

自然堂集团  
CHANDO GROUP

2023

CHANDO GROUP  
SUSTAINABILITY REPORT

自然堂集团  
可持续发展报告

# 自然堂集团 CHANDO GROUP

高新技术企业

Certified National High-tech Enterprise

国家知识产权优势企业

National Intellectual Property Advantage Enterprise

全国实施卓越绩效模式先进企业

National Advanced Enterprise in Implementing Performance Excellence Model

信息化和工业化融合管理体系 AAA 级认证企业

AAA-Certified Enterprise for Informatization Industrialization Integration System

中国驰名商标（自然堂 美素）

China Famous Trademark (CHANDO MAYSU)

上海市质量金奖

Recipient of the Golden Quality Award of Shanghai Municipality

上海市专利示范企业

Shanghai Patent Demonstration Enterprise

上海市商业秘密保护示范点

Shanghai Demonstration Site for Trade Secret Protection

上海市数字化转型优秀案例

Excellent Case of Digital Transformation in Shanghai

上海市首批化妆品生产领域数字化转型标杆企业

Benchmarking Enterprise of The First Batch in The Digital Transformation of Cosmetics Production in Shanghai

中国航天事业合作伙伴

Partner of China Manned Spaceflight Project

载人航天联合实验室

Joint Laboratory for Manned Spaceflight

中国南北极科学考察队合作伙伴

Partner of China Polar Scientific Expedition

联合国开发计划署战略合作伙伴

Strategic Partner of United Nations Development Programme

中华环境保护基金会合作伙伴

Partner of China Environmental Protection Foundation

中国儿童少年基金会公益合作伙伴

Partner of China Children and Teenagers' Fund

中国跳水队官方合作伙伴

Official Partner of Chinese Olympic Diving Team

中国女排官方合作伙伴

Official Partner of Chinese Women's Volleyball Team

中国 2010 年上海世博会参展企业

Participant of Shanghai World EXPO 2010



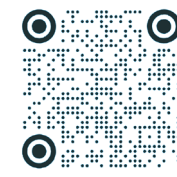
自然堂集团微信订阅号



自然堂集团视频号



自然堂集团微博



自然堂集团小红书



自然堂集团抖音账号

# 目录

## PART ONE

我们的可持续发展战略 24



我们的文化与价值观 26

实质性议题 27

自然堂集团  
可持续发展战略 28

## PART TWO

打造绿色美妆 30  
守护美丽与自然



应对气候变化与  
保护生物多样性 32

促进可持续包装与  
循环经济 40

促进负责任生产与  
资源高效利用 45

## PART THREE

坚守以人为本 48  
倡导可持续价值链  
与伙伴共赢



保障产品质量安全与  
消费者权益 50

打造多元平等包容的  
工作环境 53

积极社区影响与公益 59

推动可持续供应链 72

推动负责任营销 74

促进科技创新与  
知识产权保护 75

## PART FOUR

强化企业治理 82  
营造互信商业环境



建立并持续优化  
可持续管治架构 84

守护商业道德  
与诚信环境 85

数字化与数据安全保护 86

## PART FIVE

“一滴水”专题故事 88



“一滴水”的故事 90

关于本报告 8

董事长寄语 10

走进自然堂集团 12

集团发展历程 12

可持续发展成绩 16

指标索引 92

意见反馈 97

# 关于本报告



## 报告简介

本报告内容详述了自然堂集团在报告期内在经济、环境、社会和公司治理等领域的实践和绩效。为体现报告的一致性、可比性和完整性，本报告内容适当溯及以往年份或涵盖 2023 年。

本报告是集团发布的第 13 份可持续发展报告，发布周期为一年；汇报期由 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日（以下简称“报告期”）。



## 报告范围

本报告组织范围仅针对自然堂集团、旗下品牌及下属分、子公司。



## 指代说明

“自然堂集团”还以“我们”“公司”表示。



## 汇报标准及准则

本报告参考全球可持续发展标准委员会（GSSB）发布的《GRI 可持续发展报告标准》（以下简称“GRI 标准”）编制而成。



## 数据来源

本报告使用数据来源包括自然堂集团内部相关统计、公开报告或报道。



## 报告发布形式

本报告以电子版形式发布，您可在自然堂集团官方网站：<https://www.chandogroup.com/> 下载本报告的中文版本。

## 董事长寄语

全球范围内，极端天气变得常态化，濒危动物接连失去栖息地，塑料污染愈发严重。而在气候变化的大背景下，消费市场的表现波动起伏，美妆市场的竞争也日益激烈。如今，消费领域正在经历着一场深刻的变革。消费市场逐渐强调社会责任感，产品创新技术逐渐成为竞争的核心。而在 Z 世代、千禧一代的年轻消费者不断推动的美妆市场中，回收材料、公平贸易、生物降解性等产品属性也成了价格导向之一。坚持可持续发展、保护生态环境的理念不断渗透到我们的生活中，“美”也有了更深层的含义。

这样的场景，不由让我想起 2001 年，我刚刚踏上上海这片土地。在满是桃花、油菜花的氤氲香气中，我选定了如今占地数十万平米的集团生产基地。

时光飞速流转至今天：经历四年的数字化转型，我们从创意、设计、研发、生产、物流到营销推广、销售履约、售后服务，实现了全域数字化，集团更是持续保持增长。

2023 年底，我们制定并发布了自然堂集团 2030 可持续发展战略及 12 个可持续发展目标，在品牌塑造、产品科技和数字化技术取得突破的同时，更在 ESG 实践方面取得了显著进展。我们积极响应联合国可持续发展目标，将可持续理念融入产品全生命周期，持续提高绿色可持续包装比例，包括在包装印刷、瓶身吹塑、产品替换等阶段开发的新型解决方案。与此同时，我们在运营与生产阶段积极开展减排举措，从能源使用、产品生产等多维度全力开展减碳行动。

在社会贡献方面，我们始终坚持以人为本，关注员工成长和发展，构建多元包容的职场环境，积极参与公益事业，关注弱势群体的需求，通过志愿服务、捐赠等方式回馈社会。2023 年，自然堂种草喜马拉雅公益行动第七季如期完成，我们见证了西藏日喀则拉孜县 100 万平方米绿麦草的丰收。截至 2023 年，自然堂共种植 566 万平方米绿麦草，已累计向中华环境保护基金会捐赠 2,400 万元，为喜马拉雅的生态环境及当地的乡村振兴事业带来了积极的影响。

在公司治理方面，我们不断完善公司治理体系，已经建立自上而下的可持续发展管治架构。同时，我们加强了内部审计和合规管理，确保企业行为的合规性和透明度。

在如今国内外发展环境面临严峻考验的大背景下，面对未来的新挑战，集团不仅将继续深耕中国市场，也将目光投向了广阔的国际市场。目前自然堂等品牌已经进入东南亚、北美市场，一个新的星辰大海，即将快速展开。

站在新的起点，基于战略规划及品牌发展的需要，为了更好地服务广大消费者，我们正式更名为“上海自然堂集团有限公司”。2024 年，我们启动新战略，从单聚焦、多品牌、全业态、国际化四个方面聚焦美，努力实现“成为中国第一、世界领先的科技美妆企业”这一新愿景。

站在东西方文化的交汇点，面对历史时光和经济周期的起伏波动，我们一次次蝶变向美、向可持续发展而生。

经过二十三年发展，我们成功塑造了“喜马拉雅、东方美学、科技领先”三大特色，拥有“全产业链、全渠道、全域数字化”三大优势，树立了“诚信负责、品质可靠、实力强劲、科技领先”四大行业口碑，形成了以自然堂为基石品牌，以珀芙研、己出为科学护肤功效型品牌，以美素、植物智慧、春夏和莎辛那为细分市场品牌的多品牌矩阵。在“环境、社会、治理”三大支柱的基础上坚持可持续发展与变革，这是我们面向未来市场竞争的底气。

今天，在这个充满变革和挑战的全新时代，前路如何不可预知，但我们坚信：自然堂集团只要秉持长期主义价值观，淋漓尽致诠释东方美学，不断投入研发提升中国核心科技实力，十年如一日为国内外消费者提供极致性价比的产品，必将激扬奋进，再创新高。

我们深知，只有不断地前行和发展，才能够让自己更加强大和有力。未来，让我们一起携手奋斗，共同努力，共赢可持续未来！



郑春颖  
自然堂集团董事长兼总裁



# 走进自然堂集团

## 集团发展历程

### 2001

#### 梦想起航

董事长郑春颖从东北古城辽阳市来到上海创业，提出“打造中国人自己的世界级品牌”的愿景。



#### 自然堂品牌创立

自然科技品牌，遵循师法自然之道，崇尚自然之美。



#### 美素品牌创立

科技美妆中高端抗老品牌，将东方美学与尖端科技完美结合。



### 2006

#### 启动品牌战略

自然堂启用第一位代言人陈好，上市第二代产品，投放央视和卫视广告，进军百货商场设立专柜，全面提升品牌形象和影响力。



### 2010

#### 参加上海世博会

集团以化妆品行业领军企业身份获邀参加上海世博会，展现中国品牌新高度。



#### 自然堂确立以喜马拉雅为品牌源头

自然堂雪域系列产品在上海世博会上亮相，拉开了品牌和产品全线升级大幕，自然堂品牌源头就此确立为喜马拉雅。



### 2013

#### 开展太空护肤计划

集团首次通过航天搭载生物护肤科研项目进入太空，进行在轨科学研究，成为国内第一个涉足航天护肤科技的企业。后期又被中国航天基金会正式认定为【中国航天事业合作伙伴】。

### 2014

#### 植物智慧品牌创立

为敏感肌肤设计的护肤品牌，满足专卖店渠道消费者需求。



# 走进自然堂集团

## 集团发展历程

| 2016   | 2017   |   | 2019  | 2020  |  | 2023  | 2024   |
|--|--|---|---|---|--|---|--|
| <p><b>启动品牌升级</b></p> <p>集团启动多品牌、全渠道、全品类布局，包含女士护肤、面膜、男士、彩妆、香氛、个护等品类，将该策略沿用至今。</p>  | <p><b>喜马拉雅美丽研究院成立</b></p> <p>喜马拉雅美丽研究院正式成立，保护性开发喜马拉雅山脉的天然成分，满足消费者乐享自然、美丽生活的产品需求。</p> | <p><b>春夏品牌创立</b></p> <p>为年轻人定制的植物护肤品牌，为消费者提供高品质的护肤产品和乐趣体验。</p>  | <p><b>珀美研品牌创立</b></p> <p>专注敏感肌的功效性护肤品牌，汇聚皮肤医学、植物学和生物学专家，研制可应用于皮肤科临床需要的产品。</p>  | <p><b>莎辛那品牌创立</b></p> <p>倡导女性悦己主义的小众沙龙香水品牌，向中国女性提供一种独特而个性化的感官体验，展现无限魅力。</p>  | <p><b>数字化转型</b></p> <p>集团以“一盘货”计划为抓手，全力推动数字化转型，实现业务在线化、数字运营化和营销智能化。数字化系统覆盖研发、生产、物流、销售、管理、营销、服务全链路。</p> | <p><b>己出品牌创立</b></p> <p>婴童皮肤科学功效品牌，让天然、安全、有效的护理产品惠及每一个孩子。</p>  | <p><b>集团对外更名</b></p> <p>基于战略规划与品牌发展的需要，为了更好的服务于广大消费者，“伽蓝（集团）股份有限公司”正式更名为“上海自然堂集团有限公司”。</p> |



# 可持续发展成绩

WWD 第四届 The BeautyInc Awards 国际美妆产业大奖  
中国科技美妆创新奖



中国香精香料化妆品工业协会  
2023 企业 ESG 优秀案例



新华社金兰杯  
2023 ESG 环境优秀案例



财联社  
2023 可持续发展价值传播奖



南方周末  
2023 年度生态友好项目



- ★ 2023 年上海市时尚引领示范企业、工赋风云榜单企业和上海市第二批“工赋链主”培育企业 ★
- ★ 2023 上海民营制造业企业 100 强、2023 上海制造业企业 100 强、2023 上海民营企业 100 强 ★
- ★ 全国消费者质量信誉保障产品、全国化妆品行业质量领先企业、全国质量检验稳定合格产品 ★



胖鲸 2023-2024 年度品牌商业叙事奖  
科技力表达年度案例、  
营销创新年度公益案例



经济观察报  
2022-2023 年度杰出品牌  
营销奖·杰出公益大奖



## 公司的可持续发展亮点量化数据

### 环境



利用园区场地  
27,700 平方米



装配光伏系统  
5MW



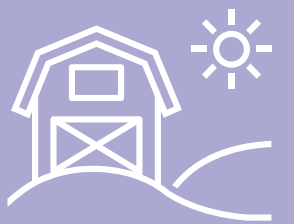
年发电量  
500 万千瓦时

采用低温冷配技术，2023 年全年



约节省生产用电  
123,064 度

### 社会



自然堂集团的女性员工比例在  
70% 以上



过去三年内，自然堂集团 未发生  
对生产经营造成重大影响的工作事故

截至 2023 年



自然堂已累计种植绿麦草 566 万平方米



集团已累计向中华环境保护基金会捐赠 2,400 万元



自然堂已向中国儿童少年基金会累计捐赠 600 万元

2023 年



参与制定国家标准 1 项



团体标准 4 项



企业标准 8 项



“自然堂春蕾助学行动”捐赠 160 万元

PART

ONE

我们的  
可持续发展战略



## 我们的文化与价值观

自然堂集团的使命、愿景和价值观共同构成了集团的企业文化体系。在创立之初，集团就形成了自己的使命，我们始终秉持企业价值观，以实现企业愿景为目标。在业务的发展、变化和创新的过程中，自然堂集团适时更新文化体系，自 2020 年开始，经过四年全面转型，自然堂集团已经从一家传统企业成功转型成为数字化驱动的科技美妆企业，制定了全新的使命、愿景、价值观，以期为公司发展和经营管理提供更加强有力的文化引领与价值支撑，为打造中国人自己的世界级美妆企业继续拼搏进取。

在价值观的驱动下，2023 年自然堂集团积极响应联合国十七项可持续发展目标（SDGs），制定了“自然堂集团 2030 可持续发展战略”，协助集团以可持续的方式执行 3.0 战略，从单聚焦、多品牌、全业态和国际化四个方面聚焦美，向美而生。

为全球消费者的美丽与健康生活  
提供极致性价比的产品

使命

---

成为中国第一、世界领先的科技美妆企业

愿景

---

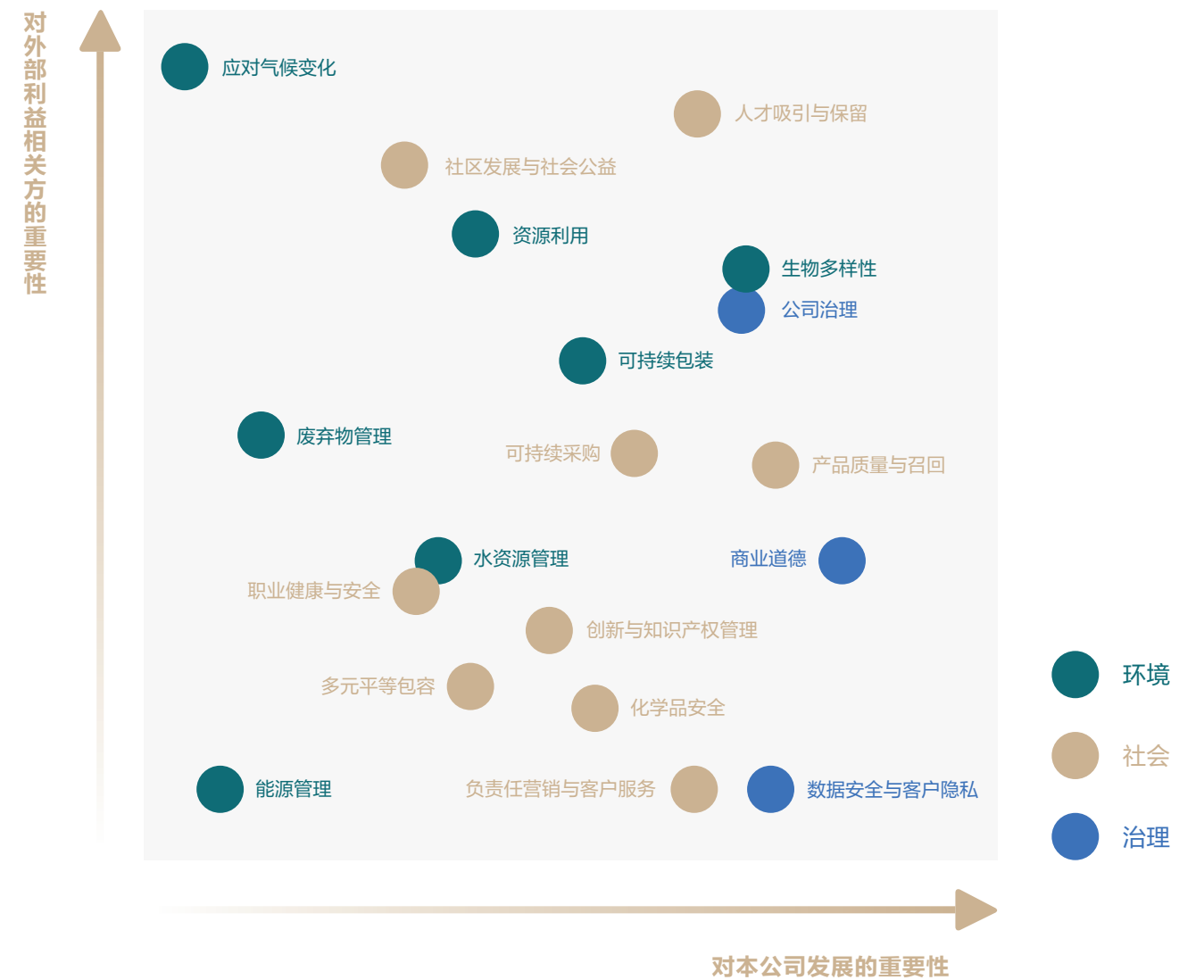
利他、创新、多元、负责、卓越、共赢

价值观

## 实质性议题

2023 年，自然堂集团首次开展全面利益相关方调研，总结企业当前及未来 ESG 可持续管理的核心，将 ESG 建设融入到企业的决策、运营和发展过程中。我们深入分析国内外美妆行业可持续发展趋势，对标美妆行业可持续发展实践，通过调查问卷、现场访谈等形式，与公司管理层、员工、消费者等各内外部利益相关方充分沟通。2023 年，我们完成了 11 场管理层访谈，收到 60 多份内部员工有效问卷及 1000 多份员工及消费者调研问卷。基于调研结果，我们对实质性议题进行排序、分析和评估，识别出共计 19 项可持续发展实质性议题。

自然堂集团 2023 年 19 个实质性议题矩阵



# 自然堂集团可持续发展战略

## 自然与美丽共生，引领可持续未来

作为一家数字化驱动的科技美妆公司，自然堂集团着眼于可持续发展，坚持履行社会责任，积极响应联合国可持续发展目标。我们在发展业务的同时，坚守自然科技，持续打造绿色美妆理念，积极将 ESG 建设融入企业战略和价值观，通过承担企业社会责任，引领可持续消费观念，驱动长期价值的创造。

围绕环境、社会、治理三大战略支柱，我们在上述 19 个实质性议题的基础上，进一步分析整合，形成 12 个战略目标。我们相应建立了任务清单和指标库，并通过完整的 ESG 职能架构，促进具体任务的落实。此外，公司将设立“绿色低碳行动专项组”及“可持续包装专项组”两个专项组，积极响应国家“双碳”政策，提升全价值链的可持续发展意识，倡导绿色生活和生产方式。依托全新的可持续发展战略，自然堂集团将持续打造绿色美妆、坚持多元平等、营造互信商业环境，迈入“可持续发展进行时”。

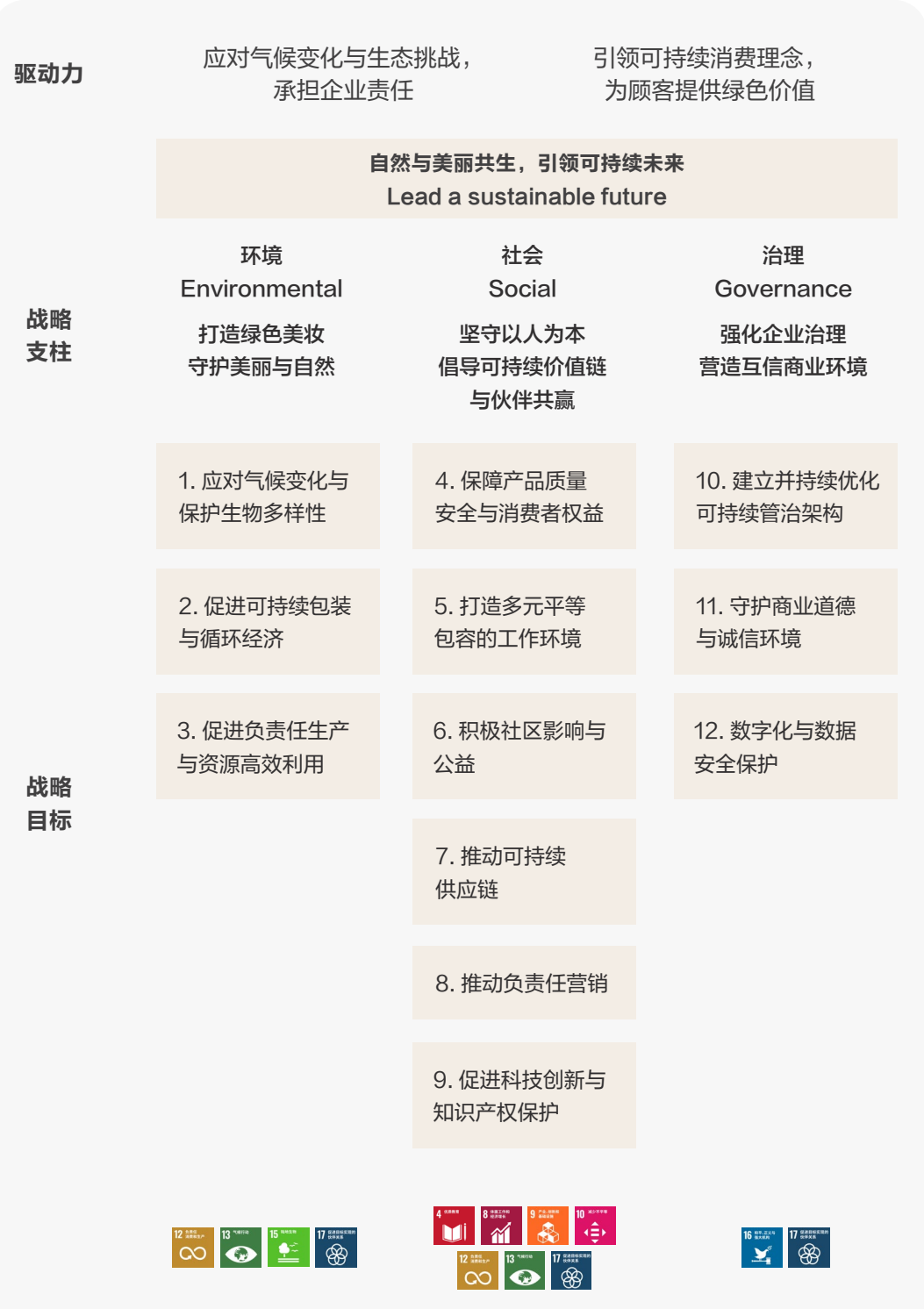


愿景 成为中国第一，世界领先的科技美妆企业

可持续发展战略体系

12 项可持续发展目标

联合国可持续发展目标



# PART

# TWO

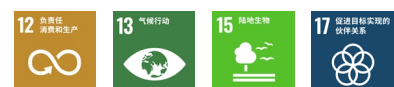
## 环境

### 打造绿色美妆 守护美丽与自然

“万物各得其和以生，各得其养以成。”2021年，在云南昆明的联合国《生物多样性公约》第十五次缔约方大会上，国家主席习近平引用了这句古语，展示了东方文明的智慧：自然界万物得到各自和气而生成，得到各自滋养而成长。对于自然堂集团而言，尊重自然、取之自然、回馈自然，创造美但不以破坏自然为代价是我们的品牌哲学。现如今，保护我们赖以生存的环境是全世界关注的焦点，是国家战略，也是美妆行业发展的“必修课”。

伴随自然堂集团完善温室气体管理体系，以及追求绿色包装和负责任生产的科技创新进程，我们将不遗余力地在创造世界一流品质化妆品的同时，科学应对气候变化，关注生物多样性保护，促进可持续包装和循环经济。

#### 联合国可持续发展目标：



## 应对气候变化与保护生物多样性

### 开展全价值链碳管理，积极应对气候变化

气候变化是全球面临的共同挑战。应对气候变化，关系人类前途和未来，事关中华民族永续发展。为积极响应国家及政府号召，自然堂集团应将积极应对气候变化作为自身的责任担当，通过集团生产、运营及供应链管理，持续加强气候变化相关风险及机遇管理能力。

自然堂集团密切关注全球气候变化趋势，高度重视集团内部气候变化管理，并将气候变化纳入可持续发展实质性议题与 2030 可持续发展战略中。

同时，自然堂集团规范公司温室气体管理工作，符合《上海市温室气体排放核算与报告指南》的同时，编撰了集团《温室气体管控程序》，使公司温室气体排放清单和报告能符合透明性、完整性、一致性、准确性与相关性的原则。2023 年，自然堂集团对范围 1&2 碳排放量进行了全面盘查，并对范围 3.6 商务旅行进行了统计。其中，范围一温室气体排放量为 1,432.99 吨二氧化碳当量，范围二基于市场和基于地域的温室气体排放量均为 8,040.04 吨二氧化碳当量。范围 3.6 商务旅行温室气体排放量为 2437.30 吨二氧化碳当量。

为有效落实公司低碳行动及相关工作，自然堂集团成立绿色低碳行动专项组。主要负责通过一系列项目提升员工、客户和消费者绿色低碳消费意识与理念，积极开展绿色低碳行动宣传活动及减碳行动，共同推进低碳可持续发展战略落地。

在积极开展温室气体管理的前提下，自然堂集团也深刻意识到气候变化的国际关注度在近些年不断攀升，作为国内化妆品行业领先企业，自然堂集团也在全力探索气候变化机遇，力争于 2025 年前完善自身气候治理架构与管理能力。



### 推进绿色生产

自然堂集团正在积极推进绿色生产转型，坚持把绿色生产作为解决气候环境问题的治本之策，努力推动能源结构、产品结构调整优化，全面实施绿色低碳生产体系。

自然堂集团在运营与生产阶段积极开展减排举措，我们努力从产品生产、能源使用等多维度全力开展减碳行动并取得相应的成效：

#### 开发低温冷配工艺，减少生产能源消耗

自然堂集团针对产品工艺着手开展减碳相关实践，全面要求研发中心团队优先开发冷配或室温工艺，从而减少产品在生产阶段的能源消耗与温室气体排放量。

截至 2023 年末



冷配工艺涉及的配方数量共计 142 项  
占总配方数的 25.7%



约节省生产用电  
123,064 度

#### 装配厂区屋顶光伏，部署绿色能源

为响应国家“3060 双碳目标”节能减排政策，营造节约型社会，为保证企业用电安全可靠，合理用电、持续用电及节约用电并实现自然堂集团绿电实践，自然堂集团开展光伏发电项目，于公司及厂区安装 3.1 兆瓦（MW）的太阳能光伏发电系统。2023 年 12 月 6 日，光伏项目正式施工。目前项目正在建设中，整个项目建设完毕后，所有所发电能均作为企业自身补充用电，实现企业减排。



预计利用屋顶或场地  
27,700 平方米



总装机量  
5MW



年发电量约为  
500 万千瓦时



## 开展绿色办公

自然堂集团始终倡导和践行绿色办公理念，十分重视在日常办公过程中的能源与资源消耗管理，既为公司节约资源，也减少环境的污染。



- 提倡和推动**无纸化办公**，将打印模式统一设置为黑白双面打印，限制彩色打印权限，并减少用纸数量；
- 装配空调**智能化温度调控系统**，进行智能控温和定时关机，实现节能降耗；
- 张贴标识提醒员工随手关灯 / 节约用水，实行午休**关灯一小时**；
- 安排安保、前台、行政运营组员工每天分时段多批次巡逻，关闭不必要的照明、电器设备。

## 开展环境月活动，节能降耗倡导

2023 年 3 至 4 月，我们开展了两期《绿色伽蓝，节我所能》节能降耗倡导活动，向员工宣传节能环保、节水节电、低碳办公、践行绿色理念。此外，我们也开展相关主题活动，评选公司内部节能标兵。



## 践行绿色供应链

供应链环境管理是企业环境管理中非常重要的一环，在确保自身生产及业务活动环境合规的同时，作为供应链主企业应审视供应商环境管理责任与义务。我们关注供应商基本能力及环境监测情况，督促其评估自身环境管理现状与风险。

我们针对产品内包装供应商积极开展现场评审，并依据《供应商现场评审项目明细表》进行评定，主要包含供应商有关环保产品及技术、危险废弃物处理、年度环境检测等维度的考核标准。

## 生物多样性保护，造福人类及生态系统

“生物多样性”是生物（动物、植物、微生物）与环境形成的生态复合体以及与此相关的各种生态过程的总和。生物多样性关系人类福祉，是人类赖以生存和发展的重要基础。人类必须尊重自然、顺应自然、保护自然，加大生物多样性保护力度，促进人与自然和谐共生。

自然堂集团积极践行保护生物多样性，旨在保护生态系统，最大限度地保护喜马拉雅地区丰富多样的生物资源，造福当代人类及其子孙后代。





### 运用自身研发实力，减少环境影响并保护珍稀物种

#### 植物细胞组培技术

通过现代植物组织培养技术，在短时间内、大批量地、无关季节、对环境友好地培育出云南野生小玫瑰这一珍稀物种，相比较传统农业的种植和提取，此项技术培养具有环境友好、周期短、品质稳定可控、富集有效成分等优势。目前，通过此项研究，已为自然堂集团申请了珍稀植物组培技术专利 13 项，授权专利 6 项。



自然堂粉钻系列

#### 活花采香复刻技术

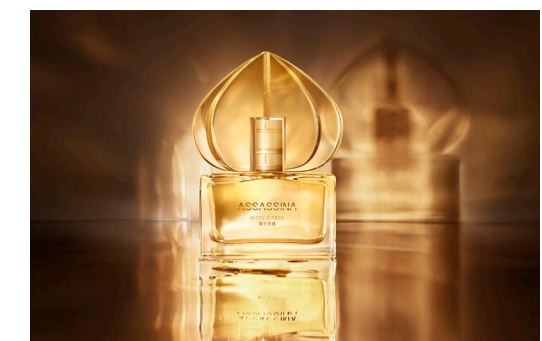
充分运用活花采香复刻技术，在保证不破坏原有植物生态的前提下，使用专门的采香设备采集并分析天然植物的独特香气，并利用“分子复刻技术”实现相同味道再造和升级。截至目前，集团已运用此技术提取十余种丰富天然香气，应用于多款自然堂、莎辛那品牌产品中，广受消费者喜爱。



活花采香复刻设备展示



自然堂洗护系列



莎辛那 雾色香榭 淡香水

自然堂集团也在积极开展公益事业，守护地球环境，践行公益捐赠的同时，为全球生物多样性保护工作献出自己的一份力：

### 履行公益之约，守护喜马拉雅生态

环境严酷的喜马拉雅，孕育着上万种具有强大生命力的植物，肩负维系地球生态平衡的重任。但由于全球气候变化和过度放牧的影响，水土流失和植被沙化情况日趋严重。自然堂每年都会种下充满绿色能量和代表生命希望的绿麦草，通过以下维度履行与喜马拉雅的公益之约：

- 生境恢复：确定当地已经退化的生态系统，并支持恢复工作。
- 荒漠化防治：保护并有计划地恢复荒漠植被，重点治理已遭沙丘入侵、风沙危害严重的地段。
- 土壤改良：使土壤流失量控制在容许流失量范围内，并增加土壤有机质和养分含量。



西藏日喀则荒地景象



自然堂种草喜马拉雅公益项目



土地改种土豆长出土豆花

此外，“自然堂种草喜马拉雅”项目被《生物多样性公约》秘书处、《生物多样性公约》第十五次缔约方大会筹备工作执行委员会办公室评为联合国“生物多样性 100+ 全球典型案例”，为生物多样性保护事业做出了极大的努力与贡献。



自然堂种草喜马拉雅项目被评为“联合国生物多样性 100+ 全球典型案例”

## 促进可持续包装与循环经济

随着近年来经济的不断发展，包装对于资源的消耗，尤其是包装废弃物对于环境的破坏是一个无法绕开的话题。包装材料回收及再利用等问题一直备受国际关注，可持续包装这一理念也深埋消费者的心中。自然堂集团一直致力于打造可持续的包装体系，在产品包装管理的各个流程中做出相应的实践，追求轻量化、可再利用、零环境影响的可持续包装，促进循环经济健康持续发展。

自然堂集团针对可持续包装及循环经济相关议题特设“可持续包装专项组”。“可持续包装专项组”日常工作主要囊括：

- 推行简化包装和替换装
- 配合研发中心启动可持续包装专项，与供应商携手推进可持续包装解决方案

### 产品包装可持续设计理念，多维度实行环境保护

作为一家可持续的创新型企业，自然堂集团以科技创新为基础，以环境保护为目标，通过先进的技术在产品设计端开展大量科研工作并积极运用于产品包装可持续转型工作中。目前，我们尝试在包装印刷、瓶身吹塑、产品替换等阶段专注开发可持续包装新型解决方案，效果显著，充分展示自然堂集团科技美妆及可持续的企业形象。

### 研发一次性注塑工艺，提高效率，减少能耗

自然堂品牌的冰肌水包装容器，采用全球首创的一次性注塑成型技术，由中、英、德、瑞、日、韩等七国科学家历时一年开发成功。具有生产效率高、能耗低、节能减排效果显著的特点。包装渐变色工艺 0 油漆消耗。

相对传统喷涂实现渐变色工艺



节约油漆单瓶用量  
8 克



可减少单瓶加工耗电  
0.1 度电



较于传统喷涂工艺减少碳排放  
90% 以上




新升级  
第三代

## 补水明星「冰肌水」

畅销12年 平均每5秒售出1瓶

含更多喜马拉雅小分子冰川水  
雪域龙胆精粹

来源：品牌内部销售数据，2010年至2022年8月，自然堂冰肌水系列产品平均每月售出1瓶。  
本品为自然堂冰肌水第三代配方，更多详情对比自然堂雪域雨霖霖保湿冰肌水，自然堂冰肌水中含有更多喜马拉雅小分子冰川水。

### 产品替换装尝试，包材减量

为实践可持续包装理念，自然堂集团尝试在产品开发之初为正装产品设计替换芯，目前已运用于集团旗下产品中。在满足功能并方便消费者自行更换的前提下，大幅减少包装材料的使用，从源头上减少资源消耗和包装废弃物的数量。



自然堂雪润气垫霜采用替换装

### 瓶身水性油墨应用，减少排放与身体危害

自然堂集团此前尝试于产品玻璃包装瓶身使用水性涂料（水性油墨）替代油性涂料，不同于以往使用的油性涂料中添加的香蕉水，水性涂料是以水作为稀释剂调配而成，减少了 VOC 排放以及对大气的污染。此外，水性油墨也同样减少了对人体健康的影响，彻底摒弃了过去配方中含有的二甲苯等有害致癌物质，在保证消费者及生产人员身体安全的同时也减少了对环境造成的影响。

截至目前，水性油墨涂料已广泛应用于自然堂集团旗下 5 大品牌的玻璃瓶包装上，年采购量达 2,809 万支。



自然堂凝时鲜颜肌活精华液



自然堂凝时鲜颜肌活霜

除此之外，自然堂集团也不断在产品包装中实践减量化设计：

- 使用环保可回收材料收缩膜（PVC）代替传统电镀、印刷、烫金工艺，减少对环境的污染，同时实现回收环节的可分离。
- 在特定品类中减少纸张类花盒包装、降低纸张克重，减少纸张使用及森林砍伐。
- 全面使用电子说明书（二维码）替代传统纸质说明书，减少纸张使用。



自然堂小紫瓶精华第五代 10ml、7ml 采用 PVC 材料

### 可持续产品包材采购，源头守护全球环境

产品包装材料是可持续包装实践中非常重要的一环，自然堂集团不断探索可持续包装材料，并减少包装材料对环境的影响。

### 使用 FSC 环保纸张，守护森林

FSC 森林管理委员会（The Forest Stewardship Council）是一个独立的、非盈利性的非政府组织，致力于在全球范围内推广环境友好、社会有益和经济可行的森林经营体系，其愿景是世界森林满足当代人的社会、生态、经济权利和需求，同时不影响后代人的需求。自然堂集团旗下“己出”品牌母婴系列产品包装纸盒供应商已严格按照 FSC 森林许可以认证纸张进行投料生产，严格管控生产过程，致力于减少对森林的破坏，保护地球的生态环境。



己出产品包装使用 FSC 环保纸张

## 消费者可持续教育，根植循环理念

自然堂集团在设计与生产阶段深入探索可持续实践的同时，也不断在消费者端探寻循环经济的密钥。通过开展产品包装回收兑换代金券等相关项目，实现废弃空瓶的回收与再利用。减少环境影响的同时，调动消费者参与企业循环经济的积极性，在消费者心中根植环保、循环再利用的理念。

### 自然堂“再生艺术”空瓶回收计划

自然堂品牌于 2023 年 9 月 25 日开展空瓶回收计划，在全国百货渠道专柜设置空瓶回收箱。自然堂品牌会员可以通过线上及线下渠道预约回收，凭指定自然堂产品或同行产品正装空瓶即可兑换商城积分，并可用于兑换代金券奖励。

本次活动目的是有效减少废弃空瓶的丢弃，通过回收与再利用，降低对环境产生的影响，并通过再生艺术项目赋予空瓶第二次生命。消费者在获取相应奖励后，能感受到环保、回收、循环利用等理念的魅力与重要性。

截至 2023 年 12 月 31 日，空瓶回收活动覆盖全国 800 家门店，超过 5,000 名自然堂品牌会员参与其中。在回馈消费者的同时，进一步塑造自然堂集团天然、环保、可持续发展的品牌形象。



会员在线下门店投递产品空瓶

## 促进负责任生产与资源高效利用

### 重视环境保护，贯彻环境管理制度

自然堂集团高度重视企业自身对于环境的影响，切实保障我们在日常经营活动、施工、生产中做好环境保护工作，特此编制了《环境保护管理程序》，并贯彻落实其中的各项环境管理制度，确保环境相关风险得到有效控制。此项管理程序适用于公司及各部门环境保护的管理工作，包括废水、废气、固体废物、噪声、土壤及地下水防治等事项的管理内容与方法。

自然堂集团安全管理组全面负责公司的环境保护管理工作，主要负责协调本公司资源及废弃物管理流程、绩效考核设定、风险评估及应对措施；其余各生产部门则全权负责各自环境保护工作的落实。

公司严格遵守环境相关法律法规，包括但不限于：《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》、《中华人民共和国环境影响评价法》、《中华人民共和国大气污染防治法》、《中华人民共和国水法》、《排污许可管理办法（试行）》，将公司环境影响管理融入企业运营中，使用科学高效的管理方法针对企业社会影响进行严格监督与管制。

自然堂集团定期组织员工参与环保培训及环境应急演练，内容涵盖环保法培训、环保意识提升、固废及危废相关知识及柴油泄露应急处置等。同时，自然堂集团委托有资质的第三方机构开展环境监测，废水、废气及噪声污染物均达到合规范围内，运行的环保设施定期检查整改，保障其最佳运行状态。严格按照要求办理了建设项目环境影响登记表，建设项目环保“三同时”执行到位，在建项目均取得环评批复，投运后在要求时间内积极推进环保验收，在运项目按要求进行排污登记，更好地保护环境和公众健康。



## 注重水资源管理保护，规划开展相关节水项目

自然堂集团水资源消耗与使用主要源自于运营生产消耗，我们非常注重水资源管理与保护，努力减少运营生产用水，构建节水企业形象。

2023 年，自然堂集团已开展浓水回收、蒸汽冷凝水回收、提升半成品储存容器的周转能力等节水项目。



## 落实废弃物与排放物管理，降低企业运营环境影响

为了保障公司在运营、生产、运输等流程中产生的废物从产生到处理的全过程得到良好的控制和管理，达到减量化、资源化和安全处理的目的，自然堂集团严格遵守并符合运营地有关排放物及废弃物管理的相关法律法规，并制定了《废弃物管理规程》，全面降低运营环境影响，着力构建绿色竞争优势。

我们编制《固体废弃物存放对照表》，将一般固体废弃物与危险废弃物进行分类，严格规定存放区域，并识别其中可回收材料，实施分类管理、集中存放、专人管理，以保证集团所有废弃物处理符合规范。

此外，我们将危险废弃物集中收集后，分别贴上危险废弃物标识，包含其废物类别、废物代码、废物形态、有害成分及产生/收集单位等信息，确保危险废弃物规范处理，并保障相关管理人员人身安全与健康。



# PART

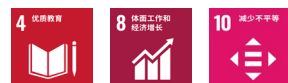
# THREE

## 社会

坚守以人为本  
倡导可持续价值链  
与伙伴共赢

“以人为本”是自然堂集团“社会”支柱下的首要理念。自然堂集团肩负着国货品牌的社会责任，也一直在“可持续发展”之路上不断探索，不忘初心，保障产品质量安全，打造多元平等包容的工作环境，参与公益、回馈社区，与合作伙伴、消费者一起，推动负责的营销和可持续的供应链，通过持续地科技创新，不断地突破瓶颈，带动美妆行业高质量发展。

联合国可持续发展目标：



# 保障产品质量安全与消费者权益

## 一切为消费者着想，保障产品质量

自然堂集团坚信高质量产品是企业立足的根本。我们以《化妆品生产质量管理规范》为基础，整合了 ISO9001、ISO22716、GMPC(东盟标/美标)、测量管理体系、HACCP、BRC 六大体系要求，形成了“1+6”产品全生命周期质量管理体系。体系涵盖产品设计开发、生产管理、仓储运输、顾客反馈、产品召回等过程，实现了贯穿产品全生命周期的质量管理。凭借完善的体系，自然堂集团成为“国家药监局高级研修学院化妆品检查员教学基地”、“上海市药监局化妆品检查员教学基地”。

### “1+6”产品全生命周期质量管理体系



本着一切为消费者着想的理念和追求，自然堂集团率先定义化妆品内在和外属性，以“六觉六性”定义国际化妆品的品质标准。其中，“六觉”作为产品的外在属性，主要表达产品包材设计及内容物外观、颜色、形状、使用方式及肤感表现，是自然堂集团定义产品在视觉、听觉、嗅觉、触觉、味觉及综合感觉的具体品质指标。

### “六觉”



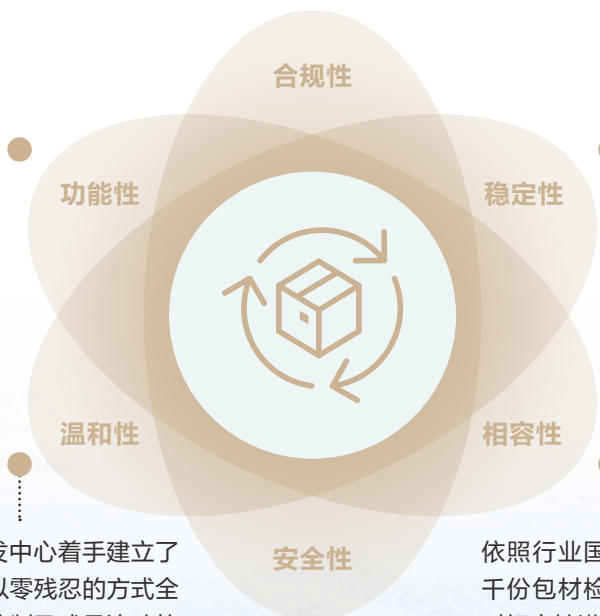
自然堂集团致力于对产品“六性”的不懈追求。“六性”是产品的内在属性，反映在产品的合规性、稳定性、相容性、安全性、功能性和温和性上。我们的每一款产品从原料选择开始，都至少经过 60 种不同的安全性、功效性验证，主要分为产品需求检测、功效评测、安全性检测、稳定性检测、感官评测。我们为产品设置精细且严苛的层层关卡，从产品需求调研到原料甄选、配方设计、包装设计贯穿研发始终，以确保所有自然堂集团开发和上市的产品拥有高质量且卓越的标准。

### “六性”

自然堂集团严格遵守中国相关法律法规，同时积极跟踪欧盟化妆品法规动态

-  参与制定国家标准 1 项
-  团体标准 4 项
-  企业标准 8 项

采用核心科技，结合 2D 皮肤细胞测试平台，基因测试平台等，评估化妆品原料和配方在美白，保湿，抗氧化，抗衰老等多维度功效。



对产品的 8 大理化指标进行监控并模拟使用环境的稳定性测试，确保不同季节、不同区域的消费者在产品使用过程中的稳定性、有效性和舒适性。

自 2015 年起，自然堂集团研发中心着手建立了安全性和温和性评价决策树，以零残忍的方式全面监控产品从原料控制到产品控制及成品追踪的安全性和温和性，也是国内首家搭建动物替代试验平台的化妆品公司。

依照行业国际标准，制定近千份包材检测标准及方法，对相容性进行综合检测评估。



## 提升客户体验，保障消费者权益

自然堂集团始终从消费者出发，高度重视客户满意度和消费体验，致力于提供高品质的客户服务。我们建立了完善的客服管理体系，搭建了畅通的反映渠道，为消费者提供了售前、售中、售后全方位的咨询、建议和投诉反馈服务。针对消费者投诉，客服团队根据反馈情况进行立项并记录，追溯商品的所有流程和节点，其中包含了交易过程、物流、产品质量等。专业客服团队将对接相应负责的部门进行沟通，提供消费者合理的解决方案与解决日期，实时关注问题解决进度，并在确认解决后予以结项，从而实现消费者体验的闭环。

### 客户反映渠道



#### 在线渠道

通过官方网站、社交媒体、电商平台等在线渠道，为消费者提供了方便快捷的反馈渠道。消费者可以通过留言、评论、咨询、投诉等方式随时向公司反映产品的使用体验、问题和建议。



#### 电话热线

设立 400 服务咨询电话，消费者可与品牌直接沟通，品牌对产品使用答疑解惑并提供售后服务。



#### 实体店铺

全国范围内设有实体店铺，经客户服务培训的店员为消费者提供面对面的沟通和反馈。自然堂集团注重店员的培训和专业知识，以确保消费者得到准确、实用的建议和解决方案。



报告期内，消费者反馈在 48 小时内结案  
90% 以上

## 打造多元平等包容的工作环境

自然堂集团致力于构建多元包容的职场文化，充分尊重员工的个体差异和平等权利，持续吸引凝聚国际化卓越人才。我们为员工提供舒适的工作环境，畅通的职业发展通道，配备完善的人才晋升机制，富有竞争力的薪酬制度和完善的福利政策，让员工独特性受到重视，多元才干得到认可，创新能力得到提升，让员工和我们共同成长，在为公司创造价值的同时实现自己的价值。我们持续不断营造平等包容的工作环境：每一位员工，无论在哪个岗位，来自哪里，都能够快乐工作，快乐生活，在自然堂集团得到关爱、尊重、关注和欣赏。

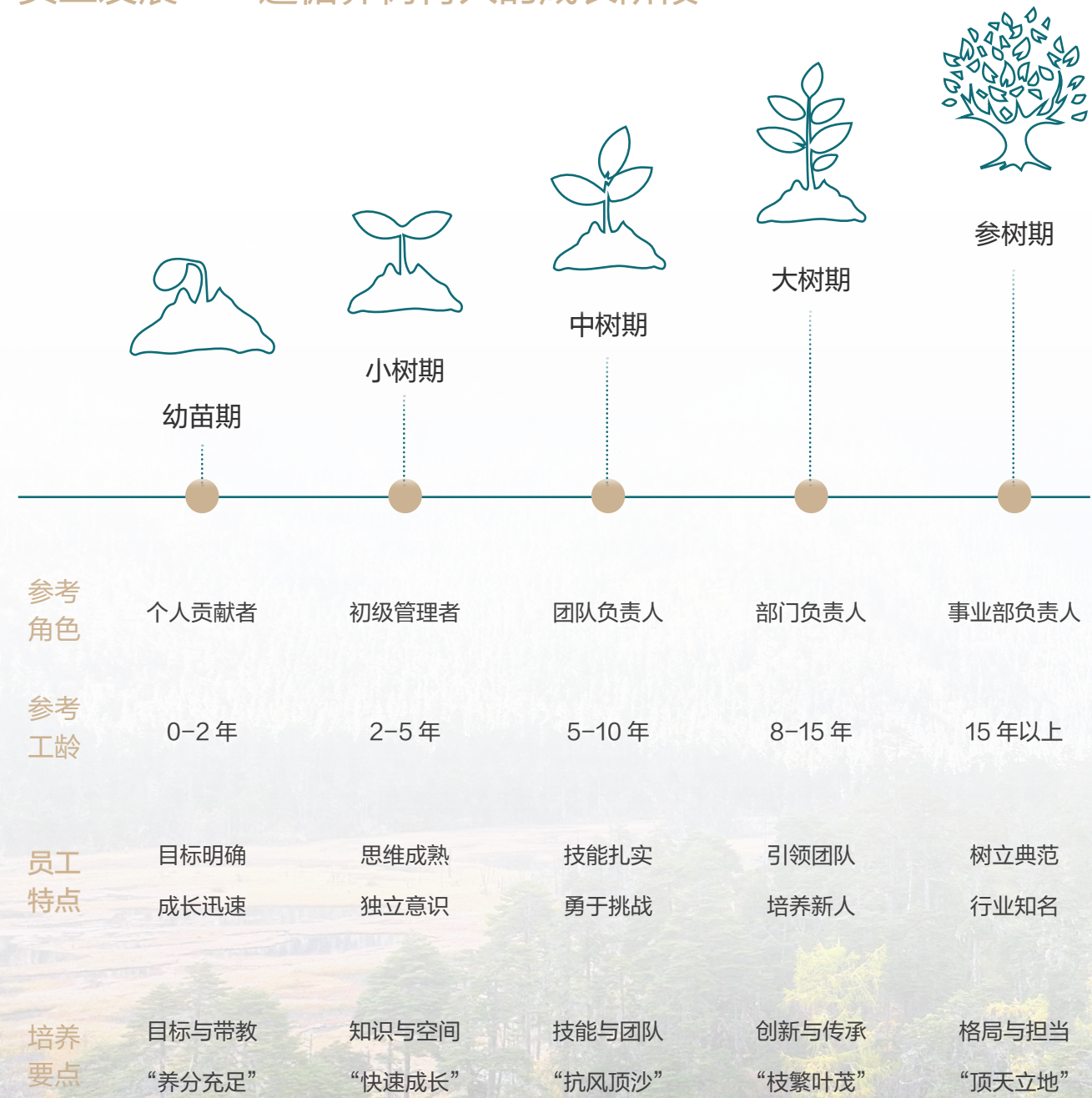
## 借“香樟树”成长理念，构建专业人才培养体系

人才是自然堂集团最宝贵的资源之一，也是集团稳步发展的支撑力和推动力。我们坚持“以人为本”理念，根据人才多样性、多层次性特点，系统性构建人才培养体系。在促进人才成长的同时，充分发挥人才作用，激发人才创新活力，在员工发展的各个阶段发现人才、培育人才、凝聚人才。

我们认为人才发展应遵循人才生命周期规律，也要与组织发展的阶段相适应。基于此，我们形成了独特的“香樟树”人才发展理念，采用植物生长的四大要素：“土壤”、“养分”、“阳光”、“空气”，象征重点关注的人才发展四大要素，即“合适的岗位”，“专业知识和技能的学习”、“给予增加曝光度的机会和舞台”、“有利于人才成长的组织文化”。

除此以外，我们建立了“自然堂大学”，针对企业中高层管理和岗位专才，进行办公技能、职场素养等领导力，及美妆、研发等专业力培训，以专业的学习发展平台全面培养、赋能企业员工，努力为员工配备适合发展阶段的资源，充分发挥个人技能，通过个人能力的迭代和不断提升，实现企业可持续发展的使命。

## 员工发展——遵循养树育人的成长阶段



香樟树

## 严格规范安全生产标准，保障员工职业健康安全

员工的健康和安全生产是我们生产经营的重中之重。我们根据相关法律、法规和标准，结合自身情况，建立了完善的职业健康安全管理程序，加强职业病防治管理，以有效的方式改善工作条件，保护员工健康。

在安全生产管理方面，我们成立了安全生产委员会和工作小组，分别负责相应工作的管理和执行，并建立了职业健康培训、安全监督检查、消防安全管理等一系列安全管理程序。此外，我们在奉贤生产基地建立了严格的安全绩效管理体系，将安全生产指标纳入相关个人和部门的绩效考核。同时，我们对相关部门主要负责人和安全管理人员进行有针对性的培训，确保其具备与所从事的生产经营活动相适应的安全知识和管理技能。基于积极主动的安全管理，2022 年，我们被上海市应急管理局评为安全生产标准化二级企业。



过去三年内，自然堂集团 **未发生** 对生产经营造成重大影响的工伤事故

## 关注不同岗位员工需求，推出多样化企业福利

我们深知，尊重员工的个体差异是企业成长的基础。因此，我们积极通过多元化的福利政策，将多元、平等、包容的价值观融入到自然堂集团的工作方式中，通过打造具有竞争力的员工福利体系，提升企业竞争力。

在五险一金、带薪年假等法定保险与假期基础上，自然堂集团制定了丰富的福利计划，包括不同级别的商业保险、餐饮和交通津贴、健康和休闲活动津贴、入职周年庆、新生子女福利等。自然堂集团也关注不同岗位员工的特殊需求，并为工程和建筑行业员工提供相应的意外保险。我们还推出了独特的企业福利，例如为员工提供婚车、新婚伴手礼等新婚福利，设置开学假、陪考假等亲子假，为父母年满 70 岁的员工提供养老金补贴等，通过多样化的企业福利，激发员工热情，提高工作效率和员工满意度，支持企业文化落地，增强员工归属感和责任感。



## 自然堂集团福利

- 01 餐费补贴
- 02 部门康乐活动
- 03 入职周年庆
- 04 新婚福利
- 05 新生子女福利
- 06 人才购房 / 人才公寓
- 07 亲子假
- 08 带薪年假
- 09 商业保险

## 关爱弱势群体，维护职场文化多元平等

自然堂集团始终相信，员工是公司发展最宝贵的财富。我们尽一切努力确保招聘、雇佣和解雇流程合法合规，并确保工作环境严格遵守人权相关法律和法规标准。我们在《员工行为准则》中明确禁止工作场所的歧视、暴力和骚扰。

我们十分关心女性员工的福利和职业发展，开展了一系列的支持项目，如在不同办公地点配有哺乳室、邀请专家为女性员工举办健康培训、提供儿童保育方面的讲座等，持续不断为女性员工创造更包容、更平等的工作环境，使公司的发展更具韧性。



报告期内，自然堂集团的女性员工比例在 **70% 以上**



自然堂集团举办女性员工健康培训

## 积极社区影响与公益



自然堂集团在发展业务的同时，矢志造福人类的公益事业，致力于自然生态保护、推动乡村振兴。未来，我们将继续切实履行公益，协调资源，不断拓宽自然堂集团公益项目的广度与深度，并带动社会公益正能量，共享发展。

### 种草喜马拉雅，助力藏区生态保护

近年来，由于全球气候变化和过度放牧的共同影响，西藏地区水土流失和植被沙化情况日趋严重，生态环境面临严重挑战。面对旱灾自然灾害，当地农户饱受粮油减产、饲草总量少之苦。2016年，自然堂携手生态环境部中华环境保护基金会成立“自然堂喜马拉雅环保公益基金”，并连续7年开展“种草喜马拉雅”活动，通过人工植草的方式，改善当地的土壤环境，助力藏区生态保护。



2016年-2023年，自然堂种草喜马拉雅公益行动累计捐赠 **2,400 万元**



已累计在西藏日喀则地区种植 **566 万平方米** 绿麦草

中华环境保护基金会  
CHINA ENVIRONMENTAL PROTECTION FOUNDATION

### 捐赠证书

伽蓝（集团）股份有限公司：

2016年至2023年贵公司向中华环境保护基金会累计捐赠人民币贰仟肆佰万元整，用于“自然堂喜马拉雅公益专项基金”开展包括喜马拉雅水源、植被、环境等方面的环保公益活动以及重大灾害救助等工作，感谢贵公司对环境公益事业的大力支持。

中华环境保护基金会  
二〇二三年十一月二十四日

中华环境保护基金会  
北京市东城区广渠门内大街16号环境大厦  
微博：中华环境保护基金会  
电话：(010)67130419



当地藏民在自然堂公益草场收割绿麦草





当地藏民在自然堂公益草场播种

自然堂种草喜马拉雅公益行动在增加了生态效益的同时，将荒滩变为良田，提升了土地生产力，进一步提升当地农户的经济和社会效益，为当地的乡村振兴事业带来了积极的影响。“种草喜马拉雅”活动将收割后的部分牧草免费发放给贫困户，用于牛羊过冬，减轻了农户外购牧草的开支，带动了畜牧业以及旅游业的发展。“自然堂喜马拉雅环保公益基金”向当地合作社捐助了种草所需的人工成本、机械成本等资金，并监督其使用过程，为当地的居民提供了更多的就业机会，改善了当地居民的生活水平，促进了当地经济的发展。

为带动并凝聚社会公益正能量，“种草喜马拉雅”更是设立了公益合伙人机制，邀请每一位消费者成为该公益项目的公益合伙人。每当消费者购买一瓶自然堂冰肌水或自然堂小紫瓶精华第五代，自然堂则向中华环境保护基金会捐赠 5 元或 10 元，用于绿麦草种植。



自然堂种草喜马拉雅项目收割绿麦草



村民收割绿麦草作为饲草喂牛



改种耕地后当地孩子拿着种植的艾玛土豆

### 自然堂种草喜马拉雅第七季见证仪式

2023 年 9 月 5 日，自然堂种草喜马拉雅公益行动第七季来到西藏日喀则，中华环境保护基金会理事长徐光，中华环境保护基金会副秘书长房志，上海市援藏干部联络组组长、日喀则市委副书记、市政府常务副市长彭一浩，拉孜县委副书记、政府县长索旦，自然堂集团副总裁吴梦，公共事务总经理陈娟玲博士等出席了仪式，与当地村民共同见证拉孜县 100 万平方米绿麦草的丰收。



自然堂日喀则公益草场



2023 年 9 月自然堂种草喜马拉雅见证仪式

# 自然堂 春蓄助学行动

共享优质教育 助力乡村人才振兴



## 开展自然堂春蓄助学行动，彰显女性人才“她力量”

2023年5月，自然堂联合中国儿童少年基金会发起“自然堂春蓄助学行动”，向西藏自治区妇联捐赠160万元，资助西藏农牧学院、西藏大学、林芝市第一、第二高中251名优秀西藏女生助学金，帮助她们更好地完成学业，成为自信、独立、向善、有责任感的女性，鼓励、支持西藏女性在经济社会发展中绽放“她力量”，助力乡村人才振兴，让梦想之花开遍喜马拉雅。

 2023年“自然堂春蓄助学行动”捐赠 160万元



### 自然堂春蕾助学行动助学金发放仪式

自然堂春蕾助学行动助学金发放仪式在西藏农牧学院、西藏大学举行。

2023 年 5 月，中央广播电视总台主持人、央视新闻中心播音部主任康辉出席活动，并作演讲，分享新时代下青年成长的故事。



自然堂集团研发中心  
总经理邹岳作科技素养培训



中央广播电视总台  
主持人康辉为受助学生分享



自然堂春蕾助学行动助学金发放仪式



中央广播电视总台主持人康辉  
与春蕾受助学生共读文章

### 自然堂春蕾助学行动社会实践活动

2023 年 8 月，自然堂春蕾助学行动在上海举行了社会实践活动。13 名春蕾女生代表，参加了在自然堂集团举办的交流会，并前往上海中共一大会址纪念馆、外滩、震旦博物馆、奉贤博物馆参观。

自然堂集团在公司内部特别设立了专门的导师团，全部由女性员工组成，从人际交往、心理健康、职业规划等角度给予建议，以帮助此次受助的春蕾女生，解决在日常学习、生活上遇到的问题。



自然堂春蕾助学行动春蕾女生代表合影





### 与中国跳水队展开合作，见证梦之队荣耀时刻

自 2012 年起，自然堂正式成为中国跳水队官方合作伙伴，开展了中国体坛梦之队与民族品牌相得益彰的合作，并致力于将运动员自然自信的力量传递给更多人。2023 年杭州亚运会，自然堂将品牌口号“你本来就很美”与中国跳水队坚韧执着、不断突破的运动精神相结合，以“向前一步就很美”为主题，为中国跳水队加油助威。

2012 年、2016 年、2020 年先后陪伴中国跳水队征战伦敦、里约、东京奥运会，下一站将继续征战 2024 年巴黎奥运会。



自然堂为中国跳水梦之队助威

CHANDO  
自然堂

中国跳水队  
官方合作伙伴

# 出征亚运 再站巅峰



## 推动可持续供应链

自然堂集团致力于携手合作伙伴，将可持续发展理念融入到供应链管理中，构建透明、高效、可持续的供应链。我们不断强化供应链质量，重视供应链各环节的环境及社会风险管理，积极塑造具有特色的负责任供应链。

### 考虑供应商环境社会风险，纳入相关准入流程

在引入供应商之前，自然堂集团充分考虑供应商的环境及社会方面的风险，建立了供应商预评审及现场评审流程，针对潜在的供应商开展准入背景调查。我们会充分评估供应商产品涉及项目是否通过消防验收、环保设施竣工验收，以及危化品的生产或经营单位是否有相应的生产或经营许可证。以上三项任意一项不合格，则预评审不合格，停止后续所有评审工作。在预评审通过后，需要进行现场评审，现场评审由质量部、研发中心、生产技术部、战略采购部等多方形成的审核小组进行审核，审核过程充分考虑供应商在环境、职业健康方面的因素，也会将供应商的社会责任纳入考核范畴。

### 全面规范供应商管理及绩效评价，定期进行相关培训

为提升供应商的管理水平和效率、充分了解供应市场并合理分配资源，自然堂集团制定了《供应商管理程序》。该程序覆盖了自然堂集团的直接品类、营销品类及其他品类的供应商管理。由战略采购部、研发中心、质量部、

市场部、事业部、公关部、生产采购部组成的工作组对供应商进行绩效评估打分，参与供应商绩效结果的沟通，并为供应商绩效改善提供专业意见。

此外，自然堂集团会定期举办供应商培训活动。2023年5月23日，自然堂集团供应链中心质量部及研发中心包材开发部共同举办了“统一标准认识，助力质量提升”为主题的自然堂集团包材供应商质量标准培训交流会。参会各类包材供应商伙伴22家，参会人数近80人。此次交流会旨在为包材供应商伙伴获取质量标准知识、拉通质量标准认识、答疑质量标准问题搭建高效的沟通平台，同时为包材供应商伙伴输出建议，促进质量标准更加优化、更易落地。



自然堂集团包材供应商质量标准培训交流会



## 推动负责任营销

自然堂集团在市场营销方面采取长期主义的策略，充分保障消费者权益，在推广产品的同时，遵循商业道德和社会责任，确保向消费者传递公平公正的信息，传播可持续发展理念，维护企业社会声誉和品牌形象。

自然堂集团严格遵守《化妆品监督管理条例》、《化妆品标签管理办法》、《中华人民共和国广告法》、《化妆品网络经营监督管理办法》、《广告绝对化用语执法指南》等属地运营法规的要求，规范营销和广告行为。针对新兴的网络直播营销，集团在拥抱新业务和营销渠道的同时，严格遵守《互联网广告管理办法》和《上海市网络直播营销活动合规指引》等法律法规要求，以确保网络直播和影响行为的合规性。

为给顾客带来良好的消费体验，我们在品牌线上直播时邀请公司研发人员参与，帮助消费者更好地了解产品成分功效，告知正确的使用方法，更好地保障消费者健康安全。



## 坚持为顾客提供绿色价值，推广可持续消费理念

作为致力于引领可持续消费理念的美妆品牌，自然堂集团始终坚持为顾客提供绿色价值，把向消费者传递可持续发展理念视为自己的重要责任，通过与消费者保持密切沟通，选取更适合的方式提升消费者的可持续发展意识。

## 促进科技创新与知识产权保护

### 尖端科技，共塑“产品之芯”

自然堂集团坚信科技创新是品牌发展的核心竞争力，也是国内化妆品产业可持续发展的新机遇。我们始终坚持“立足自主研发，开展全球合作”的研发总策略。一直以来，我们以技术为先导，深耕本土化妆品研发体系，持续推进原料研发与技术创新，从而缩短国内外原料研发鸿沟，打破了国产化妆品对原料进口的依赖，筑起了中国化妆品原料技术竞争壁垒。自然堂集团研发中心汇聚多个国家的顶级资深研究专家，下设 20 个实验室着重于科技研究和产品开发，并与国内外领先的研究机构、国内顶尖大学和科研院所开展合作，建立了六大科研平台，赋能自主成分的研究和工艺创新升级。研发中心始终将“五感六觉”贯穿研发始终，以确保为消费者提供视觉美观、听觉悦耳、嗅觉愉悦、味觉安全、触觉舒适的完美超卓的世界一流品质的产品和服务。



着重于科技研究和产品开发 下设 20 个实验室



报告期内，研发中心发表国内外科技文章累计超过 160 篇



## 六大科研平台



### 消费者大数据洞察平台

基于东方人的皮肤特点和美学标准，建立消费者皮肤数据库，通过自主大数据洞察分析，深入了解消费者需求。

### 配方科技平台

通过冻干技术、包裹促渗技术、可视化微珠等前沿配方科技，创新性开发引领行业趋势的优质化妆品。



### 东方皮肤科研平台

通过 2D 细胞、组学分析等科学手段，开展一系列基础科学研究，探索皮肤及毛发相关功效机理，深入理解原料及产品作用机制，为消费者提供机理明确的功效性产品。



### 包装开发平台

利用美学艺术进行创造，结合独特的造型、材料、以及人体力学和人体工程学等科学手段，开发艺术化造型和装潢，为消费者提供设计感、美观感、使用感兼具的包装。



### 原料筛选开发平台

通过严格的安全性、功效性测试，筛选安全性最高、功效性最好的原料。运用微生物发酵、植物组织培养、植物超低温冻干、太空育种等跨学科尖端科技，自主开发具有特定功效的自然科技成分。



### 六觉六性测评平台

通过六觉六性 12 个维度的测评，自然堂集团的每款产品从原料选择开始，都经过至少 60 种安全性、功效性的科学验证，以满足消费者对产品质量和功能的要求。





### 极地酵母喜默因

极地酵母喜默因 (Hi-Murcha-S-in) 的核心菌株发源地来自于海拔 3,355 米的喜马拉雅极地自然环境。自然堂集团科学家依托自有原料筛选开发平台下微生物发酵技术，经过多年研发和多维测试，研制出了这一具有自主知识产权的核心功效成分喜默因。经过独特的发酵工艺处理后，喜默因能够释放出高浓度的活性小分子，深入肌肤底层，促进细胞的新生和修护。此外，喜默因还能有效促进肌肤细胞内的关键蛋白合成，从而达到多靶点根源抗老的目的。



自然堂集团已建立喜马拉雅特有菌种库 558 株



申请包括发酵技术和喜默因酵母原料在内的微生物发酵相关专利 17 项



### 自然堂喜默因根源抗老科技发布会

2023 年 9 月 25 日，“自然堂喜默因根源抗老科技发布会”于上海召开，自然堂联合上海人类学学会人类皮肤健康专业委员会发起《化妆品行业发酵技术运用和趋势展望》研讨，邀请多位微生物发酵专家、皮肤科学领域专家、知名专业科学护肤博主齐聚一堂，首次定义发酵护肤代际划分，认证国际领先发酵技术突破——第五代发酵技术，展示遥遥领先的中国原创科技力。

同年，国内顶尖皮肤科学专家、微生物发酵领域专家共同发起，上海人类学学会人类皮肤健康专业委员会倾力指导，重磅发布《发酵技术在护肤品行业中的应用与展望》白皮书，充分剖析第五代发酵技术，肯定了极地酵母喜默因的功效肌理。



自然堂喜默因根源抗老科技发布会专家合影



自然堂喜默因根源抗老科技发布会现场



发酵技术白皮书


## 数字化手段，赋能全链路研发


产品妈妈系统是自然堂集团产品全链路研发管理系统，内嵌了项目妈妈、研发管理、质量标准书、原料转译器等系统。该系统将不同环节的流程和文件进行统一整合，全面赋能研发的原料开发、配方开发、包装开发、安全评估和法规备案。改变了目前纸质和线下审批的现状，全面提升了研发体系数字化管理能力，提高了产品技术资料流转的准确性、效率和可追溯性，从而在确保产品开发质量合规的同时，提高科技成果产出，加速实现科技成果的转化。


## 多措并举，保护知识产权

面对转型升级和国际化的竞争，我们深知保护知识产权对提升企业竞争力至关重要，因此自然堂集团不断提升知识产权的创造能力、保护效能和管理水平。我们建有《知识产权维护管理程序》、《保密管理控制程序》、《风险管理控制程序》、《争议处理管理控制程序》、《专利分级管理规范》等完善的机制。对知识产权充分布局，从产品开发、配方研制、原料提取到生产工艺，从主品牌名称到产品子系列名称、从产品外包装到宣传物料及页面图片，通过专利、商标、版权等多个维度对自身的知识产权进行保护。为了进一步激发研发人员发明创造的热情，自然堂集团还制定了《研发中心科技成果奖励制度》，鼓励知识产权创新活动，建立知识产权奖励基金，对研发过程中产生的专利申请、授权及新配方开发均予以物质奖励。

截至 2023 年 12 月底

 自然堂集团已申请各类专利共计 438 件

 其中申请发明专利 239 件

 授权发明专利 90 件



# PART

# FOUR

## 治理

### 强化企业治理 营造互信商业环境

加强推进公司治理，建立适配的治理框架是 ESG 可持续发展的关键保障。作为中国化妆品领军企业，自然堂集团将制定长期的 ESG 发展规划、建立完善的 ESG 组织架构，有规划、有策略地推动企业的可持续治理。与此同时，积极推动数字化转型，用数字赋能管理，维护企业数据安全，营造互信商业环境。

#### 联合国可持续发展目标：



## 建立并持续优化可持续管治架构



自然堂集团已建设全面、完整、自上而下的可持续发展管治架构。整体管治架构上至董事会，在董事会层面，董事会全面负责监督、框定公司整体的可持续发展战略方针及相关重大事项。同时，自然堂集团还特设可持续发展委员会，该委员会由董事长及选定的各团队领导组成。可持续发展委员会及其下设 ESG 管理中心协助董事会监督本公司有关可持续发展（环境、社会及治理）的惯例、政策、程序、策略及措施，并定期审阅及监督本公司就其可持续发展措施而制定的目标发展及实施情况。

### 自然堂集团可持续发展管治架构



## 守护商业道德与诚信环境



### 加强公司内部控制，构建反舞弊与举报制度

为加强公司治理和内部控制、维护各利益相关方的合法权益，自然堂集团制定《反舞弊与举报制度》，明确所有类型的舞弊行为、举报程序及执行方法。公司设置统一的举报邮箱及举报电话，举报渠道清晰明了。举报邮箱和举报电话接收到的事件将由审计部设置专人负责管理，相关电子邮件、信函或面谈记录必须进行存档并根据问题线索情况进行相应处置。所有举报由审计部自接到举报后 2 个工作日内报公司总经理及董事长，由董事会决定进一步调查事项。董事会在进行有关调查时，视需要可聘请外部审计师或其他机构协助调查。报告期内，公司无接获任何举报信息。

此外，公司严格保护举报人，严禁相关单位泄露举报人的姓名、工作单位、联系方式等信息，严厉禁止对于举报人的报复行为，对违规泄露举报人信息或对采取打击报复者，将根据情节和后果给予严肃处理，包括但不限于赔偿损失、警告、严重警告、辞退、解除劳动合同等。触犯法律的，移送司法机关依法处理。

### 签订供应商廉政协议，打造廉洁合作环境

为创造健康廉洁的合作环境，保护自身及供应商双方的合法权益，自然堂集团在与供应商签订各项采购合同时，会与供应商明确反舞弊约定条款或签订廉政协议。任何供应商不得以任何形式向自然堂集团员工行贿，包括但不限于现钞、有价证券、实物、旅游、未来可获利益等。若供应商经公司查实有行贿行为的，公司有权根据具体情节和造成的后果要求供应商支付相应的违约金。若因自然堂集团员工向供应商提出索贿要求，且经查证属实的，自然堂集团将结合实际情况给予供应商具体的举报人一定的物质奖励，并承诺对具体的举报人的信息绝对保密。





## 制定员工廉洁规定，维护企业良好声誉

为树立良好的企业形象，维护公司声誉，促进企业的长期发展，自然堂集团针对全体员工制定了《员工廉洁自律八条规定》。对于违反《员工廉洁自律八条规定》的行为，公司将视情节轻重，予以退赔、警告、降级、降职直至解除劳动合同处分，如涉嫌违法的，移交司法机关处理。

## 数字化与数据安全保护



### 坚持长期主义，树立数字化转型标杆

2020 年，自然堂集团核心品牌自然堂作为“一盘货”项目的先行者迈出了数字化战略革新的第一步。在历经了 1.0 业务在线化、2.0 数字运营化、3.0 营销智能化三个数字化转型阶段后，数字化已如同毛细血管渗透进了自然堂集团从研发、生产、营销，到物流、管理、服务的全链路，全面重构了组织、文化、业务流程、全渠道营销和货币，从根本上改变了与消费者的互动方式及对渠道货品的管理方式，构建了基于数字技术的健康渠道生态。

同时，为了让战略设计与业务落地更紧密联动，自然堂集团形成了特有的“业务模式创新 + IT 技术实现 + 制度保障”的三轮驱动方法论，让数字化伴随业务模式和管理模式的创新，让所有的创新皆有新标准、新规则、新政策、新制度做保障。2022 年，自然堂集团得益于数字化转型市场销售额实现了年度增长目标，线上线下企业全部实现正增长，数字化转型取得阶段性成功。2023 年，公司进一步夯实了数字化建设，通过主动求变的方式，持续优化公司数字化转型的建设和迭代。

### 自然堂集团数字化转型核心价值观



利他共赢



主动求变



相信数据

### 自然堂集团入选上海市第二批“工赋链主”培育企业名单

2023 年 9 月，上海市制造业数字化转型现场交流会暨数字化诊断启动会上，自然堂集团作为唯一的科技美妆企业入选第二批 15 家“工赋链主”培育企业名单。“工赋链主”梯度培育工程名单由上海市经济和信息化委员会发布。该工程旨在培育 40 家“链主企业”，即对产业链大部分企业的资源配置和应用具有较强影响力的企业，通过聚焦打造一批制造业数字化转型标杆示范企业，带动和赋能上下游 2000 家企业的数字化转型。

### 构建信任，保护数据安全

数字变革在带来机遇的同时也给数字时代信任带来了前所未有的挑战和风险。自然堂集团重视消费者的隐私和数据安全，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，制定并严格执行《个人信息保护管理规定》《数据安全管理办法 - 分类分级》等管理制度，从而维护消费者的合法权益，保护隐私安全。



# PART

# FIVE

## 可持续发展专题

### “一滴水”的故事

每一次滴水成冰，是集团为东方肌肤研制世界一流化妆品的无畏尝试；每一次技术革新也是集团对自然堂品牌意义的诠释。雪域高原的“一滴水”，自喜马拉雅冰川伊始，经历生产、研发、销售、回收、以及社区回馈等不同阶段，展示了自然堂品牌明星产品“冰肌水”全生命周期的可持续实践，体现了“取之自然、回馈自然”的可持续理念，也是自然堂集团成立至今，持续推进可持续发展的卓越典范。



自然堂水源地：海拔 5128 米曲登尼玛冰川

## “一滴水”的故事

### 滴水成冰：取之喜马拉雅，研自天然冰川

早在十余年前，我们便开展了有关多吉曲登尼玛冰川水及其生物学效应的相关研究，并深受启发。冰川水取自喜马拉雅北麓 5,128 米处，是世界上海拔最高的天然冰川泉水。冰川水也是难得的天然极冷矿泉水，水质纯净无污染，同时具备抑制黑色素细胞增殖、修复保护成纤维细胞等多重功效。通过深入的了解研究，我们以“喜马拉雅”小分子冰川水为原料之一，带着对“美丽和自然共存”的坚持，开发了取自冰川水的自然堂明星产品“冰肌水”。“冰肌水”始于喜马拉雅高寒地区，但我们对创新技术研发、维护生态环境充满持续热情。

### 水滴石穿：保障产品品质，倡导绿色包材

我们持续不断开展产品性能研究，践行“冰肌水”产品品质保障。本着一切为消费者着想的理念和追求，也基于“冰肌水”取之自然的理念，自然堂集团定义化妆品内在和外在属性，以“六觉六性”定义国际化化妆品的品质标准，从内至外满足消费者在感官体验和品质安全方面的产品要求及消费体验。

与此同时，我们坚持节能减排和绿色包装的尝试，确保“冰肌水”的生产、包装能够回馈自然。我们积极编制《能资源管理程序》，构建能源管理体系并委任相关监督职责，并通过建设厂区光伏，全面响应集团能源管理与可再生能源愿景。我们积极将一次性注塑成型环保包装运用于“冰肌水”产品包装中，通过自身研发实力，赋能产品包装生产过程的节能减排，结合东方美学，为消费者提供环境友好、富有美学设计的产品包装。我们的“再生艺术”空瓶回收计划使美与可持续发展的结合在产品售终环节进一步落地，让更多消费者参与到“冰肌水”的可持续和减碳实践中来，共同为环境“减负”，让自然生生不息。

### 水到渠成：促进责任营销，建立消费者信任

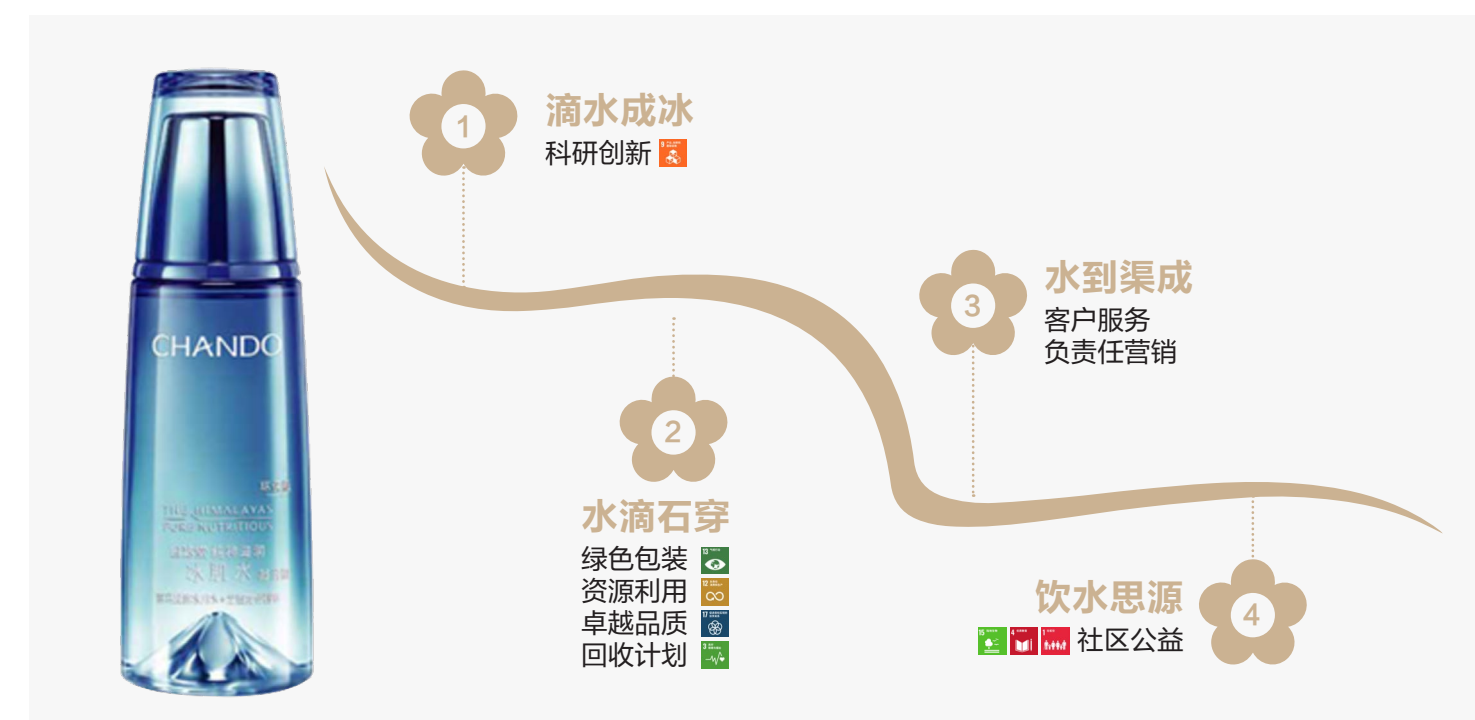
我们秉承对产品和对消费者负责任的态度，遵循商业道德和社会责任，在传递美与可持续发展的营销内容的同时，确保为使用“冰肌水”的消费者提供“视觉美观、听觉悦耳、嗅觉愉悦、味觉安全、触觉舒适”的世界一流品质的产品和服务。在“冰肌水”的销售过程中，我们组织相关培训，确保消费者对产品功能的理解，避免不必要的误导。作为一家负责任的企业，自然堂集团通过负责任的营销提升与消费者之间的信任，不断提升客户满意度。

### 饮水思源：携手当地社区，回馈自然源头

对自然堂“冰肌水”而言，售出不等于离场。我们自 2016 年“自然堂喜马拉雅环保公益基金”成立以来，不变初心，开展了种草喜马拉雅等各种各样的项目，以实际行动践行着我们“回馈自然”的理念。每当消费者购买一瓶自然堂冰肌水，自然堂集团会向中华环境保护基金会捐赠 5 元，用于“冰肌水”品牌源头喜马拉雅地区的绿麦草种植。另外，我们通过自己开展的公益项目不断为社会关注问题提供解决方案。我们在喜马拉雅脚下的公益植物园中雇佣当地居民，解决当地居民就业问题，提升当地居民生活水平，为他们带去更加先进的养殖栽培技术的同时，保证自身产品种植生产阶段的高质量管理。

这是我们积极探索的“生态”公益模式，也是我们饮水思源，回馈社区，进一步追求可持续发展路程中，和大自然延续的美丽之约。

### 自然堂一滴水的故事



# 指标索引

## GRI 指标索引表

| GRI 指标序号   | GRI 指标               | 报告对应章节                 |
|------------|----------------------|------------------------|
| GRI1: 基础   |                      |                        |
| GRI2: 一般披露 |                      |                        |
| 组织及其报告做法   |                      |                        |
| 2-1        | 组织详细情况               | 关于本报告<br>1.1 我们的文化与价值观 |
| 2-2        | 纳入组织可持续发展报告的实体       | 关于本报告                  |
| 2-3        | 报告期、报告频率和联系人         | 关于本报告                  |
| 2-4        | 信息重述                 | 关于本报告                  |
| 活动和工作者     |                      |                        |
| 2-6        | 活动、价值链和其他业务关系        | 3.4 推动可持续供应链           |
| 2-7        | 员工                   | 3.2 打造多元平等包容的工作环境      |
| 管治         |                      |                        |
| 2-9        | 管治架构和组成              | 4.1 建立并持续优化可持续管治架构     |
| 2-12       | 在管理影响方面, 最高管治机构的监督作用 | 4.1 建立并持续优化可持续管治架构     |
| 2-14       | 最高管治机构在可持续发展报告中的作用   | 4.1 建立并持续优化可持续管治架构     |
| 2-16       | 重要关切问题的沟通            | 4.1 建立并持续优化可持续管治架构     |
| 2-19       | 薪酬政策                 | 3.2 打造多元平等包容的工作环境      |
| 战略、政策和实践   |                      |                        |
| 2-22       | 关于可持续发展战略的声明         | 1.3 自然堂集团可持续发展战略       |
| 2-27       | 遵守法律法规               | 4.3 守护商业道德与诚信环境        |
| 利益相关方参与    |                      |                        |
| 2-29       | 利益相关者参与的方法           | 1.2 实质性议题              |

| GRI 指标序号        | GRI 指标                    | 报告对应章节             |
|-----------------|---------------------------|--------------------|
| GRI 3 实质性议题     |                           |                    |
| 3-1             | 确定实质性议题的过程                | 1.2 实质性议题          |
| 3-2             | 实质性议题清单                   | 1.2 实质性议题          |
| 3-3             | 实质性议题的管理                  | 1.2 实质性议题          |
| GRI 205 反腐败     |                           |                    |
| 3-3             | 实质性议题管理                   | 1.2 实质性议题          |
| 205-2           | 反腐败政策和程序的传达及培训            | 4.2 守护商业道德与诚信环境    |
| GRI 206 不正当竞争行为 |                           |                    |
| 3-3             | 实质性议题管理                   | 1.2 实质性议题          |
| 206-1           | 针对不正当竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼 | 4.2 守护商业道德与诚信环境    |
| GRI 301 物料      |                           |                    |
| 3-3             | 实质性议题管理                   | 1.2 实质性议题          |
| 301-2           | 所使用的回收进料                  | 2.2 促进可持续包装与循环经济   |
| 301-3           | 回收产品及其包装材料                | 2.2 促进可持续包装与循环经济   |
| GRI 302 能源      |                           |                    |
| 3-3             | 实质性议题管理                   | 1.2 实质性议题          |
| 302-5           | 降低产品和服务的能源需求              | 2.1 应对气候变化与循环经济    |
| GRI 303 水资源与污水  |                           |                    |
| 3-3             | 实质性议题管理                   | 1.2 实质性议题          |
| 303-1           | 组织与水(作为共有资源)的相互影响         | 2.3 促进负责任生产与资源高效利用 |
| 303-2           | 管理与排水相关的影响                | 2.3 促进负责任生产与资源高效利用 |
| 303-3           | 取水                        | 2.3 促进负责任生产与资源高效利用 |
| 303-4           | 排水                        | 2.3 促进负责任生产与资源高效利用 |
| 303-5           | 耗水                        | 2.3 促进负责任生产与资源高效利用 |
| GRI 304 生物多样性   |                           |                    |
| 3-3             | 实质性议题管理                   | 1.2 实质性议题          |
| 304-2           | 活动、产品和服务对生物多样性的重大影响       | 2.1 应对气候变化与保护生物多样性 |

| GRI 指标序号               | GRI 指标                 | 报告对应章节             |
|------------------------|------------------------|--------------------|
| <b>GRI 305 排放</b>      |                        |                    |
| 3-3                    | 实质性议题管理                | 1.2 实质性议题          |
| <b>GRI 306 废弃物</b>     |                        |                    |
| 3-3                    | 实质性议题管理                | 1.2 实质性议题          |
| 306-1                  | 废弃物的产生及废弃物相关的重大影响      | 2.3 促进负责任生产与资源高效利用 |
| 306-2                  | 重大废弃物相关影响的管理           | 2.3 促进负责任生产与资源高效利用 |
| 306-3                  | 产生的废弃物                 | 2.3 促进负责任生产与资源高效利用 |
| 306-4                  | 废弃物回收处置方式              | 2.3 促进负责任生产与资源高效利用 |
| 306-5                  | 废弃物最终处置                | 2.3 促进负责任生产与资源高效利用 |
| <b>GRI 307 环境合规</b>    |                        |                    |
| 3-3                    | 实质性议题管理                | 1.2 实质性议题          |
| 307-1                  | 违反环境法律法规               | 报告期内未发生重大违规事件      |
| <b>GRI 308 供应商环境评估</b> |                        |                    |
| 3-3                    | 实质性议题管理                | 1.2 实质性议题          |
| 308-1                  | 使用环境标准筛选的新供应商          | 3.4 推动可持续供应链       |
| 308-2                  | 供应链对环境的负面影响以及采取的行动     | 3.4 推动可持续供应链       |
| <b>GRI 401 雇佣</b>      |                        |                    |
| 3-3                    | 实质性议题管理                | 1.2 实质性议题          |
| 401-1                  | 新进员工和员工流动率             | 3.2 打造多元平等包容的工作环境  |
| 401-2                  | 提供给全体员工（不包括临时或兼职员工）的福利 | 3.2 打造多元平等包容的工作环境  |
| 401-3                  | 育儿假                    | 3.2 打造多元平等包容的工作环境  |
| <b>GRI 403 职业健康与安全</b> |                        |                    |
| 3-3                    | 实质性议题管理                | 1.2 实质性议题          |
| 403-1                  | 职业健康安全管理体系             | 3.2 打造多元平等包容的工作环境  |
| 403-2                  | 危害识别、风险评估和事件调查         | 3.2 打造多元平等包容的工作环境  |
| 403-3                  | 职业健康服务                 | 3.2 打造多元平等包容的工作环境  |
| 403-4                  | 职业健康安全事务：工作者的参与、协商和沟通  | 3.2 打造多元平等包容的工作环境  |
| 403-5                  | 工作者职业健康安全培训            | 3.2 打造多元平等包容的工作环境  |

| GRI 指标序号                | GRI 指标                  | 报告对应章节                        |
|-------------------------|-------------------------|-------------------------------|
| 403-6                   | 促进工作者健康                 | 3.2 打造多元平等包容的工作环境             |
| 403-7                   | 预防和减轻与商业关系直接相关的职业健康安全影响 | 3.2 打造多元平等包容的工作环境             |
| 403-8                   | 职业健康安全管理体系覆盖的工作者        | 3.2 打造多元平等包容的工作环境             |
| 403-9                   | 工伤                      | 过去三年内，集团并未发生对生产经营造成重大影响的工伤事故。 |
| <b>GRI 404 培训与教育</b>    |                         |                               |
| 404-2                   | 员工技能提升方案和过渡协助方案         | 3.2 打造多元平等包容的工作环境             |
| <b>GRI 405 多元化与平等机会</b> |                         |                               |
| 3-3                     | 实质性议题管理                 | 1.2 实质性议题                     |
| 405-1                   | 管治机构与员工的多元化             | 3.2 打造多元平等包容的工作环境             |
| <b>GRI 406 反歧视</b>      |                         |                               |
| 3-3                     | 实质性议题管理                 | 1.2 实质性议题                     |
| 406-1                   | 歧视事件及采取的纠正行动            | 3.2 打造多元平等包容的工作环境             |
| <b>GRI 412 人权评估</b>     |                         |                               |
| 412-2                   | 人权政策或程序方面的员工培训          | 3.2 打造多元平等包容的工作环境             |
| <b>GRI 413 当地社区</b>     |                         |                               |
| 3-3                     | 实质性议题管理                 | 1.2 实质性议题                     |
| 413-1                   | 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点   | 3.3 积极社区影响与公益                 |
| 413-2                   | 对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点   | 目前暂不存在对社区有负面影响的运营点            |
| <b>GRI 414 供应商社会评估</b>  |                         |                               |
| 3-3                     | 实质性议题管理                 | 1.2 实质性议题                     |
| 414-1                   | 使用社会标准筛选的新供应商           | 3.4 积极社区影响与公益                 |
| 414-2                   | 供应链对社会的负面影响以及采取的行动      | 3.4 积极社区影响与公益                 |
| <b>GRI 416 客户健康与安全</b>  |                         |                               |
| 3-3                     | 实质性议题管理                 | 1.2 实质性议题                     |
| 416-1                   | 对产品和服务类别的健康与安全影响的评估     | 3.1 保障产品质量安全与消费者权益            |
| 416-2                   | 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件    | 报告期内未发生相关违规事件                 |

| GRI 指标序号              | GRI 指标                  | 报告对应章节             |
|-----------------------|-------------------------|--------------------|
| <b>GRI 417 营销与标识</b>  |                         |                    |
| 3-3                   | 实质性议题管理                 | 1.2 实质性议题          |
| 417-1                 | 对产品和服务信息与标识的要求          | 3.1 保障产品质量安全与消费者权益 |
| 417-2                 | 涉及产品和服务信息与标识的违规事件       | 报告期内未发生相关违规事件      |
| 417-3                 | 涉及市场营销的违规事件             | 报告期内未发生相关违规事件      |
| <b>GRI 418 客户隐私</b>   |                         |                    |
| 3-3                   | 实质性议题管理                 | 1.2 实质性议题          |
| 418-1                 | 与侵犯客户隐私和丢失客户资料有关的经证实的投诉 | 4.3 推动数字化与数据安全保护   |
| <b>GRI 419 社会经济合规</b> |                         |                    |
| 419-1                 | 违反社会与经济领域的法律和法规         | 报告期内未发生相关违规事件      |

## 意见反馈

### 尊敬的读者：

您好！感谢您百忙之中阅读《自然堂集团 2023 年可持续发展报告》。为持续改进可持续发展报告编制水平，不断提升公司可持续发展能力，我们希望倾听您的意见和建议。我们的联系方式如下：

公司地址：上海市静安区铜仁路 299 号 soho 东海广场

电话：021-62220000



自然堂集团  
CHANDO GROUP