



DR钻戒♥一生只送一人



成为全球
真爱文化引领者



2024年 环境、社会和公司治理报告

目录

关于本报告

01

管理层致辞

02

关于迪阿股份

公司概况

03

我们的2024

04

奖项与荣誉

05

ESG策略与管理

ESG治理

06

ESG战略与风险管理

07

ESG重要性分析

10

治理篇

01

健全公司治理

17

践行商业道德

21

社会篇

02

引领创新发展

25

专注精益产品

31

打造极致服务

34

保障信息安全

37

构建责任供应链

39

支持员工成长

42

贡献社会公益

48

环境篇

03

应对气候变化

50

环境合规管理

54

高效资源利用

55

ESG关键绩效数据

59

标准索引表

64



关于本报告

本报告是迪阿股份有限公司发布的第三份年度 ESG/ 可持续发展报告，秉承重要性、可量化、平衡性及一致性的原则，重点披露迪阿股份有限公司在环境、社会和公司治理方面的理念、重要进展、成果及未来计划等，时间跨度为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日。如有不一致，将在具体内容处进行说明。本报告中绩效指标覆盖范围包括公司的核心及重要业务单位，即中国内地、中国香港、法国营运地区范围内的办公室和 373 个自营零售店。

编制依据

本报告重点依据《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）》和《深圳证券交易所创业板上市公司自律监管指南第 3 号——可持续发展报告编制》进行编制，同时也参考全球可持续发展标准委员会（GSSB）《可持续发展报告标准（GRI Standards）》、联合国 2030 年可持续发展目标（SDGs）等国际信息披露框架，确保信息披露合规与专业，有效响应利益相关方需求。

报告范围及边界

除个别资料有特定说明外，本报告中的政策、声明、资料等覆盖迪阿股份有限公司的实际业务范围，范围与迪阿股份有限公司发布的年报一致。除另有说明，本报告以人民币为货币单位。

称谓说明

为了便于表述与阅读，本报告中「迪阿」、「迪阿股份」、「本公司」、「公司」、「我们」代指迪阿股份有限公司，「DR」、「DR 钻戒」代指迪阿股份有限公司旗下的珠宝品牌。

除另有指明外，本报告所使用的词汇与本公司《2024 年年度报告》所界定者具有相同涵义。

资料来源及可靠性声明

报告中所使用的资料均来自迪阿股份有限公司，董事会对报告内容的真实性、准确性和完整性负责。

报告语言

本报告同时发布中、英文版本，英文报告为中文报告的翻译版。若英文版与中文版存在差异，概以中文版本为准。

确认及批准

本报告已获得董事会的确认，予以发布。

获取及回应本报告

本报告电子版可于深圳证券交易所指定信息披露网站巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）或公司官网（www.darryringgroup.com）查阅和下载。如对报告有疑问和建议，可发邮件至 ir@darryring.com 或致电 0755-86664586。

管理层致辞



“ 尊敬的各位相关方：

在当今多元文化交融的时代，文化价值观始终是品牌发展的核心驱动力。迪阿股份秉持“用一生爱一人”的理念，致力于将“爱”的终身表达、守护与良性价值观的沉淀融入品牌基因，使其成为品牌发展的核心价值导向。在瞬息万变的市场环境中，我们持续夯实核心品牌资产，强化以品牌为核心的竞争力，致力于将公司打造为全球真爱表达的共识性品牌，引领真爱文化潮流。”

2024 年，为践行“一生一人”的品牌理念与规则，维护品牌核心价值观，公司在信息安全领域采取了一系列创新举措。公司采用去中心化的区块链技术，对购买信息进行加密处理，确保信息不可篡改并永久存储于国家信息中心发起的 BSN 区块链平台，进一步保障了数据的安全性和完整性。凭借在信息安全领域的卓越表现，公司再次荣获“国家等保三级认证”，树立了行业信息安全保护的标杆。

2024 年，公司持续推动品牌升级与门店优化，聚焦于提升产品的设计与工艺水平。我们与全球顶级设计师深度合作，不断推出具有高辨识度的新产品，以卓越的产品设计提升用户体验，增强

品牌价值。在国际舞台上，DR 于巴黎时装周大秀发布了全新婚嫁珠宝系列，以精湛的工艺和独特的设计，向世界展示了中国婚嫁文化的独特魅力，进一步提升了品牌在全球范围内的影响力。此外，公司围绕“爱的表达”需求，深入挖掘从恋爱到求婚、结婚再到纪念日等全生命周期的产品与服务，积极探索其他材质的珠宝饰品，丰富产品线，满足不同消费者的需求。然而，无论产品如何变化，品牌的核心价值观始终坚定不移。

2024 年，公司全面升级供应商全流程管理体系，致力于实现负责任的采购。在供应商管理中，公司从法律法规、知识产权保护、认证保障、环境保护以及产品安全等多个维度进行严格把控，确

保供应商在各方面的表现均达到高标准。对于新引入的镶嵌类供应商，公司明确要求其提供消防批文和环保批文作为合作的必要条件。在国际物流供应商的选择上，公司优先选择有 ESG 信息披露的供应商进行合作，以推动整个供应链的可持续发展。

2024 年，公司秉持“绿色建店、节能减排、持续发展”的 ESG 建店理念，从节能、节材、节水、节电及减少碳排放等多方面入手，打造绿色门店。从项目启动到门店营建，公司积极探索实现减碳目标的新模式，将可持续理念贯穿于设计、选材、施工等门店营建全过程，推动减碳宣传与践行，满足全球客户对可持续品牌的需求。

展望未来，公司将继续坚守“全球真爱文化引领者”的企业愿景，肩负“帮更多人表达爱，让爱情幸福长久”的品牌使命，不断提升经营管理能力，持续为全球消费者提供高品质的珠宝首饰产品，以及独特的真爱文化体验与服务，践行可持续发展的长期主义战略，努力传播与见证世界的真爱与浪漫，引领真爱文化在全球范围内的传承与发展。

迪阿股份管理层

2025 年 4 月

关于迪阿股份

公司概况

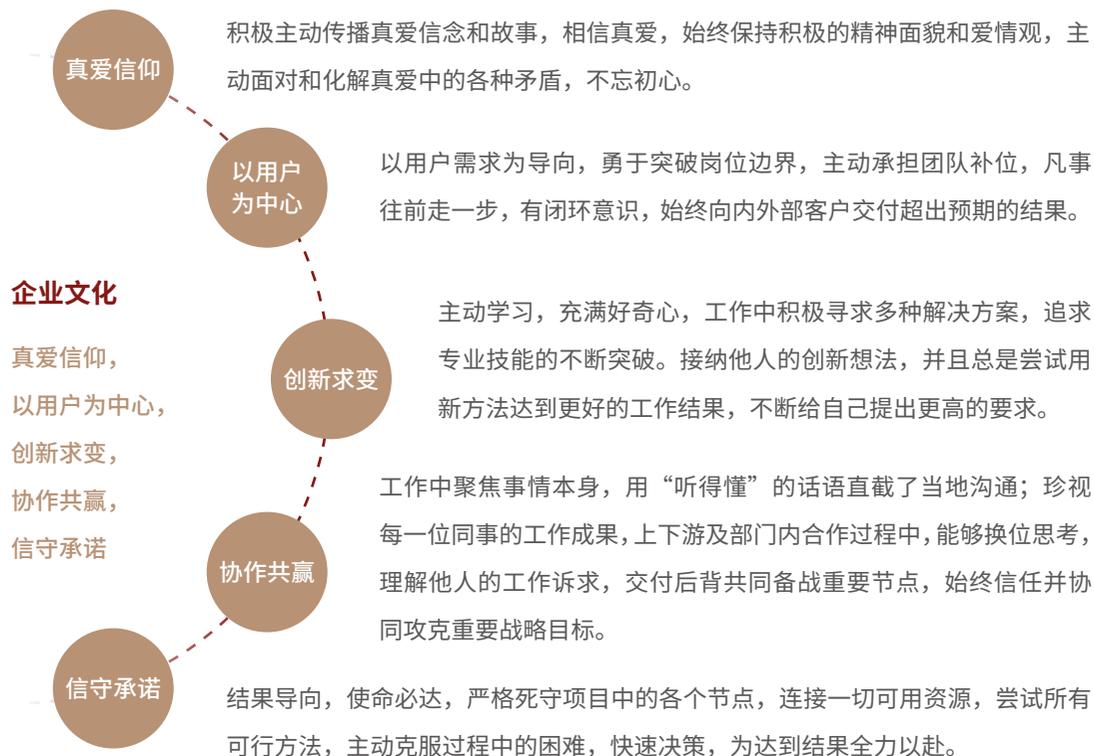
迪阿股份有限公司（股票代码：301177）主要从事珠宝首饰的品牌运营、定制销售和研发设计，为婚恋人群众定制高品质的求婚钻戒、结婚对戒等钻石珠宝产品，采取自营和定制销售的业务模式，致力于自有品牌的品牌建设、渠道升级、产品研发和供应链整合。目前公司业务覆盖全球近 200 个城市，已发展为集销售和服务为一体的真爱文化生态企业。

公司以“帮更多人表达爱，让爱情幸福长久”为使命，坚持“一生·唯一·真爱”的爱情观，以“多品牌、全渠道、全球化”为发展战略主线、完善的线上线下渠道网络为发展基础、强大的产业链资源整合能力为依托，聚集国内及国际优质的供应商、研发设计团队、检测机构等合作伙伴，建立领先的珠宝定制模式，充分塑造自身的竞争优势。

文化与价值观

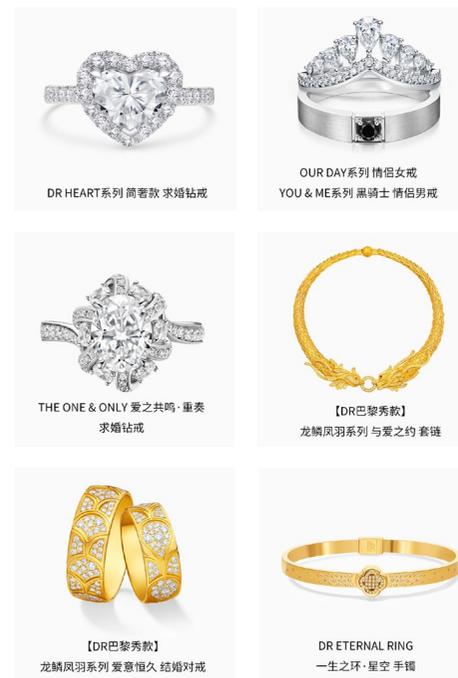
企业使命 ▶ 帮更多人表达爱，让爱情幸福长久

企业愿景 ▶ 成为全球真爱文化引领者



主要产品与服务

公司目前主要产品包括求婚钻戒、结婚对戒、纪念日礼物及婚嫁黄金。未来，公司将服务于全球消费者“铭记珍贵时刻、传递美好生活”的情感需求，以独特的美学视角与精湛的工艺标准，精心打造每一件高品质珠宝作品。



迪阿股份主要产品

我们的 2024

2024 年 ESG 重点绩效



经营层面

营业额

14.82 亿元

归属于上市公司股东的净利润

5,302.95 万元

每股社会贡献值

1.74 元/股

粉丝总数

3,000+ 万人

自营门店

373 家

累计服务客户

191+ 万人



环境层面

温室气体排放密度

4.10 吨二氧化碳当量 / 百万营收

循环用水总量

162.88 吨

电力总耗量

38,303.29 千兆焦耳



社会层面

全球员工总数 (包括实习生和非全职员工)

2,218 人

受训总人次

129,290 人次

本年度客户满意度

98.60%

女性在所有管理职位中所占比例

59.55%

累计持有知识产权数量

961 件



治理层面

女性董事占比

22.22%

独立董事占比

33.33%

发生泄露客户信息事件数量

0 件

奖项与荣誉

2024 年 6 月

公司“龙凤高珠项链套装”荣获 2024 年纽约产品设计奖金奖和 2024 缪斯设计奖铂金奖



国际奖项协会 (IAA)

公司“一生之环系列”荣获 2024 年纽约产品设计奖金奖和 2024 缪斯设计奖金奖



国际奖项协会 (IAA)

2024 年 6 月

“百对钻石婚夫妻助力点亮真爱地图”获 ESG 营销议题优秀案例



思盟企业社会责任促进中心

2024 年 7 月

2024 年中国上市公司英华示范案例 “A 股投关创新评选” 奖

中国基金报

2024 年 9 月

第二十届新财富金牌董秘

新财富

2024 年 12 月

最佳 ESG 信披奖、2024 消费新势力年度品牌

财联社

2024 年 12 月

2024 年度上市公司 ESG 价值传递奖



易董 / 价值在线

2024 年 12 月

最具社会责任上市公司奖



每日经济新闻

2024 年 12 月

2024 上海证券报金质量奖 —— ESG 奖



上海证券报

2024 年 12 月

最佳 ESG 新秀奖



路演中及卓越 IR

2024 年 12 月

最佳创新实践奖

进门财经

ESG 管理

ESG 治理

ESG 治理架构

为适应公司战略与可持续发展需要，发展并落实公司环境、社会和公司治理工作，增强公司核心竞争力和可持续发展能力，迪阿股份制定并发布《环境、社会与治理制度》，明确 ESG 管理体系、ESG 重点关注议题、相关方沟通机制，寻求管理升级和组织结构优化，确保 ESG 融入公司日常运营。

公司持续优化 ESG 体系架构，构建起“决策层—管理层—执行层”三层 ESG 治理框架，保障 ESG 理念贯穿战略引领到落地实践的全过程，进而持续提升 ESG 绩效，满足并超越各利益相关方对公司 ESG 实践的期望。



迪阿股份 ESG 管治架构

董事会及战略与可持续发展委员会

由公司董事长统筹，职责范围包括：

- 对公司长期发展战略以及专项规划进行研究并提出建议。
- 对《公司章程》规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议。
- 对《公司章程》规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议。
- 对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议。
- 对公司 ESG 事项进行审议及监督，包括战略规划、目标设定、政策制定、执行管理、风险评估、绩效表现、信息披露等事宜，并向董事会汇报。
- 对以上事项的实施进行检查。
- 法律、法规、规章、监管机构有关规定以及董事会授权的其他事宜。

可持续发展指导工作组

由公司高管和各部门管理者组成，职责范围包括：

- 对公司 ESG 现状开展研究和分析，为推动 ESG 纳入公司整体战略规划提供决策依据。
- 妥善规避 ESG 风险，推进 ESG 重大议题持续改善。
- 建立部门之间的 ESG 工作联动机制。
- 针对 ESG 战略与目标制定落地举措，向执行层提出要求。
- 以及定期向委员会汇报各项工作实施成果。

可持续发展办公室

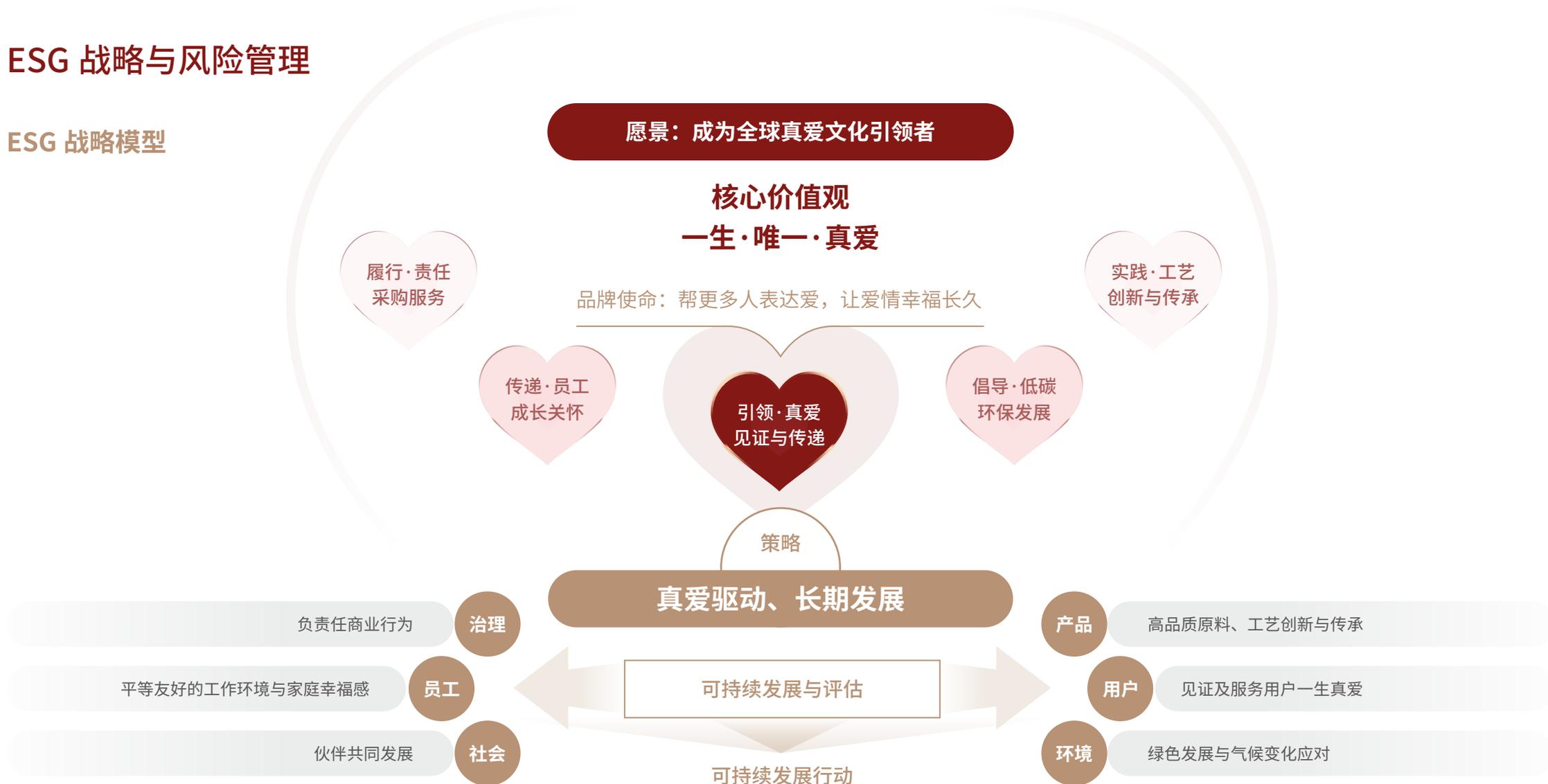
由各部门 ESG 对接人组成，职责范围包括：

- 日常执行 ESG 相关工作，并跟踪相关成效。
- 收集 ESG 相关信息和数据。

2024 年，公司持续针对董事会以及高级经营管理层开展 ESG 培训与能力建设，包括 ESG 报告启动会及 ESG 管理高阶培训课程等，以提升公司高层的 ESG 管理水平与专业能力，夯实 ESG 治理基础，为可持续发展战略的落地提供强有力的领导力支持。

ESG 战略与风险管理

ESG 战略模型



ESG 框架与贡献 SDGs

2024 年，迪阿股份将可持续发展与公司战略融合，以公司真爱文化价值观为引领，结合联合国 17 项可持续发展目标（SDGs）及外部相关方期望，遵循交易所最新可持续发展要求，在 2023 年 ESG 框架的基础上进行了拓展与升级，致力于为全球可持续发展贡献力量。

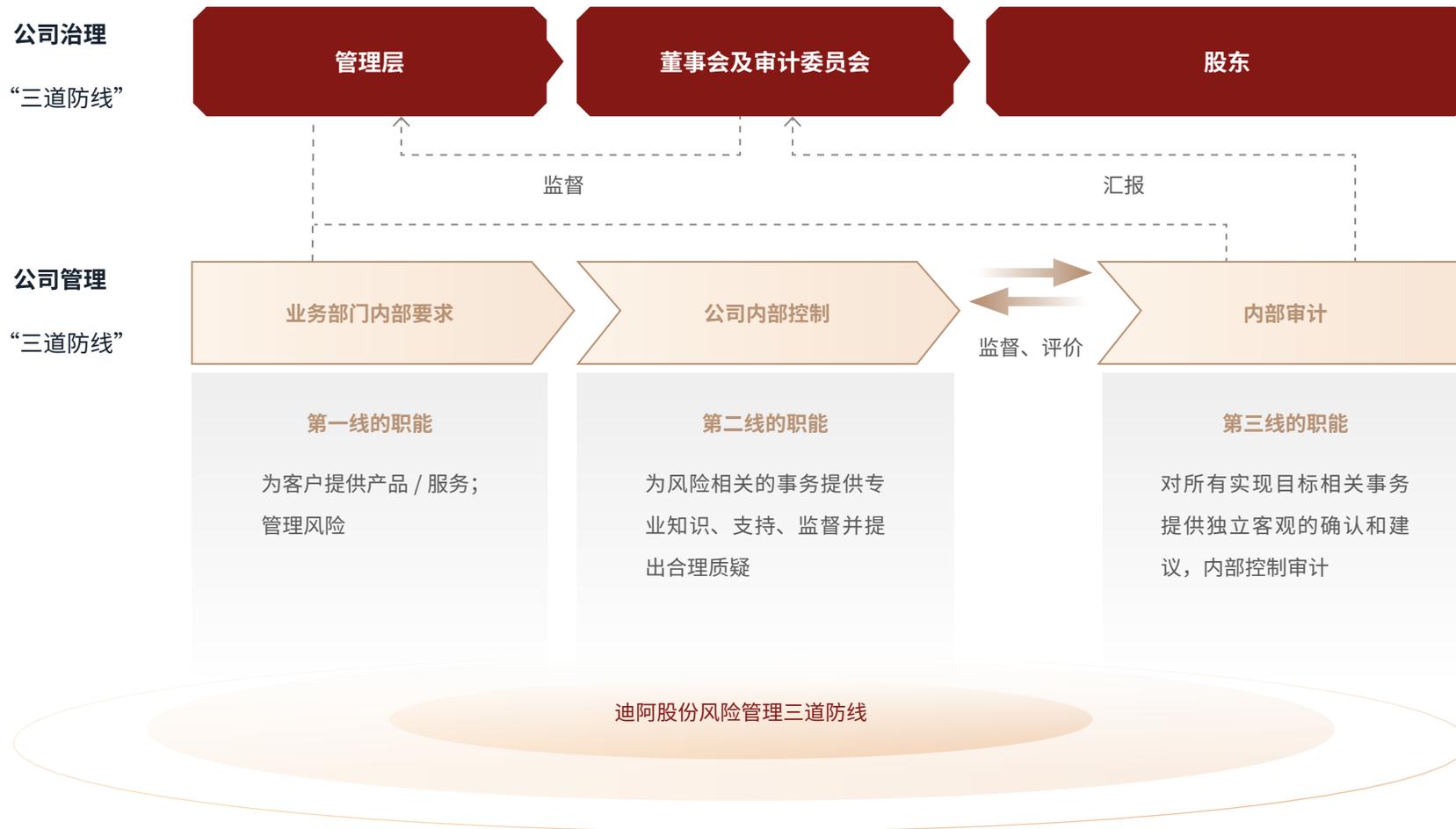
维度	ESG 重点领域	回应举措	贡献的 SDGs
 治理	健全公司治理	夯实公司治理架构，加强投资者沟通	
	践行商业道德	践行负责任的商业行为，合规经营企业	 
 社会	引领创新发展	推动行业工艺、产品持续创新创造	
	专注精益产品	为客户打造优质的真爱产品	
	打造极致服务	为客户提供完善的真爱服务	
	完善隐私保护	保护客户隐私，树立品牌口碑	
	构建责任供应链	践行国际领先的供应商责任标准	 
	支持员工成长	保障员工权益，提升员工价值	  
	贡献社会公益	支持社会发展，促进社会和谐	  
 环境	应对气候变化	减少能源消耗，降低碳排放	 
	环境合规管理	提升运营效率，打造环境合规	
	高效资源利用	资源高效利用，长期绿色发展	 

ESG 风险管理

识别 ESG 的风险和机遇，确保合规的同时为公司创造新的增长机会是推进 ESG 工作的重要价值。目前，迪阿股份已经构建了上至董事会，下至业务部门的全面风险管理体系，对包含 ESG 在内的风险进行有效识别与管控。

在公司治理层面，公司董事会及其下属审计委员会负责监督公司管理层，保障公司内部控制及风险管理系统有效运行。

在公司管理层面，迪阿股份建立了风险管理的“三道防线”。第一道防线由各业务单位和职能部门组成，负责为客户提供产品和服务，并进行风险管理；第二道防线由内部控制组成，为风险相关事务提供专业知识、支持、监督，并提出合理质疑；第三道防线由内部审计组成，对实现目标相关事务提供独立客观的确认和建议，进行内部审计。公司风险管理体系高效运行，积极开展风险识别与管理工作。



ESG 重要性分析

分析方法与议题清单

2024 年，公司面向利益相关方，开展全方面的 ESG 重要性议题分析与评估。

公司结合自身业务发展情况和外部研究，对识别出的重要利益相关方（主要包括公司管理层、员工、客户、政府和监管机构、业务合作伙伴、投资者、社区伙伴）开展问卷调研，在全面契合《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）》中所列 21 项议题的基础上，紧密结合公司实际情况，针对 29 项议题对迪阿股份的影响进行重要性评分，共回收有效问卷 464 份，并形成重要性议题矩阵。

公司建立了涵盖议题识别、优先性排序及公司审阅确认的三步重要性议题分析流程。通过前期研究与利益相关方沟通确定潜在重要议题，借助匿名问卷调研对议题进行二次重要性识别并排序，最终由公司高层审阅批准，确保分析结果符合公司政策与 ESG 外部要求，为可持续发展工作提供科学依据。

01 重要性议题识别

通过监管机构与评级机构要求、同行对标研究、行业趋势评估等前期研究，结合与利益相关方的沟通，确定对迪阿股份和利益相关方可能具有重要性的议题。

02 重要性议题优先级排序

通过匿名问卷调研的方式，按照对内部利益相关方影响程度和外部利益相关方的重要性对议题进行二次识别，并结合外部专业评估进行议题优先性排序。

03 公司审阅及确认

公司高层对实质性议题评估流程和结果进行审阅及批准，并确保其符合公司政策、ESG 策略及信息披露的要求。



治理议题		社会议题	
01 ESG 治理	07 产品和服务安全与质量	13 员工健康与安全	19 科技伦理
02 税务透明	08 数据安全与客户隐私保护	14 员工申诉与沟通	20 乡村振兴
03 反不正当竞争	09 创新驱动	15 员工薪酬与福利	21 社会贡献
04 反商业贿赂及反贪污	10 客户权益保护	16 供应链安全	
05 尽职调查	11 员工法定劳动权益保护	17 负责任采购	
06 利益相关方沟通	12 员工培训与能力建设	18 平等对待中小企业	
环境议题			
22 应对气候变化	25 水资源利用	28 废弃物管理	
23 循环经济	26 能源利用	29 生态系统和生物多样性保护	
24 环境合规管理	27 污染物排放		

影响、风险和机遇分析

迪阿股份识别出了对公司内部及利益相关方具有重要性的关键议题，全面启动风险预判与机遇识别工作，判断议题对公司日常运营及价值链的影响。在信息披露方面，着重、优先披露重要议题的年度管理措施；在实践层面，强化对这些议题的全面管理，严密监控潜在风险，积极捕捉发展机遇，推动公司持续进步。

序号	重要性议题	影响范围			影响性质		受影响的利益相关方	风险	机遇	披露位置
		上游	运营	下游	正面	负面				
1	ESG 治理	●	●	●	●		<ul style="list-style-type: none"> • 股东与投资人 • 监管机构 • 供应商 • 客户 • 社会组织 	ESG 治理不完善可能导致企业在环境、社会和公司治理方面面临风险，影响企业可持续发展	加强 ESG 治理，有助于公司优化资源配置，提升风险管理能力，为企业的可持续发展提供有力保障	ESG 管理： ESG 治理
2	税务透明		●		●	●	<ul style="list-style-type: none"> • 股东与投资人 • 监管机构 	税务不透明可能导致公司面临税务合规风险，增加税务成本和法律风险	保持税务透明，有助于公司提升企业信誉，降低税务风险，增强与税务机关和投资者的信任	治理篇： 健全公司治理
3	反不正当竞争		●	●	●	●	<ul style="list-style-type: none"> • 股东与投资人 • 监管机构 • 客户 	不正当竞争行为可能损害公司的市场地位和声誉，引发诉讼或行政处罚	坚持反不正当竞争，有助于构建公平竞争的市场环境，维护公司与客户之间的信任关系	治理篇： 践行商业道德
4	反商业贿赂及反贪污	●	●		●	●	<ul style="list-style-type: none"> • 股东与投资人 • 监管机构 • 供应商 	商业贿赂和贪污行为可能损害公司的品牌形象和市场声誉，影响消费者和合作伙伴的信任	良好的合规管理能够为企业赢得更多商业机会，合规经营可以有效提升企业核心竞争力、实现可持续发展	治理篇： 践行商业道德
5	尽职调查	●	●	●	●		<ul style="list-style-type: none"> • 供应商 	尽职调查不足可能导致投资和合作风险增加	加强尽职调查，降低投资和合作风险，提升企业决策质量	社会篇： 构建责任供应链

序号	重要性议题	影响范围			影响性质		受影响的利益相关方	风险	机遇	披露位置
		上游	运营	下游	正面	负面				
6	利益相关方沟通	●	●	●	●		<ul style="list-style-type: none"> 所有利益相关方 	沟通不畅可能导致利益相关方产生负面反馈，影响企业声誉和业务发展	加强与利益相关方的沟通，提升企业透明度和信任度，促进业务合作	ESG 管理： ESG 重要性分析
7	产品和服务安全与质量	●	●	●	●	●	<ul style="list-style-type: none"> 监管机构 供应商 客户 	产品质量问题可能引发消费者投诉和法律纠纷，损害企业声誉	严格把控产品质量，可提升消费者满意度和忠诚度，增强企业市场竞争力	社会篇： 专注精益产品
8	数据安全与客户隐私保护		●	●	●	●	<ul style="list-style-type: none"> 监管机构 供应商 客户 	数据泄露可能引发法律纠纷和消费者信任危机，损害企业声誉	加强数据安全治理，有助于树立良好的企业形象，增强消费者和合作伙伴的信任，从而提升品牌价值	社会篇： 完善隐私保护
9	创新驱动	●	●	●	●	●	<ul style="list-style-type: none"> 供应商 客户 	创新投入不足可能导致产品和服务竞争力下降，失去市场优势	利用数字化工具优化客户服务体验，如智能客服、个性化推荐，推动业务模式创新	社会篇： 引领创新发展
10	客户权益保护		●	●	●	●	<ul style="list-style-type: none"> 客户 	客户权益保护法规日益严格，若未能及时适应或遵守，可能面临罚款、诉讼或声誉损失的风险	强化客户权益保护，增强客户信任，提升品牌忠诚度与市场竞争力	社会篇： 打造极致服务
11	员工法定劳动权益保护		●		●	●	<ul style="list-style-type: none"> 员工 	如果公司未能依法保障员工权益、未提供必要的劳动保护等，可能导致员工与企业之间的劳动争议增加，影响企业声誉和运营效率	通过完善劳动权益保护机制，公司能够减少因劳动纠纷导致的法律风险和经济损失，维护企业稳定运营	社会篇： 支持员工成长
12	员工培训与能力建设		●		●	●	<ul style="list-style-type: none"> 员工 	若培训内容无法满足员工的实际工作需求，可能导致培训效果不佳，浪费资源，同时影响员工对培训的积极性	通过培训，公司可以更好地管理和开发人力资源，提升员工的职业发展路径，优化人才结构	社会篇： 支持员工成长

序号	重要性议题	影响范围			影响性质		受影响的利益相关方	风险	机遇	披露位置
		上游	运营	下游	正面	负面				
13	员工健康与安全		●		●	●	• 员工	工作场所的意外事故和职业病可能导致员工健康受损，增加企业的赔偿成本，同时影响运营效率	有效的健康与安全管理体系能够减少因事故和工伤导致的停工、医疗费用和赔偿支出，从而降低企业的运营成本	社会篇： 支持员工成长
14	员工申诉与沟通		●		●	●	• 员工	沟通不畅或申诉处理不及时可能导致员工对公司的信任度和满意度下降，影响团队凝聚力和工作效率	通过建立有效的申诉与沟通机制，公司可以及时解决员工问题，增强员工对公司的信任和归属感	社会篇： 支持员工成长
15	员工薪酬与福利		●		●	●	• 员工	不合理的员工薪酬与福利制度可能引发员工不满，影响企业稳定性	通过优化员工薪酬与福利制度，企业可以提升员工满意度和忠诚度，增强企业凝聚力，有助于企业吸引和留住人才	社会篇： 支持员工成长
16	供应链安全	●	●	●	●	●	• 供应商 • 客户	原材料供应中断或延迟可能导致生产停滞，影响订单交付和客户满意度	加强供应链安全管理，确保原材料稳定供应，可提升生产效率和客户信任度	社会篇： 构建责任供应链
17	负责任采购	●	●	●	●	●	• 供应商	供应商不符合环保、劳工等标准，可能引发法律和声誉风险	通过负责任采购，推动供应商提升可持续发展能力，增强供应链透明度和竞争力	社会篇： 构建责任供应链
18	平等对待中小企业	●	●			●	• 供应商	忽视中小企业需求可能导致合作机会减少，影响供应链多样性	支持中小企业发展，促进供应链多元化，提升企业社会责任形象	社会篇： 构建责任供应链
19	科技伦理		●	●	●	●	• 监管机构 • 社区 • 客户	科技应用不当可能引发隐私泄露、数据滥用等问题，损害企业声誉	遵循科技伦理原则，有助于增强消费者和合作伙伴的信任，助力全球 AI 治理水平的提升	社会篇： 引领创新发展
20	乡村振兴		●		●	●	• 监管机构 • 社区	参与乡村振兴项目可能增加企业运营成本和管理复杂性	通过参与乡村振兴，提升企业社会形象，拓展下沉市场，促进业务增长	重要性较低， 暂未披露
21	社会贡献		●		●	●	• 社区	社会贡献不足可能影响企业声誉和品牌形象	积极参与社会公益活动，提升企业社会形象，增强消费者对品牌的认同感	社会篇： 贡献社会公益

序号	重要性议题	影响范围			影响性质		受影响的利益相关方	风险	机遇	披露位置
		上游	运营	下游	正面	负面				
22	应对气候变化	●	●	●	●	●	<ul style="list-style-type: none"> 监管机构 供应商 客户 	气候变化导致极端天气频发，可能影响门店运营和供应链稳定性，增加公司运营成本和中断风险	通过提升能源效率、降低碳足迹等措施，可提升企业形象，满足消费者对绿色低碳产品的需求，增强市场竞争力	环境篇： 应对气候变化
23	循环经济	●	●	●	●	●	<ul style="list-style-type: none"> 供应商 客户 	实施循环经济要求对供应链进行更精细的管理，包括原材料的回收、再利用等环节，可能增加供应链的复杂性和管理成本	循环经济市场呈现出持续增长的趋势，公司有机会拓展新的业务领域，如开发环保型产品、提供循环利用服务等，开拓新的市场空间	环境篇： 高效资源利用
24	环境合规管理		●		●	●	<ul style="list-style-type: none"> 监管机构 供应商 	不熟悉或不遵守环保法规，可能面临法律风险和罚款	通过建立完善的环境管理体系，确保合规运营，推动行业绿色发展	环境篇： 环境合规管理
25	水资源利用		●		●	●	<ul style="list-style-type: none"> 员工 	水资源短缺可能影响门店运营和清洁工作，增加运营成本	通过优化用水流程、增加节水宣贯，可降低用水成本	环境篇： 高效资源利用
26	能源利用		●	●	●	●	<ul style="list-style-type: none"> 员工 	能源价格上涨会增加运营成本，若不优化能源利用，可能导致利润下降	采用节能设备，提高能源利用效率，可降低运营成本，提升企业可持续发展能力	环境篇： 高效资源利用
27	污染物排放		●			●	<ul style="list-style-type: none"> 监管机构 供应商 	排放超标可能面临环保法规处罚，增加法律风险和运营成本	通过采用环保技术和设备，减少污染物排放，可提升企业环保形象，满足消费者对环保产品的需求	环境篇： 高效资源利用
28	废弃物管理		●			●	<ul style="list-style-type: none"> 监管机构 供应商 	废弃物处理不当可能面临环保法规处罚，增加法律风险和运营成本	通过优化废弃物管理流程，提高资源回收利用率，可降低运营成本，提升企业环保形象	环境篇： 高效资源利用
29	生态系统和生物多样性保护		●		●	●	<ul style="list-style-type: none"> 社区 	业务活动可能对生态系统和生物多样性造成负面影响，引发社会舆论和法律风险	通过参与生态保护项目，提升企业社会责任形象，增强消费者对品牌的认同感	重要性较低， 暂未披露

利益相关方沟通与参与

迪阿股份积极与各类利益相关方沟通互动，深入梳理各方关注点与期望，并将其深度融入公司日常运营，推动企业与利益相关方协同发展、共同进步。

相关方构成	 股东与投资人	 监管机构	 客户	 员工	 供应商	 社区	 社会组织
相关方代表	<ul style="list-style-type: none"> • 投资人 • 证券分析师 	<ul style="list-style-type: none"> • 各级政府及主管单位 • 深圳证券交易所 • 中国证监会 	<ul style="list-style-type: none"> • 国内外消费者 	<ul style="list-style-type: none"> • 所有员工 	<ul style="list-style-type: none"> • 工程类供应商 • 行政综合类供应商 • 裸石或镶嵌加工类供应商 • 品牌服务类供应商 	<ul style="list-style-type: none"> • 重点特殊人群 	<ul style="list-style-type: none"> • 媒体 • NGO • 行业协会等
相关方关注点	<ul style="list-style-type: none"> • 公司业务表现 • 财务表现与 ESG 规划 • 公司治理与风险管控 • 投资人沟通与互动 	<ul style="list-style-type: none"> • 公司治理与合规运营 • 环境保护与气候变化 • 保护客户、员工等相关方权益 	<ul style="list-style-type: none"> • 产品创新与设计 • 产品品质保证 • 客户服务保障 • 整体社会责任表现 	<ul style="list-style-type: none"> • 薪资福利 • 能力建设与培训 • 公开透明的发展通道 • 工作生活平衡 • 员工健康安全 	<ul style="list-style-type: none"> • 稳定财务表现与付款政策 • 公平透明的选取程序 • 公平、公正、公开，阳光透明的采购环境 	<ul style="list-style-type: none"> • 贡献社区持续发展 • 真爱传递与守护 	<ul style="list-style-type: none"> • 良好的合作关系 • 透明的信息沟通与分享 • 行业共同发展
沟通参与方式	<ul style="list-style-type: none"> • 信息披露 • 投资者线上 / 线下交流 • 电话及邮件沟通 	<ul style="list-style-type: none"> • 参与相关会议 • 机构沟通 • 信息披露审核与评价 	<ul style="list-style-type: none"> • 售前沟通 • 售后服务 • 常规沟通（如客户回访等） • 品牌宣传活动 	<ul style="list-style-type: none"> • 工会与员工代表 • 线上沟通平台 • 员工投诉热线 • 高管面对面等内部活动 	<ul style="list-style-type: none"> • 供应商培训 • 供应商审核与沟通 	<ul style="list-style-type: none"> • 公益活动 • 投诉热线 	<ul style="list-style-type: none"> • 媒体活动与沟通项目合作 • 公司官方网站、公众号等公开渠道

治理篇

迪阿股份持续夯实治理架构，以负责的商业行为保障商业活动的公平、诚信、责任与效率，助力社会幸福与和谐。

我们的目标

- 健全公司治理模式，切实保护投资者权益，全方位保障运营合规
- 通过反腐败、规范营销、保护商业秘密等措施，打造廉洁、透明、合规的企业环境

我们的进展

- 公司股东大会、董事会、监事会有序召开，决议均有效通过
- 公司投资者沟通渠道更加多元
- 构建高效税务风险控制体系，通过数字化工具与专业团队，精准识别国内外税务风险
- 推进廉洁文化建设，高效开展廉洁培训，强化员工廉洁意识，筑牢企业廉洁防线

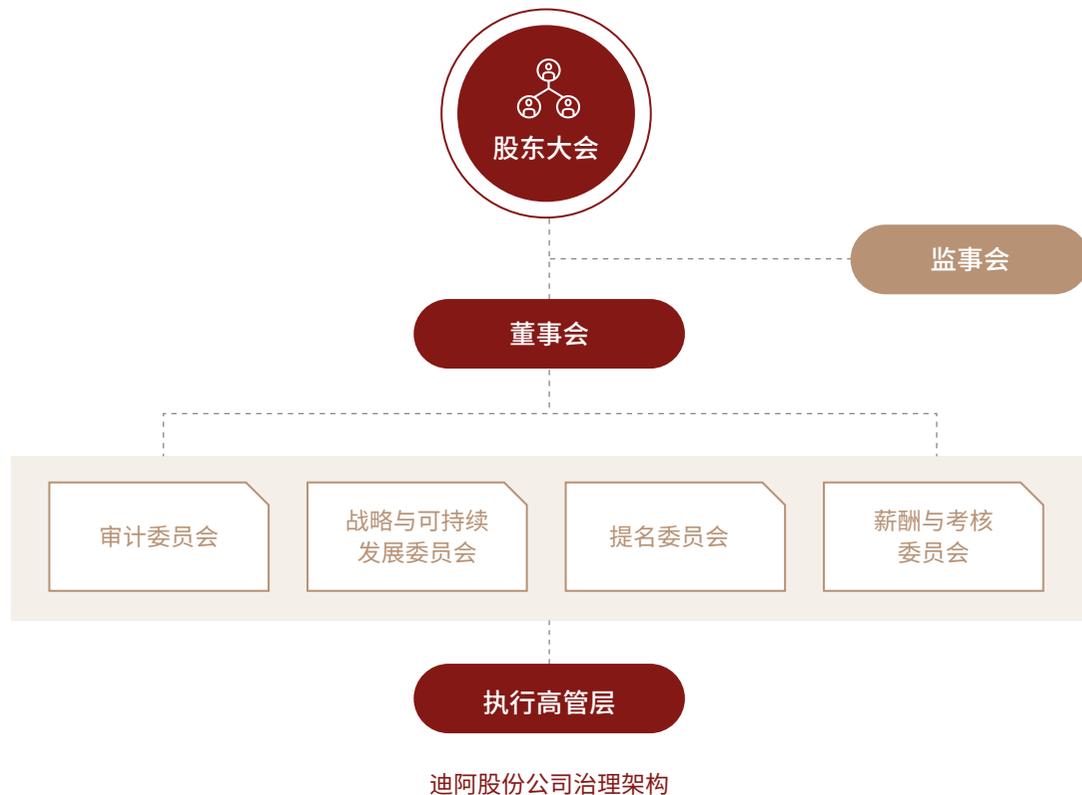
01

支持联合国可持续发展目标



健全公司治理

迪阿股份始终严格遵循公司治理相关法律法规，持续优化公司治理结构与体系，强化与投资者的沟通交流，全方位构建合规、透明的机制，致力于为股东创造可持续的商业价值。



规范三会运作

股东大会

股东大会作为公司的最高治理机构，严格遵循《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》《上市公司股东大会规则》以及《公司章程》等相关规定，规范召集、召开程序，严谨开展议事表决流程。股东或股东代理人可以通过现场投票与网络投票方式，对各项大会议案进行表决，以充分保障全体股东平等、有效地行使合法权利。

2024 年，公司共举行两次股东大会，包含 1 次临时股东大会与 2023 年年度股东大会。

董事会

董事会是股东大会选任的、代表其行使治理职责的公司治理机构，秉持勤勉、忠实的原则履行董事职责，负责审议公司战略决策、决定公司重大事项。公司董事会下设审计委员会、战略与可持续发展委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四大专门委员会，以提升公司高层决策效率。独立董事在审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中担任召集人，保障专门委员会的独立性与专业性。

	2024 年，公司共召开	4 次董事会	8 次专门委员会		董事出席率达	100%
--	--------------	---------------	-----------------	--	--------	-------------

董事会多元化与独立性

公司高度重视董事会多元化与独立性建设，综合考量董事的年龄、性别、工作履历及专业背景。2024 年，公司董事会女性董事占比达 22.22%，充分发挥女性领导力。现有董事背景涵盖财务、法律、风险管理等多个专业领域，具备深厚的行业背景与丰富的企业管理经验，具备履职所需的技能与素养。

公司独立董事恪守职责，在董事会中充分发挥参与决策、监督制衡与专业咨询作用，始终保持独立性、客观性与审慎性，切实维护公司整体利益及中小股东合法权益。2024 年，公司共设置 3 名独立董事，占董事席位的 33.33%，有效提升了公司决策的专业性与科学性。



董事人数

9 人



男性董事人数

7 人



女性董事人数

2 人



女性董事占比

22.22%



4 人



3 人

■ 拥有风险管理专业知识背景董事人数 (包含会计和法律背景) ■ 拥有会计专业知识背景董事人数



独立董事人数

3 人



独立董事占比

33.33%



董事会成员平均任期

4¹ 年

¹ 计算范围与《2024 年年度报告》董事、监事和高级管理人员情况中披露的董事会成员一致。计算口径以年报中记载的董事会成员任期起始年为基准，截至 2024 年 12 月 31 日。

迪阿股份董事会多元化与独立性分布

监事会

监事会作为公司治理的重要监督机构，负责对董事及高级管理人员的履职情况进行严格监督，确保公司决策与运作的合法性。



2024 年，公司共召开

4 次监事会



监事出席率达

100%

投资者关系管理

公司严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司投资者关系管理工作指引》等法律法规，以及《公司章程》等内部制度，秉持“充分合规、投资者平等、主动沟通、诚实守信”的原则，确保信息披露真实、准确、完整、及时，保障投资者公平获取信息的权益。

在沟通渠道与机制建设方面，公司建立了完善的投资者关系管理体系，通过电话、传真、电子邮箱，以及“迪阿股份”官方公众号、公司官网“投资者关系”模块和现场接待等多元化渠道，构建常态化沟通机制，加强与机构投资者、证券分析师及中小投资者的交流，提升资本市场对公司价值的认知与认同。2024 年，公司面向全体股东举办了三次定期报告线上业绩说明会，以确保中小股东公平获取信息。公司积极参加“2024 年度深圳辖区上市公司集体接待日活动”，并通过《投资者关系活动记录表》披露日常投资机构调研信息。

在信息披露方面，公司严格遵循《上市公司信息披露管理办法》等规定，规范信息披露行为，确保信息的及时性、准确性和完整性，始终坚持公开、公平、公正的原则，保障投资者的平等知情权。对于可持续发展信息，公司充分发挥公众号的信息传播优势，及时、准确地传递公司发展及投资价值亮点，全面展示公司在环境、社会和公司治理方面的责任担当与战略规划。

在利润分配方面，公司平衡可持续发展与全体股东利益，保持利润分配的连续性和稳定性。2024 年，公司根据证监会相关规定及实际经营情况，制定了《未来三年（2024-2026 年）股东回报规划》，并于 2024 年 6 月披露《2023 年年度权益分派实施公告》，以实际行动兑现对股东的回报承诺。同时，为提升投资价值，加强和规范市值管理行为，公司根据证监会法规并结合自身情况，制定了《市值管理制度》，旨在完善公司治理结构，推动资本市场稳健发展，切实维护公司和投资者的合法权益。

指标	单位	2024 年绩效
年度发布定期报告数量	份	4
年度发布临时报告数量	份	99
组织开展投资者调研沟通活动次数	次	4
累计接待机构投资者数量	人次	323



合规税务治理

财税管理体系与制度

公司构建了高效、协同的财务管理体系，搭建了业务财务组、财务共享中心、综合财务专家组的“财务三支柱”组织结构，并制定了完善的财务管理相关制度与流程。同时，公司不断升级财务税务数智化，持续优化现有 OA、SAP、报销系统、智能 BI、税务系统，并搭建全电票系统、业财数字化系统，进一步提升财务税务运营效率与决策支持能力。



税务管控及风险管理

在税务风险识别与应对方面，公司建立了完善的税务合规自查机制，定期对税务申报数据、发票使用情况以及税务筹划方案等进行全面自查，及时发现并纠正潜在的税务合规问题。根据风险程度的不同，公司采取了分层应对措施：



对于常规问询，由会计依据公司实际业务情况进行解释性回复。



对于风险问询，由经理级指导会计进行自查，明确风险是否实际存在，并进行针对性解释，必要时及时补正。



对于稽核风险，公司迅速成立临时专项应对小组，与监管人员进行有效沟通，深入了解风险关键点，开展针对性自查并评估风险影响，必要时及时补正，并进一步评估是否存在集团系统性税控风险。

针对海外业务，公司设立了专门的海外税务管理岗位，负责紧密跟踪海外税收政策的变化，及时解读并评估其对公司业务的影响。同时，公司积极与同业公司交流，主动参与监管机构组织的培训与交流互动，及时掌握相关政策变动和征管要求，确保公司财税处理的合规性与准确性。此外，公司还聘请第三方专业机构进行海外税务专项咨询指导，进一步提升海外税务管理的专业性，为公司的国际化发展提供有力支持。

践行商业道德

迪阿股份持续规范负责任的商业运营，保障企业合规治理。在反商业贿赂、反贪污、反不正当竞争等方面，公司不断强化措施、完善制度，致力于打造廉洁、透明、合规的企业环境。

强化商业道德监督

商业道德规范与审计

公司制定并发布了《商业行为准则》，明确其适用范围涵盖公司内部员工及日常业务合作伙伴，旨在规范商业行为，强化道德约束。2024 年，审计委员会围绕审计部岗位设置、舞弊案例改善、募集资金使用及内控缺陷整改等方面提出多项建议。审计部积极协调公司高管及其他部门，推动建议落地实施，有效提升了公司管理水平和风险防控能力。

2024 年，公司开展 9 项内控专项审计，涵盖门店闭店管理、工程、采购、婚礼业务及募集资金存放与使用等关键领域。审计部据此提出审计发现和建议各 50 条，业务部门整改完成率达 92%。

同时，公司执行 7 项临时审计，涵盖门店货品及资金管理、订单业绩、门店运营、费用报销、利益冲突等方面，提出审计发现和建议各 25 条，挽损 140 万元。通过审计监督与整改落实，公司运营健康度显著提升。

2024 年，公司开展
9 项内控专项审计

审计部据此提出审计发现和建议各
50 条

业务部门整改完成率达
92%

举报与举报人保护

公司建立了廉洁建设制度和投诉举报制度，明确了腐败现象的举报途径，并在官网上公开发布了《举报与举报人保护政策》。该政策详细规定了举报内容、方式、举报人保护措施以及举报受理与调查处理流程，确保举报人身份保密且不受打击报复，对于查实的违规行为，给予举报人相应奖励。公司共设立三重举报渠道，包括审计部的举报邮箱、经营管理部的投诉邮箱以及用户投诉的线上客服中心，全方位保障举报与投诉的便捷性和有效性。

迪阿股份外部举报渠道



举报邮箱: sj@darryring.com



举报地址: 深圳市南山区深南大道 9668 号华润置地大厦 C 座 13 楼审计部

反商业贿赂与反贪污

反舞弊管理体系与制度

作为企业反舞弊联盟会员单位，公司始终将腐败视为运营红线，制定了《迪阿股份有限公司廉洁建设制度》和《迪阿股份有限公司监督举报制度》，明确廉洁红线的六大类别，强化对内部员工的约束。公司官网发布的《反腐败政策》清晰界定了零容忍的腐败行为，规范了收受礼品、利益冲突等行为准则及上报流程，确保运营的透明、公正与合规。

对于发现的舞弊行为，公司将依据《奖惩管理制度》进行严肃处理：轻微违规行为由人力资源部负责处罚；情节严重或触犯法律的，将移交法务部依法追究。

公司持续推进廉洁文化建设，不断提升内审人员的专业能力与资质水平，紧密跟踪新规范要求，并将其转化为内部工作机制。审计部定期发布廉洁宣传稿件，涵盖真实案例、网络素材汇总以及举报渠道，助力提升各防线员工的廉洁意识。2024 年，公司组织开展了廉洁培训，多次发布违规通报和廉洁宣贯。



上市公司廉洁文化建设与董监高商业道德培训

2024 年 12 月，公司举办了“上市公司廉洁文化建设与董监高商业道德培训”。此次培训面向公司董监高、各部门负责人、经理级以上人员、各销售区域负责人以及全体采购部成员，旨在进一步强化公司廉洁文化建设，提升高管团队的商业道德认知水平。



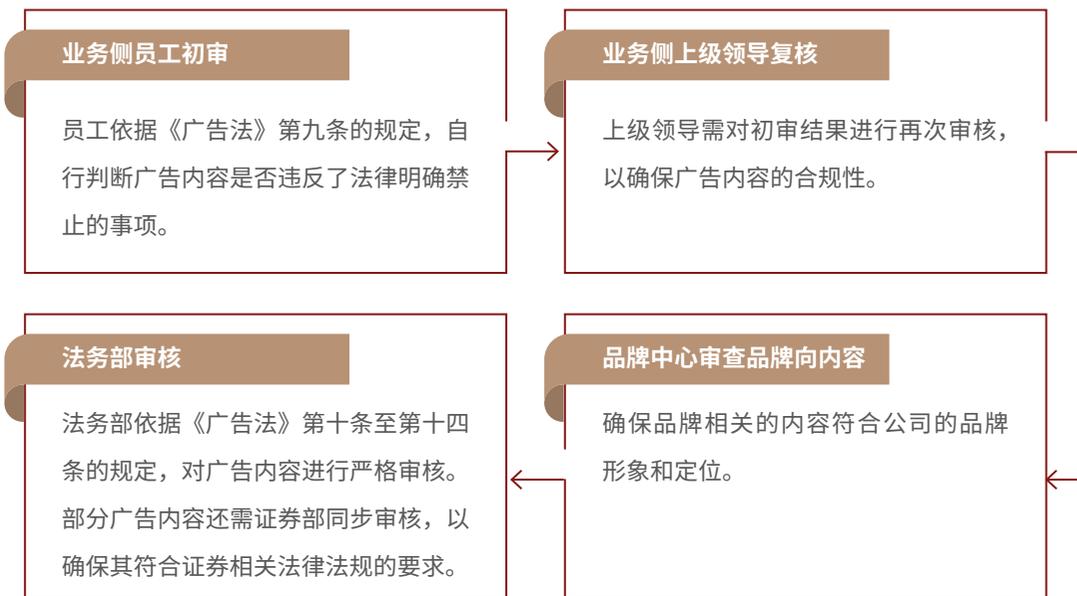
在供应链廉洁方面，公司与供应商签订制式合同及廉洁协议，明确双方的廉洁义务与追责方式，确保供应商充分理解和遵守公平交易、商业道德规范和保密原则，并公开审计部的举报联系方式，对商业伙伴的贪污、贿赂行为进行严格监管与监督。2024 年，公司与常年稳定合作及关键供应商的廉洁协议签署覆盖率达 100%。

反不正当竞争

负责任营销

公司秉持负责任营销的理念，坚决杜绝虚假宣传。法务部严格依照《广告法》《反不正当竞争法》《消费者权益保护法》等法律法规，坚持对所有对外发布的宣传材料进行严格审查，确保品牌内容符合相关法律法规，杜绝虚假或误导性信息。同时，设立评审委员会，对有争议的内容和账号进行集体评审，从源头确保品牌内容的合规性。确保内容真实、合法，杜绝虚假或误导性信息。

迪阿股份品牌推广审核流程



公司定期开展品牌内容合规性培训，强化员工合规意识。2024 年，公司参加《2024 年广告监管要点、最新案例解读及 2025 年企业广告合规建议》在线课程，对重点领域商业广告合规、网络直播营销执法重点和趋势等热门广告监管话题进行学习研讨。

针对销售过程合规，公司定期对销售团队进行审查和培训，确保在执行推广活动时严格遵守合规标准。



社会篇

迪阿股份以创新为核心驱动力，将创新理念深度融入产品研发、设计与服务的每一个环节，持续优化供应链管理，提升产品可及性，为消费者打造极致体验，助力传递真爱理念。

我们的目标

- 推动行业工艺、产品创新，打造极致用户体验
- 增强见证真爱及传递真爱的力度与广度
- 建立并推行国际领先的供应商责任标准
- 促进员工发展，提升员工家庭与职业幸福感

我们的进展

- 打造多功能佩戴珠宝产品，满足不同场合需求；扩展产品品类，丰富消费者选择
- 加大数字技术的投入，引入先进的人工智能解决方案，助力各项业务优化流程
- 完善制度流程，夯实信息安全战略与管理机制
- 优化供应商全流程管理，实现各环节精细化管控，提升供应链效率与稳定性
- 营造良好的职场环境，维护员工职长远发展权利

02



支持联合国可持续发展目标



引领创新发展

迪阿股份将创新视为核心动力，始终坚持以顾客为中心，将创新融入产品研发、设计和服务的每一个环节，不断强化知识产权管理和激发全员创新文化，始终坚持科技伦理，确保创造过程符合行业标准与社会责任。

创新驱动发展

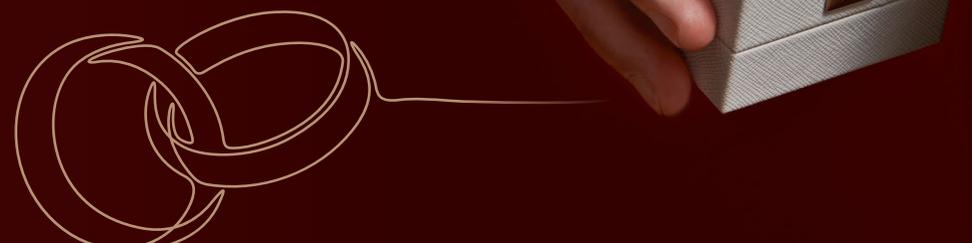
管理体系与制度

公司致力于构建完善的研发与创新管理体系，推动科技成果的高效转化与应用。唯爱智云制定《科技成果转化组织实施与激励奖励制度》，以科学的组织管理与合理的激励机制，激发员工的创新积极性，鼓励团队和个人在技术研发、产品创新及成果转化方面取得突破性成果。通过明确的奖励措施和公平的评价标准，持续优化创新生态，为公司的持续发展提供技术支撑和动力保障。

指标	单位	2024 年绩效
研发员工人数	人	45
研发员工比例	%	2.04
研发投入	万元	1,792.46
研发投入占营业收入比例	%	1.21

产品设计创新

公司强化品牌特色，提升品牌价值，打造多功能佩戴产品以满足不同场合需求，并扩展产品品类以丰富消费者选择。通过持续升级产品系列，结合精准的市场洞察与前瞻性设计，满足消费者多样化需求，塑造具有独特辨识度的品牌形象。





针对钻饰类产品

公司推出了一系列突破性设计，开创了全新的市场风格与佩戴体验，进一步增强了品牌在高端珠宝领域的创新影响力。



高级婚嫁珠宝惊艳巴黎时装周，引领婚嫁时尚潮流

2024 年 3 月，迪阿股份与全球知名华裔设计师 Vivienne Tam 携手推出当代中国婚嫁系列珠宝，亮相巴黎时装周。此次发布的联名款珠宝作品在“中式新娘”造型下展现了当代中国时尚设计与婚嫁文化的独特魅力，也在中法建交 60 周年、中法文化旅游年之际，向世界传递了对两国友好关系的美好祝福。



传承传统文化，打造中国婚嫁文化的独特魅力

公司携手 Vivienne Tam 推出中国婚嫁系列珠宝，亮相巴黎时装周，并作为国际高级珠宝设计及工艺水准的企业代表，应邀参加第二十届中国国际文化产业博览交易会，不断提升品牌形象。



国际高级珠宝设计及工艺水准代表企业闪耀文博会

2024 年，公司应邀参加第二十届中国（深圳）国际文化产业博览交易会，本次参展文博会延续了 2024 巴黎时装周的大秀主题，在 2024 文博会 - 非遗文化展区中展现了对当代中国婚嫁文化的深刻理解，传递了对爱情忠诚、对婚姻承诺的价值观。



经典品类升级，创新设计引领个性化珠宝潮流

通过系列产品的创新设计与多佩戴场景的推出，成功提升品牌竞争力与国际化视野。



满足多场景佩戴需求，创新钻饰产品设计

THE ONE&ONLY 系列：打破传统珠宝设计框架，采用异形克拉和多佩戴结构，满足多场景佩戴需求，并通过戒臂形态升级，展现戒臂美学形态，为个性化定制开辟了更广阔的空间。



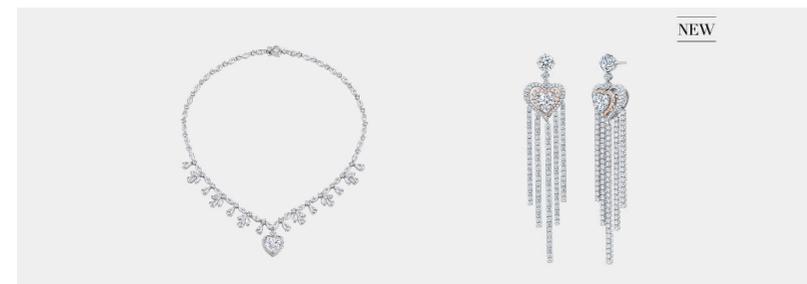
DR HEART 系列：创新心形造型与材质运用，通过“四心变幻”新结构和多佩戴场景的创新设计，满足不同场合下的佩戴需求，增强了美学表现和功能性。



JUST YOU 高级珠宝系列：打造多佩戴结构的高级珠宝产品，结合六芒星与丝带元素，提供耳饰、链牌、胸针等多种佩戴方式，兼具艺术美感与实用性。



DR HEART 高级珠宝系列：采用独特 13:14 比例切割心形钻石，支持多种佩戴方式，项链可拆卸为心形吊坠，耳饰可独立佩戴，展现真爱态度与独特魅力。





针对黄金类产品

公司成功搭建了 DR 黄金品类的完整工作体系，提升了产品工艺的精致度与市场定位，推动了品牌在黄金品类的深度布局。

公司深入分析国内外核心竞品特点，明确黄金产品的差异化定位，为产品设计提供有力支持。同时，结合文化符号与国际化当代设计，公司形成了独具特色的黄金风格，产品荣获包括美国 MUSE 设计奖、纽约设计奖等多项国际奖项。在此基础上，公司推出了以婚嫁区、特色区和定制区为核心的黄金标准货盘模型，进一步满足消费者多样化需求。



黄金品类创新，打造独特婚嫁珠宝风格

KING & QUEEN 系列：采用可拆卸心形吊坠和柔密式龙骨环锁工艺，突破传统黄金设计，实现多场景佩戴。

DR ETERNAL RING 系列：创新双重锁扣专利结构，一经扣合不可拆分，突破传统黄金产品设计，打造符合消费者需求的 DR 独特 DNA 产品。

ROSE HEART 系列：结合正反面不同表达方式与半宝石多材质，创新设计十种佩戴方式，展现独特的个性化风格。



NEW



NEW



同时，公司通过与多个知名品牌如芭比系列、富安娜等的联名合作，继续挖掘专属 IP，推出了一系列婚庆礼品和纪念日市场的创新产品，为品牌注入新活力。

数智赋能业务创新

公司始终致力于将数字化和智能化技术应用于各个业务环节，通过创新驱动，提升员工的专业技能和工作效率，推动公司运营效率的提升和业务模式的转型。

2024 年，公司持续加大在数字技术领域的投入，积极引入先进的人工智能解决方案，助力各项业务流程的优化与升级。在多模态人机交互与智能语音技术方面，公司取得了显著突破，通过融合 LLM（Large Language Model，大语言模型）语言理解、TTS（Text to Speech，文本转语音）语音合成、ASR（Automatic Speech Recognition，自动语音识别）语音识别及多角色分离等技术，初步实现了拟真对话系统的技术闭环，为服务场景的数字化转型开辟了新路径。在知识工程领域，公司通过多模态量化与 RAG（Retrieval-Augmented Generation，检索增强生成）检索增强技术的结合，逐步完善了企业知识库的智能管理体系，提升了知识的存储、检索与应用效率。



自研 AI 陪练系统

通过模拟顾客互动，专注于业务场景和服务的优化研究。系统通过个性化的对话设计，帮助员工增强专业能力，进一步优化客户体验。



自研 AI 问答核检系统

员工可随时随地进行技能核检。系统提供详尽评估与反馈，提升核检效率，降低主观影响，增强组织能力。



自研 AI 智慧客服

将非结构化知识进行结构化管理，提升客户服务效率与质量，促进公司内外高效协同。

此外，新技术的应用为客户购物带来更多想象空间。2024 年，公司引入 3D 模型和 AR 试戴技术，配备手势控制、钻重 / 材质切换等功能，为消费者打造沉浸式的线上购物体验。消费者在便捷、沉浸的购物过程中，实现实物与数字世界的连接，记录生活中的重要时刻，建立情感纽带。

强化校企合作创新合作

2024 年，公司与浙江大学深度合作，围绕“高新技术赋能一线业务场景”的核心理念，推动了多个技术创新项目。双方构建了高质量领域数据集，通过大模型交互和微调，提升了业务指标对齐效果。合作开发了标注建模一体化平台，支持中文文本标注与样本管理。此外，双方探索了大模型在特定领域的应用，开展了领域知识增强的 LLM 微调工作，推动了零售后链路营销的智能化，取得了多任务指令学习和多轮对话营销系统开发的显著突破。



知识产权保护

公司持续强化知识产权管理和维护机制，制定并实施《法律事务管理制度》和《知识产权申请流程》，实现对知识产权的全方位保护。

内部流程落地

公司积极推进知识产权保护内部流程落地，通过制定知识产权保护机制、完善管理制度、加强员工培训等措施，保护公司知识产权，鼓励研发与创新。

提前规划与评审

在产品初期，公司提前部署知识产权申请规划并进行评审，确保全面考虑并落实知识产权保护措施。

建立档案与合规

建立了完整的知识产权确权、维权和监控档案，确保各环节符合合规要求，提升管理效能。

信息共享与同步

公司与各部门实现信息共享，每月明确产品部和品牌部的知识产权申请规划，及时同步相关数据，确保高效运作。

内部宣贯与意识提升

法务部积极开展内部宣贯活动，增强员工的知识产权保护意识，推动确权与维权工作体系化推进。

外部维权保障

公司积极开展知识产权外部维权，通过监控处理售假线索、治理违规行为、封停售假店铺及移送涉案人员等措施，有效打击侵权行为，保障公司知识产权，维护市场秩序和消费者权益。

日常合规布控

2024 年，公司监控超过 3,000 条售假线索，及时治理 1,200 余件前端平台违规行为，迅速响应并解决消费者反馈的售假问题。

打击商标侵权行为

凭借民事诉讼手段，封停了在微信公众号、小程序、淘宝等多平台开展售假行为的店铺；依法对涉及犯罪的行为进行处理，报告期内将两名涉案人员移送司法机关。

供应商知识产权管理

公司通过合同约定供应商，确保其提供的产品不侵犯他人知识产权，并承担相应侵权责任。在委托制造合同中，要求供应商对未申请保护的知识产权进行保密。对于合作开发技术项目，合作合同明确界定双方对研发成果的所有权、使用权和收益权，保障双方权益。

2024 年，公司持续开展国内外专利申请，定期检查和维护产品专利和商标的有效性。

指标	单位	2024 年绩效
累计持有知识产权数量	项	961
本年获得知识产权数量	件	121

科技伦理治理

公司重视科技伦理，确保在技术创新和产品研发过程中遵循道德和社会责任要求。公司在推动人工智能、大数据等新兴技术的应用时，严格遵守相关法律法规，关注技术的透明性、公平性和隐私保护。

专注精益产品

迪阿股份始终坚持以消费者为中心，不断优化内部流程，通过精益化的产品管理强化质量控制，为市场提供高品质、高可及性的产品，帮助消费者在每个瞬间感受到真爱的传递。



强化质量管理

为保障公司成品质量，公司供应链管理部定期抽检工厂半成品，经检验合格后才会正式向工厂派发订单，确保成品质量稳定。公司配备多名生产过程监控人员，巡视工厂时，抽查半成品的质量。公司供应链管理部生产监控人员直接前往供应商生产线，现场检查工人对生产标准的掌握程度，以及生产过程中的产品质量，确保产品保质保量准时交付。同时，公司对工厂质量管理体系记录进行抽查，确保各项生产指标在规定范围之内。

针对工厂成品，公司质检人员进驻工厂对所有产品执行全检，每一款产品皆由质检人员检查是否满足公司质量要求与顾客需求，保证合格交付产品。同时，国家珠宝玉石首饰检验集团（NGTC）会对每一件成品进行检测，并出具 NGTC 证书，确保产品符合高质量标准。公司发货前执行最后检查，在货品邮寄出去以前，物流交付组会再次检查货品的外观，避免将有瑕疵的货品邮寄给顾客。2024 年，公司提升产品抽样检测比例和频次，每季度每个供应商至少进行一次抽样，若出货量大，则每月至少抽样一次，从源头把控原材料和生产工艺，保障客户健康。同时，公司关注产品舒适性，通过收集客户反馈优化设计，组织佩戴测试，改良款式，提升佩戴舒适性，力求为客户提供完美体验。

针对不合格品，公司会启动不合格品的原因调查，从人、机、料、法、环、测六个维度展开调查并分析原因，根据分析结果制定纠正措施，监督工厂按照措施进行纠正，持续跟踪验证措施的有效性，并根据同类型的不合格事件制定预防措施。

在引入新材料、新工艺的过程中，公司组织内部人员与外部协会专家共同探讨其生产可行性，群策群力解决相关问题与难点。解决方案成型后，公司安排新材料、新工艺的试产，要求供应商按照款式生产样板，并比对样板与实际货品的质检差异。同时，公司将产品送往第三方机构进行检测，评价新材料、新

工艺的实施可行性及是否达到预期目标。经过多轮试产，确认新材料、新工艺的各项参数。在量产初期，公司品质管理部门会重点关注新产品可能出现的质量问题，确保新材料、新工艺的可靠性。

公司始终把产品质量和消费者安全放在首位。为确保消费者购买的产品符合最高标准，公司制定了严格的产品召回政策。若发现产品存在可能危及消费者健康或安全的问题，公司将立即启动召回程序，及时通知消费者，并提供免费维修、更换或退款服务，确保消费者权益得到有效保障。

公司持续推进质量文化与专业能力建设。为保障成品质量，公司积极打造专业质检团队，定期为质检人员开展专业技能培训，涵盖技能提升与业务知识拓展，并组织考核。同时，为确保质检人员专业技能的稳定性，公司开展了一系列一致性和有效性测试，保持检验标准的一致性及高质量水准，杜绝瑕疵产品流入市场。

指标	单位	2024 年绩效
年度接受外部质量体系审核次数	次	2
公司因产品质量安全违法违规导致的诉讼事项	件	0
因产品质量安全违法违规导致的诉讼处罚	万元	0
已出售或已运送产品总数中因安全与或健康理由而须回收的事件	起	0
已出售或已运送产品总数中因安全与或健康理由而须回收的数量	件	0

提升产品可及性

迪阿股份通过高效的供应链管理和多渠道布局，提升产品的可及性，确保消费者能够便捷地获得所需商品。公司优化了产品生命周期管理体系，重新定义了产品的五个周期阶段：研发期、测试期、销售期、消耗期和淘汰期，并为各阶段制定了管理规则。通过梳理 3,000 款产品的生命周期、销售周期和库存状态，确保各部门能够精准制定策略，确保消费者在各类场景下都能轻松获取高品质产品。同时，通过线上和线下渠道的扩展，满足不同消费者需求。

真爱发现与传递

公司以至臻匠心打造爱的信物，将每件产品打造成真爱的象征，助力消费者传递真挚情感。创新设计与个性化定制服务，使珠宝成为见证爱情的独特载体，将“真爱”核心价值与消费者独特故事紧密相连，承载重要时刻的情感与记忆，让珠宝不仅是饰品，更是爱情故事的发生者与传递者。



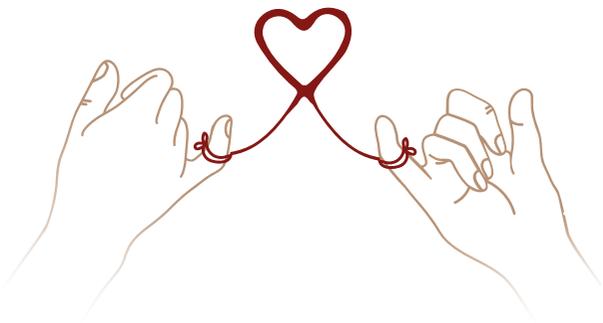
奥运冠军携手 DR 见证真爱承诺

2024 年巴黎奥运会期间，现役世界冠军情侣档黄雅琼和刘雨辰共同书写了浪漫与荣耀的篇章。黄雅琼在羽毛球混双项目中夺得金牌，实现了职业生涯的大满贯。在这一辉煌时刻，刘雨辰在 DR 小白盒和标志性“DR HEART”筒奢款求婚钻戒的见证下，向黄雅琼单膝跪地求婚，表达“用一生爱一人”的承诺。



DR 钻石婚影展项目

2023 年，公司联合法国顶尖时尚杂志《Madame Figaro》发起了《寻找全球 100 对钻石婚夫妻》真爱公益活动，历时 6 个月，跨越 26 个城市，历经数万公里，为全国各地钻石婚老人拍摄婚纱纪录片，帮助他们重温初婚时的温情与感动。2024 年，公司以 11 对钻石婚老夫妻相爱一生的经历为载体，分别在北京、广州、巴黎举办了 3 场名为“跨越时光·爱”的全球钻石婚夫妻影像展，吸引了众多年轻人慕名打卡。影展包含六大观影场景和三大互动场景，不仅立体呈现了钻石婚老夫妻的真爱故事，也为年轻人提供了表达爱、见证爱的真爱空间。通过本次公益影展，公司持续传播“用一生爱一人”的理念，增强了当代年轻人对爱情的信心。



打造极致服务

迪阿股份始终秉持客户至上的服务理念，致力于为消费者提供卓越的服务体验。在确保销售合规的基础上，优化服务流程并提升客户互动体验，力求每一位客户都能享受到贴心且专业的关怀。

打造客户体验

优化线下体验

线下体验店是客户定制求婚钻戒及体验公司服务的首选场所。公司通过四大工作模块对线下体验店和客户满意度进行评价与管理，包括巡店管理、客诉管理、满意度管理以及月度考核统筹管理。

巡店管理

每月定期对店铺运营情况进行稽查，及时发现并纠正运营中的不合规行为及不足之处，重点分析共性、关键及红线问题，并要求相关部门进行整改。同时对线上业务部日常运营进行稽核检查，并输出巡检报告。

客诉管理

确保所有客诉工单得到及时处理，跟踪定责与申诉事务，管理员工内部投诉台账。通过分析客诉数据和申诉结果，生成客诉报告，为提升服务质量提供数据支持和决策依据。

满意度管理

通过公众号、短信等渠道，定期向已购、预约及售后等客户推送调研问卷，邀请客户评价员工服务。公司稽核组每月对回收的问卷进行分析，依据得分数据编制满意度报告，为全面了解客户满意度水平及服务优化方向提供依据。

月度考核统筹管理

每月协调公司多个部门制定考试内容，涵盖销售常见疑难问题、操作错误、服务条款及产品知识等方面。通过线上平台每月末回收并批改试卷，统计成绩并输出月考报告，为员工培训效果评估和业务水平提供参考依据。

公司还建立了一整套店铺服务考核机制，根据客户投诉量、真实顾客满意度、公司风控部暗访评分三大服务质量表现，制定线下服务质量目标。为切实保证服务质量，线下体验店员工薪酬与店铺服务质量直接挂钩。

公司在求婚和婚礼策划服务中，通过严格的标准化流程，确保客户体验和服务质量的一致性。所有客户服务流程通过系统进行标准化管理，客户可实时查询订单状态与细节。每位客户配备专属管家，负责全程对接和协调，确保服务顺利进行。同时，供应商与 DR 真爱大使接受一对一电话沟通与培训，确保服务细节精准执行，并通过全程监督提升服务质量。在拍摄服务方面，公司提供标准化套餐，并由管家全程监督服务过程，确保服务符合公司的高标准要求。

2024 年，公司年度客户满意度 98.60%。

指标	单位	2024 年绩效
年度消费者关于产品及服务的累计投诉量	件	66
产品质量投诉率	%	0.001
客户投诉及时处理并按期关闭的比例	%	100
因投诉受到的行政处罚事件数	件	0
本年度客户满意度	%	98.60

提升会员体验

为了更好地管理用户全生命周期，提升会员价值感，优化会员体验，满足消费者日益多样化的需求，2024 年，公司推出全新的会员体系，并上线 DR 会员小程序，融入极具特色的真爱空间。会员可通过消费、任务、互动等途径获取“真爱值”，用于在真爱商城中兑换权益或礼品等，为会员提供了更多增值选择。此外，运营部门通过线上线下活动和社交媒体渠道不断推动会员体系的推广和优化，进一步丰富了会员的权益范围，优化会员体验。



真爱见证与守护

迪阿股份通过创新服务和精心策划的活动，为消费者打造表达和守护爱情承诺的独特体验。公司围绕情感需求，设计并实施了一系列个性化服务，通过专属活动和体验，助力消费者见证并守护他们的爱情承诺。



真爱航班“七夕，去有你的地方”项目

公司与同程旅行和南方航空合作，联合发起了真爱航班“七夕，去有你的地方”项目，为异地恋情侣提供见面机会。情侣们通过线上报名，有机会赢取“DR 特制机票”，解决异地恋情侣的情感需求。



DR 求婚专列点亮爱情新表达

2024 年 5 月 20 日，公司与深圳报业地铁传媒合作推出了“DR 求婚专列”，为粉丝创造了一个充满浪漫氛围的求婚空间。在专列的求婚告白车厢里，粉丝们的甜蜜情话装饰在车厢内，鼓励他们勇敢表达爱意，并让更多人共同见证这一特殊时刻。



保障信息安全

保护客户隐私

治理

迪阿股份持续加强信息安全与客户隐私保护，构建完善的信息安全管理架构，确保信息资产和客户隐私的安全。

公司明确各部门安全职责，并提供必要的资源保障。智慧科技部负责公司的信息技术战略与信息安全管理，确保信息系统的稳定性与安全性，并协调各部门的信息流和资源整合以支持公司业务发展。安全专家专注于信息安全战略规划和风险管理，负责制定并实施信息安全政策、监控安全运营，并处理安全事件。

战略

公司制定并公开了《信息安全管理政策概要》，展示了公司建立全面的信息安全管理体系，实施有效的安全保护措施，确保为客户提供安全、可靠的服务环境的承诺。同时，公开《隐私政策》，说明公司在提供产品和服务时如何收集、使用、保存、共享和转让用户的相关信息，以及公司为用户提供的访问、更新、删除和保护用户的相关信息的方式。

2024 年，公司更新了《公司信息安全管理制度》和《IT 事故处理管理制度》，强化信息安全的战略与管理机制。

风险评估与处理

定期开展信息安全风险评估，制定和优化风险处理策略，确保持续跟踪和应对潜在风险。

信息安全措施

建立完善的信息安全管理体系，通过技术手段和员工培训提升隐私保护意识与合规能力。

数据收集与处理

严格限制客户信息收集范围，遵循最小授权原则，确保信息的准确性、完整性和合规性。

信息安全事件应急响应

制定全面的应急预案，定期组织应急响应演练，提升应对突发信息安全事件的能力。

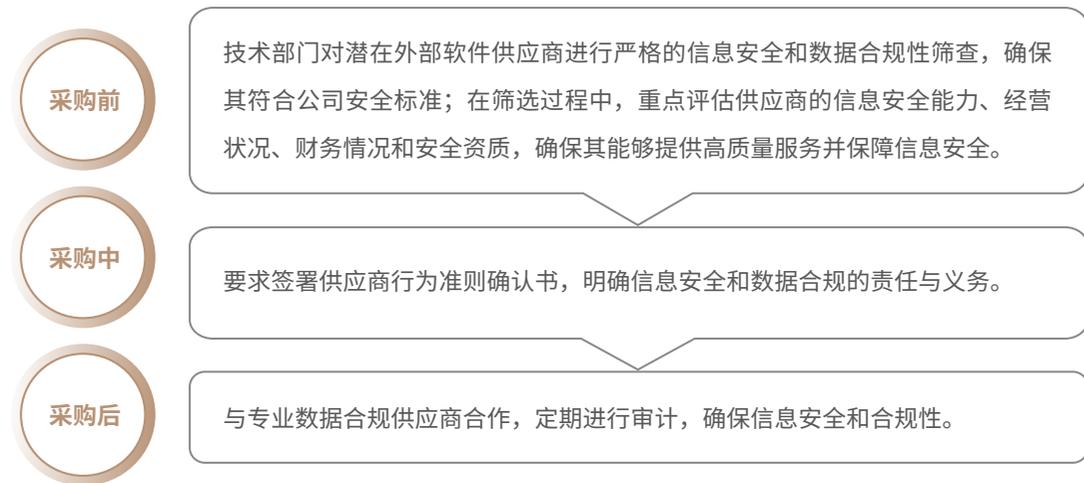


风险管理

公司定期梳理、识别并评估资产的重要性，依据危害程度和利用难度等维度划分风险等级。



在供应商信息安全方面，也采取了全面而综合的策略，以确保供应链的安全性和可靠性，保障公司及客户的数据安全。



年度进展与目标

年度进展

2024 年，公司部署了态势感知系统，提升了潜在威胁的识别与预测能力，并通过第三方安全审计验证了信息安全与隐私保护的有效性和合规性。同时，公司优化了客户信息查询流程，增加了权限验证要求，加强了客户隐私保护。

公司还加强了全体员工的信息安全与隐私保护培训，2024 年开展了两次全员钓鱼演练和安全意识培训，并将信息安全模块纳入新员工入职培训，实现信息安全培训的全员覆盖。



迪阿股份信息安全与隐私保护培训

指标与目标

公司的目标是实现信息安全与隐私保护方面的最高标准，确保内外部威胁得到有效防御，并防止隐私泄露。

指标	单位	2024 年绩效
已发生的信息安全事件	件	0
发生泄露客户信息事件数量	件	0
违反相关法律法规造成的损失	万元	0

强化网络安全

为提升系统安全性，公司采用去中心化的区块链技术对购买信息进行加密处理，确保信息不可删改并永久存储至国家信息中心发起的 BSN 区块链，以进一步保障数据的安全性和完整性。

在海外信息安全方面，公司实现了国内外信息架构的物理隔离，确保数据跨境传输符合合规要求。海外站点部署在业界领先的云基础设施上，并配备了顶级应用防火墙，以增强安全防护。公司还与业界领先的合规供应商合作，提前应对可能的法规变化，如《合法使用境外数据明确法》，确保符合未来日益严格的法规要求。

2024 年，公司积极参与外部信息安全活动，主动参与政府组织的护网行动，作为防守方成功避免了所有漏洞和攻击，展示了公司在信息安全领域的信心与实力。



2024 年迪阿股份再获“国家等保三级认证”，树立行业高质量标杆

2024 年 12 月，迪阿股份的 DR 求婚钻戒应用系统凭借卓越的网络信息技术和安全管理能力，再次通过国家授权的等保认证机构评定，荣获“国家信息安全等级保护三级认证”。

构筑行业信息安全标杆，2024 年迪阿股份再获国家等保三级认证！

证券时报网 王凯彤 2024-12-26 17:27

近日，通过国家授权的等保认证机构的测评，迪阿股份（901177.SZ）DR求婚钻戒应用系统凭借出色的网络信息技术及安全管理能力，再次通过“国家信息安全等级保护三级认证”（以下简称“等保三级”）。

公开信息显示，等保三级证书是中国信息安全领域的一项重要标准，代表了国家层面对企业机构信息安全能力的认可及评定。是企业及机构在信息安全领域的“身份证”。通过等保三级认证，意味着迪阿股份的信息安全管理能力达到国内零售行业最高标准。

每日经济新闻 每日经济新闻 2024 年 12 月 26 日 星期三 11:21:11
行业领先标准！国家信息安全认证……DR 如何确保定制记录不可删改？
【证券时报网 王凯彤 2024-12-26 17:27】
近日，通过国家授权的等保认证机构的测评，迪阿股份（901177.SZ）DR求婚钻戒应用系统凭借出色的网络信息技术及安全管理能力，再次通过“国家信息安全等级保护三级认证”（以下简称“等保三级”）。

构建责任供应链

供应商管理

供应商管理与流程优化

公司建立并实施《裸石类供应商开发管理制度》《生产类供应商的淘汰机制》《生产类镶嵌供应商评核机制版本》《婚策类供应商开发管理制度》，针对材料采购业务流程所涉及的所有环节统一纳入管理，有效控制采购风险，以实现供应链的精细化管理与持续优化。

2024 年，公司制定了《综合采购类供应商开发管理制度》并更新了《委外生产加工类供应商开发管理制度》《工程施工单位招募管理制度》等，进一步明确了供应商的开发、评估、选择、合作和淘汰等流程和标准，以确保供应商管理的科学性和有效性。



供应商全流程管理优化

供应商分类管理

实施供应商分类管理，主要划分为战略供应商（第一梯队）、交易型供应商（第二梯队）和淘汰期供应商，提升了供应链的稳定性与灵活性，确保与供应商的合作关系更具战略性和高效性。

采购招标流程优化

优化采购招标流程，确立了集中采购、采购参与和采购职能管理三种采购模式。根据不同模式，明确采购行为和管理方法。通过供应商推荐会与招投标策略会议，精选供应商并纳入合格库，确保招标公正透明。遇废标情形时，可通过竞争性谈判等方式推进，确保供应商充足且多样。

裸石采购监督机制和采购模式强化

采购员职责由主要谈判转向供应商管理，重点关注价格控制、质量合格率与按期交付等关键指标，并开展供应商风险预警，确保供应链稳定。

强化裸石采购流程，实施统一询价与严格议价机制，确保价格公正透明。所有询价通过专用邮箱完成，规范采购操作。采购负责人根据供应商报价制定目标价，并进行议价，最终分配订单配额。

裸石质量检测环节优化

统一裸石质检标准并调整收货与质检流程，确保供应商信息脱敏后处理。新增质检初筛与复检环节，提升质量控制精度。

可持续发展供应链建设

公司制定并公开《供应商行为准则》，确保公司的供应商遵守高标准的安全工作条件、公平和尊重的员工待遇、道德规范以及当地法律法规。

公司对供应商的社会责任管理涵盖法律合规、知识产权保护、认证保证、环境保护和产品安全等多个维度。对于生产类镶嵌供应商，公司设立了评核机制，确保其符合相关法规与标准。供应商的 CSR 表现通过定期评估和审核来监控，包括环境保护、用工规范和生产安全等方面的检查。公司要求供应商提供环保证照，并确保其生产环境符合消防、安全等标准。对于不符合要求的供应商，公司会要求整改，并在必要时调整合作关系。

2024 年，新引入的镶嵌类供应商需提供消防批文和环保批文作为合作的必要条件。国际物流供应商需提供 ESG 报告，公司优先考虑具有 ESG 报告的供应商进行合作。在与公司合作的近 20 家核心供应商中，15 家拥有环保批文，1 家拥有 ISO 认证。

指标	单位	2024 年绩效
常年稳定合作及关键供应商廉洁协议签署率	%	100
新供应商 CSR 审核数量	家	17
存量供应商 CSR 审核数量	家	0
参与 CSR 培训的供应商数量	家	17

供应商赋能

公司在多个领域积极推进战略性供应商布局。通过品类管理，提高了合格供应商充足率，为每个品类建立了合格供应商数据库，确保供应商数量充足，满足按品类设定的数量目标。

对于工程类和镶嵌类供应商，公司加强了沟通与培训。2024 年，公司为新引入工程类供应商提供质量培训，同时对镶嵌类供应商开展工艺标准和质量保障的技术培训，内容涵盖标准宣贯、工艺注意事项、手寸测量、字印打法、配石 / CVD/ 荧光要求、防镶错指引、防脱落镶石指引、防碰花指引、配件规格标准、电钹电镀层厚度等，确保供应商达到公司高标准的生产要求。



钻石溯源与贵金属采购

公司从中国大陆与中国香港的供应商采购裸石，其中中国大陆的裸石供应商均为上海钻石交易所会员，中国香港的裸石供应商均为业界头部供应商。公司钻石严选部针对裸石渠道及跨境通关制定了最优化的质检流程，所有裸石均至少经过两次质检，对裸石的重量、颜色、净度、切工、荧光五大品质指标做完整检验，只有合格货品才可进入公司裸石仓。公司使用 DV5000 仪器专业检测钻石荧光，多方面确保公司裸石原料质量上乘。

指标	单位	2024 年绩效
供应商总数	家	3,389
其中，依照地区统计		
中国境内供应商	家	3,037
港澳台供应商	家	77
其他地区供应商	家	275

平等对待中小企业

公司注重与中小企业的合作，积极履行合同义务，努力保障应付款项的及时支付，维护良好的合作关系。

截至 2024 年，迪阿股份应付票据及应付账款余额及其占总资产的比例未达到《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）》规定的应披露逾期未支付款项金额及解决方案的标准。

支持员工成长

公司始终将员工成长与福利视为重中之重，积极鼓励员工追求自我提升，并为员工的职业发展提供丰富多样的学习与发展机会。

员工法定权益保障

招聘合规与人才引入

公司在招聘全过程中严格遵守反歧视原则，为所有面试候选人营造公平公正的招聘环境，并通过多种招聘渠道，广泛吸引来自不同背景的优秀人才，以促进企业的多元化发展。

2024 年，公司积极开展人才储备工作，在招聘过程中始终秉持开放和前瞻的眼光，积极寻觅与公司发展战略相契合的各类人才。

管培生引入

为满足公司长远发展需求，公司启动了“2025 年星钻生招募计划”，旨在发掘并培养一批既理解认同 DR 品牌理念，又具备珠宝行业知识及新零售营销技能的管理型人才，以此构建和扩充 DR 的管理人才库，为未来的核心领导力储备力量。

管理人员引入

公司招聘团队通过绘制人才地图和评估候选人，精准匹配人才，提升岗位吸引力；推行高管推荐计划，制作宣传材料并通过社交网络推广，扩大人才库；积极与外部专业机构合作，建立优质人才池；入职后提供专属 HR 支持，助力新员工顺利融入公司。

反歧视与多元化管理

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》的规定，拥护联合国《世界人权宣言》以及国际劳工组织《工作中的基本原则和权利宣言》的精神，制定《员工手册》《总部绩效管理制度》《体验店员工绩效考核及人才发展管理制度》等管理制度，确保公司在招聘与选拔、考核、晋升与发展机制等各个环节中，对所有员工一视同仁，不存在任何基于民族、性别、年龄、宗教等方面的歧视，保障员工在各方面的劳工权益，打造一个多元、平等、包容的工作环境和文化氛围。

2024 年，公司秉持尊重与包容的文化理念，积极推动性别平等，反对职场性别歧视。公司员工覆盖 20 多个少数民族，公司女性员工占比高达 87%。



禁止童工及强迫劳动

公司坚决抵制任何形式的童工和强制劳动，同时要求所有公司下属子公司、分公司、提供委外加工生产服务的供应商遵循同样的标准。在招聘过程中，公司会在发放录用通知后，要求入职者上传身份证件的扫描件或照片至系统进行审核，并在入职时再次查验身份证件，确保员工年龄符合法定要求。同时，公司合理安排员工排班情况，保证员工可得到充分的休息与休假时间。

构建女性友好职场

公司设立了女性职工委员会，致力于更全面、更有效地倾听并解决女性职场困境。此外，特设“爱心母婴室”，室内配置冰箱及舒适的桌椅设施，为孕产期员工营造一个安全、洁净的私人休憩场所。

此外，公司通过多元化的招聘渠道、公平的晋升机制以及对女性领导力的培养与支持，为女性员工提供了广阔的发展空间，充分展现了对女性价值的认可与尊重。



女神节专属活动

2024 年 3 月，为了表彰女性员工们的卓越贡献，并激励她们在各自岗位上追求卓越，公司举办了女神节专题活动，通过填写祝福来兑换心仪的礼物，帮助女性员工减轻工作压力，传达妇女节的特别关怀。



指标	单位	2024 年绩效
女性在所有管理职位中所占比例	%	59.55
女性在初级管理职位中的比例	%	69.23
女性担任高级管理职位的比例	%	33.33
女性在创收职能（销售等）相关岗位中所占比例	%	91.92

畅通员工沟通渠道

公司积极推动员工民主管理与沟通，由董事长牵头，安排高层管理人员分批次深入基层，与各区域及体验店的员工展开对话，传达公司的战略目标，解答员工提出的问题，并聆听员工的心声和意见：

建立公共邮箱（bmd@darryring.com），以此公开搜集员工关于工作问题的反馈、投诉和提议，并公示于 OA 系统。

举行职工代表大会，与职工代表共同探讨与员工紧密相关的内部管理制度和流程的优化升级。所有员工管理制度的发布和执行，都必须经过职工代表大会的审议和通过。2024 年，公司共召开了 3 次职工代表大会，累计审议并批准了 10 余项管理制度。

开展跨部门的员工满意度调查，调查对象包括各职能一线和二线负责人、各区域负责人等，以广泛收集各部门在协同工作中的反馈和建议，并针对调查结果迅速展开整改，以优化跨部门协作效率，提升整体运营效能。

员工培训与发展

员工晋升渠道

公司员工的职业发展分为管理和专业双发展通道，结合员工在管理和专业方面的能力优势以及员工意愿与公司人才培养规划，帮助员工确定发展方向并获得个人成长。



对于总部员工

- ▶ **竞聘机制优化：**为激发员工积极性和主动性，公司开展年度员工竞聘，迭代更新晋升规则，更精准地选拔高绩效人才，为绩优员工提供更大的发展空间。
- ▶ **职级体系调整：**针对客服和直播团队设置专门的职级体系，并重新梳理总部高层管理人员的职级体系和上升路径，进一步完善员工职业发展路径。



对于区域管理人员

- ▶ **赛马机制升级：**对大小区赛马机制进行指标梳理和重塑，晾晒核心指标和结果，促进区域间良性竞争，并对排名靠后的区域进行改进，对排名靠前的区域进行激励和优秀经验分享。
- ▶ **架构优化驱动业绩提升：**公司实施了零售区域的架构重组与管理人员的任命调整，扩大了大区负责人的管理权限并提高了其薪酬水平。同时，对具备发展潜力和愿望的体验店经理开展了晋升述职答辩活动。



对于体验店员工

- ▶ **绩效考核制度发布：**公司发布《体验店员工绩效考核及人才发展管理制度》，围绕同店同比增长、个人业绩、客户满意度等核心指标进行考核，根据指标完成情况设定对应的结果运用，激发员工潜力，提升门店运营效率。
- ▶ **门店合伙人计划制定：**为充分激发体验店店长的潜力并培养其主人翁精神，公司制定了门店合伙人计划并已于 2024 年 10 月开始实施。

员工薪酬与激励

公司制定《总部绩效管理制度》《体验店员工绩效考核及人才发展管理制度》《奖惩管理制度》《员工绩效改进制度》等一系列内部制度，从优化薪酬结构、强化激励机制、完善业务线薪酬体系三大板块持续优化薪酬体系与激励机制，明确考核和发展标准，提升公司薪酬体系的整体效能，加强员工激励与发展。

优化薪酬结构

公司持续优化员工薪酬体系，增强薪酬的公平性和激励性，激发员工的工作积极性与创造力，确保员工个人业绩与公司发展目标紧密挂钩，推动公司业务目标的高效达成。

强化激励机制

公司兼顾日常激励与“及时激励奖金”的融合，采用奖金、荣誉表彰、即时绩效反馈等多种激励手段，确保员工的工作成就能够得到快速认可和相应回报，进一步提升员工的积极性和参与度。

完善业务线薪酬体系

公司根据不同业务线的特色与目标，对薪酬激励机制进行针对性优化。目前已成功设计并执行了线下、线上、国际及婚策业务线的激励计划，确立了清晰的激励方向。

在绩效反馈与申诉机制方面，为确保绩效考核及晋升的公平性与公正性，公司规定团队管理者必须与员工进行绩效面谈，反馈绩效结果并制定下一周期的工作计划和绩效目标。员工若对绩效面谈结果有异议，可提出书面申诉，人力资源部将审查并出具最终处理结果。

员工培训机制

公司关注员工的持续教育与职业成长，致力于为员工量身定制多样化的培训计划。根据员工的不同职能、层级和职业发展需求，公司精心设计了一系列专项培训课程，以全面提升员工的职业技能和工作效率：

新员工入职培训

2024 年，公司重塑新员工课程体系，对新员工培训形式进行趣味化创新，推出了《新手联盟》培训项目，根据零售员工岗位能力和业务需求，匹配核心岗位课程，提升实用性。同时，精简直播课程时长，增强课程吸收效果，并开发辅导工具以提高店铺负责人的培训效率。2024 年，公司共计完成 12 期 48 场直播培训，覆盖全国超 500 名新员工，实现 100% 培训覆盖率。

2024 年，公司共计完成	覆盖全国超	实现
48 场直播培训	500 名新员工	100% 培训覆盖率

转正员工岗位培训

2024 年，公司为培养潜在店铺负责人推出了全新的《DR 高手派对》培训项目。课程内容根据店铺负责人的职责能力和零售业务需求定制，整合了现有员工培训资源，精选 5 门必修课和 6 门选修课。该培训项目覆盖了真爱大使、真爱顾问、高级真爱顾问、销售主管等岗位，受益人数超过 1,000 人。



受益人数超过

1,000 人

储备店铺经理培训

2024 年，公司为储备店铺负责人制定了全新的《新锐经理》培训项目方案。课程内容围绕店铺负责人的岗位能力和零售业务需求，开发了包括《店经理角色与职责》《经营数据分析》等必修课程，以及《新店新经理的成长笔记》等选修课程。

在岗店铺经理培训

2024 年，公司为储备店铺负责人定制化打造了《菁英经理》培训项目。课程内容基于店铺负责人的职责要求和零售业务需求，包括《DR 幸福课》《顾客旅程辅导攻略》等必修课程，以及《盈利门店的自我超越》《保本门店的蓄势增长》《亏损门店的逆风翻盘》等选修课程。



高管领导力专题培训

2024 年，公司成功举办三期针对高管层的领导力发展培训，对象涵盖了全体高层管理人员，以及承担关键业务职责的高潜经理。通过一系列的高层领导力培训，促进新晋高层管理人员迅速融入公司文化，同时全面增强高管团队的合作精神和深化对领导艺术的深刻理解。



统一品牌信息输出，重视品牌故事传递

2024 年，为统一 DR 品牌信息，零售培训部组织 12 场直播培训覆盖超 5,000 人次，确保员工品牌规则掌握一致，考核通过率 100%。同时，通过 20 个课程和 3 场直播配合大型活动，触及 40,000+ 人次，提升品牌美誉度，品牌荣誉、品牌资产内容在终端应用率超 90%。此外，开展《品牌大理想》培训和品牌金句征集，12 场宣导会实现全员培训，测验通过率 100%，加强员工品牌认同。



DR 女士首购业务，“龙”重登场！
帮助更多人表达爱，点击了解



DR 决定，在表达真爱的重要时刻它都在！
必学课程：《品牌规则场景化介绍》
完成时间：2024年7月17日-7月23日

指标	单位	2024 年绩效
参训总人次	人次	129,290
全体员工总参训时长	小时	266,200.71
新员工培训参训	人次	808
新员工培训期数	期	18
新员工授课课时	小时	79
员工培训开展次数	次	338
员工培训支出总额	万元	105.43

员工福利与关爱

公司高度重视员工福利，制定了《总部及体验店员工福利管理规定》《香港地区员工福利制度细则》等内部制度，全面优化员工的工作环境和生活质量。

2024 年，公司积极举办各类员工福利及关怀活动，提升员工满意度和归属感。

公司秉持与贯彻真爱文化，在各类爱情节日如“2.14”“5.20”七夕等节日当天，员工可提前 1 小时下班；员工在结婚纪念日当天下午，凭《结婚登记证》可享受由公司提供的额外甜蜜假期。

真爱文化福利

节日福利

春节、端午、中秋等传统节日发放节日礼盒；感恩节、圣诞节等节日举办茶歇活动。

公司提供全面的休假制度，包括婚假、产前检查假、流产假、产假、陪产假、哺乳假、育儿假、丧假等，以保障员工在特殊时期的生活和工作平衡。

家庭友好福利

其它福利与补贴

公司提供一系列人文关怀，包括周年纪念日定制礼品（在员工入职的 3、5、10 周年发放）、结婚贺礼、生育贺礼、生病慰问金、丧葬慰问金、季度部门团建费、年度体检、员工月度生日会等。



七夕活动员工福利活动

七夕佳节，公司为员工举办福利活动。总部精心布置主题场景并设置互动环节，员工可兑换礼品，参与视频互动还有机会获得额外奖励，营造浓厚节日氛围。同时，公司定制文化周边礼品，分发给总部员工，传递企业文化价值观。门店员工则享受真爱奶茶福利，彰显公司对员工的关怀与爱护。



每月员工生日关怀

公司定期于每月末为总部员工举办生日庆祝活动。活动前，公司将征集员工的礼品愿望并据此进行采购，确保在每月末的生日茶歇活动中分发。对于门店员工，公司提供自选生日礼品并予以报销，或由门店负责人统筹安排生日庆祝，增强团队凝聚力。



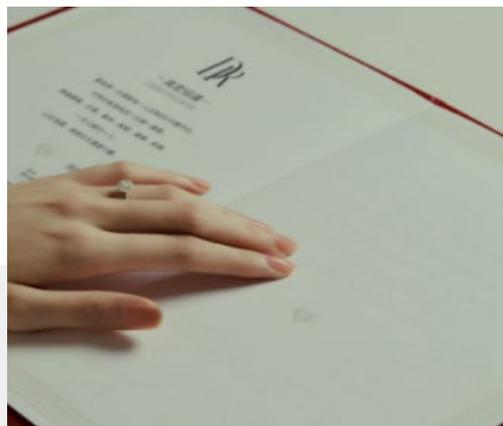
在困难员工帮扶方面，公司特设“暖心基金”，积极协助员工解决生活困境，为面临重大疾病挑战的员工及其家庭提供有力支持，员工可自愿选择加入暖心基金。加入后，员工如遭遇疾病需经济援助时，可向基金申请。2024 年，公司“暖心基金”关怀 21 人，金额超 13 万元；截至 2024 年底，累计关怀超 80 人，金额超 70 万元。

贡献社会公益

迪阿股份致力于“真爱公益”，将真爱文化付诸行动，保障客户、广大社区的福祉，持续深化人文关怀并扩大社会影响力，创造更和谐友爱的社会。

公司关注弱势群体，特别推出专项求婚计划，为残疾人士（如残奥会参赛者）等提供个性化的援助，助力他们实现真爱承诺。同时，公司还发布了“DR 真爱协议·无障碍版”，专为视障人士定制真爱承诺证明，传播了公司的爱情理念和使命。

2024 年，公司与天然钻石协会（Natural Diamond Council）联合举办了“感谢有你，益起守护”第二期和第三期公益行动，通过线上渠道和实体门店广泛宣传，推广购买可持续发展的天然钻石产品理念，支持社会可持续发展目标。



环境篇

迪阿股份严格遵循国内外运营地区的环保法规，将绿色运营与环境保护深度融入管理，通过提升能源效率、降低碳足迹、优化资源利用等措施，持续提升应对气候变化的能力。

我们的目标

- 减少能源消耗、降低温室气体排放，识别与预防气候风险

我们的进展

- 降低单位营收能源消耗与温室气体排放
- 识别气候实体与转型风险，制定了相应的风险管控措施
- 完善环境管理制度、强化节能减排意识，降低能耗成本，实现办公场所的可持续运营与环境合规
- 优化能源、物料、水资源和废弃物管理，实现资源高效利用，降低运营成本，减少环境影响

03



支持联合国可持续发展目标



应对气候变化

迪阿股份积极应对气候变化，采取行动应对未来的实体风险和转型风险，降低运营过程中的碳排放，在公司实现经济发展的同时，也能为保护生态环境和促进可持续发展做出积极贡献。



气候变化治理

公司董事会、战略与可持续发展委员会为 ESG 治理的最高决策层级。战略与可持续发展委员会由公司董事长统筹，负责 ESG 事项的审计及监督，包括 ESG 战略规划、目标设定、政策制定等事宜，并定期向董事会进行工作汇报。

可持续发展指导工作组作为 ESG 治理的管理层级，由公司高管和各部门管理者组成，负责对 ESG 工作进行综合管理，包括但不限于基于 ESG 战略与目标制定落地举措，向执行层提出要求，并定期向战略与可持续发展委员会报告进展情况。

可持续发展办公室为 ESG 的执行层级，由各部门 ESG 对接人组成，负责执行 ESG 工作，并收集有关 ESG 的定性和定量信息与数据，为 ESG 工作提供基础支撑。

2024 年，公司召开第二届董事会战略与可持续发展委员会第四次会议，审议通过了《关于制定 < 应对气候变化政策 > 的议案》，为公司未来气候治理工作提供方向指引。

气候变化战略

为充分识别气候变化所带来的潜在风险，2024 年，公司基于自身运营与价值链，对气候变化相关风险进行了有效评估。公司正在实施一系列措施，以应对潜在的实体风险和转型风险，通过增强能源利用效率、减少碳排放等措施，积极应对气候变化风险，同时通过财务策略减轻其影响。此外，公司正积极探索与 ESG 类相关的资产配置，以进一步优化资源配置，应对气候变化带来的长期挑战。

风险识别与应对清单

 实体风险						
风险类型	风险描述	财务影响	影响时限	影响可能性	影响价值链	风险应对措施
急性风险	洪水、台风和强风等自然灾害	成本上升↑ 收入下降↓	短	中	自身运营 上游价值链	<ul style="list-style-type: none"> · 门店选址、户外品牌活动实施时充分考虑自然天气变化和灾害可能带来的影响，优先选择有完善自然灾害应急预案的商场、办公楼等
	寒冷、高温等极端天气	成本上升↑ 收入下降↓	短	中	自身运营 上游价值链	<ul style="list-style-type: none"> · 在门店运营时优先选用环保耐用设备 · 对供应商加强 ESG 管理，并通过考察供应商的环境表现，确保供应商有应对气候变化的能力
 转型风险						
风险类型	风险描述	财务影响	影响时限	影响可能性	影响价值链	风险应对措施
声誉风险	市场上对低碳产品和低碳运营的需求日益增长	收入下降↓	长	高	自身运营 下游价值链	推进 ESG 管理，持续强化公司绿色运营，并通过绿色门店等建设助力气候变化应对，提升在消费者心中的品牌形象
政策和法律风险	在政策方面，关于气候变化的监管越来越严格	成本上升↑	长	高	自身运营 上游价值链	定期梳理和分析法律法规的发展趋势，确保公司运营的合规性

绿色门店建设

公司秉持“绿色建店、节能减排、持续发展”的 ESG 建店理念，从节能、节材、节水、节电及减少碳排放等多方面入手，积极推进环境、社会和公司的可持续性发展，传递绿色环保和健康持续发展的理念。从项目启动到门店营建，实现减碳目标的新模式探索，在设计、选材、施工等门店营建过程中，都以可持续理念为目标，推动减碳宣传和践行。

节电节能

公司对在营门店灯光进行优化，更换老旧灯具、减少灯具数量、降低灯具功率。2024 年，耗电量对比之前下降 7%

柜台利旧

2024 年，营建门店 98 家，其中柜台利旧 23 家，利旧率达到 23.5%，从源头上减少资源浪费对环境的影响，切实践行环保理念

再生材料使用

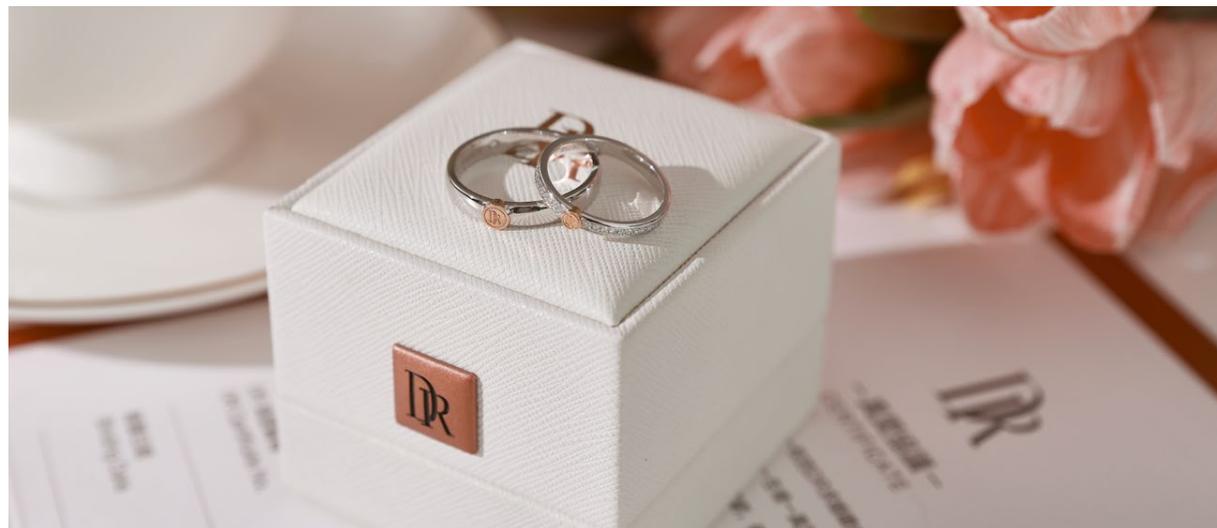
2024 年，公司采用了最新研发的轻量化金属展柜，主要使用金属和玻璃材料其再生材料使用率高达 90%

废旧资产处置

公司建立了全国性的资源回收单位，对废旧的资产进行规范化回收，实现了资源的循环再生

此外，公司在门店施工选材方面，也遵循了绿色环保的原则，进行了持续的优化：

- 在基础装饰材料方面，公司要求使用符合国标环保等级的材料，如选用 E0 级的木材，以降低挥发性污染气体的排放，并且增加了金属龙骨等可再生材料的使用，其使用比例超过了 50%。
- 在表面装饰材料方面，公司使用成品化墙板，避免了现场油漆类施工带来的挥发性气体污染，保证了门店竣工后即能通过挥发性气体检测，交付后即可投入使用。
- 在必须使用油漆类涂料的工序环节，公司要求 100% 使用水性涂料和天然粘胶材料进行施工。



气候变化风险和机遇管理

在风险与机遇管理方面，公司成立了战略与可持续发展委员会，专注于强化包括气候变化在内的可持续发展治理，持续提升员工的环境意识，增强公司在应对气候变化方面的能力。

公司通过识别关键风险管理要素、相关部门及利益相关方，对各类风险和机遇进行全面分类评估，明确其对公司运营的影响程度。组织各职能团队和高级领导团队，深入审查业务环境、运营状态以及与气候变化相关的风险和机遇，将气候风险控制与机遇管理融入日常运营流程，并落实到各部门和生产基地，确保可持续发展战略的有效执行。

气候变化指标与目标

公司致力于持续降低能源消耗与温室气体排放，积极识别并预防气候风险，推动可持续发展目标的实现。

指标	单位	2024 年绩效
范围一：直接温室气体排放 ¹	吨二氧化碳当量	0
范围二：间接温室气体排放 ²	吨二氧化碳当量	6,070.76
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	6,070.76
温室气体排放密度	吨二氧化碳当量 / 百万营收	4.10
人均经营活动二氧化碳排放	吨二氧化碳当量 / 人	2.73

¹ 由于公司办公地点位于商业用楼，日常运营所产生的能源消耗纳入商业用楼的整体能源消耗中，因此在公司运营的范围一中未涉及。

² 间接二氧化碳排放来源于职场办公用电和外部机房用电中隐含的二氧化碳，其中 2024 年度碳排放量依据生态环境部和国家统计局发布的《关于发布 2022 年电力二氧化碳排放因子的公告》中建议的全国电网排放因子 0.5703 tCO₂/MWh 进行计算。

环境合规管理

迪阿股份严格遵循《中华人民共和国环境保护法》以及在其运营区域内适用的各项法律法规，持续优化制度，推进节能减排，积极构建企业环保文化，提升运营效率，降低了水电综合能耗，致力于实现办公场所的可持续运营与环境合规目标。

完善制度管理

公司致力于环境合规，制定并公开[《环境管理政策》](#)，确保经营活动与环境保护法律法规相一致。2024 年，公司完善了一系列内部制度，为公司环境合规管理提供制度保障。

办公环境管理制度优化

2024 年，公司修订了办公环境管理制度，新增了对冰箱、空调使用的规定，并建立了相应的处罚机制，以此对违规行为进行及时有效的处理，进而提高办公环境的管理水平。

快递收发管理制度优化

2024 年，公司修订了快递收发管理制度，新增了寄件物品保价、寄件与收件的具体要求，以规范公司快递的收发管理，减少不必要的损失和浪费。

企业用车管理制度优化

2024 年，公司修订了企业用车管理制度，完善了用车规定及违规用车的处罚措施，并将这些处罚措施纳入公司奖惩体系，以此来约束及减少滥用企业用车的情况。

机票预订管理制度优化

2024 年，公司修订了机票预订管理制度，针对机票预订管理新增了预订审批流程和退改签操作流程，规范化管理员工出差机票预订，鼓励员工低碳出行。

固定资产管理制度优化

2024 年，公司更新了固定资产的价值区间，进一步明确了职责分工，并新增了资产管理流程，以提高固定资产的使用效率和流程流转速度，加强固定资产的管理与控制。

提升环保意识

公司强化节能减排信息的视觉传达效果，在办公环境中，通过提升告示的张贴密度与宣传教育力度，确保办公区域内的显眼位置均布设节能环保宣传标语。利用高频视觉冲击的宣传策略，加深员工对节能减排意识的认知度，促使员工主动融入资源节约与环境保护的集体行动中，促进员工行为模式的绿色转型，实现办公场所的可持续运营管理。



迪阿股份办公区节电标识

此外，公司行政服务部定期发布行政信息推文，并在办公群中宣传，同时在会议室放置会议预定指南，以提醒员工根据需求预订会议室，合理使用会议室资源，大幅减少“占而不使用”的现象。

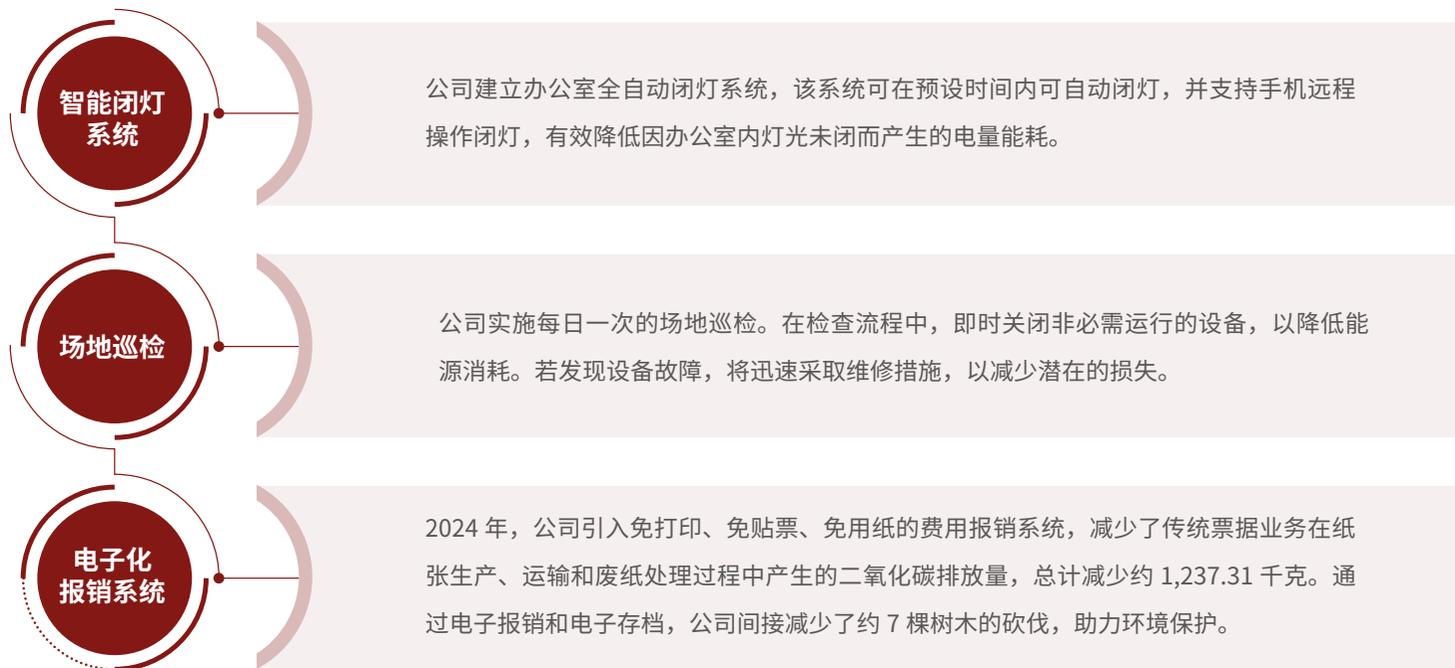
2024 年，公司总部水电综合能耗费用较去年同比下降 32.19%。

高效资源利用

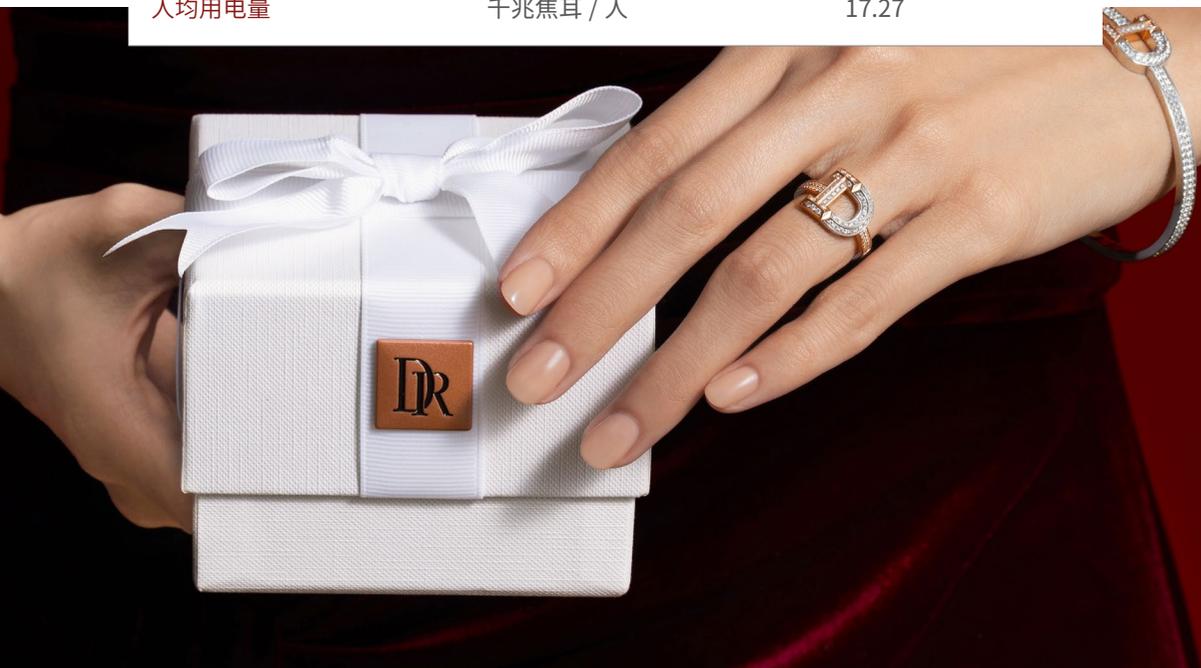
公司致力于构建环境友好的运营模式，坚定不移地将绿色运营理念和环境保护措施融入日常运营管理的每一个环节，通过优化能源管理、物料管理、水资源管理和废弃物管理等措施，实现资源的高效利用，降低运营成本，减少对环境的影响。

能源管理

作为非生产型企业，公司日常运营中的温室气体排放主要来源于电力消费所产生的二氧化碳。为实现节能减排，公司采取了多样化措施：



指标	单位	2024 年绩效
能源消耗总量	千兆焦耳	38,303.29
能源消耗密度	千兆焦耳 / 百万营收	25.85
电力总耗量	千兆焦耳	38,303.29
外购电网用电	千兆焦耳	38,303.29
人均用电量	千兆焦耳 / 人	17.27



物料管理

在原材料与包装材料管理方面，公司产品设计方案已明确禁止过度包装，注重原材料的可持续来源，优先使用经过 FSC 认证的木材原料，从源头上把控原材料的环保性，尊重当地社区和林区工人的权益。在提供婚礼策划服务时，公司在确保现场效果与质量的同时，使用质量较好、可多次循环利用的布置材料与道具，减少材料浪费，旨在为顾客传达企业真爱文化的基础上，最大限度地坚持绿色可持续发展的理念。



迪阿股份供应商原材料 FSC 认证

在其它物料管理方面，公司供应办公用品及日常必需品：



各办公区域均配备灭火器和消防面具，并定期进行检查，以确保产品处于有效使用期内。



前台区域设有急救箱、卫生巾、暖宝宝、口罩、洗手液、消毒喷雾、电吹风、针线包等物品，供员工根据需求领取。



电梯间配置自动体外除颤器（AED），以便在紧急情况下能够把握关键的“黄金三分钟”进行救援。



优化真爱服务体验，大幅减少物料消耗

公司重视用户体验的真爱服务体检，通过真爱电子屏打卡、现场签署仪式、求婚仪式等真爱服务宣传，提升了定制用户到店领取戒指的比例，进而降低了物流快递纸箱的使用量。2024 年，公司下半年纸箱使用量环比下降了 30%。



销售电子化信息管理

2024 年，公司大力推行以用户为中心的信息化信息管理，确保用户信息的透明度和线上管理，在销售服务环节以销售签字电子化、真爱签署电子化、销售出库签字电子化、售后服务卡电子化及商品定制过程电子化管理。

2024 年上半年公司线下销售单据物料总申请量 13.7 万张，下半年申请总量 6.3 万，环比减少 50%。

上半年公司线下销售单据物料总申请量

13.7 万张

下半年申请总量

6.3 万

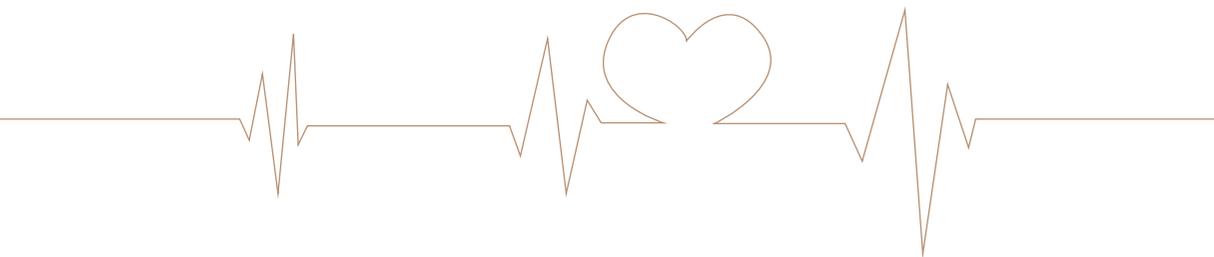
环比减少

50%

水资源管理

公司已在办公区域洗手间内张贴节水标识，以促进水资源节约。同时，公司鼓励员工使用直饮水，避免使用纸杯、瓶装水等。倡导非外部会议员工自带杯用水，外部会议按需领用瓶装水，或使用冲泡的茶水替代瓶装水，未开封的瓶装水统一回收。

针对小范围生产过程中产生的废水，首先通过沉淀池进行固液分离，随后通过化学处理设备进行分析与过滤，最终将产生的固体废物集中储存，并按照危险废物处理规定执行统一的无害化处理。



指标	单位	2024 年绩效
年度市政用水取用量	吨	874
循环用水总量	吨	162.88
人均耗水量	吨 / 人	0.39

废弃物管理

2024 年，公司对废弃物进行分类处理，涵盖可回收物、厨余垃圾及有害垃圾等，致力于最大化资源节约并降低对环境的负面影响。同时，公司修订了固定资产管理制度，更新了固定资产价值区间，进一步明确了职责分工，并新增了资产管理流程，以提高固定资产的使用效率和流程流转速度，强化对固定资产的管理和控制。

对于可回收物

- 公司倡导「无纸化办公」，利用电子渠道取代用纸、采用双面打印、如非必要避免彩色打印、内部档传阅利用重用纸张打印，同时设置了指定区域回收废纸作回收重用。
- 实施文具共享，对离职员工办公文具、工牌等可回收资源进行回收二次利用。
- 设置指定区域收集回收废旧电池、电器等，并委托回收商妥善处理。



迪阿股份办公区打印纸张回收区域

指标	单位	2024 年绩效
年度纸张使用量	吨	377.88
人均用纸量	吨 / 人	0.17

对于厨余及有害垃圾

公司厨余及有害垃圾于户内先进行集中回收，再定时投放到物业集中回收点，交由物业管理进行专业处置。

指标	单位	2024 年绩效
无害废弃物重量 ¹	吨	260
年度有害废弃物总量	吨	0.004

¹ 统计口径为门店装修产生的废弃物。

ESG 关键绩效数据

ESG 指标	单位	2024 年数据
治理指标		
公司治理		
董事人数	人	9
男性董事人数	人	7
女性董事人数	人	2
拥有风险管理专业知识背景董事人数	人	4
拥有会计专业知识背景董事人数	人	3
独立董事人数	人	3
年度召开董事会会议数	次	4
年度召开股东大会次数	次	2
年度召开监事会会议次数	次	4
年度发布定期报告数量	份	4
年度发布临时报告数量	份	99
组织开展投资者调研沟通活动次数	次	4
累计接待机构投资者数量	人次	323
商业贿赂与合规		
针对公司发起并审结的贪污诉讼案件数量	件	0
针对雇员发起并审结的贪污诉讼案件数量	件	1
年度发生违反商业道德事件次数	件	5

ESG 指标	单位	2024 年数据
由反腐败举报程序产生的报告数量	件	3
对商业伙伴（包括中介）进行反贿赂的 尽调和监控的次数	次	2
针对董事的反贪污与商业贿赂培训总次数	次	1
针对管理层人员的反贪污与商业贿赂培训总次数	次	1
环境指标		
温室气体与能源排放		
范围一：直接温室气体排放 ¹	吨二氧化碳当量	0
范围二：间接温室气体排放 ²	吨二氧化碳当量	6,070.76
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	6,070.76
温室气体排放密度	吨二氧化碳当量 / 百万营收	4.10
人均经营活动二氧化碳排放	吨二氧化碳当量 / 人	2.73
能源消耗总量	千兆焦耳	38,303.29
能源消耗密度	千兆焦耳 / 百万营收	25.85
电力总耗量	千兆焦耳	38,303.29

¹ 由于公司办公地点位于商业用楼，日常运营所产生的能源消耗纳入商业用楼的整体能源消耗中，因此在公司运营的范围一中未涉及。

² 间接二氧化碳排放来源于职场办公用电和外部机房用电中隐含的二氧化碳，其中 2024 年度碳排放量依据生态环境部和国家统计局发布的《关于发布 2022 年电力二氧化碳排放因子的公告》中建议的全国电网排放因子 0.5703 tCO₂/MWh 进行计算。

ESG 指标	单位	2024 年数据
外购电网用电	千兆焦耳	38,303.29
人均用电量	千兆焦耳 / 人	17.27
年度市政用水取用量	吨	874
循环用水总量	吨	162.88
人均耗水量	吨 / 人	0.39
年度纸张使用量	吨	377.88
人均用纸量	吨 / 人	0.17
废弃物		
无害废弃物重量 ¹	吨	260
年度有害废弃物总量	吨	0.004
门店废弃硒鼓数量	个	170
门店废弃硒鼓重量	千克	94.97
门店废弃墨盒数量	个	4,862
门店废弃墨盒重量	千克	421.68
门店装修产生废弃油漆桶重量	千克	150
采购包装材料消耗量		
泡沫棉	卷	1,200
纸箱	个	65,923
快递盒	个	137,550
手提袋	个	137,550

¹ 统计口径为门店装修产生的废弃物。

ESG 指标	单位	2024 年数据
单据资料	个	408,586
首饰盒	个	148,086
擦钻布	个	145,133
社会指标		
员工画像		
全球员工总数 (包括实习生和非全职员工)	人	2,218
其中, 依照性别统计		
男性员工	人	287
女性员工	人	1,931
男性员工比例	%	12.94
女性员工比例	%	87.06
其中, 依照年龄统计		
<=29 岁员工	人	930
30-49 岁员工	人	1,282
>=50 岁员工	人	6
其中, 依照学历统计		
博士学位	人	1
硕士学位	人	45
本科学历	人	520
其他学历	人	1,652

ESG 指标	单位	2024 年数据
其中，依照岗位统计		
管理类人员数量	人	89
非管理类人员数量	人	2,129
高级管理层的女性员工数量	人	8
高级管理层的男性员工数量	人	16
执行管理层的女性员工数量	人	45
执行管理层的男性员工数量	人	20
女性在所有管理职位中所占比例	%	59.55
女性在初级管理职位中的比例	%	69.23
女性担任高级管理职位的比例	%	33.33
女性在创收职能（销售等）相关岗位中所占比例	%	91.92
女性在 STEM（科学、技术、工程、数学等）相关职位中所占比例	%	27.59
其中，依照地区统计		
中国大陆	人	2,205
港澳台与海外	人	13
其中，按照工种统计		
全职员工	人	2,200
非全职员工	人	1
实习生	人	17

ESG 指标	单位	2024 年数据
新入职员工总数	人	852
其中，依照性别统计		
男性员工	人	124
女性员工	人	728
其中，依照年龄统计		
<=29 岁员工	人	524
30-49 岁员工	人	328
>=50 岁员工	人	0
其中，依照地区统计		
中国大陆	人	847
港澳台与海外	人	5
员工平均工作年限	年	2.89
女性员工的平均工作年限	年	2.89
男性员工的平均工作年限	年	2.88
员工培训与发展		
受训总人次	人次	129,290
其中，依照性别统计		
男性员工	人次	9,788
女性员工	人次	119,502
男性员工占比	%	7.57
女性员工占比	%	92.43

ESG 指标	单位	2024 年数据
全体员工总受训时长	小时	266,200.71
其中，依照性别统计		
男性员工	小时	18,314.75
女性员工	小时	247,885.96
其中，依照岗位统计		
管理类人员	小时	58,678.19
非管理类人员	小时	207,522.52
新员工培训参培	人次	808
新员工培训期数	期	18
新员工授课课时	小时	79
员工培训开展次数	次	338
员工培训支出总额	万元	105.43
员工健康与安全		
年度因工死亡员工数量（全球）	人	0
年度员工工伤次数（全球）	次	10
可记录工伤人数	人	10
可记录工伤人数占比	%	0.45
安全演练活动	次	2
安全培训次数	次	2
供应商管理		
供应商安全培训参与人数	人	1,300
供应商安全培训覆盖率	%	82.00

ESG 指标	单位	2024 年数据
供应商总数	家	3,389
其中，依照地区统计		
中国境内供应商	家	3,037
港澳台供应商	家	77
其他地区供应商	家	275
核心供应商数量	家	121
年度供应商准入及审核次数	次	1,045
其中，依照类别统计		
生产类供应商	次	8
钻石裸石及加工供应商	次	31
钻石镶嵌、黄金、银饰物料及加工供应商	次	59
其他		947
常年稳定合作及关键供应商廉洁协议签署率	%	100
新供应商 CSR 审核数量	家	17
存量供应商 CSR 审核数量	家	0
参与 CSR 培训的供应商数量	家	17
研发与创新		
累计持有知识产权数量	项	961
其中，依照知识产权类别统计		
专利	件	246
著作权	件	150
商标	件	565

ESG 指标	单位	2024 年数据
本年获得知识产权数量	件	121
其中，依照知识产权类别统计		
专利	件	53
著作权	件	5
商标	件	63
信息安全		
已发生的信息安全事件	件	0
发生泄露客户信息事件数量	件	0
违反相关法律法规造成的损失	万元	0
客户服务		
累计服务客户数量	万人	191
公司互联网的累计粉丝总数	万人	3,000
门店覆盖的城市数量	个	199
年度消费者关于产品及服务的累计投诉量	件	66
其中，依照类别统计		
产品质量投诉	件	4
服务投诉	件	62

ESG 指标	单位	2024 年数据
产品质量投诉率	%	0.001
客户投诉及时处理并按期关闭的比例	%	100
因投诉受到的行政处罚事件数	件	0
本年度客户满意度	%	98.60
质量管理		
年度接受外部质量体系审核次数	次	2
公司因产品质量安全违法违规导致的诉讼事项	件	0
因产品质量安全违法违规导致的诉讼处罚	万元	0
已出售或已运送产品总数中因安全与或健康理由而须回收的事件	起	0
已出售或已运送产品总数中因安全与或健康理由而须回收的数量	件	0
公益慈善		
公益项目数量	个	9
年度公益项目投入资金	万元	68.26

标准索引表

《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）》索引

条款及披露内容		议题	对应报告章节
第一章 总则			
第二章 可持续发展信息披露框架			
第十一条	可持续发展信息披露四支柱		ESG 管理： ESG 治理、ESG 战略与风险管理
第十二条（一）	可持续发展治理架构		
第十二条（二）	可持续发展治理多元化与技能		
第十二条（三）	信息报告机制		
第十二条（四）	可持续发展监督管理机制		
第十二条（五）	可持续发展融入公司治理与决策		
第十三条	制定和实施可持续发展战略		
第十四条（一）	可持续发展风险与机遇识别		
第十四条（二）	时间范围的界定与匹配		
第十五条（一）	战略制定方法		
第十五条（二）	战略目标与实施		
第十五条（三）	风险与机遇识别的评估、判断		
第十六条（一）	财务状况变化趋势		
第十六条（二）	经营成果与现金流的短、中、长期变化趋势		
第十七条	战略及商业模式对可持续发展相关风险的适应性		

条款及披露内容		议题	对应报告章节
	第十八条（一）	可持续发展风险与机遇识别的方法	ESG 管理：ESG 重要性分析
	第十八条（二）	风险与机遇识别的优先级排序及排序标准	
	第十八条（三）	风险与机遇识别的监督流程与机制	
	第十八条（四）	可持续发展风险与机遇管理融入内部管理（如有）	
	第十九条	可持续发展目标设定与实施进展	
第三章 环境信息披露			
第一节 应对气候变化	第二十条	积极通过改进工艺、升级生产设备、优化能源结构、提高生产能效、研发和提供绿色产品与服务、改进和强化管理等措施，实现绿色低碳发展，支持美丽中国建设	环境篇：应对气候变化
	第二十一条	应对气候变化信息披露	应对气候变化 环境篇：应对气候变化
	第二十二条（一）	气候变化对公司战略和商业模式的影响评估	
	第二十二条（二）	气候变化适应评估中的不确定性因素	
	第二十二条（三）	气候变化适应性调整能力	
	第二十三条（一）	战略、商业模式与资源分配的气候适应性调整	
	第二十三条（二）	应对气候风险的工艺改进与设备更新措施	
	第二十三条（三）	气候相关风险与机遇的转型计划及其假设	
	第二十三条（四）	转型计划资源支持	
	第二十三条（五）	转型计划实施进展	
	第二十四条	温室气体排放核算与披露要求	
		碳信用额度与碳排放权交易	
		第三方核查或鉴证	
	第二十五条（一）	按业务单位或设施分类的温室气体排放	
	第二十五条（二）	按国家或地区分类的温室气体排放	
第二十五条（三）	按来源类型分类的温室气体排放		

条款及披露内容			议题	对应报告章节
第一节 应对气候变化	第二十六条	温室气体排放核算标准与方法	应对气候变化	环境篇：应对气候变化
	第二十七条	温室气体减排实践与成效		
		因减排措施直接减少的温室气体排放量		
		温室气体减排项目参与及交易情况（如有）		
第二十八条	碳排放减少技术与产品研发进展			
第二节 污染防治与生态系统保护	第二十九条	将支持美丽中国建设、生态环境保护融入公司发展战略和公司治理过程，并根据自身生产经营特点、生态环境管理要求、对环境的影响、受影响公众的一致诉求等实际情况，落实相关环境管理制度，采取有效措施履行生态环境保护责任，防治环境污染，保护生物多样性	污染物排放	环境篇：环境合规管理、高效资源利用
	第三十条（一）	排污信息		
	第三十条（二）	污染物处理技术与设施运行情况		
	第三十条（三）	污染物减排目标与措施		
	第三十条（四）	污染物排放对利益相关者的影响		
	第三十条（五）	重大污染物排放事件	废弃物处理	环境篇：高效资源利用
	第三十一条（一）	废弃物总量及密度		
	第三十一条（二）	废弃物处理方法与处置情况		
	第三十一条（三）	废弃物减排目标及具体措施	生态系统和生物多样性保护	重要性较低，暂不披露
	第三十二条（一）	生态保护红线范围内的退出与处置活动		
	第三十二条（二）	生态功能区的保护与恢复措施		
	第三十二条（三）	野生动植物与自然栖息地保护措施		
	第三十二条（四）	生物遗传资源的保护与管理措施		
第三十二条（五）	降低产品对生态系统影响的行动与效果			

条款及披露内容			议题	对应报告章节
第二节 污染防治与生态系统保护	第三十三条（一）	环境事件风险评估与应急管理措施	环境合规管理	环境篇：环境合规管理
	第三十三条（二）	报告期内突发重大环境事件详情与影响		
	第三十三条（三）	环境事件引发的行政处罚与刑事责任追究		
第三节 资源利用与循环经济	第三十四条	集约、高效利用能源、水、原材料等资源，加强资源使用过程节约管理，推动生产、流通过程的减量化、再利用、再循环	能源利用	环境篇：高效资源利用
	第三十五条（一）	能源使用基本情况		
	第三十五条（二）	清洁能源使用情况	水资源利用	环境篇：高效资源利用
	第三十五条（三）	能源节约目标与具体措施		
	第三十六条（一）	水资源使用情况	循环经济	环境篇：高效资源利用
	第三十六条（二）	水资源节约目标与具体措施		
	第三十七条（一）	循环经济目标与计划	社会贡献	社会篇：贡献社会公益
	第三十七条（二）	循环经济具体措施		
第三十七条（三）	循环经济进展与成效			
第四章 社会信息披露				
第一节 乡村振兴与社会贡献	第三十八条	结合自身主营业务开展情况支持乡村振兴、社会公益事业，在保障公司健康发展、持续回报投资者的同时促进经济社会可持续发展	乡村振兴	重要性较低，暂未披露
	第三十九条（一）	乡村振兴与脱贫攻坚战略融入公司级战略		
	第三十九条（二）	乡村振兴支持措施		
	第三十九条（三）	乡村振兴工作成果	社会贡献	社会篇：贡献社会公益
	第四十条	公众与社会贡献情况		

条款及披露内容		议题	对应报告章节
第二节 创新驱动与科技伦理	第四十一条	积极践行创新驱动发展战略，持续提升创新能力和竞争力，在创新决策和实践中遵守科学伦理规范，尊重科学精神，发挥科学技术的正面效应	社会篇：引领创新发展
	第四十二条（一）	科技创新的战略和目标	创新驱动
	第四十二条（二）	科技创新具体情况	
	第四十二条（三）	科技创新研发进展及成果	
	第四十三条（一）	科技伦理规范	科技伦理
	第四十三条（二）	科技伦理制度、治理架构及运作情况	
	第四十三条（三）	违反科技伦理的行为（如有）	
第四十三条（四）	科技伦理内外部培训及科普宣传		
第三节 供应商与客户	第四十四条	在追求经济效益、保护股东利益的同时，保护债权人利益，诚信对待供应商、客户和消费者	社会篇：构建责任供应链
	第四十五条（一）	供应链风险管理	供应链安全
	第四十五条（二）	保障供应链安全措施	
第三节 供应商与客户	第四十六条	逾期未支付款项的金额及解决方案	平等对待中小企业
		逾期支付中小企业款项信息的披露要求与解决方案	
	第四十七条（一）	产品质量管理体系的建设与执行	产品和服务安全与质量
	第四十七条（二）	质量管理相关认证与产品服务质量认证情况	
	第四十七条（三）	报告期内产品与服务安全质量事故的处理与影响	
	第四十七条（四）	售后服务与产品召回制度的实施及客户投诉处理	
	第四十八条（一）	数据安全管理与认证（如有）	数据安全与客户隐私保护
		第四十八条（二）	
第四十八条（三）		客户隐私保护制度	
第四十八条（四）		客户隐私泄露事件处理（如有）	

条款及披露内容			议题	对应报告章节
第四节 员工	第四十九条	依法保护员工合法权益，为员工提供健康与安全的工作条件，及时支付员工薪酬、缴纳员工社保，加强员工培训，建立合理有效的员工申诉制度		社会篇：支持员工成长
	第五十条（一）	员工的聘用与待遇等方面的政策及执行情况	员工	社会篇：支持员工成长
	第五十条（二）	职业健康与安全的基本情况		
	第五十条（三）	员工职业发展与培训的基本情况		
第五章 可持续发展相关治理信息披露				
第一节 可持续发展相关 治理机制	第五十一条	结合公司实际情况以及本指引的要求，积极将可持续发展理念融入公司治理的各项制度和流程，进一步健全和完善公司治理机制，推动公司可持续发展		ESG 管理：ESG 治理、ESG 战略与风险管理
	第五十二条	可持续发展风险识别与应对尽职调查	尽职调查	ESG 管理：ESG 重要性分析
	第五十三条（一）	利益相关方沟通制度的建设、执行情况	利益相关方沟通	ESG 管理：ESG 重要性分析
	第五十三条（二）	听取、反馈利益相关方意见建议的渠道及执行情况		
第二节 商业行为	第五十四条	在经营活动中，应当遵循自愿、公平、等价有偿、诚实信用的原则，遵守社会公德、商业道德，不得通过贿赂等非法活动谋取不正当利益，不得侵犯他人的商标权、专利权和著作权等知识产权，不得从事不正当竞争行为		治理篇：践行商业道德
	第五十五条（一）	反商业贿赂及贪污管理制度	反商业贿赂及反贪污	治理篇：践行商业道德
	第五十五条（二）	商业贿赂与贪污风险评估		
	第五十五条（三）	反商业贿赂及贪污培训人员数据		
	第五十五条（四）	贿赂与贪污事件处理（如有）		
	第五十六条（一）	反不正当竞争制度与体系建设	反不正当竞争	治理篇：践行商业道德
第五十六条（二）	诉讼情况（若因不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚）			
第六章 附则和释义				
	第五十七条	指标索引		指标索引表
	第五十八条	报告鉴证或审验		/

GRI 标准索引

使用说明：迪阿股份有限公司在 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日期间参照 GRI 标准报告了在此份 GRI 内容索引中引用的信息

标准引用：GRI 1：基础 2021

GRI 标准	序号	披露项	披露位置	从略要求	从略原因	解释
GRI 2: 一般披露 2021	2-1	组织详细情况	关于迪阿股份			
	2-2	纳入组织可持续发展报告的实体	关于本报告			
	2-3	报告期、报告频率和联系人	关于本报告			
	2-4	信息重述	关于迪阿股份			
	2-5	外部鉴证	从略	2-5-a 2-5-b	信息欠缺 / 不完整	暂未开展针对报告的外部鉴证
	2-6	活动、价值链和其他业务关系	关于迪阿股份			
	2-7	员工	支持员工成长			
	2-8	员工之外的工作者	ESG 关键绩效数据			
	2-9	管治架构和组成	健全公司治理			
	2-10	最高管治机构的提名和遴选	健全公司治理			
	2-11	最高管治机构的主席	健全公司治理			
	2-12	在管理影响方面，最高管治机构的监督作用	ESG 治理			
	2-13	为管理影响的责任授权	ESG 治理			
	2-14	最高管治机构在可持续发展报告中的作用	ESG 治理			
	2-15	利益冲突	健全公司治理			

GRI 标准	序号	披露项	披露位置	从略要求	从略原因	解释
GRI 2: 一般披露 2021	2-16	重要关切问题的沟通	健全公司治理			
	2-17	最高管治机构的共同知识	ESG 治理			
	2-18	对最高管治机构的绩效评估	从略	2-18-a 2-18-b 2-18-c	保密限制	基于信息保密需求, 暂不予对外披露
	2-19	薪酬政策	从略	2-19-a 2-19-b	保密限制	基于信息保密需求, 暂不予对外披露
	2-20	确定薪酬的程序	从略	2-20-a 2-20-b	保密限制	基于信息保密需求, 暂不予对外披露
	2-21	年度总薪酬比率	从略	2-21-a 2-21-b 2-21-c	保密限制	基于信息保密需求, 暂不予对外披露
	2-22	关于可持续发展战略的声明	ESG 战略与风险管理			
	2-23	政策承诺	ESG 战略与风险管理			
	2-24	融合政策承诺	践行商业道德、构建责任供应链			
	2-25	补救负面影响的程序	践行商业道德			
	2-26	寻求建议和提出关切的机制	践行商业道德			
	2-27	遵守法律法规	践行商业道德			
	2-28	协会的成员资格	奖项与荣誉			
	2-29	利益相关方参与的方法	利益相关方沟通与参与			
2-30	集体谈判协议	从略				
GRI 3: 实质性议题 2021	3-1	确定实质性议题的过程	分析方法与议题清单			
	3-2	实质性议题清单	分析方法与议题清单			
	3-3	实质性议题的管理	影响、风险和机遇分析			

GRI 标准	序号	披露项	披露位置	从略要求	从略原因	解释
GRI 201: 经济绩效 2016	201-1	直接产生和分配的经济价值	详见《2024 年年度报告》			
	201-2	气候变化带来的财务影响和其他风险和机遇	应对气候变化			
	201-3	固定福利计划义务和其他退休计划	员工法定权益保障			
	201-4	政府给予的财政补贴	从略	201-4-a 201-4-b 201-4-c	保密限制	基于信息保密需求，暂不予对外披露
GRI 202: 市场表现 2016	202-1	按性别标准起薪水平工资与当地最低工资之比	从略	202-1-a 202-1-b 202-1-c 202-1-d	保密限制	基于信息保密需求，暂不予对外披露
	202-2	从当地社区雇佣高管的比例	从略	202-2-a 202-2-b 202-2-c 202-2-d	信息欠缺 / 不完整	此信息暂未统计，无法完整披露
GRI 203: 间接经济影响 2016	203-1	基础设施投资和支持性服务	贡献社会公益			
	203-2	重大间接经济影响	影响、风险和机遇分析			
GRI 204: 采购实践 2016	204-1	向当地供应商采购的支出比例	从略	204-1-a 204-1-b 204-1-c	保密限制	基于信息保密需求，暂不予对外披露
GRI 205: 反腐败 2016	205-1	已进行腐败风险评估的运营点	践行商业道德			
	205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	践行商业道德			
	205-3	经确认的腐败事件和采取的行动	践行商业道德			
GRI 206: 反竞争行为 2016	206-1	针对反竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	践行商业道德			

GRI 标准	序号	披露项	披露位置	从略要求	从略原因	解释
GRI 207: 税务 2019	207-1	税务管理方法	健全公司治理			
	207-2	税收治理、控制及风险管理	健全公司治理			
	207-3	与税务密切相关的利益相关方参与及管理	健全公司治理			
	207-4	国别报告	从略	207-4-a 207-4-b	信息欠缺 / 不完整	此信息暂未统计, 无法完整披露
GRI 301: 物料 2016	301-1	所用物料的重量或体积	高效资源利用			
	301-2	所用循环利用的进料	高效资源利用			
	301-3	再生产品及其包装材料	高效资源利用			
GRI 302: 能源 2016	302-1	组织内部的能源消耗量	ESG 关键绩效数据			
	302-2	组织外部的能源消耗量	ESG 关键绩效数据			
	302-3	能源强度	ESG 关键绩效数据			
	302-4	减少的能源消耗量	ESG 关键绩效数据			
	302-5	降低的产品和服务能源需求量	从略	302-5-a 302-5-b	信息欠缺 / 不完整	此信息暂未统计, 无法完整披露
GRI 303: 水资源和污水 2018	303-1	组织与水作为共有资源的相互影响	高效资源利用			
	303-2	管理与排水相关的影响	高效资源利用			
	303-3	取水	高效资源利用			
	303-4	排水	从略	303-4-a 303-4-b 303-4-c 303-4-d	信息欠缺 / 不完整	此信息暂未统计, 无法完整披露
	303-5	耗水	ESG 关键绩效数据			

GRI 标准	序号	披露项	披露位置	从略要求	从略原因	解释
GRI 304: 生物多样性 2016	304-1	组织在位于或邻近保护区和保护区外的生物多样性丰富区域拥有、租赁、管理的运营点	从略	304-1	不适用	报告期内，公司未所拥有、租赁位于或邻近于生物多样性丰富区域的运营点
	304-2	活动、产品和服务对生物多样性的重大影响	从略	304-2-a 304-2-b	不适用	报告期内，公司未所拥有、租赁位于或邻近于生物多样性丰富区域的运营点
	304-3	受保护或经修复的栖息地	从略	304-3-a 304-3-b 304-3-c 304-3-d	不适用	报告期内，公司未所拥有、租赁位于或邻近于生物多样性丰富区域的运营点
	304-4	受运营影响的栖息地中已被列入世界自然保护联盟 (IUCN) 红色名录及国家保护名册的物种	从略	304-4	不适用	报告期内，公司未所拥有、租赁位于或邻近于生物多样性丰富区域的运营点
GRI 305: 排放 2016	305-1	直接（范围 1）温室气体排放	ESG 关键绩效数据			
	305-2	能源间接（范围 2）温室气体排放	ESG 关键绩效数据			
	305-3	其他间接（范围 3）温室气体排放	从略	305-3-a 305-3-b 305-3-c 305-3-d 305-3-e 305-3-f 305-3-g	信息欠缺 / 不完整	此信息暂未统计，无法完整披露
	305-4	温室气体排放强度	ESG 关键绩效数据			
	305-5	温室气体减排量	ESG 关键绩效数据			
	305-6	臭氧消耗物质（ODS）的排放	从略	305-6-a 305-6-b 305-6-c 305-6-d	不适用	报告期内，公司不涉及相关制冷剂等 ODS 的显著排放，故未量化
	305-7	氮氧化物（NOX）、硫氧化物（SOX）和其他重大气体排放	从略	305-7-a 305-7-b 305-7-c	不适用	报告期内，公司不涉及氮氧化物（NOX）、硫氧化物（SOX）和其他重大气体排放的显著排放，故未量化

GRI 标准	序号	披露项	披露位置	从略要求	从略原因	解释
GRI 306: 废弃物 2020	306-1	废弃物的产生及废弃物相关重大影响	高效资源利用			
	306-2	废弃物相关重大影响的管理	高效资源利用			
	306-3	产生的废弃物	ESG 关键绩效数据			
	306-4	从处置中转移的废弃物	高效资源利用			
	306-5	进入处置的废弃物	高效资源利用			
GRI 308: 供应商环境评估 2016	308-1	使用环境评价维度筛选的新供应商	构建责任供应链			
	308-2	供应链的负面环境影响以及采取的行动	构建责任供应链			
GRI 401: 雇佣 2016	401-1	新进员工雇佣率和员工流动率	ESG 关键绩效数据			
	401-2	提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	支持员工成长			
	401-3	育儿假	支持员工成长			
GRI 402: 劳资关系 2016	402-1	有关运营变更的最短通知期	从略	402-1-a 402-1-b	不适用	报告期内未发生运营变更
GRI 403: 职业健康与安全 2018	403-1	职业健康安全管理体系	支持员工成长			
	403-2	危害识别、风险评估和事故调查	支持员工成长			
	403-3	职业健康服务	支持员工成长			
	403-4	职业健康安全事务：工作者的参与、协商和沟通	支持员工成长			
	403-5	工作者职业健康安全培训	支持员工成长			
	403-6	促进工作者健康	支持员工成长			
	403-7	预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响	支持员工成长			
	403-8	职业健康安全管理体系覆盖的工作者	支持员工成长			
	403-9	工伤	ESG 关键绩效数据			
	403-10	工作相关的健康问题	支持员工成长			

GRI 标准	序号	披露项	披露位置	从略要求	从略原因	解释
GRI 404: 培训与教育 2016	404-1	每名员工每年接受培训的平均小时数	ESG 关键绩效数据			
	404-2	员工技能提升方案和过渡援助方案	支持员工成长			
	404-3	接受定期绩效和职业发展考核的员工百分比	ESG 关键绩效数据			
GRI 405: 多元性与平等机会 2016	405-1	管治机构与员工的多元化	支持员工成长			
	405-2	男女基本工资和报酬的比例	从略	405-2-a 405-2-b	保密限制	基于信息保密需求，暂不予对外披露
GRI 406: 反歧视 2016	406-1	歧视事件及采取的纠正行动	支持员工成长			
GRI 407: 结社自由与集体谈判 2016	407-1	结社自由与集体谈判权利可能面临风险的运营点和供应商	从略	407-1-a 407-1-b	保密限制	基于信息保密需求，暂不予对外披露
GRI 408: 童工 2016	408-1	具有重大童工事件风险的运营点和供应商	构建责任供应链			
GRI 409: 强迫或强制劳动 2016	409-1	具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商	构建责任供应链			
GRI 410: 安保实践 2016	410-1	接受过人权政策或程序的培训的安保人员	从略	410-1-a 410-1-b	信息欠缺 / 不完整	此信息暂未统计，无法完整披露
GRI 411: 原住民权利 2016	411-1	涉及侵犯原住民权利的事件	从略	411-1-a 411-1-b	信息欠缺 / 不完整	此信息暂未统计，无法完整披露

GRI 标准	序号	披露项	披露位置	从略要求	从略原因	解释
GRI 413: 当地社区 2016	413-1	有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	从略	413-1	信息欠缺 / 不完整	此信息暂未统计, 无法完整披露
	413-2	对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点	从略	413-2	信息欠缺 / 不完整	此信息暂未统计, 无法完整披露
GRI 414: 供应商社会评估 2016	414-1	使用社会标准筛选的新供应商	构建责任供应链			
	414-2	供应链对社会的负面影响以及采取的行动	影响、风险和机遇分析			
GRI 415: 公共政策 2016	415-1	政治捐赠	从略	415-1-a 415-1-b	保密限制	基于信息保密需求, 暂不予对外披露
GRI 416: 客户健康与安全 2016	416-1	评估产品和服务类别的健康与安全影响	专注精益产品			
	客户健康与安全 2016	涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	专注精益产品			
GRI 417: 营销与 标识 2016	417-1	对产品和服务信息与标识的要求	打造极致服务			
	417-2	涉及产品和服务信息与标识的违规事件	打造极致服务			
	417-3	涉及营销传播的违规事件	打造极致服务			
GRI 418: 客户隐私 2016	418-1	涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉	完善隐私保护			



DR钻戒♥一生只送一人