|  |  |
| --- | --- |
| ICS  | XX |
| CCS  |

|  |
| --- |
|   |

XX |

团体标准

T/CAFFCI XX — 202X

香料香精化妆品企业可持续发展（环境、社会、治理）信息披露指南

Guidance on Sustainability (Environmental, Social and Governance) Information Disclosure for Fragrance, Flavor and Cosmetic Enterprise

（征求意见稿）

xx - xx - xx发布

xx - xx - xx实施

中国香料香精化妆品工业协会 发布

目次

前言 II

引言 III

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 总则 2

5 信息披露要求 3

6 信息披露流程 5

7 信息披露的可信性 7

附 录 A：香妆企业ESG信息披露参考指标 8

参 考 文 献 21

1. 前言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由中国香料香精化妆品工业协会提出并归口。

本文件起草单位：……。

本文件主要起草人：……。

1. 引言

环境、社会和治理（Environmental, Social and Governance，简称“ESG”）作为全球公认的可持续发展核心框架，已从非财务绩效的评价体系演进为引领企业长期价值创造的内生驱动力。ESG信息披露不仅是企业展示环境责任、社会贡献与治理效能的重要载体，更是回应利益相关方关切、提升市场竞争力、实现高质量发展的战略抓手。

香料香精化妆品行业（以下简称“香妆行业”）是与人民群众对美好生活的向往紧密相连的朝阳产业，**具有产业链覆盖广、科技创新密集、国际化程度高等特点**，在推动消费升级、培育新质生产力中发挥着关键作用。随着全球可持续发展议程深化与我国“双碳”目标推进，香妆行业面临绿色转型、社会责任践行及治理能力提升的新要求：一方面，国际供应链对ESG表现的关注持续强化，环保标准与低碳要求成为市场准入的关键门槛；另一方面，行业的高质量发展亟需将ESG理念深度融入战略布局，通过透明化披露构建社会信任，**以此**增强品牌韧性。

当前，我国香妆行业ESG实践仍处于发展初期，信息披露覆盖率与精细化程度亟待提升。为响应国家“创新、协调、绿色、开放、共享”新发展理念，贯彻落实习近平生态文明思想，引导行业企业系统化开展ESG管理，中国香料香精化妆品工业协会立足国情与行业特色，制定《香料香精化妆品企业可持续发展（环境、社会、治理）信息披露指南》（简称“本信息披露指南”）。

本信息披露指南在参考国际主要ESG标准、依据我国政策法规的基础上，针对香妆行业特性，设计兼顾通用性与差异化的披露框架。通过规范信息披露，本指南帮助企业优化治理机制、管控运营风险，并以透明运营降低融资成本、增强市场公信力；同时推动绿色技术应用、低碳生产转型及社会责任实践，最终强化行业在全球价值链中的竞争优势。

本信息披露指南旨在为香妆企业提供ESG信息披露的基础规范与实践路径，鼓励企业结合自身发展阶段与业务特点，在遵循本指南原则的基础上持续改进，共同构建透明、负责任、可持续的行业生态，为中国式现代化贡献行业力量。

香料香精化妆品企业可持续发展（环境、社会、治理）

信息披露指南

* 1. 范围

本文件规定了香料香精和化妆品行业企业进行环境、社会和治理（ESG）信息披露的基本原则、范围、频率、形式、内容及流程等，适用于香料香精和化妆品行业企业以ESG报告形式进行信息披露的情况，采用其他形式进行ESG信息披露亦可参照使用本文件。

* 1. 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包块所有的修改单）适用于本文件。

ISO 26000：2010《社会责任指南》

GB/T 36000—2015《社会责任指南》

GB/T 36001—2015《社会责任报告编写指南》

GB/T 36002—2015《社会责任绩效分类指引》

T/CAFFCI 79-2024《香料香精化妆品企业可持续发展（环境、社会、治理）指南》

上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）

深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）

北京证券交易所上市公司持续监管指引第11号——可持续发展报告（试行）

* 1. 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

气候变化 climate change

经过相当一段时间的观察，在自然气候变化之外由人类活动直接或间接地改变全球大气组成所导致 的气候改变。

3.2

生物多样性保护 biodiversity conservation

是指对生物及其环境形成的生态复合体以及与此相关的各种生态过程的保护，也是对人类赖以生存 的条件的保护。

3.3

召回 recall

生产者发现产品存在缺陷(或排放危害)后,向召回主管部门报告,将缺陷(或排放危害)信息及时有效通知消费者,并按计划对存在缺陷(或排放危害)的产品采取措施,消除缺陷(或排放危害)或降低安全风险的活动。

[来源：GB/T43387—2023，3.3]

3.4

社区 community

是指在地理位置上接近组织所在地或组织影响所及区域内的居民点或其它社会定居点，但也可被理解为具有某些共同特点的群体，例如关注某个特殊问题的“虚拟”社区等。

[来源：GB/T 36000-2015，7.8.1]

3.5

环境、社会和治理报告 ESG report

企业将其履行社会责任的理念、战略、方法，及其经营活动在经济、社会、环境等维度产生的影响定期向利益相关方进行披露，并系统披露有关绩效信息的特定报告（以下简称“ESG 报告”）。

3.6

社会责任报告 social responsibility report

基于与利益相关方进行社会责任沟通的需要,组织定期或不定期对外公开发布的一种展示其社会责任理念和认识,并系统披露其社会责任活动及其绩效信息的特定报告。

3.7

可持续发展报告 sustainability report

可持续发展报告是企业或组织系统披露其在环境、社会和治理三大维度的治理、战略、管理、绩效及目标的非财务报告，旨在向投资者、债权人、政府及其他利益相关方展示其对可持续发展的贡献、面临的风险与机遇，用于系统展示企业的可持续发展战略与实践。

* 1. 总则
		1. 基本目标

香妆企业ESG信息披露是企业为了满足投资者等利益相关方的非财务信息需要，对自身在环境、社会和治理等非财务方面履行相关义务、承担相关责任的具体信息进行披露。基本目标是助力香妆企业做好自身核心业务,提升企业ESG意识,持续改进和优化ESG履责实践,增强企业的内生竞争力和ESG能力,积极应对国内外ESG合规要求,满足投资者、消费者和监管机构等多元利益相关方的期待,促进企业与经济、社会和环境的全面、协调、可持续发展。

* + 1. 基本原则
			1. 双重重要性

本原则是指，香妆企业在披露ESG信息时，宜兼顾财务重要性与影响重要性，结合香妆行业和企业经营业务的特点等情况，识别该指南中的每个议题是否预期在短期、中期和长期内对公司商业模式、业务运营、发展战略、财务状况、经营成果、现金流、融资方式及成本等产生重大影响（即“财务重要性”），以及企业在相应议题的表现是否会对经济、社会和环境产生重大影响（即“影响重要性”），针对具有双重重要性的ESG议题，宜按照“治理—战略—影响、风险和机遇管理—指标与目标”的ESG信息披露基本框架作详尽披露，并说明对议题重要性进行分析的过程。

* + - 1. 完整全面

本原则是指，ESG信息披露宜覆盖报告范围内香妆企业的重要相关决策和活动，并全面、系统、完整地披露ESG目标、将ESG理念融入组织的实践及其绩效信息。本原则并不要求公开披露专有信息，也不要求披露特许信息，或者违反法律、商业秘密、安全或个人隐私等保护义务的信息。完整全面的信息披露是确保与利益相关方进行真诚、有效沟通的基本前提条件。

* + - 1. 客观准确

本原则是指，香妆企业披露的ESG信息宜客观、真实和准确。本原则意味着，披露的ESG信息来源应真实、可靠，信息收集和处理方法应科学、合理，所披露信息应避免人为加工或臆造，如不故意淡化消极影响或夸大积极影响，不捏造数据或事实等。客观准确是确保披露的ESG信息具有可信性的重要基础。

* + - 1. 及时可比

本原则是指，ESG信息披露宜具有较强的时效性和可比性，不仅及时反映最新时段ESG实践及其绩效，而且还反映与香妆企业以往时段，与香料香精化妆品行业协会或类似组织的绩效比较结果以及发展趋势（同一绩效每年需用同一统计或测算方法进行计算，若所用的某种统计或测算方法因国家制度、政策等发生变化需做说明），以便利益相关方进行综合比较判断。由于过时信息可能产生误导，在披露不同时段ESG信息时，需特别标明。

* + - 1. 易读易懂

本原则是指，ESG信息披露宜考虑香妆企业利益相关方的文化、社会、教育和经济的不同背景，具有易读性并易于利益相关方理解。尽可能采用大众化语言，选用图表等多种表达形式等进行阐述。当需使用专业术语或缩略语时，宜进行解释说明。

* + - 1. 获取方便

本原则是指，不论以何种形式发布，披露的ESG信息应便于利益相关方获取，例如ESG报告中应明确标明可获取的途径和方式等。

* 1. 信息披露要求
		1. 概述

企业宜针对信息披露范围、频率、形式、内容等进行相应策划和准备，策划工作对于有效开展信息披露活动并取得成功至关重要。

* + 1. 信息披露范围

企业无论以何种范围进行ESG信息披露，需对披露范围进行相应的说明。若汇报范围有所改变，企业也应解释不同之处及变动原因。

对于中小型企业，由于其规模较小，活动性质相对简单，ESG报告范围一般覆盖其整体。对于大型企业，尤其是特大型企业，由于其规模较大，活动性质相对复杂，披露范围既可选取组织整体（如集团公司、总公司等），也可选取其某特定部分（如所控股的公司、下属某分公司或机构等）或特定地点或场所（如香料香精工厂等），但是选取披露范围之后，如无特殊情况不可随意变动，若有变化，请做出说明。境内外上市公司ESG报告的报告范围应与公司年度财务报告合并报表范围保持一致。

* + 1. 信息披露频率

企业以发布ESG报告形式进行的信息披露，宜尽可能采取定期发布的方式，其发布时间间隔宜保持相同，例如每年或每两年发布一次。如果企业突然发生了引起社会广泛关注的重大事件或重大变化，也可及时发布ESG报告。对于初次发布报告的企业来说，可一次性将其以往多年活动情况及其绩效进行综合披露，随后再定期发布。

企业针对发生的对利益相关方有重大影响的ESG事件，应进行临时性披露，包括遵循法律和监管机构的相关披露要求进行临时性披露，具体发布时间、内容和形式以法律法规和监管机构要求为准。企业宜建立重大ESG事件的对外沟通机制，主动、及时披露重大ESG事件的起因、可能产生的影响、应对措施等信息，积极回应利益相关方关切的重大ESG问题。

* + 1. 信息披露形式

企业宜结合自身情况和实际需要，利用权威媒体、企业官网官微等平台发稿，组织开放日、走进企业、利益相关方沟通会等多种形式的沟通活动，以及发布ESG报告等形式，与利益相关方进行持续深入沟通。

ESG报告作为ESG信息披露的重要形式，也可以采用各种发布形式，如纸质文件、电子文件或基于互联网的交互式网页等。具体选用何种形式，取决于企业性质和利益相关方需要。ESG报告可按独立的报告单独发布，也可作为年度报告、非财务报告或其他报告的组成部分共同发布。已经披露ESG报告或者可持续发展报告的企业可以不再披露当年度社会责任报告。

* + 1. 信息披露内容
			1. 基本背景信息

基本背景信息是企业与利益相关方有效沟通所必需的信息，主要包括企业概况、企业文化理念与发展观、最高管理者ESG承诺、ESG战略、议题重要性分析等。

企业概况应与ESG相关，旨在帮助利益相关方了解企业的基本信息，主要业务活动、范围、性质和规模，发展历程及业绩等。

企业文化理念与发展观是根植于企业内部并得到广泛认同和长久秉持的基本价值取向和发展理念，是引领企业进行决策和活动的核心指导原则，企业宜将ESG理念融入其中，促进可持续发展成为企业的核心价值追求。企业文化理念与发展观的披露可有助于利益相关方准确认识和理解企业ESG发展的基本逻辑、行动纲领、总体方向和思路。

最高管理者ESG承诺主要包括将ESG全面融入企业所有决策和活动之中；在遵守法律法规的基础上，致力于符合更高的ESG道德准则要求；为ESG管理目标的实现提供所需的资源保障。最高管理者的ESG承诺可通过董事长或总经理致辞方式进行披露。

ESG战略是用于统领和指导企业中长期ESG实践的谋略、方案和对策，企业宜首先从其发展战略层面来考虑和规划ESG，既可制定单独的ESG战略，也可将ESG战略整合到企业发展战略之中，并与企业总体发展方针相一致，与其他企业管理方针相协调。在ESG报告中，企业宜披露其ESG战略，并说明ESG战略与企业发展战略间的关系，以便于利益相关方更好地从总体上了解其ESG发展方向及状况。

企业应从财务重要性和影响重要性两个方面识别分析议题的重要性，并说明分析的过程及结果。议题重要性分析宜遵循“了解公司活动和业务关系背景-建立议题清单-议题重要性的评估与确认-议题报告”四个步骤。第一步，企业宜了解内部活动和业务关系、外部客观环境以及主要受影响的利益相关方；第二步，可通过尽职调查、风险管理等内部流程，以及整理相关监管政策、规则、行业标准及发展趋势、同业分析等方式识别重要性议题，完善议题清单；第三步，企业可结合香妆行业和经营业务的特点等情况，判断议题清单中的议题是否具有财务重要性或影响重要性；第四步，披露议题重要性的分析过程及其结果。

* + - 1. ESG绩效信息

ESG绩效信息是企业ESG管理目标的实现程度，在ESG报告的披露中通常是利益相关方所期望了解的重要信息。

本标准提供的香妆企业ESG信息披露指标（见表1）是以T/CAFFCI 79-2024《香料香精化妆品企业可持续发展（环境、社会、治理）指南》为来源，综合多个外部信息披露要求（例如沪深北交易所可持续发展报告指引、香港联交所《环境、社会及管治报告守则》、全球可持续发展委员会《GRI可持续发展报告标准》、国际财务报告准则S1号——可持续相关财务信息披露一般要求、GB/T 36001—2015《社会责任报告编写指南》、国资委《央企控股上市公司ESG专项报告参考指标体系》、IFRA-IOFI可持续发展章程2.0等），为企业提供指导性意见和建议。企业还需综合考量企业自身运营对社会、环境的影响，以及主要利益相关方期望，明确与其相关且重要的ESG议题，建立适合企业自身的ESG信息披露指标体系，并有针对性地进行ESG实践和绩效信息披露。披露内容可参考《附录A：香妆企业ESG信息披露参考指标》。

在向利益相关方报告ESG绩效时，企业宜将有关ESG议题的目标与绩效信息一同包括在内，必要时可能还宜披露相关且重要的实施过程和记录等。ESG绩效宜公正和完整，既包括成绩，亦包括不足，还包括弥补不足的具体方式。

表1 香妆企业ESG信息披露指标

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **维度** | **一级指标** | **二级指标** |
| E 环境 | E1 环境管理 | E1.1 环境保护战略规划E1.2 环境管理体系E1.3 环境保护成效 |
| E2 应对气候变化 | E2.1 气候变化治理E2.2 气候变化战略E2.3 气候变化影响、风险和机遇管理E2.4 气候变化指标与目标 |
| E3 资源可持续利用 | E3.1 资源管理机制E3.2 能源管理E3.3 水资源管理E3.4 包装与物料管理E3.5 原材料管理E3.6 循环经济 |
| E4 污染防治 | E4.1 废气管理E4.2 废水管理E4.3 无害废弃物管理E4.4 有害废弃物管理E4.5 其他污染管理 |
| E5 生态系统和生物多样性保护 | E5.1 生态系统和生物多样性保护机制E5.2 生态系统和生物多样性保护策略E5.3 生态系统和生物多样性保护影响、风险和机遇管理E5.4 生态系统和生物多样性保护目标与成效 |
| S 社会 | S1 产品责任 | S1.1 产品安全与质量S1.2 可持续产品与服务S1.3 创新驱动S1.4 知识产权保护S1.5 科技伦理 |
| S2 客户关系 | S2.1 负责任营销S2.2 数据安全与客户隐私保护S2.3 可持续消费 |
| S3 员工责任 | S3.1 员工权益S3.2 员工培训与发展S3.3 职业健康与安全 |
| S4 供应链管理 | S4.1 负责任供应链S4.2 供应商赋能 |
| S5 社会责任 | S5.1 社会贡献S5.2 乡村振兴S5.3 社区参与 |
| G 治理 | G1 组织概况 | G1.1 战略与文化G1.2 组织架构及运营区域G1.3 主营业务G1.4 规模和影响力G1.5 组织及其供应链的重大变化 |
| G2 企业治理 | G2.1 尽职调查G2.2 合规管理G2.3 反商业贿赂及反贪污G2.4 反不正当竞争 |
| G3 ESG治理 | G3.1 ESG治理架构G3.2 ESG管理机制G3.3 ESG风险管理G3.4 利益相关方沟通G3.5 ESG信息披露 |

* 1. 信息披露流程
		1. 概述

ESG信息披露通常包括ESG报告和其他ESG信息披露。ESG报告作为企业ESG信息披露的重要形式，其编制和发布流程具有一定的代表性。其他ESG信息披露可以根据实际需要，参考ESG报告流程进行。

ESG报告主要编制和发布流程包括：组建报告编制小组；制定工作计划；策划报告内容；收集整理报告信息；编制报告；审核报告；发布报告。相关流程在6.2至6.8中进行了详细阐述。

* + 1. 组建报告编制小组

企业宜组建报告编制小组，以便全面负责ESG报告的编制和发布工作。为确保报告编制工作顺利开展并取得成功，报告编制小组负责人宜由组织最高管理层中专门负责ESG工作的人员担任。报告编制小组成员宜包含内部的ESG专业管理人员、职能部门和业务部门的代表等，必要时还可包含外部ESG专家。对于大中型企业，报告编制小组成员还宜包含其下属组织的代表。

报告编制小组既可直接编写ESG报告，也可将报告编写工作委托外部专业技术机构承担。当委托外部专业技术机构承担编写工作时，报告编制小组成员宜包含外部专业技术机构指定的代表。

* + 1. 制定工作计划

为确保报告编制工作有序开展，报告编制小组宜为报告编制工作制定工作计划。工作计划宜包含报告编制小组成员的工作任务分工及相关职责、报告编制和发布的工作时间进度、关键工作控制点等。对于定期发布财务报告的企业来说，ESG报告的发布时间宜尽可能与财务报告保持同步。沪深北交易所上市公司应当在每个会计年度结束后4个月内编制并披露可持续发展报告，且披露时间不早于年度报告。

* + 1. 策划报告内容

报告编制小组宜按照本文件第5章所述的策划方法来确定报告内容，包括报告主题、报告框架和报告信息等。在各报告期，ESG报告的框架和主题通常保持连续性。如果本报告期组织的ESG实践发生重大变化或调整，或者为了对ESG报告做出重大改进，那么报告的框架和主题也可随之进行调整或改进。

* + 1. 收集整理报告信息

企业可以通过资料清单、问卷调查、访谈等多种形式收集信息。报告信息既可包括文字信息，又可包括图片、视频、音频等信息；报告载体既可是纸质的，也可是电子的。为了增强说服力，报告信息可能还包括实践总结、典型案例等。对于所收集到的信息，报告编制小组宜分类整理，并评审其时效性、完整性和准确性。如果条件允许，企业也可建立相关数据库或系统对所收集整理的信息进行有效管理。

* + 1. 编制报告

基于所收集整理的报告信息，报告编制小组宜根据报告内容的策划结果撰写报告草案。在报告撰写阶段，报告编制小组可视情况将报告草案在企业内部征求意见，亦可向企业外部的主要利益相关方征求意见，以使报告草案的内容和质量更加完善。

为了增强报告的可读性，并使报告更易于理解，报告编制小组可基于报告读者群的现状、报告具体内容和传播需要，根据报告发布载体（如纸件、电子文档等）的特点，综合考虑实用性和审美需要，对报告版式进行设计，包括文字、图片和表格的合理搭配等。对于同一组织来说，不同报告期的报告版式设计风格宜尽可能统一。ESG报告的版式风格可采取多种多样的形式，本文件无意确定某种统一的固定模式。

为便于读者反馈意见，ESG报告宜在适当位置醒目地标明意见反馈的便捷方式和渠道。

* + 1. 审核报告

在报告撰写完成后，需经过企业业务部门、管理层、相关专家等各方的逐轮审核，以确保ESG报告的完整性、准确性、真实性。

* + 1. 发布报告

企业ESG报告发布可采取多种渠道和形式，如通过新闻发布会、电话会议、网络会议、电视直播、向目标利益相关方邮寄报告等线上线下渠道，发布包括纸质版和电子版多种形态的主报告、一张图、小视频等，吸引各类受众观看。

* + 1. 其他ESG信息披露

其他ESG信息披露的一般流程包括披露目的确定、实质性议题的确定、披露形式的选择、披露框架的选择、信息搜集整理、披露。

企业确定披露目的，宜考虑ESG信息披露对象，如监管机构、投资者等相关需求，以便匹配开展披露工作的具体内容。根据披露目的，确定利益相关方所关注的环境、社会责任、公司治理方面的实质性议题。根据自身的实际情况，选择不同的披露形式对外披露，搭建适用的、特色化的信息披露框架并收集计划披露信息的文字、图片、视频等素材，进行整理、编制和披露。

* 1. 信息披露的可信性

 从本质上说，ESG信息披露的可信性主要取决于企业ESG活动本身的可信性。企业可从提升活动本身的可信性入手。

——通过加强利益相关方参与提升可信性。利益相关方参与包含了与利益相关方之间的对话。利益相关方参与是将利益相关方加入对企业绩效声明进行验证的基础。组织和利益相关方能够共同做出安排，让利益相关方定期评审或监视组织的绩效。

——参加特定认证来增强有关某议题的可信性。例如：产品安全认证、过程或产品的环境影响认证等。此类认证计划应确保独立且可靠。

——纳入独立第三方为信息披露可信性提供保证。

——可加入同业公会或协会，或者那些以在各自活动领域或各自社区中倡导符合ESG理念的行为为宗旨的协会之中。

——对企业影响做出相关承诺，采取适当措施并评价其绩效，披露所取得的进展和存在的不足。

除了从提升ESG活动本身可信性入手外，企业在信息披露时可以采用以下方法提升可信性。

——提高披露绩效的可比性。披露的绩效应具有不同时期的可比性，以及与同行的可比性。

——简要说明企业未涵盖某个（些）主题的原因，以此表明组织希望涵盖所有重要事项。

——采用严格且负责任的验证程序，以便能追溯数据和信息的可靠来源，并验证其准确性。

——通过利益相关方证实披露的信息是否反映了组织的重大和相关议题，是否回应了利益相关方的关切和需求。

——通过对报告部分或全部内容进行第三方审验，提高ESG资料的可信性。报告中应明确列出审验范围和依据。

——依据相关ESG标准进行信息披露。

附 录 A：香妆企业ESG信息披露参考指标

附录A作为企业ESG信息披露的参考，按照环境、社会、治理三大维度划分，涉及13个一级指标、52个二级指标、129个三级指标，其中，环境层面56个三级指标，社会层面48个三级指标，公司治理层面25个三级指标。

香妆企业ESG信息披露参考指标分为两类：

——基础指标：指企业遵循国家法律法规要求、政策，以及监管部门规范、指引文件要求，应披露的ESG管理和实践的基础性指标；

——推荐指标：指建议企业在自身所在领域开展ESG专项行动和实践的特定性指标。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **一级指标** | **二级指标** | **三级指标** | **性质** | **类别** |
| **E环境** |
| E1 环境管理 | E1.1 环境保护战略规划 | E1.1.1 环境管理机构及人员，负责环境保护事宜的管理、监督、决策及环境保护战略的制定工作 | 定性 | 基础指标 |
| E1.1.2 制定的环境战略或规划，在能源、排放物等方面设定的目标以及执行情况 | 定性/定量 | 基础指标 |
| E1.2 环境管理体系 | E1.2.1 环境管理体系建立和运行，包括公司环境管理组织体系、制度体系（涵盖环境影响/分析概念评估、预防/减少环境影响/风险的制度和措施、环境事件应急机制） | 定性 | 基础指标 |
| E1.2.2 环境管理体系建设及认证情况（如ISO 14001认证状态） | 定性 | 基础指标 |
| E1.3 环境保护成效 | E1.3.1 环保投入金额（万元） | 定量 | 基础指标 |
| E1.3.2 环境违规事件及应对（超标排放、处罚次数及整改措施） | 定性/定量 | 基础指标 |
| E2 应对气候变化 | E2.1 气候变化治理 | E2.1.1 建立由董事会或专门委员会主导的、具备专业胜任力的治理架构，通过制度化信息获取、目标设定、过程监督与决策嵌入，统筹监督、管理气候变化或产品碳足迹相关的影响、风险与机遇并持续改进 | 定性 | 基础指标 |
| E2.2 气候变化战略 | E2.2.1 系统性识别、评估并披露气候相关风险、机遇，并披露：• E2.2.1a 对自身商业模式、价值链及利益相关方的当前财务影响• E2.2.1b 对自身商业模式、价值链及利益相关方的预期财务影响• 开展的气候变化情景分析过程及结果 | 定性/定量 | 基础指标 |
| E2.2.2 制定并实施气候转型计划，配套资源配置与进展监控 | 定性/定量 | 推荐指标 |
| E2.2.3 建立气候适应性评估机制，动态调整战略与商业模式以应对不确定性 | 定性/定量 | 推荐指标 |
| E2.3 气候变化影响、风险和机遇管理 | E2.3.1 温室气体减排措施 | 定性 | 基础指标 |
| E2.3.2 减少温室气体排放的新技术、新产品和新服务的措施或情况 | 定性 | 基础指标 |
| E2.3.3 开展产品碳足迹管理 | 定性 | 推荐指标 |
| E2.4 气候变化指标与目标 | E2.4.1 温室气体排放数据：• E2.4.1a 范围1排放量（吨二氧化碳当量）• E2.4.1b 范围2排放量（吨二氧化碳当量）• E2.4.1c 范围3排放量（吨二氧化碳当量）（如适用） | 定量 | 基础指标 |
| E2.4.2 温室气体排放强度（单位：吨/营业收入或产量） | 定量 | 基础指标 |
| E2.4.3 降低温室气体排放的目标 | 定量 | 基础指标 |
| E2.4.4 温室气体减排量（吨）及减排措施 | 定量 | 基础指标 |
| E2.4.5 供应链碳管理（跟踪供应商碳排放，披露减排计划及绩效） | 定性/定量 | 推荐指标 |
| E2.4.6 环境权益交易参与（披露碳配额履约、绿电/绿证交易情况） | 定性/定量 | 推荐指标 |
| E2.4.7 清洁技术投入（包括研发金额、技术应用及减碳效果） | 定量 | 推荐指标 |
| E2.4.8 产品碳足迹管理（全生命周期评估数据及降低碳足迹的目标） | 定性/定量 | 推荐指标 |
| E2.4.9 绿色低碳产品认证（通过认证的产品/服务比例及减碳贡献） | 定性/定量 | 推荐指标 |
| E3 资源可持续利用 | E3.1 资源管理机制 | E3.1.1 资源管理/监督机构/人员（描述监督资源风险/循环经济的治理机制及能力） | 定性 | 基础指标 |
| E3.1.2 资源风险评估（识别能源、水、原材料短缺对业务的影响、风险及循环经济机遇） | 定性/定量 | 基础指标 |
| E3.1.3 资源使用保护管理制度与措施 | 定性 | 基础指标 |
| E3.1.4 产品生态设计（贯穿产品设计、使用到回收的循环理念） | 定性 | 推荐指标 |
| E3.1.5 循环经济/循环包装理念 | 定性 | 推荐指标 |
| E3.2 能源管理 | E3.2.1 能源管理体系建设及认证情况（如ISO 50001） | 定性 | 基础指标 |
| E3.2.2 综合能耗总量（吨标煤）及强度（吨标煤/万元产值或产量） | 定量 | 基础指标 |
| E3.2.3 清洁能源使用总量（吨标煤）和比例（%） | 定量 | 基础指标 |
| E3.2.4 节能目标及达成情况 | 定性/定量 | 推荐指标 |
| E3.3 水资源管理 | E3.3.1 水资源使用总量（吨）及强度（吨/单位产品） | 定量 | 基础指标 |
| E3.3.2 节水目标与措施（包括中水回用率等） | 定性/定量 | 推荐指标 |
| E3.4 包装与物料管理 | E3.4.1 包装减量化实践（轻量化设计、减少有毒成分、可复用包装创新） | 定性 | 基础指标 |
| E3.4.2 包装回收利用措施，包装材料使用总量（吨）及回收率（%） | 定性/定量 | 基础指标 |
| E3.4.3 新材料研发投入（生物降解/可循环材料替代传统包装） | 定性/定量 | 推荐指标 |
| E3.5 原材料管理 | E3.5.1 关键原材料使用强度（吨/单位产品）• E3.5.1a 对于香料行业，关键原材料包括但不限于天然植物原料、主香成分单体、提取溶剂等• E3.5.1b 对于香精行业，关键原材料包括但不限于合成香料单体、载体溶剂、定香剂等• E3.5.1c 对于化妆品行业，关键原材料包括但不限于活性成分、乳化剂、油脂、包装主材等 | 定量 | 推荐指标 |
| E3.5.2 原材料节约目标及循环利用率（%） | 定性/定量 | 推荐指标 |
| E3.5.3 可再生材料利用率（%） | 定量 | 推荐指标 |
| E3.6 循环经济 | E3.6.1 实现循环经济的具体措施• E3.6.1a 对于香料行业，循环经济措施包括但不限于推行原材料废弃物高值化利用及副产品资源化利用等• E3.6.1b 对于香精行业，循环经济措施包括但不限于开发可再生碳源（如利用CO₂合成乙醇）等• E3.6.1c 对于化妆品行业，循环经济措施包括但不限于实施包装3R战略（减量/替换/回收），构建消费端回收网络等 | 定性 | 推荐指标 |
| E4 污染防治 | E4.1 废气管理 | E4.1.1 遵循相关法律及法规，制定的有效管理废气排放的政策、管理体系 | 定性 | 基础指标 |
| E4.1.2 识别并定期监测气体排放，制定和实施的减少废气排放、防治废气污染的目标与措施 | 定性  | 推荐指标 |
| E4.1.3 气体污染物（含恶臭气）种类、排放量、排放强度、废气排放量（吨）及超排情况• E4.1.3a 对于香料行业，气体污染物包括但不限于二氧化硫、氮氧化物、颗粒物、挥发性有机物、氨气、硫化氢等含硫恶臭物等• E4.1.3b 对于香精行业，气体污染物包括但不限于二氧化硫、氮氧化物、颗粒物、挥发性有机物、非甲烷总烃、醛类（如甲醛/乙醛）、酮类（如丁二酮）等• E4.1.3c 对于化妆品行业，气体污染物包括但不限于二氧化硫、氮氧化物、颗粒物、挥发性有机物、甲醛、硅氧烷等（含喷雾产品宜额外说明推进剂成分） | 定量 | 基础指标 |
| E4.2 废水管理 | E4.2.1 遵循相关法律及法规，制定的有效管理废水排放的政策、管理体系 | 定性 | 基础指标 |
| E4.2.2 制定和实施的减少废水排放，防治废水污染的目标与措施 | 定性 | 推荐指标 |
| E4.2.3 液体污染物种类、排放量、排放强度、废水排放量（吨）及超排情况• E4.2.3a 对于香料行业，液体污染物包括但不限于化学需氧量、氨氮、总氮、石油类等（宜监测高盐度TDS及特征有机物如单宁酸）• E4.2.3b 对于香精行业，液体污染物包括但不限于化学需氧量、氨氮、总氮、总磷、石油类等（宜监测有机溶剂残留及催化剂重金属）• E4.2.3c 对于化妆品行业，液体污染物包括但不限于化学需氧量、氨氮、总氮、总磷、石油类等（宜监测表面活性剂、微塑料及硅油乳化废水） | 定量 | 基础指标 |
| E4.3 无害废弃物管理 | E4.3.1 处理废弃物的方法，制定的无害废弃物减排目标，及为实现目标采取的方法和措施 | 定性/定量 | 基础指标 |
| E4.3.2 所产生无害废弃物总量（吨）及（如适用）密度（吨/（百）万元产值，吨/单位产品）• E4.3.3a 对于香料行业，无害废弃物包括但不限于植物残渣、失效活性炭、废包装材料、蒸汽冷凝水污泥等（植物残渣宜说明资源化去向，如肥料/饲料原料）• E4.3.3b 对于香精行业，无害废弃物包括但不限于废分子筛/硅胶、精馏釜残（无害化）、废包装桶、反渗透膜等（釜残宜附热值分析及能源化证明）• E4.3.3c 对于化妆品行业，无害废弃物包括但不限于包装边角料、灌装清洁废料、废弃乳化基质、报废膏体（未污染）等（报废产品宜提供无害性检测报告） | 定性 | 基础指标 |
| E4.3.3 生产过程中产生的无害废弃物被回收利用的百分比 | 定量 | 基础指标 |
| E4.4 有害废弃物管理 | E4.4.1 处理有害废弃物的方法，制定的有害废弃物减排目标，及为实现目标采取的方法和措施 | 定性/定量 | 基础指标 |
| E4.4.2 所产生有害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（吨/（百）万元产值，吨/单位产品）• E4.4.3a 对于香料行业，有害废弃物包括但不限于HW06有机溶剂废渣（如己烷残渣）、HW11含硫蒸馏釜残、HW49废活性炭等• E4.4.3b 对于香精行业，有害废弃物包括但不限于HW06废卤代溶剂、HW46重金属催化剂、HW11醛酮废液等• E4.4.3c 对于化妆品行业，有害废弃物包括但不限于HW29含汞污泥、HW09有机硅废乳液、HW49含氯氟烃推进剂等 | 定性 | 基础指标 |
| E4.5 其他污染管理 | E4.5.1 防控噪声产生、减轻噪声污染的措施 | 定性 | 基础指标 |
| E5 生态系统和生物多样性保护 | E5.1 生态系统和生物多样性保护机制 | E5.1.1 监督和管理生态系统和生物多样性保护的影响、风险和机遇的机构或个人 | 定性 | 基础指标 |
| E5.2 生态系统和生物多样性保护策略 | E5.2.1 生物多样性影响评估（识别生产活动对物种、遗传资源、生态系统的短/中/长期风险与机遇） | 定性/定量 | 推荐指标 |
| E5.3 生态系统和生物多样性保护影响、风险和机遇管理 | E5.3.1 保护生物多样性方案或措施（包括生物遗传资源保护、保护或恢复生态系统、降低产品对生态系统、生物物种及其栖息地、生物遗传资源的依赖和影响等） | 定性 | 基础指标 |
| E5.4 生态系统和生物多样性保护目标与成效 | E5.4.1 保护目标达成率（生态修复面积、物种恢复数量等年度目标完成进度） | 定性/定量 | 推荐指标 |
| **S社会** |
| S1 产品责任 | S1.1 产品安全与质量 | S1.1.1 产品质量管理体系（包括质量管理制度、流程、行动计划及执行情况，质量管理体系运行及认证等） | 定性 | 基础指标 |
| S1.1.2 产品售后服务管理控制制度和措施（包括产品质量投诉处置、客户投诉反馈流程等） | 定性 | 基础指标 |
| S1.1.3 产品召回制度与措施（包括相关法律法规遵守情况，产品召回流程、制度、数量及后续处理等） | 定性/定量 | 推荐指标 |
| S1.1.4 产品质量与安全培训情况（如质量培训次数、质量培训时长、质量培训人次等） | 定性/定量 | 推荐指标 |
| S1.1.5 产品或服务相关的安全与质量重大责任事故所涉及金额 | 定性/定量 | 推荐指标 |
| S1.2 可持续产品与服务 | S1.2.1 消除或最小化产品和服务对健康和环境的消极影响的相关举措，如减少产品原材料中有毒有害物质成分、将前沿的安全与健康技术融入产品设计考量 | 定性 | 推荐指标 |
| S1.2.2 拥有可持续相关标签认证的产品情况 | 定性/定量 | 推荐指标 |
| S1.3 创新驱动 | S1.3.1 在技术创新方面的管理体系（包括研发机制、研发平台、研发创新合作、研发计划和人财物资源保障情况等） | 定性 | 基础指标 |
| S1.3.2 创新研发投入（包括研发投入金额及占比、研发人员数量及占比） | 定量 | 基础指标 |
| S1.3.3 促进创新发展的举措（包括创新发展战略、吸引科学家和研发人员的相关制度和措施） | 定性 | 推荐指标 |
| S1.3.4 科技创新重要项目进展情况和获得的重要科技创新成果、荣誉 | 定性/定量 | 推荐指标 |
| S1.4 知识产权保护 | S1.4.1 知识产权方面的内部管理制度、管理流程和管理措施 | 定性 | 基础指标 |
| S1.4.2 知识产权数量及专利分布 | 定性/定量 | 推荐指标 |
| S1.5 科技伦理 | S1.5.1 在科技伦理方面的管理流程和措施 | 定性 | 基础指标 |
| S1.5.2 识别评估公司业务领域在科技伦理的影响风险和机遇 | 定性 | 推荐指标 |
| S1.5.3 违反科技伦理相关法律法规的事件数 | 定性/定量 | 推荐指标 |
| S2 客户关系 | S2.1 负责任营销 | S2.1.1 遵守市场营销及产品标识等法律法规，建立负责任营销方面的内部制度与管理流程 | 定性 | 基础指标 |
| S2.1.2 识别、评估负责任营销的环境和社会影响、风险和机遇 | 定性 | 推荐指标 |
| S2.1.3推动负责任营销的相关举措（如向消费者提供完整、准确、便于理解和可比较的产品/服务的信息、清楚指明广告和营销行为等） | 定性 | 推荐指标 |
| S2.1.4 涉及营销传播的违规事件 | 定性/定量 | 推荐指标 |
| S2.2 数据安全与客户隐私保护 | S2.2.1 数据安全与客户隐私保护制度、行动计划及执行情况（包括合理合法收集客户信息、防止客户信息泄露和篡改毁损等） | 定性 | 基础指标 |
| S2.2.2 识别和处理数据安全与客户隐私风险的方法（包括数据安全事件的应对措施，泄露客户隐私事件的应对措施等） | 定性 | 推荐指标 |
| S2.2.3 客户满意度管理（包括客户满意度、客户投诉处理流程及制度） | 定性/定量 | 推荐指标 |
| S2.2.4 客户隐私与数据安全领域的违法违规事件 | 定性/定量 | 推荐指标 |
| S2.3 可持续消费 | S2.3.1 促进可持续消费的相关规划、策略 | 定性 | 推荐指标 |
| S2.3.2 消费者可持续消费的教育情况（如对产品/服务的可持续性进行宣传） | 定性/定量 | 推荐指标 |
| S3 员工责任 | S3.1 员工权益 | S3.1.1 保障员工基本权益的管理机制与措施（包括在多元包容和平等、反歧视、制止骚扰、禁止雇佣童工、反强迫或强制劳动等方面的制度或措施，制定工资标准的政策，劳动合同及员工社保覆盖率等） | 定性/定量 | 基础指标 |
| S3.1.2 员工数量及员工流失比率（按性别、雇佣类型、年龄组别、地区等划分） | 定量 | 基础指标 |
| S3.1.3 员工薪酬与福利（包括薪酬发放与薪酬增长、员工福利、员工关爱与帮扶措施等） | 定性/定量 | 基础指标 |
| S3.1.4 员工民主管理（成立工会/职工代表大会、建立多种自上而下和自下而上的沟通渠道、及时收集和反馈员工的意见、员工满意度等） | 定性/定量 | 基础指标 |
| S3.2 员工培训与发展 | S3.2.1 员工教育与培训管理体系（包括将员工与治理机构的能力发展纳入政策流程、定期提供员工培训项目、年度培训支出金额、员工平均培训时长与培训覆盖率） | 定性/定量 | 基础指标 |
| S3.2.2 员工职业发展体系（包括员工明确的职业生涯规划、员工激励及晋升政策、员工职位变动支持等） | 定性 | 基础指标 |
| S3.3 职业健康与安全 | S3.3.1 职业健康安全管理制度与措施（包括制定职业健康安全战略、制定并实施综合职业健康安全管理计划、培训、设施条件、工作环境、安全生产事故应急及处理等） | 定性 | 基础指标 |
| S3.3.2 职业健康安全管理体系认证情况（如ISO 45001认证等） | 定性 | 基础指标 |
| S3.3.3 安全生产责任险投入金额与人员覆盖率；工伤保险投入金额与人员覆盖率 | 定量 | 基础指标 |
| S3.3.4 员工死亡率；因工伤损失工作日数 | 定量 | 基础指标 |
| S4 供应链管理 | S4.1 负责任供应链 | S4.1.1 在供应链管理方面的治理结构和内部制度 | 定性 | 基础指标 |
| S4.1.2 供应商ESG相关风险管理政策、流程、应对举措及监察方法，覆盖供应商准入、评估和退出等各个环节，包括供应链ESG管理制度、开展供应商ESG评价、与供应链各方建立有关ESG议题的沟通机制等 | 定性 | 基础指标 |
| S4.1.3 识别、定期审核供应商ESG相关问题，以及相关执行情况及监察方法 | 定性 | 推荐指标 |
| S4.1.4 供应链风险管理相关措施，例如评估产品所需原材料是否来源于高风险地区或冲突地区、在供应链中保持产品可追溯性和防止假冒的方法和技术、为减少供应链中不良产品发生所做的努力 | 定性 | 推荐指标 |
| S4.1.5 供应商ESG审计情况，如供应商的社会和环境责任审计不合格率和对应的纠正行动率，包括重大不合规和次要不合规 | 定性/定量 | 推荐指标 |
| S4.1.6 经过ESG认证/审核/评价的供应链原材料数量（金额/种类/百分比） | 定量 | 推荐指标 |
| S4.2 供应商赋能 | S4.2.1 供应商培训情况(如供应商培训次数、供应商培训覆盖范围等) | 定性/定量 | 推荐指标 |
| S4.2.2 供应商ESG激励机制，例如鼓励供应商使用环保产品及服务、支持本地化采购、优先与ESG表现优秀的供应商合作 | 定性 | 推荐指标 |
| S5 社会责任 | S5.1 社会贡献 | S5.1.1 在社会公益方面的规划与措施（如公益关注重点、公益慈善投入金额、员工志愿服务人数与投入时数等） | 定性/定量 | 推荐指标 |
| S5.2 乡村振兴 | S5.2.1 在乡村振兴方面的规划与措施（如结合自身发展与乡村合作发展特色产业、乡村振兴投入金额、乡村振兴惠及人数等） | 定性/定量 | 推荐指标 |
| S5.3 社区参与 | S5.3.1 参与社区发展建设规划的举措（如支持当地就业等） | 定性 | 推荐指标 |
| **G治理** |
| G1 组织概况 | G1.1 战略与文化 | G1.1.1 企业的愿景、目标、使命或核心价值观 | 定性 | 基础指标 |
| G1.2 组织架构及运营区域 | G1.1.2 企业整体的管理结构及海内外的运营企业、附属及合营机构 | 定性 | 基础指标 |
| G1.3 主营业务 | G1.1.3 企业的主营业务，包括主要品牌、产品和服务 | 定性 | 基础指标 |
| G1.4 规模和影响力 | G1.1.4 员工人数、运营地数量、净销售额或净收入，及其影响力（在国际、国家和行业中的地位等信息） | 定性/定量 | 基础指标 |
| G1.5 组织及其供应链的重大变化 | G1.1.5 关于组织规模、结构、所有权或供应链的重大变化 | 定性 | 基础指标 |
| G2 企业治理 | G2.1 尽职调查 | G2.1.1企业识别和应对可持续发展相关负面影响或风险的尽职调查情况（包括识别和评估需要开展尽职调查的业务、尽职调查的范围、提供预防和补救措施等） | 定性 | 推荐指标 |
| G2.2 合规管理 | G2.2.1 公司严格遵守国家法律法规，建立合规管理体系、对合规风险进行识别及评估，并制定应对控制措施 | 定性 | 基础指标 |
| G2.2.2 开展合规培训、法律意识培训等活动，阐明参与人次、培训时长等关键绩效 | 定性/定量 | 基础指标 |
| G2.3 反商业贿赂及反贪污 | G2.3.1 在反商业贿赂及反贪污方面的规划（包括反贿赂和反贪污制度，开展反贿赂及反贪污风险评估，要求全员签署反腐败文件等） | 定性 | 基础指标 |
| G2.3.2 员工道德培训（包括培训开展情况，接受反贿赂/反贪污培训的董事、管理层人员、员工总数及占比） | 定性/定量 | 基础指标 |
| G2.3.3 申诉与举报机制及举报人保护机制 | 定性 | 基础指标 |
| G2.3.4 违法违规情况、应对措施和处置结果（包括违反商业道德、违规操作等行政处罚事件及金钱损失，经营风险、失信被执行或限制高消费等负面事件） | 定性/定量 | 基础指标 |
| G2.4 反不正当竞争 | G2.4.1 在维护公平市场竞争方面的规划（包括反不正当竞争制度与规定，防范重大不正当竞争风险等） | 定性 | 基础指标 |
| G2.4.2 员工反不正当竞争培训（包括培训开展情况，接受反不正当竞争培训的董事、管理层人员、员工总数及占比） | 定性/定量 | 基础指标 |
| G2.4.3 违法违规情况、应对措施和处置结果（包括针对反竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼，因公司不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的涉案金额等） | 定性/定量 | 基础指标 |
| G3 ESG治理 | G3.1 ESG治理架构 | G3.1.1 负责监督ESG相关风险和机遇的治理架构，包括董事会、ESG委员会或治理小组等，以及其职权范围、任务、角色描述、多元化程度等 | 定性 | 基础指标 |
| G3.1.2 对ESG战略规划、目标实现情况等进行监督，将相关绩效指标纳入薪酬政策 | 定性 | 推荐指标 |
| G3.2 ESG管理机制 | G3.2.1 公司管理层在日常ESG工作中采用的治理流程、控制措施及管理机制 | 定性 | 基础指标 |
| G3.2.2 将ESG日常管理工作与内部职能进行有效整合 | 定性 | 推荐指标 |
| G3.3 ESG风险管理 | G3.3.1 关键ESG风险及可能产生影响的性质、可能性、量级等描述 | 定性/定量 | 基础指标 |
| G3.3.2 关键的ESG风险及可能产生的影响（例如气候变化引起的极端天气事件导致财产损坏、供应链中断，产品存在质量问题或安全隐患损害消费者权益等） | 定性 | 基础指标 |
| G3.4 利益相关方沟通 | G3.4.1 利益相关方及其需求识别、评估，利益相关方参与方针，以及听取、反馈不同利益相关方意见建议的渠道及措施 | 定性 | 基础指标 |
| G3.5 ESG信息披露 | G3.5.1 说明公司的财政年度（例如1月1日-12月31日），以及ESG报告刊发日期与年报刊发日期中间的间隔 | 定性 | 基础指标 |
| G3.5.2 在编制ESG报告的过程中应用的汇报原则，以助投资者更进一步了解公司管理ESG事宜的情况 | 定性 | 基础指标 |
| G3.5.3 公司寻求独立验证以加强所披露ESG资料的可信性，描述验证的水平、范围及所采用的过程 | 定性 | 推荐指标 |

参 考 文 献

1. GB/T 19001-2016 质量管理体系 要求
2. GB/T 23331-2020 能源管理体系 要求及使用指南
3. GB/T 24001-2016 环境管理体系 要求及使用指南
4. GB/T 24067-2024 温室气体 产品碳足迹 量化要求和指南
5. GB/T 24353-2022 风险管理指南
6. GB/T 35119-2017 产品生命周期数据管理规范
7. GB/T 36000-2015 社会责任指南（ISO 26000:2010）
8. GB/T 36001-2015 社会责任报告编写指南
9. GB/T 36002-2015 社会责任绩效分类指引
10. GB/T 45001-2020 职业健康安全管理体系 要求及使用指南
11. T/CAFFCI 79-2024 香料香精化妆品企业可持续发展（环境、社会、治理）指南
12. ISO 14064-1:2018 Part 1: Specification with guidance at the organization level for quantification and reporting of greenhouse gas emissions and removals
13. 1S0 14064-2:2019 Part 2: Specification with guidance at the project level for quantification, monitoring and reporting of greenhouse gas emission reductions or removal enhancements
14. 1S0 14064-3:2019 Part 3: Specification with guidance for the verification and validation of greenhouse gas statements
15. ISO 14067:2018 Greenhouse gases-Carbon footprint of products-Requirements and guidelines for quantification
16. IS0 26000:2010 Guidance on social responsibility
17. IS0/WS ESG/WG1 Framework for implementing environmental, social and governance (ESG) principles
18. 中华人民共和国环境保护法
19. 中华人民共和国水污染防治法
20. 中华人民共和国大气污染防治法
21. 中华人民共和国固体废物污染环境防治法
22. 中华人民共和国噪声污染防治法
23. 中华人民共和国产品质量法
24. 中华人民共和国劳动法
25. 中华人民共和国慈善法
26. 中华人民共和国公司法
27. 中华人民共和国反不正当竞争法
28. 中华人民共和国反垄断法
29. 化妆品监督管理条例（国务院令第727号）
30. 企业可持续披露准则——基本准则（试行）（财政部 财办会[2024]17号）
31. 关于建立碳足迹管理体系的实施方案（生态环境部、国家发展改革委、工业和信息化部、财政部、人力资源社会保障部、住房城乡建设部、交通运输部、商务部、中国人民银行、国务院国资委、海关总署、市场监管总局、金融监管总局、中国证监会、国家数据局环气候[2024]30号）
32. 北京证券交易所上市公司持续监管指引第11号——可持续发展报告（试行）
33. 上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）
34. 深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）
35. 北京证券交易所上市公司可持续发展报告编制指南——第一号 总体要求与披露框架
36. 北京证券交易所上市公司可持续发展报告编制指南——第二号 应对气候变化
37. 深圳证券交易所上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制
38. 上海证券交易所上市公司自律监管指南第4号——可持续发展报告编制
39. 港交所主板上市规则——附录二十七《环境、社会及管治报告指引》
40. Corporate Sustainability Due Diligence and Amending Directive(EU)2019/1937 and Regulation(EU)2023/2859
41. 全球报告倡议组织可持续发展报告标准（GRI Standards）
42. 国际日用香料协会(IFRA)-国际食用香料工业组织(IOFI)可持续发展章程2.0
43. 国际财务报告准则S1号-可持续相关财务信息披露一般要求(IFRS S1)
44. 国际财务报告准则S2号-气候相关披露(IFRS S2)
45. GOOD SUSTAINABILITY PRACTICE(GSP)FOR THE COSMETICS INDUSTRY