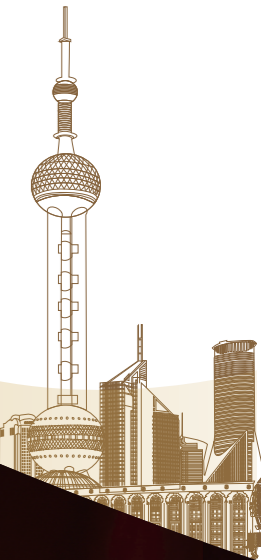




股票代码
600612 / 900905

老凤祥股份有限公司 环境、社会和公司治理(ESG)报告

2025年度



目录

CONTENTS

关于本报告
董事长致辞

走进老凤祥股份有限公司

- ◆ 发展历程
- ◆ 业务布局
- ◆ 企业荣誉

01 共赴美好

构建ESG可持续治理蓝图

- ◆ 可持续发展理念
- ◆ 夯实ESG治理，筑牢发展根基
- ◆ 分析议题重要性，明确发展方向
- ◆ 开展对话实践，联结利益相关方
- ◆ 实质性议题重要性结论

04 绿动未来

低碳发展与共生共赢

- ◆ 规范环境管理，筑牢绿色发展根基
- ◆ 应对气候变化，践行低碳发展责任
- ◆ 严控污染排放，守护生态环境安全
- ◆ 推进节能降耗，提升资源利用效率
- ◆ 发展循环经济，共建绿色产业生态
- ◆ 守护自然生态，共建和谐美丽家园

报告附录

- ◆ 量化数据绩效表
- ◆ 报告索引表

02 稳健筑基

公司治理与诚信经营

- ◆ 完善治理架构，夯实管理基础
- ◆ 强化党建引领，赋能高质量发展
- ◆ 坚守商业道德，全力抵制腐败
- ◆ 推进合规经营，严控各类风险
- ◆ 筑牢风险防线，守护稳健发展
- ◆ 开展反洗钱、反恐怖融资管理

03 匠心如金

品质承诺与百年坚守

- ◆ 坚守品质初心，匠造传世之美
- ◆ 倾听客户期许，精进服务温度
- ◆ 百年品牌传承，时代风华焕新
- ◆ 守护数据安全，保障隐私权益
- ◆ 弘扬传统文化，赋能研发创新

05 温暖同行

员工成长与发展关怀

- ◆ 关爱员工成长，完善福利保障
- ◆ 强化培训赋能，助力员工成长
- ◆ 深化民主管理，畅通沟通桥梁
- ◆ 重视健康安全，守护员工福祉

06 同心同行

伙伴关系与社会责任

- ◆ 打造责任供应链，共担发展使命
- ◆ 携手行业伙伴，共促产业发展
- ◆ 投身公益服务，传递爱心温暖

关于本报告

本报告是老凤祥股份有限公司（以下简称“老凤祥”“公司”“我们”）发布的第1份可持续发展报告。报告阐述了公司可持续发展理念和政策以及2025年在环境保护、社会责任、公司治理等方面做出的努力，回应利益相关方的期望与关切。

报告范围

本报告时间跨度为 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，为保持信息的连续性，对部分内容进行了回溯和延展。所涉及信息来源于公司内部数据以及公开资料。

本报告的组织范围涵盖老凤祥股份有限公司及其下属成员企业的所有经营行为，并与公司年报所披露的范围保持一致。

影响的时间范围

若无特别说明，短期、中期、长期分别定义为1年以内、1-5年、5年以上。

称谓说明

老凤祥、公司、我们	▶▶	老凤祥股份有限公司
老凤祥有限	▶▶	控股子公司上海老凤祥有限公司
工美有限	▶▶	全资子公司上海工艺美术有限公司
中铅有限	▶▶	全资子公司中国第一铅笔有限公司

参考标准

本报告撰写基于以下 6 项 ESG 披露标准：

- ◆ 全球可持续发展标准委员会（GSSB）发布的《GRI通用标准（2021版）》（GRI Universal Standards 2021）
- ◆ 《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）》
- ◆ 《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（2026年1月修订）》
- ◆ 气候相关财务信息披露工作组（TCFD）发布的《气候相关财务信息披露工作组建议报告》
- ◆ 联合国 17 项可持续发展目标（SDGs）
- ◆ 《上海市国有控股上市公司环境、社会和治理（ESG）指标体系2.0（征求意见稿）》

获取途径

投资者可在老凤祥公司官网及上海证券交易所网站获取。

免责声明

报告内容旨在披露公司于本年度在环境、社会、治理等方面的表现，包含的所有信息和数据仅供参考。读者应对所包含的信息进行研究和评估，并在做出任何决定之前咨询适当的专业人士。公司对于任何由于超出以上目的使用本报告中的信息而引起的直接或间接损失不承担任何责任。



董事长致辞

尊敬的股东、合作伙伴、社会各界朋友们：



2025年是“十四五”规划的收官之年，也是我国黄金珠宝行业发展史上极不平凡的一年。公司上下高举习近平新时代中国特色社会主义思想伟大旗帜，紧扣上海市国企改革深化提升行动要求，坚决贯彻落实黄浦区委区政府决策部署，在黄金价格屡创新高、市场消费结构深度调整、税制重大改革变化的背景下，积极应对变化和挑战，奋发进取、久久为功。我们持续深耕核心主业，坚定实施从“规模扩张”向“质量提升”的转型举措，进一步夯实企业高质量发展根基。

这一年，我们深入学习贯彻党的二十大精神，积极落实新发展理念，将ESG理念作为推动高质量发展的内在要求和重要驱动。在公司董事会的领导下，我们建立了“董事会→战略与可持续发展委员会→管理层ESG工作领导小组→执行层”的四级ESG治理架构，将ESG工作纳入公司最高战略决策体系。我们不仅关注财务报表的数字，更关注数字背后的责任与可持续性，通过系统化的顶层设计，为公司今后的高质量发展提供了根本遵循和行动指南。

回望2025，我们在ESG治理、产品责任、绿色低碳与社会贡献等领域取得了实质性进展。

一是治理效能进一步提升，筑牢合规经营的“防火墙”。我们始终坚持“两个一以贯之”，把党的领导融入公司治理各环节，全年开展反腐败审计覆盖率达100%，实现腐败事件“零发生”。积极响应上海证券交易所倡议，开展“提质增效重回报”专项行动，重视股东回报，制定实施分红政策方案，为投资者带来长期、稳定的投资回报。2025年内实施中期分红，全年累计现金分红金额达10.72亿元。上市以来累计现金分红26次（包括2025年度计划分红），现金分红总额预计将达到92.91亿元，股利支付率为44.27%。

二是创新驱动绿色发展，绘就低碳转型的“新画卷”。老凤祥积极响应国家“双碳”战略，在生产中融入低碳实践。2025年，公司温室气体排放总量较上年下降，污染排放达标率始终保持100%。我们大力推行绿色办公与绿色生产，全年外购光伏电力近5万千瓦时，通过设备升级与能源结构优化，有效降低了环境负荷。同时，我们积极发展循环经济，加强废弃物回收循环再利用，减少有害废弃物产生，用实际行动诠释“绿水青山就是金山银山”的深刻内涵。我们荣获世界绿色设计组织（WGDO）颁发的“ESG领军企业奖”，作为中华老字号，老凤祥以绿色设计激活传统文化、以文化赋能低碳转型实践，得到了国际组织的认可。

三是坚守品质与责任，擦亮金字招牌的“含金量”。作为百年民族品牌，我们深知质量是企业生命线，诚信是品牌的护身符。2025年内，公司以申报上海市市长质量奖为契机，系统梳理质量管理、品牌建设、社会责任、创新发展等优势成果，全面提升质量管理水平，目前已成功入围进入最终评审阶段。同时，我们继续深化首席质量官制度，对产品质量实行全生命周期的严苛管控，顾客满意度高于行业平均水平。在员工关怀方面，我们秉持“集聚人才、用好人才”理念，开展多层次人才培养、线上珠宝学院、传承人培养等项目，构建了企业与员工的命运共同体。在社会公益上，我们投身志愿活动与赈灾救助，用爱心传递温暖，彰显国企担当，全年志愿活动时长3,900小时。

2025年是“老凤祥”品牌创立177周年。跨越三个世纪的“老凤祥”从清道光年间的老上海银楼到计划经济时代的国营金店，从改革开放初期的经营困难到进入新世纪发展的快车道，公司始终以“敢想、敢做、敢突破”的创业精神，不忘初心、创新拓展。展望未来，老凤祥将进一步拓展视野、巩固认知、凝聚共识，加强ESG能力建设，优化自身经营和发展战略，为股东持续创造不竭价值，为社会可持续发展作出积极贡献。

我们将继续肩负“为顾客奉献美丽、传递爱心，为股东、员工谋利，与合作伙伴互利双赢”的使命，以创新驱动为引擎，以可持续发展为航标，深耕主业，为消费者创造更多价值，为行业发展注入蓬勃动能！

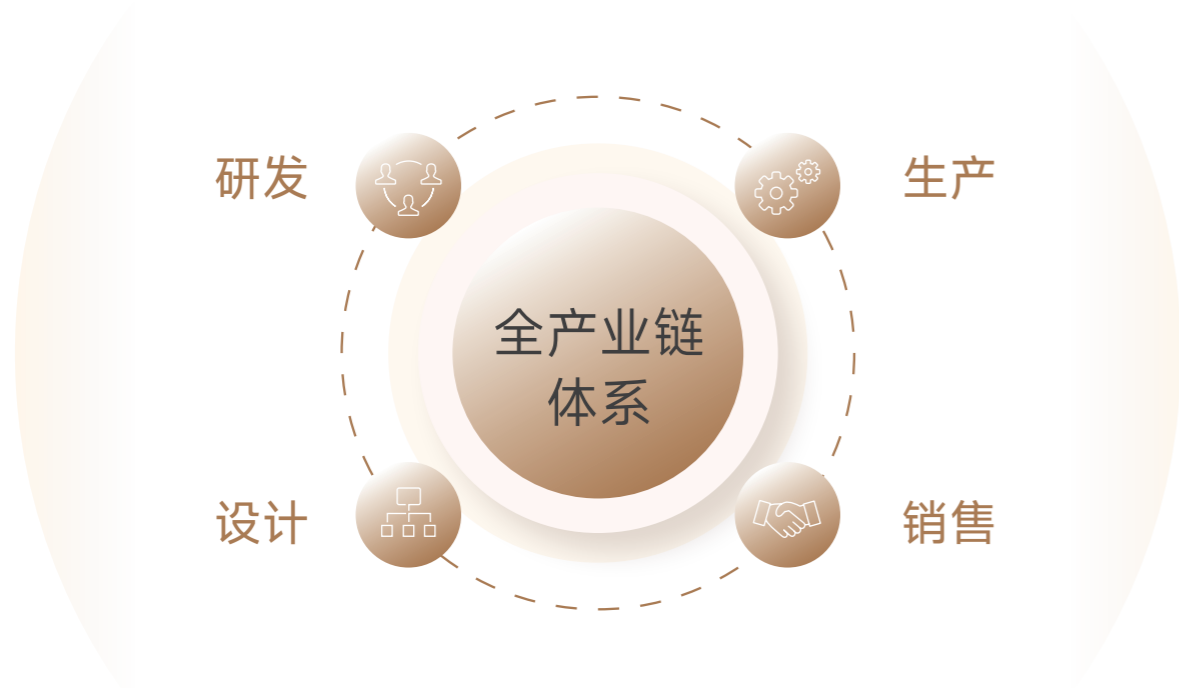
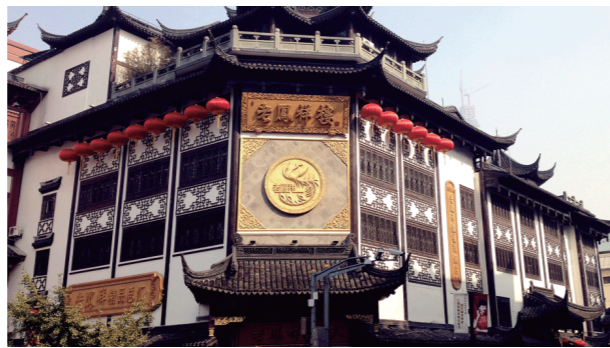


董事长： 

2026年4月

发展历程

始创于1848年的老凤祥，历经百年传承与创新，现已发展成为拥有多家专业珠宝生产基地及首饰研究所的行业领军企业。公司构建起集研发、设计、生产、销售于一体的全产业链体系，产品线覆盖黄金、铂金、钻石、玉石、珍珠等多元品类，同时延伸至眼镜、钟表、工艺旅游纪念品等领域，满足消费者多样化需求。



凭借卓越的品质与深厚的文化底蕴，老凤祥屡获国家级品牌殊荣

- ◆ 金银细工制作技艺荣列“国家级非物质文化遗产”名录
- ◆ 金银首饰镶嵌技艺被认定为“上海市优秀传统技艺”
- ◆ 多次入选“全球高档和奢侈品牌价值50强”“全球100大奢侈品公司排行榜”等国际权威榜单
- ◆ 2025年经第三方权威机构评定，品牌价值高达816.12亿元，稳居中国内地黄金珠宝首饰行业榜首

百年品牌积淀，企业文化焕新

1898-1949 初创时期

沪上银楼业兴起之际，老凤祥应运而生。30年代步入鼎盛，黄金库存逾万，位列上海九大银楼之首。抗战爆发后受经济政策冲击，行业凋零，老凤祥亦渐趋衰落。

1949-1978 重建时期

新中国成立后，政府收购银楼改制为“国银上海金银饰品店”（1952），后更名上海金属工艺一厂。隶属人行期间建立规范管理体系，生产出口高档镶嵌首饰。

1978-2001 快速发展期

1980年率先恢复黄金加工业务，1985年重获“老凤祥银楼”商号。1998年第一铅笔注资控股，实施利润分红制与市场化改革，推动品牌跃居行业龙头。

2001-2012 升级转型期

黄浦区政府主导资本运作，2009年通过资产注入实现整体上市。强化人才建设与服务能级，完成品牌增值的关键跨越。

2012至今 成熟繁荣期

加速国际化布局，业务向现代服务业延伸。2018年“双百行动”深化改革，推动品牌向时尚奢侈领域升级，持续扩大全球市场份额。



业务布局

公司主要从事黄金珠宝首饰、工艺美术品、笔类文具和文教用品的生产经营及销售，主营业务涵盖三大产业：



企业荣誉



奖项	颁发单位
2025年《财富》中国500强（第294位）	《财富》中文版杂志
2025中国企业500强（第429位）	中国企业联合会/中国企业家协会
2024中国制造业企业500强（第228位）	中国企业联合会/中国企业家协会
2025上海企业100强（第39位）	上海市企业联合会/上海企业家协会
ESG领军企业奖	世界绿色设计组织（WGDO）
2025长三角制造业企业100强（第76位）	浙江省企业联合会 上海市企业联合会 江苏省企业联合会 安徽省企业联合会
2025全球服饰品牌价值50强第38位 （唯一中国内地珠宝品牌）	Brand Finance（英国品牌金融咨询公司）

01

共赴美好

构建ESG可持续治理蓝图

- ◆ 可持续发展理念
- ◆ 夯实ESG治理，筑牢发展根基
- ◆ 分析议题重要性，明确发展方向
- ◆ 开展对话实践，联结利益相关方
- ◆ 实质性议题重要性结论



可持续发展理念

以匠心守初心，以责任护珍萃。我们深知，品牌的长久生命力，在于对信任的坚守与对环境与社会的责任。老凤祥积极践行ESG管理理念，将可持续发展理念融入企业文化和发展战略中，致力于让每一件作品都成为“美与责任共生”的见证，让品牌价值在可持续的传承中，绽放历久弥新的璀璨光芒。



2025年，公司获得世界绿色设计组织（WGDO）颁发的“ESG领军企业奖”。



夯实ESG治理，筑牢发展根基

发展理念 >>

作为一家拥有百年历史品牌的领军企业，公司在致力于传承历史文化、创造美学价值的同时，始终关注可持续发展。

治理架构 >>

为深入贯彻ESG理念、规范ESG实践，公司从顶层设计与体系建设着手，构建ESG管理体系，董事会为ESG事务管理及信息披露的最高责任机构。为提升公司可持续发展能力，经董事会决议公司于2025年将董事会“战略委员会”更名为“战略与可持续发展委员会”，负责公司长远发展战略、重大投资决策、创新及ESG相关政策、战略、风险评估等重要事项进行研究并向董事会提出建议，并对ESG工作的实施与进展情况进行监督检查。委员会主任委员由董事长担任。在执行层面，各职能部门均指定ESG专项对接人，明确职责边界与协作机制。

制度规划 >>

老凤祥不断建立健全ESG管理架构和制度体系。从自身经营实际出发，2025年内积极推动制定《公司十五五规划》工作，将建设符合企业实际的ESG制度纳入公司发展规划，持续推进公司ESG体系建设工作的落地。

数据管理 >>

公司建立了规范高效的ESG信息收集、汇总与报送机制，由ESG工作领导小组统筹管理，各业务与职能部门分工落实。2025年，公司启用线上信息采集平台开展ESG信息汇总，显著提升采集效率，各部门按照统一口径，及时提报ESG相关数据与案例，实现信息留痕、可追溯，有效保障采集的规范性与准确性。同时结合线上与线下定期会议等，进行ESG信息年度汇总上报，由ESG工作小组完成汇总、核验与归档，构建形成全流程闭环管理体系。

延伸覆盖 >>

公司亦大力推进子公司ESG管理体系建设。中铅有限2024年成立ESG领导小组及工作小组，以对接和执行ESG具体工作。



决策层

董事会

审议批准公司ESG战略、制度、报告及披露等重大事项。



监督层

战略与可持续发展委员会

负责ESG战略研究、目标指导、实施监督、报告审阅及过程检查。



管理层

ESG工作领导小组

承接并落实ESG战略决策，制定规划制度，搭建组织体系，推进日常工作与沟通，定期汇报进展。



执行层

各业务职能部门及子公司

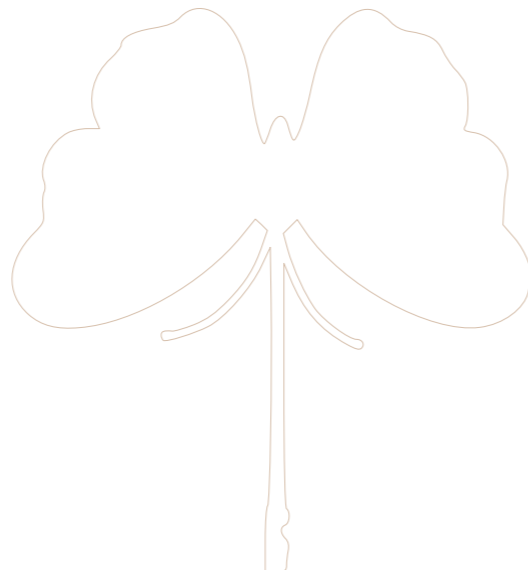
统筹ESG日常推进与数据汇报，落实考核融合，编制分项披露报告，协同宣传与风险处置。

分析议题重要性，明确发展方向

双重重要性分析是公司编撰年度ESG报告、拟定长期ESG战略目标、与利益相关方沟通的核心方针。老凤祥参考议题以及其他可持续发展相关标准，建立ESG议题清单。

- ◆ 《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）》
- ◆ 《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（2026年1月修订）》
- ◆ 《上海市国有控股上市公司环境、社会和治理（ESG）指标体系2.0（征求意见稿）》
- ◆ 联合国可持续发展目标（SDGs）
- ◆ 《GRI 通用标准（2021版）》
- ◆ ISO 26000 社会责任指南

公司通过定期重要性评估不断优化可持续发展策略及披露，对公司影响重大的可持续发展议题进行识别、管理及应对。对于所识别的26项议题的管理及实践表现，报告进行了相应披露和回应。



重要性议题分析



公司价值链分析

- ◆ 公司结合贵金属、珠宝的研发、加工、销售的主业，对公司自身、上下游的ESG风险进行分析。
- ◆ 结合行业特点，在目前全球低碳转型等背景下，综合未来营业收入、生产成本等因素的风险进行分析。
- ◆ 对股东及投资者、客户、政府及监管机构、员工、供应商和合作伙伴等利益相关方开展尽职调查。



建立议题清单

- ◆ 我们参考国际、国内可持续发展相关标准，建立包含26项ESG议题清单，其中：

8个
环境议题

14个
社会议题

4个
可持续发展治理议题



议题重要性的评估与确认

- ◆ 在**影响重要性**方面，公司参考了FMEA（失效模式及影响分析）的三要素模型，通过将影响的重要性从规模、范围、不可补救性和可能性四个维度进行量化评估，并采用乘数汇总的方式计算得出了风险优先级数（Risk Priority Number, RPN）。
- ◆ 在**财务重要性**方面，我们引入了短期、中期和长期的时间维度，对不同时间段的财务影响进行加权评分，从而得到一个综合的财务重要性得分。



议题报告

- ◆ 公司根据议题评价结果构建实质性分析矩阵，获得议题重要性高低的排序结果，对于实质性高的议题，报告进行重点披露。
- ◆ 公司对议题设定阈值，并根据优先级排序，确保了资源能够集中投入到最为重要的ESG议题上，有效推动公司的可持续发展。

开展对话实践，联结利益相关方

公司可持续发展报告的利益相关方包括了股东/投资者、客户、供应商、员工、政府/监管机构、社区和媒体等。公司不同业务部门负责与各利益相关方的沟通与交流，并在公司内予以传达利益相关方的关切和期望。

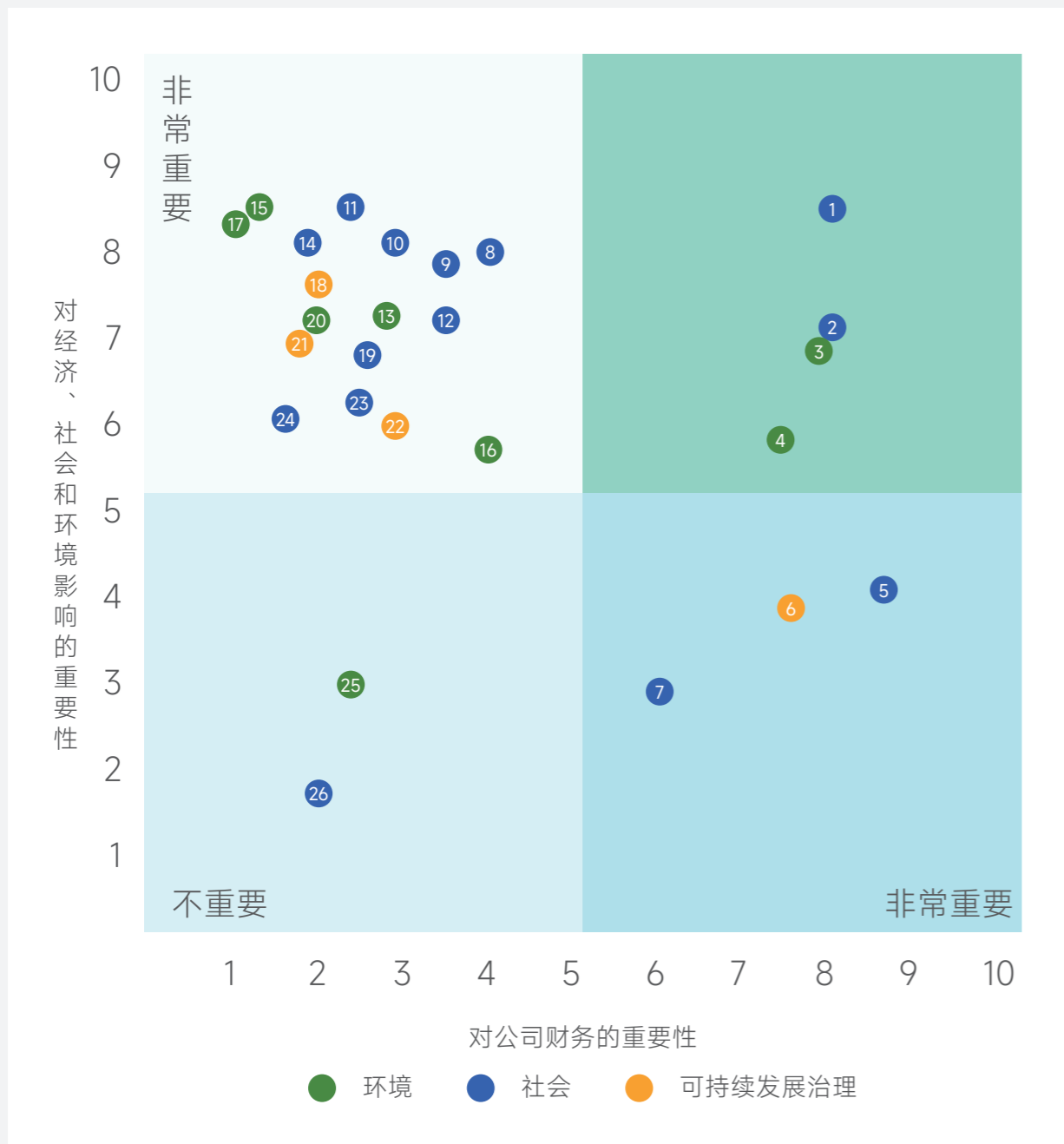


利益相关方类别	股东/投资者	客户	供应商	员工	政府/监管机构	社区和媒体
沟通渠道及频率	年度股东会（年度） 投资者电话会议（不定期） 公司公告（不定期） 业绩说明会与路演（定期）	客服热线（不定期） 电子邮件（不定期） 客户见面会（不定期） 年度报告（年度） 在线问卷调查（不定期）	电话会议（不定期） 电子邮件（不定期） 现场访问（不定期） 供应商大会（不定期） 定期评估会议（季度）	职工代表大会（定期） 部门会议（不定期） 绩效反馈会议（定期） 年度员工满意度调查（年度）	行业监管会议（不定期） 政策法规咨询（不定期） 税务申报与审核（不定期） 环保合规检查（不定期） 安全生产报告（定期）	官方网站（不定期） 社交媒体（不定期） 社区活动（不定期） ESG报告（年度） 定期会议（定期）
关注议题	产品和服务安全与质量 公司治理 信息披露与透明度 反商业贿赂及反贪污	产品和服务安全与质量 数据安全与客户隐私保护 供应链安全 应对气候变化	供应链安全 应对气候变化 原材料可追溯性 能源利用 污染物排放	员工雇佣与流动 员工培训与发展 员工薪酬与福利 健康与安全	应对气候变化 环境合规管理 反商业贿赂及反贪污 污染物排放 供应链安全	应对气候变化 生态系统和生物多样性保护 产品和服务安全与质量 社区公益
老凤祥回应	加强产品质量 健全治理体系 规范定期信披 增加自愿性披露 落实廉洁培训	加强产品质量 数据加密管理 供应链标准管理 绿色智造升级	强化风险评估 推进低碳转型 实施全程追溯 优化能源结构 减少排放污染	进行员工流失率分析 制定系统培训计划 丰富福利待遇 优化工作环境与设施	绿色智造升级 严格环境标准 落实廉洁培训 控制排放量 确保供应链安全	生态修复项目 加强产品质量 持续社区投入

实质性议题重要性结论

2025年，老凤祥继续开展可持续发展议题的识别，以及议题的重要性评估和筛选工作。对于所识别的26项议题的管理及实践表现，报告进行了相应披露和回应。公司重点议题主要包括产品安全与质量、客户服务、环境合规管理、应对气候变化。

老凤祥实质性议题评估结果

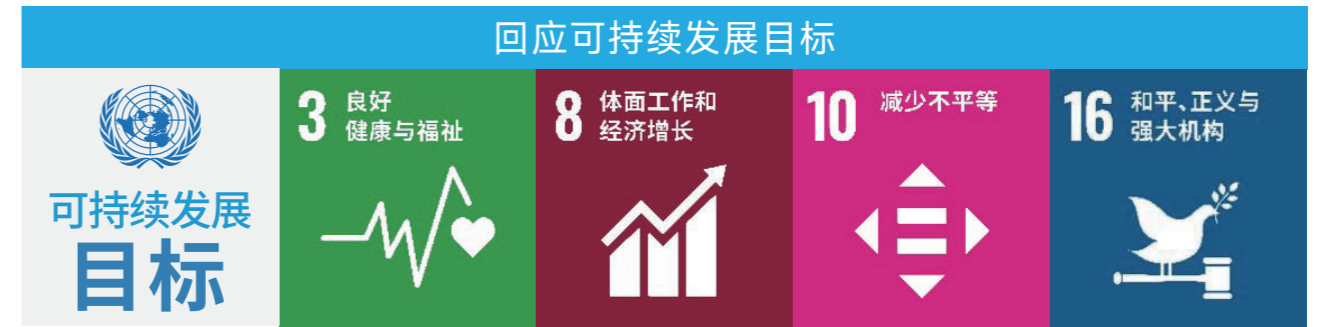


序号	重要性议题	议题归属类型	象限
1	产品安全与质量	社会	双重重要性议题
2	客户服务	社会	双重重要性议题
3	环境合规管理	环境	双重重要性议题
4	应对气候变化	环境	双重重要性议题
5	职业健康与安全	社会	财务重要性议题
6	反商业贿赂及反贪污	可持续发展治理	财务重要性议题
7	员工	社会	财务重要性议题
8	供应链安全	社会	影响重要性议题
9	负责任营销	社会	影响重要性议题
10	品牌传承与建设	社会	影响重要性议题
11	创新驱动	社会	影响重要性议题
12	传统工艺传承	社会	影响重要性议题
13	废弃物处理	环境	影响重要性议题
14	数据安全与客户隐私保护	社会	影响重要性议题
15	循环经济	环境	影响重要性议题
16	能源利用	环境	影响重要性议题
17	污染物排放	环境	影响重要性议题
18	反不正当竞争	可持续发展治理	影响重要性议题
19	平等对待中小企业	社会	影响重要性议题
20	水资源利用	环境	影响重要性议题
21	尽职调查	可持续发展治理	影响重要性议题
22	利益相关方沟通	可持续发展治理	影响重要性议题
23	社会贡献	社会	影响重要性议题
24	乡村振兴	社会	影响重要性议题
25	生态系统和生物多样性保护	环境	一般议题
26	科技伦理	社会	一般议题

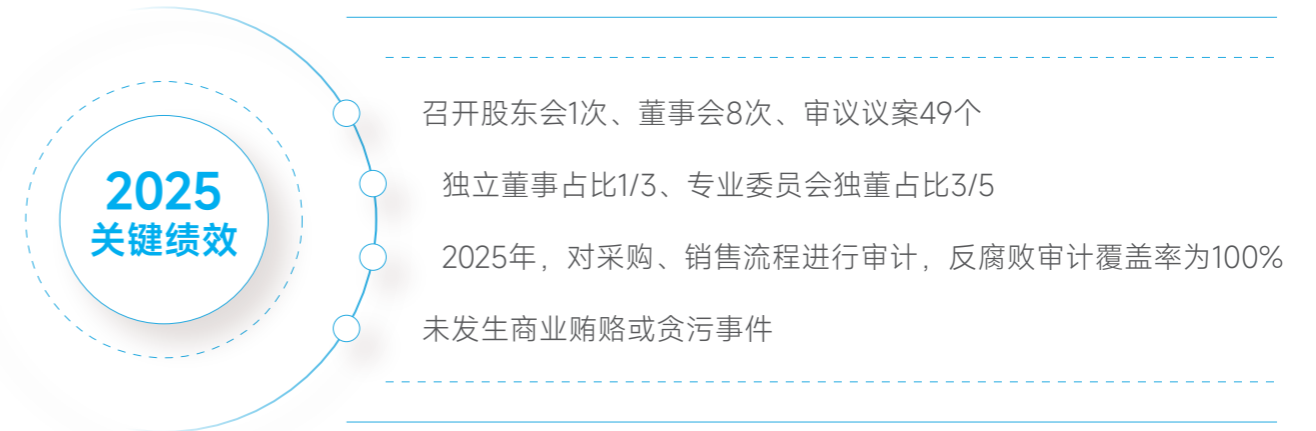
02

稳健筑基 公司治理与诚信经营

- ◆ 完善治理架构，夯实管理基础
- ◆ 强化党建引领，赋能高质量发展
- ◆ 坚守商业道德，全力抵制腐败
- ◆ 推进合规经营，严控各类风险
- ◆ 筑牢风险防线，守护稳健发展
- ◆ 开展反洗钱、反恐怖融资管理



合规治理是公司行稳致远的核心支撑，对科学决策、规范运营至关重要。公司多维度深化合规建设，完善内控体系，强化风险识别与防控；坚持从严反腐，强化廉洁从业监督，筑牢风险防线。通过构建权责清晰、协同高效的治理架构，优化资源配置、激发创新活力，在传承传统文化的同时灵活应对市场变化，持续为股东、员工与社会创造价值。



完善治理架构，夯实管理基础

老凤祥将规范化治理体系视作企业永续经营的战略根基，恪守监管框架与合规标准，系统性推进治理机制革新。公司构建高效治理架构，推动董事会专业化及多元化，强化决策透明度与运营效能。治理实践中，深化合规履职评价及投资者参与机制，持续提升ESG治理效能，打造兼具风险控制韧性与价值共创能力的治理生态，让积淀深厚的中国传统品牌在现代化治理体系下焕新活力。

治理架构

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律法规，建立由股东会、董事会和经营管理层组成的公司治理架构。

股东会	公司最高权力机构，负责审议决策重大事项、行使股东权利、监督管理层。
董事会	公司经营管理的决策机构，对股东会负责，执行股东会决议。
公司董事会设置战略与可持续发展、提名、审计、薪酬与考核专门委员会，依照公司章程和董事会授权履行职责	
董事长兼党委书记	主持党委、董事会全面工作，负责公司战略制定与实施，督促检查董事会决议执行。
总经理兼党委副书记	主持公司生产经营管理工作，组织实施董事会决议并向董事会报告工作。
经营管理层	董事会领导下，全面负责公司日常经营管理活动，组织实施董事会决议。

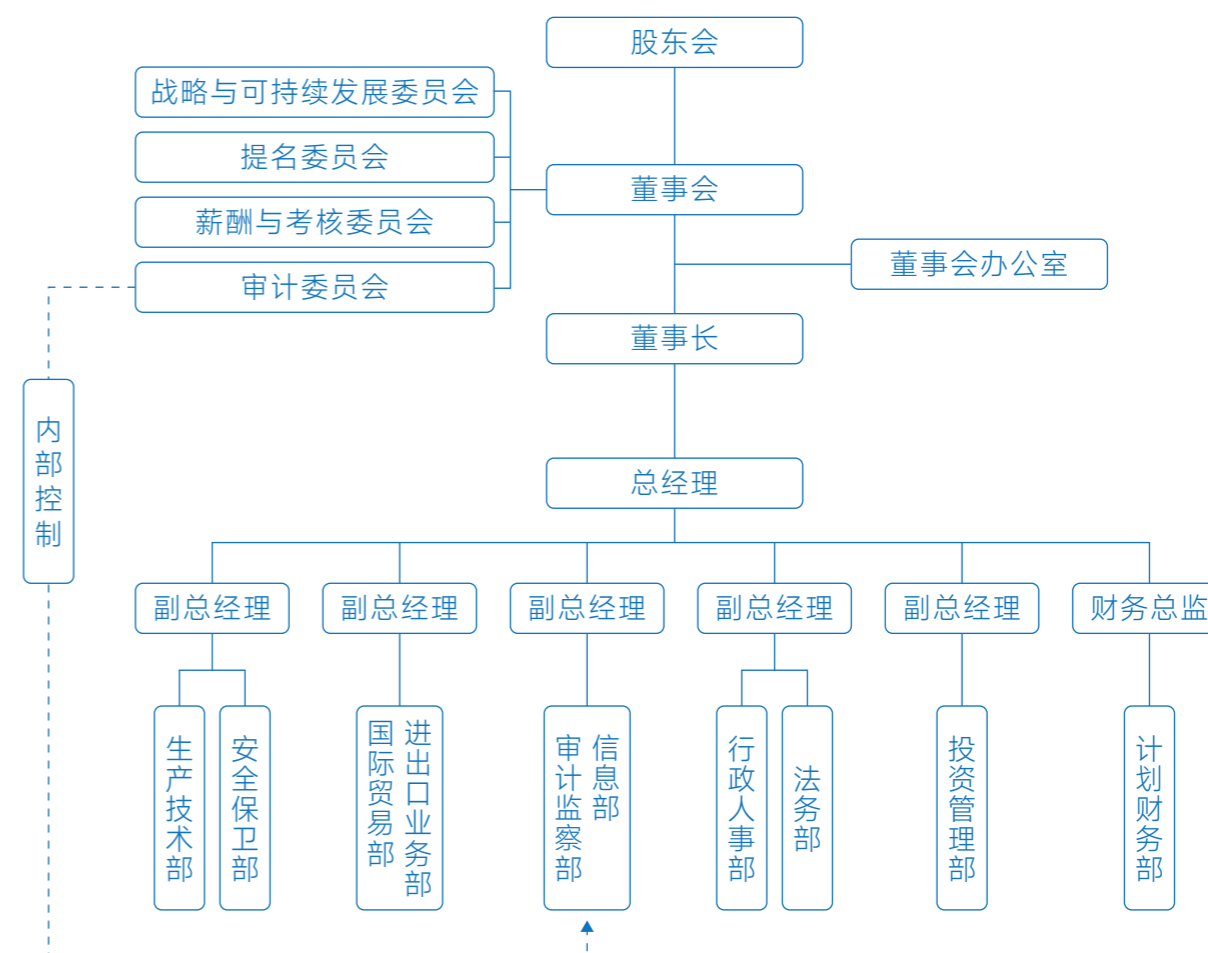
董事会下设战略与可持续发展委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会4个专门委员会，各专门委员会均按照公司治理和内部控制的相关制度规范运行，充分保障股东权益以及公司的规范发展。

其中审计委员会主任具有专业会计学系背景；薪酬与考核委员会、审计委员会均由独立董事和不在公司担任职务的外部董事组成，并由独立董事担任各委员会主任，其中独立董事占比60%。提名委员会中除董事长担任委员，其余均由独立董事和不在公司担任职务的外部董事组成，并由独立董事担任主任，其中独立董事占比60%。

2025年，遵照新《公司法》、证监会有关上市公司监管新规及相关法律法规与规范性文件要求，公司持续推进内部管理机制与制度体系的健全完善，系统性开展制度修订与新增工作，报告期内，公司根据新《公司法》及证监会、国资委的规定：

- ◆ 修订《公司信息披露事务管理制度》《公司信息披露暂缓与豁免管理制度》《公司董事、高级管理人员所持公司股份及其变动管理制度》；
- ◆ 取消公司监事会并修订《公司章程》、修订《公司股东会议事规则》《公司董事会议事规则》《公司董事会审计委员会实施细则》《公司董事会战略与可持续发展委员会实施细则》；
- ◆ 制定《公司市值管理制度》《公司舆情管理制度》《公司董事离职管理制度》《公司合规管理暂行办法》。

老凤祥股份有限公司组织架构图（2025年）



治理履责

2025年，公司董事会恪尽职守、高效履职，严格依照《公司董事会议事规则》规范运作，确保各项会议合规高效召开。

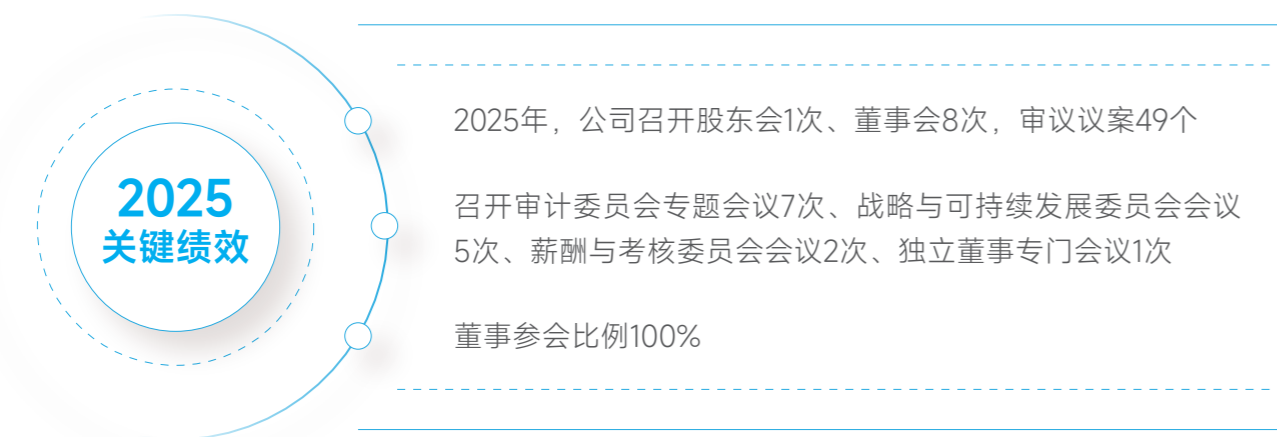
公司建立健全董事履职有效性评估机制，每年定期对独立董事的独立性开展专项评估；独立董事根据《上市公司独立董事管理办法》规定对自身独立性情况进行自查，并将结果提交董事会审议，切实保障独立董事独立履行职责、发挥专业监督作用。

审计委员会严格落实履职报告制度，每年向董事会提交述职报告并接受审议，全面复盘履职成效，进一步提升董事会专业委员会运作质效与决策支撑能力。

以“责权明晰、奖惩分明、特点突出、流动有序”为管理准则，我们严格落实国资监管要求，规范开展公司职业经理人选聘，全面推行任期制和契约化管理，充分激发经理层活力与能动性。制定和实施《公司职业经理人制度》《公司市场化选聘公司总经理、副总经理工作方案》《职业经理人过渡期操作指引》以及配套制度文件。2025年，公司继续深化职业经理人制度建设，推进新一轮职业经理人选聘工作，实施中铅有限职业经理人提升项目。

我们积极践行ESG管理理念，将可持续发展融入企业文化与发展战略，已编制2024年度和2025年度ESG报告，其中2025年度ESG报告随同2025年报同步披露。我们持续强化全员ESG理念与能力建设。

报告期内，公司专项组织3场次内部ESG主题培训，并参加上海国资委组织的ESG培训1场次，全面覆盖相关人员，切实推动ESG理念落地执行。



推进专业化与多元化

在董事会多元化建设上，老凤祥积极吸纳不同背景专业人士。《老凤祥股份有限公司董事会提名委员会实施细则》中明确要求提名委员会应考虑人员配置的多元化，充分考虑董事会的人员构成、专业结构等因素，从而确保董事会能充分权衡各方因素、作出科学合理决策。董事会成员深耕行业多年、经验丰富，兼具财务、法律、战略品牌管理、市场营销、投资并购等多元专业背景与能力，为董事会专业决策、有效管理公司事务筑牢坚实基础。

2025年关键绩效

独立董事人数占董事会人数比例	1/3
薪酬与考核委员会独立董事占比	3/5
审计委员会独立董事占比	3/5
提名委员会独立董事占比	3/5
战略与可持续发展委员会独董占比	3/7
女性董事占比	2/9
外部董事占比	2/3
ESG主题培训	4场次

注：

薪酬与考核委员会、审计委员会全部由独立董事和不在公司担任职务的外部董事组成。提名委员会委员除董事长担任委员，其余全部由独立董事和不在公司担任职务的外部董事组成。

董事及高管薪酬与考核

董事会薪酬与考核委员会负责根据董事会制定的发展方针和战略目标、行业发展与行业对标的薪酬水准，以及公司董事及高级管理人员承担的具体职责、工作履历，制定和审查董事及高级管理人员的薪酬政策和方案，并对他们的考核事项提出建议。

同时，公司逐步将ESG理念融入高管薪酬结构，并与公司经营管理紧密挂钩，在基本薪酬之外，高管绩效考核也融入ESG考量，涵盖安全生产、营销与产品、境外业务发展、公司信息化、内部审计和监察、投资项目管理与法务、合规、人力资源可持续发展多个方面。

公司董事的薪酬经董事会薪酬与考核委员会审核及公司董事会审议后，由公司股东会审议确定。独立董事津贴报酬执行股东会决议。外部董事（指独立董事之外不在公司担任其他职务的董事）不在公司领取报酬。

2025年8月，公司董事会薪酬考核委员会依据《公司职业经理人制度》等制度规定，完成对所聘职业经理人（兼任公司高级管理人员）2024年度绩效薪酬的任期考核审核工作，立信会计师事务所（特殊普通合伙）已出具《公司职业经理人2024年度目标完成情况专项复核报告》。

公司高级管理人员的薪酬经董事会薪酬与考核委员会审核后，由公司董事会审议确定；其中被聘任为职业经理人且兼任董事、高级管理人员的薪酬根据《公司职业经理人制度》等配套文件制度，按本人职务确定，并结合其年终经营目标达标情况，经薪酬与考核委员会、董事会审核后，上级国资部门批准后发放。



投资者权益保护与可持续分红

公司高度重视投资者权益保护，兼顾投资者即期利益和长远利益，实施与公司经营业绩及未来发展相匹配的持续且稳定的利润分配政策，使投资者与公司共享企业价值。

公司于1992年上市，上市以来，累计现金分红26次（包括2025年度计划分红，尚需经股东会审议批准后实施），累计现金分红总额达到92.91亿元，股利支付率为44.27%。

为提高分红频次，积极回报股东，与投资人共享公司经营成果，公司自2025年开始实施中期分红。

关键绩效

2024年度分红

向全体股东每股派现1.72元（含税），合计派发现金红利899,762,554.08元（含税），于2025年7月-8月实施完毕。

2025年度中期分红

向全体股东每股派发红利0.33元（含税），合计172,628,862.12元，于2025年9月-10月实施。

2025年度分红

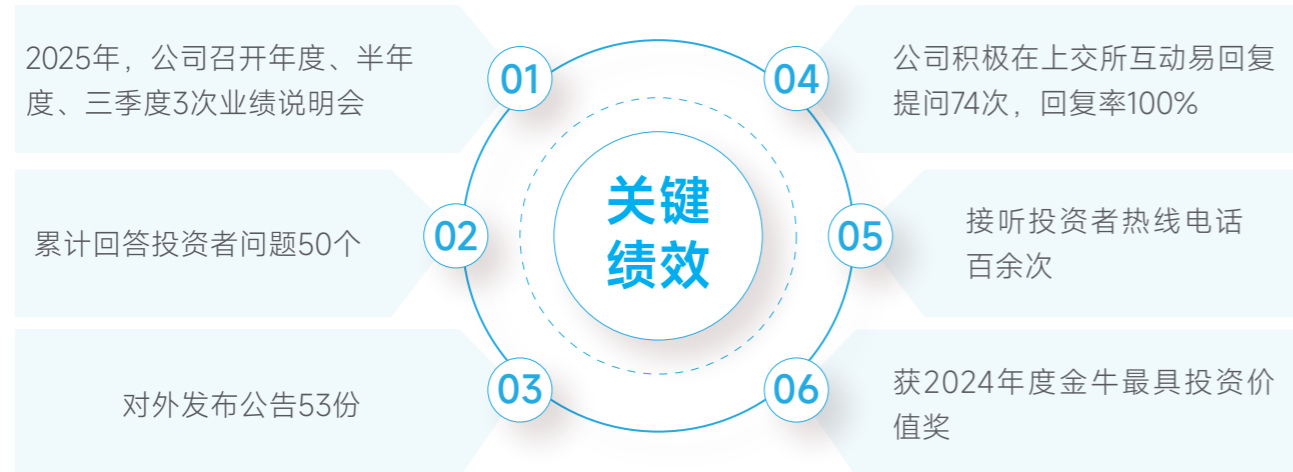
拟向全体股东每股派现1.32元（含税），合计690,515,448.48元，尚需股东会审议批准。结合公司2025年半年度利润分配情况，公司2025年度现金分红（包括半年度及年度）总额将为863,144,310.60元，占2025年度归属于上市公司股东的净利润的49.18%。

信息披露与投资者交流

公司严格履行信息披露义务，保障投资者尤其是中小股东权益。在高质量完成强制披露基础上，围绕战略、治理、绿色运营、员工权益、供应链等资本市场关注点，加强自愿披露，提升信息透明度与质量。公司制定了《市值管理制度》，推动市值与经营管理协同，增强市场认同，为投资者创造可持续回报。

我们积极畅通投资者沟通机制，常态化召开业绩说明会，通过线上互动、视频、图文等多种形式，持续深化良性互动。

2025年10月，公司荣获2024年度金牛最具投资价值奖。

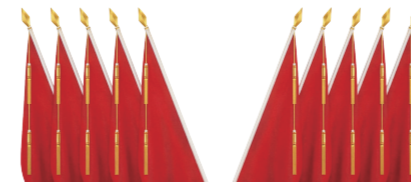


“我是股东——走进上市公司老凤祥”投资者交流活动

2025年7月29日，在上海证券交易所、上海上市公司协会的指导下，公司联合上海证券有限责任公司，举办“我是股东——走进上市公司老凤祥”投资者交流活动。30余名投资者走进老凤祥臻品私洽中心，共探百年品牌的传承、创新与发展。



强化党建引领，赋能高质量发展



公司党委在黄浦区委、区政府的坚强领导下，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的二十大和二十届历次全会精神以及习近平总书记考察上海重要讲话精神，以党建“第一责任”引领和保障发展“第一要务”，切实把党的领导优势转化为企业治理效能。

党建引领

公司党委始终坚持党对企业的全面领导，以政治建设统领各项党建工作，严格遵照《中国共产党国有企业基层组织工作条例（试行）》规范党组织设置，推动党组织在重大项目、改革发展和安全生产中发挥作用。



制度层面

2025年，公司党委组织修订《老凤祥股份有限公司基层党建工作年度考核评议办法》，制定《老凤祥股份有限公司干部人才队伍建设行动计划》《老凤祥股份有限公司党费使用管理办法》等文件，提升基层党建科学化、规范化、制度化水平，确保组织体系贯通有力。



人才培养方面

深入推进第三轮“凤翔计划”，聚焦干部人才“选育管用”全链条，结合业务布局优化，选派业务骨干与年轻干部充实生产管理、产品管理、零售业务三大中心筹备工作，挖掘适配企业发展的干部人才。



生产实践方面

紧扣改革发展主题，推动党建与生产经营深度融合。以“党员先锋岗”为载体，组建党员突击队助力新产品推广，策划“党建联建+产品推介”系列活动；在供货会筹备中成立临时党小组攻坚保供，实现订单响应效率提升、供货周期缩短。子公司中铅公司创新“党建+文化+定制”模式，与博物馆、高校等开展联名定销合作，激发发展新动能。

关键绩效

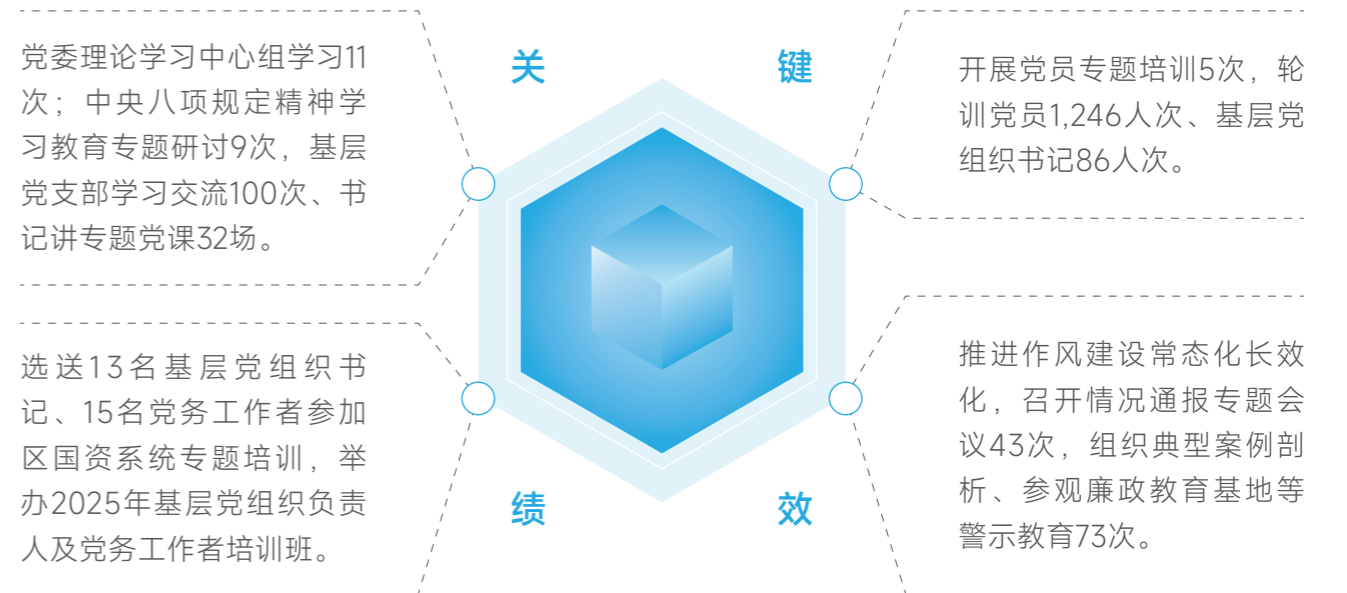
- 01 党委前置研究讨论公司重大经营管理事项52项，决策“三重一大”事项96项。
- 02 开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育，务求实效开展整改整治，共制定4个方面12条整改措施。
- 03 成功召开股份公司第四次党代会，选举产生新一届党委、纪委领导班子。
- 04 指导下属届满基层党组织完成换届，按期换届率达100%。
- 05 新设立股份公司本部党支部、漕溪路项目临时党支部。
- 06 深入开展“一个支部一件实事”，完成项目42个。
- 07 截至2025年末，累计设立党员示范岗、责任区、示范窗口等73个，以党建“红色引擎”驱动企业高质量发展行稳致远。
- 08 各基层党组织与近40家党组织开展了党建共建，搭建理论联学、资源共享、优势互补的平台。
- 09 共提拔各级管理人员18名，挂职锻炼21人，并选派1名青年干部参加区域化党建双向交流锻炼。
- 10 选拔推荐优秀人才，4人分获“上海市劳动模范”“上海轻工工匠”“门楣之光-黄浦商贸英才”“门楣之光-黄浦青年英才”荣誉称号。

党代会



党员教育

公司党委始终坚持以党的创新理论统一思想、意志和行动，将学习贯彻党的二十届四中全会精神作为重大政治任务抓实抓细；同时扎实开展中央八项规定精神专题学习教育，聚焦主题、务求实效，持续推动学习教育走深走实。



深入贯彻中央八项规定精神学习教育专题学习会

为深入学习领会习近平总书记关于加强党的作风建设的重要论述和重要讲话精神，进一步吃透中央八项规定及其实施细则精神，推动学习教育走深走实，公司党委召开深入贯彻中央八项规定精神学习教育专题学习会，邀请讲师作专题辅导报告。





“学思想、强作风、建新功”
2025年基层党组织负责人
和党务工作者培训

行走党课

依托上海丰富的红色文化资源设计多条主题线路，老凤祥有限党委串联上海红色地标与时代发展印记，开展行走党课，带领党员在脚步丈量中重温峥嵘岁月。



党建联建

工美有限党委指导工艺美术研究所党支部前往上海市新收犯监狱开展警示教育及非遗合作共建交流活动，推动廉政教育与非遗传承有机融合。



“活力中铅·一‘骑’行动”活动

中铅有限党委于长三角一体化示范区元荡湖举办“活力中铅·一‘骑’行动”主题活动，组织青年实地感受长三角发展活力。



坚守商业道德，全力抵制腐败

公司严守反腐法规，强化廉洁文化，构建全方位反腐机制，从制度、监督、教育入手，落实巡视巡察整改，严抓作风建设；多维拓展廉政教育路径，持续强化全员拒腐防变与廉洁从业意识。

商业贿赂与反腐败管理

老凤祥持续深化廉洁文化建设，系统推进党风廉政建设和反腐败工作。公司党委发挥“把方向、管大局、保落实”的领导作用，对公司党风廉政建设负主体责任，公司纪委履行监督责任，协助公司党委构建全方位、多层次的反腐败机制，着力营造风清气正、透明规范的企业环境。

公司准确把握党中央关于全面从严治党的形势判断，坚持严的主基调不动摇，从制度建设、监督和思想教育层面一体推进不敢腐、不能腐、不想腐。



认真梳理公司部门及岗位风险，全面修订《老凤祥股份有限公司经营管理禁止行为的若干规定》，进一步规范经营管理行为，防范各类经营风险和违法违规违纪行为的发生。



坚持无禁区、全覆盖、零容忍，认真调查核实每一一起信访举报件，要求对发现的问题及时处理和整改。



持续推动管党治党责任的有效落实，深化细化“四责协同”机制。制定《关于2025年老凤祥股份有限公司深化细化全面从严治党“四责协同”机制建设的工作提示》，公司各级党组织共制定问题清单24份、项目清单24份、责任清单145份。股份公司、二级子公司党政领导班子成员、各部门负责人、三级子公司主要领导、各基层党组织书记共签订124人次、145份“四责协同”承诺书。

公司严格落实中央八项规定精神，深化纠“四风”树新风，推进作风建设常态化长效化。

2025年，老凤祥股份纪委、老凤祥有限纪委、工美有限纪委、中铅有限纪委共13人签订《黄浦区纪检监察干部承诺书》。

公司通过监督执纪、内控、审计、专项督察等方式规范经费使用，重点核查违规违纪、铺张浪费、公款旅游、超标准接待及会议费用执行情况，防范“四风”隐形变异。

关键绩效

报告期内，公司未发生商业贿赂或贪污事件

反腐败管理风险与机遇

作为公司治理的关键议题，反商业贿赂及反贪污直接影响公司财务稳健与长期价值，我们结合行业ESG实践，根据公司情况，对其风险和机遇影响开展系统性分析。

维度	内容	财务影响及时间范围
风险	法律与合规风险 因商业贿赂、职务侵占导致的行政处罚、刑事追责及巨额罚款。	直接损失，短期：罚金、没收违法所得直接减少当期净利润。 融资成本上升，短期至中期：信用评级下调，导致银行贷款利率上浮或融资渠道受限。
	运营与资产流失风险 内部贪腐导致采购成本虚高、销售利益输送、核心数据泄露。	利润率侵蚀，长期：隐性腐败成本直接压低毛利率和净利率。 资产减值，长期：因舞弊形成的应收账款坏账需计提大额减值准备。
	声誉与市场风险 腐败丑闻引发投资者信任危机，导致股价下跌和客户流失。	营收下滑，短期：消费者对品牌信任度下降而减少购买，市场份额萎缩。
机遇	管理效能提升 通过数字化管理和流程优化，堵塞漏洞，降低非必要支出。	成本节约，长期：堵住“跑冒滴漏”，直接提升净利率。 运营效率，长期：透明化流程减少内耗，加快决策与周转速度。
	资本青睐与估值溢价 高标准的廉洁治理成为ESG评级加分项，吸引长期耐心资本。	融资便利，中期：更容易获得低成本的绿色债券或可持续发展挂钩贷款。
	商业机会拓展 出色的商业道德管理提升品牌形象，受到消费者青睐，提高品牌溢价。	营收增长，长期：赢得消费者信任，确保持续稳定的现金流。 风险溢价降低，长期：在并购重组中，透明合规的治理底册能降低交易摩擦成本。

反腐败文化建设

公司积极开展反腐败培训，由党群部、审计监察部、人力资源部、法务部等多部门协同负责推进相关事宜，深入开展纪律教育，积极推动党章党规党纪教育融入组织生活学习重点。

开设老凤祥纪法课堂，定期为公司全体党员推送党纪党规宣讲、廉洁故事分享、典型案例解读。

坚持以案为鉴、以案明纪，组织干部职工观看典型违纪违法案例警示片。

加强对公司选人用人过程监督，坚持执行新提拔干部任前考察须经纪委审核制度，坚持任前廉洁谈话。2025年，公司开展干部任前谈话18人次。

2025年，公司通过召开警示教育会、开展典型案例剖析、参观廉政教育基地、邀请黄浦区纪委监委室副主任专题辅导等形式开展党风廉政教育。2025年累计开展警示教育73次。

公司党委狠抓正风肃纪反腐，落实党的自我革命要求，引导党员干部知敬畏、存戒惧、守底线，推进作风建设常态化长效化。

关键绩效

反商业贿赂及反贪污培训

306场次

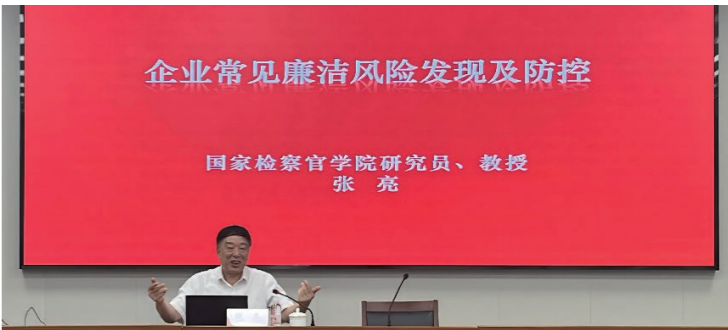
董事
6人

管理层
193人

员工
610人

廉洁培训

2025年10月，邀请国家检察官学院研究员、教授张亮作题为《企业常见廉洁风险发现及防控》的警示教育讲座，以案明纪释法，教育引导参训人员筑牢思想防线，增强廉洁风险识别和防控能力，有效预防职务犯罪。



供应链反腐败管理

公司高度重视供应链廉洁建设

始终以高标准、严要求筑牢廉洁防线。通过一系列制度和措施，严格规范供应商、加盟商等合作伙伴管理，构建起风清气正、规范透明的合作生态。

公司制定了《供应商廉洁责任书》

明确采购人员必须严格执行反腐规定，供方礼品一律上缴按照相关规定处理，纪委进行监督；凡新签采购合同均增设廉洁条款，要求新增供应商签署廉洁责任书，要求供应商正当竞争，严禁贿赂拉拢，违者取消供货资格并终止合作。

反腐败管理指标与目标

公司建立健全反腐败管理成效评价体系，通过量化指标与长效目标相结合，持续评估廉洁治理水平。重点围绕廉洁风险防控、制度执行效能、监督执纪效果、员工合规意识等维度设定衡量指标：



公司以零容忍、零重大廉洁风险事件为核心目标，持续强化监督执纪、内部审计与专项督查，推动廉洁从业要求融入业务全流程。通过定期监测、分析评估与持续改进，不断提升反腐败体系的有效性执行力，切实维护公司资产安全与经营秩序，为高质量可持续发展筑牢廉洁根基。

举报人保护

为充分发挥广大职工群众的监督作用，营造遵规守纪、风清气正的发展环境，公司纪委建立“五位一体”信访举报渠道，并对外部利益相关方开放，多途径受理举报公司干部员工涉嫌违规违纪违法问题的信访举报线索。

公司建立了规范的举报受理与调查处理机制，确保举报渠道畅通、处置合规、信息保密。

举报受理

公司设有专用举报信箱，由指定部门定期开启收取信件。无论匿名或实名举报，所有线索均统一登记、分类处置，经初步核查后，汇报党委。

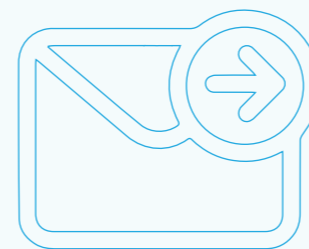
信息保护

严格保密举报人身份信息，严禁任何单位和个人以任何借口或手段对举报人及其亲属或相关人员进行打击报复；对打击报复行为依法严肃追究责任，形成有效震慑；实行回避制度，若受理举报的工作人员与被举报人存在上下级关系或其他利害关系，可能影响案件公正处理的，相关人员须主动回避。

调查流程

调查人员严格遵守保密制度，谈话取证时控制知情范围，不透露举报人信息。调查全程保障举报人合法权益，严禁任何形式的打击报复，为员工营造安全、可信的监督环境。

举报渠道具体信息



电话 (021) 64833388-679

信件地址 上海市徐汇区凯旋路2588号原力方6楼老凤祥股份有限公司纪委

推进合规经营，严控各类风险

合规治理体系

公司坚持诚信经营，严格贯彻落实《中华人民共和国审计法》，积极响应国资委要求，成立合规管理委员会，编制《公司经营管理禁止行为的若干规定》《合同管理操作指引》，并于2025年制定《老凤祥股份有限公司合规管理暂行办法》，进一步完善了公司法律合规管理体系。

2025年，我们坚持完善制度体系建设和贯彻执行。一是扎实推进党风廉政建设和反腐败工作，根据国家最新法规及公司实际，对以前年度制定发布的《经营管理禁止行为的若干规定》进行全面修订，完成汇编印制并分层级发放至公司及各部门，同步组织学习宣贯，进一步规范经营管理行为，增强风险防控能力。二是积极协同相关部门，系统梳理2024年新修订的《独立董事工作制度》等四项内控制度，经整理排版后，正式完成2024年版《内部控制制度手册》的汇编工作，为内控体系有效运行提供制度保障。

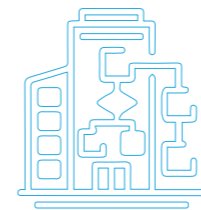
内部审计与内控

老凤祥将内部审计与内控工作视为保障企业稳健运营、防范风险的关键环节，在董事会设立审计委员会，系统推进内控体系建设与优化。同时，公司设立合规委员会，与法治建设领导机构合署办公，统筹协调合规管理工作，定期研究解决重点难点问题。

同时，公司成立由主要领导负责的内控体系建设领导小组和工作小组，下属主要企业相应设立内控实施小组，形成分级负责、协同推进的组织保障体系，确保内控建设有序开展。

公司持续完善审计资料规范化，进一步规范审计流程，坚持推进经济责任审计工作。2025年，公司针对主要负责人建立覆盖经营业绩完成情况、资产质量、内控管理等维度的履职评价体系，强化干部履职监督；结合存货检查发现的问题出具《2024年度存货管理内部风险控制提示》，组织对所属10户企业开展公司治理、绩效薪酬考核管理等专项审计检查，强化内控审计问题整改落实闭环管理；同时，完善《贵金属存货管理制度》，于2025年底推进全资产盘点工作。选派2人次参加黄浦区审计局组织的业务培训，持续提升专业履职能力。

在内控建设方面，公司以问题为导向，建立了系统高效的内控机制。2025年，对公司及下属16户企业进行内控测评，重点关注内控制度建设、存货管理、货款回笼等关键领域，并督促各单位对内控缺陷落实整改。



公司 内控机制

定期汇报

定期以书面报告形式向审计委员会汇报内控和审计工作进展，听取董事会审计委员会等的意见和建议，持续优化内控管理体系与审计工作效能。

联动监督

通过整合纪委、审计工作，以及参与纪委信访调查，有效发挥联动作用，强化监督效能。

提升信息化建设

积极落实《“十四五”数字化建设规划》，升级业务系统、财务系统，建立人力资源管理系统，推进漕溪路270号“工业上楼、智造空间”项目管理信息化工作，逐步实现企业信息化升级和数字化转型。

关键绩效

16户

对公司及下属企业进行内控测评

646万元

通过审价为公司减少工程项目开支

在工程管理和审价方面，2025年，公司审计监察部联合工程审计及管理人员深入项目现场开展监督，结合主材与单价控价，通过学习业务、约谈沟通、参与协调会及梳理流程，强化工程管理与审价规范性。报告期内，通过审价为公司减少工程项目开支646万元。

对2024—2025年度工程施工合格供应商开展信息、资质及服务情况系统统计，形成备查清单；针对漕溪路项目给排水接管、燃气管道拆除等31个合同及事项，由财务监理出具专业意见，审核合同总金额4.53亿元，实现工程成本与风险的事前管控。

合规培训与文化建设

2025年，公司开展廉政风险防控专项培训2场次，结合案例分析、风险排查、财务解读等形式，提升职业经理人与关键岗位人员的防控意识和风险防范水平。同时，完成下属独立子公司领导干部履职待遇检查，严守纪律规矩，防范违规违纪行为。

关键绩效

开展廉政风险防控专项培训2场次

老凤祥廉政风险防控专项培训



反垄断与反不正当竞争

公司始终倡导公平竞争，对反垄断工作高度重视，定期组织高级管理团队学习相关法律等规定，指导员工遵守反不正当竞争规则。同时，公司严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，在日常经营中严守合规底线。2025年，公司及子公司没有发生作为被告的反不正当竞争、反垄断诉讼。报告期内，公司为积极维护自身权益，对有关侵害公司权益的不正当竞争、反垄断行为提起诉讼。

公司建立常态化品牌维权工作机制，定期召开联席会议专题研究品牌维权重点事宜，有效防范和遏制品牌侵权行为。强化对各地总经销、合资公司相关人员市场监管工作培训，统一全国经销商售中售后服务标准，提升品牌服务质量与客户满意度。推进多项商标异议、无效及撤三申请，在“蓝凤祥”“百年老龙祥银楼”等假冒疑似商标侵权纠纷中成功维权。

关联交易管理

在投资者权益保护方面，老凤祥于《公司章程》《关联交易管理办法》中明确关联交易的报告机制、回避制度、决策权限及信息披露要求，切实保障关联交易的公允性与必要性。报告期内，公司修订《关联交易管理办法》，进一步强化关联交易全流程规范管理；同步梳理并完善关联方清单，对审议通过的关联交易事项及时履行信息披露义务；独立董事专门召开会议，就关联交易事项开展专项审议。

依法纳税

公司严格遵守《中华人民共和国企业所得税法》和《中华人民共和国税收征收管理法》等法律法规，由董事会作为最高管理机构审批核准公司税务战略，公司财务相关管理团队负责执行。我们每年至少开展一次内部审计和财务税务审计，切实履行合规纳税义务，及时防控税务风险。报告期内，公司持续与税务机关等利益相关方开展合作，积极参加税务机关组织的相关培训。

筑牢风险防线，守护稳健发展

风险管理体系

老凤祥通过系统化的风险管理机制和战略部署，在各领域全面强化风险意识，提升组织应对动态环境的能力。

战略 财务 市场 运营 法律 安全 环境 质量

公司依托党委领导、董事会决策、经理层执行的三级治理架构，将合规要求深度融入经营管理各环节。公司成立合规管理委员会，制定：

- 《老凤祥有限公司内部控制手册》
- 《公司经营管理禁止行为的若干规定》
- 《公司合规管理暂行办法》
- 《合同管理操作指引》

进一步完善公司法律合规与风险管理体系。公司建立了一系列风险管理机制，包括风险识别、风险评估、风险计量、风险应对与控制、风险监测、风险预警、风险报告。

风险识别

公司建立了常态化风险识别机制，由各部门定期梳理业务环节潜在风险，通过定性分析与定量评估相结合，识别市场、财务、运营及合规等关键风险点，形成风险清单并动态更新，确保及时预警与应对。

风险类别	细项	风险应对
市场与宏观经济风险	金价波动	采用商业银行的“黄金租赁”等工具，减少流动资金压力；通过上海黄金交易所的现货延期交收业务降低存货价值风险。
	消费需求疲软	加速轻奢时尚产品开发（如5G金、3D硬金、彩宝镶嵌类首饰），赢得年轻消费者群体的青睐。
财务风险	现金流与成本风险	销售端紧抓资金回笼，回笼未达标客户实施暂停供货；采购端以销定产，同时结合套期保值工具，锁定价格风险。
	投资与融资风险	分散融资渠道（银行）与多类型融资产品（借款、借金）结合，降低融资成本；对重大投资项目进行财务可行性分析，严格执行内控制度，逐级上报、审批。
运营风险	供应链风险	供应商多元化，确保供应稳定，成本可控。
	生产制造风险	严格执行ISO9001质量管理体系，确保产品质量合格达标；部署网络安全系统，防范信息泄露和业务中断风险。
法律与合规风险	政策变化风险	通过专利申请、商标注册，回避仿冒风险；法务及相关人员实时监控行业监管变化，确保产品和服务符合最新标准。
	舆论风险	通过非遗技艺传承活动、公益活动提升企业社会形象，降低舆情风险；严格执行“三包”政策，减少法律纠纷。

新兴风险管理

鉴于新兴技术的快速发展及外部环境的持续变化，公司已将新兴风险纳入整体风险管理体系，系统识别可能对经营产生重大影响的关键风险领域。通过加强动态信息监控、深化员工风险意识培训、密切关注技术迭代趋势等措施，公司持续完善应对机制，提升对新兴风险的识别与响应能力。

01 新型洗钱手段的风险

贵金属交易金额大、现金交易占比高，电信网络诈骗分子可能通过购买黄金、珠宝进行洗钱，公司若缺乏有效的风险识别和防范机制，容易成为洗钱的工具，并面临监管和合规风险。

02 数据隐私与算法伦理风险

公司通过AI技术分析消费者偏好、购买行为时，若数据加密或权限管理不足，可能面临客户信息泄露等风险。

03 虚假信息传播风险

AI生成的仿冒产品图片、伪造鉴定报告可能以假乱真，扰乱市场，损害公司声誉。

04 社交媒体放大负面舆情

产品质量、服务、劳工权益等问题可能通过短视频等新媒体社交平台快速传播。

05 地缘政治风险

随着国际形势演变的复杂性与不确定性显著加剧，地缘冲突往往推高黄金价格，从而侵蚀公司利润。

开展反洗钱 反恐怖融资管理

中国人民银行于2025年6月22日发布了《贵金属和宝石从业机构反洗钱和反恐怖融资管理办法》的通知（银发〔2025〕124号），规定从业机构开展人民币10万元以上（含10万元）或者等值外币现金交易的，应当根据本办法规定履行反洗钱义务。公司根据该办法，明确各岗位反洗钱职责，严格落实客户尽职调查要求，对大额现金交易逐笔核实客户身份、留存相关资料，定期开展反洗钱培训提升员工合规意识，建立可疑交易监测机制，及时上报可疑交易线索，严守反洗钱合规底线。

03

匠心如金 品质承诺与百年坚守

- ◆ 坚守品质初心，匠造传世之美
- ◆ 倾听客户期许，精进服务温度
- ◆ 百年品牌传承，时代风华焕新
- ◆ 守护数据安全，保障隐私权益
- ◆ 弘扬传统文化，赋能研发创新

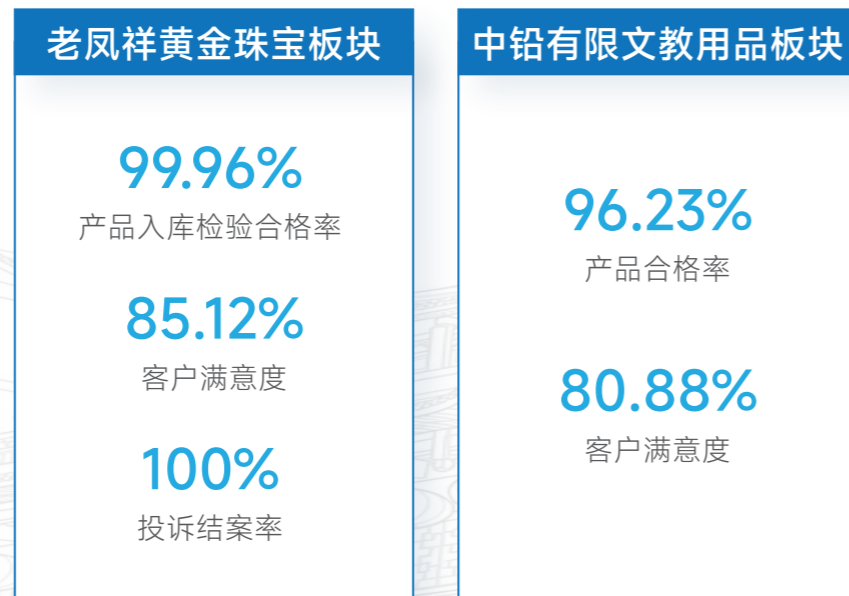




在传扬百年品牌底蕴与非遗金银细工技艺的同时，老凤祥将产品责任与创新视为驱动企业发展的双轮引擎。公司在产品设计上深耕本土文化，积极探索“藏宝金”高端典藏与“凤祥喜事”时尚系列的多元布局，通过与知名IP跨界联名，打造兼具中国元素与年轻活力的新品，让老字号焕发蓬勃生机；同步构建起从原料甄选到成品交付的严密质量管控体系，以“诚信兴商”的初心兑现对客户与社会的承诺。

2025年关键绩效

截至2025年底
有效授权专利共计
875项



坚守品质初心，匠造传世之美

作为拥有177年历史的民族首饰品牌，老凤祥始终坚守“诚信经营”原则，视产品质量和服务质量 为生命。我们深知，品牌的信誉和口碑来自于每一位消费者的信任和满意。

质量管理体系

我们深知，质量是品牌的灵魂，更是百年老字号基业长青的基石。老凤祥构建了覆盖产品全生命周期的质量管理体系，以ISO 9001质量管理体系为基础，融合全面质量管理、卓越绩效管理、精益管理、PDCA、KANO 模型等先进方法论，构建了“设计、生产、销售、文化”的珠宝时尚全链条的质量管理体系。

在组织架构方面，老凤祥设立首席质量官，由副总经理担任，统筹质量战略与管理工作。技术规划部每月向首席质量官汇报质量数据。公司制定《质量手册》《质量记录控制程序》《过程及产品的监视和测量控制程序》《不合格控制程序》《纠正措施控制程序》等一系列制度，将研发、生产、检验直至销售的全生命周期纳入管控范畴。

公司自2002年通过ISO 9001 (GB/T19001) 认证以来，坚持年度审核以确保持续有效，同时积极发挥标准引领作用，深度参与国家标准与行业标准的制定，建立了完善的贵金属产品企业标准，并严格强化饰品标识规范及有害元素限量等关键要求的执行。此外，多家子公司也已顺利通过质量管理体系认证。

子公司中铅有限不断完善质量管理体系，建立规范的产品召回与不合格品处置机制，明确产品召回适用范围：产品在制造环节存在不合理安全隐患、安全卫生指标不符合国家及行业标准，或因未设置充分警示与提示说明导致存在不合理安全风险的，均按规定启动处置流程。针对已交付产品，由质监中心牵头开展全流程召回工作。

关键绩效

报告期内，公司未发生重大产品质量安全事故

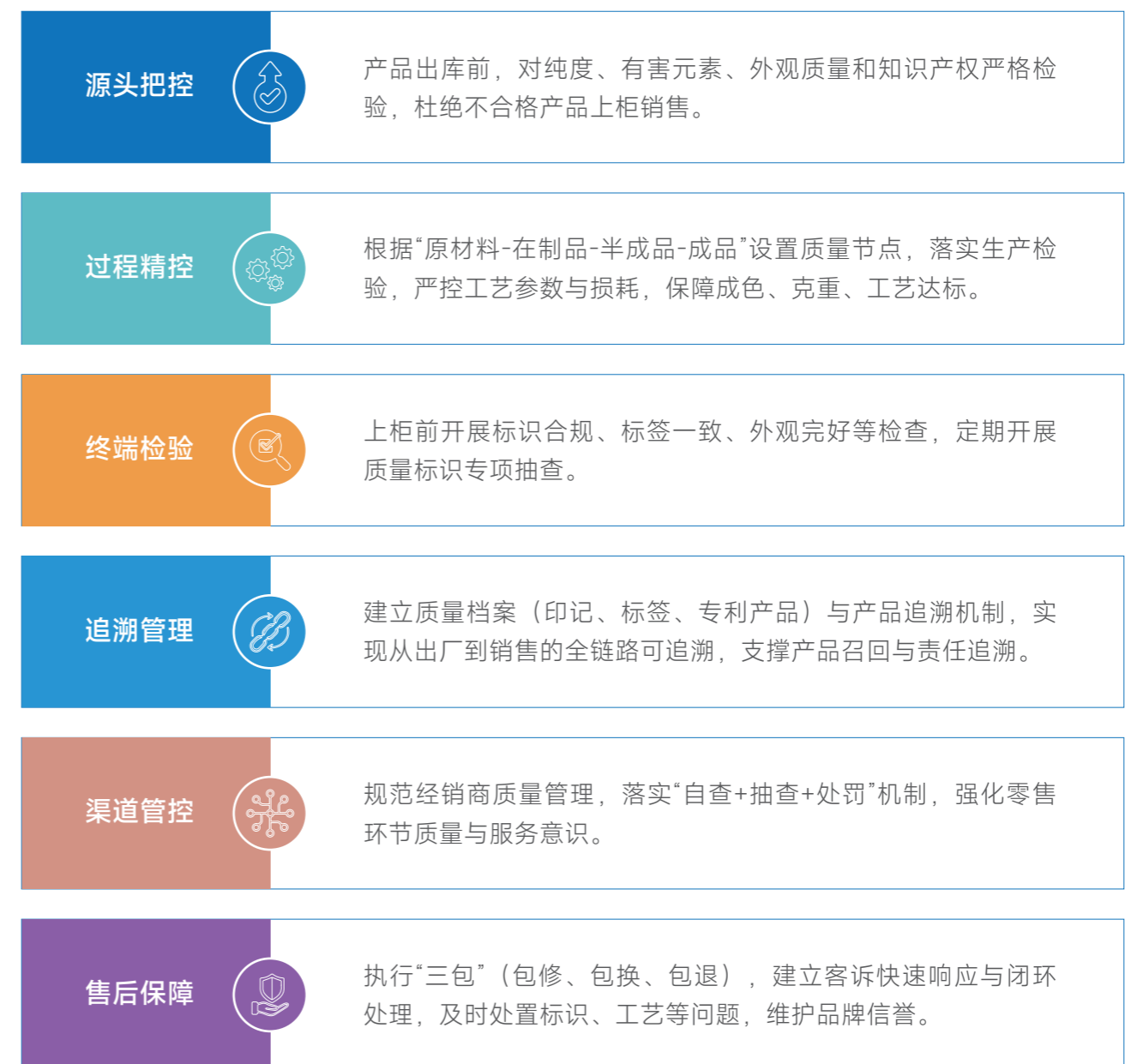
老凤祥质量管理体系

举措	具体措施
质量管理体系标准化	ISO9000体系认证：要求下属企业严格遵循ISO9000质量管理体系，确保从原材料采购到生产、销售的全流程质量控制。 双重质量控制：内控采用贵金属成分分析仪（X Focus -a）按企标抽样检测成色，外控定期送检上海市计量测试研究院确保权威。
首席质官制度	首席质量官对质量问题拥有“一票否决权”，确保质量问题在决策层得到优先处理。
产品追溯与风险防控	产品经检验合格后录入管理系统完成入库，系统记录成色、类别、溯源码等关键信息，并通过商品二维码或钢印实现全程追溯。



质量管理战略

从非遗金银细工的千锤百炼，到现代精密检测的火眼金睛，老凤祥以匠心守护初心，通过系统化的管理机制、技术创新和文化遗产，构建了覆盖产品全生命周期的质量安全保障体系。我们建立“公司-子公司-门店”三级质量管理架构，从原材料采购（如南非钻石 PSA 认证、缅甸翡翠 A 货筛选）到产品设计、生产制造及终端销售全程管控，形成产品质量全链路可追溯。此外，老凤祥对供应商的产成品也实施严格管理，不定期进行抽查。



产品质量风险与机遇管理

老凤祥建立了系统化的质量管理风险与机遇分析机制，由首席质量官统筹、多部门协同，定期识别监管政策、行业标准、供应链波动等关键变量，并评估这些因素可能引发的合规处罚、品牌声誉受损等风险，以及推动产品升级、优化成本结构、强化品牌溢价等潜在机遇。我们识别出以下重要产品质量管理风险与机遇，并采取有效的应对措施。

质量相关风险分析

风险类型	风险描述	应对措施
法规、行业标准变化风险	未及时跟进新标准，可能导致产品不合规受罚。	加强内检，严格按规章制度开展工作；加强与行业质量标准沟通，确保制度同步更新。
原材料风险	贵金属纯度、宝石品质与标注不符；原材料来源可能存在非法或侵犯人权风险，影响品牌形象。	建立严格供应商评估体系，优先选择品质稳定、合规的供应商，定期审核评估；采用专业设备对原材料进行严格检测；建立追溯系统，记录来源、开采、加工等信息，实现全生命周期可追溯。
加工工艺风险	镶嵌不牢、焊接不平、表面粗糙等工艺缺陷；设计不合理导致佩戴不适或易变形损坏。	优化工艺流程，引入先进设备，定期评估改进；加强人员技能培训和考核，鼓励工艺创新；在关键工序设立质量控制点，加强过程检验，及时纠正缺陷。
OEM质量管控风险	质量检测不严格，标准低于行业要求；缺乏质量追溯体系，问题难以定位。	制定高于行业标准的内部检测标准，建立覆盖原材料、半成品、成品的检测流程；构建质量追溯系统，记录关键生产信息；严格筛选OEM厂商，明确质量责任，加强过程检验。
标识与说明风险	未准确标注纯度、宝石种类、重量等关键信息；产品特性、保养方法等说明缺失或不清晰。	安排专人审核标识说明，防止错误或虚假标注；通过产品说明书、官网、社交媒体、客服等多种渠道提供详细易懂的产品信息。

质量相关机遇分析

对珠宝首饰企业而言，质量管理是品牌增值、市场拓展与财务优化的核心动力，卓越质量可带来多重战略机遇：

品牌溢价与高端化

珠宝消费高度依赖信任，稳定可靠的产品质量可有效建立品牌信誉，实现品牌溢价，提升利润率。

成本优化与运营提效

通过全流程质量管控，减少返工、报废、退货及售后赔付等隐性成本；同时提升供应链稳定性，提高生产与周转效率。

渠道拓展与合作信任

完善的质量认证与质检记录可增强渠道议价能力，提高加盟商信心，助力线下线上渠道稳步扩张。

资本认可与估值提升

优质的质量管理有助于提升ESG评级，降低经营不确定性，吸引长期投资者并优化融资条件。

数字化与创新基础

质量追溯与过程数据可反哺研发，推动工艺与材料创新，为数字化、智能化转型提供支撑。

质量与服务管理指标和目标

老凤祥始终将产品质量放在经营发展核心位置，严格实施全流程质量管控，确保所有产品符合 GB11887《首饰贵金属纯度的规定及命名方法》、GB/T 16552《珠宝玉石名称》等国家标准，杜绝产品放射性危害。

我们力争产品合格率稳居行业前列，切实保障消费者权益与品牌信誉，呵护这份穿越百年的信任。为持续提升质量与服务管理水平，我们明确以下质量目标。2025年，我们顺利完成全部目标。

老凤祥黄金珠宝板块质量管理目标

100%

国家、市级产品质量监督抽查合格率

≥98.5%

产品入库检验合格率

≥80分

顾客满意程度（按 CSI 测评法确定）

100%

投诉结案率

≥25%

产品更新率（按新产品销售额统计）

老凤祥黄金珠宝板块2025年关键绩效

99.96%

产品入库检验合格率

85.12%

顾客满意度

100%

投诉结案率

中铅有限文教用品板块质量管理目标

≥96.2%

铅笔产品一次合格率 // 高级品 //

≥95.2%

铅笔产品一次合格率 // 中级品 //

≥94.2%

铅笔产品一次合格率 // 普级品 //

100%

铅笔出厂合格率

倾听客户期许，精进服务温度

客户服务管理体系

老凤祥以用户满意度为核心，制定《老凤祥售后服务及客服指引手册》，由分管副总经理牵头、全国售后服务中心负责，构建完善的客户关系管理体系。通过健全运营管理制度，保障客户权益、深化沟通，持续提升服务品质。

公司及子公司立足自身实际，严格遵照《中华人民共和国消费者权益保护法》等法规，配套建立《客户服务质量监督管理办法》《公司服务质量关键指标及考核办法》《连锁服务提供的控制规定》等一系列制度。

针对直营与加盟体系，公司分别制定并持续完善质量与服务管理规范。

直营方面

持续优化流程 | 完善客服制度 | 将售后融入培训

加盟方面

以“立足上海、依托华东、辐射全国”为策略，采用品牌授权特许加盟模式，形成“银楼、合资公司、总经销、加盟专卖店、经销商”五位一体营销体系，并搭建省域管理运营中心，协同各省管理经销商。



客户服务风险识别与应对

老凤祥建立了客户服务风险与机遇的识别机制，通过多渠道收集客户反馈、市场舆情及行业对标信息，系统分析服务流程中的潜在问题与改进空间。我们定期开展客户满意度、投诉数据分析，识别重要风险点，同时结合市场趋势与客户需求变化，挖掘服务升级、客户黏性提升等方面的机遇。

风险类型	风险描述	应对措施
售前营销风险	<ul style="list-style-type: none"> 销售时夸大产品特性，或与实际材质不符； 隐瞒瑕疵，交付后引发客诉； 促销活动规则模糊，涉嫌侵犯消费者权益。 	<ul style="list-style-type: none"> 制订《老凤祥银楼运营守则》，明确销售规范与职责； 加大科普宣传：在官网/官方平台/门店进行材质科普，降低信息不对称； 销售话术合规性培训：对顾客的服务承诺应实事求是，切忌随意夸大、许诺公司暂时无法提供的服务项目； 促销活动前进行法律合规审查：确保营销表述清晰无歧义。
服务专业性不足的风险	<ul style="list-style-type: none"> 店员对产品知识掌握不扎实，无法解答客户疑问； 售后流程繁琐、周期长。 	<ul style="list-style-type: none"> 建立分层培训体系：对新人岗和资深岗建立有针对性的服务培训； 制定《老凤祥银楼运营守则》，明确禁止性行为（如虚假宣传、泄露隐私）及处罚措施； 定期开展“神秘顾客”暗访，检查店员服务规范执行情况。
客诉响应滞后的风险	<ul style="list-style-type: none"> 质量问题（如镶嵌脱落、镀层褪色）处理不及时，客户等待超 48 小时未获反馈； 线上渠道（电商平台、小程序）客服回复率低，错过客户咨询高峰。 	<ul style="list-style-type: none"> “极速响应”机制：设立客服热线，及时快速处理每笔售后服务，以诚恳的态度缓和顾客的情绪； 在职权范围内，人性化操作、合理承担顾客损失； 授权门店销售在职权范围内，人性化操作、合理承担顾客损失； 无法当场解决的售后服务，及时和顾客服务中心沟通； 对每笔售后服务均做详细记录，对已知存在缺陷的产品信息，反馈至物流及技术部门，以利后续改进。
隐私泄露风险	<ul style="list-style-type: none"> 客户信息管理不善导致信息泄露； 超范围采集客户信息，违反《中华人民共和国个人信息保护法》。 	<ul style="list-style-type: none"> 采用加密技术存储客户信息，禁止员工私自导出数据； 定期开展信息安全培训，强化“最小必要”原则。

此外，针对珠宝首饰在材质、工艺及佩戴过程中可能产生的与健康相关的风险，我们从原材料采购、生产工艺控制、成品质量检测到消费者使用提示，构建全流程健康风险防控体系。

严格管控原料与生产

建立合格供应商准入机制，优先选用符合国家标准贵金属、宝石原料，严禁使用铅、镉、镍等有害重金属超标的材质，从源头杜绝有害物质引入。

生产环节对成品进行打磨抛光处理，避免尖锐边角、毛刺划伤皮肤。

强化产品安全检测

所有产品均通过第三方权威检测机构有害物质、放射性、皮肤刺激性等安全项目检测，确保符合《饰品有害元素限量的规定》等国家标准。

建立产品质量追溯体系，对每批次产品的检测报告、原料来源进行存档，实现全流程可追溯。

完善信息说明与使用指引

清晰标注材质成分，提示佩戴注意事项。

通过线上平台、线下门店普及珠宝养护、安全佩戴知识，指导客户正确使用与保养产品，避免因不当操作引发健康风险。

优化售后与健康服务

提供免费清洗、保养、鉴定咨询等服务，在服务过程中同步讲解珠宝清洁安全方法、过敏应对措施等实用知识。

建立客户反馈快速响应机制，对涉及健康安全的产品问题，第一时间开展核查与处理，保障客户权益。

客户服务与投诉响应

老凤祥坚持“顾客权益优先”原则，承诺经认定存在质量问题的商品，自销售之日起15天内可退货或换货，6个月内可修理或更换，12个月内提供维修服务（特殊工艺产品除外）。饰品更换后，“三包”有效期自换货之日起重新计算。消费者凭购买发票或销货凭证，可在原购买网点自主选择退货、换货或维修服务。

老凤祥客服中心作为品牌服务核心枢纽，承担全国范围内消费者咨询、投诉受理及售后保障职能。公司通过电话热线、社交媒体账号、官方网站及线下门店等常态化渠道，高效承接消费者咨询与投诉，确保客户问题得到及时响应、妥善解决。同时，我们定期对客户投诉及受理情况进行统计分析与分类汇总，识别共性问题与服务短板，为产品优化和服务升级提供精准依据。

处理顾客抱怨时，客服中心及各业务部门依据相关制度，遵循“高度重视、文明接待、注重事实、妥善解决”原则。遇重大情况立即上报，由分管副总经理组织相关部门专项处理；事后由当事部门填写《售后服务处理表》并落实纠正，确保妥善解决。

投诉响应机制

公司制定《老凤祥售后及客服指引手册》，建立“48小时响应、5日闭环”的高效处理流程。针对产品质量问题，联动生产、质检及供应链部门，结合区块链溯源技术精准追溯产品全生命周期数据；针对服务类投诉，通过分析客服对话、调取监控录像及员工访谈还原场景，判定问题主体。

解决方案

对产品质量问题，在质保期内提供维修、更换、退款“三选一”服务，并建立瑕疵产品召回清单，实施主动风险预警；对服务问题，通过涉事员工复盘培训、门店补偿措施（如定制礼品、优惠券）及重大事故专项修复计划，实现服务补救。

数据驱动改进

依托《投诉数据智能分析平台》，按产品线、区域、时段等维度开展多维度建模，结合NPS与CES分析识别改进优先级。针对高频质量问题组建跨部门技术攻关团队优化工艺参数，通过“服务痛点工作坊”提升员工应变能力，并将顾客反馈纳入产品设计评审与服务标准升级流程。

标准化建设

全面推行《老凤祥售后及客服指引手册》，涵盖23项标准化操作节点、典型投诉话术库及案例库。

提升客户满意度

为精准把握消费者需求，老凤祥建立了多维度客户满意度调查与反馈机制，针对不同客群与渠道设计差异化方案，并将满意度结果闭环纳入产品设计、服务优化与质量管控，精准响应客户期望。

为持续优化产品与服务，老凤祥对市场及顾客信息进行汇总分析，定期形成《市场分析报告》《项目建议申请书》《顾客满意度调查报告》等文件，并同步至相关部门，为产品技术、营销策划及流程优化提供决策依据，挖掘创新机会。



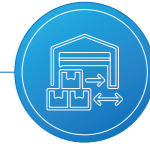
终端消费者

线上通过电商评价区、小程序问卷、社交互动等收集反馈，聚焦产品工艺、服务态度、物流时效等核心指标。



全客群

构建调研问卷、客户访谈、销售数据分析、商务洽谈等多元调查体系。



经销商

结合经销商调研与合作伙伴会议，系统分析客户需求。

客户调研方式

核心关注指标

线上平台满意度问卷

产品款式满意度、物流评分

门店纸质评价表

导购服务评分、门店环境评分

高净值客户一对一访谈

定制服务满意度、藏品增值预期

投诉处理二次评分

问题解决时效评分、方案满意度

为持续提升客户服务水平，我们建立了完善的客户满意度调查机制，通过市场调查分析“老凤祥”牌产品顾客满意度指数，找差距、谋改进，提升产品和服务质量。同时，老凤祥2024年3月启动神秘访客机制，截至报告期末上海区域门店在“接待服务、形象行为、门店环境”三大维度实现系统性跃升，关键指标呈现“翻倍式”涨幅，成效显著，服务的一致性与执行稳定性保持改善趋势。

报告期内，顾客满意度及顾客忠诚度维持在行业较高水平区间，近年保持稳定趋势。“老凤祥”牌饰品2025年度顾客满意度为85.12%，高于国内珠宝零售连锁店行业平均水平；天猫旗舰店平台客服月均满意度95.6%，高于行业优秀均值1.4个百分点；投诉结案率100%；顾客复购率（3年内有重复购买的人数）18.51%，顾客忠诚度90.65%。

老凤祥黄金珠宝板块 关键绩效

85.12%
客户满意度

100%
投诉结案率

老凤祥顾客满意度与行业水平对比

指标	老凤祥	行业常见区间
顾客满意度	85.12%	80%-90%

负责任营销

老凤祥严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国商标法》等法规，在广告设计、素材选取、投放宣传等全流程制定标准，杜绝虚假宣传与误导性表述。

公司市场营销部门负责审核所有市场营销材料，所有宣传材料在发布前须经多轮审核，无论是印刷广告、电视广告还是线上内容，均确保营销宣传的适度性。公司定期开展营销合规审查，对已发布内容进行抽查评估，发现问题及时整改。同时，公司持续加强对营销团队进行诚信营销和合规培训，重点开展产品特性、业务流程等内容，避免诱导性或易产生负面影响的宣传内容，从源头防范虚假宣传风险，保障消费者合法权益。

同时，老凤祥积极为消费者普及珠宝与传统技艺专业知识，通过多元化的渠道与形式，将文化传承与消费体验深度融合。

在线上，我们借助抖音直播等平台，生动展示工艺大师的创作过程，让消费者在欣赏珠宝之美的同时，深入了解珠宝设计理念、材质特性与制作工艺。在线下，公司面向年轻客群推出“珠宝DIY定制工坊”，客户可参与设计草图修改、宝石挑选等环节，在实践中学习珠宝鉴赏与搭配知识；针对会员客户，开发“非遗工艺体验课”，通过沉浸式体验传递传统工艺背后的文化内涵与技艺精髓。

此外，公司为客户提供免费清洗、保养及鉴定咨询等服务，帮助消费者掌握珠宝日常养护与真伪辨识的基本知识。通过构建多层次、互动式的知识普及体系，老凤祥不仅提升了消费者的专业认知与文化认同，也为品牌建立了长期信任与口碑基础。

百年品牌传承，时代风华焕新

老凤祥品牌创始于1848年的上海，作为中国珠宝首饰和民族企业品牌中的“百年金字招牌”，其品牌所承载的情感记忆与文化符号，串联起家庭温情、时代印记与城市文脉。从旧时婚嫁的龙凤呈祥，到当代国潮的文化自信，在传递美好与祝福的同时，老凤祥不仅是金银细工制作技艺等非物质文化遗产的守护者，更以创新设计让传统工艺焕发新生，推动文化自信的提升与行业正向发展，成为兼具经济价值与人文温度的社会财富。

在传承百年品牌文化的同时，老凤祥不断深挖品牌文化基因的时代内涵，聚焦品牌国际化、产品多元化、管理数字化三大发展方向，以“传承经典、创新时尚”为核心，依托“十四五”规划、三年行动计划及年度经营计划，分阶段稳步推进战略目标落地，并将品牌价值提升纳入市场部门绩效考核体系。2025年，老凤祥品牌建设专项资金支出1.45亿元，占营业收入0.27%。

2025年，老凤祥品牌价值位列中国内地黄金珠宝首饰业首位，荣列国际权威品牌评估机构Brand Finance（英国品牌金融咨询公司）发布的“Brand Finance 2025年中国品牌价值500强”第135位，较上年提升2位，位列Brand Finance 2025年全球服饰品牌价值榜第38名，较上年攀升5位。老凤祥品牌还多次入围上海百强企业榜、《财富》“中国500强”“全球规模最大的100家奢侈品公司”，并连续十多年位列“中国500最具价值品牌”榜单。2025年7月，老凤祥荣获由国际品牌科学院、粤港澳大湾区企业家联盟等主办的香港首届世界品牌大会颁发的“中国品牌国际化标杆100”殊荣。

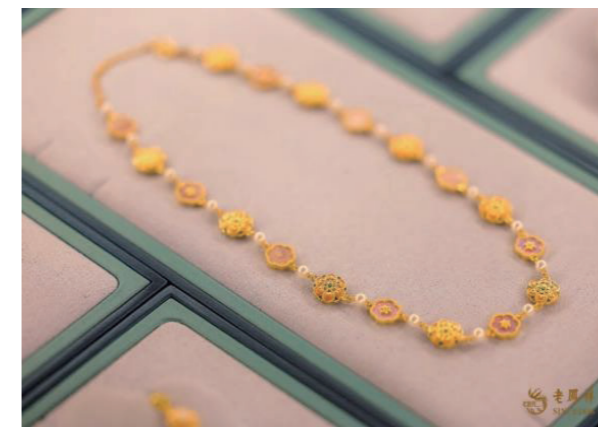
历史品牌传承

老凤祥以国家级非遗“金银细工制作技艺”为文化名片，推出藏宝金、凤祥喜事主题店，并多次亮相国内国际珠宝展、时装周等舞台。同时，通过沉浸式技艺展演、非遗主题展区设计等，将跨越一个世纪的匠艺传承转化为可感知的文化体验。

此外，子公司工美有限共有非遗项目13项。其中，国家级项目1项：上海面人赵；上海市级项目11项：上海剪纸、上海灯彩、上海绒绣、上海细刻、上海砚刻、上海丝绣、海派绒线编结技艺、珐琅器制作技艺、潜泉印泥制作技艺、印章艺术雕刻等；区级项目1项：玉雕技艺（炉瓶器皿）。

老凤祥“盛唐风华”之“花花唐”系列

2025年4月，老凤祥推出全新国潮新品“盛唐风华”之“花花唐”系列，其灵感源自盛唐文物“宝相花纹菱花镜”，以八出菱花为造型基底，生动展现牡丹的雍容华贵与盎然生机。“盛唐风华”系列不仅是老凤祥品牌年轻化发展战略的体现，更是响应国家文化自信战略、推动国潮文化复兴的匠心之作。



品牌焕新

老凤祥以“传统文化与年轻时尚碰撞”为内核，以创新姿态紧跟国潮风尚。通过与迪士尼、野兽派、万代南梦宫等知名品牌开展IP联名合作，推动老字号品牌赢得新生代消费者的关注与青睐。2025年，老凤祥推出《花花唐》系列33款产品，以时尚设计诠释古典韵味；推出《奇骥》系列79款马年生肖新品；凤祥喜事“鱼悦”系列96款新品；藏宝金研发设计53款新品精工首饰、21款足金和镶嵌摆件，代表产品以福袋为灵感原型的《纳吉》系列产品27款、《藏福》系列产品16款。高级定制创意珠宝23件、高级珠宝19件。推出《圣斗士星矢》IP系列、《铁臂阿童木》“阿童木一飞冲天”黄金联名系列，并与电影《长安的荔枝》联名推出《天生荔枝》黄金荔枝系列产品9款。

同时，老凤祥以数字化赋能老字号品牌焕新，通过大数据驱动从生产端到消费端的全链条数字化，构建数智化消费传播、生产管理、决策驱动及品牌传播四大场景，以数字资产强化177年经典品牌的文化认同。

老凤祥藏宝金藏福纳吉系列

以各种中式传统造型的“福袋”为创意来源，结合时下的流行元素，通过老凤祥黄金花丝、镶嵌等技艺，展现独特的东方韵味和寓意“纳瑞乾坤，金袋祥吉”。



老凤祥凤祥喜事“鱼悦”系列

老凤祥以金鱼寄寓吉祥祝福，将灵动游鱼与温润黄金相融。作品传承古法工艺精髓，融合现代精工技艺，以独具韵味的设计语言，完美诠释东方美学。



老凤祥参展ChinaJoy： 百年非遗与次元文化的破圈碰撞

2025年8月，老凤祥参加第二十二届中国国际数码互动娱乐展览会（ChinaJoy），展出《老凤祥次元GO》主题，与《圣斗士星矢》《蛋仔派对》《阿童木》《迪士尼》等动漫游戏IP展开跨界联动，在70平方米展区构建起“非遗技艺×次元文化”的奇妙空间。



提升国际影响力

老凤祥以国际化视野强化品牌建设，不断提升品牌的国际知名度和影响力。作为率先走向境外的中国首饰品牌，截至2025年末，老凤祥陆续在中国香港、美国纽约、加拿大温哥华、澳大利亚悉尼等地开设17家银楼，通过“文化先行”策略输出中国传统工艺美术。

2025年，老凤祥品牌继续推动品牌国际化，登陆米兰时装周、参加2025中国国际珠宝展、香港国际珠宝展、美国JCK拉斯维加斯国际珠宝展、上海国际珠宝首饰展览、世界设计之都大会、中国（国际）珠宝时尚周等，致力于让老凤祥成为承载中国传统珠宝工艺的文化符号。2025年，公司境外销售5.08亿元，占总营收比例0.96%。

老凤祥闪耀香港国际珠宝展

2025年3月，老凤祥携国家级非遗精品、大师原创作品以及高端翠钻珠宝、多品类时尚新品亮相第41届香港国际珠宝展，吸引众多年轻消费者驻足打卡。本届珠宝展汇聚来自逾40个国家及地区的参展商，共同打造一站式国际顶尖珠宝商贸平台。



老凤祥亮相米兰时装周

2025年9月，老凤祥携《繁花秘境》足金花冠等作品登陆米兰时装周，再度携手熊英·盖娅传说，共同讲述中国美学故事，加速推进品牌时尚化与国际化进程。



守护数据安全，保障隐私权益

数据安全保护管理体系

老凤祥严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》等相关法律法规，围绕制度、技术与人员三大维度，构建数据安全保护体系。在制度建设方面，制定并完善《信息安全纲领性文件制度》《管理制度适用性声明》《网络安全管理组织》《软件获取开发与维护管理制度》等制度，并遵循“同步规划、同步实施”方针，将信息安全嵌入管理流程与战略发展。

在技术防护方面，公司定期开展系统漏洞扫描、升级防火墙、实施网络隔离，并执行数据库备份与网络安全等级保护。老凤祥官网、ERP系统及上海会员中心系统均已通过信息系统安全等级保护备案。

在人员与运维方面，公司督促员工考取CISP等专业证书，组织开展信息安全讲座与培训，积极配合市、区网安及网信办的检查整改，确保信息安全体系持续有效运行。



客户隐私保护管理体系

老凤祥高度重视客户隐私与信息安全，严格遵守《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国消费者权益保护法》及反洗钱等监管要求，制定《数据安全管理制度》，明确数据边界，坚持“非必要不储存”原则。同时建立可靠的数据备份和恢复流程，确保在数据丢失或损坏时能够迅速恢复。

对客户信息、交易数据、供应链及设计资产实行分类分级管理，标注敏感等级，落实专人专岗负责。公司建立数据备份与恢复机制，在物流等关键环节做好信息脱敏，并对零售POS、供应链、微商城、公众号及小程序五大系统的用户敏感数据进行加密升级。同时，定期组织数据保护与隐私安全专题培训，持续提升员工隐私保护意识，确保数据采集、存储、使用全流程合法合规，实现数据信息0泄露目标。

关键绩效

报告期内，公司未发生客户隐私泄露重大事故

数据安全与隐私保护措施

访问控制

实施最小权限原则，员工按岗位分配数据访问权限，定期审计账号登录日志。

员工培训

定期开展数据安全与隐私保护培训，签订保密协议，明确违规处罚机制，强化安全意识。

数据加密

对客户信息、交易记录进行全流程加密，确保即使数据泄露也无法破译。

建立应急预案

制定数据泄露应急响应流程，定期演练，确保在发生安全事件时能快速定位、隔离和修复。

合规体系建设

严格遵循法律法规和行业监管要求，建立数据分类分级管理制度；

数据生命周期管理

明确数据采集、存储、使用、删除的全流程规范，定期清理冗余数据，减少泄露暴露面。

网络安全建设

部署防火墙、终端安全管理系统，定期进行测试和漏洞扫描。

第三方合作

与第三方合作前进行安全资质审查，在合同中约定数据保护责任和违约条款，限制其数据使用范围。

- 01
- 02
- 03
- 04
- 05
- 06
- 07
- 08

弘扬传统文化，赋能研发创新

创新驱动

老凤祥构建了覆盖人才培养、技术研发、成果保护与知识共享的全链条创新体系，为企业高质量发展提供核心动能。

人才支撑



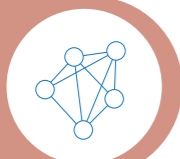
公司深耕珠宝首饰与工艺美术领域，中高级专业人才规模位居行业前列。通过推行“设计师、技师、制作工匠、营业员”四大首席聘任制，搭建一、二、三级人才梯队递进体系，完善用人、育人、留人机制，夯实创新人才底座；同时搭建产学研合作平台，引入外部创意与技术资源，持续为创新注入活力。

技术创新与成果转化



公司鼓励员工主动提出技术创新方案，创新范围覆盖新产品研发、生产工艺优化、材料创新应用等多领域，推动技术诀窍与专利在生产场景中充分落地。设立专门知识产权岗，负责专利申请与全生命周期管理，筑牢创新成果保护屏障。

知识共享



公司通过定期技术培训、创新研讨会等形式，推动内部技术交流与诀窍复用，加速知识传递与沉淀，形成强大技术积累，为持续创新与市场竞争力提升奠定坚实基础。

同时，我们积极推进全域数智化战略，以大数据驱动生产至消费全链条数字化。通过引入云计算、大数据、人工智能等技术，实现订单接收、生产调度、物流配送、售后服务的全流程数字化管理，打通集团内部与供应链各环节，推动数据流与物料流高效协同。同时，构建数智化消费传播、生产管理、决策支持及品牌传播场景，以数字产品形式强化百年品牌文化认同，全面提升业务运营效率与品牌价值。2025年，公司知识产权数量和专利保护齐头并进，报告期内有效专利共计875项，专利申请数达225项，截至报告期末应用于主营业务的发明专利34项。

关键绩效

231人
研发人员数量

875项
报告期内有效专利数

100%
专利转化品牌产品占比

2025年老凤祥创新产品相关荣誉

公司/品牌/产品	奖项	颁奖机构
上海老凤祥有限公司	2025“上海设计100+”全球竞赛“文化创意设计奖”年度大奖（最高奖）	上海设计100+全球竞赛组委会
	中国工艺美术博览会2025百鹤杯工艺美术设计创新大赛百鹤金鼎奖（最高奖）	第五届中国工艺美术博览会组委会
	中国工艺美术博览会2025百鹤杯工艺美术设计创新大赛百鹤新锐奖	第五届中国工艺美术博览会组委会
	2025“上海时尚出品”创新产品——老凤祥“盛唐风华--国色天香”款首饰	上海市经济和信息化委员会
	老凤祥《繁花秘境》足金花冠系列获得2025中国非遗·进博好物	中外品牌论坛组委会
	《花间舞者》获芭莎珠宝“2025年年度高级珠宝”	芭莎珠宝
中国第一铅笔有限公司	2025“上海时尚100+”时尚文创奖	上海时尚之都促进中心
	2025思诞生·文体用品创新大赛 银奖	中国文体用品协会
	2025思诞生·文体用品创新大赛 大众青睐奖	中国文体用品协会

产学研合作

我们依托专业珠宝生产基地与首饰研究所，构建集研发、设计、生产、销售于一体的完整体系。研发环节积极联动高校及科研机构，整合资源攻克行业难题，例如在金银细工技艺传承与创新中，结合现代科技与设计理念，对传统工艺进行优化升级。

老凤祥携手上海交通大学，经过三年共同研制成功开发“用于千足金首饰的强度优化方法及其合金材料”专利产品，运用科技手段的专利技术，使制作工艺更多元化，从而让产品的精细、精致、精美达到了新的高度。目前正与同济大学合作“人工智能赋能珠宝品牌”项目。

在产品设计上，老凤祥借助校企合作平台，吸收院校学生的创意灵感，将新颖元素融入产品中。公司与上海交通大学、同济大学等多所高校展开学术交流与合作，探索将前沿技术应用于首饰设计制造领域，以满足消费者日益多样化的需求。

同时，老凤祥和东华大学服装·艺术设计学院、上海工艺美术职业学院、上海商学院、青年就业创业见习基地都保持着多年的密切合作。

校企合作

2025年6月，上海老凤祥有限公司与上海市商贸旅游学校签订校企战略合作协议，合作设立“洪佳雄大师工作室”“沈国兴大师工作室”。双方围绕人才培养体系共建、特色课程开发、产学研项目孵化等领域开展协作，培育高技能人才与工匠队伍，助力上海国际珠宝首饰功能区和区域经济发展，共同推动珠宝时尚与数字文创产业升级。



知识产权保护

为保障知识产权相关工作的顺利开展，公司制定了完善的管理制度，从研发创新到成果保护，各个环节都有明确规范。同时，公司积极营造知识产权保护氛围，增强员工的知识产权保护意识，鼓励员工积极参与创新，为公司的持续发展提供了坚实的技术支撑和创新动力，进一步提升了公司的核心竞争力与品牌价值。

公司坚持“零容忍”原则，以“主动预防、重拳出击”的方针推进维权工作，持续净化市场环境。

2025年全年累计提交商标

46个
异议申请

28个
无效申请

11个
撤三申请

收到“老凤祥”等相关商标异议成功判决书50个、部分成功7个

商标无效成功判决书45个、部分成功4个

37个注册商标连续三年不使用撤销申请的决定

针对全国范围内涉嫌侵权的“金尊凤祥”“龙凤祥”等门店，截至2025年12月，已有6起商标侵权及不正当竞争民事案件审结，被告均已停止侵权。此外，针对“龙凤祥”等7个商标的行政诉讼均胜诉，胜诉率100%；联合专业维权公司，每月对主流电商平台内销售涉嫌假冒老凤祥品牌的商品和网店进行监控，并对侵权链接进行投诉。通过行政与司法并重的维权策略，公司有力打击了攀附品牌的侵权行为，有效维护品牌声誉与市场秩序。

同时，老凤祥持续开展境外商标维护工作，切实保障品牌在全球市场的合法权益与影响力。目前境外注册商标共97件（含9件马德里国际注册商标），覆盖中国香港、中国澳门、中国台湾、韩国、新加坡、日本、缅甸、泰国、印度尼西亚、马来西亚、孟加拉国、秘鲁、美国、新西兰、澳大利亚、菲律宾、加拿大、英国和欧盟等35个地区和国家。

“老凤祥”入选“上海好商标”



科技伦理

公司在科技创新与数字化应用过程中，始终恪守科技伦理准则，严格遵守国家相关法律法规与行业规范，坚持合法、合规、安全、负责任的技术应用原则。报告期内，公司主业不涉及生命科学、人工智能等科技伦理敏感领域的科学研究、技术开发等活动，因此科技伦理对公司不具有影响重要性或财务重要性。

04

绿动未来

低碳发展与共生共赢

- ◆ 规范环境管理，筑牢绿色发展根基
- ◆ 应对气候变化，践行低碳发展责任
- ◆ 严控污染排放，守护生态环境安全
- ◆ 推进节能降耗，提升资源利用效率
- ◆ 发展循环经济，共建绿色产业生态
- ◆ 守护自然生态，共建和谐美丽家园



老凤祥秉持绿色低碳、和谐共生的环保理念，构建了完善的环境管理体系。公司严格遵守环保法律法规，建立健全环境管理组织架构与应急预案，将环境绩效纳入考核，部分生产基地已获得三大管理体系认证，实现环保工作制度化、规范化。

在污染防治方面，公司对废气、废水、固废及噪声实施全流程管控，通过集中排放、工艺优化、危废规范处置等措施，确保污染物排放100%达标。同时，公司积极应对气候变化，开展温室气体盘查与核查，通过设备升级、清洁能源利用、绿色办公等举措推进节能降碳。2025年碳排放较上年显著下降。

报告期内，未发生对本公司有重大影响的环境事件

环保投入200.54万元

污染排放达标率100%

2025年温室气体排放量8,123.16 tCO₂e，较2024年减少227.95 tCO₂e

综合能耗总量2,277.97吨标煤

取水总量为136,743.83吨，循环用水量2,600吨

规范环境管理，筑牢绿色发展根基

老凤祥严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国环境影响评价法》等国家法律法规及环境管理标准，秉持绿色低碳、和谐共生的环保理念，持续优化环境管理体系，积极践行可持续发展战略。

环境管理体系

老凤祥已构建完善的环境管理组织架构，明确各级职责分工，全面落实环境保护责任制。公司设立生产技术部，在总经理直接领导下，统筹负责环保工作的组织协调、督查指导及日常管理。每年制定专项环保工作计划，细化分解管理目标，确保各项环保措施有效落地、执行到位。

同时，我们建立健全环境管理台账与环境应急预案体系，将环境绩效纳入薪酬考核机制，并设立专项环保资金，为环境管理工作提供坚实制度保障与资金支持。

总经理	生产技术部
审核与发布公司的环境保护相关政策与方向。决策重大环保问题。	制度与决策、规划与考核、监督与防控、应急与外联。

老凤祥及部分下属生产企业已完成环境管理体系认证，其中两大生产基地已获质量管理体系、环境管理体系和职业健康安全管理体系三大体系认证。



各下属子公司环境保护工作组
制度与执行辅助、计划与落实辅助、监督与整改辅助、应急与协作辅助。设立负责环境保护的主管部门及工作小组，配备环保管理人员，确保环境保护工作有序开展。

环境治理战略

老凤祥严格遵循法律法规

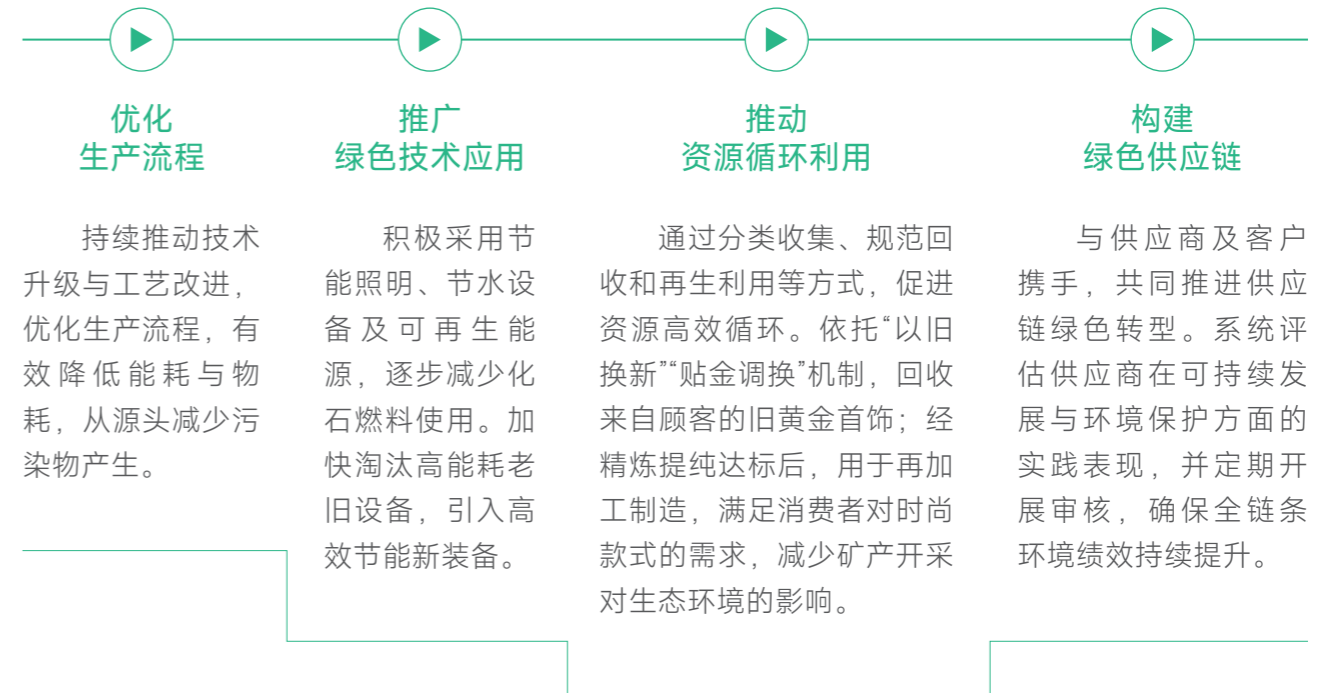
- 《中华人民共和国大气污染防治法》
- 《中华人民共和国水污染防治法》
- 《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》

制定管理制度，对废气、废水和危废等进行合规处置

- 《老凤祥股份环境保护管理办法》
- 《老凤祥股份节能减排管理办法》

报告期内，公司各项环保监测数据均符合监管要求，未发生因环保问题受到行政处罚的情形

环境合规管理举措



优化生产流程
持续推动技术升级与工艺改进，优化生产流程，有效降低能耗与物耗，从源头减少污染物产生。

推广绿色技术应用
积极采用节能照明、节水设备及可再生能源，逐步减少化石燃料使用。加快淘汰高能耗老旧设备，引入高效节能新装备。

推动资源循环利用
通过分类收集、规范回收和再生利用等方式，促进资源高效循环。依托“以旧换新”“贴金调换”机制，回收来自顾客的旧黄金首饰；经精炼提纯达标后，用于再加工制造，满足消费者对时尚款式的需求，减少矿产开采对生态环境的影响。

构建绿色供应链
与供应商及客户携手，共同推进供应链绿色转型。系统评估供应商在可持续发展与环境保护方面的实践表现，并定期开展审核，确保全链条环境绩效持续提升。

公司积极组织并参与各类内外部环境保护专项培训与宣贯活动，并定期开展环境应急演练活动。培训涵盖危废管理、固废处置、环境合规等多个领域，典型案例包括老凤祥东莞珠宝首饰有限公司危险废物与固体废物专项培训、徐汇区2025年危险废物规范化环境管理宣贯会等，持续提升全员环保意识与规范化管理水平。

老凤祥应急演练

2025年，老凤祥组织突发环境事件应急演练，进一步提高对环境突发事件的快速响应及处置能力。



环境风险管理

老凤祥建立并持续维护《环境因素识别与评价程序》，从以下方面开展环境因素的识别、判定与更新管理：

- 环境因素识别覆盖产品服务全过程及日常管理各环节。
- 识别时兼顾过去、现在、将来三种时态，正常、异常、紧急三种状态。
- 评价需考虑环境影响范围、程度、频次、相关方关注度、资源消耗及法规要求。
- 法规标准更新、生产服务重大变化或相关方合理提出要求时，重新识别与评价重要环境因素。

我们识别出废气、噪声、废水、废弃物、化学品泄漏、火灾为重要环境因素，并制定相应管理目标、指标及方案，运行控制和应急准备与响应，确保各项管理措施运行有效。

以上海老凤祥有限公司为例，2025年完成废水、无组织排放、噪声监测各4次，有组织废气监测1次，结果均达标。公司下属各生产企业均严格遵循属地环保法规，结合生产实际完善制度、落实环保举措。

公司委托具备资质的第三方机构，定期按规定开展废水、噪声、有组织和无组织废气排放监测。2025年各项排放均合规，相关信息已按规定上传至国家环保平台。

环境管理指标和目标

老凤祥不断完善节能管理体系，明确领导责任，优化能源计量管理制度及能耗统计分析制度，确保能源统计的准确可靠。根据识别的重要环境因素，公司制定了6项环境治理目标和指标，同时要求子公司及时汇报相关工作进度并开展随机检查，统计年度环境目标的完成情况。2025年，公司已顺利完成全部目标。

老凤祥环境管理目标及2025年完成情况

序号	目标	指标	统计频次	环境目标指标统计结果
1	废气达标排放	达到各属地标准排放	年	已监测、已达标排放
2	噪声达标排放	达到各属地标准排放	年	已监测、已达标排放
3	废水达标排放	达到各属地标准排放	年	已监测、已达标排放
4	废弃物合规处置	危废交有资质单位处置	年	已移交有资质单位处理
5	防止化学品泄漏	泄漏事故为0	年	0
6	杜绝火灾发生	火灾事故为0	年	0

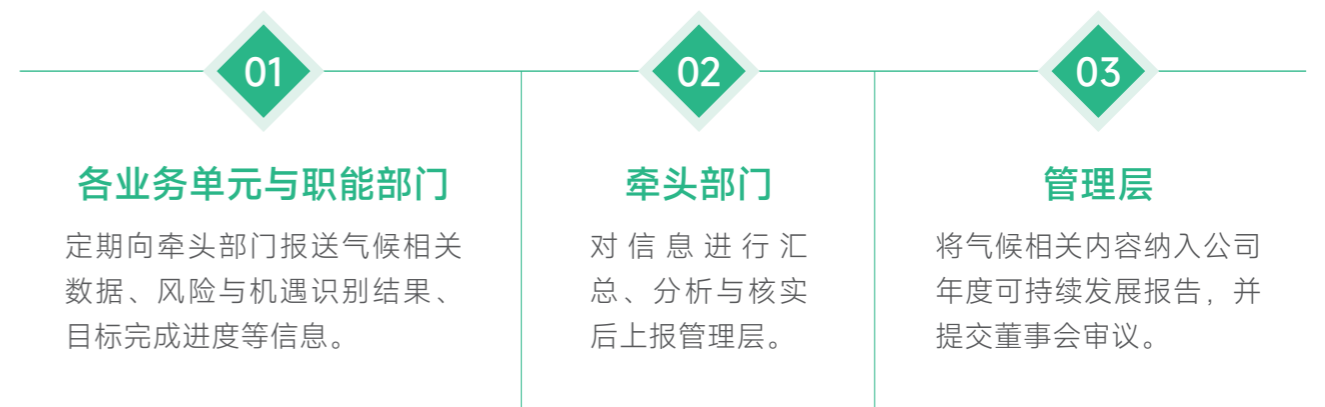
应对气候变化，践行低碳发展责任

老凤祥深刻认识到气候环境面临的挑战，积极履行企业环保责任，积极开展温室气体盘查，并推进自愿减排计划，持续落实节能降碳措施。同时，大力倡导绿色节能运营，开展各类节能宣传教育活动，以善尽企业保护环境、爱护地球之责任。

气候相关治理

老凤祥积极响应国家“双碳”目标，基于自身ESG治理基础架构，将气候风险治理融入其中，建立以董事会为核心、董事会战略与可持续发展委员会、ESG工作领导小组、管理层多层级协作的管理架构，并制定《老凤祥股份节能减排管理办法》《老凤祥股份环境保护管理办法》，大力推进公司的气候治理相关工作。

我们建立了气候信息定期报送与报告机制，确保治理机构及时、准确掌握相关情况。



气候相关战略

我们将气候相关风险纳入公司整体风险管控体系，定期开展风险识别、评估与应对措施分析，确保气候相关因素融入公司经营决策。

公司结合可持续发展目标，坚持绿色制造与绿色运营并行发展，依托系统性、持续性管理，通过加强环保设施建设降低污染物排放、提高资源利用率、可再生能源利用、增强可持续发展意识，助力公司实现低碳发展，持续降低自身碳排放。

气候相关重大影响

公司主营业务中的温室气体排放总体较小，对气候变化的整体影响处于可控范围。环境层面：公司生产运营过程中的碳排放强度显著低于重工业等高耗能行业，对区域生态环境及全球气候治理的潜在负面影响有限。经济社会层面：公司积极推动设备升级优化，推广绿色运营，助力社会低碳转型的正向效应持续显现。

针对上述影响，公司已建立常态化碳排放监测与管控机制，不断提升能源利用效率，增加可再生能源使用，推动包装材料轻量化，持续控制负面气候影响，确保气候相关影响处于可控且持续改善的轨道上。

气候相关风险类型		风险描述	财务影响	应对措施	时间范围
转型风险	政策与合规风险 ESG报告义务	国内可持续信息披露要求日趋严格，企业未及时披露ESG信息将面临合规风险	当期：费用上升 预期：成本上升	公司按照法律法规要求定期进行环境信息公开，制定和发布独立的可持续发展报告	中期
	技术风险 低碳技术转型	“双碳”政策要求企业进行低碳转型，需投入成本研发和部署节能环保技术，过程中产生额外成本	当期：投入节能改造成本 预期：短期至中期成本增加，长期成本减少	公司积极优化和部署节水节电技术，以实现节能降耗	长期
	供应链风险 原材料供应	公司上游涉及贵金属与宝石开采，面临日趋严格的减排与合规要求，其供给稳定性与价格波动可能传导至企业，推高原材料成本并影响供应链安全	当期：未因气候因素出现明显变化 预期：长期成本上升	推广“以旧换新”旧首饰回收，增加可持续原料采购	长期
	声誉风险 气候相关负面事件	消费者、投资者等利益相关方日益重视气候信息披露，披露不足将损害企业形象与市场认可度	当期：未受影响 预期：短期至长期预计影响可控	公司建立完善的ESG管理体系，将气候风险管理融入风险控制之中，防范负面事件的发生	短期

气候相关风险和机遇

老凤祥结合商业模式、运营、战略、财务、现金流及融资等维度，识别气候相关风险与机遇，并分析其当期及预期财务影响与影响时段。经评估，公司主营业务受气候相关因素的当期与预期影响整体较小。鉴于绿色低碳转型投入与收益的定量评估存在较大不确定性，相关内容采用定性方式披露。

老凤祥结合行业特征，综合现金流、投资与业务周期、政策区域、风险属性及资产使用年限等因素，界定重大影响时间范围：短期为1年以内（含1年），中期1—5年（含5年），长期为5年以上。

气候相关风险类型		风险描述	财务影响	应对措施	时间范围	
物理风险	急性风险 台风与洪涝	台风与洪涝可能造成工厂与门店进水、电力系统受损甚至人员伤亡与财产损失，未来极端天气发生频率增大，公司受灾概率和损失可能增加	当期：影响可控 预期：短期至长期成本上升，收入下降	制定并实施台风防汛应急管理制度。配备应急设备和物资，开展台风灾害分析，建立应急演练机制	短期	
	慢性风险	平均气温升高	气候变化导致温度升高，公司部分工厂与门店受高温天气影响，将损害员工健康并增加制冷成本	当期：投入节能改造成本 预期：a当期：成本上升 预期：短期至长期成本上升 短期至中期成本增加，长期成本减少	完善门店制冷系统，制定高温中暑应急预案，实现制冷系统节能降耗	长期
		海平面上升	部分低海拔近海门店易受海平面上升引发的洪涝灾害影响，可能导致业务中断或被迫搬迁	当期：未受影响 预期：可能导致长期资本开支与成本上升，收入下降	制定防汛专项应急预案	长期
		天气模式极端化	气候变化导致洪水、台风、雷暴等极端天气增多，影响工厂与门店经营	当期：影响可控 预期：短期至中期成本上升，收入下降	密切关注天气变化，制定应急预案并进行演练	长期

气候相关机遇类型		机遇描述	财务影响	应对措施	时间范围
资源效率	提升资源利用效率	通过优化管理，应用低碳技术及更换节能设备，公司可提升资源利用效率，降低生产和办公成本	当期：成本上升 预期：中长期成本下降	公司重视节能减排工作，进行设备节能升级，推动绿色办公、节约用水，降低生产和办公等环节的资源消耗	短期
产品和服务	绿色产品与服务	随着消费者环保意识提升，对可持续、环保珠宝产品需求增加	当期：影响较小 预期：中长期收入上升	公司推动生产工艺节能降耗，推进环保材料满足市场需求，开拓新市场领域，提升销售额和品牌竞争力	中期
韧性	企业韧性	公司应对气候变化的适应能力，以更好地管理相关风险并抓住机遇	当期：影响较小 预期：中长期收入上升	公司对可能的风险和机遇进行预测、判断，并评估影响程度、制定应对措施。目前，公司能够有效管控相关风险，把握相关机遇	短期

气候应对战略与转型计划

老凤祥结合气候相关情景分析结果，充分考量政策、技术、市场等多维度因素，将气候相关因素纳入公司发展战略。2025年，公司修订《董事会战略与可持续发展委员会实施细则》，进一步明确了ESG相关工作在公司治理架构中的地位，为公司气候应对战略的制度化落实提供了组织保障。

为应对气候相关风险和机遇，公司基于国家“双碳”目标如期实现、行业平均碳排放强度稳步下降、碳市场机制持续完善等核心假设，制定以下转型计划：一是逐步优化汰换高能耗、高排放设备，持续增加使用清洁能源；二是调整资源配置策略，将研发费用、资本支出向低碳工艺、清洁能源应用、绿色环保材料等领域倾斜。

在报告期内，公司稳步推进转型计划落地，针对已识别的气候相关风险和机遇已采取一系列应对措施。

气候适应性评估

结合已识别的气候相关风险与机遇因子，以及当前和预期低碳转型工作，公司在气候适应性评估过程中重点考量极端天气发生频率、政策与外部环境等因素。评估结果显示，气候变化对公司战略与业务模式的影响整体温和，公司已将气候适应性融入战略规划，通过优化能源结构、提升运营韧性等方式，适配低碳发展趋势。

从短期至长期，公司具备良好的气候适应能力：财务层面，公司拥有稳定的现金流和健康的财务状况，可支撑低碳转型投资与风险应对举措。资产层面，公司拥有多家专业生产工厂和遍布全国的销售网点，可通过关键生产设备升级、生产工艺优化、经营场地布局优化等方式提升资产的气候适应性。运营层面，公司已建立常态化监测与应急响应机制，要求下属企业深入推进节能减排工作，持续跟踪能源消耗和排放情况。同时，公司通过精细化的管理体系以及数智化转型升级，不断提升生产管理效率，确保经营稳定。

气候相关风险与机遇管理

气候风险与机遇管理流程

公司已建立适配业务特点的气候风险与机遇管理流程，严格遵循监管要求。结合内外部政策、市场、技术等信息，识别气候相关风险与机遇，分析其发生概率、影响程度及作用途径。公司积极响应“双碳”目标，健全节能减排制度与计划，持续跟踪能源消耗和排放，定期评估气候变化对运营的潜在影响。

整体风险管理体系

公司将气候相关风险纳入整体风险管理体系，依据影响范围、潜在损失及战略适配性合理确定优先级。基于行业碳排放强度稳步下降、碳市场机制持续完善等核心假设，综合研判各类气候风险对战略与业务模式的冲击程度，将政策合规风险、能源成本波动风险及绿色消费下的市场竞争风险列为优先关注事项，并动态评估转型风险的财务影响，确保优先级排序与整体风险偏好一致。

常态化跟踪机制

公司建立常态化跟踪机制，定期进行碳排放核查，持续跟踪能耗与排放动态，及时掌握气候变化相关风险变化，为管理决策提供数据支撑。气候风险与机遇管理流程已融入内部管理体系，并要求下属子公司遵循绿色运营理念。其中，子公司中铅有限积极倡导绿色环保，着力开发绿色水性漆铅笔等产品，拓展低碳产品矩阵。

气候管理指标和目标

老凤祥采用财务控制法界定组织边界，边界内温室气体排放仅涉及类别一直接温室气体排放、类别二外购能源间接温室气体排放，和类别四组织使用的产品和服务产生的间接排放。类别一的天然气、液化气和类别二的外购电力、外购蒸汽，类别四外购自来水为老凤祥主要的温室气体排放源。



面向未来，老凤祥已着手多维度降碳。技术创新层面，公司积极研发更高效、低碳的生产工艺，提高能源利用效率，降低单位产品能耗。在能源结构优化上，公司会加大对绿色电力与可再生能源的利用，持续降低对传统化石能源的依赖。

推动节约能源活动，减少能耗（如进行节能改造、余热利用、光伏发电及新技术的运用）

01

加强设备维修保养，减少设备不正常运行，提升设备运作效率，降低能源损耗（如设备定期保养，设备及时更新等）

02

使用高效节能设备，降低能耗（如使用LED照明灯、能效等级二级以上用电设备等）

03

加强员工节能宣传教育与培训，张贴标语，提升节能意识；照明方面通过定期巡检等管理，确保人走灯灭、假期关灯，节约用电

04

完善能源管理机构职能与监管，细化管理考核

05

关键绩效

2025年温室气体排放量8,123.16 tCO₂e ▶▶ 较2024年减少227.95 tCO₂e
 2025年共外购光伏电力47,848 kWh ▶▶ 减少温室气体排放22.49 tCO₂e

*注：上述数据由公司进行盘查，经SGS通标标准技术服务有限公司核查，并出具核查报告

名称	直接温室气体	输入能源间接温室气体	间接温室气体	合计
总排放量 (tCO ₂ e)	993.75	7,106.83	22.58	8,123.16
排放占比 (%)	12.23%	87.49%	0.28%	100%

碳减排措施

公司高度重视节能减排工作，建立健全节能管理制度与工作计划，系统推进能源高效利用与低碳发展。严格落实节能责任制，按照“谁主管、谁负责”原则，由主要行政领导牵头推进本单位节能目标与措施落地，压实各级管理责任。

持续优化生产装备水平，加快淘汰高能耗设备，优先选用绿色高效节能设备，从源头降低能源消耗。重点强化电梯、空压机等高耗能设备管控，实行定期巡检、保养与及时维修更新，保障设备高效低耗运行。

同时，公司积极开展节能宣传与能源管理、碳排放知识培训，提升全员节能意识，大力倡导绿色办公与绿色出行。通过制度建设、责任落实、设备升级、精细管理与文化培育相结合，持续提升能源利用效率，扎实推进节能减排工作落地见效。



老凤祥ISO14064-1温室气体排放核查报告

老凤祥积极推进温室气体减排工作，响应国家“双碳”目标，设定气候相关管理目标为2030年实现碳达峰，2060年实现碳中和，并作出以下承诺：

- 01 ▶▶ 规范开展温室气体盘查，精准识别与管控碳排放来源，全面掌握排放现状。
- 01 ▶▶ 以盘查数据为依据，制定并实施温室气体自愿减排方案，持续推进碳减排行动。
- 01 ▶▶ 深化节能降碳措施，优化能源结构与生产运营方式，坚持绿色低碳与可持续发展。
- 01 ▶▶ 严格遵守国家环保法规、相关国际公约及客户低碳要求，合规履行环境责任。

升级环保设备

子公司中铅有限新浜厂区停用并报废原有生物质锅炉，改用高效电锅炉及空气能加热系统，从源头显著减少粉尘颗粒物排放。0号柴油年消耗量由20吨降至14吨，降幅达30%，能源利用效率与环保水平同步提升。



节能增效焕“新”引领 ----2025上海节能宣传周

老凤祥围绕“节能增效 焕‘新’引领”主题，在上海门店内张贴节能宣传海报，积极开展节能宣传与绿色理念推广活动。



组织员工参加线上
节能低碳知识竞赛

参加2025年黄浦区“碳达峰 碳中和”
履职能力提升专题培训班

更换新能源班车

中铅有限新浜厂区积极推进节能降碳工作，对员工上下班车进行绿色升级，将原有燃油通勤车全部更换为纯电动车。



绿色产品

老凤祥积极将绿色低碳理念融入产品全生命周期，严控产品有害物质使用，以绿色产品创新推动低碳消费。

子公司中铅有限2025年再次参与支持ESG全球领导者大会，并亮相同期“绿色产业与可持续消费博览会”，重点展出多款融合品牌经典与绿色创新的可持续产品，均以环保材质、低碳工艺为核心亮点。同时，中铅有限着力研发水性漆铅笔等绿色产品，推动铅笔产品制作全过程的绿色、低碳和环保。

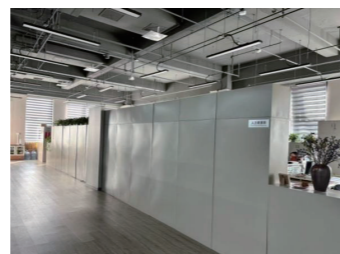


同时，中铅有限成立九十周年，特别推出一款绿色环保随行杯。杯身原料取自回收海洋废弃渔网，并获得OBP认证。相较于传统石油基原料，海洋回收材质处理成本高出三倍，但每只杯子可减少约100g碳排放。

绿色办公

公司积极推行绿色办公，从能源、纸张、水资源、办公环境及出行等多方面推进低碳运营。

- 01 在能源管理上，中央空调依据室外温度统一开启，夏季温度不低于26℃，冬季不高于20℃；鼓励员工优先步行楼梯，合理减少电梯使用。
- 02 推行无纸化办公，依托电子邮件、云存储及在线协作工具减少纸质文件打印；确需打印时，优先采用双面及黑白模式，定期清理纸质文档，推进重要信息数字化存储。
- 03 加强水资源节约利用，洗手间配备感应式水龙头，定期巡检维护管道设施，杜绝跑冒滴漏；倡导员工自带水杯，减少一次性水杯消耗。
- 04 打造绿色办公环境，采用开放式布局，减少物理隔断与有害物质排放，充分利用自然采光照明。倡导低碳出行，鼓励员工步行、骑行或乘坐公共交通工具上下班。



严控污染排放，守护生态环境安全

老凤祥高度重视污染物合规管理，建立了完善的管理体系。生产技术部统筹污染物排放管理工作，并向副总经理汇报；下属子公司设立排放管理工作组，严格管控污染物排放。

我们严格遵守国家及属地环保规定，对废水、废气、噪声定期监测、达标排放，固体废物规范处置。通过升级环保设施、研发清洁生产技术、规范危废管理及开展员工培训等措施，联动产业链协同提升治理水平，减少污染物排放。报告期内，公司未发生环境污染事故。

公司实施源头防控与全过程环境风险管理，严控高风险化学物质，如以无氰电镀工艺替代氰化物电镀。推行覆盖生产、使用至废弃的全生命周期管理，针对挥发性有机物（VOCs）治理落实活性炭定期更换，保障污染防治设施高效运行。同时积极组织员工学习相关法律法规，深入了解从日常管理到污染突发事件处置的全流程规范，提升响应和处置能力。

未来，我们将进一步降低生产经营活动对环境的影响，不断提升污水治理效率，持续推动废水、废气及固体废弃物的减量化、资源化与无害化处理。

关键绩效

公司污染物排放全年自行监测和监管抽查合格率均为100%

废水治理

公司严格遵循《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国水污染防治法》等相关法律法规，制定《老凤祥股份环境保护管理办法》《污水综合排放标准》《自行监测方案》《突发环境事件应急预案》，定期监测废水，确保达标排放。

关键绩效

工业废水排放量	1,138吨
COD	0.009吨
废水排放监测达标率	100%

老凤祥有限废水治理情况

监控指标	废水：PH、化学需氧量、五日生化需氧量、悬浮物、氨氮、总氮、总磷
处置方式与优化措施	公司废水为间歇式排放，经沉淀、酸碱中和、吸附处理达标后排放或循环再利用

废气治理

公司严格按照《中华人民共和国环境保护法》和《中华人民共和国大气污染防治法》等相关法律法规的规定，制定《自行监测方案》和《突发环境事件应急预案》，定期监测废气，确保达标排放。

老凤祥有限通过优化生产布局，实行集中生产、集中排放，将原有3个废气收集排放点整合为1个，从源头提升废气治理效率，减少排放。酸性废气经集气罩统一收集后，采用SDG吸附+活性炭吸附工艺处理，最终通过1根高度15米的排气筒（DA001）在楼顶排放，设计排风量为10,000m³/h，确保废气稳定达标排放。

关键绩效

2025年，废气排放监测达标率100%

老凤祥有限废气治理情况

监控指标	氯化氢、硫酸雾
处置方式与优化措施	公司委托有资质的检测技术有限公司，根据排污许可证副本规定的监测项目、监测内容、采样要求和监测频次等开展有组织和无组织废气排放监测，全部合规排放，相关信息准时上传国家相关网站

废弃物治理

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等法律法规，制定《老凤祥股份环境保护管理办法》《自行监测方案》及《突发环境事件应急预案》。

公司按规范建设危险废物暂存场所并设置统一标识，危险废物分类收集、规范贮存，建立完善出入库台账，实行双人双锁管理，并与具备资质的处置单位签约，定期合规处置。

2025年，公司固体废物产生188.86吨，其中一般工业固体废物已回收循环再利用121吨。危废产生总量10.70吨，已全部依法合规处置。

关键绩效

188.86吨
固体废物

121吨
一般工业固废回收循环再利用总量

100%
危废合规处置率

老凤祥有限固体废物治理情况

主要类型	一般固体废物、危险废物
处置方式与优化措施	设置一般固废暂存区域。公司的处理优先考虑资源的再利用，减少对环境的污染。可回收的废弃物由各部门安排人员整理；不可回收的废弃物与生活垃圾等，由环卫部门或受委托单位统一运送到垃圾场处理。 设置危废暂存间，收集产生的危险废物暂存在危废间内。与有资质的危废处置单位签订危废处置合同，定期进行处置，并且在危废管理平台上实时更新危废产生、运输、处置，全流程监管。

噪声治理

针对公司生产运营过程中产生的噪声，老凤祥严格按照《工业企业厂界环境噪声排放标准》等相关法律法规，制定噪声监测方案，委托第三方机构进行专业监测，频次为每季度1次，并如实填报监测结果至全国污染源监测数据管理与共享系统。报告期内，公司因生产运营产生的噪声采用基座减震、室内运行、操作间吸声等防治措施，并优先采购先进的低噪声设备，合理布置噪声源位置。

关键绩效

2025年，公司噪声监测达标率100%

老凤祥有限噪声治理情况

监控指标	厂界噪声
处置方式与优化措施	采取选用低噪声设备、采取基础减振、建筑隔声等降噪措施

推进节能降耗，提升资源利用效率

老凤祥为实现能源可持续利用，保障能源安全、促进绿色低碳转型和提升效能，坚持将绿色发展理念融入日常生产运营的各个环节，通过优化生产工艺、引入先进的节能设备与技术、持续降低能耗强度，实现降本增效。

能源利用

我们秉持绿色理念，优先选择绿色原材料、清洁能源和绿色环保工艺。老凤祥严格遵守《中华人民共和国节约能源法》等法律法规，制定《老凤祥股份节能减排管理办法》，建立了制度保障与技术赋能相结合的能源管理体系，持续优化公司的能耗与物料管理。公司副总经理负责能源管理规划与目标制定，生产技术部统筹管理能源利用，下属子公司能源管理工作组负责能效管理落地与执行。

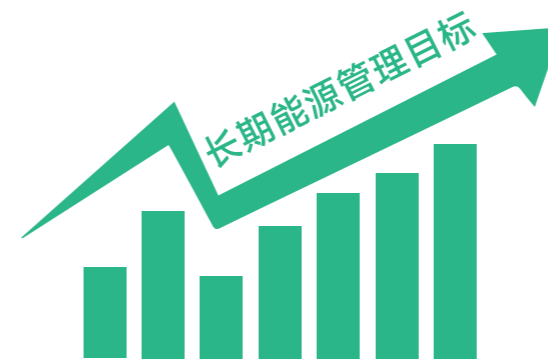


公司严格遵循属地能源政策与节能减排要求，设立能源管理工作组，完善节能目标与管理制度。建立以季度为频率的能源计量统计与监测机制，精准采集能耗数据，分解落实节能责任至一线班组；开展能源风险评估，制定风险应对策略及能源储备、应急管理预案。通过技术改造、设备升级与管理优化，淘汰低效高耗设备，在新建及改造项目中因地制宜应用光伏、节能及雨水回收设施，持续提升能源利用效率。定期开展员工节能降碳培训，强化信息沟通与制度执行，扎实推进碳盘查、碳核查及能耗分析，精准实施节能改进。

2025年，上海市徐汇区完成对老凤祥节能减排工作的考核，考核结果合格

能源管理指标和目标

老凤祥将持续优化能源管理，扩大洁净能源应用比例，密切跟踪新技术新工艺动态，强化生产设备运行监测，及时推进设备升级迭代，使能源管理维持行业领先水平。同时，积极提升员工节能减排意识，全方位提升能源利用效率。



单位产值能耗、单位营收能耗持续下降，与2030年碳达峰、2060年碳中和战略目标全面对齐。

子公司老凤祥有限积极响应上海徐汇区政府推进重点用能企业节能降耗工作的号召，2025年企业能源消耗总量控制在960吨标准煤，强度0.00292（单位产值能耗值/单位营收能耗值）以内。2026年计划实现能源消耗总量进一步下降1%。

水资源利用

公司生产运营地不位于水源保护区或水资源紧缺地区，生产经营用水全部取自市政给水管网，主要耗水为生产工序冷却、工艺清洗及员工生活用水。

老凤祥深刻认识到水资源的宝贵性与可持续利用的重要性，坚持将节水理念融入日常运营各环节，从源头管控与过程优化双向发力：生产环节持续推进工艺用水循环利用，实施设备节水改造，提升用水效率；管理层面，强化用水计量与动态监测，杜绝跑冒滴漏；文化建设层面，积极开展节水宣传教育，培养员工节水意识，营造全员参与的良好氛围。

未来，我们将持续推进节水技术改造与工艺优化，逐步提升水资源循环利用率，并积极降低单位营收用水强度。

关键绩效

136,743.83吨

公司取水总量

2,600吨

循环用水量

发展循环经济，共建绿色产业生态

公司秉持绿色发展、可持续发展的理念，积极践行循环经济模式，从多维度推动资源节约。

运营

老凤祥银楼门店在经营末期实施绿色回收方案，对柜台、保险箱、技防系统、电视机、软装及灯具等设施分类回收再利用，部分翻新后可用于老店装修或其他门店。通过修复与再利用，有效延长设备使用寿命，减少废弃物产生。

产品服务

公司开展黄金饰品“贴金调换”业务，支持黄金以旧换新，倡导循环利用，减少资源开采，降低污染排放。



包装环节

老凤祥坚持绿色环保理念，积极推广环保包装材料。子公司工美有限将绿色要求贯穿包装设计、供应商管理、采购验收及物流仓储全流程，有效降低环境影响。子公司中铅有限优先采购具有FSC认证的材料。

子公司工美有限绿色包装管理体系

健全绿色包装管理机制

01

工美研究所作为包装材料管理部门，制定并实施《绿色包装管理实施细则》，系统规范包装工作的环保要求，明确减量化、可循环、无害化的包装管理原则。同时，建立覆盖设计、采购、物流全流程的监督检查机制，定期评估包装工作的环保绩效，持续推动管理改进。

优化包装设计，源头减量

02

在保障产品防护、运输便利及信息传达功能的前提下，减少包装层数、体积与材料用量；改进结构设计便于拆卸，减少材料混合使用，提升回收效率；优化包装尺寸，提高仓储与运输空间利用率；包装标识清晰标注材料成分及回收提示，引导正确分类处置。

推行绿色采购，严控供应商准入

03

工美有限对包装礼盒、手提袋等物料实行合格供应商管理。每年对供应商的经营资质、业绩、信用、开发能力及上年度产品质量、履约率等进行评审，优先引入具备完备管理体系和环保资质的专业工厂。合作供应商的生产管理须符合：

- 质量管理体系：GB/T 19001-2016 / ISO 9001:2015
- 职业健康安全管理体系：GB/T 45001-2020 / ISO 45001:2018
- 环境管理体系：GB/T 24001-2016 / ISO 14001:2015

供应商的环评报告严格遵循国家法律法规，产品生产执行GB/T 7705平版装潢印刷品标准，具备环保可回收包装的专业化生产能力。

强化质量检验，确保环保合规

04

制定《包装（礼）盒、手提袋检验规范》，对包装物料及成品的质量、安全与环保进行把关，检验涵盖外观、材质、结构功能及有害物质限量等。所有物料入库前须查验质量合格证明，必要时进行有害物质检测，不合格批次不予入库。

选用环保材料，推动资源循环

05

在包装物料选用上，优先采用可降解、可回收的环保材料，如纸制品、玻璃、金属、可降解塑料等，限制使用不可降解、难回收的材料，并通过“以旧换新”等机制回收利用老旧包装及产品。原材料入库时，由质检中心实验室开展专项检测并出具检验报告，合格后方可入库使用。同时，质检中心每年对包装材料进行抽样，并委托第三方专业机构检测，确保材料合规合格、安全环保。



中铅有限包装材料供应商环境管理体系认证



中铅有限包装材料供应商质量管理体系认证

守护自然生态，共建和谐美丽家园

老凤祥作为上海市野生动植物保护协会理事单位，积极参与物种保护、科普宣传、学术交流等活动，通过科普宣教提升公众保护意识，助力濒危物种拯救与生物多样性保护。

公司始终高度关注自身经营活动对生物多样性产生的影响，严格遵循《关于进一步加强生物多样性保护的意見》《中华人民共和国土壤污染防治法》《地下水管理条例》等相关法律法规与政策要求，持续贯彻落实生态环境保护战略。

经公司内部全面评估，报告期内，公司业务活动未对自然保护区内部、周边区域，以及保护区外生物多样性富集区域造成任何生态负面影响；同时，公司在上述区域周边亦无生产基地布局。

未来，我们将持续关注并动态监测公司自身经营活动对生态环境与生物多样性的影响，持续优化生态保护策略，确保不在自然保护区内或周边设立经营或生产活动，并将积极参与生态环境与物种保护的宣传与交流活动。



05

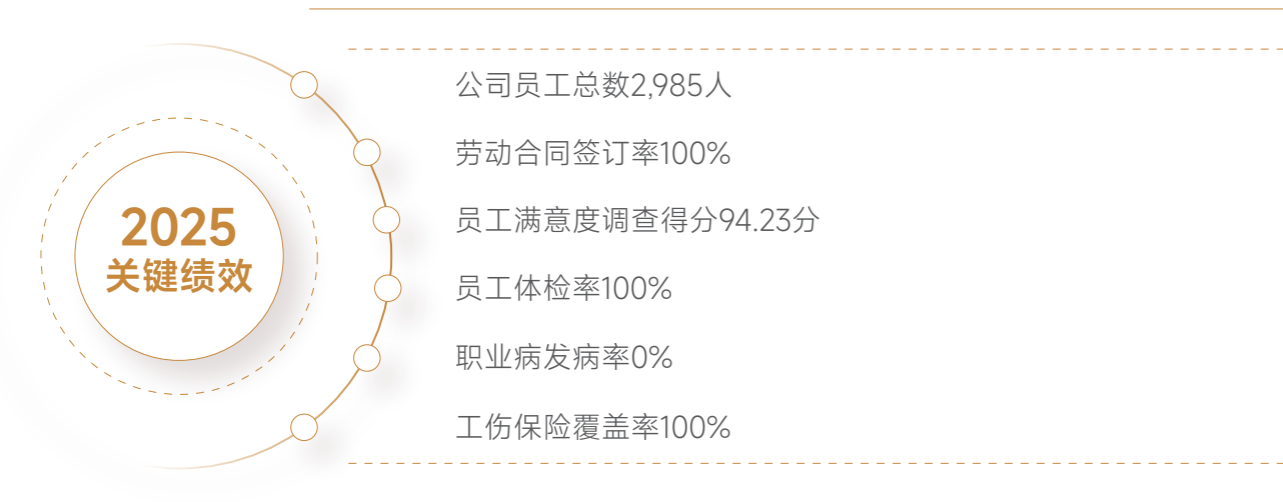
温暖同行 员工成长与发展关怀

- ◆ 关爱员工成长，完善福利保障
- ◆ 强化培训赋能，助力员工成长
- ◆ 深化民主管理，畅道沟道桥梁
- ◆ 重视健康安全，守护员工福祉





在老凤祥，员工始终被视为企业发展的核心资产。公司将员工成长置于战略高度，构建起系统化的人才培养体系，推出覆盖专业技能强化、领导力进阶等多领域的培训课程，助力员工提升职业竞争力。同时，打造多元化职业晋升体系，鼓励员工依据个人优势与兴趣，制定个性化职业发展规划，实现个人与企业的共同成长。此外，公司高度关注员工身心健康，通过丰富的团建活动与完善的福利保障，营造和谐、积极的工作环境，与员工同心同行，共同书写发展新篇章。



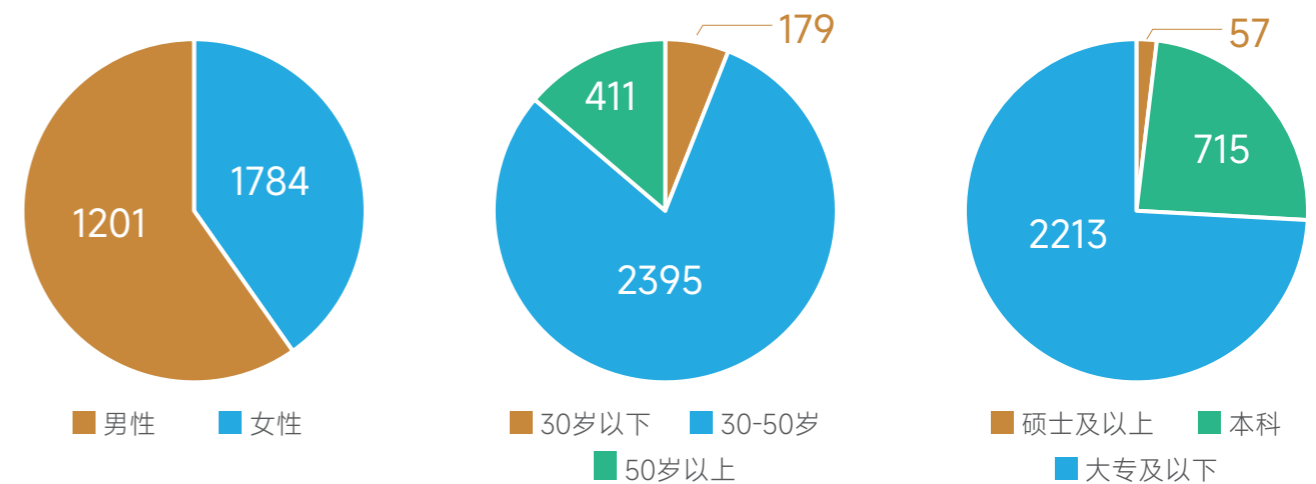
关爱员工成长，完善福利保障

雇佣管理体系

我们严格遵守国家及地方的劳动法律法规，确保雇佣合法合规。公司依据《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规，制定并不断完善《上海老凤祥有限公司员工手册》等管理制度，从招聘录用、劳动合同签订、劳动报酬支付到员工离职等各个环节，均有明确且细致的规定，坚决杜绝强迫劳动和使用童工，保障员工平等就业和劳动权益。

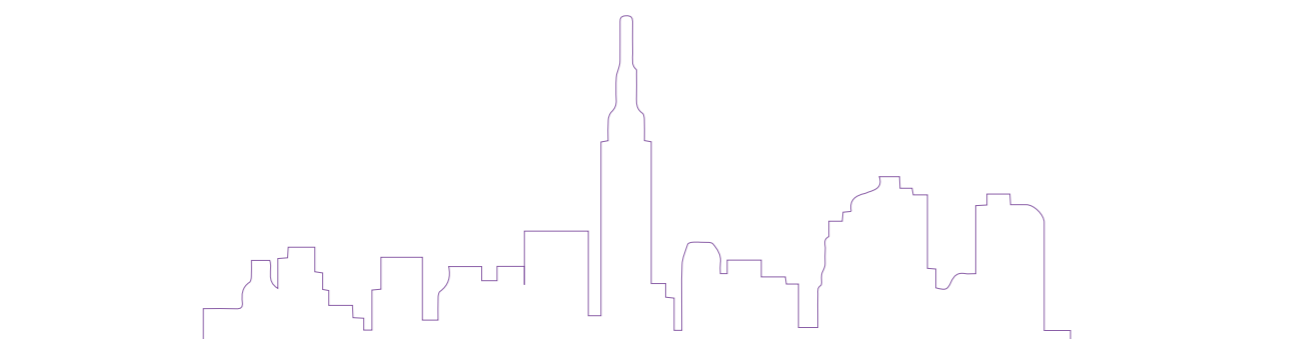


老凤祥员工结构



公平雇佣与人才吸纳

老凤祥高度重视员工多元化与平等发展，反对一切形式的歧视，不因性别、年龄、学历、婚育状况、宗教、民族背景等因素而区别对待，致力于构建合法合规、公平公正的雇佣体系。





老凤祥雇佣原则



公平公正

通过搭建公开透明的岗位发布平台、执行标准化考评流程，公司严格遵循“公开竞争、公正评价、择优录用”的市场化用人机制，确保每一位求职者和员工均能获得平等的发展机会。



反骚扰

明确禁止任何骚扰、欺凌行为，重视女性员工的职场保护。



反童工与反强迫劳动

严格禁止任何形式的童工雇佣和强迫劳动，坚守道德底线。2025年，公司未出现任何雇佣童工或强制劳工的情况。

在人才吸纳与培养方面，公司积极履行社会责任，每年吸纳一定数量的应届大中专学生，通过联合多所院校开展校园招聘、线上招聘等多种渠道发掘青年才俊，先后多次赴同济大学等国内高校开展校园招聘；与黄浦区内大中专院校合作，加入产教联盟，共同培养并吸纳符合企业发展需求的人才。

员工关怀

老凤祥秉持“以人为本”理念，构建以员工为核心的职场文化，从工作环境、健康保障、身心关怀等多维度落实员工关爱。



优化工作环境

分拨专款改善办公场所，采用环保建材、升级通风设备，打造安全舒适的办公空间；提供乒乓室等休闲场所，助力员工身心健康。



保障职业健康

针对特殊岗位配备口罩、防护眼镜、防毒隔离衣等防护用品，配置洗眼机应对化学品飞溅等突发状况；制定《高温费发放管理办法》，每年6-9月发放高温津贴及防暑降温物品。



关注身心需求

通过改善办公条件、配备应急物资与休闲设施，关注员工生理与心理需求，组织征文比赛、设计比赛、劳动竞赛、体育活动等，促进员工互动。

报告期内，公司工会深入基层一线，扎实开展帮困送温暖工作，精准摸排困难职工需求，并积极提供心理疏导、居家关爱等多元帮扶，切实把关怀落到实处。全年帮困助学26人次，支出15,200元；医疗互助帮扶235人次，支出657,366.7元；慰问住院职工72人次，支出30,368.3元；公司开展“夏送清凉”活动，走访慰问8家单位及高温一线职工。组织“一日捐”活动，共捐款293,128元。

关键绩效

2025年
困难员工帮扶支出

702,935.06元



强化培训赋能，助力员工成长

员工培训

老凤祥建立了多元化、专业化的长效培训体系，围绕战略规划制定年度计划，按季度落地实施。同时，人力资源部为员工建立培训档案，及时记录员工参训情况，并对培训效果进行分析评估，以持续优化培训体系。

分层分级培训

针对不同岗位和职级的员工开展定制化培训，并为经销商提供综合性素质提升培训。

职称、技能等级及职业资格培训

鼓励员工在不影响本职工作的前提下，参加政府认定的岗位相关专业技术职称、技能等级及职业资格培训，对财务审计、档案管理、特殊工种操作等岗位，公司将专门选送员工参加外部培训。

线上珠宝学院

搭建老凤祥，围绕手工黄金工艺、珠宝销售技能、新品推广、品牌文化、钻石专业知识、店面运营及销售案例等内容，系统提升员工业务与技术水平，已培养超1,200名员工。

传承人培养项目

创新推出“首席聘任制与梯队递进制、非遗传承师徒制2.0模式、市场化激励创新飞轮”人才梯队机制，将国家级非遗“金银细工制作技艺”纳入管理体系，通过首席技师带徒、技艺档案数字化（记录27道传统工序）等，实现传统工艺的活态传承与人才可持续发展。

关键绩效

员工培训参与

2,781人次

员工培训覆盖率

93.17%

员工人均接受培训 **4.48小时**



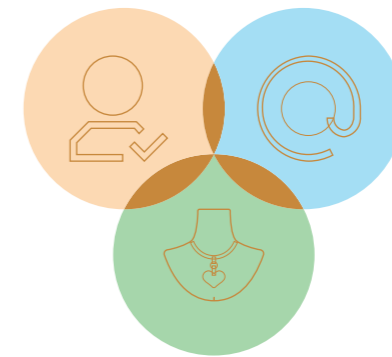
考核与晋升

老凤祥建立了“双通道+非遗传承”职业发展体系，致力于为员工提供广阔的职业发展空间和多元化职业晋升路径。推行“设计师、技师、制作工、营业员”四大首席聘任制。与东华大学共建智能设计实验室，引入 AI 设计大模型辅助传统纹样创新，设立“老凤祥管理培训生计划”，通过“珠宝顾问—店长—区域经理—事业合伙人”晋升通道，定向培养懂工艺、善运营的复合型人才，建立了校企融合的人才蓄水池。

风险类型	培训目标	主要培训内容	培训方式
管理人员	管理技能升级	<p>高层领导：领导力、管理思维、管理创新、战略决策、资本运营</p> <p>中层领导：执行力、管理创新、工商管理、沟通、细节管理</p> <p>基层干部：班组管理、工商管理、业务管理等</p> <p>业务管理：业务知识、后备干部培训师等</p>	专题讲座、进修、交流、参观考察、拓展训练
技术工人	操作技能升级	岗位技能、职业资格等级技能、新技术、新工艺	讲座、师徒带教、轮岗、换岗、外送培训
专业技术人员	设计、工艺等专业技能升级	岗位技能、专业技能、新技术、新工艺、新材料	讲座、师徒带教、远程教学、轮岗、换岗、外送培训、多媒体教学
营销服务人员	岗位技能升级	营销技能、商务礼仪、岗位技能、专业服务技能	轮训、专题讲座、轮岗、换岗、委外培训
新员工 / 转岗员工	上岗	职前、岗前应知应会、岗位技能、安全、质量、成本知识	师徒带教、以老带新、轮岗、换岗、实习

管理通道

设初级、中级、高级管理者三级路径，从团队协调到战略决策，逐级提升领导力与全局统筹能力。



专业技术通道

涵盖技术员至首席技师/设计师五级职级，通过技术考核与项目实践晋升，聚焦专业深度与行业影响力。

非遗传承通道

依托金银细工、珠宝设计等大师工作室，实施“风翔计划”，培养从初级工匠到行业顶尖大师的完整梯队，推动技艺现代化与创新。

老凤祥注重在干部“选、育、管、用”的关键环节靶向发力，启动三年一轮的“经营管理和党群后备干部选拔培养计划”，即“风翔计划”；配套推行“职业经理人”选拔机制与“五个一百”人才战略，采用民主推荐+组织择优方式储备干部，确保人才结构与战略目标高度契合。该体系兼顾个人兴趣与企业需求，实现技术传承、管理升级与人才可持续发展的有机统一。

深化民主管理，畅通沟通桥梁

员工沟通与参与

老凤祥致力于构建高效多元的员工沟通体系，以职工代表大会为核心民主平台，每年至少召开一次会议，并依法成立工会，全方位筑牢员工权益保障防线。同时，通过月度/季度例会、总经理信箱、工会会议及员工座谈会等常态化渠道，持续深化内部对话，打造相互理解、尊重、信任与支持的高凝聚力团队。



报告期内，公司通过多种渠道深入了解影响员工满意度和积极性的关键因素，并采取相应改进措施。



高层领导与员工沟通

高层领导定期处理员工来信来函，并与基层员工开展谈心活动，员工可直接反映工作中的问题和

绩效考评与反馈机制

建议。每年开展绩效考评，及时反馈员工的优点与待改进之处，员工可对绩效考核结果进行申诉，公司确保申诉渠道畅通，并按规定及时受理与反馈。

职工代表大会

公司每年召开职工代表大会，通报发展状况，审议员工权益相关议案，职工代表提出议题，保障员工权益优于行业平均水平。

员工满意度调查

我们每年进行至少一次职工满意度调查，以职工知晓度、参与度、认可度、满意度为核心标准，定期通过职工代表大会开展无记名测评。2025年，公司共下发工会工作测评意见和建议测评表125份，实际回收105份。总体评价中，选择“非常满意”的比例为89.4%，“满意”的比例为9.8%，“非常满意”与“满意”合计占比超过90%，其中“非常满意”比例超过50%。

关键绩效

员工满意度调查得分

94.23分

重视健康安全，守护员工福祉

职业健康与安全管理体系

公司高度重视员工的健康与安全，通过完善制度与落实举措，全方位保障员工在工作过程中的安全与健康。在制度建设层面，公司严格遵守《中华人民共和国职业病防治法》《中华人民共和国安全生产法》等法规要求，制定了《2030职业健康规划》《老凤祥股份有限公司安全生产管理办法》《上海老凤祥有限公司员工职业病预防管理规范》等一系列内部制度，并及时向卫生行政部门申报危害项目并接受监督管理。

在此基础上，为鼓励全体员工积极参与事故隐患排查治理，有效防范和遏制生产安全事故发生，公司制定《老凤祥股份有限公司事故隐患内部报告奖励实施细则》，推动隐患排查从“被动检查”转为“主动查找”。

管理组织层面

公司成立安全生产委员会，由公司管理层领导，作为全公司安全生产工作的议事决策机构，安全生产委员会至少每季度召开一次会议，审查年度安全生产工作计划和实施、重大安全生产技术项目、安全生产各项投入等情况，研究和审查安全生产重大事项，督促落实隐患整改。



关键绩效

报告期内，公司未发生重大安全事故

职业健康与安全风险管理

公司在安全风险识别、评估与应对上严谨细致，对风险可能性、严重程度及影响范围进行全面分析并妥善应对。针对生产环节安全风险，安全生产委员会每年定期评估风险重点，公司及下属单位按照“分级负责、分类管控”原则，结合本单位实际开展年度风险识别，依据《老凤祥股份有限公司安全生产管理办法》，采用SCL方法，对人、物、环境及管理进行全域危险有害因素辨识，并运用LEC评估法进行定量分析，确定安全风险等级。

公司对安全风险实施分级分类管控。依据各单位业态及日常安全管理状况划分风险等级，当年发生安全事故的单位，事发年度及下一年列为一级风险单位。

公司定期对下属单位进行安全隐患排查，完善记录并建立信息档案。各子公司结合实际，健全隐患排查机制，强化常态化检查，严格执行班前、班中、班后日常安全检查。

老凤祥系统识别出六大类安全风险：触电、火灾、机械伤害、灼烫、容器爆炸及其他风险（包括自然灾害、电梯故障、人员密集场所突发事件等）。

针对各类风险，公司全面分析其发生可能性、严重程度及影响范围，并制定相应管控措施。



公司针对上述风险，严格执行隐患排查机制，通过综合检查、专业检查、季节性检查、节假日检查等方式，强化检查与整改，确保风险可控、防范到位。

2025年，公司共组织对下属单位（部门）安全检查 **200** 余次

59处 对外营业场所 34家 生产单位 1处 建筑工地 1处 出租物业

发现安全隐患和问题 **20** 余项 整改完成率 **100%**

职业病风险识别与应对



2025年，抛镀工艺为公司主要职业病风险源，存在棉尘、氯化氢及盐酸、硫酸及三氧化硫、噪声等危害因素，涉及接害员工2名。基于此，公司全面评估风险，每年安排仁爱医院为相关员工进行年度职业病健康体检。

职业健康与安全战略

公司将员工安全与职业健康管理纳入可持续发展战略重点，制定了《老凤祥股份有限公司安全生产治本攻坚三年行动方案》，持续不间断开展安全隐患排查和治理。

报告期内，公司主要通过以下方式推进落实安全生产。

分级压实安全管理责任

严格遵循“党政同责、一岗双责、失职追责”的安全责任制核心原则，将年度安全管理目标逐级分解细化至各层级、各岗位，构建量化清晰、权责对等的责任体系，实现“横向到边、纵向到底”的责任网络无死角覆盖。

安全绩效与考核挂钩

将责任书履行情况纳入年度绩效考核核心指标，通过“签约-履约-考核-追责”的闭环管理，倒逼各级主体切实履行安全职责。

精准防控安全风险

结合重要时节、关键节点的安全风险特性，构建常态化、精准化的安全管控机制

坚持召开月度安全会议。结合实际部署专项任务，重点推进“冬春火灾防控”“燃气安全隐患排查整治”“元旦春节期间安全防范”“电动自行车安全治理”“汛期高空坠物风险防范”等多项专项行动，筑牢全周期安全防线。

强化专项统筹管控。召开安全专题会议50余次，针对漕溪路在建项目、大型营销活动等重大事项制定专项安全方案，全程指导管控安全，从源头防范重大安全风险。

同时，我们坚持“预防为主、防治结合”方针，扎实推进各项职业健康保障措施。各单位为员工提供符合职业卫生要求的工作环境，足额配备适配的职业病防护用品并强化使用监督；健全职业卫生与健康监护档案，保障员工上岗前、在岗期间、离岗时体检率100%，对体检异常员工及时诊治复查；与员工订立劳动合同时，如实告知职业危害及防护措施并写入合同，定期开展职业病危害检测评价，按规定申报并更新危害项目信息；督促员工学习健康知识、规范防护行为，定期清扫设备、落实防暑降温举措，筑牢生产环境防线；开展岗前及在岗职业卫生与安全生产培训，确保培训率、知晓率100%，全面保障员工职业健康与安全。

应急管理

公司为全面落实“安全第一，预防为主”的方针，确保及时有效准确地应对生产安全事故，最大限度地降低事故损失和影响，根据《生产经营单位生产安全事故应急预案编制导则》，编制了《上海老凤祥有限公司处置突发公共事件综合应急预案》《环保应急预案》《环境事故风险应急预案》。

针对突发事故风险，公司构建了完善的应急管理组织架构，设立由总经理、副总经理（分管安全）、安全保卫部负责人组成的应急指挥部，并下设由相关部门专业人员组成的5个应急小组，确保公司发生突发事件时，能统一指挥、协调联动、高效处置。

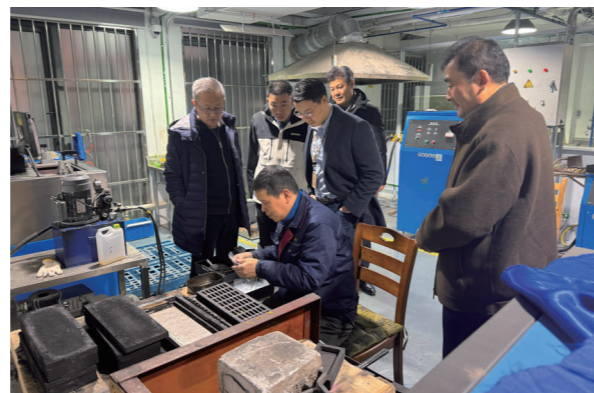
公司应急预案由综合预案、5个专项预案和14个现场处置方案组成，针对生产运营中，环境、设施设备和人的行为等方面存在的潜在风险，提前制定应对措施，通过系统化的准备将突发事件的破坏力降至最低。

公司每年组织不少于3次公司级应急演练，通过一定频度的演练，不断强化全员安全意识，熟悉应急流程、掌握应急技能，在面对真实危险时能够正确有效应对，切实保障生命和财产安全。

关键绩效

各层级负责人及重要岗位从业人员《安全工作责任书》签署率 **100%**

员工《从业人员安全责任承诺书》签订率 **100%**



围绕2025年全国“安全生产月”及“11·9消防安全月”主题，组织应急演练，进一步强化一线从业人员应对突发事件的处置能力。



2025年度
“安康杯”消防疏散应急演练



安全疏散逃生应急演练 &
危化品泄漏处置演练

关键绩效

2025年，开展消防演练3次
参与人次 **205人**

安全文化建设

公司将员工安全与职业健康管理纳入可持续发展战略重点，致力于构建系统化的职业健康保护体系与良好的安全文化氛围。

安全 培训教育



组织党政领导、各单位负责人及安全管理干部参加《安全培训合格证》考核与《中华人民共和国安全生产法》强化学习；开展银楼经理、生产班组长、危化品管理员、金库管理员、机动车驾驶员等重要岗位人员及新进员工安全教育培训，共353人参训，包括党政负责人及安全管理干部54人、员工299人。

安全 宣传答题



开展安全生产与消防安全宣传，编制“安全生产月”“消防宣传月”方案，组织1,450名员工参与“安康杯”安全生产和消防安全知识线上答题，普及《中华人民共和国安全生产法》《上海市安全生产条例》等法规常识。

宣传 警示投放



督导全公司范围张贴安全宣传物料、播放安全生产、消防安全、防火自救等警示宣传片；

内刊 安全科普



公司内部专刊每月刊发安全相关内容，科普安全知识、通报工作动态、提示安全重点。

关键绩效

100%

安全人员安全教育培训覆盖率

2,137人次

安全教育培训

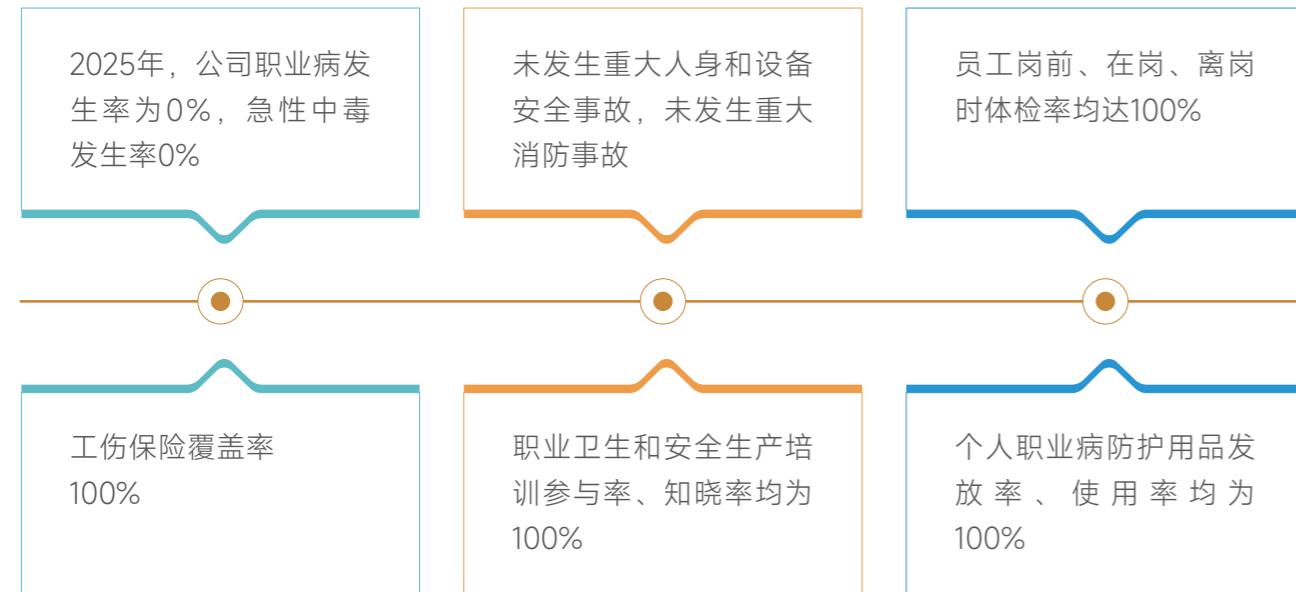
11场次

安全教育培训

职业健康与安全指标和目标

公司持续强化安全生产与职业健康管理，推进风险分级分类管控与安全生产标准化、常态化运行，确保各类健康安全指标稳定达标。

关键绩效



不发生因工重伤、死亡事故

不发生重大消防事故

不发生重大生产设施设备事故



职业病发病率为0%

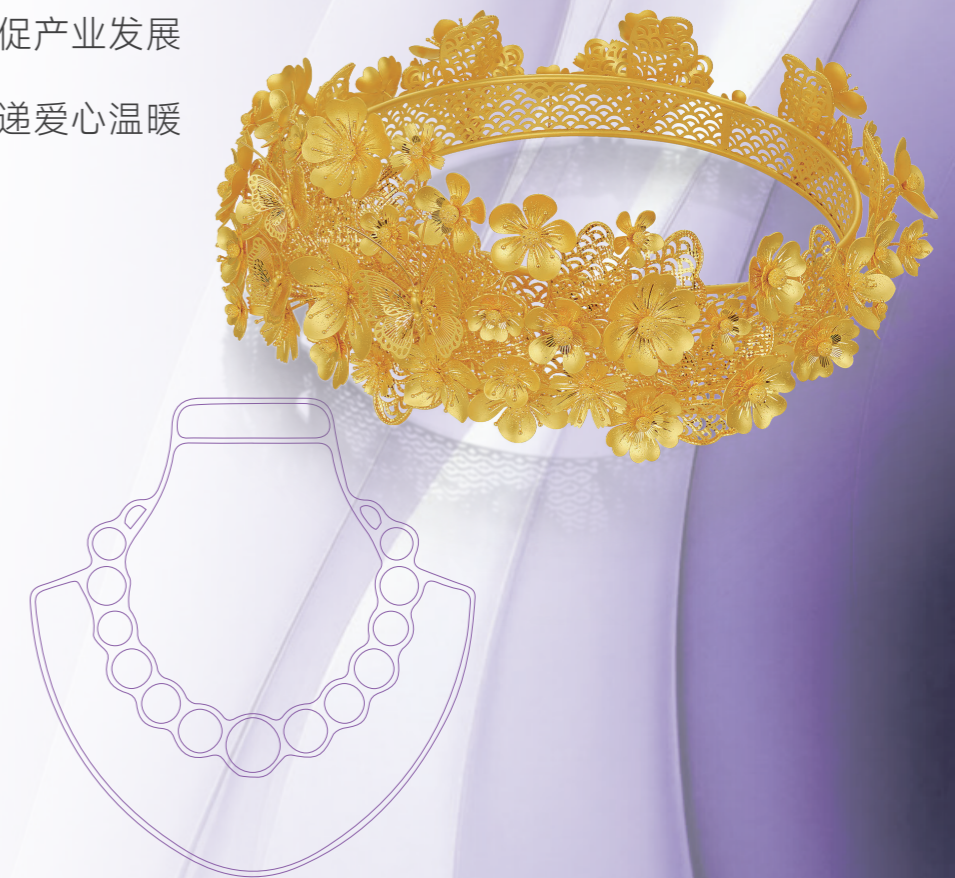
安全人员安全教育培训覆盖率100%

06

同心同行

伙伴关系与社会责任

- ◆ 打造责任供应链，共担发展使命
- ◆ 携手行业伙伴，共促产业发展
- ◆ 投身公益服务，传递爱心温暖





公司深知稳定供应链的重要性，以公平性、透明度和规范性为准则，构建供应商全周期管理体系，通过资质审查、合作筛选及绩效考评等环节落实标准化监管，推动负责任供应链发展；积极组织参与行业标准制定和交流活动，促进产业链协同发展。社会责任践行方面，公司将公益向善理念深深植根于企业基因，持续开展社区志愿服务、公益捐赠等系列活动，在推动传统文化传承的同时，弘扬正向价值观，以实际行动诠释企业责任担当。



打造责任供应链，共担发展使命

供应链管理体系

珠宝首饰兼具高价值与强情感属性，产品品质直接关乎品牌声誉，从贵金属纯度、宝石真伪鉴别到镶嵌工艺精度，任一环节出现问题，均可能损害品牌声誉。

老凤祥通过严格的供应链全流程管理，从源头把控原材料品质与加工质量，对原材料采购实施“可追溯体系”，确保黄金、钻石等材料的品质和来源透明；同时按业务形式分为采购与定牌加工（OEM）两类实施差异化管理。

构建了覆盖全链条的供应链管理体系

组织层面	制度层面	管理机制
由技术规划部统筹管理，由分管副总经理负责领导。	制定了《合格供应商考评办法》《采购管理办法》《素金、素铂饰品和黄金工艺品合格供货商管理办法》《珍珠类饰品合格供货商管理办法》《委托加工贵金属（镶嵌）饰品质量协议书》等，对供应商进行分类管理。	建立覆盖准入、采购、评价到赋能的全程监督机制，要求签订《质量协议书》《供应商社会责任承诺书》，融入ESG风险考量。

关键绩效 《合格供方名录》中供应商《质量协议书》签署率100%

供应链管理措施

黄金、钻石原料采购

老凤祥以上海黄金交易所作为主要的核心黄金采购渠道，构建起严密的全流程管控体系：从原料提取、物流运输，到出入库管理，再到金库存储后的清点、发放、领料登记及余料记录等各个环节，均配备专人、专车全程跟进，实现对金原料流过程的监管，保障原料安全，为高品质产品生产奠定坚实基础。

公司钻石采购严格遵循可持续实践，在进口环节恪守《中华人民共和国实施金伯利进程证书制度管理规定》，仅从成员国采购非冲突矿产。建立供应商准入机制，优先选择钻石交易中心会员单位，围绕劳工权益、社区发展、公平交易等ESG维度进行全链条审核，保障道德采购，并依托区块链等技术搭建全链路溯源体系，为裸石建立专属档案，30分以上产品实现“一物一码”，确保从矿源到加工全程可追溯。

供应链全周期管理

老凤祥推行全周期动态考核机制，涵盖准入、考核与退出三大环节：

准入



供应商须通过初审与现场评审，从资质和内容双维度审核。资质评价核验合法经营与信誉，包括营业执照、财税缴款书、信用等级、审计报告、质量管理体系认证、知识产权授权、环保合规文件等；内容评价通过现场走访、调研使用经验等尽职调查方式，以及样品检测或认证报告、历史履约表现等全面评估。

考核



建立年度复评与日常跟踪的动态考核机制。每年对合格供方全面评价，依据产品质量、交期、履约、现场评价及网上年审结果，通过政府或征信机构检索，“年检未通过”的供方直接排除。按《产品与服务监视和测量控制规范》进行日常记录，每月收集《产品质量检验月报表》，季度、年度评价分别载入《供应商季评表》《供应商评审表》，供年度复评参考。

退出



依据《供应商评审表》，从质量、履约、服务百分制评分，质量权重最高。年度总分 ≥ 80 分纳入合格名录；70-79分整改重审； ≤ 69 分取消资格。年度复评未达标、年审未通过或严重不合格未整改的，由相关部门提出取消建议，报分管（副）总经理批准后剔除，且一年内不得重纳；不合格产品/服务按《不合格产品和服务的控制程序》处置并追责。报告期内，淘汰2家违约及供货能力不足的供应商。

冲突矿产

我们在生产过程中，未使用3TG矿产资源。秉持负责任采购理念，公司郑重承诺：绝不采用源自冲突地区的矿产资源，且严令供应商不得使用来自冲突地区以及不符合公司政策要求的矿产资源。

在合规层面，公司恪守《经济合作与发展组织关于来自受冲突影响和高风险区域的矿石的负责任供应链尽职调查指南》，以及《多德-弗兰克华尔街改革和消费者保护法》针对钨、锡、钽、金矿产在冲突地区的相关管理条例。

携手行业伙伴，共促产业发展

引领行业发展

作为行业领军企业，老凤祥高度重视行业交流，积极参与行业交流，在标准制定、技术交流等方面发挥重要作用，推动行业协同发展与创新升级。

报告期内，公司参与编写国际标准《Jewellery and precious metals - Bracelet size - Definition》（首饰和贵金属手镯尺寸定义、测量和命名），助力提升中国贵金属饰品行业的国际竞争力。

老凤祥参展第八届上海进博会

2025年11月，老凤祥携《繁花秘境》足金花冠亮相第八届上海进博会上海城市形象馆，并作为上海地区代表，荣获“中国非遗 进博好物”殊荣。《繁花秘境》以突破性贵金属工艺，重译盛唐气象与现代美学的对话密码，向世界展示极致东方美学。



老凤祥参展第五届中国工艺美术博览会

2025年5月，老凤祥亮相第五届中国工艺美术博览会。参展展品涵盖国家级与市级非遗匠心之作、IP联名爆款及珐琅、眼镜、腕表等品类，并在展会中斩获多项荣誉。



老凤祥亮相第五届中国国际消费品博览会

2025年4月，老凤祥携国家级非遗精品、大师原创作品以及“盛唐风华”等众多国潮新品亮相亚太地区规模最大的消费精品展会——第五届中国国际消费品博览会。全球70多个国家和地区的1,700余家企业、4,100余个品牌参展。



老凤祥亮相世界设计之都大会

2025年9月，老凤祥亮相世界设计之都大会。由中国工艺美术大师黄雯领衔、90后新锐设计师曹静怡等共同创作的“盛唐风华·花花唐”系列荣获2025“设计100+”文化创意设计奖年度大奖。



中铅有限参展中华老字号博览会

2025年9月，中铅有限携多款新品亮相第十九届中华老字号博览会。博览会以“传承焕新篇·国潮正当时”为主题，汇聚全国200余家老字号品牌。



平等对待中小企业

公司严格恪守与中小企业签订的合同条款。我们始终珍视与中小企业的合作关系，秉持财务责任意识，优化资产管理，坚持平等对待每一位合作伙伴，未来也将继续确保合作关系的稳健与良好发展。

报告期内，公司不存在应付账款（含应付票据）余额超过300亿元或占总资产的比重超过50%的情况；不存在需通过国家企业信用信息公示系统向社会公示逾期尚未支付中小企业款项信息的情况。

我们秉持“共建、共赢、共享”理念，助力中小企业供应商协同发展，公司帮助、引导部分中小企业供应商加强市场调研，加大黄金产品创研投入，提升自主研发与原创设计能力，打造适应市场潮流的精品，并强化供应链快速反应机制，推动供给侧与消费侧正向循环，助力黄金珠宝行业高质量发展。

投身公益服务，传递爱心温暖

社会贡献

作为国有控股上市企业，老凤祥始终将社会责任深植于企业文化和经营实践之中，通过一系列暖心、务实举措，生动践行全心全意为人民服务的根本宗旨。报告期内，老凤祥积极开展公益捐赠，向上海市拥军优属基金会捐赠30万元；中铅有限向西藏日喀则定日县地震灾区捐款0.5万元；老凤祥珠宝（香港）有限公司捐赠200万港币助力保障香港新界大埔宏福苑受灾同胞紧急安置与基本生活需求。

子公司中铅有限连续多年为几百所贫困中小学校捐赠爱心文具，帮扶数十万贫困学生，并通过举办少儿公益绘画比赛、开展工厂研学项目，持续为美育事业贡献力量，并获“上海市学生劳动教育基地”等授牌。2025年先后向四川省南充市嘉陵区和上海浦东新区星星彩自闭症关爱中心捐赠价值总计10万元左右的铅笔。

同时，公司联动多方持续拓展服务场景，以丰富多元的公益活动践行社会责任。落实“一个支部一件实事”，完成实事项目42项；弘扬志愿服务精神服务基层群众，先后在社区街道和企事业单位开展便民服务50余场次，服务各界群众3万余人次。

- ◆ 春节前夕于上海40余家银楼门店举办新春送福活动，邀请86位书画名家为市民游客写福字、送祝福。
- ◆ 参与虹梅街道、田林街道及上海市妇联等单位组织的志愿者服务集市，为周边居民提供首饰清洗、公益咨询、新品展示等服务。

- ◆ 学雷锋纪念日组织各党支部深入社区开展便民服务。
- ◆ 七一前夕举办《红色初心》主题书画印展。
- ◆ 公司74名职工踊跃参与上海市无偿献血活动。
- ◆ 重阳节探访共建社区老干部，弘扬敬老爱老传统美德。

此外，老凤祥积极开展劳模工匠公益活动，鼓励工匠们以匠心践初心，将专业技能转化为服务社会的实际行动。例如，全国劳模沈国兴参与“劳模工匠进校园”非遗主题活动及长三角非遗技艺交流，弘扬工匠精神；“上海工匠”黄雯为多家单位提供技术提升与艺术鉴赏服务，并通过电台、直播等形式普及金属工艺知识。

关键绩效

379.43万元
公益捐赠金额

50+场次
开展便民志愿服务

3,903小时
志愿活动时长

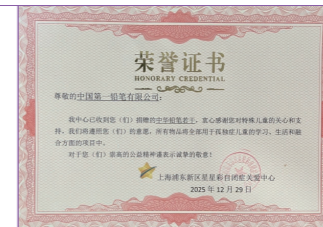
1,462人次
志愿活动参与人数



慰问西藏日喀则地震受灾群众



中铅有限为南充市小学生捐赠铅笔



中铅有限为上海自闭症关爱中心捐赠铅笔



劳模工匠公益服务活动

老凤祥“凤祥之翼”志愿服务队为社区提供便民服务

2025年3月，老凤祥党员参与上海市学雷锋主题示范活动之文明大市集。



2025年12月，老凤祥银楼门店员工参与“志聚辉煌 谱写新愿”黄浦区国际志愿者日主题活动。



书画名家“新春送福”活动

乙巳新春来临之际，老凤祥在上海地区40家银楼门店举办“新春送福”活动，邀请86位知名书画家现场书写“福”字，向社会各界传递吉祥祝福，让消费者感受书法艺术魅力。



乡村振兴

报告期内，老凤祥积极参与脱贫攻坚成果巩固和乡村振兴等工作，与上海市崇明区港沿镇齐成村、跃马村建立结对帮扶关系，向两个村各提供资金23万元，用于对困难党员、群众、特困老人及残疾人等进行经济补助、新农村基础设施建设和党建共建等。

此外，公司根据黄浦区委、区政府的部署，与云南省普洱市的勐朗镇大林窝村、大平掌村、富本村、勐滨村、唐胜村；南岭乡黄回村、勐炳村、南现村；竹塘乡军勐村、老炭山村、攀枝花村等11个村开展结对帮扶行动，向每个村提供资金10万元，资助各村的项目建设，帮助村落建立经济发展的长效机制，加快推进乡村振兴的进程。

关键绩效

乡村振兴投入金额 **156万元** 惠及人数 **35,638人**

07

报告附录

- ◆ 量化数据绩效表
- ◆ 报告索引表



量化数据绩效表

	单位	2025年
环境维度		
环境管理		
环保总投入	万元	200.54
环境行政处罚金额	万元	0
环保培训场次	次	2
环保培训参与人数	人次	2,238
因污染物排放受到的行政处罚金额	万元	0
废气排放		
废气排放总量	立方米	23,394,000
其中：按类型分类		
挥发性有机化合物 (VOC)	吨	1,008.31
颗粒物 (PM)	吨	0.18
废气排放密度	吨/百万元营收	442.87
废水排放		
废水排放总量	吨	123,069.45
其中：按废水类型分类		
工业废水	立方米	1,138.00
生活废水	立方米	121,931.45
其中：按类型分类		
化学需氧量 (COD)	吨	0.00935
总磷 (TP)	吨	0.00017
总氮 (TN)	吨	0.00057
氨氮 (NH3-N)	吨	0.0000902
废水排放密度	吨/百万元营收	2.33

	单位	2025年
环境维度		
固体废弃物排放		
固体废弃物产生总量	吨	188.86
其中：按废弃物类型分类		
无害废弃物	吨	178.16
有害废弃物	吨	10.70
废弃物产生密度	吨/百万元营收	0.0036
其中：按废弃物类型分类		
无害废弃物	吨/百万元营收	0.0034
有害废弃物	吨/百万元营收	0.0002
回收循环再利用废弃物总量	吨	121
回收循环再利用废弃物占比	%	64.07
水资源利用		
取水总量	吨	136,743.83
耗水总量	吨	13,674.38
每百万营收耗水量	吨/百万元营收	0.26
水循环与再利用总量	吨	2,600.00
水循环与再利用率	%	1.87
能源利用		
综合能源消耗总量	吨标煤	2,277.97
其中：按能源类型分类		
电力	兆瓦时	15,202.97
天然气	吨标煤	315.72
柴油	升	23,904.10
汽油	升	53,434.69
液化石油气	升	1,314.78
石蜡	吨标煤	0.0682
太阳能	吨标煤	5.88

	单位	2025年
环境维度		
能源利用		
综合能源消耗总量	吨标煤	2,277.97
其中：按能源类型分类		
直接能源	吨标煤	403.65
间接能源	吨标煤	1,874.33
综合能源消耗强度	吨标煤/百万元营收	0.04
能源总消耗中清洁能源占比	%	14.12
清洁能源消耗总量	吨标煤	321.6
其中：太阳能占比	%	1.83
天然气占比	%	98.17
应对气候变化		
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	8,123.16
其中：按范围分类		
范围1温室气体	吨二氧化碳当量	993.75
范围1固定源	吨二氧化碳当量	529.01
范围1移动源	吨二氧化碳当量	182.1
范围1无组织逸散	吨二氧化碳当量	282.64
范围2温室气体	吨二氧化碳当量	7,106.83
温室气体排放强度	吨二氧化碳当量/百万元营收	0.15
社会维度		
员工雇佣		
员工总数	人	2,985
其中：按性别分类		
男性	人	1,201
女性	人	1,784

	单位	2025年
社会维度		
员工雇佣		
员工总数	人	2,985
其中：按年龄分类		
30岁以下	人	179
30 ~ 50岁	人	2,395
50岁以上	人	411
其中：按学历分类		
大专及以下	人	2,213
本科	人	715
硕士及以上	人	57
劳务派遣员工占比	%	22.03
少数民族员工数量	人	26
员工流失人数	人	297
员工流失率	%	11.47
劳工纠纷数量	件	6
劳动合同签订率	%	100
员工福利保障		
缴纳社保员工占比	%	100
员工总薪资支出	万元	54,537.10
员工非薪酬福利支出	万元	4,302.66
当年休育儿假的员工总数	人	42
育儿假结束后在报告期内返岗员工总数	人	40
员工满意度	%	94.23

	单位	2025年
社会维度		
员工培训与发展		
员工培训支出金额	万元	219.15
员工培训总次数	次	508
员工培训覆盖率	%	93.17
员工培训参与人数	人次	2,781
员工接受培训平均小时数	小时	4.48
职业健康与安全		
安全生产投入金额	万元	3,645.70
工伤保险投入金额	万元	159.83
工伤保险覆盖率	%	100
员工体检覆盖率	%	100
职业病发生人数	人	0
重大安全事故	次	0
员工因工死亡人数	人	0
工伤率	%	0.70
因工伤损失工作日数	天	682
自有员工工伤人数	人	22
劳务派遣人员工伤人数	人	5
获得ISO45001认证主体数量	个	2
安全教育培训场次	场次	11
安全教育培训参与人数	人次	2,137
安全人员安全教育培训覆盖率	%	100

	单位	2025年
社会维度		
产品与服务		
产品和服务相关的安全与质量重大责任事故涉及金额	万元	0
产品召回比例	%	0
“老凤祥”品牌产品入库检验合格率	%	99.96
投诉结案率	%	100
“老凤祥”品牌客户满意度	%	85.12
海外市场收入占比	%	0.96
研发创新		
研发投入金额	万元	1,823.89
研发投入占营业收入比例	%	0.03
研发人员数量	人	231
研发员工占比	%	7.74
报告期内有效授权专利数	项	875
应用于主营业务的发明专利数	项	34
报告期内专利申请数	项	225
专利转化品牌产品占比	%	100
著作权数量	项	228
社会公益		
公益慈善投入总金额	万元	379.43
志愿活动时长	小时	3,903
志愿活动参与人次	人次	1,462
乡村振兴		
乡村振兴投入金额	万元	156.00
乡村振兴惠及人数	人	35,638

	单位	2025年
治理维度		
公司治理		
董事会召开次数	次	8
董事参会比例	%	100
召开股东会、临时股东会次数	次	1
审议董事会议案数量	项	49
提名委员会会议次数	次	0
审计委员会会议次数	次	7
薪酬委员会会议次数	次	2
女性董事占比	%	22.22
女性高管占比	%	37.50
独立董事人数	人	3
独立董事比例	%	33.33
提名委员会独董占比	%	60.00
薪酬与考核委员会独董占比	%	60.00
审计委员会独董占比	%	60.00
所交税金总和	万元	152,532.66
ESG治理		
ESG主题培训次数	场次	4
ESG主题培训参与人次	人次	80

治理维度	单位	2025年
商业道德		
商业贿赂及贪污事件	件	0
反商业贿赂及反贪污培训场次	场次	306
反商业贿赂及反贪污培训覆盖总数	人	610
其中：按雇员类别分类		
董事	人	6
管理层	人	193
反商业贿赂及反贪污培训覆盖比例	%	20.44
其中：按雇员类别分类		
董事	%	66.67
管理层	%	100
报告期内因公司不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的涉案金额	万元	0

报告索引表

《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）》

维度	议题	对应章节
环境	1. 应对气候变化 2. 污染物排放 3. 废弃物处理 4. 生态系统和生物多样性保护 5. 环境合规管理 6. 能源利用 7. 水资源利用 8. 循环经济	应对气候风险，践行低碳发展责任 严控污染排放，守护生态环境安全 严控污染排放，守护生态环境安全 守护自然生态，共建和谐美丽家园 规范环境管理，筑牢绿色发展根基 推进节能降耗，提升资源利用效率 推进节能降耗，提升资源利用效率 发展循环经济，共建绿色产业生态
社会	9. 乡村振兴 10. 社会贡献 11. 创新驱动 12. 科技伦理 13. 供应链安全 14. 平等对待中小企业 15. 产品和服务安全与质量 16. 数据安全与客户隐私保护 17. 员工	投身公益服务，传递爱心温暖 投身公益服务，传递爱心温暖 弘扬传统文化，赋能研发创新 弘扬传统文化，赋能研发创新 打造责任供应链，共担发展使命 携手行业伙伴，共促产业发展 匠心如金：品质承诺与百年坚守 守护数据安全，保障隐私权益 温暖同行：员工成长与发展关怀
可持续发展治理	18. 尽职调查 19. 利益相关方沟通 20. 反商业贿赂及反贪污 21. 反不正当竞争	开展对话实践，联结利益相关方 开展对话实践，联结利益相关方 坚守商业道德，全力抵制腐败 推进合规经营，严控各类风险

