



山东省化妆品企业ESG实践调查报告

联合出品单位



中国国际低碳学院
INTERNATIONAL SCHOOL OF LOW CARBON STUDIES



山东省化妆品行业协会
SHANDONG COSMETICS INDUSTRY ASSOCIATION

2024年10月26日

山东省化妆品企业 ESG 实践调查研究

报告撰写组组长：王璟珉 张 晴 牟云帆 高 健

报告撰写组成员：王民冉 蒋凤娇 李成龙 陈睿哲 朱璐瑶 佟新宇 乔盈盈 王 然

报告撰写组指导：（按姓氏笔画顺序排序）

王 震 王璟珉 刘美玉 刘喻蓁 宋 策 张 晴 孟祥源 徐海燕

报告调研组成员：（按姓氏笔画顺序排序）

于雅馨 王家伟 王 琛 王智馨 王毓馨 毛婧姝 田文欣 冯 沛 乔宇通 伏 仪 任文靓

全益萱 刘永鹏 刘晓静 孙 慧 苏 捷 李佳芾 李慧嘉 李彬玮 李淑彤 张 欣 张桢源

张漾浴 张媚瑶 苗晓月 岳妍彤 姜珊珊 高晓彤 姬安然 董子恒 韩雨霞 韩佳宜 童奕哲

魏嘉琪

免责声明

本报告中的信息均来自于公开的资料和调查，旨在为分析和理解企业在环境、社会及公司治理（ESG）方面的实践提供参考。本报告不构成任何投资建议，也不对所含信息的准确性、完整性或及时性做出任何明示或暗示的保证。报告所述观点仅代表撰写团队的研究成果，不代表山东省化妆品行业协会、山东财经大学中国国际低碳学院及其他相关机构的意见或政策。任何使用本报告的信息而造成的后果，责任由使用者自行承担。报告撰写过程中引用的各类数据和资料在发布前已经过尽量全面的审核和确认，但不排除因信息来源或数据更新不及时等因素导致的偏差和遗漏。

如需进一步了解报告内容，或对报告中涉及的企业及其 ESG 实践有深入探讨的需求，建议直接联系相关企业或专业咨询机构。阅读本报告的各方，应在使用报告内容前自行进行详细核实和专业咨询，避免因依据本报告内容做出的决策而产生风险。

感谢所有为本报告提供帮助和支持的个人和机构。

摘要

在全球化妆品行业向可持续发展转型的趋势下，ESG（环境、社会与治理）已成为企业不可或缺的战略组成部分。国际化妆品领军企业正通过减排、使用天然原材料、使用可循环包装等方式引领行业变革。在中国，随着监管框架的不断完善和消费者对绿色产品的偏好增强，ESG 实践受到高度重视。作为全国化妆品产业的重要中心，山东省凭借其丰富的原材料资源和强大的制造业基础，在 2023 年实现了化妆品产值同比增长 15%，展现出强劲的增长势头与行业影响力。在此背景下，山东省化妆品企业的 ESG 实践显得尤为重要。

本报告旨在通过调研山东省化妆品企业的 ESG（环境、社会与治理）实践现状，系统探讨企业在环境保护、社会责任履行及公司治理方面的认知和实施情况，并深入分析消费者对 ESG 认知的提升及其对购买行为的深刻影响。调研覆盖了济南、青岛、潍坊、烟台、临沂、菏泽六地的代表性化妆品企业，了解企业在 ESG 方面的认知水平、具体实施措施及面临的主要挑战。同时，通过线上线下相结合的方式调研消费者对化妆品企业环境友好性、绿色环保产品的态度及支付溢价的意愿。

调研结果显示，消费者对化妆品企业 ESG 表现的关注度显著上升，尤其重视产品的绿色环保性和安全性，消费者已成为推动化妆品企业 ESG 实践的重要力量，他们不仅在环保与社会责任方面有着较高期望，还通过购买行为支持积极践行 ESG 理念的品牌。然而，目前对 ESG 认知度较高的消费者主要集中于中青年群体。针对不同群体消费者，企业仍需进一步加强 ESG 理念的推广和普及。

此外，本报告评估了山东省化妆品企业在环境责任、社会责任和公司治理三个维度的 ESG 实践，分析了其面临的挑战，如 ESG 认知不足、绿色营销欠缺、信息透明度较低、数据管理能力欠佳等。这些因素限制了企业在 ESG 领域的有效推进。尽管如此，山东化妆品企业凭借其在全球化妆品原料市场的领先地位和完善的产业链，在 ESG 实践方面具备巨大发展潜力。最后，报告基于调研结果提出了针对性的改进建议，强调政府、企业与消费者的协作对推动绿色可持续发展至关重要。随着“双碳”目标的推进，ESG 理念落地已成为行业发展的必然趋势、企业竞争的新动向，推动化妆品行业实现绿色转型与可持续发展。

关键词：ESG 实践；山东省化妆品企业；可持续发展；消费者认知

目录

1. 绪论	1
1.1. 研究背景	1
1.2. 研究目的	2
1.3. 研究思路	2
1.4. 研究方法	3
1.4.1. 文献研究法	3
1.4.2. 案例分析法	3
1.4.3. 问卷调研与访谈法	3
2. ESG 概念及作用	4
2.1. ESG 概念	4
2.2. ESG 作用	4
3. 化妆品企业 ESG 发展进程	5
3.1. 全球化妆品企业 ESG 发展历程	5
3.2. 我国化妆品企业 ESG 发展现状	7
3.2.1. 政府政策约束	7
3.2.2. 行业协会参与	8
3.2.3. 行业企业行动与实践	8
3.2.4. 相关产品创新	9
3.3. 国际化妆品企业 ESG 实践标杆——欧莱雅	9
3.3.1. 环境维度	10
3.3.2. 社会维度	10
3.3.3. 公司治理维度	10
3.4. 国内化妆品企业 ESG 实践标杆——珀莱雅	11
3.4.1. 环境维度	11
3.4.2. 社会维度	11
3.4.3. 公司治理维度	12
4. 消费端 ESG 认知调研	13
4.1. 问卷设计与说明	13
4.1.1. 调研区域与访谈对象选择	13
4.1.2. 调研主题与设计原则	13
4.1.3. 问卷评估与确定	13
4.2. 消费端调研分析	13
4.2.1. 调查对象基本情况	13
4.2.2. 消费者 ESG 认知	14
4.2.3. 消费者 ESG 意愿	16
5. 企业端 ESG 实践调研	22
5.1. 山东省化妆品企业整体情况概览	22
5.2. 调研区域与访谈对象选择	25
5.3. 访谈结果分析	25
5.3.1. 环境维度	25
5.3.2. 社会维度	28
5.3.3. 公司治理维度	30
6. 山东省化妆品企业 ESG 实践问题与原因分析	33
7. 山东省化妆品企业 ESG 实践发展对策与建议	36
8. 总结与未来展望	39

1. 绪论

1.1. 研究背景

20 年前，联合国在题为“在乎者赢(Who Cares Wins)”的报告中首次提出 ESG 概念，以此整合了以往数十年的责任投资理念，开启了一个企业可持续发展的新时代。2024 年被业界称为中国 ESG 发展的“元年”。1 月 11 日，正式发布《中共中央国务院关于全面推进美丽中国建设的意见》，其中明确提出要“探索开展环境、社会和公司治理评价”，这成为完善美丽中国建设保障体系的重要内容之一，也标志着我国对 ESG 发展的支持态度更加明确^[1]。企业 ESG 表现作为衡量绿色发展的重要指标，反映了企业对生态环境保护、履行社会责任和完善公司治理的行动绩效，引起了社会各界的广泛关注。

ESG 代表环境 (Environmental)、社会 (Social) 和治理 (Governance)，是企业社会责任的发展和延伸，作为一种框架用于评估公司在环境、社会和治理方面的表现。当前，在全球市场中，ESG 已经成为评估企业的可持续性和道德责任重要的标准，ESG 框架旨在推动企业更加负责任的经营，并帮助投资者识别企业的长期价值。《关于进一步强化金融支持绿色低碳发展的指导意见》的发布和实施，首次明确支持将 ESG 纳入信评，以便更有效地衡量企业在环境保护、社会责任履行及公司治理方面的表现，进而为投资者提供更精准的风险评估和投资参考。企业实施 ESG 策略可以降低经营风险，提升品牌形象，吸引投资，促进可持续发展，并增强与利益相关者的关系。

如今，正是各大行业对 ESG 赛道探索的“爆发期”。化妆品公司比以往任何时候都更有责任和义务在应对环境问题上采取负责任和主动的措施^[2]。目前，国内外化妆品企业对 ESG 的重视和投入不断增加。在欧洲，几乎每一家大型化妆品公司每一年都会发布 ESG 报告，如欧莱雅、LVMH、雅诗兰黛等美妆巨头早已将 ESG 纳入企业长期发展战略。然而，截至 2023 年底，我国仅有 8 家化妆品公司（且均为上市公司）发布了 2022 年的 ESG 报告，分别是上海家化、珀莱雅、贝泰妮、华熙生物、丸美股份、鲁商福瑞达，由此可见我国化妆品行业在可持续发展和企业社会责任方面仍有提升空间。

山东占据全球化妆品原料 80%以上的市场份额，拥有得天独厚的资源优势和较为完整的产业链，已经成为我国化妆品产业重要基地。在“双碳”目标引领下，金融市场要求下，企业自身发展需求下，山东省化妆品企业急需加速 ESG 实践进程，以适应并引领未来绿色可持续发展的趋势。

通过前期调研发现，山东省化妆品企业虽然在政府、金融机构、国内外客商要求下意识到践行 ESG 的迫切性，但对 ESG 缺乏了解，实践方面存在盲目性与误区。为此，在山东化妆品行业协会 ESG 专委会协助和指导下，由山东财经大学中国国际低碳学院、工商管理学院、统计与数学学院等多个学院师生共同组成的调研团队于 2024 年 7 月到 9 月开展山东省化妆品企业 ESG 实践调查研究，选取济南、青岛、潍坊、威海、烟台、临沂、菏泽七地典型企业及消费者作为调研对象。首先，通过线上线下相结合方式调查消费者对 ESG 的认知情况，以助力山东化妆品企业绿色发展；其次，通过访谈深入了解山东省化妆品企业对环境、社会、治理（ESG）的认知及实践现状，解析企业在 ESG 实践中的难点，并提出对策建议。

1.2. 研究目的

本报告通过对山东省化妆品企业 ESG 实践情况调研，以清晰观察企业发展现状以及消费者对 ESG 的认知。其调研目的包括：（1）探索消费者对化妆品企业 ESG 关注度、购买意愿、及其购买力对企业 ESG 实践的影响；（2）了解山东省各重点区域化妆品企业 ESG 的认知程度、实践情况、阻碍及措施；（3）为化妆品企业 ESG 实践与发展提供合理建议，促进其在环境保护、社会责任和治理结构上做出持续改进；（4）弱化政府、行业、企业在可持续发展、绿色环保、社会责任方面的信息不对称性，助力三方提高协作效益。

1.3. 研究思路

本调研与山东省化妆品行业协会联合开展，选取山东省化妆品行业七地典型企业和消费者为调研对象。首先，采用线上线下相结合问卷形式展开对消费者是否会关注化妆品企业的环境友好性，对绿色环保化妆品的态度以及是否愿意为绿色环保产品支付溢价等方面调查。其次，调研山东省化妆品企业对 ESG 认知程度及实践情况，考察重点化妆品企业 ESG 的认知度和实践，访谈重点化妆品企业实

施 ESG 过程中有何良策或障碍以及在绿色环保、员工福利、公司治理等方面采取的措施及执行效果。随后，进行多维度分析，形成当前化妆品企业中的优秀实践与不足的系统梳理，以期为企业改进提供指导，使其在环境保护、社会责任和治理结构上做出持续改进。

1.4. 研究方法

1.4.1. 文献研究法

本报告系统地搜集、甄别、整理与 ESG 相关的已有文献成果，并通过对文献的分析、归纳与提炼，形成 ESG 研究的理论体系，为后续研究打下坚实的理论基础。搜集国内外化妆品行业、ESG 等方面相关联的资料，掌握研究领域的科研动态、现状、最新进展和已取得的成果，确保课题研究科学有效开展。

1.4.2. 案例分析法

本报告通过案例研究法，在山东省化妆品行业协会协调提供企业名单基础上，选取山东省内具有代表性的化妆品企业作为研究对象，分析其 ESG 实践情况。收集这些企业的相关资料、报告及公开信息，了解它们的环境、社会和治理实践。通过比较分析，评估企业的 ESG 实践对可持续发展的影响，探讨其成功经验和面临的挑战。根据案例分析的结果，提出针对山东省化妆品行业 ESG 实践发展的建议，促进行业可持续发展。

1.4.3. 问卷调研与访谈法

问卷调研：面对消费侧，通过线上线下相结合问卷的方式收集消费者是否会关注化妆品企业的环境友好性、对于绿色环保化妆品的态度、以及是否愿意为绿色环保产品支付溢价等方面的数据。

深度访谈：深度访谈山东省化妆品企业的 ESG 认知及实践情况，以及在实践过程中的难题与挑战，以期为企业改进提供指导，促进其在环境保护、社会责任和治理结构上做出持续改进。

2. ESG 概念及作用

2.1. ESG 概念

ESG 是基于环境保护（Environmental）、社会责任（Social）、公司治理（Governance）三个维度评估企业绿色可持续发展水平的重要指标^[2]。

环境（E）维度：关注企业在生产经营过程中对自然环境的影响，包括减少碳排放、优化废弃物管理、提升能源利用效率等。旨在降低企业的环境风险，推动绿色经济的发展，减少企业对环境的负面影响。

社会（S）维度：强调企业对社会的责任和贡献。包括确保员工的安全健康、提供合理的薪酬福利、参与并促进社区和谐等。通过投资具有社会责任感的企业，ESG 投资者能够推动社会公正和可持续发展。

治理（G）维度：关注企业的内部治理结构和管理水平。包括优化董事会结构、加强风险管理与内部控制、确保信息披露的及时性与准确性等。这些措施旨在强调企业的良好治理结构和透明度。



图 1 ESG 维度图解

2.2. ESG 作用

企业在提高治理水平的过程中，可以通过强化环境责任、社会责任和治理结构等 ESG 因素的管理和披露，提升决策的透明度和效率。通过增强内部监督和问

责机制，企业能够更好地平衡各方利益与诉求，规避各种风险和纠纷，为良好的商业道德和法治环境做出贡献。ESG 不仅是衡量企业可持续发展和社会责任的重要指标，也是企业提升公司的可持续发展能力、实施绿色战略的框架体系。同时，ESG 因素有助于提前预防和应对各类环境、社会和治理风险，降低企业风险事件的发生率。值得注意的是，良好的 ESG 表现与企业的财务绩效存在一定的关联，表现突出的公司有可能获得更高的财务回报。此外，ESG 原则的遵循能够实现经济、社会和环境效益的统一，为实现联合国 2030 年可持续发展议程贡献力量，是推动社会进步和实现可持续发展的有效途径。

3. 化妆品企业 ESG 发展进程

3.1. 全球化妆品企业 ESG 发展历程

全球化妆品行业的 ESG 发展历程体现了行业如何在应对政策法规、消费者需求变化、技术创新和应对全球气候变化的推动下不断演进。从最初仅限于应对环保法规的被动阶段，到如今积极拥抱可持续发展的全面转型，化妆品企业的 ESG 战略经历了几个重要阶段（见表 1）。随着欧盟、美国等国家和地区的环保法规不断升级，消费者对天然、有机产品的需求日益增长，行业协会和国际组织的推动也为企业提供了 ESG 框架与标准。此外，技术进步尤其是数字化技术的应用，显著提升了供应链透明度与环保创新能力，使得企业得以更高效执行 ESG 战略。在全球气候变化议题和可持续发展目标的推动下，化妆品行业正朝着碳中和和循环经济的目标不断迈进，展现出强劲的绿色转型动力。

表 1 全球化妆品企业 ESG 发展历程

阶段	时间	政府政策约束	行业协会参与	行业企业行动与实践	相关产品创新
初步探索阶段	2000 年前	环保法规有限，仅在少数发达国家强制实行环保标准。	行业协会参与度低。	部分企业开始关注环保，但缺乏系统性措施，包装材料环保要求有限。	传统产品为主，缺少针对环境友好的产品创新。
绿色环保意识觉醒阶段	2000–2009 年	欧盟《REACH 法规》（2007 年），限制有害物质的使用。 欧盟《化妆品条例》（2009 年），强化包装安全及动物试验禁令。	欧洲化妆品协会（CE）：推动成分安全与环保标准提升。 国际化妆品法规合作组织（ICCR）：2007 年成立，致力国际化妆品法规的协调和环境安全标准化的制定。	欧莱雅和资生堂等企业率先行动，减少水耗、碳排放，采用可再生资源。	天然、有机护肤品崛起。 使用生物可降解包装和天然原料的化妆品增多。
ESG 全面推广阶段	2010–2020 年	《巴黎气候协定》（2015 年签署），推动企业加强环境承诺。 加拿大《CEPA 有毒物质清单》（1999 年修订版），加强有毒物质监管，确保成分安全。	美国化妆品个人护理用品协会（PCPC）：2019 年发布《可持续发展与社会责任报告》。 日本化妆品行业协会（JCIA）：2020 年启动《环保战略指南》。	欧莱雅推出“Sharing Beauty with All”计划，承诺减少碳排放和水耗。 欧莱雅推出“绿色创新基金”，支持环保初创企业。	绿色创新加速，推出环保包装、无塑包装。 天然抗氧化物质、植物性成分护肤产品快速增长。
ESG 与数字化融合阶段	2021 年–至今	美国加州《清洁化妆品法案》（2020 年），要求披露成分透明度和有害物质。 英国《塑料包装税法》（2022 年），推行可再生塑料使用。	英国化妆品、盥洗用品和香水协会（CTPA）：加强 ESG 标准的制定与执行。 可持续化妆品追溯联盟（TRASCE）：增强美容行业可追溯性。	雅诗兰黛采用区块链追踪供应链透明度，确保环保原料的来源。 欧莱雅、雅诗兰黛等加入全球绿色美妆联盟。	数字化驱动下的个性化护肤品、环保包装产品创新层出不穷。 使用区块链追踪供应链中原材料的可持续性。

3.2.我国化妆品企业 ESG 发展现状

3.2.1. 政府政策约束

化妆品行业逐渐成为政府和社会关注的重点领域，尤其是在 ESG 以及可持续发展方面。随着全球环境保护意识增强，我国政府及相关监管机构不断推出新政策和法规（见表 2），推动化妆品行业向绿色转型和可持续发展方向迈进。政策不仅强调环保原料的使用和减少污染物排放，还要求企业建立完善的生产质量管理体系，并在新原料注册备案时进行环境风险评估。此外，政府通过限制商品过度包装，进一步促进资源的合理利用，减少环境负担。我国化妆品行业正在逐步从传统生产模式向可持续发展转型，这不仅有助提升行业整体竞争力，也为全球可持续发展目标作出重要贡献。

表 2 我国化妆品行业有关 ESG 及可持续发展相关政策

时间	发布单位	文件名称	主要内容
2020. 01	国家药品监督管理局	《化妆品监督管理条例》	规范化妆品的生产与使用，强调环保原料使用和减少污染物排放。
2021. 01	国家药品监督管理局	《化妆品监督管理条例》	要求化妆品企业建立生产质量管理体系，覆盖供应商遴选、原料验收、生产过程及质量控制、设备管理、产品检验及留样等全过程 ^[3] 。
2021. 02	国家药品监督管理局	《新化妆品原料注册备案资料管理规定》	要求新原料备案时提供环境风险评估，保证原料的环保安全性。
2021. 08	国家市场监督管理总局	《限制商品过度包装要求——食品和化妆品》	规定化妆品的包装空隙率、包装层数、包装成本，包装层数不超过 4 层，包装成本不超过销售价的 20% ^[4] 。
2023. 03	国家药品监督管理局	《关于进一步优化化妆品原料安全信息管理措施有关事宜的公告（2023 年第 34 号）》	规定自 2024 年 1 月 1 日起，化妆品注册人、备案人在申请特殊化妆品注册或进行普通化妆品备案时，应按照规定填报产品配方中所有原料的安全信息资料。

3.2.2. 行业协会参与

近年来，化妆品行业协会对企业在 ESG 实践愈加重视。这种关注体现在多个领域，从倡导环保原料和可持续生产，到推动行业标准的制定和实施，协会的努力逐渐引导企业向绿色转型。然而，尽管取得了一些进展，未来仍需进一步加强 ESG 工作。行业协会需通过更广泛的合作与创新，以及持续实践与监督，进一步强化企业 ESG 理念，以确保整个行业在可持续发展的道路上不断前行。以下是近年来我国化妆品行业协会在促进 ESG 实践方面的一些重要举措：

表 3 化妆品行业协会 ESG 及可持续发展相关实践

时间	发行单位	ESG 实践	主要内容
2022. 07	广州市化妆品行业协会等行业自律组织	《化妆品纯净美妆通则》 (T/GDCA011-2022)》	从化妆品的原料、配方、设计、包装及生产等全生命周期践行“纯净美妆”标准。
2023. 06	中国香料香精化妆品工业协会	可持续发展（ESG）专业委员会成立	成立 ESG 专委会,组织行业企业参与 ESG 实践活动,推动可持续发展,并发布优秀实践案例和标准。
2024. 03	山东省化妆品行业协会	成立美妆 ESG 专业委员会 成立「北方美谷」ESG 专项公益基金	致力于推动化妆品企业的绿色发展和可持续发展,未来将通过研讨会、论坛、公益活动等形式,强化企业的 ESG 理念,并与其他机构合作,推动行业科研、培训和合作项目。
2024. 10	中国香料香精化妆品工业协会	2024 中国香妆行业年会暨产业博览会	发布首个香妆行业 ESG 团体标准,推动行业绿色转型,指导企业在环境、社会和治理三方面实践可持续发展。
2024. 10	江苏省化妆品协会	2024 中国香妆行业年会暨 ESG 论坛	在南京举办的行业年会上发布了首个 ESG 团体标准,进一步推动企业在碳减排和环境友好型包装等领域的实践。

3.2.3. 行业企业行动与实践

近年来，随着全球可持续发展理念兴起和国内消费者对环保与社会责任意识的不断提升，我国化妆品企业在 ESG 领域逐渐展开探索，并取得了显著成效。作为行业先锋，大型国有企业和知名品牌企业在 ESG 意识觉醒中发挥了重要示范作用。例如，上海家化通过实施减少能源消耗和废物排放的措施，积极践行环保责任，同时广泛参与社会公益活动，对行业标准产生了积极影响。在此基础上，国际品牌如欧莱雅凭借其成熟 ESG 实践经验，已在国内市场上树立了标杆地位。通过全面应用环保材料、实施有效的碳减排策略和推进多样性项目，全面提升了行

业标准并引领市场。目前，国内的新兴本土品牌如完美日记和佰草集也表现出强劲的追赶态势，不但推动可持续供应链建立和绿色生产工艺应用，以减少环境影响，同时积极参与社会公益项目，展现出强烈社会责任感。

尽管我国化妆品行业在 ESG 领域的探索已初见成效，但总体来看，整个行业尚处于起步阶段，许多企业特别是中小型企业，对 ESG 的认知和实践仍较为有限。

3.2.4. 相关产品创新

从产品创新的角度来看，一些企业已经开始积极践行 ESG 理念，注重使用天然原料，减少对环境的影响，例如，上海家化的佰草集利用中草药成分，降低化学添加剂使用，减少环境污染；自然堂推出以喜马拉雅冰川水为原料的护肤产品，强调天然纯净，体现对生态环境的尊重。在包装创新方面，完美日记采用可再生的纸质包装，减少塑料使用量，推动包装材料的可持续发展；花西子通过引入可降解材料，简化包装设计，降低对环境的影响。在生产技术上，珀莱雅建立了智能化生产基地，采用节能设备和清洁能源，在提升生产效率的同时减少了对环境的负面影响。此外，企业也关注社会责任和消费者健康，相宜本草坚持不添加有害物质，针对敏感肌肤研发温和产品，保障消费者的健康安全。这些实际的产品创新案例表明，我国化妆品企业正逐步将 ESG 理念融入产品研发和企业运营中，通过持续的创新努力，化妆品企业正推动行业可持续发展，提升企业核心竞争力和社会形象。

3.3. 国际化妆品企业 ESG 实践标杆——欧莱雅

在全球范围内，企业的可持续发展已经成为衡量其长远竞争力的重要标准。欧莱雅作为全球美妆行业的领导者，不仅在产品创新上独树一帜，更在环境、社会和公司治理（ESG）领域展现了卓越的实践和前瞻性思维。自 2021 年欧莱雅推出“我们的星球值得拥有”2030 可持续发展项目以来，欧莱雅通过一系列创新举措和责任承诺，成为全球美妆行业推动 ESG 发展的典范。山东省化妆品企业在探索可持续发展的道路上，可以选择借鉴欧莱雅的成功经验，有助于提升企业在绿色能源利用、生物多样性保护、社会责任履行等方面的综合竞争力，加速实现全面、可持续的高质量发展。

3.3.1. 环境维度

欧莱雅致力于减少碳排放、保护自然资源并推动可持续发展。根据“L'Oréal for the Future”计划，欧莱雅承诺到 2025 年实现全球工厂和行政办公室的碳中和。截至 2022 年，已实现 72% 的二氧化碳减排。苏州工厂通过使用可再生能源和水资源回收实现了零碳排放。此外，欧莱雅在可持续包装方面取得进展，2021 年其产品包装中 14% 采用再生塑料，目标到 2030 年提升至 50%。

欧莱雅还通过“产品环境影响五色盘”标签系统，提供透明的信息，帮助消费者了解产品的环境和社会影响。该系统采用 A 到 E 的评分机制，基于产品生命周期的 14 个影响因素，提升了消费者的环保意识，帮助他们做出更明智的可持续选择。此外，为了吸引消费者，欧莱雅参与了阿里巴巴发起的“减碳友好行动”，该行动通过游戏化平台‘88 碳账户’帮助消费者识别“低碳友好”产品并计算碳排放节省量，以影响购买决策。随着时间的积累，每个消费者可将积累的“碳点”用于解锁数字徽章和折扣。这种与阿里巴巴的游戏化合作将持续推动消费者价值链旅程中的数字化，同时也培养用户在每次与应用程序交互时激发新的行为变化和环保行动。

3.3.2. 社会维度

欧莱雅在社会责任方面表现突出，特别是在多样性和包容性方面。截至 2022 年，全球员工中女性比例高达 70%，管理层女性比例为 58%。公司通过“美丽人生”（Beauty for a Better Life）项目，帮助全球弱势群体提供美容行业的职业技能培训，该项目在 25 个国家开展，已为超过 2 万人提供就业技能。例如，在印度，许多贫困社区的妇女通过这一项目获得了可持续的收入来源。

此外，欧莱雅于 2021 年成立了“全球多元、公平与包容咨询委员会”，由外部专家和高管组成，旨在推动公司成为更具包容性的美妆领导者。委员会讨论了研发创新和产品设计等主题，力求推出更具包容性的产品组合，如关注不同肤色的粉底产品命名。

3.3.3. 公司治理维度

欧莱雅在公司治理中展现出强大的透明度和责任感。公司设立了可持续发展和道德委员会，确保 ESG 目标执行，并且在全球供应链中推动负责任的商业行为。

2022 年，欧莱雅对超过 80%的供应商进行了 ESG 审计，确保其供应链符合严格的社会和环境标准。欧莱雅要求其供应商签署公司道德准则，并对合规情况进行定期审查，确保整个供应链的透明和诚信。此外，欧莱雅在公司治理中的性别多样性也表现卓越，董事会中 54%为女性，确保性别平等在公司管理层得到贯彻。

3.4. 国内化妆品企业 ESG 实践标杆——珀莱雅

ESG（环境、社会及公司治理）已成为企业发展的关键力量。2023 年，珀莱雅在 Wind ESG 评级中跃升至 AA 级，综合得分 9.15，环境和公司治理得分分别为 8.89 和 8.63，显著领先行业平均水平。作为美妆行业的先行者，珀莱雅通过深化 ESG 战略，树立了绿色发展标杆。

自 2020 年起，珀莱雅便开始发布 ESG 报告，并已连续四年披露可持续发展报告。2023 年的报告分为“可持续发展贡献报告”和“ESG 管理实践报告”，涵盖业务、价值链及社会生态等方面，展示公司的贡献和实践。报告显示，2023 年使用清洁能源的比例达到 35.35%，万元营收温室气体排放量较 2022 年下降 32.93%，可持续包装材料比例提高至 25.47%。

3.4.1. 环境维度

公司成立了绿色包装工作小组，建立可持续包装管理体系，2023 年可持续包装材料比例达 25.47%，并通过升级产品包装和推出替换装，减少塑料使用。同时，珀莱雅淘汰了尼泊金酯类防腐剂和矿物油，设立上海和杭州龙坞研发中心，专注于开发绿色原料，如采用 COSMOS 认证的红毛丹果皮提取物。公司还加入可持续棕榈油圆桌倡议(RSPO)，2023 年 RSPO 认证棕榈油衍生品采购占比达 40.40%。在低碳工厂建设上，珀莱雅通过全生命周期数字化管理推动绿色制造，获得 CDP 气候变化问卷“B”等级，并入选“2023 年度绿色供应链管理企业”，湖州分公司被认定为“浙江省级绿色低碳工厂”。

3.4.2. 社会维度

珀莱雅多年来积极投身社会公益，围绕“性别平等”“爱与亲密关系”“青春与成长”“心理健康”等主题，通过《女帅男兵》和《世上不止妈妈好》等短片倡导正面价值观，打破性别偏见，关注青少年成长与心理健康。公司在教育、社会创新和应急救援领域累计投入资金数千万元，包括捐资建设珀莱雅希望小学

和新疆国门学校以支持贫困地区教育发展，与联合国妇女署合作促进女性就业，并参与汶川、雅安和甘肃积石山地震及温州台风灾区的救援工作。为纪念公司成立 20 周年，珀莱雅于 2023 年发起浙江珀莱雅公益基金会，将公益视为品牌发展的内在驱动力。2023 年珀莱雅用于社会公益共建平等多元的社会投入 866.12 万元，直接受益 22.30 万人次，间接受益人次 2.47 亿人次。珀莱雅表示，这些社会公益活动不仅是品牌文化的重要组成部分，更是与消费者及社会大众建立深度连接的情感纽带，未来将继续将公益精神融入品牌发展。

3.4.3. 公司治理维度

珀莱雅建立了覆盖全公司的 ESG 组织架构，确保 ESG 工作高效推进，且第一次将 ESG 写入 KPI，考核权重占比 8-10%。公司战略委员会总领全局，制定相关战略规划；下属的 ESG 管理委员会负责具体管理 ESG 重大项目以及相关成效考核，并定期向董事会汇报；在反腐败与商业道德方面，珀莱雅累计开展培训 3 次，覆盖董事、高管、员工及供应商，董事参与反贪污相关培训覆盖率 100%，供应商《珀莱雅商业准则承诺书》签署率达 100%。

| ESG 治理体系



来源：珀莱雅公司 ESG 报告

图 2 珀莱雅 ESG 治理体系

4. 消费端 ESG 认知调研

4.1. 问卷设计与说明

4.1.1. 调研区域与访谈对象选择

选取济南、青岛、潍坊、威海、烟台、临沂和菏泽的消费者作为研究对象。线上调研通过问卷星平台进行，利用网络渠道发放，以获取广泛的数据。与此同时，威海市将作为线下调研地点，在当地商场、社区和校园等地进行问卷调查和深度访谈。

4.1.2. 调研主题与设计原则

项目调研主题为山东省化妆品企业 ESG 实践调查研究，根据主题确定调研范围，同时查阅相关资料文献，确定问卷设计思路 and 整体框架。调查问卷包括消费者基本情况和消费者对化妆品企业 ESG 相关认知调查两部分，其中，消费者对化妆品企业 ESG 相关认知调查部分主要包括消费者对于 ESG 认知度和认可度、ESG 相关偏好、溢价支付意愿、对 ESG 措施的影响等方面。

题目设计遵循目标性、适当性、一致性原则。目标明确是问卷设计的基础。本设计问卷主要围绕消费侧从理念、认识、意愿等方面开展调研。其次，题项设计适合广大消费者理解，选择简单容易，题目数量适度。经测试，本调研问卷填写时间不超过 5 分钟。最后，遵循语句理解一致性原则，即调查者与被调查者双方对问卷题目语句的理解一致。

4.1.3. 问卷评估与确定

完成调查问卷初稿之后，团队成员对调查问卷内容进行评估、提出建议，主要考虑问卷是否太长；题目是否涵盖所需信息；题目设计是否合理等方面，提出问题后进行修改，最终确定调查问卷终稿。

4.2. 消费端调研分析

4.2.1. 调查对象基本情况

本次调研活动收集的问卷经剔除相同 IP 地址和填写时间少于 100 秒的问卷后，剩余有效问卷 1218 份。以下是对调查问卷样本的具体分析：本次调研主

要通过互联网多渠道收集线上问卷，并辅之以线下与各调研区域消费者交流填写，调查地点主要为济南、青岛、威海、潍坊、烟台等地。被调查者的基本情况如图 3 所示。

根据消费者基本情况数据分析，化妆品市场主要消费群体是 18-25 岁年轻女性，占比高达 43.68%，其中学生和职场女性两个活跃群体显示出对化妆品的强烈需求。购买平台方面，电商和社交电商平台为主要购买渠道，突显了线上购物的便利性和社交媒体对消费决策的影响。此外，62.81%的消费者通过朋友推荐和代购进行购买，揭示了化妆品产品的口碑效应尤为重要。在购买频率上，大部分消费者倾向于每月或每季度购买，消费者具有相对固定的消费周期。由此可见，企业应聚焦年轻女性消费者，通过电商和社交平台提升产品在环保和社会责任方面的透明度和认可度，以增强品牌吸引力和市场竞争力。

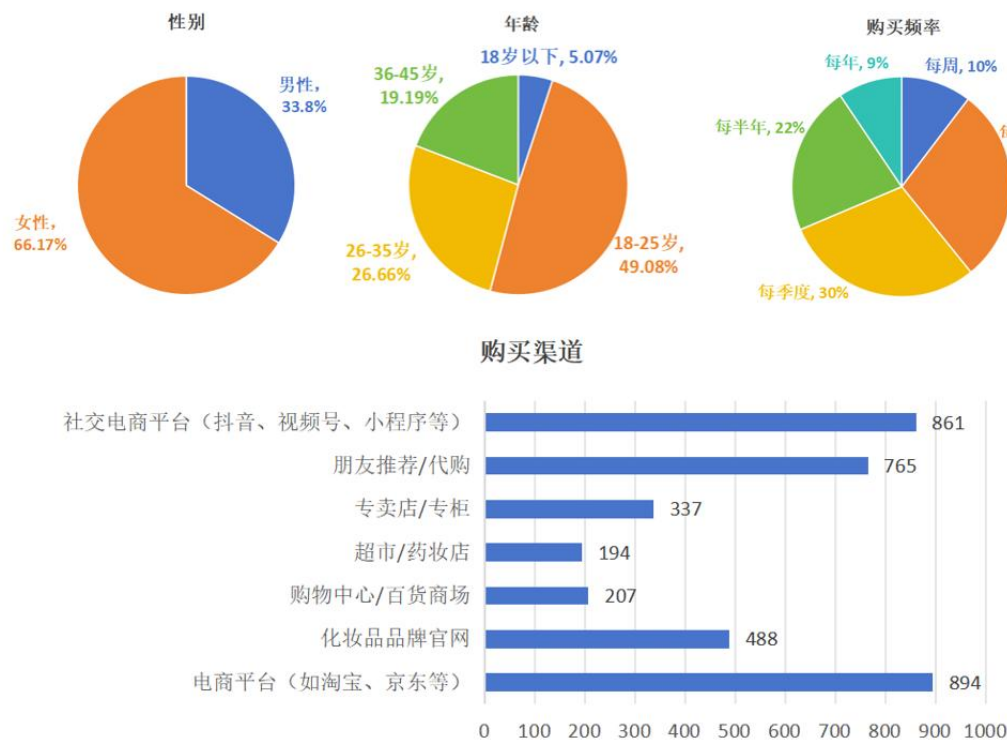


图 3 消费者基本情况信息

4.2.2. 消费者 ESG 认知

4.2.2.1. ESG 概念认知度

消费者对 ESG 概念的认知度逐渐提升，有 49.18%的消费者了解 ESG 概念。随着国家双碳战略宣传推广力度加深，对化妆品行业的监管力度逐渐加强，公众

对化妆品企业 ESG 的认知程度显著提高。在沟通宣传平台的选择上，消费者获取化妆品企业 ESG 实践信息的主要途径为社交媒体平台、企业官方网站和第三方评价或认证机构，其中从社交媒体平台获取化妆品企业 ESG 实践信息这一渠道占比较高。

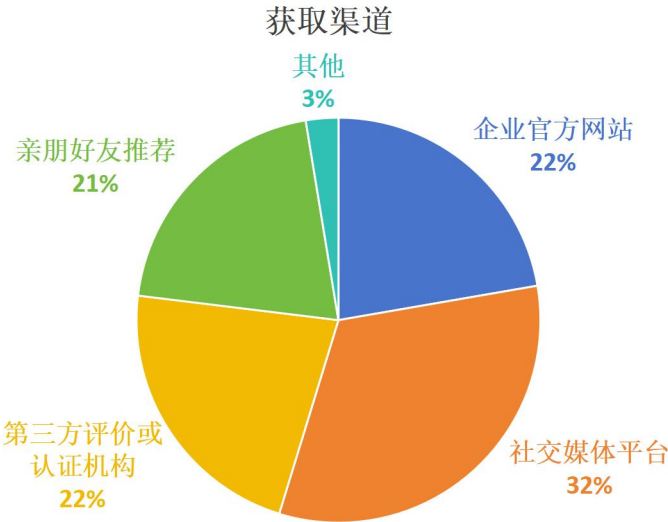


图 4 消费者获取化妆品 ESG 信息渠道统计

4.2.2.2.政府推动 ESG 认知度

随着消费者对 ESG 关注度的显著提升，政府和企业 在推动绿色发展中的角色愈加关键。消费者期待更严格的环境保护法规和社会责任支持，认为透明的信息披露将促进市场绿色转型。首先，50.82%的消费者认为政府应制定更严格的环境保护法规，反映出他们对环境问题的高度关注。同时，50.08%的消费者希望政府支持企业社会责任（CSR）项目。财政激励或政策支持是较为常见的措施。政府可以鼓励企业参与社会公益活动，提升企业在社区发展、教育和健康等领域的贡献，从而增强社会的整体福祉。提高公司治理标准与促进行业间合作也得到消费者的关注，消费者认为政府应采取措施，规范企业管理行为，确保在透明度、问责性和合规性方面达到更高标准，并建立平台或机制，推动企业间的交流与合作，推动技术创新与提升供应链透明度，提升行业整体的 ESG 表现。

表 4 消费者对政府在化妆品行业 ESG 领域应承担角色的期望调查结果

选项	小计	比例
制定更严格的环境保护法规	619	50.82%
支持企业社会责任项目	610	50.08%
提高公司治理标准	584	47.95%
促进行业间信息分享和合作	575	47.21%
其他	38	3.12%

4.2.2.3.个人推动 ESG 认知度

大多数消费者（69.95%）认为他们在推动企业改善绿色环保实践中起到重要作用。消费者不仅意识到自己的购买行为对企业决策的影响力，还对通过消费选择推动企业绿色转型充满信心。他们可能倾向于选择那些在环保方面表现突出的品牌，促使更多企业重视并改进其环保措施。然而，21.43%的受访者持否定态度，这表明一部分消费者对自身影响力的信心不足。他们可能认为企业更倾向于追逐利润，而非迎合消费者的环保需求，或者认为政府政策和市场监管才是更有效的推动力量。此外，8.62%的受访者表示不确定，这反映出一些消费者可能对环保议题缺乏充分了解，或者尚未意识到自己在市场中的角色。

是否认为自己在推动绿色环保实践中起到重要作用

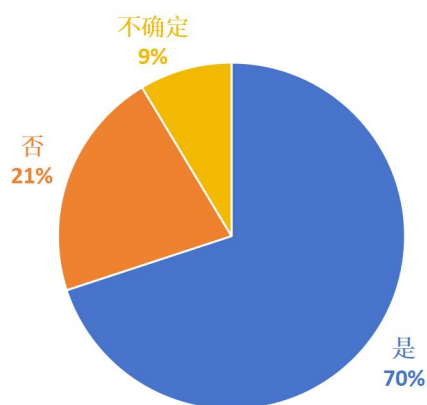


图 5 消费者在推动企业改善绿色环保实践中的作用认知调查

4.2.3. 消费者 ESG 意愿

4.2.3.1.ESG 重视度

对于“在购买化妆品时，会考虑该产品的生产企业 ESG 表现？”这一问题，有近 7 成的消费者给出正面回应。多数消费者正在将企业 ESG 实践作为购买决策的重要参考因素，这部分消费者对于 ESG 因素的重视程度较高，会选择更有责任

感的品牌和产品，对市场产生正面引导。ESG 认知的提高得益于国家和企业的持续宣传与教育，但更深层次的驱动是消费者对环境问题、社会不公以及企业不道德商业行为的日益关注和担忧。这对化妆品行业提出了新的挑战和机遇，企业不仅要满足消费者对产品质量和功效的基本需求，还需通过积极的 ESG 实践来赢得消费者的信赖和支持。

在购买化妆品时，会考虑该产品的生产企业ESG表现

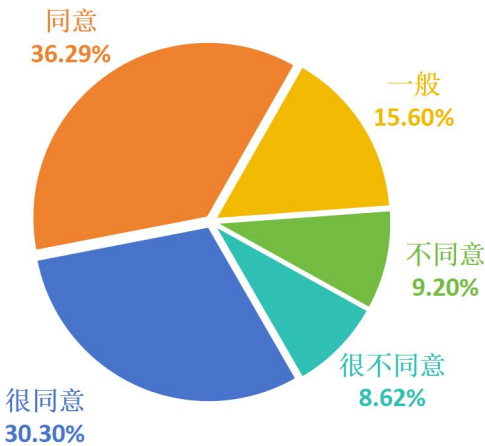


图 6 消费者在购买化妆品时对企业 ESG 表现的重视程度

4.2.3.2.ESG 关注维度

调研结果显示，在消费者购买化妆品时，产品安全性是最重要的考量因素，显著高于其他类别。消费者首先关注产品是否不含有害化学物质、包装设计是否符合人体工学以及原材料是否源于天然，这直接关系到消费者健康和使用体验。其次，消费者也十分重视企业在减少包装物、可持续采购、绿色技术应用以及透明度、道德经营和社会公众形象方面的表现。相比之下，社会责任的影响相对较小，尽管如此，支持公益活动和员工福利在品牌形象和企业社会责任感的构建中仍有一定作用。

在线下与消费者的交谈中了解到，消费者对于环保与产品安全的关注度很高。此外，在访谈中女性消费者居多，因此较为注重女性公平与权益。

“一个是把这种绿色的 ESG 环保方面、绿色方面相关的施和它的产品本身相结合的话，能够提高我作为消费者产品方面的好感度，这个是基于产品本身。第二个就是它有在做一些公益的行为，比如说类似支付宝他们在做蚂蚁森林，还有空瓶回收计划、旧衣回收、捐赠，如果这个品牌在积极的承担社会责任相关的内容，并广泛做一些宣传，我了解到就会对这个品牌本身有好感度，这两方面会驱使我为它买单。”

——消费者 A

“作为一名女性消费者，我在选择化妆品时，首先关注的是产品的安全性。我非常在意产品是否含有有害化学物质，包装设计是否人性化，以及成分是否天然健康，因为这些直接关系到我的身体健康和日常使用的安全感。同时，作为女性，我也会特别关注企业在性别平等和女性权益方面的表现。对于那些在公司治理中展现出对女性公平、支持女性职业发展、并积极参与女性公益事业的企业，我会更加倾向选择他们的产品。对我而言，安全和公平是不可或缺的考量标准。”

——消费者 B

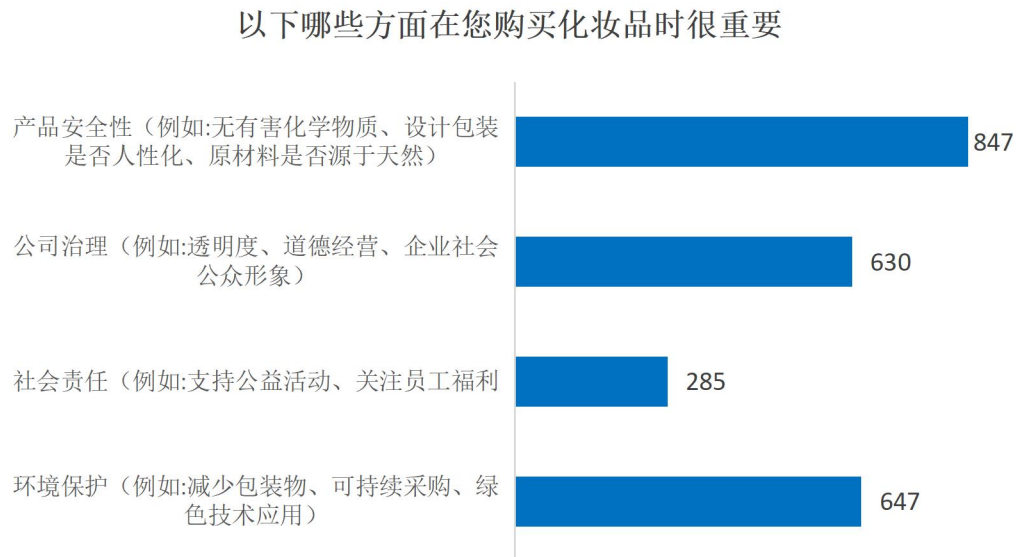


图 7 消费者对于 ESG 化妆品关注维度分析

4.2.3.3.ESG 各维度关注点

在环境维度上，消费者对“绿色环保化妆品”的认知展现了多方面的关注，揭示了他们在环保议题上的综合理解。其中，天然成分的关注度最高，其次是不进行动物实验与可降解包装，低碳排放和节能生产获得的关注度相对较低。总体而言，消费者对绿色环保化妆品的关注主要集中在产品成分的安全性和道德标准，同时对环保包装也表现出一定关注。

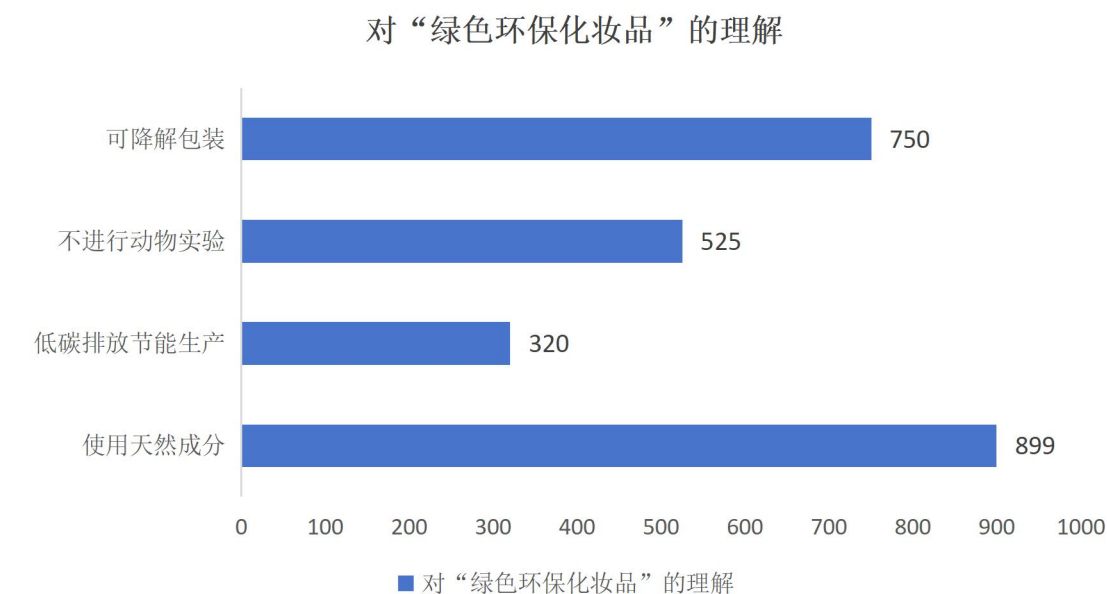


图 8 消费者对绿色化妆品的认知

根据调查结果分析,化妆品企业在环境友好性方面的关注重点主要集中在实际的环保措施上。“使用可持续采购的原材料”获得最高关注,得分为 3.75,显示出消费者对原材料选择的环保性尤为重视,认为这是企业在环保方面的核心表现。这一趋势反映了消费者日益增强的环保意识,他们希望企业在源头上采取可持续发展措施。其次,“采用可回收或生物降解包装”与“推广节水和节能措施”得分分别为 3.41 与 3.13。随着全球对塑料污染的关注度提高与对节约资源的期望不断提升,消费者对企业在包装材料上的选择更为苛刻,包装废弃物管理已成为消费者评价企业环保表现的重要指标。“减少生产过程中的碳排放和其他环境影响”与“提供透明的环保信息”分别得分为 2.43 和 2.27,显示出这两方面在消费者心中的重要性相对较低,尤其是后者,超过 37%的受访者将其视为最不重要的选项。反映出消费者对企业环保信息透明度的期待尚未达到,或者认为实际的环保行动比信息披露更为重要。

表 5 消费者对化妆品企业在环保措施方面的关注度调查结果

名称	样本量	平均值	标准差	中位数
提供透明的环保信息	1218	2.268	1.266	2.000
减少生产过程中的碳排放和其他环境影响	1218	2.434	1.234	3.000
推广节水和节能措施	1218	3.133	1.180	4.000
采用可回收或生物降解包装	1218	3.413	1.411	2.000
使用可持续采购的原材料	1218	3.752	1.374	4.000

消费者对化妆品企业环境友好性排序

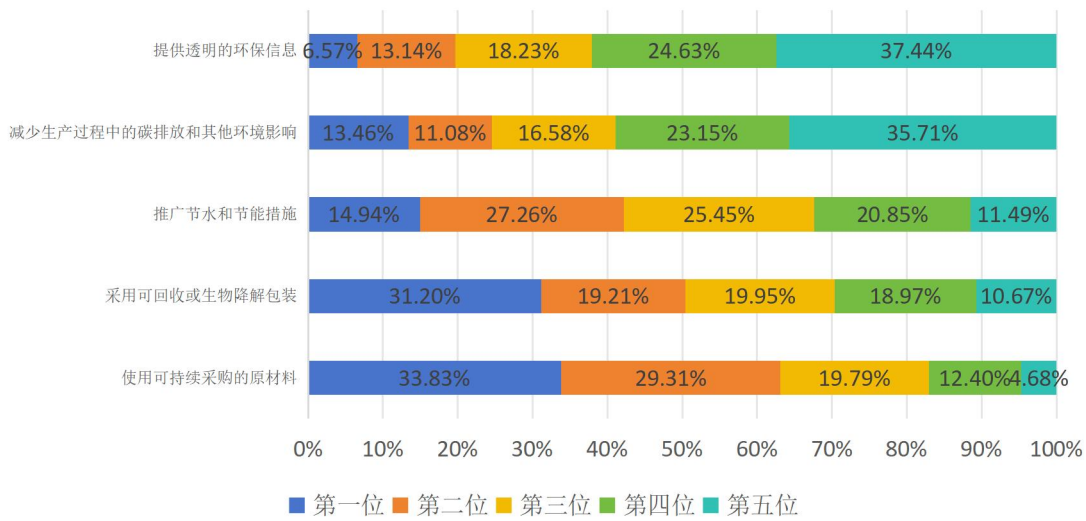


图 9 消费者对化妆品企业在环保措施方面的关注度调查结果

在社会维度上，从整体数据来看，消费者最为关注的社会责任领域集中在产品安全和消费者权益保护上，其次是性别平等、多样性包容和员工福利。从下表可知，拟合优度检验呈现出显著性 ($\chi^2=128.411$, $p=0.000<0.05$)，意味着各项的选择比例具有明显差异性。具体来看，提倡产品安全和消费者权益保护的响应率（33.26%）和普及率（66.42%）明显较高。这种关注反映了消费者对化妆品安全性问题的高度敏感性，尤其是在近年来化妆品行业中频繁出现的安全事件之后，消费者更希望企业能够严格遵守产品安全标准，并透明地披露产品成分和安全检测结果。此外，促进性别平等和多样性包容有 25.41%的响应率和 50.74%的普及率，社会对性别平等和多样性包容的期待在不断提升。随着全球范围内的性别平等运动和多样性倡导的普及，消费者愈发期望企业能够在这些方面展现出更多责任感。

表 6 社会维度响应率和普及率汇总表格

项	响应		普及率（ $n=1218$ ）
	n	响应率	
支持社会公益活动，如扶贫帮困或环境保护项目	415	17.06%	34.07%
关注员工福利和工作条件	590	24.26%	48.44%
促进性别平等和多样性包容	618	25.41%	50.74%
提倡产品安全和消费者权益保护	809	33.26%	66.42%
汇总	2432	100%	199.67%

备注：拟合优度检验时 $\chi^2=128.411$, $p=0.000<0.05$

在公司治理维度上，从下表可知，拟合优度检验呈现出显著性 ($\chi^2=174.165$, $p=0.000<0.05$)，意味着各项的选择比例具有明显差异性。具体来看，透明度高，信息披露完整，遵守法律法规和道德标准，管理层稳定和资深，具备行业经验共 3 项的响应率和普及率明显较高。消费者更加看重企业在外部表现中的稳定性、合规性和信息公开透明度，而这些因素也直接影响他们对企业的信任和产品的选择。尽管“鼓励员工参与决策和公司治理”的票数较低，但其也具有重要意义，这表明在消费者心目中，企业的治理优先级中，外部可见的表现（如管理层和透明度）比内部治理结构（如员工参与）更具影响力。

表 7 治理维度响应率和普及率汇总表格

项	响应		普及率 (n=1218)
	n	响应率	
透明度高，信息披露完整	692	28.42%	56.81%
遵守法律法规和道德标准	706	28.99%	57.96%
管理层稳定和资深，具备行业经验	710	29.16%	58.29%
鼓励员工参与决策和公司治理	327	13.43%	26.85%
汇总	2435	100%	199.92%

4.2.3.4.ESG 溢价支付意愿

调研结果揭示了消费者对于环保和社会责任感的重视，有 81.03%的消费者表示愿意为更环保、社会责任感强的化妆品支付一定的溢价。其中 61.00%消费者虽然支持环保和社会责任，但更关注价格的合理性，说明在购买决策中，他们仍然将性价比放在首位。这一部分消费者可能认可企业在环保和社会责任方面的努力，但不愿为此付出过高代价，只有在感到“物有所值”“物超所值”时才会进行消费。

进一步分析愿意支付溢价的消费者的具体溢价额度接受度可以看出，接近一半的消费者仅能接受 5%以内溢价，绝大多数消费者对价格溢价的接受程度有限，他们对环保和社会责任的支持需要在其消费水平可接受范围内，超过 5%的溢价可能会显著影响他们的购买意愿。尽管有一部分消费者愿意支付更高溢价，但这一群体占比相对较小。

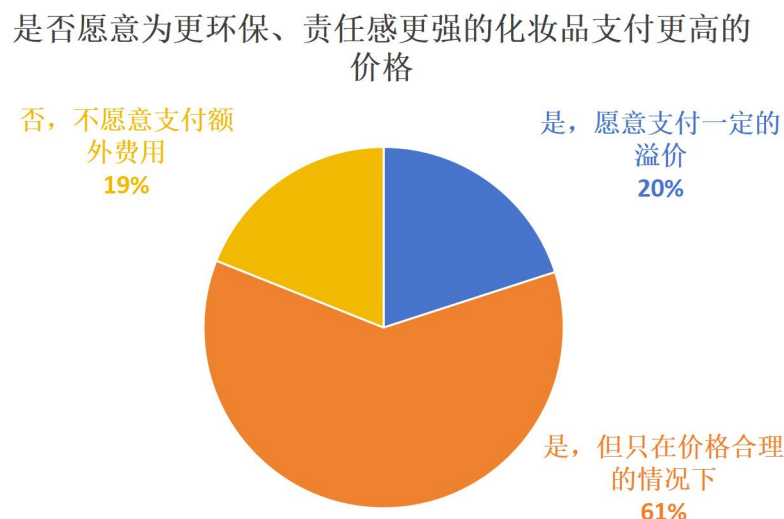


图 10 消费者对化妆品 ESG 的溢价支付意愿

5. 企业端 ESG 实践调研

5.1. 山东省化妆品企业整体情况概览

山东省化妆品企业在行业规模、原料资源、科研基础、产品技术以及政策支持等方面均具有显著优势。通过整合资源、优化布局，山东省正逐步形成以“北方美谷”为核心的化妆品产业集群，助力全省化妆品产业的高质量发展。截止到 2023 年底，山东省化妆品生产企业许可数量 193 家，规模以上化妆品工业产值约为 200 亿元，其中华熙生物和福瑞达两家龙头企业约 80 亿，梅畔生物、博科、花物堂、新时代等企业贡献约 70 亿。

山东省在化妆品原料资源方面具有得天独厚的优势，作为医药大省和化工大省，山东省在化妆品原料生产上占据重要地位。万华、国药等知名企业和淄博、潍坊等化工基地生产的化妆品原料不仅供应全国，且出口至全球市场。特别是在透明质酸生产方面，山东省的华熙生物和福瑞达占据了全球 75% 的市场份额。此外，山东省还在其他活性物和植物提取原料生产方面处于全国领先地位，主要包括平阴玫瑰、菏泽牡丹、泰安灵芝、平邑金银花和莱芜生姜等，这些丰富的原料资源为山东省化妆品产业的发展提供了坚实的基础。



来源：2024 美妆山东“新质生产力”白皮书

图 11 山东省化妆品原料产业分布情况图

在科研方面，齐鲁工业大学化妆品研究院和山东大学化妆品技术研究中心等科研机构为山东省化妆品企业提供了强大的技术支持和创新动力。这些科研机构在产品研发、技术创新和人才培养方面发挥了重要作用，为山东省化妆品产业的高质量发展提供了有力保障。

在产品技术方面，山东省的化妆品企业在透明质酸原料及相关功能性化妆品领域具有无可比拟的优势。以华熙生物和福瑞达为代表的企业，依托微生物发酵技术和交联技术两大核心技术平台，建立了强大的研发体系，并在全国范围内占据了领先地位。这些技术优势不仅提升了山东省化妆品产品的市场竞争力，还推动了整个行业的技术进步。

山东省化妆品产业的发展还得到了政府政策的大力支持。2022年1月，山东省工业和信息化厅与山东省药品监督管理局联合印发了《山东省促进化妆品产业高质量发展实施意见》，提出了一系列促进产业发展的措施，包括培育化妆品产业集群、打造化妆品界网红打卡地、提高集群公共服务能力等。围绕透明质酸、海藻酸盐、聚谷氨酸、牡丹、玫瑰、金银花、灵芝、银杏、牛蒡等特色产品或资源优势，山东省以技术为核心，以资本为纽带，整合周边研发设计、物流、营销等资源，着力打造以济南“北方美谷”为核心，青岛、烟台、泰安、临沂、菏泽等多层次、多区位、多品类发展的“一核多点”发展格局，形成山东省化妆品的

产业集群。



来源：2024 美妆山东“新质生产力” 白皮书

图 12 山东省化妆品产业集群分布情况图

此外，为了促进山东省化妆品产业的高质量发展，加速创新与研发，培育具有竞争力的产业集群，提升管理与服务质量，增强行业整体竞争力，山东省接连发布了一系列政策，支持化妆品行业的发展，并对其经营行为进行规范和引导。

表 8 山东省化妆品行业重点政策

时间	政策	主要内容
2021. 12	《山东省中医药产业发展规划(2022-2025 年)》	研发推广海洋功能食品、海洋生物医用材料、海洋化妆品等;鼓励研发推广以牡丹、玫瑰花、金银花、灵芝、银杏等特色中药材资源为原料的化妆品。
2022. 01	《关于全面加强药品监管能力建设若干措施的通知》	加强药品、医疗器械、化妆品企业和品种档案建设，实现“一企一档”“一品一档”管理 ^[5] 。
2022. 01	《山东省促进化妆品产业高质量发展实施意见》	力争到 2025 年,全省化妆品产业年销售额达到 100 亿元的企业 1 家，50 亿元以上的 2 家，20 亿元以上的 10 家，规模以上企业数量超过 100 家。
2022. 04	《“十大创新”“十强产业”“十大扩需求”2022 年行动计划》	在公共安全、安全生产、生态环境、卫生健康、食品、药品(含医疗器械和化妆品)、特种设备、危险化学品、消防安全等重点领域，实施清单管理制度，确定重点监管对象、规范监管程序。加快以中药材为原材料的

时间	政策	主要内容
		新材料研发和保健品、功能性化妆品等产品推广应用。
2024. 02	《山东省化妆品行政处罚裁量基准》	未经许可从事化妆品生产、经营未经注册的特殊化妆品、使用禁止原料或非法添加可能危害健康的物质等违法行为，将面临没收违法所得、罚款、责令停产停业、吊销许可证件、禁止从业等处罚，情节严重者还将被追究刑事责任。
2024. 04	《2024 年全省化妆品监管工作要点》	锚定打造“品质鲁妆”，实施“双安工程”，以安全提升行动为主线，聚焦监管责任、检查抽检、示范引领、能力提升和服务发展“五位一体”，创新监管方式，赋能产业发展，锻造监管铁军。

5.2. 调研区域与访谈对象选择

根据山东省化妆品企业聚集地密度，选取地点为济南、青岛、潍坊、烟台、临沂、菏泽。开展实地调研的企业主要包括：济南市的鲁商福瑞达医药股份有限公司和梅眸生物医药股份有限公司、青岛市的青岛明月爱熙化妆品有限公司、潍坊市的纳澳集团、烟台市的山东暨肽生物医药科技有限公司、日照市的山东仁瑞生物科技有限公司、菏泽市的龙池牡丹实业有限公司。

5.3. 访谈结果分析

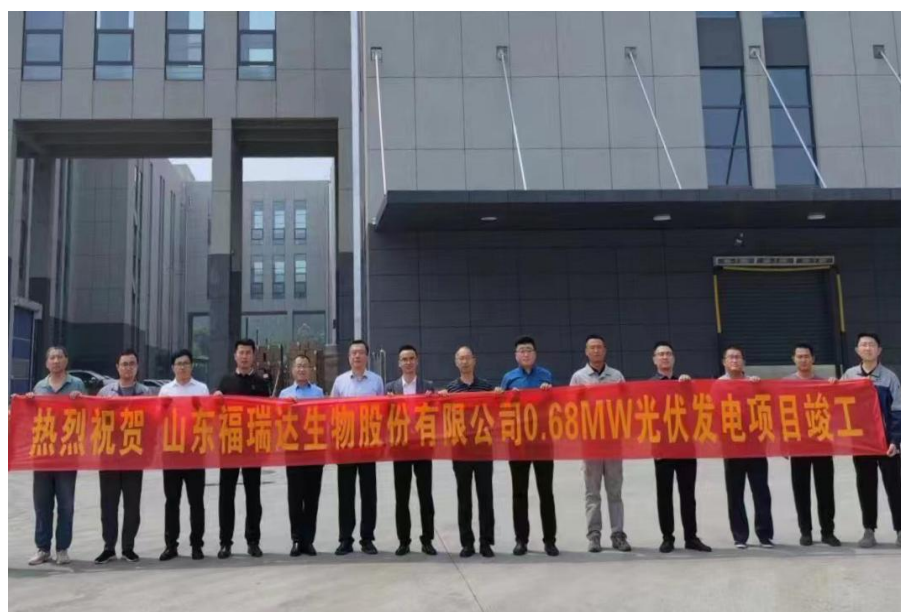
访谈提纲根据华证 ESG 评级体系设计，根据对山东省七家化妆品企业 ESG 实践访谈的得知，整体上山东省化妆品企业在环境、社会责任和公司治理（ESG）方面已经有所行动，但各企业的实践深度和广度存在较大差异。以下是对这些企业 ESG 实践现状的总结：

5.3.1. 环境维度

在当前全球环境保护背景下，多家企业积极通过创新措施来降低碳排放，提升环境管理水平。其中，鲁商福瑞达医药股份有限公司和梅眸生物医药股份有限公司成为行业中的先锋。

5.3.1.1.节能降碳措施

鲁商福瑞达医药股份有限公司在推动低碳发展方面表现出色。公司通过分布式光伏发电，每年节约 22 万元电费。同时，通过蒸汽冷凝水预热回收，每年节约 260 吨蒸汽，减少蒸汽费用 11.1 万元。此外，锅炉余热回收和冷却塔风机的节能改造每年也显著降低了天然气和电力的消耗。这些举措使他们多次荣获“绿色工厂”称号。



来源：鲁商福瑞达医药股份有限公司官网

图 13 鲁商福瑞达医药股份有限公司光伏发电项目竣工合影

5.3.1.2.可持续包装创新

在绿色包装领域，梅眸生物医药股份有限公司进行了大胆创新。其包装设计兼具实用和环保，将快递箱设计成可转化为猫窝的形式，有效地延长了包装材料的生命周期。同时，福瑞达公司通过采用替换装的形式，不仅减少了包装材料的使用量，大幅降低生产成本，还为消费者提供了更具性价比的产品选择。



图 14 梅眸生物医药股份有限公司产品包装改造（左图）、鲁商福瑞达医药股份有限公司产品替换装（右图）

5.3.2.3.环保生产实践

其他企业也积极参与环保实践。例如，梅眸生物医药股份有限公司旗下的自然旋律品牌坚持选用天然纯净植物成分，坚持对环境的保护与尊重。青岛明月爱熙化妆品有限公司是海洋修复与保护方面的积极实践者，专注海藻护肤的自然护理，积极修复海洋生物资源，并坚持减少废气、废渣、废水排放。在资源循环利用方面，山东仁瑞生物科技有限公司和龙池牡丹实业有限公司通过废水和废气处理设施的改进及绿色产品推广，进一步提升了环境治理能力和生态效益。



图 15 青岛明月爱熙化妆品有限公司专注自然护理

5.3.2. 社会维度

近年来，多家企业积极承担社会责任，致力于提升员工福利和参与社区公益活动，为社会的全面发展贡献力量。

5.3.2.1.社区公益与社会责任

梅眸生物医药股份有限公司在公益领域表现突出。2023 年，公司为山区孩子捐赠图书和体育用品，并关注山区视障儿童，呼吁全社会关注特殊儿童群体。同年 10 月，梅眸生物启动“给流浪猫安个家”项目，将 1 万个物流箱改造成猫窝，以改善流浪猫的生存环境，展现其对动物福利的关怀。



图 16 梅眸生物医药股份有限公司救助流浪猫

鲁商福瑞达医药股份有限公司亦积极投身公益事业。自 2017 年以来，福瑞达连续 6 年组织无偿献血活动，并于 2023 年被授予“2021-2022 年度山东省无偿献血组织表现突出单位”称号。此外，鲁商服务还通过鲁商棋服助农扶农活动，支持乡村振兴。



图 17 鲁商福瑞达医药股份有限公司无偿献血证书

纳澳集团在疫情期间捐赠了价值三十多万元的防疫物资给滕州市红十字会，2023 年又对安丘市社会福利院进行了慰问，为“星星之家”的儿童捐赠物资。

5.3.2.2.员工福利与内部关怀

各大企业在员工福利方面也投入大量资源，福瑞达、梅畔生物和青岛明月爱熙均设立了完善的员工福利制度。福瑞达的“橙暖公益”项目及“学雷锋”志愿者服务队自 2019 年以来，深入参与教育助学、抗疫救灾、社区服务和帮扶共建等多项志愿服务活动，体现出对员工和社会的双重关注。

5.3.2.3.扶贫助农与经济发展

龙池牡丹在为社会提供健康、绿色牡丹产品的同时，积极主动的承担对国家、对社会、对员工、对利益相关方的责任，坚持为贫困大学生提供助学补助金，同时在疫情期间捐赠了 150 余万元的物资。用实际行动践行“德行天下，造福万家”的企业宗旨，弘扬牡丹包容、怒放的文化底蕴。通过扶贫项目，公司展现了企业在履行社会责任方面的担当。福瑞达与平邑蒙润、长清武庄、济南禾宝中药材种植基地及平阴玫瑰花种植基地等 4 个基地合作共建，带动当地经济等多方面目标。鲁商服务开展鲁商祺服助农扶农集采活动，集采直销进社区，共计销售羊角蜜 1000 余箱，甜瓜 5000 余斤，黄桃 3000 余斤。



来源：龙池牡丹实业有限公司官网

图 18 龙池牡丹实业有限公司社会捐赠

5.3.3. 公司治理维度

5.3.3.1. 可持续治理与结构

鲁商福瑞达医药股份有限公司在可持续治理架构方面表现出色。公司制定了全面减碳计划，并将气候变化等可持续发展议题纳入了年度战略规划。董事会下属的四大委员会，各司其职，特别是成立了专门负责可持续发展事宜的战略与ESG委员会，该委员会每年向董事会汇报战略实施的进展与目标达成情况。此外，公司还以党委“把方向、管大局、促落实”为领导原则，持续完善公司治理体系以确保合规性和透明度。此外，部分企业也已进行了有效规划。梅眸生物通过设立管理委员会协助CEO进行决策，山东仁瑞生物科技有限公司建立了严格的风控监管和反腐败机制。然而，部分企业虽已在治理结构上有所实践，但还未形成完整风险监控管理体系。

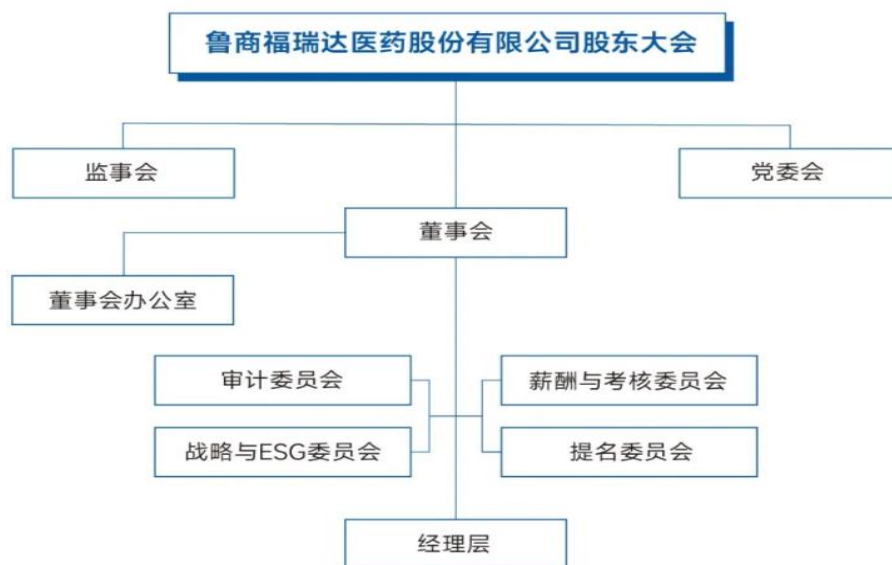


图 19 鲁商福瑞达医药股份有限公司组织架构图

5.3.3.2.质量管理与客户满意度

鲁商福瑞达在质量管理方面也保持着高标准。截至报告期末，公司已建立了与国际质量管理标准接轨的质量保证体系，获得了众多国内外权威认证。报告期内，公司的化妆品业务和医药业务的客户满意度分别达到 99.2%和 100%。此外，福瑞达生物科技积极开展质量风险培训，提升员工对质量风险管理重要性的认知，增强员工对潜在质量问题的识别和评估能力，提高应对和解决质量风险问题技能。



图 20 鲁商福瑞达医药股份有限公司质量风险培训图

总体而言，山东省化妆品企业在 ESG 实践中展现了积极主动姿态，但整体成熟度仍不均衡。在环境维度，企业正通过有效的治理架构来推动环保和减碳措施的落地。在社会维度，通过提高产品质量和客户服务满意度，企业展现出对社会责任的重视。此外，企业员工培训的加强同样促使企业更具备应对社会责任挑战的能力。在治理维度，层级清晰的组织结构和对 ESG 的战略性关注，使这些企业能更有效地推进 ESG 政策，并在此过程中优化企业管理。一些大型企业，如鲁商福瑞达，已经在 ESG 实践上走在前列，制定了较为完善的 ESG 战略并取得了一定成果。然而部分中小企业虽有相关实践，但系统性和规范性有待提升。表 8 展示了各调研企业 ESG 具体实践情况：

表 9 山东省化妆品企业 ESG 实践成果

企业名称	ESG 相关报告	环境实践	社会责任实践	公司治理
鲁商福瑞达医药股份有限公司	已发布 2023 年度 ESG 报告、可持续发展报告	通过 ISO14001 认证，实施分布式光伏发电和蒸汽回收项目，旗下项目多次获评绿色工厂。	组织无偿献血活动、植树造林和乡村振兴工作、“橙暖公益”志愿服务项目。	设立战略与 ESG 委员会，产品通过多项国际认证。
梅眸生物医药股份有限公司	未发布、发布企业社会责任报告	通过 ISO9001、GMP 认证，节能灯设备减少 40% 电力消耗，废物污处专属通道、严选天然植物成分、快递箱“猫舍改造”。	设有女性关怀措施，启动流浪猫公益活动，捐赠盲文书籍。	设有管理委员会，监督执行与决策建议，完善内控体系。
青岛明月爱熙化妆品有限公司	未发布	修复海洋生物资源，减少废气、废渣、废水排放。	设立“明月爱心基金”救助员工家庭，建设人才公寓。	建立风险管理体系，设有安全生产追溯系统。

企业名称	ESG 相关报告	环境实践	社会责任实践	公司治理
纳澳集团	未发布	采用 GMP 洁净车间，”3 大环节，2 大检测”的 GMPC 检测标准、使用可回收材料包装、使用纯天然植物原料。	设置意见箱，员工建议逐条回复，捐赠防疫物资和慰问星星之家儿童。	设有分公司和统筹管理系统，未形成风险监控体系。
山东暨肽生物医药科技有限公司	未发布	化妆水废水回用于洗车，GMP 净化车间确保安全无菌。	定期员工体检，发放福利，大凉山捐赠赡养老人。	决策依据部门反馈，未建立风险监控体系。
山东仁瑞生物科技有限公司	未发布	建设污水处理设施，回用处理后的中水，安装废气净化设备、国家 GMP 标准的妆字号车间。	提供就业岗位，促进产业发展。	建立风控监管和反腐败要求。
龙池牡丹实业有限公司	未发布	推广绿色低碳生活，打造牡丹产品体系。	承接国家油脂战略，创新“牡丹健康+服务”社区模式。疫情期间为”红十字会“捐赠物资，向贫困大学生捐赠助学金。	健全工会治理制度，保障民主监督职能，加强反腐力度。

6. 山东省化妆品企业 ESG 实践问题与原因分析

通过与标杆企业与消费者需求的对比分析，本研究发现目前 ESG 在具体实践中存在以下问题：

第一，山东省化妆品企业 ESG 实践宣传力度不足。根据调研结果显示，尽管

ESG 理念在全球范围内日益受到重视，消费者逐渐将企业 ESG 实践作为购买化妆品的考量指标之一，但仍有 50.28%的消费者不了解 ESG 相关概念，消费者对 ESG 的认知度和重视程度仍然较低。企业在 ESG 方面的投入和努力未能充分转化为市场优势，使得企业在推动 ESG 实践时缺乏足够的市场激励。许多企业在市场教育方面的投入不足，导致消费者对 ESG 的理解有限，难以在购买决策中将 ESG 因素纳入考虑。在竞争激烈的化妆品市场中，企业往往面临价格和产品性能上的巨大压力。投入大量资源在 ESG 实践上，可能会削弱企业在短期内的市场竞争力，许多企业在 ESG 实践和短期业务目标之间难以平衡。

第二，环境维度实践行动单一，市场响应缺乏绿色主题。尽管山东省化妆品企业在节能减排、绿色包装等方面有所行动，但这些行动仍然缺乏系统性和长期性。与欧莱雅和珀莱雅等国际化妆品行业领军企业相比，山东省企业的环保措施显得较为局限，缺乏全球性的碳减排目标和可持续发展战略。例如，欧莱雅和珀莱雅在实现碳中和方面设定了明确的全球目标，并且致力于使用更高比例的再生材料以降低资源消耗，这些措施已成为它们企业战略的核心部分。而山东省的许多化妆品企业仅在局部进行节能降碳或小范围的绿色包装创新，缺乏在整个产业链上进行绿色转型的战略布局，难以形成整体的环境责任体系。

此外，消费者的环保需求正日益增长，尤其是 18-25 岁的年轻女性群体，她们更倾向于购买不含有害化学物质、包装环保且成分天然的产品。根据调研，虽然部分山东省化妆品企业已采取一定的绿色包装措施，但在市场宣传上仍缺乏针对环保和天然成分的具体营销内容。企业未能有效地将其在环保方面的努力，如绿色原材料、天然成分和可降解包装的使用，纳入到产品的宣传中，未能与消费者的环保诉求产生强烈共鸣。因此，企业在环保维度的实践虽然存在，但缺乏足够的市场反馈和消费者认同，未能充分发挥环保措施带来的市场竞争力。

第三，社会维度多元化责任体现有待扩充。山东省化妆品企业在社会责任方面的实践有待加强，尤其是在全球范围内的社会影响力方面，远远落后于行业领先企业。欧莱雅通过“美丽人生”等全球性项目，积极推动性别多样性和职业培训，珀莱雅也在灾区救援、公益事业和性别平等方面做出了显著贡献。这些企业通过有效的社会责任项目，增强了品牌的社会认同感和消费者的品牌忠诚度。

虽然有些山东省化妆品企业在地方层面开展了社区公益活动，但缺乏更大规模、系统性和长期性的社会责任项目，未能在全球层面产生足够的社会影响力。

其次，性别平等和多样性包容已成为社会广泛关注的议题，但访谈结果显示企业在这些方面的实践度不足，女性管理者占比普遍偏低，即使有此方面的行动但宣传力度不够，未能有效回应社会的期望，未能充分利用企业对于女性权益的保护作为宣传手段，吸引消费者的共鸣。最后，企业在面对日益严格的社会责任要求时，面临资源有限和成本压力过大问题，尤其是在落实高标准的产品安全和多样性政策时，这种困境尤为突出。

第四，公司治理维度指标与企业运营机制脱节。通过与行业标杆企业对比发现，山东省化妆品企业未能将 ESG 目标充分整合到日常运营和供应链管理中，导致实践缺乏透明度和系统性。这不仅制约了企业整体 ESG 表现的有效性，也使其错失了 ESG 战略带来的长远利益和市场优势。深入分析消费端的数据，发现消费者主要通过电商和社交电商平台购买化妆品，且多数消费者依靠朋友推荐和社交平台的信息来决定购买，这表明口碑效应和社交媒体对消费决策的影响力巨大。但访谈发现许多中小企业在这一方面存在明显不足，信息披露不够充分，透明度较低，这在一定程度上削弱了消费者对企业的信任；此外，部分中小企业缺乏完善的风险控制系统，这使得企业在应对潜在风险和保障合规性方面面临较大挑战，难以满足日益严格的法律法规要求。这些困境既阻碍了企业治理水平的提升，也削弱了其在市场中的竞争优势，进而影响了消费者对企业的信任。

第五，实践中政策与标准不明确。尽管国家层面逐渐重视 ESG 发展，出台了相关的政策和指导意见，但在地方层面，这些政策的落实和细化往往滞后，企业在实际操作中难以获得明确的政策指引。例如，地方政府在环保监管、社会责任鼓励机制等方面的政策不够具体，导致企业在 ESG 实践中感到困惑和不确定。

在 ESG 实施标准上也面临选择的困境，ESG 标准种类繁多，包括国际标准（如 ISO14001、ISO9001、ISO22000）、行业标准以及各类认证体系。不同的标准和认证对企业的要求不尽相同，企业在选择适合的标准时面临较大的困难。这不仅增加了企业合规成本，也使得企业在标准选择上面临诸多不确定性。即便企业选择了适合的 ESG 标准，如何在企业内部有效实施这些标准也是一大挑战。标准的实施往往需要企业在管理、流程和文化上做出相应调整，而这些调整通常需要时间和资源，且实施效果难以在短期内显现。

7. 山东省化妆品企业 ESG 实践发展对策与建议

第一，提升 ESG 认知度与实践能力。企业需要高度重视 ESG 理念的认知度与实际践行，以确保在可持续发展的大趋势下保持竞争力并赢得长远发展优势。首先，建议通过政府和行业协会的引导，加强 ESG 相关知识的普及与宣传，建立信息共享平台，定期发布政策法规和成功案例，帮助企业更好地理解 ESG 理念。其次，应提供针对中小企业的定制化 ESG 培训支持，提升企业内部对 ESG 的认知，鼓励高层管理人员和员工共同参与，将 ESG 融入日常管理和决策中。此外，推动企业将 ESG 目标纳入整体发展战略，制定切实可行的 ESG 发展规划，并通过示范引领作用，带动行业内其他企业重视和实践 ESG。最后，建议政府提供政策支持与激励措施，如对表现突出的企业给予税收优惠、融资支持，并推动建立区域性的 ESG 评价体系，通过评估和表彰优秀企业，提升其品牌形象和市场竞争能力。

第二，注重消费者消费意向。随着社会可持续发展议题关注度持续攀升，消费者的消费意向与购买行为也在潜移默化中发生了变化。调研结果显示，消费者对于化妆品产品的可持续发展越来越重视，消费者为绿色化妆品买单是可持续发展的根本动力。化妆品企业不仅应在产品方面向消费者传播绿色低碳的想法，同时在社会责任方面也应做出相应的措施。

化妆品企业在传播其 ESG 实践时，应重点关注社交媒体平台的内容管理和互动，同时确保企业官方网站的信息详实可靠，并积极参与第三方认证以增强公信力。此外，企业应鼓励消费者分享他们的使用体验，以通过口碑传播提升品牌形象和消费者信任。这些策略将有助于企业在竞争激烈的市场中树立良好的 ESG 形象，并获得更多消费者的支持。

第三，环境维度建立 4R 策略。化妆品企业在 ESG 实践的环境维度上可以采用 4R 策略（减少、再利用、替代、回收）来推动可持续发展。对于化妆品行业来说，绿色包装是可持续实践的重要一环。据估算，包装占美妆产品碳足迹的 35%。通过使用绿色包装减少资源使用，企业可以优化生产工艺，降低能源、水资源和原材料的消耗，同时在包装设计上采取轻量化策略，减少不必要的材料使用，以降低碳足迹。再利用方面，企业可以设计可重复使用的包装，鼓励消费者采用可填充的包装系统，从而减少一次性包装的浪费。

此外，企业还可以通过二次用途设计，使包装在产品使用完毕后能够被消费者再次利用，例如作为储物盒或装饰品。在替代策略中，化妆品企业应积极使用环保材料替代传统的塑料和其他不可降解材料，改用生物基材料或可降解塑料，并在产品配方中替代对环境有害的成分，如避免使用微塑料，改用天然成分。同时，逐步替换化石能源，转向可再生能源，以减少碳排放。在回收方面，企业应建立闭环回收系统，回收消费者使用后的包装材料，将其重新加工为新的包装或产品材料，同时在包装中增加再生材料的使用比例。

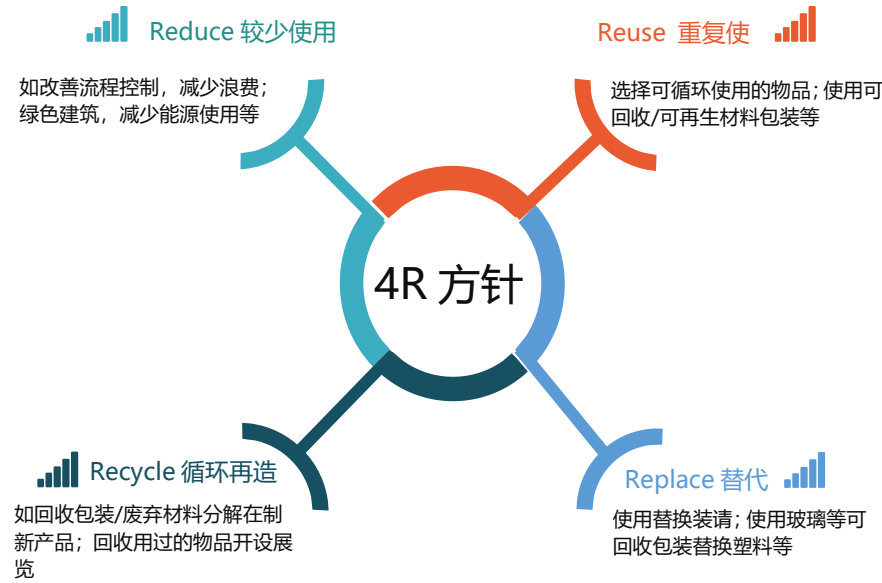


图 21 4R 策略图

第四，社会维度注重员工权益与性别平等。据调研发现，消费者对于消费者权益保护、企业员工权益、性别平等以及社会公益的关注度很高。通过与消费者的透明沟通，倡导负责任的消费行为，企业可以建立更深的信任关系，增强品牌忠诚度。化妆品行业作为一个高度依赖女性消费群体的领域，企业应当更加关注性别平等，确保女性员工在招聘、薪酬、晋升等方面享有公平待遇，这不仅符合社会公平的要求，也有助于吸引和留住优秀的女性人才。此外，企业应确保员工的基本权益得到充分保障，特别是在工时、薪酬和职业发展机会方面。与此同时，积极参与社会公益活动，不仅能为当地社区带来实质性的帮助，还能增强企业的社会美誉度。在当前社会对企业社会责任愈发关注的背景下，山东省的化妆品企业在 ESG 实践中必须高度重视社会维度，通过注重员工权益和性别平等，推动企业可持续发展。

第五，公司治理维度结合 ESG 战略融入。随着 ESG 日益成为企业可持续发展的战略方向，企业需将 ESG 相关的标准融入组织流程和工作方式中。为此，企业需要加强信息透明度，建立完善的信息披露机制，通过数字化工具简化流程，确保关键信息的及时性和准确性，以此增强消费者和投资者的信任。同时，企业应建立健全的风险控制系统，制定全面的风险管理策略，确保在合规性和法律法规方面的要求得到充分满足，减少运营中的不确定性。提升管理层的专业性和稳定性也是关键，通过引入具有丰富经验的管理人才或对现有管理层进行培训，企业能够提高决策水平和市场竞争力。与此同时，企业还应注重内部治理文化的培育，鼓励全员参与企业治理活动，形成良好的内部治理氛围。借助外部资源和技术支持也是提升治理水平的重要途径，通过与政府、行业协会和专业咨询机构合作，企业可以获取政策支持、培训项目和治理经验的交流，进一步完善自身的治理体系。

第六，提供可持续标识。政策和立法在推动化妆品行业可持续发展方面起到关键作用。越来越多的化妆品企业开始积极参与并致力于实现可持续发展目标。但目前我国化妆品领域仍面临缺乏与国际接轨、专门针对化妆品的可持续相关标准和认证体系等问题，导致许多化妆品在生产端和消费端存在信息不对称，消费者对品牌的信任感缺失，从而影响了他们为可持续产品支付溢价的意愿。

为了解决这一问题，建立与国际接轨且具有我国特色的可持续相关标准和认证体系变得尤为重要。给产品贴上绿色可持续标识，可以为消费者提供一个清晰的比较方式，帮助其识别和选择真正符合可持续发展要求的产品。这不仅能够解决信息不对称的问题，还能增强消费者对品牌的信任感，进而推动整个化妆品产业可持续发展。

第七，建设化妆品原料数据库。化妆品原料大规模生产、应用和排放可能对生态环境造成负面影响。在我国，化妆品原料的使用应符合《已使用化妆品原料目录（2021 年版）》有关规定，但值得注意的是，目前国内外化学品法规管控物质中，有 339 种原料在我国作为普通原料管理，存在一定的环境风险。而且，当前我国化妆品监管法规体系主要侧重人体安全评估，对环境安全评估的要求并不明确。各企业亟须建立专业的化妆品原料环境安全和人体安全信息数据库，在

为安全评估提供支撑、为研发创新提供参考依据的基础上,推动化妆品行业安全、环保和绿色发展。

8. 总结与未来展望

本文通过对济南、青岛、潍坊、威海、烟台、临沂、菏泽七地的典型企业和消费者的调研,发现化妆品企业 ESG 实践普及率较低,多数企业未形成 ESG 体系,但在 ESG 的三个维度上各有部分实践,缺乏整合能力。消费者对于 ESG 的关注度显著提升,注重产品绿色环保与产品安全性。但是目前消费者对于 ESG 的认知度多集中于中青年人群,政府与企业仍需进一步扩大对 ESG 实践理念的宣传,加快实践 ESG 企业的竞争优势获取,促进社会绿色环保事业的发展,助力双碳目标达成。作为与公众生活紧密相关的行业,化妆品行业的可持续发展离不开全社会的广泛参与、政府、企业、大众的努力和持续推动。只有这样,化妆品行业才能实现真正的绿色转型。

本次调研虽然取得了一定成果,仍存在以下不足:首先,本次调研工作只聚焦于山东省化妆品企业,并选取了具有代表性的七家企业。未来将扩大调研范围,涵盖更多不同规模、行业和地区的化妆品企业,以获取更全面的数据和信息;其次,在各地开展调研中由于部分地区调研人员不足的原因获取的问卷数量和质量与其他区域有一定差异,导致很难做出更加详细的区域间的数据比较分析;最后,对公众开展调研过程中,部分问卷是本着便利性而不是随机性原则在线上发放朋友圈等方式获取。尽管问卷结果信度效度比较理想,但线上调研结果的局限性依然无法完全避免。未来我们将采取多种调研方法,包括定性和定量研究,以及深入访谈和实地观察,以获得更准确和全面的调研结果。

通过持续的调研工作,我们希望能够全面了解化妆品企业 ESG 发展趋势和挑战,并为政府、化妆品企业和其他利益相关者提供有针对性的对策建议,推动化妆品行业在经济、社会和环境领域的可持续发展。随着更多美妆企业意识到 ESG 的重要性,在企业实践中 ESG 正形成新的门槛,“没有 ESG 就没有订单”将成为可能,所以拥抱 ESG 是美妆企业未来的必选项。

参考文献

- [1] 苏悦怡.从概念解构到定级实践,深度解读化妆品行业ESG管理[J].中国化妆品, 2024,(03):12-17.
- [2] Lim, H.Y.; Kwon, K.H. Sustainable Assessment of the Environmental Activities of Major Cosmetics and Personal Care Companies. Sustainability 2023, 15, 13286.
- [3] 齐鲁光,吴玉茹.企业ESG表现与营运资金管理效率[J].财会月刊,2024,45(22):51-57.
- [4] 化妆品监督管理条例(2020).中华人民共和国国务院公报(19),5-15.
- [5] 中华人民共和国工业和信息化部(2021).GB 23350-2021.国家市场监督管理总局;国家标准化管理委员会.
- [6] 山东省人民政府关于全面加强药品监管能力建设若干措施的通知[J].山东省人民政府公报,2022,(03):81-85.

致谢：

感谢山东财经大学团委给与的相关指导以及工商管理学院、中国国际低碳学院等二级学院为主的老师和同学的积极参与。

感谢在调研过程中接受访谈与填写调研问卷的有关负责人和社区消费者，他们的帮助得以让调研工作圆满完成。

感谢山东省化妆品行业协会、鲁商福瑞达医药股份有限公司、梅眸生物医药股份有限公司、青岛明月爱熙化妆品有限公司、纳澳集团、山东暨肽生物医药科技有限公司、山东仁瑞生物科技有限公司、龙池牡丹实业有限公司等公司对于此次调研工作的支持，让调研工作得以深入推进。

感谢本年度报告的所有贡献者！