



# 爱美客2022年度 企业社会责任报告

## 董事长致辞

CHAIRWOMAN'S SPEECH



爱美客董事长 简军女士

2022年，疫情影响深远，灾害接踵而至，地缘政治危机加剧，经济复苏迟滞乏力，变革与动荡并驾齐驱，团结与分裂相互激荡。百年变局叠加世纪疫情，我们困缚于巨变与惶惑，再度陷入可持续发展的长考，如何在不确定的环境中，寻找确定性的机遇、建立起确定性的优势。

艰难困苦，玉汝于成。2022年是与疫情短兵相接的一年，爱美客人历经考验，却勇毅坚韧，我们的增长没有停滞，全年营业收入实现了超过30%的同比增长。一路走来，我们愈发自信、自强、坚韧，也更加团结。

现实不断提醒我们，疫情前的世界正在加速远遁，世界经济复苏的不确定性与全球持续动荡的局势，给未来的发展带来了更大的制约与挑战。在这样的环境下，我们致力于将长期价值增长建立在核心业务基础之上，依托科技与数字化提升公司治理和风险管理的有效性、落实环境管理目标以持续践行绿色经济，推动联合国可持续发展目标与中国“碳达峰、碳中和”承诺的落地与实现。同时，我们更积极地承担社会责任，为员工打造更好的职场环境，实现与利益相关方的良性互动，为“创造美丽和感动”而打造一个更具可及性、健康、和谐的医疗美容生态圈。

任何卓越的成就，都离不开对创新研发的投入。对“研”值之美的坚持，让我们一路走向更广阔的未来。爱美客高度关注自主研发效率，大力投入产品研发创新，携手行业专家、高校实验室等伙伴探索前沿技术，逐步构建出品类丰富、梯次分明的产品矩阵，2022年公司研发投入占营业收入近9%，研发投入金额同比增长约70%。通过自主研发与对外合作，将产品组合范围从生物医用材料向生物药品、化学药品领域扩展，各产品功能定位均有差异，但同时具备较强的协同性，满足消费者快速增长且持续变化的需求。

稳健的企业治理模式为长期的战略发展落地提供了有效支撑。2022年，爱美客董事会成立了社会责任与合规工作小组，把可持续发展作为公司整体战略的一部分，基于联合国可持续发展目标（SDGs），并结合利益相关方的期望与诉求，制定了全面的ESG战略，设定了中长期可持续发展目标，由各职能部门负责人组成的ESG管理委员会稳步推进相关工作。我们还将环境、社会

及公司治理事务的绩效与高管薪酬挂钩，进一步监督目标完成情况并及时处理风险预警。我们重视ESG信息披露，参考《GRI可持续发展报告标准》、气候变化相关财务信息披露指南（TCFD）等国际指引，搭建社会责任报告框架，更加积极地应对环境和气候变化给公司带来的风险与机遇。

回望过去，极端天气敲响警钟；立足今日，“双碳”之路蹄疾步稳。爱美客积极响应国家“双碳”目标与污染防治攻坚战，主动实行严格的生态环境保护制度，践行“敬畏自然，以人为本”的工作导向。公司通过ISO50001:2018能源管理体系认证，组织各类培训增强员工节能意识，规范合理使用厂区能源，从有效源头控制环境管理排放。报告期内，我们通过开展“绿色工厂诊断”等方式加强能源的规范化和节约化管理，全面推进绿色发展转型，并取得了显著成效，2022年温室气体排放密度同比降低12.3%，空气污染物排放密度同比降低43%。此外，我们于2022年首次明确量化环境保护目标，协同各部门制定相应的行动计划，承诺以增效、降耗、节能、减污为环境保护原则，努力做到经济收益与社会效益、自身发展与社会发展相互协调，为实现联合国可持续发展目标贡献力量。

对于一家负责任的企业来说，人才是爱美客最重要的财富，也是实现可持续发展的主体力量。我们关爱员工身心健康，认真聆听员工对职业发展的诉求，营造平等、友好且具有挑战性的工作环境。爱美客实施科学管理，已通过ISO 14001环境管理体系和ISO 45001职业健康安全管理体系认证，持续实现研发实验室EHS零责任事故。同时，我们秉持“开放学习”的人才发展理念，通过组织和赋能员工学习成长，持续建设公司人才发展梯队。公司分别启动了针对校招生的“启航培养计划”和针对高潜人才的“远航培养计划”，同时推动员工的知识沉淀管理，除了优化内部培训外，公司还引进教育赋能平台“爱学习”，组织“主题月”线上学习活动，通过线上线下相结合的培训方式，使人才培养更为灵活、自主，进一步提升培训效率，打造学习型组织氛围。

医疗美容行业兼具医疗与消费的属性，我们坚持“对产品负责、对用户负责、对效果负责”的基本原则，持续推动更加

节能、环保的数字化转型，将绿色可持续发展理念融入到产品全生命周期。公司致力于将信息化建设覆盖采购、仓储、生产、质量管控、销售、财务管理、项目管理等关键业务链，提升从上游原料、中游厂区到下游客户的安全性、透明度与可追溯性。公司还通过搭建医疗美容学习交流全轩课堂，以线上、线下结合的方式持续进行医疗美容课程培训、学术分享与推广，同时加强合规培训与商业道德监督，与医生之间形成良性互动。2022年，全轩学苑共开展350场线上线下学术会议与交流分享活动，累计覆盖超过20,000名行业医生。

过去一年，我们努力推进公司的可持续发展战略，也希望拓宽自身承担的社会责任边界，整合内部资源，推动社会向上向善。我们通过多年人才招聘与人才培养的经验积累，搭建了“求职赋能”公益咨询平台，面向社会提供免费咨询，让更多求职者被看见、被认可、被赋能。帮助广大求职者积极迈出第一步，缓解就业焦虑，切实解决了他们在找工作面试过程中遇到的困难，得到了外界的高度认可。

行而不辍，未来可期。2022年，我们看到了每一个爱美客人的顽强不屈，每一个数字背后的全力以赴；2023年，有更多美好梦想值得我们奋力拼搏创造，也会有不少挑战等待我们攻坚克难。我们将用更好的产品与解决方案满足医疗机构与消费者的需求，树立积极而正向的美丽观、自信观。无论是数字经济驱动下的产业转型升级，还是应对全球气候变化的低碳管理措施，我们将融合中国市场特色，探索ESG本土化实施路径，将可持续发展理念融入到公司战略、企业文化和业务运营之中，携手全球伙伴，以科技成人之美，用产品创造感动。

我们将融合中国市场特色，探索ESG本土化实施路径，将可持续发展理念融入到公司战略、企业文化和业务运营之中，携手全球伙伴，以科技成人之美，用产品创造感动。

董事长

# 目录 TABLE OF CONTENTS



# CONTENTS

## 董事长致辞

01 董事长致辞

## 关于我们

07 公司简介  
07 公司大事记  
09 数说2021  
10 荣誉奖项

## 公司治理篇

13 公司治理  
16 ESG管理  
17 利益相关方沟通  
18 实质性议题识别  
18 合规运营  
20 风险管理

## 社会责任篇

23 产品可及性  
23 拓宽渠道覆盖面  
23 坚持负责任营销  
25 增强产品竞争力  
28 共建伙伴关系  
28 原材料安全管理  
30 数字信息化  
31 员工责任  
31 权益保障  
33 培训与发展  
37 员工健康与安全  
39 助力求职者走稳就业路

## 环境保护篇

43 环境管理体系  
44 应对气候变化  
44 能源管理  
46 碳排放管理  
47 气候风险及机遇的识别和应对  
48 排放物管理  
48 废水排放管理  
49 废气排放管理  
50 废弃物管理  
50 资源使用管理

## 结尾篇

55 GRI指标索引  
60 报告编制说明  
61 意见反馈表

# 关于我们

ABOUT US

公司简介 07

公司大事记 07

数说2021 09

荣誉奖项 10

# 公司简介

## COMPANY PROFILE

爱美客是一家从事生物医用材料及生物医药产品研发与转化的国家高新技术企业。公司已成功实现基于透明质酸钠的系列皮肤填充剂、基于聚乳酸的皮肤填充剂以及聚对二氧环己酮面部埋植线的产业化，同时正在开展重组蛋白和多肽等生物医药的开发。目前，

公司已建立了多种生物医用材料的产品技术转化平台，产品临床应用涵盖医疗美容、代谢疾病治疗等领域。

爱美客作为国内最早开展医疗美容生物医用材料自主研发与应用的企业，以“让生命有更高的质量和尊严”为使命，秉持“用科技成人之美”的宗旨，对国内医疗美容行业从产品、技术、服务到生态都进行了战略性布局，已经成为国内领先的医疗美容创新产品提供商。

公司名称：爱美客技术发展股份有限公司

公司外文名称：IMEIK TECHNOLOGY DEVELOPMENT CO.,LTD.

股票代码：300896.SZ

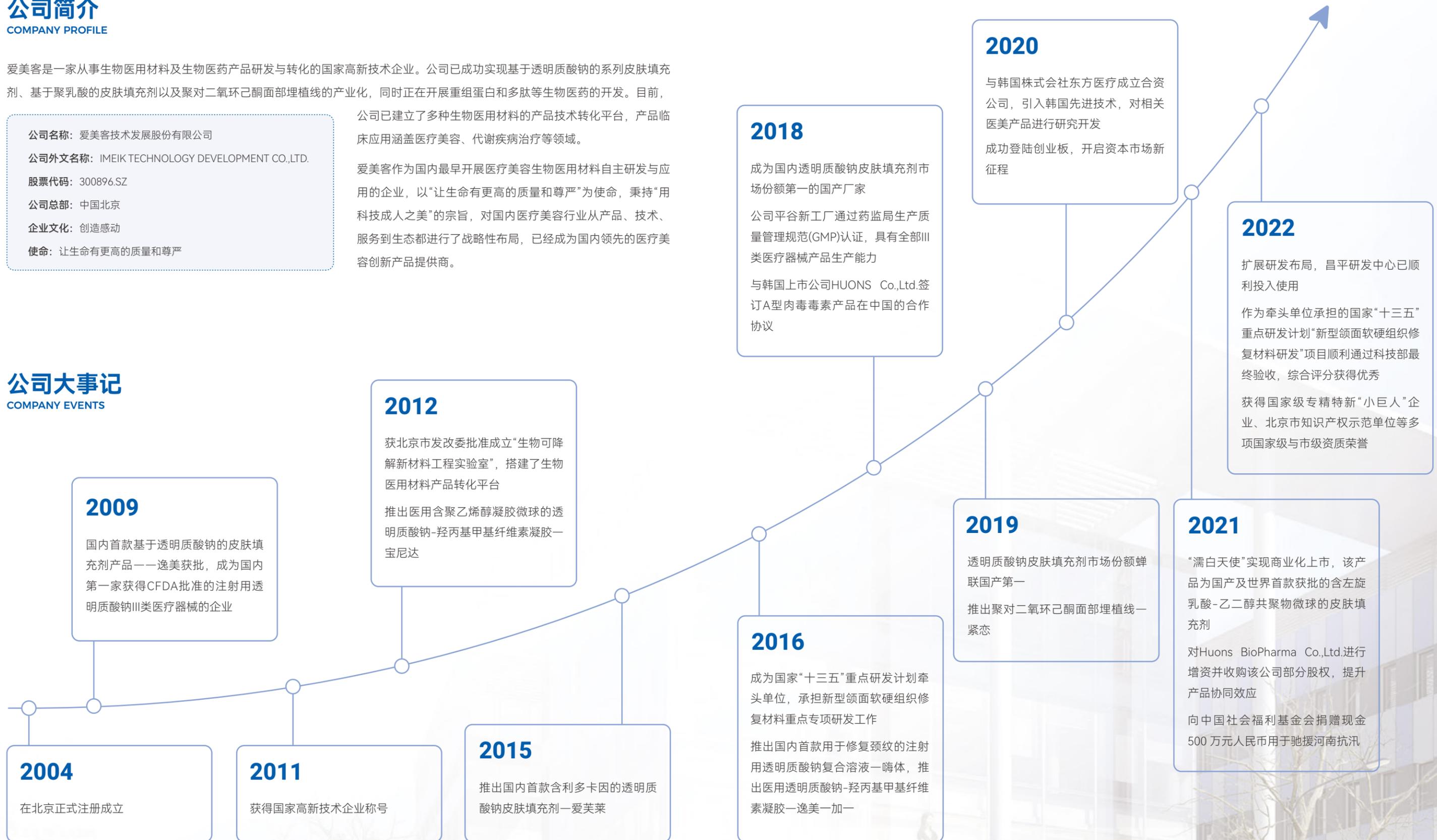
公司总部：中国北京

企业文化：创造感动

使命：让生命有更高的质量和尊严

# 公司大事记

## COMPANY EVENTS



## 数说2022

2022 CRITICAL DATA

### 主要财务指标

| 营业收入 (万元)                   |            | 归属于上市公司股东的净利润 (万元) |            |
|-----------------------------|------------|--------------------|------------|
| 2022                        | 193,883.84 | 2022               | 126,355.84 |
| 2021                        | 144,787.20 | 2021               | 95,779.85  |
| 2020                        | 70,929.02  | 2020               | 43,974.88  |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 (万元) |            | 基本每股收益 (元/股)       |            |
| 2022                        | 119,735.24 | 2022               | 5.84       |
| 2021                        | 91,442.11  | 2021               | 4.43       |
| 2020                        | 42,423.29  | 2020               | 4.51       |
| 稀释每股收益 (元/股)                |            | 经营活动产生的现金流量净额 (元)  |            |
| 2022                        | 5.84       | 2022               | 119,393.52 |
| 2021                        | 4.43       | 2021               | 94,299.95  |
| 2020                        | 4.51       | 2020               | 42,567.76  |
| 加权平均净资产收益率 (%)              |            | 归属于上市公司股东的净资产 (万元) |            |
| 2022                        | 23.73      | 2022年末             | 584,612.62 |
| 2021                        | 20.54      | 2021年末             | 502,947.27 |
| 2020                        | 25.30      | 2020年末             | 453,381.61 |
| 资产总额 (万元)                   |            |                    |            |
| 2022年末                      | 625,854.77 |                    |            |
| 2021年末                      | 526,482.58 |                    |            |
| 2020年末                      | 463,266.88 |                    |            |

## 荣誉奖项

HONORARY AWARDS

### 企业荣誉

| 奖项名称                | 颁发单位                |
|---------------------|---------------------|
| 国家级专精特新“小巨人”企业      | 工业和信息化部             |
| 北京市专精特新“小巨人”企业      | 北京市经济和信息化局          |
| 北京市市级企业技术中心         | 北京市经济和信息化局          |
| 北京市知识产权示范单位         | 北京市知识产权局            |
| 生物医药最具成长上市公司        | 每日经济新闻              |
| “金梧桐”最具投资价值上市公司     | 钛媒体                 |
| “金智奖”中国上市公司杰出成长性企业  | 金融界                 |
| 中国上市公司创业板上市公司50强    | 证券时报                |
| 中国上市公司年度卓越管理团队      | 证券时报                |
| 中国上市公司创利能力综合指数百强    | 上市公司协会、新华网、浙江日报报业集团 |
| 年度大健康ESG十大优秀案例      | 华夏时报                |
| 入选《上市公司ESG优秀实践案例》册集 | 中国上市公司协会            |

### 个人荣誉

| 奖项名称                              | 颁发单位 |
|-----------------------------------|------|
| 爱美客董事长简军获得2022女性影响力大赏“她势界·年度商界人物” | 凤凰网  |
| 爱美客董事长简军获得「十年十人」十大破局者领军人物         | 华夏时报 |
| 爱美客董事长简军获得中国医疗器械行业最受尊重领军人物        | 新浪财经 |

# 公司治理篇

## CORPORATE GOVERNANCE

良好的公司治理是企业可持续发展的基石，也是广大投资者与利益相关方的最大保障。爱美客持续完善公司的治理结构，以效率经营和科学决策为核心，以监督约束机制和激励机制为纽带，建立了治理型内部控制，同时，坚持依法履责，提升风险管理能力，以稳健的经营理念，长期保障股东权益。

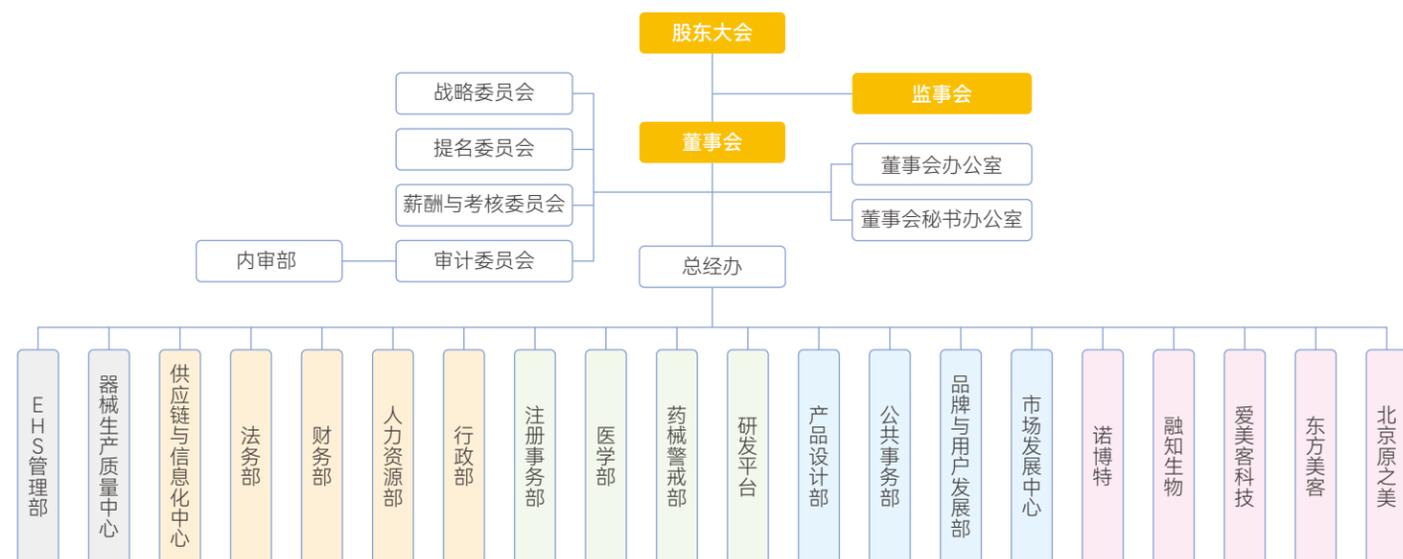
|         |    |
|---------|----|
| 公司治理    | 13 |
| ESG管理   | 16 |
| 利益相关方沟通 | 17 |
| 实质性议题识别 | 18 |
| 合规运营    | 18 |
| 风险管理    | 20 |



## 公司治理

### CORPORATE GOVERNANCE

爱美客严格遵循运营所在国家和地区的相关法律法规，根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《中华人民共和国公司法》、中国证券监督管理委员会《上市公司治理准则》以及《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》《香港联合交易所有限公司证券上市规则》附录十四《企业管治守则》等有关法律法规和规则的要求，持续深入开展公司治理活动，促进公司规范运作。在不断完善的治理标准与体系下，爱美客致力于积极回应利益相关方诉求、提升品牌价值、改进管理政策，并提高经营透明度与履责能力。



图注：爱美客公司架构

### 关于股东与股东大会

爱美客按照《公司章程》的规定，保障股东享有其所持有的股份份额的平等权利，并承担相应义务。股东大会是公司的权力机构，依法履行公司的经营方针和投资计划等《公司章程》中所规定的职权。报告期内，公司召开股东大会4次，均严格按照《公司章程》及《股东大会议事规则》的规定和要求，进行召集、召开和表决程序，全面采取现场投票与网络投票相结合的方式，审议影响中小投资者利益的重大事项时对中小投资者表决单独计票，并及时披露中小投资者的表决结果，确保全体股东特别是中小股东享有平等地位，确保股东能够充分行使股东权利。同时，公司聘请律师列席股东大会并对股东大会的召开和表决程序出具法律意见书，充分尊重和维护全体股东的合法权益。

### 关于股东与控股公司

报告期内，公司不存在控股股东超越股东大会直接或间接干预公司的决策和经营活动的情况。公司拥有独立完整的业务和自主经营能力，公司在业务、人员、资产、机构和财务方面均相互独立运行，同时公司董事会、监事会和内部机构亦能够独立运作。

### 关于董事与董事会

爱美客严格按照《公司章程》及其他相关法律法规规定，全面落实董事会多元化政策，所有委任均以用人唯才为原则。公司从战略维度考虑董事会构成，包括性别、年龄、民族、地域、文化、经验等多个方面，致力于挑选最佳人选，从而提升董事会的工作效率。

公司持续提升董事会多元性和独立性，董事会现由9名董事组成，女性董事2名占比22.22%，独立董事3名占比33.33%，累计召开12次董事会。公司现任的董事会成员包含行业专家、财务、法律和企业管理等方面的专业人士，具有丰富的职业背景和行业经验，涵盖金融、市场、法律、工商管理和医药等领域，具备履行职务所必需的知识、技能和素质。独立董事为财务、法律及金融领域的专业人士。董事会成员多元化对提升公司的表现裨益良多，对实现公司在可持续发展方面的战略目标至关重要。

公司持续优化董事薪酬管理办法，对于公司内部董事，用前一年度公司的中长期计划事项参与度、领导力和贡献度等构成的指标进行综合评估，经股东大会审议通过后按照公司薪酬体系确定支付标准。对于公司独立董事，为保障独立性只支付独立董事津贴，不会另行支付成果评估的相关报酬。报告期内实际支付董事会薪酬总额为962.16万元，支付独立董事津贴为46.37万元。

公司董事会下设四个委员会，包括战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会，负责从不同方面监察公司的经营管理与所在范畴内的相关事务。报告期内，相关委员会共召开8次会议，通过制定战略并监督实施，确保公司内部控制和风险管理体系的更新与完善。

2022年，公司董事会增设社会责任与合规小组（以下简称“合规小组”），由董事会秘书担任小组组长。合规小组负责制定公司ESG战略与监督工作实施，评估公司所面临的可持续发展风险与机遇，听取内部及外聘顾问对于ESG工作的反馈意见，定期审阅公司设立的ESG目标完成情况，并就下一阶段工作提供意见。

### 关于内部控制与风险管理

公司董事会建立了有效的风险管理和内部审计系统，并依据风险评估确立了相关的战略目标。公司董事会任命审计委员会监察并管理与业务运营有关的整体风险，由有关部门负责具体风险管理政策的落实与相关实践的开展。同时，公司设立了包括《内部审计制度》在内的一系列内部控制政策和程序，覆盖资产管理、薪酬管理、资金管理、合同管理、商标管理、研发与无形资产管理等多个领域，并持续开展以风险为导向的内部审计，识别风险并及时控制现有及新增风险项。报告期内，公司进一步完善了《举报调查管理办法》和《供应商合规管理》，确保及时发现潜在问题并迅速采取控制举措。报告期内，公司为员工提供合规性培训27次，处理舞弊行为1次，未出现重大审计风险和举报案件。

| 主要公司治理与信息披露指标    | 2022 | 主要公司治理与信息披露指标    | 2022 |
|------------------|------|------------------|------|
| 2022年召开董事会（次）    | 12   | 董事会审计委员会会议（次）    | 4    |
| 2022年召开监事会（次）    | 6    | 共接待机构投资者的现场调研（场） | 2    |
| 2022年召开股东大会（次）   | 4    | 先后与投资者开展交流（人次）   | 1644 |
| 董事会战略委员会会议（次）    | 0    | 对外发布定期公告（份）      | 4    |
| 董事会提名委员会会议（次）    | 3    | 临时公告（含公告编号）（份）   | 60   |
| 董事会薪酬与考核委员会会议（次） | 1    |                  |      |

## 关于监事和监事会

公司监事会设监事3名，其中职工代表监事2名，监事会的人数及人员构成符合法律、法规的要求。公司监事能够按照《监事会议事规则》的要求，认真履行相应职责，对公司的重大事项、关联交易、财务状况以及董事、高级管理人员履行职责的合法合规性进行监督和检查，维护公司及股东的合法权益。

## 关于绩效评价与激励约束机制

公司不断健全公正、透明的绩效考核标准和激励约束机制，每月度及年度全员均进行目标提交和绩效考核工作，确保自上而下的目标能充分拆解承接，每个员工都有自己清晰的目标。公司将员工的职位与职级分离，职位定义了员工主要的岗位职责，而职级取决于员工的业务能力，二者分开评价，拓宽员工的职业发展和晋升通道，为此，公司基于不同层级设计了差异化的激励方案，确保各层级的员工收入与目标完成高度相关，促进全员高度目标导向。

公司高级管理人员的聘任公开、透明，符合法律、法规的规定。公司董事会设立了薪酬与考核委员会，负责薪酬政策及方案的制定与审核。

## 关于经理层

公司已建立《总经理工作细则》，对总经理的选聘、职责、权限范围等事项进行了明确约定。总经理及其他高级管理人员能够严格按照公司各项管理制度履行职责，能够忠实地执行董事会的各项决议，较好地完成了董事会制定的经营管理任务，没有发现违规行为。

## 关于信息披露与透明度

公司严格按照有关法律法规以及《公司章程》《信息披露管理办法》《投资者关系管理制度》等的要求，真实、准确、及时、公平、完整地披露有关信息，指定公司董事会秘书负责信息披露工作，协调公司与投资者的关系，接待股东来访，回答投资者咨询，向投资者提供公司已披露的资料，并指定《证券时报》《证券日报》《中国证券报》《上海证券报》和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）为公司信息披露的指定报纸和网站，确保公司所有股东能够以平等的机会获得信息。

## 关于投资者关系管理

公司自上市以来，高度重视投资者关系管理工作，并制定了《投资者关系管理制度》，明确规定了投资者关系管理的基本原则、目的、投资者关系管理的工作对象、内容和方式等，以保证与投资者建立良好的互动关系，树立公司在资本市场的规范形象。

报告期内，公司严格执行《信息披露管理办法》和《投资者关系管理制度》，始终积极与利益相关方沟通互动，并优化了常态化的沟通机制以确保充分倾听、交流和回应利益相关方的需求。报告期间，公司累计组织1次业绩说明会和2次大型投资者交流会（共1644位投资者参加），除此之外，其他交流活动还包括参观访问、媒体访谈、参与评选等。

报告期内，公司努力实践中国证监会关于投资者教育保护工作的要求，先后开展了“5·15全国投资者保护宣传日”、“股东来了”2022投资者权益知识竞赛”、“金融知识普及月”等三次投资者教育活动。在第三届“5·15全国投资者保护宣传日”，公司开展了形式多样的

宣传活动，充分利用好线上和线下，对全体员工进行了全方位的宣传动员，并从投资者视角出发，进行了投资知识的普及。活动期间，公司在官网“投资者教育活动”专区发布了2篇投教文章：《515全国投资者保护宣传日 | 警惕这些“荐股”骗局！》、《515全国投资者保护宣传日 | 了解ESG信息披露》，一方面旨在帮助投资者提高警惕，不因一时的贪念参与非法投资交易活动，造成财产损失；另一方面通过普及ESG的相关知识，引导投资者从环境、社会、公司治理三大维度、几十个更细致的维度了解上市公司，将ESG理念融入投资实践。

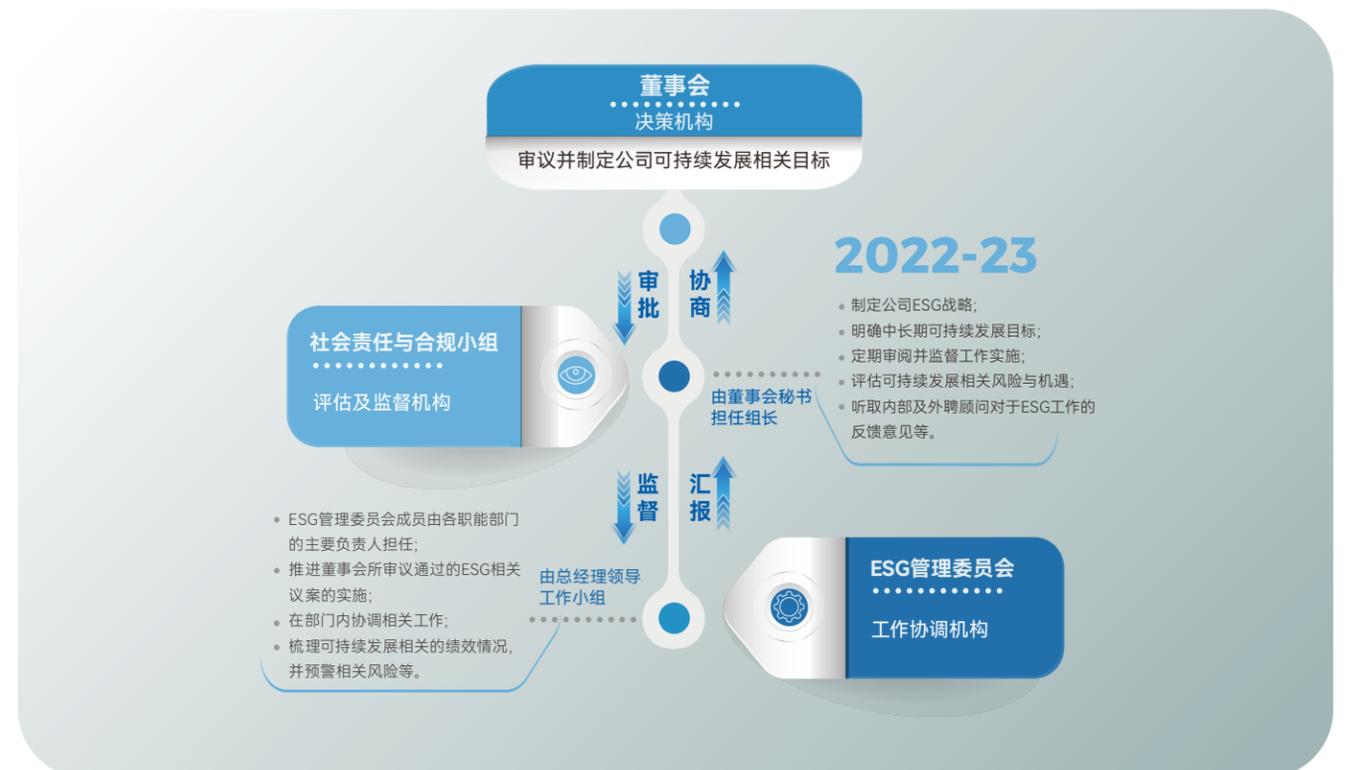


图注：开展“5·15全国投资者保护宣传日”投资者教育活动

## ESG管理

### ESG MANAGEMENT

环境、社会及公司治理（Environmental, Social and Corporate Governance，简称“ESG”）与公司发展战略和日常运营紧密关联。2022年，公司制定了《爱美客技术发展股份有限公司环境、社会及企业管治政策》，明确以董事会为决策机构、合规小组为评估及监督机构，环境、社会及企业管治管理委员会（简称“ESG管理委员会”或ESG Council）为工作协调机构的管理架构。报告期内，公司总经理领导ESG管理委员会，成员由各职能部门的负责人担任，负责推进董事会所审议通过的环境、社会及公司治理工作相关议案的实施及日常管理工作，并在部门内协调相关工作，梳理可持续发展相关的绩效情况，预警相关风险。



图注：爱美客环境、社会及企业管治架构图

## 利益相关方沟通

### STAKEHOLDER COMMUNICATION

利益相关方的识别和参与对爱美客可持续发展管理至关重要。根据ISO 26000: 2010《社会责任指南》中关于利益相关方的定义，即“在组织的决策或活动中有利益的个人或团体”。我们识别出股东、员工、客户、合作伙伴、政府、社会/非政府组织、媒体与公众为公司的主要利益相关个人或团体。爱美客视利益相关方的认同与许可为公司开展业务、持续经营的重要前提，通过与各相关方建立常态化沟通与合作机制，保持忠诚互信的良好关系，公司能够及时了解相关方的期望与诉求，不断提升可持续发展绩效，并持续为各相关方创造综合价值。

| 主要利益相关方            | 期望与诉求   | 回应方式  |
|--------------------|---|---|
| 股东                 | ESG治理；经济回报；公司稳健经营；行业发展与共赢                               | 完善公司治理与投资者关系管理；加强风险管控；提高运营透明度；制定经营策略保持业务和盈利能力双增长、不断提升行业地位   |
| 员工                 | 基本权益保障；培训与晋升；薪酬福利；平衡工作与生活；健康与安全                         | 签订劳动合同；提供具有市场竞争力的多维度的培训机会；明确绩效考核标准，确保上升通道透明化；重视员工的多样性，建立包容平等且舒适的工作环境；提供关爱福利，保障职业健康与安全                 |
| 客户                 | 应对气候变化/碳中和；产品持续创新；加快新产品上市速度；提供优质且安全产品；负责任营销；丰富产品品类；优质服务 | 积极制定中长期的环境管理目标，打造低耗能和数字化的绿色产业链；营造内部创新文化；加大投入研发，保持高壁垒的科技创新优势；监督落实可持续发展战略；提升内部组织效率；开展战略合作，定期进行市场调研、业务拓展 |
| 合作伙伴<br>(供应商和医疗机构) | 诚实守信；合作共赢；社会责任；推动行业发展                                   | 设立全轩学苑，加强良性沟通；建立规范招采制度，将可持续发展作为采购战略的重要组成部分；确保公司业务建立在公平、公正、透明的基础上完善供应链管理，共建和谐健康的产业生态                   |
| 政府                 | 环境保护/碳中和；合规经营；创造就业岗位；依法纳税；遵守商业道德                        | 制定节能减排、加大可再生能源使用的具体措施，助力国家“双碳”目标达成；组织各类培训增强员工节能意识；完善内审制度，遵纪守法；健全人才管理和薪酬体系；诚信纳税，稳健经营；反贿赂、反腐败管理         |
| 社区/非政府组织           | 环境保护/应对气候变化；回馈社会；公益慈善                                   | 积极制定中长期的环境管理目标，打造低耗能、数字化的绿色产业链；参与志愿活动；为毕业生进行免费资讯和培训   |
| 媒体与公众              | 应对气候变化；行业教育；新闻采访；业务连续性                                  | 披露可持续发展相关政策和成果；与高校开展育才合作；接待媒体采访；保持多元化的企业治理战略，构建长期、持续、稳定的研发和供应能力                                       |

## 实质性议题识别

### MATERIAL ISSUES IDENTIFICATION

根据深圳证券交易所《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第11号——信息披露工作考核》第十四条、《GRI 可持续发展报告标准》对识别实质性议题的指引，合规小组结合利益相关方提出的期望与诉求，综合考虑公司在报告期内的发展现状和发力重点，在2021年实质性议题的基础上对报告期的议题进行了调整和优化。

员工是企业发展的源动力，报告期内公司持续优化人力资本管理体系，在原有的员工多元化议题基础上，新增员工薪酬与福利和员工权益两个议题，为员工提供自我价值实现的舞台，为企业长期发展储备人才资源。公司治理和风险管理是企业发展的基石，报告期内公司重点关注治理结构的优化，提高公司治理议题的重要性并将其移至第一象限，多措施并举提升公司治理的透明性和合规性；同时新增风险管理议题，加强风险管理体系建设，不断优化公司风险识别、评估和管控的流程，推动公司合理有序发展。



设计图展示：实质性议题矩阵

## 合规运营

### COMPLIANCE

### 合规建设

爱美客秉承“全面合规”和“上下游整体合规”的管治理念，对政策和制度涵盖的各个方面，进行内部和外部审计以确保公司运营的合规性。“全面合规”指在公司内部各个运营板块与产品条线都必须严格遵守所适用的法律法规，“上下游整体合规”表明公司向合作伙伴延伸合规期望的立场与态度，要求全体员工及其家属自觉遵守与合作伙伴往来的纪律与相关规定，遵守商业道德，杜绝任何谋取私利的行为。

### 关键绩效

报告期内，共进行内部审计 **11**次

共举办合规类培训 **27**次

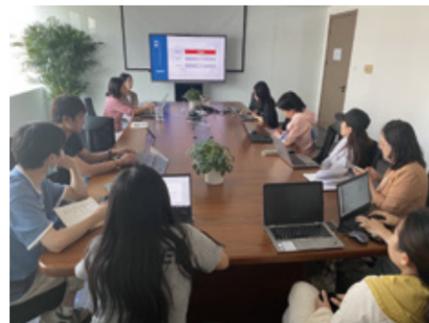
共 **1152**名员工与合作伙伴参与合规培训

合规与内控管理体系

| 元素   | 内容   |
|------|--|
| 管理架构 | 公司董事长与审计委员会负责统筹与制定公司合规战略，下设审计部作为专职内部审计机构，协助董事会行使内部监督权，并依法、独立开展各项监督、评价与咨询服务工作。审计部在业务和行政分别向审计委员会和董事长汇报。  |
| 方针制度 | 制定并出台《内部审计制度》《审计处罚细则》《离任审计管理办法》《举报调查管理办法》《供应商合规管理》《质量保证部和质量控制部相关制度文件清单》等。  |
| 意识培养 | 员工入职即接受公司“合规红线”教育，全方位理解公司合规文化以及廉洁从业的具体要求。同时，新员工需要接受上市后医疗器械安全监测普法培训，以掌握公司内不良事件的上报处理流程及要求，并系统学习医疗器械安全监督的具体要求。<br>向全员开展宪法宣传暨业务合规宣传教育活动，增强员工法治观念，树立守法意识。<br>向下游机构及经销商开展“已上市医疗器械不良事件监测培训”，规范不良事件上报方法。 |
| 内部控制 | 月度专项审计<br>季度常规审计<br>制定年度审计计划<br>聘请会计师事务所对公司内部控制进行鉴证  |



图注：组织公司风险管理人员参与质量管理体系培训



图注：组织开展医疗美容行业合规职业内容分享



图注：引进外部资源为公司员工开展企业无形资产运营培训

反舞弊

爱美客对贿赂和腐败行为持“零容忍”态度。公司在国家有关公平竞争、反贿赂、反腐败的法律框架下，完善反舞弊建设，推进合规经营，确保公司业务建立在公平、公正、透明的基础上。商业道德根植于公司价值观以及公司所遵循的政策法规、外部倡议和国际准则，并在内部搭建了覆盖全体员工的政策体系（例如《内部审计制度》），并明确禁止腐败、贿赂、勒

廉正举报电话：4000016195  
 廉正举报邮箱：lianzheng@imeik.com  
 邮寄举报联系地址：  
 北京市朝阳区建国路甲92号世茂大厦C座22层 内审部  
 邮编：100022

索、诈骗、洗钱、垄断、不正当竞争和内幕交易等行为。员工对相关政策的遵守被纳入其薪酬绩效的考核范畴中，以确保政策的有效落实。

爱美客保持着开放、信任与尊重的氛围，接受匿名举报，确保每个人都能安心地提出问题。公司制定《反腐败行动指南》《举报调查管理办法》，进一步明确规定了举报要求、举报范围、调查流程和举报人保护等措施。公司在官方微信公众号、官方网站均设立举报渠道，及时对外公布举报电话和邮箱。一旦收到举报，公司会及时采取措施，确保任何举报人都不会受到打击报复等不公平对待，最大程度地保护举报人。



图注：爱美客加入广东省企业内部控制协会企业反舞弊联盟工作委员会

风险管理

RISK MANAGEMENT

为了有效规避各类可能对公司可持续发展造成阻碍的潜在风险，公司董事会规划并建立了风险管理架构，制定了风险管理政策和相关指引并监督风险管理措施的执行情况。风险管理委员会在董事会的领导下，定期识别、评估和规避公司面临的战略、营运及财务等方面的各类风险。内审部就风险管理控制及程序进行定期的审核，并将审核结果上报公司的审计委员会。

风险类别识别

| 风险类别   | 控制举措   |
|--------|--|
| 知识产权风险 | 公司已建立知识产权风险评估机制，对与知识产权相关的活动、行为、事件进行风险分析，并根据风险的潜在影响程度，制定应对法案，采取主动管控办法。                                      |
| 法律风险   | 公司法务部负责把关各项活动可能产生的法律纠纷风险，包括合同漏洞风险、合同履行风险等；加强销售人员培训与下游客户动态资质审核，降低在使用公司产品过程中可能存在不符合公司合规经营管理体系或相关法律法规行为的法律风险。 |
| 信用风险   | 管理层已制定适当的信用政策，持续监察信用风险的敞口，在与交易对手开展合作前进行尽职调查，降低交易对手未能履行合同义务而导致公司产生财务损失的风险。                                  |
| 业务风险   | 业务风险包括产品质量风险、业务资质、产品注册批件无法按时办理续期、产品召回、产品监管警告和诉讼风险等。针对此类风险，法务部联合审计部对各运营板块开展月度审核，及时识别法规与运营风险，并提供改进建议。        |

# 社会责任篇

SOCIAL RESPONSIBILITY

|            |    |
|------------|----|
| 产品可及性      | 23 |
| 共建伙伴关系     | 28 |
| 员工责任       | 31 |
| 助力求职者走稳就业路 | 38 |



## 产品可及性

### PRODUCT ACCESSIBILITY

爱美客致力于让更多人享受到高品质的医美产品，深知产品及性的提升依赖于优化生产流程、降低成本，拓宽销售渠道、加强市场宣传和推广，让更多人了解我们的产品。通过不断的积累，公司持续推出更加优质、人性化的产品，帮助求美者更轻松地获得美丽和自信。

### 1.拓宽渠道覆盖面

不断优化渠道管理，帮助求美者更加便捷地获取产品是公司的重要目标之一。报告期内，公司不断夯实渠道建设与完善学习平台，为新上市产品推广赋能，加快产品在不同能级城市与机构间的渗透率。

#### 关键绩效

新产品“濡白天使”目前在国内已覆盖超过 **600**家医疗美容机构，授权超过 **700**名医生，为求美者提供更个性化的美丽服务

#### 统筹渠道建设“深度”与“广度”

| 阶段   | 内容  |
|------|---|
| 深耕直销 | 公司高度重视深度建设与医疗机构的合作关系，主动参与机构运营效率改进项目，内容包括但不限于产品定位、推广策略、客户服务等，为机构和医生提供“产品为基础，服务精细化”的综合解决方案。<br>直销团队与机构、医生紧密合作，获得市场一线反馈，优化渠道布局，针对不同的区域和消费群体，制定不同的销售策略和方案。<br>截止报告期末，直销与经销模式的收入占比分别为64.40%与35.6%。 |
| 赋能经销 | 报告期内，公司更新并执行新版《经销商管理制度及年度考核办法》，定期对经销商实施监督和管理，赋能经销商。规范下级客户宣传推广活动，包括各网络平台，线下实体陈列等。  |

### 2.坚持负责任营销

负责任营销指在营销过程中，不仅注重推广产品，还考虑到求美者的健康和安，并采取相应的措施来确保产品的安和 有效性。公司借助线上教育平台，为机构和医生提供专业的产品使用培训，循证医学支持，帮助医生规避产品使用过程中的风险，为求美者营造更加健康、安全、舒适的医疗美容消费环境。

#### 营销宣传活动

公司严格遵守《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国商标法》等法律法规要求，深入理解八部门联合发布的《打击非法医疗美容服务专项整治工作方案》与国家市场监管总局发布的《医疗美容广告执法指南》、《医疗美容行业虚假宣传和价格违法行为治理工作指引》，并制定了一系列内部政策（例如《负责任营销政策》），确保以尊重、道德与诚信

为准绳开展客户沟通，以履责、透明与合规为标准开展营销活动，并将负责任营销的要求融入到所有对外沟通以及品牌推广的素材中。公司法务部负责审核内部发起的营销宣传材料，严禁出现夸大、欺骗和虚假的营销活动内容，并最终由总经理审批后方可对外发布。

报告期内，公司延续了“B+C双端”负责任营销积淀，又不断推陈出新，通过多平台落地20余个重点主推活动。公司上线场景化营销，开展直播、“囤货季”等线上活动，实现用户触达超过1,000万人。公司在保证产品差异化竞争优势的同时，更好地连接、服务与赋能客户，普及产品知识，推动现有和未来产品走向更可及、更具包容性和可持续性的道路。



图注：产品品牌TVC

#### 内外部培训联动

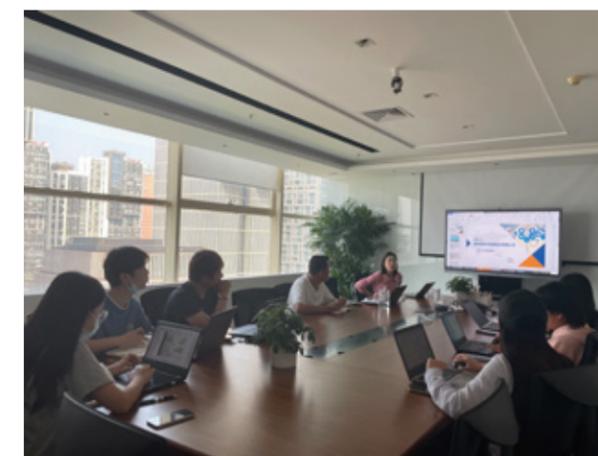
爱美客全面致力于对员工开展负责任营销培训，共组织49次相关主题培训，积极探讨涉及营销、市场和品牌推广等方面的道德和负责任行为，多维度帮助员工提升营销素质和能力，从根源上规范公司的对外传播活动，共同构建与维护公司的品牌声誉。

中国医疗美容市场迅猛发展与从业人才短缺是目前行业的主要矛盾之一。2017年公司成立全轩学苑，旨在通过线上与线下相结合的学术培训方式，持续提升医疗美容医生的技术水平，并满足消费者个性化需求，以推动医美行业生态良性发展。同时提升医生的服务水平，为客户提供优质服务。

报告期内，公司组织超过350场线上和线下学术会议，为医美行业的医生、机构管理者、运营官和咨询师等不同群体提供更多有价值的内容。此外，全轩课堂已经注册认证了超过20,000名医生，吸引了超过37,000名关注用户。



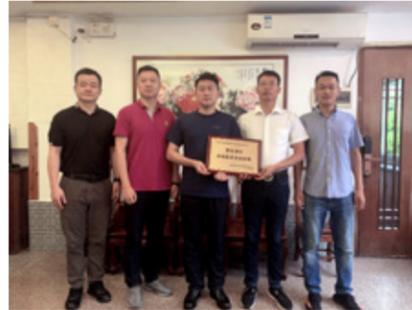
图注：全轩学苑为机构管理者和医生提供新品培训指导



图注：报告期内，公司组织开展“线上平台维权指引及医美合规执业”专题培训

### 案例 警民联手，共筑医美安全防线

报告期内，爱美客认真履行企业社会责任，为协助公安机关快速侦破和捣毁制假、售假窝点，积极提供线索，联合行政部门查找源头，及时对涉案产品进行专业鉴定。此次行动给犯罪给予震慑，公安机关抓获犯罪嫌疑人71名，查获假冒玻尿酸、肉毒素、“嗨体”等医疗器械成品5000余盒，半成品6万余盒，涉案金额超4500万元人民币。未来，爱美客将继续积极响应国家打假行动，保障消费者合法权益，维护市场秩序和公平竞争环境。



图注：爱美客法务团队拜访了广州市公安局食品药品与环境侦查支队、广州市公安局从化分局食品药品与环境侦查大队

### 3.增强产品竞争力

产品质量和效果是求美者最为关注的因素之一。爱美客始终以用户需求为核心，了解求美者对于医美产品的需求、喜好和使用体验，为研发新产品提供指导。

#### 关键绩效

截至报告期末，公司共获得专利**49**件，其中发明专利**25**件

研发人员达**181**人，较上一个报告周期增加**64**人

报告期内，公司被国家工业和信息化部评估认定为**国家专精特新“小巨人”企业**

报告期内，客户投诉处理率为**100%**



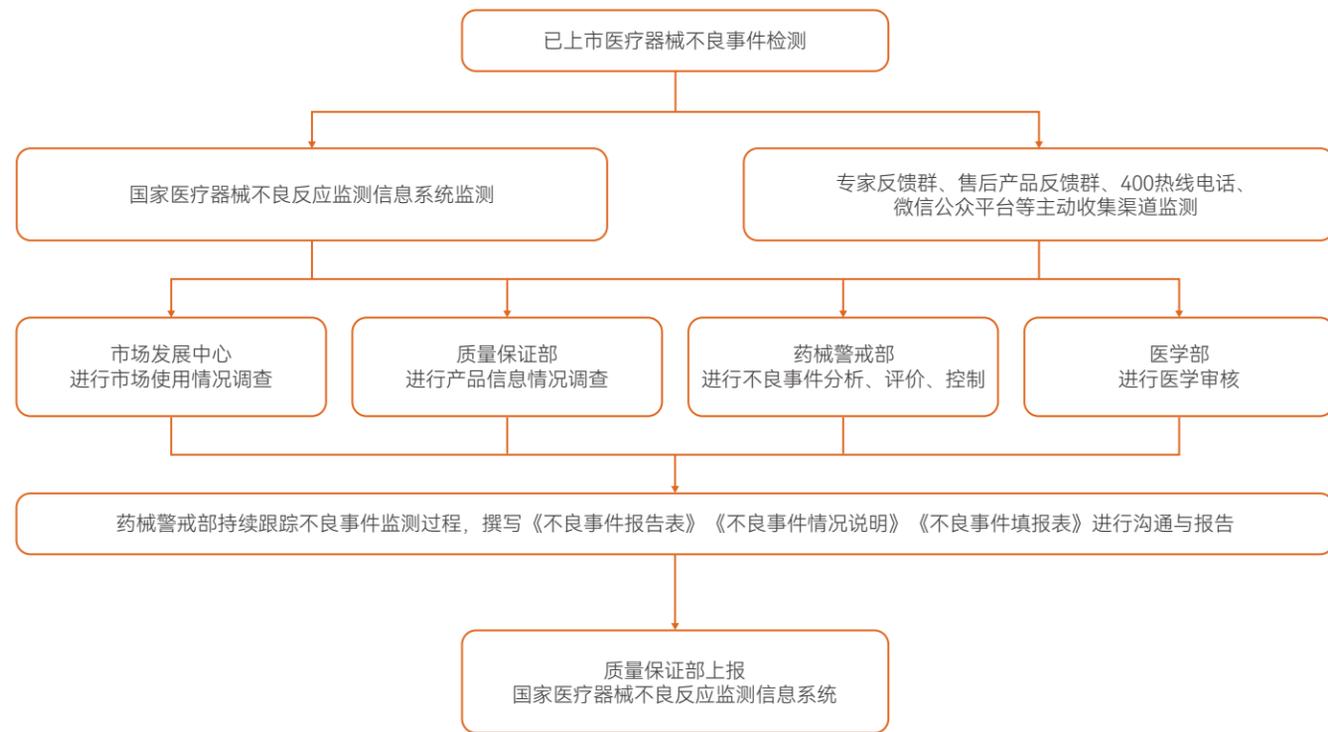
图注：提升科研创新硬件实力

### 多措并举提升产品质量

| 层面           | 行动描述  |
|--------------|---|
| 基于需求<br>解决痛点 | 传统的童颜针成分单一，且存在配置时间长、操作难度大等痛点。爱美客推出的“濡白天使”，有效规避传统产品注射后的红肿、疼痛等缺点，为求美者提供即刻、无痛及远期的改善效果。<br>为解决药器不能在非平面的头皮均匀给药、涂抹时药液瞬时大量渗漏的问题，公司对涂抹式给药器械进行创新设计，获得两个专利认证认可。   |
| 健全机制<br>持续创新 | 建立健全研发机制，形成“需求识别与管理、研发立项、立项后技术保证”闭环管理流程。  |
| 产学协调<br>合作共赢 | 从产品和临床的角度出发进行差距分析，制定行业专家拜访计划并收集最实际的临床需求和意见，形成临床洞见。主动协同研发等相关部门参加行业与公司主办的各项学术会议，了解行业最前沿的治疗理念和产品技术，进一步吸收形成产品优化和新产品立项的需求。   |
| 产学协调<br>合作共赢 | 从产品和临床的角度出发进行差距分析，制定行业专家拜访计划并收集最实际的临床需求和意见，形成临床洞见。主动协同研发等相关部门参加行业与公司主办的各项学术会议，了解行业最前沿的治疗理念和产品技术，进一步吸收形成产品优化和新产品立项的需求。   |
| 双管齐下<br>有效沟通 | 制定《反馈及投诉处置控制程序》《召回控制程序》，积极主动回应消费者的产品诉求。<br>主动调查：建立核心专家反馈机制，定期听取行业专家反馈意见，针对用户定期开展满意度调查。<br>接收反馈：建立400热线、官方微信公众号、官方网站、官方运营自媒体账号等多渠道意见反馈平台，并由专职客服及时处理反馈信息。持续优化UDI产品信息质量追溯机制，为消费者提供产品信息查询和风险预警功能。   |
| 风险预警<br>有效防范 | 风险管理小组主动识别产品生产和销售过程中的相关风险，以风险管理报告的形式开展风险识别和应对。风险管理具有医疗器械及应用和风险管理相关知识，由总经理、管理者、研发体系人员和质量管理体系人员等构成。   |
| 产品<br>可依从性追踪 | 建立健全医疗器械上市后不良事件主动收集的机制，完善药物警戒管理办法，制定《已上市医疗器械不良事件监测制度》《医疗器械上市后研究不良事件监测操作规范》《医疗器械不良事件监测法规监测操作规范》等制度。积极协调相关部门，对于已销售和使用的产品进行产品可依从性追踪。开展已上市医疗器械不良事件的监测、上报、分析和控制。<br>对于发现的上市产品不良事件，通常采取优化产品说明书、开展产品知识宣教和加强医生标准化操作培训的方式进行处理。对于可能危害人体健康和生命安全的不良事件，会采取停止销售和使用的产品、实施产品召回、发布风险信息、开展医疗器械再评价等风险控制措施。 |



图注：定期开展研发创新沟通培训会



图注：上市后医疗器械不良事件监测流程图

### 案例 校企产学共建，强化基础领域研究

报告期内，爱美客与北京工商大学成立联合实验室，共同开展化妆品相关技术及产品的开发研究，旨在借助联合实验室平台，加快实现技术及产品的转化。双方就行业基础科研议题，配方研究、原料研究、原料验证研究等开展合作，并建立人才培养合作计划，帮助学生提高职业就业竞争力，增强学院的实践教学实力。

| 关键绩效指标：研发投入     | 单位 | 2022              | 2021                       |
|-----------------|----|-------------------|----------------------------|
| 研发人数            | 人  | 181               | 117                        |
| 报告期内新引进人才数      | 人  | 毕业生：9人<br>人才引进：8人 | 毕业生：18人<br>人才引进（通过双高引进）：5人 |
| 研发人员硕士及以上学历人数占比 | %  | 47.5              | 57                         |
| 外部合作项目数量        | 个  | 3                 | 2                          |
| 研发投入            | 亿元 | 1.73              | 1.02                       |
| 研发投入占营收比例       | %  | 8.93              | 7.07                       |
| 在研项目数量          | 个  | 39                | 30                         |

## 共建伙伴关系

### COOPERATIVE PARTNERSHIP

安全、可控和可持续的供应链是爱美客为客户提供优质产品和稳定运营的保障。我们通过健全供应链管理体系，完善供应链数字信息平台，搭建可靠的价值生态链；强化供应商企业责任管理，与供应商共同协作，共建廉洁、共赢的负责任采购关系。

### 1.原材料安全管理

我们制定了《供应商管理制度》《供应商行为准则》《供方选择及采购控制程序》等制度文件，通过供应商评价准则，以科学规范的流程对供应商的企业资质、管理体系、质量工艺、仓储能力、组织架构等方面进行评估，以保障公司供应链的安全稳定。

#### 原材料安全保障措施

##### 供应商准入：

由采购部组织质量保证部、质量控制部、生产部对供方的基本资质如药品生产企业许可证、医疗器械生产许可证等进行审核。

由质量保证部确认是否进行现场审核、样品检验及小试；对关键物料由质量保证部、研发部门确认是否进行相应的工艺验证和稳定性研究。

需求部门、质量保证部确认通过后，以会议形式对供方实施评审，会议小组包括总经理、管代、各部门负责人；评审内容为供方资质、供货标准、服务的符合性、供方质量体系状况等，必要时组织现场审计。

##### 供应商再评价：

由评审小组对供方的产品供货质量、供货及时性、售后服务等进行回顾评价，以加强供方的周期性管理。

对供方再评价进行评分。其中，90-100分，可加大采购比例；80-90分，可维持现有采购比例；70-80分，应减少采购比例；0-69分，为不合格供应商。

##### 供应链合规管理：

与供应商签署《反商业贿赂》条款，设立申述机制，进行信息审计，以落实廉洁采购。

##### 供应链数字化：

通过信息化手段，完成“原材料采购、厂区、客户”整条链路的追踪溯源，提升供应链环节信息透明度，以保障原料来源、生产环节的安全性。

### 供应链的稳定与可持续性

我们致力于依托数字信息化技术，打通上下游供应链链路，并与原料供应商及下游客户建立长期合作关系，保证供应链稳定性。公司制定内部和外部风险管理举措，认真落实内部产品质量检查、及时关注外部供应商所处行业环境变动和供应商企业经营变化，以确保供应链的稳定运行。

公司秉持优质供应商选用原则，关注供应商ESG绩效，并优先与具备ESG管理理念的供应商合作，鼓励供应商开展质量、环境和职业健康安全认证，带动合作伙伴共同履行社会责任，切实推进绿色采购。

#### 供应商ESG绩效指标

##### 绿色发展：

要求供应商应认同绿色低碳发展理念，选用绿色材料、推行绿色包装，实现业务全周期内的绿色环保；应努力营造绿色办公环境，推动行业基础设施绿色升级。

##### 用工要求：

要求供应商确保公平的工作环境，包括为员工提供公平的福利待遇、禁止歧视、尊重员工集会和结社权利、对强迫劳动零容忍、禁止使用童工。

##### 公平竞争：

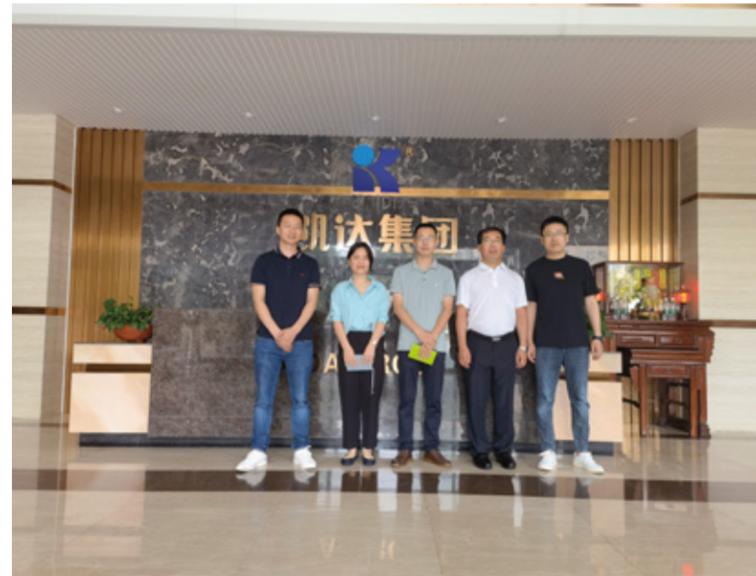
供应商应遵循公平、公开、公正的原则，最大限度实现业务信息透明；在参与投标过程中不得出现围、串标行为。

##### 合作共赢：

供应商应与公司建立长效沟通机制、奖励机制，约束利益冲突。

| 关键绩效指标             | 单位 | 2022 | 2021 | 2020 |
|--------------------|----|------|------|------|
| 供应商数目（中国大陆）        | 个  | 666  | 395  | 292  |
| 供应商数目（中国大陆以外）      | 个  | 7    | 5    | 3    |
| 供应商准入制度覆盖供应商数量     | 个  | 273  | 46   | /    |
| 供应商审核率             | %  | 100% | 100% | /    |
| <b>关键绩效指标：研发投入</b> |    |      |      |      |
| 供应商ESG审查覆盖率        | %  | 100% | 100% | /    |
| 现场审计               | 次  | 2    | 8    | /    |
| 新供应商资质评审           | 次  | 273  | 46   | /    |

\*注：“/”表示当年数据未统计



图注：爱美客质量部、审计团队一行3人前往凯达集团进行供应商现场审计

| 关键绩效指标       | 单位 | 2022 |
|--------------|----|------|
| 链路数字化试点供应商数量 | 个  | 968  |
| 供应链培训与考核     | 次  | 13   |
| 开展内部采购人员培训次数 | 次  | 13   |
| 内部采购人员考核率    | %  | 100% |

## 2. 数字信息化

数字化是数字经济背景下企业发展的必然选择。爱美客重视数字化建设，通过内部数字化、链路数字化、营销数字化，提升公司经营效率、强化供应链稳定性、增强客户满意度；并深知数字安全与消费者隐私保护的重要性，在行业内率先开展数字化信息技术运用。

#### 数字化举措

| 举措     | 具体内容  |
|--------|---|
| 内部数字化  | 进行厂区、办公区、部门、业务的数字化建设，监控每个节点流程，加强信息在组织内部的传递速度与信息对称性，以提升效率，并增强透明度。  |
| 链路数字化  | ERP、SRM、WMS、EAM等多个数字化系统的实施方案持续推进。与上游供应商进行寻源、报价、合同、订单、物流、质量、财务等全链路的线上协同工作，实现供应链信息共享，提高供应链整体运作效率。通过数字化的存货管理信息系统和合格的外部物流服务，及时、安全、可追溯地将产品交付给客户。 |
| 营销数字化  | 升级改版了线上用户运营平台——全轩课堂，营销数字化基本完成上轨，上线了“5A”计划、“嗨享之星”、“医启说”等大型综合学术营销活动，用户注册量已超3.7万人。   |
| 数据安全合规 | 设有备份一体机设备，每天对新增数据进行增量备份，每月对数据进行完整备份。办公区到厂区设有点对点VPN链路，进行数据互备，实现数据的同城灾备。终端电脑数据安全方面，部署了终端加密程序，即公司电子文档从创建到打开、编辑、浏览、保存、拷贝、传输直至删除整个生命周期始终处于加密状态。  |
| 部门协作   | 法务部协同各部门成立数据安全小组，推进《数据安全管理办法》的制定和实施。对外投资合作要求签署保密协议，同时法务部在文件安全、客户隐私信息、对外传送或披露等方面进行审核并出具意见。   |

# 员工责任

## EMPLOYEES RESPONSIBILITY

爱美客始终坚持以人为本的理念，建立完善的人才管理体系，严格遵守劳动用工相关法律法规，拥有完善的薪酬福利体系保障员工稳定收入。公司在积极吸引外部优秀人才的同时，注重内部员工的健康与安全、培养与发展，致力于为员工打造多元、平等、安全的工作环境。

### 1. 权益保障

#### 基本权益保障

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国工会法》等相关法律法规要求，制定《招聘与入职管理办法》《人力资源系统规划》《团队建设管理办法》《员工离职管理办法》等规章制度，依法与全体员工签订劳动合同并缴纳“五险一金”，保障员工的各项基本权益。公司严格执行公平公正原则，平等对待不同国籍、种族、民族、性别、宗教信仰和文化背景的员工，并计划于2023年上半年，更新招聘制度，补充“禁止童工、强制劳动”等相关表述。公司重视民主管理，每五年进行一次民主选举，组成职工代表大会，广泛听取员工合理建议和意见。

为杜绝童工、强制劳动等非法用工行为，员工关系专员在入职手续办理流程中，会严格检查候选人的身份证及学历信息，避免出现低龄童工的情况，截至报告期末，爱美客的正式员工的最低年龄为23岁。每个部门都会设置HRBP角色，支持并协助部门负责人进行人员管理，避免出现强制劳动等违规情形。此外，公司还会设置内审部门，持续进行对内监督管理。

报告期内，公司员工流失率为16.8% [ 员工流失率=离职人数/（期末在职+离职人数） ]，这是由于公司在发展过程中，更希望选择不同行业的销售人才，公司员工数量增长也主要来源于销售人员的增多，但行业间差异令部分销售人员无法适应，因此带来人员流失。公司为降低流失率，在面试环节进行更为严格的筛选，并组织安排新员工培训，设置“双领导人”模式，让新员工更快适应公司氛围，力争打造稳定、高效的人才团队。

| 关键绩效指标         | 2022 | 薪酬与福利   |
|----------------|------|---|
| 员工总数 (人)       | 713  | 公司制定《薪酬与考核激励管理制度》《福利管理制度》《批次绩效奖金考核管理办法》，明确确定薪、调薪的依据及范围，为员工提供有市场竞争力、公平化的薪酬体系，设有年度调薪和不定期调薪机制，及时体现对员工价值的认可。<br>假期设置也是员工重点关注的福利之一，公司制定《考勤及假期管理规定》明确不同工龄员工的年假配额，并严格落实女性员工孕产期、哺乳期和男性员工陪产期的休假规定，保障女性员工权益。<br>公司为吸引并留存高新技术人才，提供每月特有生活补贴，协助办理北京市工作居住证，高端人才入职后还享有北京户口指标的优先给予。 |
| 男员工数量 (人)      | 414  |   |
| 女员工数量 (人)      | 299  |   |
| 全职劳动合同制员工 (人)  | 713  |   |
| 全职劳务派遣制员工 (人)  | 0    |   |
| 30岁及以下 (人)     | 387  |   |
| 31岁至40岁 (人)    | 285  |   |
| 41岁至50岁 (人)    | 34   |   |
| 50岁及以上 (人)     | 7    |   |
| 本科及以上学历员工数 (人) | 512  |   |
| 大专学历员工数 (人)    | 165  |   |
| 中专及以下学历员工数 (人) | 36   |   |

### 薪酬结构



| 元素       | 内容  |
|----------|---|
| 薪酬包      | <b>基本工资</b><br>根据员工所在职位、能力及价值核定的薪资，在员工付出正常劳动后应取得的报酬，是薪酬包中相对固定的收入，根据考勤情况，实行按月发放。                           |
|          | <b>月度绩效奖金</b><br>根据个人月度承担的任务指标、个人月度工作任务完成情况而浮动发放的奖金。  |
|          | <b>年度绩效奖金</b><br>根据部门年度任务完成情况及个人年度任务完成情况而浮动发放的奖金。   |
| 专项奖金     | <b>基础专项奖金</b><br>具有周期长、复杂度高的特点，且需要多部门协同的专项而设置的激励奖金，包括生产批次绩效奖金、研发项目奖金等。                                    |
|          | <b>挑战任务专项奖金</b><br>针对各（部门及以上）组织单元主动挑战、积极担当部分的增值激励。  |
| 年度经营业绩奖金 | 该奖金是站在公司整体层面对增值部分的嘉奖，旨在“共享成长”，促使全员积极为公司的共同目标做出贡献，分享公司每年的成长收益。   |
| 股权激励     | 股权激励是公司中长期激励计划的一部分，重点为吸引、激励和绑定公司核心人才。   |
| 福利       | <b>法定福利</b><br>企业为满足国家法定性要求而为员工提供的福利，包括“五险一金”、法定节假日等。   |
|          | <b>通用福利</b><br>企业针对全体员工所实行的带有通常普遍性的福利。包括弹性工作制、就餐福利、节日礼物、慰问礼金、补充医疗保险、年度健康体检、入职体检费报销、工龄补贴、子女教育补贴、通讯补贴等。     |
|          | <b>保障性福利</b><br>企业为鼓励员工与公司保持长期稳定的合作，或对优秀员工进行福利政策倾斜所提供的一种前瞻性、广域性的保障福利。包括北京市工作居住证、工厂住宿、工厂食堂、就近居住补贴、平谷生活补贴等。 |

| 关键绩效指标      | 2022 | 2022        |
|-------------|------|-------------|
| 生产类型员工数 (人) | 113  | 职能类型员工数 (人) |
| 销售类型员工数 (人) | 335  | 男性员工流失率 (%) |
| 研发类型员工数 (人) | 181  | 女性员工流失率 (%) |

\*员工流失率=离职人数/（期末在职+离职人数）

## 员工关怀

公司建立完善的员工关怀机制，通过关怀员工生活和工作质量，舒缓因工作压力带来的不良情绪，提升员工的归属感和幸福感。为保障员工工作与生活平衡，公司也会定期举办节日和主题活动，缓解职工长期工作下的心理疲乏状态，让员工融入公司大家庭中，提升对公司的认同感。

### 关怀员工生活：

- 每月在食堂为当月过生日的员工举办生日会
- 增加员工阅览室图书的采购，丰富员工的文化知识
- 增设自助贩卖机，方便员工购买必需品
- 向即将结婚或生育员工发放慰问礼金

| 活动类型    | 活动内容  |
|---------|---|
| 节日福利关怀  | 在春节、端午节、中秋节为所有在职员工发放节日慰问品<br>在妇女节为女士准备问答活动及节日礼品<br>在儿童节为有孩子的家长发放儿童礼品<br>为导师及培训讲师组织教师节礼品兑换活动 |
| 暑期送清凉活动 | 夏日为工作在户外的同事组织防暑降温送茶叶活动  |
| 反诈骗宣传活动 | 组织反诈骗知识问答活动，提升员工反欺诈意识，保护员工免受诈骗和财产损失   |



图注：员工宿舍



图注：员工餐厅

## 2. 培训与发展

爱美客秉持“开放学习”的人才发展理念，通过组织和赋能员工学习成长，打造公司人才发展梯队，建设学习型组织。公司搭建完整的培训体系，培养计划的制定，为员工提供岗前培训、在职培训，提升员工专业技能和业务水平，打造高质量人才队伍。

## 文化熏陶

新员工培训由人力资源部统一组织，采用线上学习和线下集训相结合的方式，让新员工系统、全面地了解公司行业概况、发展历史、企业文化和业务等方面。在报告期内，公司共组织了4期新员工培训，共有340名新员工参加，课程的质量和效果评估平均得分为4.8分（满分为5分）。此外，公司还将“两个带头人”制度纳入新员工的人才培育计划中，包括领带人和导师两个角色，有效地帮助员工更好地融入公司并尽快适应工作。

### 新员工“两个带头人”制度

| 类型                  | 内容   |
|---------------------|--|
| 公司给新员工配备领带人和导师      | 领带人：一般为新员工的直接上级，或由部门指定业绩表现良好的骨干员工。从工作角度对新员工进行辅导，明确新员工岗位要求，制定试用期考核标准，观察新员工工作表现，及时发现问题，适时调整工作内容和进度，为新员工适应并顺利开展工作指明方向，帮助新员工尽快胜任岗位工作，同时做好日常工作导向的输出与传承。<br>导师：参加过企业文化培训达到优秀成绩，对公司文化、理念和工作导向有深刻的理解，积极践行公司价值观。导师是帮助新员工适应并认同公司文化的使者，正面、积极宣传爱美客人所恪守的价值观、文化理念和工作导向。在试用期期间，导师会与新员工进行文化面谈，为其解读公司文化理念和行为准则并答疑，帮助其更好的融入公司文化。 |
| 员工提交《新员工入职指引手册》申请转正 | 转正申请时，每位员工提交《新员工入职指引手册》，其中包含试用期每月的计划，导师沟通表。  |



高校毕业生作为新员工中特殊的存在，公司为其专门制定为期两年的“选、用、育、留”计划，通过系统性业务知识培训，帮助应届毕业生提升独立解决工作问题的能力。报告期内，公司人力资源部走进以吉林大学、南开大学、天津大学、北京大学医学部、北京化工大学和中央民族大学为主的优质高校，共完成线上、线下大型宣讲会6次，吸引了众多毕业生参与，共收到简历3000余份，成功引进以硕博学历层次为主的优秀人才20人。



图注：爱美客新员工入职培训



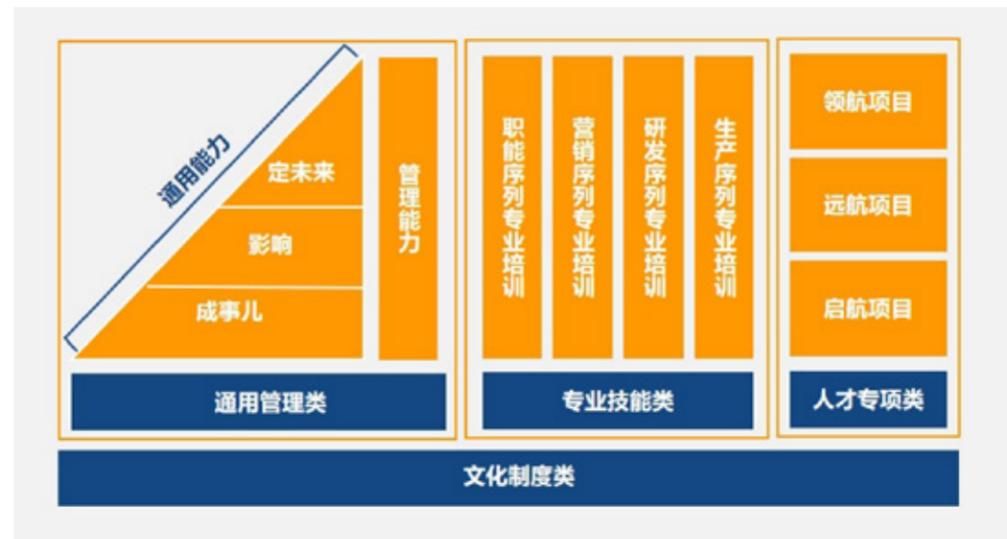
图注：爱美客2022秋招面试



图注：爱美客2022秋招校园招聘

## 培训体系

### 培训体系构成



### 培训体系介绍

| 元素    | 内容  |
|-------|---|
| 通用管理类 | 公司建立了“3+1”的通用管理胜任力模型，通用管理类培训就是基于该胜任力模型进行全面系统的培养方案。通用管理类围绕成事、影响、定未来及管理能力，分层级，系统开展执行力、影响力、创造力、领导力方面的针对性培训。  |
| 专业技能类 | 公司根据员工业务和专业能力发展的需求，开展适合不同序列和业务部门的专业能力提升培训。培训内容涵盖理论知识、实操技能、优秀案例等，增强员工的专业能力。同时邀请外部行业专家开设职业技能专项课程，提升培训内容丰富度和专业度。报告期内，研发、生产、营销、职能各序列共组织开展专业技能培训135次。                              |
| 人才专项类 | <b>启航项目</b><br>作为公司面向校招大学生的深度培养项目，培养周期为2年，从学员的融入、成长、蜕变再到持续贡献期助力。根据学员不同阶段的发展需要，为其提供有针对性的学习支持，培养形式包括培训课程、导师辅导、上级领带、学员自发组织学习圈子等，第一期项目参与学员数为20人，经过半年的学习成长，学员已经完全能够胜任本职工作。         |
|       | <b>远航项目</b><br>公司面向中层高潜力人员的培训发展项目，项目周期为1年，通过公司级和部门级两级培养计划来提升员工的综合能力。公司级培养方式包括统一培训和公开课、工作坊、读书会、知识沉淀等，旨在提升学员综合性的通用能力；部门级培养方式包括导师辅导、项目历练、轮岗学习等方式，旨在满足学员个性化的能力提升需求。项目已有62位学员加入学习。 |

### 知识沉淀制度

公司发布知识沉淀制度，鼓励员工在日常工作中勤于思考总结，通过文章撰写、课程开发及培训分享等形式输出，促进专业知识沉淀，以此提升组织团队共同进步的速度。报告期内，员工共撰写发布176篇文章，输出77门内部课程，开展公司级培训分享25次、部门级培训分享135次，内部知识资源库得以不断丰富。

## 爱学习平台

公司打造能够随时随地、畅通无阻进行移动学习的平台——爱学习平台，为员工提供便捷的线上学习平台，也为员工的知识化和专业化提供了资源。平台学习内容涉及内外部课程资源，内部课程涵盖各序列专业知识、文化制度、员工案例分享等超100节课程，外部课程涵盖研发、产品、营销、通用管理等超3,000节课程。报告期内，平台对员工的覆盖率65%，达8,346人次。

### 外部培训学习

报告期内，为帮助员工提升专业技能水平，公司支持员工参与共26场外部培训学习，包括职业认证培训，例如高压电工作业、医疗美容合规执业、器械职业认证培训；外部技能培训，例如无源医疗器械注册、中国药物警戒年会、医疗器械纠正措施、药品注册检验与核查相关技术、新药临床前安全性评价实操专题培训。

| 关键绩效指标         | 单位        | 2022 |
|----------------|-----------|------|
| 员工人均培训时长       | 年均受训 (小时) | 12   |
| <b>按性别</b>     |           |      |
| 男性员工人均培训时长     | 年均受训 (小时) | 12   |
| 女性员工人均培训时长     | 年均受训 (小时) | 12   |
| <b>按专业构成类别</b> |           |      |
| 生产类型员工平均接受培训   | 年均受训 (小时) | 9    |
| 销售类型员工平均接受培训   | 年均受训 (小时) | 10   |
| 研发类型员工平均接受培训   | 年均受训 (小时) | 23   |
| 职能类型员工平均接受培训   | 年均受训 (小时) | 9    |

| 关键绩效指标         | 单位 | 2022 |
|----------------|----|------|
| 员工接受培训         | 人数 | 456  |
| <b>按性别</b>     |    |      |
| 男性员工接受培训       | 人数 | 269  |
| 女性员工接受培训       | 人数 | 187  |
| <b>按专业构成类别</b> |    |      |
| 接受培训的生产员工数     | 人数 | 63   |
| 接受培训的销售员工数     | 人数 | 181  |
| 接受培训的研发员工数     | 人数 | 104  |
| 接受培训的职能员工数     | 人数 | 108  |

### 晋升机制

公司为员工职业生涯发展提供两条发展通道，并在晋升体系中加入“职级分离”机制，确保当员工的职位没有发生改变时，能力水平的提升能够带动职级晋升，打破岗位有限对于员工发展的局限性。



### 3. 员工健康与安全

员工的健康与安全是公司正常运作的基础，爱美客注重公司安全生产管理和员工安全意识培养，维护员工身心健康，保障公司稳健运营。

#### 安全生产

公司根据《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》等法律法规，制定《职业病危害防治责任制度》《安全生产责任制管理制度》《应急预案管理制度》等相关制度，成立安全生产组织，完善安全生产管理体系，以保障员工的健康和安全。

报告期内，公司建立了网格化最小单元的安全隐患检查体系，并制定了识别危害岗位程序和每个最小单元的隐患排查标准。平谷工厂被划分为137个最小网格单元，通过现场排查的方法，辨别危害岗位及风险源，并实施针对性的防护措施，以减少意外事故的发生。

#### 亮点绩效

公司通过 **ISO 45001职业健康安全管理体系** 认证



图注: ISO 45001体系认证图



图注: 安全生产组织架构图

#### 识别危害岗位风险源的程序



| 关键绩效指标               | 2022   | 2021   |
|----------------------|--------|--------|
| 因工死亡人数 (人)           | 0      | 0      |
| 因工死亡人数比率 (%)         | 0      | 0      |
| 因工伤损失工作日数 (天)        | 0      | 0      |
| 新增患职业病的人员数量 (人)      | 0      | /      |
| 安全生产与职业健康安全投入 (万元)   | 293.66 | 272.92 |
| 公司购买职业伤害保险的投入金额 (万元) | 45.97  | /      |
| 员工年度体检覆盖率 (%)        | 100    | 100    |

\*注: “/”表示当年数据未统计

#### 安全教育

公司积极开展员工安全生产、职业病防治知识等培训，强化员工的安全生产意识和防护能力，预防安全事故发生，推动公司健康可持续发展。报告期内，公司开展职业健康安全相关教育培训共计13次，内容覆盖公司制度学习、安全知识普及、职业病防治等。

| 关键绩效指标      | 单位 | 2022 |
|-------------|----|------|
| 职业健康安全培训    | 场次 | 3    |
| 职业健康安全培训覆盖率 | %  | 100  |



图注：职业健康安全培训现场

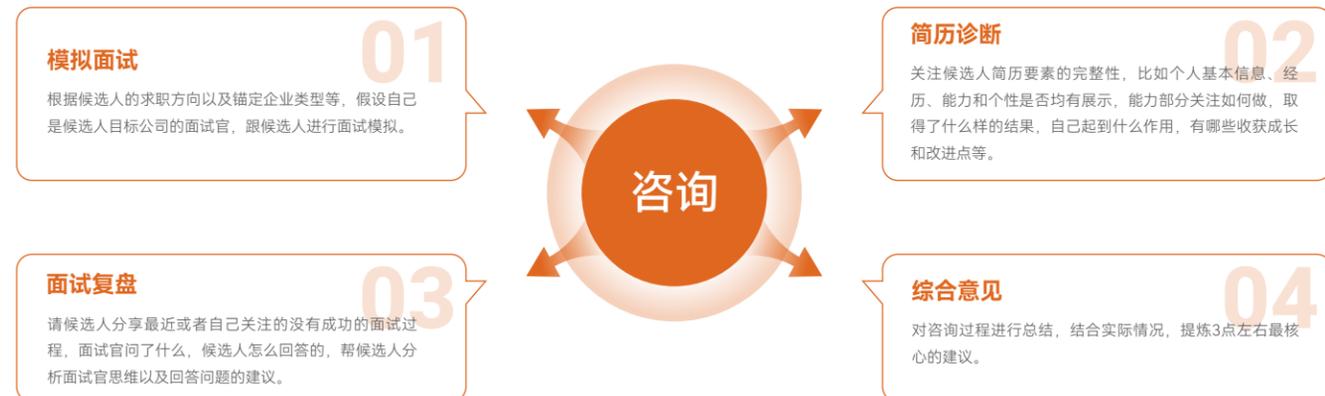
## 助力求职者走稳就业路

HELPING JOB SEEKERS FIND STABLE EMPLOYMENT

爱美客积极投身公益事业，以感恩之心回馈社会。疫情冲击下，高校毕业生就业形式严峻，我们主动承担社会责任，开展求职公益活动，帮助大学生顺利进入职场，完成从学生到“职场人”的蜕变。

### “求职赋能”公益咨询项目

爱美客人力资源官方公众号推出免费求职诊断栏目，致力于为遭遇求职困惑的伙伴提供具体解决思路，以找寻理想工作，获得职业成长与成功。公司开展“求职赋能公益活动”，邀请6位咨询师，从“如何写简历，可以让面试官眼前一亮”“面试时怎么做自我介绍加分”“转岗或转行，如何抓住机会平稳落地”三方面发现问题、解决问题，提升职场人找寻心仪工作的概率。报告期内，咨询师团队已解答超过100条求职问题，为25位职场人提供修改简历及面试指导；并发布涵盖求职共性问题的公众号文章，阅读量达到500以上，获得求职者的高度认可。



图注：“求职赋能”公益咨询项目流程图

### “简历诊断”公益直播

公司关注大学生就业难问题，通过开展“简历诊断”公益直播，针对性解决毕业生新入职场的困惑；公益直播内容包括如何呈现好简历、案例分析与建议等干货知识，得到众多学生认可，以致直播时长由60分钟延长至90分钟，充分赋能大学生就业成长。我们希望通过爱美客的经验和方法论，帮助更多毕业生顺利就业，实现自我价值。



图注：“简历诊断”公益直播内容

### “美美访谈”

公司开展了名为《美美访谈·加油！毕业生》的视频栏目，着重探讨了职场新人的转型、融入和成长等必经阶段。以公司专业管理者的视角进行分析，梳理职场法则，帮助新人快速成长。在报告期内，该栏目公众号累计阅读量超过4000人次，视频号累计播放量超过24000人次，推动更多求职者寻找成功的求职途径。



图注：爱美客开展的《美美访谈》栏目

# 环境保护篇

## ENVIRONMENTAL PROTECTION

爱美客确立“敬畏自然，知行正义”的工作导向，强调美不仅停留在人的外表，也存在我们共同生活的环境之中。美美与共，公司始终抱持敬畏的态度经营业务，保护今天的绿水青山，为子孙后代蕴蓄明天的绿颜。

环境管理体系 43

应对气候变化 44

排放物管理 48

资源使用管理 50

# 环境管理体系

## ENVIRONMENTAL MANAGEMENT

爱美客坚持可持续发展理念，主动制定绿色发展政策，构建和完善环境管理体系，持续强化环境管理的政策保障，公司依据《中华人民共和国环境保护法》及地方法律法规要求制定多项管理制度和控制程序，并结合考核制度形成管理闭环；将环境绩效纳入高管薪酬体系，通过红线指标和改进指标的综合评价得到管理层薪酬绩效，坚定不移地走绿色发展之路。

### 关键绩效

报告期内公司通过**ISO 14001环境管理体系**认证

报告期内环保设备投入 **1,440,000元**



图注：ISO 14001环境管理体系认证

### 环境管理制度和控制程序

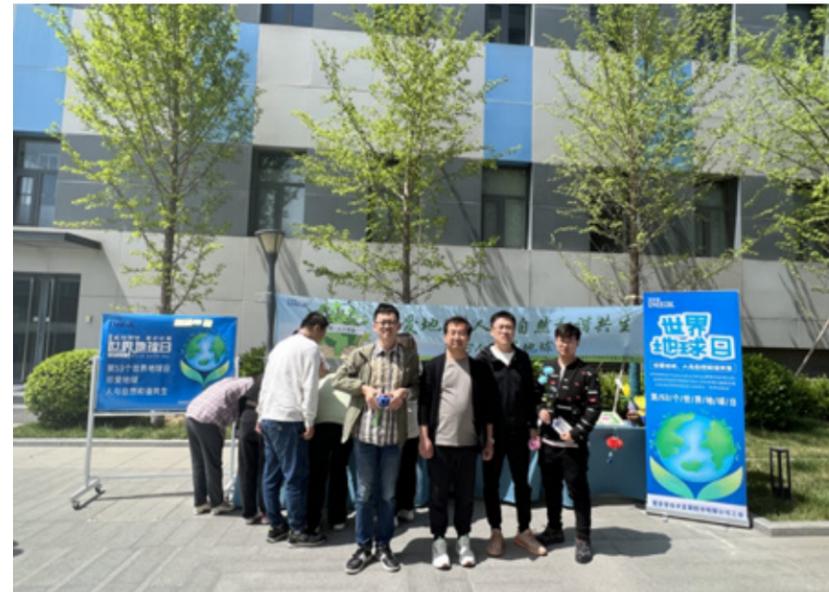
| 板块     | 环境管理制度/控制程序  |
|--------|--|
| 环境管理   | 《环境保护“三同时”管理制度》《环境噪声控制管理制度》《环境因素识别与评价控制程序》           |
| 应对气候变化 | 《能源评审控制程序》《能源基准和绩效参数设定控制程序》《能源数据控制程序》《能源运行控制程序》      |
| 排放物管理  | 《大气污染控制管理制度》《固体废弃物管理制度》《水污染防治管理制度》                   |
| 资源使用管理 | 《节约用水管理制度》《用水指标分解及节奖超罚考核办法》《节水管理岗位责任制度》《产品外包装标准操作程序》 |

### 环境管理措施

| 环境管理措施 | 内容   |
|--------|--|
| 环境管理   | 公司形成“总经理为第一负责人，EHS管理部为统筹主体，各部门主要负责人协同配合”的环境管理架构。   |
| 应对气候变化 | 将环保因素纳入项目可行性分析，在产品进入正式生产阶段前按照国家规定和地方要求对项目开展环境评价分析。   |
| 排放物管理  | 以生命周期分析和污染预防的思想为指导，对环境因素进行识别、评价、更新和合规性管控。采用“是非判断法”和“定量打分法”进行环境因素评价。<br>定期邀请第三方机构对平谷工厂进行环境风险评估并出具《环境评估报告》，确保工厂日常经营不会对周围环境产生负面影响。<br>选用低噪声设备，优化减震设计和利用建筑隔声，降低噪音风险。 |
| 资源使用管理 | 倡导绿色办公理念，推动OA无纸化办公系统的使用，减少不必要的纸张打印。<br>积极开展“地球日”宣传活动、环境保护垃圾分类竞赛宣传活动、环境保护教育培训和环境保护应急处置演练等活动，强化员工环保意识。   |



图注：EHS管理部组织机构图



图注：“地球日”宣传活动



图注：环境保护教育培训



图注：环境保护应急处置演练 图注：环境保护方针宣传标语

# 应对气候变化

## TACKLING CLIMATE CHANGE

爱美客坚持可持续发展理念，主动制定绿色发展政策，构建和完善环境管理体系，持续强化环境管理的政策保障，公司依据《中华人民共和国环境保护法》及地方法律法规要求制定多项管理制度和控制程序，并结合考核制度形成管理闭环；将环境绩效纳入高管薪酬体系，通过红线指标和改进指标的综合评价得到管理层薪酬绩效，坚定不移地走绿色发展之路。

### 1.能源管理

公司严格遵守《中华人民共和国节约能源法》及运营所在地法律法规的要求，持续完善能源管理体系，通过编写运行文件、优化能源使用、改进工艺设备和开展绿色工厂诊断的方式加强能源使用的规范化管理。



关键绩效

报告期内公司通过**ISO 50001能源管理体系**认证

能源管理措施

| 具体措施   | 内容  |
|--------|---|
| 编写运行文件 | 编写节能运行文件，约束制冷空调运行温度。<br>编写供暖运行文件，规范供暖温度调节要求，保证供暖温度的前提下节约能源。   |
| 优化能源使用 | 组织各类培训强化员工节能意识，规范合理使用厂区能源。使用LED节能灯，在楼道加装人体感应装置实现人走灯灭。<br>实施电力“容改需”项目，增设智能监控系统，合理规划电力使用，优化用电管理。<br>报告期内开展光伏发电项目，预计2023年投入使用。在平谷工厂未利用的屋顶处安装365块单块功率为550Wp的太阳能光伏板，采用自发自用余电上网的运行模式。<br>报告期内冷却水板块工艺改造和使用风冷系统节约1.8万度电，减少二氧化碳排放1.7吨。 |
| 工艺设备优化 | 定期对锅炉设备进行保养和维护，确保锅炉燃烧效率为最佳状态；使用太阳能锅炉加热装置，该装置能够降低30%燃气使用量。<br>定期维护净化空调和制冷机组，保证能源高效转化，提高能源利用率。<br>进行项目工艺改造将37°C恒温振荡混匀的工艺改为常温转动混匀，不进行温度控制能够降低控温过程消耗的能源，在相同功耗情况下产品处理量提升2.5倍，有效降低能源消耗。   |
| 绿色工厂诊断 | 报告期内公司开展“绿色工厂”诊断，加强能源消耗管理，全面推进绿色转型，提高低碳发展水平。  |

2022年9月8日与2022年9月7日环比



图注：用电智能监控系统

能源使用目标和成效

| 类别   | 目标指标      | 单位     | 2022年目标   | 2022年成效 |
|------|-----------|--------|-----------|---------|
| 综合能耗 | 单位产品综合能耗  | 千克标煤/支 | < 0.28969 | 0.25624 |
|      | 单位产品电耗    | 千克标煤/支 | < 0.16000 | 0.15055 |
| 电力   | 单位营收电耗    | 吨标煤/万元 | < 0.00405 | 0.00381 |
|      | 单位产品天然气能耗 | 千克标煤/支 | < 0.12800 | 0.10370 |
| 天然气  | 单位营收天然气能耗 | 吨标煤/万元 | < 0.00325 | 0.00263 |

| 关键绩效指标             | 单位  | 2022         | 2021         | 2020         |
|--------------------|-----|--------------|--------------|--------------|
| 天然气使用量             | 立方米 | 404,506.40   | 379,052.00   | 326,000.00   |
| 柴油使用量              | 升   | 389.00       | 716.00       | 1,193.00     |
| 汽油使用总量             | 升   | 7,952.21     | 11,878.78    | /            |
| 太阳能、生物质能等可再生能源使用量  | 千瓦时 | 80,000.00    | /            | /            |
| 外购暖气、冷气与蒸汽量        | 立方米 | 0            | 0            | 0            |
| 企业内部自行发电           | 千瓦时 | 0            | 0            | 0            |
| 企业内部自行制暖、制冷及产生的蒸汽量 | 立方米 | 1,712,082.00 | /            | /            |
| 外购电力               | 千瓦时 | 2,566,950.00 | 2,060,145.00 | 1,746,495.00 |

\*注：“/”表示当年数据未统计

2.碳排放管理

公司积极开展碳排放管理工作，2022年温室气体排放密度比2021年降低12.3%；制定碳排放目标，承诺2023年实现温室气体排放密度比2022年降低5%。

| 关键绩效指标          | 单位   | 2022    | 2021     | 2020    |
|-----------------|------|---------|----------|---------|
| 直接（范围1）温室气体排放量  | 吨    | 846.06  | 841.00   | 614.50  |
| 间接（范围2）温室气体排放量  | 吨    | 2484.80 | 1,994.00 | 1741.30 |
| 直接（范围1）温室气体排放密度 | 吨/万元 | 0.0044  | 0.0058   | 0.0087  |
| 间接（范围2）温室气体排放密度 | 吨/万元 | 0.0128  | 0.0138   | 0.0245  |

\*注：“/”表示当年数据未统计

### 3.气候风险及机遇的识别和应对

公司高度重视气候风险和机遇的识别，董事会定期就气候变化对公司的影响展开讨论，合规小组认真学习分析气候变化对业务运营的影响，参照TCFD识别气候风险和机遇，评估潜在公司财务影响，做好应对准备。

#### 能源使用目标和成效

| 风险    | 类型  | 潜在财务影响                       | 时间维度     |
|-------|---|------------------------------|----------|
| 转型性风险 | 政策风险：伴随“双碳”愿景逐步深化，政府扩大碳价交易机制覆盖面，可能会实施更加严格的气候政策。   | 运营成本提高                       | 短期<br>中期 |
|       | 法律风险：如果我们触犯环境保护法律法规或无法达到相应标准，可能将面临环保类诉讼。          | 运营成本提高<br>营业收入降低             | 短期<br>中期 |
|       | 市场风险：随着客户对气候问题关注程度的提高，可能会带来客户行为变化、市场需求变化和原材料价格上涨。 | 运营成本提高<br>营业收入降低             | 短期<br>中期 |
|       | 声誉风险：消费者和社区群众对环境保护、碳中和的意识逐步增强，如果公司行动力不足可能会影响品牌声誉。 | 营业收入降低                       | 短期       |
| 物理性风险 | 急性风险：台风、暴雨、冰雹等极端天气事件的加剧，会对生产经营和供应链带来影响。           | 运营成本提高<br>营业收入降低<br>固定资产价值降低 | 短期<br>中期 |
|       | 慢性风险：由于气候变化导致的海平面上升或持续性高温天气。                      | 运营成本提高<br>固定资产价值降低           | 长期       |

| 机遇    | 类型   | 潜在财务影响           | 时间维度     |
|-------|--|------------------|----------|
| 资源效率  | 提高能源使用效率，有助于节约企业运营成本。                        | 运营成本降低           | 中期<br>长期 |
| 能源结构  | 加大清洁能源使用力度，走绿色发展道路。                          | 运营成本降低           | 长期       |
| 产品和服务 | 开发绿色低碳和环境友好型产品，抓住行业转型趋势。                     | 营业收入提高           | 中期       |
| 适应力   | 加强绿色供应链管理，提高对于气候变化的适应力，更好的应对气候变化风险和抓住气候相关机遇。 | 运营成本降低<br>气候韧性提高 | 中期<br>长期 |

## 排放物管理

### EMISSIONS MANAGEMENT

公司矢志不移地开展污染防治和治理,运营过程中产生的废水、废气和废弃物排放均达到国家和工厂所在地北京市的相关标准。

#### 1.废水排放管理

爱美客的废水主要包括工业废水和生活污水，公司严格遵守《中华人民共和国水污染防治法》等相关法律法规和规章制度的规定，认真开展水污染检测和污水处理，委托第三方有资质公司进行定期检测并出具带CMA资质的检测报告，确保废水排放符合标准。

#### 废水排放管理措施

| 具体措施     | 内容  |
|----------|---|
| 水污染防治要求  | 按照国家或地方有关规定和监测规范，开展水污染物种类、数量和浓度检测。工业废水依据法律法规标准的要求进行处理，排放物达到国家或地方规定的排放标准。各部门做好排放物达标管理，禁止违规稀释或随意排放。对于不达标的污染物禁止排放，所属部门需立即进行整改。 |
| 水污染物应急处理 | 排放物检测超标时立即启动应急预案，污水不得外排，开展原因分析制定解决办法，当水质符合排放标准后方可排放。发现污水处理设备设施发生故障或突然停止运行时，严禁违规排放，立即采取应急处理措施。                               |
| 增加污水处理设备 | 报告期内新增一套污水处理设备，公司定期委托专业机构对污水开展监测，监测浓度同比污水设备建设之前降低60%。报告期内自建污水处理站投入使用。   |

#### 案例 自建污水处理站提高废水治理成效

随着公司规模扩大，各类化学药剂的使用需求也随之增加，为进一步提高污水治理效率和承担社会责任，爱美客在既有排放指标远低于运营地排放标准的情况下自建污水处理站，持续提高污水治理成效。报告期内污水处理站正式投入使用，排水数据稳定，废水治理效果相比于建站前显著提高。

图注：自建污水处理站



污水处理站治理成效

| 类别       | 单位   | 建站后   | 建站前    |
|----------|------|-------|--------|
| PH值      | 无量纲  | 7.10  | 7.20   |
| 氨氮       | mg/L | 5.25  | 22.70  |
| 化学需氧量    | mg/L | 42.00 | 488.00 |
| 悬浮物      | mg/L | 50.00 | 162.00 |
| 总磷       | mg/L | 2.61  | 3.59   |
| 五日生化需氧量  | mg/L | 16.90 | 224.00 |
| 动植物油     | mg/L | 0.64  | 14.70  |
| 阴离子表面活性剂 | mg/L | 0.66  | 8.89   |

2.废气排放管理

公司严格遵守《中华人民共和国大气污染防治法》《北京市大气污染防治条例》等法律法规的要求，科学开展污染预防和废气治理工作。通过制定废气排放目标、规范使用处理设施、建立应急预案机制和聘请专业机构进行监测等方式，减少废气排放对大气环境的影响。

废水排放管理措施

| 具体措施     | 内容   |
|----------|--|
| 制定废气排放目标 | 报告期内空气污染物（氮氧化物、硫氧化物、颗粒物）排放密度同比降低43%。<br>2023年实现空气污染物（氮氧化物、硫氧化物、颗粒物）排放密度降低5%。   |
| 规范使用处理设施 | 公司生产、质检、研发和生活产生的大气污染物都采用有组织排放方式进入大气，主要净化方式为活性炭吸附。加强大气污染物处理设备的操作管理，制定并严格执行操作流程。工程设备部定期对大气污染物处理设施进行巡检，每半年对大气处理设备耗材进行更换，确保大气污染物处理设备正常运行。规范使用锅炉低氮燃烧器，降低锅炉氮氧化物排放浓度。 |
| 建立预警应急机制 | 公司下属各部门分别建立大气污染物应急预案，出现污染事故时立即启动预案，做好防止事故扩大的措施。废气排放不达标时，部门需及时向安全管理部门报告，进行原因分析，制定整改策略。  |
| 聘请专业机构监测 | 公司委托专业机构对大气污染物进行定期监测，监测指标参考《锅炉大气污染物排放标准》《大气污染物综合排放标准》《餐饮业大气污染物排放标准》等进行制定，监测结果符合国家和北京地方环保标准限值要求。  |

| 关键绩效指标：废气排放总量 | 单位 | 2022  | 2021  | 2020  |
|---------------|----|-------|-------|-------|
| 氮氧化物 (NOx)    | Kg | 63.27 | 89.68 | 82.97 |
| 硫氧化物 (SOx)    | Kg | 6.30  | 11.13 | 9.96  |
| 颗粒物 (PM)      | Kg | 9.77  | 3.71  | 3.32  |

3.废弃物管理

依据《环境保护法》《固体废物污染环境防治法》和《国家危险废物名录》等法律法规的要求，爱美客制定《固体废弃物管理制度》，规范危险废弃物和无害废弃物处理方式，致力于降低生产运营对环境的负面影响。

我们的承诺：

降低固体废物的环境影响，达到减量化、资源化和无害化目标。  
优化有害废物的计划性管理，2023年有害废弃物排放密度降低3%。  
加强无害废物的资源回收利用。

公司的危险废弃物主要包括研发和生产过程中产生的废培养基、废弃菌体残渣、废有机溶剂、废矿物质油、废活性炭、废滤芯、废试剂空瓶、废化学试剂、实验室废物（针头）和实验室废液等，公司对危险废弃物进行统计并集中至危废暂存间内，定期交由北京金隅红树林环保技术有限公司和北京汇曼环保科技有限公司进行无害化处置，由EHS部门实施季度监测。

公司的无害废弃物主要包括厨余垃圾、可回收垃圾和其他工业垃圾，无害废弃物交由具有资质的单位进行处置和利用。

| 关键绩效指标：废弃物 | 单位     | 2022       | 2021       | 2020       |
|------------|--------|------------|------------|------------|
| 有害废弃物总量    | 吨      | 8.97       | 3.01       | 2.62       |
| 无害废弃物总量    | 吨      | 55.51      | 42.70      | 30.00      |
| 有害废弃物排放密度  | 吨/万元营收 | 0.00004626 | 0.00002079 | 0.00003694 |
| 无害废弃物排放密度  | 吨/万元营收 | 0.00028630 | 0.00029492 | 0.00042296 |

资源使用管理  
RESOURCE MANAGEMENT

自然资源是人类生存发展和经济社会正常运行的基础，爱美客将自然资源管理和使用放在重要位置，积极开展节约用水和循环用水项目，优化包装材料使用措施，持续优化资源管理体系和资源使用方式。

## 1.水资源管理

产品生产过程中需要消耗水资源，公司高度重视水资源管理，通过制定水资源使用目标、开展节水项目、优化生产工艺、保证供水稳定和培养节水意识等方式减少水资源浪费，加强水资源循环使用。

### 污水处理站治理成效

| 目标指标   | 单位     | 2022年目标      | 2022年成效    |
|--------|--------|--------------|------------|
| 单位产品水耗 | 千克标煤/支 | < 0.001690   | 0.001949   |
| 单位营收水耗 | 吨标煤/万元 | < 0.00004300 | 0.00004936 |

公司未实现报告期初设定的水资源使用目标，主要原因包括2021年用于美化园区的绿植在报告期内进入成长期，浇灌用水量增加、节水改造计划因疫情原因延后和产区研发项目用水超过预期值，但报告期的整体成效和期初设置的目标差异较小。在下一个报告期内，我们将持续优化水资源管理体系，通过节水改造和设备维保等技术措施提高生产效率，降低水资源消耗，做好水资源使用的优化管理。

### 逻辑图展示：节约用水措施

#### 开展节水项目：

参与北京市节水单位创建，完成工厂水平衡测试，保证水系统管网无跑冒滴漏现象。

实施雨水收集利用项目，通过节水改造增加雨水收集池，铺设雨水灌溉节水绿化管网，利用雨水收集系统进行绿化灌溉，报告期雨水利用量约为250m<sup>3</sup>。

#### 优化生产工艺：

开展蒸汽冷凝水回收利用改造升级项目，报告期内节约用水1,200吨。

对项目工艺进行改造，交联后的产品需要用水进行清洗，每步需要消耗制备产品200倍重量的纯化水，并且清洗过程会损失50%左右质量的产品。工艺优化后不需要进行纯化水清洗，制备过程中也没有损失。

#### 保证供水稳定：

主动了解运营地水资源风险，建立蓄水池并保持与水务局和自来水公司密切沟通，防范用水风险，保证用水供应。

#### 培养节水意识：

组织开展节约用水培训，利用节水宣传周、世界水日活动，广泛宣传北京地区严重缺水形势和节水管理重要性，强化员工节约用水意识。

分解用水指标，对达到节约用水指标的部门基于奖励；季度累计考核用水量超过指标时，需按照超出吨数进行处罚。



图注：雨水收集利用项目

### 关键绩效指标：水资源使用情况

| 单位       | 2022      | 2021      | 2020      |
|----------|-----------|-----------|-----------|
| 总耗水量     | 37,241.00 | 24,400.00 | 19,501.00 |
| 万元收入综合水耗 | 0.1921    | 0.1685    | 0.2749    |

## 2.包装材料使用

爱美客持续优化产品生产过程，简化包装设计，在满足产品包装基本需求的情况下减少包装材料的使用，降低对生态环境的影响。公司产品配附的一次性使用无菌注射针组件原先单独使用 PET/PE材质卷材包装，报告期内更改为直接配附到产品内包装中以减少卷材使用量，2021 年卷材使用量为3,138.82kg，2022 年卷材的使用量为 250kg。报告期内对包装工艺进行优化，原外包装工序配一次性使用无菌注射针，变更为初包装工序配一次性使用无菌注射针，工艺的变更实现外包全面自动化，降低卷材使用量。

### 关键绩效指标：包装材料使用情况

| 单位       | 2022   | 2021   | 2020   |
|----------|--------|--------|--------|
| 使用包装材料   | 187.00 | 143.00 | 70.50  |
| 使用包装材料密度 | 0.0010 | 0.0010 | 0.0010 |

# 结尾篇

AT THE END

GRI指标索引 55

报告编制说明 60

意见反馈表 61



# GRI指标索引

GRI INDEX

| GRI标准         | 项目     | 内容                      | 位置          |
|---------------|--------|-------------------------|-------------|
| GRI 102: 一般披露 | 102-1  | 组织名称                    | P07         |
|               | 102-2  | 活动、品牌、产品和服务             | P07         |
|               | 102-3  | 总部位置                    | P07         |
|               | 102-4  | 经营位置                    | P07         |
|               | 102-5  | 所有权与法律形式                | P07         |
|               | 102-6  | 服务的市场                   | P07         |
|               | 102-7  | 组织规模                    | P07, P09    |
|               | 102-8  | 关于员工和其他工作者的信息           | P23-24      |
|               | 102-9  | 供应链                     | P28         |
|               | 102-10 | 组织及其供应链的重大变化            | 无重大变化       |
|               | 102-11 | 预警原则或方针                 | P20         |
|               | 102-12 | 外部倡议                    | P15         |
|               | 102-13 | 协会的成员资格                 | P10         |
|               | 102-14 | 高级决策者的声明                | P01-02      |
|               | 102-15 | 关键影响、风险和机遇              | P17, P20    |
|               | 102-16 | 价值观、原则、标准和行为规范          | P02, P07    |
|               | 102-17 | 关于道德的建议和关切问题的机制         | P18-19      |
|               | 102-18 | 管治架构                    | P13, P16    |
|               | 102-19 | 授权                      | 不适用         |
|               | 102-20 | 行政管理层对于经济、环境和社会议题的责任    | P14         |
|               | 102-21 | 就经济、环境和社会议题与利益相关方       | P16         |
|               | 102-22 | 最高管治机构及其委员会的组成          | P15-16      |
|               | 102-23 | 最高管治机构主席                | P02, P13-16 |
|               | 102-24 | 最高管治机构的提名和甄选            | P14         |
|               | 102-25 | 利益冲突                    | 不适用         |
|               | 102-26 | 最高管治机构在制定宗旨、价值观和战略方面的作用 | P02, P14    |
|               | 102-27 | 最高管治机构的集体认识             | P02         |
|               | 102-28 | 最高管治机构的绩效评估             | P14         |
|               | 102-29 | 经济、环境和社会影响的识别和管理        | P17         |

| GRI标准           | 项目              | 内容                   | 位置                       |
|-----------------|-----------------|----------------------|--------------------------|
| GRI 102: 一般披露   | 102-30          | 风险管理流程的效果            | P20                      |
|                 | 102-31          | 经济、环境和社会议题的评审        | P17                      |
|                 | 102-32          | 最高管治机构在可持续发展报告方面的作用  | P02, P14                 |
|                 | 102-33          | 重要关切问题的沟通            | P16                      |
|                 | 102-34          | 重要关切问题的性质和总数         | P16                      |
|                 | 102-35          | 报酬政策                 | P14                      |
|                 | 102-36          | 决定报酬的过程              | 不适用                      |
|                 | 102-37          | 利益相关方对报酬决定过程的参与      | 不适用                      |
|                 | 102-38          | 年度总薪酬比率              | 不适用                      |
|                 | 102-39          | 年度总薪酬增幅比率            | P02                      |
|                 | 102-40          | 利益相关方群体列表            | P16                      |
|                 | 102-41          | 集体谈判协议               | 不适用                      |
|                 | 102-42          | 利益相关方的识别和遴选          | P16                      |
|                 | 102-43          | 利益相关方参与方针            | 不适用                      |
|                 | 102-44          | 提出的主要议题和关切问题         | P16-17                   |
|                 | GRI 103: 管理方法   | 103-1                | 对实质性议题及其边界的说明            |
| 103-2           |                 | 管理方法及其组成部分           | P21, P37                 |
| 103-3           |                 | 管理方法的评估              | 不适用                      |
| GRI 201: 经济绩效   | 201-1           | 直接生产和分配的经济价值         | P09                      |
|                 | 201-2           | 气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇 | P42                      |
|                 | 201-3           | 义务性固定福利计划和其他退休计划     | 不适用                      |
|                 | 201-4           | 政府给予的财政补贴            | 不适用                      |
| GRI 202: 市场表现   | 202-1           | 按性别标准起薪水平工资与当地最低工资之比 | 不适用                      |
|                 | 202-2           | 从当地社区雇佣高管的比例         | 不适用                      |
| GRI 203: 间接经济影响 | 203-1           | 基础设施投资和支持性服务         | P34-36                   |
|                 | 203-2           | 重大间接经济影响             | P02                      |
| GRI 204: 采购实践   | 204-1           | 向当地供应商采购支出的比例        | P28                      |
|                 | 205-1           | 已进行腐败风险评估的运营点        | P18                      |
| GRI 205: 反腐败    | 205-2           | 反腐败政策和程序的传达及培训       | P18-19                   |
|                 | 205-3           | 经确认的腐败事件和采取的行动       | 未发生腐败事件                  |
|                 | GRI 206: 不当竞争行为 | 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 |

| GRI标准           | 项目    | 内容                                      | 位置     |
|-----------------|-------|---|--------|
| GRI 207: 税务     | 207-1 | 税务管理方法                                  | 不适用    |
|                 | 207-2 | 税务治理、管控及风险管理                            | 不适用    |
|                 | 207-3 | 利益相关方的参与以及涉税问题管理                        | 不适用    |
|                 | 207-4 | 国别报告                                    | 不适用    |
| GRI 301: 物料     | 301-1 | 所用物料的重量或体积                              | 不适用    |
|                 | 301-2 | 所使用的回收进料                                | 不适用    |
|                 | 301-3 | 回收产品及其包装材料                              | 不适用    |
| GRI 302: 能源     | 302-1 | 组织内部的能源消耗量                              | P41    |
|                 | 302-2 | 组织外部的能源消耗量                              | 不适用    |
|                 | 302-3 | 能源强度                                    | 不适用    |
|                 | 302-4 | 减少能源消耗量                                 | P41    |
|                 | 302-5 | 降低产品和服务的能源需求                            | 不适用    |
| GRI 303: 水资源与污水 | 303-1 | 组织与水（作为共有资源）的相互影响                       | P41    |
|                 | 303-2 | 管理与排水相关的影响                              | P41    |
|                 | 303-3 | 取水                                      | P41    |
|                 | 303-4 | 排水                                      | P41    |
|                 | 303-5 | 耗水                                      | P41    |
| GRI 304: 生物多样性  | 304-1 | 组织所拥有、租赁、在位于或邻近于保护区和保护区外生物多样性丰富区域管理的运营点 | 不适用    |
|                 | 304-2 | 活动、产品和服务对生物多样性的重大影响                     | 不适用    |
|                 | 304-3 | 受保护或经修复的栖息地                             | 不适用    |
|                 | 304-4 | 受运营影响区域的栖息地中已被列入 IUCN 红色名录及国家保护名册的物种    | 不适用    |
| GRI 305: 排放     | 305-1 | 直接（范畴1）温室气体排放                           | P40    |
|                 | 305-2 | 能源间接（范畴2）温室气体排放                         | P40    |
|                 | 305-3 | 其他间接（范畴3）温室气体排放                         | 不适用    |
|                 | 305-4 | 温室气体排放强度                                | P40    |
|                 | 305-5 | 温室气体减排量                                 | 不适用    |
|                 | 305-6 | 臭氧消耗物质（ODS）的排放                          | 不适用    |
|                 | 305-7 | 氮氧化物（NOX）、硫氧化物（SOX）和其他重大气体排放            | P40    |
| GRI 306: 废弃物    | 306-1 | 废弃物的产生及废弃物相关重大影响                        | P39-40 |
|                 | 306-2 | 废弃物相关重大影响的管理                            | P39    |
|                 | 306-3 | 产生的废弃物 10                               | P39-40 |

| GRI标准              | 项目             | 内容                        | 位置               |
|--------------------|----------------|---------------------------|------------------|
| GRI 307: 环境合规      | 306-4          | 从处置中转移的废弃物                | P39              |
|                    | 306-5          | 进入处置的废弃物                  | P39              |
| GRI 307: 环境合规      | 307-1          | 违反环境法律法规                  | 未违反相关环境法规        |
| GRI 308: 供应商环境评估   | 308-1          | 使用环境标准筛选的新供应商             | P28              |
|                    | 308-2          | 供应链对环境的负面影响以及采取的行动        | 不适用              |
| GRI 401: 雇佣        | 401-1          | 新进员工和员工流动率                | P24              |
|                    | 401-2          | 提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利    | P25              |
|                    | 401-3          | 育儿假                       | P23              |
| GRI 402: 劳资关系      | 402-1          | 有关运营变更的最短通知期              | 不适用              |
|                    | 403-1          | 职业健康安全管理体系                | P25-27           |
| GRI 403: 职业健康与安全   | 403-2          | 危害识别、风险评估和事件调查            | P25-27           |
|                    | 403-3          | 职业健康服务                    | P25-27           |
|                    | 403-4          | 职业健康安全事务：工作者的参与、协商和沟通     | P25-27           |
|                    | 403-5          | 工作者职业健康安全培训               | P25-27           |
|                    | 403-6          | 促进工作者健康                   | P25-27           |
|                    | 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   | P25-27           |
|                    | 403-8          | 职业健康安全管理体系适用的工作者          | P25-27           |
|                    | 403-9          | 工伤                        | P25-27           |
|                    | 403-10         | 工作相关的健康问题                 | P25-27           |
|                    | GRI 404: 培训与教育 | 404-1                     | 每名员工每年接受培训的平均小时数 |
| 404-2              |                | 员工技能提升方案和过渡协助方案           | P24              |
| 404-3              |                | 定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比       | 不适用              |
| GRI 405: 多元化与平等机会  | 405-1          | 管治机构与员工的多元化               | P23              |
|                    | 405-2          | 男女基本工资和报酬的比例              | 不适用              |
| GRI 406: 反歧视       | 406-1          |                           | 未发生歧视事件          |
| GRI 407: 结社自由与集体谈判 | 407-1          | 结社自由与集体谈判权利可能面临风险的运营点和供应商 | 不适用              |
| GRI 408: 童工        | 408-1          | 具有重大童工事件风险的运营点和供应商        | 不适用              |
| GRI 409: 强迫或强制劳动   | 409-1          | 具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商   | 不适用              |
| GRI 410: 安保实践      | 410-1          | 接受过人权政策或程序的培训的安保人员        | 不适用              |
| GRI 411: 原住民权利     | 411-1          | 涉及侵犯原住民权利的事件              | 不适用              |
| GRI 412: 人权评估      | 412-1          | 接受人权审查或影响评估的运营点           | 不适用              |

| GRI标准            | 项目    | 内容                       | 位置      |
|------------------|-------|--------------------------|---------|
| GRI 412: 人权评估    | 412-2 | 人权政策或程序方面的员工培训           | P23     |
|                  | 412-3 | 包含人权条款或已进行人权审查的重要投资协议和合约 | 不适用     |
| GRI 413: 当地社区    | 413-1 | 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点    | P35-36  |
|                  | 413-2 | 对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点    | 无       |
| GRI 414: 供应商社会评估 | 414-1 | 使用社会标准筛选的新供应商            | P28     |
|                  | 414-2 | 供应链对社会的负面影响以及采取的行动       | 不适用     |
| GRI 415: 公共政策    | 415-1 | 政治捐赠                     | 不适用     |
| GRI 416: 客户健康与安全 | 416-1 | 对产品和服务类别的健康与安全影响的评估      | P32-33  |
|                  | 416-2 | 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件     | 未发生违规事件 |
| GRI 417: 营销与标识   | 417-1 | 对产品和服务信息与标识的要求           | P20     |
|                  | 417-2 | 涉及产品和服务信息与标识的违规事件        | 未发生违规事件 |
|                  | 417-3 | 涉及市场营销的违规事件              | 未发生违规事件 |
| GRI 418: 客户隐私    | 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  | 无       |
| 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          | 无       |

## 报告编制说明

### REPORT PREPARATION INSTRUCTIONS

#### 概况

这是爱美客技术发展股份有限公司（也以“爱美客”“我们”“公司”替代表示）发布的《爱美客2022年度环境、社会及公司治理（ESG）报告》。本报告的目的在于向利益相关方汇报公司在环境、社会及公司治理（简称“ESG”）方面的管理、举措和成效。

#### 报告范围

本报告覆盖爱美客技术发展股份有限公司总部及位于平谷区马坊工业园区的生产基地。本报告为年度报告，时间界限为2022年1月1日至12月31日，部分内容超出上述范围，在所涉及处予以说明。

#### 编制依据

本报告遵循深圳证券交易所于2022年1月修订的《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第2号——创业板上市公司规范运作》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第11号——信息披露工作考核》和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（GRI Standards）》进行编制。同时，本报告亦就摩根斯坦利资本国际公司对本公司的ESG评级（即MSCI ESG评级）报告进行参考与回应、引用了国际标准化组织（International Organization for Standardization, ISO）下属的ISO/TC 260社会责任技术委员会发布的中国国家标准化委员会发布的ISO 26000 社会责任指南（ISO 26000:2010 Guidance on Social Responsibility）中的部分建议。

#### 数据说明

报告中数据、管理机制和案例来自公司实际运营的原始记录或财务报告。报告中的财务数据以人民币为单位。财务数据与公司年度财务报告不符的，以年度报告为准。

#### 可靠性承诺

爱美客承诺本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，公司董事会对其内容真实性、准确性和完整性负责。

#### 联系方式

爱美客鼓励所有利益相关方对本公司ESG工作提出建议或意见。如有相关事宜，请联系ir@imeik.com。

## 意见反馈表

FEEDBACK FORM

感谢您阅读《爱美客2022年度环境、社会及公司治理（ESG）报告》。为了向您及其他利益相关方提供更有价值的信息，提升本公司ESG管理的能力和水平，我们衷心欢迎您对报告提出意见建议。



扫一扫，填写读者意见反馈表