

自然堂集团
CHANDO GROUP

2025

自然堂集团 可持续发展报告

CHANDO GROUP
SUSTAINABILITY REPORT



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

上海先进级智能工厂

Shanghai Advanced Smart Factory

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

上海市无废工厂

Shanghai Waste-Free Factory

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



自然堂集团小红书



自然堂集团视频号



自然堂集团微博



自然堂集团抖音账号



东方美谷·自然堂未来美妆城
预约码

目录

关于本报告	08
董事长寄语	10
走进自然堂集团	12
发展历程	12
可持续发展成绩	14
公司的可持续发展亮点量化数据	20
我们的可持续发展战略	22
我们的文化与价值观	24
实质性议题	25
自然堂集团可持续发展战略	26
指标索引	92
意见反馈	96



01

打造绿色美妆，守护美丽与自然	28
应对气候变化与保护生物多样性	30
促进绿色包装与循环经济	35
促进负责任生产与绿色制造	39



02

坚守以人为本，倡导可持续价值链， 与伙伴共赢 48

保障产品质量安全与消费者权益	50
建立多元平等共融的工作环境	55
强化公益慈善与社区影响	63
完善绿色低碳供应链	68
引领负责任营销和绿色消费	72
加强科技创新与知识产权保护	76



03

强化企业治理，营造互信商业环境 86

建立并持续优化可持续管治架构	88
守护商业道德与诚信环境	89
推动数字化与数据安全保障	90

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 2025 年。

本报告是集团发布的第 15 份可持续发展报告，发布周期为一年；汇报期由 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日（以下简称“报告期”）。

报告范围

本报告组织范围为自然堂全球控股有限公司及其附属公司（自然堂集团）。

指代说明

“自然堂集团”还以“我们”“公司”表示。

汇报标准及准则

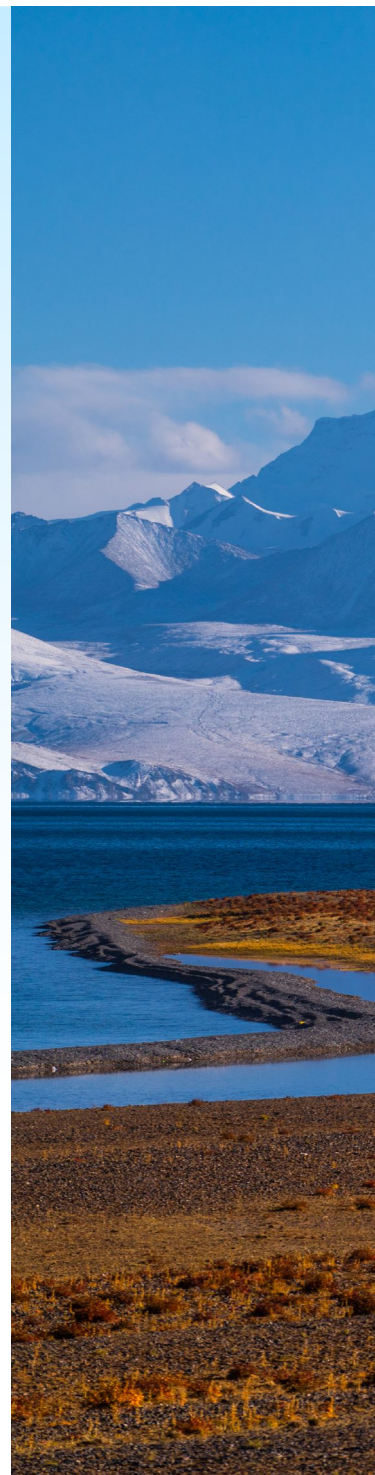
本报告参考全球可持续发展标准委员会（GSSB）发布的《GRI 可持续发展报告标准》（以下简称“GRI 标准”）编制而成。

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

当时间的指针划向 2025 年末，我们共同站在一个充满历史意义的节点上——自然堂集团即将迎来创立二十五周年。四分之一世纪，足以让一个品牌、一份事业从无到有，从弱到强。

当我们回望来路，继续眺望前方时，我心中的判断愈发坚定：我们正站在一个属于中国美妆品牌历史性机遇的黄金起点上。展望未来，三大确定性趋势已然清晰：美妆市场持续增长、国货成为主流、行业走向相对集中。与此同时，消费话语权转向消费者主导，需求分层日益显著。要把握这时代的机遇，我们必须从“努力思维”转向“适应性思维”，以持续学习、系统判断和快速调整的能力，拥抱变化，将历史的机遇转化为可持续的未来。

在大家的共同努力下，自然堂集团在 2025 年也实现了高质量的健康发展。业绩方面，集团营收增长超出预期，线上线下业务均呈现出强劲的增长态势。研发创新成果丰硕，完成自产原料 7 个，上市纯新品 129 个 SPU、348 个 SKU，共申请和获得专利 110 件，发表学术文章 18 篇，荣获多项行业重磅奖项。社会荣誉方面，集团共斩获 83 个奖项，其中重磅奖项有：“数字创品牌”标杆案例；“轻工业绿色低碳转型典型案例”；“2025 外国人喜爱的中国品牌”；入选“国货未来·超级品牌-影响力品牌”名册等。尤为重要的是，历时三年的线下渠道深度转型在 2025 年迎来了丰厚回报。“合伙制”的创新模式，重燃了百货商场渠道的引擎。未来，自然堂将持续增加对线下的战略性投入，与各位共同定义美妆零售的新范式。

过去一年，企业在环境责任领域持续深化实践。我们积极响应国家“双碳”战略，持续深化涵盖范围一、范围二以及范围三重点类别的碳盘查工作，并围绕绿色包装与清洁生产系统推进减排实践。公司成功入选上海市 2025 年度市级“无废城市细胞”典型案例，通过源头减量、资源循环与全员参与，积极构建绿色运营体系。同时，“东方美谷·自然堂未来美妆城”正式启幕，集成光伏发电、智能物流与工业旅游，打造集绿色制造、数字赋能与体验传播于一体的可持续标杆，以实际行动实现能效提升与碳排降低，将绿色制造转化为可感知的品牌承诺，为集团可持续发展提供坚实支撑。

社会责任方面，我们在喜马拉雅地区持续深耕，将“种草喜马拉雅”行动升级为“2025 - 2030 生物多样性保护项目”，助力高原生态修复。教育支持上，“春蕾助学行动”再向西藏捐赠 200 万元，帮助 350 名女生继续学业。面对社会急需，我们迅速响应地震灾情，传递温暖关怀。同时，我们支持发起“科研回归计划”，助力女性科研人才重返事业，探索科技与美的融合。这些行动，是我们践行可持续发展、回馈社会的切切实现。未来，我们将继续携手各方，共创更多美好可能。

在企业管治方面，我们建立了“治理层、管理层、执行层”三级 ESG 治理架构，系统推动可持续发展战略落地。治理层负责监督重大 ESG 事项与战略方向；管理层通过可持续发展委员会统筹目标与规划；执行层则依托 ESG 管理中心、研发中心等部门，并联合各产品开发项目组，将

战略转化为贯穿研发、生产与品牌传播的具体行动，围绕“减量、循环、替代”策略深化包装绿色管理，研发中心、供应链等职能部门则聚焦研发、原料与生产环节，依托绿色研发体系与技术平台推进节能降耗。

历经二十五载奋斗，我们以信任为桨、实干为帆，推动自然堂成长为一家数字化驱动的、产品科技领先的多品牌企业。我们始终坚守企业使命与价值观，持续深耕产品、渠道与运营，与客户共创、共享、共赢。这份成绩，离不开全体员工的远见、韧性和实干，也离不开每一位零售商与运营伙伴的信任与支持，这是我们共同的荣耀。未来，让我们继续秉持“一起更美”的信念再出发——成就消费者的自信之美、生意伙伴的共赢之美、品牌担当的责任之美与中国美妆进军全球的格局之美！



郑春颖

自然堂集团董事长兼总裁

走进自然堂集团

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。

2025

东方美谷·自然堂未来美妆城正式开幕

集美妆科学知识传播、产品展示、智慧生产、即时消费于一体，将“工业旅游+文商旅体展”深度融合，将工业硬实力转化为文化软实力，成功入选“2025年上海市十大标志性文旅项目”。

2024

集团对外更名

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”。

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。

2016

启动品牌升级

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。

2017

喜马拉雅美丽研究院成立

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。

春夏品牌创立

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。

2023

己出品牌创立

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。

2020

数字化转型

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。

2019

珀芙研品牌创立

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。



可持续发展成绩



2024 年度中国化妆品行业十大新闻人物
中国化妆品



2024 年度轻工业绿色低碳转型典型案例
中国轻工业联合会



上海市“无废工厂”
上海市生态环境局

年度新锐品牌大奖
ELLE

2025 年上海十大文旅标志项目
第四届上海市旅游投资促进大会



国货美妆品牌排名 top3
中国香料香精化妆品工业协会



2025 外国人喜爱的
中国品牌
新华社



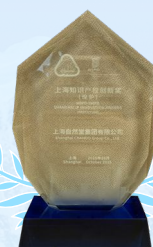
点赞 2025 我喜爱的
中国品牌
新华社



Top20 最佳学术海报奖
2025 欧洲皮肤研究学会



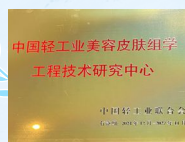
第三届国新杯·ESG 金牛奖
中国证券报



上海知识产权创新奖(保护)
上海市人民政府



自然堂 2024 品牌价值达
455 亿元人民币
中国香料香精化妆品工业
协会



“中国轻工业美容皮肤组学工程
技术研究中心” 三年期授牌
中国轻工业联合会



优秀绿色搭建奖
CBE 中国美容博览会

年度最受欢迎品牌
直播奖
LAZADA

上海市光彩事业光
彩证书
上海市光彩事
业促进会

2024 年度上海光彩
典型项目
上海市光彩事
业促进会

集团荣誉

“数字创品牌”标杆案例
国家工信部

西藏定日抗震救灾纪念
西藏林芝经济开发区

ESG 践行典范奖
中免集团 CDFG 全球品牌商大会

2025 年度数字化创新先锋案例
中国经营报社

最佳合作伙伴奖
中国旅游饭店业协会

东方美谷文化联盟理事成员单位奖
东方美谷企业集团股份有限公司

2025 金蜜蜂企业社会任·
中国榜
金蜜蜂智库

上海市生态环境监督执法正面清单
上海市生态环境局

品牌共创奖
一心堂

东方美肤匠心奖
上海时尚之都促进中心

2025 中国日化百强
中国日用化学工业论坛

2025 年度中国企业管理最佳实践榜十大最佳实践
中国管理模式 50 人+论坛
《财经》杂志

2025 年度上海生产力学会企业成就奖
上海生产力学会

2025 年“上海礼物”
上海市商业联合会
上海市旅游行业协会

卓越采购奖
PSS-IMPACT

最佳责任企业品牌
责任 100 | CSR 中国教育榜组
委会

年度最佳可持续发展案例
GOGO Shanghai

行业首创案例
21 世纪经济报

年度可持续创新 (ESG) 品牌奖
华妆志

文旅营销类 2025 年度营销案例
Fmarketing 数字营销峰会

2025 年上海市工业旅游景点服务质量达标单位
上海市工业旅游景点服务质量达标评定委员会

品牌荣誉

自然堂

《自然堂：探索“共赢”的数字化转型之路》案例成功入选哈佛商学院和清华大学中国工商管理案例库
清华大学中国工商管理案例库

自然堂极地圣水——青春之源·年度最佳精华奖
越南知名时尚媒体《Dep Magazine》

自然堂 x 中国跳水队巴黎奥运营销——「事件营销」年度案例
胖鲸

自然堂小紫瓶第六代——「年度超级成分力新品奖」
天猫

自然堂 x 中国跳水队——「年度最期待赛事品牌」
天猫

微信小店成长之星商家
微信

《2024 全域经营增长指南》标杆案例
腾讯

自然堂小紫瓶——2024 畅销金品
中国（上海）金品推广组委会

年度抗疲老精华
健康与美容

年度精华底妆
健康与美容

科学洗护先锋品牌
青眼

最佳增速品牌奖
WOW COLOUR

Blooming Brands 年度·品牌TOP100
Blooming Brands

年度社交影响力国货品牌
克劳锐

2025 消费者信赖面膜品牌
青眼、青眼情报

2024 -2025 年度全域经营品牌
快手磁力大会

年度产品创新突破奖
WWD

年度组织人才赋能标杆
年度行业经营标杆
年度行业数字化标杆
腾讯智慧零售

年度大单品
C2CC 传媒 X 新妆

年度宝藏新品
C2CC 传媒 X 新妆

美妆科学品牌
青眼

护肤类修护水乳大奖
CBE 中国国际美博会

首创抗疲老解决方案
天猫

2025 中国旅游商品大赛
中国旅游协会

CIBE 官方评定日化影响力成就品牌奖
CIBE 中国国际美博会

2025 化妆品品牌 top50
中国香料香精化妆品工业协会

年度专项奖 TopDigital	上海市重点商标保护名录 上海市知识产权局	2025 年度健康传播新范式 - 健康好案例 第一财经商业数据中心
年度营销品牌奖 天猫金妆奖	年度推荐个护产品 美妆头条	年度黑马单品 京东美妆
入围《2025 中国香料香精化妆品行业可持续发展 (ESG) 实践案例集》 中国香料香精化妆品工业协会	“BEST ALL IN ONE” 美妆优秀品牌奖 2025 马来西亚 KLI 美妆周	影响力品牌名册 36 氪、尼尔森 IQ
2025 年度 OTD 最佳战略合作伙伴 唯品会	2024 -2025 年度影响力案例 经济观察报	中国美业品牌百强 福布斯
年度护肤套盒奖 中国好配方年度盛典	2025 福布斯中国美业卓越品牌 福布斯	

己出

杰出创新品牌
母婴展

美素

护肤类紧致水乳大奖
CBE 中国美容博览会



公司的可持续发展亮点量化数据

环境



开展范围一、范围二、范围三 **6** 个重点类别
温室气体排放盘查



“东方美谷·自然堂未来美妆城”厂区屋顶铺设
3.1 MW 分布式光伏项目，年均发电预计可达
380 万度



2025 年，自然堂小紫瓶精华液替换装全年生产
37 万个，相当于减少塑料使用约 **0.54** 吨



2025 年，自然堂共生产 **32.6** 万袋洗发露、
沐浴露补充装，累计节约原生塑料约 **14** 吨

人力资源与安全



女性员工比例在 **70%** 以上



获得 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证¹



过去三年内，自然堂集团并**未发生**对生产经
营造成重大影响的工伤事故



本年度集团共组织实施了 **412** 场培训，覆盖
3.97 万人次

社会公益



2016 年 - 2025 年，自然堂向中华环境保护基金会累计捐赠 **2920** 万元



2025 年通过“自然堂春蕾助学行动”向西藏自治区妇联捐赠 **200** 万元，截至 2025 年，累计捐赠 **560** 万元



2025 年 1 月，自然堂集团驰援日喀则震区，捐赠 **120** 万元



2025 年 9 月，自然堂集团支持“上海市科研回归计划（试点）”项目，捐赠 **50** 万元

1. 仅限化妆品（护肤露、洗手液、香氛喷雾）设计与生产线所涉及的职业健康管理活动



我们的 可持续发展战略

可持续发展战略

为世界，做好美一件事

2001年，我们从上海出发，踏上了一场寻找美的旅程。

我们以科学为船，以艺术为帆，抵达地球三极，也探索宇宙边界，只为把那份独特的美带给你。

In 2001, we set out from Shanghai on a quest for beauty.
Guided by science and inspired by art, we have ventured to the third pole of the earth and explored the boundaries of the universe to bring the world's most extraordinary beauty to you.



我们的文化与价值观



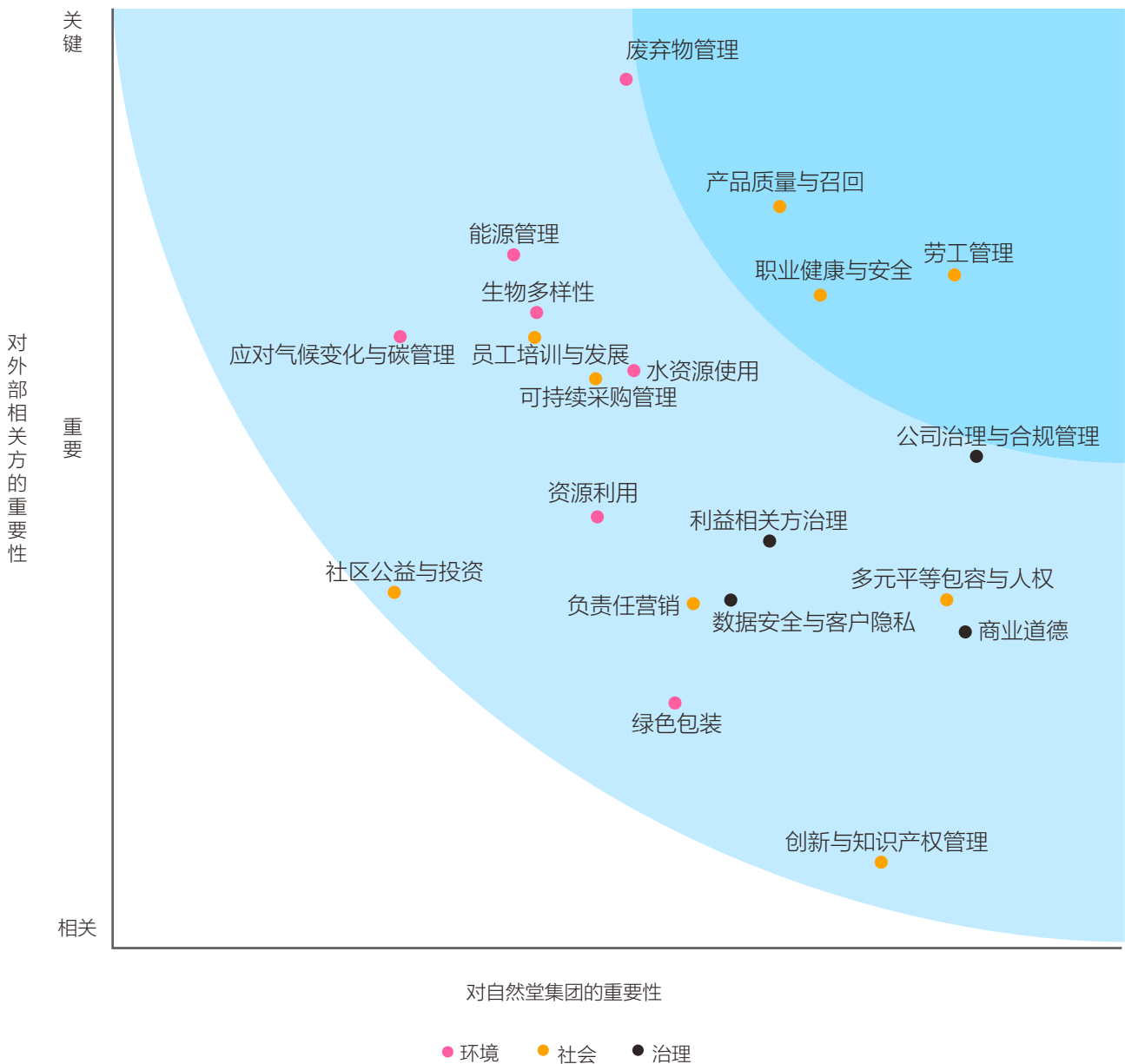
在价值观的驱动下，自然堂集团积极响应联合国 17 项可持续发展目标 (SDGs)，制定“自然堂集团 2030 可持续发展战略”。2025 年，我们于第 29 届 CBE 中国美容博览会上首次公布了 2030 年减碳目标：范围一、范围二的绝对温室气体排放量较 2023 年减少 42%，并与科学碳目标倡议 (SBTi) 标准保持一致。此外，自然堂提出三大愿景目标：可再生能源使用比例提升至 50%，绿色包装应用率达 75%，并全面推广空瓶回收计划至零售终端。从单聚焦、多品牌、全业态和国际化四个方面聚焦美，向美而生。



实质性议题

2025 年，自然堂集团持续推动利益相关方参与实质性议题调研，系统开展了覆盖多层次的实质性议题调研分析。通过对国内外美妆行业可持续趋势的前瞻分析及同行业实践对标，结合问卷调查、现场访谈等形式，集团与管理层、员工、消费者等内外部核心利益相关方进行充分沟通，进一步明确企业在当前与未来阶段的 ESG 管理重点与发展方向。

2025 年，我们完成了 12 场管理层访谈，收到 20 多份管理层和内部员工有效问卷及 70 多份消费者调研问卷。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 20 项可持续发展实质性议题。



自然堂集团可持续发展战略

绿色美妆，美丽世界

自然堂集团所秉持的可持续发展观，立足于环境、社会与治理三大维度，以企业自身的健康、永续经营为基础，致力于保障员工、合作伙伴及各利益相关方事业的持久稳健。我们本着由内而外、由近及远的原则，努力为员工成长赋能、为合作伙伴创造共赢机遇、为消费者提供可持续价值、为社会进步贡献力量，最终推动共享发展与共同富裕。

在推进业务发展的过程中，集团始终积极投身公益事业，注重传统文化的保护、传承与创新，并坚定不移地推进环境保护与生态可持续发展。

围绕环境、社会、治理三大支柱，我们于 2025 年继续推进 2030 年可持续发展战略。在管治层面，集团通过“治理层 - 管理层 - 执行层”三层架构确保战略落地，目前层级间汇报与协同机制运行顺畅，ESG 管理中心定期向可持续发展委员会汇报并将决策转化为具体行动。2025 年以来，为提升效能并回应资本市场等外部关注，我们持续优化相关制度并加强了利益相关方沟通。在此框架下，集团进一步细化 ESG 目标，并由各职能部门持续协同，共同推动绿色美妆打造、多元共融职场与互信商业生态的建设，践行“绿色美妆，美丽世界”的长期愿景。



绿色美妆，美丽世界

1
宗旨

驱动力

应对气候变化与生态挑战，承担企业责任

引领绿色消费理念，为消费者提供绿色价值

2
可持续发展战略体系

战略支柱

Environmental
环境

Social
社会

Governance
治理

打造绿色美妆，
守护美丽与自然

坚持以人为本，
倡导可持续价值链，与伙伴共赢

强化企业治理，
营造互信商业环境

3
可持续发展目标

战略目标

1 应对气候变化
与保护生物多样性

4 保障产品质量安全
与消费者权益

7 完善绿色低碳
供应链

10 建立并持续优化可
持续发展管制架构

2 促进绿色包装与
循环经济

5 建立多元平等共融的
工作环境

8 引领负责任营销和
绿色消费

11 守护商业道德
与诚信环境

3 推进负责任生产与
绿色制造

6 强化公益慈善与社区
影响

9 加强科技创新
与知识产权保护

12 推动数字化
与数据安全保障



01

打造绿色美妆， 守护美丽与自然

建设人与自然和谐共生的现代化，是全面建设社会主义现代化国家的内在要求。党的二十大报告明确指出，“推动绿色发展，促进人与自然和谐共生”，并强调“必须牢固树立和践行绿水青山就是金山银山的理念，站在人与自然和谐共生的高度谋划发展”。在此国家战略与政策导向下，美丽中国建设持续深入推进，绿色发展成为经济社会高质量发展的鲜明底色。

作为中国美妆行业的重要参与者，自然堂集团深知自身发展植根于自然的馈赠，守护生态环境是企业义不容辞的责任。我们积极响应国家号召，将绿色低碳理念全面融入企业战略与运营，致力于通过可持续的实践，在“打造绿色美妆，守护美丽与自然”的道路上做出切实贡献。

本章节回应的联合国可持续发展目标：







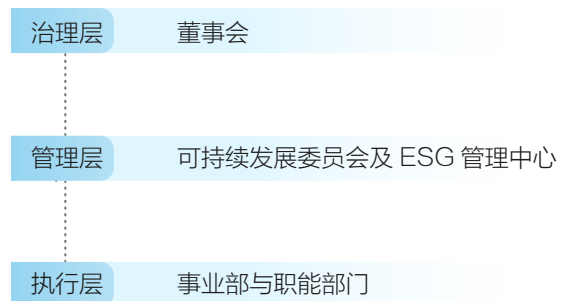
应对气候变化与保护生物多样性

面对日益严峻的全球气候挑战和生态系统退化风险，我们深知推进气候行动与守护生物多样性的紧迫性与重要性。2025 年，我们稳步推进气候治理体系建设，继续开展范围一、范围二及范围三重点类别的碳盘查工作，积极识别气候相关风险与转型机遇，以此为基础规划并落实减碳路径。与此同时，我们也将生物多样性保护纳入企业运营与价值链管理，启动生物多样性保护项目，努力减少对生态系统的影响，促进自然正向发展。未来，我们将持续深化绿色创新与实践，携手各方利益相关者，共同为应对全球气候变化、维护地球生命共同体贡献力量。

落实气候变化应对举措，完善风险管理与治理体系

应对气候变化作为公司可持续发展工作密不可分的一环，充分融入在公司现有的 ESG 管治架构中。自上而下共分为治理层，即董事会；管理层，即可持续发展委员会及 ESG 管理中心；执行层，即事业部与职能部门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。

我们也在运营层面开展了一系列具体行动，并建立了相应的风险管理机制。在减排行动方面，我们持续推进全面的能源管理，重点落实节能减排与清洁生产项目，积极扩大清洁能源的使用规模与比例，旨在从源头降低运营活动所产生的温室气体排放。针对高能耗设备，我们已着手实施锅炉停炉计划。在风险管理方面，我们主动开展环境风险评估与管理，识别和评估气候变化可能带来的物理风险与转型风险对企业运营的影响，并据此制定前瞻性的应对策略与具体措施，以增强业务的适应性与韧性。



此外，集团已制定并更新《臭氧层破坏物质管控程序》、《温室气体控制管理程序》等，限制或减少臭氧层破坏物质（ODCs）排放，对企业臭氧层破坏物质的设施、设备的识别和管理进行规范。

开展系统性碳盘查，为设定减排目标奠定基础

为系统推进碳减排工作、科学设定管理目标，我们持续开展全面的碳盘查工作。通过科学界定核算边界、收集与核算各环节活动数据、建立数据校验与回溯机制，我们构建了可追溯、可核查的碳排放清单。基于盘查结果，我们回顾和评估总体碳减排目标的完成进展，进一步识别关键排放源与减排潜力。2025年，自然堂集团依据相关性、完整性、一致性、准确性及透明性等原则，参考《温室气体核算体系》运营控制权法，对范围1、2碳排放量进行了全面盘查，并对范围3.1外购商品和服务、3.2资本商品、3.4上游运输和分销、3.7员工通勤、3.9下游运输和分销，以及3.12处理寿命终止的售出产品碳排放量进行了统计，结果如下：



当前，我们设立2030年范围一、范围二绝对排放量较2023年减少42%的减碳目标。我们计划把减排任务落实到各责任部门，进一步开展具体温室气体减排行动，减少企业自身环境足迹，为应对气候变化做出贡献。

此外，为保证数据准确性，我们对2024年度排放量进行重述。2024年自然堂集团范围2温室气体排放量为7,444.63吨二氧化碳当量。

2. 本年范围一、二碳排放量有所上升，主要由于新增生产设施（自然堂集团研发中心上海微生物实验室、自然堂未来美妆城）投入使用，同时产量进一步扩大。

3. 本年度，我们逐步扩展了范围三温室气体排放的披露边界，新增了范围3.2资本商品类别。同时，对范围3.1外购商品和服务的盘查范围进行更为全面的界定，进一步提升信息披露的全面性与透明度。

识别气候风险与机遇，明确业务财务影响

在全球应对气候变化行动持续推进、监管要求日益强化的背景下，识别和管理气候相关风险与机遇已成为企业可持续发展的关键环节。评估气候相关风险与机遇对其业务及财务的实际与潜在影响，有助于企业提升运营韧性、优化资源配置，增强投资者和其他利益相关方的信息，更能推动战略与商业模式向低碳化转型，为长期价值创造奠定基础。

当前，在积极开展温室气体管理的前提下，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，完善自身气候治理与管理能力。

基于《国际财务报告可持续披露准则第 2 号——气候相关披露》(IFRS S2) 建议要求，我们识别以下关键气候风险与机遇。

类型	类别	具体风险 / 机遇描述	
转型风险	市场	客户行为不断变化	消费者对可持续产品及产品碳足迹的关注与需求给产品研发及工厂的气候变化管理带来一定挑战，若无法及时并妥善满足市场需求，则可能对公司的业绩带来影响。
		原材料成本增加	受市场低碳绿色环保的新需求影响，可持续包装的使用可能会带来材料的紧缺，以及包装和生产材料的价格上涨。
物理风险	急性风险	风暴和洪水等极端天气事件的严重性增加	公司位于奉贤的工厂面临台风威胁：强风可能导致建筑物、设施受损；暴雨可能引发雨水倒灌，影响生产环境与设备安全；同时台风预警升级时（如红色预警），也将直接威胁员工通勤与在岗安全。为此公司制定台风应急预案、定期进行培训并成立台风应急小组，执行安全值班，必要时会停工停产以保障员工生命财产安全。
机遇	产品与服务	通过研发和创新开发新产品或新服务、客户偏好的转变	年轻一代消费者对于环保和可持续性产品的偏好日益增强；伴随气温升高与紫外线增强，消费者的防晒需求正趋于精细化和日常化。
	资源效率和能源来源	采用更加节能环保的技术、使用低碳能源，进而降低成本、提高产能	公司正通过增加可再生能源自产与淘汰高碳燃料两条路径，主动响应低碳政策导向。比如扩大光伏板的安装与应用，并于 2025 年四季度开始着手柴油锅炉的停炉计划，改用外供蒸汽这一更加高效的方式。

植根喜马拉雅，以科技与公益守护雪域生机

自然堂集团将喜马拉雅地区视为品牌源头与生态责任的核心。我们在此持续开展生物多样性保护，依托科技创新与利益共享模式，致力于实现生态保护、资源可持续利用与社区发展的协同共进，为这片高原的永续生机贡献力量。

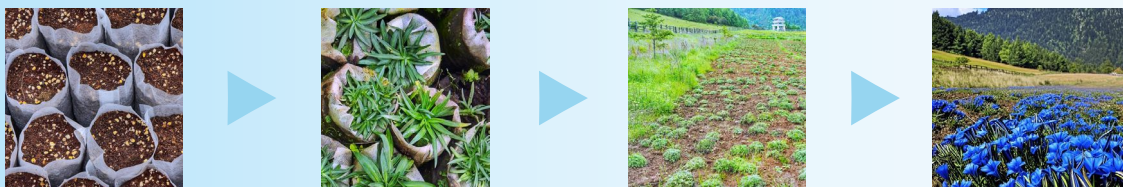
在美妆产品的设计与开发中，自然堂集团深刻认识到原料采集可能对源地生态环境带来的压力。为此，我们通过建立原料保护区与开展植物生态驯化、应用植物组培及第五代微生物发酵等创新替代技术，从源头减少对野生生物资源的依赖与扰动。在实践中，我们积极回应《生物多样性公约》的保护、可持续利用与惠益分享三大目标，不仅有效维护了源地生物多样性，也获得了稳定、可持续的独家原料来源，构建了产品竞争力，同时通过利益共享机制回馈当地社区，实现了生态保护与产业发展的良性循环。

珍稀植物生态驯化与创新开发，践行生态保护与产业价值双提升

自 2018 年起，自然堂集团即与西藏农牧大学合作，在自然堂喜马拉雅公益植物园开展野生植物人工驯化栽培，所产植物用于科研和化妆品原料，保护生态的同时带动当地产业与增收。

该项目在本年度取得积极进展：2025 年，自然堂集团子公司林芝喜马拉雅第三极生物科技有限公司研发的“蓝玉簪龙胆（*Gentiana veitchiorum*）花提取物”成功备案国家药监局新原料，这也是西藏自治区历史上第一个备案的化妆品新原料。该原料正是来源于自然堂与西藏农牧大学在自然堂喜马拉雅公益植物园通过可持续方式人工驯化培育的蓝玉簪龙胆。此外，通过建立自有种植基地，该项目进一步带动了当地就业，为社区创造了持续的经济价值。

该项目以生态栽培为根基、以技术创新为突破，既实现了珍稀植物的保护性开发，又完成了从科研成果到产业价值的落地，真正走出了一条生态守护、科技赋能、民生共赢的可持续发展路径。



全球首创蓝玉簪龙胆人工驯化方法

自 2016 年起，自然堂集团连续 8 年开展“自然堂种草喜马拉雅”公益项目。2025 年 3 月 28 日，自然堂第八季种草喜马拉雅分红仪式在日喀则市拉孜县锡庆乡岗西村举行，2024 年纯收入 950,174 元，一部分作为分红资金发放给村民，惠及全村 155 户共 706 人，另一部分用于购买村集体合作社的机械。2025 年，该项目已升级为“2025-2030 自然堂可持续发展喜马拉雅生物多样性保护项目”，保护喜马拉雅生态环境，助力乡村振兴，向美而生，向善而行。（详见战略目标 6. 强化公益慈善与社区影响）。



2025 年 3 月，自然堂第八季种草喜马拉雅分红仪式

践行海洋保护，推出海洋友好型防晒产品

我们深刻认识到化妆品成分对脆弱海洋生态的潜在影响，始终将可持续理念融入产品研发与设计之中。为此，我们坚持以科学为依据、以责任为驱动，致力于研发和推广对环境更友好的产品。例如，春夏品牌针对海边及水上活动场景专门设计的防晒系列——包括春夏户外运动防晒水凝乳、春夏控油防晒，已获得由环特生物（AAALAC 国际实验动物认证的 CRO 机构）所出具的海洋友好安全性评价报告。我们希望通过这样的产品，让消费者在享受阳光与海洋的同时，也成为保护海洋生物多样性的一分子，让每一次出行都与自然和谐共存，共同守护蔚蓝海洋的未来。



春夏户外运动防晒水凝乳及其海洋友好认证

春夏控油防晒乳及其海洋友好认证



促进绿色包装与循环经济

绿色包装的开发和推广不仅是一项环境责任，更是产品设计与品牌价值的重要组成部分。我们致力于从源头设计、材料选用、生产制造到消费后回收的全生命周期重新思考，推动包装向减量化、可循环、易回收的方向系统转型。通过持续创新与全链路优化，我们积极探索资源高效利用的新路径，让每一份包装都承载着对消费者与地球的双重关爱，共同迈向循环再生的未来。

自然堂集团坚持绿色发展转型，基于“2030 可持续发展战略”中“促进绿色包装与循环经济”的目标，各品牌及产品开发组负责推行简化包装和替换装，及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。

深化源头减量，重塑产品生态

2025 年，在推动包装绿色转型的过程中，我们始终将可持续理念贯穿于产品设计与消费者触达的全链路，减少资源浪费和环境影响。

在产品研发的初始阶段，我们便将“减量、环保”理念深植其中，从设计源头推动资源节约与生态影响的最小化。主要举措包括持续推进减量化设计，精简包装结构，如将双层盖改为单层盖、去挑棒、去烟包膜改封口贴，减少资源消耗和运输成本；工艺优化，如去除非必要的喷涂和电镀改为注塑、减少丝印色等，在保障产品品质的同时有效降低原料使用与碳排放；统一中小样产品的包装与生产工艺，通过规模化和标准化的工艺优化，提升供应商和工厂的生产效率；优先选用环境友好材料，如自然堂白宝瓶系列产品花盒使用环保油墨，春夏品牌红石榴焕亮面膜使用植物来源纤维，逐步构建系统化、可追溯的可持续材料应用体系。



春夏红石榴焕亮面膜



环保油墨认证

为推动消费者便捷参与绿色循环，集团推出替换装与大容量包装并行的减废举措。推出多款产品的可替换装，如自然堂金钻面霜、小紫瓶精华液等，每售出一个替换装可节约原生塑料数克至上百克；洗发露、沐浴露也提供袋装补充包。珀芙研品牌旗下产品冷膜、修护霜均有大容量包装，减少单位使用量的包装材料占比。消费者无需重复购买完整包装，轻松实现绿色消费。



2025 年



研发中心共推进了覆盖 **90** 个产品 SKU 的减塑减排专项改进，体现了我们在包装可持续发展方面的长期努力和成效。

优先采用 FSC 认证纸张，落地绿色包装实践

自然堂集团在包装材料的选择上优先采用符合环保认证的纸张，以减少对森林资源的影响。自 2023 年自然堂旗下婴童护肤品牌“己出”创立以来，其产品包装纸盒供应商已严格按照 FSC 森林许可认证纸张进行投料生产。此举不仅体现了集团对生态环境保护的实际行动，也持续引导消费者关注并支持可持续的资源使用方式。



使用 FSC 森林许可认证纸张的“己出”品牌产品包装

替换装设计推动包装循环，实现源头减塑

替换装作为包装绿色转型的关键一环，已成为自然堂实现源头减塑的重要手段。以自然堂金钻微雕抗皱紧致精华霜为例，其替换装设计相较于正装可减少约 45% 的包装重量，每个替换装约可节约原生塑料 179 克。2025 年，该产品替换装生产量达 1.51 万个，累计实现塑料减量约 2.7 吨。此外，自然堂小紫瓶精华液也推出轻量化替换装，单个可节约塑料约 1.48 克，全年生产 37 万个，相当于减少塑料使用约 0.54 吨。

在袋装补充装方面，自然堂控油蓬松洗发露和雪肌焕亮柔嫩沐浴露采用替换装后可减重 76%，每售出一袋节约原生塑料约 43 克。头皮护理敏感头皮防脱洗发露补充装同样实现 76% 的包装减重，每袋节约原生塑料约 59 克。2025 年，我们共生产 32.6 万袋此类补充装，累计节约原生塑料约 14 吨。

未来，我们将继续扩大可替换装产品线，并探索更低碳、可再生的包装材料。



2025 年，自然堂金钻微雕抗皱紧致精华霜替换装生产量达 **1.51** 万个，累计实现塑料减量约 **2.7** 吨

自然堂小紫瓶精华液轻量化替换装单个可节约塑料约 **1.48** 克，全年生产 **37** 万个，减少塑料使用约 **0.54** 吨

2025 年，我们共生产 **32.6** 万袋此类补充装，累计节约原生塑料约 **14** 吨



研发一次注塑成型工艺，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。同时，此项工艺可减少单瓶约 0.1 度电的加工耗电，这意味着相较于传统喷涂工艺减少 90% 以上的碳排放。



相较于传统喷涂工艺减少 **90%** 以上的碳排放

空瓶回收再启程，续写循环新篇章

空瓶回收对于减少碳排放、减轻地球负担具有重要的意义，自然堂作为国货美妆领军者率先垂范，任重而道远。2025 年，自然堂再次启动空瓶回收计划，对回收的空瓶进行收集、分拣和环保处理，持续践行绿色美妆、无废美妆理念。

空瓶回收计划再行动，开启绿色溯源之旅

自然堂秉持“取之自然、回馈自然”的长期理念，通过实际行动延续自然之美。此前，自然堂发起空瓶回收计划，号召消费者将闲置的产品空瓶投入门店回收箱，减少废弃物对环境造成的负面影响，得到了消费者的积极响应。2025 年 3 月，自然堂空瓶回收计划再启动，引领绿色消费新风尚。

为吸引更多消费者加入绿色行动，活动期间，消费者到指定门店投放自然堂护肤产品正装空瓶，即可获得三重专属兑换福利，凭 1 个空瓶可兑换 600 会员积分，可用于抵现或积分商城内使用，同时每个空瓶还可兑换一次免费面部护理服务，会员更可凭积分兑换尊享星品体验装。

环境保护的有效推进，离不开每一位消费者的亲身参与。2025 年共有 5700 名人员参与空瓶回收计划，累计回收超 5700 个空瓶。未来我们将继续立足于喜马拉雅的生态与文化根基，致力于将源于高山灵感的珍稀馈赠，转化为对生态环境友好、对社会负责任、并具备长远生命力的产品与生活方式，实现对可持续发展的切实贡献。



自然堂空瓶回收计划宣传海报



促进负责任生产与绿色制造

自然堂集团始终坚持将环境责任融入生产运营的全过程，以“负责任生产”为导向，积极推动绿色制造转型。我们严格遵守环境法律法规，持续完善涵盖废水、废气及废弃物的环境管理制度，并系统性优化环境风险管理体系。在此基础上，集团大力推进清洁生产，通过部署光伏等清洁能源设施、落实节能项目、推行绿色办公等举措，全面提升资源与能源利用效率，降低生产运营对环境的影响，致力于实现产业发展与生态保护的协同共进。

贯彻环境管理制度，筑牢环境应急防线

自然堂集团严格遵守环境相关法律法规，包含但不限于：《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。

当前，集团编制《环境保护管理程序》，并希望能够在日常生产运营阶段中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。集团已于 2024 年通过 ISO 14001 环境管理体系认证。

为全面提升环境突发事件应对能力，确保生产运营安全与环境风险可控，本公司已系统构建并持续完善环境应急管理体系。2025 年 3 月，公司完成环境突发事件应急预案的备案工作，该预案体系完备，配套有详细的风险评估报告、应急资源调查报告及附图附件，确保预案的科学性、针对性与可操作性。在此基础上，公司严格执行应急演练计划，已于 2025 年 6 月组织开展针对化学品泄漏场景的专项应急演练，通过模拟实战检验预案可行性与人员应急处置技能。相关演练过程均有完整记录，并与消防等关键环节联动，不断强化跨部门协同与现场响应效率。

落实废弃物与排放物管理，确保废弃物处理符合规范

为保障公司日常运营、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，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，达到减量化、资源化和安全处理的目的，我们制定自然堂集团《废弃物管理规程》，旨在全面降低运营对环境的负荷，将绿色管理内化为企业长期发展的核心优势，守护与我们息息相关的生态环境。

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。

在排放物管控与合规方面，公司建立了严格的定期监测体系，确保所有排放指标持续符合国家标准。根据 2025 年度的系列《环境监测报告》（涵盖废水、有组织废气、无组织废气及厂界噪声等关键指标），公司所有监测点的排放数据均达标。近三年来，公司未受到任何环境监管部门关于排放指标的警告或罚单。

推进绿色生产转型，多个清洁生产项目同步推进

我们积极通过光伏铺设、停用柴油锅炉、自动化灌装改造等措施积极推进绿色生产转型，优化能源结构，搭建绿色制造生产体系。在生产车间内，我们通过生产制造叉车油改电、使用集体温控等措施进行节能减排，并计划通过数字化、智能化手段实现生产制造的绿色转型。

光伏发电持续赋能，绿电实践稳步推进

为响应国家“双碳”目标，持续推进节能减排，自然堂集团将厂区屋顶光伏发电作为绿电实践的关键举措。我们依托厂区屋顶建成 3.1MW 分布式光伏项目，采用自发自用、余电上网模式。项目年均发电预计可达 380 万度，自用消纳率 95.26%，厂区绿电覆盖率达 24.62%；每年可减排二氧化碳 1787 吨，等效植树 89350 棵。以太阳能清洁能源替代传统用电，既降低生产用电成本、提升能源利用效率，又深度践行双碳战略，夯实 ESG 绿色发展体系，打造国货美妆低碳生产标杆。

2025 年，集团在已有光伏系统的基础上持续优化运行效率，全年光伏发电量达到约 185 万千瓦时，所发电量用于补充企业自身用电，有效降低了运营碳足迹，以实际行动践行清洁能源转型和可持续发展承诺。



依托厂区屋顶建成

3.1 MW 分布式光伏项目

厂区绿电覆盖率达

24.62%

项目年均发电预计可达

380 万度

每年可减排二氧化碳

1787 吨

自用消纳率

95.26%

等效植树

89350 棵

淘汰高耗能锅炉，推进能源清洁化改造

公司于 2025 年四季度启动柴油锅炉停炉改造工作，改用外供蒸汽替代原有柴油锅炉供热。原有锅炉运行期间会产生氮氧化物、硫氧化物及颗粒物等污染物排放，本次主动淘汰老旧高排放设备，是公司落实环保主体责任、推进绿色生产的实际行动。经测算，该举措每年可减少二氧化碳排放约 66 吨，相当于约 3600 棵成年松树一年的二氧化碳吸收总量，同时大幅降低大气污染物排放，助力区域环境质量提升。公司积极响应国家节能减排号召，未来将持续优化能源结构，优先采用电能等清洁能源方案，不断降低生产运营的环境影响，实现企业发展与环境保护协同共进。



每年可减少二氧化碳排放约 **66** 吨

相当于约 **3600** 棵成年松树一年的二氧化碳吸收总量

优化洗护生产流程与包装方式，减负增效保安全

公司在洗护产品生产环节开展自动化升级与绿色包装优化。升级前，洗护产品采用手工灌装方式，生产速度较慢，员工劳动负担重且容易受伤。升级后，公司优化灌装设备、配套自动旋盖装置，实现了洗护产品的自动化灌装生产。生产速度显著提升，同时减少了 2 名作业人员，既有效降低了员工的劳动强度、保障了一线作业安全，也进一步提高了生产效率。2025 年，公司进一步优化洗护包材和产品包装方式，取消瓶身塑料袋，节约人工的同时减少了塑料制品的使用，推动生产流程向更安全、更高效、更环保的方向转型。

实施多项节水措施，提高水资源利用效率

自然堂集团将水资源保护纳入运营管理重点，通过实施针对性的节水措施，优化生产与运营环节的用水效率。围绕生产制造这一核心用水场景，我们强化水资源的循环利用，开展多项节水项目并持续产生收益，包括但不限于：

1

提升半成品储存容器的周转能力

针对现有清洗频率进行实验，确认最佳清洗频率，从而降低容器清洗用水及人工成本、容器补充采购成本，提升半成品储存容器的周转能力。

2

浓水回收系统节水

将一次产出的浓水，循环至原水箱再次制水，减少自来水使用量。

3

CIP 清洗系统节水

通过使用 CIP 的喷淋，采用负压将水锅的消毒水进行二次使用清洗乳化锅，实现提升清洗效率，循环用水。

推行绿色办公，共建低碳职场

自然堂集团将绿色办公融入日常运营，通过优化流程、管理设备与开展主题活动，持续降低办公能耗与资源消耗。我们鼓励员工共同参与，从无纸化操作到节能习惯培养，逐步形成低碳、高效的工作方式，为环境保护注入切实的日常行动力。

2025 年，集团持续倡导绿色办公理念，从流程优化、设备管理到员工行为引导等多方面推进节能减碳。在无纸化办公方面，通过建立完善的电子化流程与 OA 平台，全面推行电子文档、电子审批及电子章应用，实现合同签批、采购申请、费用报销等全流程线上化与无纸化运作。同时，在办公用品管理中贯彻循环利用原则，鼓励员工使用可替换芯的笔、可重复使用的文具等，并将打印机统一设置为黑白双面打印，以进一步减少纸张消耗。

在节能降耗方面，集团落实空调控温与定时管理，推行冬季空调默认设置为 22℃，并实施每日晚开半小时、早关半小时的运行策略。办公区域张贴节能标识，提醒员工随手关灯、节约用水；午休时间关灯 1 小时，并安排专人分时段巡检，及时关闭非必要用电设备。此外，通过开展环境日宣传、不使用一次性水杯、推动公司车辆电动化选择及循环利用纸箱等举措，持续引导全员养成低碳办公习惯，共同构建绿色、可持续的办公环境。



绿色办公宣传



“智链自然堂”公众号联动知识竞赛，让安全理念内化于心

集团供应链中心安全管理组联合供应链中心行政部通过“智链自然堂”公众号每周发布“安全小贴士”，向员工发布环境保护、工作场所化学品安全、健康知识、垃圾分类知识等宣导。2025 年 7 月，供应链中心成功举办以“人人讲安全·个个会应急——查找身边安全隐患”为主题的安全知识竞赛。竞赛通过必答、抢答和图片分析等多种形式，考察员工在消防安全、设备操作及应急处理等方面的知识与能力，有效提升了全员的安全意识和隐患识别能力。我们通过“智链自然堂”公众号进行报道，让安全理念内化于心，外化于行，共同为安全赋能。

安全小贴士：无废企业一垃圾分类

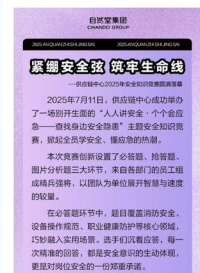
智链自然堂 2025年3月3日 10:16 上海
👉 阅读全文 星标



“安全小贴士”垃圾分类知识宣导

紧绷安全弦，筑牢生命线！

智链自然堂 2025年7月15日 17:00 上海
👉 1人 星标



“人人讲安全·个个会应急”知识竞赛

共筑“无废城市细胞”，驱动绿色低碳运营

自然堂集团入选上海市 2025 年度市级“无废城市细胞”典型案例。我们秉持“与自然共生”理念，将绿色实践融入研发、生产与消费全链条。我们通过工艺革新、资源循环与能源优化等综合举措，致力于在运营中实现废弃物源头减量与资源高效利用，积极履行环境责任。

集团在源头端推行绿色设计与清洁生产。冰肌水包装容器利用全球首创“一次注塑成型技术”制造，具备生产效率高、合格率高、能耗低、产废少的优点，采用装潢替代传统油漆喷涂，减少二氧化碳排放量达 90%。喜马拉雅茶泥净颜洁面面膜，则使用茶提取液、茶冻干粉、茶渣粉，通过将原料全部应用于产品，充分发挥物料价值，减少废弃物产生。探索开发低温冷配及室温生产工艺，显著减少产品在生产环节的能源消耗与温室气体排放量，从工艺源头实现节能减排。同时，公司鼓励全员提出节能减废“金点子”，并积极部署光伏发电与智能温控系统，切实降低碳足迹与运营能耗。未来，我们将继续深化“无废”运营模式，不断强化这一城市细胞的示范作用，携手各方共创绿色、低碳的美好未来。

2025 年



我们获得

上海市无废工厂 称号

上海市自愿型清洁生产
审核合格企业 称号



“东方美谷·自然堂未来美妆城” 启幕，打造绿色制造与工业旅游新标杆

2025年10月28日，位于上海东方美谷的“自然堂未来美妆城”正式启幕。该项目系统性整合清洁能源、资源循环与智能管理，是我们践行绿色生产与可持续发展的集大成者。

在能源利用方面，厂区屋顶铺设太阳能光伏系统，年均发电预计可达 380 万度，满足基地大部分用电需求，大幅降低对传统电网的依赖。同时，我们实施多项资源循环项目，包括浓水回收与蒸汽冷凝水回收，有效提升水资源利用效率，减少废水排放。生产运营中，我们引入“黑灯”智能物流系统，通过自动化与智能化调度，显著降低仓储与运输环节的能耗。此外，未来美妆城借助数字孪生系统与智能供应链平台，实现对物料、能源的精细化管理，为全链路减碳提供扎实数据基础。

不仅如此，自然堂未来美妆城更是一座面向公众的透明化、体验式绿色工厂。我们通过开放工业旅游，将绿色制造全过程转化为可感知、可互动的体验场景，让消费者亲身见证从生产到成品的可持续实践，从而深化对品牌低碳承诺的信任。

自然堂未来美妆城不仅是一座“无废工厂”与“智能工厂”，更是我们将绿色制造、数字赋能与体验沟通全面融合的创新载体，旨在将工业硬实力转化为文化软实力，推动中国美妆产业向更绿色、更智能的未来迈进。



东方美谷·自然堂未来美妆城首发仪式启动



东方美谷·自然堂未来美妆城全景图



“黑灯物流”智能分拣中心



化妆品科学与艺术展厅航天科技展区

指标

	单位	2025 年数据
遵守适用法例及规例的成本及预计未来的合规成本	人民币万元	0
因违反环境保护法律法规而受到处罚的事件数	件	0
废气		
排放物种类及相关排放数据	吨 / 年	氮氧化物 0.561 吨 / 年、硫氧化物 0.004 吨 / 年、VOCs 1916.162kg / 年、颗粒物 0.045 吨 / 年
废气排放总量	千克 / 年	2,527
用水		
总用水量	立方米	270,615
总废水量	立方米	149,303
固体废弃物		
所产生有害废弃物总量	吨 / 年	5.6 (主要分为废活性炭、废有机溶液、实验室废物)
所产生无害废弃物总量	吨 / 年	1,082.79 (分别为污泥 229.2 吨, 过期化妆品 383.1 吨, 废料袋 463.8 吨, 其他一般废弃物 6.69 吨)
能源消耗		
天然气使用总量	立方米	21,566.56
汽油用量	升	45,461.67
柴油使用总量	升	71,585.19

	单位	2025 年数据
外购电力总量	千瓦时	19,022,434.99
清洁电力消耗总量	千瓦时	1,848,777.6
蒸汽使用总量	吨	12,892
总能耗	吉焦	110,039.08



02

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。企业的长远发展离不开每一位员工、消费者、合作伙伴以及所处社区的信任与支持。因此，自然堂集团始终将“人”置于责任实践的中心，通过保障产品安全与消费者权益、建设多元平等共融的职场环境、积极投身公益慈善、与价值链伙伴协同发展，并持续推动科技创新与负责任营销，系统构建涵盖员工、伙伴、用户与社会的共赢生态。我们致力于在每一步行动中贯彻对人的尊重、对品质的坚守、对合作的诚意，推动整个美妆行业向更负责任、更可持续的未来迈进，实现“美丽事业”与“美好社会”的共生共荣。

本章节回应的联合国可持续发展目标：



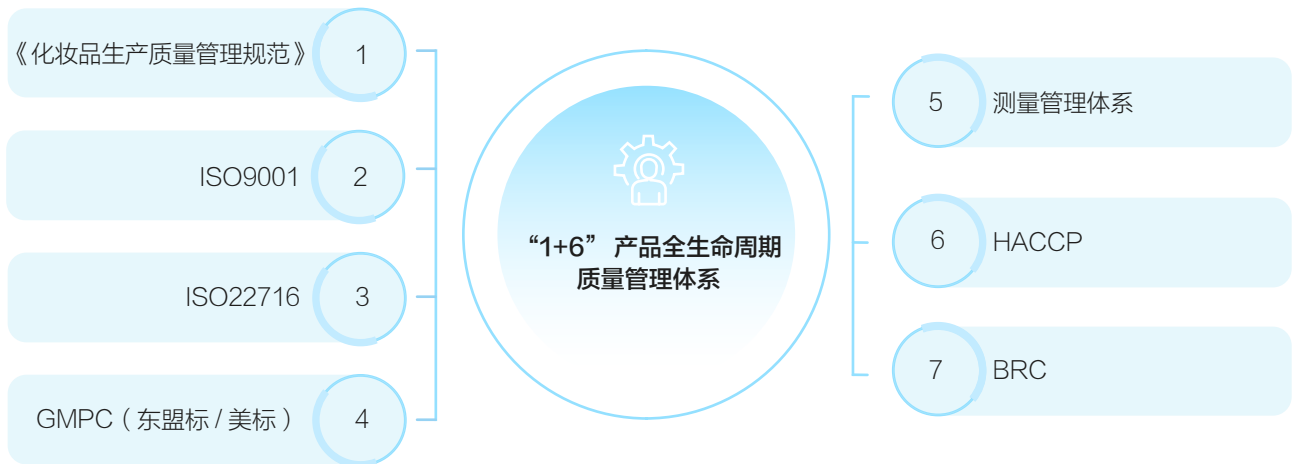




保障产品质量安全与消费者权益

以消费者为中心，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察员教学基地”、“上海市药监局化妆品检查员教学基地”。



为全面实现数字化与智能化深度融合的数智化转型升级，集团打造功能强大的“3P”平台（“1+4”大研发平台（DP）、“1+2”消费者平台（CP）、“1+6”供应链平台（SP）），形成全链条联动效应。通过该模式的有效运行，我们实现从产品研发、生产制造直至消费体验的全流程质量管控。

该管理模式在实践中不仅关注产品或服务的质量本身，更注重对企业运营体系的全面提升，2025 年度，自然堂集团产品一次合格率达到 99.83%。

为进一步强化产品质量管控，切实保障消费者权益，集团于 2025 年 8 月新上线质量管理系统（LIMS）。该系统主要用于规范化管理产品检验全过程，检验环节中的相关数据均统一录入系统进行留存归档，实现检验流程与数据记录的标准化、可追溯管控。同时，研发端的质量标准书管理系统在相关质量标准编制完成后可直接接入 LIMS 系统。在录入对应数据后，系统可自动完成合格性判定，助力提升质量检验效率与判定准确性。

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在属性，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 种不同的安全性和功效性等验证，主要分为产品功效评测、安全性检测、稳定性检测、感官评测等。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”

合规性

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。报告期内，参与制定团体标准 7 项，国家标准 3 项。

稳定性

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。

相容性

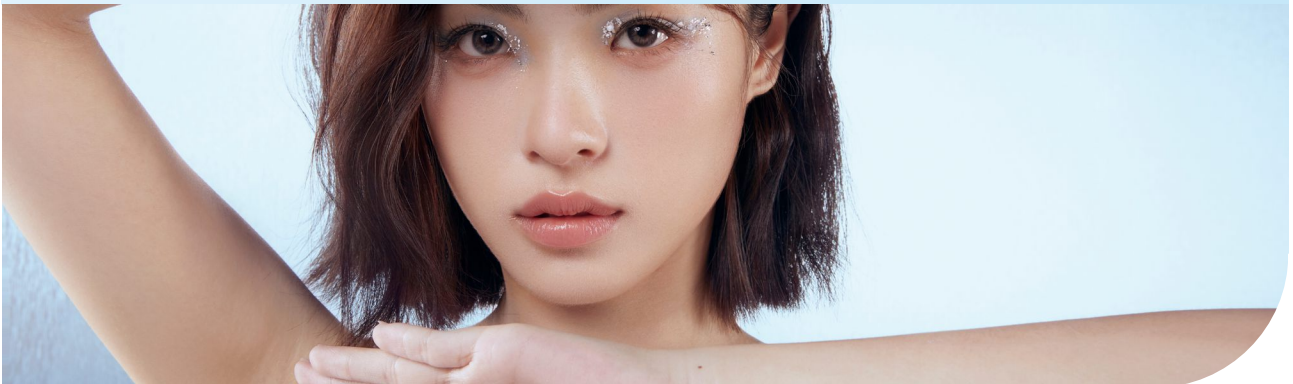
依照行业国际标准，制定近千份包材检测标准及方法，对相容性进行综合检测评估。

安全性 温和性

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。

功能性

采用核心科技，结合东方皮肤科研平台、原料筛选开发和六觉六性测评平台等，评估化妆品原料和配方在美白，保湿，抗氧化，抗衰老、防脱等多维度功效和作用机理。



以高效闭环管理，兑现服务承诺

自然堂集团始终将消费者权益置于企业发展的重要位置，坚持以客户为中心，系统构建了覆盖售前、售中、售后全链条的客户服务与权益保障体系。

我们建立了品牌与渠道协同的矩阵式服务架构，涵盖自营与分销双渠道，保障消费者反馈畅通。消费者可通过官方 400 客服热线、电商平台旗舰店等多渠道进行咨询、建议或投诉，所有反馈均由客服中心统一受理并全程跟踪，确保“每一声音都被倾听、每一问题都被回应”。自营渠道由客服中心直接提供服务，分销渠道亦在公司的规范与支持下建立标准化服务流程，形成覆盖线上线下、官方与授权网络的一体化服务网络。

针对消费者投诉，我们实行全流程闭环管理。投诉问题由工单系统管理，客服团队会快速追溯商品生产、交易、物流等各环节，并根据责任归属推动解决。对于责任清晰的问题，力求当场回应；需跨部门协查的，客服中心联动相关业务部门展开调查，并设定明确的处理时效目标——我们以“48 小时内结案率 90% 以上”为服务标准，最长处理周期不超过 72 小时。该指标同时纳入相关团队绩效考核，持续驱动服务响应与问题解决效率的提升。

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。

在线渠道是我们重要的客户反映渠道之一，我们进一步提升各大平台服务响应速度，提高客户购物体验。报告期内，我们全渠道 48 小时售后结案率提升至 94%。自然堂在线渠道服务质量已获得各大电商平台认可，本年度，我们获得各大电商平台授予的荣誉奖项包括：

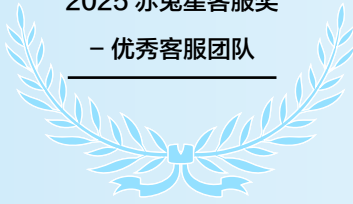
天猫

自然堂旗舰店荣获

天猫 2025 年
年度五星店铺



2025 赤兔星客服奖
- 优秀客服团队



此外，自然堂旗舰店本年
度荣获 **9** 次金旺旺评级



京东

自然堂京东自营旗舰店、自然堂官方旗舰店荣获

京东 618
“最牛商家”卓越服务奖



且自然堂官方旗舰店获全年

五星店铺 认证



抖音

抖音旗舰店

服务评分单项全年
12 次大于 **90** 分



客服数智化机器人团队获

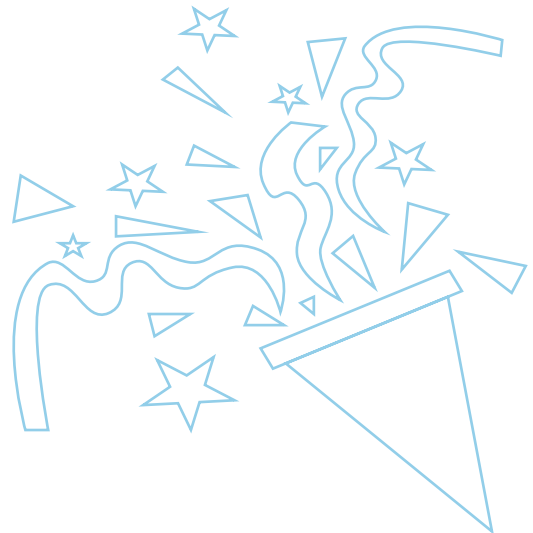
抖音智能领航奖



拼多多

两家旗舰店均获

全年五星评级



指标

	单位	2025 年数据
(因产品质量安全)产品及服务的投诉数目	个数	0
因安全与健康问题而须召回的产品数量 百分比	%	0





建立多元平等共融的工作环境

自然堂集团坚信多元、平等与共融是激发组织活力、驱动可持续创新的核心力量。我们致力于构建包容性的职场生态，从合规雇佣、职业发展全面福利保障，持续完善员工支持体系，努力为每一位员工营造安全、尊重且充满成长机会的工作环境，让不同背景、不同能力的个体都能在此实现价值、共同成长。

合规雇佣，为劳动者撑起坚实保护伞

自然堂集团已构建规范的人力资源管理体系与制度，涵盖招聘、离职、晋升、绩效考核、工时考勤与休假等方面，规范的制度流程全面保障员工权益。自然堂集团在日常管理中实施严格筛查，确保无使用童工或强制劳工的现象，保障无人因种族、宗教、性别、年龄、婚姻状况、残疾、国籍等因素遭受歧视。

员工权益保护相关规程与制度

员工招聘	《员工招聘管理规程》	休假	《休息休假管理规定》
离职	《员工离职管理规定》	考勤	《工时考勤管理规定》
晋升/降级	《晋升降级制度》	反歧视、禁止雇佣 童工及强迫劳动	《员工行为规范》
绩效考核	《员工绩效考核管理规程》		



指标

	单位	2025 年数据
按性别划分的雇员总数（男性）	人数	613
按性别划分的雇员总数（女性）	人数	1,554
按性别划分的雇员流失比率（男性）	%	20%
按性别划分的雇员流失比率（女性）	%	26%
按雇佣类型划分的雇员总数（全职）	人数	2167
按雇佣类型划分的雇员总数（临时工）	人数	0
按年龄组别划分的雇员总数（30 岁以下）	人数	768
按年龄组别划分的雇员总数（30-50 岁）	人数	1342
按年龄组别划分的雇员总数（50 岁以上）	人数	57
按地区划分的雇员总数（所有雇员均位于中国）	人数	2167
按年龄组别划分的雇员流失比率（30 岁以下）	%	38.80%
按年龄组别划分的雇员流失比率（30-50 岁）	%	11.85%
按年龄组别划分的雇员流失比率（50 岁以上）	%	15.79%
按地区划分的雇员流失比率（所有雇员均位于中国）	%	15.79%

构建全方位员工价值实现平台，夯实人才发展基石

我们始终关注员工个人成长与发展，致力于为员工提供系统化的能力提升平台与多元发展路径。2025年，我们通过“自然堂大学”开展了各类员工培训。新入职员工将参与“春苗班”课程，接受应知应会教育，“春苗班”的开设旨在帮助新员工适应、融入集团；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。

在持续赋能的基础上，我们同步打通内部发展通道。本年度，通过启动内部竞聘机制，共有153名员工获得晋升，其中干部48名。同时，我们搭建干部管理体系，开发BAT*BAC干部评价模型，通过360度问卷调研与访谈，对集团168名干部实施了全面盘点，精准识别高潜与待发展人员，并在此基础上盘点出63名继任人才，初步形成了第一级人才梯队，为组织的可持续发展储备核心力量。



丰富的培训体系

自然堂集团高度重视人才吸引与留任的可持续发展，将薪酬公平性与竞争力作为人才战略的核心组成部分。为此，公司建立了系统化的薪酬分析机制，每年定期开展全面的薪酬审视工作。通过内部数据比对和外部市场调研，多维度评估员工薪酬结构的合理性与市场竞争力。同时，公司也会结合员工反馈与人才流失数据，识别需优化的领域，确保薪酬体系既符合公平原则，又能有效支持人才吸引与保留目标。所有薪酬分析的结果，将应用于年度薪酬调整、福利政策优化及激励计划的设计中，以持续提升员工满意度与组织效能。

本年度



集团共组织实施了

412 场培训

覆盖

3.97 万人次

指标

	单位	2025 年数据
按性别划分的受训雇员百分比（男性）	%	27.9%
按性别划分的受训雇员百分比（女性）	%	72.1%
按雇员类别划分的受训雇员百分比（经理级及以上）	%	28%
按按雇员类别划分的受训雇员百分比（经理级以下）	%	72%



严格规范安全生产标准，保障员工职业健康安全

自然堂集团始终将员工健康与安全置于企业运营的核心。2025年9月，我们正式获得ISO 45001职业健康安全管理体系认证⁴，标志着集团在职业健康与安全领域的系统化管理达到国际标准。在此基础上，我们持续完善管理体系，严格遵循

国家法规及行业规范，结合自身实际建立了覆盖全面、运行有效的职业健康安全程序。

公司目前共有安全环保类文件64份，内容涵盖安全生产责任制、安全生产管理制度、安全生产操作规程、事故应急预案、安全检查制度、安全培训制度、安全奖惩制度等，

确保员工职业健康安全管理体系工作的规范性、秩序性与可操作性。



ISO 45001 职业健康安全管理体系认证证书

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。我们始终坚持将员工职业健康安全置于首位，通过定期开展风险评估与安全检查，及时发现并记录隐患，确保快速响应与整改。2025年累计排查出374项隐患，及时整改率达99.88%。本年度，我们开展危险源辨识活动，发现潜在危害因素共计421个，对所识别出的危险因素采取开展培训、设备改造、配备安全防护用具等措施达到防护目的。在职业健康培训方面，本年度自然堂集团共计开展25人次的资质更新委外培训、42项安全专题培训，培训主题涵盖安全生产责任制、交通安全、受限空间、消防、叉车安全等内容，累计培训超过4500人次。

2025年



累计排查出 **374** 项隐患

及时整改率达 **99.88%**



2025年安全生产月活动



过去三年内



自然堂集团并未发生对生产经营造成重大影响的工作事故

4. 仅限化妆品（护肤露、洗手液、香氛喷雾）设计与生产线所涉及的职业健康安全管理体系活动

指标

	单位	2025 年数据
过去三年每年因工亡故的人数及比率	人数和 %	0
因工伤损失工作日数	工作日	0
工伤时间损失率	%	0



关注不同岗位员工需求，推出多样化企业福利

自然堂集团致力于构建多元包容的员工关怀体系，将差异化福利与具体岗位需求相结合，持续提升员工归属感与组织活力。在依法落实五险一金、带薪年假等基本保障的基础上，集团为员工提供了涵盖商业保险、餐饮交通补贴、健康休闲津贴及入职周年、新生子女等方面的补充福利。同时，针对工程、建筑等一线岗位员工，公司配置相应意外保险；面向频繁国际出差的员工，集团统一购置国际商业保险，2025年覆盖55人次。本年度享受开学假有318人次，享受陪考假的有9人次。这些多样化、人性化的福利安排，不仅回应了不同员工群体的实际需求，也进一步增强了团队凝聚力与企业文化认同。

自然堂集团福利列表

餐费补贴	部门康乐活动	入职周年庆	新婚福利
新生子女福利	人才购房 / 人才公寓	亲子假	带薪年假
商业保险 / 国际商业保险	退休员工福利	体检福利	孝亲敬老金

“甜蜜妆造室”美妆体验，点亮员工的自信与风采

我们面向女性员工及有需求的同事，举办了“甜蜜妆造室”专场美妆体验活动。活动提供了“清新元气妆”、“心动约会妆”、“优雅名媛妆”及“精致新娘妆”等多种主题妆容选择。此项福利旨在工作之余，为员工提供提升个人形象、探索不同风格的机会，帮助员工在重要场合或日常生活中展现更佳状态与自信，传递出公司对员工个体关怀与生活品质的重视。



“甜蜜妆造室”活动

关爱弱势群体，维护职场文化多元平等

我们致力于构建尊重、安全、共融的工作环境，不仅通过制度保障每位员工的尊严与权利，更以主动的实际行动，关注并支持不同背景、不同需求的员工，持续推动机会平等、表达自由与成长共享。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。

我们积极为残障人士提供平等就业机会，目前集团聘有 10 多位残疾人员工，并通过适配岗位与配套保障，支持其实现职业价值与社会融入。同时，集团高度重视女性员工的身心健康与发展，例如在 2025 年 3 月组织“她创无限，春日新篇”三八妇女节系列活动，并特邀中国福利会国际和平妇幼保健院专家走进生产基地，为女性员工开展面对面的健康义诊与专业咨询，传递温暖而专业的关怀。我们以实际支持促进职场多元共融、构建包容性工作环境的持续努力。



“她创无限，春日新篇”义诊活动

文化体检有奖问卷，让每一位员工的声音被听见

我们发起了“文化问题‘砍一刀’”有奖问卷活动，以轻松、互动的方式邀请全体员工对集团文化进行“体检”。该活动旨在广泛征集员工反馈，识别文化及协作流程中的优化点，共同推动组织文化的健康发展。员工通过微信扫码即可便捷参与。这不仅是一次意见征集，更是一次全员参与的文化共建行动，体现了公司重视每位员工视角、致力于构建更优职场环境的承诺。



“文化问题‘砍一刀’”有奖问卷活动

报告期内



自然堂集团的女性员工比例在

70%以上



强化公益慈善与社区影响

自然堂集团在发展业务的同时，矢志造福人类的公益事业。2025年，我们围绕生态保护、社会关怀、应急援助与女性赋能等重点方向开展一系列公益实践。未来，我们将继续切实践行公益，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。

生态行动升级，助力喜马拉雅生物多样性保护

喜马拉雅拥有成千上万的珍稀物种，但海拔高、气候多变的特点导致该地区生态系统较为脆弱。近年来，在全球气候变化与过度开发的双重压力下，喜马拉雅地区水土流失和植被沙化情况持续加剧，生态环境面临着挑战。

自2016年起，自然堂集团携手中华环境保护基金会共同成立“自然堂喜马拉雅环保公益基金”，持续投入资源致力于喜马拉雅地区的冰川、珍稀动植物及独特文化的保护工作，并通过多样形式向世界传递该地区的自然与文化生命力。至今，集团累计向基金会捐赠达2920万元⁵。

作为落实企业可持续发展与生物多样性承诺的关键行动，自然堂持续聚焦其品牌源头——喜马拉雅区域的生态保护。其中，“种草喜马拉雅”公益行动已连续开展八季，累计于西藏日喀则地区种植绿麦草666万平方米（约相当于909个标准足球场）。该项目不仅有效改善了当地土壤与环境质量，亦通过创造就业、助农增收，实现了生态修复、经济效益与社会发展的协同共赢。

基于历年成果，自然堂正式将“种草喜马拉雅”公益项目升级为“2025-2030自然堂可持续发展喜马拉雅生物多样性保护项目”。新项目周期内，企业将积极响应《生物多样性公约》(Convention on Biological Diversity)提出的生物多样性保护、可持续利用生物资源、惠益分享三大目标，推动喜马拉雅地区环境、社区与企业自身的可持续发展。2025年9月5日至7日，自然堂可持续发展喜马拉雅生物多样性保护项目正式启动，通过开设科普微展馆、实地考察与学术研讨等多元实践，深入探索喜马拉雅地区生物多样性保护与可持续开发的创新路径。

至今



自然堂集团累计向中华环境保护基金会捐赠达 **2920** 万元⁵



5. 其中 120 万元用于日喀则抗震救灾



自然堂可持续发展喜马拉雅生物多样性保护项目



自然堂集团公共事务总经理陈娟玲博士致辞



喜马拉雅科普微展馆



色季拉山考察



自然堂 x 天猫小黑盒联名科普微展馆



环保礼盒



美妆课堂



扎西岗村自然堂美妆空间

持续开展自然堂春蕾助学行动，赋能 350 名女学生逐梦前行

2025 年 6 月 25 日 - 26 日，由自然堂联合中国儿童少年基金会发起、中国香料香精化妆品工业协会支持的“自然堂春蕾助学行动”在西藏林芝举行。此次活动向西藏自治区妇联捐赠 200 万元，用于资助来自西藏大学、西藏藏医药大学、西藏农牧大学、林芝市职业技术学校、林芝市第一中学、林芝市第二高级中学及林芝市广东实验中学的 350 名品学兼优的女生，助力她们顺利完成学业，共享公平优质教育，为西藏乡村人才振兴注入“她力量”。

“自然堂春蕾助学行动”不仅是一次公益项目，更是对“商业向善”理念的生动诠释。我们相信，真正的公益在于长久陪伴与共同成长。通过连接课堂与更广阔的世界，我们希望为每一位年轻女性点燃梦想、照亮前路，让每一份善意都成为推动成长的真实力量。



2025 年“自然堂春蕾助学行动”助学金发放仪式



自然堂集团公共事务总经理陈娟玲博士致辞

2025 年自然堂春蕾社会实践活动

2025 年 7 月 27 日至 8 月 1 日，自然堂集团与中国儿童少年基金会共同邀请来自西藏大学的 20 名受资助春蕾女学生，赴上海开启自然堂春蕾社会实践活动。

活动中，同学们走进自然堂集团研发中心与直播基地，近距离了解产品研发的全流程与数字化营销的创新实践，并亲身参与直播互动体验。同学们还参访了中国科学院上海营养与健康研究所，并在中共一大会址、世博会博物馆等历史与科技地标中感受上海的城市文脉与发展活力。在主题分享会上，来自集团内部的优秀女性员工也结合自身经历，鼓励同学们保持好奇、坚韧成长、勇于回馈社会。



2025 年自然堂春蕾社会实践活动大合照



春蕾女生担任产品体验官

截至本年度



“自然堂春蕾助学行动”已累计捐助
860 名西藏女生

累计向西藏自治区妇联捐赠
560 万元

爱心联盟，温暖高原

自然堂集团发起“爱心联盟，温暖高原”旧衣收集特别行动。共收集 638 公斤干净整洁的爱心御寒衣物，帮助四川省甘孜藏族自治州色达县霍西乡与巴塘县亚日贡乡竹瓦寺的孩子们抵御寒冷的冬季。



CHANDO GROUP

用爱心
让甘孜的孩子们
感受到家人的
温暖和关怀

严冬已至TA们急需过冬的衣物来抵御寒冷。因此您的每一件温衣，都能为TA们带来实实在在的帮助与关怀!

衣物捐赠要求

棉衣 羽绒服 帽子
裤子 毛衣 围巾 卫衣 手套等

5岁以上可穿，参考尺码
120cm-180cm
确保捐赠的衣物**干净整洁**
没有**破损或污渍**

Thank you 爱心联盟
温暖高原 (第二季)
衣旧有爱 特别行动
自然堂集团 × 西南体育中学

各办公地投放点
11.19日至12.3日 (下午14点前)

SOHO东海广场
各楼层茶水间白色捐物箱
杨玺 13817230071

直播基地
1楼前台白色捐物箱
顾美丽 15801909300

研发中心
2号楼1楼/1号楼9楼白色捐物箱
小叶子13918783447

全 心 全 意 为 家 人 服 务



心 全 意 为 家 人 服 务 CHANDO GROUP

当高原的风有了温度
— 童心因您而温暖 —

亲爱的伙伴们

冬日寒风再冷，也吹不散您为高原添上的那抹暖意。
在此，献上我们最诚挚的感谢与敬意!

77箱、638公斤的爱心衣物
已翻越山海抵达
**四川省甘孜藏族自治州色达县霍西乡
与巴塘县亚日贡乡竹瓦寺**
并全部送到**每一个孩子**的手中!

感恩同行
这个冬季
因您而温暖

爱心物资

“爱心联盟，温暖高原”活动海报及成果

雪域同心，共克时艰

2025年1月7日，西藏日喀则市定日县发生6.8级地震。1月8日，自然堂联合中华环境保护基金会，捐助急需救灾物资，守护喜马拉雅家园。

2025年6月23日，中华环境保护基金会联合上海自然堂集团有限公司共同发起的自然堂喜马拉雅公益专项基金-西藏地区重大灾害救助项目见证活动在西藏自治区日喀则市生态环境局举行。在活动现场，自然堂集团分别向日喀则市定日、定结、拉孜、萨迦、昂仁县等分发了应急防护包。



2025年



驰援日喀则震区，捐赠 **120** 万元

上海市“科研回归计划”助力科研回归，融合美与未来

为积极响应国家人才强国战略与生育支持政策，自然堂集团于2025年9月捐赠50万元，支持“上海市科研回归计划（试点）”项目。该计划旨在为因生育暂别科研岗位的女性科技人才提供系统性支持，助力其顺利重返科研事业。自然堂的参与不仅体现于资金资助，更延伸至全过程关怀与资源平台搭建：除捐赠外，集团为入选科学家提供美丽健康礼包，组织她们参访东方美谷·自然堂未来美妆城，并举办“科技与美的对话”主题交流活动和两场美丽课堂，共同探索科技与美妆产业的融合创新，支持女性科技人才在科研与生活中从容前行，实现多元价值。

2025年9月



自然堂集团为“上海市科研回归计划（试点）”项目捐赠

50 万元



上海市科研回归计划（试点）启动仪式和资金捐赠仪式



完善绿色低碳供应链

在推进全链路可持续发展过程中，绿色低碳供应链不仅是自然堂集团实现产品高质量与环保承诺的重要基石，也是我们与价值链伙伴协同转型、共同应对环境挑战的关键路径。我们将可持续融入供应链管理的全生命周期，重视供应链中环境与社会风险管理，持续完善合作伙伴机制，系统构建透明、可靠、具有韧性的绿色供应链体系，携手推动行业向更低碳、更负责任的方向发展。

加强供应商全生命周期 ESG 管理，持续完善准入、风险监控、绩效考核、战略评估流程

自然堂集团多维度、多环节对供应商在 ESG 方面的表现进行评估，从筛选准入到现场评审，从绩效考核到战略落位，每一个环节都承载着我们对可持续发展的执着追求。

供应商 ESG 考察项目	考察内容
供应商调查表	内容覆盖供应商环境治理措施、企业社会责任介绍、公司质量治理相关资料等，了解供应商的基础情况。
供应商能力升级	在供应商能力升级评分参考项中设置质量管理能力、企业社会责任等 ESG 相关指标，作为供应商筛选中的标准之一。
供应商预评审	将供应商消防、环保及危化品生产许可证、生产经营许可证等资质纳入为合作前一票否决项，同时对供应商公司经营、纳税等级等进行审核，充分评估供应商合作前风险。
供应商验厂	各职能部门将依据其专业职责开展系统性核查：质量部重点评估生产环境、设备设施状态及应急管理，并自 2025 年起强化对效期管理、记录数据真实性的专项检查，加强对以次充好等质量风险的防范；战略采购部主要审核供应商在社会责任方面的表现，包括杜绝童工、保障孕期员工权益、落实职业健康管理以及数字化系统的合规应用；研发中心则负责对原材料相关证照及资质文件的完整性与有效性进行查验。
供应商风险监控	2025 年引入数字化供应商经营风险模块，并将其嵌入现有供应商关系管理系统中，功能覆盖供应商经营风险排查、相互间关系排查、风险监控。实现全链路、自动化、多维度的潜在风险动态识别与实时提示，进一步提升风险评估的全面性与前瞻能力。
供应商绩效考核	通过月度、年度供应商绩效考核，赋能供应商持续改进。
年度战略潜力评估	通每年度进行战略潜力评估及落位，内容覆盖供应商公司文化、社会责任、研发投入、技术创新、持续改进等，推动供应商可持续性合作。

从实践落地和理念传播双向推动可持续采购

2025 年，自然堂集团积极践行可持续采购，并通过组织不同形式和主题的双向会议，向供应商传递集团可持续采购理念。

可持续采购践行

集团重点推广单一材质设计与可降解材料应用，通过减克重、花盒去塑、替换装等工艺优化，减少包装的环境足迹，同时，关注供应商绿色认证的资质能力（如 FSC 认证、ecovadis 认证等），持续推动供应链向绿色、负责任的方向转型。

持续传递可持续理念

举办供应商大会

为深化与供应商在可持续发展方面的共识与协作，集团举办供应商大会，并在会议中开展可持续采购相关宣导，包括传达自然堂集团 2030 可持续发展战略，并倡导在全生命周期中践行可持续绿色采购理念。大会旨在帮助供应商充分理解并认同集团的可持续发展导向，共同构建透明、负责的可持续供应链体系。



供应商大会



举办供应商创新峰会

为深化供应链的可持续创新合作，挖掘供应商创新能力赋能集团开拓更广阔创新视野，激发高质量可持续发展，自然堂集团成功举办 2025 年度“芯无界·AI 未来”创新峰会。本次活动特设数字化创新和原材料创新两项专题，携手多家专业供应商，集中展示了具备 AI 虚拟场景打造、AI 智能体、绿色环保特性的新技术、新材料与解决方案，如融合线上购物效率与线下体验，打造沉浸式空间购物新形态、可溯源双活性膜布等。通过搭建此类前瞻性的共创平台，挖掘并整合供应链上游的创新资源，将可持续理念切实融入品牌运营、产品开发与包装升级，共同推动全链路向绿色化、高品质转型。



“芯无界·AI 未来”创新峰会

自然堂的绿色采购体现了公司对打造绿色美妆的企业责任：每一道工序的精简，都是对地球资源的珍视；每一次本土化合作，都是对绿色未来的投资。

指标

	单位	2025 年数据
按地区划分的供应商数目 ⁶	个数	556
使用环境及社会标准筛选的新供应商数目 ⁷	个数	63

6. 为 2025 年与集团实际发生业务往来的供应商数，供应商均位于中国境内。

7. 为 2025 年经过集团现场审核的新供应商数。





引领负责任营销和绿色消费

自然堂集团将可持续价值融入品牌沟通的每一个维度，通过丰富多元的互动方式，与消费者共同构建绿色、健康、有温度的生活图景。我们不仅将绿色理念融入产品与生产，也将其转化为可感知、可参与的体验：从加强对员工及合作主播的负责任营销培训，到开放绿色工厂实现透明化沟通；从发起户外运动传递自然共生的主张，到携手非遗创新活化文化传承。通过这些真诚而具象的对话，我们希望在每一次触达中，不仅传递产品价值，更传递一份对地球、对人文、对未来的责任感，让可持续不止于理念，更成为一种可向往、可践行的生活方式。

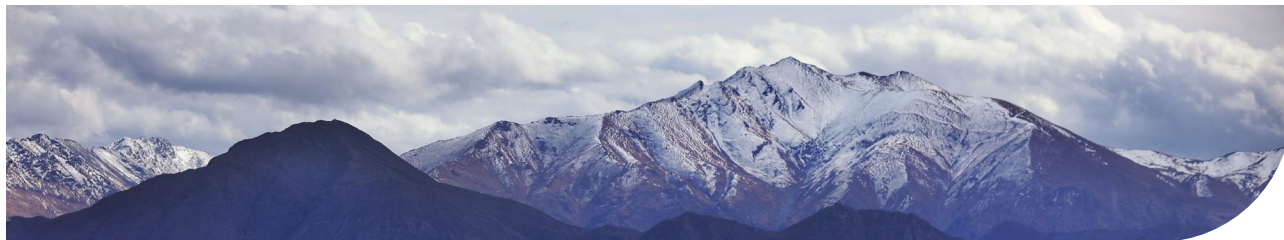
自然堂集团严格遵守《中华人民共和国广告法》、《化妆品监督管理条例》、《化妆品标签管理办法》、《化妆品网络经营监督管理办法》、《广告绝对化用语执法指南》等属地运营法规的要求，并依据《产品标签标识及广告文案管理办法（修订版）》建立有系统化、标准化的内部合规管理体系。该办法明确规定了产品标识和广告文案的审核职责、流程及风险分级机制，由研发中心、法务部等多部门协作，确保所有产品信息和营销内容真实、准确、合法，防范经营风险。针对新兴的网络直播营销，集团在拥抱新业务和营销渠道的同时，严格遵守《互联网广告管理办法》、《上海市网络直播营销活动合规指引》以及 2025 年 12 月新公布的《直播电商监督管理办法》等法律法规要求，以确保网络直播和影响行为的合规性。

以多元价值传递践行负责任营销，引领美好可持续生活方式

营销不仅是信息的传递，更是价值的共鸣与生活方式的共同塑造。我们秉持负责任营销的准则，超越产品功能的叙述，深入构建涵盖美学追求、文化认同与绿色责任在内的多元价值对话。我们致力于让每一次沟通都成为推动个人福祉、社会文化与环境友好向前发展的善意力量。

自然堂通过专业化的主播培训与管理机制践行负责任营销：员工培训方面，法务部门负责开展专项课程，重点帮助员工深入了解市场监督管理部门对集团投诉举报事项的处理情况，提升电商页面文案撰写的合规意识，并明确高频问题的整改要求，为消费者提供更优质、更放心的购物体验；文案审核环节严格依据《互联网广告管理办法》和公司内部《产品标签标识及广告文案管理办法（修订版）》执行，并通过 OA 系统进行审批，防范内容违规；主播管理方面，公司建立了系统的内部管理制度，涵盖主播日常行为规范，系统性提升营销活动的责任意识与规范操作水平。

同时，我们也重视通过可感知的体验传递品牌承诺。位于上海东方美谷的“自然堂未来美妆城”正是这一理念的鲜活实践——我们将绿色生产线转化为开放的体验空间，通过透明化的工业参观，让消费者亲身感受智能、低碳的制造流程，从而以直观、可信的方式，传递自然堂对可持续未来的行动与诚意。



自然堂喜马拉雅极限越野跑：巅峰相遇，越野越自然

2025年6月13日至6月15日，2025自然堂喜马拉雅极限越野跑在西藏自治区林芝市鲁朗小镇举行。作为国内海拔最高、风景最美、门槛最高的越野跑赛事之一，吸引到了400多位来自全国各地的越野跑者参与，为极限越野跑爱好者呈现了一场世界屋脊之上的巅峰对决。

作为此次赛事的总冠名方，自然堂以通过极地严苛环境测试的优质产品为选手们的状态保驾护航。赛事现场开设品牌市集：沉浸式产品体验、互动打卡，打造户外运动专属的消费场景，同时与天猫超级大满贯这一赛事营销IP进行深度联动，构建了「赛事×圈层×直播」的合作模式，拓展跑圈人群沟通场景，打造以“圈层身份感”为原点的全链路创新营销。

该活动通过极限户外赛事场景，将生态保护与可持续生活方式深度植入高端运动圈层，实现品牌价值与责任理念的同频共振。



2025 自然堂喜马拉雅极限越野跑

雪山萌卫队萌力集结，开启喜马拉雅能量陪伴之旅

自然堂旗下IP“雪山萌卫队”以情感化沟通传递品牌理念，通过明星联动、节气美学、表情包与产品植入等形式，将喜马拉雅纯净能量与品牌守护精神融入用户的日常陪伴中，持续沉淀品牌的情感价值与文化认同。

该IP建设通过持续传递自然守护等正向价值观，将品牌文化融入公众日常互动，体现了企业在社会价值传播与可持续品牌塑造方面的积极努力。



自然堂雪山萌卫队出道

遇见彩虹，自然好运：携手非遗匠人，织就文化传承与商业创新的当代画卷

2025 年 8 月，自然堂携手国家级非遗邦典传承人嘎日及她的女儿非遗艺术家旦增卓嘎，以喜马拉雅千年好运彩虹非遗梭织邦典为灵感，匠心推出《遇见彩虹，自然好运》创意片，为用户献上一份独特的七夕礼物。

通过“精准营销+媒介投放+限定礼盒”组合策略，本次活动成功推动礼遇季品效双爆发：会员招募突破 45.68 万，全域曝光超 2 亿。此次营销跳出传统节日叙事，深度融合在地文化，进一步夯实了品牌「源自喜马拉雅」的印记，也与用户建立起更深的情感联结。

凭借创新的文化表达与扎实的市场表现，自然堂成功塑造了美妆行业七夕营销的新范式，并获得权威机构与主流媒体的广泛认可。该活动以商业合作赋能非遗传承，在创新营销中推动民族文化与女性手艺的薪火相传。通过对非遗技艺的保护与活化，自然堂助力延续了喜马拉雅地区的文化多样性，为手工艺人创造了可持续的生计与发展空间。这种将传统智慧融入当代商业的实践，不仅为文化遗产注入持久生命力，也展现了品牌在推动文化生态平衡、促进包容性成长方面的深远努力，让传承与创新共同织就可持续的未来。



非遗艺术家织女

能量新生，我自闪耀：一次向内探寻，一场对女性多元光芒的真诚致敬

2025 年三八妇女节，自然堂与消费者共同开启一段关于“内在能量”的探索之旅。品牌以一支真诚短片《我本来就超能的》致敬女性，并以科学盟友的身份，陪伴每一位女性前行。

此次传播中，自然堂将镜头对准 9 位不同年龄、不同职业的女性，捕捉她们在日常生活中闪耀的坚韧与光芒，引发广泛共鸣。在这段向内探寻的旅程中，自然堂小紫瓶以科学之力成为女性的坚实盟友，赋予她们应对挑战的从容与底气。

自然堂始终相信，女性的美无需刻意雕琢，更不必迎合他人。那些藏于疲惫之下的光、被生活打磨出的柔韧，皆是独一无二的魅力。“你的内在能量，终将照亮属于你的星辰大海。”该活动通过真实的人物叙事，表达了对女性多元价值的集体致敬与社会支持。



《我本来就超能的》海报

年轻人别累了：从情绪共鸣到场景深耕，引领抗疲老新赛道

2025年4-5月，自然堂小紫瓶聚焦职场人群疲老焦虑，以#年轻人别累了#为主题布局“场景共情+互动共创+体验转化”营销主线，线上联动小红书#加油吧！打工人#IP，围绕熬夜垮脸、加班暗沉等痛点引爆情绪，激发UGC种草互动；线下在上海CBD及热门地标，落地“抗疲老补给站”移动派样车、“抗疲老指挥部”主题快闪、“放疯巴士”巡游等沉浸式体验，搭配周边及产品派样，打造可接触可传播的场景体验。

该活动将商业传播与社会议题相结合，聚焦职场人群的身心健康，倡导积极应对工作压力与生活倦怠。不仅呼应了年轻人在高压环境下的普遍情绪，更通过线下快闪、互助话题等创意形式，为他们打造了释放压力、找回活力的短暂“喘息空间”。这背后体现的是品牌对当代人精神状态的细致体察与温暖关照，让商业活动超越单纯的产品推广，成为一次有意义的情感连接与积极生活态度的传递，体现了品牌在追求商业价值的同时所承载的社会关怀。



《年轻人别累了》活动海报

肌肤抗疲老就选喜默因：以科学营销筑牢成分认知，打造可感知的品牌科研叙事

自然堂小紫瓶系列2025年8-9月启幕#肌肤抗疲老就选喜默因#抗疲老营销，聚焦核心成分喜默因的抗疲老价值传递，同步助力小紫瓶面霜新品引流推广。线上线下双线发力，解锁成分营销新玩法。线上绑定小红书《一期一会看成分》IP，开屏资源强势吸睛+KOL实验室溯源深度种草，精准传递喜默因抗疲老优势；线下成都空降喜默因实验室快闪，沉浸式互动+商超大屏全域曝光，让成分功效可感知、可验证。项目斩获2.4亿+总曝光、1701万+话题浏览，新增UGC1.5万+，以科学营销夯实喜默因抗疲老核心认知，彰显品牌功效护肤科研实力。

该活动在传递产品科技力的同时，也体现了品牌对信息透明与消费者理性教育的重视，以负责任营销推动可持续的消费认知。



《肌肤抗疲老就选喜默因》活动海报



加强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，建立了皮肤科学、原料科学和产品科学三大科学体系及原料开发、配方开发、包装开发和评估检测四大技术平台，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

研发中心发表国内外科技文章累计超过
200 篇





三大科学体系

皮肤科学

发现美丽肌肤的科学奥秘，探索精准解决肌肤问题的靶点、通路和科学原理，包括皮肤科学机理、皮肤数据银行、皮肤表观遗传学、航天皮肤医学、3D 皮肤模型。

原料科学

功效原料犹如化妆品的“芯片”，原料科学是化妆品的前沿科学。自然堂集团深入“地球四极”，采用跨学科尖端科技开发分子级、细胞级核心功效成分，打造肌肤靶点作用精准、工艺绿色环保、来源可持续的东方肌肤专属功效成分方案。

产品科学

包括科学配方、科学包装、科学测评，通过专业的设计、科学的体外和临床测试，证实产品的安全性和有效性，致力于成为最高品质的美丽之选。



四大技术平台

原料开发技术平台

自然堂集团通过严格的安全性、功效性测试，筛选安全性高、功效性好的原料。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，引入、合作开发和自主开发具备重大市场价值和功效确切的科技成分。

配方开发技术平台

自然堂集团通过创新乳化技术、冻干技术、微囊包裹技术等前沿配方科技，创新性开发引领行业趋势的优质化妆品配方剂型和高效配方工艺。

包装开发技术平台

通过美学艺术结合人体力学、人体工程学、材料学、结构学，为消费者提供具体设计感和艺术美观感，兼具实用性和安全性的产品包装。

评估检测技术平台

通过自创“六觉六性”全面质量管理体系，自然堂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。

自然堂致力于喜马拉雅水资源、微生物发酵原料、植物原料、原产地植物原料提取物的研究，利用尖端科技，保护性开发自然资源。

融合尖端科技与绿色工艺，推动原料开发向可持续转型



水资源和
矿物资源

早在十多年前，自然堂集团就开始运用尖端科技保护性开发喜马拉雅地区自然资源，深入山脉腹地，从天然冰川、植物、温泉水和当地生活环境中筛选和研究独特的微生物。我们历经 15 年科学探索，经过层层筛选，选择曲登尼玛冰川的天然纯净水源，并通过集团自有全球领先的核心科技 3D 皮肤模型进行研究，验证了其护肤功效。



微生物发酵
原料

我们从喜马拉雅地区植物、土壤、冰川、温泉等自然环境中筛选独特微生物，通过自主发酵技术研发具有护肤功效的原料。研发团队运用基因测序技术，累计分离鉴定出 558 株特色菌种，建成喜马拉雅专属菌种库。我们运用第五代发酵技术开发出专利成分喜默因®。该工艺采用绿色可持续原料，全程不使用有毒有害物质，相比传统生产方式，其有效成分得率提升 300%，生产能耗降低 25%，立足于实现原材料 100% 转化与生物降解，真正做到零排放。



珍稀植物组织
培养原料

通过现代植物组织培养技术，快速大批量培育出珍稀植物细胞组织，并筛选出其中活性成分，获得有良好护肤功效的植物组织培养物原料并应用于产品开发。与传统农业种植和提取相比，植物细胞组织培养技术不消耗自然资源，不受外部环境变化影响，对环境友好。凭借该技术，我们实现了对植物的保护性开发，并缩短产品生产周期，提升品质稳定性可控性，同时还可以富集有效成分，获得可持续护肤成分。



原产地植物的
原料提取物

自然堂集团利用植物萃取和超低温冷冻干燥生产技术，在植物原产地进行深加工，将原产地可持续来源的经济作物深度开发为具有确切护肤功效的高浓活性成分，应用于原料和产品的开发，为当地居民增收。

自然堂集团研发中心上海微生物实验室正式投产，实现核心原料自主研产突破

在持续深化科技创新的道路上，自然堂集团于核心功效原料的自主研产领域再次实现里程碑式跨越。2025年8月27日，全面应用第五代智能生物发酵技术的“自然堂集团研发中心上海微生物实验室”正式启用投产。

该工厂的建成，标志着集团在关键生物活性原料上实现了更高阶的自主掌控。通过先进的智能发酵技术平台，工厂能够实现酵母类、乳酸菌类等核心原料的规模化、高品质自主生产。所产原料具备活性含量更高、功效更为优异的特点，同时整个生产过程更为环保，成本也更具优势。

这一里程碑标志着自然堂集团在核心原料的自主研产上实现了重要突破，将前沿生物科技与绿色制造紧密结合，构建了从研发到生产的全链路创新能力，不仅为提升产品功效、推动可持续发展提供了坚实支撑，也进一步巩固了企业的长期科技竞争力与负责任生产承诺。



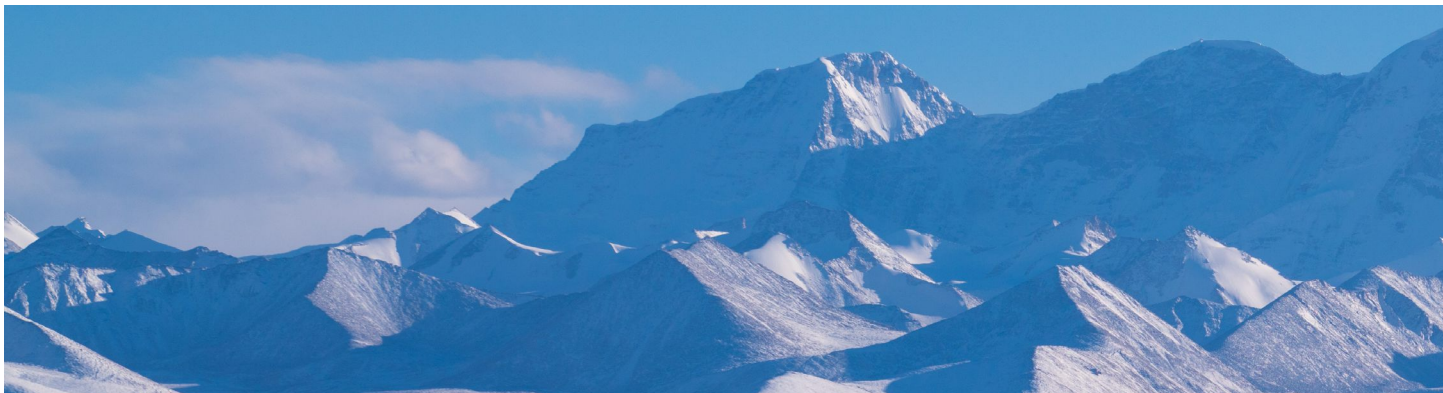
自然堂集团研发中心上海微生物实验室

自然堂集团联合复旦大学附属华山医院共建“皮肤科学与毛发健康联合实验室”

自然堂集团与复旦大学附属华山医院开展战略合作，共建“皮肤科学与毛发健康联合实验室”，开展头皮衰老及脱发基础科学和临床研究，探索头皮抗老的新靶点、防脱科学机理，筛选头皮护理功效原料。已对上百名中国健康志愿者的头皮及头发进行仪器测试及统计分析，锁定东方人头皮衰老及脱发的核心痛点与临床特征，构建头皮衰老预测模型；用于开发具有显著功效的突破性头皮抗老、防脱固发产品。自然堂结合临床指导及基础研究成果，研发出新五味甘露头皮护理产品，并将其应用到敏感头皮护理及草本洗护产品中，最终形成“临床问题识别→基础研究→古方科技转化”的完整链路，让传统藏药智慧精准匹配中国人的头皮护理需求。



自然堂集团与复旦大学附属华山医院共建
“皮肤科学与毛发健康联合实验室”



自然堂集团携手国家儿童医学中心复旦大学附属儿科医院共建“婴童皮肤健康联合研究中心”

通过医研共创的模式，自然堂集团与国家儿童医学中心复旦大学附属儿科医院携手共建“婴童皮肤健康联合研究中心”，旨在通过“临床洞察-基础研究-产品开发-临床验证”的医研共创体系，聚焦婴童特应性皮炎（AD）高发、易复发等核心皮肤难题开展专项攻关。研究团队首次发现AD患者皮肤定植的关键高毒力金黄色葡萄球菌亚型，并针对自研核心成分“复儿爱倍健®”及已出抗干燥舒润特护霜，联合开展大规模基础科学及临床观察研究，证实其可有效抑制有害菌群、平衡皮肤微生态，使婴童AD复发风险降低3倍以上，为脆弱婴童肌肤提供安全、可验证的科学护理方案。相关研究成果荣获2025年欧洲研究皮肤科学会年会（ESDR）Top20最佳学术海报奖。同时，双方联合撰写发布《儿童特应性皮炎非药物干预管理专家共识》，以权威临床经验推动行业标准提升，以专业力量守护中国下一代肌肤健康与成长未来。



* 伽蓝集团为自然堂集团前身，于2023年正式更名

自然堂集团与国家儿童医学中心复旦大学附属儿科医院共建“婴童皮肤健康联合研究中心”

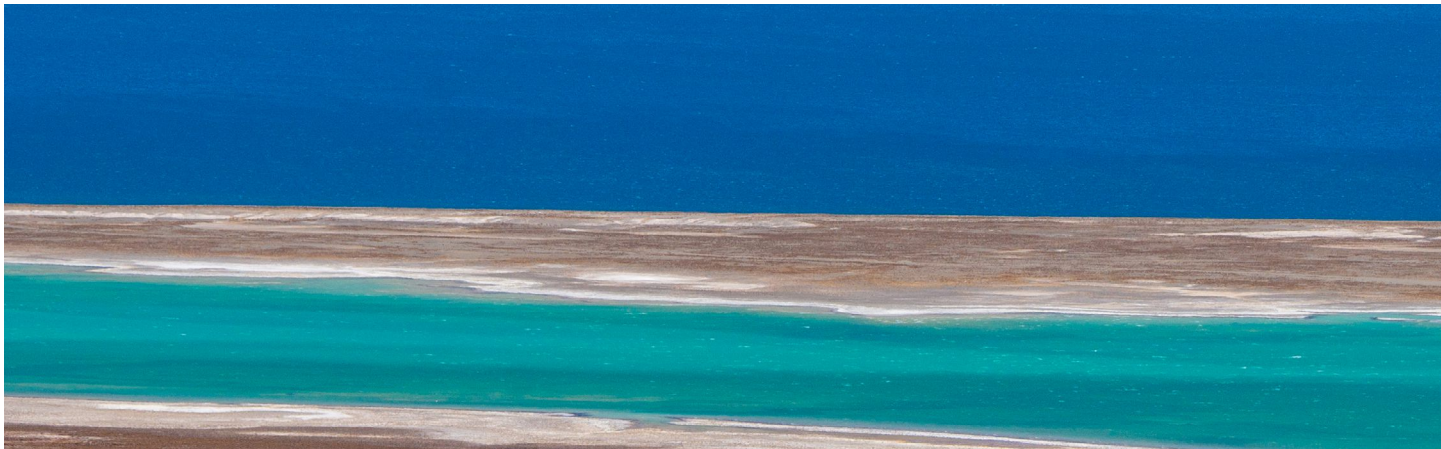


自然堂集团与中国科学院上海营养与健康研究所联合开展中国女性皮肤衰老年轻化研究

自然堂集团与中国科学院上海营养与健康研究所联合开展《中国女性面部衰老年轻化研究》，依托超 30 万份中国女性面部图像开展大数据分析，首次系统揭示中国女性皮肤衰老年轻化核心特征：皮肤衰老关键拐点提前约 2 岁，眼周肌肤衰老速度比面部快 5-6 岁，长期压力、熬夜、过度使用电子产品等现代生活因素引发的“疲惫式衰老”已成为核心诱因。基于该研究成果，自然堂推出以极地酵母喜默因®为核心的“小紫瓶抗疲老系列”新品，为精准抗老产品开发指明方向，更引领了国产护肤品牌从“营销驱动”向“科技驱动”的战略升级，为行业高质量发展树立了典范。



自然堂集团与中国科学院上海营养与健康研究所合作



从准入到追踪，构建原料标签化管理和风险物质筛查机制

产品妈妈系统是自然堂集团实现全链路研发管理数字化的核心平台。该系统整合了项目流程、研发管控、质量标准及原料信息等模块，通过在线化与集成化管理，彻底改变了以往依赖纸质与线下审批的传统模式。

在原料安全管理与评估方面，我们制定了《自然堂集团原料安全评估数据管理办法》，建立了“定期梳理-反馈收集-录入应用-复核更新”闭环流程，向供应商收集权威评估报告、毒理学数据等核心资料，审核其科学性与合规性，确保原料安全。研发人员可优先选用安全性更高、风险更低的原料，并对存在风险的原料实施禁用、限用或替代措施。同时，我们积极响应国家原料安全评估相关实施细则，持续完善原料信息数据库，为产品安全性与可持续性提供系统化保障，不断提升公司在原料治理层面的透明度和责任水平。

在化学品与风险物质管理方面，我们建立了常态化监管与响应机制，持续关注并跟进美国、欧盟等相关法规的动态要求。针对欧盟已禁用的香精原料成分，我们已完成全面替代工作，体现了在合规方面的前瞻性与主动性。同时，我们严格执行风险物质筛查机制，每年更新《风险物质识别清单》，覆盖二噁烷、D4 等潜在风险物质，对配方中风险物质理论上限进行量化评估，并通过“产品妈妈”系统实现数字化管理与动态监控。在此基础上我们主动淘汰高风险原料、处理呆滞物料；严选合规供应商，通过多渠道透明披露成分，优先采购 RSPO 等认证原料，确保化学品安全可控。我们持续保障产品的安全与合规，落实对消费者与社会负责的承诺。

推行原料标签化动态管理，优先选用 RSPO 等认证原料

本年度，在原料选择方面，我们全面推行原料标签化动态管理。建立从需求发起、信息登记、独特性评审到准入评审的全流程标签化机制，对原料进行分级分类（如 A 级最高保密、B 级中等保密）和状态标识（未启用、已启用、准用等），实现从开发到应用的全程可追溯。同时对在库原料依据可持续与安全属性进行分类标识，主要包括：获得认证的原料（如纯素认证、清真认证等）、符合特定伦理标准的原料，以及符合权威安全评估标准的原料（如通过美国 CIR、欧盟 SCCS 评估，或符合 RSPO 可持续棕榈油标准等）。在研发过程中，优先选用具备这些认证与标签的原料，从源头贯彻环境友好、社会责任与安全可控的产品开发理念。本年度，原料信息库中包含 53 个 RSPO 认证原料。

以法律诉讼狙击刮码乱象，首例胜诉树行业先例

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。

在知识产权保护领域，自然堂集团始终以主动、系统的维权策略，致力于维护品牌声誉、保障消费者权益，并积极履行市场治理的企业责任。针对行业内普遍存在的“刮码 / 贴码” 违规销售行为——即通过移除、损毁或覆盖商品关键标识以掩盖流通过程、扰乱市场秩序的做法，我们自 2025 年起展开了一系列跨平台民事维权行动。该行为不仅损害品牌方与授权经销商的合法利益，更直接侵害消费者权益，使其面临真伪难辨、售后无门等风险，长远更会侵蚀品牌积累的市场信誉。

我们已对淘宝、京东、抖音、拼多多等电商平台上二十余家具有代表性的非授权店铺分批提起诉讼，坚持以商标侵权与不正当竞争为主要法律抓手，持续推进司法进程。2025 年 12 月，我们在杭州市余杭区人民法院取得首例胜诉判决，法院明确认定相关店铺销售刮码、贴码产品的行为构成商标侵权。该判决不仅为品牌自身后续的维权之路奠定了关键的司法先例，也为整个美妆行业打击商标侵权、规范分销渠道提供了极具价值的司法借鉴，加速行业生态向良性循环升级。

同时，我们不断完善内部管控机制，对窜货行为开展专项调查，一经查实即对相应供应商采取取消折扣、奖励等违约处理，从源头维护市场秩序。

2025 年



自然堂集团新增申请专利

92 件

奖励论文及论文首次应用转化

13 项

新增授权专利

18 件

奖励专利及专利首次应用转化

23 项

发表科技论文

18 篇



“上海知识产权创新奖（保护）”奖杯



“上海知识产权创新奖（保护）”证书

基于我们在知识产权保护方面的长期投入与显著成效，2025年我们荣获“上海知识产权创新奖（保护）”，该奖项由上海市政府与世界知识产权组织共同颁发，每三年评选一次。未来，我们将继续强化知识产权全链路管理，为营造健康、公平的市场环境贡献力量。

参与行业标准共建，引领原料安全管控新高度

此外，我们积极投身行业 ESG 领域团体标准的制定工作。2025年我们参与制定团体标准 7 项，国家标准 3 项。其中，作为《国家标准 GB/T 44165.8-2025》中关于消费品中全氟辛烷磺酸（PFOS）和全氟辛酸（PFOA）检测方法编制的参与单位，我们不仅为化妆品等领域管控此类持久性有机污染物提供了科学依据，更将标准制定的前沿理念与实践经验内化至自身管理体系中，同步制定并实施了《化妆品原料安全评估数据管理办法》，通过对原料实行分级分类与动态闭环管理，持续强化化学原料的安全管控水平。这些举措不仅强化了我们自身产品安全的管控能力，也积极推动了行业更高标准的构建。

03

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。

本章节回应的联合国可持续发展目标：







建立并持续优化可持续管治架构

自然堂集团已建立全面、完整、自上而下的可持续发展管治架构。自然堂集团董事会负责监督管理公司整体的可持续发展相关事务，包括监督、框定公司整体的可持续发展战略方针及相关重大事项，审议 ESG 战略、目标及风险管理情况等。

同时，自然堂集团还特设可持续发展委员会，由集团董事长兼总裁郑春颖先生担任组长，集团公共事务总经理陈娟玲博士担任副组长，选定的各团队领导担任成员，负责 ESG 战略和目标制定、年度计划和重大 ESG 展项目审议等任务。可持续发展委员下设 ESG 管理中心，负责拆解 ESG 目标，制定 ESG 相关绩效，推动战略落地等。

执行层则由事业部、职能部门组成，负责可持续发展工作的推动和落地实施。2025 年，执行层围绕“减量、循环、替代”三大核心策略，在包装全生命周期绿色管理方面实施多项举措，通过推广替换芯设计、应用环境友好材料及继续空瓶回收计划等，进一步传递“无废美妆”理念。研发中心、供应链等职能部门聚焦研发、原料与生产环节，依托绿色研发体系与技术平台，推进节能降耗与资源循环。

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

自然堂集团致力于建设反舞弊企业文化，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。自然堂集团已建立良好的内控机制，设置统一举报渠道，包括举报电话、电子邮箱，并支持员工、外部第三方实名或匿名举报。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。《反舞弊与举报制度》也明确了举报处理的具体流程，确保能够及时、适当地处置举报投诉。报告期内，公司无接获任何举报信息。

此外，公司也将严格保护举报人，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、非法歧视行为，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。秉持公开公正的原则，举报人有权了解其举报事项的受理情况，可以向审计部提出询问，审计部应将舞弊案件的调查处理结果向举报人进行通报。

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。

指标

	单位	2025 年数据
企业或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案的数目及诉讼结果	个数	0



推动数字化与数据安全保障

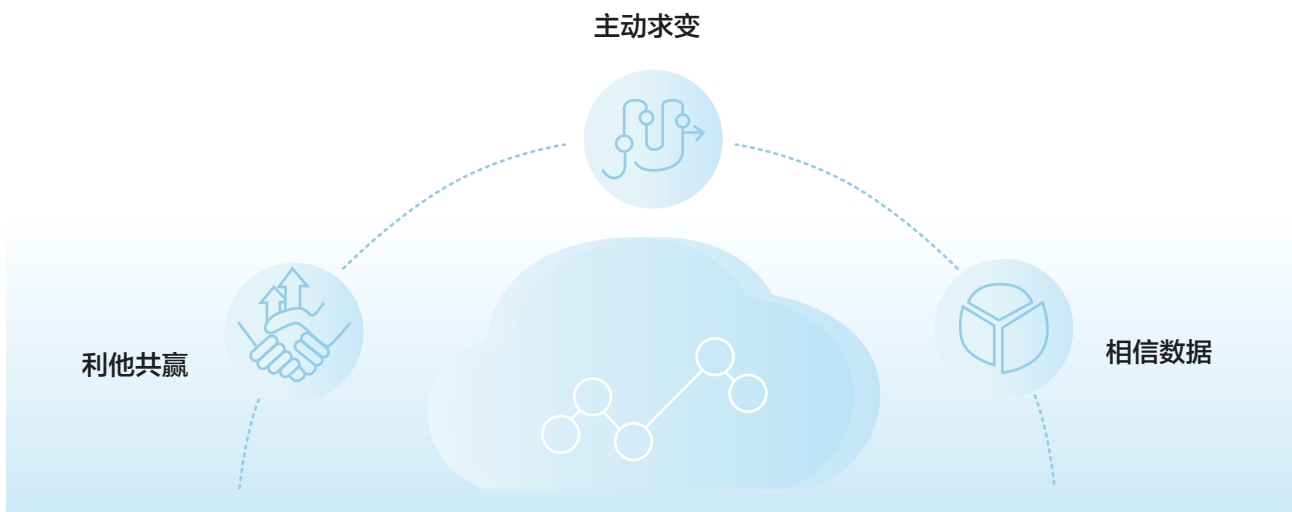
坚持长期主义，树立数字化标杆

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。2024 年，公司引入大模型技术，并与合作伙伴共创 ChatBI 问数产品，利用 AI 大模型的自然语言理解能力，为用户提供更简单、直接、高效的数据查询方式。ChatBI 产品的落地使得数据分析需求响应效率极大提升，数据分析师的服务半径得以扩大，降低跨部门沟通协作成本，并培养了业务团队的数字化思维。集团正在不断推进更多可查询数据，包括营销数据、供应链数据和财务数据，以期在提供数据的同时，也能提供更深入的洞察力。

2025 年，AI 技术已逐步融入集团各业务板块运营：营销内容生产实现短视频批量交付，直播过程 AI 自动盯盘大幅提升运营效率，智能客服显著缩短响应时间，广告文案 AI 审核保障合规性，产品盘点自动化运行，数据推送结合 AI 洞察辅助决策，质量核对效率提升数十倍，多部门实现提效降本。同时，业财一体化项目成功落地实施，全面打通业务与财务系统，实现业财数据融合可视化分析，有效支撑财务建模与决策。通过流程标准化、主数据应用和全面预算系统建设，构建了完善的风险预警与管控机制。

自然堂集团数字化转型核心价值观



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《个人信息保护制度》《数据安全管理办法-分类分级》《个人信息保护影响评估管理流程》《数据安全管理制度》《电子数据归档管理规定》《信息系统数据备份与管理办法》《消费者生命周期分类定义及数据管理规定》《消费者个人信息删除管理办法》等数据安全的管理制度与操作规程，从而维护消费者的合法权益，保护隐私安全。自然堂集团已经成立集团网络安全和数据安全工作小组负责整个集团网络安全、数据安全和个人信息保护事务。

2025年，依照国家网信办通告要求，自然堂集团积极履行个人信息保护负责人信息报送义务，并启动“个人信息保护合规审计”工作，完善个人信息保护制度和规程建设。自然堂集团充分理解个人隐私对商业伙伴与消费者用户的重要性，并致力于保护所有消费者用户的个人信息。我们已使用符合业界标准的安全防护措施保护商业伙伴与消费者提供的个人信息，防止数据遭到未经授权访问、公开披露、使用、修改、损坏或丢失。自然堂集团会采取一切合理可行的措施，保护商业伙伴与消费者的个人信息。例如，传输、存储和备份过程的加密措施；数据访问需要权限认证等。

此外，集团已经按 ISO27001 国际信息安全管理标准、以及网络安全等级保护体系标准进行安全管理建设，持续提升数据安全管理体系水平。2025年，集团全面完成了五个核心运营网络系统的网络安全等级保护（三级）测评工作，覆盖 ECS、云店、数据中台、消费者数据库及自然堂品牌官网。为进一步提升网络安全防护能力，集团于 2025 年 10 月参与由静安分局网安支队组织的网络安全攻防演练活动。通过实战化演练，集团有效检验并加固了自身防护体系，主动识别和修补潜在风险，持续完善安全技术与管理措施。

指标

	单位	2025 年数据
与侵犯客户隐私和泄漏客户资料有关的投诉数	个数	0



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 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	完善绿色低碳供应链
2-7	员工	建立多元平等共融的工作环境
管治		
2-9	管治架构和组成	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	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	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	建立并持续优化可持续管治架构
2-19	薪酬政策	建立多元平等共融的工作环境
战略、政策和实践		
2-22	关于可持续发展战略的声明	自然堂集团可持续发展战略
2-27	遵守法律法规	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	实质性议题
GRI 3 实质性议题		
3-1	确定实质性议题的过程	实质性议题
3-2	实质性议题清单	实质性议题
3-3	实质性议题的管理	实质性议题

GRI 指标序号	GRI 指标	报告对应章节
GRI 205 反腐败		
3-3	实质性议题管理	实质性议题
205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	守护商业道德与诚信环境
GRI 206 不当竞争行为		
3-3	实质性议题管理	实质性议题
206-1	针对不当竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	守护商业道德与诚信环境
GRI 301 物料		
3-3	实质性议题管理	实质性议题
301-2	所使用的回收进料	促进绿色包装与循环经济
301-3	回收产品及其包装材料	促进绿色包装与循环经济
GRI 302 能源		
3-3	实质性议题管理	实质性议题
302-5	降低产品和服务的能源需求	应对气候变化与保护生物多样性
GRI 303 水资源与污水		
3-3	实质性议题管理	实质性议题
303-1	组织与水（作为共有资源）的相互影响	促进负责任生产与绿色制造
303-2	管理与排水相关的影响	促进负责任生产与绿色制造
303-3	取水	促进负责任生产与绿色制造
303-4	排水	促进负责任生产与绿色制造
303-5	耗水	促进负责任生产与绿色制造
GRI 304 生物多样性		
3-3	实质性议题管理	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	应对气候变化与保护生物多样性
GRI 305 排放		
3-3	实质性议题管理	实质性议题
GRI 306 废弃物		
3-3	实质性议题管理	实质性议题
306-1	废弃物的产生及废弃物相关的重大影响	促进负责任生产与绿色制造
306-2	重大废弃物相关影响的管理	促进负责任生产与绿色制造
306-3	产生的废弃物	促进负责任生产与绿色制造
306-4	废弃物回收处置方式	促进负责任生产与绿色制造
306-5	废弃物最终处置	促进负责任生产与绿色制造

GRI 指标序号	GRI 指标	报告对应章节
GRI 307 环境合规		
3-3	实质性议题管理	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
GRI 308 供应商环境评估		
3-3	实质性议题管理	实质性议题
308-1	使用环境标准筛选的新供应商	完善绿色低碳供应链
308-2	供应链对环境的负面影响以及采取的行动	完善绿色低碳供应链
GRI 401 雇佣		
3-3	实质性议题管理	实质性议题
401-1	新进员工和员工流动率	建立多元平等共融的工作环境
401-2	提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	建立多元平等共融的工作环境
401-3	育儿假	建立多元平等共融的工作环境
GRI 403 职业健康与安全		
3-3	实质性议题管理	实质性议题
403-1	职业健康安全管理体系	建立多元平等共融的工作环境
403-2	危害识别、风险评估和事件调查	建立多元平等共融的工作环境
403-3	职业健康服务	建立多元平等共融的工作环境
403-4	职业健康安全事务：工作者的参与、协商和沟通	建立多元平等共融的工作环境
403-5	工作者职业健康安全培训	建立多元平等共融的工作环境
403-6	促进工作者健康	建立多元平等共融的工作环境
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	建立多元平等共融的工作环境
403-8	职业健康安全管理体系覆盖的工作者	建立多元平等共融的工作环境
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。
GRI 404 培训与教育		
404-2	员工技能提升方案和过渡协助方案	建立多元平等共融的工作环境
GRI 405 多元化与平等机会		
3-3	实质性议题管理	实质性议题
405-1	管治机构与员工的多元化	建立多元平等共融的工作环境

GRI 指标序号	GRI 指标	报告对应章节
GRI 406 反歧视		
3-3	实质性议题管理	实质性议题
406-1	歧视事件及采取的纠正行动	建立多元平等共融的工作环境
GRI 412 人权评估		
412-2	人权政策或程序方面的员工培训	建立多元平等共融的工作环境
GRI 413 当地社区		
3-3	实质性议题管理	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	强化公益慈善与社区影响
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
GRI 414 供应商社会评估		
3-3	实质性议题管理	实质性议题
414-1	使用社会标准筛选的新供应商	完善绿色低碳供应链
414-2	供应链对社会的负面影响以及采取的行动	完善绿色低碳供应链
GRI 416 客户健康与安全		
3-3	实质性议题管理	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	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 417 营销与标识		
3-3	实质性议题管理	实质性议题
417-1	对产品和服务信息与标识的要求	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
GRI 418 客户隐私		
3-3	实质性议题管理	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	推动数字化与数据安全保障
GRI 419 社会经济合规		
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 2025 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

集团邮箱：pr@chandogroup.com



自然堂集团
CHANDO GROUP