

# 2022

## 环境、社会及管治报告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE REPORT



# 目录

关于本报告	01
CEO致辞	02
我们的2022	04
关于我们	06

## 01

### 美丽之治

公司治理	17
商业道德	21
保护知识产权	23
可持续发展管治	25

## 04

### 美丽之伴

平等合规雇佣	62
关注人才成长	63
保障健康安全	65
关爱员工生活	66

## 02

### 美丽之品

可持续产品	29
优质客户服务	37
负责任营销	43
信息安全和隐私	46
供应链管理	49

## 05

### 美丽之光

让更多人享受美	69
发现女性之美	70
守护自然之美	72
传递善意之美	73

## 03

### 美丽之境

应对气候变化	52
绿色低碳发展	55
排放物与废弃物	60

附录-关键绩效列表	76
附录-GRI指标索引	78
附录-产品成分表(部分)	80
意见及反馈	84

## 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（下称“逸仙电商”“我们”“公司”），以产品力、品牌力、运营力为核心竞争力，以研发和消费者洞察为长期壁垒，致力成为新科技时代的健康美丽探索者。自成立以来，逸仙电商持续履行对消费者、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。

本报告为逸仙电商第二份 ESG 报告，包括公司在 2022 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 2022 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。

本报告依照全球报告倡议组织《可持续发展报告指南标准》（GRI Standards）要求编写，并借鉴了联合国可持续发展目标（SDGs）及全球领先评级机构 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

2022 年是逸仙电商全面深化转型改革的一年。推动高质量发展是逸仙电商转型过程中的核心主题，也是公司 ESG 建设的根本指引。良好的 ESG 治理是推动企业可持续发展的重要动力。

我们高度重视公司的 ESG 管理和实践，坚持将可持续发展理念与企业经营结合，扎实推进研发与品牌的双驱动，聚焦品类创新及渠道优化，努力实现公司的高质量发展。

未来，逸仙电商还会围绕三个方面进行优化：持续发挥 ESG 价值，创造发展新动能；持续完善绿色管理，打造可持续产品；持续推动更多公益项目落地，充分发挥自身优势与社会影响力，积极回馈社会。

## 初心——让美丽更持续

逸仙电商自成立起一直以“为消费者创造价值”作为初心，在前进的道路上，始终与消费者双向奔赴，彼此成就。我们洞悉消费者需求，不断丰富产品矩阵，搭建更为完善的立体化产品体系。

我们研发生产可持续产品，致力为客户提供优质高效的服务体验；同时，我们持续打磨自身的专业能力，坚持自我革新，将新技术、新思维运用于美妆领域，以创新驱动产品升级，将优质的产品展示给全球消费者，也为美妆行业带来新的活力与信心。



逸仙电商创始人、董事长兼 CEO

黄锦峰

## 成长——构建价值共同体

逸仙电商与员工、供应商等利益相关方紧握合作之手，建设价值共创的和谐生态。

我们积极地管理经营企业所带来的对环境及社会的影响，建立并逐步完善可持续发展管治架构，同时积极与利益相关方沟通，携手促进企业低碳持续发展、负责稳定经营。

我们努力打造多元、平等、包容的工作环境，为员工提供发挥自身优势、实现理想与价值的平台。我们与多家上下游公司建立良好的合作关系，同时还与海内外多家知名机构建立深度合作，推动先进资源的高效整合，筑牢公司产品研发根基，不断突破自身研发实力，为高质量发展持续赋能。

## 永续——应对环境挑战

在国家“双碳”战略指引下，逸仙电商以“新科技时代的健康美丽探索者”为长期愿景，坚持绿色低碳发展。我们始终践行对环境友好的承诺，努力打造涵盖可持续采购、可持续产品、可持续运输、可持续消费、可持续办公等全方位的发展体系。

我们通过采购符合标准的原料，采用更环保的包装材料、轻量化产品包装等方式，为消费者提供更多的环境友好型产品，并将绿色消费及可持续生活方式理念传递给更多消费者。

与此同时，我们持续关注产品对气候变化的影响，积极开展产品全生命周期碳足迹核算，并努力带动上游企业共同推进碳排放管理和能耗管理，助力实现碳中和目标，为全球气候治理作出应有贡献。

## 回馈——矢志责任公益

作为富有责任感的全球企业公民，逸仙电商在推进自身发展的同时，不遗余力地深耕各项公益事业，用公益行动深化品牌价值。

我们积极探索新的美丽旅程，以发现女性之美、守护自然之美、传递善意之美为方向，持续开展“创美人生”美妆公益培训等项目，坚持商业向善，积极赋能女性，助力女性发现美、守护美、创造美，让女性力量得以更好地绽放；践行绿色环保及社会责任，探索出一条可持续发展的公益路径，与更多人分享企业发展成果，为促进社会和谐贡献力量。

展望 2023 年，逸仙电商将加快建设，进一步把 ESG 理念融入公司战略规划和生产经营的各个环节，积极参与国内 ESG 生态建设，探索可持续发展的更多可能。在稳步推进国内市场业务的同时，加速国际化布局，满足全球消费者对美的期待，向世界多维展示“中国美”的品牌力，携手社会各界共同构建更美好的世界。

# 我们的2022

## 企业管治

### 关键数据



## 产品责任

### 关键数据



## 环境责任

### 关键数据



<sup>1</sup> 具有 The Green Dot 标志。  
<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 中国区产品的彩盒包装和彩盒内部印刷物。

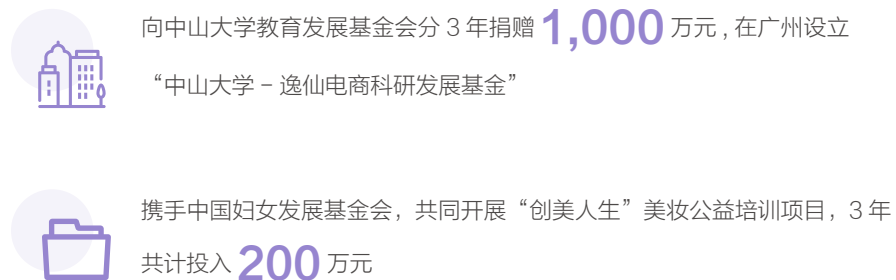
## 员工责任

### 关键数据



## 社会责任

### 关键数据



# 关于我们

## 企业概况

逸仙电商成立于 2016 年，总部位于中国广东省广州市，是一家广州本地孵化、培育并且高速成长的美妆公司。2020 年 11 月，逸仙电商正式在纽约证券交易所（下称“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”。2022 年底，全球最大指数公司明晟 MSCI 最新出炉的 ESG 评级中，逸仙电商评级被上调至 A 级，为国货美妆领先水平。

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。



## 发展历程

### 2016 年

2016.08 逸仙电商成立

### 2019 年

2019.04 完美日记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

### 2017 年

2017.04 推出首个美妆品牌

Perfect Diary 完美日记

### 2020 年

2020.06 孵化原创品牌 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

2020.10 收购国际护肤品牌 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 逸仙电商与全球领先的食物、化妆品和医用辅料着色剂供应商——森馨科技集团共建创新色彩联合实验室,并在上海、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 收购国际护肤品牌 EVE LOM

2021.03 推出独立彩妆新品牌 Pink Bear 皮可能

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 与中科院分子纳米结构与纳米技术重点实验室王春儒研究员团队共同研发的 SmartLOCK 斯玛络锁妆技术发布

2021.11 与上海瑞金医院合作打造逸仙电商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

### 2022 年

2022.02 与国家纳米药物工程技术研究中心共研靶向修红科技

2022.05 发布首份 ESG 报告,致力打造“可持续之美”

2022.05 首个自主研发的防晒特证获批

2022.06 逸仙研发中心获 CNAS 国家级认证

2022.06 首度参与荧光增白剂相关标准国家标准制定

2022.07 完美日记首次登陆日本线下门店

2022.07 携完美日记、小奥汀、皮可能参加海南消博会

2022.09 两项科技成果亮相伦敦“美妆界奥林匹克”IFSCC 大会

2022.11 宣布与中山大学共建联合实验室

2022.12 逸仙电商 MSCI ESG 评级跃升至 A 级

## 企业文化

### 企业愿景

新科技时代的健康美丽探索者

### 企业使命

中国美的引领者

### 价值观

- 创造价值（为顾客、合作伙伴、员工创造价值）
- 以事情为导向，尊重 KPI
- 以业务流为中心，去层级，去部门
- Drive, Smart, Beauty
- All In
- Keep Young, Be Happy

## 品牌架构

### 完美日记

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。



## 小奥汀

### 潮酷彩妆品牌——Little Ondine 小奥汀

小奥汀诞生于 2013 年，品牌主张“就凭本色出线”，鼓励年轻女性在坚守真我本色的基础上，通过大胆尝试百变妆容和造型，创造属于自己的出线风格。多年来，小奥汀不断开创多变风潮，以具备惊喜感的专业彩妆产品支持用户捍卫本色，大胆出线。



## 皮可熊

### 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 Z 世代少女，提供好看、好用、好玩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 Pink Bear 皮可熊眼中，粉色是直击美好的超能力，是永不失落的少女心，是回到快乐最简单的方法。在成长路上，皮可熊愿意陪伴少女们，带来每天一点小美好。



## 法国科兰黎

### 法国高端美容护肤品牌——Galénic 法国科兰黎

Galénic 法国科兰黎由药剂师兼植物学家的皮尔·法伯博士于 1978 年在法国巴黎创立。科兰黎以制药的精神做护肤品，是将欧洲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，为全球万千消费者提供科学护肤方案与精致护肤体验。其系列产品由法国科兰黎护肤实验室与皮尔法伯集团共同研发和生产。



## EVE LOM

### 英国高端护肤品牌——EVE LOM

EVE LOM，始于皇室 SPA 的奢养护肤传奇。作为英国 SPA 级奢养护肤品牌，EVE LOM 用专业美容护理臻启奢宠护肤悦己时光。1986 年，它由欧洲著名专业美容师 Eve Lom 女士创立。EVE LOM 始终追求肌肤根源健康，在 20 世纪 80 年代，首创性提出“内享外养”的护肤哲学，从英伦庄园汲取灵感，致力于为用户打造健康、精致、卓效的专业护肤产品和服务。



## 达尔肤

### 医研功效护肤品牌——DR.WU 达尔肤

医研功效护肤品牌 DR.WU 达尔肤由“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。



## 完子心选

### 新锐护肤品牌——Abby's Choice 完子心选

新锐护肤品牌 Abby's Choice 完子心选创立于 2020 年，秉承美源于健康肌肤的理念，完子心选坚持聆听用户的真实护肤需求，基于对年轻用户肌肤痛点的深度了解，以独创的修护金三角矩阵应用于产品研发，发掘维稳修护成分、前沿功效成分及身边宝藏成分，开发适合中国年轻人肌肤的温和有效修护的方案。



## 壹安态

### 大众护肤品牌——EANTIM 壹安态

壹安态品牌创始人吴旭升先生深耕医药行业 20 年，专注于皮肤屏障健康领域。在与皮肤科医生长期临床合作中，发现诸多临床皮肤疾病的发生和加重都与微生物/菌群高度相关，于是在 2018 年带领团队聚焦头皮微生态探索研究，形成了独特的头皮微生态护理理念。从微生态出发，壹安态坚持平衡共生，让健康与美可持续的品牌哲学，并形成了独特的 ESR5 循证科研体系，通过递进式的功效检验，打造安全有效的客户体验。壹安态将持续致力于用前沿微生态科研成果为用户提供头皮健康新方案。



## 企业荣誉 (节选)

### 企业荣誉

奖项	得奖主体	主办方	奖项	得奖主体	主办方
年度美妆企业	逸仙电商	WWD	绣花精神——聚焦女性发展公益项目	逸仙电商	羊城晚报
首席责任官	逸仙电商	每日经济新闻	2022 年度责任践行公益活动—— 逸仙电商“创美人生”美妆公益培训	逸仙电商	澎湃
潜力上市公司 100 榜	逸仙电商	雪球	2022 年度科技创新企业	逸仙电商	财经网
2022 人力资源管理杰出奖 “杰出雇主”	逸仙电商	前程无忧			
守善不移奖—— 2022 社会责任担当企业	逸仙电商	新快报			



## 品牌荣誉

奖项	得奖主体	主办方	奖项	得奖主体	主办方
新时代品牌十年·卓越品牌案例	完美日记	中国品牌杂志社	第五届 InStyle Best Beauty Buys 温和舒缓洁净大赏	EVE LOM	优家画报
2022 国民消费口碑产品 - 名片唇釉	完美日记	人民网	《ViVi》2022 美容大赏 年度卸妆膏	EVE LOM	ViVi
2022 外国人喜爱的中国品牌	完美日记	新华社	《太平洋时尚网》年度时尚风云榜	EVE LOM	太平洋时尚网
最受 Z 世代欢迎的内容营销	完美日记	时代周报	第四届 The BeautyInc Awards 国际美妆产业大赏 ——2022 年度护肤新品	EVE LOM	BeautyInc
《嘉人》百大赏 - 无暇状态 底妆产品	小奥汀	嘉人	2022 第六届 CMO 营销价值峰会暨 “金匠奖” ——年度十大新锐品牌	Pink Bear	金匠奖
新美大赏“秋” - 摩登色调	小奥汀	网易时尚	搜狐时尚 17th TRUST IN your beauty 我美丽我信赖——年度值得信赖 化妆品：泡泡水光唇釉	Pink Bear	搜狐时尚
2022 时尚风云榜 - 创意彩妆榜 - 浓郁色彩眼线奖	小奥汀	太平洋时尚	第十一届美尚博览会暨全球美尚峰会 ——年度超新星品牌	Pink Bear	美尚博览会
《嘉人》2022 百大赏修护精华榜单	Galénic 法国科兰黎	嘉人	《OnlyLady》2022 年度必 BUY 修护面膜	完子心选	OnlyLady
《太平洋时尚网》年度时尚风云榜	Galénic 法国科兰黎	太平洋时尚网	《漫游 Journey》10 月补水面膜榜	完子心选	漫游 Journey



# 美丽之治

本章节回应的 SDGs 目标



本章节包含的 ESG 议题

企业管治

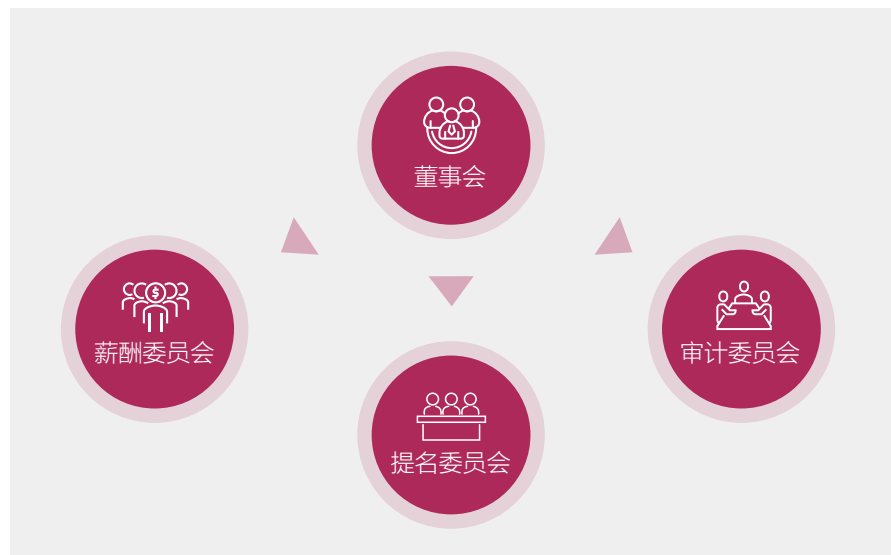
商业道德

## 公司治理

逸仙电商已建立符合美国证券交易委员会和纽交所上市公司要求及运营地法律法规的治理架构，确保公司治理合规高效，为公司稳健发展提供有力保障。

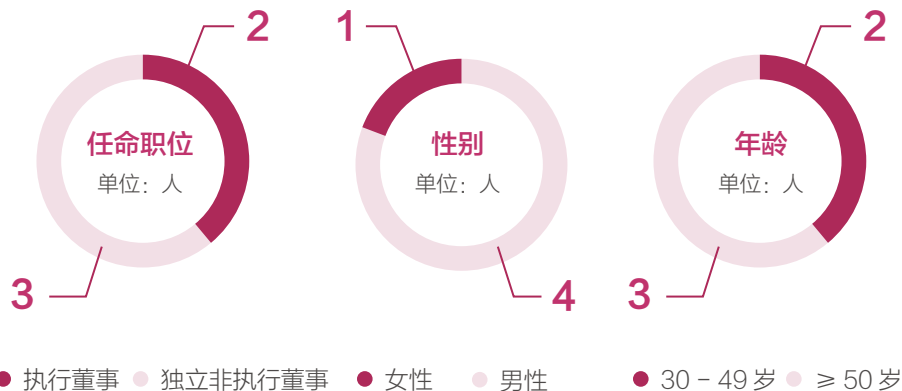
### 管治架构

我们依据美股上市规则建立董事会，下设薪酬委员会、提名委员会及审计委员会。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

我们重视董事会多元化程度的不断提升，持续关注女性董事及独立董事在董事会中的占比，致力于丰富董事会的人员构成背景，以满足企业管治所需经验和技能的全面性，提升企业重大决策的科学性。在提名及委任董事会成员的过程中，我们通过综合评估包括性别、年龄、行业经验、专业背景、教育学历等多方面的维度，最终按照公司的业务需求及候选人的长处确定最终人选。目前，我们的董事具备消费品、互联网、投资银行及会计师事务所等多行业经验，覆盖风险管理、相关行业等多个领域，能够为公司全面决策做出积极贡献。



## 风险管理与内部控制

我们始终坚持依法合规经营，持续健全风险管理与内控体系，不断提升公司内部控制水平，确保风险获得有效的识别和管控，保障企业稳定持续经营。

### 完善的风险管理架构

我们已经建立规范的风险管理架构和定期风险汇报机制，并持续推进风险管理机制的进一步完善。我们的首席财务官为公司风险管理的最高负责人，负责对风险事务的总体监管；各部门风险负责人按季度审视部门业务相关风险点，如有重大风险，于季度风险大会向首席财务官汇报，并讨论风险项的预防或改善计划。此外，审计委员会定期检视公司内部控制政策及体系的有效性 & 完善性，确保公司风险水平可控。2022 年，我们组织各部门对现有规章制度进行年度审核评估，全面梳理制度体系的完备情况，并相应新增、修订制度。

### 专业的风险管理体系

2022 年，我们优化风险管理体系，强化公司风险管理重点实践，着重对投资并购风险及资本市场风险进行管理。对于投资并购风险，我们对立项项目开展全面的尽职调查，包括商业尽职调查、法律尽职调查和

财务尽职调查，提前识别并前置项目风险管理，并于项目重要节点向委员会汇报，确保风险管理持续有效。对于资本市场风险，我们聘请业内顶尖事务所作为咨询顾问，确保公司实践合规。



## 高效的舆情应对

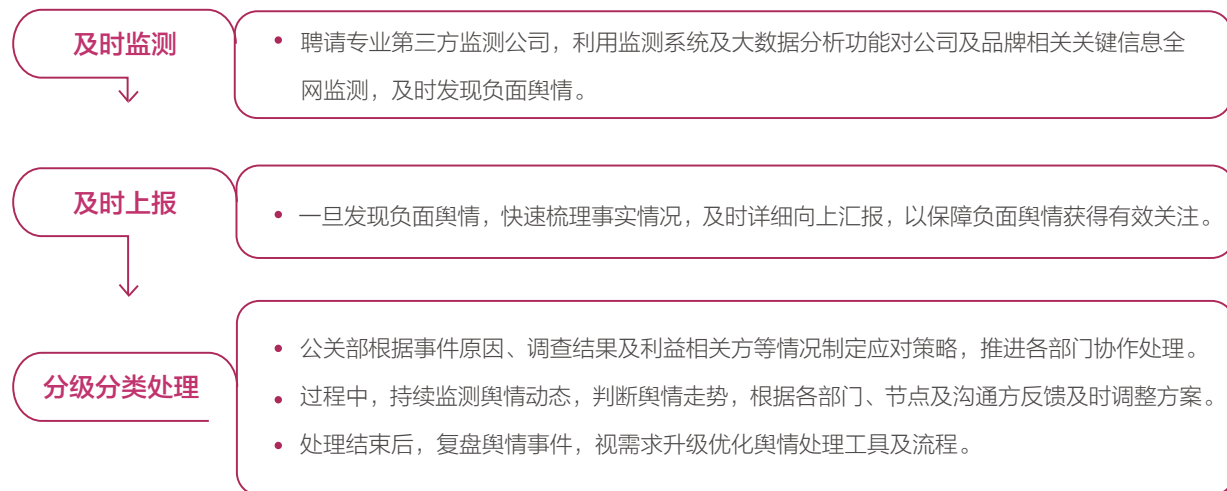
我们重视对公共舆论的应对。我们已经建立完善的日常舆情监测预警机制，前置舆情风险管理，对潜在舆情风险进行及时排查，并提前准备应对措施、干预舆情动向，有效避免舆情危机发生。同时，通过日常舆情培训、危机管理应对演练、新闻发言人培训、媒体采访应对培训等系统化、专业化的培训，内容覆盖危机管理理论、危

机沟通技巧及实际案例分析等，有效提升员工的风险应对能力。

我们已具备完善的舆情应对方案，对舆情及时监测、上报、分级分类处理。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。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。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。

### 舆情应对流程



## 投资者沟通

我们将信息披露及投资者关系管理工作作为公司治理的重要一环。依据上市地法律法规，我们公平公开公正披露企业信息，持续提升信息透明度。我们为投资者提供多样沟通渠道，耐心解答投资者问询，树立负责可靠的公司形象。

我们按照美股要求合规披露年度业绩报告及季度业绩报告，同时亦按需要发布公告，以保障重大信息披露及时准确。我们持续提升信息披露质量，力求信息披露真实完整，便于各利益相关方了解公司重大事项进展及经营情况，保障投资者权益。

此外，我们主动通过路演、媒体交流会、投资分析师沟通会议、投资者沟通会议等形式，积极向资本市场更新公司经营情况，提升市场美誉度。我们亦通过组织媒体沟通会，向市场介绍业务动向并提供新品试用，建设友好媒体关系的同时强化核心内容输出，提升市场对公司发展现状的认知。



2022年，我们举办约 **80** 场投资者沟通会议及路演，**4** 场业绩发布会，并被 **9** 家证券公司纳入研究覆盖范围

## 商业道德

逸仙电商严格遵守《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，建立健全商业道德及反贪腐管理机制和举报机制，加强合规审查，倡导廉洁文化，并鼓励合作伙伴共同践行道德准则，致力推动合规清正的行业环境及市场环境。报告期内，本公司未发生涉及贪污、贿赂、勒索、欺诈、内幕消息交易及洗钱的诉讼案件。

### 健全管治架构

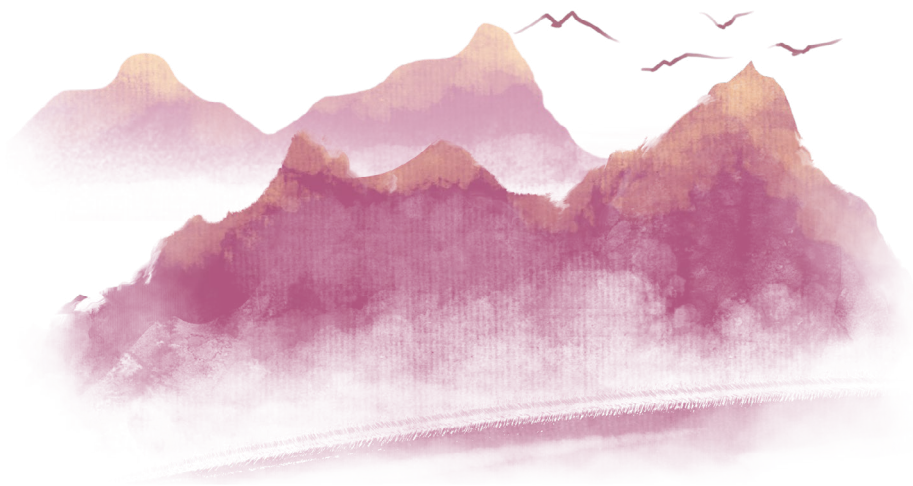
我们已经建立由董事会授权，审计委员会监督，审计、风控、法务及财务等专职部门协作的内部控制检查机制，对商业道德及内部控制相关事务进行有效管理。公司内审内控部及法务部统筹协调各职能部门，积极落实反贪腐及商业道德管理工作。

#### 案例：逸仙电商开展全员《反腐败反舞弊合规培训》

2022年8月至9月，法务部联合内审内控部及人力资源部面向全体员工开展了《反腐败反舞弊合规培训》，旨在增强员工的廉洁合规自律意识，防范贪腐违规行为。员工通过学习廉洁知识课程并参加课程学习考试，全面了解并掌握公司的反贪腐反舞弊要求，筑牢廉洁合规的思想防线。

## 规范行为准则

我们制定并公开发布《商业行为准则与道德规范》，覆盖内部全体员工（包括兼职及合同员工）及供应商等合作伙伴，明确公司在利益冲突、反洗钱、反贪腐贿赂等方面的标准。我们要求全体员工签署《员工手册》、所有供应商签署《廉洁合作承诺书》或《业务伙伴行为准则》，宣贯公司道德准则要求，落实行为规范。我们亦定期为员工提供道德准则相关培训，覆盖正式员工、兼职员工、合同工及实习生，提升其对公司道德准则要求的理解。



## 强化合规审查

我们持续加强内部合规审查。公司内审内控部至少每三年对公司商业道德标准行为进行一次审计，保障政策有效性。此外，我们定期开展覆盖全公司运营范围的内部控制审查项目，针对个人信息保护、办公系统权限管理等方面开展专项审查，对门店、仓库等单位进行飞行检查，识别潜在问题，保障商业道德准则有效执行。2022年，我们对部分业务进行审计抽查，覆盖商业道德风险相关维度，未发现任何违反商业道德标准的行为。

## 保护举报人权益

依据《商业行为准则与道德规范》，我们提供举报专用渠道，包括专用热线电话、邮箱、寄送地址等，并将上述途径明确列示于公司官方网站、供应商合同及《商业行为准则与道德规范》中。我们规范举报处理流程，明确对违反规范人员的处理要求。接到举报后，将由专人负责对接举报线索跟进调查，给予相关人员申辩机会，查证后做出处理决定并将结果告知举报人。我们严禁对举报人实施任何报复行为，严格保护举报人的个人信息，

除办案专人外，不允许任何人接触或透露举报人的个人信息及提供的举报线索，严防打击报复。

2022年，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

作为品牌权利人，逸仙电商严格遵守《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法》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。

我们重视巩固自身知识产权成果，积极构筑知识产权防火墙。我们设置专职管理团队，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，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，

对国内外申请专利进行统一、系统化管理，全力维护自身权益。

我们积极采取维权举措，充分利用行政、民事、刑事等多维度的法律行动及电商平台的知识产权维权渠道，组合拳打击假冒伪劣和仿冒侵权的产品，保护企业和消费者权益。2022年，我们对电商直播带货、私域团购等新兴网购方式加强侵权检索、监控及维权举动，联合执法部门主动展开刑事、行政打击，查扣、下架侵权商品，获得多个胜诉判决，有效保护自身知识产权及品牌声誉。



- 2022年，逸仙电商共申请国内外专利 **174** 件，获授权专利 **130** 件
- 截至报告期末，逸仙电商累计已注册国内外商标 **3,764** 个

 案例：逸仙电商携手阿里巴巴打假联盟维护品牌权益

2022年，逸仙电商携手阿里巴巴打假联盟打击山寨仿冒品，与多地执法机关合作处理一系列大刑事案件，震慑制假分子，维护旗下品牌权益。通过与联盟的合作及交流活动，我们加深对平台规则及行业共性问题的理解，极大程度提升了维权能力与效率。

我们亦注重提升公司员工整体知识产权保护意识。我们承诺尊重他人知识产权，面向员工开展知识产权普法性培训，提升员工工作规范性；我们面向研发、产品、市场、产品法规和备案事务等部门开展专业性培训，提升相关人员的专业水平。



2022年，逸仙电商共开展 **2** 场知识产权普法性培训和

**1** 场专利相关岗位专业培训

## 可持续发展管治

我们积极管理企业经营带来的环境及社会影响，建立并逐步完善可持续发展管治架构，积极与利益相关方沟通，携手各相关方促进企业低碳持续发展、负责稳定经营。

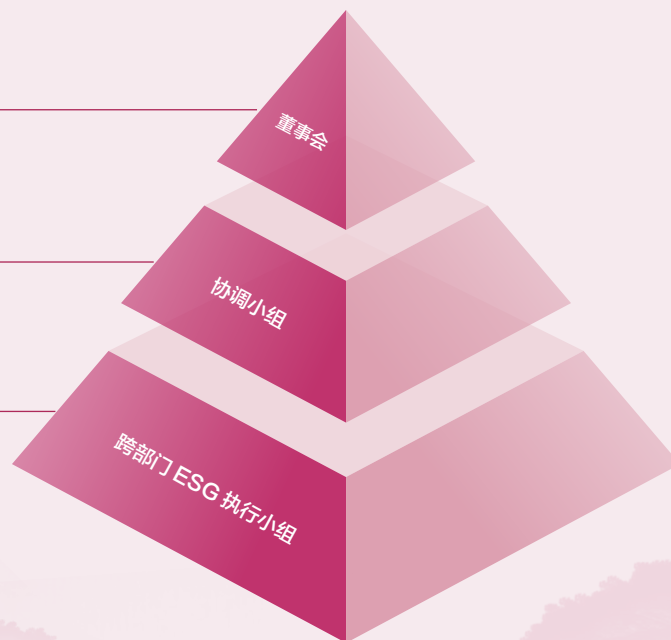
## 可持续发展管治架构

我们完善可持续发展管治架构，形成由董事会统领，由公关部协调，由各部门协调配合的管理链条。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。公关部作为协调小组，负责协调管理 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。

- 负责监督 ESG 相关重大事项
- 制定 ESG 管治策略及行动路径

- 负责协调管理 ESG 相关事宜
- 协助 ESG 报告编制

- 按工作模块负责 ESG 事宜的沟通、落地与执行



## 利益相关方沟通

我们倡导利益相关方积极对公司管理提出建议，持续完善与各利益相关方的沟通机制，为各相关方提供多样便捷的沟通渠道，主动了解及回应利益相关方的询问和诉求，携手利益相关方共建可持续未来。

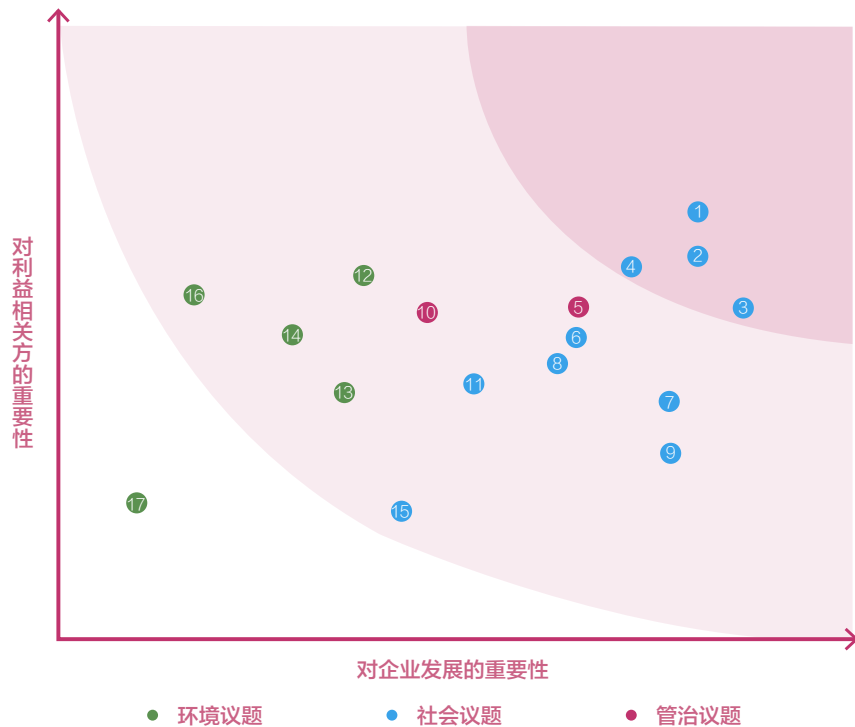
利益相关方	消费者	投资者	员工	供应商	政府及监管机构	社区及公众
期望和诉求	<ul style="list-style-type: none"> <li>更优质的产品与服务</li> <li>保护客户隐私</li> <li>满足多样化的产品需求</li> <li>保障客户权益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持续稳定回报</li> <li>稳健企业治理</li> <li>信息公开透明</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>保障员工合法权益</li> <li>健康安全的工作环境</li> <li>员工培训和发展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>公平交易</li> <li>诚信互惠</li> <li>建立可持续合作关系</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>合规经营</li> <li>安全生产</li> <li>节能减排与环境保护</li> <li>推动行业健康发展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>承担环境责任</li> <li>社会公益</li> <li>促进社区建设与发展</li> </ul>
沟通方式	<ul style="list-style-type: none"> <li>客户反馈渠道</li> <li>满意度调查</li> <li>公司官网</li> <li>社交媒体互动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期报告</li> <li>公司官网</li> <li>新闻媒介</li> <li>投资者沟通会议</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>内部办公系统</li> <li>员工培训</li> <li>员工活动</li> <li>员工满意度调查</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>供应商评估</li> <li>合作协议</li> <li>实地考察</li> <li>供应商会议</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期报告</li> <li>监管监察</li> <li>日常沟通</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社区活动</li> <li>公益活动</li> <li>媒体报道</li> <li>公司官网</li> </ul>

## 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 17 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 ESG 报告披露的重要参考。

逸仙电商 ESG 报告重要性议题分析



重要性	排序	议题
核心关注议题	1	产品质量与安全
	2	信息安全和隐私
	3	化学品安全
	4	劳工管理
重点关注议题	5	商业道德
	6	多元包容与尊重人权
	7	职业健康与安全
	8	客户服务与负责任营销
	9	人力资源发展
	10	企业管治
	11	可持续供应链
	12	可持续包装
	13	水资源管理
	14	排放与废弃物
	15	社会公益
	16	碳管理
一般关注议题	17	应对气候变化



## 美丽之品

逸仙电商始终以消费者为中心，全力打造行业领先的产品和服务，为客户带来全方位的保障。我们研发生产可持续产品，致力为客户提供优质高效的服务体验；开展负责任营销，保护用户信息安全和隐私，切实维护消费者权益，以负责任的态度守护消费者；推进供应链管理，与供应商携手共担社会责任。

### 本章节回应的 SDGs 目标



### 本章节包含的 ESG 议题

化学品安全

客户服务与负责任营销

可持续供应链

信息安全和隐私

产品质量与安全

## 可持续产品

逸仙电商关注消费者对健康安全的需求，持续探索产品创新和技术研发的提升路径，研发推出符合消费者期待的高品质产品。我们积极寻找可持续原料，严格规范化学品使用及管理，减少产品对环境和人体的负面影响，致力于打造可持续产品。

## 产品质量

逸仙电商重视产品质量，严格遵守《化妆品监督管理条例》及相关配套法律法规的要求，确保为客户提供高质量产品。为强化质量管理，我们建立并实施逸仙电商的质量管理体系，包括委托加工商质量管理制度、成品验收放行管理制度、质量安全责任制度、产品召回制度等。当上市产品质量未达到公司的预期时，通过产品召回控制和决策系统，产品召回小组协同质量相关部门，根据产品潜在质量与安全隐患的严重程度，采取相应措施实施召回，保护消费者的健康、安全和满意度。

## 产品质量管理

2022年，我们依据《化妆品监督管理条例》《化妆品生产质量管理规范》等法规要求，通过开展质量管理体系的内部自查和第三方审查，持续完善质量管理体系，系统性提升产品质量安全的保证能力。6至7月，公司结合内部流程制度开展内部审核；9月，邀请国际权威检测机构 and 第三方公证行 Intertek 天祥集团进行质量管理体系外部审计。此外，2022年公司完成工厂质量管理模块孵化，组织了37次质量复盘；建立成品生产过程监督检查机制，完成40场过程飞行检查。

为落实质量管理工作，我们任命相关的质量安全负责人协助承担产品质量安全管理和产品放行职责，负责产品质量安全问题的决策管理工作。为进一步增强全员质量意识，公司定期开展质量培训活动，切实加强员工标准化和质量意识，有效提升产品质量管理能力。

- 2022年，**未出现**因产品质量安全问题批量召回的质量事故
- 产品入库合格率 **99.99%**

2022年，公司内举办了 **30** 场质量相关培训，内容覆盖备案一致性、原料管理、新品开发质量控制点、加工厂管理细则等

## 产品质量提升

在质量基础设施建设和组织配置上，我们围绕质量安全进行布局，建设检测实验室，开发和完善检测方法能力，监控原料和产品的质量安全；针对新品质量和工厂质量，分别聚焦在新品设计端的质量安全风险识别和验证，量产环节的质量风险监控和闭环管理。在产品上新阶段，我们实施成品模拟运输、跌落、模拟快递丢包等测试，对产品外观、使用性能等进行检查。在产品售出后，我们收集消费者使用感受，优化提升产品质量。

### 案例：优化产品质量

小奥汀绚彩玩色眼线液笔推出后收到消费者的广泛喜爱，配方成膜剂含量较高可速干，但同时也易在使用时暴露在空气中时间过长而导致笔头不出水。我们耐心听取消费者意见，在不改变妆效的前提下，通过调整液笔毛刷头类型、长度、毛量配比等来提升笔头蓄水能力，并微调配方提升料体顺滑度，经过高低温稳定性对比测试，筛选出最受消费者欢迎且测试表现更优的配比组合，新品即将推出市场。

逸仙电商注重行业交流，本年度我们积极参与关于产品质量与安全的行业活动，分享并学习先进的质量管理经验。

2022年4月-5月

参加广东省食品药品审评认证技术协会组织的《化妆品生产质量管理规范实施指南》的编写

2022年6月

参与制定的国家标准《化妆品中荧光增白剂367和荧光增白剂393的测定液相色谱-串联质谱法》正式实施

2022年7月

参加《2022年度广州市市长质量奖》申报

2022年7月

参加广州市市场监督管理局药化科和广州市标准化研究院组织的关于《化妆品经营企业管理规范建设指南》的现场调研

2022年8月

参加广东省食品药品审评认证技术协会组织的《注册人、备案人、生产企业质量管理经验》约稿投稿，分享委托加工生产模式的质量管理经验

2022年11月

参加广东省药品监督管理局科学学会组织的首次《广东省优质化妆品申报》活动

## 产品研发

我们不断挖掘创新潜力，提升研发能力，努力呈现符合消费者期待的产品。以研发赋能品类创新，以品类创新促进研发突破，逸仙电商深入洞察消费者的多元化需求，不断加强团队多维度能力建设，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。

### 夯实研发能力

逸仙电商高度重视产品创新研发，制定了《产学研合作管理制度》《科技人才培养与激励机制》，加强公司与科研院校的产学研合作力度，提高公司自主创新能力，提升核心竞争力。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，打造实力过硬的专业技术团队，成立多家实验中心推动公司持续创新发展。逸仙电商不断充实研发能力，已和海内外多家知名机构建立深度合作，比如中科院分子纳米结构与纳米技术重点实验室王春儒研究员团队、国家纳米药物工程技术研究中心、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。

- 2022 年，研发投入人民币 **1.3** 亿元，占营业收入总额达 **3.4%**
- 逸仙电商拥有一支 **198** 位高学历人才组成的研发、产品开发和生产管理队伍
- 2022 年 6 月，逸仙电商研发中心正式获得中国合格评定国家认可委员会（**CNAS**）出具的  
**实验室认可证书**



### 逸仙上海研发中心：

我们将在上海建成并启用建筑面积 3,800 多平方米的逸仙上海研发中心，目前计划投资 6,000 多万元人民币，其中设备投资 2,000 多万元。研发中心功能完备，包括配方、理化微生物、临床感官、前沿、包装等实验室，预计建成后可容纳超过 150 位研发人员。



### 逸仙 - 瑞金医学护肤联合实验室：

联合实验室紧邻上海瑞金医院，占地 324 平方米，配备了细胞培养间、流式细胞仪、实时荧光定量 PCR 仪等先进设备，在瑞金医院皮肤科郑捷教授倡导的“美丽皮肤、健康身体”理论指导下开展功效护肤产品研究与开发，目前在进行身体护理产品，头皮护理产品及面部护理产品的研究和开发。



### 中山大学 - 逸仙集团 (YSG) 皮肤健康精准研究联合实验室：

2022 年 11 月成立，目前建立了两个研究平台。中国人皮肤衰老研究平台主要利用前沿单细胞转录组学技术，从五大维度研究中国人的衰老；中大生物发酵研究平台主要专注益生菌在化妆品中的应用、化妆品细胞学功效等方面研究。



## 推进技术创新

逸仙电商坚持技术创新，2022年，在 Open Lab 研发体系的有力支撑下，我们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，在全球范围对护肤及化妆品领域的前沿技术进行识别、研究和商业应用，致力于打造优质美妆产品，目前已成功落地了多项技术创新应用成果。我们与中科院分子纳米结构与纳米技术重点实验室王春儒研究员团队共同研发的 SmartLOCK 斯玛络技术，已应用在完美日记珍珠散粉，通过定向吸附皮肤分泌的多余油脂，助力持久定妆；我们与国家纳米药物工程技术研究中心在纳米输送技术的基础上专研靶向修护科技，已应用在达尔肤三重修护精华液，帮助肌肤修红。

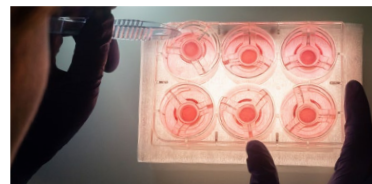
### 案例：开发专利\* 修护成分舒胺修

神经酰胺配方应用性差，难以在皮肤上发挥其护肤功效。逸仙电商与国家纳米药物工程技术研究中心开展深度合作，共建纳米载体技术应用联合实验室，研究功效成分皮肤靶向输送，帮助它们更好地被皮肤吸收。成分舒胺修，含多重神经酰胺及岩兰草根提取物，为品牌自主研发成分，并未授权第三方使用。舒胺修采用经皮共输送纳米载体技术，将多重神经酰胺及岩兰草用纳米载体包裹，使其更易吸收，更强渗透，更长滞留，有效修护肌肤屏障。目前舒胺修已应用于子心选多个产品中，为消费者提供更好的修护效果。

\* 中国发明专利：202111555828.X

### 案例：应用 3D 皮肤模型进行功效测试研究

本研究与法国皮肤实验室 Labskin 合作共建完成，针对亚洲年轻人群的生活环境，模拟 PM2.5 污染、日光暴晒、不合理护肤习惯等创建 3D 全层人体皮肤受损模型，并利用该模型研究不同活性物对抗肌肤炎症、光老化、改善肌肤状态等的能力。逸仙电商独家原料舒胺修、葡萄花提取物等都表现出良好的功效性，能显著提升皮肤表皮屏障和凝聚力、缓解紫外线和污染物等暴露伤害，维持肌肤健康稳态。研究部分成果在 IFSCC 国际大会及国内核心期刊均有展出。



应用 3D 皮肤模型进行功效测试



研究成果在核心期刊发表

## 可持续原料

逸仙电商致力于提供可持续的产品，首先从原材料阶段关注其可持续性，积极推行绿色产品采购。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标准的配方技术，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。

作为重要的原材料，我们积极推进可持续棕榈油采购，倡导上游供应链采用可持续棕榈油进行生产。2022年，我们的5家代工厂已申请并获得可持续棕榈油圆桌倡议（RSPO）认证，使用RSPO认证的棕榈油并逐渐替换非RSPO原料的产品。未来，逸仙电商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，不断推进绿色采购，以改善供应链的环境影响。

我们专注寻找天然成分，采用天然椰油和燕麦等植物中提取的物质作为化妆品原料，为消费者提供更健康、安全的产品，减少对环境的污染。完子心选温润沁至氨基酸洁面乳选用天然植物成分，以双重天然氨基酸植萃成分与植物甾醇，给予消费者温和洁面体验的同时做到环境无负担。EVE LOM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。

### 案例：完子心选专注天然产品

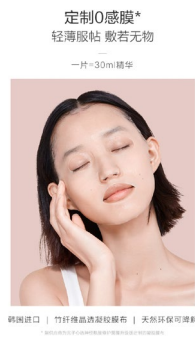
完子心选温润沁柔雪融卸妆膏含有天然植物来源的椰油醇，采用双亲乳化技术，快速有效溶解彩妆的同时，予以消费者温和亲肤的清洁体验。产品秉承着“减法卸妆”的理念，专注于卸妆功效，无色素、酒精、防腐剂、致痘成分等刺激成分，为消费者提供天然、温和的卸妆体验。



完子心选温润沁柔雪融卸妆膏

### 案例：完子心选采用可降解材质

完子心选神经酰胺修护面膜（新配方）所使用的竹纤维晶透凝胶膜布，因其竹纤维材质，可在土壤中自然降解，相比较传统面膜布，该产品在使用后对环境造成的污染大大减少。



完子心选神经酰胺修护面膜  
（新配方）

## 化学品安全

逸仙电商关注化学品安全，立志为客户提供优良可靠的产品。我们严格遵守《化妆品安全技术规范》《化妆品生产经营监督管理办法》《化妆品不良反应监测管理办法》等运营地及行业相关规定，制订《实验室管理条例》《化学品安全政策》等保障产品化学品安全的内部政策制度，严格执行产品的安全评估和化学品管理。

为保障产品化学品安全，实验室制定了《安全与内务管理程序》规定化学品的储存与使用原则，对废弃化学品规定进行收集记录，并交由具备资质的环保公司上门清运处理；实验室还设置化学品管理员，对危险化学品实施双人双锁和监控管理，确保实验室化学品安全。

### 明确禁用成分：

公司制定并披露《原料管控要求》，明确禁止使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。2022年，我们加强准入检测，根据原料属性增加农药残留及溶剂残留等有害物质的检测，并同时加严对成品的质量检测；建立原料质量管理机制，从原料端监控并规避产品质量安全风险。

### 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0.1%，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。EVE LOM 全线产品均不含硫酸盐类界面活性剂及邻苯二甲酸盐，产品成分可在附录中查看。

### 替代争议成分：

持续优化产品配方，替换具有争议的成分。我们设置有化学品淘汰计划，对具有污染风险的化学品成分开展替换研究，积极探索各类产品可使用的其他替换物和替换结果，推进环境更友好、生物安全性更佳的成分使用。目前已在完美日记柔润精萃妆前面霜产品中试用植物来源角鲨烷对环五聚二甲基硅氧烷进行替代使用，产品全成分可在附录中查看。

化学品淘汰计划				
淘汰化学品名称	淘汰原因	淘汰类型	限制范围	代替化学品名称
环五聚二甲基硅氧烷 (D5)	对人体生殖系统有毒，并且在环境中积累，具有不可预测的长期作用	限制	洗去型产品 不能使用	聚二甲基硅氧烷，异十二烷等
聚甲基丙烯酸甲酯 (PMMA)	含有塑料微珠的化妆品涂在皮肤上，当清洗皮肤时会随着细雨废水流入下水道及水循环系统，即便最高级的污水处理厂也无法将其完全去除，最终它会随污水进入海洋环境，由于其不溶于水且难以降解，会成为永久性污染物	限制	洗去型产品 不能使用	硅粉类



2022 年，我们将重金属检测从 **5** 项常规重金属增加至 **16** 项；完成 **4,937** 项次原料监测

## 优质客户服务

逸仙电商秉承“为顾客创造价值”的客户服务理念，致力于为客户提供高品质的服务。我们倾听客户声音、理解客户需求，不断提升客服人员能力，以顾客满意为驱动力，推进自身客户服务管理体系建设，努力为消费者带来卓越体验。

- 客户服务专职团队 **114** 人
- 客服团队开展 **177** 次培训
- 培训总课时达 **885** 小时
- 培训覆盖率达 **100%**

## 优化服务品质

逸仙电商重视顾客的消费体验，以顾客体验为宗旨，珍惜每一个给顾客提供完美消费体验的机会。我们始终致力于提供高品质的客户服务，通过推进标准化服务、进行及时质量评估、针对性提升人才等方式，为消费者提供细致、及时、专业的服务。

## 推进标准化服务

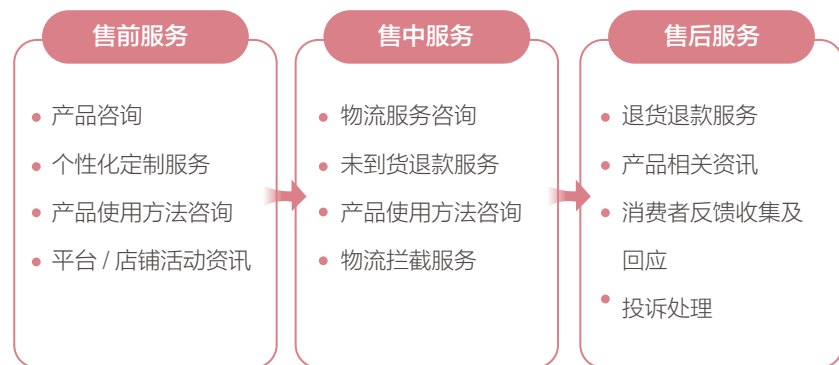
逸仙电商通过沉淀企业服务流程及方法，为顾客不断创造价值。我们制定客户服务行为标准要求，并由各品牌根据各产品特点形成标准作业程序（SOP），为客户提供标准化的咨询解答。2022年，我们优化了客服投诉单处理 SOP 和首问责任制，明确客服处理标准流程及对应责任人，保障用户体验。

目前顾客接触的来源涉及多品牌多渠道，主要分为线上平台和线下门店。我们在每个渠道建立对应的销售系统和订单管理系统，明确交易规则以最大程度地保障用户权益。同时，各渠道也有建立成熟完善的顾客反馈收集机制，有针对性地收集顾客反馈，梳理适应不同渠道的内部分工与处理流程机制，及时给予顾客回应反馈，保障顾客权益。



## 线上平台

目前逸仙电商各品牌均已入驻市场上大部分平台，顾客可以在线上 App 找到产品的相关信息，在订单页面上有明显的对接窗口，顾客可进行产品、价格、服务等咨询和产品交易。如在购物过程中产生不满，顾客可在售后窗口提出意见反馈，为购物过程提供了安心的保障。



## 线下门店

逸仙电商已在部分城市布局线下零售店。与线上平台相比，线下零售店为顾客提供了更具体验感的服务，从了解产品本身到一对一专业服务，顾客能亲手接触产品本身，体验专业美妆服务，在购物过程中有产品保障和产品专业性服务保障。对顾客零售店产生的投诉，反馈渠道更清晰，流程更精简，高效解决问题。

## 服务质量监督

逸仙电商注重客户服务质量，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、后台投诉处理等方式管理及控制服务质量，保障客户的切身利益。本年度我们开展客户服务质量监督与评价工作，运用智能化的质检工具进行全面监控，再由人工进行二次的复检。未来，我们也将不断探索更多智能质检工具，引进第三方质检工具等，监督并保障客户服务质量。

我们不断完善客服质量保障机制，在质检质量监控和提升工作上，本年度采取了新的方式，对客户服务质量制定了相关的 KPI 机制作为接待保障。我们日常开展用户满意度考核，保障用户服务进行针对性的改善与提升。

### “国际消费者权益日”期间：

针对客户服务接待质检监督和管理，客户服务组长利用质检工具每日进行店铺用户全量质检，关注消费者情绪波动及异常问题，同时每日监测并处理黑猫、政府投诉工单，保障消费者的权益。

### “双十一”期间：

通过在相关平台抽检服务相关负面标签，及时反馈有关问题，有效减少影响客户体验的问题出现频率，降低了用户差评率。

## 专项人才培育

逸仙电商坚持为客户提供专业服务，开展多项人才培养项目，提升客户服务人员的服务能力；加强客户服务人员培训，提升客户服务专业度。我们制定客户服务专职部门人才画像，针对不同职能条线员工，剖析涵盖服务能力、专业技能、领导力等多方面的能力标准，构建完善的培训体系。

### 案例：客户服务培训

2022 年度，我们面向客户服务人员组织开展多项培训，内容涵盖品牌内涵、产品知识、销售技巧、交互应答等。培训氛围热烈，效果显著，提升了客户服务人员对品牌认知，更好地掌握品牌产品知识，提升销售技巧；通过护肤及肌肤基础知识学习，提升客户服务人员基础护肤专业能力，更好地服务用户；通过高频咨询梳理，提升客户服务及答疑能力，更好地解决用户疑问。



培训现场

客户服务专职部门制定“活水计划”轮岗项目，加强品牌间优秀人才的流动，提升组织活性和效率，帮助新品牌客户服务团队快速提升。项目挑选 4 个品牌的 6 位客户服务人员开展为期 6 个月的轮岗计划，同时每位客户服务人员的派出团队经理级组成导师顾问团，通过客户服务实践，导师顾问的方式，发现不同品牌客户服务团队之间的差异以及机会点，提出改善方案，高效提升各品牌客户服务团队能力。



## 提升服务体验

逸仙电商坚持客户第一，耐心聆听消费者对产品及服务的反馈，不断提升消费者的服务体验。我们积极响应客户的反馈及诉求，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，提升客户对品牌的信任，打造有温度的品牌。

报告期内，完美日记与达尔肤品牌在京东平台服务满意率超 95%；EVE LOM 品牌 1 月、8 月和 11 月服务满意率达 100%；科兰黎品牌 7 月在天猫平台服务满意率超 95%；达尔肤品牌 1 月至 3 月连续 3 个月在抖音平台服务满意率超 95%；完子心选品牌 1 月和 2 月服务满意率超 95%。

- 客户服务团队一对一接触客户数量

**8,206,440** 人次

- 平均客户服务响应时间

**23.3** 秒

- 三分钟回复率 **100%**

## 高效响应诉求

我们通过电商平台、私域社群、12315 热线等途径，全面接受客户意见及建议。为了确保用户投诉得到有效、快速的解决，我们制订了《客诉上报流程》及《客诉分级制度》等管理规范，通过完善的交易纠纷和用户投诉处理机制，进一步提升消费者满意度。

为及时响应客户诉求，我们成立顾客投诉专项处理小组。小组成员在接收到顾客投诉的第一时间响应顾客，安抚顾客情绪，了解顾客的问题点及诉求；在了解基本信息后，按照工作流程和相关标准进行处理，针对性地提出解决方案，实时关注问题解决进度，闭环跟进投诉问题。

2022 年，我们优化了业务流程，通过梳理与用户接触的各类场景，从用户角度出发，持续优化客服接待、问答应对、客诉处理的流程和标准，明确异常问题的反馈机制，提升服务质量。

**定期分析差评案例** 优化售后处理方案，提升用户体验，减少场景差评

**优化售后相关话术** 优化并增加售后相关话术，如通用安抚话术以及产品质量问题解释话术

**重置售后处理方案** 针对高频不满场景进行处理方案优化，并与跨部门协作拉齐

**加强跨部门综合联动** 在线和综合加强联动，如客户反馈相关客退、催促等问题可由综合售后催促仓库执行，尽快帮客户处理问题

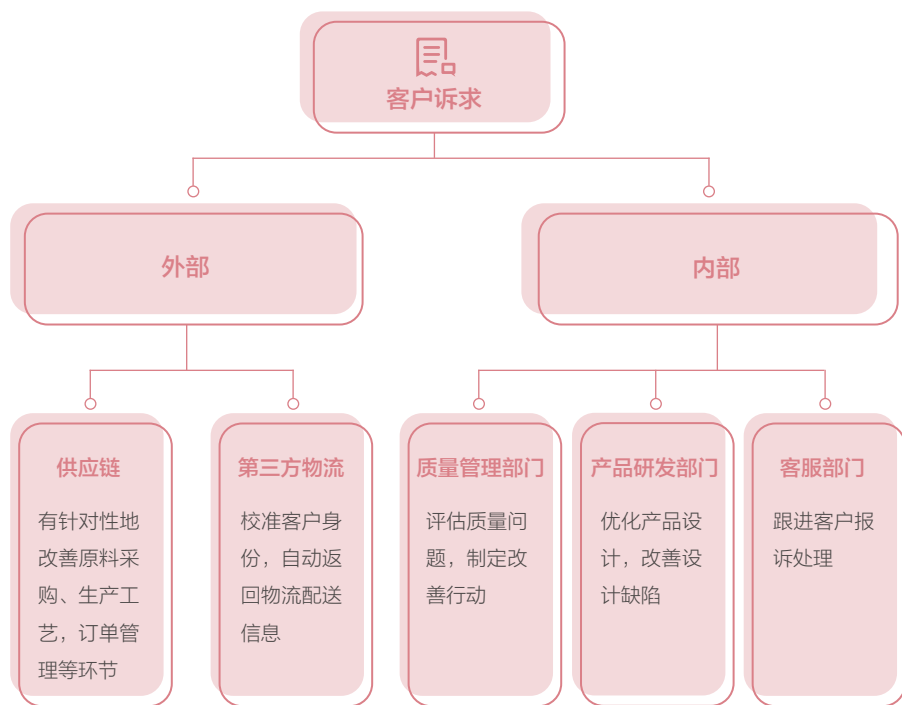
**梳理并升级交互步骤** 对高频场景进行梳理并且对应对话术以及交互步骤进行升级

优化业务流程

## 深耕客户价值

我们耐心听取顾客意见及建议，并以此作为优化的参考依据，让用户洞察渗透到业务决策中，深耕用户价值创造，不断打造让消费者更满意的产品与服务。我们借助数字化软硬件的支持，推进用于记录客户诉求的工单系统与公司内外部多个数据系统实现互通互联，不断优化迭代服务流程与方案，持续根据顾客需求创造超出顾客期望的体验感。

为了能更深入了解用户反馈，提高顾客对品牌及产品的购物体验，公司建立用户回访流程，开展“用户心声回访”项目，对表达不满心声的用户进行专人回访，联动多部门确认令顾客不满的具体原因，并落实服务质量提升方案。



客户诉求联通多部门改善流程

**定期开展顾客访谈**

对于已产生交易的顾客，定期开展顾客访谈，了解顾客对产品、服务的评价，持续跟进顾客使用情况，认真听取顾客意见及建议。通过定期回访和密切的沟通，提升顾客对品牌的信任，以走入顾客心中，始终以诚相待为目标，向顾客表达日常生活关怀，务求与顾客产生更大的共情与粘性，打造具有温度的品牌。

**深化顾客关系管理**

通过不断了解顾客需求，我们分析顾客消费行为特征，沉淀不同顾客群体的核心需求，以更好地了解顾客心声，满足不同顾客的需求，并致力于提供超乎期待的产品与服务。同时，公司利用成熟的顾客关系管理系统开展更具精细化的顾客运营，根据每个顾客的需求，以提供个性化的服务与定制化的产品。

## 所获荣誉

2022年，我们在客户服务品质、智能服务方面获得多个平台的认可。

品牌	奖项领域	奖项名称	颁发机构	奖杯照片
完美日记	客户服务	2022年度赤兔星 客服	赤兔名品	
	客户服务	2022年度直通车卓越 协作奖		
	智能服务	2022年度618京小 智机器优先模式最佳 运营 - 智多星奖	京东平台	
	客户服务	2022年度618客服 激励赛 - 卓越之星奖		

品牌	奖项领域	奖项名称	颁发机构	奖杯照片
皮可熊	客户服务	2022年度赤兔星 客服	赤兔名品	
	智能服务	2022双十一蜂神榜 - 铜蜂奖	京东平台	
小奥汀	客户服务	2022年度赤兔星 客服	赤兔名品	

## 负责任营销

我们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，以履责、透明、合规的标准开展营销活动，全方位落实负责任营销。在代言人选择、签约及解约方面制定了相应的政策制度，塑造和维护良好品牌形象。除此之外，我们开展消费者知识普及，加强消费者教育，向广大消费者普及护肤与美妆知识，引导消费者进行理智消费决策。



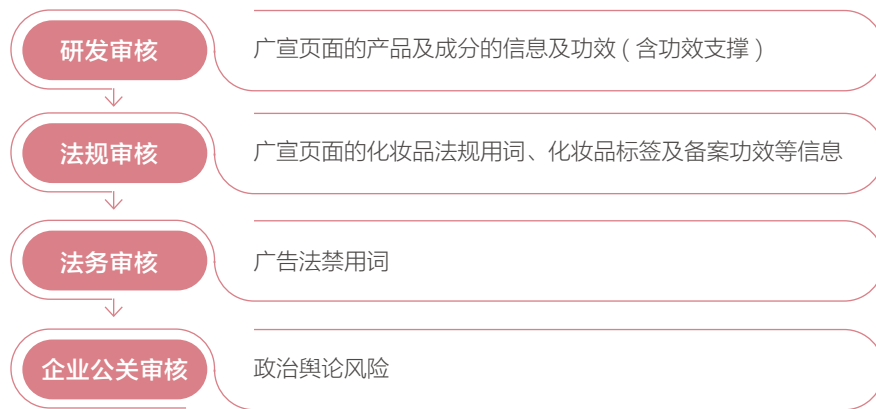
2022年，法务部建立飞书“广宣合规订阅号”并开展合规内容推送，截至报告期末，就文案合规专题对业务团队的推送达 **470** 人次

## 营销风险警示

在产品和服务宣传过程中，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，准确介绍和描述产品及服务，关注宣传内容的真实性，禁止虚假或会引人误解的宣传，并确保客观、公正地展现产品。

## 确保合规营销

为保障广告宣传物料的合规性，我们联合各部门开展内部审核，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。2022年“315”期间，法务部联合研发部、产品法规和备案事务部及公司各品牌运营员工，对公司核心产品开展广告合规自查工作，对电商平台详情页进行审核、反馈并调整，确保广告投放的真实、准确。针对产品标识，我们按照《化妆品标签标识管理规范》《化妆品标签管理办法》（2022年5月1日起施行）等相关要求，披露化妆品标签信息，确保产品安全和功效宣称均合法合规，审核商标使用、产品宣称、功效依据等，防范相关法律风险，确保产品表述真实、客观。



公司内部审核流程

为给顾客带来健康安全的消费体验，我们根据品牌及产品特性进行适当的风险警示。

- 法国科兰黎品牌在电商平台详情页显眼区域提示产品的正确使用方法，同时随单寄出品牌手册，提供品牌及产品介绍相关信息，提示消费者产品可能存在的风险及告知正确的产品使用方法；
- EVE LOM 亮采洁净面膜在商品详情中，包含使用步骤介绍及使用期间避开眼周的提示；
- 对于特殊产品，如 DR.WU 多款特殊用途化妆品，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。

## 开展营销培训

为更好地规范宣传行为，我们邀请外部专业机构开展相关法律法规培训。2022年，公司公共事务部邀请了广州市海珠区市场监管局执法人员开展了《新零售门店合规培训》，帮助公司员工、门店销售人员了解市场监督管理部门检查的方式、类型、重点检查内容，预防门店被行政处罚的风险。

公司法务部组织开展针对社群营销员工的《广告合规培训》，通过对行政处罚案例的分析，向员工深入讲解常见的广告合规风险，提高了员工的合规意识；新零售事业部在国际消费者权益日对线下门店开展合规营销培训，在日常门店活动沟通中亦会对广告宣传文案及门店经营活动注意事项进行提醒，保障销售活动合法合规。

### 案例：负责任营销培训

2022年8月17日，公司法务部邀请广州市海珠区人民检察院开展了《防范企业经营风险，优化法制营商环境》培训。本次培训采取了广州总部“线下面对面”、上海新零售部门“线上同步学”、双会场“互动式提问”的形式开展，旨在引导员工建立系统的法治观念。公司财务部、新零售事业部、客户体验部等部门共计约100名员工参加了培训。



负责任营销培训

## 消费者知识普及

作为一家负责任的新锐美妆集团，逸仙电商把向消费者普及化妆品安全使用方法和相关知识视为自己应尽的责任。我们始终将客户需求放在第一位，与消费者保持密切沟通，为消费者选择更适合的产品。

### 悉心解答

我们对产品进行详尽介绍，帮助消费者了解真实需求。面对消费者的咨询，客服团队优先了解消费者的护肤习惯、妆容偏好、皮肤特质、肌肤问题等，分析消费者的具体需求与实际肌肤情况，针对性地提供建议及解决方案，为消费者选择更加适用的产品。

### 专家科普

我们联合三甲医院皮肤学专家共创健康护肤课堂栏目，以专栏文章、视频、图文等展示形式，向受众科普基础护肤知识。同时，邀请皮肤专家参与新品发布会，分享护肤干货知识，介绍品牌专研成分与功效，打造品牌专业度。

### 专业服务

我们致力于为消费者提供专业、科学、精准的服务，持续对客服团队提供针对性的专业培训，涵盖彩妆基础、色彩搭配、皮肤问题护理等范畴；鼓励员工考取彩妆、护肤方面的专业技能认证；旗下品牌 EVE LOM 在经典洁颜霜商品首页展示专业的使用手法，帮助消费者卸妆更净澈。旗下品牌 DR.WU 达尔肤向客户提供专业的用酸手册，帮助消费者正确使用产品。

### 案例：携手广东省药监局，普及化妆品安全使用知识

2023年3月21日，逸仙电商在广州正式启动了“安全用妆，逸起守护中国美”的公益科普活动。活动现场设置了化妆品安全使用科普知识区、法规宣传区、有奖竞猜游戏区、安全用妆试妆区等。逸仙电商通过多视角、多形式的宣传和参与方式，让大家真正了解化妆品用妆安全，积极营造人人重视化妆品安全的社会氛围。



公益科普活动现场

客服团队共有 **27** 人取得初级彩妆师认证，**19** 人取得中级彩妆师认证，**40** 人取得护肤专员认证

# 信息安全和隐私

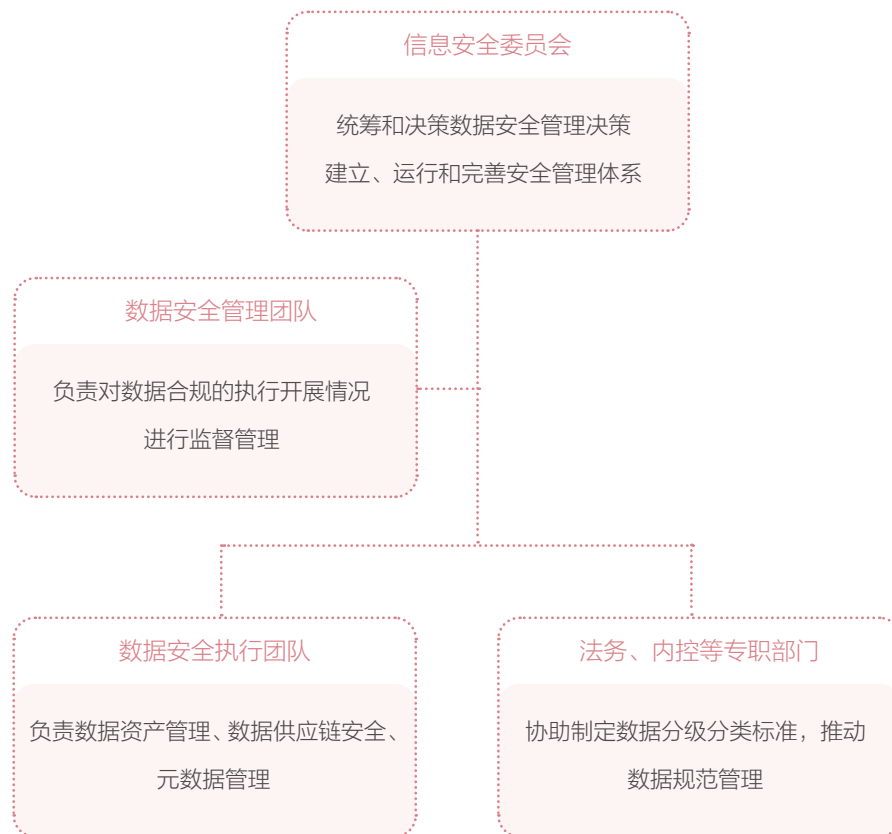
逸仙电商十分注重数据信息安全与个人隐私保护，坚决避免用户信息外泄情况。我们严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》及《中华人民共和国个人信息保护法》等运营地相关法律法规，内部制定并实施《数据安全管理制度》《数据分级分类表》《系统账号与权限安全管理规范》等管理标准及行为规范，以全面的管理方针保障充足的数据安全能力。

## 信息安全管理体制组织架构

为促进公司信息安全工作的有序开展，逸仙电商建立了信息安全管理体制，分为委员会、管理团队、执行团队三个层级，三层信息安全管理架构自上而下贯彻落实数据安全及个人隐私保护工作，切实保障消费者的隐私安全。

## 信息安全建设

逸仙电商不断完善自身安全体系与信息安全技术，切实保障企业和用户的信息安全。2022年，公司根据国家相关法律法规同步更新升级《数据安全管理制度》《信息安全事件及应急响应管理办法》等文件，坚持开展内部评估与外部认证，确保信息系统的实体安全、运行安全与数据安全，致力于营造安全、合规的线上电商平台。



信息安全管理体制组织架构

## 应急处理机制

逸仙电商建立针对信息安全事件的科学有效的应急响应机制，规范公司的数据处理活动，保障公司的合法权益。2022年，我们更新了数据安全事件处理机制、个人信息安全事件应急预案等，进一步提高信息安全突发事件的处置能力，形成科学、有效、反应迅速的应急工作机制。

### 核验确认

IT 信息安全团队与业务部门共同核验和确认已发生数据安全事件及事件级别，及时如实记录事件内容。

### 采取措施

初步确认数据安全事件发生的原因、时间和范围，相关部门一同商讨和采取紧急措施控制事态发展，采取措施对泄露源进行临时阻断、对目标系统进行漏洞修复和安全加固等，防止危害扩大。

### 评估记录

评估事件是否会对个人、组织造成伤害，及时形成数据安全事件报告，记录安全事件和风险情况、危害后果、已经采取的补救措施等。

### 信息告知

在发生安全事件的三个工作日内将前述数据安全事件报告以电话、短信、即时通信工具、电子邮件等方式通知利害关系人，无法通知的可采取公告方式告知。

### 事件复盘

IT 信息安全团队复盘数据安全事件，查找防护失效的原因，针对发现的问题出具方案，协调资源进行加固和防护，并加强日常数据处理合规审查、信息系统安全排查、员工数据保护意识及技能培训等工作。

## 内部安全评估

为了保证信息系统的有效性与合规性，数据安全执行团队每年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。2022年，公司在内控评价项目中对关键信息系统的权限管理、变更管理中的相关内部控制设计有效性和执行有效性进行测试，并组织相关部门对识别出的内控缺陷制订整改计划和跟进整改措施落地。

## 外部安全认证

我们聘请安全服务机构定期对信息系统、网络进行安全检查和评估，根据评估结果进行整改跟进，提升和完善信息系统及网络安全性。2022年，逸仙电商核心系统获得网络安全等级保护三级认证。

## 信息保护流程

逸仙电商高度重视信息保护，从用户端和企业端严格管理用户与员工数据，建立全面安全的隐私保护机制，通过多种措施规范数据的安全管理。

### 用户端保护

在小程序及第三方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。

2022年更新了微信小程序商城所有店铺的隐私政策，进一步完善并保护消费者权益。

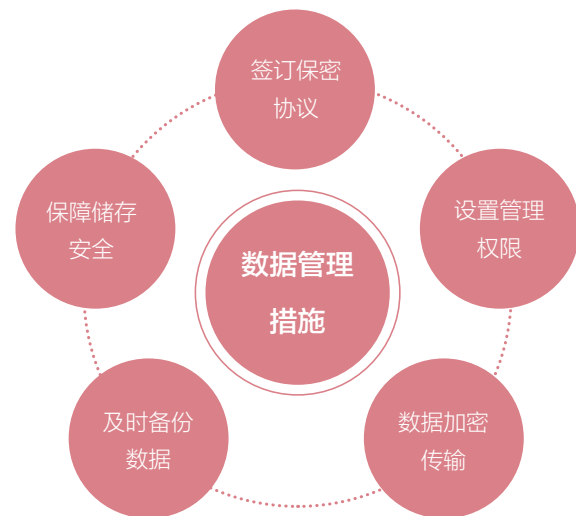
### 企业端保护

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。

2022年对微信小程序商城用户隐私信息升级改造，用户隐私数据在管理后台需逐一点击查看，并记录点击行为，进一步降低隐私信息泄露风险。

## 信息安全教育

我们非常重视员工信息安全意识的培养，确保每个新员工在入职时接受安全意识培训和测评，定期组织数据合规专项培训，培训方向覆盖钓鱼邮件、密码安全等常见工作场景，切实提升公司全员的信息安全管理能力。



## 供应链管理

逸仙电商高度重视供应链管理，不断完善供应商全流程管理体系，制定《供应商管理制度》，对供应商的准入、考核及退出实施全生命周期的高效管理。同时，我们定

期对供应商进行培训赋能，提升供应质量，携手供应商建立良好的合作关系，实现互惠互利、共同发展。

## 供应商选择与准入

我们制订了严格的供应商准入流程，建立了供应商准入评审制度，针对潜在供应商开展准入背景调查。为保障产品质量安全，对于代工的化妆品 OEM/ODM 供应商的准入，我们要求供应商除基本的化妆品生产许可资质外，还需获得 ISO 9001、ISO 22716 等第三方认证。


我们在供应商的筛选过程中，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。此外，我们要求供应商签署《廉洁合作承诺书》，遵守商业道德、知识产权、信息保密等规定，与上下游合作方共同协作，打造负责任的供应链。


<sup>4</sup> 核心供应商指的是累积占公司 2022 年采购总金额 70% 的供应商。


<sup>5</sup> 公司供应商环境评估标准包含 ISO 14001、ISO 14064、ISO 50001 等认证。


<sup>6</sup> 公司供应商社会评估标准包含 ISO 9001、ISO 45001、SA 8000 等认证。

2022 年直接供应商  
 151 家


核心供应商<sup>4</sup> 7 家，全部通过公司环境影响评估标准和社会影响评估标准  



通过公司环境影响评估标准<sup>5</sup> 的供应商数量  
 53 家

通过公司社会影响评估标准<sup>6</sup> 的供应商数量  
 65 家

2022 年的供应商准入及年度审核共  
 66 家

成品供应商的准入审核 6 家，年度审核 7 家，共 13 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  
 35 家

## 供应商绩效评价

我们持续跟进合作供应商的绩效表现，评估并监督供应商的行为。公司对化妆品供应商、包材供应商、原料供应商建立了完整的质量管理制度，包括过程监督飞检制度、质量复盘制度等。

公司对供应商定期开展半年度考核，结合实际情况对部

分供应商开展月度及单次服务考核，监督供应商履约情况，加强供应商管理能力。我们持续提升自身检测能力和监控供应商检测能力，本年度新增工厂质量管理团队，聚焦管理供应商质量绩效模块工作，完成原料及功效成分检测新方法开发，组织成品供应商完成检测能力第三方比对验证考核。

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，要求供应商进行及时优化；对整改后仍无法通过考核的供应商，我们会立即终止合作，确保供应质量。

2022年，完成原料及功效成分检测新方法开发 **72** 项，  
组织 **13** 家主要成品供应商完成检测能力第三方比对验证考核

2022年，对合作供应商开展 **47** 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，主动与供应商分享行业知识与最佳实践，面向供应商开展供应商大会、质量培训等，主题涵盖供应商行为准则、反腐败和商业道德、质量管理、职业健康与安全、环境管理和劳工权益等。我们通过宣导与培训，加强供应链上各伙伴企业诚信履约及主动承担社会责任的能力；2022年，我们对供应商

进行了《直采供应商管理细则》等制度文件宣贯，提升供应链的整体水平，携手共同建设可持续供应链。此外，为提升公司供应商管理水平，在出台新法规、新流程时，我们组织员工进行相关培训，包括备案一致性培训、逸仙客供原料使用规则等。



2022年，对供应商共开展 **42** 次产品质量相关宣贯活动



## 美丽之境

逸仙电商坚持走生态优先、绿色发展之路，守护并践行可持续的美丽内核，创造经济价值的同时注重环境价值的创造，推动低碳循环发展，持续完善绿色管理，全面节约和高效利用资源，将环保理念融入产品的全生命周期，携手利益相关方一同加入到保护环境、保护地球的行动中，促进人与自然和谐共生。

### 本章节回应的 SDGs 目标



### 本章节包含的 ESG 议题

可持续供应链  
应对气候变化  
碳管理

可持续包装  
排放与废弃物  
水资源管理

# 应对气候变化

逸仙电商以践行国家“双碳”战略为导向，持续跟踪气候变化相关的政策变化，开展气候变化相关风险与机遇的识别，努力提升气候相关议题的治理表现，为社会低碳发展提供绿色动力。

公司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、指标和目标四大领域开展气候变化管理工作，积极应对气候变化带来的挑战。

## 气候相关财务信息披露工作组（TCFD）

气候相关财务信息披露工作组（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。



## 治理体系

逸仙电商建立董事会—协调小组—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。公关部门作为 ESG 工作协调小组，负责协调公司 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

逸仙电商密切关注气候变化对公司经营的影响，识别并分析不同情景下的气候变化相关风险，积极部署并采取举措应对。2022年，公司基于已有气候变化风险的管理实践经验，对气候变化相关风险的严重性和发生可能性进行评估，并提出相应的应对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。	<ul style="list-style-type: none"> <li>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；</li> <li>根据国际披露准则，及时、合规披露可持续发展报告。</li> </ul>
	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，需要研发更多的环境友好型产品，满足消费者对于减塑、轻量化包装等方面的需求。	<ul style="list-style-type: none"> <li>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；</li> <li>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。</li> </ul>
 实体风险	极端天气风险	由于全球气候变暖，极端高温、极寒、暴雨、洪水、台风等极端天气事件频发，可能导致供应链中断或门店无法经营，增加经营成本及经营风险。	<ul style="list-style-type: none"> <li>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，确保门店及人员安全；</li> <li>对供应链进行实时监控，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。</li> </ul>

气候变化导致的外部环境变化在对公司产生新风险的同时，也带来新的机遇。

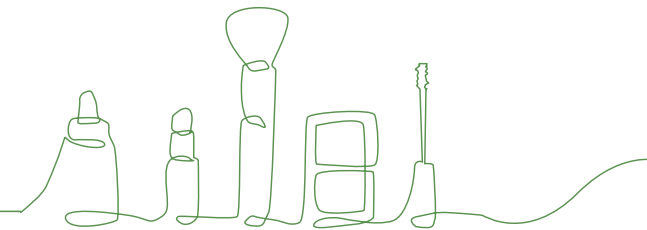
机遇类别	机遇内容	应对措施
绿色包材市场化机遇	在国家绿色包材的政策引导下，市场对于绿色包装的需求将会逐渐扩大。	逸仙电商注重包装绿色化、轻量化，旗下产品持续改进包装工艺。一旦市场环境成熟，公司可逐步推广绿色包装，加快循环包装市场化进程，提升公司声誉，进而提升市场接受度。

## 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，并持续推进产品碳足迹评估工作，了解企业温室气体排放情况，探索在产品的设计、生产、运输、使用及废弃阶段的减碳方式，减少温室气体排放。公司将在每年度的 ESG 报告中持续披露能源使用量、温室气体排放量及密度等与气候变化相关的环境指标，努力促进自身减碳工作，助力国家实现“双碳”目标。



## 绿色低碳发展

逸仙电商注重产业运营与资源环境的和谐统一，将减排低碳发展理念融入企业经营的全过程，重视能源资源管理，探索采购、包装、运输、办公等环节节能减排的空间，并将环境责任管理延伸至上游供应链，将环境管理与能源管理体系认证等因素作为筛选供应商的加分项。

### 能源管理

公司坚持走低消耗、高效率的发展道路，从办公能耗管控、门店能耗管理、推动低碳供应链建设等方面加强对能源的管理，减少能源消耗。

### 提高能源使用效率

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，将能源管理整合为企业运营的一部分，应用科学的管理方法对用能过程实施严格控制，持续探索节能减碳机会点。

#### 办公能耗管控

- 将办公区照明灯设置为手动开启模式，减少照明灯使用时间；
- 无人办公时，及时关闭办公区域照明设施、公共电器，安排专人定时检查开关设备；
- 推广无纸化办公，建议使用环保纸张；
- 严禁使用电炉、电暖气、电热水壶等高负荷电器，减少电能损耗。

#### 门店能耗管理

- 要求门店人走灯灭，部分灯具采用 LED 节能射灯，节约能源使用；
- 推广线上视频会议，减少员工出行，降低碳排放；
- 疫情期间部分门店调整补货频率，由一周改为两周补货一次，减少尾气排放；
- 将整车运输调整为多货物拼车模式，降低车辆的使用频次；
- 在末端派送环节，以新能源汽车逐步替代传统油车。截至报告期内，承运商在末端派送一公里内基本实现新能源汽车投放使用的全覆盖；
- 运输车辆车厢更换为铝制车厢，延缓车厢老化速度，减少资源消耗。

## 发展绿色供应链

绿色发展离不开产业上下游共同努力。我们将环境友好的理念融入对供应商的期待和要求中，除产品开发能力、工艺及材料质量等资质审核外，将能耗管理也作为供应商评估考核的重要标准之一。公司鼓励供应商持续完善自身能源管理体系，制定能源使用目标，追踪目标落实进度，提高能源使用效率，降低生产端的能源消耗。2022年，逸仙电商开展供应商能源管理现状调研，了解上游企业能源使用的相关体系建设情况、能源效益目标规划、能源管理实践、能源管理认证情况等，不断探索降低能耗的有效方法和措施，进一步推进低碳供应链建设。

### 供应商能源管理举措

建设屋顶光伏电站，采用太阳能光伏发电，使用绿色能源替代部分传统能源，优化厂区用能结构

利用电动叉车替代燃油叉车，减少化石能源的使用

使用环保型制冷剂，改善制冷系统，降低设备能耗



供应商获得 ISO 50001:  
2018 能源管理体系认证

## 碳排放管理

公司持续探索碳减排模式，统筹推进碳排放管理与生态环境保护工作，并推动上游企业共同促进碳减排管理，为助力国家 2030 年碳达峰目标达成和 2060 年碳中和愿景的实现贡献力量。

## 供应链碳管理

公司鼓励供应商主动迎接碳减排挑战、抓住机遇，设定可行的、有挑战性的碳减排目标，与逸仙电商共同持续降低供应链碳排放总量，实现整个供应链绿色低碳可持续发展。逸仙电商开展供应商碳管理现状调研，了解上游企业碳排放目标设立情况、碳排放管理实践等。截至

2022 年底，已有 7 家核心供应商落实碳排放管理。其中上海臻臣化妆品有限公司聘请第三方机构对全厂范围内活动及温室气体排放源进行辨识、计算、评估，并出具温室气体排放报告书，评估得出 2021 年度温室气体排放量为 108,408.67 吨二氧化碳当量。

## 产品碳足迹

在碳达峰碳中和的背景下，产品生命周期评价和碳足迹认证成为衡量产品绿色转型程度、产品对气候变化的影响的重要途径之一。逸仙电商持续关注产品的碳排放，自 2021 年开展产品碳排放评估工作以来，致力于厘清产品在原材料生产、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，从而实现优化产品生产、运输及回收利用的过程，减少产品碳足迹，降低对环境的负面影响。

### 案例：完美日记小细跟口红开展碳排放核查

#### ● 开启美妆碳足迹认证新篇章

自 2021 年起，逸仙电商选取旗下品牌完美日记的核心产品——小细跟口红，作为产品碳足迹评估工作的开端，邀请第三方机构进行碳排放核查并获得产品碳足迹证书，迈出了降低产品碳排放的第一步。



1 支完美日记小细跟口红（色号为 L02、L04）的碳足迹为 507 克二氧化碳当量

#### ● 拓宽碳足迹认证范围

2022 年，完美日记继续扩大产品碳足迹核查与认证范围，对薄透雾感名片唇釉 299、剔透柔雾控油散粉锁色版两款产品开展碳足迹核查，并取得产品碳足迹证书，为美妆产品碳足迹核查贡献更多力量。



1 支完美日记薄透雾感名片唇釉 299（型号：299）的碳足迹排放为 303 克二氧化碳当量

1 盒完美日记剔透柔雾控油散粉锁色版（型号：锁色版）的碳足迹排放为 1,000 克二氧化碳当量

### 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。

## 绿色包装与回收

包装材料的消耗和对环境的污染等问题越来越受到关注，绿色减塑、轻量化包装、可循环利用已经成为政府倡导、消费者期待的发展方向。逸仙电商积极响应绿色发展需求，在产品包装中采用更多环保型材料，追求包装简易化、适度化、绿色化，致力于降低对自然环境造成的压力。

### 使用环保纸张，保护森林资源

作为促进负责任的全球森林经营的国际组织，FSC（Forest Stewardship Council，森林管理委员会）在全世界范围内全面推行 FSC 认证，致力于减少对森林的破坏，保护地球的生态环境。逸仙电商旗下品牌科兰黎中国区产品彩盒包装、EVE LOM 品牌产品说明书使用 FSC 认证的纸类，保证纸张来源符合环境保护和社会经济可持续发展，助力保护生物多样性。完子心选温润至简氨基酸洁面乳（氧气洁面）产品纸盒包装使用的 FSC 认证标志的纸张，可作收纳供顾客再次利用。未来，我们将继续做森林绿色经营的坚定的行动方，在 2023 年底前实现全品牌物流纸箱通过 FSC 认证。



FSC 认证纸张实现再利用



完子心选温润至简氨基酸洁面乳获得 FSC 认证



## 实现包装简化，为产品“瘦身”

我们不断探索产品包装环节的可持续发展模式，提升产品包装工艺，将绿色环保的理念深入到包装盒、运输箱等各个方面，保证产品的轻量化。我们减少运输环节纸箱、胶带的使用，成功实现为产品“瘦身”，全方位打造对环境友好的包装方式。2022年，逸仙电商旗下品牌完美日记、皮可熊、小奥汀调整纸箱克重、优化尺寸，



完美日记、皮可熊优化包装尺寸

使用水印纸箱代替胶印纸箱，采用更为环保的牛皮纸材料，纸张用量减少 25%；同时全部纸箱取消了表层塑料覆膜，进一步减少塑料包装材料使用。科兰黎 VC 纸盒取消使用纸质说明书、信封、标贴，减少纸材消耗；环保版 VC 3 支装和 12 支装精简尺寸，纸张用量分别减少 67%、32%。



## 可持续包装原料

我们不断提升产品包装原料的环境友好属性，致力于实现产品包装的绿色可持续。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采用天然植物成分制成，材料实现 100% 生物降解。科兰黎中国区产品的彩盒包装油墨均采用绿色环保大豆油墨印刷，且使用水漆印刷，减少环境污染；以 100% 可降解的生物基纸塑替代传统塑料，不使用外包装塑封膜，彩盒内部亦不使用塑料部件；奢定奇秘卓颜焕活系列包装使用医用级、100% 可循环玻璃材质。

## 强化循环利用

逸仙电商致力于将绿色环保生活理念传达给消费者，旗下多个品牌开展产品包装回收项目，号召消费者开启绿色接力模式，提升产品包装使用率。EVE LOM 产品参与对包装回收、再循环计划，获得了 The Green Dot<sup>7</sup> 标志。科兰黎在 VC 产品彩盒上增加 PAP<sup>8</sup> 标识，同时附加建议将 VC 安瓶、铝箔袋与彩盒投放至可回收垃圾桶的标识，增强消费者的回收理念。

<sup>7</sup> 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。

<sup>8</sup> 指由可回收和可降解的纤维素纤维制成的材料。

## 水资源管理

公司注重水资源管理与保护，努力建设节水型企业。同时我们鼓励供应商完善水资源管理体系，设定用水管理计划与目标，推进水资源循环再利用，减少不必要的资源消耗。



## 排放物与废弃物

逸仙电商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，全面降低运营环境影响，减少各类污染物排放，同时促使上游企业注重对各类污染物的排放管理，着力打造绿色竞争新优势。

### 排放管理

我们遵守国家及行业设立的排放物防治相关法律法规，并要求供应商提高企业环保合规管理意识，制定、完善《废气管理规范》《废水管理规范》等污染物管理制度，建设废气治理设备、废水处理站，确保废气、废水达标排放，减少噪声污染，降低对周围环境的影响。

### 废弃物管理

我们坚持将废弃物发生量最少化、资源再利用最大化，对废弃物进行回收利用和资源化处置。公司带动供应商共同加强生产排放污染管理，从源头强化分类收集，将废弃物主要分为生活垃圾、一般固废、危险废弃物三大类，实施分类放置、集中回收、专人管理，并委托有资质的第三方机构进行回收处置，不断完善台账制度，保证所有废弃物合规化处理。



# 美丽之伴

本章节回应的 SDGs 目标



本章节包含的 ESG 议题

劳工管理

多元包容与尊重人权

人力资源发展

职业健康与安全

## 平等合规雇佣

逸仙电商始终秉持“以人为本”的发展理念，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《禁止使用童工规定》等运营地法律法规，持续优化劳工管理体系，切实保障员工合法权益。

### 平等雇佣

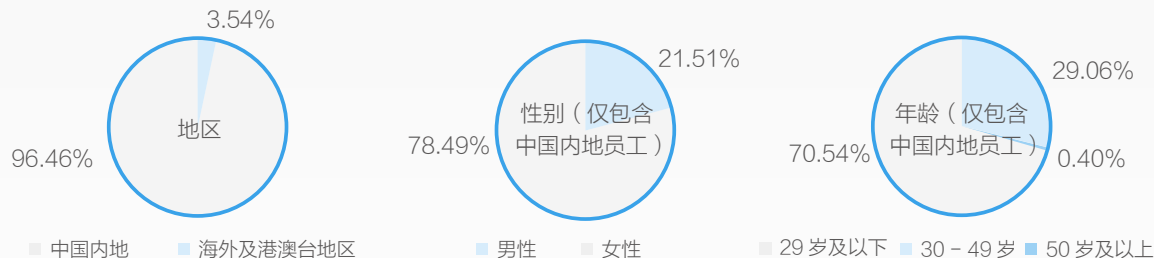
为保障员工合法权益，建立良好的劳动关系，公司已经建立完善的制度框架，制定《招聘与录用管理指引》《入职管理指引》《内部员工转岗指引》及《离职管理指引》等制度，对雇佣全流程工作做出规范指引，并于2022年新增《实习生管理方法》、修订部分现有制度，持续优化内部人力资源管理制度体系。

我们尊重人才的多元化，倡导平等、和谐的招聘文化和工作氛围，在招聘、入职、培训及工作安排过程中，禁止因性别、年龄、宗教、国籍等任何因素而导致的

歧视行为，严禁使用童工、强迫劳动等行为，尊重并保护员工基本权益。我们注重为弱势群体提供工作机会，2022年，我们与外部平台开展合作，采用劳务派遣的方式雇佣残疾人士14人。

逸仙电商员工总人数（含海外员工）

1,837人



## 权益保障

逸仙电商始终以捍卫员工权益为己任，尊重员工的基本人权和多元背景，对强迫劳动、性骚扰、歧视等行为零容忍。我们制定了《员工手册》，在招聘、薪酬、福利、晋升、休假、离职等方面提出保障员工权益的指引，坚决反对以假借维护客户关系、促进业务业绩等理由，要求员工执行不合理的工作安排或损害员工合法权益。为防止不合理行为，我们设有申诉邮箱，并定期进行防职场歧视、性骚扰的宣传，确保规范应知尽知。2022年，我们成立了员工工会，进一步保障员工权益。



全体员工的劳动合同签订率

100%



员工持股人数占比

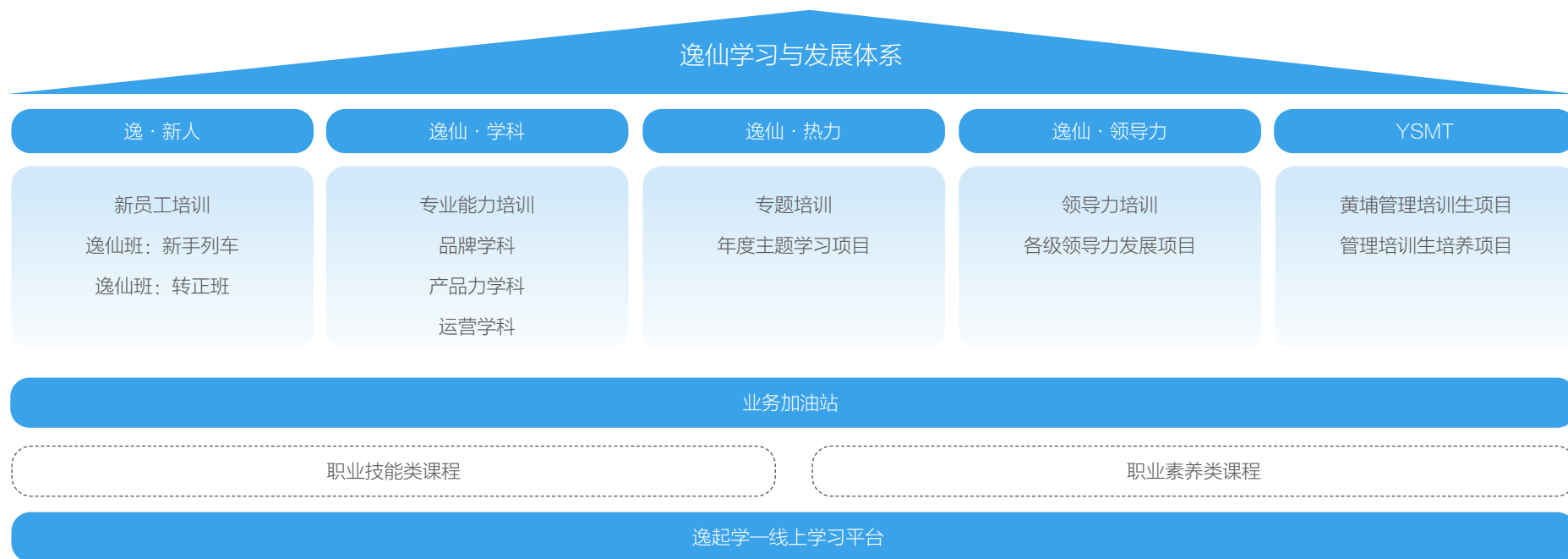
15.5%

# 关注人才成长

人才是企业发展的基石。逸仙电商注重员工的培养与发展，持续完善人才培养体系，为员工设置多元职业发展通道和平等晋升机制，保障人才梯队建设。

## 员工培训

我们重视员工技能及能力的培养，针对各阶段在岗员工的能力及未来人才储备，构建并不断完善“逸仙学习与发展体系”，提升培养的专业性和细节度。





全体员工受训总时长  
**14,012** 小时



逸·新人计划开展 29 期，  
覆盖员工  
**2,398** 人次



逸仙·学科计划开展 36 期，  
覆盖员工  
**2,401** 人次



逸仙·领导力计划开展 17 期，  
覆盖员工  
**290** 人次



YSMT 计划开展 16 期，  
覆盖员工  
**227** 人次



业务加油站计划开展 27 期，  
覆盖员工  
**1,280** 人次

### 案例：开展校企合作培训，提前储备优秀人才

双十一期间，客服部与广州华商学院开展专项合作项目，派驻内部员工至学校，为在校学生提供短期实习机会，让学生体验双十一客服接待的工作实践，在提升学生技能、为学生提供职场体验的同时，宣传公司品牌，并提前发现优秀人才作为储备。

### 案例：打磨“逸仙学习与发展体系”，助力员工能力发展

2022 年，我们优化完善“逸仙学习与发展体系”，根据员工反馈及公司发展需求，重点建设专业培训及领导力项目，优化各类项目。

#### 提升专业培训占比

将专业课在培训体系中的占比提升至 39.2%（2021 年为 16.4%），并发掘 50+ 位业务内训师，沉淀优秀经验。

#### 着力建设领导力项目

增开多场核心管理层培训，邀请外部组织建设专家、领导力专家授课，提升核心管理团队的领导力；各业务单元根据自身工作需求，与人力资源部协同开发课程，提升培训的针对性。

#### 常态化项目优化

基于日常运营中发现的问题、员工的反馈及需求等，优化项目细节，为员工提供更完善实用的项目内容。

## 晋升发展

我们坚持为员工提供平等的职业发展机会，构建公开透明的晋升机制，为不同类型的员工提供晋升通道，激励员工快速成长。

### 公平的晋升机制

#### 定期绩效考核

我们开展月度、季度、年度绩效评估，向员工提供评估结果反馈和沟通，并对员工进一步提升提供辅导和支持；

#### 综合晋升评估

我们定期开展人才盘点，收集员工的全面评估结果，对员工个人能力、潜力、价值观及领导力进行考察，了解员工综合实力及发展潜力，为能力强、发展潜力高的员工提供快速职业发展机会。

### 多元的发展通道

员工职级覆盖 PO-PS

一线员工

职能 / 业务领导层

管理层

## 保障健康安全

逸仙电商严格遵守《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，为员工提供健康与安全保障。我们建立安全管理部门与安全监督机构，对公司的安全运营进行日常监管。根据不同工种的需要，我们为员工提供安全工具及设备，并不定期组织安全检查与消防演练活动，为员工提供安全可靠的工作环境。

同时，我们关注员工健康状况，致力提升员工身心健康水平。我们与外部机构合作建设内部医务诊所，为员工提供及时、专业的免费医疗服务。同时，我们还自建健身中心，租赁乒乓球室、篮球场、足球场等运动场所，开放给全体员工使用，并定期开展运动会和体育团建活动，倡导员工积极参与体育锻炼。我们亦为员工提供多样化的心理健康培训，包含情绪管理、解压充电、发展潜能等多个主题，在双十一等关键工作阶段成为员工的心理能量来源。



2022 年，共开展  
**4** 次心理健康培训



培训总时长  
**7** 小时



参与员工  
**143** 名

## 关爱员工生活

逸仙电商重视员工关怀，为员工提供有竞争力的薪酬福利，畅通沟通渠道，并组织开展多样化的员工活动，提升员工归属感、幸福感和参与感。

### 薪酬福利

我们制定了《薪酬管理手册》及《绩效考核指引》等内部薪酬相关制度，规范员工薪酬及福利的构成和管理。我们已经建立完善的薪酬体系，包括基本工资、岗位津贴及年终奖金等组成部分，定期参考市场薪资水平对员工薪酬进行合理调整，并承诺保证同工同酬，切实保证员工的薪资反映其工作投入价值，维持薪资水平的市场竞争力。对于优秀员工，我们根据绩效评估结果，给予奖金激励并予以表彰。对于部分骨干员工，公司授予其期权奖励，以短期及长期激励相结合的方式，为员工提供薪资竞争力的同时为公司积累优秀人才。

我们亦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，我们为员工提供生日及节日礼品、员工餐饮、员工班车、内购优惠等福利，提升员工满意度。

### 员工沟通

我们积极聆听员工的意见和建议，通过 Townhall Meeting、团建活动、工会组织、员工申诉等方式，加强与员工的沟通与互动。

#### Townhall Meeting

公司管理层向全体员工解读公司上阶段成绩及下阶段计划，让员工深入了解、参与公司发展战略进程，提升员工参与感和大局观



公司提供经费支持各团队间、团队内的建设交流活动，促进员工间交流和默契程度，从而促进工作合作效率的提升

#### 团建活动

#### 工会组织

我们依法成立工会组织，作为员工沟通和申诉的重要渠道，并选出员工代表与公司沟通员工需求，切实保障员工权益



针对违规违纪事件或其他可能有违员工权益的事件，我们为员工提供专用申诉邮箱，积极解决员工投诉的同时保护员工个人隐私

#### 员工申诉

## 员工活动

我们组织各类员工活动，真心关怀员工的工作体验，真诚感谢员工的辛勤付出。

我们在员工生日当月及重要节日发放专属礼盒，提供美味健康的工作餐饮、下午茶及宵夜，提升员工的工作幸福感。我们组织多项员工游园活动及丰富的文娱活动，充实员工的业余生活。我们关照女性员工，在公司内部设置哺乳室，装修期间设置孕妇专区，发放妇女节礼品，认可女性员工的贡献。

### 案例：举办六周年音乐会，与员工“逸”起快乐

2022年8月，公司成立六周年之际，我们举办主题为“共赴下一个星辰”的音乐会，与员工共同庆祝、分享喜悦，表达对员工一路付出和陪伴的感激。我们邀请舞队、乐队到现场表演，并邀请具备才艺的员工登台演出，共享音乐的灵感跃动。活动现场亦设置签到留影墙、品牌打卡点和互动游戏点，并为每位到场员工提供包含定制伴手礼，共同定格浪漫记忆。



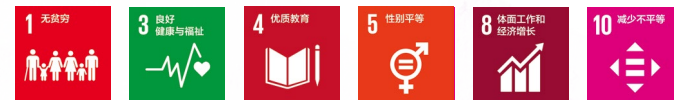
六周年音乐会现场



## 美丽之光

逸仙电商一直坚持商业向善，充分发挥自身资源优势与社会影响力，积极回馈社会。我们围绕女性赋能、自然生态、儿童关怀、乡村振兴等领域，积极开展各类社会公益活动，在创造美的同时，不断地传播美，散发美丽之光照亮社会。

### 本章节回应的 SDGs 目标



### 本章节包含的 ESG 议题

社会公益

# 让更多人享受美

美是源于爱的动人表达，是围绕个性的鲜活展现，是人与生俱来的朴素追求。逸仙电商致力于让更多人享受美，践行负责的商业行为，肩负企业担当与社会责任，为消费者及社会创造更多价值。我们在探索美的全新旅程中，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，以发现女性之美、守护自然之美、传递善意之美为方向，努力让更多人能够享受美。作为一家具有社会责任感的新锐美妆集团，逸仙电商在发现、守护、创造美丽的道路上从未停歇，我们积极参与公益事业，持续向社会传递善意与温暖，满足更多对美的期待，助力实现人们对美好生活的向往。



## 逸仙电商企业社会责任战略

用科技、专业的力量，持续发现美、守护美、创造美



针对已开展的公益项目，我们设置并持续追踪关键绩效指标，用于衡量公益项目的社会效益或环境效益。依据公益项目直接覆盖的受益人群、间接影响群体、传播曝光量、社会评价（如政府及媒体部门奖项、公众好评度）等多个维度，设置持续追踪的关键绩效指标，并围绕这些目标展开行动。在项目关键节点及项目完成后，定期进行阶段性的影响力评估复盘，并以此为指导，优化下一阶段的公益项目设计及落地。

## 助力联合国可持续发展目标达成

1 无贫穷	2 零饥饿	3 良好健康与福祉
4 优质教育	5 性别平等	6 清洁饮水和卫生设施
7 经济适用的清洁能源	8 体面工作和经济增长	9 产业、创新和基础设施
10 减少不平等	12 负责任消费和生产	13 气候行动
14 水下生物	16 和平、正义与强大机构	17 促进目标实现的伙伴关系

## 发现女性之美

逸仙电商关注女性福祉，以关爱女性为初衷，结合国家政策方向，予女性更多包容与关爱。自 2016 年成立以来，逸仙电商从未停下传播爱和公益的脚步，在为用户创造探索美的旅程上，逸仙电商一直不遗余力地推进各项女性公益事业，致力于以专业的产品及服务，助力女性发现美、守护美、创造美，让女性力量得以更好地绽放。我们以善意的目光发现女性之美，开展多项女性赋能公益项目，覆盖女性美妆技能培训、创就业扶持、美学教育等公益活动，以“授人以渔”的方式帮助女性实现自我发展，重塑美丽与自信。

逸仙电商以“助力女性发现美、创造美”为目标，携手中国妇女发展基金会，共同开展“创美人生”美妆公益培训项目



3 年共计投入  
**200** 万元

### 案例：关爱女性乳腺健康

2022 年是粉红丝带运动诞生 30 周年，逸仙电商旗下品牌法国科兰黎推出全新粉红十月限定版“Aqua Infini Treatment Lotion”，呼吁公众共同关爱女性乳腺健康，传递乳腺癌预防与检查的重要性，并将限定版销售额的 10% 捐赠给国际抗击乳腺癌协会 Ruban Rose，用于支持帮助女性治疗和治愈乳腺癌研究项目。

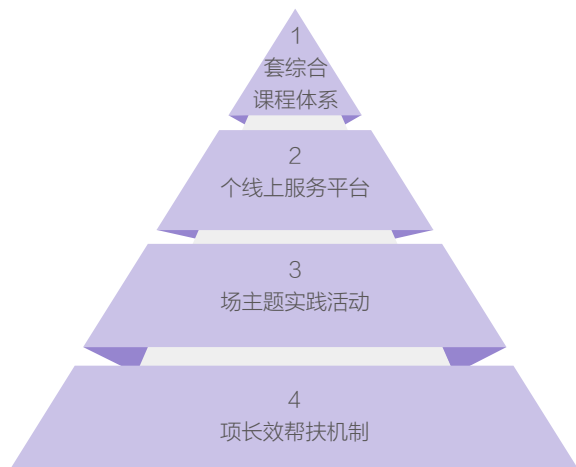


### “创美人生”项目：

该项目录取 18 至 48 周岁来自相对困难或困境家庭女性，通过“授人以渔”的方式，帮助低收入、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。培训期间学费、食宿费、彩妆用品用具费及考证报名费均由逸仙电商提供赞助。该项目已在四川、广东两省内开展，有大量学员投身美妆行业，成为化妆师、培训老师、化妆工作室创始人等，让相对弱势的女性群体通过专业职业培

训提升自身技能水平，推动美妆行业实现更充分就业。

“创美人生”美妆公益培训项目构建了“1234”美妆公益培训体系，携手四川省妇女干部学校、广东省妇女儿童活动中心及专业美妆学校的教师团队，通过美妆技能学习、素质提升学习、参观实践、行业交流、导师帮扶等多项举措，为参训学员进行全方位培训和指导。



“1234” 美妆公益培训体系

案例：“创美人生”第三期圆满落地

2022年6月25日，由逸仙电商联合中国妇女发展基金会共同发起的“创美人生”美妆公益培训第三期活动在成都顺利闭幕，37位来自五湖四海的学员进行了10天的针对性美妆专业技能培训。培训班特地开设直播技能培训课程，从直播的发展历程、IP塑造及人设打造、主播的专业成长、主播的自我表现以及直播的执行共五个方面进行讲解，将美妆与直播相结合，为学员拓展技能领域，提高创就业职业技能，释放女性创造美的价值。



“创美人生”美妆公益培训班三期结业典礼

案例：美妆公益培训护士节专场

逸仙电商曾多次为医护、女警等女性群体提供彩妆公益培训课程，帮助超150名女性学习关于美的知识，在工作、生活等场景中更加自信。2022年“520企业社会责任日”前夕，由逸仙电商发起的“创美人生”美妆公益培训走进广州市第一人民医院，通过开展美妆公益课堂，分享讲解正确的护肤步骤以及各种彩妆技巧，以时尚和美丽的方式致敬在“战疫”中无私奉献的白衣天使，陪伴她们度过一个特别的护士节。



护士节专场致敬女性医护人员



“创美人生”美妆公益培训项目学员满意度

100%



“创美人生”美妆公益培训项目成都站前三期学员创业就业率

88.5%

## 守护自然之美

逸仙电商始终将环境保护视为企业责任所在，通过科技研发等手段将生态环保理念融入产品设计中，推动自身绿色转型，为国家“双碳”目标达成和美丽中国建设贡献力量。除此之外，我们组织丰富多样的环保公益活动，促进消费者环保意识的提升与行为改变，致力与消费者共创环保、健康的消费生活理念，倡导人与自然共生的生活方式。

### 关注动物保护

逸仙电商重视动物保护，旗下品牌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，并捐资支持相关动物保护公益计划，呼吁人们关注濒危动物，守护自然生灵。逸仙电商组织开展流浪猫狗关爱救助的各类社会公益活动，倡导更多人关注流浪动物保护，用爱善待动物。

#### 案例：流浪动物喂饱计划

逸仙电商旗下品牌 Pink Bear 皮可熊携手骆王宇，共同助力它基金的“流浪动物喂饱计划”公益行动，自2022年2月启动后共捐助12,468斤猫粮狗粮，为武汉、重庆、长沙、兰州、绍兴等多个城市的流浪动物送去“救命口粮”，并呼吁更多人关注流浪动物，给这些弱小的生命以庇护，一起传递爱与温情。

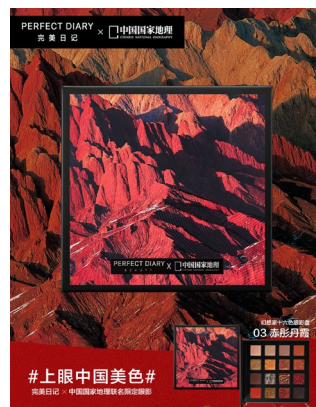


### 留住山河美色

逸仙电商不断探寻自然之美的无限可能和实现方式，在打造出色产品的同时，万物灵感构思美妆创意，为彩妆注入强大生命力与文化底蕴。逸仙电商保护并传承自然文化遗产，将传统文化与现代审美相结合，诠释崭新的中国美，唤醒消费者对我国自然文化的了解和热爱。

#### 案例：完美日记 × 《中国国家地理》

完美日记携手《中国国家地理》，从中国山河美色中汲取灵感，将自然景观的配色方案和彩妆流行色彩相结合，推出富含中国美学特色的四大主题眼影盘“粉黛高原”“赤彤丹霞”“碧蓝湖泊”“焕彩梯田”。整盘眼影包含16种以中国传统颜色与地理名称命名的眼影格，眼影质地复刻地貌纹理，展现独特的中国之美。2022年9月3日，逸仙电商旗下完美日记 × 《中国国家地理》联名限定眼影，荣获2021十大年度国家IP评选跨界联名赛道大奖。



完美日记 × 《中国国家地理》  
联名限定眼影

## 传递善意之美

逸仙电商在创造美、发现美、守护美的同时不忘传递美，我们不断拓展公益实践的深度和广度，在儿童关怀、乡村振兴、抗击疫情、公益助残、教育科研等社会公益领域积极贡献，肩负社会使命感，坚持回馈社会，将善意之美传播向更远的地方。

### 儿童关怀

少年儿童的健康成长，关系国家和民族的未来。逸仙电商坚持守护儿童的希望与梦想，携手政府部门、公益组织、专业机构等，为困境儿童提供多种形式的支持与关爱。

#### 案例：关爱乡镇留守儿童

2022年4月，逸仙电商携手心和塾公益基金会、暖流计划志愿者、龙胜镇团县委等，为8所乡镇学校学生送去8,000个笔袋，为缺少文具的乡镇留守儿童提供物资帮扶。逸仙电商用自身行动实践企业社会责任与担当，共同照亮孩子的未来。



为乡镇学校送去笔袋

#### 案例：“小家公益”捐赠活动

2022年11月，逸仙电商携手旗下护肤品牌完子心选，向本土公益组织“广州市小家公益服务中心”的广州小家项目发起公益捐赠，为广州小家的数十位重症孩子及其家庭送去了急需的生活物资、防疫产品、玩具书本等。



小家项目公益捐赠

### 乡村振兴

作为一家有社会责任感的美妆集团，逸仙电商积极配合国家乡村振兴战略，开展各项捐赠帮扶活动，助力建设美丽乡村。未来，我们将延续爱与温暖的传递，积极整合集团内部资源，同时结合党建活动，联动党员志愿者、公司员工等共同参与，为乡村振兴贡献绵薄之力。

2022年1月18日，逸仙电商捐赠**10**万元，助力海珠区内慈善事业以及贵州省的乡村振兴事业；



荣获海珠区工商联颁发  
“积极参与光彩事业贡献奖”



## 抗击疫情

面对疫情，逸仙电商在做好自身防控工作的同时，积极主动履行社会责任，配合政府防疫要求，切实发扬模范带头作用，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人力、物资支援，共同抗击疫情。

### 案例：助力乡镇信息化建设

2022年9月，逸仙电商将一批电脑主机和显示器及5台投影仪设备，捐赠给韶关市仁化县周田镇人民政府，以更好地助力乡镇信息化建设。同年12月，逸仙电商响应广东省教育基金会号召，向清远市连南瑶族自治县三排镇牛头岭小学捐赠30组电脑。逸仙电商积极参与到捐赠学校的帮扶中，持续助力山区学校爱心电脑室建设，为广东省乡村振兴贡献绵薄之力。



绿色爱心电脑教室

### 案例：支援疫情防控

2022年11月，逸仙电商作为总部扎根广州的企业，积极响应广州市海珠区委、区政府的号召，第一时间动员公司员工驰援抗疫工作。数十名逸仙志愿者先后奔赴社区进行支援，用行动诠释逸仙人的责任与担当。此外，逸仙电商还向广州市海珠区慈善会捐款30万元，向海珠区公安分局捐赠1,200套防护服，支援海珠区疫情防控工作。



捐赠物资

## 教育科研

逸仙电商对国家高等教育与科研事业高度重视，助力高校科研事业与人才培养的健康快速发展。我们向中山大学教育发展基金会分3年捐赠1,000万元，在广州设立“中山大学-逸仙电商科研发展基金”，支持中山大学在海洋学科、中国式现代化研究等领域的工作。



与中山大学合作



## 公益助残

逸仙电商旗下品牌完美日记坚持“美不设限”这一品牌理念，关注残障人士群体。随着互联网和数字经济的发展，许多就业新形态的出现为残疾人追逐梦想提供了更多机遇和可能，也成为推动残疾人就业工作的重要发力点。逸仙电商发挥自身企业优势，开展残疾人就业帮扶活动，促进残障人士就业，保障残障人士权益，与他们共享生活的温暖与芬芳。

### 案例：“萤火虫”助残直播活动

在2022年12月第31个“国际残疾人日”来临之际，逸仙电商旗下品牌完美日记参与“萤火虫”爱心公益直播平台举办的扶残项目，发起助残直播活动。此次活动与完美日记“美不设限”的品牌理念相契合，通过直播活动，残障主播凭借自己辛勤的劳动实现更体面的就业。



直播活动海报

# 附录

## ESG 关键绩效列表

环境绩效				
类别	指标	单位	2021 年	2022 年
温室气体排放	温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	2,963.38	7,717.91
	注：因 2022 年外购电力统计范围较 2021 年新增完美日记、完子心选品牌中国境内直营线下门店，温室气体排放总量相应上升。			
	温室气体排放密度	吨二氧化碳当量 / 万元营收（人民币）	0.0051	0.0208
	范畴一温室气体排放总量 <sup>9</sup>	吨二氧化碳当量	21.36	183.87
	注：2022 年范畴一温室气体排放统计范围进一步完善，较 2021 年新增柴油使用温室气体排放量。			
能源使用	范畴二温室气体排放总量 <sup>10</sup>	吨二氧化碳当量	2,942.02	7,534.04
	外购电力总量 <sup>11</sup>	千瓦时	5,063,710	13,210,665
	注：2022 年外购电力统计范围进一步完善，较 2021 年新增完美日记、完子心选品牌中国境内直营线下门店。			
	汽油消耗总量	吨	7.02	3.58
水资源使用	柴油消耗总量	吨	/	55.00
	运营耗水总量	吨	28,977.60	32,429.76
有害废弃物	运营耗水密度	吨 / 万元营收（人民币）	0.0496	0.0875
	有害废弃物总量 <sup>12</sup>	吨	1.03	0.31
无害废弃物	无害废弃物总量 <sup>13</sup>	吨	43.91	13.47

<sup>9</sup> 范畴一温室气体排放总量：煤炭、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>10</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（2022 年修订版）》。

<sup>11</sup> 2022 年在计算温室气体排放量时，依照生态环境部发布的《企业温室气体排放核算方法与报告指南 发电设施（2022 年修订版）》，电力排放因子由 0.5810 调整为 0.5703。

<sup>12</sup> 有害废弃物总量：包括废弃硒鼓与墨盒，统计范围包括完美日记品牌中国境内直营线下门店、完子心选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>13</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、完美日记品牌中国境内直营线下门店、完子心选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>14</sup> 包装材料使用量—纸类：统计范围为 7 家生产制造的 OEM/ODM 工厂、自营仓库、完美日记品牌中国境内直营线下门店、完子心选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。

环境绩效					
类别	指标	单位	2021年	2022年	
包装材料使用	包装材料使用总量	吨	46,536.94	13,446.26	
	包装材料使用强度	吨/万元营收(人民币)	0.08	0.04	
	包装材料使用量 - 纸类 <sup>14</sup>	吨	18,085.80	10,657.50	
	注: 2022年我们持续减少产品包装使用量, 推动产品减重化、减量化, 叠加2022年订单量减少因素, 2022年包装材料纸类用量较2021年有所下降。				
	包装材料使用量 - FSC 认证纸类 <sup>15</sup>	吨	88.40	23.00	
	包装材料使用量 - 塑料类 <sup>16</sup>	吨	26,809.63	2,327.54	
	注: 2022年我们使用可降解材料替代塑料, 推动产品减塑化, 叠加2022年订单量减少因素, 2022年包装材料塑料类用量较2021年有所下降。				
	包装材料使用量 - 金属类	吨	768.80	263.42	
	包装材料使用量 - 木材	吨	350.00	0	
	包装材料使用量 - 玻璃	吨	95.97	46.30	
包装材料使用量 - PU 皮革	吨	336.35	127.00		
包装材料使用量 - 布类 <sup>17</sup>	吨	2.00	1.50		

<sup>15</sup> 包装材料使用量(除纸类和塑料类): 统计范围仅为7家生产制造的OEM/ODM工厂。

<sup>16</sup> 包装材料使用量—塑料类: 统计范围包括7家生产制造的OEM/ODM工厂、自营仓库。

<sup>17</sup> 包装材料使用量—布类: 统计范围为6家生产制造的OEM/ODM工厂。

<sup>18</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>19</sup> 核心供应商: 累积占公司2022年采购总金额70%的供应商。

社会绩效				
类别	指标	单位	2021年	2022年
研发情况 <sup>18</sup>	研发投入	亿元人民币	约1.4	约1.3
	累计获得国内外知识产权	项	2,936	4,052
员工构成	员工总人数(含海外员工)	人	3,497	1,837
	中国境内员工人数	人	3,444	1,772
	中国境内男性员工人数	人	737	381
	中国境内女性员工人数	人	2,707	1,391
	中国境内在职29岁及以下员工数	人	2,711	1,250
	中国境内在职30-49岁员工数	人	728	515
员工权益	中国境内在职50岁或以上员工数	人	5	7
	劳动合同签订率	%	100	100
员工培训	员工持股人数占比	%	11.9	15.5
	员工受训总时长	小时	33,068	14,012
	男性员工受训总时长	小时	6,614	2,802
	女性员工受训总时长	小时	26,454	11,210
	管理层员工受训总时长	小时	28,944	1,618
	基层员工受训总时长	小时	4,124	12,394
职业健康安全	接受商业道德培训的全职员工比率	%	100	100
	因工伤损失总日数	天	125	84
供应商数量	因工作关系死亡人数	人次	0	0
	中国境内直接供应商数目	家	141	151
公益投入	中国境内核心供应商数量 <sup>19</sup>	家	7	7
	公益慈善捐款总金额	万元人民币	340	474

## GRI 指标索引

使用说明	逸仙控股有限公司于 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日参照 GRI 标准报告了此份 GRI 内容索引中引用的信息
使用 GRI 1	GRI 1: 基础 2021

指标	指标说明	所在报告位置
GRI 2: 一般披露 2021	2- 1 组织详细情况	关于我们
	2- 3 报告期、报告频率和联系人	关于本报告
	2- 6 活动、价值链和其他业务关系	关于我们 美丽之品
	2- 7 员工	美丽之伴 附录 - ESG 关键 绩效列表
	2- 9 管治架构和组成	美丽之治
	2- 10 最高管治机构的提名和遴选	美丽之治
	2- 25 补救负面影响的程序	美丽之治 美丽之品 美丽之伴
	2- 26 寻求建议和提出关切的机制	美丽之治
2- 29 利益相关方参与的方法	美丽之治	

指标	指标说明	所在报告位置
GRI 3: 实质性议题 2021	3- 1 确定实质性议题的过程	美丽之治
	3- 2 实质性议题清单	美丽之治
	3- 3 实质性议题的管理	美丽之治 美丽之品 美丽之境 美丽之伴 美丽之光
GRI 201: 经济绩效 2016	201- 1 直接产生和分配的经济价值	我们的 2022
	201- 2 气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇	美丽之境
	201- 3 固定福利计划义务和其他退休计划	美丽之伴
GRI 203: 间接经济影响 2016	203- 1 基础设施投资和支持性服务	美丽之光
GRI 204: 实践采购 2016	204- 1 向当地供应商采购的支出比例	附录 - ESG 关键 绩效列表

指标	指标说明	所在报告位置
GRI 205: 反腐败 2016	205- 1 已进行腐败风险评估的运营点	美丽之治
	205- 2 反腐败政策和程序的传达及培训	美丽之治
GRI 301: 物料 2016	301- 1 所用物料的重量或体积	美丽之境
GRI 302: 能源 2016	302- 1 组织内部的能源消耗量	美丽之境 附录 - ESG 关键 绩效列表
	302- 3 能源强度	附录 - ESG 关键 绩效列表
GRI 303: 水资源和污水 2018	303- 5 耗水	附录 - ESG 关键 绩效列表
GRI 305: 排放 2016	305- 1 直接 (范围 1) 温室气体排放	附录 - ESG 关键 绩效列表
	305- 2 能源间接 (范围 2) 温室气体排放	附录 - ESG 关键 绩效列表
	305- 4 温室气体排放强度	附录 - ESG 关键 绩效列表
GRI 306: 废弃物 2020	306- 1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响	美丽之境
	306- 2 废弃物相关重大影响的管理	美丽之境
	306- 3 产生的废弃物	附录 -ESG 关键 绩效列表

指标	指标说明	所在报告位置
GRI 308: 供应商环境评 估 2016	308- 2 供应链的负面环境影响以及采取的行动	美丽之品
GRI 401: 雇佣 2016	401- 2 提供给全职员工 (不包括临时或兼职员工) 的福利	美丽之伴
GRI 403: 职业健康与安全 2018	403- 1 职业健康安全管理体系	美丽之伴
	403- 5 工作者职业健康安全培训	美丽之伴
	403- 6 促进工作者健康	美丽之伴
	403- 9 工伤	附录 -ESG 关键 绩效列表
GRI 404: 培训与教育 2016	403- 10 工作相关的健康问题	附录 -ESG 关键 绩效列表
	404- 1 每名员工每年接受培训的平均小时数	美丽之伴
GRI 405: 多元化与平等 机会 2016	405- 1 管治机构与员工的多元化	美丽之伴 附录 -ESG 关键 绩效列表
GRI 413: 当地社区 2016	413- 1 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	美丽之光
GRI 418: 客户隐私 2016	418- 1 涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉	美丽之品

## 产品成分表（部分）

### 完美日记柔润精萃妆前面霜成分表

产品名称	成分
完美日记柔润精萃妆前面霜	[“水”，“角鲨烷”，“异十二烷”，“丁二醇”，“硅石”，“鲸蜡硬脂醇”，“1,2- 戊二醇”，“1,3- 丙二醇”，“乙烯基聚二甲基硅氧烷 / 聚甲基硅氧烷倍半硅氧烷交联聚合物”，“甘油”，“辛酸 / 癸酸甘油三酯”，“HDI/ 三羟甲基己基内酯交联聚合物”，“三（鲸蜡硬脂醇聚醚-4）磷酸酯”，“乙二醇硬脂酸酯”，“1,2- 己二醇”，“甘油硬脂酸酯”，“PEG-100 硬脂酸酯”，“PEG-2 硬脂酸酯”，“泛醇”，“丙烯酸（酯）类 / C10-30 烷醇丙烯酸酯交联聚合物”，“聚二甲基硅氧烷 / 乙烯基聚二甲基硅氧烷交联聚合物”，“氨丁三醇”，“对羟基苯乙酮”，“双 - 二甘油多酰基己二酸酯 -2”，“牛油果树（BUTYROSPERMUM PARKII）果脂”，“甘油辛酸酯”，“葡萄柚（CITRUS PARADISI）果提取物”，“密罗木（MYROTHAMNUS FLABELLIFOLIA）叶 / 茎提取物”，“葡萄（VITIS VINIFERA）花细胞提取物”，“鳢肠（ECLIPTA PROSTRATA）提取物”，“印度楝（MELIA AZADIRACHTA）叶提取物”，“印度楝（MELIA AZADIRACHTA）花提取物”，“圣罗勒（OCIMUM SANCTUM）叶提取物”，“姜黄（CURCUMA LONGA）根提取物”，“珊瑚藻（CORALLINA OFFICINALIS）提取物”，“辣木（MORINGA OLEIFERA）籽油”，“硬脂酰谷氨酸二钠”，“乙基己基甘油”，“生育酚（维生素 E）”，“磷酸氢二钠”，“磷酸二氢钠”，“辛甘醇”，“乙酰基六肽 -8”]

### EVE LOM 产品成分表

产品名称	成分
EVE LOM 经典洁颜霜	[“水”，“甘油聚醚-26”，“甘油”，“木糖醇基葡萄糖苷”，“聚山梨醇酯-20”，“聚丙烯酸酯交联聚合物-6”，“苯氧乙醇”，“脱水木糖醇”，“刺云实（CAESALPINIA SPINOSA）果提取物”，“柠檬酸钠”，“1,2- 戊二醇”，“卵磷脂”，“柠檬酸”，“稷（PANICUM MILIACEUM）籽提取物”，“木糖醇”，“水解透明质酸”，“长心卡帕藻（KAPPAPHYCUS ALVAREZII）提取物”，“视黄醇”，“乙醇”，“乳酸”，“乳酸杆菌发酵产物”，“燕麦（AVENA SATIVA）仁提取物”，“辛甘醇”，“癸二醇”，“苯甲酸钠”，“磷酸钾”，“鞣酸”，“绿原酸”，“生物类黄酮”，“葡萄糖”，“突厥蔷薇（ROSA DAMASCENA）花油”，“山梨酸钾”，“丁羟甲苯”，“水解栀子（GARDENIA FLORIDA）提取物”，“麦芽糊精”，“丁羟茴醚”，“生育酚（维生素 E）”，“抗坏血酸棕榈酸酯”]
EVE LOM 轻盈洁颜凝霜	[“牛油果树（BUTYROSPERMUM PARKII）果脂”，“双 - 二甘油多酰基己二酸酯 -2”，“棕榈酸异丙酯”，“葡萄（VITIS VINIFERA）籽油”，“异硬脂酸异丙酯”，“氯化植物油*”，“水”，“椰油基葡萄糖苷”，“甘油油酸酯”，“鲸蜡硬脂醇聚醚-20”，“C12-13 链烷醇聚醚-3”，“卵磷脂”，“硅石”，“甘油”，“刺阿干树（ARGANIA SPINOSA）仁油”，“聚甘油-4 癸酸酯”，“柠檬酸”，“聚甘油-2 二聚羟基硬脂酸酯”，“苯氧乙醇”，“牛油果树（BUTYROSPERMUM PARKII）果脂提取物”，“甘油松脂酸酯”，“丁香（EUGENIA CARYOPHYLLUS）叶油”，“蓝桉（EUCALYPTUS GLOBULUS）叶油”，“母菊（CHAMOMILLA RECUTITA）花油”，“啤酒花（HUMULUS LUPULUS）球果油”，“麦芽糊精”，“废麦芽芽蜡”，“油橄榄（OLEA EUROPAEA）油不皂化物”，“生育酚（维生素 E）”，“氯化棕榈油甘油酯类柠檬酸酯”，“脂肪酶”，“蛋白酶”]

产品名称	成分
EVE LOM 焕采 洁面油胶囊	[“辛酸 / 癸酸甘油三酯”，“葡萄 (VITIS VINIFERA) 籽油”，“异硬脂酸异丙酯”，“三异硬脂精”，“肉豆蔻酸异丙酯”，“月桂醇聚醚-7 柠檬酸酯”，“深海两节芥 (CRAMBE ABYSSINICA) 籽油”，“亚麻芥 (CAMELINA SATIVA) 籽油”，“C12-13 链烷醇聚醚-3”，“聚甘油-4 油酸酯”，“丁香 (EUGENIA CARYOPHYLLUS) 叶油”，“蓝桉 (EUCALYPTUS GLOBULUS) 叶油”，“啤酒花 (HUMULUS LUPULUS) 球果油”，“母菊 (CHAMOMILLA RECUTITA) 花油”，“厚朴 (MAGNOLIA OFFICINALIS) 树皮提取物”，“生育酚 (维生素 E)”]
EVE LOM 盈润 焕颜洁面膏	[“水”，“椰油酰羟乙磺酸酯钠”，“椰油基甜菜碱”，“巴巴苏 (ORBIGNYA OLEIFERA) 籽油”，“甘油”，“赤藓醇”，“月桂醇磺基琥珀酸酯二钠”，“鲸蜡硬脂醇”，“羟丙基淀粉磷酸酯”，“硅酸铝镁”，“乳酸杆菌 / 西葫芦发酵产物提取物”，“甲基椰油酰基牛磺酸钠”，“苯氧乙醇”，“木糖醇基葡萄糖苷”，“脱水木糖醇”，“PCA 钠”，“木糖醇”，“尿囊素”，“乳酸”，“乙基己基甘油”，“薰衣草 (LAVANDULA ANGUSTIFOLIA) 油”，“小麦氨基酸类”，“透明质酸钠”，“乳酸杆菌发酵产物”，“谷氨酸二乙酸四钠”，“泛醇”，“柠檬 (CITRUS LIMON) 果皮油”，“芫荽 (CORIANDRUM SATIVUM) 籽油”，“辣薄荷 (MENTHA PIPERITA) 油”，“亚香茅 (CYMBOPOGON NARDUS) 油”，“苦橙 (CITRUS AURANTIUM AMARA) 果皮油”，“辣薄荷 (MENTHA PIPERITA) 叶提取物”，“香叶天竺葵 (PELARGONIUM GRAVEOLENS) 花油”，“羟脯氨酸”，“广藿香 (POGOSTEMON CABLIN) 油”，“山鸡椒 (LITSEA CUBEBA) 果油”，“乳香 (BOSWELLIA CARTERII) 油”，“白花春黄菊 (ANTHEMIS NOBILIS) 花油”，“柠檬酸”]
EVE LOM 全新 保湿冻膜	[“水”，“聚二甲基硅氧烷”，“甘油”，“异壬酸异壬酯”，“聚二甲基硅氧烷 / 烯基聚二甲基硅氧烷交联聚合物”，“聚丙烯酸酯交联聚合物-6”，“丙烯酸羟乙酯 / 丙烯酸二甲基牛磺酸钠共聚物”，“苯氧乙醇”，“三醋精”，“PCA 钠”，“1,3- 丙二醇”，“尿素”，“皱波角叉菜 (CHONDRUS CRISPUS) 提取物”，“乙基己基甘油”，“聚山梨醇酯-60”，“山梨坦异硬脂酸酯”，“海藻糖”，“卵磷脂”，“糙伏毛燕麦 (AVENA STRIGOSA) 籽提取物”，“明串球菌 / 萝卜 (RAPHANUS SATIVUS) 根发酵产物滤液”，“透明质酸钠”，“聚季铵盐-51”，“1,2- 己二醇”，“葡糖酸内酯”，“羟丙基双棕榈酰胺 MEA”，“苯甲酸钠”，“山梨酸钾”，“柠檬酸”]
EVE LOM 全新 柔肤润泽乳霜	[“水”，“氢化聚癸烯”，“白蜂蜡”，“微晶蜡”，“山梨坦倍半油酸酯”，“油酸癸酯”，“异硬脂醇新戊酸酯”，“苯氧乙醇”，“肉豆蔻酸异丙酯”，“甘油”，“丙烯酸 (酯) 类共聚物钠”，“硫酸镁”，“甲基葡萄糖倍半硬脂酸酯”，“辛酸 / 癸酸甘油三酯”，“二硬脂酸铝”，“油菜 (BRASSICA CAMPESTRIS) 籽油”，“突厥蔷薇 (ROSA DAMASCENA) 花油”，“乙基己基甘油”，“生育酚 (维生素 E)”，“金盏花 (CALENDULA OFFICINALIS) 花提取物”，“山金车 (ARNICA MONTANA) 花提取物”，“植酸钠”，“小米草 (EUPHRASIA OFFICINALIS) 提取物”，“氢化棕榈油甘油酯类柠檬酸酯”，“乙醇”]
EVE LOM 水润 亮泽保湿面霜	[“水”，“辛酸 / 癸酸甘油三酯”，“1,3- 丙二醇”，“C12-15 醇苯甲酸酯”，“甘油”，“C12-16 醇”，“聚二甲基硅氧烷”，“丙烯酸 (酯) 类交联聚合物钠-2”，“甘油硬脂酸酯 SE”，“木糖醇基葡萄糖苷”，“甜菜碱”，“苯氧乙醇”，“棕榈酸”，“脱水木糖醇”，“氢化卵磷脂”，“深海两节芥 (CRAMBE ABYSSINICA) 籽油”，“向日葵 (HELIANTHUS ANNUUS) 籽油”，“桃 (PRUNUS PERSICA) 花提取物”，“聚丙烯酸酯交联聚合物-6”，“欧夏至草 (MARRUBIUM VULGARE) 提取物”，“木糖醇”，“乙酰化透明质酸钠”，“乙基己基甘油”，“生育酚乙酸酯”，“柠檬酸”，“EDTA 二钠”，“迷迭香 (ROSMARINUS OFFICINALIS) 叶提取物”，“薰衣草 (LAVANDULA ANGUSTIFOLIA) 油”，“苯甲酸钠”，“野大豆 (GLYCINE SOJA) 油”，“芫荽 (CORIANDRUM SATIVUM) 籽油”，“柠檬 (CITRUS LIMON) 果皮油”，“亚香茅 (CYMBOPOGON NARDUS) 油”，“辣薄荷 (MENTHA PIPERITA) 油”，“苦橙 (CITRUS AURANTIUM AMARA) 果皮油”，“山鸡椒 (LITSEA CUBEBA) 果油”，“辣薄荷 (MENTHA PIPERITA) 叶提取物”，“广藿香 (POGOSTEMON CABLIN) 油”，“香叶天竺葵 (PELARGONIUM GRAVEOLENS) 花油”，“白花春黄菊 (ANTHEMIS NOBILIS) 花油”，“乳香 (BOSWELLIA CARTERII) 油”]

产品名称	成分
EVE LOM 水润亮泽保湿乳液	[“水”，“辛酸/癸酸甘油三酯”，“甘油”，“1,3- 丙二醇”，“C12-15 醇苯甲酸酯”，“C12-16 醇”，“聚二甲基硅氧烷”，“丙烯酸（酯）类交联聚合物钠-2”，“木糖醇基葡糖苷”，“甜菜碱”，“苯氧乙醇”，“脱水木糖醇”，“棕榈酸”，“氢化卵磷脂”，“桃（PRUNUS PERSICA）花提取物”，“欧夏至草（MARRUBIUM VULGARE）提取物”，“木糖醇”，“聚丙烯酸酯交联聚合物-6”，“乙酰化透明质酸钠”，“弗来歇氏柳叶菜（EPILOBIUM FLEISCHERI）提取物”，“乙基己基甘油”，“生育酚乙酸酯”，“柠檬酸”，“EDTA 二钠”，“薰衣草（LAVANDULA ANGUSTIFOLIA）油”，“苯甲酸钠”，“野大豆（GLYCINE SOJA）油”，“柠檬（CITRUS LIMON）果皮油”，“芫荽（CORIANDRUM SATIVUM）籽油”，“变性乙醇”，“法地榄仁（TERMINALIA FERDINANDIANA）果提取物”，“辣薄荷（MENTHA PIPERITA）油”，“亚香茅（CYMBOPOGON NARDUS）油”，“山梨酸钾”，“苦橙（CITRUS AURANTIUM AMARA）果皮油”，“辣薄荷（MENTHA PIPERITA）叶提取物”，“香叶天竺葵（PELARGONIUM GRAVEOLENS）花油”，“广藿香（POGOSTEMON CABLIN）油”，“山鸡椒（LITSEA CUBEBA）果油”，“乳香（BOSWELLIA CARTERII）油”，“白花春黄菊（ANTHEMIS NOBILIS）花油”]
EVE LOM 全新凝时光采晚霜	[“水”，“1,3- 丙二醇”，“月桂酸异戊酯”，“异壬酸异壬酯”，“牛油果树（BUTYROSPERMUM PARKII）果脂”，“甘油”，“鲸蜡硬脂醇”，“甘油山嵛酸酯”，“甜菜碱”，“三甲基戊二醇/己二酸共聚物”，“聚二甲基硅氧烷”，“植物甾醇/辛基十二醇月桂酰谷氨酸酯”，“苯氧乙醇”，“鲸蜡硬脂基葡糖苷”，“丙烯酸羟乙酯/丙烯酸二甲基牛磺酸钠共聚物”，“卵磷脂”，“1,2- 戊二醇”，“甘油硬脂酸酯 SE”，“角鲨烷”，“菊粉月桂基氨基甲酸酯”，“香柠檬（CITRUS AURANTIUM BERGAMIA）果油”，“水解透明质酸”，“尿囊素”，“小核菌（SCLEROTIUM ROLFSSII）胶”，“溶血卵磷脂”，“生育酚乙酸酯”，“黄原胶”，“生育酚（维生素 E）”，“透明质酸钠”，“EDTA 二钠”，“乙醇”，“视黄醇”，“聚山梨醇酯-20”，“聚山梨醇酯-60”，“麦芽短梗酶多糖”，“薰衣草（LAVANDULA ANGUSTIFOLIA）油”，“辛甘醇”，“库拉索芦荟（ALOE BARBADENSIS）叶汁”，“灰毛豆（TEPHROSIA PURPUREA）籽提取物”，“癸二醇”，“山梨坦硬脂酸酯”，“二肽二氨基丁酰苄基酰胺二乙酸盐”，“磷酸钾”，“硅石”，“氢氧化钠”，“丁羟甲苯”，“欧丹参（SALVIA SCLAREA）油”，“地中海柏木（CUPRESSUS SEMPERVIRENS）油”，“檀香（SANTALUM ALBUM）油”，“欧芹（CARUM PETROSELINUM）籽油”，“没药（COMMIPHORA MYRRHA）油”，“白花春黄菊（ANTHEMIS NOBILIS）花油”，“丁羟茴醚”，“抗坏血酸棕榈酸酯”]
EVE LOM 亮采洁净柔肤片	[“水”，“羟乙酸”，“聚山梨醇酯-20”，“木糖醇基葡糖苷”，“氢氧化钠”，“苯氧乙醇”，“脱水木糖醇”，“欧洲越桔（VACCINIUM MYRTILLUS）果提取物”，“乳糖酸”，“木糖醇”，“甘蔗（SACCHARUM OFFICINARUM）提取物”，“甘油”，“水杨酸”，“烟酰胺”，“乙基己基甘油”，“柠檬（CITRUS LIMON）果提取物”，“甜橙（CITRUS AURANTIUM DULCIS）果提取物”，“尿囊素”，“糖槭（ACER SACCHARUM）提取物”，“生物糖 胶-1”，“药蜀葵（ALTHAEA OFFICINALIS）根提取物”，“苯甲酸钠”，“山梨酸钾”]
EVE LOM 亮采洁净嫩肤水	[“水”，“香柠檬（CITRUS AURANTIUM BERGAMIA）果提取物”，“甘油”，“甜菜碱”，“聚山梨醇酯-20”，“苯氧乙醇”，“北美金缕梅（HAMAMELIS VIRGINIANA）水”，“尿囊素”，“乙基己基甘油”，“库拉索芦荟（ALOE BARBADENSIS）叶汁”，“乙醇”，“弗来歇氏柳叶菜（EPILOBIUM FLEISCHERI）提取物”，“兵豆（LENS ESCULENTA）籽提取物”，“EDTA 二钠”，“柠檬酸”，“山梨酸钾”，“氢氧化钠”，“生物类黄酮”，“葡萄糖”，“绿原酸”，“积雪草（CENTELLA ASIATICA）提取物”，“苯甲酸钠”]
EVE LOM 净肤遮瑕膏	[“水”，“氧化锌”，“变性乙醇”，“鲸蜡硬脂醇”，“硅酸铝镁”，“碳酸锌”，“C12-15 醇苯甲酸酯”，“氢化聚癸烯”，“4- 萘品醇”，“鲸蜡硬脂基葡糖苷”，“苯氧乙醇”，“香精”，“甘油”，“水杨酸”，“乙基己基甘油”，“CI 77491”，“欧耆草（ACHILLEA MILLEFOLIUM）提取物”，“母菊（CHAMOMILLA RECUTITA）花提取物”，“茴香（FOENICULUM VULGARE）籽提取物”]

产品名称	成分
EVE LOM 凝时光采赋活精华露	[ “水”，“甘油聚醚-26”，“甘油”，“1,3- 丙二醇”，“烟酰胺”，“木糖醇葡萄糖苷”，“聚山梨醇酯-20”，“甜菜碱”，“脱水木糖醇”，“苯氧乙醇”，“木糖醇”，“苯甲酸钠”，“山梨酸钾”，“卵磷脂”，“1,2- 戊二醇”，“柠檬酸”，“癸基葡萄糖苷”，“谷氨酰胺”，“苯乙醇”，“盐生杜氏藻 (DUNALIELLA SALINA) 提取物”，“生物糖 胶-1”，“EDTA 二钠”，“灰毛豆 (TEPHROSIA PURPUREA) 籽提取物”，“香柠檬 (CITRUS AURANTIUM BERGAMIA) 果油”，“乙醇”，“视黄醇”，“薰衣草 (LAVANDULA ANGUSTIFOLIA) 油”，“二肽二氨基丁酰苄基酰胺二乙酸盐”，“绞股蓝 (GYNOSTEMMA PENTAPHYLLUM) 叶 / 茎提取物”，“灰白岩蔷薇 (CISTUS INCANUS) 花 / 叶 / 茎提取物”，“磷酸钾”，“欧丹参 (SALVIA SCLAREA) 油”，“地中海柏木 (CUPRESSUS SEMPERVIRENS) 油”，“檀香 (SANTALUM ALBUM) 油”，“欧芹 (CARUM PETROSELINUM) 籽油”，“没药 (COMMIPHORA MYRRHA) 油”，“白花春黄菊 (ANTHEMIS NOBILIS) 花油” ]
EVE LOM 润泽唇霜	[ “双-二甘油多酰基己二酸酯-2”，“氢化聚癸烯”，“微晶蜡”，“薄荷醇”，“氧化锌”，“白蜂蜡”，“苯氧乙醇”，“乙基己基甘油” ]
EVE LOM 全新凝时光采眼霜	[ “水”，“异硬脂醇新戊酸酯”，“C12-15 醇苯甲酸酯”，“甘油”，“HDI/ 三羟甲基己基内酯交联聚合物”，“抗坏血酸四异棕榈酸酯”，“肉豆蔻醇肉豆蔻酸酯”，“鲸蜡硬脂醇橄榄油酸酯”，“山梨坦橄榄油酸酯”，“二棕榈酰羟脯氨酸”，“苯氧乙醇”，“卵磷脂”，“乙醇”，“1,2- 戊二醇”，“苯甲醇”，“燕麦 (AVENA SATIVA) 仁提取物”，“卡波姆”，“丙烯酸羟乙酯 / 丙烯酰二甲基牛磺酸钠共聚物”，“聚山梨醇酯-81”，“角鲨烷”，“黄原胶”，“氢氧化钠”，“乙基己基甘油”，“生育酚 (维生素 E)”，“透明质酸钠”，“EDTA 二钠”，“视黄醇”，“聚山梨醇酯-20”，“硅石”，“聚山梨醇酯-60”，“脱氢乙酸”，“磷酸钾”，“山梨坦异硬脂酸酯”，“大豆异黄酮”，“丁羟甲苯”，“丁羟茴醚”，“抗坏血酸棕榈酸酯” ]
EVE LOM 全新亮采赋活眼霜	[ “水”，“鲸蜡硬脂醇”，“肉豆蔻醇肉豆蔻酸酯”，“鲸蜡醇蓖麻醇酸酯”，“1,3- 丙二醇”，“亚麻芥 (CAMELINA SATIVA) 籽油”，“甘油”，“异硬脂酸异丙酯”，“聚二甲基硅氧烷”，“植物甾醇 / 辛基十二醇月桂酰谷氨酸酯”，“鲸蜡硬脂基葡萄糖苷”，“木糖醇葡萄糖苷”，“苯氧乙醇”，“脱水木糖醇”，“丙烯酸羟乙酯 / 丙烯酰二甲基牛磺酸钠共聚物”，“生育酚 (维生素 E)”，“四氢甲基吡啶羧酸”，“半乳糖阿拉伯聚糖”，“角鲨烷”，“菊粉月桂基氨基甲酸酯”，“泛醇”，“小核菌 (SCLEROTIUM ROLFSSII) 胶”，“溶血卵磷脂”，“人参 (PANAX GINSENG) 根提取物”，“木糖醇”，“黄原胶”，“出芽短梗酶多糖”，“EDTA 二钠”，“乙基己基甘油”，“聚山梨醇酯-60”，“硬脂醇聚醚-20”，“绞股蓝 (GYNOSTEMMA PENTAPHYLLUM) 叶提取物”，“透明质酸钠”，“盐生杜氏藻 (DUNALIELLA SALINA) 提取物”，“山梨坦异硬脂酸酯”，“硅石”，“2- 溴-2- 硝基丙烷-1,3- 二醇”，“氢氧化钠”，“柠檬酸”，“棕榈酰三肽-5”，“苯甲酸钠”，“山梨酸钾”，“N- 羟基琥珀酰亚胺”，“柠檬酸钠”，“泛内酯”，“棕榈酰三肽-1”，“5,7- 二羟基黄酮”，“棕榈酰四肽-7” ]
EVE LOM 全新玻尿酸保湿修护精华液	[ “水”，“甘油”，“泛醇”，“透明质酸钠”，“苯氧乙醇”，“乙基己基甘油” ]
EVE LOM 亮采修护视黄醇精华液	[ “水”，“甘油聚醚-26”，“甘油”，“木糖醇葡萄糖苷”，“聚山梨醇酯-20”，“聚丙烯酸酯交联聚合物-6”，“苯氧乙醇”，“脱水木糖醇”，“刺云实 (CAESALPINIA SPINOSA) 果提取物”，“柠檬酸钠”，“1,2- 戊二醇”，“卵磷脂”，“柠檬酸”，“稷 (PANICUM MILIACEUM) 籽提取物”，“木糖醇”，“水解透明质酸”，“长心卡帕藻 (KAPPAPHYCUS ALVAREZII) 提取物”，“视黄醇”，“乙醇”，“乳酸”，“乳酸杆菌发酵产物”，“燕麦 (AVENA SATIVA) 仁提取物”，“辛甘醇”，“癸二醇”，“苯甲酸钠”，“磷酸钾”，“鞣酸”，“绿原酸”，“生物类黄酮”，“葡萄糖”，“突厥蔷薇 (ROSA DAMASCENA) 花油”，“山梨酸钾”，“丁羟甲苯”，“水解栀子 (GARDENIA FLORIDA) 提取物”，“麦芽糊精”，“丁羟茴醚”，“生育酚 (维生素 E)”，“抗坏血酸棕榈酸酯” ]

# 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 2022 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第二份报告，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，您可填写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：



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](mailto:ir@yatsenglobal.com)

YSG逸仙