



**YSG**逸仙

**2021  
ENVIRONMENTAL  
SOCIAL AND  
GOVERNANCE  
REPORT**

2021逸仙电商  
环境、社会及管治报告

# 目录

- 01 / 关于本报告
- 02 / CEO致辞
- 05 / 2021年ESG关键绩效

## 附录

- 74 / ESG关键绩效列表
- 76 / GRI指标索引（核心）
- 79 / 意见及反馈

## 01

### 关于我们

- 07 / 企业概况
- 08 / 发展历程
- 09 / 企业文化
- 10 / 品牌架构
- 14 / 企业荣誉（节选）

## 04

### 员工责任

- 46 / 平等合规雇佣
- 48 / 关注人才成长
- 52 / 保障健康安全
- 53 / 关爱员工生活

## 02

### 企业管治

- 17 / 公司治理
- 19 / 商业道德
- 21 / 保护知识产权
- 22 / 可持续发展管治

## 05

### 环境责任

- 57 / 应对气候变化
- 60 / 绿色产品，管理产品碳足迹
- 62 / 绿色采购，使用可持续原料
- 63 / 绿色包装，减少包装材料废弃
- 65 / 绿色运营，推进环境友好型经营

## 03

### 产品责任

- 26 / 健康安全产品
- 33 / 优质客户服务
- 37 / 负责任营销
- 40 / 信息安全和隐私
- 43 / 供应链管理

## 06

### 社会影响力

- 68 / 企业社会责任战略
- 69 / 企业社会责任实践

# 关于本报告

作为中国美妆市场的引领者，逸仙控股有限公司（以下简称“逸仙电商”“我们”“公司”），以产品力、品牌力、运营力为核心竞争力，以研发、数据为长期壁垒，致力成为新科技时代的健康美丽探索者。自成立以来，逸仙电商致力履行对消费者、员工和社会的承诺，将环境、社会及管治（ESG）理念融入公司决策，不断保持与各利益相关方的沟通，致力推进公司在 ESG 方面的长远发展。

本报告为逸仙电商首份 ESG 报告，包括公司在 2021 年 1 月 1 日至 12 月 31 日（下称“报告期”）的信息和数据，部分与公司业务密切相关的重要事宜，在报告时间上适度前后延伸。报告全面阐述了逸仙电商 2021 年度在环境、社会及管治的理念、实践与成果，以增进与利益相关方沟通。

本报告参考了全球报告倡议组织《可持续发展报告标准》（GRI Standards）核心选项和联合国可持续发展目标（SDGs），借鉴了全球领先评级机构 MSCI（明晟指数）关注的议题以及国内外相关领域的优秀实践。同时，本报告听取了公司董事及投资者的建议，结合逸仙电商现阶段发展水平、履行社会责任的实际情况进行编写。

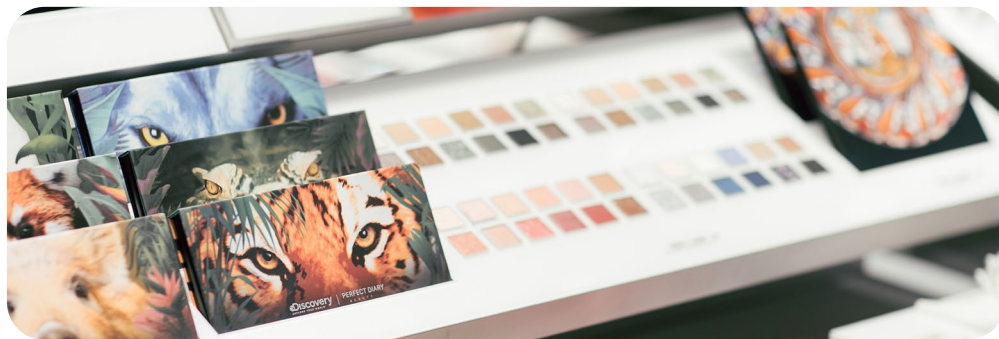
本报告按照一套既有程序而厘定，有关程序包括识别和排列重要的 ESG 议题、决定报告的界限、收集报告相关信息、编制报告以及对报告中的信息进行检视等。

本报告提供简体中文版本和英文版本供读者参阅，报告电子版可在公司官方网站（[www.yatsenglobal.com](http://www.yatsenglobal.com)）获取。中英报告内容如有差异或不一致，请以英文版本为准。我们十分重视各方的意见，欢迎读者通过以下联络方式与我们联系，帮助我们进一步完善本报告以及提升我们的 ESG 表现。

邮箱：[ir@yatsenglobal.com](mailto:ir@yatsenglobal.com)

# CEO 致辞

2021 年，逸仙电商迎来了成立 5 周年与作为上市企业的第一年。自成立以来，我们致力于成为“新科技时代的健康美丽探索者”，努力为利益相关方创造价值，在复杂多变的市场环境中谋求自身可持续发展与保持竞争优势。我们以数字技术为引擎，以科技研发为基石，持续锻造产品研发、品牌打造、精细化运营等核心能力，并建立多元品牌组合，加速全球布局，跨越行业周期，走出具有自身特色的高质量发展之路。



## 坚守用户价值

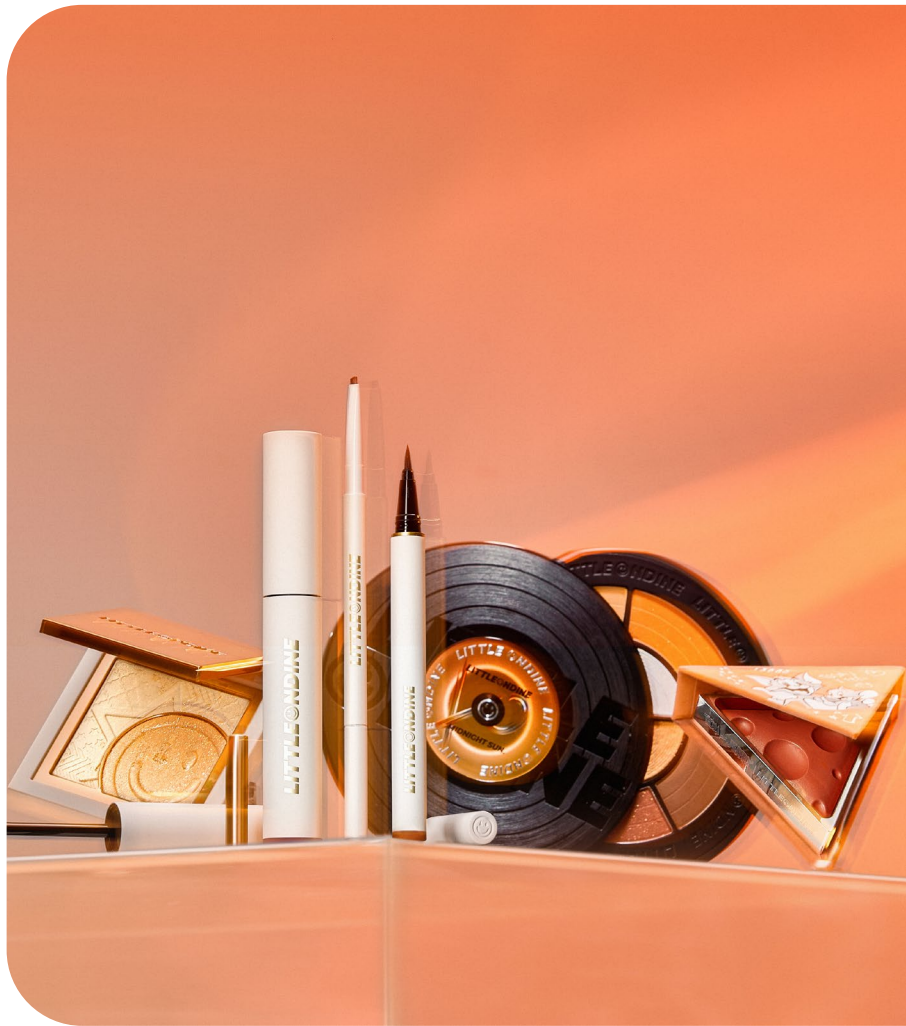
我们以用户需求驱动，加速美妆品牌体系构建，以自创品牌 Perfect Diary 完美日记为出发点，相继收购、推出了 Little Ondine 小奥汀、Abby's Choice 完子心选、Galénic、DR.WU 达尔肤、EVE LOM、Pink Bear 皮可熊、EANTiM 壹安态等成长性彩妆及护肤品牌，为消费者提供更多元的选择。我们精心打造每款产品，将消费者的使用体验转化为正向口碑，并借助强大的软硬件支持，力求让用户洞察高效渗透到业务决策的每个环节，深耕用户价值创造，与消费者在陪伴中彼此成就。

## 共创价值生态

我们聚焦研发创新与前沿技术，打造独有开放式研发体系—逸仙 Open Lab，以逸仙电商为主导，通过多方强强联手，在全球范围对护肤及化妆领域的前沿技术进行识别、研究和商业应用，完成研发生产的上下游整合。我们与国内外多家知名机构建立深度合作，比如中国科学院、国家纳米药物工程技术研究中心、华中科技大学、法国里昂大学、上海瑞金医院和中山大学等。我们还与全球原料供应商建立良好的合作关系，比如森馨科技集团、法国植物干细胞培养机构 Naolys。2021 年，我们已成功落地了多项技术创新应用成果，如与中国科学院共同研发的 SmartLOCK 斯玛络技术，该技术可定向吸附皮肤分泌的多余油脂，实现吸油不吸妆，赋能美妆行业高效发展。

## 守护美丽环境

我们积极响应国家“双碳”战略目标，打造对环境更友好的绿色产品，加入可持续棕榈油圆桌倡议组织（RSPO），采购符合可持续标准的原料，从源头着手注入环保理念。我们亦大力推进可持续包装，选用环保包装材料，通过改进 DR.WU 品牌包装工艺，推进包装减量化改造，并加强包装循环利用，降低产品包装对环境的影响。我们更关注产品对气候变化的影响，推进公司高效运营和供应链低碳发展，在办公场所和线下门店选用高效设备和开展能耗管理，并对核心产品开展产品全生命周期碳足迹的核算，为制定供应链减碳计划提供依据，推动环境可持续发展。



## 推进社会和谐

我们以人文关怀助力美好生活，为员工提供多元共融的工作环境与发展机会，鼓励员工实现个人价值。我们致力推动社会和谐，积极参与公益慈善事业，发布全新 CSR 战略，以“发现女性之美”与“守护自然之美”为两大方向，开展“创美人生”美妆公益培训项目、“留住中国美色”支持丹顶鹤保护等项目，以实际行动回馈社会。

## 未来展望

生态环境事关人类生存和可持续发展，我们的每一小步变革都会对社会经济发展产生深刻影响。时至今日，低碳转型已成为全球企业的共识，回顾逸仙电商的发展历程，我们低碳发展轮廓似乎更为清晰。

未来，我们致力成为具有国际影响力的美妆集团，将继续丰富产品品类和提升服务体验，根植国内市场，加大国际化布局，满足全球消费者对美的期待。与此同时，我们将着力推动可持续发展和提升社会影响力，继续聚焦发现女性之美、守护自然之美两大领域，践行社会责任，并持续将绿色发展理念融入企业运营管理，推动供应链的可持续发展，成为值得消费者信赖、利益相关方认同、商业价值和社会价值协同促进、均衡发展的社会型企业，协力为社会各界创造更幸福美好的未来。



首席执行官及董事会主席  
黄锦峰

# 2021年 ESG 关键绩效

## 企业管治



员工商业道德培训  
覆盖率达  
**100%**



累计获得国内外  
知识产权共  
**2,936** 项

## 员工责任



员工平均年龄  
**27** 岁



女性员工占比  
**78.6%**



培训总时长  
**33,068** 小时



员工持股占比  
**11.9%**

## 产品责任



打造生态研发体系—逸仙 Open Lab, 2021 年投入研发费用超  
**1.4** 亿元人民币



研发投入占营  
业收入达  
**2.4%**



一对一接触客户数量达  
**19,087,140** 人次



各品牌销售渠道的  
平均满意度为  
**91.8%**



成品供应商年度及飞行  
检查合格率达  
**100%**

## 环境责任



完成完美日记小细跟  
口红产品碳足迹核查



完子心选  
**95%**  
的产品采用 FSC 认证的环保纸张



EVE LOM 产品的包装实现  
**100%** 回收<sup>1</sup>



成为可持续棕榈油圆桌倡  
议组织 (RSPO) 的会员



部分产品<sup>2</sup> 选用材料可  
**100%** 生物降解



Galénic<sup>3</sup> 产品均采用  
**FSC** 认证的环保纸张和绿色环保大豆油墨印刷

## 社会影响力



发布全新企业  
社会责任战略



从 2019 年至 2021 年，  
完美日记线下门店为全国各地共计  
**231,589** 位在校学生、残障人士、  
男性用户等免费提供素人改造服务和化妆教学



联合中国妇女发展基金会共同发起“创  
美人生”美妆公益培训项目，为四川省  
**82** 名困境女性提供免费美妆专业技能培训



携手北京市企业家环保基  
金会 (SEE 基金会) 共  
同开启“留住中国美色”  
丹顶鹤保护公益计划

<sup>1</sup> 具有 The Green Dot 标志，在英国实现 100% 回收再利用。

<sup>2</sup> 指 EVE LOM 焕采洁颜油胶囊的胶囊包装、赋颜抚纹胶囊精华的胶囊包装、亮采洁净柔肤片的棉片。

<sup>3</sup> 指 Galénic “抗氧 1 号” VC 精华，礼盒及礼盒内部印刷物。

# | 关于我们

## 企业概况

逸仙电商创立于 2016 年，总部位于广东省广州市，是一家广州本地孵化、培育并且高速增长的美妆公司。2020 年 11 月，逸仙电商正式在纽约证券交易所（以下简称纽交所）挂牌上市，作为首个登陆美股的中国美妆集团，我们以中国美的引领者为使命，致力于成为新科技时代的健康美丽探索者。2021 年，逸仙电商亮相 APEC 工商领导人中国论坛，入选中国数字经济产业示范样本，以数字化推动中国“智造”与中国“创造”。

逸仙电商旗下拥有 Perfect Diary 完美日记、Little Ondine 小奥汀、Abby's Choice 完子心选、Galénic 法国科兰黎、DR.WU 达尔肤（中国大陆业务）、EVE LOM、Pink Bear 皮可熊、EANTIM 壹安态等高成长性的彩妆及护肤品牌。



**YSG 逸仙**

新科技时代的健康美丽探索者

PERFECT DIARY 完美日记 | LITTLE ONDINE 小奥汀 | ABBY'S CHOICE 完子心选 | GALÉNIC 法国科兰黎 | DR.WU | EVE LOM | Pink Bear | EANTIM 壹安态

# 发展历程

## ● 2016 年

2016.08 逸仙电商成立

## ● 2017 年

2017.04 推出首个美妆品牌 Perfect Diary 完美日记

## ● 2019 年

2019.04 首家线下体验店开业

2019.06 收购原创国潮品牌 Little Ondine 小奥汀

2019.11 完美日记成为首个登顶“双十一”彩妆榜的国货品牌

## ● 2020 年

2020.06 孵化原创新品牌 Abby's Choice 完子心选

2020.07 逸仙电商产品研发中心正式投入使用，逐步打造 Open Lab 研发共创体系

2020.10 收购品牌 Galénic 法国科兰黎

2020.11 纽交所挂牌上市，成为美股上市的“中国美妆第一股”

2020.12 逸仙电商与世界最大食品、化妆品和医 A 药用色素供应商——森馨科技集团共建创新色彩联合实验室在上海、广州、新加坡三地同步挂牌成立

## ● 2021 年

2021.01 收购 DR.WU 达尔肤（中国大陆业务）

2021.03 正式收购国际护肤品牌 EVE LOM

2021.03 推出独立彩妆新品牌 Pink Bear 皮可熊

2021.04 首次提出“Open Lab 开放型研发体系”

2021.08 成立逸仙电商 × 华中科技大学纳米药物工程中心联合实验室

2021.09 收购微生态护肤品牌 EANTiM 壹安态

2021.10 与中科院化学研究所共同研发的 SmartLOCK 斯玛络锁妆技术发布

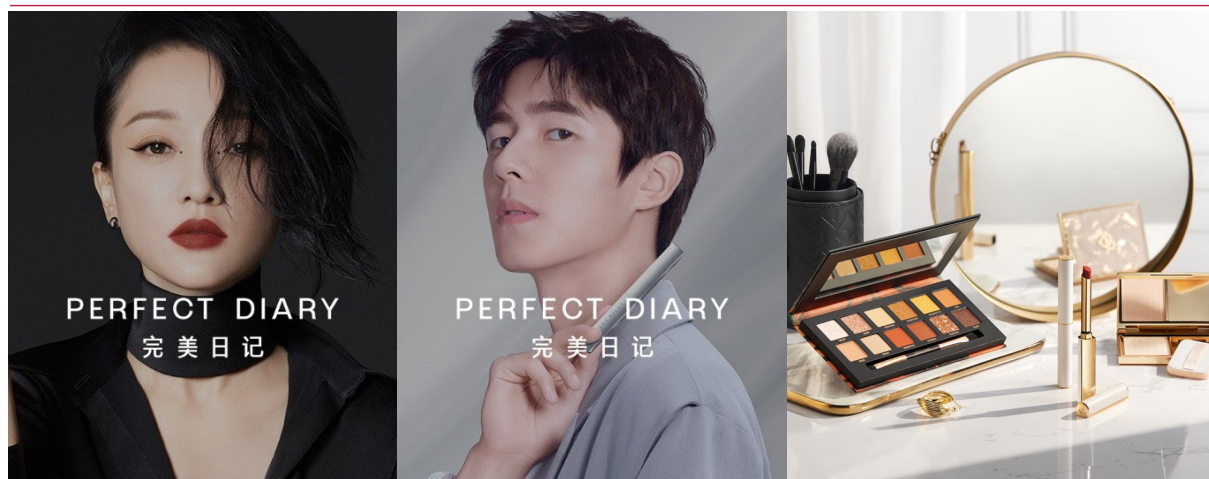
2021.11 与上海瑞金医院合作打造广州逸仙医学护肤联合实验室

2021.11 与中山大学开展为期 3 年的皮肤方向研究合作

# 企业文化



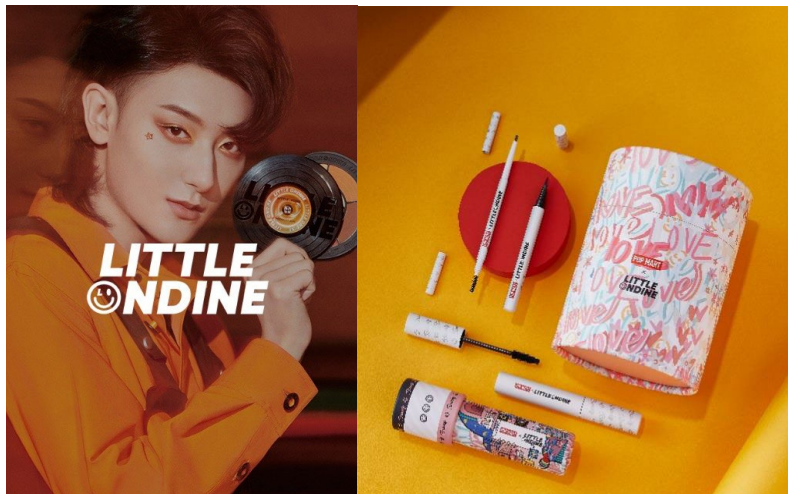
## 品牌架构



“

### 中国的新时尚美妆品牌—Perfect Diary 完美日记

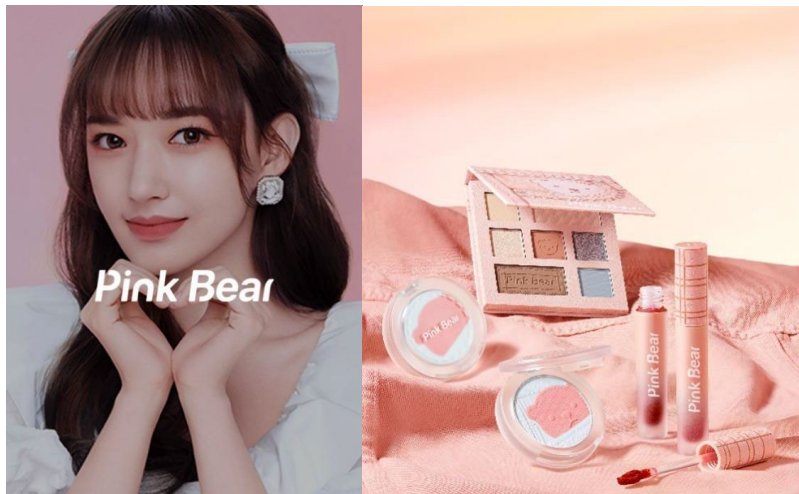
完美日记创立于 2017 年，为冲破审美桎梏而来。创始团队决心提供“高品质、有创意、带惊喜感”的产品，让人人都可轻松变美，打造属于中国的新时尚美妆品牌。品牌使命：让人人皆可轻松变美。品牌愿景：完美日记相信，如果每一份对美的渴望都能被尊重，世界将会更美好。



“

### 原创国潮品牌—Little Ondine 小奥汀

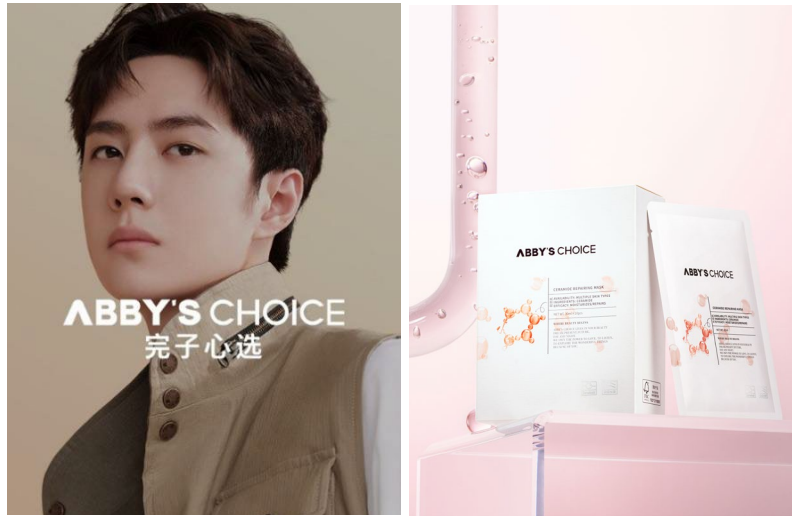
小奥汀诞生于 2013 年，品牌主张“就凭本色出线”，支持年轻女性通过大胆尝试百变造型，从而展现每一个真实的自我。多年来，小奥汀不断开创新变风潮，以具备惊喜感的专业彩妆产品支持用户坚守真我本色。



“

### 少女彩妆品牌—Pink Bear 皮可熊

Pink Bear 皮可熊是成立于 2021 年的新锐少女彩妆品牌，面向 16-25 岁 Z 世代少女，提供可爱有趣、安全好用的高性价比彩妆产品，与少女们一起探索更多变美的可能性。在成长路上，皮可熊愿意陪伴少女们，带来每天一点小美好。



“

### 新兴护肤品牌—Abby's Choice 完子心选

新锐护肤品牌完子心选 Abby's Choice 创立于 2018 年，是一个解决中国年轻人主要肌肤问题的功效性护肤品牌。秉承美始于肌肤健康的理念，我们坚持从用户的真实护肤需求出发，独创中国年轻肌大数据并搭建多地区人群测试及迭代体系，通过用户全程参与共创的方式发掘中国宝藏护肤成分，打造适合中国年轻人肤质的专属功效护肤方案。



“

### 法国高端美容护肤品牌—Galénic 法国科兰黎

Galénic 法国科兰黎 40 多年专研皮肤学级高端护肤，以制药精神研发护肤品。它是欧洲将医药技术与美容护肤结合的前沿品牌，也是开创性进驻法国药房的高端科技护肤品牌，以精准前沿的配方科技，针对特定肌肤问题，提供科学护肤方案与精致护肤体验。



“

### 医美专研护肤品牌—DR.WU 达尔肤

医研功效护肤品牌—达尔肤 DR.WU 由“亚洲权威皮肤科医师”吴英俊创立于2003年，集合皮肤科医生、药剂师、化学家共同研发产品。品牌团队凭借50年医学经验、20万份临床病历，秉持“医师专研，低敏高效”的医研理念，专注为痤疮等肌肤问题提供精细化解决方案。



“

### 英国高端护肤品牌—EVE LOM

EVE LOM 品牌由全球著名的专业美容师和洁肤专家 Eve Lom 女士于1986年在伦敦创立，秉持“追求肌肤根源健康，发光肌从清洁开始”的护肤理念，致力于将高品质的天然成分与最前沿的科技结合，打造了一系列屡获殊荣的高端护肤奢品。

## 企业荣誉（节选）



### 企业荣誉

- ★ 2021 中国数字经济产业示范样本 50  
亚太经济合作组织（APEC）工商领导人中国论坛
- ★ 南方公益传播奖·创新奖  
南方日报
- ★ 中国时尚产业最受消费者信赖品牌奖  
信息时报
- ★ 2020 国际美妆产业大赏关注女性力量奖  
《女装日报》（WWD）
- ★ 环境生态贡献奖  
第一财经
- ★ 年度高成长企业  
证券时报
- ★ 2022 年 CRO 首席责任官  
每日经济新闻
- ★ 中国化妆品趋势大会 - 科技创新奖  
青眼
- ★ 金妆奖 2021 年度最具成长性集团  
天猫



### 品牌荣誉：完美日记

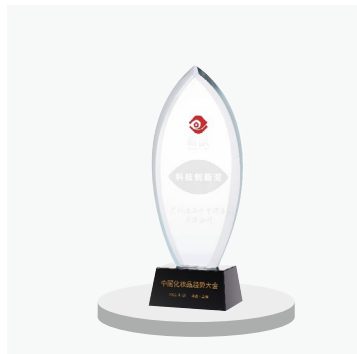
- ★ 2020 胡润品牌榜 第 109 名  
胡润研究院
- ★ 中国 500 最具价值品牌 第 477 名  
世界品牌实验室
- ★ 2021「最具赋能女性力量品牌」50 强  
艾问
- ★ 2020 年度中国最佳商业模式奖  
21 世纪经济报道
- ★ 年度国民新国货  
第一财经
- ★ VOGUE 2020 美容大奖—中国品牌大奖  
VOGUE 服饰与美容
- ★ 时尚 COSMO 美容大奖—中国姑娘美力大奖  
时尚 COSMO
- ★ 2021 中国美妆品牌足迹美妆类消费者首选品牌  
中国化妆品市场年会
- ★ Sustain 100 可持续时尚创意榜单—生物多样性贡献榜（完美日记 丹顶鹤眼影盘）  
WWD China





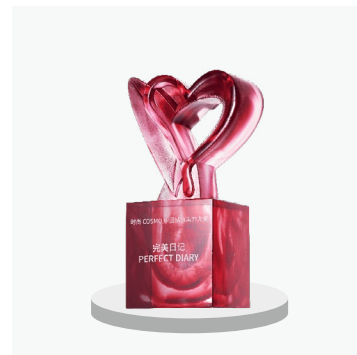
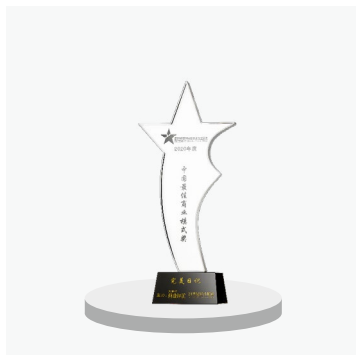
### 品牌荣誉：小奥汀

- ★ 2020 中国化妆品唯美新锐品牌奖  
化妆品报
- ★ 最具潜力新品牌 TOP100  
浪潮新消费



### 品牌荣誉：完子心选

- ★ 2021 中国化妆品唯美新锐品牌奖  
化妆品报、CBO、唯美工匠
- ★ 2020 新美力美妆榜——年度口碑修护面膜  
新浪时尚



### 品牌荣誉：Galénic

- ★ 天猫国际最佳趋势品牌  
天猫国际





## 企业管治

逸仙电商将责任管治视为企业坚守的重要信念。我们构建完善的治理架构，时刻关注企业的风险管理，并坚守商业道德底线，提升集团治理水平，促进企业持续健康发展。在实现责任管治的同时，我们持续关注利益相关方在环境、社会及管治方面对我们的期望和建议，并将可持续发展融入我们的管治理念。

本章节回应的 SDGs 目标



本章节包含的 ESG 议题

企业管治

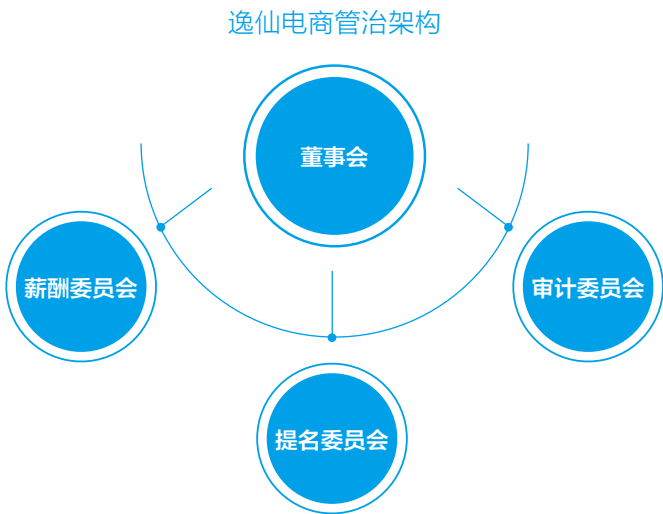
商业道德

# 公司治理

逸仙电商严格遵守运营地及美国证券交易委员会和纽交所相关的上市公司法律法规，建立了责任清晰、科学高效的公司治理机制。

## 管治架构

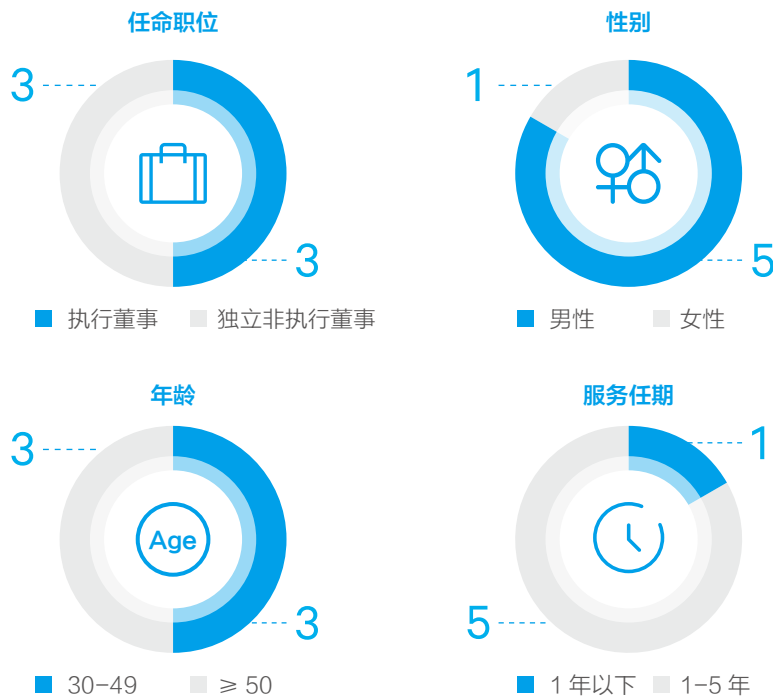
我们通过明确委员会成员职责，确保合规开展业务的同时，遵守商业道德标准，保障投资者利益与公司持续稳健发展。董事会的职权范围及各个董事的资料已于[投资者关系网站](#)刊登，并可按要求供投资者查阅。



## 董事会多元化

我们积极推进董事会成员多元化。在提名及委任董事会成员时，我们会进行综合性考量，考量维度包括性别、年龄、行业经验、专业背景、教育学历等，以满足各业务领域所需的多样技能和经验，并持续关注女性管理者的比例。

同时，提名委员会评估独立非执行董事的独立性，按照公司需要确保独立董事比例，为董事会引入足够的独立意见。目前，独立非执行董事的数目达到董事会人数的二分之一。



## 风险管理与内部控制

风险管理是逸仙电商保持稳定经营的重要工作。我们持续健全风险管理及内部控制机制，推进公司的全面风险管理，确保风险可控在控，保障企业稳定经营。



### ◎ 健全的管理机制

为及时识别风险并做出应对举措，我们持续建立健全风险管理机制，由公司首席财务官负责监管公司的风险管理。在每季度召开风险大会前，各部门负责人将审视报告期内的风险识别情况，判断是否有重大风险并在风险大会向首席财务官进行汇报，并针对发现的风险事项讨论改善计划。同时，审计委员会定期检视公司内部控制政策和流程的有效性和充足性，确保企业风险控制在可接受水平。

### ◎ 专业的合规支持

我们的管理层在履行风险管控职能上有充分的专业支持。在公司内部，经验丰富的内审合规、财务、法务专职人员确保公司合规运营。在公司外部，我们聘任资深的律师顾问、合规顾问提供法律和财务合规建议。

### ◎ 高效的舆情应对

我们重视对公共舆论的应对。当出现负面舆情事件，我们会组建跨部门会议，对负面事件进行深入调查，并分类明确负责跟进处理的主要责任部门。目前，我们针对消费者投诉、投资者问询等舆情事件，已建立明确的应对流程。若发生对公司市值或股价有较大影响的舆情事件，我们将按照监管要求，与律师团队进行及时辟谣与发布相应公告，及时规避或降低舆情对公司的负面影响。

## 投资者沟通

逸仙电商高度重视信息披露和投资者关系管理工作，按照公平、公开、公正的原则公开披露企业信息，并耐心解答投资者问询。

我们持续提升信息披露质量。公司按照季度定期进行业绩发布与年度业绩报告，同时亦会在需要时发布其他公告，以确保向公众真实、准确、完整、及时地披露各项重大信息，便于相关方及时了解公司经营状况及重大事项进度情况，全力保护投资者合法权益。

此外，为加强与合作资本市场的联系，公司不断丰富与机构分析师以及投资者交流的渠道，通过路演、投资者沟通会议、业绩会议等形式，确保投资者及时准确的了解公司最新情况。

### • 数据



2021 年，我们举办  
投资者沟通会议

**130** 场



并被

**9** 家证券公司纳入  
研究覆盖范围

## 商业道德

逸仙电商视商业道德为企业发展的基石。我们严格遵守《反垄断法》及《反不正当竞争法》相关规定，持续完善反贪腐管理和健全举报机制，并加强合规审查和廉洁教育，鼓励供应链合作伙伴共同践行商业道德，致力推进企业公平运营。报告期内，本公司未有发生涉及贪污、贿赂、勒索、欺诈、内幕消息交易及非法洗钱的诉讼案件。



### ◎ 搭建管理机制

为加强管理层对商业道德监管的参与，我们建立了由董事会授权，审计委员会负责监督，审计、风控、合规及法务等专职部门相互协作的公司合规管理内部监控检查机制。公司设立内审内控部及法务部，负责管理公司反贪腐、内控合规方面的事宜，并统筹各职能部门、附属公司等协同落实反贪腐相关管理工作，推进企业整体落实商业道德规范。

## 规范行为准则

逸仙电商高度重视员工商业道德意识建设，制定并对外发布《商业行为准则与道德规范》，明确公司在利益冲突、反贪污贿赂、反洗钱、反海外腐败法、举报保护等方面的相关要求，覆盖全体董事、管理人员、普通员工、兼职人员和实习生，并与全体员工签署《员工手册》并要求所有供应商签署《廉洁承诺书》或《业务伙伴行为准则》，落实行为规范。此外，我们每年至少一次为全体员工提供商业道德相关培训，覆盖正式员工、兼职员工、劳务人员和实习生，涵盖反舞弊、反贿赂、反腐败相关内容，将公司最新的道德标准要求进行宣传。

## 强化合规审查

我们不断加强内部合规审查。作为《商业行为准则与道德规范》的监督部门，公司内审内控专职部门至少每三年一次对商业道德标准行为进行审计，保障政策有效性。此外，我们定期开展内部控制审查项目，针对个人信息保护、办公系统权限管理等方面完成了内控审查，并对门店、仓库等单位进行飞行检查，及时识别潜在管理问题，保障商业道德标准执行。



## 维护举报人权益

我们在公司官方网站、供应商合同、《商业行为准则与道德规范》中，列明举报专用的热线电话、邮箱、举报地址等途径。《商业行为准则与道德规范》明确规定举报线索的处理流程，查证属实后处理结果将直接告知举报人，并落实对违反规范员工的处理。在做处罚决定前，我们亦给予相关人员辩解申诉机会，避免处理有失公允。此外，我们严格保护举报者的个人信息，举报调查通过专案专办方式，保障举报人提供的信息得到严格保密。我们还要求被调查单位和被举报人不得对举报人实施打击报复行为，一经发现，严肃处理。

### • 数据

2021 年，我们举行了

**2** 场线下反腐败反舞弊合规专题培训，覆盖公司首席执行官、首席财务官和主要业务部门高级管理人员

参与人数接近 **200** 人

通过专题培训、入职培训、发布廉洁通告、签署承诺书等形式，我们的员工商业道德培训覆盖率达

**100%**



## 保护知识产权

逸仙电商尊重知识的价值。我们严格遵守《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法》及《中华人民共和国民法典》等运营地相关法律法规，并制定《商标保护管理标准》及《专利档案系统管理标准》等内部制度，全面加强知识产权保护工作，提升公司市场竞争力。

我们对商标、专利、著作权等知识产权的申请、维护、使用、许可和转让、风险防控等流程进行严格规范管理，设置知识产权管理专职团队，在注册申请前开展商标、专利检索，规避近似风险，并对市场侵权行为进行自发监测；同时，我们制定《专利档案系统管理标准》，形成专利档案管理系统，对国内外注册专利进行统一、系统化管理，全力维护我们自身权益。

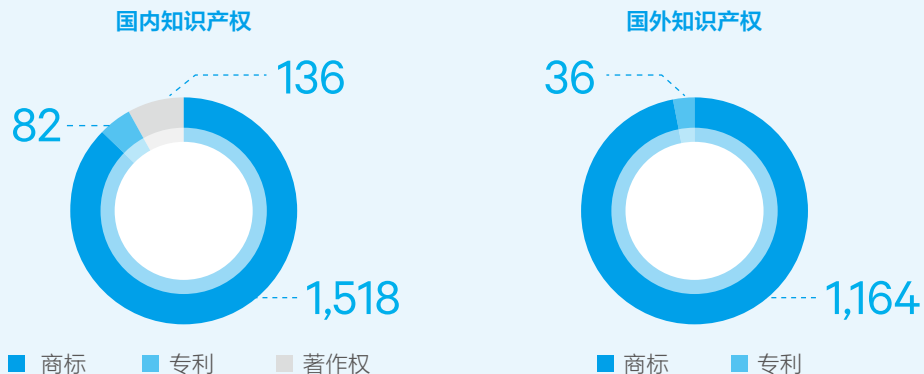
我们尊重他人知识产权，开展知识产权普法性培训，涵盖著作权、专利权、商标权和商业秘密四大方面，覆盖品牌管理、产品研发、产品营销等专职部门，提升员工知识产权保护意识。

### • 数据



截至报告期，累计获得  
国内外知识产权共

**2,936** 项



累计获得知识产权数量

# 可持续发展管治

我们关注业务对环境和社会的影响，致力携手各利益相关方在持续发展、低碳运营的基础上，发挥企业价值。2021 年，我们建立了可持续发展管治架构，推动公司的 ESG 管治工作进行有序进行。

## 可持续发展管治架构

公司董事会负责制定 ESG 管治策略及行动路径，定期监督、检讨 ESG 相关重大事项及相关表现。战略投资部作为统筹小组，负责统筹管理 ESG 相关事宜，并协助 ESG 报告编制。跨部门 ESG 执行小组覆盖企业管治、环境管理、生产安全、化学品安全、员工管理、客户服务等 ESG 议题相关部门，负责推进 ESG 事宜的具体管理和执行，并定期上报 ESG 相关信息。

### 可持续发展管治架构



## 利益相关方沟通

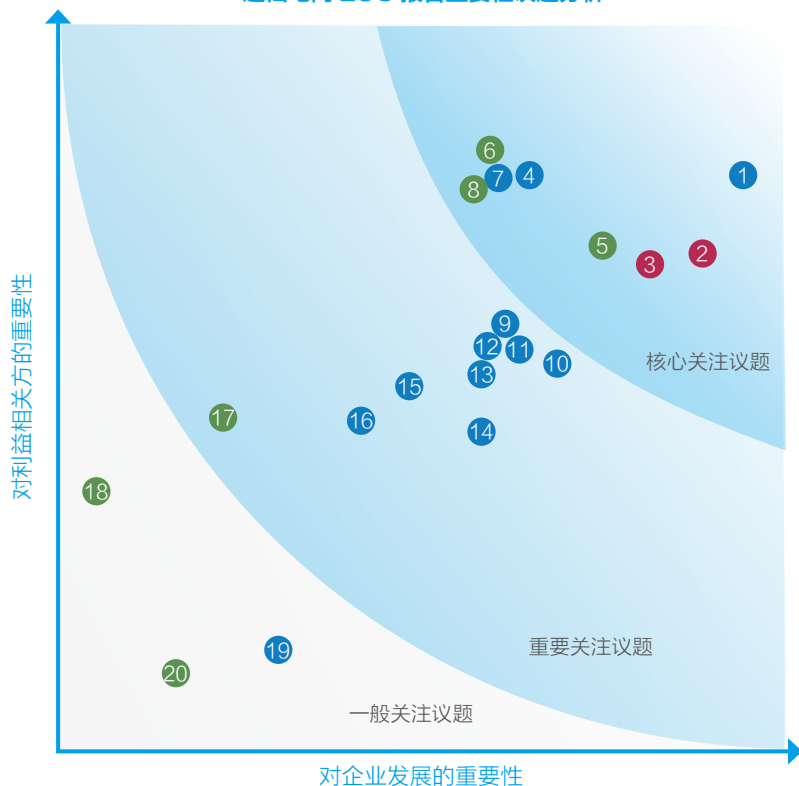
我们重视利益相关方的有效参与，持续完善与各利益相关方沟通对话机制，主动了解和回应他们的诉求，携手各利益相关方实现可持续未来。



# 重要性议题判定

报告期内,我们基于内部利益相关方沟通、同行对标,并参考资本市场 ESG 关注议题、国内外同行最佳实践梳理得出 20 个 ESG 议题。结合 ESG 议题,我们通过问卷调研的形式开展重要性评估,得出融合公司董事及管理层、消费者、投资者、员工、供应商等相关方的 ESG 议题重要性排序,作为本年度 EGS 报告披露的重要参考。

### 逸仙电商 ESG 报告重要性议题分析



#### 核心关注议题

- 1 产品质量与安全
- 2 商业道德
- 3 企业管治
- 4 化学品安全
- 5 可持续包装
- 6 原材料采购
- 7 营养与健康机遇
- 8 产品碳足迹

#### 重点关注议题

- 9 劳工管理
- 10 客户关系
- 11 人力资源发展
- 12 职业健康与安全
- 13 信息安全和隐私
- 14 多元和包容
- 15 尊重人权
- 16 供应链管理
- 17 水和废水

#### 一般关注议题

- 18 排放与废弃物
- 19 社会公益
- 20 应对气候变化

● 环境    ● 社会    ● 管治



# 产品责任

逸仙电商专注高质量产品与服务，通过创新研发和高效沟通，向消费者提供健康安全的产品与优质高效的服务体验，切实维护消费者权益，以负责任的态度守护消费者。我们致力推进供应链管理，健全供应商全生命周期管理体系，并促进供应商质量提升，共同履行社会责任。

本章节回应的 SDGs 目标



本章节包含的 ESG 议题

营养与健康机遇

供应链管理

化学品安全

信息安全和隐私

客户关系

产品质量与安全

## 健康安全产品

逸仙电商坚持以研发驱动产品创新，构建生态研发体系，携手优质合作伙伴共同推动产学研深度融合，为技术突破与成果转化提供有力支持。我们时刻关注消费者对健康安全的需求，严格规范化学品使用及管理，并积极寻找更天然成分，减少产品对环境和人体的负面影响。

## 产品研发

我们持续提升研发能力，以研发赋能品类创新，以品类创新促进研发突破，致力于为消费者探索美的旅程提供更多产品选择及更加优质和创新的美妆体验。

## 充实研发能力

我们整合全球领先的科研资源，形成革新式的共创生态研发体系——逸仙 Open Lab，以逸仙电商为主导核心，与国内外多家知名研究机构、高等院校和医院建立稳定的合作关系。通过多方强强联手，我们在全球范围对护肤及化妆领域的前沿技术进行识别、研究和商业应用，匠心打造优质美妆产品。

逸仙电商不断加大研发投入，完善研发团队建设，夯实研发根基。目前，我们在中国广州市拥有一个占地达 1,896 平方米的研发中心（“逸仙电商研发中心”）。同时，我们不断夯实内部团队的研发能力，已构建涵盖基础研究、成分测试、创新配方、功效测试、感官评价、安全性评估和物流支持等方面的综合能力。2021 年 3 月，我们与科丝美诗(中国)化妆品有限公司在广州市开始建设大型制造中心和研发基地，预计建成后将配置一流的研发设备，为企业发展提供有力的研发支持。

### 数据



年度研发投入人民币超

**1.4 亿** 元



同比增长

**113.5%**



占营业收入总额达

**2.4%**



逸仙研发中心拥有一支

**270** 余人的高学历人才的研发、产品开发和生产管理团队

## 逸仙电商研发中心



自有研发中心，位于中山大学科技园内，占地约 1,900 平方米，拥有细胞、理化、感官、功效、稳定性、彩妆、护肤等多个先进实验室，实验室对标国际美妆集团标准建设，部分产品开发的实验配置更达到国际领先水平。

## 逸仙-森馨创新色彩联合实验室



逸仙电商与世界领先的食物、化妆品和医药用色素供应商森馨科技集团于上海、广州、新加坡三地共同组建的创新色彩联合实验室。

联合实验室在彩妆色彩创新、原料创新和质量管理等方向开展应用研究，联合攻关彩妆生产中的痛点难点，提升彩妆原料的色彩表现力、色彩丰富度、安全性和天然性。

## 逸仙-华科大纳米药物工程中心联合实验室



2021 年 1 月，逸仙电商与华中科技大学国家纳米药物工程技术研究中心共同组建联合实验室，开发了可添加到护肤肌底液的纳米活性成分，并于 2021 年 3 月将其应用到完子心选的神经酰胺系列产品中。

## 上海瑞金医院 &amp; 广州逸仙医学护肤联合实验室



上海瑞金医院与逸仙电商共同组建医学护肤联合实验室。作为上海交通大学医学院附属三级甲等医院，瑞金医院拥有全国知名的国家级皮肤医疗诊所，专门诊治顽固性皮肤疾病。双方将就新活性成分研发、配方研发和前沿应用开展研究合作，以解决中国消费者的皮肤问题。

## 逸仙电商 - 中山大学合作研究项目



逸仙电商与中山大学开展为期 3 年的皮肤方向研究合作，主要研究课题包括先进成分、创新配方、功效测试、护肤创新及皮肤问题。





## 推进技术创新

逸仙电商已和海内外多家知名机构建立深度合作，比如中国科学院、国家纳米药物工程技术研究中心、华中科技大学、法国里昂大学、上海瑞金医院和中山大学等。我们还与全球原料供应商建立良好的合作关系，比如森馨科技集团、法国植物干细胞培养机构 Naolys。报告期内，在 Open Lab 研发体系的有力支撑下，我们已成功落地了多项技术创新应用成果，如与中国科学院共同研发的 SmartLOCK 斯玛络技术，该技术可定向吸附皮肤分泌的多余油脂，实现吸油不吸妆。此外，我们还成功研发应用于 DR.WU 品牌的纳米包裹水杨酸靶向缓释技术，以及应用于小奥汀随时在线持妆粉底液的独家持妆专利—黄金配比弹力网膜。

## 2021 年度研发成果里程碑：

2021.3

纳米包裹水杨酸靶向缓释技术应用于多种 DR.WU 产品

2021.4

独家知识产权原料毛蕊花糖苷开发完成

2021.4

自主研发完子心选氧气洁面上市

2021.5

自主研发小奥汀粉底液上市

2021.6

森馨联合实验室联合开发三重粉体表面处理技术 ADT-C 及独家包裹色粉应用于产品

2021.10

与中科院化学所共同研发 Smart LOCK 斯玛络锁妆技术发布



### 案例：全球首发 SmartLOCK 斯玛络锁妆技术

2021 年 9 月 25 日，我们携手中国科学院化学研究所分子纳米结构与纳米技术重点实验室（以下简称中科院化学研究所），在北京市举行专研锁妆技术 SmartLOCK 斯玛络的发布会。该技术由逸仙电商联合中科院化学研究所共同研发，将羟基化磷酸钙晶（HAP）与富勒烯，通过中科院化学研究所专利工艺处理，形成对油脂具有定向吸附功能的创新原料，其可定向吸附皮肤分泌的多余油脂，同时保留底妆产品里的必要油分，吸油不吸妆，实现定向控油，从而达到长效持妆。

目前，由逸仙电商与中科院化学研究所共同研发的 SmartLOCK 斯玛络锁妆技术，已应用于完美日记旗下的剔透柔雾控油散粉（简称「珍珠」散粉）、焕镜无瑕气垫霜（简称「小银镜」气垫）等产品，未来双方将持续在定向吸附与锁妆技术方面开展长期深度合作。



原创锁妆技术 SmartLOCK 斯玛络



完美日记「珍珠」散粉



### 案例：使用纳米高效搭载滞留技术包裹神经酰胺

逸仙电商旗下品牌完子心选的 II 代神酰面膜的原料采用与华中科技大学国家纳米药物工程技术研究中心联合研发的纳米高效搭载滞留技术包裹神经酰胺，神经酰胺纳米载体粒径最小在 20nm，仅占毛孔直径千分之一，有效促进活性成分渗透到皮肤角质层，提高修护保湿功效，并促进功效成分在皮肤中高浓度、更长时间滞留。



纳米高效搭载滞留技术包裹神经酰胺



完子心选神经酰胺面膜

## 化学品安全



逸仙电商致力为消费者提供安全、可靠的产品。我们严格遵守《化妆品监督管理条例》等运营地及行业相关规定，制定《实验室管理条例》及《化学品安全政策》，严格执行产品的安全评估和化学品管理，并积极推进天然成分应用和争议成分替代，保障产品对人体的安全性与对环境的安全性。

### 明确禁用成分

制定并披露《逸仙原料管控要求》，明确禁用对人体具有致癌性、生殖毒性、皮肤刺激性以及对环境具有危害性的原料，并严格控制受监管原料使用，保障产品对人体的安全性与对环境的安全性。

### 评估原料安全

评估每种原材料的潜在危害，并了解产品类别、使用频率和适用肤质等关键参数，明确产品中每种原材料的最大安全浓度，确保产品安全性。

### 监测不良反馈

在产品上市后，我们通过化妆品安全监测网络，持续收集和分析消费者使用我们产品后可能出现的不良影响，及时制定改善计划，提高消费者对产品的信心。

### 合规披露成分

严格遵守《化妆品标识管理规定》，在化妆品最小销售单元（不含赠品及非卖品）中标注产品全部成分的原料标准中文名称，并按照各成分在产品配方中含量的降序列出，如若成分含量低于 1%，则会根据宣称重要程度排序，向消费者充分展示产品成分，促进消费者对化学成分的了解。

### 替代争议成分

持续优化产品配方，替换具有争议的成分。我们开展有关可挥发和具有污染风险的硅油环五聚二甲基硅氧烷（以下简称 D5）成分的替换研究，积极探索各类产品可用的 D5 替换物和替换结果，推进环境更友好、生物安全性更佳成分使用。



此外，公司秉承可持续的产品理念，不断探索将“洁净美妆”（Clean Beauty）理念与产品相结合，努力打造肌肤友好、环境友好的产品，包括积极开发符合环境及健康的配方技术，优先采购和使用对环境和社会影响较小的原材料，支持生产过程中使用可再生资源，并积极选择可降解材料作为化妆品包装材料。



#### 案例：完子心选推出更天然产品选择

完子心选温润至简氨基酸洁面乳（简称氧气洁面）采用精简配方成分，产品不含皂基、色素、酒精、香精、荧光剂等刺激成分，更采用德国防腐技术代替防腐剂，实现 0% 防腐剂添加，赋予使用者温和清爽的洁面体验。同时，产品使用更天然的植物成分，采用来源于天然椰油和燕麦的双重天然氨基酸植萃成分，为消费者提供更健康、安全的产品。



完子心选温润至简氨基酸洁面乳

## 优质客户服务

逸仙电商以“为顾客创造价值”的价值观为指导，尽心尽责为消费者提供优质服务，积极响应客户诉求，并以顾客满意为驱动力，不停推动自身发展。

### 优化服务品质

我们始终致力于提供高品质的客户服务，设立了规模超过 230 人的客户服务专职团队，在售前、售中及售后各个环节为消费者提供细致、及时、专业的服务。

#### 推进标准化服务

制定客户服务行为标准要求，并由各品牌根据各产品特点形成标准作业程序（SOP），为客户提供标准化的咨询解答。

#### 及时质量评估

设立质量检测岗位及投诉处理专职岗位，确保为客户提供高标准的服务；同时，通过对话质检、评价监控、后台投诉处理以及外部舆论监控等方式管理及控制服务质量，保障客户的切身利益。

#### 针对性人才提升

制定客户服务专职部门人才画像，针对接待岗、管理岗及专业岗三个职能条线员工，剖析涵盖服务能力、专业技能及领导力三个方面的能力标准，并构建完善的培训体系对员工进行针对性培养。

#### 数据



客服团队开展

**768** 次培训



培训总课时达

**1,265** 小时



培训覆盖率达

**100%**



#### 案例：打造客户服务人才流动项目——活水计划

为加强品牌间优秀人才的流动，客户服务专职部门制定“活水计划”轮岗项目。项目挑选 4 个品牌的 6 位客服人员开展为期 6 个月的轮岗计划，项目成员通过跨业务线、跨品牌的学习与实践，将不同品牌的优秀客户服务理论融会贯通，提出改善方案，不断完善客户服务体系。



项目挑选 **4** 个品牌的

**6** 位客服人员开展为期 **6** 个月的轮岗计划



## 提升服务体验

我们耐心聆听消费者对产品及服务的反馈，并将消费者的意见及建议传达给公司相关部门，不断推动产品与服务的完善及升级。

### ● 高效响应诉求

我们积极回应客户诉求，客户服务团队通过电商平台、社交电商、私域社群、电话热线、线下体验门店、内容渠道、媒体渠道、12315 热线等途径，全面接收客户意见及建议。同时，我们根据《客诉上报流程》及《客诉分级制度》等管理规范，对客户诉求进行界定、分级及上报，并按照相关流程高效率处理消费者诉求，进一步提升消费者满意度。

#### • 数据



客服团队一对一接触客户数量达

**19,087,140** 人次



平均客服响应时间为

**22.4** 秒



三分钟回复率达到

**94.6%**



各品牌销售渠道的平均满意度为

**91.8%**



各品牌人工满意度评价平均达到

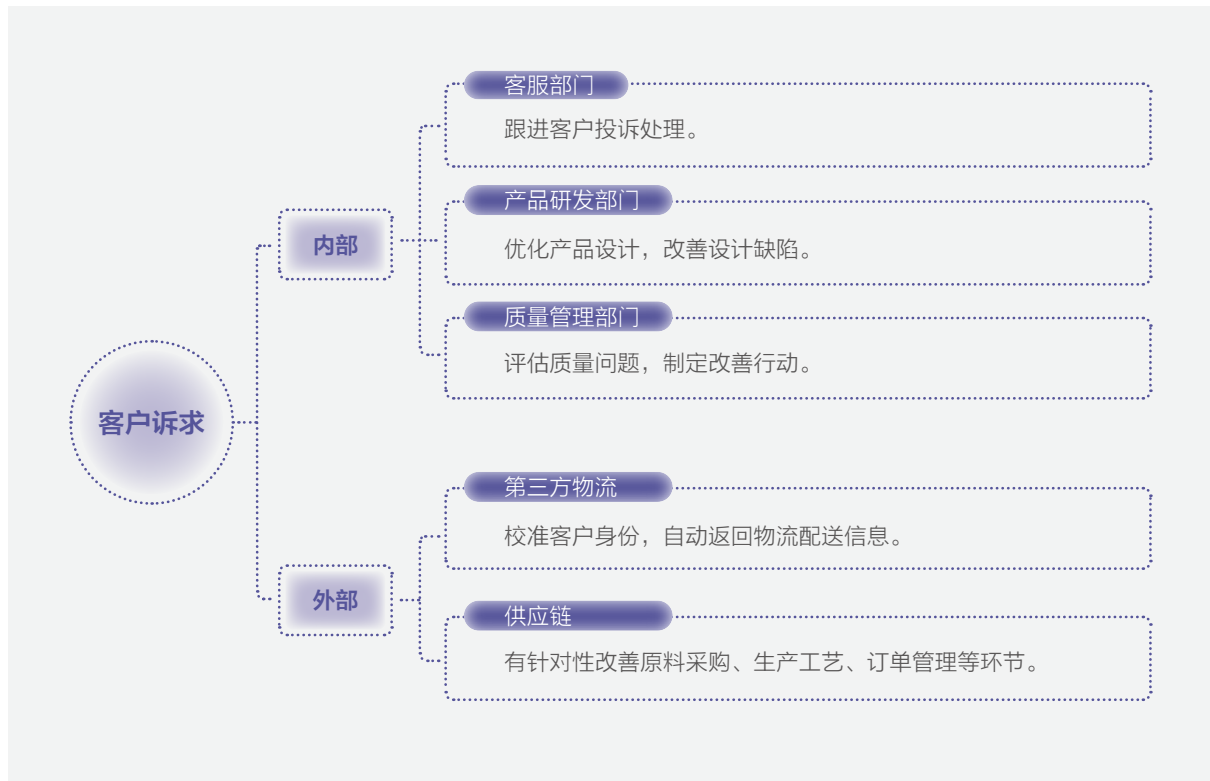
**94.6%**



## ◎ 深耕用户价值

我们不断提升数字化能力，借助强大的软硬件支持，推进用于记录客户诉求的工单系统与企业内外部多个数据系统实现互通互联，力求让用户洞察高效渗透到业务决策的每个环节，深耕用户价值创造，打造让消费者更满意的产品。

### 客户诉求联通多部门改善流程



## 所获荣誉

我们深耕客户服务，在服务品质、智能服务方面获得多个平台的认可。

### 2021 年逸仙电商客户服务、智能服务方面的奖项

品牌	奖项领域	奖项名称	颁发机构
完美日记	智能服务	金蜂奖	阿里店小蜜
	客户服务	星客服	赤兔
		服务大师	天猫平台
客户服务	客服技能大赛卓越之星（双十一） 卓越贡献奖 客服技能大赛效率之星（618） 咨询服务年度季军	京东平台	
小奥汀	智能服务	铜蜂奖	阿里店小蜜
	客户服务	星客服	赤兔
		服务大师	天猫平台
客户服务	最佳客服团队奖	京东平台	
皮可能	智能服务	银蜂奖	阿里店小蜜



## 负责任营销

逸仙电商重视保障消费者的合法权益，严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》等运营地相关法律法规，推进负责任营销，并加强消费者教育，向广大消费者普及护肤与美妆知识，致力帮助每一位消费者在多样化的产品中做出合适的选择。

## 营销风险警示

我们严格遵守《中华人民共和国广告法》《化妆品监督管理条例》及《化妆品功效宣称评价规范》等运营地法律及行业法规，制定《广告合规手册》等管理文件，联合研发、产品、法务和公共事务等部门，共同对广告宣传物料及第三方购物平台的产品特点、成分排列顺序、广告文案、图片版权等内容进行审核，进一步规范产品广告的合规性，并确保促销活动符合《中华人民共和国反不正当竞争法》等运营地相关要求。针对产品标识，我们按照《化妆品标签标识管理规范》等相关要求，审核商标使用、产品口号、字体大小等，防范相关法律风险，确保产品表述和广告真实、客观。

我们根据品牌及产品特性进行适当的风险警示。对于特殊产品，比如 DR.WU 多款产品属于特殊用途化妆品，完美日记的彩色隐形眼镜产品属于三类医疗器械产品，我们严格遵守运营地相关规定采取有针对性的营销管理。

此外，为更好地规范宣传行为，我们对销售人员开展负责任营销培训，比如新零售事业部对线下门店每年进行 3-4 次培训。2021 年，我们对新零售门店共举办 3 场线上培训，培训内容包括广告宣传文案及商品陈列（比如价格信息展示）等门店经营活动注意事项，确保销售活动合法合规。



## 消费者知识普及

我们坚持以客户需求为中心，与消费者保持密切沟通，致力于指导消费者选择更合适的产品。

### 悉心解答

接获消费者咨询时，我们的客服团队首先了解消费者使用习惯（比如护肤习惯、妆容偏好、皮肤特质、肌肤问题等），在分析消费者的具体需求与实际肌肤情况后，提供建议性解决方案，并通过详尽的产品介绍，帮助消费者了解真实需求，选择更适用产品。

### 专业服务

我们持续对客服团队提供涵盖彩妆基础、色彩搭配、皮肤问题护理等范畴的针对性专业培训，并鼓励员工考取彩妆、护肤方面的专业技能认证，为消费者提供更专业、更科学、更精准的服务。

#### 数据



客服团队共有

93

人取得初级彩妆师认证



11

人取得中级彩妆师认证



3

人取得护肤专员认证



# 信息安全和隐私

逸仙电商高度重视信息安全和隐私保护，严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》及《中华人民共和国个人信息保护法》等运营地相关法律法规，通过制度完善和技术提升，切实保障企业和用户的信息安全。

## 信息安全管理体系统

我们建立了涵盖数据安全委员会、数据安全管理团队以及数据安全执行团队的三层信息安全管理架构，为公司信息安全工作的开展提供保障。

### 信息安全管理体系统组织架构

#### 信息安全委员会

统筹和决策数据安全策略。  
建立、运行和完善安全管理体系。

#### 数据安全管理团队

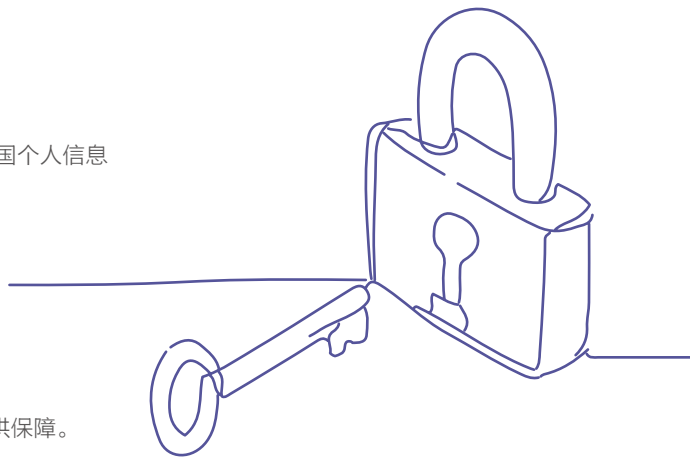
负责对数据合规的执行开展情况进行监督管理。

#### 数据安全执行团队

负责数据资产管理、数据供应链安全、元数据管理。

#### 法务、内控等职能部门

协助制定数据分级分类标准，推动数据规范管理。



## ◎ 管理制度及认证

我们制定并实施了《数据安全管理制度》《数据分级分类表》《信息安全事件及应急响应管理办法》及《系统账号与权限安全管理规范》等管理标准及行为规范，以全面的管理方针保障充足的数据安全能力。



建立应急机制

建立信息安全事件及科学有效的应急响应机制，确保信息系统的实体安全、运行安全和数据安全。



内部安全评估

数据安全执行团队定期开展数据安全评估，对信息系统中涉及个人信息的收集、存储、使用、传输等重点环节进行安全合规评估；内审内控专职部门进行数据合规内部审计。



外部安全认证

聘请安全服务机构定期对我们的信息系统、网络进行安全检查和评估，并出具信息系统、网络渗透安全评估报告，作为公司整改跟进的依据，提高及完善信息系统和网络安全性；截至报告期，公司微商城和订单管理 OMS 系统已获得信息安全等级保护三级认证。

## 信息保护流程

我们落实对用户和员工数据的严格管理。针对海外业务，我们设置专职人员对有海外业务的品牌数据进行管理，并明确对海外数据实施本地储存，不进行跨境传输，确保数据管理合规及安全。

### 全面安全隐私保护

#### 用户端保护

我们在小程序及第三台购物平台设置用户隐私保护政策，明确用于广告个性化投放以及信息共享的个人信息获取相关规定，保障消费者知情权。

#### 企业端保护

我们对员工及客户信息设置多重审批信息提取程序，并对导出数据按管理等级进行必要脱敏处理，降低数据泄露风险。

### 规范数据安全治理



数据安全治理措施

## 信息安全教育

我们要求每个新员工入职时都需要经过安全意识培训和测评。此外，我们定期组织数据合规专项培训，提升公司的信息安全管理能力。



## 供应链管理

逸仙电商不断完善供应商全流程管理体系，制定《供应商管理规定》，明确供应商开发、准入、考核及退出的全生命周期管理，并定期对供应商进行培训赋能，提升供应质量，携手供应商实现共赢发展。

## 供应商选择与准入

针对潜在供应商，我们开展准入背景调查，从企业资质、经营证照、质量管理、技术水平等方面对潜在供应商进行初步筛选、实地考察及样品测试，对供应商的质量可靠性、技术能力、运营能力、响应时效性等维度进行严格筛查。

我们关注供应链风险的识别，在供应商筛选过程，将环境管理与质量管理体系认证等社会责任因素作为加分项，鼓励选用在环境管理拥有突出表现的供应商。我们与供应商签署《廉洁合作承诺书》，要求供应商遵守商业道德、知识产权、信息保密等规定，倡导上下游合作方共同降低供应链的 ESG 风险，构建负责的供应链。

### • 数据



中国境内直接供应商

**141** 家  
核心供应商<sup>4</sup> **7** 家



2021 年的供应商准入  
及年度审核的共

**114** 家



成品供应商的准入审核 **27** 家

年度审核 **21** 家，共 **48** 家



原料供应商准入审核

**18** 家



包材/礼盒/周边供应商  
的准入审核

**48** 家



供应商获得 ISO 14001 环  
境管理体系认证

**48** 家



供应商获得 ISO 45001 职  
业健康安全管理体系认证

**18** 家



供应商获得 SA 8000 社  
会责任管理体系认证

**15** 家

<sup>4</sup> 核心供应商指的是累积占公司 2021 年采购总金额 70% 的供应商。

## 供应商绩效评价

针对合作供应商，我们持续跟进绩效表现，定期对供应商开展半年度考核，并结合实际情况对部分供应商开展月度及单次服务考核，考核内容包括价格、质量、交付、配合服务等方面，持续加强供应商的管理能力。

对于持续绩效不佳的供应商，我们会选择暂时终止合作，并设置整改期限；对整改后仍无法通过考核的供应商，我们会立即终止合作，保障供应质量。

### • 数据



对合作的成品供应商开展

**48** 次

年度及飞行检查工作



检查合格率为

**100%**



## 供应质量提升

我们积极加强与供应商的交流合作，通过供应商大会、质量培训等方式，对供应商在商业道德及产品质量等方面进行宣导和培训，倡导供应商提升供应质量，践行社会责任，共同建设可持续供应链。

### • 数据



对供应商共开展

**27** 次

产品质量相关宣贯活动



### 案例：举行供应商大会

2021年9月，我们举行供应商大会，向供应商宣贯《业务伙伴行为准则》中，对反腐败、用工合规、商业道德、数据合规以及环境保护等方面的要求，提高供应商合规意识。



## 员工责任

逸仙电商关爱员工，保障员工合法权益，为员工提供良好的工作环境和福利保障。公司重视人才发展，关心员工成长，以积极的激励制度和学习发展通路，助力员工多元化发展，实现员工与企业共同成长。

本章节回应的 SDGs 目标



本章节包含的 ESG 议题

劳工管理

多元和包容

尊重人权

人力资源发展

职业健康与安全

## 平等合规雇佣

逸仙电商秉持“以人为本”理念，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》及《中华人民共和国禁止使用童工规定》等运营地相关法律法规，持续优化劳工管理体系，尊重并保障员工的合法权益。

### 平等雇佣

我们不断优化内部人力资源管理制度体系，制定《人力资源日常人事工作指引》等内部制度，我们在招聘员工和安排工作时，坚决杜绝因性别、年龄、宗教、国籍等任何因素导致的歧视行为，在中国、英国、美国、法国、新加坡等国家都相应设置了工作场所，并严禁使用童工，为员工营造多元包容的工作氛围。

#### 数据



作为高速成长的多品牌、全渠道美妆平台，我们员工平均年龄为

# 27岁

年轻且富有创造力的人才团队为公司注入活力



关注女性人才的引进和培训  
公司女性员工占比<sup>5</sup>达

# 78.6%

截至 2021 年 12 月 31 日，



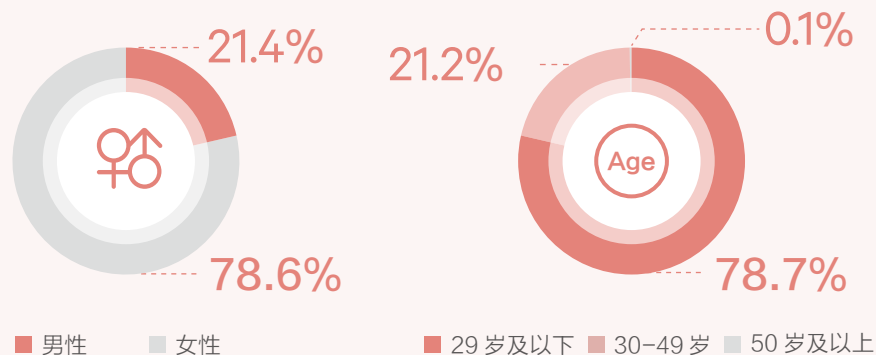
逸仙电商员工总人数  
(含海外员工)为

# 3,497 人



其中，中国境内员工人数为

# 3,444 人



<sup>5</sup> 员工的性别占比统计口径为中国境内员工。

### 权益保障

逸仙电商重视员工基本权益，制定《员工手册》，保障员工在招聘、薪酬、福利、晋升、休假、离职等各方面的合法权益。我们对员工的工时进行严格管理，坚决杜绝强迫劳动。

#### 数据



全体员工的劳动合同签订率为

100%



员工持股占比

11.9%



## 关注人才成长

逸仙电商注重员工的成长发展，不断完善人才培养体系，并为员工提供多元职业发展通道和平等晋升机制，为员工供给充分充沛的成长土壤。

## 员工培训

逸仙电商重视员工发展。针对未来关键人才储备和在岗员工的能力提升，我们搭建多方面、多层次的逸仙培养体系，构造员工关键能力模型，持续激发组织活力，满足公司的人才需求。

### 逸仙学习与发展体系

<p><b>逸·新人</b></p> <p>新员工培训</p> <p>逸仙班：新手列车</p> <p>逸仙班：转正班</p>	<p><b>逸仙·学科</b></p> <p>专业能力培训</p> <p>品牌学科</p> <p>产品力学科</p> <p>运营学科</p> <p>.....</p>	<p><b>逸仙·热力</b></p> <p>专题培训</p> <p>年度主题学习项目</p>	<p><b>逸仙·领导力</b></p> <p>领导力培训</p> <p>各级领导力发展项目</p>	<p><b>YSMT</b></p> <p>黄埔管理培训生项目</p> <p>管理培训生培养项目</p>
<b>业务加油站</b>				
职业技能类课程			职业素养类课程	
<b>逸起学—线上学习平台</b>				





• 数据

全体员工受训总时长为

**33,068** 小时

逸·新人计划开展

**13** 期新手列车集训

覆盖约

**1,000** 位新入职员工

逸·学科计划完成品牌及视觉学科, 搭建

**6** 门培训课程

覆盖约

**700** 位员工

逸仙·领导力计划产出逸仙领导力模型, 组  
织高管和核心管理层开展

**5** 场研讨会

截至 2021 年, 我们的黄埔  
管培生项目已开展

**10** 期

覆盖

**154** 位管理培训生

管培生培养成为业务骨干  
及团队管理者高达

**35** 位





### 案例：管理培训生培养项目

2021年,我们开展了第10期管理培训生的培养项目,管理培训生通过入职集训、轮岗学习、部门双选会等环节,并配合全年培养计划和在职锻炼,迅速提升岗位技能与职业素养,实现从学生到职场人的转变,充分发挥人才的能力,为公司发展提供智力支持。

**入职集训:** 47位管理培训生经历为期7天,涵盖14门入门课程的入职集训,学习基本工作技能与职场工作思维;

**轮岗学习:** 在物流中心和客户体验中心分别轮岗11个工作日,体验仓库、订单管理、客户服务等工作;

**在职锻炼与全年培养:** 进入业务部门深入了解工作流程与内容,并配合全年培训计划,实现管理培训生岗位技能与职业素养的全面提升。

**部门双选会:** 历时11个工作日,综合考量管理培训生部门意愿、轮岗表现、业务部门人才需求等因素,最终确定管理培训生工作部门;

### 管理培训生培养项目



### 案例：业务加油站 – 提供技能补给

报告期内,我们为员工提供3门办公软件技能及情绪舒缓课程,以及符合年终工作总结需求的3门汇报技巧课程,覆盖约350位学员,不断为员工提供职场所需的软硬性技能补给。



## 晋升发展

逸仙电商坚持为员工构建透明、公开的晋升机制，为不同类型的员工提供全面科学的发展通道，鼓励员工自我成长，实现个人价值。



### 公平的晋升和选拔机制：

#### 定期绩效考核

通过月度和季度结合的绩效考核制度，对员工表现进行评估和结果反馈，并由管理者给予员工绩效辅导和提升支持。

#### 综合晋升评估

通过每年度开展的人才盘点，考察个人能力、潜力、价值观和领导力，为高潜力的员工提供职业发展和晋升机会。

### 多元发展通道：

员工职级覆盖 P0-P5

一线员工

职能 / 业务领导层

管理层



#### 案例：搭建逸仙领导力模型

为适应业务快速发展、组织架构调整、复杂多元外部变化给企业带来的挑战，我们搭建逸仙领导力模型，剖析优秀管理者的基本共识和底层要求，并基于模型为核心管理层员工提供系列的领导力、模拟商战、行业大咖交流等学习资源，提升整体领导力水平。



#### 案例：优秀管培生快速成长为公司管理层

陈丽楠为逸仙电商第二期黄埔管理培训生。在进入管理培训生项目后，她接受了专业级的管理培训学习，曾于产品开发部门、新零售市场部门岗位进行轮岗，参与各大项目实战与外部交流。5年时间快速晋升为公司的管理层与合伙人，目前担任大众及功效护肤事业部DR.WU品牌、壹安态品牌产品部负责人，充分激发成长潜能，成为公司发展路上的中坚力量。截至2021年，我们的黄埔管培生项目已开展10期，覆盖154位管理培训生，高达35位管培生培养成为业务骨干及团队管理者，为公司提供有力的人才支持。



## 保障健康安全

逸仙电商始终把员工健康和放在第一位。我们严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国消防法》及《中华人民共和国职业病防治法》等运营地相关规定，全方位保障员工的健康与安全。

我们设立安全管理部门与安全监督机构，负责公司安全生产的日常监督管理工作。根据不同工种的需要，我们为工提供安全的工具及设备，不定期组织安全检查与消防演练活动，并积极配合疫情防控工作，为员工提供安全可靠的工作环境。

此外，我们关注员工健康状况，组织员工进行年度体检，并与外部机构合作打造公司内部的医务诊所，为员工提供及时、专业的免费医疗服务，确保员工身体健康。同时，我们的工作场所周边设置乒乓球室、篮球场、足球场等运动场所，并通过运动会和体育团建活动，鼓励员工参与体育锻炼，提高健康水平。



内部医务诊所



足球比赛

# 关爱员工生活

逸仙电商重视员工感受，为员工提供有竞争力的薪酬福利，畅通员工沟通渠道，并组织开展丰富多样的员工活动，提高员工的幸福感和归属感。

## 薪酬福利

我们重视保障员工权益，建立完善的薪酬体系，涵盖基本工资、岗位津贴、年终奖金等组成，确保员工薪酬体现岗位价值。同时，公司根据绩效考核相关制度，及时对员工的绩效表现给予评价和反馈，并根据绩效评估结果予以表彰、奖金激励等。我们为核心骨干人员、有特殊或长期贡献的人才提供期权奖励，实现短期激励与长期激励相结合，提高员工薪酬竞争力。

我们为员工提供多样化福利，除运营所在地规定的法定社会保险与假期外，还为员工提供生日福利、节日福利、员工餐厅、内购折扣等内部福利，激发员工工作热情。



### 内购优惠

每月举行面向全体员工的线上内购活动，让内部员工以较低价格体验公司产品。

### 生日福利

每月向当月生日的员工寄发生日礼盒。

### 社团活动

组织足球社、篮球社、羽毛球社和健身社等社团，开展月度活动及年度比赛。

### 员工餐厅

设立员工餐厅，为员工免费提供工作日餐饮。

# 员工沟通

我们重视员工的意见，通过季度 Townhall Meeting、团建活动、工会组织、员工申诉、员工满意度调研等方式，收集员工意见与建议，加强与员工的沟通与互动。我们持续推进员工满意度与敬业度调研，报告期内的调研结果显示整体员工对企业文化、员工沟通等方面具有较高的认同感。我们以调研结果为依据，不断完善人力资源管理工作。

## 员工沟通渠道

季度 Townhall Meeting

工会组织

员工申诉

YSG 逸仙

满意度调研

员工团建活动



### 案例：开展季度 Townhall Meeting

为加强公司管理层与员工的直接沟通，我们组织季度 Townhall Meeting，公司首席执行官通过线上直播与现场参与相结合的方式，直接与全体员工沟通互动，定期向员工分享公司动态与最新战略信息，并倾听来自员工的声音，为员工答疑解惑，对员工意见做出及时的响应与改进。

针对员工在季度 Townhall Meeting 上提出的关于取消大小周、重大节假日提前两小时下班的合理诉求，我们在会后给予充分的重视并进行可行性讨论，最终采纳并实施员工意见，推行更灵活的上班制度。



# 员工活动

我们感谢每位员工的辛勤付出，用心关怀员工的工作与生活。

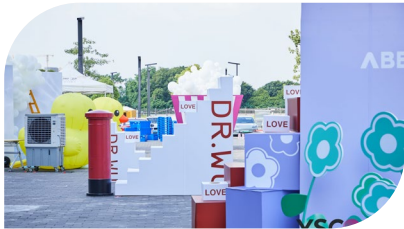
我们每月对当月生日员工发发生日礼盒，提供丰富美味的工作餐饮与下午茶歇，并组织员工互赠表达感谢的“认可卡”，提升员工归属感。我们组织社团活动、游园会、歌唱比赛等丰富多彩的文娱活动，丰富员工生活。我们关爱女性员工，设置哺乳室，并发放妇女节礼物，感恩员工贡献。



游园会



下午茶歇





## 环境责任

逸仙电商在不断促进企业发展的同时，始终践行绿色发展理念与低碳运营，持续关注自身带来的环境影响，致力于通过气候变化应对、产品碳核查、可持续采购、可持续包装和高效运营，降低碳足迹，助力中国“双碳”战略目标的达成。

本章节回应的 SDGs 目标



本章节包含的 ESG 议题

原材料采购

应对气候变化

产品碳足迹

可持续包装

排放与废弃物

水和废水

# 应对气候变化

气候变化是人类二十一世纪共同面临的挑战。逸仙电商关注气候变化对企业经营带来的影响，致力于有效识别与应对气候变化风险，积极提升自身环境责任表现，不断推动企业绿色发展。

## 有关气候相关财务信息披露工作组（TCFD）

气候相关财务披露工作小组（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD）是应 G20 的要求，由金融稳定委员会（FSB）成立的气候相关信息披露与金融机构政策研究组织，旨在为企业提供框架以进行气候相关数据披露，方便投资者、贷款人、保险公司等相关方了解相关风险，提高投资信息透明度。

根据气候相关财务信息披露工作组（TCFD）的分类，气候风险一般分为两大类：

- **实体风险：**与气候变化实体影响有关的风险，可由洪灾及台风（急性风险）等事件或气候模式中较长期的转变，例如持续高温及海平面上升（慢性风险）导致。
- **过渡风险：**与过渡至更低碳经济有关的风险，这可能牵涉政策、法律、技术及市场变化，以应对减缓及适应气候变化的要求。

我们参考气候相关财务信息披露工作组（TCFD）的建议，从治理体系、应对策略、风险管理、指标和目标四大核心领域披露气候相关的重点工作及成果。

## 治理体系

逸仙电商建立董事会-统筹小组-ESG 执行小组的 ESG 三级管理架构，明确 ESG 工作的范畴和流程，从管理层、统筹部门及各职能部门，全方位推进 ESG 工作的常态化管理。公司董事会负责监督、检讨包括气候变化在内的可持续发展相关政策、措施及相关绩效目标。战略投资专职部门作为 ESG 工作统筹小组，负责统筹公司 ESG 策略及相关工作的推进，并定时向首席财务官汇报 ESG 工作的情况。公司各职能部门组成跨部门的 ESG 工作执行小组，协助包括气候变化在内的可持续发展工作的开展。

## 应对策略

逸仙电商深刻理解气候变化带来的风险和机遇，我们根据自身运营地地理位置，参考政策和极端天气事件的历史记录，系统化识别了对公司业务以及可能对财务带来的影响的气候变化风险。最终，我们确立了对于我们业务运营有可能带来较为显著影响的气候变化风险，并采取多种举措以减缓气候变化带来的影响。

气候变化风险	主要风险类别	与逸仙电商有关的潜在气候变化风险主要内容	应对举措
转型风险	政策和法律风险	全球逐步重视气候变化带来的风险，推动气候变化相关的监管与披露要求，公司推动全球化业务需要满足更多合规要求。	跟踪国内外法规动态，及时解读新法规及政策对产品在不同地区销售的要求；根据国际披露准则，及时、合规披露可持续发展报告。
	市场风险	消费者对可持续发展产品及可持续消费的关注度逐渐增高，需要研发更低碳产品及包装以满足消费者需求。	逐步展开产品碳足迹评估工作，为研发更低碳产品奠定基础；联动上游供应链，于生产过程中使用可再生能源，使用低碳化的原料或包装材料，降低产品碳足迹。
实体风险	极端天气风险	随着全球变暖，极端气候事件将会增多，如：极端高温、极寒、暴雨洪水、台风等，可能导致供应链中断或门店无法经营，经营成本及经营风险增加。	制订极端天气应急预案，针对不同极端天气影响制定相应防范应对措施，开展极端天气预防演练和及时预警，确保人员安全；适当增加优质供应商以确保极端天气影响下的供应链稳定。

## 风险管理

公司建立健全风险管理机制，除日常的风险汇报工作外，每季度召开风险大会，以部门为单位向风险负责人（首席财务官）汇报识别的重大风险，讨论未来降低风险的工作方向。为了进一步降低气候变化风险，我们在风险识别的基础上，开始着手探索将气候变化相关事宜纳入风险管理流程，逐步完善气候变化风险评估及管理工作机制。

## 指标和目标

未来，逸仙电商将持续完善气候相关治理、战略、风险及机遇管理机制，并逐步开展产品碳足迹评估工作，了解企业温室气体排放情况，积极探索在产品设计、生产、运输、使用及废弃阶段的减碳方式，减少温室气体排放，积极应对气候变化带来的风险和挑战。



## 绿色产品，管理产品碳足迹

逸仙电商关注产品所产生的碳排放，逐步开展产品碳足迹评估工作，旨在通过产品碳足迹评估工作厘清产品在原材料生产、生产制造、运输、使用、及废弃过程的碳排放情况，识别产品从“摇篮到坟墓”各个阶段的减排潜力，未来通过节能减排措施减少产品碳足迹，降低产品对生态环境的影响。

2021 年，公司邀请第三方机构对完美日记恣意出色丝绒细管（简称小细跟）口红（色号 L02/L04）开展碳排放核查，获得产品碳足迹证书。



完美日记小细跟口红（L02）的  
产品碳足迹证书



完美日记小细跟口红（L04）的  
产品碳足迹证书

### 有关产品碳足迹核查

我们的产品碳足迹核查，是按照 ISO 14040:2006 《环境管理 生命周期评价原则与框架》、ISO 14044:2006 《环境管理 生命周期评价 要求与指南》、ISO 14067:2018 《温室气体产品碳足迹量化的要求和指南》的要求，建立该产品从原材料生产到产品废弃阶段的生命周期模型，运用欧洲生命周期文献数据库 ELCD 及国际上广泛使用的全生命周期数据库 Ecoinvent 等，计算产品的全生命周期碳排放。

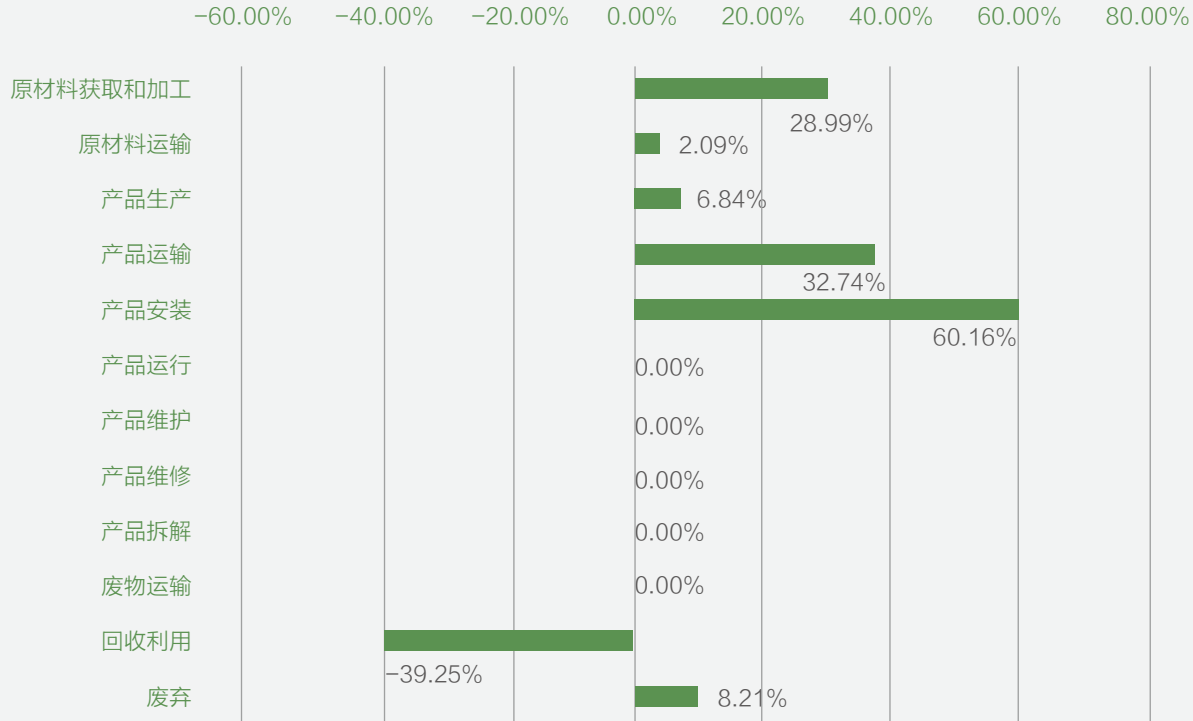
#### 数据

评估结果显示

1 支完美日记小细跟口红（L02/L04）的碳足迹为

**507g** 二氧化碳当量

完美日记小细跟口红 (L02/L04) 的产品碳足迹贡献占比:



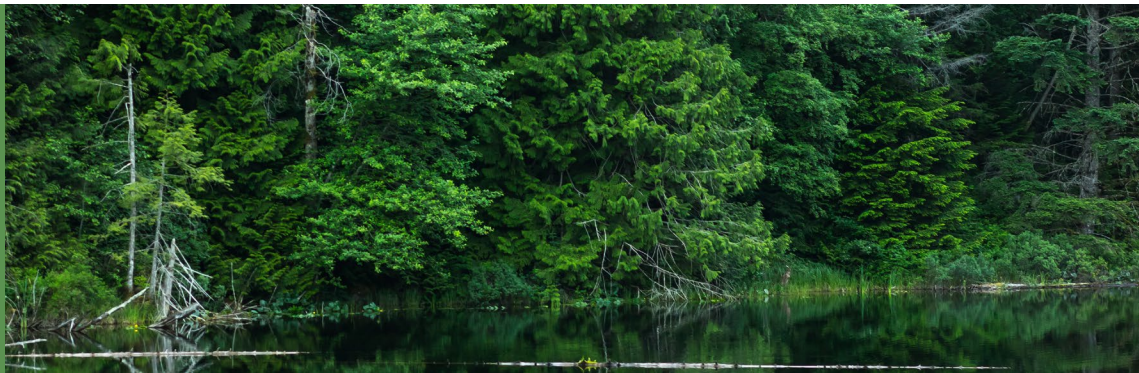
注: 产品安装阶段碳足迹贡献为发货时采用的快递包装箱的隐含排放。



公司选取核心产品小细跟口红作为产品碳足迹评估工作的开端, 迈出我们降低产品碳排放的第一步, 为公司未来的开展碳减排工作奠定基础。未来, 我们将逐步扩大开展产品碳足迹评估工作的范围, 根据评估结果优化产品生产、运输及回收利用的过程, 逐步实现低碳发展。

# 绿色采购，使用可持续原料

逸仙电商关注原材料的可持续性，积极推进绿色产品采购，共同推动产业链上下游构建责任供应链，履行社会责任和环境责任。



## ◎ 可持续棕榈油采购

作为重要的原材料，我们积极推进可持续棕榈油采购，于 2022 年 2 月正式成为可持续棕榈油圆桌倡议组织（RSPO）的会员，会员信息已于 [RSPO 网站](#) 进行公示，承诺采购、使用经 RSPO 认证的可持续棕榈油。2021 年，我们的部分产品已使用 RSPO 认证的棕榈油进行生产。未来，公司将优先采购可持续棕榈油，以增加使用可持续棕榈油的产品比例，并将积极倡导上游供应链采用 RSPO 认证棕榈油，推进绿色采购，以改善供应链的环境影响。

## ◎ 使用更多环保原料

我们持续拓展可持续原料的使用。EVE LOM 焕采洁颜油胶囊的胶囊包装、赋颜抚纹胶囊精华的胶囊包装、亮采洁净柔肤片的棉片均采用天然植物成分制成，所选材料可以 100% 生物降解。科兰黎“抗氧 1 号”VC 精华礼盒及礼盒内部印刷物均采用绿色环保大豆油墨印刷，减少污染。

## 有关可持续棕榈油圆桌倡议组织(RSPO)

可持续棕榈油圆桌倡议组织（RSPO）是一个联合多利益相关者群体，倡导可持续棕榈油的全球性非营利组织，负责开发和制定可持续棕榈油的标准，并进行棕榈油认证。RSPO 已制定了一套企业必须遵守的环境和社会标准，目的是生产经认证的可持续棕榈油（CSPO），以帮助棕榈油产区最大限度地减少棕榈油种植过程中对环境和社会的负面影响。

## 绿色包装，减少包装材料废弃

逸仙电商遵守国内外关于产品包装的法律法规，在包材的设计开发阶段即考虑包材的合规性、安全性、及环保特性，在保障产品质量的前提下，通过包装绿色化、包装轻量化及包装循环利用等措施，减少包装材料的使用。

### ◎ 包装更环保

逸仙电商旗下包括完美日记丹顶鹤眼影盘、科兰黎“抗氧1号”VC精华礼盒、EVE LOM 品牌产品说明书，以及完子心选旗下 95% 的产品均采用经森林管理委员会（FSC）认证的环保纸张，保证纸张不来源于濒危树种或非法砍伐的森林，助力保护生态多样性。未来，科兰黎和 EVE LOM 计划逐渐扩大 FSC 认证用纸使用比例至 100%。此外，我们积极响应国家减塑政策，通过选用环境友好型材料和包装技术改良，降低包装中的塑料成分，推进包装绿色化。



#### 案例：DR.WU 改进包装工艺 推进包装减塑

DR.WU 秉承环保理念，对修红及杏仁酸彩盒工艺进行绿色升级，将外包装的 375 银卡覆防刮花哑膜升级为 375 银卡过哑油，减少外包装中用于防刮花的塑料覆膜。经测算，工艺升级后，单个修红及杏仁酸产品的外包装平均可减少约 2.07g/ 个 PET 塑料薄膜使用，2021 年合计约减少 2,795 公斤塑料。

ELEGANCE POWERED BY SCIENCE  
科学家的浪漫礼物  
科兰黎「抗氧1号」VC精华

• 数据

2021 年完子心选彩盒用纸 

**95 %** 以上均为 FSC 产品

占逸仙电商所有彩盒用量 **5.2 %**

## 包装更轻量

我们及时解读国内外法规对产品包装的要求,根据要求提升产品包装工艺和优化包装布局,降低产品包装空隙率,避免过度包装。我们还采用一撕得礼盒,并在快递箱应用环保水印,减少胶水、胶带及贴纸的使用,实现包装轻量化。

## 加强循环利用

我们多个品牌开展产品包装回收项目,鼓励消费者参与回收利用,提升包装材料使用率。EVE LOM 产品参与对包装回收、再循环计划,获得了 The Green Dot 标志。完美日记于 2021 年 10 月开展空瓶回收项目,为消费者提供以旧产品空瓶换购新产品的活动,持续向消费者推广绿色低碳生活方式。



完美日记以旧换“心”活动

## 有关 The Green Dot 标志

The Green Dot (“绿点”)是欧洲包装回收组织 PRO Europe(Pro-E) 建立遍布欧洲网络的包装回收和再循环计划。产品包装上的含有“绿点”标志意味着该包装满足欧洲包装指令的要求,生产商已支付了相应的包装回收费用,由 Pro-E 利用自身网络,落实对产品包装的回收。



## 绿色运营，推进环境友好型经营

逸仙电商秉持绿色发展理念，响应国家节能减排号召，在公司运营及发展的过程中的能源使用和排放管理，携手供应商和员工积极探索和实践环境改善的措施，以减少生产运营对环境的影响。

### 能源管理

我们专注于在所有运营活动中减少能耗，并将节能行动贯彻到供应链中，减少不必要的资源浪费。

#### 推进高效运营

我们关注能源使用效率，公司严格遵守《中华人民共和国节约能源法》等运营地相关法律法规，规范公司能源使用管理，采取系列节能措施：

##### 选用高效设备

我们在办公场所和运营门店逐步替换老式灯具，目前所有的零售门店均采用 LED 灯具。

##### 开展能耗管控

加强设备设施巡查力度，定时巡查公共区域设施设备运作情况，定时检查开关设备，降低能源消耗。

#### 共建低碳供应链

我们目前的产品生产都在 OEM/ODM 工厂进行，供应商是我们提升能效表现的重要路径。为降低生产端的碳排放，我们在选择供应商时，将供应商的能耗管理和碳排放表现作为考察指标之一，并鼓励合作供应商通过制定能源使用目标、使用可再生能源，以及优先使用新能源车辆进行城市内门店的物流配送，进一步降低生产能耗及温室气体排放。

2021 年，公司要求核心供应商<sup>6</sup>提交碳排放及能耗数据，对供应商开展碳排放评估工作。目前公司接近半数的核心供应商已设定碳排放及能耗目标，并通过建立能耗监测系统、替换高能耗生产设备及增加可再生能源使用比例等措施，共同推进低碳供应链的建设工作。



<sup>6</sup> 核心供应商指的是累积占公司 2021 年采购总金额 70% 的供应商。



## 排放物与废弃物

我们十分注重运营过程中的污染物排放，并加强对供应链废弃物和排放物的管理，确保废弃物合规处置。

### 减少运营排放

公司自身运营中产生的主要废弃物包括一般废弃物和有害废弃物。一般废弃物主要为办公用纸，有害废弃物包括打印机墨盒、硒鼓及废弃灯管。对于一般废弃物，我们推进无纸化办公，以减少废纸的产生。对于有害废弃物，我们严格遵守运营地有关排放物及废弃物管理的相关法律法规，对有害废弃物合规化收集、贮存、转运，并委托具有处理资质的机构进行回收处理。

### 生产合规排放

公司在供应商大会向供应商宣贯环境保护有关规定，要求供应商提高企业环保合规体系建设，遵守国家及行业设立的排放物防治相关法律法规，建立污染物管理制度，废气、废水经处理后合规排放，危险及有害废弃物落实台账管理，并交由有资质的回收单位进行定期处理。



## 社会影响力

逸仙电商致力传递社会正能量，肩负着企业担当与社会责任，积极参与公益事业，关注女性赋能、推动自然保护、支援抗疫救灾，以实际行动回馈社会，以善意助力美好生活。

本章节回应的 SDGs 目标



本章节包含的 ESG 议题

社会公益

# 企业社会责任战略

在为消费者创造探索美的全新旅程的同时，逸仙电商一直坚持商业向善，致力于解决社会和环境问题，践行负责任的商业行为，为消费者及社会创造更多价值。2021年，我们发布全新企业社会责任( CSR )战略——用科技、专业的力量，持续发现美、守护美、创造美，并将其视作企业的公益愿景，持续指导、践行企业公民责任。

作为一家年轻的美妆上市集团，逸仙电商在发现、守护、创造美丽的道路上从未停歇。我们认为，美是源于爱的动人表达，美是围绕个性的鲜活展现，美是人与生俱来的朴素追求。未来，我们继续致力满足更多对美的期待，以“发现女性之美、守护自然之美”为行动方向，持续向社会传递善意与温暖。



企业行动



助力联合国  
可持续发展目标达成



# 企业社会责任实践

## 发现女性之美

我们致力以善意的目光，给予女性更多包容与关爱，以专业的产品及服务帮助女性发现美、守护美、创造美，从而助力女性权益保障和地位提升。未来，我们将重点开展女性美妆技能培训、创就业扶持、美学教育等公益活动，助力女性成就更完美的自己。



从 2019 年至 2021 年

完美日记线下门店为在校学生、残疾人士、男性用户等群体免费提供素人改造服务和化妆教学，已服务全国各地共计 231,589 位用户。



2021 年 7 月

我们为广州市妇女儿童医疗中心的女性医护人员举办公益美妆课堂，用美丽和时尚的方式，慰问参加防疫工作的女性医护人员。



2021 年 10-12 月

联合中国妇女发展基金会共同发起“创美人生”美妆公益培训项目，为四川省超过 80 名困境女性提供免费美妆专业技能培训。



### 案例：“创美人生”美妆公益培训项目

2021 年 10 月，逸仙电商联合中国妇女发展基金会共同发起的“创美人生”美妆公益培训项目正式落地四川。项目以“助力女性发现美、创造美”为目标，通过“授人以渔”的方式，帮助当地低收入、困难及创业女性掌握美妆专业技能，在美的领域积极创业，带动就业。我们不仅承担项目培训、食宿及证书考试等费用，还提供完美日记产品供培训使用，为学员免除经济负担。本报告期内，共开展两期为期 10 天的课程，惠及 82 名学员。



“创美人生”美妆公益培训班  
一期结业典礼



启动仪式



美妆培训实操课程



“创美人生”美妆公益培训班  
第二期开班仪式





## 守护自然之美

我们致力与消费者共创环保、健康的消费生活理念，通过科技研发等手段将生态环保理念融入产品设计中，为国家“双碳”目标达成和美丽中国建设贡献力量。

2021 年 3 月

完美日记以濒危动物丹顶鹤为灵感，推出动物眼影「丹顶鹤」盘，其所用纸张均获得国际森林管理委员会 FSC 认证，确保纸张不来源于濒危树种或非法砍伐的森林，并会补充种植生产所消耗的树木。



动物眼影「丹顶鹤」



2021 年 3 月

完美日记携手北京市企业家环保基金会（SEE 基金会）共同开启“留住中国美色”项目，捐资支持丹顶鹤保护公益计划，呼吁人们关注濒危动物。



### 案例：开启“留住中国美色”丹顶鹤保护公益计划

2021 年 3 月 5 日，逸仙电商旗下品牌完美日记携手公益合作伙伴北京市企业家环保基金会（SEE 基金会），共同开启“留住中国美色”公益项目，支持丹顶鹤保护行动。该项目将在 8 个丹顶鹤主要繁殖地保护区开展，工作内容包括建立丹顶鹤监测和保护网络，跟踪其种群数量变化、迁徙路径、栖息地保护现状评估等，呼唤大众对濒危动物的关注与保护。此外，完美日记与知名摄影师联合举办了一场线下公益影展，用镜头记录下江苏省盐城市保护区丹顶鹤灵动的身姿，呼吁大众共同保护这份“中国美色”。



设置芦苇荡留影布景



线下公益影展

## 关爱困境儿童

我们坚持守护儿童的希望与梦想，为困境儿童提供生活资助和温暖陪伴，给孩子一个幸福的童年，共护儿童快乐成长。



2021 年 1 月

完美心选与“儿童希望广州小家”结成帮扶关系，定期向小家的贫困患癌儿童及家庭捐赠生活物资及护肤品，并发起了祝福征集活动，鼓励员工及消费者为孩子送上祝福，为孩子带来温暖。



2021 年 8 月

我们参加由广州市委网信办等机构联合发起的“点亮 500 微心愿”守护童心行动，联手广州市 20 余家重点企业，开展善款认捐，并发挥企业互联网平台优势倡导公众参与，共同帮助 500-800 个困境儿童实现心愿。

## 心系抗疫救灾

作为一家有社会责任感的美妆集团，我们时刻关注新冠疫情和自然灾害对公众的影响。我们切实发扬模范带头作用，积极响应国家号召，捐赠专项资金和防护物资，为抗疫救灾一线工作提供力所能及的帮助。



2021 年 6 月

广州市部分区域相继新冠疫情出现反复。作为根植广州的上市企业，我们积极担当社会责任，向广州市海珠区慈善会捐赠人民币 100 万元，支援防疫工作，并向辛劳付出的抗疫工作人员表达敬意。



2021 年 7 月

河南省遭遇极端强降雨，引发洪涝灾害。我们携手完美日记向郑州市红十字会紧急捐赠人民币 200 万元，驰援当地抗洪救灾工作，为受灾群众提供暖心支持。

## ESG 关键绩效列表

环境绩效			
		单位	2021 年
温室气体排放	温室气体排放总量 <sup>1)</sup>	吨二氧化碳当量	2,963.38
	温室气体排放密度	吨二氧化碳当量 / 人民币万元营收	0.0051
	范畴一温室气体排放总量 <sup>2)</sup>	吨二氧化碳当量	21.36
	范畴二温室气体排放总量 <sup>3)</sup>	吨二氧化碳当量	2,942.02
能源使用	外购电力总量	千瓦时	5,063,710
	汽油消耗总量	吨	7.02
水资源使用	运营耗水总量	吨	28,977.60
	运营耗水密度	吨 / 人民币万元营收	0.0496
有害废弃物	有害废弃物总量 <sup>4)</sup>	吨	1.03
无害废弃物	无害废弃物总量 <sup>5)</sup>	吨	43.91
包装材料使用	包装材料使用总量	吨	46,536.94
	包装材料使用量 - 纸类 <sup>6)</sup>	吨	18,085.80
	包装材料使用量 - FSC 认证纸类 <sup>7)</sup>	吨	88.40
	包装材料使用量 - 塑料类 <sup>8)</sup>	吨	26,809.63
	包装材料使用量 - 金属类 <sup>7)</sup>	吨	768.80
	包装材料使用量 - 木材 <sup>7)</sup>	吨	350.00
	包装材料使用量 - 玻璃 <sup>7)</sup>	吨	95.97
	包装材料使用量 - PU 皮革 <sup>7)</sup>	吨	336.35
	包装材料使用量 - 布料 <sup>7)</sup>	吨	2.00

<sup>1)</sup> 温室气体排放量：我们自有汽油公务车辆，且不涉及自有食堂，因此数据不包括如柴油、天然气等直接能源，此处温室气体的统计范围仅为员工办公场所及自营仓库。

<sup>2)</sup> 范畴一温室气体排放总量：煤炭、天然气、石油等化石能源燃烧活动和工业生产过程等产生的温室气体排放；范畴一温室气体排放参考国家发展和改革委员会办公厅发布的《公共建筑运营单位（企业）温室气体排放核算方法和报告指南（试行）》《环境关键绩效指标汇报指引》计算。

<sup>3)</sup> 范畴二温室气体排放总量：因外购的电力和热力等所导致的温室气体排放；范畴二温室气体排放参考国家发展和改革委员会办公厅发布的《公共建筑运营单位（企业）温室气体排放核算方法和报告指南（试行）》《环境关键绩效指标汇报指引》计算，其中大陆地区电力排放因子参考生态环境部发布的《企业温室气体排放核算方法与报告指南 发电设施（2021 年修订版）》。

<sup>4)</sup> 有害废弃物总量：包括含汞日光灯管和废弃硒鼓与墨盒，统计范围包括员工办公场所、自营仓库、完美日记品牌中国境内直营线下门店、EVE LOM 品牌中国境内直营线下门店。

<sup>5)</sup> 无害废弃物总量：包括办公用纸、营销票据热敏纸、生活垃圾、厨余垃圾，统计范围包括员工办公场所、自营仓库、完美日记品牌中国境内直营线下门店、EVE LOM 品牌中国境内直营线下门店。

<sup>6)</sup> 包装材料使用量 - 纸类：包括纸类快递包装及门店销售包装，统计范围包括 7 家生产制造的 OEM/ODM 工厂、完美日记品牌中国境内直营线下门店、EVE LOM 品牌中国境内直营线下门店。

<sup>7)</sup> 包装材料使用量（除纸类和塑料类）：包括快递包装，统计范围仅为 7 家生产制造的 OEM/ODM 工厂。

<sup>8)</sup> 包装材料使用量 - 塑料类：包括塑料类快递包装及门店销售包装，统计范围包括 7 家生产制造的 OEM/ODM 工厂、完美日记品牌中国境内直营线下门店、EVE LOM 品牌中国境内直营线下门店。

社会绩效			
		单位	2021 年
研发情况	研发投入	亿元人民币	超 1.4
	累计获得国内外知识产权	项	2,936
员工构成 <sup>1)</sup>	员工总人数 (含海外员工)	人	3,497
	中国境内员工人数	人	3,444
	男性员工人数	人	737
	女性员工人数	人	2,707
	在职 29 岁或以下员工数	人	2,711
	在职 30-49 岁员工数	人	728
	在职 50 岁或以上员工数	人	5
员工权益	劳动合同签订率	%	100%
	员工持股占比	%	11.9%
员工培训	员工培训总时长	小时	33,068
	男性员工受训总时长	小时	6,614
	女性员工受训总时长	小时	26,454
	管理层员工受训总时长	小时	28,944
	基层员工受训总时长	小时	4,124
	接受商业道德培训的全职员工比率	%	100%
职业健康安全	因工伤损失总日数	天	125
	因工作关系死亡人数	人	0
供应商构成	中国境内直接供应商数目	家	141
	中国境内核心供应商数量 <sup>2)</sup>	家	7
公益投入	公益慈善捐款总金额	万元人民币	340

<sup>1)</sup> 员工构成：性别组成及年龄组别统计口径为中国境内员工人数。

<sup>2)</sup> 核心供应商：累积占公司 2021 年采购总金额 70% 的供应商。

## GRI 指标索引 (核心)

GRI 准则指标	详情	本报告相关资料部分(章节)	备注
一般标准披露			
GRI 102: 一般披露 2016			
组织概况			
102-1	组织名称	关于我们	
102-2	活动、品牌、产品及服务	关于我们	
102-3	组织总部的所在地	关于我们	广东省广州市
102-4	营运活动地点	关于我们	主要为中国内地
102-5	所有权与法律形式	关于我们	
102-6	提供服务的市场	关于我们	
102-7	组织规模	关于我们	
102-8	员工及其他工作者的信息	员工责任	
102-9	对供应链的描述	供应链管理	
102-10	组织规模、架构、所有权或供应链的重大改变	关于我们	
102-11	预警原则或方针	可持续发展管治	
102-12	外部倡议	环境责任	
		供应链管理	
102-13	参与的组织	不适用	
策略与分析			
102-14	决策者的声明	CEO 致辞	

GRI 准则指标	详情	本报告相关资料部分(章节)	备注
一般标准披露			
GRI 102: 一般披露 2016			
道德与诚信			
102-16	描述组织的价值观、原则、标准和行为规范	企业管治	详情请浏览逸仙电商的官方网站: www.yatsenglobal.com
		CEO 致辞	
治理			
102-18	治理结构	企业管治	
利害关系人沟通			
102-40	利害关系人团体	可持续发展管治	
102-41	团体协议	不适用	
102-42	鉴别与选择利害关系人	可持续发展管治	识别持份者的基准是他们与公司日常运作的相互影响程度
102-43	与利害关系人沟通的方针	可持续发展管治	
102-44	提出之关键主题与关注事项	可持续发展管治	
报导实务			
102-45	合并财务报表中所包含的实体	关于本报告	

GRI 准则指标	详情	本报告相关资料部分(章节)	备注
一般标准披露			
GRI 102: 一般揭露 2016			
报导实务			
102-46	界定报告书内容与主题边界	关于本报告 可持续发展管治	
102-47	重大主题表列	可持续发展管治	
102-48	为何重申某些在之前的报告已提及的数据, 以及此举的作用	不适用	
102-49	报告范围 / 范畴界限的重大改变	关于本报告	
102-50	报告期	关于本报告	
102-51	上一份报告的日期	不适用	本报告为逸仙电商首份环境、社会及管治报告
102-52	报告周期	关于本报告	
102-53	可回答报告书相关问题的联络人	关于本报告	
102-54	依循 GRI 准则报导的宣告	关于本报告	核心选项
102-55	GRI 内容索引	GRI 指标索引(核心)	
102-56	外部保证 / 确信	不适用	
GRI 103: 管理方针 2016			
103-1	解释重大主题及其边界	可持续发展管治	
103-2	管理方式及其要素	可持续发展管治	
103-3	管理方针的评估	可持续发展管治	

GRI 准则指标	详情	本报告相关资料部分(章节)	备注
经济议题			
GRI 201: 经济绩效 2016			
管理方法		关于我们	
201-1	组织所产生及分配的直接经济价值	关于我们	
GRI 203: 间接经济影响 2016			
管理方针揭露		供应链管理 社会影响力 环境责任	
203-1	所支持的基建投资及服务	社会影响力	
GRI 204: 采购实务 2016			
管理方针揭露		供应链管理	
204-1	来自当地供货商的采购支出比例	供应链管理	
环境议题			
GRI 302: 能源 2016			
管理方针揭露		环境责任 ESG 关键绩效列表	
302-1	组织内部的能源消耗量	环境责任 ESG 关键绩效列表	
302-3	能源强度	环境责任 ESG 关键绩效列表	
GRI 303: 水与放流水 2018			
管理方针揭露		环境责任 ESG 关键绩效列表	

GRI 准则指标	详情	本报告相关资料部分 (章节)	备注
经济议题			
GRI 303: 水与放流水 2018			
303-1	共享水资源之相互影响	环境责任 ESG 关键绩效列表	报告范围内, 各地市政供水是唯一的取水源
303-5	耗水量	环境责任 ESG 关键绩效列表	
GRI 305: 排放 2016			
管理方针揭露		环境责任 ESG 关键绩效列表	
305-1	直接 (范畴一) 温室气体排放	ESG 关键绩效列表	
305-2	能源间接 (范畴二) 温室气体排放	ESG 关键绩效列表	
GRI 306: 废污水和废弃物 2016			
管理方针揭露		环境责任 ESG 关键绩效列表	
306-2	按类别及处置方法划分的废弃物	环境责任 ESG 关键绩效列表	
GRI 307: 有关环境保护的法规遵循 2016			
管理方针揭露		可持续发展管治	
307-1	违反环境方面的法律和规定	不适用	报告期内没有发生有关事件

GRI 准则指标	详情	本报告相关资料部分 (章节)	备注
社会议题			
GRI 403: 职业安全卫生 2018			
管理方针揭露		员工责任	
GRI 404: 训练与教育 2016			
管理方针揭露		员工责任	
404-1	每名员工每年接受训练的平均时数	员工责任	
GRI 413: 当地小区 2016			
管理方针揭露		社会影响力	
413-1	经当地小区沟通、影响评估和发展计划的营运活动	社会影响力	
GRI 416: 顾客健康与安全 2016			
管理方针揭露		产品责任	
416-1	违反有关产品及服务的健康和安全的法规的事件	不适用	报告期内没有发生有关事件
GRI 418: 客户隐私 2016			
管理方针揭露		产品责任	
418-1	经证实与侵犯顾客隐私权或遗失顾客资料有关的投诉次数	不适用	报告期内没有发生有关事件
GRI 419: 社会经济合规			
管理方针揭露		可持续发展管治	
419-1	违反社会与经济领域的法律和规定	不适用	报告期内没有发生有关事件

## 意见及反馈

尊敬读者：

您好！非常感谢您在百忙之中阅读《逸仙电商 2021 年社会、环境及管治报告》！本报告是逸仙电商上市后向社会公开发布的首份报告，为持续改进可持续发展报告编制水平，不断提升公司可持续发展的能力，我们特别希望倾听您的意见和建议，请您协助完成意见反馈表中的相关问题，并选择以下方式反馈给我们：

请扫描二维码填写您对本报告的意见与建议：

反馈问卷二维码



您亦可以通过电话或电子邮件方式向我们反馈您的宝贵意见或建议，我们的联系方式如下：

**公司地址** 中国 广州市海珠区新港东路 2519 号工美港国际数字创新中心 35-36 栋

电话：020-87307310

电子邮箱：ir@yatsenglobal.com

您的信息

姓 名：

电 话：

工作单位：

职 位：

传 真：

电子邮箱：

YSG逸仙