



# 2024

## 中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司 环境、社会及管治报告



纸张认证:  
本报告采用环保纸张印刷  
Paper verification:  
This report uses environmentally paper.



中国企业社会责任报告  
评级专家委员会  
Chinese Expert Committee on CSR Report Rating



## 关于本报告

本报告是中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司面向社会公开发布的第二份环境、社会及管治报告。本报告所披露的信息以2024年1月1日至2024年12月31日为主，为增强报告可比性，部分内容会适当涉及其他年份信息。

### 信息来源

本报告的信息遵循真实性、准确性、完整性和及时性的原则，反映公司经济绩效、环境绩效和社会绩效。报告中所披露的全部信息和数据来自公司内部正式文件、审计报告与年报，公司保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。本报告的财务数据以人民币为单位，若与财务报告不一致之处，以财务报告为准。

### 发布周期

本报告为年度报告。

### 编制标准

联合国2030年可持续发展目标（SDGs）  
气候相关财务信息披露工作组（TCFD）建议  
全球可持续发展标准委员会《GRI可持续发展报告标准》（GRI Standards）  
国务院国资委《提高央企控股上市公司质量工作方案》  
上海证券交易所《上市公司环境信息披露指引》  
《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》

### 报告获取方式

本报告电子版可在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）查阅获取，若需获取纸质版，请联系中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司。

### 报告边界

本报告涵盖中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司及其所属子公司。中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司也以“中国黄金”“公司”和“我们”表示。报告涉及的公司所属主要子公司简称如下：

中国黄金集团有限公司：中国黄金集团或集团公司  
中国黄金集团黄金珠宝（北京）有限公司：北京公司  
中国黄金集团营销有限公司：营销公司  
上海黄金有限公司：上海公司  
江苏黄金有限公司：江苏公司  
中国黄金集团黄金珠宝（郑州）有限公司：郑州公司  
中国黄金集团黄金珠宝（昆明）有限公司：昆明公司  
中金珠宝（天津）有限公司：天津公司  
中金珠宝（青岛）有限公司：青岛公司  
四川中金珠宝有限公司：四川公司  
央创（深圳）时尚文化发展有限公司：央创时尚  
中国黄金集团三门峡中原金银制品有限公司：三门峡金银制品有限公司  
中金珠宝（三亚）有限公司：三亚公司  
中金精炼（深圳）科技集团有限公司：中金精炼  
中金珠宝电子商务（长沙）有限公司：长沙公司

### 联系方式

联系部门：董事会办公室  
联系电话：010-84115629  
电子邮箱：zjzb@chnau99999.com

# 目录 CONTENTS



01 • 关于本报告

04 • 董事长致辞

06 • 关于我们

06 公司简介

08 组织架构

09 管理团队

10 年度大事记

12 企业文化

13 年度主要荣誉

ESG 专题:

14 立心铸魂，强基固本，

笃行致远谱写时代新篇章

16 守正承韵，精研智创，

深化改革赋能研发新图景

18 品牌焕新，多元共振，

媒介矩阵打造传播新格局

20 • ESG 管理

84 • 未来展望

86 • 关键绩效表

88 • 指标索引

90 评级报告

26 • 向绿而生 碧水蓝天的守护者 01

28 • 环境管理

30 • 绿色低碳转型

32 • 应对气候变化

34 • 清洁生产与污染防治

36 • 绿色理念

38 • 星火成炬 凝心聚力的同行者 02

40 • 保障员工权益

42 • 助力员工发展

45 • 关爱员工生活

46 • 保障安全健康

48 • 臻于至善 匠心服务的践行者 03

50 • 产品质量

52 • 产品研发

56 • 优质服务

58 • 责任担当 社会价值的奉献者 04

60 • 供应商管理

61 • 加盟商管理

63 • 合作与沟通

64 • 响应国家战略

65 • 社区沟通

66 • 公益志愿

68 • 行稳致远 合规管理的护航者 05

70 • 公司治理

72 • 投资者关系

74 • 合规管理

83 • 股东权益



## ✓ 董事长致辞



党委书记、董事长 刘科军

“

日征月迈，朝暮轮转。

回望 2024 年，我们以更高站位更强自觉学思践悟习近平总书记重要指示批示精神，面对严峻复杂的内外部环境，始终在建设世界一流黄金珠宝企业的征途上目标坚定、破浪前行，坚决扛起做强做优做大国有企业的政治责任，不断坚定高质量发展的信心与决心，将每一滴汗水、每一分耕耘、每一次努力，都化作深邃夜空的熠熠星辰，照亮我们前行的征途。

”

**2024 年是饱经风霜的一年，我们不畏艰险、排除万难，走得坚毅有力。**我们深入学习贯彻党的二十届三中全会精神，全面深化国资委巡视整改，以更高站位、更大力度把改革发展向纵深推进，从业务看政治，从问题看责任，切实解决制约企业发展的痛点、堵点，制定出契合公司高质量发展路线的办法举措，取得了阶段性成效。

**2024 年是提升跨越的一年，我们顶住压力、步履不停，走得踏实稳健。**实施信息化补强、数字化赋能、智能化发展三大工程，加强市值管理，发展成效不断显现，内生式增长质量不断提升。虽消费市场遇冷，但我们勇往直前、解放思想，直营、加盟、银行、大客户、电商和回购六大渠道齐头并进，合规治企意识不断树牢，防范风险能力持续增强，在 2023—2024 年度上交所信息披露工作考核中荣获最高评级“A”级（优秀）。

**2024 年是创新应变的一年，我们昂扬向上、锐意进取，走得自信自强。**我们勇担文化使命，在建设文化强国的道路上书写黄金担当，不断校准产品研发思路，以持续满足市场多元化与个性化需求为核心战略，以不断满足人民对美好生活的向往为己任，在挖掘黄金珠宝产品的文化内涵中争当“排头兵”，扎实开展中央企业品牌引领行动，推动产品和品牌价值双提升。

万事从来贵有恒，久久为功事必成。这一年的成绩由我们的点滴汗水浇灌而成，大家拼搏奋进、追求卓越，为了向望去努力，为了幸福去打拼。2025 年是“十四五”收官之年，是“十五五”的开局之年，也是“改革攻坚突破年”。在前行路上积蓄“新”的动能，厚植“质”的土壤，我们就一定能写好高质量发展这篇大文章，在中国式现代化的新征程上，奋力续写更多新时代的黄金故事，朝着建设世界一流黄金珠宝企业的目标坚定奋进，为全面推进强国建设、民族复兴伟业贡献黄金力量！

## 关于我们

### 公司简介

中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司是专业从事“中国黄金”品牌运营的大型专业黄金珠宝生产销售企业，是中国黄金集团有限公司的控股子公司，承载着“中国黄金”延伸产业链的重要使命。

自创建以来，公司秉承“黄金为民、送福万家”的服务理念，贯彻“冲市场、聚人气、树品牌、做规模、防风险、提质量、增效益”的发展理念，坚持“品牌制胜、渠道制胜、规模制胜、服务制胜”的经营理念，积极探索，努力创新，高质量推进深化改革。2017年通过增资扩股引进了中信证券、京东、兴业银行、中融信托、建信信托、越秀产投和浚源资本，涵盖了国内顶尖证券公司和国际知名的互联网公司、具有市场化基因的产业集团和雄厚综合实力的金融企业，与各方协同互补形成公司未来业务创新与升级的强劲引擎，并于2021年2月5日在上海证券交易所主板挂牌交易上市，成为国家发展和改革委员会批复的第二批混合所有制改革试点单位和国务院国有企业改革领导小组办公室组织开展的国企改革“双百行动”首单主板上市企业，股票简称“中国黄金”，股票代码（600916.SH）。

始于黄金，不止于黄金。在十几年的经营实践中，公司不断完善策略规划，拓展渠道销售，已在全国建立30家品牌服务中心和4000余家专卖店，形成以“中国黄金”为母品牌，“珍·如金”和“珍·尚银”为子品牌多品牌并举，集设计、加工、批发、零售、回购、服务于一体，直营、加盟、银行、大客户、电商和回购六大销售渠道并行的黄金珠宝全产业链综合体，逐步成为实物黄金消费和投资领域的创新者和领导者。

公司将继续以“提升中国黄金在投资者和消费者心目中的价值”为使命，为广大消费者和投资者提供最可信赖的黄金珠宝和钻石产品等服务，加快推进建设成为具有国际影响力的世界一流黄金珠宝企业。

总资产 **129** 亿元

基本每股收益 **0.49** 元/股

ROE（加权平均净资产收益率） **11.03%**

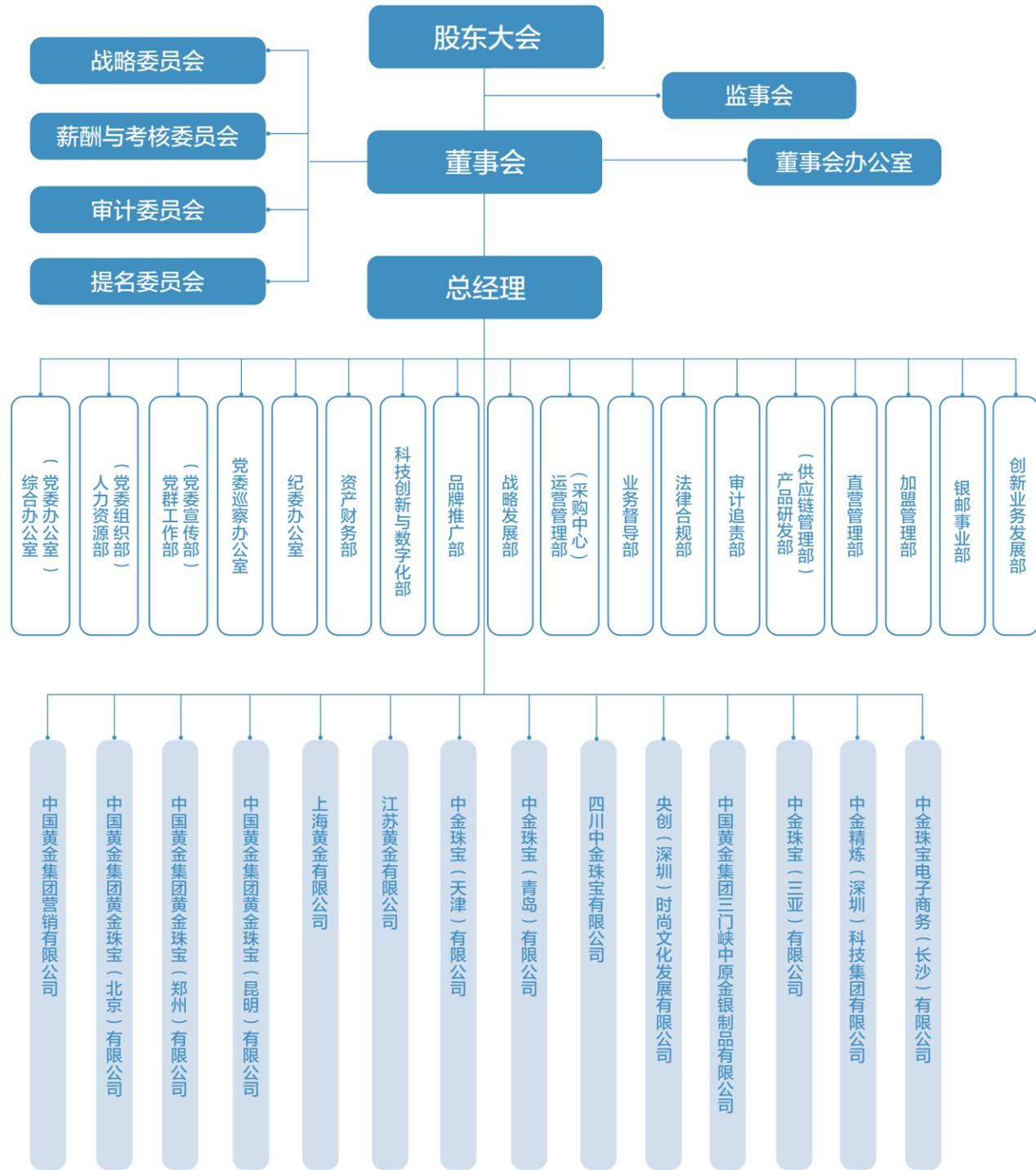
2024年

营业收入 **604.64** 亿元

归母净利润 **8.18** 亿元

利润总额 **10.21** 亿元

## 组织架构



## 管理团队



党委书记、董事长  
刘科军



党委副书记、总经理、董事  
王宇飞



党委副书记、董事  
贾玉斌



党委委员、总会计师  
魏浩水



党委委员、副总经理、  
董事会秘书  
陈军

# 年度大事记

## 01 举办新年展销会

1月3日至4日，公司举办2024年新年展销会。30家中国黄金品牌服务中心及1000余名加盟商代表、8家公司所属直营体系企业、全部31家中国黄金供应商参展，展会上，首次设立的中国黄金专供产品展位大放异彩，中国黄金专供新品销量近2吨，实现新年“开门红”。

## 03 制定《第一议题制度》

3月，公司推动13个分（子）公司基层党组织完成《第一议题制度》制定，派出督导组列席督导上海公司、央创时尚、三门峡金银制品公司三家子企业中心组学习。

## 05 举办业绩说明会

6月12日，在集团公司的统筹下，公司在上海证券交易所与中金黄金首次联合举办“中国黄金集团2023年度暨2024年第一季度集体业绩说明会”，对公司经营业绩和发展前景进行了介绍，并与投资者进行了现场和线上交流互动。

## 02 召开2024年工作会议

### 召开2024年工作会议

1月30日，公司召开2024年工作会议暨第一届职工代表大会第八次会议。会议对公司2023年的工作进行了全面总结，并根据当下形势研究部署2024年重点任务，动员全体干部职工牢记使命、担当作为，全力推进高质量发展，为加快建设世界一流黄金珠宝企业作出新贡献。

## 04 ESG报告获评四星半评级

### ESG报告获评四星半评级

4月，公司《2023环境、社会及管治报告》被中国企业社会责任报告评级专家委员会评为四星半级，报告全方位、系统性地展现了公司ESG实践进展，充分回应了利益相关方的期望与诉求，有力证明了公司在ESG领域的努力和成效。

## 06 召开2024年中工作会议

### 召开2024年中工作会议

8月6日，公司召开2024年年中工作会议，全面总结上半年工作，安排部署下半年重点任务，动员广大干部员工进一步解放思想、振奋精神、凝聚力量，为高质量完成全年各项工作任务奠定坚实基础。

## 07 新闻宣传工作喜获多项荣誉

9月5日，公司在全国黄金行业新闻宣传工作会议上被评为“2023年度全国黄金行业新闻宣传先进单位”，公司新闻作品获评“2023年度中国黄金行业新闻三等奖”，4名员工获评“2023年度全国黄金行业新闻宣传先进工作者”。

## 09 思想政治论文成果获奖

10月，公司《勇担文化使命在建设文化强国道路上书写黄金篇章》《加强混合所有制企业党建工作创新研究》两篇论文成果荣获“2024年中国黄金思想政治工作优秀研究成果一等奖”。

## 08 开展2024年业务经理专项培训班

### 开展2024年业务经理专项培训班

9月15日，公司围绕“业务与合规并重、发展与安全同行”主题，针对加盟事业管理部销售经理及审计督导法务部督导经理，开展业务经理专项培训，并于培训结束后组织结业考试，全面考核学员实际业务能力及对自身岗位职责、岗位属性、岗位要求的理解领悟。

## 10 召开大学习大讨论动员部署会

### 召开大学习大讨论动员部署会

12月12日，公司召开“奋进2025、筹划‘十五五’，实现高质量发展”大学习大讨论动员部署会，深入贯彻落实集团公司大学习大讨论专题会精神和动员部署会精神，推进各项任务落实落细。

## 企业文化

### 服务理念

黄金为民、送福万家

### 经营理念

品牌制胜、渠道制胜、规模制胜、服务制胜

### 企业愿景

建设成为有国际影响力的黄金珠宝行业领军企业

### 发展理念

冲市场、聚人气、树品牌、做规模、防风险、提质量、增效益



## 年度主要荣誉

荣获上海黄金交易所“可提供标准金锭企业认证”证书。



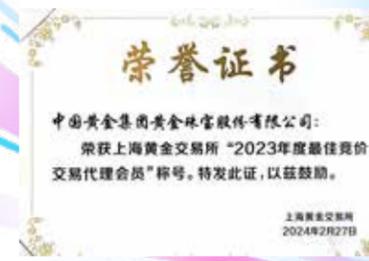
2024.01

荣获上海黄金交易所“2022年度最佳可提供标准金锭、标准银锭”证书。



2024.01

荣获上海黄金交易所“2023年度最佳竞价交易代理员”称号。



2024.06

获得中国品牌建设促进会“中国品牌价值评价结果通知书”，品牌强度评估为808，品牌价值评估为103.35亿元。



2024.05

荣获中国珠宝首饰行业协会“2023年黄金珠宝品牌集群成员单位零售业品牌评价结果通知书”，品牌价值评估为731.69亿元人民币。

2024.06

荣获上海黄金交易所“2023年度综合类优秀会员三等奖”。



2024.06

获任中国品牌建设促进会第二届理事会常务理事单位。

2024.12

公司党委扎实落实集团公司党委的决策部署，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的二十大和党的二十届三中全会精神，深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”。我们紧密围绕中心工作，持续纵深推进全面从严治党各项工作，全力推动重要批示精神落地见效，以高质量党建为企业高质量发展蓄势赋能。

### 提高“组织力”，在对标看齐中把握新形势、新使命

聚焦筑牢政治信仰，坚持把习近平新时代中国特色社会主义思想作为做好各项工作的源头活水，组织开展学习贯彻习近平总书记重要讲话和重要指示批示精神专题读书班，制定年度党委理论学习中心组专题学习重点内容，全面深刻领会习近平总书记重要指示批示、“国有企业重要地位”和“人民利益至上”等重要论述，制定《党建工作责任制考核方案》，对8家所属企业进行现场考核，通过系统化的考核评级、详细的考核反馈以及有效的结果运用，不断提升基层党组织规范化、精细化、体系化水平。

2024年

- 组织**6**次中心组（扩大）学习会议
- 订阅党建书籍杂志**1400**余本
- 全体党员全年人均学习**32**学时
- 领导干部及党支部书记人均学习**56**学时
- 接收预备党员**9**名
- 12**名预备党员转正



### 提高“执行力”，在服务大局中彰显新担当、新作为

紧扣“国之大者”“民之所向”“国资央企全面深化改革大局”，始终坚持“问题导向”，贯彻“严的基调”，厚植“为民情怀”，扎实履行工作职责，制定印发《党委巡察工作规划（2023—2027年）》，编排《党委2023—2027年巡察规划表》，在“全面贯彻巡视工作方针、落实政治巡察要求、提高巡察工作质量、推动巡察工作制度化规范化、加强巡察队伍建设”等方面不断取得新成效，持续突显“以巡促改、以巡促建、以巡促治”。

2024年

- 公司党委共召开**10**次党委会
- 将习近平总书记关于巡视工作重要论述作为“第一议题”深入学习**10**次
- 组织召开**5**次领导小组会议

### 提高“向心力”，在党纪学习教育中实现新突破、新提升

坚持全面学习、全面把握，精心制定理论学习方案，将学习《国有企业管理人员处分条例》《习近平关于全面加强党的纪律建设论述摘编》统筹到党纪学习教育整体部署，深刻领会重要论述的科学内涵和实践要求，以“个人自学+‘第一议题’+党委理论学习中心组+集中学习+交流研讨”为主要形式，切实增强全体党员遵守纪律和法律的自觉。

2024年

- 公司党员领导班子成员深入党建联系点、基层一线讲党纪学习教育专题党课**8**次
- 各级党组织书记结合学习体会和实际工作，在本支部讲授纪律党课**37**次



党纪学习教育专题党课“第一课”



组织参观国务院国资委党委党纪学习教育展

### 提高“凝聚力”，在整合力量中力求新跨越、新发展

**强化宣传引领**

在公司上下营造攻坚克难的向上氛围，微信公众号“中金珠宝党小微”紧贴理论学习重点、公司实时动态，策划并开设《学“习”进行时》《学习贯彻全会精神》《党纪学习教育》《大学习大讨论》等多个专栏，全年发布稿件400余篇。

**凝聚青年力量**

研究制定《巩固拓展团员和青年主题教育成果的意见》，完成团组织“对标定级”专项工作，同步组织策划并实施“学雷锋志愿服务月”“世界读书日”等系列主题团日活动，切实提升基层团组织的引领力、组织力和服务力。



上海公司组织开展主题团日活动

我们认真领悟习近平总书记关于全面深化改革的新思想、新观点、新论断，坚持理论与实践并重，持续挖掘产品研发及生产的潜力，精准提升各项工作开展的覆盖力度、广度和深度，将学习成果转化为推动高质量发展的强大动力，奋力开创深化改革新局面。

### 探索产品亮点，丰富中国黄金产品线

我们坚持以市场需求为导向深化改革，重点围绕渠道需求及核心竞品品牌进行分析，优化产品战略布局与研发规划，同时，持续通过“文化+”战略赋能产品创新，为高质量发展注入持续动力。

### 战略引领，赓续文脉

制定相关规划，以黄金器物为载体创新传承中华文明精髓，打造兼具文化延续性与市场生命力的黄金产品矩阵，实现传统美学与现代消费的有机融合。

### 创新突破，锻造内核

坚持研发创新战略主导地位，持续提升自主研发产品占比，加速培育“中国黄金”品牌专属IP产品集群，全面激活品牌在贵金属行业的核心竞争力。



“国白金”系列产品五帝钱

### 深入渠道调研，推动研发产品向销售转化

我们立足市场前沿，以深度渠道调研为战略支点，构建研发与销售双向赋能新格局。通过系统梳理终端消费趋势，捕捉区域市场差异化需求，推动产品研发从功能设计到文化表达的全面升级，持续提升产品市场渗透力与品牌溢价空间。

### 构建专供产品运营体系，提升品牌价值与市场竞争力

制定《中国黄金专供产品落地执行方案》，组建专供产品运营团队，系统性提升产品的运营效能和市场竞争力，聚焦品牌价值深化，围绕品牌服务中心、直营体系及合作供应商三大维度展开精准调研，打通资源协同壁垒，实现从生产端到消费端的高效价值传递。

### 创新研发模式，打造多元化渠道产品矩阵

以渠道需求差异化为导向，创新研发模式、策略与工艺技术，赋能银行、电商、分子公司产品的定制化研发服务，最终形成符合不同需求和特点的渠道产品矩阵，打造适配多元化场景的渠道产品生态体系，以精准供给激活终端市场增长势能，强化品牌竞争力。

### 建设研发团队，提升产品设计力量

我们始终将研发团队建设作为企业的重要战略之一，以自有设计团队为核心，积极打造跨领域协作、全链条贯通的创新型研发团队，深化产学研资源整合与人才梯度建设。

### 内外兼具，双向提升

同步强化内部团队专业化建设与外部高端设计资源整合效能，制定大师合作策略三年计划，聘请国家工艺美术大师担任顾问，举办“中国黄金杯”全国大学生文化珠宝节珠宝首饰设计大赛，积极打造高素质设计人才梯队，推动产品研发体系在传统工艺精髓与现代审美理念的融合中实现创新突破，全面提升珠宝产品的艺术价值与市场竞争力。

### 明确职责，精细管理

我们持续推进设计团队专业化建设，细化研发团队职能分工，精准化定位岗位职责与权责边界，推行精益化管理模式，实现组织分工科学化与效能最优化，同时，系统优化制度流程，完善产品研发流程管控节点，以规范化、统一化、标准化的三维管理体系夯实设计创新的基础支撑。



“满庭芳华”系列产品

我们始终秉持长期主义理念，坚持品牌发展战略的系统性与持续性，通过深化品牌矩阵布局，构建多维立体传播体系，全面展现品牌核心价值与文化内涵，持续扩大市场影响力。我们以文化传承为内涵，以创新突破为引擎，不断驱动品牌价值提升，在动态的市场环境中保持核心竞争力。

国际化平台展示，推动品牌文化输出

我们以新时代文化自信为宣传主线，通过主动参与国际化行业展会，系统构建中国黄金品牌文化输出通道。2024年，我们亮相中国国际消费博览会、第三届澳门高品质消费博览会、北京国际珠宝展、中国国际矿业大会等国际化高端展会，以主题化展陈设计与沉浸式文化体验空间为载体，不仅展示了中国黄金产品在工艺、设计上的创新与实力，更传递了我们在传承中华文化、推动行业发展中的使命与责任。



中国黄金参加“第二十六届中国国际矿业大会”



中国黄金亮相第三届中国（澳门）国际高品质消费博览会暨横琴世界湾区论坛

建设新媒体传播矩阵，推动品牌宣传纵深联动

- 通过整合品牌官方账号、外部媒体矩阵、社交媒体平台资源及IP授权，构建全域传播协同机制，实现分众化精准触达。
- 结合潮流化内容激活年轻世代，形成差异化传播声浪与圈层共振效应。
- 与以中国新闻社、新华社、澎湃新闻、成都传媒等为代表的中央级媒体、核心财经媒体、区域重点媒体建立联系。

2024年，数字平台累计宣传曝光量 **10** 亿人次。

其中，品牌官方账号作为品牌信息的首发阵地，与去年同期相比，发布篇数、粉丝总数、阅读量分别增长约

**30%、35%和20%**，

品牌资产进一步持续增强。



鼓励电商体系优化调性，推动多平台差异化营销

在新零售时代，线上线下的深度融合成为升级消费体验的关键因素之一。为提升品牌曝光度，强化市场渗透力，我们积极发挥电商体系优势，依托线上流量优势反哺线下场景，实现渠道价值共振与互惠发展。

- 深化与主流图文电商平台及短视频直播平台的合作，精准细分各平台的产品线定位与市场分层。
- 通过持续优化店铺视觉效果，增强消费者体验和品牌黏性。
- 除自营店铺外，增加开设授权店铺，通过多渠道布局提升线上市场占有率。

推广跨界合作，促进全链条融合发展

我们稳步推进集邮渠道贵金属制品及衍生品既有的合作渠道的优化升级，力求进一步提高产品工艺和服务水平。

- 依托“中国黄金”和“中国集邮”双品牌合作优势，成功推出《甲辰年》邮票金及生肖金项目，并中标《己巳年》邮票金砖项目。
- 以第一名的成绩成功中标中国农业银行“传世之宝”贵金属加工项目，产品“平安福0.8g”荣获“中国农业银行2023年度最受欢迎产品奖”。

为提升品牌影响力并增强与核心客群的交流，我们策划了一系列深度互动活动，完成了与WTT重庆冠军赛、澳门冠军赛及中国大满贯赛三项顶级赛事的合作项目，为品牌注入了新的活力和关注度。在巴黎奥运会期间，我们也开展了多维度的营销活动，通过与传统媒体的合作有效覆盖经典消费群体，并借助国乒赛事的热度与吸引力，实现了品牌影响力的跨圈层扩散，进一步提升了知名度和美誉度。

- 1 全国39家门店联动开展6轮抽奖活动
- 2 同步完成贵金属新品主题海报拍摄及传播素材迭代
- 3 通过官方自媒体矩阵、主流媒体及意见领袖等进行全域传播



四川公司在重庆开展WTT摆展活动

央创时尚与深圳书城·龙岗城跨界合作，联合推出“黄金屋”主题概念店，以“图书+黄金”的复合业态模式，打造集文化展示、创意体验、跨界应用于一体的黄金文化创新示范基地，为中国黄金品牌探索出独具特色的文化赋能发展路径。



央创时尚“黄金屋”主题概念店开业

## ESG 管理

### ESG 理念

我们坚定践行“央企为民”理念，以“提升中国黄金在投资者和消费者心目中的价值和地位”为使命，坚持藏金于民、造福于民，把不断提升产品和服务的质量作为最高追求，努力为社会勇担责任、为股东实现价值、为员工谋求幸福，为实现“股东增利、资本增值、企业增效、员工增收”的目标而努力奋斗。



### ESG 治理架构

我们建立并不断完善 ESG 管理架构，覆盖董事会、管理层、本部职能部门和子公司，确保 ESG 理念融入公司的业务策略。

#### 决策层

由董事会、监事会成员参与公司 ESG 重大事项的审议与决策，包括相关战略与方针的制定、定期检查 ESG 相关事宜的进度，以及对年度 ESG 报告与相关议案进行专项审议。

#### 沟通层

由公司各部门指定的 ESG 负责人组成，负责指导子公司、加盟商的 ESG 工作，组织 ESG 相关活动，统筹协调 ESG 相关事宜的执行等。

#### 执行层

由各子公司、加盟商、供应商等构成，负责可持续发展工作的日常推进，根据具体分工，落实各项可持续发展相关工作，并与关键利益相关方保持沟通；同时，定期报送相关落实举措、绩效指标及优秀案例。

## ESG 管理推进

### 开展与投资者的有效沟通

我们在官方网站、“双微”平台、法定信息披露媒体等信披载体发布 ESG 相关信息，向公众传递可持续发展理念。还通过股东大会、业绩说明会、接待来访、答复咨询，以及上海证券交易所上市公司投资者关系互动平台等渠道开展与投资者的有效沟通，增进投资者对公司的了解和认同，树立良好的市场形象，建立稳定和优质的投资者基础，获得长期的市场支持，形成服务投资者、尊重投资者的企业文化，提升公司治理水平，实现公司价值最大化和股东利益最大化。

### 探索黄金珠宝行业 ESG 信息披露规则

我们致力于成为黄金珠宝行业 ESG 工作的先行者，积极探索符合黄金珠宝行业实际的信息披露规则。为此，我们积极参与行业内部的深入探讨，与同行企业共同研究，分享最佳实践；主动向国资委、证监会、上交所等监管机构学习，紧密跟踪最新的政策和市场要求；此外，我们也与相关社会机构开展对话，共同探讨如何进行符合行业特点的 ESG 信息披露，以期更好地向投资者和社会各界传递我们在 ESG 领域的努力和成就，并在不断沟通中进一步加强 ESG 实践，为黄金珠宝行业的 ESG 发展作出表率，为我们的利益相关方创造长期价值。

### 持续发布 ESG 报告、积极参与评级

自 2016 年起，我们已连续多年编制并向公众发布 ESG 报告，按照上海证券交易所要求，定期向资本市场披露 ESG 报告，阐述公司在主业履责、科技创新、安全生产、低碳环保、员工责任、社区公益等方面的实践，诠释新时代珠宝企业的责任担当，塑造良好的央企形象。

我们积极参与评级，推动企业完整、准确、全面地贯彻新发展理念，从而使企业更加系统科学、持续高效地履行社会责任，力争在资本市场中发挥带头示范作用。继 2023 年公司《2022 社会责任报告》首次参与中国企业社会责任报告评级专家委员会评级获四星级评价后，2024 年，公司《2023 ESG 报告》又获四星半级评价。截至报告编制时，公司在万得 ESG 评价体系中排名第 106，共计 220 家纺织品、服装与奢侈品同行业上市公司参与评价。



历年封面展示



#### 组织开展“ESG 与可持续转型”在线学习研讨会

2024 年 2 月，公司举办了以学习“ESG 与可持续转型生态导向型的先锋示范发展模式”为主题的在线培训研讨会，全体党员通过视频连线的方式开展学习。亚太青年可持续发展联合会发起人、大湾区碳中和协会副秘书长赵培恒通过案例讲解，分享了 ESG 引领企业穿越周期以及如何寻找第二增长点的启示；可持续发展实验室可持续领导力高级研究员姚直在企业创新层面，分享了企业如何进行绿色科技创新、社会价值创新以及商业可持续创新，对于公司在 ESG 管理的理念、实际操作等具有较好的借鉴意义。

## ESG 风险与机遇

识别及评估 ESG 风险与机遇是确保企业可持续发展和长期价值创造的重要环节。我们结合企业的行业特点、运营模式 and 战略目标，通过内部审计、历史数据分析等方法，考虑直接和间接影响，分析法律合规、市场变化、技术进步、社会趋势等因素，识别 ESG 风险和机遇。

### 国内外政策要求

国内外政策对企业 ESG 实践提出了新的要求。2024 年，国务院发布《2024—2025 年节能降碳行动方案》和《关于新时代中央企业高标准履行社会责任的指导意见》，推动节能降碳和社会责任落实；2 月，上交所、深交所和北交所联合发布了《上市公司自律监管指引——可持续发展报告（试行）》，并于 5 月 1 日正式实施，这是中国首次由监管机构推出的系统性可持续发展信息披露指南；3 月，欧盟 27 国批准《企业可持续发展尽职调查指令》，要求适用范围内的企业对其供应链内的环境破坏或侵犯人权行为承担法律责任；8 月，中欧签署碳交易合作备忘录，推动碳排放权交易作为应对气候变化的有效政策工具。若企业不能将 ESG 管理真正融入日常管理或 ESG 管理体系不完善，可能导致其面临监管处罚、声誉损失及投资者信任度下降等多重风险。

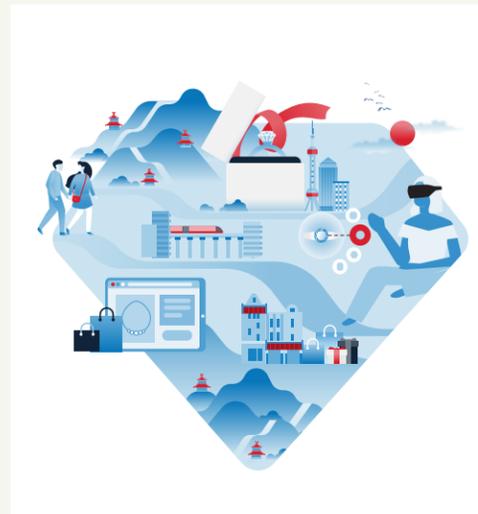
机遇：作为中央企业，公司应积极响应国家号召，把握政策导向，加强 ESG 管理体系建设，将 ESG 理念融入企业战略，成为行业 ESG 领军企业，向外界展示 ESG 治理决心与行动，并通过参与制定行业 ESG 标准，引领行业可持续发展。



### 消费者道德意识增强

根据戴比尔斯《2023 年度中国钻石行业洞察报告》，Z 世代消费者中约六成会主动考量钻石珠宝品牌的道德资质。若企业的供应链不透明或存在不当行为，可能导致消费者对品牌的信任和忠诚度下降。

机遇：公司应进一步完善透明供应链并采用可追溯的原材料，提升道德标准；积极传播企业在社会责任和可持续发展方面的努力，以提升消费者的认知和认可度。



《2023 年度中国钻石行业洞察报告》

### 女性消费市场潜力

埃森哲数据显示，中国拥有近 4 亿年龄在 20 岁至 60 岁的女性，每年支配着近 10 万亿人民币的消费支出，庞大的体量足以构成世界第三大消费市场。同时，女性的消费选择深刻地影响着消费市场结构的变革和发展趋势，作为珠宝企业，公司更应重视女性消费者的力量。

机遇：公司将加强对女性消费者的市场调研，深入了解她们的购买习惯和偏好，并据此调整产品设计和营销策略；通过参与女性相关的公益活动和社会议题，提升品牌形象和吸引力。



### 再生金的环保优势

相较于传统金矿开采难以规避的环境破坏，再生黄金首饰加工可降低逾 90% 的碳排放。随着可持续消费意识觉醒，珠宝品牌的环保实践已成为影响消费者决策的重要因素之一。

机遇：公司已建立并不断完善便捷、可信赖的金回购平台，可以进一步宣传使用再生金的优势，如较低的碳排放量和更小的环境影响，引导消费者主动选择再生金。



### “国潮”经济的崛起

“国潮”经济是中国经济实力和文化实力显著增强的必然产物，既契合了大众对优秀传统文化的内在心理需求，又嵌入了现代社会的生活与消费方式。

机遇：公司将在现有产品创新体系上，不断加强对中华优秀传统文化的挖掘和理解，将其融入产品设计和营销活动中，打造中华文化品牌 IP，并加强与文化机构和艺术家的合作，共同推动文化传承和发展。



### 培育钻石市场的发展

培育钻石作为可持续再生资源，自带理性、绿色的消费属性，处于渗透率快速提升的阶段，消费者对其接受度正在逐步提高。

机遇：公司将进一步完善培育钻石产品体系、拓展全领域市场；大力度推进培育钻石消费者普及教育，提升市场认知度。



## 利益相关方沟通

我们积极与各利益相关方保持沟通，并建立了常态化的内外部沟通机制，通过公司网站、公众号、ESG 报告、协会活动等多种渠道及时对利益相关方关心的问题作出回应，并融合其诉求、意见和建议至日常运营与决策过程中，实现更有效的管理决策。

**利益相关方的期望与诉求**

- 响应国家政策
- 合规经营
- 依法纳税
- 促进地区发展

**我们的沟通渠道与举措**

- 遵守法律法规
- 贯彻各项政策
- 配合监管机构核查
- 足额纳税
- 提供就业机会

政府及监管机构



**利益相关方的期望与诉求**

- 稳定的投资回报
- 稳健的企业发展
- 管控风险

**我们的沟通渠道与举措**

- 股东大会
- 业绩说明会
- 投资者热线、邮箱
- 官方网站反馈渠道
- 反向路演

股东



**利益相关方的期望与诉求**

- 环境保护
- 节能减排
- 资源循环利用

**我们的沟通渠道与举措**

- 建立环境管理体系
- 开展环保公益
- 节能降耗

环境



**利益相关方的期望与诉求**

- 提供优质的产品和服务
- 多样化的客户沟通渠道
- 客户权益保障

**我们的沟通渠道与举措**

- 保证产品质量
- 研发多元化产品
- 加强客户信息保护
- 健全客户服务体系

客户



**利益相关方的期望与诉求**

- 保障基本权益
- 提供员工培训
- 公平的发展机会
- 职工健康与安全
- 提升员工福利待遇

**我们的沟通渠道与举措**

- 职工大会
- 完善员工培训体系
- 公平公正的晋升渠道
- 定期安全培训及员工体检
- 薪酬体系

员工



**利益相关方的期望与诉求**

- 支持社区公益
- 加强地区沟通

**我们的沟通渠道与举措**

- 组织员工参与志愿活动
- 开展公益项目
- 开展共建活动

社区及公众



**利益相关方的期望与诉求**

- 公平采购
- 诚信合作
- 互利共赢

**我们的沟通渠道与举措**

- 招投标平台
- 阳光采购
- 供应商管理体系
- 合同履约

供应商及合作伙伴



## 重要性议题分析

### 实质性议题识别

我们结合行业可持续发展动态、公司发展战略、同行对标结果和内外利益相关方调研访谈情况，梳理出内外利益相关方关注的议题，并根据议题对公司发展的重要性及对利益相关方的重要性进行排序，确定公司 ESG 管理与信息披露的重点。

### 议题识别

从环境、社会和治理三个维度出发，考虑黄金珠宝行业特点、运营模式和利益相关方的期望，列出可能影响企业的 ESG 议题。

### 利益相关方调研

与股东、员工、客户、供应商及合作伙伴、社区等利益相关方沟通，了解他们对公司 ESG 议题的看法和期望。

### 议题重要性评估

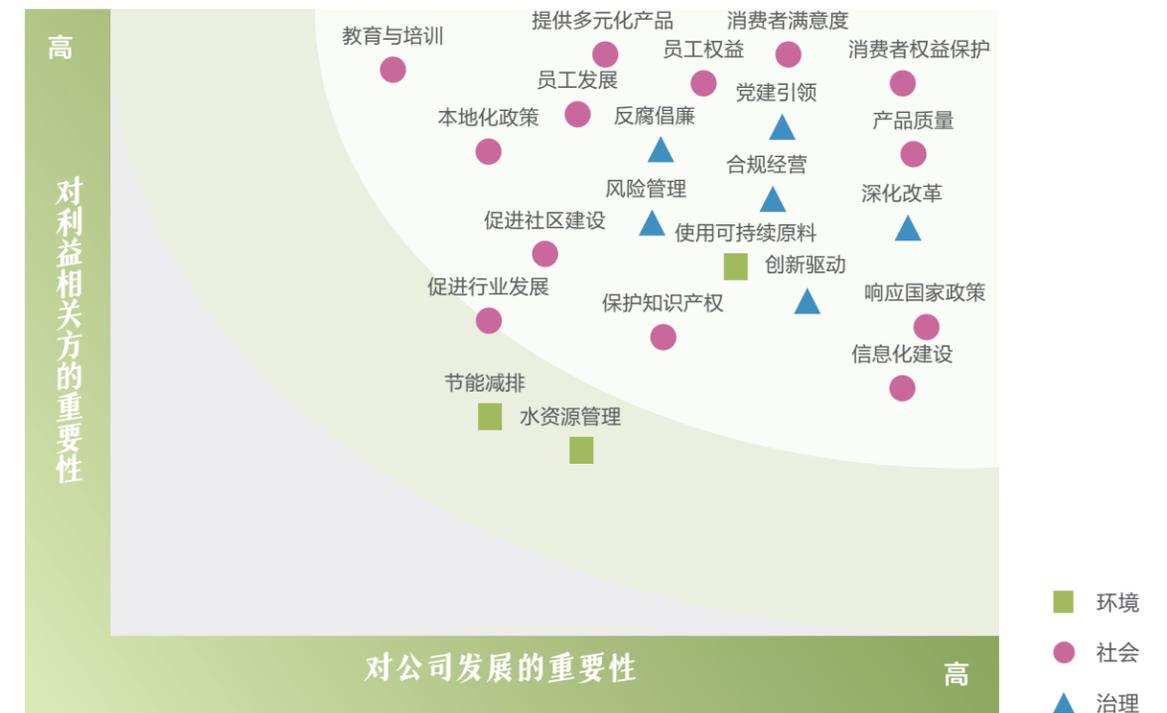
根据议题的重要性和紧迫性，确定哪些议题对我们的长期价值和声誉最为关键。

### 制定行动计划并实践

针对识别出的实质性议题，制定具体的管理措施和改进计划，确保议题得到有效管理。

### 持续监控与报告

定期监控实质性议题的进展和效果，并通过 ESG 报告和其他沟通渠道向利益相关方披露进展情况。



碧水蓝天的守护者  
向绿而生

环境管理  
绿色低碳转型  
应对气候变化  
清洁生产与污染防治  
绿色理念



# 01 环境管理

## 绿色管理

我们高度重视生态环境保护工作，全面落实习近平生态文明思想和习近平总书记关于生态环境保护的重要指示批示要求，牢固树立绿水青山就是金山银山理念。贯彻落实党的二十大精神，学习理解现代环境治理体系，深入推进中央生态环境保护督察的任务要求，把生态文明建设融入企业生产管理全过程，不断完善环境管理体系，抓好节能减排和环境整治工作，建立健全压力传导机制和长效机制，坚定不移走生态优先、绿色发展之路。

 报告期内无环境领域违法违规事件发生

 三门峡金银制品公司发布突发环境事件应急预案

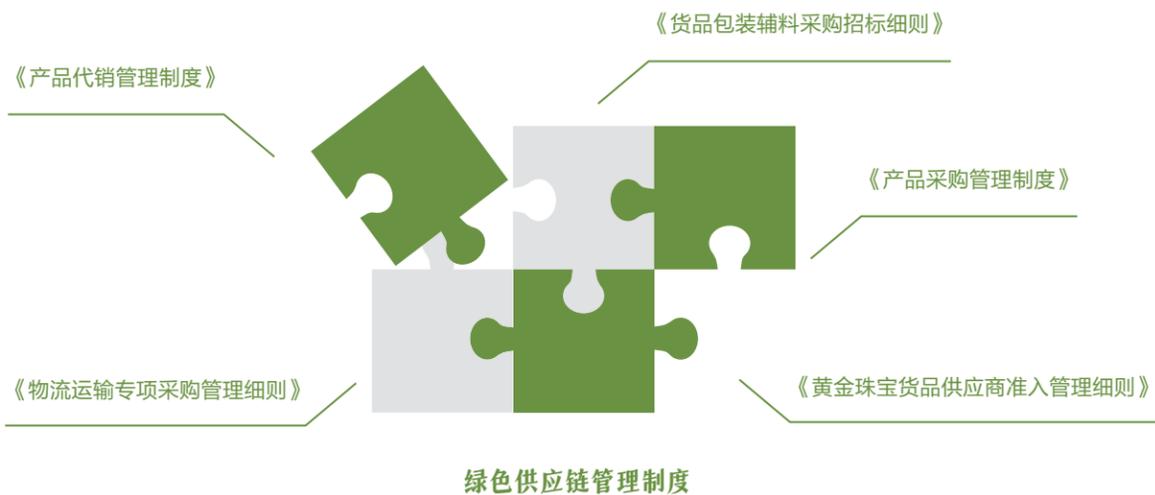
2024年，三门峡金银制品公司进一步建设环境管理体系，优化环境管理流程，从制度层面强化环境管理，发布实施《中国黄金集团三门峡中原金银制品有限公司突发环境事件应急预案》，在环境管理方面迈出了坚实的一步。通过制定应急预案，公司提升了应对突发环境事件的能力，确保了能够在紧急情况下迅速、有效地采取行动，最大限度地减少对环境的潜在影响。

## 绿色供应链

我们凭借完善的管理制度，积极打造绿色供应链，并根据实际业务需求不断优化相关制度，逐步构建全产业链发展绿色新格局，实现从黄金生产、销售到回收的全流程闭环运营，增强“中国黄金”品牌的优势与行业竞争力。



环境管理体系认证证书



我们在产品全生命周期管理中积极推行全面的绿色创新举措，充分展现了公司在可持续发展领域的深刻理解与坚定实践。



- **材料选择**：采用可回收贵金属和实验室培育钻石等材料，显著降低了能耗和碳排放，也减少了对自然资源的依赖。
- **供应链合作**：与符合环保要求的供应商合作，确保原材料从源头开始就符合绿色标准，提升了产品的整体环保性。
- **包装设计创新**：通过设计多功能包装（如首饰收纳盒、摆件、存钱罐等），不仅增加了产品的趣味性和竞争力，还减少了包装浪费，延长了包装的生命周期，体现了循环经济理念。
- **环保生产技术**：采用环保技术和工艺，严格遵守污染物处理规定，有效减少了废气、废水、废渣对环境的影响，体现了对生产环节环境责任的重视。
- **资源高效利用**：通过优化生产工艺，减少资源浪费，进一步提升生产环节的绿色化水平。
- **规范化回购体系**：建立了标准化、透明化的黄金回收流程体系，确保回收价格公开透明，增强了客户信任度。
- **差异化竞争力**：通过严格的质量检测和工艺优化，提升了回收产品的附加值，同时保证了回收过程的高效性和环保性。
- **线上回购平台**：线上回购小程序为客户提供安全、快捷、高效的回收体验，扩大了回收服务的覆盖范围，推动了绿色消费理念的普及。



# 02

## 绿色低碳转型

推动经济社会发展绿色化、低碳化，是新时代党治国理政新理念新实践的重要标志，是实现高质量发展的关键环节，是解决我国资源环境生态问题的基础之策，是建设人与自然和谐共生的现代化的内在要求。作为中央企业，我们将积极承担起推动绿色低碳转型的历史使命，引领黄金珠宝行业向绿色低碳方向发展，为推动经济社会全面绿色转型作出贡献。

### 绿色包装



2024年，共使用首饰盒**30**万个，首饰包装袋**22**万个。

#### 包装轻量化、减量化、循环化

##### 01

###### 轻量化

**措施** 采用先进材料：使用更轻、韧性更好的盒胚材料，以减少包装的整体重量，从而降低运输成本和碳排放。

**设计优化**：通过设计创新，在减少材料用量的同时保持或提升包装的结构强度和保护性能。

**效果** 成功降低了运输成本和碳足迹，对环境造成的影响减少；在保证包装质量和功能性的前提下，提升了材料的利用率。

##### 02

###### 减量化

**措施** 简化包装设计：提升包装设计审美，去除累赘设计元素，实现包装简洁。

**多功能设计**：开发可以同时满足多种功能的通用包装设计。

**宣传环保意识**：向客户提建议，并在包装上印刷环保标志。

**效果** 显著减少了使用的包装材料总量，减轻了环境压力；提高了生产和物流效率，降低了成本。

##### 03

###### 循环化使用

**措施** 采用可回收材料：在包装设计中优先考虑使用可回收和可生物降解的材料。

**设计易于回收**：设计包装时考虑其生命周期结束后的易于回收性或二次利用性，如使用单一材料制作，便于分类回收。

**效果** 提高了包装材料的回收率和资源利用率，减少了废物；增强了公司的绿色形象，减轻环境负担。

### 绿色办公

我们系统化推进绿色办公实践，通过多维度举措构建环境友好型工作模式。在办公环境管理方面，严格执行夏季空调温度不低于26摄氏度的标准，并确保在非工作时间关闭设备；升级用水设施，部署感应出水装置实现精准控流。在资源节约方面，严格执行《办公用品管理制度》，规范申购、领用程序，提升员工爱物惜物意识；全面推行无纸化办公流程，依托OA系统实现文件电子化流转；配置节能灯具与智能照明控制系统，公共区域采用声光双控技术，降低能耗。在营造健康办公环境方面，通过设置绿植生态墙及桌面绿化系统，提升办公区域空气质量。在低碳出行方面，持续推广绿色出行方式，为员工提供公共交通工具补贴，鼓励步行或骑行上下班，以减少碳排放。



#### 智能化视频会议系统助力低碳减排

我们积极推动绿色智能化治理，建立了视频会议系统，共建成总部主会场1个、分会场13个，共计召开大型视频会议10多次，参加会议的总人数达到200多人次，节约会议成本20余万元，若按照减少商务旅程25万公里计算，则至少减少二氧化碳排放量20吨。

### 绿色建筑改造

在推动可持续发展的进程中，我们深刻理解并积极响应循环经济等环保理念的号召，明确了以资源高效利用、环境友好、经济持续增长为目标，推动公司内部工程项目的绿色化改造，采取了一系列具体且富有成效的措施。



建筑节能验收记录表

#### 老办公楼节能改造措施

##### 暖通空调

采用R410A环保冷媒、高效保温材料以及热回收技术，减少向环境的能量排放并充分实现自然通风，有效降低能耗；综合考虑噪声对室内及周围的影响，使用低噪声设备和消声减振措施。

##### 给排水系统

选用节水节能型材料，卫生间采用节水型洁具，绿化灌溉使用滴灌技术，并采取分区供水控制，加强计量管理，减少损失和漏损；给水管采用内壁光滑的材料，并配备节能型叠压供水设备；水池、水箱设置溢流报警，控制静水压和支管减压；充分利用雨水，根据景观需要，部分引入绿地回灌地下。

##### 室外夜景照明

控制室外景观照明中射向夜空、溢出场地边界的光束，室外景观照明光污染的限制符合行业标准《城市夜景照明设计规范》JGJ/T163的规定。

##### 室内照明

选择合适的照明方式，合理利用天然采光，具有天然采光的区域独立分区控制；采用智能控制和高效节能灯具，不同功能区的照明各自采用适宜的控制方式，如公共区域的照明系统可分时、感应控制，并预留通信接口可与建筑设备监控系统连接，实现节能控制和集中管理，既满足国家照明标准，又合理分配电力资源。

# 03

## 应对气候变化

面对气候变化风险这一长期性、系统性挑战，我们主动分析识别气候变化风险，响应国家“双碳”政策，采取适应性和减缓性措施，以增强自身抵御气候变化的能力。我们积极实践低碳运营模式，并积极采取各种减碳行动，务求在日常运营的各个环节中贯彻低碳理念。我们的大部分温室气体排放来自中金精炼及三门峡金银制品公司生产过程中产生的废气和各零售门店用电，为此，我们采取有针对性的节能措施减少温室气体排放。

### 气候变化风险分析和识别

#### ● 政策与法规风险

党的二十大报告提出，我国生态文明建设已经进入以降碳为重点战略方向、推动减污降碳协同增效、促进经济社会发展全面绿色转型的重要时期。要推动能耗“双控”向碳排放总量和强度“双控”转变，并将实施更加严格的法规以限制或降低碳排放，这将迫使企业在节能减排上的支出上升，从而增加合规的运营成本。且公司作为央企，有义务积极响应国家号召，在政策推行方面走在前列。

#### ● 声誉风险

投资者对气候风险的敏感度提高，期望公司在应对气候变化方面采取积极的管理行动并提升信息披露透明度，若公司无法回应利益相关方的诉求，可能导致融资成本增加或融资渠道受限。

#### ● 技术风险

在绿色低碳转型的过程中，数字化转型、绿色包装、废弃物处理等节能环保技术的开发与应用可能对公司运营和业务造成影响。

#### ● 市场风险

消费者对产品的“可持续”属性要求提升，若不能采取措施树立起环境友好的形象，可能流失部分消费者，削弱品牌竞争力。

#### ● 急性物理风险

剧烈的气候变化如台风、洪水等将产生极端天气或自然灾害，可能影响公司上下游供应链、产品生产、产品运输与日常经营。此外，这些灾害还可能诱发其他灾害和安全事故，直接对人员安全造成危害。

#### ● 慢性物理风险

海平面上升、持续性高温等长期自然模式转变可能对公司产品生产和上下游供应链造成影响。



### 应对举措

#### ● 关注政策指引

我们紧密跟踪政策趋势，清晰界定低碳发展方向，保证所有业务操作与政策指引保持一致，并进一步加大环保低碳管理方面的投入。

#### ● 回应利益相关方诉求

我们将节能降碳、气候变化作为重要议题通过 ESG 报告等渠道进行披露，并积极与利益相关方沟通。

#### ● 优化流程助低碳

我们持续优化各项管理及生产流程，以数字化转型推进节能减排，将生产运营和日常管理的多个环节迁移至线上平台，打造绿色低碳运营模式，为气候管理持续发力，为可持续发展创造价值。

#### ● 黄金回收促循环

我们大力倡导循环经济，打造了规范化、透明化的黄金回收流程体系，同时借助线上回购小程序，为客户提供安全、便捷、高效的回收服务，极大地拓展了回收服务的影响范围，促进了绿色消费观念的深入人心，构筑资源利用的闭环系统，助力可持续发展。

#### ● 日常工作减排

我们在日常工作中从细节做起实现节能减排，改造办公楼，充分利用天然光并采用节能灯具照明，办公时空调温度不低于 26 摄氏度并于下班时准时关闭以节约能源。

#### ● 宣传环保理念

为提升顾客对环保的认识和参与度，并塑造可持续的企业形象，我们在多个门店进行绿色理念宣传、在包装上印刷环保标语，积极推广可持续发展理念；同时，我们提倡简约包装并提供可循环使用的包装物料，推广环保理念，减少碳排放。

#### ● 制定突发环境事件应急预案

我们制定应急预案以提升应对突发环境事件的能力，确保能够在紧急情况下迅速、有效地采取行动，最大限度减少突发环境事件造成的影响。



# 04

## 清洁生产与污染防治

我们积极推行清洁生产，致力于从源头上减少污染物的产生。我们采用先进的环保技术和设备最大限度减少废弃物排放，确保生产过程的绿色可持续，并严格按照国家和集团公司规定对所产生的废弃物进行治理，确保达标后排放，最大限度减少对环境造成的影响。

根据《排污许可管理条例》第二十三条的规定，我们在全国排污许可证管理信息平台上公开污染物排放信息，包括污染物排放种类、排放浓度和排放量，以及污染防治设施的建设运行情况、排污许可证执行报告（季报、年报等）、自行检测数据等。

### 废气处理

我们严格按照国家和集团公司关于大气污染防治管理的要求加强对废气排放的治理，确保废气达标排放，降低对环境的影响。

中金精炼在生产过程中，产生的废气通过管道收集，经真空浓酸雾处理一体机系统治理，确保达标后排放。工厂设有4个30米高的废气排气筒，4个废气排放口均规范悬挂环保标识牌，车间废气排放严格执行广东省地方标准《大气污染物排放限值》（DB44/27-2001）第二时段二级标准，通过持续提升环保处理设施水平，对废气污染物进行综合治理，所产生的废气污染物均严格按许可要求达标排放。公司定期委托有资质的第三方开展废气检测工作，以确保排放持续合规。

三门峡金银制品公司每年自行检测有组织废气、无组织废气、废水及噪声，检测结果均符合国家《大气污染物综合排放标准》（GB16297-1996）。

### 固体废物

我们生产经营过程中产生的一般废弃物，主要是废包装材料和生活垃圾。我们积极做好废弃物的利用和处置工作，最大限度减少固体废物的排放对环境造成的影响，实现固体废物的减量化、资源化。

2024年，三门峡金银制品公司工业固废主要是废钢材，总量为6.26吨，均已进行回收处理。



### 危险废物

我们制定了完善的危险废物管理制度，确保从产生、收集、储存、运输到最终处置的每一个环节都严格遵守国家相关法律法规和行业标准。我们与有资质的废物处理单位合作，采用先进的技术和方法，确保危险废物得到无害化处理和资源化利用，并接受政府监管机构和社会各界对危险废物处置结果的监督。

#### 危险废物处置率



### 水资源管理

我们致力于打造节水型企业，积极保护水资源，严格管控生产及生活污水的排放。依据国家和地方的相关规定申领并延续排污许可证，确保污染物排放符合标准；同时，我们规范收集和处置化验室废液，委托具备相应资质的专业单位进行合法处理。在化验室废液的产生和贮存区域，我们采取了有效的防渗措施。此外，工业废水实现闭路循环，确保有害污水实现零排放。

中金精炼在生产中，配酸、清洗及酸雾净化塔补充新鲜水的过程会产生废水。其中，含酸工业废水用固废收集桶收集，委托外部专业机构处理；清洗废水经自建废水处理回用于生产；酸雾净化塔的新鲜水定期补充并循环利用，无外排情况。日常生活污水经所在的工业区化粪池预处理，达到广东省地方标准《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）中第二时段的三级标准后，由市政水管汇入布吉水质净化厂处理，不会对水环境产生不良影响。

三门峡金银制品公司将生活用水及其他用水排入中原冶炼厂，经处理后循环使用，不外排，并大力倡导水资源节约，建立雨水收集池，精细化管理水资源。

# 05

## 绿色理念

我们坚持人与自然和谐共生的原则，在公司内部推广绿色低碳的生活方式，鼓励所有员工遵循节约资源、避免浪费的价值观。通过一系列环保主题的教育活动和公益项目，我们也对社会产生了积极的影响。我们深信，通过不懈的努力，我们能够为一个更加绿色、可持续的未来贡献力量，使绿色生活方式融入日常，让生态文明的理念深入人心。

### 提升环保意识

我们通过形式多样的活动提升员工的环保意识，并在日常运营中积极营造环保氛围，以潜移默化的方式鼓励并影响社区居民和客户践行绿色发展理念，为生态文明建设贡献力量。



#### 公司开展“绿色低碳、美丽中国”全国低碳日户外骑行活动

5月15日，公司组织开展“绿色低碳、美丽中国”全国低碳日户外骑行活动。活动现场，宣读了绿色骑行倡议书，呼吁践行绿色低碳生活方式，共同缓解城市交通压力，助力低碳城市建设。员工们沿着长安街骑行，沿途美景与欢声笑语融合成一道亮丽的风景线。活动增强了员工环保意识，提升团队凝聚力，号召员工把绿色、环保、健康的出行习惯融入日常生活中，争做绿色出行的倡导者和先行者，为深入推进生态文明建设和绿色低碳发展助力。



户外骑行活动



#### 营销公司多举措开展六五环境日系列宣传活动

6月，营销公司组织开展六五环境日系列宣传活动，通过环境改造、宣传引导、公益服务等方式，让员工及周边居民深入了解生态环境保护的重要性。一方面，鼓励员工参与环境改造，使用环保材料改善照明和通风设备，提高能源利用效率；另一方面，我们积极向到店顾客和周边居民宣传生态环境保护法律法规及绿色环保生活理念，旨在提高居民的环保意识，激发他们参与环境保护的热情，鼓励他们积极参与环保公益和文明城区创建活动，为“提靓”周边环境、“点亮”城市文明助力。

### 环保公益活动

我们贯彻落实习近平生态文明思想，弘扬生态文化，培育生态道德，筑牢绿色基石，组织环保公益活动，带领员工身体力行，以实际行动积极投身美丽中国建设新篇章。



#### 三门峡金银制品公司组织黄河沿岸清理活动

6月5日，三门峡金银制品公司员工热情高涨地齐聚在天鹅湖湿地公园，大家手持垃圾袋和工具，沿着黄河边细心地捡拾着道路两旁、绿化带中的垃圾，不放过任何一个角落，充分发挥央企保护环境的责任与担当，以实际行动践行“美丽中国我是行动者”理念，为扮靓黄河美丽生态廊道助力。员工们纷纷表示，爱护环境是每个人的责任和义务，保护环境也是每一位员工的责任，要在日常工作和生活中养成环保意识，从点滴小事做起，共同为保护我们的美丽家园贡献力量。



三门峡金银制品公司六五环境日活动



#### 央创时尚组织开展徒步护绿主题活动

12月29日，央创时尚组织开展“垃圾不落地，深圳更美丽，中国黄金为美丽鹏城助力”徒步护绿主题活动，倡导员工从自身做起，做讲文明、讲卫生、爱护环境的模范公民。活动中，员工们用实际行动践行生态文明理念，随手拾起路边的垃圾，共同将公园的环境变得更加干净整洁。此次活动不仅在公司上下营造出“绿色低碳、身体力行”的环保风尚，也为助力地方绿色发展贡献了力量。



徒步护绿主题活动

星火成炬  
凝心聚力的同行者

---

保障员工权益  
助力员工发展  
关爱员工生活  
保障安全健康



# 01

## 保障员工权益

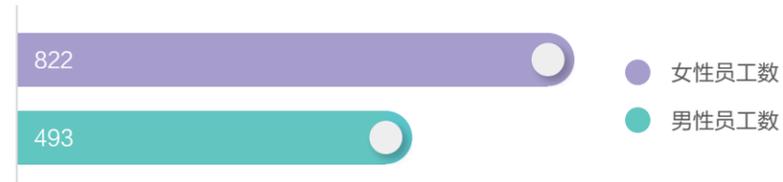
### 员工构成

截至 2024 年底，我们的职工总数是 **1315** 人  
其中，残疾人雇佣人数 **5** 人  
少数民族职工 **73** 人

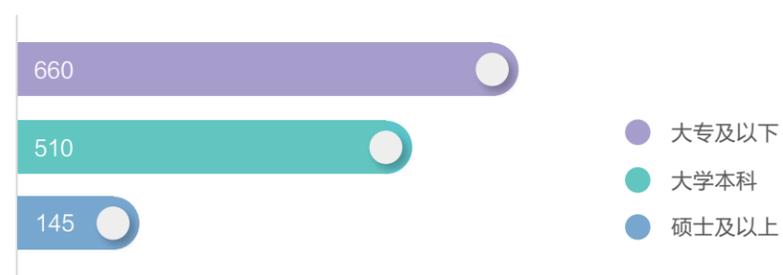
劳动合同签订率  
社会保险覆盖率



#### 按性别划分



#### 按学历划分



#### 按年龄划分



## 权益保障

### 员工招聘与平等雇佣

我们招聘坚持公开招聘、平等竞争、择优录取的原则。根据《招聘管理制度》相关程序，制定人才招聘政策，建立标准化、系统化的员工招聘流程，使招聘工作更准确迅速，从而在人才招聘方面及时满足公司业务需要。

同时，我们遵守国内国际反就业歧视相关法律法规，无论是在外部招聘，还是在公司内部人员调配中，都公平对待每一位应聘人员，不以应聘人员的性别、年龄、国籍、民族、宗教信仰、肤色、语言、户籍所在地等作为对应聘人员的录用依据。

### 保护隐私

我们制定劳动合同管理办法、员工档案管理办法及人力资源部内部人员行为规范，确保对员工隐私信息进行保密管理。

### 合规用工

我们依据《中华人民共和国劳动法》要求，保证合法合规雇佣，坚决杜绝使用童工、强制劳动及精神或肉体上的骚扰及虐待。

## 民主管理

我们致力于加强工会的规范化建设，不断完善民主管理机制，保障职工依法享有知情权、参与权、表决权和监督权，坚决贯彻执行职工民主管理制度，严格按照法律法规和相关规定，定期召开职工代表大会。2024年，我们召开了一次职工代表大会暨一届八次职工代表大会，会议审议了调整公司餐补补贴方式的事宜，并形成大会决议。



召开 2024 年工作会议暨一届八次职工代表大会

## 薪酬福利

我们建立了横向与同行业薪酬水平相适应、纵向与公司经济效益和员工生产率相挂钩的调控机制，构建了市场化、差异化、可持续的薪酬管理体系，通过薪酬分配实现岗位价值、绩效贡献与人才潜力的精准匹配，采取“加重考核比例，强化激励，拉大级差”等举措，重点调整了绩效薪酬占比，强化激励机制，提升了薪酬外部竞争力和内部公平性，推动战略目标与员工个人发展的双向共赢。



- 我们为员工缴纳各项基本社会保险、公积金、企业年金。主要包括：**基本养老保险、工伤保险、生育保险、失业保险、基本医疗保险、住房公积金、企业年金。**
- 我们为员工发放各类津贴，主要包括：**外派人员津贴、冬季取暖费、防暑降温费。**
- 此外，我们还密切关注员工的身心健康和职业发展，提供了多样化的福利项目，包括：**健康检查、健身娱乐、过节福利。**
- 为提升职工的工作生活品质，丰富业余生活，积极推进职工之家建设，开设了**员工食堂、健身房、母婴室及理发室**，让员工感受到了公司的温暖和关怀，增强了员工的凝聚力和归属感。

# 02

## 助力员工发展

我们不断完善人员选拔、培育、使用、管理环环相扣又统筹推进的全链条机制，切实把人才优势转化为创新优势、竞争优势和发展优势，为公司提供人才支撑。

### 员工职业发展

我们在成就企业自身发展的同时实现与员工共享发展成果，确保落实“与企业共同发展成长”的价值主张，根据未来发展进行前瞻性布局，结合运营实际，开展了“组织三定”工作，优化组织机构、明晰部门职责、调整岗位编制，将部门扩增至 19 个，为员工提供良好的职业发展空间和选择机会。我们不断健全优秀年轻干部培养、选拔工作常态化长效化机制，加快形成干部“储、培、评、用”全周期管理，培养造就一批熟业务、懂经营、会管理、善作为的优秀年轻干部队伍，积极引导广大干部履职尽责、担当作为。

### 员工激励机制

我们不断强化激励与约束机制，打造高效、专业的人才队伍。遵循“市场化选聘、契约化管理、差异化薪酬、市场化退出”的基本原则，全面推行经理层成员任期制和契约化管理，通过签订业绩责任书，完善考核指标，突出契约目标的科学性，以契约方式明确管理层的责权，实现任期管理的规范化、常态化，落实考核结果奖惩刚性兑现。

我们以公司业绩增长为前提，制定了兼顾稳定、吸引人才和激励与约束并重的激励措施，充分激发员工个人利益与公司长期利益的紧密捆绑与高效协同。推行全员绩效考核，将考核结果与薪酬、晋升和人员配置紧密挂钩，促进个人、部门和组织考核的一体化，使员工与公司共同进退，形成了强大的团队凝聚力，共同推动公司不断向前发展。

### 员工培训

我们不断完善公司培训体系，持续提升员工对公司规章制度、岗位职责的了解与认识，强化其对工作要领会的掌握和应用能力，提升其知识水平、履职能力、工作绩效，并加深他们对公司企业文化的认知和感悟，培养他们的责任意识和担当精神，增强企业认同感和归属感。

组织实施“三金”人才培养计划，纳入集团公司人才库：

- “金蕾计划” 12 人
- “金石计划” 11 人
- “金英计划” 37 人



### ■ 基层党务培训

我们持续推进基层党组织规范化、标准化建设，提升公司各板块党务工作者的政治素养和工作能力水平，充分激发基层党务工作者的开拓意识和创新思维，强化党支部的政治功能和战斗堡垒作用，为高质量党建引领保障企业高质量发展装上“动力引擎”。



2024 年，党员培训支出共计 **20.89** 万元，组织党员参加培训累计 **28** 次，共计培训 **918** 人次，党员每年参加集中学习均不少于 **32** 学时，党组织书记均不少于 **56** 学时；组织入党积极分子、发展对象参加线上培训 **1** 次，平均接受培训时长 **25.5** 小时，共计 **41** 人参加。



#### 开展党纪学习教育专题党课“第一课”

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大精神，扎实推进党纪学习教育走深走实，6 月 24 日，公司党委书记、董事长刘科军为全体党员讲授党纪学习教育专题党课“第一课”，强调要深入学习贯彻习近平总书记关于全面加强党的纪律建设的重要论述，认真落实党纪学习教育有关要求，以案为鉴、以案明纪、以案促改，推动广大党员干部员工思想大解放、能力大提升、作风大转变、工作大落实。



主会场



长沙公司分会场



郑州公司分会场



四川公司分会场

## ■ 合规管理培训

我们不断强化合规管理意识，构建全员合规思维，积极引导广大员工进一步树立法治意识、合规意识，促进公司及员工经营管理行为符合法律法规、监管规定、行业准则和企业章程，营造依法合规的企业文化，为公司高质量发展提供坚强法治保障。2024年，我们组织各部门、各分子公司的合规管理员、业务骨干参加国资委法治讲堂以及5期法律合规专题培训，通过体系化培训确保合规意识内化于心、外化于行，为企业发展筑牢根基。



公司参加国资委大讲堂《国有企业管理人员处分条例》培训



营销公司组织合规管理培训

## ■ 业务技能培训

我们高度重视员工的业务技能培训工作，以公司战略与员工需求为主线，以素质提升、能力培养为核心，以专项培训与持续性培训相互穿插进行，以针对性、实用性、价值性为重点，丰富培训内容，拓宽培训形式，以季度为周期设置培训主题，实现由点、线式培训到全面系统性培训的转变。



昆明公司开展专业知识培训



郑州公司举办“黄金产品知识及售后技巧培训提升班”



江苏公司开展员工能力提升专题培训

# 03

## 关爱员工生活

我们始终坚持“以人为本”，用真情实感和实际行动温暖每位员工，为员工纾困解难。关注女性员工合法权益，落实女性员工的产假、哺乳假政策，同时，开展丰富多彩的文娱活动，让员工在繁忙的工作之余，更加关注自己的精神文化生活，激发干事创业热情，增强干部职工队伍凝聚力、向心力，营造团结友爱、锐意进取的工作氛围，力求成为员工幸福工作生活的坚实后盾。



### 中金精炼积极落实员工关怀举措

#### ♥ 工作关怀

1. 合理安排工作任务：根据员工的能力和特点分配任务，避免过度加班。
2. 建立良好的沟通机制：鼓励员工与上级、同事之间进行有效沟通，及时解决工作中遇到的问题。

#### ♥ 生活关怀

1. 提供生活便利：积极推进新办公楼母婴室、理发室、健身房的装修、运维工作。
2. 提供舒适住宿条件：升级改造了员工宿舍，提升员工幸福感。

#### ♥ 特殊时期关怀

1. 节日福利：在重要节日为员工发放福利。
2. 生日关怀：为员工庆祝生日，送上生日蛋糕和祝福。



三家公司组织开展“书香中金、茶艺馨风”暨“三八”国际妇女节主题活动



三门峡金银制品公司组织开展了以“携手奋进新征程 巾帼追梦向未来”为主题的妇女节系列活动



公司开展第九届“龙腾向未来，瑞启新征程”健步走活动

# 04

## 保障安全健康

### 安全生产管理

我们不断加强安全管理，建立健全安全生产制度体系，优化应急预案，做好应急演练、培训、值守，全方位提高应急管理能力和值守。如遇事故发生，则按照制度要求及时上报事故信息，认真开展事故调查分析，准确查明事故原因，合理分清事故责任，严肃事故处理，全面落实事故防范措施，同时，扎实开展案例警示教育，提升安全生产管理水平。

### 三门峡金银制品公司开展“安全生产月”活动

三门峡金银制品公司以“人人讲安全·个个会应急——畅通生命通道”为主题组织开展“安全生产月”系列活动，深化安全意识，筑牢安全防线，为企业健康稳定发展保驾护航。



安全知识考试



发放安全生产手册



组织消防安全培训

### 员工职业健康

我们高度重视职业卫生管理与职业病防治工作，积极落实职业卫生知识的普及，不断提高员工职业病防护意识，定期组织员工体检并对职业危害因素进行检测，建立员工健康档案，保护了全体员工的身心健康及其相关权益。

### 长沙公司全方位构建员工职业健康安全保障体系

为保障员工职业健康，长沙公司构建起全方位的员工职业健康安全保障体系，及时、足额为员工缴纳社会保险，并确保工伤保险覆盖率为100%，为进一步强化保障，公司还购置了商业意外险作为有力补充，拓宽员工受偿渠道，并定期组织员工进行健康检查，切实维护了员工的合法权益，促进公司稳定发展。

### 中金精炼开展《职业病防治法》宣传周活动

为深入贯彻《职业病防治法》，普及职业病防治知识，提高员工职业病防护意识，中金精炼深入开展了《职业病防治法》宣传周活动。公司通过张贴宣传标语与海报、组织员工观看职业健康宣传片等方式，普及职业病防治知识，营造浓厚的宣传氛围，确保每一位作业人员都能真正认识到职业病防护知识对劳动者的必要性，了解职业病预防方法和职业健康保护措施，从而增强自我保护能力。



公司职业健康安全管理体系认证证书

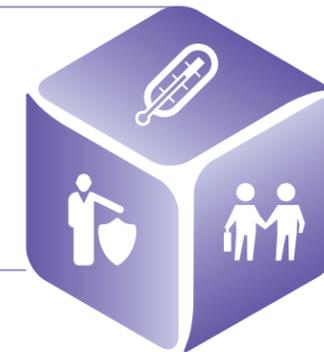
### 天津公司积极落实职业健康管理

# 01

为全体正式员工安排年度体检，充分保障员工的身体健康。

# 02

为员工缴纳补充医疗保险费用以及意外险费用，保障员工看病得到保障。



# 03

按照上一年年平均工资作为基数缴纳社保，包括工伤保险。

臻于至善  
匠心服务的践行者

产品质量  
产品研发  
优质服务



# 01

## 产品质量

### 产品质量管理

我们始终将产品质量视为企业发展的重中之重，严格遵循国家相关标准与法规，构建了完善的质量管理体系。我们依据 GB11887《首饰贵金属纯度的规定及命名方法》、GB28480-2012《饰品有害元素限量的规定》等标准，确保每件上柜首饰均经国家首饰质量监督检验中心或国家珠宝玉石质量监督检验中心（NGTC）检验合格，从源头把控产品纯度与安全性，保障消费者权益。

2024年，我们加大全渠道产品抽检力度，持续优化 KPI 考核，加大供应商产品监管力度，严格把控产品质量。我们确保所有产品均在完成质检后再出货，并在此基础上不定期抽取各类产品进行破坏性检测，为全渠道销售保驾护航，为业务部门的经营提供质量依据。

### 产品生产质量管理流程



#### 严控原料金

确保从金条到首饰的所有黄金产品均使用上海黄金交易所提供的原料金。新产品开发过程中，严格按照原材料标准及检验标准进行检验。原料金入厂时，由专人负责检验，并按批次使用，及时掌握原材料的变化情况。同时，做好余料询证工作，确保原材料使用的透明性和可追溯性。



#### 首批产品检验

首批新品均进行抽样破坏性检测，指定检测机构为国家宝玉石检测中心或国家金银及制品质量监督检验中心、国家首饰质量监督检验中心。检验内容主要为产品成色是否符合产品设计标准和国家相关规定，检验结果合格并经公司认可后方可安排送货和后续生产。



#### 季度抽样送检

每季度对合作供应商的各类黄金产品进行抽样送检，检验内容主要为产品成色是否符合产品设计标准和国家相关规定，检验结果合格并经公司认可后方可安排送货和后续生产。在生产环节，公司严格遵循 ISO9001 质量及环境标准，对产品生产全过程进行精细化管理。



#### 不合格产品处理

库管员当接到检验结果为“不合格”的检测报告单时，会立即对不合格产品做出标识，并向部门经理及主管副总汇报，将不合格产品退回加工厂，函告加工厂家针对不合格产品提供处理方案，并对其进行停单整改处理。整改完成后，对其首批重新加工的产品进行检测，检测通过后方可恢复生产，如果出现连续两次检测不合格的情况，公司将停止对该加工厂的下单，并考虑解除合同，同时，保留追究其法律责任的权利。



质量管理体系认证证书



2024年

产品合格率 **100%**

对于黄金素金供应商，  
抽检黄金首饰 **668** 件，  
出具检测报告 **145** 份；  
抽检金条类产品 **197** 件，  
出具检测报告 **45** 份，均  
符合国家质检标准要求。

### 约束供应商质量管理

- 我方对产品进行抽检，分为定期抽检和不定期抽检两种方式。
- 与供应商签订产品质量与服务承诺书，对其作出明确要求。
- 在年底对供应商产品质量和客户服务情况进行调查，根据调查结果进行打分评比，实行末位淘汰制。

### 突发事件应对

我们建立健全应对突发产品质量事故或重大质量问题的补救体系和运行机制，以切实可行、积极应对为原则，实行统一领导、统一组织、分级负责、快速反应、协同应对。现组建有风险防控应急工作组，规范和指导应急处理工作，积极应对对产品安全或质量事故，高效组织应急补救工作，深入分析事件原因，最大限度地减少质量问题事件的影响。

### 质量荣誉

我们凭借卓越的产品质量与严格的质量管理，在 2024 年荣获多项质量荣誉。中国质量检验协会围绕坚持质量第一、共筑质量诚信、抓好质量提升、建设质量强国、引导质量消费四个方面，授予公司“2024 年全国‘质量月’质量诚信倡议企业”称号，并围绕传递质量信任、助推高质量发展、引领质量消费、维护消费者权益四个方面授予公司“2024 年全国产品和服务质量诚信示范企业”称号。



2024 年全国“质量月”质量诚信倡议企业证书



2024 年全国产品和服务质量诚信示范企业证书



中金精炼续签上海黄金交易所“可提供标准金锭资质”

2024 年，中金精炼充分发挥核心技术及产品优势，通过优化生产设备，提升生产工艺水平和对产品开展定检、抽检以及联合第三方检测机构复检等举措，强化分析检验的稳定能力，保证产品质量，其生产的标准金锭成功续签上海黄金交易所“可提供标准金锭资质”，获得市场的一致认可。



中国黄金标准金锭

# 02

## 产品研发

### 产品创新

我们关注新时代人民精神需求，以市场为导向，以战略规划引导产品研发建设，打造文化黄金，弘扬中国传统文化，将产品作为载体，深挖功能、情感、精神三个价值维度，将传统文化与现代设计完美融合，赋予产品独特的文化魅力与艺术价值，形成一系列具有持续生命力和市场影响力的珠宝产品，打造中国黄金品牌系统的、有延续性的、可发展的文化黄金产品体系。2024年，我们完成新品研发上市共计393款。



#### 战略引领

公司以市场需求为导向深化改革，以战略规划引导产品研发建设，制定《中国黄金产品研发设计发展五年规划》《2024年中国黄金年度研发计划》《中国黄金品牌“文化黄金”实施计划》，为打造文化黄金产品体系提供制度保障。

#### 团队赋能

在设计团队建设上，精细管理，内外兼具。细分研发团队工作职责，明晰岗位分工、职责，积极优化制度流程，完善产品上线管理办法，切实做到管理体系规范化、统一化、标准化；同时，制定大师合作策略三年计划，为组建优秀设计精英团队、提升产品设计力量积极赋能。



#### 人才建设

不断强化和扩大研发队伍，储备设计人才，建立专业化、市场化研发团队。联合中国地质大学（北京）珠宝学院开启校企联合共建“设计创新”新模式，为众多优秀的珠宝首饰专业人才搭建深度交流的平台。

#### 落地执行

在产品研发设计5年战略规划的指导下，制定《中国黄金专供产品落地执行方案》，以专供产品为契机，调研全国各区域市场特点，分析销售数据，加强产品全生命周期的管控，提高产品质量，优化订货流程，加大宣传力度，升级营销策略，形成各区域店面销售合力，完善中国黄金品牌产品盈利模型，为加盟渠道提供指导依据。



### 承福启新，金耀鹏城：中国黄金专供产品闪耀水贝新年展销会

2024年1月，公司在深圳水贝举行新年展销会。本次展销会强调“产品的力量”，首次设立“中国黄金专供产品”主展厅，集中展示了公司在新品研发、设计、生产等方面的综合实力，以独特的设计理念、精湛的工艺和卓越的品质，吸引了众多参展商和消费者的目光。

“中国黄金专供产品”是公司针对黄金珠宝终端市场需求变化推出的一次大胆尝试，也是对公司产品战略转型的一次全面检验。为更好破解新品研发设计难题、整合供应体系力量，从2023年6月份开始，公司就开始筹备2024年新品计划，创新采用“揭榜挂帅”的形式，面向全部31家供应商布置了六大主题，最终呈现为“承福金”“Kπ金”“玲珑金”“贺岁金”“婚嫁金”“男士饰品”六大类别产品，按照不同供应商独立展柜集体亮相，并在此基础上遴选约50款布置为“主推专款”展台。

这次新年展销会上，专供产品一亮相，就吸引了所有人的眼光，受到公司合作伙伴的广泛称赞和一致好评。直营体系郑州公司的一位采购人员表示，公司展示的专供产品，件件主题突出、款式新颖、工艺独特，为大家完美呈现了一场文化与时尚的视觉盛宴，一定能够赋能终端、引领市场。一位来自山西的加盟商表示，本次参展看到了公司在产品开发方面的不懈努力和显著成效，让他们有了更多的信心和底气去应对市场挑战、创造更好业绩。一位来自西北区域的加盟商表示，由于其店面所在地离水贝较远，以往只能依赖每月一次的区域集中展销进行采购，选择范围相对有限，此次展会不仅提供了丰富的全新产品展示，还让他一次性看到了众多新品，极大地拓宽了他的选择空间，这些新品的引入必将提升其店面的吸引力，有助于吸引更多顾客。



中国黄金2024年新年展销会现场



工作人员向客户展示中国黄金专供产品



“Kπ金”系列产品



上海公司“繁华上海”路路通系列产品荣获“2024 上海礼物设计大赛年度新品奖”

9月，上海旅游节期间，上海公司与上海造币联名设计的“繁华上海”路路通银条、与上海博物馆联名合作的“福包金条”，凭借精湛工艺和市场口碑，成功入围2024年“上海礼物”品牌商品。其中，“繁华上海”路路通银条作为第35届上海旅游节“上海礼物设计大赛”中12件新品之一首发亮相，以具有老上海城市特色街道的路牌作为设计载体，将贵金属的集藏属性和精巧、趣味的网红文艺风格设计相结合，寓意路路畅通，具有事业、生活一帆风顺的美好意义，是对“黄金为民、送福万家”的品牌服务理念的生动画行。



“繁华上海”路路通系列产品

## 知识产权保护

我们深知知识产权保护的重要性，通过建立完善的知识产权管理体系，积极申请专利、商标、著作权等知识产权，对自主研发设计的产品进行全方位保护。同时，我们加强对知识产权的监测与维护，严厉打击侵权行为，维护自身合法权益，为产品研发创新营造良好的环境，保障公司核心竞争力。此外，我们还不断强化设计师的版权意识，规避潜在风险并提升产品价值，确保所有设计均为原创，所使用字体及素材均合法可商用。

2024年  
公司有效知识产权总数达 **382** 例  
著作权登记证书 **37** 件  
自有商标持有 **74** 件  
子品牌商标 **95** 例  
外观专利 **248** 件、发明专利 **2** 项  
新申请外观设计专利 **22** 件



对于合作方 IP 类产品，做到及时核实相关企业关系方面的正确性，严格把控授权链情况，确保无瑕疵。



对于公司拥有独立版权的产品，及时申报外观专利及相关著作权、商标权，在限期之前申请续费，保护公司知识产权。



积极申请防御性商标，并将商标保护范围扩展到中国大陆以外的重点市场以及马德里体系内的国家。

## 管理创新

我们持续以科技创新为引领，以数字化创新赋能管理创新，加强精细化管理力度，提升了企业的运营效率和管理水平，为企业高质量发展注入数字动力，为黄金珠宝行业的数字化转型提供借鉴。

### 产品运营管理

推出了产品运营管理平台和专供产品订货平台。产品运营管理系统实现了研发推进表、产品资料表等重要信息的集中数字化管理，从根本上革新了传统管理方式。



### 销售平台：订货与零售

专供产品订货平台针对珠宝业务系统的预售订货功能进行了深度革新，以可视化功能为核心优势，通过集成化的数据分析工具实时追踪销售数据，为后台提供精准的市场反馈与决策支持，助力公司准确把握市场动态，及时调整销售策略，确保公司产品始终占据市场先机。

公司云零售管理系统改革升级上线，该系统集成了进销存管理、店员管理、会员管理等多项功能。通过统一部署终端门店零售系统，实现终端销售数据的实时汇总与整合，为总部提供坚实的数据分析基础，助力总部做出有效的产品运营决策。

### 中国黄金官方金条专卖店

秉持科技创新业务理念，通过对现有微商城系统的深度开发与优化，提升系统的推广能力，完成中国黄金官方金条专卖店微商城金条营销业务开发上线，使更多签约加盟商门店能够便捷地通过线上渠道进行注册和推广，实现与服务中心、加盟商及销售导购利益共享、协同参与。

### 门店视频巡检

积极推进视频巡检系统在各区域门店的安装、调试与接入工作，确保系统上线顺利运行。这一举措使总部能够实时查看各区域门店的经营状况，及时发现并解决问题，提升了管理效率，在一定程度上增强了门店的安全防护能力，预防不良事件的发生。

# 03

## 优质服务

### 优化服务质量

我们坚持以客户为本，提升优化终端销售的服务体验，致力于为消费者提供全方位、高品质的服务体验，通过优化服务流程、加强员工培训、提升服务设施等方式，不断提高服务水平。在销售环节，销售人员为消费者提供专业的产品知识讲解与个性化的购买建议，帮助消费者选择合适的产品；在售后服务环节，专门的客服团队会及时响应消费者的咨询与投诉，提供快速、有效的解决方案。此外，我们还定期开展客户满意度调查，根据调查结果不断改进服务流程与内容，提升客户满意度与忠诚度。



三亚公司员工为顾客提供服务

### 客户信息保护

我们高度重视客户信息保护工作，遵守《消费者权益保护法》《个人信息保护法》，明确客户信息安全细则，并指定专人保护客户个人信息。在信息搜集、查阅和使用等各个环节上加强管理，始终保证在未征得客户个人同意的情况下，绝不向第三方泄露客户信息，并采取合理的方式维护网络安全，不断强化客户个人信息保护力度，维护客户信息安全，让消费者放心消费。

### 售后服务

我们建立了完善的售后服务体系，为消费者提供全方位、多层次的售后保障，并不断提升服务质量，提高客户满意度。建立 400 客服制度，根据不同等级实行相应的通报流程；将售后服务融入培训体系提高售后服务专业性；遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》及电商平台消费者保护法律法规，公开售后流程及注意事项。

### 投诉应对

我们建立了高效的投诉处理机制，确保消费者投诉能够得到及时、有效的解决。公司设立专门的投诉热线与在线投诉平台，消费者可通过多种渠道向公司反馈问题。收到投诉后，立即启动调查程序，安排专人负责处理，与消费者保持密切沟通，及时反馈处理进度与结果。对于投诉问题，深入分析原因，制定整改措施，防止类似问题再次发生。同时，对投诉处理情况进行定期总结与分析，将投诉数据作为改进产品与服务的重要依据，不断提升公司的整体运营水平，为消费者创造更加优质、满意的消费环境。

2024 年，公司重新梳理并搭建 400 客户服务体系，建立了客服工作组织结构、中金客服知识库、信息化流转平台、风险预警体系等，完备的客服运营体系使业务流程形成闭环，整体提升终端消费者和客户的满意度和忠诚度。



2024 年

中金客服热线收到约 **2.54** 万通电话

通话总时长 **1145** 小时

及时解答约 **2.06** 万通电话

客户投诉处理率 **81.05%**

客户投诉解决数量 **20587** 件



### 上海公司举办黄金专场内购会活动

8 月 19 日，上海公司与上海市疾控中心、上海市华东医院和宁波银行联合举办了一场黄金专场内购会。活动中，公司销售团队精心准备，努力打造舒适的购物环境，积极践行“黄金为民、送福万家”的服务理念，为现场消费者提供多样化的优质产品和服务。

本次内购会主推的 5G 小套链、3D 手串、微硬金等新颖小克重类产品吸引了众多消费者的关注。为了进一步提升购物体验，公司还推出了满减和一口价折扣优惠活动，让消费者享受到实实在在的优惠，当天累计销售额近 40 万元。除了丰富的产品选择和较大力度的价格优惠，公司还特别注重消费者的全方位服务体验，党员青年服务志愿队在现场提供了首饰养护咨询、免费清洗及编绳服务，耐心解答疑问，确保每一位顾客都能得到最贴心的帮助，细致入微的服务赢得了广大消费者的信赖与好评。



上海公司黄金专场内购会

# 责任担当 社会价值的奉献者

供应商管理  
加盟商管理  
合作与沟通  
响应国家战略  
社区沟通  
公益志愿



# 01

## 供应商管理

我们围绕供应链全周期管理，系统构建了标准化制度体系与动态评估机制，严格依据《黄金珠宝货品供应商管理细则》《物流运输专项采购管理细则》《产品采购管理制度》等内部规范与准入要求，严控供应商源头质量。我们将绿色低碳理念深度融入采购策略，优先选择通过 GB/T24001-2016/ISO14001:2015 环境管理体系、ISO45001:2018 职业健康安全体系等认证的供应商，同时，将国家高新技术企业资质、两化融合认证、行业科技创新奖项纳入优选标准。2024 年，我们依据《黄金珠宝货品供应商管理细则》，严格把控准入机制，实施动态且科学的考核管理，整合行业内优质供应体系，发布了“中国黄金”供应商白名单。



截至 2024 年

黄金产品供应商 **31** 家  
非素类产品供应商名单 **19** 家



### 供应商综合评分机制



#### 供应商管理机制

持续落实供应商监管，通过质量、交付、服务等核心 KPI 指标实施考核与末位淘汰等机制，严控产品合规性；同步推行工费标准化核算与全流程成本管控机制，以合同约定等方式防范费用风险，实现供应链质量与成本效益双优化。

持续做好供应商价格管理，以降本增效保持品牌竞争力，实现可持续发展。密切关注市场动态，了解行业趋势和竞品价格策略，遵循市场规律制定合理的价格策略；加强合规化管理，确保采购过程的透明度和公正性。

全面开展供应商价格调研，依托比价、限价充分发挥集采优势，建立最低限价报价体系和价格预警机制，及时发现市场价格波动并采取相应措施，并与多家供应商建立合作关系，避免货源单一，从而降低价格风险。

持续优化供应商准入流程，严格把控准入机制，科学管理、考核、整合行业优质供应体系，纳入电商及银邮渠道供应商管理，实现管理全渠道覆盖，品牌管理费创收超千万元。

# 02

## 加盟商管理

我们持续优化加盟合作机制，制定标准化加盟流程，明确加盟申请、审核、签约等各个环节的标准和要求，确保加盟过程的公平透明。同时，我们还制定了《加盟体系赊销管理办法》《加盟体系客户信用评级工作指引》，在深化协作体系建设与常态化沟通机制的同时，加强区域市场秩序规范管理，实施战略引导强化加盟商主业聚焦，系统性开展资源赋能支持，持续推进加盟体系优化升级、改革创新，全面保障加盟商网络在市场竞争中的稳健可持续发展。

- 准确把握加盟商经营信息，为公司决策提供坚实的数据支撑，并建立不同层面的协同工作机制，密切跟踪市场动态。
- 坚持经营创效和管理强基“两手抓”，严格服务中心选拔与退出机制、健全加盟店开闭店流程，细化监管考核、优化加盟业务发展模式，进一步规范终端运营。
- 严控加盟商准入资质并完善培训考核，通过调整订货政策、开展跨界合作、多元促销策略等方式，系统性提升加盟商运营效率与盈利水平，增强市场竞争力。
- 深入调研区域市场，针对性推出富有地方特色的产品与服务方案，持续提升市场渗透力。

### 加盟管理标准化



对加盟合同进行修订和完善，明确双方的权利和义务，特别是关于产品销售、售后、广告宣传等方面的约定，维护品牌形象和消费者权益。



强化市场监督管理体系，实施加盟终端排查全覆盖，建立运营质量评估机制，督导加盟商严格执行品牌标准化运营规范，切实保障市场秩序与品牌价值的统一性。



完善服务中心的准入、退出机制，明确加盟商的退出条件和流程，确保双方权益得到保障，维护品牌加盟体系的稳定性和可持续性。



完善客户业务模式与定价体系的标准化建设，通过深化市场趋势研判及区域展销数据系统性分析，结合对销售异常终端的实地调研诊断，精准把握区域市场动态与竞争环境特征，针对性实施终端产品结构优化与营销策略调整，有效提升客户满意度，持续巩固市场经营质量。



持续强化对销售现场的的安全管理和隐患排查，确保销售活动安全进行。



### 赴中国黄金湖南品牌服务中心开展调研

7月9日至11日，公司党委副书记、董事贾玉斌赴中国黄金湖南品牌服务中心——长沙芙蓉金饰珠宝有限公司，重点围绕党建赋能品牌发展、区域市场开拓及加盟商服务体系优化等关键环节展开调研，在座谈会上，系统听取了芙蓉珠宝对中国黄金品牌在湖南发展现状及未来工作方向的汇报，与来自长沙、怀化两地的加盟商代表就店面销售状况、品牌运营管理、产品营销思路等问题进行了深度交流。随后，调研组还参观了芙蓉珠宝展厅，详细了解了服务中心发展历程、运营管理、党建工作和销售经营等情况。



与加盟商代表在座谈会上深度沟通

### 开展加盟商培训

我们始终将加盟商培训作为赋能合作伙伴、共建品牌生态的重要工作，积极构建培训体系，为加盟商提供成长支持。课程内容涵盖产品知识、服务规范、市场策略及合规经营等关键领域，旨在持续提升加盟商专业素养与经营能力，助力其精准把握市场需求，强化终端服务品质，维护品牌价值与市场竞争力。



组织前往胖东来参观学习



品牌加盟商财税内训营



精英店长培训



在中秋节动员大会上分享营销经验

# 03

## 合作与沟通

我们积极参与制订行业、地方标准编制，规范和引领行业发展，并参加各类行业展会、论坛与交流活动，与合作伙伴进行多层次、多领域的对话，巩固品牌在行业内的主导地位，建立广泛的行业人脉和交流合作平台，在深度交流中互助共赢，为推动行业及企业高质量发展作出贡献。



### 上海黄金交易所党委委员、副总裁滕巍莅临中金精炼参观调研

4月，上海黄金交易所党委委员、副总裁滕巍一行赴中金精炼开展专项调研，实地考察了贵金属精炼生产体系，参观了生产车间、化验室及展厅，系统了解了公司生产工艺革新、实物黄金回购业务的运作流程等方面的情况，对公司规范的生产运作流程、生产加工环境以及配套标准化设备表示充分肯定。座谈会上，双方围绕区域政策、入库情况、业务创新等议题进行了深入交流，就保持密切合作、推进区域经济高质量发展等战略方向达成了共识。



上海黄金交易所党委委员、副总裁滕巍（左四）一行莅临中金精炼参观调研



中国黄金携“承福金”新品、培育钻石等特色产品参展“第四届中国国际消费品博览会”

# 04

## 响应国家战略

作为中央企业，我们始终将服务国家战略摆在发展首位，纵深推进国企改革三年行动，积极响应乡村振兴战略，着力构建协同发展力，不断加强社企共建，促进社企交流，努力为社区提供更实惠的服务和更优质的保障，企地合作示范效应不断彰显，中国黄金品牌更加鲜亮夺目。

### 深化改革

我们积极推动国资委改革深化提升行动，定期参加国资委召开的专项行动推进会，并全面落实国资委、集团公司关于改革深化提升行动推进会会议精神，逐条压实改革任务，对照双百考核工作要点，查摆差距，全面落实集团公司关于确保 2024 年底前完成 70% 以上的主体改革任务的要求。

### 乡村振兴

我们坚决履行央企社会责任，积极响应国务院国资委、集团公司号召，参与央企消费帮扶系列活动，以实际行动巩固拓展脱贫攻坚成果，在服务融入乡村振兴战略中谱写中国黄金篇章。



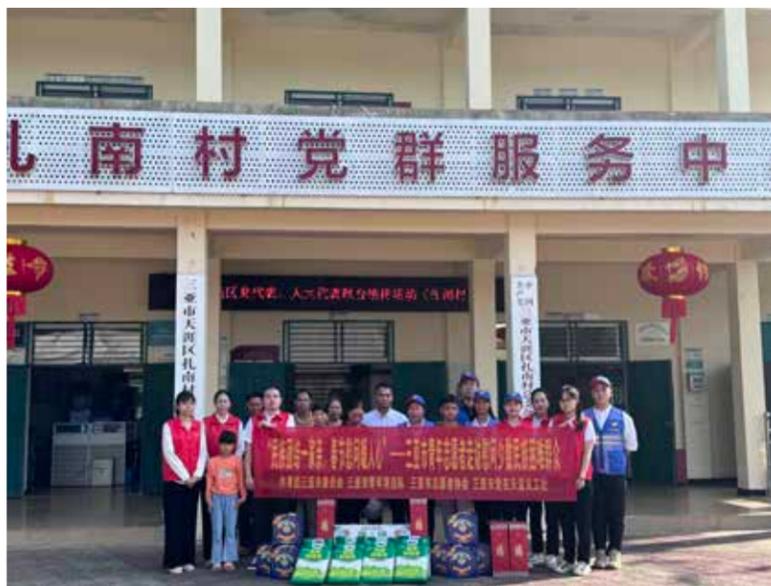
2024 年

购买央企定点帮扶县农副产品 2 次，共计 25.9 万元



三亚公司开展少数民族群众走访慰问活动

三亚公司于 2024 年春节前夕联合三亚市志愿组织，前往天涯区扎南村开展少数民族群众走访慰问活动，重点走访 6 个村子中的 80 岁以上留守老人及困难儿童家庭，为他们发放慰问物资，并叮嘱广大群众注意防寒保暖、留心水电，鼓励他们在党的领导下坚定信心、自信自强，把生活过得更有质量。慰问对象纷纷对党和社会各界爱心人士关心关怀表达了感谢，表示他们会把社会关爱化成战胜困难的勇气，通过自身努力，改善生活条件。



三亚公司向慰问对象发放物资

# 05

## 社区沟通

我们以“黄金为民、送福万家”理念为指引，始终致力于与当地社区共同建设与发展，建立常态化社企沟通机制，搭建企业与社区双向信息反馈渠道，努力为社区提供更实惠的服务和更优质的保障，架起企业与社区群众间的连心桥，构建起企业与社会群众责任共担、发展共促的新型伙伴关系。



公司与街道社区沟通关于建设立体车库的相关事宜

公司积极关注社区意见，在推进老办公楼改造项目时，为确保决策的科学性和合理性，积极向当地社区及居民进行征询。随着社会的发展和公司规模的不壮大，员工对出行质量的要求也日益提高，面对现有车位资源难以满足停车需求的问题，我们计划在老办公楼改造后期增加立体车库，以满足员工和周边居民的停车需求。为维护公司与周边居民的和谐关系，我们在增加立体车库项目启动前，积极征询当地社区及居民的意见和建议，通过协商，选择采取错峰停车等方式解决“停车难”等问题。



开展建设立体停车楼现场协调会



青岛公司与周边社区共商协同发展

青岛公司主动携手崂山区商务局及金家岭社区共商协同发展新路径，以深化央地融合为目标，围绕战略合作框架展开深入交流。公司立足于“黄金为民，送福万家”的品牌服务理念，通过举办社区内购会、提供定制服务、开展社区宣传等方式，充分发挥央企品牌优势，树立央地合作典范。商务局商贸科负责人蓝静和崂山区金家岭社区主任蓝立晓对青岛公司作出的贡献表达感谢，表示愿意共同搭建“连心桥”，积极探索政企社三方联动机制，打造互利共赢的央地合作模式，为区域经济社会高质量发展注入新动能。



青岛公司与崂山区商务局、金家岭社区开展三方座谈

# 06

## 公益志愿

我们以央企使命为锚点，积极回应社会需求并履行社会责任，鼓励员工投身社会公益事业，并广泛开展公益捐赠、慈善救助等活动，不断提升中国黄金的影响力、知名度、美誉度，充分彰显负责任的央企形象。



### 江苏公司深化社企协作践行央企担当

江苏公司积极深化社企协作，组建志愿团队，协同街道社区开展文明劝导等志愿行动，持续开展中国黄金央企文化特色志愿活动，并设立“爱心母婴室”“爱心驿站”等便民站点，既实现了黄金文化与文明实践的有机融合，又彰显了央企社会责任。



江苏公司“爱心驿站”标牌



### 中国黄金所属公司积极开展党员干部进社区志愿服务活动

为深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大精神，持续落实“我为群众办实事”实践活动，不断提升党支部的凝聚力、组织力和战斗力，所属公司纷纷组织开展党员干部进社区志愿服务活动，为居民提供免费黄金首饰维修、清洗和编绳服务，得到了社区居民们的一致好评。



四川公司



昆明公司



郑州公司



### 公司青年志愿者助力 2024 中非合作论坛峰会

2024 年中非合作论坛峰会期间，为助力东城区做好相关保障工作，公司组建了一支青年志愿服务队，全力支持和平里街道做好社会面防控重点点位群防群治工作，平安护航峰会顺利举行。志愿者们以热情饱满的姿态投入到站岗执勤活动中，统一着装、佩戴“红袖标”，密切观察社区安全动态，劝导不文明行为，耐心解答居民提问，并提醒居民注意出行安全。他们还对过街天桥、地下通道等关键区域进行看护，协助公安和武警进行日常巡逻和社会面防控。此次活动不仅展示了公司青年志愿者的风采与担当，弘扬了“奉献、友爱、互助、进步”的志愿服务精神，也加深了志愿者们对中非合作论坛宗旨的理解。活动结束后，东城区人民政府和平里街道办事处发来感谢信，赞扬了志愿者们在雨天中依然坚守岗位的责任感和使命感。



行稳致远  
合规管理的护航者

---

公司治理  
投资者关系  
合规管理  
股东权益



# 01

## 公司治理

我们系统性完善“股东大会-董事会-监事会-高级管理层”权责清晰的现代企业治理架构，于2024年基于公司实际情况对《独立董事制度》进行了修订，进一步强化内控合规体系，确保权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范、相互协调，持续提升治理体系和治理能力现代化水平，为高质量发展筑牢制度根基。

2024年

召开董事会**6**次，  
共计审计**45**个议案  
召开监事会**5**次，  
共审计**22**个议案  
召开股东大会**3**次，  
共审计**18**个议案  
召开薪酬与考核委员会会议**3**次  
提名委员会会议**3**次  
战略委员会会议**1**次  
审计委员会会议**5**次  
全体董事出勤率**100%**

## 董事会

董事会下设战略、提名、审计、薪酬与考核四个专门委员会，严格遵循《中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司董事会议事规则》，形成规范的运作流程，保障决策程序与决议成果的合法合规性。同时，持续优化董事会治理，强化战略决策科学性与风险防控效能，切实维护公司、股东、债权人及员工等多元主体的合法权益。

### 明晰职权 促进合规履职

深化董事、监事及高级管理人员等“关键少数”履职监督与合规管控，密切关注资本市场监管政策迭代，积极参加监管机构组织的相关培训，强化“关键少数”的战略视野、合规履职能力与风险防控意识，全面提升治理主体专业素养，切实维护公司及利益相关方的合法权益。

### 与时俱进 完善治理建设

我们已于2024年3月顺利完成董事会和监事会的换届工作，并于同年12月补选两位董事。新一届董事会和监事会汇聚了来自管理、财务、法律等多个专业领域的杰出人士，这些成员不仅在各自的行业内取得了卓越成就，还在公司治理、战略规划和风险控制等方面具备深厚的专业知识和丰富的实践经验。他们的加入促进了公司治理结构的优化与提升，有助于公司实现更加稳健和长远的发展。

### 实地调研 促进科学决策

公司积极组织独立董事深入生产一线及重点项目现场开展实地调研，通过考察重点业务板块运作情况，助力独立董事全面了解公司战略布局优化调整及规划执行成效，进一步掌握公司整体经营状况及所属企业发展动态，为董事会重大事项决策提供有力支撑，切实提升决策的科学性和有效性。10月15日至18日，集团公司党委委员、总会计师于学平携公司独立董事前往所属企业了解发展历程、生产经营、改革创新、合规治企、党的建设等方面的情况，并深入走访重要合作伙伴，对黄金珠宝上游端生产加工及销售市场情况进行调研。



于学平携公司独立董事前往所属企业走访交流

## 薪酬管理

董事会下设薪酬与考核委员会，依法依规履行以下职能：牵头制定并监督实施《董事会薪酬与考核委员会实施细则》，构建科学规范的管控体系；统筹规划董事、监事及高级管理人员的薪酬体系、绩效考核机制与激励方案设计，为董事会决策提供专业建议；建立动态评估机制，定期对董事及高级管理人员开展履职效能与职业操守评价，推动治理效能与战略目标深度契合。



### 薪酬计划

董事、监事及高级管理人员的薪酬决策依据《员工薪酬管理制度》确定，由董事会、监事会或股东大会按照决策权限决定通过；针对经理层人员，我们推行任期制契约化管理，通过签订聘任协议及经营业绩责任书，构建权责对等、激励约束并重的管理体系，考核指标对接战略目标与经营预算，立足岗位职责、历史绩效及行业对标数据科学制定，经党委会、董事会审议批准后实施。



### 薪酬透明度

我们严格遵循上市公司治理准则与监管要求，依法制定并完善《信息披露管理制度》，通过明确责任主体、规范披露流程、细化合规标准，确保信息披露的及时性、真实性、准确性与完整性，将董事、监事及高级管理人员报酬纳入信息披露范畴，以全流程阳光化披露提升治理公信力。

## 监事会

我们根据《公司法》《证券法》等法律法规及《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》规范性要求，完善监事会的议事方式和表决程序，促使监事和监事会有效地履行监督职责，完善公司法人治理结构，维护公司及股东的合法权益。目前，公司监事会由5名监事组成，其中职工代表2名。

### 监事会召集与通知

监事会定期会议每六个月召开一次，会议通知在会议召开十日前书面送达全体监事。

### 监事会召开与表决

监事会会议的表决实行一人一票，以记名和举手方式进行。监事会决议由半数以上监事通过方为有效。



### 监事会决议公告与执行

监事会按照有关法律法规的要求在监事会会议结束后二日内对其形成的决议进行公告；监事会全体成员必须保证公告披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

# 02

## 投资者关系

我们严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规及《上市公司与投资者关系工作指引》规范性要求，系统性构建投资者关系管理长效机制。通过增强信息披露透明度、强化信息沟通、优化中小投资者权益保护等方式，持续提升上市公司治理效能。我们制定并实施《中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司投资者关系管理制度》，以合规化、专业化、常态化的管理实践推动公司价值与股东权益的协同增值。

### 联络沟通

2024年

完成了近**200**场投资者交流活动，包括管理层业绩说明会、机构投资者现场调研、投资者电话会、券商策略会、反路演、“走进中国黄金”北京辖区投资者交流会等

共计参与公司调研近**118**次，回答投资者关心的问题**1000**余条  
发布投资者关系记录表**8**篇

共计**10**家券商研究所覆盖了公司  
促进内在价值与市场价值齐头并进、共同成长

### 分析研究

- ① 统计分析投资者和潜在投资者的数量、构成及变动情况。
- ② 持续关注投资者及媒体的意见、建议和报道等各类信息并及时反馈给公司董事会及管理层。

### 沟通与联络

- ① 整合投资者所需信息并予以发布。
- ② 举办分析师说明会等会议及路演活动，接受分析师、投资者和媒体的咨询。
- ③ 接待投资者来访。
- ④ 与机构投资者及中小投资者保持经常联络。



2024年6月12日，于上海证券交易所路演大厅参与中国黄金集团有限公司控股上市公司2023年度暨2024年第一季度集体业绩说明会，在合规与公平的基础上，及时向投资者传递公司经营发展情况，并听取投资者的意见和建议，有效回应市场和投资者。

### 公共关系

- ① 建立并维护与证券交易所、行业协会、媒体以及其他上市公司和相关机构之间良好的公共关系。
- ② 在涉讼、重大重组、关键人员的变动、股票交易异动、经营环境重大变动等重大事项发生后提出并实施有效处理方案，积极维护公共形象。

### 积极回馈

我们高度重视对投资者的合理回报，致力于以良好的经营业绩为投资者创造投资价值，根据相关法律法规、监管指引要求，结合自身资金使用安排和经营发展需要，坚持以持续、稳定的现金分红与投资者分享公司发展成果，增强广大投资者的获得感，提振其长期投资信心，从而促使他们以更长远的视角投资和关注中国黄金（600916.SH）。

2024年

披露了《2023年年度权益分派实施公告》

每10股分配**4.5**元

合计分红**7.56**亿元

占归属于上市公司股东净利润的**77.66%**

### 信息披露

我们高度重视信息披露工作，坚持以投资者需求为导向，按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规及《公司信息披露事务管理制度》等规章制度的要求，真实、准确、完整、及时、公平地履行信息披露义务。对于重大信息披露事项，与公司各业务部门、中介机构积极密切配合，明确各环节披露时间节点，确保信息披露依法合规以及项目的顺利推进。



2023年，公司编制并发布《中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司2022年社会责任报告》，首次参与中国社会科学院企业社会责任咨询中心评级，获得“中国企业社会责任报告评级专家委员会”四星评价。

2024年，公司正式发布首份《中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司2023年环境、社会及管治（ESG）报告》，再度获得该委员会四星半评价。

在2023—2024年度上海证券交易所信息披露工作考核中，公司荣获最高“A”级（优秀）评价。

# 03

## 合规管理

### 守法合规

我们始终贯彻党中央、国务院及集团党委的部署安排及相关文件要求，将习近平法治思想融入企业治理，加快健全中国特色现代企业制度。2024年，我们引进了合规体系建设专业团队，吸收专业化的合规律师团队及其丰富的合规管理经验，逐步建立健全合规管理体系，并成立了合规管理委员会，统筹部署合规管理的各项工作，进一步深化了法治央企建设。

### ■ 制度合规

制度的规范是业务合规的基础，也是推动企业合规管理规范化重要抓手。我们以制度规范化建设作为合规管理体系的重点内容，将合规要求嵌入岗位职责，同步建立风险清单与应急预案机制，强化全流程风险防控及责任管理，切实推进法治央企建设，每年结合公司运营实际和外部要求变化，按时对合规经营制度进行更新修订，确保依法合规经营管理要求全方位落实落地。



以制度体系建设为抓手，持续完善治理体系、规范管理流程。

全面更新和制定了《合规管理办法》等主要合规管理制度，并结合实际业务，起草了《合规风险库》，并对多项制度进行了“增、废、立、改”，确保制度的有效性及可执行性。我们还系统推进了《“三重一大”决策制度实施办法》等制度的修订更新工作，以办文、办会、办事规范化建设为重点，通过制度体系建设推进公司整体规范化管理水平实现质的飞跃。



明确制度归口管理部门，健全规章制度制定、执行、改进等工作机制，强化对制度的全生命周期管理。

我们将国家法律法规及国资委、集团公司要求的规章制度写入内部管理要求，由归口管理部门有序组织各部门结合现有需求及未来战略发展目标，及时修订并完善各项制度，以确保制度的有效性和适应性。



定期开展制度汇编，及时修订重点领域管理规范。

根据《制度汇编工作管理办法》要求，我们建立了常态化工作机制，定期开展制度汇编工作，确保各项业务开展有制可循、制度条款有据可依。2024年，我们组织协调总部19个部室对原有制度进行全面梳理，完成了279项有效制度的收录工作，汇编成果已形成纸质版手册进行分发。



规范化档案收集管理工作，构建数字档案管理体系。

我们高度重视并持续推动档案集中统一管理工作，搭建并实施电子档案管理系统，整合并归档公司以往各类档案，确保档案收录全面、系统且规范。2024年4月，公司电子档案系统上线试运行，该系统集成了在线归档、智能检索等核心模块，能够实现自动归档和高效检索，在确保档案数据完整性、真实性的同时，提升了管理的效率与便捷性。

### ■ 合同管理

我们严格落实合同备案及归档管理工作，在合同签批流程中坚持合规性前置审核原则，逐份核验审批记录以确保法律效力，并在备案归档环节实施双重核查机制：一方面，系统复核已归档合同的签批程序完整性及信息准确性，另一方面，通过完善电子台账管理系统，规范录入合同事由、金额、签署人及日期等核心要素。我们还同步建立起标准化档案管理体系，对合同文本进行登记编码、分类存档及规范装订，确保档案存储结构清晰、内容完整，以便随时查阅。

### ■ 合规审查

我们积极做好合规审查，确保规章制度、经济合同应审必审，并通过信息化管理系统，对广告宣传、新品上线、知识产权、对外函件等日常法律事项进行合法合规性审查。

2024年 审核经济合同 **914** 件，处理法律咨询 **632** 件，其中外埠合同咨询反馈 **263** 起。  
出具商标证照 **350** 余起、新闻宣传审核 **358** 件、银行渠道产品审核 **130** 余件。

### ■ 合规监管

开展市场巡查  
筑牢终端合规防线

# 01

我们严格贯彻合规管理要求，对陕西、吉林、安徽、北京、浙江等5省（市）866家零售终端开展市场巡查工作。通过明察暗访相结合的方式，聚焦市场经营中存在的法律风险与合规漏洞，明确要求终端店面严守经营底线，对违规行为立行立改、限期清零，从而有效降低市场违规风险，促进合规经营。

引入第三方监督机制  
深化合规监督效能

# 02

我们积极引入第三方监督机制，在全国范围内建立了11家第三方巡查资源库，通过第三方专业视角系统检查合规性问题，并围绕门店的服务水平、终端形象、售后服务等方面开展了常规审查，切实提升终端合规管理能力。目前，已完成了四川省264家门店的暗访巡查。

畅通客诉与公众  
监督渠道

# 03

我们重新梳理并搭建了400客户服务热线平台，并建立了客服工作组织结构，明确各部门对接职责，针对全国12315和12345平台转办的投诉举报，设置专人专岗对接，依法依规处置经营合规性问题，确保客诉处理时效性与整改完成率双达标。我们还同步构建了全民奖励机制渠道，开通多重举报通道，鼓励公众参与监督，强化市场终端合规管控力度。

# 100%

2024年，公司重大合同履约率

## ■ 合规培训

为深入学习贯彻习近平法治思想，落实《中央宣传部、司法部关于开展法制宣传教育的第八个五年规划（2021—2025年）》的部署要求，我们积极开展理论专题学习、集中培训、党支部主题活动等一系列宣教活动，每季度组织开展至少一次法律专题培训，力求增强全员法治意识，提升企业法治化水平，为合规管理注入内生动力。

2024年

共计组织了4期法律合规培训

开展9次内部合规管理培训及宣讲

### 开展五期法律合规培训

主题	内容
《消费者权益保护法实施条例重点条款解读》	围绕实施条例内容，对比解读消费者权利细化规定及经营者义务细化规定，进一步阐释法律责任。
《合规管理重点领域法律实务与合规要点》	围绕反商业贿赂、反不正当竞争、采购与招投标、税务管理、知识产权管理五个领域进行法律分析及合规要点提示。
《加盟体系制度修订重点解读及客户赊销管理重点问题》	针对加盟及督导经理全体人员，系统地讲解新修订的制度，提纲挈领地概述主要内容，并对重点内容进行详细分析与提示。
《民事主体合法权益保护的商事仲裁路径》	从商事仲裁的流程、优劣势等方面深入浅出地进行了授课。
“12·4国家宪法日”法律讲座暨合规系列培训《弘扬宪法精神 防范洗钱风险》	重点解读新修订的《中华人民共和国反洗钱法》，并同步开展日常法律常识宣贯。



#### 公司举办2024年业务经理合规培训班

9月15日，为深入推进合规文化建设，强化干部员工合规意识，公司面向加盟事业管理部全体销售经理、审计督导法务部督导经理，举办以“业务与合规并重、发展与安全同行”为主题的专项培训，培训结束后同步组织结业考试，围绕一线业务实操、岗位职责认知及合规管理要求等内容，对学员综合能力进行系统评估。此次培训旨在通过“以考促学、以学促干”机制，推动企业管理效能与业务水平双提升，为高质量发展筑牢根基。

## 诚信经营

我们始终将诚信经营视为生命线，以高标准、严要求持续规范全链条生产运营，恪守法律法规与商业道德准则，坚决维护健康有序的行业生态，以诚实守信的态度与股东、客户、员工及合作伙伴构建良好的诚信生态链，打造责任共担、价值共享的诚信生态圈，展现履约守诺、诚信经营的企业形象。



#### 公司组织开展“诚信兴商、央企先行”主题系列活动

公司深入贯彻落实党中央关于社会信用体系建设决策部署，开展“诚信兴商、央企先行”主题系列活动，通过党委统筹引领、加盟体系多维联动，深化商务信用治理创新实践。全国数百家加盟店按要求制作“诚信兴商 央企先行”知识普及和“中国黄金党群共建倡议”展板，放置在店面显著位置，加强对广大员工和消费者的诚信宣传引导，主动接受社会各界监督。同时，策划开展“创建文明服务柜台、争当文明服务标兵”等活动，积极推出信用便民、信用惠企、信用兴商的实招硬招，持续开展线上线下多种形式的特色活动，进一步发挥信用建设在改善企业形象和营销环境等方面的积极作用。



在店面设置“诚信兴商 央企先行”知识普及展板

## 公平竞争

我们严格按照《中华人民共和国反垄断法》《商标法》《广告法》《反不正当竞争法》等法律法规的要求规范运营，积极构建公平有序的市场竞争环境，通过常态化开展市场巡查与合规审查，切实维护市场秩序，创造良好的营商环境。

### 具体措施

- 按照市场规律运营，与同行业企业之间公平竞争，严格抵制价格垄断等不正当竞争。
- 保护加盟店的切身利益，制定《中国黄金加盟店同城同价管理办法》，定期对市场价格进行抽查。
- 维护加盟商知识产权合法权益，全力推动加盟商在市场上的公平竞争。
- 设立专项服务平台及监督邮箱，及时解决、妥善回应投诉举报的经营问题，并建立全民奖励机制，激励广大群众帮助防范潜在风险。
- 定期监督市场，防止滥用市场优势地位和虚假宣传等不正当竞争行为，致力于营造公平竞争的市场环境。

## 风险管理

我们高度关注经营发展的稳定性，严格遵循《企业内部控制基本规范》等法规要求，结合业务实际构建了以《风险管理及内部控制管理办法》为核心的风险控制体系，建立“风险研判-影响评估-防控目标-应对措施”的动态机制，定期开展全面自查自纠，将财务、运营及合规风险敞口严格控制在董事会审定的容忍度范围内，并对所属公司实行动态实时上报重大风险的报告机制，在此基础上促进经营效益持续提升。同时，我们将风险管控深度融入战略决策，强化企业重大风险全过程管控，加强经济运行动态监测，提高对经营环境发展趋势的预判能力，确保风险治理与价值创造目标协同推进，为可持续发展提供系统性保障。



### 知识产权风险

#### ■ 风险研判

企业在维护公司产品知识产权过程中，应及时申请产权保护，对于涉嫌侵犯的行为积极维权。

#### ■ 影响评估

在经济与竞争层面，假冒伪劣产品流通会直接侵蚀企业销售收入与利润空间，稀释品牌溢价能力，造成市场占有率下降；如商业秘密与知识产权遭到窃取，会迫使企业重复投入研发资源以维持技术壁垒，导致维权成本攀升，若不能有效遏制此类侵权行为，竞争对手将通过非法获取的专利或商业数据构筑同质化产品，以价格、上市周期等维度的不正当竞争长期弱化企业核心竞争力；在法律与运营层面，被动应对或延迟响应的处置策略将放大侵权风险敞口，导致侵权行为扩散，造成更大的经济损失。

#### ■ 防控目标

对于对方侵犯我方企业产品知识产权的情况，需明确对方的侵权事实、销售情况及所有相关辅助事实，妥善保存我方知识产权的相关证书和凭证，并评估对方行为对我方造成的名誉和经济损失的程度，根据严重程度，及时与督导法务部门沟通，讨论如何有效维护我方权益。

#### ■ 应对措施

对于公司自主设计研发的产品、商标、视觉设计、创新设计及工艺发明等作品，及时申报外观专利、著作权、专利权、商标专用权、发现权、发明权等相关知识产权，并在有效期截止前及时申请续费，更新授权书，确保拥有可供查阅的电子及纸质凭证。

### 宣传版权风险

#### ■ 风险研判

企业在对外公布产品信息时，需对使用的字体、设计图案元素及人物肖像等内容进行严格审查，提前识别并评估潜在的产品宣传版权风险，确保所有发布的资料均符合版权法规要求。

#### ■ 影响评估

企业通过公开渠道发布产品信息时，若使用存在版权风险的字体、设计图案或人物肖像等元素，可能构成侵权隐患，不仅可能引发法律纠纷与负面舆论，严重情况下更会导致商誉贬损、品牌价值折损等后果，对可持续发展造成不利影响。

#### ■ 防控目标

当发现负面舆论时，应当指派专人负责追踪和分析此类舆情的发展动向，查明形成的具体原因，并及时将相关信息通报给相关部门和人员，以便迅速采取有效的应对措施，防止舆情事件的负面影响进一步扩散。

#### ■ 应对措施

对所使用的字体、设计图案元素等内容在对外公布时进行严格把关；对于需要更新资料或续约授权的情况，及时与相关合作公司接洽，确保授权链条完整无瑕、共享资料及时更新，并实现授权期限的无缝衔接。

### 存货风险

#### ■ 风险研判

公司在存货保管过程中，可能会面临存货损坏或灭失的风险。

#### ■ 影响评估

存货在保管过程中如发生任何损坏及灭失风险，都会对公司财务状况和生产经营带来不利影响。

#### ■ 防控目标

确保存货在保管过程中不发生任何损坏及灭失风险。

#### ■ 应对措施

推进精细化管理模式，加强存货盘点，关注存货盈亏情况是否合理；实时监督生产在途和物流在途状态，严格按照《存货盘点制度》执行盘点工作，强化各实体店面的抽盘操作；对于工厂代保管或第三方仓库代保管的产品，每月及时对账，并要求对方出具货品寄存证明。

## 产品质量风险

### ■ 风险研判

公司主要销售黄金类加工产品。受贵金属产品属性及生产技术的影响，在产品的生产、加工、运输和店面展示过程中，容易出现影响产品质量的问题。

### ■ 影响评估

企业间的竞争本质上是质量的竞争，只有高质量的产品才能赢得客户的信任和扩大市场份额，产品如果出现质量问题，可能会引发负面舆论，损害客户信任和市场份额，并对品牌形象造成不利影响。

### ■ 防控目标

建立完善的全过程管理体系，对原料采购、生产加工及销售的每一个环节进行严格管控，确保所有产品均达到高标准的质量要求，维护市场信誉和客户信任。

### ■ 应对措施

构建覆盖全链条的闭环质量管理体系，通过“采购-生产-检测-评估”四个维度的管控，实现产品质量零缺陷目标。原料端严格采用上海黄金交易所标准金锭，确保源头可溯；生产过程严格按照 ISO 国际质量体系执行生产，严控工艺合规性；成品阶段实施国家认证机构抽样检测与破坏性试验，保障贵金属纯度及安全指标达标；供应商端推行质量承诺协议与年度绩效末位淘汰机制，形成质量风险联防联控；督导经理定期对系统数据全品类监控，保证数据质量。

## 货运风险

### ■ 风险研判

极端天气、交通事故可能导致运输延误或货损状况发生；包装不当导致产品受损等承运公司操作失误可能会引发权责争议，增加法律诉讼概率。

### ■ 防控目标

年度货物全损率控制在 0.01% 以下，货运准时交付率大于等于 99%，对产品运输情况进行监控，并确保物流责任可追溯。

### ■ 影响评估

高价值货物损失会导致公司财务损失，延误或货损状况可能引发客户投诉，从而使品牌信誉折损。

### ■ 应对措施

产品配送物流以“点到点”模式对运输情况进行全面监督，确保货品安全；产品由承运公司发运时，确保整个运输过程中都有保险公司对所承运货物进行投保，一旦出现包装损坏、货品损失等情况，由承运公司直接进行赔付。

## 内部审计与控制

### ■ 内部审计

2024 年，我们认真贯彻落实二十届中央审计委员会会议精神，持续构建集中统一、权威高效的审计监督体系，进一步完善“上审下”监督机制，依法全面履行内部审计监督职责，规范审计行为，提高审计质量，防范审计风险，强化审计工作的前瞻性、整体性和协同性，以高质量内部审计监督促进公司高质量发展。

### 对所属企业开展公司财务收支审计

对所属企业的年度经营业绩进行审计，不仅旨在查错除弊，及时发现并纠正问题，更关注于找出影响业绩提高的主要因素，在深入分析后提出建议和意见，以促进所属企业加强经营管理，提高经济效益。

### 对所属企业主要领导人员开展经济责任审计

根据《中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司下属企业领导干部经济责任审计办法》的规定，在确定审计任务后制定审计方案，运用统筹、抽查等审计方法，量化审计内容，明确审计重点，通过查清有关经济事项并分清经济责任，确保审计工作高质量落实。

### ■ 内部控制

我们自 2018 年起开始进行内控体系建设，目前已经形成较为完整的《内控手册》及《内控自评手册》，以《风险管理及内部控制管理办法》为配套制度，建立起科学高效的内控、风险、合规三位一体的管控体系，自 2019 年起开展内控自评工作，至今未发生重大缺陷。

2024 年，根据“各级子企业自评价当年全覆盖，集团总部对各直管二级企业监督评价 3 年全覆盖、各直管二级企业对所属企业监督评价 3 年全覆盖”的原则，我们制定了 2024—2026 年内控监督评价工作规划，该规划已于 2024 年初经审计委员会审议通过。在全面推进新一轮内控监督评价三年全覆盖的过程中，我们将内控监督评价与审计工作有效结合，在经济责任审计、专项审计等工作中，重点关注企业内控体系的运行、制度制定与执行、授权审批控制、不相容职务分离控制等关键环节和领域，确保监督的有效性和全面性。

## 廉洁管理

我们深入学习贯彻党的二十届三中全会和二十届中央纪委三次全会精神，坚决落实新时代全面从严治党战略方针，坚持稳中求进工作总基调，紧密围绕中心工作，巩固拓展教育整顿成果，忠诚履行党章赋予的职责。通过践行自我革命“九个以”的实践要求，我们纵深推进正风肃纪反腐，全面推进清廉珠宝建设，持续营造积极健康的政治生态和干事创业的良好环境，为谱写高质量发展新篇章提供坚强的纪律保障。



2024年，我们召开了党风廉政建设和反腐败工作会议暨警示教育大会，对全年工作作出部署，党委书记与班子成员及下级“一把手”签订党风廉政建设责任书 38 份。

## 信息安全

我们深入贯彻落实习近平总书记关于保密工作的重要指示批示精神，严格遵循集团公司决策部署，始终恪守“涉密不上网、上网不涉密”的要求，通过常态化开展保密宣传教育、完善保密制度体系、强化日常监督管理等举措，持续提升全员保密意识，切实将保密要求融入生产经营各环节，为公司高质量发展提供坚实安全保障。

2024年，公司保密委员会及时优化组织架构，明确责任分工，修订完善《商业秘密保护管理办法》，组织召开年度保密工作会议，传达贯彻上级部署要求，系统宣贯保密规章制度，统筹规划年度重点任务。同时，开展保密工作自评自查，总结提炼实践经验，对存在的不足制定专项整改方案，通过持续改进工作机制，不断提升保密管理规范化水平，切实筑牢企业保密安全防线。



# 04

## 股东权益

依据相关法律法规及规范性文件要求，我们制定并实施了《中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司股东大会议事规则》，规范股东大会职权行使程序，提升决策效率与科学性，切实维护公司、股东、债权人及员工的合法权益。

## 股东回馈

我们始终秉持股东回报理念，在实现企业可持续发展的长远利益与股东整体回报动态平衡的基础上，通过综合考量行业特征、经营模式、发展阶段、盈利状况及资金需求等核心要素，持续优化现金分红机制，切实增强分红政策的稳定性、持续性和可预期性。

2024年

公司召开股东大会 **3** 次，审议通过 **18** 项议案

派发股利约 **7.56** 亿元

股东大会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均严格按照《公司法》《公司章程》及《股东大会议事规则》的要求规范运作

# 01

我们遵循便利股东参与的原则，合理选定股东大会召开地点，采用“主会场现场会议 + 多渠道接入”方式统筹会务安排。在确保合规性的基础上，通过开通视频参会通道等多元化接入方式，降低股东参会成本。

# 02

股东大会采取记名方式投票表决，决议分为普通决议和特别决议。普通决议需要由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 1/2 以上通过；特别决议需要由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上通过。

# 03

股东大会公告中会列明出席会议的股东和代理人人数、所持有表决权的股份总数及占公司有表决权股份总数的比例。

踏破浊浪千重险，云帆终破星河暗。过去一年的奋斗充满艰辛，我们深刻认识到，公司取得的各项成绩，根本在于习近平新时代中国特色社会主义思想的科学指引，得益于国务院国资委党委和集团公司党委的领导，离不开各位外部董事的专业指导，更凝聚着全体干部职工的团结拼搏。

征程万里风正劲，勇立潮头敢为先。2025年是“十四五”规划收官之年，也是进一步全面深化改革的重要一年。我们将以贯彻落实重要指示批示精神为首要政治任务，深入贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，统筹高质量发展和高水平安全，持续深化内部改革与创新。我们将齐心协力、奋力拼搏，以高度的政治责任感和强烈的历史使命感实现改革深化提升行动高质量收官，为集团公司早日建设成为世界一流黄金产业科技领军企业作出新的更大贡献！



## ✓ 关键绩效表

名称	单位	2024 年	2023 年	2022 年
<b>经济绩效</b>				
总资产	亿元	129	131.1	116.30
销售收入	亿元	604.64	563.64	471.24
利润总额	亿元	10.21	10.03	9.47
纳税总额	亿元	5.63	5.48	4.54
产品合格率	%	100	100	100
总部合同履约率	%	100	100	100
子公司合同履约率	%	100	100	100
资产负债率	%	41.51	43.01	39.8
本公司向前五大客户销售收入总额	亿元	301.88	180.83	170.83
本公司向前五大客户销售收入总额占全部营业收入比例	%	50.15	32.27	36.46
<b>环保绩效</b>				
环保总投资	万元	10.05	95.46	18.07
温室气体排放量	万吨二氧化碳当量	-	0.1131	0.1042
年度用电总量	千瓦时	779438	1952722	2155254.5
年度用水总量	立方米	4810	12888	14415
垃圾处理费、固废处置费	万元	3.8	0.783	77.3
危险废物处置量	万吨	0	0.0945	0.0816
环保培训覆盖率	%	100	100	100
<b>社会绩效</b>				
科研总投入	万元	1267.31	2732.95	2777.54
有效知识产权总数	项	248	377	231
职工总数	人	1315	1317	1313
女职工	人	822	823	820
少数民族职工	人	73	63	61
初级管理人员及以上岗位职工	人	353	356	368
其中：女性管理者人数	人	178	180	161
员工本地化人数	人	896	899	894

名称	单位	2024 年	2023 年	2022 年
残疾人雇佣人数	人	5	5	4
劳动合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
参加工会的员工比例	%	100	100	100
年度公开招聘人数	人	101	125	201
其中：高校应届毕业生	人	3	10	186
社会招聘	人	98	115	15
全年累计培训员工人次	人次	376	4464	1456
体检及健康档案覆盖率	%	100	100	100
年度新增职业病病例	例	0	0	0
人均带薪休假天数	天	8.41	8.5	8.32
员工满意度	%	100	100	100
员工流失率	%	6.92	9.11	3.66
安全生产投入	万元	482.29	230.79	303.4
安全教育培训覆盖率	%	100	100	100
员工伤亡人数	人	0	0	0
员工志愿者活动人次	人次	200	500	500
乡村振兴项目总投入	万元	25.9	22.35	35.54

注：2024 年度环保绩效数据仅覆盖三门峡金银制品公司。

## ✓ 指标索引

目录		GIR Standards	央企控股上市公司 ESG 专项报告参考指 标体系
关于本报告		GRI101、GRI102	
董事长致辞	—		
关于我们	公司简介	GRI102、GRI201、 GRI202	
	组织架构	GRI102	G1.2
	管理团队		
	年度大事记		
	企业文化		
	年度主要荣誉		
	ESG 专题：立心铸魂，强基固本，笃行致远谱写时代新篇章	GRI102	G2.2
ESG 专题：守正承韵，精研智创，深化改革赋能研发新图景		S2.3、S4.4	
ESG 专题：品牌焕新，多元共振，媒介矩阵打造传播新格局	GRI417	S4.4	
ESG 管理	ESG 理念	GRI102	G1.1
	ESG 治理架构	GRI102	G1.2
	ESG 管理推进		G1.1、G4.2
	ESG 风险与机遇	GRI102	G5.2
	利益相关方沟通		G4.2
	重要性议题分析	GRI103	
向绿而生，碧水蓝天的守护者	环境管理	GRI101、GRI103、 GRI301、GRI303、 GRI307、GRI308	E1.2、E1.4、E5.2、E5.5
	绿色低碳转型	GRI101、GRI301、 GRI303	E1.2、E1.4、E2.1、E3.2
	应对气候变化	GRI103	E3.1、E3.2、E3.4、 E5.1、E5.3
	清洁生产与污染防治	GRI101、GRI303、 GRI305、GRI306	E1.1、E1.2、E1.3、 E1.4、E2.1、E2.2、 E2.3、E3.1、E3.2
	绿色理念	GRI413	E4.1、E5.2、E5.4

目录		GIR Standards	央企控股上市公司 ESG 专项报告参考指 标体系
星火成炬，凝心聚力的同行者	保障员工权益	GRI102、GRI401、 GRI403、GRI405、 GRI406、GRI408	S1.1、S1.2
	助力员工发展	GRI404、GRI405	S1.1、S1.4
	关爱员工生活	GRI401	S.1.3.4
	保障安全健康	GRI403	S1.3.1、S1.3.2、S1.3.3
臻于至善，匠心服务的践行者	产品质量	GRI416	S2.1、S3.1、S3.2
	产品研发	GRI416	S2.3
	优质服务	GRI416、GRI417、 GRI418	S2.2
责任担当，社会价值的奉献者	供应商管理	GRI204、GRI308	S3.1、S3.2
	加盟商管理	GRI308	S4.4
	合作与沟通	GRI413	S4.2
	响应国家战略	GRI101、GRI102	S4.1、S4.2、S4.4、G5.2
	社区沟通	GRI101、GRI102、 GRI413	S4.2、S4.3、S4.4
	公益志愿	GRI101、GRI102、 GRI413	S4.3、S4.4
行稳致远，合规管理的护航者	公司治理	GRI101、GRI102、 GRI206	G1.1、G1.2、G3.2
	投资者关系	GRI101、GRI102、 GRI413	G3.1、G3.2、G4.1、G4.2
	合规管理	GRI203、GRI205	S2.1、S4.4、G2.1、 G2.2、G2.3、G5.1、G5.2
	股东权益	GRI413	G3.2
未来展望			
关键绩效表			
指标索引		GRI102	



## 《中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司 2024 环境、社会及管治报告》评级报告

受中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司委托，“中国企业社会责任报告评级专家委员会”抽选专家组成评级小组，对《中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司 2024 环境、社会及管治报告》（以下简称《报告》）进行评级。

### 一、评级依据

中国企业改革与发展研究会、责任云研究院《中国企业可持续发展报告指南（CASS - ESG 6.0）之文教、工美、体育和娱乐用品制造业》暨“中国企业社会责任报告评级专家委员会”《中国企业可持续发展报告评级标准（2025）》。

### 二、评级过程

1. 评级小组审核确认《报告》编写组提交的《企业可持续发展报告过程性评估资料确认书》及相关证明材料；
2. 评级小组对《报告》编写过程及内容进行评价，拟定评级报告；
3. 评级专家委员会副主席、评级小组组长、评级小组专家共同签署评级报告。

### 三、评级结论

#### 过程性 (★★★★☆)

中金珠宝董事会是 ESG 治理的最高决策机构，负责 ESG 事宜的整体规划、统筹，下设战略委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会及提名委员会，负责监管 ESG 议题的实施与表现；公司 ESG 工作组成员由公司各相关部门主要负责人和社会责任联络员组成，由董事会办公室牵头成立报告编写工作组，各部门负责人及社会责任联络员全部参与，负责报告的策划、资料收集整理、文案撰写等；报告将通过 PDF 格式、印刷品及新媒体传播，过程性表现领先。

#### 实质性 (★★★★☆)

《报告》披露了污染物排放、废弃物处理、节约能源资源产品和技术创新、可持续供应链、产品和服务安全与质量、产品标签合规、广告宣传合规、应对消费者投诉、职业健康与安全生产、可持续治理机制、反商业贿赂及反贪污、侵权和抄袭防治等所在行业关键性议题，实质性表现领先。

#### 完整性 (★★★★☆)

《报告》主体内容从“向绿而生 碧水蓝天的守护者”“星火成炬 凝心聚力的同行者”“臻于至善 匠心服务的践行者”“责任担当 社会价值的奉献者”“行稳致远 合规管理的护航者”等角度系统披露了所在行业核心指标的 80%，具有领先的完整性表现。

#### 平衡性 (★★★★☆)

《报告》披露了“报告期内环境领域违法违规事件”“客户投诉解决数量”“员工流失率”“员工伤亡人数”等负面数据信息，具有领先的平衡性表现。

#### 可比性 (★★★★☆)

《报告》披露了“产品合格率”“有效知识产权总数”“员工本地化人数”“社会保险覆盖率”“环保总投资”“环保培训覆盖率”等 34 个关键指标连续 3 年的对比数据，并通过“在 2023—2024 年度上交所信息披露工作考核中荣获最高评级‘A’级（优秀）”和“公司在万得 ESG 评价体系排名第 106”等进行横向比较，可比性表现领先。

#### 可读性 (★★★★☆)

《报告》采用议题型框架结构，全面展示企业在战略引领、公司治理、环境责任、员工责任、社会责任等重点议题下的履责理念、实践与成效，充分回应了利益相关方的期望与诉求；设置“大事记”，聚焦企业年度履责重点实践，彰显了企业履责的引领性和报告内容的时代感；报告封面采用插画风格，延续以往报告设计风格，增强了企业辨识度；章节跨页选用契合篇章主题的实景图，凸显行业特色，可读性表现领先。

#### 创新性 (★★★★☆)

《报告》开篇设置“立心铸魂，强基固本，笃行致远谱写时代新篇章”“守正承韵，精研智创，深化改革赋能研发新图景”“品牌焕新，多元共振，媒介矩阵打造传播新格局”三个责任专题，集中展现中金珠宝积极响应国家政策方针，以高质量党建为企业高质量发展蓄势赋能，奋力开创深化改革新局面，积极发挥文化传承与创新突破在品牌发展战略中的核心驱动作用的生动实践；报告形式新颖，满足展示可持续发展理念、实践、成效以及便于传播的要求，排版精美，图文并茂，富有创意，创新性表现领先。

#### 综合评级 (★★★★☆)

经评级小组评价，《中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司 2024 环境、社会及管治报告》为四星半级，是一份领先的企业可持续发展报告。

### 四、改进建议

1. 增加对企业履责不足之处分析的披露，进一步提高报告的平衡性；
2. 增加行业核心指标的披露，进一步提高报告的完整性。

评级专家委员会副主席

评级小组组长

评级小组专家



扫码查看企业评级档案

出具时间：：2025 年 4 月 18 日



## 编委会

主 编：刘科军

副 主 编：王宇飞、贾玉斌、魏浩水、陈 军

责任编辑：林 阳

参与编写：

白宁宁、陈 博、陈 剑、陈舒然、陈雨丹、陈紫庭、冬 雪、杜俊平、郭梦圆、何 潇、胡 聃、  
焦 杰、李楠依、李 琪、李晓雁、简东升、刘素影、刘晓燕、楼佳鹞、鲁涵云、罗 晗、吕晓晨、  
南铁文、聂 勇、宁 欣、牛 杰、石 菲、孙 畅、田金刚、田 宇、汪杨荣、王莉莉、王 璐、  
王 青、王星丹、王阳子、温 馨、杨健伊、杨 莉、虞 颖、张 长、张 琬、张 旭、张泽君、  
祝 芳

执 行 单 位：北京黄金经济发展研究中心

执 行 主 编：李广国

执行副主编：李广为、王 涛、郭 睿

报 告 统 筹：李 璿

文 字 编 辑：刘尚杰、薛 蛟、付祎笑、徐莉莉

艺 术 设 计：刘 聪

核 红 校 对：陈 平



意见反馈表