

2024

逸仙电商环境、社会及管治报告

Yatsen Holding Limited Environmental Social and Governance Report

目录

CEO致辞

01

关于本报告

03

年度关键绩效

04

关于我们

09

01

科学治理 · 向美生长

可持续发展管治	12
公司治理	15
商业道德	19
信息安全	21

04

以人为本 · 美丽共生

多元、公平、包容职场	59
人才成长	62
员工关怀	64

02

匠心品质 · 创新致美

研发与创新	25
产品质量与安全	31
客户服务	36
负责任供应链	41

05

妆点社会 · 与美同行

社会责任战略	68
发现女性之美	69
守护自然之美	71
传递善意之美	72

03

绿色发展 · 守护美好

迈向碳中和	45
应对气候变化	50
可持续包装	53
绿色运营	56

附录

ESG关键绩效表	74
GRI指标索引(核心)	79

意见及反馈

83

CEO致辞

从初创时的勇敢探索，到如今成为中国美妆领域可持续发展的坚定践行者，逸仙电商的每一步足迹都印证着始终不变的“为消费者创造价值”的初心。

2024年，逸仙电商迎来八周年。这不仅是发展历程的重要里程碑，更是我们坚定高质量发展路径、深耕可持续理念的关键节点。以“世界级美妆创新先锋”为愿景，我们将可持续发展融入研发、运营、人才与公益等核心环节，全面推进ESG治理，助力美妆行业实现高质量与可持续发展。



逸仙电商创始人、董事长兼CEO

黄锦峰

科学治理 · 向美生长

科学治理是企业稳健发展的基石。我们自上而下构建了可持续发展治理体系，明确职责分工，规范决策流程，持续提升管理透明度，为长期发展奠定坚实基础。

在日常运营中，我们将商业道德融入价值链管理中，携手合作伙伴共建合规互信的商业生态；在信息安全方面，构建多维度数据防护体系，竭力守护用户隐私与数据资产，营造安全可靠的数字环境。通过诚信合规的治理体系与坚实的信任基础，逸仙电商持续增强企业韧性，为引领行业健康发展提供保障。

匠心品质 · 创新致美

在美妆与科技深度融合的趋势下，我们坚持以研发创新作为品牌增长的核心驱动力。依托“逸仙科技之路”战略，聚合全球科研资源，搭建自主创新体系，不断将前沿科技成果转化为品牌竞争力，持续拓展“美”的边界。

我们的科研成果屡获国际认可，连续三年亮相IFSCC国际化妆品化学家大会，多项研究荣获创新奖项，充分体现了逸仙在科研硬实力与全球化布局上的持续突破。

在品质层面，我们始终以消费者为核心，坚持负责任营销，全链路严格把控产品质量与使用体验。从原料筛选到生产流程，从成品检测到售后反馈，我们不断完善质量管理体系，力求让每一位消费者切实感受到逸仙的匠心与诚意。

绿色发展 · 守护美好

应对气候变化挑战，我们将碳管理纳入核心战略。2024年，全面开展覆盖全价值链的碳盘查，识别关键排放源，稳步推进节能减排措施，并携手供应链伙伴推动共同降碳。

在绿色包装方面，我们通过优化设计与环保材料应用，减少对环境的影响；在能源效率与污染控制上，不断强化资源循环与绿色采购实践，降低环境足迹。我们致力于构建与自然和谐共生的发展模式，让绿色理念在每一个细节中落地生根。

以人为本 · 美丽共生

我们始终秉持以人为本的理念，营造多元、包容、尊重的企业文化。通过健全的人才培养机制与激励体系，释放员工潜能，推动组织与个人共同成长。

我们倾听员工心声，关注身心健康，优化薪酬福利，并通过丰富的文化活动增强归属感与凝聚力。在年会等重要时刻，我们致敬每一位逸仙人的付出与成长，让每一次努力都被看见，让工作成为价值实现与热爱延续的旅程。

妆点社会 · 与美同行

因美而生，向善而行。我们始终将企业发展与社会责任紧密结合，以“发现美、守护美、创造美”为使命，推动商业向善。

在“创美人生”美妆公益项目中，我们为女性提供技能培训与职业发展支持，助力其实现个人成长与自我价值；在生态保护方面，持续探索生物多样性守护路径；同时，我们投身于儿童关爱、乡村建设等志愿服务，回馈社会，让温度与善意常在。

结语

面向未来，在全球化浪潮与可持续转型交织的时代背景下，逸仙电商将继续坚守长期主义，锚定“世界级美妆创新先锋”的战略目标。我们将以科技为桥、以绿色为底、以责任为本，持续深化ESG治理，携手全球合作伙伴构建人与自然、企业与社会共生共荣的新生态，共同书写中国美妆的创新篇章！

关于本报告

作为中国美妆行业引领者，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，依托研发与数据构筑长期壁垒，立志成为世界级美妆创新先锋。自成立起，逸仙电商持续履行对消费者、员工及社会的承诺，将环境、社会及管治（ESG）理念融入公司决策体系，保持与利益相关方的沟通，推动ESG长远发展。

本报告为逸仙电商第四份ESG报告，覆盖逸仙控股有限公司及其附属公司在2024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2024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、国际可持续准则理事会（International Sustainability Standards Board，简称“ISSB”）发布的可持续披露准则和联合国可持续发展目标（SDGs），借鉴了全球领先评级机构S&P Global（标普全球）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）获取。

中英报告内容如有差异或不一致，请以英文版本为准。

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



环境责任

100%

EVE LOM伊芙珑全线产品
外包装彩盒100%使用FSC
认证的循环纸材

1,773.46 tCO₂e

自身运营温室气体排放量
较2023年下降**61.7%**

100%

Galénic法国科兰黎中国区产品
外包装100%取消塑料膜及吸塑
部件

0.01 吨/万元营收 (人民币)

包装使用强度
较2023年下降**74%**



产品责任

1.1 亿元

研发投入人民币

3.2%

占营业收入总额



5,307,741 人次

一对一接触客户数量



94.44%

各品牌天猫、抖音
和京东平台平均满意度



100%

成品供应商年度及飞行
检查合格率



245 项

申请专利

210 项

获授权专利

包括**9**项实用新型专利
137项外观设计专利和
64项发明专利



员工责任

78.6%

女性员工占比

61.5%

高级管理层女性占比



16.1%

员工持股人数占比

21,801 小时

培训总时长



社会责任

225.7 万元

年度公益捐赠总额



年度 ESG 荣誉

2024年度ESG企业
中国网



明珠杯气候友好型
企业优秀项目案例
新华社



年度ESG成就者
WWD 国际美妆产业大赏



2024“绣花精神”
新时代榜样
CSR创新先锋项目
羊城晚报



中国消费市场绿色
低碳可持续优秀案例
每日经济新闻



2024消费大赏
可持续消费创新企业
南方都市报



2024中国（本土）
化妆品工业百强
化妆品报



ESG优秀报告奖
观察者网



年度智能制造
和绿色可持续企业
信息时报



年度品牌荣誉

Perfect Diary 完美日记

中国美妆创新力
C-Bauty Innovation
Award

WWD国际美妆产业大奖



2024
德国红点奖
传达设计至尊奖

德国红点奖



2024
美国缪斯设计奖-金奖

美国缪斯设计奖



2024
法国设计奖-金奖

法国设计奖



2024
美国好设计奖-金奖

美国好设计奖



ELLE美妆之星
专业评审奖

ELLE



Galénic 法国科兰黎

天猫金妆奖年度
88VIP用户选择奖

天猫



科技抗衰领导品牌

青眼



年度美容大奖

VOGUE



科研创新论文奖

IFSCC



ELLE年度美妆之星

ELLE



年度品牌荣誉

Little Ondine 小奥汀

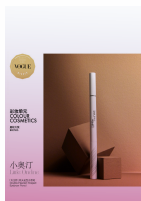
2023年度
新品孵化店铺

京东



VOGUE美容大奖
2024眉妆大奖

VOGUE美容大奖



天猫金妆奖
“年度眉妆奖”

天猫



最信赖眉部造型产品奖
2024年度美容大奖

搜狐时尚



Pink Bear 皮可能

年度新晋品牌

WWD国际美妆产业大赏



2024年度美妆行业
超级新秀奖

天猫



2024美妆大赏
彩妆榜

VIVI



口碑榜TOP前三

新浪美妆



EVE LOM 伊芙珑

年度纯净美妆品牌

WWD国际美妆产业大赏



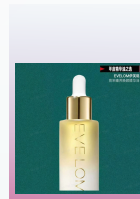
年度养卸合一卸妆膏奖

Wonderland



年度精华油之选

V Magazine



DR.WU达尔肤

6月防晒榜

搜狐时尚



关于我们

企业概况

逸仙电商创立于2016年，是在中国本土孵化和成长的多品牌新锐国货美妆企业。曾获“美妆行业化妆品优秀企业”、“2024化妆品（中国）工业百强”、广州日报“科技创新贡献奖”、新华社明珠杯“气候友好型企业优秀项目案例”、2024灵犀奖“最具社会价值企业”、雪球“2024年度ESG创新实践案例”等多项荣誉。2020年11月逸仙电商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“世界级美妆创新先锋”，逸仙电商旗下拥有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伊芙珑等多个高成长性的彩妆及护肤品牌。

逸仙电商不断挖掘创新潜力，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。自2020年起，逸仙电商五年累计研发投入费用达5.5亿元，居行业领先水平；在中国上海、广州及法国图卢兹设立三大自主研发中心，依托“逸仙科技之路”战略整合全球顶尖研发资源，赋能生物科技、科学护肤、情绪护肤与肌肤数据专家四大领域。目前逸仙电商已与瑞金医院医学护肤联合实验室、中山大学联合实验室、法国圣路易斯医院等海内外知名机构建立深度合作。截至2024年底，逸仙电商在全球范围内已获授权专利210项，其中发明专利64项。

企业文化

企业愿景

世界级美妆创新先锋



企业使命

中国美的引领者



价值观

为顾客创造价值
 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
 以业务流为中心，去部门去层级

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

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、信息安全和隐私

01

科学治理 · 向美生长

逸仙电商秉持科学的治理原则，建立规范的可持续发展管治架构，持续优化公司治理、筑牢商业道德根基、强化信息安全保障，不断提升企业管治效能，助力实现向美生长。

可持续发展管治

逸仙电商聚焦企业运营对环境及社会的影响，持续完善可持续发展治理体系，积极与利益相关方沟通协作，推动企业、社会与环境的共生共荣与可持续发展。

可持续发展管治架构

逸仙电商构建了以董事会为核心的三层可持续发展治理架构，形成战略引领、统筹协调、专项执行的闭环管理体系。董事会作为最高决策机构，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，负责协调与推进ESG事宜的具体执行，并定期向上汇报。

可持续发展管治架构

董事会



- 负责监督ESG相关重大事项
- 制定ESG管治策略及行动路径

统筹小组



- 负责统筹管理ESG相关事宜
- 协助ESG报告编制

项目执行跨部门团队



- 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

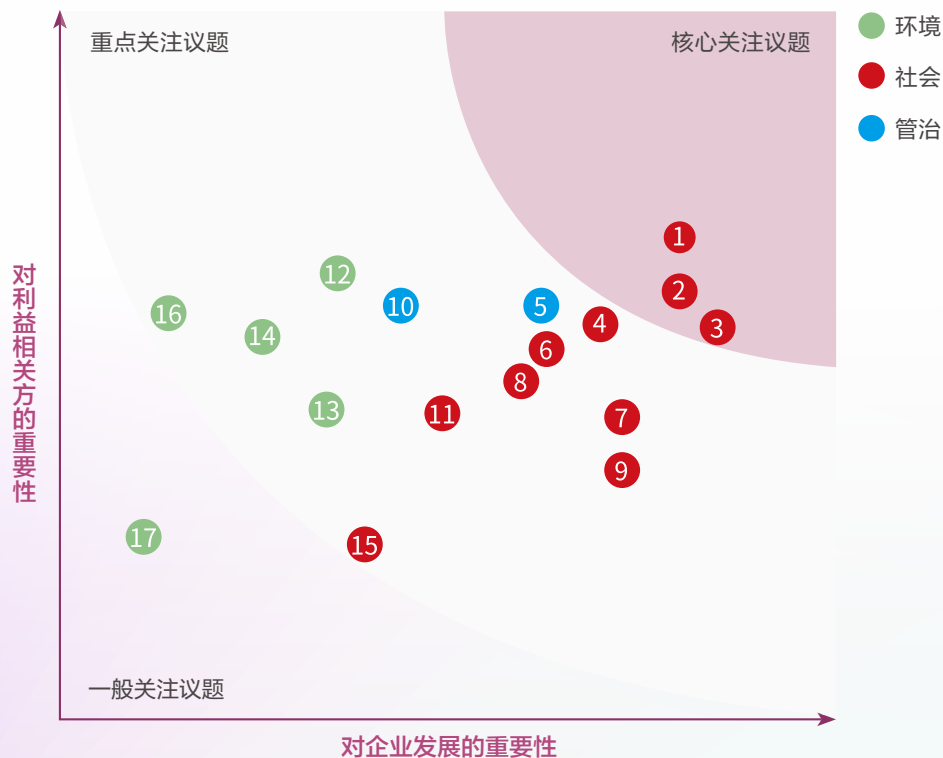
逸仙电商积极拓展与各主要利益相关方的对话渠道，构建多元化的沟通机制，主动了解并回应各利益相关方的诉求和建议，与各利益相关方共同探索可持续未来。

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

重要性议题判定

公司基于过往重要性议题问卷调研形成的重要性矩阵，结合本年度利益相关方沟通、同行对标及监管与资本市场ESG关注趋势，对议题进行审阅，最终确定议题重要性排序，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



逸仙电商ESG重要性议题排序

重要性等级	议题排序	议题名称
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

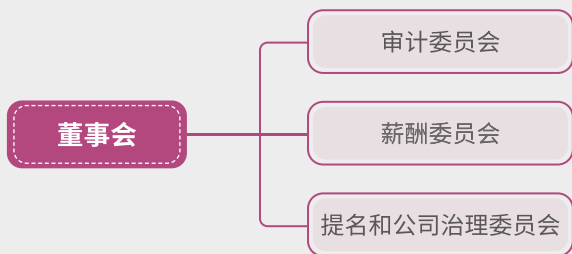
公司治理

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，保障公司治理合规高效，助力公司稳健发展。

管治架构

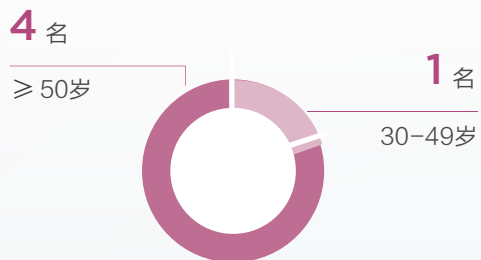
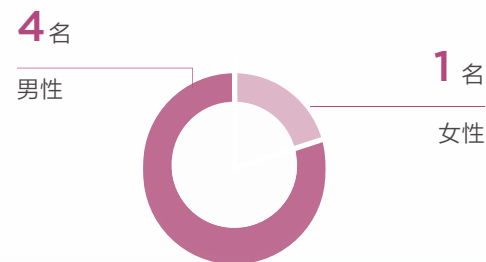
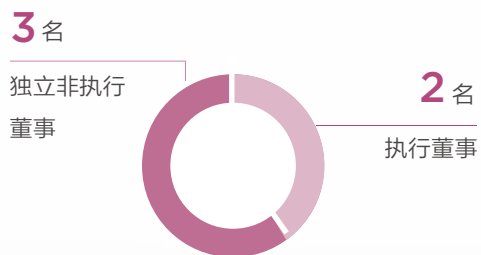
公司依据美股上市规则建立董事会，下设审计委员会、薪酬委员会及提名和公司治理委员会的董事会。投资者可在我们的投资者关系网站查阅各个董事的资料及董事会的职权范围等信息。

逸仙电商管治架构



董事会多元化

逸仙电商致力于提升董事会多元化程度。我们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，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能力与战略决策效能，为可持续发展提供坚实治理支撑。



风险管理

逸仙电商持续优化风险管理与内控审查机制，着力强化法律合规治理能力，确保风险的有效识别和管控，保障企业稳定持续经营。

风险管理架构

公司持续筑牢风险管理架构，推进风险定期汇报机制。公司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监督机制。各部门风险负责人按季度审视部门业务相关风险点，若发现重大风险，则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。风险管理涵盖商业道德及内部控制相关事务，全面防范公司运营过程中潜在的合规风险。

管理体系优化

公司持续深化风险管理体系建设，重点强化投资并购及资本市场运营领域的风险防控能力。在投资并购环节，我们建立了多维度的尽职调查机制，覆盖商业、法律和财务各个维度，通过前置性风险评估确保潜在问题在项目启动阶段即可被系统识别并制定应对预案。为保障风险管控的动态适配性，我们在项目关键节点设置多级汇报机制，定期向决策委员会提交风险评估报告，以实现管控措施的持续迭代优化。针对资本市场运营风险，公司通过引入第三方专业机构合作，构建了政策法规与行业标准的持续跟踪体系，确保所有操作流程既符合最新监管要求，又能对标国际资本市场最佳实践。



关键绩效

- ✔ 2024年，我们积极开展内控自评，覆盖 **16** 个核心业务流程，识别出 **541** 个控制点。
- ✔ 本年度共发现 **2** 项与信息系统管理流程相关的一般控制缺陷，均已推进整改。

高效舆情应对

公司高度重视公共舆情监测与应对，建立了高效的日常舆情监测预警系统，实现动态预警与及时响应，有效防范舆情风险。同时，针对内部潜在风险点落实排查机制，强化事前关注、沟通与预案准备，防患于未然，有效管控舆情风险。

舆情应对流程



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核心动态。同时，我们为投资者提供了包括电话、电子邮件、在线会议、线下会议、等多维度沟通渠道，促进与投资者更高效地互动，解答他们的疑问，并收集他们的反馈和建议，强化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，并通过动态公告机制及时更新重大事项进展，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

✔ 2024年，
举办**4**场业绩发布会，
参加约**70**场分析师或投资者沟通会议

商业道德

我们的策略

逸仙电商恪守诚信廉洁的企业行为规范，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》国内以及其它运营所在地相关法律法规，要求每位员工坚守底线，铸牢自身可持续发展的合规根基，并与合作伙伴共同建立合规、互信的商业环境，共同推动公平公正、诚实互信、阳光透明的商业生态。

我们的行动

为构建全方位合规管理体系，逸仙电商持续强化合规审查的深度与广度，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，深化商业道德价值观的全员宣贯，多维度筑牢合规防线，携手合作伙伴共建透明、负责任和可持续发展的商业生态。

我们的治理

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。

我们不断完善商业道德建设及反贪腐管理机制，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》、《商业行为准则》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。

强化合规审查

公司不断加强内部合规审查，确保相关标准与员工行为符合最新法规要求。内审内控部门每三年对商业道德政策的执行情况进展全面审计评估，并保持政策的时效性和适用性。此外，我们定期开展覆盖全公司运营点的内、外部控制合规审查项目，亦针对个人信息保护、办公系统权限管理等商业道德风险暴露较高的环节展开专项审查。每年对门店、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，以强化内部商业道德控制体系，确保公司运营的合规性和安全性。

商业道德文化建设

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。

保护举报人权益

公司提供多种举报渠道，包括举报热线、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，以利益相关者在遇到不当行为时能够便捷高效地进行举报。我们持续优化举报处理流程，由专职团队负责调查跟进，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，充分保障当事人享有申诉权利并提供相应途径。我们高度重视保护举报人的隐私，以专案专办的方式开展举报调查，明确禁止对举报人进行打击报复的行为，一经发现，将对违规行为依法依规严肃追责。

亮点绩效

- ✔ 2024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%**。
- ✔ 2024年，公司**未发现**腐败或贿赂、歧视或骚扰、客户隐私数据泄露、洗钱或内幕交易等违反行为准则的行为。
- ✔ 2024年，公司**未发生**涉及贪污、受贿、勒索、欺诈、内幕消息交易及洗钱的诉讼案件。

信息安全

我们的策略

逸仙电商视信息安全为企业持续发展的基石，致力于构建一个安全、可靠的网络商业环境。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，系统搭建多层次防护屏障，全方位保障数据资产安全与客户隐私权益，筑牢企业稳健运营的数字防线。

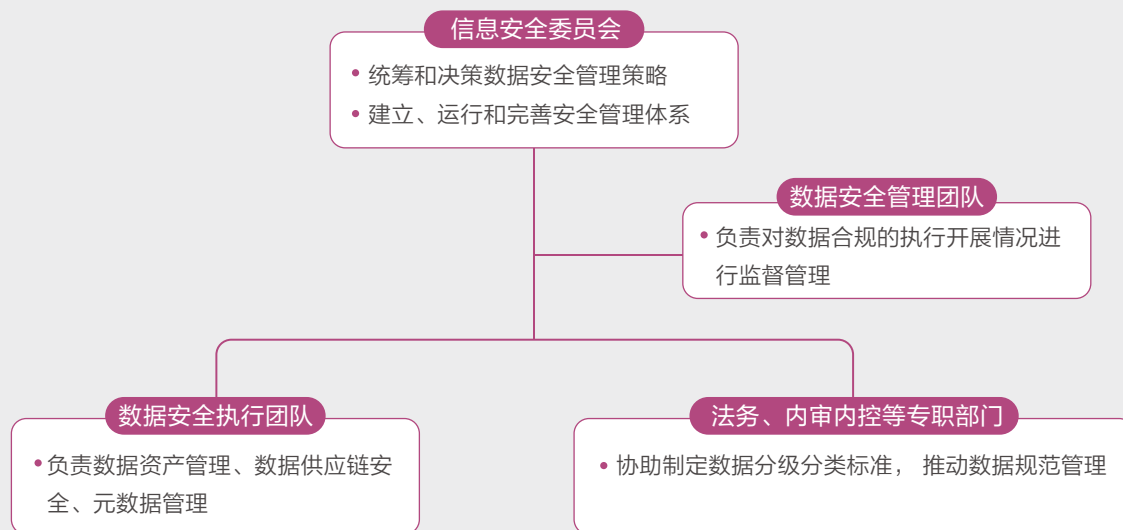
我们的行动

逸仙电商定期安全评估持续升级技术防护体系，结合灵活响应机制快速响应信息安全挑战。我们开展全员参与的数据安全培训提升团队防护意识，采用用户与企业端双轨制数据管理策略，构建覆盖技术、流程、意识的立体防护网络，从存储到使用全流程守护用户隐私。

我们的治理

逸仙电商建立了覆盖信息安全委员会、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，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，全面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与其合规性。

为了进一步提升数据和网络安全，我们定期聘请第三方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。2024年，逸仙电商引入外部合作伙伴的渗透测试服务，通过第三方视角完善风险防控体系，测试结果未发现高危漏洞，针对发现的中、低危漏洞，公司已迅速采取行动，及时完成修复。

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。



数据与隐私保护

逸仙电商高度重视用户数据安全和隐私保护，针对用户端和企业端设置严格的管理规范制度，严格管理从线上渠道获取的消费者和潜在消费者个人信息，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，内容涵盖用户可以决定如何收集、使用、保留和处理个人数据，包括可以选择拒绝提供选项、需要选择同意、请求访问公司持有的数据、请求将数据传输给其他服务提供商、请求更正/删除他们的数据，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，并明确声明信息在公司文件中的保留时间，充分保障消费者知情权。
- 优化更新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。
- 我们已部署威胁感知平台，持续提升办公网络安全感知能力，不断强化网络安全防御能力。

数据管理措施



信息安全意识培训

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。

亮点绩效

- 2024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**
- 2024年，公司**未发生**信息安全事故或关于个人信息保护的诉讼案件，**未收到**个人信息保护相关的投诉

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

匠心品质 · 创新致美

为客户提供安全、优质的产品与服务是逸仙电商的不懈追求。我们通过创新研发构建产品核心竞争力，严格把控产品质量与化学品安全；以消费者需求为导向，完善客户管理体系，践行负责任营销；同时打造可持续供应链，推动负责任采购，与供应商协同提升ESG表现，实现商业价值与社会价值的共同成长。

研发与创新

我们的策略

逸仙电商以研发为核心驱动力，发布“逸仙科技之路”战略布局，形成“1-3-4-6-20”全球研发战略框架，持续完善研发体系，强化技术储备，激发创新动能，通过科研突破提升核心竞争力。

1座

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个

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大

研发领域

聚焦“生物科技”、“科学护肤”、“情绪护肤”和“肌肤数据专家”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大

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个

联合项目

国家纳米药物工程技术研究中心创新纳米载体技术开发、森馨创新色彩实验室创新色彩研究、复旦大学中国人皮肤微生物组学研究、中山大学生物科技成分开发等。

我们的治理

坚实的研发能力是技术创新的核心基础，逸仙电商系统化构建研发管理体系，持续完善科研组织架构，覆盖前沿研究、配方开发、包装开发、安全评估等8个维度，确保研发全流程的高效协同与科学管理。

逸仙电商研发架构组成



为强化创新激励机制，我们制定了《研发创新奖励激励管理办法》，鼓励研发团队产出兼具市场价值、科学价值及经济效益的技术与产品，进一步提升企业自主创新能力与可持续竞争优势。

我们的行动

逸仙电商持续整合全球顶尖科研资源，深化“逸仙科技之路”战略布局，加速推进创新技术的研发及产业化应用。

创新研发中心建立

本年度，逸仙电商以高投入、高标准设计建立的逸仙全球创新研发中心正式运营，为公司的产品研发和科技创新提供了强大的支持。

案例 逸仙全球创新研发中心正式运营，构建全链路自主研发技术体系

2024年5月，逸仙全球创新研发中心在上海顺利落地并成功运营，已成为中国化妆品行业领先、具备全球竞争力的科研创新平台。该研发中心设有多个功能完备的科研实验室，同时配置了国际“顶配”级别的设备，为逸仙电商实现了研发全链路管理。除了在硬件设施上的高投入，该研发中心也汇聚了国内外众多优秀研发人才，构建起专业高效的创新团队。通过制定系统性创新战略，逸仙电商已成功构建覆盖全产业链的自主研发技术体系，整合了前沿科技研究、创新原料和配方安全、感官和临床研究、绿色包装研究等关键环节，为逸仙电商持续产出创新成果奠定了坚实基础，标志着“逸仙科技之路”体系布局的进一步深化。



逸仙全球创新研发中心



逸仙全球创新研发中心开幕仪式

技术创新驱动

技术创新是逸仙电商持续发展的核心引擎，我们始终致力于在全球范围内识别、研究和转化护肤及美妆领域的前沿技术，通过持续的研发投入推动优质产品的创新升级。本年度，我们正式上线研发系统，全面优化研发体系内13个部门共计34项核心工作流程，显著提升了研发管理效率，同时实现了与公司内部多个重要系统无缝对接，构建起贯穿研发全流程的数字化管理平台，为研发创新提供了强有力的系统支撑。

2024年，我们在多个技术领域实现重要突破：

在原料研发方面

自主研发的“双歧杆菌/乳酸杆菌/大豆籽提取物发酵产物滤液”成功获得国家药监局备案，这是公司首款完成备案的化妆品新原料，目前已广泛应用于完美日记、Galénic法国科兰黎、达尔肤等多个品牌产品线，并建立了完善的专利保护体系。

在技术理念创新方面

我们提出的“妆养一体”理念系统性地解决了传统彩妆产品的技术局限，相关成果已成功转化为多款市场热销产品。

在产品创新方面

完美日记品牌推出的第二代仿生膜精华口红采用Biotec™仿生膜科技，蓝色散粉应用“小蓝锁™”三抗专利技术，均实现了彩妆产品在功效性方面的重大突破。

科研生态建设

构建开放共赢的科研生态是逸仙电商创新战略的关键环节。我们积极参与化妆品行业交流活动、分享和学习创新研发经验，与高校、国内外科研机构达成科研合作，助力共建行业科研生态。2024年，依托“逸仙OpenLab”研发共创平台，我们持续深化产学研合作，联合中山大学等合作伙伴持续开展多个领域关键技术攻关，新增与昆植所等国内外机构的深度合作，持续完善开放式创新生态。

2024年度重点合作项目及成果

发布专利活性微生态原料研究成果

逸仙电商团队和中山大学联合开发的一款全新独家专利活性微生态原料的研究成果，入围第34届IFSCC科研创新论文奖。



启动第二届痤疮研究基金



达尔肤携手国内14位权威皮肤科教授启动第二届痤疮研究基金，累计诞生18项基金项目，通过临床与实践结合，不断拓展“医学治疗+功效性护肤品”的应用边界。

发布改善皮肤缺氧创新技术

瑞金医院-逸仙集团医学护肤联合实验室在“世界压疮预防日”发布了改善皮肤缺氧创新技术，并推出了基于“让皮肤呼吸”理论的皮肤护理产品



发布「仿生膜」Biotec™科技相关学术论文联登两大科学权威期刊

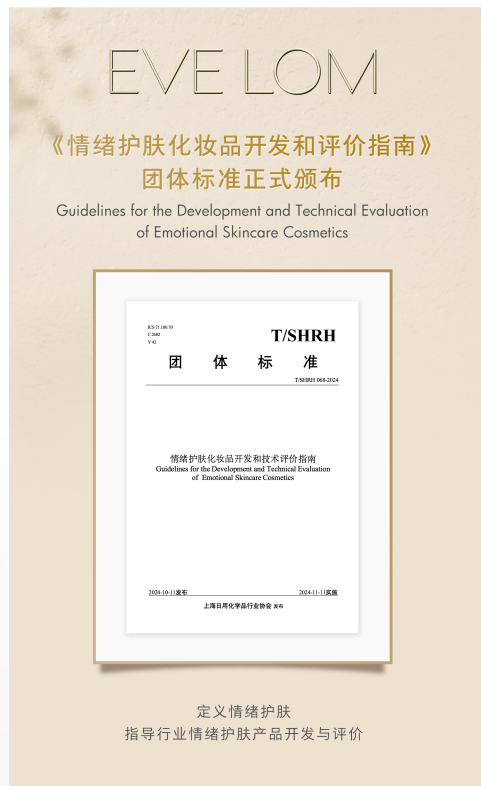


基于完美日记第二代「仿生膜」Biotec™科技，完美日记与中山大学的联合实验室参与发表的两篇相关学术论文，连登《自然医学》（Nature Medicine）与《科学通报》（Science Bulletin）两大科学权威期刊。

案例 EVE LOM伊芙珑牵头制定国内首份情绪护肤团体标准

2024年9月，EVE LOM伊芙珑在“情绪护肤全球峰会”上，正式颁布国内首份《情绪护肤化妆品开发和技术评价指南》团体标准。作为情绪护肤领域的先锋品牌，EVE LOM伊芙珑凭借在神经美容学及芳香疗法领域的深度研究，牵头联合行业专家及机构共同制定该标准，填补了国内情绪护肤品科学评价体系的空白，为行业规范化发展树立标杆。

该标准首次系统规范了情绪护肤产品的开发原则、感官评价及功效验证方法，强调“内愈情绪、外愈肌肤”的双重价值，使情绪护肤从主观概念升级为可量化评估的科学体系。此次标准的发布，不仅彰显了「EVE LOM, LOVE ME」悦己哲学的品牌内核，更推动了美妆行业向“科技+情感”双驱动的新阶段迈进。



EVE LOM《情绪护肤化妆品开发和技术评价指南》团体标准

可持续产品设计

逸仙电商将可持续理念融入产品设计创新，在产品全生命周期考虑降低对环境的影响。我们优先选用低环境影响的原料成分，采用轻量化包装设计，在产品回收阶段提高包装的可回收性和生物降解性。

在保证产品功效的前提下，我们优先选用生物合成及发酵技术来源的可持续原料，既满足了消费者对高品质美妆产品的需求，又切实降低了产品对环境的影响。目前，胶原蛋白、乳酸菌发酵溶胞产物等环保原料已成功应用于完美日记仿生膜系列、达尔肤专业护肤系列等多款产品，实现环境友好与产品功效的协同平衡。

知识产权保护

逸仙电商系统推进产品创新成果的知识产权保护工作。我们设立专业的知识产权管理团队，全面负责专利、商标、著作权等创新成果的申请、维护与风险防控；建立标准化管理流程，实现国内外注册专利的集中化管控，确保创新成果得到有效保护。2024年，逸仙电商通过线上自查渠道，成功投诉22,169条链接，快速制止线上侵权行为，高效保护产品创新成果。

同时，我们持续开展全员知识产权培训，强化创新保护意识，在完善内部管理体系的基础上，严格尊重第三方知识产权，为持续创新营造健康环境。

亮点绩效

科研成果

✔ 第 34 届IFSCC 国际化妆品技术者会联盟大会上:

☆ Galénic法国科兰黎「2号」VA精华研究成果入围 IFSCC创新突破奖并荣登大会论坛展示研究成果

☆ 四大研究成果入围IFSCC科研创新论文奖:

- 完美日记锁色护唇技术科研成果
- Galénic法国科兰黎「1号」VC精华研究成果
- 达尔肤复合酸祛痘调理凝胶对于痤疮的临床治疗成果
- 逸仙电商与中山大学联合实验室联合开发的独家专利活性微生态原料

✔ 达尔肤痤疮研究基金共吸纳**362**个项目意向, 累计扶持**18**项研究项目, 登刊SCI文章**1**篇, 实现项目学术影响力上的突破

关键绩效

✔ 2024年, 逸仙电商研发投入人民币**1.1**亿元, 占营业收入总额达**3.2%**

✔ 2024年, 逸仙电商研发人员总数超**100**人, 其中硕士**34**人, 博士**6**人

✔ 2024年, 逸仙电商开展内部研发培训**6**场

✔ 截至报告期末, 逸仙电商已注册专利**245**件, 获授权专利**210**件(包括9项实用新型专利、137项外观设计专利和64项发明专利)

✔ 截至报告期末, 逸仙电商已注册中国商标**2,111**个, 海外商标**2,223**个, 登记著作权**182**件

产品质量与安全

我们的策略

逸仙电商致力于为消费者提供高品质与安全性兼具的美妆产品，我们严格遵守《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》、《化妆品安全技术规范》、《化妆品不良反应监测管理办法》等运营地及行业相关规定，确保化学品使用安全合规、产品质量稳定可靠，持续践行对消费者健康与环境保护的双重承诺。

我们的治理

产品质量

在质量管理体系方面，逸仙电商建立专业化的质量管理团队，制定了包括《质量手册》、《原料验收管理制度》在内的近30份质量管理制度，以及80余份标准化操作流程（SOP）和1,500多份物料规格书，从原料验收到成品放行，全程进行质量管控，以保证产品的安全性和有效性。我们同时建立了年度质量体系审查机制，定期开展内部审核与第三方专业机构外审，确保质量管理水平持续提升。

化学品安全

在安全管理组织体系方面，逸仙电商已搭建层级清晰的三级安全管理架构，制定《实验室管理条例》、《化学品安全政策》等专项制度，建立不良反应监测机制，对产品全流程的安全进行持续跟踪，为消费者提供安全可靠的美妆产品。

化学品安全管理架构

EHS
部门

核心管理部门，统筹化学品全生命周期管理，包括危险化学品识别评估、易制毒/易制爆化学品流向管理等工作

运营
部门

下设采购专员和仓库管理员，分别负责供应商资质审核和化学品出入库管理

各使用
部门

各使用部门严格执行化学品申购、领用规范，确保使用过程安全可控

我们的行动

逸仙电商严格管控质量风险，规范管理化学品的选取与使用，向消费者科普化学品安全性与功能性知识，系统化推进产品质量提升与化学品安全建设，为消费者带来安全可靠的产品体验。

质量风险管控

我们引入QMS(Quality Management System, 质量管理体系)，通过计算机系统来实施质量管理工作，实现质量管理数字化，沉淀质量数据资产，赋能业务上的质量分析和决策。

产品开发环节

我们建立了覆盖新品开发的风险管理机制，本年度新增29条风险条目，风险库总量扩充至500余条，为产品开发提供系统性风险预警。此外，我们举办质量风险经验分享会，组织旗下各品牌产品及供应链团队交流学习，有效提升跨部门协作效率与新品开发质量。

供应商质量管理

针对ODM/OEM供应商，我们实施严格的准入管理，除要求供应商具备化妆品生产许可资质外，还需通过ISO 9001/SO 22716国际认证，并参考《化妆品监督管理条例》、《化妆品生产质量管理规范》等相关法律法规要求，对ODM/OEM供应商的质量管理体系进行准入审核，包括厂房设施、环境及人员卫生、原材料验收、生产过程控制、实验室控制、不合格管理等审核要素，从源头保障产品质量安全。我们对代工厂开展备案与实际生产一致性检查，确保合规生产。报告期内，我们的产品入库合格率达**99.99%**。

产品召回

为保持对各类质量问题的高效响应，逸仙电商建立了完善的产品召回应急机制，定期组织模拟演练，持续优化响应流程。当市场产品出现潜在质量风险时，公司专项召回小组将协同质量部门，依据风险等级启动分级响应机制，确保问题产品快速追溯与处置。本年度，我们成功开展了全流程产品召回演练，覆盖化妆品注册备案各环节，重点检验召回决策系统及跨部门协作效率。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。

质量管理提升

为持续强化质量管理能力，我们定期组织质量安全负责人参与内外部化妆品法规培训，面向员工定期开展质量专项培训活动。本年度，公司重点开展三类核心培训，进一步增强全员质量意识：

法规合规培训

组织质量安全负责人参加《化妆品监督管理条例》等法规专题培训8场，确保团队及时掌握最新监管要求，切实履行质量安全主体责任；

流程协作培训

开展质量协作流程专项培训3场，覆盖包材标准、检验流程、签样管理等关键环节，提升跨部门协作效率；

风险防控培训

通过开展2场新品质量风险案例分享会，系统分析历史风险事件与改进措施，经验复用，提升新品开发成功率。

逸仙电商主动参与行业质量交流活动，深度学习并分享质量管理经验，积极投身化妆品行业质量建设。本年度，我们参与了广东省药品监管科学学会组织的质量安全负责人培训班、广东省药监局有关化妆品安全评估座谈会、上海化妆品政企互动座谈会、《化妆品包材相容性测试评估方法》研讨会等活动，与监管部门、行业专家及同业伙伴深入交流质量管理经验，共同探讨化妆品行业质量提升路径，推动产业高质量发展。

化学品安全管控

逸仙电商实行严格的实验室安全管理规范，严格遵循《危险化学品安全管理条例》等国家法规要求，依据《安全与内务管理程序》、《化学品管理规程》等内部制度，对化学品实施全流程严密管控。我们的实验室配备专职化学品管理员，实行“双人双锁+监控”的危化品管理机制，规范化学品的储存、使用及废弃处理全流程。所有废弃化学品均严格执行登记入库制度，建立完整的危废台账，并委托具备专业资质的环保公司进行合规处置，确保研发作业的安全性与合规性。

化学品成分管理

明确禁用成分：

逸仙电商持续关注全球法律法规对化学成分的要求，我们的产品中不涉及使用REACH法规附件XVII中的限制物质。我们制定了《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，并制定严格的《化学品原料管控清单》，明确禁止或限制使用4-甲基苄亚基樟脑、二丙酮等600个成分。

替代争议成分：

我们设置化学品淘汰计划，对具有潜在争议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、生物安全性更佳成分使用。

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)	D5可能含有环四聚二甲基硅氧烷(Cyclotetrasiloxane, D4), D4在欧盟被分类为具有生殖毒性的物质	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

评估原料安全:

我们根据原料属性对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。

监测不良反馈:

在研发阶段, 我们建立标准化化妆品测试流程, 实施《不良反应事件处置程序》, 规范人体测试中不良反应的识别、报告及处置流程, 有效保障受试者安全。针对上市产品, 我们持续完善不良反应监测制度, 通过多渠道收集消费者使用反馈, 并建立快速响应机制, 确保及时分析问题并制定改进方案, 不断提升产品安全性。

合规披露成分:

我们严格遵守《化妆品标签管理办法》, 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(含量大于0.1%), 如若成分含量小于等于0.1%, 则会根据重要程度排序, 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://www.nmpa.govcn/datasearchhome-index.html#category=hzp>



消费者认知提升

逸仙电商认为让消费者了解化妆品的安全性、功能性也是消费者保障自身安全的重要防线。我们在新产品推出或者参加展会时向消费者详细介绍成分，让更多的消费者了解产品中的成分。

案例 达尔肤携手中国痤疮周开展痤疮科普宣讲

自2020年起，达尔肤持续携手中国痤疮周，联合13,000+皮肤科医师开展痤疮科普教育，通过专家视频科普、全国义诊、校园公益护肤等形式，向公众传递科学护肤理念。

2024年，达尔肤携5项专利、4种专研成分和11项临床研究成果登上痤疮学术大会，为消费者实证其杏仁酸复合酸能有效改善痘肌泛红并减少复发。同时，达尔肤携手江浙沪6家三甲医院权威专家举办公益义诊，并向消费者提供安全试用装，让消费者在专业指导下建立酸类成分的安全认知，实现从“战痘”到“懂痘”的升级。



达尔肤参与2024年全国首届痤疮学术会议

亮点绩效

- ✔ 本年度，逸仙电商持续保障产品安全与合规，报告期内**未出现**产品召回情况
- ✔ 2024年，逸仙电商完成质量体系合规内审**1**次，通过药监局审核**3**次
- ✔ 2024年，在原料准入环节，逸仙电商实施原料及成品第三方检测**658**批次
- ✔ 2024年，在产品生产环节，逸仙电商开展供应商准入审核及飞行检查**29**次
- ✔ 2024年，在产品上市前，完成成品抽检**9,215**批次，合格率**99.99%**
- ✔ 2024年，逸仙电商执行进口产品复检**552**批次

客户服务

我们的策略

逸仙电商致力于与消费者建立长期信任，我们严格遵守国家法律法规及行业监管要求，包括《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》、《化妆品功效宣称评价规范》、《化妆品网络经营监督管理办法》等运营地相关法律法规，确保营销内容的真实性与合规性，并以客户体验为核心，持续为消费者提供卓越的服务体验。

我们的治理

逸仙电商制定了《广告合规手册》、《化妆品宣传规范》等管理文件，建立了严格的内部审核机制，通过多部门协作，规范广告及产品宣传行为，杜绝虚假或误导性信息。

我们实行严格的营销内容审核制度，所有产品宣传资料及广告素材均需通过研发、法规、法务及企业公关部门的四重审核，确保产品成分说明、功效宣称及营销用语完全符合国家法律法规要求，避免违规或夸大表述。

化妆品宣传规范

不得涉及效果保证或承诺

- ❑ 不得通过产品使用前后的效果对比，夸大展现商品效果
- ❑ 不得使用绝对化用语宣传，不得进行效果承诺，明示或暗示商品效果
- ❑ 不得使用可能对其他用户产生视觉和心理上不适感的元素，进行效果暗示或保证，扩大宣传产品功效

不得超范围宣传

- ❑ 普通化妆品不得宣称特殊化妆品功效
- ❑ 特殊化妆品，所宣传的特殊功效需与其所属“特殊用途类别”一致，不得跨类别宣传
- ❑ 化妆品类商品对外物料发布不得涉及医疗疾病相关元素

不得贬低第三方品牌及商品

- ❑ 通过吹捧一方贬低另一方的方式进行商品分享，包括但不限于：对第三方品牌或商品作出贬低、侮辱、负面评价的行为

不得涉及无法核实的数据和信息

- ❑ 宣称引用的资料需为公开发表的科学研究、调查、评估报告和著作的文献资料或通过科学研究等手段获得的与产品功效相关的测试数据

营销内部审核流程

研发
审核

广宣页面的产品广及成分的信息及功效(含功效支撑)

法规
审核

广宣页面的化妆品法规用词、化妆品标签及备案功效等信息

法务
审核

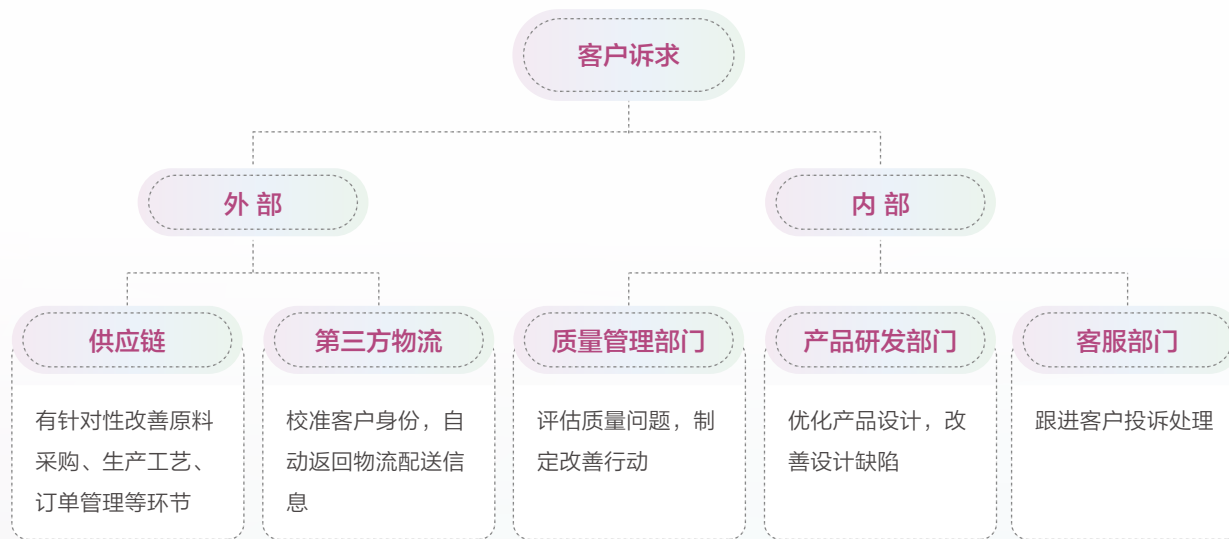
广告禁用词

企业公关
审核

舆论风险

逸仙电商制定《客诉上报流程》、《客诉分级制度》等客诉管理规范，持续优化客诉机制，确保消费者问题得到高效、专业的响应。我们建立了覆盖全渠道的客诉管理体系，通过电商平台、微博黑猫私域社群及12315热线等多触点收集消费者反馈。我们内部建立了跨部门协作机制，联动质量管理、产品研发及客服团队，同时协同外部供应链与物流合作伙伴，系统性地分析客诉数据并推动产品与服务持续优化，从而提升客户满意度与品牌忠诚度。

客户诉求管理架构



高品质客户服务



高效客诉处理

逸仙电商重视客户的诉求，并持续推进客户服务体系的智能化建设。

我们根据投诉类型和场景特征，制定了差异化的处理规范，明确各环节的响应时效、处理标准和闭环要求，覆盖产品质量、物流配送、服务承诺等主要投诉场景。

为提升处理效率，我们开发了智能化的客诉小程序，用户可通过小程序自助提交投诉信息，我们的系统会自动识别标准化问题并启动快速处理流程。系统还配备实时监控预警机制，通过动态更新的关键词库识别潜在风险，确保紧急投诉得到优先响应。

我们还设立了专职的客诉质检岗位，运用智能系统对处理全流程进行监控和评估，持续优化客诉服务标准。



保障服务体验

客户满意是逸仙电商工作的核心。我们重视客户对我们的满意度评价，我们通过电商平台实时采集客户对店铺服务、人工客服及智能机器人的满意度评分，并发起“逸起问”净推荐（NPS）问卷调查，构建多维度的客户体验监测网络，并持续监测客户满意度。基于满意度数据，我们建立了系统化的分析改进机制，各业务部门定期开展专项复盘，针对低分案例进行根因分析，并制定针对性的优化方案。在此基础上，我们持续收集一线客服的实战反馈，不断迭代服务流程，探索最优服务模式。

本年度为进一步提升客户体验，我们针对高频咨询问题搭建了新品及核心品话术有效执行落实机制，保障客服各端口与产品市场宣传一致。在新品话术投入使用后，我们将执行情况与客服个人考核绩效进行挂钩，并以暗访形式进行质检，确保客服各端口准确率。同时，我们会统计客户接受率，以反馈给培训部门进行进一步优化培训。



客户服务培训

为了给客户提供更好的服务，逸仙电商开展多项客户服务培训，以提升客户服务人员的服务能力与专业度。

新员工入职培训：
在门店新员工入职后，会由新零售培训部为新员工提供全面的岗前培训，内容涵盖公司文化、价值观传承，以及专业的皮肤知识、产品成分解析等基础课程。所有培训均设有考核机制，确保员工掌握必备知识，为后续提供精准的产品推荐服务奠定基础。

产品上新专项培训：
针对每次新品上市，公司都会为BA组织为期2-3天的全员集中培训，系统讲解产品核心卖点、成分特性及专业销售话术。培训后设置考核环节，强化BA对产品知识的掌握程度，保证终端服务质量的一致性。

亮点绩效

- ✔ 2024年，逸仙电商客户服务团队一对一接触客户数量达**5,307,741**人次，平均客户服务响应时间为**17**秒，三分钟回复率达到**99.4%**
- ✔ 2024年，各品牌天猫、抖音和京东平台平均满意度为**94.44%**
- ✔ 2024年，逸仙电商“逸起问”NPS问卷调研，共计回收问卷**70,438**份，净推荐值结果达**99.8%**
- ✔ 2024年，逸仙电商举办客服培训**344**场次，覆盖**7,135**人次
- ✔ 2024年，逸仙电商针对性开展负责任营销培训**17**场，共**1,003**人次参与



负责任供应链

我们的策略

逸仙电商将可持续发展理念深度融入供应链管理体系，建立了严格的供应商全周期管理体系。我们重视原材料的可持续采购，提出“洁净美妆”（Clean Beauty）理念，并通过供应商ESG管理、考核、能力建设等方面，系统化推动从原料采购到生产交付的全链条可持续发展，打造绿色、透明、负责任的供应链生态。

我们的治理

我们建立了完善的《供应商管理制度》，实施从供应商准入、考核到退出的全生命周期管理，确保供应链体系的规范运作。在供应商准入阶段，我们实施多维度评审机制，重点考察供应商的资质认证、财务状况、生产能力和质量管理体系。对于化妆品OEM/ODM供应商，我们要求其必须持有化妆品生产许可证，并通过ISO 9001质量管理体系、ISO 22716化妆品良好生产规范等国际认证。在合作过程中，我们也持续开展供应商绩效评估，定期组织专项培训，推动供应商能力提升，深化可持续供应链建设。在采购阶段，我们制定并公开发布《可持续采购政策》，优先选用RSPO认证棕榈油、可持续森林认证纸制品等环保原料，切实降低采购环节的环境影响。

我们的行动

逸仙电商建立严格的供应商评估标准，开展针对性赋能培训，优先采购天然原材料，系统化打造绿色可持续的供应链生态。

供应商ESG管理

逸仙电商关注供应商在ESG方面的表现。在供应商筛选过程，我们对持有环境管理及质量管理体系认证的供应商给予额外评分权重，鼓励选用在环境管理拥有突出表现的供应商。同时，我们要求所有供应商必须签署《廉洁合作承诺书》，严格遵守商业道德、知识产权保护及信息保密等规定，共同构建合规透明的供应链体系。

供应商认证资质加分项清单

ISO	ISO 9001质量管理体系认证
	ISO 14001环境管理体系认证
	ISO 45001职业健康安全管理体系认证
	ISO 22716化妆品良好生产规范（GMP）
	ISO 14064 GHG温室气体认证
	ISO 50001能源管理体系认证
OHSAS	OHSAS 18001职业健康安全管理体系认证
SA	SA 8000社会责任标准

供应商考核

逸仙电商持续开展供应商考核与评估，每半年对化妆品加工厂、包材供应商及原料商等核心供应商开展全面绩效考核。我们采用多维度评估方式，包括案头文件审查、采购专员现场评估以及行业标准评估，由跨部门团队重点考核供应商的新品开发能力、交付准时率和质量合格率等关键指标。我们根据考核结果实施分级管理，将供应商分为A/B/C/D四个等级：对C/D级供应商制定专项改善计划并提供培训支持，对持续表现不佳的供应商实施暂停合作及限期整改措施，整改后仍不达标的供应商将被终止合作。我们持续推动供应商提升质量管理水平和交付能力，确保供应链的稳定可靠。

供应商赋能

逸仙电商通过多维度举措持续赋能供应商发展。我们定期开展供应商培训，内容涵盖质量管理、环境管理、职业健康与安全、商业道德及劳工权益等关键领域；同时建立行业最佳实践分享机制，促进供应链整体水平提升。此外，公司内部同步组织采购团队专业培训，持续优化供应商管理能力，构建合作共赢的供应链生态体系。

天然原材料

逸仙电商关注原材料的可持续性，致力于从源头减少对环境与社会的影响。

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。我们已设定“争取2035年前核心产品原料100%采用可持续棕榈油进行生产”的可持续采购目标，并积极倡导上游供应链采用可持续棕榈油进行生产。报告期内，我们向供应商收集棕榈油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10%，其中71%的棕榈油衍生品原料已通过RSPO认证。

我们在产品中优先采用天然植物成分，包括天然椰油、燕麦提取物等，有效降低对环境的影响，更能温和呵护肌肤，满足消费者对纯净美妆产品的需求。在EVE LOM伊芙珑「琉金」精华油中，天然植萃成分占比高达90%，充分体现了我们对天然配方的追求。

未来，我们将持续增加使用可持续棕榈油和天然配方的产品比例，为消费者提供更加环保的产品选择。

EVE LOM伊芙珑「琉金」精华油天然来源原料（部分）

- 椰油醇辛酸酯/癸酸酯Cetiol C5C-BASF
- 藻油AlgaPur HSHO Algae Oil-Lubrizol
- 角鲨烷Squalane-A&E Connock
- 精制葡萄籽油Grape Seed Oil Refined-Natura-Tec
- 阿比西尼亚油FANCOR® ABYSSINIAN OIL-Elementis
- 西番莲油Passionflower Oil RBD-IMCD
- 精制玫瑰果油Rosehip Refined Oil-KERFOOT
- 白芒花籽油Meadowfoam XPR-Natural Plant Products
- 摩洛哥坚果油Argan Oil-DSM
- 脱臭海藻提取物Viamera 2500 Deodorized-ALDIVIA SAS

亮点绩效

✓ 2024年，逸仙电商直接供应商达**131**家

✓ 2024年，逸仙电商**7**家核心供应商¹全部通过公司环境影响评估标准和社会影响评估标准

✓ 2024年，通过公司环境影响评估标准²的供应商数量**53**家

1. 核心供应商指的是累积占公司2024年采购总金额70%的供应商。

2. 公司供应商环境评估标准包含ISO14001、ISO14064、ISO50001等认证。

3. 公司供应商社会评估标准包含ISO9001、ISO45001、SA8000等认证。

✓ 2024年，通过公司社会影响评估标准³的供应商数量**65**家

✓ 2024年，逸仙电商**60%**以上的需求量由获得环境或者社会认证的供应商供应

✓ 2024年，逸仙电商考核主要供应商**35**家，占供应商总数比**13%**，

合格率**100%**

回应联合国可持续发展目标：



回应ESG议题：碳管理、应对气候变化、可持续供应链、可持续包装、水资源管理、排放与废弃物

03

绿色发展 · 守护美好

逸仙电商始终秉持环境友好型发展理念，不断加强气候与环境管理，积极将可持续理念融入各业务环节。公司聚焦包装减量与绿色替代、能源效率优化以及污染物排放控制等重点方向，持续推动资源节约与循环利用，降低运营活动对环境的影响，积极推动可持续生活方式和生态文明建设。

迈向碳中和

我们的策略

为积极响应国家“双碳”战略，逸仙电商持续关注自身碳排放水平，设定碳中和相关目标，稳步推进低碳转型进程。公司将能源管理纳入企业可持续发展战略，通过优化能源结构、推广节能技术应用及建立长效管理机制，持续提升能源使用效率，降低运营碳足迹，助力环境绩效不断改善。

我们的治理

逸仙电商严格遵循《中华人民共和国节约能源法》等法律法规要求，并将可持续发展理念延伸至供应链体系。我们制定《供应商碳排放政策》，明确减排目标与管理要求，通过制度规范推动合作伙伴共同提升能源管理水平与减排能力。

我们的行动

逸仙电商将碳管理深度融入企业运营全价值链，覆盖办公场所、零售终端、生产仓储及物流体系等核心业务环节，并将管理范围延伸至供应链合作伙伴，共同推进碳目标的达成。2024年，公司开展碳盘查工作，系统计算范围1、范围2及范围3的碳排放情况，为碳目标的制定提供数据基础，并有序推进各环节的减排措施落实，稳步推动低碳转型进程。

减碳目标

为加快低碳转型步伐，逸仙电商正式设定碳中和目标与阶段性减排目标。以2021年为基准年，我们承诺：

- ✔ 2035年实现自身运营范围内100%使用清洁能源；
- ✔ 2040年实现自身运营范围内的净零碳排放，
以及上游运输环节碳排放强度下降50%，
核心供应商碳排放强度下降50%；
- ✔ 2050年实现覆盖全价值链的碳中和。

自身运营碳管理

逸仙电商持续从办公、门店和仓储物流等日常运营环节着手，推动节能降碳举措落地，降低企业自身碳足迹。

在办公环节，公司通过行为管控与宣传引导，营造绿色办公氛围。我们设专人定时巡查，及时关闭闲置灯具、合理调节空调温度，减少不必要的能耗；推动垃圾分类，推广无纸化办公，并组织报销无纸化培训，减少纸张使用。同时，我们通过内网发布绿色办公倡议长图，倡导节电、节水、光盘行动等环保行为，提升员工绿色意识。

在零售门店，公司将节能要求纳入员工管理流程，强化日常执行。我们在员工入职培训中明确闭店后及时关闭灯光、电源的要求，同时全国门店统一采用线上会议形式，减少员工差旅带来的碳排放。

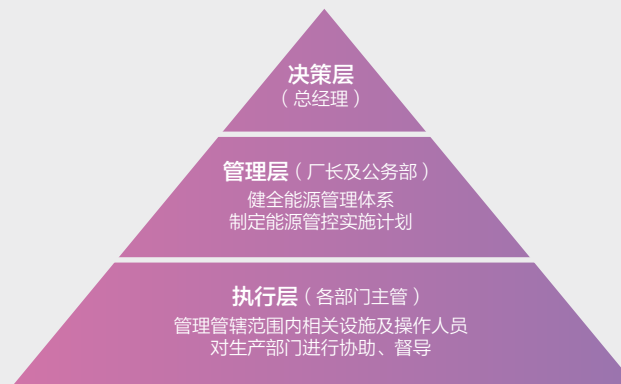
在仓储物流环节，公司持续推进设施设备的能效提升与清洁能源替代。各仓库已完成照明系统升级，更换为节能灯具，并通过加装采光瓦，增强自然采光，降低照明电耗。在作业设备方面，公司将传统叉车替换为电动叉车，减少化石能源使用。在运输方面，跨境物流与国内“最后一公里”配送环节已全面引入电动车，持续推动物流系统的低碳转型。

供应商碳管理

在供应商管理过程中，公司将能源效率与碳排放绩效纳入评估指标体系，鼓励供应商建立能源管理体系并获取相关认证，并计划将碳盘查结果作为未来供应商考核的加分项，逐步完善低碳供应链建设机制。同时，公司通过政策指引、培训支持与技术分享，持续推动供应商开展节能改造、能效监测及绿色认证等举措，以提升供应链整体减排能力与资源利用效率。

作为核心制造工厂，逸仙电商投资建设的逸仙生物科技（广州）有限公司已制定《能源和资源管理制度》，系统性规范水、电、气等能源的使用标准与管理流程，并建立三级能源管理架构，明确各层级职责分工，确保能源管理体系的有效运行，进一步推动公司低碳供应链建设的落地与完善。

逸仙生物科技能源管理架构



案例 逸仙生物科技——以能源管理驱动绿色生产

逸仙生物科技（广州）有限公司作为逸仙电商的主要产品供应商，持续推进能源结构优化与能效管理，积极构建清洁、高效的绿色生产体系。

2024年，工厂启动分布式光伏发电项目，充分利用屋顶空间（含混凝土屋面、彩钢瓦及BIPV车棚），实现装机容量2,324.34kWp，年发电量达205.25万kWh，相当于年减排二氧化碳1,785.68吨。同步配置46盏太阳能路灯和新能源汽车充电桩，积极拓展清洁用能场景，未来将采购绿色电力，逐步构建“自发自用+绿电补充”的多元低碳用能体系。

在能效提升方面，工厂引入智慧能源管理系统（EMS），实现水、电、气等能源的实时监测与精准控制。通过动态调整空压机运行策略、多联机群控系统优化空调负载，2024年合计节电14.6万kWh。配套设备升级方面，工厂新引入低氮锅炉、变频空压机，并停用高能耗干燥设备，系统性提升能源利用效率，助力运营端减排目标稳步推进。



逸仙生物科技（广州）有限公司

产品碳足迹

产品碳足迹认证已成为企业展示环境责任、强化可持续管理及应对气候变化的重要手段，有助于系统识别产品全生命周期中的碳排放来源。逸仙电商自2021年起持续开展产品碳排放评估工作，聚焦原材料获取、生产加工、物流运输、使用及废弃等环节，推动碳管理由运营层面延伸至产品层面，挖掘更多减排空间。

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。

产品碳足迹核查结果

截至2024年底，公司已委托第三方专业机构完成对完美日记薄透雾感名片唇釉299、别透柔雾控油散粉锁色版及小细跟口红三款产品的碳足迹核查，并取得相关认证，为推进可持续美妆奠定了基础。



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(型号: 299)的碳足迹排放为303克二氧化碳当量



1盒完美日记别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

公司亦积极推动重点供应商开展产品碳足迹认证工作。截至2024年，上海臻臣化妆品有限公司已完成对晶冻口红(色号309)的碳足迹核查及认证，标志着逸仙电商在推动上下游协同减碳方面迈出实质性一步。

亮点绩效

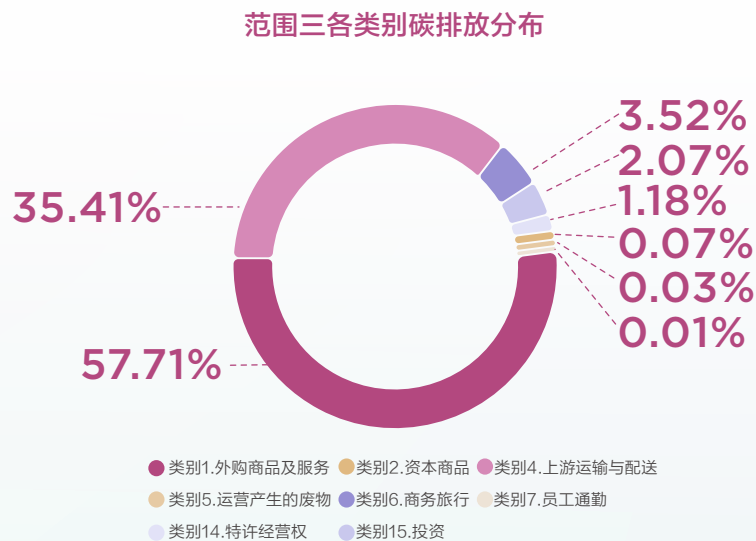
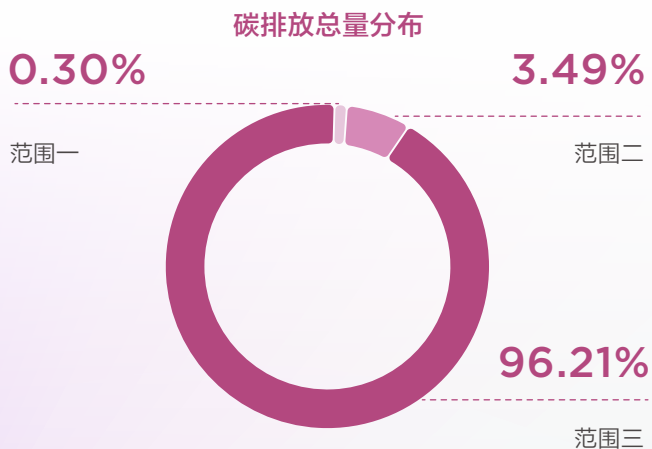
2024年，逸仙电商温室气体排放情况如下：

✔ 范围一：141.07 tCO₂e

✔ 范围二：1,632.39 tCO₂e

✔ 范围三：45,031.42 tCO₂e

✔ 2024年，自身运营温室气体排放量为1,773.46 tCO₂e，较2023年下降61.7%



应对气候变化

我们的策略

逸仙电商密切关注气候变化全球发展态势，将气候变化应对纳入公司战略发展框架，参照气候相关财务信息披露工作组（TCFD）建议，从治理机制、战略规划、风险识别、指标管理四个维度着手，全面评估气候变化带来的风险和机遇，持续强化气候适应能力建设。

我们的治理

逸仙电商建立了系统化的气候治理体系，我们构建由董事会、统筹小组及跨部门执行团队组成的三级管理架构，明确各层级职责分工，系统推进气候风险管理等可持续发展工作的常态化落实。董事会在整体治理中承担监督职责，定期审议与气候变化相关的政策、管理机制及绩效目标，确保战略导向的可持续性。企业公关作为气候风险管理的统筹小组，负责制定管理策略、协调跨部门资源，并定期向首席财务官汇报进展情况，保障各项工作有效推进。由各职能部门组成的跨部门执行团队，则具体承担包括气候议题在内的可持续发展任务，协同推动公司整体可持续管理工作的实施与落地。

我们的行动

逸仙电商高度重视气候变化对企业可持续运营可能带来的影响，基于不同情境开展系统性风险识别与分析，积极制定并落实应对举措，以降低气候相关风险对业务发展的潜在干扰。

气候风险机遇识别与应对

气候变化风险	主要风险类别	气候变化风险	应对措施
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"> 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； 根据国际披露准则，及时、合规披露可持续发展报告（ESG报告）。
	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"> 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； 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。
	低碳技术转型风险	随着全球绿色转型进程加快，公司面临对生产设备、工艺流程及供应链低碳化改造的技术升级压力，如未及时引入绿色低碳技术，可能影响产品竞争力及长期合规运营。	<ul style="list-style-type: none"> 关注行业绿色技术发展动态，评估节能降碳相关新技术在公司业务中的适用性； 推动生产环节及供应链逐步采用节能设备与清洁能源，探索碳足迹数字化工具辅助能效评估。
	声誉风险	公众和消费者对品牌的环保责任日益敏感，若企业在应对气候变化、原料环保性或减碳行动方面透明度不足，或出现不当行为，可能引发舆论质疑，损害品牌形象及市场信任度。	<ul style="list-style-type: none"> 提升气候相关信息披露的全面性与及时性，强化可持续发展成果传播； 主动参与环保公益、行业倡议等外部沟通活动，塑造负责任企业形象； 优化舆情监测机制，及时回应消费者对环境议题的关注与反馈。
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"> 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； 适当增加优质供应商，减少供应链受极端天气的影响。

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	消费者对于可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。

气候风险管理

公司已建立常规化的风险传导机制，通过日常信息汇总和上报，确保潜在风险能被及时识别与响应。同时，我们每季度召开风险专题会议，由各职能部门向风险管理负责人（首席财务官）报告重点风险事项，围绕应对策略开展交流研讨，推动跨部门协同与管理效率提升。在现有风险管理实践基础上，公司正有序推进将气候相关议题纳入整体风险治理体系，完善评估流程与响应机制，逐步增强对气候变化风险的识别、管理与适应能力。

亮点绩效

为积极应对气候变化，明确低碳转型方向，逸仙电商已设立碳排放目标（详见“迈向碳中和”小节），并通过建立相应的环境指标体系，持续跟踪和评估目标推进情况。每年在ESG报告中披露温室气体排放总量、排放强度及能源使用等关键数据，展现在气候变化领域的进展，并接受利益相关方监督。

可持续包装

我们的策略

在美妆行业加速迈向低碳转型的背景下，绿色包装已成为推动可持续发展的重要方向。新一代消费者日益关注环境友好与健康安全，将包装的环保性能作为产品选择的重要参考因素。

逸仙电商积极推进可持续包装策略，重点围绕包装材料的环保性、减量化、减塑化及可循环使用等方面持续优化。公司鼓励使用可再生或可回收材料，降低包装重量与体积，减少一次性塑料使用，并探索循环包装方案，力求在保障产品品质与消费者体验的同时，不断减少包装对环境的影响。

我们的治理

为系统推进产品包装的可持续管理，逸仙电商于2024年8月制定并实施《可持续包装管理政策》，从包装材料选择、包装减量、可回收性及环保性能等维度明确了管理要求和阶段性目标。另外，公司针对包装全生命周期中的环保实践提供了统一的指导框架，推动各品牌在包装设计与应用中贯彻绿色理念。通过加强治理机制建设，逸仙电商正逐步构建覆盖设计、采购、使用到回收全流程的包装可持续管理体系，推动“美丽”与“环保”协同发展。

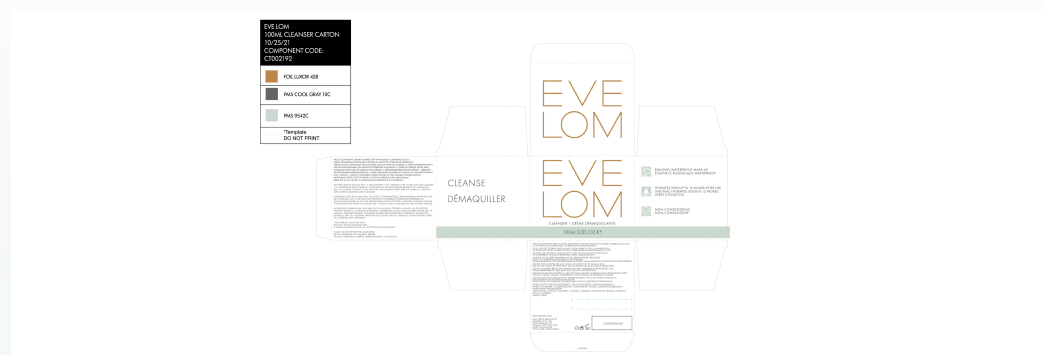
我们的行动

2024年，逸仙电商持续推动产品包装的可持续转型，围绕包装用色环保化、减塑化及循环利用等方面稳步推进多项举措，积极践行绿色包装理念。

使用环保纸张

逸仙电商持续推进包装用纸的环保化与可持续管理，优先采用通过FSC®（森林管理委员会）认证的纸材，确保纸张来源合法、可追溯，并助力减少不负责任的森林砍伐，保护生态系统与生物多样性。

2024年，公司进一步扩大FSC认证纸材的使用范围，运输环节所使用的大件纸箱全面通过FSC认证，海外商品礼盒在减重的同时也采用认证纸箱，减少资源消耗与碳足迹。旗下多个品牌共同践行绿色包装理念，其中Galénic法国科兰黎中国区产品彩盒持续使用FSC认证纸类，并且全面采用大豆油墨与水性油墨印刷，减少挥发性有机物排放。EVE LOM伊芙珑则已实现全线产品外包装彩盒100%使用FSC认证的循环纸材。我们在保障包装品质与用户体验的同时，不断优化包装设计，践行低碳环保责任。



EVE LOM伊芙珑传奇洁颜霜使用FSC认证包装

减少塑料包装

逸仙电商持续推进包装材料的绿色转型，通过减少塑料使用和提升材料可再生性，降低产品包装对环境的影响。

例如，Galénic法国科兰黎聚焦包装全生命周期的环保设计，不断探索可降解、可循环的材料替代方案。2024年，品牌中国区产品外包装取消塑封膜，内部结构亦不含吸塑部件，有效减少一次性塑料使用；旗下奢定奇秘卓颜焕活系列采用100%可循环玻璃材质，兼顾产品品质与环保性能，推动高端美妆产品的可持续包装升级。此外，品牌在全新推出的「2号」VA精华，产品采用纸塑材质作为内托，替代传统吸塑设计，进一步减少塑料使用，降低包装对环境的影响。

例如，EVE LOM伊芙珑全面推进包装塑料的绿色转型，已实现全线产品外包装使用可回收或再生塑料，并持续提高PCR（消费后回收塑料）及生物基材料的使用比例，致力于减少原生塑料依赖，构建资源循环型包装体系。

包装减量化

在保障包装功能与消费者体验的前提下，逸仙电商持续优化包装结构与材料用量，通过轻量化和设计精简有效减少资源消耗：

达尔肤推出杏仁酸净透抛光精粹水200ml产品，整体包装**取消棕色喷涂，减少使用喷涂材料，降低对环境的影响。**



小奥汀爱豆四色卧蚕盘采用仿磁铁结构设计，减少传统磁铁与塑料等复合材料的使用量，**实现包装简化与用料精减。**



Galénic法国科兰黎继续优化经典产品包装，「雪藻」面霜采用可替换内芯设计，显著减少玻璃瓶重复生产，**实现整体包装减量超过50%**；VC系列产品则取消纸质说明书、信封与标贴，环保版三支装与十二支装精简包装尺寸，**纸张用量分别减少67%与32%，显著降低纸材使用量。**



倡导绿色循环

逸仙电商积极推动“绿色循环”理念在包装全链条中的落地，鼓励消费者、门店、供应链伙伴共同参与，构建更加环保、低碳的消费与物流体系。我们始终相信，真正可持续发展的包装体系离不开消费者的广泛参与与认同。

2024年，公司旗下多个品牌持续推进包装回收倡导与实践。Galénic法国科兰黎中国区产品彩盒统一增设PAP⁴标识，并在包装上附加分类指引，建议消费者将VC安瓶、铝箔袋及彩盒投入可回收垃圾桶，增强环保意识，推动资源循环再利用。EVE LOM伊芙珑通过参与国际包装回收和再循环项目，获得The Green Dot⁵标识，持续传递品牌在环保领域的承诺。

在物流仓储环节，逸仙电商继续强化包装的再利用管理，鼓励自营门店与线下渠道优先使用可回收纸箱，减少一次性包材的使用浪费。未来，公司还将逐步将绿色包装回收理念延伸至更多供应商与合作伙伴，共同拓展可持续实践的边界。



Galénic法国科兰黎在新品包装上增加可回收标识

Galénic 法国科兰黎在产品彩盒上增加 PAP 标识

4. 指由可回收和可降解的纤维素纤维制成的材料。

5. 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。

亮点绩效

100%

EVE LOM伊芙珑全线产品外包装彩盒使用FSC认证的循环纸材

100%

Galénic法国科兰黎中国区产品外包装取消塑料膜及吸塑部件

0.01 吨/万元营收 (人民币)

2024年，包装使用强度较2023年下降74%

绿色运营

我们的策略

逸仙电商坚持以环境可持续为核心导向，持续推进绿色运营实践，努力构建与自然共生的企业发展体系，并与利益相关方携手应对日益严峻的环境挑战。2024年，逸仙生物科技（广州）有限公司持续获得ISO 14001环境管理体系认证，并且全年未发生任何环境相关的重大违法违规事件。

我们的治理

逸仙电商高度重视自身运营环节中的水资源、废弃物和排放物管理，持续提升环境管理水平，并推动供应商建立健全的环境管理机制，强化全链条的环保责任。

作为重要上游合作伙伴，逸仙生物科技已建立较为完善的环境管理制度体系，制定并实施《环境管理政策》，从整体上明确环境保护职责与管理流程，指导绿色运营工作规范开展。在资源管理方面，其《能源和资源管理制度》涵盖能源使用、水资源管理与节能措施，推动资源高效利用与节约。同时，针对污染物管理，制定并执行《废气管理规范》、《废水管理规范》、《噪声污染管理规范》，明确排放控制要求、处理措施及合规责任，确保运营活动符合环保法规。通过制度化、标准化的管理实践，逸仙生物科技为绿色供应链建设提供了有力支撑。



我们的行动

逸仙电商持续加强水资源利用效率与污染物排放控制，围绕水资源管理、废气与废弃物治理等重点领域不断优化管理举措，推动绿色运营深入日常管理实践。

水资源管理

- 逸仙电商持续加强水资源管理，建立用水监测与统计机制，对日常用水情况进行记录与跟踪，确保一旦发现异常或浪费现象，能够及时响应处理，减少水资源流失。
- 公司从源头控制水资源消耗，持续推动办公和运营环节的节水改造，推广使用节水型马桶、水龙头、喷头等设备，同时结合日常运营开展节水宣传和员工教育，增强全员节水意识，推动水资源高效使用。
- 公司积极推动上游供应商逸仙生物科技（广州）有限公司在水资源循环利用方面开展实践。逸仙生物科技持续推进中水回用举措，并建立用水实时监控机制，能够在发现异常时及时响应与处理，从而有效提升水资源利用效率，助力公司实现全流程的节约与循环管理目标。

废弃物与污染物管理

- 逸仙电商持续加强废气、废水和固体废弃物的规范化管理，配备有机废气治理设备和废水处理设施，确保污染物经处理后达标排放。公司分类推进废弃物资源化与无害化处理，妥善处置一般废弃物与可回收物，并联合街道开展生活垃圾与厨余垃圾的集中回收与合规处理，其中部分厨余垃圾被转化为饲料，报废产品用于焚烧发电，提升废弃物的资源利用效率。
- 此外，在逸仙电商的引导与协同下，上游供应商逸仙生物科技（广州）有限公司积极推进减废管理工作，从源头减量、过程控制到末端处置，持续完善废弃物管理体系，并成功获得“无废工厂”认证，体现逸仙电商在推动绿色供应链建设和上游环保能力提升方面取得积极进展。

亮点绩效

0个环境违规事件

2024年，逸仙电商全年未发生任何环境相关的重大违法违规事件

94,120 kg

2024年，逸仙电商物流退货仓共计回收利用94,120 kg纸箱废弃物

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 · 美丽共生

逸仙电商秉持以人为本理念，积极构建多元、公平、包容的职场文化。我们持续关注人才成长路径与员工身心健康，不断优化薪酬福利保障体系，并打造丰富多元的文化活动矩阵，全方位支持员工发展，携手实现员工价值与企业发展的共同成长。

多元、公平、包容职场

我们的策略

人才是企业成长的源泉。逸仙电商秉持“以人为本”理念，严格遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》、《禁止使用童工规定》等运营地法律法规，致力于为员工提供多元、平等、包容的职场环境。

我们的治理

逸仙电商制定《招聘与录用管理指引》、《逸仙猎头管理规范》等系列文件，持续完善《员工手册》、《工作时间与休假管理制度》、《内部推荐企划》，打造规范完善的人力资源制度体系，全面保障员工合法权益。

我们践行多元共融理念，制定适用于全体雇员的《员工手册》，明确强调对员工人格的尊重与尊严的维护，禁止因性别、民族、宗教、年龄等各类因素导致的歧视行为，切实保障员工身心健康，助力员工安心融入公司集体。公司严禁使用童工与强迫劳动，对性骚扰持零容忍立场，持续开展反职场歧视与性骚扰培训，营造平等开放的工作环境。

我们的行动

我们恪守合规雇佣原则，通过多样化措施切实保障员工基本权益，深化员工沟通机制，持续推进多元、公平、包容职场环境建设。

合规雇佣

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，通过利用网络招聘平台、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8人，提供与他们能力相匹配的工作岗位及就业机会。

2024年，逸仙电商优化《内部推荐企划》，拓宽招聘渠道，增设高阶人才专项寻访机制，拓展激励层级并推出专项引才激励，有效缩短招聘周期，高效输送关键人才。

权益保障

公司坚定保障所有员工的平等权益，致力于构建多元、公平与包容的工作环境。我们特别关注女性员工的职业发展与福祉，提供针对性支持与健康关怀，2024年，我们启动“女性友好职场计划”，将薪酬公平纳入多元公平包容战略，建立匿名监测机制追踪薪酬差异，系统性降低女性职场障碍，覆盖晋升机会平等。

此外，我们积极完善无障碍设施与服务流程，为残障人士创造平等、便利的工作条件。通过系统性支持与持续优化，我们确保每一位员工都能获得尊重、发挥潜能，共同成长。

案例 女性友好职场计划

2024年3月，公司发布行业首个“女性友好职场计划”，围绕健康关怀、多元福利、未来成长三大维度构建支持体系。健康关怀方面，我们为孕期员工提供弹性假期，体检增设女性专项检查，补充商业保险覆盖女性特殊疾病，并组织多场健康科普活动。多元福利方面，我们在妇女节举办女性游园会并设置互动游戏与礼品；日常配置孕期优先取餐通道、母婴室，通过工会妇女委员会维护女性权益，开展身心健康活动。未来成长方面，我们为产后返岗员工提供专项支持，助力女性职业发展。



女性友好职场计划启动仪式

员工沟通

逸仙电商高度重视并积极听取员工反馈意见，持续拓展多元化沟通渠道，强化双向沟通机制。

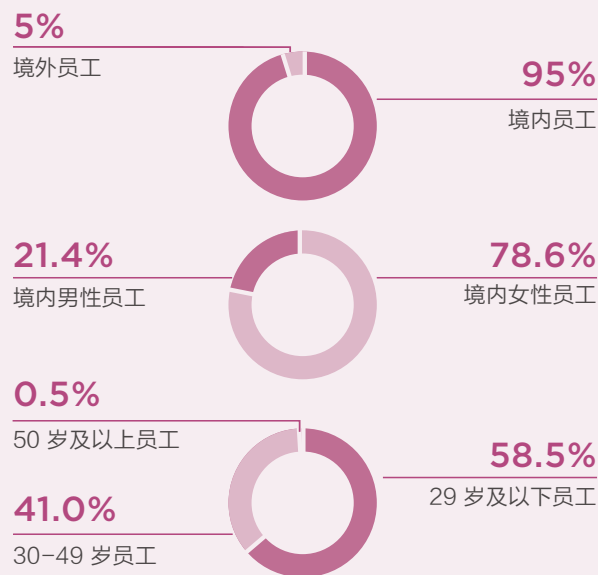
员工沟通渠道

Townhall Meeting	公司管理层向全体员工宣导公司最新战略动态与中长期规划，深化员工对公司发展进程的理解与参与；
战略同步会/管理层季度会议	公司每季度召开战略同步会与管理层季度会议，围绕战略执行、重大业务决策及经验复盘等议题，向管理层及员工同步信息，确保组织贯通；
工会组织	公司依法组建工会，选举员工代表对接需求，通过议题机制保障员工权益，报告期召开1场职工代表大会；
员工申诉	公司开通员工专属申诉渠道处理违规及权益侵害事件，在高效响应投诉的同时严格保障个人隐私安全。

本年度，完美日记品牌事业部对近200名员工开展满意度调研与组织诊断，通过与员工进行深入交流，系统评估组织健康度，识别管理优化方向，推动提升组织效能与员工体验，持续改善职场环境。相关方法论经提炼后已推广至各事业部，助力公司整体组织管理能力升级。

亮点绩效

2024年，逸仙电商员工总人数（含海外员工）**1,350**人，员工地区、性别、年龄分布如下：



- 女性在国内高级管理层中占比：**61.5%**
- 员工持股人数占比：**16.1%**
- 劳动合同签订率：**100%**
- 本年度**未发生**重大违反劳动法律法规的事件

人才成长

我们的策略

逸仙电商将人才发展置于战略高度，系统构建员工培养与成长机制，持续驱动人才价值全面释放。我们致力于铺设清晰的职业发展路径，提供平等的发展机遇与多元的成长舞台。

我们的治理

公司构建了“逸仙学习与发展体系”，并基于员工反馈与公司发展需求持续优化完善，以此满足不同员工的能力提升需求，为员工创造更优质的学习与发展机会。



我们的行动

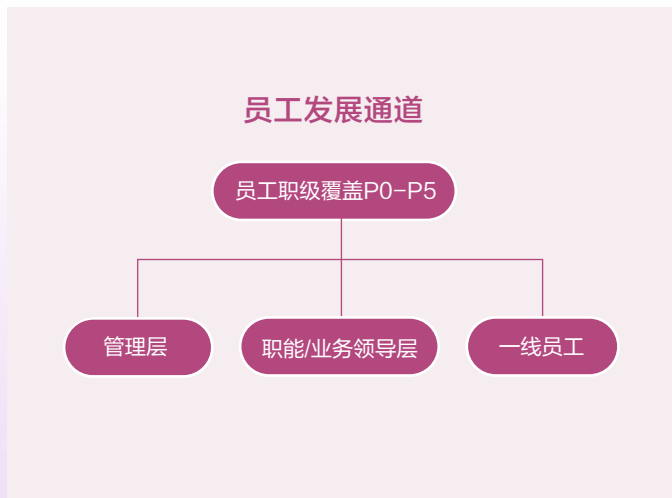
我们持续完善培训赋能体系与晋升发展机制，双轨驱动员工成长与组织跃升。

员工培训

逸仙电商构建立体化培训体系，覆盖员工职业发展全周期。公司通过新人培训、季度合规、产品迭代及业务赋能四大模块落实常态化培养，并通过事业部内部与管理层专项培训推进管理与业务升级。我们搭建创新知识平台，联合外部资源开展跨界分享拓宽员工视野，内部通过创新研讨与业务复盘工作坊促进经验交流。此外，我们积极践行社会责任，开放公益培训资源，反哺美妆行业人才普惠发展。

员工发展

逸仙电商恪守平等职业发展承诺，建立公开透明的晋升机制，拓宽不同类型员工的发展路径，确保人才供给与业务发展需求相适应。公司实施定期绩效考核及目标管理，提供评估结果反馈及沟通辅导，支持员工持续提升绩效表现。2024年，我们沿用平衡计分卡(Balance Score Card, BSC)战略评价体系，全面评估公司、事业部及职能部门成果，实现目标一致，力出一孔；此外，我们优化个人绩效等级评价体系，通过系统化人才盘点综合考察员工能力、潜力及价值观，为高潜力员工匹配快速晋升通道，强化人才梯队建设。



案例 管理提升赋能课程

2024年，逸仙电商各品牌事业部基于业务需求定制课程，促进管理者能力进阶。

✔ 小奥汀Leadership培训

针对25人次新晋管理者，通过教练式领导力、高绩效团队建设、关键情景领导力对话、创新思维等四个模块，提升横向影响力与问题解决能力。

✔ 达尔肤核心管理者课程

赋能5人次品牌总经理级管理者，通过情景剧扮演、开放式分享、知识问答等模式强化角色认知、团队打造及跨部门协作实战能力。

✔ 逸仙高端护肤管理训练营

覆盖32人次中基层管理者，聚焦角色认知、责任意识建立及实用管理技法，解决本位主义与协作问题。



事业部管理提升赋能课程

亮点绩效

✔ 全体员工受训总时长: **21,801小时**

✔ 受训总人次: **5,005人次**

员工关怀

我们的策略

逸仙电商将员工关怀置于核心地位，着力营造安全健康的工作环境，公司严格遵循《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》等运营地法律法规，全方位保障员工职业健康与生命安全。此外，我们提供有市场竞争力的薪酬福利，并策划多元主题活动，不断增进员工归属感与幸福感，为企业的可持续发展奠定坚实人才基础。

我们的治理

健康安全体系

公司设立安全管理部门与监督机构，系统保障员工健康安全。我们为员工配备安全工具设备，定期组织安全检查、消防演练及EHS培训活动，并在所有办公区域工程改造完工后立即实施空气治理措施，确保办公环境持续符合健康安全标准。

薪酬体系

逸仙电商持续完善薪酬福利体系，制定并实施《薪酬管理手册》、《绩效考核指引》等内部制度，明确规范薪酬结构及管理流程，为员工权益提供坚实保障。

我们严格履行同工同酬承诺，建立完善的薪酬体系，涵盖基本工资、岗位津贴、绩效奖金、年终双薪、法定社会保险等项目，在薪酬管理制度中规定须支付员工生活工资、避免或减少加班或超额工作时间并为员工支付加班费、设置最长工作时间、为员工提供带薪年假等，定期参照市场薪资水平合理调整员工薪酬，持续保持市场竞争力。针对优秀员工，依据绩效评估结果发放奖金并给予表彰；面向核心骨干员工，公司授予股票期权奖励，通过短期激励与长期激励相结合的机制，持续积累优质人才资源。

我们的行动

我们为员工提供完善的薪酬福利，以多样化举措守护员工身心健康，组织丰富多元的员工活动，全方位关怀员工。

员工薪酬福利

逸仙电商始终将多元化员工福利作为提升幸福感的核心举措，在全面落实法定社保及假期基础上，额外提供生日与节日礼盒、免费食堂餐饮、通勤班车服务、弹性考勤机制、专属内购权益、健康空间支持、多元补贴政策及文化关怀活动，持续完善全方位福利保障体系。

作为彰显“她力量”的美妆企业，公司在员工薪酬福利保障方面通过多维度制度设计强化竞争力与公平性，重点推进女性关怀及薪酬动态调整机制。2024年，我们通过“女性友好职场计划”，为女员工提供更加完善的健康保障，包括免费“两癌”筛查、商业保险覆盖女性特殊疾病、妇科专项体检；生育支持政策涵盖孕产期弹性产检假等福利，为女性员工提供更加包容的福利。

员工身心健康

逸仙电商全面守护员工身心健康，与专业机构共建内部医疗诊所，提供免费专业医疗服务。公司配置健身中心及球类运动场馆供全员使用，定期举办运动会与体育团建活动。同时开展情绪管理、解压赋能等心理健康主题培训，并不定期组织瑜伽、颂钵、非遗体验等多样疗愈活动，持续提升员工幸福感。

为切实保障员工职业健康权益，公司持续推行定期健康体检制度。2024年，基于公司实际情况与历年体检调研结果分析，公司选定国内知名体检机构，结合电商行业属性与员工年龄结构特点，定制专属体检方案，全年累计服务员工843人次。

2024年，公司推出平安健康商业保险计划，覆盖员工1,257人，全年赔付率逾90%，包含2例重大疾病赔付（单笔20万元），切实解决员工重疾就医困境，显著提升员工幸福感与归属感。

员工活动

逸仙电商秉持人文关怀，着力构建健康平衡的工作环境，支持员工工作生活平衡，持续滋养员工幸福感。

公司连续举办日常团建、下午茶派对等活动，组建篮球社、羽毛球社、手作社等员工社团，吸引全体员工积极参与，为员工的工作生活注入更多欢乐和温馨。



完美日记小王子上新下午茶



达尔肤百人年夜饭团建活动



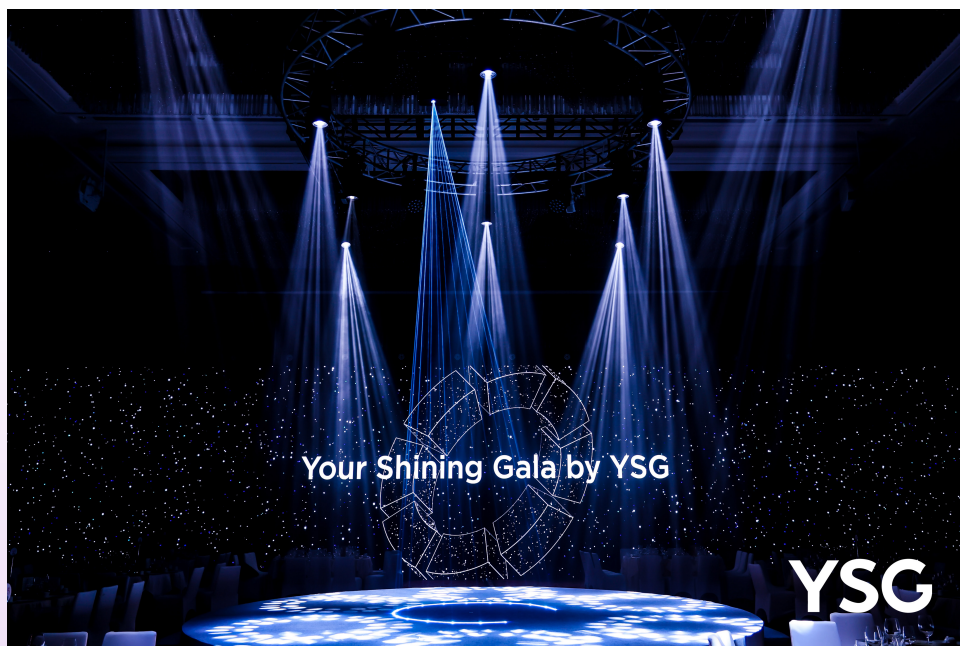
小奥汀事业部团建旅游



用户运营事业部视频号团队日常团建

案例 逸仙电商年会盛典

2025年1月，逸仙电商以“Your Shining Gala by YSG” (YSG BY YSG)为年会主题，致敬每一位逸仙人的闪耀时刻。年会期间，公司隆重表彰了长期服务五载的员工以及年度“Love The Moment”项目获奖团队，每一份荣誉皆是对员工坚持奉献与卓越成就的肯定。此次年会活动除主会场外，上海与珠海办公室亦同步举办迎春晚宴，全体员工共同展望未来，迎接更多辉煌。



逸仙电商年会盛典

亮点绩效

- ✔ 我们以**零伤亡**事故为目标
全力守护每一位员工的健康与安全
- ✔ 2024年
逸仙电商因工伤损失总日数：**0**
因工作关系死亡人数：**0**

回应联合国可持续发展目标：



回应ESG议题：社会公益

05

妆点社会 · 与美同行

逸仙电商致力于为社会创造价值，整合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，与政府、高校、公益组织等携手同行，以实际行动传递美的力量，以真诚之心妆点社会。

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，助力实现联合国可持续发展目标，让责任的暖意如涟漪般扩散，抵达更远的地方。

我们建立公益项目影响力评估体系，对已开展的公益项目设置相关的绩效指标并持续追踪，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的评价指标。我们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，为优化下一阶段的项目设计及落地提供重要参考，确保社会责任实践精准有效。



发现女性之美

逸仙电商致力于传递女性力量，为女性群体绽放风采创造更广阔的舞台。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，以“授人以渔”的创新公益模式帮扶低收入、困难及创业女性掌握美妆专业，重燃对美好生活的憧憬。

四年间，“创美人生”美妆公益培训项目已先后在四川、广东、贵州等地开展了9期美妆培训公益课程，累计惠及女性学员共362人。2024年，完美日记宣布开启“创美人生”的崭新篇章，并将在未来三年间持续投入200万元为困难地区女性提供职业能力培训，提升就业竞争力，实现就业与创业。

案例 创美人生，助力“她力量”完美“黔”行

2024年11月，逸仙电商“创美人生”美妆公益培训项目第三季贵州站正式启动，两期培训见证了80位女性的成长。基于此前两季公益培训项目成功举办的经验，第三季贵州站继续优化培训范围，本季课程体系采取“理论知识课+实操课”的形式，并在妆容实操课程新增网红旅拍妆的教学课程，因地制宜为学员们开辟一条新的就业路径。



“创美人生”美妆公益培训第三季现场

案例 高原美妆公益化妆室，海拔3,500米的可持续“她”力量

2024年8月，完美日记应壤巴拉非遗传习所之邀，携价值数十万元的“妆养一体”产品及全套化妆设备，抵达海拔3,500米的四川壤塘县，为20名零基础的藏族困境女性开设全国海拔最高的公益化妆室。

三位彩妆导师在克服高原反应的同时，用一周时间完成从色彩认知、立体底妆到民族风妆容定制的系统培训；学员结业后即可在民俗节庆、旅拍场景接单，并带动非遗体验与文旅经济。项目以“授人以渔”模式为藏区女性开辟灵活就业通道，亦成为品牌“中国美”理念落地乡村振兴的可持续公益样本。



完美日记首个“公益化妆室”落地壤塘

案例 Galénic法国科兰黎携手呈现《科学世界中的女性力量》展览，共同见证科研“她”力量

2024年11月，中法建交60周年之际，Galénic法国科兰黎与法国驻华大使馆、法国国家科学研究中心（CNRS）、法国女性与科学协会（Femmes& Sciences）联合举办《科学世界中的女性力量——中法女科研工作者肖像展》展览，旨在致敬女性科研人员在科研工作中的关键角色与卓越贡献。本展览首次汇聚并呈现20位中国女科学家和20位法国女科学家的肖像，每位卓越女科学家以其专业领域内的标志性物品作为亮点，关联并突显其个人特色与研究方向；呼吁大众破除科学领域性别刻板印象，为女性提供可见的榜样，推动行业包容性发展。



《科学世界中的女性力量》展览开幕式

关键绩效

- 2024年，“创美人生”第三季**两期**项目顺利完成，赋能**80**位困境女性，专项技能证书考核通过率超过**90%**。
- “创美人生”项目启动以来，四年间已先后在四川、广东、贵州等地开展了**9期**美妆培训公益课程，累计惠及女性学员共**362人**。

守护自然之美

逸仙电商心怀对自然的珍视，持续探寻与万物和谐共生的美好可能。我们将低碳环保理念融入产品设计等环节，推动自身可持续转型。同时，自2020年起，逸仙电商连续开展濒危动物保护、流浪动物守护、自然文化遗产传承等相关的公益活动，携手公众提升生态认知。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。

逸仙电商携手专业机构与志同道合的伙伴，共同守护濒危生灵与流浪动物的栖居之所。我们积极参与行业交流，持续优化与政府、媒体、员工、消费者及供应商的对话，通过透明的报告、生动的项目与潜移默化的公众教育，分享生物多样性保护的每一步进展与思考。我们通过捐资支持专项计划、开展在地救助行动，将关怀传递至每一个需要帮助的生命角落。



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

逸仙电商在驱动企业发展的同时，坚定履行公益责任，持续投入儿童关怀、乡村建设与志愿服务领域。我们以多元公益实践回馈社会，传递品牌温度，促进商业价值与社会价值共生，让善意之美持续流动。

儿童关怀

少年儿童的全面发展与权益保障，关乎国家未来与社会文明根基。逸仙电商始终致力于为困境儿童创造更美好的成长环境，联动政府部门、公益组织及专业机构，通过教育支持、心理健康关怀、生活帮扶等多元化举措，为孩子们的未来播撒希望与温暖。

2024年春节前夕，逸仙电商旗下品牌完美日记、皮可熊携手广州市小家公益服务中心，派出了一支由员工志愿者组成的探访团队，为广州小家的贫困重症儿童家庭与社工们，准备了价值超过8万元的100份新春爱心礼包，亲自将爱心礼包送到孩子们的手中并给予他们亲切的慰问，让身在异乡的孩子及其家人们，感受到节日的温馨与关爱。



为广州小家的贫困重症儿童家庭与社工们送去新春礼包

乡村建设

响应国家乡村振兴战略号召，聚焦教育赋能与资源下沉，逸仙电商组织员工志愿者团队深入定点帮扶学校，持续推进“绿色爱心电脑室”公益项目，通过援建环保型多功能教室、实施闲置设备公益再利用计划，将企业更新的电子设备转化为乡村信息化教学资源。我们不仅为学校搭建数字化教学基础设施，更通过系统化设备捐赠与配套培训，助力乡村教育突破地域限制，为当地学生成长与区域可持续发展注入长效动能。

自2022年以来

先后走进韶关、清远、肇庆等

6个城市的偏远乡村学校

捐赠电脑及投影仪设备

共计近450组

累计为山区乡村学校

捐建7间爱心电脑室



捐建绿色爱心电脑教室

志愿活动

逸仙电商汇聚品牌与员工的力量，联动旗下品牌深化公益实践，将公益融入品牌基因，并通过员工志愿行动深度参与，为多元社会群体提供可持续支持，用切实的公益行动传递温暖。

案例 科学护肤校园公益行动

为推动青年群体科学护肤，达尔肤携手品牌专家委员会与公益组织“益优青年”共同推出“达响青春，焕启未来”科学护肤校园公益活动，首站于2024年5月在华南农业大学成功举办。该项目聚合医研力量，通过皮肤科医师专业义诊、创新的MBTI护肤场景互动等丰富形式，为在校大学生提供科学解决痤疮问题的专业指导。活动现场特别准备了“焕肤公益包”产品体验装，让同学们能够亲身体验肌肤焕新的效果。



“达响青春，焕启未来”义诊咨询

附录

ESG 关键绩效表

环境绩效					
类别	指标	单位	2022	2023	2024
温室气体排放	温室气体排放总量 ⁶	吨二氧化碳当量	64,303.29	44,561.22	46,804.88
	温室气体排放密度	吨二氧化碳当量/万元营收（人民币）	0.17	0.13	0.14
	范围一温室气体排放总量 ⁷	吨二氧化碳当量	286.00	242.44	141.07
	范围二温室气体排放总量 ⁷	吨二氧化碳当量	7,163.03	4,388.16	1,632.39
	范围三温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	56,854.26	39,930.63	45,031.42
能源使用	外购电力总量 ⁷	千瓦时	13,348,919.40	8,177,708.96	3,042,105.92
	汽油消耗总量 ⁷	吨	3.79	2.91	13.01
	柴油消耗总量 ⁷	吨	55.00	42.00	0
水资源使用	运营耗水总量	吨	32,429.76	23,971.33	14,955.30
	运营耗水密度	吨/万元营收（人民币）	0.09	0.07	0.04

6. 温室气体排放量依据《温室气体核算体系：企业核算与报告标准》及《温室气体核算体系：企业价值链（范围三）核算与报告标准》计算，范围覆盖逸仙电商在中国境内的经营活动。其中，电力相关的碳排放是基于地理位置进行计算，计算所采用的系数为生态环境部发布的《关于发布2022年电力二氧化碳排放因子的公告》中提到的2022年全国电力平均二氧化碳排放因子为0.5366 kgCO₂/kWh。

7. 2024年，我们进一步完善数据统计口径，并在同口径下对2022、2023年数据进行修正。

环境绩效

类别	指标	单位	2022	2023	2024
氮氧化物	氮氧化物排放量	吨	0.20	0.14	0.14
有害废弃物	有害废弃物总量 ⁸	吨	0.31	0.19	0.14
无害废弃物	无害废弃物总量 ⁹	吨	13.47	7.71	7.00
包装材料使用	包装材料使用总量	吨	13,446.26	13,021.61	3,400.11
	包装材料使用强度	吨/万元营收（人民币）	0.04	0.04	0.01
	包装材料使用量-纸类 ¹⁰	吨	10,657.50	10,368.40	2,144.30
	包装材料使用量-FSC认证纸类 ¹¹	吨	23.00	35.00	48.00
	包装材料使用量-塑料类 ¹²	吨	2,327.54	2,198.33	878.67
	包装材料使用量-金属类	吨	263.42	312.34	276.20
	包装材料使用量-木材	吨	0.00	0.00	0.00
	包装材料使用量-玻璃	吨	46.30	65.80	71.50
	包装材料使用量-PU皮革	吨	127.00	75.00	27.00
包装材料使用量-布类 ¹³	吨	1.50	1.74	2.44	

8. 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、Galénic法国科兰黎品牌中国境内直营线下门店。

9. 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、Galénic法国科兰黎品牌中国境内直营线下门店。

10. 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、Galénic法国科兰黎品牌中国境内直营线下门店。由于2024年公司发货业务全部外包，自营仓库仅负责退货业务，故纸类包材用量与2023年相比降幅较大。

11. 统计范围为 7 家生产制造的 OEM/ODM 工厂。

12. 统计范围为 7 家生产制造的 OEM/ODM 工厂、自营仓库。由于2024年公司发货业务全部外包，自营仓库仅负责退货业务，故塑料类用量与2023年相比降幅较大。

13. 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	2022	2023	2024
研发情况	研发投入	亿元人民币	约1.3	1.12	1.1
	累计获得国内外知识产权	项	4,052	4,693	4,726
员工构成	员工总人数（含海外员工）	人	1,837	1,505	1,350
	中国境内员工人数	人	1,772	1,430	1,277
	中国境内男性员工人数	人	381	308	273
	中国境内女性员工人数	人	1,391	1,122	1,004
	中国境内在职29岁或以下员工数	人	1,250	914	747
	中国境内在职30-49岁员工数	人	515	510	523
	中国境内在职50岁或以上员工数	人	7	6	7
	中国境内初级管理层员工人数	人	/	/	67
	中国境内初级管理层女性员工人数	人	/	/	42
	中国境内初级管理层男性员工人数	人	/	/	25
	中国境内高级管理层员工人数	人	/	/	52
	中国境内高级管理层女性员工人数	人	/	/	32
	中国境内高级管理层男性员工人数	人	/	/	20

社会绩效

类别	指标	单位	2022	2023	2024
员工构成	新雇佣员工总数	人	/	/	707
	新雇佣女性员工总数	人	/	/	544
	新雇佣男性员工总数	人	/	/	163
	离职员工总数	人	/	/	871
	离职女性员工总数	人	/	/	675
	离职男性员工总数	人	/	/	196
员工权益	劳动合同签订率	%	100	100	100
	员工持股人数占比	%	15.5	21.6	16.1
员工培训	员工受训总时长	小时	14,012	4,342	21,801
	男性员工受训总时长	小时	2,802	1,097	4,521
	女性员工受训总时长	小时	11,210	3,245	17,280
	管理层员工受训总时长	小时	1,618	165	1,962
	基层员工受训总时长	小时	12,394	4,177	19,839
	接受商业道德培训的全职员工比率	%	100	100	100

社会绩效

类别	指标	单位	2022	2023	2024
职业健康安全	因工伤损失总日数	天	84	0	0
	因工作关系死亡人数	人	0	0	0
供应商数量	中国境内直接供应商数目	家	151	145	131
	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	474	219.7	225.7

附录

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
	2-2 纳入组织可持续发展报告的实体	关于本报告
	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 匠心品质·创新致美
	2-7 员工	以人为本·美丽共生
	2-9 管治架构和组成	科学治理·向美生长
	2-10 最高管治机构的提名和遴选	科学治理·向美生长
	2-25 补救负面影响的程序	科学治理·向美生长 匠心品质·创新致美 以人为本·美丽共生
	2-26 寻求建议和提出关切的机制	科学治理·向美生长
	2-29 利益相关方参与的方法	科学治理·向美生长

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	科学治理·向美生长
	3-2 实质性议题清单	科学治理·向美生长
	3-3 实质性议题的管理	科学治理·向美生长 匠心品质·创新致美 绿色发展·守护美好 以人为本·美丽共生 妆点社会·与美同行
GRI 201: 经济绩效 2016	201-1 直接产生和分配的经济价值	附录-ESG关键绩效表
	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·守护美好
	201-3 固定福利计划义务和其他退休计划	以人为本·美丽共生
GRI 203: 间接经济绩效 2016	203-1 所支持的基建投资及服务	匠心品质·创新致美 妆点社会·与美同行
GRI 204: 实务采购 2016	204-1 来自当地供货商的采购支出比例	匠心品质·创新致美
GRI 205: 反腐败 2016	205-1 已进行腐败风险评估的运营点	科学治理·向美生长
	205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	科学治理·向美生长
GRI 301: 物料 2016	301-1 所用物料的重量或体积	绿色发展·守护美好 附录-ESG关键绩效表
GRI 302: 能源 2016	302-1 组织内部的能源消耗量	绿色发展·守护美好 附录-ESG关键绩效表
	302-3 能源强度	附录-ESG关键绩效表

指标	指标说明	所在报告位置
GRI 303: 水资源与污水 2018	303-5 耗水	附录-ESG关键绩效表
GRI 305: 排放 2016	305-1 直接(范畴1)温室气体排放	附录-ESG关键绩效表
	305-2 能源间接(范畴2)温室气体排放	附录-ESG关键绩效表
	305-3 其他间接(范畴3)温室气体排放	附录-ESG关键绩效表
	305-4 温室气体排放强度	附录-ESG关键绩效表
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·守护美好
	306-2 废弃物相关重大影响的管理	绿色发展·守护美好
	306-3 产生的废弃物	附录-ESG关键绩效表
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	匠心品质·创新致美
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·美丽共生
	403-1 职业健康安全管理体系	以人为本·美丽共生
	403-5 工作者职业健康安全培训	以人为本·美丽共生
	403-6 促进工作者健康	以人为本·美丽共生
GRI 403: 职业健康与安全 2018	403-9 工伤	附录-ESG关键绩效表
	403-10 工作相关的健康问题	以人为本·美丽共生
	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

指标	指标说明	所在报告位置
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·美丽共生 附录-ESG关键绩效表
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	妆点社会·与美同行
GRI 416: 客户健康与安全 2016	416-1 对产品和服务类别的健康与安全影响的评估	匠心品质·创新致美
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	匠心品质·创新致美

意见及反馈

尊敬的读者：

您好！非常感谢您百忙之中阅读《逸仙电商2024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四份报告，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：广东省广州市海珠区琶洲阅江中路832号保利发展广场39楼

 电话：020-87307310

 电子邮箱：public.affairs@yatsenglobal.com；ir@yatsenglobal.com

YSG逸仙