



此圖片部分內容由 AI 生成

美麗田園醫療健康產業有限公司
(於開曼群島註冊成立的有限公司)
股份代號：02373

環境、社會及管治報告

2025



目錄

管理層致辭	02
董事會聲明	03
美麗足跡，與時俱進	04

關於本報告	61
附錄	62
ESG 關鍵績效列表	62
《環境、社會及管治報告指引》指標索引	64



美麗使命，匠心管治

可持續的管治體系	07
利益相關方溝通與回應	08
重要性議題評估	09
治理機制與多元化政策	10
風險管控	11
合規經營與廉潔建設	12

美而有度，守護責任與信賴

保障優質服務質量	16
創新研發激發市場競爭力	25
消費者權益保障	29
供應鏈管理	34

與美同行，以人為本

僱傭情況	38
薪酬體系與權利保障	40
美麗職場，活力文化	41
工作與生活平衡	44
職業發展體系建設	45
職業健康與安全	49
社會貢獻	50

自然有序，美與永續共生

氣候變化風險與機遇	52
資源與能源管理	56
排放物管理	58

管理層致辭

在行業格局與消費需求不斷重塑的當下，用可持續的邏輯審視企業增長，是美麗田園堅定作出的戰略選擇。深耕行業三十三年，我們穿過過多輪市場週期，也多次回到那個最根本的問題：增長從何而來，又要通向哪裡。答案愈發清晰——真正經得起時間檢驗的，不是短期的規模擴張，而是圍繞客戶價值、女性價值與行業價值構建的長期主義，而 ESG 正是連接這一切的關鍵支點。

過去一年，我們在既有可持續發展治理框架的基礎上，進一步把 ESG 從「要求」變為「日常」：把它嵌入決策邏輯，也落到門店一線；體現在品牌戰略升級之中，也體現在一次次服務細節節。

一、服務升級：把每一次選擇，變成一次安心的託付

美麗田園的故事，始終圍繞「服務」二字展開。我們越來越清楚地看到，消費者對「美」的追求，正在從「功能滿足」邁向「悅己消費」，從外在的物質需求轉向內在對美與健康更深層次追求的價值躍遷。面對這種變化，我們選擇重新定義一站式美與健康服務，重塑行業價值新空間。

過去一年，我們持續拉高對「專業」的定義，在體驗端，我們圍繞「新空間、新體驗、超預期的服務」，突破功能服務的邊界，打造六覺沉浸式體驗空間，將「極致」刻入服務的每一個細節；在服務端，我們依託 200 多項可追溯的質控標準，讓「美田標準」上升為行業基準。

我們不斷用技術昇維體驗，「美麗田園 AI 智檢」迎來重磅升級。這不只是一個簡單的肌膚檢測工具，而是一份深度

個性化且長期主義的護理規劃。我們相信，當肌膚被精準洞悉，你獲得的不僅是有效的護膚方案，更是一種深刻的自我認知與確認。

對我們來說，客戶選擇美麗田園，不只是一次消費決策，更是一種對專業和價值觀的信任投票，而這份信任，必須用一以貫之的品質和服務進行回應。

二、女性力量：以「她」為起點，延伸出更長遠的價值半徑

三十三年來，我們見證了中國女性角色與自我意識的巨大變化，美麗田園也在這樣的變化中，不斷重新理解「服務女性」的真正內涵。我們提供的不是某一種標準化的「美」，而是一種「悅己」的情緒價值，是女性向內生長、向外綻放的底氣與力量。

我們上線「本宮 37 度 5」，通過經前經後循環期養護，見證身體「清理、生長、收穫、修整」的完整周期；我們發起「女性歸壤計劃」，希望女性能夠回到自己，傾聽身體的絮語；我們跨界熟齡戀愛綜藝《日落時分說愛你》，見證歲月賦予的從容，探尋女性內心充盈的力量。我們力求以全週期的健康養護，助力女性呈現內在豐盈、從容自洽的生命之美。

在企業內部，女性員工構成了美麗田園的重要力量。我們持續推動多元包容與機會公平的用人文化，在招聘、培訓、晉升與激勵等環節中，強調性別平等以及能力與貢獻導向的文化，高層管理團隊中，女性管理者佔比達 68%。我們在制度層面更好地回應女性員工在不同人生階段的真實需求，包括工作節奏、家庭責任與職業發展的平衡等。通過

完善管理幹部培養和專業序列發展通道，我們鼓勵更多女性和管理決策與專業創新中發揮關鍵作用，使「她視角」自然嵌入企業治理與業務迭代。

在社會層面，我們以自身在「美與健康」領域的積累為基礎，圍繞女性健康科普、身心關懷與自我發展等主題，持續推進公益項目和公眾教育活動，努力讓更多女性獲得可理解、可獲取、可信賴的專業信息與支持資源。我們持續推動人文關懷，婦聯「後勤補給站」常年備有應急物資，用日常細節呵護每一位女性員工的特殊需求。我們也把企業內部的「她關懷」延伸至社會層面，積極參與虹口區婦聯「北外灘最美麗人行」戶外挑戰賽，以運動賦能女性，傳遞獨立自信的女性力量。

三、行業賦能：用戰略昇維，回應一個行業的未來命題

作為中國美業數十年發展的親歷者，我們見證了行業從起步、成長到競爭加劇的全過程，也看到了行業面臨的諸多結構性命題：安全邊界如何守住，審美導向如何保持理性與節制，創新如何兼顧合規與效率，品牌如何在多元訴求中保持長期價值感。

我們始終深耕專業體系與行業規範化建設，積極參與行業標準制定。2025 年，我們作為共同起草單位，聯合中國連鎖經營協會發佈《美業連鎖門店長崗位要求》，以標準化準則助推美業連鎖化、規範化高質量發展；我們持續加碼數字化建設與智能科技應用，依託 AI 小奈智能服務體系、專業皮膚檢測儀等智能化設備，持續優化服務流程、夯實專業服務根基。2026 年，我們立足長遠發展，積極推動集

團品牌戰略升級，集團旗下輕醫美品牌 CellCare 秀可兒基於超過 150 位專家的臨床沉澱與 150 餘項研發專利，正式確立「專家、專研、專註原生美」核心定位，從單一項目走向系統化解決方案，從追逐潮流迴歸原生本真。

與此同時，我們也在用更加開放的方式與行業對話。2026 年 3 月，我們召開「美業共生·致遠未來」英雄榜發佈會，面向全國「尋找 100 位美業同行者」，以品牌、連鎖、數字化三重賦能，推動美業從分散競爭走向合作共贏。我們打造「美麗田園商業系統」，通過客戶價值成長系統、強平台 + 多品牌系統、並購價值成長系統、數智化與 AI 系統，在自身發展的同時不斷賦能行業，讓經驗不只停留在美麗田園內部，而是成為推動行業整體向上的一部分力量。對環境與資源議題的關注，也正在從意識轉向行動，在門店建設、日常運營、供應鏈管理中逐步落地。

展望

站在新的階段回望，美麗田園的增長軌跡，正在從單一的規模曲線，轉變為由客戶信任、女性價值、行業責任共同構成的多維而綜合的發展模式。未來，董事會將繼續把 ESG 作為公司治理與戰略決策的重要底層邏輯，圍繞「服務升級、女性關愛、行業賦能」三條主線持續深耕，同時堅定推進綜合品牌與業務佈局升級，在風險管理、信息披露和內部治理等方面不斷迭代提升，提升企業的韌性與透明度，持續推動中國美與健康行業的高質量發展。

董事會聲明

本集團董事會深知環境、社會及管治 (ESG) 事務對集團長遠發展的重要性，始終將其納入戰略決策與日常管理。董事會對集團業務運營中的 ESG 事務負最終監督責任，確保能產生積極影響並符合各方期望。依據 ESG 政策，集團旨在通過支持本地計劃，與員工、客戶及業務夥伴共建可持續發展社區。通過企業公益、賦能行業等舉措，為本地社區帶來長遠利益，同時降低自身運營對環境的影響。

為有效落實 ESG 責任，本集團董事會下設氣候與 ESG 管理委員會統籌集團 ESG 及氣候變化有關事項、執行 ESG 戰略規劃、確保符合有關法律及條例的要求。委員會定期向董事會匯報工作進展，確保關鍵事項得到及時處理。董事會既關注當下 ESG 事宜，也著眼未來，適時調整戰略以應對內外變化和需求。於評估集團 ESG 風險方面，董事會定期審議各類業務相關事項，優先考量對運營風險和業務表現影響重大的議題，還會制定 ESG 管理方針與策略，保障 ESG 目標與業務戰略一致。

本集團董事會每年就 ESG 及氣候變化有關事項舉行會議討論，以檢討有關目標進展、嚴格監督實施情況，在評估與集團整體戰略的契合度的同時，於必要時調整優化目標，以應對經營所在地及全球市場的變化。此外，董事會成員正保持積極的態度迎接政策和市場的變化，通過培訓、專項報告等方式提升有關 ESG 的信息儲備和判斷能力，以便更好地就有關事項做出合理決策。未來，董事會將秉持高度的責任感，強化集團在 ESG 方面的領導地位，推動 ESG 目標與業務戰略深度融合，為利益相關方創造更大長期價值。



美麗足跡，與時俱進



Wind ESG
美麗田園医疗健康
2025評級

AA

Wind ESG AA 級
Wind



華證ESG評級證書
美麗田園医疗健康 (2373.HK)
環境、社會、公司治理 (ESG) 綜合評級

AA

華證 ESG AA 級
上海華證指數信息服務有限公司



HKQAA
綠色和可持續
貢獻
2025

可持續相關財務信息披露先導計劃金章

香港品質保證局



聚董秘百佳 ESG 公司
聚董秘評選組委會

聯合國婦女署 WEPs
(Women's Empowerment Principles, 婦女賦權原則)
全球簽署企業成員



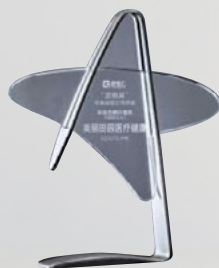

GZCF 2025 THE4 綠色零碳未來
2025 國際綠色零碳節暨 ESG 領袖峰會
2025 ESG 典範企業獎

國際綠色零碳節暨 ESG 領袖峰會 2025 ESG 典範企業獎
國際綠色零碳節組委會

MSCI 全球小盤股指數	上海市高新技術企業	民營企業總部
MSCI	上海市高新技術企業認定辦公室	上海市商務委員會
上海市虹口區區長質量獎金獎	重點企業貢獻獎	中國婦幼保健協會成員
上海市虹口區區長質量獎金獎 獎審定委員會辦公室	上海市虹口區人民政府	中國婦幼保健協會



上海市黃浦區企業技術中心（研源醫療）
上海市黃浦區商務委員會
上海市黃浦區科學技術委員會
上海市黃浦區財政局



格隆匯金格獎·年度品牌價值獎
格隆匯



第五屆 WELEGAL 法律合規榜最具潛力
法務合規團隊 TOP20
WELEGAL



ALB China Top 15 In House Teams 2025
Thomson Reuters




女性領導力 CFO
CFO 百強榜

最具品牌影響力上市公司
第十三屆中國證券金紫荊獎

2024-2025 FUTURE 50 未來管理人才培養
最佳實踐獎
中歐商業在線

2025 金鼎杯上海市單用途預付卡「誠信經營、
優質服務」五星級示範企業
上海市單用途預付卡協會

百里挑一·2025 年上市公司年度
投關數據榜單最佳互動交流獎
進門



美麗使命， 匠心甘治

01

我們始終意識到，企業管治是推動可持續發展穩健前行的根本基礎，也是我們踐行公司核心價值觀、履行企業社會責任、為利益相關方持續創造價值的重要制度保障。堅實、高效且透明的管治體系，使我們能夠在經濟收益、社會責任與環境保護之間實現平衡，並為可持續發展的持續推進提供核心支撐。

美麗田園持續完善並優化管治架構，以強化集團營運管理能力。在落實公司願景、理念與價值觀的過程中，我們將 IFRS 準則和聯合國可持續發展目標（SDGs）納入管治框架，確保戰略決策與經營行動與全球可持續發展議程保持協同。同時，我們嚴格依據上市規則，制定並落實與 ESG 相關的各項政策，積極回應利益相關方關切，確保在業務開展過程中對相關可持續發展目標形成積極貢獻。

我們堅信治與責並行，良好的管治不僅是滿足合規要求的必要條件，更是贏得市場信任、實現長期價值創造及推動可持續發展的關鍵所在。未來，我們將持續落實可持續發展承諾，通過系統化的 ESG 事務管理與持續優化的 ESG 實踐，確保業務發展與價值理念保持一致，以道德原則與社會責任為指引，不斷深化管治能力建設，共同邁向更加可持續的未來。

- 可持續的管治體系
- 利益相關方溝通與回應
- 重要性議題評估
- 治理機制與多元化政策
- 風險管控
- 合規經營與廉潔建設

1.1

可持續的管治體系

我們堅信健全的 ESG 管治體系是保障可持續發展戰略有效落地的基礎。基於此，集團建立了由董事會統籌領導的多層級管治架構，並明確劃分各層級職責與權限。《ESG 工作職責範圍》對使命定位、職能分工及管理權限作出系統規定，確保 ESG 理念充分融入集團戰略制定與日常運營管理之中。

董事對本集團 ESG 戰略承擔最終監督責任。董事會定期審閱 ESG 政策、目標及表現，並每年至少開展一次 ESG 和氣候變化相關風險評估，重點關注包括氣候變化在內的重大環境、社會及治理風險與機遇，確保可持續發展方向與整體業務戰略相銜接，同時積極回應利益相關方的合理關切。董事會同時負責審議和批准重大 ESG 事項，並對管理層在 ESG 領域的履職情況進行監督。

氣候與 ESG 管理委員會負責制定並執行具體的 ESG 策略、目標和行動計劃，涵蓋環境管理、社會責任及公司

治理等關鍵領域，確保各項 ESG 措施能夠高效落地。委員會每年召開一次會議，向董事會匯報重大事項及目標進展情況，確保董事會能及時了解集團 ESG 和氣候變化相關策略的執行情況、市場及政策變化，以確保集團通過可持續方式的運營契合 ESG 及氣候變化戰略，調整執行細節。

為加強跨部門協同與執行效率，集團設立 ESG 工作小組，由各業務部門代表組成，負責推動 ESG 理念在組織內部的傳播與落實，提升相關管理能力與執行水平。

依託上述管治架構，集團持續推動透明、審慎及負責任的管理文化建設，確保各項經營活動符合道德規範及可持續發展原則。我們相信，通過明確的職責分工與高效協作機制，集團將在環境、社會及公司治理方面持續提升表現，增強應對包括氣候變化在內各類挑戰的能力，為利益相關方創造長期、穩定的價值。



此外，董事會借助集團的風險及內審管理體系識別、評估集團的各方面風險，有關集團管理相關風險方法的詳細內容，可查閱本報告「風險管控」章節。

1.2

利益相關方溝通與回應

本集團高度重視與各類利益相關方之間的溝通與互動，致力於通過及時、透明的信息披露機制，使股東、員工、客戶、供應商、社區及政府等相關方充分了解集團的發展方向、戰略規劃及可持續發展目標。我們認識到，利益相關方的意見與期望對集團運營表現及長期績效具有重要影響。為此，集團通過定期會議、專題研討及社區活動等多種渠道，持續加強與內外部利益相關方的溝通交流，主動收集其關注事項與反饋意見，並在可行範圍內將相關建議納入集團可持續發展戰略與決策過程之中，以提升戰略的回應性與前瞻性。



Dear Meridian Members,
In an era where opportunities and challenges inter-
twine, we are undergoing the determined transforma-
tion and vigorous growth. Every effort we make
serves as the driving force for our progress. We've
always braved hardships, shared responsibilities, and
celebrated glories.
Fueled by dreams, generations of us have marched
forward, side by side. At the forefront of beauty and
health, we stand as exceptional navigators, leading the
industry and exploring countless possibilities!

Best regards!

Beauty Farm

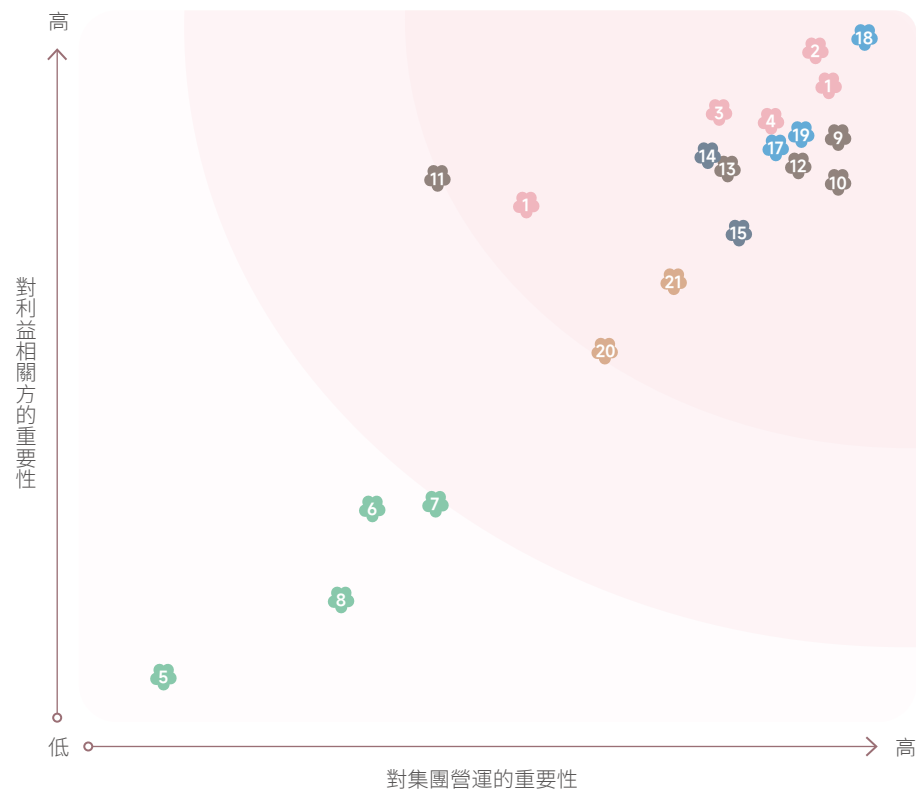
1.3

重要性議題評估

報告期內，董事會聘請獨立第三方顧問開展重要性議題評估，通過調研利益相關方訴求，了解其對集團 ESG 表現的評價和期望。同時，我們結合公開信息收集結果、資本市場對 ESG 議題的關注重點以及國內外行業最佳實踐，系統梳理併排序集團 ESG 議題清單，並聚焦 16 項 ESG 重大議題。基於上述評估結果，集團對現有 ESG 戰略及內部控制體系進行審視，並針對識別出的關鍵風險與重點議題制定相應改進措施，以提升風險管理能力並增強整體應對韌性。

<p>公司治理</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 治理機制與風險管理 2 合規經營 3 反貪污 4 知識產權保護 	<p>供應鏈</p> <ul style="list-style-type: none"> 14 供應鏈管理 15 負責任與綠色採購
<p>環境</p> <ul style="list-style-type: none"> 5 氣候變化風險與機遇 6 資源使用 7 排放物管理 8 環境及天然資源 	<p>營運</p> <ul style="list-style-type: none"> 16 質量管理 17 多元化產品與服務 18 保障消費者 19 合理營銷及宣傳
<p>僱傭</p> <ul style="list-style-type: none"> 9 合規僱傭 10 防止童工及強制勞工 11 員工關懷與福利 12 職業健康與安全 13 多元發展與培訓 	<p>社會責任</p> <ul style="list-style-type: none"> 20 愛心公益 21 貢獻行業發展

二零二五年度重要性議題矩陣



1.4

治理機制與多元化政策

治理機制

本集團嚴格遵守《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄 C1《企業管治守則》及經營所在地法律法規，在維護利益相關方權益與推動業務穩健發展的前提下，持續完善公司治理架構與議事機制，不斷提升整體治理水平。同時，集團持續優化內部管理體系，進一步厘清決策、執行及監督各層級的職責與權限分工，為集團長期發展建立穩固的制度基礎與組織保障。

治理架構

集團董事會主席領導並確保董事會的有效運作和履行職責。董事會作為公司治理核心，負責管理和經營業務，對整體治理、監督和定期檢討負有責任，並統籌集團整體的風險管理事宜，保障集團和利益相關方的長遠利益。報告期內，隨著股東結構優化，我們引入了更多元、長期的投資者，顯著增強了股東結構穩定性。新引入的重要資本分別向本集團委派了具有深厚專業背景的董事，帶來豐富的產業資源協同與國際化視野，更通過戰略經驗與資源網絡的注入，為集團業務拓展與資本市場價值提升增添新動能。

董事會成員



董事會下設委員會，並定期舉行會議，詳見下圖。



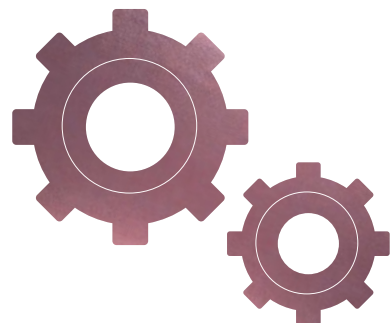
多元化政策

為推動本集團在美容行業實現可持續平衡發展，我們持續將董事會多元化視為實現戰略目標和可持續發展的關鍵議題，並根據《董事會多元化政策》推進相關工作。該政策由提名委員會定期審查，並通過設定可衡量目標及跟蹤進展加以落實，同時在每年股東大會前就董事會退任及繼任安排提出建議。提名委員亦會將可持續發展有關事宜納入考量因素，以確保我們的董事會成員具備適當的技能和勝任能力來監督有關事宜。我們在董事會的提名及委任過程中融入多元視角，綜合考慮性別、年齡、專業背景、行業經驗及職業技能等因素，遵循唯才是用的原則，以提升集團決策質量和創新力。

提升女性影響力

為促進性別多元化和提升公司治理水平，我們持續積極關注董事會成員性別比例。報告期內，我們新委任的董事會成員中有一名女性非執行董事。至此，本集團董事會女性成員佔比達到 25%，完成一階段性別比例目標。

我們同樣關注管理層性別比例，截至報告期末，本集團 41 名高層管理團隊成員中有 28 名女性，佔比 68%。通過提升女性在董事會和管理層的代表性，我們將進一步強化公司治理的公正性和透明度，提升公司聲譽，並為行業樹立榜樣，推動性別平等和多元化發展。



1.5

風險管治

對公司戰略規劃、經營計劃以及實際業務中的風險因素的管治是本集團管治體系的重要組成部分，依託清晰的組織架構和系統化的制度安排，本集團完善內部控制機制，不斷提升風險識別與管理能力。

本集團嚴格遵循香港證監會《證券及期貨條例》、香港聯合交易所《上市規則》等上市地監管法規，結合實際業務狀況制定並執行《風險管理制度》。在此基礎上，我們不斷完善風險管理體系，對包括可持續發展在內的各類關鍵影響因素進行系統識別與評估，並依據評價手冊、管理制度、控制流程、內控手冊迅速採取應對措施，將風險控制在可接受範圍內，保障集團穩健運營。

風險管治架構

本集團建立了明確的風險管理及內部控制架構，由集團董事會全面負責整體風險管治，審核委員會負責領導審計部、財務中心、法務部及醫務管理部共同組成內控及風險管理體系，協同管理集團重大風險。審計部每半年向審核委員會提交一次風險管理報告，涵蓋風險識別、評估及應對措施，並討論完善相關工作，以識別和管理潛在風險，保障集團資產安全。

內部審計制度

本集團嚴格遵循有關法律法規，制定並執行《內部審計制度》，以切實保障股東投資和集團資產安全。董事會定期檢查、評估並反饋集團內部控制系統的健全性、合理性和有效性。

我們的內部審計部門每年度根據集團年度工作安排制定內部審計計劃，對集團及各分公司的內部控制進行全面檢查和評價，並向董事會提交年度工作報告，匯報內控重大缺陷或風險，督促相關問題及時整改，以降低合規風險。此外，內部審計部門圍繞內外部貪污與欺詐風險向管理層提出預警與改進建議，組織開展專項整改工作，強化全員監督意識，持續優化內部控制體系，規避營運風險。關於內部審計制度及內控與風險管理制度的詳細內容，可進一步參考年報中的「企業管治」章節。

1.6

合規經營與廉潔建設

合規經營

合法規、秉持責任意識經營深刻影響著本集團的健康長遠經營發展。在各項業務開展中，我們制定了一系列制度，保障公司經營嚴格遵守各項法律法規。本集團已建立五項合規體系，保障可持續的合規運營，有效控制經營風險。

經營實質合規

- 門店選址階段檢查包括產證、消防等在內的租賃場地實質
- 門店在開業前完成各項實質的辦理工作

經營人員合規

- 醫護人員均分別取得醫師執業資格證和護士資格證，並完成備案登記
- 一線美療師 100% 完成為期 2 至 3 個月的崗前專業培訓

經營項目合規

- 化妝品均獲得符合其用途的化妝品備案及必要的進口手續
- 醫療項目所使用的儀器及產品，均具有相應一類、二類及三類醫療器械證，其經銷及生產機構均具有相應醫療器械經營及生產實質
- 在建立供應商數據庫及選品打板時，對所涉及的供應商及儀器和產品實質進行核查，並作為必要附件錄入主數據系統

預收款存管合規

- 依據相關法律法規對預付卡資金的監管規定，完成單用途預付卡備案
- 資金存管採用履約保證保險，由中國平安保險公司承保

信息安全合規

- 涉及客戶身份信息的系統完成三級等保測評認證
- 涉及一般客戶信息的系統完成二級等保測評認證

內部制度落實合規保障

我們已制定並執行《關於員工違規違紀處理流程》《員工違規違紀處分辦法》等管理制度，以進一步保證合規秩序的有效性。當發生任何員工及相關人員的違規行為時，須經審計監察部調查取證後，交由包含多部門的合規小組討論定性，並給出處分結論。處分方式涵蓋經濟處分、職位處分和紀律處分，根據違規情節嚴重程度分別施行或合併施行。

醫療美容「三正規」原則

CellCare 秀可兒醫美堅持秉承「正規醫院、正規醫生、正規藥品」的三正規原則，推動行業向合規、安全的方向發展，現已成為多項行業產品設備正品聯盟合作機構，目前 25 城 27 院均已通過中國整形美容協會，三正規醫美平台驗證。我們承諾提供的醫療器械和設備均為正品，來源合法且符合質量安全標準，並已做到醫生資質和認證信息的全面公開，同時在官方渠道定期更新醫師信息。

報告期內，本集團法務與合規團隊憑借在合規體系建設及風險管控方面的專業表現，先後榮獲 Thomson Reuters 評選的「ALB China Top 15 In House Teams 2025」及 WELEGAL 評選的「第五屆 WELEGAL 法律合規榜最具潛力法務合規團隊 TOP20」。上述獎項重點關注企業法務團隊在合規治理、風險管理及業務支持中的綜合能力與實踐成效，體現了外部專業機構對本集團法務與合規體系建設成效的認可。



反貪污

制度建設

本集團始終秉持合規經營與反腐倡廉原則，嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》等法律法規，堅守誠信廉潔作風。我們制定並執行《反舞弊管理辦法》等管理制度，以構建集團反貪污體系，並於今年向集團所有員工線上推送必修培訓課程，開展反貪污意識的宣傳教育工作。

董事會領導與組織監督機制

本集團董事會在反貪污管理體系中承擔核心領導職責，督促管理層持續加強反貪污文化建設，確保自上而下對貪污腐敗行為的「零容忍」；由董事長和高級管理人員組成的廉潔領導小組，負責統籌監督有關工作的推進情況，並對相關案件的處理意見及申訴事項進行審批；財務部、法務部、審計部等職能部門協同落實合規管理要求，各部門負責人對本部門內潛在的貪污行為承擔管理責任。

我們規定，集團高管晉昇前必須經過公示，各方可通過實名或匿名渠道反饋有關信息。對任何可能涉及的檢舉信息，我們確保進行審慎核查與公正處理，以強化廉潔治理與監督機制。

反賄賂處理與反洗錢管理

我們堅決抵制任何形式的賄賂行為，對於違反廉潔政策的員工予以嚴肅處理，情節嚴重的將直接終止僱傭關係；涉及違反廉潔條款的供應商，將視情節嚴重程度警告觀察或中止合作。同時，為積極遵守《中華人民共和國反洗錢法》、中國人民銀行《金融機構反洗錢規定》《支付清算組織反洗錢和反恐怖融資指引》等法律法規，我們制定了《反洗錢、反恐怖融資管理制度》，不斷強化反洗錢和反恐怖融資工作，規範預付卡的管理，有關詳情請見「合規經營」章節。

專項審計與流程優化

報告期內，本集團審計部門依據現有風險管理機制，針對公司發行的有價券 / 卡、無價券 / 卡的整個流程展開專項內部審計，並提出改進建議。本集團亦積極關注預付卡管理辦法相關法律法規動向，參與《上海市商務領域單用途預付消費卡管理實施辦法（征求意见稿）》的意見征集，並就自身預付卡業務的各項保障措施與辦法編制機構進行探討。

● 美麗田園獲評上海單用途預付卡「五星級示範企業」

美麗田園首席財務官兼董秘周敏出席上海市單用途預付卡協會出席年會暨三屆四次會員大會，分享企業在美業預付卡管理中的可持續發展實踐。美麗田園作為國內美業行業龍頭企業、香港上市公司，建立了「資金存管 + 保險保障 + 合同透明」三重風控體系確保長遠穩健發展。周敏認為，美業企業需將合規內化為核心競爭力，主動公示資金存管證明、推行「冷靜期」制度、搭建客戶服務快速響應機制等，從而在規範中贏得市場信任。



● 反壟斷自查

在全球反壟斷監管趨嚴，中國持續完善反壟斷法規體系的背景下，美麗田園在收購行業第三大品牌思妍麗時開展反壟斷自查工作。

自查目的在於確保公司合規經營，讓業務嚴格遵循《中華人民共和國反壟斷法》等法規；提高管理層和員工的反壟斷法律意識，主動防範反競爭行為；及時發現潛在合規問題，規避法律風險，避免行政處罰或民事訴訟；通過合規表現提升公眾和市場對公司的信任，樹立良好品牌形象。

經自查，公司未發現違法違規行為，商業模式和市場策略均符合法規要求。


舉報管理

本集團通過落實道德準則和完善的舉報管理機制，形成系統化的職業道德與反舞弊管理框架。我們鼓勵員工主動檢舉違規行為，所有舉報案件由內審部門安排專人對接。我們承諾嚴格保護舉報人的身份信息，確保實名信息的知情最小化，防止任何因信息管理不善造成的打擊報復行為。

同時，我們依託分級處理機制，對舞弊事項進行及時、客觀和公正的調查與處置，保障公司資產安全和運營誠信。

本報告期內，本集團未發生貪污、賄賂、舞弊、欺詐和洗錢有關的訴訟案件。

本報告期內



本集團未發生貪污、賄賂、舞弊、欺詐和洗錢有關的訴訟案件。

執行《員工職業道德準則》

涵蓋誠實守信、利益衝突處理、信息披露、保護公司資產、舉報及處罰、反舞弊等多方面規定。

重大舞弊事件處理

五萬元以上重大舞弊事件及部門正職以上幹部舞弊行為，由領導小組直接向董事會匯報。

一般舞弊事件處理

其他舞弊事件及部門正職以下幹部舞弊行為，依據《內部檢舉操作辦法》進行登記調查並跟蹤處理結果。

鼓勵檢舉違規行為

制定《內部檢舉操作辦法》，分發給全體員工，設立舉報通道，保護舉報人隱私與數據安全，設立檢舉獎勵機制。

處罰措施

對確認的舞弊、賄賂行為，依據公司獎懲規定給予經濟處罰和行政紀律處分；情節嚴重者解除勞動合同；觸犯法律者移送司法機關處理。

舉報渠道

檢舉受理郵箱	檢舉受理電話	檢舉受理部門	檢舉受理地址	其他通道
shenjibu@beautyfarm.com.cn	021-60953299 (分機 8159)	美麗田園審計部	上海市虹口區東大名路 1089 號來福士東塔 12 樓	企業微信樹洞小美

「樹洞小美」，與高管聯繫的直接通道

美麗田園接入企業微信，持續設立「樹洞小美」賬號作為員工投訴與舉報的快捷渠道，由人力資源總監和高管輪流管理，直接回覆和快速處理員工反饋問題。該渠道秉持公平公正原則，嚴格保密員工信息，保障投訴渠道通暢和隱私安全。報告期內員工反饋 100% 回覆。



美而有度， 守護責任與信賴

02



- 保障優質服務質量
- 創新研發激發市場競爭力
- 消費者權益保障
- 供應鏈管理

2.1

保障優質服務質量

美麗田園持續將提升服務質量作為核心工作，在嚴格遵守有關法律法規的前提下，為客戶提供兼具專業度與體驗感的服務品質。本年度，我們繼續以「匠心服務」體系為核心，對重點內容進行升級，進一步延續服務質量提升計劃。該體系以「研-學-產-培-賽-評」為基準打造六大質量支柱，綜合市場調研、客戶權益、服務價值、員工發展、行業治理等多方面因素考量，創造兼具美學價值與情感共鳴的服務體驗，優化服務流程與執行標準，增強服務體驗的一致性與可持續價值創造能力。



服務標準化保障

美容質控方面，我們依據涵蓋 200 多項硬件管理指標的《美麗田園美容質控檢查指南手冊》。作為門店日常運營的執行依據，也是內部質量督導的重要參考標準，確保門店運營符合統一規範。本年度，質控組對分項手冊和指南進行廣泛更新升級，範圍涉及合規經營、操作指導、門店空間管理、衛生監督、消防安全與市場監管，全面及時地保證質控工作有效進行。

醫療質控方面，我們建立了獨家的三級醫療質控管理體系，對全國醫療機構實施全模塊質控交叉督查機制。該體系採用高於行業標準的 130+ 項的醫療質控檢查標準，由質控飛行團隊和神秘訪客機制負責對全國範圍內的門店進行交叉檢查。從總部到單體門診再到具體科室，均按照統一制度進行管理與監督，形成層級分明、相互銜接的質控結構，確保「一切盡在掌控之下」，3 級質控環環相扣，確保醫美服務安全合規。

報告期內，我們發佈了 3 期《獲得成功行為手冊》，圍繞客戶導向理念新增 36 項暖心服務場景，將優秀門店與一線員工的實踐經驗進行系統梳理與結構化沉澱，形成可執行、可複制的行為指引，進一步推動客戶導向行為標準化。



《获得成功行为手册3》全新发布!
再添36个暖心服务场景，每一招都可执行、可复制，助力推动你的成功。
翻开它，立即解锁！也欢迎分享你的客户导向行动清单，与伙伴们共同成长。



美容服務質量

美容服務標準化

為保障服務質量，我們要求美容業務能為每位客戶提供高品質、一致性的服務體驗。我們制定了詳細的服務流程和操作規範，涵蓋從客戶接待、諮詢、服務到售後服務的每一個環節。通過嚴格的標準化流程，確保每項服務都能精準高效地執行，同時保持服務質量的高度一致性。



有溫度的服務

在服務場景管理方面，本集團持續強化護理細節的標準化執行。針對冬季氣溫較低情況下凝膠及面膜類產品使用易產生冰冷觸感的問題，門店在護理前增加產品預熱及腕部溫度測試流程，確保產品溫度適宜後再為客戶使用。該舉措通過標準化操作避免客戶在護理過程中產生不適感，有效提升整體舒適度與服務體驗一致性。通過對季節性場景差異的主動識別與流程優化，我們將「客戶導向」理念具體落實到操作細節層面，推動服務品質由流程合規向體驗優化升級。

聲聲不息，深化匠心服務文化建設

本集團在全國直營門店範圍內開展「聲聲不息，是服務的長度」員工團建活動，以「服務聲音」收集與評選為載體，推動匠心服務理念的持續深化。活動覆蓋全國直營門店員工，通過征集不同崗位的服務話語與暖心表達，展現一線員工在日常服務中的細緻關懷與專業標準，推動「匠心服務」文化在組織內部持續傳承與升級。



設備保障

為保障醫療器材安全和顧客權益，我們設立儀器服務中心，實現儀器全生命週期管理，涵蓋選型採購、安裝驗收、資產管理、保養維修、規範使用、調撥運輸和處置報廢等環節。同時，嚴格執行儀器巡查保養制度，為每家門店制定年度維保計劃，重點城市每年至少開展 2 次主動維護保養。

醫美服務質量

醫美質控管理

本集團嚴格遵守《中華人民共和國執業醫師法》《中華人民共和國醫師法》《護士條例》等醫療衛生相關法規，將醫療質量與安全放在首位，除了接受外部市監局、衛健委等政府部門的監管，我們確保所有醫護人員資質合規，並在適用地區依法完成註冊登記，所有醫生上崗前需通過企業大學的標準化操作培訓，並通過集團內部評估後方可正式上崗。

本集團編制並執行一套完整的管理文件，通過多舉措保障藥房管理制度標準化。藥品管理從採購、儲存到調配各環節嚴格規範，建立藥品不良反應監測和召回制度，注重近效期藥品管理，確保及時發現處理問題。同時，設立監督處罰機制，督促員工依規操作。

醫療相關質控標準與制度

《醫療美容醫療管理制度彙編》《2024 年度三級質控方案》《全國醫療質控督查表》

《皮科複合微整病歷質控》《病案管理制度》《病例質控標準》《處方質量管控標準》《藥事管理制度》

《藥品採購制度》《設備器械管理制度》《醫療器械審批、購置、驗收制度》

在日常運營過程中，我們建立了醫務經理雙周例會制度。會上，參會人員需定期檢討經營和檢查中發現的合規問題，並依據重點檢查內容開展專項培訓。

醫療質量與安全

獨家醫生培養體系—兩類五級醫生培養體系

我們的醫療機構根據品牌特色和交付標準化，開發出「兩類五級醫生團隊培養體系」這一規範、嚴格的培訓及考核系統，打造出的集專業能力 & 專項能力於一體的二類五階多層次課程架構，專業團隊規模不斷擴大，現已彙集 150 餘位綜合實力過硬的醫生、百餘位護士和專業技術人員，通過規範診療行為，追求完善的風險控制和合規保障，確保醫療安全和質量。

醫院感染管理

為確保醫療服務安全，我們在環境管理、器械採購、庫存管理、醫廢處理及疫情報告等方面建立了系統化、規範化的管理體系，通過制定分級防護標準、嚴格執行職業暴露防護流程並輔以防感染操作培訓，全面保障醫務人員的職業安全與健康，確保醫療環境的安全與高效運營。

本集團旗下奈瑞兒品牌針對業務特性制定了《奈瑞兒集團醫院感染制度彙編》，以此為全面的管理制度參考，並在報告期內對重點舉措進行集中升級部署，包括全國護士長職業技能培訓、職業暴露防範與應急處理、醫療廢棄物存儲與轉運管理等。

醫療護理培訓

培訓內容涵蓋了多個關鍵領域，針對制度、質控、操作守則、法律法規等多方面要求，旨在提升醫療服務的質量和安全性。專項培訓覆蓋話題包含醫療安全與操作流程，新技術與新項目，衛生與感染控制，設備與耗材管理等要點，全面提升了醫療團隊的專業能力和操作規範。醫務部門開展了 2025 年度醫療護理培訓，在月度集中培訓之外，全年共開展 13 場護理專項培訓，共計 693 人次參與。我們將在未來年度繼續開展綜合培訓，及時更新培訓內容並提前部署培訓計劃。



職業暴露防護

- 依據不同工作場景，為醫務人員制定分級防護標準
- 嚴格執行職業暴露防護及登記報告流程
- 針對不同崗位開展醫院感染知識培訓
- 職業暴露緊急處理流程

環境管理

- 對醫院感染進行全面監測，各科室嚴格落實消毒隔離制度
- 根據區域風險等級，執行相應的環境衛生清潔標準，保持環境整潔

器械和耗材採購

- 集團統一採購一次性醫療器械，規範審查、評估、採購、驗收、儲存與用後處理流程
- 新品推出前進行長達數月的篩選流程和品質測試
- 謹慎選擇醫用織物洗滌服務機構，規範織物處理流程並進行監測

庫存管理

- 運用企業資源規劃系統實施整體庫存管理，詳細記錄庫存水平與過往採購情況
- 密切監測所有產品和醫療器材的保質期，一旦產品過期或器材達使用壽命，便依照適用法律法規安全處理

醫廢處理

- 明確醫療廢棄物管理職責，規範各環節操作，防止污染與疾病傳播
- 規定醫廢收集六禁止，醫療廢物的正確存儲、轉運

疫情報告管理

- 明確責任報告人，嚴格按規定報告傳染病，做好登記
- 落實傳染病防控措施，對患者及接觸環境進行隔離消毒，防止傳染病擴散

提升服務滿意度

智能平台輔助提升體驗

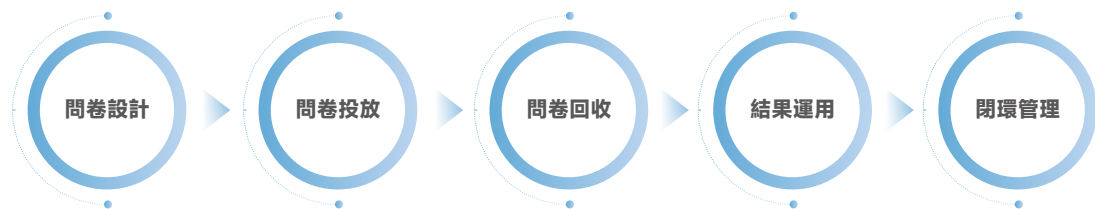
本集團將服務滿意度職能打造成數據驅動、智能協同的專業中台，在此過程中根據集團業務特點嘗試自研「風鈴系統」。這一系統服務於多方團隊，整合質控巡檢、滿意度評價、神秘客體系、400 工單系統，讓保障客戶滿意度的不同職能在同一平台上獲取與自身角色匹配的數據和任務，通過 AI 驅動全渠道客戶體驗管理，實現「客戶聲音的瞬時捕捉」和「需求的輕巧傳遞」，使客戶體驗管理不再局限於單一部門，推動各業務部門共同完成閉環。

系統特征		預期效果	
底座統一	問卷、工單與 BI 的標準化能力底盤	體驗一致性	多品牌、多門店統一標準，支撐「集團軍作戰」
模塊解耦	獨立調用，模塊化功能組合	響應敏捷性	從客戶發聲到組織響應的時間從「天」級縮短到「小時」級
數據閉環	從收集、分析到行動的統一視圖管理	改進精準性	從「憑經驗猜測」到「用數據定位」，資源投向最關鍵的體驗痛點
AI 驅動	提升自動化與洞察力	贏得性增長	通過體驗差異化構建品牌護城河，降低對價格促銷的依賴

滿意度評價體系

為保障產品及服務質量的落實，本集團採用「美麗田園滿意度評價體系」，通過客戶反饋、第三方檢查及內部檢查等多維度，以「強規則、強標準、強執行」為標準，對產品及服務質量的落實進行反饋，並據此調整和改進相應服務流程和標準。

顧客滿意度管理流程



豐富的客戶反饋渠道

為保障客戶的利益，我們通過不同的渠道獲取客戶反饋，統計滿意度並收集服務問題。



一級指標	美麗星滿意度評價體系			
二級指標	顧客體驗	神秘客檢查	質控檢查	客訴扣分項
三級指標	服務評價問卷	總分	總分	客訴事件數量
四級指標	NPS	滿意度評價分數	神秘客檢查總分	質控總分
				嚴重 / 危機客訴 普通客訴

2025 年度

集團的服務質量保障體系取得了優質的成績：

小程序推送服務評價問卷覆蓋率	問卷綜合回覆率	較前一年提升	保持行業領先水平
100%	8.13%	3%	
針對 8 分及以下（滿分 10 分）的問卷，客戶人工回覆的閉環處理覆蓋率達到	美容與保健的 NPS 分達到	醫美的 NPS 達到	集團整體客戶滿意度達到
100%	89.06%	85.87%	97%

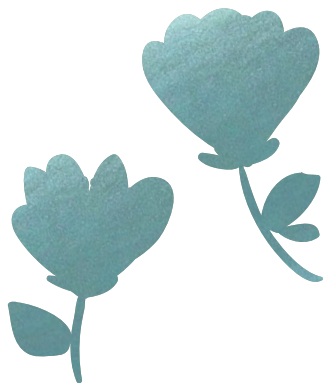
注：NPS 指客戶推薦指數

神秘訪客機制

我們在美容服務領域已持續多年實施神秘客主動質量控制機制，並首次在醫美行業引入神秘客體系，現已覆蓋旗下全部品牌門店。該體系通過第三方客人視角對門店進行暗訪，重點核查門店實際服務過程是否嚴格按照「匠心服務流程」執行，從而強化服務標準落實與體驗一致性管理。

本年度，本集團對美容直營門店神秘顧客問卷進行迭代更新，進一步完善全流程的客戶滿意度考察節點，拓展護理服務前後的服務質量考察，在優化匹配《匠心服務流程 2.0 標準化手冊》的基礎上持續提升神秘顧客檢查有效性和合理性。

報告期內，我們對訪客機制進一步開展探索，面向美麗田園品牌會員公開招募「體驗官」，收集真實客戶的體驗情況，為進一步優化客戶體驗提供多方面視角。



「声」入人心
为真实美丽代言!

寻找 88 名
美力真探官
破圈出道

招聘时间: 2025.7.25 - 2025.8.3
招聘对象: 美丽田园会员

谁可以成为「美力真探官」
满足以下任一平台要求即可

小红书 小红书「需同时满足以下2个条件即可报名」
1. 小红书粉丝数 ≥ 50
2. 小红书获赞+收藏总数 ≥ 600 或 单篇内容获赞+收藏+评论总数 ≥ 100

微信视频号 微信视频号「需同时满足以下2个条件即可报名」
1. 视频号粉丝数 ≥ 50
2. 每篇内容点赞数 ≥ 50 或 单篇内容点赞+收藏+评论+转发总数 ≥ 100

合理營銷及宣傳

本集團始終嚴格遵循合理營銷的原則，在制定營銷策略時確保宣傳內容真實、準確、完整，嚴禁任何形式的誇大宣傳或虛假信息。集團注重通過多渠道與消費者保持溝通，充分保障消費者的自主選擇權和知情權，並堅持以客戶實際需求為導向提供服務。

我們平等對待每一位顧客，在醫美業務領域強調理性與專業並重，避免因追求短期收益而向客戶推薦高消費、大劑量或高創傷項目。在項目規劃階段即從客戶利益出發，力求在保證效果的前提下，優先採用最小劑量、最小創傷方案，關注術中舒適度與術後恢復情況，避免誘導顧客衝動消費從而帶來潛在的健康問題和糾紛風險，切實維護消費者權益。

為加強營銷活動的規範管理，集團實行統一宣傳管理機制，所有活動開展前由總部統一制定並下發宣傳資料，明確宣傳內容與執行標準，確保門店執行口徑一致。活動期間，總部會安排專人進行巡查，檢查各門店的宣傳物料佈置和活動執行情況，並要求門店上傳現場物料佈置照片以供核查，確保所有門店的宣傳符合規範。對於髮現的不規範行為，及時通報並督促整改，以維護品牌形象與營銷活動的規範性和一致性。特別地，隨著線上傳播的普及，我們制定了《利用 AI 生成內容作對外宣傳的使用規範》《員工社交媒體行為規範》等制度以規範線上宣傳的合規性。

美麗田園合理營銷有關內部制度

類別	文件名稱	主要內容
規範制度	《內容合規執行手冊》	規範印刷品及市場宣傳推廣的內容
	《宣傳品合規管理辦法》	規範宣傳品的制作與管理
通知公告	《發佈關於市場推廣活動中正確引導客戶打卡、收藏、評價及規範有獎銷售的通知》	規範市場推廣活動中的客戶引導行為及有獎銷售
	《關於對外宣傳字體使用相關事宜的通知》	規範對外宣傳中字體的使用
教育科普	《315 熱點問題關注及注意事項提示》	解讀過往 315 熱點內容，並就與經營相關的注意點進行提示
	《門店宣傳注意事項》	提供正面和反面案例、用語規範、不良影響的教育科普
審核流程	《內容合規審核流程》	對宣傳物料進行內容合規審核
	《宣傳物料內部三審流程》	對宣傳物料實行三審流程

● 傳遞女性情感表達與自我成長

美麗田園聯動綜藝節目《日落時分說愛你》，以女性情感表達與自我成長為核心議題，通過真實、多元的女性敘事，傳遞關於自我認同、身心關懷與生活選擇的積極價值觀，支持女性多重角色中實現自我價值，鼓勵其勇敢追求自由與獨立。

我們堅持內容導向與價值引領並重，避免過度渲染或制造焦慮，倡導健康、理性的生活方式。這一品牌行動的嘗試帶動各平台護理預約量持續昇溫，全網主話題瀏覽量達到 3.8 億+；線上全渠道平台總曝光人數達 450 萬+；綜藝同款套餐全平台總搜索量 50 萬+，躍居門店在售套餐 TOP1。



數字化賦能高效精準服務

為更有效地洞察客戶需求、提升核心競爭力並推動行業創新升級，集團將數字化轉型納入重要發展戰略。我們嚴格遵循《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》、香港《個人資料（私隱）條例》等法律法規要求，規範數據收集、存儲、使用及傳輸行為，落實個人資料保護責任。在推進數字化建設的同時，本集團同步強化信息安全管理體系，設立信息安全委員會領導小組，發佈並執行《美麗田園信息安全管理總綱》及其配套的《人員安全管理制度》《軟件開發安全管理規範》《終端安全使用規範》《網絡安全管理制度》《系統安全管理制度》等公司制度，為數字化運營提供制度保障與風險防控支持。

構築信息安全

本集團始終將信息安全作為核心優先事項之一，全面加強數據保護和信息安全管理，確保客戶、員工及合作夥伴的敏感信息不受威脅。為此，我們實施了多層次的安全防護體系，涵蓋數據加密、訪問控制、網絡防護及漏洞檢測等多個方面，確保信息的完整性、機密性和可用性。在信息管理方面，本集團採用標準化流程，對數據進行嚴格分類和管控。所有關鍵信息系統均採用先進的防火牆與加密技術，確保傳輸過程中的數據安全。同時，本集團定期開展信息安全培訓，提高員工對數據保護的意識，確保每一位員工都能遵循公司安全政策，防止內外部威脅。

本集團持續推進信息安全體系建設，圍繞技術架構與安全基座能力，構建覆蓋系統、數據及應用層面的綜合防護體系，以應對日益複雜的信息安全風險。通過引入主動式與智能化安全防禦機制，集團不斷提升對潛在威脅的識別與防護能力，保障技術底座的安全性與穩定性。我們通過搭建 Web 安全漏洞掃描平台，對業務系統開展常態化安全檢測，識別高危漏洞、高風險端口及弱口令等潛在風險，並及時進行修復和加固，持續提升系統整體安全水平。

為了應對不斷變化的網絡安全風險，本集團建立了完善的風險評估機制，定期開展安全漏洞掃描和系統滲透測試，及時識別潛在安全隱患，並採取相應的防範措施。在具體措施上，我們採取「縱深配置，分層防禦」的策略，優化及升級已有措施，達到有效防護、精準控制、安全存儲、完整記錄的目標，並根據安全地圖補充尚未採取的措施。



信息安全公告



保障客戶隱私

本集團充分認識到客戶個人信息與健康數據的敏感性，將數據安全與隱私保護作為核心原則之一。我們按照相關法律法規設定權限分級管理機制，僅授權經培訓且因工作需要的員工訪問相應層級的客戶信息，並通過系統記錄操作日誌以備追溯。

在客戶信息採集與使用環節，我們強化「知情同意」管理，清晰標註信息用途及存儲規則，為客戶提供修改、更新及註銷相關信息的渠道。此外，我們定期對有關員工開展數據安全和隱私保護培訓，提高全員合規意識和職業操守，以穩健的治理實踐保障客戶信任，為本集團長期可持續發展夯實基礎。



數字化綜合服務平台

本集團持續加大數字化建設投入，將數字化建設與整體業務戰略緊密結合，確保技術規劃與業務發展方向保持協同。在保障技術先進性的同時，集團根據實際業務需求不斷完善數字化管理制度，推動管理流程與系統能力同步升級。目前，集團已搭建數字化綜合服務平台，集成門店管理、信息管理、財務及庫存、員工培訓、OA系統等多重功能，實現跨渠道信息整合、消費群體偏好、客戶溝通和全過程管理，建立精細化數字管理系統，構建精細化運營體系，支持業務實現高效運轉與可持續增長。

數字化提升服務體驗

2025年，奈瑞兒分別在春、夏、秋、冬四個季節上新濕乏消消樂、元動力臟腑平衡、痛點鬆鬆樂、「十二經絡智能調養」家族，精準回應身體需求。同時，健康雲圖、全膚智測儀的上市全面提升對肌膚狀態的可視化分析能力。「2杯茶」「3層氣味」「15分鐘放空」等溫暖而確定的細節共同彙聚成美好的療愈記憶。



AI 賦能數智化升級

本集團將人工智能 (AI) 視為推動數智化升級的重要引擎，通過「拆業務—配能力—落工具」的方法論框架，系統梳理了 AI 技術與業務場景的融合路徑、明確 AI 應用的階段性方向，並通過企業大學開設 15 門 AI 能力建設專項培訓。

在數據安全管理方面，本集團逐步建立面向人工智能應用場景的數據安全運營體系，完善數據存儲與清理標準，規範數據全生命週期管理。針對敏感數據的傳輸、存儲及大模型應用過程，我們實施端到端安全防護措施，以降低提示詞注入、數據投毒等風險。通過持續優化權限管理機制，強化敏感數據訪問控制，提升數據使用的規範性與可控性。



線上運營與客戶洞察

探索通過 AI 工具優化內容生產與評價分析流程賦能數字營銷及客戶管理，針對不同平台的運營痛點，批量生成符合平台特性的優質內容，提升傳播效率與品牌曝光。同時，AI 可自動抓取並分析多平台評價數據，複盤生成運營優化戰略，輔助優化客戶關係管理與服務流程。

線上運營與客戶洞察

建立 AI 智能預約模型，綜合分析床位資源、美療師排班、客流結構、預約取消率及接待時長等核心數據，形成動態優化方案。系統通過「人一場一時」精準匹配邏輯，識別客流高峰與低谷，動態調整排班與資源配置，提升床位利用率及人效水平。

客戶經理培訓與銷售支持

構建 AI 動態知識支持系統促進人才培養，基於客戶畫像輔助生成溝通建議，並支持實時調取項目信息，提升銷售專業度與服務效率。通過結構化知識庫與智能推薦機制的應用，集團逐步縮短新人帶教週期，提高新品培訓效率，推動收入結構優化與服務質量提升。

奈瑞兒智能美養系統 2.0 升級

作為集團 AI 實踐的重要標杆案例，奈瑞兒持續推進智能美養系統的迭代升級，本年度自研推出了行業首個自訓練大模型——「美養智慧大腦」AI 小奈，助力員工提供高效服務。

即將推出的智能美養 2.0 涵蓋智能檢測、報告、推薦、調理和反饋五大模塊，全面實現用戶健康數據的數字化管理。該系統已在核心項目中 100% 應用，將檢測數據整合與分析需耗時大幅縮短，且保證數據可追溯、長期跟蹤。該體系融合現代科技手段與中醫理念，可為客戶提供定制化調理方案，實現科技與傳統的協同應用。



數字化系統亮點績效

核心系統在線率

>99.96%

業務相關數字化系統

43 個

業務系統自研率

>77%

服務請求及時響應率

>98%

系統監控覆蓋率

100%

產研效率提升

>30%

本年度，我們的數字化平台實現了信息安全事故

0 發生的成績

2.2

創新研發激發市場競爭力

為持續提升市場競爭力，本集團將創新和研發視為核心驅動力，依託《BU 研發部門工作管理制度》，系統推進美容與保健及醫美領域的多渠道研發工作。我們每年制定多品類研發及推新計劃，對項目進展進行月度跟蹤與評估，並通過定期召開專題研討會議，統籌資源配置與技術優化。同時，集團積極引入外部專家與專業機構參與合作，共同提升技術研發能力與專業水平，不斷強化產品與服務的創新實力，以滿足市場及客戶需求的持續變化。

組織創新激勵

為激發組織創新活力，本集團制定了一系列創新激勵機制。為鼓勵一線創新流程，集團搭建自區域門診向上反饋的特色技術申報通道，使基層實踐經驗能夠系統化沉澱，為後續技術研發與優化提供現實依據。同時，集團設立醫美品項「技術研發官」稱號，對通過技術改進並成功實現實踐轉化、形成商業價值的專家及醫生予以認可與激勵。通過制度化的創新激勵機制，集團持續推動技術創新與業務應用的有效結合。

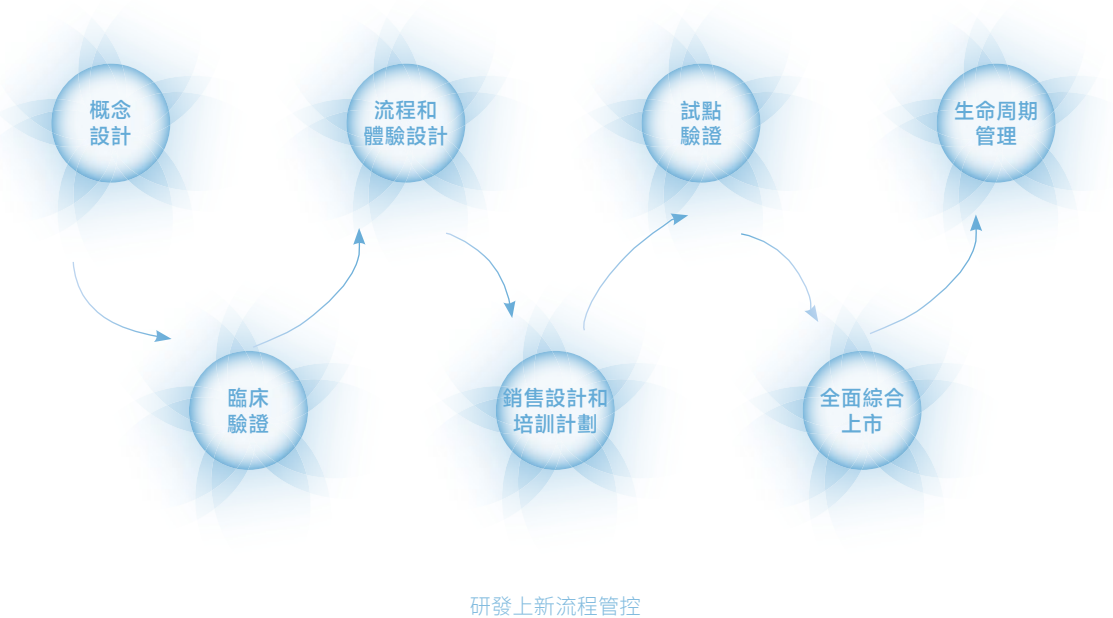
自研提升技術實力

研發投入與創新成果

本集團借助多渠道聯合研發的方式，持續強化研發實力，積極營造並推動公司內部的創新氛圍，依託龐大門店規模與深度客戶洞察，從被動接受上游供給轉向主動聯合自研、反向定制，推動優質上游資源共同研發，提升產品和服務品質。

研發上新管理體系

本集團生活美容和醫療美容項目都遵循一套嚴謹的研發上新流程，從概念設計起步，歷經打版驗證，最終全面推向市場。集團通過《新品 BU 評審流程和機制》《新品循環流程和機制》《產品測試回饋流程和機制》《產品研究 IPD 流程》等制度構建完整的研發上新體系，實現對項目的全生命週期管理。



我們致力於推動女性健康的提升。基於這一目標，本集團自主研發了女性月經週期保養系列項目，旨在通過科學、個性化的保養方案，幫助女性在月經週期的各個階段保持身心的最佳狀態。本系列產品包括四大類護理產品，專為女性月經週期中的不同階段設計，每個系列均針對女性生理週期中的生理變化，提供精準的護膚與調理方案，結合天然植物成分，保證產品的安全性與效果。



聯合共研夯實科研基礎

美麗田園在自行研發的基礎上，與供應商、學術界合作，共同開發適合美麗田園現有項目體系和客戶的美容項目。在生活美容板塊，我們採取「全球精選+全球知名品牌首發+國際實驗室聯合創研」的多元拓展模式；在醫美板塊，我們聚焦與資深醫生及行業專家深度合作，主打專家、專研、專註原生美理念。截至報告期末，本集團已建立多層次科研合作體系，如攜手奈瑞兒與七大中醫機構成立女性健康研究中心，聯合研源、復旦錦波共建婦科膠原蛋白研究中心，與麥瀾德設立婦科臨床培訓交流中心，夯實科研基礎。



● 研源醫療榮獲「上海市黃浦區企業技術中心」認證 ●

美麗田園集團旗下醫療健康品牌研源醫療，已構建起系統化的組織架構和跨部門協同機制，覆蓋產研、運營與市場三大板塊，實現了從項目立項到成果轉化的全流程規範化管理。品牌技術中心由榮獲國家「十四五」重點課題一等獎的專家領銜，研發團隊彙聚了 20 餘位畢業於國內外知名院校的醫生及 50 餘位專業護理人員，技術實力雄厚。近三年來，研源已累計獲得知識產權 15 項，為企業持續創新提供堅實支撐。

在產學研協同方面，研源醫療女性特護中心於 2022 年在上海益豐·外灘源正式成立，同年，建立「復旦-錦波功能蛋白教育基地」，為廣大女性朋友的健康繼續保駕護航，積極推動科研成果轉化與高端人才培養。雙方還在基因重組技術等前沿領域開展聯合攻關，加速該技術在女性健康領域的應用落地，為企業乃至行業的技術進步注入新動力。



● 共創高端院線服務新體驗 ●

報告期內，本集團與資生堂中國達成戰略合作，成為資生堂中國旗下首個專為亞洲肌膚打造的科技美膚品牌 RQ PYOLOGY 律曜的院線戰略首發平台，共同為中國高端女性打造科技美膚解決新方案。

美麗田園憑借遍布全國的高端商圈網絡把握高端女性生活方式入口，深刻理解客戶個性化護膚需求。而 RQ 律曜以獨創的「肌膚律商」評價體系與全週期科學產品體系為基礎，構建可量化、可驗證的專業護膚方案。二者的結合，將尖端科技轉化為可感知的專業服務體驗，共同為中國高端女性提供科學為本、覆蓋全生命週期的護膚解決方案。



基礎設施提供硬件保障

本集團持續完善醫療與健康服務的基礎設施建設，已彙聚超過 200 名專業醫師，並結合集團專利技術，為每項服務提供了堅實的醫療後盾。我們通過中西醫結合的亞健康醫療體系，打破傳統美容與保健的界限，推出了多領域的全週期解決方案。依託標準化診療環境、跨學科專業團隊及先進檢測與干預能力，我們不斷提升服務交付的專業性與安全性，為創新項目的落地與迭代提供堅實、可持續的技術保障，夯實集團長期高質量發展的基礎。

雙醫療旗艦門診提供技術後盾

本年度，本集團旗下醫療美容服務品牌秀可兒醫美、亞健康醫療服務品牌研源醫療及高端智能美養服務品牌奈瑞兒聯合打造的「美麗田園醫療」綜合旗艦門診於廣州盛大開業。

作為美麗田園集團迄今規模最大、功能最全的雙醫療旗艦門診，這次啟幕打通了需求升級路徑，為美容與保健客戶進一步提供醫療美容服務及亞健康醫療服務，重點打造中西醫結合的亞健康醫療體系，特別設立中醫特色診室。針對奈瑞兒等客群對養生保健的深度需求，系統融入中醫體質辨識、經絡調理、藥膳食療等自然療法，結合功能醫學檢測數據，提供「一人一方」的融合式抗衰方案。通過全國多位跨學科專家團隊，滿足客戶對西醫精準干預與中醫調理的雙重需求，在女性特護、慢病預防領域提供更全面的解決方案。

在開業儀式上，麥瀾德集團 (688273.SH) 與錦波生物 (832982.BJ) 授予門診「婦科指定臨床培訓交流中心」、「婦科參研培訓標杆基地」及「女性健康管理實踐中心」榮譽稱號。同時，康諾生物與美益添共同為門診授予「2025 NAD+ 戰略合作夥伴」稱號及「腸道微生態聯合研發戰略合作單位」資格。



知識產權保護

本集團高度重視知識產權管理，視其為提升創新能力和市場競爭力的核心要素。我們嚴格遵守《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國專利法》《互聯網域名管理辦法》等法律法規，實施措施包括：

全方位監控

利用數據庫等信息技術手段，對知識產權進行實時監控；

風險應對

針對商標及專利維權等工作，預先制定應對預案；

合法保護與利用

確保技術創新和創意成果得到合法保護並充分運用。

我們對商標、專利、域名等各類知識產權進行規範化管理：

- 制定《知識產權申請制度》，明確申請流程與原則；
- 對研發人員開展知識產權培訓；
- 確保創新成果及時申請專利、商標等知識產權；
- 定期進行審查和維護，以防止知識產權的侵權風險。

本報告期內，我們未出現嚴重侵犯第三方知識產權的情形，也未收到任何有關重大知識產權侵權或糾紛的通知。

2025 年知識產權總匯	2025
已註冊商標	620
已獲得專利 (實用新型)	83
註冊中專利 (發明)	34
註冊中專利 (實用新型)	15
軟件著作權	56
美術作品及其他著作權	24

2.3

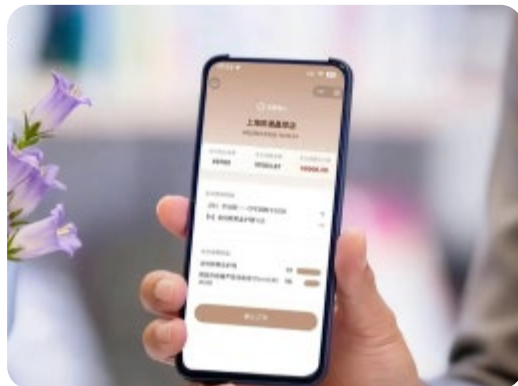
消費者權益保障

本集團始終將消費者權益保護作為企業可持續發展的重要組成部分，持續完善服務透明度，致力於構建更加公開、公平、可信賴的消費環境。我們不斷優化服務流程與數字化能力，強化消費者知情權與選擇權保障，提升整體消費體驗與信任基礎，通過標準化服務流程、清晰化費用結構以及便捷的信息查詢渠道，切實回應消費者在消費過程中的核心關切，推動服務質量與客戶滿意度同步提升。

● 明鏡消費——推動消費透明機制建設 ●

為提升消費者權益保護水平，強化消費過程的透明度與可追溯性，本集團推進「明鏡消費」體系建設，圍繞信息公開、過程可視及數據留痕，完善消費服務管理機制。

在消費前，本集團通過標準化信息展示與明確告知機制，對服務項目內容、價格構成及相關權益進行清晰說明，保障消費者知情權與選擇權。在消費過程中，通過規範服務流程與信息同步記錄機制，確保服務內容與約定一致。在消費後，依託線上平台，消費者可查詢消費記錄、項目使用情況及賬戶餘額，實現消費信息的全流程留存與可追溯。



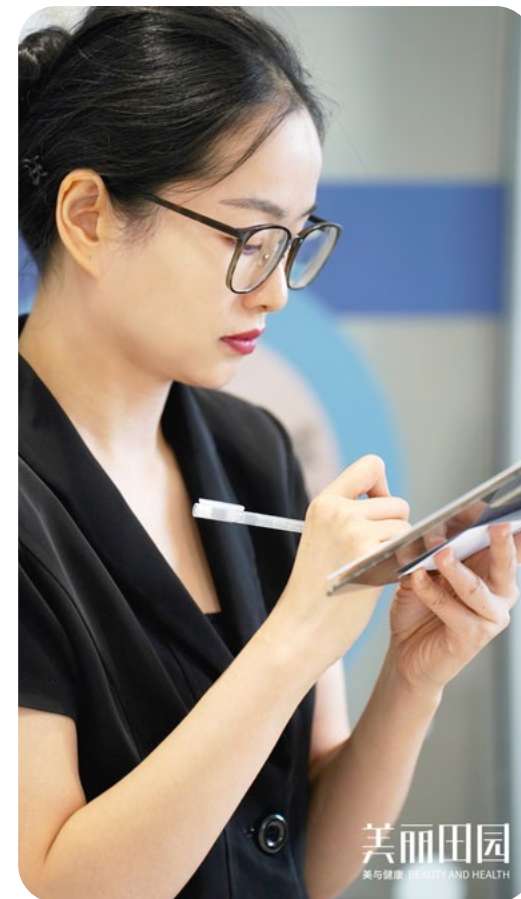
客訴處理

多渠道投訴收集與分級響應機制

本集團通過 400 熱線、小程序及第三方平台等多種渠道受理客戶投訴。相關工單由集團 CRM 部門統一管理，系統在受理後第一時間自動分派至對應門店店長或店經理；若在規定時間內未完成處理，將自動升級至總部客服跟進，以保障客訴得到及時響應。集團明確規定，所有服務類客訴須在 24 小時內完成首次響應，並在 3 個工作日內完成處理。處理結束後，由總部客服開展回訪，根據客戶反饋決定是否正式結案；如客戶對處理結果仍存異議，工單將重新進入處理流程，直至問題妥善解決，形成閉環管理機制。

標準化客訴處理體系

本集團嚴格按照《顧客投訴處理操作手冊》和《客服售後客訴處理 POS》執行客訴分類和處理，覆蓋美容非危機處理、美容危機處理、醫美非危機處理、醫美危機處理等類型，確保投訴高效解決。

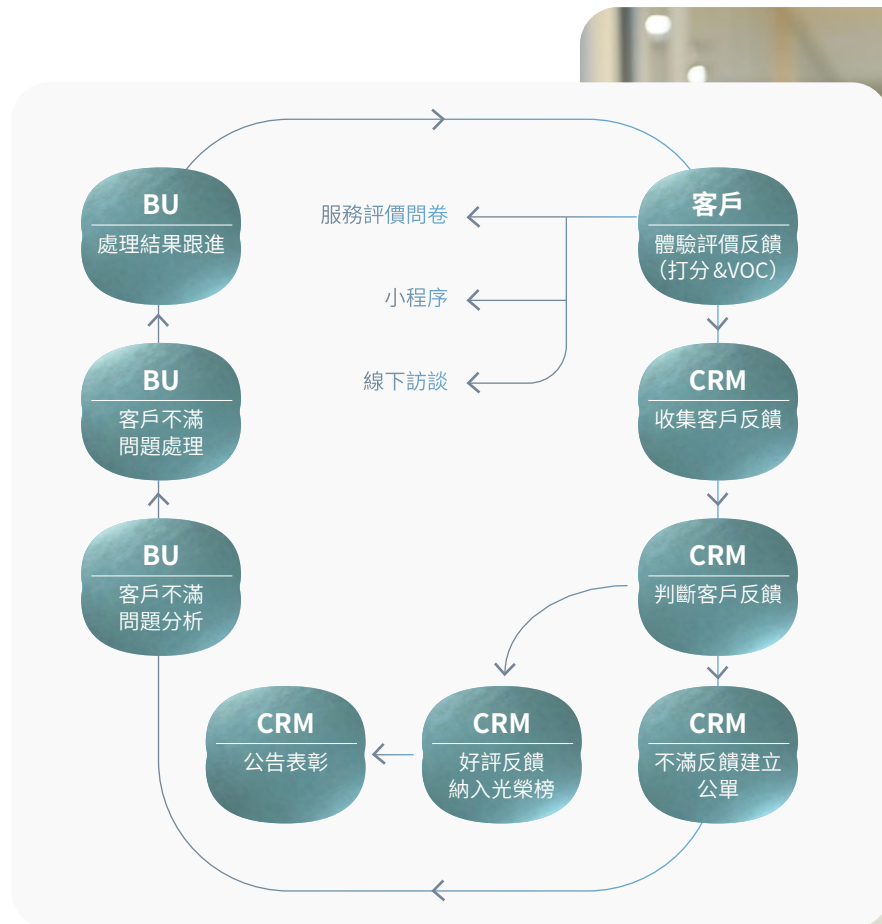


持續改進機制

為降低因溝通不到位引發的客戶投訴風險，集團聘請專家對門店開展針對性指導與培訓，通過案例分析與情境演練，提升員工客訴應對與溝通能力。針對美麗星系統運行中收集到的數據和處理結果，CRM 部門定期聚焦問題整改和案例進行總結，更新處理體系和手冊，並將更新內容下發至各業務部門。同時，通過區域及集團運營會議進行線上與線下經驗分享，推動整改措施落地實施，形成客戶滿意度管理的持續改進與閉環機制。在本報告期內，集團總計收到 2952 宗有效客戶投訴，所有投訴均已結案。

在本報告期內

集團總計收到 **2,952** 宗有效客戶投訴
所有投訴均已結案。



CRM 客戶反饋處理流程



消費者隱私保護

本集團高度重視顧客的隱私保護，遵循《信息安全保護管理規定》，採用信息分級管理制度，配合醫療相關質控標準與制度（詳情見「醫美服務標準化」章節），規範員工行為守則的同時，借助數字化平台進行數據存儲和保護，儘量減少人員非必要的信息接觸，從多方面最大化控制有關信息的洩露。

本集團堅持客戶信息七大原則，執行多項保障措施，如定期系統檢查、實施密碼政策、記錄服務器訪問情況、開展網絡訪問驗證、核用戶授權、進行數據備份與複原測試等，保護數據資產，防範未經授權的網絡訪問。



注：有關客戶信息七大原則更多信息，可參考集團 2023 年 ESG 報告。



信息分級管理

我們依據法律法規和客戶信息使用需求，將客戶信息分為基本信息、交易及資產信息、身份信息、個性化信息進行分級管理。除基本信息外，其他類別信息通過內部防火牆隔離，僅限對接客戶的顧問及必要上級查閱。

員工管理

新員工要接受數據安全入職培訓，在職員工定期參訓，強化對數據安全政策的理解執行。員工離職前，需清理其掌握的客戶信息，並在離職後一定期限內遵守保密要求。

客戶信息接觸權限

嚴格遵循最小必要性原則，管控信息採集、存儲和使用，減少內部流轉。管理範圍包括在職人員和外包服務廠商，制定《信息安全外包運維管理制度》降低外包風險。第三方獲取敏感信息前要簽合同和保密協議，外包活動中信息按「最小授權」審批使用。



在本報告
期內

本集團 **未發生** 對業務、財務狀況、經營業績造成重大不利影響的客戶資料洩密事件。

加盟店管理

本集團嚴格篩選加盟商，確保其品牌定位與集團高度契合，地理位置與目標市場形成協同效應，並採用與直營店相同的運營系統。對於同一個地區有多個加盟商的，需簽署《新加盟商承諾》，以確保加盟商遵守本集團有關經營和商業道德條款。

嚴格管理保障服務品質

加盟店管理重點措施

挑選加盟商

- 對加盟商進行背景調查及與其會談
- 根據若干標準審慎挑選加盟：
 - 財務狀況
 - 對企業理念及品牌概念的承諾
 - 親自參與加盟店的運營
 - 相關經驗及當地知識及資源

培訓及整合

- 在加盟店工作的員工須接受技術培訓
- 和直營門店相同的培訓標準
- 保留再次培訓未合資格員工的權利

審查運營表現

- 設定若干加盟商的銷售目標指針或激勵措施的參考因素：
 - 每月平均產品訂單及營業額
 - 並通過平台系統定期審查加盟店的有關運營數據
- 借助數字化系統監控業務數據合理性

平台系統

- 加盟商應使用統一的會員平台系統，保持品牌的一致形象及理念
- 系統實時監督加盟店的業務表現、存貨水平及客戶回饋

加盟店的運營

- 加盟商應遵循集團統一的裝修標準並在集團供應商庫中選取施工方
- 加盟商應遵循運營、服務安全及質量控制標準
- 提供與直營店統一的指導價格

採購

- 加盟商須購買我們或指定供應商產品、設備及耗用品

持續質量控制及監督

- 定期實地考察加盟店，並要求加盟商定期提交報告
- 確保加盟店運營符合我們的標準



加盟商支持和賦能

本集團持續完善全生命週期賦能體系，圍繞加盟策略與人才資源配置，構建系統化、可複製的支持機制，助力合作夥伴實現高質量發展。開業籌備階段，我們為加盟商提供基於市場調研與商圈評估的選址分析服務，並配套產品及設備統一配送體系，以及標準化設計與裝修指導，確保門店高效落地。在人才賦能方面，集團依託北京、武漢南北兩大培訓中心，建立從招聘甄選到專業人才輸送的全流程人力資源管理體系，幫助加盟商快速搭建專業團隊。在運營層面，本集團打造「全域智驅加盟賦能引擎」，從納新、市場及運維多維度提供支持，並且通過技術指導與系統化人員培訓和推廣指導，提升門店專業能力，增強市場競爭力。同時，本集團搭建多元化業務支持平台，實現品牌資源與會員體系共享，強化流量協同效應；我們還提供精細化運營管理支持及數據分析服務，幫助加盟商持續優化經營策略，實現高質量發展。

截至報告
期末

本集團共有加盟及托管門店

261 家

年內進行加盟第三方檢查

337 次

質控複核完成率達到

100 %



行業協同共建，賦能美業生態升級

報告期內，本集團與四環醫藥聯合舉辦「樂提葆 X CellCare 年輕體驗日」投資者活動，圍繞醫美產品創新、行業合規發展及資本市場趨勢展開深入探討。活動由多家券商及機構投資者參與，促進了產業鏈上下游之間的信息共享與戰略協同。集團依託「雙美 + 雙保健」業務模式和「內生 + 外延」的雙輪驅動戰略釋放龍頭效應。集團與醫藥企業及行業夥伴加強合作，探索產品創新與專業能力共建路徑，持續提升行業服務標準。



新加盟門店運營培訓會

2025年9月15日，貝黎詩在北京成功舉辦「新加盟門店第3期運營培訓會」，圍繞新店運營關鍵環節，面向來自北京、重慶、武漢、杭州等地區的加盟夥伴，輸出標準化、可複製的運營方法論。培訓內容涵蓋運營實戰、團隊搭建及數字化工具應用三大核心模塊，重點解決門店冷啟動階段的經營難點，提升門店快速起量與持續盈利能力。通過該類培訓項目的持續開展，本集團不斷完善加盟商支持體系，推動品牌與合作夥伴協同發展，助力構建美業健康生態。



2.4

供應鏈管理

管理體系與制度

美麗田園高度重視與供應商的合作關係，雙方共同圍繞「美與健康」理念推進業務發展。為加強採購管理，集團設立採購委員會，由戰略支持總監擔任主席，成員包括董事會成員以及採購部、財務部、法務部的相關負責人。委員會負責制定、執行採購策略，確保採購流程高效透明、產品合規，並制定綠色採購相關策略。委員會下設招標工作小組，具體負責招標組織、評標管理及流程監督執行。

集團制定了《採購管理制度》《供貨商准入制度》《招標管理制度》等一系列管理辦法，搭建起涵蓋各類供應商從採購、驗收、付款到退出的全周期管理流程。

供應商審查

在選用供應商或服務提供商前，我們要求供應商填寫《供應商基本資料表》，由供應鏈部門初評，內容涵蓋環境、勞工、欺詐等情況，可持續發展表現也納入考核。公司各部門可按公正、公平、公開的准入程序開展供應商推薦工作，認真履行審查、推薦職能，填寫《合格供應商推薦表》報送公司供應鏈，確保新引入供應商質量。

為保證數據真實準確，我們按需實地考察供應商，依據《供應商考核評價管理制度》，從制度目的、適用範圍、職責分工，到考核評價、評定結果執行、評定工作要求等多方面完成考核評價工作，通過考核的供應商方可納入《合格供貨商名單》。所有合格供應商都需簽訂《廉潔合作協議》，嚴禁任何形式的索賄、受賄行為，也禁止可能影響公正履職的高消費宴請和各類娛樂活動。

本圖片系用即夢軟件生成



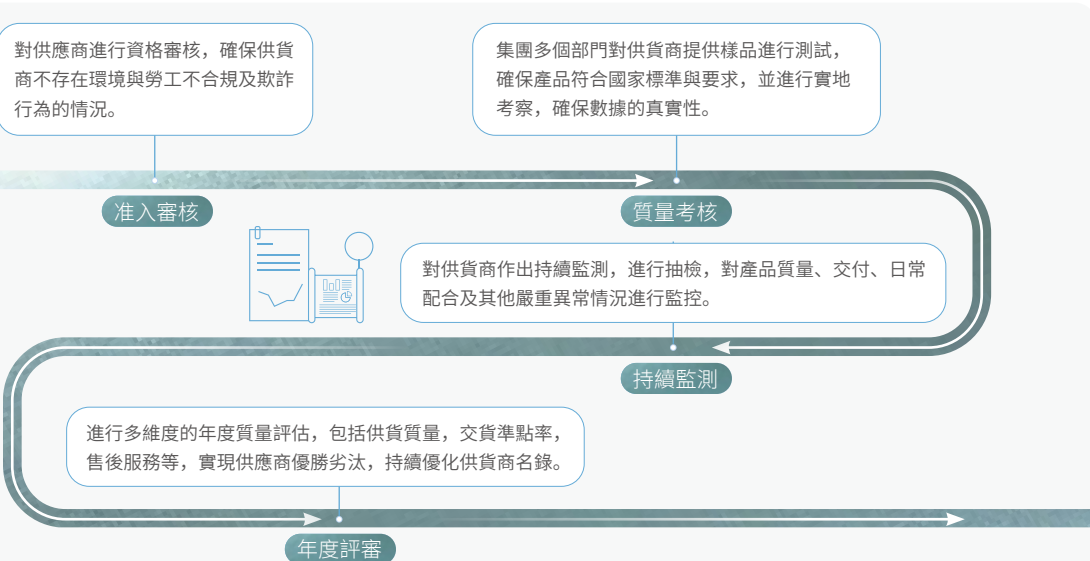
供應商採購管理制度

本集團依託 ERP 系統，並按照《進口非特化妝品質量管理體系》、《採購 SOP》、《供應鏈商品抽檢制度》、《資金審批權限》等流程規範，對採購基礎數據、採購管理、委外管理、倉庫管理、財務管理等 6 個關鍵環節實施系統化管理。同時，集團依據制度要求，定期開展半年度及年度採購執行情況的內部審計，以強化監督與合規管理。供應鏈部門持續對供應商進行動態監控，重點關注產品質量、交貨及時性、日常配合程度及其他重大異常情形（如合作中出現欺詐行為、被媒體負面曝光等）。如發現問題，經採購委員會審批後，集團將取消

相關供應商資格，並將其列入《不合格供貨商名錄》，停止後續評審，以持續優化供應商結構與供應鏈穩定性。

我們將數字化策略作為供應鏈高效運轉的核心支撐，現已構建「計劃—採購—履約—支持」全鏈路數字基礎，通過智慧預測與實時數據駕駛艙，精準監控 700 家門店庫存與消耗節奏，實現需求精準預判，提升資金使用效率；從倉儲、配送到 100 多個城市的門店簽收，將每年數萬筆訂單全流程可視化，做到透明履約的同時大幅提升響應速度與運營可靠性。

供應商考核制度



醫療器械及藥品採購

針對醫療服務領域的合作供應商，我們嚴格核查其醫療器械生產許可證、醫療器械經營許可等合規資質，保證資質齊全無誤。同時，對採購的醫療器械及藥品，逐一確認其具備相應合法資質，杜絕任何資質瑕疵，確保醫療服務供應鏈安全合規。

工程採購管理

本集團為確保項目經營的合規性，有效保障了工程項目的質量、安全和投資效益，制定《工程項目流程管理制度》，涵蓋立項、設計、招標造價、施工、竣工驗收及增項等環節工程流程及管理要求。立項和增項流程規範如下：

立項流程：

策略發展部匯總信息形成《門店立項審議基本信息確認單》，投資小組評審項目可行性研究結果並決策。

增項流程：

明確需求複核和工程整體驗收後的增項複核程序，確保增項合理且費用合規。

管理體系驗證

本集團關注合作方的管理體系建設，將認證情況納入專業性和可靠性的考量，以確保為客戶提供高質量的醫療服務。我們的合作夥伴啟研醫療在幹細胞及免疫細胞的相關技術研發和儲存領域，通過三重 ISO 認證，達到國際一線標準：



ISO 9001:
質量管理體系認證



ISO 14001:
環境管理體系認證



ISO 45001:
職業健康與安全管理體系認證

負責任採購

負責任採購是本集團可持續發展戰略的重要組成部分。我們堅持將高標準的 ESG 要求納入採購管理體系，通過規範化的供應鏈管理機制，推動社會責任與環境責任在採購環節的落實與執行。集團注重與供應商建立長期、穩定的合作關係，並保持持續溝通，明確提出 ESG 相關改進要求，鼓勵供應商提升自身管理水平。通過協同合作，我們共同促進產業鏈的規範化與可持續發展。

供應商選擇與管理

選擇標準

我們已逐步擴大《供應商 ESG 情況調查問卷》填寫範圍，優先選擇有良好社會責任記錄、符合可持續發展標準的供應商，注重其在環保、勞動條件、道德規範等方面的合規性。

供應商要求

要求供應商遵守公平貿易原則，尊重員工權益，避免使用童工、強迫勞動等不當行為，並鼓勵其採取環保措施，減少資源浪費和碳排放，推動綠色採購和可再生材料的使用。

合作與評估

通過建立長期合作關係和定期評估機制，與供應商保持密切溝通，幫助其提升環保和社會責任管理水平，共同推動全產業鏈的共同進步。

共創可持續供應鏈價值

本集團持續推進供應鏈體系向高質量、可持續方向升級，將傳統採購職能轉型為「採購創研一體化」模式，深化與核心供應商的戰略合作關係，通過聯合研發、反向定制及共建實驗室等方式，推動產品創新與資源高效配置。同時，通過用戶數據驅動產品開發，持續優化產品性能與安全性，打造差異化產品體系，推動供應鏈從保障型向價值創造型轉變，為集團實現長期穩健發展與可持續價值創造提供有力支撐。

供應鏈減排實踐

在供應鏈減排方面，本集團通過優化物流模式與包裝循環使用推進綠色物流實踐。報告期內，我們在原有基礎上進一步拓展城市覆蓋範圍，將「城市班車」配送模式推廣至上海、北京、深圳、成都等城市，採用「一周一送」集中配送方式，減少門店收貨頻次及倉儲出庫頻次，從而降低運輸過程中的能源消耗。同時，我們在上海及北京地區以可循環使用的周轉箱替代一次性牛皮紙箱，實現包裝物循環利用。該舉措在提升運營效率的同時，有效減少資源浪費。

於本報告
期內

本集團**並無**違反有關產品責任的任何法律及法規。我們**並無**已售出產品需要召回的事件。





與美同行， 以人為本

03

在美麗田園的發展理念中，員工不僅是企業運營的重要力量，更是推動公司持續成長的核心夥伴。我們持續完善職業發展體系，為員工搭建多元化成長平台，支持其實現專業能力與個人價值的提升。我們堅信，員工與集團協同進步，是企業長期穩健發展的基礎。

通過系統化內部培訓和發展規劃，本集團為員工提供持續學習與能力提升機會，鼓勵員工積極參與行業交流和學術研究，不斷強化專業知識與實踐技能。同時，我們高度重視女性員工的職業發展，在人才管理中堅持公平原則，消除性別障礙，完善晉升與發展通道，營造平等、包容的工作環境，使女性員工能夠充分發揮潛能，實現職業成長。

- 僱傭情況
- 薪酬體系與權利保障
- 美麗職場，活力文化
- 工作與生活平衡
- 職業發展體系建設
- 職業健康與安全
- 社會貢獻

3.1

僱傭情況

我們嚴格遵守以下僱傭法律法規：

- 《中華人民共和國勞動法》；
- 《中華人民共和國勞動合同法》；及
- 《中華人民共和國社會保險法》。

為統一招聘標準、規範招聘管理，本集團出台了《招聘管理制度》。為杜絕非法僱傭童工、未成年工和強迫勞工現象，求職者需向集團人力資源部門提供有效身份證明，集團在聘用前後開展背景調查，確保求職者具備當地合法就業資格。若發現違反勞動法律法規的情況，集團將立即終止相關勞動合同，並依法處理。

平等機會：集團追求平等機會、多元化和反歧視，營造公平、尊重、包容的工作環境。集團關注性別平等，依據員工的職級、工作經驗和表現安排崗位並給予相應待遇。

無歧視政策：在僱傭、培訓、晉昇、解僱和退休等政策中，不因年齡、性別、婚姻狀況、懷孕情況、家庭狀況、殘疾、種族、膚色、血統、民族、國籍、宗教等與工作無關的因素而有所偏向。

本報告期內，
集團勞動合同簽訂率和社會
保險覆蓋率均達

100%

未發生

任何對集團有重大影響的相
關違法違規事件。

截至本報告期末，
集團共僱傭員工

5,343名

其中
女性員工

5,061名

男性員工

282名

集團員工大多分佈
于中國內地，

另有屬於港澳台及其他地區

4名

我們重視多元化僱傭，
為達到退休年齡的員工
提供再就業機會，

共聘用退休返聘人員

20名

也有兼職員工

133名

珍惜人才積澱

本集團持續完善人才發展與激勵機制，重視人才積澱與隊伍穩定，通過多元化招聘與激勵方式，強化人才引進與保留。在組織發展過程中，圍繞「連接美業人才、共創價值未來」的理念，構建開放的人才生態體系，促進人才合理流動與長期發展，為企業持續穩健發展提供人力資源保障。本年度，我們上線了美麗田園人才聯盟「田田圈」系統，為員工提供便捷的人才交流和推薦渠道，實現信息及時傳遞與高效管理。

在老員工回流方面，我們通過「尋昔日戰友」「迴歸有禮」等專項活動，利用田田圈系統建立面向過往員工的再聯絡與迴歸機制，吸引具備行業經驗與企業認同的優秀人才再次加入。通過提供相應的迴歸激勵及崗位機會，增強企業文化認同，提升團隊穩定性與經驗傳承效率。

在推薦招募方面，本集團實施員工推薦激勵機制，通過「推薦有獎」等方式鼓勵內部員工參與人才引進工作，並借助田田圈系統提供的便捷渠道，實現人才信息快速分享與高效對接。通過規範化的推薦流程與激勵制度，形成全員參與的人才引進氛圍，為企業持續吸引優質人才提供有力支撐。



此外，我們始終秉持依法合規的原則處理員工離職相關事宜，並通過與離職員工進行面談，深入了解其離職原因，以此為依據持續優化和提升人力資源管理水平。我們積極推進「活水計劃」，為有意嘗試新方向、新發展的員工提供內部轉崗機會，幫助他們在符合公司戰略的前提下，找到適合的新崗位，實現職業發展的平穩過渡。

幫扶弱勢群體

此外，美麗田園的眾多一線員工來自經濟欠發達地區。基於集團長期發展戰略以及「以人為本」的理念，我們不僅為他們提供工作崗位，還努力改善這一龐大群體的生活，提升他們的自我認同感與價值感。

我們致力於投入幫扶殘障人員，於本年度共為 33 名殘障人員提供穩定的工作崗位和公平的就業機會，同時確保他們享有社會保險等員工福利，展現了集團對社會弱勢群體的關懷與支持。未來，我們將繼續推動殘障人士就業，助力弱勢群體實現自我價值。

安全職場建設與違規處理機制

本集團對歧視、騷擾、霸凌或辱罵行為採取零容忍政策，致力於營造安全、尊重和公正的工作環境。我們鼓勵員工積極舉報相關問題，承諾對舉報保密並認真調查。對於違反平等機會政策的行為，將採取紀律處分，確保責任人受到相應的懲罰。涉及刑事犯罪的投訴將嚴肅處理，並配合法律程序。



3.2

薪酬體系與權利保障

本集團績效管理系統依據《美麗田園績效管理制度》執行，為定薪、晉昇、降級和淘汰等決策提供科學依據。該體系遵循五大原則：權責一致、兼顧公平、有效溝通、全員參與和持續改進。公司薪酬制度與工資標準，秉持對內公平、對外有競爭力的原則，依據不同職能和級別劃定績效表現定量評價體系，參考職務陞降、轉正、崗位變動、企業業績和個人表現與能力等因素，分為崗位工資、績效工資和津貼三部分，充分體現「能者多得」的理念。

此外，我們針對美容行業特點和集團商業模式，對一線關鍵崗位設置了公開、多維的薪酬結構，客戶經理、美療師等一線員工，可以線上隨時查看自己薪資構成、薪資分位和晉級差距，公開透明地了解職業發展方向和空間。另一方面，我們針對門店主任引入高績效訪談機制，開展 360 度訪談評價，通過多維度打分與綜合評估，由總部統一進行評級，旨在識別與儲備優秀管理人才，為主任及區域經理梯隊建設提供有力支撐。報告期內該項目共覆蓋重慶和深圳地區共計 713 名員工，進一步提升了人才管理的系統性與科學性。

員工意見反饋制度

集團建立並持續實施員工訪談制度，以系統化方式了解員工狀況並保障其申訴與表達權利。各人力資源負責人需對新員工、離職員工開展入離職訪談，並定期進行季度員工隨訪。通過多維度訪談機制，集團廣泛收集員工在工作內容、管理制度及職業發展等方面的意見與感受，持續優化相關管理舉措，提升員工滿意度與組織凝聚力。

為確保訪談成果有效落地，集團設立人力資源專題討論機制，針對訪談中發現的集中性和代表性問題進行梳理、反饋與改進，推動員工關切事項形成閉環管理，確保問題得到及時響應與解決。

● 美麗田園集團工會

集團持續運營總工會和婦女聯合會，各下屬單位根據職工人數和實際情況設立分工會或工會小組。工會和婦聯的設立，旨在加強組織建設，保障員工權益，促進性別平等與企業與員工的和諧關係，推動公司長遠發展。本年度，工會的工作重點集中於保障員工訴求反饋與處理，以及在勞動報酬、工作環境、職業安全、福利待遇等方面的權益。

此外，集團工會積極組織文體活動和外部培訓，參加地區工會的職工夜校、文化交流、讀書分享活動，並積極投入公益活動，詳情見「社會貢獻」章節。



3.3

美麗職場，活力文化

性別平等與多元包容是本集團人力資源管理與組織建設的重要原則。我們堅持在招聘、晉昇、培訓及薪酬管理等方面提供公平的發展機會，確保員工不因性別差異而受到不合理限制。與此同時，女性作為本集團員工隊伍的重要組成部分，其職業發展與權益保障具有特殊意義。本集團在美與健康行業背景下，支持女性成長不僅是履行社會責任的重要體現，也是提升組織韌性與治理水平的關鍵因素。

多元友好型職場

我們持續完善多元友好型職場支持體系，在集團辦公場所設立了「媽咪小屋」等設施，為哺乳期員工提供私密、安全的支持空間，完善母嬰關懷保障機制。通過制度建設與環境優化並行推進，我們努力營造尊重、包容、平等的職場氛圍，增強員工的歸屬感與穩定性。

● 生育友好崗實踐案例

為積極響應上海市「生育友好崗」就業模式試點工作要求，本集團結合員工實際需求，探索建立了生育友好用工機制，為處於育兒階段的員工提供更加靈活與包容的崗位選擇。報告期內，集團設置生育友好崗位，共吸納 73 名處於育兒期的女性員工以兼職形式參與工作，通過靈活排班、彈性工作時間等方式，支持其在兼顧家庭照護責任的同時持續實現職業發展。

女性領導力建設

本集團將性別平等與女性領導力建設列為長期發展目標，始終致力於為女性提供清晰的職業發展上升渠道。我們建立員工多元化制度，通過內部培養與選拔機制，為女性員工提供管理崗位成長路徑，強化領導力培訓與跨部門歷練機會，推動更多女性進入管理與決策層級。

● 女性領導力建設

本集團董事會秘書兼首席財務官周敏女士在 2025 海外上市公司首席財務官峰會暨 CFO 百強榜評選中榮獲「女性領導力 CFO」獎項。在集團任職期間，周敏女士主導並推動多項重大並購與整合項目，近十年累計參與近 30 起收並購交易。繼完成對奈瑞兒的戰略整合後，集團進一步推進產業整合佈局，強化行業協同能力。相關整合成果在經營表現上逐步顯現，奈瑞兒經調淨利率由收購前的 6.5% 提升至 10.5%，驗證了並購協同與運營優化的成效。



職業文化建設

本集團秉持「美與健康」的核心價值理念，致力於打造積極、包容及可持續發展的職場環境，持續推動企業文化與業務發展的深度融合。我們通過構建分層分類的企業文化建設模型，結合差異化賦能機制，不斷提升員工的文化認同感及職業發展能力，夯實企業長期發展的組織基礎。

分層分類的企業文化建設體系

本集團建立了系統化的企業文化建設模型，根據不同業務單元及品牌的發展階段與融合程度進行差異化賦能，分階段推進文化建設工作以逐步協調統一：



軟硬結合的文化管理機制

在企業文化落地過程中，本集團採用管理與影響相結合的方針，在推進文化統一的同時，堅持「求同存異」的原則，尊重不同品牌的發展特點，實現多元文化與集團文化的有機融合。



員工賦能與職業發展

本集團高度重視員工成長與職業發展，持續完善人才培養與賦能體系：

差異化賦能機制：
根據各業務單元及品牌的實際情況，提供針對性的培訓與支持，逐步推動與集團文化及管理體系的對齊；

職業發展體系：
通過系統化培訓、崗位發展通道及能力提升計劃，支持員工在專業技能與綜合素質方面持續進階；

文化驅動激勵機制：
結合評優與激勵體系，將企業價值觀融入員工日常行為與績效管理，推動文化落地見效。

通過上述舉措，本集團不斷優化職場環境，營造公平、開放及具有發展潛力的工作氛圍，促進員工與企業共同成長，進一步提升企業的可持續發展能力。

3.4

工作與生活平衡

本集團尊重員工身心健康，人力資源部門發佈《員工手冊》，規範員工權益並提供優越福利，倡導工作生活平衡。

假期與福利

在假期方面，集團提供法定及額外有薪假期，包括年休假、婚假、孕檢假、產假、陪產假、授乳假、喪假、探親假、生日假等。每年為部分核心員工購買補充醫療保險，承擔 95% 費用；每兩年為部分員工提供免費體檢。對於遭遇重大意外或健康問題的員工，集團本年度共組織進行 7 次幫扶慰問。

- 團建
- 新年開工禮
- 中秋節禮盒
- 端午節禮盒
- 週年慶活動
- 年度主任盛典
- 年度優秀員工頒獎
- 中國醫師節
- 新員工歡迎會
- 親子活動
- 交友聯誼
- 一對一的心理溝通輔導服務
- 飯費補貼
- 免費護理或美容產品
- 春節禮包
- 38 女神節活動
- 員工慰問
- 領袖峰會企業文化價值觀評選體系表彰
- 醫師節、護士節活動
- 餐補、通訊補貼

此外，我們時刻關注員工健康，並致力於提供舒適的辦公環境。

- 辦公區域設有茶水間、母嬰室，員工餐廳，更衣室，電話小亭，飲水機配置；
- 為辦公區衛生間進行升級，設立「後勤補給站」，提供應急必需品；
- 門店區域設置有員工間獨立更衣區餐飲區，並為保潔阿姨設置了保潔間；
- 關注辦公及門店的空氣質量，每季度空氣淨化和蟲害治理。



員工專屬心理健康平台

我們的員工專屬心理支持「知己平台」持續為員工提供心理健康支持，通過企業微信直達，向員工提供多元化心理健康服務。平台涵蓋心理測評、心理科普、心理課程及心理 FM 等內容，並為有需求的員工提供一對一心理諮詢服務通道，強化心理健康支持的可及性與私密性。



3.5

職業發展體系建設 六位一體數智化員工賦能體系

作為服務行業的公司，服務人員的專業能力是我們提升長久競爭力、保障服務質量穩定性的基礎。為此，本集團成立了人才發展委員會，由董事長和總裁牽頭，人力資源總監負責，構建了以企業大學為核心的系統化人才培養與發展體系，為管理團隊及一線員工持續儲備專業人才，支撐集團中長期發展規劃。

在制度層面，本集團施行《員工教育培訓制度》《培訓部規章制度》，並針對技術崗位與銷售崗位分別制定《班主任工作手冊》，相關制度明確學習目標、培訓任務及課程安排，幫助員工有序完成崗前及在崗培訓要求，確保專業能力與崗位職責相匹配。



數智化建設助力個人職業發展

本集團的人力資源管理通過六位一體數智化 HR 賦能體系生態，靈活運用小程序、微 Link、HR BI、AI 賦能、學習平台、EHR 系統相結合，有效提升人力資源管理效率，保障員工和公司雙向便捷解決查詢、服務、管理、統計等需求，智能化為員工就業和發展提供支持。



六位一體數智化員工賦能體系

學歷提升計劃

美麗田園與上海第二工業大學攜手推出學歷提升計劃，為員工搭建了一個提升學歷的平台，旨在通過這一合作項目，幫助員工提高個人教育水平，增強自身能力，從而更好地適應職場需求，實現個人職業發展和成長，為員工提供了全面的支持和指導，助力員工在職業生涯中取得更大的成功。

多渠道發展體系

雙通道職業發展體系

本集團圍繞「三美協同」（生活美容、醫療美容、醫療抗衰）商業模式，構建了「總部統籌 + 賦能中心紐帶 + BU 落地」的三級人才發展體系，以全層級、多維度的規劃覆蓋幹部、總部職能專業人才、一線服務人才，形成「選拔 - 培養 - 任用 - 考核 - 晉昇」的全流程閉環。另一方面，結合雙通道職業發展體系，本集團為員工提供管理和專業兩個晉昇序列，並按不同職能制度執行職業發展管理。多通道職業發展路徑，為員工提供多元化成長方向與晉昇空間，滿足不同崗位及發展階段的職業規劃需求。



「航海尋寶指南」項目

本集團以提升員工技能水平為宗旨，推出「航海尋寶指南」項目。航海計劃是一線門店各崗位各階段學習路徑圖，組織層面連鎖組織各崗位的人才複制，不同區域不同門店運營服務標準的一致；員工層面通過遊戲化的方式升級通關，完成每一級任務掌握各階段必備知識技能，支持在企業內不斷成長和發展。

	揚帆起航	激流勇進	乘風破浪
美療師	《42 天美療班》 《10 天提速版入職訓》 《0-1 個月帶教手冊》 《3 天文化之旅》	《線下短訓班》 《2-6 個月帶教手冊》 《會說又會做》	《技術監理門店帶教》
航海 尋寶 指南	《技術監理上崗訓》	《技術監理進修訓》	《技術監理技能突擊訓》
主任	《儲備主任琢玉計劃》	《目標管理》	《輔導下屬》
客戶 經理	《上崗培訓》 《帶教手冊》 《門店來了神秘的她》	《心動的方案（面部版）》 《新途閃耀》 《高效溝通》《SI53》	《C2 魔力之旅》 《心動的方案（身體版）》 《嗨客養成》

● 賽級專業促昇服務質量 ●

本年度，本集團舉辦「美力之星全國美療師 PK 賽」，以比賽為契機鼓勵員工自我提升，將員工成長與服務質量提升緊密結合。賽事覆蓋全國 100 多個城市，通過選拔優秀美療師並與隨機挑選的人員組成戰隊，角逐個人巔峰獎及團隊獎。賽場訓練讓美療師在面對顧客時能夠敏銳察覺輕微不適並即時響應，通過實戰檢驗和持續優化，賽級專業精神逐步融入每一次日常服務，推動整體服務體驗持續提升，實現職業發展與服務質量的雙向賦能。



完善且透明的晉昇機制

我們針對不同級別的員工設計了差異化的激勵方式，以充分激發員工的積極性和創造力。

- **一線員工：**建立了以績效為導向的綜合評估機制，評估維度包括工作表現、客戶滿意度等，表現卓越的員工將獲得獎金激勵，以此認可他們的貢獻並激發其工作熱情。
- **中層管理員工：**特別設立了區域員工持股平台，通過股權激勵的方式，將員工的個人利益與企業的長期發展深度綁定。這一機制不僅是對優秀員工的表彰，更是為了增強他們的歸屬感和責任感，推動區域業務的持續增長。
- **高層管理團隊：**我們已於 2024 年調整股份激勵計劃（詳見年報相關章節），進一步將管理團隊的利益與公司發展緊密結合。修改後的考核指標涵蓋未來三年的營業收入及利潤要求，旨在通過中長期激勵措施，鼓勵管理層為集團的持續運營和發展貢獻力量，同時建立管理層與股東價值共同成長的可持續發展機制。截至報告期末，本集團已對部分達成目標的激勵執行歸屬。

美麗田園各職能晉昇制度

《技術監理 & 區域技術委晉昇管理制度》

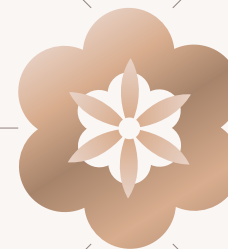
《美麗田園職能專業職級體系晉昇制度》

《美麗田園幹部發展通道與高層幹部晉昇制度》

《醫生職級體系晉階管理制度》

《美麗田園基層、中層幹部晉昇制度》

《美療師晉降級管理制度》



培訓體系賦能個人成長

我們努力構建為員工提供全職業週期需求支撐的系統化培訓體系。依託美田大學在專業、經驗、知識等多方面的資源優勢，我們的學習發展平台日趨成熟，在支持員工持續拓展專業視野，明確職業發展方向的同時，還可以為員工提供除校園教育之外的持續進修與能力提升的機會。通過這一系統化的培養，我們員工隊伍在行業人才競爭中展現出較強的專業優勢。

針對不同職能崗位，集團實施定制化培訓，通過實施重點學習項目，助力不同層級、不同職能崗位的員工提升技能，實現職業目標。結合各崗位的專業特點與技能需求，提供涵蓋產品知識、儀器使用及操作手法等內容的專項培訓。同時，為加強門店質量控制管理，集團每年推出多項新課程，並針對各類專項活動與執行方案組織配套培訓，保障相關工作的規範實施與順利推進。

報告期內，本集團憑借在人才培養體系建設方面的持續投入與創新實踐，榮獲「2024-2025 FUTURE 50 未來管理人才培養最佳實踐獎」和新報業集團《培訓》雜誌社人才發展優秀企業。

企業大學

美麗田園企業大學歸屬於集團人才發展中心，以「接戰略、貼業務、創價值」為部門使命，秉持為美與健康創造者賦能的理念，通過人才培養與人才梯隊建設，持續為集團的三大業務部門及職能中後台輸送能勝任工作、具備可持續發展潛力的優秀人才。

截至本報告期末

美田大學共開設

1,541 門

線上課程，覆蓋通用課程、業務和專業內容提升、微課堂等

● 領導力學院 ●

在人才發展委員會指導下，企業大學轉型中與集團戰略及人力資源策略緊密聯動，設立領導力學院與業務學院，以系統化培訓支撐戰略執行與能力提升。

領導力學院面向各層級幹部，構建分層分類培訓體系，聚焦戰略領導力、經營領導力及基石領導力，遵循四項原則：

戰略導向	內容聚焦	分層分類	持續優化
圍繞集團戰略關鍵主題，確保幹部理解並執行戰略。	涵蓋三大領導力，採用案例研討、沙盤模擬等方式提升實戰能力。	中高層側重戰略與經營，區域經理及門店主任等強化經營實踐。	建立標準化流程與工具，結合內部經驗與外部咨詢，推動試點、推廣與優化。

該體系顯著提升了幹部領導力、門店培訓效率及整體組織能力，為集團可持續發展和戰略執行提供了堅實人才支撐。



● 「玉系列幹部培養計劃」項目 ●

2025年12月獲得中歐商業在線 2024-2025 未來管理人才培養最佳實踐獎

● 美田賦能中心 ●

2025年12月獲得 培訓雜誌 2025 (第15屆) 人才發展菁英獎 - 組織類「培訓優秀企業」獎

3.6

職業健康與安全

場所安全制度

集團始終致力於為員工提供安全、健康的工作環境，嚴格依照《工傷保險條例》《工傷認定辦法》《職業病診斷與鑒定管理辦法》以及運營所在地的相關法律法規開展工作，並通過《員工手冊》《美療師培訓手冊》《醫療美容醫療管理制度彙編》規定內部職業衛生防護準則與應急事項的管理辦法。通過持續提升員工的職業安全意識，完善安全管理措施，確保各類工作場所符合安全規範，並建立應急響應機制，以有效應對突發情況。

集團制定了《消防安全管理制度》，統一規範各門店的消防管理要求，並對消防設施的使用及日常維護提供明確操作指引。所有門店在運營前需取得消防檢查許可；在運營期間，每兩個月進行一次消防安全檢查，涵蓋火警逃生通道佔用、消防設備位置適當和數量以及消防安全培訓記錄等。集團定期對門店消防安全管理表現進行評估，持續跟蹤潛在風險事項，並在全集團範圍內組織消防安全基礎知識培訓，強化員工安全意識與應急處置能力，確保門店運營符合消防安全規範。

針對工傷事故的處理，集團建立了規範化的工傷管理流程，確保員工在發生工傷後能第一時間獲得救治。集團為員工繳納的社會保險涵蓋因工傷產生的醫療費用，為員工提供必要的風險保障支持。

門店自檢自查

為強化門店合規運營管理，落實衛生健康、消防安全等相關監管要求，保障門店穩定運行，集團持續開展定期自檢自查工作。通過系統梳理門店管理中的潛在風險點，及時組織整改並進行結果公示，提升問題透明度與整改落实效率，確保各門店經營活動符合相關法律法規及行業規範。

門店培訓

本集團每年在集團辦公室及各門店組織消防培訓和演習，以加強員工的消防安全意識和應急處置能力。特別是在商業門店，每年組織一次全面的消防演習，所有商業內門店的員工必須參與。演習內容包括消防知識講解、滅火器使用培訓、緊急疏散和逃生技巧演練等。演習過程中，員工按預定疏散路線進行模擬火災情境中的快速反應與安全撤離操作。通過這些培訓與演習，員工掌握了滅火器的正確使用方法，並能夠有效應對火災突發事件，確保在緊急情況下有序進行疏散。



3.7

社會貢獻

美麗田園將促進社會共同富裕視為自身責任，在推動企業穩健發展的同時，積極投身社會回饋。我們與各運營地的政府部門、社區組織以及街道辦保持定期溝通，深入了解當地社區的需求以及集團運營對社區產生的影響。

社區支持

為弘揚中華傳統文化、倡導文明健康的生活方式，本集團積極支持並參與公司屬地的各類社區活動。

本年度，我們組織員工參與第三季度開展的八段錦交流活動，通過系統培訓和團隊參賽，提升員工身體素質與團隊協作能力。同時，本集團支持開展第三屆「愛在北外灘，情在白玉蘭」大型交友聯誼活動，助力拓展青年溝通渠道，滿足青年在交友與婚戀方面的需求，倡導文明健康的社會新風尚。

此外，本集團積極參與「北外灘最美麗人行」2026 中國坐標-上海虹口城市定向戶外挑戰賽等區域性大型活動。我們的員工踴躍報名參賽，在濱江沿線完成多條主題線路挑戰，在運動中感受城市文化與活力，展現了積極向上的精神風貌。

通過持續參與多元化社區活動，我們不斷深化與屬地社區的聯動，積極履行企業社會責任，在促進員工身心健康的同時，為推動區域文明建設與社會和諧發展貢獻力量。




投入公益事業

本集團始終秉持社會責任理念，持續開展面向社會的公益活動，積極關注弱勢群體與一線勞動者需求，以實際行動回饋社會，推動企業與社會的協同發展。

在婦聯組織的公益實踐中，集團於春節、中秋等重要節日開展定向慰問活動，重點關注孤寡老人及弱勢兒童群體，通過物資幫扶與情感關懷相結合的方式，切實改善其生活狀況。同時，在母親節、三八婦女節等節點開展各類主題活動，持續關注女性群體的身心健康與社會參與，強化企業在性別關懷方面的責任擔當。

此外，集團積極參與「學雷鋒」活動，倡導員工踐行志願服務精神，增強社會責任意識；並持續開展「夏送清涼、冬送溫暖」等公益行動，面向外賣騎手、街道清掃人員等戶外勞動者提供防暑降溫及禦寒物資支持，傳遞企業關懷，營造更加溫暖包容的社會氛圍。



A woman with dark hair, wearing a white long-sleeved dress, stands in a vast field of tall, pinkish-red grass. She is seen from the back, looking towards the horizon. The grass is dense and reaches up to her waist. The overall scene is serene and natural.

自然有序， 美與永續共生

04

- 氣候變化風險與機遇
- 資源與能源管理
- 排放物管理

4.1

氣候變化 風險與機遇

管治

本集團高度重視氣候變化對公司運營和長期發展的潛在影響。為確保有效應對氣候變化相關的風險和機遇，集團在 ESG 治理架構下設立氣候與 ESG 管理委員會，統一統籌氣候變化相關事務，並將其納入 ESG 事項的整體管理與監督框架。我們定期評估氣候變化對業務運營的潛在影響，每兩年一次在董事會會議中就氣候變化相關議題進行專題討論，同時審視相關目標的執行進展。

我們認識到，健全的管治是有效管理氣候相關風險的重要前提。為此，我們持續與第三方 ESG 顧問合作，將氣候風險納入企業風險管理體系之中，並通過 ESG 和氣候變化委員會每年檢討和調整氣候變化相關目標。本集團通過年度 ESG 報告向董事會及利益相關方披露各項指定關鍵績效指標的量化進展情況，以持續跟蹤與監督目標達成情況。

為提升董事會對氣候議題的認知與決策能力，本集團每兩年為董事會及管理層組織氣候相關培訓，確保其掌握最新氣候信息及監管趨勢，從而有效履行監督職責。未來，我們計劃於 2030 年前將 ESG 及氣候相關績效指標納入董事會薪酬政策，並制定具體實施方案，以進一步強化氣候管理與激勵機制的聯動。

策略與風險管理

考慮我們的業務屬性以及《香港氣候藍圖 2050》和中國「雙碳」目標，本集團已按短期（至 2028 年）、中期（至 2030 年）、長期（至 2050 年）對氣候相關風險和機遇進行識別，及根據這一時限劃分作出有關應對措施。這些氣候相關風險和機遇主要集中於有關政策的變化對集團合規和能源轉型帶來的影響。



種類	風險類型	氣候相關風險	對業務、財務及價值鏈的影響	影響時期	風險評級			應對策略及決策
					可能性	影響度	等級	
物理 風險	急性	台風、風暴和暴雨等極端天氣的頻率和嚴重程度增加	破壞電網、通信基礎設施或造成洪水，妨礙和傷害我們員工的工作，導致能力下降和生產率降低	●	中	低	低	<ul style="list-style-type: none"> 本集團在惡劣或極端天氣條件下採取了靈活的工作安排和預防措施，配合參加辦公場所和門店樓宇的突發環境事故演習
	慢性	持續高溫天氣	價值鏈上游產品生產成本上升、效率降低，高溫天氣造成物流時效降低或中斷，集團面臨與不履行和延遲履行有關的風險；消費者由於高溫天氣減少外出，影響集團收入；員工身體健康和工作效率受到影響，導致業務中斷、財務損失、員工受傷或資本投資增加	●	中	低	中	<ul style="list-style-type: none"> 選擇更符合低碳綠色屬性的供應商，建立長期穩定的合作關係；優化門店選址；為員工購買健康保險和年度體檢
		海平面上升	沿海地區門店建築和設備損毀，消費者搬遷造成客流量和營收下降	●	低	低	低	<ul style="list-style-type: none"> 門店選址將有關因素納入考量，同時關注防洪措施
轉型 風險	政策及法規	氣候變化有關監管披露愈發嚴格	集團未能遵守相關法律和法規（如香港交易所 ESG 指引）的風險增加，因而造成面臨法律或監管行動、業務中斷、聲譽和 / 或財務損失，亦可能造成資本投資和合規成本增加；價值鏈上游企業產品如不滿足相關要求可能影響集團採購進而影響服務正常提供	●	高	中	中	<ul style="list-style-type: none"> 定期監測與氣候有關的現有和新出現的趨勢、政策和法規，以避免因反應遲緩而導致成本增加、違規罰款或聲譽風險 聘請第三方 ESG 專業人士提供 ESG 報告服務，以確保集團 ESG 報告內容的質量和準確性，並遵守相關法規 定期與 ESG 專業人士會面，了解最新的 ESG 新聞和法規更新，以便及時採取適當措施
		採用清潔能源的要求	集團用能成本增加，獲取符合要求的能源難度增加	●	中	低	低	<ul style="list-style-type: none"> 門店選址將可再生能源來源納入考量
	技術	較低能耗的設備替代現有設備	現有設備提前報廢	●	低	低	低	<ul style="list-style-type: none"> 設備採購時將能耗水平納入考量
	市場	採購產品成本上漲	採購的產品成本上升，集團營運成本增加	●	低	中	中	<ul style="list-style-type: none"> 與供應商建立長期穩定的合作關係，集團財務預算中考慮採購產品上漲的風險
		消費者更加傾向低碳產品和服務	消費者偏好轉變，可能影響收入	●	低	低	低	<ul style="list-style-type: none"> 採購低碳環保的產品，將可持續理念融入品牌概念
	聲譽	利益相關者的期望越來越高	利益相關者對集團 ESG 表現的日益關注，集團面臨聲譽和 / 或財務損失，或資本投資和營銷成本增加	●	中	中	中	<ul style="list-style-type: none"> 線上線下宣傳集團的可持續發展投入，透過利益相關方參與工作，了解其對集團要求與觀點的變化，並於每年 ESG 報告中，作出對應內容的披露

● 中期 ● 長期

機遇類型	氣候相關機遇	對業務模式的影響	對價值鏈的影響
資源效率	環保產品及回收再利用	採購無害化妝品、選用循環利用的材料和包裝物	提高產品聲譽和市場競爭力
	減少用水量	降低營運成本，提升生產效率	提高產品競爭力
市場	善用公共部門獎勵辦法	投資節能技術和綠色設備，推動業務綠色轉型，滿足政府或有關部門獎勵機制	建立新的供貨渠道

截至報告年底，我們的業務營運和財務收入並無因氣候變化或極端天氣狀況而受到任何重大影響，我們正努力將氣候相關財務影響進行量化，於未來的報告期進行披露，此外，我們暫未將碳定價應用於內部決策當中。雖我們暫未於集團層面制定明確的轉型計劃，為踐行可持續發展理念，本集團計劃於 2028 年前實現在新建門店中全部應用節能燈具和節水龍頭，並在 2030 年之前將現有門店照明系統進行節能燈具更換，為此，我們的營運部門正按計劃推進並預留該項目未來的支出預算。

在評估氣候變化的風險和機遇時，我們採用了與最新氣候變化國際協議相一致的情景，包括聯合國政府間氣候變化專門委員會 (IPCC) 和央行與監管機構綠色金融網絡 (NGFS) 的不同情景數據。這些情景涵蓋了多種可

能的氣候變化路徑，包括不同的溫昇情景和溫室氣體排放情景，為我們識別和評估物理風險和轉型風險提供了科學依據。

我們所用的時間範圍與風險和機遇識別所用的劃分方式一致，以確保全面覆蓋不同時間節點的氣候相關風險和機遇，並與《香港氣候行動藍圖 2050》保持步調一致。本次評估於 2025 年進行，被評估的營運範圍覆蓋了集團下屬的所有直營門店，確保所有業務環節都納入評估和管理，從而全面了解公司業務模式和策略應對氣候變化的韌性。



種類	氣候相關風險	相關性與假設	IPCC AR6 的 SSP2-4.5 情景			IPCC AR6 的 SSP5-8.5 情景		
			風險價值			風險價值		
			2028	2030	2050	2028	2030	2050
物理風險	台風、風暴和暴雨等極端天氣的頻率和嚴重程度增加	極端天氣對集團和門店所在地的影響範圍和嚴重程度。	低	低	低	低	低	中低
	持續高溫天氣		低	低	低	低	低	
	海平面上升		低	低	低	低	低	

種類	氣候相關風險	相關性與假設	NGFS 的 2050 淨零排放			NGFS 政策維持現狀情景		
			預期風險價值			預期風險價值		
			2028	2030	2050	2028	2030	2050
轉型風險	清潔能源投入增加	評估政策要求導致清潔能源的供應對集團能源開支的影響。	低	中	中	低	低	中
	較低能耗的設備替代現有設備	考慮政策要求和減碳策略帶來的更換節能設備的必要性。	低	低	中	低	低	低
	採購產品成本上漲	預計碳排放要求造成採購的化妝品產品成本上漲，售價同樣隨之上浮，造成集團運營成本上升。	低	低	中	低	低	低

於物理風險方面，本集團業務主要分佈於一線及新一線城市，該等城市無論對雨水疏導、樓宇結構、通信基礎設施、電網設施均就極端天氣（如台風、風暴和暴雨）的影響韌性較高，因此，我們認為集團營運受到氣候變化的直接影響程度有限。而由於我們的業務性質使然，我們並未直接涉及生產製造及大量產品運輸，因此轉型風險的影響多以間接形式出現並受政策和整體市場情況影響為主，其不確定性較大，因此我們正隨時關注有關風險的變動趨勢，適時調整應對方案。

在面對氣候變化帶來的機遇時，我們積極識別並主動應對，以推動公司可持續發展和提升業務競爭力。我們還加強與供應商和合作夥伴的合作，共同推動供應鏈的綠色升級，推動環保產品的採購，並確保整個業務環節符合可持續發展標準。

在全球推動綠色低碳經濟的大背景下，消費者對可持續消費的理念認同加深，美容行業同樣面臨綠色轉型的重要契機，如何在提供優質服務的同時提升環保成效成為美容機構的重要課題。基於此，我們提出綠色低碳「揭榜掛帥」重點場景建設方案，以引領實現美容行業可持續發展的目標。

本項目通過以下先進實踐，入選 2026 年上海市虹口區綠色低碳「揭榜掛帥」重點場景解決方案。

- **門店綠色升級：**門店選址優先考慮具有綠色建築認證的商場或建築、門店裝修方案優選綠色建材、節能燈具、減少不必要的材料使用和高耗能電器。
- **綠色包裝：**與供應商合作，引入可再生材料及環保包裝的美容產品，推動綠色消費。
- **供應鏈協同：**加強與供應商的合作，引導其在生產過程中採納清潔生產、減少廢棄物生成等綠色實踐。
- **員工及客戶教育：**實施培訓和教育活動，提高員工的環保意識，並通過推廣環保回收、循環利用等活動影響客戶的消費行為。



指標及目標

截止至本報告期末，本集團的溫室氣體排放量¹情況如下所示。

	單位	2025 年	2024 年
範圍一	tCO ₂ e	35.22	33.96
範圍二	tCO ₂ e	9,966.50	7,707.20
範圍三	tCO ₂ e	1,276.68	655.77

在溫室氣體排放和氣候變化目標方面，我們承諾採取積極的措施，以減少企業運營對環境的影響，並為應對全球氣候變化作出貢獻。為了進一步應對氣候變化，我們的長期目標是實現淨零碳排放，響應有關政策號召在 2050 年前完成這一轉型。此外，我們還將積極支持供應鏈中的綠色轉型，要求供應商和合作夥伴採用

可持續的生產和運輸方式，確保整個價值鏈都在減少溫室氣體排放的努力中發揮作用。我們定期監測和評估目標的進展，並通過內部報告和外部披露，確保透明度，向利益相關者展示我們在應對氣候變化方面的承諾和實際行動。

附注：

¹ 上述指標的計算和統計依據，詳見本報告附錄批註。

4.2

資源與能源管理

美麗田園嚴格遵循《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國土壤污染防治法》《中華人民共和國水污染防治法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《排污許可管理條例》等法律法規，制定了一系列環境管理與節能減排措施。我們會依據業務實際情況，持續修訂和完善內部制度，保證各類污染物排放符合國家和地方標準。

本集團在辦公室和門店的管理上同步採取如下措施：

- 倡導無紙化辦公，推動使用電子文檔替代傳統紙質文件；
- 鼓勵快遞包裹的重複使用，採取可持續的包裝材料，以減少包裝物的浪費；
- 在辦公場所使用智能遠程插座，通過手機端應用遠程操控電源開關，實時監測電器的能耗情況；
- 倡導電源隨走隨關，行政部門以企業微信通知的形式提醒辦公區關燈時間，提醒最後離開辦公區域的員工隨手關燈；
- 辦公區域物業夜間巡視時檢查關燈情況以減少能源浪費。

於本報告期內，我們嚴格遵守相關法規，未出現任何環保相關違規情況。

環境目標	
類別	內容
範圍一、範圍二溫室氣體排放	• 與 2024 年基線相比，在 2030 年之前將範圍一和範圍二的溫室氣體排放強度降低 10%
總溫室氣體排放	• 於 2050 年之前實現碳中和
能源消耗	• 與 2024 年基線相比，在 2030 年之前將集團用電強度降低 10%
資源消耗	• 與 2024 年基線相比，在 2030 年之前將集團用水強度降低 10%
排放物管理	• 未來所有新購置公務用車均選用新能源車輛 • 繼續保持醫療廢物 100% 合規處理 • 與 2024 年基線相比，在 2030 年之前將集團總用紙量降低 10%
董事會薪酬	• 在 2030 年之前，將集團 ESG 與氣候變化相關績效指標納入高級管理層薪酬政策

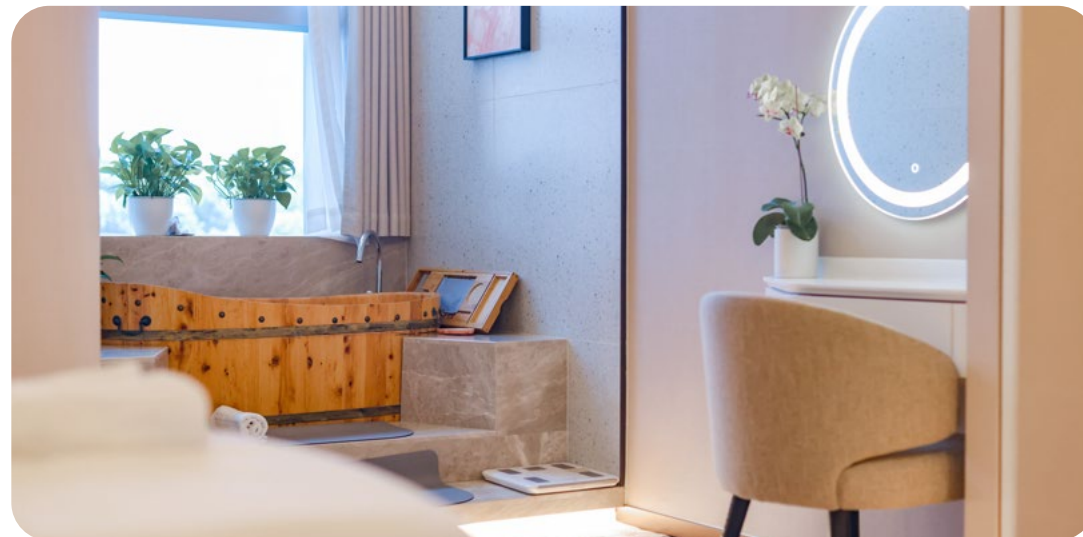
能源管理

本集團的能源主要集中於門店和辦公空間的電力消耗，為提高能源效率並降低碳排放，本集團當前採取了一系列的節能減排措施。

於本報告期內

本集團共使用電力約

18,783,454.17 千瓦時



自然資源管理

本集團高度重視資源管理與可持續利用，秉持節約、規範、可追溯的原則，對自然資源和能源使用進行系統化管理。通過建立資源使用數據管理機制、制定內部管理規範以及推動數字化監管手段，本集團能夠實時掌握水、電、原材料等關鍵資源的使用情況，確保資源高效利用和持續供應。

我們根據業務板塊特點，正逐步推動傳統紙質單據、紙質卡券向無紙化、電子化轉型，在門店端和辦公端同步推進資源管理進程，降低資源消耗強度的同時減少資源消耗和廢棄物產生。本年度，我們在內部辦公平台上線發票助手模塊，將費用報銷、合同付款等流程由傳統紙質單據轉為線上系統統一管理。通過科學管理和持

續改進，本集團致力於實現資源使用效率最大化，並推動企業運營對環境影響的最小化，為可持續發展奠定基礎。

本集團辦公室與門店用水均來自市政供水，且無生產過程導致的廢水排放。與醫療相關的廢水，均嚴格按照《感染管理制度彙編》中的有關要求進行專業的無害化處理後排放。為實現水資源高效利用，集團在日常運營中積極推行節水措施。通過思想引導和張貼節水倡導語，增強員工節水意識；辦公區和部分門店洗手間配備自動感應水龍頭，控制水流；同時配合物業定期檢查維護用水設施，降低水資源消耗，實現節水環保目標。

在本報告期內

集團在獲取水資源方面未遭遇任何問題，共使用水資源約

247,840.53 立方米

包裝物料管理

集團深知包裝物料管理對環境和可持續發展的重要性，致力於通過優化包裝策略和落實環保措施，降低資源消耗和廢棄物產生。我們的目標是逐步提高再生材料在包裝物中的佔比，為客戶提供更環保的選擇。

美容產品包裝是本集團主要的包裝物料，我們通過與供應商合作，探索創新包裝解決方案，減少資源浪費。在包裝設計中，優先採用環保設計和精簡原則，實行「大瓶計劃」，減少不必要的包裝材料使用；應用「1+3」包裝模式，以1個主包裝搭配3個替換裝的形式，減少重複包裝使用。在滿足產品使用需求的同時，該模式有效降低包裝材料消耗，減少資源使用量，推動包裝環節的減量化管理。

於本報告期內

本集團共使用

49,596.90 公斤的包裝材料¹



¹ 包裝物數據僅為直接採購的包裝物，暫時不含產品方（即供貨商）自帶包裝。

4.3

排放物管理

本集團核心業務是提供各類美容、保健和醫療美容服務與產品，故主要排放物類型來源於以下方面：



本集團一直按照相關規定處理排放物，並致力於減少於各業務營運所產生的廢棄物及排放，以達到降低環境污染、實現與生態共同發展的目的。

有鑒於本集團基本不涉及生產環節的業務性質，除溫室氣體排放外，不會產生大量污染物（如生產廢水、氨氮化合物、化學需氧量等）和廢棄物，所以暫時未制定相關排污目標。然而，本集團會持續監測排污情況，審視排放物管理政策的執行力度，必要時（如排污處理費在集團運營支出中佔一定比例），將制定有關排放目標。此外，在選擇供應商時，集團會優先考慮實施清潔生產的合作夥伴。

¹ 車輛廢氣的計算方法主要參考香港聯交所發佈的《環境關鍵績效指標匯報指引》作計算。



於本報告期內

本集團因使用車輛所產生的廢氣¹共約

17.72 千克

報告期內，本集團在業務運營過程中皆嚴格遵守各地方政府的環境法律法規，沒有涉及任何與排放相關並對本集團有重大影響的已確認違法、違規事件。

其中氮氧化物

16.30 千克

硫氧化物

0.21 千克

懸浮粒子

1.20 千克

醫療廢棄物管理

本集團在業務運營中不涉及使用有害或危險物質，也不會產生有毒有害及危險廢棄物。但在為顧客提供服務時，會涉及醫療美容業務產生的醫療廢物，如用過的一次性醫療用品和器材，像注射針、化妝棉以及其他傷口敷料等。

我們嚴格遵循《醫療廢物管理條例》《醫療衛生機構醫療廢物管理辦法》等相關法律法規，委託持有當地生態環境局頒發的《醫療廢物經營許可證》的第三方廢物處理公司，定期對醫療廢物進行收集、分類運輸與處置。同時，針對可能出現的突發事件，制定了相應應急預案。

為切實預防和控制醫療廢棄物對環境的潛在危害，本集團從合規處理、安全貯存和員工教育三個方面入手，構建起規範的管理體系。

合規處理



集團所有產生的醫療廢棄物都委託有資質的第三方進行合規處理，並且已簽訂了危廢處置協議，定期收集、分類運輸和進行處置。

安全貯存



醫療廢物一般於門店的存放時間不超過 48 小時，而門店亦按照規定分別置於防滲漏、防銳器穿透的專用包裝物與密閉的容器當中，貼有明顯警示標識並定期消毒和清潔暫時貯存設施。

員工教育



教導員工正確處理醫療廢棄物，提升相關操作員工的管理能力和知識水平，並不斷提醒員工於日常營運及療程過程中避免過度使用材料。

本集團定期指派法律職能部門的人員不時監察有關醫療廢物處置的指引的執行情況，確保上述措施有效執行。

¹ 醫療廢物均來自研源及秀可兒品牌提供醫療服務的門店。

於本
報告期內

本集團共產生
28,135.66 公斤的醫療廢物¹，
均由合資格的第三方廢物處理公司
所處置。



廢物廢水管理

本集團多數門店位於購物中心，日常運營中產生的廢紙、美容產品包裝物、廢燈管、廢碳粉盒和生活廢水等，由物業管理公司集中處理；新門店的建築垃圾由工程施工方負責處置。雖不直接參與廢物處理，但集團深知廢棄物管理的重要性，推行減量、分類回收和循環利用等措施，從源頭減少廢棄物，推動回收再利用，增強員工環保意識，降低環境影響。

例如，在與施工方簽訂合同時，添加文明施工條款，控制施工中的噪聲、粉塵和建築垃圾；策略發展部門定期巡檢工程進度，確保廢物處置措施落實到位。同時，按照物業管理要求，對門店廢物進行分類收集，投放至指定回收箱。

變廢為寶

奈瑞兒各門店為節約資源，將報廢毛巾改制為熱滾專用毛巾，避免採購新毛巾，減少新原材料採購和生產造成的資源消耗與污染，降低環境負面影響，延長產品使用壽命，減少更換頻率。毛巾僅在大面積破損時才報廢，進一步減少廢棄物，提升資源利用效率。

於本
報告期內

本集團共產生

9,234.70 公斤的無害廢物¹

排放密度為每萬元營業收入

0.03 公斤

均由合資格的第三方廢物處理公司所處置

¹ 現時所統計的無害廢物量數據主要為辦公室及門店所產生的廢紙。集團暫時未有對其餘無害廢物（如已用美容產品的包裝物、紙箱、購物袋等）數據進行統計，集團將與第三方討論各種有效及可行的數據統計方法，確保於未來的報告中能提供更完善的無害廢棄物數據。

綠色租賃

本集團上海總部辦公樓已通過 ISO 14001 環境管理體系認證及綠色建築 LEED 鉑金級認證。在門店選址時，我們同樣優先選取有綠色建築 LEED 認證的物業方。

報告
期內

本集團對北京國貿店進行煥新升級，使用自然、安全的材料打造親自然空間，持續為客戶提供高質量的體驗空間。

大自然對人類來說有著天然的吸引力，這也許是演化形成的本能。因此，我們的注意力天然就會往大自然傾斜。而當你將注意力轉移到大自然，能夠緩解緊張焦慮，心情自然就會放鬆。

——「壓力緩解理論」



關於本報告

本報告為美麗田園醫療健康產業有限公司（「美麗田園」「本集團」「本公司」或「我們」），股票代碼 2373.HK，發佈的環境、社會及管治（Environmental, Social and Governance, 「ESG」）報告，旨在分享 2025 年度本集團環境、社會及管治工作的管理理念、亮點實踐及年度績效。

報告範圍



本報告覆蓋 2025 年美麗田園醫療健康產業有限公司及其附屬公司，包括集團各地辦公室、品牌門店及培訓學校等，以及奈瑞兒的信息和數據。由於加盟店的日常營運未由我們進行管理，故未有包含於本報告範圍內。

報告期間



本報告披露時間範圍為 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日（下稱「本年度」或「報告期」）。

參考標準



本報告主要參照香港聯合交易所有限公司頒佈的《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄 C2《環境、社會及管治報告指引》（ESG 指引）以及國際財務報告準則 S2 號 — 氣候相關披露（IFRS S2）編制而成。

報告原則



重要性：我們持續與利益相關方溝通，定期檢視各個可持續發展範疇的重要性，進行重要性評估以釐定重要環境、社會及管治事宜，且評估結果獲董事會批准。

量化：本報告根據《指引》闡述了相關數據計算的標準和方法，以及相關假設，關鍵績效指標由解釋性說明補充，以在可行的情況下建立基準。

一致性：除另有指明外，本報告使用一致的方法編制及呈列環境、社會及管治數據。

平衡：我們委任外部可持續發展顧問準備報告，公正披露數據，描述 ESG 績效。

數據說明及可靠性保證



本報告的數據和案例主要來源於集團統計報告、內部文件等。集團承諾本報告不存在任何虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏，並對其內容真實性、準確性和完整性負責。

確認及批准



本報告經管理層確認後，於 2026 年 3 月 27 日獲董事會通過。

聯繫方式



集團十分重視各利益相關方及公眾對此報告的看法，如對此報告有任何查詢或建議，歡迎通過電子郵件 ir@beautyfarm.com.cn 與我們聯絡。



附錄

ESG 關鍵績效列表

環境績效數據匯總¹

ESG 指標	單位	2025 年	2024 年	
A1	排放物			
	排放物種類及相關排放數據			
A1.1	氮氧化物 (NO _x)	千克	16.30	15.72
	硫氧化物 (SO _x)	千克	0.21	0.21
	懸浮粒子 (PM)	千克	1.20	1.16
A1.3	有害廢棄物總量及密度			
	醫療廢物	公斤	28,135.66	30,399.65
	密度	公斤 / 萬元營業收入	0.09	0.12
A1.4	無害廢棄物總量及密度			
	無害廢棄物總量 ²	公斤	9,234.70	7,981.62
	密度	公斤 / 萬元營業收入	0.03	0.03
A2	資源使用			
	按類型劃分的直接及 / 或間接能源總耗量及密度			
	總能源消耗 ³	千瓦時	18,924,460.37	14,498,979.43
	密度	千瓦時 / 萬元營業收入	63.07	56.37
A2.1	直接能源消耗	千瓦時	141,006.19	135,955.23
	汽油	昇	14,549.67	14,028.49
	密度	昇 / 萬元營業收入	0.05	0.05
	間接能源消耗	千瓦時	18,783,454.17	14,363,024.20
	電力	千瓦時	18,783,454.17	14,363,024.20
	密度	千瓦時 / 萬元營業收入	62.60	55.84
A2.2	總耗水量及密度			
	耗水量	立方米	247,840.53	238,108.37
	密度	立方米 / 萬元營業收入	0.83	0.93

ESG 指標	單位	2025 年	2024 年	
	制成品所用包裝材料的總量			
	包裝物 ⁴	公斤	49,596.90	46,135.00
	密度	公斤 / 萬元營業收入	0.17	0.18
A2.5	氣候變化有關披露 ⁵			
	溫室氣體排放量 (範圍一) ⁶	噸二氧化碳當量	35.22	33.96
	溫室氣體排放量 (範圍二) ⁷	噸二氧化碳當量	9,966.50	7,707.20
	溫室氣體排放量 (範圍三) ⁸	噸二氧化碳當量	1,276.68	655.77

附注:

¹ 2025 年度全年環境關鍵績效指標數據收集範圍為集團各地辦公室、品牌門店及培訓學校，並不包含任何加盟店（而由於集團暫時未有對大部分環境數據定期進行收集統計，現時所披露的環境數據（除醫療廢物及廢紙張外）均以財務數據除以平均單價作統計）。

² 現時所統計的無害廢棄物數據主要為於辦公室及門店所產生的廢紙。集團暫時未有對其餘無害廢物（如已用美容產品的包裝物、紙箱、購物袋等）數據進行統計，集團將與第三方討論各種有效及可行的數據統計方法，確保於未來的報告中能提供更完善的無害廢棄物數據。

³ 能源總耗量包括汽油及外購電力等產生的能源消耗總量，其計算方法主要參考國家標準化管理委員會及國家市場監督管理總局所發佈的 GB/T 2589-2020《綜合能耗計算通則》，耗電量及其密度的上升，受到奈瑞兒合併報表的影響，並與門店儀器項目的增加、單次消耗增加及客流上升有關。

⁴ 包裝物數據僅為直接採購的包裝物，暫時不含產品方（即供貨商）自帶包裝。

⁵ 本集團的溫室氣體排放核算主要根據《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準（2004 年）》進行。

⁶ 本集團的範圍一溫室氣體排放主要來自於公務用車行駛所產生的直接二氧化碳排放，其排放因子來自綠色和可持續金融跨機構督導小組發佈的計算工具。

⁷ 本集團的範圍二溫室氣體排放主要來自於辦公及門店使用外購電力所產生的間接二氧化碳排放，其排放因子參考生態環境部、國家統計局發佈的《關於髮佈 2023 年電力二氧化碳排放因子的公告》。

⁸ 本集團的範圍三溫室氣體排放目前僅包括員工差旅部分，即商務相關活動的航班及陸路交通，其排放因子參考 DEFRA 2025。

社會績效數據匯總

ESG 指標		單位	2025 年	2024 年
僱傭及勞工常規				
B1	僱傭			
	員工總人數	人	5,343	5,609
B1.1 按性別、僱傭類型（如全職或兼職）、年齡組別及地區劃分的僱員總數				
性別	男性	人	282	302
	女性	人	5,061	5,307
僱傭類型	全職	人	5,190	5,345
	兼職 ¹	人	133	199
	退休返聘	人	20	65
	其他人員	人	0	0
年齡組別	20 歲以下	人	72	98
	20 歲 - 35 歲	人	3,368	3,493
	35 歲 - 50 歲	人	1,796	1,877
	50 歲以上	人	107	141
地區劃分	中國內地	人	5,339	5,607
	港澳台	人	2	1
	其他	人	2	1
B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率 ²				
性別	男性	%	24.82	22.19
	女性	%	25.25	15.90
年齡組別	20 歲以下	%	66.67	54.08
	20 歲 - 35 歲	%	28.71	17.43
	35 歲 - 50 歲	%	16.26	11.29
	50 歲以上	%	38.32	26.24

附注：

¹ 統計中由於實習生的工作模式考慮，將其納入兼職類目進行統計。

² 僱員流失比率 = 該類別流失人數 / 該類別別僱員總人數。

³ 受訓僱員百分比 = 該類別受訓人數 / 該類別別僱員總人數。

ESG 指標		單位	2025 年	2024 年
地區劃分	中國內地	%	25.23	16.21
	港澳台	%	50.00	100.00
	其他	%	0	100.00
B2 健康與安全				
B2	因工亡故的人數	人	0	0
	因工亡故的比率	%	0	0
	工傷次數	次	15	11
	因工傷損失工作日數	天	704	511
B3 發展及培訓				
B3.1 按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層）劃分的受訓僱員百分比 ³				
性別	男性	%	91	79
	女性	%	93	84
僱員類別	高級管理層	%	96	100
	中級管理層	%	67	86
	普通員工	%	95	83
	實習員工	%	70	100
B3.2 按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數 ^{4,5}				
性別	男性	小時	19.58	25.23
	女性	小時	23.89	38.50
僱員類別	高級管理層	小時	2.16	9.44
	中級管理層	小時	32.39	2.48
	普通員工	小時	17.89	33.06
	實習員工	小時	261.65	202.62

⁴ 僱員受訓的平均時數 = 該類別受訓時數 / 該類別別已受訓僱員總人數。

⁵ 本年度，培訓時長和參訓人員記錄範圍涵蓋已離職員工。

《環境、社會及管治報告指引》 指標索引

ESG 指標		單位	2025 年	2024 年
營運慣例				
B5	供應鏈管理			
	按地區劃分的供應商數目			
	中國	家	368	243
B5.1	亞洲 (中國除外)	家	3	3
	歐洲	家	8	6
	美洲	家	1	0
B6	產品責任			
	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比			
B6.1	因安全理由而須回收的百分比	%	0	0
	接獲關於產品及服務的投訴數目			
B6.2	接獲投訴 / 有效投訴	起	6,975/2,952	8404/2739
B7	反貪污			
	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目			
B7.1	對發行人提出並已審結的貪污訴訟案件	起	0	0
	對僱員提出並已審結的貪污訴訟案件	起	0	0

披露指標	對應章節
環境	
A1: 排放物	
一般披露	
A1.1 排放物種類及相關排放資料。	
A1.2 [於 2025 年 1 月 1 日刪除]	
A1.3 所產生有害廢棄物總量及密度。	自然有序, 美麗與永續共生環境績效數據匯總
A1.4 所產生無害廢棄物總量及密度。	
A1.5 描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	
A1.6 描述處理有害及無害廢棄物的方法, 及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	
A2: 資源使用	
一般披露	
A2.1 按類型劃分的直接及 / 或間接能源 (如電、氣或油) 總耗量及密度。	
A2.2 總耗水量及密度。	環境績效數據匯總
A2.3 描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	
A2.4 描述求取適用水源上可有任何問題, 以及提升用水效益計劃及所得成果。	
A2.5 制成品所用包裝材料的總量及每生產單位佔量。	
A3: 環境及天然資源	
一般披露	
A3.1 描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	自然有序, 美麗與永續共生

披露指標	對應章節
社會	
B1: 僱傭	
一般披露	
B1.1 按性別、僱傭類型、年齡組成及地區劃分的僱員總數。	與美同行，以人為本 社會績效數據匯總
B1.2 按性別、年齡組成及地區劃分的僱員流失比率。	
B2: 健康與安全	
一般披露	
B2.1 過去三年（包括匯報年度）因工作關係而死亡的人數及比率。	與美同行，以人為本 社會績效數據匯總
B2.2 因工傷損失工作日數。	
B2.3 描述所採納的職業健康及安全措施，以及相關執行及監察方法。	
B3: 發展及培訓	
一般披露	
B3.1 按性別及僱員類型劃分的受訓僱員百分比。	與美同行，以人為本 社會績效數據匯總
B3.2 按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	
B4: 勞工準則	
一般披露	
B4.1 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	與美同行，以人為本
B4.2 描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	
B5: 供應鏈管理	
一般披露	
B5.1 按地區劃分的供貨商數目。	供應鏈管理 社會績效數據匯總
B5.2 描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	
B5.3 描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	
B5.4 描述在揀選供貨商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及有關慣例的執行及監察方法。	

披露指標	對應章節
B6: 產品責任	
一般披露	
B6.1 已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而需回收的百分比。	美而有度，守護責任與信賴 社會績效數據匯總
B6.2 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	
B6.3 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	
B6.4 描述質量檢定過程及產品回收程序。	
B6.5 描述消費者數量保障及私隱政策、以及相關執行及監察方法。	
B7: 反貪污	
一般披露	
B7.1 於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	美麗使命，匠心管治
B7.2 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	
B7.3 描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	
B8: 社區	
社區投資	
B8.1 專註貢獻範疇（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）。	與美同行，以人為本 社會績效數據匯總
B8.2 在專註範疇所動用資源。	
氣候相關披露	
氣候相關披露	
自然有序，美麗與永續共生 環境績效數據匯總	

