

2023

环境、社会及管治 (ESG) 报告

逸仙电商

# 目录

CEO致辞	01	年度关键绩效	03	关于我们	07
-------	----	--------	----	------	----

## 01

### 科学治理·发展之美

可持续发展管理	10
公司治理	13
商业道德	17
信息安全	18
知识产权	21

## 04

### 以人为本·乐活青春

多元、公平、包容职场	50
人才成长	52
员工关怀	54

## 02

### 品质创新·探索至美

研发与创新	23
产品质量与安全	28
高品质客户服务	32
负责任供应链	36

## 05

### 传递温暖·妆点社会

企业社会责任战略	57
发现女性之美	58
守护自然之美	59
传递善意之美	60

## 03

### 绿色发展·可持续之美

应对气候变化	40
可持续包装	42
绿色低碳运营	45

### 附录

ESG关键绩效表	63
GRI 指标索引(核心)	67
关于本报告	70
意见及反馈	71

## CEO 致辞

为者常成，行者常至。2023 年，是逸仙电商成立的第七年，也是我们稳健前行，践行高质量发展的关键之年。

作为“中国美的引领者”，我们脚踏实地推进 ESG 治理，将可持续发展理念植根于科技研发、产品服务、人才培养及公益慈善等每一个领域，为环境与社会持续创造价值。在可持续发展战略的牵引下，逸仙电商不但让“中国美”焕发出无限生机，更为高质量发展注入更深远的意义与内涵。



逸仙电商创始人、董事长兼 CEO

黄志峥

### 科学治理·发展之美

秉持科学治理的核心理念，逸仙电商不断精进公司治理、强化知识产权与信息安全建设，全力在国货美妆领域打造领先品牌，展现创新与责任融合的企业发展之美。

通过可持续发展的管治架构，我们让决策更高效透明，为企业长远发展奠定坚实基础。同时，我们注重知识产权的建设，加大研发投入，保护创新成果，以卓越的产品赢得市场广泛认可。

在信息安全方面，逸仙电商也是不遗余力：运用全方位的信息安全保障体系和前沿技术，切实保障了企业及用户的数据安全。

### 品质创新·探索至美

逸仙电商矢志不渝地追求卓越，在美妆与科技融合的浪潮中锐意前行。在“逸仙科技之路”的战略布局之下，我们整合全球领先科研资源，以自主创新研发战略赋能品牌发展，用完备的创新研发生态链和领先的生产制造能力，铸就卓越的产品力和非凡的品牌力。

我们坚持“为消费者创造价值”的初心，以优化顾客体验为目标，以提升顾客满意度为驱动力，严格管控原料安全和产品质量，积极开展负责任营销，不断提升产品品质和服务体验满意度，让全球消费者在享受优质产品的同时，也能感受到我们的用心与关怀。

## 绿色发展·可持续之美

在全球气候变化带来的众多挑战与机遇下，逸仙电商坚持落实“双碳”行动，在绿色包装、低碳运输、绿色办公等方面践行绿色发展理念。为了构建负责任的供应链，我们持续完善供应商全流程管理体系，并且优先采购对环境和社会影响更低的原材料，力求打造可持续的产品。

同时，我们未来将主动加强碳排放管理，推动上下游企业开展可持续原材料认证及碳减排工作，实现价值链的共同减碳，致力于与全价值链的供应商共建可持续发展生态。

另外，我们在包装材料的创新与优化之路上不懈探索。通过追求包装材料的减量化、可持续化及高效循环利用，最大限度降低包装材料对环境带来的影响，向消费者传达绿色消费理念，为环境减负，为美丽加分。

## 以人为本·乐活青春

人才资源是公司高质量发展的基石之一，“以人为本”也是逸仙电商始终坚守的人才发展理念。

2023年，逸仙电商就荣获雇主品牌研究所颁发的“2023 DEI 雇主大奖”，在人才培养、关爱员工和企业建设等多方面的卓越表现受到权威认可。

我们广泛吸纳并精心培育高素质人才，积极与员工保持紧密的沟通与合作，主动了解他们的诉求与期望。公司为员工营造多元、平等、包容的职场氛围，创造良好的学习条件与发展机会，助力员工身心健康和多元发展，致力于与员工共创美好未来。

## 传递温暖·妆点社会

在探索美的旅途中，逸仙电商始终将企业发展与社会责任紧密相连，用科技智造的力量，持续发现美、守护美、创造美，为社会创造美丽价值。

我们坚定不移地履行企业社会责任战略，围绕发现女性之美、守护自然之美、传递善意之美三大方向，通过“创美人生”美妆公益培训等项目，为女性风采绽放筑就广阔舞台；通过濒危动物保护、流浪猫狗关爱等项目不断探索与自然和谐共生之道；通过“绿色爱心电脑捐赠”公益、慈善义卖和图书捐赠等志愿活动，用有温度的善举传递公益爱心，共同助力联合国可持续发展的目标达成。

## 结语

回首以往，通过不断探索、创新、突破，我们始终坚持商业向善，以绿色低碳的发展方式，回馈社会，勇担责任。我们对前路充满信心与期待，希望能与社会各界共创美好的世界，缔造可持续的未来，向世界多维展现可持续的“中国美”。

# 年度关键绩效

## 年度 ESG 亮点数据

### 企业管治

100%

员工商业道德培训覆盖率



4,693 项

累计获得国内外知识产权



### 环境责任

0.04 吨 / 万元营收 (人民币)

包装材料使用强度

100%

EVE LOM 伊芙珑产品包装  
实现可回收<sup>1</sup>



FSC 认证的环保纸张

Galénic 法国科兰黎产品<sup>2</sup>均采用

170,000 千瓦时

仓库照明全年节约用电



### 产品责任

1.12 亿元

研发投入人民币

3.3%

占营业收入



5,923,513 人次

一对一接触客户数量



94%

各品牌天猫平台的平均满意度



100%

成品供应商年度及飞行  
检查合格率



203 项

申请专利

91 项

其中包含申请发明专利

57 项

授权发明专利



<sup>1</sup> 具有 The Green Dot 标志。

<sup>2</sup> 指 Galénic 中国区产品的彩盒包装

## 员工责任

78.5%

女性员工占比

21.6%

员工持股人数占比

4,342 小时

培训总时长



## 社会责任

120 名

2023 年“创美人生”第二季在广州顺利落地 3 期，赋能来自广东各地的困境女性

219.7 万元

年度公益捐赠总额



306 套

向广东省多个乡镇捐赠电脑

7 台

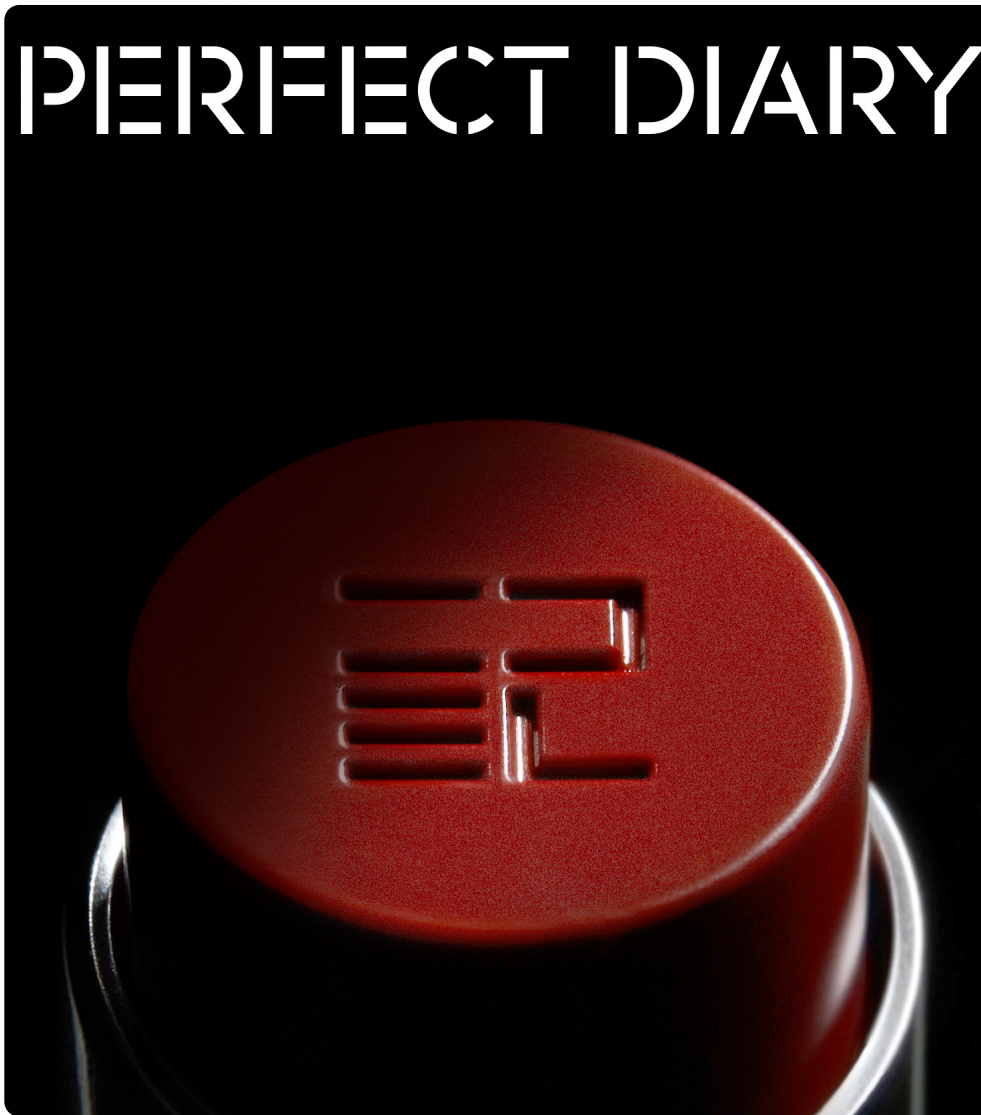
投影仪

1,000 万元

向中山大学教育发展基金会分 3 年捐赠



# PERFECT DIARY



## 年度 ESG 荣誉

年度责任践行可持续发展

澎湃

责任企业奖

消费者报道

2023 年 DEI 雇主大奖  
(中国地区)

DEI Employer

2023 年高质量发展年度峰会  
科技创新贡献奖

广州日报

2023 年度 ESG 创新企业

钛媒体

2023 ESG 绿色公司之星

投资时报、标点财经、  
投资时间

2023 第七届企业社会责任  
发展论坛 ESG 新锐榜样

北京商报社、中外  
企业文化杂志社

2023 年度 ESG 创新实践  
案例奖

雪球

2023 年度杰出 ESG 实践  
企业

思维财经、投资者网

2023 年度创新 ESG 优秀企业

新快报



## 年度品牌荣誉

## Perfect Diary 完美日记

福布斯中国美业品牌 TOP100 福布斯中国

中国美妆创新力  
C-Beauty Innovation Award WWD 国际美妆产业大赏

2023 年度新品营销奖 时代周报

2023 年度影响力新消费品牌 零售圈

## Little Ondine 小奥汀

VOGUE 2023 美容大奖眼妆大奖  
“小白笔” 眼线液笔 VOGUE2023 年度美妆大赏年度塑颜面部盘  
“雕塑家” 高光修容盘 时装 L'OFFICIEL2023 美妆新潮榜产品奖  
“天生野” 双头定型水眉笔 CIBE 美博会京东小魔方  
2023 年度新品生态孵化奖 京东

## Galénic 法国科兰黎

环保领袖奖 中国法国工商业

嘉人 2023 百大赏  
“奢华赋能 塑颜面霜” 榜单 嘉人

芭莎国际美妆盛典夏季人气面霜 芭莎

新浪美妆大赏年度美妆大奖  
科研护肤奖 新浪美妆大赏

## EVE LOM 伊芙珑

嘉人 2023 百大赏  
“臻养柔肤 护肤油” 榜单 嘉人第四届 The BeautyInc Awards 国际  
美妆产业大赏 2022 年度护肤新品 BeautyInc费加罗 Beauty Star “传承之美”  
榜单年度洁颜霜 费加罗2023 年度美妆大赏  
“奢华养护卸妆膏” 奖 时装 L'OFFICIEL

## Pink Bear 皮可熊

2023 美妆新潮榜品牌奖 CIBE 美博会

年度新晋品牌  
Newcomer of the Year WWD 国际美妆产业大赏年度值得信赖化妆品  
泡泡水光唇釉 搜狐时尚VOGUE 年度色彩研发大奖  
少女梦境九色眼影 VOGUE

## DR.WU 达尔肤

亚洲第一杏仁酸护肤品牌 欧睿国际 Euromonitor

抖 in 百大好物金榜单品 抖音

首届中国好配方年度祛痘  
产品 2023 华妆会、全国工商联美容化妆品业商会化妆品化学师专业委员会年度酷品牌  
中国化妆品黑天鹅奖 聚美丽

# 关于我们

## 企业概况

逸仙集团创立于 2016 年，是在中国本土孵化和成长的多品牌新锐国货美妆集团。曾获天猫金妆奖 2021 年度“最具成长性集团”、WWD2022 “年度美妆企业”、澎湃 2023 “年度责任践行可持续发展”等多项荣誉。2020 年 11 月逸仙集团正式在纽约证券交易所挂牌上市，并作为年轻的中国美妆上市公司继续前行。

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”，逸仙集团旗下拥有 Perfect Diary 完美日记、Little Ondine 小奥汀、Pink Bear 皮可熊、DR.WU 达尔肤（中国大陆业务）、Galénic 法国科兰黎、EVE LOM 伊芙珑、EANTiM 壹安态等多个高成长性的彩妆及护肤品牌。

逸仙集团不断挖掘创新潜力，提升研发能力，致力于为消费者提供更加优质和创新的美妆产品选择及使用体验。从 2020 年开始，逸仙集团四年累计研发费用投入超过 4.5 亿，处于行业领先水平；并在中国上海、中国广州、法国图卢兹打造自主研发中心，通过“逸仙科技之路”战略布局，整合全球领先的研发资源。目前逸仙集团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、国家纳米药物工程技术研究中心、上海瑞金医院和中山大学等。截至 2023 年底，逸仙集团在全球范围内申请专利 203 项，其中包含发明专利 91 项，授权发明专利 57 项。

## 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

为客户创造价值，  
为合作伙伴创造价值，  
为员工创造价值  
以事情为导向，尊重 KPI

Drive, Smart, Beauty  
All In  
Keep young, Be happy



## 品牌矩阵



Perfect Diary 完美日记



Little Ondine 小奥汀



Pink Bear 皮可熊



DR.WU 达尔肤



Galénic 法国科兰黎



EVE LOM 伊芙珑



EANTIM 壹安态

扫描二维码，了解各品牌最新资讯。

## 回应联合国可持续发展目标



## 回应ESG议题：

- 企业管治
- 商业道德

# 01 科学治理·发展之美

逸仙电商秉承科学的治理理念,构建可持续发展管治架构,深入优化公司治理、强化知识产权建设和信息安全保障,不断完善企业管治能力,打造企业发展之美。

## 可持续发展管治

逸仙电商切实关注自身经营中对环境及社会的影响，不断完善其可持续发展管治架构。公司积极与各利益相关方进行沟通，推动企业低碳发展和负责任稳定经营。

### 可持续发展管治架构

公司持续优化可持续发展管治架构，形成以董事会为核心统领，企业公关组织协调，各部门配合执行的可持续发展管理链条。公司董事会负责制定 ESG 管治策略及行动路径，定期监督 ESG 相关重大事项及表现。企业公关作为项目统筹小组，统筹管理 ESG 相关事宜，并协助 ESG 报告编制。项目执行跨部门团队覆盖企业管治、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 事宜的具体执行，并定期上报。



## 利益相关方沟通

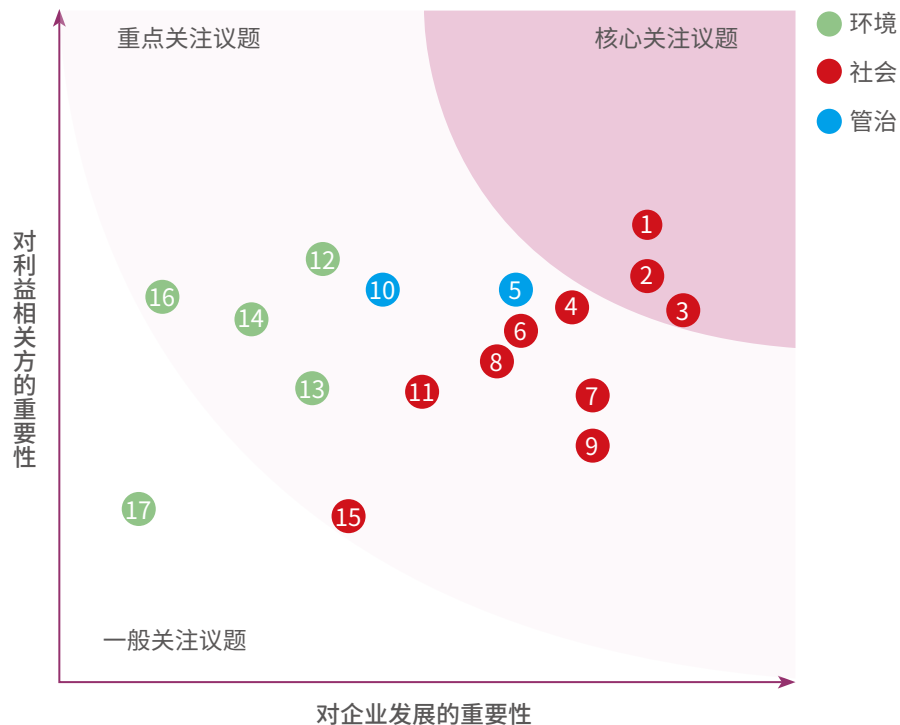
逸仙电商与各主要利益相关方保持合作，提供多样化的沟通方式，主动了解并回应各利益相关方的诉求和建议，携手各利益相关方共建可持续未来。

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>· 股东大会</li> <li>· 定期报告</li> <li>· 公司官网</li> <li>· 新闻媒介</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，公司基于利益相关方沟通、同行对标，资本市场 ESG 关注及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 重要性议题分析



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

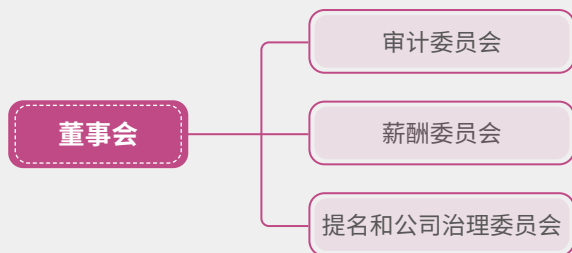
## 公司治理

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，助力公司稳健发展。

### 管治架构

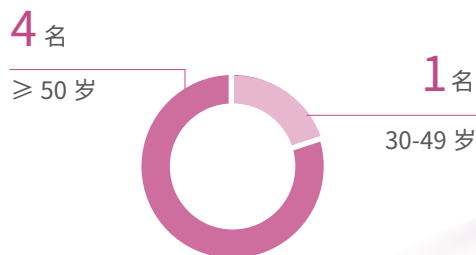
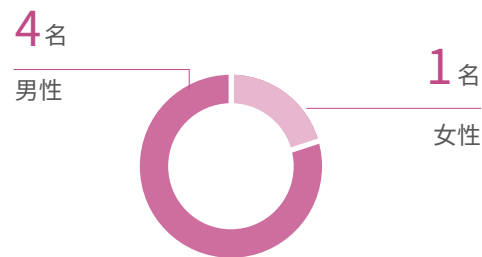
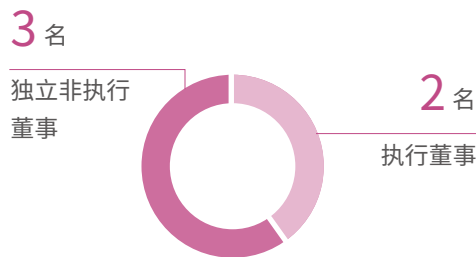
公司依据美股上市规则建立董事会，下设审计委员会、薪酬委员会及提名和公司治理委员会的董事会。投资者可在我们的[投资者关系网站](#)查阅各个董事的资料及董事会的职权范围等信息。

#### 逸仙电商管治架构



## 董事会多元化

公司致力于提升董事会多元化程度，关注女性董事及独立董事的占比，注重董事会中人员构成及背景的多样性，以持续满足公司战略发展和市场变化的需求。在提名及委任董事会成员的过程中，我们综合考虑包括性别、年龄、行业经验、专业背景、教育学历等多方面的维度，以确保董事会成员的专业性。



## 风险管理与内部控制

逸仙电商持续完善风险管理和内控审查机制，进一步提高法律合规风险的防范意识，确保风险的有效识别和管控，保障企业稳定持续经营。

### 筑牢风险管理架构

公司持续筑牢风险管理架构，推进定期风险汇报机制。我们的首席财务官负责和监管公司的风险管理。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，我们基于审计委员会的内部监督，对内部控制的政策和流程进行监督检查，进一步防范公司法律合规风险。2023年，我们组织各部门完善现有规章制度，全面评估风险管理架构的完备情况。

### 优化风险管理体系

公司不断提升风险管理体系建设，强化对投资并购和资本市场运营等风险的管理。在投资并购领域，我们实施了全面的尽职调查流程，涵盖商业、法律和财务各个维度，以确保在项目启动前就能够识别潜在风险并采取预防措施。我们还会在项目的关键阶段向相关委员会报告，以确保风险管理措施的持续有效性。针对资本市场运营风险，我们聘请了行业内领先的咨询机构作为顾问，以确保我们的操作和实践符合最新的法规要求和市场标准。

### 关键绩效

- ✓ 2023年，我们积极开展内控自评，覆盖 **16** 个核心业务流程，识别出 **556** 个控制点，相较 2022 年新增 **68** 个控制点

## 高效舆情应对

公司高度重视对公共舆论的监测和应对。为有效应对相关舆情风险，我们建立了一套完善的日常舆情监测预警系统，以有效应对相关舆情风险。通过此系统，我们能够提前感知舆情的苗头，及时发现舆论热点、事件和趋势，准备应对措施，以有效避免舆情危机的发生。针对内部可能触发舆情的风险点，我们落实提前排查机制，针对可能存在的潜在风险，做到提前关注、充分沟通和预案准备。

2023年，我们针对不同品牌开展品牌直播间、联名IP项目和新品宣发等3类不同的舆情培训。同时，我们拓宽多种培训形式，包括发言人制度危机演练、危机管理应对演练和媒体采访应对培训等，帮助员工掌握对危机事件的敏感度和预测能力，为危机预防和应对打下基础，增强公司及员工整体的危机应对能力。



### 实时监测

聘请专业的舆情监测公司，通过采集全网数据进行关键字监测利用监测系统的数据监控能力及大数据分析能力，抓取相关信息，并辅以人工排查，及时排查负面舆情风险。



### 快速上报

如发生负面舆情事件，按“确认事实、详细汇报、向上沟通”三原则快速上报，快速理清相关舆情事件的基本事实信息，按照不同舆情等级分级进行处理。



### 及时反馈

根据事件发生原因、调查结果、利益相关方等信息制定、输出舆情应对策略，安排具体执行计划。



### 持续关注

按执行计划分发各部门、节点落地处理舆情。同时，持续关注舆情走向，不断优化舆情应对策略和计划。



### 复盘反思

待舆情事件处理完毕，及时进行复盘反思，推进舆情处理工具及流程优化更新。

## 投资者沟通

逸仙电商依据上市地区的法律法规，定期披露企业的财务状况、经营成果、战略规划等相关信息，确保投资者能够及时获取公司的详细情况。同时，我们为投资者提供了包括电话、电子邮件、在线会议、投资者说明会等多样化沟通渠道，更有效地与投资者互动，解答他们的疑问，并收集他们的反馈和建议，进一步促进公司与投资者之间的互信与合作。

公司持续提升信息披露质量，依法依规披露季度及年度业绩报告，并按需发布公告，力求信息披露真实完整，便于投资者准确理解公司的经营状况和发展趋势，保障投资者权益。

### 关键绩效

- ✓ 2023 年，  
举办约 **120** 场投资者沟通会议及路演，  
**4** 场业绩发布会。

## 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》等相关法律法规，持续完善商业道德建设及反贪腐管理机制，建立健全举报机制并保护举报人合法权益，强化合规审查和廉洁教育，与合作伙伴共创一个透明、负责任和可持续发展的商业环境。

### 健全管治架构

逸仙电商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。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。

### 规范行为准则

公司公开发布了《商业行为准则与道德规范》，以满足上市地和运营地的法律法规要求，确保公司诚信、合规经营。我们制定《员工诚信廉洁条例》对反贿赂、反贪腐，以及内部举报管理作出严格规定，并与全体员工（包括兼职及合同员工）签署《员工手册》，规范员工行为准则。此外，我们亦与所有供应商签署《廉洁合作承诺书》或《业务伙伴行为准则》，宣贯公司的商业道德原则和反贪腐政策，维护公平竞争的市场环境。我们定期邀请外部专家对员工进行法律风险科普，覆盖正式员工、兼职员工、合同员工及实习生，旨在加深他们对公司价值观和行为准则的理解，提升识别和防范商业风险的能力。



#### 关键绩效

✓ 2023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%**。

## 强化合规审查

公司不断加强内部合规审查。内审内控部门至少每三年审计公司的商业道德标准行为，以保障政策时效性。此外，我们定期开展内、外部控制审查项目，范围覆盖全公司运营点。同时，我们亦针对个人信息保护、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，并及时采取措施进行整改，以强化内部控制体系，确保公司运营的合规性和安全性。

## 保护举报人权益

公司提供多种举报渠道，包括专用电话、邮箱、举报邮寄地址等，确保举报渠道畅通。我们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，以便于利益相关者在遇到不当行为时能够方便地进行举报。我们持续优化举报处理流程，由专人负责调查跟进，并将处理结果告知举报人。同时，在落实相关处罚之前，我们给予当事人申诉的时间和渠道。我们高度注重保护举报人的隐私，以专案专办的方式开展举报调查，严禁对举报人进行打击报复的行为，一经发现，严肃处理。

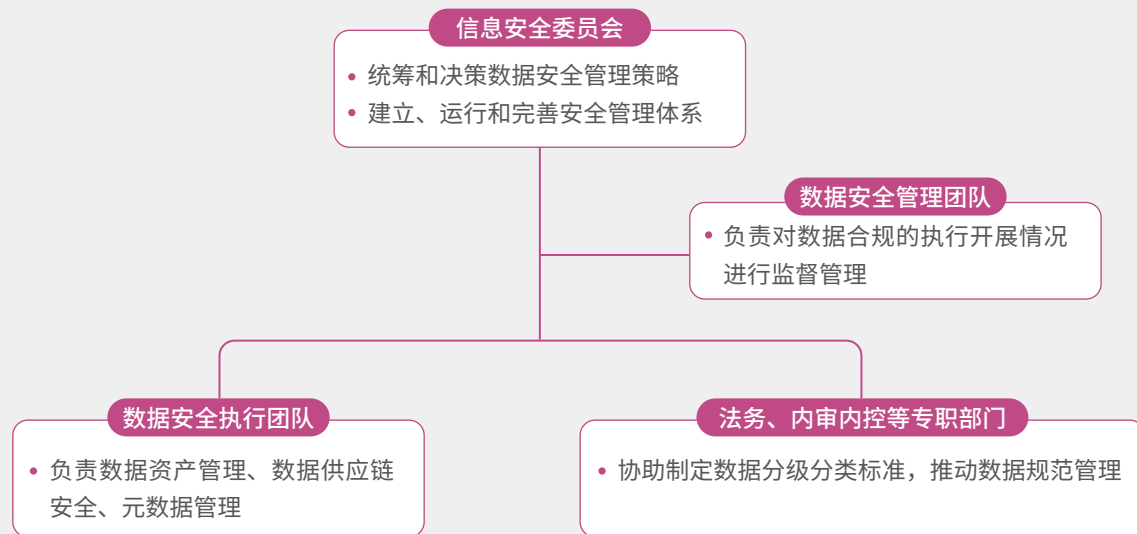
## 信息安全

逸仙电商严格遵守《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，以保护用户隐私和数据安全，构建一个安全可靠的网络环境。

## 管理组织架构

逸仙电商建立了覆盖数据安全委员会、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，以保障企业数据安全及用户个人隐私。

### 信息安全管理体制组织架构



## 信息安全建设

逸仙电商持续优化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数据安全。2023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，进一步明晰了个人信息保护的治理结构，完善了数据安全事件应急处置机制。

### 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。我们持续优化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。

### 数据安全处理机制

#### 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的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

数据安全执行团队每年定期开展信息安全评估，对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测试，以确保公司内部信息系统的有效性合规性。

## 外部安全认证

为了进一步提升数据和网络安全性，我们定期聘请安全服务机构对信息系统、网络进行安全检查和评估，持续迭代更新信息系统。2023年，逸仙电商核心系统获得广州市公安局网络安全等级保护测评三级认证。

## 信息安全教育

公司定期举行网络安全相关培训，旨在提高全体员工对网络安全重要性的认识，强化网络安全意识和技能。在未来，我们计划面向全公司员工开展多场信息安全主题培训活动，覆盖包括钓鱼攻击、密码安全、数据安全、客户信息保护等多种工作场景，以提高员工对网络安全事件的识别和应对能力。

## 信息保护举措

逸仙电商高度重视用户数据安全和隐私保护，分别在用户端和企业端建立了严格的管理规范制度，致力于为用户提供一个安全、可靠的服务环境。

### 端到端隐私保护

#### 用户端保护

- 在微信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。
- 优化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。
- 2023年我们在现有的网络安全防御能力的基础上，部署一套威胁感知平台，提升了办公网络的安全感知能力。

### 数据管理措施



## 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《商标管理规范手册》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。

知识产权是企业创新和商业战略的重要组成部分，公司持续巩固自身知识产权。我们设置专职管理团队，对商标权、专利权、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，构筑知识产权防火墙和武器库。同时，我们对国内外注册专利进行统一整合，完善专利管理系统。

我们加强维护自我知识产权的意识，通过与法律行业和政府部门合作，开展多维度知识产权维权行动。通过线上自查渠道，我们成功投诉上万条违规链接，简单高效地处理知识产权相关纠纷。

公司致力于提升全体员工的知识产权意识，不断优化和完善自身的知识产权管理体系，尊重和保护第三方知识产权。2023年，我们面向各业务部门开展了2场知识产权专项专题培训。



### 关键绩效

✓ 截止报告期末，逸仙电商累计

注册专利 **203** 件

获授权专利 **169** 件

✓ 截至报告期末，逸仙电商累计注册

中国商标 **2,001** 个

海外商标 **2,314** 个

登记著作权 **175** 件

### 案例 全链条打击制售假团伙，维护公司及消费者权益

2023年，逸仙电商与当地执法部门合作共同打击假冒伪劣化妆品，共捣毁生产窝点5处，阻止3.5万盒假冒伪劣化妆品流入市场，有力维护了消费者权益和公司的品牌形象，此次维权行动入选了国家公安部的典型案例。

**5** 处



捣毁假冒伪劣生产窝点

### 案例 完美日记入选“广东省50家高价值商标品牌”

2023年，通过坚定的知识产权保护措施和品牌维护策略，逸仙电商旗下品牌“完美日记”被认定为“广东省50家高价值商标品牌”之一，更好地将“广州故事”和“中国故事”带到全世界。



完美日记入选“广东省50家高价值商标品牌”

## 回应联合国可持续发展目标



## 回应ESG议题：

- 产品研发与创新
- 产品质量与安全
- 化学品安全
- 客户服务与负责任营销
- 可持续供应链

# 02 品质创新·探索至美

逸仙电商致力于打造行业领先的产品和服务，以科技创新为驱动，研发生产可持续产品，保障产品质量与安全；以消费者为核心，开展负责任营销，切实维护消费者权益。我们倡导合作共赢，持续健全供应商管理体系，促进供应商质量提升，携手各方共担社会责任。

## 研发与创新

逸仙电商高度重视产品创新与研发，不断夯实研发能力，挖掘创新潜力，以创新赋能品牌硬实力。我们深入洞察消费者的多元需求，加强团队多维度能力建设，积极参与行业交流，以研发赋能品类创新，以品类创新促进研发突破，探索至美产品，致力于呈现符合消费者期待的产品。

### 夯实研发能力

稳固的研发能力是技术创新的基石，逸仙电商持续完善研发管理体系，建立科学且全面的研发组织架构，覆盖原料、配方、包装、测试等十一个维度，实现研发全链路管理。2023年，我们在原专利奖励制度上升级，遵从公平、有效和全面的原则，新增发布《研发创新奖励激励管理办法》，激励研发人员积极开展创新工作，产生更多有市场价值、科学价值和经济价值的技术和产品，提升公司自主创新能力与核心竞争力。

#### 逸仙电商研发架构组成



#### 关键绩效

- ✓ 2023年，
  - 研发投入人民币 **1.12** 亿元，
  - 占营业收入总额达 **3.3%**
- ✓ 研发人员总数：**73**人，
  - 其中硕士 **29**人，
  - 博士 **5**人
- ✓ 逸仙电商全资子公司广州集妍化妆品科技有限公司获得**高新技术企业认证**

逸仙电商整合全球领先科研资源，建立了“逸仙科技之路”，本年度发布“1-3-4-6-20”全球化科技之路战略布局，以逸仙电商为主导核心，通过自主创新研发战略赋能旗下品牌发展。

**1**<sup>座</sup>**全球先进美妆工厂**

逸仙电商与全球最大 ODM (Original Design Manufacturer, 原始设计制造商) 公司之一的科丝美诗携手打造全球先进美妆工厂——逸仙生物科技。

**3**<sup>个</sup>**全球自主研发中心**

逸仙电商在国内外打造 3 个全球自主研发中心，分别是逸仙上海全球创新研发中心、广州研发中心和法国图卢兹研发中心。

**4**<sup>大</sup>**研发领域**

聚焦“生物科技”、“科学护肤”、“情绪护肤”和“中国人肌肤专家”4 大研发领域，以引领行业创新、助力逸仙电商高质量发展。

**6**<sup>大</sup>**共建实验室**

瑞金医院医学护肤联合实验室、中山大学联合实验室、法国圣路易斯医院联合实验室、森馨联合实验室、国家纳米药物工程技术研究中心、逸仙生物科技联合实验室。

**超 20**<sup>个</sup>**联合项目**

国家纳米药物工程技术研究中心、森馨实验室、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……

### 案例 逸仙生物科技落成投产，为创新发展保驾护航

2023年8月，逸仙电商与科丝美诗携手打造的逸仙生物科技落成投产。这是一个投资额超过6亿元人民币，建筑面积达7.8万平方米，集研发、制造、品控为一体的全球先进美妆工厂。工厂设置3,000平米的化妆品质量检测中心，分为包材、成品、理化、微生物实验室，整体检测设备总价值过千万，严格把关原料、水、环境、设备、人员卫生、半成品及成品的品质。对于重金属等禁限用物含量的监测，工厂监测项目数量比常规监测项目多出50余项，为消费者的健康全面保驾护航。逸仙生物科技落成投产，有效推动逸仙电商旗下完美日记等品牌产品的高质量生产，用生物科技推动美妆产品的创新发展，推动创新科技成果转化。



## 推进技术创新

技术创新是逸仙电商发展的驱动力，在“逸仙科技之路”的有力支撑下，我们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。2023年，公司成功备案一项新原料成分“双歧杆菌/乳酸杆菌/大豆籽提取物发酵产物滤液”，旗下多个品牌成功落地多项技术创新应用成果。

### Perfect Diary 完美日记

完美日记首创唇部仿生膜 Biolip™<sup>3</sup>，推出首支兼具口红妆效、唇部精华功效和唇膜于一体的口红创新产品——“仿生膜”精华口红，能够在保证口红基础彩妆功效的同时带来修护滋养效果<sup>4</sup>。此项技术创新经过皮肤科学验证，获得上海交通大学医学院附属瑞金医院皮肤科临床测试验证和 SGS 亚洲消费者权威功效检测数据报告。未来，完美日记将就“妆养一体”课题开展深入研究，从国际研发趋势和消费者需求出发，探索兼具妆效与功效一体的创新产品，推动生物科技赋能美妆行业高质量发展。



完美日记“仿生膜精华口红”

<sup>3</sup> 首创唇部仿生膜 Biolip™指完美日记品牌首创，产品使用石榴胜肽复合物，结合自有原料仿生膜 L311，产品使用后能够为唇部打造一层仿生唇部皮脂膜。

<sup>4</sup> 指“仿生膜”精华口红选取的3个色号均获得滋养和修护功效评价。

## Galénic 法国科兰黎

Galénic 法国科兰黎创新发明并应用“雪藻胜肽”专利成分，该项成分刺激长寿蛋白再生，三维呵护肌肤胶原蛋白，激活细胞自噬并抑制刺激因子衰老，从而达到全局抗衰老。2023年9月，Galénic 法国科兰黎携独家专利雪藻胜肽研究成果亮相第33届IFSCC国际化妆品科学大会，入选IFSCC科研创新论文奖，科技“硬实力”及品牌创新研发能力得到了国际认可。未来将与合作伙伴共研新成分，深入布局前沿科学抗衰老护肤，持续拓展“逸仙科技之路”研发边界。



Galénic 法国科兰黎在 IFSCC 大会发布独家专利雪藻胜肽论文

## EANTiM 壹安态

壹安态与复旦大学生命科学学院及附属华山医院皮肤科共同开展首个针对临床脱发人群头皮微生物的研究项目，探索脱发人群头皮微生态特征以及产品干预对头皮微生态的调节作用，促进头皮维稳。本年度，壹安态创新研究发现嗜热菌发酵产物在防脱发的用途，申请并获得国家发明专利认证证书。壹安态将创新成果应用至“头皮焕活次抛精华液”配方中，通过嗜热菌发酵产物配合其它功效活性物质，为头皮供给营养，焕活毛囊。



壹安态“头皮焕活次抛精华液”

<sup>5</sup>数据来自 SGS 第三方功效测试报告，合计共 30 位 26-44 岁的亚洲成年女性受试者参与，在正常情况下连续 28 天使用壹安态头皮焕活次抛精华液（每天使用 1 瓶），结合 60 次梳头发法定量分析、皮肤科医生评估及受试者自评得出。测试数据仅供参考，实际效果因人而异。

## 合作交流

逸仙电商注重行业交流，积极参与科研峰会与行业大会，分享并学习创新研发经验，助力行业高质量发展。

科技之路

3月

壹安态品牌与中国抗衰老促进会牵头组织、起草的《皮肤微生态调节型化妆品功效评价》团体标准正式发布实施。作为国内首个皮肤微生态调节型化妆品领域发布实施的团体标准,对指导皮肤微生态调节型化妆品的功效评价指导、规范和协调等提供了重要的标准依据和支撑。

4月

达尔肤启动达尔肤痤疮研究基金，并成立达尔肤品牌专家委员会，汇聚专业医研力量对痤疮领域展开前沿探索及应用研究，推动痤疮领域的临床医学与应用研究。达尔肤将在第一阶段投入充足的科研经费支持青年科研人才发展，为全国年轻医研人才培养及临床研究落地提供有力的支持，推动国内痤疮领域科研实现新突破。

7月

逸仙电商携旗下达尔肤、Galénic 法国科兰黎品牌参加WCD (World Congress of Dermatology, 世界皮肤科学大会)，分享创新的美妆科技思路与革新性技术研发成果，并将继续与国内外专业人士携手共进，全方位联动学术组织、医疗机构及相关行业专家等资源，为广大消费者提供更优质的产品，为世界皮肤病学贡献中国企业的智慧和力量。

12月

Galénic 法国科兰黎联合国际顶尖医研及皮肤学专家委员会共同发起的首届 Galénic 法国科兰黎皮肤科学研究基金会年度科研峰会，聚焦皮肤科学领域行业发展现状及未来，共同探讨学术成果与分享研究的重大突破，助力驱动细胞自噬与皮肤屏障、皮肤伤口愈合、成分靶向渗透、皮肤衰老调节机制等四项皮肤科学前沿研究，以科学为基础，促进全球皮肤病学的科研创新与进步。

## 产品质量与安全

逸仙电商严格遵守《化妆品监督管理条例》、《化妆品生产经营监督管理办法》、《化妆品生产质量管理规范》及相关配套法律法规的要求，内部制定《产品兼容性测试规范》、《化妆品生产一致性审核管理制度》、《质量安全责任制度》、《标准样品签样管理制度》等近 30 份质量管理体系，我们建立并实施逸仙电商质量管理体系，开展质量体系合规模年度审查与第三方外审，并持续优化和完善公司的质量管理体系，保障产品从研发、生产到上市后的全流程质量与安全，确保产品的合规性、安全性、功效性。

## 产品质量管理

在产品质量管理方面，逸仙电商建立质量团队，规范并优化操作流程，内部形成 80 多份操作指导 SOP，1,500 多份物料规格书，实现从原料入库到产品产出全流程规范化管理。此外，公司上线 QMS（Quality Management System，质量管理系统），进一步规范指导组织内部的质量管理活动，保障质量的一致性、可追溯性和持续改进。

### 关键绩效

2023 年，

- 原料准入环节，共计完成 **6,516** 项次原料监测，准入约 **200** 种原料，**100%** 通过准入质量验证；
- 产品生产环节，完成 **41** 场过程飞行检查，组织 **14** 次质量复盘活动；
- 产品上市前，对超 **1,000** 个 SKU (Stock Keeping Unit, 库存的最小单元)、**9,000** 余批次产品进行抽检

为了保持对各类质量问题的高效响应，逸仙电商每年都会组织对产品召回控制和决策系统的模拟演练。当市场产品未达到公司的质量预期，产品召回小组将协同质量相关部门，通过产品召回控制和决策系统，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。本年度公司组织多个化妆品注册备案主体的内部模拟召回演练，报告期内未发生因产品质量安全问题批量召回的质量事故。

## 产品质量提升

逸仙电商定期开展质量培训活动，有效提升公司的产品质量管理能力。2023年，我们共计开展19场产品安全和质量专题培训，覆盖质量安全管理相关专业知识、包材知识、产品检验流程、签样管理制度、产品效期管理与产品质量异常处理等，进一步增强全员质量意识，全面保障产品质量合规。

此外，我们积极参加产品质量与安全的行业活动，与同行交流先进的质量管理经验。本年度，逸仙电商参与“广州国际美妆周”活动，在会上与同行分享“国货美妆集团的质量管理体系建设经验”，推动美妆产业链上下游交流融合，赋能化妆品产业高质量发展。

2023年，共计开展产品安全和  
质量专题培训

19场



### 案例 与广东省药监局共同拍摄产品质量与安全宣传视频

逸仙电商积极配合广东省药监局关于《落实企业质量安全主体责任 促进粤妆产业高质量发展》的宣传推广工作，参与宣传片拍摄，督促企业落实化妆品质量安全主体责任，强化企业质量安全责任意识，规范化妆品质量安全管理行为，将《企业落实化妆品质量安全主体责任监督管理规定》落到实处，全力构筑公众放心用妆的市场环境，助力化妆品行业高质量发展。



参与宣传推广工作

## 化学品安全

逸仙电商致力于为客户提供优良可靠的产品，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，确保产品的安全评估和化学品管理的有效执行。

公司针对实验室设置有《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，建立危废入库台账，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《逸仙原料管控要求》，对可能具有潜在致癌性、生殖毒性及对环境具有危害性的原料进行禁用或限用。2023年，公司参考国内外法规制定了《逸仙电商原料管控清单》，该清单严于中国法规要求，覆盖近600个成分的禁限用要求，规定各品牌原料使用，禁用存在安全风险的防晒剂，如4-甲基苄亚基樟脑、二苯酮-1、二苯酮-3等；基于原料生产的环境污染问题，禁用壬基酚聚醚类；禁用有舆论争议的防腐剂如甲醛缓释体类防腐剂等；对于塑料微珠成分，在法规要求的基础上加严限制。

### 评估原料安全

公司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。我们根据原料属性可能存在的有害物质进行检测，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，同时加严对成品的质量检测，确保产品安全性。本年度我们在合资工厂引入先进的检测设备，可检测各类重金属、禁用限用成分、活性成分等，全面保障原料质量与安全。

### 监测不良反馈

在产品上市后，公司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，并及时制定改善计划。本年度，公司制定不良反应监测制度，针对产品上市后可能出现的不良反应事件设置处理程序，形成规范化流程，进一步提升消费者对产品的信心。

### 合规披露成分

公司严格遵守《化妆品标识管理规定》，在化妆品最小销售单元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，保障消费者对产品成分的知情权。逸仙电商全部化妆品均在药监局备案，产品成分信息可在药监局网站上公开查询：<https://hzpba.nmpa.gov.cn/gccx/>。

### 替代争议成分

公司持续优化产品配方，替换具有争议的成分。我们设置化学品淘汰计划，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。EVE LOM 伊芙珑全线产品均不含硫酸盐类界面活性剂及邻苯二甲酸盐。完美日记在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。

### 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
含氟类物质	基于安全性问题：PFAS 危害	禁止	所有类型产品都不能使用	
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	尽量不使用	聚二甲基硅氧烷，异十二烷等
聚甲基丙烯酸甲酯 (PMMA) 锦纶 -11 锦纶 -12 锦纶 -6 锦纶 -6/12 锦纶 -66 聚苯乙烯 聚丙烯 聚对苯二甲酸乙二醇酯 聚四氟乙烯 聚乙烯	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 驻留类产品尽量不使用	硅粉类

## 高品质客户服务

逸仙电商坚持“为客户创造价值”的客户服务理念，以顾客体验为宗旨，以顾客满意为驱动，完善客户服务管理体系建设，践行负责任营销，始终保障消费者的合法权益，致力于为客户提供优质的服务体验。

### 保障服务品质

逸仙电商注重客户服务质量，制订《客诉上报流程》及《客诉分级制度》等管理规范，持续完善交易纠纷和用户投诉处理机制。目前顾客接触的来源涉及多品牌多渠道，各品牌根据各产品特点形成标准作业程序（SOP），各渠道建立成熟完善的顾客反馈收集机制与处理流程，为客户提供标准化的咨询解答，进一步提升消费者满意度。

我们运用小程序，引导用户自主登记售后问题，部分售后场景可以通过用户登记的信息进行自动化处理，有效提高售后问题解决的效率。本年度，我们优化客户投诉处理流程，依据投诉类别、投诉场景不同，制

定规范的处理流程、上报流程与完结标准，覆盖产品投诉、发货问题、承诺未履行、外部投诉等多方面场景。

公司设有客户服务质量检测岗位，借助智能化实时质检系统进行全面监控，建立并持续优化实时服务预警机制。本年度，我们丰富预警关键词库，预警触发后，专业的客户服务人员第一时间介入处理，给予客户及时反馈。

我们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与专业度。本年度，公司建立专业护肤培训体系，明确培训课程、考试题

目、通过标准，面向客户服务员工持续开展培训课程，护肤品牌客户服务团队通过专业护肤资质考核认证，获得天猫平台“品牌护肤师”标签。



#### 关键绩效

2023年，

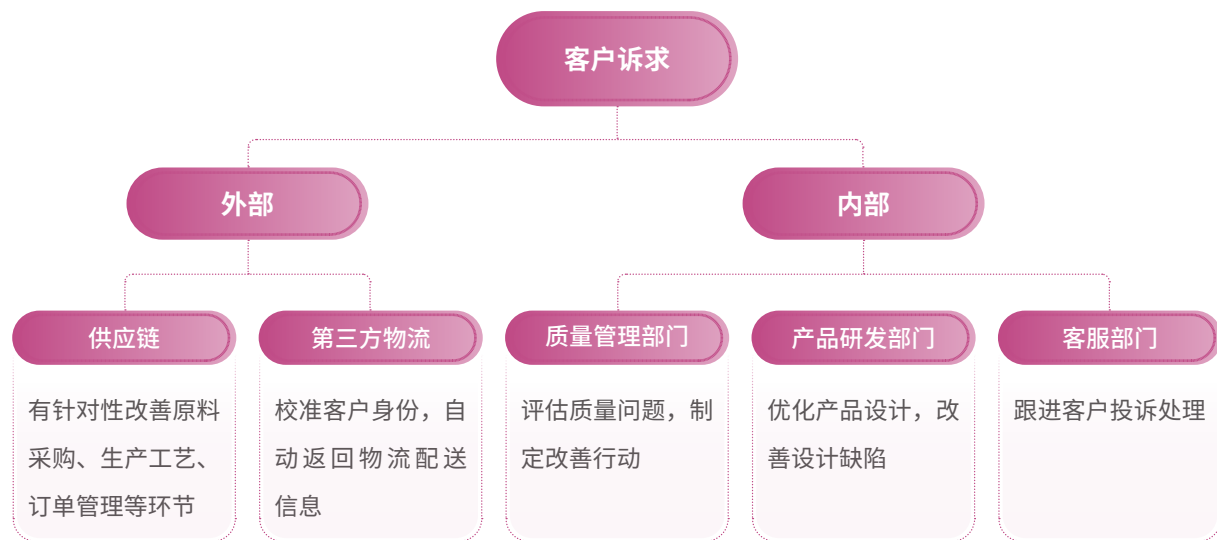
✓ 举办客服培训 **105** 场次，

覆盖 **2,498** 人次

## 提升服务体验

逸仙电商始终坚持客户第一，我们畅通电商平台、私域社群、12315 热线等途径，耐心聆听并积极响应消费者对产品及服务的反馈与诉求，以此作为优化的参考依据，联动公司相关部门，推动产品与服务的升级完善，提升客户对品牌的忠诚度。

### 客户诉求联通多部门改善流程



我们利用电商平台即时满意度收集功能，随机触发满意度打分功能，收集客户对店铺整体服务、人工客服和智能机器人的满意度评分，将满意度数据作为业务优化和服务提升方向的重要指标。各业务部门定期开展满意度分析，针对不满意案例的深入拆解、分析和研究，开展低满意度场景专项提升等，输出针对性改善措施，持续收集和对比一线客服的接待反馈，优化迭代服务流程与方案，探索出让用户最满意的服务方式。



### 关键绩效

- ✓ 客户服务团队一对一接触客户数量达

**5,923,513** 人次

- ✓ 平均客户服务响应时间为 **20.4** 秒

- ✓ 三分钟回复率达到 **100%**

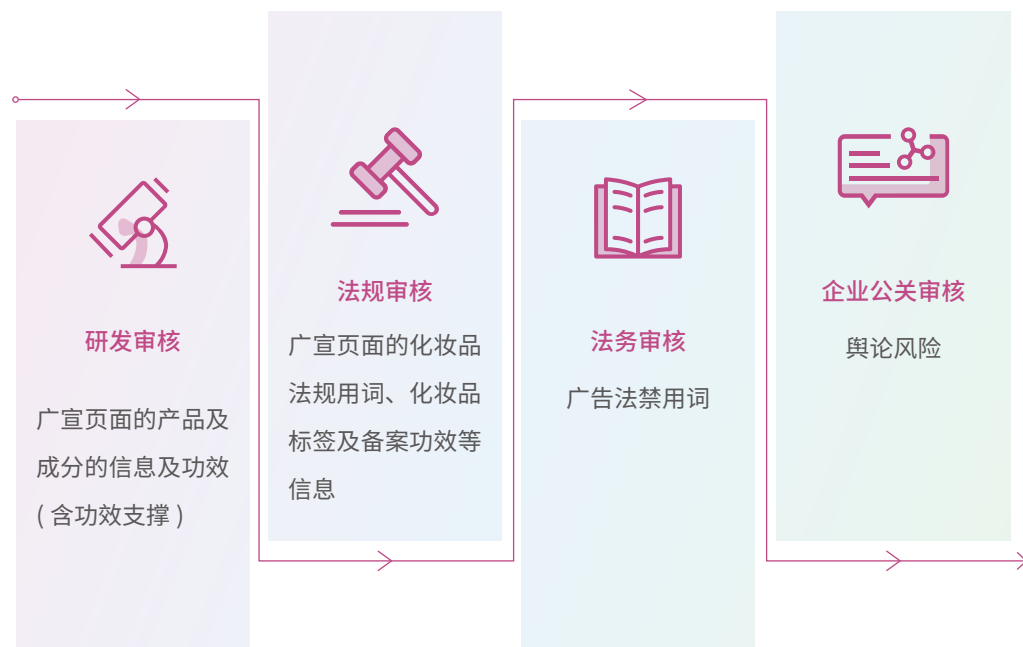
- ✓ 各品牌天猫平台平均满意度约为 **94%**

此外，我们开展“用户心声回访”项目，提高客户对品牌及产品的购物体验。对于已产生交易的顾客，通过定期回访与密切沟通，了解顾客对产品、服务的评价，持续跟进顾客使用情况。在了解顾客心声后，我们分析顾客消费行为特征，沉淀不同客户群体的核心需求，利用顾客关系管理系统开展精细化运营，致力于为每位客户提供个性化的服务与定制化的产品。

## 践行负责任营销

逸仙电商严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》、《中华人民共和国广告法》、《化妆品监督管理条例》及《化妆品功效宣称评价规范》、《广东省网络化妆品经营监督管理办法（征求意见稿）》等运营地相关法律法，制定《广告合规手册》等管理文件，形成联动多部门的内部审核流程，以履责、透明、合规的标准开展营销活动，禁止虚假或会引起误解的宣传，确保产品营销内容的真实性 and 准确性。

### 公司内部审核流程



“3·15 国际消费者权益日”期间，我们对公司核心产品开展广宣合规自查工作，通过对各品牌核心产品的天猫详情页进行审核、反馈并调整，确保广告投放的真实、准确。完美日记仿生膜精华口红上市推广期间，公司联合外部律师顾问开展一系列广宣合规审查，做好应对预案，确保营销合规。为进一步提升员工负责任营销意识，公司为不同品牌及业务部门，针对性开展 2 场负责任营销培训，超过 90 人次参与。

面向消费者，我们普及护肤贴士、产品使用方法与化学品安全知识，通过多渠道对产品成分与使用方法进行详尽介绍，帮助消费者更好地认识功效成分，引导消费者做出理智决策，全方位落实负责任营销。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；联合国家纳米药物工程技术研究中心教授科普产品功效成分，介绍成分的作用原理，打造品牌专业度。

针对性开展负责任营销培训，



超过 **90** 人次参与

## 案例 普及化学品安全知识

2023 年 5 月 22 至 28 日，随着“国际爱肤日”的到来，逸仙电商在广东省药监局的指导下，通过一系列多渠道、多形式的科普公益活动，为消费者开展化学品安全科普。通过 10 万张物流包裹宣传卡片、超 50 个线下门店店员贴心宣传，品牌直播滚动式口播，普及安全用妆知识，提升消费者安全用妆的消费体验。



“安全用妆”宣传卡片

寄出

**10** 万张

物流包裹宣传卡片



超 **50** 个

线下门店店员贴心宣传



## 负责任供应链

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，我们坚持以负责任的方式采购原材料，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，努力降低全价值链的环境与社会影响。

### 供应链管理

逸仙电商制定严格的供应商准入流程，建立供应商准入评审制度，针对潜在供应商开展准入背景调查。在供应商准入环节，我们要求代工的化妆品 OEM (Original Entrusted Manufacture, 原始设备制造商) 和 ODM 供应商除基本的化妆品生产许可资质外，还需获得 ISO 9001 质量保证体系、ISO 22716 化妆品良好生产规范等第三方认证。

我们关注供应商的 ESG 表现，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。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，打造负责的供应链。

#### 关键绩效

- ✓ 本年度直接供应商 **145** 家
- ✓ **7** 家核心供应商<sup>6</sup> 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>7</sup> 的供应商数量 **53** 家
- ✓ 通过公司社会影响评估标准<sup>8</sup> 的供应商数量 **65** 家
- ✓ 2023 年的供应商准入及年度审核共 **29** 家
- ✓ 成品供应商的准入审核 **5** 家
- ✓ 原料供应商准入审核 **15** 家，年度审核 **1** 家
- ✓ 包材、礼盒、周边供应商的准入审核 **9** 家

<sup>6</sup> 核心供应商指的是累积占公司 2023 年采购总金额 70% 的供应商。

<sup>7</sup> 公司供应商环境评估标准包含 ISO14001、ISO14064、ISO50001 等认证。

<sup>8</sup> 公司供应商环境评估标准包含 ISO9001、ISO45001、SA8000 等认证。



公司持续跟进合作供应商的绩效表现，对化妆品加工厂、包材供应商、原料商建立了完整的质量管理制度，监督并评估供应商的行为。我们对供应商定期开展半年度供应商绩效考核，考核范围覆盖业务管理，质量管理，产品创新开发等方面，考核结果分为 A/B/C/D 四个等级。对不符合要求的供应商，制定改善计划；对于持续绩效不佳的供应商，我们选择暂时终止合作，并设定整改期限；对整改后仍无法通过考核的供应商，我们立即终止合作，全面确保供应商质量达标。

### 关键绩效

2023 年，

- ✓ 组织 **8** 家主要成品供应商完成检测能力第三方比对验证考核
- ✓ 对合作供应商开展 **41** 次年度及飞行检查工作，检查合格率为 **100%**

公司主动与供应商分享行业知识与最佳实践，不定期对供应商进行培训赋能，培训内容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，携手供应商建立良好的合作关系。此外，我们组织员工进行相关培训，提升公司整体供应商管理水平。

## 可持续原材料

逸仙电商秉承可持续的产品理念，从原材料阶段关注其可持续性，并不断探索将“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、社会友好的产品。我们将可持续发展原则融入供应链管理，制定《可持续采购政策》，不断完善可持续原材料采购流程，优先选用经过环保认证的原材料，包括经过可持续森林认证的纸制品、经过 RSPO 认证的棕榈油，努力降低因采购带来的环境与社会影响。

逸仙电商不直接使用棕榈油，但使用部分棕榈油衍生品作为原材料。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，公司 5 家代工厂已获得可持续棕榈圆桌倡议（RSPO）认证。报告期内，我们向原料供应商收集棕榈油 RSPO 的认证情况，我们使用的棕榈油及其衍生品在原料总量中的占比为 9%，其中 89% 的棕榈油衍生品原料通过 RSPO 认证。未来逸仙电商将持续采购可持续棕榈油，不断增加使用可持续棕榈油的产品比例，以改善供应链的环境影响。



此外，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。本年度，我们完成一款植物发酵类原料的备案，该原料可作为皮肤保护剂、保湿剂、控油剂、角质剥落剂应用到化妆品配方中，并表现出良好的紧致、保湿、舒缓、控油、去角质功效。此款原料创新采用微生物发酵技术，对天然植物原料进行缓慢发酵，以释放植物中的活性物质，增强植物原料功效的同时降低毒副作用。

## 回应联合国可持续发展目标



### 回应ESG议题:

- 可持续供应链
- 可持续包装
- 应对气候变化
- 排放与废弃物
- 碳管理
- 水资源管理

# 03 绿色发展·可持续之美

逸仙电商坚持环境友好的经营方针,不断完善气候变化管理体系,在生产运营各个环节持续开展有力度的环保行动,通过完善绿色包装、探索能效提升方案、减少污染物排放等方式,推动低碳循环发展,最小化自身对环境的负面影响,为建设绿色、清洁、可持续的美好生活贡献力量。

## 应对气候变化

逸仙电商积极响应国家“双碳”战略，密切关注气候变化全球发展态势，充分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，识别气候变化相关的风险和机遇，持续提升气候变化应对能力。

### 治理体系

逸仙电商建立了董事会 - 项目统筹小组 - 项目执行跨部门团队的三级管理架构，明确职责范围与分工，从管理层、统筹部门及各职能部门，有序推动气候风险管理等工作的常态化管理和落地。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。企业公关作为气候风险管理工作统筹小组，负责统筹协调公司气候风险管理策略并推动相关工作的开展，定时向首席财务官汇报相关工作情况。公司各部门组成的项目跨部门执行团队，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

逸仙电商深刻意识到气候变化对企业运营发展的重要性，识别并分析不同情境下的气候变化相关风险，主动采取多项针对性措施减缓气候变化带来的影响。

气候变化风险	主要风险类别	气候变化风险	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，公司推动全球化业务需要满足气候变化相关的监管、披露等合规要求。	<ul style="list-style-type: none"> <li>及时跟踪、解读国内外相关法规政策动态，了解不同地区对于产品销售的要求；</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	消费者关注产品的天然原料、减塑、轻量化包装等方面，满足消费者对于产品可持续性的要求成为企业发展的重点。	<ul style="list-style-type: none"> <li>逐步拓宽产品碳足迹评估的范畴，为研发更低碳产品奠定基础；</li> <li>鼓励上游供应链探索更多的节能减排空间，例如使用可再生能源、使用低碳化的原料或包装材料等。</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>针对不同极端天气影响制定相应的应急预案，明确防范应对措施，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>适当增加优质供应商，减少供应链受极端天气的影响。</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	气候变化机遇	应对措施
绿色包材市场化机遇	消费者对于循环回收利用和使用可降解的包装材料的要求逐渐提升。	注重包装减量、减塑、循环使用，旗下品牌持续开展绿色包装项目、优化包装工艺。未来，逸仙电商可逐步推广绿色包装，拓宽绿色包装覆盖的品牌范畴，为提升市场接受度提供良好的基础。
使用更高效环保的运输方式	降低物流成本的同时，有效减少碳排放，满足国家政策要求。	优化物流方案，转变运输模式，选用清洁能源取代传统能源。

## 风险管理

公司通过日常汇报，及时传达和处理风险信息，并于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，讨论降低风险的工作方向，形成高效协作和紧密沟通的风险管理机制。在风险识别的基础上，我们计划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，加强气候变化相关风险的应对能力。

## 指标和目标

逸仙电商致力于通过指标、目标的管理，衡量自身在应对气候变化风险与机遇方面的工作成果。公司将在每年 ESG 报告中持续披露温室气体排放量及密度、能源使用量等与气候变化相关的环境指标，展示在环境保护方面的努力和成果，接受利益相关方的监督。未来我们将持续完善气候相关治理、战略、风险及机遇管理机制，推进产品碳足迹评估工作，了解企业及上游温室气体排放情况，探索更多的减排潜力。

## 可持续包装

美妆行业正积极推动产品包装的低碳转型，绿色包装已成为行业发展的必然趋势。与此同时，新一代消费者更加关注环境保护和个人健康，将产品的环保性与包装的可持续性作为购买产品的重要考量维度。逸仙电商新增《可持续包装管理政策》，明确产品包装减量、回收等维度的目标和要求，充分践行可持续包装的承诺，力求为地球减负，让美丽与责任合二为一。

## 使用环保纸张

FSC（Forest Stewardship Council，森林管理委员会）旨在推广环境友好、社会有益和经济可行的森林经营，在不对环境造成负面影响的前提下，满足当代人的使用需求。

逸仙电商从产品包装入手，提升产品使用 FSC 认证包装的比例，旗下品牌 Galénic 法国科兰黎中国区的产品彩盒均得到 FSC 认证，助力减少不负责任的森林砍伐。2023 年，公司全品牌快递包裹纸箱均通过 FSC 认证，约 1,350 吨纸箱原料来自可追溯的森林。此外，Galénic 法国科兰黎与 EVE LOM 伊芙珑包装填充物料 100% 使用雪梨纸与牛油纸等环保纸张，实现纸张的循环利用与 100% 降解。

100%



实现纸张的循环利用与降解

## 减塑简化包装

逸仙电商持续增强产品包装的环保属性，探索新型材料和包装工艺，将“减塑化、减量化”理念渗透至生产消费全生命周期。逸仙电商将包装塑料薄膜全部改为封口贴，减少塑料包材使用。

公司旗下品牌完美日记卸妆奶泡使用定制环保补充袋，塑料使用量减少 86%；微距精华粉底液包装材料采用替换装结构，替换装较正装减塑 91.6%。Galénic 法国科兰黎 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%。

2023 年，Galénic 法国科兰黎依托在减少纸材消耗、保护自然资源等方面的卓越环保领导力，正式入围第二届中法大湾区企业家峰会“企业社会责任及可持续发展项目 (ESG)”奖项评选，并荣获首届 ESG 大奖“环保领袖奖”。



完美日记微距精华粉底液可持续替换芯



完美日记卸妆奶泡采用定制环保补充袋<sup>9</sup>

<sup>9</sup> 上述完美日记卸妆奶泡为旧款包装图片，仅供参考。

## 倡导绿色循环

逸仙电商蓄力将“绿色循环”理念传递给更多相关方，共同努力打造城市中的环保空间。我们坚信环保践行离不开消费者的参与和支持，旗下多个品牌开展产品包装回收项目，倡导环境友好型的生活方式。Galénic 法国科兰黎中国区产品彩盒均增加 PAP<sup>10</sup> 标识，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，呼吁消费者参与到变废为宝的循环之旅。EVE LOM 伊芙珑产品参与包装回收、再循环计划，获得 The Green Dot<sup>11</sup> 标志。公司在仓储物流方面亦加强对包装的回收再利用，鼓励自营门店、线下经销商使用回收纸箱，并计划在未来覆盖供应商等群体。

### USING ECO-FRIENDLY PAPER TO PROTECT FOREST RESOURCES

Galénic's [N°1] Brightening Radiance Energy Serum



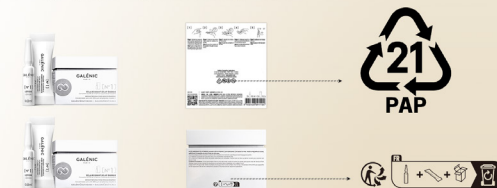
### USING SUSTAINABLE PACKAGING MATERIALS

Galénic's [N°1] Brightening Radiance Energy Serum



### ENHANCING RECYCLING

Galénic's [N°1] Brightening Radiance Energy Serum



Galénic 法国科兰黎在产品彩盒上增加 PAP 标识

<sup>10</sup> 指由可回收和可降解的纤维素纤维制成的材料。

<sup>11</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。

## 绿色低碳运营

逸仙电商始终坚持环境友好的经营策略，致力于构建可持续发展的绿色发展体系，全力将绿色运营理念和措施贯穿始终，携手利益相关方共同应对全球环境挑战。

## 碳排放管理

逸仙电商重视能源和碳排放管理，应用科学的管理方法对企业实施严格控制的同时，深度赋能上游伙伴，为推动行业向零碳未来迈进持续奋进。

### 能源管理

逸仙电商严格遵守《中华人民共和国节约能源法》等运营地相关法律法规，从办公能耗管控、门店能耗管理等方面加强能源管理，努力构建能源节约型企业。

### 办公及门店能耗管控



设专人定时巡查办公区，关闭闲置灯具、调整空调温度



鼓励使用分类垃圾桶，实现办公垃圾科学分类



加强绿色宣贯，包括针对用水、用电、用纸、食堂光盘行动的绿色办公倡议，并将涵盖绿色办公细则的长图发放至公司内网



推广无纸化办公，开展报销无纸化培训



面向新员工开展入职培训，明确闭店后及时关闭灯光电源的要求



采取线上会议形式开展全国门店月会，减少员工出行

## 仓储物流能耗管理



将仓库照明用灯  
更换成节能灯，  
全年节约用电量  
170,000 千瓦时。



仓库中增加采光  
瓦，减少日渐照  
明需求，全年共  
计节约用电量  
58,000 千瓦时。



跨境物流和国内  
末端派送最后一  
公里均使用电动  
车，共节约 24.3  
吨碳排放。



优化物流方案：2023 年，将 14 吨货物由空运转为  
海运，降低排放量约 68 吨二氧化碳当量；转变空运  
进口的前段运输模式，从空运转机调整为更低碳排  
放的“陆运 + 空运”模式，全年完成 122 吨货物合  
计 1.5 万公里的“陆运 + 空运”模式运输。



选用清洁能源取  
代传统能源，例  
如仓储环节将叉  
车换成电动叉  
车，降低碳排放。

## 供应链管理

逸仙电商深知环保价值不止在自身，更应延伸至整个产业链，积极带动上游企业共同为可持续发展作出努力。公司持续鼓励引导供应商完善自身的能源管理与碳管理体系，优化目标设定、进度追踪、举措管理等方面的工作，降低生产端的能源消耗与碳排放。本年度，逸仙电商制定《供应商碳排放政策》，明确供应商碳排放目标、管理范围、管理要求等，为供应商碳减排管理、推进碳足迹评估提供制度基础。公司将能耗管理作为供应商评估考核的重要标准之一，同时鼓励供应商申请能源管理认证与碳盘查，未来将把碳盘查作为供应商考核的加分维度，进一步推进低碳供应链的建设。

## 逸仙电商鼓励引导供应商完善自身能源、碳管理：



**制度建设：**臻臣、莹特丽、诺斯贝尔等供应商制定能源管理相关政策文件，加强对于能源、资源的管理



**目标管理：**莹特丽、诺斯贝尔等供应商已依据自身情况制定提升能源使用效率的目标，并定期追踪目标达成情况



**体系认证：**供应商诺斯贝尔已于 2021 年通过 ISO50001: 2018 能源管理体系认证，同时，公司鼓励并推动其它供应商申请环境和社会相关标准体系认证



**具体举措：**供应商莹特丽建立太阳能光伏发电，2023 年已投入使用，并使用风能，太阳能等绿色能源替代部分传统能源；供应商臻臣建立并实施温室气体控制程序，对于温室气体相关信息进行日常管理

## 产品碳足迹

产品碳足迹认证逐渐成为企业展示环保责任和可持续发展能力，以及积极应对气候变化挑战的重要方式，有助于企业深入了解自身的能源消耗和排放情况。逸仙电商自 2021 年开始持续推进产品碳排放评估工作，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，充分挖掘节能减排潜力。

截至 2023 年年底，我们对旗下品牌完美日记的薄透雾感名片唇釉 299、剔透柔雾控油散粉锁色版两款产品以及小细跟口红开展碳足迹核查，邀请第三方机构进行碳排放核查并获得产品碳足迹证书，在可持续美妆之路上持续奋进。



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



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。

## 水资源管理

公司重视水资源节约与循环利用，从生产、办公等环节减少水资源使用量。逸仙电商关注用水设施损坏导致水资源泄漏浪费等问题，加强对用水设备维修管理的制度要求，发现用水浪费问题立即通知维保单位、张贴告示，做到及时维修。此外，公司使用节水马桶、节水型水龙头、节水型喷头等节水设施，并开展节水宣导、培训，营造全公司节约用水的良好氛围。

## 排放物与废弃物管理

我们严格遵守国家及行业设立的排放物防治相关法律法规，并促使上游企业加强对排放物的管控，制定、完善《废气管理规范》、《废水管理规范》、《噪声污染管理规范》等污染物管理制度，采用有效的废气废水处理系统，例如建设有机废气治理设备（含除尘装置）、废水处理站，确保废气、废水经深度处理后达标排放。

逸仙电商持续优化废弃物循环利用和无害化处理，将废弃物分为一般废弃物、可循环废弃物，并按规定对废弃物进行妥善处理。公司与街道办联合处理生活垃圾、厨余垃圾，实现集中回收、合规处理。此外，我们将厨余垃圾作为饲料，将报废产品作为燃料垃圾焚烧发电，实现废弃物处理的资源利用最大化。



## 回应联合国可持续发展目标



### 回应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

# 04 以人为本·乐活青春

逸仙电商一直坚持以人为本，致力于为员工营造多元、公平、包容的职场氛围，我们关注人才的晋升与发展，关爱员工的身心健康，提供多种薪酬福利，开展丰富多样的员工活动，助力员工多元发展，与员工携手共创美好未来。

## 多元、公平、包容职场

人才是企业发展的基石，逸仙电商秉持“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，构建完善、规范的人力资源管理体系与制度，尊重并保障员工的合法权益。

### 平等雇佣

公司已建立完善的制度框架，制定并持续优化《招聘与录用管理指引》、《入职管理指引》、《内部员工转岗指引》、《离职管理指引》、《实习生管理办法》等制度及指引，使雇佣全流程更加规范化、透明化。我们提倡多元共融，构建平等和谐的工作环境，在招聘、入职、培训及工作安排中，禁止因性别、年龄、宗教、国籍等任何因素导致的歧视行为，严禁使用童工、强迫劳动等行为。报告期内，公司未发生任何违规用工事件。

我们向每位求职者提供平等的机会，畅通多渠道的招聘方式，利用网络招聘平台、开展校园招聘、鼓励内外部推荐、猎头推荐等多种方式进行人才雇佣，设定科学的面试流程以全面评估候选人，依据《人力资源审批权限》的分权要求进行录用审批，并对部分关键候选人在入职前进行背景调查，保证人才获取的准确性和公正性。报告期内，公司通过派遣方式聘用残疾人，合计 10 人，提供与他们能力相匹配的工作岗位及就业机会。

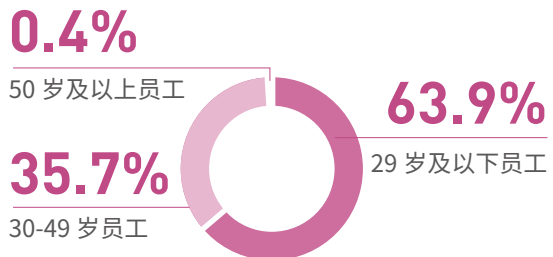
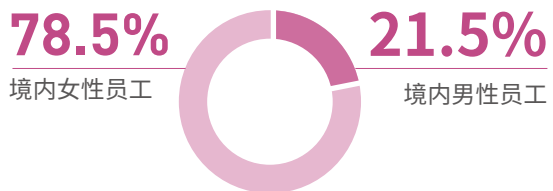
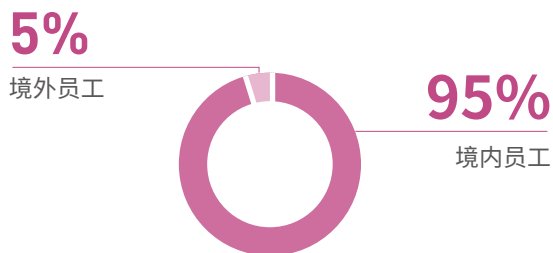
2023 年，逸仙电商荣获雇主品牌研究所颁发的“2023 DEI 雇主大奖”，人才培养、关爱员工、企业文化与价值观建设等方面的卓越表现受到权威认可。为进一步提升公司的雇主品牌形象和吸引力，我们将开展员工价值主张（Employee Value Proposition, EVP）项目，目前已完成项目的前期调研。



逸仙电商荣获“2023 DEI 雇主大奖”

逸仙电商员工总人数（含海外员工）

1,505 人



## 权益保障

逸仙电商尊重和保障员工的合法权益，对强迫劳动、性骚扰、歧视等行为零容忍。公司制定《员工手册》，在招聘、薪酬、福利、晋升、休假、离职等方面全方位保障员工权益，并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其它损害员工合法权益的行为。为防止不合理行为，我们设有申诉邮箱，成立员工工会，并定期进行防职场歧视、性骚扰等宣传，打造平等开放的工作环境。

逸仙电商积极聆听员工的建议和意见，通过多种形式加强与员工的沟通与互动。



### 季度 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，让员工深度了解、参与公司发展战略进程，提升员工参与感和大局观；



### 团建活动

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；



### 工会组织

我们依法成立工会组织，并选出员工代表与公司沟通员工需求，切实保障员工权益，报告期内组织召开 3 场职工代表大会；



### 员工申诉

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。



### 关键绩效

✓ 逸仙电商工会荣获“**广州市总工会 2023 年度五**

**星级工会组织”**



✓ 全体员工的劳动合同签订率 **100%**

✓ 员工持股人数占比 **21.6%**

## 人才成长

逸仙电商关注人才发展，注重员工的培养与成长，完善人才培养体系，鼓励员工释放自身潜能，并为员工设置清晰且畅通的晋升通道，致力于为员工提供平等的发展机会和广阔的发展空间。

## 员工培训

公司搭建了“逸仙学习与发展体系”，并根据员工反馈与公司发展需求持续优化，以满足不同员工的能力提升需求，为员工创造更好的学习与发展机会。

此外，我们为不同发展阶段的员工提供个性化的职业培训内容：面向新入职员工和实习生，开展技能专业培训、企业文化与价值观培训；面向中高管，开展品牌营销培训、渠道运营培训、消费者研究与洞察、人力资源规划、创新研发、BI商业分析、高管发言人与公关等培训；面向生产和供应链、质量等技术人员，开展技术和管理培训、EHS 相关的安全应急培训。



### 📡 关键绩效

✓ 全体员工受训总时长

**4,342** 小时

✓ 逸仙·领导力计划开展 3 期，

覆盖员工 **94** 人次

✓ 业务加油站计划开展 2 期，

覆盖员工 **264** 人次

✓ 逸·新人计划开展 4 期，

覆盖员工 **1,384** 人次

✓ YSMT 计划开展 1 期，

覆盖员工 **276** 人次

## 晋升发展

逸仙电商始终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，为不同类型的员工畅通提供晋升通道。秉承前瞻性与战略性理念，公司每年初依据各部门业务规划及公司预算要求，确定全年编制计划，制定年度人力资源规划，确保人力资源的合理配置以满足业务需求。

### 定期绩效考核

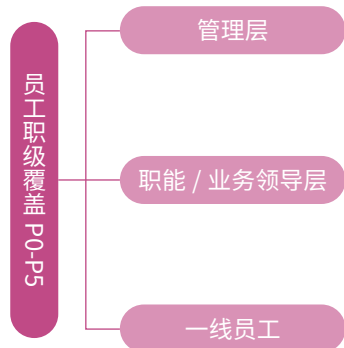
我们对员工提供月度和季度绩效考核，向员工提供评估结果反馈和沟通，为员工进一步提升提供辅导和支持。2023年，公司实施新的战略评价体系，引入平衡计分卡（Balance Score Card, BSC）来评价公司、品牌事业部、渠道事业部和职能部门的全面工作成果，为整个团队提供了清晰的发展方向和工作重点，从而实现目标一致，力出一孔。

### 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。

逸仙电商重视校园人才吸引与培养，每年度开展管培生校园招聘项目，通过多渠道宣传，联动内部员工推荐，2023年共有27位年轻高潜力的同学加入逸仙电商管培生项目，为公司注入新鲜血液。

### 多元的发展通道



### 案例 开展管培生培训

2023年7月，公司开展“探索·美妆星球——第11期黄埔班集训活动”，助力新员工快速融入公司。课程培训板块覆盖走进逸仙、产品与妆容体验、职场心态与职场技巧、多项业务基础课等内容，引入以团队协作为主题的素质拓展活动。集训结束后，管培生在客服部进行为期2周的客服体验工作，亲身接触消费者、深度了解产品、品牌，最终回归品牌承接对应的工作。



管培生培训

## 员工关怀

逸仙电商注重员工关怀，为员工营造安全、健康的工作环境，提供具有市场竞争力的薪酬福利，组织开展丰富多彩的员工活动，提升员工的归属感与幸福感，为企业的可持续发展奠定坚实基础。

### 保障健康安全

公司严格遵守《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，建立安全管理部门与监督机构，全面保障员工的健康与安全。我们为员工提供安全工具及设备，不定期组织安全检查、消防演练、EHS 培训等活动，公司范围内所有工程改造完成后第一时间安排光触媒、生物酶等除甲醛空气治理举措，确保办公场所环境达到健康安全标准。

我们关注员工身心健康，与外部机构合作建设内部医疗诊所为员工提供及时、专业的免费医疗服务；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；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；不定期举办瑜伽、颂钵、按摩、美甲、茶香雅集、非遗文化体验、读书会等，为员工提供多样化的情绪和身心疗愈活动。

2023 年，公司邀请广东省现代健康产业研究院中医医生在集团内部展开了为期 2 周的健康诊疗，提供超 200 人次的一对一健康理疗与咨询。针对女性员工，报告期内公司组织共 3 场女职工“两癌筛查专项义诊”活动，为公司超过 600 名女性员工提供免费“两癌”筛查活动，维护女性职工的专属权益。

### 薪酬制度规范

公司重视员工薪酬福利保障，制定《薪酬管理手册》与《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。我们承诺并保证同工同酬，为员工提供完善的薪酬体系，包括基本工资、岗位津贴、绩效奖金、年终双薪、国家规定的各类社会保险等，定期参考市场薪资水平对员工薪酬进行合理调整，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，公司授予期权奖励，以短期及长期激励相结合的方式，为公司积累优秀人才。

## 员工福利多样化

一直以来，逸仙电商把员工福利作为提升员工幸福感的抓手。我们为员工提供多样化的福利，除运营所在地规定的法定社会保险与假期，我们为员工提供生日及节日礼品、免费食堂、免费班车、弹性打卡、内购优惠等。作为充满“她力量”的美妆集团，逸仙电商关照女性员工，设置试妆间，发放妇女节礼品，使女性职工感受到人性化温馨服务。2023年，公司工会打造暖心职工之家，努力满足职工多层次、多方面、多样化的需求，提升员工满意度。

逸仙电商倡导积极健康的工作氛围，平衡员工工作和生活，组织各类丰富的文体活动，真诚感谢员工的辛勤付出，提成员工的幸福感和满意度。

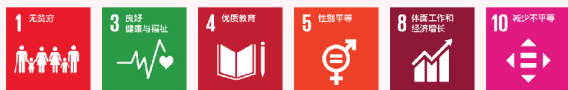
公司连续举办六一、周年庆、中秋节大型主题游园会与下午茶活动，吸引全体员工热情参与，为员工的工作生活注入更多欢乐和温馨。

### 案例 逸仙电商七周年庆典

2023年8月，逸仙电商“乘风破浪，逸往无前”七周年庆典暨第四届逸仙电商员工101决赛在广州总部举办，与员工共同庆祝、分享喜悦。公司以爱心线上义卖开启周年庆典，举办盛大的线下游园活动，各部门共24位员工奉献了精彩的节目表演，用音乐传达对公司美好明天的期盼与祝福。



## 回应联合国可持续发展目标



## 回应ESG议题：

- 社会公益

# 05 传递温暖·妆点社会

逸仙电商致力于为社会创造价值，充分发挥自身资源优势和  
社会影响力，围绕女性赋能、守护自然、儿童关怀等公益领域，积  
极开发和实施公益项目，并与政府、高校、公益组织等携手合  
作，以实际行动传递温暖与爱心，以真诚之心妆点社会。

## 企业社会责任战略

逸仙电商在探索美的旅途中，始终坚持发现美、守护美、创造美，以发现女性之美、守护自然之美、传递善意之美为方向，形成了具有自身特色的社会责任战略体系。逸仙电商秉承一如既往的社会使命感，不断拓展社会公益慈善活动的深度和广度，助力联合国可持续发展目标达成，将责任之光照耀更多、更远的地方。

我们对已进行的公益项目设置并追踪相关的绩效指标，覆盖项目直接受益人群、间接影响群体、传播曝光量，以及包含政府、媒体部门奖项和公众好评度的社会评价等多个维度，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，并为优化下一阶段的项目设计及落地提供重要参考。



用科技、专业的力量，持续发现美、守护美、创造美



逸仙电商企业社会责任战略

## 发现女性之美

逸仙电商肩负起传递女性力量的守护使命，致力于为护士、记者、警察等女性群体绽放风采创造更广阔的舞台。我们推进女性公益事业发展，持续开展“创美人生”等女性赋能公益项目，通过“授人以渔”的方式，为女性量身打造创造美丽、传递美丽的美妆事业，帮助她们持续成长和蜕变，实现创业增收与自我价值的提升。

### 案例 创美人生，让“她力量”自由绽放

2023年3月，逸仙电商“创美人生”美妆公益培训项目第二季广州站正式启动，三期培训见证了120位女性的成长。本季培训持续优化培训范围、课程安排、工具配置等环节，采取“理论教学+现场实操”的方式，带领学员实地参观逸仙电商总部，切身感受美妆行业的快速发展。“创美人生”美妆公益培训项目于2023年荣获南方周末“年度公益案例”奖项，得到外界的高度认可。

自2021年起，逸仙电商联合中国妇女发展基金会开展“创美人生”美妆公益培训项目，为女性群体提供彩妆培训课程，帮扶低收入、困难及创业女性掌握美妆专业，重燃对美好生活的憧憬。三年间，“创美人生”项目已帮助282名困境女性掌握美妆专业技能，助力她们在美的领域积极创业就业。



“创美人生”美妆公益第二季现场

### 案例 国际护士节专场美妆公益活动

逸仙电商坚持通过物资捐赠、公益美妆教学、医护人员妆容改造等方式，将诚挚的关怀与问候送给一线医护人员。2023年5月12日，逸仙电商在中山大学附属第一医院开展护士节专场美妆公益活动，开设公益化妆专区，派出资深化妆师为数十位女性护士量身进行妆容设计，定制了价值67万元的3,800份“护肤+彩妆”爱心礼包，陪伴她们共同欢度护士节。



中山大学附属第一医院接受来自逸仙电商的爱心捐赠

### 关键绩效

✓ 2023年，“创美人生”第二季

顺利落地 **3** 期，

赋能 **120** 名困境女性，

专项技能证书考核通过率达

**100%**

✓ 近三年，“创美人生”项目共帮助

**282** 名女性掌握就业职业技能，

其中，四川地区1-3期培训学员

就/创业比例达 **88.5%**

## 守护自然之美

逸仙电商始终尊重自然、保护自然，探索与自然和谐共生的方式，将低碳环保理念融入产品设计等环节，同时，自2020年以来，逸仙电商开展了濒危动物保护、流浪猫狗关爱、自然文化遗产传承等相关的公益活动，呼吁更多人加入到守护生态自

然的队伍中。为进一步保护自然生态，我们制定了《生物多样性保护政策》，公开披露关于生物多样性保护的承诺与行动策略，以求促进对自然生态的有效保护。



完美日记开展猫狗盘动物保护公益项目



完美日记开展留住中国美色公益计划丹顶鹤保护项目



Pink Bear 皮可熊携手骆王宇、它基金发起“流浪动物喂饱计划”公益行动

## 传递善意之美

逸仙电商推进自身发展、进步的同时，一直深耕各项公益事业，在教育科研、乡村建设、志愿活动等社会公益领域上积极发力，通过开展各类公益行动回馈社会，深化企业和品牌价值。

### 教育科研

2023年，逸仙电商与中山大学签订战略合作协议，在广州设立“中山大学——逸仙电商科研发展基金”，向中山大学教育发展基金会分3年捐赠1,000万元，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，助力高校科研事业发展。



“中山大学——逸仙电商科研发展基金”捐赠仪式

### 乡村建设

为支持教育及乡村振兴事业，逸仙电商联动公司志愿者共同参与对口捐赠学校的帮扶，参与援建多所绿色教室，开展“绿色爱心电脑捐赠”公益活动，将闲置、更换的电脑捐赠小学，为学校开展信息化教学工作提

供更好的条件，为当地的教育事业注入新的活力和发展希望。截至2023年底，逸仙电商已向韶关、清远、云浮等广东省多个乡镇捐赠电脑306套、投影仪7台，帮助近3,000名山区孩子拥有新的电脑教室。

截至2023年底，

捐赠电脑

**306**套

投影仪

**7**台

帮助近

**3,000**名山区孩子拥有新的电脑教室



爱心电脑教室



## 志愿活动

逸仙电商发挥企业的资源优势和他社会影响力，推动员工参与“99公益日”、慈善义演、图书捐赠等志愿活动，并鼓励旗下品牌开展公益活动，尽己所能为社会各类群体提供帮助。

### 案例 开展公益徒步活动

2023年11月，逸仙电商50名员工参与由广州市民政局、广州市慈善会等联合举办的“穗善安居，十载同行”第十届福彩杯乐善行公益徒步活动，加入倡导社会关注困境儿童等困难群体的队伍中，以徒步点亮慈善之路。



公益徒步现场

### 案例 助力慈善情景音乐节

2023年9月，逸仙电商参与由广州市慈善会联合广州市音乐家协会等单位共同打造的慈善音乐盛宴——首届广州市慈善情景音乐会暨“微心愿·善暖万家”公益项目。活动旨在通过音乐、情景演绎等形式，与公众分享、回顾慈善项目成果。逸仙电商发挥美妆企业独特资源优势，派出12位企业志愿者，携旗下完美日记、小奥汀、皮可熊三个彩妆品牌的全新专业彩妆工具、产品，为60多位小演员们提供公益化妆服务。



为演员提供公益化妆服务



### 案例 举办图书捐赠公益活动

2023年4月，逸仙电商党委联合北京春晖博爱基金会共同发起“捐书、共读、陪伴”公益活动，号召员工为孤残儿童捐献书籍，并捐建爱心图书角。



捐赠爱心图书角

### 案例 Pink Bear 皮可熊支持举办公益展



皮可熊与深圳守望协会合作，支持举办为孤独症群体发声的公益展

### 案例 DR.WU 达尔肤开展校园公益活动



达尔肤走进校园进行公益科普，为大学生科普痘痘相关知识，举行义诊并配发样品

## 附录

## ESG 关键绩效表

环境绩效						
类别	指标	单位	2021	2022	2023	
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	4,308.56	
	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	0.0126	
	范畴一温室气体排放总量 <sup>12</sup>	吨二氧化碳当量	21.36	183.87	138.61	
	范畴二温室气体排放总量 <sup>13</sup>	吨二氧化碳当量	2,942.02	7,534.04	4,169.96	
能源使用	外购电力总量	千瓦时	5,063,710	13,210,665	7,489,146	
	汽油消耗总量	吨	7.02	3.58	2.14	
	柴油消耗总量	吨	/	55.00	42.00	
水资源使用	运营耗水总量	吨	28,977.60	32,429.76	23,971.33	
	运营耗水密度	吨 / 万元营收 (人民币)	0.0496	0.0875	0.07	

<sup>12</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>13</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 2024 年生态环境部最新发布的公告调整为 0.5568kgCO<sub>2</sub>/kwh。

环境绩效					
类别	指标	单位	2021	2022	2023
废弃物	有害废弃物总量 <sup>14</sup>	吨	1.03	0.31	0.19
	无害废弃物总量 <sup>15</sup>	吨	43.91	13.47	7.71
包装材料使用	包装材料使用总量	吨	46,536.94	13,446.26	13,021.61
	包装材料使用强度	吨 / 万元营收 (人民币)	0.08	0.04	0.04
	包装材料使用量 - 纸类 <sup>16</sup>	吨	18,085.80	10,657.50	10,368.40
	包装材料使用量 - FSC 认证纸类 <sup>17</sup>	吨	88.40	23.00	35.00
	包装材料使用量 - 塑料类 <sup>18</sup>	吨	26,809.63	2,327.54	2,198.33
	包装材料使用量 - 金属类	吨	768.80	263.42	312.34
	包装材料使用量 - 木材	吨	350.00	0	0
	包装材料使用量 - 玻璃	吨	95.97	46.30	65.80
	包装材料使用量 - PU 皮革	吨	336.35	127.00	75.00
	包装材料使用量 - 布类 <sup>19</sup>	吨	2.00	1.50	1.74

<sup>14</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、EVE LOM 伊芙珑品牌中国境内直营线下门店。

<sup>15</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、EVE LOM 伊芙珑品牌中国境内直营线下门店。

<sup>16</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、EVE LOM 伊芙珑品牌中国境内直营线下门店。

<sup>17</sup> 包装材料使用量（除纸类和塑料类）：统计范围为 7 家生产制造的 OEM/ODM 工厂。

<sup>18</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>19</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。

## 社会绩效

类别	指标	单位	2021	2022	2023
研发情况	研发投入	亿元人民币	约 1.4	约 1.3	1.12
	累计获得国内外知识产权	项	2,936	4,052	4,693
员工构成	员工总人数 (含海外员工)	人	3,497	1,837	1,505
	中国境内员工人数	人	3,444	1,772	1,430
	中国境内男性员工人数	人	737	381	308
	中国境内女性员工人数	人	2,707	1,391	1,122
	中国境内在职 29 岁或以下员工数	人	2,711	1,250	914
	中国境内在职 30-49 岁员工数	人	728	515	510
	中国境内在职 50 岁或以上员工数	人	5	7	6
	劳动合同签订率	%	100	100	100
员工权益	员工持股人数占比	%	11.9	15.5	21.6
员工培训	员工受训总时长	小时	33,068	14,012	4,342
	男性员工受训总时长	小时	6,614	2,802	1,097
	女性员工受训总时长	小时	26,454	11,210	3,245
	管理层员工受训总时长	小时	28,944	1,618	165

## 社会绩效

类别	指标	单位	2021	2022	2023
员工培训	基层员工受训总时长	小时	4,124	12,394	4,177
	接受商业道德培训的全职员工比率	%	100	100	100
职业健康安全	因工伤损失总日数	天	125	84	0
	因工作关系死亡人数	人次	0	0	0
供应商数量	中国境内直接供应商数目	家	141	151	145
	中国境内核心供应商数量	家	7	7	7
公益投入	公益慈善捐款总金额	万元人民币	340	474	219.7

## GRI 指标索引 (核心)

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
			品质创新·探索至美
	2-7	员工	以人为本·乐活青春
			附录 -ESG 关键绩效列表
	2-9	管治架构和组成	科学治理·发展之美
	2-10	最高管治机构的提名和遴选	科学治理·发展之美
	2-25	补救负面影响程序	科学治理·发展之美
			品质创新·探索至美
2-26	寻求建议和提出关切的机制	以人为本·乐活青春	
		科学治理·发展之美	
2-29	利益相关方参与的方法	科学治理·发展之美	
GRI 3: 实质性议题 2021	3-1	确定实质性议题的过程	科学治理·发展之美
	3-2	实质性议题清单	科学治理·发展之美

指标	指标说明	所在报告位置
GRI 201: 经济绩效 2016	3-3 实质性议题的管理	科学治理·发展之美 品质创新·探索至美 绿色发展·可持续之美 以人为本·乐活青春 传递温暖·妆点社会
	201-1 直接产生和分配的经济价值	年度 ESG 亮点数据
	201-2 气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇	绿色发展·可持续之美
	201-3 固定福利计划义务和其他退休计划	以人为本·乐活青春
GRI 203: 间接经济绩效 2016	203-1 所支持的基建投资及服务	传递温暖·妆点社会
GRI 204: 实务采购 2016	204-1 来自当地供货商的采购支出比例	附录 -ESG 关键绩效列表
	205-1 已进行腐败风险评估的运营点	科学治理·发展之美
GRI 205: 反腐败 2016	205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	科学治理·发展之美
	301-1 所用物料的重量或体积	绿色发展·可持续之美
GRI 302: 能源 2016	302-1 组织内部的能源消耗量	绿色发展·可持续之美 附录 -ESG 关键绩效列表
	302-3 能源强度	附录 -ESG 关键绩效列表
	303-5 耗水	附录 -ESG 关键绩效列表
GRI 303: 水资源与污水 2018	303-5 耗水	附录 -ESG 关键绩效列表
GRI 305: 排放 2016	305-1 直接（范畴 1）温室气体排放	附录 -ESG 关键绩效列表

指标	指标说明	所在报告位置	
GRI 305: 排放 2016	305-2 能源间接 (范畴 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	绿色发展·可持续之美	
	306-2 废弃物相关重大影响的管理	绿色发展·可持续之美	
	306-3 产生的废弃物	附录 -ESG 关键绩效列表	
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	品质创新·探索至美	
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	以人为本·乐活青春	
	403-1 职业健康安全管理体系	以人为本·乐活青春	
	403-5 工作者职业健康安全培训	以人为本·乐活青春	
	GRI 403: 职业健康与安全 2018	403-6 促进工作者健康	以人为本·乐活青春
		403-9 工伤	附录 -ESG 关键绩效列表
	403-10 工作相关的健康问题	附录 -ESG 关键绩效列表	
GRI 404: 培训与教育 2016	404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	以人为本·乐活青春	
GRI 405: 多元化与平等机会 2016	405-1 管治机构与员工的多元化	以人为本·乐活青春	
		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	传递温暖·妆点社会	
GRI 418: 客户隐私 2016	418-1 与侵犯客户隐私和丢失客户资料有关的经证实的投诉	品质创新·探索至美	

## 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（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。

本报告为逸仙电商第三份 ESG 报告，包括公司在 2023 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 2023 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，报告电子版本可在公司官方网站（[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。

## 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 2023 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三份报告，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：



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

YSG逸仙