

2024



環境、社會及管治報告

巨子生物控股有限公司（股份代號：02367.HK）

Giant Biogene Holding Co., Ltd



關於本報告

巨子生物（以下簡稱「本公司」）欣然提呈2024年度環境、社會及管治（以下簡稱「ESG」）報告（以下簡稱「ESG報告」），以向各利益相關方如實披露本公司及其附屬公司及綜合聯署實體（以下簡稱「巨子生物」「本集團」「我們」）於ESG方面的治理架構、管理制度、實踐舉措與績效表現。

報告範圍及邊界

本報告涵蓋2024年1月1日至2024年12月31日（即「報告期」）本集團的ESG的工作，部分信息追溯以往年度。本報告中提供之政策及數據涵蓋本公司總部及附屬公司，報告範圍口徑與2024年年報一致。

編製依據

本報告遵循香港聯合交易所有限公司（以下簡稱「香港聯交所」）《主板上市規則》附錄C2（原附錄二十七）《環境、社會及管治報告指引》（以下簡稱「ESG報告指引」）進行編製。

本報告遵循重要性、量化、一致性等匯報原則，按照識別和排列重要的利益相關方及ESG相關重要議題、決定ESG報告的界限、收集相關材料和數據、根據資料編製報告和對報告中的資料進行檢視等步驟進行編製。

| 重要性 |

本報告就本公司董事會釐定的對投資者及其他利益相關方產生重大影響的ESG議題進行匯報。巨子生物2024年ESG重大性議題識別過程及結果請參閱1.2.2「利益相關方溝通」及1.2.3「ESG重大性議題」小節。

| 量化 |

本報告披露了在ESG領域的相關量化數據、統計及計算採用的標準與方法，同時針對量化數據予以文字闡釋。巨子生物2024年ESG量化數據請參閱各章節對應部分。

| 一致性 |

除非另有說明，本公司將於每一報告期採用一致的披露統計方法。

資料來源及可靠性保證

本報告的數據和案例主要來源於本公司統計報告和相關文件。公司董事會承諾本報告不存在任何虛假記載、誤導性陳述，並對其內容真實性、準確性和完整性負責。

報告語言及形式

本報告設有中英文版，並以電子版形式供參閱。如想了解更多關於巨子生物的背景、業務發展和可持續發展理念，歡迎瀏覽巨子生物投資者關係官方網站。

確認及批准

本報告經管理層確認後，於2025年3月26日獲董事會通過。

回應本報告

我們十分重視利益相關方的意見，歡迎大家通過以下聯絡方式與我們聯繫。您的意見將幫助我們進一步完善ESG報告披露以及提升我們的ESG表現。

✉ 郵箱：ir@xajuzi.com

CONTENTS

目錄

關於本報告	01
董事長致辭	06
關於我們	07
獎項榮譽	09
附錄一 香港聯交所附錄C2內容索引	93

01 責任治理 構築管理基石

公司治理	13
治理架構	13
ESG治理	14
ESG管治架構	14
利益相關方溝通	15
ESG重大性議題	17
合規經營	19
風險管理	19
商業道德管理	20

02 創新研發 鑄就匠心品質

質量管理	25
質量管理體系	25
質量管理行動	29
質量文化建設	34
產品研發	37
研發體系建設	37
創新成果	39
知識產權保護	40
供應鏈管理	43
供應商管理	43
供應商合作	45
可持續供應鏈	46

03 服務先行 保障客戶權益

客戶服務	49
責任營銷	53
隱私保護	55

04 綠色經營 實現高質發展

環境管理	59
排放物管理	61
廢水管理	61
廢氣管理	62
廢棄物管理	63
資源管理	65
能源管理	65
資源使用	67
應對氣候變化	70

05 人才保障 打造卓越職場

員工僱用	73
權益與福利	76
薪酬與福利	76
員工關懷	78
安全與健康	80
安全生產管理	80
員工健康支持	82
培訓與發展	83
員工培訓	83
員工發展	86

06 回饋社區，展現責任擔當

社會公益	89
行業發展	91



G I A N T
B I O G E N E

嚴建亞

巨子生物控股有限公司
董事會主席、執行董事兼首席執行官

董事長致辭

腳踏實地，行穩致遠。在時代的浪潮中，沒有一家企業能孤立前行。我們深知，企業永續發展之道，絕非單純聚焦經濟價值創造，而是需在環境、社會和治理的平衡中踐行責任，與各方攜手編織互利共生的未來。2024年，我們堅守「生物科技服務美麗與健康」的使命，將ESG理念全方位、深層次融入企業發展，榮登「2024年度Wind中國上市公司ESG最佳實踐100強」，榮膺「ESG綜合治理標杆企業」、「新時代陝西希望工程愛心單位」等殊榮，以實際行動詮釋對長期主義的執着追求。

強基固本，築牢可持續發展根基。我們持續完善ESG治理，搭建了由董事會作為最高決策機構的三級ESG管治架構，明確職責分工、強化協同執行，不斷深化利益相關方溝通機製，及時回應多元訴求。我們結合行業特點與企業戰略，識別ESG重大議題，並依此科學規劃工作重點，有序推進。我們始終堅守依法合規、廉潔經營的底線，設立三道風險防禦機製，築牢企業發展的「安全線」。在商業道德管理上秉持「零容忍」原則，通過定期培訓、文化宣貫等舉措，全力營造風清氣正的企業氛圍。

創新為，驅動全鏈路價值升級。我們堅持將可持續理念貫穿產品研發、生產、服務的各個環節。我們持續加大研發投入，在技術創新與產品口碑上穩步精進，推出眾多深受市場與消費者認可的優質產品。我們全面完善質量管理體系，進一步強化質量管理總經理負責製，新增多項質量管理體系認證，榮獲多項國家級與省市級質量殊榮，並通過內部培訓、質量月、安全宣傳周等活動，營造質量文化氛圍。我們高度重視供應鏈管理，着力打造合規規範、綠色可持續、穩定的供應鏈。

誠信為本，構建安心消費生態。我們主動發起「巨子315透明承諾」，提供產品功效的科學依據，以身作則推進行業自律；我們嚴格落實責任營銷，建立內容審核機製，確保信息發佈的規範性；我們不斷優化客戶服務流程，切實提升客戶服務質量，以更高標準打造消費者滿意體驗；我們上線「巨子盾」防偽小程序，精準溯源產品真偽，切實保障消費者權益。

責任為帆，共推行業正向發展。我們始終以實際行動積極履行社會責任。我們在知識普及、愛心捐贈、志願服務等公益事業上持續深耕，回饋社會各界。我們積極發揮引領作用，通過牽頭製定團體標準，主辦並參與多項學術活動等，致力於打造規範化、專業化、可持續的行業生態。我們踐行環保理念，通過產品替換裝的推廣以及產品空瓶回收等舉措，減少產品碳足跡。我們關愛員工成長，不斷豐富培訓體系，提升員工福祉保障，以多元化活動增強員工歸屬感與幸福感。

過去一年，我們取得的每一項成績都離不開各方的鼎力相助。在此，向每一位股東、供應商、合作伙伴以及廣大消費者們致以誠摯的感謝！我們相信：真正的可持續，是讓生物科技的溫度穿透實驗室的邊界，讓技術進步、民生需求以及生態保護和諧共生。唯有將企業發展融入人類對美好生活的追求，與時代攜手並進、與社會同頻共振，才能走得更遠、更穩。我們始終致力於將可持續發展理念融入企業發展全生命週期，為廣大消費者帶來更多卓越產品與優質服務，為經濟、社會、環境的可持續發展做出新的貢獻。



關於我們

巨子生物（02367.HK）成立於2000年，位於西安高新區，是一家立足科技美學的高科技企業，是中國基於生物活性成分的專業皮膚護理行業的領軍者。

2022年11月4日，公司成功在香港交所主板上市，成為中國「重組膠原蛋白第一股」。報告期內，市場調研機構歐睿國際認證公司為「全球重組膠原蛋白領導者」。公司利用專有的合成生物學技術設計、研發及生產如重組膠原蛋白、稀有人參皂苷及其他生物活性成分，聚焦功效性護膚品、醫療器械、功能性食品及特殊醫學用途配方食品三大產業方向，以「生物科技服務美麗與健康」為使命，秉承對自然美麗和健康的創新技術及產品研發的不懈追求，致力於將技術從實驗室帶入生活，成為中國美麗與健康領域的領先企業。

公司藉助專有的合成生物學技術平台自主研發和生

產多種類型的重組膠原蛋白和多種稀有人參皂苷，截至報告期末擁有167項專利及專利申請。

公司的重組膠原蛋白技術在中國獲得行業內首個專利授權，並在2013年和2016年分別獲得國家技術發明獎二等獎和中國專利金獎，巨子生物也成為中國首家擁有重組膠原蛋白規模製備技術及將之用於醫療器械行業的公司。公司多次獲得「西安市民營企業100強」的榮譽，公司於2015年獲批「博士後科研工作站」、2018年獲批「西安市院士專家工作站」，2020年獲「高新技術企業」稱號，2021年獲批「博士後創新基地」，2021年獲「西安市技術創新示範企業」、2021年獲「西安市質量標杆企業」等榮譽，並在2021年入駐國家皮膚與免疫疾病臨床醫學研究中心科創與轉化基地。

公司深耕膠原蛋白市場，是中國基於生物活性物質

的專業皮膚護理產品行業的領軍者。截至報告期末，公司的產品組合共有超過140項SKU，涵蓋功能性護膚品、醫用敷料和功能性食品的六大主要品牌，即可復美、可麗金、可預、利妍、欣苷及參苷。公司先後獲得國家重點新產品、陝西省名牌產品、陝西省著名商標、西安市名牌產品、西安市著名商標等多項榮譽，被評為最具競爭力品牌、消費者最喜愛品牌、行業先鋒品牌等稱號。在醫療器械領域，已獲批多個II類醫療器械註冊證，在促進創面癒合、緩解皮膚炎症、輔助治療溼疹、抑制疤痕形成、緩解過敏性鼻炎等方面臨床療效顯著。

在市場營銷方面，公司採用「醫療機構+大眾消費者」的雙軌銷售策略，我們的產品已經銷售和經銷至中國約1,700家公立醫院、約3,000傢私立醫院和診所以及超130,000個連鎖藥房門店，我們面嚮大眾市場的經銷網絡覆蓋個人消費者以及屈臣氏、

麗、調色師、Ole'、華聯集團及盒馬鮮生等化妝品連鎖店及連鎖超市的約6,000家中國門店。報告期內，可復美全國首家品牌旗艦店於重慶萬象城開業，可復美品牌體驗店入駐CDF三亞國際免稅城，可復美成為首個進入香港萬寧的國貨美妝品牌，致力於為廣大線下消費者提供更好的體驗。截至報告期末，可復美已在西安、重慶、成都、三亞等重點城市的購物中心開設約18家門店，涵蓋旗艦店、標準店等不同店型，持續打磨線下場景運營。同時通過天貓、京東、抖音等電商及社交媒體平台進行產品營銷推廣和品牌建設，實現了多媒介、多層次覆蓋目標消費者羣體的戰略規劃。

獎項榮譽



01 責任治理 構築管理基石



公司治理

巨子生物堅持可持續發展戰略，董事會作為ESG工作的最高領導機構，全面負責監督ESG事宜。同時，董事會嚴格按照聯交所《主板上市規則》附錄C2 ESG報告指引等相關要求，製定公司ESG管理方針及策略，並將最新的監管要求融入ESG日常管理工作中。

我們積極參與利益相關方溝通，參與ESG議題識別、ESG重要性分析與排序，並依此指導ESG管理和ESG信息披露工作的開展。報告期內，董事會依據巨子生物所在行業的發展動態及利益相關方的反饋，評估並判定了公司的環境、氣候及社會相關風險和機會。

為有效開展ESG工作，公司董事會下設公司管治委員會，負責定期向董事會就ESG相關事宜進行匯報。我們亦設定了ESG工作目標，涵蓋三廢排放、溫室氣體排放、能源使用、質量安全等ESG績效指標。公司董事會定期檢討ESG目標達成進度，將其作為關鍵績效指標的一部分，並就需要改善的指標給予相關行動建議。

治理架構

巨子生物構建了良好的公司治理架構，以提高公司經營和決策的透明度、公正性和穩定性，保護股東和利益相關者的利益。

公司董事會負責公司的管理、運營、戰略方向等工作，為公司發展做出重大決策，授權管理層展開公司日常經營並加以監督。董事會下設四個專門委員會，包括審核委員會、薪酬委員會、提名委員會和公司管治委員會等。

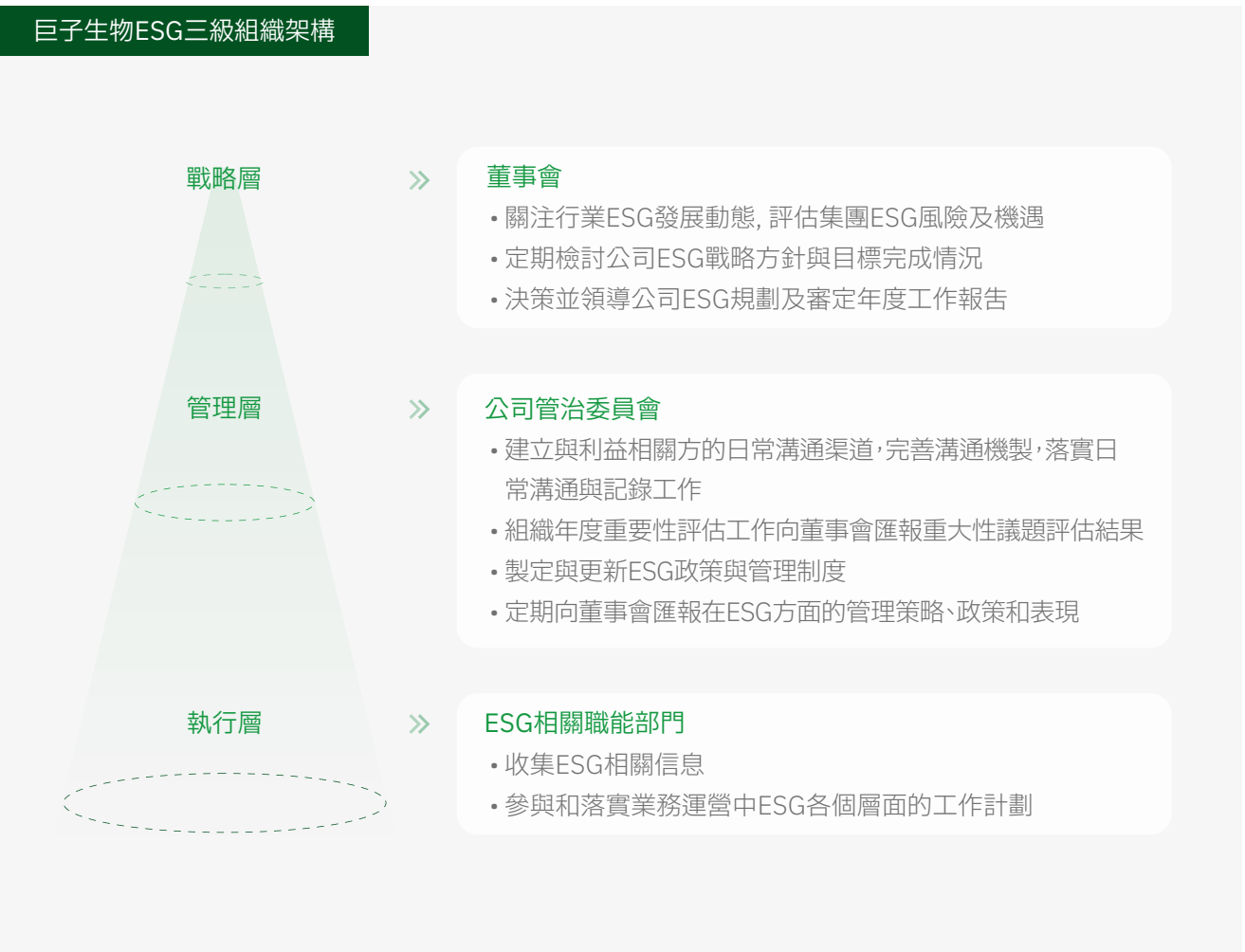


ESG治理

ESG管治架構

巨子生物致力於將技術從實驗室帶入生活，依託核心科學技術，在日常運營中持續重視並貫徹融入可持續發展理念，努力成為中國美麗與健康領域的領先企業，為利益相關方帶去美好體驗和價值貢獻。

公司建立了覆蓋全公司的ESG治理組織架構，確保ESG工作的順利和高效推進、ESG理念的傳遞和貫徹落實。公司董事會作為決策層，總領全公司的可持續發展工作，製定戰略規劃和發展目標。下屬的公司管治委員會負責具體ESG工作的部署，定期回顧並向董事會匯報。ESG相關職能部門單位組成執行團隊，負責日常ESG工作的落地實施。自上而下的三級架構使得公司的ESG工作成效能得到保障，為公司的長期發展提供有力基礎。



利益相關方溝通

公司高度重視利益相關方的期望，通過與各利益相關方的常態化溝通，收集來自各方的意見建議，及時做出調整，以責任實踐回應期望訴求，獲得各利益相關方的認可信賴與支持。

我們建立了有效的溝通機製，對利益相關方所關注的議題與建議作出針對性回應，並納入集團ESG管治和決策過程中。



建立有效溝通機製



* 圖片由AI生成

利益相關方識別	關注的議題	溝通回應方式
政府/監管機構	• 合規運營 • 商業道德 • 排放物管理 • 能源使用與資源管理 • 危險化學品管理 • 風險管理 • 員工福利與保障	• 政策指示 • 工作匯報 • 信息報送 • 現場視察 • 電話溝通
股東及投資者	• 合規運營 • 風險管理 • 商業道德 • 氣候變化	• 股東大會 • 業績說明會 • 投資者交流會 • 調研路演 • 上市公司信息披露 • 電話及郵件溝通
客戶	• 產品質量與安全 • 數據安全與隱私保護 • 客戶服務 • 合規運營 • 責任營銷	• 客戶拜訪 • 全國客服熱線 • 客戶滿意度調查
集團員工	• 包容平等與多元 • 員工福利與保障 • 職業健康與安全 • 員工培訓與發展	• 現場走訪 • 員工活動 • 員工滿意度調查
供應商和合作伙伴	• 供應鏈管理 • 產品質量與安全 • 知識產權管理 • 商業道德	• 招標會議 • 調研走訪 • 交流合作 • 行業論壇
環境	• 氣候變化 • 危險化學品管理 • 實驗倫理道德 • 排放物管理	• 落實環境政策 • 環境信息披露
社區公衆	• 社區公益 • 排放物管理 • 能源使用與資源管理	• 社區投資 • 志願服務 • 社區活動

ESG重大性議題

報告期內巨子生物開展了重大性議題識別工作。

我們充分聽取各利益相關方的意見，開展內部訪談，參考聯交所指引及對標同行公司披露的議題情況進行綜合分析。

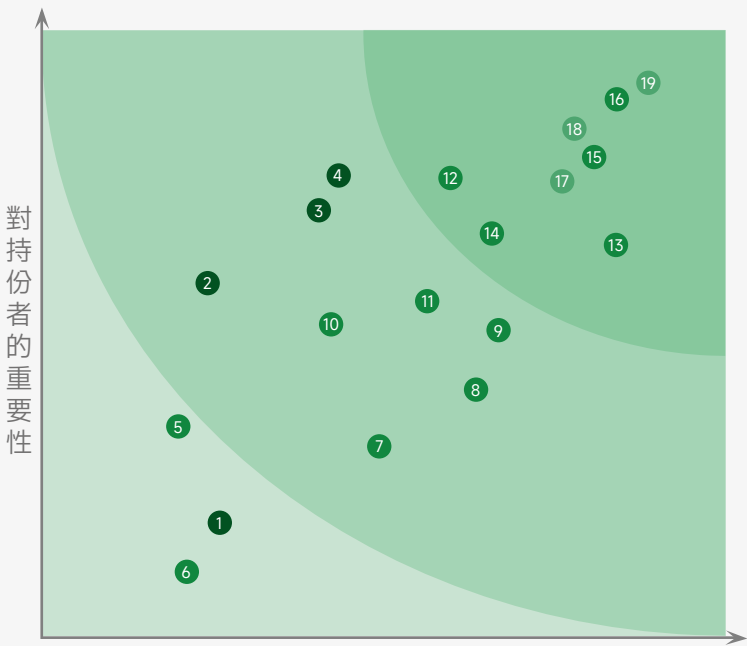
2024年，巨子生物共識別出重大性議題19項，其中高度重要性議題8項，中度重要性議題8項，以及一般重要性議題3項。



報告期內，巨子生物共識別出重大性議題19項

高度重要性議題	中度重要性議題	一般重要性議題
8項	8項	3項

巨子生物重大性議題識別



- 高度重要
- 中度重要
- 一般重要

- 環境議題
 - 1.危險化學品管理
 - 2.氣候變化
 - 3.能源使用與資源管理
 - 4.排放物管理
- 社會議題
 - 5.社區公益
 - 6.實驗倫理道德
 - 7.供應鏈管理
 - 8.知識產權管理
 - 9.包容平等與多元
 - 10.數據安全與隱私保護
 - 11.職業健康與安全
 - 12.員工福利與保障
 - 13.責任營銷
 - 14.員工培訓與發展
 - 15.客戶服務
 - 16.產品質量與安全
- 管治議題
 - 17.商業道德
 - 18.風險管理
 - 19.合規運營

合規經營

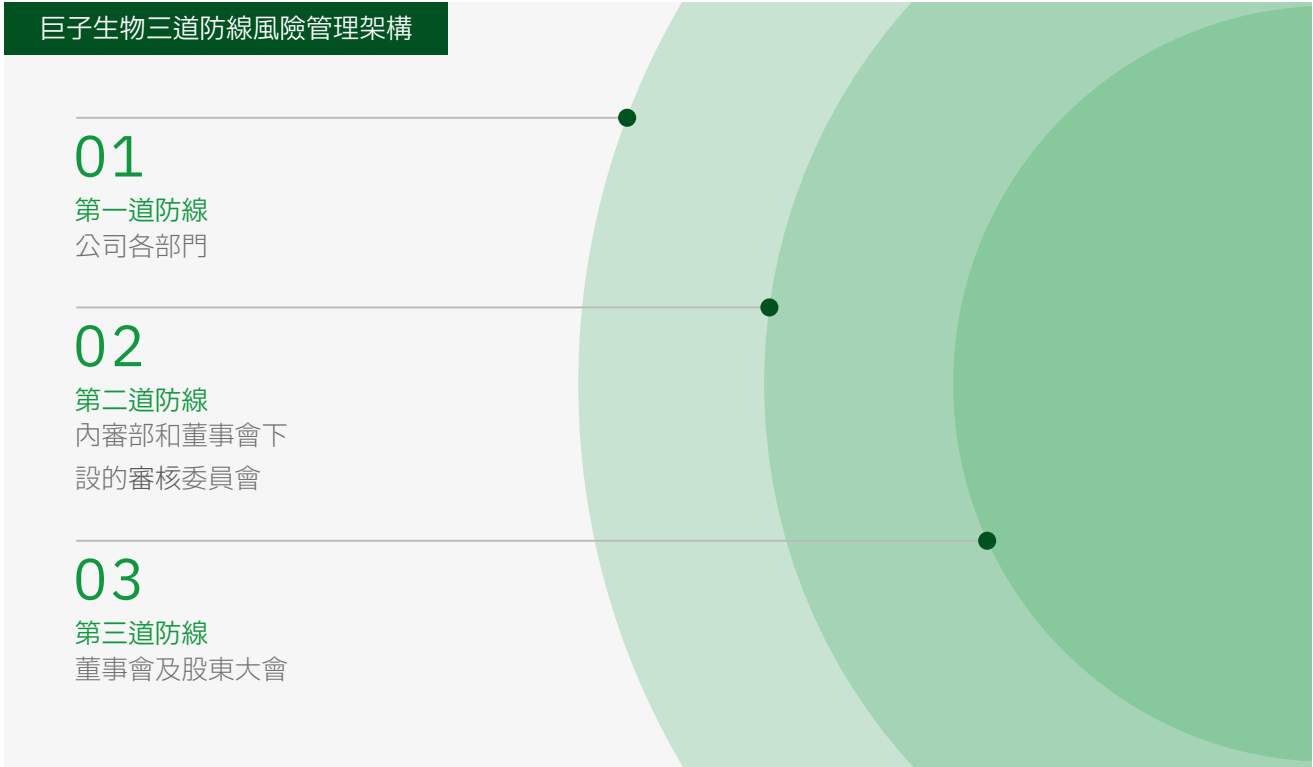
風險管理

巨子生物重視提高公司抗風險能力，保護公司資產和利益並避免損失，對各類風險進行有效管理，提高公司的經營效率和競爭力，從而促進公司的可持續發展。

巨子生物目前製定了《企業風險管理制度》《用印管理》《資金管理制度》《內部控制制度》《合規管理製度》等內部制度，搭建較為完備的企業風險管理制度。此外，我們按照聯交所規則要求，對公司內控制度進行完善和優化。

在實際工作中，我們設立了風險應對的三道防線機製：公司各部門為風險管理第一道防線，內審部和董事會下設的審核委員會為風險管理第二道防線，董事會及股東大會為風險管理第三道防線。

報告期內，公司按照相關制度要求開展風險管理工作，尤其重視經營決策、法律法規、財務安全、資產安全等風險進行及時識別、判斷和處理，各有關部門通過日常工作分析、定期安全檢查清單、重點項目後果分析等方式全方位評估風險因素。內審負責人帶領團隊開展內審工作，識別並改進內部管控方面的問題，並向審核委員會進行匯報。



商業道德管理

巨子生物致力於踐行高標準嚴要求的道德誠信和反貪腐的商業慣例，絕不容忍姑息貪腐行為，從制度和實踐雙重維度加強對貪腐行為的管控，嚴禁出現任何形式的賄賂和腐敗行為。

公司嚴格遵守《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國反洗錢法》及《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》《關於辦理商業賄賂刑事案件適用法律若干問題的意見》等相關法律法規，同時製定了《反舞弊與舉報制度》等行為準則，強化反貪污反舞弊管理機製建設。報告期內，公司下發《巨子生物員工廉潔自律制度》，加強員工職業道德教育，杜絕僥倖心理，嚴守紀律紅線。報告期內，本集團未發生貪污賄賂相關案件。

公司建立了自上而下的反舞弊管理架構，從董事會和審核委員會層面健全相關機製、負責持續監督反舞弊工作、建設反舞弊文化氛圍，管理層和內部舉報管理領導小組具體建立健全內控機製、推進反舞弊和舉報處理工作，各中心及人事行政部及財務部負責自查自糾、配合落地反舞弊工作。

對於員工舞弊行為將根據嚴重程度予以處罰，包括但不限於口頭警告、書面警告、繳回錢款、解除勞動合同、行政處罰、移交司法機關處理等。



02 創新研發 鑄就匠心品質

* 圖片由AI生成

質量管理

巨子生物秉承「真誠、善意、極緻、創新」的開發理念，致力於將生物科技應用於美麗與健康領域，為消費者帶去更好的體驗。我們構建了完備的產品質量管理體系，通過日常質量管理工作體系化和內部建設質量安全文化，保障產品品質和消費者權益。我們重視產品研發，構建科學的研發體系，組建經驗豐富的研發團隊，並注重對知識產權的保護。我們持續加強對供應鏈的管理，注重供應鏈的合規、綠色可持續，與供應商共同發展。

質量管理體系

巨子生物重視產品質量管理，始終將產品質量和安全作為企業發展的基石之一。依據我們的不同產品類型，我們適用並遵循不同的法律法規。

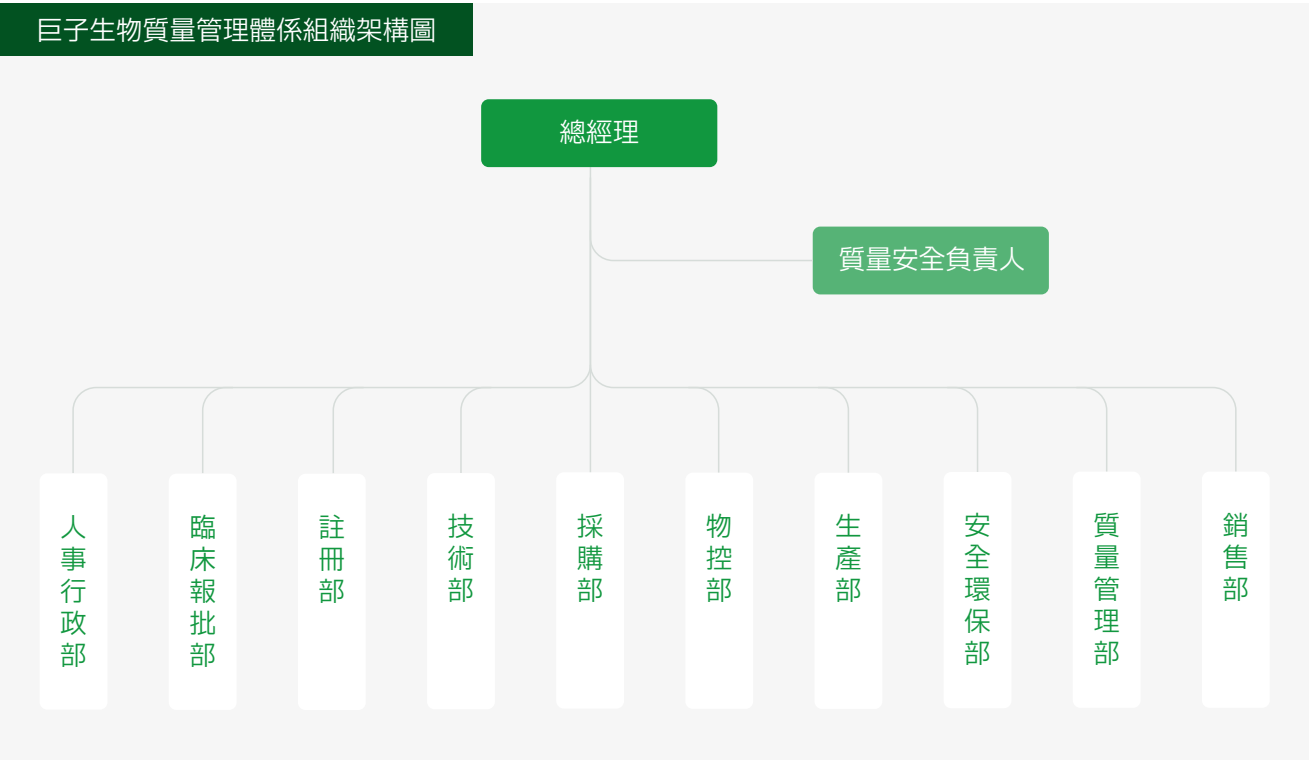
產品類別	適用法律法規
化妝品	• 化妝品監督管理條例 • 化妝品生產經營監督管理辦法 • 化妝品生產質量管理規範
食品	• 食品安全法 • 食品安全法實施條例 • 保健食品良好生產規範 • 食品生產許可管理辦法
醫療器械	• 醫療器械監督管理條例 • 醫療器械生產監督管理辦法 • 醫療器械生產質量管理規範



根據國家監管要求，報告期內公司新增落實多項相關法規，包括《化妝品檢查管理辦法》《化妝品與包材相容性測試評估技術指南》《化妝品穩定性測試評估技術指南》《化妝品防腐挑戰測試評估技術指南》《中華人民共和國醫療器械管理法（草案徵求意見稿）》等，進一步強化企業在醫療器械和化妝品領域的質量安全管理。

報告期內，在維持醫療器械質量管理體系（ISO 13485）、化妝品-良好生產質量規範指引（ISO 22716）及美國FDA-CFSAN化妝品良好生產質量管理規範、食品體系質量管理體系（FSSC 22000）正常運行的基礎上，在具體的質量管理相關政策方面，化妝品板塊在2024年新增22份文件，包括《化妝品防腐挑戰測試管理規程》《蠟基單元產品生產管理規程》等管理文件；醫療器械板塊在2024年新增36份文件，包括《物料及產品轉運管理規程》《醫療器械唯一標識（UDI）管理規程》等管理文件。

公司建立了完備的質量管理體系，質量管理實行總經理負責製，涉及質量管理部、技術部、採購部、生產部、物控部、安全環保部、人事行政部、銷售部、註冊部、財務部、臨床報批部，明確了各部門的崗位和職責。質量管理體系涉及設計開發、原輔料的管理、產品的生產、銷售等各個環節，從而實現全方位管控，確保產品的安全性和可追溯性。



公司持續重視質量體系認證工作。

報告期內，我們在維持醫療器械（ISO13485）、化妝品（ISO22716）、食品（FSSC22000）相關質量管理體系運行的基礎上，還確保環境管理體系（ISO 14001）、職業健康安全管理体系（GBT 45001）、能源管理體系（EnMS）及質量管理體系（ISO 9001）的持續運行及年度監審。公司以這些體系為依託，持續優化管理模式，提升運營效率。

巨子生物產品質量管理體系認證證書



公司持續進行質量管理體系內部審查及問題解決。

報告期內質量體系共組織內部審查6次（其中化妝品2次，醫療器械2次，食品2次），公司整體質量管理體系運營有效，主要識別問題在於資料填寫遺漏及格式不統一。

針對相關問題，在核查後已經全部進行整改，重視體系文件維護，補充產品研發全部規格的輸出，技術部文件實現全覆蓋。通過體系核查識別並解決問題，提高質量管理體系水平，同時提高全員質量管控意識，有助於保障質量管理體系的長期健康有效運行。

報告期內質量體系共組織內部審查

化妝品	醫療器械	食品
2次	2次	2次



質量管理行動

巨子生物建立了一整套的產品質量管理工作流程。

通過供應商評估、驗收、生產QA及QC、留樣觀察等在日常工作中的全流程管控，保障產品質量安全過關，保護消費者權益。此外，巨子生物通過客訴處理、質量分析會、客戶滿意度調查、質量內審、管理測評等舉措實現質量管理工作的體系化提升。



巨子生物質量管理體系化工作

環節	具體內容
質量分析會	建立顧客反饋與投訴控制程序，對於客戶投訴以及日常的異常情況，每週和每月組織召開質量分析會，對各項出現的質量問題進行分析和解決，以及糾正/預防措施的製定以及改進，並由QA定期跟進。
客戶滿意度調查	每年製定滿意度調查計劃，對產品進行滿意度調查，結果反饋至相關部門進行改進。
質量內審	建立內部審核控制程序，每年會組織兩次內審，對各部門文件的執行情況、生產工藝、衛生、培訓、庫房、銷售等各個環節進行檢查，針對檢查情況出具不符合項，並製定糾正/預防措施。質量管理部跟進改進的驗證以及改進後的實際運行效果，確保管理水平的持續改進。
管理內審	建立管理評審控制程序，以全年的質量分析會、產品合格率、內審情況以及外部檢查情況等作為輸入，每年會組織一次管理評審，對每年工作進行匯報，並對存在的問題進行總結。製定來年的工作計劃和改進目標，不斷提升產品質量。

巨子生物對於產品和質量安全製定了完整的檢定審核制度並持續落實，確保產品出廠的質量有保證。

环节	具体内容
質量監控	對產品首件及生產過程進行監控，按照產品的內控質量標準對抽樣產品進行全面檢驗，確保產品符合質量標準。
不合格產品的應對	對於採購環節、生產環節發現的不合格的原輔料、包材等，進行標識、隔離。組織相關人員對不合格原因進行分析、評審，採取糾正措施，對不合格品進行返工、銷燬等處理，防止不合格品流入市場。

日常工作中，公司定期進行產品安全事故應急響應機製和應急演練，測試緊急情況下的工作流程，識別風險點，提高應對突發事件的效率和效果。

報告期內，公司進行了一次食品安全應急演練和食品安全防護演練；一次停水、停電、停氣應急預案演練培訓和演練實施活動。報告期內公司未出現過質量安全事件。

報告期內		
食品安全應急演練和 食品安全防護演練	停水、停電、停氣應急預 案演練培訓和演練	質量安全事件
1次	1次	0起

為增強產品質量安全突發事件應急能力，完善產品質量安全綜合治理，公司製定了較為完善的產品召回制度，不斷優化產品召回體系，以確保在出現產品質量缺陷或可能危害人體健康時快速響應。

報告期內，公司分別對化妝品、醫療器械、食品分別進行了模擬召回演練並形成召回總結報告。例如：進行常規留樣觀察時，發現產品標籤信息印刷錯誤，對產品整個過程進行正向及反向追溯，產品追溯率100%。得益於公司良好的質量管理工作，報告期內公司並未發生產品召回事件。

報告期內，巨子生物發生產品召回事件
0起

巨子生物產品召回制度

召回對象

- 化妝品：當產品存在質量缺陷或者其他問題可能危害人體健康的產品。
- 醫療器械：醫療器械生產企業按照規定的程序對其已上市銷售的，某一類別、型號或者批次的存在缺陷的醫療器械產品。
- 食品：不安全食品。

召回情形

- 投訴舉報：公衆投訴、舉報公司的產品存在質量安全危害的情況。
- 公司自檢：公司內部檢查、自檢發現已交付的產品存在質量安全危害風險。
- 外部監管：監督管理部門在監督抽檢過程中發現公司的產品存在質量安全危害的情況。
- 突發情況：其他的改變（包括技術、法規、行規和突發事件）影響到已交付產品質量或安全。

召回流程

- 質量管理部發佈《召回公告》。
- 銷售部、物控部依據《召回計劃》追溯銷售和出庫記錄，核對應召回的產品所在區域、相關聯系人、聯繫方式等，確定公司應採取的補救措施，告知相關方對待召回產品進行安全防範措施。再根據待召回產品的數量、重量，準備相應的倉儲和運輸設施。

化學品安全

巨子生物在化學品安全方面遵循的國內外法律法規與公約：《中華人民共和國安全生產法》《危險化學品安全管理條例》《作業場所安全使用化學品公約》《GB/T 13690 化學品分類和危險性公示通則》

巨子生物產品不同階段化學品安全保障舉措：

環節	具體內容
研發階段	嚴格遵守《化學品安全技術規範》等法規要求，不使用任何禁用成分，減少有爭議成分的使用，積極尋求新的材料以實現代替或減少使用
採購階段	根據實際需求計劃性地採購化學品，對化學品進行嚴格的安全性評估，減少化學品的濫用及浪費，保證原材料不涉及禁用成分
儲存管理	化學品儲存根據種類和性質分類存放，設立專人負責管理並裝配報警裝置進行監控；建立了危險化學品出入庫登記、核查盤點制度，確保危險化學品使用合法
應急管理	成立應急領導小組，在發生危險化學品泄漏及其它事故時，能進行迅速、有效的處置，最大限度地降低化學品安全影響



質量文化建設

構建質量文化對於企業來說具有重要的意義，可以提高產品質量、增強競爭力、提高員工滿意度和績效、降低成本和風險、促進組織變革和創新，以及塑造企業形象和品牌價值。我們相信好的質量文化，對於企業的長期高質量發展具有重要的基礎意義。

為提升員工的產品質量意識與水平，我們從新員工入職之初便開展質量安全、生產安全等一系列培訓。

生產體系員工需進行新員工培訓和上崗前培訓（包括理論考試和實踐操作），培訓完成並合格後方可獲得上崗證開始工作。

在日常工作中，公司定期組織相關培訓以宣貫質量文化，培訓內容包含標準培訓、法規培訓、管理規程培訓、技能培訓、職業素養培訓等，培訓採用考試、現場提問等方式結合，營造全員重視質量的良好氛圍。

公司每週定期組織由車間主任或設備操作工針對不同設備及理論知識對車間人員進行的現場設備技能實操指導培訓或班組內部培訓，更快地提高員工個人操作技能、更有利於車間員工個人成長的同時，滿足車間對設備操作人員的需求。

報告期內，我們共完成新員工入職安全培訓50場，覆蓋員工1,758名，入職培訓合格率達到100%；共開展公司級和部門級內部培訓百餘次，推動公司質量文化的健康發展。



此外，報告期內，我們組織了豐富多樣的活動，全面建設公司質量文化。

01

質量月活動，通過視頻宣傳、技能競賽、海報宣傳的方式，宣傳各行業法規知識，倡導質量文化，進一步提高了全員質量意識，增強了員工的質量素養。



02

組織QC小組活動和比賽，報告期內開展QC小組活動多場，提高QC工作重視度。



03

面嚮全公司員工開展化妝品安全宣傳週和醫療器械安全宣傳週。通過製作科普宣傳海報，向本公司全員普及化妝品和醫療器械安全使用知識，為員工解答醫療器械常識，提升員工安全用妝、安全用械和合理用械的意識，營造良好的氛圍，充分激發員工的參與熱情，形成互動傳播形勢，並集中開展宣教活動



巨子生物在質量與安全方面獲得多項國家級和省市級獎項，體現了公司在質量管理方面的卓著成效。

報告期內，在中國質量檢驗協會開展的2024年「3.15」國際消費者權益日「產品和服務質量誠信承諾」活動中，巨子生物憑藉先進的技術、卓越的品質和良好的信譽在眾多企業中脫穎而出，榮獲「全國產品和服務質量誠信示範企業」、「全國重組膠原蛋白行業質量領先品牌」及「全國消費者質量信譽保障產品」等多項殊榮，並在2024年9月被授予「第十屆陝西質量獎提名獎」。



產品研發

公司一直致力於堅持研發，不斷開發新產品，以提升消費者的體驗。我們深知消費者的需求是不斷變化的，因此我們積極投入資源，進行技術創新和產品升級，以滿足消費者日益增長的期望。

研發體系建設

我們建立了完備的產品研發流程，以確保新產品能夠高效、高質量地推出。該流程涵蓋了從市場調研、產品設計到測試和發佈的全過程，各環節充分聯動。

巨子生物產品研發流程		
GIANT BIOGENE		
01 立項	- 自我分析 - 市場調研 - 競品選取 - 競品試用	- 產品設計 - 討論評審 - 合規性確認 - 確定立項
02 設計開發輸入	- 包裝確認 - 原材料確認 - 功效設計確認	- 安全性確認 - 配方設計 - 生產和檢驗確認等
03 計劃性試用和改進	- 基本體系試用和確認 - 安全性確認 - 有效性確認 - 重複性確認	- 內部測試和外部測試 - 範圍性測試 - 重複上述步驟等
04 設計開發輸出	- 輸出產品配方 - 輸出產品工藝 - 輸出產品檢驗方法	- 輸出設計 - 輸出生產和檢驗所需信息
05 設計開發轉化和驗證	- 試產 - 自建 - 備案檢	- 功效評估 - 安全評估等
06 設計開發確認	- 放大生產 - 評估確認產品的設計開發符合要求 - 終身監控該產品的安全性、有效性和穩定性	

我們擁有一支專業、經驗豐富的研發團隊，研發團隊成員背景豐富，涵蓋生物化學、分子生物學、生物技術、生物科學、生物工程、發酵工程、應用化學等不同學科；團隊由首席科學家牽頭，包含首席技術官、技術研發人員、產品研發人員、專業實驗員、科學傳播官等，在基礎研究、應用基礎研究、產品開發、市場科學傳播等領域，運用其專業知識和技能，推進研究和開發工作，為公司的中長期發展做出卓越貢獻。

截至報告期末，我們研發團隊共有186人，佔公司員工總數的10.6%。

我們重視研發團隊的能力建設和全方位培養，提供了體系化的培訓和能力提升機會。

- 定期開展內部業務培訓，涉及培訓內容多樣，包括但不限於工作流程、專業技能等。
- 積極參與API^[1]、PCHI^[2]、CDA^[3]等行業相關展會，掌握行業動態和新技術。
- 多次安排參加外部關於化妝品安全評估、醫療器械工藝技術改進等付費業務培訓。
- 與業內其他頭部企業團隊進行技術交流。



對於研發團隊成員的創新成果，公司也提供了多樣化的激勵舉措。公司鼓勵研發人員作為主要發明人開展與技術研發相關的專利申請，專利授權量作為其職級晉升、職稱評定、個人榮譽申請等方面的重點評判標準；

同時還設立跨部門項目獎，如「產品創新無界獎」等，對優秀的產品開發項目中所涉及的各部門成員做出獎勵。報告期內對於有突出貢獻的團隊和個人授予獎狀經濟獎勵，同時對於優秀的員工提供業務職稱申報等機會如工程師認證，協助員工走向更大的舞台、獲得更多的機會和更大的進步。

[1] 中國國際醫藥原料藥交易會
[2] 中國國際化妝品、個人及家庭護理用品原料展覽會
[3] 中國醫師協會皮膚科醫師分會

創新成果

報告期內我們的總研發投入達到1.07億元，同比增長42.1%，研發費用佔比達到1.9%。



公司研發取得了顯著的成果，截至報告期末累計擁有120餘款化妝品的備案和30餘個二類醫療器械註冊證。在研發管線中，我們擁有188項在研項目，並繼續推進4項肌膚煥活產品的研發臨床申報工作，並持續進行嚴肅醫療領域在研產品的研發工作。

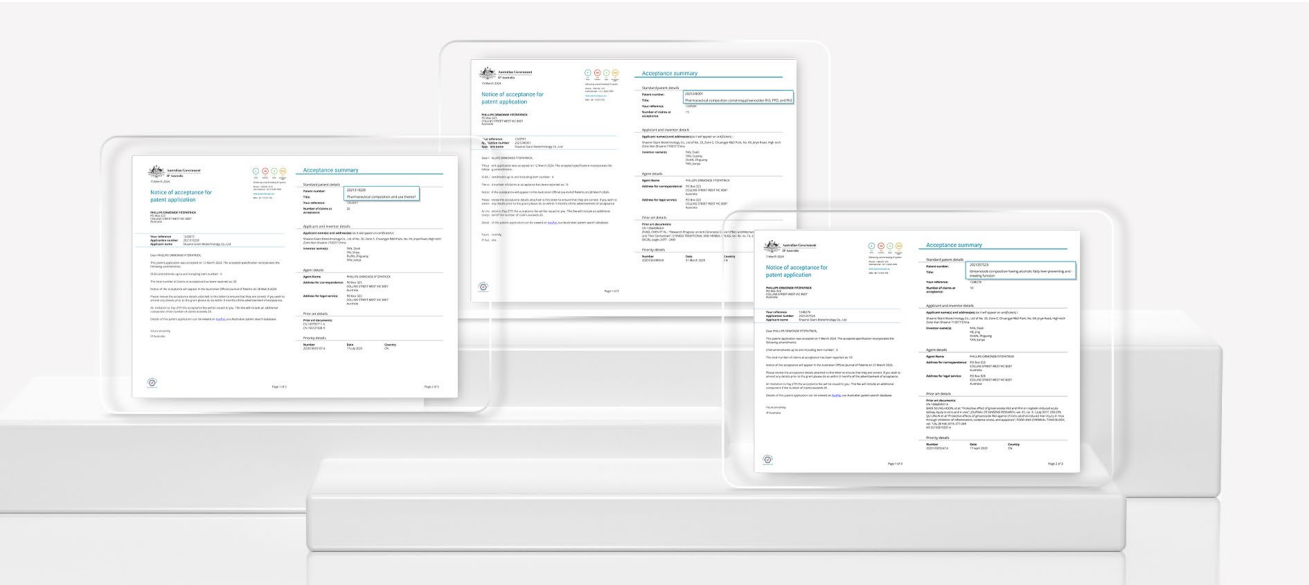
截止報告期末，本公司已獲授權及申請中專利167項，其中報告期內新增74項。我們的重組膠原蛋白分子庫中已擁有超過40種膠原分子，數量在業內保持領先。



公司持續參與不同維度的行業標準及團體標準的起草與製定，引領行業健康、科學、規範化高質量發展。2024年9月，公司牽頭製定的《妝品用原料人參皂苷》團體標準正式發佈，此項標準是中國化妝品行業首個人參皂苷原料團體標準，不僅為人參皂苷在化妝品中的科學使用提供了標準依據，還為相關產品的安全性、穩定性和有效性提供了理論支撐。

2024年10月，公司牽頭製定的《發酵人參粉》團體標準正式發佈，該標準作為發酵人參粉領域首個團體標準，規定了發酵人參粉的技術要求、檢驗方法等，可精確量化發酵人參產品中的關鍵成分含量，為產品品質鑑定提供了科學依據；為生產者、管理者、檢測機構、消費者等提供了重要的規範性指導文件；為市場的多元化、品質化發展注入了強心劑，樹立了新標杆。

未來我們將繼續堅定方向，投入研發，推進技術的發展、研製更多好的產品服務於廣大消費者。



知識產權保護

我們重視知識產權保護，致力於形成規範化的知識產權保護工作制度體系和保護知識產權的文化氛圍。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》等法律法規，建立了一系列程序制度，以實現知識產權規範化管理。

報告期內，我們持續跟進國家相關法規和政策的更新，將最新的政策要求納入企業的知識產權保護工作制度體系中，建立健全知識產權管理及保護策略：

01 公司已建立起現代化的企業運行機製。按照2024年新頒佈的《企業知識產權合規管理體系要求》建立符合公司現行發展的合規管理體系，形成職責分明、相互監督的知識產權管理制度，建立了公司知識產權組織架構，明確和賦予各部門有關知識產權工作的職責和權限，以確保企業知識產權戰略方針、目標的貫徹和實施，並與第三方合作單位密切合作，保障了專業知識產權人才的穩定性。公司在管理流程上還新增了知識產權風險管理程序來進行知識產權保護預警。

02 公司已建立完善的知識產權培育、轉化、保護戰略實施計劃。公司藉助專有的技術研發成果，聯合知識產權服務機構開展專利挖掘、專利培育、專利運營、成果轉化等知識產權戰略實施活動。目前公司自主研發的產品在國內市場佔有率較高，國家扶持政策的優勢對企業後續發展提供良好的機會和平台。

03 公司具備堅實的知識產權發展基礎與競爭優勢。公司產品及技術擁有獨立自主的知識產權，管理層高度重視知識產權工作，在資源投入、機製建設等方面給予重點支持；配備了齊備的軟硬件設施設備，整合優質研發及相關資源，形成了良好的創新生態；依託在經濟、技術、資產等方面的較強實力，持續鞏固品牌優勢，為知識產權工作的深入開展提供了穩固支撐。

巨子生物構建了覆蓋產業鏈全流程的知識產權管理體系，通過多維舉措實現風險防控與權益保護：

巨子生物知識產權管理系統

01 上游供應商管理

- 准入審查：嚴格篩選供應商，評估知識產權合法性
- 協議約束：簽訂保護條款，雙向明確權利義務，防範技術泄露

02 下游供應商管理

- 全流程管控：產品負責人全程監督研發至銷售各環節
- 上市前風控：專利檢索、侵權評估、設計調整多維度規避風險
- 市場維權：實時監測侵權，聯合法律手段與供應商協同維權

03 技術及制度保障

- 全程追溯：應用「一物一碼」技術實現生產流通全鏈路防偽
- 產權佈局：及時註冊商標並申請專利，完善知識產權保護網絡
- 合規審核：設立專項部門，審核內容覆蓋法規、知識產權及法務合規性

04 行業共建

- 標準製定：主導醫藥/化妝品領域重組膠原蛋白行業標準
- 生態協同：推動行業規範，提升整體知識產權保護水平

報告期內，公司共開展知識產權相關培訓8次，包括《知識產權基礎知識培訓》《專利撰寫技巧及專利申請專項培訓》《知識產權全方位保護策略》《巨子生物商標品牌全方位分析》《優質中小企業的創新發展與知識產權策略》《專利檢索及專利培育》《專利組合、專利池及專利申請技巧解析》《關於商標註冊與使用如何避免與在先權利衝突的指引》；涉及知識產權的部門均有覆蓋，累計培訓人數約百餘人。



報告期內，專利工作取得如下進展和成就：

項目類別	單位	數據
2024年已審結的知識產權糾紛事件	件	5
2024年新增專利申請數量	件	85
2024年新增授權專利數量	件	17
截至2024年12月31日累計獲得專利總數	件	73
截至2024年12月31日累計獲得商標總數	件	719

供應鏈管理

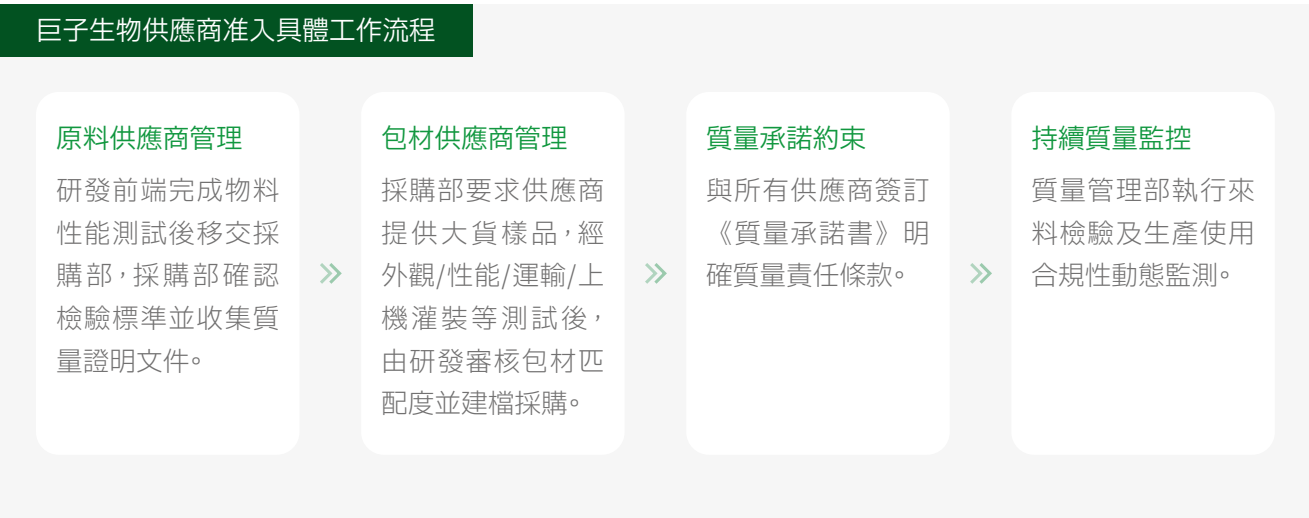
供應商管理

我們嚴格遵守《化妝品生產質量管理規範》《化妝品標籤管理辦法》《化妝品原料生產企業供應商審核指南》《醫療器械生產企業供應商審核指南》《醫療器械生產管理體系YYT0287-2017應用指南》《食品安全法》《ISOTS2002-1-2009-食品安全前提方案》GBT42061-2022《醫療器械質量管理體系用於法規的要求》等相關法律法規，注重採購工作的嚴謹、合規、體系化、系統化。

報告期內我們修訂了採購相關的政策文件，細化對供應商和採購工作的管理顆粒度和績效要求，包括《採購控制程序》《供應商評價管理規程》《物料採購管理規程》等，在《供應商評價管理規程》中完善了A類（原料、內包材），B類（紙盒、標籤），C類（紙箱、泡沫板）的管理要求，並增加了對供應商的來料不合格進行統計分析的工作要求，同時計劃將公司直接供應商的上游供應商納入現場考核計劃中，並加強供應商的質量考核。

報告期內，在實際工作中，公司與部分供應商簽訂年度框架購銷合同，在合同內容上對供貨質量要求更嚴格，並增加了物料來料和生產過程中不合格情況的處理辦法。我們也與供應商簽訂質量協議，明確物料的質量標準要求。

我們設立了嚴格的供應商准入標準，要求供應商簽訂質量承諾書，並提供相關資質證明材料。在供應商的選擇上，公司優先考慮有資質的企業（如環境管理，FSC森林管理委員會認證等），報告期內，新增對生產型供應商的生產規模、供貨能力、技術能力展開考察，以此篩選出能滿足企業要求的供應商。



我們按照《供應商評價管理規程》對供應商進行年度考察評價，根據績效考核的分數劃分為一級供應商，二級供應商和三級供應商，並按照分級後的供應商進行管理。

我們始終重視對供應商的管理、調查和評估。報告期內我們通過給供應商發放《供應商質量體系考察表》函調審計供應商278家，對11家原料和包材供應商進行了現場審核，通過嚴格的審核流程，從資質、供貨能力、技術能力等多維度考察供應商，保障供應鏈上游的質量與穩定性，為公司業務穩健發展築牢根基。報告期內新增供應商82家，具有FSC認證和綠色工廠認證的共7家。



報告期內公司對供應商評估審核中新增對環境、社會履責的諸多考量，具體如下：

- 環境方面：

在供應商評估審核中傾向選擇有類似環境管理舉措和目標的供應商。具體而言，如在原材料採購、生產過程等環節選擇注重生態保護、能減少資源依賴和環境破壞的供應商；在生產中採用環保工藝、清潔能源的供應商。
- 社會方面：

在供應商評估中會考察供應商的勞動條件、員工福利、人權保障等方面，確保供應商遵守相關法律法規，保障員工的合法權益，有良好的社會聲譽。此外，關注供應商在公益事業等方面的參與度和貢獻，選擇具有社會責任感，積極回饋社會的供應商。

供應商區域	2023年度數（家）	2024年度數（家）
華東地區	88	138
華南地區	51	68
華中地區	8	8
華北地區	17	22
西北地區	30	37
西南地區	1	3
東北地區	1	2
總計	196	278

供應商合作

報告期內我們與供應商通過多種多樣的形式開展交流，加強相互瞭解，提升合作效率和質量。



我們邀請戰略合作的供應商到現場進行參觀學習，並不定期進行質量問題的溝通。如我們邀請本地的供應商到現場進行交流學習，共同探討交付的質量情況，分享優秀的案例，達到共同學習進步的目的。



圍繞新品宣傳與質量溝通兩大主題，累計舉辦40餘場現場溝通會。通過供應商對創新包材等產品的宣講，公司可以精準把握行業前沿動態，為產品包材優化提供了及時有效的決策依據；同時，雙方在質量溝通環節則聚焦包材在實際使用當中所遇到的質量等方面問題，共同完善質量標準，切實強化了全流程品質管控力度。



我們參加2024CIE美妝創新展，中國美博展覽會，杭州美博會，西安API展會，上海橡塑展，與供應商展開深度交流，持續推動業務發展與行業合作。報告期內，新增參加「上海橡塑展」，瞭解橡塑材料的性能特點，洞察橡塑行業的綠色、智能、可持續發展趨勢，瞭解政策法規對行業的影響，學習企業如何在環保、智能化等方面進行戰略佈局和技術創新，以適應行業發展潮流。

可持續供應鏈

我們高度重視供應鏈的可持續發展。

在廉潔管理方面

- 與合作的供應商簽訂框架協議明確質量要求、知識產權、廉潔要求等。
- 與每家供應商簽訂《廉潔反賄賂承諾書》。
- 與供應商進行反貪腐的培訓、信息告知等，報告期內共展開5次反貪腐培訓。
- 內部設立賄賂舉報郵箱。
- 在部門日常溝通和會議中加強對採購人員的宣貫，如在周例會，部門月度會議中強調反貪腐和廉潔，在部門工作溝通羣中宣貫相關的視頻和國家法規對反貪腐的規定，在逢年過節時尤為注重。

在質量管理方面

- 要求棕櫚油供應商擁有RSPO認證。
- 在選擇供應商時，會優先考慮使用有綠色低碳工廠等環保認證的供應商。
- 與供應商簽訂採購協議中增加重金屬檢測項目等質量要求。
- 優先考慮使用海洋友好型原料及包材、使用棕櫚油聯盟原材料等，保障可持續發展。

我們重視保障供應鏈穩定

- 公司與本地優勢企業簽訂合作合同，積極開展本地化採購。
- 建立應急管理機制，針對可能出現的原材料短缺、自然災害、政策變動等突發情況，製定詳細且具有可操作性的應急預案。與多家備選供應商建立合作關係，在主供應商出現供應問題時，能夠迅速切換供應渠道，確保供應鏈能夠快速恢復正常，最大程度降低突發狀況對公司生產經營的影響。



03 服務先行 保障客戶權益



*圖片由AI生成

客戶服務

我們用心服務客戶，公司設立用戶服務部，負責用戶投訴處理及反饋，用戶訂單受理，通過各電商平台與客戶建立聯繫，解決用戶問題，收集反饋用戶問題及建議，追蹤用戶感受，通過服務提升品牌形象。我們希望通過真誠耐心高效的服務，傾聽每一位客戶的聲音，不斷提高用戶體驗。

針對各類客戶，我們形成了全方位、多樣化的溝通渠道：

溝通對象	具體內容
經銷商客戶	我們線下渠道更多通過微信、電話以及實地走訪等方式瞭解客戶訴求，針對經銷商每半年和全年都會組織核心人員召開經銷商大會，瞭解客戶訴求；同時，也會組織TOP10客戶返場深度交流、匯報，瞭解客戶問題、規劃以及協商出解決方案；
醫療終端客戶	我們通過學術會議、科室會培訓、沙龍會等形式，面對面溝通市場需求、產品應用、新品研發方向等信息；
消費者	我們通過官方公眾號、企微、400電話等瞭解和處理客戶投訴、建議等；業務部門接到客訴，會及時聯繫屬地經銷商及終端瞭解情況，同時會協同公司生產、質量、財務等相關部門進行配合處理。

我們定期開展多項客戶滿意度調查工作，收集客戶反饋，找尋工作提升的方向，為持續優化客戶服務工作提供基礎。滿意度主要從產品、服務質量、物流體驗等3方面開展調研。



調查方式包含：發放產品滿意度調查問卷，投訴用戶滿意度回訪、平台產品、物流、服務星級打分等，24年總體滿意度得分94%+。

24年總體滿意度得分

94%+

我們通過持續優化工作流程和內容，改善客戶滿意度，根據業務階段定期對橫向競品調研學習，與時俱進，改善服務水平，優化服務流程。

報告期內,我們共接到客戶投訴358件。報告期內,我們進一步在售前和售後多維度細化工作內容,售前崗位重點提升回復速度、熱情服務態度,提升用戶滿意度；售後崗位建立專項負面反饋信息渠道,及時交互相關端口,不斷優化客戶滿意度。具體工作如下

01
提升響應速度

從12h觸達提升到8h內完成觸達,響應速度提升30%；

02
信息整理及分析

根據投訴類別完成投訴分類,定期分析,尋找解決問題的最佳辦法；

03
定期進行培訓

提升投訴處理能力和水平；

04
應用智能化工作

運用智能軟件,實現一線人員便捷及時地統計反饋投訴問題,並且通過軟件進行監控,從而確保投訴100%接收,及時跟進解決；

05
完善考核制度

建立了針對投訴處理團隊及投訴責任人的專項考核制度,根據用戶滿意度、處理效率、處理質量等綜合評估獎懲有加；

06
產品知識深度掌握

定期邀請產品經理進行產品知識培訓,讓客服人員深入瞭解所售商品的特性、功能、使用方法、材質等。安排客服人員參與產品試用,以便更好地向用戶介紹和推薦產品,提升服務質量；

07
優秀案例分享

每週2次進行優秀案例全員分析,通過優秀員工的感染提升全員的服務意識,做更有溫度的服務；

巨子生物重點工作完成情況	
店鋪指標	2024年客服質量年目標均達成,店鋪體驗分超越99%+同行；
服務指標	2024年店鋪平均滿意度為95.23%；
投訴率	2024年同比2023年全年投訴率下降23.3%,完結率100%
處理效率	2024年客服平均響應時間為23s,同比2023年縮短了6s
人才培養	2024年培養多名客服管理,從管理能力到業務專業性給部門的管理團隊均進行了賦能,從而賦能至客服團隊,提升用戶服務滿意

我們建立了完善的客戶投訴管理程序,對於客戶投訴,有一整套的受理流程。



針對不同客訴問題,我們從問題中找到主要矛盾,細化前期工作流程,提出多數客訴問題的解決機製,包括提升服務態度、提高服務效率、加強終端培訓、投訴跟蹤到底等,對減少和高效解決大部分客訴問題提出了體系化的對策。



責任營銷

我們嚴格遵循責任營銷相關法律法規，包括《中華人民共和國廣告法》《藥品、醫療器械、保健食品、特殊醫學用途配方食品廣告審查管理暫行辦法》《醫療器械廣告審查發佈標準》《化妝品監督管理條例》《化妝品標籤管理辦法》等。

報告期內，公司未發生市場推廣、標籤使用相關爭議或投訴舉報事件，未發生因上述事項導致的訴訟案件。我們製定了嚴格的內容審核制度，對接各個業務出口，審核所有對外宣發的物料，確保所有物料均經過嚴格的內容審核。

巨子生物內容審核制度

01 線下物料	線下物料及時反饋；針對線下信息更新，及時通知線下進行同步
02 線上物料	- 採取統一更新的機製 - 邀請合作伙伴、法律顧問等對商品信息進行風險篩查 - 品牌部不定期針對平台頁面進行錯誤、風險反饋
03 合作方	事前審核覆蓋率100%，事後審核覆蓋100%

報告期內，我們持續完善「百寶箱」資料庫，顯著提升產品信息審核效率：

環節	具體內容
基礎信息整合	系統梳理產品功效、暱稱、賣點等基礎信息，實現信息的準確、統一、安全且易獲取，為內部人員快速調用標準化資料提供便利，有效提升工作流程效率。
功能迭代優化	通過持續迭代升級，降低使用門檻，使內外部人員無需額外培訓或頻繁溝通即可及時獲取所需信息，進一步強化資料庫的易用性與實用性。
內容動態維護	建立常態化內容審核機製，①每週定期補齊缺漏信息；②實時新增產品詞條；③依據審核規範動態更新字段內容，聯合產品部形成高效協同的內容維護體系。
板塊梳理與流程明確	按企業及各品牌維度重新劃分板塊並填充更新內容，製定標準化審核流程SOP，同步搭建企業及品牌優質內容素材庫，推動資料庫管理規範化、體系化。

我們定期開展多種形式的責任營銷培訓，提升內部相關團隊的知識水平和工作能力，形成重視責任營銷、重視物料審核和對外輸出的文化氛圍，實現「全員合規、全程可控」。

巨子生物定期開展多種形式的責任營銷培訓
- 法務每月開展法律知識培訓，包括案例分析、廣告審核等 - 邀請外部法律顧問，開展法律知識培訓 - 內審羣審核規範更新時，及時進行培訓宣貫 - 分析和總結審核工單相關問題，將與輿情相關的因素納入對輿情管理SOP中，並開展相關培訓，確保與消費者交互過程的準確性 - 不定期收集全國範圍內各大違規案例，轉化為內部教學素材

報告期內，公司責任營銷亮點舉措

空瓶回收計劃

通過營銷活動引導鼓勵消費者參與可復美品牌的環保行動，2024年4月發起「空瓶回收計劃」，提升環保行動。活動共計回收次拋空管總數量81,399個，空瓶總數量2,176個，累計為地球減碳約373,288g。

主動擔起行業先行者責任

為營造安心誠信的消費環境，主動擔起行業先行者責任，採用公開、公正、誠信、嚴謹的態度對旗下重組膠原蛋白產品作出相關承諾，在產品包裝及官方自媒體平台詳細標註和介紹成分，提供產品功效的科學依據，不誇大虛假宣傳。

減塑可替換內芯設計

在新產品設計時使用全新減塑可替換內芯設計，塑料使用量減少約90%（與正裝產品對比塑料使用量得出的數據），傳遞環保理念。

隱私保護

我們致力於保護消費者的數據隱私，採取了嚴格的安全措施來保護消費者的數據，包括數據加密、訪問控制和員工培訓等。

在公域平台，各合作電商已對客戶信息進行了加密，我們遵守平台規則與消費者隱私保護的相關慣例，不會獲取消費者隱私數據。

在內部工作中，公司新增《數據安全制度規範》，加強數據信息的安全管理，堅決捍衛客戶隱私安全。



去標識化技術處理

採用去標識化技術處理加密消費者的健康數據、試驗數據、消費記錄等，以避免將個人身份與數據直接關聯，保護用戶隱私。



嚴格的訪問控制機製和權限管理系統

內部通過嚴格的訪問控制機製和權限管理系統，確保祇有授權人員可以訪問敏感數據。



設立信息保護組織

我們在電商中心設立信息保護組織，保護數據庫安全性。



保密協議

數據中台團隊入職簽署保密協議，日常工作中強調數據保密義務。

04 綠色經營 實現高質發展

環境管理

巨子生物遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國水污染防治法》《中華人民共和國大氣污染防治法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《中華人民共和國噪聲污染防治法》等法律法規，進行公司環境管理體系建設和制度搭建，在能源管理、資源管理、三廢排放、碳排放、氣候風險等維度進行內部管理和相關工作推進。報告期內，公司新增《突發環境事件應急預案》《環境保護責任制度》等制度及約20項具體操作規範，進一步完善環境管理相關工作的制度保障。

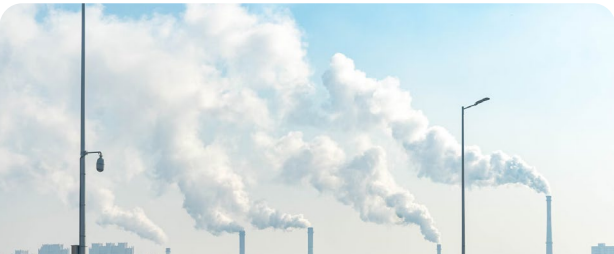
報告期內，公司建立《環境保護責任製》，成立環境保護管理小組，由公司總經理任組長，副總經理任副組長，各部門總監、經理、主管及各車間主任任組員。



環境保護管理小組的主要職責是統一領導公司的環境保護工作，製定並落實環境保護管理制度，定期對環境保護工作進行檢查、總結和評比，參與公司各類環境事故的調查處理工作。

2024年3月國聯質檢對環境管理體系開展外部年度審核，本次審核現場進行了2天，審核結果為公司環境管理體系運行良好。2024年4月份，公司通過GB/T 24001-2016、ISO 14001：2015環境管理體系現場年度審核，體現公司的環境管理體系更加得規範、有效，未來將持續開展年檢相關工作。

公司參考香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》，同時借鑑國內優秀管理實踐，製定了四大環境管理目標，並持續貫徹和落實相關工作。



減排目標

採用一系列碳減排舉措降低公司生產過程中及辦公場所產生碳排放量。



減廢目標

完善公司三廢政策，提升原材料使用效率，通過回收等方式減少固廢排放，持續降低固廢排放密度。



水資源使用效益目標

完善公司節水制度，加大節水工藝及節水技術的投入和應用，提高生產及辦公環節用水效益。



能源使用效益目標

加強能耗管理，採用低能耗電器，降低生產及辦公環節能耗強度。

在四大環境目標的指引下，公司報告期內未發生環境污染事件、未受到環境行政處罰、廢氣廢水排放合規、廢棄物處置合規。

報告期內本公司發生環境污染事件、受到環境行政處罰

0次

排放物管理

我們製定了相對豐富和完備的排放物管理相關內部政策制度，包含《環境保護制度》《污染物排放及環保統計工作管理制度》《環境保護檔案管理制度》《環保設施運行管理制度》《環境保護巡查管理制度》，進行日常排放物規範化管理、監督巡查、數據監管，保證公司排放工作合法合規，努力減少對環境的影響。

廢水管理

公司在廢水管理領域遵循《中華人民共和國水污染防治法》《污水綜合排放標準》《污水排入城鎮下水道水質標準》等相關法律法規，並製定了《廢水處理管理制度》及《污水排放管理規程》等內部規章制度，使得排放物管理工作更加規範化體系化。

報告期內公司排放的廢水主要包括生活廢水和生產廢水，對於廢水處理的工作流程如下，在產生和處理的全流程中注意減排。公司會通過每日自檢和定期第三方檢測進行廢水監測，確保廢水處理工作符合規定、減少對環境的影響。報告期內公司三廢排放100%達標。



報告期內，公司污水排放相關指標如下：

指標名稱	總量	單位
廢水排放總量	14,303.20	噸
COD排放量	4.07	噸
氨氮排放量	0.41	噸

廢氣管理

巨子生物遵循《中華人民共和國大氣污染防治法》《鍋爐大氣污染物排放標準》等相關國家法律法規，在內部建立了《廢氣處理管理制度》等相關制度，採用多種設備實現廢氣減排與達標排放，並持續監測廢氣產生量，提升公司對廢氣的控制與管理能力。

報告期內，公司排放廢氣主要種類包括：非甲烷總烴、二氧化硫、顆粒物、飲食油煙、臭氣、氮氧化物等，和2023年度保持一致。公司聘請有資質的第三方對公司廢氣排放指標進行定期監測，針對廢氣不同指標的監測頻率詳見下表：

指標名稱	分析方法	監測頻率
二氧化硫	HJ57-2017	年度監測
顆粒物	HJ836-2017	年度監測
煙氣黑度	HJ1287-2023	年度監測
飲食油煙	HJ1077-2019	年度監測
臭氣濃度	HJ1262-2022	半年度監測
非甲烷總烴	HJ604-2017	半年度監測
氮氧化物	HJ693-2014	月度監測

報告期內，公司持續改進生產過程中的相關工作流程，減少廢氣排放，降低對環境的影響。如在焊接過程中，公司採用使用低塵低毒焊條、採用自動焊技術與氣體保護焊技術等。



報告期內，巨子生物主要廢氣排放數據如下：

指標名稱	總量	單位
氮氧化物	0.737	噸
硫氧化物	0.093	噸
煙塵	0.015	噸
懸浮顆粒	0.093	噸

廢棄物管理

公司遵循《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等廢棄物管理相關法律法規，製定了《固體廢棄物管理制度》，包含《危險廢棄物轉移管理辦法》《危險廢棄物儲存污染控制標準》《危險廢物識別標識設置技術規範》在內的一系列危廢管理政策制度。

報告期內，公司排放固廢種類包括一般固廢（生活垃圾及一般工業固廢）和危險廢棄物，和2023年保持一致。不同類型廢棄物的處理工作流程如下：

一般固廢



- 將可重複利用的廢棄物進行回收再利用
- 不可回收利用的廢棄物交由有資質第三方進行運輸處置

危險廢棄物



- 委託給有對應危廢經營許可資質的第三方處理
- 交由有危險廢物道路運輸資質的單位運輸、轉移，並開具危險廢物轉移聯單
- 按照危險廢物轉移聯單要求，執行危險廢物的轉移並進行處置

報告期內，巨子生物廢棄物排放總量和密度數據如下：

指標名稱	總量	單位
有害廢棄物總量	82.68	噸
有害廢棄物密度	0.015	噸/百萬營收
無害廢棄物總量	333.77	噸
無害廢棄物密度	0.060	噸/百萬營收

資源管理

能源管理

巨子生物遵循《中華人民共和國節約能源法》《中華人民共和國可再生能源法》《中華人民共和國循環經濟促進法》等相關法律法規，並製定了《節能目標責任制度》《能源管理規定》《能源利用狀況分析制度》等能源管理相關內部政策制度，其中報告期內新增《能源綜合利用管理控制程序》。

報告期內，巨子生物能耗種類包括天然氣、柴油、汽油、外購電力、太陽能等。我們通過多項措施加強能源使用效率，節能減排，降低能耗。

巨子生物能源管理措施

案例 | 鍋爐改造

為滿足生產使用，報告期內公司將原有舊鍋爐進行了改造升級，新升級鍋爐提高天然氣燃燒充分性，不僅在加熱效率上有所提升，節約天然氣消耗，還可以通過加裝的換熱站減少蒸汽的熱損失。

同時沿用2023年的制度，要求熱水鍋爐操作人員根據天氣預報設置熱水鍋爐啓停溫度，每天在不同時間段設置不同參數，節約能源。

熱水鍋爐啓用前，對熱水鍋爐進行系統保養，杜絕跑、冒、滴、漏現象。

案例 | 生產車間節能

報告期內，為達成節能減排的目標，各個生產車間需要根據次日的生產計劃提前上報需要使用壓縮空氣及蒸汽的時間段以及預計使用量，以便操作人員可以根據每日收集到的需求表安排次日壓縮空氣機及蒸汽鍋爐的工作時間，避免在未生產期間浪費能源。

案例 | 廢水減排

將換熱站收集到的冷凝水、分氣缸冷凝水回收至蒸汽鍋爐軟化水箱，作為蒸汽鍋爐進水。熱交換站所產生的冷凝水全部回收，從而增加水循環次數，節約水資源的使用。

報告期內我們持續加強對節能工作的培訓和宣貫，在內部倡導形成節約能源的文化。報告期內，公司安環部牽頭針對所有部門開展節能知識培訓1次。生產部利用早會宣講環節，為生產車間全體員工進行日常培訓，強調節約使用壓縮空氣及蒸汽，參與人數超500人。



報告期內，巨子生物各類能源消耗及溫室氣體排放數據如下：

能源/指標名稱	單位	2024
天然氣	立方米	826,138.21
柴油、汽油	公升	39,804.99
外購電力	萬千瓦時	1,316.09
自發太陽能電力	萬千瓦時	0
直接能源總消耗量	噸標準煤	953.36
直接能源總消耗密度	噸標準煤/百萬營收	0.17
間接能源總消耗量	噸標準煤	1,617.47
間接能源總消耗密度	噸標準煤/百萬營收	0.29
綜合能源總消耗量	噸標準煤	2,570.83
綜合能源總消耗密度	噸標準煤/百萬營收	0.46
指標名稱	單位	2024
範疇一溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	1,880.79
範疇二溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	7,505.63
溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	9,386.42
溫室氣體排放密度	噸二氧化碳當量/百萬營收	1.69

能源消耗量依據《綜合能耗計算通則》（GB/T 2589—2020）計算範圍一採用《2005年中國溫室氣體清單研究》中汽油低位發熱值44.8GJ/t、柴油低位發熱值43.33GJ/t、《2006年IPCC國家溫室氣體清單指南》《省級溫室氣體清單指南（試行）》中汽油單位熱值含碳量0.0189tC/GJ、柴油單位熱值含碳量0.0202tC/GJ、《省級溫室氣體清單指南（試行）》中汽油、柴油碳氧化率98%計算範圍二採用生態環境部公佈的《關於做好2023—2025年發電行業企業溫室氣體排放報告管理有關工作的通知》中2022年度全國電網平均排放因子0.5703t CO2/MWh計算。

資源使用

巨子生物秉持水資源保護及節約用水理念，嚴格遵守《中華人民共和國水法》《中華人民共和國水污染防治法》等法律法規要求，結合自身運營情況製定了相關管理政策，並在生產和辦公環境採取有針對性的措施提高水資源使用效率。

報告期內，公司的主要取水來源為市政用水，集團用水情況如下所示：

指標名稱	總量/密度	單位
水資源消耗總量	205,881	立方米
水資源消耗密度	37.17	立方米/百萬營收

辦公節水

加強設備維護：

定期檢查水管、水龍頭、水錶等供水設備，及時發現並修復漏水點，防止水資源的隱性浪費。同時，對用水設備進行定期保養，確保其正常運行，提高用水效率。

合理控制用水：

在清潔地面、擦拭門窗等清潔工作中，避免長時間大水量沖洗，採用溼布擦拭、少量多次用水等方式。在衛生間張貼節約用水提示標語，提醒員工及時關閉水龍頭，避免長流水。

優化節水灌溉：

結合季節與天氣變化實施科學灌溉，優先採用噴灌/微灌/滴灌技術，推廣雨水資源化利用，有效降低用水量。

培訓宣貫

2024年開展的關於節水主題的員工培訓及宣貫活動

- 報告期內培訓1次
 - 培訓主題：節能節水知識培訓
- 培訓形式：內部培訓
 - 培訓覆蓋所有部門

員工意識培養

- 開展宣傳活動：通過內部飛書、培訓等形式，向員工宣傳節約用水的重要性和方法，提高員工的節水意識。
- 建立激勵機製：對節約用水的部門和個人進行表彰和獎勵，如頒發榮譽證書、給予物質獎勵等；對浪費水的行為進行批評和處罰，形成良好的節水氛圍。



生產節水

01

工藝冷凍水循環系統

工藝冷凍水循環系統，採用純化水中間水循環，無雜質，不結垢，水質較好，水溫較低，提高了熱交換率和設備利用率，降低了設備腐蝕率，大大降低了工業循環水使用量。項目實施後，實現理論日節約用水292噸，理論年可節約用水87,600噸。



02

閉式冷卻塔

工藝冷卻水節水循環系統採用閉式冷卻塔，由於是全封閉式循環冷卻，無雜物進入冷卻管路系統，避免了管路堵塞現象，可直接冷卻水、油類、醇類、淬火液、鹽水及化學液等介質，介質無損耗，成份穩定；且採用風冷蒸發吸熱雙重冷卻方式，冷卻效率高。可實現理論日節約用水196噸，理論年節約用水58,800噸。



03

設備CIP循環清洗泵

對生產管內進行清洗採用的常規工藝為一邊進水一邊排水，水資源利用率較低。通過用CIP清洗，可實現進水循環，減少進水量，從而達到節水目的。



04

冷卻循環系統

冷卻循環系統主要將組合式空調機箱表冷器和加熱盤管、中央空調風機盤管產生的冷凝水回收至鍋爐軟化水系統進行利用，可實現理論日節約用水40噸，理論年回收利用水資源12,000噸。



包材使用

在包材使用方面，巨子生物秉持再回收、再利用、再循環理念，將包材簡潔化、環保化，以實現綠色包裝與綠色運輸。

通過這些舉措，公司在節約成本的同時，也展現了對環境保護的積極態度，促進了資源的可持續利用。報告期內，除2023年已經實行的措施外，還新增產品替換裝的推廣以及產品空瓶回收兩項重要舉措：

節約舉措	描述	目的與效益
產品空瓶回收	在公眾號上發佈回收產品空瓶的活動，並採用回收空瓶換產品等激勵措施鼓勵大家將用完的產品進行回收。	回收次拋空管總數量81,399個，空瓶總數量2,176個，累計為地球減碳約373,288g。
產品替換裝推廣	多款產品均採用替換裝的形式，在產品正裝使用完後，可以將替換裝裝入原本的正裝中繼續使用。	通過替換裝的形式減少產品塑料外殼的使用，降低產品環境碳足跡的同時也提高了性價比。

表格展示了2024年預定回收目標與實際回收成果的對比，從數據可以看出，在所有項目中，實際回收數量均超出了預定目標，顯示出回收工作的高效執行和良好成果。

目標物資	預定回收數量	實際回收數量
泡沫板	30,000套	36,815套
紙箱	80,000個	89,109個
珍珠棉	30,000套	39,168套

報告期內，我們使用的主要內包材種類包含塑料瓶、鋁箔袋、玻璃瓶，主要外包材種類包含紙盒、紙箱。本年度巨子生物所有包材使用情況如下：

指標名稱	單位	2024
金屬	噸	1,441.2
紙類	噸	5,289.1
塑料	噸	3,476.9
布料	噸	1,771.9
包材使用密度	噸/百萬營收	2.16

應對氣候變化

為積極應對全球氣候變化問題，巨子生物將應對氣候變化納入公司環境管理範疇，參考氣候相關財務信息披露工作組(TCFD)發佈的框架建議，初步開展了氣候變化風險識別工作。

巨子生物針對極端天氣情況製定了全面的應急預案，包括《防洪防汛、防暴雨應急預案》和《防凍應急預案》，確保公司運營的連續性和員工的安全。

在夏季暴雨季節到來之前，公司積極組織人員對廠區的雨水井和外部雨水管網進行全面清理，同時準備充足的防汛沙袋，並加強對關鍵區域的巡查力度，以防範可能的洪水和內澇風險。

而在冬季嚴寒天氣來臨前，公司對廠區外圍的管道進行細緻的保溫巡查，確保管道不受低溫影響。在下雪天氣，及時對地面撒鹽以加速積雪融化，並採用電伴熱技術對重要管道進行保溫，從而保障生產和生活的正常進行，有效應對惡劣天氣帶來的挑戰。

報告期內，為應對氣候變化挑戰，公司在上述預案的基礎上系統性升級氣候風險管理體系，重點推進以下優化：

應急管理架構升級	設施防護強化	員工安全保障細化	氣候風險防控閉環
明確極端天氣下各部門職責分工，完善應急指揮、處置、安保及後勤協作機製，確保突發事件響應高效有序；	針對倉儲等關鍵設施製定強風暴雨防護規程，細化設備加固、遮蓋等操作標準，降低極端天氣損毀風險；	優化極端天氣避險方案，明確疏散路線與應急場所，通過定期演練提升全員自救能力；	建立氣象數據動態監測體系，實時預警極端天氣；開展生產、運輸、倉儲全鏈路氣候風險評估，量化潛在影響範圍與等級。

05 人才保障 打造卓越職場

* 圖片由AI生成

員工僱傭

勞工權益

巨子生物一直致力於合規僱傭，除了遵守相關國家法律法規外，公司內部還製定了一系列的管理規程，如《員工招聘管理規程》和《勞動合同管理規程》等。在報告期內，公司持續優化相關規程，以便更好地適應公司的發展需求和市場環境。

在《員工招聘管理規程》方面，除了規定嚴禁僱傭童工及強制勞工，招聘錄用員工的年齡要求需已滿18周歲外，巨子生物對招聘流程進行了改進，提高了招聘效率和候選人質量。例如，公司增加了對候選人能力和適應性評估的環節，以確保招聘到的人才真正符合公司需求。同時，巨子生物還加強了對候選人背景調查的力度，以防止不良行為及童工問題的發生。若發現疑似僱傭童工或強制勞工等違規情況，公司將立即啟動內部調查程序、妥善做好後續改進工作並完善相關工作製度。



在《勞動合同管理規程》方面，巨子生物對勞動合同的內容和條款進行了更新和完善。新規程中，公司增加了對員工的權益保護條款，包括但不限於工作時間、休息休假、社會保險等方面的規定。此外，巨子生物還優化了勞動合同的解除和終止流程，以減少不必要的糾紛和法律風險。



除了上述規程外，巨子生物還對其他相關政策制度進行了更新和優化，以適應市場變化和公司發展需求。這些制度涵蓋了員工管理、財務管理、市場營銷等多個方面。通過這些制度的更新和優化，巨子生物旨在提高公司的競爭力 and 可持續發展能力。

反對歧視

巨子生物堅決反對一切形式的歧視和不平等競爭，堅決杜絕因性別、學歷、年齡、健康狀況、宗教信仰等原因而限制職業選擇等行為，堅決反對歧視行為。我們通過一系列管理措施和宣傳倡導將公司反對歧視的理念深植人心、落到實處。

員工多元化

巨子生物重視員工多元化，並在人才招聘中秉持打造多元化人才梯隊的宗旨。2024年，我們本着廣納賢士的人才招聘理念，聚焦招聘目標，通過校園招聘和社會招聘吸納了大量認同本公司價值的卓越人才。

校園招聘

為了構建堅實的人才基礎，報告期內我們啟動了校園招聘計劃，成功舉辦了超過20場校招活動，廣泛覆蓋各類院校，確保了人才選拔的多樣性和廣泛性。我們總計與千餘名候選人進行了深度交流，並成功引進了百餘名優秀人才，涵蓋了研發、職能和生產等多個核心部門。



報告期內，公司分別與陝西工業職業技術學院、陝西郵電職業技術學院合作開展客服項目及新媒體項目。

社會招聘

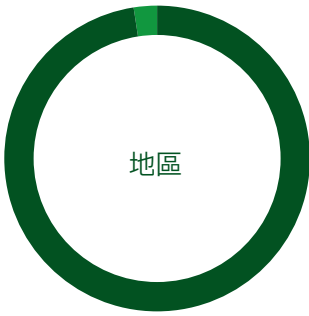
除了校園招聘外，我們還通過招聘網站、西安市人才中心組織的現場招聘會、內部推薦等途徑，從崗位能力素質和企業核心價值觀兩方面聚焦遴選巨子生物需要的人才。同時我們還優化了招聘流程，招聘團隊在接到招聘需求後，不再盲目執行，而是與部門領導每週進行人才畫像的深入溝通，確保精準、快速地招聘到合適人才。報告期內，公司通過社會招聘最終成功入職近2,000人。



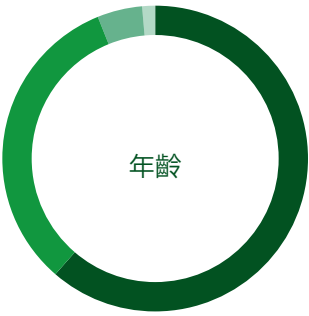
截至報告期末，巨子生物共有員工1,758人，員工按照性別、地區、年齡和僱傭類型劃分的人數情況如下圖所示：



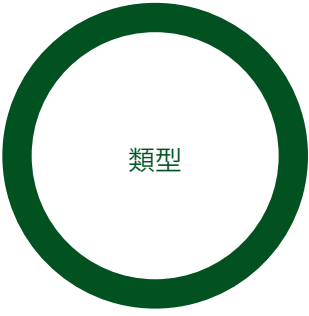
性別	單位	2024
• 男性員工	人	726
• 女性員工	人	1,032



地區	單位	2024
• 西北地區	人	1,678
• 其他地區	人	80



按年齡劃分的員工人數	單位	2024
• 30歲及以下	人	1,105
• 31 - 40歲	人	550
• 41 - 50歲	人	86
• 51歲及以上	人	17



按僱傭類型劃分的員工人數	單位	2024
• 全職員工	人	1,758
• 兼職員工	人	0

權益與福利

薪酬與福利

巨子生物感謝每一位員工的付出，建立了有效激勵員工的薪酬績效考核管理辦法，激發員工工作積極性，打造員工與公司雙贏的良性激勵機製。

薪酬管理

GIANT BIOGENE

薪酬體系

我們建立了一個全面而靈活的薪酬體系，以支持並促進公司的人才戰略。該體系定期根據公司發展需求和員工期望進行調整，旨在通過具有競爭力的薪酬激勵機製來吸引頂尖人才、保留現有員工，並激發他們的工作熱情，從而提升企業的人才競爭力。

薪酬序列

我們設計了15個薪酬序列，全面覆蓋了從研發到生產，再到終端銷售的全流程崗位。每個崗位都有11至16個薪資等級，根據員工的級別，我們進一步細分為初級、中級和高級三個薪資帶寬，確保每位員工的薪酬與其能力和貢獻相匹配，實現了全員覆蓋。

薪酬核算

為了適應員工人數的快速增長，我們引入了信息化工具來處理薪酬核算，確保了高準確率的薪酬發放。此外，公司在報告期內優化了《員工成長體系》，這是一個系統化的框架，它詳細規劃了員工從入職、轉正到晉升的薪酬調整流程，並對員工的職業發展路徑和晉升通道進行了明確規劃。這一體系不僅規範了業務流程，還為員工薪酬調整和職業發展提供了明確、可執行的指導，確保了公司與員工共同成長。

績效考核

為了提高組織效率、激發創新力，並確保薪酬與績效的公正性，我們採納了OKR（目標與關鍵成果法）作為績效管理工具。我們根據業務的不同層級，實施了OKR與KPI（關鍵績效指標）的雙重考核體系。

此外，我們將個人考核目標與公司的長遠戰略和年度經營計劃緊密對接，確保員工的工作方向與公司整體目標一致，同時鼓勵員工自下而上地積極參與到部門和公司戰略規劃的實施中。通過這種方式，我們增強了員工在績效管理中的參與度，激發了他們的積極性，使他們更願意主動承擔任務，共同推動公司目標的實現。

員工福利

我們公司充分認識到員工的福祉是企業成功的關鍵，因此我們不斷努力為員工提供全面而豐富的福利計劃。

在傳統節日和特殊紀念日，我們為員工準備了公司自主研發的產品和精美的禮品，以表達對他們辛勤工作的感激之情，讓他們感受到公司的溫馨關懷。

健康是員工福利的核心，我們為所有員工安排了年度體檢，確保他們的健康得到妥善照顧。此外，我們還推出了住房和購車福利計劃，通過提供低息貸款等措施，幫助員工實現穩定生活，減輕他們的經濟負擔。

為了給員工提供一個放鬆身心的空間，我們設立了員工咖啡廳，這裏不僅供應各種高品質咖啡和茶飲，還營造了一個舒適的環境，讓員工在緊張的工作之餘能夠享受片刻的寧靜。

對於有小孩的員工，我們特別設立了母嬰室，提供一個私密且便利的環境，以便他們在工作間隙能夠照顧好自己的寶寶。同時，我們也不忘對退休員工的關懷，通過退休辦為他們提供持續的關心和支持。

我們堅信，這些細緻周到的員工福利政策不僅能夠提升員工的滿意度和忠誠度，還能夠促進員工與公司共同成長，推動企業持續穩定發展。



員工關懷

巨子生物堅持以人為本，從多維度開展員工關懷，通過高效的員工溝通、多樣的員工福利以及豐富的員工活動，傳遞巨子生物對員工的關愛和溫暖，持續提升員工歸屬感與滿意度。

員工溝通

報告期內，巨子生物在已有的《員工心理健康管理規程》基礎上，人事行政部精心組織了共計150餘場座談會，覆蓋近1000人次。

定期舉辦座談會

公司將每一批新入職的員工分成不同的關懷小組，每個組由一名管理人員負責。每月定期召開小組或單人座談會，與每一名新入職員工溝通日常工作內容等，促使新入職員工可以快速融入公司文化中。報告期內共組成50餘個關懷小組。

每次座談會結束後，人事行政部都會對收集的問題進行歸類整理，並形成詳細文檔。我們確保在提出問題後的三個工作日內，對每個問題都有明確的解決方案和反饋，並及時改善和解決存在的問題。為了確保這一機制的持續有效運行，人事行政部還特別製定了《員工座談會管理機制》。這一機制為員工提供了一個直接與公司管理層和人事部門溝通的平台，強化了內部溝通，讓員工的真實聲音被聽見，情緒得到有效疏導。

通過這種座談會的模式，員工主動溝通、反饋問題的意願明顯增強。對於他們提出的問題和建議，我們也都進行了細緻的優化和改進，從而顯著提高了員工的整體滿意度。

在報告期內，巨子生物採取了一系列創新措施，以構建多元化的員工溝通渠道。

服務台	公司成功搭建了人事行政、財務等智能服務台，通過知識庫自動解答員工的常見問題，減少了重複溝通，同時利用該平台統一推送節日祝福、公司通知等信息，提升了服務效率。
員工意見箱	此外，公司設立員工意見箱，鼓勵員工提出建議，管理層定期查看並回應，增強了員工的參與感和歸屬感。
滿意度調查	通過年度員工滿意度調查和每月廚房滿意度調查，公司及時瞭解並改進員工關心的問題，提高了員工的工作積極性和滿意度。

這些舉措不僅促進了員工與管理層之間的有效溝通，也為公司的持續發展注入了活力。

法定福利	女性員工關懷
- 社會保險 - 住房公積金 - 法定節假日	- 在三八婦女節組織女性員工慰問，為女性員工送上節日關懷 - 設立母嬰室
節日、生日福利	額外福利
- 每逢節日為員工送上節日大禮包、節日慰問 - 在員工生日組織活動，發放生日禮物	- 為員工提供購房及購車福利 - 組織全體員工進行年度體檢 - 設立退休辦，定期關懷退休員工 - 設立員工咖啡廳

員工關懷

在報告期內，我們深入實施了一系列員工關懷活動，旨在增強團隊凝聚力，提升員工的歸屬感和滿意度。每月的集體生日會為當月生日的員工帶來了溫馨的慶祝時刻，精美的蛋糕和公司定製的禮品讓每位員工都感受到了家的溫暖。此外，我們還舉辦了籃球賽、足球賽等體育活動，不僅鍛鍊了身體，也加強了員工之間的交流與合作。

為了進一步增進團隊合作精神，我們特別策劃了「員工成長營」，通過團建遊戲和活動，讓員工在輕鬆愉快的氛圍中建立更緊密的聯繫。咖啡品鑑沙龍則為員工提供了一個放鬆身心的機會，同時學習咖啡文化，享受品質生活。

這些豐富多彩的活動不僅豐富了員工的業餘生活，也展現了公司對員工福祉的重視。我們相信，通過這些細緻入微的關懷措施，能夠有效提升員工的幸福感和忠誠度，共同推動公司的持續發展與繁榮。



為了有效降低員工流失率，公司採取了一系列創新措施

GIANT BIOGENE	
關懷分享會	通過舉辦小範圍的關懷分享會來加強與新員工的溝通，特別是關注實習生，確保每位員工都能感受到公司的人文關懷；
優化人才結構	提高了員工的學歷要求，優化了人才結構並提升了整體素質；
離職原因分析	常態化分析離職原因，並在招聘初期就與應聘者溝通常見的離職原因，以減少未來的流失；
精準招聘	實施精準招聘策略，與部門領導緊密合作，確保招聘到最合適的人才。

這些綜合措施不僅提升了員工滿意度，也顯著降低了離職率，展現了公司在人才管理和留存方面的積極努力。報告期內，本公司員工流失率為31%，按各組別劃分的員工流失率如下：

類別	項目	比例
按性別劃分的僱員流失率	男性	33%
	女性	31%
按年齡劃分的僱員流失率	30歲及以下員工	34%
	31-40歲員工	30%
	41-50歲員工	19%
	51歲及以上員工	0
按地區劃分的僱員流失率	西北地區	33%
	其他地區	28%

安全與健康

巨子生物秉持為所有員工創造一個安全與健康的工作環境的職責，我們致力於強化落實安全生產的主體責任，打造健康安全、平安穩定的工作環境，嚴格保障每一位員工的健康與安全。

安全生產管理

安全生產相關亮點結果：

目標類別	目標描述
死亡及重傷事故	0（零事故）
重大火災（爆炸）事故	0（零事故）
重大設備安全事故	0（零事故）
重大安全責任事故	0（零事故）
員工安全生產教育培訓率	100%（全覆蓋）
安全事故隱患整改率	100%（全整改）

本報告期內，公司通過強化制度執行、細化生產運營環節管控，系統性降低安全風險，並針對性優化作業流程及應急預案，推動安全管理體系全面升級。

全員簽訂安全生產目標責任書，實現安全責任分級量化到崗到人

針對高風險部門實施專項安全生產計劃，建立管理人員安全責任清單並強化履職意識

建立分級安全檢查機製：節前專項檢查+月度綜合安全隱患排查+燃氣周檢+24小時防火巡查

構建「內訓+外培」雙軌體系：安全管理人員外部專項培訓8次，搭建生產安全/消防/危化品等10類全員覆蓋式安全培訓體系，年度實施60場次

開展多場景實戰化應急演練13次，覆蓋火災/危化品泄漏/有限空間等8類重點風險場景

- 實施特種設備操作人員資質強化計劃，組織新取證及復審人員專項外訓
- 建立季節性安全防範機製：夏季開展防汛管網清淤/物資儲備/重點區域巡檢；冬季實施全域防凍排查與隱患處置
- 建立特種設備年檢常態化管理機製，100%完成法定檢驗申報
- 系統化修訂安全環保制度文件，實現標準與法規動態對標

報告期內，公司舉行了多次安全生產內外部相關培訓：全年組織公司級生產安全培訓60次，包括安全管理人員外部專項培訓8次、消防安全培訓及消防演練13次，特種設備培訓，特種作業培訓，危險化學品培訓，天然氣安全培訓，有限空間培訓，環保培訓，危險廢物培訓，職業健康培訓等。同時得益於公司數字化建設，新增每週使用飛書安環小喇叭培訓宣貫40次。



報告期內，公司生產工作平穩進行，全年未發生重大安全事故，特種作業人員持證率達100%，安全生產培訓率達到100%。本集團過去三年未有因工傷而導致的死亡事件。報告期內，因工傷損失的工作日為147天。

巨子生物在安全生產管理上取得的成效



提升了全員安全生產意識



提高了安全應急處置能力

員工健康支持

巨子生物一直關注員工的健康與安全，我們嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國消防法》《中華人民共和國職業病防治法》以及《工作場所職業衛生管理規定》和《女職工特別保護規定》等法律法規。同時，在報告期內我們還新增並完善了包括《職業病危害與救援管理制度》《職業衛生應急預案》《職業病防治管理績效考核管理制度》《氣瓶安全管理與使用規定》《危險化學品崗位安全責任製》《危險化學品事故應急預案》和《危險化學品雙人雙鎖管理制度》在內的一系列內部規章制度，以進一步加強安全管理和提升應急響應能力。更新規章制度舉例：

制度名稱	更新內容	優化目的
《職業病危害防治責任製管理制度》	明確各級管理人員和員工在職業病危害防治中的職責和義務，強化責任落實。	確保各級人員都能充分認識到職業病防治的重要性，並積極參與防治工作。
《職業病危害項目申報管理制度》	增加了在線申報和電子化管理，簡化申報流程，提高工作效率。	及時、準確地進行職業病危害項目申報，確保符合法律法規要求。
《職業病防護用品管理制度》	加強了對防護用品的定期檢查和維護，確保其有效性。	保障員工的職業健康，防止職業病的發生。

報告期內，公司共計組織職業健康培訓2次，且公司職業病發生數為0。

報告期內為保障員工健康，所進行的投入及採取的舉措

- 職業病防治法、環保知識培訓
- 個人勞動防護用品採購及發放，並建立台賬
- 進行職業危害場所現狀評價
- 工作環境職業危害因素檢測
- 組織員工進行職業健康體檢
- 按期進行第三方環境監測
- 進行職業危害方面演練
- 建立應急藥箱，保障員工在感冒、中暑等及時得到救治

培訓與發展

員工培訓

項目類別	單位	數據
受訓僱員佔總僱員百分比	%	100
員工接受培訓總小時數	小時	40,022.5
公司高級管理人員參與培訓的人數佔比	%	0.28
公司中層管理人員參與培訓的人數佔比	%	3.64
公司基層員工中參與培訓的人數佔比	%	96.08
女性員工參與培訓的人數佔比	%	58.7
男性員工參與培訓的人數佔比	%	41.3
公司高層管理人員的受訓總時數	小時	100
公司中層管理人員的受訓總時數	小時	1,920
公司普通員工中的受訓總時數	小時	38,002.5
女性員工參與培訓的受訓總時數	小時	23,494.5
男性員工參與培訓的受訓總時數	小時	16,528
公司高層管理人員的人均培訓小時數	小時	20
公司中層管理人員的人均培訓小時數	小時	30
公司基層員工中的人均培訓小時數	小時	22.5
女性員工參與培訓的人均培訓小時數	小時	22.8
男性員工參與培訓的人均培訓小時數	小時	22.8

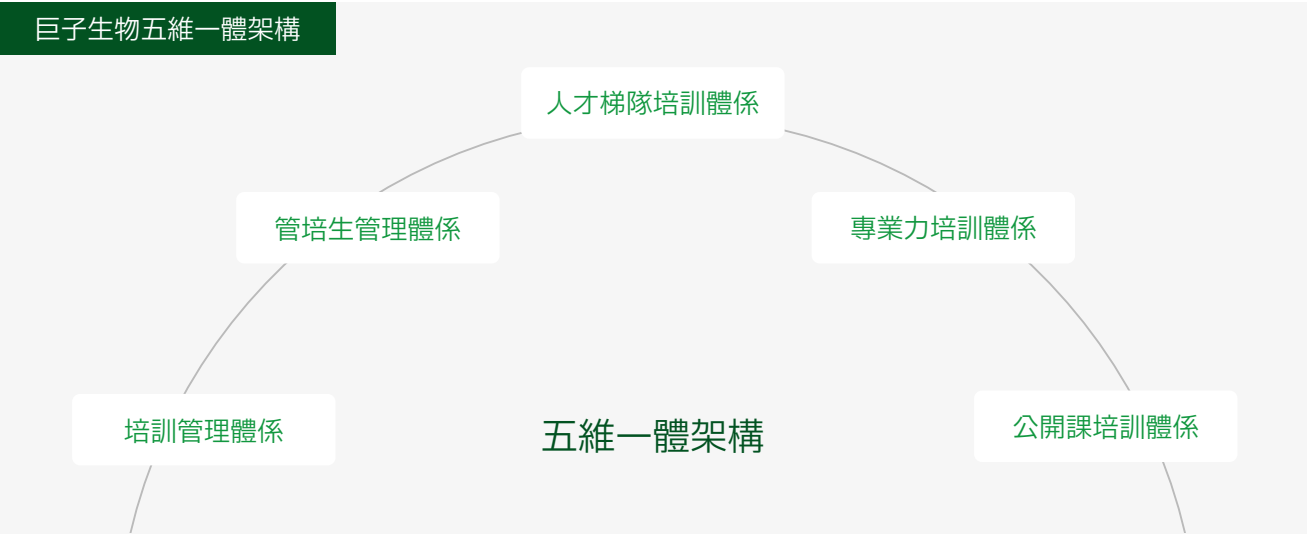
巨子生物十分重視員工的培養與發展，相信員工的發展是公司成長的關鍵。我們建立了完善的人才培訓體系，規劃了暢通的職業發展路徑，積極鼓勵員工獲取相關職業認證，支持每一位員工持續提升自身能力。

我們為每一位員工都搭建了暢通的職業發展路徑，從用人、留人、培養人等方面助力人才發展。報告期內，公司在內部員工職業發展通道拓展方面，持續優化《儲備經理培養方案》《儲備總監培養方案》《巨子生物新員工培養管理辦法》《在職人員繼續教育方案》等內部制度，發揮公司就是「一所學校」的企業文化特色，持續內部培養，為公司可持續發展奠定基礎。

我們不斷加強內部人才的培養與發展，充分支持員工內部輪崗和轉崗，為員工提供多元化職業發展路徑。

公司支持員工進行學歷提升與專業資質認證，在員工學習成長方面，公司持續踐行《在職人員繼續教育方案》，鼓勵支持員工考取專業資格證書、參加繼續教育、獲取學位課程，給予政策支持，並發放獎勵津貼。

公司培訓體系的建設以打造高效的人才供應鏈為核心，立足於員工素質評價體系和職業行為評價體系。為了實現這一目標，我們構建了五維一體的架構：



專業力培訓



人才梯隊培訓



公開課培訓

在管理幹部的培養體系中，我們持續實施了「繼任者計劃」和「A\B角培養規劃」。通過「送出去、引進來」的學習策略，我們致力於提升管理幹部的素質和視野。



為了進一步拓寬管理幹部的知識領域和視野，對於有潛力的管理幹部，我們採用輪崗制度。通過安排他們到不同部門進行輪崗，他們能夠獲得更廣泛的經驗，加深對不同業務領域的理解，從而提升他們的管理水平。

此外，我們於報告期內持續優化「BEST管理層培訓體系」，旨在全面提升管理層在基礎管理、職業認知、管理技能和溝通能力等方面的能力。



對於年輕的幹部，我們將為他們提供接觸市場的機會，並獨立承擔工作項目。他們將從零開始組建團隊，通過市場實踐來錘鍊其業務能力、執行能力和協同能力。

通過這一系列的培訓和培養計劃，我們致力於打造一支高素質、有遠見的管理團隊，為公司的持續發展奠定堅實基礎。

員工發展

巨子生物在報告期內持續對員工成長和職業發展給予了高度重視，製定並實施了《員工成長體系》，為員工的職業生涯規劃和晉升通道提供了明確的指導。

公司推行《在職人員繼續教育方案》，鼓勵並支持員工提升專業水平和技能，通過考取專業資格證書、職稱晉升和參加繼續教育等方式，不斷增強自身能力。為此，公司提供了政策支持和補貼政策，激勵員工在獲得更高職稱和學歷後繼續為公司貢獻力量。

在過去一年中，巨子生物取得了顯著的成就：1人成功申報高級職稱，4人申報中級職稱，為公司的持續發展提供了堅實的人才支持。



公司還實施了內部崗位調整，針對管理崗位，我們優先進行內部競聘的方式，報告期內，我們提拔了很多內部骨幹，給大家相應發展空間。

這一策略不僅可激發員工積極性，依託內部經驗快速勝任，降低磨合風險與成本，強化文化認同和人才梯隊建設，同時提升組織凝聚力與競爭力。巨子生物通過這些措施，展現了對員工全面發展的承諾，為構建學習型組織和提升企業競爭力奠定了堅實基礎。

06 回饋社區 展現責任擔當



社會公益

巨子生物深知，企業作為社會價值的創造者和獲益者，需積極踐行社會主義核心價值觀，勇於承擔社會責任。

為提升企業公信力，我們積極響應政府部門、社區、非政府組織的號召，常年活躍在公益一線。我們在知識普及、愛心捐贈、志願服務等多個領域開展多項公益活動。

報告期內，我們累計捐贈價值總額超1,400萬元。

報告期內

累計捐贈價值總額超

1,400 萬元



公益慈善

案例 | 點燃愛心之火，守護師者之光

2024年教師節，巨子生物通過陝西省慈善聯合會向陝西教育系統捐贈價值907萬元的自主研發護膚產品，覆蓋藍田縣、閿良區高校的1.4萬餘名教師。

行動以「點燃愛心之火，守護師者之光」為主題，在多所學校舉行捐贈儀式，針對性關懷教師羣體因長期戶外、粉塵環境導致的皮膚健康問題，同步致敬教育工作者堅守崗位的奉獻精神。

西北大學校方代表在儀式中肯定校友企業對教育公益的持續投入，強調校企聯動的社會價值。巨子生物相關負責人表示，將依託「生物科技服務美麗與健康」的使命，持續通過教育支持、鄉村振興等公益項目履行社會責任。



案例 | 敬頌守護者，續寫援藏情

2024年8月，共青團陝西省委等聯合巨子生物，在西安舉行「敬頌守護者，續寫援藏情」公益行動捐贈儀式。值陝西對口援藏 30週年之際，巨子生物為阿里地區陝西醫療、教育援藏人才及幹部，捐贈價值16.6萬元的物資。

這是巨子生物再次投身援藏公益，旨在關愛援藏人員、助力援藏工作。巨子生物長期踐行社會責任，未來還將開展更多公益項目，傳遞愛與希望，彰顯企業價值。



案例 | "525 全國護膚日" 公益行動

2024 年 5 月，巨子生物攜手中國醫師協會及皮膚科醫師分會，開展以「美麗中國，皮膚先行」為主題的第十八屆「525全國護膚日」公益行動。

作為連續9年參與該公益的企業，巨子生物邀請權威專家針對敏感肌護理、美容項目後修護等常見問題提供專業解答，並通過連鎖藥房開展科普展覽、宣講及產品體驗活動，倡導科學護膚理念。



行業發展

我們積極參與行業活動，通過行業聯盟及峯會創造交流與學習機會，鏈接同行、權威專家學者、專業領軍人物、行業新銳領袖，在促進巨子生物不斷鑽研核心科技的同時，提升行業影響力，拓寬大眾認知。

案例 | 推動行業標準化

巨子生物，作為生物活性成分領域的領先企業，積極推動行業標準的製定與實施，以促進行業的規範化和高質量發展。

為積極響應國家標準化戰略，推動行業創新發展步伐，報告期內，巨子生物主導製定的兩項團體標準《發酵人參粉》與《化妝品用原料人參皂苷》正式發佈。

該兩項標準分別發酵人參粉領域及化妝品行業人參皂苷原料領域的首個團體標準，填補了相關領域標準空白，為行業技術創新與品質升級提供基準，引領生物活性原料產業高質量發展。



案例 | 積極參與行業活動

巨子生物在推動行業交流和促進行業發展方面發揮了積極作用。報告期內，巨子生物共參加百餘場行業交流會，出席包括CSD2024中華醫學會全國皮膚性病學術年會、CDA2024中國醫師協會皮膚科醫師年會等重要會議。

巨子生物受邀參加中華醫學會燒傷外科學分會2024年學術年會，攜可痕品牌亮相並舉辦專題衛星會。在燒傷治療方面，我們研發的重組膠原蛋白在燒燙傷各階段均有顯著功效，如止血、促愈、修復皮膚結構、輔助疤痕修復等。巨子生物對重組膠原蛋白的研究推動了生命科學領域發展，旗下產品為燒傷患者帶來更好治療方案，為全球醫療健康事業做出重要貢獻。



附錄一 香港聯交所附錄C2內容索引

環境、社會及管治主要範疇、層面與一般披露及關鍵績效指標（KPI）

環境			索引
A1： 排放物	一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a)政策；及 (b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	4.2排放物管理
	A1.1	排放物種類及相關排放數據	4.2排放物管理
	A1.2	直接（範圍1）及能源間接（範圍2）溫室氣體排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）	4.3資源管理
	A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）	4.2排放物管理
	A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）	4.2排放物管理
	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	4.1環境管理
	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	4.1環境管理 4.2排放物管理
A2： 資源使用	一般披露	有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策	4.3資源管理
	A2.1	按類型劃分的直接及/或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）	4.3資源管理
	A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）	4.3資源管理
	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	4.1環境管理 4.3資源管理
	A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟	4.1環境管理 4.3資源管理
	A2.5	製成品所用包材料的總量（以噸計算）及(如適用)每生產單位佔量	4.3資源管理

環境、社會及管治主要範疇、層面與一般披露及關鍵績效指標（KPI）

環境			索引
A3： 環境及 天然資源	一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策	4.1環境管理 4.2排放物管理
	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	4.1環境管理 4.2排放物管理
A4： 氣候變化	一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策	4.4應對氣候變化
	A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動	4.4應對氣候變化
社會			索引
B1： 僱傭	一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	5.1員工僱傭
	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	5.1員工僱傭
	B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	5.2權益與福利
B2： 健康與 安全	一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	5.3安全與健康
	B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率	5.3安全與健康
	B2.2	因工傷損失工作日數	5.3安全與健康
	B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法	5.3安全與健康

環境、社會及管治主要範疇、層面與一般披露及關鍵績效指標（KPI）

社會			索引
B3： 發展及 培訓	一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動	5.4培訓與發展
	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	5.4培訓與發展
	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	5.4培訓與發展
B4： 勞工準則	一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	5.1員工僱傭
	B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工	5.1員工僱傭
	B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟	5.1員工僱傭
B5： 供應鏈 管理	一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策	2.3供應鏈管理
	B5.1	按地區劃分的供貨商數目	2.3供應鏈管理
	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	2.3供應鏈管理
	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	2.3供應鏈管理
	B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法	2.3供應鏈管理
B6： 產品責任	一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	2.3質量管理 3.1客戶服務 3.2責任營銷 3.3隱私保護

環境、社會及管治主要範疇、層面與一般披露及關鍵績效指標（KPI）

社會			索引
B6： 產品責任	B6.1	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	2.1質量管理
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法	3.1客戶服務
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例	2.2產品研發
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序	2.1質量管理
	B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法	3.3隱私保護
B7： 反貪污	一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	1.3合規經營
	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	1.3合規經營
	B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法	1.3合規經營
	B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓	1.3合規經營
B8： 社區投資	一般披露	有關以社區參與來瞭解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策	6.1社會公益
	B8.1	專注貢獻範疇（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）	6.1社會公益
	B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）	6.1社會公益

