

CHEERWIN

朝雲集團有限公司

Cheerwin Group Limited

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號:6601





關於本報告	2
管理層致辭	4
關於我們	5
ESG管治	12
一、創新，驅動美好未來	16
1.1 產品創新	16
1.2 技術升級	16
1.3 知識產權	20
二、品質，守護陽光生活	21
2.1 品質保證	21
2.2 責任營銷	24
2.3 客戶服務	27
三、人才，共創企業發展	28
3.1 人才僱傭	28
3.2 人才發展	29
3.3 健康安全	35
3.4 人才關懷	38
四、綠色，助力低碳運營	41
4.1 氣候變化	42
4.2 綠色生產	44
4.3 綠色辦公	47
4.4 環境績效	48
五、責任，譜寫多方共贏	50
5.1 責任生態	50
5.2 合作共贏	53
5.3 社會公益	56
附錄一：朝雲集團適用法律法規及內部政策清單	60
附錄二：ESG報告指引內容索引	62



關於本報告

報告簡介

本報告是朝雲集團有限公司(以下簡稱「本公司」)，連同其附屬公司(統稱「本集團」、「我們」或「朝雲」)發佈的第三份環境、社會及管治報告(以下簡稱「本報告」或「ESG報告」)。本報告每年定期發佈，旨在闡述本集團在環境、社會及管治(即為Environmental, Social and Governance，以下簡稱「ESG」)方面的制度建設與工作表現，客觀地披露本集團在可持續發展方面的管理和成效，以響應利益相關方及社會公眾的期望，加強與各利益相關方的溝通和聯繫。

報告範圍及邊界

本報告披露本集團於2022年1月1日至2022年12月31日期間(以下簡稱「報告期內」或「本年度」)在ESG方面的管理與成果，部分信息追溯以往年度或涵蓋2023年第一季度。本集團的業務詳情，請查閱本公司的年度報告(「2022年年報」)。

報告編製依據

本報告嚴格遵從香港聯合交易所有限公司(以下簡稱「聯交所」)證券上市規則附錄二十七《環境、社會及管治報告指引》(以下簡稱「《ESG報告指引》」)的規定編製，回應並遵循以下編製原則：

重要性：本報告披露了識別重要ESG因素的過程，具體包括識別內外部利益相關方並開展溝通調研，及利用重要性矩陣進行實質性議題的評估，並對ESG相關的重要因素及事項進行重點匯報。

量化：本報告已對關鍵績效指標予以計量，並依據聯交所《ESG報告指引》的要求披露量化數據，同時說明統計範圍和計算依據。

平衡：本報告公正、客觀地呈現了我們在ESG方面的工作。

一致性：本報告採用了一致的數據披露方法，並對統計方法及相關標準進行了說明。

本報告附錄二詳列《ESG報告指引》內容索引，以方便讀者快速查閱。

資料來源及可靠性保證

本報告披露的信息和數據來源於本集團統計報告、正式文件與財務報告，並通過相關部門審核。本集團承諾本報告不存在任何虛假記載或誤導性陳述，並對內容真實性、準確性和完整性負責。本報告涉及的貨幣金額均以人民幣作為結算貨幣。



關於本報告

報告編製流程

本報告內容是按照一套有系統的程序而釐定的。有關程序包括：工作小組組建、識別重要的利益相關方、利益相關方訪談、識別和排列ESG相關重要議題、決定ESG報告的界限、收集相關材料和數據、框架確定、報告編寫、報告設計、部門與高層審核等環節完成編製。

確認及批准

本報告經管理層確認後，於2023年3月24日獲董事會通過。

獲取及回應本報告

讀者可通過聯交所官網www.hkexnews.hk或本公司官網www.cheerwin.com獲取本報告電子版。如您對本集團環境、社會及管治方面的披露和表現有任何意見或建議，請通過以下方式與我們取得聯繫：

郵箱：esg@cheerwin.com



管理層致辭

朝雲集團自成立以來，始終致力於為中國家庭創造美好生活。回顧剛剛過去的2022年，我們保持著敬畏之心，在這機遇與挑戰並存的一年，不斷創新進取，持續通過產品升級迭代為消費者提供更高效、便捷、安全的產品。我們積極面對政策和市場的變化，發揮企業優勢，努力爭做消費者心中具有社會責任的好企業。

2022年，我們的理念不變。「讓生活充滿驚喜」的使命驅使著朝雲持續不斷地創新，多項新產品成功面世。安全有效是朝雲對產品的追求，我們通過技術創新，多品類產品均從成分上實現了突破；綠色循環是朝雲對環境的承諾，我們通過優化包裝結構，替換環保材料，成功提升了產品的綠色環保屬性；用戶友好是朝雲對消費者的初心，我們加強了人性化考量，用戶體驗得到了較大提升。令人欣喜的是，我們的努力得到了市場和消費者的廣泛認可，獲得多項榮譽，未來，朝雲也將在產品研發道路上持續精進，在滿足消費者需求的同時，更好地履行社會責任。

我們重視產品品質，產品開發、原材料採購、生產加工、製成品檢測、物流運輸環節均能看到朝雲對品質的嚴格把控。通過我們的內部活動，如3.15系列工作、質量月活動，我們亦將質量意識宣傳普及至每一名員工。我們對營銷環節加強了管理，並始終堅持負責任營銷的原則，嚴格把控廣告宣傳物料，持續通過線上、線下結合的方式宣傳品牌產品，講述品牌故事，在過去的一年裡取得了令人振奮的成績，使朝雲品牌深入人心。

朝雲目前擁有900多名員工，我們時刻秉持著以人為本的理念，不斷完善人力資源制度，以最大程度保障員工的合法權益。為了打造有人情味的企業，我們關注著員工生活與成長的各個方面，從人才僱傭、人才發展、健康安全、人才關懷等方面，多維度提高人才的歸屬感和幸福感，協助員工實現個人價值，實現人才與朝雲的共同成長。

我們始終關注自身運營對環境的影響，並採取主動的態度，積極應對「碳达峰」、「碳中和」帶來的挑戰。我們依然不斷加強對於氣候變化的認識，努力提升在氣候變化方面的風險分析與管理能力。在國家雙碳政策的號召下，朝雲亦在持續探索低碳運營潛力，提升我們的環境績效表現。同樣，我們鼓勵員工形成低碳環保的意識，將綠色理念融入生活，做可持續發展的踐行者。

國家、社會與合作夥伴的協助，造就了今天的朝雲。我們不會忘記一路走來各方對朝雲的支持，並將在未來的發展中不忘初心，繼續攜手我們的供應商、經銷商等夥伴，持續開展各領域內的合作。同時，我們還堅持投身公益慈善領域，助力疫情防控、動物保護與困難群眾，為社會貢獻自己的力量。

2022年，我們基於自身的ESG管理理念，不斷完善ESG管理水平，將ESG概念更好融入公司的運營管理體系中去。道阻且長，行則將至，朝雲堅守初心，在環境、社會與管治方面持續努力，不斷成長。新的一年裡，我們將繼續堅持「好產品，隨處可得，讓生活更輕鬆」，持續推行多品牌多品類全渠道發展戰略，打造越來越多消費者喜歡的好產品，成為伴隨在老百姓生活中的快消品集團！



關於我們

公司簡介

朝雲集團有限公司是中國領先的一站式多品類家居護理、寵物護理及個人護理平台，是中國前五大家居護理企業中擁有最多品牌和子品類數量的公司。2021年3月，本集團在聯交所主板上市，股份代號：6601。

本集團秉承著「讓生活充滿驚喜」的使命，以成為「中國最大的快消品公司、世界五百強快消品集團」為願景，履行「客戶第一、追求卓越、擁抱變化、彼此成就、因為相信，所以看見」的價值觀，致力於為每一個家庭帶來創新的產品和體驗，打造中國領先的一站式、多品類家居護理、個人護理及寵物護理平台。目前朝雲旗下擁有「超威」、「貝貝健」、「威王」、「倔強尾巴」、「倔強嘴巴」、「DUX德是」、「潤之素」、「西蘭」八個品牌。2015年開始，以零售額計算，朝雲在中國殺蟲驅蚊市場連續8年市場份額第一，家居清潔及空氣護理市場份額均第二，並在個人護理和寵物護理的多個細分品類建立領導地位。

業務概況

本集團擁有垂直整合的業務模式，控制著企業價值鏈中多個關鍵的環節，如研發、製造、營銷、銷售和分銷。我們通過遍佈中國的全渠道銷售網絡分銷產品，在目標市場擁有廣泛的客戶基礎。本集團通過以下8個支柱，致力為消費者提供一站式生活方式。





關於我們

在「千人千面、多品牌、多品類、多渠道履帶式發展」戰略引領下，本集團不斷開發、製造並銷售多品類產品，涵蓋了各類殺蟲驅蚊、家居清潔、空氣護理、個人護理、寵物護理及寵物食品產品。面對不同的消費群體和消費場景，我們共推出了8大核心品牌，包括「超威」、「貝貝健」、「威王」、「倔強尾巴」、「倔強嘴巴」、「DUX德是」、「潤之素」與「西蘭」。

品牌	主要產品
	殺蟲驅蚊產品： 超威電蚊拍、超威電滅蚊燈、超威電熱蚊香液、 超威殺蟲氣霧劑、超威電蚊香、超威微煙蚊香、超威殺蟑餌劑等
	殺蟲驅蚊產品： 貝貝健電熱蚊香液、貝貝健驅蚊啫喱、貝貝健滅蚊燈、 貝貝健防蚊網、貝貝健花露水等 個人護理產品： 貝貝健植物精油貼、貝貝健天然防護包、兒童紫草薄荷膏、 貝貝健天然防護噴霧、貝貝健泡泡洗手液、貝貝健手部免洗凝膠等
	家居清潔消毒產品： 威王廚房清潔劑系列、威王潔廁淨系列、 威王洗衣機槽清潔劑系列、威王消毒液系列、威王管道疏通劑等



關於我們

品牌

主要產品

倔強尾巴

寵物護理產品：

倔強尾巴除味噴霧、倔強尾巴消毒液、倔強尾巴除臭除菌劑、
倔強尾巴寵物潔牙凝膠、倔強尾巴寵物潔耳凝露、
倔強尾巴口腔清潔齒水、倔強尾巴豆腐貓砂、倔強尾巴混合貓砂等

倔強嘴巴

寵物食品產品：

倔強嘴巴鮮肉全價成貓糧、倔強嘴巴鮮肉全價幼貓糧、
倔強嘴巴鮮肉全價成犬糧、倔強嘴巴鮮肉全價幼犬糧、
倔強嘴巴全價主食罐頭、倔強嘴巴寵物零食貓條、
倔強嘴巴寵物營養補充劑等

DUX 德是

寵物護理產品：

德是海洋系列犬用香波、德是海洋系列貓用香波、
德是海洋系列貓犬通用護毛素、德是海洋系列貓犬通用免洗香波、
德是海洋系列犬用香水、德是植物系列豆腐貓砂等

潤之素

殺蟲驅蚊產品：

潤之素驅蚊花露水等

個人護理產品：

潤之素香皂、潤之素抑菌洗手液、潤之素護手霜、潤之素SOD蜜等

西蘭 CYRIN

空氣護理產品：

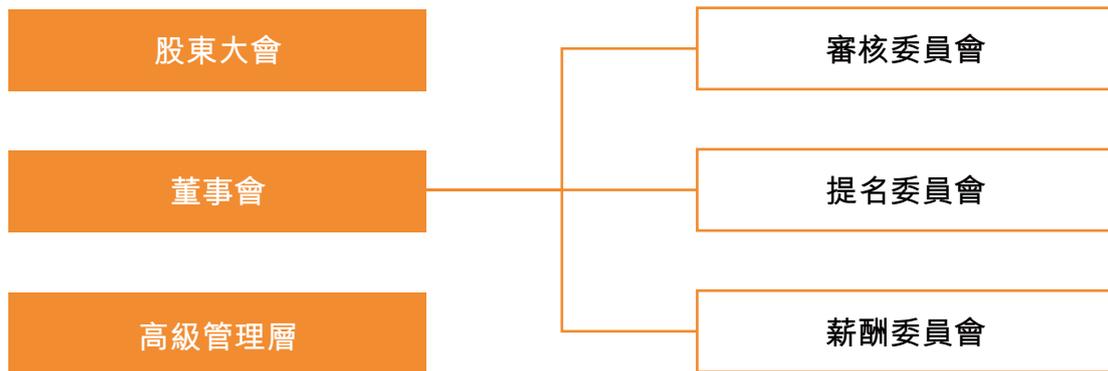
西蘭空氣淨化劑、西蘭除濕袋、西蘭去味香珠、
西蘭液體空清劑系列、西蘭除味劑、西蘭滴滴香、西蘭固體香膏系列等



企業管治

- 管治架構

良好的企業管治對於加強本集團的管理及維護股東整體利益至關重要。朝雲已採納上市規則附錄十四所載企業管治守則的守則條文，作為管治企業管治常規的守則。在此守則下，本集團的董事會設立了審核委員會、薪酬委員會及提名委員會，各委員會按照董事會訂立的職權範圍運作。為了提升董事會效率並保持企業管治高標準，我們遵循董事會多元化政策，考慮多種因素包括但不限於專業經驗、技能、知識、性別、年齡、文化和教育背景、民族及服務年限。截至2022年12月31日，朝雲董事會由7名董事組成，包括3名執行董事(女性執行董事1名)、1名非執行董事及3名獨立非執行董事。



企業管治架構

更多管治信息，請參閱本公司2022年年報《企業管治報告》章節。

- 風險管控

本集團始終高度重視內部的合規運營與風險管理，嚴格遵守國家相關的法律法規及行業要求，並在此基礎上針對公司運營的各個環節制定了多項內部政策。本集團適用的法律法規及內部政策清單請詳見「附錄一」。



關於我們

我們亦建立了一套完善的內部控制及風險管理程序，以解決與運營有關的各種潛在的財務、法律及市場已識別風險，包括但不限於採購管理、信貸風險、關聯方交易控制、信息披露控制及監管程序。該風險管理程序設定了識別、分析、分類、緩解及監控多種風險的程序。本集團的風險管理政策也設定了與我們運營中所識別風險的相關報告等級。我們的董事會負責監督整體風險管理。

報告期內，本集團審計部領導並開展了多個專項審計工作，涵蓋了生產及成本、寵物事業部營銷推廣、電商運營中心營銷推廣、品牌管理中心媒介推廣、第三方倉儲物流費用、營銷費用、外包費用等多個方面。同時，本集團亦開展了市場走訪、電商庫存內控評價及制度流程梳理工作，以發現運營過程中的潛在風險點，不斷優化風險管理效果。

• 反貪腐

本集團嚴格遵守《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》和公認的商業道德等中對於反貪污、賄賂、勒索、欺詐等內容的規定，並制定了內部的《審計監察管理制度》、《預防與懲治腐敗管理制度》等，以及時發現並解決本集團可能存在的貪腐問題。我們在官網公佈了廉潔舉報渠道 tousu@cheerwin.com，接受所有利益相關方的監督。此外，我們還拍攝了朝雲反舞弊宣傳視頻，並在公司內部進行傳播，打造廉潔從業的企業文化氛圍。

報告期內，本集團開展了「反腐倡廉共建月」活動，期間對員工進行了反腐倡廉培訓，宣貫廉潔從業的企業文化氛圍。我們亦開展了公司全體員工利益衝突申報工作，並對全體董事會成員進行了反舞弊培訓。

報告期內，本集團未發生任何有關貪污或舞弊的訴訟案件。



反舞弊培訓



獎項榮譽

報告期內，本集團榮獲多項獎項和認可。

獎項和榮譽	頒獎機構
2022中國卓越管理公司獎	德勤、新加坡銀行、香港科技大學商學院、《哈佛商業評論》中文版
最具價值社會服務公司	智通財經
最具社會責任上市公司	智通財經、同花順財經、中國銀行證券、CGS
最具成長海外上市公司	每日財經新聞
科學技術進步獎	中國輕工業聯合會
2021年度中國日用雜品工業協會輕工行業十強（第四名）	中國日用雜品工業協會
2022年度中國日用雜品行業創新新貢獻典型企業	中國日用雜品工業協會
2022年度中國洗滌用品行業公益貢獻之星	中國洗滌用品工業協會
金麥品質大獎	淘寶天下
第十三屆虎嘯獎評審團大獎	中國商務廣告協會
第十三屆虎嘯獎7項營銷案例大獎	中國商務廣告協會
第9屆金比特大獎全場大獎	廣告主評論
第11屆ADMEN國際大獎2022年度商業價值總評榜	廣告人文化集團
第11屆ADMEN國際大獎2022年度最具成長力公司	廣告人文化集團
第11屆ADMEN國際大獎3項整合營銷類－實戰金案獎	廣告人文化集團

朝雲



關於我們

	獎項和榮譽	頒獎機構
「專業解蚊題，用超威」營銷傳播項目	金投賞商業創意營銷大獎品牌公司組銀獎、代理公司組銅獎、提名獎	金投賞
「有超威，沒蚊子」營銷傳播項目	第9屆金比特大獎品效合一、品牌營銷、內容營銷標杆案例獎	廣告主評論
	DMAA國際數字營銷獎	DMAA國際數字營銷峰會
倔強尾巴	京東寵物最佳新銳品牌獎	京東
倔強嘴巴	亞寵年度大賞年度新銳品牌獎	PFA Awards



ESG理念

本集團秉持著「讓生活充滿驚喜」的使命，堅持為每一位消費者帶來好產品。同時，我們致力於通過不斷完善公司的風險管理能力和內部控制體系，提升公司誠信經營的水平，優化公司的管治能力，加強與利益相關方的溝通，將ESG理念融入到本集團的生產經營環節中去，積極履行社會責任，樹立良好的企業形象，推進本集團的可持續發展之路。

董事會聲明

本集團董事會高度重視環境、社會及管治工作，並將其放在業務發展與企業運營的重要位置。董事會作為本集團中最重要、直接的領導角色，直接管理並監督朝雲的環境、社會及管治事項，對於確保本集團環境、社會及管治工作及報告的有效性負有全面責任。

我們的環境、社會及管治工作專注於非財務指標，並涵蓋了包括合規管理、研發創新、產品品質、人力資源、低碳運營、社會責任等多個方面。為了加強董事會在環境、社會及管治方面的管理水平，我們在董事會下設立了朝雲環境、社會及管治辦公室(ESG辦公室)，由一位執行董事負責，並由本集團審計部牽頭開展ESG事宜的管理與執行。我們亦成立了環境保護、健康與安全團隊(EHS團隊)，以協助ESG辦公室評估及管理所有ESG相關事務。由審計部、人力資源中心、技術研發部、法律事務部、銷售中心、KA銷售部、採購管理部、質量管理部和供應管理部組成的ESG工作小組充分完善了本集團ESG事宜管理，將ESG理念結合到我們的日常管理運營之中。

報告期內，董事會對ESG的相關工作開展進行監督和審核。董事會對朝雲的氣候風險識別清單進行確認，並對用水、用能、排放等多個方面的環境目標進行審核，要求環境績效強度指標持續下降。董事會對利益相關方的訴求進行多次討論，確定了本集團的ESG重要性議題，並明確了重要性程度，通過檢討評估朝雲的ESG表現，推動本集團的可持續發展水平的穩步提升。

董事會將持續關注本集團的環境、社會及管治表現，為利益相關方提供切實、可靠的環境、社會及管治相關資料。

利益相關方溝通

利益相關方溝通是本集團開展ESG管理的重要環節，也與朝雲的成長與發展有著密切的聯繫。我們始終關注股東／投資者、政府及監管機構、消費者、客戶、員工、經銷商、供應商、合作夥伴等各利益相關方的訴求，並通過不同渠道定期與利益相關方進行溝通，了解訴求並及時進行回應，從而完善自身ESG管理。



ESG管治

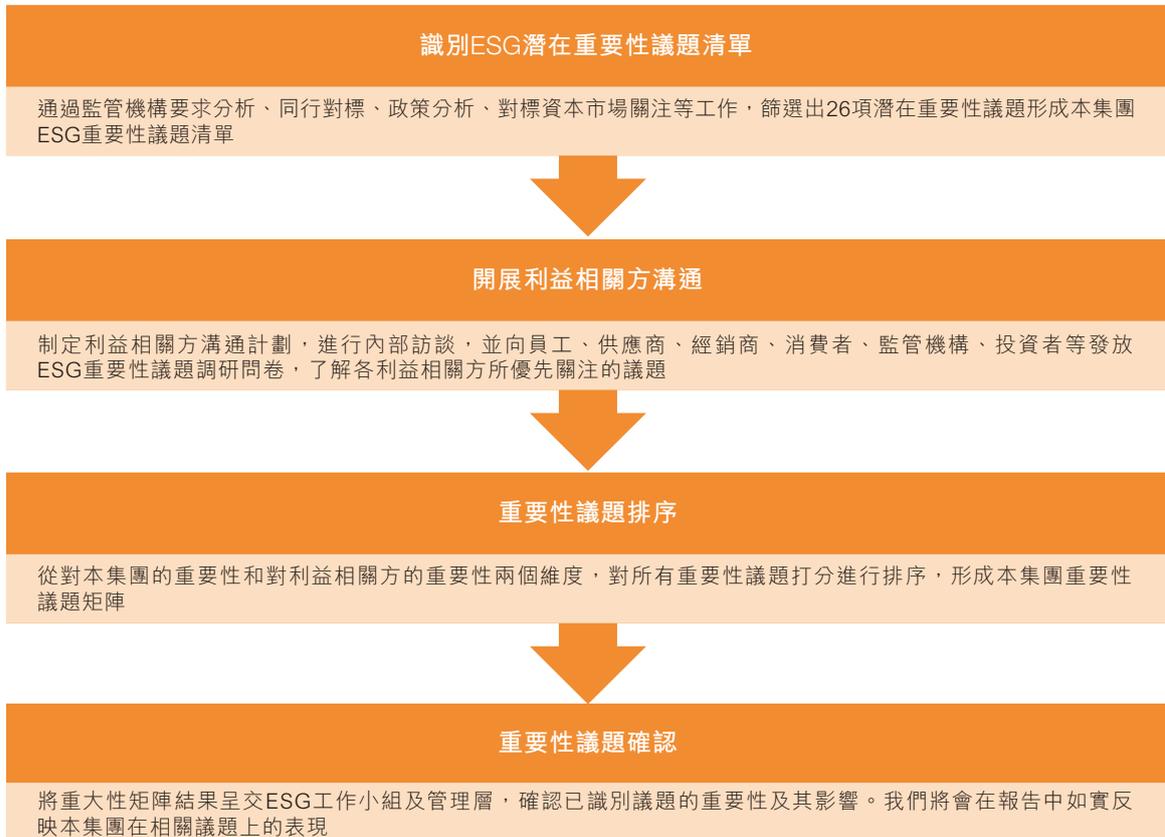
報告期內，本集團結合監管要求、資本市場關注以及同行領先企業實踐，梳理並識別了如下對本集團具有決策權和影響力、與本集團關係密切的主要利益相關方組別。

利益相關方組別	關注議題	溝通渠道／反饋方式
政府及監管機構	<ul style="list-style-type: none">• 守法經營• 依法納稅	<ul style="list-style-type: none">• 接待調研• 主動匯報• 年度報告
投資者／股東	<ul style="list-style-type: none">• 企業管治• 經濟績效• ESG表現	<ul style="list-style-type: none">• 股東大會／臨時股東大會• 業績發佈會• 新聞稿／公告• 公司年報及中報• ESG報告
客戶及消費者	<ul style="list-style-type: none">• 安全、健康、環保的產品• 客戶隱私與數據保密• 產品多樣化• 優質服務	<ul style="list-style-type: none">• 創新研發• 全過程產品質量管控• 品牌推廣• 負責任營銷• 消費者服務熱線
經銷商	<ul style="list-style-type: none">• 利潤保障• 提升經營能力	<ul style="list-style-type: none">• 經銷商准入評價• 經銷商培訓宣導
供應商	<ul style="list-style-type: none">• 供應商准入管理• 供應商評估• 供應商合作	<ul style="list-style-type: none">• 供應商准入評價• 供應商履約考核• 供應商定期交流走訪
員工	<ul style="list-style-type: none">• 保障基本權益• 薪酬福利• 培訓與發展• 健康與安全	<ul style="list-style-type: none">• 員工溝通平台• 定期增長與績效評價• 朝雲學院• 健康安全培訓



重要性議題識別與判定

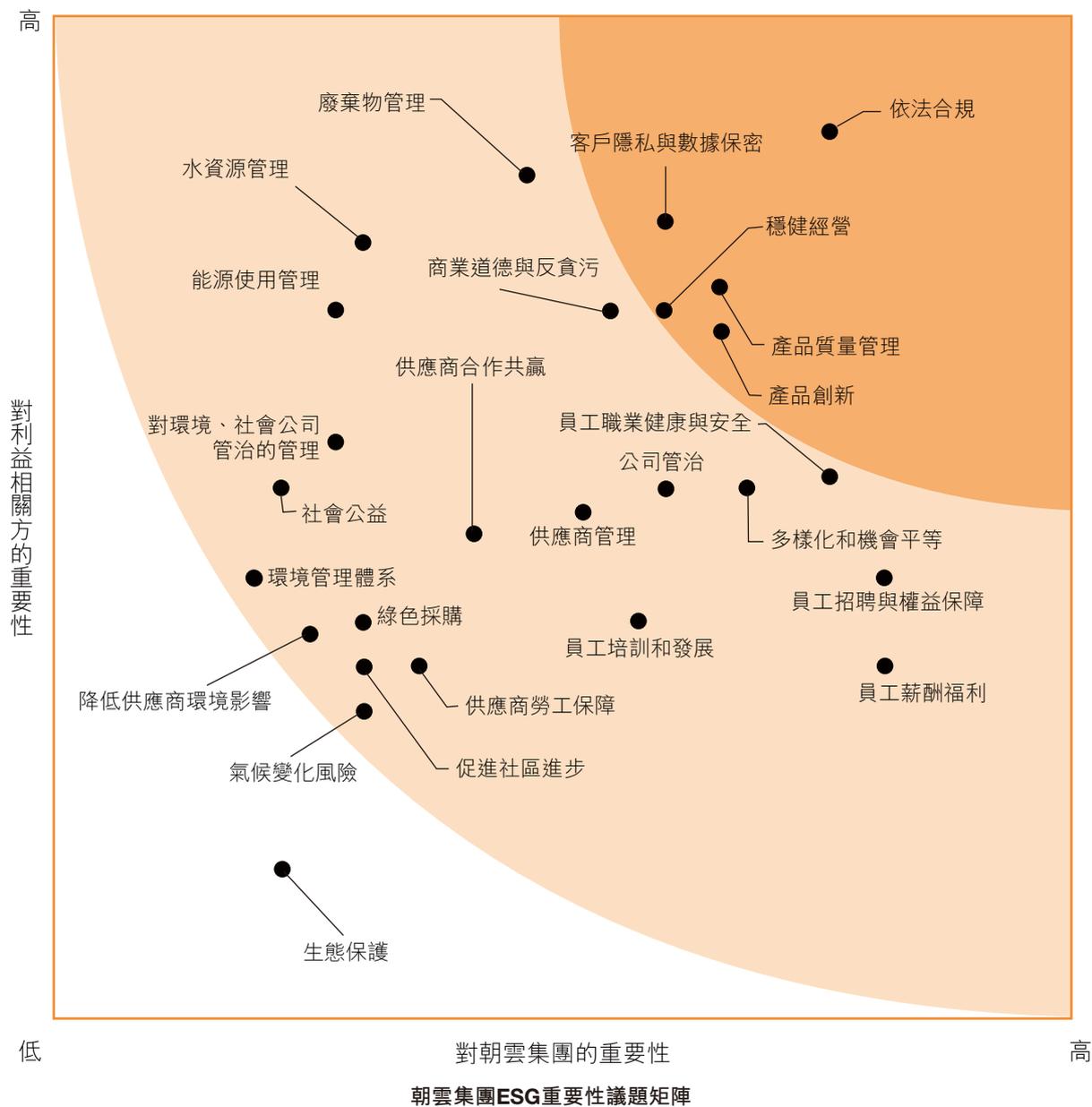
報告期內，本集團結合聯交所ESG指引披露要求、可持續會計準則委員會(SASB)實質性議題矩陣，對標同行領先企業實踐和資本市場ESG關注重點等方式，識別潛在重要性議題，並通過與各類利益相關方進行深入訪談及問卷調研，確認各議題的排序，以推進本集團ESG管理縱深發展。





ESG管治

報告期內，本集團共識別出26項ESG議題，其中，高度重要議題5項，中度重要議題20項，低度重要議題1項。高度重要性議題構成本次報告內容的重點部分，我們將在本報告中對相關內容進行詳細披露。





一、創新，驅動美好未來

正如朝雲「讓生活充滿驚喜」的理念，我們始終致力於為中國家庭創造美好生活。朝雲將持續通過研發與生產技術的升級迭代，為廣大消費者提供高效、便捷、安全且顏值高、使用感極佳的優質產品。

1.1 產品創新

面對日益看重健康環保的大環境，朝雲始終堅持以消費者為中心，圍繞消費者不斷變化的產品需求，持續在研發創新過程中注入新的技術與理念，解決市場痛點，在各品類產品中不斷推陳出新，守護消費者的健康生活。



1.2 技術升級

堅持不斷的技术升級是朝雲各品類產品推陳出新的關鍵因素。我們在發展過程中高度重視技術的自主研發能力，報告期內，我們積極引入高學歷人才，加大研發資金投入，並擴容了我們的研發實驗室，以承接我們現有業務單元產品配方、包裝、原材料技術研究及功效測評的功能，滿足重點科研技術平台建設能力的戰略佈局。

基於朝雲的產品戰略規劃發展要求，並實現研發端數智化及獨立保密性，我們在報告期內建立了內部的朝雲科研信息管理系統，構建了研發信息和研發資源共享的平台。





一、創新，驅動美好未來

報告期內，朝雲著手從產品的原材料、環保和用戶友好性三個方面入手，提升了自身產品的市場競爭力，同時積極承擔社會責任，不斷擴大朝雲的社會影響力。

• 原材料

朝雲的產品與人們生活息息相關，本著綠色、健康、植物源的研發理念，我們在產品研發過程中，更是將產品的安全性放在了首位，從而避免產品對人身安全與健康產生不良影響。

- **威王魔力果淨**：我們在廚房多功能清潔劑配方中添加了植物來源的表面活性劑(APG)，屬於可再生資源，相對於石化衍生物來源的表面活性劑，它不僅使產品更加安全，同時易於生物降解，可以減少碳排放促進碳循環；在衛浴清潔劑配方中添加了生物源發酵的乳酸，與市售主流清潔劑產品加入的無機酸、合成有機酸相比，產品更加綠色安全且解決了衛浴清潔劑固有的鼻腔黏膜刺激性高的問題。
- **超威羥哌酯驅蚊液**：我們使用了國家主管部門認可的德國進口「羥哌酯」驅蚊成分，該物質在持效預防蚊香滋擾、降低透皮吸收性方面表現更為良好，保障了消費者的使用安全及預防蚊疾傳播。
- **西蘭雞尾酒香氛凝露**：針對其存在的兒童誤食風險，我們在配方中加入了苦味劑，減少誤食後兒童吞嚥的風險，並容易引起嘔吐以減少食入量，提高了產品使用的安全性。



一、創新，驅動美好未來

• 環保屬性

朝雲在產品研發過程中踐行循環經濟三大原則，積極加大在產品包材的研發投入，優化包裝結構，替換環保材料。同時，我們在保證產品使用的條件下，優化產品配方，減少使用過程中的環境影響，提高產品綠色環保屬性。報告期內，我們通過單一材料的運用，替換了原本的複合材料，解決了產品在回收過程中難以分離的痛點，有助於產品的閉環流通，便於材料的回收再利用。

減少

- 威王魔力果淨：該系列的520克廚房、衛浴、多功能清潔劑產品，計劃將48克PET瓶胚降低為39克PET瓶胚，並將在通過包材性能驗證後，逐步替換為低克重PET瓶。
- 貝貝健蚊香和超威田園荷花蚊香：進行了配方調整，減少了生產過程中的噴藥量，分別降低了12.7%和11.3%，在保證產品效果的同時，減少了蚊香在使用時的煙塵排放量。
- 寵物濃縮除味劑：通過提高濃縮液濃度，較常規產品生產節水60%以上，節省包材50%以上，同時也幫助節約在儲存和運輸的能耗。

替代

- 潤之素護手霜包裝儲備：使用單一PE材料替換目前PE軟管+PP旋蓋的設計，管蓋的新增卡扣設計也將降低塑料的使用量(5.0克PP→3.7克PE)。
- 電蚊片包裝儲備：使用PE單一材料的包裝袋，替換現有多層複合鋁箔袋。
- 章魚嘟嘟立袋包裝儲備：使用BOPP/CPP的單一複合膜袋，替換當前鋁箔非單一材質複合膜袋。
- 混合貓砂：通過天然礦土材料的開發應用，降低了30%的豆渣、澱粉等能耗材料的使用。
- 威王潔廁產品：將該系列產品的收縮膜由原本的PVC材質更換為PET材質，減少環境的影響。



報告期內，朝雲進一步加強產品環保標誌的認證工作，並新增獲得了4項環保標誌認證證書，涵蓋了潔廁淨、廚房清潔劑、空調除菌清潔劑、空清氣霧劑和殺蟲氣霧劑等產品系列。同時，朝雲通過了電熱蚊香片和電熱蚊香液兩個單元五個產品環保標誌認證的年度複審。



一、創新，驅動美好未來

● 用戶友好性

提升產品的用戶友好性是朝雲產品研發的另一個重點，我們緊抓細節，考慮用戶在產品使用方面的不同場景，從產品的功能元素和人性化考量出發，增加產品的安全性、便捷性和用戶友好性，為用戶帶去良好的使用體驗。



超威驅蚊液小綠瓶

超威驅蚊液小綠瓶包裝且方便攜帶的特點，適應現代社會消費觀念。

- 口紅大小，方便攜帶
- 單手可操作
- 替換方便，告別分裝



威王魔力果淨衛浴清潔劑

採用三用噴槍設計，倒噴功能使消費者輕鬆清洗衛浴中的馬桶溝槽和死角，幫助解決消費者衛浴清洗的一個難題。



西蘭小香風

對包裝形式進行改進，將易拉鋁蓋的開啟方式更換成使用感更佳熱封封口鋁膜包裝，避免消費者在開啟時被易拉蓋割傷。



寵物食品

採用導向式易撕條作為封口，使得開口更為整齊。還採用拉鏈密封條，可通過拉鏈輕壓實現二次密封。



貝貝健驅蚊液

採用腰型瓶的設計，方便消費者抓握；同時增加了瓶身凸起的文字和圖案，增加手握時的摩擦力，減少滑脫風險。

● 參與標準制定

朝雲積極參與國家、行業與團體的相關標準制定，推動行業的發展與進步。我們始終與行業協會保持密切聯繫，及時了解行業發展方向和市場動態，也積極參與國家行業組織的涉及我們產品的相關法律意見徵詢。

報告期內，朝雲主筆制定了《T/ZGXX 0005-2022 寵物清潔衛生用品貓砂》的標準並參與制定了《NY/T 4092-2022 右旋苯醚氰菊酯原藥》的標準，為規範市場、提升產品質量做出了應有的貢獻。



一、創新，驅動美好未來

• 榮譽獎項

朝雲積極推進產品技術的升級創新在報告期內獲得了來自國家和社會的高度認可，獲得了多項榮譽，進一步提高了朝雲的品牌聲譽和社會影響力。

產品榮譽

- 威王消毒液(凝珠型)入選工業和信息化部《2022年老年用品產品推廣目錄》
- 防霉變氯氟醚蚊香、威王空調除菌清潔劑獲評中國輕工業聯合會《升級和創新消費品指南(輕工第九批)》
- 殺蟲氣霧劑增效的關鍵技術研究及其產業化應用獲評廣東省輕工業聯合會科學技術進步二等獎，中國輕工業聯合會科學技術進步三等獎

1.3 知識產權

隨著知識產權發揮越來越重要的作用，對於知識產權的保護成為了企業獲取長遠發展的不懈動力。為了提高朝雲的企業辨識性和行業競爭力，我們嚴格遵守《中華人民共和國專利法》、《中華人民共和國商標法》、《中華人民共和國著作權法》等相關法律法規，並制定《專利管理制度》、《商標管理制度》及《著作權管理制度》，規範朝雲在商標、著作權、專利等知識產權的申請、使用及維護等管理工作。

我們通過法律事務部，加強朝雲員工的知識產權保護意識，也嚴查知識產權的侵權行為，維護我們的無形資產不受侵犯，也同時尊重並保護他人的知識產權。

報告期內，本集團共申請369項商標權，獲得592項商標權授權；共申報27項專利，獲得16項專利授權。截至2022年12月31日，本集團現有商標總量為2,114項，授權專利總量為109項。



二、品質，守護陽光生活

「好產品，隨處可得，讓生活更輕鬆」是朝雲的發展戰略。自成立以來，本集團始終追求卓越，將產品的質量保障放在首要位置，確保產品質量持續穩定。我們亦堅持誠信經營、負責任營銷的原則，並通過建立完善的質量控制體系，滿足消費者的基本權益和多樣化需求，努力成為業內產品質量和口碑領先的企業。

2.1 品質保證

本集團制定了完善的質量管理制度，包括《質量目標管理辦法》、《市場產品質量投訴處理辦法》、《質量事件處理辦法》等，於每年對質量管理工作進行總結，並根據當年的工作情況發佈下年度的質量管理目標。報告期內，我們完成了上年度確定的質量指標，未發生重大質量事故，市場表現整體穩定。

● 產品開發

為有效保障新產品質量，我們從產品開發的初始階段便嚴格遵循國家和行業的法律法規，嚴格規範產品開發的各個環節。我們的質量團隊會始終與研發團隊進行積極溝通，對各品類產品在上市前進行專業、科學的安全質量評估，並撰寫內部報告，記錄評估細節。

報告期內，朝雲質量管理團隊通過提前介入的方式，充分融入了新品開發的各個流程，使本集團的魔力果淨、貝貝健驅蚊啫喱、超威驅蚊液、苦參皂等新產品順利上市，並獲得了較好的市場表現。

● 原材料

原材料質量控制是產品質量保障中的重要環節，對此，本集團制定了《供應商開發與准入管理制度》、《原料新供應商准入質量管理辦法》、《原料供應商日常質量管理辦法》、《原料中違禁及限用物質監控管理規定》等內部政策，從供應商准入到供應商日常管理階段，均進行嚴格評估，以保障產品原材料質量。

供應商准入	供應商日常管理	供應商退出
<ul style="list-style-type: none">檢驗原材料小樣組建供應商現場評審小組並對供應商進行現場審核原材料試供應原材料正式供應	<ul style="list-style-type: none">供應商考核：對供應商進行月度、年度考核，並按考核結果對供應商進行質量風險分級供應商專項審核與現場檢查：根據供應商日常質量表現，組織開展現場檢查，不符合要求的供應商需進行整改	<ul style="list-style-type: none">針對發生質量審核未通過、多次質量異常、不誠信行為等情況的供應商，本集團將根據嚴重程度考慮暫停該類供應商供應



二、品質，守護陽光生活

同時，本集團要求供應商對原材料提供涵蓋所有技術標準指標的產品質量檢驗報告書(COA)，並對原材料進行再次測試，確保原材料的數量、質量均符合標準後再進入生產環節。

貓砂運輸包裝抗壓提升

朝雲的貓砂產品此前採取抗壓強度200千克的紙箱作為外包裝，導致產品在運輸過程中頻頻出現紙箱變形、破損等情況，需採取更換紙箱等方式進行彌補。為了應對該問題，本集團在報告期內，將2包裝的貓砂紙箱抗壓強度提升到250千克，4包裝的貓砂紙箱抗壓強度提升到400千克，有效保障了產品的質量安全。

● 產品生產

在產品生產的各個環節，我們均將質量控制的要求融入其中。對此，我們嚴格遵循國家與行業的法律法規，制定並嚴格遵守本集團的《半成品和成品質量監視與測量管理辦法》和《朝雲集團產品質量政策》等政策，在關鍵控制點均設置了檢查和嚴格的放行標準，解決產品在試產、生產過程中可能存在的包裝、生產工藝、外觀異常等問題，從而確保本集團的產品符合質量標準後流入市場。我們亦對原始設備製造商(OEM)工廠、供應商進行持續評估與跟進，促進共同提升。

報告期內，我們共對27個工廠出具了質量專項審核報告，並再次通過了國際認證機構英國標準協會(BSI)頒發的ISO 9001質量管理體系認證。





二、品質，守護陽光生活

● 製成品

本集團嚴格遵循《中華人民共和國產品質量法》，對製成品的質量進行嚴格管控。我們在產品流入市場前會進行抽樣檢測，覆蓋每一批次的產品，確保製成品的質量符合標準。同時，由於沐浴露、洗手液等個人護理類產品的特殊性，我們堅持委託第三方專業檢測機構，對該類產品採取嚴格的執行標準全項測試、毒理測試、安全評估等安全性測試，以保障產品的安全性。

報告期內，國家各級產品質量檢驗部門共進行了30批次的抽檢，本集團的合格率均達到了100%。

● 物流運輸

本集團的物流運輸環節均由第三方物流承運商負責，我們會定期對其承運商進行能力評估。根據每年的評估結果，並結合本集團的成本控制等因素，我們持續對承運商名單進行優化，從而實現成本節約、質量保障的目的。報告期內，我們未發生任何重大延誤或產品處理不當的情況。

● 產品質量活動

為了提升全集團內部的質量意識和水平，報告期內，本集團組織開展了3.15系列工作，從產品質量隱患排查、質量意識宣傳與培訓、庫存產品質量安全檢查、市場走訪與農藥生產許可自查等方面，對我們的安福、番禺超威生產基地進行全方位質量提升管理。同時，我們亦開展了「質量月」系列活動，對產品質量相關知識進行宣傳普及。報告期內，本集團共舉辦了質量活動20餘場，主動排查風險120餘條並組織改進，開展20餘次模擬飛行檢查，全面提升了質量管理業務能力和水平。



3.15系列工作



「質量月」系列活動



二、品質，守護陽光生活

本集團在產品質量管控中，實施全方位、全過程的質量管理流程，獲得了外界的高度肯定。報告期內，本集團連續獲得了中國質量檢驗協會授予的「全國質量誠信標杆企業」稱號，我們的產品被評為了「全國質量檢驗穩定合格產品」。



2.2 責任營銷

本集團堅持負責任營銷的原則，在產品的廣告與營銷環節始終實事求是、恪守誠信，向消費者傳遞最真實客觀的產品信息，並在各個環節保障消費者隱私，牢牢守護消費者的合法權益。

- 廣告宣傳

本集團重視產品市場細分，採取多品牌、多品類的產品策略，精準為不同類型的消費者打造適合的產品。在產品宣傳環節中，本集團嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》等國家出台的法律法規，同時制定並遵守公司內部的廣告合規政策，以確保產品的宣傳環節合法合規。

在實際的品牌推廣操作中，品牌中心會首先制定推廣策略，渠道市場部對宣傳物料、宣傳語言及方式進行審核與檢查，合格後進行統一製作與投放。同時，我們的營銷部門根據既定的品牌推廣策略實施落地工作，審計部等相關部門亦會定期通過市場走訪等方式對落地成效進行檢查與反饋。



二、品質，守護陽光生活

• 營銷活動

本集團始終期待通過積極、正向的營銷活動，不斷塑造並優化品牌形象，使越來越多的消費者能夠青睞和信任朝雲的產品。我們打造了千人千面的品牌營銷體系，採用全渠道品牌營銷策略，從精品內容到精準投放，從聯手強勢IP到品牌原創IP，不斷提升品牌的形象與影響力。報告期內，本集團積極投入建設品牌形象店、與多家零售商合作開展營銷活動，並多次於主流電視、網絡平台投放朝雲的廣告，不斷塑造產品形象，講述產品故事，從而推動品牌產品的銷量提升。

- 2022年3月至8月期間，朝雲開展了零售渠道雄獅形象店打造活動。本次活動共完成了2,081家門店的形象建設，有效提升了各品牌的分銷覆蓋率及消費者觸達率。
- 2022年3月，朝雲旗下寵物食品品牌倔強嘴巴官宣由楊迪先生擔任「首席鏟屎官」，並邀請楊迪先生與粉絲共同探索倔強嘴巴鮮肉工廠，見證6小時鮮肉成糧全過程。
- 2022年5月，超威官宣由知名藝人羅一舟先生擔任「超威全能守護者」，通過攜手流量藝人，撬動粉絲經濟打爆新品，培育新生代年輕消費人群。
- 2022年5月，朝雲旗下品牌貝貝健聯合媽媽網共同發佈了《兒童驅蚊行業白皮書》，意在向寶媽們提供專業的兒童驅蚊知識。該白皮書發佈2天內，閱讀量突破1,000萬，並將「寶寶驅蚊就選貝貝健」話題推至微博熱搜。
- 2022年8月，朝雲旗下產品威王魔力果淨廚房衛浴清潔劑系列獨家冠名了抖音城市音樂派對，通過攜手經銷商，聯動線上與線下，迅速打響了品牌的知名度。
- 2022年8月，朝雲成功召開了第一屆寵物業務合夥人交流會暨經銷商大會，朝雲旗下的倔強家族收穫了各方關注。



二、品質，守護陽光生活

- 2022年11月，威王攜手品牌代言人楊迪先生，打造了「大掃除，用威王」主題品牌年貨節，雙話題共獲得了全網超11億的聲量。
- 2022年11月，朝雲旗下的倔強家族全體亮相了它博會及亞洲寵物展，得到了許多觀眾及合作夥伴的高度關注與喜愛。



獨家冠名抖音城市音樂派對



倔強家族全體亮相它博會及亞洲寵物展

• 消費者隱私

在客戶溝通過程中，本集團強調客戶隱私保護和信息安全。對此，我們嚴格遵守《中華人民共和國電子商務法》、《中華人民共和國消費者權益保護法》、《電信和互聯網用戶個人信息保護規定》等法律法規，制定並嚴格執行朝雲內部的《信息安全管理制度》，守護消費者的權益。報告期內，我們繼續採取有效的安全政策與措施，建立了行為管控，並使用防火牆和殺毒軟件等工具，為數據保護提供技術上的支持。

我們亦嚴格遵循國際信息安全管理體系標準ISO 27001和國家標準GB/T 22080-2016的要求，為全體員工制定了相應的數據保護要求與規範，確保在業務操作過程中避免消費者信息的泄露，保障消費者信息安全。報告期內，本集團未接獲有關消費者數據和隱私泄露方面的投訴或訴訟案件。



二、品質，守護陽光生活

2.3 客戶服務

客戶第一是我們堅持的企業價值觀，我們始終站在消費者和客戶的角度，關注其消費體驗，並不斷滿足其消費需求。我們重視本集團的售後服務流程，並建立起了多渠道的用戶溝通方式。在線上，我們設置了專門的售後服務熱線，並配備專業的客戶服務人員，在接到售後、投訴等問題的第一時間進行反饋；在線下，我們由銷售人員與客戶進行對接，並根據客戶反饋問題的客觀情況和嚴重程度，在保證高效的前提下，按照相應的流程進行解決。多年來，朝雲已建立起一套完備的售後事項處理流程，在妥善處理問題的基礎上，亦可針對出現過的問題及時復盤，避免問題再次發生。

報告期內，我們共接到202宗投訴，均為普通消費者針對售後問題的需求溝通，未出現重大質量問題相關的客戶投訴，投訴處理率達到了100%且相對2021年382宗投訴，投訴率同比下降了47%。此外，我們對全國的經銷商進行了用戶滿意度調查，2022年度朝雲的用戶滿意度達到了100分。

類別	總數	處理得當 投訴數目	處理得當 投訴百分比
產品及服務投訴	202	202	100%



三、人才，共創企業發展

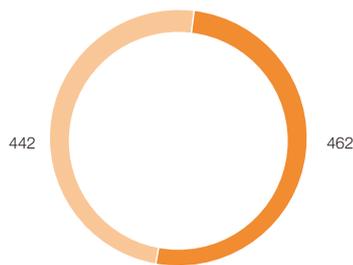
人才是企業發展的第一資源和根本，朝雲亦始終視人才為企業經營發展的關鍵要素。我們密切關注人才的培養與發展，通過完善的人力資源制度保障人才發展需求。我們亦重視人才的健康與安全，堅決維護人才的基本權益，並通過多種多樣的員工活動，提升人才對於朝雲的歸屬感，推動人才與企業實現共同成長。

3.1 人才僱傭

本集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》等法律法規，同時制定並遵循內部的《招聘管理辦法》、《試用期管理制度》、《離職管理制度》等政策，使員工管理有章可循，保障員工合法權益。

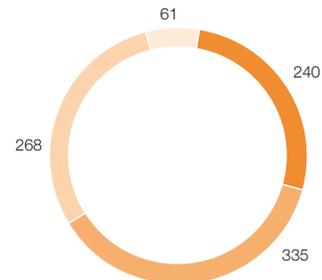
在員工僱傭方面，朝雲堅持多元共融發展，在通過校園招聘、社會招聘等方式積極吸引外部人才加入朝雲的同時，重視內部人才的發現與培養，並積極宣揚女性力量，尊重員工差異，堅決杜絕對於少數民族、殘障人士的不公平待遇，做到人人平等。截至2022年12月31日，本集團共擁有員工904人，均為全職員工。其中女性員工442人，佔比48.98%；高級管理層共51人，其中女性12人，佔比23.53%；僱傭少數民族員工20人。報告期內，員工總流失比率為22%。此外，本集團嚴格把控所有招聘活動，確保所僱傭的員工不會出現童工、強制勞工的情形。

按性別劃分



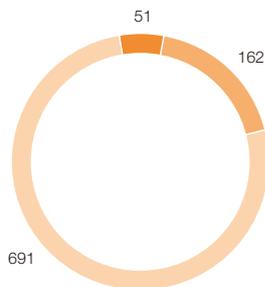
■ 男員工 ■ 女員工

按年齡劃分



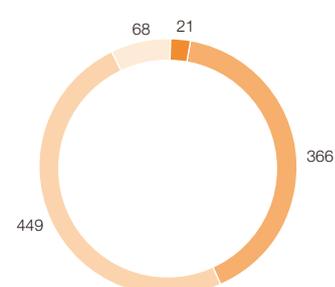
■ 29歲及以下 ■ 大於等於30歲及小於40歲
■ 大於等於40歲及小於50歲 ■ 50歲及以上

按職級劃分



■ 高級管理層 ■ 中級管理層 (如部門經理) ■ 一般員工

按地區劃分



■ 華中地區 ■ 華東地區 ■ 華南地區 ■ 其他地區



三、人才，共創企業發展

員工總流失率	22%
按地區劃分	
華中地區	0%
華東地區	8%
華南地區	14%
其他地區	0%
按性別劃分	
男員工	10%
女員工	12%
按年齡劃分	
29歲及以下	7%
大於等於30歲及小於40歲	10%
大於等於40歲及小於50歲	4%
50歲及以上	1%

3.2 人才發展

人才的成長是企業發展的不竭動力。我們在報告期內調整了本集團的組織架構，並通過內部人才盤點，為人才提供晉升機會，實現內部人才的持續輸送和員工發展，推動集團人才梯隊的不斷完善。此外，我們高度重視員工培訓，本集團建立了完善的人才培訓體系，覆蓋了普通員工到管理層等各階段，以致力讓員工從工作中獲得能力的提升和自我價值的實現。



三、人才，共創企業發展

• 組織架構

為落實「千人千面、多品牌、多品類、多渠道履帶式發展」的發展戰略，滿足本集團經營目標和業務發展的需求，同時合理管控人工成本，提高本集團經營效率，朝雲秉持著渠道深耕與拓展業務、組織扁平與編制精簡、編制總控的原則，於報告期內對組織架構進行了整體調整。

1. 渠道深耕與拓展業務	2. 組織扁平與編制精簡	3. 編制總控
<ul style="list-style-type: none"> • 深耕有利於實現規模增長的渠道； • 開拓利潤增長的新渠道； • 加大重點領域的資源配置，如：寵物護理新品類及個護品類。 	<ul style="list-style-type: none"> • 落實十大中心及各業務單元的責任制； • 落實組織扁平，編制精簡高效的管理要求； • 提升組織運營效率和效能。 	<ul style="list-style-type: none"> • 分析人均效能、人工成本、利潤指標； • 對標自身歷史水平、行業水平，資源匹配急緩適度； • 實現編制總控、成本可控、人效合理、保障利潤。

編制分配原則

同時，為了推動朝雲關鍵能力的內化和建設，同時滿足新業務發展的需求，本集團於報告期內推進了品牌內化與質量內化建設項目，帶動關鍵崗位共增編40人。



三、人才，共創企業發展

- 績效考核與人才晉升

績效考核與人才晉升是完善朝雲人才梯隊建設，提高人才積極性的重要環節。

在績效考核方面，本集團秉持著公平的激勵原則，以員工能力與崗位素質要求相匹配為導向，強調績效產出。報告期內，我們對《績效管理制度》進行了更新，優化了員工的績效考核方式。我們對員工採取月度、季度與年度績效考核的方式，不僅涉及關鍵績效考核，還涵蓋了人才價值觀的內容，並將考核結果妥善應用，保證公平與公正。

在人才晉升方面，為了滿足朝雲不斷增長的業務需求，本集團繼續延續往年的員工晉升規則，針對管理類(M)、專業類(P)、營銷類(S)、操作類(O)四大職類員工制定了《M/P/S/O職類人員晉級、晉檔評審標準匯總》，標準規定了實行半年度的人才晉升評審制度，並根據評審要求，綜合考慮基本要求、個人能力與業績表現，為各級別員工提供晉級與晉檔機會。



報告期內，本集團開展了2次「員工職業發展通道」統一晉升評價工作，我們通過組建員工晉升評審小組，立足人才價值觀及人才戰佈局要求，秉承著公平公正、人崗匹配的原則，對表現優秀的員工提供了晉升機會，並引進了高級管理人員9人，豐富了朝雲的管理團隊。



三、人才，共創企業發展

- 董事長企業文化課

董事長企業文化課是朝雲人才發展體系中的重要組成。為了使企業文化深入人心，同時激發團隊活力，報告期內，我們共先後組織了7場「從戰略到執行」企業文化課培訓，有超過500名的員工參與其中。



董事長企業文化課

此外，我們還舉辦了「朝雲集團2023年經營規劃共創會」，由本集團董事長帶領員工共同探討2023年的品牌品類發展及渠道規劃，並向員工傳遞企業文化與價值觀，進一步形成企業內部凝聚力、加強外部競爭力。



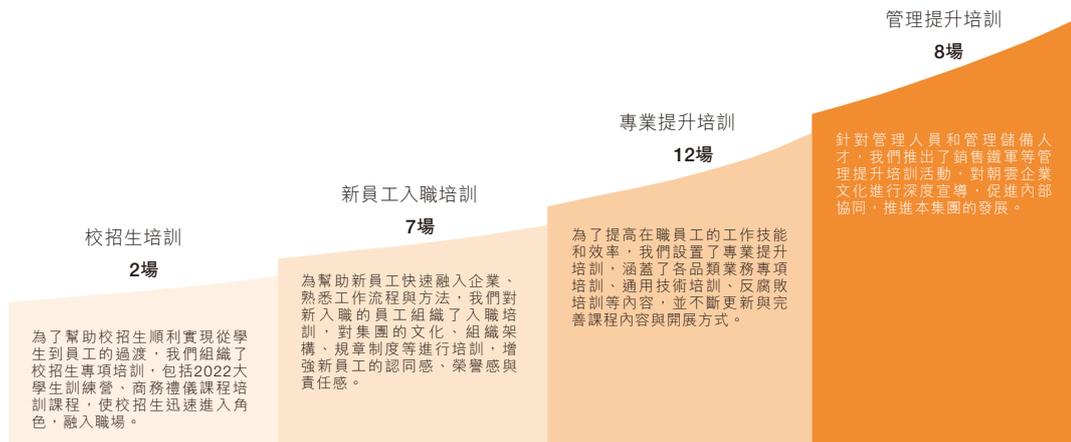
朝雲集團2023年經營規劃共創會



三、人才，共創企業發展

● 企業培訓體系

本集團繼續依託朝雲學院，建立起了完善的員工培養體系。我們的培訓體系涵蓋了新員工入職培訓、專業提升培訓和管理提升培訓三大類，對不同階段、不同職級與不同部門的員工，提供有針對性的方案，使員工能夠不斷收穫、不斷成長，滿足本集團日益增長的業務需求。報告期內，本集團共組織開展了29場員工培訓活動，培訓材料均已保存，未來，我們也將不斷豐富培訓內容，與員工攜手共同進步。



企業培訓體系



校招生培訓



新員工培訓



三、人才，共創企業發展

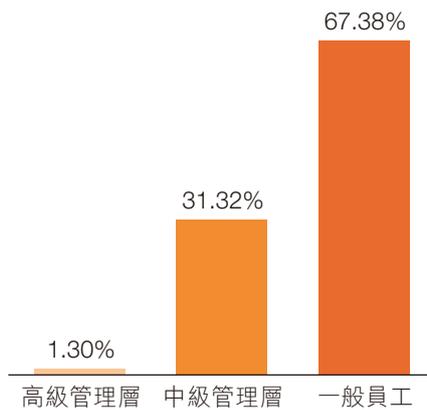


專業提升培訓

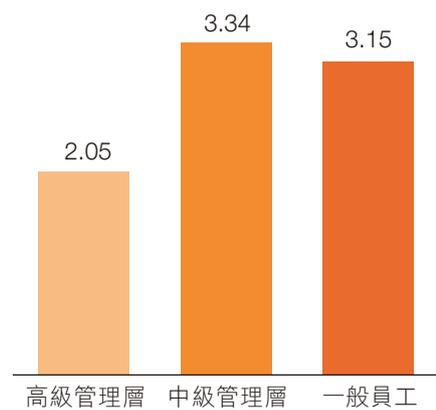
管理提升培訓

報告期內，本集團受訓人次達1,389，各類別受訓比例及人均受訓時數如下：

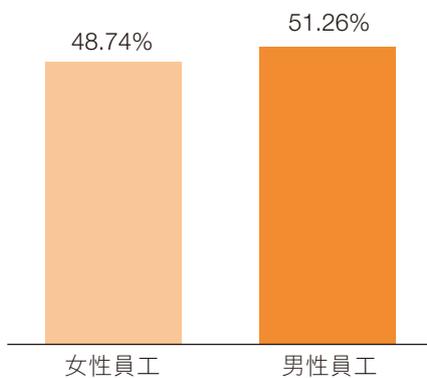
按僱員類別劃分的受訓僱員百分比



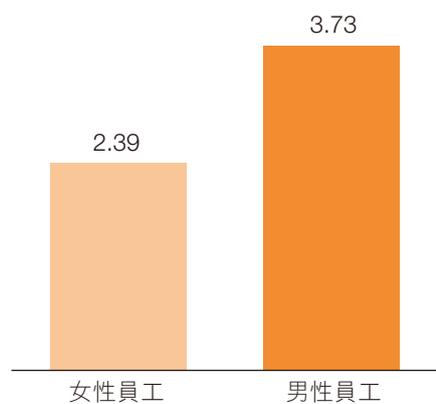
按僱員類別劃分的每名僱員受訓的平均時數(小時)



按性別劃分的受訓僱員百分比



按性別劃分的每名僱員受訓的平均時數(小時)





三、人才，共創企業發展

3.3 健康安全

員工的健康與安全是我們關注的第一位。本集團嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》、《中華人民共和國職業病防治法》等國家法律法規，並制定了《職業健康管理制度》、《員工安全行為規範》、《現場作業安全操作規程》等內部政策，將安全意識充分融入工作流程，全面保障每一位員工的健康與安全。

- 員工安全

EHS管理體系：我們關注員工的勞動條件和職業健康安全，尤其在朝雲的生產基地，我們採取了一系列措施，避免對員工帶來職業健康安全風險。為了更好的完善職業健康安全管理，保障員工的合法權益，報告期內，安福超威邀請第三方認證公司為生產基地的環境、職業健康安全、能源管理體系開展監督評審，並通過了ISO 45001職業健康安全管理體系認證。在評審的過程中，第三方認證公司也協助安福超威指出了EHS管理中存在的不足，提出了整改意見，有效助力了安福超威在該方面實現進一步提升。過去三年內，朝雲均未發生任何工傷事故。



職業健康安全管理體系認證



三、人才，共創企業發展

安全隱患排查與演練：為了提高車間員工緊急逃生技能，增強員工緊急情況應對能力，避免可能發生的安全事故對員工的健康安全造成負面影響，本集團始終將安全生產放在重要位置。報告期內，安福超威組織了安全月活動，組織了雨水管網污染應急培訓、新安全生產法學習、辦公樓應急疏散等活動，並總結了實操中出現的問題，做到舉一反三，提前應對。番禺超威亦建立了安全隱患排查機制，按日、星期、月對生產基地進行專項檢查，並於報告期內組織了6場應急安全演練。

消防知識理論和實操培訓

2022年6月和11月，安福超威均邀請了縣消防救援機構消防員為公司員工開展消防知識理論和實操培訓，提升了員工消防理論知識和實操能力，降低了廠區消防安全風險。





三、人才，共創企業發展

- 員工健康

員工體檢：我們持續關注員工的身體健康，並期待可以通過朝雲的努力，助力員工培養健康的生活方式，降低健康風險。為此，我們堅持為員工建立職業健康管理檔案，並積極開展職業健康體檢及年度健康體檢，幫助員工了解自身健康狀況，及時發現健康問題並採取措施。

疫情防控：本集團高度配合國家和地方政府的疫情防控政策。在常態化疫情防控的背景下，我們均及時獲取並解讀當地防疫政策，並制定內部防控方案。為了能夠及時掌握疫情發展狀況，我們建立了團體健康碼機制，實時了解員工的核酸檢測結果，對異常人員實施監測。同時，我們積極對工作場所進行消毒，並採取了為員工發放抗疫物資、組織統一核酸檢測、動員疫苗接種、合理安排居家辦公等舉措。



統一組織核酸檢測



三、人才，共創企業發展

3.4 人才關懷

本集團立足於員工需求，設置了合理完善的薪酬福利與激勵體系。為了加強員工的工作幸福感，我們高度重視員工工作感受，致力於為員工提供優質、便捷的工作環境，營造和諧溫暖的職場氛圍。我們亦定期舉辦多樣化的文體活動，加強員工交流，豐富員工的業餘生活，滿足員工更高的精神需求，提升員工幸福感。

- 薪酬福利

朝雲嚴格遵守《中華人民共和國勞動合同法》、《中華人民共和國最低工資規定》等國家相關法律法規，並同時制定了《員工福利管理制度》，讓員工的付出能夠得到合理的回報。目前，朝雲為員工提供包括社會保障福利、帶薪休假福利、員工健康福利在內的八項福利。

社會保障	帶薪休假福利	節日／祝賀禮金	產品類福利
<ul style="list-style-type: none"> • 社會保險 • 住房公積金 • 商業保險 	<ul style="list-style-type: none"> • 法定節假日 • 法定假期 • 其他帶薪假期 	<ul style="list-style-type: none"> • 春節開門利是 • 中秋、婦女節 • 結婚、生育 • 生日禮金(禮品) 	<ul style="list-style-type: none"> • 福利品
慰問金	員工健康福利	伙食／住宿	內部超市
<ul style="list-style-type: none"> • 員工住院慰問 	<ul style="list-style-type: none"> • 新員工入職體檢 • 年度體檢 • 員工健康講座 • 健康義診 	<ul style="list-style-type: none"> • 用餐補貼 • 員工宿舍 	<ul style="list-style-type: none"> • 公司產品折扣購買

朝雲福利體系

同時，朝雲建立了員工激勵機制，為業績優秀，具有突出表現的部門及員工發放激勵獎金。報告期內，本集團針對電商運營中心、銷售中心與戰略業務部均出台了激勵方案，充分調動了員工積極性和主觀能動性，實現了業務達成和結果共享的雙贏目標。



三、人才，共創企業發展

- 員工交流

為了維護員工合法權益，構建和諧的勞動關係，朝雲持續重視民主溝通，並期待借此可以創造良好的工作氛圍，讓員工有「家」的歸屬感。為此，我們建立了完善的員工溝通與反饋機制，通過員工訪談、釘釘工作平台、競聘會、述職會議、規劃會議、銷售動員大會、啟動會等方式，加強建設員工的溝通渠道，調動員工積極性，切實促進員工的溝通質量與效率。



規劃會議



銷售誓師大會



三、人才，共創企業發展

- 員工關懷

朝雲始終期待可以通過對員工全方位的關懷，為員工帶來溫暖。2022年3月起，上海新冠疫情呈現爆發局面，朝雲高度關心在滬員工，盡可能幫助員工解決生活和工作問題，並拍攝了專題宣傳視頻，共同為他們加油打氣。



- 員工活動

朝雲在向員工提供有競爭力的薪酬福利的同時，亦心繫員工，重視員工工作與生活的平衡。報告期內，本集團舉辦了多種形式的活動，既激發了員工們參與的熱情，又增強員工親密度和歸屬感，為朝雲增添了熱情與活力。



員工生日會活動



「超人媽媽」母親節



「桃李滿天下，感謝栽培」教師節活動



中秋遊園會活動

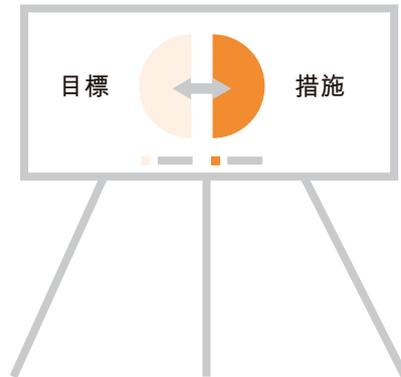


四、綠色，助力低碳運營

朝雲始終致力於為消費者營造清潔舒適的生活環境，不斷為消費者的生活帶來驚喜。我們將環保的理念納入企業的經營管理，融入產品的研發設計，嵌入生產的每一個環節，形成綠色低碳環保的發展模式。我們努力提高資源的利用效率，嚴格控制運營生產環節的污染物排放，減少企業價值鏈的溫室氣體排放，積極相應國家的「碳達峰」、「碳中和」目標，實現朝雲的可持續發展。

我們依舊維持已制定的環境目標，並在溫室氣體排放、能源使用、水資源使用及廢棄物排放方面採用相應的管理措施，不斷提升朝雲的環境管理能力。

- 01 能源使用
- 02 溫室氣體排放
- 03 水資源使用
- 04 廢棄物排放



報告期內，得益於我們對廢棄物的無害化處理，我們的有害廢棄物排放強度有所下降。其餘環境強度指標在2021年基礎上有小幅度的上升，我們將深入分析原因，在下一年度中持續優化設備和生產工藝，提高資源使用效率，以進一步實現我們的環境目標，綠色低碳可持續發展。



四、綠色，助力低碳運營

4.1 氣候變化

氣候變化已經成為當今全球面臨的共同挑戰，參考氣候相關財務披露工作小組(Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)的建議，結合氣候變化情景，識別了在RCP8.5和RCP2.6情境下氣候變化對朝雲帶來的實體風險和轉型風險。未來，朝雲將繼續加強在氣候變化方面的風險分析與管理能力。

氣候變化風險(一級)	氣候變化風險項目	主要影響描述	
過渡風險	強化排放量報告義務	<ul style="list-style-type: none"> 隨著國家相關排放政策標準的提高，會增加朝雲的相關生產投入、工藝改善相關的成本投入 	
	政策和法律	容器相關	<ul style="list-style-type: none"> 各國對於塑料／包裝容器的政策收緊，在朝雲的產品包裝方面，成本會有增加的可能 朝雲工藝改進，減少塑料的使用，或採用非塑材料，順應國家政策和消費者消費習慣，企業價值上升，收益增加
		技術創新和產品研發	<ul style="list-style-type: none"> 由於國內對於企業碳排放的要求縮緊，朝雲通過升級技術、優化工藝、安裝新設備減少溫室氣體的排放 朝雲在技術投資和研發過程中，存在投資新型低碳環保技術失敗的可能性
	客戶行為的變化	<ul style="list-style-type: none"> 消費者對於碳排放的相關意識提高，對於使用相關高碳排的產品的需求量下降，將導致收益減少 朝雲工藝改進，及時推出低碳環保的產品，迎合消費者的購買需求，收益增加 	
	投資者評價變化	<ul style="list-style-type: none"> 隨著氣候變化，投資者的期望增加，若朝雲不能及時做出改善或提升，將會受到相應的影響 	



四、綠色，助力低碳運營

氣候變化風險(一級)	氣候變化風險項目	主要影響描述	
實體風險	平均氣溫上升	<ul style="list-style-type: none"> 氣溫上升將增加能源消耗(製冷)和勞動者的負擔，從而導致運營過程中的成本增加 隨著溫度的升高，人們日常清潔的頻率增加，使得朝雲香皂清潔類的產品銷量增加 	
	蚊蟲和傳染病	<ul style="list-style-type: none"> 氣候變化將導致蚊蟲及相關傳染病的增加，使得朝雲的蚊蟲及防疫相關產品的銷量增加 	
	水資源使用	<ul style="list-style-type: none"> 由於水資源短缺、水質的惡化會使得成本增加 節水型產品的開發，在水資源短缺的情況下，可能使收益增加 	
		洪水	<ul style="list-style-type: none"> 洪水將導致物資的損壞，同時極大程度影響供應鏈，從而對業務產生影響
	異常氣候而導致的直接／間接影響	颱風／颶風	<ul style="list-style-type: none"> 颱風將會對朝雲的廣州番禺生產工廠造成嚴重影響，例如破壞工廠基礎設施／生產設備，或對產品供應鏈中的供應商生產／運輸過程產生影響，造成因產品供應不足而導致業務中斷或其他嚴重影響



四、綠色，助力低碳運營

4.2 綠色生產

朝雲嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國環境影響評價法》、《中華人民共和國節約能源法》等國家及運營所在地的法律法規，不斷優化生產工藝，改善污染物治理措施，引入高效設備，降低廢水、廢氣、固體廢棄物對環境造成的影響，實現綠色低碳生產。我們的安福和番禺生產基地均通過了ISO 14001環境管理體系認證和ISO 50001能源管理體系認證。我們成立了能源管理小組，繼續深化朝雲在能源管理體系的後續完善工作。報告期內，我們聘請第三方對安福生產基地進行能源管理體系評審工作，進一步為能源管理提供了改進優化建議。

ISO 14001
環境管理體系認證



ISO 50001
能源管理體系認證



朝雲通過發佈《環保管理制度》，對本集團的「三廢」及噪聲排放提出了進一步的管理要求，貫徹相關法律法規及標準要求。我們建立了以公司總經理為環境保護第一責任人，環保及生產負責人為第二責任人的管理架構，切實落實環境保護職責，以防為主、防治結合、防重於治，杜絕重大環境污染。



四、綠色，助力低碳運營

● 廢水排放

朝雲嚴格遵守《中華人民共和國水污染防治法》、《城鎮排水與污水處理條例》、《排污許可管理辦法(試行)》及地方的污水排放標準。我們通過生產工藝和生產設備的不斷優化，減少產生的廢水量，降低廢水中的污染物濃度。報告期內，我們通過對污水站生化污泥的更新，以優化污水處理流程，提升出水水質；另一方面，我們調整了生產計劃，安排同一品種產品的連續生產，減少品種轉換洗機產生的污水量。

我們對排放的污水建立了實時監測系統，對於排放廢水中的化學需氧量(COD)、氨氮含量(NH₃-N)、PH值與流量數據進行管理，並將檢測記錄提交至環境監管機構。報告期內，我們的污水排放均符合相關污水綜合排放標準(GB 8978-1996)。

2022年廢水排放參數

	單位	標準 ⁽¹⁾	番禺生產基地	安福生產基地
化學需氧量(COD)	毫克/升	300	14	32
氨氮(NH ₃ -N)	毫克/升	30	9.94	0.675

註(1)：污水綜合排放標準(GB 8978-1996)

● 廢氣排放

朝雲嚴格遵守《中華人民共和國大氣污染防治法》開展廢氣排放管理工作，確保廢氣排放的合法合規。我們針對廢氣排放的現有處理設備，進行定期的檢查，確保設備的正常運行。我們持續優化廢氣的處理流程，降低廢氣排放。同時，我們積極改造處理流程，減少生產過程中的無組織排放。

無組織廢氣收集排放

報告期內，朝雲在安福生產基地的盤蚊車間加裝了鋼結構隔斷，單獨阻斷噴藥區域，將原本該區域內的無組織排放氣體進行收集，經由除塵塔吸收過濾後排放。



改造前



改造後



四、綠色，助力低碳運營

我們依照相關要求，對番禺和安福生產基地進行了年度的廢氣排放環境檢測，均符合相關排放要求。報告期內，我們對安福生產基地的生產鍋爐進行了拆除作業，避免了廢氣中氮氧化物和二氧化硫的排放。

2022年廢氣排放參數

	單位	標準	番禺生產基地	安福生產基地
易揮發性有機物	毫克/立方米	30 ⁽¹⁾	5.20	3.08

註(1)：家具製造行業揮發性有機化合物排放標準(DB 44/814-2010)

● 固體廢棄物排放

朝雲嚴格遵守《中華人民共和國固體廢棄物污染環境防治法》和內部《固體廢物及洗消廢水處理程序》，通過管理台賬和申報處理單等流程節點明確了對固體廢棄物排放的管理標準，規範了固體廢棄物在收集、儲存、處理等環節相關作業流程。固體廢棄物經統一收集後，均交由有資質的承包商進行處理。

在生產環節中，我們的危險廢棄物主要為裝有氯氟醚菊酯母液和四氟甲醚菊酯母液的原料溶劑桶。報告期內，我們在去年的基礎上，新增了加氫輕質白油(精製烷烴油(容量160千克/個))溶劑桶的循環使用，用於溶劑的周轉運輸，該舉措共節省了3,225個溶劑桶的使用。

● 資源使用

朝雲始終秉持綠色的環保理念，提升對資源有效利用率，踐行可持續發展。

水資源

- 安福生產基地利用中水回用澆灌廠區綠化及廁所沖水，報告期內，回用中水8,058噸；
- 安福生產基地增加潔廁寶測試用水的自動回用，減少水資源的使用，節水280噸。

包裝材料

- 安福生產基地重複利用包裝容器，將原先的製紙包裝箱替換為可重複使用的塑料框，每年可節省紙箱22,800平方米。

燃油

- 番禺生產基地有3台電動叉車，減少了燃油的使用與二氧化碳的排放。



四、綠色，助力低碳運營

4.3 綠色辦公

朝雲注重對每位員工節能減排意識的培養，我們制定了多項環保舉措，以打造節能、環保、高效的辦公方式，大力推行綠色辦公的環保文化。

節能降耗

- 我們制定《空調使用管理規定》，控制夏天空調使用度數在26℃以上；
- 制定了咖啡紙杯收費、咖啡膠囊回收等措施，推行自助咖啡機的環保理念；
- 更換照明設備，報告期內，共更換LED照明燈25盞，節省了日常運營的電力消耗。

無紙化辦公

- 倡導員工在線上辦理差旅申請流程，如訂票、報銷等，減少流程中紙張的使用。

綠色倡議

- 辦公區域張貼綠色環保小貼士，提倡員工隨手關燈、及時關水、節約用紙、雙面打印等；
- 提倡公共交通工具的使用，綠色通勤，降低燃油私家車的使用頻率。



四、綠色，助力低碳運營

4.4 環境績效

關鍵績效指標	2022年	2021年	單位
直接能源使用			
汽油	3,972.00	8,350.00	升
柴油	1,977.30	2,695.80	升
間接能源使用			
總耗電能	1,872,645	2,027,471	千瓦時
能源消耗			
直接能源消耗	6.83	12.46	噸標煤
間接能源消耗	230.15	249.18	噸標煤
綜合能源消耗	236.98	261.64	噸標煤
能耗密度	0.16	0.15	噸標煤/百萬元人民幣
溫室氣體排放			
範圍一溫室氣體	14.36	26.09	噸二氧化碳當量
範圍二溫室氣體	985.29	1,066.74	噸二氧化碳當量
溫室氣體排放總量(範圍一+範圍二)	999.64	1,092.84	噸二氧化碳當量
溫室氣體排放密度	0.69	0.62	噸二氧化碳當量/百萬元人民幣
水資源			
總用水量	62,518.00	34,440.55	噸
中水回用量	8,058.00	3,465.00	噸
水耗密度	43.35	19.47	噸/百萬元人民幣
綜合污水排放量	45,411.00	24,658.84	噸
污水排放密度	31.49	13.94	噸/百萬元人民幣
廢棄物			
無害廢棄物總量	288.00	292.87	噸
無害廢棄物排放密度	199.70	165.54	千克/百萬元人民幣
有害廢棄物總量	2.63	89.24	噸
有害廢棄物排放密度	2.07	50.44	千克/百萬元人民幣
廢氣排放物			
硫氧化物	0.00	0.00	噸
氮氧化物	0.04	3.04	噸
顆粒物	0.00	1.46	噸
包裝耗材			
包裝物料總量	2,179.60	2,836.50	噸
包裝物料密度	1.51	1.60	噸/百萬元人民幣



四、綠色，助力低碳運營

環境數據說明：

- 環境數據的收集時間覆蓋2022年1月1日至2022年12月31日；環境數據的收集範圍為本集團兩大生產基地安福生產基地和番禺生產基地，以及本集團位於廣州的總部辦公區域。
- 環境數據的密度計算使用2022年數據總量除以公司當年度的收益金額，以人民幣百萬元計。
- 溫室氣體排放(範圍一)主要來源為柴油和汽油，溫室氣體排放量(範圍二)來自外購電力。溫室氣體排放量的計算參照中華人民共和國國家發展和改革委員會發佈的《工業其他行業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南(試行)》。
- 直接能源類型包括柴油和汽油，間接能源類型包括外購電力。能源消耗量的計算參照中華人民共和國國家標準《GB/T 2589-2020綜合能耗計算通則》。
- 無害廢棄物為辦公區域產生的辦公垃圾與生活垃圾。有害廢棄物主要為裝有氯氟醚菊酯母液和四氟甲醚菊酯母液的原料包裝桶。報告期內，安福生產基地將該原料包裝桶做了無害化處理，該重量數據計入無害廢棄物中。
- 總用水量統計包括本集團生產基地的生產用水以及本集團位於廣州總部辦公區域的桶裝水使用量。本集團總部辦公區域的市政用水消耗量因由大廈物業統一管理，其用水量無法單獨計量，故未納入本年度統計和披露範圍。
- 廢氣排放物數據主要來源於公務車輛的汽油消耗以及生產基地的廢氣排放監測數據統計。其中番禺生產基地的排放數據由工業園區進行統一排放、處理及集中監測，本集團並未記錄其廢氣排放水平和濃度；安福生產基地於本年度拆除鍋爐，使得廢氣污染物數據得到下降。來自公務車輛汽油消耗的廢氣排放量計算參照聯交所《如何編備環境、社會及管治報告？》中的《附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》。
- 廢氣排放物數據中硫氧化物排放量為0.06千克，顆粒物排放量為2.73千克，由於數據過小，故用單位「噸」披露時以0.00顯示。
- 包裝耗材為產品生產所用的紙板箱和PET瓶。



五、責任，譜寫多方共贏

為落實朝雲「千人千面、多品牌、多品類履帶式發展」戰略目標，我們始終致力於與社會各方合作夥伴建立長期穩定、互利共贏的合作關係，通過多領域的共同協作、密切溝通以及完善的管理方針，共同打造朝雲可持續發展的生態供應鏈。我們亦在發展過程中，用切實行動回饋社會，積極參與公益事業，關愛社會弱勢群體，帶動社區發展，共創美好社會生活環境。

5.1 責任生態

• 經銷商管理

朝雲為規範經銷商在引入、能力培訓、日常監督、考核等方面的管理，建立經銷商經營動力和活力的長效管理機制，制定了《經銷商運營管理辦法》，營造公平、公正、共同發展的合作環境，夯實朝雲的核心營銷渠道，落實營銷基礎建設。截至2022年12月31日，本集團共有經銷商1,117家。





五、責任，譜寫多方共贏

針對已准入的經銷商，本集團進行開閉戶管理、區域調整管理、日常業務管理、運營管理等工作，以促進經銷商內部的轉型升級。



開閉戶管理

- 准入管理
- 開戶管理
- 閉戶問題責任主體及追責
- 閉戶管理



區域調整管理

- 經銷商區域調整流程管理



日常業務管理

- 更換合同主體管理
- 變更倉庫地址、新建分倉管理



運營管理

- 經營區域管理
- 沖貨、庫存管理
- 公司化運營管理

同時，我們在報告期內積極拓展新興零售渠道，包括了會員制渠和CVS渠道。通過這些新興零售渠道的拓展，以應對因渠道變革而對傳統賣場造成的衝擊和銷售壓力，幫助朝雲增加更多銷售增長點，實現朝雲產品對消費者的多方面觸達。

• 供應商管理

朝雲希望通過完善的制度管理體系，約束供需雙方的行為，同時整合雙方有效資源，共同開拓市場，一同營造良性循環的發展環境。

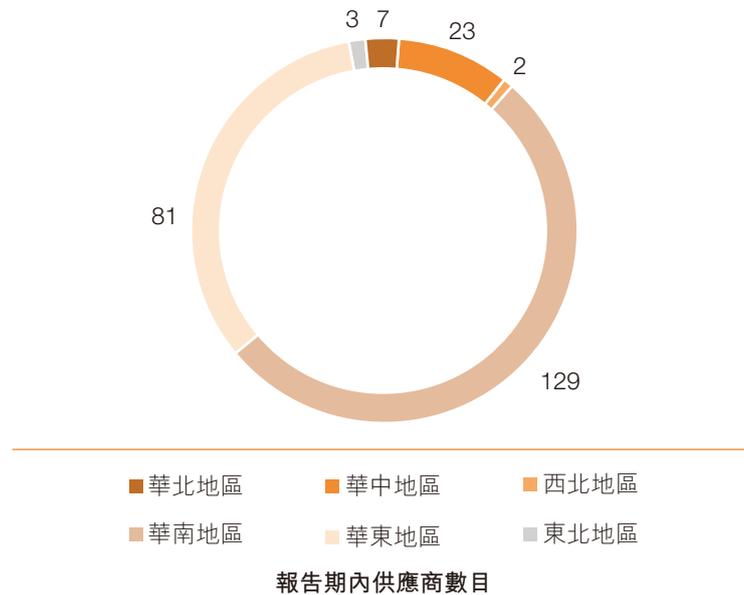
我們不斷完善供應商從准入到退出的全週期管理體系，在報告期內更新了《供應商開發與准入管理制度》，進一步優化完善了供應商的准入評估體系，在供應商篩選過程中考量的財務狀況、環境保護、社會責任方面新增了風險排查的機制和要求，為朝雲的可持續發展提供了可靠的物資供應及服務的保障。我們也更新了《生產性物料採購管理制度》，精細化匹配了供應商的類別品類的分級管理，梳理了關鍵物料的供應商信息。





五、責任，譜寫多方共贏

截至2022年12月31日，本集團共擁有供應商245家。



針對正式供應商，朝雲建立了《供應商日常管理制度》，將供應商劃分為戰略供應商、集中供應商、瓶頸供應商以及普通供應商，並針對不同等級的供應商確定了相應的定期審查方案，確保原材料供應符合我們的要求。

報告期內，我們將工作重點放在了供應商的本地化上，在華東地區就近配套了塑料瓶、紙箱等包材的供應商；在安徽加工廠附近選用了安徽本地供應商，縮短了原本從廣州供應商發貨物流距離1,100多公里，降低綜合採購成本8%。



五、責任，譜寫多方共贏

5.2 合作共贏

朝雲不斷探索與經銷商和供應商的共贏之路，通過多渠道溝通平台的放開，深入溝通，謀求創新型合作方式，實現與經銷商、供應商的共同成長。

- 經銷商幫扶

為了更好地加深與經銷商之間的業務交流，提升經銷商的形象店建設工作成效，朝雲在報告期內上線了「朝雲營銷助手」的小程序，並向各經銷商下發了《門店陳列打造操作指引》，幫助各經銷商進行形象店的打造，並及時反饋相關建設意見。

形象店建設

報告期內，朝雲在全國開展了「雄獅」形象店的打造活動，實際完成打造2,081家門店，提高消費者對品牌的認知度，擴大傳播範圍，提高影響力。同時，我們還開展了形象店PK競賽以及最美形象店打造的評比活動，充分調動經銷商的積極性，幫助經銷商提高銷量。





五、責任，譜寫多方共贏

我們在渠道市場部成立了「培訓與新品推廣」模塊，在新品上市前對經銷商團隊進行培訓，幫助經銷商團隊做好推廣策略，實現銷售目標。報告期內，我們為經銷商團隊開展了魔力果淨等新產品相關培訓1,026場。



經銷商團隊培訓

- 供應商賦能

朝雲積極開展供應商交流與培訓活動，期望與供應商共同營造良好的合作關係。報告期內，朝雲啟動了安福產業園供應商「廠中廠」計劃，與3家供應商簽訂《超威產業園入園租賃合作協議》，進一步深化了與供應商的溝通協作，幫助供應商提升自動化生產能力、技術創新能力。





五、責任，譜寫多方共贏

我們延續往年的工作，通過開展供應鏈2022年質量、生產總結暨2023年工作要求會議和參與行業會議，促進雙方共同成長，合作共贏。

供應鏈2022年質量、生產總結暨2023年工作要求會議

本集團於2022年10月，召開了供應鏈2022年質量、生產總結暨2023年工作要求會議，總結了朝雲相關產品質量情況及各品類的生產情況，整體評價了各工廠及供應商的運作情況，提出2023年的質量要求及2023年的生產管理要求。我們在會議中就供應商相關的質量風險案例分享、包材檢測新方法分享、SRM供應商協同管理平台使用宣貫等方面，與到場的9家戰略材料供應商進行了深刻交流。



包裝之家華南分會

報告期內，朝雲參加了包裝之家華南分會組織的2022年包裝行業技術研討會，聽取了來自包裝行業供應商關於「綠色原料」、「包裝風險管控」、「包裝創新設計」等內容的技術分享，達成了共同推進綠色技術合作的必要性的共識，助力行業間未來的合作發展。





五、責任，譜寫多方共贏

5.3 社會公益

隨著經濟和社會的發展，朝雲在創造利潤的同時，積極承擔對消費者、社區和環境的重要責任。社會公益是企業社會責任的重要組成部分，我們始終秉持著向上向善之心，腳踏實地踐行公益慈善，為社會創造更大地價值。報告期內，本集團向社會捐贈合共人民幣355.5萬元消毒除菌及寵物食品等物資。

- 心繫群眾，公益科普

朝雲始終心繫群眾，通過一眾IP天團，「超威獅子」、「貝貝」、「威小虎」等可愛又個性鮮明的卡通形象，以微信公眾號文章的形式，向社會群眾普及疫情防護、除蟎、防蚊、防暑降溫等科學知識。

轉聘人員漸漸開始返崗復工
“重返職場”第一天，防護路線圖要收好
一條線都不要掉鏈子哦~

出門前
家里開窗通風 30 分鐘
測量體溫評估身體狀況，如體溫異常
應居家觀察
清潔手部、規範戴好口罩

乘電梯
接觸按鈕時可用紙巾隔開
不在電梯內交談，不扎堆乘坐電梯
低樓層建議走樓梯，盡量避免觸摸扶手

**人手一份
多方位消毒除菌指南**

家庭防疫小葯箱
理性葯葯、合理用葯

症狀	發熱	咽干咽癢	疲勞眼花	流涕/鼻塞	腸胃不適
對症 常用 葯葯	連花清瘟顆粒 板藍根 金花清感顆粒	地喹氯啶 六神丸	清熱解毒 清心丸 喉症寧	流涕症： 萬應靈 鼻塞氣味 靈	腸心腹肚： 藜蘆散 藜蘆散 藜蘆散

（注意：以上葯葯均非特效葯，不能替代葯葯，
若出現發熱不愈、咳嗽不止、氣促等症狀，應及時就醫。）

除了準備各類葯葯
家居消毒與個人防護也是預防感染的一道重要防線！

高溫“刺客”

進入三伏
全國各地氣溫創歷史紀錄
中央氣象台連續多日發布
高溫預警

據說接下來幾周持續上演蒸烤模式
就連北極都可以穿短袖啦!!!
除了空調房，哪裏都不想去

大家一定要注意防葯，盡量避開午間高溫
時段出行，出門要做好防葯，多多補充水

多備白開水

防護路線圖

消毒除菌指南

防暑降溫



五、責任，譜寫多方共贏

● 眾志成城，齊心抗疫

報告期內，面對新冠肺炎疫情所造成的多方面影響，我們高度關注疫情影響區域的防疫工作，在第一時間內，積極向疫情地區捐贈消毒除菌物資。



上海紅十字會防疫物資捐贈



廣州慈善會防疫物資捐贈



湖南懷化區紅十字會防疫物資捐贈



廣州海珠區防疫物資捐贈



五、責任，譜寫多方共贏

- 倔強守護，關愛動物

朝雲重視動物公益活動，持續散播關愛，照顧生活在同一片土地上的動物們。我們通過旗下兩大寵物品牌「倔強尾巴」及「倔強嘴巴」，在報告期內多次捐贈寵物主糧和日常用品，救助流浪貓狗。朝雲還支援珠海寵物託管中心，保障疫區寵物的安置工作。

疫情之下的動物救助

報告期內，朝雲聯合旗下寵物品牌「倔強尾巴」、「倔強嘴巴」馳援上海新冠疫情，捐贈人民幣逾百萬元的寵物主糧和用品，成功救助疫情影響下面臨斷糧危機的14,000多隻流浪貓狗。





五、責任，譜寫多方共贏

- 守望相助，關愛社群

朝雲時刻關注社會上需要幫助的困難群體，為他們的生活改善，貢獻自身的一份力量。

微心願，善暖萬家

朝雲向廣州市慈善會捐贈價值人民幣190萬元的驅蚊產品，包括超威電蚊液USB加熱器套裝、超威電蚊片USB加熱器套裝、超威驅蚊片綠旋風USB風扇器套裝、貝貝健驅蚊花露水等，幫扶全市困難群眾和社區解決夏季殺蟲驅蚊問題，預防登革熱等蚊蟲疾病。



防蚊包保駕護航，微心願伴你同行

廣州市慈善會聯合愛心企業朝雲集團舉辦2022年「防蚊包保駕護航，微心願伴你同行」朝雲防蚊包慈善惠民活動。幫扶全市困難群眾和社區做好「三清一滅」(清積水、清雜物、清衛生死角)的防蚊滅蚊行動，助力夏秋季蚊媒傳染病防控工作。





附錄一：朝雲集團適用法律法規及內部政策清單

範疇	主要法律法規	主要內部政策
環境範疇	<ul style="list-style-type: none">《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國環境影響評價法》《中華人民共和國水污染防治法》《排污許可管理辦法(試行)》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《中華人民共和國大氣污染防治法》《中華人民共和國環境噪聲污染防治法》《城鎮排水與污水處理條例》《中華人民共和國節約能源法》	<ul style="list-style-type: none">《環保管理制度》《固體廢物及洗消廢水處理程序》《空調使用管理規定》
社會範疇	<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》《中華人民共和國社會保險法》《中華人民共和國最低工資規定》《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國消防法》《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國著作權法》《中華人民共和國廣告法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國電子商務法》《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國反洗錢法》《中華人民共和國消費者權益保護法》	<ul style="list-style-type: none">《人力資源規劃管理制度》《招聘管理制度》《試用期管理制度》《離職管理制度》《M/P/S/O職類人員晉級、晉檔評審標準匯總》《培訓管理制度》《新員工入職與試用期管理制度》《員工績效管理制度》《員工守則管理制度》《員工考勤管理制度》《社保與公積金管理制度》《超威員工手冊》《員工福利管理制度》《員工安全行為規範》《勞動合同管理辦法》《勞動者職業健康監護及其檔案管理制度》



附錄一：朝雲集團適用法律法規及內部政策清單

範疇	主要法律法規	主要內部政策
	《中華人民共和國產品質量法》	《職業病危害防治責任制度》
	《電信和互聯網用戶個人信息保護規定》	《職業病防治宣傳教育培訓制度》
	《網絡交易管理辦法》	《職業病危害事故處置與報告制度》
		《職業病危害應急救援與管理制度》
		《勞動防護用品管理制度》
		《現場作業安全操作規程》
		《高風險作業管理程序》
		《職業健康管理制度》
		《危險源管理制度》
		《安全檢查制度》
		《化學品管理制度》
		《安全生產承諾制度》
		《經銷商運營管理辦法》
		《供應商開發與准入管理制度》
		《原料新供應商准入質量管理辦法》
		《原料供應商日常質量管理辦法》
		《原料中違禁及限用物質監控管理規定》
		《供應商日常管理制度》
		《生產性物料採購管理制度》
		《採購招投標管理制度》
		《OEM廠開發與准入管理制度》
		《OEM廠考核管理辦法》
		《ODM產品引入評估管理辦法》
		《品牌服務商管理辦法》
		《工廠技術標準控制管理規定》
		《產品質量管理目標》
		《消殺產品質量保證方案》
		《廉潔合作協議》
		《專利管理制度》
		《商標管理制度》
		《著作權管理制度》
		《超威公司質量事件處理辦法》
		《信息安全管理制度》



附錄二：ESG報告指引內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		2022環境、 社會與管治報告
A：環境		
層面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： (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。	4.2綠色生產
關鍵績效指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	4.4環境績效
關鍵績效指標A1.2	直接(範圍1)及能源間接(範圍2)溫室氣體排放量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。 —「範圍1」排放 —「範圍2」排放	4.4環境績效 4.4環境績效
關鍵績效指標A1.3	所產生有害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.4環境績效
關鍵績效指標A1.4	所產生無害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.4環境績效
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。	4.2綠色生產 4.3綠色辦公
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。	4.2綠色生產
層面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。	4.2綠色生產 4.3綠色辦公
關鍵績效指標A2.1	按類型劃分的直接及/或間接能源(如電、氣或油)總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.4環境績效
關鍵績效指標A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.4環境績效
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。	4.2綠色生產 4.3綠色辦公
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。	4.2綠色生產
關鍵績效指標A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位佔量。	4.4環境績效



附錄二：ESG報告指引內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		2022環境、 社會與管治報告
層面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。	4.2綠色生產 4.3綠色辦公
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。	4.2綠色生產 4.3綠色辦公
層面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。	4.1氣候變化
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。	4.1氣候變化
B：社會		
層面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： (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。	3.1人才僱傭
關鍵績效指標B1.1	按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	3.1人才僱傭
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。	3.1人才僱傭
層面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： (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。	3.3健康安全
關鍵績效指標B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	過去三年內，本集團
關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	未發生任何工傷安全 事故
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。	3.3健康安全



附錄二：ESG 報告指引內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		2022環境、 社會與管治報告
層面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。	3.2人才發展
關鍵績效指標B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層等)劃分的受訓僱員百分比。	3.2人才發展
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。	3.2人才發展
層面B4：	勞工準則	
一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (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。	3.1人才僱傭
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。	3.1人才僱傭
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。	報告期內，本集團未發生涉及勞工準則的違規事件
層面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。	5.1責任生態
關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供貨商數目。	5.1責任生態
關鍵績效指標B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	5.1責任生態
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。	5.1責任生態
關鍵績效指標B5.4	描述在揀選供貨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。	5.1責任生態



附錄二：ESG報告指引內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		2022環境、 社會與管治報告
層面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：	2.1品質保證
	(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。	報告期內，本集團未發生產品召回事件
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。	2.3客戶服務
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。	1.3知識產權
關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	2.1品質保證
關鍵績效指標B6.5	描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	2.2責任營銷
層面B7：	反貪污	
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：	關於我們
	(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B7.1	於匯報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。	報告期內，本集團未發生任何有關貪污或舞弊的訴訟案件
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。	關於我們
關鍵績效指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	關於我們
層面B8：	社區投資	
一般披露	有關以社區參與來了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。	5.3社會公益
關鍵績效指標B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	5.3社會公益
關鍵績效指標B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	5.3社會公益