



# 2025

## 環境、社會及管治報告

藍月亮集團控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司) 股票代碼: 6993



# CONTENTS

## 目錄

- 01 / 關於本報告
- 02 / 高管致辭
- 03 / 董事會聲明

### 關於藍月亮

- 04 / 企業簡介
- 05 / 亮點展示
- 06 / 企業榮譽

### 附錄

- 51 / ESG關鍵績效指標表
- 54 / 聯交所ESG指標索引
- 62 / 意見反饋

- 09 / ESG管治架構
- 10 / ESG行動原則
- 11 / 利益相關方溝通
- 12 / 實質性議題

## 01 ESG治理

- 14 / 創新賦能潔淨生活
- 17 / 卓越品質守護
- 19 / 誠心服務相伴
- 20 / 負責任的營銷
- 22 / 責任採購共贏

## 02 卓越為本 悅享潔淨

## 綠色轉型 潔淨未來

### 03

- 25 / 踐行綠色製造
- 26 / 能源結構轉型
- 28 / 高效用水
- 29 / 嚴控排放
- 31 / 推行綠色包裝
- 32 / 應對氣候變化

## 同心同行 共建未來

### 04

- 40 / 保障員工權益
- 41 / 助力員工發展
- 42 / 守護員工安全
- 43 / 暖心關愛員工
- 44 / 同心回饋社會

## 合規經營 穩健發展

### 05

- 47 / 完善公司治理
- 48 / 踐行商業道德
- 49 / 守護信息安全
- 49 / 保護知識產權

# 關於本報告

藍月亮集團控股有限公司為讓各利益相關方了解本集團的環境、社會及管治（「ESG」）之政策、措施及表現，我們根據聯交所證券上市規則附錄 C2 所載之環境、社會及管治報告守則（「ESG 守則」）編制了本環境、社會及管治報告（「本報告」）。

本報告主要概述本集團在環境及社會方面的相關政策、舉措與績效，而其他主題包括企業管治及董事資料等已在本集團 2025 年報的相關章節內進行披露。

## 時間範圍

本報告涵蓋本集團二零二五年一月一日至二零二五年十二月三十一日（「報告期間」）於中國之環境、社會及管治事宜，並適當追溯或延伸到其他重要年份。

## 組織範圍

本報告以「藍月亮集團控股有限公司」（股票代碼 6993）及其附屬公司為主體，報告披露口径與年報保持一致。相較於截至 2024 年 12 月 31 日的年度報告，本報告在邊界和範圍上無重大變化。

## 資料說明

本報告引用的全部信息資料均來自於公司正式檔案、統計報告與財務報告。本報告所用資料由本集團員工及合作夥伴提供，目的僅供本集團環境、社會及管治情況披露使用，不用於商業用途。如無特殊說明，本報告中所涉及貨幣金額以人民幣作為計量幣種。

## 編制依據

本報告的編制主要以香港聯合交易所發佈的《環境、社會及管治報告守則》為依據，並參考了全球報告倡議組織《可持續發展報告標準》(GRI Standards)。

本報告的編制過程參照上述標準的要求，並按照同行對標、利益相關方溝通、重大性議題分析、收集相關信息資料、報告撰寫編制及董事會審視報告內容資料的步驟進行，以確保報告內容符合重大性、量化、平衡和一致性的原則。關於 ESG 關鍵績效指標所使用的標準、方法、假設和 / 或計算參考，以及關鍵轉換因素的來源，都會在適當的地方說明。在合理可行的情況下採用一致的方法計算 ESG 關鍵績效指標，否則任何影響有意義的比較的變化都將予以說明。

## 報告稱謂說明

為便於表達與閱讀，報告中「藍月亮」「集團」「公司」「我們」均表示藍月亮集團控股有限公司。

主要附屬公司全稱	附屬公司工廠簡稱
廣州藍月亮實業有限公司	廣州工廠
藍月亮（天津）有限公司	天津工廠
藍月亮（重慶）有限公司	重慶工廠
藍月亮（廣州）有限公司	永和工廠
藍月亮（崑山）實業有限公司	崑山工廠

## 語言說明

本報告有中文、英文兩個版本。若內容理解不一致，請以報告中文版為準。

## 免責聲明

本報告的部分內容具有前瞻性，包括關於未來發展的計劃、目標等。該部分內容是基於管理層當前的期望，可能受到不確定因素的影響導致其與實際結果產生重大差異，本公司不承擔更新本報告中任何前瞻性聲明的義務。

## 報告獲取

報告電子版可在香港聯交所披露易網站 ([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk)) 或公司官方網站 ([www.bluemoon.com.cn](http://www.bluemoon.com.cn)) 獲取。

# 高管致辭



藍月亮深耕洗滌領域，秉持「產品（服務）更卓越、環境更友好、社會更幸福」的 ESG 行動原則，我們始終堅持通過科技創新為用戶提供卓越的產品和極致服務。我們新推出的至尊濃縮洗衣液系列，因使用方便、功能齊全而廣受消費者好評；新推出的淨享泡沫沐浴露因其出色的泡沫性能，受到消費者喜愛。我們在設計產品卓越的潔淨、護理性能的同時，也確保消費者使用過程的節能減碳，如至尊濃縮洗衣液可節水、省電、減少運輸負荷，同時適用洗衣機常溫快洗程序，從而降低能耗，淨享氨基酸系列沐浴露綠色環保，其易沖洗功能可輕鬆節水。

2025 年我們加快清潔能源轉型，新增兩家工廠光伏發電項目順利投運。至 2025 年 12 月 31 日公司五大生產基地全年光伏發電量達 3,295 兆瓦時。我們還通過增設新能源路燈、購買使用綠電等，持

續優化能源結構，減少二氧化碳排放。與此同時，我們積極開展氣候風險財務量化分析，制定明確的行動策略，強化氣候風險應對能力，提升可持續發展競爭力。

讓更多的消費者過上潔淨、健康、美好的生活是我們一直以來的追求和責任。多年來，我們持續助力「我是健康小天使」「智慧女性健康家庭」「『手』護未來」關愛行動等公益活動，通過捐贈洗滌用品、設施、開設潔淨健康主題課堂等，讓更多的兒童、婦女和家庭了解潔淨健康的生活理念和科學洗滌方法，以實際行動為共建和諧社會、共享美好生活貢獻力量。

我們相信企業的長期可持續發展離不開優質的產品和服務，也離不開對環境的保護和與社會和諧共融。未來，我們將繼續把 ESG 原則

融入企業經營與發展，面對人工智能等新技術帶來的變革浪潮，加速數字化發展，推進能源結構轉型，強化氣候適應能力，與各利益相關方攜手前行，共同守護更潔淨、更健康、更可持續發展的承諾。

董事會主席 首席執行官  
 潘東 羅秋平  
 中國香港，2026 年 4 月

# 董事會聲明

藍月亮集團控股有限公司董事會高度重視環境、社會及管治（以下簡稱「ESG」）工作。2025年，董事會依據香港聯合交易所有關規定，持續完善ESG管治機制，健全ESG管治架構，加強對公司ESG事宜的監督與參與力度，致力於推動公司的長期穩健與可持續發展。

## ESG 管治

作為本公司最高管治機構，董事會對藍月亮ESG事宜承擔全部責任，並授權董事會轄下的ESG委員會協助其管理與決策ESG相關事務。ESG委員會負責監督公司ESG發展方向與策略，評估及釐定ESG相關風險與機遇，討論及檢視ESG目標與表現，參與相關專題培訓，並向董事會進行匯報。在執行層面，公司設有ESG管理辦公室，負責ESG事宜的統籌協調，接受ESG委員會的監督與指導，並定期向其匯報工作進展。具體的ESG工作及信息，則由來自各專業領域管理部門及各區域 / 職能執行部門組成的ESG執行小組負責落實與報告。有關ESG管治架構的詳細信息，請參閱本報告【ESG管治架構】章節。

## ESG 風險管理

藍月亮充分認識到ESG風險可能對公司運營及長遠發展產生的重大影響。通過定期的ESG風險評估及廣泛的利益相關方溝通，公司持續識別與評估各ESG議題的重要性，以明確年度工作重點。ESG委員會依據雙重重要性原則，對本年度重要性議題分析結果進行了審議與確認。請參閱本報告【實質性議題】章節。同時，公司已參照《國際財務報告準則S2號——氣候相關披露》（IFRS S2）的要求，將氣候相關風險與機遇的識別、評估及應對工作納入常態化管理流程，ESG委員會亦積極參與相關研討並對評估結果予以確認。有關氣候風險與機遇管理的詳細信息，請參閱本報告【應對氣候變化】章節。

## ESG 目標管理

藍月亮設定了涵蓋能源使用、溫室氣體排放、水資源管理、廢棄物減量等多個維度的關鍵ESG績效目標。董事會通過ESG委員會對相關目標的落實情況開展監督與管理，定期審閱目標進展，並督導相關責任部門採取有效措施，確保各項ESG工作有序推進，推動公司綠色運營水平持續提升。有關ESG目標具體進展的詳細信息，請參閱本報告【綠色轉型 潔淨未來】章節。



# 關於藍月亮

## 企業簡介

藍月亮品牌誕生於 1992 年，是中國專業的家庭清潔解決方案提供商。2020 年，藍月亮集團控股有限公司於香港聯合交易所主板成功上市，股份代號 6993。

秉持「為用戶，更卓越」的價值觀，藍月亮持續開展前瞻性的技術研發與儲備，致力於將先進科技融入消費者的日常生活。通過不斷研發優質的產品與科學的洗滌方法，公司為消費者多元化的潔淨需求提供便捷、高效的解決方案，持續引領行業創新與發展。

集團旗下現擁有藍月亮、至尊、淨享、天露、月亮小屋、衛諾等多個品牌，產品與服務覆蓋衣物清潔護理、個人清潔護理、家居清潔護理的多個方面。根據權威市場調研數據，藍月亮洗衣液連續 16 年（2009-2024）、藍月亮洗手液連續 13 年（2012-2024）榮列同類產品市場綜合佔有率第一<sup>1</sup>；藍月亮洗衣液、洗手液品牌力指數連續 15 年（2011-2025）第一<sup>2</sup>，市場領導地位持續鞏固。

藍月亮專注於全渠道健康發展，銷售網絡覆蓋線上、線下多個平台。公司持續優化線下分銷網絡結構，深化在全國各級市場的滲透。線上渠道方面，戰略性調整產品策略與運營模式，並積極運用直播等新興方式與消費者互動，在各主要電商平台保持領先地位。

與此同時，藍月亮始終致力於為消費者提供專業、優質、及時的服務體驗。公司已構建完備的消費者服務體系，通過 7x24 小時客服熱線、自有直播及社交平台內容矩陣，為消費者解答清潔難題，更持續分享科學洗滌知識與技能，傳遞潔淨、健康的生活理念。

展望未來，藍月亮將繼續堅守初心，致力於為廣大消費者提供優質的產品、極致的服務和專業的諮詢，讓潔淨、健康、舒適、體面與快樂融入每一個家庭。



<sup>1</sup> 數據來源：根據中華全國商業信息中心對全國各省市（該統計不含海南、西藏及中國港澳台地區）年銷售額在億元以上、具有代表意義的典型大型零售商業集團企業的市場銷售調查統計。

<sup>2</sup> 數據來源：根據 Chnbrand 發佈的 2025 年（第十五屆）中國品牌力指數 (C-BPI) 品牌排名和分析報告。

# 亮點展示

## 環境責任



**能源轉型**

安裝分佈式光伏發電裝置的生產工廠 **3** 家

年光伏發電量共 **3,295** MWh

採購綠電 **750** MWh

**包裝減量**

減少紙箱使用 **超 550** 噸

減少膠帶使用 **超 200萬** 米

減少纏繞膜使用 **超 4萬** 平方米

減少棉套筒使用 **超 950萬** 個

## 社會責任



**優質服務**

在線系統服務滿意度 **98.3%**

呼叫系統滿意度 **95.0%**

客訴回訪滿意度 **96.4%**

**行業交流**

累計參與制定

國際標準	國家標準	行業標準	團體標準
<b>3</b> 項	<b>21</b> 項	<b>12</b> 項	<b>15</b> 項

**權益平等**

女性員工佔比 **49%**

女性董事佔比 **50%**

**責任供應鏈**

對 **71** 家

供應商開展社會責任合規審核，深化可持續供應鏈建設

**公益慈善**

持續參與潔淨健康推廣等公益活動，總投入金額約 **1,394 萬** 元

## 企業管治



**廉潔管理**

開展了多種形式的廉潔文化宣貫活動，累計參與超過 **78,910** 人次

**知識產權**

新獲授權專利	商標
<b>29</b> 項	<b>107</b> 件

累計獲得有效商標 **1,359** 件

有效專利 **277** 項

有效版權 **287** 件

## 企業榮譽

### 品牌榮譽

<p>藍月亮洗衣液連續 16 年 (2009-2024)、洗手液連續 13 年 (2012-2024) 獲同類產品市場綜合佔有率第一</p> <p>★★★</p> <p>中華全國商業信息中心</p>	
<p>藍月亮洗衣液、洗手液獲 C-BPI 品牌力連續 15 年 (2011-2025) 第一</p> <p>★★★</p> <p>中企品研 (北京) 品牌顧問股份公司</p>	
<p>「繡花精神」新時代榜樣匠心品牌與卓越組織</p> <p>★★★</p> <p>羊城晚報集團</p>	
<p>「藍月亮」及「至尊」商標榮獲中華商標協會的 3A 級認證</p> <p>★★★</p> <p>中華商標協會</p>	

### 社會認可

<p>公司管治卓越獎、ESG 卓越獎評委會嘉許</p> <p>★★★</p> <p>香港上市公司商會及香港浸會大學公司管治與金融政策研究中心</p>	
<p>2025 年度企業社會責任 ESG 新銳榜樣</p> <p>★★★</p> <p>北京商報</p>	
<p>2025 年大消費卓越競爭力上市公司</p> <p>★★★</p> <p>每日經濟新聞</p>	
<p>致遠獎·環境友好 (E) 先鋒企業獎</p> <p>★★★</p> <p>財聯社</p>	

## 社會認可

<p>金格獎·ESG 環境友好卓越企業</p> <p>★ ★ ★</p> <p>格隆匯</p>	
<p>榮獲「鯨潮獎·年度 ESG 價值上市公司」</p> <p>★ ★ ★</p> <p>藍鯨新聞</p>	
<p>藍月亮榮獲「ESG 優秀實踐案例」</p> <p>★ ★ ★</p> <p>華夏時報</p>	
<p>第十五屆公益節「年度責任品牌獎」</p> <p>★ ★ ★</p> <p>中國公益節組委會</p>	

## 產品榮譽

<p>51 款產品獲得「中國環境標誌產品認證」</p> <p>★ ★ ★</p> <p>中環聯合（北京）認證中心有限公司</p>
<p>11 款產品獲得「中國節水產品認證」</p> <p>★ ★ ★</p> <p>中國質量認證中心</p>
<p>27 款產品獲得「中國綠色產品認證」</p> <p>★ ★ ★</p> <p>中環聯合（北京）認證中心有限公司</p>
<p>3 款產品獲得「綠色設計產品」</p> <p>★ ★ ★</p> <p>工業和信息化部辦公廳</p>



# 01 ESG治理

# ESG 管治架構

藍月亮建立了涵蓋治理、管理和執行三個層級的 ESG 管治架構，通過清晰界定各層級的權責與協作關係，保障 ESG 相關決策、監督與執行工作的有序銜接和落實。

## 藍月亮 ESG 架構



# ESG 行動原則

藍月亮以「產品（服務）更卓越、環境更友好、社會更幸福」為 ESG 行動原則，積極響應聯合國可持續發展目標（SDGs），不斷完善從治理到執行的工作體系，明確管理重點與行動路徑，努力提升 ESG 管理成效，推動企業運營與社會、環境的協調發展，為消費者創造潔淨美好生活體驗的同時，推動可持續的未來建設。



# 利益相關方溝通

利益相關方的參與是藍月亮及時聽取各方建設性意見和建議、深化可持續發展實踐的重要基石。我們始終秉持開放、透明的溝通原則，通過多元化的溝通渠道與內外部利益相關方保持密切互動。

利益相關方	消費者	股東及投資者	員工	供應商	政府及監管機構	非政府組織	社區及公眾
期望和訴求	<ul style="list-style-type: none"> <li>提供優質的產品與服務</li> <li>保護客戶隱私</li> <li>滿足多樣化的產品需求</li> <li>保障客戶權益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續穩定的回報</li> <li>完善的治理結構</li> <li>公開透明的信息</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>保障員工合法權益</li> <li>提供健康安全的工作環境</li> <li>支持能力發展</li> <li>平衡工作與生活</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>公平交易</li> <li>誠信互惠</li> <li>協同改善與提升</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>守法經營</li> <li>安全生產</li> <li>節能減排與環境保護</li> <li>依法納稅</li> <li>推動行業健康發展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>助力行業合作與發展</li> <li>承擔環境責任</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>承擔環境責任</li> <li>融入社區建設與發展</li> <li>推動就業</li> </ul>
溝通方式	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期報告</li> <li>公司官網</li> <li>社交媒體</li> <li>新聞媒介</li> <li>客服熱線</li> <li>滿意度調查</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>股東大會</li> <li>投資者及分析員簡報會</li> <li>公司官網</li> <li>公司通訊</li> <li>公司刊物</li> <li>社交媒體</li> <li>新聞媒介</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>員工培訓</li> <li>員工活動</li> <li>工會管理</li> <li>員工滿意度調查</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>會議</li> <li>定期績效回顧</li> <li>供應商滿意度調查</li> <li>供應商投訴</li> <li>項目合作</li> <li>社交媒體</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期報告</li> <li>監管監察</li> <li>日常溝通</li> <li>社交媒體</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期報告</li> <li>日常溝通</li> <li>合作活動</li> <li>社交媒體</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社區活動</li> <li>公益活動</li> <li>跨領域合作</li> <li>社交媒體</li> </ul>

# 實質性議題

本年度，我們從「財務影響」和「利益相關方關注」兩個維度開展議題的重要性評估與排序。我們邀請利益相關方共同參與，通過系統化的議題識別、篩選評估和審核確認流程，評估企業運營對環境、社會和治理議題影響的同時，分析各項可持續發展議題對企業長期價值創造的潛在作用。經 ESG 委員會審議，最終識別出 5 項核心議題、7 項非常重要議題和 2 項重要議題，形

成「雙重重要性矩陣」及利益相關方關注分析結果，為後續推進可持續發展工作提供重要依據。

我們將依據議題重要性評估結果，持續優化 ESG 管理策略，穩步推進可持續發展管理工作的深入實施，並在報告中對相關內容進行重點披露，全面回應利益相關方對藍月亮可持續發展工作的關切與期望。

## 實質性議題識別流程

### 議題識別 >>



以香港聯交所附錄 C2《環境、社會及管治報告守則》為基礎，參考可持續發展會計準則 (SASB) 及國際可持續發展標準理事會 (ISSB) 發佈的《國際財務報告可持續披露準則》(IFRS) 等國際規範，結合國家政策導向、資本市場評級關注、同行披露對標，以及公司業務發展實際，全面識別並動態更新藍月亮重要性議題庫。

### 篩選評估 >>



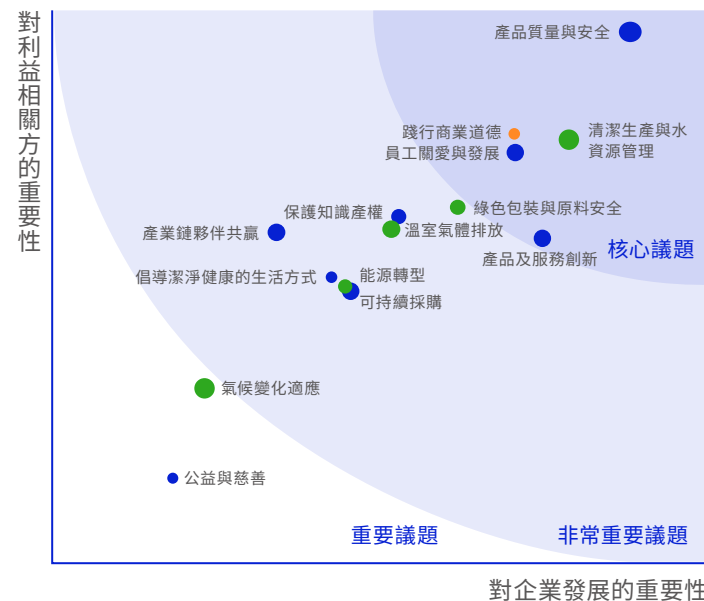
通過線上問卷調查和深入訪談，邀請內外部利益相關方參與，從各自視角評估企業運營對 ESG 議題的實際影響。同時，借助董事及財務高管等具備財務專業知識的人員，從歷史投入與未來趨勢的角度，分析各議題對公司長期發展、經營績效及品牌聲譽的潛在財務價值，確保評估具有前瞻性與科學性。

### 審核確認 >>



在調研基礎上，我們綜合考量議題對內部運營和外部相關方的雙重影響，運用可視化工具展示各 ESG 議題對企業價值創造的財務重要性。最終，ESG 委員會對分析結果進行審議並批准，形成藍月亮本年度的重要性議題矩陣，為可持續發展工作的戰略規劃提供數據支持和決策依據。

## 藍月亮 2025 年 ESG 報告重要性議題分析



\* 圖中圓點大小表示該 ESG 議題對企業價值創造的財務重要性程度。

核心議題	非常重要議題	重要議題
產品質量與安全	綠色包裝與原料安全	氣候變化適應
踐行商業道德	保護知識產權	公益與慈善
產品及服務創新	溫室氣體排放	
清潔生產與水資源管理	可持續採購	
員工關愛與發展	產業鏈夥伴共贏	
	能源轉型	
	倡導潔淨健康的生活方式	



# 02 卓越為本 悅享潔淨

藍月亮以「為用戶，更卓越」為價值導向，以創新研發為核心驅動力，通過持續拓展產品矩陣、優化洗滌方案，滿足消費者多樣化、多場景的使用需求。我們積極推進數字化轉型，以技術驅動運營提質和服務升級，始終致力於提供有溫度、有價值的高品質服務，踐行負責任採購，與合作夥伴共建可持續生態，助力消費者實現潔淨、健康、舒適、體面、快樂的美好生活。

## 本章議題

產品質量與安全

產品及服務創新

綠色包裝與原料安全

可持續採購

倡導潔淨健康的生活方式

產業鏈夥伴共贏

## SDGs響應



# 創新賦能潔淨生活

藍月亮秉持「將世界先進技術融入消費者生活」的理念，深耕洗滌領域，以消費者需求為引領，持續投入研發，加強創新管理，強化人才隊伍建設，不斷提升技術實力。同時，藍月亮重視與產業夥伴的協同共創，融合前沿技術，致力於打造性能出眾、品質卓越的清潔產品，並通過推廣科學洗衣理念，提供高效便捷的洗滌方案，讓科技的溫度滲入日常生活細節，持續貢獻億萬家庭家居生活品質的提升。

藍月亮始終將產品的安全性與功能性置於首位，嚴格遵循《洗滌用品安全技術規範》等國家及行業標準，持續建立健全產品開發相關流程，推進研發全過程的規範化管理。在此基礎上，藍月亮進一步將資源節約與能效優化作為關鍵研發方向，通過開發濃縮化、易漂洗型產品，提升產品效能，降低資源消耗與環境影響，從源頭賦予產品綠色屬性。以至尊系列洗衣液為例，其具備高活性物濃度與快速溶解特點，配合低泡易漂的配方設計，能夠實現遇水瞬間溶解、簡化漂洗流程、降低洗滌溫度、減少整體用水量和時間消耗，適配快速洗滌模式，幫助消費者在日常洗滌中實現節水、節電。

藍月亮已構建獨立自主的研發體系，組建了規模超百人的專業研發團隊，其中核心技術骨幹中擁有碩士及以上學歷者佔比超 70%，成員均具備深厚的家庭清潔護理領域研究經驗，為產品開發與服務升級提供有力支撐。

同時，藍月亮注重創新文化的培育，通過建立健全創新激勵機制，充分激發員工的創造活力，高效推動技術進階與產品迭代。



# 我們的行動

## 豐富產品矩陣

基於對現代家庭全場景清潔需求的觀察，我們構建了覆蓋衣物清潔護理、個人清潔護理與家居清潔護理三大板塊的綜合產品體系。在此基礎上，我們持續聚焦洗滌技術的革新，不斷提升產品效能，推動產品向多元化、精細化、專業化方向升級。

### ○ 衣物清潔護理

我們持續深耕衣物清潔領域，在不斷鞏固市場領先地位的同時，專注於「濃縮+」賽道的發展，推動產品向高品質、細緻化的多元體系發展，並強化「專品專用」理念，構建可覆蓋多人群與多場景的產品組合。在推出至尊系列濃縮+洗衣液及預塗神器後，2025年，我們針對消費者痛點推出新型噴塗式去漬劑，為消費者提供更加全面和便捷的污漬預處理解決方案，滿足不同場景和人群的清潔需求。

### ○ 個人清潔護理

我們基於對消費者需求的深入洞察，秉持溫和配方與安全護理的理念，通過不斷完善個護清潔類產品矩陣、探索創新成分與技術，致力於為消費者提供更全面、更優質的解決方案。2025年，我們在泡沫沐浴露品類持續發力，推出淨享泡沫沐浴露水潤型新品，以精選原料結合人性化設計，為消費者帶來便捷、清爽且兼具護膚功效的沐浴新體驗。

### ○ 家居清潔護理

我們致力於為消費者創造潔淨、安全、健康的居家環境。圍繞高效清潔與綠色環保兩大核心，我們持續推動多場景家居清潔方案的研發與落地，構建了涵蓋日常清潔、深度護理的產品體系，滿足消費者多樣化、精細化的清潔需求，為眾多家庭構築更加安心、舒適的生活空間。



截至 2025 年 12 月 31 日，我們環境友好型產品認證情況如下：

**51** 款產品獲得「中國環境標誌產品認證」

**11** 款產品獲得「中國節水產品認證」

**27** 款產品獲得「中國綠色產品認證」

**3** 款產品獲得「綠色設計產品認證」

**5** 款產品獲得「中國濃縮+認證」

至尊生物科技除菌去味洗衣液成功入選  
「廣州市創新產品目錄」

全效手洗洗衣液入選輕工《升級和創新消費品》  
並獲評「廣東省名優高新技術產品」



### 案例：科技重塑沐浴體驗，淨享水潤肌膚

為滿足消費者對高效、舒適個人清潔護理品的需求，2025年我們進一步推出兩款淨享泡沫沐浴露新品。產品通過微米泡沫技術和水合平衡技術，在實現深入清潔與快速沖洗的同時，有效鎖住肌膚水分，平均保水率 $\geq 98\%$ ，為消費者提供兼具高效潔淨與水潤膚感的沐浴體驗。



水潤型泡沫沐浴露

### 案例：拓展預處理產品線，滿足多場景去漬需求

2025年，我們針對衣服上大面積或不規則污漬處理不便的問題，推出新款噴塗式衣物去漬劑。該產品與至尊系列洗衣液搭配使用可有效提升去漬效率，為消費者日常衣物提供更便捷高效的清潔方案。



衣物去漬劑

### 案例：升級產品結構，提升性能與環保效益

2025年，我們對泵系列產品進行專項升級，通過提升防水性能，提升產品的安全性和使用效能，進一步增加產品的可靠性與使用壽命。同時，通過持續優化二次包裝的防護結構，減少了包裝材料的使用，實現了產品性能與環保效益的雙重提升。

## 推動合作發展

在持續推動自身進步的同時，公司積極履行促進行業高質量發展的責任，參與了多項國家與行業標準的制訂修訂工作。報告期內，我們參與《洗滌用品安全技術規範》《洗滌用品質量分級導則》等標準的研討與制訂，持續助力洗滌行業向綠色、健康、可持續的方向邁進。

截至2025年12月31日，

我們有效專利為

**277** 件

其中新授權專利為

**29** 件

截至2025年12月31日，

我們參與編制及修訂並已發佈 **51** 項標準，包括

**3** 項國際標準

**21** 項國家標準

**12** 項行業標準

**15** 項團體標準

2025年，

我們獲評「廣東省高新技術企業高質量發展單位」



## 卓越品質守護

藍月亮將產品安全與品質作為堅守的核心，秉持「預防為主、過程控制、持續改善」的質量管理理念，構建並持續完善覆蓋原料採購、生產製造、存儲運輸及市場銷售的全鏈條質量管控體系。

藍月亮嚴格把控原料准入，對所用原料開展全面安全評估。同時，藍月亮持續推進質量管理數字化升級，通過智能化手段優化生產過程的質量管控，並實現全鏈路質量數據可追溯。我們統籌產品全生命週期的安全與風險管控，對質量風險進行全方位識別、評估、監測與預防，管理從「事後檢驗」前移至「事前預防」，確保產品始終符合高標準的安全與品質要求。

### 產品安全管理原則

致力將產品全生命週期的環境影響降到最低。

持續優化產品安全風險評估的標準方法，提高管理效率。

以簡單易懂的方式向社會透明公開並良好交流關於產品的安全使用信息，建立和持續增強社會信任。

## 我們的行動

### 保障原料安全

我們已建立堅實的原料安全管理體系，對各類原料進行風險等級劃分與全鏈條使用評估，持續識別和動態管控原料風險，從源頭保障產品安全與質量穩定。本年度，我們持續完善產品安全評估有關的標準及制度，提升產品安全評估業務的標準化水平。

我們嚴格遵循 GB/T 26396《洗滌用品安全技術規範》等法規，並主動參考美國《聯邦食品、藥品和化妝品法案》、歐盟化妝品法規 Regulation (EC) No 1223/2009 以及 REACH 法規 Regulation (EU) No 1907/2006、織物洗滌劑生態標籤 (EU Ecolabel) 標準 Commission Decision (EU) 2017/1218 等國際市場的標準要求，以高標準、嚴要求，築牢產品安全根基。

我們已建立並持續更新《藍月亮禁用原料清單》，對可能存在潛在風險的物質開展前瞻性管控。例如，乙二醇雖未在洗滌消毒產品領域被明令禁止，但基於對消費者健康的高度負責，我們已主動將其納入禁用範圍。同時，甲醇、二甘醇、二乙二醇單甲醚等成分已被全面淘汰和禁止使用。

報告期內，我們禁用了二乙二醇丁醚醋酸酯、十二甲基環六硅氧烷、八甲基環四硅氧烷、吡硫鎘鎘、4-甲基苄亞基樟腦等 5 類原料，持續推動產品向更安全、更環境友好的方向升級。

### 重視化學品安全

我們根據《中華人民共和國危險化學品安全法》等與化學品安全管理相關的法規及標準，制定並嚴格執行公司的《化學品安全管理規範》，對化學品實施覆蓋採購、運輸、儲存、使用及報廢等關鍵環節的全生命週期嚴格安全管理。工廠對所有化學品在引入前進行嚴格的風險評估，依據法規要求對供應商運輸化學品的車輛及人員進行資質檢查，在工廠內設置固定的儲存場所並配備相應的安全防護及應急響應設施，儲存地點、方式及數量等均符合化學品貯存相關標準要求，並通過工藝設計、設備防護、人員培訓、安全檢查等多途徑確保化學品使用過程風險可控，生產過程產生的化學品廢棄物嚴格按照法規要求分類交由有資質單位合規處置。

## 加強質量管控

我們嚴格遵循《中華人民共和國產品質量法》等法律法規，依據 ISO 9001 質量管理體系等相關要求，持續建立健全內部質量管理制度。本年度，我們進一步完善了面向電商包裝的質量管控要求，基於「全過程、全員、全要素、全數據」的質量管理模式，不斷完善覆蓋產品研發設計、採購、生產、物流、銷售和售後的全流程質量管理體系，全程管控質量風險，保障質量管理體系的穩健運行，通過科學高效的管理打造品質過硬的產品。我們定期對各產品製造工廠質量管理體系開展全面審核，及時發現潛在質量風險，並進行閉環整改，保障質量管理體系的持續有效與穩健運行。

我們持續深化 LIMS（實驗室信息管理系統）在質量管理全鏈條的應用，通過建立覆蓋日、週、月的實時數據分析機制，實現質量數據的自動採集、高效處理和可視化管理，為質量改進和風險預警提供數據支持。在食品用洗滌劑質量追溯體系建設方面，我們以商品條碼為核心載體，自動匯集並上傳產品、檢驗及銷售等關鍵追溯信息，消費者掃碼可查詢產品詳情，監管方可獲得流通數據，有效提升產品質量安全的信息化管控能力。

公司制定了完整的產品召回程序並定期開展模擬演練，本年度，我們已組織共 9 個產品覆蓋全部產品製造工廠的召回演練。報告期內，公司未發生任何產品質量召回事件。

## 確保信息透明

為持續提升產品成分透明度並切實保障消費者的知情權，我們已嚴格按照最新標識規範，完成洗手液與餐具洗滌劑全系列產品的成分標識完善工作。公司通過官網「嚴控產品安全」專欄公開部分原料的詳細信息，包括其來源、功能及環保安全屬性，並依託「科學洗滌」欄目、微信公眾號與 7×24 小時消費者熱線等渠道，積極向消費者科普成分知識、提供產品諮詢。同時，我們編制了產品知識手冊，確保客服人員能夠結合消費者健康狀況精準解答，必要時提供材料安全數據報告 (MSDS)，並通過回訪機制持續保障信息傳遞的專業性、可追溯性與服務閉環，致力讓每一位消費者用得放心、安心。

## 強化能力建設

為持續夯實質量管理基礎，我們制定了系統的年度質量培訓計劃，組織開展專項培訓及考核，有效推進了質量專業能力建設，提升了員工在質量管理各環節的專業技能與水平。

2025 年，公司所有產品製造工廠均已通過

# ISO 9001

質量管理體系認證

### 案例：2025 年質量月活動

2025 年 8 月，我們以「強化風險管控，提升執行可靠度，共創卓越品質」為主題，開展第三屆質量月活動。質量月期間，公司開展質量培訓、知識競賽、質量觀察、研討會等在內的 30 餘場形式多樣、內容務實的主題活動，有效強化員工質量意識，提升員工作業規範和操作技能，營造了全員參與、共創卓越品質的良好氛圍。



質量月活動

## 誠心服務相伴

秉持以消費者為中心的服務理念，藍月亮致力於服務體系的持續完善，通過優化服務響應機制、強化諮詢答疑的專業性與精準度，不斷優化客戶體驗，同時依託多元化的溝通渠道，與消費者保持緊密互動，以建立持久穩定、互信共贏的客戶關係。

藍月亮嚴格遵循《中華人民共和國消費者權益保護法》等相關法律法規要求，明確顧客諮詢與服務有關的流程規範，建立了系統化的服務管理體系，全面提升客戶服務管理的專業性。為保障服務質量，藍月亮制定完善的服務標準，要求電話 15 秒內接聽，在線諮詢 30 秒內回覆，確保用戶問題得到及時響應。同時，藍月亮記錄每起投訴內容，並進行分析與閉環處理，將共性問題歸納為內部管理要求，以持續優化服務流程、提升服務質量。

針對社交平台興起帶來的服務場景升級，藍月亮主動順應趨勢，將新興渠道服務納入整體管理體系，建立直播投訴專屬回覆流程及操作指南，為線上客服團隊提供場景化的應對策略，助力團隊精準解決複雜問題，確保無論在傳統渠道還是新興場景，都能為消費者提供可觸達、可信賴的優質服務。

## 我們的行動

### 堅持用心服務

我們相信，專業的清潔知識應該服務於更廣泛的生活需求。我們將服務延伸至產品之外，主動關注並回應消費者在衣物清潔中遇到的實際困難。我們通過持續關注社交平台上的衣物清潔相關討論，識別各類衣物清潔痛點，基於衣物清潔科學為用戶的使用疑問和消費者的日常困擾提供清晰的解決方案。

針對消費者使用體驗中的問題，我們專業的客服團隊提供針對性操作指導，確保問題得到徹底解決。而對於更廣泛的清潔諮詢，我們也樂於憑藉專業積累主動提供科學的洗衣指導與針對性的解決方案。此類主動、開放的響應機制不僅及時化解了消費者疑慮，也通過真誠負責的溝通贏得了消費者的充分認可與長期信任。

### 加強消費者溝通

我們致力於通過多元、即時的互動渠道，建立真誠、順暢的消費者溝通機制。我們已構建覆蓋語音熱線、微信公眾號、微信小程序、微博、官網、APP 等多社交媒體的全渠道服務矩陣，形成全國 7×24 小時服務網絡，實現消費者需求的全天候響應。為契合多元化溝通習慣，我們積極拓展社交平台互動模式，參與直播互動、評論區實時回覆。此外，我們還配備專職團隊負責直播客服，確保對外溝通的專業一致，夯實品牌與消費者之間的信任溝通橋樑。

報告期內，公司消費者服務：

在線系統服務滿意度

98.3%

呼叫系統滿意度

95.0%

客訴回訪滿意度

96.4%

## 負責任的營銷

藍月亮始終將消費者權益放在首位，恪守負責任、守誠信的原則，將提供優質產品及真實、準確、完整的營銷信息視為對消費者最基本的承諾與服務底線。在嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》《中華人民共和國消費者權益保護法》等法律法規的基礎上，藍月亮建立並持續完善營銷活動全流程審查機制，確保所有產品宣傳和營銷內容真實可信、表述準確、信息完整，幫助消費者全面了解產品，堅決杜絕任何虛假宣傳與誤導行為，以透明、公正的溝通方式保障消費者的知情權與選擇權。

面對人工智能等新技術帶來的變革浪潮，藍月亮主動將創新應用與規範發展相結合。本年度，針對新媒體與數字傳播環境的快速演進，藍月亮重點圍繞新興業態與傳播方式，對視頻發佈及 AI 工具的使用提供明確的合規指引，進一步細化營銷環節的合規標準與責任分工，以制度保障營銷活動在動態環境中的規範運作與持續合規。

## 我們的行動

### 消費者宣導

作為科學洗滌理念的倡導者，我們致力於向消費者系統化傳遞科學洗滌知識，引導消費者建立更高效環保的洗衣習慣。我們通過直播、電梯媒體等高頻觸點，持續建立消費者對濃縮產品的認知與信任，推動洗滌方式向濃縮化、科學化轉變。同時，我們也將對潔淨科技的探索與科學護理理念延伸至個人清潔領域，以創新產品為支點，逐步構建覆蓋衣物與身體清潔的全場景家庭清潔體系，讓清潔護理成為蘊含科學態度與環保意識的日常生活選擇。

#### 案例：科技融入生活場景，知識引領洗滌升級

2025 年，我們延續「了不起的未來洗衣科技」項目。圍繞「科學洗衣」核心主張，我們通過音樂 MV、微短劇、微綜藝等形式，將科學洗衣理念融入真實場景中，讓消費者輕鬆掌握高效、環保的洗衣技巧，更好地解答生活中的洗衣難題。通過系統化的知識普及，我們更期望將「洗衣是一門科學」的認知深植人心，讓可見、可感、可控的潔淨生活方式真正走進千家萬戶。



### 案例：科普沐浴新知，解碼健康洗護之道

2025年9月，我們與央視新聞聯合打造的《煥新科技解密淨享新體驗》超級品牌日活動正式開啟。本次活動從洗衣場景拓展到個人護理領域，現場演示「倒杯不灑」「泡沫塑形」、角質層染色、水合平衡展示等多種實驗，攜手皮膚科專家進行專業科普，解析沐浴誤區，帶領觀眾感受「一沖即淨」、多重保濕等功能，引導消費者建立科學洗護新觀念，提升健康洗護意識。



藍月亮超級品牌日專場直播

### 責任意識提升

我們致力於將合規要求內化為營銷人員的自覺行為準則，並依託精準化、場景化的產品知識賦能系統，在規範經營的基礎上實現服務品質與市場價值的同步提升。在團隊能力建設層面，我們優化「分層分類、動態迭代」的培訓機制，定期開展專業培訓課程、動態深度解讀政策，不斷提升營銷人員對負責任營銷的理解深度與執行精準度，為營銷活動的健康、規範開展奠定堅實基礎。

在廣告營銷領域，我們重點圍繞廣告宣傳合規、代言合規管理及著作權基礎知識等核心內容開展專項賦能，確保創作團隊在釋放創意的同時嚴守合規邊界，實現商業傳播與法律合規的統一。

在電商與直播等核心業務場景，針對一線業務人員開展了涵蓋產品展示規範、促銷合規、廣告宣傳紅線等內容的專項培訓，切實提升員工的風險識別與應對能力，為電商業務的穩健發展提供有效支撐。

### 責任營銷合規



在營銷活動合規管理方面，我們注重全流程管控，在策劃階段識別潛在風險點，對宣傳文案、促銷規則等全類型廣告物料內容開展多輪審核，確保符合國家法律規定要求，並防範知識產權侵權風險。



在電商直播領域，我們通過駐場實時監播與現場即時糾正等方式，將合規管控前置到業務一線，並通過常態化宣導、動態化監播與平台智能化風控相結合的方式，確保業務動作在快速變化的傳播環境中持續合規；在電商渠道合規營銷管理方面，我們高度重視合規經營與品牌建設，建立了覆蓋全平台的電商營銷內容合規審查機制，從源頭確保宣傳內容真實、信息透明、表達嚴謹，切實杜絕虛假宣傳與誤導性信息等合規風險。報告期內，公司營銷活動合規運行平穩有序，未發生因營銷活動引發的處罰事件。

## 責任採購共贏

藍月亮將責任採購的理念深度融入供應鏈工作實踐，致力於構建長期穩定、互利共贏的合作夥伴關係。藍月亮持續完善覆蓋供應商全生命週期的管理機制，提升供應鏈風險防控能力，並通過強化與供應商的協同聯動，攜手共建安全、可靠、負責任的可持續供應鏈體系。

藍月亮優先選用環保、綠色、可持續的產品與服務，降低自身採購行為可能產生的潛在環境、社會影響。藍月亮建立了系統化的供應商全生命週期管理體系，覆蓋從准入到退出的全流程，並將關鍵的可持續發展因素納入其中。在合作過程中，藍月亮關注供應商在環境保護、員工權益、商業道德方面的表現，並重視與供應商的開放協作，與供應商共同探索可持續供應鏈的解決方案。

## 我們的行動

### 加強供應商管理

在供應商准入環節，我們建立嚴格的評審機制，對所有原材料及物流供應商進行包括社會責任在內的資質審核，積極引入具備可持續發展理念的優質合作夥伴。針對合作中的供應商，我們實施基於質量表現、交付穩定性與協同能力等多維度指標的動態評估管理，對評估結果風險較高的供應商加強管理，持續優化供應商結構。在績效管理方面，我們持續優化供應商績效評價體系，定期更新供應商績效評估模式，推動供應商不斷提升運營水平，增強供應的可靠性與業務協同效能。

在可持續發展方面，我們重點評估供應商在 ESG 關鍵議題上的表現，並高度關注其在多元平等、節能減排等方面的實踐成效。我們將節能減排政策與措施列為關鍵審核項目，引導供應商積極構建能源與溫室氣體排放管控系統，共同探索減排路徑，以推動全鏈條的綠色低碳轉型。

我們高度重視廉潔建設，通過常態化的廉潔文化宣導機制與合作夥伴共同營造風清氣正的商業環境。我們定期向所有合作供應商推送廉潔宣傳郵件，強化供應商廉潔意識。2025 年，公司進一步將合規倡導前置化，面向 210 家新增合作及潛在供應商系統宣導《藍月亮集團商業行為合規準則》，確保其在合作初期即明確並遵循公司的合規要求。

2025 年，我們對

**89** 家

重點供應商開展專項質量巡查

與供應商攜手開展

**12** 項

專項質量提升計劃

對

**71** 家

供應商開展社會責任合規審核

**100%**

供應商通過審核

## 深化交流與合作

我們注重構建開放、互信的協同關係。2025 年我們與合作夥伴共同組織了 32 場專場技術交流活動，聚焦行業法規更新、可持續原材料研發及前沿技術趨勢，有效促進了上下游企業在綠色轉型與技術創新方面的交流溝通。

### 案例：協同技術創新，再生水助力綠色生產

我們與水處理領域專業合作夥伴開展深度技術協同，實施再生水回用項目，將原本外排的生產廢水處理至自來水標準，回用於工廠相關設備的預清洗，2025 年有效減少項目工廠生產廢水排放超過 20%。該技術的突破開創了行業將再生水用於設備預清洗的先例，並已獲得一項實用新型專利。



再生水回用系統實用新型專利證書

## 構建綠色物流

我們積極推進綠色物流體系建設，本年度我們深耕倉儲調撥與幹線運輸鏈路，協同物流合作夥伴持續優化發運路徑。繼 2024 年在京津區域率先落地新能源運輸車輛後，2025 年進一步向各地幹線合作網絡拓展應用。同時，依託倉網布局與產品結構優化，有效縮短工廠至配送節點的運輸距離，顯著減少跨區域往復調撥，帶動相關幹線運輸環節單位能耗同比下降超 2%。



## 踐行負責任採購

公司重視並關注負責任採購，我們在生產運營中採購的主要商品和服務包括原料、包裝材料及物流服務。在原料方面，我們不直接使用或採購棕櫚油，而是使用部分棕櫚油的衍生品作為原料，同時，我們積極關注可持續認證棕櫚油 RSPO 的行業發展，並密切關注行業化石原料以及棕櫚油替代原料的技術革新動態和發展趨勢。

# 03 綠色轉型 潔淨未來

在全球應對氣候變化、推動可持續發展的背景下，綠色轉型已成為企業實現高質量發展的重要方向。藍月亮緊密圍繞自身主營業務與運營特點，將污染防治、能源與資源高效利用、氣候變化應對等方面融入日常管理過程，持續完善管理體系、明確ESG目標並推進具體行動，通過提升環境治理能力，改善生產運營方式，為公司可持續發展注入綠色動力，攜手各方共築潔淨未來。

## 本章議題

溫室氣體排放

清潔生產與水資源管理

氣候變化適應

能源轉型

綠色包裝與原料安全

## SDGs響應



## 踐行綠色製造

藍月亮積極踐行綠色製造理念，堅持「源頭預防，全程控制」為核心的環境管理體系方針，從原料選擇、生產工藝到包裝回收等環節全面推進可持續發展理念，持續提升資源利用效率、降低環境足跡的影響，推動公司沿著環境友好型、資源節約型發展模式持續邁進。

藍月亮嚴格遵循《中華人民共和國環境保護法》及相關法律法規要求，建立完善的环境管理制度體系，將環境保護要求融入生產運營各環節，統籌推進清潔生產，持續降低生產經營對環境的潛在影響。本年度，藍月亮進一步完善環境保護相關規範及廢水、廢氣、廢棄物運行等管理要求，持續提升環境管理水平。

為保障環境管理體系方針的有效落地，藍月亮建立了科學完善的環境管理架構，形成「統籌管理 - 屬地執行 - 全員參與」的全鏈條管理模式，確保環境管理要求滲透到生產運營每一個環節。

## 我們的行動

公司將環境保護作為生產運營的必須準則，在工藝設計及生產過程管控等環節嚴格把控環保安全要求，系統推進綠色製造相關舉措。報告期內，公司的各項業務活動未對環境和自然資源造成重大影響，且未發生任何違反環境保護相關法律法規的事件。

公司積極推動各產品製造工廠通過「綠色製造」系列申報，努力降低自身生產運營過程對資源消耗與環境影響，持續發揮綠色製造企業的示範引領作用。

### 環境管理體系認證

藍月亮（中國）有限公司  
及所有產品製造工廠均  
通過了 ISO 14001 環境  
管理體系認證



- 廣州工廠、天津工廠、昆山工廠、永和工廠已通過清潔生產審核驗收
- 廣州工廠、永和工廠獲評「粵港清潔生產優越夥伴」
- 廣州工廠、永和工廠獲評「廣州市清潔生產優秀企業」「廣東省清潔生產企業」
- 重慶工廠、天津工廠、永和工廠已獲得國家級綠色工廠稱號
- 昆山工廠已獲得江蘇省級綠色工廠稱號



# 能源結構轉型

藍月亮積極響應構建資源節約型社會的要求，秉承節能高效、綠色低碳、持續改善的能源管理原則，嚴格遵守《中華人民共和國節約能源法》，結合自身業務特點建立並運行能源管理制度體系，對能源使用行為進行規範管理。

藍月亮建立了多層級的能源管理架構，明確各層級工作職責，通過標準化管理流程與數字化監測工具相結合的方式，實現對生產運營環節能耗的有效管控。

圍繞能源管理要求，藍月亮制定並實施嚴格的資源、能源控制程

序，從能源使用、設備選型及節能管理等方面明確管理要求，為能源管理工作的有序開展提供制度依據。同時，藍月亮結合實際業務發展情況設定能源使用目標，並將相關目標納入日常管理，通過配套的能源管控措施，合理控制能源消耗，提升能源使用效益。



## 能源使用目標

## 目標進展

在 2030 年前：

實現高能效設備佔比超過 98%	2025 年，高能效設備佔比 98.4%。
在工廠建設並投運光伏發電設備	2025 年，永和工廠、昆山工廠光伏項目正式投運。
工廠可再生電能使用佔比超過 50%	2025 年，工廠可再生能源使用量佔比達到 16.6 %。
不再使用自有鍋爐生產蒸汽的工廠超 50%	廣州工廠、永和工廠及昆山工廠 3 家工廠已全面使用外購蒸汽，佔比已達 60%，目標達成。
實現單位產品的溫室氣體排放相比 2020 年減少 30%	2025，範圍 1+2 的單位產品溫室氣體排放量對比 2020 年減少超過 33.6%，目標已達成。

## 我們的行動

公司將能源管理行動聚焦能源使用效率提升和能源結構優化，通過設備與工藝優化、用能過程精細化管理以及清潔能源的逐步引入，提升設備能效、優化工藝技術和推廣清潔能源，逐步降低對化石能源的依賴，推動生產運營向綠色化、低碳化方向轉變。

永和工廠、天津工廠、昆山工廠、重慶工廠已通過

# ISO 50001

能源管理體系認證



## 促進能效提升

我們已建立並運行完善的能耗管理機制，在全部產品製造工廠推廣使用能源管理系統（EMS），對生產現場電、氣等能源消耗情況進行實時監測和分析。公司通過實時監測與定期巡檢相結合的方式，重點關注關鍵用能設備的運行狀態和用能強度，在保障設備穩定運行的前提下，優化運行策略，識別節能改進空間，為後續節能項目實施提供依據。

本年度，通過優化生產工藝和生產排班，節約能耗，在提升生產效率的同時，進一步降低單位產品能耗。



重慶工廠圍繞蒸汽系統運行開展優化，通過升級疏水閥、完善保溫措施及下調原料保溫溫度等方式，提升蒸汽利用效率，節約蒸汽用量約 211 噸。



廣州工廠通過對空壓機加載情況進行監控和分析，優化運行組合，調整空壓機運行和停機策略，用電量節約約 40 MWh。



天津、廣州、永和工廠，通過工藝優化有效降低了調配水溫，年天然氣節約量達 10 萬標方以上。

## 推進能源轉型

我們穩步推進能源結構優化，通過拓展清潔能源來源和調整能源使用方式，引導生產運營向更加綠色、低碳的方向轉變。公司結合各產品製造工廠實際情況，分階段推進可再生能源項目建設，並同步探索能源使用和運輸方式的優化路徑。

在生產製造環節，公司加快分佈式光伏項目的建設與應用，提升可再生電力在用能結構中的佔比。2025 年 4 月，永和工廠和昆山工廠完成屋頂分佈式光伏發電項目並投入運行，項目採用「自發自用、餘電上網」的運行模式，為工廠提供穩定的清潔電力來源，項目投運後，報告期內節約標準煤超過 300 噸。

昆山工廠和重慶工廠新增光伏路燈 39 盞，用於廠區照明，預計每年可節約用電

# 2萬

度以上

廣州工廠購入綠電

# 750

MWh

進一步提高生產運營過程中清潔能源使用比例

## 高效用水

藍月亮高度重視水資源的管理及利用，嚴格遵守《中華人民共和國水法》及地方水資源管理相關法律法規要求。我們建立清晰的管理準則、設定量化節水目標，推進節水措施與水資源循環利用方案在各產品製造工廠的落地實施，在保障生產用水需求的前提下，持續提升水資源使用效率，降低用水活動對生態環境的潛在影響。藍月亮生產和運營過程中使用的水資源主要來源於市政供水，在水源選取方面對環境無重大影響。

藍月制定並嚴格執行統一的用水管理規範，明確水資源管理原則、管理要求及執行標準，並將水資源管理目標作為用水管理的重要參考，通過統籌生產用水安排和推進節水計劃，引導各工廠合理控制用水需求，提高水資源利用效率。

藍月亮已制定污水站標準化管理制度，明確生產污水源頭管控、過程治理與資源化回用等全流程管理要求，嚴格落實全過程環境監測，確保各產品製造工廠污水處理站穩定、規範、高效運行。各工廠嚴格落實污水站各項運行管理要求，推動污水站排水水質穩定達到一級 A 標準。

### 水資源管理目標

在 2030 年前，實現所有產品製造工廠的水資源利用率相比 2020 年提升 **25%**

在 2030 年前，實現所有產品製造工廠的單位產量生產廢水排放量相比 2020 年減少 **15%**

### 目標進展

2025 年，水資源利用率相比 2020 年提升 **20.6%**，推進目標有序達成。

2025 年相比 2020 年單位產量生產廢水排放量減少 **24.8%**，目標已達成。

## 我們的行動

我們設立明確的節水行動計劃，定期對節水措施落地情況和實施成效進行常態化回顧與評估。截至 2025 年底，各產品製造工廠累計完成節水計劃行動近百項；其中 2025 年完成節水計劃行動 11 項，新增節水量 17,047 噸。

我們注重從源頭降低用水需求，通過選用高效製水工藝設備、更換節水型器具、採用衛生型工藝系統設計以及優化清洗工藝等方式，減少生產環節的單位用水量。公司在各工廠開展用水結構分析，依託 EMS 系統對生產各環節用水數據進行自動監測、記錄和分析，為用水調度和管理優化提供數據支持。

我們持續完善水資源循環利用體系，在生產環節配置濃水回用、中水回用及雨水收集系統，對可回收水資源進行收集、處理與再利用，提升水資源的綜合利用水平。本年度，昆山工廠再生水回用系統實現全年穩定、高效運行，再生水質持續達標，節水、減排成效顯著，全年累計產出並回用再生水 7,005 噸。

本年度，藍月亮全部產品製造工廠濃水回用量共計

**27,074** 噸

生產廢水回用量共計

**19,046** 噸

## 嚴控排放

藍月亮嚴格遵循《中華人民共和國水污染防治法》《中華人民共和國大氣污染防治法》和《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等國家及營運所在地法律法規要求，持續健全內部環境監測管理流程，對污染物的產生、治理和排放實施系統化管理，持續推動污染源頭控制和資源綜合利用，降低生產活動對生態環境的潛在影響。

藍月亮圍繞廢水、廢氣及廢棄物建立清晰的管理制度、管理目標及責任分工，通過制度化管理和持續改進機制，系統推進污染防治和減量化工作，不斷提升排放物管理水平，推動綠色製造各項要求在各產品製造工廠的有效全面落實。

### 廢氣管理

藍月亮制定了完善的廢氣管理制度，通過明確管理要求與關鍵控制節點，確保廢氣合規排放。藍月亮對廢氣治理設備實施統一的標準化管理和規範化操作，針對 VOCs、油煙等廢氣排放源建立了詳細的跟蹤檢查表，以標準化的作業流程保障治理設施穩定運行，實現從源頭到排放的閉環管控。

### 廢棄物管理

在廢棄物管理方面，藍月亮貫徹「源頭減量、物盡其用、循環利用」的管理理念，持續完善廢棄物處理流程，系統強化環境風險預警防控能力，切實防範潛在環境風險。

#### 廢棄物管理目標

在 2030 年前，實現所有產品製造工廠的單位產品的生產固體廢物處理量與 2020 年相比減少 **25%**

#### 目標進展

2025 年相比 2020 年單位產品生產固體廢棄物排放量減少 **34.9%**，目標已達成。

#### 廢氣管理目標

在 2030 年前，實現所有產品製造工廠的單位產品的生產廢氣排放量與 2020 年相比減少 **25%**

#### 目標進展

2025 年相比 2020 年單位產品生產廢氣排放量減少 **82.5%**，目標已達成。



## 我們的行動

圍繞生產製造環節的主要環境影響，公司重點加強對廢水、廢氣和廢棄物全過程管控，將污染防治要求嵌入工藝設計、生產運行及配套設施管理全過程，持續夯實生產環境管理基礎，築牢綠色生產底線。

所有產品製造工廠均被評為無廢工廠



### 嚴控廢氣排放

我們針對生產運營過程中產生的各類廢氣持續落實規範化治理措施。公司對生產過程中產生的揮發性有機物（VOCs）實行有組織收集和處理，並針對生產車間廢氣及食堂油煙等排放源，配套設置相應的廢氣治理設施，確保廢氣排放符合相關法律法規及標準要求。

在設施運行管理方面，公司明確廢氣治理設施的運行要求，設定活性炭等關鍵耗材的定期更換週期，加強日常運行檢查和維護，保障治理設施長期穩定運行以及廢氣處理效果。

公司在產品製造工廠積極推進鍋爐的升級改造和淘汰工作，通過優化改造生產設施，持續降低廢氣排放水平。廣州工廠、永和工廠和昆山工廠已採用市政管道蒸汽供熱方式，減少傳統鍋爐運行過程中產生的廢氣排放，從源頭降低顆粒物、氮氧化物及二氧化硫等污染物的排放強度。

### 規範廢棄物管理

通過完善管理機制和過程管控，公司不斷提升廢棄物規範化管理和處置水平。公司建立並運行廢棄物出入賬台賬管理機制，對各類廢棄物的類別、屬性、產生及處置情況進行全過程記錄，實現廢棄物流向清晰可查，確保管理過程的規範性和可追溯性。在此基礎上，公司進一步明確不同類型廢棄物的管理要求，分類推進資源化利用和合規處置。



針對一般廢棄物，公司持續推進日常運營環節的減量化和資源化管理，通過紙箱回用等循環利用方式，加強周轉物料管理。結合生產實際，持續開展污水站運行產生的污泥減量相關工作，有效降低廢棄物對環境的影響。



針對危險廢棄物，公司嚴格按照國家最新法律法規要求，動態更新危險廢棄物清單，並對危險廢棄物在產生、收集、標識、儲存及轉運等環節實施全過程管控。在處置環節，公司確保合作處置單位具備相應資質，並通過定期核查和過程跟蹤，保障危險廢棄物處置的安全性和合規性。同時，公司持續強化風險防控能力，定期組織開展危險廢棄物洩漏等突發環境事件應急演練，本年度共開展相關應急演練 5 次，以提升對潛在環境風險的應對能力。

# 推行綠色包裝 我們的行動

藍月亮堅持包裝材料減量化、可重複利用、可循環、可再生的管理策略。在源頭，藍月亮優先選用環保材料，精簡包裝設計；在生產物流環節，藍月亮通過技術創新和管理優化，持續減少各類包材使用量；在末端，藍月亮協同合作夥伴開展塑料包裝的回收利用，並面向員工和消費者開展廣泛宣傳、增進環保意識，追求環境與經濟的雙重效益。



## 應用綠色包材

我們將包材綠色化作為可持續包裝的重要基礎，從材料選擇和結構設計源頭降低環境影響。

針對直接接觸產品的基礎包裝，公司在確保產品性能與安全性的前提下，新品開發階段在滿足同等性能要求下優先選用 PET 材料；推廣使用單一材質立袋，減少複合包裝帶來的回收難度，進一步提升包裝材料的環境友好屬性。

## 輕量化與減量化

公司積極推進包裝輕量化與減塑工作，通過技術優化和工藝改進有效降低包裝材料整體使用量，通過回收再利用推動包裝資源在公司內循環流轉，持續減少過度包裝和不必要的資源浪費。

我們持續優化包裝蓋的材質與結構設計，以提升其在電商物流中的抗壓性與密封性，減少額外防護材料的使用。在物流包裝環節，我們通過精簡結構設計與優化材料應用，有效減少瓦楞紙板、PE 膜袋及吸塑罩等包裝材料的使用量，並借助膠帶窄幅化等細節優化，進一步減少輔材消耗。在電商倉儲環節，我們取消了非必要的防護套筒與插卡等材料，並廣泛採用可循環周轉箱替代傳統紙箱，實現包裝物的多次利用。我們引入外箱在線噴印和激光打碼設備，減少紙質標籤和油墨使用量，進一步降低包裝相關資源消耗。得益於上述舉措，公司 2025 全年電商每單耗材較上年下降超過 10%。

## 推進循環回用

我們在末端環節積極協同合作夥伴推進包裝回用，並面向員工和消費者開展多樣化宣傳與倡導，推動包裝資源「變廢為寶」，實現環境與經濟效益的協同提升。

自 2022 年起，我們與合作夥伴持續回收廠內廢棄包裝瓶進行粉碎、造粒，加工成 PCR（消費後回收塑料），並將其應用於部分產品的包裝瓶中。本年度，回收的廢棄包裝可生產的綠色包裝瓶超過 10 萬瓶。

面向消費者，我們在產品包裝上設置清晰的「可回收標識」，推廣補充裝，鼓勵重複使用包裝袋、泵頭和支架，以更具性價比的產品形式增強消費者的環保參與感。截至 2025 年 12 月，公司衣物清潔護理、個人清潔護理及家居清潔護理三大品類均有推出補充裝產品，可減少消費端廢棄物產生，助力資源循環利用。

在公司內部，我們持續開展「環保銀行」等活動，增強員工對資源回收與循環利用的認知和責任意識，推動綠色理念在日常運營中落地生根。

2025 年，藍月亮共計：

- 減少紙箱使用 **超 550 噸**
- 減少棉套筒使用 **超 950 萬個**
- 減少膠帶使用 **超 200 萬米**
- 減少纏繞膜使用 **超 4 萬平方米**

---

截至 2025 年 12 月  
「環保銀行」活動共計回收 **1.5 噸** 可回收物  
包括黃紙板、塑料、金屬  
等多種可循環使用資源。

## 應對氣候變化

在全球氣候變化背景下，氣候相關風險與機遇對企業經營和長期發展產生日益重要的影響。藍月亮將應對氣候變化納入可持續發展管理的重要議題，逐步推進碳管理體系建設，完善氣候風險識別與評估機制，系統分析氣候變化對原材料供應、生產運營及市場環境等方面的潛在影響。公司圍繞目標設定與管理措施，不斷提升對氣候風險與機遇的識別與應對能力，以切實行動回應氣候變化挑戰，推動綠色、低碳轉型進程。

## 氣候變化管治與策略

藍月亮長期關注溫室氣體排放、氣候變化適應等氣候變化議題，並已將上述議題納入公司 ESG 管理體系。關於董事會及 ESG 委員會在 ESG 管理方面的具體職責，詳見本報告「董事會 ESG 聲明」及「ESG 管治」章節。

我們持續跟蹤國內外氣候相關監管政策及行業最佳實踐，及時向董事會及管理層匯報及溝通，不斷提升應對氣候變化的綜合能力。在氣候風險管理方面，公司已聯合第三方專業機構，共同開展氣候變化相關風險與機遇的識別、評估及管理工作，並持續借鑒行業先進經驗，穩步提升氣候風險管理水平。

鑒於氣候變化影響隨時間範圍及宏觀環境而變化，情景分析有助於識別公司在不同氣候情景下的相關風險與機遇敞口，公司通過氣候情景分析評估氣候變化的影響，建立應對策略。



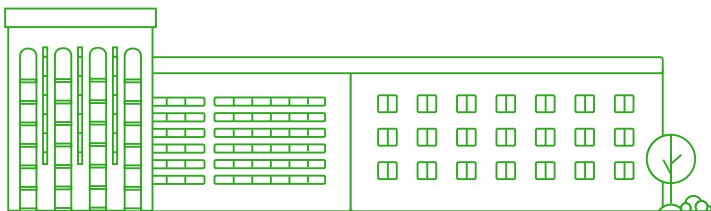
## 氣候風險情景分析

基於全球氣候政策趨勢和科學研究，我們設定高排放、低排放兩組未來氣候情景。在高排放情景下，經濟增長強勁，但氣候政策干預不足，碳排放量持續增加，通常與較高的全球升溫路徑（如 RCP8.5）相關聯。在低排放情景下，各國履行各自對減排政策的承諾，並根據《巴黎協定》控制全球變暖。情景分析時採用的情景類型、時間範圍等詳細信息可見下表：

### 分析範圍

位於中國大陸的 5 家藍月亮生產工廠

廣州工廠、永和工廠、重慶工廠、昆山工廠、天津工廠



### 所用的情景

#### 物理風險

- **低溫情景:** IPCC SSP1-2.6, 全球溫升可控制在 2 攝氏度以內，一定時期內極端天氣事件增加但幅度可控
- **高溫情景:** IPCC SSP5-8.5, 高輻射強迫驅使更強的氣候變暖，全球溫升可能達到 3 攝氏度以上，高溫熱浪、極端降水等極端天氣事件發生頻率和強度增加

#### 轉型風險

- **NGFS 延遲轉型:** 重要的氣候政策和行動被推遲，後續需實施強而有力的政策，以將全球溫升控制在 2 攝氏度以內
- **NGFS 目前政策:** 各國維持現行政策，而不進一步採取氣候行動，導致全球氣溫至二十一世紀末上升約 2.8 攝氏度

#### 理由

- 所制定的情景參考了 IPCC（物理風險）及 NGFS（轉型風險）
- 所選資料來源提供的時間範圍與我們戰略規劃的時間範圍一致，且符合《巴黎協定》
- 所選情景有助於公司評估氣候相關風險水平，並支持我們未來的管理決策

#### 時間範圍



#### 假設

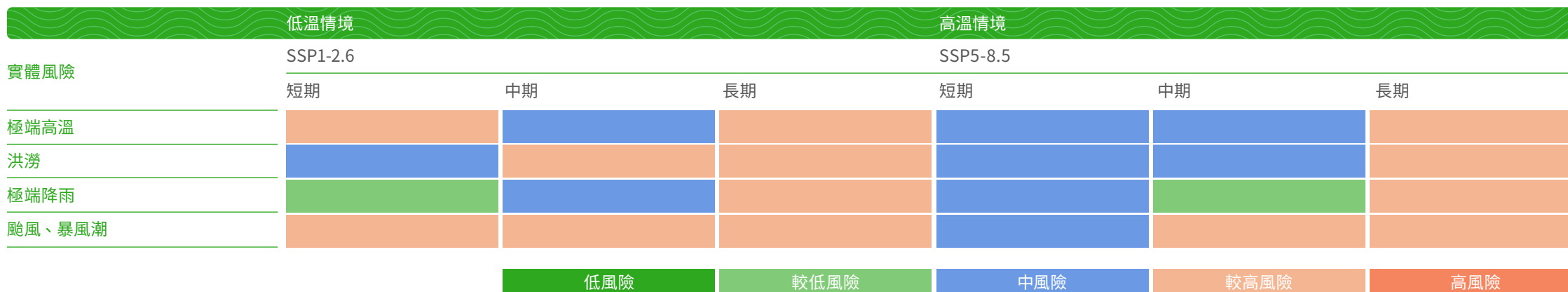
- 於 2024 年開展分析，預計資產所在地情況將在一段時間內保持不變
- 氣候緩解措施維持不變

## 氣候風險評估矩陣

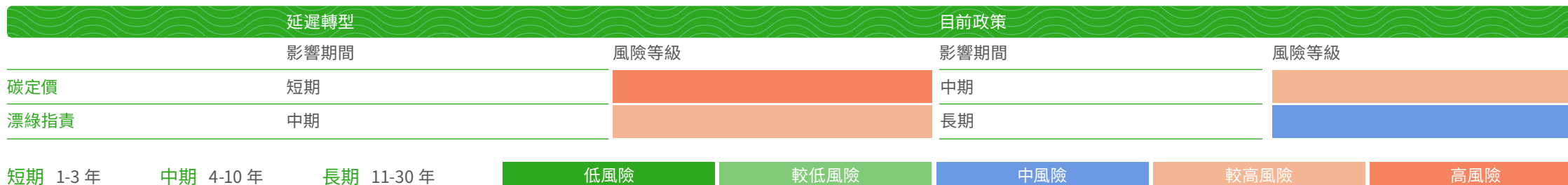
我們結合上述兩種情景，從風險發生的可能性、嚴重性與適應能力三個維度開展綜合研判，最終識別出 6 項可能對公司經營產生影響的氣候相關風險，其中包括 4 項實體風險、2 項轉型風險。

### 氣候相關風險評估結果

實體風險熱力圖



轉型風險熱力圖



除上述 6 項氣候相關風險外，我們亦通過調研和內外部專家工作坊研討的方式識別出 3 項氣候相關的發展機遇，綜合分析識別出的風險與機遇對公司業務的影響，詳細評估結果如下表所示。

### 氣候相關風險與機遇

風險 / 機遇類型	集中區域	對業務模式和價值鏈的影響		應對措施
		當期影響	預期影響	
<b>▶ 實體風險</b>				
洪澇	實體資產	報告期內暫未對業務模式和價值鏈造成影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>若洪澇災害的頻率和強度增加，將對生產所需上游原料的生長、加工和運輸等產生不利影響</li> <li>洪澇可能淹沒低窪區域，導致物品或設施受損；地表水大量流入污水管網致使管網堵塞，影響廠區污水排放</li> <li>洪澇導致的交通中斷，可能增加運輸成本</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>已設置專業研究組，分析極端天氣並制定應對措施以減輕其影響</li> <li>已制定應急防汛預案，建立應急管理團隊，定期開展應急演練</li> <li>加高室內低窪區，地下室入口增設防水板及抽水泵，定期檢查防洪設施效能</li> <li>已通過設立地下大容量蓄水池和提升廠房標高，防範廠區污水外溢和廠房水浸</li> <li>密切關注氣象信息，靈活調整運輸路線或採取適應性運輸策略</li> </ul>
極端高溫	實體資產		<ul style="list-style-type: none"> <li>持續的高溫天氣可能對生產所需上游原料的供應鏈產生負面影響</li> <li>極端高溫導致製冷需求增加，電費支出隨之增加；戶外工作人員的健康與安全的潛在風險增加</li> <li>高溫天氣會對倉庫的貨品與人員管理構成挑戰，導致倉庫管理成本上升</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>已設置專業研究組，分析極端天氣並制定應對措施以減輕其影響</li> <li>已制定高溫中暑應急預案，建立應急管理團隊，定期開展應急演練</li> <li>採取高溫作業安全保障措施，如提供降溫物資及調整工作時間等</li> </ul>
極端降水	實體資產		<ul style="list-style-type: none"> <li>極端降水的頻率和強度增加，將影響農作物的生長，進而影響生產所需原材料的供應</li> <li>極端降水會使地表水大量流入污水管網，致使管網堵塞，影響廠區污水排放</li> <li>若遭遇極端強降雨，可能會導致環境濕度增加或雨水滲入，造成存儲貨品及材料受潮損壞</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>已設置專業研究組，分析極端天氣並制定應對措施以減輕其影響</li> <li>已通過設立地下大容量蓄水池和提升廠房標高，防範廠區污水外溢和廠房水浸</li> <li>關注天氣預報，及時監控降雨情況，提前預判極端降水事件風險並採取防範措施</li> <li>已制定暴雨應急預案，建立應急管理團隊，並定期開展應急演練</li> </ul>
颱風、風暴潮	實體資產		<ul style="list-style-type: none"> <li>颱風災害會影響生產所需上游原料的生長和採收，造成原料供應波動</li> <li>颱風引發的電力中斷可能影響生產進度，伴隨的強風可能損壞建築物和室外設施</li> <li>颱風導致的交通中斷，可能增加運輸成本</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>已設置專業研究組，分析極端天氣並制定應對措施以減輕其影響</li> <li>已制定颱風應急預案，建立應急管理團隊，並定期開展應急演練</li> <li>對建築物及設施進行質量及抗風能力檢測</li> <li>關注氣象預警信息，靈活調整運輸路線或採取適應性運輸策略</li> </ul>

## 氣候相關風險與機遇

風險 / 機遇類型	集中區域	對業務模式和價值鏈的影響		應對措施
		當期影響	預期影響	
<b>▶ 轉型風險</b>				
碳定價	中國	報告期內暫未對業務模式和價值鏈造成影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>隨著碳交易市場的逐步成熟和碳資產的普及，碳定價成為政府監管企業碳排放及碳管理的重要手段。若企業未能及時關注並採取行動，如加強碳資產管理、實施內部碳定價機制等，則可能在合規要求全面提升後面臨因準備不足而帶來的合規壓力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>實施分佈式光伏等新能源項目，減少碳排放並強化內部碳資產管理</li> <li>隨著中國碳交易市場日益成熟及 CCER 機制的完善，需密切關注碳市場動態，與擁有相關項目開發實力的企業建立緊密聯繫，探索潛在的合作機會</li> </ul>
漂綠指責	中國	報告期內暫未對業務模式和價值鏈造成影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>公眾對於企業環境責任愈加關注，因此對企業披露環境責任事項的真實性、準確性提出更高要求。若公司未能採取恰當的方式對環境相關信息進行公開披露，可能會讓公眾對公司的環境績效或表現產生誤解，進而可能面臨被投資者、社會公眾指責漂綠的風險，對品牌聲譽與形象造成負面影響</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>對披露信息實施嚴格審核，確保信息真實可靠，打造負責任的企業形象</li> <li>提升碳排放數據管理的規範性，保障數據的準確性和可追溯性</li> </ul>
<b>▶ 機遇</b>				
資源與效率	中國	實施分佈式光伏、能效提升產生的成本節約	<ul style="list-style-type: none"> <li>能源是企業工廠運營的主要間接成本之一，提升能源、水資源及廢棄物管理效率，將降低化石能源、各類資源供應風險的影響，在中長期內可減少公司運營成本</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>制定各項資源管理制度，提升設備綜合能耗水平，對能源的使用、控制和優化進行有效管理。同時逐步提升生產工藝和設備，提高水資源利用率</li> </ul>
產品和服務	中國	報告期內暫未對業務模式和價值鏈造成影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>隨著消費觀念的綠色轉型，消費者更加青睞環境友好型產品。企業應主動求變，創新產品和服務，提高對消費者偏好變化的響應速度，從而把握市場拓展與銷量增長的新機遇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續研發綠色環保產品，減少產品對生態環境的影響，推進產品濃縮化，減少單位產品包裝材料的使用。同時，重視產品包裝的優化，提升包裝材料的可循環再利用率。持續研發並推廣輕量化、可回收包裝材料</li> </ul>
市場	中國	報告期內暫未對業務模式和價值鏈造成影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>密切關注並參與碳交易與綠色金融市場，降低對監管成本變化的敏感度，獲取更低成本的項目資金，有助於公司提高競爭力，獲得更多發展機會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續監測碳市場動態，提前佈局碳交易策略。關注公司節能技改、光伏鋪設等項目的低碳潛力</li> </ul>

## 氣候風險應對策略

基於前述風險評估結果，我們發現實體風險對公司的潛在影響相對較大，因此我們重點針對實體風險開展財務影響量化分析。考慮到高排放情景下實體風險的暴露水平較高，我們將該情景設定為最壞情景，評估實體風險對公司財務情況的潛在衝擊。

分析結果顯示，在高排放情景下，實體風險在短、中期內對公司的財務影響較為有限，且公司已購置財產一切險對極端降水、洪澇等氣象災害損失進行風險轉移。故整體而言，在短、中期內，急性實體風險對本公司的財務影響較為有限且可控。

儘管最壞情景下實體風險的財務影響可控，我們仍秉持審慎原則，主動構建多層次的風險應對措施，持續增強氣候風險抵禦能力。目前已落地的具體應對措施詳見「氣候相關風險與機遇」表。未來，我們將從兩方面持續完善及深化氣候風險管理：



持續完善氣候風險研判和預警機制，常態化收集生產園區周邊天氣信息，進行氣候風險篩查和預警，並將相關建議納入供應鏈設計、業務連續性管理和韌性流程優化中。



制定能源結構轉型計劃，確保轉型舉措落地。我們已制定工廠可再生能源使用比例提升的舉措和計劃，通過能源低碳化降低溫室氣體排放，減緩氣候變化。同時我們也積極協同推進新能源車輛替換等措施，穩步推進可再生能源替代進程。



## 氣候風險財務影響

公司開展氣候變化相關財務影響分析，涵蓋報告期實際影響及未來的預期影響。其中預期財務影響測算聚焦上述氣候風險管理措施的實施成本。

### 當期財務影響

報告期內，公司主要運營地廣東遭遇颱風「樺加沙」，但該極端天氣事件暫未造成工廠房屋及設施的嚴重損壞，未發生實質性的財務損失。報告期內，我們在應對氣候變化方面的成本支出包括採購防暑降溫物資、在工作場所安裝空調、風扇等降溫設備。這些支出金額相對較少，約在 12 萬左右，對公司財務狀況與表現沒有實質性影響。

### 預期財務影響

為應對氣候變化，我們計劃將在未來 2-3 年內繼續增加廠區內的分佈式光伏等清潔能源設備，並根據情況積極採購綠電，以提升清潔電力使用量。新購置光伏板等設備、採購綠電，同時推進高效能設備更新等，2026 年將帶來支出約 460 萬元人民幣。

## 氣候變化指標與績效

我們設立關鍵氣候相關指標目標體系（詳見下表），以強化氣候相關風險與機遇管理。2025 年，公司系統推進上下游價值鏈碳盤查工作，全面梳理範圍三各類排放活動數據，完善範圍三排放核算方法，持續提升碳排放數據管理的科學性、準確性及規範性。在此基礎上，我們結合業務實際模擬未來排放趨勢，識別關鍵排放熱點，分析可行減碳路徑，為制定中長期氣候目標與管理策略提供依據。

2026 年，我們擬開展洗衣液、洗手液等 4 款核心產品的碳足跡認證，通過分析產品全生命週期各階段的碳排放情況，識別產品的減排潛力。為了降低產品全生命週期對環境的影響，我們將重點聚焦在上游原材料環節，持續開展其對產品碳足跡影響的研究，並逐步推動相關改進措施的落地。

指標名稱（附錄展示）	指標單位	2025 年	備註
範圍 1 排放量	噸二氧化碳當量	2,880.7	/
範圍 2 排放量—基於地域	噸二氧化碳當量	11,507.5	/
範圍 3 排放量	噸二氧化碳當量	/	（不披露即解釋） <sup>3</sup>
易受氣候相關轉型風險影響的資產的金額及百分比	/	/	
易受氣候相關物理風險影響的資產的金額及百分比	/	/	（不披露即解釋） <sup>4</sup>
涉及氣候相關機遇的資產或業務活動的金額及百分比	/	/	

<sup>3</sup> 藍月亮已認識到範圍三排放核算的重要性。鑒於範圍三排放涉及公司整個價值鏈，數據收集存在固有複雜性。基於數據可得性及核算方法複雜性的審慎評估，公司暫不披露範圍三排放數據。公司已開始投入資源，建立必要的數據收集系統和分析能力，力求在未來的 ESG 報告中逐步加強相關披露的完整性和準確性。

<sup>4</sup> 本公司已初步識別氣候相關風險和機遇對公司的潛在影響，然而對受影響資產或業務活動進行財務量化與百分比計算依賴高質量的數據輸入和計算模型。鑒於公司氣候情景分析能力尚有提升空間，為確保披露信息的可靠性，公司暫不披露具體的資產或業務活動受影響金額及百分比。公司致力於優先完善基礎數據梳理，並計劃在未來的 ESG 報告中逐步完善相關披露。

# 04 同心同行 共建未來

人才是企業發展的根本，藍月亮始終將員工視為最寶貴的財富。我們秉持「以人為本」，致力於在權益保障、身心健康與職業發展等方面為員工提供全面支持，營造平等、健康、安全的工作環境。我們積極踐行企業社會責任，廣泛參與公益事業，凝聚向善向前的持久力量。

## 本章議題

員工關愛與發展

公益與慈善

倡導潔淨健康的生活方式

## SDGs響應



## 保障員工權益

藍月亮嚴格遵循《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》等國家法律法規，健全各項保障員工權益的規章制度，依法簽訂勞動合同、足額繳納社會保險，防止任何形式的童工僱傭和強制勞動的現象，尊重並保障員工各項合法權益。

## 我們的行動

### 堅持多元平等

我們堅持多元平等原則，不因民族、宗教、性別、年齡等因素進行區別對待，拒絕任何形式的歧視和騷擾。我們遵循對僱員多元化的要求，致力於在可行的情況下，持續推動員工在性別、文化背景、專業能力與從業經驗等維度的均衡與多元，讓每位員工獲得平等發展機會。公司明確規定禁止僱傭童工，堅決杜絕強制勞動等行為。在招聘管理中，我們嚴格、細緻地核查應聘者的真實年齡與身份信息，僅錄用達到法定工作年齡的人員，如發現有僱傭童工或強制勞動的情況，我們將立即終止與相關個人的僱傭關係，並迅速採取管理及補救措施。報告期內，公司未發生任何使用童工或強制勞動等違規事件。

### 保障員工權益

我們嚴格依法履行各項社會保障義務，規範處理員工的醫療、生育、工傷、退休等法定福利事宜。同時，我們為員工提供定期體檢、員工食堂、員工宿舍、用餐補貼、通勤班車等多元化的補充福利，全面保障員工福祉，營造安心、穩定的工作環境。

我們重視女性員工權益保障，女性員工全面享有產假、哺乳假、育兒假等法定權益。在設施保障方面，公司配備孕婦休息室、哺乳室，在班車中增設孕婦專座，營造尊重與關懷的工作環境。此外，我們舉辦女性健康科普講座，推送女性健康關愛的相關資訊，為女性員工提供關懷與支持。

女性員工佔比

**49%**

員工總人數

**6,514** 人


女性董事佔比

**50%**

 2025 中國年度最佳僱主  
 智聯招聘

 2025 廣東年度非凡僱主  
 獵聘

 最佳女性友好僱主  
 Offer 先生

### 暢通溝通渠道

我們將員工意見反饋作為規範企業管理、促進和諧勞資關係的重要基礎。我們依法建立工會組織，定期合規召開職工代表大會，充分發揮工會在公司與員工之間的橋樑紐帶作用。在涉及員工切身利益的制度制定與修訂過程中，廣泛徵集並反饋員工意見。目前，集團下屬藍月亮（中國）有限公司、廣州藍月亮實業有限公司、藍月亮（昆山）實業有限公司、藍月亮（重慶）有限公司、藍月亮（天津）有限公司均與工會簽訂了綜合性集體合同或工資專項集體合同。

我們構建並持續完善常態化、多元化的員工溝通平台。除職工代表大會外，員工還可通過企業微信、公司郵箱、投訴和舉報熱線等途徑向管理層提出建議或反饋問題。

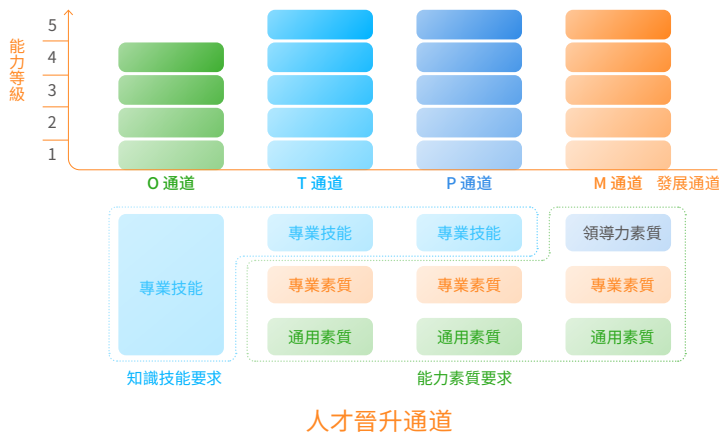
## 助力員工發展

藍月亮注重人才培養，持續努力構建完善的培訓與發展體系。我們為員工打造多元化職業發展通道，拓寬員工職業發展空間，鼓勵人才在企業內部流動，充分發揮潛能，有力支撐組織長期人才戰略。

### 我們的行動

#### 強化人才激勵

我們持續優化職級體系，暢通人才發展通道，為員工提供清晰的職業發展路徑。薪酬策略方面，我們強化價值創造導向，錨定能力提升、崗位履責、績效貢獻三個維度，讓價值創造者獲得更有競爭力的回報。股票激勵計劃有序推進，有效強化人才保留，激發團隊活力，實現員工與公司的共同發展。



#### 賦能人才發展

公司重點推進多項專項能力提升項目。我們開展產品知識與洗滌技能專項培訓，幫助員工深度理解產品特性及正確使用方法；通過訓戰結合的主播團隊能力提升計劃，深化直播電商領域的實戰經驗沉澱與技能迭代；在工廠，我們開展精益知識培訓及帶級認證，系統培養精益技術人才，夯實持續改善基礎，推動知識學習向實際應用深度轉化；舉辦技能大賽，推動一線員工以賽賦能，以技強基，為自動化、智能化製造升級積累技術力量。此外，我們搭建數字化學習平台，整合線上線下學習資源，為員工提供靈活、便捷的學習途徑。

我們設立學歷提升獎學金，支持基層技術人員和管理人員利用業餘時間自我提升，增強學歷水平和專業能力，推動技術知識在實際工作中的應用。同時，我們積極鼓勵員工參與專業資格認證與評價，並配套相應獎勵機制，助力員工個人發展。

2025年藍月亮受訓人數佔比

94.4%

#### 案例：產品知識與洗滌技能專項培訓

我們構建了涵蓋產品知識介紹、科學洗衣方法訓練、實驗操作演示及專業認證考核的系統化培訓體系，賦能員工深入理解產品特性，精準掌握科學洗滌技能，全面提升專業服務能力與客戶價值創造水平。



產品知識與洗滌技能專項培訓

#### 案例：一線員工技能大賽

2025年7月，我們以「技創未來」為主題，圍繞「智慧、綠色、公平、公開」的核心理念，緊扣人才梯隊化、標準共識化、改善常態化、能力未來化四大目標，舉辦一線員工技能大賽。賽事全面覆蓋五大工廠生產、物流一線技術崗位，共100餘名技術人才同場競技，通過以賽賦能、以技強基，推動一線技術人才技能水平持續精進，為加快推進自動化、智能化轉型升級注入技術力量。



一線員工技能大賽

# 守護員工安全

藍月亮以零事故為目標，嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國職業病防治法》等相關法律法規，並在此基礎上建立科學、系統、主動、全面的安全生產管理體系，通過持續的安全生產投入與全員責任文化教育，致力於為每一位員工構建安全、健康的工作環境，切實保障員工健康與安全。

藍月亮構建上下聯動、分級負責的安全管理體系，分層分級開展 EHS（環境、健康與安全）的管理工作，各產品製造工廠嚴格落實專業的屬地化管理，通過明確各崗位的安全管理職責與標準化作業流程，確保安全生產全鏈條有章可循、執行到位。藍月亮定期審視並迭代 EHS 相關的管理制度，以適應業務發展與外部環境變化，保障管理體系的有效性與先進性。

## 我們的行動

### 落實安全生產

公司積極推進安全生產防禦性體系建設，通過持續開展危險源識別、隱患排查等措施，降低安全健康事故發生的可能性，切實做到以預防為核心、源頭抓起、提前佈防。我們建立了專業的職業健康安全體系，確保責任到人，執行到位。

2025 年，我們修訂 EHS 事故管理規範，新增對限工事故、醫療處理事件和現場急救事件的界定標準和處理流程。

公司及所有產品製造工廠均通過了

# ISO 45001

職業健康安全管理體系認證

所有產品製造工廠重大 EHS 事故數為

# 0

### 加強应急管理

我們將事故應急與預防工作緊密結合，建立健全應急響應機制，優化應急管理工作流程，開展各類應急演練，強化安全宣導，持續強化員工安全風險防範意識、提升應急響應能力。

2025 年，公司圍繞「技能精湛、響應迅速、處置高效」的目標，組織志願消防隊開展多輪專項訓練，涵蓋應急技能實操、快速響應拉練、基礎體能強化及理論體系構建等內容，有效提升志願消防隊伍的應急響應與協同能力，以更好地保障員工生命安全、降低事故財產損失。

### 預防職業病

我們嚴格遵循《中華人民共和國職業病防治法》等相關法律法規，結合行業特性與自身實際，系統性識別生產過程中的安全與健康風險，並制定針對性控制措施，保障員工在勞動過程中的健康與安全。我們每年對各產品製造工廠開展環境與職業健康影響評估，動態監測各類風險。

### 關愛員工健康

我們關注員工的身心健康，為員工提供年度體檢和報告解讀、異常指標複查跟進在內的檢後服務等多樣化的健康服務。公司食堂注重膳食搭配、食材選擇及烹飪方式，為員工提供均衡、健康的餐飲選擇，支持員工日常營養需求。

我們通過企業微信號科普推文、健康知識有獎問答等多元形式，將健康知識融入日常；通過貫穿全年的線上跳繩、平板支撐、健步走、健康跑團等活動，結合線下籃球、羽毛球常態化訓練和內外部賽事、發佈季節性流行病防控指引，推動員工積極參與體育鍛煉，強化疾病預防意識與健康管理能力。



# 暖心關愛員工

藍月亮以「關注、關愛、關心」為導向，將員工關懷深植於企業文化與日常工作中，為員工營造積極、健康的工作氛圍，尊重員工的興趣愛好，關愛特定群體，通過豐富多彩的文化和體育活動，助力員工平衡工作與生活。

## 我們的行動

我們持續開展多樣化的員工關懷活動，關注員工身心健康與工作生活平衡，持續打造有溫度、有歸屬感的企業氛圍。報告期內，公司圍繞文體、節日關懷等主題開展系列活動，覆蓋全體員工，有效增強了團隊凝聚力，提升了企業文化的親和力。通過這些活動，員工在工作環境中獲得了更多情感聯結與歸屬體驗，進一步促進了積極向上的組織氛圍。

### 案例：健步走主題活動

為響應全民健康促進倡議，我們組織開展線上健步走活動，設定每日 6,000 步的科學運動目標，並融合團體健步挑戰、重走長征路、健步樂捐等形式，引導員工相互激勵、堅持達標，幫助員工改善久坐習慣，養成規律運動的健康生活方式。

我們組織開展線上健步走活動累計參與員工約

**1,600** 名

### 案例：春節活動

我們聯合工會在春節期間組織「包餃子迎新春」特別活動，該活動旨在豐富留崗員工的節日生活，進一步支持員工在崗期間的身心健康與歸屬感。



春節活動

### 案例：主題植樹活動

藍月亮黨委聯合公司工會、關工小組，組織近百名職工及親子家庭開展「履行植樹義務 共建美麗中國」主題植樹活動。活動現場大家同心協作、挖坑扶苗、培土澆水、攜手植綠，既凝聚黨群合力、增進親子感情、豐富員工業餘文體生活，又以實地植樹行動守護生態、踐行綠色發展理念。



植樹活動

# 同心回饋社會

藍月亮堅持踐行企業社會責任，充分發揮自身優勢，積極參與各類公益事業，力求把發展成果惠及民生、回饋社會，持續傳遞向善力量。我們成立藍月亮公益基金會，秉持「心懷感恩，回饋社會」的宗旨，聚焦衛生健康教育、扶貧濟困、救災助學等領域，通過專業化、可持續的公益平台，積極踐行企業公民責任。

## 我們的行動

我們長期關注兒童健康成長、關愛女性發展、文化藝術滋養、助力鄉村振興及應急救災等多個社會關切領域，通過一系列具有社會影響力的特色公益項目，持續推廣潔淨健康的生活理念。在實踐中，我們既關注社區發展的長期需求，也積極響應突發的緊急救援，致力於將潔淨與關愛推廣至全國各地，以實際行動助力人民群眾對美好生活的嚮往。

## 推廣潔淨健康理念

### 關愛兒童成長

#### 案例：「『手』護未來」關愛行動

2025年，藍月亮公益基金會捐贈款物300餘萬元用於「『手』護未來」關愛行動公益項目，通過開展衛生健康課堂、捐建洗手池、發放健康關愛包等方式，助力改善鄉村學校衛生條件，幫助學生樹立清潔衛生意識，形成潔淨健康的生活方式。項目自2022年開展以來，已覆蓋貴州、內蒙古、雲南等5省鄉村學校410所，捐建洗手池280個，舉辦專家課堂278場，守護近30萬名學生健康成長。



藍月亮公益基金會向中國兒童少年基金會捐贈

#### 案例：「我是健康小天使」兒童家庭教育項目

自2001年起，公司連續25年攜手中國家庭教育學會、中國兒童少年基金會，持續開展「我是健康小天使」兒童健康家庭教育公益項目。2025年，我們捐贈183萬元款物，在25個城市開展50場健康習慣養成課堂，通過發放親子繪本、健康手卡等教育物資，結合非遺文化互動體驗，構建兒童全面健康發展的支持平台。



藍月亮公益基金會向中國兒童少年基金會捐贈

### 悉心關懷女性

#### 案例：「智慧女性 健康家庭」項目

公司連續13年與中國婚姻家庭研究會、中國婦女發展基金會聯合舉辦「智慧女性」系列公益活動，通過開展主題沙龍分享、主題課堂活動、社區推廣活動、家居知識諮詢、發放宣教資料等形式，傳遞智慧生活相關知識，引導萬千家庭打造高品質、高潔淨、健康的家居生活。2025年，項目在23個城市及少數民族地區舉辦，通過主題宣導、流動課堂、發放知識手冊等多種形式宣教及媒體傳播，60,000名女性及家庭直接受益。



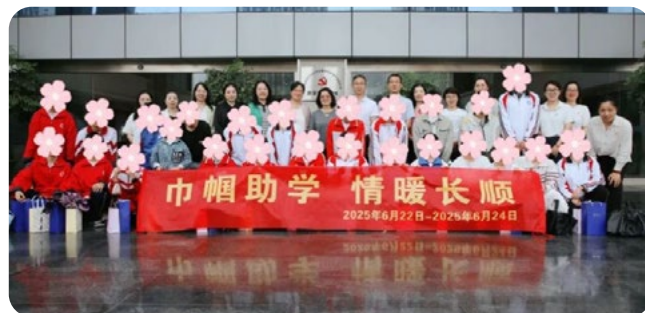
「智慧女性 健康家庭」項目

## 支持文教藝術

我們連續十二年支持國際大學生暨青年藝術博覽會。2025年度，我們聯合發起「藍色行動」公共藝術項目，鼓勵青少年圍繞「潔淨的世界」進行創作，為青年藝術人才提供展示平台，積極推動美育普及與文化交流。

### 案例：「月亮築夢」困境兒童助學項目

藍月亮公益基金會積極響應東西部協作號召，聯合廣州市黃埔區婦聯等部門，重點聚焦貴州省黔南州長順縣，發起「月亮築夢」困境兒童助學項目。該項目成功動員集團內部千餘名員工參與愛心捐贈，共同向 18 名困境學生提供總計價值 5 萬元的助學金及學習生活物資。



「月亮築夢」困境兒童助學

## 助力鄉村建設

### 案例：「美麗鄉村潔淨家庭」項目

2025 年，藍月亮公益基金會捐贈款物 130 萬元用於開展「美麗鄉村潔淨家庭」項目，在貴州、甘肅、廣東等 60 個鄉村開展 30 場流動宣導活動，免費發放「家庭潔淨知識」折頁及藍月亮家庭清潔產品近 6 萬套，助力改善鄉村人居環境，培育文明風尚。項目自 2023 年開展以來，已覆蓋貴州、甘肅、廣東三省 11 個縣 153 個鄉村，約 16 萬鄉村女性及家庭直接受益。



「美麗鄉村潔淨家庭」系列宣導活動

## 馳援應急救災

### 案例：援助香港大埔救災

香港新界大埔區宏福苑發生重大火災，藍月亮公益基金會迅速啟動應急機制，籌措資金捐贈港幣 1,000 萬元，協助受災民眾應對緊急需求，保障基礎清潔衛生條件，守護健康安全。



籌措資金捐贈港幣

**1,000** 萬元



藍月亮公益基金會援助香港大埔救災

# 05 合規經營 穩健發展

科學高效的公司治理與良好的商業道德，是企業實現穩健長遠發展的根本保障。藍月亮持續完善以董事會為核心、權責清晰、運行規範的公司治理機構，將誠信合規、知識產權與信息安全保護全面融入日常運營，致力於保障決策科學、運營合規，為各利益相關方創造長期、穩健的價值。

## 本章議題

踐行商業道德

保護知識產權

## SDGs響應



## 完善公司治理

嚴謹合規的公司治理是企業持續穩健經營的根基。藍月亮建立了完善的公司治理架構，明晰各層級管治責任，持續加強治理效能與風險防控能力，將合規經營與尊重商業價值原則貫穿我們業務的每個流程，促進公司持續健康發展。

## 董事會獨立與多元

藍月亮致力打造專業且高效的治理架構。董事會下設審核委員會、薪酬委員會及提名委員會，均符合聯交所《上市規則》中對獨立非執行董事的任職資格、獨立性及比例要求。每個委員會均明確界定了各自的職權範圍，以監督本公司不同範疇的事務，確保公司在財務報告、薪酬政策以及董事會成員提名等方面的透明度和專業性。其中，提名委員會亦持續評估獨立非執行董事的獨立性，以保障其客觀公正的判斷力，形成有效的內部制衡，防範潛在利益衝突，為董事會科學決策提供堅實支撐。

公司制定並實施《董事會多元化政策》，在提名新董事時綜合考慮包括性別、年齡、文化及教育背景、專業知識、行業經驗與技能等多項因素。提名委員會負責落實與監督該政策的執行，並至少每年對董事會多元化狀況進行一次系統性評估，確保評估董事會績效時考慮多元化因素。

截至 2025 年 12 月 31 日，公司董事會中女性董事、男性董事各佔比 50%，均具有不同的教育及專業背景，為董事會帶來多元化的見解。藍月亮始終堅持改善董事會多元化，並在必要時委聘獨立專業機構協助物色合適的董事人選。

## 風險管理

我們嚴格遵循香港聯合交易所《企業管治守則》要求，持續及定期監察風險，強化風險常態化監測與全週期管控，並確保設有適當的內部監控程序。公司已建立涵蓋風險識別、風險評估、風險管理三大環節的風險管理流程，並持續提升風險前瞻防範、精準管控與有效處置能力，以在複雜多變的商業環境中持續鞏固公司的治理能力。

### 風險管理流程



藍月亮董事會每年定期審閱風險管理及內部控制系統的有效性。我們定期開展覆蓋全公司範圍的業務風險評估，及時更新風險清單。2025 年，藍月亮進一步優化集團風險數據庫，識別 26 項二級風險，更新及確認本年度八大關鍵風險。針對已識別的所有風險，業務部門積極採取應對措施，審計監察部及時追蹤關鍵風險的應對情況，提升公司風險管理水平。

## 踐行商業道德

藍月亮秉持誠信經營理念，恪守商業道德，嚴格遵守《中華人民共和國民法典》《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》等法律法規，致力於構建公平、透明的商業環境。藍月亮制定並實施《藍月亮集團商業行為準則》《反腐敗合規管理制度》等一系列內部制度，明確各項商業活動的道德與合規要求，為全體員工及合作夥伴提供清晰的行為指引。

藍月亮已建立由董事會、董事會下屬審核委員會、專業審計監察部門組成的三級監督體系，以保障公司商業道德和責任行為的有效落實。審核委員會承擔制定、評估及監督全體員工的行為準則與合規體系等企業治理工作，審計監察部則通過實施專項審計、反舞弊調查、廉潔文化建設等具體工作，開展監督與審查，推動公司商業道德管理與合規運營水平的提升。

## 我們的行動

### 牢築廉潔防線

我們將廉潔要求全面嵌入業務流程與管理活動，要求全體員工熟知並嚴格執行廉潔規範，在客戶、供應商、經銷商等合作中，嚴禁出現包括財物輸送、利益交換等任何商業賄賂行為；通過設立廉潔審查機制，開展專項審計、常規稽核及反舞弊調查，持續監控商業活動中的潛在風險。公司高度重視廉潔風控與合規追責工作，報告期內，一起貪污涉案案件已由司法機關審理辦結，相關人員已依法嚴肅處理。公司始終堅持合規經營底線，持續強化內部管控，聚焦高風險領域深化審計稽核工作，持續加強商業道德宣導與紅線教育，對收受回扣、虛假報銷、利益輸送及隱瞞信息等行為堅持「零容忍」並予以嚴肅處理，持續健全商業道德與合規管控。

在與商業夥伴的合作過程中，公司注重開展事前廉潔風險評估，主動識別並分析合作方的賄賂風險與其反賄賂控制措施的有效性；要求供應商與承包商簽署「反商業賄賂承諾書」，明確公平、誠信、廉潔的交易準則，禁止任何形式的賄賂及不當利益輸送，從源頭約束合作行為，築牢商業道德防線。在合作期間，我們定期開展供應商社會責任審核，對其商業道德表現與合規管理水平進行評估，持續規範供應商的商業行為。此外，公司通過多渠道、常態化方式向合作夥伴傳導廉潔理念，定期推送廉潔宣傳資料、發送反賄賂告知函，並對重點供應商開展現場宣導與專項溝通。2025年，公司面向合作夥伴系統開展了《藍月亮集團商業行為合規準則》專項宣導。

### 保護舉報人權益

我們鼓勵員工、供應商及合作夥伴通過電話、郵箱、企業公眾號「清風藍月」等渠道，主動報告工作中遇到的任何涉嫌不合規或違法的行為，以共同維護廉潔、透明的商業環境。在接到舉報後，公司將立即啟動專項調查，並依據公司規定對經核實的違規行為予以嚴肅處理。

我們高度重視對舉報人權益的保護，對舉報人信息予以嚴格保密，確保其不會因行使監督權利而遭受任何形式的報復或不公正待遇，並在必要時提供法律支持。公司已建立分級授權機制，將舉報人信息的訪問權限嚴格限定於監察調查人員及審計負責人，保障舉報人信息安全。同時，公司對投訴舉報信息及調查過程實行全流程加密管理，有效防範信息洩露風險，致力於構建安全可信的監督環境，切實維護舉報人的合法權益。

### 推進誠信文化建設

我們持續開展面向全體員工的系統性培訓與專題宣導。2025年，公司圍繞「紅線行為」組織多場專項培訓，內容涵蓋供應商往來中的禁止行為解讀以及員工利益衝突申報規範培訓。公司針對重點員工簽署「六大紅線承諾書」，累計簽署員工共計2,164人。同時，我們要求所有員工進行利益衝突申報並閱讀合規承諾。報告期內藍月亮集團共5,130人完成利益衝突申報，其中採購部門申報率達100%。

2025年，藍月亮開展商業道德相關培訓，公司董事及全體員工共參與

參與總人次達

78,910

22 場廉潔合規主題培訓與宣導

## 守護信息安全

藍月亮嚴格遵循《中華人民共和國個人信息保護法》《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國消費者權益保護法》等法律法規，明確客戶信息保護、個人信息保護的相關要求，為信息安全提供明確的規範依據與執行標準。本年度，藍月亮完善了員工行為與 AI 工具辦公合規的信息安全管控標準，並聚焦不同崗位與業務場景，定製化開展信息安全專題培訓，持續提升員工的安全意識與風險防範能力，同步推行「信息安全責任承諾書」線上簽署，強化全員安全責任。此外，我們將信息安全培訓納入勞務與第三方外包人員進場流程，推動外部人員信息安全行為可追溯、風險可管控，嚴守企業安全邊界。

## 我們的行動

### 客戶隱私保護

我們始終秉持「合法授權、透明處理、最小必要」的客戶信息保護理念，將客戶隱私安全放在首位。在個人信息採集環節，均清晰告知用戶信息使用目的、範圍及方式，明確徵得消費者同意，堅決杜絕違規採集、過度採集、濫用客戶信息的行為；嚴格執行數據「最小化」原則，僅採集業務開展必需的信息，從源頭壓縮安全風險；對內部員工實行權限分級管理，確保信息僅在授權範圍內被訪問使用。

在對外合作中，我們同樣高度重視數據保護，通過與合作夥伴簽署《網絡安全與數據保護承諾書》及保密協議，明確其須遵循與公司一致的數據安全標準，規範數據流轉全過程，確保「內外協同、聯防聯控」的數據保護措施，持續有效地保護客戶信息。

在技術層面，我們已建立高效安全的在線系統與呼叫系統客戶數據回流機制，實現信息精準有序地回流至門戶網站相應模塊，形成安全可控的閉環數據管理流程。本年度，公司未發生任何與客戶隱私泄露相關的事件。

## 保護知識產權

藍月亮堅持自主創新與知識產權並重，既高度重視自身知識產權保護，也尊重他人知識產權權益。藍月亮嚴格遵守《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國著作權法》等法律法規，持續完善知識產權管理體系，以系統化、制度化的方式強化包括商標、專利、著作權在內的各類無形資產保護，持續提升品牌競爭力。

為強化知識產權管理的專業性與系統性，藍月亮設立知識產權委員會作為集團知識產權事務的最高決策與監督機構，統籌推進知識產權管理相關的各類事項；同步制定並實施《知識產權委員會章程》，為知識產權管理體系的高效運行提供了更堅實的保障。同時，公司已形成覆蓋知識產權評審、風險防控、內部監督與持續改進的一體化管理機制，為知識產權工作的規範化、體系化、長效化運行提供堅實支撐。

## 我們的行動

### 保護自身知識產權

公司堅定對自有知識產權實行全方位、全場景保護，在線上線下開展系統性的維權行動，嚴防各類侵權行為。我們建立多項合規指引，明確相關業務的操作規範，強化知識產權風險防控，推動知識產權管理向更加精細、規範、前置化方向發展。

藍月亮馳名商標跨類別保護案件入選  
《中華商標》雜誌「2025 年快消品知  
識產權綜合服務案例」

連續三年入選廣東知識產權保護協會 -  
年度典型案例 / 推薦學習案例，維權  
實踐獲得認可

公司持續開展馳名商標認定工作，擴大品牌的保護力度和影響力。本年度，「藍月亮」商標新增在紙製品與服裝兩個類別上獲得馳名商標認定，且「藍月亮」及「至尊」商標雙雙獲得中華商標協會知名商標品牌評價的最高級 AAA 級認定，充分彰顯藍月亮在知識產權管理、品牌運營、市場競爭力等方面的綜合實力。同時，我們致力於推動產品線品牌資產系統化沉澱，逐步構建從核心標識到產品外觀、從單點突破到全線協同的立體、動態的品牌綜合防禦體系。此外，公司持續推進全球商標戰略佈局，不斷擴大品牌在國際市場的註冊與保護範圍，系統構建覆蓋全球市場的品牌法律防護網。

公司高度重視內部知識產權能力建設，通過開展分層次、針對性的培訓活動，持續提升全體員工的知識產權保護意識與實操能力。報告期內，公司面向相關崗位員工，組織了涵蓋商標佈局策略、專利基礎知識與實務操作、專利申請與管理全流程等專項培訓，切實增強員工在知識產權創造、運用、保護及風險防控方面的綜合能力。

本年度，藍月亮新授權

**29** 項專利

集團有效專利總數

**277** 項

本年度，藍月亮新授權

**107** 件商標

集團有效商標總數

**1,359** 件

本年度，集團有效版權總數

**287** 件

2025 年，「藍月亮」及「至尊」商標榮  
獲中華商標協會的 3A 級認證（行業內首  
個獲此雙殊榮的企業）

該認證是由全國性權威商標社團——中華商標協會聯合十餘家權威機構共同制定評價標準 (T/CNTA 002-2022)，並由專業的認證機構中規 (北京) 認證有限公司依據該評價標準從法律、管理、市場、財務、社會責任五大維度多輪綜合評估，獲得最高等級商標品牌認證。



## 尊重他人知識產權

公司在全方位保護自身知識產權的基礎上，尊重和保護他人知識產權的原則，以規範、負責的知識產權行為，共同營造健康的行業創新生態。公司嚴格規範知識產權許可、轉讓及使用行為，堅持先授權、後使用原則，要求所有第三方知識產權的使用均須取得合法授權，確保各類商業活動依法合規、權責清晰。

公司將知識產權合規要求融入到研發、生產及商業運營各環節，開展多場景侵權預警分析與風險排查，嚴格審查作品及其元素內容，降低源頭侵權風險，避免捲入知識產權糾紛。在日常運營中，公司依據業務需要合規採購正版辦公系統與軟件，發佈字體、圖片使用規範等內部指引，明確要求員工在使用或委託創作字體、圖片、音樂等素材時，須事先取得合法商用授權；在開展商業宣傳活動時，要求所有相關廣告與策劃文案均需按公司流程提交法務部門進行合規審核，推動知識產權合規要求在業務細節中紮實落地。

# 附錄

## ESG 關鍵績效指標表

### 環境責任相關數據

#### 環境

指標項	單位	2025 年	
<b>A1. 排放物</b>			
<b>A1.1 排放物種類及相關排放數據</b>			
廢氣 <sup>1,3</sup>	NOx 排放量	千克	404.4
	SOx 排放量	千克	10.1
	PM 排放量	千克	119.9
	VOC 氣體排放量	千克	312.9
	油煙排放量	千克	256.6
廢水 <sup>1</sup>	生產廢水排放量	噸	154,154.8
	生活廢水排放量	噸	55,490.0
<b>A1.2</b>			
(於 2025 年 1 月 1 日刪除)			
<b>A1.3 所產生有害廢棄物總量及密度<sup>2</sup></b>			
有害廢棄物 <sup>1</sup>	有害廢棄物總量	噸	15.3
	有害廢棄物密度	千克 / 萬元	0.02
<b>A1.4 所產生無害廢棄物總量及密度<sup>2</sup></b>			
無害廢棄物 <sup>1</sup>	無害廢棄物總量	噸	7,169.1
	無害廢棄物密度	噸 / 萬元	0.01
<b>A2. 資源使用</b>			
<b>A2.1 按類型劃分的直接及／或間接能源總耗量及密度<sup>2</sup></b>			
資源使用 <sup>1</sup>	能源總耗量 <sup>4</sup>	標煤 (tce)	4,995.7

指標項	單位	2025 年	
資源使用 <sup>1</sup>	能耗密度	標煤 (tce) / 萬元	0.005
	電耗量	度	22,153,889.7
	蒸汽耗量	噸	7,853.7
	天然氣耗量	標立方米	1,262,000.7
	柴油耗量	噸	11.7
	汽油耗量	噸	37.9
<b>A2.2 總耗水量及密度<sup>2</sup></b>			
水資源使用 <sup>1</sup>	自來水耗量	噸	958,657.4
	自來水密度	噸 / 萬元	0.94
<b>A2.5 製成品所用包裝材料的總量及每生產單位佔量<sup>2</sup></b>			
包裝材料	包材總用量	噸	98,813.7
	包材用量密度	噸 / 萬元	0.10
	塑料包材用量	噸	47,896.2
	紙質包材用量	噸	50,917.5

附註：

- 數據涵蓋範圍為廣州工廠、天津工廠、重慶工廠、永和工廠、昆山工廠。
- 密度數據均根據公司該年度標準產值進行計算，以人民幣萬元為單位。
- 廢氣排放參考國家生態環境部發佈的《排放源統計調查產排污核算方法和係數手冊》《環境關鍵績效指標匯報指引》計算。
- 能源總耗量：參考國家市場監督管理總局和國家標準化管理委員會 GB/T 2589-2020《綜合能耗計算通則》，折算成以標準煤為單位。

## 社會責任相關數據

### 社會

指標項	單位	2025 年			
<b>B1. 僱傭</b>					
B1.1 按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數 <sup>1</sup>					
僱員總數	人	6,514			
性別	男性員工人數	人	3,304		
	女性員工人數	人	3,210		
年齡組別	≤ 35 歲員工人數	人	3,479		
	> 35 歲員工人數	人	3,035		
地區	國內員工人數	人	6,514		
	海外員工人數	人	0		
B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率 <sup>2</sup>					
年度員工流失率	%	5.5			
性別	男性員工流失率	%	4.6		
	女性員工流失率	%	6.3		
年齡組別	≤ 35 歲員工流失率	%	5.0		
	> 35 歲員工流失率	%	6.0		
地區	國內員工流失率	%	5.5		
	海外員工流失率	%	0		
<b>B2. 健康與安全</b>					
B2.1 過去三年因工亡故的人數及比率					
因工亡故	因工傷造成死亡比率	%	2025 年	2024 年	2023 年
			0	0	0
	因工作關係死亡人數	人	0	0	0
B2.2 因工傷損失工作日數					

指標項	單位	2025 年	
因工損失	因工傷損失工作日數	天	918.6
	百萬工時損工事故率 <sup>3</sup>	件 / 百萬小時	0.9
<b>B3. 發展及培訓</b>			
B3.1 按性別及僱員類別劃分的受訓僱員百分比			
全體員工受訓比率		%	94.4
性別	男性員工受訓比率	%	50.3
	女性員工受訓比率	%	49.7
僱員類別 <sup>4</sup>	生產及物流人員受訓比率	%	24.4
	營銷人員受訓比率	%	58.0
	辦公室人員及其他受訓比率	%	17.7
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			
全體員工受訓平均時數		小時	11.1
性別	男性員工受訓平均時數	小時	13.2
	女性員工受訓平均時數	小時	8.8
僱員類別	生產及物流人員受訓平均時數	小時	13.5
	營銷人員受訓平均時數	小時	11.6
	辦公室人員及其他受訓平均時數	小時	6.1
<b>B5. 供應鏈管理</b>			
B5.1 按地區劃分的供應商數目			
供應商情況	供應商總數	家	1,027
	中國本地供應商數目佔比	%	> 95
<b>B6. 產品責任</b>			
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			

指標項		單位	2025 年
產品回收	產品回收百分比 <sup>5</sup>	%	0
B6.2 接獲關於產品及服務的投訴數目			
產品投訴	產品投訴數目 <sup>6</sup>	PPM	83.8
B7. 反貪污			
B7.1 於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目			
貪污訴訟	貪污訴訟案件數目	件	1
B7.3 描述向董事及員工提供的反貪污培訓			
反貪污培訓	反貪污培訓課程數量	場	22
	參加培訓的董事及員工人次	人次	78,910
B8. 社區投資			
B8.2 在專注範疇所動用資源			
社區投資	社會公益金額	萬元	1,394
	社會公益時數	小時	3,779

附註：

- 僱員總數：僱員總數，以及性別組成、僱傭類型、年齡組別、地區組成統計口徑為全職直接僱員人數。
- 年度員工流失率：年度員工流失率 = 期間內離職人數 / (( 期初在職人數 + 期末在職人數 ) / 2) \* 100%。離職人數：因解僱、退休或身故而與公司解除僱傭關係的人數。
- 百萬工時損工事故率：百萬工時損工事故率 = 損工事件事故次數 / 實際出勤總工時 × 1,000,000。
- 按僱員類別劃分的受訓僱員百分比：公司已將僱員類別分類方式由原有標準調整為按職能劃分，以更精準地反映員工結構與職能分佈。
- 產品回收百分比：產品回收百分比 =  $\Sigma$  (判定需召回支數) /  $\Sigma$  (產品發貨支數) × 100%。
- 產品投訴數目：以百萬隻顧客投訴支數為統計指標，百萬隻顧客投訴支數 =  $\Sigma$  (消費者投訴支數 + 渠道投訴支數) /  $\Sigma$  (產品發貨支數) × 1,000,000；消費者投訴範圍包含：消費者服務中心收到的投訴、政府部門和市場抽檢的投訴、渠道的投訴及退貨。

## 氣候相關數據

### 氣候相關披露

指標項		單位	2025 年
溫室氣體絕對總排放量 <sup>1,3,4,5</sup>	範圍 1 溫室氣體排放	噸	2,880.7
	範圍 2 溫室氣體排放 基於地域的方法	噸	11,507.5
溫室氣體排放密度 <sup>2</sup>	範圍 1 溫室氣體排放密度	千克 / 萬元	2.8
	範圍 2 溫室氣體排放密度基於地域的方法	千克 / 萬元	11.3

附註：

- 數據涵蓋範圍為廣州工廠、天津工廠、重慶工廠、永和工廠、昆山工廠。
- 密度數據均根據公司該年度標準產值進行計算，以人民幣萬元為單位。
- 溫室氣體排放量僅指二氧化碳排放量，不包含其它排放源所排放的甲烷、氧化亞氮等溫室氣體類型。
- 範圍 1 溫室氣體排放量：柴油、汽油、天然氣等化石能源燃燒活動和工業生產過程等產生的溫室氣體排放；範圍 1 溫室氣體排放係數參考國家發展和改革委員會發佈的《工業其他行業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南 ( 試行 ) 》《環境關鍵績效指標匯報指引》計算。
- 範圍 2 溫室氣體排放量：因外購的電力和熱力等所導致的溫室氣體排放；其中，2025 年電力排放係數參考生態環境部發布的公告 2025 年第 47 號《關於發佈 2023 年電力二氧化碳排放因子的公告》；蒸汽排放係數參考《工業其他行業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南》試行；熱焓值由廣州工廠蒸汽供應公司提供。

## 聯交所 ESG 指標索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露章節
<b>A: 環境</b>		
層面 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: (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。	綠色轉型 潔淨未來
關鍵績效指標 A1.1	排放物種類及相關排放數據。	ESG 關鍵績效指標表
關鍵績效指標 A1.2	(於 2025 年 1 月 1 日刪除)	/
關鍵績效指標 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)。	ESG 關鍵績效指標表
關鍵績效指標 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)。	ESG 關鍵績效指標表
關鍵績效指標 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。	綠色轉型 潔淨未來
關鍵績效指標 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。	綠色轉型 潔淨未來

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露章節
層面 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。	綠色轉型 潔淨未來
關鍵績效指標 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)。	ESG 關鍵績效指標表
關鍵績效指標 A2.2	總耗水量及密度 (如以每產量單位、每項設施計算)。	ESG 關鍵績效指標表
關鍵績效指標 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。	綠色轉型 潔淨未來
關鍵績效指標 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。	綠色轉型 潔淨未來
關鍵績效指標 A2.5	製成品所用包裝材料的總量 (以噸計算) 及 (如適用) 每生產單位估量。	ESG 關鍵績效指標表
層面 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。	綠色轉型 潔淨未來
關鍵績效指標 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。	綠色轉型 潔淨未來

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露章節
層面 A4:	(於 2025 年 1 月 1 日刪除)	/
氣候變化	關鍵績效指標 A4.1 (於 2025 年 1 月 1 日刪除)	/
<b>B. 社會</b>		
僱傭及勞工常規		
層面 B1:	一般披露	同心同行 共建未來
僱傭	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。	
	關鍵績效指標 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。	ESG 關鍵績效指標表
	關鍵績效指標 B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	ESG 關鍵績效指標表
層面 B2:	一般披露	同心同行 共建未來
健康與安全	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。	
	關鍵績效指標 B2.1 過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。	ESG 關鍵績效指標表
	關鍵績效指標 B2.2 因工傷損失工作日數。	ESG 關鍵績效指標表

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露章節
層面 B2:	關鍵績效指標 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。	同心同行 共建未來
健康與安全		
層面 B3:	一般披露	同心同行 共建未來
發展及培訓	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。	
	關鍵績效指標 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。	ESG 關鍵績效指標表
	關鍵績效指標 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。	ESG 關鍵績效指標表
層面 B4:	一般披露	同心同行 共建未來
勞工準則	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。	
	關鍵績效指標 B4.1 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	同心同行 共建未來
	關鍵績效指標 B4.2 描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	同心同行 共建未來
營運慣例		
層面 B5:	一般披露	卓越為本 悅享潔淨
供應鏈管理	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標			披露章節
層面 B5: 供應鏈管理	關鍵績效指標 B5.1	按地區劃分的供應商數目。	ESG 關鍵績效指標表
	關鍵績效指標 B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及相關執行及監察方法。	卓越為本 悅享潔淨
	關鍵績效指標 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。	卓越為本 悅享潔淨
	關鍵績效指標 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。	卓越為本 悅享潔淨
層面 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。		卓越為本 悅享潔淨
	關鍵績效指標 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。	ESG 關鍵績效指標表
	關鍵績效指標 B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	卓越為本 悅享潔淨 ESG 關鍵績效指標表
	關鍵績效指標 B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	合規經營 穩健發展

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標			披露章節
層面 B6: 產品責任	關鍵績效指標 B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	卓越為本 悅享潔淨
	關鍵績效指標 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。	合規經營 穩健發展
層面 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 穩健發展
	關鍵績效指標 B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	ESG 關鍵績效指標表
	關鍵績效指標 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 穩健發展
	關鍵績效指標 B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	ESG 關鍵績效指標表
社區			
層面 B8: 社區投資	一般披露 有關以社區參與來了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。		同心同行 共建未來
	關鍵績效指標 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）。	同心同行 共建未來
	關鍵績效指標 B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	ESG 關鍵績效指標表

氣候相關披露		披露章節
<b>(I) 管治</b>		
19.(a) 負責監督氣候相關風險和機遇的治理機構（可包括董事會、委員會或其他同等治理機構）或個人的資訊。		ESG 治理 綠色轉型 潔淨未來
(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。	ESG 治理 綠色轉型 潔淨未來
(ii)	該機構或個人獲悉氣候相關風險和機遇的方式和頻率。	ESG 治理 綠色轉型 潔淨未來
(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。	ESG 治理 綠色轉型 潔淨未來
(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制定並監察達標進度，包括是否將相關績效指標納入薪酬政策以及如何納入。	綠色轉型 潔淨未來
19.(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。		ESG 治理 綠色轉型 潔淨未來
(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。	ESG 治理 綠色轉型 潔淨未來
(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。	ESG 治理 綠色轉型 潔淨未來
<b>(II) 策略</b>		
氣候相關風險和機遇		

氣候相關披露		披露章節
20.(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。		綠色轉型 潔淨未來
20.(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。		綠色轉型 潔淨未來
20.(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）。		綠色轉型 潔淨未來
20.(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。		綠色轉型 潔淨未來
業務模式和價值鏈		
21.(a) 描述氣候相關風險和機遇對發行人的業務模式和價值鏈的當前和預期影響。		綠色轉型 潔淨未來
21.(b) 描述在發行人的業務模式和價值鏈中，氣候相關風險和機遇集中的地方（例如，地理區域、設施及資產類型）。		綠色轉型 潔淨未來
策略和決策		
22.(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。		綠色轉型 潔淨未來
(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。	綠色轉型 潔淨未來
(ii)	已經或預期將進行的任何適應或減緩工作（直接或間接）。	綠色轉型 潔淨未來

氣候相關披露		披露章節
(iii)	發行人任何與氣候相關轉型計劃（包括制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。	綠色轉型 潔淨未來
(iv)	發行人計劃如何實現第 37 至 40 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））。	綠色轉型 潔淨未來
22.(b) 有關發行人當前及將來計劃如何為根據第 22(a) 段披露的行動提供資源。		綠色轉型 潔淨未來
23. 發行人須披露先前各匯報期內按照第 22(a) 段所披露計劃的進度。		綠色轉型 潔淨未來
財務狀況、財務表現及現金流量		
當前財務影響		綠色轉型 潔淨未來
(i)	24.(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。	綠色轉型 潔淨未來
(ii)	24.(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帳面價值發生重要調整的重大風險時，關於第 24(a) 段中識別的氣候相關風險和機遇的資訊。	綠色轉型 潔淨未來
預期財務影響		綠色轉型 潔淨未來
25.(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，預期其財務表現在短期、中期及長期內將如何變化。		綠色轉型 潔淨未來
(i)	其投資及處置計劃。	綠色轉型 潔淨未來
(ii)	其為實施策略所需的資金的計劃資金來源。	綠色轉型 潔淨未來

氣候相關披露		披露章節
25.(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。		綠色轉型 潔淨未來
氣候韌性		
26.(a) 發行人截至匯報日對其氣候韌性的評估，其有助於了解：		綠色轉型 潔淨未來
(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。	綠色轉型 潔淨未來
(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。	綠色轉型 潔淨未來
(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。	綠色轉型 潔淨未來
26.(b) 如何及何時進行氣候相關情景分析，包括：		綠色轉型 潔淨未來
(i)	使用的輸入數據，包括：	綠色轉型 潔淨未來
	(1) 發行人在分析中使用的氣候相關情景及其來源。	綠色轉型 潔淨未來
	(2) 分析是否涵蓋多種不同的氣候相關情景。	綠色轉型 潔淨未來
	(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。	綠色轉型 潔淨未來
	(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。	綠色轉型 潔淨未來
	(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。	綠色轉型 潔淨未來
	(6) 發行人在分析中所使用的時間範圍。	綠色轉型 潔淨未來

氣候相關披露		披露章節
(i)	(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)。	綠色轉型 潔淨未來
(ii)	發行人在分析中所作的關鍵假設。	綠色轉型 潔淨未來
(iii)	進行氣候相關情景分析的匯報期。	綠色轉型 潔淨未來
<b>(III) 風險管理</b>		
27.(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。		綠色轉型 潔淨未來
(i)	發行人使用的輸入資料及參數(例如資料來源及程序所涵蓋的業務範圍)。	綠色轉型 潔淨未來
(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。	綠色轉型 潔淨未來
(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)。	綠色轉型 潔淨未來
(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。	綠色轉型 潔淨未來
(v)	發行人如何監察其氣候相關風險。	綠色轉型 潔淨未來
(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。	綠色轉型 潔淨未來
27.(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)。		綠色轉型 潔淨未來
27.(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。		綠色轉型 潔淨未來
<b>(IV) 指標及目標</b>		

氣候相關披露		披露章節
溫室氣體排放		
28. 發行人須披露匯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：		綠色轉型 潔淨未來 ESG 關鍵績效指標表
(i)	範圍 1 溫室氣體排放。	綠色轉型 潔淨未來 ESG 關鍵績效指標表
(ii)	範圍 2 溫室氣體排放。	綠色轉型 潔淨未來
(iii)	範圍 3 溫室氣體排放。	綠色轉型 潔淨未來
29.(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。		綠色轉型 潔淨未來 ESG 關鍵績效指標表
29.(b) 披露其用於計量溫室氣體排放的方法，包括：		ESG 關鍵績效指標表
(i)	發行人用於計量其溫室氣體排放的計量方法、輸入資料及假設。	ESG 關鍵績效指標表
(ii)	發行人為何選擇該計量方法、輸入資料及假設計量溫室氣體排放。	ESG 關鍵績效指標表
(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。	ESG 關鍵績效指標表
29.(c) 就根據第 28(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，並提供有助於了解該排放的任何所需合約文書的資訊		綠色轉型 潔淨未來 ESG 關鍵績效指標表
29.(d) 就根據第 28(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。		綠色轉型 潔淨未來
氣候相關轉型風險		

氣候相關披露	披露章節
30. 發行人須披露容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。	綠色轉型 潔淨未來
氣候相關物理風險	
31. 發行人須披露容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。	綠色轉型 潔淨未來
氣候相關機遇	
32. 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。	綠色轉型 潔淨未來
資本運用	
33. 發行人須披露用於氣候相關風險和機遇的資本開支、融資或投資的金額。	綠色轉型 潔淨未來
內部碳定價	
34.(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)。	藍月亮暫未在決策中應用碳定價
34.(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	
35. 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 19(a)(iv) 段作出的披露的一部分。	藍月亮暫未將氣候相關考慮因素納入薪酬政策
行業指標	

氣候相關披露	披露章節
36. 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標時，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。	關於本報告 綠色轉型 潔淨未來
氣候相關目標	
37. 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：	綠色轉型 潔淨未來
(a) 用以設定目標的指標。	綠色轉型 潔淨未來
(b) 目標的目的 (例如減緩、適應或以科學為基礎的舉措)。	綠色轉型 潔淨未來
(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))。	綠色轉型 潔淨未來
(d) 目標的適用期間。	綠色轉型 潔淨未來
(e) 衡量進度的基準期間。	綠色轉型 潔淨未來
(f) 階段性目標或中期目標 (如有)。	綠色轉型 潔淨未來
(g) 如屬量化目標，其屬絕對目標還是強度目標。	綠色轉型 潔淨未來
(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。	綠色轉型 潔淨未來

氣候相關披露	披露章節
38. 發行人須披露其設定及審核每項目標的方法，以及其如何監察達標進度，包括：	ESG 治理 綠色轉型 潔淨未來
(a) 目標本身及設定目標的方法是否經第三方驗證。	暫未經第三方驗證
(b) 發行人審核目標的程序。	ESG 治理
(c) 用於監察達標進度的指標。	綠色轉型 潔淨未來
(d) 任何修訂目標的內容及原因。	目標未修訂
39. 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。	綠色轉型 潔淨未來 ESG 關鍵績效指標表
40. 就按第 37 至 39 段披露的每一項溫室氣體排放目標，發行人須披露：	綠色轉型 潔淨未來
(a) 目標涵蓋哪些溫室氣體；	ESG 關鍵績效指標表
(b) 目標是否涵蓋範圍 1、範圍 2 或範圍 3 溫室氣體排放。	綠色轉型 潔淨未來
(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。	綠色轉型 潔淨未來

氣候相關披露	披露章節
(d) 目標是否是採用行業脫碳方法得出的。	暫未考慮使用行業脫碳法
(e) 發行人計劃使用碳信用抵銷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：	藍月亮暫未計劃使用碳信用
(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。	
(iv) 為讓人了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	
41. 在編制披露內容以符合第 21 至 26 及 37 至 38 段的規定時，發行人須參考 (i) / 跨行業指標（見第 28 至 35 段）及 (ii) 行業指標（見第 36 段）並考慮其是否適用。	

## 意見反饋

尊敬的讀者：

您好！

非常感謝您在百忙之中閱讀本報告。為持續改進藍月亮 ESG 管理工作的質量，想請您協助填寫讀者調查表中提出的相關問題，通過以下方式反饋至藍月亮。我們非常期待傾聽您的意見和建議。

1. 您對本報告的總體評價是：

好  較好  一般  較差  差

2. 您認為本報告在識別利益相關方及重大議題的準確性和全面性程度是：

高  較高  一般  較低  低

3. 您認為本報告在披露 ESG 信息的全面性和完整性程度是：

高  較高  一般  較低  低

4. 您認為本報告的可讀性程度是：

高  較高  一般  較低  低

5. 您對藍月亮 ESG 管理工作和報告的其他建議或意見，歡迎在此提出：

---

---