

CHICMAX

上海上美化妝品股份有限公司

Shanghai Chicmax Cosmetic Co., Ltd.

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

股份代號：2145

2022

環境、社會
及管治報告

目錄

關於本報告	2
關於上美	4
我們的可持續發展管理方針	10
與客戶一起變美	15
與員工一起變美	26
與環境一起變美	32
與社區一起變美	39
重點法律及法規列表	41
數據表現摘要	43
環境、社會及管治報告指引索引	46



關於本報告

報告目的

上海上美化妝品股份有限公司（「本公司」，連同其附屬公司，統稱「上美」、「本集團」或「我們」）欣然發佈首份環境、社會及管治報告（「本報告」）。此報告旨在讓持份者瞭解本集團在可持續發展方面的策略、方針、措施和表現。

報告範圍及期間

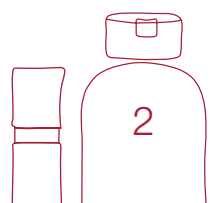
除非另有說明，報告範圍涵蓋2022年1月1日至2022年12月31日（「報告期間」）我們核心業務營運所在地，包括位於中華人民共和國（「中國」）上海的總部及研發中心、位於上海及日本岡山的生產廠房、位於日本神戶的科研中心以及位於東京的辦公室，與本集團年報的報告範圍一致。本集團根據業務板塊對我們業務和營運的相應重要性以及對可持續發展的影響以釐定報告範圍。

報告標準

本報告遵循香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）證券上市規則附錄27之《環境、社會及管治報告指引》（「《環境、社會及管治報告指引》」）載列的最新披露要求編製。

報告準則

本集團在編製本報告時採納聯交所《環境、社會及管治報告指引》訂明的報告準則，包括「重要性」、「量化」、「平衡」及「一致性」。以下為本集團就報告準則的具體應用。



關於本報告

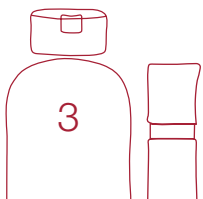
報告準則	說明	本集團的應用
重要性	本報告應涵蓋對本集團投資者及其他持份者產生重要影響的環境、社會及管治事宜。	本集團透過持份者參與和重要性分析，識別及評估與本集團相關的可持續發展議題的重要性，從而釐定本報告中涵蓋的範疇。有關我們的持份者參與和重要性評估的詳細流程，請參閱「持份者參與」和「重要性分析」章節。
量化	本報告所披露的關鍵績效指標須可予計量。	本報告披露可量化的環境及社會關鍵績效指標，以便持份者瞭解我們的可持續發展表現。
平衡	本報告應當不偏不倚地呈報本集團的可持續發展表現，避免可能會不恰當地影響讀者決策或判斷的選擇、遺漏或呈報格式。	本報告披露了我們正面和負面的表現，務求不偏不倚地展現本集團的可持續發展表現。
一致性	本集團應於本報告採用一致的披露統計方法，令環境、社會及管治數據日後可作有意義的比較。	除另有說明外，我們採用一致的統計方法編製本報告所呈列的數據。

報告獲取方式

本報告備有中文及英文版本，並登載於聯交所網站及本集團網站<http://www.chicmaxgroup.com/> 供查閱。如有歧義，概以中文版本為準。

閣下的反饋

我們珍視持份者的寶貴意見，有助我們優化我們在環境、社會及管治方面的管理策略及表現，並能回應持份者所關注的事宜。歡迎閣下將您對本報告或我們的可持續發展表現的想法及意見電郵至 ir@kans.cn。



公司概覽

我們是科研賦能的多品牌化妝品行業領導者，專注於護膚品及母嬰護理產品的開發、製造及銷售。

作為領先的國貨化妝品公司，我們一直秉持「做一家世界級有影響力的化妝品公司，做讓全球消費者喜愛的產品」的願景，專注開發及推出不同新興化妝品及新品牌、不斷調整和豐富產品組合並緊貼消費者多元化的需求，為持份者創造可持續價值。

上美擁有逾20年的運營歷史以及卓越的自主研發能力，現時在中國化妝品行業內擁有全面的多品牌發展及運營經驗、深厚的中日雙科研實力及人才，以及廣泛而活躍的銷售及分銷網絡。憑藉不斷創新的營銷策略及雄厚的品牌力、卓越的跨境供應鏈管理能力和經驗豐富的團隊，本集團成功打造了多個受歡迎化妝品品牌，包括韓束、一葉子及紅色小象等多個家喻戶曉的品牌。

我們的品牌



韓束 (KANS)

科學抗衰，
專研亞洲肌膚之美



安彌兒 (asami)

專業的功型型
孕肌護理品牌



一葉子 (One Leaf)

修護肌膚屏障，
探索天然植物純淨之美



極方 (KYOCA)

專研固髮的洗護品牌



紅色小象 (Baby Elephant)

適合中國嬰童肌膚的
專業母嬰護理品牌



一頁 (newpage)

專注嬰童敏感肌功效
護膚品牌



高肌能 (BIO-G)

配方溫和無添加的
大眾敏感肌護膚品牌



安敏優 (ARMYO)

針對敏感肌的
專業護膚品牌

關於上美

我們的文化

企業願景

● 做一家世界級有影響力的化妝品公司，做讓全球消費者喜愛的產品。

企業文化

● 因為喜歡。

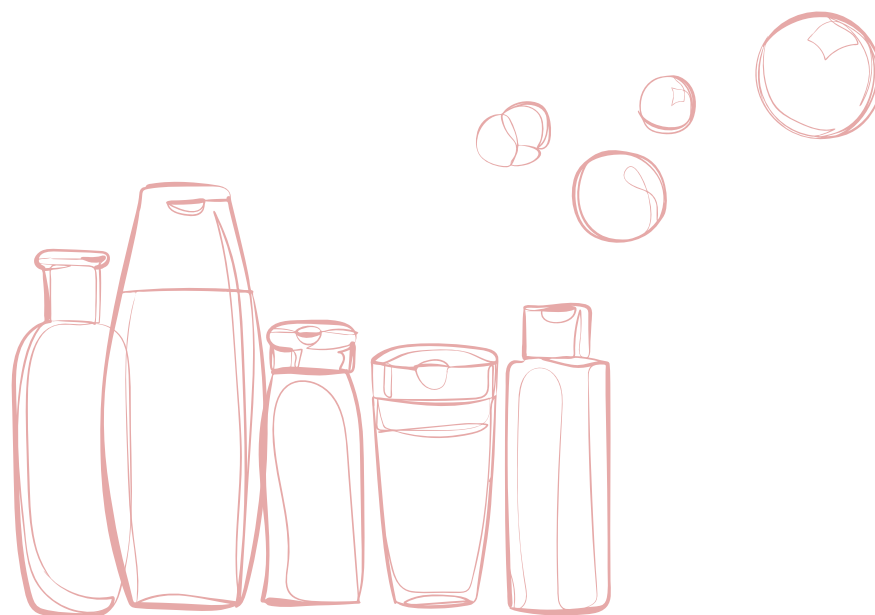
企業價值觀

多元

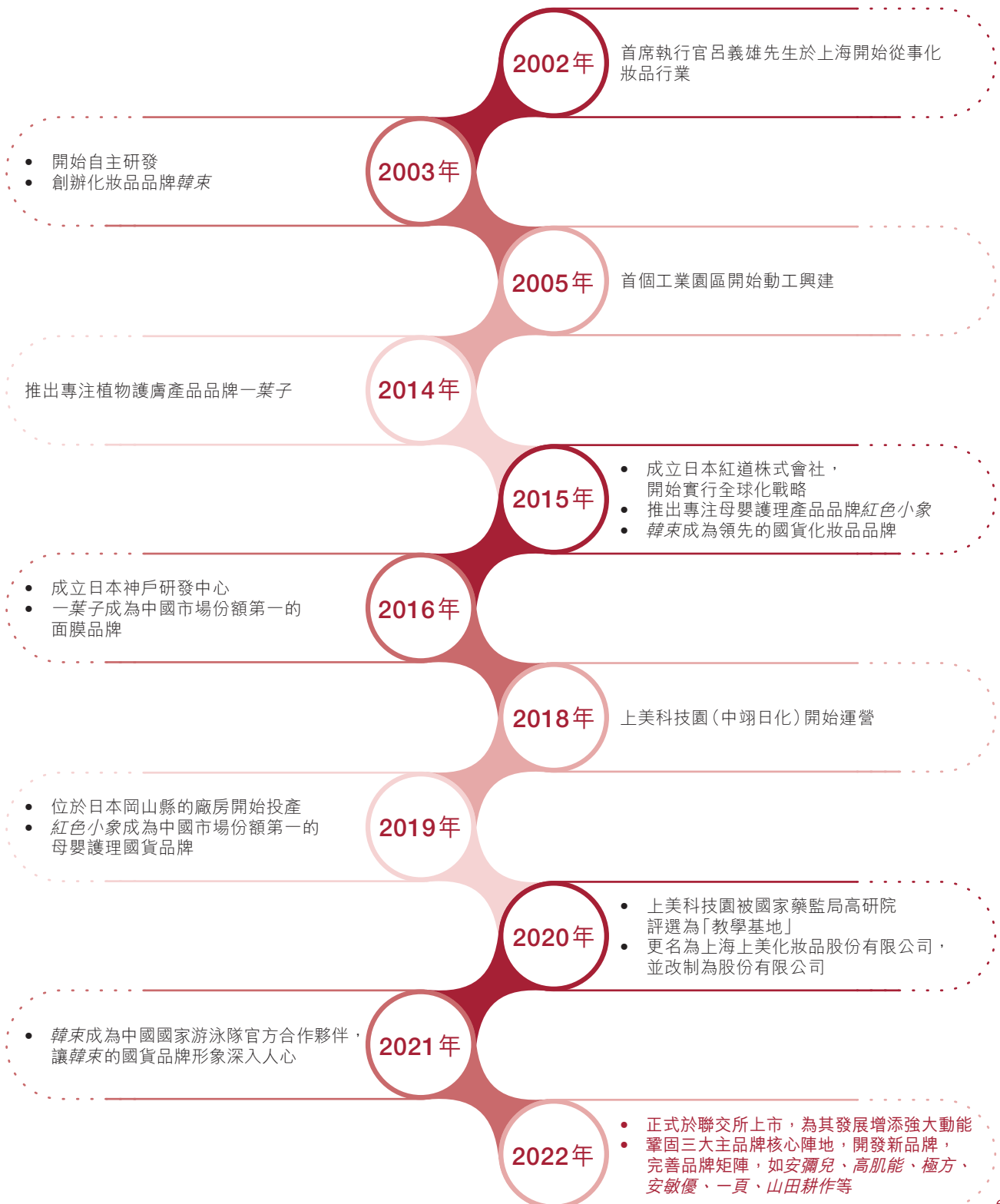
樂觀

創新

傳承






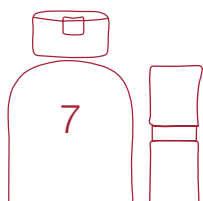
我們的業務里程碑




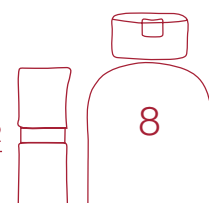
關於上美

獎項及榮譽

 社會公益	頒發機構
社會責任先鋒大獎	第十一屆公益節
<ul style="list-style-type: none">上美	
 企業實力認可	頒發機構
中國輕工業科技百強82名、中國輕工業化妝品十強企業第6名	中國輕工業聯合會
<ul style="list-style-type: none">上美 - 上海中翊日化有限公司	
納稅百強金獎	上海市嘉定區南翔鎮委員會
<ul style="list-style-type: none">上美紅色小象	
納稅百強銀獎	上海市嘉定區南翔鎮委員會
<ul style="list-style-type: none">韓束	
 產品及服務質素認可	頒發機構
2022年度最受用戶偏愛國妝品牌	用戶說User Talk
<ul style="list-style-type: none">韓束一葉子	
第七屆未來母嬰大會暨櫻桃大賞 - 年度顏值產品大獎、 年度寶寶護膚品牌最佳表現力大獎	母嬰行業觀察
<ul style="list-style-type: none">紅色小象	
消費者首選護膚品牌	凱度消費者指數
<ul style="list-style-type: none">韓束	
第五屆中國國際進口博覽會	中華人民共和國商務部 上海市人民政府
<ul style="list-style-type: none">韓束一葉子	
2022年中全球獨角獸榜 - 入選	胡潤研究院
<ul style="list-style-type: none">上美	
年度影響力品牌	化妝品觀察
<ul style="list-style-type: none">韓束	

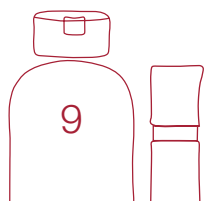


 產品及服務質素認可	頒發機構
2022新妝大賞－年度人氣護膚獎 <ul style="list-style-type: none"> 韓束 	C2CC傳媒
2022新妝大賞－年度人氣嬰童護理獎 <ul style="list-style-type: none"> 紅色小象 	C2CC傳媒
2022中國化妝品藍玫瑰獎－年度影響力品牌 <ul style="list-style-type: none"> 韓束 	中國化妝品大會
育兒網第七屆橙品清單媽媽口碑之選榜單－年度人氣洗護用品、年度人氣媽媽用品獎 <ul style="list-style-type: none"> 紅色小象 	育兒網
2022新顏榜年度品牌 <ul style="list-style-type: none"> 一葉子 	上海報業集團
2022年度中國最具價值美妝個護品牌TOP25 <ul style="list-style-type: none"> 一頁 	消費界
年度口碑秀髮洗護套裝 <ul style="list-style-type: none"> 極方 	瑞麗
母嬰生活TOP20 <ul style="list-style-type: none"> 紅色小象 	Future FMCG年度創新榜單
孕嬰童行業優品大賞－趨勢洗護入圍品牌 <ul style="list-style-type: none"> 紅色小象 	CBME
2021現代服務業50強 <ul style="list-style-type: none"> 上美 	上海市嘉定區人民政府



關於上美

科技及創新水平認可	頒發機構
2022國際化妝品創新大會ICIC AWARDS－科技創新原料獎、科技創新產品獎 <ul style="list-style-type: none">韓束	易貿美妝
2022造物者產品創新大獎－最佳技術創新 <ul style="list-style-type: none">韓束	TopMarketing
2022造物者產品創新大獎－最佳包裝設計創新 <ul style="list-style-type: none">一葉子	TopMarketing
2022造物者產品創新大獎－最佳原材料(成分)創新 <ul style="list-style-type: none">紅色小象	TopMarketing
2022造物者產品創新大獎－全場大獎 <ul style="list-style-type: none">一頁	TopMarketing
2021年度上海市級設計創新中心 <ul style="list-style-type: none">上美科技園工業設計中心	上海市經濟和信息化委員會



我們的可持續發展管理方針

可持續發展策略

上美的企業願景「做一家世界級有影響力的化妝品公司，做讓全球消費者喜愛的產品」是鞏固我們可持續發展的基石。我們竭盡全力讓客戶以不同的方式、不同的風格展現自己的美的同時，亦將可持續發展融入我們的業務營運中，包括制定了可持續發展策略（如下圖所示），以四大策略支柱為基礎，輔以各策略支柱的指標及目標，指引我們發展可持續之美：



秉承「因為喜歡」的企業文化，我們已開展與客戶、員工、環境以及社區的可持續變美旅程，旨在構建更美麗、更美好的世界。

我們的可持續發展管理方針

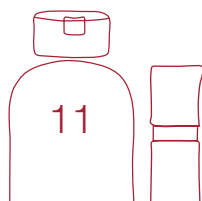
可持續發展管治

本集團董事會（「董事會」）對本集團的可持續發展策略及匯報承擔全部責任，並透過環境、社會及管治工作小組監督整體可持續發展事宜，當中包括我們的可持續發展相關管理方針、策略及措施，並著重本集團的長期發展及定位。董事會亦會定期討論和評估本集團的可持續發展風險。

我們的環境、社會及管治工作小組獲董事會委任，集合了核心職能部門的管理人員。在核心職能部門的支持下，環境、社會及管治工作小組與董事會舉行定期會議，協助董事會推動可持續發展事宜的規劃及實施，並向董事會提供關於包括但不限於以下事項的建議：

- 制定及檢討本集團的可持續發展策略及管理方針、優先事項、指標及目標；
- 識別、評估、優次排列及管理與可持續發展相關的重大風險（包括但不限於氣候相關風險以及供應鏈的環境及社會風險）；
- 監督及檢討可持續發展政策及措施的實施情況；
- 根據可持續發展相關指標及目標監察及檢討表現及進度；
- 確保職能部門及業務單位切實執行可持續發展策略及措施；及
- 統籌可持續發展工作，就其活動編製年度環境、社會及管治報告，供董事會批准。

可持續發展管治架構



環境、社會及管治風險管理

我們的環境、社會及管治工作小組負責識別、評估、優先排序及管理重大的環境、社會及管治風險，並定期向董事會提交環境、社會及管治風險評估報告，以確定潛在該等風險對本集團的可能性及重要性，而董事會保留監督本集團風險管理活動的最終責任。本集團已制定並實施環境、社會及管治相關控制措施，以緩解相應業務層面的重大環境、社會及管治風險。董事會定期檢討控制措施的有效性，並在必要時提出相關建議。

有關企業管治及風險管理方針的進一步詳情，請參閱年度報告「企業管治報告」一節。

持份者參與

上美視持份者參與為業務發展重要的一部分。我們通過各種渠道與主要持份者維持緊密溝通，瞭解彼等最關心的可持續發展事宜，並積極回應他們的期望，幫助我們日後完善可持續發展策略及方針提供導向。

持份者類別	聯繫途徑
 員工	<ul style="list-style-type: none">內聯網及內部通訊系統培訓課程績效評估會議員工活動
 消費者及客戶	<ul style="list-style-type: none">企業通訊及公司網站社交媒體平台客戶服務熱線滿意度調查
 商業夥伴及供應商	<ul style="list-style-type: none">實地考察供應商篩選及評估合作項目
 股東及投資者	<ul style="list-style-type: none">週年大會財務報表、公告和通函企業通訊及公司網站投資者簡報路演投資者峰會
 政府、監管機構及行業組織	<ul style="list-style-type: none">合作項目工作委員會及諮詢研討會及工作坊訪談
 媒體	<ul style="list-style-type: none">企業通訊及公司網站訪談意見及回應傳媒查詢
 社區及社福機構	<ul style="list-style-type: none">企業通訊及公司網站社交媒體平台社區活動合作項目

我們的可持續發展管理方針

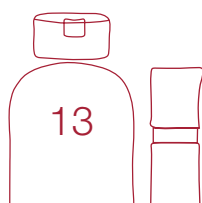
重要性分析

本集團在獨立第三方可持續發展顧問的協助下，對可持續發展議題進行了重要性分析。該過程包括議題識別、議題優次排序及驗證，以釐定與對本集團業務及持份者最相關的可持續發展議題，同時亦為編寫本報告定下基礎。

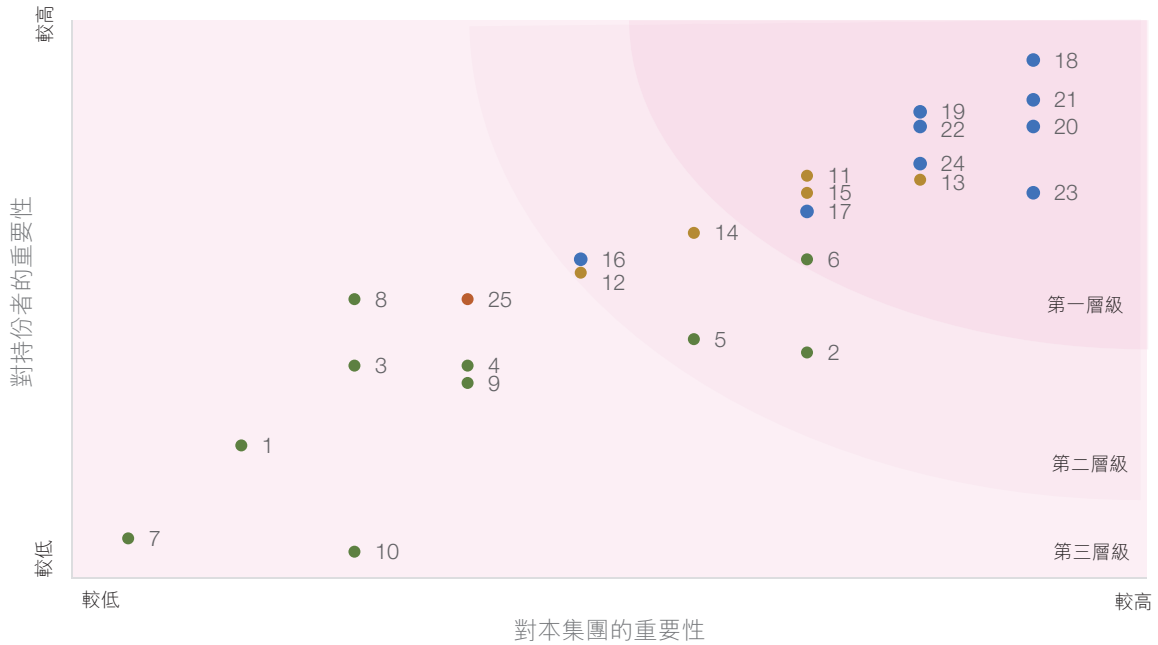
以下為重要性分析的主要步驟：



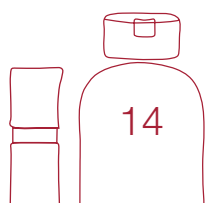
以下的重要性矩陣展示了25個可持續發展議題對本集團業務及持份者的重要程度，最重要的議題位於矩陣第一層級，較為次要的議題列於第三層級，而位於第二層級的則為重要性日增的新興議題。位於矩陣第一層級的12個議題為本年度至關重要的關鍵議題。本報告將在後續章節中重點闡述與已識別的重大議題相關的表現及進展，並將於長期運營中重視該等重要議題以及制定相應的可持續發展策略。



重要性矩陣



環境保護及綠色營運	員工權利	客戶保障	社區貢獻
1. 廢氣排放	11. 僱員福利	16. 供應鏈中社會風險	25. 社區投資
2. 廢棄物	12. 平等機會、多元化、反歧視	17. 原材料透明度和可追溯性	
3. 碳排放及能源	13. 職業健康及安全	18. 產品鑒證及質量	
4. 水資源	14. 員工發展及培訓	19. 產品設計及研發	
5. 包裝材料消耗	15. 僱傭合規性	20. 顧客服務	
6. 可持續包裝及產品		21. 知識產權管理	
7. 氣候變化風險		22. 數據保護與網絡安全	
8. 綠色採購		23. 市場推廣及廣告	
9. 供應鏈中環境風險		24. 反貪污	
10. 動物權益及福祉			



與客戶一起變美

「創新」及「多元」是上美的企業價值觀，也是我們可持續發展的本源。從多元化的獨特品牌組合、強大的自主研發能力，以及嶄新產品開發及新技術的應用，處處均體現了我們創新精神以及多元化的整合品牌建設業務模式；同時，我們全身心地投入研發之中，不斷地升級現有產品、開發新產品，以實現業務的可持續發展，幫助全球消費者時刻展現自然純淨的動人美態。

我們致力於在業務營運過程中遵守與我們提供的產品及服務相關的法律法規¹。於報告期間，本集團並不知悉任何嚴重違反有關產品及服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜等方面的適用法律及規例的重大情況。

創新及研發

產品研發及配方創新對上美品牌組合的多元化至關重要，推動我們的可持續發展，實現對「創新」的堅持不懈。作為國貨化妝品公司的先導者，我們於2003年開始進行研發並堅持產品的自主研發。同時，我們積極與國內外領先學術機構、研究中心及行業協會專責小組合作，不斷強化創新成果，持續為消費者帶來優質創新產品。我們非常榮幸獲認可為國家藥品監督管理局高級研修學院教學基地，並為上海市知識產權局認定的上海試點專利企業。



研發經驗

- 首家自建海外研發中心的國貨化妝品公司
- 近20年的研發實力，積累深厚的經驗，並形成了完善、穩健的研發體系
- 近7年的基礎研究經驗，助力提升我們的現有產品及開發新產品



研發團隊

- 約200人的研發團隊，集合全球領先的研發科學家和青年人才
- 擁有不同的專業背景，包括生物、化學、藥學及化學工程
- 核心團隊平均經驗超過30年，曾擔任寶潔(P&G)、資生堂、SK-II研發要職



研發基礎設施

- 在上海及神戶部署中日雙科研中心，聚焦於產品開發與新技術應用以及新成份及新技術開發，以及進行基礎研發活動及產品創新
- 配備先進研究設備及器材



創新成果

- 3大基礎研究成果，榮獲多項殊榮
- 截至2022年12月31日，擁有近200項專利，其中包括28項發明專利
- 就獨家專利成份研究在全球領先期刊發表20篇論文
- 自2019年起一直為國際化妝品化學家學會聯盟會員

¹ 有關對本集團業務營運有重大影響的產品責任相關法律及法規，請參閱本報告「重點法律及法規列表」章節。

我們創新的產品使我們能夠走在國貨化妝品行業的前沿。透過我們研發團隊，我們從行業技術發展洞察至成份、配方以及包裝開發均鉅細靡遺，致力為消費者創造超越預期的優質產品，努力不斷提高產品的功效、質量及環境可持續性。以下是我們研發成就亮點：

- **TIRACLE雙菌發酵** — 通過雙菌發酵技術開發的獨家專利核心成份TIRACLE針對控制炎症、衰老及保濕功能的基因，能夠達致抗衰、美白和保濕效果，並運用該成份在超過500種產品中（包括韓束產品）。
- **AGSE活性葡萄籽提取物** — 運用分子生物學技術，與普林斯頓大學分子生物學系教授Jeffry B. Stock博士合作研究，開發出新型AGSE（活性葡萄籽提取物）植物提取物，能夠達致滋潤皮膚、減少皺紋和保濕效果。
- **AN+青蒿油** — 開創青蒿油AN+（青蒿提取物）在安敏優化妝品產品中的新方向，針對解決敏感肌微生態不平衡引致的肌膚問題及其所致的炎症反應。

維護知識產權

作為研發導向型企業，我們充分尊重上美及任何第三方的知識產權，包括商標、版權、專利及使用的域名等。我們樂於為我們的創新成果申請專利及軟件著作權，以保護研發人員的研發成果。為了確保我們的商標不被他人侵犯，我們定期在公共商標註冊平台上進行檢查，亦會通過多種渠道，包括通過銷售公司及銷售人員、市場實地調查、知識產權專家或法律顧問進行調查來識別侵權行為，以及鼓勵消費者通過客戶服務熱線等渠道向我們舉報疑似侵權行為。

在發現侵權事件後，我們將根據產品侵權行為及具體情況採取跟進行動。

產品可持續性

我們是帶動中國式純淨美容(Clean Beauty)功效護膚的引領者，深明純淨美容對產品持續性的重要性。我們與全球頂級原料商合作，設立純淨美容綠色原料研究中心，嚴格甄選和創新研發綠色原料成分。從天然純淨成份到環保包裝，我們致力幫助我們的消費者做出適合他們的美容護膚選擇，創造出純淨安全的配方及有效的產品。

與客戶一起變美



純淨科研

我們推崇綠色、純淨科研(Clean Science)，矢志研發及使用安全且有效成份配製我們的產品，以創造最佳護膚效果，努力提高產品成份的透明度。



不使用4,421種有爭議原料*

一葉子在探索天然植物純淨之美的旅程上，產品配方堅持精選安心且有效的成分。我們嚴格遵循歐盟及中國標準，不使用4,421種有爭議原料及可能有害的成分，並避免人工化學成分的添加，當中不包括礦物油、礦脂、香精、尼泊金酯類防腐劑、甲醛釋放體、色素等，致力帶給客戶最天然的護膚體驗。

* 有爭議原料來源於中國化妝品成份白名單2021版／美國環境工作組織(EWG)和美麗修行非綠成份清單



0添加4,700+風險成分*

紅色小象致力陪伴每個寶寶健康快樂成長，承諾使用基於技術的無添加劑天然成份，專注研發無添加、安全、有機及簡約產品。紅色小象標誌產品舒安特護霜在生產過程中未主動添加4,700+個爭議成份。其中成份蘊含由巴西有機天然提取物紅沒藥醇，不含酒精、水楊酸、色素、視黃醇、香精、礦物油、矽油、甲醛釋放體，成份精簡，為寶寶獻上安全有效的產品。

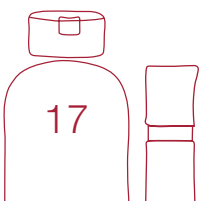
* 「0添加」與「4,700+」是指生產過程中未有主動添加4,700+個2021版國際化妝品成分命名法(INCI)美修安全分的爭議成份



成份透明度

我們樂於透過營銷活動與消費者接觸，提高成份透明度，讓消費者選擇最適合的產品。

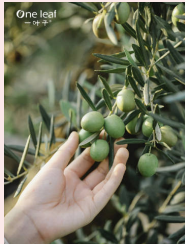
除了產品包裝上，我們定期在社交媒體平台分享產品關鍵成份，使消費者能夠更瞭解他們喜愛的產品中的活性成份、成份選取原因及其功效，提高產品成份透明度，有助消費者選擇最適合的產品。





天然成份

大自然與我們密切共生，提供許多豐富美好的天然活性成份。我們優先採用尊重環境及肌膚健康的天然活性成份。



一葉子暢銷修護修色系列富含**油橄欖葉**提取物，滋養肌膚，修復肌膚屏障。



修復屏障
神經酰胺NP 牛油果樹果脂
植物鞘氨醇 植物甾醇

一葉子酪梨系列以新鮮成熟的酪梨為靈感，由**酪梨**提取物和透明質酸鈉配製而成，滋養肌膚，同時有利於保持濕潤，減少水分流失。



紅色小象霞多麗葡萄精華霜特別添加**霞多麗葡萄果**提取物+**馬齒莧**提取物，超高保濕、多維舒緩，及時潤退曬後泛紅，冰雪質地一抹化水，天然精粹觸膚即吸收。



生物降解性

我們正在提高產品的生物降解性，即產品被天然微生物分解的能力，以減少其對環境的影響。



90%在自然環境中降解

一葉子乳酸菌水潤蜜桃面膜的面膜布90%可在自然環境中降解。



可部分降解及可重複使用

一葉子推出的白樺舒緩臻護面膜由高吸水紙漿面膜布製成，可部分降解及可重複使用。

與客戶一起變美



作為推崇自然主義的品牌，我們關注消費者健康的美麗以外，也竭力促進包裝可持續設計，努力實踐與大自然和諧共融，最終達致「讓美麗更環保」以及循環經濟的目標。

年度工作要點：

- 選用森林管理委員會FSC®認證的環保紙製作包裝
- 包裝紙盒印刷採用環保油墨代替石油油墨
- 推出首款採用可回收再利用Bio-PE(生物基聚乙烯)環保包裝
- 在精選產品上使用可再充裝的包裝，減少使用用完即棄塑膠和環境廢物
- 開展回收計劃，透過獎勵及提供預付物流費用鼓勵客戶回收已用完的產品空瓶
- 到訪多間大學與年輕學生推廣循環再用的理念
- 定期透過營銷活動提高消費者及公眾對回收再利用的意識，以應對塑膠污染
- 正在與我們的研發團隊探索開發更可持續的包裝



有關我們包裝物料管理的詳情，請參閱本報告的「與環境一起變美」章節。

推廣純淨美容發展

作為業界一分子，我們鼓勵行業的可持續發展創新。憑藉我們雄厚的品牌力及對純淨美容的承諾，於報告期間，我們成功舉辦首個「中國式純淨美容大會」，其中包括上海日用化學品行業協會、天貓美妝、言安堂、美麗修行等中國業界領導者講解純淨美容的專業知識、美妝名人及KOL分享純淨美容的經驗及實用貼士。是次研討會一共吸引了超過100位參加者出席，為日後就中國純淨美容的可持續發展奠下基礎。





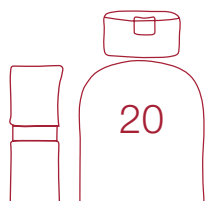
國際標準化組織 (ISO) 的 ISO 16128 標準，為業界化妝品所開發配方提供計算產品中天然及天然衍生成份百分比的指南。在該國際標準指導下，於報告期間，我們發佈《化妝品中天然成份的技術定義及計算指南》，列出天然或天然來源成份計算方法及定義，引領行業創新。該指南由本集團員工與上海日用化學品行業協會及行業專家經廣泛磋商後編製，旨在倡導行業樹立對「純淨美容」標準的共識，助推中國式純淨美容發展。

保障產品質量及安全

保障化妝產品的質量及安全是本集團的首要任務。我們的生產設施獲取以下國際標準認證，向消費者保證我們產品的質量及安全性：

- ISO 9001 品質管理體系認證
- ISO 22716 化妝品行業良好操作規範認證
- 美國食品和藥品管理局 (FDA) 化妝品良好操作規範 (GMP)

我們對產品質量的執著貫穿整個營運過程 — 由產品開發及原材料驗收，以至生產、成品製成及售後階段，均實施了嚴格的質量控制措施。



與客戶一起變美

1. 產品研發階段

- 研發團隊負責研發更安全、更科學化的產品原料及配方，從而提升產品質量及安全性
- 根據相關法律法規以及行業標準評估每個配方的規格及質量

2. 原材料及包裝材料驗收階段

- 根據原材料質量控制的內部指引，檢查原材料的外觀、規格及功能，並對隨機選取的樣本進行測試
- 倘若樣本未能通過測試，我們會對不達標原材料進行全面檢查及調查。若我們認定使用該原材料會對生產造成重大不利影響，我們可能退回整批原材料

3. 生產階段

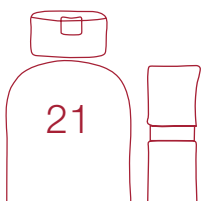
- 對整個生產過程進行全面監督及檢查，保證所有生產設備、機械及人員符合國家及內部標準
- 建立了全面的運營程序，以在整個生產過程進行質量控制
- 定期查核員工是否遵守內部操作標準
- 設有專責質量控制檢查團隊，進行現場程序檢查，包括首件檢驗、定期產品樣本檢查、現場環境衛生檢查以及員工操作標準檢查
- 定期進行設備檢查及維護，保證生產線在理想水平運行
- 對產品進行常規產品檢查，並於主要生產過程中設立質量檢查點，保證產品質量一致

4. 製成品階段

- 設有專責質量控制團隊，負責規範監督儲存、運送及銷售階段的產品質量，保證產品在良好狀況下儲存、運送及出售，同時避免運送期間出現任何產品質量問題

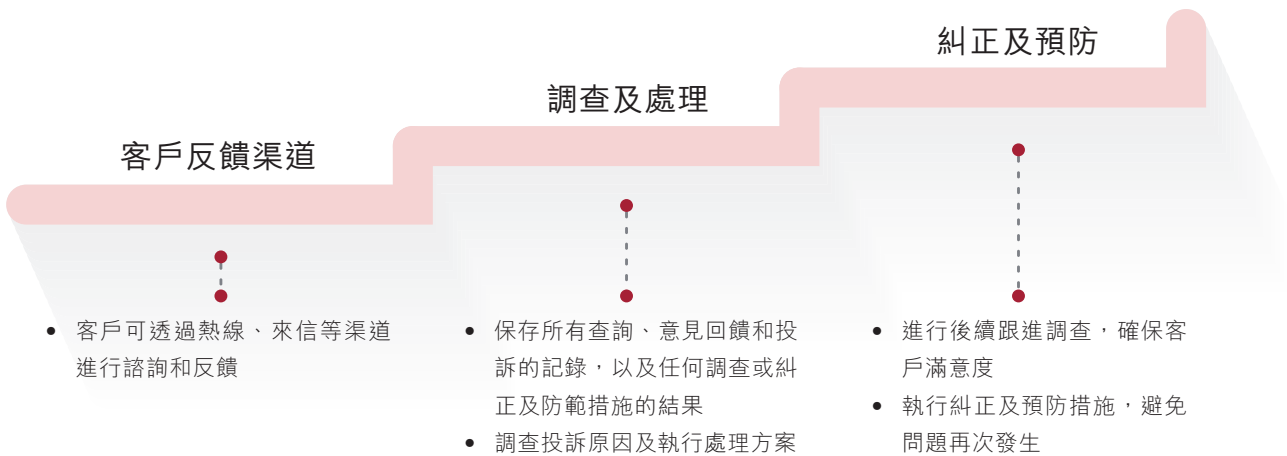
5. 售後階段

- 建立了多項機制處理消費者反饋，包括熱線等意見回饋渠道
- 承諾及時與消費者溝通聯繫，並在必要時開展質量調查程序，以提高顧客滿意度



提升客戶滿意度

我們將客戶的滿意度放在首位，致力提供領先行業產品及服務。我們設有專責客戶服務人員團隊，並持續運營客戶服務系統，確保及時回應一切客戶關切。



為了確保客戶收到合乎標準的產品，若客戶收到的產品有任何缺陷，客戶可向我們提供退換請求。我們會即時檢查退回的貨品，並在確保質量、包裝等符合相關條件才安排重售。我們亦訂有產品召回程序，若我們發現提供給客戶的產品有不合格的情況或任何質量或安全等問題，我們會採取相應的措施，包括但不限於：

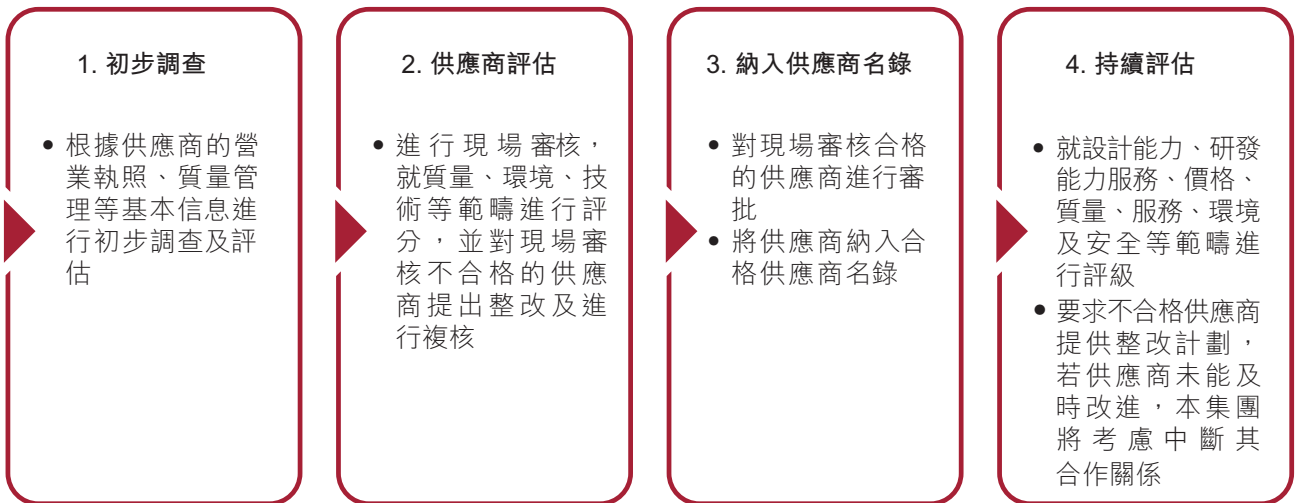
- 通過銷售網絡從消費者召回已購買的產品
- 對召回的原因、範圍和結果進行報告
- 召回產品在處理前必須進行標識和隔離，並根據《不合格產品控制程序》進行處理
- 對召回程序和管理體系存在的問題採取糾正措施
- 對需要召回的產品以及相鄰批次的產品留樣進行複查
- 處理與召回相關的費用和賠償安排

為了瞭解客戶的意見及期望，我們對客戶每年進行客戶滿意度調查，收集客戶對我們的產品品質、交貨品質、服務品質等範疇的意見和評分，並根據客戶意見改善我們的產品及服務。於報告期間，我們並沒有任何產品因安全與健康理由而須回收，亦無接獲任何與產品及服務相關的重大投訴。

負責任供應鏈

本集團認為可持續供應鏈管理是業務營運和業績的關鍵一環。除了與供應商維持穩定合作關係，我們亦設有一個綜合供應鏈管理系統，涵蓋原材料採購、生產、質量檢查及交付等全生產過程，同時重視供應商的可持續發展表現，包括環境保護、職業安全及健康表現等，以加強負責任的供應鏈管理。

本集團的主要供應商為原材料及服務供應商。為了確保所聘用供應商的產品及服務質量，我們為新供應商的聘用訂立嚴格審核程序：

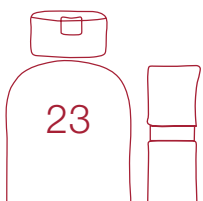


於報告期間，本集團一共聘用84家主要供應商，所有主要供應商均位於中國。我們向所有主要供應商執行上述供應商聘用慣例。

為了在供應鏈管理上貫徹可持續發展原則，我們定期進行環境、社會及管治風險評估，以識別及緩解供應鏈中的環境及社會風險。我們亦優先考慮表現符合我們可持續發展標準的供應商，例如審核新供應商的環境保護、健康及安全表現並進行評分，以減低供應鏈的環境及社會風險。

為了在揀選供應商時促使多用環保產品及服務，本集團於採購過程中持守綠色採購原則，包括：

- 優先採用FSC®認證的環保紙
- 優先選擇採用較少或較環保的包裝物料的產品
- 優先採購具有能源標籤的電器
- 優先考慮鄰近營運所在地區的供應商以減少運輸中的碳排放



道德責任

第三方測試與管理

為履行道德責任，我們在委託第三方機構進行人體測試和其他產品測試時，確保其根據國家要求取得相關資質，同時遵循相關管理體系和措施，包括配備合資格的醫護人員進行人體測試等，並確保本集團符合相關法律及法規²的要求。透過這些測試，我們不僅確保產品符合安全標準，同時也檢驗產品品質和安全性，並改進設計和製造過程，加強產品品質和客戶安全。

保障動物權益及福祉

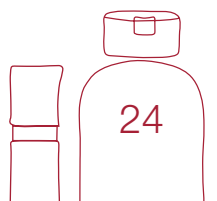
我們正努力在推動科研創新的同時保護動物權益及福祉。本集團嚴格遵守相關法律及法規²，並一直透過密切關注動物試驗的立法發展以及制定內部指引，積極探索動物測試的替代方案等，確保我們製造品質卓越、有效、安全並適合全部人肌膚的美容護理產品。

保障信息安全及數據私隱

我們的營運活動，尤其是銷售活動，涉及客戶個人資料的收集及處理。因此，我們僅將我們獲取的客戶信息或數據用作交付產品、提供售後服務及發送品牌相關消息等用途。為了確保妥善使用和儲存客戶信息，我們的《客戶信息管理辦法》及員工手冊訂明有關客戶信息保護的原則和措施，包括但不限於：

- 未經批准的情況下，客戶信息不得對外使用
- 加強網盤的用戶准入審批及權限配置管控
- 加強員工培訓，強化員工信息安全防範意識，防止員工非法使用、洩露客戶信息
- 未經許可，員工不得安裝、下載、複製未經授權的軟件
- 員工不得利用公司網絡設施發送、獲取、使用違反公司政策的信息或資料

² 有關對本集團業務營運有重大影響的產品責任相關法律及法規，請參閱本報告「重點法律及法規列表」章節。



與客戶一起變美

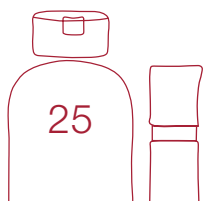
為了加強網絡及信息安全，我們已採取適當的備份、加密、訪問控制和其他必要的技術及組織措施，並制定整體網絡安全和數據保護政策，以保護數據免受未經授權的訪問、披露、竊取、篡改、毀損、損失、非法利用或其他嚴重的事件及違規行為。

廣告及標籤

在推廣產品的同時，上美有責任全面、真實、準確、及時地披露化妝產品相關信息，並確保廣告並不含有任何虛假或者引人誤解的內容，保護消費者的權利及其知情權。我們嚴格遵守行業和營運地點有關廣告及標籤的適用法律及法規³，並制定一系列政策及措施，以確保廣告及標籤內容的真實性。

本集團於產品開發的流程中確保產品標識內容的完整性，並由研發中心及法務部門對產品標籤進行嚴格審核，包括檢查產品成份名稱、功效性描述、使用方法、警示性用語等重要信息，避免消費者因接收到誤導信息而造成健康安全等損害。我們定期就廣告中數據來源或用詞進行審查，確保其真實性，並確保產品廣告內容並無包含虛假的醫療作用描述等。

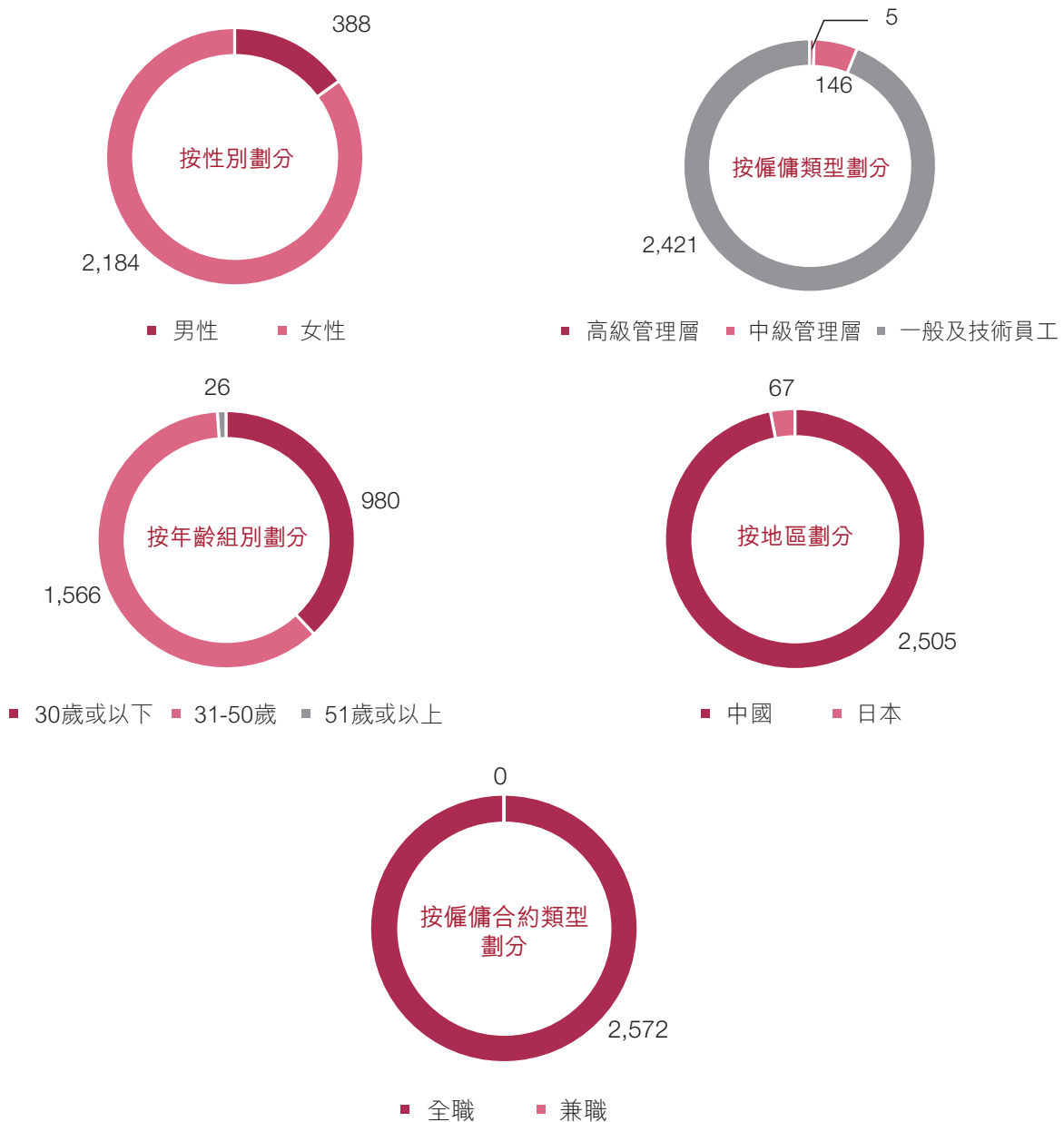
³ 有關對本集團業務營運有重大影響的產品責任相關法律及法規，請參閱本報告「重點法律及法規列表」章節。



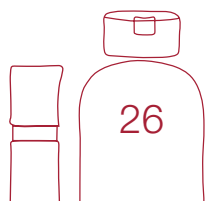
本著「多元」、「樂觀」的核心價值，我們提倡百花齊放的職場文化，致力為員工賦能，並為員工提供安全健康的工作環境和充分的發展及晉升機會。為了確保僱傭合規，我們嚴格遵守僱傭以及勞工準則相關的法律及規例⁴。於報告期間，本集團並不知悉任何有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利且對本集團有重大影響的違規情況，亦不知悉任何有關防止童工或強制勞工的違規情況。

員工概覽

截至2022年12月31日，本集團共有2,572名全職員工。以下為本集團於報告期間按性別、僱傭類型、僱傭合約類型、年齡組別及地區劃分的員工分佈。



⁴ 有關對本集團業務營運有重大影響的僱傭以及勞工準則相關法律及法規，請參閱本報告「重點法律及法規列表」章節。



與員工一起變美

員工權益及平等機會

在上美，我們尊重員工的權益，著力令每一位員工感到滿足和愉快。我們的員工手冊和人力資源管理制度訂明有關薪酬、招聘及晉升、解僱、工作時數、假期等安排，確保員工的權益受到充分保障。我們於員工入職時檢查其身份證明文件和資格等，堅決杜絕使用童工和任何非法勞動的情況。我們的員工手冊列明有關工時、加班、假期等安排，確保員工有充足的休息，避免強制勞動。若發現童工或強制勞工，我們會立刻終止其工作，亦會根據法例要求處理相關事件並展開調查，以防相關情況再次發生。

我們採用「因崗選人」的人力資源管理原則，致力為所有員工提供公平及平等的機會和待遇。為了營造良好的職場氛圍，我們於員工手冊中向員工傳達多元、平等的企業文化理念，禁止任何職場歧視或騷擾行為。在僱傭政策及相關程序的指導下，本集團根據求職者的能力、學歷、工作經驗等進行招聘，嚴禁任何源於性別、年齡、宗教、種族等歧視，亦按照員工績效評級結果進行升遷、薪酬調整等決定，確保員工得到合理待遇和機會，以確保公平選拔、聘用和待遇。我們為員工設立舉報制度及渠道，鼓勵員工在遇到歧視或騷擾時向我們舉報，並嚴格保護投訴人身份。員工如作出違法的歧視或騷擾行為，可能會受到紀律處分或解僱。

員工福祉

上美視每一位員工為我們重要的一份子，期望為他們提供最好的待遇及福利。我們向員工提供具競爭力的薪金和綜合保險待遇，並根據個別員工的表現提供與績效掛鈎的激勵計劃，以獎勵和鼓勵員工。除了法定假期外以及社會保險及住房公積金，我們亦為員工提供各種假期、保險、福利等。

特別有薪假期

- 上美家庭日（為員工提供特別假期陪伴家人）
- 喪假
- 產假
- 產檢假
- 婚假
- 哺乳假
- 侍產假

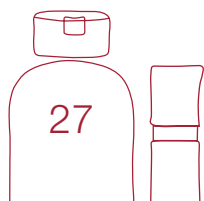
保險

- 養老保險
- 工傷保險
- 失業保險
- 生育保險
- 醫療保險

關懷及福利

- 結婚及生育禮金
- 慰問金
- 生日禮物及賀卡
- 入職禮物
- 節日福利
- 免費產品福利
- 免費身體檢查
- 交通津貼
- 接駁車
- 餐飲膳食
- 員工宿舍
- 哺乳室

備註：部分福利僅適用於具備實施條件的員工。



我們定期舉辦多種員工活動，包括節日慶祝活動、週年晚宴等，讓員工能在工作和生活之前取得平衡，並提升他們對上美的歸屬感。

員工培訓及發展

除了注重業務發展外，上美亦希望與員工一起成長。我們為新入職僱員提供入職培訓及定期為僱員提供量身定制的內部培訓課程，亦會安排僱員參加第三方提供的培訓課程。此外，我們為部分僱員提供管理技能培訓機會，幫助他們發展成為管理人才。

上美「星計劃」管理培訓生項目

本著「傳承」的價值觀，我們持續招募畢業生作為我們的管理培訓生，以培養上美的未來領導者。為力培育優秀的管理人才，我們集中各種資源對培訓生全面培訓，包括安排核心高級管理層作導師，向培訓生分享經驗和知識，助力他們快速成長。於報告期間，我們的培訓計劃成功吸引來自海外名校的畢業生加入上美發展。



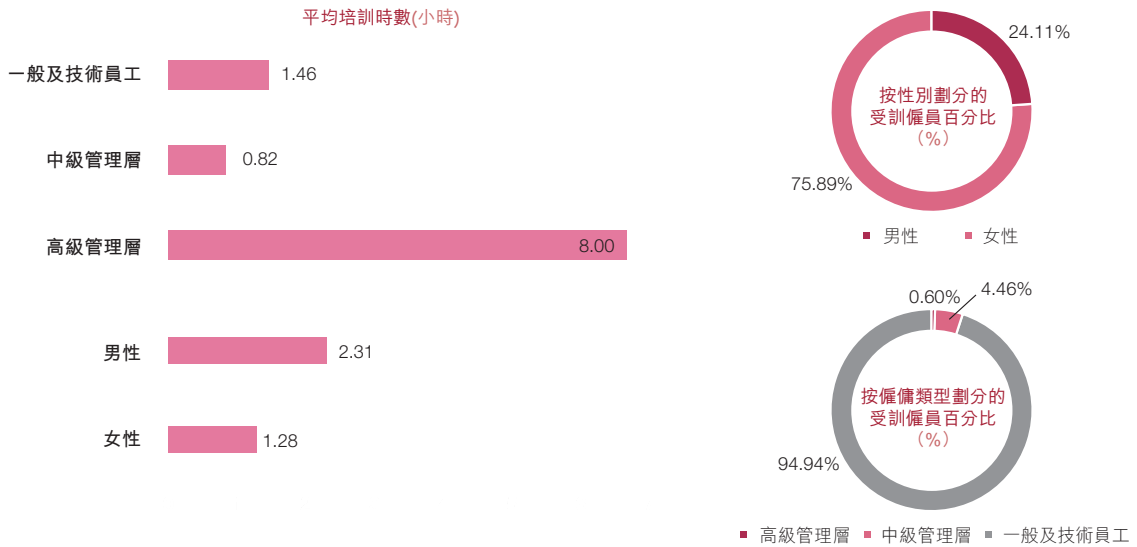
一葉子高校特別企劃

本集團旗下品牌一葉子於報告期間舉辦「高校特別企劃」，為高校大學生提供職業培訓及發展的機會。參與計劃的大學生能到上美總部親生體驗各種不同領域的工作內容、參觀科研實驗室等，更有機會體驗產品經理的工作和參與產品共創等，讓他們能發揮潛能和創造力。



與員工一起變美

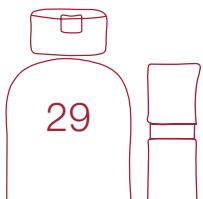
於報告期間，我們一共為員工提供3,700小時的培訓，培訓內容涵蓋入職培訓、業務技能、管理技巧、銷售、企業管治及反貪污及合規等。



職業健康與安全

本著「安全生產、以人為本」的管理方針，本集團重視員工的健康，期望為我們的員工提供一個健康和安全的工作場所。為此，我們嚴格遵守職業健康與安全相關法律及法規⁵。為了確保職業安全管理的有效性，我們的職業健康安全管理體系獲取ISO 45001證書，亦制定了健康及安全手冊、政策和標準操作程序等。我們定期制定安全生產目標和進行安全績效評估，以持續優化本集團的安全管理。

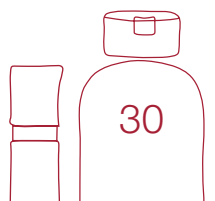
⁵ 有關對本集團業務營運有重大影響的職業健康與安全相關法律及法規，請參閱本報告「重點法律及法規列表」章節。



生產安全

健康及安全審查	<ul style="list-style-type: none">• 對安全風險進行識別及評級，並對工作環境和經營場所進行各種檢查，包括檢查防護設備、防火措施等。• 若識別出安全隱患，立即執行治理措施及進行效果評估。• 在工作場所發生任何安全事故時調查事故及匯報管理層，並及時採取糾正措施。
減低安全風險和提升風險應對能力	<ul style="list-style-type: none">• 為作業人員提供工作崗位必須遵守的安全規則及程序。• 從事高傷亡風險工作的人員必須符合相關能力考核及獲得相關證照才能上崗。• 對裝置和安全防護裝備進行嚴格監控，並為員工提供安全網、防護圍欄、護目鏡等防護設備。
提高員工的安全意識	<ul style="list-style-type: none">• 定期為僱員提供環境、健康及安全培訓。• 在培訓課程結束時需接受測試，並在確定僱員的整體表現時考慮該等測試的結果。• 為員工提供涵蓋安全守則和危害處理知識的材料，以提升員工職安健知識。

於報告期間，本集團並不知悉任何嚴重違反有關提供安全工作環境及保護員工免受職業性危害相關的重大違規情況，並於過去三年（包括匯報年度）無錄得任何因工亡故事故。



與員工一起變美

疫情防控

為了減低新型冠狀病毒的傳播風險，保障員工的健康，我們根據當地政府要求制定了相關疫情防控應急預案並實行一系列防疫措施，包括：

- 避免不必要的聚集活動，減少傳播機會
- 採用視頻、電話等線上會議，減少人員接觸
- 加強現場消毒人員的培訓，確保其能夠正確進行個人防護、消毒劑配製等
- 每天對衛生間、電梯和廢物處理場地進行消毒
- 鼓勵進入公司人員是否佩戴好口罩、測量體溫等
- 配備消毒藥水等防疫物資等

反貪污

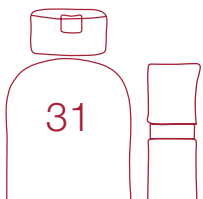
我們按照道德及負責任的原則營運，致力維持至高的商業道德標準。我們全面遵守適用的反貪污法律及法規⁶，嚴禁在營運中索取或收受利益、任何形式的賄賂、勒索、欺詐或洗黑錢行為。我們的《員工行為規範》和《員工手冊》清楚列明我們對商業道德的行為準則和要求。

我們鼓勵員工根據《反舞弊舉報獎勵制度》及員工手冊的規定，通過申訴機制和舉報渠道舉報任何舞弊或不當行為。我們的審計委員會負責執行和監察《反舞弊舉報獎勵制度》的實施，審計部門則負責收集舉報信息並向審計委員會匯報。制度中清楚表述我們對保護舉報人的承諾，以及我們從提出申訴到調查的程序均以公開、公正、誠信、透明的原則處理。

我們定期向我們的員工及董事提供反貪污及反賄賂合規培訓，確保了解反貪措施及慣例。新入職員工的迎新培訓亦涵蓋相關內容，加強他們對反貪污適用法律法規的認識和反貪意識。

於報告期間，本集團並不知悉有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢相關法律及規例方面的重大的違規行為，亦不知悉任何對本集團或其員工提出並已審結的貪污訴訟案件。

⁶ 有關對本集團業務營運有重大影響的反貪污相關法律及法規，請參閱本報告「重點法律及法規列表」章節。



與環境一起變美

作為仰賴自然資源以及從大自然汲取靈感的企業，上美的環保實踐涵蓋了我們的營運、生產以至整個價值鏈。我們的環境保護管理體系已取得ISO 14001認證，並建立全面環境保護政策，由我們的環保、健康及安全部門（「EHS部門」）負責監控及預防與環境相關的風險。本集團除嚴格遵守相關環境法律法規⁷外，亦不斷積極改善我們營運的環境表現。於報告期間，本集團並不知悉任何嚴重違反相關環境法律及法規的行為。

為了提升和審視我們的環境管理表現，我們訂立溫室氣體排放、能源使用效益、用水效益和廢物管理相關綠色目標，並持續追蹤我們的進度。

範疇	綠色目標	2022年進度
 溫室氣體排放	通過實行節能措施和採用清潔能源減少溫室氣體排放。	已達成
 能源使用效益	持續實行能源管理措施和提升能源使用效益。	已達成
 用水效益	通過實行節水措施減低水資源消耗並提高用水效益。	已達成
 廢物管理	持續優化廢棄物管理，減少廢物產生，並盡可能實行廢物回收及重用。	已達成

⁷ 有關對本集團業務營運有重大影響的環境相關法律及法規，請參閱本報告「重點法律及法規列表」章節。

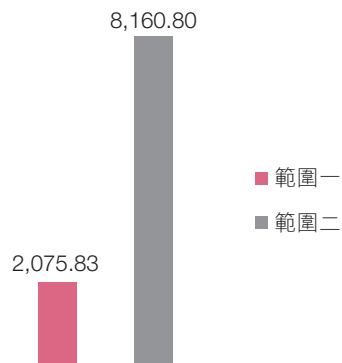
應對氣候變化

面對持份者對於氣候變化的高度關注，我們將應對氣候變化融入本集團的環境保護方針中。我們定期進行氣候相關風險評估，以識別及評估氣候變化對本集團的影響。

風險範疇		風險描述	我們的應對措施
實體風險	極端天氣事件和氣溫升高的嚴重性及頻率增加	<ul style="list-style-type: none"> 可能會損壞營運地設施及器材 有機會造成營運中斷並導致收入減少 增加員工的健康與安全風險 	<ul style="list-style-type: none"> 落實節約用電措施 進行防洪防颱檢查 制定自然災害下的應急處置方案
過渡風險 – 政策和法規風險	與氣候相關的政策及監管要求的轉變	<ul style="list-style-type: none"> 可能令本集團承受更大的營運成本以符合相關新規定 	<ul style="list-style-type: none"> 定期檢視與氣候相關的政府政策、監管要求及最新發展，確保可作充足的準備
過渡風險 – 市場風險	氣候變化導致的消費者行為和市場需求轉變	<ul style="list-style-type: none"> 未能預測並適當應對不斷變化的消費者趨勢與偏好，品牌、經營業績及財務狀況均可能受到影響 	<ul style="list-style-type: none"> 密切監察市場趨勢、客戶滿意度及集團聲譽 與持份者溝通解說已實施的可持續發展措施

於報告期間，我們的溫室氣體排放總量為10,236.63噸二氧化碳當量，而溫室氣體排放總量密度為3.83噸二氧化碳當量／人民幣百萬元收入，主要來自本集團辦公室及生產設施的外購電力消耗、公司汽車燃料和化石燃料消耗。為了減緩氣候變化，我們實施一系列措施減少營運過程產生的溫室氣體排放。

溫室氣體排放總量（噸二氧化碳當量）



備註：基於四捨五入，總計未必為所示數字的準確總和。

低碳營運措施

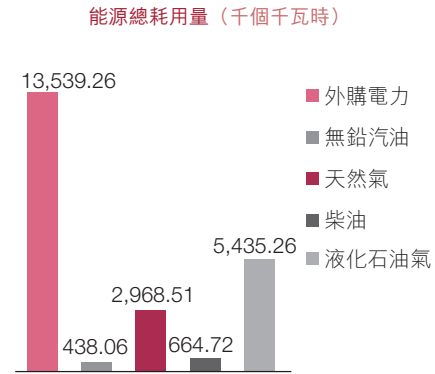
- 通過儀錶和傳感器測量能源使用情況，持續進行能源監控
- 開展工廠的光伏建設項目，減少使用化石燃料
- 使用電動車，減少排放和燃料消耗
- 採用節能的生產和辦公室設備
- 落實綠色辦公室措施，包括使用LED燈、於不使用時關掉空調及照明等



資源管理

能源管理

我們的資源消耗主要包括電力消耗、能源消耗及水消耗，以支持我們的業務運營，包括生產設施及辦公設施。於報告期間，本集團一共消耗23,045.82千個千瓦時的能源，包括外購電力、天然氣、液化石油氣以及公司汽車所用的無鉛汽油及柴油，能源總耗用量密度為8.61千個千瓦時／人民幣百萬元收入。



備註：基於四捨五入，總計未必為所示數字的準確總和。

我們於營運和生產流程中落實一系列措施，以節約能源和提升能源使用效益，包括：

- 於辦公室和工廠更換較節能的LED 燈
- 更換及改造空調系統，提升能源使用效率
- 安裝人體感應照明系統，減少不必要用電
- 採購能源效益較高的電器
- 提醒員工節約用電

水資源管理

本集團的水資源耗用主要來自生產營運消耗和辦公室的市政用水消耗。於報告期間，我們一共消耗225,877.39立方米的水資源，總耗水量密度為84.43立方米／人民幣百萬元收入。本集團於報告期間在求取適用水源上沒有任何問題。以下為本集團在節約用水方面採取的措施。

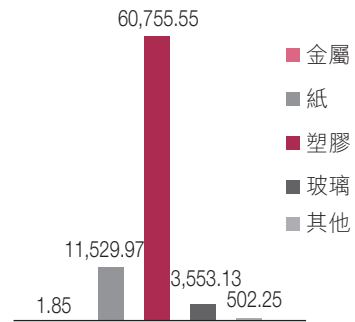
- 於工廠設置廢水回用系統，減少污染和水資源消耗
- 發現滲漏時及時對用水設備進行修復
- 進行水平衡測試，以全面瞭解工廠用水管網狀態，加強用水管理
- 採用用水效益較高的用水設備
- 於辦公室張貼節約用水標識，提升員工節水意識

與環境一起變美

包裝物料管理

我們的產品經常從大自然汲取靈感。我們渴望打造世界級有影響力的化妝品公司以及讓全球消費者喜愛產品，一直致力於從可持續發展的角度開發和設計產品包裝及其材質。我們通過專注簡約包裝設計，從一開始就減少包裝材料消耗。我們亦會優先採購環境足跡較少、更具可持續性的材料，以實現循環經濟的最終目標。於報告期間，我們一共消耗76,342.75噸製成品包裝材料，包裝材料總量密度為28.54噸／人民幣百萬元收入。

製成品包裝材料總量（噸）



備註：基於四捨五入，總計未必為所示數字的準確總和。

我們仔細選擇包裝



可持續採購

- 一葉子精選產品和一頁全線產品選用森林管理委員會FSC®認證的環保紙製作包裝，確保其包裝原物料是來自負責任森林及保證原材料的可追溯性。未來，一葉子的產品將全面採用FSC®認證的環保紙製作包裝
- 100%的一葉子產品以環保植物油墨印刷包裝盒，取代傳統石油油墨，減少傳統石油油墨印刷中重金屬、揮發性有機化合物（「VOCs」）等對環境的影響



我們優先考慮自然極簡設計



資源使用效益

- 我們正在與研發團隊通力合作，探索簡約包裝設計及合理調整包裝尺寸，盡可能減少及消除不必要的包裝



我們在設計時考慮循環性



為重複使用和可再補充而設計

- 我們的消費者可以通過他們的購買決定幫助減少對環境的影響，包括購買環保補充裝的產品，有助減少及節省包裝物料
- 一直為精選產品引入可替換的包裝及補充裝



用生物塑料代替石油基塑料

- 推出首款採用可回收再利用Bio-PE (生物基聚乙烯) 環保包裝的One leaf 氨基酸保濕溫和潔面乳



與持份者的環保互動而設計

- 我們提供純淨、舒適護膚體驗，同時鼓勵包裝可回收及可重複使用等循環行為。透過推出回收計劃、包裝提示、社交媒體互動與網站宣傳，加強消費者對包裝可回收及可持續性的意識



向年輕一代宣揚循環利用的訊息

於報告期間，我們到訪中國內地多個城市的大學並舉辦「高校自YU計劃」，與年輕學生推廣循環再用的理念。是次活動獲得學生們熱烈的歡迎，發揮出年輕人才的創新精神，運用創意循環再用、升級再造我們一葉子的產品及包裝，為其賦予第二次生命，以實現「零廢」。



與環境一起變美

向消費者灌輸環保意識的文化

一葉子「次拋回收計劃」鼓勵客戶回收空包裝。該獎勵計劃讓客戶使用我們預付的物流安排寄回用過的空瓶，客戶回收後可獲得精美的獎勵，藉以激勵和鼓勵進行回收。自計劃開展以來已收集多件護膚產品空瓶，我們為此感到非常自豪！社交媒體社區對計劃反應甚佳，吸引接近910萬瀏覽話題以及帶動5,000多討論的次數。



排放管理

廢水處理

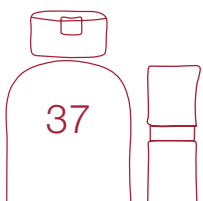
為了避免造成環境污染，我們的廢水排放規定按照國家標準執行。我們的工廠設有廢水處理站，採用具體工序處理生產和生活廢水，經處理後通過市政廢水網送至污水處理廠。我們採取一系列措施將廢水的影響降到最低，包括：

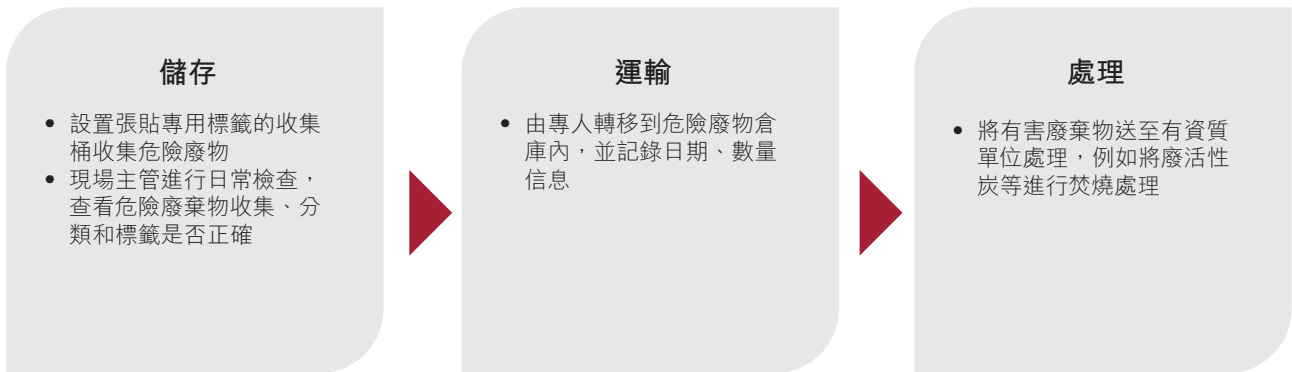
- 與合資格環保公司簽訂合約，處理廢水中的廢油和剩餘污泥
- 於工廠建立污泥脫水系統，減少廢水處理工程的污泥量
- 加強現場設備設施的管理，減少和控制現場跑冒滴漏情況生產廢水
- 設立除臭設施以處理廢水池產生的臭味
- 使用活性碳氧化物及過濾系統，以減少廢水釋放的有害氣體

廢棄物處理

本集團產生的有害廢棄物主要包括工廠營運產生的廢油墨及清洗廢液、檢測廢物、廢樹脂、廢活性炭等，而所產生的無害廢物主要包括包裝薄膜、紙類包裝材料、玻璃以及辦公室垃圾等。於報告期間，我們一共產生6.00噸有害廢棄物及1,433.86噸無害廢棄物，有害廢棄物及無害廢棄物產生總量密度分別為0.002噸／人民幣百萬元收入和0.54噸／人民幣百萬元收入。

為了確保所有廢物均根據相關標準要求妥善處理，我們產生的生活固體廢物會由政府部門收集處理，而其他無害廢棄物則由合資格承包商收集處理。我們於有害廢棄物的儲存、運輸和處理等階段實行監管措施，避免環境危害和污染的風險。如發生任何突發事件造成環境污染，我們的EHS部門將與責任方聯繫，並迅速採取糾正行動。





儲存

- 設置張貼專用標籤的收集桶收集危險廢物
- 現場主管進行日常檢查，查看危險廢棄物收集、分類和標籤是否正確

運輸

- 由專人轉移到危險廢物倉庫內，並記錄日期、數量信息

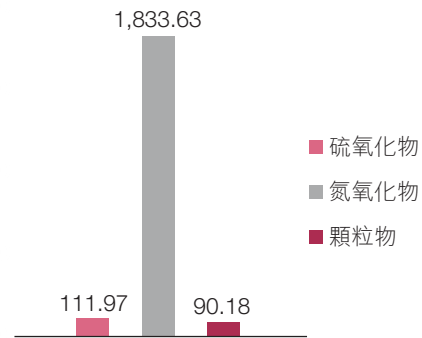
處理

- 將有害廢棄物送至有資質單位處理，例如將廢活性炭等進行焚燒處理

廢氣

本集團的廢氣排放主要來乳化作業產生的廢氣、鍋爐的煙氣、污水處理站的廢氣等。此外，我們所使用的汽車亦會產生硫氧化物(SOx)、氮氧化物(NOx)以及顆粒物(PM)等。此外，我們使用的有機溶劑亦會產生揮發性有機化合物VOCs。

廢氣排放 (公斤)



廢氣處理

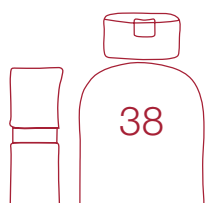
- 工廠設置袋式除塵、活性炭吸附、油煙淨化等裝置
- 定期對廢氣處理裝置進行活性炭等更換，確保廢氣處理設施正常運行

廢氣處理

- 委託第三方每年對廢氣進行檢測，監視廢氣的排放，確保符合相關規定
- 使用VOC檢測器定期測試廢氣排放設施

維護環境及天然資源

除了在日常營運中融入環保元素外，本集團亦在建設和施工的過程中減低對環境和天然資源的影響。我們於進行建設前和在施工過程中對建設地點的生態環境、土壤、聲環境等進行調查和監控，並採取了多項措施和特別施工安排，包括安裝消聲器、將噪聲較大的機械盡量遠離項目邊界、設置隔聲屏障、採用除塵器和活性炭處理廢氣等，以將對附近環境造成的影響減至最低。



與社區一起變美

作為一家有著20年發展歷程的國貨企業，上美在滿足用戶需求、持續深拓科研之外，更時刻不忘踐行企業社會責任。於報告期間，本集團的社區投資專注於關愛社群、提升公眾環保意識、關注公眾健康等範疇，並貢獻266萬元人民幣作慈善用途。未來，上美將繼續積極履行社會責任，在企業的長期發展過程中堅持做公益，彰顯國貨企業擔當。

關愛社群

「上海市韓束公益基金會」是由上美發起、面向需要幫助的社會人群提供資助的公益組織，多年來緊緊圍繞「關懷貧困人群，發展公益事業」的立會宗旨，積極參與各項公益活動。報告期間，我們走訪多個困境兒童家庭，為上百個兒童送上「新春大禮包」，幫助他們溫暖過年。

於報告期間，上美第六年參與中國香料香精化妝品工業協會組織的「愛心書包／愛心校服公益活動」，為貴州省黔南州福泉市第六小學數百位學生提供物資，支持鄉村振興建設，助力他們茁壯成長。上美與其它愛心企業於是次活動送出上萬個書包和校服。多年來，已有數千名學生從該活動中受益。



提升公眾環保意識

除了在產品和營運當中融入環保意識之外，上美亦希望將環保意識推廣至社區每一個角落。我們旗下的品牌一葉子於報告期間與青年藝術家合作，發起了「一場藝術與地球的對話」，透過藝術創作宣揚環保訊息。藝術家直林將4,000件廢棄塑料和2,000件回收而來的一葉子精華包裝，創作了藝術裝置「降臨在橄欖叢的柳鶯」，提醒公眾環保的訊息。

我們持續運用品牌影響力及社交媒體平台，提升公眾的保育及環保意識，例如於國際北極熊日、世界地球日、雙十一等日子發佈社交媒體帖子，鼓勵消費者採用環保產品，以及推廣可持續消費模式。



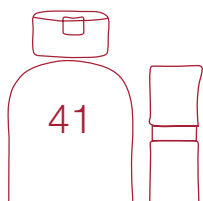
關注公眾健康

上美注重肌膚健康的同時也致力關注公眾健康。新冠疫情下，我們通過我們的產品支援有需要的人士，包括向醫院、大學等捐贈護膚及洗護用品等。為了解決方艙寶寶和媽媽的皮膚敏感問題，上美亦為嘉定方艙提供面霜、潔面泡、洗髮沐浴露、護唇膏等援助物資，維護寶寶及媽媽的健康。於報告期間，我們一共貢獻價值超過人民幣160萬元的產品及援助物資於疫情支援當中。

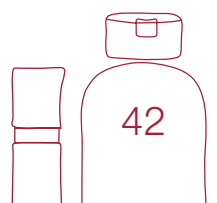


重點法律及法規列表

層面	重點法律及法規
A. 環境	中國 <ul style="list-style-type: none"> • 《中華人民共和國水污染防治法》 • 《中華人民共和國大氣污染防治法》 • 《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》 • 《城鎮排水與污水處理條例》 • 《上海市排水與污水處理條例》 • 《中華人民共和國土壤污染防治法》 • 《中華人民共和國環境保護法》
	日本 <ul style="list-style-type: none"> • 《水質污染防止法》(Water Pollution Prevention Act) • 《環境基本法》(Basic Act on the Environment) • 《水質污濁防止法》(Water Pollution Prevention Act) • 《土壤污染對策法》(Soil Contamination Countermeasures Act) • 《化學物質排出移動量屆出制度》(Pollutant Release and Transfer Register) • 《廢棄物處理辦法》(Waste Disposal Act)
層面B1：僱傭 層面B4：勞工準則	中國 <ul style="list-style-type: none"> • 《中華人民共和國勞動法》 • 《中華人民共和國勞動合同法》 • 《職工帶薪年休假條例》 • 《中華人民共和國社會保險法》
	日本 <ul style="list-style-type: none"> • 《勞動基準法》(The Labor Standards Act) • 《勞動契約法》(The Labor Contract Act) • 《確保勞動派遣事業適當運營及改善派遣勞動者就業條件法》(The Act for Securing the Proper Operation of Worker Dispatching Undertakings and Improved Working Conditions for Dispatched Workers)
層面B2：健康與安全	中國 <ul style="list-style-type: none"> • 《中華人民共和國職業病防治法》 • 《中華人民共和國安全生產法》
	日本 <ul style="list-style-type: none"> • 《產業安全衛生法》(The Industrial Safety and Health Act)



層面	重點法律及法規
層面B6：產品責任	<p>中國</p> <ul style="list-style-type: none"> • 《中華人民共和國產品質量法》 • 《中華人民共和國廣告法》 • 《中華人民共和國電子商務法》 • 《網絡直播營銷行為規範》 • 《中華人民共和國消費者權益保護法》 • 《中華人民共和國著作權法》 • 《中華人民共和國商標法》 • 《中華人民共和國專利法》 • 《化妝品監督管理條例》 • 《化妝品註冊備案管理辦法》 • 《化妝品標籤管理辦法》 • 《化妝品生產經營監督管理辦法》 • 《關於調整化妝品註冊備案管理有關事宜的通告》 • 《化妝品衛生標準》 • 《化妝品安全性評價程序和方法》
	<p>日本</p> <ul style="list-style-type: none"> • 《確保醫藥品、醫療機器等的品質、功效及安全的法律》(Act on Securing Quality, Efficacy and Safety of Products Including Pharmaceuticals and Medical Devices) • 《消費者合同法》(Consumer Contract Act) • 《不當贈品贈獎及不當標識防止法》(Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations) • 《製造物責任法》(Product Liability Act)
層面B7：反貪污	<p>中國</p> <ul style="list-style-type: none"> • 《中華人民共和國反不正當競爭法》
	<p>日本</p> <ul style="list-style-type: none"> • 《不正競爭防止法》(Unfair Competition Prevention Act) • 《刑法》(Penal Code)

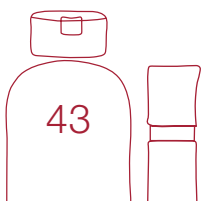


數據表現摘要

環境關鍵績效指標 ⁸	2022年	單位
溫室氣體		
溫室氣體排放總量 ⁹ (範圍1及2)	10,236.63	噸二氧化碳當量
直接排放(範圍1)	2,075.83	噸二氧化碳當量
間接排放(範圍2)	8,160.80	噸二氧化碳當量
溫室氣體排放總量密度(範圍1及2)	3.83	噸二氧化碳當量／人民幣百萬元收入
廢氣		
氮氧化物(NO _x)	1,833.63	公斤
硫氧化物(SO _x)	111.97	公斤
懸浮顆粒物(PM)	90.18	公斤
能源		
能源總耗用量	23,045.82	千個千瓦時
電力	13,539.26	千個千瓦時
天然氣	2,968.51	千個千瓦時
無鉛汽油	438.06	千個千瓦時
柴油	664.72	千個千瓦時
液化石油氣	5,435.26	千個千瓦時
能源總耗用量密度	8.61	千個千瓦時／人民幣百萬元收入
用水		
總耗水量	225,877.39	立方米
總耗水量密度	84.43	立方米／人民幣百萬元收入
廢棄物		
無害廢棄物		
無害廢棄物總量	1,433.86	噸
無害廢棄物總量密度	0.54	噸／人民幣百萬元收入
有害廢棄物		
有害廢棄物總量	6.00	噸
有害廢棄物總量密度	0.002	噸／人民幣百萬元收入
製成品包裝材料		
包裝材料總量	76,342.75	噸
紙	11,529.97	噸
塑膠	60,755.55	噸
金屬	1.85	噸
玻璃	3,553.13	噸
其他	502.25	噸
包裝材料總量密度	28.54	噸／人民幣百萬元收入

⁸ 基於四捨五入，總計未必為所示數字的準確總和。

⁹ 根據由世界企業永續發展協會及世界資源研究所發行的溫室氣體盤查測定書－企業會計與報告標則(修訂版)，範圍1直接排放涵蓋有本集團擁有或控制的業務直接產生的溫室氣體排放，而範圍2間接排放則涵蓋來自本集團內部消耗(購回來的或取得的)電力熱能、冷凍及蒸氣所引致的「間接能源」溫室氣體排放。



社會關鍵績效指標	2022年	單位
員工分佈¹⁰		
按性別劃分		
男性	388	人
女性	2,184	人
按年齡組別劃分		
30歲或以下	980	人
31-50歲	1,566	人
51歲或以上	26	人
按僱傭類別劃分		
高級管理層	5	人
中級管理層	146	人
一般及技術員工	2,421	人
按僱傭合約類型劃分		
全職	2,572	人
兼職	0	人
按地區劃分		
中國	2,505	人
日本	67	人
員工流失比率^{10,11}		
按性別劃分		
男性	36	%
女性	40	%
按年齡組別劃分		
30歲或以下	45	%
31-50歲	37	%
51歲或以上	13	%
按地區劃分		
中國	40	%
日本	10	%

¹⁰ 包含整個集團的員工人數(勞務及實習人員除外)。

¹¹ 員工流失比率乃根據2022及2021年的平均員工人數計算。

數據表現摘要

社會關鍵績效指標	2022年	單位
員工培訓¹²		
培訓百分比		
按性別劃分		
男性	24.11	%
女性	75.89	%
按僱傭類別劃分		
高級管理層	0.60	%
中級管理層	4.46	%
一般及技術員工	94.94	%
平均培訓時數		
按性別劃分		
男性	2.31	小時
女性	1.28	小時
按僱傭類別劃分		
高級管理層	8.00	小時
中級管理層	0.82	小時
一般及技術員工	1.46	小時
健康與安全		
因工亡故人數 ¹³	0	人
因工亡故比率 ¹³	0	%
因工傷損失工作日數 ¹⁴	275	日

¹² 員工培訓數據乃根據報告期間我們主要業務的總員工人數計算。

¹³ 包括過往三年的數據。

¹⁴ 於報告期間，我們有員工在上班期間不幸遇上交通及其他類型的意外。根據《上海市工傷保險條例》等地方性法規的定義，該等事件被界定為工傷。我們及時處理、作出調查、向當局報告，併發放適當工傷醫療報銷費用。

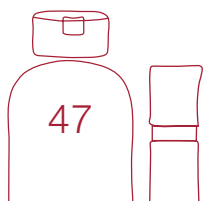


環境、社會及管治報告指引索引

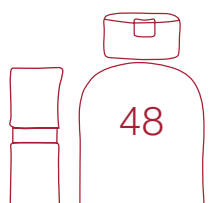
主要範疇、層面、一般披露及關鍵業績指標		章節／披露	頁數
A. 環境			
A1. 排放物			
一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的：	與環境一起變美	32-38
	(a) 政策；及	重點法律及法規列表	41-42
	(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。		
關鍵績效指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	排放管理	37-38
關鍵績效指標A1.2	直接及能源間接溫室氣體排放量及密度。	應對氣候變化	33
關鍵績效指標A1.3	所產生有害廢棄物總量及密度。	排放管理	37-38
關鍵績效指標A1.4	所產生無害廢棄物總量及密度。	排放管理	37-38
關鍵績效指標A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	與環境一起變美	32-38
關鍵績效指標A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	與環境一起變美	32-38
		排放管理	37-38
A2. 資源使用			
一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。	資源管理	34-37
關鍵績效指標A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源總耗量及密度。	資源管理	34-37
關鍵績效指標A2.2	總耗水量及密度。	資源管理	34-37
關鍵績效指標A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	與環境一起變美	32-38
		資源管理	34-37
關鍵績效指標A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	與環境一起變美	32-38
		資源管理	34-37
關鍵績效指標A2.5	製成品所用包裝材料的總量及每生產單位佔量。	資源管理	34-37
A3. 環境及天然資源			
一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	維護環境及天然資源	38
關鍵績效指標A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	維護環境及天然資源	38
A4. 氣候變化			
一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。	應對氣候變化	33
關鍵績效指標A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動。	應對氣候變化	33

環境、社會及管治報告指引索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵業績指標		章節 / 披露	頁數
B. 社會			
B1. 僱傭			
一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的：	與員工一起變美 重點法律及法規列表	26-31 41-42
	(a) 政策；及		
	(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。		
關鍵績效指標B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	員工概覽	26
關鍵績效指標B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	數據表現摘要	43-45
B2. 健康與安全			
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的：	職業健康及安全 重點法律及法規列表	29-31 41-42
	(a) 政策；及		
	(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。		
關鍵績效指標B2.1	過去三年(包括匯報年度)因工作關係而死亡的人數及比率。	職業健康及安全	29-31
關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	職業健康及安全	29-31
關鍵績效指標B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	職業健康及安全	29-31
B3. 發展及培訓			
一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	員工培訓及發展	28-29
關鍵績效指標B3.1	按性別及僱員類別劃分的受訓僱員百分比。	員工培訓及發展	28-29
關鍵績效指標B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	員工培訓及發展	28-29
B4. 勞工準則			
一般披露	有關防止童工或強制勞工的：	與員工一起變美 員工權益及平等機會 重點法律及法規列表	26-31 27 41-42
	(a) 政策；及		
	(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。		
關鍵績效指標B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	員工權益及平等機會	27
關鍵績效指標B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	員工權益及平等機會	27



主要範疇、層面、一般披露及關鍵業績指標		章節／披露	頁數
B5. 供應鏈管理			
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	負責任供應鏈	23
關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。	負責任供應鏈	23
關鍵績效指標B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	負責任供應鏈	23
關鍵績效指標B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	負責任供應鏈	23
關鍵績效指標B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	負責任供應鏈	23
B6. 產品責任			
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的：	與客戶一起變美	15-25
	(a) 政策；及	重點法律及法規列表	41-42
	(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。		
關鍵績效指標B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	提升客戶滿意度	22
關鍵績效指標B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	提升客戶滿意度	22
關鍵績效指標B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	維護知識產權	16
關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	保障產品質量及安全	20-21
		提升客戶滿意度	22
關鍵績效指標B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	保障信息安全及數據私隱	24-25



環境、社會及管治報告指引索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵業績指標		章節 / 披露	頁數
B7. 反貪污			
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：	反貪污	31
	(a) 政策；及	重點法律及法規列表	41-42
	(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。		
關鍵績效指標B7.1	於報告期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	反貪污	31
關鍵績效指標B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	反貪污	31
關鍵績效指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	反貪污	31
B8. 社區投資			
一般披露	有關以社區參與來瞭解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	與社區一起變美	39-40
關鍵績效指標B8.1	專注貢獻範疇。	與社區一起變美	39-40
關鍵績效指標B8.2	在專注範疇所動用資源。	與社區一起變美	39-40

