与 ISO 14064-1:2018 温室气体 - 部分1：组织层面温室气体排放和移除的量化和报告的要求及指南是相符的。

#### 独立、公正和胜任能力声明：

必维集团是一家拥有190多年历史，在质量、环境、职业健康安全和社会责任领域提供独立验证服务的机构。必维核查团队与珀莱雅化妆品股份有限公司及其管理人员不存在其它的商业关系，核查团队的核查活动是独立的、公正的，不存在任何利益冲突。必维集团在整个业务范围内实施商业道德准则，以确保员工在日常业务活动中保持最高的道德标准。

核查组长：马建安

核查日期：2026年3月18日-20日

编号：EMI31179322GZ

签发日期：2026年3月26日

版本号：No.1

必维认证（北京）有限公司授权代表

认证机构地址：中国北京市东城区东长安街1号东方广场西一办公楼9层902室，邮编：100738  
需进一步澄清本意见书的核查范围，可直接向本意见书持有者查询  
要查证本意见书之有效状态请电：+86 10 59683663 或 +86 20 83073800

第2页，共3页



Bureau Veritas Certification

### 温室气体核查意见书附件

分代码	场所名称	场所地址	范围
HQ	珀莱雅化妆品股份有限公司	中国·浙江省杭州市西湖区西溪路588号珀莱雅大厦 中国·浙江省杭州市西湖区转塘龙坞白龙路珀莱雅智创园 中国·浙江省杭州市西湖区教工路18号EAC欧美中心A座D区1601	珀莱雅化妆品股份有限公司及其子公司组织边界内，化妆品的研发、销售和相关管理活动过程中产生的温室气体排放及其重要的间接温室气体排放
1	珀莱雅化妆品股份有限公司上海分公司	中国·上海市闵行区漕宝路1355号科技绿洲五期28号楼6楼	
2	杭州珀莱雅商业经营管理有限公司	中国·浙江省杭州市西湖区西溪路572号西溪玫瑰客大厦6F、8F-B区	
3	株式会社オー・アンド・アール	日本神户市中央区港岛南町5丁目5番2号神户国际商务中心609	
4	PROYA EUROPE SAS	法国库尔布瓦市拱门巷埃热大厦91号	
5	珀莱雅化妆品股份有限公司湖州分公司	中国浙江省湖州市上强工业园国道北路16号	珀莱雅化妆品股份有限公司湖州分公司组织边界内，一般液态单元(护发清洁类、护肤水类、啫喱类)、膏霜乳液单元(护发类、护肤清洁类)、粉单元(散粉类)化妆品的生产和相关管理活动过程中产生的温室气体排放及其重要的间接温室气体排放

认证机构地址：中国北京市东城区东长安街1号东方广场西一办公楼9层902室，邮编：100738  
需进一步澄清本意见书的核查范围，可直接向本意见书持有者查询  
要查证本意见书之有效状态请电：+86 10 59683663 或 +86 20 83073800  
第3页，共3页



Bureau Veritas Certification

### 独立验证声明

#### 验证目的

必维认证（北京）有限公司（简称“必维”）受珀莱雅化妆品股份有限公司（以下简称“珀莱雅”）委托，对其2025年可持续发展报告（以下简称“本报告”）执行独立性验证。本声明适用于下述范围内包含的相关信息。

报告中的信息及其披露完全由珀莱雅负责。我们的唯一职责是对报告中所包含信息的准确性提供独立验证。

#### 验证范围

验证过程按照AA1000 AS (V3) 2类验证的要求进行。验证范围包括：

- 本报告报告期从2025年1月1日到2025年12月31日的数据和信息；
- 用于收集、分析和审查报告信息所使用的基础报告系统和流程的适当性和稳健性；
- 根据AA1000审验原则和AA1000审验标准的主要原则对报告进行评估
  - 包容性
  - 实质性
  - 回应性
  - 影响性
- 根据《GRI可持续发展报告指南 2021》定义的实质性、准确性、完整性、平衡性、清晰性、可比性原则对报告进行评估。

我们的验证范围不包括对以下信息的验证：

- 报告验证期之外的活动相关的信息；
- 珀莱雅的立场声明（观点、信仰、目标或未来意图的阐述）和未来承诺的声明；
- 已通过第三方财务审计的财务数据和信息。

AA 1000 审验等级如下：

报告部分	验证级别
组织治理	中度
产品责任	中度
环境责任	中度
员工责任	中度
社会责任	中度

保证水平：合理保证

验证标准

1. AA 1000 AP (2018) & AA 1000 AS (V3)
2. 国际审计与验证准则理事会发布的《ISAE 3000 (修订版) —除历史财务信息审核或复核之外的鉴证业务》



Bureau Veritas Certification

3. 全球报告倡议组织发布的《GRI可持续发展报告标准2021》
4. 上海证券交易所发布的《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）》
5. 香港联合交易所有限公司（简称“香港联交所”）《主板上市规则》附录 C2《环境、社会及管治报告守则》

验证方法

作为独立验证的一部分，必维验证组执行了以下程序：

1. 对珀莱雅的相关人员进行访谈；
2. 审核珀莱雅提供的书面证据；
3. 审核绩效数据，按照抽样原则对其中的样本数据进行追溯和核查；
4. 在珀莱雅总部（地址：中国浙江省杭州市西湖区西溪路588号）进行现场问；
5. 审核珀莱雅用于收集、汇总、分析和审查的数据和信息系统的；
6. 审核珀莱雅的利益相关者参与活动，审核利益相关方沟通的结果以及珀莱雅如何采用这些结果。

我们的验证工作遵循必维对非财务报告外部验证的标准程序进行，这些标准程序是当前独立验证的最佳实践。验证活动是基于必维认定的合理的、非绝对的基础上进行策划、实施和得出结论。

验证结论

基于我们的方法论和上述执行程序，我们的意见如下：

- 报告中包含的信息和数据是准确、可靠的，没有重大错误或失实的阐述；
- 报告对珀莱雅在报告期内的活动进行了公正的描述；
- 信息以清晰、易于理解和易于获取的方式呈现，使读者能够对珀莱雅在报告期内的表现和状况形成全面的意见；
- 珀莱雅已经建立了适当的系统来收集、汇总和分析相关信息；
- 珀莱雅已经制定了与关键利益相关者进行结构化和系统化咨询和参与的程序；
- 报告正确地反映了公司在其运营中遵守和实施AA1000AS (V3)的包容性、实质性、响应性、影响性原则。具体细节如下：

与AA1000AS (V3) 原则的一致性

包容性

珀莱雅已经制定了利益相关方参与和沟通流程，与客户、供应商、投资者、政府官员、非政府组织、行业协会等利益相关者进行互动和沟通，并开展了一系列利益相关者参与活动，这些活动涵盖了一系列主题，如组织治理、产品责任、环境责任、员工责任、社会责任等。

实质性

本报告覆盖珀莱雅确定的重要的环境、社会和经济议题。在确定重大议题时，既考虑了企业内部对风险和机遇的评估，也考虑了利益相关者的关注点，报告披露的关键议题以及相关的的信息具有实质性。



Bureau Veritas Certification

回应性

珀莱雅积极应对其确定的关键议题，并在其政策、目标、指标和绩效目标中体现出来。报告中的信息可供组织的利益相关者用于决策的合理依据。

影响性

珀莱雅对其运营活动中涉及的治理、环境、社会方面的关键议题以及带来的正负面影响承担责任，公司对关键议题的影响进行适当的量化监测和评价，根据绩效监测结果，采取相关的持续改进措施。

独立性、公正性和能力声明

必维是一家拥有190多年历史，在质量、环境和职业健康安全、社会责任领域提供独立验证服务的机构。验证小组成员与委托方珀莱雅无任何利益或冲突关系，验证活动是独立、公正的。必维在整个业务范围内实施了商业道德规范，员工在日常业务活动中维持高道德标准。



AA1000  
Licensed Report  
000-514/V3-2BJE1

邹凤贤

总经理

必维认证（北京）有限公司

2026年4月16日



赵雯

验证组组长

必维认证（北京）有限公司

2026年4月15日