

A top-down view of various cosmetic products on a light pink surface. In the top right, there is a clear jar of light-colored powder. Below it, a mascara wand with black bristles lies horizontally. In the center, a black round compact contains a vibrant teal-colored powder. To the left, a beige pump bottle of foundation has a dollop of the product squeezed out. At the bottom, a round compact holds a dark red, chunky powder. A brush with white bristles and a silver handle is positioned near the bottom right. The background is a soft, textured pink with some scattered powder.

美妆个护行业 ESG趋势白皮书



背景

随着消费者对绿色消费理念的重视，美妆个护行业的环境、社会及管治（以下简称“ESG”）及可持续发展成为行业重点话题。本报告总结了美妆个护行业可持续发展外部监管要求趋势，分析中国美妆个护上市公司可持续发展表现，归纳总结了国际领先企业可持续管理实践，并对中国美妆个护行业未来可持续发展提出趋势展望。



目录

Contents

第一章

美妆个护行业可持续发展宏观环境 03

第二章

美妆个护行业上市公司可持续发展表现 06

第二章

中国美妆个护行业未来可持续发展趋势展望 12



第一章

美妆个护行业可持续发展宏观环境

可持续美妆概念兴起

消费者可持续消费心智成熟催生可持续美妆护肤概念兴起

近年来，随着气候变化、环境保护、化学品安全等可持续发展议题的持续普及，众多消费者逐渐意识到，就像脆弱的肌肤屏障需要长期保护一样，保护人类赖以生存的生态屏障同样需要持之以恒的努力。消费者的美妆护肤态度更加科学、严谨，对美妆护肤产品的安全性、环境影响等关注度显著提升。产品的可持续理念成为消费者选购产品的考量因素之一。

美妆个护企业将可持续作为品牌区隔增加用户粘性

在全球可持续发展背景下，提供安全、环保、无毒、无害的美妆护肤产品成为美妆个护企业彰显品牌区隔、进行差异化竞争、增加用户粘性的一大发力方向。众多美妆个护上市公司从原料采购、配方设计、生产经营、物流运输、产品回收等全产业链环节践行可持续发展，打造可持续产品。例如某主打天然植物护肤的澳洲品牌将环保可持续融入产品理念，致力于减少自身运营和产品使用对环境的破坏，联动员工、顾客和社区，对社会和环境产生正面影响，吸引更多负责任消费者。



中国可持续发展宏观政策环境

2015年9月，联合国发展峰会通过了《变革我们的世界：2030年可持续发展议程》（以下简称“2030年议程”），成为未来各国落实可持续发展工作的重要方向。此后，2020年9月，习近平总书记在第七十五届联合国大会一般性辩论上提出“中国将提高国家自主贡献力度，采取更加有力的政策和措施，二氧化碳排放力争于2030年前达到峰值，努力争取2060年前实现碳中和”（以下简称“双碳目标”）。中国在此全球背景下发布可持续发展系列政策，为实现双碳目标和可持续发展目标筑牢政策基础。

构建双碳“1+N”政策体系，切实保障双碳目标实现

双碳目标提出后，中国以《关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》为中国双碳工作的顶层基础，聚焦能源、工业、交通运输、城乡建设、钢铁、有色金属、水泥等重点领域与重点行业，以科技、财政、金融、标准、人才体系等作为保障，构建双碳“1+N”政策体系，服务经济社会发展全面绿色转型，支撑双碳目标实现。

中国提出的双碳目标加速了对能源系统的低碳绿色转型。能源系统分为供给侧和需求侧，在供给侧，实现电力碳中和是我国碳减排的核心。但是很多领域的能源需求无法仅依靠电能替代实现电气化改造，例如长途交通、钢铁、化工等行业由于其生产特性，需要氢等作为燃料，因此非电发展也是供给侧碳中和很重要的一环。在需求侧，依托技术改造的节能减排是核心，尤其是碳排放量较大的行业，例如工业、交通、建筑、服务行业，这些行业的脱碳路径对中国碳减排具有重要意义。同时，各行业在节能减排过程中，离不开碳的“负排放”技术的发展、碳排放交易体系的建设以及绿色金融体系的保障，因此需大力发展这些支撑要素。

完善中国可持续发展信息披露规则，有效增加信息透明度

2024年2月，在证监会统一部署下，沪深北交易所重磅发布了《上市公司自律监管指引——可持续发展报告（试行）（征求意见稿）》（以下简称《征求意见稿》）。该《征求意见稿》通过加强可持续发展信息披露，推动提高上市公司质量、投资价值和投资者回报水平，引导各类要素向可持续发展领域聚集，促进双碳目标实现和经济、社会、环境的可持续发展。该《征求意见稿》标志着A股ESG信息披露即将迈入新的里程碑。

美妆个护行业可持续发展要求

美妆行业监管政策逐步完善，推动行业可持续发展

中国对美妆行业可持续发展的监管力度正在逐渐加强。2021年1月1日起施行的《化妆品监督管理条例》指出，化妆品企业需建立化妆品生产质量管理体系，覆盖供应商遴选、原料验收、生产过程及质量控制、设备管理、产品检验及留样等全过程。在细分议题监管上，也出台了相关政策，规范化妆品企业可持续发展。在绿色包装层面，2021年8月国家市场监督管理总局牵头发布了《限制商品过度包装要求——食品和化妆品》，对化妆品的包装空隙率、包装层数、包装成本均作出规定，其中包装层数不超过4层，包装成本不超过销售价的20%。在原料安全方面，中国国家药品监督管理局2023年3月发布了《关于进一步优化化妆品原料安全信息管理措施有关事宜的公告（2023年第34号）》，规定从2024年1月1日起，化妆品注册人、备案人在申请特殊化妆品注册或者进行普通化妆品备案时，应当按照相关法规、技术规范和要求，填报产品配方所使用全部原料的原料安全信息资料。此外，部分地区也发布地方条例监管化妆品安全。广东省于2019年3月审议通过《广东省化妆品安全条例》，要求化妆品生产企业遵守环境保护有关法律法規，采用绿色生产方式，防止、减少环境污染和生态破坏。

行业自律组织自发倡导可持续美妆，提供可持续标准参考

除了监管机构对美妆个护行业提出可持续发展要求外，行业自身也在倡导可持续美妆。2022年7月，《化妆品纯净美妆通则》(T/GDCA011-2022)团体标准发布，从化妆品的原料、配方、设计、包装以及生产等全生命周期践行“纯净美妆”标准。类似的团体标准如《化妆品中天然成分的技术定义和计算指南》、《纯净化妆品通则(T/SHRH 048-2023)》陆续发布，为行业可持续美妆发展提供标准参考。





第二章

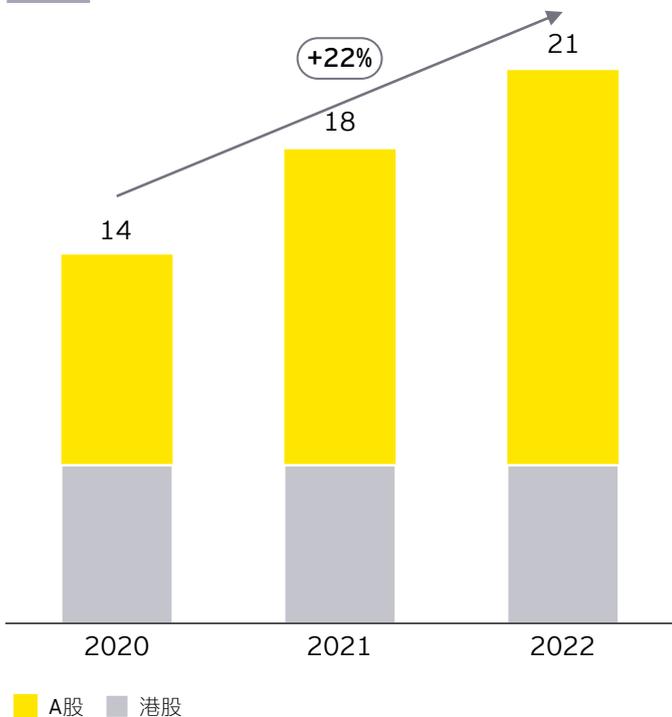
美妆个护行业上市公司可持续发展表现

中国美妆个护行业上市公司¹可持续发展类²报告披露情况

可持续发展类报告整体披露率尚待提升，增加信息透明度

尽管中国上市的美妆个护企业近三年来（2020-2022年）可持续发展报告披露数量呈稳步上升趋势，但2022年行业整体披露率不足6成，行业整体披露率仍待提升。从细分市场看，港股上市公司100%披露年度ESG/可持续发展报告，这得益于香港联交所对上市公司ESG信息披露的强制要求。相信在A股可持续发展报告披露要求推出后，A股上市公司的可持续发展报告披露率也将未来得到提升。

披露量



上市企业对ESG披露议题已有初步共识和侧重

作为包装材料消耗的大户，可持续包材是企业最常规披露的ESG议题，通常披露公司对于环保包材选取、包装轻量化与减量化以及包材回收等维度的公司做法。同时，产品碳足迹、化学品安全也是中国美妆个护上市公司重点管理的ESG议题。在产品碳足迹方面，部分公司会披露产品降碳减排目标，也有公司已针对部分产品开展碳足迹评估。而在化学品安全方面，有争议化学品成分禁限用、原料安全性评估、绿色及天然原料开发、产品及成分披露透明度均为中国上市美妆个护公司会披露的内容。

ESG议题披露结构化程度待提升

尽管大多数中国美妆个护上市公司对美妆个护行业的特定ESG议题都做了披露，但议题披露结构化水平参差不齐。部分公司仅披露了议题管理相关的案例，也有部分公司对议题管理的目标、组织架构以及年度进展进行披露。较少有公司依据《国际财务报告可持续披露准则第1号——可持续相关财务信息披露一般要求》（IFRS S1）主张的“治理-战略-风险管理-指标与目标”的披露框架进行议题管理的披露。

特定议题管理需引起中国美妆个护上市公司重视

部分关系行业可持续发展，同时也是利益相关方关注的重要议题需引起中国美妆个护上市公司重视。如在2022年发布的ESG/可持续发展报告中，仅有一家上市公司披露了公司对于动物福利议题的管理举措，包括对于动物实验的减少、替代和优化的实践。

¹ A股和港股上市中国公司，所属申万行业分类为美容护理类，剔除ST股及业务不涉及美妆个护行业公司，共计38家

² 包含可持续发展报告、环境、社会及治理（ESG）报告和社会责任报告



领先企业可持续发展议题管理最佳实践

产品碳足迹管理——某大型跨国美妆集团

该集团于2020年启动了一项在2030年实现可持续转型的战略计划，致力于在降低自身产品碳足迹的同时，带动合作伙伴、消费者乃至整个美妆行业参与到转型进程中，共同推动变革。

目标制定

2017年，该集团成为首批制定发布“科学碳目标（SBTi）”的100家公司之一，其2030年的总体气候变化目标是达成与《巴黎协定》1.5°C升温情景一致的降碳目标。为实现这一目标，该集团制定了覆盖产品原料采购、产品生产、产品运输及产品使用的全面量化目标，并规划了各目标达成的时间如下图所示。

产品碳足迹



图2：该集团降碳目标
资料来源：公开信息，安永整理

举措实施

有效的可持续治理支撑

该集团建立了完善的可持续治理架构，有效支撑各项减碳计划落到实处，促进整体目标达成。公司董事会已将应对气候变化为首的可持续发展议题纳入年度战略规划，董事会下属的四大委员会各司其职，在各自领域为公司的可持续发展工作提出建议。为更好地在各市场、业务线及品牌推动公司的减碳计划，该集团已任命首席责任官，专门负责可持续发展相关事宜，每年向公司董事会汇报可持续发展战略实施进展及年度目标达成情况。同时，该集团建立了可持续数字化、可持续技术、可持续金融等职能部门，协助企业更科学地制定与推进减碳路径。

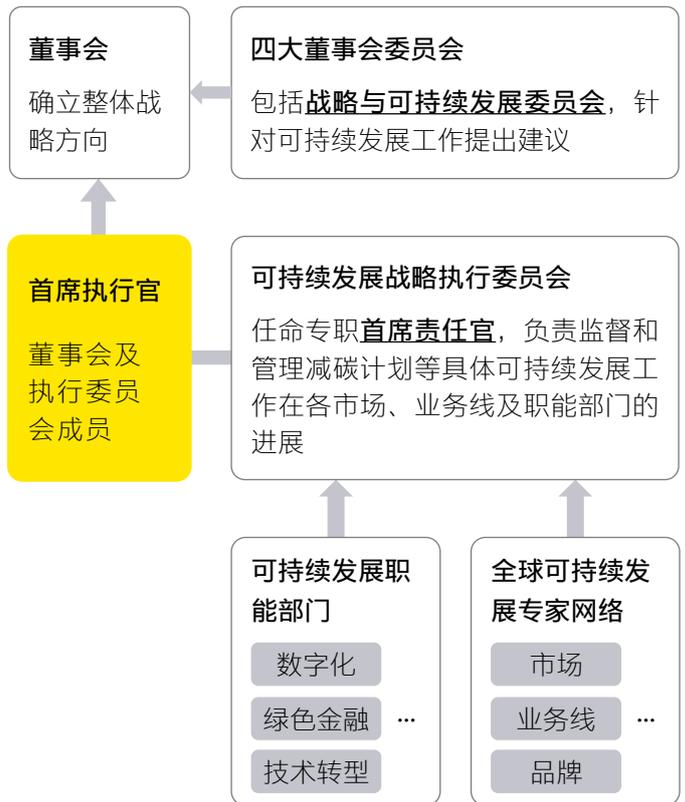


图3：该集团可持续治理架构
资料来源：公开信息，安永整理

同时，该集团将可持续表现纳入包括首席执行官在内的管理层绩效评估体系，其每年可变薪酬与公司减碳等可持续目标达成情况直接挂钩，确保各级管理层履行责任，保障可持续战略计划在公司全价值链充分实施。

改变自身活动：产品生产与产品运输环节减碳实践

产品生产环节

- ▶ 该集团致力于提高建筑物、生产设施及生产工艺的能源使用效率，尽可能增加当地可再生能源的使用，推进产品生产环节减碳。目前，该集团正在全球范围内对其运营设施进行可持续改造。该集团所有新建建筑均需通过LEED³金级或其他同等认证，有效减少建筑物对环境产生的负面影响。同时，该集团根据各运营地地理位置、政策要求等实际情况，因地制宜地推行可再生能源使用方案，包括太阳能光伏、生物质能、生物甲烷、绿电购买等，持续增加可再生能源使用比例，促进碳中和目标实现。
- ▶ 在中国，该集团持续探索各类可持续能源综合解决方案，中国市场已成为该集团首个在工厂、分销中心、研发中心和办公室等运营场所全面实现碳中和的市场，在全球范围内具有模范学习价值。

产品运输环节

- ▶ 作为一家在全球范围内开展业务的消费品巨头，推动可持续运输已成为该集团实现可持续转型的重点。
- ▶ 在长距离运输环节，该集团尽可能减少空运运输，采用海运和铁路货运相结合的模式，减少因空运产生的碳足迹。同时，该集团要求自身及合作伙伴在道路运输中以生物燃料代替柴油驱动卡车，进一步降低产品运输对环境造成的负面影响。
- ▶ 在短途运输及配送环节，该集团发起了“绿色最后一公里”项目，推行使用污染更少的绿色配送方式，包括电动汽车、液化天然气驱动车辆及自行车等零排放交通工具。目前，该项目也在上海全面落地，市区70%的配送服务均使用绿色交通工具，大幅降低因产品运输产生的温室气体排放。
- ▶ 此外，该集团以数字化为驱动力，上线了运输管理系统，通过分析产业链上下游运输相关数据，进一步优化运输方案及路线，提升产品运输效率。

赋能业务生态系统：帮助供应商及消费者较少碳足迹

推动供应商减碳

- ▶ 该集团定期为战略供应商提供关于应对气候变化等的培训与研讨，帮助其识别自身运营过程中的主要减碳机遇，通过优化能源管理体系、提升能源效率、使用可再生能源等举措，加速供应链节能减排。
- ▶ 目前，该集团正在对供应商提出更具雄心、更严格的环境管理要求。通过要求供应商制定科学碳目标、参与CDP⁴供应链项目等方式，提升供应链排放数据的透明度与可靠性，加强对供应链碳排放的管理力度，促进供应链减排目标的实现。截至2023年，该集团已有44%的战略供应商制定了经SBTi验证的科学碳目标，85%的受邀供应商已加入CDP供应链项目。

引导消费者做出更可持续的选择

- ▶ 该集团致力于精准评估产品对环境的影响，并向消费者充分展示相关信息，帮助他们做出更可持续的消费选择。为此该集团已建立产品影响标签体系，通过评估产品全生命周期产生的碳排放等环境因素，将产品分为A至E五个等级（其中A级为同类最佳）。目前，该标签体系已在该集团12个品牌的12类护肤及美发产品中得到应用，消费者可通过品牌官方网站等渠道了解不同产品的环境产生的影响，进而做出更可持续的消费选择，减少因使用公司产品而产生的温室气体。

绿色金融实践

该集团已构建可持续发展相关金融框架，并成立专门的可持续金融部门，明确公司可持续投资原则，在增加企业风险低于能力的同时，促进公司业务与可持续发展共生。

2022年，该集团发行了首笔可持续挂钩贷款，相关绩效目标均与产品碳足迹管理高度相关。

绩效目标

到2025年，所有运营设施将提升能效，100%使用可再生能源

以2021年为基准年，到2025年，每单位售出产品“从摇篮到货架”的温室气体排放量（范围1、2和3）下降14%

到2025年，50%的塑料包装为可再生或生物基的

图4：该集团可持续挂钩贷款绩效目标

资料来源：公开信息，安永整理

³ Leadership in Energy and Environmental Design

⁴ Carbon Disclosure Project

阶段进展

2023年，该集团每单位售出产品温室气体排放量（范围1、2和3）较2021年下降约3.3%，全产业链降碳工作取得阶段性成果，各环节量化目标进展如下图所示。



图5：该集团降碳目标进展

资料来源：公开信息，安永整理

化学品安全与健康——某总部位于上海的美妆个护上市公司

该公司响应中国国家政策，搭建了以“因美而生、向善而行”为愿景，以“稳健的公司治理”为基石，以“创新活力的企业”“绿色低碳的生态”“共享共赢的社会价值”为三大支柱的可持续发展战略规划，并分别设置了2025年、2035年和2050年的阶段目标。

目标制定

该公司建立覆盖产品全生命周期环境、社会影响的定性评估理念，并将该理念应用到新品开发及产品升级过程中。公司在新产品研发中，减少或禁用有争议的化学成分。

举措实施

成分安全与质量

安全性和质量的考量覆盖原料启用全流程

该公司参考国内外产品与成分安全标准，如中国《化妆品安全技术规范2015》、欧盟 Regulation1223/2009、美国《化妆品成分评估》（Cosmetic Ingredient Review, CIR），制定内部《化学品安全管理政策》，明确配方及成分的管理标准、原料安全评估与化学品识别的方法和成分淘汰与产品的指导原则。

同时，该公司依据国内外最新相关法律法规以及行业研究进展制定严于法规的《禁用与受关注化妆品成分清单》并不定期更新，保障原料安全的同时降低对生态环境的影响。如，鉴于二苯酮类防晒剂对海洋生物有负面影响，尤其在光照下对珊瑚幼虫具有致死性，对海洋生物多样性造成负面影响，该公司防晒产品中已逐步淘汰并禁止二苯酮类防晒剂的使用。

评估 (define)

根据开发高求，综合考虑原料的安全性、功效性、EWG评分、可持续来源等指标，初步确定原料候选者

测评 (evaluate)

根安全和功效评估，包括但不限于

- ▶ 理化检测
- ▶ 安全毒理评估
- ▶ 稳定性考察
- ▶ 功效评价
- ▶ 法规检查

确定 (determine)

根据评估结果，建立原料检验标准并确定启用原料。如果信息不能确定或者不完善，那我们不会妥协

追踪 (track)

在原料启用后，我们持续对原料进行跟踪，及时反馈原料应用情况

成分公开与介绍

为了使消费者安心、放心使用公司产品，该公司在官网开设专栏，公开披露旗下几大品牌部分产品全成分和产品特点，增加产品安全信息公开透明。

进度披露

2023年，该公司引入国际EWG⁵安全评级体系，研发全绿色成分产品，接受外部监督审核6次。

⁵ Environmental Working Group

可持续包装——某多品牌新锐国货美妆集团

该集团作为中国美妆市场的引领者，以“新科技时代的健康美丽探索者”为长期愿景，用科技、专业的力量，持续发现美、守护美、创造美，努力打造肌肤友好、环境友好的产品，让更多人能够享受美。

该集团始终践行绿色发展理念，持续关注自身带来的环境影响，形成了由绿色发展、绿色产品、绿色包装、绿色采购及绿色运营组成的全方位绿色发展体系，助力中国“双碳”战略目标的达成。

目标制定

在绿色包装领域，该集团在包材的设计开发阶段即充分考虑包材的合规性、安全性及环保特性，在保障产品质量的前提下，追求包装简易化、适度化、绿色化。同时，该集团已在包装轻量化、包装可回收成分等维度制定量化目标，例如到2023年实现全品牌物流纸箱100%通过FSC（Forest Stewardship Council，森林管理委员会）认证，持续降低包装材料对自然环境造成的压力。

举措实施

包装绿色化

使用环保纸张

作为森林绿色经营的坚定行动方，该集团大力推动环保纸张使用，旗下多个品牌的产品包装、产品说明书等均采用通过FSC认证的纸类，保证纸张来源符合环境保护和社会经济可持续发展的要求，以实际行动保护地球的生态环境。

开发可持续包装原料

同时，该集团在可持续包装原料领域持续探索，不断提升产品的环境友好属性，其旗下品牌已应用的技术包括但不限于：

- ▶ 某品牌产品彩盒以100%可降解的生物基纸塑代替传统塑料
- ▶ 某品牌多款产品包装采用天然植物成分支撑，实现100%可生物降解
- ▶ 某品牌一款明星产品包装采用医用级、100%可循环玻璃材质
- ▶ 某品牌全线产品100%采用绿色环保大豆油墨印刷

包装轻量化

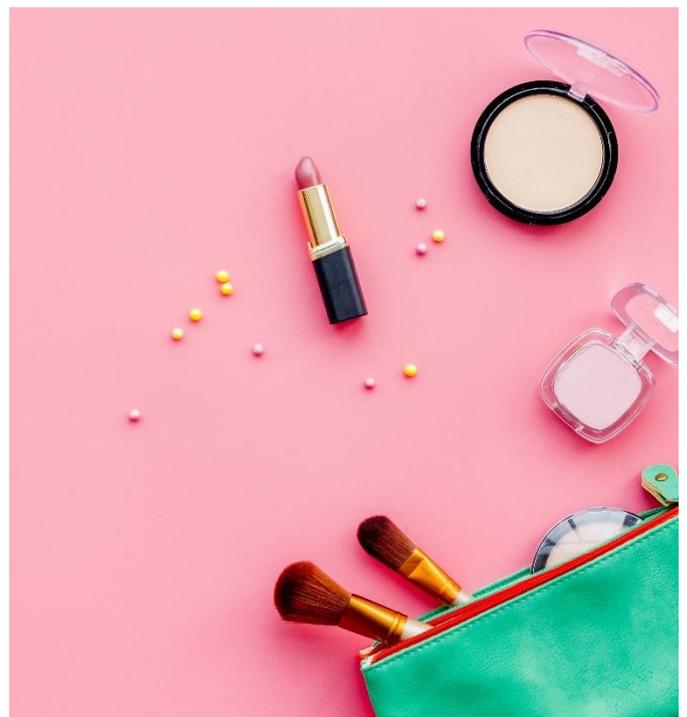
随着国内外监管机构相继出台关于绿色包装的政策指引，该集团持续提升产品包装工艺，坚持将绿色环保理念深入到包装盒、运输箱等各个方面，通过简化包装为产品“瘦身”，打造对环境友好的包装方式。

以2022年为例，该集团旗下多个品牌通过调整纸箱克重、优化纸箱尺寸、使用水印纸箱代替胶印纸箱、采用更环保的牛皮纸材料等方式，实现纸张用量减少25%；部分品牌推出了环保版精简尺寸产品，并取消使用纸质说明书、信封及标贴，不断探索产品包装环节的可持续发展模式。

产品回收计划

除了日趋严格与完善的外部监管环境，消费者也对企业开发可持续产品提出更高要求，期待通过可持续消费来为守护地球贡献力量。该集团致力于将绿色环保的生活理念传达给消费者，旗下多个品牌均发起了产品包装回收计划，号召消费者开启绿色接力模式，提升产品包装使用率。

该集团旗下某护肤品牌多年来致力于开展包装回收和再循环计划，并获得了The Green Dot（“绿点”）标志，这意味着该品牌产品包装满足欧洲包装指令的要求，充分落实对产品包装的回收工作。此外，该集团部分品牌在可回收产品包装上增加投放至可回收垃圾桶的标识，进一步增强消费者的回收理念，引导广大消费者践行绿色消费。





第三章

中国美妆个护行业未来可持续发展趋势展望

ESG将成为美妆个护行业差异化竞争的方向之一

随着消费者绿色消费意识的觉醒，可持续美妆正在成为美妆个护行业差异化竞争的方向之一。美妆个护公司可通过塑造自身ESG形象，传播ESG领先形象，打造品牌区隔，吸引潜在责任消费者，在竞争激烈的美妆个护赛道找到自己的业务增长模式，兼顾“美丽”与“责任”，促进行业可持续发展。

美妆个护产业链企业将迎来可持续发展机遇

美妆产品可持续发展压力也将随着产业链进行传导和延伸，这对产业链上的包材提供商、原料提供商等企业来说也将是巨大的机遇。在包材选取上，PCR材料、生物基可降解材料受到更多美妆公司青睐，供应商可提前布局，进行技术和产能的更新迭代。此外，在绿色融资端，供应商也可以通过绿色金融创新产品，如可持续发展挂钩债券、可持续发展挂钩贷款等与企业可持续发展关键绩效挂钩的金融产品拓宽融资渠道、降低融资成本。

美妆个护企业需建立完善的ESG管理框架推动自身ESG管理

面对利益相关方日渐增长的ESG期望，美妆企业需将ESG管理与企业的发展战略相结合，真正内化到企业管理的各环节中。管理理念上，需将ESG元素融入企业或产品战略中，从上至下推进可持续发展的管理。管理职责上，企业需设立自上而下的可持续发展管理架构，引入更多相关部门参与，将可持续发展议题的日常管理工作拆解并真正落实到相关部门的日常管理工作中，进行系统性常态化管理。

美妆个护企业需重视ESG信息披露，定期公布最新进展满足利益相关方期望

不论是监管机构，亦或是消费者，又或者是资本市场，对企业ESG信息披露的要求均在逐渐提高。而信息披露作为企业对外展示自身ESG管理水平的窗口和渠道，也扮演着举足轻重的作用。结构化的ESG信息披露框架可帮助利益相关方更全面、快速地了解企业ESG工作进展。目前市场上关于ESG信息披露的框架也在推陈出新，美妆企业应主动参考前沿披露框架，如《国际财务报告可持续披露准则》系列准则，参考“治理-战略-风险管理-指标与目标”的披露框架进行ESG信息披露，展现企业ESG内部管理进度。

结语

可持续发展已成为全球共识。展望未来，美妆个护行业的可持续发展需美妆个护品牌联合价值链伙伴共同进行可持续转型，以应对全球可持续挑战。而在时代的绿色消费风尚中积极探索可持续机遇，对内完善可持续发展体系建设，对外做好ESG信息披露和报告，或将成为美妆个护企业立于行业发展潮头的不二选择。

联系人



唐嘉欣 Ivan Tong

可持续发展服务主管合伙人
安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）
+86 10 5815 3373
ivan.tong@cn.ey.com



张彬 Jessie Zhang

可持续发展服务合伙人
安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）
+86 21 2228 3237
jessie-b.zhang@cn.ey.com



洪睿晨 Red Hong

可持续发展服务经理
安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）
red.rc.hong@cn.ey.com

安永 | 建设更美好的商业世界

安永的宗旨是建设更美好的商业世界。我们致力帮助客户、员工及社会各界创造长期价值，同时在资本市场建立信任。

安永坚持创新与技术投入，通过一体化的高质量服务，帮助客户把握市场脉搏和机遇，加速升级转型。

在审计、咨询、战略、税务与交易的专业服务领域，安永团队对当前最复杂迫切的挑战，提出更好的问题，从而发掘创新的解决方案。

安永是指 Ernst & Young Global Limited 的全球组织，加盟该全球组织的各成员机构均为独立的法律实体，各成员机构可单独简称为“安永”。Ernst & Young Global Limited 是注册于英国的一家保证（责任）有限公司，不对外提供任何服务，不拥有其成员机构的任何股权或控制权，亦不担任任何成员机构的总部。请登录 ey.com/privacy，了解安永如何收集及使用个人信息，以及在个人信息法规保护下个人所拥有权利的描述。安永成员机构不从事当地法律禁止的法律业务。如欲进一步了解安永，请浏览 ey.com。

© 2024 安永，中国。
版权所有。

APAC no. 03019823
ED None.

本材料是为提供一般信息的用途编制，并非旨在成为可依赖的会计、税务、法律或其他专业意见。请向您的顾问获取具体意见。

ey.com/china

关注安永微信公众号
扫描二维码，获取最新资讯。

