PROYA
珀莱雅
COMPANIES

珀莱雅化妆品股份有限公司

2030年可持续发展战略规划

PROYA
珀莱雅
COMPANIES

CONTENTS

目录

引言 1

01 珀莱雅可持续发展理念与支柱 3

（一）可持续发展理念 3

（二）可持续发展支柱 5

02 珀莱雅可持续发展目标 7

（一）创造美：在产品创新中创造美 7

（二）传递美：与伙伴携手传递美 8

（三）共享美：让更多人共享美 8

（四）成就美：让美持续成就未来 8

03 珀莱雅可持续发展基石 9

2030年可持续发展战略规划概览 11

引言

对美的追求，承载着人们对自我的表达、对生活的期待，也与环境、社会的可持续发展息息相关。长期以来，珀莱雅致力于将可持续发展理念融入企业经营，在绿色低碳、科技创新、公益践行、规范治理等领域深耕不辍。我们相信，真正值得追求的美，不仅能够满足当下美好生活需求，还能延伸出更多美好可能。

立足“十五五”时期的发展要求，结合公司“双十战略”和国际化发展新征程，珀莱雅发布“2030年可持续发展战略规划”，升级形成“让美好生生不息”的可持续发展理念，围绕“创造美、传递美、共享美、成就美”四大支柱，以持续、务实的行动，将面向未来的承诺转化为可感知、可延续的美好价值。

我们以产品创新为起点，在产品创新中创造美，让安全、有效与可持续融入产品开发；与伙伴携手传递美，推动价值链协同创新与绿色转型；让更多人共享美，支持消费者、员工等更多利益相关方共同参与、共同成长；让美持续成就未来，通过公益投入与开放合作，将积极影响拓展至行业和社会，让美好持续积累、绵延不绝。



珀莱雅可持续发展理念与支柱

(一) 可持续发展理念

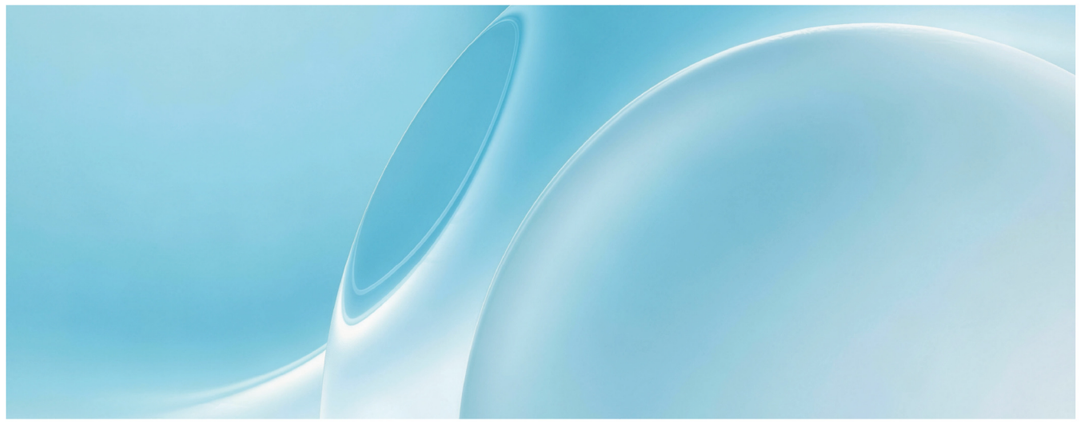
让美好生生不息

Making Goodness Alive.

从产品、价值链到生态圈，
携手利益相关方创造美、传递美、共享美、成就美，
让美好持续积累、绵延不绝。

美，始于珀莱雅创造产品的初心，归于对消费者、合作伙伴、行业与社会的长久承诺。从产品、价值链到生态圈，从消费者到更多利益相关方，从企业发展到社会共同进步，每一次创新与合作，都如一滴水激起新的涟漪，每一项行动形成的经验、能力与信任，又在新的需求、创新和行动中开启下一轮循环——让美好生生不息。

（二）可持续发展支柱



创造美
Create Beauty
在产品创新中创造美

传递美
Extend Beauty
与伙伴携手传递美

共享美
Share Beauty
让更多人共享美

成就美
Amplify Beauty
让美持续成就未来

01 创造美：在产品创新中创造美
Create Beauty

把对美的期待，做进每一款产品。

从成分、配方到包装，从功效验证到使用体验，每一次创新都承载着对品质与责任的选择。珀莱雅希望让创新成果服务于更多品牌与品类，让安全、有效和可持续成为产品开发中共同考虑的要求，创造消费者愿意选择、能够信赖的产品。

02 传递美：与伙伴携手传递美
Extend Beauty

让一款产品背后的进步，成为一条价值链的进步。

产品的焕新，需要原料、生产、物流等合作伙伴的共同参与。珀莱雅希望通过节能减碳、资源节约和协同创新，把产品中的一项改进连接成更多环节的行动，让可持续转型成为合作伙伴共同成长的机会，让价值链更具韧性和效率。

03 共享美：让更多人共享美
Share Beauty

走进不同的生活，满足不同的期待。

随着品牌拓展与国际化战略的推进，珀莱雅将遇见更多文化、肤质、审美与生活方式。共享美，是尊崇多元平等包容的理念，聆听更多的声音，让消费者的需求推动产品创新，让员工的潜能得以释放，使企业的成长与更多人的生活产生积极连接。

04 成就美：让美持续成就未来
Amplify Beauty

让企业的成长，为行业和社会带来积极改变。

企业走得越远，越需要把责任落实为稳定的规则与习惯。珀莱雅希望以持续的公益投入支持更多人成长，以标准共建、开放交流和经验分享推动行业进步，让企业积累的资源与能力惠及更广泛的群体，让今天的行动为美好未来留下更多可能。

珀莱雅可持续发展目标

让美好生生不息，需要将共同的理念转化为明确的目标与持续的行动。面向2030年，珀莱雅围绕“创造美、传递美、共享美、成就美”四大支柱，将可持续发展融入产品创新、价值链协作、消费者沟通、员工发展及社会与行业共建，明确各领域的努力方向与阶段性目标，以持续改进积累成果，为企业长期发展和更广泛的美好生活创造价值。

创造美：在产品创新中创造美

可持续发展目标

- 到2030年，主品牌[1]应用可持续产品开发策略的新产品比例不低于30%。
- 到2030年，将生物多样性友好要求融入产品研发，在公司内外部传递生态保护理念。
- 以绿色化学为导向，优先选择环境友好原料，用安全有效成分回应消费者信任。
- 推进包装减量化、再利用、再循环，持续提升可持续包装材料比例[2]。
- 到2030年，保持每年研发投入不低于2亿元。
- 推进新产品研发和新原料应用，打造引领性全球开放创新平台。
- 推动数智化转型，加速AI技术在核心场景深度应用。
- 到2030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[3]达到70%以上，持续完善棕榈油采购追溯体系。

注1：即珀莱雅品牌。
注2：可持续包装材料指符合公司《可持续包装管理手册》定义，包括具有可核验再生含量的材料、符合可回收或可重复使用要求的包装材料，以及经有效认证的负责任来源材料等，可持续包装材料的比例按其重量占包装材料使用总重量的比例计算。
注3：珀莱雅自身产品生产中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。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%。

传递美：与伙伴携手传递美

可持续发展目标

- 到2030年，范围1和范围2温室气体排放总量[1]较2025年下降25%；到2045年，实现全价值链碳中和[2]。
- 持续扩大价值链减碳倡议覆盖范围，推动核心供应商[3]落实减碳行动、降低碳排放，促进价值链协同减碳。
- 到2030年，实现自身运营范围内可再生能源电力[4]占比达到90%。
- 到2030年，工厂废弃物综合利用率[5]不低于70%。
- 到2030年，供应商ESG符合性评估比例[6]实现100%。
- 以ESG表现为导向激励并赋能供应商，向供应商传递可持续发展理念。
- 到2030年，打造数智化供应链体系，提升供应链韧性与效率。

注1：范围1指珀莱雅拥有或控制的排放源产生的直接温室气体排放；范围2指珀莱雅外购电力、蒸汽、供热和制冷等能源产生的间接温室气体排放，本目标采用市场法核算范围2排放。
注2：全价值链碳中和指在核算边界内，覆盖范围1、范围2及范围3相关上游、下游温室气体排放，优先通过自身运营和价值链减碳措施降低排放，再以符合标准要求的碳信用抵消剩余排放，实现核算期内温室气体净排放为零。
注3：核心供应商指综合考虑采购规模、合作重要性及相关温室气体排放贡献，由珀莱雅识别并纳入核心供应商管理名单的供应商。
注4：可再生能源电力指利用风能、太阳能、水能、生物质能、地热能、海洋能等非化石能源产生的电能，可通过绿电交易、绿证交易、绿电直连、自发自用等路径获取。
注5：废弃物综合利用是指工厂通过回收、加工、循环、交换等方式，从固体废物中提取或者使其转化为可以利用的资源、能源和其他原材料的活动，包括再利用、焚烧且有能量回收等处置方式。
注6：供应商ESG符合性评估是指对供应商在环境、劳工、道德等核心维度开展评估。

共享美：让更多人共享美

可持续发展目标

- 到2030年，打造具有行业影响力的可持续消费倡导项目。
- 到2030年，员工培训覆盖率100%，持续提升人均培训时长。
- 到2030年，每年常态化向员工开展可持续发展相关培训[1]。
- 完善人才发展支持体系，持续打造多元平等包容的工作环境。

注1：可持续发展相关培训包括可持续发展理念、ESG管理、绿色运营、社会责任实践等主题的培训活动。

成就美：让美持续成就未来

可持续发展目标

- 深化标准共建与国内外交流合作，推动构建包容共荣、健康有序的行业生态。
- 2026-2030年，聚焦女性赋能、青少年教育等领域，累计社会公益投入不低于3,000万元[1]。
- 2026-2030年，公益活动累计直接受益[2]达100万人次。
- 2026-2030年，员工志愿服务累计时长达到5,000小时。

注1：面向女性群体围绕职业发展支持、健康关怀、权益保障等方向开展赋能类公益；面向青少年群体围绕科普教育、助学帮扶、素养提升等方向开展成长类公益，形成清晰稳定的公益布局。社会公益投入指珀莱雅合并报表范围内各品牌在社区公益、慈善捐赠等方面的资金及物资投入总和。
注2：直接受益人次，指实际参与公益项目、直接接受公益服务、帮扶或物资支持的累计人次。

珀莱雅可持续发展基石

可持续发展目标的实现，离不开稳健的经营与扎实的日常管理。珀莱雅将以规范的公司治理和健全的ESG管理体系为基础，完善治理架构与工作机制，推动可持续发展要求融入经营决策与业务实践。

我们将持续提升运营管理水平与责任意识，把对消费者、员工及合作伙伴的责任落实到日常运营之中，为四大支柱下的行动提供支撑，让企业在稳健经营中持续创造美好。

管理目标

- 提升董事会多元化，提高女性董事占比。
- 客户满意度不断提升。
- 保持因安全与健康缺陷而召回产品的事件数为*0*。
- 化妆品成分*100%*符合各上市销售地的监管法规与准入要求，持续提升成分透明度。
- 提升能源利用效率，综合能源消耗强度保持在较低水平。
- 持续提高用水效益，单位产品耗水量保持在较低水平。
- 员工商业道德培训覆盖率*100%*。
- 信息安全与隐私保护*0*违规事件。
- 劳工权益*0*违规事件。
- 安全生产*0*事件。
- 职业病*0*事件。

2030年可持续发展战略规划概览

让美好生生不息 *Making Goodness Alive.*

从产品、价值链到生态圈，携手利益相关方创造美、传递美、共享美、成就美，让美好持续积累、绵延不绝。

	创造美 *Create Beauty* 在产品创新中创造美	传递美 *Extend Beauty* 与伙伴携手传递美	共享美 *Share Beauty* 让更多人共享美	成就美 *Amplify Beauty* 让美持续成就未来
四大支柱				
可持续发展目标	○ 到2030年，主品牌应用可持续产品开发策略的新产品比例不低于30%。 ○ 到2030年，将生物多样性友好要求融入产品研发，在公司内外部传递生态保护理念。 ○ 以绿色化学为导向，优先选择环境友好原料，用安全有效成分回应消费者信任。 ○ 推进包装减量化、再利用、再循环，持续提升可持续包装材料比例。 ○ 到2030年，保持每年研发投入不低于2亿元。 ○ 推进新产品研发和新原料应用，打造引领性全球开放创新平台。 ○ 推动数智化转型，加速AI技术在核心场景深度应用。 ○ 到2030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，持续完善棕榈油采购追溯体系。	○ 到2030年，范围1和范围2温室气体排放总量较2025年下降25%；到2045年，实现全价值链碳中和。 ○ 持续扩大价值链减碳倡议覆盖范围，推动核心供应商落实减碳行动、降低碳排放，促进价值链协同减碳。 ○ 到2030年，实现自身运营范围内可再生能源电力占比达到90%。 ○ 到2030年，工厂废弃物综合利用率不低于70%。 ○ 到2030年，供应商ESG符合性评估比例实现100%。 ○ 以ESG表现为导向激励并赋能供应商，向供应商传递可持续发展理念。 ○ 到2030年，打造数智化供应链体系，提升供应链韧性与效率。	○ 到2030年，打造具有行业影响力的可持续消费倡导项目。 ○ 到2030年，员工培训覆盖率100%，持续提升人均培训时长。 ○ 到2030年，每年常态化向员工开展可持续发展相关培训。 ○ 完善人才发展支持体系，持续打造多元平等包容的工作环境。	○ 深化标准共建与国内外交流合作，推动构建包容共荣、健康有序的行业生态。 ○ 2026-2030年，聚焦女性赋能、青少年教育等领域，累计社会公益投入不低于3,000万元。 ○ 2026-2030年，公益活动累计直接受益达100万人次。 ○ 2026-2030年，员工志愿服务累计时长达到5,000小时。
可持续发展基石	以规范的公司治理和健全的ESG管理体系为基础，完善治理架构与工作机制，推动可持续发展要求融入经营决策与业务实践。			