

2024

环境、社会及管治(ESG)报告

目录

关于本报告

关于谷雨	02
创始人致辞	06
【专题】了不起的中国成分	08

01 潜芯而治 明德有序

1.1. ESG 管治	13
1.2. 商业道德	17
1.3. 风险管理	18
1.4. 信息安全与隐私保护	19

02 创芯突破 凝萃蓄力

2.1. 科研驱动	25
2.2. 品质保障	29
2.3. 供应链管理	40

03 同芯逐绿 与木共生

3.1. 环境管理	47
3.2. 绿色生产	50
3.3. 绿色办公	51

04 用芯育才 踔厉成长

4.1. 员工权益与关怀	57
4.2. 人才培养与发展	64
4.3. 职业健康与安全	69

05 诚芯向善 履责于行

5.1. 社会贡献	75
5.2. 乡村振兴	78
5.3. 文化传承	80

附录

环境关键绩效表	85
社会关键绩效表	87



关于本报告

Regarding
This Report

报告介绍

谷雨生物科技集团股份有限公司（“本公司”或“公司”，连同其附属公司统称“谷雨”或“我们”）向社会发布首份《环境、社会及管治报告》（“本报告”），旨在以透明公开的方式披露本公司在环境、社会及管治（“ESG”）层面的相关表现，以响应各利益相关方对于谷雨可持续发展管理的关注与期望。

报告范围

如无特别说明，本报告内容涵盖谷雨生物科技集团股份有限公司及其附属公司，覆盖时间范围为2024年1月1日至2024年12月31日（“报告期”或“本年度”），部分信息追溯以往年度或涵盖2025年。

报告准则

本报告参考全球可持续发展标准委员会（GSSB）发布的《GRI可持续发展报告标准》以及可持续发展会计准则委员会（SASB）的相关标准编制。

报告发布形式

本报告以印刷版及在线版两种形式发布，在线版报告可在谷雨官网（<https://www.guyu.com.cn>）查阅下载。

报告回应途径

您的宝贵意见是我们持续提升的动力。如对本报告或相关方面的工作有任何意见，欢迎通过以下方式联络本公司：
地址：广州市黄埔区连云路388号22栋中科院长春应化所黄埔先进材料研究院园区1101-04
网址：<https://www.guyu.com.cn>

关于谷雨

About
GUYU

公司介绍

谷雨生物科技集团股份有限公司是一家专注于中国人肤质研究并致力于提供全方位、高品质护肤解决方案的护肤企业。自2007年成立品牌护肤实验室以来，我们以深研“更适合中国人肤质的科学美白”为出发点，倡导遵循肌肤规律，以创新科技力量激发珍稀植萃能量，已成长为光甘草定美白开拓者与领导者，并拥有涵盖极光甘草、稀有人参CK、天山雪莲愈伤组织干细胞等在内的“中国芯”功效原料库，实现产品在美白、抗老、修护、清洁、补水等领域的多元化覆盖。未来，谷雨将继续朝着成为“有全球影响力的中国护肤品牌”高质量迈进。

公司名称：谷雨生物科技集团股份有限公司
英文名称：Guyu Biotechnology Group Co., Ltd.
公司总部：中国广东省广州市
品牌成立时间：2016年

公司发展 Company Development



企业文化 Corporate Culture

- 品牌使命
 - 以护肤品为载体 传承推广中国文化
- 品牌愿景
 - 做有全球影响力的中国护肤品牌

产品矩阵



极光甘草美白系列



山参胶原抗老系列



山海细胞抗老系列



四时灵露



积雪绒花修护系列



白千控油系列



月见仙人掌补水系列



氨基酸清洁系列



凌云男士系列

品牌荣誉

奖项 / 荣誉	颁奖机构 / 主办单位
2022中国品牌创新案例	人民日报·2022中国品牌论坛
2023中国品牌创新案例	人民日报·2023中国品牌论坛
2024中国品牌创新案例	人民日报·2024中国品牌论坛
丝路文化建设案例	人民日报·2024丝路文化发展论坛
2024环境、社会及治理（ESG）年度案例	人民日报·2024中国企业社会责任论坛
2024年度ESG创新先锋企业	2024责任中国ESG年度盛典
全国第一的中国美白品牌	欧睿信息咨询
国货美白护肤品全国销售额第一	弗若斯特沙利文
《化妆品良好经营规范》（GBP）	Intertek
粤妆甄品	广东省优质化妆品评定委员会
AAA级知名商标品牌	中华商标协会
2024年度高质量成长	时代周报
2024化妆品（中国）工业百强	化妆品报
科技创新贡献伙伴	2024年高质量发展年会
2024年度影响力品牌	TipTop全球美妆大赏
年度最具影响力护肤品牌	2024CiE美妆大赏

创始人致辞 Founder's Speech



王安宁
谷雨品牌创始人
谷雨生物科技集团股份有限公司董事长

作为国货护肤行业崛起的参与者与见证者，谷雨始终坚守“以护肤品为载体，传承推广中国文化”的初心，通过持续创新的科研内核与文化遗产的显性表达，驱动着我们朝向“有全球影响力的中国护肤品牌”的愿景高质量迈进。

我们乐见，中国成分、中国产品、中国品牌近年来在国际化妆品行业中迎来越来越多的高光时刻；亦意识到，我们肩承年轻民族品牌崛起重任，将以科技和文化为驱动力，在铺就中国特色植萃科学护肤的可持续发展之路的同时，持续为消费者缔造绿色、低碳的生活方式。

坚定“中国芯”

我们坚信，科研创“芯”是品牌可持续发展的重要动力。我们以中国特色植萃中的明确活性成分为核心方向，通过高纯度提取与剂型应用技术，将为产品植入更适合中国人肤质的“中国芯”作为品牌科研锚点。

发轫于“芯”。从品牌成立之初，我们便将成分深研的目光锁定在光甘草定上。过去的2024年，我们实现了这一成分的升级蝶变。依托谷雨独家自研双专利“熔融结晶提纯技术”及“28纳米包裹体技术”，叠加靶向递送技术，我们推出了美白领域重要自主创新成果——极光甘草，不仅刷新了光甘草定提纯与功效的行业最高水平，也巩固了我们作为这一成分开拓者与领导者的行业地位。

步履不停。我们对“中国芯”的探索，正沿着高投入与规模化自主研发的路径推进。基于对珍稀植萃的提取及功效研究，通过大规模功效原料筛选，我们已建立起包括极光甘草、稀有人参CK、天山雪莲愈伤组织干细胞等在内的“中国芯”功效原料库。同时，结合对本土消费者护肤需求的精准洞察，谷雨的“中国芯”正植入及应用到我们的产品中，为不同年龄层、性别、地域、文化背景的消费者打造具有“中国式功效”的高品质护肤体验。

藏力待发。“中国芯”的背后，是谷雨从原料研究、配方应用、功效检测再到高水平生产的“全产业链”覆盖科研支撑体系，由此实现完整科研创新闭环。这其中，包括建成超3000平方米的青囊研发中心并打造为全链条一体化的世界级高端研发平台；配建行业领先的特色原料提取工厂和大型现代化绿色护肤品生产工厂，成为国内极少数自有核心原料生产工厂的品牌；拥有一支涵盖活性天然产物、中医药学、植物学、生物学、质谱分析等交叉学科的超百人研发团队；构建开放式创新生态系统，与一流科研院所建立战略合作伙伴关系，打造“产学研用”一体化的协同创新联盟。近年来，谷雨在科研方面投入累计超2.5亿元，当中所积蓄的科研力和创新力正在被释放，驱动着谷雨在创“芯”之路上稳步前行，让中国式原料被世界所看见。

坚守中国心

我们坚持，传承与汲取中国传统文化精华，以文化自信铸就品牌自信。在澎湃“国潮”之中，谷雨不仅呈现了“诗意美学”的独特品牌视觉，更将品牌触角延伸到对文化传承的关注、对绿色生活的缔造、对社会美好的追求上，提交了一份年轻民族品牌的责任答卷。

承续非遗之美。2024年，我们在中华思源工程基金会发起设立“思源·谷雨公益基金”，期待通过开展非遗跨界合作、非遗教育引导、非遗主题传播等，推动建立专业化、立体化的非遗保护传承体系，塑造公众文化认同与自信。同时，我们亦与关注“非遗传承”的伙伴并肩同行，将非遗技艺植入产品设计与品牌传播中，让敦煌壁画中的飞天与九色鹿跃然产品之上，让国家级非遗木刻版画走进礼盒承载“钱蛇”美好寓意，让古老“仙居花灯”再次点亮，让冰雕技艺在寒冬里大放异彩。

践行绿色之路。2024年，我们启动了“雨木共生”计划，鼓励消费者通过空瓶回收参与环保行动，累计吸引108,834位消费者参与，回收物料累计为地球减碳约17,083千克，相当于1,509棵树1年的碳吸收量。同时，通过回收改造，谷雨产品标志性的木盖重生蜕变为205套环保课桌椅，走进广东韶关大坪小学陪伴山区小朋友成长，为绿色可持续行动添上公益之美。

肩扛社会之责。2024年，我们积极打通更具生命力的公益和社会责任链路，让公司坚守自然科技与可持续发展理念形成良好的正向循环。在新疆喀什，我们跟随援疆行动的脚步，建造了百亩光果甘草科研基地，携手石河子大学甘草研究所将先进种植技术推广至周边农户，在实现核心原料高品质供应的同时，带动当地就业增收与产业能级提升。

只因对中国心的深深坚守，谷雨开启对“中国芯”的铮铮攻坚。从中国式名字到中国式审美，从中国式科技，到中国式原料与中国式功效，谷雨一一找到了行动的注脚。而它们也正在构成2025年我们践行ESG的可持续发展新篇章。

【专题】
了不起的中国成分
Amazing Chinese Elements

谷雨坚信，最适合中国人的成分，就根植于这片古老而又充满活力的土地上。作为国内首个主打“光甘草定”美白的护肤品牌，我们对这一成分开启了长达18年的深研。借助高纯度提取与剂型应用技术，“光甘草定”在谷雨拥有了崭新升级的名字“极光甘草”，更走进了化妆品原料的国际聚光灯下，让了不起的中国成分被世界所看见。

回望来时之路

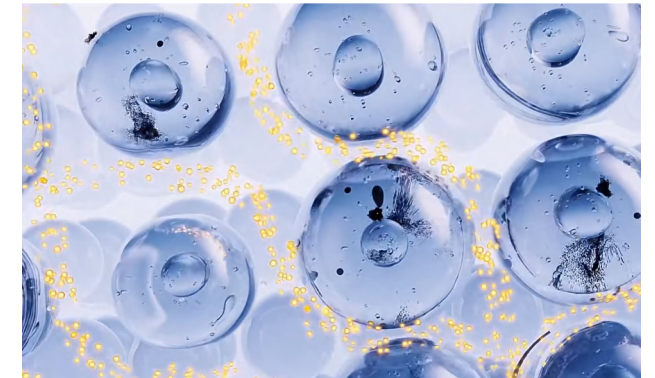
早在品牌成立前的2007年，我们便成立护肤实验室，并聚焦到光甘草定这一萃取自知名草本中药光果甘草的珍贵成分上。通过研究，我们发现作为一个多靶点、多通路的高效美白成分，光甘草定能有效消除自由基与肌底黑色素，并从皮肤源头就控制和减少黑色素生成，继而达到皮肤美白提亮和抗氧化的功效。强大的美白功效与珍稀的提取量也让这一成分有了“美白黄金”的称号，我们也由此开启了对光甘草定的深研之路，并成为国内首个主打“光甘草定”美白的护肤品牌。



力破技术之难

发现光甘草定卓越的美白功效仅仅只是开始，多维突破其在提纯、溶解、稳定等方面的固有难题，实现成分美白力、稳定性、安全性的全面提升是谷雨近年来攻克的核心命题。

在此过程中，科研赋能所带来的技术升级和突破，也让光甘草定有了“新定义”：**更高纯度**，依托谷雨自主研发并获国家发明专利的熔融结晶提纯技术，我们成功突破了光甘草定的提纯壁垒，将其纯度提升至99%，达到行业最高水平；**更强吸收**，通过应用另一研发专利“28纳米脂质体包裹体技术”，我们达到市面上常见包裹体粒径的1/3，实现透皮吸收效率3.4倍的提升；**更精准递送**，在双专利加持之外，我们还通过在成分表面镶嵌信号肽，精准识别抓取黑色素细胞表面受体，靶向递送99%纯度的光甘草定，由此带来美白效果的全面提升。从光甘草定到极光甘草，名称变化的背后，既是谷雨以科技驱动成分与产品升级的缩影，亦是谷雨作为光甘草定美白开拓者与领导者的地位力证。



勇闯创新之径

2024年，“极光甘草”登上了第十三届亚洲皮肤科大会、国际顶尖期刊《Nature》以及国际化妆品创新匹亚大赛等国际舞台，让了不起的中国成分得以被看见。步履不停，创新早已被写入谷雨的成长基因中。以中国特色植萃中的明确活性成分为核心方向，一个涵盖极光甘草、稀有人参皂苷CK、天山雪莲愈伤组织干细胞等在内的“中国芯”原料库已被建立起来，并持续植入到我们美白、抗老、修复、补水、清洁等产品矩阵中，为消费者提供全方位、高品质的护肤方案。

01

潜芯而治 明德有序

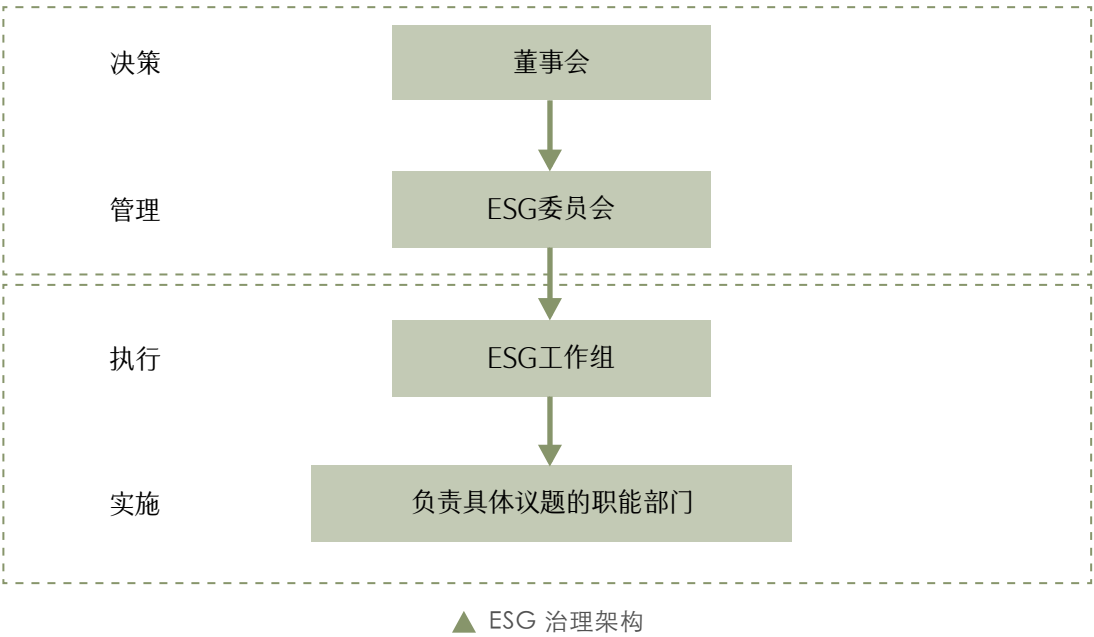


谷雨

ESG管治

ESG Governance

为进一步深化企业ESG治理，公司依据《中华人民共和国公司法》《谷雨生物科技集团股份有限公司章程》等法律法规及制度规定，于董事会下设环境、社会及治理（ESG）委员会（以下简称“ESG委员会”）。ESG委员会由董事会指定的董事及/或高层管理人员担任成员，其主要职责包括审议、引导并监督公司在环境保护、社会责任和公司治理等方面的ESG相关工作，确保其有效执行，并定期向董事会报告ESG工作的推进情况。此外，本公司在ESG委员会下设立专门的ESG工作组，以跟踪落实ESG委员会的决策执行。具体的决议执行工作，则由负责相应治理议题的职能部门负责展开和实施。



未来，我们将持续优化和完善ESG管理架构，不断推动自我提升，以期在环境、社会和治理方面取得更为卓越的表现。

利益相关方沟通

本公司的主要利益相关方包括股东与投资者、政府及监管机构、合作伙伴、消费者、员工、社会和公众。我们深知利益相关者的重要性，并积极致力于与他们建立和维护开放的沟通桥梁。通过多样化的高效互动渠道，我们认真聆听并吸纳他们在ESG领域的期待与需求，作为我们制订和调整ESG战略方针的关键依据。

利益相关方	关注议题	沟通方式
股东与投资者	投资回报 合规运营 信息披露	股东大会 定期报告与公告 投资者邮件及会议沟通 公司网站
政府及监管机构	合规经营 依法纳税 贡献社会	信息披露 日常沟通与汇报 监管检查 来访接待
合作伙伴	公平公正 技术创新 合作共赢 产品与服务质量 社会责任	业务沟通 定期会议 项目合作 技术交流 评估及考核
消费者	用户体验提升 产品与服务质量 信息安全 数据与隐私保护	官方网站 消费者反馈渠道 产品调研反馈 社交媒体
员工	员工权益保障 职业健康及安全 改善员工福利 平等机会及多元化	内部会议 管理委员会 员工培训 社交媒体
社会和公众	公益慈善 社区参与 环境保护	社区活动 公司网站 社交媒体

利益相关方沟通

报告期内，本公司开展重要性评估，确定各ESG议题对于本公司业务发展及各个利益相关方的重要程度，并将评估结果作为制定ESG管理战略及编制ESG 报告的重要参考，具体过程如下：

步骤1 识别ESG议题

参照GRI以及SASB等相关要求，并结合公司实际业务与行业特点，我们通过系统的梳理及分析，共计识别了26个ESG相关议题，并将其作为重要性评估的基础。

步骤2 确认重要程度

本公司通过内部访谈及研讨、征询外部专家意见等方式，从“对谷雨的重要程度”和“对利益相关方的影响程度”两方面对各议题进行评估，并根据调研的结果生成重要性评估矩阵。

步骤3 验证评估结果

本公司ESG工作组审阅并确认评估结果。根据评估结果，本公司识别出8项对于本公司极其重要的议题，包括产品和服务安全与质量、创新驱动、公司治理、员工权益与关怀、循环经济、包装生命周期管理、生态系统和生物多样性保护、社会贡献。我们将在报告的对应该章节中重点议题展开响应，以期满足各利益相关方的关注。

谷雨重要性议题矩阵



商业道德 Business Ethics

公司倡导以“诚”为核心的价值观，始终将诚信合规作为我们可持续发展的基石和各项经营活动的前提。我们严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》和《中华人民共和国公司法》等法律法规中关于反洗钱、反舞弊及反不正当竞争等方面的相关规定，制定了《公司商业往来及廉政管理办法实施细则》《公司礼品管理办法》等一系列政策制度，为全体员工及各业务条线合规提供支持和引导，助力履行岗位职责。

管理追踪

在商务合作方面，公司通过合同及费控一体化管理系统实现合同审批与费用支付的统一管理。同时，我们建立了多部门联合的审核机制，并要求对重大项目实施预算前置审批，以此确保业务合作全程透明可控，杜绝虚假合作及违反廉洁规范的行为。此外，在采购环节中，公司强制要求供应商签署《诚信廉洁承诺书》，并施行日常循环监控机制。如若发现物料采购价格与市场价格存在显著偏差等异常事项，我们将及时要求采购人员反馈供应商的日常商业往来情况，确保采购活动的合规性和透明度。

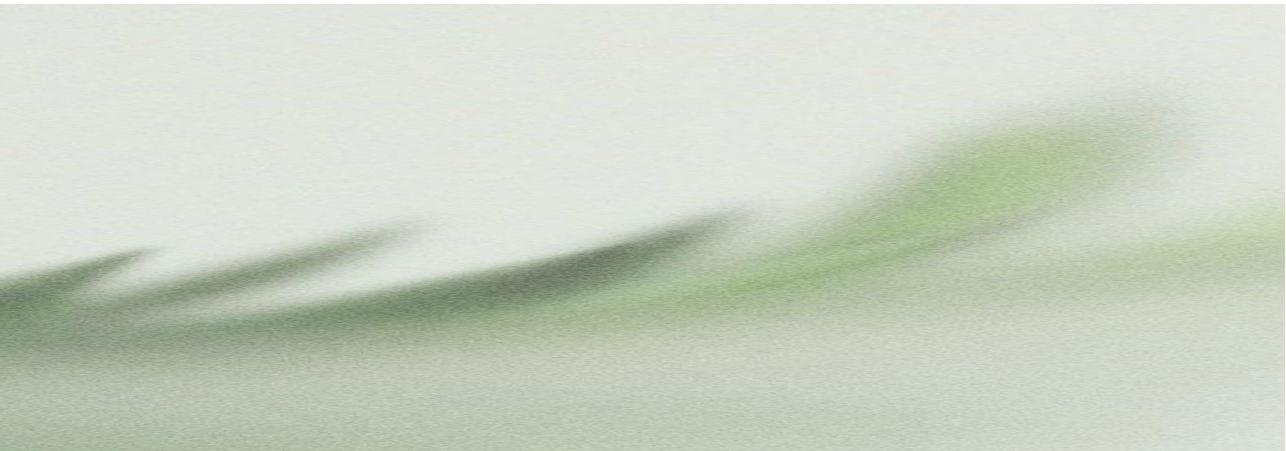
培训赋能

公司重视企业廉洁文化建设，定期面向董监高及各级员工开展商业道德培训，致力将正直诚信、廉洁自律的价值观融入每位员工的工作日常。同时，我们将合规培训作为公司的新员工入职的必修课之一，而管培生及高管、部门长等关键岗位人员，也要求每半年接受一次相关培训。针对供应链管理、直播达人等重点岗位，我们也定期开展针对性的专项培训，以加强相关人员对合规需求的理解。

同时，公司通过公开表彰先进典型的方式，激励员工树立遵规守纪、廉洁自律的良好风气。在供应商管理方面，我们每年向供应商发送《供应商商业往来廉洁宣贯》函件，强化外部合作伙伴的合规意识，共同维护廉洁规范的协作环境。

举报反馈

公司持续加强商业道德相关监察工作，对发现的严重违规舞弊行为进行深入调查和严肃处理，并根据不同风险点开展针对性的专项审计，不断完善舞弊风险防控机制，坚决杜绝任何形式的不诚信行为。公司建立全面的反舞弊举报处理机制，由审计部负责接收并处理来自员工及合作伙伴的举报信息。全体员工及合作伙伴均可通过举报电话、邮箱、公众号，匿名或实名举报任何涉嫌违反商业道德的行为。对于经查证属实的举报，公司将严肃处理涉案人员，并进行相应的整改和结果公示。



风险管理 Risk Management

公司建立了完善的风险管理与内部控制体系，制定《风险控制管理程序》等制度，积极识别、分析、评价风险并采取应对措施，提高风险防范能力，确保经营活动的合规性和可持续性。为全面识别经营管理活动中存在的风险，公司成立风险评估小组，指导各部门完善风险识别和对应的方法，形成《风险评估报告》。

我们采用项目制与月度循环制相结合的管理模式，根据风险评估成果，建立日常控制矩阵，实时跟踪内控执行情况，确保各项措施有效落实。同时，我们结合不同风险点开展专项审计工作，实现对法律风险、业务活动、供应链管理、员工行为及信息技术与数据安全等领域的全方位覆盖。

在审查机制方面，公司采取定期与不定期相结合的方式，确保风险管理体系的有效运行。

● **定期审查**：公司每年至少进行一次全面的合规风险评估，及时发现潜在风险并调整应对策略，以适应法规变化和业务发展的动态需求。

● **不定期审查**：聚焦于关键节点和突发事件，如新业务上线、合作伙伴变更、监管政策更新或内部举报等情况，公司会迅速启动专项审查，快速识别问题并采取纠正措施，确保风险得到及时控制。

我们在审查过程中注重与相关部门的沟通协作，确保整改措施切实可行，从而构建起多层次、多维度的审查体系，全面提升公司的风险管控能力。

在舆情监控机制方面，公司通过监测系统及处置机制的建立，确保舆情风险的及时监控、响应及处置，减少及弱化舆情风险对品牌形象和品牌声誉的影响。

● **系统监测**：通过与专业舆情监测供应商合作，公司目前已搭建起专业舆情监测系统，实现全网信息监测覆盖及快速识别预警。

● **高效处置**：结合舆情涉及事项及影响力，建立舆情风险分类分级管控机制，于舆情风险发生时，由对应层级的舆情专项处置小组启动响应并推进风险处置，迅速切断及减少舆情风险对公司品牌形象及声誉的负面影响。

信息安全与隐私保护 Information Security And Privacy Protection

公司严格遵守《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国电子商务法》等国家相关法律法规，制定了《公司保密管理制度》《公司运营账号管理制度》《会员信息保密管理制度》《账号与权限管理工作指引》等内部制度和指引，为管理和保护公司及客户信息建立规范。公司坚持强化信息安全管理，通过定期审查IT系统、执行严格的数据保护措施和网络安全协议，确保信息安全并防止数据泄露。同时，公司定期为员工提供信息安全与隐私保护培训，确保每位员工理解和遵守保密义务，从而构建一个全面的信息安全防护体系。

公司秘密管理

为有效保护公司信息资产，我们制定了《公司保密管理制度》，明确规定了秘密信息的密级划分、管理责任及相应的保密措施。根据信息敏感程度，我们将秘密信息划分为不同的保密级别，由相关责任部门负责管理，确保各项保密措施得到有效落实。

同时，我们明确每位员工的保密义务，要求全体员工在工作中严格遵守保密规定，保护公司核心信息的安全。我们针对不同情况制定了相应的奖惩措施，在约束员工行为的同时，鼓励其及时制止和举报相关违规行为。

奖励措施：公司对积极落实保密管理制度、采取适当保密措施、及时制止或检举泄露行为、发现并采取补救措施的员工给予表扬和绩效加分等奖励。

惩罚措施：对于违反保密协议、怠于履行保密职责、泄露公司秘密但未造成严重后果或经济损失的员工，公司将给予严重警告、绩效扣分、降级等惩罚。

对于违反保密协议、故意或过失泄露公司秘密、造成严重后果或重大经济损失的员工，公司将按照员工奖惩制度相关规定对员工进行处罚，并要求赔偿公司经济损失。

数据安全 安全管理

公司不断完善数据安全管理体系，制定《公司运营账号管理制度》《公司数据安全及权限管理规定》，明确由数据中心、审计部等部门在数据安全方面的管理职责，确保数据的安全性、完整性和可靠性。

账户管理

公司通过OA系统规范化账号和权限的申请流程，要求新员工入职或岗位变动时及时调整账号权限，离职时立即禁用其账号。

权限分配

系统管理员依据岗位职责合理分配权限，并定期检查和维护权限记录，确保权限分配的合理性和必要性。严格控制超级用户账号的使用，禁止账号共享，临时使用需经过申请和审批。

口令管理

系统实施严格的口令管理政策和超级用户账号管理措施，要求设置强密码策略，避免使用个人信息作为密码，并定期更换密码。

保护机制

公司通过加密存储、访问控制、数据备份及恢复机制等多种技术手段，保护会员隐私，确保数据安全。

审计监督

审计部门定期检查系统日志和账号权限，监督账号和权限的合规使用，形成闭环式安全管理机制。

通过上述措施，公司有效提升了数据安全管理水平，为公司的稳健运营提供了有力保障。

客户隐私管理

公司根据业务运营特点，制定《公司会员信息保密管理制度》，规范客户个人信息的收集、存储、处理和使用行为。我们遵循最小必要原则收集客户信息，并在使用前征得客户同意，始终将保障客户权利和隐私作为核心原则。我们建立了专门的客户个人信息管理咨询和投诉渠道，确保及时响应和处理客户需求。同时，公司设立明确的监督机制，并针对信息泄露事件制定了完善的应急预案，结合定期审核会员信息管理操作的合规性等方式，有效管理客户隐私数据，切实保护客户权益。

在客户服务环节，公司采取以下措施保护客户隐私：

- 严格限制外包客服人员的信息披露权限，违规行为将受到相应处罚
- 对客服人员实施独立账号制，禁止保存密码，确保离岗后立即退出
- 客服人员与其他部门或合作伙伴交流时，对客户敏感信息进行脱敏处理
- 依据信息敏感程度进行分类管控，仅向授权人员开放高敏感数据访问权限

02

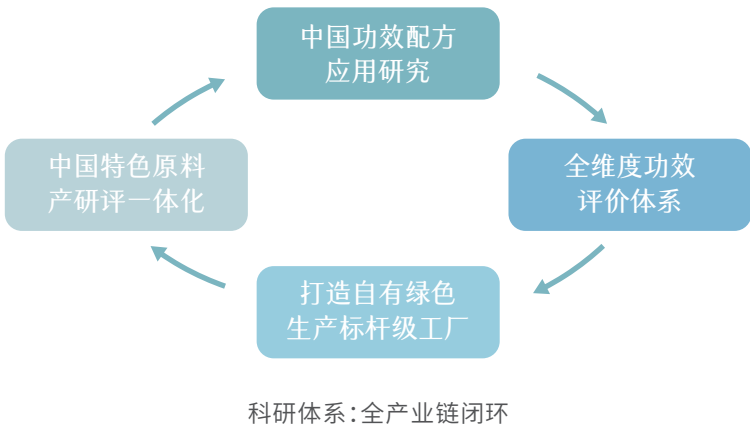
创芯突破 凝萃蓄力

对标联合国可持续发展目标（SDGs）：



科研驱动 Research Driven

科研创新不仅是国货品牌加速形成新质生产力的内在动力，更是推动新时代中国特色品牌迈向高质量发展的关键所在。作为国货护肤行业的先锋引领品牌，谷雨自成立以来，始终秉承“科技和文化双驱动”的发展战略，以科技创新为核心，致力于打造品牌硬实力，为消费者提供更适合国人肤质的科学护肤解决方案。凭借18年的深厚积淀，我们已深度布局全产业链，构建起一套集原料研究、配方应用、功效检测以及高水平生产于一体的完整科研体系。



创新实力筑基

近年来，公司总投资超2.5亿元人民币，扎根科研，并成功建成总面积达3,000平方米的现代化研发中心——青囊研发中心。该中心配备国际一流的实验设备，设有多个专业实验室，构建了从基础研究到市场转化的完整研发链条。作为集基础研究、原料创新、配方开发、生产工艺、包装工程、功效评估、分析检测、质量控制、法规体系于一体的全球化高端研发平台，青囊研发中心已成为驱动公司技术进步的核心动力。



以青囊研发中心为纽带，谷雨汇聚了百余名资深专业人士组成的核心研发团队，覆盖活性天然产物、中药医学、植物学、生物学、质谱分析等多个交叉学科领域，形成了完整的科技人才梯队体系。同时，我们积极构建开放式创新生态系统，与国内多家顶级科研机构建立了深度合作关系共同打造“产学研用”一体化的协同创新联盟。通过与中国药科大学、石河子大学等高校院所的战略协作，以及与华南理工大学、北京工商大学等高校的联合攻关，我们在植萃研发、功效筛选、剂型技术、肽类合成、生物技术、中医药理论研究及中国人肤质肤色研究等领域取得了显著成果，填补了多项行业技术空白，为行业发展提供了强有力的技术支撑。

公司高度重视研发团队的专业能力建设，建立了全面的培训体系，覆盖新入职员工、在职员工及中高层管理人员。培训内容不仅包括配方设计、工艺控制、安全检测等专业技能，还涵盖科技伦理、职业道德、法律法规等综合素质提升。通过定期与不定期相结合的灵活培训机制，以及支持研发人员参与国内外学术交流活动，我们持续提升团队的专业素养和创新能力，为企业可持续发展注入强劲动力。

作为中国香料香精化妆品工业协会常务副理事长单位、广东省化妆品学会副理事长单位、广东省药品监管科学学会副会长单位等，我们始终积极参与行业标准的制定与推广。截至2024年底，公司已成功发布9项团体标准，另有10余项团体标准正在编制中，为行业的规范化和标准化发展作出了重要贡献。通过与行业协会的紧密合作，我们持续推动行业技术进步和产业升级，助力中国美妆产业走向世界舞台。

一体化科研体系

01 基础研究

谷雨深知，科研创新必须立足于扎实的基础研究。自创立以来，我们始终坚持以中国消费者的肌肤需求为导向，深入研究中国人的肤质特性，致力于研发出更适合国人肤质的产品。

我们填补了中国人肤质系统研究的空白，分析了近10万例中国女性皮肤指标样本，通过多年的数据积累与分析，发现中国消费者的肤质普遍呈现“黑黄红”的特征，即肤色偏暗、黄色素沉淀明显、敏感性较高。针对这一现象，我们创新提出了“3H美白公式”（1抑黑-2去黄-3修红），为国人提供科学有效的美白解决方案。我们不仅发表了《中国女性美白研究报告》，更进一步牵头制定了国内首个中国人美白产品团体标准，为行业树立起新的技术基准。

02 原料创新



我们坚信，差异化的中国特色植萃原料将是未来中国护肤品牌的核心竞争力。我们长期专注于中国特色植萃成分的研究与开发，自主建立了生物合成技术平台，以明确活性成分为核心，结合高纯度提取技术和剂型应用技术，深入挖掘植萃成分的功效潜力。例如，光甘草定因其显著的美白功效被广泛应用，而人参、灵芝、牡丹等提取物则为产品增添了更多的功能性价值。作为国内首个主打“光甘草定”美白的护肤品牌，谷雨对光甘草定的研究已取得了令人瞩目、具有里程碑式意义的成果，打造形成了行业前沿的“美白名片”。

经过多年的努力，我们已成功建立起包括极光甘草、稀有人参皂苷CK、天山雪莲愈伤组织干细胞等在内的“中国芯”功效原料库，为产品开发奠定了坚实的技术基础。截至目前，我们的产品已有上百种成分源自中国特色植物提取物，彰显了谷雨在本土原料资源开发方面的深厚积淀。

革新性凝萃——稀有人参皂苷CK

稀有人参皂苷CK，作为人参的终极抗老活性分子，因其在自然界中的稀缺性，及其需要转化为CK形式后才能被人体有效吸收的特性，实现其量产一直是科研人员面临的巨大挑战。谷雨经过多年自主研究和探索，创新出复合酶高效转化技术，以生物仿生学为核心，模拟人参皂苷在人体内的转化过程，同时利用AI科技，在近200万种酶中精准筛选出6大最优生物酶，并优化生物酶基因和高效转化条件，最终将稀有人参皂苷CK的含量提升超2000倍，不仅在促生胶原方面优于国外的抗老成分，也显著优于国外的人参提取物。

2025年初，谷雨作为团体标准《人参皂苷产品及其制品中人参皂苷CK含量的测定高效液相色谱法》（标准编号：T/GAIA 028—2025）的核心起草单位及方法验证单位，成功推动了该标准的发布与实施。该标准为参类产品中稀有人参皂苷CK含量的精确测定提供了科学且可量化的评价依据，不仅提升了行业产品质量的评定水准，也为行业的健康可持续发展提供了重要指导和保障。

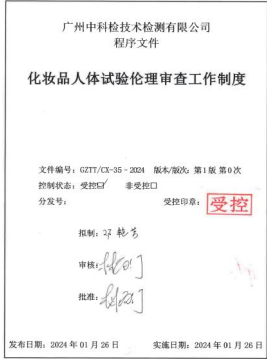


03 配方开发

在配方开发方面，公司采取“自配自研”的模式，力求为国人量身定制最适合的护肤方案。基于对不同年龄段人群和各类皮肤特质的深入研究，我们构建了系统化的产品研发体系，并成功打造出覆盖抗衰老、美白、舒缓修护及清洁护理等多个领域的功效型产品矩阵，旨在为每位用户提供科学精准的选择，充分满足消费者多元化的护肤需求。

遵循科技伦理

公司深刻认识到科技伦理的重要性，制定了《化妆品人体试验伦理审查工作制度》，明确规定了研发活动中的操作规范和伦理原则，包括尊重人权、保护隐私、公正公平、诚实守信等。为进一步确保研发活动的伦理合规性，公司成立了独立的伦理委员会，专门负责监督和审核实验是否符合相关伦理要求。在研发项目的立项阶段，特别是涉及人体试验的项目，伦理委员会将对实验方案进行全面审查，工作流程包括项目伦理审查、风险评估、意见反馈及改进措施跟踪等，确保所有研发活动以尊重生命、保护权益为核心。



制度文件

报告期内，公司已针对研发人员开展了伦理培训，并计划逐步将培训范围扩展至行政、法务等其他部门，确保全体员工都能深刻理解科技伦理的重要性，并将其融入日常工作中。

知识产权管理

公司高度重视知识产权的保护与管理，将其视为企业核心竞争力的重要组成部分。为有效管理和运用知识产权资源，公司建立了完善的知识产权管理体系，并通过数字化工具和技术手段，实现了知识产权全生命周期的有效管控，并获得了知识产权合规管理体系认证。同时，公司设立专门的知识产权管理团队，负责知识产权的申请、维护、对外许可及侵权维权等工作。团队成员不仅精通国内外知识产权法律，还熟练运用系统化的流程管理方法，确保知识产权申请的效率和质量。

公司引入了先进的知识产权管理系统，实现对公司商标、专利、版权等知识产权的全流程管理。系统根据不同岗位的需求设置分级访问权限，确保仅授权员工可访问相关模块，从而保障知识产权信息的安全性。此外，系统支持与代理机构的无缝对接，以及跨部门、跨区域的协同作业，大大提升了知识产权申请和维护工作的效率。管理层可通过系统提供的可视化数据面板，实时掌握公司知识产权的数量分布、申请进度及全球布局情况，为企业的创新发展提供有力决策支持。



报告期内，我们累计注册商标申请337件，专利申请274件。截至本报告期末，我们累计获得授权专利137件，其中，国家授权发明专利47件。

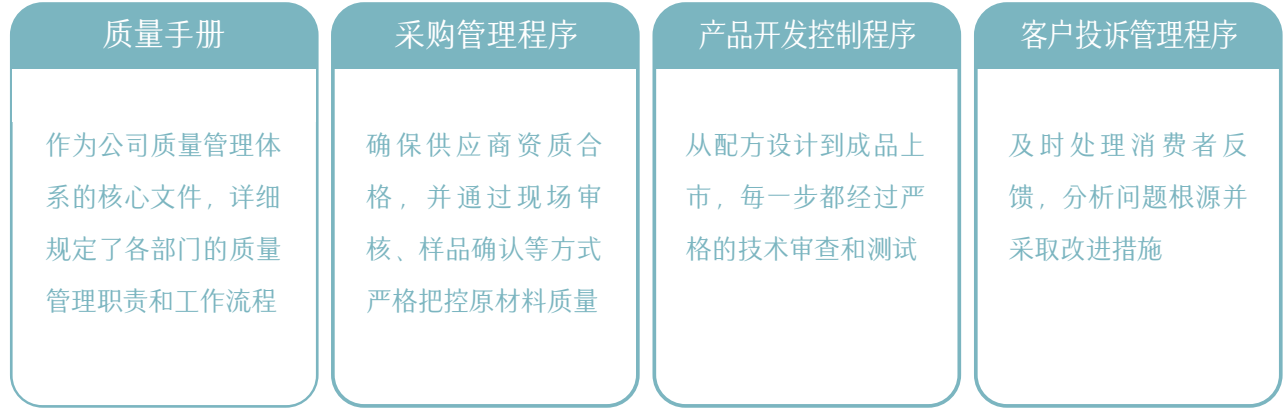
此外，在业务合作环节中，公司通过合同条款明确知识产权的所有权归属，确保在素材使用、品牌授权等方面的合规性。同时，公司对资质材料（如商标注册证、专利证书等）的存储和使用实施严格管控，所有资质材料的查阅和下载都需要通过内部审批流程，并在发放时标注用途水印，防止资质材料被滥用或用于不当目的。在产品设计和宣传环节，我们采取原创设计或委托专业机构设计的方式，杜绝侵权风险。公司还建立了专属的字体库和原创字体软件包，避免因字体使用引发的知识产权纠纷。

品质保障 Quality Assurance

公司秉承“质量第一，全员参与，持续改善，顾客满意”的质量方针，以“有效客诉率≤万分之一”和“质量事故率0%”为目标，始终坚持将产品质量与安全放在首位。为此，我们建立了完善的质量管理体系，通过严格的标准和流程，全面把控从原料采购、产品研发、生产制造到市场销售的每一个环节，确保每一款产品都能满足消费者的期待。

产品质量管理体系

公司恪守国家及地方化妆品相关法律法规，确保经营活动的合规性及产品质量的安全性。依据《化妆品监督管理条例》《化妆品生产质量管理规范检查要点及判定原则》《化妆品生产质量管理规范》及《化妆品良好经营规范条款》（GBP）的要求，公司明确了质量安全主体责任，并构建了严格的产品质量管理流程。同时，我们制定了完整的内部质量管理制度，覆盖产品开发、原材料采购、生产制造、质量检测及客户服务的全链条环节，实现了规范化管理。目前，公司已通过ISO 9001质量管理体系认证。



报告期内，公司通过了《化妆品良好经营规范》（GBP）认证，成为华南地区首家获得该认证的企业，标志着我们在化妆品经营领域的合规性已达到国际顶尖水平。

全流程产品质量把控

公司对产品质量的管理贯穿于产品全生命周期的每一个环节，从原料采购到产品开发、生产制造及售后服务，始终坚持高标准、严要求，确保每一环节都符合质量管控标准，打造安全、高效的优质产品。我们建立了完善的质量管理体系，以及严格的原料筛选、配方设计、工艺控制、成品检测流程：



01 原料质量管理

我们对原材料选择及供应链管理尤为严格，确保源头质量可控，为产品提供可靠品质保障。我们始终坚持科学评估与风险管理并重，制定并执行《新原料引进评估原则》，从原料来源、安全性、稳定性等多个维度对新原料进行全面筛查。我们重点关注重金属、二噁烷、甲醛等风险物质的限量标准，结合毒理学试验与临床数据，确保每一种原料均符合国家法规及行业要求。

在供应环节，我们要求供应商不仅需具备先进的生产设备和技术，还需在企业管理及质量控制方面达到谷雨设定的高门槛。所有供应商必须通过严格的现场审核，并仅在确认符合谷雨质量标准之后，方能入选供应商名单。

我们严格执行《物料验收与放行管理程序》《进货查验制度》等，对每一批原材料进行抽样检测，确保其质量和性能完全符合标准。对于提供任何不合格原料的供应商，我们在坚决拒收的基础上，通过下发通知等方式，要求供应商及时整改，直至原料检测达标后方可继续合作。此外，我们建立了定期考核机制，月度、季度和年度对供应商进行综合评估，对于表现不佳的供应商予以淘汰，以此激励供应商不断提升自身实力和服务水平，进一步实现供应链整体质量的可控性。

02 研发质量管理

公司的研发团队秉持“科学护肤”理念，专注于产品的安全性和有效性。在配方开发过程中，我们严格遵循《配方开发控制程序》，对配方的稳定性、相容性及防腐性能进行全面测试。每款新品上市前均需经过细胞生物学、分子生物学及人体功效评估等多项测试，确保产品功效真实且安全。同时，我们制定《配方审核管理制度》，明确所有配方需经过多道审核程序，确保符合国家法规及行业标准。

同时，我们严格遵守《半成品放行管理程序》《稳定性标准及管理规程》等制度，并与科研机构合作建立了专业功效评价和分析检测中心。目前，该中心已配备了细胞生物学、分子生物学等体外功效筛选和评估、人体功效评估、理化分析检测、微生物检测及刺激性和安全性评价等能力，并获得了CMA中国计量认证资格，为我们的产品开发提供了全面技术支持。基于我们强大的检测能力，我们的每款原料均经过60余轮理化、微生物等分析测试，且每个配方在上市前均在至少30名敏感肌人群中进行测试，借此确保我们配方的功效性和安全性。

此外，公司通过《从业人员健康管理程序》规范员工健康及卫生管理，并设立专门的质量监控部门，依据《质量安全责任制度》对研发全过程进行严格监督和检查，确保所有产品及流程符合国家和行业质量与安全标准。



03 生产质量管理



我们全资建设的核心原料及护肤品生产基地中已经集成了先进的生产设备和严格的质量管理体系。其中，我们设立了1万平方米的核心原料生产工厂，并专注于极光甘草、稀有人参皂苷CK等关键原料的规模化生产，确保原料的稳定供应和高品质标准。此外，我们的4万平方米的高标准护肤品生产工厂“四时润物”已通过4项国际管理体系认证（GMPC、ISO 9001、ISO 14001、ISO 45001），其采用了10万级GMP洁净车间设计，为产品生产提供了无菌无尘的环境保障。

截至2024年底，公司已有超过70%的核心产品实现自主生产，为产品的高品质和可靠性提供了全方位的支持；还突破了自研神经酰胺等创新成分的产业化难题，进一步巩固了自身在行业中的领先地位。同时，我们配备了专业质量管理团队常驻各合作工厂，全程监督并实时监控关键工序，确保各环节符合严格的质量标准。

在产品检测方面，我们建立并实施高于行业标准的“谷雨质量标准”，对所有产品进行严格的质量把控。每一件产品在出厂前都要经过理化分析、微生物检测及感官测试等多重检测，不合格产品绝不允许流向市场。我们通过首检、巡检、日常抽检等方式，对每一个生产环节进行全过程监管，并对异味、杂质、漏液、净含量不足等问题采取“零容忍”态度，确保产品品质始终处于行业领先地位。

此外，我们制定了《新品质量控制程序》，明确规定新品从研发到量产的各阶段质量要求，确保新产品能够平稳过渡到规模化生产。同时，我们还联合SGS等权威第三方检测机构，对产品进行全面检测，确保产品功效真实可靠。为消费者提供安全、放心的使用体验。



04 产品召回管理

为应对潜在质量问题，公司建立了完善的召回机制，制定了《产品召回管理程序》，明确规定召回范围、责任主体及执行步骤。一旦发现质量问题，公司将立即启动召回程序，并通过多种渠道通知消费者暂停使用相关产品。召回后，公司将深入追溯问题根源，分析原因并采取纠正措施，杜绝同类问题再次发生。自成立以来，公司未发生产品召回事件。

05 持续改善理念

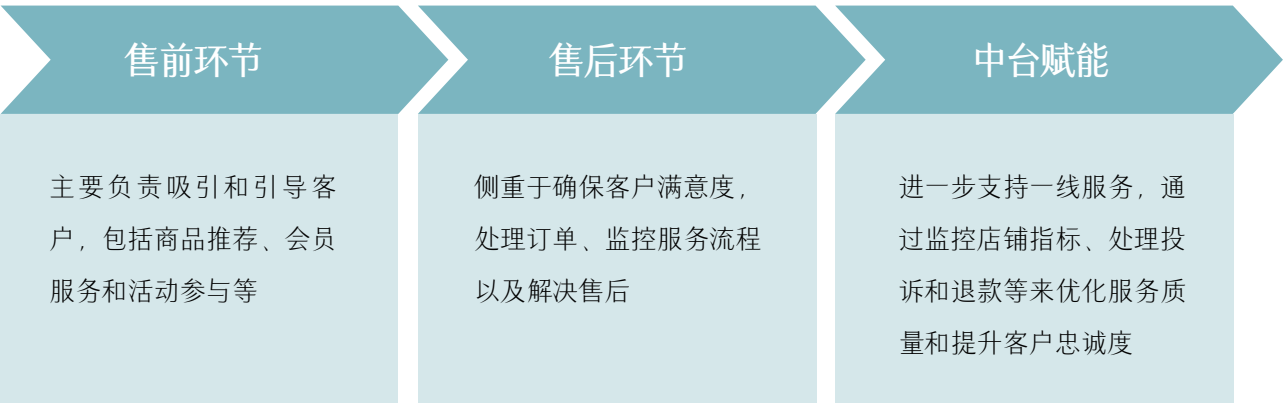
公司高度重视质量管理和持续改进，通过系统化的培训和创新的管理机制，不断提升产品质量与服务水平。我们建立了《人员培训管理程序》，针对全体员工开展系统化培训，确保每位员工掌握与其岗位职责相关的专业知识和操作技能。通过定期评估，验证培训效果，确保培训内容真正转化为工作能力。同时，我们将改善提案纳入绩效考核体系，鼓励员工积极参与质量改进活动，营造全员持续优化创新的良好氛围。

为及时发现并解决质量问题，公司制定《纠正和预防措施管理程序》，通过收集和分析日常工作中发现的质量问题或隐患，深入挖掘根本原因，并制定切实可行的纠正和预防措施。同时，我们每月、年度统计多项质量指标，包括原料合格率、包材合格率、内料合格率、成品合格率及客户有效投诉率等，深入分析未达标的原因，并及时采取纠正预防措施，持续优化生产工艺和质量管理体系。

服务质量管理体系

公司以客户需求为核心，构建了覆盖售前咨询、售后支持和问题处理等环节的全流程客户服务管理体系，并制定了《产品销售控制程序》和《客户投诉管理程序》等标准化流程。通过标准化的操作流程和智能化的工具支持，我们确保每位客户的诉求均能得到及时、准确的回应，致力于为客户提供高效、连贯且个性化的服务体验。

我们高度重视不同业务环节服务质量的高效性与一致性。售前团队基于品牌策略和产品特性，为客户提供个性化推荐方案；售后团队根据客诉问题类型进行分类处理：品质问题由质量团队介入，活动问题则协同运营和仓储部门优化解决方案。



客户投诉管理

我们建立了多元化的客户投诉渠道，包括官网热线电话、社交媒体平台和电商平台客服，并通过标准化的处理流程，确保线上客诉问题在48小时内得到妥善解决。同时，公司客服团队定期整理用户反馈，及时传递至相关部门，推动服务流程优化和产品质量升级，为客户提供更高效的服务体验。

谷雨官方服务热线：400-8081-327

官方微博

谷雨客服

微信公众号

HR公众号

客户投诉处理流程	责任部门
收集客户投诉信息，包括投诉内容、品名、批号、数量等，必要时需与客户沟通寄回不良样品以便调查分析。	销售部/客服部
质量安全部调查投诉内容，分析原因并界定责任部门，记录在《客户投诉登记表》。	质量安全部
【受托生产企业原因】发送《质量异常联络单》给生产企业，要求调查原因并回复纠正措施。	生产企业
【内部原因】发送《质量异常联络单》给责任部门，要求调查原因并回复纠正措施。	相关责任部门
【客户使用不当】判定投诉不成立，客服部告知客户。	客服部

客服体系优化

我们通过多维的客服质控与业务监控体系，每日登记与监控客服指标，结合每周/月度统计分析，持续优化服务质量。我们组建客服质检小组，动态评估客服团队表现，重点关注用户满意率和客诉处理效率，利用智能质检系统筛查问题，根据内部质检标准划分违规等级，推动服务质量持续优化。同时，我们构建以内部运营中台为核心的业务问题监控体系，实现客服与中后端高效协同。

在绩效考核方面，我们建立了一套以客户满意度和转化率为核心的评估体系，每半年进行一次全面盘点，结合数据分析结果制定针对性的改进方案。我们针对不同销售渠道的特点，分别统计天猫、抖音、京东等平台的客户满意度数据，精准优化各渠道的服务策略。我们的考核机制设计兼顾公平与激励。售前团队以转化率和客单价为核心考核指标，售后团队则以客户满意度为主。

我们对自有客服的考核侧重于服务质量，通过设置服务奖金机制奖励优秀员工，同时对违反服务规范的行为进行相应处罚。我们对外包客服团队也建立了相应的奖惩机制，通过正向激励引导外包团队提升服务水平，共同打造优质的客户服务品牌。

同时，我们高度重视客服团队的专业能力培养，建立了完善的培训体系。我们安排内部客服人员每月接受两次线下集中培训，培训内容涵盖产品知识、服务技巧以及情绪管理等方面。我们派驻专业培训小组对外包客服团队驻场辅导，根据不同服务商的具体情况制定个性化的培训方案，培训周期通常为一到两周的强化训练，每月至少组织一次线上线下相结合的培训活动。外包客服培训采取严格的考勤制度，确保出勤率达到100%，并通过签到和课程成绩进行综合评价，确保培训效果落到实处。

负责任营销

秉持负责任营销理念，公司通过严格的产品宣传合规管理、多元化的营销策略以及对社会价值的深刻洞察，致力于为消费者提供高品质的产品与服务，同时也为行业的健康发展树立了标杆。报告期内，我们获得了中国服务贸易协会的“AAA”企业信用等级认证。

01 合规营销

为确保产品宣传的合规性并降低法律风险及消费者投诉的可能性，我们制定并执行全面的《文案审核管理制度》，通过多部门协作和严格的前置审核机制，从源头保障产品宣传的合法性与准确性。



针对线上营销环节，我们已构建完整的内容管理闭环。从上线前的内部审核到上线后的持续监测，每一步都严格遵循标准化操作流程和OA审核程序。这一阶段需要与运营、法务及科学传播等多个部门进行充分沟通，并对产品设计进行严格审核和授权。上线后则采用人工巡查与平台自动巡逻相结合的方式进行实时监控，一旦发现广告表述存在错误等问题，将立即与渠道方沟通并迅速整改，以确保在线运营既符合法规要求又能为用户提供优质体验。

在销售与运营环节，公司始终坚持合规化与精细化管理策略，确保业务稳健发展的同时切实保护消费者权益。我们建立了统一规范的价格管理体系，严格实施线上线下价格一致性及透明化管理，杜绝因价格差异引发的消费纠纷。同时，公司完善了窜货管控机制，通过对异常订单数据的分析（如异常ID、黑名单ID），对异常地址销售、大额订单及线下出货等情况实施分级溯源追踪，有效防范和遏制窜货行为。

在对外合作领域，公司由法务部门审核并签署诚信协议书，确保合作全流程合法合规。公司对KOL、KOC及主播的寄样合作制定了标准化管理流程，实现样品发放的规范可控。对于新平台和新业务的拓展，公司设置了准入标准和操作指引，确保业务扩展过程中的合规性与风险可控性。通过建立全渠道策略公示文档，我们也确保了各平台活动节奏与销售策略的协同一致，进一步提升了整体运营效能。此外，我们根据各渠道的月度销售需求，制定了标准化库存需求模板，提升运营效率和准确性。

针对运营中出现的违规事件，我们建立了规范化的处理流程，确保问题能够及时发现并妥善解决。同时，为提升品牌运营的专业性和规范性，公司定期组织合规意识和操作规范的专业培训，帮助全体员工深入了解相关规章制度，确保各项规定得到有效执行。通过持续的培训和规范化的管理，我们不断强化员工的合规意识，确保品牌运营的规范化与高效化。



常态化培训

02 多元化营销

公司成功构建了线上与线下融合的多元化营销体系，不仅显著提升了品牌影响力，还为消费者提供了便捷、多元化的购物体验。在线上，我们根据不同社交平台特点制定针对性策略：小红书聚焦品牌形象塑造，通过与明星和KOL深度合作传递品牌价值；微博则通过话题营销和创意活动发起，持续扩大品牌声量；抖音专注打造趣味性强、实用性高的短视频内容，并紧跟微短剧营销潮流，深化品牌认知度。



在线下，我们致力于推进线上线下渠道深度融合，通过线下门店为消费者提供直观、真实的购物体验，强化品牌与消费者之间的情感联结。同时，线下渠道为我们提供更多消费者反馈，助力更全面地洞察市场需求。为此，我们选择与品牌调性相符的优质代理商合作，将产品引入三福、KKV、调色师等知名化妆品集合店及部分高端百货商场，并积极探索线下体验店等新零售模式，力求为消费者带来优质的购物服务与沉浸式体验。



三福快闪活动



线上宣传海报

此外，作为“更适合中国人肤质的科学美白品牌”，我们深挖中华文化精髓，将中国芯成分元素融入产品设计，赋予品牌深厚的文化内涵。通过明星合作和品牌叙事，我们不仅精准满足中国消费者的护肤需求，更赢得了广泛认可，为国货品牌创新发展注入新活力。

03 消费者科普和引导

作为一家专注于研究适合中国人肤质的科学美白护肤品牌，谷雨始终秉持“健康护肤、科学护肤”的理念，致力于为消费者传递正确的护肤观念，推动全民科学护肤意识的普及。我们积极响应国家“健康中国”行动号召，深入践行企业社会责任，通过多种形式的公益活动和科普教育，帮助消费者更好地理解科学护肤的重要性，并为其提供实用的护肤知识和方法。

“2024美丽多彩中国梦，科学护肤健康行”公益科普活动

2024年，谷雨携手国家卫生健康委人口文化发展中心，成功举办了“2024美丽多彩中国梦，科学护肤健康行”公益活动。在活动中，我们特别编写了《科学护肤倡议》，旨在为消费者提供一份实用的护肤指南，还通过“科学护肤第一课”走进校园，向大学生普及科学护肤知识，培养年轻一代的健康护肤意识。同时，“科学护肤大篷车”等活动形式以趣味性和互动性吸引了更多年轻人参与，进一步推动了科学护肤理念的普及。



北大医学部科学护肤大篷车



科普互动现场



系列活动启动仪式



公益肌肤检测

除了线下活动，谷雨还积极探索与社交媒体、KOL及达人的合作，借助新兴传播渠道，扩大科学护肤理念的影响力。我们希望与KOL和达人建立深度合作关系，通过真诚沟通和内容共创，传递科学护肤的理念，让更多消费者从中获益。

展望未来，谷雨将继续以科研创新为核心，推出更适合中国人肤质的美白产品，同时通过多样化的科普教育活动，传递科学护肤理念，倡导健康生活方式。我们坚信，唯有坚持以文化为舟，以科技为楫，方能在实现品牌价值的同时，为社会创造更大的福祉。

供应链管理 Supply Chain Management

公司秉持公平、公正的供应链管理原则，持续优化供应商管理体系，致力于与供应商建立长期稳定、互利共赢的合作伙伴关系，携手打造负责任的供应链，为客户提供安全、可靠、优质的产品，并推动产业链的可持续发展。公司制定并执行《供应商管理程序》，明确相关部门职责，规范公司采购流程，涵盖供应商分级分类、准入、考核评估、汰换管理等内容，确保采购与供应商管理的科学性和有效性。

审计部	产品部	研发部	供应链管理部采购组	质量安全部
- 审核供应商年度发展计划 - 审批准入及淘汰、年度审批供应商库	提出新品、新供应商开发需求	- 提出新品、新供应商开发需求 - 技术评估、工艺开发及配方管理	- 接收需求，开展供应商开发工作 - 制定年度计划 - 管理供应商	- 质量审核，定期反馈质量信息 - 参与供应商绩效评估

供应商准入

公司在供应商准入环节实施严格审核机制，重点关注候选企业在业务运营能力、研发创新能力、质量管控水平以及客户服务能力等方面的综合实力，筛选出具备有效资质认证、积极履行社会责任的优质供应商。



01 资质审核

潜在供应商需提交完整资质证明文件，采购部门依据《供应商信息调查表》和《供应商成本分析表》进行系统评估。必要时，质量、研发、审计及生产等部门将联合审议。

02 综合评估与入库管理

通过多维度评估后，公司将编制《供应商履约评估报告》，作为供应商入库依据，并将其纳入供应商信息资源库进行动态管理。入库供应商需根据公司技术要求制作样件，经质量检验或现场验证合格并通过样品审核后，方可正式成为供应商。此阶段，供应商还需签署《技术保密协议》和《质量保证协议》。

03 环保审核

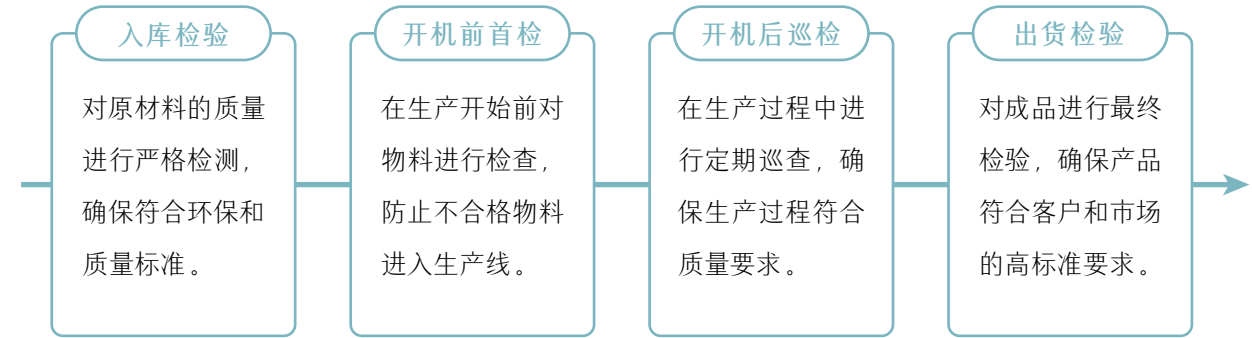
公司严格执行环保审核程序，对供应商的环境合规性进行严格把关。未达标的供应商将在规定时间内被排除在供应链之外。报告期内，包材类供应商的准入通过率为85%，其中部分供应商因环境问题未通过审核。

供应商评估与审核

在合作过程中，公司持续监控供应商的生产和供应活动，并定期开展现场审核，评估其生产工艺、资质、质量管理体系及环境表现。审核发现问题后，公司将根据不同影响程度要求供应商限期整改，并安排质量工程师提供现场辅导，帮助供应商制定切实可行的整改措施，改善生产工艺和管理水平，确保问题得到有效解决。

报告期内，我们共与超100家原料供应商，35家主要包材供应商，3家主要OEM工厂建立合作关系，实现年度审核100%完成率，并在审核过程中进行了环境评估工作。

供应链全流程管理



公司对供应链关键节点实施全方位管理，确保产品质量和供应链稳定性，同时，通过识别与管控供应链各环节中的环境及社会风险，致力于打造可持续供应链。2024年，公司制定了明确的供应链风险管理目标，从质量、准时率、产能、计划协同和价格等多维度优化供应商绩效管理，并通过签订框架协议、质量协议和价格协议等方式，进一步巩固供应链的稳定性和持续性。报告期内，未发现任何具有巨大实际或潜在负面环境影响的供应商。

具体计划	风险应对机制	应对措施	实施效果
- 定期对供应商进行全面风险评估，按风险分级管理 - 建立安全库存机制，有效应对关键物料的供应波动	- 构建风险预警系统，实时监测风险信号 - 成立应急小组，快速响应风险事件	- 建立多元供应商体系，避免单一依赖 - 优化协同规划，采用多种运输和库存模式	- 供应中断显著减少，缺货率为0 - 市场满足率95%，成本可控，准时率提升，供应链稳定可靠

供应商环境影响评估与改进

2024年，我们对供应商的关键工艺进行了环境影响飞行检查，发现玻璃瓶窑炉能源使用、塑料瓶喷涂及木盖喷涂废水处理等环节存在关键环境影响，涉及约5%的供应商。针对上述问题，我们积极推动供应商开展工艺流程优化，如在木盖表面处理时改用环保水性漆，通过升级废水排放系统以确保达标排放，将所有玻璃窑炉全面替换为天然气、清洁能源等。通过此类方式，有效降低供应链的环境影响，并确保我们所使用的包材均在100%符合环保要求的环境中生产，以助力实现绿色可持续发展目标。

可持续供应链

我们高度重视原材料的可持续性，通过成立上游原材料供应商“青囊原料生产工厂”，保障关键原料光甘草定的稳定供应并提升产品质量。同时，我们优先选择获得可持续棕榈油圆桌倡议组织（RSPO）认证的棕榈油生产商作为合作供应商。尽管不直接采购棕榈油，但我们确保涉及棕榈油的相关原料100%符合质量平衡（MB）标准。

我们始终关注供应商的成长与发展，通过定期举办专业培训，帮助供应商优化车间管理、提升生产效率和质量管理水平，助力其成长为更高效、更专业的合作伙伴。在此基础上，我们积极推动供应商采用环保材料和创新生产工艺，包括纸塑软管、实木木盖、环保纸箱，以及玻璃和塑料制品的环保化改造，以此推动供应链的整体绿色发展。同时，我们已与一批在ESG领域表现卓越的供应商建立了长期稳定的战略合作关系，进一步巩固了供应链的可持续性，也为行业的绿色发展注入了强劲动力。



03

同芯逐绿 与木共生

对标联合国可持续发展目标(SDGs):

6

清洁饮水和卫生设施



7

经济适用的清洁能源



11

可持续城市和社区



12

负责任消费和生产



13

气候行动



14

水下生物



15

陆地生物



环境管理 Supply Chain Management

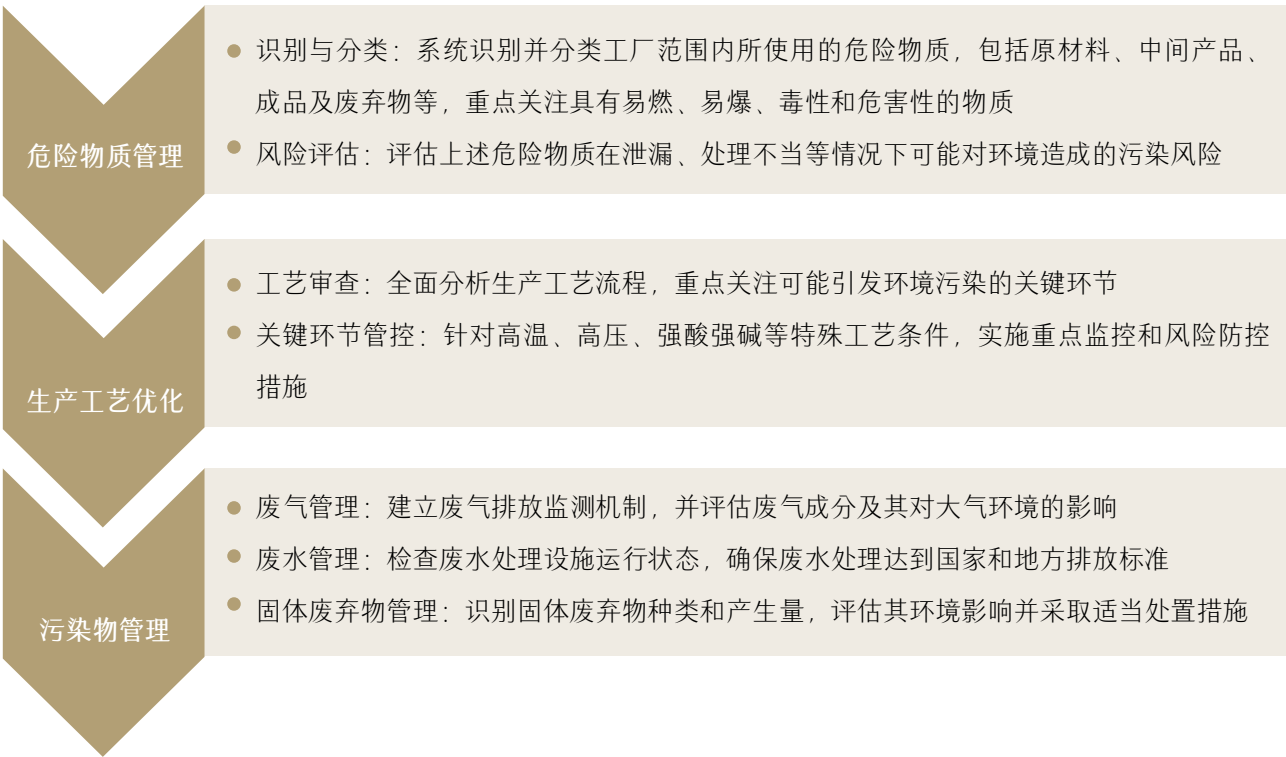
谷雨以绿色发展为核心理念，构建了全面的环境管理体系。我们建立明确的环境管理体系，配合落实系统性的环境风险防控举措，有效管理公司环境影响。我们持续完善应急响应机制，定期举办覆盖全员的环保培训，以打造清洁、可持续的运营环境。

环境管理体系

公司严格遵循《中华人民共和国环境保护法》及地方环境管理相关法律法规，通过制定并实施《环境保护目标责任制》《环保岗位责任制》《建设项目环境保护管理制度》《环保事故管理制度》《环保培训教育制度》《环保奖惩管理制度》《环境治理管理制度》《“三废”管理制度》《“跑、冒、滴、漏”管理制度》《环保设施运行管理制度》《环境卫生管理制度》以及《污染物排放及环保统计工作管理制度》等制度文件，切实保障企业活动的合规性，全面识别和防范环境风险，确保绿色发展目标的实现。同时，我们依照相关国际标准积极构建全面的环境管理体系，目前已通过ISO14001环境管理体系认证。

01 环境风险识别与预防

谷雨通过建立科学的风险评估流程，系统化识别和预防可能由仓储物流和工厂活动引发的环境违规事件。



为进一步强化环境风险管控能力，公司委托具有专业资质的第三方机构，对工厂区域进行了全面的突发环境事件风险评估。评估工作采用系统化方法，包含厂区资料收集、现场辨识危险物质、风险单元划分以及风险认定评估等关键步骤，确保评估过程的科学性与全面性。该评估成功识别出了公司潜在的环境风险因素，为后续制定针对性风险预防措施奠定了坚实基础。

02 环境应急管理与响应

谷雨建立了完善的环境应急管理机制，增强公司对环境突发事件的应对能力，最大限度降低潜在事故的危害。为此，公司制定并实施了《突发环境事件应急预案》，构建了涵盖各部门职责和权限的制度框架，确保应急响应工作的规范化和有序性。

公司储备了充足的应急物资，包括消防沙袋、吸湿棉、防护装备等。同时，我们建立了一支由医疗救护小组、应急处置救援小组、通讯与信息小组以及物资保障小组组成的专业化的应急救援队伍，形成了高效的协同工作机制。公司部署了专门的环境安全设施，包括应急回收池/罐、洗眼器、围堰等，有效降低了潜在环境事件造成的负面影响。

03 环保培训与意识提升

谷雨重视对员工生态意识的培养，通过定期开展系统性的环保培训，为员工普及环境保护的基本原则，全面提升员工的环境合规方面的责任意识。同时，公司组织了针对环境风险识别和应急响应技能的专项培训，有效增强员工在面对突发环境事件时的专业应对能力。公司将不断完善环保培训机制，让员工持续了解并遵守环保相关规定，激发其主动参与环境管理的积极性，构建全员协同守护环境的良好氛围。

排放与废弃物

谷雨严格遵循《中华人民共和国水污染防治法》《排污许可管理办法（试行）》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》等法律法规，坚持对污染物进行全流程管理。公司内部制定了《污水处理系统作业指导书》《设施和环境条件控制程序》《实验废气排放设施检测维护管理程序》等相关管理制度，结合系统化的管控措施，确保污染物合规排放并尽可能减少排放对环境带来的负面影响。

在废水处理与排放管理方面，谷雨采用了多种先进技术确保废水达标排放。公司综合运用物理处理法、化学处理法、好氧生物处理法和厌氧生物处理法，对工业废水进行多级处理，有效去除悬浮物、硫化物、化学需氧量（COD）等主要污染物，确保经处理后的废水完全达到国家和地方排放标准，随后通过市政污水管网进行排放。报告期内，公司相关废水指标均符合国家相关排放标准，合规排放率100%。

在废气管理领域，公司使用水喷淋除尘系统对废气进行净化处理，显著降低了颗粒物和其他有害物质的排放浓度。针对厨房废气，公司安装了高效油烟净化器，确保油烟排放符合国家标准。通过这些措施，公司显著减少了挥发性有机化合物等大气污染物的排放，为改善周边空气质量做出了积极贡献。

在固体废弃物管理方面，谷雨严格执行分类管理与循环利用原则，通过对废弃物进行科学的管理，有效降低了环境负担。对于生产过程中的危险废物，公司委托具备资质的专业机构进行无害化处理，确保其排放不对环境造成二次污染。对于一般生活垃圾和包装材料等无害废弃物，公司通过回收再利用实现资源化管理。谷雨严格管理各类固废产生情况，通过各类减量化及处理举措，全年污泥产生量共计不超过40吨，其余危废产量低于0.6吨，圆满达成年度减排目标。

绿色生产 Green Production



谷雨秉承绿色生产理念，致力于构建环境友好型生产模式。同时，公司关注气候风险管理，持续强化气候风险的识别与应对能力，以保障业务运营的稳健性和可持续性。

01 能源与水资源管理

公司通过优化能源结构，建立了以清洁能源为主导的能源消耗模式。同时，我们建立了完善的能源和水资源使用台账，通过对能耗数据和用水数据的实时监控与分析，确保能源使用和水资源使用的透明化、精细化管理，并针对性优化能源和水资源管理体系，持续提升能源和水资源利用效率。

02 气候风险管理与适应性规划

谷雨十分重视对气候风险的管理，致力于构建全面的气候适应性管理体系。为有效应对气候变化对企业运营带来的潜在威胁，公司正从风险识别、应急管理、政策合规等多个维度出发制定系统化的应对策略。

03 气候风险识别与防范

谷雨正通过科学的方法对气候相关风险进行深入分析，并针对性地制定一系列防范措施。

保障政策合规与信息披露	推进气候风险识别与防范	加强应急管理能力建设
● 密切关注国家和地方最新气候变化政策法规，及时把握合规要求。 ● 健全合规管理机制，明确各部门职责分工，定期开展合规审查。 ● 推进气候风险信息披露体系建设，计划定期公开温室气体排放数据、减缓和适应措施进展。	● 构建科学的风险识别机制，通过模拟和评估台风、暴雨、高温等极端天气的影响，明确潜在风险。 ● 推进风险监测和预警系统建设，实时监控气候数据，提前预判潜在风险。	● 完善环境突发事件应急预案体系，覆盖风险预警到响应处置的全流程。 ● 加强全员气候灾害应对能力培养，定期组织应急演练和专业知识培训。 ● 通过理论学习与实操演练相结合的方式，持续提升员工应急响应水平，打造专业化的气候灾害应对团队。

谷雨根据业务实际发展情况和环境变化，灵活调整适应性的气候风险防范策略。在生产环节，工厂配备了专门的气候变化应急处理设备，包括防汛沙袋、除湿机和水冷降温装置，以应对极端天气事件的突发性影响。在仓储环节，公司优先选择地理位置优越的仓库地址，重点关注地势高低、交通便利性和建筑结构等因素，以降低自然灾害的影响。同时，仓库内配备了防汛物资、除湿设备和水循环温控设施，进一步提升仓储环境的稳定性。

04 减少碳排放

谷雨在减少碳排放方面采取了多项创新性举措，取得了显著成效。未来，公司将继续坚持响应国家号召，持续挖掘各业务运营环节的减碳潜力。

绿色办公 Green Office

谷雨积极实践绿色办公理念，致力于通过倡导节能减排、循环利用和低碳生活等方式，提高资源使用效率，构建高效环保的工作和生活环境。

01 绿色办公举措

谷雨通过在办公环节开展多项措施，降低能源消耗，提升资源利用效率。

照明节能

- 应用LED照明设备：公司全面采用LED照明设备，相较于传统照明装置，降低了50%-90%的能源消耗。
- 优化自然采光：通过调节百叶窗或窗帘，充分利用自然光源，最大限度地引入自然光线，减少对人工照明的依赖。
- 智能化电力管理：引入自动化断电系统，在无人场所时自动关闭灯光设备，杜绝能源浪费。
- 采用独立空调控制：为各楼层直播间安装独立空调控制系统，在节假日等非工作日时间仅开启直播间内的独立空调系统，避免整层空调系统的无效运行。

水资源管理

- 水冷系统：将水冷系统的循环应用于厕所及清洁，提高水资源利用效率。
- 节水措施：调节水龙头出水量，减少不必要的浪费。
- 节水文化：张贴节水提示标识，倡导员工养成节水习惯。
- 循环利用：建筑内配备污水处理系统，进一步提高水资源的循环利用率。

02 绿色出行与低碳生活

谷雨鼓励员工选择绿色出行方式，以减少差旅过程中的资源浪费和碳排放。为此，我们制定了详细的《差旅管理制度》，在其中明确规定差旅费用范围、申请流程、预订路径及费用标准，确保差旅的合规和高效。同时，我们制定了《企业打车规定》，鼓励员工优先选择公共交通工具，并严格限定公车私用的情形，减少不必要的资源消耗和碳排放。

我们鼓励员工选择低碳环保的交通方式，公司员工在日常通勤中选用绿色出行方式的比例已达95%。公司大力推动会议虚拟化，鼓励员工以线上会议平台取代线下实地参会等方式，减少因差旅产生的碳排放，在显著提升了工作效率的同时，有力减少了差旅碳排放。

谷雨徒步清山活动：守护绿水青山，践行“无痕山野”理念

谷雨十分关注对生态环境的保护，2024年第四季度，公司组织了以“无痕山野”为核心理念的“六片山清山”生态公益活动。本次活动于风景优美的广州六片山景区进行，吸引了60名参与者热情参与，以实际行动守护绿水青山。

活动期间，参与者沿指定路线徒步登山，对垃圾进行收集和细致地分类。尽管面临复杂地形和多变气候的双重挑战，参与者凭借高度的责任感和团队协作精神，共计清理各类垃圾70余斤。

此次活动不仅改善了六片山地区的生态环境质量，更降低了当地土壤和水资源污染，为当地生物多样性保护提供了支持。



活动现场



团队徒步登山

03 资源循环利用

谷雨全面推行无纸化办公以降低纸张消耗量，减少资源浪费。公司致力于推进资源回收利用，将回收的木材加工制作成桌椅，捐赠给山区学校，减少废弃物产生的同时延长了产品生命周期，有效减少资源浪费。

包装材料	用量（吨）
玻璃	4,968.31
布料	44.02
金属	8.33
木质	2,118.09
皮革	7.65
塑料	2,717.20
玉石	0.27
纸张	5,447.56

「雨」木共生计划：以环保为动能，关爱下一代成长

谷雨积极践行可持续消费理念，投身环保公益活动，顺应绿色发展趋势。2024年4月，谷雨联合爱回收发起「雨」木共生计划，通过将护肤品空瓶进行回收再利用，赋予空瓶新的生命。

该计划通过爱回收线下200余家门店及2.1万余台智能回收机，让消费者轻松参与空瓶回收。回收的空瓶经过专业处理后，转化为再生材料或耐用品。其中产品的专利木盖被重新加工为205套环保课桌椅，捐赠给韶关乐昌市梅花镇大坪小学，改善了山区孩子们的学习条件。

该项目共有108,834人参与了空瓶回收活动，累计参与回收人数44,864人，回收次数51,759次，回收塑料空瓶总重4171千克，预计减少碳排放约17,083千克，相当于1,509棵冷杉树一年的碳吸收量。此外，谷雨还在捐赠活动中为孩子们提供开学文具礼包，为教师准备护肤品礼袋，并邀请科学传播官普及皮肤健康知识，寓教于乐。

「雨」木共生计划：以环保为动能，关爱下一代成长

通过「雨」木共生计划，谷雨不仅实现了空瓶的循环利用，还将其与公益紧密结合，在提升资源利用效率的同时，切实赋能乡村教育基础设施建设。



课桌椅捐赠仪式



全新课桌椅

谷雨® | 爱回收
「雨」木共生计划
空瓶返航新生



04

用芯育才 踔厉成长

对标联合国可持续发展目标(SDGs):



员工权益与关怀

Employee Rights
And Care

谷雨以保障员工权益为己任，严格遵守国家关于劳工雇佣和福利保障相关的法律法规，确保员工在多元平等、公平包容的环境中开展工作。公司十分注重员工的基本福利保障，通过畅通员工沟通和反馈渠道，有效和充分地了解员工诉求，真诚守护员工。

员工雇佣

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国就业促进法》《中华人民共和国未成年人保护法》《禁止使用童工规定》等国家相关法律法规，并制定了较为完备的内部制度和政策，如《招聘管理制度》《谷雨员工全面福利管理办法》《公司员工奖惩管理办法》等。我们践行平等合规雇佣理念，杜绝一切形式的就业歧视，严格禁止各类强迫劳工和雇佣童工事件的发生。同时，公司对招聘的灵活就业人员（兼职主播、场控、演员、编剧等）一视同仁，保障其合法权益。报告期内，公司未发生违规用工事件。

01 人才招聘

谷雨开放了多元的内外部招聘渠道，对外利用网络招聘平台、谷雨官网、谷雨HR公众号——“谷雨样”等渠道开展日常招聘，内部鼓励员工通过自有人才库和员工内推等形式，发掘和吸引优秀人才。

我们在人才录用阶段建立了专项内部合规审批流程，确保招聘和雇佣过程的公平公开。此外，我们特意在招聘前开展专项内部面试官培训，在确保面试官专业素养的情况下，持续提升人才面试体验，助力公司高效适配和引入优质的人才资源。报告期内，我们共奔赴全国3个地区，在6所高校开展了8场线下宣讲会，共吸引近1,500名高校学生参与。同时，我们开展了9场线下双选会并同步在线上进行宣传，取得了超过20万的曝光量。



人才招聘宣讲会现场

精准识才，打造金牌面试官

为提升人才选拔质量，提升人才招聘过程的适配性和专业性，谷雨打造了金牌面试官项目，通过赋能业务岗位面试官，提升面试官团队的识才能力。

- **培训体系：**编制并发布了《金牌面试官手册》，为面试官提供标准化操作指南，确保面试流程规范、评价标准统一；通过理论考试与面试实操认证，优化人才选拔标准与流程。
- **培训内容：**课程涵盖用人观、面试礼仪、面试流程及人才识别方法，全面提升面试官的理论与实践能力。
- **团队管理：**建立面试官库并实施动态管理，定期评估面试官表现，确保团队专业水平持续提升。

通过赋能面试官，公司致力于打造一支专业化的“金牌面试官”队伍，为公司持续注入优质人才资源。2024年，公司共开展2次金牌面试官专项培训，覆盖76位业务中基层管理者。

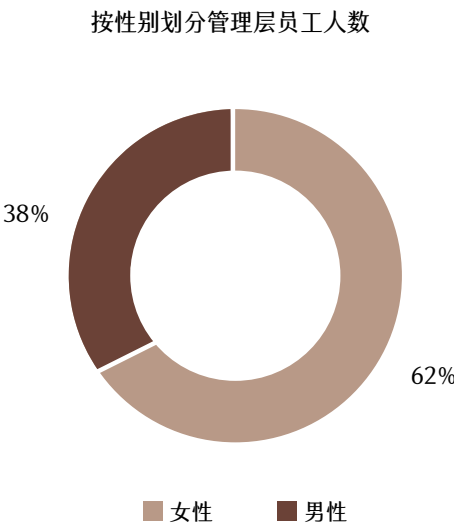
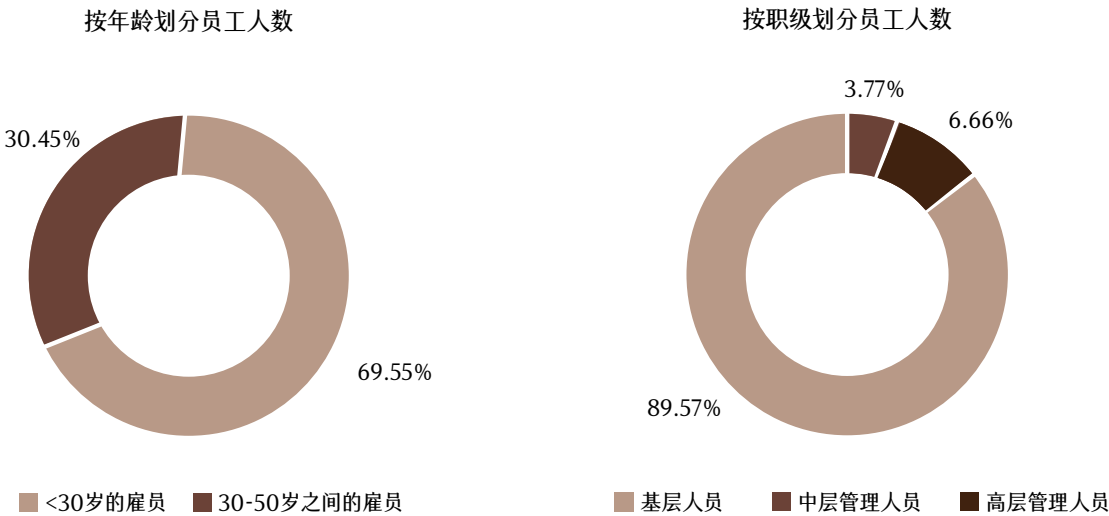


金牌面试官培训现场

02 平等与多元

谷雨秉持多元开放的人才雇佣理念，杜绝一切基于性别、年龄、国籍、地域、种族、民族、宗教、学历等因素的歧视行为，通过日常对员工开展职场平等和尊重相关的宣贯活动，营造和谐包容的工作氛围。同时，公司设立了专项的沟通渠道，并鼓励员工在遇到职场歧视或骚扰情况第一时间向相关部门开展实名或匿名反映，并承诺按员工诉求严格保护举报人信息。当举报信息核实后，我们将按照事件实际危害情况，对涉事员工进行针对性的处罚。

截止报告期末，谷雨雇员总人数超1,500人。



03 薪酬绩效

为规范管理员工的薪酬和绩效，公司制定了《薪酬管理制度》《绩效管理制度》等内部管理制度，致力于建立一个适配公平、有竞争力和有激励性的薪酬和绩效考核体系。我们在保证同工同酬的基础上，结合岗位薪酬带宽及市场薪酬变化，根据员工个人能力、所在岗位价值、实际绩效进行定薪。如员工对于薪酬调整结果存在异议，也可向相关部门进行反馈实际情况，以保障公司对员工评估和考核的全面性和公正性。

员工关怀

我们秉承着营造坦诚沟通、平等有爱的职场氛围的价值理念，重视与员工的对话和沟通，切实关怀员工的实际需求，为员工提供全面和人性化的福祉体系。



01 员工沟通

我们搭建了多样的员工沟通渠道，以倾听员工诉求，并通过管理层与员工定期进行沟通等方式，面对面了解员工工作生活中遇到的问题。同时，公司鼓励员工在日常工作、团队会议、员工大会等场景下与其他同事积极展开交流，及时传递和反馈自身关注事项。此外，员工也可以在公司公众号等公开渠道进行留言，相关部门会进行及时的收集和处理，将相关建议或意见反馈到对应部门，有效解决员工的真实诉求。

02 员工福祉

公司重视员工在职场中的归属感和幸福感，通过持续优化员工福利体系，完善员工关怀措施，让员工感受到温暖关爱的职场氛围，更好的平衡工作和生活。

法定福利	补充福利	特殊福利
五险一金 养老保险、失业保险、基本医疗保险（含生育）、工伤保险、公积金 带薪假期 法定带薪假、法定年休假、婚假、产假、丧假、产检假、陪产假、哺乳假、育儿假、工伤假等	医疗补贴 设立员工福利基金会，对正值员工当年度发生的重大疾病，给予一次性关怀帮扶，为员工提供百万医疗福利补贴 其他补贴 设置全勤奖，并为员工提供补充商业保险，早晚餐补贴、交通补贴、出差补贴、加班津贴等	灵活办公 为员工设置上下班45分钟弹性打卡时间，让员工可相对灵活出勤，避免通勤高峰 女性关怀 公司设女性“生理假”和热饮补贴，保障身心健康，提升工作效率。

谷雨员工福利体系



提升全员运动热情，营造积极的职场氛围

我们成立了专项运动俱乐部，并每月举办课程涵盖射箭、网球、羽毛球、游泳、瑜伽、冥想及舞蹈等项目的各类活动，吸引了数百位员工的积极参与。目前，运动俱乐部群组已拥有近500名成员，展现出员工对体育活动的高度热情与参与度。

此外，我们每季度推出包括徒步、清山等形式的大规模户外活动，在亲近自然的同时，更增强了团队协作与凝聚力。

通过打造和开展系统性的运动计划，谷雨成功营造了一种积极向上的运动氛围，不仅提升了员工的身体素质，更让大家感受到运动带来的快乐与满足，进一步增强了团队的活力与归属感。



网球课



拳击课

提供免费心理咨询，真诚守护员工心灵

谷雨遵循“免费、自愿、专业、保密”的原则，特别推出了对全体在职员工开放的心理咨询项目。公司与具有专业资质的心理咨询服务机构合作，为员工提供全天候心理支持热线及面对面咨询服务，覆盖压力管理、情绪调节、职场适应等多维度主题，帮助员工通过咨询缓解各方面压力，构建健康、和谐的职场环境。



心理咨询活动海报

开展咨询服务，关爱员工身心健康

谷雨秉承“以人为本”的企业文化理念，我们通过融合传统中医智慧与现代健康管理方式，在重要时节为员工提供个性化的健康关怀服务。我们每季度为全体员工提供一次免费中医问诊服务，帮助员工了解自身健康状况。在三伏天，我们则根据员工个人体质配发专属的中药三伏贴，通过传统中医疗法传递温暖与关怀，让员工感受到公司对员工的用心关怀。



“三伏贴”科普

人才培养与发展 Talent Development

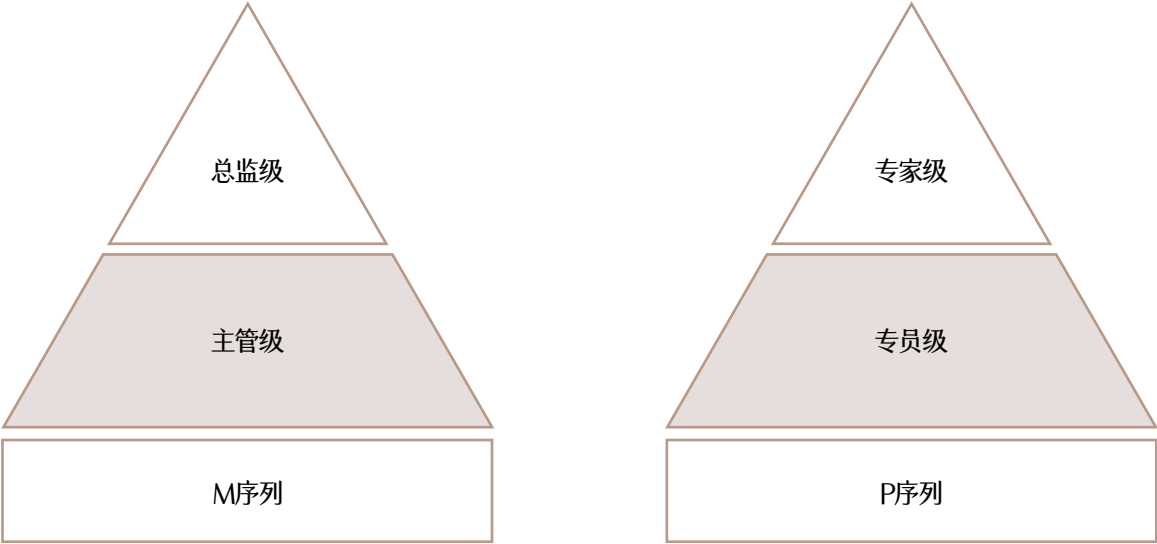
谷雨将人才视为公司稳健运营的基石，通过建立多路径的人才晋升体系，携手员工打造健康的职业发展之路。同时，我们搭建了多层次的培训赋能体系，激发和挖掘人才潜力，赋能员工提升各方面能力，携手员工共同成长。

选拔与晋升

人才发展

公司根据业务运营现状和人才需求设置了双职级晋升机制，依托该晋升机制建立纵向发展通道给予员工晋升机会。

同时，我们每年为员工提供两次晋升调整机会，届时我们将结合员工半年度绩效考核结果及日常工作表现，对绩效表现优秀的员工给予晋升调整。同时，我们也为员工提供跨部门轮岗和竞聘的机会，让员工找到适配的职位定

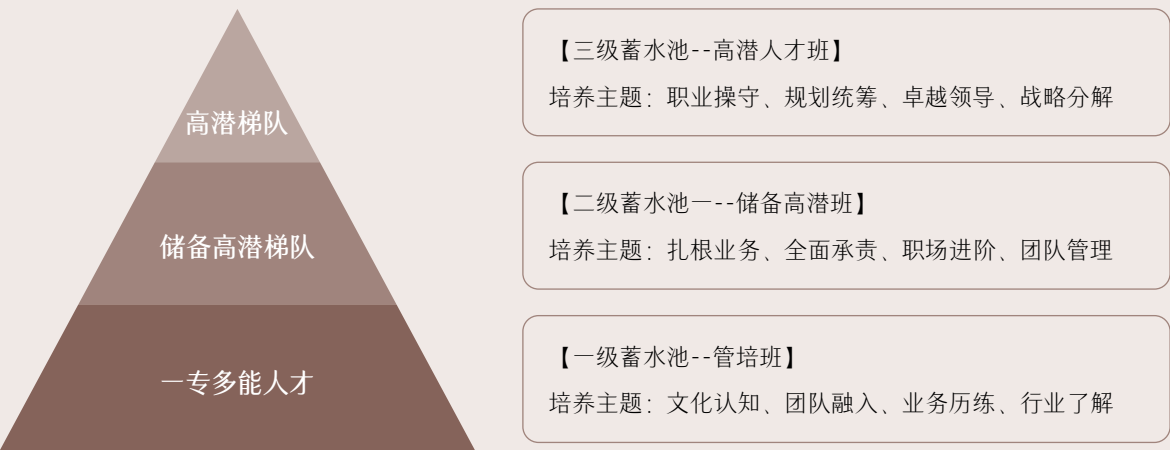


谷雨人才双职级晋升通道

“春雨计划”：打造全面的原生管理人才

“春雨计划”是谷雨专为管培生群体打造的定制化培养项目，旨在构建一条从“管培生”到“储备高潜人才”，最终成长为“高潜人才”的专属高速发展通道。项目聚焦于培养具备高潜力、高能力及高文化认同感的谷雨原生管理及专业人才，为公司未来发展储备核心力量。

为全面支持管培生的成长，我们配套搭建了专项培训体系，通过70%的岗位实践、20%的导师带教和10%的专业培训组成实操与理论并驱的培养模型，帮助新加入的伙伴快速成长为“一专多能的伞形人才”，既能深耕专业领域，又具备跨领域的综合能力。



管培生三级蓄水池培养体系

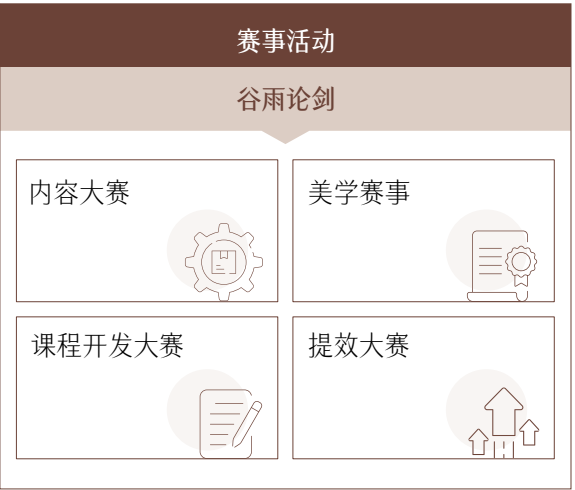


管培生职业发展通道

“春雨计划”不仅体现了我们对人才的珍视，也承载了公司对每一位管培生的期望。通过系统性赋能与持续关注，谷雨致力于为每一位人才提供广阔的发展舞台，助力他们与公司相伴成长。

培训与赋能

谷雨为赋能人才成长建立了多个全方位的培训体系，在内部制定《培训学习管理制度》，为各培训项目提供制度支持。我们以“重点深化、专项开花、线上焕新、支持完善”为培训体系支点，发展了针对不同岗位需求、人才发展阶段的培训项目，满足多元的人才发展需求。同时，为鼓励员工积极完成培训课程，我们通过学分管理制度将培训成效与员工年度评优相关联并为员工提供培训津贴，激励员工的学习成长。报告期内，公司共计投入培训费用约118万元，人均培训时长达27.16小时。



Friday Workshop：全员赋能的多元公开课

为打造学习型组织，提升谷雨员工的综合素质，公司推出了以“赋能员工、助力成长”为核心目标的全员Friday Workshop项目。每周五开展的课程覆盖产品品牌专项、提效专项、法规专项、健康专项、国风专项等多个领域，让员工有机会基于发展需求和兴趣参与到各项专业培训课程，助力其在职业与个人生活中实现全面提升。



国风主题——宋代点茶活动



健康专项——中医膳食健康讲座

青鸟计划：提升全员产品力

谷雨书院针对产品岗位员工开展青鸟计划专业进修训练营，助力其全方位提升产品专业知识，并将其更好应用于工作。

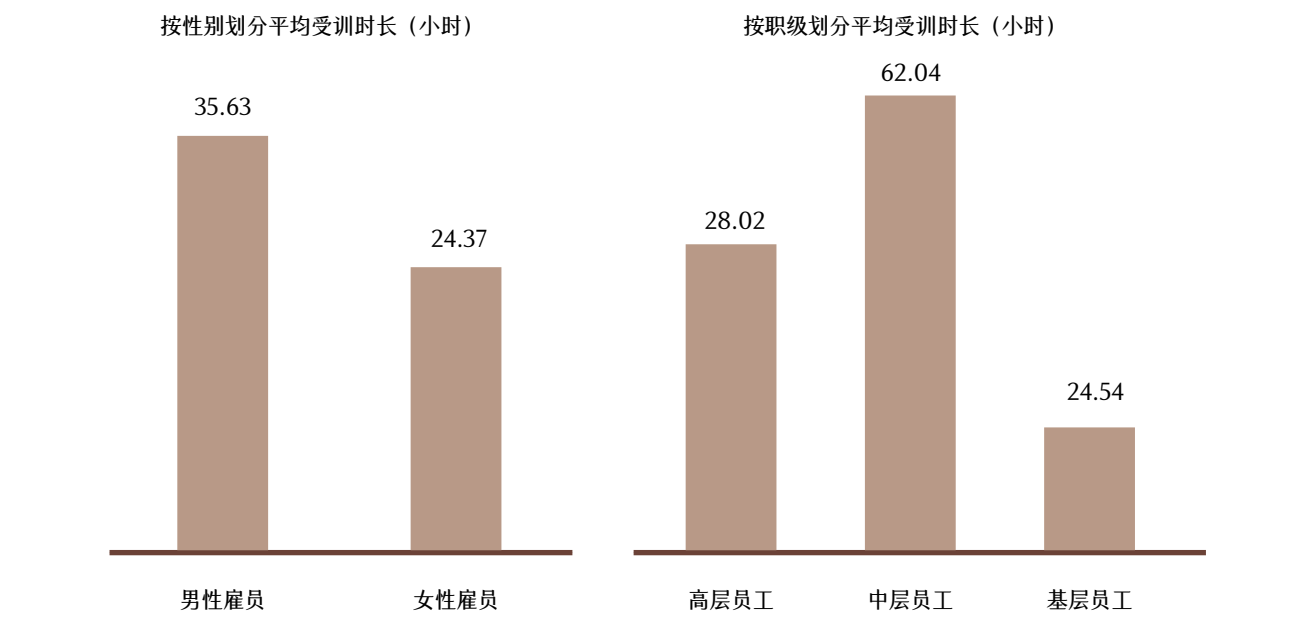
该培训计划包含了客服轮岗实践、研发中心开放日等活动，已有43人完成客服轮岗实践学习，已组织20人前往研发中心现场学习，覆盖9大部门，全方位涵盖各岗位端口。

参与培训后的学员反馈该项目使其对客服工作的复杂性和重要性有了新认知。同时，学员能够深入洞察客户需求，发现不同平台的客户差异，加深了对品牌和业务的理解并意识到客服工作对品牌建设和业务发展的重要性。

参与培训后的学员反馈该项目使其对客服工作的复杂性和重要性有了新认知。同时，学员能够深入洞察客户需求，发现不同平台的客户差异，加深了对品牌和业务的理解并意识到客服工作对品牌建设和业务发展的重要性。



青鸟计划——研发中心开放日活动



职业健康与安全Occupational Health and Safety

谷雨以守护员工的职业健康与安全为首要目标，建立了较为完备的职业健康与安全管理体系，工厂已获得ISO 45001职业健康安全管理体系的认证。我们将员工的身心健康视为公司稳健运营的关键，实施全面的安全管理措施，建立多维度的职业健康安全保障体系，为员工构建了安全、健康的工作环境。截至报告期末，公司未发生重大因工伤亡事件。

安全生产

公司严格贯彻执行《中华人民共和国安全生产法》《中共中央国务院关于推进安全生产领域改革发展的意见》等相关规章制度的要求，结合公司实际生产安全管理标准化的建设需求，建立了以公司主要负责人为安全风险评估和管理第一责任人的架构，制定内部《企业安全风险辨识分级管控制度》，明确了各部门和相关岗位的风险评估和安全管理职责。我们不断推进工厂安全生产管理的科学化和精细化，各部门提供设备清单、生产材料清单、辅助生产工具清单、危化品等资料，安全管理相关部门定期到现场进行核查。

安全风险管控体系	
管理目标	- 完成安全生产标准化建设及企业安全生产风险分级管控与隐患排查治理体系的建设，全面实施安全管理原则。 - 推进事故预防工作科学化、信息化、标准化，实现把风险控制在隐患形成之前、把隐患消灭在事故前面，有效遏制生产安全事故的发生，保障员工生命财产安全。
管理原则	按照“安全风险分级管理、分级负责”以及“管生产及业务必须管安全”的原则，以统一指导、分级推进、全面实施、持续改进为基本原则，充分发挥各部门负责人的主导作用。
管理制度	《安全风险辨识分级管控制度》《事故隐患排查治理制度》《应急值班值守制度》《安全生产例会制度》《安全生产例检制度》《非常规作业安全管理制度》《高度危险作业操作规程》《（噪声）岗位职业卫生操作规程》
管理流程	- 建立三级安全风险评估责任体系，依据安全风险分级管控体系的标准，各部门开展风险辨识和工作。 - 根据评价结果将风险划分为四个等级并建立《风险分布统计表》；各部门划分风险区域，根据区域内的风险点制定风险清单，辨识各物质存在的风险，对其危害性进行评估和分级。
管理举措	- 明确管控责任部门、责任人和具体管控措施，建立《风险分级管控登记台账》，有效把控相关风险点，并针对不同风险点和风险分布制定相应的响应要求，为员工配发相关防护用品，定期检查设备的状态，保障其安全运行。 - 根据《事故隐患排查治理制度》，针对高风险岗位，明确危害因素、后果、应急措施及报警电话，制定现场应急处置方案。 - 每三年委托第三方机构进行厂区安全现状风险评估。

职业健康

公司根据《中华人民共和国职业病防治法》《工作场所职业卫生监督管理规定》等法律法规的要求，制定了内部《职业病防护设施维护检修制度》《职业病危害警示与告知制度》《职业病防护用品管理制度》等管理制度，建立了完善的职业健康管理体系，有效规避和预防职业病事件，保证员工的身心健康。

谷雨职业健康管理制度
《建设项目职业卫生“三同时”管理制度》 建设项目职业病防护设施应当与主体工程同时设计、同时施工、同时投入生产和使用，建设项目职业卫生三同时工作实行分类监督管理。
《劳动者职业卫生监护及其档案管理制度》 公司严格按《职业健康监护技术规范》标准，组织接触职业病危害因素的劳动者进行职业卫生检查。新员工检查合格后方可上岗，并每年定期组织在岗检查及异常人员复查,确保劳动者健康与企业合规。
《职业病危害应急救援与管理制度》 公司设立职业病危害应急救援指挥机构，明确总负责人及各部门职责，制定并公布应急救援预案，内容包括疏通线路、集合点、技术方案、救援设施维护与启动、医疗救护等。根据物品危险性质确定应急救援重点，确保救援设施完好，并定期组织预案演练，以有效应对职业病危害事故。

风险预防

日常宣传与教育

公司通过公示栏、会议、培训、标语等多种形式，进行职业卫生宣传。各部门车间利用班前班后会、现场带班讲解及职业病危害标识等方式，强化员工对职业卫生的认知。针对新员工、实习生等，实施用人单位、车间、班组三级安全教育，考试合格后方可上岗，确保全员掌握必要的职业健康知识。

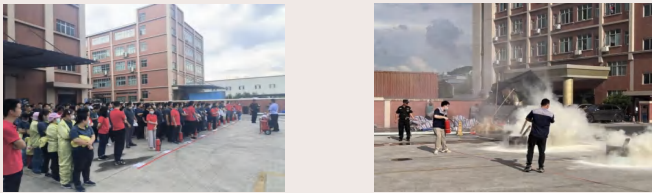
法规与实操培训

公司为员工提供上岗前及在岗期间的职业卫生培训，内容涵盖职业卫生法律法规、基本知识、管理制度、操作规程、防护设备使用、应急救援措施及事故案例等。通过系统化培训，提升员工职业健康意识与技能，确保其遵守职业病防治法规并明确操作规程，正确使用防护设备和个人防护用品。

建立台账 为品牌方生产及质量相关人员统一办理健康证，并建立健康证管理台账，实施动态化、规范化管理，确保相关人员健康状况符合岗位要求。	保险保障 为工厂全体员工购买安全生产责任险，确保在发生安全生产事故时能够为员工提供及时的经济保障与支持。 每月为员工缴纳社会保险，其中包含工伤保险，同时额外为员工配置商业保险及雇主责任险，构建多层次、全方位的保障体系。
事后防控	
绩效管理与评估 根据职业健康安全相关培训和宣贯的需求，组织各方面资源提供保障。公司建立安全教育培训档案，实施分级管理，对培训效果进行评估与改进。主要负责人及职业卫生管理人员需参加安监部门认定的培训并持证上岗，定期复训，确保管理层的职业健康管理能力持续提升。	机制完善 根据法律法规以及实际工作中的经验教训，对职业病相关制度和管理程序进行更新和优化。 与员工保持日常沟通，及时了解员工职业病相关的潜在风险。

消防演练

工厂每年定期开展2次消防应急疏散演练，通过模拟真实火情场景，为员工讲解各个消防器材的使用及自救办法，使员工直观感受到火灾的危险性，从"被动接受"转向"主动预防"，将安全理念深植日常。增强员工集体紧急疏散和应急处置能力，提升实战能力，强化安全意识，筑牢防线，降低事故损失，保证生产连续性，并切实保障安全生产和员工生命财产。

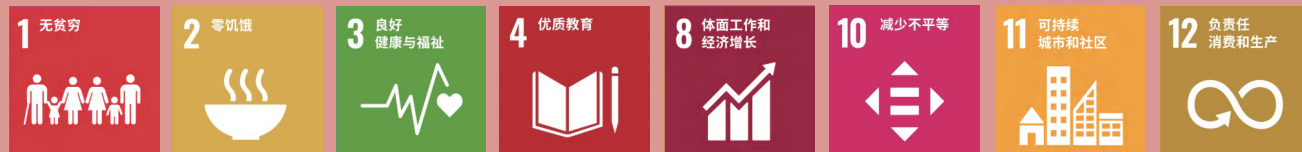


消防演习现场画面

05

诚芯向善 履责于行

对标联合国可持续发展目标(SDGs):



社会贡献 Social Contribution

谷雨将“强大与温柔”作为品牌坚守的精神内核，并将这一特质投射到品牌对文化的坚守、对人的关怀、对社会的帮扶、对战略的响应上。自创立以来，公司聚焦并投身到文化遗产、公益慈善、女性赋能、绿色发展等议题之中，与公益组织和同行伙伴携手并肩，借助社交媒体的传播力与影响力，汇聚更多的关注与善意，唤起公众对社会公益与可持续发展的关注，推动社会议题的解决和相关社会状况的改善。

成立谷雨公益基金会

2024年12月，谷雨捐资500万元在中华思源工程基金会设立“思源·谷雨公益基金”。我们希望借助这一平台，开展非遗跨界合作、非遗教育引导、非遗主题传播、数字化研究保护等活动，推动建立专业化、立体化的非遗保护传承体系，激发相关产业链活力，塑造公众的文化认同与自信，为社会和文化的可持续发展做出更多贡献。为扩大基金会的影响范围和声量，我们在社交平台上创建了“思源·谷雨公益基金”的认证账号，用于持续记录我们传承非遗文化与开展公益探索的行动与足迹。更希望借助一系列的账号矩阵，让文化大美、社会大爱、公益善举中蕴藏的爱与善意得以被传递，继而影响和帮助更多需要被关注的人和事。

关注女性力量

发现“她之美”

在农历甲辰龙年的新春之际，谷雨联合新世相发布了名为《看见温柔强大的她》的纪实短片。短片分别聚焦了三位在不同行业中坚守岗位的女性：为守护新生命而放弃回乡团圆的妇产科急诊医生、为照顾孤寡老人而缺席家庭聚会的养老院护工、为观众记录春节期间社会万象而在新闻现场奔波的电视台记者。短片为观众传递了不同领域的女性所展现和诠释的“强大且温柔”的力量，用鲜活的人物故事承接细腻情感与精神内核。

同时，公司携手中国妇女发展基金会，为无法回家过年的一线工作者送上“春节关怀礼盒”，以实际行动支持并致敬这些平凡而伟大的女性。



谷雨坚定地与女性并肩同行，关注她们在社会与家庭中的多重角色，颂扬她们在平凡中蕴含的坚韧力量。我们通过展现女性工作者的真实故事体现品牌影响力，并以实际行动支持公益行动，践行品牌的社会责任，呼吁更多人看到女性群体在社会中闪闪发光的每一面。



支援抗震救灾

在天灾与危难面前，谷雨以坚定的行动诠释品牌责任与担当，致力于用温暖守护希望。在河南水灾、甘肃地震、西藏地震等灾情发生时，我们从未缺席。每一次紧急驰援，都体现了我们对生命的尊重；每一份物资送达，都传递了我们对灾后重建的信心。我们用实际行动践行着“与爱同行”的承诺，在每一次危难之中点亮希望之光，传递大爱与温暖力量。



2023年12月，向甘肃地震灾区捐赠60万元人民币，诠释了“灾难无情，人间有爱”的品牌精神。



2021年7月，向河南水灾灾区捐赠善款及物资，诠释了“风雨同舟，共克时艰”的信念。

援藏救灾，捐赠百万善款助力灾后重建

2025年1月7日，西藏日喀则市定日县发生6.8级地震。灾情发生后，谷雨迅速响应，第一时间联动中华思源工程基金会，向灾区捐赠100万元人民币，用于支持保暖物资采购、紧急救援、受灾群众过渡安置及灾后重建等工作，以实际行动助力灾区重建。

同时，我们关注灾区儿童的过冬需求，通过基金向西藏拉孜县的低龄儿童捐赠了260套保暖物资，包括棉衣、裤子、保暖内衣、手套、帽子和棉鞋等。这批物资在拉孜县群团工作部和芒普乡人民政府的协调下，顺利运抵拉孜县芒普乡小学并由学校分发到孩子们手中，确保他们温暖过冬。

此次驰援行动是我们在灾情面前的速度与温度的又一次体现，我们相信尽企业之责可让危难变小，传递慈善之意又让温情变大。



公益基金捐款海报



捐赠证书

乡村振兴 Rural Revitalization

谷雨积极投身“乡村振兴”建设，并由此找到行动的注脚。在新疆，我们跟随援疆行动的脚步，联手石河子大学甘草研究所在喀什建造了百亩光果甘草种植基地，在帮助当地防风固沙、改善生态环境的同时，也促进了当地农户增收与产业升级；在宁夏，我们通过专项支持与精准帮扶聚焦到骨结核的防治议题上，持续提升宁夏地区医疗健康水平。

在乡村振兴中播下谷雨“中国芯”的种子

为从源头把控光甘草定这一核心原料的品质，在广东省援疆前方指挥部、广州援疆工作队和黄埔区政府的大力支持下，我们携手石河子大学甘草研究所，在新疆喀什疏附县开拓了百亩光果甘草科研种植基地，带动当地农户就业增收，助力乡村振兴。

● 技术赋能提升品质

通过开展光果甘草高产优质栽培技术研究，我们将种植技术传授给当地农户，以持续提升种植水平。同时，借助科学种植与管理，解决了光果甘草生长中的技术难题，确保高品质光果甘草的产出。

● 带动当地就业与增收

种植基地的建立也为当地农户提供了就业与增收机会。其中，增加固定就业岗位十几个，每月收入3,500元以上；灵活务工人员经常可达100多人，日结收入80-120元/天，有力带动了周边农户增收，同时也帮助原有园区提升产业能级。



谷雨·光果甘草科研种植3号基地



在谷雨喀什种植基地里生长的光果甘草

开展专项帮扶：启动宁夏骨关节结核病公益救助

由于特殊的地理环境与医疗资源分布不均，宁夏地区的骨关节结核病的防治面临严峻挑战。为响应国家乡村振兴战略，谷雨通过旗下“思源·谷雨公益基金”携手宁夏医科大学总医院骨关节结核病防治研究中心设立了“宁夏骨关节结核病公益救助项目”，通过开展专项帮扶行动，助力当地医疗水平提升。

项目计划自2025年3月起，每年捐赠10万元，连续三年共捐赠30万元，专项用于加强宁夏地区结核病的预防与控制，提升当地骨关节结核患者的健康水平。通过与宁夏医科大学总医院骨关节结核病防治研究中心建立深度合作，项目将重点支持贫困患者的治疗费用，帮助其恢复生活自理能力，减轻家庭与社会负担。同时，资金还将用于支持该中心在骨结核科普宣传及送医下乡活动中的结核防治药物采购及公益派发。

通过精准帮扶及公益支持，我们希望能借此推动优质医疗资源下沉，为偏远地区患者提供及时有效的治疗服务，促进农村医疗资源的均衡分配，助力实现健康中国的宏伟目标。

文化传承 Cultural Inheritance

怀着对中华优秀传统文化的崇高敬意，谷雨借助“诗意美学”的品牌理念，将传统文化与中国式审美进行深度连结，向外传达品牌独有的东方韵味。同时，秉承“传非遗技艺，承匠人之心”的理念，谷雨与关注“非遗传承”的伙伴携手，将非遗技艺植入产品设计和营销概念，彰显中华非遗文化的独特魅力，赋予中华文化瑰宝以新的生命力。

融合东方美学

谷雨将“诗意美学”与现代审美理念巧妙融合，通过在产品设计、包装艺术、视觉呈现及品牌形象塑造等多维度，全面融入中式美感元素，从而打造出独具东方雅韵的品牌视觉风格。

01 字体设计

通过将诗意、自然、科学三者融合，我们创新出舒展、秀丽、独特的谷雨字体，以“青丝廉纤、银竹”自成一派，传达诗意雅致的品牌风格，并在国际设计比赛中入围了Award360°年度字体大奖。



谷雨体字体

02 包装艺术

谷雨在产品器形上独家运用了“东方器物”这一核心设计理念，从南宋官窑粉青釉纸槌瓶中汲取灵感，平衡审美与实用性，追求更有深度的东方精神与设计表达。这种设计理念已然在第三代光感水和四时灵露等系列产品中得到完美呈现。凭借“东方器物”全新器型，谷雨斩获2025年“iF设计奖”与“红点设计奖”双料殊荣，这不仅彰显了国际设计界对公司品牌实力的高度认可，更是东方美学走向世界的重要标志。



四时灵露系列产品设计

除此之外，谷雨通过跨界联名合作的形式，充分发挥品牌影响力，传承非遗文化之美，实现品牌与中国传统文化的深度融合与互动。通过这种独特的方式，成功传递了中式文化的深刻内涵与独特魅力。

联名敦煌IP 以产品为载体传播文化瑰宝

谷雨与敦煌博物馆携手，共同推出以“璀璨敦煌 向光而生”为主题的联名系列产品，通过创新设计与文化传承的结合，呈现出独具魅力的作品。我们将敦煌壁画中两大经典元素——飞天与九色鹿，巧妙融入外包装设计。飞天代表着自由与灵动，九色鹿则象征着吉祥与神圣，这些元素不仅美化了包装，亦传递了深厚的文化寓意。通过一系列举措，不仅实现了文化与美学的完美融合，通过视觉与艺术的双重享受，让消费者在欣赏产品的同时，也能感受到敦煌文化的独特魅力与历史厚重感。

在2024年中秋节推出的节日礼盒上，谷雨将飞天元素与传统皮影戏巧妙融合，通过精妙的光影变化与动人的音乐旋律，让这一独具特色的文化瑰宝以其独特的表现形式跃然礼盒之上。借此让更多年轻消费者不仅理解且喜爱传统文化，使他们在享受产品的同时，也能感受到文化的独特魅力。



谷雨X敦煌博物馆联名系列



中秋礼盒

携手非遗传承，以木刻版画匠心打造蛇年礼盒

为了推广千年的非遗文化，谷雨专程探访了国家级非物质文化遗产木刻版画的传承人杨乃东先生，深入学习并详尽记录下这一古老技艺的精妙。木版年画，是刀与木的诗意交响，它不仅是一种静止的艺术品，更是“活”在我们身边的非遗，无论是在市井巷陌，还是在乡村庭院，处处都能见到它的身影，渗透在我们的日常生活中。

在2024年，我们以“钱蛇”为灵感源泉，将“钱蛇衔宝至，福禄寿喜全”的美好寓意融入设计中，寓意着财源广进，幸福安康。结合传统技艺中的朽稿画样、精湛木版雕刻和手工套印等工序，谷雨倾心打造出独具匠心的蛇年礼盒及其周边产品，让非遗艺术以崭新的姿态焕发生机。



非遗木板年画



新年礼盒

传播文化自信

谷雨深入参与各类文化交流活动，借助社交媒体平台，生动展示了品牌对中国传统文化的深耕与沉淀，传达了我們弘扬文化自信的坚定决心。

以文化自信赋能品牌，共承中国式浪漫

2024年11月，“一带一路”与会中外媒体团队到访谷雨广州总部，对谷雨自主研发体系的创新成果进行了深入调研，并通过沉浸式体验，感受了中国传统文化的独特魅力与深邃内涵。

活动期间，媒体朋友们身着不同朝代的汉服，亲手制作中秋非遗宫灯，深切感受到中国传统文化的博大精深与独特魅力。在展示品牌深厚文化底蕴的同时，我们搭建起了一座连接中外的对话桥梁，促进文化的交流与融合。



传统汉服体验



非遗宫灯制作

联动社媒达人，助力非遗传承

谷雨深知非遗文化瑰宝深藏于民间，而社交媒体已成为连接与影响越来越多公众的重要桥梁，因此我们积极拥抱这一媒介，传播非遗文化的美好。

2025年农历春节前，我们联动达人“江寻千（九月）”，以“远航冰船与美人鱼”为主题，展现精湛的非遗冰雕技艺，传递了坚持梦想的价值导向，收获超过三千万的关注与互动。除此之外，我们还与达人“吴大安”展开合作，特别聚焦国家级非遗代表性项目“仙居花灯”，通过讲述传承人王汝兰祖孙的感人故事，深刻展现了坚守传统与文化的力量与决心。



非遗冰雕技艺



仙居花灯

附录Appendix

环境关键绩效表

关键绩效指标		单位	2024年
废水排放	工业废水排放量	吨	4,944.53
	工业废水 COD排放量	吨	1.54
	工业废水氨氮排放量	吨	0.03
	生活污水排放量	吨	44,503.47
废气排放	颗粒物	吨	0.00
	VOCs	吨	0.11
温室气体排放	范围一温室气体	吨二氧化碳当量	14.31
	范围二温室气体	吨二氧化碳当量	2,184.25
	温室气体排放总量 (范围一+范围二)	吨二氧化碳当量	2,198.96
有害废弃物	有害废弃物总量	吨	0.42
无害废弃物	无害废弃物总量	吨	54.36
直接能源使用	天然气	立方米	6,617.90
间接能源使用	电力	万千瓦时	269.8
	蒸汽	GJ	5,687.16
能源消耗	直接能源消耗	兆瓦时	71.57
	间接能源消耗	兆瓦时	4,277.81

关键绩效指标		单位	2024年
能源消耗	综合能源消耗	兆瓦时	4,349.38
水资源	总用水量	吨	42,742.29
包装材料	包装物料总量	吨	15,313.81
	玻璃	吨	4,968.31
	布料	吨	44.02
	金属	吨	8.33
	木质	吨	2,118.09
	皮革	吨	7.65
	塑料	吨	2,717.20
	玉石	吨	0.27
	纸张	吨	5,447.56
	其他	吨	2.38

附录Appendix

社会关键绩效表

关键绩效指标		单位	2024年
健康与安全			
工伤事故	工伤事故数	次	0
	员工受伤人数	人	0
发展与培训			
受训总场次		场次	160
人均受训时长		小时/人	27.16
性别	男性员工受训平均时数	小时/人	35.63
	女性员工受训平均时数	小时/人	24.37
雇员类别	高级管理层员工受训平均时数	小时/人	28.02
	中级管理层员工受训平均时数	小时/人	62.04
	一般员工受训平均时数	小时/人	24.54

谷雨®

地址：广州市黄埔区连云路388号22栋中科院长春应化所黄埔先进材料研究院园区1101-04

网址：<https://www.guyu.com.cn>