

2025



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

巨子生物控股有限公司（以下簡稱「本公司」）欣然提呈2025年度環境、社會及管治報告（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2025年1月1日至2025年12月31日（即「報告期」）本集團的ESG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2025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「香港交易所」）《主板上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告守則》（以下簡稱「ESG報告守則」）進行編製。

本報告遵循重要性、量化、一致性等量報原則，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議題進行彙報。巨子生物2025年ESG重大性議題識別過程及結果請參閱「利益相關方溝通」及「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2025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。除另有說明外，報告所涉貨幣種類及金額均以人民幣為計量單位。

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2026年3月19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	02
董事長致辭	06
關於我們	07

01 責任治理 構築管理基石

公司治理	11
董事會聲明	11
治理架構	11
ESG治理	12
ESG管治架構	12
利益相關方溝通	13
ESG重大性議題	15
合規經營	17
風險管理	17
商業道德管理	18

02 創新研發 鑄就匠心品質

質量管理	23
質量管理體系	23
質量管理行動	27
質量文化建設	32
產品研發	33
研發體系建設	33
創新成果	38
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
負責任營銷	53
隱私保護	55

04 綠色經營 實現高質量發展

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	85
權益與福利	88
薪酬與福利	88
員工關懷	90
安全與健康	94
安全生產管理	94
員工健康支持	95
培訓與發展	96
員工培訓	96
員工發展	98

06 回饋社區 展現責任擔當

社會公益	101
行業發展	103
附錄	105
香港交易所上市規則附錄C2內容索引	105

GIANT
BIOGENE

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

2025年，正值「十四五」收官與「十五五」啓新的關鍵交匯之年，可持續發展已成為時代賦予企業的核心命題。我們堅信，科技向善的本質，既要守護消費者的美麗與健康，也要能為行業帶來正向的引領、為社會傳遞溫暖的價值、為地球留存更長久的善意。這一年，我們帶着這份信念，將ESG理念深植公司發展肌理。

行穩致遠，必先強基固本。

規範、透明、合規的治理，是公司可持續發展的「壓艙石」。我們持續升級ESG治理體系，完善三級ESG管治架構；聯動利益相關方建立ESG重大議題矩陣。我們把合規作為發展的根本底線，迭代升級三道風險防禦機製，營造清正廉潔、誠信守法的經營生態。唯有把治理的根基扎深扎牢，方能於時代浪潮中守住公司發展的安全線與生命線。

作為生物科技企業，研發是我們的立身之本。

我們將可持續理念貫穿產品全生命週期，以體系化研發與技術突破引領行業創新發展，依託2張III類、30餘張II類醫療器械註冊證，140餘款化妝品備案以及140餘項在研項目等深厚研發儲備，為用戶提供優質產品與服務；深化全鏈條質量管理，實現質量問題可追溯、可管控、可處置，通過開展質量安全系列培訓，推動質量意識從「被動合規」向「主動卓越」轉變；我們攜手產業鏈上下游協同共進，打造高效共贏的供應鏈生態，把綠色發展的半徑，從公司自身延伸至整個產業。

最大的可持續，是消費者的長期信任。

我們秉持「以消費者需求為導向，以用戶價值為根本」的核心理念，將消費者體驗視為品牌發展的生命線。我們重構與升級客服系統，以更有溫度、更高效的服務響應消費者訴求；搭建全鏈路隱私保護體系，堅決捍衛消費者數據安全；構建「制度嚴控、數智賦能、全員合規」的三位一體責任營銷體系，以品牌科普活動搭建科學與公眾的對話橋樑，打造透明、誠信的消費生態。

一家企業的意義，從來不止於商業上的成功，更在於所創造的社會價值。

我們在可持續發展的路上，始終堅持與行業、社會、環境、員工共生共榮：主導或參與多項國家、行業及團體標準的製定，出席多場學術活動，為行業高質量發展注入源頭活水；投身社會關懷、健康科普等多元領域，持續貢獻公益力量；長效推進節能降耗、迭代創新綠色包裝、優化低碳運輸體系，通過「環境管理體系認證」，獲評「國家級綠色工廠」；秉持「以人為本」的關懷理念，打造覆蓋「身、心、家、業」的福利體系，讓每位員工收穫成長、歸屬感與幸福感。

過去一年，我們邁出的每一步，都離不開各位的信任與支持。謹向所有股東、合作伙伴及廣大消費者致以誠摯感謝。

潮起新程，向綠而行，ESG不僅是時代必答題，更是構建可持續競爭力的必經之路。我們將始終堅守長期主義，以治理為根基、以責任為內核、以綠色為底色，與所有同行者攜手並肩，共創人與自然和諧共生的美好未來。



巨子医美

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，公司成功在香港交易所主板上市，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臺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，截至報告期末公司擁有209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、欣昔及參昔。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，公司已獲批多個III類及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牀療效顯著。

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中國中免、絲芙蘭、屈臣氏、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。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32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群體的戰略規劃。

01 責任治理 構築管理基石

治理是企業發展的基石，我們堅持可持續發展戰略，致力於構建科學高效的ESG治理體系，強化利益相關方溝通，識別重大性議題，完善風險管控與商業道德管理，保障公司合規穩健運營，贏得各方信任與支持。本章主要圍繞「責任治理，構築管理基石」展開，從公司治理、ESG治理、合規經營三方面介紹公司的重點管理舉措。

公司治理

董事會聲明

巨子生物將可持續發展確立為核心戰略，明確董事會作為ESG治理的最高決策層，全權統籌監督ESG事務。董事會嚴格對標聯交所《主板上市規則》附錄C2中的ESG報告指引，製定公司的ESG管理方針與策略，並將最新監管要求深度融入日常ESG管理流程。

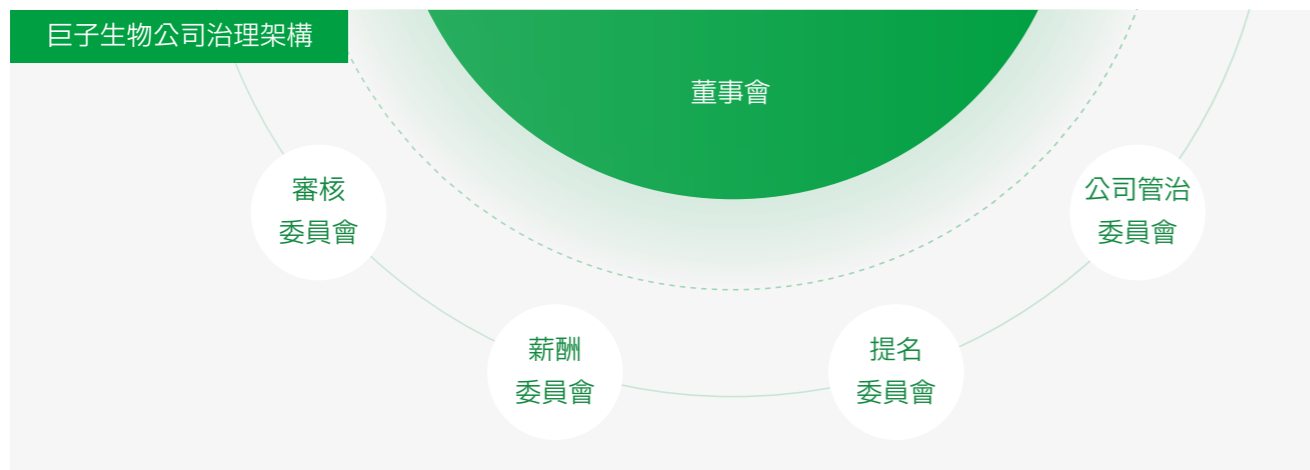
我們主動搭建與利益相關方的溝通橋樑，深度參與ESG議題的識別、重要性分析及優先級排序，以此指導ESG管理實踐與信息披露工作。報告期內，董事會結合行業發展趨勢與利益相關方反饋，系統評估並明確了公司在環境、氣候及社會領域的風險與機遇。

為確保ESG工作高效落地，董事會下設公司管治委員會，定期匯報ESG工作進展。公司設定了涵蓋三廢排放、溫室氣體排放、能源使用、質量安全等核心ESG績效指標的工作目標。公司董事會定期審閱目標達成情況，將其納入關鍵績效指標體系，針對未達標項提出針對性改進建議，推動ESG工作持續優化。

治理架構

巨子生物搭建了規範的公司治理體系，旨在提升公司運營與決策的透明度、公正性及穩定性，切實維護股東與各方利益相關者的合法權益。

公司董事會全面統籌公司管理、運營及戰略規劃等核心工作，針對公司發展重大事項作出決策，同時授權管理層開展日常經營活動，並對其履職情況進行監督。董事會下設審核委員會、薪酬委員會、提名委員會及公司管治委員會四個專門委員會，協同推進公司治理相關工作。



ESG治理

ESG管治架構

巨子生物始終踐行「科技賦能生活」的理念，依託核心科學技術，將可持續發展理念深度融入日常運營全流程，致力於成為中國美麗與健康領域的領軍企業，為利益相關方創造美好體驗與價值。

公司搭建了覆蓋全集團的ESG治理體系，保障ESG工作高效落地、理念全面滲透。董事會作為決策層，統籌全集團可持續發展工作，製定戰略規劃與發展目標；公司管治委員會作為部署層，負責具體ESG工作安排，定期回顧並向董事會匯報；ESG相關職能部門組成執行團隊，落實日常ESG工作。這一自上而下的三級架構，為ESG工作成效提供堅實保障，也為公司長期發展築牢根基。

巨子生物ESG三級組織架構



利益相關方溝通

巨子生物高度重視利益相關方的訴求，通過常態化溝通渠道廣泛收集各方意見，及時優化調整，以務實履責回應期望，贏得各方的認可、信賴與支持。

我們搭建了高效溝通機制，針對利益相關方關注的議題與建議做出回應，並將相關反饋納入集團ESG治理與決策體系。



建立有效溝通機制



利益相關方識別	關注的議題	溝通回應方式
政府/監管機構	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 合規運營 • 風險管理 • 商業道德 • 氣候變化 	<ul style="list-style-type: none"> • 股東大會 • 業績說明會 • 投資者交流會 • 調研路演 • 信息披露 • 電話及郵件溝通
客戶	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<ul style="list-style-type: none"> • 客戶拜訪 • 全國客服熱線 • 客戶滿意度調查
集團員工	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<ul style="list-style-type: none"> • 現場走訪 • 員工活動 • 員工滿意度調查
供應商和合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> • 供應鏈管理 • 產品質量與安全 • 知識產權管理 • 商業道德 	<ul style="list-style-type: none"> • 招標會議 • 調研走訪 • 交流合作 • 行業論壇
環境	<ul style="list-style-type: none"> • 氣候變化 • 危險化學品管理 • 實驗倫理道德 • 排放物管理 	<ul style="list-style-type: none"> • 落實環境政策 • 環境信息披露
社區公眾	<ul style="list-style-type: none"> • 社區公益 • 排放物管理 • 能源使用與資源管理 	<ul style="list-style-type: none"> • 社區投資 • 志願服務 • 社區活動



ESG重大性議題

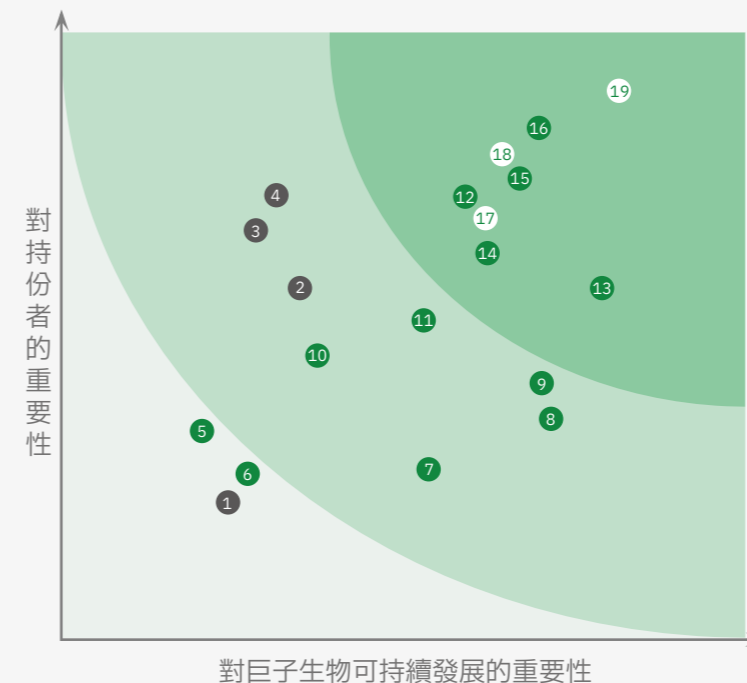
報告期內，巨子生物系統開展了重大性議題識別工作。

我們通過深入聽取各利益相關方的意見，並結合內部訪談，同時參考聯交所指引及對標同行業公司的披露情況，進行了綜合分析。

2025年，公司共識別出19項重大性議題，其中包括8項高度重要性議題、8項中度重要性議題以及3項一般重要性議題。



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

GIANT BIOGENE

合規經營

風險管理

巨子生物始終將提升企業抗風險能力置於重要位置，旨在通過有效的風險管理機製，切實保護公司資產安全與核心利益，規避潛在損失。

我們致力於通過優化風險管控提升經營效率與市場競爭力，從而為公司的可持續發展提供堅實保障。目前，公司已構建起一套較為完備的風險管理體系，製定並實施了包括《企業風險管理制度》《用印管理》《資金管理制度》《內部控制制度》及《合規管理制度》在內的一系列內部規章。此外，我們嚴格遵循聯交所規則，並依據第三方專業團隊出具的內控評估報告，持續對內部控制制度進行完善與優化。

在風險管理的實際執行層面，巨子生物建立了嚴謹的「三道防線」機製：各業務部門作為第一道防線，承擔風險管理的直接責任；內審部與董事會下設的審核委員會構成第二道防線，負責監督與審查；董事會及股東大會則作為第三道防線，把握風險管理的最終決策權。

報告期內，公司嚴格依照相關制度開展風險管理工作，重點聚焦於經營決策、法律法規遵循及資產安全等關鍵領域的風險識別、研判與處置。各職能部門綜合運用日常工作分析、定期安全檢查清單及重點項目後果分析等多種手段，對風險因素進行全方位評估。同時，內審負責人帶領團隊深入開展內部審計工作，主動識別並改進內部管控中存在的問題，並定期向審核委員會彙報工作進展。

巨子生物三道防線風險管理架構



商業道德管理

巨子生物始終堅守高標準的商業道德與誠信原則，對貪腐行為秉持「零容忍」態度，致力於構建風清氣正的經營環境。

公司從制度建設與執行落地雙重維度強化管控，嚴令禁止任何形式的賄賂與腐敗行為。我們嚴格遵循《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》等法律法規，並製定了《反舞弊與舉報制度》等內部準則，不斷夯實反貪污、反舞弊的管理機製。報告期內，集團未發生任何涉及貪污或賄賂的案件。

為確保反舞弊工作的有效推進，公司建立了自上而下的管理架構。

董事會及審核委員會負責頂層設計，完善相關機製，持續監督反舞弊工作並致力於建設廉潔文化；管理層與內部舉報管理領導小組則負責建立健全內控機製，具體推進反舞弊實施及舉報處理工作；各業務中心、人事行政部及財務中心負責日常的自查自糾與配合落實。

針對員工舞弊行為，公司依據情節嚴重程度實施分級處罰，措施涵蓋口頭及書面警告、追繳不當得利、解除勞動合同，乃至行政處罰或移交司法機關處理。

巨子生物反舞弊管理架構

01 董事會

- 負責督促管理層建立公司範圍的反舞弊文化環境，建立健全包括預防舞弊、接受舉報和調查處理在內的內部控制體系
- 授權董事會審核委員會指導公司的反舞弊工作

02 審核委員會

- 董事會審核委員會是公司反舞弊工作的主要負責機構，負責對反舞弊工作進行持續監督

03 管理層

- 負責建立健全包括預防舞弊在內的內部控制機製
- 負責實施控制措施以降低舞弊發生的機會，對舞弊行為採取適當且有效的補救措施，並進行自我評估

04 內部舉報管理領導小組

- 負責內部舉報工作制度的製定、修改和實施
- 受理員工舉報的內部運營缺陷或違規行為，並組織對該行為進行調查分析和性質認定
- 討論研究運營缺陷或違規行為的補救和整改措施上報公司
- 依照公司相關規章制度，出具運營缺陷或違規行為相關責任人的處理意見上報公司

05 各中心負責人

- 各中心負責人是各中心反舞弊工作的第一責任人與對接人
- 負責配合協助反舞弊調查小組展開工作
- 負責本中心腐敗行為的自查自糾

06 法務部

- 審核舞弊調查小組移交的案件和證據資料
- 將符合立案條件的舞弊案件移送司法機關
- 對涉案人員提請法律訴訟

07 財務中心

- 將其在財務管理活動中發現的舞弊線索及時移交給內部舉報管理領導小組
- 在舞弊案件未結案前凍結案件責任人一切費用支付
- 協助收回舞弊案件的經濟賠償

08 人事行政部

- 對舞弊案件所涉全部舞弊人員進行紀律處分
- 處理舞弊人員的勞動關係、薪酬和勞務報酬

巨子生物搭建了包括官方投訴信箱、電話、電子郵件（complaint@xajuzi.com）在內的多元化舉報渠道，由內部舉報管理領導小組統籌負責舉報事項的全流程管理，涵蓋舉報受理、調查核實、處置執行及結果歸檔等環節。

公司制度明確了商業道德事件舉報的處理流程與時限要求，並着重強調對舉報人在協助調查期間的保護。報告期內，集團未收到任何相關舉報投訴。

報告期內，巨子生物收到相關舉報投訴

0 件

巨子生物舉報處理流程

STEP 1

舉報情況經內部舉報管理領導小組辦公室主任初審

STEP 2

召開辦公會議，對舉報情況進行討論分析、性質認定

STEP 3

責成相關部門調查，在限定期限內查明情況

STEP 4

對舉報情況相關責任人進行處理，並落實整改措施

公司始終將廉潔文化建設與商業道德標準宣貫置於重要位置，着力打造全覆蓋、無死角的合規培訓體系。

報告期內，我們通過新員工入職培訓、日常會議宣導、簽署廉潔反腐協議等形式，面嚮全體職員及供應商合作伙伴開展宣貫培訓。本年度，公司累計開展相關培訓覆蓋超2,000人次，實現董事會、全體員工及供應商反貪腐與道德標準培訓100%全覆蓋，確保所有業務關聯方均能堅守道德底線，攜手共建風清氣正的經營環境。

報告期內，巨子生物向董事會和員工開展反貪污培訓

覆蓋

2,000餘人

覆蓋率

100%

02 創新研發 鑄就匠心品質

巨子生物視質量為生命，構建了覆蓋研發、生產及供應鏈的全生命週期質量管理體系，嚴格遵循化妝品、食品及醫療器械相關法規，實施高標準的質量監控與合規管理。本章主要圍繞「創新研發，鑄就匠心品質」展開，從質量管理、產品研發、知識產權保護及供應鏈管理三方面，介紹公司的體系化建設與源頭管控，從而保障產品安全與卓越品質。

質量管理

巨子生物始終堅守「真誠、善意、極緻、創新」的核心理念，深耕生物科技在美麗與健康領域的應用，致力於為消費者打造更優質的體驗。我們搭建了完善的產品質量管理體系，通過體系化的日常質量管控與內部質量安全文化建設，築牢產品品質防線，切實保障消費者權益。在研發端，我們高度重視技術創新，構建科學高效的研發體系，匯聚資深研發團隊，並強化知識產權全週期保護。在供應鏈端，我們持續深化管理，聚焦合規經營與綠色可持續發展，攜手供應商實現協同共進。

質量管理體系

巨子生物視產品質量與安全為企業發展的生命線，始終將其置於核心位置。針對多元化的產品矩陣，我們嚴格遵循並適用各類相關法律法規，確保合規經營。

產品類別	適用法律法規
化妝品	<ul style="list-style-type: none"> 化妝品監督管理條例 化妝品註冊備案管理辦法 化妝品生產經營監督管理辦法 化妝品分類規則和分類目錄 化妝品生產質量管理規範
食品	<ul style="list-style-type: none"> 中華人民共和國食品安全法 食品生產許可管理辦法 預包裝食品標籤通則 企業落實食品安全主體責任監督管理規定 食品生產經營監督檢查管理辦法
醫療器械	<ul style="list-style-type: none"> 醫療器械監督管理條例 醫療器械生產質量管理規範 醫療器械經營質量管理規範 醫療器械召回管理辦法 醫療器械不良事件監測和再評價管理辦法

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《醫療器械網絡銷售質量管理規範》《互聯網藥品醫療器械信息服務備案管理規定》《醫療器械註冊自檢檢查指南》《化妝品安全風險監測與評價管理辦法》《深化化妝品監管改革促進產業高質量發展的意見》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。

新法規下發後

STEP 1

針對需立即執行的法規，公司結合質量管理體系運行情況進行評審，及時修訂公司內部體系文件，並組織相關部門進行培訓宣貫。



STEP 2

針對有執行緩衝期的新法規，公司製定文件修訂計劃，明確修訂時間節點、責任部門及跟進機製，確保在緩衝期內完成所有相關文件的更新與審批。同時開展多輪內部培訓，保證各部門充分理解新要求。

報告期內，公司共新增及修訂質量體系文件約1,800份。文件類別涵蓋程序、管理、操作及標準類文件；修訂動因包括組織架構調整、生產體系優化及三類醫療器械體系更新等。此外，公司同步完成了由生產技術升級和工藝參數調整引發的工藝文件換版，以及檢驗項目、方法與質量標準的更新。所有文件的編製、審核及發佈流程，均嚴格遵循公司質量管理體系規定。

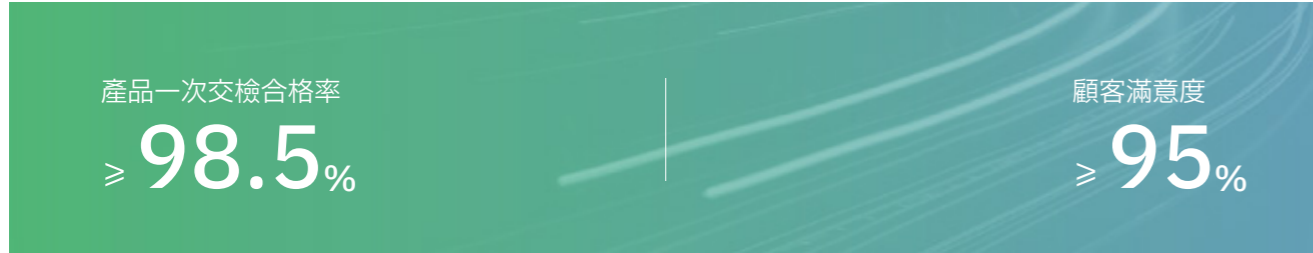
報告期內，公司質量體系文件新增及修訂升級約

1,800份

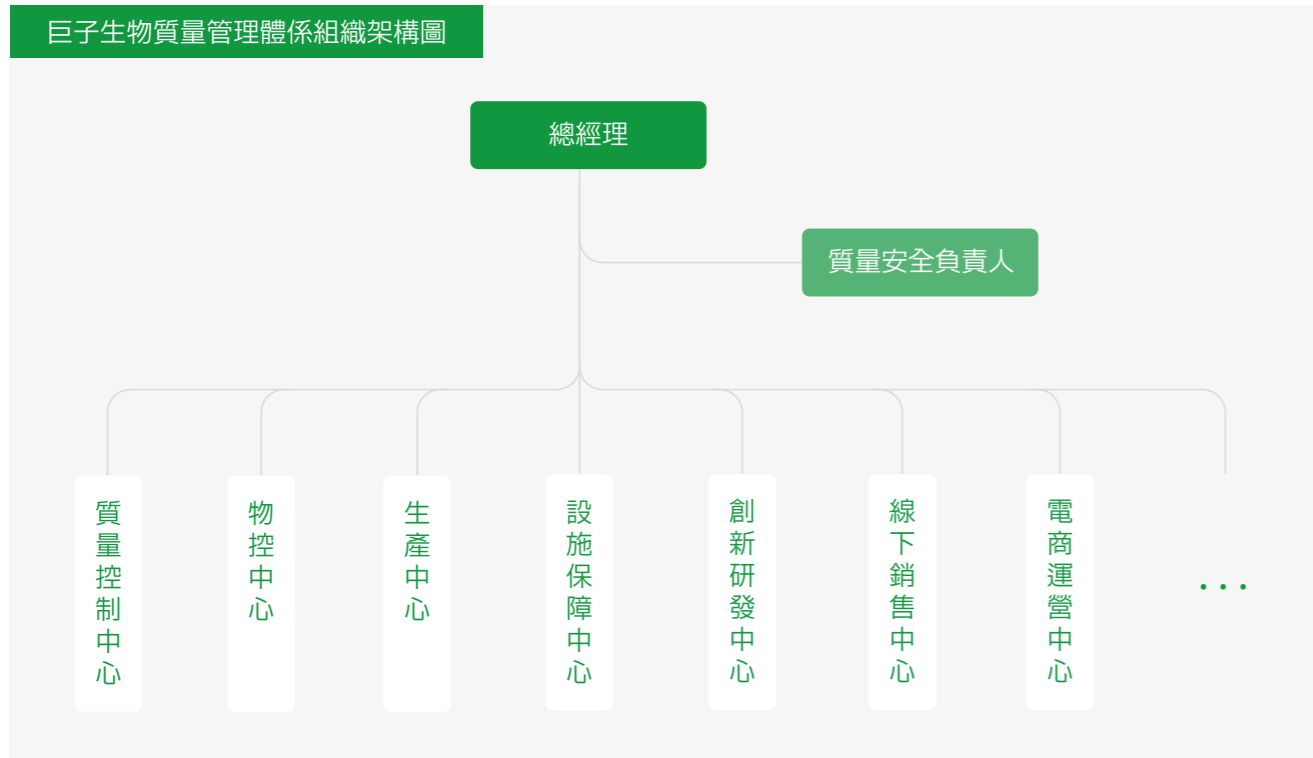


公司質量管理體系運行穩健高效，制度執行力顯著增強。全員深度踐行「以質量為生命，以信譽為根本」的質量方針，將「產品一次交檢合格率≥98.5%、顧客滿意度≥95%」的核心目標精準分解至各業務單元，並構建了「周度質量分析」的動態監控機製。

通過每週復盤監控數據、即時糾偏異常現象及落實改進措施，我們有力保障了產品質量的持續優化與體系運行的卓越成效。



公司建立了完備的質量管理體系，並明確了各部門的崗位和職責。質量管理實行總經理負責製，設立質量控制中心、物控中心、生產中心、設施保障中心、創新研發中心、線下銷售中心、電商運營中心等多中心架構，並明確了各中心部門的崗位和職責。我們的質量管理體系貫穿設計開發、原輔料管控、生產製造及銷售等全鏈路，通過全流程閉環管理，實現產品安全性與可追溯性的雙重保障。



巨子生物高度重視質量體系認證工作。

報告期內，公司在穩固醫療器械（ISO13485）、化妝品（ISO22716）及食品（FSSC22000）相關質量管理體系運行的基礎上，進一步確保環境管理（ISO14001）、職業健康安全（ISO45001）、能源管理（EnMS）及質量管理（ISO9001）等體系的有效運行與年度監審。依託上述管理體系，公司持續優化管理模式，全面提升運營效率。



公司持續進行質量管理體系內部審查及問題解決。

報告期內公司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，針對識別到的待改善項目，公司均已採取糾正預防措施，在核查後已經全部進行整改。



質量管理行動

巨子生物構建了一套完善的產品質量管理工作流程，通過供應商評估、物料驗收、生產過程QA及QC監控、留樣觀察等環節，實施日常全流程管控，切實保障產品質量安全，維護消費者權益。此外，公司還通過客訴處理分析、質量分析會、客戶滿意度調查、質量內審及管理測評等一系列舉措，推動質量管理工作實現體系化提升。

巨子生物日常生產質量管理流程

STEP 1 供應商評價

- 資質審核：對供應商的生產資質、營業執照、質量體系認證等進行嚴格審查，確保供應商具備合法合規的生產經營資格。
- 現場考察：按照審核計劃對供應商的生產現場進行實地考察，瞭解其生產設備、工藝流程、質量控制措施等是否符合要求，評估其生產能力和質量保障能力。
- 定期評估：根據公司供應商定期評估機制，對供應商的供貨質量、交貨期、服務水平等方面進行綜合評估，對於表現不佳的供應商及時採取措施，如要求整改、減少採購量或終止合作等。

STEP 2 物料驗收

- 文件核對：物料到貨後，對供應商提供的隨貨文件進行確認核對，包括質量檢驗報告、產品合格證、送貨單等，確保文件齊全、內容準確無誤。
- 外觀檢查：核對物料的包裝、標識、外觀等進行檢查，查看包裝是否完好無損，標識是否清晰準確。
- 數量核對：核對到貨物料的數量是否與送貨單一致，確保物料數量準確無誤。
- 抽樣檢測：按照抽樣規則對物料進行抽樣，送實驗室進行檢測，檢測項目包括理化指標、微生物指標等，檢測合格的物料才能入庫使用。

STEP 3 生產過程監控

- 生產前檢查：QA人員對生產車間的環境、設備、人員衛生等進行檢查，確保生產環境符合要求。
- 生產過程巡查：在生產過程中，QA人員定時對生產線上的各個環節進行巡查，檢查操作人員是否按照操作規程進行操作，工藝參數是否符合要求，設備運行是否正常，及時發現並糾正違規操作和異常情況。
- 關鍵控制點監控：對生產過程中的關鍵控制點進行重點監控，如原材料的添加量、保溫溫度、保溫時間、滅菌過程等，確保關鍵環節的質量控制到位。
- 清場檢查：每批產品生產結束後，QA人員對生產車間進行清場檢查，檢查設備、容器、場地等是否清潔乾淨，防止交叉污染和殘留物料對下一批產品質量造成影響。

STEP 4 產品檢驗

- 檢驗項目執行：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。
- 檢驗記錄與報告：檢驗過程中，QC人員認真記錄各項檢驗數據和結果，填寫檢驗報告。檢驗報告經審核後，作為產品放行的重要依據。
- 留樣管理：建立留樣管理規程，對每一批產品進行留樣，定期進行留樣觀察，並填寫記錄。
- 不合格品處理：如果產品檢驗不合格，QC人員及時通知相關部門，對不合格品進行標識、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。

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。

具體內容

質量監控

- 公司嚴格依據內部質量控制標準，開展全鏈條質量檢驗，覆蓋原輔料、包裝材料、中間體、半成品及成品。管控範圍包含：物料理化指標進廠驗收、生產工藝參數（溫度、壓力等）實時監控、生產環境潔淨度（懸浮粒子、浮游菌等）定期監測，以及各生產階段中間產品檢驗。同時，公司嚴格執行留樣管理制度，定期開展產品留樣觀察與穩定性考察，保障產品質量持續穩定合規。所有檢驗報告、批生產記錄及環境監控記錄統一歸檔留存，實現生產全流程質量可追溯、可核查。

不合格產品的應對

- 不合格原輔料：由質量管理部組織採購、生產等部門進行聯合評審。若不合格項對產品質量安全存在潛在風險或不符合標準，堅決執行退貨或銷燬處理，並要求供應商整改；祇有在供應商整改後重新評估合格，方可繼續合作。
- 生產過程不合格產品：立即停止相關生產環節，對不合格品進行標識與隔離，防止混入合格品。組織分析原因並採取糾正措施（如調整設備參數、更換模具、人員培訓等）。不合格品經返工並重新檢驗合格後方可繼續生產，否則予以報廢。



為全面提升產品質量安全突發事件的應急處置能力，深化質量安全綜合治理，公司構建了科學完善的產品召回制度體系。通過持續優化召回流程與響應機制，公司確保在面臨產品質量缺陷或潛在健康風險時，能夠迅速啟動應急預案，實現快速響應、精準追溯與高效處置，最大限度保障消費者權益與社會公共安全。

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，公司針對化妝品、醫療器械及食品三大業務板塊，分別組織開展了模擬召回演練並形成專項總結報告。演練涵蓋了化妝品瓶身字跡脫落、醫療器械包裝破損及瓶身劃痕等多種異常情形，通過對產品全生命週期的正向追蹤與反向溯源，實現了100%的產品追溯率。得益於公司嚴謹高效的質量管理體系，報告期內未發生任何實際產品召回事件。

報告期內

巨子生物發生產品召回事件

0起

產品追溯率

100%

巨子生物產品召回制度

召回對象

- 化妝品召回的對象：存在質量缺陷或者其他可能危害人體健康的產品。
- 食品召回的對象：不安全食品。
- 醫療器械召回的對象：存在缺陷的醫療器械產品。

召回情形

- 投訴舉報：公眾投訴、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

- 質量管理部依據法規要求，發佈《召回公告》。
- 公司相關部門追溯銷售和出庫記錄，核對應召回的產品所在區域、相關聯繫人、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》。

巨子生物產品在不同階段的化學品安全保障舉措：

環節	具體內容
研發階段	嚴格遵循《化學品安全技術規範》等法規要求，堅決杜絕禁用成分的使用，主動削減有爭議成分的應用，並積極探尋新型替代材料以實現替代或減量化使用。
採購階段	依據實際需求製定計劃性採購方案，對化學品開展嚴格安全性評估，降低化學品的濫用與浪費的風險，確保原材料不含禁用成分。
儲存管理	按化學品的種類與性質分類存放，安排專人負責管理並配備報警裝置實施監控；建立危險化學品出入庫登記、核查盤點制度，保障危險化學品使用合法合規。
應急管理	組建應急領導小組，在發生危險化學品泄漏及其他事故時，能夠快速、高效地開展處置工作，最大限度降低化學品安全帶來的影響。



質量文化建設

構建質量文化對企業而言意義深遠，它不僅能提升產品質量、增強核心競爭力，還能提高員工滿意度與績效、降低成本與風險，同時推動組織變革創新，塑造良好的企業形象與品牌價值。我們堅信，優質的質量文化是企業實現長期高質量發展的堅實基石。

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），培訓完成並考核合格後方可獲得上崗證開展工作。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、職業素養培訓等方面，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。

公司每週定期組織車間人員進行技能培訓，培訓由車間主任或設備操作工負責，通過現場設備實操指導或班組內部學習等形式開展，內容涵蓋設備操作與相關理論知識，在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，公司組織培訓53次（化妝品19次、食品14次、醫療器械20次），培訓內容涵蓋法律法規、質量管理體系文件等，所有培訓均按計劃實施。

報告期內，組織培訓53次。培訓內容涵蓋法律法規、質量管理體系文件等。

化妝品
19次

食品
14次

醫療器械
20次

因法規的變化及公司內部流程優化需求，我們組織了14次臨時培訓，覆蓋了「化妝品網絡經營監督管理辦法、飛行檢查案例培訓」等內容，有效提升了員工對法規變化的應對能力及實際操作中的風險防範意識。



此外，報告期內，公司正式啟動「質量卓越攻堅年」專項行動，圍繞「部門內審員能力提升」、「產品全生命週期質量提升」及「質量改善活動」三大核心項目，全面深化質量管理培訓與宣貫，推動質量意識從「被動合規」向「主動卓越」轉變。

GIANT BIOGENE

與生產研發等相關部門立項24個重點課題，直擊設計開發規範化、防腐挑戰檢驗及減少混批漏液等關鍵質量痛點。



組建了一支覆蓋11個關鍵部門的30人內審員團隊。報告期內累計開展36場專項賦能活動，包括10次視頻學習、11次法規深度培訓及15次現場實訓，實現了理論與實踐的深度融合。基於培訓完成率、審核參與度、年度表現及互評結果的多維考核，評選出3名「優秀內審員」及9名資深持證內審員，樹立了內部質量標杆。



公司鼓勵全員參與質量創新，全年累計提交359個改善項目，涵蓋管理流程優化（292項）、節能降耗（30項）及質量改進（37項），業務鏈條覆蓋研發至銷售全環節。經過上半年與下半年兩輪嚴格篩選與匿名投票，圍繞「改進質量、節能降耗、流程優化、可推廣性」四大維度，分別評選出各5個「優秀質量改善項目」。



巨子生物在質量與安全方面持續獲得榮譽，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組織開展的「3.15」國際消費者權益日「產品和服務質量誠信承諾」主題活動中，公司的多款產品通過中國質量檢驗協會歷時三年的嚴格跟蹤檢驗，榮獲「全國質量檢驗穩定合格產品」認證及質量信譽承諾公告；此外，在2025年全國「質量月」企業質量誠信倡議專題活動中，公司獲得中國質量檢驗協會頒發的質量誠信倡議企業證明。



產品研發

公司始終秉持研發驅動的發展戰略，持續深耕新產品開發，致力於為消費者打造更優質的體驗。我們深刻洞察消費者需求的動態變化，因此積極調配資源推進技術創新與產品迭代升級，以精準滿足消費者日益提升的期望。

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
- 輸出生產及檢驗所需信息



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

我們組建了一支專業精湛、經驗豐富的研發團隊，成員學科背景多元，覆蓋生物化學、分子生物學、生物技術、生物科學、生物工程、發酵工程、應用化學等多個領域。團隊由首席科學家領銜，匯聚首席技術官、技術研發人員、產品研發人員、專業實驗員及科學傳播官等專業力量，依託各自的專業知識與技能，在基礎研究、應用基礎研究、產品開發、市場科學傳播等板塊深耕發力，紮實推進研發工作，為公司的中長期發展貢獻卓越力量。

截至報告期末，我們研發團隊共有211人，佔公司員工總數的9.6%。

我們高度重視研發團隊的能力建設與全方位培養，搭建了體系化的培訓與能力提升機製。

- 定期組織內部業務培訓，培訓內容涵蓋工作流程、專業技能等多元領域，夯實團隊基礎能力。
- 積極參與API^[1]、PCHI^[2]、CDA^[3]等行業相關展會，及時把握行業動態與前沿技術趨勢。
- 多次安排團隊參加化妝品安全評估、醫療器械工藝技術改進等外部付費專業培訓，提升專項業務能力。
- 主動與業內頭部企業團隊開展技術交流，借鑑先進經驗，拓寬技術視野。

公司為激勵研發團隊成員的創新成果，製定了多樣化的激勵舉措。

公司根據需求確立重點研發項目，並為每個項目明確相關責任人，全程跟蹤項目進度；項目取得重大突破的關鍵時間節點，均會在員工考核時納入考量範圍；在年底評優考核中，會將專利授權情況，項目創新性等指標作為核心考核指標。



特別成果獎



年度表彰

報告期內，公司對於有突出貢獻的團隊和個人授予表彰及經濟獎勵，例如設立「特別成果獎」等，同時也為優秀員工提供職稱及榮譽申報等支持，如推薦申報「地方領軍人才」、「硬科技創新人纜」等，以協助員工走向更大的舞臺、獲得更多的機會和更大的進步。

[1] API：中國國際醫藥原料交易會。

[2] PCHI：中國國際化妝品、個人及家庭護理用品原料展覽會。

[3] CDA：中國醫師協會皮膚科醫師年會暨全國美容皮膚科學大會。



報告期內，研發部門將環境與社會因素系統性地融入日常研發決策與流程中，實現從理念到行動的突破，將綠色與責任前移至研發源頭，持續深化ESG融合，推動創新向更安全、透明及可持續的方向發展。

GIANT BIOGENE

•在環境維度，優化危險廢物全生命週期精細化管理體系，嚴守研發環保底線：通過源頭分類與減量，培養工程師減廢意識並嚴格區分廢液類別；實施路徑化合規處置，確保高濃度有機廢液交由具備資質的第三方進行資源化或無害化處理，低濃度廢液在合規前提下安全排放；同時依託電子化與影像化記錄達成全程可追溯。此外，部門積極推行環境友好型原料與配方設計，優先選用綠色原料並簡化配方架構，有效降低產品全生命週期的環境負荷。



•在社會維度，堅持以科學與誠信回應消費者需求，將產品安全視為核心責任，把完整版安評要求融入設計開發流程；通過升級功效測評室與引入新設備，對抗皺、修護等功效進行嚴格的量化測試，確保所有產品功效均有客觀數據支撐。



創新成果

報告期內我們的總研發投入達到8,879萬元，研發費用佔比達到1.6%。



在研發方面取得了顯著的成果，截至報告期末，公司累計擁有140餘款化妝品備案、30餘款II類醫療器械註冊證和2款III類醫療器械註冊證。

在研發管線中，我們擁有140餘項在研項目，同時繼續推進2項肌膚煥活產品的研發臨牀申報工作，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209項。我們的重組膠原蛋白分子庫中已擁有超過50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。

2025年4月，公司參與製定的《重組膠原蛋白敷料》行業標準正式發佈，該標準為重組膠原蛋白敷料領域的首個行業標準，明確規定了重組膠原蛋白敷料的要求、標誌及包裝等，並描述了相應的試驗方法，為行業規範生產、質量控制和臨床應用提供了科學依據。2025年10月，公司牽頭製定的《化妝品用重組IV型膠原蛋白》團體標準正式發布，該標準作為重組IV型膠原蛋白細分領域的專項團體標準，規定了化妝品用重組IV型膠原蛋白的質量控制要求等，推動重組IV型膠原蛋白產業從「技術探索」邁向「標準化應用」新階段。

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

我們高度重視知識產權保護，着力構建規範化的知識產權保護制度體系，並積極營造尊重知識產權的企業文化氛圍。我們嚴格遵循《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國專利法》等相關法律法規，建立了一系列配套程序制度，以實現知識產權的規範化管理。

報告期內，我們持續跟蹤國家相關法規與政策的更新動態，將最新政策要求融入企業知識產權保護制度體系，進一步完善知識產權管理及保護策略：

GIANT BIOGENE

- 01 公司已構建起現代化的企業運行機製。依據《企業知識產權合規管理體系要求》，建立契合公司當前發展需求的合規管理體系，形成職責清晰、相互制衡的知識產權管理制度；搭建公司知識產權組織架構，明確各部門在知識產權工作中的職責與權限，保障企業知識產權戰略方針與目標的落地實施；同時與第三方合作單位保持密切協作，確保專業知識產權人才隊伍的穩定性，並在管理流程中新增知識產權風險管理程序，實現知識產權保護預警。
- 02 公司已製定完善的知識產權培育、轉化與保護戰略實施計劃。依託自主研發的技術成果，公司聯合知識產權服務機構開展專利挖掘、專利培育、專利運營及成果轉化等知識產權戰略活動。目前，公司自主研發的產品在國內市場佔據較高份額，國家扶持政策的優勢也為企業後續發展提供了良好的機遇與平台。
- 03 公司具備堅實的知識產權發展基礎與核心競爭優勢。公司產品及技術均擁有自主知識產權，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，配備完善的軟硬件設施設備，整合優質研發及相關資源，構建起良好的創新生態；依託在經濟、技術、資產等方面的雄厚實力，公司持續鞏固品牌優勢，為知識產權工作的深入開展提供了有力支撐。

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

• 簽署具備嚴密知識產權條款的保密協議與供貨協議，明確約定背景知識產權歸屬、共同開發成果的權屬與利益分配，並設定高額違約賠償責任。所有商標使用均有授權許可

02 下游合作伙伴

• 協議管控：在合作合同中精確界定所涉知識產權的使用範圍、期限及地域，嚴禁任何形式的複製、分包或反向工程
 • 現場監管：向關鍵合作生產環節派駐常駐或飛行檢查員，監督合同履行情況
 • 物料溯源：對提供的核心原料、半成品或包裝材料使用專屬編碼或隱形標記，建立可追溯體系，防止物料外流

03 技術及制度保障

• 制度與流程：實行產品/項目負責人製，對從研發到上市的每個階段進行嵌入式知識產權審核與管理
 • 物理與信息隔離：對實驗室、中試車間及關鍵生產區域實行嚴格的人員權限管理和訪問控制；對核心技術資料進行加密與分級授權管理
 • 人員管理：與全體員工、研發人員簽署保密協議與職務發明約定；開展專項培訓，提升全員知識產權保護意識

04 行業共建

• 標準製定：積極參與核心原料在醫藥/化妝品領域的國家/行業標準製定
 • 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	單位	數據
2025年已審結的知識產權糾紛事件	件	0
2025年新增專利申請數量	件	29
2025年新增授權專利數量	件	32
2025年新增授權軟著數量	件	1
截至2025年12月31日累計獲得專利總數	件	104
截至2025年12月31日累計獲得商標總數	件	833
截至2025年12月31日累計獲得軟著總數	件	7

供應鏈管理

我們重視供應鏈管理，高效、靈活和可持續的供應鏈不僅可以幫助企業降低成本、提高效率，還可以增強企業的競爭力和聲譽。我們在供應鏈管理工作中，綜合考慮環境、社會和經濟等因素和各利益相關方，努力實現資源的有效利用、減少環境污染、提高社會責任和經濟效益的平衡。

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》《YY/T 0287-2017 醫療器械 質量管理體系 用於法規的要求應用指南》《中華人民共和國食品安全法》《ISO/TS 22002-1:2009 食品安全前提方案》《GB/T 42061-2022 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，公司持續完善供應鏈管理制度體系，通過新增與修訂關鍵規程，進一步強化源頭管控與合規治理：

- 新增《新供應商合作告知書》，將管理要求延伸至合作起始階段。該制度明確界定了供應商資質審核、物料交付標準、經營地址核實、廉潔從業承諾及變更保密義務等核心要求，從源頭構建規範、透明且安全的合作基礎。

- 修訂《供應商評價管理規程》，針對化妝品業務特性實施精細化升級。新規特別增設關鍵原料專項審核機製，將關鍵原料納入規範化管理體系，顯著提升了對核心物料的質量把控力度與供應鏈韌性。

報告期內，公司在實際運營中與部分供應商簽署了年度框架購銷合同，在合同條款中進一步提高了供貨質量標準，並補充了物料來料及生產過程中出現不合格情形的處置方案。同時，公司與供應商簽訂了質量協議，對物料的質量標準要求進行了明確界定。

我們建立了嚴格的供應商准入標準，要求供應商簽署質量承諾書，並提交相應的資質證明材料。在供應商遴選過程中，公司優先選擇具備相關資質的企業（如環境管理體系認證、FSC森林管理委員會認證等）。報告期內，我們持續對供應商的生產規模、供貨能力及技術水平進行考察，以篩選出符合企業要求的供應商。具體准入工作環節包括：

巨子生物供應商准入具體工作流程

原料供應商管理

研發部門完成物料性能測試後移交採購部，採購部確認檢驗標準並收集質量證明文件。



包材供應商管理

採購部要求供應商提供大貨樣品，經外觀、性能、運輸及上機灌裝等測試後，由研發部門審核包材匹配度並建檔採購。



質量承諾約束

與所有供應商簽訂《質量承諾書》，明確質量責任條款。



持續質量監控

質量管理部執行來料檢驗及生產使用合規性的動態監測。

我們依據《供應商評價管理規程》對供應商開展年度考察評價，根據績效考核得分將供應商劃分為一級、二級及三級，並按照分級結果實施差異化管理。

我們高度重視對供應商的管理、調查與評估工作。報告期內，公司向新增供應商中的77家發放了《供應商質量體系考察表》，並對11家供應商開展了現場審核。通過嚴格的審核流程，公司從資質、供貨能力、技術能力等多維度對供應商進行全面考察，切實保障供應鏈上游的質量與穩定性，為公司業務的穩健發展築牢根基。報告期內，公司新增供應商88家。

報告期內公司新增供應商

88 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。原材料採購、生產過程等環節注重生態保護，減少資源依賴和環境破壞的供應商，如在生產中採用環保工藝、清潔能源，具有綠色工廠認證、FSC^[1]認證、RSPO^[2]認證的供應商。

- **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。

截止報告期末，公司有供應商366家，具有環境、社會責任SA8000^[3]認證的共有80家，具有RSPO^[2]認證的有29家，具有ISCC^[4]認證供應商有1家。

截止報告期末，公司有供應商366家

具有環境、社會責任
SA8000^[3]認證

80 家

具有RSPO^[2]認證

29 家

具有ISCC^[4]認證

1 家

[1] FSC認證：森林管理委員會認證。

[2] RSPO認證：可持續棕櫚油圓桌會議認證。

[3] SA8000認證：社會責任8000國際標準體系認證。

[4] ISCC認證：國際可持續性與碳認證。

供應商區域	單位	2025	2024
華東地區	家	182	138
華南地區	家	89	68
華中地區	家	20	8
華北地區	家	26	22
西北地區	家	44	37
西南地區	家	3	3
東北地區	家	2	2
總計		366	278

供應商合作

報告期內，我們通過多元化形式與供應商開展深度交流，增進相互瞭解，提升合作效率與質量。



我們邀請戰略合作供應商赴現場參觀交流，與供應商不定期開展質量問題溝通，組織本地供應商現場學習，圍繞交付質量情況共同探討、分享優秀案例，實現共同進步。



報告期內，公司累計舉辦供應商交流活動70餘場，議題深度覆蓋新品聯合開發、前沿技術研討、質量異常復盤及降本增效策略等核心領域。此外，公司創新組織2場線上行業趨勢交流會，聚焦包材與原料領域的最新創新動態，搭建高效信息共享平台。上述舉措不僅收穫供應商積極反饋，更有效強化供需雙方戰略協同，顯著提升供應鏈整體響應速度與創新能力。



報告期內，公司積極融入行業生態，深度參與廣州美博會、PCHI國際化妝品個人及家庭護理用品原料展覽會、中國（杭州）國際美妝產業博覽會（CIE）及上海禮品展等核心行業盛會。依託上述平臺，公司聚焦優質資源對接、前沿趨勢研判及戰略合作深化，有效推動供應鏈體系優化升級，為市場版圖拓展奠定堅實基礎。

可持續供應鏈

我們高度重視供應鏈的可持續發展，從廉潔管理與質量管理兩大維度構建規範化體系，具體內容如下：

在廉潔管理方面

- 協議約束：與合作供應商簽訂框架協議，明確質量要求、知識產權保護及廉潔合作條款；與每家供應商單獨簽署《廉潔反賄賂承諾書》，壓實廉潔責任。
- 培訓宣貫：面向供應商開展反貪腐培訓與信息告知，報告期內累計組織5次專項反貪腐培訓；內部通過周例會、部門月度會議強化採購人員廉潔意識，在工作溝通群定期宣貫反貪腐相關視頻及國家法規，節假日期間重點強調廉潔要求。
- 監督機製：內部設立賄賂舉報郵箱，暢通廉潔問題反饋渠道。

在質量管理方面

- 資質准入：要求棕櫚油供應商具備RSPO認證；供應商遴選時優先選擇擁有綠色低碳工廠等環保認證的企業。
- 質量升級：在採購協議中新增重金屬檢測等項目，提高質量管控標準。
- 可持續優先：優先採用海洋友好型原料及包材、棕櫚油聯盟認證原材料，從源頭保障供應鏈可持續發展。

我們重視保障供應鏈穩定，報告期內我們在持續深化既有舉措的基礎上，進一步升級並實施了以下專項強化措施，以保障供應鏈穩定、降低供應鏈風險：

專項強化措施

- 實施核心包材駐廠監造機製。針對高風險核心包材，在批量生產階段派駐專業人員全程駐廠，對原料投入、關鍵工藝參數及半成品檢測進行全鏈條監督。建立即時糾偏機製，對不合格半成品嚴格執行返工要求，將質量隱患消除於生產源頭。
- 構築原料入庫前置防線。依據原料風險等級實施差異化驗收標準，在入庫前嚴格核對物料信息與包裝完整性，確保不合格品100%攔截於倉庫之外。

實踐成效顯著

- 風險管控前置化：核心高風險包材的生產不合格率同比顯著下降，有效降低了因質量問題引發的供應鏈中斷風險。
- 入庫質量零缺陷：實現了原料入庫前不合格品100%攔截，為後續生產環節的穩定運行提供了堅實保障。
- 供應鏈韌性增強：通過動態風險評估與全過程管控，核心物料供應連續性得到有力保障，報告期內未發生重大供應鏈中斷事件。

03 服務先行 保障客戶權益

我們視消費者為發展基石，始終將用戶體驗置於核心位置，通過全流程的服務升級、負責任的營銷傳播以及嚴格的數據隱私保護，積極回應消費者訴求。本章主要圍繞「服務先行，保障客戶權益」展開，從客戶服務、責任營銷、隱私保護三方面踐行以客戶為中心的理念。



* 圖片由AI生成

客戶服務

巨子生物始終秉持「以客戶為中心，服務創造價值」的核心理念，將消費者體驗視為品牌發展的生命線。我們深知，卓越的客戶服務不僅是解決問題的過程，更是傳遞品牌溫度、建立深度信任的關鍵環節。

公司聚焦消費者服務的全鏈路提質增效，致力於構建標準化、專業化、精細化的服務體系，精準對接從售前諮詢、產品保障、物流跟進到售後處理的全環節需求，以此提升客戶滿意度與忠誠度，夯實電商業務平穩高效運轉的基石。

為打破傳統服務模式的侷限，公司革新性地重構了客服組織架構，摒棄單一的「售前 - 售後」二元劃分，轉而設立售前、產品、物流、後臺、售後五大專項小組。通過明確各小組的職責邊界與專業側重，我們實現了服務流程的垂直深耕，確保每一位消費者的訴求都能由最專業的團隊快速響應與精準解決，顯著提升了服務的專業度與顆粒度。

公司堅信「專業源於積累」，因此全力搭建覆蓋全員的專業化知識庫體系。在客戶服務體系中，針對新人培育、基礎技能及進階能力，公司製定了配套的學習計劃與考核機制，打造「新人快速上手、老員工持續精進」的良性生態。

這一舉措不僅大幅縮短了新人7天上崗達標率（提升至90%），更推動老員工培訓考核通過率達到94%，為服務質量的穩步提升提供了堅實的人才智力支撐。

為提高客戶滿意度，公司構建售前售後一體化滿意度提升體系，致力於將每一次客戶互動轉化為品牌信任的加固點。

溝通對象	具體內容
售前	精準響應與專業賦能。實施動態排班確保全年響應時效小於15秒，深化智能客服應用以提升自助解決率；構建場景化知識庫與案例復盤機制，統一專業話術；賦予一線客服小額補償決策權並集成工作臺工具，實現「快速響應、專業解答、一次解決」。
售後	極速處理與閉環治理。設立退換貨「極速審核」通道與複雜問題「售後專席」，大幅壓縮處理時長；推行關鍵節點主動觸達與風險前置干預，變被動應對為主動服務；執行標準化回訪與數據復盤，將共性問題反向驅動前端業務改進，從源頭降低投訴率。
考核	強化服務過程管理與正向激勵。將顧客滿意度評分、好評率、問題一次解決率等關鍵體驗指標，與客服績效及激勵制度強關聯，鼓勵提供超越期望的服務。

通過一系列降低投訴與提高滿意度的措施。報告期內，客戶服務滿意度由90%提升至91%，店鋪滿意度為94%。這數據的背後，是我們對服務細節的極緻追求，也是巨子生物踐行「科技賦能生活，服務溫暖人心」承諾的有力見證。未來，我們將繼續深化服務體系建設，以更專業的姿態守護每一份信任。

通過一系列降低投訴與提高滿意度的措施

客戶服務滿意度提升至

91%

店鋪滿意度

94%

為最大化降低消費者反饋門檻，公司搭建了立體化的受理網絡，確保溝通渠道7×24小時暢通：

專線直連

開通企業400官方熱線，由專業專員直接受理各類諮詢，提供即時語音支持。

平台聯動

全面接入天貓、京東、抖音等主流電商平台的官方諮詢端口，設立專屬溝通通道，實現平台內訴求的快速流轉與處理。

主動關懷

建立常態化客服回訪機製，變「被動等待」為「主動出擊」，定期跟進用戶使用情況，提前識別並收集潛在訴求。



報告期內，公司共接到客戶投訴796例，客戶投訴處理率為100%。

公司嚴格執行標準化的七步客訴處理流程，以時效性為核心指標，確保件件有落實，事事有迴音。通過下方程序，巨子生物不僅有效解決了客訴問題，更通過數據分析反哺前端業務，持續推動產品質量與服務體驗的雙重升級：

巨子生物客訴處理流程



GIANT BIOGENE

01
受理登記

第一時間接收並記錄投訴詳情。

02
極速響應

承諾在6小時內給予消費者初步響應，告知受理情況及後續處理計劃，消除用戶焦慮。

03
事實核實

跨部門聯動（物流、質檢、運營等），迅速調取數據與憑證。

04
訴求明確

基於事實與法規，精準界定用戶合理訴求。

05
方案製定

量身定製公平、合理的解決方案（如退換貨、補償等）。

06
快速執行

審批通過後立即落實解決方案，縮短等待週期。

07
回訪閉環

處理完畢後進行專項回訪，開展滿意度調研，確認問題徹底解決，並完成案例歸檔，形成管理閉環。



負責任營銷

我們嚴格遵循負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。

公司構建了「制度嚴控、數智賦能、全員合規」的三位一體責任營銷體系，從源頭築牢消費者保護防線，確保對外信息的真實性、準確性與合法性。

1. 建立覆蓋全業務出口的嚴格內容審核制度，實現宣發物料100%受控。

線下協同	建立線下物料即時反饋與信息同步機制，確保終端展示信息的實時準確。
線上管控	實施統一更新機制，引入合作伙伴及法律顧問進行風險前置篩查；品牌部常態化巡檢平台頁面，及時阻斷錯誤與風險信息。
合作方管理	嚴格執行合作方物料「事前+事後」雙100%全覆蓋審核，杜絕外部傳播風險。

2. 持續迭代「百寶箱」標準化資料庫，以數字化手段賦能信息精準管理：

信息標準化	系統梳理產品功效、暱稱及賣點等核心要素，確保內部調用的準確性、統一性與安全性。
體驗便捷化	通過功能迭代降低使用門檻，實現內外部人員無需額外培訓即可快速獲取權威信息。
維護動態化	建立「每週補漏、實時新增、動態更新」的常態化維護機制，聯合產品部形成高效協同的內容生態。
管理體系化	重構企業與品牌維度板塊，製定標準化審核SOP，搭建優質素材庫，推動資料庫管理規範化。

3. 通過多元化培訓體系，將責任營銷理念內化為組織基因，實現「全員合規、全程可控」

專業賦能	法務部每月開展案例分析與廣告審核培訓，並定期邀請外部法律顧問深化法律認知。
敏捷響應	針對審核規範更新即時開展宣貫，確保標準落地無時差。
閉環優化	深度復盤審核工單，將輿情風險因素納入管理SOP並開展專項培訓，保障消費者交互準確性。
警示教學	收集全國違規典型案例轉化為內部教材，以案為鑑，持續提升團隊風險識別與防範能力。

報告期內·公司責任營銷亮點舉措

01

通過活動引導鼓勵消費者參與可復美品牌的環保行動，2025年7-8月發起「空瓶回收計劃」，提升環保行動。活動共計回收次拋及軟管總數量2,576,430個，累計為地球減碳約3,852.66kg。將回收後的包材通過專業的再生工藝，製作成綠色桌椅、低碳書包及文具，送至山區學生的手中。

02

旗艦品牌可復美將金縷非遺技藝與品牌皮膚修復主張深度聯結。活動通過非遺傳承人現場演示與沉浸式體驗，讓傳統修復美學與現代皮膚科學產生共鳴，既弘揚了非遺文化，又賦予品牌理念具象化、有溫度的表達。此舉成功構建了文化傳承、社會責任與消費者信任的深度聯結，使專業護膚理念成為兼具人文厚度與社會價值的正向表達。

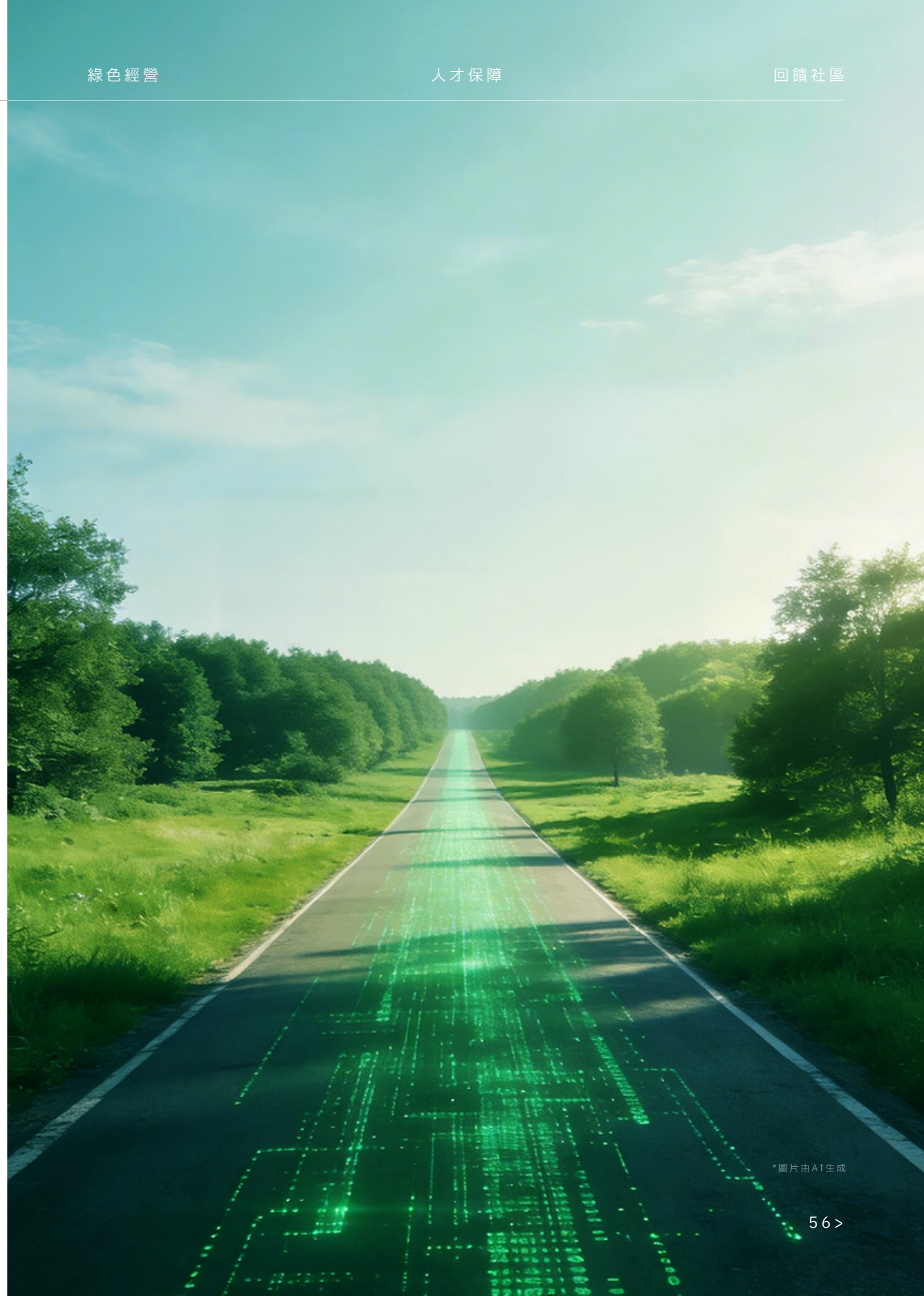
隱私保護

公司秉持「數據最小化、安全最大化」原則，構建從公域合規到內網管控的全鏈路隱私保護體系，堅決捍衛消費者數據安全。

在公域平台合作中，我們嚴格遵循電商平台規則及行業隱私保護慣例。所有合作電商渠道均已實施客戶信息加密處理，公司堅持「不觸碰、不獲取」原則，絕不直接採集或存儲消費者個人敏感隱私數據，從源頭切斷泄露風險。

在內部管控方面，公司嚴格遵守《數據安全制度規範》，確立數據全生命週期管理標準，並在電商中心設立專職「信息保護組織」統籌數據庫安全，全面應用去標識化技術對敏感信息進行脫敏處理；同時實施嚴格的訪問控制與權限分級管理，確保敏感數據僅授權人員可見可操作，築牢內部安全防線。

此外，公司通過全員意識賦能落實保密責任。數據中台及關鍵崗位人員入職即簽署保密協議，明確法律紅線；同時將數據保密義務融入日常管理與培訓，持續強化全員隱私保護意識，營造「人人懂安全、事事護隱私」的企業文化，確保消費者數據得到全方位守護。



04 綠色經營，實現高質量發展

我們將綠色發展視為企業長青的基石，致力於將環保理念深度融入生產運營的每一個環節。通過構建嚴密的环境合規體系，我們嚴格管控廢氣、廢水及固廢排放，並積極引入光伏能源與節水工藝，大幅提升資源利用效率。本章主要圍繞「綠色運營，提質增效」展開，從環境管理、排放物管控、資源集約利用及氣候風險應對四個維度，介紹公司在綠色經營方面的舉措及相應的亮點績效。

環境管理

報告期內，公司嚴格遵循國家生態環境法律法規，構建了全方位的環境合規管理框架。我們深入貫徹《中華人民共和國環境保護法》《水污染防治法》《大氣污染防治法》《固體廢物污染環境防治法》及《環境噪聲污染防治法》等法律要求；同時，針對危險廢物全生命週期管理，嚴格執行《危險廢物轉移管理辦法》，並對照《危險廢物貯存污染控制標準》《危險廢物識別標誌設置技術規範》等技術規範，確保危廢處置的規範化與標準化。在此基礎上，公司持續優化環境、職業健康安全管理体系，通過年度修訂與新增體系文件，不斷提升管理制度的適宜性、充分性與可操作性，以嚴謹的合規姿態和動態完善的管理體系，護航企業綠色可持續發展。

報告期內，公司嚴格執行《環境保護責任製》，成立「環境保護管理小組」，構建起自上而下的環境治理核心架構。該小組由公司總經理親任組長，副總經理擔任副組長，成員覆蓋各職能部門負責人，形成了全員參與、責任到人的管理網絡。小組建立常態化監督機製，定期開展環保工作檢查與總結。

巨子生物環境保護管理小組



報告期內，公司接受了環境管理體系外部年度審核。在為期兩天的現場嚴格審查中，審核組對公司環境管理的各個環節進行了全面評估，最終認定公司環境管理體系運行良好。公司順利通過環境管理體系現場年度審核，標誌着內部環境管理機製在合規性與有效性上邁上新臺階。



同時，憑藉在綠色製造領域的深厚積澱與綜合實力，公司獲評「國家級綠色工廠」稱號。這一殊榮不僅是對公司長期以來踐行綠色發展理念的高度認可，更彰顯了公司在構建全生命週期綠色製造體系方面的行業領先地位，為後續深化可持續發展戰略奠定了堅實基礎。



公司嚴格對標香港聯交所《環境、社會及管治報告守則》，並深度融合國內優秀管理實踐，科學製定了四大核心環境管理目標，將其作為貫穿全司運營的行動綱領。報告期內，公司始終將目標落實置於首位，通過全流程管控與精細化執行，取得了顯著的合規成效：全年未發生任何環境污染事件，未受到任何環境行政處罰；同時，廢氣與廢水排放指標均嚴格控制在法定限值內，廢棄物處置流程完全符合規範要求。這一系列成果不僅驗證了四大環境目標的有效落地，也彰顯了巨子生物在嚴守生態紅線、踐行綠色責任方面的堅定承諾。



減排目標

採用一系列減碳排舉措降低公司生產過程中及辦公場景中所產生的碳排放量。



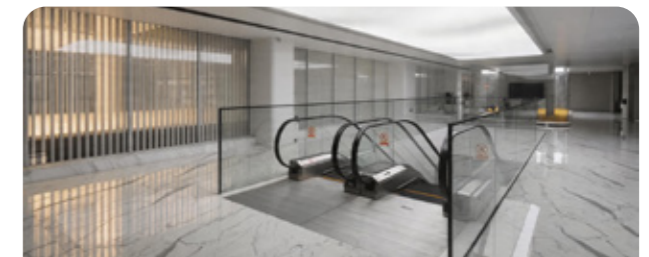
減廢目標

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。

排放物管理

我們製定了一套較為完善且全面的排放物管理內部政策體系，涵蓋《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》等制度文件，通過日常排放物規範化管理、常態化監督巡查與精準化數據監管，確保公司排放工作合法合規，全力降低對環境的不利影響。

廢水管理

公司嚴格遵循《中華人民共和國水污染防治法》《污水綜合排放標準》及《污水排入城鎮下水道水質標準》等國家法律法規，並配套製定了《廢水處理管理制度》與《污水排放管理規程》等內部規章，構建起規範化、體系化的排放物管理架構。

報告期內，公司主要產生的廢水類型為生活污水與生產廢水，公司對上述兩種廢水實施全流程管控，將「源頭減排」理念深度融入從產生到處理的各個環節。為確保治理成效，公司建立了嚴密的監測機製，採取「每日自檢」與「每月第三方檢測」相結合的雙重監控模式，全方位保障廢水處理工作合規高效，最大限度降低環境影響。

在生產營運的環保管控上，公司高度重視廢水處理環節，自建專屬污水處理廠並實現24小時不間斷運行，對生產全流程產生的廢水實施100%收集處理，確保經處理後的廢水全部達標排放，從源頭與處理端雙重把控，最大程度降低生產廢水對周邊生態環境的影響，切實踐行綠色生產、環保運營的發展理念。得益於嚴格的管理體系，報告期內公司廢水排放實現100%達標。

報告期內公司廢水排放達標

100%

報告期內，公司污水排放相關指標^[1]如下：

指標名稱	2025	單位
廢水排放總量	36,356.95	噸
COD排放量	10.88	噸
氨氮排放量	1.16	噸

廢氣管理

公司嚴格遵循《中華人民共和國大氣污染防治法》及《鍋爐大氣污染物排放標準》等國家法律法規，並內部配套建立了《廢氣處理管理制度》，構建起制度完善、執行有力的廢氣管控體系。公司通過引進多元化治理設備，實現了廢氣的有效減排與穩定達標排放，並實施持續性的廢氣產生量監測，顯著提升了整體管控效能。

報告期內，公司排放廢氣主要包括：非甲烷總烴、二氧化硫、顆粒物、飲食油煙、臭氣、氮氧化物等種類，和以往年度保持一致。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

[1] 2025年排放物數據，以及後文出現的各類能源消耗數據、水資源消耗數據等，由於新廠投產及開展未來業務的生產設備調試及試生產準備工作，數據相較往年，有所增加。

報告期內，公司針對廢氣排放實施了精準的技改升級舉措：

- 鍋爐升級：淘汰落後的4噸熱水鍋爐，新安裝6噸低氮蒸汽鍋爐，從源頭大幅降低了氮氧化物的排放強度；
- 油煙治理：全面更新老舊油煙淨化設施，啓用高效新型油煙淨化設備，顯著增強了油煙淨化處理能力。



車間有機廢氣
處理設備



等離子光氧
一體機



油煙淨化器

報告期內，巨子生物主要廢氣排放數據如下：

指標名稱	2025	單位
氮氧化物	0.579	噸
硫氧化物	0.149	噸
煙塵	0.033	噸
懸浮顆粒	0.116	噸

廢棄物管理

公司嚴格遵循《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等法律法規，構建了嚴密的廢棄物管理架構。在製定《固體廢棄物管理制度》這一總綱的基礎上，公司進一步細化了《危險廢棄物轉移管理辦法》，並嚴格對標《危險廢棄物儲存污染控制標準》及《危險廢物識別標識設置技術規範》等一系列專項政策，確保危廢管理全流程有章可循、規範受控。

報告期內，公司排放廢棄物種類包括一般廢棄物（生活垃圾及一般工業固廢）和危險廢棄物，與以往年度保持一致。針對不同類型廢棄物的處理工作流程如下：

一般廢棄物

嚴格執行分類收集制度，統一交由市政部門進行規範化處理，實現資源的合理分流。



危險廢棄物

嚴格對照國家危險廢棄物名錄進行管理。實行「產廢部門移交、安環部集中暫存」的內部流轉機制，由產出部門將危廢移交至安全環保部專用危廢庫；在庫容達到預警線前，及時委託具備資質的第三方專業危廢處置公司進行無害化處理，確保持續合規、零風險運營。



報告期內，公司廢棄物排放總量和密度數據如下：

指標名稱	2025	單位
有害廢棄物總量	65.18	噸
有害廢棄物密度	0.012	噸/百萬營收
無害廢棄物總量	366.72	噸
無害廢棄物密度	0.066	噸/百萬營收

資源管理

能源管理

公司嚴格遵循《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》及《中華人民共和國循環經濟促進法》等國家法律法規，構建了科學嚴謹的能源管理體系。報告期內公司嚴格遵守《節能目標責任制度》《能源管理規定》《能源利用狀況分析制度》及《能源綜合利用管理控制程序》等內部制度。

報告期內，公司能源種類涵蓋天然氣、柴油、汽油、外購電力及太陽能等多種類型。面對複雜的用能場景，公司堅持「開源節流」並重，通過實施多項針對性舉措優化能源配置，全面提升能源使用效率。這一系列行動不僅有效降低了整體能耗水平，更切實推動了節能減排目標的落地，彰顯了巨子生物在綠色低碳發展道路上的堅定決心。

巨子生物能源管理措施

案例1：鍋爐重建

為滿足生產使用，報告期內公司淘汰了落後的4噸熱水鍋爐，新安裝6噸低氮蒸汽鍋爐，從源頭大幅降低了氮氧化物的排放強度。

案例2：綠色供應鏈與低碳建築實踐

報告期內，公司選擇有綠色建材認證的供應商，一是選用可循環利用金屬複合板，實現材料全生命週期資源循環，降低固廢產生與資源消耗；二是外立面及採光區全面應用LOW-E節能玻璃，阻隔紅外輻射，減少建築冬夏能耗，實現運營階段低碳減排。

案例3：屋面光伏項目

報告期內，公司落地屋面光伏應用項目，在辦公樓頂鋪設光伏發電及儲能設施，截至2025年12月，光伏系統累計實現光能高效轉化為電能，有效輸出可用電量136,983.78度（kWh），以實際行動推動能源結構優化，打造綠色生產運營模式，為實現「雙碳」目標貢獻實體力量。



為深化全員節能環保意識，報告期內，公司開展了多維度、全覆蓋的節能主題宣貫活動，構建起「線上培訓+線下可視化」的立體化宣傳矩陣：

全員線上賦能

2025年5月，公司依託飛書平台成功舉辦了「節水·節能知識」專題線上培訓。此次培訓面向公司全體員工，通過數字化手段打破時空限制，確保節能理念與實操知識精準觸達每一位員工，實現了培訓覆蓋率100%的目標。



線下氛圍營造

我們同步開展線下視覺宣傳活動，精心製作並張貼系列節能主題宣傳海報。通過辦公區域的常態化視覺展示，時刻提醒員工踐行綠色辦公理念，將節水節能意識融入日常工作的細微之處，營造了「人人講節約、處處見行動」的良好企業文化氛圍。



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	2025
天然氣	立方米	1,957,037.66
柴油、汽油	公升	16,459.73
外購電力	萬千瓦時	2,722.69
自發太陽能電力	萬千瓦時	16.58
直接能源總消耗量	噸標準煤	2,172.17
直接能源總消耗密度	噸標準煤/百萬營收	0.39
間接能源總消耗量	噸標準煤	3,346.18
間接能源總消耗密度	噸標準煤/百萬營收	0.61
綜合能源總消耗量	噸標準煤	5,518.35
綜合能源總消耗密度	噸標準煤/百萬營收	1.00

資源使用

巨子生物秉持水資源保護與節約用水理念，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，結合自身運營實際製定相關管理政策，並在生產與辦公環境採取針對性措施，切實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	462,622.80	立方米
水資源消耗密度	83.83	立方米/百萬營收

辦公節水

公司構建了「精細化管理+全員文化共建」的生產節水體系，從硬件維護、作業規範到意識培育多管齊下，全方位降低水資源消耗。

強化日常運維與過程管控：

設備精益維護：

定期巡檢供水設施，對水管、水龍頭及水錶等關鍵節點進行常態化排查，確保漏水點「早發現、早修復」，杜絕隱性浪費；同時實施設備預防性保養，保障用水設施高效運行。

作業規範優化：

在清潔作業中推行「微水化」操作，以溼布擦拭、少量多次取代長時間大水量沖洗；在衛生間等公共區域張貼可視化節水標識，時刻警示員工杜絕「長流水」現象，將節水習慣融入日常細節。

科學綠化灌溉：

依據季節更替與天氣變化動態調整灌溉策略，全面推廣噴灌、微灌、滴灌等高效節水技術，並積極利用雨水資源，最大限度減少綠化用水依賴。

深化全員節水意識與文化：

多維宣傳賦能

依託飛書平台、專題培訓等數字化與傳統渠道，持續開展節水知識宣貫，深度解析節水重要性與实操方法，實現節水理念的全員覆蓋。

獎懲激勵機製

構建「正向激勵+反向約束」的閉環管理體系。對在節水工作中表現突出的部門與個人授予榮譽證書及物質獎勵；對浪費行為實施嚴肅批評與處罰，以此營造「人人惜水、事事節水」的良好企業氛圍。



生產節水

公司堅持「源頭減量、過程管控、循環利用」的節水策略，通過技術改造與管理優化雙輪驅動，全面提升生產用水效率：

01 冷凝水高效回收

實施熱能與水資源的協同回收工程，將換熱站及分氣缸產生的冷凝水（約2噸/小時）全部回收至鍋爐軟化水箱，作為鍋爐進水原水循環使用。此舉不僅實現了每小時2噸自來水的直接替代，還有效利用了冷凝水中的餘熱，顯著降低了新鮮水消耗與能源成本。



02 精細化用水調度

建立生產用水「隨用隨開」的動態響應機製。針對車間公用設備用水需求，實行「提前20分鐘預約、用完即時關停」的溝通流程。通過操作人員與公用系統崗位的實時對講聯動，杜絕了設備空轉長流水現象，從管理端嚴控無效能耗。



03 中水回用與深度處理

- 生活雜用替代：巨子醫療廠區創新實施「以廢代新」，將純化水製備過程中產生的一級濃水收集處理後，用於廠區衛生間沖洗等雜用，全年累計節約新鮮水量達8,734立方米。
- 工藝水深度回用：報告期內新增15噸製水機，配套啓用一級濃水深度回收系統。該系統利用二級反滲透膜技術，將原本排放的一級濃水進一步淨化，重新轉化為純化水製備原水回注儲罐，每月可回收高品質再生水約590.69噸，極大提升了工業用水的重複利用率。



包材使用

公司秉持「源頭減量、循環復用、精益生產」的可持續發展理念，通過四大核心舉措全面降低包裝材料消耗：

節約舉措	描述與效益
實施精準採購 源頭杜絕浪費	建立基於實際生產需求的動態採購模型，科學製定原材料採購計劃，通過精準匹配供需有效避免因過量採購導致的材料積壓與過期報廢，從供應鏈源頭切斷資源浪費鏈條。
深化內部循環 構建復用體系	大力推廣包裝材料的內部循環利用機製，將可復美次拋精華外箱回收作為成品發貨箱二次使用，同步實現布製綁帶重複利用及原輔料托盤共用，顯著減少一次性包材消耗並提升物流載具週轉率。
優化生產排產 降低滯銷損耗	推行精益化生產排程管理，提升計劃執行的準確性與靈活性，通過減少因計劃頻繁變動引發的原料過期及成品滯銷問題，從根本上降低因報廢產生的包材與物料雙重浪費。
升級設備運維 嚴控過程廢料	持續投入設備升級與維護工作，確保生產線處於高效穩定運行狀態，通過提升設備精度與穩定性大幅降低生產過程中的次品率與廢料產生量，間接減少因返工或報廢帶來的額外包材消耗。

報告期內，我們使用的主要內包材種類包含塑料瓶、鋁管/鋁箔袋、無紡布等，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	2025
金屬	噸	565.99
紙類	噸	6,156.63
塑料	噸	8,884.05
布料	噸	650.95
包材使用密度	噸/百萬營收	2.95

應對氣候變化

管治

巨子生物將應對氣候變化議題深度融入ESG治理體系，構建了由董事會、企業管治委員會及ESG相關職能部門協同驅動的自上而下三級管治架構（具體架構及職責詳見本報告「ESG治理」章節）。

董事會作為戰略層，負責關注行業ESG及氣候發展動態，評估氣候相關風險及機遇，並審定相關戰略方針、目標及年度工作報告。企業管治委員會作為管理層，負責製定與更新氣候相關管理制度，組織重要性評估工作，並定期向董事會彙報管理策略、政策和表現，以支持董事會對氣候議題的持續監督。ESG相關職能部門作為執行層，負責收集氣候相關信息與數據，參與並落實業務運營中各層面的具體工作計劃，確保應對措施在日常經營中得到有效貫徹。

為確保治理效能，本集團通過定期彙報機製動態掌握氣候風險管理現狀。同時，我們在製定戰略規劃及重要經營決策時，審慎評估氣候變化可能帶來的潛在財務與業務影響，確保將氣候因素納入整體管理決策考量，持續提升企業的氣候韌性。

董事會定期接受氣候變化相關的專業培訓，以提升其在氣候治理方面的知識儲備和氣候相關工作履職能力。我們將持續完善氣候管理體系及工作機製，必要時將氣候相關績效納入董事薪酬政策。

策略

面對全球氣候變化這一共同挑戰，我們以科學、系統的理念為引領，着力構建氣候管理體系，並積極探索更清潔、可持續的運營模式。

2025年，我們參照香港交易所主板上市規則附錄C2《環境、社會及管治報告守則》D部分的要求，引入氣候情景分析方法，對潛在氣候事件發生的類型、可能性、影響程度與適應能力開展綜合分析，持續提升氣候韌性，為本集團製定並落實脫碳目標提供有力支撐。

時間範圍與氣候情景選擇

我們結合宏觀政策趨勢、氣候表現及當前業務發展模式，建立了短期（2026-2028年）、中期（2029-2033年）和長期（2034-2050年）的時限框架。

針對物理風險的情景分析，我們選取聯合國政府間氣候變化專門委員會（IPCC）氣溫上升1.5°C的低排放情景（SSP1-RCP2.6）與氣溫上升1.5°C至3°C的高排放情景（SSP4-RCP8.5）展開分析，以評估相關時間範圍內與氣候相關的物理風險。

情景	SSP1-RCP2.6 (IPCC)	SSP4-RCP8.5 (IPCC)
描述	全球減排舉措落實情況良好，溫室氣體排放量處於較低水平，有可能在2100年將全球變暖控制在2.0°C以內。	由於缺乏應對氣候變化的政策，溫室氣體排放量處於較高水平，並不斷累積升高。
分析方法	評估各項物理風險於短期、中期與長期內對公司財務狀況、經營成果、現金流及融資成本可能造成的財務影響。	

針對轉型風險的情景分析，我們選取國際能源署（IEA）發佈的《世界能源展望》報告中設定的兩種情景，將「2050年淨零排放情景」（Net Zero Emission by 2050 Scenario/NZE 50）作為低碳轉型路徑，將「既定政策情景」（Stated Policies Scenario/STEPS）作為高排放路徑，以評估相應時間範圍內我們面臨的主要轉型風險與機遇。

情景	2050年淨零排放情景 (NZE 2050)	現行政策情景 (STEPS)
描述	到2050年實現二氧化碳當量淨零排放，不依賴能源領域以外的減排來實現其目標。在此情景下，2100年全球氣溫上升幅度將控制在1.5°C以內。	祇考慮政府已出臺或已宣佈的具體政策，並將全球各國承諾無法全面兌現的情況納入考量。在此情景下，2100年全球氣溫將上升約2.7°C，並持續升高。
分析方法	評估公司於短期、中期及長期內，為適應與減緩氣候轉型影響而可能面臨的轉型風險與相關機遇。	

氣候風險和機遇影響程度

基於上述時間範圍與情景框架，我們結合生物科技與護膚品行業特性、公司戰略規劃與業務模式，並參照相關披露指引，通過行業對標分析與外部專家諮詢，識別形成了巨子生物氣候相關風險與機遇清單。目前，我們識別的風險與機遇清單包括4項物理風險、4項轉型風險和4項機遇。

2025年，我們對可能影響公司財務狀況、經營績效與現金流的重要氣候相關風險與機遇進行了全面評估與梳理。對於已發生的影響，我們基於報告期內實際氣候相關事項進行分析；對於未來潛在影響，則參考國際能源署（IEA）、央行與監管機構綠色金融網絡（NGFS）等國際公認數據來源，結合不同情景下的氣象預測與宏觀經濟數據，綜合評估氣候變化的預期財務影響。

物理風險

為更全面、準確地量化評估氣候變化可能造成的風險，我們參考了CLIMADA、NGFS、CMIP6等國際公認的氣候數據庫，分別對「洪水」「颱風」「熱浪」與「乾旱」4類物理氣候風險所造成的影響進行評估，並定義如果影響率為0%-3%區間內，則定義為微小風險，若為3%-5%區間內，則定義為常規風險；若為5%以上區間內，則定義為關鍵風險。

評估結果如下表所示。



圖片由AI生成

風險類型	風險潛在影響	量化方法	時間維度	風險影響程度		
				SSP1-RCP2.6	SSP4-RCP8.5	
物理風險 -急性風險	洪水	遭受洪水淹沒的設備和資產需要暫停運營，影響業務運營的穩定性。	利用數據庫獲取洪水深度模擬結果，將洪水深度轉換至建築物的損害比率影響與運營中斷時間影響，從而計算各運營地因洪水引起的潛在年化資產損害比率與運營中斷時間影響。	短期	微小	微小
				中期	微小	微小
				長期	微小	微小
	颱風	颱風可能破壞公司的基礎設施，影響業務運營的穩定性。	選用CLIMADA作為颱風模型開發工具獲取歷史颱風路徑數據，生成模擬歷史颱風路徑數據，並進行各氣候情景和時間維度下的颱風模擬，結合單次颱風災害造成的資產損害比率模型，量化各運營地因颱風引起的潛在年化資產損害比率與運營中斷時間影響。	短期	微小	微小
				中期	微小	微小
				長期	微小	微小
	熱浪 ^[1]	高溫熱浪頻率的增加，可能導致工廠為維持正常運轉而承擔的潛在附加成本上升。	以NGFS數據庫提供的生產力損失率預測為基礎，進一步量化公司為維持熱浪期間的正常運營所面臨的潛在附加成本。	短期	微小	微小
				中期	微小	微小
				長期	微小	微小
	乾旱	乾旱頻率的增加，會導致工廠為保障正常運轉所需支付的潛在附加成本上升。	以CMIP6平台預測未來年降水量，進一步推導乾旱的潛在發生概率與影響。	短期	微小	微小
				中期	微小	微小
				長期	微小	微小



轉型風險與機遇

經分析，我們面臨的、可能直接造成財務影響的轉型風險，主要源於隨着「雙碳」目標推進所帶來的環保法規趨嚴、溫室氣體排放報告義務增強、低碳技術投資需求以及原材料成本波動。

我們從轉型風險發生的綜合可能性與綜合影響力兩個維度評估各項轉型風險的綜合影響等級。此外，在氣候變化相關機遇方面，我們識別出的主要機遇集中在綠色金融支持、能效提升、綠色產品及包裝創新等領域。我們通過分析各項機遇與財務指標的關聯度，並結合其發生綜合可能性與綜合影響力，進行綜合評估。

[1] 綜合分析顯示，熱浪風險不直接引發工廠運營中斷或實際資產損失，僅會通過增加額外運營成本（如降溫、設備維護等）產生影響，風險水平評估為微小。

轉型風險與機遇類型		潛在影響	時間維度	轉型風險與機遇影響程度 NZE 2050 STEPS	
轉型風險	政策和法律	<p>溫室氣體排放報告義務增強</p> <p>隨着國內外對企業環境信息披露要求的加強，巨子生物作為上市公司，需系統開展溫室氣體盤查、應對氣候風險相關披露工作，由此可能增加相應管理成本。</p>	短期/中期	中	低
		<p>對現有產品和服務的監管</p> <p>若現有產品的包裝材料不可回收、原料碳足跡較高，或生產過程能效偏低，可能逐步受到國內環保政策與行業綠色標準的約束，進而對業務運營與收入增長帶來潛在壓力。</p>	中期/長期	低	低
	技術	<p>轉向低排放技術的成本</p> <p>在向低碳生產轉型過程中，為提升能源效率、降低生產環節碳強度，需投入資金用於設備更新、節能技術改造及可再生能源設施建設（如廠區光伏系統），相關投資將帶來一定的資本支出與運營成本壓力。</p>	短期/中期	中	中
	市場	<p>原材料成本上升</p> <p>所依賴的天然植物原料、生物活性成分等可能因氣候波動與資源限制面臨供應不穩定和價格上漲壓力，同時能源成本上升也將進一步推高整體生產成本。</p>	中期/長期	中	中
機遇	政策與融資	<p>政策與融資機遇</p> <p>利用國家與地方對綠色製造、節能減排項目的補貼、稅收優惠等激勵政策，降低低碳轉型的初期投入成本。同時，積極對接綠色信貸、可持續發展掛鉤貸款等金融工具，優化資金成本，為技術升級提供支持。</p>	中期/長期	低	低
	能源來源	<p>能源效率提升</p> <p>通過設備節能改造、工藝優化及智能能源管理等舉措，系統提升能源效率，切實降低運營成本與碳排放。</p>	短期/中期	低	低
	市場與品牌	<p>綠色環保產品</p> <p>順應下游客戶對綠色供應鏈的要求及消費者對可持續美妝產品日益增長的需求，突出產品低碳屬性，開發並推廣具有明確環保效益的原料或產品，塑造「科技向綠」的品牌形象，獲取市場溢價。</p>	中期/長期	低	低
	技術與運營	<p>綠色包裝</p> <p>通過研發或引進節能型工藝、環保包裝解決方案、水資源循環利用等低碳技術，系統降低生產環節的能耗、水耗和物料消耗，在直接降低運營成本的同時，構築長期成本與環保優勢。</p>	短期/中期	低	低

財務量化與應對舉措

2025年，我們對可能影響公司財務狀況、經營績效與現金流的重要氣候相關風險與機遇，進行了全面評估與量化梳理，並據此製定並逐步開展針對性的應對舉措。

物理風險

我們將物理風險的影響程度與「資本支出」「重置成本」「銷售成本」「收入」「銷售成本變化指數」與「收入變化指數」等6項財務指標掛鉤，量化分析了各類氣候風險對巨子生物在當前及未來不同氣候情景與時間維度下的財務影響。

物理風險	當期財務影響	預期影響	SSP1-RCP2.6	SSP4-RCP8.5	應對舉措
洪水	2025年，巨子生物未發生因洪水、臺風、熱浪及乾旱等極端天氣所導致的運營中斷或其他對財務狀況產生重大影響的事件，亦未對公司業務模式與價值鏈造成重大影響。	短期	低	低	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。
		中期	低	低	在夏季暴雨季節到來之前，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。
		長期	低	低	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。
颱風	2025年，巨子生物未發生因洪水、臺風、熱浪及乾旱等極端天氣所導致的運營中斷或其他對財務狀況產生重大影響的事件，亦未對公司業務模式與價值鏈造成重大影響。	短期	低	低	逐步建立多元化的供應商網絡，優化原料採購佈局，避免過度依賴單一區域，並加強供應鏈彈性預案管理，以降低氣候相關風險對業務連續性的影響。
		中期	低	低	
		長期	低	低	
熱浪	2025年，巨子生物未發生因洪水、臺風、熱浪及乾旱等極端天氣所導致的運營中斷或其他對財務狀況產生重大影響的事件，亦未對公司業務模式與價值鏈造成重大影響。	短期	低	低	優化廠區製冷系統，採用高效節能設備並實施分時分區溫控，同時合理安排高溫時段戶外作業，配備防暑設施，以降低能耗並保障生產安全穩定。
		中期	低	低	
		長期	低	低	
乾旱	2025年，巨子生物未發生因洪水、臺風、熱浪及乾旱等極端天氣所導致的運營中斷或其他對財務狀況產生重大影響的事件，亦未對公司業務模式與價值鏈造成重大影響。	短期	低	低	推進生產環節節水技術改造，建立關鍵植物原料的儲備機製與多元化採購渠道，並評估中水回用系統，以提升水資源韌性並緩解供應鏈風險。
		中期	低	低	
		長期	低	低	

經分析，我們的主營業務集中於生物活性原料與護膚品的研發、生產，其產線不具備高能耗、高排放或強戶外依賴的生產特性。生產基地主要位於中國西安，佈局較為集中。據此我們判斷，在當期及可預見的未來，氣候變化不會對公司的業務運營與資產價值構成重大財務影響，也未識別出易受氣候因素影響的業務或資產相關風險與機遇。預計在下一報告期內，氣候變化不會導致公司資產或負債賬面價值發生重大調整。

基於財務影響判斷，我們確定了氣候應對與管理的重點，製定相應舉措，並將氣候風險與機遇的考量納入日常運營與管理決策中，以系統性提升氣候變化適應能力。巨子生物風險機遇清單及具體應對措施如下表所示。

轉型風險與機遇

根據當前評估結果，巨子生物在可預見時期內，由轉型風險與機遇帶來的成本節約與收入增長預計較為有限，整體財務影響程度相對較低。我們將以公司所處發展階段與業務模式為基礎，為各項轉型風險與機遇差異化製定並分步推進應對舉措。

轉型風險與機遇		當期財務影響	潛在財務影響	應對舉措	
轉型風險	政策和法律	排放報告義務增強	隨着監管機構對ESG報告和透明度的要求日趨嚴格，將增加合規性管理成本。	構建系統化碳排放核算體系，建立內部數據管理流程，積極參與行業政策對話。	
		對現有產品和服務的監管	對產品碳足跡的監管加強可能導致因產品升級或改造而推高自身營業成本。	開展產品全生命週期綠色設計評估，逐步替代高碳足跡原料與不可回收包裝。	
	技術	轉向低排放技術的成本	綠色生產技術將帶來顯著的資本支出與初期投資壓力。	製定低碳技術路線圖，系統性規劃設備更新與可再生能源設施建設。	
	市場	原材料成本上升	對產品碳足跡的監管加強可能導致原材料成本增加。	建立關鍵植物原料戰略儲備，推動採購地域與品種多元化，提升供應鏈韌性。	
機遇	政策與融資	政策與融資機遇	同時，公司當前在清潔能源供應、資源與包裝優化利用方面的舉措，其帶來的成本節約尚未在財務上顯著體現；綠色產品對收入的拉動作用亦未充分展現。	通過領先實踐獲得政府補貼或綠色信貸，降低資金成本。	跟進綠色政策，系統申請補貼與稅收優惠，探索綠色金融工具。
	能源來源	能源效率提升	通過採用綠色裝置及電氣化設備，降低能耗，進而減少長期運營成本。	持續投入設備升級與維護工作，確保生產線處於高效穩定運行狀態，提高能源利用效率。 落地屋面光伏應用項目，在辦公樓頂鋪設光伏發電及儲能設施，以實際行動推動能源結構優化，打造綠色生產運營模式。	
	市場與品牌	綠色環保產品	通過綠色創新產品提升市場影響力，進而提高市場佔有率及營業收入。	明確產品低碳屬性標籤，開發基於生物技術的高效、低環境負擔原料與配方。	
	技術與運營	綠色包裝	通過材料循環利用與減量化，降低包裝成本。	推廣包裝材料的內部循環利用機製，將可復美次拋精華外箱回收作為成品發貨箱二次使用，同步實現布製綁帶重複利用及原輔料托盤共用。 規模化應用可回收、可降解包裝材料，推動包材減量化與循環利用。	

風險管理

巨子生物將氣候變化因素系統性地嵌入現有的風險管理框架中。通過「識別、評估、應對」的全週期管理機制，公司動態分析並管控氣候相關風險，旨在持續強化業務韌性，保障在不同氣候情景下經營的穩健性。

氣候風險管理流程

GIANT BIOGENE

01 風險識別

密切跟蹤全球及國內氣候政策動態、行業綠色發展趨勢及業務運營反饋，並結合同業對標研究，全面梳理並識別可能對公司研發、生產及供應鏈造成實質影響的氣候風險與機遇。



02 風險評估

針對識別出的風險項，公司從發生可能性、潛在影響程度及組織適應性等維度展開深入評估。同時，參考利益相關方的關注重點與與外部專業意見，對氣候風險的重要性進行矩陣化排序，以確定管理的優先次序。



03 風險應對

基於風險評估與排序結果，公司為核心氣候風險量身定製管理措施與專項應對方案。通過制度化的管理安排，推動各項風險緩解措施在日常運營中落地實施，切實降低氣候變化帶來的潛在運營干擾。

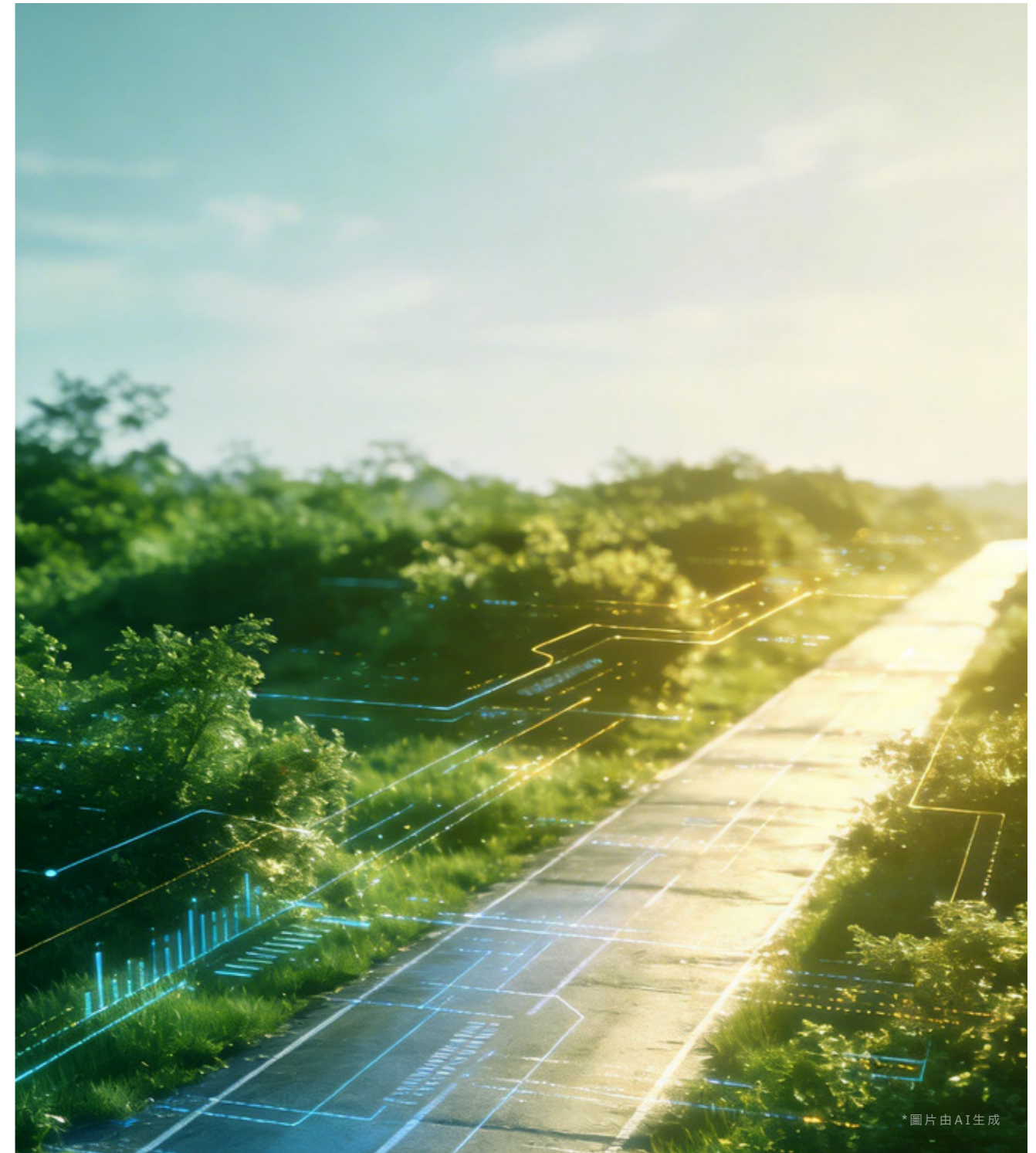
指標與目標

巨子生物深刻踐行國家「雙碳」願景，將綠色低碳理念全面融入研發創新與日常運營。我們立足自身業務發展現狀，系統化部署節能降耗與溫室氣體減排舉措，並積極協同價值鏈上下游合作伙伴，共同探索低碳轉型路徑，穩步削減企業全生命週期的碳足跡。為確保減排行動的高效落地，公司確立了清晰的氣候管理目標，以指導相關責任部門逐步落實節能減排工作：

溫室氣體減排目標：

採用一系列減碳排舉措降低公司生產過程中及辦公場景中所產生的碳排放量。

指標	單位	2025
範圍一溫室氣體排放量 ^[1]	噸二氧化碳當量	4,272.29
範圍二溫室氣體排放量 ^[2]	噸二氧化碳當量	15,527.49
溫室氣體排放總量（範圍一和範圍二）	噸二氧化碳當量	19,799.78
溫室氣體排放強度（範圍一和範圍二）	噸二氧化碳當量/百萬營收	3.59
範圍三溫室氣體排放 ^[3]	噸二氧化碳當量	140,031.09



*圖片由AI生成

[1] 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%。

[2] 範圍二中外購電力的排放因子，依據生態環境部《關於發佈2023年電力二氧化碳排放因子的公告》中公佈的2023年全國電力平均二氧化碳排放因子0.5306 kgCO₂/kwh計算。

[3] 針對範圍三溫室氣體排放，目前我們已對以下類別進行了統計與計算：類別1外購商品和服務、類別2資本貨物、類別3燃料和能源相關活動、類別5運營過程中產生的廢棄物、類別6商務旅行、類別7員工通勤、類別9下游運輸及類別11已售產品的使用。

05 人才保障，打造卓越職場

巨子生物視人才為企業長青的基石，致力於構建一個讓員工安心工作、舒心生活、開心成長的卓越職場。我們不僅提供具有市場競爭力的薪酬福利與全方位的健康守護，更通過「巨子學園」等數字化平臺打通職業晉升通道，讓每一份才華都能被看見。本章將聚焦「人才保障，打造卓越職場」這一核心，從合規僱傭、權益福利、安全健康及培訓發展四個維度，全面介紹公司以制度為基、以關懷為翼，賦能員工與企業共成長的舉措。

員工僱傭

勞工權益

巨子生物持續深化合規僱傭理念，在嚴格遵守國家法律法規及《員工招聘管理規程》《勞動合同管理規程》等內部制度的基礎上，全面上線招聘門戶網站，實現招聘全流程數字化與線上化管理。

報告期內，公司重點對招聘管理制度進行了三項關鍵升級，公司構建了更加透明、嚴謹且高效的招聘管理體系，為打造高素質、合規的人才隊伍奠定了堅實基礎：

優化內部推薦機製

將內推渠道從單一的即時通訊工具升級為招聘門戶系統，實現簡歷自動歸集至人才庫，既確保了推薦人追溯的準確性，又構建了結構化的內推人才資源池。

優化二次錄用標準

針對錄用流程及評估標準做更新，並明確規定二次入職的部門及崗位須與原任職信息保持一致，確保人員錄用的嚴謹性。

強化背景調查與准入審核

在面試環節核驗身份證及學歷證明原件，確保信息真實；定薪環節引入薪酬流水作為參考依據；入職資料新增個人徵信報告及更全面的體檢項目，全方位把控用工風險。

報告期內，公司嚴格遵循《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國未成年人保護法》等法規，構建起「源頭嚴防、自願僱傭、違規零容忍」的童工與強制勞工防範體系。

在預防層面，公司執行嚴格的年齡准入與身份核驗機製，堅持「未滿18週歲概不面試」原則，並在面試前審核身份證信息，從源頭徹底阻斷童工風險；同時，所有用工均基於雙方平等自願共識，依法簽訂合規勞動合同，堅決杜絕任何形式的強制勞動，充分保障員工權益。在應對機製上，公司確立了嚴苛的違規處理流程：一旦發現疑似童工，立即停止其工作並妥善護送回監護人身邊，同步向監管部門報告並嚴肅追究招聘審核責任人責任；若發現強制勞動線索，即刻終止違規行為、嚴懲責任人。通過全流程閉環管理，公司確保了用工環境的純淨、合法與人道主義關懷的全面落實。報告期內並未發生過僱傭童工及強制勞工的現象。

反對歧視

巨子生物堅定踐行多元、平等與包容（DEI）的核心價值觀，堅決反對任何形式的就業歧視與不平等競爭。公司嚴格恪守公平僱傭原則，杜絕基於性別、學歷、年齡、健康狀況、宗教信仰等任何非能力因素的差別化對待，確保每位員工均享有平等的職業發展機會。通過構建制度化的反歧視管理體系與常態化的文化宣導機製，公司將「尊重差異、機會均等」的理念深度融入人才選聘用留的全流程，致力於營造開放、公正且充滿活力的職場生態。

員工多元化

巨子生物高度重視人才多元化戰略，將構建多元包容的人才梯隊作為核心招聘宗旨。報告期內，公司構建了「社會招聘與校園招聘」雙輪驅動的多元化引纜體系。在渠道策略上，公司鞏固了網絡招聘與內部推薦兩大核心陣地，並創新拓展自媒體矩陣以強化人才引流效應；在流程管控上，嚴格執行從簡歷篩選、邀約面試、專業評估到談薪入職的全鏈條標準化甄選程序。

校園招聘

為了構建堅實的人才基礎，報告期內，公司新增合作高校4所，累計開展校招活動30場，成功吸納600餘名優秀應屆畢業生，為公司人才梯隊建設注入了強勁的新生力量。



共建實習實訓基地：2025年9月與陝西農林職業大學正式建立校企合作關係，搭建起穩定的實習生輸送渠道，為後續技能型人才的儲備與轉化奠定了堅實基礎。



深化定向培養機製：與陝西國防工業職業技術學院召開專項研討會，就學生就業對接、聯合招聘及定製化培養達成深度共識，推動人才培養與企業需求的精準匹配。



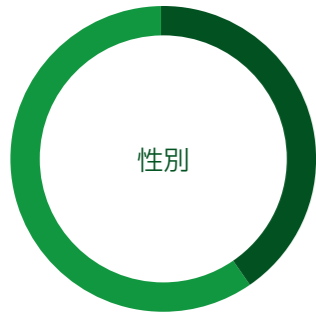
推動人才結構升級：與商洛學院生物學院師生開展企業參訪與交流，圍繞就業前景、業務佈局及薪酬福利進行深入溝通。此舉成功打通了向研發及生產部門持續輸送專業人才的通道。

社會招聘

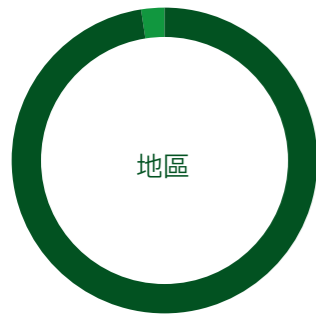
在社會招聘方面，公司創新僱主品牌建設策略，構建起「新媒體引流」的數字化招聘新生態。先後在抖音、小紅書等平台佈局多個人力資源自媒體賬號，通過短視頻與圖文內容多維展示企業文化與僱主形象，有效拓寬了傳統招聘渠道的邊界。配合多場大型集中面試活動的組織，公司顯著提升了招聘效能，確保持續、穩定地吸納各類優秀人才。報告期內，公司通過社會招聘最終成功入職近800餘人。



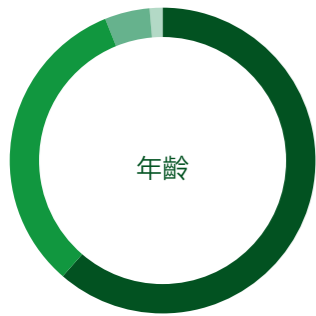
截至報告期末，巨子生物共有員工2,201人，員工按照性別、地區、年齡和僱傭類型劃分的人數情況如下圖所示



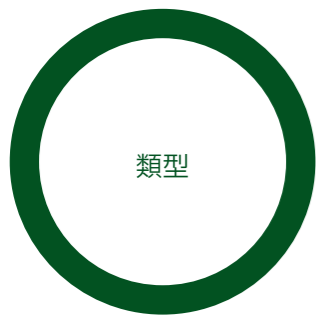
性別	單位	2025
• 男性員工	人	904
• 女性員工	人	1,297



地區	單位	2025
• 西北地區	人	2,073
• 其他地區	人	128



按年齡劃分的員工人數	單位	2025
• 30歲及以下	人	1,267
• 31 - 40歲	人	791
• 41 - 50歲	人	126
• 51歲及以上	人	17



按僱傭類型分類的僱員人數	單位	2025
• 全職員工	人	2,201
• 兼職員工	人	0

權益與福利

薪酬與福利

巨子生物建立了行之有效的薪酬績效考核管理辦法，旨在激發員工工作積極性，打造員工與公司共贏的良性激勵機制。

薪酬管理

報告期內，公司對《薪酬管理制度》實施了系統性革新，旨在構建兼具內部公平性、外部競爭力與戰略導向性的薪酬激勵體系。本次修訂核心亮點包括：

引入寬帶薪酬架構

突破傳統職級剛性束縛，允許同一崗位依據員工能力差異與績效表現實現更大幅度的薪酬浮動，充分激發個體潛能。

深化ESG價值融合

將可持續發展貢獻、合規行為表現及多元包容實踐等ESG關鍵指標納入調薪評估維度，引導員工與公司長期價值同頻共振。

構建透明化溝通機制

通過增設薪酬結構解讀會與個人反饋通道，顯著提升員工對薪酬公平性的感知度與信任感。

實施動態市場對標

依據第三方權威數據實時校準，確保關鍵崗位薪酬水平處於市場優勢地位，持續強化人才吸引力。

績效考核

報告期內，公司為全面提升組織效率、激發創新活力並確保評價公正，正式引入OKR工具，構建了戰略導向的差異化績效考核體系。公司將個人目標與長遠戰略及年度經營計劃深度錨定，確保戰略目標自上而下層層穿透，同時鼓勵員工自下而上參與規劃，顯著增強了全員的主人翁意識。在執行層面，公司實施靈活的雙軌機制：銷售部門全面實行OKR考核以強化市場敏捷響應；非銷售部門推廣「崗位核心職責+創新挑戰」的融合模式，在夯實核心職責的同時，重點激勵創新突破、跨部門協作及長期價值創造。

此外，公司通過月度復盤機制強化過程動態管理，並將考核結果多元化應用於薪酬分配、職務晉升、培訓發展及項目機會，成功構建起「戰略對齊-過程敏捷-發展閉環」的良性生態，有效驅動了公司整體目標的達成。

員工福利

公司始終堅信員工福祉是企業可持續發展的基石，致力於構建全方位、多層次的關懷體系，打造有溫度的職場生態。

• 在健康守護方面，公司將員工身心健康置於首位。除常規年度體檢外，2025年特別組織全體女性員工開展兩癌專項篩查，以早預防、早發現、早治療的理念，為女性職工構築堅實的健康防線。

• 在生活安居方面，公司推出住房與購車專項福利計劃，通過提供低息貸款等實質性支持，切實減輕員工經濟負擔，助力其實現安居樂業的穩定生活。

• 在人文關懷方面，公司注重情感連接與細節呵護。每逢傳統節日及特殊紀念日，均贈送公司自主研發產品與精美禮品，傳遞對員工辛勤付出的誠摯謝意；設立高品質員工咖啡廳，營造舒適休憩空間，幫助員工舒緩壓力、煥發活力；配套建設標準化母嬰室，為職場媽媽提供私密便捷的哺乳環境；同時，依託退休辦公室持續做好離退休員工的關懷與服務，確保關愛不斷線。

通過上述舉措，公司真正實現了從「身」到「心」、從「在職」到「退休」的全週期員工關懷，顯著提升了團隊的凝聚力與歸屬感。



巨子生物員工福利

法定福利

- 社會保險
- 住房公積金
- 法定節假日

女性員工關懷

- 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
- 組織開展兩癌專項篩查

節日、生日福利

- 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

額外福利

- 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

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。

員工關懷

報告期內，公司持續深化員工勞動保護與福利關懷工作，堅持「按需施策、精準保障」原則，全方位築牢員工安全與健康防線。

在作業安全防護方面

嚴格按標準為特殊崗位足額配發雨鞋、工鞋、手套及工作服等勞保用品，確保生產作業安全無死角。

在生活安居支持方面

聚焦員工實際困難，全年累計免費發放被褥300牀，切實解決租房員工的後顧之憂。

在季節性關懷方面

高溫期間不僅足額發放高溫補貼，更向全員派發防暑福利品，做好夏日清涼守護。

在職業健康監護方面

專項為車間一線員工提供免費健康體檢服務，實現健康風險的早發現、早預防。

這一系列務實舉措，真正將關愛落到了實處，顯著提升了員工的歸屬感與安全感。

除此之外，公司深入實施多元化員工關懷舉措，致力於構建高凝聚力、高歸屬感的組織生態。公司常態化舉辦月度集體生日會，通過溫馨的祝福儀式、精美的蛋糕及專屬定製禮品，讓每位壽星深切感受到「家」的溫暖與組織的重視。

案例1：員工情緒關懷專項行動

報告期內，公司及旗下品牌可麗金發起「巨好心晴」員工情緒關懷專項行動，以「萬般情緒都可愛，我們都喜歡自己」為核心理念，構建起全方位心理健康支持體系。打造園區「心情加油站」，於咖啡廳推出秋日限定「悅己風味咖啡」及DIY「悅己專屬杯」互動，鼓勵員工通過手寫寄語與創意拼貼釋放壓力；同時設立「暖心暖飲站」，以熱飲補給傳遞秋日溫情。針對新員工羣體，公司舉辦溫馨的破冰歡迎會，贈送定製關懷卡片與品牌禮品，幫助新伙伴快速融入「巨子大家庭」。



案例2：員工聯誼活動

公司始終將員工幸福感與歸屬感放在重要位置，從情感需求滿足到生活保障支持，用實際行動為員工兜底，築牢職場後盾。2025年5月，公司與附近社區及多家公司聯合舉辦大型聯誼活動，邀請近百名來自公司及附近社區的單身青年參與，通過心願牆簽到、趣味破冰、草坪燒烤、樂隊獻唱等豐富環節，打造輕鬆的社交場景，幫助員工打破社交圈壁壘、邂逅同頻伙伴，活動獲得員工高度認可，也讓公司成為員工拓展社交的堅實平臺，且此類聯誼活動將作為定期項目持續開展。



公司將持續深化「以人為本」的關懷理念，不斷迭代員工福祉體系。從關注員工的職業成長到呵護其身心健康，從營造溫暖的內部氛圍到搭建廣闊的社會連接平臺，致力於讓每一位員工都能在工作中收穫成就感、在生活中感受幸福感。

我們將繼續以細膩的舉措和長期的堅守，將企業打造成員工信賴的「幸福共同體」，讓關愛成為推動公司高質量發展的不竭動力，攜手全體員工共創美好未來。

員工溝通

報告期內，在已有的《員工心理健康管理規程》基礎上，公司人事行政部精心組織了共計100餘場座談會，覆蓋1,400餘名員工。

將員工座談會和員工關懷活動進行融合，構建全週期的新員工融入與關懷體系，將正式座談與非正式互動相結合。

在入職滿月關鍵節點，公司舉辦深度融入交流會，從適應性評估、痛點反饋及建議徵集等多維度傾聽新員工心聲，並特邀公司管理層，通過面對面交流為新員工的職業發展注入信心與清晰規劃。

此後，關懷模式由「會議式」靈活轉向「生活化」，打破傳統場景限制，將關懷觸角延伸至食堂共餐、休憩間隙及通勤路上等非正式場合。

這種「無邊界」的關懷方式不僅拉近了管理層與員工的心理距離，更在輕鬆自然的氛圍中及時疏導情緒、解決難題，讓新員工真切感受到組織的溫度與包容。

在報告期內，公司搭建線上匿名建議箱機製，致力於營造開放、透明的溝通生態。該渠道為員工提供了無顧慮的表達空間，能夠真實、全面地收集關於公司治理及部門管理的深層感受與建設性意見。

公司堅持「件件有回應」的原則，對收集到的建議進行快速研判與及時改進，並建立季度公示制度，定期公開典型問題清單及整改成效。這一閉環管理機製不僅確保了員工聲音被聽見、被重視，更以看得見改變贏得了員工的信任，有效促進了管理水平的持續優化。

為有效降低員工流失率並提升組織穩定性，公司實施了一系列精準化、創新性的留才舉措：

- 01 深化業務洞察與定向干預，針對關鍵部門的人員波動，深入剖析管理分工與工作強度等核心問題，輸出專項診斷報告並製定優化方案。
- 02 踐行一線工作法，管理層主動深入業務前沿，敏銳捕捉員工在實際工作中的困難與訴求，建立「發現-反饋-協同優化」的快速響應機制，從源頭化解離職誘因。
- 03 暢通內部職業發展通道，大力推行內部競聘機制，堅持管理層優先內部提拔原則，並為基礎員工提供靈活的轉崗機會，打破職業天花板，讓員工在公司內部擁有廣闊的發展空間。
- 04 動態優化人才畫像，建立季度復盤機制，與各業務部門共同迭代人才勝任力模型，持續提升人崗匹配度與招聘精準度，從入口端夯實團隊穩定性基礎。

報告期內，本公司員工流失率為29.7%，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	33.6%
	女性	27.0%
按年齡劃分的僱員流失率	30歲及以下員工	33.3%
	31-40歲員工	27.3%
	41-50歲員工	12.7%
	51歲及以上員工	0
按地區劃分的僱員流失率	西北地區	30.6%
	其他地區	15.0%

安全與健康

巨子生物秉持為員工創造安全健康工作環境的職責，致力於強化安全生產主體責任落實，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	類型
死亡及重傷事故	0（零事故）	定量
重大火災（爆炸）事故	0（零事故）	定量
重大設備安全事故	0（零事故）	定量
重大安全責任事故	0（零事故）	定量
職業危害事件	0（零事故）	定量
員工安全生產教育培訓率	100%（全覆蓋）	定性
安全事故隱患整改率	100%（全整改）	定性

本報告期內，公司嚴格遵守國家法律法規，堅持「預防為主、綜合治理」方針，通過強化制度執行力與細化生產運營全鏈條管控，系統性降低安全風險。公司針對性優化作業流程及應急預案，推動安全管理體系向標準化、精細化全面升級。

為進一步築牢安全防線，本年度新增兩項核心管理制度：製定《設備安裝調試安全管理制度》，規範設備全生命周期前端的安全操作標準；建立《事故隱患內部報告獎勵制度》，鼓勵全員參與安全隱患排查，切實提升本質安全水平。

報告期內，公司聚焦「責任落實、風險防控、能力提升」三大核心維度，全面升級安全生產管理體系，主要亮點舉措如下：

1, 壓實全員責任，構建網格化管控體系

公司全面推行安全生產目標責任製，組織全員簽訂《安全生產目標責任書》，將安全指標層層分解至個人。針對高風險區域實施專項安全生產計劃，明確各級管理人員的安全職責與意識要求，形成「橫向到邊、縱向到底」的責任網絡。同時，修訂完善安全環保制度文件，夯實制度根基。

2, 深化隱患排查，實施全週期動態風控

建立「日巡查、月排查、節檢點」的常態化巡檢機制，涵蓋每日防火巡查、每月綜合隱患治理及天然氣專項檢漏。針對季節性風險，夏季前置開展防汛管網清理與物資儲備，冬季全面落實防凍巡查，確保極端天氣下的運營安全。此外，嚴格執行特種設備按期報檢與年檢制度，確保設備本質安全。

3. 強化賦能培訓, 打造實戰型應急鐵軍

構建「內訓+外培+演練」三位一體的能力提升矩陣。全年累計組織內部專題培訓18場, 覆蓋新員工入職、危化品管理、有限空間作業、職業健康等全領域, 並創新推出36期「飛書安環小喇叭」微課堂, 實現安全知識碎片化高頻觸達; 選派骨幹參加外部專業考證與復審, 提升專業化水平。同時, 高標準開展18次全覆蓋應急演練, 模擬火災、泄露、中暑、防洪及電梯救援等複雜場景, 顯著提升了全員的應急處置實戰能力與安全紅線意識。



內部專題培訓



全覆蓋應急演練



本集團過去三年因工亡故人數為0, 報告期內, 因工傷損失的工作日為414天。

員工健康支持

巨子生物一直都很關注員工的健康與安全, 我們嚴格遵守了《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《女職工勞動保護特別規定》等法律法規。同時, 在報告期內我們還新增出台《員工突發身體不適應急預案》, 完善健康突發事件的快速響應與處置機制。

報告期內, 公司為保障員工健康實施了多項舉措:

- 01 開展《職業病防治法》及環保知識培訓, 全面提升員工職業防護意識與合規操作技能。
- 02 採購並發放個人勞動防護用品, 確保每位員工在作業時均能獲得規範有效的個體防護。
- 03 組織員工進行職業健康體檢, 實現職業健康狀況的動態監測與早期干預。
- 04 按期進行第三方環境監測, 以科學數據確保持續符合職業衛生標準。
- 05 開展職業危害專項演練, 顯著增強團隊應對突發職業健康事件的應急處置能力。
- 06 建立應急藥箱, 為員工提供感冒、中暑等常見突發狀況的及時救治保障。

培訓與發展

員工培訓

	項目類別	單位	2025
受訓僱員佔總僱員比例	受訓僱員佔總僱員比例	%	100
員工接受培訓總時數	員工接受培訓總時數	小時	102,480
按僱員類別劃分 培訓人數比例	集團高級管理人員參與培訓的比例	%	0.32
	集團中層管理人員參與培訓的比例	%	2.68
	集團基層員工參與培訓的比例	%	97.00
按性別劃分 培訓人數比例	女性員工參與培訓的比例	%	57.38
	男性員工參與培訓的比例	%	42.62
按僱員類別劃分 參與培訓的總時數	公司高層管理人員參與培訓的總時數	小時	140
	公司中層管理人員參與培訓的總時數	小時	2,537
	公司普通員工參與培訓的總時數	小時	102,480

按性別劃分參與培訓的總時數	女性員工參與培訓的總時數	小時	61,970.66
	男性員工參與培訓的總時數	小時	43,193.12
按僱員類別劃分人均培訓小時數	集團高層管理人員的人均培訓小時數	小時	20
	集團中層管理人員的人均培訓小時數	小時	43
	集團基層員工中的人均培訓小時數	小時	48
按性別劃分人均培訓小時數	女性員工參與培訓的人均培訓小時數	小時	47.78
	男性員工參與培訓的人均培訓小時數	小時	47.78

報告期內，巨子生物持續深化「人才強企」戰略，在完善線下培訓體系與職業發展通道的同時，重磅打造數字化學習引擎——「巨子學園」線上平台，實現員工培養模式的全面升級。

巨子生物培訓管理措施

構建多元化課程體系，賦能全層級成長。

公司全年精心開發14門核心課程，內容涵蓋《金牌面試官2025版》《可複製的領導力》等管理進階課程，《deepseek運用》《知識萃取》《授課技巧》《即興演講》等專業技能課程，以及《職業規劃》《管理幹部與文化傳承》等文化素養課程，全方位滿足員工從技能提升到思維轉型的多維需求。

搭建數字化學習生態，實現知識沉澱共享。

「巨子學園」實現從0到1的突破，建成資源管理、培訓計劃、實施跟蹤及考試管理全流程閉環系統。平台整合各部門知識庫，製定統一的內容發佈與學習標準，打破信息孤島，讓知識流動更高效。

強化師資隊伍建設，打造內部造血機製。

公司建立嚴格的認證體系，全年成功認證124名「金牌面試官」，顯著提升人才甄選專業度；開展內訓師專項培養，通過課程講授、作業實戰與嚴格評審，從74名候選人中認證48名合格內訓師，並沉澱48門優質課件。

我們為每一位員工都搭建了暢通的職業發展路徑，在既有培訓體系基礎上，重點更新了分層分類的精準化輪崗培養制度，針對性發佈了《輪崗精準培養方案》《電商員工培養方案》及《生產員工培養方案》。

通過為不同業務屬性員工量身定製全鏈條輪崗路徑與量化考核標準，不僅大幅縮短了新人從「入職」到「勝任」的週期，提升了人崗匹配度與技能轉化率，更構建了可持續的內部人才造血機製，為公司業務的敏捷擴張與高質量發展奠定了堅實的人才基石。

員工發展

報告期內，巨子生物持續深化人才發展戰略，紮實運行既有的《員工成長體系》與《在職人員繼續教育方案》，為員工職業生涯規劃與晉升通道提供長效指引。公司通過落實專項政策支持與補貼機製，持續激勵員工考取專業資格證書、申報職稱及攻讀更高學歷，營造「積極向上」的學習氛圍。

2025年，該舉措成效顯著：成功助力1人申報中級職稱、9人申報初級職稱，並有2人開啓在職博士深造之旅。這一系列成果不僅實現了員工個人價值與公司發展的同頻共振，更為公司的技術創新與可持續發展儲備了堅實的高層次人才力量。



公司大力推行內部人才流動與晉升機製，堅持管理崗位「優先內部競聘」原則。報告期內，一批優秀內部骨幹通過競聘脫穎而出並獲得提拔，這不僅為員工開闢了廣闊的職業發展空間，更有效激發了組織活力。

該策略依託內部員工豐富的業務經驗，顯著縮短了崗位磨合期，降低了用人風險與管理成本；同時，進一步強化了文化認同感，夯實了人才梯隊建設，全面提升了組織的凝聚力與核心競爭力。巨子生物通過這些務實舉措，生動踐行了對員工全面發展的承諾，為構建學習型組織及驅動企業長遠發展奠定了堅實基礎。

06 回饋社區 展現責任擔當

巨子生物深知企業是社會價值的共創者，我們堅持「科技向善」，將公益觸角延伸至教育、醫療及抗災一線，用愛心溫暖需要幫助的群體；同時，我們深耕行業沃土，通過牽頭制定標準與深化專業交流，推動產業向規範化、科學化邁進。本章主要圍繞「回饋社區，展現責任擔當」展開，介紹公司在社會公益、行業發展方面的舉措案例。



可复美®

好塑
发庄

社會公益

巨子生物深刻認識到，企業不僅是社會價值的創造者與受益者，更應積極踐行社會主義核心價值觀，主動肩負社會責任。

為提升企業公信力，我們積極響應政府部門、社區及非政府組織的號召，常年投身公益一線。公司每年會根據具體情況製定社會公益計劃，涵蓋企業捐贈、公益活動等，並在知識普及、愛心捐贈、志願服務等多個領域廣泛開展公益活動。報告期內，我們累計捐贈價值總額400餘萬元人民幣。

報告期內

累計捐贈價值總額

400餘萬元



公益慈善

案例1：攜愛致遠，溫暖延續

報告期內，公司堅守「科技向善」理念，聯合陝西省慈善聯合會等機構開展歷時四個月的專項公益行動。

報告期內，累計向教育、醫療及公安幹警等一線「奉獻者」群體捐贈價值超300萬元的愛心物資，以實際行動致敬社會守護者。

此舉不僅傳遞了對關鍵崗位人員的深切關懷，更彰顯了公司踐行長期主義、匯聚公益暖流的決心。未來，公司將持續拓展公益邊界，將企業責任融入社會發展的廣闊角落，為構建美好溫暖的世界貢獻持久力量。



案例2：減塑助學，愛啟未來

2025年世界環境日，巨子生物依託旗下可復美品牌，攜手專業再生公益伙伴，共同發起「減塑助學，愛啟未來」特別行動。

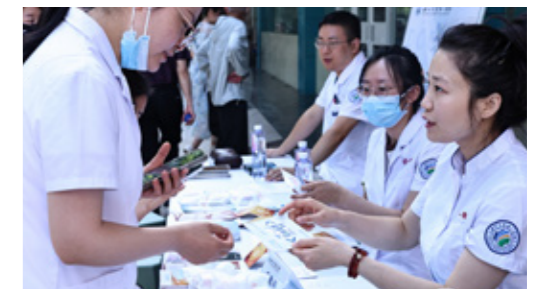
項目將回收的塑料包裝經專業工藝升級再造，製成實用教具與低碳學習包，並捐贈至偏遠山區學校。這些承載着環保理念的文具，不僅為山區學子送去知識陪伴，更在他們心中播下可持續發展的種子，實現了綠色循環與愛心傳遞的有機融合。



案例3：「5·25全國護膚日」公益行動

2025年，公司連續第十一年助力「5·25全國護膚日」，聯合400餘家公立醫院覆蓋30餘省市，聚焦銀齡肌膚開展義診與科普。

旗下可復美、可麗金、可預三品牌聯動，構建線上線下公益矩陣，通過成分解讀、親子互動等形式普及科學護膚理念。公司持續踐行「科技向善」，推動前沿生物技術惠及大眾，將專業守護融入日常生活，堅定履行「生物科技服務美麗與健康」的社會使命。



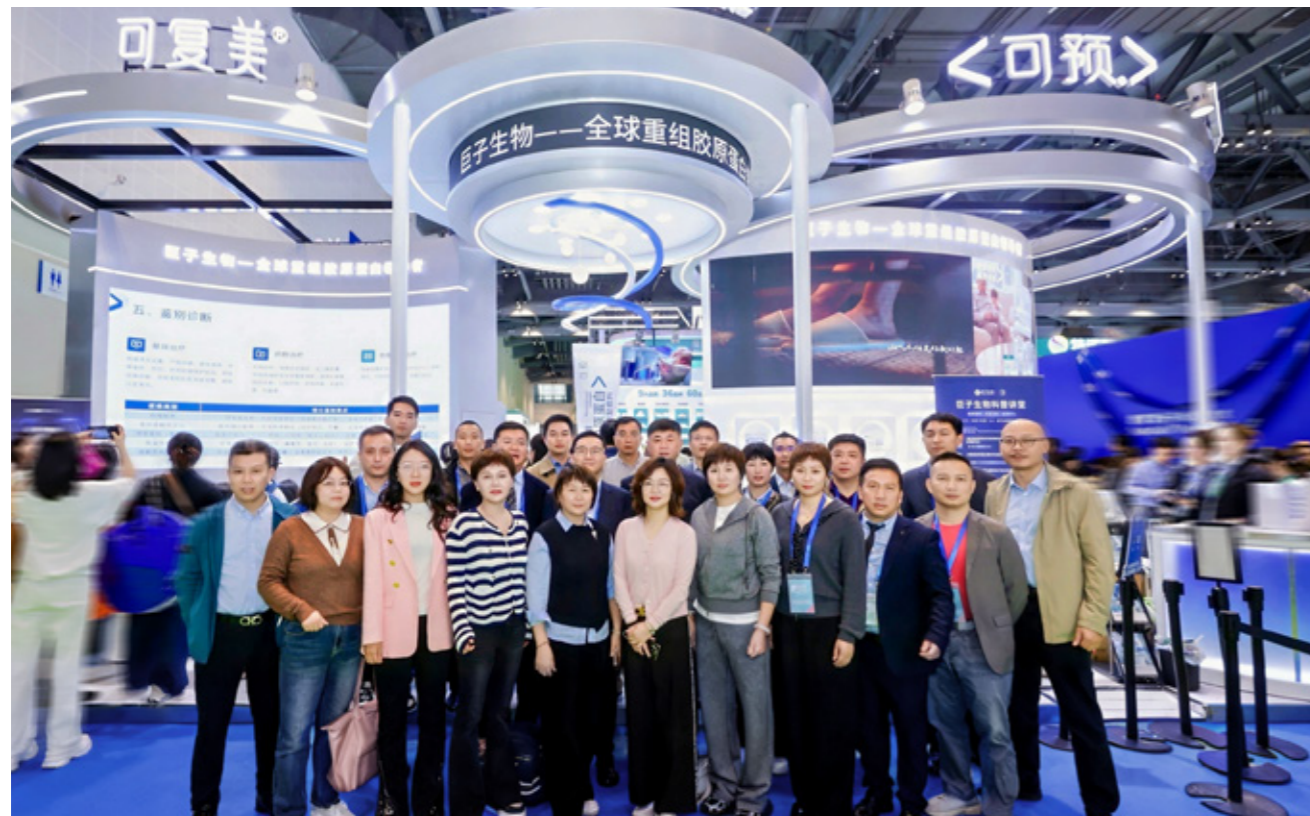
行業發展

我們積極投身行業活動，依託行業聯盟及峯會搭建交流與學習平台，鏈接同行、權威專家學者、行業領軍人物及新銳領袖，在推動巨子生物深耕核心科技的同時，持續提升行業影響力，拓寬大眾認知邊界。

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CSD2025中華醫學會全國皮膚性病學術年會、CDA2025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2025年學術年會，攜可預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。



案例 | 推動行業標準化

公司持續深耕行業標準生態，積極參與多維度標準起草與製定，以標準化戰略引領行業高質量發展。報告期內，公司參與製定的《重組膠原蛋白敷料》行業標準及牽頭製定的《化妝品用重組IV型膠原蛋白》團體標準相繼正式發布。這兩項標準的發佈，不僅填補了重組膠原蛋白在敷料及化妝品原料細分領域的標準空白，統一了關鍵技術指標與試驗方法，更有效解決了新興原料缺乏評價依據的痛點，推動產業從「技術探索」邁向「標準化應用」新階段，為規範市場秩序、遏制低質競爭提供了權威科學依據。

公司持續推進標準體系建設，旨在通過確立高標準的質量標杆，加速科技成果轉化效率，構建公平透明、高活力的產業生態，從而全面引領行業向更健康、更科學、更規範的方向可持續發展。



附錄：香港交易所上市規則附錄C2內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵業績指標

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	排放物管理
	A1.1 排放物種類及相關排放數據	排放物管理
	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）	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）	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	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	環境管理 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
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）	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）	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	環境管理 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	環境管理 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）每生產單位估量	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	環境管理 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	排放物管理 環境管理
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	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	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	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	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	安全與健康
	B2.2 因工傷損失工作日數	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	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	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	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	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	員工僱用
	B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工	員工僱用
	B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟	員工僱用
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	供應鏈管理
	B5.1	按地區劃分的供貨商數目	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	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	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	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	質量管理 客戶服務 責任營銷 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	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	客戶服務
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例	產品研發
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序	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	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	合規經營
	B7.1	於彙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	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	合規經營
	B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓	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	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）	社會公益
	B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）	社會公益
氣候相關披露要求		索引	
(I)： 管治	1. 發行人應披露以下信息： (a) 負責監督氣候相關風險和機遇的治理機構（可包括負責治理的董事會、委員會或其他同等治理機構）或個人的資訊。具體而言，發行人須指出有關機構或個人及披露以下資訊：		
	(i)	該機構或個人如何釐定當前或將來是否有適當的技能和勝任能力來監督應對氣候相關風險和機遇的策略；	應對氣候變化 -管治

氣候相關披露要求		索引
(I) : 管治	(ii) 該機構或個人獲悉氣候相關風險和機遇的方式和頻率；	應對氣候變化-管治
	(iii) 該機構或個人在監督發行人的策略、重大交易決策和風險管理程序及相關政策的過程中，如何考慮氣候相關風險和機遇，包括該機構或個人是否有考慮與該等氣候相關風險和機遇相關的權衡評估；	應對氣候變化-管治
	(iv) 該機構或個人如何監督有關氣候相關風險和機遇的目標製定並監察達標進度（見第19段至第22段），包括是否將相關績效指標納入薪酬政策以及如何納入（見第17段）；及	應對氣候變化-管治
	(b) 管理層在用以監察、管理及監督氣候相關風險和機遇的管治流程、監控措施及程序中的角色，包括以下資訊：	
	(i) 該角色是否被委託給特定的管理層人員或管理層委員會以及如何對該人員或委員會進行監督；及	應對氣候變化-管治
	(ii) 管理層可有使用監控措施及程序協助監督氣候相關風險和機遇；如有，這些監控措施及程序如何與其他內部職能部門進行整合。	應對氣候變化-管治
	氣候相關風險和機遇 2. 發行人須披露其資訊，以讓人理解其合理預期可能在短期、中期或長期影響其現金流量、融資渠道或資本成本的氣候相關風險和機遇。具體而言，發行人須：	
(a) 描述合理預期可能在短期、中期或長期影響發行人的現金流量、融資渠道或資本成本的氣候相關風險和機遇；	應對氣候變化-策略	
(b) 就發行人已識別的每項氣候相關風險，解釋發行人是否認為該風險是與氣候相關物理風險或與氣候相關轉型風險；	應對氣候變化-策略	

氣候相關披露要求		索引
(II) : 策略	(c) 就發行人已識別的每項氣候相關風險和機遇，具體說明其合理預期可能影響發行人的時間範圍（短期、中期或長期）；及	應對氣候變化-策略
	(d) 解釋發行人如何定義短期、中期及長期，以及這些定義如何與其策略決定規劃範圍掛鉤。	應對氣候變化-策略
	業務模式與價值鏈 3. 發行人須披露能夠讓人瞭解氣候相關風險和機遇對其業務模式和價值鏈的當前和預期影響的資訊。具體而言，發行人須作如下披露：	
	(a) 描述氣候相關風險和機遇對發行人業務模式和價值鏈的當前和預期影響；及	應對氣候變化-策略
	(b) 描述在發行人的業務模式和價值鏈中，氣候相關的風險和機遇集中的地方（例如，地理區域、設施及資產類型）。	應對氣候變化-策略
	策略和決策 4. 發行人須披露讓人瞭解氣候相關風險和機遇對其策略和決策的影響的資訊。具體而言，發行人須披露： (a) 有關發行人已經及將來計劃在其策略和決策中如何應對氣候相關風險和機遇的資訊，包括發行人計劃如何實現任何其所設定的氣候相關目標，以及任何法律或法規要求達到的目標。具體而言，發行人須披露以下資訊：	
	(i) 因應氣候相關風險和機遇而在當前及預期將來對發行人業務模式（包括資源配置）作出的變動；	應對氣候變化-策略
(ii) 已經或預期將進行的任何適應或減緩工作（直接或間接）；	應對氣候變化-策略	

氣候相關披露要求		索引
(II) 策略	(iii) 發行人任何與氣候相關轉型計劃（包括製定轉型計劃時使用的主要假設的資訊，以及該計劃所依賴的因素），或若發行人並未有這樣的計劃，則作適當的否定聲明；	我們目前主要以節能降碳為應對氣候變化核心策略，且擬在未來結合業務發展規劃製定氣候轉型計劃。
	(iv) 發行人計劃如何實現第19至22段所述的任何氣候相關目標（包括任何溫室氣體排放目標（如有））。	能源管理
	(b) 有關發行人當前及將來計劃如何為根據第4(a)段披露的行動提供資源。	能源管理
	5.發行人須披露先前各彙報期內按照第4（a）段所披露計劃的進度。	我們於本年度製定目標，未來我們將於每年末彙報目標進展。
	財務狀況、財務表現和現金流量—當前財務影響	
	6.發行人須披露以下定性和量化資料：	
	(a) 氣候相關風險和機遇如何影響發行人在匯報期的財務狀況、財務表現及現金流量；及	應對氣候變化-策略
	(b) 當存在將導致下一匯報年度相關財務報表中的資產和負債賬面價值發生重要調整的重大風險時，關於第6(a)段中識別的氣候相關風險和機遇的資訊。	應對氣候變化-策略
	財務狀況、財務業績和現金流量—預期財務影響	
	7. 發行人須披露以下定性和量化資料：	
(a) 發行人經考慮其管理氣候相關風險和機遇的策略後，並考慮到以下各項，預期其財務狀況在短期、中期及長期內將如何變化：		
(i) 其投資及處置計劃；及	在當期及可預見期間內，氣候相關風險與機遇對我們的財務狀況、業績及現金流未構成重大影響，且相關計量不確定性較高，故未作資金投入與來源的專項披露。	
(ii) 其為實施策略所需的資金的計劃資金來源；及		
(b) 基於發行人管理氣候相關風險和機遇的策略，其預計其財務業績及現金流量在短期、中期及長期的變化。		

氣候相關披露要求		索引	
(II) 策略	氣候韌性		
	8.在考慮發行人已識別的氣候相關風險和機遇後，發行人須披露資訊，使他人瞭解發行人的策略及業務模式對氣候相關變化、發展或不確定性的韌性。發行人須按與其情況相稱的做法，使用與氣候相關的情景分析來評估其氣候韌性。提供量化資訊時，發行人可披露單一數額或區間範圍。具體而言，發行人須披露：		
	(a) 發行人截至匯報日對其氣候韌性的評估，其有助於瞭解：		
	(i)	發行人的分析結果對其策略和業務模式的影響（如有），包括發行人需要如何應對氣候相關情景分析中確定的影響；	應對氣候變化-策略
	(ii)	發行人對氣候韌性的評估中考慮的重大不確定因素的範疇；及	應對氣候變化-策略
	(iii)	發行人根據氣候發展調整其短期、中期和長期策略和業務模式的能力。	應對氣候變化-策略
	(b) 如何及何時進行氣候相關情景分析，包括：		
	(i)	使用的輸入數據，包括： 1) 發行人在分析中使用的氣候相關情景及其來源 2) 分析是否涵蓋多種不同的氣候相關情景 3) 分析所使用的氣候相關情景是否與氣候相關轉型風險或氣候相關物理風險有關 4) 發行人在其情景中是否使用了與最新氣候變化國際協議相一致的情景 5) 發行人為何認為所選擇的氣候相關情景與評估其氣候相關變化、發展或不確定性的韌性相關 6) 發行人在分析中所使用的時間範圍 7) 發行人分析所涵蓋的營運範圍（例如分析所涵蓋的營運地點及業務單位）	應對氣候變化-策略
	(ii)	發行人在分析中所作的關鍵假設；及	應對氣候變化-策略
	(iii)	進行氣候相關情景分析的匯報期。	應對氣候變化-風險管理

氣候相關披露要求	索引
(III) 風險管理	
9. 發行人須披露以下資訊： (a) 發行人用於識別、評估氣候相關風險，以及釐定當中輕重緩急並保持監察的流程及相關政策，包括有關以下方面的資訊；	
(i) 發行人使用的輸入數據及參數（例如資料來源及程序所涵蓋的業務範圍）；	應對氣候變化-策略
(ii) 發行人可有及如何使用氣候相關情景分析來識別氣候相關風險；	應對氣候變化-策略
(iii) 發行人如何評估有關風險的影響的性質、可能性及程度（例如發行人可有考慮定性因素、量化門檻或其他所用標準）；	應對氣候變化-策略
(iv) 發行人可有及如何就氣候相關風險相對於其他類型風險的優次排列；	應對氣候變化-策略
(v) 發行人如何監察其氣候相關風險；及	應對氣候變化-風險管理
(vi) 與上一個匯報期相比，發行人可有及如何改變其使用的流程。	應對氣候變化-風險管理
(b) 發行人用於識別、評估氣候相關機遇，以及釐定當中輕重緩急並保持監察的流程（包括發行人可有及如何使用氣候相關情景分析來確定氣候相關機遇的資訊）；及	
(c) 氣候相關風險和機遇的識別、評估、優次排列和監察流程，是如何融入發行人的整體風險管理流程，以及融入的程度如何。	
(IV) 指標及目標	
溫室氣體排放 10. 發行人須披露彙報期內的溫室氣體絕對總排放量（以公噸二氧化碳當量表示），並分為：	應對氣候變化-指標與目標
(a) 範圍1溫室氣體排放；	應對氣候變化-指標與目標
(b) 範圍2溫室氣體排放；及	應對氣候變化-指標與目標
(c) 範圍3溫室氣體排放。	應對氣候變化-指標與目標

氣候相關披露要求	索引
(IV) 指標及目標	
11. 發行人須： (a) 除非管轄機關或發行人上市之另一交易所另有要求，否則發行人須根據《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準（2004年）》計量其溫室氣體排放；	
(b) 披露其用於計量溫室氣體排放的方法，包括：	
(i) 發行人用於計量其溫室氣體排放的計量方法、輸入數據及假設；	應對氣候變化-指標與目標
(ii) 發行人為何選擇該計量方法、輸入數據及假設計量溫室氣體排放；及	應對氣候變化-指標與目標
(iii) 發行人在匯報期對計量方法、輸入資料及假設進行的任何變更以及變更原因；	應對氣候變化-指標與目標
(c) 就根據第10(b)段披露的範圍2溫室氣體排放，披露其以地域為基準的範圍2溫室氣體排放，並提供有助於瞭解該排放的任何所需合約文書的資訊；及	應對氣候變化-指標與目標
(d) 就根據第10(c)段披露的範圍3溫室氣體排放，根據《溫室氣體核算體系：企業價值鏈（範圍3）核算與報告標準（2011年）》所述的範圍3類別披露發行人計量範圍3溫室氣體排放中包含的類別。	應對氣候變化-指標與目標
氣候相關轉型風險 12. 發行人須披露易受氣候相關轉型風險影響的資產或業務活動的金額及百分比。	
氣候相關物理風險 13. 發行人須披露易受氣候相關物理風險影響的資產或業務活動的金額及百分比。	基於氣候情景分析結果，氣候變化在當期及可預見期間內不會對我們的業務運營或資產價值產生重大財務影響。故本報告期未作專項披露。
氣候相關機遇 14. 發行人須披露涉及氣候相關機遇的資產或業務活動的金額及百分比。	
資本運用 15. 發行人須披露用於氣候相關風險和機遇的資本支出、融資或投資的金額。	

氣候相關披露要求		索引
(IV) 指標及目標	內部碳定價 16. 發行人須披露如下：	
	(a) 闡釋發行人可有及如何在決策中應用碳定價（例如投資決策、轉移定價及情景分析）；及	目前尚未採用內部碳定價機制。我們將持續關注相關政策發展及行業實踐，並在適當情況下評估引入該機制的可行性。
	(b) 發行人用於評估其溫室氣體排放成本的每公噸溫室氣體排放量定價；或適當的否定聲明，確認發行人沒有在決策中應用碳定價。	
	薪酬 17. 發行人須披露氣候相關考慮因素可有及如何納入薪酬政策，或提供適當的否定聲明。這可能構成根據第1 (a) 段 (iv) 作出的披露的一部分。	應對氣候變化-管治
	行業指標 18. 本交易所鼓勵發行人披露與一項或多項特定的業務模式和活動有關的行業指標，或與參與有關行業常見特徵有關的行業指標。在決定披露哪些行業指針時，本交易所鼓勵發行人參考《〈國際財務報告可持續披露準則S2號〉行業披露指南》和其他國際環境、社會及管治報告框架規定的行業披露要求所述的與披露主題相關的行業指標，並考慮其是否適用。	經審慎評估，目前相關行業指標對我們的適用性有限，故未作專項披露。
	氣候相關目標 19. 發行人須披露(a)其為監察實現其策略目標的進展而設定的與氣候相關的定性及量化目標；及(b)法律或法規要求發行人達到的任何目標，包括任何溫室氣體排放目標。發行人須就每個目標逐一披露：	
	(a) 用以設定目標的指標；	考量公司目前正處於生產規模擴張階段，因此對未來產量的預測存在不確定性。未來，公司將根據發展階段與實際產量，適時製定相應的定量碳排放目標。
	(b) 目標的目的（例如減緩、適應或以科學為基礎的舉措）；	
	(c) 目標的適用範圍（例如目標是適用於發行人整個集團還是部分（如僅適用於某個業務單位或地理區域））；	
	(d) 目標適用期間；	

氣候相關披露要求		索引
(IV) 指標及目標	(e) 衡量進度的基準期間；	考量公司目前正處於生產規模擴張階段，因此對未來產量的預測存在不確定性。未來，公司將根據發展階段與實際產量，適時製定相應的定量碳排放目標。
	(f) 階段性目標或中期目標（如有）；	
	(g) 如屬量化目標，其屬絕對目標還是強度目標；及	
	(h) 最新氣候變化國際協議（包括該協議產生的司法承諾）如何幫助發行人設定目標。	氣候相關目標主要基於公司生產結構、業務運營特點及未來產能規劃而製定，暫未將相關國際協議納入目標製定流程。
	20. 發行人須披露其設定及審閱每項目標的方法，以及其如何監察達標進去，包括：	
	(a) 目標本身及設定目標的方法是否經第三方驗證；	本公司氣候相關目標未經第三方驗證。
	(b) 發行人審核目標的程序；	應對氣候變化-管治
	(c) 用於監察達標進度的指標；及	應對氣候變化-管治
	(d) 任何修訂目標的內容及原因。	本報告期內未涉及修訂目標的情況。
	21. 發行人須披露有關每項氣候相關目標的績效的資訊以及對發行人績效的趨勢或變化分析。	考量公司目前正處於生產規模擴張階段，因此對未來產量的預測存在不確定性。未來，公司將根據發展階段與實際產量，適時製定相應的定量碳排放目標並逐年披露、分析目標進展情況。
22. 就按第19至21段披露的每一項溫室氣體排放目標，發行人須披露：		
(a) 目標涵蓋哪些溫室氣體；	應對氣候變化-指標與目標	
(b) 目標是否涵蓋範圍1、範圍2或範圍3的溫室氣體排放；	應對氣候變化-指標與目標	
(c) 此目標是溫室氣體排放總量目標還是溫室氣體排放淨額目標。如為溫室氣體排放淨額目標，發行人須另外披露相關的溫室氣體排放總量目標；	應對氣候變化-指標與目標	

氣候相關披露要求		索引
(IV) 指標及目標	(d) 目標是否是採用行業脫碳方法得出的；及	我們在氣候目標製定過程中已納入對行業脫碳方法與慣例的考量。
	(e) 發行人計劃使用碳信用抵消溫室氣體排放以實現任何溫室氣體排放淨額目標。關於使用碳信用的計劃，發行人須披露：	
	(i) 依賴使用碳信用以實現任何溫室氣體排放淨額目標的程度及方式；	
	(ii) 該碳信用將由哪些第三方計劃驗證或認證；	
	(iii) 碳信用的類型，包括相關抵消是否是基於自然還是基於科技的碳消除，以及相關抵消是通過減碳還是碳消除實現；及	本公司暫未將使用碳信用作為實現目標製定和實現的考量因素。
	(iv) 為讓人瞭解發行人計劃使用的碳信用的可信度和完整性所必需的任何其他重要因素（例如，對碳抵消效果的假設）。	
	跨行業指標及行業指標的適用性 23.在編製披露內容以符合第3至8及19至20段的規定時，發行人須參考（i）跨行業指標（見第10至17段）及（ii）行業指標（見第18段）並考慮其是否適用。	經審慎評估，目前相關跨行業指標及行業指標對我們的適用性有限，故未作專項披露。

