



DEDICATED TO BEAUTY

与善美同行 与自然共生

环境、社会及公司治理 (ESG) 报告

Jahwa上海家化

目录 CONTENTS

董事长致辞	01	可持续发展根基: ESG 管理与成果	09	我们的可持续发展贡献	51	关键量化绩效表	66
走进上海家化	03					所获荣誉	71
		公司治理篇	14	尽善之心, 追求至美的产品服务	53	附录	74
		环境篇	22	保护共同的绿色星球	59		
		社会篇	31	共建美好未来	62		



董事长致辞



2021 年，对中国是意义非凡的一年。我们亲历了党和国家历史上具有里程碑意义的大事。“两个一百年”奋斗目标历史交汇，中国开启了全面建设社会主义现代化国家新征程，行进在实现中华民族伟大复兴的道路上。

2021 年，对上海家化而言亦是重要的一年。在这一年里，我们不但升级了企业文化体系，并且还基于全新的企业愿景和使命，推动 ESG（环境、社会、治理）作为驱动企业长期可持续发展的战略，以更好承担起时代赋予我们的责任。

我们在国内美妆日化行业中率先发布 ESG 年度报告，更发布了《ESG 中长期战略规划纲要》，披露了在环境、社会、公司治理等方面的中长期目标，以 2020 年作为基准年，分别按照 2025 年、2035 年及 2050 年，设定了递进性的阶段性实践目标。我们的 ESG 推进工作获得了广泛认可，我们荣获知名金融数据机构 Wind ESG 评价 A 级；在国内领先 ESG 评级机构商道融绿的评级中，由上年度的 B 级提升至 B+ 级；此外，我们还荣列中国企业社会责任发展指数日化行业三强，在本土企业中位居第一。

在环境层面，我们提出通过绿色设计和绿色制造，打造绿色低碳产品，引领绿色低碳生活，我们将在 2025 年实现碳排放达到峰值，到 2035 年实现自有工厂 100% 碳中和，到 2050 年实现全价值链碳中和。我们推动了相关减碳目标和管理方案的制定，与全球领先的化工公司巴斯夫建立长期创新合作关系，加快产品的研发与创新，携手发展绿色原料，打造绿色低碳产品，为中国美妆和个人护理行业的可持续发展做出贡献。

在社会层面，我们致力于与公司的各个利益相关方创造共享共赢的价值。我们将每一位员工视为家人，2021 年，我们保障员工安全，与员工共同成长，用匠心为员工创造更好的职场环境。我们还致力于回馈社会，在紧急救援、乡村振兴、关爱妇女和弱势群体上的公益事业上奉行深耕。全年累计捐赠物资总价值接近七百万元。

在公司治理层面，我们推进了董事会多元化，聘请了独立董事，增加了女性董事；从公司战略、公司治理等角度，从专业委员会的需要出发，将董事会战略委员会、董事会审计委员会分别更名为董事会战略与可持续发展委员会、董事会审计与风险管理委员会，并且通过加强内部廉政教育、建立健全反洗钱管理体系、重视投资者关系管理等方式，做到切实维护公司股东的合法权益。

2021 年是化妆品监管新规元年，化妆品行业迎来史上最严监管时期并将走进“制度化、法制化、规范化”的新时代，这预计将形成一轮企业和品牌的大洗牌，我相信这对历来高度重视研发和产品合规的行业长期主义者的上海家化而言，是长期利好，未来，我们将通过充分发挥自身扎实的科研优势和民族企业的特色优势，以迎来更多发展机遇。

百年匠心，尽善致美。2022 年，我们依然心存梦想，不负韶华。我们继续将 ESG 管理模式与公司经营深度融合，秉承可持续理念，实现企业发展与社会发展的互利共赢。我们将继续用匠心、用善心来推进企业的中长期发展，并将中国美带给全世界。

董事长兼首席执行官

潘秋生

走进上海家化

企业档案

上海家化联合股份有限公司是中国美妆日化行业历史悠久的民族企业之一，前身是成立于 1898 年的香港广生行，于 2001 年在上海证券交易所上市，国内美妆日化行业首家上市公司。

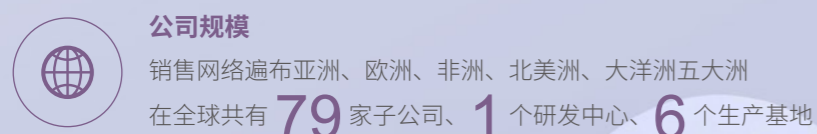
公司名称：上海家化联合股份有限公司

上市代码：600315（上海证券交易所）

公司总部：中国上海

成立时间：1898 年

业务板块：业务涵盖美容护肤、个人护理、家居护理三大品类领域，共有 10 个品牌



注：1. 此处员工人数为合并财务报表范围内的全职劳动合同制员工。

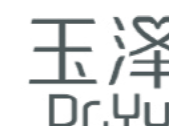


品牌矩阵

护肤



前沿中草药科研
级护肤专家



医研共创
匠心守护



东情西韵
传世之美



科研珍萃
成就美肌



中国男士科技
护肤专家



天然养肤
养本真之美

个护家清



自然能量
焕活身心



新净界
新生活

母婴



取自然之初
育生命之初



英伦喂哺至尊
星孕中华而生

上海家化百年历程

1898 - 2000 厚积薄发

1898

广生行成立

民族实业家冯福田先生成立公司前身香港广生行，同年推出上海家化的第一个品牌“雙妹”

1915

世博会荣膺金奖

雙妹品牌美颜佳作在美国旧金山举行的巴拿马世博会上荣膺金奖。彼时，雙妹被巴黎时尚届用“VIVE (极致、万岁)”来盛赞，这也是后来雙妹英文名“Shanghai VIVE”的由来

1937

获得国货认证

雙妹牌雪花膏、生发油、花露水等 9 个日化产品品类被沪实业部认证为国货

1958

首次公司合并

广生行、上海明星香水肥皂制造有限公司、东方化学工业社、中国协记化妆品厂合并成为上海明星家用化学品制造厂，并拥有较为先进的生产流水线

1962

美加净诞生

此后不断以技术创新精进产品质量，美加净发乳成为当时唯一获得国家级最高荣誉奖“国家银质奖”的国内化妆品

1967

“上海家化”正式成为公司官方名

改名为“上海家用化学制品厂”。至此，“上海家化”四个字才真正成为公司的“大名”

二十世纪八十年代

创造多个国内“首次”，引领中国日化潮流

推出中国首套成套系列化妆品、推出第一瓶香水、中国第一款护手霜等，开设中国第一家美容院，打造多个时代爆款

1990

六神花露水诞生

第一瓶六神花露水问世，自上市以来市场份额一直保持第一

2010

雙妹品牌复兴

国内首个进军高端市场的化妆品品牌，走出国货新姿态

2009

玉泽品牌诞生

聚各大医院皮肤科权威的医学专家联合研制，成分安心，经大量科学验证的无刺激及有效性

2008

佰草集打入欧洲市场

走出国门，通过欧盟认证，成为中国首个登陆欧洲、成功出海的化妆品品牌

2003

家安品牌诞生

全面应用家化技术储备库中的科研成果，是国内第一个瞄准家居清洁护理市场的科创品牌

2001

IPO 上市成功

3月15日，公司在上海证券交易所上市，成为中国第一家成功实现 IPO 的化妆品企业

1998

佰草集品牌诞生

时值上海家化成立一百周年，佰草集品牌应运而生，以中医中草药文化为核心，为消费者打造自然、清新、健康、好的产品

1992

高夫品牌诞生

前瞻性地推出中国首个男士化妆品品牌——高夫

2011 - 2020 战略布局

2011

国企改制完成

完成国企改制，成为上海国资委中第一家实现股份制改革的企业，中国平安成为控股股东，向市场化运作迈进

2013

启初品牌上市

中国第一个针对 0-3 岁婴幼儿个人护理需求的品牌启初，打造安全性、针对性和有效性都让消费者放心、满意的婴幼儿护理产品

2015

与片仔癀合资

与漳州片仔癀达成战略合作进军牙膏产品及其它口腔护理品类产品，进一步完善和拓展公司现有业务品类

2017

收购 Tommee Tippee

通过上海家化历史上最大规模的收购案，将英国婴童类品牌 Tommee Tippee 收入麾下

2018

跨越工厂投产

位于上海青浦区的新生产基地——跨越工厂正式投产，工厂总投资 12 亿元，产能可达到 6 亿件 / 年，是国内先进制造业的标杆和代表

2021 - 责任发展新征程

2021

引入 ESG 责任管理模式

上市 20 周年之际，引入了全球领先的 ESG (环境、社会及公司治理) 责任管理体系，并发布了中长期可持续的战略规划和目标。我们在“双碳目标”方面走在国家前列，承诺将于 2025 年实现碳达峰，2050 年实现全价值链碳中和

我们的可持续发展策略

可持续发展管理模型

基于“成为中国美妆日化行业领导者，将中国美带给全世界”的愿景和“百年匠心、尽善致美”的理念，2021年，我们通过建立卓有成效的可持续发展管理体系，定义了“中国美”的新内涵——我们与美同行，更将与善同行、与自然共生。

我们坚信，作为跨越百年的民族企业，我们的命运与地球和人类的命运休戚相关。我们肩负保护环境、关爱社会的重大责任，必须帮助解决世界面临的复杂挑战、为全球可持续发展贡献我们的力量。我们将全力以赴。

我们发布了涵盖环境、社会、公司治理责任的《上海家化联合股份有限公司 ESG 中长期战略规划纲要》，这是我们对利益相关方的郑重承诺。我们将以更完善的公司治理为基础，为消费者提供更安全、健康、绿色的优质产品与服务，和全价值链一起打造绿色低碳的生态，最终与消费者、员工、合作伙伴、股东、社会共同创造共享共赢的社会价值。

▷ 上海家化可持续发展管理模型

	绿色低碳的生态	共享共赢的社会价值	更完善的公司治理
承诺	逐步实现自有运营设施的碳达峰、碳中和，最终全价值链实现碳中和，实现产品 100% 为绿色低碳产品。 	致力于为利益相关方创造最大价值。为员工打造有温度的组织和文化。同时，广泛深入参与多项社会公益活动。 	严格遵照最新法规要求，进行内控管理的相关工作，建立健全公司内部控制体系，提升公司的内控管理水平。 
行动	<ul style="list-style-type: none"> 发展业务的同时，成为环境友好的企业 实现全价值链碳中和，倡导绿色低碳生活 	<ul style="list-style-type: none"> 为员工打造平等多样化的发展平台 关爱弱势群体，助力乡村振兴与共同富裕 	<ul style="list-style-type: none"> 公平公正、廉洁透明 增强董事会多元化和独立性

可持续发展目标与进展

	2025 目标	2021 年进展
 绿色低碳的生态	<ul style="list-style-type: none"> 超过 50% 新开发或更新产品全生命周期环境影响下降； 全部自有运营设施，包括工厂、仓库、办公场所等碳排放达到峰值； 自有工厂实现单位产品碳排放量下降 30%，单位产品水耗下降 25%，废弃物实现 0 填埋。 	<ul style="list-style-type: none"> 启动产品全生命周期定性分析项目，全面了解产品的环境表现，为后续产品提升提供数据基础。 LCA 定性分析和原料安全性评价融入新品开发流程。 制定涵盖自有仓储物流以及租赁仓储物流的温室气体减排目标及行动计划，以不断减少该环节的环境影响。 邀请供应商参与绿色低碳调查问卷调查，向供应商宣传家化绿色低碳可持续发展规划，逐步提升绿色供应商合作比例。
 共享共赢的社会价值	<ul style="list-style-type: none"> 拓展课堂培训、线上短视频学习以及内部知识分享等多样化的学习方式，覆盖专业技能、管理能力以及行业资讯等内容，公司员工人均年度培训次数 5 次； 社会公益项目累计帮扶覆盖人数达到 100 万人次； 社会公益项目累计投入捐赠资金和物品的金额达到 1,000 万元； 加强对个人信息处理岗位上的相关人员在个人信息安全专业化领域的培训和考核，确保相关人员熟练掌握个人信息保护政策、技术和相关规程（每年至少 3 次）； 帮助员工提升个人信息安全意识，年度沟通和培训次数（每年至少 5 次）。 	<ul style="list-style-type: none"> 组织文化体系升级。 员工培训人次 16,402 人次，比上一年度增长 73%。 社区公益项目投入达 734 万元。 参与的公益项目受益人数 59,314 人。
 更完善的公司治理	<ul style="list-style-type: none"> 增强董事会成员多元化； 提升董事会成员、高级管理人员及董事会专门委员会的独立性； 建立公平公正可持续发展的公司薪酬激励体系，给予员工健康向上的职业发展平台； 进一步完善公司内部控制制度 加强公司内部廉政教育； 反洗钱； 充分重视投资者关系管理。 	<ul style="list-style-type: none"> 开展 1 次覆盖全员的反贪污培训。 新增 1 位女性董事。

01

可持续发展根基： ESG 管理与成果

我们认为，全面、稳健的 ESG 管理是企业可持续发展的根基。上海家化将 ESG 管理融入公司战略并不断精进 ESG 管理，防控经营风险，助力基业长青。

DEDICATED TO BEAUTY

ESG 管理体系

秉持“百年匠心、尽善致美”的核心理念，上海家化将 ESG 管理与公司经营发展深度融合，并持续推进可持续发展战略，通过自身实际行动，积极为政府、消费者、员工、股东、行业伙伴等各个利益相关方创造经济、社会和环境价值，为可持续发展持续贡献力量。

ESG 治理架构

公司董事会下设战略与可持续发展委员会，主要负责对公司长期发展战略，包括环境、社会和治理等方面提升可持续发展能力，并对 ESG 主要趋势以及公司面临的有关风险、机遇进行研究、评估并提出建议，监督公司 ESG 目标制定与实施，为公司 ESG 发展提供重要支持。（详见《上海家化联合股份有限公司董事会战略与可持续发展委员会工作细则》，[点击链接阅读细则原文](#)）

通过战略与可持续发展委员会、执行委员会、各执行小组的三级管理体系，全面提升公司在环境、社会和公司治理方面的管理水平与绩效表现。

上海家化 ESG 治理架构



2021 年 3 月，上海家化正式发布了《上海家化联合股份有限公司 ESG 中长期战略规划纲要》，围绕环境、社会、公司治理等方面提出了明确的可持续发展规划，并提出对应的定性、定量目标和发展路径。

利益相关方沟通与实质性议题分析

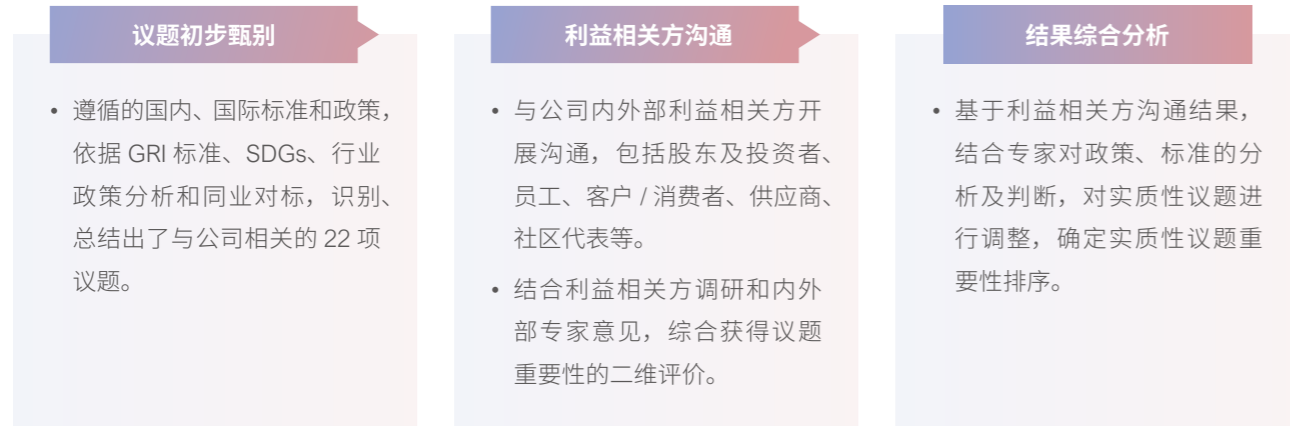
利益相关方沟通

我们认为，企业的可持续发展与我们的利益相关者的支持密不可分，因此我们始终重视与利益相关方的沟通。我们识别公司的重要利益相关方，建立了与各利益相关方的常态化沟通机制，与其保持双向沟通，深入了解各界相关方的意见，并积极回应他们的需要，建立相互信赖、相互支持的长远关系。

主要利益相关方	关注议题	沟通方式 / 渠道
政府及监管机构	<ul style="list-style-type: none"> 合规运营 商业道德 经营效益 气候变化减缓与适应 排放与废弃物 	<ul style="list-style-type: none"> 领导及主管部门视察 定期工作总结及公文往来 日常政策执行
股东和投资者	<ul style="list-style-type: none"> 经济效益 信息透明 合规运营 公司治理 产品与服务品质 	<ul style="list-style-type: none"> 股东大会 定期报告及官网信息披露 投资者热线 上交所“上证 e 互动”平台 投资者专用邮箱 投资者关系微信小程序
客户 / 消费者	<ul style="list-style-type: none"> 化学品安全与成分透明 负责任营销与消费者教育 合规运营 产品与服务品质 产品研发与创新 	<ul style="list-style-type: none"> 公司官网及新媒体平台 线下销售柜台 线上销售平台 客户服务与投诉 客户满意度调查
合作伙伴 (供应商与经销商)	<ul style="list-style-type: none"> 合规运营 负责任采购 经销商管理 商业道德 	<ul style="list-style-type: none"> 经销商大会 供应商大会 日常邮件与电话沟通
员工	<ul style="list-style-type: none"> 职业健康与安全 合规运营 员工权益及福利 	<ul style="list-style-type: none"> 内部邮件 内部沟通平台及活动 员工建议平台 内部刊物新闻
社区及公众	<ul style="list-style-type: none"> 气候变化减缓与适应 排放与废弃物 绿色包装 负责任采购 	<ul style="list-style-type: none"> 企业公民日、员工家庭日等活动 公司官网新媒体平台 社会公益活动

实质性议题分析

我们参照 GRI《可持续发展报告》中“实质性”原则，开展政策与同业对标和本年度的利益相关方实质性议题调查。基于调研与专家意见，综合考虑对公司经营和对社会可持续发展的影响，识别出下述高实质性议题，作为公司管理和报告披露的重点。



▷ 上海家化实质性议题矩阵



- 环境议题
- 社会议题
- 公司治理议题

关于家化 2021 年度 ESG 管理的成果与进展详见本章；关于 ESG 绩效与荣誉详见后文《关键量化绩效表》及《所获荣誉》；部分制度文件详见上海家化官网 ESG 专栏（亦可通过报告电子文档中链接阅读）。



公司治理篇

在公司治理板块，我们不断完善治理架构，注重保护投资者权益，坚持合规经营，并建立全价值链的反腐败管理机制。



公司治理

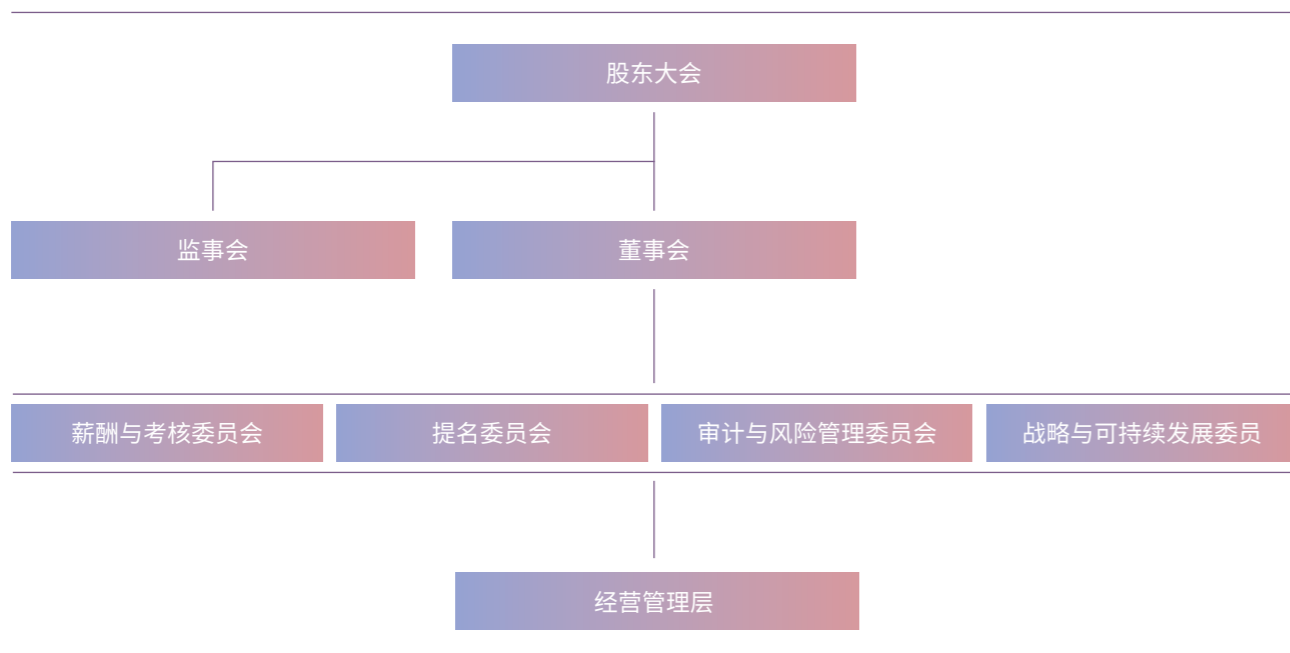
上海家化高度重视公司治理，不断完善公司治理架构，强化风险防范能力，切实保护股东及投资者利益，为公司稳健发展提供有力保障。

公司治理架构

上海家化严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》《上市公司信息披露管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》等有关法律法规和交易所要求，不断完善法人治理结构，规范公司运营，为公司稳健发展提供有力保障。

公司建立了股东大会、董事会及其下属各专门委员会（包括战略与可持续发展委员会、审计与风险管理委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等）、监事会及经营管理层组成的规范有序的法人治理结构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和执行机构之间权责分明、相互协调和相互制衡的治理机制，切实保障公司和股东的合法权益。

▷ 公司治理架构



公司严格按照《公司章程》规定的董事选聘程序选举董事，秉持多元化政策，现时董事会七名董事各具专业背景及 / 对公司业务有广阔的专业知识。公司董事会的人数和人员构成符合法律、法规的要求，由七名董事组成，其中有一名女性董事，三名为独立董事，设董事长一人。公司董事会制定了董事会议事规则，公司各位董事能够以认真负责的态度出席董事会和股东大会，熟悉有关法律法规，了解作为董事的权利、义务和责任。

为进一步强化公司风险防范能力，完善公司治理体系，提高公司决策能力和治理水平，2021 年，公司董事会战略委员会更名为董事会战略与可持续发展委员会，董事会审计委员会更名为董事会审计与风险管理委员会。同时，根据《中华人民共和国公司法》《公司章程》等的规定及实际工作需要，修订相关委员会的工作细则。

公司建立健全了股东与董事会沟通的有效渠道，确保所有股东对公司重大事项拥有知情权、参与权和表决权。公司规范实施股东大会召集、召开、议事和表决程序，股东大会经律师现场见证并出具法律意见书。2021 年，公司共召开 3 次股东大会。

投资者关系管理 / 投资者保护

上海家化高度重视投资者关系，制定了投资者关系管理制度，并确保所有股东有平等的机会获得信息。公司通过投资者热线、投资者邮箱、上证 E 互动、投资者关系微信小程序、业绩说明会、来访调研、路演等沟通渠道和方式，强化投资者沟通。

公司切实贯彻信息披露真实、准确、完整的基本原则，确保广大投资者公平、及时地获取信息，切实保障所有投资者的利益。在上海证券交易所对沪市上市公司的信息披露工作的考评中，公司连续三年取得 A 类评价结果，信息披露工作质效获得监管部门的认可。

风险管理

上海家化严格遵守《中华人民共和国审计法》《企业内部控制评价指引》《企业内部控制审计指引》《上市公司治理准则》等有关法律和规范，不断建立健全公司内部控制体系，提升公司的内控管理水平。

公司制定了《上海家化联合股份有限公司内部审计制度》《上海家化联合股份有限公司内部控制自我评价办法》《上海家化关联交易管理制度》等有关制度，并持续完善内部控制流程、方法和工具。一方面，公司设立专门的内部控制管理部门，协助公司各部门梳理内控制度，建立公司统一内控制度管理平台，审计部定期对制度的执行情况进行抽查、追踪，发现问题及时反馈给业务部门纠正；另一方面，通过面向员工开展内部控制知识宣导，提高员工内控意识，推动内控文化的建立。

在风险识别与评估方面，公司识别了工程管理、资产管理、研发管理等 14 个业务层面的风险，对已经识别的风险进行定性分析、定量分析和进行风险排序，制订相应的风险解决方案和整体策略。2021 年，公司重点关注关联方交易相关风险、舞弊及违反职业道德风险，以及公司新业务运营相关风险等潜在风险领域，并采取了相应的应对措施予以防范。

公司每年对下属企业进行内控自我评价, 纳入评价范围的企业资产总额占合并会计报表资产总额的 90% 以上。通过流程梳理、风险识别、查找内控缺陷等手段, 推动企业内部控制管理水平的持续提升。

▷ 2021 年重点识别风险及应对措施

潜在风险	应对措施
关联方以及关联交易的认定、审批以及披露不完整、不准确的风险	<ul style="list-style-type: none"> 制订了《上海家化关联交易管理制度》《上海家化关联交易管理细则》, 规范一系列关联交易相关行为。 对公司新增供应商、客户的创建进行是否关联方的认定, 同时编辑整个集团下辖关联方清单, 发布在公司平台并定时更新。 对与关联方签订的合同进行专项的审批流程, 加强了对关联方交易的监督和管理。 审计部每年进行两次关联交易管理专项审计。 在年报中完整披露关联交易信息, 提升信息披露透明度, 接受社会公众监督。
公司运营新业务、新渠道如未及时制定相应的管理制度, 对公司经营产生影响的风险	<ul style="list-style-type: none"> 在直播业务开展之初及时制订直播业务的流程规范, 对合同签订、佣金审批、财务复核制定要求; 2021 年, 公司针对抖音平台达人合作业务, 制定了《达人选择规范》制度, 对达人的选择、佣金比例审批等进行相关的规定, 防控风险。 对运营新业务、新渠道带来的新增风险点通过常规审计、自查自纠、外部审计等覆盖方式进行监督管控。
舞弊及违反职业道德风险	<ul style="list-style-type: none"> 制定《上海家化商业道德与反贪污准则》《上海家化联合股份有限公司员工职业行为准则》《举报处理流程》等制度。 在全体员工中开展廉政文化建设, 通过全员反舞弊培训, 提升全体员工廉洁自律的意识。 建立举报邮箱和举报电话, 鼓励对违规行为进行举报, 同时对举报人进行保护。

合规运营

反腐败

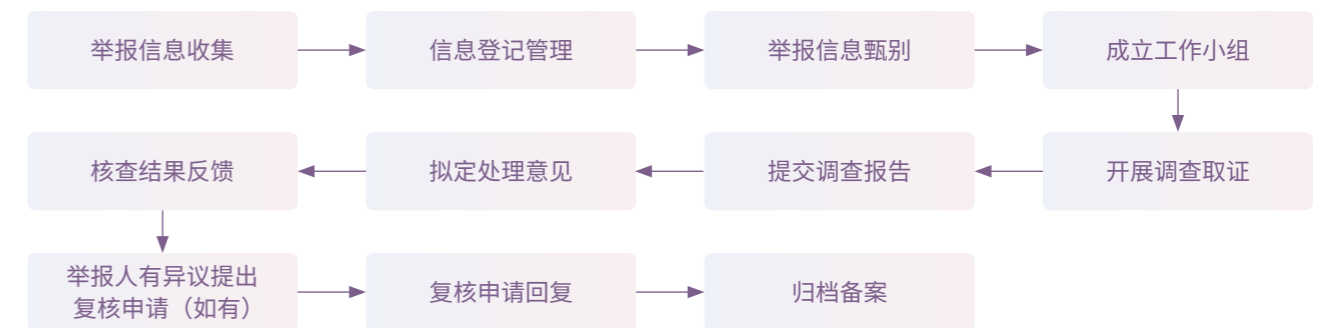
上海家化致力于反腐败文化建设, 制定了《上海家化联合股份有限公司员工职业行为准则》《举报处理流程》《上海家化商业道德与反贪污准则》, 在公平交易与公平竞争、利益冲突、禁止内幕交易、执行与违纪处分、举报处理流程等方面做出了明确规定。同时, 公司高度重视廉洁建设, 通过组织引领和加强学习教育, 完善职业道德体系和公司商业道德文化建设。2021 年, 对公司或员工提出并已审结的贪污诉讼案件为 0 件。

《上海家化联合股份有限公司员工职业行为准则》中对禁止商业贿赂的规定:

每位员工绝不当基于任何个人利益而做出任何关于供应商、客户或者其他商业活动的决策。员工不得向任何与公司有业务往来的或者正在寻求建立与公司业务关系的供应商、客户或合作伙伴索取或接受贿赂、返利。员工也不得向任何供应商、客户或合作伙伴行贿。

公司鼓励对腐败事件的举报。在《举报处理流程》中明确员工可以通过发送邮件到举报专门邮箱或者联系人事、法律、审计部门进行举报, 同时切实保护举报人安全和权益。

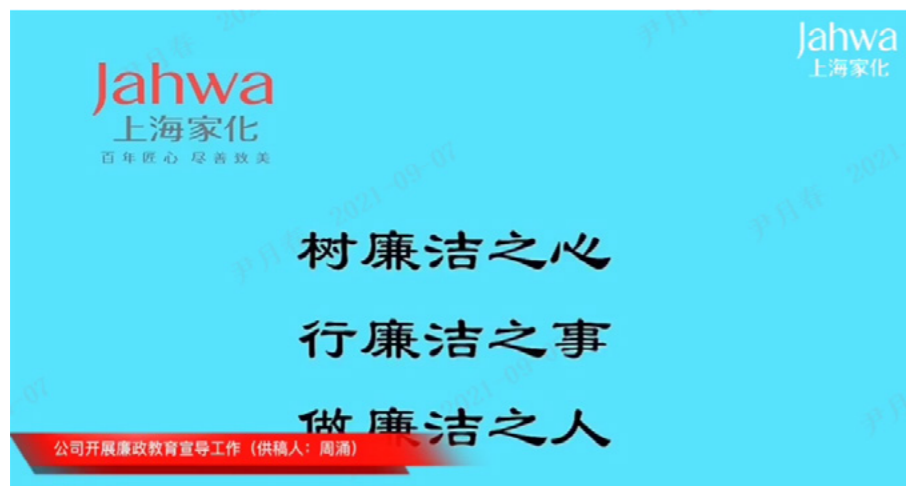
▷ 举报处理流程



反腐倡廉宣传

案例

2021 年 3 月, 公司开展了以“反腐倡廉、警钟长鸣”为主题的廉政文化建设, 制作了宣传短视频, 通过“家话快讯”栏目进行循环播放, 覆盖公司全体员工。通过在全公司范围内开展的上述反腐倡廉警示教育宣导活动, 使全体员工廉洁自律及防范风险意识得到有效提升, 并引导广大员工树立正确的世界观、权力观、事业观、真正做到作风清正廉洁。



宣导短视频 (截图)

价值链反腐败

公司在与合作伙伴、供应商、代理商、经销商、承包商等的合作中, 关注价值链透明度, 以相互信任和尊重为基础, 通过公正的交易实现共存经营。我们的价值链反腐败措施包括:

- 制定供应商反腐败政策, 鼓励供应商廉洁自律, 杜绝任何违反商业道德的行为。
- 为供应商、代理商、经销商、承包商开放畅通的检举途径, 鼓励对违反商业道德行为、腐败行为的检举, 监督举报途径包括: 邮箱举报 (jubao@jahwa.com.cn)、电话举报 021-35907243。
- 将供应商、代理商、经销商、承包商纳入《举报行为程序》, 在受理、登记、保管、调查等各个环节, 对检举人的个人信息及检举人提供的所有举报资料均严格保密。

反不正当竞争

上海家化坚决反对不正当竞争。我们严格遵守《中华人民共和国反垄断法》《禁止垄断协议暂行规定》《经营者反垄断合规指南》、《中华人民共和国反不正当竞争法》相关法律、规定和指南, 积极在公司内部开展反不正当竞争相关培训, 引导员工保持良好的商业操守及品行, 确保合规开展竞争, 排除恶性竞争和价格战, 维护行业正当竞争秩序。2021 年, 公司未发生因运营中的不正当竞争行为或违反托拉斯法和反垄断法而受到相关部门的制裁的事件。

此外, 我们关注代理商、经销商、承包商等以符合商业道德准则的行为开展经营活动, 鼓励廉洁自律, 并强调其负责的宣传与营销。

- 制定《渠道管理政策》等, 反对任何形式的的反不正当竞争行为。
- 鼓励诚信经营, 严禁虚报数据、虚假做账、业绩作假等弄虚作假的行为。
- 始终尊重负责营销的法律与法规, 我们的代理商、经销商、承包商也须遵从准确性、清晰性与透明性的要求, 保障负责营销。

保护知识产权

保护自身知识产权

在保护自身知识产权方面, 公司制定了一系列知识产权管理制度, 包括《技术秘密管理办法》《商标管理办法》《专利管理办法》等, 并通过完善知识产权数据库、开展员工培训、借助法律手段等方式维护自身知识产权。

▷ 2021 维护自身知识产权核心行动

	建立并完善知识产权电子数据库，同步借助知识产权维护机构等外力，不断优化知识产权使用及维护的安全性与便捷性。
	定期业务培训与不定期风险预警提示相结合，增强公司员工的知识产权保护意识。
	严格审核及把控知识产权运用的合法性及合理性，并充分借助行政与诉讼双途径，努力维护知识产权及研发成果。

2021 年，公司通过民事侵权诉讼、行政举报和刑事报案等多种方式综合打击线上与线下的制假、售假行为，打击侵权的范围覆盖 25 个省会城市、81 个地级市、253 个县（区）。针对非假冒伪劣性质的其他侵犯公司知识产权的行为，公司亦会综合民事或刑事途径进行打击。

不侵犯他人知识产权

为确保不侵犯他人知识产权，公司严格审核及把控知识产权运用的合法性及合理性，由公司在研究项目立项前或产品开发初期，对相关研究主题的现有技术进行检索，对相关拟开发产品使用商标、作品的合法性及合理性进行评估，避免重复开发或潜在侵权风险。2021 年，公司未发生因运营中的侵犯他人知识产权受到相关主管部门处罚或法院裁判承担责任的事件。

▷ 专利侵权风险管理流程




环境篇

上海家化始终秉承绿色发展理念并将其融入产品全生命周期，通过绿色设计和绿色制造，打造绿色低碳产品，积极践行绿色采购、绿色包装、绿色物流，实现全生命周期的绿色环境管理。公司以环境友好型生产及运营方式，积极倡导员工绿色办公，为可持续未来贡献力量。



环境责任

环境管理

上海家化严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《危险化学品管理条例》等有关法律法规，建立健全公司环境管理体系，制定了《环境体系管理方针》，推动公司绿色发展。

上海家化 ESG 执行委员会直接负责公司环境相关事宜，ESG 执行委员会下设环境支柱领导委员会、环境支柱工作委员会、环境工作支柱协调组，形成四级环境管理体系，全面推进公司环境管理工作。

▷ 上海家化四级环境管理体系



能源及资源管理

上海家化使用的主要能源为天然气、蒸汽和电能，公司制定了《能源策划与能源评审运行控制程序》《能源基准和能源绩效参数管理程序》《能源计量器具管理规定》等能源管理制度，实现能源体系化管理、精细化管理。

▷ 2021 年能源资源节约行动与成果

资源类型	行动措施	成果
能源	<p>跨越工厂优化生产及办公场所所有区域照度：</p> <ul style="list-style-type: none"> 依据设计，生产许可，国标重新梳理并建立各区域的照度标准 根据新的照度要求，优化生产区域的照度以及回路控制方式 调整路灯的开机模式（关停一半回路） 	<ul style="list-style-type: none"> 节约用电 103 万千瓦时
	<p>在汤美星：</p> <ul style="list-style-type: none"> 墨尔本办公室使用的能源是可再生能源 	—
水资源	<ul style="list-style-type: none"> 超滤浓水回收：跨越工厂纯水制取过程中，超滤浓水回收至原水箱作为原水使用，节水量达 48m³/d 中间水回用：跨越工厂将使用后的水进行分类回收、处理，分别回收至超滤水箱及原水箱作为纯水制取原水使用，节水量达 70m³/d 	<ul style="list-style-type: none"> 工业用水重复利用率 94.5% 间接冷却水循环利用率 98.9%



在包装材料管理方面,上海家化制定了《可持续包装管理办法》(点击链接阅读制度原文), 并明确提出可持续包装目标:

- 坚持绿色包装, 逐步降低产品包装使用量。
- 到 2035 年, 力争实现 80% 包装材料是可回收的、可重复使用的、或者可降解的, 减少 10% 每单位成品中的塑料包装使用量 (相比于 2021 年), 并且主要品牌引入包装塑料源自可回收或生物基料或其他非石油基的环保材料”。
- 到 2050 年, 最终实现产品包装均为可再填充的、可重复使用的、可回收或可堆肥的。

▷ 包装材料绿色化行动

聚焦环节	行动措施	我们的具体行动
新品研发及产品升级过程	包装绿色化 (包括包装材料减重、降低包装复杂度、降低包装空隙率)	在满足保护、方便、销售等功能的条件下, 通过包装结构优化, 尽量减少包装材料的使用。适度包装会有效地减少资源消耗和固体废弃物的产生, 因此限制过度包装、降低包装复杂度是一项长期有效的工作。
	以环境友好属性的材料替代原有包装材料	逐步以环境友好属性的包装材料替代石油基塑料包装材料。非石油基材料, 包括消费后再生塑料 (PCR) 、生物基塑料等可持续性的材料或其他未来出现的创新性环保材料。
	推出可重复使用的包装	尝试推出可重复使用的包装。对于已有产品或者新产品, 尝试推出替换装, 以提高容器重复使用率, 延长快消品的包装的使用寿命, 并减少塑料消耗, 保护环境。
可持续消费理念推广	开展包装回收活动	逐步面向消费者开展包装回收活动, 并与专业机构共同探索包装回收再利用。
	开展可持续生活倡导活动	通过线上、线下的可持续消费相关活动, 提升消费者可持续包装理念, 促进消费者选择可持续属性的产品和参与包装回收再利用活动, 强化上海家化 ESG 品牌。

我们在汤美星的产品中已经进行了减少塑料的有益实践:



通过一系列包装绿色化行动, 汤美星产品中已累计减少了 **414** 吨一次性塑料的使用



报告期内, 汤美星产品中一次性塑料使用量减少了 **133** 吨

排放物管理

上海家化遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《危险化学品管理条例》等相关法律并按要求执行。2021 年, 公司未发生因污染物超标或违规排放而受到的处罚事件。

▷ 上海家化生产环节主要废弃物管理及减量措施

类别	主要类型	管理制度	处理方式	采取的减量措施
有害废弃物	活性炭、污泥、废酸、废碱、废包装桶等	《危险废弃物管理规定》	与有资质的危废处置单位签订处置合同, 委托处置	<ul style="list-style-type: none"> • 优化排产、提高灌装精度 • 利用污泥干化机减少污泥含水率 • 废弃物正确分类
无害废弃物	可回收纸箱、纸盒、胶带、膜、纸张等	《废弃物管理规定》	与有资质的处置单位签订合同, 对可回收废弃物、不可回收废弃物等分别处置	<ul style="list-style-type: none"> • 优化排产、提高灌装精度 • 细分废弃物分类、提高分类准确率 • 人工挤料, 减少残留
废水	工艺废水、生产车间地面清洗废水、设备清洗废水、循环冷却废水	《废水处理工艺操作规定》	生产性废水通过管道收集后、食堂餐饮废水经隔油后、与生活污水一并经厂内污水处理站处理后纳入市政污水管网集中处理	<ul style="list-style-type: none"> • 工艺改善、减少清洗用水 • 优化排产、提高灌装精度
废气	非甲烷总烃、氮氧化物、二氧化硫、颗粒物等	《废气排放系统操作维护规程》	袋式除尘器 + 活性炭过滤	<ul style="list-style-type: none"> • 使用先进生产工艺。采用全密闭、连续化、自动化等生产技术, 以及高效工艺与设备 • 对于含挥发性有机物、恶臭物质的物料, 其采样口采用密闭采样或等效设施 • 废水处理有机废气收集处理装置, NMHC 排放浓度 $\leq 120 \text{ mg/m}^3$ • 建立环境管理台账, 记录基本信息、生产设施运行管理信息、污染防治设施运行管理信息、监测记录信息及其他环境管理信息等

绿色办公

上海家化致力于打造绿色办公环境，构建良好的职场环境生态。不断提高全员绿色发展意识，分阶段降低职场运营耗能，减少危险废弃物及生活垃圾产生量。

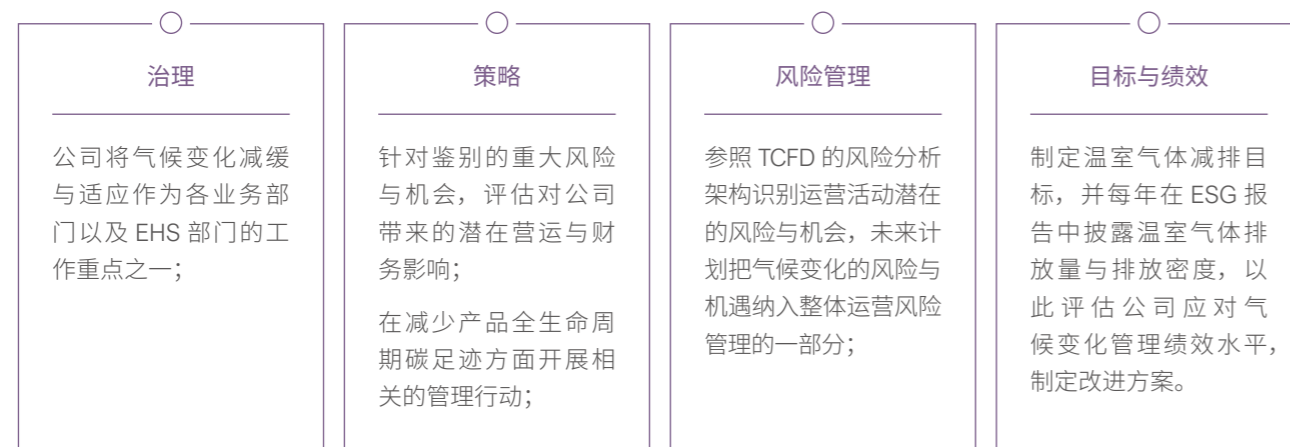
公司在职场装修及改造中融入绿色发展理念，倡导节约资源，降低职场运营能耗。新职场通过照明系统声光控智能控制、展厅智能控制，IT 机房使用集中数据中心大幅降低职场运营能源消耗和碳排放。公司除了重要会议，在日常会议中不提供瓶装水，提倡员工自带水杯。2021 年，公司办公使用的瓶装水使用量明显降低。

此外，为响应国家垃圾分类政策，公司在办公场所宣传垃圾分类，倡导垃圾减量，垃圾分类工作亦得到街道和居委会的认可。

气候变化减缓与适应

气候变化是关系到每个社会成员的全球性议题。为助力实现“2030 年前碳达峰，2060 年前碳中和”双碳目标，上海家化参考金融稳定委员会的气候相关财务信息披露工作组 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD) 的建议，对 2021 年气候变化议题进行风险和机遇识别，并依据识别结果完善管理，助力减缓气候变化。

▷ 气候变化管理体系



气候变化管治架构

上海家化董事会下设战略与可持续发展委员会负责管理气候变化议题，并设立了 ESG 工作小组，负责执行与公司业务有关的气候变化风险识别，评估此类风险对公司的影响。



气候变化风险识别

2021 年，为更好地认识到并减少气候变化相关风险对业务表现的潜在影响，上海家化通过开展数据调研、政策整理、同业对标和部门访谈等方式，对公司业务进行了风险评估。

▷ 气候变化潜在风险识别与评估

气候变化主要风险识别		应对措施
政策和法律风险	可能出现由于不符合气候相关政策或法律被依法追究法律责任、采取监管措施、给予纪律处分、出现财产损失或商业信誉损失的风险。	<ul style="list-style-type: none"> 由公司各相关部门将气候变化减缓与适应作为日常工作重点之一，有效识别并管理气候变化风险与机遇； 将气候变化作为重点议题通过 ESG 报告等渠道与利益相关方沟通； 监测极端气候事件，建立较为完善的极端天气应急管理方案； 减少污染材料使用，有计划地开采自然资源； 监测原材料供应和价格的趋势，并在适当的时候重新设计产品以确保投入材料的持续供应。
技术风险	在技术转型的过程中，原材料使用、废弃物处理、绿色包装等节能环保技术的开发与应用可能对公司运营和业务造成影响。	
急性物理风险	剧烈的气候变化如台风、洪水等将产生极端天气或自然灾害，可能影响公司上下游供应链、工厂生产和产品运输。	
慢性物理风险	海平面上升、持续性高温等长期自然模式转变可能对公司产品生产和上下游供应链造成影响。	
声誉风险	利益相关方期望公司在应对气候变化方面采取积极的管理行动并提升信息披露透明度，若公司无法回应利益相关方的诉求，将会公司的声誉产生影响。	
市场风险	社会公众对绿色生产的关注度越来越高，若公司没有在有关方面采取措施，可能流失部分消费者。	
资源使用风险	气候变化可能导致水资源短缺，或导致有关部门严格控制森林资源的利用。这可能导致原材料和包装价格的上涨或可用性的减少。	

▷ 气候变化机遇识别与评估

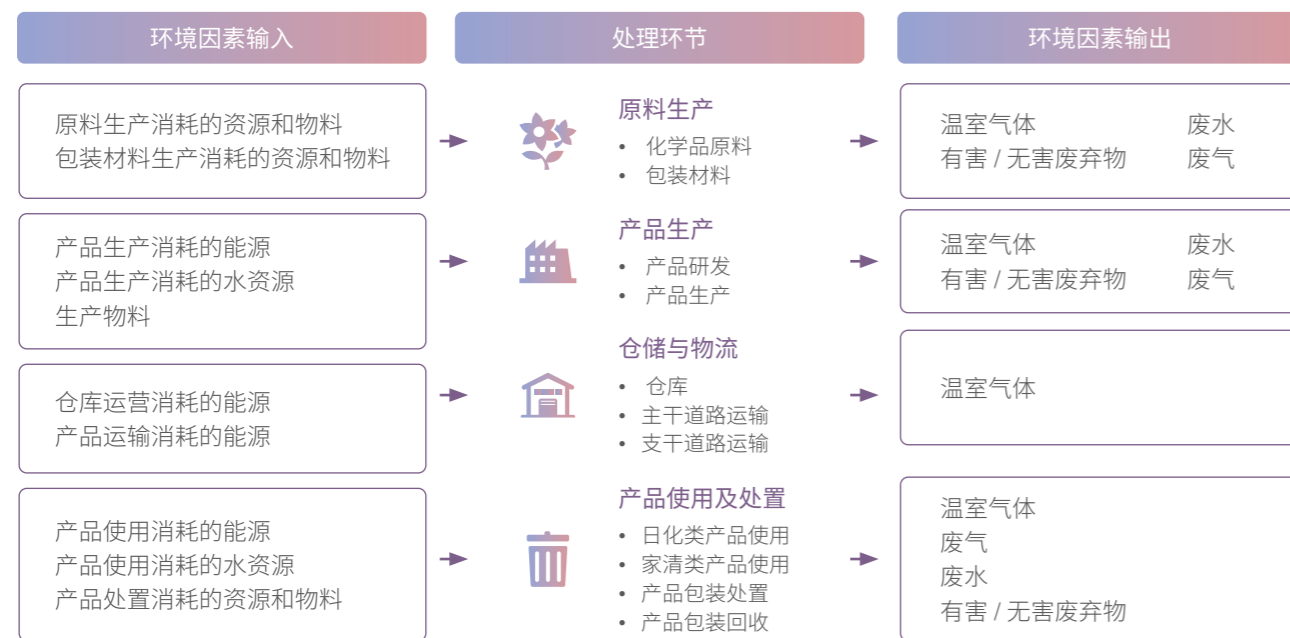
气候变化主要机遇识别		应对措施
市场机遇	社会公众对绿色生产的关注度越来越高，若公司在有关方面处于领先地位，可能吸引更多消费者。	<ul style="list-style-type: none"> 推行绿色采购、绿色包装与绿色生产，降低产品全生命周期碳足迹； 将温室气体排放情况等环境因素纳入供应商考核的内容，推动供应链绿色发展； 开展多样化的可持续消费倡导活动，强化公司绿色品牌在公众中的传播。
资源效率	通过监测原材料市场价格地区资源使用规定，及时掌握市场动向，制定最优市场方案、降低运营风险。	
适应力	通过开展气候变化相关业务研究及行业交流，有利于提高公司应对气候风险、抓住气候机遇的能力，并增强履行社会责任的品牌形象。	

气候变化策略: 减少产品碳足迹

基于气候变化风险与机遇的识别, 上海家化在业务运营中采用减少全生命周期产品碳足迹的策略来更好地应对气候变化, 通过对产品全生命周期各环节的分析有效的减碳行动, 降低温室气体排放。

2021 年, 上海家化对产品全生命周期过程中的碳足迹及环境影响进行分析和评估, 涵盖产品配方成分、生产、运输、中间的消费者使用环节直至回收及处理全流程。公司将产品全生命周期环境影响评估纳入产品的整个开发流程, 帮助公司了解并改善产品的环境影响表现。

▷ 上海家化产品全生命周期环境分析 (LCA)



环节	环境因素输入	环境因素输出
原料生产 ¹	-	• 温室气体: 239,484.32tCO ₂ e
产品生产	蒸汽: 18,528MWh	• 温室气体: 10,804.38tCO ₂ e
	天然气: 10,488m ³	• 有害废弃物: 130.13t
	电能: 13,456.59MWh	• 无害废弃物: 1,507.79t
	水资源: 269,258m ³	• 废气: 132,019,046m ³
仓储与物流 ²	原料: 45,007t	• 废水: 180,508.10m ³
	-	• 温室气体: 44,565.07tCO ₂ e

1. 原料生产环节仅考虑原料及包装材料购买产生的温室气体排放量。该环节温室气体排放量为估算数据, 计算依据 Greenhouse Gas Protocol 企业价值链 (范围三) 核算工具。原料生产阶段的其他环境因素, 将逐步纳入公司统计范畴。

2. 仓储与物流环节仅考虑购买第三方配送产生的温室气体排放量。该环节温室气体排放量为估算数据, 计算依据 Greenhouse Gas Protocol 企业价值链 (范围三) 核算工具。该环节以及产品使用及处置环节, 将随着公司统计方式的不断完善, 逐步纳入公司的统计范畴。

气候变化目标与绩效

上海家化已提出明确的气候目标, 以 2020 年作为基准年, 通过绿色设计和绿色制造打造绿色低碳产品, 引领绿色低碳生活, 最终于 2050 年前实现上海家化全价值链碳中和。

减少物流运输与仓储的碳排放是全价值链减碳的重要环节。2021 年, 公司重点关注与优化物流运输及仓储环节的碳排放, 制定涵盖自有仓储物流以及租赁仓储物流的温室气体减排目标及行动计划, 从物流运输管理、仓储环节管理、供应商提升计划三大方面采取行动。同时, 公司建立了管理监测指标, 统计并分析物流车辆、仓库产生的碳排放量, 以评估公司应对气候变化管理绩效水平和目标达成情况, 制定改进方案。



▷ 2021 年温室气体排放量绩效表



1. 范围一和范围二温室气体排放量涵盖公司总部、研发职场及跨越工厂、海南工厂、汉利工厂、家化生物科技的数据, 不含汤美星及以投资控股、销售管理等为主营业务的附属公司。

2. 温室气体排放总量等于范围一加范围二温室气体排放量。

社会篇

我们真诚关心消费者、员工和社区。我们与上海家化优秀的员工和可靠供应商携手并肩，为创建一个更加美好的社会不懈努力。



产品与客户责任

秉承匠心精神和创新态度，上海家化始终以消费者为中心，全力打造行业领先的产品和服务。公司高度重视研发创新、产品质量、用户权益，以卓越品质和贴心服务持续为每一名消费者带来优质产品与服务体验。

产品创新研发

上海家化高度重视产品创新研发，成立科创中心推动公司持续创新发展。公司的科创中心拥有前沿性研究、产品开发和项目支持三大部分。其中前沿性研究包含基础科学研究和功效活性物两大板块的研究能力，产品开发含原料研究开发、配方研究开发、工艺技术、包装设计等；项目支持涵盖法规和项目管理。2021 年，公司在研发端投入 1.73 亿元资金，占营业收入比例 2.27%。

上海家化依托全流程的项目管理和整链式研发模式，以消费者为中心，用匠心打造致美的产品和服务，公司从基础研究，应用创新以及产品价值塑造三个维度实现科技赋能。在基础研究维度，公司建立医研共创、中医中草药、细胞生物、AI 定制化、安全评价、功效筛选、包装设计以及美容仪器 8 大基础平台和 1 个开放式科研网络，深化前沿研究，加速技术转化落地；在应用创新维度，依托产业链上下游的优势以及现代科学技术手段，从原料、配方、工艺、包装进行一系列的创新。在产品价值塑造维度，对标国际最顶尖的产品，通过 TMIC¹ 白瓶测试进行多维度验证确保上市的成功率；将晦涩难懂的科技语言转化成消费者可以感知的语言，进行消费者触达。

在加强内部研发的同时，公司与原料供应商、医院、高校、检测机构、行业协会以及政府机构紧密合作，支持公司在基础前沿研究、安全和功效测试、产品开发、产品注册备案、国家行业 / 团体标准制定等方面保持行业领先水平。其中，公司积极参与《化妆品监督管理条例》的制定工作，并持续推进相关标准的制定和修订，涉及功效检测、安全评估、原料和 / 或成品检测、数字化转型等，为高标准法规建设贡献力量。





1. 天猫新品创新中心 (Tmall Innovation Center, 简称 TMIC)

2021 年,公司和全球原料领先企业巴斯夫签订了科技创新框架协议,在可持续发展、功效活性物及新剂型、中医中草药现代化、功效机理可视化、数字化智能设备等方面开展深入合作。此外,公司与包括清华大学、华东师范大学等全国具有代表性的院校、有影响力的企事业单位、社会组织、行业商协会和科研院所等 33 家机构联合发起成立皮肤健康产业中国科技联盟,共同推动推动我国皮肤健康产业的高质量发展。在安全评估和功效筛选平台方面,上海家化与上海市食药检院建立联合实验室,将共同推进特色原料以及检测方法标准的建立,从而提升化妆品行业健康有序发展。

▷ 上海家化科创中心

 <p>中心资质</p> <ul style="list-style-type: none"> • 国家级企业技术中心 • 国家级工业设计中心 • 博士后科研工作站 • 生态(绿色)设计示范企业 • 佰草集中草药研究所 • 启初婴幼儿个人护理研究中心 • 汤美星中英联合实验室 	 <p>涵盖三大科研关键环节</p> <ul style="list-style-type: none"> • 消费者需求 • 多平台技术 • 项目全流程管理 	 <p>拥有八大基础平台</p> <ul style="list-style-type: none"> • 医研共创 • 中医中草药 • 细胞生物 • 安全评价 • 功效筛选 • 包装设计 • AI 定制化 • 美容仪器
---	--	--

 <p>科研人员</p> <ul style="list-style-type: none"> • 科研人员数量 200+ 人 • 其中硕士以上学历员工占比近 30% • 博士学历员工占比超过 5% 	 <p>专业领域</p> <ul style="list-style-type: none"> • 消费者研究 • 中国美学研究 • 皮肤学 • 药理学 • 中药学 • 微生物学 • 应用化学 • 细胞生物学 • 生物工程 • 工业设计等
--	---

▷ 创新研发亮点绩效

- 截止报告期末,累计授权有效专利 **374** 项,其中发明专利 **89** 项,实用新型专利 **20** 项,外观设计专利 **265** 项;报告期内,新提交专利 82 项,同比增长 68%
- 其中发明专利 **36** 项 (PCT¹ **5** 项), 实用新型专利 **8** 项、外观设计专利 **38** 项
- 报告期内,参与 **5** 项国标或行标的制定,参与发布或制定 **19** 项团标或地标,同比增长 **280%**,涉及功效检测、安全评估、原料和 / 或成品检测、数字化转型等
- 报告期内,在行业主流期刊上发表论文 **21** 篇,其中《中草药复合物生物转化及其在微生态方面的研究》获 IFSCC2021 年度中国区优秀论文奖,《一种基于中医五行学说的中草药功效活性物的开发和应用》获得了 2021 年度中国轻工业联合会科技进步三等奖
- 报告期内,获得 APD 亚洲包装设计大赛银奖和优秀奖,长三角工艺美术精品展一金两银奖,上海设计 100+ 等国际、国内设计奖项

化学品安全

公司在新产品研发时对每个原料进行安全性评估,基于严格筛选的在库原料,或经检验后符合标准的新原料,根据项目目标来设计并开发配方,以充分确保配方在各方面的性能符合消费者的使用要求。

公司产品成分严格遵守法规底线,不使用任何禁用成分,禁用成分包含但不限于《化妆品安全技术规范 2015》表 1 和表 2 所列出 1,000 多种禁用组分或者植(动)物组分,例如苯、双酚 A、氢醌,抗生素类、雌激素类、石棉、二噁烷、甲醇、铅砷汞镉等重金属等²。

公司在新产品研发中,不断减少或禁用有争议的成分。公司参考国内及国际的相关标准及要求,禁止有争议的防腐剂如甲醛释放体、卡松 CG、MIT 类防腐剂在个人护理新产品中使用,同时对于使用了这些防腐剂的配方制定逐步升级计划,持续减少此类防腐剂的使用。

▷ 公司所参考的重要化学品安全标准(部分)

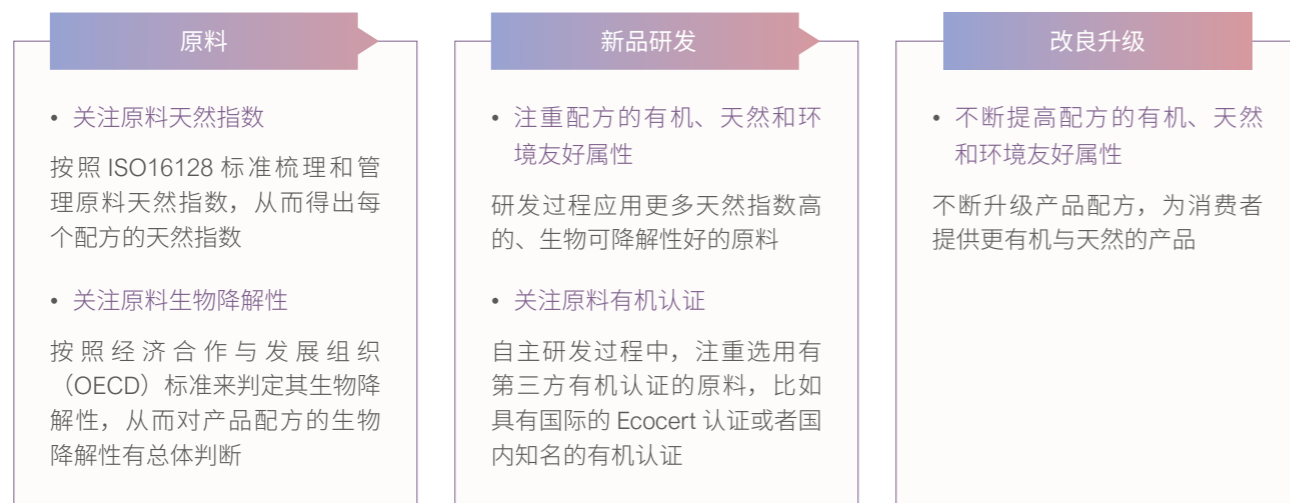
- 中国《化妆品安全技术规范 2015》
- 欧盟 Regulation (EC) No 1223/2009 of the European Parliament and of the Council of 30 November 2009 on cosmetic products
- 美国《化妆品成分评估》(Cosmetic Ingredient Review, CIR)
- 欧盟消费者安全科学委员会 (Scientific Committee on Consumer Safety, SCCS) 相关法规要求

1. Patent Cooperation Treaty
 2. 以上所列成分公司不会主动添加在化妆品中,可能会因为非故意因素存在于化妆品成品中,如来源于天然或合成原料中的杂质,来源于包装材料,或来源于产品的生产或储存等过程中。在符合国家强制性规定的生产条件下,如果禁用组分的存在在技术上是不可避免的,公司会对化妆品产品做安全性评估,以保障公司产品在正常的,或可合理预见的使用条件下对人体不会产生危害。

提升原料天然属性

为了确保产品原料的天然属性，上海家化从原料的生命周期出发，明确绿色原料的部分关键指标：来源和生物降解性。在绿色化学 12 原则的指导下，公司根据 ISO16128 来梳理和管理原料的天然指数，并明确每个配方的天然指数。此外，公司根据经济合作与发展组织发布的（OECD 301/302）标准来评定原料的生物降解性，明确产品配方的生物降解性情况。在新品开发设计中，我们注重应用更多天然指数高的、生物可降解性好的原料，让公司产品的配方更有机、天然和具有良好的环境友好性。

▷ 提升产品天然有机属性的部分措施



▷ 在天然有机探索过程中，我们所参考的部分标准

- 绿色化学 12 原则
- 摇篮到摇篮认证（Cradle to Cradle certification）
- ISO 16128 1/2 国际天然和有机化妆品标准化（Guidelines on technical definitions and criteria for natural and organic cosmetic ingredients and products - Part 1: Definitions for ingredients; Part 2 Criteria for ingredients and products）
- OECD 301/302 Ready Biodegradability/Inherent Biodegradability

开发天然功效活性物

公司建立了提取与功效快速反馈的双向提升研究模式，结合最新生物医药和美妆研究趋势与动态，借助各种现代多种生物学手段，对美容功效机理进行探究，研发具有自主知识产权的天然功效活性物。在获得具有自主知识产权的功效活性物的同时，上海家化多年来一直保持与家化生物科技公司紧密合作，面向上海家化所有品牌，进行系统性的自主功效活性物的定向研发与生产。

为深入自主功效活性物的开发、研究和中国文化 / 中草药美容的创新应用，公司聚集中医药、植物学、细胞分子生物学等专业领域学科的人才成立了“功效活性物研究中心”。中心拥有多种高新植物提取技术，包括超声萃取、大孔吸附树脂分离、生物发酵等，通过现代化的新型提取技术，最大化改善颜色气味，最大化获取有效成分，提升自主功效活性物的性能。经过多年的专注与积累，公司已经成功打造出上海家化所特有的中医中草药美容 / 自主功效活性物开发的整体研究模式。

产品品质控制

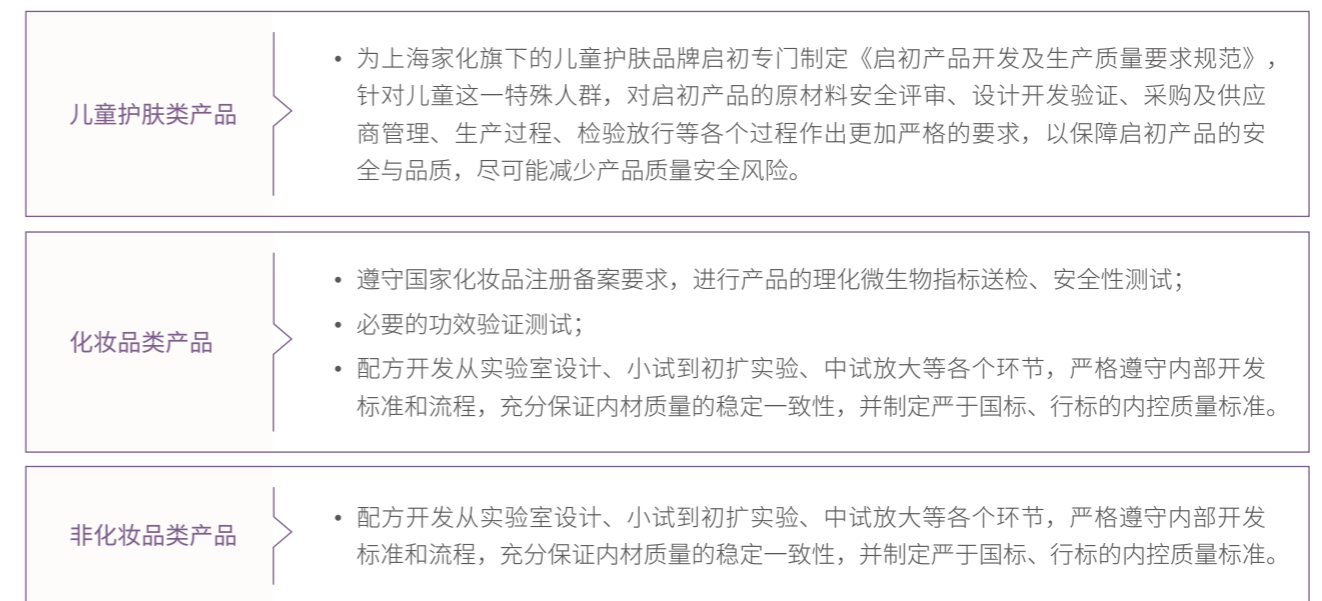
上海家化严格遵守《化妆品监督管理条例》（以下简称“《条例》”）及相关配套法律法规，建立了一整套从原材料到成品、从设计开发到消费者使用的全过程产品质量保证体系，确保公司的产品质量和生产过程满足国家法律法规和标准的要求，确保产品的安全性、有效性、使用性和稳定性达到消费者的需求和期望。公司质量管理通过了 ISO9001 质量管理体系标准及 ISO22716 & CGMP-US 化妆品良好生产规范指南的认证。

2021 年是新《化妆品监督管理条例》的法规元年，公司成立了专项工作小组应对新法规带来的机遇与挑战，并于每双周召开专题法规会议和多个分品牌专题法规会议推进《条例》在各部门的落地实施。公司先后组织了新规相关的培训场次余 10 次，培训人数近 200 人次，覆盖研发部、市场部、供应链等部门。

产品开发阶段

在产品开发阶段，我们制定了不同类别产品开发的质量控制要求，关键品质控制环节包含原材料质量安全审查评估、原材料标准制定，以及配方稳定性、防腐挑战试验、安全评估、功效测试、生产工艺验证等。

▷ 不同类别产品开发的控制要求



在原材料管控方面，公司明确要求任何新原料的使用、配方的变更、原材料货源的变更等，都要经过相关人员的检测、验证和评估，以最大程度地保证产品的安全性。

在产品安全测试方面，我们建立了严格的闭环式安全评估体系，保障产品安全与功效卓越。上海家化从 2003 年开始在研发环节关注开发非动物测试方法的，目前已经建立了涵盖皮肤刺激、眼刺激、皮肤致敏、皮肤刺痛等多种方法的开发，为研发环节原料和产品的安全性筛选提供强大支持。

在既有的安全评估方法基础上，上海家化也一直在尝试突破和创新。比如，为进一步提升产品的使用体验，弥补急性眼刺激性测试的局限性，上海家化科研团队建立了瞬时受体电位香草酸亚型 1（又称辣椒素受体，transient receptor potential vanilloid type 1, TRPV1）激活试验：即利用 TRPV1 受体的激活机制，模拟人眼角膜痛觉相关神经元感受疼痛的过程而构建的可以预测疼痛刺激的神经细胞模型，可将痛觉感受信号进行可视化。

▷ 产品安全评估体系



产品生产阶段

在产品生产阶段，我们建立完善的生产管理标准和制度，并对原材料、生产过程和产品出厂等环节进行严格的质量控制，对不合格品按照处理规程处理。

▷ 产品生产控制体系

建立完善的生产管理标准	生产检验	不合格品管理
<ul style="list-style-type: none"> 根据法规要求，合理设置组织机构、配备各级生产质量技术人员并通过培训使其满足岗位要求； 对生产设施设备建立维护保养及清洗消毒制度并按制度执行； 与各受托方签订委托生产合同及质量协议，并建立制度对受托方进行日常监督管理，确保委托生产产品的质量安全符合要求。 	<ul style="list-style-type: none"> 按标准及检验规程对每批原材料实施进货检验控制并对供应商进行审核评估管理； 对生产环境及工艺用水定期监测； 每批产品严格按注册备案资料载明的技术要求进行生产和检验控制并对批记录审批后实施产品放行。 	<ul style="list-style-type: none"> 对不合格品及过期物料产品建立处理规程进行管控。

产品上市后

公司制定了化妆品不良反应监测制度，通过门店投诉、热线电话、线上投诉、舆情监控等各种途径主动全面收集消费者不良反应反馈信息，按要求上报国家监管系统，并对不良反应进行评价和分析，采取适当的风险控制措施，保障消费者健康。

对已进入流通渠道的，因质量缺陷或其他原因可能危害人体健康安全，或明显违反法律法规的批次性产品，立即停止销售，并根据《产品召回流程》召回公司妥善处理，以保护客户及消费者的利益，并符合法律法规要求。若当年没有发生实际的产品召回，则每年按照流程规定，进行一次模拟召回。

▷ 产品召回流程



2021 年，公司模拟召回编号为 09098 的美加净水润保湿防晒乳 50ml，覆盖各级经销商和经营部库存产品，数量共计 9,120 瓶，均已按规定时间完成了模拟召回。

2021 年，公司未出现已售或已运送产品中因安全与健康理由而须回收的产品，在产品和服务的健康与安全方面未发生违法违规事件。

提供品质服务

上海家化高度重视客户权益保障以及产品的售后服务,以“顾客满意”和“高效处理顾客问题”为目标,为客户提供品质服务。

客户权益保障

公司成立了专门的产品热线团队,制定了覆盖线上、线下各个渠道,涉及质量、安全、法律法规等各方面问题的投诉处理流程,对于各类客户投诉采取针对性的处理方式,确保投诉处理得当。

▷ 客户投诉处理方式

投诉类型	处理方式
一般问题投诉	授权一线人员快速处理
严重问题、法律法规专业问题投诉	专业部门进行快速有效的分析和处理,并深入分析原因、采取预防措施
有重大影响的批次性问题投诉	及时上报公司领导,妥善处置,必要时进行产品召回

客户隐私保护

上海家化重视客户隐私保护,在赋能公司数字化转型过程中,不断提升公司信息化管理水平,切实保护消费者隐私。公司严格遵守《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国数据安全法》等法律法规,由法务部、信息安全部门、内控管理部门等部门共同负责公司信息安全的统筹管理,确保数据安全及消费者隐私安全。

公司制定了《个人信息与隐私保护政策》《信息安全规范(个人版)》《上海家化数据库管理制度》。2021年,公司针对消费者隐私及个人数据,出台了《消费者隐私保护政策》,并着力推进数据治理项目,构建数据安全保护平台。对于保存有消费者隐私数据的系统,公司按照国家法律规定,大力推进网络安全等级保护三级评审,保障消费者隐私数据安全。目前,公司官网已经通过网络安全等级保护二级评审。

此外,为了提高公司全员信息安全意识,上海家化信息安全部门每年都会组织一系列以信息安全为主题的培训,例如信息安全学霸养成记、新入职员工的信息安全培训等。

2021年,公司未发生数据安全和隐私保护方面的违规事件和诉讼案件。



供应链责任

上海家化高度重视供应链管理,持续推进可持续采购,通过与供应商等合作伙伴密切沟通、通力协作,建立了良好的合作伙伴关系,共同为可持续未来提供助力。

供应商管理与审核

上海家化供应商主要包括原材料供应商,以及促销品道具类和媒体类等间接供应商。公司制定了《原材料供应商绩效考核管理制度》《间采媒采供应商生命周期管理制度》《材料供应商绩效考核管理制度》等供应商管理及考核制度文件,确保供应商符合公司要求。

▷ 上海家化主要供应商

供应商类别	主要采购内容
原材料供应商	原料、包装
间采媒采供应商	实物类(道具、灯片、印品、礼品等)、市场调研、研发与检测服务、差旅和会议、信息服务、物流、设施服务、媒体

公司针对重要供应商开展年度考核,每三年对所有供应商完成一次全面考核,包括:

- 工艺、材料绿色环保指标:根据产品、工艺使用环保材料的使用情况进行评分
- 环保资质指标:根据供应商是否具有环保资质证明、污染物处理流程和设备的情况进行评分
- 温室气体排放指标:公司将温室气体排放情况纳入新的原辅材料供应商选择的考虑因素。我们在新供应商准入时收集评估其温室气体排放或能源管理水平,并据此作为我们评估新供应商的依据之一

可持续采购

作为日化企业,我们深知我们的采购行为与环境、社会息息相关,尤其对于森林、生物多样性、气候变化、劳工权益都有深刻的影响。上海家化坚持绿色采购理念,2021年,公司制定了《上海家化可持续采购政策》(点击链接阅读制度原文),将可持续发展原则融入供应商管理和审核,持续完善可持续采购流程,努力降低因采购带来的环境和社会影响,并确保符合商业道德。



上海家化可持续采购原则

1. 合法、诚信地开展业务

供应商应遵守其经营所在国家和地区的所有法律法规，诚信合规经营。

2. 恪守商业道德

供应商应诚信自律，在业务过程中杜绝任何形式的商业行贿及任何不正当商业竞争行为。

3. 产品质量和责任性创新

供应商应按照相关合同文件规定的规格、质量和安全标准，交付产品和服务，安全地用于预期用途。研发应以负责任的态度开展，以普遍接受的科学、技术和社会道德准则为本。

4. 平等对待所有员工，尊重保障员工权益

供应商所有员工都应该得到尊重和尊严。员工不因其国籍、地域、肤色、民族、宗教、年龄、婚姻状况或残疾等非工作因素受到歧视或差别待遇，禁止雇佣童工或强制劳工。

5. 所有员工的健康和安全在工作中都受到保护

供应商应提供健康安全的工作场所，避免发生因工引起的事故或伤害。

6. 业务开展包含可持续性，不断降低环境影响

供应商应促进可持续性发展实践，制定环境管理制度和程序，并不断降低其环境影响：减少废弃物的产生，降低温室气体排放，减少耗水和能源使用。

7. 坚持绿色采购原则

我们将坚持绿色采购的理念，持续采购和使用节能、节水、节材等有利于环境保护的原材料、产品和服务。

公司将可持续发展原则纳入可持续采购关注领域，并做了具体细化。此外，公司积极向员工、供应商等利益相关方传达公司可持续采购理念及政策，为其提供培训及指引，持续推动公司可持续采购工作，促进构建绿色供应链。

▷ 可持续采购关注领域及具体内容

关注领域	具体内容
 环境	<ul style="list-style-type: none"> 考虑产品及服务在整个生命周期内造成的环境影响。 优先采购使用回收材料制作的包材及使用绿色来源的原料。 我们优先采购可持续认证的原材料并逐步提高采购量，例如可持续棕榈油（RSPO）认证的棕榈油。 优先选择采用国际认可的环境管理体系的原辅材料供应商，例如：ISO 14001 环境管理体系。 将温室气体排放情况纳入新的原辅材料供应商选择的考虑因素。我们在新供应商准入时收集评估其温室气体排放或能源管理水平，并据此作为我们评估新供应商的依据之一。 鼓励供应商不断提高环境管理水平，鼓励供应商环境绩效透明，鼓励供应商对外发布可持续发展承诺。
 社会	<ul style="list-style-type: none"> 要求供应商为员工提供平等机会，在招聘、晋升、解聘等各个环节坚持公平用工，不因年龄、性别、籍贯、宗教信仰、婚姻状况等歧视或者差别待遇员工。 要求供应商必须为其员工提供健康和安全的工作环境。我们将优先选择采用国际认可的管理体系的供应商，例如：OHSAS 18001 健康与安全管理体系。 寻求机会向支持当地经济及 / 或弱势社群的不同供货商采购。
 治理	<ul style="list-style-type: none"> 制定供应商反贪污政策，鼓励供应商廉洁自律，杜绝任何违反商业道德的行为。 为供应商开放畅通的检举途径，鼓励对违反商业道德行为、反贪污行为的检举。举报邮箱（jubao@jahwa.com.cn）。 将供应商纳入《检举人保护制度》，在受理、登记、保管、调查等各个环节，对检举人的个人信息及检举人提供的所有举报资料均严格保密。

员工责任





上海家化将员工视为企业宝贵的财富，努力为员工打造有温度的职场环境。公司在员工雇佣、健康安全与发展各个方面均给予高度重视，为所有员工提供平等、安全的工作环境，以及多样化的沟通渠道，不断优化人力资源管理，鼓励员工发展，为员工打造能够大展身手的广阔平台。

员工权益与福利

合规雇佣与多元化

上海家化深知员工是企业可持续发展的基石，保障员工权益、为员工打造安心健康的职场环境是公司的责任和义务。公司遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《职工带薪年休假条例》《女职工劳动保护特别规定》等法律法规，全力保障员工权益。我们在招聘及工作中坚持多元平等公开的原则，不因种族、性别、年龄、婚姻状况或宗教信仰等原因歧视任何人。2021 年公司未发生任何违规用工事件。

员工权益保障措施及相关制度

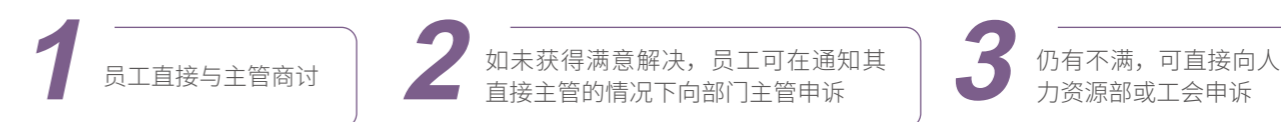
	权益保障措施	相关制度
 招聘	<ul style="list-style-type: none"> 录用原则：公开、平等、无歧视 童工：将年满 18 周作为录用条件，杜绝雇佣童工 强制劳工：限制加班、按时记录考勤、检查工作强度，禁止强制劳动 	《员工手册》
 解聘	<ul style="list-style-type: none"> 与员工平等协商后解除劳动合同 	《员工手册》
 工时与休假	<ul style="list-style-type: none"> 工时：标准工时、为每周 40 小时；执行不定时工时和综合工时制的员工可以根据情况调整工作时间 休假：带薪休年假、婚假、丧假、产假等国家规定的假期 	《员工手册》 《职业健康安全管理制度》
 薪酬	<ul style="list-style-type: none"> 员工的工作内容、岗位职级、工作表现、员工潜力和劳动市场等是决定员工薪资的主要依据 	《员工手册》

员工沟通与反馈

上海家化设立专用邮箱、专用热线、员工服务中心，提供 7×24 小时服务，打破时间和地域限制，方便员工随时随地进行政策制度咨询和沟通，有效防止用工矛盾。此外，公司为员工提供全员沟通会、工会和职工代表大会等多种渠道，充分保障员工参与民主选举、民主决策、民主管理和民主监督的权利，支持员工自由表达，维护企业与员工和谐稳定的关系。

公司在《员工手册》中明确了员工申诉有关方式，若员工有不满或受到不公平待遇，可采取逐级上报申诉途径，保障员工合法权益。

上海家化员工申诉制度概览



关心员工福祉

上海家化员工关怀有关工作由公司工会负责，公司建立了困难员工帮扶机制，女性员工关怀等有关机制，并为员工提供商业保险、生日会、餐饮补贴、交通补贴等多种补贴和福利。

困难员工帮扶	员工福利	女性员工关怀
<ul style="list-style-type: none"> 对家庭困难的员工进行慰问，全年帮困员工 10 人。 慰问生病住院、生育等员工 300 余人次。慰问献血员工 59 人次。 对患重大病员工上门探望沟通，安慰缓解员工心理，总计 3 人。 	<ul style="list-style-type: none"> 每逢春节、端午、中秋传统节日，组织对工会会员进行慰问，发放春节大礼包，粽子、月饼等生活必需品，惠及员工 6,600 余人次。 高温季节，慰问高温岗位员工 600 余人。 参加市总会在职工住院补充保险及平安商业保险。 	<ul style="list-style-type: none"> 组织三八妇女节，女性员工慰问，女员工生育给与探望慰问。 历年三八妇女节，组织员工参观、组织健康讲座等活动；2021 年因疫情原因未能进行。

职业健康与安全

上海家化高度重视员工职业健康与安全,通过职业病危害预防控制、安全培训、定期体检等方式,全力守护员工健康与安全。

职业健康

上海家化涉及职业病风险的岗位主要包括配制车间、包装车间、动力设施岗位、实验室,公司均采用对应措施进行防范。

风险岗位	风险因素	防范设备
配制车间	其他粉尘、氢氧化钾	防尘口罩、防护手套、护目镜/面屏、防化服、安全鞋
包装车间	丁酮	防护口罩、护目镜、防护手套
动力设施	噪音、氢氧化钠、次氯酸钠、亚硫酸氢钠	耳塞、护目镜、防护手套、防护口罩、防化服、安全鞋
实验室	氢氧化钠、盐酸、甲醇、乙腈、四氢呋喃、三氯甲烷	防护口罩、防护手套、护目镜、安全鞋

上海家化严格遵守《中华人民共和国职业病防治法》《职业病危害项目申报管理办法》等相关法律法规,并制定了《职业健康安全管理制度》。公司从工程性预防控制、管理性预防控制、个人保护性预防控制三个方面开展职业危害防护工作,保障员工职业健康安全。



▷ 上海家化职业危害防护措施

工程性预防控制

完善通风系统

- 完善厂区周围通风系统,为密闭的厂房提供新鲜空气。定期对通风系统进行保养,每年更换进风口的过滤袋。

完善除尘系统

- 为避免粉尘生产过程中散发到工作环境中,所有可能产生粉尘的设备上都应安装吸尘装置。

设立员工休息室及浴室

- 为员工创造良好的休息环境。



管理性预防控制

加大经费投入

- 必要的经费投入是做好企业职业健康工作的保障。

职业危害因素评估

- 由职业健康安全管理委员会审核小组对相关危害源进行评估,并根据危害程度进行相应分类标识。

标识和告知

- 在可能存在职业危害因素的场所和岗位设立警示标识牌;
- 新进员工开展职业健康培训。

开展职业体检

- 所有的新进员工均进行体检,其中操作员工由具有资质的医疗机构进行职业健康体检;
- 对在岗员工进行定期职业健康体检;
- 建立健全员工的健康监护档案。

个人保护性预防控制

正确配备和使用劳防用品

- 为每个岗位制定劳动防护用品的发放标准,每位新进操作员工在进行导向培训时,都必须进行正确佩戴劳防用品的培训,公司定期检查操作员工防护用品的使用情况。

督促员工养成良好的个人卫生习惯。



此外，公司常设医务室，为员工提供基础问诊和药品服务；不定期安排健康知识宣传、理疗按摩等员工活动，提升员工在职业健康与安全方面的专业知识和保护意识。

安全生产

上海家化坚持“预防为主、防治结合”的管理方针，建立了完善的权责分明、分工明确的 EHS 管理体系。EHS 委员会负责上海家化安全生产工作，各部门对发生的各类事件及时汇报 EHS 委员会，并制定相对应的预防措施。公司近三年未发生安全生产事件。

上海家化高度重视职业健康与安全培训工作，公司制定《员工手册》，明确要求员工自觉接受安全生产教育培训，掌握工作所需安全生产知识，以增强事故预防和应急处理能力。

▷ 主要安全培训活动



同时，公司每年年初各部门组织对本部门各岗位危险源进行辨识，针对中高风险危险源将会制定工程类、管理类预防措施，以此降低其安全风险，保证员工生命和公司财产安全。

2021 年，公司以安全故事大赛的创新形式，将安全生产知识以案例形式呈现在员工面前，让员工们进一步加强了安全、健康与环保意识。截至 2021 年 12 月底，公司安全培训共计开展 24,598 余课时，覆盖 7,573 人。

员工培训与发展

上海家化将人才发展作为公司人力资源的重要战略之一，高度重视人才的培养和选拔，致力于组织能力和员工能力的共同提升，让员工与企业共同成长、相互成就。

员工考核与晋升

公司积极为员工提供良好的职业发展平台，充分给予员工全方位评估及展示自我能力的空间。2021 年，公司制定了《2021 年员工晋级、干部晋升规则》，依据员工任职年限、个人考核、公司评优等情况，通过晋升提名、360°访谈、360°测评、工作述职、命题汇报、评审团多对一交互、高管面谈等多环节审核与评估，给予员工晋级、干部晋升的发展通道。

员工培训

上海家化设立学习发展部，围绕企业文化价值观、公司战略目标，在核心组织能力和人才发展战略的指导下，根据业务发展及员工能力发展实际需求，通过提供多样化且有效的学习与发展解决方案，帮助组织能力和员工能力的提升。

▷ 上海家化职业培训体系

内部培训

依据公司学习体系，结合各部门业务和员工能力的发展需求，由公司内部组织开展的提高员工通用管理技能和专业技能等各类线上线下培训。

外部培训

基于业务发展和能力提升的需求，员工参加外部机构组织实施的短期培训。

学历教育

由公司选送优秀的管理和技术人员参加正规国内外高校及商学院开设的课程班，涵盖专业硕士、专业博士、MBA 以及 EMBA。

上岗证培训

员工自行报名并参加由政府机构或具备资质的培训机构组织的上岗证考证或继续教育培训。

职业资格考试

员工为提升与工作岗位相关的职业技能，在外部机构参加与该职业技能相关的考证培训并获得正规机构授予的职业资格证书。

2021 年度，公司针对今年重点的 51 位优质毕业生设计为期一年的管培生培养项目，为管理培训生们提供 12 门内部专业课程、2 门外部专业课程，以及 5 门线上管理课程加 2 门线下的管理课程，促进员工发展。

社区责任

上海家化重视社区沟通,秉承“因美而生,向善而行”的理念,公司坚持回馈社会,在乡村振兴和共同富裕、防疫救灾、生态环保等公益领域持续发力,为美好社会贡献力量。

我们的公益成果



助力乡村振兴

上海家化积极投身国家脱贫攻坚和乡村振兴建设。2021 年,我们的乡村振兴建设行动包括:

- 与中国福利会少年宫共同发起“小伙伴云南文山学生手拉手交流援助活动”,向云南省文山市乡村振兴局、追栗街中心学校捐赠了一批爱心物资,包括六神花露水、六神艾叶抑菌洗手液、家安酵素净护洗衣液等,用于改善当地贫困青少年和儿童的卫生健康和成长环境。
- 通过中国香料香精化妆品工业协会,为贵州多地山区少数民族和贫困学生捐赠 200 套爱心书包。
- 通过中国扶贫基金会,向云南玉龙县妇幼保健院捐赠七千余件价值 74 万的产品,为乡村振兴提供助力。

坚持回馈社会

上海家化坚持回馈社会,积极开展各类社区公益活动和慈善捐赠,努力传递健康与关爱。

▷ 2021 年上海家化社会公益行动

紧急救援	<ul style="list-style-type: none"> • 通过中国青少年发展基金会和中国儿童少年基金会向河南水灾受灾地区捐赠救灾防疫物资产品近 6 万件,捐赠价值逾 126 万元。
关爱女性与青少年	<ul style="list-style-type: none"> • 国际护士节,通过上海慈善基金会向数千名医护工作者送去了六神花露水、佰草集面膜、美加净护手霜等护理产品,总计捐赠 25,000 件,零售价值近 64 万元。 • 通过青少年发展基金会支援河北、吉林、陕西等地新冠肺炎疫情防控工作,捐赠产品价值总计近百万元。
关爱弱势群体	<ul style="list-style-type: none"> • 在员工家庭日举行自闭症儿童手工作品爱心义卖,并向上海展翼儿童培智服务中心捐赠价值 2 万元的产品。 • 支持世界早产儿关爱日的公益项目,通过上海慈善基金会向上海三所医院捐赠 1,500 份产品。 • 向全国各地的救助管理站捐赠了相关生活用品,累计捐赠价值超 3 万元。

积极开展社区沟通

公司重视对经营所在地的环境影响,以及与所在地社区的良好沟通关系,将每年 6 月定为环境健康月,通过举办一系列环保主题活动,促进所在地环境保护,助力社区沟通。

2021 年,公司召集工厂员工开启“河流域生态保护·太浦河溯源”活动。太浦河是上海家化跨越工厂主要的供水源头,也是上海的水源地之一。公司员工在本次活动中分工协作,清理沿河的垃圾、漂浮物、烟头落叶等垃圾,用行动守护太浦河。

02

我们的可持续发展贡献

在注重 ESG 管理的基础上，我们关心全社会的可持续发展。我们不断追求更高标准和更好的表现，为消费者创造至美的产品，努力保护我们共同的绿色星球，并与各方一道共建美好未来。

DEDICATED TO BEAUTY

尽善之心，追求至美的产品服务

随着时代的不断发展，消费者对于个人护理产品的安全健康属性有了更高的追求。作为中国美妆日化行业历史悠久的民族企业之一，上海家化在将中国美带给全世界的征程中也面临着不断提升自我的需求。

新时代，如何在保持国潮本色的基础上回应消费者的诉求成为新的挑战。我们以科研能力为基石，挖掘中国传统中草药这座“宝库”，通过源源不断的创新为消费者打造更安全、更健康的产品，让国潮焕发新的神采。

探索天然成分，追求更健康之美

随着现代化学工业的蓬勃发展，化学成分在人类的健康生活中扮演着越来越重要的角色。不安全的化学品成分可能会为消费者的肌肤带来额外的负担，影响消费者的皮肤健康。自然孕育万物。近年来，天然健康的美丽理念也日渐走进大众的视野。

我们相信天然成分中蕴藏着无数待发掘的奥秘。虽然天然成分并不一定是安全的代名词——事实上，并不是所有的天然成分均可使用，有时它可能成为皮肤的过敏源。但我们理性看待“天然成分”概念的同时，也从未停下探索的脚步，致力于为消费者寻找功效更卓越、更安全的天然活性成分。



从中草药中寻找解锁健康肌肤的密钥

案例

中国的本草文化历史悠久、传承千年，融合着植物学、动物学、化学等多学科知识。从华夏上下五千年的历史中，我们常常可以发现美容方剂的身影。中草药原料也凭借天然来源、性能温和、刺激性小、不良反应小等特性成为更安全健康的选择。上海家化从传统中草药、天然草本植物中寻找灵感，不断研究和挖掘天然原料的独特功效，孕育出独家的创新产品。

上海家化功效活性物研究中心，集合了中医药、植物学、细胞分子生物学等多领域学科的博士硕士人才。经过多年的专注与积累，研究中心已经成功打造出上海家化所特有的中医中草药美容及自主功效活性物开发的整体研究模式。

功效活性研究中心

寻找更安心更卓效的活性成分

建立提取与功效快速反馈的双向提升研究模式，借助各种现代多种生物学手段，对美容功效机理研究进行探究，研发具有自主知识产权的天然功效活性物。

研究现代创新提取技术

拥有 8 大现代植物提取技术，包括超声萃取、大孔树脂分离、生物发酵等。通过现代化的新型提取技术，以“两个最大化”¹ 原则为指导，提升自主功效活性物的性能。

探索理论的创新应用

以消费者为中心，根植东方文化、中医药和天然植物理念的理论创新，打造新颖、年轻、时尚的产品。

截至 2021 年 12 月，上海家化

自主研发中草药功效活性物

近 **300** 种

申请天然功效活性物² 相关专利申请

81 项，其中 PCT 申请 **12** 项

发表天然功效活性物相关论文

60 余篇

天然功效活性物相关技术秘密

1 项

天然功效活性物相关授权专利

40 项，其中 PCT 申请 **8** 项

天然功效活性物相关研究成果获得行业内各奖项

6 余项

上海家化在天然植物成分方面的探索已初见成效，我们已打造了诸多以草本与天然为主要理念的品牌，并推出了一系列有代表性的草本天然产品。

1. “两个最大化”原则是指在植物提取过程中，用各种技术手段最大化祛除对配方有影响的成分，最大化保留有效成分。

2. 本报告中所述天然功效活性物是指天然功效活性成分或物，包括但不限于来源于中草药、天然植物、天然菌类等的功效活性物或成分。

▷ 上海家化旗下 草本与天然理念的品牌

护肤品牌



经典产品：佰草集太极肌源修护精华水

基于 2017 诺贝尔奖研究的生物钟科技的原理，上海家化将中国传统美容理论以及草本药植物研究积累与现代科技和工艺相结合，利用植物成分水解酶工艺和植物细胞培养工艺制备更绿色、更高效的活性物乌药精华和白牡丹精粹，添加在佰草集太极肌源修护精华水中，产品配方天然指数¹90% 以上，不添加酒精、香精、尼泊金酯类防腐剂等对肌肤有害的物质。



经典产品：玉泽皮肤屏障修护身体乳

玉泽联合瑞金医院权威皮肤科医生创新研发 PBS 皮肤屏障修护技术（植物仿生脂质技术），精选多种天然植物油脂，通过成分、结构、配比三重仿生，快速修护皮肤屏障，并能激活 PPAR 受体，促进人体皮肤自动生成神经酰胺，从而促进皮肤屏障自我修护，重建肌肤自愈力。该产品配方天然指数²90% 以上。



经典产品：美加净酵米焕活微凝珠精华

美加净坚持“天然养肤，养本真之美”的理念，从天然食养原料中发掘平凡之物的不凡功效，辅以现代科技，带来无负担、更滋养的护肤功效，让每一位大众女性焕发清新自然、温柔亲和的本真之美。

20 年以米养肤推出酵米焕活保湿系列，以天然纯米的自然发酵，给予肌肤匠心的呵护。以米养肤，养出润米肌，28 天，提升肌肤年轻力，酵醒中国女性的不凡本真之美。



个护家清品牌



经典产品：六神菁萃系列沐浴露

六神菁萃系列致力为中国消费者提供鲜活草本护理方案，从而高效解决个人护理与肌肤护理问题。从中国草本智慧中汲取灵感，萃炼人参、艾叶、甘草等活性菁萃，并添加六神原液，为肌肤注入满满元气能量，养护肌肤屏障，强韧肤质，同时滋润焕活，改善干燥、晦暗无光等肌肤问题，温和洁净易冲洗。



母婴品牌



经典产品：启初婴儿多效倍润面霜

基于宝宝稚嫩脆弱的肌肤屏障，启初秉承“以初养初”的产品理念，在各系列产品中均精选适合宝宝的天然“初生”成分。启初婴儿多效倍润面霜、启初婴儿水润保湿面霜其中特选天然胚米提取物，蕴含多元维生素营养群，配方天然温和，给宝宝更温和纯净的初生体验。



1. 根据 ISO/TC217 化妆品标准化委员会发布的标准《ISO16128-1/2 天然和有机化妆品成分和产品的技术定义和标准》计算天然指数。按照分子量、可再生的碳原子含量，或其他相关方法计算，若天然或有机来源大于 50% 的，经过化学修饰或生物过程处理的原料，称为天然或有机成分的衍生物。

2. 同 1

以开放合作, 支持创新研发

作为一家百年历史的民族企业, 上海家化旗下拥有双妹、六神、美加净等众多家喻户晓的品牌, 跨越百年, 历久弥新。在追求至美的过程中, 我们以开放的心态拥抱创新, 以合作创新的模式打造匠心产品。正是创新, 造就了上海家化的经典; 也是创新, 源源不断地赋予了我们的品牌与产品活力与生命力。

我们构筑了开放式的科研网络, 在内部科创中心的基础上邀请了多位行业专家、多家专业检测中心和研究机构开展合作研究, 通过广泛的科研合作增强我们的创新能力。我们的科研人员与专家、检测中心和研究机构的学者一起, 以消费者为中心, 不懈努力, 为消费者提供功效更好、更舒适、更安全健康的产品。2021 年, 我们与国际领先个人护理原料企业巴斯夫达成合作, 强强联手, 为消费者带去更创新、多元的体验。

同时, 公司继续深化与上海交通大学附属瑞金医院、首都医科大学附属北京儿童医院、上海市食品药品检定研究院、复旦大学附属华山医院、上海市皮肤病医院、上海交通大学医学院附属第九人民医院、上海市儿童医院、上海市交通大学医学院附属上海儿童医学中心、四川大学华西医院、北京顺义妇幼保健院、重庆医科大学儿童医院、中国医科大学附属第二医院等多家医院, 以及清华大学、华东师范大学、华东理工大学、上海海关技术中心、上海市疾病预防控制中心等知名院校或机构的合作, 在应用基础研究转化方面不断取得突破。



上海家化与巴斯夫携手, 以科技创新赋能新国货

案例

2021 年 6 月 25 日, 上海家化成为中国首家与全球领先的化工公司巴斯夫建立科技创新合作伙伴关系的本土企业, 希望通过建立长期创新合作关系, 加快产品的研发与创新, 共同开发新的原料、天然成分及配方技术, 为消费者提供更多的健康选择。

上海家化和巴斯夫将在在可持续发展, 中草药现代化、功效机理的可视化、新功效新剂型和数字智能化设备等多领域进行深入合作, 例如:

助力实现传统中草药 (TCM) 现代化:

现代科技的发展赋予了现代中草药在美妆领域的新潜能。现代中草药的研发已经不仅仅基于经验的总结, 现在科学技术帮我们了解中草药的工作机制, 让功效验证更可视化。巴斯夫将凭借其在化妆品原料领域的专长以及全球研发和创新网络, 通过提供独家定制的新原料、最新的配方技术等方式, 助力上海家化实现 TCM 现代化的目标。

定制化妆品领域深度合作

个人定制化妆品备受行业关注, 它的实质在“以产品为中心”向“以消费者为中心”的升级, 以消费者量身定制的理念提供更个性化的使用体验。上海家化与巴斯夫将在 3D 皮肤细胞的功效评估、作用机理研究和超级计算机建模等领域开展创新合作, 寻找适合中国消费者的高功效、个性化的产品与肌肤体验。

基于上海家化对亚洲肤质的深入理解, 以及巴斯夫领先的可模拟人体皮肤的状态甚至微生物环境的 3D 打印皮肤模型技术, 实现成分功效的评估验证, 从作用机理的科学角度去理解适合中国消费者的美妆产品, 共同探索原料成分对不同类型亚洲肌肤的功效, 为中国消费者打造更合适的产品。



上海家化与巴斯夫科技创新合作框架协议签约仪式

保护共同的绿色星球

气候变化已成为 21 世纪最紧迫的问题之一。全球变暖伴随着环境变化并在全球范围内对人们的健康和福祉产生影响。当今的世界，可持续的生产与可持续的生活方式比以往更为重要。上海家化意识到应对环境挑战的重要性以及肩负的环境责任。我们尽己所能保护我们共同的绿色星球，以负责任的生产模式，减少资源使用、减少塑料与污染，保护森林与生物多样性。

我们将绿色理念融入产品。在研发与创新过程中，我们积极寻找整体解决方案，减少塑料包装对环境的影响，追求更绿色之美。与此同时，我们将绿色理念融入每一个人的心中，对我们的员工以及供应商开展绿色宣导，携手各相关方共同践行可持续发展，减少环境影响。

以科研攻关，追求更绿色之美

塑料制品在我们生活中无处不在。塑料容器便捷耐用，然而处置不当的塑料制品，当它们流入湖泊、海洋、森林等自然生态中，便成为白色污染。根据 2021 年联合国环境规划署发布的《从污染到解决方案：对海洋垃圾和物料污染的全球评估》报告显示，目前海洋中仍有大约 7,500 万至 1.99 亿吨塑料垃圾，占据海洋垃圾总重量的 85%。

适度包装可以有效地减少资源消耗和废弃物的产生，选取环境友好的包装材质亦可有效降低其对环境生态的影响。减少包装的环境足迹对上海家化至关重要。我们已经提出可持续包装的目标，并积极在研发层面采取减量、优化措施，定期收集相关指标的绩效数据，分析目标完成情况，实现对目标的监测和追踪，助力目标实现。

六神沐浴露包装“瘦身”

案例

按照“减量化、再利用、再循环”的 3R 原则，上海家化在六神沐浴露新品升级过程中，通过绿色设计，在不影响产品使用的前提下力求产品包装材料轻量化，从而减少资源消耗和包装废弃物的产生。

200ML 新包装翻盖减重

52 %

450ML 新包装翻盖减重

55 %

通过轻量化设计，2021 年减少塑料使用

117.24 吨



六神沐浴露最新翻盖轻量化设计

携手相关方，最小化环境影响

我们深知，保护地球是每一个人的责任。我们努力携手我们的利益相关方共同参与可持续发展中来。我们将绿色理念与目标融入日常工作中，并制定绿色可持续推广计划，通过形式多样的可持续发展主题活动，向我们的员工与供应商倡导绿色理念，让每一个上海家化人始终保持热情，带动各方共同践行绿色低碳生活。

▷ 上海家化 2021 年度可持续发展活动



LEAD 能源文化启动

◀ 2021 年 3 月 12 日

在植树节正式启动跨越工厂能源文化推广工作，种下我们的决心，攒下第一份绿色。



关注生物多样性

◀ 2021 年 4 月 22 日

世界地球日，上海家化为园区植物挂牌，关注生物多样性，倡导人与自然和谐共生，从智慧、绿色工厂向生态工厂迈进。



◀ 2021 年 3 月 22 日

3-22 世界水日，上海家化青浦民间河长开展巡河工作，倡导员工关注水资源保护。



ESG 头脑风暴

◀ 2021 年 6 月

了解 ESG，全员头脑风暴，提升 ESG 表现和员工意识，推进 ESG 行动计划。



上海家化 企业公民日

◀ 2021 年 11 月 2 日

开展跨越工厂可持续发展探索之旅，向员工介绍 LEED 建筑、工厂良好的能源管理、水资源管理的行动措施；

通过产品空瓶再创作、制作专属环保袋等多样活动，宣传可持续产品理念。



环境健康安全月，轻食主义活动

◀ 2021 年 6 月

跨越工厂结合环境健康安全月特色推出“健康环保轻食”的理念，让员工关注自身健康，还原绿色生活。



低碳活动日

◀ 2021 年 9 月 22 日

在世界无车日之际，推动绿色出行和低碳生活理念。

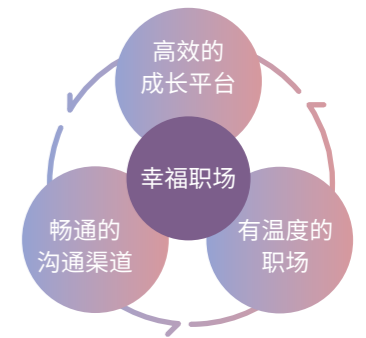
| 共建美好未来

上海家化致力于为我们的家、我们的社会带来积极影响，履行企业社会责任。我们期望在成为中国美妆日化行业领导者的同时，关爱员工、回馈社会，为员工和社会创造最大价值。

为此，我们为每一个上海家化人打造有温度的幸福职场。与此同时，我们积极投身社会公益，助力乡村振兴，关爱每一个社会共建的参与者，为建设美好的明天、实现共同富裕贡献公益力量。

打造幸福职场

上海家化将每一位员工视为家人，与员工共同成长，并给予员工家人般的关怀。我们为员工创造高效、透明和温馨的团队氛围，打造有温度的幸福职场。2021 年，为进一步提升上海家化的职场氛围，我们构筑高效的成长平台，为员工提供畅通的沟通渠道，并组织形式多样的员工活动，增强员工对上海家化的认同感与凝聚力。



- 高效的成长平台**
 - 通过升级员工培训课程主题和内容、更新培训形式，实现员工自身能力的充实，帮助员工与企业共同成长；
 - 创建信息部学习型组织，提升部门整体凝聚力，通过多种形式的活动，为员工提供更多拓展知识领域、互相沟通交流的机会。
- 有温度的职场**
 - 定期举办不同主题的公司员工生日会，每年举办员工家庭日；
 - 结合不同节庆时间点，进行特色节庆职场布置、职场派送、职场活动，营造有温度的“家”人职场氛围，提升企业凝聚力。
- 畅通的沟通渠道**
 - 建立了创新的反馈机制“上海家化创新社”，让员工的创新建议在公开的平台上得以呈现和落地。公司的重要项目也在平台上对全员进行传播和推广；
 - 启动面向全体员工的信息沟通分享会——家人云享会，打破时间和空间的局限，向全国各地的员工在同一时间分享最权威的政策解读、最新鲜的公司讯息，交流最真诚的员工心声。

员工家庭日，走进上海家化大家庭

案例

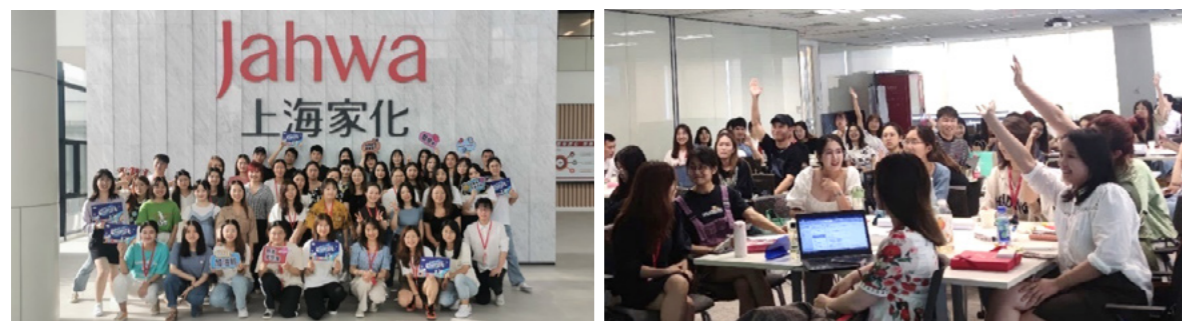
2021 年，我们组织举办“2021 上海家化员工家庭日”活动，1,000 余位员工及员工家属参加。在家庭日活动上，元气满满的上海家化小朋友与小朋友一起为大家带来才艺歌舞，点燃全场气氛。在家庭公益区，员工们积极捐出闲置的衣物和书籍，传递满满正能量。热心公益的董事长亲自为自闭症儿童的手工作品义卖带货，义卖款项将 100% 捐赠用于自闭症儿童的康复治疗。



上海家化管理培训生项目，培养后备管理人才

案例

针对上海家化今年重点招募的 51 位优质毕业生，公司为其设计了滚动一年的管理培训生培养项目，在专业和管理方面双管齐下，帮助优质毕业生们快速融入职场环境，提升职业化能力并发掘和培养未来的管理才能，助其成为上海家化的新生代的管理力量。在 2021 年度，为我们为管理培训生们提供 12 门内部专业课程，2 门外部专业 + 课程以及 5 门线上管理课程加 2 门线下的管理 + 课程，课程包括：金字塔原理、卓越职场新人转型、数字化转型信息化探索、营销数据分析等。截止 12 月 31 日，管理培训生人均培训时长 72 小时，总计培训时长 3,600 小时。



我们关爱每一位员工，在春节、端午、中秋传统节日亦为员工送上温暖与关心。2021 年，公司全年帮助困难员工 10 人，慰问生病住院、生育等员工 300 余人次，慰问献血员工 59 人次，上门探望患病员工 3 人，节日慰问员工 6,600 余人次。

贡献公益力量

秉承“因美而生，向善而行”的公益理念，上海家化始终不忘初心，积极承担企业社会责任，在自身发展的同时持续支持社会，专注于精准扶贫与乡村振兴等领域，关爱每一个美丽中国的建设者，助力社区健康发展。

我们的公益关注领域与项目

助力乡村振兴	积极应对突发公共事件	关爱每一位美丽中国的建设者
开展“小伙伴云南文山学生手拉手交流援助活动”，向云南省文山市乡村振兴局、追栗街中心小学捐赠 33,134 件产品，改善贫困青少年和儿童的卫生健康于与成长环境。	助力救灾抗灾，向河南水灾受灾群众捐赠产品近 6 万件，捐赠价值 103 万余元，满足受灾群众清洁卫生需求、提供有效的救灾抗疫保障。 通过青少年发展基金会支援河北、吉林等地新冠肺炎疫情防控等人员防护工作，捐赠产品价值总计超 910,000 元。	携手《中国化妆品》“爱心壹号”公益车队开展“致敬边关”行动，向边防战士捐赠 800 件皮肤健康产品，解决和预防因恶劣气候环境而导致的皮肤问题。 心系最美逆行者，通过上海慈善基金会向数千名医护人员送去了六神花露水、佰草集面膜、美加净护手霜等护理产品，向最可爱的白衣天使们送上节日的祝福和慰问，对他们致以崇高的敬意。



上海家化与中国福利会少年宫爱心捐赠仪式现场图片



上海家化与中国福利会少年宫爱心捐赠仪式现场图片



关爱医护人员



关爱戍边守防官兵



关爱医护人员

关键量化绩效表

公司治理

绩效指标	单位	2021 年	2020 年	2019 年
董事会人数	人	7	7	7
董事会中男性成员人数	人	6	7	6
董事会中女性成员人数	人	1	0	1
汇报期内对发行人或其员工提出并已审结的贪污诉讼案件数	件	0	1 ^[1]	0
反贪污培训覆盖的员工比例	%	100	100	100

注:

[1] 2019 年, 上海家化电子商务有限公司的两名员工利用职务便利, 将公司部分商品对内按成本价核销后转卖获取不当得利。公司合规部发现犯罪线索后, 及时启动内部合规审查流程并报案。后该案由虹口区人民法院于 2020 年 3 月作出一审刑事判决, 认定两人均犯职务侵占罪, 分别判处有期徒刑若干年, 并处罚金以缓刑; 另判令赃款返还被害单位。目前公司已收到返还的赃款。

产品与服务

绩效指标	单位	2021 年	2020 年	2019 年
接获关于产品及服务的投诉数目	件	627	694	422
投诉处理率	%	100	100	100
已售或已运送产品中因安全与健康理由而须回收的产品的销售额	万元	0	0	0
产品和服务的健康与安全方面发生的违法违规的事件数 ^[1]	件	0	2	1
在市场推广方面 (包括广告、推销及赞助) 发生违法违规事件的总数 ^[2]	件	0	1	4
违反有关产品和服务信息与标识的法规及自愿性准则的事件总数 ^[3]	件	0	1	0
在客户隐私方面发生违法违规事件的总数	件	0	0	0

注:

[1] 2019 年, 上海家化联合股份有限公司因违反《护士条例》被虹口区卫生健康委员会处以警告处罚。接到处罚后, 本公司已及时整改完毕。
2020 年, 上海佰草集汉芳美容服务有限公司西藏南路分公司作为公共场所管理单位, 违反《上海市传染病防治管理办法》, 被黄浦区卫生健康委员会罚款人民币 2,100 元。上海佰草集汉芳美容服务有限公司龙华中路分公司因进口或者销售未经批准或者检验的进口化妆品, 被上海市徐汇区市场监督管理局没收违法所得并处罚款 4,963.5 元。接到处罚后, 本公司已及时整改完毕。
[2] 2019 年, 上海家化电子商务有限公司共有 4 次在市场推广方面的违法事件, 累计被虹口区市场监管局处罚 48 万元。接到处罚后, 本公司已及时整改完毕。
2020 年, 长沙 (上海) 家化销售有限公司因引人误解的商业宣传, 被湘阴县市场监督管理局罚款 5 万元。接到处罚后, 本公司已及时整改完毕。
[3] 2020 年, 上海佰草集美容投资管理有限公司芳甸路分公司因违反产品或者其包装上的标识相关规定, 被上海市浦东新区市场监督管理局罚款 2.00196 万元, 并责令改正。接到处罚后, 本公司已及时整改完毕。

67 载“友谊”相伴退伍生活

已经 91 岁的张老是一名抗美援朝的老兵。自 1953 年抗美援朝结束, 张老和战友们人手一罐的大友谊雪花膏开启了他与上海家化友谊膏的故事。

“战争结束后, 联营的每个人都人手一瓶雪花膏, 我根本没有想到, 这一抹就是六七十年呐! 很多人都说看起来只有 60 多岁, 我就会和他们说, 这么多年来天天用上海家化的大友谊雪花膏, 才让我看上去这么年轻。”

——张老 一名抗美援朝老兵

抗美援朝 70 周年之际, 上海家化为张老送去慰问, 感谢其为守卫祖国、共建美好中国所贡献的力量。



张老一家与上海家化团队的温馨合影

案例

员工绩效

绩效指标	单位	2021 年	2020 年	2019 年
员工雇佣				
员工总数 ^[1]	人	4,482	4,484	5,044
男性员工数	人	998	965	1,002
女性员工数	人	3,484	3,519	4,042
30 岁以下的员工人数	人	510	336	308
30 岁至 50 岁的员工人数	人	3,514	3,557	3,907
50 岁以上的员工人数	人	458	591	829
在中国大陆工作的员工人数	人	4,480	4,482	5,042
在港澳台及海外工作的员工人数	人	2	2	2
基层员工人数	人	4,388	4,395	4,966
中级管理层员工人数	人	84	78	68
高级管理层员工人数	人	10	11	10
新进员工总数 ^[2]	人	506	357	543
新进男性员工数	人	107	89	99
新进女性员工数	人	399	268	444
30 岁以下新进员工数	人	164	75	92
30 岁至 50 岁的新进员工数	人	333	266	420
50 岁以上新进员工数	人	9	16	31
新进大陆员工数	人	506	357	543
新进港澳台及海外员工数	人	0	0	0

绩效指标	单位	2021 年	2020 年	2019 年
员工权益保障				
因工伤关系而死亡的员工人数	人	0	0	0
因工伤关系而死亡的员工比例	%	0	0	0
因工伤损失的工作日数	天	0	0	0
劳动纠纷事件数	件	0	0	0
违反员工雇佣及劳工法律法规所受处罚的次数	件	0	0	0
因违反职业健康与安全法律法规而受到处罚的事件数	件	0	0	0
人力资本发展				
员工流失率 ^[3]	%	12.90	16.32	12.67
男性员工流失率	%	11.32	11.61	7.49
女性员工流失率	%	13.35	17.62	13.95
研发人员占比	%	4.73	4.57	4.66
员工培训人次 ^[4]	%	16,402	9,498	1,138

注:

[1] 员工总数的数据口径为全职劳动合同制的员工, 不含汤美星员工。

[2] 2021 年新进员工数相较于 2020 年有较大幅度的增长, 主要是由于公司数字化赋能及电商业务发展, 以及为完善公司人才梯队建设, 人员招聘数量增加。

[3] 员工流失率计算方式为: 员工流失率 = 年内员工流失人数 / 年末员工总人数 × 100%。

[4] 员工培训数据的统计范围仅包括上海家化联合股份有限公司母公司及青浦分公司全职劳动合同制员工数据, 不包括子公司数据。2021 年员工培训人次大幅增长, 原因是 2020 年受疫情影响部分培训暂停, 2021 年逐步恢复; 同时, 2021 年公司人力资源部升级培训体系, 落地了多个管理培训项目以及专业提升培训项目, 增加了员工培训人次。

信息安全

绩效指标	单位	2021 年	2020 年	2019 年
在信息安全方面发生的违法违规事件数	件	0	0	0
个人信息安全专业化领域培训和考核的次数	件	2	- ^[1]	-
个人信息安全专业化领域培训和考核参与人数	次	2	-	-
个人信息安全专业化领域的培训考核通过人数	人	2	-	-
员工个人信息安全培训次数	人	2	3	0
员工个人信息安全培训覆盖人数	次	200	300	0

注:

[1] 个人信息安全专业化领域培训和考核为 2021 年新确立的工作内容, 2019 和 2020 年暂无数据。

供应商管理

绩效指标	单位	2021 年	2020 年	2019 年
供应商总数	家	188	179	187
大陆地区的供应商数	家	188	179	187
海外及港澳台地区的供应商数	家	0	0	0
接受环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例	%	100	100	100
通过环境、劳工、道德等方面评估的供应商比例	%	100	100	100

社会公益^[1]

绩效指标	单位	2021 年
社区公益投入金额	万元	734.98
慈善捐赠金额	万元	60.00
每股社会贡献值 ^[2]	元	3.52
社会公益项目帮扶覆盖人数	人	59,314

注:

[1] 公司自 2021 年起全面统计社会公益投入数据, 2019 和 2020 年暂无数据。

[2] 每股社会贡献值 = (公司净利润 + 年内为国家创造的税收 + 向员工支付的工资 + 向银行等债权人给付的借款利息 + 对外捐赠额等其他利益相关者创造的价值额 - 因环境污染等造成的其他社会成本) / 公司股份总数。

环境^[1]

绩效指标	单位	2021	2020	2019
因违反环境保护法律法规而受到处罚的事件数	件	0	0	0
废气排放总量	立方米	132,019,046	108,530,500	132,572,500
废水排放总量	立方米	192,148.10	172,829.90	183,731.30
工业废水排放量	立方米	178,808.00	159,680.00	166,581.00
(废水中) 化学需氧量 (COD) 排放量	吨	3.04	2.70	3.16
(废水中) 氨氮 (NH ₃ -N) 排放量	吨	0.02	0.02	0.04
所产生无害废弃物总量	吨	1,507.79	1,365.12	1,884.75
所产生有害废弃物总量	吨	137.28	125.68	194.58
非甲烷总烃排放量 ^[2]	千克	176.16	872.44	1,538.00
耗电总量	兆瓦时	17,286.88	16,089.99	17,367.45
自有车辆汽油用量	升	12,553.66	13,271.01	13,952.55
自有车辆柴油用量	升	51,304.96	43,944.25	46,300.06
天然气消耗总量	立方米	65,301.00	29,870.00	90,466.00
蒸汽消耗总量	兆瓦时	18,528.00	15,594.00	15,492.00
综合能源耗量	吨标准煤	4,837.65	4,198.93	4,318.39
范围一温室气体排放量 ^[3]	吨二氧化碳当量	317.60	222.43	361.99
范围二温室气体排放量 ^[4]	吨二氧化碳当量	14,632.46	13,256.01	14,013.58
温室气体排放总量 ^[5]	吨二氧化碳当量	14,950.05	13,478.44	14,375.57
每万件产品温室气体排放量	吨二氧化碳当量 / 万件产品	0.2267	0.2163	0.2405
总耗水量	立方米	280,898.00	251,255.00	284,528.00
循环用水总量	立方米	70,888.90 ^[7]	25,524.80	22,630.30
水循环与再利用的总量占总耗水量的比例	%	25.24	10.16	7.95

注:

[1] 环境绩效数据披露范围: 公司总部、研发办公职场及跨越工厂、海南工厂、汉利工厂、家化生物科技的数据, 不含汤美星及以投资控股、销售管理等为主营业务的附属公司。其中, 2021 年 12 月, 公司启用了双狮汇大厦作为新办公职场, 但产生的环境数据较少, 未纳入统计; 原办公职场尚浦中心同时停用, 相关数据仍包含在 2021 年的数据中。总部与研发办公职场的环境数据根据物业费数据估算。

[2] 非甲烷总烃排放量 2020、2021 年连续两年下降, 主要原因为 2020 年汉利工厂印刷量下降导致排放量下降, 2021 年汉利工厂将印刷机从 2 台降为 1 台, 且对排气管道进行了整改优化使得排放量进一步下降。

[3] 天然气、耗电量消耗量 2020 年数据较低, 主要是由于 2020 年疫情期间生产运营活动减少。

[4] 范围一温室气体排放来自公司天然气、自有车辆汽油、柴油消耗产生的温室气体排放。天然气、汽油、柴油相关排放系数参考香港联合交易所 2021 年 5 月 28 日发布的《如何准备环境、社会及管治报告——附录二: 环境关键绩效指标汇报指引》中的系数。

[5] 范围二的温室气体排放来自公司外购电力产生的温室气体排放。计算公式及排放系数参考香港联合交易所 2021 年 5 月 28 日发布的《环境关键绩效指标汇报指引》, 上述指引公布的中国国家电网排放系数为 0.6101kg CO₂/kWh【资料来源: 中华人民共和国生态环境部 (2019)】

[6] 温室气体排放量包括范围一和范围二的温室气体排放。

[7] 相较于 2020 年、2019 年, 2021 年公司循环用水总量增大的原因是跨越工厂增加了中水回用工艺, 使得循环用水总量有较大幅度增长。

所获荣誉

企业奖项



- 天猫金妆奖 • 2021 年度最具成长性集团
- 上海企业文化与品牌研究所、复旦大学管理学院联合上海工业经济联合会首次发布·上海制造品牌价值榜 (TOP50) — 美妆行业唯一上榜行业
- 上海市人民政府与世界知识产权组织 (WIPO) • 第三届上海知识产权创新奖
- 三度蝉联中国连锁经营协会 (CFFA) • 年度中国时尚零售百强
- 上海企业联合会 • 2021 上海民营企业 100 强
- 上海企业联合会 • 2021 上海制造业企业 100 强
- 上海企业联合会 • 2021 上海民营制造业企业 100 强
- 投资时报 • 年度优秀企业公关
- 华夏时报 • 年度上市公司杰出品牌奖
- 经济观察报 • 卓越数字物流及供应链创新企业
- 商业评论 • 年度企业管理行动奖
- 运营商财经网 • 最佳企业形象片 — 上海家化《百年匠心，尽善致美》
- 36 氪 • 2021 年度企业数字化创新案例

公司治理荣誉



- 中国上市公司协会 • 上市公司 2020 年报业绩说明会 “最佳实践案例”
- 大众证券报 • 年度董事会之星
- 投资时报 • 年度最具投资价值消费公司
- 财联社 • 中国新经济最具投资价值上市公司
- 界面 • 【金勋章奖】年度企业领袖
- 界面 • 【金勋章奖】年度董事会秘书
- 每日经济新闻 • 最佳董事长
- 每日经济新闻 • 最佳主板上市公司董秘

企业社会责任获奖项



- 每日经济新闻美好商业研究中心 • CRO 首席责任官
- Wind ESG 评级 A — 日常消费行业第四名
- 投资时报 • 2021 卓越社会责任企业
- 投资时报 • 2021 ESG 绿色公司之星
- 中国洗涤用品工业协会 • 公益发展之星
- 中国洗涤用品工业协会 • 绿色发展之星
- 中国社会科学院 • 2021 中国企业社会责任发展指数 — 日化行业三强

品牌奖项



佰草集

- 瑞丽潮流大番榜之宠爱榜 • 年度非凡修护力面霜 — 太极肌源修护面霜
- VIVI-COSME AWARDS 美容大赏 • 化妆水榜单 — 太极肌源修护精华水
- OK! 挚爱大赏年度挚爱 • 最期待精华 — 新七白美白透润精华液

玉泽

- 第一财经、CBNData • 2021 中国新消费年度潜力品牌
- 天猫新品创新中心 • TMIC 天猫新品创新奖 — 玉泽 “蓝舱精华”
- 中国化妆品 G20 品牌奖
- 2021 美伊大赏 TOP • 护肤类修护乳液大奖 — 玉泽皮肤屏障修护精华乳
- 2021 年中国化妆品蓝玫奖 • 年度最具竞争力品牌

典萃

- 2021 化妆品报年会年度推荐品牌
- 2021 年屈臣氏 HWB 健康美丽大赏颁奖盛典 • 年度必试空瓶好物奖 — 典萃烟酰胺焕亮精华液
- 2021 年屈臣氏 HWB 健康美丽大赏颁奖盛典 • 最佳品牌大奖
- 2021 美伊大赏风尚 • 护肤类修护精华 — 佰草集典萃多肽凝时抗皱精华液

品牌奖项



美加净

- 2021 年瑞丽潮流大番榜·年度抗初老精华—美加净酵米焕活微凝珠精华
- 2021 年快消品 TOP 金榜·2021 年度潜力之星—美加净多效深润修护美手霜

六神

- 中国化妆品品牌类暨细分品牌三甲排行榜之沐浴露品类

高夫

- 中国化妆品品牌类暨细分品牌三甲排行榜之男士品类
- 2021 年屈臣氏 HWB 健康美丽大赏颁奖盛典·年度必试空瓶好物奖—高夫恒润保湿控油洁面乳
- 2021 年屈臣氏 HWB 健康美丽大赏颁奖盛典·挚爱产品大奖
- 2021 美伊大赏 TOP·男士护理品类大奖—高夫净源控油火山泥洁面乳

启初

- 天猫 V 榜·宝宝洗护 V 榜—启初多效倍润面霜
- 2021 年屈臣氏 HWB 健康美丽大赏颁奖盛典·人气母婴产品—启初专心宝宝雪绒霜+润肤乳
- 樱桃赏·年度最佳产品表现大奖—启初舒缓云朵霜
- 宝宝树·2021 年度匠心品质奖—启初婴儿多效倍润面霜
- 宝宝树·2021 年度专业口碑奖—启初婴儿舒缓云朵霜

汤美星

- 2021 妈妈网母婴品牌口碑榜宝宝类目·编辑甄选奖
- 2021 育儿网橙品清单·宝宝用品年度人气哺喂用品

碧缇丝

- 2021 年 GMTIC 年度内容营销·银奖—“去油蓬松 随时有型”

芳芯

- 2021 年屈臣氏 HWB 健康美丽大赏颁奖盛典·人气女性护理产品—芳芯女性清洗液 250ml
- 2021 年 GMTIC 年度效果营销奖·铜奖—“每日私宠 呵护备至”
- 2021 年网购金品—芳芯护理液

附录

对标索引表

《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》(2022)

《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》		报告章节
编号	主要内容	
8.1	利益相关方沟通与社会责任践行	利益相关方沟通与实质性议题分析
8.2	遵守商业道德，反不正当竞争	反腐败 反不正当竞争
8.3	社会责任管理及战略规划	我们的可持续发展策略
8.4	每股社会贡献值	关键量化绩效表
8.5	社会责任报告披露主体与公开披露	ESG 治理架构
8.6	社会责任报告范围	报告编制说明
8.7	职工权益保障	员工责任 共建美好未来
8.8	环境管理方针	环境责任 保护共同的绿色星球
8.9	环境管理绩效	环境责任 关键量化绩效表
8.10	环境影响	不涉及
8.11	环境整改	环境管理
8.12	重点排污单位排放物及应急管理	环境管理
8.13	生产及产品安全保障	产品创新研发 产品品质控制 尽善之心，追求至美的产品服务
8.14	员工雇佣管理、职业健康安全、员工培训	员工责任 打造幸福职场
8.15	科学伦理	产品创新研发 以科研攻关，追求更绿色之美

GRI《可持续发展报告标准》索引表

《可持续发展报告标准》索引	报告章节
GRI 102: 一般披露 2016	
组织概况	
102-1	企业档案
102-2	企业档案
102-3	企业档案
102-4	企业档案
102-5	企业档案
102-6	企业档案
102-7	企业档案
102-8	企业档案
102-11	企业档案
战略	
102-14	董事长致辞
102-15	董事长致辞
道德和诚信	
102-16	企业档案
102-17	企业档案
管治	
102-18	公司治理架构
102-19	公司治理架构
102-20	ESG 治理架构
102-21	利益相关方沟通
102-22	公司治理架构
102-26	公司治理架构

《可持续发展报告标准》索引	报告章节
102-29	实质性议题分析
利益相关方参与	
102-40	利益相关方沟通
102-42	利益相关方沟通
102-43	利益相关方沟通
102-44	利益相关方沟通
报告实践	
102-45	报告编制说明
102-46	实质性议题分析
102-47	实质性议题分析
102-50	报告编制说明
102-52	报告编制说明
102-53	报告编制说明
102-54	报告编制说明
102-55	GRI《可持续发展报告标准》索引表
经济	
GRI 203: 间接经济影响 2016	
203-1	企业档案
GRI 204: 采购实践 2016	
204-1	关键量化绩效表
GRI 205: 反腐败 2016	
205-2	反腐败
205-3	反腐败

《可持续发展报告标准》索引	报告章节
环境	
GRI 103: 管理方法 2016	
103-1	
103-2	环境责任
103-3	
GRI 302: 能源 2016	
302-1	关键量化绩效表
302-3	关键量化绩效表
GRI 305: 水资源 2016	
303-1	关键量化绩效表
303-2	关键量化绩效表
303-3	环境管理、关键量化绩效表
GRI 305: 排放 2016	
305-1	关键量化绩效表
305-2	关键量化绩效表
GRI 306: 污水和废弃物 2016	
306-1	关键量化绩效表
306-2	关键量化绩效表
GRI 307: 环境合规 2016	
307-1	环境管理
GRI 308: 供应链环境评估 2016	
308-1	供应链责任

《可持续发展报告标准》索引	报告章节
社会	
GRI 103: 管理方法 2016	
103-1	
103-2	员工责任、供应链责任、产品与客户责任
103-3	
GRI 401: 雇佣 2016	
401-1	关键量化绩效表
401-2	员工权益与福利
GRI 403: 职业健康与安全 2016	
403-2	关键量化绩效表
403-3	职业健康与安全、关键量化绩效表
GRI 404: 培训与教育 2016	
404-1	关键量化绩效表
404-2	员工培训与发展
404-3	关键量化绩效表
GRI 405: 多样化与机会平等 2016	
405-1	员工权益与福利
GRI 414: 供应商评估 2016	
414-1	供应链责任
GRI 416: 客户健康与安全 2016	
416-2	产品品质控制
GRI 418: 客户隐私权 2016	
418-1	关键量化绩效表

贡献全球可持续发展目标

联合国 193 个成员国于 2015 年正式通过《2030 年可持续发展议程》，包括 17 个可持续发展目标 (SDGs) 以及 169 个具体目标。这些目标兼顾了可持续发展中经济、社会和环境三个方面，致力于消除贫困、饥饿和不平等，提倡增强妇女和女童权能，建立和平、公正和包容的社会，以及保护地球及其自然资源等。

基于我们的可持续发展模型和中长期战略规划，我们将贡献以下可持续发展目标：目标 1（无贫穷）、目标 6（清洁饮水和卫生设施）、目标 8（体面工作和经济增长）、目标 12（负责任的消费和生产）、目标 13（气候行动）和目标 14（水下生物）。

贡献 SDGs	上海家化行动
 <p>1 无贫穷</p>	<p>目标 1.B 根据惠及贫困人口和顾及性别平等问题的发展战略，在国家、区域和国际层面制定合理的政策框架，支持加快对消贫行动的投资。</p> <p>长期以来，上海家化积极投身精准扶贫和乡村振兴工作，帮助贫困地区的人群获得健康幸福的生活，助力共同富裕伟大目标的实现。</p>
 <p>5 性别平等</p>	<p>目标 5.5 确保妇女全面有效参与各级政治、经济和公共生活的决策，并享有进入以上各级决策领导层的平等机会。</p> <p>上海家化重视并追求董事会的多元化，聘请女性董事及高级管理层，成为公司的领导角色之一。</p>
 <p>6 清洁饮水和卫生设施</p>	<p>目标 6.4 到 2030 年，所有行业大幅提高用水效率，确保可持续取用和供应淡水，以解决缺水问题，大幅减少缺水人数。</p> <p>上海家化生产运营中开展节水措施、循环用水等措施，大幅提高水资源的使用效率。</p>

贡献 SDGs	上海家化行动
 <p>8 体面工作和经济增长</p>	<p>目标 8.5 到 2030 年，所有男女，包括青年和残疾人实现充分和生产性就业，有体面工作，并做到同工同酬。</p> <p>上海家化打造温馨的职场文化，保障员工的权益，提供平等开放的职业平台、多样化的成长平台以及畅通的沟通渠道。</p>
 <p>12 负责任消费和生产</p>	<p>目标 12.4 到 2020 年，根据商定的国际框架，实现化学品和所有废物在整个存在周期的无害环境管理，并大幅减少它们排入大气以及渗漏到水和土壤的机率，尽可能降低它们对人类健康和环境造成的负面影响。</p> <p>上海家化以研发创新、负责任的生产为消费者提供更安全、更健康、更绿色的产品与服务。</p> <p>目标 12.5 到 2030 年，通过预防、减排、回收和再利用，大幅减少废物的产生。</p> <p>秉承“减量化、再利用、再循环”的 3R 原则，上海家化采取措施，减少废弃物的</p>
 <p>13 气候行动</p>	<p>目标 13.3 加强气候变化减缓、适应、减少影响和早期预警等方面的教育和宣传，加强人员和机构在此方面的能力。</p> <p>上海家化通过绿色设计、绿色制造，打造绿色产品的同时推动全价值链的绿色低碳，贡献碳中和目标的实现。</p>
 <p>14 水下生物</p>	<p>目标 14.1 到 2025 年，预防和大幅减少各类海洋污染，特别是陆上活动造成的污染，包括海洋废弃物污染和营养盐污染。</p> <p>上海家化采取包装减量、优化措施，选取环境友好的包装材质替代塑料包装；在生产过程通过工艺优化等措施减少废弃物的产生。通过减塑和减废，减少陆上活动造成的海洋污染。</p>

报告编制说明

《上海家化 2021 年度企业社会责任暨环境、社会及公司治理 (ESG) 报告》(以下简称「本报告」) 是上海家化联合股份有限公司发布的第 6 份 ESG 报告, 阐述了上海家化联合股份有限公司 2021 年度履行企业社会责任所秉持的原则及推行的工作绩效, 包括重要利益相关方所关注的有关环境及社会的可持续发展议题。

编写依据

本报告依据上海证券交易所发布的 2022 版《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》编制, 并参考中国证监会《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 2 号——年度报告的内容与格式 (2021 年修订) 》、全球报告倡议组织 GRI《可持续发展报告标准》(2016)。

报告原则

本报告参考 GRI《可持续发展报告标准》的利益相关方包容性原则、可持续发展背景原则、实质性原则和完整性原则界定报告内容, 同时参考以下界定报告质量的原则提高报告质量:

<p>准确性原则 本报告对提供的信息和数据口径说明计算依据和假定条件, 对于估计的数据说明估计所依据的基本假设。</p>	<p>平衡性原则 根据该原则, 本报告内容反映客观事实, 对涉及正面、负面信息的指标均进行披露。</p>
<p>清晰性原则 本报告以简体中文和英文两种语言发布, 并提供对标索引表、专业名词索引表供利益相关方理解信息。</p>	<p>可比性原则 本报告披露关键定量绩效指标, 并对指标含义作出解释, 说明计算依据和假定条件; 同时对不同报告期所用指标尽量保持一致, 以反映绩效水平趋势。</p>
<p>可靠性 本报告中数据和案例来自公司实际运行的原始记录或财务报告。董事会对报告的内容进行保证, 不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。</p>	<p>时效性 本报告为年度报告, 并尽力在报告年度结束后尽快发布报告; 同时报告范围中说明报告涵盖的时间范围。</p>

报告范围

时间范围: 本报告为年度报告, 所涵盖的时间范围为 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日。部分信息超出此范围, 已在对应信息处说明。

组织范围: 本报告涵盖上海家化联合股份有限公司及其附属公司, 与年报合并财务报表中所涵盖的实体一致。部分数据的统计范围与此不同, 已在数据部分说明。

报告涵盖实体范围如下:

公司名称	公司名称
上海家化实业管理有限公司	宁波经济技术开发区家化经贸有限责任公司
上海家化生物科技有限公司	长沙 (上海) 家化销售有限公司
上海汉利纸业有限公司	上海霖碧饮品销售有限公司
上海佰草集美容投资管理有限公司	上海家化电子商务有限公司
上海佰草集汉芳美容服务有限公司	上海家化华美科技有限公司
成都上海家化销售有限公司	上海家化国际商贸有限公司
上海家化华美家化妆品有限公司	上海家化商贸有限公司
上海佰草集化妆品有限公司	上海家化商销有限公司
北京佰草集化妆品有限公司	上海家化海南日用化学品有限公司
上海家化销售有限公司	上海家化医药科技有限公司
海南霖碧饮品有限公司	上海高夫化妆品有限公司
大连上海家化销售有限公司	上海家化宏元文化传播有限公司
成都上海家化有限公司	上海家化化妆品销售有限公司
上海家化哈尔滨销售有限公司	上海家化品牌管理有限公司
郑州上海家化销售有限公司	JAHWA INTERNATIONAL INVESTMENT COMPANY LIMITED(家化国际投资有限公司)
苏州上海家化销售有限公司	HONG KONG HERBAL LABORATORY COMPANY LIMITED (香港佰草集有限公司)
天津上海家化销售有限公司	JAHWA-HERBORIST EUROPE (法国佰草集有限公司)
北京上海家化销售有限公司	Abundant Merit Limited
青岛上海家化销售有限公司	Cayman A2, Ltd.
厦门上海家化销售有限公司	Financial Wisdom Global Limited
杭州上海家化销售有限公司	Glamour Time Limited
南昌上海家化销售有限公司	Success Bidco 2 Limited
武汉上海家化销售有限公司	Jake Holdings Limited
合肥上海家化销售有限责任公司	Jake Investment Limited
陕西上海家化销售有限公司	Jake Nominees Limited
济南上海家化销售有限公司	Jake Acquisitions Limited
南京上海家化销售有限公司	Mayborn Group Limited
广州上海家化销售有限公司	Mayborn (UK) Limited
新疆上海家化销售有限公司	
福州家化销售有限公司	

公司名称	公司名称
Sangenic International Limited	Steri-bottle UK Ltd
Product Marketing Mayborn Limited	Kindertec Limited
Jackel China Limited (宝达美中国有限公司)	Gro-Group Holdings Ltd
PMM China Limited (宝达美中国销售有限公司)	Gro-Group Ltd
Jackel International China Limited (东莞宝达美塑胶制品有限公司)	Gro-Group International Ltd
Mayborn USA Inc	Gro Company Australia Pty Ltd
Mayborn ANZ PTY Limited	美宝格罗 (深圳) 贸易有限公司
Mayborn France SARL	Tomme Tippee Limited
Mayborn Morocco SARL	Mayborn Canada Inc.
Mayborn Italy S.R.L	Tomme Tippee Americas LLC
	Mayborn Deutschland GmbH

报告中简称释义如下：

简称	释义
上海家化、公司、我们	上海家化联合股份有限公司
跨越工厂、青浦分公司	上海家化联合股份有限公司青浦分公司，是公司位于上海青浦区的生产基地
海南工厂	上海家化海南日用化学品有限公司，是上海家化的控股子公司
汉利工厂	上海汉利纸业有限公司，是上海家化实业管理有限公司控股子公司
家化生物科技	上海家化生物科技有限公司，是上海家化实业管理有限公司控股子公司
汤美星	Mayborn Group Limited 及其子公司，是 Abundant Merit Limited 控股子公司

数据说明

报告中数据和案例来自公司实际运行的原始记录或财务报告。本报告的财务数据以人民币为单位。若与财务报告不一致之处，以财务报告为准。

可靠性保证

董事会对报告的内容进行保证，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

联系我们

关于本报告或上海家化 ESG 治理相关的问询，可通过以下方式与我们取得联系。

联系地址：上海家化联合股份有限公司上海市虹口区东长治路 399 号 A 座 12 楼 上海家化联合股份有限公司 ESG 委员会

联系电话：021-35907000 转 9474

联系邮箱：jahwapr@jahwa.com.cn

