

JALA

地址 上海市静安区铜仁路299号东海广场49楼

电话 021-62220000

传真 021-62635555

邮编 200040

JALA ENVIRONMENTAL SOCIAL & GOVERNANCE REPORT 2022



2022 伽蓝集团
可持续发展报告

JALA

联合国开发计划署战略合作伙伴
博鳌亚洲论坛白金级会员单位
中国2010年上海世博会参展企业
中国航天事业合作伙伴
载人航天领域联合实验室
中国南北极科学考察队合作伙伴
中华环境保护基金会合作伙伴
中国儿童少年基金会公益合作伙伴
中国跳水队官方合作伙伴
中国国家女子排球队官方护肤品
高新技术企业
上海市质量金奖
上海市认定企业技术中心
上海市专利示范企业
上海纳税AAA级企业
上海资信等级AAA级企业
中国驰名商标(自然堂美素)
全国民族团结进步模范
全国实施卓越绩效模式先进企业
国家知识产权优势企业

2022全国化妆品行业质量领先企业
2022全国化妆品行业质量领先品牌
2022全国质量检验诚信企业
2022上海民营制造业企业100强
2022上海制造业企业100强
2022上海民营企业100强
2022上海院士(专家)工作站
2022中国人才管理卓越典范奖
2022年首届大国消费·金长城奖数字化模式创新奖
2022年首届大国消费·金长城奖产品模式创新奖
2022年度企业首席质量官创新实践典型案例
2022第十五届中国管理模式创新奖
2022年度最佳数字化转型与创新奖
第二十届杰出品牌营销奖·2022杰出品牌公益大奖
(自然堂种草喜马拉雅公益活动)
iTalentU2022北森用户乐享季“超级HR”奖
(伽蓝集团DHR数字化人力资源管理系统)
PSS亚太卓越采购奖2022最佳采购流程创新奖
(伽蓝集团战略采购部)
2021年度生产安全先进集体(伽蓝集团生产基地)



JALA 订阅号



JALA 视频号



JALA 微博



JALA 抖音号

CONTENTS

目录



1

ABOUT JALA 走进伽蓝

- 06 董事长寄语
- 08 数说2022
- 10 历程回顾
- 14 文化体系
- 16 实质性议题



2

ENVIRONMENT 环境

- 20 绿色产品
- 28 绿色环境
- 29 绿色生产
- 30 生物多样性保护
- 32 绿色办公



3

SOCIAL 社会

- 36 员工福利
- 40 负责任供应链
- 41 心系消费者
- 46 公益行动



4

GOVERNANCE 治理

- 54 数字化转型
- 62 内控管理体系
- 63 知识产权保护

ONE PART

走进伽蓝 ABOUT JALA

自 2001 年在中国上海发展以来，伽蓝集团先后创立了中国科技美妆高端抗老品牌——美素；源自喜马拉雅的自然科技品牌——自然堂；多效敏感肌护肤专家——植物智慧；科技活性植萃美妆品牌——春夏；专业功效性护肤品牌——珀芙研、个性化的专业彩妆潮牌——COMO；倡导女性悦己主义的小众沙龙香水品牌——ASSASSINA 莎辛那等多个品牌。

MAYSU
SHANGHAI

CHANDO
自然堂

W 植物智慧
BOTANICAL
WISDOM

Spring
Summer 春夏®

Biorrier
珀芙研

COMO

ASSASSINA



 **董事长寄语**
PRESIDENT MESSAGE



美丽世界 美丽共生

2022年十分不容易，实际上过去三年都很难。新冠疫情、俄乌冲突、贸易摩擦导致不少国家通货膨胀、经济增长停滞。中国经济也面临需求收缩、供给冲击和预期转弱三重压力，社会经济生活和各行各业都受到了很大冲击。

我时常在思考一个问题：经营企业的意义到底是什么？企业需要盈利，这是企业生存和发展的必要条件和结果。但企业只顾盈利也是没有意义的。企业的责任是为顾客、为员工、为地方经济繁荣和社会发展创造价值，来促进人、社会、环境和谐共生的美丽世界，这才是经营企业的意义所在。

所以尽管2022年非常艰难，但伽蓝依然坚持履行社会责任，践行可持续发展理念：要从环境、社会和企业管理的角度综合考虑，并在发展业务的同时，矢志造福人类的公益事业，致力传统文化的保护与传承、发展教育、保护环境，确保事业可持续发展。

伽蓝作为创立于上海的化妆品领军企业，在2022年疫情时第一时间伸出援手，累计向一线医护人员、志愿者、社区居民等捐赠9批、总价值超500万元的物资，助力上海打赢保卫战，并于2022年4月20日率先复工复产，带动了相关产业链走向复苏。

6月，我们成功研制出国货美妆的“产品之芯”——超极酵母喜默因。这是伽蓝拥有自主知识产权的核心功效成分，持续开发近10年，依托自有科研平台在新材料、新技术方面的优势，运用尖端科技保护性开发喜马拉雅自然资源。该成分已经运用在自然堂小紫瓶第五代、自然堂头皮精华等产品中。



在环境保护方面，自然堂种草喜马拉雅公益行动第六季如期完成。2016年以“始于自然，回馈自然”的初心启动项目至今，伽蓝已累计向中华环境保护基金会捐赠2200万元、在西藏日喀则地区种下了466万平方米的绿麦草，持续推动乡村振兴，积极响应“实现共同富裕”的国家战略。

此外，始于2013年的太空护肤科研从未停止探索的脚步，太空科技利用层面动作频密、成果丰硕。伽蓝荣膺中国航天事业合作伙伴的身份，继续为神舟十三号、神舟十四号和神舟十五号提供美素太空霜、自然堂男士冰川露、自然堂小金笔口红、自然堂咖啡因精华乳等功效卓越的产品及适合太空生活使用的免洗个人清洁、洗护和护肤产品，助力航天科研任务顺利完成。

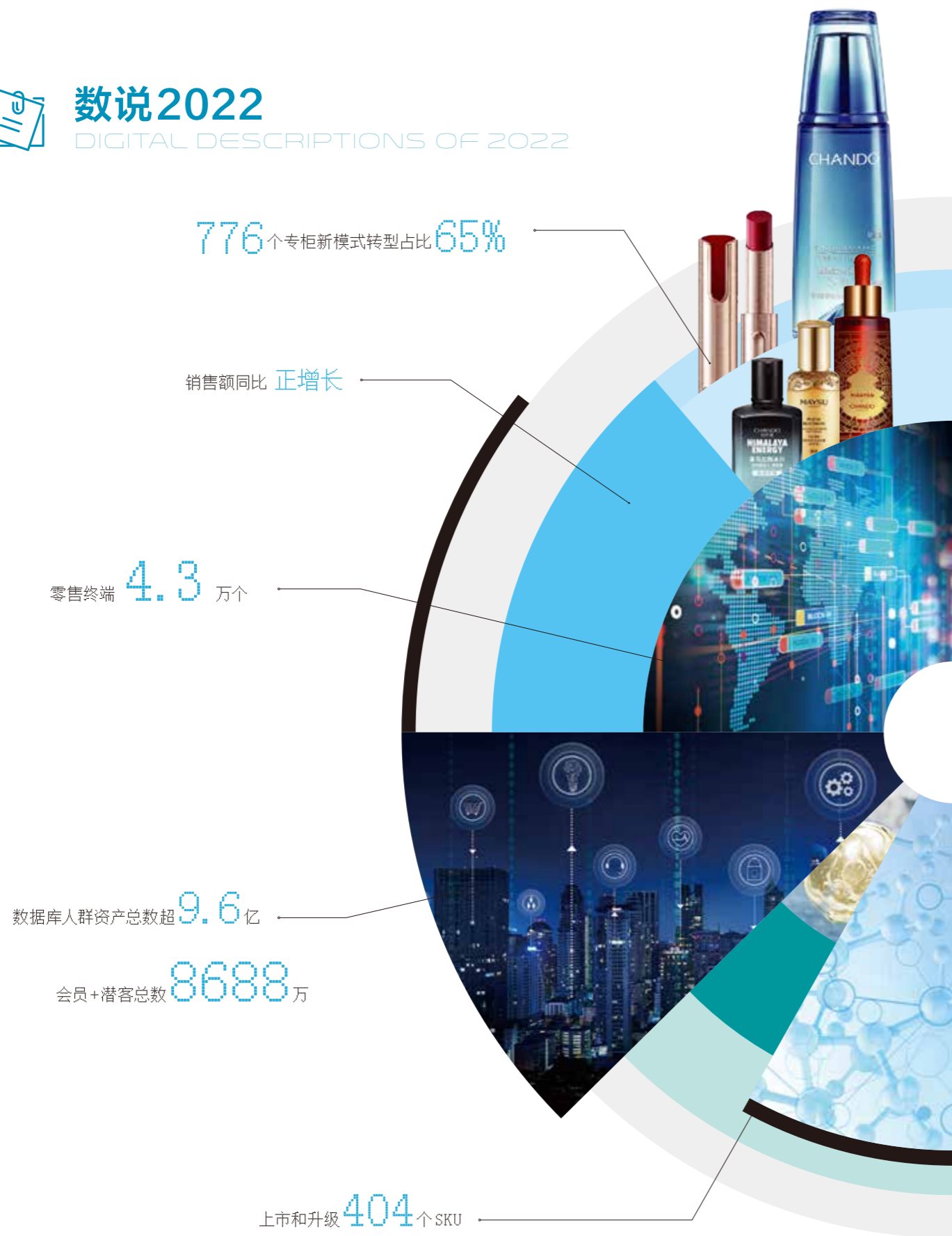
这些成绩的取得，每一项都是伽蓝人共同奋斗的结果，也是社会各界大力支持的结果。

成立22年来，伽蓝集团的愿景从来没有改变过——致力于成为可持续发展的、具有稳定的成长性和盈利能力的、富有社会责任感的世界级消费品企业。为了实现这一愿景，我们将会持续努力，打造中国人自己的世界级品牌。

郑春颖
伽蓝集团董事长兼总裁

数说2022

DIGITAL DESCRIPTIONS OF 2022



伽蓝集团发展历程 DEVELOPMENT OF JALA

2001

Foundation of JALA

● 2月，董事长郑春颖从东北古城辽阳市来到上海创办了伽蓝集团(前身)，提出“打造中国人自己的世界级品牌”的愿景。5月，“自然堂”“美素”两大品牌创立，同时第一座工厂投入使用。



2002

Launch of JALA R&D Center

● 成立美容护肤研究所，为快速发展的市场持续研究新产品。美素开创“自选美容”模式，上市第二年就成长为中国专业线最大的品牌，为日后升级为中国第一个高端美妆品牌奠定了基础。



2003

Opening of Cosmetic Stores

● 自然堂预见性地将重心放在了当时十分弱小的美妆店渠道，通过“教育营销”模式，奠定了中国美妆店渠道奠基者和第一品牌的地位。这是中国化妆品行业近20年来最重要的一次渠道创新，现在美妆店渠道已经成为中国最重要的销售渠道之一。



2005

Start of Collectivize Management

● 组建伽蓝集团，实现多品牌集团化运营。5月29日在北京人民大会堂举行了盛大的成立庆典，3500人参加。为庆祝集团成立，在居庸关长城举行舞龙和手语操表演，打破了吉尼斯世界纪录。



11月，在上海发布自然堂品牌战略，推出第一个明星系列——活泉保湿系列，在同期诞生的中国品牌中，率先开启品牌建设。



2006

Shanghai Production Base Launch

● 伽蓝第二座工厂在奉贤现代农业园区奠基。



Partnership with the First Celebrity Endorser

● 自然堂正式启动品牌战略，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。



2008

Launch of Shanghai Production Base

● 上海新工厂投产，成为伽蓝总部生产基地。受中国成功举办2008年奥运会鼓舞，开始酝酿一系列重大战略。



● 自然堂在上海举行“一线品牌战略发布会”，宣布开始实施以世界级品牌为目标的大品牌战略，并开始起步进行产品全线升级。



2009

Reorganization of JALA

● 重组“伽蓝(集团)股份有限公司”，实现全面集团化经营。生产集中在上海总部生产基地，助力品质升级。



● 美素在中国第一高楼上海环球金融中心举行发布会，宣布从专业线渠道转型日化渠道，产品开始升级换代。



2010

Participation in Expo Shanghai 2010

● 伽蓝集团以化妆品行业领军企业身份受邀参加上海世博会，展现中国品牌的新高度。董事长郑春颖陪同时任国家副主席习近平参观民企馆。



● 5月1日，专为世博会开发的自然堂雪域系列产品在世博会上亮相，拉开了品牌和产品全线升级大幕，自然堂品牌源头就此确定为喜马拉雅山脉。



2011

Partnership with UNDP

● 2月，伽蓝集团与联合国开发计划署(UNDP)达成战略合作，成为该组织在华首家合作民营企业，以创新公益模式，携手致力于中国少数民族文化产业的保护与可持续发展。



Participation in Boao Forum for Asia

● 伽蓝集团成为博鳌亚洲论坛白金级会员单位，董事长郑春颖多次接受国家领导人接见。自然堂品牌获选成为论坛礼品馈赠国内外贵宾政要。

2012

Upgrade of JALA R&D Center

● 新研发中心投入使用，并组建了由多国科学家领衔的专业研发团队。



自然堂第二代彩妆产品上市。



Support of Chinese Diving Team in London Olympic 2012

● 自然堂正式成为中国跳水队官方合作伙伴，携手“征战伦敦、美在巅峰”，在世界舞台展现中国人的自信与骄傲。



伽蓝集团发展历程 DEVELOPMENT OF JALA

2013

Partnership with China Manned Spacecraft Project
Partnership with Chinese Polar Scientific Expedition

● 伽蓝集团研发中心首次与中国航天合作，搭载神舟十号进入太空开展科研项目。与中国南北极科学考察合作，研究极地植物和开展极地保湿、防晒科研。



2014

Upgrade of MAYSU

● 历经五年研发，7月21日，中国第一个原创美妆高端品牌美素上市，新美素全线升级，华美再生。



2015

Participation in Expo Milan 2015

● 美素成为米兰世博会中国国家馆唯一指定美妆品牌，为中国馆打造官方国礼馈赠各国政要和商界领袖，并为上海打造城市时尚形象大片。



● 9月3日，“胜利日大阅兵”，国家三军仪仗队首次亮相的女兵选用自然堂彩妆打造妆容。从那时至今，自然堂一直都是国家三军仪仗队男女队员的指定化妆品。



2016

Launch of CHANDO Himalaya Environmental Protection Foundation

● 自然堂15周年庆典在上海世博中心隆重举行，社会各级代表、客户代表7000余人参加了庆典。与自然堂携手征战里约奥运，并包揽金牌的中国跳水队全体队员出席庆典，为自然堂庆生。会上发起并成立了“自然堂喜马拉雅环保公益基金”。



● 10月27日，历时四年开发，2013年搭载神舟十号的科研成果终于诞生，全球第一款太空实验室精华液——美素人参酵母再生精华液上市，开启一个全新的护肤时代。



2017

Launch of CHANDO Himalaya R&D Center

● 自然堂喜马拉雅美丽研究院正式成立，宣布以喜马拉雅为品牌源头，运用喜马拉雅的自然成分和文化，为消费者带来喜马拉雅最好的馈赠。



2018

Launch of Spring Summer

● 5月21日，伽蓝集团旗下品牌春夏正式亮相第23届中国美容博览会。致力于打造针对年轻人的高功效护肤品牌，是中国第一个真正意义上的新零售护肤品牌。



● 伽蓝集团出海计划启动，携美素、自然堂品牌先后到马来西亚、澳大利亚、德国、新加坡等国，深受当地消费者喜爱，引起各国媒体竞相报道。



2019

Launch of Biorrier

● 6月15日，专业功效性护肤品牌珀美研诞生，汇聚皮肤医学、植物学和生物学专家，探索每种皮肤问题的发生机制，研制出可应用于皮肤科临床的处方级产品。



Launch of COMO

● 9月23日，个性化专业彩妆潮牌COMO于天猫上线，以“任性”为核心概念，帮助新世代塑造独特自我的风格。



Creation of the "China Red" Look

● 10月1日，新中国成立70周年阅兵仪式上，三军仪仗队女兵飒爽英姿让世界看到了中国的颜值。而这背后是连续5年陪伴她们打造精致“军妆”的自然堂。“阅兵红”同款红星唇膏被全网热议，“双11”当天1秒售罄13.8万支。

2020

Donation of COVID-19 Epidemic Relief

● 伽蓝集团捐赠1000万元现金物资，暖心抗“疫”。1月28日，向武汉红十字会捐款500万元现金。



● 2月至3月，累计捐赠12000只医用口罩、30000支自然堂和春夏护手霜，总价值332万元的珀美研728霜，帮助超过30000名一线医护人员对抗“酒精手”和“口罩脸”。



● 2020年6月，国务院总理时任上海市委书记李强走进伽蓝集团生产基地，深入调研了伽蓝集团经营及产品研发进展情况，并作出了“把握机遇、练好内功，以创新发展打响品牌”的重要指示，伽蓝集团董事长郑春颖全程陪同并做汇报。



2021

Digital Transformation and upgrading

● 伽蓝集团数字化转型取得阶段性成功，成功转型为数字化驱动的生物科技美妆企业。



2022

Originally Developed the Yeast HiMuchaSin

● 2022年6月，历经21年匠心科研及近10年酵母研究，伽蓝于喜马拉雅菌种库558株中优选出1株酵母，实现优良菌种自有化、工艺技术自主化、生产供应本土化，破局海外酵母价格垄断。超级酵母喜默因正式面世，凝聚超601种活性物质，5.9倍新生因子助力肌肤焕新，开启细胞级修护抗老3.0时代。



文化体系 CULTURAL SYSTEM



将东方生活艺术和价值观的精髓传遍世界，为消费者提供爱不释手的富有艺术感染力的世界一流品质的产品和服务，帮助消费者实现更加美好快乐的生活！



伽蓝的愿景，是致力于成为可持续发展的、具有稳定的成长性和盈利能力的、富有社会责任感的世界级消费品企业。

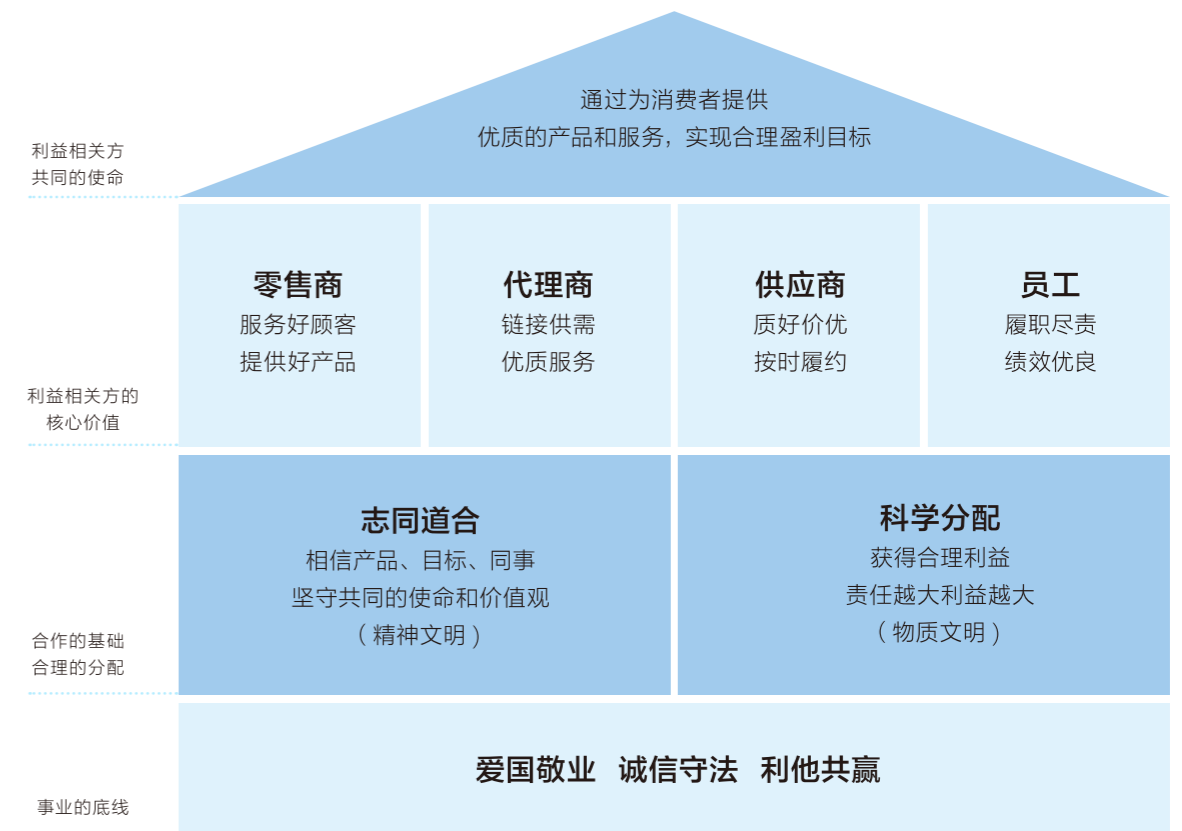


为达成这一使命和愿景，坚守“合作共赢、创新突破、客户至上、诚信负责”的企业核心价值观，以此作为公司发展的内在动力。



可持续发展模型 3.0

共同富裕 共享发展



可持续发展理念

伽蓝理解的可持续发展，要从环境、社会和公司治理的角度综合考虑，并在发展业务的同时，矢志造福人类的公益事业，致力传统文化的保护与传承、发展教育、保护环境，确保事业可持续发展。

实质性议题 SUBSTANTIVE ISSUES



利益相关方沟通

我们认为，公司的可持续发展与我们的利益相关者的支持密不可分，公司在开展和推进可持续发展中持续关注各利益相关方的诉求，并通过多种渠道积极沟通，以责任实践回应期望诉求，努力实现股东、员工、社会等各方的合作互利共赢。

主要利益相关方及沟通方式

主要利益相关方	关注议题	沟通方式/渠道
政府及监管机构	合规运营 商业道德 经营效益 气候变化减缓与适应 排放与废弃物	网站公告 政府视察 交流与拜访
股东	经济效益 合规运营 公司治理 科技创新	股东会议 研讨会、访谈等
消费者	化学品安全与成分透明 负责任营销与消费者教育 产品与服务品质 产品研发与创新	官网及新媒体平台 线下销售平台 线上销售平台 售后服务与投诉 客户满意度调查
合作伙伴 (供应商与经销商)	负责任采购 经销商管理 商业道德	经销商大会 供应商大会 现场考察 日常邮件与电话沟通
员工	职业健康与发展 合规运营 员工权益及福利	面对面交流 员工培训 员工手册 内部公告
社区及公众	社会公益 排放与废弃物 绿色包装 促进行业发展 气候变化减缓与适应	公益活动 公益捐赠 官网及新媒体平台

实质性议题分析

伽蓝集团参照全球报告倡议组织 (Global Reporting Initiative, GRI) 《可持续发展报告标准》中“实质性”原则，结合利益相关方关注的重点和期望，基于应当遵循的国内、国际标准和行业政策，开展报告的实质性议题识别工作，最终识别出下述高实质性议题。



实质性议题矩阵



对经济、环境和社会影响的重要性

PART TWO

环境 ENVIRONMENT



绿色发展是国家可持续发展战略在经济领域的重要体现，也是我国推进供给侧结构性改革，加快形成新发展格局所必须坚持和落实的重大战略思想。面对日益严峻的环境问题和全球气候变化趋势，中国政府提出了“创新、协调、绿色、开放、共享”的新发展理念，并把它贯穿到国家生态文明建设全过程。

伽蓝集团始终持续加大对节能、环保技术的投入以及对新产品、新材料及其他资源综合利用上的研发工作，通过绿色设计和绿色制造，打造绿色低碳产品。同时，伽蓝集团以环境友好型生产及运营方式，积极倡导员工进行绿色办公，为我国的可持续发展贡献力量。

我国高度重视应对气候变化工作，通过《国家适应气候变化战略2035》《中国应对气候变化国家方案》等一系列规划和政策，全面加强应对气候变化能力建设，积极参与全球应对气候变化行动。伽蓝集团高度重视应对气候变化，在应对气候变化方面采取了积极有效的行动，并取得明显成效。

绿色产品 GREEN PRODUCT

绿色设计

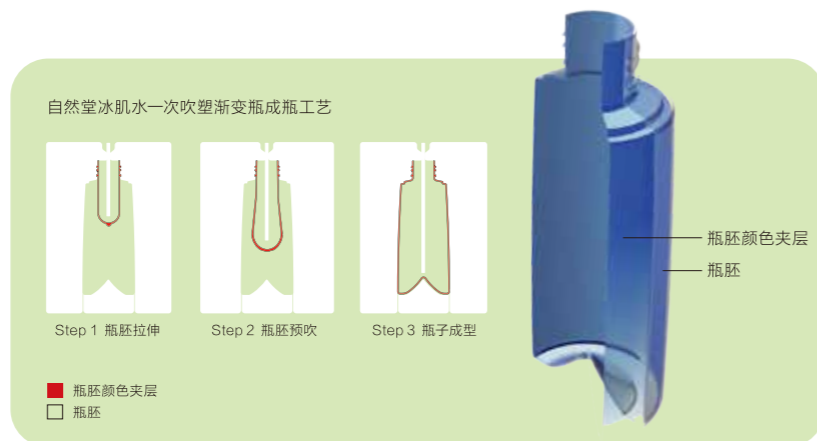
作为一家创新型的绿色低碳企业，伽蓝集团以科技创新为基础，以环境保护为目标，通过采用先进的生产工艺和节能环保新技术，在产品使用设计、绿色包装及绿色原料成分等领域开展了大量技术研发工作并取得了丰硕成果。

1 全球首款一次注塑成型环保包装——冰肌水

伽蓝集团的自然堂冰肌水包装容器，采用一次注塑成型技术，由中、英、德、瑞、日、韩等七大国家科学家历时一年开发成功，全球首创，生产效率高、能耗低、节能减排，装潢替代传统油漆喷涂，减少二氧化碳排放量高达90%。



若按照年度1000万支瓶子折算



2 太空免洗清洁产品和太空护肤产品开发

伽蓝集团与太空科技研究机构开展深度合作，深入研究模拟太空环境下对人体生理系统尤其是皮肤组织的影响，设计了独立包装、撕开即用的干巾、湿巾和免洗湿巾、免洗洗发液+浴帽等高能产品，具备清洁、质地清爽、低污染等特点。



在配方方面，上述产品要求产品温和和无刺激；不含有过敏物质，适合长期使用；无味道；具有保湿锁水功效；产品浓度适中，有效避免使用时液滴飞溅。



在绿色包装方面，伽蓝集团针对护肤品采用真空泵的设计，确保在微重力的环境下能够将内容物体系出，极大地提高了太空环境下使用产品的便捷性；同时，每按一次泵头，瓶底活塞上移，保持瓶体内部真空，确保料体不被外界环境污染。

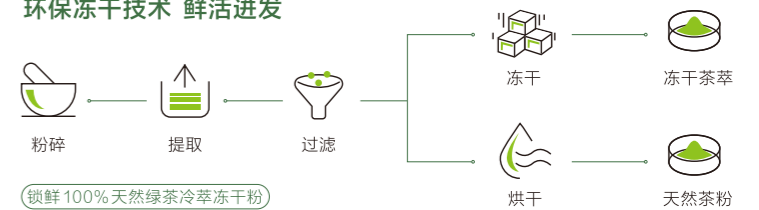


3 自然堂绿茶清洁泥膜产品的开发



伽蓝集团的自然堂喜马拉雅茶泥净颜清洁面膜具有清洁、控油、去黑头角质的功效，该款产品使用了茶提取液、茶冻干粉、茶渣做成茶粉，全部材料都用于产品，不产生废物。同时，在生产工艺端，伽蓝集团更是独家自研出环保冻干技术，可将喜马拉雅绿茶制成冷萃冻干粉，最大限度地保障了天然绿茶的鲜活成分。

环保冻干技术 鲜活迸发





绿色制造

伽蓝集团不仅注重绿色设计，还将绿色发展理念贯穿于生产制造之中，加强对能耗、水耗等主要资源消耗指标的控制管理，通过不断改进设备工艺、提高管理水平等措施，降低单位产品能耗和物耗；加大对水利用系统的投入，加强污水处理设施建设；加强能源综合利用工作，积极推广使用清洁能源，实现污染物产生量的最少化。

在17个联合国可持续发展目标中，伽蓝集团真正把“负责任的消费和生产”落实到行动中去。

关键绩效管控目标

伽蓝集团由供应链管理中心负责绿色制造工作，通过合理的方案确定、设计和实施，以实现公司的环境保护目标。

在生产制造过程中，2020—2022年，伽蓝集团产品一次合格率实际为99.64%、99.75%和99.82%，2021年和2022年均实现超目标的合格率。此外，伽蓝集团的噪音达标率和污水处理率每年均实现100%的绩效管理指标。

在环境及职业安全健康方面，2020—2022年，伽蓝集团的废水达标排放率均实现100%的绩效管理指标，每年的职业事故发生率均达到≤1%的绩效管理指标，具体情况如下图表所示。



过程	绩效指标	2020		2021		2022	
		目标	实际	目标	实际	目标	实际
生产制造过程	产品一次合格率	99.65%	99.64%	99.65%	99.75%	99.65%	99.82%
	噪音达标率	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	污水处理率	100%	100%	100%	100%	100%	100%
环境及职业安全健康	废水达标排放率	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	职业事故发生率	≤1%	0.00%	≤1%	0.00%	≤1%	0.00%



生产能源消耗

伽蓝集团严格按照《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《中华人民共和国土壤污染防治法》等国家及地方法律法规进行生产经营，对超标项定期进行整改。

伽蓝集团主要使用的能源包括电能和水能，主要耗能主体包括生产车间、办公楼、其他附属设施等。2022年，伽蓝集团在生产过程中综合能耗约为1114.8吨标煤，单位产品组件耗电量为9063.42兆瓦时，同比降低2.75%，单位产品组件耗水量为16.2万立方米，同比降低12.18%。

量化绩效指标	单位	2020	2021	2022
耗电总量	兆瓦时	8443.6	9394.5	9063.42
耗水总量	万立方米	13.74	18.23	16.2
耗天然气总量	立方米	0	0	0
综合能耗	吨标煤	1037.7	1154.5	1114.8

环境隐患应对措施

伽蓝集团按月对生产产生的废弃物进行收集，并联系有资质的单位进行回收处理，按照法律法规要求做到合规处置。生产废水进入污水处理站，通过加药沉淀、水解酸化、经过生化作用彻底降解污水中的有机污染物质，最后进行泥水分离，出水上清液实现达标排放。



绿色原料

01

化妆品的主要作用在于清洁皮肤、保护皮肤，因此其原料成分必须具有安全性和生物相容性，从原料来源上看，化妆品绿色原料应尽量选择天然原材料。

02

以科技力塑造国货美妆的“产品之芯”，伽蓝集团已深耕本土化妆品研发体系21年，且始终在最前沿的技术领域深耕，不断提升公司原料及产品研发实力。

03

多年来，伽蓝集团从喜马拉雅地区的食物、植物、水资源中筛选独特微生物，进行发酵类自主原料的研究与开发，创新性开发出具有确定护肤功效原料——超极酵母喜默因™。



十年自研超极酵母

最严酷的环境，成就最强大的生命力。除太空外，喜马拉雅极地自然环境也易造就微生物菌株的独特性。目前，伽蓝开展微生物研究已经接近10年，最早的结缘可以追溯到2013年。

2013

伽蓝集团开始与中科院微生物研究所合作太空育种，同年6月，便首次通过酵母菌种搭载“神舟十号”来开发太空酵母。

2017

伽蓝集团从喜马拉雅自然环境通过基因测序，分离出特有菌种558株。

2018

与上海交通大学微生物国家重点实验室合作研发酵母原料。

2021

完成自主发酵原料商业化开发，获批国家自主创新示范区专项发展资金。

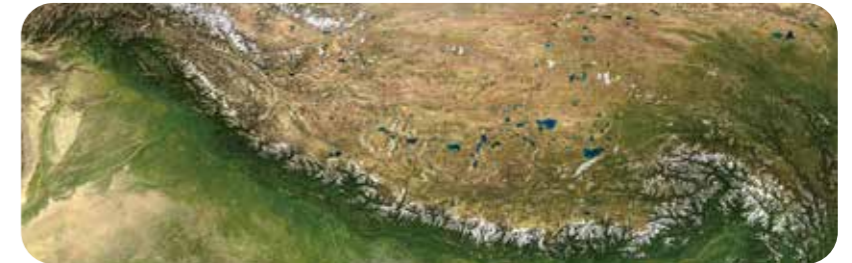
2022

喜马拉雅超极酵母——喜默因™历时近10年，重磅问世！

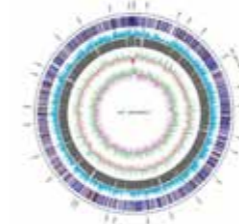


源自“世界第三极”

2018年，伽蓝集团科学家在喜马拉雅山脉腹地深处考察过程中偶然发现了超极酵母喜默因的菌种：Saccharomyces cerevisiae，并将其编号Y017。



兴都库什山



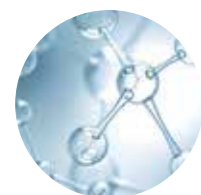
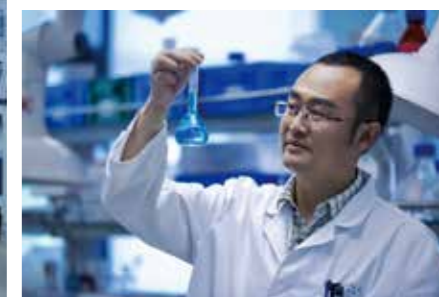
喜马拉雅极地自然环境造就菌株独特性，上海交通大学生命科学院微生物国家重点实验室发现喜默因™酵母具有独特的基因组结构和组成，进而表征出耐酸、耐高温等优异的环境抗逆性。

超级成分塑造之路

伽蓝集团研发团队选择全程4℃低温无防腐下游工艺，实现了“优良菌种自有化、工艺技术自主化、生产供应本土化”，最大程度保留极地酵母活性。

超级酵母喜默因™的生产工艺非常绿色环保：

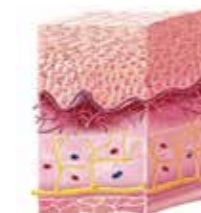
喜默因™酵母发酵的原材料来源绿色可持续，发酵过程无毒无害，相比反应条件严苛、得率较低、步骤繁杂的化工生产过程，喜默因™的发酵工艺温和高效，全部的原材料都转化为最终产品，基本上无三废，在做到产率极高的同时，通过生物循环降解从而实现0排放。



卓越护肤功效

喜默因™中蕴含601种可识别的小分子成分，包含18种氨基酸、8种矿物质和多种维生素等对肌肤有益成分，以亮氨酸、蛋氨酸等氨基酸为代表的活性成分含量尤为显著。

经过体外2D/3D皮肤细胞模型和人体临床测试，科学验证了喜默因™的安全性和功效性。



喜默因™多维人体临床实证

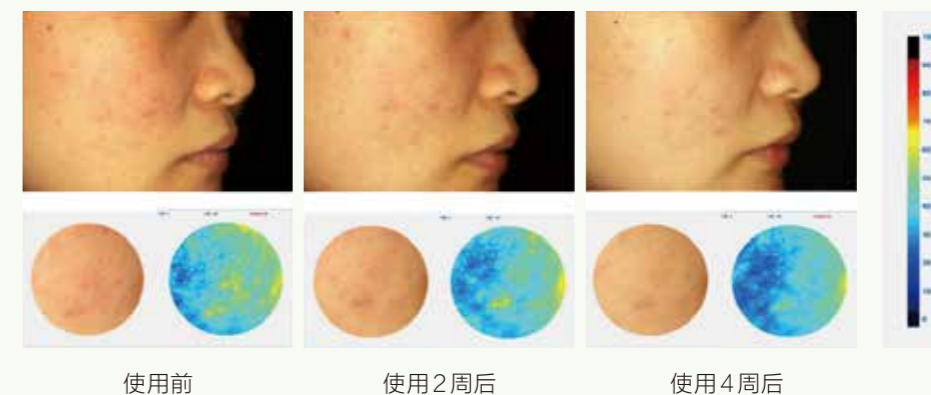
喜默因™功效性、安全性得到临床研究实证



*数据来源：伽蓝研发中心内部人体临床研究测试报告

喜默因™多维人体临床实证

受试者：H001



使用添加喜默因™成分的护肤产品后，受试者皮肤泛红问题得以改善

*注：[1]图Tivi700光谱成像血流分析仪图片分析结果。数据来源：伽蓝研发中心内部人体临床研究测试报告

绿色环境 GREEN ENVIRONMENT



绿色环境管理是一种以预防为主的管理模式，并与绿色发展理念相结合。伽蓝集团建立了高效的环境管理体系，通过制订战略计划来实施与执行各项政策措施。

环境管理体系



制度方面

伽蓝集团严格在《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国清洁生产促进法》《中华人民共和国循环经济促进法》等法律法规的框架下开展经营生产工作，并发布《环境管理程序》《废弃物管理规程》等文件来确保环境保护的执行。



机构设置及权责分布

伽蓝集团环境管理工作由安全管理组负责。日常职责是综合管控公司环境保护治理工作，识别环境风险，制定应对措施，保证企业在环保层面合规运营。



环境监测

伽蓝集团委托有资质的第三方机构开展环境监测，废水、废气及噪声污染物均达到合规范围内。运行的环保设施定期检查整改，保障其最佳运行状态。

伽蓝集团按照要求办理了建设项目环境影响登记表，建设项目环保“三同时”执行到位，在建项目均取得环评批复，投运后在要求时间内积极推进环保验收，在运项目按时取得排污许可证，做到持证排污、按证排污。



环保培训

伽蓝集团定期组织员工参与环保培训及环境应急演练，内容涵盖环保法培训、环保意识提升、固废及危废相关知识及柴油泄漏应急处置等。

全绿色生命周期管理



伽蓝集团建立和完善了产品全生命周期信息管理体系，为客户提供产品全生命周期的绿色信息服务。

例如，伽蓝集团建立以《化妆品生产质量管理规范》为基础，整合ISO9001、ISO22716、GMPC（东盟标/美标）、测量管理体系、HACCP、BRC六大体系要求的“1+6”全过程整合管理体系。该体系涵盖产品设计开发、生产管理、仓储运输、顾客反馈等过程，实现产品全生命周期的绿色质量管理。凭借完善的体系，伽蓝集团成为“国家药监局高级研修学院化妆品检查员教学基地”“上海市药监局化妆品检查员教学基地”。

随着全球气候变暖，极端天气事件的发生越来越频繁和严重，对人类生产生活的影响也越来越大，而生态系统的破坏是全球气候变暖的重要原因。企业是国民经济中一个重要组成部分，对我国经济平稳健康运行发挥着决定性作用，更要加强管理和技术改造，积极履行环境责任和义务。

伽蓝集团通过加强节能减排、提高能效等措施推进绿色低碳发展，积极促进我国的生态文明建设。

绿色生产 GREEN PRODUCTION



低碳生产

节能·水	减排	降耗
<p>2.3万吨/年用水减少 ≈ 122万桶5加仑饮用水</p> <p>浓水回收系统： 年节约自来水约19000吨</p> <p>CIP清洗系统： 年节约自来水为3750吨</p>	<p>2.3千吨/年废水减排 ≈ 1个家庭洗12年衣服的废水量</p> <p>蒸汽冷凝水回收： 年减少排放1250吨废水</p> <p>污水回收： 年减少排放1000吨废水</p>	<p>采用16万个伽蓝PPR箱代替纸箱 + 回收供应商98.2万个纸箱用于内部裸品转运纸箱的使用 ≈ 减少砍伐12000棵大树</p> <p>纸箱循环使用： 年度节约周转箱114.2万个</p>
节能·电		
<p>30万度/年用电减少 ≈ 1个家庭150年的用电量</p>		

应对气候变化

伽蓝集团通过开展清洁生产工作达到节能减排的目的，具体有以下几个方面：

替换节能光源+集控温控开关项目：在确保消防安全和质量的要求下，将150W日光灯更换为50W和30W LED节能灯，对温度开关进行集控权限管理，确保温度设定符合节能要求，增加冷却水冷量回收，全年节省电能约30万千瓦时。

浓水回收系统+冷凝水回收+免洗瓶+配制CIP项目：通过蒸汽冷凝水回收用于污水药剂配制，减少玻璃瓶洗瓶以及自

动化配制CIP洗锅，每年可以减少用水约25000吨。

纸箱代替及回收项目：通过循环箱代替部分纸箱以及回收供应商纸箱用于内部产品流转，每年可减少114.2万个纸箱使用，减少约12000棵树木被砍伐。

综上，伽蓝集团长期以来都在践行17个联合国可持续发展目标中的“气候行动”理念，且实践成效显著。

生物多样性保护 BIODIVERSITY CONSERVATION

自然生态系统是人类赖以生存的基础，我国是一个有着悠久历史传承的文明古国，生物物种丰富多样。然而，目前人类面临气候变化、极端天气等因素影响，生物多样性面临威胁，保护迫在眉睫。

在17个联合国可持续发展目标，伽蓝集团不仅落实了保护“陆地生物”的生态目标，更落实了对“人”的关注，使可持续发展目标更加全面。



喜马拉雅公益植物园

2018年，伽蓝集团与西藏农牧学院展开喜马拉雅野生植物人工驯化生态栽培示范项目，栽培的植物用于科研和作为化妆品原料使用，一方面替代人工采摘野生保护性植物、减少对当地自然生态的破坏，守护雪域高原生态环境；另一方面为当地注入新兴产业、提高土地效益，增加农民收入。



美素云南小玫瑰园

在观赏和食用等商业需求的冲击下，云南原生小玫瑰品种的种植日渐减少，野生小玫瑰更是成为珍稀资源。



为传承这一珍稀物种，伽蓝集团邀请中国民族植物学权威、中央民族大学龙春林教授亲自出山，经过几个月的准备，2015年9月龙教授亲自带队到云南西部香格里拉地区，跋山涉水在海拔3500—3800米的山林中寻找了20多天，采摘到164颗野生小玫瑰成熟果实，获得了3000多粒种子。

这些珍贵种子中的一部分，于2016年4月6日通过“实践十号”卫星进入太空育籽，经过微重力、高真空、强辐射等特殊太空环境后，玫瑰的香气、生长能力、抗氧化、抗辐射能力发生特殊的变化，这为野生小玫瑰的功效成分在护肤品中应用添加提供了可能。



通过航天搭载的云南野生小玫瑰种子，首先由伽蓝研发中心与上海园林科学研究所合作进行人工育苗。在上海完成育苗，确保能够成活的情况下，分批移植到云南“美素野生小玫瑰种植园”。



2018年1月20日，新晋奥斯卡影后、联合国开发计划署全球亲善大使、影星杨紫琼来到云南省楚雄州牟定县，参观了“美素野生小玫瑰种植园”和“云南楚雄彝族手工刺绣”项目基地，并亲自在美素野生小玫瑰种植园亲手种下一株原生小玫瑰，与伽蓝结下不解之缘。

绿色办公 GREEN OFFICE

1 伽蓝集团提倡和推动无纸化办公，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和废纸的产生。

2 加强办公用品的管理，精选最适合企业使用的产品，规范其使用标准，延长办公用品的使用寿命。

绿色办公是指在办公过程中，通过采用先进的技术手段，最大限度地减少能源和资源消耗，实现节能减排的目标。

3 办公电脑配发时按统一标准设置亮度、电源使用规则，节能又护眼，还能延长电脑和显示器的寿命。

4 空调用电统一实行节能降耗管理措施，夏季空调温度设置不低于26℃，冬季温度设置不高于20℃；过渡季节根据室外温度开启空调主机，在不开启的情况下，以新风系统及自然风进行办公室温度调节，保持空气流通。



案例 办公用电合理控制

15%

电费降幅/年



2021年，伽蓝集团针对会议室使用合理性问题在会议室内增加了热能感应系统，可做到无人使用时自动释放，释放空间可及时根据系统状态关闭所有设备用电，结合定期员工宣导及行政部每日巡检，在2020—2022年期间，达到了每年15%的电费降幅。

PART THREE

社会
SOCIAL



企业承担社会责任可以为企业赢得良好的社会信誉，有助于创建良性发展生态体系，是企业可持续发展中极为重要的着力点。

伽蓝集团积极承担社会责任，员工方面，不断为员工谋福利、谋发展，帮助员工自我价值实现；供应链方面，采用缩短采购付款账期等措施帮助供应商伙伴复工复产、共克时艰；消费者方面，通过严格的质量管控为消费者提供安全产品，并通过先进的科研平台为消费者创造独具价值的产品；公益方面，伽蓝集团积极参与喜马拉雅生态保护、传统文化保护、青少年教育等公益事业。

员工福利 EMPLOYEE WELFARE

专属福利·有一种偏爱叫专属

安家

为帮助员工在上海安家立业，拥有属于自己的小家，2022年第二批奉贤区人才福利房正式交付，共有41位员工入住新居，截至目前已累计为111位员工解决住房问题。

落户

为了让更多员工享受上海福利政策，集团积极帮助员工办理上海户籍。2022年，共有38位员工落户上海，截至目前已累计帮助147位员工顺利落户。

孝亲敬老金

弘扬孝亲敬老的传统价值观，集团对满70周岁以上的员工父母发放“孝亲敬老金”，9年来已累计为2214位员工父母发放福利，发放金额近150万元。

自伽产品

定期向全员免费发放自伽产品，2022年总计发放价值高达1800万元，历年来已累计发放产品总价值近3亿元。开展多次新品首发活动，员工第一时间享受新品福利。

入职周年庆

为感谢长期伴随集团成长的员工，集团为入职满5年、10年、15年、20年的员工送去庆祝礼包。2022年，有166位员工获得该福利。历年来，集团共计发放近1600万元旅游津贴。



关爱家庭·有一种安心叫时刻都在



新婚、新生

集团在关注员工个人发展的同时，也时刻关爱着员工的小家。2022年，共有65位新婚和42位有新生儿的员工，集团为其送上暖心的祝福礼包。

亲子系列教育讲座

关注员工的实际需求，2022年，面向全集团宝爸宝妈组织知识讲座。其间特邀名师开展“家庭如何助力孩子健康成长”等课程分享。

亲子假

陪伴孩子成长是每位父母的心愿，开学当日、高考期间，家中有孩子的员工享有带薪亲子假福利，2022年已有291位员工享受该福利。

员工保障·有一种守护叫放在心上

体检、保险

集团为给员工切实提供身体健康、看病住院等保障，2022年总投入200余万元为员工购买商业保险、体检服务，历年来，总计花费2000余万元。同时，提供家属保险、体检套餐，让员工家属也可同享优惠福利。

疫情特别关怀

2022年疫情期间，集团为近200位员工及家属紧急“送菜”“送药”。同时，封控期间集团也不忘关注员工的身心健康，为员工发布心理贴士，举办线上健身操、音乐会等活动，丰富居家办公生活。

节日福利·有一种仪式感叫懂你

心意产品

为给员工营造浓厚的节日氛围，感受伽的温暖，集团在重要传统节日期间向全员发放节日福利，2022年总投入200余万元，历年来累计投入近4000万元，为员工送去节日祝福。

节日活动

践行“快乐生活、快乐工作”的理念，极大提升员工的幸福感。2022年，集团在“元宵”“三八”“中秋”等传统节日期间组织精彩的线上、线下文化活动。

职业发展培训



员工培训能增强员工个人综合能力，提高员工知识水平及业务技能，端正员工工作态度，继而提高个人绩效，对员工个人发展帮助巨大。此外，员工培训还能强化组织核心能力，增强团队协作能力，提升企业文化传播，最终提高组织效率，对企业的可持续发展同样意义重大。

员工培训体系

线下培训 32场

总课时 150 小时，培训覆盖 900 余人，其中包含“春苗班”新人培训、小白孵化培养训练营、通用力培训、专项技能培训、领导力培训等，主要针对人群为高级管理者、研发人员、营运相关部门以及销售体系员工。

线上培训 25场

培训覆盖万余人次，分别在伽蓝 DHR 线上学习平台、钉钉微信群、渠道直播平台等进行专业类培训及岗位技能类培训。

搭建 DHR 线上课程体系资源库

平台聚焦“职场宝典”“领导力课堂”“业务加油站”“咱伽课堂”四大学习板块，为伽人提供 23+ 课程主题、500+ 免费课程！2022 年度，已访问学习 2w+ 人次，平均学习时长 15mins/人。

响应政府号召

线上职工培训共计开展六大项目，累计培训 485 人，累计学习 18 小时/人，分别针对供应链制造工人、保安人员、物流仓储人员、质量部门、管理人员，战略采购管理人员，研发中心配方师、包装部门人员，人力资源部门人员等开展相关项目的培训。

晋升机制

合理的员工晋升机制，既有助于员工自我价值的实现，也有助于企业可持续发展。

员工晋升机制

伽蓝集团倡导员工与公司共同成长，坚持“合适的人放在合适的岗位”的人才发展理念，并遵循“先内部，后外部”的原则，鼓励并引导员工提升与内部发展。为营造“公平、公正、公开”的内部发展机制，伽蓝集团以价值观、绩效、能力、潜力四个维度，综合评估、选拔与发展员工，致力于将合适的人放在合适的位置上，给予有意愿、有能力的员工更多的机会。伽蓝集团重视员工横、纵向共同发展。

我们有自己的人才培养理念。伽蓝人才培养既要遵循人才生命周期规律，同时也要满足组织发展阶段的特点，故而提出向大自然汲取智慧，建立了独特的伽蓝“香樟树”人才培养方式。香樟树的成长主要分为五个阶段，幼苗期、小树期、中树期、大树期和参天大树期，对应伽蓝的人才成长则分为个人贡献者阶段、初级管理者阶段、团队负责人阶段、部门负责人阶段、事业部/板块负责人阶段。香樟树的培育有不可或缺的三大要素，分别是土壤、水分和阳光。

「香樟树」人才培养理念



负责的供应链 RESPONSIBLE SUPPLY CHAIN

供应商管理

集团建立了完善的供应商管理体系，包括不同品类的供应商开发规程和供应商绩效管理规程等，从供应商的准入、绩效管理各环节进行全面、规范化管理。

根据集团日常生产经营中产生的采购需求，启动相应的新供应商开发。新供应商经过评审后，供应商予以准入。每月对供应商的质量、交货等绩效维度进行评估，并对供应商绩效表现进行分级，通过SRM系统展示供应商绩效排名，实现与供应商交互透明化。每年度对供应商的长期合作潜力进行评估并分类定位，形成差异化举措，作为下一考核周期的供应商管理指导。

伽蓝集团
合作供应商超
1000家



供应商扶持

伽蓝集团2022年6月发布缩短采购付款账期举措，助力中小供应商伙伴复工复产，帮助供应商伙伴共克时艰。截至2022年11月，已完成采购付款账期缩短的各品类供应商共计178家。

已完成供应商
178家

供应商培训

2022年

伽蓝集团抗疫复工复产分享会

逆境中的那束光——由战略采购部与供应链中心联合主办伽蓝集团抗疫复工复产分享会，共有约250多家供应商350多人在线参与会议。伽蓝集团副总裁李敏女士分享了疫情期间，伽蓝供应链360°无死角的复工复产前期准备，以及复工复产期间全场景落实防疫执行细节，助力供应商伙伴抗击疫情，共克时艰。

伽蓝集团“稳经济33条”措施培训分享会

伽蓝集团召开“稳经济33条”措施培训分享会，财务中心联合人力资源中心，在线解读税收优惠及稳就业政策，帮助供应商伙伴借助政策扶持，纾困赋能。

心系消费者 CONCERNED ABOUT CONSUMERS

质量管理安全

伽蓝集团建立以《化妆品生产质量管理规范》为基础，整合ISO9001、ISO22716、GMPC（东盟标/美标）、测量管理体系、HACCP、BRC六大体系要求的“1+6”全过程整合管理体系。体系涵盖产品设计开发、生产管理、仓储运输、顾客反馈等过程，实现产品全生命周期的质量管理。凭借完善的体系，伽蓝集团成为“国家药监局高级研修学院化妆品检查员教学基地”“上海市药监局化妆品检查员教学基地”。



『1+6』质量管理体系

本着一切为消费者着想，伽蓝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。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。以确保为消费者提供安全有效、值得信赖、功能卓越的世界一流品质的产品和服务。



产品创新研发

● 助力中国航天事业

伽蓝集团是中国航天事业合作伙伴，从头发护理到皮肤护理再到身体护理，太空生活中所使用的清洁、护肤、彩妆产品都来自伽蓝集团的自然堂和美素品牌。

长时间的太空出差，使特殊环境下航天员的皮肤护理问题被放大，为解决该问题，伽蓝集团主动承担在太空生活的护肤品开发工作，助力中国航天事业的发展。2015年，伽蓝集团接到有关部门的通知，为太空生活研制产品，包括无水清洁产品、皮肤护理及身体护理产品。历时多年，在2021年，通过地面科学技术研发的伽蓝太空产品，跟随天舟二号、天舟三号、天舟四号货运飞船上太空。

伽蓝集团借助航天科技开展外太空护肤科研，其成果可以总结为两方面：天为地用、地为天用。天为地用，是指运用先进的太空技术开发清洁、护肤和彩妆产品，让航天领域的高新科技走入寻常百姓家；地为天用，是指为太空生活开发使用的产品，助力中国航天事业。

六大科研平台

基于六大科研平台，伽蓝集团不断为消费者研发创造独具价值的产品。

● 微生物发酵开发平台

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的原料。超极酵母喜默因™就诞生于微生物发酵开发平台。

通过现代植物组织培养技术，能够快速、大批量培育出植物细胞组织，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。

● 植物干细胞组培开发平台

采用活花采香技术，采集喜马拉雅独特的植物特征香气，应用于自然堂的护肤、洗护、彩妆等多系列产品，打造适合东方人的愉悦嗅觉体验。

● 活花采香复刻开发平台



● 植萃超低温冻干开发平台

利用植物萃取和超低温冷冻干燥生产技术，开发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。

以喜马拉雅天空、山峰、森林、湖泊、动物、人文等万千色彩为主体印象，建立喜马拉雅潘通色，为消费者打造喜马拉雅风格的妆容产品。

● 自然色彩开发平台

地为天用——为太空生活开发使用的清洁、洗护、彩妆用品。天为地用——利用太空实验室和航天技术，开发更高科技的抗老、美白、保湿、舒敏产品。

● 太空护肤科技开发平台

美与人文

IP联名



伽蓝集团通过产品与各类IP联名，结合传统与现代文化，传播东方美与人文，如自然堂·唐卡非遗传承人典藏版礼盒、自然堂·王者荣耀合作款卸妆膏等。



在自然堂与李佳琦合作的《特别的算法》短片中，我们得以从李佳琦的所见所闻，见证自然堂与“世界第三极”喜马拉雅的故事，自然堂依托母公司伽蓝集团尖端科研平台，保护性开发喜马拉雅地区的自然资源，通过近10年的潜心研究，在天然冰川、植物、温泉中筛选拥有极地生命力的微生物，融合“天算”、“人算”的自然法则，最终从558株极地菌株中，通过基因测序技术，研制出拥有自主知识产权的核心成分——超极酵母喜默因™，以科技力量塑造国货美妆的“产品之芯”。在这个过程中，天选与人文相互融合，人类与自然默契的达成双赢，这便是自然堂特别的算法。



公益行动 PUBLIC WELFARE ACTIONS



中国传统文化保护与传承

中国少数民族文化产业可持续发展项目

2011年2月21日，伽蓝集团与联合国开发计划署（UNDP）确立首期4年的战略合作伙伴关系，成为 UNDP 在华首家合作民营企业。伽蓝集团首期捐助100万美元，以创新公益模式保护中国少数民族文化，促进区域经济增长，提升中华民族凝聚力与团结向心力。

经过4年的实践，该项目已成为联合国开发计划署全球成功案例，由该项目开发设计的6件手工艺品获得由联合国教科文组织发起的“杰出手工艺品认证”，伽蓝集团董事长郑春颖先生受到联合国前秘书长潘基文的亲切接见，并获得2014年国务院颁发的“全国民族团结进步模范个人”奖项。项目每年都获得各大媒体、行业协会和第三方机构颁发的各类奖项，累计超过20项。



云南泸沽湖
摩梭手工纺织项目

泸沽湖畔的摩梭人是中国唯一的母系社会族群，由于地处偏远，至今仍保留较为完整的独特摩梭文化和价值观。摩梭人世代以农耕为生，农忙之余，摩梭妇女会在自己的屋檐下编织，而手工纺织是多数摩梭家庭最主要的经济来源。

YUNNAN
中国·云南

伽蓝集团通过建成手工纺织协会、吸引政府投资、筹集资金、提供培训等方式对摩梭手工纺织文化进行保护。

经过伽蓝集团四年的项目扶持，摩梭手工纺织在产品设计、品牌打造、销售渠道上都得到了提升，其中两款设计作品获得联合国教科文组织的“杰出手工艺品认证”，并得到新加坡时尚百货公司的订单，首次走出大山、走入国际市场。



云南楚雄彝族手工刺绣项目

彝族是一个把千年文化系在指间、绣在身上的民族。在长期生产生活中，聪明爱美的彝族人把花草、动物等图案一针一线地绣到衣物、服饰上，刺绣这门古老的艺术就世代传承下来，并不断创新，形成了鲜明的地方特色。

伽蓝集团的云南楚雄彝族手工刺绣项目通过支持和引导彝族刺绣相关文化产品的创业就业活动，通过创业基金和小额贷款，创造可持续性的文化产业扶持模式。

教育发展

最美的春夏

2019年3月，伽蓝集团春夏品牌携手北京众一公益基金会、中国少年儿童文化艺术基金会女童保护基金、凤凰网公益与中国儿童少年基金会共同在京启动“最美的春夏——关爱青春期公益项目”。项目覆盖11—18岁正处于青春期阶段的青少年群体，为他们送去性健康教育课程，旨在支持和推动青春期健康教育的普及，引导和激发青春期孩子树立积极、健康和正向的人生态度。

2019年5月，“女童保护”六周年大会上，伽蓝集团春夏品牌被授予“爱心企业”称号。

经过四年实践，“拥抱青春期”课程截至目前已走进全国20多个省份，面对面授课覆盖10万余名青春期学生。春夏品牌秉承“好看、好用、好玩”的品牌价值主张，作为企业社会责任创新年自我保护的认知与能力。作为针对年轻肌肤的品牌，春夏早已将对年轻群体的关注与关爱融入基因。



公益种草



自然堂种草喜马拉雅公益行动

2022年，自然堂种草喜马拉雅公益行动如期进入第六季，这是伽蓝集团旗下源自喜马拉雅的自然科技品牌自然堂从可持续发展理念出发，自2016年开始恪守的公益之约。至今，自然堂已在西藏日喀则地区累计种下了466万平方米的绿麦草，推动乡村振兴，积极响应“实现共同富裕”的国家战略。

自然堂六载深耕环保 助力实现共同富裕

2022年5月1日，自然堂种草喜马拉雅公益行动在海拔4200米的西藏日喀则市拉孜县锡钦乡岗西村，与当地村民一同种下100万平方米绿麦草。自然堂种植的绿麦草不仅改善了当地的土壤环境，让荒滩变良田，而且为当地的牧民提供了可替代的收入，积极助力实现共同富裕。



2022年10月28日，自然堂视频号、伽蓝美妆云店、自然堂商超云店直播间开启三场“然力觉醒”自然堂种草喜马拉雅公益行动直播，邀请每一位自然堂的粉丝、消费者加入到公益行动中来，并见证自然堂公益草场绿麦草的收割。

捐赠



自然堂喜马拉雅环保公益基金

2016年，自然堂与中华环保基金会联合成立了“自然堂喜马拉雅环保公益基金”，每年拿出收入的一部分用于喜马拉雅环境保护。

截至 2022 年

自然堂向喜马拉雅环保公益
累计捐款

2200 万元

6年内
在西藏日喀则种植

466 万平方米

绿麦草

为牧民提供了冬季饲料、
增加收入

连续两年种草后,改善了当地土壤,
可以用来种植农作物玛卡土豆,
土亩产达

3000 斤

为当地居民提高了收入

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

捐赠证书

伽蓝(集团)股份有限公司:

贵公司2016年-2022年期间累计向中华环境保护基金会捐赠人民币贰仟贰佰万元整,用于在西藏地区开展喜马拉雅水源、植被等生态环境保护和部分受灾地区公益救助活动,感谢贵公司对环境公益事业的大力支持。

中华环境保护基金会
二〇二二年八月



中华环境保护基金会
北京市东城区广内大街16号环境大厦
微博: 中华环境保护基金会
电话: 010-67130418

PART FOUR

治理 GOVERNANCE



正如良好的变革需要来自顶层的驱动力，企业持续完善公司治理，加强环境、社会等风险管理，关系到自身的可持续发展。

公司治理是ESG的核心和战略基石，只有通过强化公司治理，才能从根本上推动环境效益与社会效益的持续改善，实现行稳致远。伽蓝集团将数字化转型升级提升至公司治理的重要位置，建立覆盖决策层、监督层、执行层各个层级，且分工负责、权责清晰的治理架构，保障数字化转型升级融入不同层级的履责过程中，显著提升公司综合治理水平。

数字化转型 DIGITAL TRANSFORMATION

伽蓝数字化战略：

WE WIN 2022 !



JALA 数字化转型历程

伽蓝集团数字化转型围绕“数字化驱动的生物科技美妆企业”新定位，通过商业模式创新和数字技术全面重构组织、文化、业务流程、全渠道营销和货币，解决行业痛点。

伽蓝集团数字化转型经历了业务在线化、数字运营化和营销智能化三个阶段。

伽蓝集团数字化转型阶段的三个核心价值观分别是利他共赢、主动求变、相信数据。伽蓝集团2022年市场销售额实现年度增长目标，线上和线下企业全部实现正增长，数字化转型取得阶段性成功，成功转型为数字化驱动的生物科技美妆企业。

从坐商转到数字零售超级门店

虚拟世界正在改变真实世界人们的生活方式和商业模式，可以说是百年未有之变局。当前的消费者，已经是数字化年轻消费者。因此，数字零售不是可选项，而是必选项。

伽蓝数智零售的目标是，将每一个门店都发展成为“线上云店+线下实体店”的结合，实现线上、线下双店合一和多前端销售场景，最终帮助零售商发展成为智慧零售超级门店。



数字化时代价值观：

利他共赢、主动求变、相信数据



合作才能共赢

伽蓝数字化时代的三个价值观是利他共赢、相信数据、主动求变。其中，利他共赢是伽蓝最重要的价值观。

互联网化价值观越来越重要的原因在于，在虚拟的数字化时代，好多东西都是看不见、摸不着的。因此，必须要建立起相同的行为准则，才能建立起信任关系，才能凝聚力量，这是最重要的。

伽蓝数字零售，就是指利用互联网工具和支付手段，在线上开展人群营销、在线下实现本地交付的线上、线下融合的零售业务。数字零售以各类互联网系统为工具，以数据为生产要素，通过开展精准私域人群运营实现招新、复购、进阶、服务；也可采取线上运营+快递交付方式实现本地化销售。

数字化转型3步走：

业务在线化、数字运营化、营销智能化

什么是伽蓝数字化超级门店？

即伽蓝帮助零售商打造多前端超级门店，从“坐商”变成能经营周围三到五公里顾客的数字零售商。不仅要在线销售，还可以做同城零售、一件代发、社团零售等新业务。

伽蓝计划分3步来实现这个目标：先实现业务在线化，再实现数字运营化，最后是营销智能化。

伽蓝数字化转型将始终坚持3轮驱动：“业务创新+技术驱动+制度创新”，数字化转型推进到哪里，业务模式创新就要到哪里，制度化建设就要跟进到哪里，简单地将业务上线是没有价值的，数字化必须伴随着业务模式、管理模式的创新；而所有的创新，必须要有新标准、新规则、新政策、新制度做保障，因此数字化转型不能只是小修小补，而要企业全面升级再造。

JALA 典型数字化工具



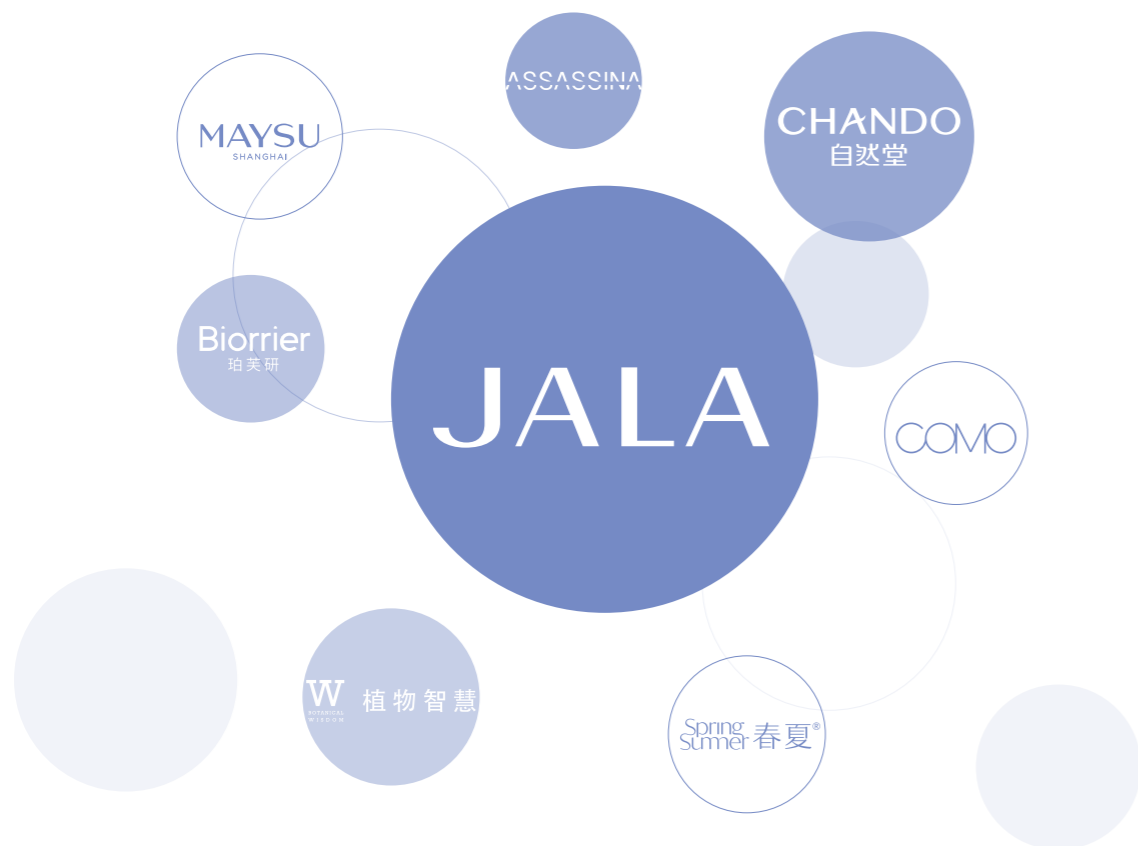
数字化转型案例

DIGITAL TRANSFORMATION CASES

伽蓝集团的数字化转型：

“一盘货”项目

伽蓝集团于2020年7月以“一盘货”计划为抓手，全力推动集团的数字化转型，力求实现业务在线化、数字运营化和营销智能化。“一盘货”带来的营销模式和管理模式的转型，将重点聚焦于为顾客创造更大价值，最终实现销售增长和盈利能力提升。



整个数字化转型会由自然堂先行，而后复制到其他品牌。针对企业自身，自然堂全面进驻了“一盘货”数字化系统，将所有货品统一管理，减少了渠道内中间库存，避免了压货、串货等问题，同时也对所有过程进行了数字化管理，可自主完成智能补货、智能调货，促进了消费者端销售的健康发展模式。

实践证明，伽蓝集团通过“一盘货”模式的战略革新，满足了线上、线下各种销售场景需要，降低了代理商和经销商的运营负担和经营风险，持续稳定地为消费者提供优质产品和服务，为消费者创造价值，最终实现销售增长。



1
通过账实分离
降低仓储和生产成本
提高运营效率

“一盘货”第一阶段，伽蓝通过集中建仓从而实现库存统一管理，提高了产品周转率。第二阶段，通过数据中台系统建立云仓系统，实现账实分离。

2
重塑分销渠道
赋能终端零售营销

通过数据中台支撑，经销商业务活动全面在线化。代理商逐渐转化为服务经销商，用数字化方式权力赋能终端零售。

3
重整业务流程
和组织架构

通过中台数据系统，帮助企业实现更高效数据整合和分析，快速搭建新的业务平台与应用。通过成立相关的项目运营部门，更加明晰业务部门职能，提高工作效率，并使系统与企业发展更为匹配。

打造智慧零售超级门店

当下，消费者的行为都已数字化，向消费者提供产品和服务的企业如果没有数字化，就会被消费者淘汰。所以，伽蓝一直积极致力数字化超级门店的打造。

很多门店都是静态店，即“坐商”，伽蓝的超级门店就是要让门店从坐商变成能经营周围三到五公里顾客的数字零售商，不仅要在线销售，还可以做同城零售、一件代发、社群零售等新业务，持续裂变、持续动销、持续赚钱。

云店注册商家 1,5356 家



开通在线支付
80%

在线人数监测

开通在线支付

浏览次数

潜在客户源

潜在资产

■ ■ ■ ■

■ ■ ■ ■

■ ■ ■ ■

■ ■ ■ ■

■ ■ ■ ■

注册BA数 6,0893 名



会员在线
130,3120

伽蓝于2020年4月上线云店，自此为线下打开了互联网化的经营方式，有效提高了经销商的运营效能。次年云店上线2.0版本，截至8月19日，充分打通供应链系统的云店3.0完成上线，它可实现在线销售、在线收银、会员绑卡、会员积分、BA积分、积分兑换、一件代发、营销玩法、直播、店务管理在内的十大功能。

手握“云店直播”和“积分营销”两大重磅数字工具

伽蓝数字化转型中，“云店直播”和“积分营销”是重中之重。



云店直播

伽蓝2022年打造了很多直播场次，包括节日促销场、客户场、专题场、6小时连播、天天播，直播期间还应用了数字化工具做预售、拼团、秒杀、积分加价购。这些都建立在“一盘货”基础上，通过一件代发快速将产品送至顾客手上。



双积分驱动 零售增长

所有商品都可以积分，不仅顾客能获得购买积分，BA也能获得等额销售积分。其中，顾客积分全国通兑，积分抵现金、积分兑产品、积分加价购，是消费者及时回店的重要抓手；而BA积分可根据不同额度的积分兑奖励金，奖励金以现金发放及时到账，能让BA获得额外收入。至今，伽蓝已成功为1.1万多名云店用户下发奖励金，举个例子：统计了2022年通过奖励金获得额外收入门店，第30名高达16840元。双积分驱动可以极大推动云店的零售增长，也为门店增加额外收入，并能更有效地激励BA的销售能力，帮助门店实现良性循环。

数据中台



伽蓝是利用数据中台、一盘货、云店，帮助线下门店引流销售，实现营销智能化的。截至目前，伽蓝消费者数据库里的数据已经达到了平均

43G/人/天

相当于10张DVD光盘的存储量，如此庞大的数据靠人根本无法处理和应用，需要智能化的系统来完成。

这一过程中，集团始终坚守数字化变革三大价值观：

- 利他共赢
- 相信数据
- 主动求变

把数据、数字工具进行了良好应用，从而形成了内生力：数字化时代人、货、场的特征就是，随心所欲的人、触手可得的货、无所不在的场。

伽蓝数智零售的目标是要将每一个门店都发展成为“线上云店+线下实体店”的结合，实现线上、线下双店合一和多前端销售场景，最终帮助零售商成为智慧零售超级门店。

数字化转型成果

伽蓝数字化转型得到了社会各界的认可

伽蓝数字化转型始终坚持3个方向



2022年，伽蓝集团全面推进线下经销商数字化零售转型，除了自然堂外，美素、春夏、植物智慧全部入驻“一盘货”和云店系统，线下现有门店和新增门店在线数突破2万家。

与此同时，伽蓝集团全面推进代理公司转型为数字化服务商，供应链全面实施数字化转型及组织转型，包括持续打造智慧工厂，实施计划模式转型，启用新的物流总仓并改变物流营运模式。

伽蓝数字化转型得到了社会各界的认可，获得了上海市市场监管局“2021年度上海市数字化转型优秀案例”奖，2022年又获得了上海日用化学品行业协会联合、上海市工业互联网协会“上海市首批化妆品生产领域数字化转型标杆企业”。自然堂还囊括了哈佛商业评论、凯度、腾讯、阿里、京东等机构颁发的14项数字化奖项。

目前伽蓝数字化已贯穿了经营管理全链路，在线化程度大幅度提升

终端网络
在线率超过
80%

渠道库存
在线率达到了
95%

BA
在线率超过
70%

会员
在线人数达到
2981万人

至此，伽蓝已实现从消费者洞察、产品研发、内容创意、智能营销、生产管理、质量管理、物流配送、销售管理、会员管理全域数字化。

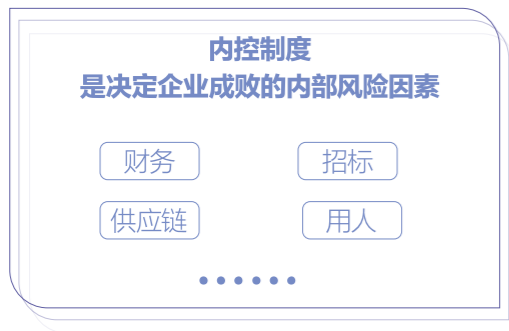
已实现的新零售场景包括：离店购买、一件代发、外卖零售、边看边买、全品积分、在线兑换、即时分佣等，初步打通了前线与后方，实现连接终端。

这背后，是一系列的创新突破，自从启动数字化转型以来，一共上线了61个系统，其中属于业务模式创新的有30多个系统，属于营运模式创新的有37个系统，此外还对代理商和经销商的年度政策、合同条款进行了多达300多项优化。整体上都是以“利他共赢”的价值观、以确保客户数据安全为原则设计的方案。

内控管理体系 INTERNAL CONTROL MANAGEMENT SYSTEM

伽蓝集团内控管理体系：

树立令人羡慕的企业文化 防范系统性风险



因此，伽蓝注重防止利用公司的地位和影响力以及各种权力谋取私利，从而影响公司产品、原材料、采购产品的质量和使用寿命；要防止利用公司项目做交易，获取个人利益，捞取个人好处，避免造成公司巨大损失；也要防止利用公司的权限、产品地位等，收取贿赂，谋取不正当权益。



我们反对的行为

- 不遵纪守法**
 - 违纪、违法、违反廉洁自律八条规定。
 - 不认同公司制度规定，散播负面消息，影响公司人员稳定性或运营。
- 不履行职责**
 - 延时达成绩效，或经过下调指标后达成绩效，或在公司组织其他人员主导下达成绩效。
 - 因工作失误或管理失职，造成经济损失或负面影响。
- 不践行价值观**
 - 违背诚信负责原则，弄虚作假，出现问题不上报，敷衍了事，对工作过程和结果不负责。
 - 违背客户至上原则，欺骗客户，不尊重客户，不了解客户需求，损害客户利益。
 - 违背合作共赢原则，只顾个人得失，不与他人合作，藐视他人，故意制造矛盾或事端。

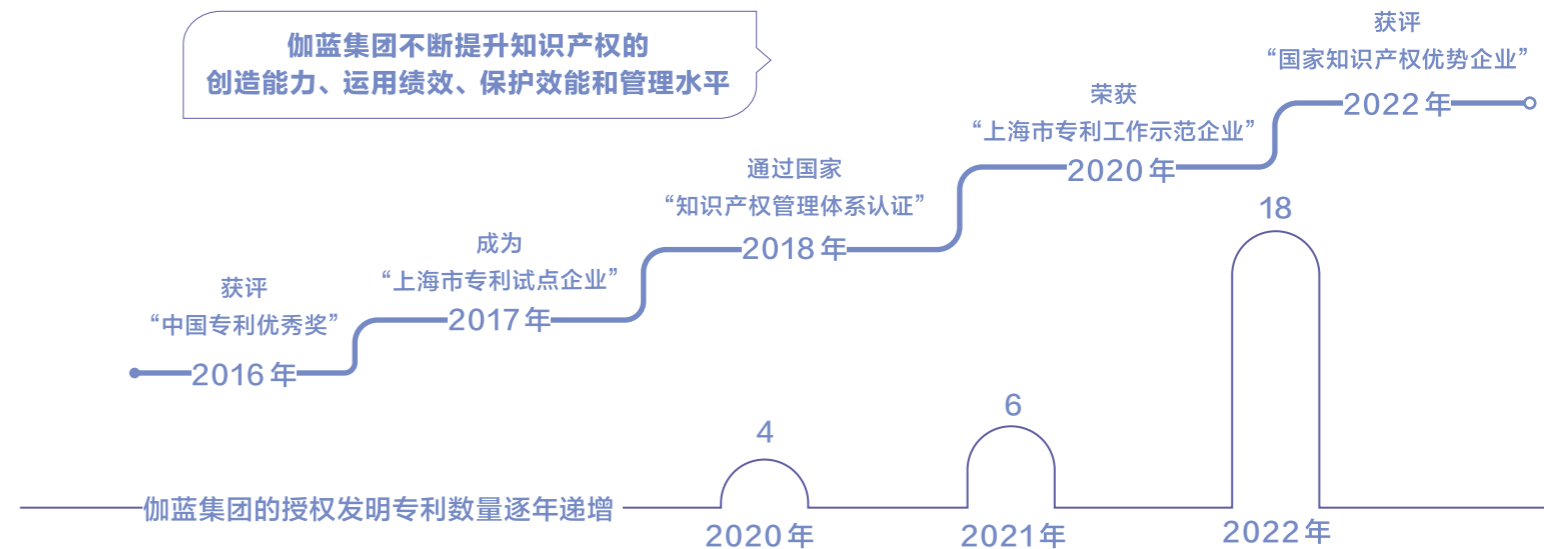
知识产权保护 INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS PROTECTION

立足自主研发
开展全球合作

伽蓝集团矢志成为可持续发展的，具有稳定的成长性和盈利能力的，富有社会责任感的世界级消费品企业。因此，伽蓝集团不仅面临转型升级，也面临国际化的竞争，尤其是在创新方面的竞争，这是时代赋予企业的要求，企业是否具有创新、是否能够创新，也决定企业是否有未来。伽蓝集团始终坚持“立足自主研发，开展全球合作”的研发总策略。坚持用科技创造产品价值，坚持自主研发与全球合作相结合的发展路线，在全球范围寻找安全有效和可持续发展的天然成分，运用世界先进科技，确保其生产配方及工艺既适合东方人肤质，又时刻同步于国际一流水平。伽蓝集团积极开展与国内外高校、研究机构及知名企业单位的技术合作，提高科技成果产出，加速实现科技成果的转化。经过多年的潜心研究，伽蓝集团拥有 3 项尖端技术、6 大科研平台，以及 60 种科学验证手段。



伽蓝集团不断提升知识产权的 创造能力、运用绩效、保护效能和管理水平



可持续发展目标

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

伽蓝集团的行动与联合国提出的可持续发展目标 (SDGs) 高度契合



- **无贫穷**：伽蓝集团通过云南泸沽湖摩梭手工纺织项目、自然堂种草喜马拉雅公益项目等为当地居民增收。
- **良好健康与福祉**：伽蓝集团为员工提供衣食住行补助以及节日福利，每年为100%员工提供健康体检。
- **优质教育**：“自然堂春蕾行动”“最美的春夏”等活动为儿童及青少年提供健康教育。
- **性别平等**：自然堂宣传片《我不是你的礼物》宣扬赞美女性独立人格。
- **体面工作和经济增长**：伽蓝集团提供了大量体面的工作机会，同时带动经济可持续增长。
- **产业、创新和基础设施**：伽蓝集团积极推动创新，六大科研平台不断创造创新性产品。
- **负责任消费和生产**：伽蓝集团拥有严格的生产质量管理体系，产品至少经过60种不同的安全性、功效性验证。
- **气候行动**：自然堂种草喜马拉雅公益行动。
- **陆地生物**：美素云南小玫瑰园项目，保护云南野生小玫瑰珍稀物种。
- **促进目标实现的伙伴关系**：采用缩短采购付款账期等措施扶持供应商伙伴。

