



中国香料香精化妆品工业协会
CHINA ASSOCIATION OF FRAGRANCE FLAVOUR AND COSMETIC INDUSTRIES

CAFFCI

2024

中国香料香精与化妆品行业

可持续发展 (ESG) 报告



目录

- 04 序言
- 06 摘要

01 美妆行业 ESG 发展背景

- 10 政策引导
- 12 行业推动
- 13 企业实践
- 14 社会参与
- 15 国际合作

02 美妆行业 ESG 评价方法

- 18 设计理念
- 18 ESG 表现评价指标构建思路
- 23 权重与赋分方法
- 24 评价结果划分
- 25 样本说明

03 美妆行业 ESG 发展水平

- 28 行业整体发展水平
- 28 香料香精企业发展水平
- 28 化妆品企业发展水平

04 环境表现分析

- 32 应对气候变化
- 34 污染防治
- 36 生态系统和生物多样性保护
- 37 资源可持续利用

05 社会表现分析



- 42 产品安全与质量
- 43 创新驱动与科技伦理
- 44 负责任供应链
- 45 消费者和最终用户
- 46 员工
- 47 社会贡献

06 治理表现分析

- 50 尽职调查
- 50 利益相关方沟通
- 51 合规管理
- 51 商业道德

- 53 趋势与展望

序言

发展新质生产力是推进中国式现代化的重大战略举措，是香料香精化妆品行业（以下简称“美妆行业”）在新时代实现高质量可持续发展的内在要求和重要着力点。ESG（Environmental, Social and Governance）作为一种关注企业环境、社会和治理因素的可持续发展观，与中国式现代化5个方面（即人口规模巨大的现代化、全体人民共同富裕的现代化、物质文明和精神文明相协调的现代化、人与自然和谐共生的现代化、走和平发展道路的现代化）的要求高度统一，是香料香精化妆品企业（以下简称“美妆企业”）作为微观主体贡献中国式现代化的重要路径。

美妆行业是与人民美好生活息息相关的朝阳产业，在应对气候变化，践行“双碳”目标战略过程中承担着节能减排、绿色发展的重要使命；在推进 ESG 工作、提升国际竞争力、满足人民美好生活的愿望方面发挥着重要作用。美妆企业应考虑将可持续发展（ESG）理念融入企业发展战略、经营管理活动中，持续加强生态环境保护、履行社会责任、健全企业治理、培育新质生产力，不断提升自身治理能力、竞争能力、创新能力、抗风险能力和提高经济效益的能力，促进自身和经济社会的可持续发展，逐步强化对经济、社会 and 环境的正面影响。

在 ESG 被用于评估企业风险抵御能力以及长期回报能力的今天，强化 ESG 履责能力既是美妆企业追求可持续价值的内在驱动，也是美妆行业 ESG 生态圈建设的必然趋势。ESG 信息披露是评估美妆企业可持续发展水平的重要渠道，本报告基于《企业可持续披露准则——基本准则（征求意见稿）》（以下简称“准则”）、《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》（以下简称“A 股指引”）、《国际财务报告准则 S1 号——可持续相关财务信息披露一般要求》（以下简称“IFRS S1”）、《国际财务报告准则 S2 号——气候相关披露》（以下简称“IFRS S2”）、《可持续发展会计准则》（以下简称“SASB”）、国际日用香料协会（IFRA）- 国际食用香料工业组织（IOFI）

《可持续发展章程 2.0》（以下简称“章程”）等国内外 ESG 信息披露准则，并对标国际优秀企业 ESG 实践，设计具有中国特色的美妆行业 ESG 评价方法，为美妆企业提升 ESG 管理能力和信息披露水平提供参考。

本报告聚焦于探索中国美妆行业 ESG 评价的特色路径，由中国香料香精化妆品工业协会发起，由责扬天下研究团队提供全程技术支持，提出了创新的 ESG 评价指标体系。

主要研究内容如下：

- ▶ 结合国内外标准、监管要求和美妆行业特点，制定适合美妆企业的 ESG 评价体系，共包含 3 个一级指标，14 个二级指标和 130 个三级指标。其中，环境维度包含二级指标 4 个，三级指标 39 个；社会维度包含二级指标 6 个，三级指标 68 个；治理维度包含二级指标 4 个，三级指标 23 个。
- ▶ 美妆行业 ESG 评价体系应参考 A 股指引可持续披露四支柱结构，符合中国产业转型发展趋势，具备发展视角、管理导向、披露驱动、迭代潜能特征，依据底层数据特性确定赋分原则，将原始底层数据转换为企业单项 ESG 指标得分；结合影响重要性分析对 ESG 议题及指标权重进行设置，通过计算得出美妆企业的 ESG 评价结果。
- ▶ 基于美妆行业 ESG 评价指标体系开展采样调研，基于中资美妆行业上市公司公开发布的 2023 年可持续发展 / 环境、社会及治理（ESG）/ 企业社会责任报告，分析中国美妆行业 ESG 发展现状及美妆企业 ESG 管理表现，帮助其全面提升可持续发展管理能力和信息披露水平。

摘要

可持续发展与 ESG 理念共同呼吁企业在追求利润的过程中，也要担负起对社会和环境的责任，努力实现对经济、社会和环境积极贡献。通过实施 ESG 策略，香料香精化妆品行业能够更有效地采纳可持续的发展模式，增强其市场竞争力，促进整个行业的生态转型，为实现国家乃至全球的可持续性发展目标贡献力量。

通过政策引导、行业推动、企业实践、社会参与和国际合作等多方面的努力，我国美妆企业在 ESG 发展方面取得了显著进展。本报告参考最新的 ESG 相关政策和标准，采用了系统化、标准化的评价方法，从环境、社会和治理三个维度对美妆企业 ESG 进行评价，主要有以下核心发现：

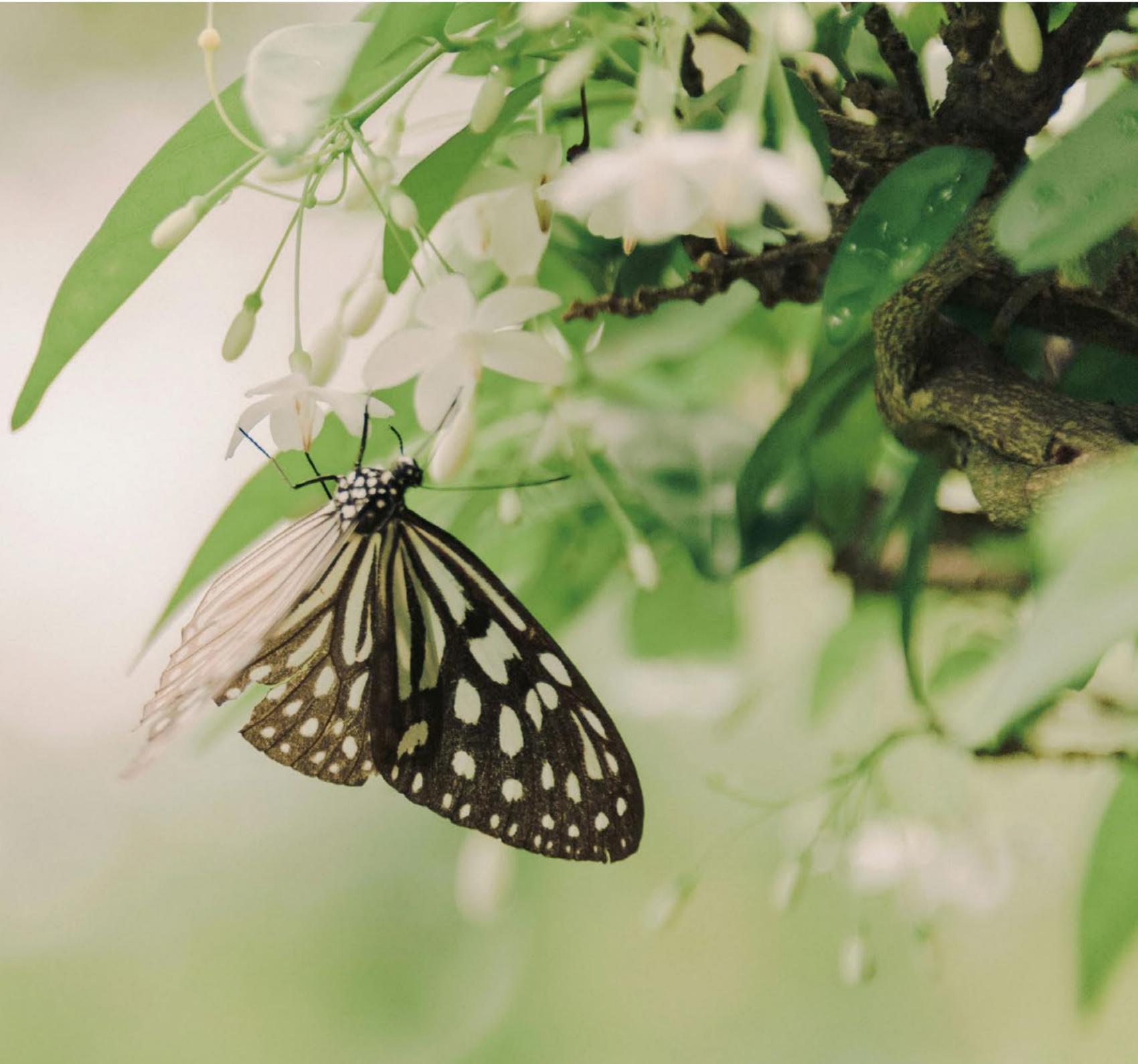
- ▶ 一是美妆企业 ESG 总体发展水平处于进取阶段，ESG 平均表现处于中等水平。美妆企业能够管控环境和社会因素带来的风险，把握业务发展机遇。
- ▶ 二是化妆品行业大部分企业 ESG 实践处于较高水平，环境、社会和治理各维度的表现领先于香料香精企业。
- ▶ 三是美妆企业在社会维度表现优于其他维度，通过产品安全与质量、负责任供应链、消费者和最终用户，推动美妆企业可持续发展。
- ▶ 四是美妆企业重视商业道德、产品安全与质量、负责任供应链，但在生态系统和生物多样性保护、尽职调查实践上有待提高，以提升整体产业链的可持续发展能力。

基于对香料香精化妆品企业的 ESG 整体披露水平、整体表现水平以及香料香精和化妆品两细分行业特征的分析，为更好地提升美妆企业的 ESG 表现，提出以下对策建议：

- ▶ 一是鼓励美妆企业应用《香料香精化妆品企业可持续发展 (环境、社会、治理) 指南》及其他 ESG 标准，开展差距分析，制定提升策略，提升美妆企业 ESG 表现。
- ▶ 二是鼓励美妆企业主动发布 ESG 报告，提升 ESG 信息披露水平，积极与利益相关方沟通，以信息披露倒逼 ESG 管理提升，促进 ESG 评级表现提升。
- ▶ 三是发挥美妆行业企业间的供应链传导作用，先发企业可通过行业赋能、供应链管理等方式分享先进 ESG 经验和标准要求，带动后发企业提升 ESG 管理实践水平。

美妆行业 ESG 发展背景

美妆行业是与人民美好生活息息相关的朝阳行业，其自身的高质量、可持续发展对于激发社会消费潜力、促进消费升级、推动可持续消费影响深远。近年来，我国化妆品消费稳步增长，同时，我国也是香料香精产品出口大国，相关产品出口面临国际 ESG 合规要求。因此，指导香化企业加强 ESG 建设，践行可持续发展理念，利用科技创新培育新质生产力，全面提高产品质量和服务水平，是美妆行业提升竞争力、激发生命力的现实需要，是推动产业高质量发展和可持续发展的必由之路，更是中国经济发展增质提效，治理效能优化升级的重要体现。如今，中国美妆行业的可持续发展 (ESG) 已呈现出“政府引导、行业推动、企业实践、社会参与、国际合作”的多方推进格局。



政策引导

党的十八大以来,党中央提出了“创新、协调、绿色、开放、共享”的新发展理念,作出了“力争 2030 年前实现碳达峰,2060 年前实现碳中和”的重大战略决策,走可持续发展道路和践行 ESG 发展理念已成为我国推动高质量发展的主动选择和重要举措。中国对香料香精化妆品行业的 ESG 发展更是给予了高度重视和支持,通过一系列政策文件的出台和实施,为美妆行业的绿色转型和可持续发展提供了有力指导和保障。

“十三五”规划到“十四五”规划期间,国家相关政策规划均支持香精香料行业的发展,鼓励行业研发新型产品,提升产品安全性,持续进行品牌建设,将香精香料产品做大做强。2016 年以来,《香料香精行业“十三五”发展规划》《产业结构调整指导目录(2019 年本)》《全国林下经济发展指南(2021-2030 年)》等政策先后发布,从多个方面为行业的发展提供指导和支撑。其中,《香料香精行业“十四五”发展规划》明确了香料香精发展的基本原则,包括坚持产业结构调整、创新驱动、绿色低碳等,明确了行业的发展目标、方向和重点任务,标志着香料香精行业在 ESG 方面迈出了重要一步。

国家层面香精香料行业相关政策 (部分)

时间	政策名称	颁布主体	相关内容
2024 年 2 月	《产业结构调整指导目录(2024 年本)》	国家发改委	“天然食品添加剂、天然香料新技术开发与生产”“含二甲苯麝香的日用香精”被列为鼓励类
2021 年 12 月	《全国林下经济发展指南(2021-2030 年)》	国家林业和草原局	明确包括香料香精在内的林下经济的发展目标和重点方向,鼓励发展包括八角、肉桂等在内的重要香料树种产业
2021 年 12 月	《香料香精行业“十四五”发展规划》	中国香料香精化妆品工业协会	明确香料香精发展的基本原则:1) 坚持产业结构调整,提升发展质量;2) 坚持创新驱动,提升技术水平;3) 坚持“两化”融合,走新型工业化发展道路;4) 坚持绿色低碳,走生态文明的发展道路;5) 坚持顺应市场,开发满足消费趋势的绿色产品;6) 坚持品牌战略,培育更多的优势香精品牌
2019 年 1 月	《产业结构调整指导目录(2019 年本)》	国家发改委	将“香料、野生花卉等林下资源人工培育与开发”“天然食品添加剂、天然香料新技术开发与生产”列为国际鼓励类的产业目录
2016 年 9 月	《香料香精行业“十三五”发展规划》	中国香料香精化妆品工业协会	规划提出“十三五”期间,香料香精生产将保持“十二五”期间的快速增长势头

政府部门加大监管布局,从法规制度、技术规范、风险监测、信息化保障等方面,全方位促进中国化妆品产业的高质量、可持续发展。2021 年 12 月,《化妆品行业“十四五”发展规划》发布,总结了我国化妆品行业发展成绩、发现存在的问题,明确了发展的指导思想、主要目标和工作重点,旨在引导相关市场主体行为,站在“十四五”的更高起点,借助《化妆品监督管理条例》《化妆品注册备案管理办法》《化妆品生产经营监督管理办法》等法规文件提供的制度保障,持续推动化妆品行业的规范化、标准化发展。

随着国内政策的持续引导和行业内部的积极响应,ESG 发展理念逐步渗透至化妆品行业的各个细分领域,鼓励企业采取可持续生产方式,引导绿色消费,促进环境保护和资源节约。2021 年 8 月发布的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》针对食品和化妆品提出了限制过度包装的要求及判定规则;2022 年 4 月,《儿童化妆品技术指导原则》强调了儿童化妆品配方设计的安全优先、功效必需、配方极简原则,并对香精等原料进行了严格评估,这体现了行业在社会责任方面的进步,特别是对儿童健康和安全的关注;2022 年 5 月,《新污染物治理行动方案》将分散式用途的化学物质(化妆品属于分散式用途的化学品)纳入环境与健康危害测试和风险筛查的重点范围。

国家层面化妆品行业相关政策 (部分)

时间	政策名称	颁布主体	相关内容
2021 年 12 月	《化妆品行业“十四五”发展规划》	中国香料香精化妆品工业协会	提出“以创新增强发展动力,以协调提高全行业发展质量,以绿色确保行业发展的可持续性,以开放拓展行业发展新空间,开创化妆品高质量发展的新局面。”
2021 年 8 月	《化妆品生产经营监督管理办法》	国家市场监督管理总局	统领性地明确了化妆品产品全生命周期涉及的许可备案、生产经营、监督管理以及法律责任等具体内容,为各方面监管政策及化妆品生产质量管理规范提供法律支撑
2020 年 12 月	《化妆品注册备案管理办法》	国家市场监督管理总局	建立了以注册人、备案人为质量安全责任主体的注册备案管理制度,明确了化妆品、化妆品新原料注册备案程序和要求
2020 年 6 月	《化妆品监督管理条例》	国务院	确立了化妆品标准、审评、检查、检验、监测评价、安全评估等制度体系,为全面提升化妆品监管能力和水平奠定了良好的法治基础

行业推动

行业组织作为香料香精化妆品行业 ESG 发展的重要推动方，引导、协助行业内的企业积极主动、富有成效地践行 ESG 理念、提升 ESG 绩效，推动行业健康、稳定、可持续发展。

夯实行业协会 ESG 治理能力，引导企业践行 ESG 理念。为响应全球趋势、国家政策，应行业企业要求，中国美妆协会设立可持续发展 (ESG) 专委会，组织召开 2023 美妆行业可持续发展 (ESG) 论坛，发布企业 ESG 优秀案例，编制并发布《香料香精化妆品企业可持续发展 (环境、社会、治理) 指南》团体标准，以提升美妆企业整体 ESG 竞争力，积极应对国内外 ESG 合规要求，为赋能和推动香化行业健康、稳定、可持续发展提供更有针对性的指引。

着眼美好生活，营造社会可持续健康消费氛围。2024 年是“消费促进年”，中央明确要求壮大新型消费、大力发展数字消费、绿色消费、健康消费。由中国美妆协会主办的 2024 中国化妆品科学技术大会、香料香精科技大会、香料香精化妆品行业年会暨产业博览会均纳入商务部消费促进年活动，旨在通过“政策+活动”双轮驱动，进一步激发消费潜力、促进消费升级，为经济的可持续发展注入新的动力，同时通过活动不断培育消费者的可持续消费的理念、ESG 消费理念和绿色消费理念。

严守合规监管底线要求，优化可持续发展环境。美妆协会持续发挥技术法规优势、加强行业政策研究和法规宣贯，协助美妆企业实现监管合规。受国家药监局委托，评估《化妆品安全评估管理优化措施》对行业的影响，深入调研行业意见和困难并及时反馈。同时，加强行业运行数据分析，开展市场、政策和流行趋势研究，启动中国化妆品 2024 年蓝皮书的编写工作，为中国美妆行业的可持续发展提供参考。

企业实践

美妆企业积极开展 ESG 实践探索，提升企业自身 ESG 水平和能力，打造具有美妆企业特色的 ESG 竞争力，推动中国美妆行业的 ESG 环境进一步完善。

系统规划 ESG 工作，高质量推动 ESG 发展

在相关政策指引下，美妆企业积极将 ESG 纳入公司发展，探索 ESG 发展新路径。汉高的可持续发展战略“2030+ 可持续发展目标框架”与 ESG 高度吻合，将 ESG 理念融入公司发展政策。自然堂集团打造绿色美妆理念，积极将 ESG 建设融入企业战略和价值观，在运营的各个方面推动可持续发展。上海家化引入 ESG 管理模式，对标联合国 SDGs 可持续发展目标，在国际国内主流 ESG 评级中表现良好，向外界展示 ESG 经营绩效。

加强 ESG 信息披露，提升 ESG 透明度

近年来，美妆行业在 ESG 信息披露方面取得了显著进展。美妆企业认识到 ESG 信息披露的重要性，并积极向公众展示其在可持续发展方面的努力和成果。通过加强信息披露，美妆企业不仅提升了自身的运营透明度，也增强了与投资者、消费者等利益相关方的沟通与交流。这有助于企业和各方建立更加互信的关系，促进企业的可持续发展。

推动绿色发展，致力于自身降碳及供应链上下游降碳

美妆企业积极制定自身降碳目标，协调业务发展与碳减排、整体与局部、短期与中长期之间的关系，采取措施降低自身碳排放和供应链碳排放。爱索尔秉持 3R 的开发方向（减少、回收、重复使用），承诺 2030 年全球整体碳排放降低 55%，逐步向净零排放目标迈进；欧莱雅中国与上下游企业紧密合作，共同开发可持续包装材料及解决方案，促进构建更加绿色高效的供应链体系。

社会参与

随着人们环保意识的不断提高和社会责任感的增强，美妆企业的 ESG 发展日益成为关注焦点。消费者、新闻媒体、社会组织、ESG 评级机构扮演着重要的舆论、监督和服务角色，推动企业 ESG 意识提升和实践进展。

消费者倾向于更加安全环保的美妆产品，注重维护自身权益，从需求侧推动美妆行业 ESG 发展。作为美妆行业的受益者，消费者紧密关注美妆企业和产品的 ESG 表现，在推动可持续消费、督促企业绿色发展等方面发挥了积极作用。消费者同样注重自身权益保护，通过相关的投诉渠道维护自身权益，促进美妆企业开展可持续实践。

新闻媒体发挥舆论监督作用，促进美妆企业 ESG 实践发展。新闻媒体作为舆论监督的重要力量，通过开展美妆企业 ESG 相关评价、加强企业 ESG 实践跟踪、深度报道等，引导营造全社会重视美妆 ESG 的氛围，引导美妆企业更加重视自身 ESG 建设。中国香料香精化妆品工业协会 (CAFFCI) 的『中国美妆』融媒体平台致力于传递香料香精化妆品行业的各个方面的信息，并成立 ESG 专委会，提高行业内对外对 ESG 的认知。

评级机构等组织开展 ESG 评价，促进美妆企业加强 ESG 建设。国际国内的多家 ESG 评级机构均开展了包含美妆企业在内的 ESG 评级活动，公开美妆企业 ESG 评级结果，为投资者及其他市场主体评价美妆企业 ESG 表现提供了参考，发挥了从投资角度促进美妆 ESG 发展的作用。其中，明晟 (MSCI) ESG 评级和标普国际 (S&P Global) 的可持续发展 (Corporate Sustainability Assessment, CSA) 评分较具影响力。明晟公布的 ESG 评级结果显示，我国美妆企业的评级整体波动上升。其中逸仙电商连续两年被评为 A 级，上海家化完成 CCC 级到 A 级的转变，这表明我国美妆行业重视自身评级表现，并不断完善公司 ESG 体系建设。

国际合作

国际合作在中国美妆行业可持续发展中扮演着至关重要的角色。它为中国美妆行业提供了学习和借鉴国际先进技术、管理经验以及可持续发展标准的机会，有助于提升企业的技术水平和创新能力，规范生产行为，提高产品质量和安全性。

欧盟在推动化妆品行业可持续发展方面走在前列。2019 年 12 月，欧盟公布了《欧洲绿色协议》，旨在应对气候变化，推动欧盟绿色可持续发展。其中，《循环经济行动计划》涉及和化妆品相关的四个议题：减少包装废弃物、可持续发展产品生态设计条例、注重产品和企业的绩效、赋能绿色转型中的消费者。此外，《欧盟零毁林法案》、“微塑料禁令”、《包装和包装废物法规》及欧盟生态标签等可持续相关配套政策，都对化妆品行业产生了直接影响。美国也在积极推动化妆品行业的可持续发展，针对化妆品产品包装再利用比例、产品标签真实性等出台了相关法规。

国际香料香精行业在可持续发展进程中取得重要进展。国际日用香料协会 (IFRA) 和国际食用香料工业组织 (IOFI) 联合制定《国际日用香料协会和国际食用香料工业组织可持续发展章程》，旨在通过集体、自愿和包容的方式去努力提高香精香料行业的可持续发展标准，进一步增强香料香精行业对可持续发展的贡献。2021 年 6 月 5 日，国际香料香精行业发布了第一份集体可持续发展报告，展示了业内公司在负责任采购、环境足迹、员工福祉、生产安全、透明度与合作关系等方面取得的一系列积极成果。该报告的发布引起了整个香料香精行业对可持续发展的重视，包括中国在内的各国企业开始更加关注环境保护、社会责任和企业治理 (ESG)，促使中国美妆行业企业重新审视自身的可持续发展实践，并努力提升相关标准和水平。

中国美妆行业通过国际合作与交流，在多个方面提升行业可持续发展水平。长期以来，中国美妆行业积极参与国际组织活动，加强国际交流合作，为企业走出去提供国际技术法规信息，编辑协会英文信息通讯，持续追踪国际行业发展。在香料香精化妆品行业年会暨产业博览会上，邀请欧洲化妆品协会、美国个人护理产品协会、日本化妆品工业会等机构的专家介绍欧盟、美国、日本等市场化妆品法规修订情况、市场概况及监管经验；与英国化妆品盥洗用品香料协会召开线上交流会，对化妆品安全评估、新技术方法、标准制定、原料等技术问题进行沟通与讨论。

未来，随着全球化的深入发展和国际合作的不断加强，中国美妆行业将继续秉持开放、合作、共赢的理念，积极参与国际竞争与合作，共同推动行业的可持续、健康发展。

美妆行业 ESG 评价方法



设计理念

美妆企业 ESG 发展评价体系的设计理念，既要遵循中国 ESG 相关政策和规范，体现中国政府部门对企业可持续发展 (ESG) 的相关规范和政策要求；又要借鉴优秀同业企业 ESG 实践，反映国际美妆行业 ESG 履责现状；还要吸取国际 ESG 的有益经验及反映其发展趋势和最新进展。

ESG表现评价指标构建思路

为推动我国美妆企业深入理解、实施并披露各项可持续发展指标，有效评价美妆企业 ESG 表现，课题组基于科学性、代表性、一致性、可比性、可得性等原则，综合国内外主流 ESG 信息披露标准，结合美妆企业 ESG 实践，构建涵盖 4 支柱和 14 议题的三级 ESG 发展表现评价指标体系。

一级指标

包括环境 (E)、社会 (S) 和治理 (G) 三个子指标。

二级指标

基于一级指标，梳理分析政策与监管要求、利益相关方信息需要、国际前沿趋势，对标相关政策、标准构建形成。主要包括覆盖美妆企业可持续发展所需考虑的环境、社会和治理 (ESG) 方面的关键因素的 14 个议题，充分反映当前国内外对美妆企业在可持续发展领域的主要关注点。

三级指标

在二级指标的基础上，确立“治理、战略、影响、风险和机遇管理、指标和目标”4 支柱，作为美妆企业 ESG 评价的结构性支持。

议题和指标筛选

基于上述分析，本报告共提炼总结出 14 个美妆企业可持续发展核心二级议题，包括 4 个环境议题、6 个社会议题和 4 个治理议题。在实际评价过程中，每个二级议题进一步细化至三级指标，共设计形成 130 个三级指标。

环境议题与指标

直接采用《香料香精化妆品企业可持续发展 (环境、社会、治理) 指南》(以下简称《指南》) 中的“污染防治”“生态系统和生物多样性保护”作为基础议题；将“应对气候变化”与“产品碳足迹”合并为“应对气候变化”议题；将“资源可持续利用”“可持续包装”“循环经济”合并为“资源可持续利用”议题。经过提炼和优化，最终形成 4 个环境二级议题：应对气候变化、污染防治、生态系统和生物多样性保护、资源可持续利用。议题描述请参考《指南》，具体指标体系如下表所示。

环境维度指标体系

维度	议题	指标示例
环境	应对气候变化	例如： 监督和管理气候变化或产品碳足迹影响、风险和机遇的机制；识别和评估气候相关风险、机遇及其财务影响，并制定应对策略；减缓和适应气候变化风险的管理计划及措施；温室气体排放总量 (范围 1+ 范围 2)；气候变化风险管理 (降低温室气体排放) 目标；产品碳足迹数据，降低产品碳足迹的目标等
	污染防治	例如： 监督和管理防止污染和废弃物的影响、风险和机遇的机构或个人；预防、减少污染和废弃物的管理制度和措施，预防环境风险的管理措施；一般废弃物排放总量；一般废弃物回收利用量；液体污染物排放量、超排情况、环保绩效等级；气体污染物排放量、超排情况、环保绩效等级等
	生态系统和生物多样性保护	例如： 识别评估与生产活动相关的生态系统 / 生物多样性影响、风险和机遇；保护生物多样性政策或措施 (物种保护、遗传资源保护和生态系统保护) 等
	生态系资源可持续利用和生物多样性保护	例如： 识别和评估与资源可持续利用 / 循环经济相关的影响、风险和机遇；回收及处理使用后的包装，开展对包装废料的循环利用，在产品及其包装的全生命周期中贯穿回收利用的价值理念；资源保护与使用管理措施；实现循环经济的具体措施；清洁资源使用总量及 / 或资源循环使用量等

社会议题与指标

直接采用《指南》中的“产品质量与安全”“负责任供应链”“员工”作为基础议题；将“创新驱动”和“科技伦理”合并为“创新驱动与科技伦理”议题；将“负责任营销”“可持续消费”“数据安全与客户隐私保护”合并为“消费者和最终用户”议题；将“社会贡献”和“乡村振兴”合并为“社会贡献”议题。经过提炼和优化，最终形成 6 个社会二级议题：产品质量与安全、创新驱动与科技伦理、负责任供应链、消费者和最终用户、员工、社会贡献。议题描述请参考《指南》，具体指标体系如下表所示。

社会维度指标体系

维度	议题	指标示例
社会	产品质量与安全	例如： 监督和管理产品安全与质量的影响、风险和机遇的机构或个人；管理产品安全质量的措施；售后服务管理控制制度和措施，包括客户投诉反馈流程；建立产品召回与不良反应（事件）通报机制；客户满意度等
	创新驱动与科技伦理	例如： 创新发展愿景和目标；识别评估公司业务领域在科技伦理的影响风险和机遇；公司吸引科学家和研发人员的制度和措施；知识产权和科技伦理管理制度、管理流程和管理措施；研发投入金额及占主营业务收入比例；发明专利数量 / 有效专利数等
	负责任供应链	例如： 供应链环境和社会风险管理、目标及实施规划；负责任供应链 ESG 管理制度和措施；供应链风险管理措施；经过 ESG 认证 / 审核 / 评价的供应链原材料数量（金额 / 种类 / 百分比）等
	消费者和最终用户	例如： 促进可持续消费的规划；推动负责任营销的相关措施；促进可持续消费的相关举措；数据安全和客户隐私保护的相关管理措施等
	员工	例如： 保障员工基本权益的管理机制；安全生产制度与措施（包括设施条件、工作环境、劳动强度和工作时间等）；员工教育与培训管理体系（包括职业健康、安全生产教育和技能培训）；员工关爱与帮扶措施及成效；建立工会 / 职工代表大会，促进员工民主管理；员工激励及晋升政策；劳动合同及员工社保覆盖率；员工满意度调查等
	社会贡献	例如： 在教育公益、公共卫生、基础设施、慈善捐助等社会公益方面的规划与策略；公司在乡村振兴方面的规划（策略和方法）；结合自身发展与乡村合作发展特色产业；公益慈善投入等

治理议题与指标

直接采用《指南》中的“尽职调查”“利益相关方沟通”“合规管理”作为基础议题；将“反商业贿赂及反贪污”和“反不正当竞争”合并为“商业道德”议题。经过提炼和优化，最终形成 4 个治理二级议题：尽职调查、利益相关方沟通、合规管理、商业道德。议题描述请参考《指南》，具体指标体系如下表所示。

治理维度指标体系

维度	议题	指标示例
社会	尽职调查	例如： 识别和评估需要开展尽职调查的业务；申诉机制（举报人保护）；提供预防和补救措施；尽职调查的范围等
	利益相关方沟通	例如： 利益相关方沟通管理的举措等
	合规管理	例如： 建立提升合规管理水平计划；建立合规风险识别评估预警机制和应对预案；建立并公开违规举报渠道等
	商业道德	例如： 反贿赂和反贪污制度；开展反贿赂及反贪污风险评估；员工道德培训；接受反贿赂 / 反贪污 / 反不正当竞争培训的员工总数及占比；违反商业道德、违规操作等行政处罚事件；知识产权与不正当竞争纠纷情况等

四支柱构建

本评价指标体系基于财政部《企业可持续信息披露准则——基本准则》（征求意见稿）和中国证监会指导下，沪深北交易所发布的 A 股可持续发展报告指引中共同点治理、战略、影响、风险和机遇管理、指标和目标四个要素作为支撑，进一步划分归类各三级指标，使可持续发展管理体系与企业管理层绩效考核紧密结合。四支柱的具体评价含义如下：

治理支柱

可理解为主体用于监控和管理与可持续发展相关的影响、风险和机遇的治理流程、控制措施和程序。这意味着企业需要建立一套有效的治理机制，确保在最高决策层面上，可持续发展相关的问题得到足够的重视和妥善处理。这通常包括董事会和高级管理层的角色和职责，以及如何确保这些关键决策者具备必要的知识和技能来应对可持续发展所带来的挑战。

战略支柱

支柱可理解为主体管理与可持续发展相关的影响、风险和机遇的方法。这要求企业不仅要可将可持续发展因素全面纳入其长期规划和战略决策中，还需要通过情景分析等手段来评估不同情境下各类可持续发展议题对公司战略的潜在影响，以确保企业在面对各种挑战时能够灵活应对并保持战略优势。情景分析可以帮助企业识别潜在的机会和威胁，并据此调整其战略方向。“战略”还涉及制定议题应对措施，确保企业在面对影响、风险和机遇时能够保持韧性和竞争力。

影响、风险和机遇管理支柱

可理解为主体用于识别、评估、优先考虑和监控与可持续发展相关的影响、风险和机遇的流程。这意味着企业需要建立一套系统性的方法来评估其活动对环境的影响，同时识别潜在的可持续发展相关风险和机遇。这通常包括定期进行风险评估，将可持续发展相关的风险纳入公司的风险管理框架之中，并采取适当的措施来减轻这些风险。企业还需要建立监控机制，以确保能够及时发现并应对新的风险和机遇。

指标和目标支柱

可理解为主体与可持续发展相关的影响、风险和机遇有关的业绩，包括在实现其设定的或法律法规要求主体实现的目标方面取得的进展。这要求企业不仅需要设定具体的减排目标或其他与可持续发展相关的绩效目标，还需要定期报告这些目标的进展情况。这些指标可以是定量的，例如温室气体排放量的减少；也可以是定性的，例如负责采购政策的执行情况。通过设定和追踪这些指标和目标，企业能够更好地衡量其在可持续发展方面的表现，并向投资者、客户及其他利益相关方展示其承诺和成果。

负面事件指标

负面事件指标是美妆企业风险管理中的一项重要工具，它重点关注企业在环境、社会及治理维度的负面舆论及违法事件，既能够反映出企业在管理、生产、供应链等各个方面的薄弱环节，又能为企业决策者提供关键信息，帮助企业识别并改进其风险管理策略，减少未来发生类似事件的可能性。通过这种方式，企业能够更加精准地制定和调整风险管理策略，增强对不确定性因素的应对能力，提高企业的整体运营效率和竞争力。上述评价指标体系共制定了 12 个负面事件三级指标以全面评估美妆企业可持续发展表现，涉及环境维度下的 2 个三级指标，社会维度下的 4 个三级指标，治理维度下的 6 个三级指标。

权重与赋分方法

美妆企业 ESG 表现评价指标体系权重设置及指标赋分有以下几个步骤：

- 1 通过使用层次分析法 (AHP)，邀请可持续发展与 ESG 领域专家，以及美妆行业企业代表，完成一级、二级指标重要性评价打分。
- 2 三级指标采用等权法确定权重。其中，定量指标主要考虑不同企业之间的可比性，包含百分比指标、强度指标和分层指标。百分比指标为 [0, 1] 的百分数，如“女性员工比例”；强度指标为指标绝对值与企业营业收入的比值，如“用水强度”；分层指标多为绝对数值，与经营变量指标无关的指标，如“员工平均培训时长”。定性指标主要以二元指标为主，如“温室气体 (碳) 减排措施”。
- 3 根据企业公开披露报告、政府公开数据及其他公开渠道数据进行逐项赋分 (每个指标得分标准化为 0-1 分)。
- 4 根据各指标权重，逐层加权计算可持续 (ESG) 各项分值。

评价结果划分

将样本美妆企业 ESG 发展评价得分表现划分为以下 5 个阶段 10 个等级：

阶段	等级	分数区间	描述
卓越	AAAAA	[0.9, 1]	卓越阶段代表企业管理活动对经济、社会和环境产生的重要影响，及管理可持续风险和机遇对企业财务影响的能力处于行业最佳水平。
	AAAA	[0.8, 0.9)	
优秀	AAA	[0.7, 0.8)	优秀阶段代表企业管理活动对经济、社会和环境产生的重要影响，及管理可持续风险和机遇对企业财务影响的能力处于行业较高水平。
	AA	[0.6, 0.7)	
进取	A	[0.5, 0.6)	进取阶段代表企业管理活动对经济、社会和环境产生的重要影响，及管理可持续风险和机遇对企业财务影响的能力处于行业平均水平。
	BBB	[0.4, 0.5)	
发展	BB	[0.3, 0.4)	发展阶段代表企业管理活动对经济、社会和环境产生的重要影响，及管理可持续风险和机遇对企业财务影响的能力处于行业一般水平。
	B	[0.2, 0.3)	
起步	CCC	[0.1, 0.2)	起步阶段代表企业管理活动对经济、社会和环境产生的重要影响，及管理可持续风险和机遇对企业财务影响的能力处于行业较低水平。
	CC	[0, 0.1)	

样本说明

▶ 时间范围

本次评价以样本美妆企业 2023 年度可持续发展 / 环境、社会及治理 (ESG) / 企业社会责任报告中披露的 ESG 数据为主，事件类信息评价时间为 2023 年 1 月 1 日至 2024 年 8 月 31 日。

▶ 样本范围

选取 20 家发布 2023 年可持续发展 / 环境、社会及治理 (ESG) / 企业社会责任报告的中资美妆行业上市公司。样本公司在行业层面涉及 10 家香料香精公司和 10 家化妆品公司。

▶ 数据来源

评价数据主要来源于披露信息，包括发布的 ESG 报告、社会责任报告、可持续发展报告、年报等；外部数据源主要包括：诚信数据、司法数据、舆情数据，其他公开资料和非政府组织以及国际国内同行的信息库等渠道。

美妆行业 ESG 发展水平

本章在对样本美妆企业 ESG 实践表现评价的基础上，分析美妆上市企业 ESG 整体发展情况，以及香料香精业、化妆品业两个细分行业的 ESG 发展情况。



行业整体发展水平

美妆企业 ESG 发展实践正逐步深化，其 ESG 表现得分平均值达到 0.52 分，且香料香精与化妆品两细分行业皆处于进取阶段，即中上等水平，能够较为有效地管理企业活动对经济、社会和环境产生的重要影响。

具体而言，“上海家化”、“贝泰妮”、“福瑞达”、“华熙生物”等企业以其优秀的 ESG 实践获得 AAA 评级，引领了美妆企业 ESG 实践的最佳水平。同时，超过 35% 的企业已进入优秀阶段，具备深化新型 ESG 风险评估与系统推进业务落地的坚实基础。进取阶段的企业虽已建立一定的 ESG 管理基础，但仍需强化治理与战略层面的顶层设计。发展阶段企业对 ESG 理念有所认知并尝试实践，但需加强系统规划与执行力度。至于起步阶段企业，其 ESG 风险管理与机遇把握能力尚显不足，存在较大提升空间。

从 ESG 各维度分析，社会维度的平均得分最高（0.19 分），但企业间表现分化明显，最高分与最低分之间差距悬殊，反映了美妆企业在合规管理、利益相关方沟通、生态系统和生物多样性保护等方面的不均衡，强调了制定差异化策略、强化行业标杆效应的重要性。治理维度得分相对集中，但整体水平偏低，显示出美妆企业在利益相关方沟通、合规管理等方面尚存不足。而环境维度表现最为分化，高分企业展现了良好的环境管理能力，低分企业则暴露出环境短板，需引起重视。

香料香精企业发展水平

香料香精企业 ESG 发展表现总体处于进取阶段，得分均值 0.45 分，滞后于美妆企业的整体水平，行业整体水平有待提高。香料香精企业 ESG 发展水平内部分化较为明显，仅有“华宝国际”进入优秀阶段，其余多数企业（70%）处于进取阶段。

香料香精企业在 ESG 发展评价三个维度的平均得分均较低，尤其是在环境维度的提升空间较大。

化妆品企业发展水平

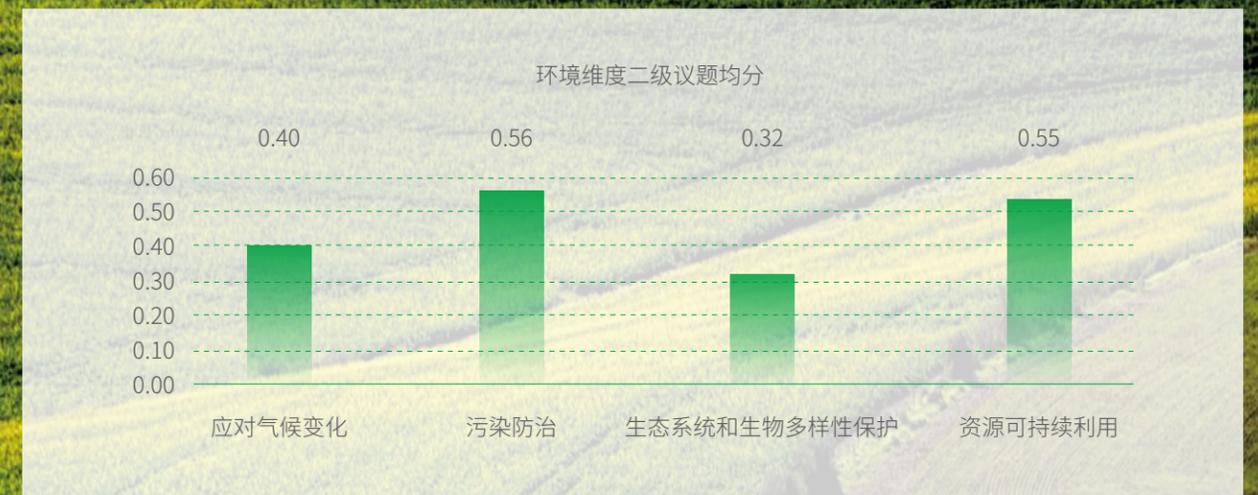
化妆品企业总体 ESG 发展表现领先于美妆企业的整体水平，得分均值 0.60 分，且 50% 的化妆品企业已进入优秀阶段。“上海家化”、“贝泰妮”、“福瑞达”、“华熙生物”等企业以其优秀的 ESG 实践获得 AAA 评级，其 ESG 发展水平超越行业平均水平。具体来看，多数企业能够较好控制 ESG 风险并把握发展机遇，但仍有少数企业滞后于行业平均水平，显示出较大的提升空间。

在环境、社会和治理三维度上，企业得分分布都不均衡，尤其是环境维度分化最为明显，反映出香料香精业企业在实施可持续发展战略时面临的挑战与差异。需要发挥优势企业的模范带头作用，带动其它行业企业提升应对 ESG 机遇和风险的能力，提高行业整体发展水平。



环境 表现分析

本报告对美妆行业企业社会议题的评价具体分为应对气候变化、污染防治、生态系统和生物多样性保护、资源可持续利用四个方面，各方面表现情况如右图。其中，美妆行业在污染防治方面评分最高，在资源可持续利用和应对气候变化议题方面表现次之，在生态系统和生物多样性保护议题方面的表现有待提升。



应对气候变化

应对气候变化议题旨在评价企业在减缓和适应气候变化影响方面的所制定的战略、管理制度及举措与绩效。评价发现，美妆企业在应对气候变化议题的得分平均值为 0.40 分，最小值为 0.03 分，最大值为 0.72 分。

从指标披露情况来看，应对气候变化议题共包含 10 个三级指标。其中，指标减缓和适应气候变化风险的管理计划及措施、温室气体排放总量（范围 1+ 范围 2）的披露率达到 70% 以上；披露率在 40% 至 70% 的指标有 3 个，分别是监督和管理气候变化或产品碳足迹影响、风险和机遇的机制、识别和评估气候相关风险、机遇及其财务影响，并制定应对策略、环保投入；披露率低于 40% 的指标共有 5 个，分别是气候变化风险管理（降低温室气体排放）目标、绿色低碳产品与服务认证、产品碳足迹数据，降低产品碳足迹的目标、其他间接（范围 3）温室气体排放、开展气候变化风险和机遇的气候变化相关情景分析。

应对气候变化议题下三级指标披露率统计表（部分）

指标名称	披露率
减缓和适应气候变化风险的管理计划及措施	75%
温室气体排放总量（范围 1+ 范围 2）	75%
监督和管理气候变化或产品碳足迹影响、风险和机遇的机制	65%
识别和评估气候相关风险、机遇及其财务影响，并制定应对策略	60%
环保投入	45%

从气候变化管理的绩效结果来看，样本公司中有 15 家披露温室气体排放总量（范围 1+ 范围 2），已披露企业温室气体平均排放量为 2.3 万吨，平均单位营业收入温室气体排放量为 63.41 千克二氧化碳当量 / 万元。“珀莱雅”作为温室气体减排方面表现优异的企业，2023 年企业（范围一和范围二）温室气体排放强度仅为 8.33 千克二氧化碳当量 / 万元。

上海家化实施全价值链碳管理计划

案例

报告期内，上海家化更新了《上海家化全价值链碳管理计划》，与价值链企业进行合作开展碳足迹追踪，收集全价值链的碳管理绩效，并鼓励价值链企业开展减碳行动，以促进价值链碳中和目标的实现。2023 年，公司制定经销商减碳行动问卷，多家原料供应商、间接采购供应商、物流供应商和经销商等均开展了节能减排的相关举措，为打造绿色供应链做出积极贡献。

环节	主要类型	描述
设备节能技改	某原材料供应商企业通过对锅炉进行改造，将冷风炉更换热风炉，烟气循环回收热能，氮氧化物排放量降低为原来的 1/3；同时更换燃烧效率更高的设备，使达到设备产出要求所需的天然气更少。	预计每年可减少天然气消耗约 10,000 立方米
	某原材料供应商企业对锅炉进料系统升级改造，增设一套煤灰回收装置，煤灰回收后重返锅炉燃烧。用铲煤车和传送带代替人工进料，使得煤炭进料均匀，燃烧充分。	预计每年可减少耗煤量 180 吨
设备淘汰升级	某原材料供应商企业将部分车辆汰换为燃烧效率更高的车辆，减少运输耗油量。	预计每年可减少柴油消耗量 1,300 升
	某原材料供应商将工厂内的柴油叉车更换为电动叉车，减少废气排放及燃油消耗。	预计共节省柴油 3,600 升
太阳能光伏发电	某原材料供应商企业利用屋顶 1.85 万平方米建设装机容量为 3.23MWp 的屋顶分布式光伏项目。	建成后预计每年发电 323 万千瓦时
	某原材料供应商在两个厂房屋顶安装约 1.2 万平方米的光伏发电设备。	每年约减少标准煤 380 吨
能源精细化管理	某原材料供应商将办公区域暖通空调设备分区管控，并进行自动温度控制。	每月预计节约电能 56MWh
	某原材料供应商优化生产计划和设备车间划分，减少设备空转用电，提高设备利用效率。	全年外购电力总量减少 1,347.1MWh
绿色物流供应商	某物流供应商在履约过程中使用天然气汽车，并建设智能调度系统，优化运输路线、减少运输里程。	通过减少里程减少天然气消耗（暂无量化数据）

▲ 价值链企业减碳行动与实践案例（部分）

案例来源：上海家化 2023 环境、社会及公司治理 (ESG) 报告 P32

○ 丸美股份开展碳中和行动 ○

案例

公司始终贯彻“优化能源结构”和“全面过程管理”的能源方针，根据《关于进一步加强节能标准更新升级和应用实施的通知》《工业节能管理办法》等相关法律法规，制定《节约资源、能源管理制度》《能源目标指标、能源基准及能源绩效参数控制程序》等管理办法，每年制定减排目标及方案并跟进落实，逐步降低自身碳排放。报告期内，公司单位产量电力消耗同比下降 4.5%。

案例来源：丸美股份 2023 年可持续发展报告 P66

污染防治

污染防治议题旨在评价企业在避免和减少污染方面的所制定的战略、管理制度及举措与绩效。评价发现，美妆企业在污染防治议题的得分平均值为 0.56 分，最小值为 0.24 分，最大值为 0.77 分。

从指标披露情况来看，污染防治议题共包含 12 个三级指标（含两项负面事件指标）。其中，预防、减少污染和废弃物的管理制度和措施，预防环境风险的管理措施、一般废弃物排放总量这 2 个指标的披露率达到 80% 以上；披露率在 50% 至 80% 的指标有 3 个，分别是环境管理体系认证、危险废弃物排放总量、监督和管理防止污染和废弃物的影响、风险和机遇的机构或个人；披露率在 20% 至 50% 的指标共有 4 个，分别是识别 / 评估污染与废弃物产生的相关影响、气体污染物排放量、超排情况、环保绩效等级、液体污染物排放量、超排情况、环保绩效等级；一般废弃物回收利用率；危险废弃物处置量的披露率低于 20%；所有企业均未披露违反水质许可、标准和法规的事件次数、环境行政处罚情况这两个负面事件指标。

污染防治议题下设三级指标披露率统计表（部分）

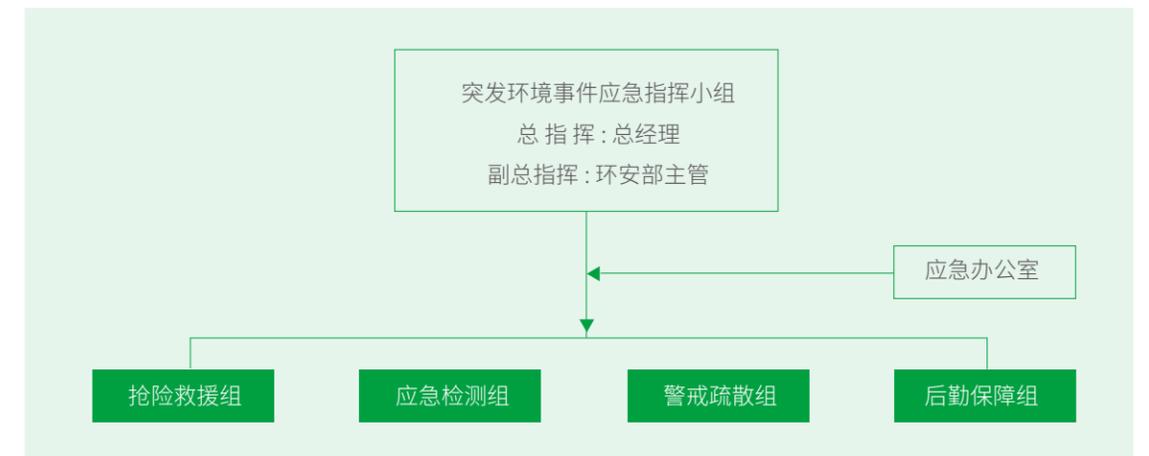
指标名称	披露率
预防、减少污染和废弃物的管理制度和措施，预防环境风险的管理措施	95%
一般废弃物排放总量	80%
环境管理体系认证	75%
危险废弃物排放总量	70%
监督和管理防止污染和废弃物的影响、风险和机遇的机构或个人	65%

从污染防治管理的绩效结果来看，样本公司中有 16 家企业披露一般废弃物排放总量。已披露企业一般废弃物平均排放量为 0.9726 万吨，平均单位营业收入一般废弃物排放量为 0.025 吨 / 万元。

○ 华宝股份 - 厦门琥珀建立突发环境事件应急指挥小组 ○

案例

根据《厦门琥珀香精股份有限公司突发环境事件应急预案》，厦门琥珀建立了突发环境事件应急指挥小组，下设抢险救援组、应急监测组、警戒疏散组、后勤保障组，确保在突发事件发生后，能迅速参与并完成抢救、排险、监测等现场处置工作。



▲ 厦门琥珀突发环境事件应急指挥小组组织架构

案例来源：华宝股份 2023 环境、社会及公司治理报告 P73

○ 珀莱雅建设绿色工厂 ○

案例

珀莱雅湖州工厂整体以 GMP 标准设计建造，生产车间所有净化区域均达到了化妆品洁净区环境控制标准，智能仓储中心全面优化了数据与机器人驱动的自动化系统，最大化促进生产循环健康生态化，达到公司降本增效战略目标。2023 年 9 月，珀莱雅湖州工厂荣获“2023 年浙江省级绿色低碳工厂”称号。

案例来源：珀莱雅 2023 可持续发展暨环境、社会及公司治理 (ESG) 报告 P45

生态系统和生物多样性保护

生态系统和生物多样性保护议题旨在评价企业在保护生态系统、物种多样性和遗传多样性方面所制定的战略、管理制度及举措与绩效。评价发现，美妆企业在生态系统和生物多样性保护议题的得分平均值为 0.32 分，最小值为 0 分，最大值为 0.66 分。

从指标披露情况来看，生态系统和生物多样性保护议题共包含 3 个三级指标。其中，仅保护生物多样性政策或措施（物种保护、遗传资源保护和生态系统保护）一项指标的披露率为 30%；识别评估与生产活动相关的生态系统 / 生物多样性影响、风险和机遇、监督和管理生态系统和生物多样性保护的影响、风险和机遇的机构或个人两项指标的披露率均低于 10%。

生态系统和生物多样性保护议题下设三级指标披露率统计表

指标名称	披露率
保护生物多样性政策或措施（物种保护、遗传资源保护和生态系统保护）	30%
识别评估与生产活动相关的生态系统 / 生物多样性影响、风险和机遇	10%
监督和管理生态系统和生物多样性保护的影响、风险和机遇的机构或个人	5%

○ 贝泰妮发起生物多样性保护倡议，开展生物多样性保护活动 ○

案例

为积极响应 COP15 提出的“昆明 - 蒙特利尔全球生物多样性框架”，贝泰妮发起“缔造健康生态，共赴美丽未来”生物多样性保护倡议，开展企业生物多样性风险和机遇评估，持续推进生物多样性保护活动，为全球生态文明的发展贡献力量。

贝泰妮通过云南省青少年发展基金会贝泰妮公益基金，持续投入资金支持滇西北三江并流区的生物多样性保护项目，目标是保护该区域丰富的动植物资源，特别是哈巴村这一特有物种分化中心。贝泰妮与阿拉善 SEE 西南中心合作，共同推进项目，确保项目的有效管理和执行。2023 年，贝泰妮围绕哈巴雪山保护项目和老君山滇金丝猴野外巡护与监测项目开展了一系列生物多样性保护工作。

——贝泰妮 2023 可持续发展报告暨环境、社会及管治 (ESG) 报告 P52

资源可持续利用

资源可持续利用议题旨在评价美妆企业在生产经营过程中负责任地使用能源、水资源和原材料，综合利用不可再生资源 and 可持续的可再生资源，或以可持续可再生资源替代不可再生资源方面的战略制定、管理制度及举措与绩效。资源可持续利用议题在美妆领域的关注点主要集中在美妆企业在提升资源利用效率、实现循环经济、减少包装在整个生命周期对环境的影响等方面的实践与成效。评价发现，美妆企业在资源可持续利用议题的得分平均值为 0.54 分，最小值为 0.01 分，最大值为 0.86 分。

从指标披露情况来看，资源可持续利用是评价美妆行业环境绿色发展表现的重要维度，共包含 12 个三级指标。其中，披露率达到 80% 以上的指标有 3 个，分别为资源保护与使用管理措施、识别和评估与资源可持续利用 / 循环经济相关的影响、风险和机遇、水资源使用强度（吨）；披露率在 50% 至 80% 的指标有 7 个；监督和管理资源利用的影响、风险和机遇的机构或个人、节水目标这 2 个指标的披露率在 50% 以下。

资源可持续利用议题下设三级指标披露率统计表（部分）

指标名称	披露率
资源保护与使用管理措施	95%
水资源使用强度	85%
识别和评估与资源可持续利用 / 循环经济相关的影响、风险和机遇	80%
能源管理体系认证	65%
回收及处理使用后的包装，开展对包装废料的循环利用，在产品及其包装的全生命周期中贯穿回收利用的价值理念。	65%
减少包装在整个生命周期对环境的影响的措施，如回收及处理使用后的包装，开展对包装废料的循环利用等	65%
综合能源消耗强度	60%
清洁能源使用总量及 / 或资源循环使用量	50%
实现循环经济的具体措施	50%
能源节约目标	50%

○ 华业香料的能源节约措施 ○

案例

节能方面

公司使用天然气锅炉供热，采用低氮燃烧器，有效降低有害物质的排放。

节电方面

根据生产工艺参数，对有调节范围的大功率设备采用变频控制，涉及设备 66 台。

节水方面

建有循环水冷却系统，采用节水型器具。制定《节水制度》，开展节水评价，形成《节水自评价报告》。

热能利用方面

一是来用导热系数小、耐热性能好的环保型保温材料；二是安装 DCS 集成系统，采用温度自动连锁控制，减少波动对生产和供热带来的影响；三是利用余热锅炉，对锅炉烟气进行利用，产生的蒸汽可供生产加热；四是对蒸汽热能采用阶梯式回收利用。

照明方面

参照 GB 50034 标准，对办公室 / 车间分别设计照明系统。采用分区，分组与定时自动调光灯的措施，厂区及办公区域在适宜位置均采用自然光照明，最大限度利用自然光。办公室和厂区均大规模使用 LED 灯具，节能灯具数量占比为 100%。

建筑方面

主要采用钢结构、砌体结构等资源消耗和环境影响小的建筑结构体系。厂区绿化水平高，绿植种类丰富，以本地生植物为主，无需特殊维护。

▲ 华业香料能源节约措施

案例来源：华业香料 2023 可持续发展报告 P42-43

○ 青松股份全国节能宣传周 ○

案例

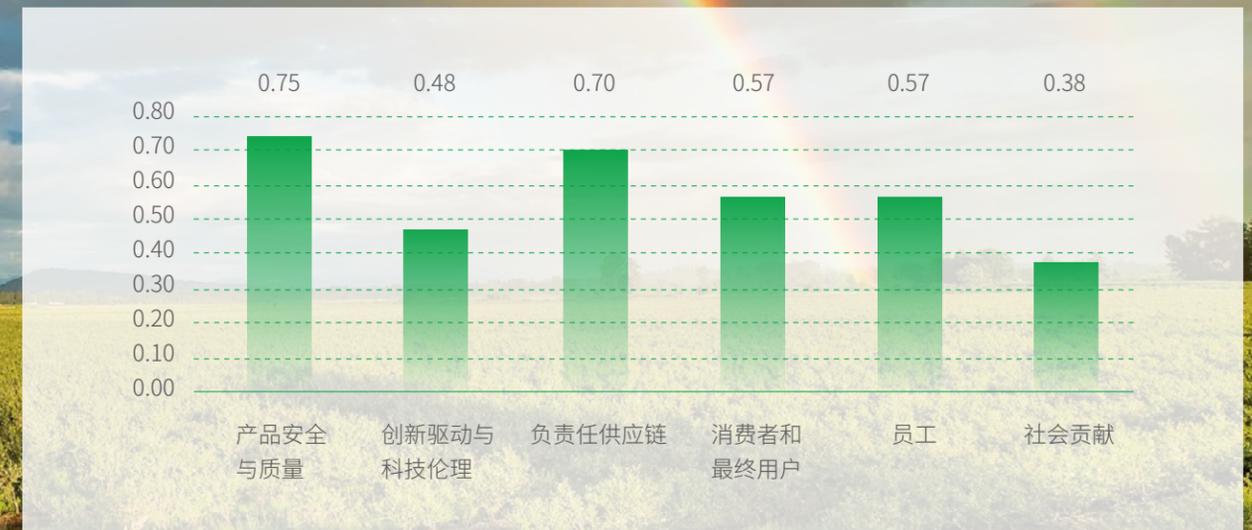
诺斯贝尔积极响应全国节能周和低碳日活动，以“节能降碳，你我同行”为宣传主题，于 2023 年 7 月 10 日—16 日开展了为期一周的“低碳打卡”活动，意在使“节能减排”成为全体员工的自觉行动。参与者需通过在打卡链接上传关于绿色消费、绿色出行等节能低碳行动的照片和文字进行打卡，活动的 112 名报名者中共有 79 名完成 7 日打卡，激发了员工的节能减排热情，提升了员工的低碳生活意识。

本次活动获得中山市生态环境局南头分局大力支持，并协助开展了节能降碳宣传，举办了环保节能知识有奖问答活动，进一步加深了员工对相关知识的掌握和理解。

案例来源：青松股份 2023 年度可持续发展暨环境、社会及公司治理 (ESG) 报告 P62

社会表现分析

本报告对美妆行业企业社会议题的评价具体分为产品安全与质量、创新驱动与科技伦理、负责任供应链、消费者和最终用户、员工、社会贡献六个方面，各方面表现情况如右图。从指标评分来看，美妆行业在产品安全与质量评分最高，在负责任供应链议题上表现突出，员工、消费者和最终用户方面表现次之，美妆行业在创新驱动与科技伦理、社会贡献议题方面的表现有待提升。说明美妆行业积极贯彻落实《香料香精行业“十四五”发展规划》《化妆品行业“十四五”发展规划》等相关政策文件，对产品质量控制的严格要求和对产品安全性保持持续关注，积极承担起对供应链伙伴、消费者及员工的责任，在社会议题各方面采取了积极举措，取得了较好表现；但美妆行业也应注重自身的创新发展，关注科技伦理等问题，为社区伙伴作出更多贡献，进一步提升美妆行业在社会层面的可持续发展。



产品 安全与质量

产品安全与质量议题旨在评价美妆行业在确保其产品与服务在安全性、有效性和合规性等方面所制定的战略、管理制度或举措与绩效。样本企业中，产品安全与质量议题的得分平均值为 0.75 分，最小值为 0.42 分，最大值为 0.95 分。

从指标披露情况来看，产品安全与质量议题下设 9 个三级指标，部分指标的披露率如下表所示。其中，管理产品安全和质量的措施、售后服务管理控制制度和措施（包括客户投诉反馈流程）指标的披露率均达到 90%；披露率大于 70% 的指标有建立产品召回与不良反应（事件）通报机制、客户满意度、客户投诉处理情况 3 个指标；将最前沿的安全与健康技术融入产品设计考量的指标披露率在 50% 左右；监督和管理产品安全与质量的影响、风险和机遇的机构或个人和已发布的产品召回数量披露率均不足 20%。

产品安全与质量议题下设三级指标披露率统计表（部分）

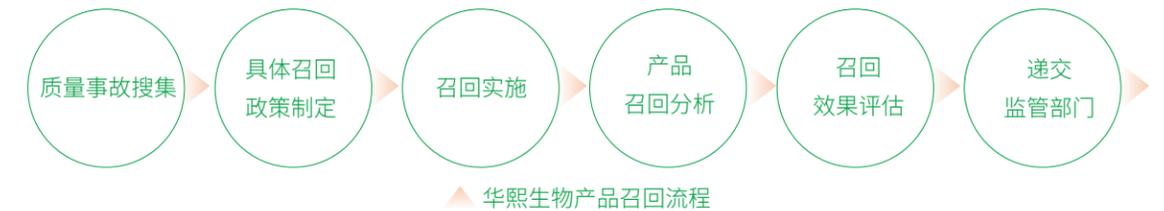
指标名称	披露率
管理产品安全和质量的措施	90%
售后服务管理控制制度和措施（包括客户投诉反馈流程）	90%
建立产品召回与不良反应（事件）通报机制	75%
客户满意度	70%
客户投诉处理情况	70%

从产品安全与质量的绩效结果来看，2023 年发布 ESG/ 可持续发展报告的彩妆企业中有 16 家企业披露产品安全与质量情况，其中，“华熙生物”作为产品安全与质量方面表现较为优秀的企业，其 2023 年已发布产品的召回数量均为 0，客户满意度为 100%，客户投诉处理情况为 100%。

案例

华熙生物制定产品召回流程

公司制定《产品召回管理规程》，对各类产品分别开展召回管理，规范不同品类产品的召回条件和召回程序，有效且妥善地处理有缺陷的产品，并采取相应措施及时控制风险。公司针对医药线和非医药线分别制订召回预案并每年开展模拟召回与处置演练，2023 年度共开展产品召回模拟演练 5 次。本报告期内，公司未发生已售或已送检的产品因安全与健康原因须召回的事件。



案例来源：华熙生物 2023 年可持续发展报告 P40

创新驱动 与科技伦理

创新驱动与科技伦理议题旨在评价企业践行创新驱动发展战略和在创新决策和实践中遵守科学伦理规范方面的制度、措施与绩效。样本企业中，创新驱动与科技伦理议题的得分平均值为 0.48 分，最小值为 0.13 分，最大值为 0.81 分。

从指标披露情况来看，创新驱动与科技伦理议题下设 9 个三级通用指标，部分指标的披露率如下表所示。其中，披露率大于 60% 的指标有知识产权和科技伦理管理制度、管理流程和管理措施，发明专利数量 / 有效专利数，研发投入金额及占主营业务收入比例，研发人员数量及占比；高新技术企业认定情况 / 国家科学技术奖项获奖情况、创新发展愿景和目标、公司吸引科学家和研发人员的制度和措施、监督和管理创新驱动（包含科技伦理）的影响、风险和机遇的机构或个人的披露率在 30%-60% 之间；披露率低于 30% 的指标有 1 个。

创新驱动与科技伦理下设三级通用指标披露率统计表（部分）

指标名称	披露率
知识产权和科技伦理管理制度、管理流程和管理措施	80%
发明专利数量 / 有效专利数	80%
研发投入金额及占主营业务收入比例	75%
研发人员数量及占比	60%

贝泰妮致力于构建并持续优化以研发为核心的创新体系

案例

为了不断提升产品科技的发展和市场竞争能力，贝泰妮研究院精心构建了多个专业研发部门。其中包括功效性化妆品研发中心和创新原料研发中心，聚焦创新原料自主研发，并进一步开展问题皮肤机制研究、创新原料靶点研究等基础研究领域。此外，公司还设立了医疗器械研发部，专注于注射填充类医疗器械的研发、生产转化和注册申报。贝泰妮研究院的评估体系在对比第三方检测机构时，已具备绝大部分项目的检测能力，特别是在舒敏、修护、抗衰老等功效性方向上，研发模型更为全面和专业，为公司的产品开发提供了强有力的技术支持。

案例来源：贝泰妮可持续发展报告暨环境、社会及管治 (ESG) 报告 P59

珀莱雅努力推动整个价值链的可持续发展

案例

珀莱雅充分认识到自身在产业链中的核心地位所承载的可持续发展责任，坚定地致力于推动整个价值链实现全面绿色和可持续发展转型。针对主要合作供应商伙伴，珀莱雅严格遵循 ESG (环境、社会及治理) 原则，将其融入与主要合作伙伴的合作机制中，确保在原材料采购、生产过程直至物流运输等所有环境，合作伙伴均需遵守环保规定和社会责任标准，从而全面提升产业链整体的可持续性表现。2023 年，珀莱雅共评估 264 家供应商的 ESG 表现，评估通过率 100%；其主要合作伙伴 100% 开展 ESG 符合性评估。

案例来源：珀莱雅 2023 年 ESG 报告 P21

负责任供应链

负责任供应链在促进美妆行业可持续发展中起着重要作用，该议题旨在评价美妆行业在推动透明、负责任的供应链管理，促进整个价值链中所有原材料、间接材料和服务的负责任采购方面的战略制定、管理制度及举措与绩效。样本企业中，负责任供应链议题的得分平均值为 0.70 分，最小值为 0.21 分，最大值为 1 分。

从指标披露情况来看，负责任供应链议题下设 7 个三级指标，部分指标的披露率如下表所示。其中，负责任供应链 ESG 管理制度和措施指标的披露率在 80% 以上；披露率在 60%-80% 的指标有供应链环境和社会风险管理、目标及实施规划、供应链风险管理措施 2 个指标；监督和管理负责任供应链的影响、风险和机遇的机构或个人、识别、评估供应链的环境和社会影响、风险和机遇 2 个指标的披露率均在 45% 左右；其余 2 项指标，即供应商的社会和环境责任审计不合格率和对应的纠正行动率、经过 ESG 认证 / 审核 / 评价的供应链原材料数量指标，披露率均不足 1%。

负责任供应链议题下设三级指标披露率统计表 (部分)

指标名称	披露率
负责任供应链 ESG 管理制度和措施	85%
供应链环境和社会风险管理、目标及实施规划	65%
供应链风险管理措施	60%

消费者和最终用户

消费者和最终用户是评价美妆行业企业社会表现的重要指标之一，该部分包含负责任营销、数据安全与客户隐私、可持续消费三个子议题，旨在评价美妆行业在通过负责任的营销策略，维护消费者的合法权益，注重数据安全与客户隐私保护，以及推动可持续消费模式形成方面采取的战略、管理举措及相关绩效表现。样本企业中，消费者和最终用户的得分平均值为 0.57 分，最小值为 0.2 分，最大值为 0.9 分。

从指标披露情况来看，消费者和最终用户议题下设 8 个三级指标，部分指标的披露率如下表所示。其中，数据安全和客户隐私保护的相关管理措施、数据安全与客户隐私保护相关的政策和规划 2 个指标的披露率在 60% 以上；披露率在 30%-60% 的指标有推动负责任营销的相关措施、监督和管理负责任营销 / 可持续消费 / 数据安全与客户隐私的影响、风险和机遇的机构或个人、促进可持续消费的相关举措 3 个指标；其余 3 项指标的披露率均在 30% 以下。

消费者和最终用户议题下设三级指标披露率统计表 (部分)

指标名称	披露率
数据安全和客户隐私保护的相关管理措施	70%
数据安全与客户隐私保护相关的政策和规划	65%
推动负责任营销的相关措施	55%
促进可持续消费的相关举措	35%

逸仙电商践行负责任营销

案例

逸仙电商严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国广告法》《化妆品监督管理条例》及《化妆品功效宣称评价规范》《广东省网络化妆品经营监督管理办法（征求意见稿）》等运营地相关法律法规，制定《广告合规手册》等管理文件，形成联动多部门的内部审核流程，以履责、透明、合规的标准开展营销活动，禁止虚假或会引起误解的宣传，确保产品营销内容的真实性与准确性。



逸仙电商公司内部审核流程

案例来源：逸仙电商 2023 年度 ESG 报告 P34

员工

员工议题旨在评价美妆企业在保障员工薪酬福利、健康安全及促进员工职业技能发展等方面的制度、措施与绩效。样本企业中，员工议题的得分平均值为 0.57 分，最小值为 0.16 分，最大值为 0.76 分。

详细来看，员工议题共包括 21 个三级通用指标，部分指标的披露率如下表所示。其中，安全生产制度与措施、员工教育与培训管理体系、保障员工基本权益的管理机制、员工激励及晋升政策、女性员工比例、公司在员工方面的管理流程和措施 6 个指标的披露率在 90% 以上；披露率在 60%—90% 之间的指标有 8 个；劳动合同及员工社保覆盖率，年度培训支出金额，识别、评估员工关系的环境和社会影响、风险和机遇形成履行员工责任方面的规划与策略，员工满意度调查，工伤保险人员覆盖率，监督和管理员工关系的影响、风险和机遇的机构或个人，安全生产责任险的投入金额的披露率小于 50%。

员工下设三级通用指标披露率统计表（部分）

指标名称	披露率
安全生产制度与措施	95%
员工教育与培训管理体系	95%
员工激励及晋升政策	90%
女性员工比例	90%
公司在员工方面的管理流程和措施	90%
保障员工基本权益的管理机制	90%

逸仙电商举办管培生培训

案例

2023 年 7 月，公司开展“探索·美妆星球——第 11 期黄埔班集训活动”，助力新员工快速融入公司。课程培训板块覆盖走进逸仙、产品与妆容体验、职场心态与职场技巧、多项业务基础课等内容，引入以团队协作作为主题的素质拓展活动。集训结束后，管培生在客服部进行为期 2 周的客服体验工作，亲身接触消费者、深度了解产品、品牌，最终回归品牌承接对应的工作。

案例来源：逸仙电商 2023 年社会、环境及管治 (ESG) 报告 P53

社会贡献

社会贡献议题旨在评价美妆企业实施公益活动、开展志愿服务、进行慈善捐赠，依法诚信纳税方面的制度、措施与绩效。整体来看，美妆企业社会贡献议题整体得分平均值为 0.38 分，最小值为 0.03 分，最大值为 0.78 分。

从指标披露情况来看，社会贡献议题共包含 8 个三级通用指标，部分指标的披露率如下表所示。其中，纳税强度和公益慈善投入的披露率达到 80%，披露率在 50% 到 80% 之间的指标有 3 个，其余 3 个指标的披露率都在 50% 以下。

社会贡献下设三级通用指标披露率统计表（部分）

指标名称	披露率
纳税强度	80%
公益慈善投入	80%
公司在乡村振兴方面的规划（策略和方法）	70%

嘉必优支持教育事业

案例

为支持教育事业，培养行业优秀人才，中国科学院合肥物质科学研究院设立“嘉必优”奖学金，2023 年出资 20 万元，奖励在应用技术研究中勤奋学习、不断进取、勇于创新、成绩优异的研究生。2023 年 2 月，为履行社会责任，支持高校教育事业，助力专业人才培养和教师队伍建设，公司与华中师范大学教育发展基金会签署《捐赠协议》，自 2023 年至 2032 年（共十年），每年向基金会捐赠人民币 100 万元用于学生奖学金，以及 20 万元用于优秀青年教师奖教金。

案例来源：CABIO 2023 环境、社会及治理报告 P28

治理 表现分析

美妆行业治理主题旨在评价美妆行业整体可持续发展相关的风险与机遇的管理能力。本报告对美妆行业治理表现的分析具体分为尽职调查、利益相关方沟通、合规管理、商业道德四方面。整体来看，美妆行业在商业道德议题得分最高，为 0.81 分，利益相关方沟通议题次之，为 0.57 分。美妆行业在尽职调查、合规管理方面的得分均有较大的上升空间。



尽职调查

尽职调查旨在评估美妆企业自身和供应链业务中的环境和人权风险。样本企业中，尽职调查议题的得分平均值为 0.24 分，最小值为 0.06 分，最大值为 0.56 分。

从指标披露情况来看，尽职调查议题共包含 4 个三级指标。其中，指标申诉机制（举报人保护）的披露率最高，为 35%；识别和评估需要开展尽职调查的业务、提供预防和补救措施、尽职调查的范围三项指标的披露率均低于 5%。

尽职调查议题下设三级指标披露率统计表

指标名称	披露率
申诉机制（举报人保护）	35%
识别和评估需要开展尽职调查的业务	5%
提供预防和补救措施	5%
尽职调查的范围	0

利益相关方沟通

利益相关方沟通议题旨在评价美妆行业在开展利益相关方沟通方面的所采取的管理制度及举措情况。样本企业中，利益相关方沟通议题的得分平均值为 0.57 分，最小值为 0 分，最大值为 1 分。

从指标披露情况来看，利益相关方沟通议题下设 3 个三级指标，指标的披露率如下表所示。其中，利益相关方沟通管理的举措、将利益相关方沟通纳入管理制度 2 个指标的披露率均在 60% 以上；成为利益相关者和社会透明可靠的合作伙伴的规划指标的披露率为 20%。

利益相关方沟通议题下设三级指标披露率统计表

指标名称	披露率
利益相关方沟通管理的举措	90%
将利益相关方沟通纳入管理制度	60%
成为利益相关者和社会透明可靠的合作伙伴的规划	20%

合规管理

合规管理议题旨在评价美妆企业在建立合规管理体系、建立合规风险识别评估预警机制和应对预案及建立并公开违规举报渠道等方面的实践与成效。评价发现，美妆企业在合规管理议题的得分平均值为 0.45 分，最小值为 0 分，最大值为 1 分。

合规管理是评价美妆行业企业公司治理表现的重要维度，共包含 4 个三级指标。其中，仅有建立并公开违规举报渠道一项指标的披露率达到 50%，披露率在 30% 至 50% 的指标为 2 个，披露率低于 20% 的指标共有 1 个。

合规管理议题下设三级指标披露率统计表

指标名称	披露率
建立并公开违规举报渠道	50%
将合规管理纳入管理体系	45%
建立合规风险识别评估预警机制和应对预案	40%
建立提升合规管理水平计划	10%

商业道德

商业道德是评价美妆类型企业公司治理发展表现的重要维度，该议题旨在评估美妆企业在反商业贿赂和反不正当竞争方面的表现。评价发现，美妆企业在该议题的得分平均值为 0.81 分，最小值为 0.51 分，最大值为 0.98 分。

从指标披露情况来看，商业道德议题共包含 6 个三级通用指标，指标的披露率如下表所示。其中，员工道德培训、将反商业贿赂与反贪污、反不正当竞争问题纳入公司管理制度、公司在反商业贿赂及反贪污、维护公平竞争方面的规划（策略和方法）、反贿赂和反贪污制度的披露率均为 75%，其余指标披露率在 50% 以下。

商业道德下设三级通用指标披露率统计表

指标名称	披露率
员工道德培训	75%
将反商业贿赂与反贪污、反不正当竞争问题纳入公司管理制度	75%
公司在反商业贿赂及反贪污、维护公平市场竞争方面的规划 (策略和方法)	75%
反贿赂和反贪污制度	75%
接受反贿赂 / 反贪污 / 反不正当竞争培训的员工总数及占比	45%
开展反贿赂及反贪污风险评估	35%

○ 百润集团恪守商业道德，杜绝反舞弊情况发生 ○

案例

公司坚持惩防并举、重在预防的原则，建立并完善反舞弊机制，在《员工手册》规范员工职务行为，明确各有关机构在反舞弊工作中的职责权限，董事会及相关委员会授权内部监察机构负责公司反舞弊具体工作，推动自觉维护公司整体利益。公司明确了反舞弊工作的重点领域、关键环节，规范舞弊案件的举报、调查、处理、报告和补救程序，使反舞弊条款得到有效落实和监督。

案例来源：上海百润投资控股集团股份有限公司 2023 年 ESG 报告 P29

○ 华熙生物进行反贿赂管理 ○

案例

公司建立了由董事会、审计委员会及有关部门构成的商业道德治理体系，由公司法务中心、审计监察中心、风险管理部从合规管理、内部控制与风险管理的角度出发，负责相关政策的有效落实与监控，并直接向董事会报告。公司组织开展了 ISO 37001 反贿赂管理体系标准导入项目，通过修订制度、完善程序、开展培训及落地运行等工作，建立反贿赂管理体系，并取得了 ISO 37001 反贿赂管理体系外部认证。

案例来源：华熙生物 2023 年可持续发展报告 P23

趋势 与展望

本部分基于前述分析结论，从行业推动、社会参与、国际合作、企业实践四个角度展望了美妆企业 ESG 发展趋势。

形成更全面的 ESG 标准推广机制

《香料香精化妆品企业可持续发展 (环境、社会、治理) 指南》为美妆行业提供了一套完善的 ESG 标准，有助于推动美妆行业 ESG 管理绩效进一步提升。我们希望广泛推动行业标准实施，通过行业标准引导，形成企业对 ESG 重要性的共识，促进企业加强生态环境保护、履行社会责任、健全公司治理，加强企业 ESG 信息披露水平；参考国际 ESG 标准和最佳实践，促进国内企业与国际标准接轨。

打造更加有效的 ESG 社会促进机制

伴随着低碳发展理念深入人心，消费者将更加关注美妆产品的可持续情况与企业 ESG 表现，推动形成更加成熟的 ESG 消费市场。随以 IFRS S1、S2 为代表的国际可持续信息披露基准形成，我国 ESG 披露标准及相关政策将进一步完善，推动企业 ESG 信息披露意识、质量提升，将为美妆行业 ESG 信息披露营造良好的环境氛围。社会公众、新闻媒体、社会组织、行业组织等社会监督力量提升对美妆行业 ESG 的关注度，将促进形成全社会关注、促进美妆行业 ESG 发展的良好氛围。第三方机构加强 ESG 评价相关的信息技术、数据、专业方法、工具等丰富完善，将进一步助力美妆行业 ESG 工作高质量开展。

开展更为广泛的国际合作

随着国际合作与贸易更为频繁，我国美妆行业将进一步扩宽合作的深度与广度，推动国内美妆企业 ESG 发展。分享国际咨询，通过中国香料香精化妆品工业协会等官方媒体平台，分享国际市场动态、监管要求、技术进展等，帮助企业及时了解并适应国际市场。参与国际美容展、化妆品展等专业展会，展示国内美妆行业的新产品、新技术，拓展国际市场。参与国际标准的制定和修订，推动国内标准与国际接轨，提高产品的国际竞争力。

提升企业 ESG 表现

当前美妆企业的 ESG 发展表现总体处于进取阶段，ESG 得分平均值为 0.52 分，说明美妆企业能够较为有效地管理企业活动对经济、社会和环境产生的重要影响，但仍有一定提升空间。我们希望美妆行业的企业能够应用行业标准，将行业标准贯穿于企业经营活动的全流程，能够提升 ESG 管理能力，并通过积极发布 ESG 报告、参与行业协会组织活动等多种方式畅通利益相关方沟通渠道，加强投资者、消费者等利益相关方信心的同时，提升企业自身 ESG 表现，促进企业 ESG 管理体系不断完善升级。



中国香料香精化妆品工业协会
CHINA ASSOCIATION OF FRAGRANCE FLAVOUR AND COSMETIC INDUSTRIES

CAFFCI

