

## 2022

环境、社会及公司治理 (ESG) 报告

上海家化联合股份有限公司 Shanghai Jahwa United Co., Ltd.

## 目录 CONTENTS

董事长致辞	01
公司介绍	03
ESG 管理	06
公司治理责任	12
环境责任	20
社会责任	28
ESG 量化绩效表	59
所获荣誉	65
对标索引表	69
报告编制说明	70



## 董事长致辞

2022年,我们经历了难忘的时刻,也见证了很多的不确定性:国际局势冲突加剧,能源、粮食危机凸显;极端高温天气肆虐北半球的酷夏,提醒着人们气候变化并非遥远,而是真切地发生在身边的每时每刻,人类命运共同体的未来走向和发展迫在眉睫。党的二十大报告中指出:"坚持高质量发展,牢固树立和践行绿水青山就是金山银山的理念,加快绿色转型,积极稳妥推进碳达峰、碳中和。"为中国企业的ESG发展提出了新要求、指明了新方向。

于上海家化而言,2023年是成立125周年。陪伴着中国消费者跨过了三个世纪,上海家化本身已成为可持续发展的最好证明。上海家化的长期主义,离不开对公司长期治理的探索,离不开对公司与社会关系的思考,更离不开公司与环境关系的改善。可以说,代代家化人的摸索与传承,与当代ESG管理理念不谋而合。

作为中国美妆日护行业的标杆企业,上海家化肩负重要使命:我们在业内率先引入ESG管理模式并发布双碳目标,连续三年发布ESG报告。2022年我们的ESG工作获得外部的高度关注与肯定:国际知名指数编制公司明晟(简称MSCI)更新ESG评级,由CCC级别跃升至BBB级,为历史上最高水平。在知名金融数据

机构 Wind ESG 评级中,我们由 2021 年的 A 级跃升为 AA 级,处于国内美妆日化行业头部梯队;另外,我们相继斩获"金蝉奖"、"YOUNG 100"等 ESG 领域的权威奖项。

在环境层面,为达成双碳目标,2022 年继续提升环境管理细化程度。在跨越工厂,我们使用清洁能源,铺设光伏发电装置,从生产环节进行节能降耗。物流开展"飞粤计划",华南地区设置分仓并负责大部分华南地区订单。通过提高快递效率,减少运输时间,从而减少温室气体排放。我们深化可持续采购管理,对自身原材料中使用的棕榈油衍生品进行梳理,加强棕榈油溯源管理,提升所使用棕榈油的可持续属性。

在社会层面,我们致力于携手更多利益相关方,一同创造共享共赢的社会价值。我们为消费者打造安心的产品,推动行业原料质量标准的规范和建立,发布行业首个青蒿提取物团标,建立了严格的原料管理流程和成分禁用名单,主动淘汰有风险的原料成分。我们关注人才发展,关心员工生活,致力于为员工搭建快速成长和施展才华的平台。公司的员工敬业度提升了8.8%,满意度提升了15.5%,从而使上海家化在过去十年,首次进入到快速消费品公司高绩效区域/最佳人才地带。我们持续

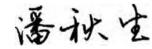
行动,积极承担和履行社区责任,公益行动聚焦校企 联动、爱心援助、多元关爱三大方向。与复旦大学管理 学院共同主办以 ESG 为主题的商业实践赛事,提升教育 质量,为社会输送更多全面人才。全年累计物资捐赠价 值超过 800 万元,足迹遍布 9 省市,受益人数超 7.2 万。

在公司治理方面,我们在保护投资者权益和完善风险管理体系方面齐头并进。一方面,我们建立了多元沟通平台,加强与中小股东的沟通,进一步增加信披透明度,以全面提升信披质量;另一方面,我们继续加强内部廉政教育,有效识别了 14 大业务层面风险,制定了相应风险应对方案和整体策略,同时增设了申诉制度,进一步提升了反腐败能力。

百年匠心,尽善致美。且歌且行的 2023 年,我们必将浓墨重彩的书写上海家化 125 周年。我们深信用长期主义创造公司价值,唯有将 ESG 管理模式与公司经营深度融合,才能真正实现可持续发展。惟实励新,精进臻善,大学之道,在明明德,在亲民,在止于至善,未来我们仍将坚持长期主义,为将中国美带给全世界的愿景不懈奋斗!



董事长兼首席执行官



 $\underline{01}$ 



# **盧公司介绍**

## 』公司简介

上海家化联合股份有限公司是中国美妆日化行业历史悠久的民族企业之一,前身是成立于 1898 年的香港广生行,于 2001 年在上海证券交易所上市,是国内美妆日化行业首家上市公司。

#### 公司基本情况

公司名称 上海家化联合股份有限公司

**总部地址** 中国上海

主要业务
业务涵盖美容护肤、个护家清、母婴三大品类领域

**主要生产地** 中国上海、海南、广东;摩洛哥;英国

#### 历年员工人数



#### 历年营业收入



#### ◎ 上海家化旗下品牌一览

#### 护肤



前沿中草药科研 级护肤专家



东西珍萃 传世之美



中国男士科技 护肤专家



医研共创 专注皮肤屏障



科研珍萃 成就美肌

#### 个护家清



中国功效草本 个人护理专家



新净界 新生活



天然养肤 养本真之美

#### 母婴



取自然之初 育生命之初



科技时尚 让育儿更轻松

## ■ 企业文化



#### 企业愿景

成为中国美妆日化行业领导者, 将中国美带给全世界。



#### 命

以尽善之心追求至美的产品与 服务,为消费者、员工、股东 和社会创造最大价值。



#### 经营方针

以消费者为中心,以品牌创新和渠道进阶 为两个基本点,以文化、流程、数字化为 三个助推器。



#### 企业标志语

百年匠心,尽善致美。



#### 价值观

公开透明、创新进取、尽责高效、共享共赢。



#### ESG 标志语

因美而生,向善而行。







## ⑧ ESG 管理理念

秉持"因美而生,向善而行"的理念,上海家化将 ESG 管理与公司经营发展深度融合,并持续推进可持续发展战略,通过 自身实际行动,为消费者提供更安全、健康、绿色的优质产品与服务,携手全价值链一起打造绿色低碳的生态,最终与消费者、 员工、股东、合作伙伴、社会共同创造共享共赢的社会价值,为可持续发展持续贡献力量。

#### ◎ ESG 管理模型

#### 绿色低碳的生态

#### 共享共赢的社会价值

#### 更完善的公司治理

愿景

逐步实现碳达峰、碳中和, 100% 绿色低碳产品。

致力于为利益相关方创造最大 价值,带动引领行业发展,赋 能供应链成长,支持员工提升, 同时投入公益, 共创温暖。

与时俱进,不断根据更有 效的榜样治理行动优化内 控体系,持续提升公司治 理能力, 夯实坚实的治理 基础。

贡献可持续 发展目标



















行动

- 从产品研发阶段运用全 生命周期视角不断提升 产品自身绿色属性
- 优化生产,提高效益, 不断降低生产运营过程 中的资源与能源消耗
- 联合价值链探索可持续 解决方案,减少产品碳 足迹
- 坚持创新研发,提供更高品 质产品,引领行业向前
- 与供应链伙伴共享发展成果, 开展培训与分享,赋能合作 伙伴共同成长
- 保障员工权益,完善福利与 晋升体系,持续营造良好的 组织氛围,支持人才发展
- 积极投入与自身优势相关的 社会问题解决,发挥企业力 量建设和谐社会

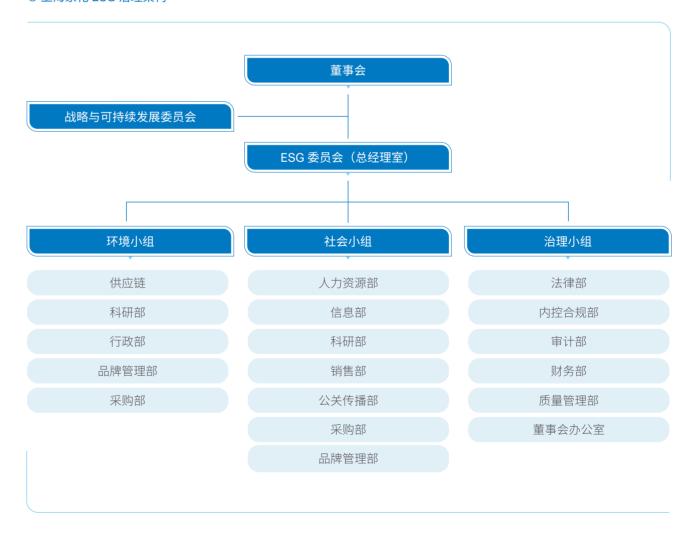
- 贯彻前沿 ESG 管理理 念,提升企业全员 ESG 理念
- 建设高效治理团队,增 强董事会性别多元化与 独立性,提高内部控制 与风险防范能力,完善 公司治理

## ESG 管理实践

公司董事会下设战略与可持续发展委员会,主要负责对公司长期发展战略,包括环境、社会和治理等方面提升可持续发 展能力,并对 ESG 主要趋势以及公司面临的有关风险、机遇进行研究、评估并提出建议,监督公司 ESG 目标制定与实施, 为公司 ESG 发展提供重要支持。(战略与可持续发展委员会具体工作细则,详见《上海家化联合股份有限公司董事会战略 与可持续发展委员会工作细则》)

上海家化通过战略与可持续发展委员会、执行委员会、各执行小组的三级管理体系,全面提升公司在环境、社会和公司治 理方面的管理水平与绩效表现。

#### ◎ 上海家化 ESG 治理架构





## 優 ESG 管理目标及进展

体系;

• 反洗钱;

更完善的公司治理

• 进一步完善公司内部控制制度;

• 加强公司内部廉政教育;

• 充分重视投资者关系管理。

#### 2025 年目标 2022 年进展 • 超过 50% 新开发或更新产品全生命周期环 • 开展"飞粤计划",建立华南物流网络, 境影响下降; 减少运输物流环节温室气体排放量; • 全部自有运营设施,包括工厂、仓库、办 • 厂区铺设光伏发电装置,使用清洁能源; 公场所等碳排放达到峰值; • 供应商准入环节中对供应商在节能降碳方 绿色低碳的生态 • 自有工厂实现单位产品碳排量下降 30%, 面提出要求。 单位产品水耗下降25%,废弃物实现0填埋。 • 拓展课堂培训、线上短视频学习以及内部 知识分享等多样化的学习方式,覆盖专业 技能、管理能力以及行业资讯等内容,公 司员工人均年度培训次数 5 次; • 搭建人员发展沟通平台; • 社会公益项目累计帮扶覆盖人数达到 100 • 员工安全培训覆盖率 100%; • 社会公益项目累计投入捐赠资金和物品的 • 搭建员工胜任力模型; 金额达到 1,000 万元; • 开展干部 360°考核; • 加强对个人信息处理岗位上的相关人员在 • 关怀青少年、防疫救灾等社区公益项目共 共享共赢的社会价值 个人信息安全专业化领域的培训和考核, 投入 862.32 万元。 确保相关人员熟练掌握个人信息保护政策、 技术和相关规程(每年至少3次); • 帮助员工提升个人信息安全意识,公司年 度沟通和培训次数每年至少5次。 • 增强董事会成员多元化; • 提升董事会成员、高级管理人员及董事会 专门委员会的独立性; • 董事会中女性董事占比为 14%;

• 建立公平公正可持续发展的公司薪酬激励 • 建立公司申诉制度;

• 共召开 2 次股东大会,在股东大会中设置

• 组织投资者现场或线上交流活动 150+场。

投资者交流环节;

## **8** 利益相关方沟通

我们认为,企业的可持续发展与利益相关者的支持密不可分,因此我们始终重视与利益相关方的沟通。我们识别公司的重要利益相关方,建立与各利益相关方的常态化沟通机制,与其保持双向沟通,深入了解各界相关方的意见,并积极回应其需要,建立相互信赖、相互支持的长远关系。

#### ◎ 公司主要利益相关方及沟通方式

主要利益相关方	关注议题	沟通方式 / 渠道
政府及监管机构	<ul><li>合规运营</li><li>商业道德</li><li>经营效益</li><li>气候变化减缓与适应</li><li>排放与废弃物</li></ul>	<ul><li>领导及主管部门视察调研</li><li>定期工作总结及公文往来</li><li>日常政策执行</li><li>会议及活动参与</li><li>月度邮件报告</li></ul>
股东和投资者	<ul><li>经济效益</li><li>信息透明</li><li>合规运营</li><li>公司治理</li><li>产品与服务品质</li></ul>	<ul> <li>股东大会</li> <li>定期报告及官网信息披露</li> <li>投资者热线</li> <li>上交所"上证 e 互动"平台</li> <li>投资者专用邮箱</li> <li>投资者关系微信小程序</li> </ul>
客户 / 消费者	<ul><li>化学品安全与成分透明</li><li>负责任营销与消费者教育</li><li>合规运营</li><li>产品与服务品质</li><li>产品研发与创新</li></ul>	<ul><li>公司官网及新媒体平台</li><li>线下销售柜台</li><li>线上销售平台</li><li>客户服务与投诉</li><li>客户满意度调查</li></ul>
合作伙伴 (供应商与经销商)	<ul><li>・ 合规运营</li><li>・ 负责任采购</li><li>・ 经销商管理</li><li>・ 商业道德</li></ul>	<ul><li>经销商大会</li><li>供应商大会</li><li>日常邮件与电话沟通</li><li>培训</li><li>业务拜访</li></ul>
员工	<ul><li>职业健康与安全</li><li>合规运营</li><li>员工权益及福利</li></ul>	<ul><li>内部邮件</li><li>内部沟通平台及活动:生日会、云享会</li><li>员工建议平台:创新社</li><li>内部刊物新闻</li></ul>
+ 社区及公众	<ul><li>・ 气候变化减缓与适应</li><li>・ 排放与废弃物</li><li>・ 绿色包装</li><li>・ 负责任采购</li></ul>	<ul><li>企业公民日、员工家庭日等活动</li><li>公司官网新媒体平台</li><li>社区公益活动</li></ul>

 $\underline{09}$ 

## ② 实质性议题分析

我们参照全球报告倡议组织(GRI)《可持续发展报告标准》,识别公司的重要利益相关方,与他们建立常态化沟通机制,保持双向沟通,同时深入了解各利益相关方的意见与价值观,通过相关渠道回应他们的需求,建立互信的长远关系,为各方创造超长期价值。

#### 议题初步甄别

遵循的国内、国际标准和政策,依据 GRI 标准、SDGs、行业政策分析和同业对标,识别、总结出了与公司相关的 22 项议题。

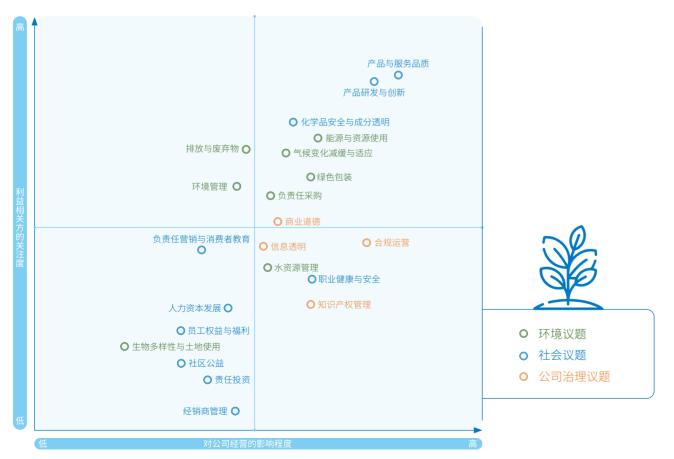
#### 利益相关方沟通

与公司内外部利益相关方开 展沟通,包括股东及投资者、 员工、客户/消费者、供应商、 社区代表等。

#### 结果综合分析

基于利益相关方沟通结果,结 合专家对政策、标准的分析及 判断,对实质性议题进行调整, 确定实质性议题重要性排序。

#### ◎ 上海家化实质性议题矩阵







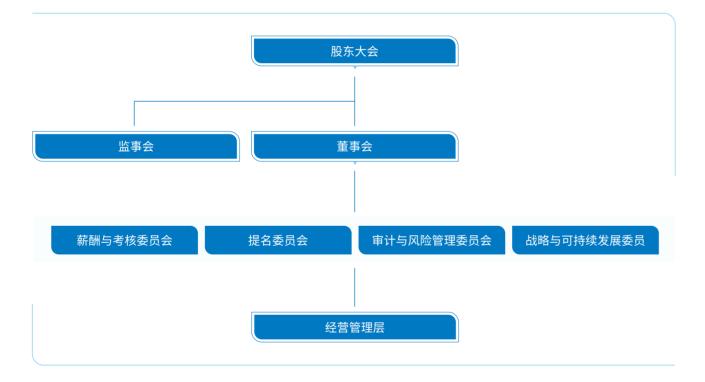


## 公司治理架构

上海家化严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》 等有关法律法规和交易所要求,不断完善法人治理结构,健全公司的内部控制制度,提高公司规范运作水平,为公司稳健 发展提供有力保障。

公司建立了股东大会、董事会及其下属各专门委员会(包括战略与可持续发展委员会、审计与风险管理委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等)、监事会及高级管理人员组成的规范有序的法人治理结构,形成了权力机构、决策机构、监督机构和执行机构之间权责分明、相互协调和相互制衡的治理机制,切实保障公司和股东的合法权益。

#### ◎ 公司治理架构



公司严格按照《公司章程》规定的董事选聘程序选举董事。秉持多元化政策,现时董事会 7 名董事各具专业背景及 / 或对公司业务有广阔的专业知识。公司董事会的人数和人员构成符合法律法规的要求,由 7 名董事组成(女性董事 1 名)。其中,6 名为非执行董事(包括 3 名为独立非执行董事)。公司董事会制定了董事会议事规则,公司各位董事能够以认真负责的态度出席董事会和股东大会,熟悉有关法律法规,了解作为董事的权利、义务和责任。

#### ◎ 公司治理绩效表

<i></i>	单位	2022年
董事会人数	人	7
董事会中女性董事人数	人	1
董事会中女性董事占比	%	14.29
董事会中独立董事人数	人	3
董事会中独立董事占比	%	42.86
股东大会会议召开次数	次	2
董事会会议召开次数	次	7
监事会会议召开次数	次	7
股东大会共审议议案数量	<b>↑</b>	16
董事会会议共审议议案数量	$\uparrow$	36
监事会会议共审议议案数量	$\uparrow$	22
监事会中职工监事人数	人	1
监事会中职工监事占比	%	33.33



<u>13</u>



## ₪ 投资者权益保护

上海家化高度重视投资者关系,规范遵循中国证监会《上市公司信息披露管理办法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》和《公司章程》等,制定了《年报信息披露重大差错责任追究制度》《上海家化信息披露管理制度》《上海家化投资者关系管理制度》《外部信息使用人管理制度》等系列投资者关系管理制度,持续完善公司信息披露体系与工作流程,积极规范履行信息披露义务,切实保障投资者与其他公司利益相关方权益。

公司贯彻信息披露真实、准确、完整、简明清晰、通俗易懂的基本原则,确保广大投资者公平、及时地获取信息,保障所有投资者的利益。

在内部管理方面,公司通过岗位 KPI 设置等方式,对信息披露人员的工作进行了明晰有效分工,多角度发挥效能并协调整合,提升人员效率;同时加强财务核算自动化,减少手工操作,完成财务报表管理及信息披露系统化,提升会计处理及财务管理的效率和效果。

在外部管理方面,公司针对投资者交流平台的特点采取不同的应对和沟通策略,通过投资者热线、上证 E 互动平台、举办 年度战略发布会等多种渠道加强与投资者有效沟通。

#### ◎ 2022 年投资者沟通行动

沟通渠道	沟通行动
投资者热线与投资者邮箱	• 通过投资者热线与投资者邮箱与投资者保持互动,解答投资者关心的问题,接受投资者合理意见和建议。
上证 E 互动及上证路演中心	<ul> <li>维护投资者互动平台,回答投资者问题 147 个,积极与投资者保持互动交流。</li> <li>2022 年 5 月 6 日,在上证路演中心平台举办 2021 年度暨 2022 年第一季度业绩说明会。</li> </ul>
"投资者关系"专栏	• 公司在官网上开设"投资者关系"栏目,并持续对外发布公司最新经营动态。
股东大会	• 公司在股东大会中设置了与投资者交流环节,充分保障投资者的参与权。2022年,公司共召开了 2 次股东大会——2021 年年度股东大会和 2022 年第一次临时股东大会。
现场或线上交流活动	• 通过接待来访及参与策略会、路演、反向路演等,组织投资者现场或线上交流活动 150+场。

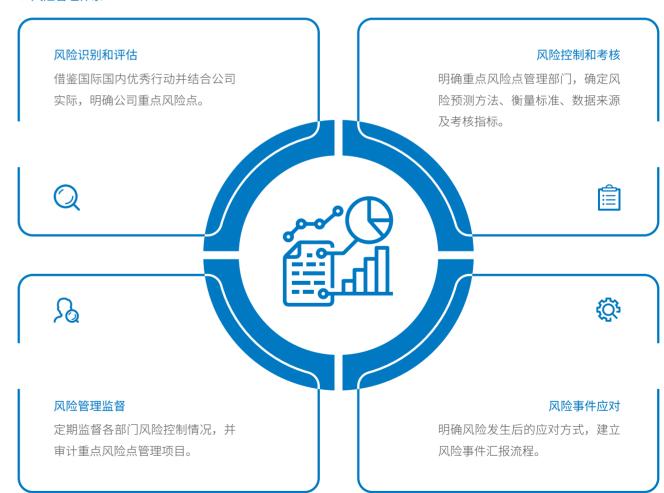
## 風 风险管理与内部控制

上海家化严格遵守《中华人民共和国审计法》《企业内部控制评价指引》 《企业内部控制审计指引》《上市公司治理准则》等有关法律和规范, 不断建立健全公司内部控制系统,提升公司的内控管理水平。

公司制定了《上海家化联合股份有限公司内部审计制度》《上海家化 联合股份有限公司内部控制自我评价办法》《上海家化关联交易管理 制度》等有关制度,并建立完整的风险管理体系,持续完善内部控制 流程、方法和工具。



#### ◎ 风险管理体系



 $\underline{15}$ 



在风险管理过程中,一方面,公司设立专门的内部控制管理部门,协助各部门梳理内控制度,建立公司统一内控制度管理平台,并且通过面向员工开展内部控制知识宣导,提高员工内控意识,推动内控文化的建立;另一方面,审计部定期对制度的执行情况进行抽查、追踪,发现问题及时反馈给业务部门纠正。

在风险识别与评估方面,公司结合实际情况,建立风控矩阵,在战略、运营、财务、合规、信息、人力资源等层面识别分析可能存在的风险点,对识别出的风险进行定性分析、定量分析并进行风险排序,制订相应的风险解决方案和整体策略。此外,公司每年对下属企业进行内控自我评价,纳入评价范围的企业资产总额占合并会计报表资产总额的 90% 以上。通过流程梳理、风险识别、查找内控缺陷等手段,推动企业内部控制管理水平的持续提升。

2022年,公司重点关注舞弊及违反职业道德风险,以及公司新业务运营相关风险等潜在风险领域,并采取了相应的应对措施予以防范。

#### ◎ 2022 年重点识别风险及应对措施

潜在风险	应对措施
舞弊及违反职业道德风险	<ul><li>• 回顾和更新修订《上海家化商业道德与反贪污准则》制度;</li><li>• 在全体员工中开展廉政文化建设和进行全员反舞弊培训,提升全体员工廉洁自律的意识;</li><li>• 重申建立举报邮箱和举报电话,鼓励对违规行为进行举报,同时对举报人进行保护。</li></ul>
关联方以及关联交易的认 定、审批以及披露不完整、 不准确的风险	<ul> <li>对公司新增供应商、客户的创建进行是否关联方的认定,同时编辑整个集团下辖 关联方清单,发布在公司平台并定时更新;</li> <li>对与关联方签订的合同进行专项的审批流程,加强了对关联方交易的监督和管理;</li> <li>审计部每年进行两次关联交易管理专项审计;</li> <li>在年报中完整披露关联交易信息,提升信息披露透明度,接受社会公众监督。</li> </ul>
公司运营新业务、新渠道, 对于相关制度执行力度的 不完整,对公司经营产生 影响的风险	<ul><li>对运营新业务、新渠道的业务进行日常的合规宣导;</li><li>对运营新业务、新渠道带来的新增风险点通过常规审计、自查自纠、外部审计等 覆盖方式进行监督管控。</li></ul>

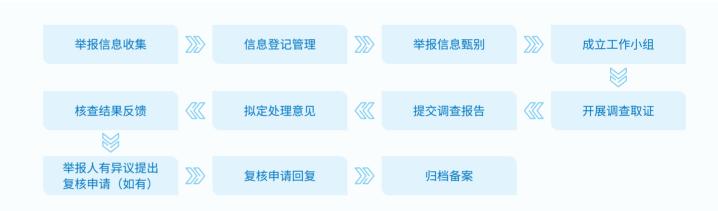
## 📖 反腐败与商业道德

上海家化致力于反腐败文化建设,制定了《上海家化联合股份有限公司员工职业行为准则》《举报处理流程》《上海家化商业道德与反贪污准则》《反舞弊管理制度》,在公平交易与公平竞争、利益冲突、禁止内幕交易、执行与违纪处分、举报处理流程等方面作出了明确规定。

同时,公司高度重视反腐败建设,通过组织引领和加强学习教育,完善职业道德体系和公司商业道德文化建设。报告期内,公司未发生贪污、贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的事件,也未有上述事项引起的诉讼案件发生。

公司鼓励对腐败事件的举报。在《举报处理流程》中明确员工可以通过发送邮件到举报专门邮箱或者联系人事、法律、审计部门进行举报,同时切实保护举报人安全和权益。

#### ◎ 举报处理流程





<u>17</u>

2022年,公司持续完善反腐败管理体系建设,设置《上海家化申诉制度》,采用科学完备的审理与申诉流程,进一步提升还原腐败事件真相能力,稳固公司内外部公正管理屏障。

#### ◎ 公司申诉流程

对处罚决定不满

公司员工对公司处罚小组作出的处罚决定不服,可自收到处罚告知书次日起 10 个工作日内,通过公司指定渠道提出申诉。



按规定填写《申诉书》,明确申诉请求和理由,并提供证据,提交到公司申诉邮箱 shensu@iahwa.com.cn。

核实与 受理 收到申诉材料,申诉工作小组进行初步核实,评估应予受理的,及时启动独立调查,不予受理的, 于 10 个工作日内答复申诉人。

#### ◎ 反贪污与反贿赂绩效表

指标	单位	2022年
反贪污培训覆盖的董事会成员比例	%	100
董事人均接受反贪污培训小时数	小时	0.5

## ■ 反不正当竞争

上海家化坚决反对不正当竞争。我们严格遵守《中华人民共和国反垄断法》《禁止垄断协议暂行规定》《经营者反垄断合规指南》《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律、规定和指南,积极在公司内部开展反不正当竞争相关培训,引导员工保持良好的商业操守及品行,确保合规开展竞争,排除恶性竞争和价格战,维护行业正当竞争秩序。

报告期内,公司未发生因运营中的不正当竞争行为或违反托拉斯法和反垄断法而受到相关部门的制裁的事件。

# 球境责任





## → 环境管理体系

上海家化严格遵守环境法律法规,包括《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《危险化学品管理条例》《安全生产法》等法律法规,制定了《环境管理体系方针》《危险废物事故防范措施及应急预案》《实验室废弃物处理管理办法》《危废仓库管理制度》等制度,对环境管理、应急预案、危废管理等内容进行规范。公司不断加强环境风险管理,确保生产经营符合相关法律、法规和标准。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。

公司已建立完善的环境管理体系,并由各生产基地 EHS 部门对各生产基地的环境管理工作进行落实与监督,目前公司下属生产基地——跨越工厂已获得 ISO14001: 2015 环境管理体系认证,认证范围涵盖跨越工厂化妆品(膏霜乳类、液体类、凝胶类、泥类)的生产,认证有效期至 2025 年 1 月 13 日。公司生产经营过程中对环境影响分析如下表:

#### ◎ 主要环境影响分析

生产环节	环境因素输入	环境因素输出
研发与生产	<ul><li>能源:外购电力、天然气</li><li>水资源:市政供水</li><li>包装材料</li></ul>	<ul> <li>温室气体</li> <li>废气: VOC<sub>s</sub>, NO<sub>x</sub></li> <li>废水: 化学需氧量(COD<sub>c</sub>)、悬浮物</li> <li>无害废弃物:污泥、过期产品、生活垃圾、包装废料</li> <li>有害废弃物:危险试剂、废机油、</li> </ul>
供应链	<ul><li>能源:货运车辆消耗的柴油、电动车消耗的电力</li><li>包装材料</li></ul>	• 温室气体 • 无害废弃物: 包装废料
办公运营	<ul><li>能源:外购电力、自有车辆消耗的电力和汽油</li><li>水资源:市政供水</li></ul>	<ul><li>温室气体</li><li>废水:生活废水</li><li>无害废弃物:生活垃圾</li></ul>

为提升员工环境保护意识,对环境风险进行及时识别和有效控制,公司在工厂及办公场所采取了不同的措施。报告期内,公司在环境管理方面采取的措施如下:

#### ◎ 公司在环境管理方面采取的措施



- 各部门组织增强环保意识与垃圾分类意识等 ESG 相关培训
- 建立环境应急预案并组织相关应急演练
- 定期监测环境噪音避免噪音污染和对员工的伤害
- 公司委托有资质的环境检测技术有限公司,定期对公司废水、废气等进行检测
- 在公司公告屏进行环保内容宣传,让环保意识深入人心

## ● 能源及资源管理

上海家化在生产和运营过程中使用的能源及资源主要是天然气、电能和水资源。水资源主要来源于市政供水,在求取水源方面对环境无重大影响。公司严格遵守《中华人民共和国节约能源法》等法律法规,制定了《能源策划与能源评审运行控制程序》《能源基准和能源绩效参数管理程序》《能资源管理制度》等能源管理制度,在生产运营过程中降低能耗、提高能源利用效率,最终实现能源的体系化与精细化管理。

公司下属跨越工厂于 2018 年获得 ISO 5001 能源管理认证,且于 2022 年通过了换证审核(有效期至 2025 年 3 月 18 日), 认证范围涵盖跨越工厂化妆品(膏霜乳类、液体类、凝胶类、泥类)的生产;公司下属海南工厂于 2022 年 2 月获得了"澄迈县节水型企业"奖牌。报告期内,公司在各个环节开展的能源与资源节约措施如下:

#### ◎ 2022 年能源及资源节约举措与成效

资源类型	行动措施	成效
	华南地区物流: - 启动"飞粤计划",华南地区设置分仓并负责绝大部分华南地区订单	<ul><li>整车发货提高货车车厢利用率</li><li>总仓接单,华南分仓发货提高快递效率,减少运输时间</li><li>运输距离的缩短减少温室气体的排放量</li></ul>
能源	跨越工厂:     空调工艺冷冻水泵根据生产工况优化运行模式     末端空调箱的运行根据生产模式进行运行策略管控     中草药车间小纯水机配备 1 台专用小功率空压机     空调主机系统优化(季节切换模式 & 非生产值机模式)     能源中心纯水系统配备 1 台专用小功率空压机     生产过程工艺热水以及清洗热水的优化使用     跨越工厂过渡季节空调系统停用蒸汽总阀     跨越工厂优化原材料烘房的使用(根据气温条件)	• 全年节约碳排 <b>599.67</b> 吨
水资源	• 跨越工厂纯水系统中间水回收项目,继续发挥节水作用	• 全年节约用水 68,406 吨

 $\underline{21}$ 



## → 可持续包装管理

公司严格遵守《限制商品过度包装要求食品和化妆品》(GB23350-2021)等包装材料相关法律法规,并制定了《可持续包装管理办法》。对避免过度包装、包装材料减量化、包装材料轻量化等相关内容进行了规定,2022年公司在减少包装材料方面开展的行动措施及成果如下:

#### ◎ 减少包装材料的行动措施及成果

环节	行动措施	行动成效
运输包装 整体优化	<ul> <li>通过结构优化设计,材料调整升级来升级产品的运输包装,同时按国标《系列包装、运输包装件常规的检测标准》(GB/T4857)等要求进行模拟测试</li> <li>通过调整内容物、包装结构及体积等方式,使现行多品牌礼盒、套装降低包装材料的使用</li> </ul>	• 整体纸板等材料节省面积达到 <b>34.82 万</b> 平方米 • 单箱产品去除包装件 <b>3-8</b> 件,平均缩小体积约 <b>15</b> %以上,减少运输体积
产品结构优化	• 2022 年度家安洗衣液包装通过结构升级、形状升级和材质优化,减少包装使用量	<ul> <li>产品包装整体降重约 7.7-10.8%,节省石油基塑料达 22.41 吨</li> <li>减少标贴面积约 27%,材料节省达到 1.55 万平方米</li> </ul>



## → 排放物管理

公司遵守《上海市危险废物收集管理暂行办法》《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《危险化学品管理条例》等相关法律,制定了《废水排放管理程序》《废气排放管理程序》《废弃物管理规定》等制度,对公司生产经营过程中产生的废水、废气及废弃物处置做出了相关规定。2022年,公司未发生因污染物超标或违规排放而受到的处罚事件。

#### 废水及废气排放

公司的废水主要类别为生活污水和生产废水,经公司厂区污水处理站后出水至景观水池或纳管排放。公司建立了《废水排放管理程序》等管理文件,定期监测厂区出水确保处理后的污水符合排放标准。

公司产生的废气污染物主要类别为非甲烷总烃、颗粒物、臭气等,经公司厂区废气处理系统处理后纳管排放。公司制定了《废气排放管理程序》等制度文件对废气排放进行管理,定期监测生产排放废气确保废气排放符合标准。公司废水与废气排放标准与主要控制指标如下:

#### ◎ 废水、废气排放标准及控制指标

类别	遵守的排放标准	主要控制指标
废水	• 《污水综合排放标准》(GB8978-1996)	<ul> <li>五日生化需氧量(BOD<sub>5</sub>)</li> <li>化学需氧量(COD<sub>cr</sub>)</li> <li>悬浮物</li> <li>氨氮</li> </ul>
废气	<ul><li>《大气污染物综合排放标准》(GB16297-1996)</li><li>《锅炉大气污染物排放标准》(GB13271-2014)</li></ul>	<ul><li> 氮氧化物</li><li> 颗粒物</li><li> 二氧化硫</li></ul>

 $\underline{23}$ 



#### 固体废弃物

公司的固体废弃物包含一般废弃物与危险废弃物,其主要类别为污泥、废化学试剂、包装废料等,其中危险废弃物公司会集中收集并交由有资质的机构定期处理,对于一般废弃物中可回收的部分会进行回收再利用。公司制定了《废弃物管理规定》等制度对产生的固体废弃物进行管理。

#### ◎ 固体废弃物处理主要措施及处理标准

类别	污染物	主要处理措施	处理标准
一般废弃物	生活垃圾、纸箱、胶带	<ul><li>收集后出售</li><li>对可回收利用的进行回收再利用</li></ul>	《生活垃圾焚烧污染控 制标准》(GB 18485-
	厨余垃圾、污泥	• 交由有资质的机构定期处理	2014)
危险废弃物	废化学试剂、废机油	• 交由有资质的机构定期处理	《危险废物鉴别标准通则》 (GB5058.7-2019)



## ● 减少产品碳足迹

上海家化已提出明确的气候变化应对目标:以 2020 年作为基准年,通过绿色设计和绿色制造打造绿色低碳产品,引领绿色低碳生活,最终于 2050 年前实现上海家化全价值链碳中和。

#### ◎ 上海家化碳中和目标及行动路径

#### 2025 年 实现全部自有运营设施,包括 工厂、仓库等碳排放达到峰值;

#### 2030年

物流运输及仓储环节的碳排放(包含自有仓储物流以及租赁仓储物流)于 2030 年前达到峰值;

#### 2035年

实现所有运营设施包括工厂、仓库、办公场所等碳排放下降50%。

基于气候变化风险与机遇的识别,公司在业务运营中通过采用减少全生命周期产品碳足迹的策略来更好地应对气候变化,分析产品全生命周期各环节中有效的减碳行动,降低温室气体排放量。2022年,公司将产品全生命周期环境影响评估纳入产品的开发流程,帮助公司了解并改善产品的环境影响表现。公司产品全生命周期中为减少产品碳足迹所采取的措施如下:

#### ◎ 全生命周期中碳足迹减少措施

环节	·····································
原材料采购	• 将温室气体排放情况纳入新的原辅材料供应商选择的考虑因素,我们在新供应商准入时收集评估其温室气体排放或能源管理水平,并据此作为我们评估新供应商的依据之一
产品研发与生产	<ul><li>节约能源,减少能源消耗</li><li>提高能源使用效率</li><li>使用新能源,如光伏发电</li><li>设备升级,低能耗设备取代高能耗设备</li></ul>
产品运输	• 建设区域物流网络提高货物运输效率
产品使用及处置	在产品的外包装印制提示回收字样以引导消费者可持续消费

2022年,为实现物流运输与仓储环节减排目标,公司对自身的物流运输和仓储进行了优化,实施了"飞粤计划",在华南地区设置分仓,取代原先由总仓"一仓发全国"的模式,减少了华南地区公司在物流运输以及仓储方面产生的碳排放。

## → 绿色办公

上海家化在办公环境管理方面遵守《上海市生活垃圾管理条例》《上海市办公楼物业管理服务规范》等法律法规,制定了《办公室用电管理规定》等办公室环境管理制度。

公司为建设环保健康的职场环境,持续践行绿色办公举措,倡导无纸化办公,发动员工一起参与环保行动。同时公司加强节能减排、废弃物处理的管理,减少经营过程中的能源消耗与碳排放。报告期内,公司开展的垃圾减量措施如下:

#### ◎ 垃圾减量措施及成效

- 对可回收垃圾进行回收利用,报告期内保定路办公楼在办公楼人员增加的情况下实现了垃圾清运总量同比 3% 的下降;
- 进行绿色办公宣传,提高员工绿色办公意识、培养员工节能习惯;
- 节约用电,对空调等设备进行智能化控制,2022年办公场所耗电量较2021年减少了3.4%;
- 推行无纸化办公,上线智慧人事电子签功能,减少纸张使用量,2022 年纸张使用量较 2021 年减少了 14.9%。



# 社会责任





## 产品研发与创新

上海家化专注于美妆、个护家清、母婴三大领域,包含佰草集、玉泽、雙妹、典萃、高夫、六神、家安、美加净、启初、 汤美星等众多知名品牌。公司高度重视产品创新研发,建立完整的研发创新管理体系推动公司持续创新发展。

在研发创新管理体系的运行支持下,上海家化深耕技术创新,深化前沿研究,依托全流程的项目管理和整链式研发模式, 致力于领先技术钻研与运用,从中国特色本草到分子细胞,从医研共创到创新工艺,公司通过内部自主研发和开放创新网 络相结合的方式,加速创新落地,持续助力技术壁垒的建立,构筑家化行业专利技术先进阵地。上海家化研究从基础研究、 应用创新以及产品价值塑造三个维度实现科技赋能,打造致美的产品和服务。

#### ◎ 研发创新运用与发展维度



基础研究

继续围绕医研共创、中医中草药、细胞生物、安全和功效评估设备、功效筛选、包装设计、 AI 定制化、美容仪器八大基础平台,通过自主研发、结合产学研医的外部开放合作平台 打造技术壁垒,加速技术转化;同时布局美妆科技,以更智能、年轻及时尚的产品语言更 好地与消费者沟通。



应用创新

科技赋能新品,依托产业链上下游的优势结合现代科学技术手段,从原料、配方、工艺、 包装等方面进行一系列的创新。



<sup>产</sup>品价值塑造

始终秉承以消费者为中心,持续探索数字化赋能的方式实现消费者洞察,深入挖掘用户需 求和产品痛点,进一步推进全域多维消费者洞察方法论的升级。



#### ◎ 2022 年上海家化部分研究成果

研究领域	研究项目	研究成果
	深化中医 中草药研究	<ul> <li>突破传统中医中草药美肤研究模式和思维,与国内多个顶级中草药研究院所合作, 开展中国特色植物的成分靶点和功效的相关研究,借助网络药理学,实现从成分 到机理的精准靶向,提升传统中医中草药在美容行业应用的专业化、科技化和时 尚化。</li> <li>与百年国货企业恒顺醋业联手,共建"家化-恒顺美容发酵研究平台",联合推 出首个独家发酵核心专利成分——"V酵元",并作为核心成分应用于新品启初 特护霜。</li> </ul>
基础研究	开发安全和功效评估设备	<ul> <li>基于皮肤表面 AGEs 水平与皮肤衰老的研究成果,成功开发可实时检测皮肤表面 AGEs 水平的荧光扫描探针技术,推出行业内领先精确至微克的高精度多组分和小型化单组份设备及其软件设计,在功效检测、消费者皮肤健康监测两个维度领先行业发展。</li> <li>拓展功效检测技术领域,实现对在体皮肤的 3D、实时、非接触、可视化的成像扫描和三维重建,并可反映皮肤结构形态变化、损伤量化等多方面指标,做到同时实现产品功效和安全双链路研究。</li> </ul>
	持续开展医研共创	<ul> <li>协同上海交通大学医学院附属瑞金医院基于皮肤代谢组学、皮肤免疫学及皮肤神经美容学等多个屏障领域的研究,进一步扩展和优化油脂组成和配比,以满足敏感肌肤人群更细分化、场景化的功效诉求。</li> <li>与首都医科大学附属北京儿童医院马琳主任团队开展合作,针对适龄儿童的肌肤特点、护肤需求及应用场景逐一展开研究与论证,共同研究发现2款活性物,能有效缓解和改善儿童周期性干痒红等症状,联合研发推出2款启初婴儿多维舒缓常护霜和特护霜产品。</li> <li>继续深化与华山医院、上海皮肤病医院等多家医院在不同产品上的合作,在医研合作研究转化方面不断取得突破。</li> </ul>
海洋友好型绿 选用的防晒剂分子量都大于 500 道尔顿并具备分子结构优势,既保 色大分子防晒 护功效,又达到了不易皮肤渗透的高安全性要求。同时,摒弃了对		• 针对敏感肌人群,国内领先大分子防晒科技技术,运用于玉泽清爽倍护防晒乳,选用的防晒剂分子量都大于 500 道尔顿并具备分子结构优势,既保证了稳定的防护功效,又达到了不易皮肤渗透的高安全性要求。同时,摒弃了对海洋环境有害的防晒成分,采用 EWG 全绿,海洋友好型防晒体系,为敏感肌人群提供了创新解决方案。
应用研究	加强植物原料 功效机理的 深入研究	<ul> <li>采用双重膜分离技术发酵天然青蒿,精研青蒿提取物改善宝宝干痒红等肌肤问题,同时发布了行业首个青蒿提取物团体标准;此外,同步加成专利糯米发酵精华,双萃齐效,协同 Prolipid 恒护技术,构筑肌肤第二屏障,持续改善问题肌肤,高能舒缓,精准柔护。</li> <li>持续精研中国成份"双石斛"铁皮石斛 x 金钗石斛,获得"双石斛修护保湿因子"两项发明专利,采用纳米级"R2 双能修护微囊"专利科技,运用于佰草集双石斛修护高保湿系列;核心技术获得第23届中国专利优秀奖。</li> </ul>



2022 年,上海家化研发中心因其众多国际高精尖的基础研究设备,以及包括从产品创意到产品研发、从消费者研究到基础研究的严格审查流程和质量管控,获得了中国合格评定国家认可委员会认可,被授予"CNAS实验室认可证书",涵盖安全、功效、理化等技术领域,公司研发技术与体系再次受到专业机构委员会的权威认证。

在激励员工创新方面,公司制定了《上海家化联合股份有限公司专利管理办法》及《上海家化联合股份有限公司技术秘密管理办法》,通过公司内部的技术职称评定、职务聘任、晋升和其它奖励等方式,鼓励与支持员工投入创新研发。同时,为激发员工创意表达的动力,公司成立"家化创新社",鼓励员工在内部交流平台通过帖子发表自己的创新想法。针对被采纳的创意,公司将根据预期收益对员工进行不同的奖励。

#### 亮相首届世界设计之都大会——将中国美学融合科技之美



9月15日至18日,上海家化参与由上海市人民政府主办的首届2022世界设计之都大会,并在此期间将美妆智能科技"太空舱"搬进展区,现场展出了AI智能肌肤监测系统、3D皮肤断层成像扫描仪、AGEs 荧光扫描探针、微流控、胶囊频射仪、超级计算机、感官闻香等各种智能美妆科技产品,充分展现了公司前沿科技的研发实力。



目前 AI 智能肌肤监测系统,已成功在佰草集门店试点应用。该 APP 是上海家化携手国内人工智能巨头,历时近两年,共同打造完成一款基于千万人脸数据的肌肤检测 APP,首次融合国内顶尖的 AI 算法能力与国人肤质体质研发理念,结合中西科技理念,提供丰富的检测维度,精准的检测指标。



#### ◎ 研发创新绩效表

· 指标	单位	2022年
研发投入合计	万元	17,790.28
研发投入总额占营收比例	%	2.50
研发人员数量	人	190
研发人员占比	%	3.63
累计有效专利*	项	427
国家发明专利*	项	96

<sup>\*</sup>截至 2022 年,上海家化共获得 427 项授权有效专利,其中国家发明专利 96 项。2022 年共新提交 99 项专利申请。

#### 知识产权保护

在保护自身知识产权方面,公司参考《企业知识产权管理规范》等法规制定了一系列知识产权管理制度,包括《技术秘密管理办法》《商标管理办法》《专利管理办法》和《版权管理办法》等,并通过完善知识产权数据库、开展员工培训、借助法律手段等方式维护自身知识产权。

为进一步加强公司知识产权保护意识,2022 年公司对《版权管理办法》进行更新。该制度的更新将部门的日常操作原则与规范成文化制度,明确版权管理的原则与各相关部门的职责分工,并清晰界定版权的申请登记、使用、管理及保护。

为确保不侵犯他人知识产权,公司严格审核及把控知识产权运用的合法性及合理性,由公司在研究项目立项前或产品开发初期,对相关研究主题的现有技术进行检索,对相关拟开发产品使用商标、作品的合法性及合理性进行评估,避免重复开发或潜在侵权风险。

2022 年,上海家化在我国提交《工业品外观设计国际注册海牙协定》<sup>1</sup> 的首日,将 "EHAGUE" 向 WIPO(世界知识产权组织)提交并通过了公司第一份海牙外观设计申请,表达了公司对培养高质量专利以及进行海外知识产权布局的高度重视。

报告期内,公司未发生因运营中的侵犯他人知识产权受到相关主管部门处罚或法院裁判承担责任的事件。

#### 知识产权保护工作认可——荣获虹口区首批商业秘密示范点



2022 年 8 月 23 日,虹口区举行区商业秘密保护示范单位授牌仪式,上海家化作为虹口区首批成功创建虹口区商业秘密示范点的单位参与了此次授牌。作为领先的美妆上市公司,我们充分认识到,保护知识产权就是保护创新,在知识产权保护格局中,商业秘密是企业最核心和最具竞争力的无形资产之一。上海家化希望通过积极发挥行业领军作用,形成示范引领效应,带动辖区内更多企业提高商业秘密保护意识和能力。

公司将不断完善自身的商业秘密保护体系,强化营造公司内部的知识产权保护的氛围,继续在知识产权创造、保护、运用等多维度开拓创新思维,释放创新创业动能。





¹《工业品外观设计国际保存海牙协定》(The Hague Agreement concerning the International Deposit of Industrial Designs),2022年2月5日,中国政府交存了《海牙协定日内瓦文本》(1999年)的加入书。中国成为1999年文本的第68个缔约方和海牙联盟的第77个成员。



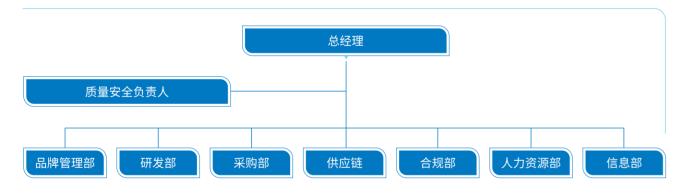
## 🙆 产品质量管理

上海家化严格遵守《化妆品监督管理条例》(以下简称"《条例》")及《化妆品生产经营监督管理办法》《化妆品注册备案管理办法》《化妆品生产质量管理规范》,建立了从原材料到成品、从设计开发到消费者使用的全过程产品质量保证体系,确保公司的产品质量和生产过程满足国家法律法规和标准的要求,保障产品的安全性、有效性、实用性和稳定性达到消费者的需求和期望。公司质量管理体系通过了ISO 9001 质量管理体系标准及ISO 22716 & CGMP-US 化妆品良好生产规范指南的认证。

2022 年是新《条例》的监管元年,公司专项工作小组持续应对《条例》实施与监管面临的机遇与挑战,结合法规更新及生产情况分析实际差异,更新完善公司相关质量管理流程、制度文件,并及时开展各级培训。

上海家化严格遵循"客户导向、合规尽责、高效协作、改进预防"的质量方针,按新法规要求建立质量管理责任制,完善质量管理体系组织架构,明确法定代表人、质量安全负责人及所有与产品质量安全相关部门的质量责任,进一步加强公司质量管理体系建设,推动家化质量管理更上一个层级。

#### ◎ 质量管理体系架构



总经理

- 对公司产品质量安全工作全面负责,负责组织制定、批准公司质量方针和质量目标;
- 负责提供必要的资源,跟踪考核并推动公司质量目标的实现。

质量安全 负责人

- 协助总经理负责全面协调管理与产品质量安全有关工作;
- 负责产品质量安全问题审核、决策及相关文件的审批,确保化妆品安全评估报告、配方、生产工艺、物料、产品标签及不良反应监管等均按照法规进行审核。

各部门

- 参与公司质量管理体系策划,协调推动质量管理体系运行符合相关标准和法规要求;
- 按各部门职责执行产品标准并配合各项法规审查,跟进所在部门负责的流程产品质量审核;
- 组织相关人员质量培训与考核,保障员工达到岗位职责要求。

#### 更新法规学习,保障产品合规



2022年,上海家化针对更新的《化妆品监督管理条例》及系列陆续出台的监管法规与标准,梳理内部制度文件更新的同时,由质量管理部组织各部门主管及相关员工参加包括国家药监局高研院、第三方专业机构及内部开展的系列法规解读培训,帮助相关岗位员工快速有效把握法规更新重点,促进产品研发与生产标准与时俱进,以期保证产品合规,质量优越。



#### 产品开发阶段

在产品开发阶段,我们制定了不同类别产品开发的质量控制要求,关键品质控制环节包含原材料质量安全审查评估、原材料标准制定,以及配方稳定性、防腐挑战试验、安全评估、功效测试、生产工艺验证等。

#### ◎ 不同类别产品开发的控制要求



#### 儿童护肤类产品

为上海家化旗下的儿童护肤品牌启初专门制定《启初产品开发及生产质量要求规范》,针对儿童这一特殊人群,对启初产品的原材料安全评审、设计开发验证、采购及供应商管理、生产过程、检验放行等各个过程作出更加严格的要求,以保障启初产品的安全与品质,尽可能减少产品质量安全风险。



#### 化妆品类产品

- 遵守国家化妆品注册备案要求,进行产品的理化微生物指标送检、安全性测试;
- 必要的功效验证测试;
- 配方开发从实验室设计、小试到初扩实验、中试放大等各个环节,严格遵守内部开发标准和流程,充分保证内材质量的稳定一致性,并制定严于国标、行标的内控质量标准。



#### 非化妆品类产品

• 配方开发从实验室设计、小试到初扩实验、中试放大等各个环节,严格遵守内部开发标准和流程,充分保证内材质量的稳定一致性,并制定严于国标、行标的内控质量标准。

 $\frac{34}{2}$ 



在原材料管控方面,公司明确要求任何新原料的使用、配方的变更、原材料货源的变更等,都要经过相关人员的检测、验证和评估,以最大程度地保证产品的安全性。

在产品安全测试方面,我们建立了严格的闭环式安全评估体系,保障产品安全与功效卓越。上海家化从 2003 年开始在研发环节关注开发非动物测试方法,目前已经建立了涵盖皮肤刺激、眼刺激、皮肤致敏、皮肤刺痛等多种方法的开发,为研发环节原料和产品的安全性筛选提供强大支持。

在既有的安全评估方法基础上,上海家化也一直在尝试突破和创新。比如,为进一步提升产品的使用体验,弥补急性 眼刺激性测试的局限性,上海家化科研团队建立了瞬时受体电位香草酸亚型 1(又称辣椒素受体,transient receptor potential vanilloid type 1,TRPV1)激活试验:即利用 TRPV1 受体的激活机制,模拟人眼角膜痛觉相关神经元感受疼痛 的过程而构建的可以预测疼痛刺激的神经细胞模型,可将痛觉感受信号进行可视化。

#### ◎ 产品安全评估体系



#### 产品生产阶段

在产品生产阶段,我们建立完善的生产管理标准和制度,并对原材料、生产过程和产品出厂等环节进行严格的质量控制,对不合格品按照处理规程处理。

#### ◎ 产品生产控制体系

#### 建立完善的生产管理标准

- 根据法规要求,合理设置组织机构、配备各级生产质量技术人员并通过培训使其满足岗位要求;
- 对生产设施设备建立维护保养及清洗消毒制度并按制度执行;
- 与各受托方签订委托生产合同及质量协议,并建立制度对受托方进行日常监督管理,确保委托生产产品的质量安全符合要求。

#### 生产检验

- 按标准及检验规程对每批原材料实施进货检验控制并对供应商进行审核评估管理;
- 对生产环境及工艺用水定期监测;
- 每批产品严格按注册备案资料载明的技术要求进行生产和检验控制并对批记录审批后实施产品放行。

#### 不合格品管理

• 对不合格品及过期物料产品建立处理规程进行管控。

#### 产品上市后

公司制定了化妆品不良反应监测制度,通过门店投诉、热线电话、线上投诉、舆情监控等各种途径主动全面收集消费者不良反应反馈信息,按要求上报国家监管系统,并对不良反应进行评价和分析,采取适当的风险控制措施,保障消费者健康。

对已进入流通渠道的,因质量缺陷或其他原因可能危害人体健康安全,或明显违反法律法规的批次性产品,立即停止销售,并根据《产品召回流程》召回公司妥善处理,以保护客户及消费者的利益,并符合法律法规要求。若当年没有发生实际的产品召回,则每年按照流程规定,进行一次模拟召回。

#### ◎ 产品召回流程

 $\underline{35}$ 



2022 年,公司模拟召回编号为 75552 的佰草集新七白美白柔肤水 180ml,覆盖各级经销商和经营部库存产品,数量共计 1,140 瓶,产品召回率为 96.4%。2022 年,公司未出现已售或已运送产品中因安全与健康理由而须回收的产品,在产品和服务的健康与安全方面未发生违法违规事件。

此外,为进一步保障产品质量与安全,公司积极接受药监局、海关、SGS等监管部门及外部专业机构审核,并主动邀请第三方评测组织开展产品评估和检测,接受多方专业审核与检查,全方位促进产品合规与质量提升。针对检测不合格项,由质量管理负责人召集相应部门商讨处理方案,及时跟进并解决相关问题。

#### 化学品安全管理

在化学品安全管理方面,上海家化不仅遵守中国《危险化学品管理条例》《化妆品安全技术规范 2015》法规与标准,同时参考美国《化学品成分评估》、欧盟 Regulation (EC) No 1223/2009 of the European Parliament and of the Council of 30 November 2009 on cosmetic products,以及欧盟消费者安全科学委员会(Scientific Committee on Consumer Safety,SCCS)相关法规要求,尽可能运用更全面及完整的国际与国内标准提升产品安全性。

公司产品成分严格遵守法规底线,不使用任何禁用成分,禁用成分包含但不限于《化妆品安全技术规范 2015》表 1 和表 2 所列出 1,000 多种禁用组分或者禁用植(动)物组分,例如苯、双酚 A、氢醌、抗生素类、雌激素类、石棉、二噁烷、甲醇、铅砷汞镉等<sup>2</sup>。

此外,上海家化致力于提升产品中的绿色化学运用比例,在新产品研发中,不断减少或禁用有争议的成分。公司通过制定化学品原料的《"星级"管理制度》,按照不同警示级别对化学品进行分类管理,逐步完善上海家化绿色原料的选择关键指标。2022年,公司设置了《禁用成分名单》及《风险成分关注清单》。

#### ◎ 禁用与风险成分关注清单

禁用成分

硼砂、甲醛、大麻(CANNABIS SATIVA)仁果、锦纶-12、锦纶-6/12、二苯酮-3、聚乙烯

2022 年度 风险成分 \*

碘丙炔醇丁基氨甲酸酯、咪唑烷基脲、双(羟甲基)咪唑烷基脲、DMDM 乙内酰脲、季铵盐-15

为不断提升产品安全性保障水平,2022年公司持续在启用原料时将产品安全性评估作为重要环节,传达了公司从产品研发至原料选用对成分安全的重视,这将进一步提升产品安全性能。公司确保 100% 原料在启用过程中,均经过产品安全专家审阅相关毒理信息资料以及风险物质情况;针对原料数据不齐全的,公司将开展原料的整体安全性评价。

同时,公司逐步完善上海家化绿色原料的选择关键指标。特别地,公司在 2022 年度新启用的原料中 70%以上新原料符合 EWG(Environmental Working Group)安全等级或者"美丽修行"APP 绿色标准。此外,公司加强自主绿色原料开发,综合运用 8 大提取技术,持续打造重点活性物(比如铁皮石斛、昙花、青蒿、稻糟等),促进活性物的产品应用落地和技术创新点的挖掘。公司对自研原料进行全面的安全和功效评估,并根据原料毒理性质,针对性地开展原料的毒理相关实验(例如皮肤刺激,眼刺激,致畸测试,致突变实验等)。

#### ◎ 原料启用流程与安全评估机制

• 根据开发需求,综合

考虑原料的安全性、

功效性、EWG安全等

级认证评分、可持续

来源等指标初步确定

原料候选者。



 开展安全和功效评估 (包括但不限于): 原料检验标准并确定 理化检测、安全毒理 评估、稳定性考察、 功效评价、法规检查。
 根据评估结果,建立 原料检验标准并确定 启用原料。在原料相 关信息不完备时不妥 协、不启用。



 在原料启用后,持续 对原料进行跟踪,及 时反馈原料应用情况。

追踪



<sup>\*</sup> 重点关注的风险成分,并逐步淘汰。

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup>以上所列成分公司不会主动添加在化妆品中,可能会因为非故意因素存在于化妆品成品中,如来源于天然或合成原料中的杂质,来源于包装材料,或来源于产品的生产或储存等过程中。在符合国家强制性规定的生产条件下,如果禁用组分的存在在技术上是不可避免的,公司会对化妆品产品做安全性评估,以保障公司产品在正常的,或可合理预见的使用条件下对人体不会产生危害。



## 服务品质管理

#### 负责任营销

保证产品信息准确、真实是我们做好产品质量与安全管理必不可少的部分,上海家化遵守《化妆品标签管理办法》《化妆 品注册备案资料管理规定》《化妆品功效宣称评价规范》《网络直播营销行为规范》《电商创作者管理总则》等法规,制 定了《化妆品销售包装标签审核流程》,规范公司化妆品销售包装标签形成及过程审核,确保产品标签内容准确,满足产 品合规性和产品上市要求。

在保障产品标签与文案审核方面,公司严格按照流程规定开展核验,针对产品的标签、销售包装、内容物、展示面、可视 面及引导语等,在 PLM 系统开展包含品牌文案、研发人员、法律审核人员及设计师等多重角色在内的审验。

#### ◎ 产品销售包装标签审核流程

品牌文案审核

- 品牌文案流程创建人在 PLM 系统填写《产品法规与文案信息》
- 品牌经理与品牌总监进行品牌文案信息审核





产品研究开发 中心审核

- 配方开发工程师审核产品成分及其他微量成分、宣称和成分的对应关系、原料及 产品注意事项、执行标准等
- 产品研究开发中心主管审核产品原料宣称是否具备依据、成分及其他微量成分及 "内材文案信息"



§

法律部人员审核

- 在产品文案环节进行法律符合性审核
- 在产品标签审核环节,审核产品中商标、专利及文案三者表现形式的法律符合性





评估部及技术 法规部审核

- 基础研究中心产品评估部人员测试文案的产品功效是否具备相应依据
- 技术法规部及黑稿审核人员审核文案宣称的合规性、产品法规必标项目的完整性 及标注位置的合规性





设计师审核

- 设计师设计标签文案并由设计主管审核是否符合要求
- 机构设计师审核产品标签印刷尺寸以及所有印刷信息不被遮盖

此外,我们关注代理商、经销商、承包商等以符合商业道德准则的行为开展经营活动,鼓励廉洁自律,并强调其负责任的 宣传与营销;鼓励合作伙伴诚信经营,严禁虚报数据、虚假做账、业绩作假等弄虚作假的行为;始终尊重负责任营销的法 律与法规,要求合作伙伴遵从准确性、清晰性与诱明性的要求,保障负责任营销。

2022年,随着公司在线上销售渠道的拓展,上海家化愈加重视如《网络直播营销行为规范》《淘宝直播管理规则》《京东 内容创作者管理办法》《电商创作者管理总则》等电商平台相关规定,同时组织直播与电商相关法规培训,确保直播运营 与线上销售严格遵守法律规范,塑造公司诚信经营与责任营销的良好形象。

#### 保护消费者权益

上海家化高度重视消费者权益保障以 ◎ 售后服务保障体系 及产品的售后服务,遵守《消费者权 益保护法》, 秉承"以消费者为中心" 的宗旨,以"顾客满意"和"高效外 理顾客问题"为目标,设立了健全的 售后服务保障体系及独立与专业的售 后服务中心,且下设多个协作小组确 保通过多形式、多维度触达消费者, 为消费者时刻提供品质服务。



在服务流程上,公司实施"两线服务实施推进,三级服务质量监管"措施。"两线服务实施推进",即线上与线下服务联动。 上海家化入驻用户常用平台,提供有效知识科普等服务,并利用良好的线下运营基础实现线上与线下服务闭环。在"三级 服务质量监管"上,公司运用 AI 客服技术监测消费者反馈的问题,同时由公关人员及质量控制小组开展消费者调研与服务 质量质检,并由业务部门追溯原因,实现产品改善及服务流程优化。

- 线上服务: 除在电商购物平台安 排专业售后服务人员承接外,同 时在抖音、快手、微信小程序等 社交电商平台入驻, 确保服务与 产品同步;
- 线上与线下服务闭环: 基于良好 的线下分销与专柜模式, 通过跨 渠道培训与系统打通、服务归口 整合实现全渠道服务统一, 达成 两线服务闭环。
- 采用 AI 客服监测消费者反馈的敏 感问题: • 由公关人员开展舆情监控,收集 两线服务 三级服务 消费者声音; 实施推进 质量监管 • 由质量控制小组开展服务质量质 检及消费者回访,将相关问题反 馈至业务部门并追溯问题产生原 因,实现产品改善及服务流程优化。



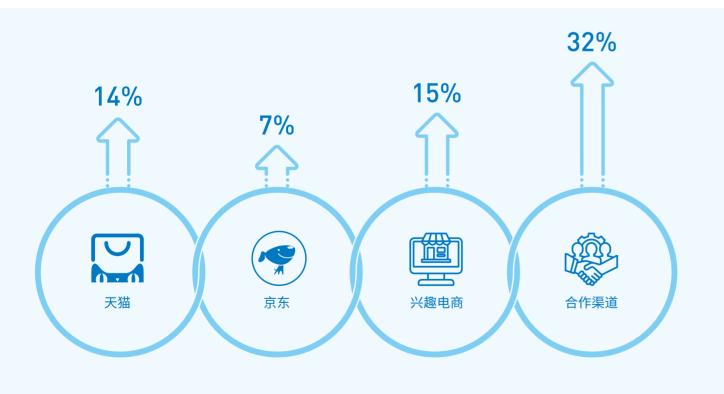
另外,对于各类消费者投诉采取针对性的处理方式,公司投诉处理组制定了覆盖线上、线下各个渠道,涉及质量、安全、 法律法规等各方面问题的投诉处理流程,确保投诉处理得当。

#### ◎ 消费者投诉处理方式

投诉类型	处理方式
一般问题投诉	授权一线人员快速处理
严重问题、法律法规专业问题投诉	专业部门进行快速有效的分析和处理,并深入分析原因、采取预防措施
有重大影响的批次性问题投诉	及时上报公司领导,妥善处置,必要时进行产品召回

消费者反馈是我们实现服务进步的映证,公司定期开展消费者满意度调研,收集用户声音。经过客户服务体系的不断完善,公司产品与服务得到客户的认可。经统计,2022 年消费者满意度增长情况为——天猫同比增长 14%,京东同比增长 7%,兴趣电商同比增长 15%,合作渠道同比增长 32%。

#### ◎ 2022 年消费者满意度增长情况

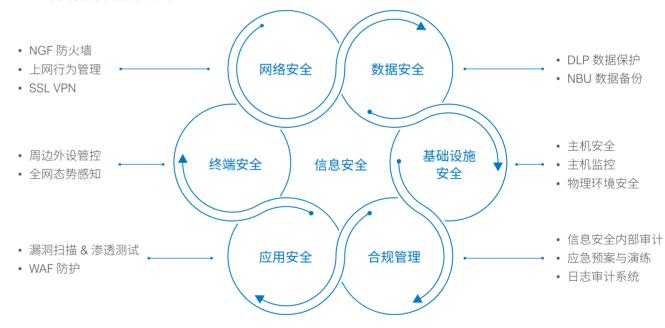


#### 数据安全与隐私保护

随着社会信息化水平的提高,客户隐私保护愈加成为我们的关注重点之一。在赋能公司数字化转型过程中,上海家化不断提升公司信息化管理水平,切实保护消费者隐私。公司严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《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,由法务部、信息安全部门、内控管理部门等部门共同负责公司信息安全的统筹管理,确保数据安全及消费者隐私安全。

公司制定了《个人信息与隐私保护政策》《信息安全规范(个人版)》《上海家化数据库管理制度》。2022 年,上海家化以国家法律法规为基础,以国家等保要求与国际 ISO 27001 信息安全体系为框架建设上海家化信息安全管理体系。公司将供应商关系管理系统(SRM)、可视化系统、运维安全审计系统等接入搭建的 One Jahwa 平台,通过一体化平台建设巩固整体信息安全体系。

#### ◎ 上海家化信息安全管理体系



#### ◎ 信息安全管理认证

系统	通过认证
公司会员管理系统(CRM)	国家等级保护三级认证
特渠商城	国家等级保护三级认证
一体化订单管理系统(OMS)	国际 ISO 27001 安全认证

<u>41</u>



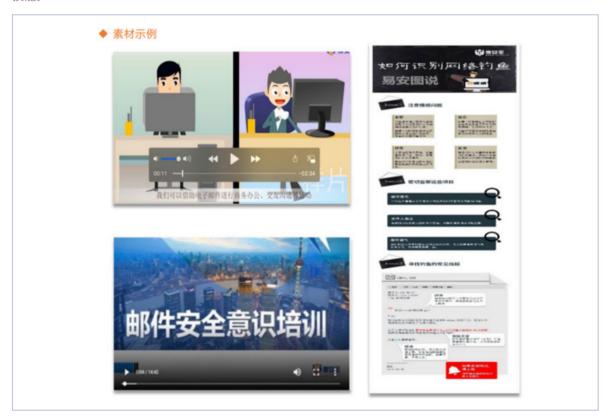
此外,公司对《消费者隐私保护政策》中客户隐私条例进行更新,采用更加严谨的措施更好地保护消费者隐私数据。2022年,公司未发生数据安全和隐私保护方面的违规事件和诉讼案件。

同时,为了提高公司全员信息安全意识,上海家化信息安全部门每年都会组织一系列以信息安全为主题的培训,让信息安全意识贯彻到每一位员工中。2022年,公司举办了数据安全、个人信息保护、邮件安全、媒介传播安全、高管隐私等主题课程培训,截至 12 月底,共 3,272 人次接受培训,其中 3,046 人次通过考试。

#### 全方位多元培训,提升全员信息安全技能



2022年,公司针对数据安全、密码安全、移动安全、远程办公等 12 个信息安全相关的热点主题开展了培训,培训方式结合图说、视频及课件等多种方式进行,制作了"备受黑客青睐的钓鱼邮件""让人防不胜防的社会工程学攻击""如何设置安全的密码""远程办公安全指南"等图画、视频,帮助员工在不同场景运用丰富的媒介进行信息安全知识学习,掌握日常办公场景、生活场景所需的安全知识点,增强信息安全防范意识与相关技能。



## 🙈 供应链管理

良好的供应链管理是我们提供优质产品的基础,上海家化高度重视供应链管理,持续推进可持续采购,通过与供应商等合作伙伴密切沟通、通力协作,建立了良好的合作伙伴关系,共同为可持续未来提供助力。

#### 供应商管理

上海家化供应商主要包括原材料供应商,以及促销品道具类和媒体类等间接供应商。公司制定了《原材料供应商绩效考核管理制度》《间采采购管理办法》《材料供应商绩效考核管理制度》等供应商管理及考核制度文件,运用供应商关系管理系统(SRM)对供应商在引入、评估、奖励及淘汰供应商方面进行全生命周期管理,确保供应商符合公司要求。

#### ◎ 上海家化主要供应商

供应商类别	主要采购内容			
原材料供应商	原料、包装			
间采与媒采类供应商	实物类 (道具、灯片、印品、礼赠品等)、市场调研、研发与检测服务、差旅和会议、信息服务、物流、设施服务、媒体			

公司针对重要原材料供应商开展年度考核,每三年对所有供应商完成一次全面考核,供应商环保方面的评估包括:

- 工艺、材料绿色环保指标: 根据产品、工艺使用环保材料的使用情况进行评分;
- 环保资质指标: 根据供应商是否具有环保资质证明、污染物处理流程和设备的情况进行评分;
- 温室气体排放指标:公司将温室气体排放情况纳入新的原辅材料供应商选择的考虑因素。我们在新供应商准入时收集评估其温室气体排放或能源管理水平,并据此作为我们评估新供应商的依据之一。



 $\frac{3}{2}$ 



为更完整全面地掌握供应商信息与变化,对已有供应商进行整体跟进并做好及时调整,公司制定了《供应商动态管理制度》, 采用"黄牌"与"绿牌"标签分类方式,提升供应商响应速度与服务水平,从而保障公司产品质量。

#### 黄牌

- 供应商违反相关制度规定事项,上海家化相关部门 有权对供应商提出口头或书面警告,如供应商消极 对待或未及时整改,给予其黄牌警告;
- 如供应商违反相关制度规定事项情节严重的,可直接给予黄牌警告。

#### 绿牌

 供应商按照相关制度规定事项,给予上海家化相关 部门工作支持与帮助的,给与供应商绿牌奖励。

#### 可持续采购

我们深知我们的采购行为对于森林、生物多样性、气候变化、劳工权益都有深刻的影响,与环境、社会有着紧密关联。上海家化坚持绿色采购理念,制定了《上海家化可持续采购政策》(点击链接阅读制度原文),将可持续发展原则融入供应商管理,持续完善可持续采购流程,努力降低因采购带来的环境和社会影响,并确保符合商业道德。同时,公司将可持续发展原则纳入可持续采购关注领域,并做了具体细化。

关注领域	具体内容
环境	<ul> <li>考虑产品及服务在整个生命周期内造成的环境影响。</li> <li>优先采购使用回收材料制作的包材及使用绿色来源的原料。</li> <li>我们优先采购可持续认证的原材料并逐步提高采购量,例如可持续棕榈油(RSPO)认证的棕榈油。</li> <li>优先选择采用国际认可的环境管理体系的原辅材料供应商,例如: ISO 14001 环境管理体系。</li> <li>将温室气体排放情况纳入新的原辅材料供应商选择的考虑因素。我们在新供应商准入时收集评估其温室气体排放或能源管理水平,并据此作为我们评估新供应商的依据之一。</li> <li>鼓励供应商不断提高环境管理水平,鼓励供应商环境绩效透明,鼓励供应商对外发布可持续发展承诺。</li> </ul>
社会	<ul> <li>要求供应商为员工提供平等机会,在招聘、晋升、解聘等各个环节坚持公平用工,不因年龄、性别、籍贯、宗教信仰、婚姻状况等歧视或者差别待遇员工。</li> <li>要求供应商必须为其员工提供健康和安全的工作环境。我们将优先选择采用国际认可的管理体系的供应商,例如: OHSAS 18001 健康与安全管理体系。</li> <li>寻求机会向支持当地经济及/或弱势社群的不同供货商采购。</li> </ul>

# 关注领域 具体内容 • 制定供应商反贪污政策,鼓励供应商廉洁自律,杜绝任何违反商业道德的行为。 • 为供应商开放畅通的检举途径,鼓励对违反商业道德行为、反贪污行为的检举,举报邮箱为: 以司治理 ipubao@jahwa.com.cn。 • 将供应商纳入《检举人保护制度》,在受理、登记、保管、调查等各个环节,对检举人的个人信息及检举人提供的所有举报资料均严格保密。

棕榈油的种植会对生态环境造成较大影响,公司使用棕榈油下游产品作为原料的产品销售额占总体销售额的 8%。为进一步深化可持续采购实践,以实际行动推动生物多样性保护与森林生态良好发展,2022 年上海家化启动可持续棕榈油采购工作。公司制定了未来采购可持续棕榈油计划,并已积极寻找符合条件的可持续棕榈油供应商,进行初步沟通。报告期内,我们已拟定初步方案并推进实施。

在公司可持续采购战略的积极影响与带动下,我们的供应商也在踊跃响应并采取行动减少生产与运营过程中的负面环境影响,提升自身可持续发展水平。2022年公司原料供应商、间接采购供应商及物流供应商等均开展了节能减排的相关举措,为打造绿色供应链做出积极贡献。

#### ◎ 供应商节能减排举措

供应商类型	采取举措	成效
包装供应商	<ul> <li>某玻璃供应商 2021-2022 年投资 550 万元进行节能技改,通过采用新技术、新工艺推进污水池、VOC 废气处理系统等环保设施升级改造,保证达标排放;</li> <li>回用脱硫脱硝系统固体废弃物(脱硫灰),用做蒙砂污水处理原材料,减少原材料采购及固体废弃物排放。</li> </ul>	• 2022 年 1 月 -10 月 减排 279 吨, 同比降低减排 29%。
	• 某包装供应商与公司共同开发佰草集 SPA 新年礼盒,采用 100% 纯纸浆为原材料,通过全自动产线,一次性热压成型打造的天地盖礼盒产品。	• 实现 100% 可回收再利用; • 实现 68-83 天的完全降解,助力环 境零污染。
物流供应商	• 物流供应商将运输车辆替换为电动与天然气的新能源车辆。	• 实现每月碳减排量达 10 吨二氧化碳当量以上。



## **圆** 员工权益与福利

上海家化从创立之初,就把人才视为公司宝贵的财富。公司以开放、平等、包容的态度引才聚才,尊重并保障员工的合法权益,为员工搭建快速成长和施展才华的平台,营造温暖、协同、高效的工作环境,促进人才活力释放,携手员工同成长、共进步。

#### 合规雇佣与多元化

上海家化严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等政策法规,制定《员工手册》,构建完善、规范的人力资源管理体系与制度,涵盖招聘与解聘、工时与假期、薪酬与晋升等方面,充分保障员工合法权益与福利。

公司明确规定禁止雇佣童工、强制劳工等不当用工形式;通过严格筛查、日常管理监督确保无使用童工或强制劳工的现象,保障无人因种族、宗教、性别、年龄、婚姻状况、残疾、国籍等因素遭受歧视;尊重员工的自由结社、集体谈判和自由选举等各项政治权利;报告期内,公司未发生任何违规用工事件。

#### ◎ 员工权益保障措施及相关制度

类型	权益保障措施	相关制度	
招聘	• 招聘:坚持合法合规、平等公正无歧视的原则开展员工招聘,坚决杜绝各类歧视、童工及强制劳工	《员工手册》	
解聘	解聘 • 公司与员工依据《员工手册》中相关制度和平等协商后解除劳动合同		
工时与休假		《员工手册》	
李春两州		《员工手册》《职业健康安全管理制度》	
晋升	• 每年在年初为不同员工制定各自全年的绩效考核计划,年末复盘全年表现对绩效进行考核,考核通过后的员工可获得晋升机会	《员工手册》	

公司倡导多元化,并向每位员工或求职者提供平等的机会。报告期内,公司总员工中女性员工占比 73.3%; 新进员工中,女性员工占比 59.0%。

公司女员工比例达 73.3%,基于此,公司非常重视全体女性员工所面临的职场与生活挑战。公司在《员工手册》中确保 女性员工享有法定以及公司制度中额外的各项福利,且拥有平等的晋升和职业发展途径。公司除了为女性员工提供婚假、产假、哺乳假、孕检假、育儿假等法定假外,也为全体女性员工提供额外假期与福利,公司设置了妈咪小屋,为生育女员工重返工作岗位提供便利。

#### 员工沟通与关爱

上海家化坚持"以人为本"的理念,公司认为员工的参与对公司经营发展至关重要。公司为全体员工提供畅通的沟通机制,保障员工享有充分的参与权与表达权,建立和谐稳定的劳动关系。报告期内,公司通过以下措施和员工进行沟通:

#### ◎ 员工沟通措施

通过家化内部信息平台、家化创新社等多 种沟通渠道,及时与员工同步公司发展信息, 倾听员工心声,鼓励员工积极为公司的发 展建言献策 定期组织全员沟通会,管理层会通过全员 直播的方式把公司近期政策制度、业务进 展方面的信息进行共享交流,同时在直播 过程中也鼓励员工积极提问并加以解答

公司定期召开职工代表大会、职工代表联席会议,听取员工意见及建议,在2022年2月召开的职工代表联席会议上,员工们为《员工手册》的修订建言建策,最终完成《员工手册》的修订

设立了专用邮箱、专用热线等来方便员工 进行申诉,公司在《员工手册》中明确了 员工申诉有关方式,若员工有不满或受到 不公平待遇,可采取逐级上报申诉途径, 同时我们也为举报者提供保护制度,保护 员工的隐私权与个人信息安全

.7



#### ◎ 公司困难员工关怀行动

- 组织帮困送温暖活动,春节前后对家庭困难,长期大病的员工进行慰问;
- 关心、慰问、探望生病住院、生育、献血员工。报告期内,共慰问生病住院、 生育员工 300 余人次,献血员工 83 人次;
- 在中华传统节日前后,组织慰问工会会员,发放节日大礼包及一系列生活必需品,惠及员工 6.600 余人次。高温季节,慰问高温岗位员工 600 余人;
- 上海工厂与物流基地停摆期间,为员工送去了三批慰问物资,共惠及员工 7,000 余人次;
- 为员工办理职工住院补充保险及平安商业保险。2022年为1,602人市总工会职工互助保障补充保险,占总员工人数的37.80%;为2,080人办理平安保险,占总员工人数的49.07%。



上海家化注重员工的工作生活平衡,营造快乐、健康、和谐的工作生活氛围,我们通过组建文体社团、定期开展趣味活动增加员工的归属感与幸福感、丰富员工生活。

#### ◎ 报告期内员工工作生活平衡措施

#### 文体社团

 组建足球队、羽毛球队、篮球队、网球队、游泳队、 瑜珈班、影视话剧社等七个社团,常规保持每周 一次社团活动,丰富员工业余生活。



#### 趣味活动

开展飞盘体验、喜剧观摩、镭射射击等活动,提 升员工幸福感,提高集体凝聚力。



#### 智慧人事电子签功能上线



2022 年 7 月 15 日,上海家化上线智慧人事电子签功能,该功能的上线是员工管理工作中的重要里程碑,不仅据弃了繁琐复杂的用印审批流程及人工用印操作,提高了用印效率,也增加了员工满意度。

未来,上海家化将持续推动电子签服务升级,致力于推动无纸化绿色环保办公,在为企业降本增效的同时,积极践行低碳环保理念。

## 🙉 职业健康与安全

上海家化关心员工身心健康,严格遵守《中华人民共和国职业病防治法》《职业病危害项目申报管理办法》《安全生产法》等职业健康安全法律法规,制定了《职业健康安全管理制度》等制度来建立完善的职业健康安全管理体系,目前公司下属跨越工厂已通过了ISO 45001 职业健康安全管理体系认证,认证范围涵盖跨越工厂化妆品(膏霜乳类、液体类、凝胶类、泥类)的生产,认证有效期至 2025 年 3 月 1 日。

公司关心员工的职业健康和安全,为员工提供多元化的福利和全方位的关爱措施,努力为员工营造健康安全的工作和生活氛围。

#### 职业健康

上海家化涉及职业病风险的岗位主要包括配制车间、包装车间、动力设施岗位、实验室,公司均采用对应措施进行防范。

#### ◎ 职业病风险与防范措施

岗位	风险因素	防范设备		
配制车间	粉尘、氢氧化钾	防尘口罩、防护手套、护目镜 / 面屏、防化服、安全鞋		
包装车间	丁酮	防护口罩、护目镜、防护手套		
动力设施岗位	噪音、氢氧化钠、次氯酸钠、亚硫酸氢钠	耳塞、护目镜、防护手套、防护口罩、防化服、安全鞋		
实验室	氢氧化钠、盐酸、甲醇、乙腈、四氢呋喃、 三氯甲烷	防护口罩、防护手套、护目镜、安全鞋		

 $\frac{50}{100}$ 



上海家化识别并管理员工工作环境中存在的职业健康危害因素。为保护员工免受职业病的困扰,提高员工防范职业病的 意识,公司开展职业健康安全讲座并加大宣传力度提高员工的健康意识。

公司不仅关注员工的身体健康,同时关心员工的心理健康。居家办公期间,公司为全体员工开展心理健康疏导直播课程 共 3 次,通过发送公告、图文宣传,远程触达员工。心理健康疏导主题包括情绪管理、亲子关系、复工心态调整等,帮 助员工树立积极的心态、适应各种变化和挑战。

#### 安全生产

上海家化坚持"预防为主、防治结合"的管理方针,制定了相关健康安全管理目标,建立了完善的权责分明、分工明确的 EHS 管理体系。公司通过建立完善的 EHS 管理体系,组建专业 EHS 团队,推动全员互助的"零事故" EHS 文化,为员工 提供最安全的工作环境和培养最安全的行为理念。公司识别出 EHS 管理过程中的风险并制定相对应的预案。公司近三年未 发生安全生产事故。

为推动 EHS 管理举措落地,公司在《员工手册》中对 EHS 培训及考核体系做出了相关规定,我们通过常态化的宣贯与培训, 提升员工的 EHS 意识与能力,同时依托完善的检查机制促进 EHS 管理的提升。公司每年都对员工进行安全生产培训,公 司安全培训共计开展 7.649 课时,覆盖 254 人,培训范围涵盖整个跨越工厂。公司通过安全生产培训帮助员工掌握工作所 需安全生产知识,以增强事故预防和应急处理能力。



## 

#### 员工选拔与晋升

上海家化关注员工发展,为员工提供清晰而畅通的职业发展路径,员工可以根据自身意愿及专长选择自身的职业发展方向, 让员工能力得到更聚焦、更清晰的发展,也让每个人的成长贡献能够通过职级体系得到适时明确的体现。

公司搭建了人员发展沟通平台,向员工了解关于其职业发展的期望,并结合员工发展意愿及岗位匹配度与员工进行上下级 沟通,实行轮岗 / 内调、给予员工岗位能力提升、给予员工职业发展指引等措施,确保员工发展意愿与岗位匹配度上下级 高度一致。

公司建立了统一的绩效管理机制,每年在年初为不同员工制定各自全年的绩效考核计划,年末复盘全年表现对绩效进行考核, 考核通过后的员工可获得晋升机会。2022年,公司推出了涵盖核心中高层员工的股权激励制度,进一步提升了员工的稳定 性和忠诚度。

2022 年,公司对全体员工进行了组织氛围调研,其中员工敬 ◎ 上海家化荣获 "2022 年 HeRo 中国人才管理卓越典范奖" 业度同比提升了8.8%,位于高绩效区域/最佳人才地带;员 工满意度同比提升了15.5%,远高于行业平均水平。

2022年,公司有400+位绩效优秀的员工晋升晋级,共有1,300+ 高绩效员工的薪酬得到了提升。2022年11月,公司荣获由北 森云计算和北森人才管理研究院颁发的 "2022HeRo 中国人才 管理卓越典范奖"。



#### 21 届管培生成长与发展支持行动

上海家化关注后备人才储备,公司设立了管培生项目,在 其一年的轮岗学习期,公司为员工规划了整年的学习内容, 包含了职场转型、办公技能、结构思维、行动力、数据分析、 演讲表达等主题,并结合线上和线下两种学习方式,通过 混合式的学习更高效地帮助年轻的管培生们,加速职场的 适应和转型,塑造更专业的职场人形象。



管培生现场培训照片

51



#### 人才培训与支持

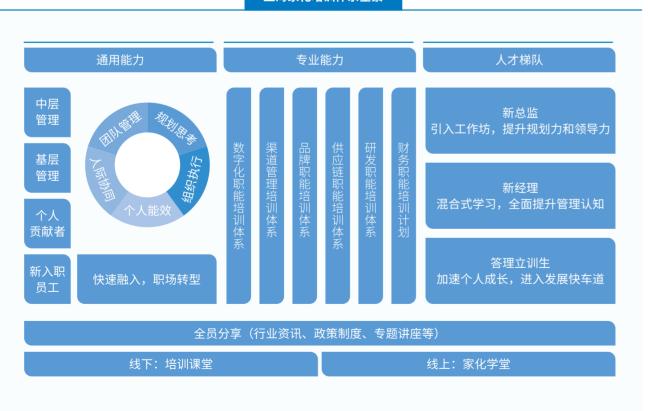
上海家化认为员工的成长与发展是公司稳步发展的基石,公司不仅关注员工的身心健康,更注重对员工职业能力的培养,公司制定了专门的人才培养计划,从专业能力和通用能力以及梯队建设的维度对人才进行系统培养。

#### ◎ 员工能力提升管理举措

能力提升维度	具体措施	
专业能力	2022 年我们在公司重点职能正式启动了专业能力培训体系搭建的项目,通过能力评估、调研设制的 谈等形式,筛选优先发展的能力项和培训需求,定制了专业培训计划,并从 2022 年下半年起步推动培训的落地。	
通用管理	2022年我们依据能力模型,从"个人能效、人际协同、组织执行、规划思考以及团队管理"的维度,针对不同的职位人群,开展了线上、线下综合的混合式培训,为员工个人赋能。同时,2022年公司加强了内控合规方面的培训宣导,公司开发并上线了24门内部视频课程,涉及内控内审、财务管理、法律法规、舆情管理、信息安全等主题,落实内部管理各项要求。	

#### ◎ 员工培训体系

#### 上海家化培训体系全景



#### ◎ 员工培训类型及具体行动

培训类型	具体行动
内部培训	依据公司学习体系,结合各部门业务和员工能力的发展需求,由公司内部组织开展的提高员工 通用管理技能和专业技能的各类线上线下培训。
外部培训	公司制定了《外派培训制度》,对外派员工学习做出了相关规定,报告期内,公司共有 42 人参与外派学习并分享学习成果。
学历教育	由公司选送优秀的管理和技术人员参加正规国内外高校及商学院开设的课程班,涵盖专业硕士、 专业博士、MBA 以及 EMBA。
职业资格考试	员工为提升与工作岗位相关的职业技能,在外部机构参加与该职业技能相关的考证培训并获得 正规机构授予的职业资格证书。

2022年,为优化优秀人才的发展空间,针对人才薄弱维度进行有目标性的培训,公司开展了干部 360 度评估,共评估总 监级以上 203 人次,经理级 548 人次。通过此次评估,为公司有效地制定和实施培训计划提供了数据基础,也通过 360 度 评估结果形成员工良性竞争的环境。

报告期内,公司完成底层胜任能力模型从0到1的搭建,建立了公司中高层岗位的具体胜任模型。基于各岗位胜任要求,对重点岗位人才及继任人员进行盘点,通过调查数据整合,形成了公司的人才地图。通过胜任能力评估,员工对自身的能力有了更深的了解,知道了自身的能力薄弱并进行有针对性的改进;公司也对人才全貌有了全面的了解,为之后制定人才发展与培训计划提供了数据和理论支持。

#### 上海家化与 IMA 达成白金级合作伙伴关系



2022 年 12 月,IMA 管理会计师协会<sup>3</sup>(以下简称"IMA")与上海家化联合股份有限公司共同签署了白金级企业合作伙伴关系备忘录。未来,双方将围绕管理会计人才队伍建设、支持财会人才的职业发展、知识传播、持续教育及行业研究等领域展开多角度深入合作。

上海家化视人才为企业宝贵的财富和企业核心竞争力的根源,珍视员工,关注所需,致力于企业战略目标和员工个人理想的完美结合,致力于组织能力和员工个人能力的共同提升,致力于企业与员工的共赢。

根据此次的合作框架,IMA 将支持上海家化在企业内部搭建并贯穿管理会计知识体系应用,进一步强化企业内部管理会计人才储备,为员工提供全面发展的机会,提升关键岗位人才的综合素质及管理能力。成为 IMA 白金级企业合作伙伴后,上海家化也将鼓励员工充分利用 IMA 搭建的多个学习交流平台,不断提升自身专业知识、拓宽国际化视野。

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> IMA 管理会计师协会成立于 1919 年,是全球领先的国际管理会计师组织。IMA 恪守为公共利益服务的原则,致力于通过开展研究、CMA 认证、持续教育、社交网络以及倡导最高职业道德标准等方式,服务全球财务管理领域,成就个人职业发展,推动企业优化绩效,实现价值创新。



## 助力社区发展

上海家化重视社区发展和公益志愿活动,始终秉承"因美而生,向善而行"的理念,动员员工力量共同参与社区建设。2022年, 公司聚焦三大维度,在校企联动、爱心援助、多元关爱等公益领域持续行动,协同员工积极承担和履行社区责任,为美 好社会贡献力量。

#### ◎ 我们的公益成果



2022年,上海家化:

#### 社区公益投入包含现金捐赠和产品捐赠,其中:

- 全年捐赠物资超 9 万件,捐赠零售价值为 733.32 万元
- 现金捐赠 129 万元

公益足迹遍及 9 个省市

参与的公益项目受益人数逾 7.2 万人

#### 坚持回馈社会

上海家化坚持回馈社会,助力共同富裕建设,积极开展各类社区公益活动和慈善捐赠,努力传递健康与关爱。



#### ◎ 2022 年上海家化社会公益行动



- 上海家化通过企业公民日活动组织员工积极参与旧物回收、巡河、可持续课堂等环保行动。
- 组织员工子女进行"低碳生活"的社会实践考察,将绿色低碳的环保理念传递给下一代。



- 上海突发公共卫生事件期间,公司通过上海慈善基金会、上海市青少年发展基金会、上海市 红十字会、宋庆龄基金会和瑞金医院,向奋战在抗疫一线的医护人员和青年志愿者捐赠清洁 卫生和护肤用品,累计捐赠价值逾230万元。
- 上海突发公共卫生事件期间,向注册所在地的贫困居民捐赠生活和学习物资。
- 通过中国青少年发展基金会向泸定县地震受灾者捐赠六神、美加净、启初、艾禾、家安等品 牌的救灾防疫物资,捐赠价值逾25万元。



• 2022 年,上海家化支持复旦大学共同举办了第二届复旦 MBA iLab 商业挑战赛。在职 MBA 学 生围绕 ESG 主题展开研究,在供应链管理、零碳产品、公益规划和企业数据治理 4 大课题上, 采用访谈、调研和竞赛的方式共创出行之有效的 ESG 解决方案。公司董事长及多位管理层参 与担任赛事评委团,增进与学生的交流,促进共同发展。



- 通过中国青基会向受西安突发公共卫生事件影响的在校大学生捐赠物资,累计件数逾千件。
- 与复旦大学合作商业挑战赛,助力大学生创新创业发展,累计现金和物资捐赠 20 万。
- → • 进博会期间,通过上海市青少年发展基金会向工作在一线的"小叶子"志愿者们送温暖,捐 赠了价值逾百万元的洗护用品,有效缓解"小叶子"们对抗长期佩戴口罩的皮肤干燥问题, 帮助"小叶子"们以饱满的热情和专业知识展示中国青年的形象。



- 支持上海市妇联慰问在进博会一线工作的女职工,捐赠了美加净等产品,向女性劳动者表达 致敬与关爱。
- 在中秋时间向上海妇联三八红旗手赠送双妹礼盒, 致敬菁英女性。

乡村振兴 → ○ • 通过中华慈善总会,为云南、贵州等多地山区少数民族和贫困学生捐赠 200 套爱心书包。

关怀 弱势群体

- 为自闭症儿童福利院展翼中心连续三次捐赠爱心产品。
- "上海市慈善周"之际,向贫困群体捐赠各类清洁卫生及护肤品。



#### 员工参与社区沟通

与当地社区的链接影响着员工在日常生活中的幸福感,同时参与促进社区的良好健康发展是员工实现自我价值的多元途径之 一。上海家化支持员工踊跃加入社区沟通相关活动,并主动为员工创建丰富有效的参与机会,每年开展"企业公民日"活动, 通过各种形式的志愿与公益,助推员工参与社区沟通。员工志愿服务和公益活动涵盖环境保护、共同富裕、非遗文化保护多 个领域。

此外,上海家化日常与基金会、NGO、行业协会、高校、群团组织等保持着密切的沟通,为员工创造专业与多彩的社区沟通体验。

2022年,上海家化企业公民日活动以"践行可持续,让'家'更美好"为主题,践行绿色发展理念,组织员工积极参与公益活动。 上海家化分别在三地职场开展各类职场公益行动,邀请外部 NGO 科普环保回收理念,组织旧物回收、爱心义卖、非遗手工坊、 巡河等活动。

#### ◎ 2022 年上海家化社会公益行动

57



通过开展工作坊,采用灵活有趣的方 式学习零废弃知识,践行可持续。



三地职场联动开展旧物回收

三地职场共回收旧物 71.37kg,减少因填埋产生的二氧化 碳排放约 47.99kg。并利用回收的废弃物资源置换植树额 度, 共植树 100 棵, 预计可在未来 10 年累计吸收二氧化碳 约 5,700kg。



员工积极参与线上、线下爱心义卖活动, 累计购买自闭症儿童手工义卖品近百 件,为自闭症儿童献上诚挚的爱。



布堆画是陕西非物质文化遗产之一,员 工通过参与延川布堆画手工创作,助 力延川、安塞两个地区妇女合作社的 发展与创收。

延川布堆画手工创作







在跨越工厂组织员工开展巡河,以"智慧、绿色、生态"



为前进目标,守护河流清洁,助力生物多样性保护。



## ESG 量化绩效表

#### 公司治理

绩效指标	单位	2022年	2021年	2020年
董事会人数	人	7	7	7
董事会中男性成员人数	人	6	6	7
董事会中女性成员人数	人	1	1	0
汇报期内对发行人或其员工提出并已审结的贪污诉讼案件数 [1]	件	0	0	1
反贪污培训覆盖的员工比例 [2]	%	95	100	100

÷+•

[1] 2020 年汇报期内对发行人或其员工提出并已审结的贪污诉讼案件及处理结果的说明请见《上海家化 2021 年度 ESG 报告》。

[2] 2020 年与 2021 年数据统计口径为上海家化总部员工, 2022 年数据统计口径与公司合并报表范围一致。

#### 产品与服务

绩效指标	单位	2022 年	2021年	2020年
接获关于产品及服务的投诉数目	件	663	627	694
投诉处理率	%	100	100	100
已售或已运送产品中因安全与健康理由而须回收的产品的销售额	万元	0	0	0
产品和服务的健康与安全方面发生的违法违规的事件数 [1]	件	0	0	2
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>[2]</sup>	件	0	0	1
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 <sup>[3]</sup>	件	0	0	1
在客户隐私方面发生违法违规事件的总数	件	0	0	0

注:

[1][2][3] 2020 年违法违规事件及处理结果的说明请见《上海家化 2021 年度 ESG 报告》。

#### 员工

绩效指标	单位	2022 年
	员工雇佣 <sup>[1]</sup>	
员工总数	人	5,238
研发人员占比	%	3.63
男性员工数	人	1,399
女性员工数	人	3,839
30 岁以下的员工人数	人	606
30 岁至 50 岁的员工人数	人	4,086
50 岁以上的员工人数	人	546
在中国大陆工作的员工人数	人	4,767
在港澳台及海外工作的员工人数	人	471
基层员工人数	人	5,063
中级管理层员工人数	人	156
高级管理层员工人	人	19
新进员工总数	人	843
新进男性员工数	人	346
新进女性员工数	人	497
30 岁以下新进员工数	人	325
30 岁至 50 岁的新进员工数	人	501
50 岁以上新进员工数	人	17
新进大陆员工数	人	722
新进港澳台及海外员工数	人	121
员工流失率 <sup>[2]</sup>	%	16.78
男性员工流失率	%	25.45
女性员工流失率	%	13.62
因工伤关系而死亡的员工人数	Д	0
因工伤关系而死亡的员工比例	%	0
因工伤损失的工作日数 [3]	天	269



绩效指标	单位	2022 年
劳动纠纷事件数 [4]	件	2
违反员工雇佣及劳工法律法规所受处罚的次数	件	0
因违反职业健康与安全法律法规而受到处罚的事件数	件	0
	)   <sup>[5]</sup>	
员工培训覆盖率 <sup>[6]</sup>	%	97.65
员工人均培训时长 [7]	小时	6.62
员工人均接受培训次数 <sup>图</sup>	人次	7.93

注:

[1] 2022 年员工雇佣数据的统计范围为合并报表范围内全职劳动合同制员工总数,含汤美星员工。

[2] 员工流失率 = 该类员工年内员工流失人数 / 时期末该类员工总人数 ×100%。

[3]2022年,公司4名员工因上班途中及车间工作过程中受伤,公司已积极配合员工鉴定工伤,并根据相关条例给予工伤假。

[4] 公司 2022 年中 2 起劳动纠纷事件为汤美星前员工要求解雇补偿金, 经行政机构审查, 其所有请求均不成立, 公司无需采取进一步行动或作出任何赔偿。

[5] 员工培训数据的统计范围仅包括上海家化联合股份有限公司的员工,不包括子公司数据。2022 年公司丰富了员工培训体系,因此员工人均培训次数大幅度增加。

[6] 员工培训覆盖率 = 接受培训的员工数 (时期末) / 员工总数 (时期末) ×100%。

[7] 员工人均培训时长 = 员工培训总时长 / 员工总数 (时期末)。

[8] 员工人均接受培训次数 = 员工培训总人次(时期末)/员工总数(时期末)。

#### 信息安全管理

披露指标	单位	2022年	2021年	2020年
在信息安全方面发生的违法违规事件数	件	0	0	0
个人信息安全专业化领域培训和考核的次数	次	4	2	
个人信息安全专业化领域培训和考核参与人数	人	4	2	
个人信息安全专业化领域的培训考核通过人数	人	4	2	
员工个人信息安全培训次数	次	15	4	3
员工个人信息安全培训覆盖人数	人	2,594	200	300

#### 供应商管理[1]

披露项	单位	2022年	2021年	2020年
供应商总数	家	309	188	179
大陆地区的供应商数	家	238	188	179
海外及港澳台地区的供应商数	家	71	0	0
接受环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例 [2]	%	67	100	100
通过环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例	%	100	100	100

注:

[1] 2020-2021年公司供应商管理披露项数据不含汤美星,2022年供应商披露项数据统计新增汤美星部分。2020-2022年供应商数据的统计范围为原材料供应商,不包括间采媒采供应商。

[2] 公司 2022 年 "接受环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例"不含汤美星数据为 100%,与往年一致。

#### 社会公益

披露项	单位	2022 年	2021 年
社区公益投入金额	万元	862.32	734.98
其中,慈善捐赠金额	万元	129	60.00
每股社会贡献值 [1]	元	3.26	3.52
社会公益项目帮扶覆盖人数	人	72,082	59,314

注:

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

<u>61</u>



#### 环境 [1]

绩效指标	单位	2022年	2021年	2020年
因违反环境保护法律法规而受到处罚的事件数	件	0	0	0
	能源资源使用			
外购电力 [2]	兆瓦时	25,042.32	17,286.88	16,089.99
自有车辆汽油用量 <sup>[3]</sup>	升	9,520.00	12,553.66	13,271.01
自有车辆柴油用量	升	41,900.00	51,304.96	43,944.25
天然气消耗总量 [4]	立方米	42,976.00	65,301.00	29,870.00
蒸汽消耗总量	吉焦	58,443.76	66,700.8	56,138.4
蒸汽消耗密度	吉焦 / 万元营收	0.08	0.09	0.08
综合能源耗量 <sup>©</sup>	吨标准煤	4,004.85	4,564.82	4,001.90
总耗水量	立方米	298,613.00	280,898.00	251,255.00
循环用水量 <sup>[6]</sup>	立方米	97,077.00	70,888.90	25,524.80
耗水密度(单位产量)	立方米 / 万件产品	5.03	4.26	4.03
耗水密度(单位营收)	立方米 / 万元营收	0.42	0.37	0.36
	排放物	,	,	
废气排放总量	立方米	96,959,500	132,019,046	108,530,500
废水排放总量	立方米	227,976.00	192,148.10	172,829.90
工业废水排放量	立方米	150,345.00	178,808.00	159,680.00
(废水中)化学需氧量(COD)排放量	吨	2.255	3.04	2.70
(废水中)氨氮(NH <sub>3</sub> -N)排放量	吨	0.015	0.018	0.016
所产生无害废弃物总量	吨	1,643.80	1,507.79	1,365.12
无害废弃物产生密度	吨 / 百万元营收	0.23	0.20	0.19
所产生有害废弃物总量 <sup>[7]</sup>	吨	386.14	305.08	228.69
有害废弃物产生密度	吨 / 百万元营收	0.054	0.040	0.033
非甲烷总烃排放量 <sup>[8]</sup>	千克	68.00	176.16	872.44

绩效指标	单位	2022 年	2021年	2020年
温室气体排放总量 [9]	吨二氧化碳	15,447.05	18,199.05	16,211.31
范围一温室气体排放量 [10]	吨二氧化碳	228.00	315.24	219.59
范围二温室气体排放量[11]	吨二氧化碳	15,219.05	17,883.81	15,991.73

#### 注:

[1] 2020年与2021年环境绩效数据披露范围:公司总部、保定路职场、跨越工厂海南工厂、汉利工厂,不含汤美星、投资控股、销售管理等为主营业务的附属公司;2022年环境绩效数据统计范围:公司总部、保底路职场、跨越工厂、海南工厂、汤美星,汉利工厂已于2022年关停因此不纳入统计,其中,2020-2022年温室气体数据均不包含汤美星。

[2] 2022 年耗电量大幅度上升的原因是统计范围中增加了汤美星的耗电量。

[3] 2022 年公司关停了汉利工厂,因此汽油使用量大幅度减少。

[4] 2022 年上半年受物流与基地停摆影响办公室使用时间减少,因此天然气消耗量降低。

[5] 综合能耗的计算公式及系数来源为《GB/T2589-2020 综合能耗计算通则》,综合能耗计算的数据统计口径不包含汤美星。

[6] 循环用水量为公司总耗水量中进行了循环利用的部分。

[7] 经数据追溯, 更新了 2020-2021 年的有害废弃物排放数据。

[8] 2022 年公司关停了汉利工厂,因此非甲烷总烃的排放量大幅度减少。

[9] 温室气体排放总量来源包括范围一和范围二温室气体排放,计算方法及排放因子的选取参考《企业温室气体排放核算方法与报告指南发电设备》(2022 年修订版)。

[10] 范围一温室气体来源包括: 天然气、自有车辆柴油、自有车辆汽油消耗产生的温室气体。其中天然气、汽油、柴油热值的选取参考《中国能源统计年鉴 2021》。

[11] 范围二温室气体来源包括: 蒸汽、外购电力消耗产生的温室气体排放。2020 年与 2021 年外购电力温室气体排放因子来源为生态环境部 2019 年公布的中国国家电网排放系数 0.6101kgCO<sub>2</sub>/kWh; 2022 年外购电力的排放因子选取生态环境部《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》中公布的中国国家电网排放系数 0.5703kgCO<sub>2</sub>/kWh。2020-2022 年蒸汽温室气体排放因子参考《企业温室气体排放核算方法与报告指南发电设施(征求意见稿)》(2022)为 0.11tCO<sub>2</sub>/GJ,并经数据追溯更新了 2020-2021 年的数据以确保数据年际间的可比性。

 $\frac{64}{}$ 



## 所获荣誉



#### 企业荣誉

- ☆ 上海市经济和信息化委员会感谢信
- ☆ 上海市企业联合会・2022 上海民营企业 100 强
- ☆ 上海市企业联合会·2022 上海民营制造业企业 100 强
- ☆ 上海市企业联合会:2022 上海制造业企业 100 强
- ☆ 中国轻工业企业管理协会·2022 年度轻工企业管理现代化创新成果一等奖
- ☆ 上海市工业经济联合会、上海企业文化与品牌研究所·TBB 上海制造品牌价值榜
- ☆ 界面·2022 好公司 50·年度卓越发展大奖
- ☆ 经济观察报·2022 年度卓越创新企业
- ☆ 大众证券报·2022 年度主板 "星"公司奖
- ☆ 财经网·年度企业公关传播奖
- ☆ 投资者报·金桥奖·2022 年度杰出公共关系 (PR) 团队
- ☆ 格隆汇·金格奖·年度卓越 PR 团队
- ☆ 雪球·2022 年度影响力上市公司 100 榜



### ESG 建设与管理荣誉

- ☆ 上海市团市委·上海青年志愿者诚信合作伙伴
- ☆ 中国洗涤用品工业协会·公益贡献之星
- ☆ 中国国际商会、商道纵横·中国企业低碳转型与高质量发展报告百家入围企业
- ☆ 上海思盟企业社会责任促进中心、复旦大学管理学院·第七届社会价值共创论坛 "ESG 治理示范奖"
- ☆ 每日经济新闻·2022 中国上市公司口碑榜·最具社会责任上市公司
- ☆ 和讯·第二十届财经风云榜年度 ESG 卓越企业
- ☆ 投资时报·2022ESG 绿色公司之星
- ☆ 36 氪·WISE2022 新经济之王·破局 2023 中国资本市场财经峰会年度 ESG 投资
- ☆ MSCI 明晟指数: BBB 级
- ☆ 2022 年 Wind ESG 评级: AA 级



#### 公司治理荣誉

- ☆ 每日经济新闻·2022 中国上市公司口碑榜·最佳上市公司董事会
- ☆ 《董事会》·"金圆桌奖"最佳董事会
- ☆ 中国上市公司协会·2021 年报业绩说明会优秀实践奖
- ☆ 中国证券报·第二十四届上市公司金牛奖·2021 年度投资者关系管理奖
- ☆ 全景·投资者关系金奖·杰出 IR 企业
- ☆ 全景·投资者关系金奖·业绩说明会勤勉奖
- ☆ 全景·投资者关系金奖·中小投资者关系互动奖



### 研发创新与设计创新荣誉

- ☆ 国家知识产权局·第二十三届中国专利奖优秀奖
- ☆ 中国合格评定国家认可委员会·国家 "CNAS 实验室认可证书"
- ☆ 上海日用化学品行业协会·团体标准核心起草单位
- ☆ 上海市知识产权局·第四届上海知识产权创新奖(专利三等奖)
- ☆ 中国洗涤用品工业协会·创新升级之星、数字三品之星
- ☆ 中国流行色协会·上海家化工业设计中心获 2022 年色彩研发先进集体
- ☆ WDCC 2021 时尚 100+: 年度时尚美妆 玉泽臻安润泽修护蓝铜胜肽精华液
- ☆ 2021-2022 年度上海设计 100+- 佰草集太极系列产品
- ☆ 2022 亚洲杯标签大奖设计创意奖 启初感官启蒙系列标签

 $\frac{66}{}$ 



#### 品牌荣誉

#### 佰草集

- ☆ 界面·2022 安心奖·年度本草护肤品牌
- ☆ 2022 搜狐时尚 "年度最信赖贴片面膜" 佰草集新七白透亮冻干精华面膜
- ☆ 2022 瑞丽美容大赏星评官大奖·亮白国货精华大奖 佰草集新七白美白透润精华液

#### 玉泽

- ☆ 中国化妆品蓝玫奖 2022 "年度竞争力品牌"
- ☆ 界面·2022 安心奖·年度国货护肤品品牌
- ☆ 中国快消品 2022 (秋) 潜力之星 玉泽清爽倍护防晒乳
- ☆ 天猫 TMIC 新品创新奖 玉泽清爽倍护防晒乳
- ☆ 屈臣氏健康美丽大赏 2022 最佳新品大奖 玉泽清爽倍护防晒乳

#### 六神

- ☆ 界面·2022 当红国潮评选·年度国潮个人护理品牌
- ☆ Kantar Worldpanel·消费者十年之选(飞跃增长)
- ☆ 第十三届虎啸奖银奖
- ☆ Golden Mouse·社会化营销类银奖
- ☆ 快消品 TOP 金品·2022 (秋) 高端金品 鲜活草本系列

#### 启初

- ☆ 2022 年度天猫金婴奖·年度最受欢迎婴童洗护奖
- ☆ TOP 金品·2022 (秋) 潜力之星 启初多维舒缓常护霜 + 特护霜
- ☆ 育儿网·宝宝用品年度人气洗护用品 启初多维舒缓常护霜 + 特护霜
- ☆ 2022 屈臣氏健康美丽大赏·人气母婴产品 启初自信宝宝柔亮洗发水 & 沐浴露
- ☆ 宝宝树金树奖·2022 年度专业口碑 启初多维舒缓常护霜 + 特护霜
- ☆ 宝宝树金树奖·2022 年度人气口碑 启初多效倍润面霜

#### 高夫

☆ TOP 金品·2022 (秋) 潜力之星 - 高夫控油净肤系列护肤品

#### 美加净

☆ Top digital 创新营销奖·整合营销银奖 - 上海家化 X 快手媒体平台 CNY 数字化营销案例

#### 典萃

- ☆ 2022 年 CBE 好品牌
- ☆ CBE 超品日"十大星品"-佰草集典萃多肽凝时抗皱精华液(典萃奇迹精华)
- ☆ 屈臣氏健康美丽大赏最佳品牌大奖 佰草集典萃多肽凝时抗皱精华液(典萃奇迹精华)

#### 汤美星

- ☆ 育儿网·妈妈口碑之选年度人气哺喂用品
- ☆ 2022 年 Motherhood Choice Award 最佳奶瓶奖
- ☆ 2022 年 My Child Magazine Award 金奖
- ☆ 2022 年 Mother&Baby 最佳宝宝睡眠类产品金奖
- ☆ 2022 年 The Best of Baby by The Bump 最佳宝宝保温杯、最佳哺喂电器
- ☆ 2022 年 Made for Mums 金奖
- ☆ 2022 年 Bounty Baby Award 宝宝睡眠产品及哺喂电器金奖

 $\frac{67}{2}$ 



## 对标索引表

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

《上海证券		
编号	主要内容	报告章节
8.1	利益相关方沟通与社会责任践行	利益相关方沟通 实质性议题分析
8.2	遵守商业道德,反不正当竞争	反腐败与商业道德 反不正当竞争
8.3	社会责任管理及战略规划	ESG 管理理念 ESG 管理实践 ESG 管理目标及进展
8.4	每股社会贡献值	关键量化绩效表
8.5	社会责任报告披露主体与公开披露	公司治理
8.6	社会责任报告范围	报告编制说明
8.7	职工权益保障	员工权益与福利
8.8	环境管理方针	环境管理体系
8.9	环境管理绩效	环境管理体系 能源及资源管理 排放物管理 减少产品碳足迹
8.10	环境影响	能源及资源管理 排放物管理
8.11	环境整改	环境管理体系 能源及资源管理 排放物管理
8.12	重点排污单位排放物及应急管理	排放物管理
8.13	生产及产品安全保障	产品研发与创新 产品及服务质量管理 化学品安全管理
8.14	员工雇佣管理、职业健康安全、员工培训	员工权益与福利 职业健康安全 人才发展与留任
8.15	科学伦理	产品创新研发

## 报告编制说明

本报告是上海家化联合股份有限公司第7份《环境、社会及公司治理(ESG)报告》,向投资者等利益相关方披露了公司 在经营中对于 ESG 管理议题所秉持的理念、建立的管理方法、推行的工作与达到的成效。

#### 报告范围

本报告范围涵盖上海家化联合股份有限公司及其附属公司(简称"上海家化""公司")。除非特别说明,与上海家化(股票代码: 600315)同期合并财务报表范围一致。部分数据的统计范围与此不同,已在数据部分说明。

报告涵盖实体范围如下:

公司
合肥上海家化销售有限公
陕西上海家化销售有限公
济南上海家化销售有限公
南京上海家化销售有限公
广州上海家化销售有限公
新疆上海家化销售有限公
福州家化销售有限公司
宁波经济技术开发区家化
长沙(上海)家化销售有
上海霖碧饮品销售有限公
上海家化电子商务有限公
上海家化华美科技有限公
上海家化国际商贸有限公
上海家化商贸有限公司
上海家化商销有限公司
上海家化海南日用化学品
上海家化医药科技有限公
上海高夫化妆品有限公司
上海家化宏元文化传播有
上海家化化妆品销售有限

公司名称
合肥上海家化销售有限公司
陕西上海家化销售有限公司
济南上海家化销售有限公司
南京上海家化销售有限公司
广州上海家化销售有限公司
新疆上海家化销售有限公司
福州家化销售有限公司
宁波经济技术开发区家化经贸有限责任公司
长沙(上海)家化销售有限公司
上海霖碧饮品销售有限公司
上海家化电子商务有限公司
上海家化华美科技有限公司
上海家化国际商贸有限公司
上海家化商贸有限公司
上海家化商销有限公司
上海家化海南日用化学品有限公司
上海家化医药科技有限公司
上海高夫化妆品有限公司
上海家化宏元文化传播有限公司
上海家化化妆品销售有限公司

 $\frac{70}{1}$ 



公司名称	公司名称
上海家化品牌管理有限公司	PMM China Limited ( 宝达美中国销售有限公司 )
JAHWA INTERNATIONAL INVESTMENT COMPANY	PMM China Limited
LIMITED(家化国际投资有限公司)	Jackel International China Limited (东莞宝达美塑胶制品有限公司)
HONG KONG HERBAL LABORATORY COMPANY	
LIMITED(香港佰草集有限公司)	Mayborn USA Inc
JAHWA-HERBORIST EUROPE (法国佰草集有限公司)	Mayborn ANZ PTY Limited
Abundant Merit Limited	Mayborn France SARL
Cayman A2, Ltd.	Mayborn Morocco SARL
Financial Wisdom Global Limited	Mayborn Italy S.R.L
Glamour Time Limited	Steri-bottle UK Ltd
Success Bidco 2 Limited	Kindertec Limited
Jake Holdings Limited	Gro-Group Holdings Ltd
Jake Investment Limited	Gro-Group Ltd
Jake Nominees Limited	Gro-Group International Ltd
Jake Acquisitions Limited	Gro Company Australia Pty Ltd
Mayborn Group Limited	美宝格罗(深圳)贸易有限公司
Mayborn (UK) Limited	Mayborn Gro (Shenzhen) Trading Co., Ltd.
Sangenic International Limited	Tommee Tippee Limited
Product Marketing Mayborn Limited	Mayborn Canada Inc.
Jackel China Limited (宝达美中国有限公司)	Tommee Tippee Americas LLC
Jackel China Limited	Mayborn Deutschland GmbH

#### 报告中简称释义如下:

<i>。</i> 简称	
上海家化、公司、我们	上海家化联合股份有限公司
跨越工厂	公司位于上海青浦区的生产基地
海南工厂	上海家化海南日用化学品有限公司,是上海家化的控股子公司
汤美星	Mayborn Group Limited 及其子公司,是 Abundant Merit Limited 控股子公司

#### 报告期间

本报告期间为 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日。本报告中的数据如无特别说明,均为此期间内数据。

#### 编制依据

本报告依据上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》(2022),并参考了全球报告倡议组织(GRI)《可持续发展报告标准》(GRI Standards)、中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南基础框架(CASS-ESG 5.0)》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第2号—年度报告的内容与格式(2021年修订)》。

#### 数据说明

报告中数据和案例来自公司实际运行的正式记录。财务数据与公司年度财务报告不符的,以年度财务报告为准。报告中的财务数据均以人民币为单位。

#### 报告获取方式

本报告通过电子版形式发布,发布平台包括证券交易所指定的信息披露平台,亦可于公司官方网站(https://www.jahwa.com.cn/)在线浏览或下载。

#### 联系我们

如对报告有意见或建议,可通过以下方式与我们联系:

联系地址: 上海市虹口区东长治路 399 号 A 座上海家化联合股份有限公司 ESG 委员会

联系邮箱: jahwapr@jahwa.com.cn



 $\frac{71}{2}$ 

#### 报告编制原则

本报告在编制过程中遵循下列原则,以尽可能实现使用有效、完整、准确、全面的内容与公司利益相关方进行沟通的目标。

#### 重要性

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

#### 准确性

本报告尽可能确保信息准确。其中,定量信息的测算已 说明数据口径、计算依据与假定条件,以保证计算误差 范围不会对信息使用者造成误导性影响。定量信息及附 注信息详见本报告"绩效篇"。

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地披露。公司对本报告范围内的对象,通过上海青悦信用数据库开展检索,在报告期间内未发现应当披露而未披露的负面事件。

#### 清晰性

本报告分别以简体中文和英文版发布,如不同版本中出现内容不一致的情况,以简体中文版为准。本报告中包含表格、模型图以及专业名词表等信息,作为本报告中文字内容的辅助,便于利益相关方更好地理解报告中文字内容。为便于利益相关方更快获取信息,本报告提供目录及 ESG 标准的对标索引表。

#### 量化及一致性

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

#### 完整性

本报告披露对象范围与公司合并财务报表范围保持一致,保证本报告所披露信息范围完整。

#### 时效性

本报告为年度报告。公司尽力在报告年度结束后尽快发布报告,为利益相关方决策提供及时的信息参考。

#### 可验证性

本报告中案例和数据来自公司实际运行的原始记录或财务报告。公司采用 HiESG 绩效管理系统管理历年 ESG 量化绩效,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。

## Jahwa上海家化

#### 上海家化联合股份有限公司

邮编: 200080

网址: www.jahwa.com.cn

地址: 上海市东长治路 399 号 A 座 12 楼