



2024

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

关于本报告	08
董事长寄语	10
2024 年 ESG 报告各相关方评语	12
走进自然堂集团	14
发展历程	14
可持续发展成绩	16
公司的可持续发展亮点量化数据	22
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
指标索引	86
意见反馈	90



01

打造绿色美妆，守护美丽与自然	30
应对气候变化与保护生物多样性	32
促进绿色包装与循环经济	37
促进负责任生产与绿色制造	40



02

坚守以人为本，倡导可持续价值链， 与伙伴共赢 44

保障产品质量安全与消费者权益	46
建立多元平等共融的工作环境	50
强化公益慈善与社区影响	54
完善绿色低碳供应链	62
引领负责任营销和绿色消费	64
加强科技创新与知识产权保护	73



03

强化企业治理，营造互信商业环境 80

建立并持续优化可持续管治架构	82
守护商业道德与诚信环境	83
推动数字化与数据安全保障	84

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 2024 年。

本报告是集团发布的第 14 份可持续发展报告，发布周期为一年；汇报期由 2024 年 1 月 1 日至 2024 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

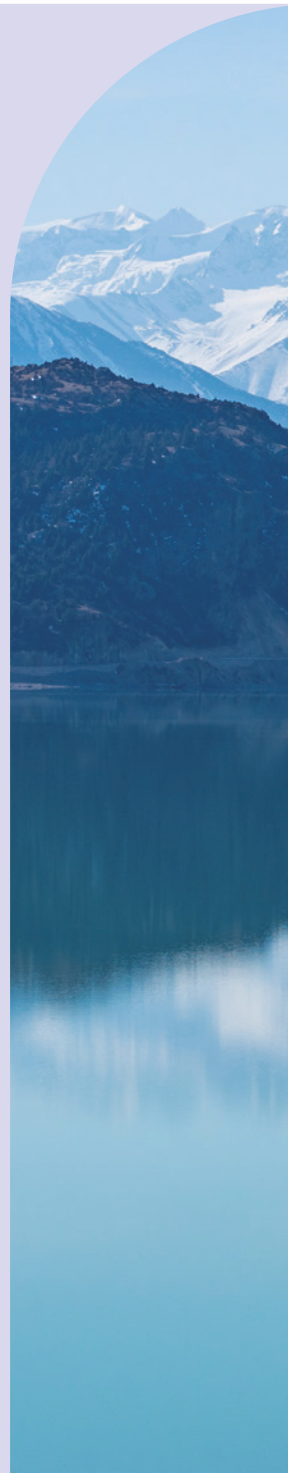
本报告参考全球可持续发展标准委员会（GSSB）发布的《GRI 可持续发展报告标准》（以下简称“GRI 标准”）编制而成。

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

2024 年是非常不平凡的，每年大家都这么讲，但确实一年比一年更加的不平凡。

2024 年 1 月，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，我们集团正式更名为“上海自然堂集团有限公司”，确立了全新的使命，即：为全球消费者的美丽与健康生活提供极致品价比的产品。

在过去的一年多时间里，我走过了 15 个省、30 个城市、超过 300 多家各种线下业态的门店，去了东南亚考察、调研了日韩市场。放眼中国市场，线下业态找到了新的方向和信心，正在以前所未有的速度稳步发展。

2024 年，在大家的支持下，自然堂集团也取得了较好的成绩。研发上，公司继续推出新品、新获得多项专利，自然堂集团已申请各类专利共计 478 件，授权各类专利 222 件。品牌价值方面，在 2021 年与 2023 年弗若斯特沙利文发布的消费者调研结果中，自然堂名列品牌力排行国货护肤品牌第一。继 2023 年凯度调研报告自然堂品牌获得“国货美妆知名度和美誉度”第一名之后，2024 年又在法国益普索“国产护肤品牌竞争力”调研中，再次名列第一。在荣誉方面，集团共斩获 89 个奖项，涵盖了方方面面，包括获得了上海市品牌引领标杆企业、上海市级企业技术中心优秀奖、马来西亚 Lazada《最受消费者喜爱的中国品牌》等重要奖项。

这一年来，企业的社会声誉持续提升。国家“双碳”战略政策指导下，环境责任上，集团开展了范围一、二和范围三重点类别的碳盘查工作。这为未来设定和落实减排目标，响应“双碳”政策目标奠定了必要的基础。集团也积极撰写气候相关制度，识别气候相关风险，推进绿色包装设计研究，从产品可替换、轻量化等角度进行减塑减排。与此同时，公司积极推进清洁生产，并于本年度年获得 ISO14001 环境管理体系认证。

社会责任方面，我们连续第八季开展“自然堂种草喜马拉雅”公益项目，从 2016 年以来，累计在喜马拉雅日喀则地区种植 666 万平方米绿麦草，改良土壤，将荒地变为耕地，保护世界第三极的生态环境，助力乡村振兴。我们通过春蕾助学项目向西藏自治区妇联捐赠 200 万元，用于资助来自喜马拉雅地区，共计 260 名品学兼优、家庭贫困的女大学生、高中生完成学业。截至本年度，我们已经资助了 511 名女生，共享优质教育，推动乡村人才振兴。这些项目均获得了广泛的社会影响。

管治方面，我们持续优化可持续管治架构，建立治理层、管理层和执行层三层 ESG 管治架构，管理层特设可持续发展委员会，执行层特设 ESG 管理中心，确保集团层面 ESG 目标的统筹规划和设定。执行层下设的“绿色低碳”行动专项组和“可持续包装”专项组也稳步推进各项工作，确保集团的 ESG 战略目标的实施和实现。

自然堂集团自 2001 年创立以来，树立了“诚信负责、品质可靠、实力强劲、科技领先”的四大行业口碑，这可以说是我们最重要的企业品牌资产，也是我们坚守使命、愿景，赢领未来发展的底气。

让我特别骄傲的是，在实现梦想的道路上，有一群具有远见卓识及丰富行业经验的管理团队与我一起工作，特别感谢我们优秀的零售商、服务商、消费者和各位利益相关方与我们一起同行。我们不仅在做生意，更重要的是我们不断在为消费者创造价值，为社会发展做出贡献，可以说，我们的工作充满了意义。



郑春颖

自然堂集团董事长兼总裁

2024 年 ESG 报告各相关方评语

中国香料香精化妆品工业协会理事长

颜江瑛博士

自然堂集团始终在坚持探索可持续发展的实践新模式，堪称化妆品行业 ESG 实践的最佳范例之一，为行业树立了卓越标杆。在环境层面，自然堂推出冰肌水瓶身的一次性成型渐变吹瓶技术，减少超 90% 碳排放与 0 油漆消耗，还设计产品替换芯，降低包装材料使用，其空瓶回收计划更是形成绿色回收全链路。在社会方面，种草喜马拉雅公益行动积极保护当地生态，截至 2024 年已累计捐赠 2600 万元。在社区公益方面，为喜马拉雅地区全面振兴、实现共同富裕培养更多女性人才，自然堂联合中国儿童少年基金会发起“自然堂春蕾助学行动”，截至 2024 年已累计捐赠 360 万元，资助来自喜马拉雅地区品学兼优的 260 名女大学生和高中生。治理上，集团制定长期规划与架构保障实施。自然堂从战略到行业、从生产到消费，将 ESG 理念贯穿全链路，这种全方位、多维度且具创新性的实践，为美妆行业的可持续发展提供了宝贵案例与可行模式。

中华环境保护基金会理事长

徐光

自 2016 年开始，自然堂与中华环境保护基金会联合成立“自然堂喜马拉雅公益专项基金”，专项用于喜马拉雅山脉珍稀植物资源的保护、可持续利用与惠益分享，助力乡村振兴和地区经济发展。种草喜马拉雅公益行动于 2017 年启动，已累计向中华环境保护基金会捐赠 2600 万元，连续 8 年在西藏日喀则地区种下 666 万平方米绿麦草，不仅改良了退化土壤，为当地村民提供了可替代性经济收入，更构建了“企业 - 社区 - 生态”多元共治的可持续发展模式。该项目入选联合国“生物多样性 100+ 全球典型案例”，彰显了中国企业对全球生态治理的担当。中华环境保护基金会尤为赞赏自然堂将商业发展与生态公益保护紧密结合的远见卓识，带动更多公众成为生态保护的参与者。期待未来共同探索喜马拉雅生态修复的创新路径，为守护“地球第三极”提供可复制的中国方案。

春蕾女童代表

西藏农牧大学大一学生

当我收过“自然堂春蕾奖学金”时，这不仅是助学金，更是一把打开未来的钥匙。在春蕾社会实践活动研学中，我第一次走进化妆品的生产基地、研发中心，了解到喜马拉雅的冰川水如何变成冰肌水。自然堂叔叔阿姨们的长期陪伴让我相信：高原女孩也能有力量改变世界。未来，我会像你们守护喜马拉雅那样，守护家乡的生态与人文，希望能够帮助更多像我一样的女孩实现梦想——这是对这份爱最好的回报。



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

自然高科技，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。

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



年度产品创新 & 黑科技奖

Future Marketing 2024 美妆
个护品牌数字生态大会



最受消费者喜爱的中国品牌

马来西亚 Lazada 电商平台



最佳产品大奖

屈臣氏 2024 年度 HWB 大奖



上海市品牌引领标杆企业

上海市经济和信息化委员会



年度中国品牌奖

2024 天猫金妆奖



2024 国产护肤品牌竞争力榜
单榜首

益普索 Ipsos



国际创新原料奖章

2024 年国际化妆品创新匹亚大赛



《自然堂集团：携手渠道伙伴探索“共赢”数字化转型之路》案例获全国主题案例奖项一等奖

清华大学经济管理学院



2024 科技抗衰领导品牌

青眼 x 青眼情报



美妆行业化妆品领军企业

中国香料香精化妆品工业协会



上海市院士（专家）工作站

“优秀”评级

2024 上海市“院士（专家）工作站”
绩效评估

最佳供应商奖项

屈臣氏 2024 年度 HWB 大赏



年度店播 TOP 品牌奖

2024 天猫金妆奖



年度 ESG 实践

国际时尚媒体 WWD The
BeautyInc Awards2024 高品质消费品牌
TOP100 年度绿色消费品牌

南方都市报社



卓越星服务商家奖

京东



年度营响力案例奖

经济观察报



爱心公益伙伴称号

屈臣氏 2024 年度 HWB 大赏



金蜂奖

阿里巴巴

2024 国际化妆品科技大会暨
亚洲十国科技交流峰会战略合
作伙伴

2024CBE 中国美容博览会



杰出产品创新案例奖

经济观察报



最佳新品大奖

屈臣氏 2024 年度 HWB 大赏



上海市先进级智能工厂

上海市经济和信息化委员会



集团荣誉

上海市质量标杆
上海市经济和信息化委员会

年度最佳零售数字化创新奖
2024 第十八届上海零售业大会暨中国零售
创新峰会

2024 年度影响力企业
2024 年度科研创新——极地酵母喜默因
C2CC 传媒 X 新妆

数智创新增长奖
商业评论

美好消费品牌奖
上海报业集团、财联社

2024CBE·胡润中国美妆青年企业家
2024CBE 杭州国际美容博览会

上海市第十一届优秀公共关系案
例金奖和银奖
上海市公共关系协会

国际快消品商业联盟品牌主席团“品牌
副主席”
CIBE 中国国际美博会 SUPER BEAUTY
35 周年

“绿色生态——生态保护践行”
领域优秀案例
WWD

原料研发年度团队
上海医药行业协会

2024 幸福企业百强榜共荣发展 30 强
经济观察报、FESCO 和清华大学社会科学
学院

2024 中国新增长·敏捷团队榜
哈佛商业评论

2024 化妆品（中国）工业百强
化妆品报

“无废细胞”企业
奉贤区生态环境局“六五环境日”主题活动

2024 “沪尚”智造科技力 TOP30
上海市经济信息委指导、财联社

行业贡献奖
上海市工业互联网协会

品牌荣誉

自然堂

上海礼物 上海市商业联合会、上海市旅游协会	2024 年度个护大奖——影响力品牌 美妆头条	企业品牌传播类金奖 第二十届中国公共关系行业最佳案例大赛
金牌客服团队 天猫	2024 年度影响力品牌 美妆头条	年度整合营销金奖 年度创新品牌 年度十大营销案例 第八届 CMO 营销价值峰会
2024 福布斯中国美业品牌 Top 100 福布斯中国美业峰会 & 美业颁奖盛典	年度组织人才赋能标杆 年度行业经营标杆 腾讯智慧零售	2024 化妆品（中国）超卖优品 化妆品报
年度最具影响力护肤品牌 2024CiE 美妆大赏	年度影响力品牌、年度星产品 化妆品观察	年度抗皱紧致精华奖 中国好配方大奖·颁奖盛典
最受 KOL 推荐品牌 仪美尚红人节	年度风云品牌 第十四届仪美尚消费品博览会	年度消费领航品牌 浪潮新消费
2024 年度美妆品牌产品力领航者 2024 年美业生态创新大会	创新奖 BEIS · 2024 美业生态创新大会	人气品牌 CIBE 中国 国际 美 博 会 SUPER BEAUTY 35 周年
全域增长：品牌突破增长奖 倍增竞赛生态共建奖 腾讯智慧零售 2024 年倍增竞赛 PLUS	中国好产品护肤大奖——自然堂凝时鲜颜肌活修护小紫瓶精华液第五代 护肤类抗老精华 TOP 大奖——自然堂极地精华露 2024 美伊 BEAUTY	

五大品牌¹

2024CBE 美妆好品牌
2024CBE 中国美容博览会

美素

2024 “东方美谷” 好商标好品牌
东方美谷

1. 自然堂集团五大品牌包括自然堂、美素、春夏、珀芙研、己出。

公司的可持续发展亮点量化数据

环境



获得 ISO14001 等
环境管理体系认证



利用园区场地
27,700 平方米



装配光伏系统
3.1 MW



年发电量
399 万千瓦时

社会



女性员工比例在
65% 以上



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



截至 2024 年，自然堂种草喜马拉雅公益行动已连续
8 年在喜马拉雅日喀则地区种植 **666** 万平方米
绿麦草



2016 年 -2024 年，自然堂种草喜马拉雅公益行动
累计捐赠 **2,600** 万元



本年度，我们通过“自然堂春蕾助学行动”
向西藏自治区妇联捐赠 **200** 万元



截至 2024 年，自然堂春蕾助学行动累计捐赠 **360**
万元，自然堂向中国儿童少年基金会累计捐款 **800**
万元



我们的 可持续发展战略





我们的文化与价值观

在价值观的驱动下，2024 年，自然堂集团积极响应联合国 17 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
品价比的产品

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

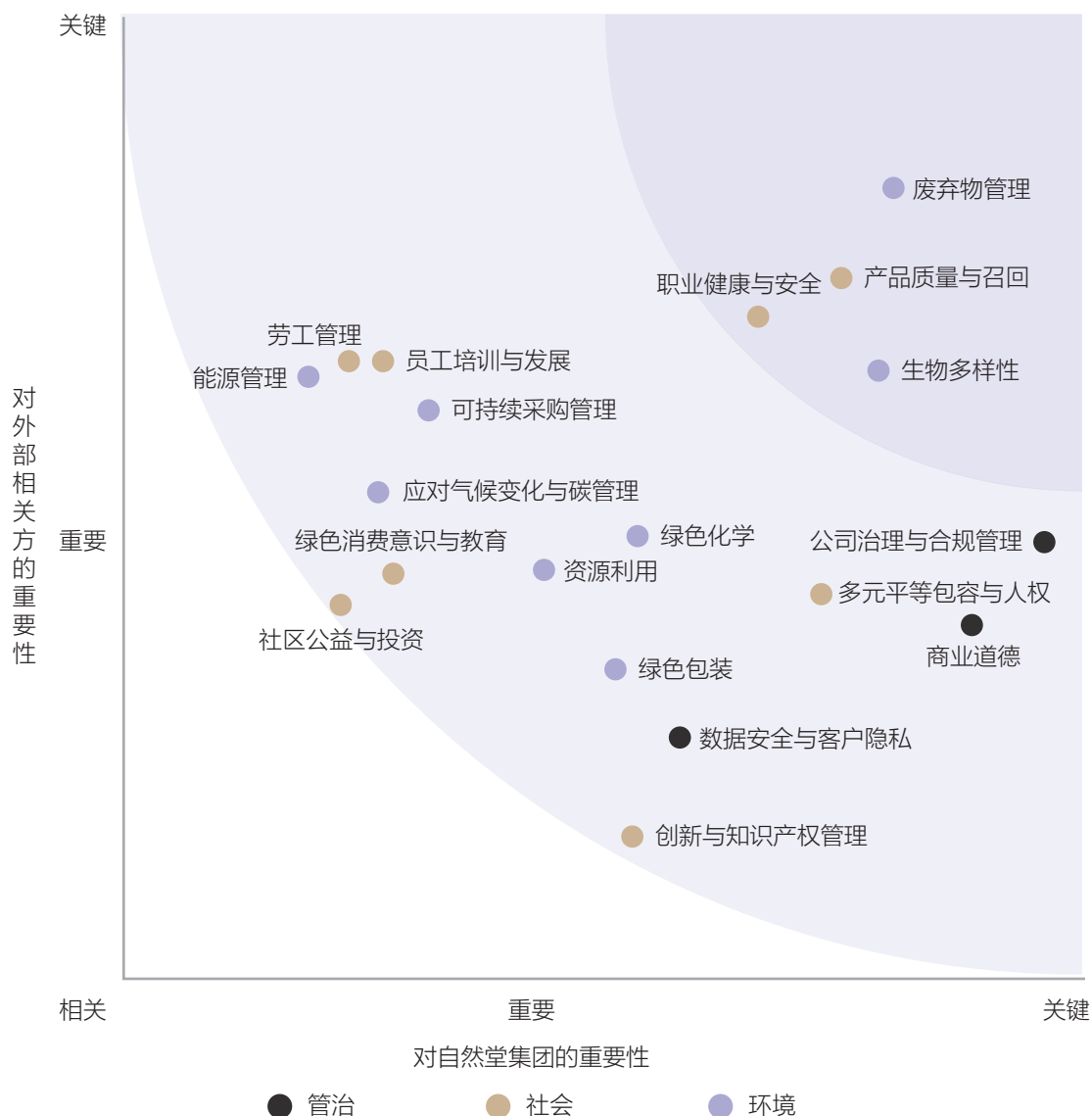


实质性议题

2024 年，自然堂集团继续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，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。

2024 年，我们完成了 13 场管理层访谈，收到 70 多份内部员工有效问卷及 70 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 2024 年 19 个实质性议题矩阵



自然堂集团可持续发展战略

绿色美妆，美丽世界

我们所理解的可持续发展，是从环境、社会和企业治理的角度综合考虑，优先确保企业的可持续发展，以确保员工、合作伙伴、各利益相关方的事业不是昙花一现，而是基业常青。为了实现可持续发展，我们本着由内而外、由近及远的原则，努力为员工提供机会、为客户带来发展、为消费者创造价值、为社会做出贡献，最终实现共享发展、共同富裕。

在发展业务的同时，自然堂集团矢志造福人类的公益事业，致力传统文化的保护、传承与创新和保护环境可持续发展。

围绕环境、社会、治理三大战略支柱，我们结合国家战略，在 2024 年对 2030 可持续发展战略进行进一步优化。我们将根据该战略体系进行进一步 ESG 目标设定和拆解，并通过完整的 ESG 职能架构，促进具体任务的落实。此外，公司“绿色低碳行动专项组”及“可持续包装专项组”两个专项组，也将继续支持集团 ESG 战略目标的实施，持续打造绿色美妆、坚持多元平等、营造互信商业环境，走向可持续发展新阶段。



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

打造绿色美妆，
守护美丽与自然

Social
社会

坚守以人为本，
倡导可持续价值链，与伙伴共赢

Governance
治理

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
可持续发展管治架构

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

2020年9月30日，习近平主席在联合国生物多样性峰会上说道，“我们要以自然之道，养万物之生，从保护自然中寻找发展机遇，实现生态环境保护和经济高质量发展双赢。”

当前，全国各地扎实推进美丽中国建设，城市主要污染物排放量持续下降，我国生态环境保护发生历史性、全局性变化。自然堂集团是中国美妆行业的头部品牌代表，环境保护与自然堂集团自身发展息息相关，我们将其放在重要位置，从绿色包装、绿色原料、绿色生产、环境保护等多方面践行绿色美妆理念，在“双碳”的国家战略背景之下，坚持绿色发展转型，讲述中国化妆品品牌绿色低碳理念的故事。

本章节回应的联合国可持续发展目标：





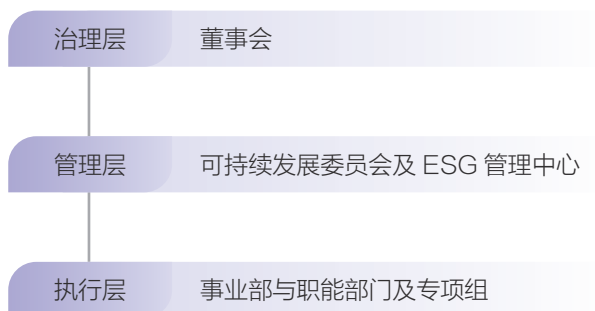
应对气候变化与保护生物多样性

“应对气候变化与保护生物多样性”是自然堂集团 2030 可持续发展战略的第一项也是最重要的战略目标之一。在全球气候变化的大背景下，我们深刻认识到企业在减缓与适应气候变化中承担的责任和面临的挑战，致力于成为可持续发展的行业领导者。2024 年，自然堂集团发布《自然堂集团气候变化管理制度》，积极识别并应对气候变化带来的风险，同时把握低碳经济转型中的机遇，落实范围一、二和范围三重点类别碳盘查管理，探寻减碳措施和路径。我们履行公司在气候变化方面的实践和有序管理，主动对标国际标准，以绿色创新为全球气候治理贡献力量。

建立气候变化管理制度，构建系统化气候管理体系

报告期内，我们参考气候变化相关财务信息披露工作组（TCFD）建议框架、《温室气体核算体系》等气候相关关键框架发布《自然堂集团气候变化管理制度》。制度旨在明确气候变化管治架构，指导公司全面识别自身的气候风险和机遇、开展气候情景分析、定期对外披露，并遵循完整性、一致性、准确性、相关性及透明性等原则核算，并管理由自身商业活动所直接或间接导致的温室气体排放。自然堂集团的全体员工需遵循该制度中的要求与指引，在各自的职能范围内贯彻执行气候变化相关的工作。

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及专项组。此外，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。



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，为减排目标设定奠定基础

我们积极落实碳管理，开展碳盘查工作，统筹并协助各相关部门收集活动数据用于碳排放数据计算，并督促各部门对其活动数据进行有效整合和回溯管理，从而奠定数据鉴证和碳排放结果追踪的基础，回顾和评估总体碳减排目标的完成进展。

2024 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、3.4 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：



范围 1 温室气体排放量
(吨二氧化碳当量)

1,266.41

范围 2 温室气体排放量
(吨二氧化碳当量)

7,525.03

范围 3 重点类别温室气体排放量 (包含 3.1 外购商品和服务，范围 3.4 上游运输和分销，范围 3.7 员工通勤，范围 3.9 下游运输和分销，及范围 3.12 处理寿命终止的售出产品) (吨二氧化碳当量)

135,729.19

我们将基于以上碳盘查结果，设定温室气体减排目标，并将减排目标落实到责任部门，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，为应对气候变化作出贡献。

本年度，集团生产基地二期、喜马拉雅第三极发酵工厂正在建设中，暂不纳入碳盘查范围。

此外，为保证数据准确性，我们对 2023 年度排放量进行重述。2023 年自然堂集团范围 1 温室气体排放量为 1,421.91 吨二氧化碳当量，范围 2 温室气体排放量为 7,492.23 吨二氧化碳当量。

识别气候风险，明确业务财务影响

积极应对气候变化及其所带来的风险已经基本成为国际共识，评估气候相关风险在未来可能出现的多种情况下对业务表现的潜在影响，表明公司正在不断提升自身对气候变化影响的业务韧性，增强投资者和其它利益相关方的信心。

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。

基于气候变化相关财务信息披露工作组 TCFD 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	极端天气可能对分销仓库和运输产生影响，导致供应链中断或无法运营，增加运营成本
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	在国家绿色包材的政策引导下，市场对于绿色包装的需求将会逐渐扩大；而伴随着气温的升高，某些如防晒用品等产品销量可能增加



守护喜马拉雅，共筑生物多样性家园

根据联合国于 1992 年通过的《生物多样性公约》²，“生物多样性”是指所有来源的形形色色生物体，这些来源除其他外包括陆地、海洋和其他水生生态系统及其所构成的生态综合体；这包括物种内部、物种之间和生态系统的多样性。丰富的生物多样性确保了生态系统的稳定性和韧性，使其能够抵御气候变化、疾病和环境污染等外部威胁。此外，生物多样性为我们提供了重要的生态服务，如清洁空气和水源的净化、土壤的肥沃、食物的生产以及多种药物的来源，这些都是人类生存和社会发展的基础。

自然堂集团积极践行保护生物多样性，旨在保护生态系统，最大限度地保护品牌源头喜马拉雅地区丰富多样的生物资源。我们不仅致力于维护自然界的和谐，也专注于确保未来世代的生存环境和资源的可持续利用，造福当代人类及其子孙后代。



珍稀植物生态栽培示范，推进环境友好种植和生态资源开发

自 2018 年起，自然堂集团与西藏农牧学院合作开展喜马拉雅野生植物人工驯化生态栽培示范项目，在喜马拉雅公益植物园种植**蓝玉簪龙胆**等植物，并将栽培的植物用于科研和作为化妆品原料使用。这项技术既替代了人工采摘野生保护性植物，减少了对当地自然生态的破坏，又为当地注入了新兴产业，提高了土地效益，增加了农民收入。

下一步，集团计划重点推进蓝玉簪龙胆的培育和保护工作，持续推动珍稀物种的保护和栽培及可持续利用，为珍稀植物的资源利用和生物多样性保护做出贡献。



活花采香技术，复刻高海拔地区自然芬芳

自然堂集团运用活花采香复刻技术，复刻高海拔地区花卉香味。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，**应用于自然堂护肤、洗护、彩妆等多系列产品中**，广受消费者喜爱。



2. <https://www.un.org/zh/documents/treaty/cbd>



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。2024 年 8 月 21 日，自然堂联合中华环境保护基金会共同发起的种草喜马拉雅第八季公益行动在日喀则拉孜县锡钦乡岗西村举行仪式，见证 100 万平方米绿麦草成熟与收获。截至 2024 年，自然堂种草喜马拉雅公益行动已连续 8 年在喜马拉雅日喀则地区种植 666 万平方米绿麦草，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）。

种下充满绿色能量和代表生命希望的绿麦草，自然堂集团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。



自然堂种草喜马拉雅项目获联合国“生物多样性 100+ 全球典型案例”

2021 年，“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（COP15）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。





促进绿色包装与循环经济

绿色包装的开发和推广是自然堂集团产品开发中的重要理念，我们从设计、使用和最终回收的各个环节，重新审视产品的生命周期。我们深刻认识到提供可持续的包装是一项郑重的承诺，也正是因为意识到其重要性，才更加坚定我们通过减量化、再利用、资源优化等方式，在可持续包装和循环领域继续前行，不断创新探索，促进资源高效循环利用的决心。

自然堂集团针对“促进绿色包装与循环经济”战略目标特设“可持续包装专项组”，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。

多维度推动绿色包装设计

2024年，集团持续通过多种举措推进包装可持续转型，致力于减少资源浪费和环境影响，延长产品使用周期，促进循环经济。在产品设计之初，研发中心就以“轻量化”为目标，在选择包装材料时优先考虑重量轻、运输方便且符合环保要求的材料。对于需要改进的产品，研发团队会从配方或包装入手，进一步优化产品整体的重量，以减少资源消耗和运输成本。

在减塑方面，集团采取多管齐下的策略。一方面，通过减少与产品不直接相关的物料，精简包装设计；另一方面，统一中小样产品的瓶型与生产工艺，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。同时，还积极推行包括**气垫替换装** FSC 环保纸张的使用，进一步减少塑料使用量，实现减塑减排的目标。



自然堂气垫霜



自然堂金钻霜



自然堂洗护系列

此外，集团注重供应链的价值整合，并通过优化供应链运输效率，减少运输距离和重量，从而降低温室气体排放量（详见战略目标 7 完善绿色低碳供应链）。这一系列措施不仅体现了品牌对绿色包装设计的重视，也为减少废弃物排放，提升资源利用效率贡献了力量。

2024 年



研发中心已完成共计

100 多个减塑减排相关项目

体现了我们在包装可持续发展方面的长期努力和成效。



使用环保纸张，守护地球森林

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。

报告期内，研发中心完成共计 20 个 SKU 的环保纸张替换。



使用 FSC 森林许可认证纸张的“己出”品牌产品包装



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。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



空瓶回收计划，助力循环经济发展

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。2024 年，自然堂集团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，并通过再生艺术项目赋予空瓶第二次生命，实现资源的循环利用。



自然堂空瓶回收计划再启动，让美丽持续新生

作为源自喜马拉雅的自然高科技品牌，自然堂始终坚守“取之自然、回馈自然”的初心，将环境保护付诸实践，缔造和谐可持续的自然之美。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。4 月 1 日起，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任一自然堂女士护肤的正装空瓶（洁面除外）或部分指定空瓶，即可获得 600 积分，积分当日到账、有效期 90 天，可用于抵现或积分商城内使用，获取自然堂极地圣水超值福利。

“环保”需要每位消费者身体力行，将可持续理念融入生活点滴。我们相信“自然堂”空瓶回收计划将在消费者心中种下绿色的种子，让自然之风吹向更广袤的山野。我们也将可持续发展领域不断探索，将喜马拉雅的珍稀自然资源与独特文化转化为健康美丽的生活方式，带给广大消费者。



自然堂空瓶回收线下投递



促进负责任生产与绿色制造

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，在遵守环境相关法律法规的同时，不断优化环境风险管理，编制废水、废气和废弃物相关管理制度，并于 2024 年获得 ISO14001 环境管理体系认证。此外，集团积极落实各项清洁生产项目，通过安装光伏设施部署清洁能源，鼓励推动绿色办公相关举措，促进生产制造过程中资源和能源的高效利用，降低环境影响，推动产业绿色转型。

贯彻环境管理制度，获得 ISO14001 国际认证

自然堂集团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。

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。

2024 年，集团进一步更新环境管理制度体系，并于 2024 年 11 月 1 日顺利通过 ISO14001:2015 环境管理体系认证，标志着公司环境管理正式接轨国际标准，体现了公司在环境保护方面的承诺，也表明我们在资源利用、废物管理和污染防治等方面采取了系统化和科学化的措施。通过实施 ISO 14001 标准，集团能够识别、控制和减少自身活动对环境的影响。



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，制定自然堂集团《废弃物管理规程》，旨在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，并保障相关人员人身安全与健康。

落实清洁生产项目，稳步推进绿色制造

我们积极通过光伏铺设、低温冷配工艺改善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，我们通过积极推动叉车油改电、更换 LED 节能照明灯、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。



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。2024 年 3 月底，一期工程已完成，首批太阳能光伏板成功并网发电。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
3.1 MW

年发电量约为
399 万千瓦时





持续推进低温冷配工艺，减少生产能源消耗

此前，自然堂集团针对产品工艺着手开展减碳相关实践，已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。2024 年，集团进一步推行产品冷配工艺生产，积极缩短产品配制生产时间，从而使得工时、蒸汽及设备用电成本得到有效控制。



推进纸箱回收二次使用，促进生产资源循环利用

集团积极推进纸箱回收使用，针对现有裸瓶周转箱、外包材纸箱进行回收，用于裸品生产。于 2024 年继续推行面膜包装袋回收二次使用。通过回收面膜、内包材包装袋并用作垃圾袋，进行生产资源二次利用，同时节省垃圾袋采购成本。截止目前，约节省垃圾袋 6 万余件。

开展实施节水项目，加强水资源管理保护

自然堂集团高度重视水资源管理和保护，并着重规划和实施各种节水项目。集团水资源消耗主要来源于生产制造和运营，因此我们致力于减少生产过程中的用水需求。2024 年，集团开展多项节水项目，包括但不限于：

1

生产清洗用水改善

针对生产设备清洗用水，通过清洗工艺的改进，减少纯化水的使用量。

2

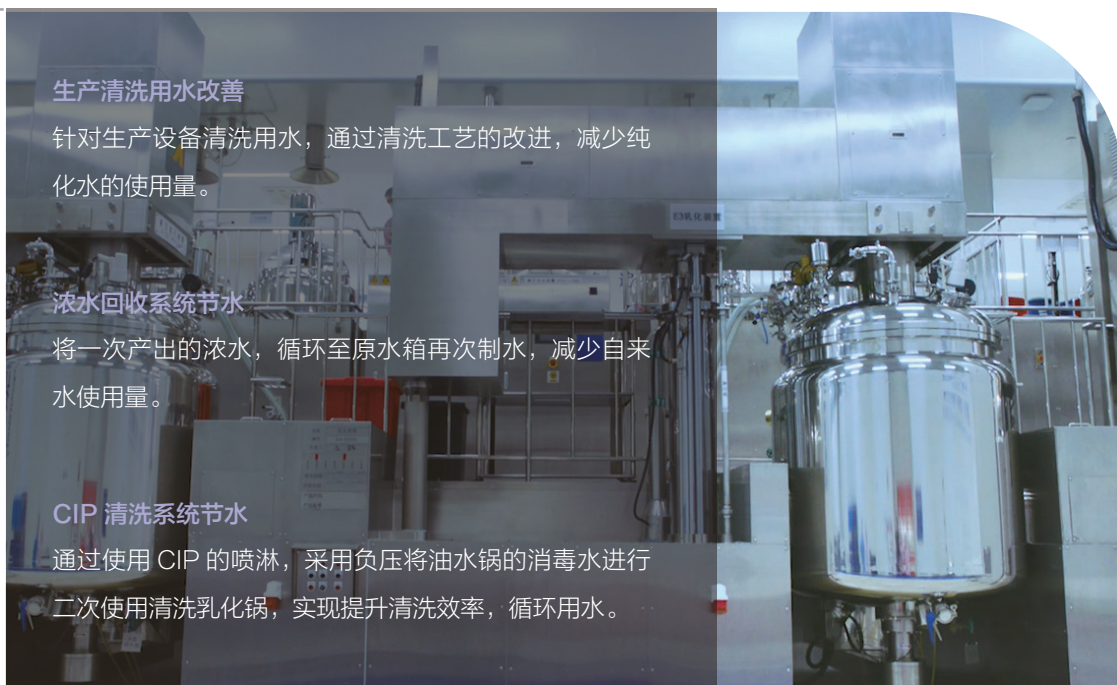
浓水回收系统节水

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，采用负压将油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。



开展绿色办公，倡导办公环境节能降耗

绿色办公旨在为企业创造环保、高效的工作环境，同时也鼓励员工积极参与环保活动，践行绿色理念。自然堂集团致力于落实常态化举措，鼓励员工在日常办公中践行能源与资源消耗管理，并通过环境日、环境月等活动，引导员工深度参与绿色环保行动。

2024 年，集团继续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。此外，集团 2024 年起启用直播基地，基地使用 LED 灯的比例为 95% 等，并安装 VRV 空调智能总控系统，根据需求灵活调整运行状态，从而降低能耗。



“智链自然堂”公众号进行全公司范围环保宣贯

集团行政部联合供应链中心安全管理组通过“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、健康知识等宣导。2024 年，集团开展环境月活动，并评选“环境标兵”。此外，2024 年 6 月，我们通过“智链自然堂”公众号向员工宣传奉贤区生态环境局“六五环境日”主题活动，展示企业在生产运营中对环保理念的具象化落实，包括节能减排措施、废物回收于及绿色办公等成功案例，向员工宣传节能环保、节水节电、低碳办公、践行绿色理念。



2024 年 3 月环境因素识别专项培训



“安全小贴士”环保知识宣导



“六五环境日”绿色环保企业宣导





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”之路不断探索，不忘初心，保障产品质量安全，打造多元平等共融的工作环境，参与公益慈善活动、回馈社区，与合作伙伴、消费者一起，引领负责任营销和绿色供应链，通过不断加强科技创新，不断地突破瓶颈，带动美妆行业高质量发展。

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教学基地”、“上海市药监局化妆品检查员教学基地”。

本年度，自然堂集团凭借所打造的“基于‘3E’差异化需求的‘3P’全生命周期数智化管理模式”荣获上海市经济和信息委员会颁发的 2023-2024 年度上海市“质量标杆”。

“1+6”产品全生命周期质量管理体系

- 《化妆品生产质量管理规范》
- 测量管理体系
- ISO9001
- HACCP
- ISO22716
- BRC
- GMPC（东盟标 / 美标）



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。

新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。

2024 年度

自然堂集团产品一次合格率达到 **99.79%**

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”

视觉

听觉

嗅觉

触觉

味觉

综合感觉

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”

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 5 项，企业标准 49 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

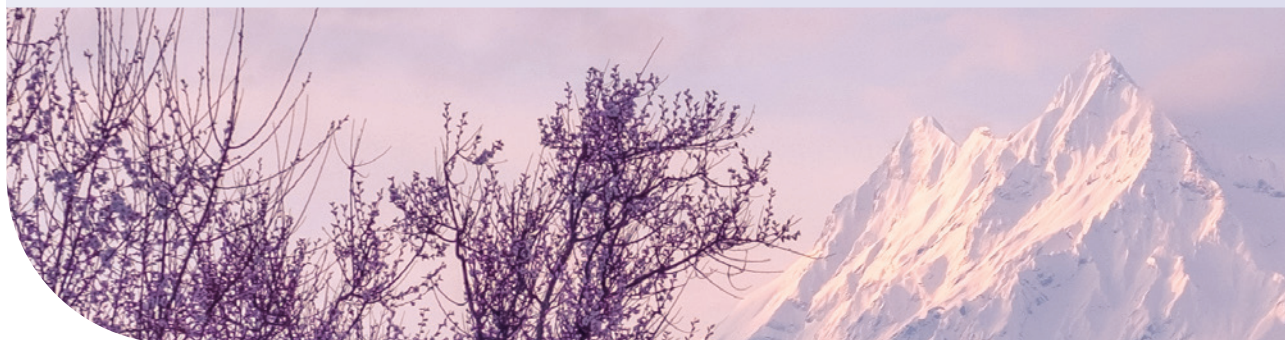
依照行业国际标准，制定近千份包材检测标准及方法，对相容性进行综合检测评估。

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。



持续加强消费者权益保护，提升客户体验

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。

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 93.2%。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



此外，自然堂旗舰店本年度
荣获 9 次金旺旺评级

创历年新高

唯品会

自然堂旗舰店荣获



京东

自然堂京东自营旗舰店、自然堂官方旗舰店荣获





建立多元平等共融的工作环境

自然堂集团致力于构建多元平等共融的职场文化，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共融的工作环境：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。

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》		



基于“香樟树”人才发展理念，赋能员工成长

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”。

我们关注员工个人成长与发展，为员工提供提升个人能力的机会与平台。本年度，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。本年度，集团共组织实施了 116 场培训。

我们为员工提供展现价值、实现理想的舞台。本年度，自然堂集团组织开展“新生上场 2024 自然堂集团创新挑战赛”，挑战赛分为 90 后员工专场与 95 后员工专场。其中，90 后员工专场聚焦市场发展和管理改进的 7 大议题方向，95 后员工专场聚焦自然堂战略 3.0、未来 5 年经营导向及战略目标和四个领先计划。共有 147 位员工参与到创新挑战赛中，输出精彩的创新提案。在决赛中，专家评委进行了现场点评，郑董发表讲话鼓励新生代员工坚持理想、坚持信念、坚持热爱、不断学习、不断进步，用积极的行动成就更好的自己。



“新生上场 2024 自然堂集团创新挑战赛”决赛选手与郑董合影

严格规范安全生产标准，保障员工职业健康安全

员工的健康和安全是我们生产经营的重中之重。作为安全生产标准化二级达标单位，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。相关内部管理规程包括安全环保类文件 61 份，表单 93 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工作的规范性、秩序性与可操作性。

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。一直以来，我们将员工职业健康安全放在首位，定期开展风险评估及安全检查工作，形成隐患排查记录，并快速响应开展整改。本年度，我们开展危险源辨识活动，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 63 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，累计超过 4500 人次接受了安全生产培训。

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



自然堂集团共计开展

63 项安全专题培训

累计超过

4500 人次接受了安全生产培训

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，我们积极通过多样化的福利政策，将多元、平等、共融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，为国际差旅较多的员工购买国际商业保险。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，此外，我们也为退休员工持续发放产品福利、春节福利，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。

自然堂集团福利列表

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



多样化的员工活动与福利

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，为更好地维护女性员工对合法权益，自然堂集团在公司工会专门设置了女工委。我们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、新手妈妈课堂、择校培训与学前准备讲座等，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

65% 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，致力于自然生态保护、推动乡村振兴。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。

种草喜马拉雅，助力喜马拉雅地区生态保护

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。

2016 年，自然堂携手中华环境保护基金会成立“自然堂喜马拉雅环保公益基金”。自然堂集团秉持“取之自然，回馈自然”的公益初心，已连续 8 年开展“种草喜马拉雅”活动，本年度，我们在西藏日喀则市拉孜县锡钦乡岗西村播种 100 万平方米绿麦草，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 -2024 年，自然堂种草喜马拉雅公益行动累计捐赠 2,600 万元，已累计在日喀则地区种植 666 万平方米绿麦草。

自然堂种草喜马拉雅通过精心规划与科学种植人工牧草，极大地改善了生态环境，使得土壤结构得到优化，肥力显著提升，为生态环境的自我恢复与可持续发展奠定了坚实的基础。“种草喜马拉雅”活动也直接惠及了当地牧民。对于当地生态而言，饲草较为匮乏，尤其在冬天，往往需要从其他省市收购饲草。“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。另一方面，“种草喜马拉雅”活动也为当地居民提供了更多就业机会，从而提升了当地牧民的收入与生活水平。通过“种草喜马拉雅”活动，我们为乡村振兴、建设美丽中国贡献力量。

已连续 **8** 年
开展“种草喜马拉雅”活动

自然堂种草喜马拉雅公益行动累计捐赠
2,600 万元

在喜马拉雅地区日喀则市拉孜县锡钦乡岗西村播种
100 万平方米绿麦草

累计在日喀则地区种植
666 万平方米绿麦草



为带动并凝聚社会公益正能量，“种草喜马拉雅”设立了公益合伙人机制，将消费者的每一次购买转化为对喜马拉雅生态环境的关注。每当消费者购买一瓶自然堂小紫瓶精华，自然堂便向中华环境保护基金会捐赠 10 元，用于种植绿麦草。



2024 年 5 月自然堂种草喜马拉雅播种



自然堂种草喜马拉雅第八季见证仪式

2024 年 8 月 21 日，自然堂种草喜马拉雅公益行动第八季公益行动在喜马拉雅地区日喀则拉孜县锡钦乡岗西村举行仪式，见证 100 万平方米绿麦草成熟与收获。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王振刚，西藏自治区生态环境厅副厅长李雪，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，日喀则市政府副秘书长裴康，拉孜县委常委、政府副县长李贇峰，自然堂集团公共事务总经理陈娟玲博士、自然堂集团研发中心总经理邹岳博士等出席了仪式。



2024 年 8 月自然堂种草喜马拉雅见证仪式

开展自然堂春蕾助学行动，彰显女性人才“她力量”

“自然堂春蕾助学行动”是自然堂集团联合中国儿童少年基金会为喜马拉雅地区全面振兴、实现共同富裕培养更多女性人才而实施的公益项目。2024 年，我们向西藏自治区妇联捐赠 200 万元，用于资助来自西藏大学、西藏农牧学院、林芝市第一、第二高中，共计 260 名品学兼优、家庭贫困的女生完成学业，同时开展社会实践活动、科技素养培训等，鼓励、支持更多女性在西藏自治区经济社会发展中彰显“她力量”，实现自我价值，推进乡村人才振兴。

公益不是一次性的行为，而是细水长流的善意，自然堂集团对公益有着深刻的理解。“自然堂春蕾助学行动”既是公益慈善行动，也是深植于自然堂集团企业文化的战略性投资，是对我们“商业向善”理念最生动的诠释。



2024 年“自然堂春蕾助学行动”奖学金捐赠仪式

截止本年度



“自然堂春蕾助学行动”已累计捐助

511 名西藏女生

累计向西藏自治区妇联捐赠

360 万元



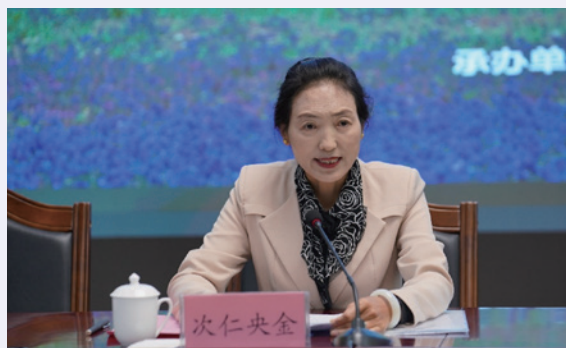
自然堂春蕾助学行动奖学金发放仪式

自然堂春蕾助学行动助学金发放仪式在西藏大学、西藏农牧学院举行。

中国儿童少年基金会理事长丛中笑、西藏自治区妇联党组成员、副主席次仁央金现场致辞，鼓励同学们志存高远，创造自己人生的华彩。



中国儿童少年基金会理事长丛中笑为受助学生分享

西藏自治区妇联党组成员、副主席
次仁央金为受助学生分享

自然堂集团公共事务总经理陈娟玲博士致辞，她表示春蕾助学行动是集团可持续发展的重要项目，希望能够帮助更多的西藏优秀女生完成学业，实现自我价值，追逐自己的梦想，持续助力乡村人才振兴。

活动期间，与会领导一同前往春蕾女生家中进行探访，了解家庭的实际困难和需求，并赠送了爱心物资。



陈娟玲博士致辞



与会领导为受助女生送上爱心物资



自然堂春蕾助学行动社会实践活动

2024 年 12 月，自然堂携手中国儿童少年基金会，邀请 20 名春蕾女生代表来到上海，开展为期 6 天的游学之旅，她们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、上海自然博物馆等历史文化景点参观。

自然堂集团热情迎接从喜马拉雅远道而来的春蕾女生。集团董事长兼总裁郑春颖亲临现场，向她们传达了深切的关怀与问候。

自然堂集团公共事务总经理陈娟玲博士倾心而谈并于现场寄语。

集团员工化身专业金牌导游，带领春蕾女生深入自然堂集团，从生产基地再到研发中心，全方位领略科技美的无限可能。



2024 年自然堂春蕾社会实践活动合影

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 **271.3** 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的孩
子们抵御寒冷的冬季

CHANDO GROUP

Thank you 爱心联盟 温暖高原

衣旧有爱 特别行动
自然堂集团 × 西南位育中学

用爱心让甘孜的孩子们
感受到家人的温暖和关怀

百位孩子于四川省甘孜州... 在艰苦的山区生活... 自然堂集团... 发起了这次... 爱心联盟... 温暖高原... 旧衣收集... 特别行动... 希望... 能帮助他们... 度过寒冷的冬季...

衣物捐赠要求

棉衣 羽绒服 帽子
裤子 毛衣 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

活动时间
2024年11月27日至
12月10日下午14点前

各地办公地
投放点

SOHO东海广场
各楼层茶水间白色捐赠箱
许敬 13918560621

直播基地
1楼前台白色捐赠箱
甄美 15801908300

研发中心
2号楼1楼/1号楼9楼白色捐赠箱
小叶 13918783447

CHANDO GROUP

感恩感恩 感恩感恩

自然堂集团向大理州扶贫基金会捐赠
THANKS

亲爱的伙伴们

在冬日的寒风中
您的善举为高原的冬日带来了实实在在的温暖
在此我们向您致以最深切的感谢和崇高的敬意

我们共同收集了17箱
重达271.3斤的爱心衣物
它们已于12月22日成功抵达
四川省甘孜藏族自治州色达县霍西乡
并顺利分发到每一个孩子的手中!

爱心的力量无远弗届，它能穿越时空、跨越山河
您的爱心将在这片土地上生根发芽，生生不息

爱心联盟 温暖高原

响应国家东西部协作战略，打造对口帮扶新模式

5月29日，上海市奉贤区·云南大理州五县2024年东西部协作联席会议举行。会上，自然堂集团响应深化东西部协作的国家战略，向大理州扶贫基金会捐赠资金。

作为大理州政府的首个战略合作伙伴，自然堂集团通过推出极地圣水·风花雪月大理限量版产品、开启城市IP联名等举措，打造美妆品牌对口帮扶新模式，持续助力推进乡村全面振兴。



与中国跳水队携手，见证梦之队巴黎荣耀时刻

2024年，作为中国跳水队官方合作伙伴，自然堂继伦敦、里约和东京后，第4次陪伴运动员们出征奥运，见证这支梦之队的荣耀时刻。

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。十余年来，自然堂陪伴中国跳水队成长，对梦之队精神也有着独到的理解。自然堂为梦之队巴黎荣耀时刻喝彩，以“这一次新生上场”为主题，携手中国跳水队推出《新生》主题视频，展现新生代跳水运动员们直面技术、压力和伤病挑战的韧性，同时也鼓励年轻一代在追逐向上、寻求突破的过程中成为更好的自己。





在巴黎奥运期间，运动员全红婵、陈芋汐在接受央视节目采访时，使用自然堂柔雾持妆气垫与柔雾持色唇膏补妆，以自信形象展现赛场外的风采。自然堂始终以专业美妆产品致敬每一位运动员在跳板上的极致专注与拼搏，用实际行动全程陪伴中国跳水队，为梦之队的每一次腾空跃起呐喊助威，见证荣耀时刻的每一道闪耀光芒。





完善绿色低碳供应链

绿色低碳供应链是自然堂集团提供高质量、可持续产品的基础，我们致力于携手合作伙伴，打造绿色低碳供应链。我们重视供应链各环节的环境及社会风险管理，与我们的供应商建立良好的合作伙伴关系，为可持续未来提供助力，积极塑造完善具有特色的绿色低碳供应链。

加强供应商准入阶段 ESG 管理，持续完善准入流程

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	设置社会责任、公司治理等审核条项，针对供应商是否用童工、是否保护孕妇、是否有员工职业体检、是否有培训制度等进行审核。
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。
年度战略合作型供应商 ³ 评估	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。

3. 年度战略合作型供应商指采购金额高，采购数量多，或具有合作潜力的供应商。

携手供应商，实施供应链价值整合、本土化项目

2024 年度，自然堂集团秉承绿色低碳供应链优化理念，对公司爆款产品极地精华露生产流程实施战略性整合，通过识别、取消冗余工序、缩短物流路径、减少中间环节，最终采购周期缩短 30%，实现经济效益与环境效益的双赢。此次整合不仅是供应链效率的升级，更是公司推动绿色智造、低碳发展的生动实践。我们以技术创新赋能可持续供应链建设，助力“双碳”目标实现，引领美妆产业向更高效、更环保的未来迈进。

自然堂集团的产品原料此前供应来源覆盖全球，近年来由于地缘政治、能源危机、惩罚性关税等因素影响，采购周期长并叠加了多重供应不稳定的风险。随着国内原料研发与生产技术日臻成熟，经过严格的技术验证与筛选，2024 年自然堂集团逐渐扩大与本土原料供应商的合作范围，这不是公司被动的替代选择，而是主动拥抱“双循环”发展格局的坚定抉择。通过培育本土供应链，不仅筑牢了产业安全防线，更大幅降低了跨国运输的碳足迹，用实际行动诠释“中国制造”的绿色担当。

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。





引领负责任营销和绿色消费

自然堂集团在市场营销领域秉持长期主义策略，高度重视对消费者权益的保障。在推广产品过程中，集团始终坚守商业道德，积极践行社会责任，致力于向消费者传递公平公正的信息，大力传播可持续发展理念，维护企业的社会声誉以及品牌形象。

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，规范营销和广告行为，确保产品信息真实、准确。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，告知产品正确的使用方法，更好地保障消费者健康安全。



一物一码，让产品会说话

自然堂为每件商品赋予二维码防伪标签，消费者可以通过扫描二维码识别产品真伪，扫码后的页面还有着丰富的商品内容介绍，通过扫码即可听产品“亲口”说成分、说功效、说用法。自然堂通过每一个产品包装上的二维码，负责任地向广大消费者披露产品信息，向消费者展示如何正确地使用产品。

CHANDO
自然堂

自然堂小紫瓶 第六代
首创 抗疲老精华
告别疲惫式衰老¹

喜默因®酵母
8倍细胞级新生²

HiMurchaSin
REJUVENATION REPAIRING
ESSENCE
自然堂 小紫瓶精华液
喜默因®酵母
抗疲老精粹

+362%³
胶原促生

-27%⁴
法令纹

100%⁵认同
松垮改善

1. 自然堂小紫瓶精华液在28天使用周期内，通过体外实验验证，能够有效改善皮肤疲劳状态。2. 喜默因®酵母通过体外实验验证，能够有效促进细胞新生。3. 自然堂小紫瓶精华液在28天使用周期内，通过体外实验验证，能够有效促进胶原蛋白合成。4. 自然堂小紫瓶精华液在28天使用周期内，通过体外实验验证，能够有效改善法令纹。5. 自然堂小紫瓶精华液在28天使用周期内，通过体外实验验证，能够有效改善皮肤松垮状态。

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

作为深耕美妆行业的民族品牌，自然堂集团始终将“负责任营销”作为品牌发展的准则，在传递产品价值的同时，更致力于通过多元场景与消费者深度对话，传递积极向上的生活理念、文化自信与可持续价值观，让“绿色消费”与“美好体验”形成共振。



银幕内外的“好东西”哲学，自然堂与女性成长双向奔赴

自然堂极地圣水与大热电影《爱情神话》IP 系列第二部——电影《好东西》展开深度植入。自然堂极地圣水成为主角王铁梅职场成长的见证者。从初入职场的紧张补妆，到直播间里“扣出自然堂”的自信推荐，产品“一夜焕新”的功效与女性内在力量觉醒形成呼应。其核心成分 93% 极地酵母喜默因，经专利发酵技术提取，28 天可促进细胞新生，与影片传递的自我成长理念高度契合。

自然堂同步在线下首映礼设焕新空间，邀请观众分享成长故事；线上发起 # 好东西不止电影 # 话题，结合 KOL 解析女性消费观，话题阅读量超 3 亿。通过文化 IP 渗透，让可持续消费理念随剧情走进日常生活。

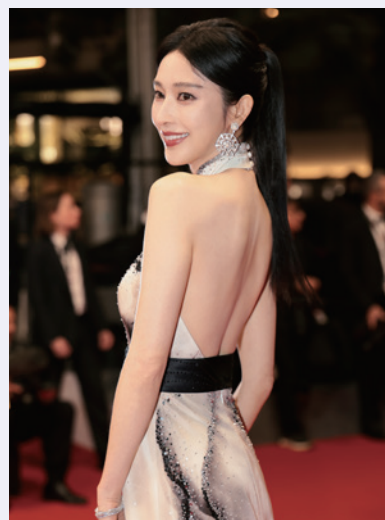




戛纳镜头下，自然堂用中国色讲好东方故事

在第 77 届戛纳电影节上，自然堂小紫瓶第六代、极地圣水、烟酰胺安瓶面膜、全新彩妆等明星产品作为女演员红毯前的焕肤好物，与中国演员张俪一道登上红毯，镜头之下尽显自然东方美。

多年来，自然堂集团一直致力于将世界顶尖科技与东方美学艺术完美结合，从东方人的文化、饮食和肌肤特点出发，为消费者提供五感六觉完美超卓的世界一流品质的产品与服务，向世界传递东方美学价值。





江南百英里越野赛，用运动精神定义强韧消费

2024 年 4 月，自然堂作为顶级赞助商深度参与江南百英里雪窦山极限越野赛，将品牌理念与赛事所倡导的体育精神相融合。赛事期间，自然堂男士不仅在赛事博览会设立品牌展位，推广龙血醒肤控油系列与全新男士软管洁面系列。自然堂集团在宁波当地户外广告、地标广告、动态视频广告、赛事沿途补给站点品牌展示台和 3500 位参赛选手试用体验联合推广。





一场论坛改变抗老认知，自然堂让“科学消费”成主流

7月19日，自然堂联合权威学会与多位学术专家举办《2024 中国女性抗老科技论坛》，聚焦现代女性肌肤健康新课题。现场，中科院上海营养与健康所专家汪思佳发布中国女性衰老新趋势，多位权威学者共同研讨“疲惫式衰老”机理，深入解析压力对肌肤老化的影响。

论坛上，自然堂重磅发布了前沿突破“抗老”科技——自研极地酵母喜默因[®]发酵滤液 & 溶胞物，提出细胞级新生的抗老理念和根源性抗老解决方案。自然堂集团以突破性科技回应女性护肤需求。





春日户外营销：激发自然共鸣，拓展绿色生活理念

2024年3月8日国际妇女节之际，自然堂发起“走出去，自然要放肆美”春日户外主题活动，主张释放真实自我之美。活动通过线上“野生代言人”UGC共创征集，全网沉淀超1100个原生优质内容，并联合FILA、斯凯奇、牧高笛等10大户外品牌，倡导阳光健康生活方式。同时，自然堂跨界联合LAVAZZA咖啡开展联名活动，在全国118家门店派样、落地AI打卡快闪活动，线上线下联动实现超1亿次曝光，触达超400万品牌会员，拓展超2.3万新用户。该营销实践积极回应了消费者对身心健康、自然链接的情感诉求，推动公众走向户外、感受自然，体现品牌对绿色生活方式的倡导与支持。





桃花节 × “520” 礼遇：弘扬地域文化，传递情感价值

2024 年 4 - 5 月，自然堂作为第 21 届林芝桃花节首席战略合作品牌，深入喜马拉雅林芝溯源地，以“千年高原桃花”象征幸福寓意，打造“花开心动 桃运连连”系列节日营销。通过线上桃运许愿与线下溯源事件，激发超 3,000 个用户内容传播，并结合“520”节点上线 AI 桃花美拍，推动桃花节话题延续与节日销售增长。该活动兼具地域文化弘扬与节日情感表达，强化品牌与消费者的精神共鸣，并体现品牌对本土资源价值的尊重与可持续利用。





校园青春营销：链接 Z 世代，培养价值共识

2024 年 5 - 9 月，自然堂冠名合作“beautystar”校花校草大赛，围绕 # 万般青春美 # 主题，与全国 30 所高校开展线下巡演，覆盖高校学生人群超 82.5 万，并通过社媒互动沉淀超 6,000 篇青春宣言。自然堂结合校季场景定制礼盒与开学季派样，助力渠道拉新及品牌宣传协同。该活动鼓励年轻群体表达真实自我、探索多元美，推动美的定义回归多样性与个性化，也体现自然堂对青年人群价值观养成的积极引导。





茶百道联名：本土文化跨界，激活美妆社交体验

2024 年 12 月，自然堂在茶百道 16 周年之际，双方品牌携手于四川省推出“小紫瓶”×“泥泥杯”联名活动，打造“搭紫合拍 疲老拜拜”热点话题，覆盖四川省 700 余家茶百道门店及 80 余家自然堂专柜，累计派样 17.5 万份。该跨界项目通过联名杯套、冰箱贴、主题包店等趣味元素，融合茶百道本土茶饮文化与自然堂美妆场景，进一步提升品牌年轻人群渗透力。



国漫 IP 联名礼遇季：以文化创意赋能年节表达

2024 年末至 2025 年初，自然堂携手国漫 IP《白蛇：浮生》，在“四节”（圣诞节、元旦、春节、情人节）礼遇节点打造多项主题活动，围绕小青、小白、许仙等形象推出“奶冻气垫”“蛇年生肖礼盒”等联名产品，结合线上“一起来合拍”话题营销与 AR 许愿交互，打造数字新年体验。该系列传播覆盖多个明星拜年视频、专属红包封面使用超 70 万次、开运壁纸、快闪互动，整体曝光超过 10 亿次，以文化联名方式构建节庆新语境下的美好愿景表达。





加强科技创新与知识产权保护

尖端科技，共塑“美丽之芯”

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

研发中心发表国内外科技文章累计超过

190 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。

东方皮肤科研平台

通过 2D 细胞、3D 皮肤模型、数据挖掘、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。

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，引入、合作开发和自主开发具有特定功效的自然科技成分。

配方科技平台

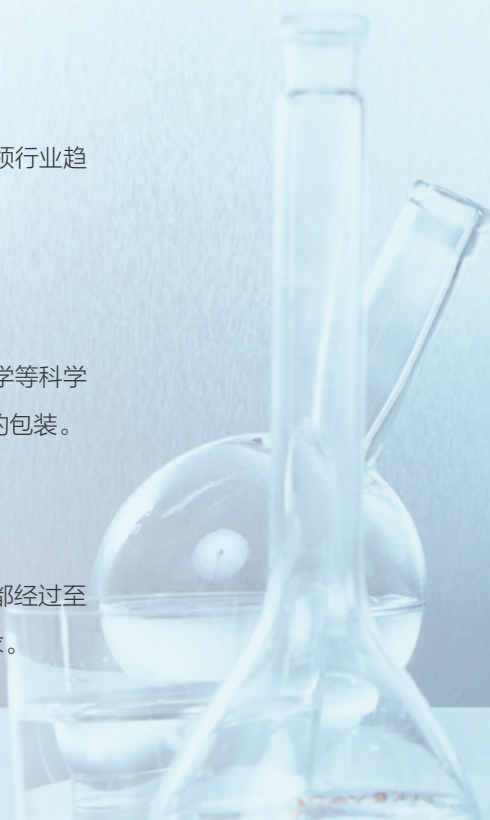
通过冻干技术、包裹促渗技术、可视化微珠等前沿配方科技，创新性开发引领行业趋势的优质化妆品。

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。

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。





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。

利用尖端科技，保护性开发资源



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、冰川水等环境中筛选独特微生物，进行发酵类自主原料的研究与开发，开发出具有确定护肤功效原料。研发中心的团队多次深入喜马拉雅山脉腹地，利用先进的基因测序技术，从当地的生态环境中分离出了 558 株独特的菌种，在此基础上建立了喜马拉雅特色菌种库。运用第五代发酵技术革新开发的专利成分喜默因[®]，发酵的原材料来源绿色可持续，发酵过程不使用有毒有害原料，相比反应条件严苛、得率较低、步骤繁杂的化工生产过程，喜默因的发酵工艺温和高效，全部的原材料都转化为最终产品，在做到产率极高的同时，通过生物循环降解从而实现零排放。喜默因[®]不仅提取了发酵滤液，其发酵后的酵母菌体还能进一步开发为溶胞物，可使肌肤胶原新生提升至 362%，做到了高效能与绿色环保并重。



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。



自然堂集团与华山医院建立“皮肤科学与毛发健康联合实验室”

2024年7月22日，华山医院×自然堂集团“皮肤科学与毛发健康联合实验室”揭牌仪式暨自然堂全新草本养发系列新品项目发布会在自然堂集团研发中心举行。此次建立联合实验室，双方将共同深入探究并揭示头皮衰老机制、头皮敏感及其背后成因，推动中国人皮肤、头皮及毛发护理领域的科学研究和技术创新，为广大消费者提供极致性价比的产品。

自然堂与华山医院的联合研究将聚焦在基础科学研究及应用转化，如国人头皮及毛发问题的特征及分子机制研究等。同时，双方将结合研究成果优势功效靶点和评估方案，筛选头皮及毛发护理功效原料，助力品牌洗护产品开发、评估及应用，为产品功效及安全保驾护航。



华山医院 - 自然堂集团“皮肤科学与毛发健康联合实验室”揭牌仪式



自然堂集团与国家儿童医学中心复旦附属儿科医院成立“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附属儿科医院携手成立了“婴童皮肤健康联合研究中心”，将复旦儿科的婴童临床经验与已出的严谨科学产品开发能力相结合，研制出一系列高品质的产品。

“己出”品牌历时6年精心研发核心成分——爱倍健[®]，并已获得了双项专利（中国发明专利号：ZL202010761748.9及ZL202010761818.0）。这一成分采用来自高海拔地区的特殊菌种，通过特有的生物发酵技术，获得了数百种有益肌肤的活性小分子。医院临床测试表明，该成分可有效减少并舒缓肌肤泛红、皴裂、起皮等因外界刺激引发的不适感，高效补水提高肌肤保湿力，提升肌肤抵御力，告别干、痒、泛红。天然来源成分高达97%以上，低耐受性肌肤宝宝、新生儿亦可安心使用。



* 伽蓝集团已更名为自然堂集团

医研共创合作签约仪式

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，全面提升了研发开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。

本年度，我们优化了新产品流程管理，新增出海新品开发的子流程，新增上市反馈，强化新品上市的闭环管理，加强包装开发管理流程，并完成了产品文案审核、不封样直接生产流程从 OA 到产品妈妈的迁移及优化。此外，我们加强研发数字化管理，推动系统赋能包装设计任务流程，上线质量部稳定性相容性检测流程、完整版安评合规审查模块，我们进一步推动完善产品妈妈和项目妈妈项目任务自动对接，上线项目开发进度、包装设计任务、包材相容性报表可视化呈现功能。

多策并举，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。

截至报告期末，自然堂集团



已申请各类专利共计

478 件

其中发明专利

273 件

授权各类专利

222 件

其中发明专利

108 件

此外，我们积极投身行业 ESG 领域团体标准的制定工作。2024 年，我们参与了《香料香精化妆品企业可持续发展（环境、社会、治理）指南》团体标准的编制，联合三十余家业内企业共同发力，旨在引导美妆行业将可持续发展理念深度融入企业发展战略。通过这一行动，推动美妆行业企业持续强化生态环境保护、切实履行社会责任，进而全面提升企业治理效能、市场竞争力、创新驱动动力，助力美妆行业企业在绿色化、环保化与可持续发展的进程中推动系统性转型。

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 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、职能部门及专项组组成，负责可持续发展工作的推动和落地实施。我们的专项组包括绿色低碳行动专项组和可持续包装专项组，致力于提升员工和消费者的绿色低碳意识，倡导减碳行动，推行简化包装和替代装。从而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。

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。



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。

自然堂集团数字化转型核心价值观



荣膺先进智能工厂称号，树立数字化转型行业典范

上海自然堂集团有限公司荣膺“2024 年度上海市先进级智能工厂”称号，这意味着集团在智能制造领域的深耕与实践成果获得了政府与社会的认可，为行业树立了数字化转型与可持续发展的标杆典范。作为上海市推进智能工厂建设的先锋企业，自然堂集团始终以《上海市推进智能工厂建设领航产业高质量发展行动计划（2022-2025 年）》为指引，实施系统性布局、注重技术创新、强化生态协同，逐步构建起覆盖研发、生产、运营全链条的智能工厂体系，为上海现代化产业体系建设添砖加瓦。

在技术赋能方面，集团在核心生产环节，融合物联网、5G、工业大数据与人工智能技术，实现生产全流程的数字化贯通。以水乳智能产线为例，通过引入视觉检测机器人、AGV 智能物流系统及 MES 生产执行系统，产线自动化率提升至 95% 以上，产品不良率降低至 0.3% 以下。此外，集团利用数字技术构建虚拟工厂模型，实现了生产参数的实时优化与故障预测，设备综合效率（OEE）提升 20%。

在履行社会责任方面，自然堂集团将责任意识融入智能工厂建设的基因中。在生产端，通过中水回用系统、光伏发电装置等绿色技术，实现水资源循环利用率达 85%、清洁能源占比超 30%。

展望未来，结合“十四五”规划目标，自然堂集团将以此次获奖为新起点，加快推进智能工厂能级提升工程。在未来三年中，集团计划进一步引入工业机器人、AI 质检、数字孪生等技术并深入应用，朝着打造“黑灯工厂”的目标迈进。

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》《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。

2024 年，自然堂集团进一步制定并执行《自然堂商业伙伴隐私政策》、《自然堂消费者用户隐私政策》。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；数据访问需要统一的权限认证等。此外，公司已经按 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。

自然堂集团积极参加政府组织的网络安全攻防演练，在演练中发现并解决问题，不断提升安全技术手段与管理方法。一直以来，公司积极开展网络安全等级保护工作，在本年度，将实施等保定级、测评和备案的网络系统增加至五个。其中核心业务系统“自然堂官网”和“数据中台”已经通过三级等保测评，并完成年度等保备案。

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 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		
2-6	活动、价值链和其他业务关系	3.4 完善绿色低碳供应链
2-7	员工	3.2 建立多元平等共融的工作环境
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 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	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 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 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	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 促进绿色包装与循环经济
301-3	回收产品及其包装材料	2.2 促进绿色包装与循环经济
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 应对气候变化与保护生物多样性
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 促进负责任生产与绿色制造
303-2	管理与排水相关的影响	2.3 促进负责任生产与绿色制造
303-3	取水	2.3 促进负责任生产与绿色制造
303-4	排水	2.3 促进负责任生产与绿色制造
303-5	耗水	2.3 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	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 305 排放		
3-3	实质性议题管理	1.2 实质性议题
GRI 306 废弃物		
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 促进负责任生产与绿色制造
306-2	重大废弃物相关影响的管理	2.3 促进负责任生产与绿色制造
306-3	产生的废弃物	2.3 促进负责任生产与绿色制造
306-4	废弃物回收处置方式	2.3 促进负责任生产与绿色制造
306-5	废弃物最终处置	2.3 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	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
GRI 308 供应商环境评估		
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 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	3.4 完善绿色低碳供应链
GRI 401 雇佣		
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 建立多元平等共融的工作环境
401-2	提供给全体员工（不包括临时或兼职员工）的福利	3.2 建立多元平等共融的工作环境
401-3	育儿假	3.2 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	1.2 实质性议题
403-1	职业健康安全管理体系	3.2 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	3.2 建立多元平等共融的工作环境
403-3	职业健康服务	3.2 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	3.2 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	3.2 建立多元平等共融的工作环境
403-6	促进工作者健康	3.2 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	3.2 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	3.2 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	3.2 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	1.2 实质性议题
405-1	管治机构与员工的多元化	3.2 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	1.2 实质性议题
406-1	歧视事件及采取的纠正行动	3.2 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	3.2 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	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 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	1.2 实质性议题
414-1	使用社会标准筛选的新供应商	3.4 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	3.4 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	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 417 营销与标识		
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
GRI 418 客户隐私		
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 2024 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