

LANCY

环境、社会及公司治理
(ESG) 报告

朗姿股份有限公司
LANCY CO.,LTD.

2025



关于本报告

报告简介

本报告是朗姿股份有限公司发布的第四份《环境、社会及公司治理（ESG）报告》。报告本着客观、规范、透明和全面的原则，详细披露了 2025 年朗姿在环境保护、社会责任、公司治理等领域的实践和绩效。

时间范围

本报告的时间范围是 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，为增强报告的可比性和完整性，部分内容超出上述范围。

报告范围

本报告以朗姿股份为主体，涵盖朗姿股份及其全资子公司、控股子公司，除特别说明外，本报告范围与本公司的财务报告合并报表范围保持一致。

参考标准

《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》

《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告（试行）》（以下简称《指引》）

《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第 3 号——可持续发展报告编制》

《中国企业可持续发展报告指南 CASS-ESG6.0_一般框架》

全球报告倡议组织《GRI Standard 2021》

联合国可持续发展目标（SDGs）等

指代说明

为了便于表述和阅读，本报告中称谓指代如下：

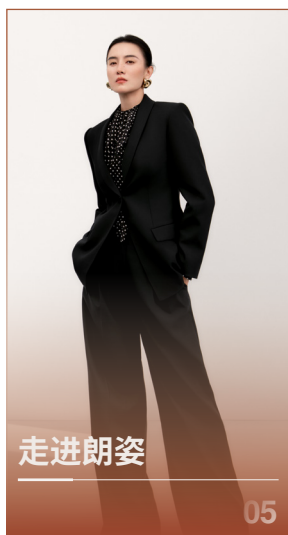
简称	全称 / 业务板块
公司、本公司、我们、朗姿股份	朗姿股份有限公司
朗姿医美	医疗美容业务
朗姿时装	时尚女装业务
绿色婴童	绿色婴童业务

数据说明

本报告中所采用的信息与数据来自朗姿股份的正式文件或统计数据，本公司承诺本报告不存在任何虚假记载或误导性陈述，并对本报告内容的真实性、准确性和完整性负责。

发布形式

本报告提供简体中文版供读者参阅，您可以在深圳证券交易所（<http://www.szse.cn>）或巨潮资讯网站（www.cninfo.com.cn）下载电子文本，获取更多公司信息。



走进朗姿

05



可持续发展治理

10



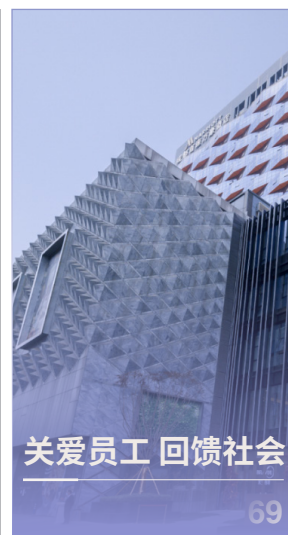
绿筑生态 永续发展

16



品质为本 客户为先

35



关爱员工 回馈社会

69



合规领航 稳健治理

90

公司信息	05
公司文化	06
业务布局	07
朗姿 ESG 亮点绩效	08
企业荣誉	09

ESG 治理	10
ESG 监督机制	12
ESG 风险管理	13
可持续发展目标	13
议题重要性评估	14

应对气候变化	16
环境合规管理	21
综合污染防治	23
能源管理	25
水资源管理	28
促进循环经济	29
绿色设计	33
保护生物多样性	34

产品与服务质量	35
研发驱动创新	48
遵守科学伦理	55
信息安全与数字化转型	56
可持续供应链	59

守护员工福祉	69
职业健康与安全	81
乡村振兴	86
履行社会责任	87

合规经营治理	90
筑牢内控防线	93
保障投资者利益	96
遵守商业道德	96

目录 CONTENTS

关于本报告	02
朗姿的问候	04

ESG 关键绩效表	97
对标索引表	100

朗姿的问候

尊敬的各位同仁、合作伙伴、社会各界朋友：

大家好！回望 2025 年，是朗姿二十五周年征程中厚重而关键的一年。面对市场变革与消费重塑，我们以坚定的战略定力，实现了经营深化与品牌价值的双重进阶，为新十年发展奠定了坚实基础。

以可持续理念引领绿色低碳运营。朗姿积极推进绿色设计、库存面料再生项目，将资源循环利用纳入部门绩效考核，提升资源利用效率；优先选用 OEKO-TEX®、GRS 等绿色认证原材料，打造环保优质产品，引导消费者践行低碳生活方式；严格遵循 ISO14001:2015 环境管理体系标准，打造绿色医院，推行低碳办公模式，规范医疗废物管理，切实降低企业运营对环境的影响。

秉持“为顾客创造价值”的初心，公司在多领域提升服务品质。医美板块中，我们聚焦医疗技术提升，开展多场高规格医疗赛事、研讨会及解剖培训，编写多项实用技术蓝宝书；发布朗姿医美“十大零容忍”准则，构建高标准服务管控体系；品项及美学方案持续创新，丰富产品矩阵以满足消费者高品质需求，2025 年，朗姿医美 10 家机构获 TÜV 德国莱茵医疗服务质量管理体系认证，5 家获中国整形美容协会 5A 级认证。

数字化基建全面落地。RFID 技术、产品开发系统及 CRM 客户管理体系实现全面推广，数据智能贯穿设计、生产、零售全链路，运营效率与市场响应能力显著提升。在此基础上，公司打造柔性供应链，推动线上线下数据融合，以大数据赋能运营、预警风险、驱动决策，综合竞争力持续增强。2025 年，我们在人工智能领域实现了里程碑式突破：AI 数据分析体系全面建成，AI 智能搭配成功试点落地，全业务线完成 AI 认知统一，为 2026 年全域规模化、体系化、深度化应用扫清了障碍、奠定了基础。

研发创新是核心竞争力的关键。公司整合资源，以“医教研一体化”为基础，成立多个人才培训基地，激发员工创新活力。服装领域，朗姿推进面料工艺升级、传统工艺创新及海外联名设计，倾力打造“她向无限”朗姿二十五周年大秀；医美领域，聚焦 AI 数智化分析、微整美学、再生医学、皮肤抗衰等核心方向，持续推进技术创新与突破。截至报告期末，公司累计获得授权专利 200 项（含发明专利 10 项、外观设计专利 13 项、实用新型专利 177 项）；服装板块 30 项软件著作权，医美板块获得 49 项作品著作权。

履行社会责任是基业长青的关键。公司升级招聘策略，广纳医疗、设计、管理等多领域

人才，完善培训、激励与晋升体系，实现企业与员工共赢。截至 2025 年底，员工培训总投入超 300 万元；同时强化安全生产与医疗安全管理，员工参与安全生产培训 3,189 人次，切实保障员工人身安全与职业健康。在公益事业方面，朗姿牢记社会责任，“耳再造公益援助计划”获得“2025 年度中国公益项目奖”，已累计重塑真耳 517 只，帮助小耳天使 500 余位，减免 900 余万元医疗费用。积极投身乡村医疗建设，开展免费义诊，目前小耳公益版图覆盖西南地区 6 个市县级友好合作医院，为乡村振兴战略落地持续贡献力量。同时，公司积极组织志愿者走进特殊学校，以陪伴互动、爱心捐赠等形式，用心关爱特殊学生群体。

治理是企业可持续发展的根本。公司不断优化治理结构，提升信息披露的质量与透明度，完善内部控制体系，强化廉洁文化宣贯，确保各项业务依法依规，切实保障股东、员工、消费者、合作伙伴等各方合法权益。同时，深化与投资者的深度沟通与紧密协作，凝聚发展合力，共同推动企业实现绿色可持续发展。

展望未来，朗姿秉承“打造百年企业，成为行业领军者”的宏伟愿景，以与时俱进、勇于变革的远见与担当，持续深化 ESG 实践。愿我们携手共进，共赴美好未来！

走进朗姿

— ZOUJINLANGZI —

公司信息

朗姿股份有限公司（股票代码：002612）创立于 2006 年，总部设于北京。公司始终奉行“诚仁智美，领秀未来”的经营理念，致力于构建一个包含医疗美容、时尚女装、绿色婴童等业务板块的泛时尚产业互联生态圈。朗姿股份旗下拥有中、韩两家上市企业，是 A 股市场中首家高端女装上市公司，同时也是国内在医美业务规模上领先的上市医疗美容机构运营商。

- 公司信息
- 朗姿 ESG 亮点绩效
- 公司文化
- 企业荣誉
- 业务布局



公司文化

朗姿始终坚守社会责任感，以“为世界带来爱与力量”为崇高使命。我们深信，时尚不仅是外在的绚丽，更是内心的富足。每一位选择朗姿的消费者，都是独特的光芒，我们倾尽全力，将美丽与愉悦精心雕琢，融入每一件产品、每一次服务，只为点亮您的生活。此外，我们希望在时尚创新、科技进步和环保责任等方面为消费者带来更多价值。

展望未来，朗姿股份计划充分利用其在女装时尚品牌领域的优势，依托已建立的时尚品牌阵列、广泛的线下营销网络以及丰富的客户资源，积极推进“线上线下一互通”与“板块轮动协同”的发展战略，坚定不移地朝着“做百年企业，做行业中的领军企业”的宏伟愿景迈进。

朗姿时装

476

拥有女装店铺 (家)

69

其中线上销售渠道 (家)

朗姿医美

43

拥有医疗美容机构 (家)

13

其中综合性医院 (家)

30

门诊部或诊所 (家)

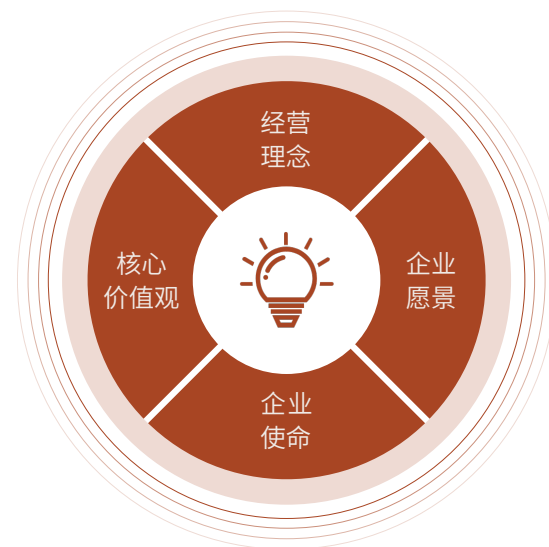
绿色婴童

533

国内外婴童销售终端 (家)

41

其中线上销售渠道 (家)



经营理念

诚仁智美，领秀未来。

企业愿景

做百年企业，做行业中的领军企业。

企业使命

引领时尚潮流，创造美丽，满足消费者自我实现的需要，并使其体味美带来的愉悦之感。

核心价值观

敢想敢为、善学速用、人和创新、遵纪竞取、人本共赢。

业务布局

时尚女装



朗姿时装通过“自主创立”“代理运营”“品牌收购”三种模式在中高端女装市场进行多品牌布局。目前在运营的自有女装品牌共 6 个，分别为 LANCY (朗姿)、LIME FLARE (莱茵福莱尔)/LIME (莱茵)、liaalancy (俪雅) 以及年轻化品牌 LANCY FROM25 和 欧洲品牌 EILLEN ELITTE。此外，公司在中国大陆独家代理运营女装品牌 MOJO S.PHINE (莫佐)，主要通过品牌代理授权的方式进行国内市场的运营。

LANCY	LANCY FROM25™
LIME LIME FLARE	MOJO.S.PHINE
<i>liaalancy</i>	EILLEN ELITEE

医疗美容



朗姿医美始终落实“安全医美、品质医美、口碑医美”的经营理念，提供美容外科、美容皮肤科、美容微创科、美容口腔科等医疗美容服务。公司覆盖北京、成都、西安、昆明、重庆、深圳、武汉、长沙和郑州等多个城市，旗下的“米兰柏羽”“晶肤医美”和“韩辰”国内医美品牌，分别专注于不同的医美领域，并已在各自区域内具有较高的品牌知名度和市场占有率。

LANCY COSMETOLOGY 朗姿医美	BRAYOU 米兰柏羽 1988年
晶肤医美 Jing	HANJIN 韩辰医美

绿色婴童



朗姿敏锐捕捉到女性客户对时尚童装不断增长的需求，旗下产品涵盖 0-6 岁婴幼儿的服装、用品、护肤品、玩具等孩童成长用品领域，拥有 Agabang (阿卡邦)、ETTOI (爱多娃)、Putto (贝嘟嘟)、Design skin、Dear Baby 等一系列自有品牌，且在韩国销售 Disneybaby 等代理品牌。

ETTOI	Disney baby
design skin	dear baby
Putto	agabang

朗姿 ESG 亮点绩效

因安全或健康理由
需回收的产品 **0** 项

客户综合满意度

服装板块 **95** 分

医美板块 **97.89** 分

研发投入 **10,310.19** 万元

累计获得授权专利 **200** 项

投资者接待次数 **6** 场次

反腐败培训覆盖率 **100** %

管理者女性占比 **70.9** %

董事会女性占比 **40** %

累计耳再造
公益慈善减免 **900** 余万元

朗姿医美累计打造 **517** 只

公益慈善捐助 **78.39** 万元



治理

品质

创新

员工

公益

环境

综合能源消耗量下降 **9.5** %

温室气体排放强度 **0.646tCO₂e** 百万元营收

可持续绿色原材料采购 **3,135.12** 万元

员工人均培训投入 **510.27** 元/人

员工培训总时长 **177,892.84** 小时

员工关怀基金总投入 **22.08** 万元

安全培训总人次 **3,189** 人次

企业荣誉

朗姿股份荣获

“第 20 届中国上市公司董事会‘金圆桌奖’——董事会价值创造奖”



朗姿股份荣获

“2025 中国人力资源天狼星奖——高新技术企业最佳雇主品牌”



朗姿官方旗舰店荣获

“天猫女装 2025 财年风尚绽放奖”与“天猫女装 2025 财年经营杰出奖”



朗姿官方旗舰店荣获

“2025 京东商家内容大会优秀合作方”



LANCY FROM25 品牌荣获

“2025 女装行业—抖音商城双 11 领航品牌”



LANCY FROM25 品牌荣获

“2025 营销创新品牌奖”



LANCY FROM25 品牌荣获

“天猫服饰 2025 年度 88VIP 年度挚爱品牌奖”



服装板块

医美板块

朗姿医美荣获

第十五届公益节“2025 企业社会责任行业典范奖”与“2025 年度公益项目奖”（朗姿医疗耳再造公益项目）



朗姿医美荣获

“2025 中国时尚美学盛典年度最具影响力医美集团”



四川米兰（总院）、西安米兰、高新米兰、深圳米兰、西安高一生 荣获“2025 美团·北极星医美榜”



四川米兰（总院）、西安米兰、高新米兰、西安高一生、昆明韩辰、武汉韩辰、晶肤医美（总院）荣获“2025 美团放心美·正品保障·年度影响力品牌”



昆明韩辰荣获“2025 美团放心美·正品保障·万人正品守护奖”



可持续 发展治理

— KECHIXU FAZHANZHILI —

ESG 治理

朗姿股份已连续五年披露社会责任及 ESG 报告，在过往 ESG 工作实践的基础上，逐步形成高效规范的工作流程，构建起覆盖管理层至基层员工的可持续发展治理体系，保障各项 ESG 管理举措落地见效，助力公司向绿色低碳、可持续发展方向稳步迈进。

- ESG 治理
- ESG 监督机制
- ESG 风险管理
- 可持续发展目标
- 议题重要性评估



ESG 治理

朗姿股份已连续五年披露社会责任及 ESG 报告，在过往 ESG 工作实践的基础上，逐步形成高效规范的工作流程，构建起覆盖管理层至基层员工的可持续发展治理体系，保障各项 ESG 管理举措落地见效，助力公司向绿色低碳、可持续发展方向稳步迈进。

ESG 管理架构

决策层

- 董事会发挥决策中枢作用，持续推动 ESG 要素深度融入公司日常业务流程，明确各部门 ESG 执行主体职责，确保各项 ESG 举措落地实施。

管理层

- 统筹规划并协调公司 ESG 管理各项工作，结合公司战略目标及实际运营情况，从环境、社会、治理三大维度推动公司可持续发展，深度履行社会责任。
- 负责年度 ESG 报告的编制工作，持续提升公司 ESG 管理专业化水平。

执行层

- 全面搜集各类 ESG 相关数据及工作成果，梳理公司 ESG 实践成效。
- 环境维度：聚焦排放管控、废物处理优化、绿色产品研发等关键环节，推进环境友好型发展。
- 社会维度：重点优化客户服务质量，完善员工福利保障体系、提升员工专业技能，推进数字化转型，积极投身公益事业。
- 治理维度：着力完善公司治理架构，提升信息披露透明度，强化风险管控能力，保障公司规范运营。

ESG 监督机制

为深入贯彻可持续发展管理体系与理念，公司从职责界定、日常监督管理等方面，逐步建立起针对可持续发展相关议题落地的监督机制，确保各项举措得以有效实施。在库存面料利用、产品和服务质量、职业健康安全方面，将 ESG 指标与相关管理人员绩效或奖金挂钩，通过常态巡查、动态评估优化管理体系，以经济杠杆驱动环境保护和安全生产水平提升，最终达成企业经营与社会责任的价值共创。

循环经济导向的库存面料消耗 ESG 绩效挂钩指标

公司将库存面料消耗纳入 ESG 绩效考核体系，具体规则如下：

分红考核挂钩

2025 年起，当年新面料按使用达成率纳入年终分红考核方案。

阶梯考核与报废面料管控

面料当年考核使用率设为 95%、次年 100%，第三年仍有剩余的强制报废，报废损失全额冲减对应事业部当年利润。

跨产品季考核覆盖

非当季使用的面料，挂靠对应主产品季，按该季考核标准核算达成率，实现全品类面料消耗 ESG 绩效管控。

ESG 信息报告机制

为切实推进 ESG 落地并深度融合公司运营，公司持续完善可持续发展治理架构，初步建立了由 ESG 管理小组负责日常信息收集、分析与汇报的沟通机制。我们以本报告编制为抓手，保障相关信息的透明度、准确性与完整性，为公司可持续发展战略实施提供有力支撑。

2025 年，公司凭借对 ESG 治理的高度重视、高质量的信息披露、扎实有效的 ESG 实践以及持续向好的经营业绩，推动 ESG 评级与排名稳步攀升，获得资本市场与评级机构的广泛认可。



朗姿股份 ESG 评级表现

ESG 评级机构	2025 年	2024 年
Wind ESG	AA	BBB
华证 ESG	BBB	BBB
中诚信绿金 ESG	A	A-
商道融绿 ESG	A	B+

ESG 风险管理

公司梳理服装行业及医美行业关键的 ESG 风险，严格参照各方监管要求与 ESG 评级指标，并定期开展风险评估工作，不断完善 ESG 风险管理工作机制。针对所有已识别的 ESG 风险，结合风险类型，制定风险应对与预防措施，全力提升服装及医美行业应对风险的能力，推动企业可持续发展。



ESG 风险和机遇管理流程

可持续发展目标

朗姿股份以联合国可持续发展目标 (SDGs) 为导向，我们深度融合公司业务实情，紧抓新时代发展契机，于公司治理、商业操守、医美服务质量提升、产业链协同管控、员工权益保障、生态环境保护以及社会公益贡献等多领域精耕细作。公司主动响应内外部利益相关方的关切与期望，推动可持续发展目标有效落实。

我们的目标	对应章节	对应 SDGs 可持续发展目标
提升产品与服务质量	产品与服务质量 研发创新驱动 信息安全与数字化转型	
建设可持续供应链	可持续供应链	
守护环境与生态	应对气候变化 环境合规治理 综合污染防治 能源管理 水资源管理 促进循环经济 绿色设计 保护生物多样性	
保障员工权益	守护员工福祉 职业健康与安全	
回馈社会	乡村振兴 履行社会责任	
完善合规经营	合规经营治理 筑牢内控防线 保障投资者利益 遵守商业道德	

议题重要性评估

利益相关方沟通

朗姿股份重视尽职调查工作与利益相关方常态化沟通，主动倾听各方诉求与建议，及时反馈相关意见，把握各类议题的关注要点，夯实可持续发展决策基础。

	 股东与投资者	 消费者 / 客户	 员工	 政府 / 非政府组织	 供应商与合作伙伴	 媒体社会公众
沟通渠道	<ul style="list-style-type: none"> 信息披露 股东会 业绩公告 投资者交流访问 IR 邮箱 / 互动易 	<ul style="list-style-type: none"> 营销活动 客服热线与平台沟通 满意度调查 客户会员活动 	<ul style="list-style-type: none"> 工会组织 职工代表大会 内部邮箱 合理化建议 公司活动与培训 	<ul style="list-style-type: none"> 政策规范 沟通汇报 会议论坛 交流活动 机构考察 	<ul style="list-style-type: none"> 交流互访 合作协议 供应商管理 实地调研 	<ul style="list-style-type: none"> 媒体平台 新闻报道 社区活动
关注议题	<ul style="list-style-type: none"> 市场表现 公司治理 合规经营 投资者权益保护 经济绩效 	<ul style="list-style-type: none"> 产品质量 客户服务品质 商业道德 负责任营销 数据安全与隐私保护 	<ul style="list-style-type: none"> 员工权益与关怀 职业健康与安全 员工培训与发展 	<ul style="list-style-type: none"> 合法经营 遵纪守法 依法纳税 医疗可及性 乡村振兴 	<ul style="list-style-type: none"> 采购质量 公平交易 供应商 ESG 管理 	<ul style="list-style-type: none"> 品牌建设 负责任营销 社会公益
我们的行动	<ul style="list-style-type: none"> 定期发布公告 合规经营管理 股东回报 	<ul style="list-style-type: none"> 优化质量管理 消费者权益保障 保护客户隐私安全 透明化医疗 提升服务品质 	<ul style="list-style-type: none"> 加大员工培训投入 丰富福利体系 多元员工活动 畅通申诉途径 关爱员工健康 强化职业健康管理 	<ul style="list-style-type: none"> 坚持依法纳税 落实政府要求 提升医疗服务质量 小耳公益进乡村 	<ul style="list-style-type: none"> 完善供应链管理机制 关注供应商 ESG 表现 建立良好合作关系 强化阳光采购 	<ul style="list-style-type: none"> 社会公益捐赠 志愿者活动 普及医疗知识 小耳公益 社区文明共建

双重重要性分析

朗姿股份参照深交所《上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告（试行）》《GRI 2021 可持续发展报告标准》等国内外披露标准的评估方法，搭建可持续发展议题识别与重要性分析体系。从影响重要性、财务重要性两大核心维度，对全量 ESG 议题开展深度研判，精准筛选对公司运营发展具备实质性影响的关键议题。

步骤一：公司背景调研

- 梳理企业内外部环境现状及行业可持续发展趋势。
- 识别公司利益相关方诉求与期望。

步骤二：议题初步梳理

- 通过标准对标、政策解读以及比较国内外行业相关议题，识别、筛选出公司相关的可持续发展议题。

步骤三：议题重要性评估

- 影响重要性评估：依托利益相关方调研问卷和专家判断结果（合计 211 份），评估各议题对经济、社会 and 环境的潜在影响程度。
- 财务重要性评估：联合内部管理层、外部专家研讨，研判各议题对企业价值创造的风险与机遇。

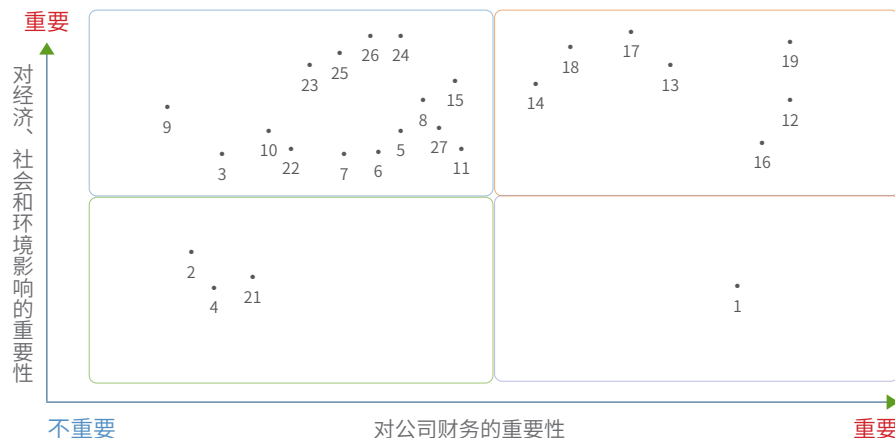
步骤四：议题分析结果审阅披露

- 形成影响重要性和财务重要性议题清单，搭建双重重要性评估矩阵。
- 完成议题审议、审批及合规信息披露工作。

双重重要性分析流程

议题重要性评估结果

2025 年，结合标准对标、政策研究及同行业对标分析，共识别 27 项核心议题，其中环境类议题 11 项、社会类议题 12 项、治理类议题 6 项。



环境议题		社会议题		治理议题	
1	应对气候变化	12	产品安全与质量	23	公司治理
2	污染物排放	13	客户服务	24	商业道德与反贪腐
3	废弃物处理	14	负责任营销	25	反不正当竞争
4	生态系统和生物多样性	15	创新驱动	26	合规经营
5	环境合规管理	16	供应链管理 & 绿色采购	27	投资者权益保护
6	能源利用	17	员工权益		
7	水资源利用	18	职业健康与安全		
8	循环经济	19	信息安全与数字化转型		
9	危险化学品管理	20	行业合作与发展		
10	绿色低碳运营	21	乡村振兴		
11	绿色产品与设计	22	社会贡献		

注明：根据《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告（试行）》议题定义，负责任营销与客户服务作为可持续发展的重要议题，在产品安全与质量议题框架下统一呈现。

绿筑生态 永续发展

— LVZHUSHENGTAI YONGXUFAZHAN —

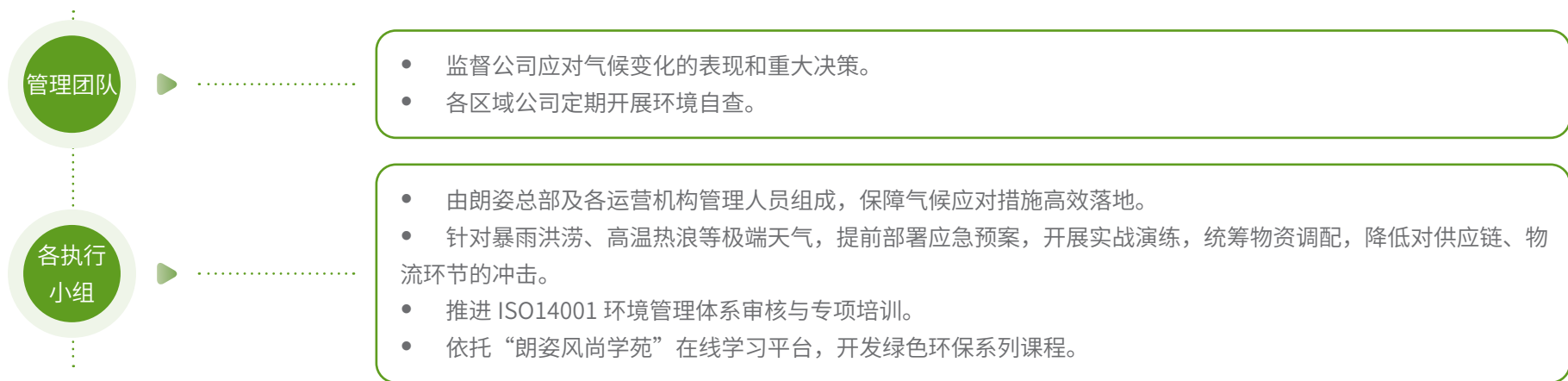
应对气候变化

治理

全球气候变化背景下，朗姿股份深刻认知应对气候变化的重要性与战略必要性。为积极响应国家“双碳”目标，有效化解气候相关风险对企业发展的冲击，公司持续推进全流程环境管理工作，构建层级化气候治理架构。

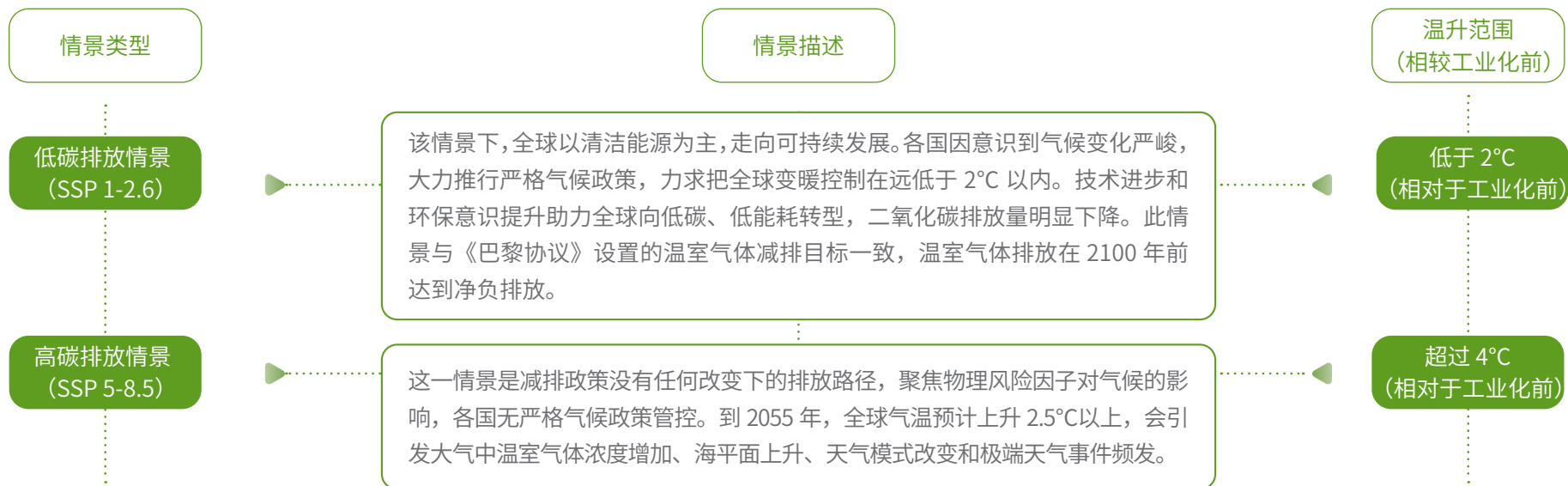
- 应对气候变化
- 水资源管理
- 环境合规管理
- 促进循环经济
- 综合污染防治
- 绿色设计
- 能源管理
- 保护生物多样性





战略

气候情景分析是评估气候相关风险机遇对企业战略及应对能力潜在影响的核心工具。公司参考联合国政府间气候变化专门委员会 IPCC 第六次评估报告 (AR6) 气候情景模型，结合生态、经济、社会等外部环境变量，选取 SSP 5-8.5、SSP 1-2.6 两大路径开展气候情景分析，识别各类情境下的业务风险与发展机遇，制定适配性气候应对策略，保障公司运营契合全球低碳转型趋势。



气候情景分析

气候变化相关风险与影响

风险类型	潜在影响	应对措施	影响程度		影响时间范围	
			低排放情景	高排放情景		
物理风险	急性天气	暴雨、洪水易淹没厂房、损毁生产设备、原材料及成品，引发生产中断造成经济损失；极端天气亦会影响医美机构运营与物流配送，能源成本上涨将推高整体运营成本。	新建仓库避开洪涝灾害高发区域，强化厂房防水防洪工程建设；制定极端天气应急预案，建立应急物资储备库、配齐沙袋等防洪物资；密切监测气象预警，及时发布极端天气提醒。	低	高	短期
	慢性天气	长期高温、海平面上升、全球变暖等慢性气候现象，将干扰公司正常运营，推高服装面料、药品储存及运输成本。	启用高效空调、制冷设备，跟踪分析能源消耗数据；强化药品及面料储运环节人员培训，提升温控管理意识。	低	中高	长期
转型风险	政策风险	碳排放监管趋严，企业需投入资金购置节能减排设备、开展技术改造，以满足碳排放标准，增加运营成本压力。	密切跟踪国家及地方环保政策、碳排放标准动态，提前布局节能减排项目。	中	低	中期
	市场风险	消费者环保意识提升，偏好绿色环保原材料产品；低碳工艺、低污染产品及供应商选择，会带来低碳转型成本增加。	深化客户协同，精准响应环保需求；推进绿色原材料采购及利用。与第三方合作开展库存面料循环再利用项目，提升资源利用率。	中	中高	中期
	技术风险	低碳生产技术、节能医疗设备、低污染工艺面料的采购运营，存在前期投入成本上涨压力。	紧盯行业先进技术动态，引进适配低碳管理技术；优化能源管理结构，提升用能效率，推进智能制造、数字化零售与 RFID 物流仓储升级。	中	低	中期
	声誉风险	利益相关方对企业可持续表现关注度攀升，环保表现不佳易引发负面舆论，损害品牌声誉、降低投资者与合作伙伴信任度。	落地环保实操举措，发布 ESG 报告，开展全员环保培训，树立绿色品牌形象。	中低	低	短期

气候变化相关机遇与影响

机遇类型	潜在影响	应对措施	影响程度		影响时间
			低排放情景	高排放情景	
政策支持	政府或出台税收减免、财政补贴等绿色发展优惠政策，降低企业运营成本。	提升运营效率与生产工艺，降低碳足迹，筑牢低碳竞争优势；积极申报政策扶持项目，足额享受政策红利。	低	低	中期
市场机遇	绿色消费与医美行业发展催生气候相关产品项目；消费者绿色消费、健康消费意愿提升，具备市场潜力。	积极采用新型可持续原材料（有机棉、PET 再生纱线等），倡导绿色消费；医美使用本地、有机护肤品，减少包装及供应链碳排放。	中	中	中期
资源利用	工艺流程优化、绿色医院建设，可提升能源利用效率，降低运营成本。	持续优化生产工艺，推进能源精细化管理，提升环境绩效与品牌声誉。	中高	中	中期

注：短期——1 年、中期 1——5 年、长期——5 年以上

影响、风险和机遇管理

为管理气候相关影响、风险与机遇带来的影响，公司从可持续采购、供应链稳定、绿色产品设计、循环利用库存面料、绿色医院建设和数字化转型等方面提升自身气候风险抵御能力，全方位保障公司的稳定发展。

气候相关影响、风险及机遇管理流程	
步骤 1：了解公司业务背景	梳理公司经营活动、业务布局、合作关系、外部环境影响及受波及的利益相关方。
步骤 2：气候相关影响的风险及机遇识别与评估	基于高、低碳排放情景，识别潜在影响、风险与机遇；对已识别气候风险按影响程度、时间范围排序研判。
步骤 3：制定应对策略	依据风险机遇评估结果，制定差异化应对策略并落地执行。
步骤 4：相关披露	通过 ESG 报告披露气候相关风险、机遇识别及管控情况。

指标与目标

温室气体排放指标

公司的温室气体主要来自企业办公运营和生产过程中的能源消耗，范围一主要来自汽油消耗，范围二来自外购电力及热力产生的间接温室气体排放。报告期内温室气体排放情况如下：

指标名称	单位	2025 年
范围一：温室气体排放量	吨二氧化碳当量	593.71
范围二：温室气体排放量	吨二氧化碳当量	3,285.19
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	3,878.90
温室气体排放密度	吨二氧化碳当量 / 百万元营收	0.646

注：范围一温室气体排放来自汽油、天然气。范围二温室气体排放来自外购电力、外购热力的使用。温室气体计算依据国家发展和改革委员会发布的《公共建筑运营单位(企业)温室气体排放核算方法和报告指南(试行)》，外购电力所产生电力排放因子采用生态环境部 2025 年 12 月印发的《关于发布 2023 年电力二氧化碳排放因子的公告》中的全国电力平均排放因子计算。

碳减排主要路径

重点举措

库存面料循环利用

开展库存面料的循环利用，通过消耗存量、再生转化及新品设计，提升资源利用效率，推动废旧面料高价值闭环应用。

低碳运营建设

持续推进建筑、医院及办公场所的低碳运营，通过节能改造与智慧能源管理，降低运营环节碳排放，夯实自身运营碳减排基础。

绿色产品设计

优先选用天丝、亚麻、PET 再生纱线、负责任羽绒及 GRS/GOTS 认证等天然生物基面料，推广应用植物染工艺，从源头减少产品全生命周期环境影响，打造生态友好型产品矩阵。

环境合规管理

环境管理体系

朗姿股份严格恪守《环境保护法》《节约能源法》等法律法规及行业规范，全面规范环境管理与污染物排放行为，持续提升环境治理水平。公司聘请第三方专业机构，对已获认证的 ISO14001 环境管理体系开展年度审核，保障体系持续有效运行。

3.8 万元

报告期内，公司环保投入



ISO14001 环境管理体系认证
(认证范围：女士服装的生产及相关管理活动)

突发环境应急管理

朗姿股份识别运营过程中的环境影响因素，对全流程潜在环境风险实施系统性排查。公司及旗下运营机构建立健全环境风险应急管理体系，制定《突发环境事件应急预案》《防汛应急预案》等制度文件，组建专项应急工作小组，明确应急处置流程、职责分工与应对措施；针对有害废弃物泄漏、不当处置等重点场景，制定专项应急方案，全面防范突发环境事件。

环境风险
识别与评估

全面识别运营环节环境风险源，实施高、中、低三级风险分类管理，建立动态更新的风险清单；结合历史数据与行业实践开展风险量化评估，形成评估报告并督促整改落地；每年开展不少于一次专项或综合环境风险评估，在生产工艺调整、环保标准升级时及时开展复评。

环境监测

构建常态化环境监测机制，对废气（油烟）、废水等污染物排放实施持续监测，严格落实合规管控要求，保障各类污染物安全处理、达标排放。

规范作业
流程

强化现场巡检与作业规范管理，制定并执行标准化岗位操作流程，加强员工操作技能培训，严控违规作业行为；对关键岗位实施持证上岗，并定期开展技能考核，推动作业流程规范化。

环保能力培训

朗姿股份开展突发环境事件应急管理培训，覆盖环境风险识别、隐患排查、应急法规、处置流程等核心内容，保障相关人员熟练掌握应急管理知识体系。同时，定期组织环境污染物泄漏应急演练，按照应急预案有序开展泄漏源管控、污染物处置、人员疏散等实操环节，检验并提升团队突发环境事件应急处置与协同作战能力。

报告期内，



290 人次
环保培训总人次



96%
环保培训人数比例

环境管理目标

朗姿股份结合经营实际制定环保管理目标并跟踪落地进度，持续优化环境管理成效，2025 年各项环境管理目标均圆满完成。

环境管理目标	2025 年完成情况
严格遵守国家及地方环保法规，确保运营活动 100% 合法合规。	✔ 已完成
废气排放管理目标：100% 合规排放	✔ 已完成
废水排放管理目标：100% 合规排放	✔ 已完成
废弃物管理目标：100% 合规处置	✔ 已完成
制定环保培训计划，通过授课、演练等方式，实现员工环保培训覆盖率达 90% 以上。	✔ 已完成
构建环境风险防控体系，加强巡查与应急管理	环境隐患整改合格率 100%。
重大污染事故或环境事故。	未发生



综合污染防治

朗姿股份及下属子公司未被列入环境信息依法披露单位，主要污染物排放来自锅炉燃烧、医疗废弃物以及生活及医疗污水等。公司主动落实污染防治主体责任，强化员工环保意识培育，以实际行动践行绿色发展理念，助力区域生态环境持续改善。

废气管理

朗姿股份遵守《大气污染防治法》《锅炉大气污染物排放标准》等相关规定，持续优化废气治理举措，践行绿色低碳运营，最大限度减少大气污染物排放。公司废气主要来源于公务用车尾气、锅炉废气、污水站废气以及食堂油烟。

废气	主要污染物	处置及减排措施
公务汽车尾气	一氧化碳等	逐步替换为新能源公务用车，布设新能源汽车充电桩，减少尾气排放。
锅炉废气 污水处理站废气 食堂油烟	颗粒物 二氧化硫 氮氧化物 非甲烷总烃 油烟等	<ul style="list-style-type: none"> 锅炉废气经除尘器过滤颗粒物，降低污染物排放浓度。 污水处理站废气采用加罩 / 加盖密闭处理；医废暂存间定期清扫消毒，污水处理单元全密闭且置于室内，有效减少异味扩散；定期委托第三方机构开展废气排放检测，留存检测报告，确保合规排放。 食堂油烟通过低空排放油烟净化器净化，改善空气质量。

废水管理

朗姿股份遵循《水污染防治法》《医疗机构水污染物排放标准》及地方环保部门要求，朗姿医美及旗下机构制定并执行《医院污水处置管理制度》《医疗污水处理规范》，通过完善污水处理设施、强化日常监测管控，确保废水达标排放，切实履行水环境保护责任。公司废水主要分为生活污水、生产废水、医院污水三类。

废水类型	主要污染物	处置及减排措施
生活污水	有机物 悬浮物	接入独立化粪池，进水管加装防返味存水弯，排入市政污水管网统一处理。
生产废水	化学需氧量 悬浮物 氨氮等	工厂生产废水集中收集后经废水处理设备处置，按国家标准达标排放。
医院污水	化学药剂 放射性物质等	朗姿医美旗下整形医院采用臭氧工艺、采用预处理 + 生化处理 + 深度消毒组合工艺，小型诊所启用一体化设备，对医疗废水进行无害化处理，每月进行排放废水微生物检测，确保达标。诊疗废水设独立排水管道，加装杂物滤网，密闭收集转运至预处理站。建立污水消毒监测登记体系，专人巡检运维；优先选用二氧化氯 / 臭氧消毒，委托第三方机构定期检测，保障全流程合规处置。

废弃物管理

朗姿股份秉持“减量化、资源化、无害化”处置原则，严格遵守《固体废物污染环境防治法》《危险废物贮存污染控制标准》《医疗废物管理条例》《医疗卫生机构医疗废物管理办法》等国家及地方法律法规，制定《医疗废物管理制度》《医疗废物暂存间管理制度》等文件，规范废弃物全流程管理，推动资源高效利用。2025 年，朗姿医美旗下重庆米兰柏羽医疗废物产生总量较去年下降 10%。

朗姿医美废弃物管理体系

组织保障与责任

▶▶ 朗姿医美旗下各医美机构持续完善医疗废物管理组织架构，层层压实管理责任，明确岗位操作规范与处置流程；严格区分生活垃圾与医疗废物，从源头杜绝混放带来的交叉污染与合规风险。

分类与闭环管控

▶▶ 各科室对医疗废物实行分类、交接、暂存、转运专人闭环管理；规范落实感染性、损伤性、病理性、化学性废物分类收纳及锐器专项存放；建立危险废物产生处置台账，定期清洁消毒储存容器，严禁与生活垃圾混放。

应急处置与监督问责

▶▶ 强化保洁人员安全防护与作业培训，严防废物流失、泄漏、扩散；对突发情况立即启动应急预案并逐级上报；对违规操作行为，依法依规追究相应经济与法律责任。

废弃物类型	主要污染物	处理措施
无害废弃物	生活垃圾 废纸箱 废包装等	<ul style="list-style-type: none"> 实施垃圾分类管理，生活垃圾委托环卫部门定期清运； 回收利用废塑料、废纸箱等可回收物。
有害废弃物	医疗废弃物 (药性废物 化学性废物) 等	<ul style="list-style-type: none"> 医疗废物经消毒灭菌后，由专人进行分类收集、贮存、交接，转运至暂存处，48 小时内完成无害化集中处置；转运后及时清洁消毒暂存区域，严禁无关人员接触，本年度未发生医疗废物流失、泄漏、扩散事件。 委托具备资质的第三方机构处置有害及危险废物。

污染物及废弃物排放情况

指标		单位	2025 年
废气	氮氧化物排放密度	mg/m ³	72
	硫氧化物排放密度	mg/m ³	<4
	颗粒物排放密度	mg/m ³	<1
废水	废水排放总量	吨	82,365
	生活废水排放总量	吨	67,630
	工业废水排放总量	吨	150
	医院污水排放量	吨	14,585
	废水排放强度	吨 / 百万元营收	13.72
废弃物	有害废弃物排放总量	吨	72.61
	有害废弃物排放强度	吨 / 百万元营收	0.01
	无害废弃物排放总量	吨	1,681
	无害废弃物排放强度	吨 / 百万元营收	0.28

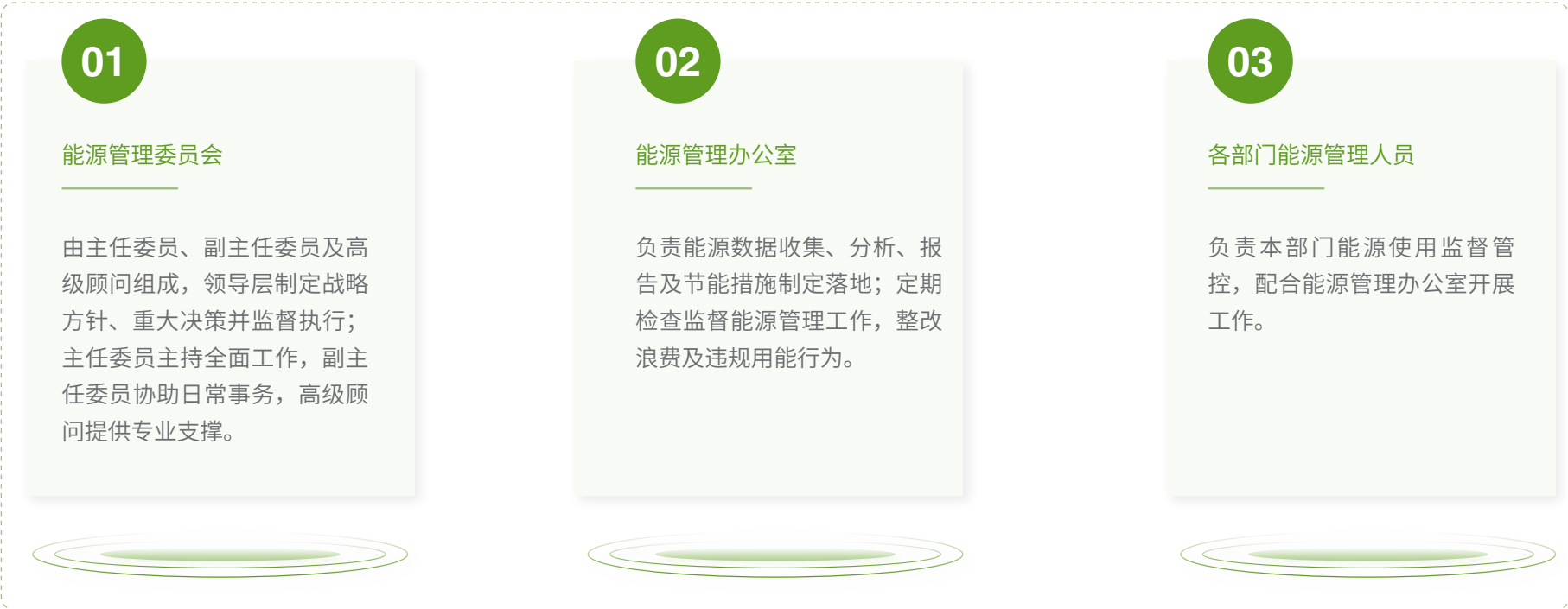
(注：统计范围包括朗姿总部大厦、朗姿顺义工厂、武汉五洲整形外科医院、武汉韩辰医疗美容医院、晶肤医美机构、四川米兰柏羽医疗美容医院(总院)、成都高新米兰柏羽医疗美容医院、西安米兰柏羽医疗美容医院；其中，废气仅朗姿顺义工厂排放；本年度的统计范围较去年有所扩大，相关指标口径亦存在差异，因此数据同比呈现一定幅度的增长。)

能源管理

能源管理体系

朗姿股份遵循《节约能源法》等法律法规，制定并实施《节能降耗控制程序》《医院能源管理制度》《水电物业成本管理办法》《公共设施设备检查维修制度与程序》《多功能插座及电器用电制度与程序》等规范性文件，实现能源管理有章可循。公司倡导绿色低碳办公，全力打造节能降耗、环保可持续型企业。

公司成立内部监督小组，鼓励员工建言节能降耗优化方案，营造全员参与的节能氛围。朗姿医美旗下多家医美机构组建能源管理组织，设立能源管理委员会及专项小组，实行责任制并制定年度节能计划，部分机构将能源管理指标纳入绩效考核，奖惩分明保障节能目标落地。



医美机构能源管理架构

节能降耗

朗姿时装通过工艺优化、设备升级、绿色运营、标准化建设等举措持续提升能源利用效率，打造低碳环保、健康舒适的运营环境，以精细化能源管理践行绿色发展理念。公司旗下顺义工厂围绕节能降耗目标，从工艺节能、技术改造、设备更新、绿色办公四大维度发力，全面推进生产与办公环节的低碳化运营。





环境友好型医院

绿色建材与 装配式设计

装修标准化: 朗姿医美工程部梳理历史装修项目, 形成米兰系、晶肤体系等综合造价标准, 指导后续项目立项; 推进装修风格、空间动线、功能区域设计标准化, 装配式方案前置融入节能绿色要素, 无需开展专项翻新。

节能管理

能源统计分析: 安装水、电、气计量器具, 实现能耗实时监测与数据统计, 建立能耗数据库, 为能源管理提供数据支撑。
耗能设备管控: 建立高耗能设备台账, 落实定期维保, 保障设备高效运行; 完成医疗器械年度强检与校准, 提升设备能效与运行稳定性。
智能照明控制: 采用节能灯具搭配智能控制系统, 按区域使用需求自动调节亮度与通断, 降低照明能耗。
用能行为规范: 制定日常办公用能准则, 合理调控空调末端温度, 培育全员节能意识。

健康环境

升级健康诊疗空间: 配套设置 SPA、咖啡厅、会议室、多功能厅、儿童游乐区等功能区域, 打造兼具环保性与舒适性的服务场景。

朗姿医美旗下医疗美容医院以打造健康、舒适、环保的绿色诊疗环境为方向, 通过优化用能设备配置、规范操作流程降低能源消耗, 在提升服务品质的同时助力患者身心康复。2025 年, 旗下韩辰医美、晶肤医美多家门店完成环境改造与空间升级, 通过设施更新、功能优化与场景焕新, 全面提升诊疗环境的舒适度、安全性与绿色化水平, 为客户提供更高品质的医疗美容服务体验。



韩辰医美亲子游乐区

能源管理目标

朗姿股份制定年度节能降耗计划，实施能耗目标分解与考核机制，细化各部门、各科室能耗指标与节能任务，动态跟踪能耗数据与节能成效，持续优化能源管理效能。公司主要能源消耗类型包括电力、天然气和汽油。

能源消耗情况		
指标名称	单位	2025 年
汽油	升	6.1
天然气	标准立方米	274,580
外购电力	千瓦时	3,751,232
外购热力	吉焦	11,770.77
综合能耗消耗量	吨标煤	1,227.84
综合能耗消耗密度	吨标煤 / 百万元营收	0.205

注：公司主要涉及的直接能源为汽油（公务用车每年汽油消耗量总体持平）、天然气；间接能源主要为外购电力、外购热力。综合能源消耗量是按照中华人民共和国国家标准《综合能耗计算通则》（GB/T2589-2020）的换算因子进行核算。统计范围包括朗姿总部大厦和朗姿顺义工厂。

水资源管理

水资源治理

朗姿股份严格遵守《水污染防治法》等相关法律法规，制定《水电物业成本管理办法》，持续提升用水效率，规范用水行为，减少水资源浪费。

节约用水措施

朗姿股份积极推行节约用水措施，通过设备维护、定期监测用水效率，节水宣传引导，提升员工节水意识。

宣传引导

张贴节水标识，普及节水知识，培育全员节水习惯。

设施维护

定期检修供水设施，杜绝跑冒滴漏现象。

智能管理

启用插卡水控系统，提升水管控精细化水平。

节水器具

安装节水型阀门、水龙头等节水器具。

优化用水

绿化采用滴灌技术，机械冲洗严控用水量，提升水资源复用率。

水资源管理目标

朗姿股份以降低运营水消耗为目标，坚持对日常办公和生产场所进行节水管理，确保水资源合理利用。

水资源消耗情况

52,218 吨
年度用水量

8.70 吨 / 百万元营收
总耗水强度

(注：统计范围为朗姿总部大厦和朗姿顺义工厂)

促进循环经济

朗姿股份遵循《循环经济促进法》等法律法规，持续提高绿色原材料和绿色包装利用率，降低包装材料使用量。在产品生产、流通运输和销售多环节充分考虑采用可循环、可降解的绿色包装材料，推进产品全生命周期包装减量化，降低对生态环境的影响。

可持续原材料

朗姿时装深刻认识到原材料选择对产品品质、生态环境保护及社会责任履行具有关键意义。在产品全生命周期管理中，朗姿时装将材料可持续性置于重要位置，持续扩大可持续原材料应用范围。

可持续原材料采购实践

朗姿时装供应链部明确可持续原材料采购比例目标，稳步推进可持续棉、可持续纤维素纤维、生物基化纤、牦牛绒等环保材料的规模化应用。

朗姿时装、绿色婴童多款产品获得国际可持续与安全认证，包括责任羽绒标准 (RDS)、回收声明标准 (RCS)、全球回收标准 (GRS)、负责任羊毛标准 (RWS)、OEKO-TEX® Standard 100，以高标准构建安全、环保、可追溯的产品体系。

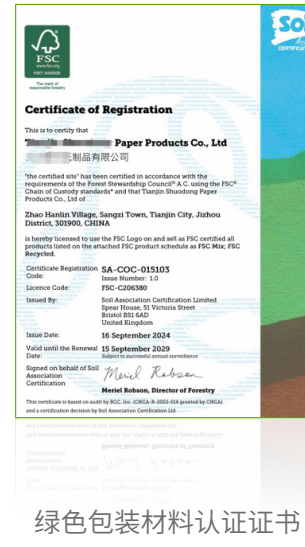
报告期内，可持续面料采购 **3,135.12** 万元



朗姿时装采购环保面料认证

包装材料管理

朗姿时装选用塑料、布料、纸制品、无纺布等环保包装材料，推行绿色包装政策，减少无溯源和不环保包装材料的使用，优先采用可循环布罩衣袋、可回收塑料衣架、FSC 认证纸箱、中国环境标志 CEC 认证环保纸张、OEKO 认证标签水洗布、纯棉环保手提袋、无纺布包装袋、可再生植物纤维手提袋，严控非环保、无溯源包装材料使用。同时，公司缩减一次性包装用量，提升可重复利用布料罩、衣袋使用率。



绿色包装材料认证证书



包装材料管理目标

持续加大绿色包装投入

- 2025 年服装板块绿色包装（资材）采购总投入 1,543 万元，较上一年增加 17.6%
- 2025 年服装板块资材采购中绿色产品占比 72%（其中布类占 5%，塑料类占 16%；纸制品占 51%），较上一年增长 3%
- 物流环节采用 FSC 认证绿色循环周转箱，2025 年物流部门共采用循环箱发货 16,973 个。



循环时尚消费

朗姿时装积极探索循环时尚模式，将库存面料创新改造为新品，盘活积压原材料。各女装品牌通过高效开发与销售策略，提升库存面料利用率，降低资源浪费，推动可持续发展，助力企业绿色时尚转型。

库存面料循环再生项目

2025 年度，朗姿时装聚焦资源循环利用与可持续时尚发展目标，启动库存面料循环再生专项行动，规划盘活库存面料约 3 万米（占该批次库存总量的 25%），依托废旧面料再生技术打造闭环供应链。

项目实施阶段，公司携手第三方专业机构协同推进，开展库存面料规范化回收、资源化再织造全流程工作，切实降低闲置库存资源浪费，践行绿色低碳发展责任。本专项行动于 2025 年 10 月正式启动，按项目推进计划，2026 年 5 月将完成首批再生面料量产，预计产出再生面料 2 万米；后续再生面料成衣将于 2026 年下半年正式推向市场，以实际行动落地循环经济理念，深化企业 ESG 治理实践。

库存面料焕新 助力低碳时尚

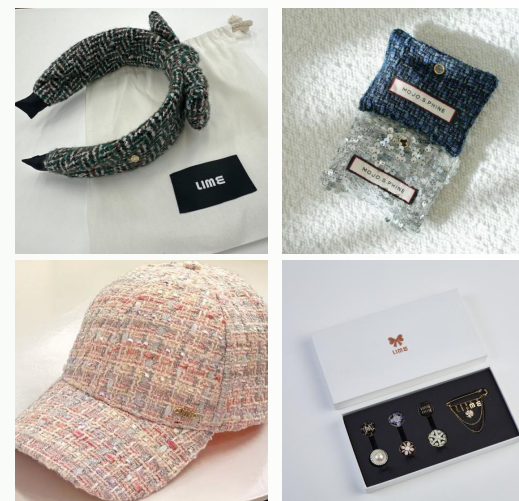
朗姿时装旗下 Lancy、莱茵 LIME、莫佐 MOJO 品牌通过精细化产品开发与场景化营销创新，深挖库存面料价值，提升资源综合利用率，从源头减少纺织资源浪费，以多元化实践推动时尚产业绿色低碳转型。

库存面料二次创新

莱茵品牌将库存面料创新性应用于睡衣、首饰盒、胸针、发卡、帽子、笔记本等品类开发，作为顾客赠礼实现资源二次利用。莫佐女装利用 1 万米左右库存面料设计 3 个新品 SKC，单品售罄率达 99%。

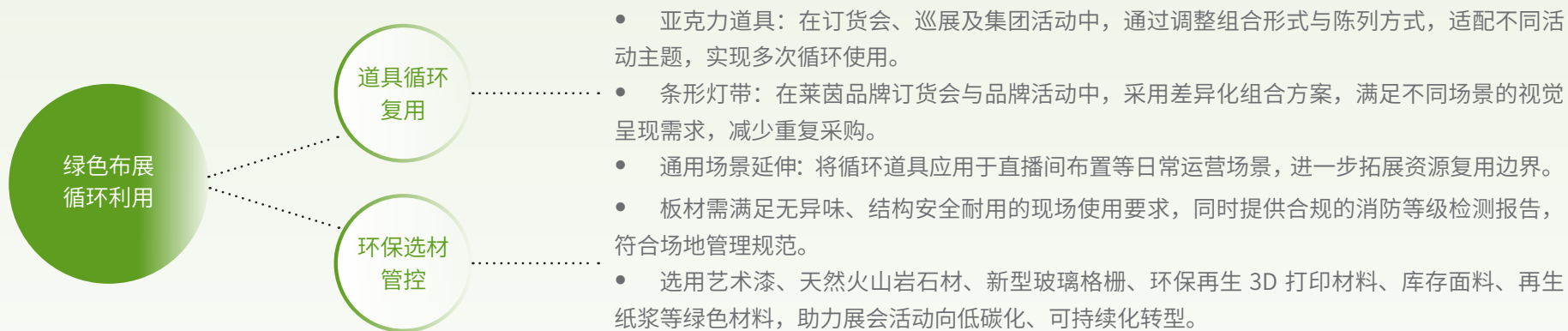
门店 DIY 场景化营销

莫佐女装部分门店配置现场打印机，开展个性化印花服务，支持顾客在衣物上印制专属图案，推出亲子装印花等特色服务，受到市场广泛认可；此外，门店员工自主利用库存面料 DIY 制作包包，作为顾客赠礼实现资源二次利用，既提升了顾客粘性，又通过低成本创新激活了循环经济价值。



循环布展

朗姿时装以循环经济理念为核心，在严格契合品牌调性与活动主题的前提下，通过布展道具复用、环保选材、降本增效等举措，构建绿色展会实施体系，最大化提升资产使用效率，有效降低展览物料采购成本。实现环境效益与经济效益的协同提升。



绿色设计

朗姿时装积极响应国家《促进绿色消费实施方案》，将可持续发展理念深度融入产品全生命周期，以绿色产品设计为抓手，优先选用天丝纤维、亚麻纤维、负责任羽绒、GRS 认证、GOT 认证等天然生物基面料，推广应用植物染等环保工艺。从设计源头减少产品生产、使用及废弃回收全环节对生态环境的影响，打造兼具时尚美学价值与生态友好属性的产品矩阵。同时，通过产品绿色属性的显性化呈现与消费理念宣导，引导消费者践行可持续消费行为。



日本进口100%CT-棉

生产全链路实现低能耗、低水耗、低排放制程，符合OEKO-TEX STANDARD 100生态纺织品认证要求，无化学残留，对人类及自然环境无潜在危害。纤维本身就具备生物降解性，废弃后可降解为有机物质，不产生细颗粒物，降低土壤与水域的生态负荷。



100%NAlA醋酸纤维

基材为天然纤维素类木浆原料，源自可持续管理林木资源。生产严格遵循国家环保标准，采用溶剂闭环回收工艺，大幅减少VOCs排放与化学试剂损耗。染整环节采用低污染环保助剂，无APEO、重金属等有害化学残留，材料具备多途径可降解性，废弃后对环境无持续性生态负担。



莱赛尔纤维

莱赛尔纤维原料源自FSC/PEFC认证的速生林木浆/棉短绒纤维资源，生产端采用NMMO单一溶剂物理溶解体系，全程无有毒有害气体/废水排放，溶剂经过多道工序实现99.7%以上的回收率，产品符合欧盟REACH法规，废弃后可在自然微生物体系中完全生物降解。



绿色婴童

朗姿婴童服装品牌 ETOI (爱多娃) 将绿色产品设计理念深度融入核心品类研发，其冬季棉服系列采用经全球回收标准 (GRS) 认证的科德宝 100% 再生 PET 面料。相较于传统聚酯纤维，再生 PET 纤维在生产环节可显著降低耗水量、耗电量及废水排放量，以可量化的环境效益践行可持续发展理念，为绿色消费市场提供兼具安全属性与生态价值的产品选择。



100%聚酯纤维

SOLOTEX的环保性以生物基原料替代、低碳工艺体系、闭环回收适配与全生命周期低环境负荷为核心。聚合物含37%生物基，经放射性碳14测年法验证替代等量化石基PDO，符合ISO 14067碳足迹核算标准，成品PTT分子链螺旋构象赋予高形态稳定性与耐磨性，延长织物寿命50%，减少废弃频次且可通过回收再生实现循环。



桑蚕丝

真丝双乔属于100%天然生物源生物纤维，原料源自桑叶树叶片光转化的天然蛋白聚糖，碳足迹仅为石化合成纤维的八分之一，终效应依托异向捻度织造工艺，规避化学整理，组织完整全流程综合能效较聚酯纤维降低65%以上，无温室气体排放，符合欧盟Ecolabel生态标签标准。



霍尔多巴吉白鹅绒

霍尔多巴吉白鹅绒采用有机生态养殖模式，符合EU有机农业认证，鹅群养殖实现种养结合生态循环，氮、磷元素循环利用。采用物理法绿色加工工艺，纯水低温超声清洗，余热回收封闭式热风烘干系统。鹅绒本体为天然动物蛋白纤维，使用环节无微塑料脱落，无有害物质释放，全产业链零场固碳、废弃还田——碳汇抵消。

保护生物多样性

朗姿股份坚持绿色发展理念，遵守《环境影响评价法》《生物多样性公约》，在项目选址和工程建设中，始终坚持生态优先原则，严格评估环境影响，优化设计方案，避免对生物多样性和生态系统的破坏，确保业务经营与自然和谐共生。

01

动物福利 ——负责任羊毛采购

遴选优质羊绒、RWS 负责任羊绒标准认证的供货商，（确保羊只得到人道对待，不受痛苦或过度剥削），持续提升羊绒产品在原料结构中的占比。

50% 羽绒原料采用北纬 45 度匈牙利羽绒，从供应链源头强化产品的可持续属性。



02

植物染绿色工艺

全面推广 100% 植物染技术，以天然染料替代传统化学染料，从生产环节降低污染物排放，减少产品全生命周期对生态环境的负面影响。



03

严守生态红线

项目选址阶段严守生态保护红线，工程建设环节严格遵循地方森林资源保护法规，全面推行绿色施工标准，通过精细化管理最小化施工过程对周边生态环境的干扰。



04

生态修复与养护

建立突发环境污染事故应急处置机制，一旦发生相关情况立即启动预案并开展生态修复工作；同步实施厂区绿化工程，优先选用本地适生植物构建景观系统，通过定期养护提升植被覆盖率，助力维护区域生态平衡。



保护生态及生物多样性举措



品质为本 客户为先

— PINZHIWEIBEN KEHUWEIXIAN —

产品与服务质量

治理

朗姿股份深耕时尚女装、医疗美容、绿色婴童三大业务领域，将产品质量安全作为经营发展的核心底线，依托完善的治理体系、全流程管控机制、合规营销布局、数字化转型及高效售后流程，全方位保障产品与服务质量，为消费者提供高品质、安全可靠的服装产品与服务。

- 产品与服务质量
- 信息安全与数字化转型
- 研发驱动创新
- 可持续供应链
- 遵守科学伦理



服装板块

朗姿股份严格恪守《产品质量法》《国家纺织产品基本安全技术规范》《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》等法律法规与行业标准，构建规范化质量治理架构，搭建覆盖产品研发、采购、生产、销售全环节的全生命周期质量管理体系，制定严于国家及行业标准的内部质量标准，全方位把控产品品质。公司形成完善的服装产品制度体系，包括《产品质量管理》《加强质量管理实施细则》《非纺织品服装配饰》《内检实验室质检流程和操作规范》《面料验收通用标准》及《桑蚕丝面料验收标准》等内部制度，细化质量管控标准，规范全流程质检作业。2025 年，公司女装生产和服务已通过 ISO9001 质量管理体系认证，并确保质量体系持续有效运行。



ISO9001 质量管理体系认证 (认证范围：女士服装的生产和服务)

医美板块

朗姿医美秉承“安全医美、品质医美、口碑医美”的服务原则，严格遵守《医师法》《医疗质量管理办法》《医疗机构管理条例》及《医疗技术临床应用管理办法》等国家标准规范，建立健全企业及各医美机构的医疗质量和安全管理机制，贯彻落实《朗姿医疗安全管理条例》《医美机构品质管理核心制度》《医美机构品质管理指标库》《医美机构品质负责人工作手册》《朗姿医美高品质服务标准管理手册》《品质医美交付准则》《朗姿医美 9 大金标准》《医疗器械经营质量管理制度》《朗姿医疗设备管理制度》等内部管理制度，严格管控医疗服务质量。

2025 年，朗姿股份旗下医美机构共有 **10** 家获得 TÜV 德国莱茵医疗服务质量管理体系认证，**5** 家获得中国整形美容协会 5A 级医疗美容机构。



朗姿医美质量管理体系认证

TÜV 莱茵医疗服务质量管理体系认证 (SQS-Healthcare)

- 四川米兰柏羽医疗美容医院
- 西安米兰柏羽医疗美容医院
- 西安高一生医疗美容医院
- 北京米兰柏羽丽都医疗美容医院
- 重庆米兰柏羽时光整形美容医院
- 昆明韩辰医疗美容医院
- 武汉五洲整形外科医院
- 武汉韩辰医疗美容医院
- 郑州集美医疗美容医院
- 长沙雅美医疗美容医院



中国整形美容协会 5A 级医疗美容机构

- 西安米兰柏羽医疗美容医院
- 西安高一生医疗美容医院
- 北京米兰柏羽丽都医疗美容医院
- 武汉五洲整形外科医院
- 长沙雅美医疗美容医院



战略

朗姿股份识别质量管理环节的潜在风险与市场机遇，制定针对性应对方案，保障业务稳健可持续发展。

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	风险 / 机遇应对措施	影响程度	影响时间范围
运营风险 / 机遇	服装产品与服务质量管控缺位易引发品牌声誉风险，进而影响业务长期可持续发展。	朗姿时装与绿色婴童制定并执行严格的质量管理举措，覆盖产品从研发、采购、生产、到销售全生命周期，保障产品品质安全。	高	短中期
	医美服务质量不达标、器械 / 产品不合规、虚假宣传等问题，易触发监管处罚与品牌信任危机，损害消费者权益。	朗姿医美持续强化“安全医美、品质医美、口碑医美”的服务原则，2025 年发布《十大零容忍》，并持续完善《服务流程优化制度》等规范，严守合规经营底线，加大人员培训力度，保障服务全流程质控。		
市场风险 / 机遇	消费者对新型消费、绿色消费模式、服装品质及体验要求的日益提升，若产品设计及服务模式滞后于市场需求，将面临客户流失风险。	在保障产品质量前提下，持续加大新型消费模式创新、跨界合作以及客户需求响应；针对不同地域、群体、年龄段客户进行差异化服装设计；开展多样性的 VIC 会员活动，提升客户黏性，增强市场竞争力。	中高	中长期
	医美消费向合规化、品质化、个性化升级，行业监管趋严倒逼规范化转型，合规布局滞后将错失市场增量。	深耕合规医美服务赛道，优化服务品质与客户体验，打造标准化、透明化医美服务体系，抢占品质消费市场。		

注：短期——1 年、中期 1——5 年、长期——5 年以上

影响、风险与机遇管理

保障产品与服务质量

产品与服务质量是公司构筑市场竞争优势、深化客户关系的基石。公司始终坚持以质量为本，以流程化管理和全过程监督为抓手，确保每一个环节都严格践行标准，致力于为客户创造卓越、可靠的价值体验。

服装板块

全链条品质严控

- **面料评估:** 开发阶段，公司在船样交付前对高风险项目委托第三方实验室完成全项检测，重点检测深色、艳色产品的色牢度，确保设计可行性。面料入库后，公司将面料移送工厂前进行全面检验，采用抽检方式对成衣入库环节进行质量把关，确保生产前质量合格。针对订货样衣，对其面料、辅料潜在风险进行评估，同时考量制作工艺与面料的适配性。
- **设计阶段:** 将样衣与标准样比对，根据《内检实验室质检流程和操作规范》通过自有实验室按规范完成检测并出具鉴定意见；通过“产前会”明确生产质控要点；绿色婴童产品重点排查面料安全隐患，强化无害、亲肤、儿童成长适应性设计，并在吊牌标注详细安全提示。
- **生产阶段:** 派驻专人驻厂监督，落实物料检验、预缩测试等流程，对特殊面料开展净裁、验片处理，执行每日巡检；驻厂人员依据《工艺细节注意事项》、AQL2.0 等标准多批次判定大货质量，特殊款式需设计师核验、多部门鉴定封样。
- **产品上市前:** 上市前开展品质调样复核，上市 7 日内启动市场调研与质量复盘，每季度结合售后反馈汇总质量问题并落实整改。

案例

区域气候适配型女装质量优化项目

公司依托全国线下门店与会员体系，选取深圳、成都、北京、沈阳、乌鲁木齐五座



核心城市搭建实测网络，覆盖全国五大气候区域；招募 28-45 岁核心会员参与实测，聚焦多场景穿戴体验，按周期回传舒适度、适配性数据，累计采集超 200 份有效样本。依托实测数据构建“用户实测 - 数据解析 - 设计迭代 - 区域试销”闭环研发模式，打造贴合国内区域气候特征的轻奢女装，强化产品差异化竞争力，支撑渠道战略转型，助力产品及服务质量提升。

医美板块

强化服务标准

2025 年朗姿医美强化“品质医美”制度及标准建设，制定并发布《米兰柏羽·十禁零容》《非手术科室交付 SOP 流程 - 注射中心》《非手术客诉交付 SOP 流程 - 美容皮肤科》《VIP/VIC 客户服务标准 (SOP) -VIP/VIC 区域》《服务流程优化制度》《服务品质管理沟通制度》《服务文化建设制度》等多项服务标准。



产品引进与药品管理

- 产品项目上市前，医美机构开展多期临床案例，系统观察产品效果。综合临床案例反馈与市场需求，由多部门联合评定引进上市。主任医师参与产品临床使用教学培训，通过认证后方可开展相关服务，确保临床操作专业性与安全性。
- 医美机构药房实行“三色五区”分区管理，做好日常温湿度监测和冷链药品管理，年度对温湿度计和药品阴凉柜进行校准检验，保证药品及设备处于良好功能状态。



以品质 致未来

保护客户身心安全

- 手术类医疗服务严格执行入院评估、术前沟通、知情同意文书签署、手术风险评估等标准化流程，全面落实围术期管理与手术安全核查制度，强化全过程风险管控。
- 治疗前，医院产品与服务各岗位人员落实查对要求与身份识别，有效规避医疗安全隐患，保障患者权益与医疗质量。



监督服务质量

- 朗姿医美完善内部服务监督机制，通过线上咨询、现场查房及神秘客户体验等方式，全面调研客户就诊全流程体验。针对调研中发现的客户体验影响因素，公司深入分析并积极落实改进措施，持续提升服务质量与客户满意度。
- 旗下医美机构米兰柏羽 2025 年发布《品质服务考核规范》，将员工绩效与服务品质挂钩。



医疗安全管理

“安全医美”是朗姿医美核心原则之一。公司持续加强医疗质量与安全管理制度建设，夯实基础医疗质量，筑牢医疗安全底线。朗姿医美严格遵守《药品管理法》《药品不良反应报告和监测管理制度》等法律法规，确保药物与医疗器械管理合法合规。公司制定《药品质量管理体系》《药品储存管理制度》《医疗不良事件管理办法》《特殊管理药品管理制度与程序》等内部制度，规范临床药品合理使用，保障药品全流程管理有章可循。

医疗安全管理举措

安全自查

- 公司每年组织各机构医疗专家联合开展医疗品质自查行动，完善医疗管理体系，强化医美标准，落实机构责任，确保医疗质量与安全。

器械管理

- 公司持续优化，严格把控医疗器械质量审核及贮存运输等关键环节，确保医疗设备在全生命周期内高效、安全运行，保障医疗质量与患者安全。

专项培训

- 定期开展医护人员标准化操作、不良事件识别与上报等专项培训，提升全员安全意识和风险识别能力。每月面向医护人员开展“临床小课堂”活动，普及医疗安全防控要点。

医疗安全警示

- 建立月度药物警戒专项会议机制，汇总上报情况、通报分析结果、梳理风险隐患、部署后续重点工作，形成常态化管理闭环。
- 每月发布《医疗安全警示》，汇总各类手术安全案例，深入剖析典型事件成因与防范要点，以案为鉴，强化全员风险意识与安全警觉。朗姿医美 2025 年已累计发布 35 期安全警示，强化全体人员的医疗安全意识。

药物警戒 & 不良反应管理

规范上报，闭环机制

- 建立健全医疗不良事件及药物不良反应监测制度，明确责任主体与闭环管理流程，覆盖全院各科室，杜绝迟报、漏报、瞒报现象。
- 依托医疗器械和药物不良反应监测制度，构建上报、评估、处理、整改、预防的全链条闭环机制，及时收集行业内典型不良事件案例，持续优化风险防控能力。
- 制定标准化不良事件上报单，开通便捷上报渠道，确保可疑事件第一时间上报。

药物及器械不良反应处理

- 恪守“可疑即报”原则，医疗人员发现可疑不良反应事件后立即通报科室负责人，医疗器械管理委员会组织讨论，排查根本原因，形成分析报告，并依据《医疗安全不良事件上报制度及流程》落实整改措施。
- 对于新的、严重的不良反应，积极救治患者，做好医疗记录，保存相关留样，分析查找问题。发现群体病例时，迅速开展临床调查，必要时采取紧急措施，并立即向当地药品监督管理部门报告。
- 医院保存不良事件监测记录，将药品与医疗器械不良反应资料汇总后，通过网络上报至国家监测系统，实现数据可追溯、责任可落实。

产品追溯与召回

朗姿股份通过数字化赋能产品追溯管理，在服装与医美板块均构建了高效透明的追踪体系。公司利用 RFID 识别平台为产品赋予数字化标签（商品唯一身份码），实现商品全生命周期管理。该平台赋能数字化工厂，链接智能化仓储与自动化数据采集，实现可视化追溯，清晰记录产品各阶段流转信息，助力各门店及医美机构高效完成收发、盘点、销售工作，达成“账实统一”。

在产品召回方面，医美板块制定《缺陷产品召回制度》《药品召回制度与程序》，明确缺陷产品认定的管理部门及职责，对召回认定、实施、纠正预防等环节实行闭环管理，一旦发现缺陷产品，立即停止销售并启动召回调查，各品牌质量负责人依据调查报告妥善处置，最大限度降低对消费者的影响，切实履行产品安全主体责任。

质量能力培养

服装
板块

公司每季度在新品投产前，面向服装生产一线员工开展专项培训，重点讲解新产品款式及制作要点，确保工艺标准与操作规范落实到位。同时，邀请服装协会、中纺织标准协会等专家为质量管理人员举办专题培训，内容涵盖鞋类标识、童鞋安全技术、服装理化性能检测方法和技术要求等行业标准，全面提升服装板块团队专业素养，为产品质量合规与持续改进提供坚实保障。

医美
板块

朗姿医美旗下米兰柏羽总院开展 2025 医疗质量安全月活动，活动涵盖专项课题培训、急救技能演练、急救药品使用等。覆盖从日常管理工作的至医务科、护理院感科等规范化督导与执行工作。本年度医疗质量安全月累计超 2,000 人次深度参与，实现临床中心 100% 参训率。



负责任营销

朗姿股份始终坚持负责任营销，杜绝虚假宣传，严格遵守《广告法》《医疗广告管理法》以及《电子商务法》等法律法规，制定《产品知识普及或客户培训相关措施》《医疗美容广告法执法指南》《朗姿医美医疗广告物料合规要求》《医疗广告常见违规行为及禁用词汇总》等内部制度文件，建立覆盖线上电商平台、线下门店、新媒体渠道宣传场景的全链路内容审核机制，严格规范产品信息披露口径。公司构建常态化、专业化的营销合规培训体系，针对不同业务板块、岗位层级定制培训内容，保障客户知情权，积极传递绿色消费与品质服务理念，维护消费者知情权与品牌公信力。

合规宣传管控

- 公示面料成分、执行标准、洗涤养护说明、安全技术类别等关键信息。

责任营销培训

- 制定月度环保面料专项培训计划，向营销及客服团队普及可持续面料特性、环保价值与合规宣传要点。
- 将《营销合规与敏感词》纳入全体新员工入职必修课程，100%覆盖全营销岗位。
- 针对抖音等直播渠道发布《抖音平台直播虚假宣传风险规避指南》并培训。
- 在商品大促节点、平台规则更新前开展合规复盘与专项培训，持续迭代培训内容，强化全员合规意识。

产品与服务知识普及

- 按季度开展全团队商品专业培训，输出月度穿搭方案、产品卖点解析等内容，搭建跨部门学习交流坊，强化团队专业素养。
- 组织员工参与行业展览、供应链工厂研学等外部交流活动，制作标准化专业课程，提升团队产品解读与服务能力。
- 面向消费者开展合规科普，清晰传递服装产品质量标准、医美服务规范等信息，引导理性消费。

服装板块



医美板块

透明化医疗，保护身心健康

- 推行手术及治疗风险知情同意书规范化管理，制定《患者知情同意告知制度》，术前至少进行三次面诊沟通：咨询时医生设计方案、病史采集与风险评估、术前设计画线并确认签署同意书，确保客户充分知情、自愿选择。设立微整科透明诊间，治疗过程全程监控可查，配备全身镜便于客户观察医师操作，增强诊疗过程透明度。
- 治疗前推行产品扫码验真机制，保障产品来源可追溯、使用过程可验证。
- 积极联合政府部门、行业协会，共同参与医美行业透明化、规范化活动，促进行业自律与长期健康发展。

合规宣传，提升医美普及性

- 开展线上合规宣传，制定内容创作规范与平台好评规则，确保传播内容合法、真实、客观。
- 制定《产品知识普及或客户培训相关措施》《医疗美容护理常规》等制度规范，为产品知识普及提供制度保障。
- 开展问题肌肤专业知识专项普及，扩大医美知识社会覆盖面；结合皮肤仪器介绍等专业内容，增强客户对医美设备、项目原理的认知，提升服务信任度。

客户权益保障

朗姿股份以顾客为中心，持续优化服务质量、保障客户权益，构建人性化的客户权益守护体系，切实维护消费者合法权益，提升客户满意度与品牌信任感。公司制定并落地的核心权益保障制度涵盖《朗姿股份终端店铺管理》《朗姿医美品牌挚友礼品管理规则》《米兰柏羽星级会员服务及礼遇政策》《贵宾月活动政策》《客户意见管理制度》，修订《服务 0 容忍》2.0 以及《晶肤医美消费品权益手册》等，全方位覆盖终端运营、会员管理、客户反馈、服务管控及专项权益保障等各类场景。

	服装板块	医美板块
高品质购物及服务体验	<ul style="list-style-type: none"> 持续细化服务标准，优化迎宾、接待、售后全流程服务环节；建立常态化监督机制，通过日常服务质检、神秘顾客暗访、不定期突击检查等方式，提升客户购物与服务体验。 	<ul style="list-style-type: none"> 以“品牌挚友”客户体系为核心，搭建情景化服务 SOP、6S 可视化服务、“五感六觉”等多维服务标准，推行人性化、精细化医美服务，升级客户服务体验质感。
线上互动	<ul style="list-style-type: none"> 电商平台依托智能数据分析技术，针对不同年龄、消费层级客群精准推送，结合线上数据指导下门店款式选订。 开展线上客户 30 天价格保护措施，在 30 天内有商品降价，客户享受无忧退差价，打消顾客买贵的顾虑。 2025 年，公司电商客服部再次荣获“阿里店小蜜双 11 蜂神榜金蜂奖”。 	<ul style="list-style-type: none"> 深耕医生 IP 打造，通过新媒体平台开展医美知识科普、专业案例分享等内容运营。 打造“美丽小剧场”“美学案例集”“美学教研室”专属栏目，传递科学、客观的医美知识，引导公众理性医美，搭建专业可信的线上互动桥梁。
服务及产品可及性	<ul style="list-style-type: none"> 打通全渠道购物链路，便捷客户选购女装、婴幼儿服装。 联动商场开展品牌巡展、会员专属活动，深化客户互动、增强品牌黏性。 针对高端会员，增设升级礼券、城市巡展、现场搭配讲款等专属服务，引导客户精准订货。 	<ul style="list-style-type: none"> 配置专业美学顾问、专属治疗顾问，提供全流程一对一咨询与诊疗服务。 联动医疗美容产业协会和行业开展“安心医美消费季”系列活动，吸引大量消费者参与。 通过媒体联动深化医美科普，落地会员积分消费、线上私域精细化运营，提升服务覆盖度与可及性。
丰富会员活动	<ul style="list-style-type: none"> 会员日精品活动 VIC 臻享沙龙 明星造型体验 夏季新品试穿 圆桌论坛 & 茶歇 手工香包 DIY 制作 朗姿医美折扣 	<ul style="list-style-type: none"> VIC 定制美学体验 客户年度音乐盛典 贵宾月度活动 会员节日礼品 生日礼遇 爱心餐 & 下午茶 沙龙体验活动 & 私享会 朗姿时装折扣

新型发布场景，为客户创造价值

锡惠尚宴 | 答谢品牌挚友

2025 年 4 月，朗姿时装旗下莫佐 MOJO 品牌走进无锡，于百年文化积淀之地「惠山古镇一尺花园」举行 VIC 活动及夏装新品发布，将东方美学意境与当代时尚语言深度融合。MOJO 特别为品牌挚友们呈献了一场 VIC 答谢晚宴。



LANCY 佳宴 | 为客户送祝福

公司通过多元化活动强化客户情感链接，提升品牌认同感。朗姿“LANCY 佳宴”西安站活动融合品牌、美食与国风文化，为客户送上新春祝福。商场活动现场设置沉浸式打卡空间，并打造“家味”“家礼”“享家”主题直播，品牌代言人宋佳亲临门店，以明星效应与沉浸式体验增强客户参与感与归属感，持续提升品牌情感黏性。



韩辰医美会员
积分兑换月

米兰柏羽
超级会员月

朗姿医美 VIC
贵宾生日庆典

朗姿医美 VIC
沙龙活动

售后服务管理

朗姿股份严格遵守《消费者权益保护法》等国家法律法规，不断完善客户投诉处理流程，为客户提供多种投诉反馈渠道，并制定《客户意见管理制度》《客诉管理办法》《消费者权益手册》《恶性医疗投诉纠纷接待和处理流程》等多项内部制度，规范售后处理流程，开展满意度调查，用心倾听每一位客户的心声和意见，以此提高服务质量。

服装板块

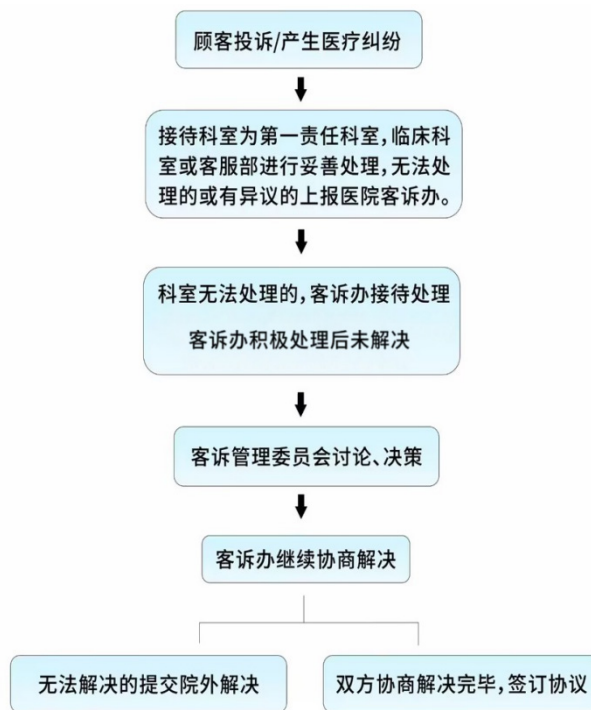
- **数字化售后工具迭代：**2025 年上线发货仅退款自动拦截工具，退款时效压缩至 0.21 小时；同步开通天猫小额打款通道，缩短客户等待时长；全面升级售后维修服务，提升客户满意度与复购率。
- **智能技术提质增效：**依托 AI 售后方案，针对修改地址、物流查询、退换货退款等高频咨询，推送自助解决卡片，带动售后解决率提升约 15%、订单满意度提升约 10%；借助 RPA 实现小额退款夜间值守且 24 小时自动处理。
- **售后投诉闭环管控：**接到投诉订单后，快速摸排诉求、分析问题并制定方案，优先协商化解矛盾、避免投诉升级；同步排查同类风险并立即整改，构建闭环售后管理模式。

医美板块

- **设立客诉处理组织：**各医美机构设立客诉接待办公室、成立专项投诉处理小组，制定投诉处理流程。
- **售后服务闭环：**顾客提出意见→收集顾客意见→反馈科室 / 部门→科室 / 部门对客解决→品质审核落实→完成顾客意见登记线上回执流程。
- **客诉接待处理：**客诉接待办公室安排专人值守，设立 24 小时投诉受理渠道，负责客诉的接待处理，要求及时响应回复并提供解决方案，并做好归档工作。
- **客户满意度调查：**每日统计客户意见反馈至科室对客解决，科室制定规避计划，品质部跟进满意度并上报集团品管部，由品管部分析解读后下发各机构规避；现场深访：制定需求访谈计划，访谈顾客并完成报告，分析客评意见推动改善，必要时回访形成闭环。

客户投诉渠道

电话、邮件、社交媒体、电商平台、商场门店等



米兰柏羽医疗纠纷处理流程

2025 年客户服务关键绩效

服装板块		医美板块	
客户投诉平均解决率	100%	客户投诉平均解决率	98.96%
客诉平均回应时长	线上 2 小时	客诉平均回应时长	线上 30 分钟响应
客诉平均解决时长	线上 24 小时, 线下 72 小时	客诉平均解决时长	24 小时

指标与目标

朗姿股份建立产品及服务质量管理目标, 各级部门及医美机构结合发展需求, 完善服务标准与质量管控, 不断提升客户满意度与品牌信誉。

指标	目标	2025 年完成情况
服装产品合格率	100%	已完成
因安全或健康理由需回收的产品	0 项	已完成
产品和服务相关的安全与质量重大责任事故	0 起	已完成
客户满意度	95 分以上	服装板块 95 分 医美板块 97.89 分
产品召回比例	0%	已完成

研发驱动创新

研发创新管理体系

朗姿股份公司始终以市场需求为导向，在服装与医美两大领域持续推进产品创新与自主研发。作为国家高新技术企业，公司不断加大科研创新投入，积极推动 AI 技术与产品研发深度融合，通过开展产业链交流活动，引进国内外设计力量与医美专家学者，为员工提供更广阔的研发与学术平台，持续提升公司核心竞争力。

研发平台建设：

国家高新技术企业、北京市工业创新中心、国家级博士后科研工作站

服装板块

- 朗姿股份北京总部与北京服装学院合作设立国家级博士后科研工作站和实践教学基地，为驻站博士提供优质资源支持，以产学研融合驱动公司创新设计能力持续提升。截至报告期末，公司博士后科研工作站累计已出站博士后 5 名，在站博士后 3 名。

医美板块

- 朗姿医美研究院：**深入解析求美者需求，整合前沿技术，推动微创、皮肤、美容外科等领域战略品项及东方美学、ReNature 东方结构美学等新项目研发。美杜莎®综合美眼主血管保留术式被纳入《中国眼整形临床操作指南》，成为行业金标准。研究院定期举办医美行业学术交流大会，以研发创新驱动医美板块高质量发展。
- 内部学术平台：**各大医美机构内部成立多个专业学组，设立美学导师、研发创新科室，积极开展线上线下学术交流与产品研发。

	研发投入 (万元)	研发人员 (人)	研发人员占比 (%)
2025 年	10,310.19	202	3.40%
2024 年	10,861.52	194	3.33%
2023 年	9,574.17	176	3.08%

研发创新举措

朗姿股份推动科技创新，着力为服装设计师与医务人员打造创新平台，加速成果转化落地，以创新之力赋能美好生活、助力社会进步。

创新人才培养

朗姿时装始终坚持产品自主研发与设计，拥有一支高素质、国际化的设计研发团队。时装板块依据不同品牌组建专业化研发团队，设计师具备敏锐的时尚捕捉能力，参与国际前沿时装发布会与知名走秀活动，紧密跟踪国际流行趋势，深入营销一线及时反馈顾客需求与市场信息，确保产品开发与市场需求精准衔接。公司持续与法国、意大利等欧洲传统时尚大国的设计公司 & 设计师开展联名合作，拓宽资讯渠道，结合消费者反馈在产品开发中注入新意。

朗姿医美板块持续落实《科研技术创新与交流奖励办法》，对在科研论文、学术专著、专利申请、重要学术会议报告及临床技术创新等方面表现突出的员工给予奖励，充分激发员工创新活力。公司积极鼓励医疗技术创新，重视新产品与新设备引进，严选原材料，通过每年举办朗姿医美学术大会、参加行业学术交流、开展内部经典案例研学及医疗技术大赛等方式，持续精进医疗团队技术水平，不断提升产品与服务方案的交付能力，最大限度满足求美者需求。

报告期内，朗姿医美累计投入 **11.29** 万元用于论文著作发表奖励，另发放专利及课题奖励 **2.44** 万元。

医美学术平台

朗姿医美学术大会作为朗姿股份重要的创新交流平台，2025 年 2 月，第四届朗姿医美学术大会在武汉举办，以“美·立潮头”为主题，设 1 场主论坛、3 场分论坛，覆盖 27 个专题、97 项议题，吸引 400 余位行业专家参会，规模创历届新高。大会汇聚国内外权威专家，围绕前沿技术、临床诊疗等方向深度研讨。

行业指南引领

朗姿医美医疗委员会与各医美机构专家携手合作，发布《朗姿甄选优质诊疗项目蓝宝书》系列，包含《美杜莎初眼重睑技术》《泛口周注射技术》《眶周注射技术》《黄褐斑诊疗指导手册》四项技术指引。指引结合理论与实操形成标准化指导。梳理技术应用解剖等基础理论、众多专家的操作实践，为临床治疗提供规范化、标准化的指导。

科研激励

设立专项科研奖励资金，本届大会表彰年度学术科研先进集体与个人，颁发 6 大类 10 个奖项，覆盖 10 个团队、81 人次，涵盖科研论文、医疗管理、技术创新等领域，形成“临床驱动科研、科研反哺临床”的良性发展机制。通过学术研讨、专题分享、成果表彰等多元形式，大会为医美专业人才提供成长平台。



案例

学术交流——米兰柏羽参加中华医学会整形外科学分会

2025 年 9 月，中华医学会整形外科学分会第二十二次学术交流在北京举行，米兰柏羽多名医生参加并发表论文。大会以“引领学术、创新超越、规范技术、协作发展”为主题，吸引全国 5,000 余名专家学者共聚一堂，通过多样化学术交流，推广学科新进展，全面提升国内整形外科学术水平。

大会论文征集

四川米兰柏羽总院美容整形外科

全国民营医美机构参投医生数量
论文投稿量、论文收录量名列前茅

ACADEMIC

8^位

顶尖医生
共创学术新章

SHARE

13^大

课题分享
引领创新思维

EXCELLENCE

15^篇

收录论文
彰显卓越成果

医教研一体化

朗姿医美聚焦医学美容学科建设，充分发挥自身专业优势，持续推进“医教研一体化”战略建设，打造人才培养基地和学术高地。旗下医美机构先后授予“朗姿医美高难度胸部整形教学培训基地、朗姿医美人才实训基地、朗姿医美规范化培训基地”等，构建涵盖人才引进、培养、科研创新的全链条医学人才发展体系。



深化校企合作

联合成都中医药大学、成都医学院等多所医学院校，开展校园招聘与专业推广活动，重点吸纳临床医学、护理学等专业应届毕业生，为医美行业持续注入新生力量。

搭建教学平台

米兰柏羽总院与成都医学院共建“人才实训基地”。武汉五洲与华中科技大学医学院建立合作关系，共同构建实习实训与专业提升平台，实现产学研深度融合，助力医学人才实践能力培养与职业发展。

推进临床代培带教

临床科室在开展医疗服务的同时，有序推进代培带教工作，将核心技术内核传递给更多专业人才。

强化科研创新引领

各医美机构学术带头人积极研发新专利、新技术，致力于前沿技术分享与优秀成果转化，实现学科共建与优质医疗资源下沉，为推动医学美容行业发展贡献力量。

案例

成都医学院与朗姿医美签约共建医美微专业

2025 年 5 月，朗姿医美与成都医学院签署战略合作协议，双方将在教学、科研、临床实践等方面深入合作，共建医美微专业，校企联合培养医美应用型人才。签约仪式上，成都医学院向朗姿医美旗下的米兰柏羽总院授牌“成都医学院医美微专业教学实践基地”。



案例

元荃美胶原教学基地重磅落地米兰柏羽总院

2025 年 10 月，“元荃美胶原蛋白应用技术研讨会”在朗姿医美旗下核心旗舰——米兰柏羽总院圆满落幕。为进一步构建朗姿医美教学实训基地网络，米兰柏羽总院作为朗姿医美核心旗舰机构，被正式授牌为“元荃美胶原教学基地”，未来将针对元荃美临床应用、技术探讨、注射医生培训等方面进行更精细研讨落地，还将应用于米兰柏羽总院微整形、私密板块，为求美者带去全维度的抗衰服务。



研发创新成果

服装板块

01

展现“女性力量”

携手天猫超级时装周打造“行泊之间”主题大秀，以多元身份气质的女性形象演绎品牌走秀，生动呈现 LANCY 式精英美学态度，塑造鲜明的品牌女性群像。

02

终端空间视觉创新

联合意大利高端设计公司优化门店形象，采用大理石、金属、木纹等材质，结合凹凸纹理细节与品牌视觉色设计，提升空间与品牌视觉的契合度，打造高端、舒适的购物试衣体验。

03

面料工艺与设计升级

莱茵品牌应用北欧特色波西风格及南法波西风格刺绣印花与欧洲进口原料（小美洲驼面料等）；创新小香风面料防抽丝工艺，以 0.3 厘米双重缝制技术提升产品品质。

04

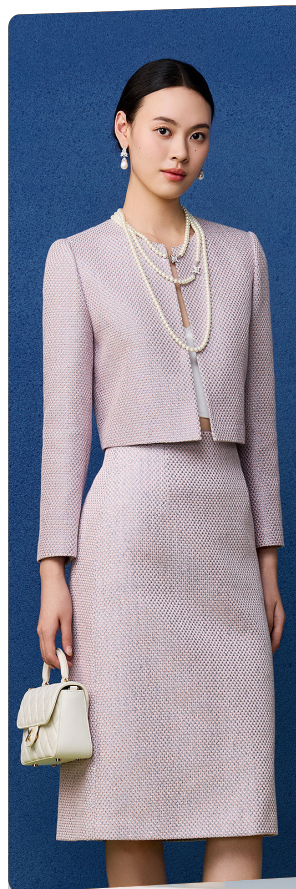
东方传统工艺创新

莫佐品牌深度融合东方美学，运用传统竹织技艺与竹编立体针法，结合收腰剪裁及紫色晕染工艺，实现东方气韵与现代廓形的有机结合。

05

海外艺术家联名设计创新

朗姿时装联动“雪地艺术家”西蒙·贝克开展环保主题创作，以艺术化表达传递自然共生理念，将环保内核深度融入面料选择、工艺制作与产品设计，丰富产品创意维度与艺术表现力。



MOJO 竹编立体
针法系列



LIME Baby Llama
羊绒系列



LANCY 艺术家
联名系列

医美板块

朗姿医美以技术创新与美学研发为核心驱动力，聚焦医美临床痛点与求美者需求，搭建覆盖美学设计、临床诊疗、再生材料、眼整形等领域的全维度研发创新体系，持续推动科研成果落地转化与行业标准共建，以创新赋能医美行业规范化、高品质发展。

美学体系创新

微整美学

创立朗姿微整·ReNature 美感美学体系，精准适配东方人面部结构与美学特征；聚焦“千人千面”的定制美学，落地 HOOD 精准诊疗系统，基于人脸 62 个亚单位八区七线开展精细化评估，围绕面部四大维度构建“精准诊断 风格匹配 — 方案设计”一体化诊疗闭环，提出“三感六态”美学风格，依托眶周结构还原、V-Line 颧底承托等六大战略品项，落地面部定制化注射美容治疗方案。

皮肤抗衰美学

以皮肤形态抗衰 + 生态美肤理念为指导，首创问题肌修复抗衰治疗理念，构建 LOVE 分区打法与三原色平衡疗法，以“外轮廓提升紧致、内轮廓问题修复”为核心目标，针对皮肤“红黄黑”维度实施健康调节；依托修复抗衰系列、御龄宝盒、茉莉之白等六大战略品项，打造问题肌定制化综合年轻化解决方案。



临床诊疗技术突破

敏感肌诊疗

- 首创“315 敏感肌治疗金标准”，建立 3 个周期管理、1 项核心治疗原则、5 个治疗路径的规范框架，形成“诊 - 护 - 疗 - 养”四维协同诊疗模式。
- 推出“色修之能 - AI 精准安敏”方案，搭建主客观双重诊断系统，实现敏感肌精准分型与量化评估，临床达成 7 天快速退红、15 天显著抗炎效果，治疗起效速度提升 30%，症状复发率降低 50%。

再生医美

- 联合行业专业机构开展 CaHA-R 稀释技法专家共识共建，明确不同稀释比例的临床应用标准，形成深层骨性支撑、中层紧致弹润、浅层肤质焕活的分层治疗逻辑；基于技术共识完成芭比童颜 -R 产品升级，落地全维度分层抗衰治疗策略。

眼整形升级

深耕美杜莎® 综合美眼技术研发，历经 17 年精研与 6 次技术迭代，拥有该领域行业唯一商标；创新应用软悬挂重睑术、微创修复等核心技术，攻克高难度眼修复、重睑术后瘢痕及畸形修复等临床难点，形成标准化眼整形诊疗体系。



行业标准及指南编制

《朗姿医美发表医学期刊文章汇编》将多项创新诊疗方案转化为内部技术规范，全面提升公司学术影响力与临床服务能力。2025 年，朗姿医美学术带头人参与多个行业标准及著作编制，主要包括：



《针尖雕塑面部美学设计 - 面部协奏曲》



《胶原蛋白在美容皮肤中的临床应用现状》



《羟基磷灰石软组织填充剂 · 专家治疗技术》



《微聚焦超声在面颈部抗衰美容中的应用专家共识 (2025 版) 》等

知识产权保护

朗姿股份制定《知识产权管理制度》《商标管理制度》等内部规范，完善知识产权保护流程，维护权利人合法权益，促进知识经济有序发展。同时，公司面向科研人员开设知识产权专项课程，内容涵盖基础知识、专利申请流程及专利挖掘等，帮助其深化流程理解、提升专利写作能力。

知识产权关键绩效



专利

200 个
累计获得量

177 个
实用型专利

10 个
发明专利

13 个
外观设计专利



商标

317 个
累计获得商标



译著

6 本
累计发表译著



著作
文学作品

6 本
累计发表著作 / 文学作品



著作权

30 项
服装板块软件著作权

49 项
医美板块作品著作权



论文

114 篇
累计发表论文

16 篇
年内新增发表论文

4 篇
核心期刊

4 篇
SSCI/SCIE 论文

8 篇
普通期刊

遵守科学伦理

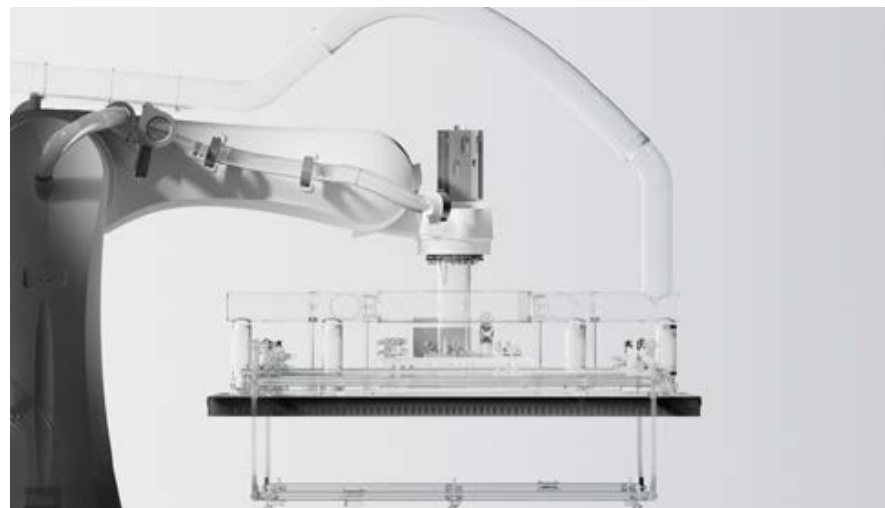
朗姿医美严格遵循国家卫生健康委员会《涉及人的生物医学研究伦理审查办法》《赫尔辛基宣言》及《药物临床试验质量管理规范》(GCP) 等法规要求, 建立标准化伦理管理与监督机制, 确保研发、诊疗等各项医疗活动全程符合道德伦理要求。



报告期内, 公司**未发生**违反研发伦理的行为。

朗姿医美旗下医美机构设立专职伦理委员会, 对临床研究从方案设计到落地实施的全环节开展伦理审核与监督, 保障临床试验完全契合法规与伦理标准。所有科研课题立项、学术论文发表前, 均须经医院伦理委员会审查通过, 方可推进后续工作。由朗姿医美研究院主导或联合开展的新产品性能测试、临床研究, 均提前完成实验方案设计, 明确实验负责人、参与机构、执业医师、耗材及设备清单, 并完成全端口信息同步备案。

朗姿医美旗下武汉五洲医院构建“生物安全负责人—生物安全办公室—执行专班”三级生物安全管理架构。医院负责人统筹重大事项决策; 各医美机构设立生物安全委员会, 负责监督与培训, 落实实验室生物安全咨询、内部安全检查、违规行为纠正及事故调查协助等工作; 执行专班则负责监督废弃物管理及消毒灭菌措施的落地执行。



信息安全与数字化转型

治理

朗姿股份严格遵循《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》等法律法规，制定《机构监控设备管理制度与程序》《信息数据保密制度》《信息系统权限管理制度》，涵盖信息保密、人员行为规范、终端管理、机房运维及网络安全配置等方面，全面保障客户、供应商及员工的信息安全与隐私权益。2025 年，公司官网系统已完成安全等级认证。

在管理机制上，公司智能与数字管理中心统筹各服装品牌事业部及医美板块的信息安全协调与监督工作。各医美机构下设专门的信息安全小组，进一步强化信息化应用水平、信息资源共享及技术保障能力，推动信息安全管理体系的有效落地。



战略

朗姿股份将信息安全与数字化转型发展纳入战略规划。2025 年，公司数字化基建全面落地，RFID 技术、产品开发系统及 CRM 客户管理体系实现全面推广，数据智能贯穿设计、生产、零售全链路，运营效率与市场响应能力显著提升。

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	风险 / 机遇应对措施	影响程度	影响时间范围
运营风险	内部风险：管理疏漏、员工操作不规范可能导致机密信息泄露、篡改或删除，损害信息完整性；多套数字化系统交互不畅、接口不兼容，会加剧数据风险。 外部风险：信息防御体系未持续升级易遭到非法访问、黑客攻击；复杂网络环境下，系统链接安全短板可能导致数据被窃取、篡改，威胁公司信息安全。	实行精细化权限管理，按岗位需求配置信息系统访问权限，杜绝越权操作，从源头保障信息安全。 建立常态化安全监测机制，定期开展信息安全审计、数据备份与漏洞扫描，及时修复隐患，优化系统安全性能。 定期开展信息安全培训，提升员工防护意识与实操技能，夯实人员管理基础。	中高	短期
技术机遇	深化数据分析，洞察消费者偏好，优化选品，提升产品、美学方案与市场需求的匹配度。 推进线上线下渠道融合，拓宽销售渠道，为消费者提供全场景购物体验（如 AI 在线试穿，AI 的售后场景解决方案等）。 技术支持方面，AI 辅助设计、平面 LOOK、辅助诊断数字人直播，智能化库存动态调配等智慧消费场景，降低运营成本，提升运营效率。	布局公域私域联动的线上销售体系，在公域平台扩大品牌影响力、获取潜在客户，同时推进私域流量沉淀与运营，提升用户粘性与复购率。 打通各业务系统平台的数据接口 / 中枢，实现数据全链路互通与高效流转，保障数据采集、交换通畅。 通过分析历史数据趋势、客户需求特征与市场动态变化，为营销决策提供科学依据。	高	中长期

注：短期——1 年、中期 1——5 年、长期——5 年以上

影响、风险和机遇管理

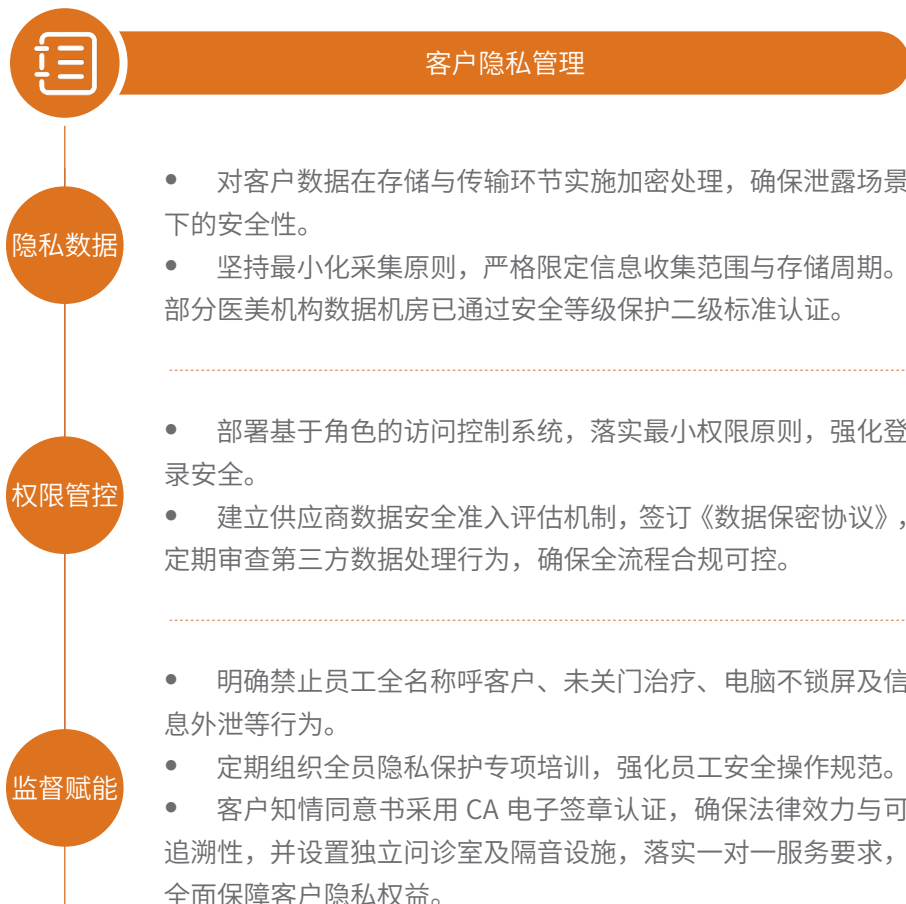
信息安全管理

朗姿股份定期开展信息安全审计、数据备份、漏洞监测等多项措施，确保数据安全与业务连续性，为数字化转型提供坚实保障。



保护客户隐私

朗姿股份高度重视客户隐私保护，通过技术防护与管理机制，为客户搭建信息安全保护屏障。



数智赋能零售医美

朗姿股份坚守“客户为先，数智驱动”理念，以消费者需求为核心，积极响应国家数字化发展政策，紧扣国务院《关于深入实施“人工智能+”行动的意见》《关于促进和规范“人工智能+医疗卫生”应用发展的实施意见》等文件要求，持续推进数字化管理升级，推动服装、医美双业态与数字经济深度融合，全方位提升运营效能，打造优质消费体验。公司借力“人工智能+”行动，强化数字化基建，升级多个系统平台并引入 AI 大数据模型，覆盖智慧营销、品质服务、会员管理、产品研发等关键环节，推动双业态数字化转型，实现可持续发展。

服装板块依托数字化智慧零售体系，在产品生产、门店订货、营销流转、客群分析、售后服务全环节运用大数据技术，洞察用户需求，配备专业产品与先进数据模型，为业务发展注入动力。

医美板块加大数据共享平台建设力度，完善各医美机构间医疗大数据共享交换与保障体系，建立跨部门、跨机构数据共享调度机制，为求美者提供个性化、智能化服务。

2025 年数字化应用举措

	服装板块	医美板块
CRM 会员系统	<ul style="list-style-type: none"> CRM 系统引入 AI 技术，上线朗姿 VIP 衣橱功能，依据客户过往购买数据记录及当季新品，为客户生成个性化搭配方案。 	<ul style="list-style-type: none"> 整合全渠道消费场景，实现线下咨询、线上问诊等多元场景客户数据统一汇聚分析； 开发智能预约、在线问诊等全流程服务，提升服务效率 40%； 基于 AI 算法构建智能匹配引擎，精准推荐医生及治疗方案，匹配准确率达 92%； 优化用户界面与交互功能，提升用户参与度； 升级多维度评价体系，引入 NLP 情感分析，建立服务质量动态评级，提升客户全生命周期价值。
RPA 系统	<ul style="list-style-type: none"> 上线 10 个线上运营 RPA 机器人，全面覆盖京东、天猫、抖音等核心平台，实现 7×24 小时无人化运营，规避人工操作风险，保障业务连续性。 上线多个财务 RPA 机器人，覆盖自动报税、商场自动结算等业务，有效实现降本增效。 	<ul style="list-style-type: none"> 落地 RPA 合同管理“数字员工”，实现 7×24 小时不间断工作，完成合同自动下载、精准分类、智能命名、台账更新自动化工作，可节省 80% 归档时间，降低合规与审计风险。
RFID 系统	<ul style="list-style-type: none"> 服装店铺全面应用 RFID，并推广“日清点”模式，逐步实现库存精准管控，强化内部管理，夯实商品运营基础；目前，日盘累计完成率 99%，盘点无差异率达 95%。 实现“店仓一体化”，通过数字化工厂、智能化仓储与自动化数据采集，逐步推进全场景可视化，提高存货管理精准度。 	<ul style="list-style-type: none"> 完成医美物资 RFID 标签绑定、专用读写设备部署及系统适配，覆盖物资入库、存储、盘点、领用、追溯全流程； 标签识别准确率达 99.8% 以上，实现物资效期预警，减少过期损耗，规范领用管理，实现全生命周期可追溯； 监控药品空瓶回收及全业务链出库详情，降低采购成本，提升医疗物资管理智能化水平。
AI 应用	<ul style="list-style-type: none"> AI 辅助设计：调用大模型能力辅助生成线稿、LOOK 图、模特换衣图，提升设计效率与质量。 AI 辅助拍摄：借助大模型生成平铺图、搭配图、陈列图等，辅助订货会商品信息多维度呈现，提供参考建议。 AI 数字人直播：实现虚拟主播全天候在线，以智能化、标准化的内容输出，降低直播运营成本。 AI 辅助推送：通过 AI 技术上线朗姿 VIP 衣橱，依据客户购买记录和当季新品生成个性化搭配方案。 	<p>AI 辅助测肤（试点）</p> <ul style="list-style-type: none"> 集成人脸识别技术，支持用户拍照或上传照片，自动检测优化面部特征；基于深度学习算法识别 200+ 面部特征维度，比对面部特征数据库，提供不同风格诊断及个性化报告； 集成微信对接功能，实现客户从体验到咨询的无缝转化，与私域系统数据同步，实现新用户自动建档。

案例

智能“调配补”系统

2025 年，朗姿服装板块搭建智能“调配补”系统，用于建立规范的季中商品运营体系，制定商品全生命周期管理策略，以实现商品有效追踪复盘。全国补调指令于每周一通过“调配补”系统下达，将相关工作时间投入降至每周 0.5 天，减少 60% 以上人力时间成本，显著提升商品流转效率。

指标与目标

指标	目标	2025 年完成情况
客户隐私泄露事件	0 起	✓ 已完成
数据泄露事件	0 次	✓ 已完成
敏感数据加密覆盖率	100%	✓ 已完成
信息安全培训	100%	✓ 已完成
持续完善信息安全体系建设	信息系统安全等级认证	完成公司官网安全等级认证
数字消费新场景	人工智能应用全域赋能	持续进行中

可持续供应链

治理

供应商准入与管理

朗姿股份围绕医美、服装两大核心业务板块，搭建全生命周期供应商管控体系，将环境合规、社会责任、治理规范、可持续发展等 ESG 核心要义融入供应链准入、运营、监督等环节；通过制度标准化、数字化系统升级，筑牢供应链安全防线，推动供应链合规稳健、绿色可持续发展。

朗姿时装及绿色婴童制定并更新《供应商管理制度》《朗姿时装供应商准入及考核标准》等内部文件，明确跨部门职责分工，细化服装资材与面料供应商准入、考核、淘汰机制，实现供应商规范化管理。

朗姿医美修订并执行《供应商管理控制程序》《朗姿医美供应商管理制度》《朗姿医疗设备管理制度》等内部制度，依托数字化工具规范运营流程，细化分级管控标准，保障供应商管理高效有序。

服装板块

供应商数量

486 家

供应商总数

452 家

国内供应商

34 家

国外供应商

供应商审查

70 家

年度审查供应商

可持续认证供应商

获得可持续认证资质的供应商 **110** 家，供应商可持续认证占比 **22.6%**，相较于去年增加 **3%**

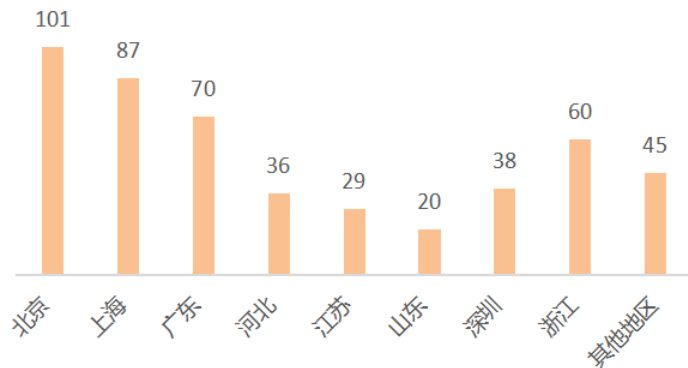
(其中，资材可持续认证供应商占比 **39%**，面料可持续认证供应商占比 **22%**)

服装板块

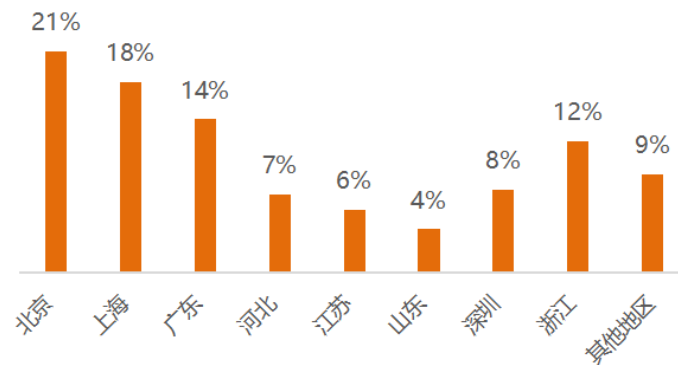
供应商本地化

100 %
国内供应商本地化比例

服装板块供应商本地化数量 (家)



服装板块供应商分布占比



医美板块

供应商数量

2,164 家
供应商总数

供应商分布

460 家
已签主约合同的供应商

 **60** 家
北京供应商数


 **13 %**
占比

 **125** 家
四川供应商数

 **27 %**
占比

 **275** 家
其他地区

 **60 %**
占比

 **100 %**
医美国内供应商本地化比例

服装板块

供应商评估

- 朗姿时装修订《供应商准入评估表》，要求新供应商需提报股权分配、股东身份信息、基本信息，其中具有环保资质的可获评估加分。
- 准入环节由需求部门寻源，供应链联合业务评估审批，流程规范闭环。
- 搭建季度 + 年度双周期考核机制，联动多部门联合评分，从多维度科学研判、公平定级，以《供应商绩效反馈函》反馈结果并出具优化建议。
- 年度评级分为试用期、战略、优选、合格、淘汰五类，依规管控不合格供应商，年度更新合格供应商目录，实现优胜劣汰。

供应商审计

- **闭环整改管理：**依据季度绩效评分，对不合格供应商要求签订《供应商产品提升回执》，限期提交改进方案。
- **供应商淘汰：**整改未达标的供应商，依规移出供应商名单，监督审查全程执行《供应商绩效考核流程》《供应商淘汰及复活流程》。

医美板块

- 朗姿医美实施分级分类管理：将供应商划分为 A、B、C、D 四类（A 类为统谈统签、自研产品类，B 类为统谈分签类，C 类为本地供应商，D 类为不合格供应商）。
- 执行差异化评估周期：A、B 类供应商每年评估一次，C 类供应商每半年评估一次，评估结果全程存档；不合格供应商直接降为 D 类。

- **明确合规禁令：**划定供应商“五不准”红线，严禁商业贿赂、私自与客户沟通、违规提供产品试用、擅自进入治疗及销售区域、违规拍照宣传等行为。
- **严格违规处置：**对违反禁令且警告无效的供应商，立即终止合作；全程留存《供应商质量审计报告》，整改完成后形成《整改完成情况总结》，实现监督闭环。

战略

朗姿股份高度重视供应链风险防控与机遇把握，以数字化、智慧化转型为核心应对举措，全面提升供应链韧性、运营效率与可持续发展能力。

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	风险 / 机遇应对措施	影响程度	影响时间范围
采购风险	上游供应商存在劳工权益不足、生产安全隐患；供应商资质不合规、产品质量不均，易引发消费者安全及信任风险。	建立供应商社会责任审核机制，定期核查、淘汰不合规供应商并开展培训。 完善供应商准入分级，严格审核资质，定期审计并建立溯源体系。	高	短中期
市场风险	合规供应链可提升产品安全，强化消费者信任，抢占高端市场。供应链数据不透明，易出现合规及管理漏洞。	推进供应链数字化，库房管理数字化，实现全流程数据可视化，建立常态化审计与排查机制。	中	中长期

短期——1 年、中期 1——5 年、长期——5 年以上

影响、风险和机遇管理

供应链风险管理

朗姿股份建立完善的供应链风险管理体系，明确风险管理目标与实施计划，组建专职管理团队，负责供应链风险的识别、评估、监控与应对，持续提升供应链稳定运行和风险防控能力。

	服装板块	医美板块
多元供应商储备	常规产品配备 2-3 家储备供应商，非常规及独有产品依托战略供应商，特殊品类联动多家协作，提升供应链柔性，保障供应稳定。 依据产品开发需求，通过协会资源、展会资源、设计师合作资源、网络资源、转介绍等方式，进行供应商的协同开发。	搭建 SEM 营销管理平台，打通供应商入库、合同签订、服务数据跟踪、结算付款全链路流程，实现供应链全流程数字化管理，提升医疗产品供应时效性与精准度，保障供应链高效运转。
原料集采管控	提前规划鹅绒、羊毛纱线、桑蚕丝等核心原料的集中采购，精准把控采购时机，严控成本、品质与环保认证，有效防范供应短缺与价格波动风险。	提升集采覆盖率达 73%，其中辅材集采率达 73%，药品集采率达 62%；灵活采用统单分签与机构自采相结合的模式，增强供应链韧性与灵活性。
资金与订单风险管控	精细化管理大宗采购资金，优化回笼流程；完善预付转移机制，强化未入库货品管控，降低库存与订单变更风险，保障资金流转安全高效。	依托 SAP 系统返利管控模块，规范返利核算流程，实现数据自动核算、账单自动生成，保障采购合作公平透明，有效保障公司与供应商长期合作稳定。通过企查查、天眼查等第三方平台对核心供应商及高风险供应商实施季度滚动筛查，实现动态风险预警。
合规闭环管理	建立品质问题快速处置机制，形成从问题发现到解决的闭环管理，维护供应链整体合作利益。	医疗设备采购严格符合国家 CNAS 标准，建立前置评估机制，全面审查设备质量、性能与合规性，保障设备安全稳定运行。

采购质量管理

	服装板块	医美板块
人员培训赋能	定期组织采购员开展采购制度、合规要求、质量管控、ESG 管理、廉洁从业等专项培训，将采购合规性、供应商管理质量、交付时效、成本管控、廉洁自律纳入绩效考核，提升团队专业能力。	制定采购员绩效考核方案，将采购合规性、供应商管理质量、交付及时性、成本管控、廉洁自律等纳入考核指标，通过常态化考核提升采购团队专业能力与管理水平，确保采购工作规范、高效、可控。
货品质量管控	内在质量方面，前期测试高风险项目、船样第三方全项检测、入库抽检色牢度，羽绒服开展破坏性检测；外观质量方面，面料到厂、成衣入库前全检，入库后抽检。 羽绒执行专项采购管理程序，收集年度使用计划、多方比价议价、签订合同；实施出厂前、采购后、成衣收货前三级检测，严控数量三方确认，规范预付款支付与回笼流程。	新品需提交流程并附带相关资质，经采购、医疗口及产品委员会审核通过后，方可准入采购。

绿色物流

朗姿股份通过系统升级与数字化管理模式落地，推动物流及供应链各环节的标准化、透明化与高效化，夯实绿色物流发展基础。新建服装物流中心，引入自动折盒机、自动熨烫机、智能挂装悬挂链等智能设备与系统，推动物流作业自动化、智能化转型，兼顾作业效率提升与资源高效利用，适配服装行业运营特点。

PLM 系统升级优化

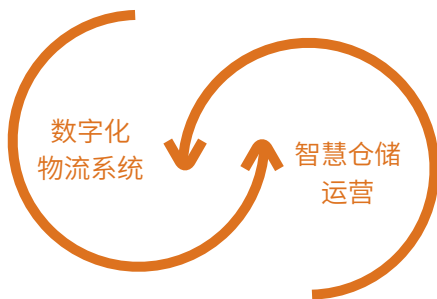
- 对调样面料实行入库登记管理，样衣开发环节依据实际需求申请出库，有效提升研发剩余面料利用率，实现研发成本的合理管控。
- 在面料分配、设计、调样、样衣制作等全流程实施规范化打卡管理，确保样衣研发进度的实时可视化与透明化。
- 上线电子设计工艺指示书，对样衣制作流程进行标准化规范，减少重复作业环节，达成降本增效的核心目标。

RFID 技术应用

- 新品入库环节实现整箱收货功能，确保库内作业各环节的可追溯性。
- 在终端门店出库环节，采用芯片读取扫描方式，替代传统逐件扫描操作，提升出库效率。
- 满足财务部门年度仓库盘点需求，改善传统盘点模式人员需求量大、盘点及差异排查耗时久的痛点，实现人效与作业时效的同比提升。

WMS 仓库管理系统升级

- 采用序列号管理库存货品，将服装吊牌码与库位信息和员工ID绑定，确保每件货品在流转环节的可追溯到人，显著提升货物盘点效率和准确性。



自动化作业设备投放

- 配备两台自动折盒机，相较于人工折盒大幅提升作业效率，减少人工操作冗余；同时针对退货中熨烫不良产品及适配设备面料的产品，实施统一熨烫处理，相较于传统作业模式有效提升货品品质，降低专业人工成本。

作业模式优化

- 出库、复核、包装环节配置单人复核包装台，重构作业模式，精简操作流程；每个复核台新增摄像监控，实现全流程可视化，客服可随时调取记录用于举证，有效降低沟通成本、提升效率，同时保障举证准确便捷。

智能挂装悬挂链系统

空间利用：

- 采用空中悬挂轨道，最大化挖掘仓库垂直与立体潜力，适配服装“多品类、大库存”的空间压力场景。
- 通过衣架悬挂输送，避免摩擦与堆叠，从源头减少褶皱、勾丝、变形等货品损耗，完美适配真丝、针织及西装等易皱款式的防护需求。

灵活分拣：

- 结合 RFID/ 条码技术，实时追踪每件服装在分拣、存储、配送各环节的位置与状态，适配“SKU 品类多、溯源要精确”的管理需求，为库存盘点与订单查询提供便捷支撑。
- 动态分拣轨道可灵活切换路径，支持多订单并行分拣，适配“小批量、多批次、快周转”的订单特征，且分拣效率可随轨道节点扩展同步提升。

周转适配：

- 大幅减少搬运、叠放等人工操作，仅上下架环节少量人工介入，降低人力成本的同时规避人工接触带来的污渍、损耗风险；
- 单套系统可承载数千个衣架，支持大规模服装的连续分拣与周转，适配换季、大促等货量高峰场景的高效运转需求。

供应商 ESG 管理

朗姿股份将 ESG 核心要素全面纳入供应商准入标准，严把源头审核关，压实供应链可持续发展责任。在供应商引入环节，我们严格筛查经营异常名录、行政处罚、司法涉诉（涵盖合同纠纷、劳动争议、环保处罚等）及失信被执行人记录，从源头防范供应链法律与声誉风险。我们对供应商的环境管理、质量管理、研发能力、产品环保与安全认证、商业道德等 ESG 议题提出明确准入要求，确保合作伙伴在关键 ESG 维度具备合规能力与管理基础。我们要求供应商提供 ESG 相关认证，并签署《阳光协议》和《供应商合作声明》，明确商业道德、反腐败、劳工权益及环境合规等承诺。

供应商培训与交流

朗姿股份坚持开放合作，深化供应商伙伴关系。通过定期技术交流，双向传递质量标准与环保要求，并针对生产储运关键环节提供精准指导，实现优势互补、提质增效，共促高质量发展。服装板块组织多场产品推介交流活动，包括举办各类沙县及扣子、织带辅料等供应商推介会，搭建供应商与设计师产品交流平台。医美板块联合开展供应商专项培训，聚焦产品实操规范开展技术指导，联合供应商厂家开展技术培训，核心覆盖产品剂量规范、操作手法要点、临床使用禁忌症及注意事项等内容，保障产品合规应用。



再生环保项目供应商培训活动

指标与目标

朗姿股份以目标设定与过程追踪为标尺，持续推动供应链管理关键指标的落地达成与长效优化。

指标	目标	2025 年完成情况
供应商评估	新供应商完成 100% 准入评估	✓ 已完成
供应链安全	存在重大风险的供应商整改率 100%	✓ 已完成
保障供应链稳定	年度重大供应链中断事件为 0	✓ 已完成
	制定供应链中断应急预案 / 方案	建立供应链应急响应机制，保障极端情况下核心业务连续运营

助力行业发展

朗姿股份积极发挥行业引领作用，高度重视技术分享、学术交流与标准建设，通过参与供应商大会、高端学术会议、展会及论坛，搭建与顶尖专家、学者及同行的深度交流平台，助力行业健康繁荣发展。

案例

时尚 X 医美——朗姿 LANCY「她向无限」二十五周年大秀

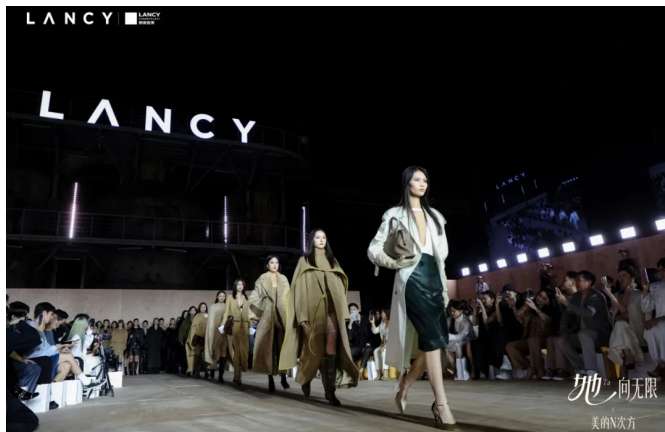
2025 年 9 月，朗姿 25 年「她向无限」主题大秀在北京举行。公司充分发挥产业协同优势，积极搭建跨行业对话平台，以创新实践推动时尚与医美两大领域的深度融合，为行业高质量发展注入新动能。

「跨界对话，打破壁垒」

以“她向无限”主题大秀为契机，首次搭建时尚与医美两大维度的交流平台，汇聚时尚界人士与医美专家并肩对话、共走红毯，实现美学理念从外在服饰向内在自信的延伸。通过跨界融合，推动两大产业在美学理念、用户价值与可持续发展方向上的深度对话，为行业探索出更具韧性与创新力的协同路径，助力构建开放、包容、共生的产业生态。

「美学引领，价值共鸣」

公司通过周年高定系列发布，以流畅剪裁、先锋结构与细腻材质，诠释“美”的多义表达，传递“探索美、定义美，致敬每一个无限可能的她”的品牌主张。在展现品牌设计实力的同时，持续陪伴女性成长，鼓励探索与自我认同，引领行业对“美”的思考迈向更深层次的价值共鸣。



案例

朗姿参加 2025 服装供应链创新大会

2025 年 12 月，中国服装协会主办的 2025 中国服装供应链创新大会在中山举办。在“设计革新 链动未来”圆桌对话环节中，朗姿女装供应链总监表示，公司依据客户定位对供应商实施分层管理，以匹配差异化的产品与市场策略；同时，积极探索库存面料再生的环保项目，与供应商共建可持续的循环价值链。



案例

朗姿医美承办第 20 届美沃斯国际医学美容大会

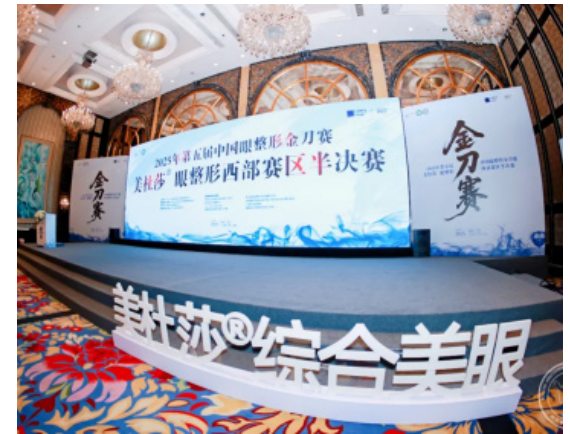
2025 年 5 月，第 20 届美沃斯国际医学美容大会在杭州举行，本次大会以“数智升级·专业破卷”为主题，围绕技术创新、合规发展、美学升级等前沿议题展开探讨。朗姿医美旗下米兰柏羽作为本届大会的承办方在医美标准化、美容外科等分会场发表主题演讲，分享学术与运营成果。主要展示了眼部微创技术、眶周年轻化及高端会员服务模式等领域的最新探索，通过分享临床经验与创新模式，为医美行业的合规转型与服务升级提供了可参考的范本。



案例

第五届中国眼整形金刀赛·反哺行业学术创新

2025 年 6 月，朗姿医美深度参与第五届中国眼整形金刀赛·美杜莎®眼整形半决赛（西部赛区）。旗下米兰柏羽输送多名医生参赛，以临床实战反哺学术创新。朗姿医美坚守“医学本质”使命，持续赋能医生精进技艺，助力行业技术标准建设与人才培养。未来，朗姿医美将继续以美杜莎®技术为引领，携手行业精英，推动中国眼整形向“精准化、个性化、人性化”迈进，为求美者提供更安全、有效的眼部美学解决方案。



案例

AMWC China 世界美容抗衰老大会

2025 年 10 月，AMWC 全球医美峰会在成都举办，探讨医美行业从“流量驱动”向“专业驱动”转型期的趋势洞察和实战经验。朗姿医美旗下米兰柏羽围绕资源配置与组织变革重构，分享医美新阶段的转型经验，并展示了设计美学与形体管理在顾客全生命周期管理中的实践探索。晶肤医美参与行业新格局圆桌讨论。朗姿医美为行业变革提供前沿思考与实战方法论，为医美机构构建可持续经营模式提供可借鉴的实践样本。



案例

朗姿医美 X 美团医药健康 正式达成战略合作

2025 年 7 月，朗姿医美与美团医药健康成功签约，正式达成战略合作，以“星”服务和“真”保障为引领，通过资源整合，营销模式创新，携手推动医美行业安全与品质标准提升，通过高质量的服务与保障赋能优质会员体验，进而赢得更多优良口碑与增长机会。



平等对待中小企业

在商业合作中，朗姿股份始终秉持公平公正原则，平等对待中小企业供应商。公司建立完善的资金支付管理体系，依据合同约定明确支付周期与流程。通过精细化财务管理，确保款项按时足额支付，杜绝出现逾期现象。以实际行动维护中小企业合法权益，为其营造稳定的资金流环境，助力中小企业健康发展，推动构建公平、和谐、可持续的商业生态。

报告期内，

不存在逾期未支付中小企业款项。



关爱员工 回馈社会

— GUANAIYUANGONG HUIKUISHEHUI —

守护员工福祉

治理

多元平等雇佣

朗姿股份坚守“人才为本”的核心价值观，将人才视为公司核心竞争力的关键要素，全面尊重并保障员工合法权益。公司严格遵循《劳动法》《未成年人保护法》《女职工劳动保护条例》等国家法律法规，建立健全《员工手册》等内部管理制度，依法与员工签订劳动合同，以制度化方式规范企业用工行为，切实维护员工合法权益。

公司持续推进员工队伍多元化建设，在人才招聘环节坚持公平公正原则，为不同种族、国籍、性别及宗教信仰的求职者提供平等的就业机会与待遇；同时采用盲选简历、匿名面试等创新方式，有效消除招聘过程中的潜在歧视因素，以广泛吸纳优秀人才，确保人才选拔的客观性与公正性。

- 守护员工福祉
- 乡村振兴
- 职业健康与安全
- 履行社会责任



严禁强迫劳动:

报告期内, 公司**未出现**强制劳工、强制工作、强制加班时限的情况。

严禁使用童工:

报告期内, 公司**未发生**雇佣童工情况。

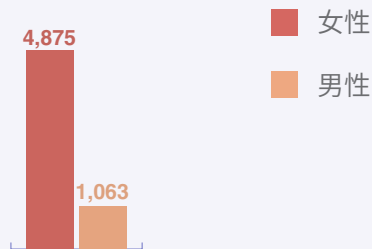
报告期内,

公司发生共 **11** 件劳动争议案件, 其中 **6** 件已结案, 并确保每一起案件都能得到公正处理。

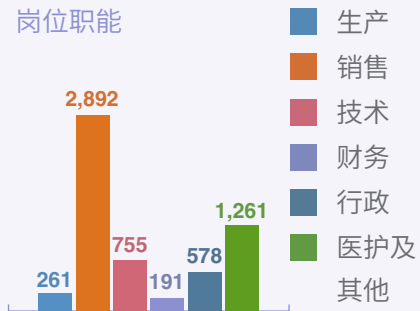


2025 年朗姿股份构成 (单位: 人)

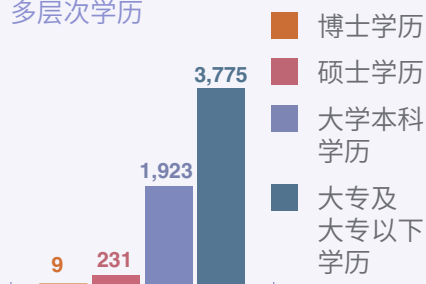
性别



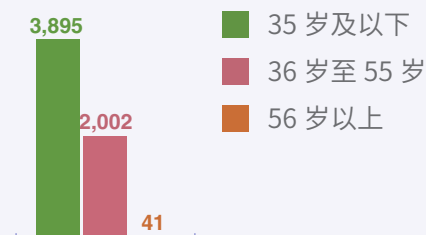
岗位职能



多层次学历



年龄多元化



女性领导力

593 人
女性管理者数量

70.9 %
管理者女性占比



5,938 人
员工总数

民族多元化

6.5 %
少数民族员工占比

就业平等性

1.16 %
残疾员工人数

招聘策略升级

朗姿股份持续优化《招聘管理制度》，通过清晰界定各招聘环节的责任主体、实行专人专责，严格按照发布招聘信息、简历筛选、面试评估、录用决策等标准化流程开展招聘工作，确保各环节符合法律法规及公司内部制度要求，全面保障招聘活动的合法合规性并切实维护应聘者合法权益。同时，公司秉持公正公平原则消除歧视行为、保障所有应聘者享有平等竞争机会，并完整记录招聘各环节信息、建立全过程监督机制以提升招聘活动的透明度与可追溯性。公司依托 MOKA 系统覆盖社招、校招、灵活用工等全渠道，年均参加 10 余场双选会并开通线上专场，精准触达设计人才；社招聚焦高端岗位，建立背调 SOP，通过大数据实现候选人画像与岗位动态匹配。

报告期内

2,854 人	43 人	4 %	100 %
新增员工	新增应届生	员工流失率	劳动合同签订率

100 % 社会保险覆盖率 公司为 **407** 人提供兼职岗位，充分满足其灵活就业需求。

基于公司“人员结构性优化、总部赋能、门店提效”的战略导向，以及人力资源部“挖聘”与“提人效”的核心任务，朗姿股份 2025 年招聘策略聚焦质量与战略匹配度，实现“招聘即投资”的价值转型。

2025 年招聘 战略升级

01

精准定位与定向挖猎

- 绘制战略人才地图：围绕总部核心职能（高级产品经理、数字化运营专家、资深设计师、医学人才、资深医师）及门店关键角色（金牌店长、新零售培训师）构建外部人才数据库；
- 共创人才画像标准：协同业务部门明确战略岗位的硬性能力要求与软性文化特质，由 HRBP 主导、业务负责人配合，开展长期关系维护与定向挖猎。

02

品牌升级与价值传播

- 重塑品牌定位：对外传播从“规模雇主”转向“精英平台”，重点呈现总部前沿项目、专业成长通道及对核心人才的重视程度；
- 强化人才激励宣导：定期制作“榜样的力量”专题内容，彰显公司对高价值人才的重视与激励机制。

03

优化甄选流程与质量回溯

- 引入结构化测评工具：针对关键岗位引入或优化“结构化情境测评”（案例研讨、模拟项目等），有效降低主观判断偏差；
- 建立招聘质量回溯机制：跟踪新员工入职 3 个月及 6 个月的绩效表现与留存状况，以“投资回报率”为指标考核招聘官效能。

战略

朗姿股份重视员工权益，主动应对人力资源领域的风险、机遇与转型挑战，以精准招聘、体系化培训为核心应对举措，助力企业释放发展动能。

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	风险 / 机遇应对措施	影响程度	影响时间范围
人才保留	高端设计、销售管理、资深医生等核心岗位竞争激烈，人才流失可能影响业务创新与市场竞争力。	制定有竞争力的薪酬制度、股权激励与绩效管理，共同形成人才保留的核心机制。持续优化工作环境，关注员工身心健康，组织各类员工活动，提升员工幸福感与组织认同。	高	中长期
法律合规	劳动争议若处理不当，可能影响企业声誉、员工士气，并带来法律风险。	开展民主管理，主动倾听员工诉求、化解员工困扰与担忧，从源头预防劳动争议。	中	短期
员工赋能与发展	消费者对美学需求日益提高，并且数字化与 AI 技术快速发展，对员工技能提出更高要求，赋能不足可能导致人才结构滞后。	面向员工开设相关专项课程、医美技术比赛等方式，推动员工在医学技能、智慧营销、会员管理等新场景中能力提升。	中	中长期

影响、风险和机遇

员工薪酬与福利

朗姿股份为员工搭建公平合理且具有市场竞争力的薪酬体系，制定《薪酬管理制度》等内部制度，推行基本薪酬与浮动工资相结合的薪酬分配方式，充分调动员工的积极性与主观能动性，确保员工个人价值得以最大化实现。薪酬福利体系的改革将聚焦于“精准激励、动态对标、全面回报”三大核心，确保资源精准投放到驱动业务发展的关键人才上，并强化薪酬与个人贡献、组织效能的正向关联。

朗姿医美板块聚焦薪酬管理体系优化，构建规范化、透明化的人力资源管理。对旗下各医美机构实施统一薪酬方案标准，开展集中核算与校验、薪酬合理性评估，保障内部分配公平与外部市场竞争力，维护员工合法权益。朗姿医美基于标准化薪酬体系搭建数据中台，实现各经营机构人工成本的精细化分析，赋能机构高效良性运营，推动员工个人发展与组织可持续成长的协同共进。

案例

朗姿医美：高绩效人群的精准激励

朗姿医美 2025 年升级绩效评估体系，在年度、月度考核基础上增设季度特别评估，以适配业务阶段的差异化需求。同时重塑激励兑现逻辑，将加权计分改为以个人实际得分为基础，回归绩效本质；采用“90 分基准加速兑现”模式，拉大绩优与绩差的激励差距，实现对高绩效人群的精准激励。此外，公司坚定保留年度绩效兑现项目，在稳定团队预期的同时强化核心人才保留政策，肯定员工贡献并筑牢长期发展根基。

案例

实施员工股权激励

公司广泛地开展合伙人计划的激励政策以及集团股权激励政策，覆盖医美管理人员和重要业务骨干，形成广泛的激励机制，留住和吸引更多的人才。公司共实施了 3 期员工持股激励计划，其中目前存续的是第 3 期员工持股计划。对公司董事（不含独立董事）、高级管理人员和核心业务骨干进行多重激励。

朗姿股份依据《福利管理制度》搭建多元化内部福利体系，福利覆盖员工衣食住行等生活场景，全方位满足员工日常需求，提升员工的归属感和幸福感。

健康保障	节日福利	特色福利
员工年度体检 补充医疗保险 防暑降温补助 免费小药箱 员工家属保障通道	生日会 结婚礼金 生育礼金 节日礼金 \ 礼品	免费员工餐 下午茶 租房专属优惠 产品内购会 (包括医美、药妆、女装和婴童产品等)



工时与休假

朗姿股份结合行业业务特性，实行包含标准工时制、综合工时制及不定时工作制在内的多元工时制度，适配不同岗位与业务场景需求。公司秉持人性化原则，倡导高效工作，不鼓励加班安排；若因工作需要加班，将通过后续调休或按规定结算加班费的方式，充分保障员工休息权与劳动报酬权益。

假期福利

人均工作时间

人均带薪年假天数



法定带薪休假、婚假、丧假、产假、陪产假、哺乳假、工伤假、带薪病假

40 小时 / 周

5 天

民主管理

朗姿股份持续完善员工民主管理体系，落实工会法定职能与职代会根本制度，保障员工知情、参与、监督权。畅通的沟通渠道，推动管理透明与民主决策，形成上下联动的共商共决格局，增强员工主体意识与凝聚力，为企业高质量发展注入内生动力。

员工意见反馈渠道

职工代表大会、员工意见箱、医美合理化建议 APP、邮箱、面谈

民主决策与参与

- **重大事项全流程规范决策：**针对重大事件发生、调查及结论出具等关键环节，严格依规召开职工代表大会，主动向工会征询意见，最终管理意见经工会法定程序下达落地。
- **核心事项多方征询参与：**涉及重大决策、人事任免、项目安排等关键事项，严格履行程序广泛征集各方意见，保障决策过程的民主性与科学性。

民主沟通与劳资关系维护

- **强化 HRBP 专项培训：**聚焦劳资关系领域开展定向培训，提升一线沟通人员专业能力，确保劳动争议苗头出现时第一时间高效对接员工。
- **践行换位思考沟通模式：**主动倾听员工诉求、化解员工困扰与担忧，从源头预防劳动争议，持续维护稳定和和谐的劳资关系。

民主监督与评议

- **搭建多元监督反馈渠道：**审计部门联合人力部门常态化受理投诉、举报与申诉，设立对外公开邮箱；建立匿名反馈机制，消除员工反馈顾虑，杜绝打击报复风险，保障意见表达私密性与安全性。
- **落实管理人员匿名评议：**医美机构针对连锁经理及以上层级管理人员，开展匿名民主评议，围绕管理能力、业务能力、沟通能力、带教能力等六大维度开展综合评分与评语反馈。
- **规范反馈处置流程：**针对各类监督反馈事项，快速组建专项调查小组，实现诉求快速响应、高效处置，闭环落实监督管理要求。

案例

员工满意度调查

朗姿医美旗下米兰柏羽、韩辰医美等多家下属机构通过发放调研问卷让员工打分，开展员工满意度调查，并收集意见进行整改。

员工绩效反馈与申诉

朗姿股份建立匿名员工绩效反馈机制与申诉渠道，保障员工合法权益，推动绩效治理规范化、透明化。针对员工遭遇不公正待遇，或绩效申诉未获妥善解决的情形，员工可向总部人力资源部提交投诉申请。公司对相关事项全程跟进处理，同步开展追踪反馈，确保员工诉求得到及时响应与解决。

朗姿医美组织开展医管绩效面谈，通过结构化双向沟通，引导各部门完成工作总结、绩效评价、待改进事项的绩效改进计划 (PIP)、2025 年工作计划梳理等，以及明确需要集团提供的资源与支持，提升绩效闭环管理质量。医美板块进一步细化申诉流程框架中的申诉类型，新增“绩效异常事项”专属申诉渠道，为员工合理诉求提供清晰、畅通的解决路径，持续提升绩效申诉流程的民主性与透明度。

员工晋升

朗姿股份秉持“人才强企”理念，以“公开、公平、公正”为原则，遵循《任职资格体系管理制度》，搭建规范化、公平化的员工晋升管理体系。公司定期开展人才盘点、实施个性化培养计划，精准挖掘潜力人才、定向培育骨干力量，以完善的人才发展机制为员工晋升保驾护航。

报告期内，朗姿时装管理序列晋升 **17** 人，专业序列合计晋升 **42** 人（营销占 **31** 人，非营销 **11** 人）；朗姿医美 **183** 名员工的晋升调动。

服装板块

双通道序列

- 专业序列侧重引导员工深耕专业领域，持续精进专业技术能力；
- 管理序列依托领导力模型，从“管理自我—管理他人—管理团队”三大维度构建管理者能力画像，明确各层级管理者的知识储备、专业技能及履职经历要求，确保晋升标准清晰、流程规范。

岗位体系标准化

- 围绕医疗岗位六大核心职能（公司整体管理、医疗管理、产品运营、客户管理、营销品牌、综合管理），精细化梳理二级、三级职能，同步设立超 200 个标准岗位，实现各连锁机构同岗位人员编制、薪酬体系、绩效考核等维度的横向对标，为晋升管理奠定统一标准。
- 针对各标准岗位明确年龄、学历、专业、行业经验、岗位履职经验等核心任职资格维度；聚焦医疗核心岗位强化执业贯标要求，结合执业资格、职称等硬性指标开展医生等级分类管理，严守医疗质量与安全底线。

医美板块

多元化晋升选拔

- 技能竞技选拔：举办皮肤、微整领域技能大赛，遴选优质医师作为核心 IP 重点宣传培育，并结合医师职称等级核定对应职级，打通专业技术型人才晋升路径。
- 鼓励继续教育：倡导员工参与继续教育学习，助力员工匹配岗位晋升任职要求，实现个人职业能力与岗位晋升的同步提升。

员工培训体系

朗姿股份建立相对完善的培训体系，为员工提供多样化的学习机会和培训内容，让员工在工作中获得成就感和归属感。公司依托“朗姿风尚学苑”在线学习平台，通过搜集外部资料、萃取优秀案例并内化转化，丰富培训内容，课程涵盖行业前沿知识、实用技能及个性化学习路径，精准匹配员工多样化学习需求，为员工提供便捷高效的线上学习渠道，推动员工能力持续迭代升级。

朗姿时装依托《培训管理制度》，搭建覆盖管理力、通用力、专业力、营销力、新生力五大维度的培训体系。同时，紧扣业务发展需求，重点推进各岗位员工的专项培训工作，2025 年打造“店长赋能计划 - 精鹰店长提升计划、总部专家内化计划”，并设立专项培训基金，鼓励员工成为培训导师，考取行业顶尖认证，或参与外部高端研讨会，提升专业深度与决策质量。

朗姿医美制定并修订《内训师认证管理办法》《通用力培训管理办法》《新员工培训管理办法》《医美通用管理课程学习及考核办法》等多项制度，强化内训师队伍建设与课程标准化建设。

新员工培训

打造“萌新计划”新员工培养体系，采用线上学习与线下培训结合模式，通过系统化课程、制度文化浸润与业务实操指导，助力新员工快速融入公司、团队及核心业务，实现平稳过渡。

领导力培训

以“管理自我、管理他人、管理团队、管理任务”四大维度构建课程体系，配套多门标准课程。通过专项培训赋能管理者，提升其自我领导力、人际协作、团队凝聚力与任务执行效率，迭代升级管理综合素养。

通用课程建设

聚焦“品质医美、安全医美、办公技巧、个人素养”四大核心板块搭建标准化课程，通过品质管控解读、安全合规实训、办公效能提升、客户营销服务及职业素养培育，全方位提升员工综合履职水平。

医美板块培训体系

内部研学及比赛

以多元形式开展内部专业研学及技能竞赛活动，涵盖医生专项培训班、行业学术研讨会、微创技术比拼、外科技能竞赛、问题皮肤挑战赛等丰富载体，保障参训学员完成学业并顺利结业返岗任职，以学赛结合的模式推动员工专业技能持续精进。

优秀讲师培养

积极构建内部讲师体系，2025 年涌现出 100 余位优秀的内训师，撰写完成 500 余门医美课程。内容涵盖了医学知识、内容营销、品质建设、客户管理、人力研讨等诸多领域。另外，人力资源部全年邀请业务讲师，制作开发课程 32 门，累计发放讲师费 4,000 余元。



管理力

- 管理升维之旅：采用“案例推演+情境重构”的沉浸式教学模式，围绕角色认知、团队治理、绩效驱动等四大核心模块，搭建管理者从思维转型到行为落地的完整培育链路。通过模块化课程学习打通管理者成长路径。
- 新晋管理蝶变之旅：聚焦新晋管理者核心痛点开展专项培育，核心涵盖角色快速转换、核心团队搭建、管理困境与陷阱规避、高效学习成长四大关键课题，助力新晋管理者快速适配岗位要求。

通用力

- 聚焦员工基础履职能力提升，重点培育高效执行、沟通表达、工作汇报、专注力、时间管理、会议管理、团队协作等核心技能，全面提升员工工作效率与团队协作水平。配套细化实操准则，例如包括工作界定标准、结果承诺落地、工作细化分解、目标聚焦执行等，夯实员工通用履职基础。

专业力

- 紧扣业务实操需求，围绕新零售运营、私域运营等开展专项培育；开设“超级卖手训练营”，重点覆盖服务话术、迎宾礼仪、顾客忠诚度提升、商品专业介绍、客户异议处理等实操技能培训，强化员工一线专业服务能力。

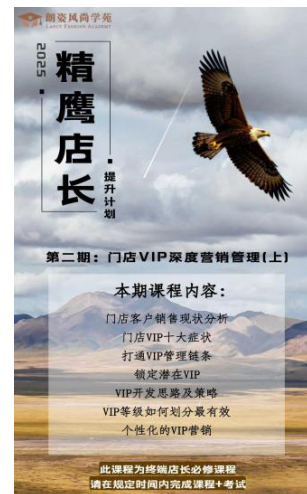
服装板块培训体系

新生力

- 推进课程内容迭代更新，优化线上学习地图；实施分类施教模式，非营销岗位采用线下面授+同步直播的教学形式，营销岗位采用线上直播授课形式，每日按既定学习路径完成学习权限授权，保障培训落地见效。

营销力

- 打造线上线下一体化店长训练营，核心课程涵盖经营目标分解、过程追踪与落地达成、VIP客户运营管理等内容，培训过程同步嵌入数据分析、团队教练、本地化营销等实战模块，通过提升店长综合管理与运营能力，带动门店整体人效稳步提升。



员工培训实践

公司通过开展多元丰富的员工培训实践，提升员工专业技能与综合素养，助力企业业务拓展与效益增长。

2025 年“朗姿风尚学苑”建设情况

医美板块

1,109 门 2025 新增线上课程	7.73 万人次 线上培训	119,659 人次 总访问
44 场 全年组织线上直播	1.33 万人次 线上培训	25 期 线上推送学习
16,546 人次 参与考试		

服装板块

230 多门 2025 新增线上课程	30 多条 学习路径
42,058 次 总访问量	2,655 人次 总访问

线下开展管理沙盘课、打版样衣技能 PK 大赛、设计师交流游学、小红书运营培训、皮草等高奢产品知识培训、新员工培训等。

朗姿学苑 | 皮肤医生培训基地正式落成

2025 年 9 月，“培养中国好医生 | 朗姿学苑—皮肤科医生培训基地落成仪式暨首期皮肤医生培训班”启动。首期皮肤科医生培训班，汇聚行业权威专家和一线资深骨干，采用“专业培训 + 权威指导 + 实战操作 + 就业分配”的一体化全方位人才培养体系，深度融合朗姿医美临床积淀与实践成果，定制教学大纲，开展临床实操带教，助力学员完成从理论储备到实战能力的提升。



专业类 | 提升私域营销及客户管理

2025 年 7 月，由朗姿医管重点策划，朗姿医美旗下米兰柏羽总院主办的“2025 私域线下共享共创交流会”圆满举行。交流会以“私域深耕与价值共创”为核心议题，议程直击行业痛点与发展前沿。与会者一起深入剖析了高活跃度会员社群、精细化客户生命周期管理、驱动数据化服务及打造线上线下融合体验等方面的成功范式与领先实践。



技能类 | 以赛促学、以赛促研

朗姿医美深度践行“以赛促学、以赛促研”的理念，2025 年成功举办“第二届问题皮肤挑战赛 & 新颜力大师课”与“第二届医美之都微整美学注射案例大赛”。

- **问题皮肤挑战赛：**赛制贯穿选手答辩、导师案例汇演、现场案例解析及知识竞赛，为问题皮肤诊疗领域的高质量发展，持续注入专业动能与创新活力，助力行业诊疗标准的迭代升级。大赛邀请多名皮肤科学界、临床技术领军专家、从学术和临床角度展开研讨和授课。
- **微整美学注射案例大赛：**在技术实操环节，医生们专注层次、剂量与角度的精准控制，将美学方案转化为真实效果。在双人赛制下，医生与美学设计师保持充分沟通，确保技术执行与设计意图一致，展现了“医·美协同”的真正落地。赛制贯穿面诊沟通、方案设计、技术交付与效果呈现全链路。大赛最终评选出金奖、银奖战队，以及 15 项单项奖获得者，并通过奖金激励，更是促进员工在技术、美学服务、传播等多维度全面发展。



2025 年员工培训绩效

303 万元
员工培训总投入金额

510.27 元 / 人
员工人均培训投入金额

177,892.84 小时
员工培训总时数

29.96 小时 / 人
员工人均培训时数

94.05 %
员工培训覆盖率

89 %
高级管理层受训人数占比

2,200 小时
高级管理层培训时数

95 %
中级管理层受训人数占比

16,616 小时
中级管理层培训时数

98 %
新员工受训人数占比

14,066 小时
新员工培训时数



平衡工作与生活

朗姿股份贯彻“以人为本”原则，着力保障员工工作与生活平衡。通过完善关怀机制、改善职场环境，培育“家文化”氛围，构建安心舒心的发展平台。公司定期组织多元活动，支持员工展现才能、实现成长，促进“快乐工作，幸福生活”理念落地。

2025 年，朗姿时装共组织员工活动 14 场，朗姿医美共组织员工活动及企业文化活动 800 余场。

传统节日活动

元宵节、端午节、中秋节等各类传统节日佳节组织国风活动、提供佳节礼物，让员工都能共享节日的喜悦与温暖。



生日活动

每月定期举办员工生日观影会或准备惊喜礼物，打造轻松休闲的氛围。



医师节 / 护士节

举办活动，表彰优秀员工等，向护理工作者和医生们致以崇高的敬意及节日问候，感谢她们在平凡的岗位上的敬业奉献，激发护理人员的工作热情。



年会活动

新年来临之际，朗姿股份及旗下医美机构通过主题年会、新年音乐盛典等多元化形式与员工共度新年。



团建活动

鼓励各部门自主开展形式多样的团建活动，以此作为深化员工关爱的有效载体，促进跨层级沟通与情感交流。



社团活动

定期组织形式多样的社团活动，如羽毛球社团、拳击社团、读书社团等多个兴趣团体，促进员工交流与合作，营造积极向上的工作氛围。



双 11 启动大会

各女装事业部通过双 11 启动会凝聚团队士气，激发员工活力与创造力，营造积极向上的奋斗氛围。



心理关怀

2025 年开设“心理小课堂”普及疏导知识，帮助员工科学调适情绪、化解压力，营造积极向上的职场氛围。



帮助特殊及困难员工

朗姿股份坚守平等包容的用工原则，高度重视职场特殊群体的权益保障与人文关怀。公司聚焦女性职业发展，优化晋升通道，注重女性管理人才的培养与任用。对于孕期、哺乳期女职工及残障员工等特殊群体，以员工实际需求为核心导向，综合评估个体身体状况、岗位属性与实际困难，开通专属保障绿色通道，推行针对性帮扶举措，覆盖工作时间调配、工作内容优化、工作环境改善等全维度。公司及下设机构设立母婴室，并为残障人士提供就业机会。

为了让每一位员工在遇到困难时都能感受到来自公司的温暖与支持，我们设立了“朗姿员工关怀基金”，并配套《员工互助关爱基金实施章程》《员工关爱基金发放细则》及《医管员工慰问管理办法》，为家里经济压力、突发疾病或重大变故的员工，提供及时的暖心关怀。

报告期内，员工救助受益 **20** 人，总投入 **15.53** 万元；帮困慰问金受助 **88** 人，总投入 **6.55** 万元。

女神节 | 致敬每一位在岗位上绽放光彩的“她”

朗姿股份以女性员工为核心的企业（女性员工占比 82%），始终重视女性价值与职场力量，积极践行性别平等理念。2025 年“三八”国际妇女节期间，公司精心策划「国际妇女节」专属活动，用鲜花、礼物与暖心仪式感为全体女员工送上真挚关怀，传递“美丽事业”背后的温暖力量。



指标与目标

指标	目标	2025 年完成情况
员工培训覆盖率	90% 以上	✓ 已完成
人才吸引与保留	核心员工流失率 <10%	✓ 已完成
员工福祉与薪酬	丰富员工活动，具有竞争力的薪酬福利体系	织员工活动及企业文化活动 814 余场。
员工多样性	遵循 DEI, 构建多元化、平等、包容的职场环境	完成年度绩效兑现，员工收入预期稳定

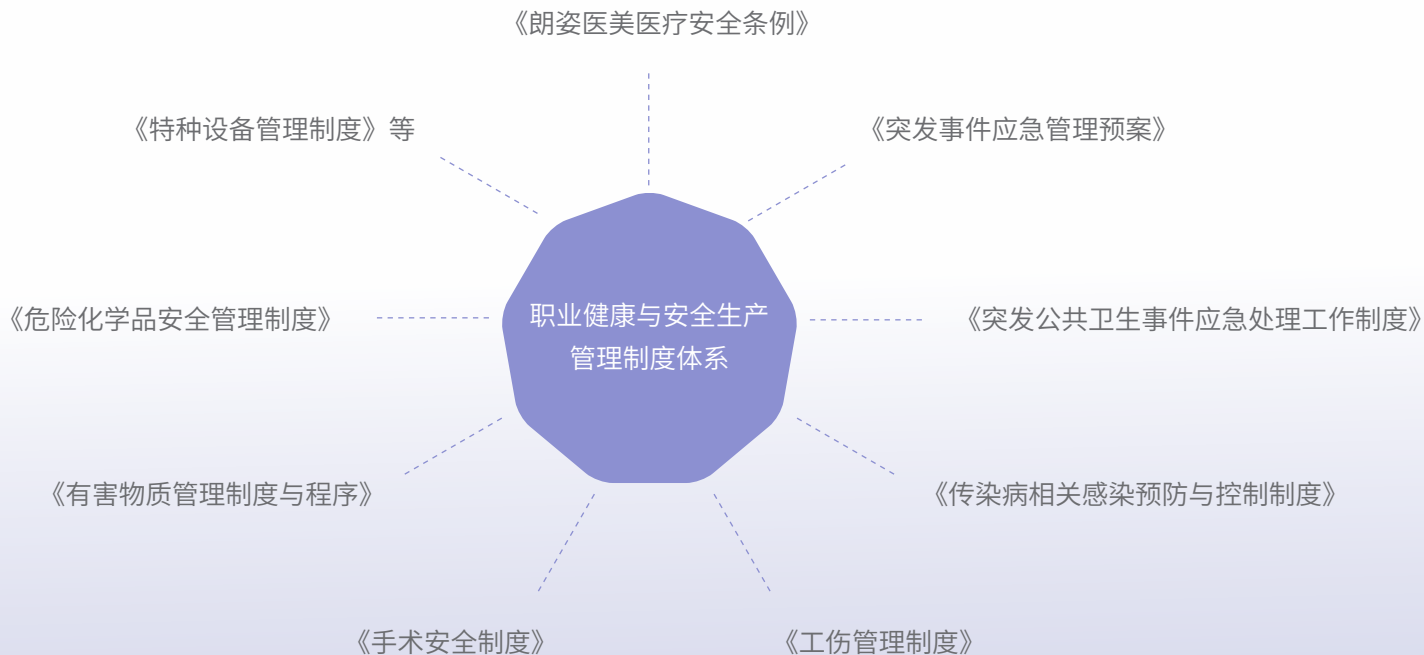


职业健康与安全

治理

朗姿股份严格遵循《安全生产法》《职业病防治法》《工伤保险条例》等国家及省、市有关职业健康与安全的法律法规，制定《医务人员职业暴露预防与处置》《安全生产责任制管理制度》等内部制度，持续加大资源投入，优化职业环境安全管理，切实保障员工的身体健康与生命安全。朗姿医美旗下医院员工均已签署《医院安全责任承诺书》，进一步强化安全责任意识。

报告期内，员工工伤保险投入 **75.15** 万元。公司安全生产总投入 **78.95** 万元。员工工伤率 **0.1%**，因工伤损失的工作日 **187** 天。



战略

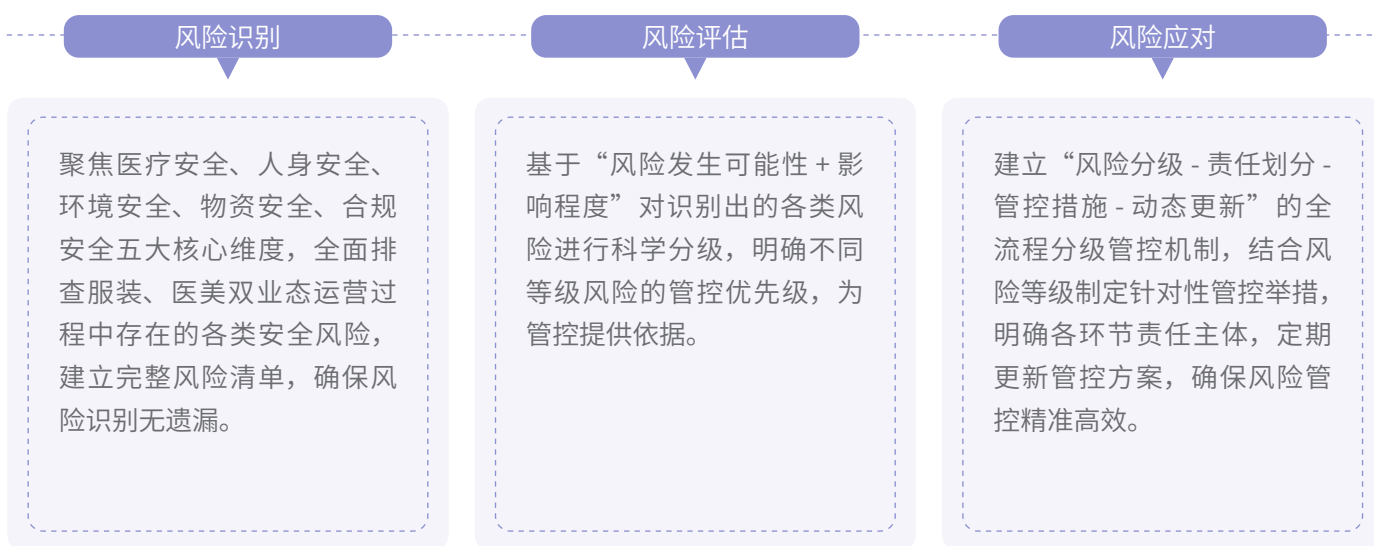
朗姿股份开展职业健康安全风险识别与应对工作，制定《安全生产检查和隐患排查治理制度》《重大危险源辨识和管理制度》，建立健全风险防控机制，增强职业健康安全运行效能。

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	风险 / 机遇应对措施	影响程度	影响时间范围
运营风险 / 机遇	服装行业仓储分拣、自动熨烫 / 悬挂链作业易发生机械磕碰、设备操作伤害。医美行业诊疗操作、设备使用存在人身操作失误风险，直接中断作业、威胁员工人身安全。	自动化设备加装安全防护装置，规范作业操作流程。 开展岗前安全培训与定期复训。 作业全程监控追溯，设备定期维保检修、定期组织员工体检及专项岗位体检。	中高	短中长期
法律风险 / 机遇	未落实安全生产、职业病防治相关法规要求，面临行政处罚、整改追责，损害企业合规声誉。	对标行业与国家法规开展合规排查，定期开展培训。 完善职安管理制度并报备，建立工伤快速处理与纠纷协商机制。	中	短中长期

影响、风险与机遇管理

职业健康与安全防控

朗姿股份制定《安全风险分级管控机制》，建立健全安全风险全流程管控体系，每年定期对工厂、医疗机构等办公及生产经营区域，开展职业病危害因素的排查、检测、评估与申报工作。同时成立安全风险管控领导小组，由机构负责人担任组长，统筹推进风险分级管控各项工作，定期召开风险管控会议，确保管控工作有序落地。



员工职业健康

朗姿股份重视员工职业健康保障，持续营造安全、健康的工作环境，切实维护员工身心健康权益。

医绿通道

- 公司与第三方合作开展视频医生、就医绿通服务、少儿眼科服务、保险服务等健康保障服务。

改善环境

- 升级生产工艺设备、电子化设备，开展宿舍翻新工作，全面改善员工生活与工作环境，保障员工身心健康。

职业病防护

- 定期检查职业病危害危险点，重点核查防护设施运行状况、个人防护用品（裁剪工佩戴钢丝手套，电工佩戴绝缘鞋等）的佩戴与使用情况；
- 在工作场所设置内部提醒及识别措施，在保护顾客隐私的前提下，及时将高危顾客信息告知全体医务人员，强化医务人员防护意识并督促其严格执行防护措施；
- 制定血源性、感染性职业暴露处理流程及职业病暴露管理制度，针对不同暴露程度实施精准防控。

定期体检

- 设立职业暴露体检专项预算，定期组织员工开展体检，涵盖职业病体检、常规体检及放射性仪器接触人员专项体检等；
- 医务部、护理院感科每月对医务人员操作流程、治疗环境进行检查与评估，及时规避潜在风险，降低职业健康危害。

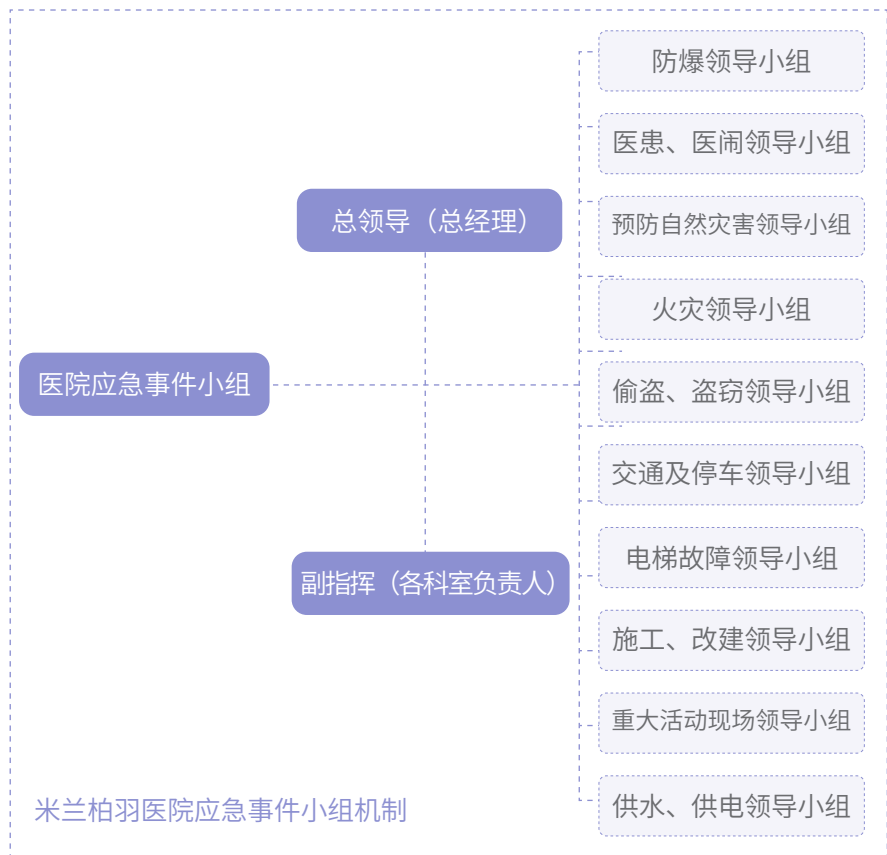
安全生产防护

朗姿股份严格落实《重大医疗事故预防方案》，构建全流程安全生产防控体系，防范各类安全风险，保障员工及服务对象安全。

医疗操作	规范医疗操作：旗下医疗机构所有医疗操作均严格遵循标准化流程，医护人员依据详细操作手册精准执行，保障操作的规范性与准确性。		
手术安全	术前： 对患者身体状况、过敏史、基础疾病等相关信息进行全面细致评估。	术中： 严格把控无菌操作环境、保障手术设备稳定运行并确保医护团队协同配合推进。	术后： 持续跟踪患者恢复情况、规范开展术后护理并及时处理潜在并发症，全方位保障手术安全及患者恢复效果。
隐患排查与整改	<ul style="list-style-type: none"> • 开展日常监督检查、专项检查及综合检查，全面排查服装、医美双业态运营中的各类安全隐患。 • 针对排查出的隐患，明确责任主体、制定详细整改措施及完成时限，全程跟踪整改进展，实施闭环管理，确保隐患排查治理工作落到实处。 • 报告期内，公司服装及医美板块共排查发现 148 起安全隐患事件，均已完成整改。 		
危险化学品管控	<ul style="list-style-type: none"> • 针对危险化学品、有毒有害物质、化学清洁剂等，公司从申购、申领、储存、使用到报废、处理实施全流程管控。 • 为防范有毒有害物质泄漏及气味挥发，对有害物质实行单独存储并清晰标识，为操作人员配备防护面罩、护目镜、隔离衣等必要防护装备。 • 每月依据科室有害物质、危险化学品清单开展专项督查，保障环境安全与人员健康。 		

安全应急演练

朗姿股份及旗下各医美机构专门成立应急管理小组，依据不同紧急场景划分专项责任组，明确各小组职责分工。定期开展消防应急、电梯故障应急、危险化学品管控、化学品泄漏、燃气泄漏应急等各类安全演练，切实提升全体员工的应急响应能力，确保紧急情况下能够快速、有序开展处置工作；同时，定期组织外科手术技能、心肺复苏 (CPR) 等专项考核，全面提升医师的医疗安全处置水平，为患者提供坚实的医疗安全保障。其中，突发医疗卫生安全事件应急演练每季度开展不少于一次。



心肺复苏应急演练



消防应急演练



医疗垃圾泄漏应急演练



失血性休克演练

安全文化教育

朗姿股份推进安全文化建设，通过线下集中培训、线上 APP 学习等多种形式，开展生产操作、医疗操作、消防安全、产品安全使用等各类安全培训及宣教活动，强化全体员工的安全意识。各医美机构组织安全条例专项考试，确保员工熟练掌握各项安全标准与规范；积极开展应急预案专项培训，提升员工对各类应急预案的熟悉程度与执行能力，同时定期开展员工院感知识培训，夯实安全生产与职业健康管理基础。



院感安全知识培训

2025 年安全应急与培训绩效

71 场次
安全培训总场次

3,189 人次
安全培训总人次

381 场次
安全演练总场次

3,019 人次
安全演练总人次

指标与目标

公司制定职业健康与安全年度管理计划，并按计划执行，完成既定目标。

指标	目标	2025 年完成情况
员工工伤保险覆盖率	100%	✓ 已完成
作业场所职业病发病率	0%	✓ 已完成
设备事故及重大安全事故	0 起	✓ 已完成
安全培训覆盖率	90% 以上	90.6%
按年度计划，完成应急演练		✓ 已完成



乡村振兴

乡村振兴不仅是国家战略，更是实现全面建设社会主义现代化国家的必由之路。朗姿通过助力乡村教育，开展消费扶贫，与西南各县区医院合作，开展小耳医疗救助志愿服务，推动乡村在经济、社会、医疗、民生等多方面迈向高质量发展。

朗姿医美持续深入川西高原、云贵地区，与炉霍县、石渠县、宁南县等偏远地区，与当地医院合作，将小耳畸形患者筛查与救助延伸到最偏远的角落。朗姿医美建立西南首个“耳畸形患者术后管理中心”，推动诊疗标准化。每年 10+ 次往返川西，为偏远地区的儿童进行筛查，提供医疗援助，增加看诊便利。截至 2025 年底，小耳医疗救治已覆盖西南地区 6 个市县级友好合作医院、6 个术后支持与注水基地。

小耳公益行——助力乡村医疗建设

- 建立“技术帮扶+区域协作”模式:** 2025 年，朗姿与攀钢集团总医院再次签订友好合作协议，在云贵地区、川西高原等偏远乡村地区构建可持续的乡村医疗协作网络。朗姿医美设立“耳再造注水基地”，让耳畸形患者就近完成复杂手术的关键环节，缓解患者由于当地医疗条件限制及高治疗成本的困境。其次，通过持续性的技术培训、学术共建和联合义诊，帮助合作医院提升自身医疗水平，实现乡村医疗造血式援助，切实降低了乡村家庭的就医负担，从健康维度为乡村振兴提供有力支持。
- 乡村义诊:** 2025 年 8 月，米兰柏羽总院小耳公益团队穿越 965 公里，来到海拔 4,485 米的甘孜州石渠县对当地小耳患者 1V1 公益面诊筛查，依据其具体情况定制个性化手术方案，向医生和家长分享技术要点及护理规范，让更多偏远地区因条件受限的小耳患者获得切实帮助。



消费帮扶助农

2025 年，朗姿股份总部持续巩固乡村振兴帮扶成果，采购北京市密云区不老屯镇及延安市宜川县特色农产品，以消费帮扶形式支持当地产业发展，助力农户稳定增收，总投入金额为 10,000 元。



履行社会责任

地方经济贡献

朗姿股份始终坚持诚信经营，严格遵守国家税收法规，确保按时足额缴纳各项税费，切实履行企业纳税义务，为地方经济发展和社会建设贡献力量。

响应国家倡议

助力银发经济

朗姿医美积极响应抗衰老产业发展导向，锚定银发经济战略赛道，以医美行业参与者身份推动产业多元发展。公司聚焦皮肤抗衰老领域深化技术研发与美学实践，针对老年群体皮肤松弛、皱纹、脱发等衰老问题，研发专属医美解决方案，助力改善银发群体机体状态，提升其生活品质与幸福感。

朗姿医美服务覆盖 50 岁以上群体的皮肤抗衰、祛斑等服务需求。米兰总院于 2025 年加入“成都市银发经济产业链重点企业专班”，布局银发经济新赛道；50 岁以上客户数量达 **4,644** 人，占比 **15%**，其中银发群体皮肤抗衰业务占抗衰总人次的 **15.07%**，以射频仪器治疗为核心，祛斑业务中 50 岁以上客户占比达 **15.22%**。晶肤医美 50 岁以上客户规模达 **16,273** 人，占比 **1.19%**。

响应全民体重管理

为响应健康中国 2030 规划纲要及“全民体重管理年”倡议，朗姿医美将全民体重管理理念深度融入医美行业服务实践，积极履行健康社会责任。朗姿医美旗下米兰柏羽举办“三体美学沙龙”健康科普活动，聚焦体重、体态、体形三位一体科学管理，面向公众普及科学减脂、健康塑形知识，提供公益化形体评估与专业指导。同时推出“科学体重管理计划”项目，整合医学营养、体态矫正、科技维塑等专业方式，倡导健康可持续的形体管理模式。

践行社会公益

朗姿股份始终铭记企业使命与社会责任，坚持以实际行动回馈社会。多年来，公司累计投入上千万元用于公益事业，设立多项专项基金，持续支持民族教育发展，关注儿童健康成长，特别是对残疾儿童的成长给予积极支持。同时，通过组织公益活动、开展捐赠项目以及与社区共建等方式，朗姿股份不断践行企业社会责任，努力为社会和谐发展贡献力量。

报告期内，朗姿股份公益慈善捐助 **78.39** 万元。

小耳再造公益

朗姿医美依托《耳再造公益援助计划》，于 2021 年联合四川省残疾人福利基金会正式成立“朗姿医疗小耳天使专项基金”，并将永久救助基地设立于米兰柏羽总院。基金聚焦提升先天性外耳畸形儿童医疗救治可及性，多年来持续为经济困难的小耳畸形患者提供公益救治，助力患者及时获得有效治疗。目前已形成从术前评估、术中治疗到术后康复的全周期救助体系。

小耳天使专项基金

截至 2025 年底，朗姿医美累计重塑真耳 517 只，帮助小耳天使 500 余位，耳再造公益慈善减免 900 余万元。



第十五届公益节暨 2025 ESG 影响力大奖

第十五届公益节暨 2025 ESG 影响力年会在北京隆重举行。朗姿医美凭借其长期、系统、深入的企业社会责任实践，荣获“2025 企业社会责任行业典范奖”与“2025 年度公益项目奖(朗姿医疗耳再造公益项目)”两项殊荣！



爱心企业，爱正当红

2025 年 10 月，由四川省残疾人福利基金会与朗姿医美联合发起的“朗姿小耳天使专项基金·真耳全免援助会”在米兰柏羽总院圆满落幕。朗姿小耳天使专项基金向小耳天使赠予耳再造手术全免赞助金 6 万元整。为表彰“石渠小耳公益行”等行动，四川省残疾人福利基金会向朗姿医疗和米兰柏羽总院授予“爱心企业”称号。



小耳公益跑十周年

2025 年 3 月国际爱耳日，朗姿医美发起“耳再造”爱耳日公益跑 10 周年活动，十座城市、超千人同时热力开跑，携手助力为小耳症患者发声，特别联合“咕咚运动”和“新浪微博”两大爱心平台，打造线上云跑共同助力。



数字化小耳公益生态平台

2025 年 5 月，米兰柏羽总院与数字化医疗科技公司在成都·米兰柏羽总院成功举行“数字化公益耳再造”战略合作签约仪式，揭幕“智能化假体定制开发平台”，标志着双方在智能化假体开发、AI 临床转化及公益资源共享等领域达成深度协同，共同打造全国首个“数字化小耳公益生态平台”。



为爱攀登

朗姿医美旗下米兰柏羽总院连续 12 年开展“为爱攀登”大型公益活动，以“每攀登 1 米捐出一元钱”的承诺向世界传递朗姿的公益精神与体育热情。



教育公益事业

朗姿股份关注儿童群体健康成长，对困难及特殊儿童群体推出专项帮扶，为其成长发展保驾护航。

关爱特殊儿童

朗姿时装旗下莱茵女装员工自发参与成都商场举行的关爱自闭症儿童活动，购买由自闭症儿童创作的绘画和手工作品，收入全部捐入当地儿童关爱基金中。

朗姿股份深耕特殊教育公益领域，2025 年向秦皇岛龙腾学校捐赠 15 万元，定向用于改善教育教学条件、赋能学生发展。此次捐赠标志着公司对该校的持续性帮扶迈入第十八年，以长效投入践行教育公平理念，彰显企业社会责任担当。

朗姿医美旗下武汉五洲整形外科医院携手武汉江夏区慈善会连续五年开展“有爱童享”公益活动，为特殊学校学生们提供教学器材和学习用品，丰富儿童精神文化生活，助力特殊儿童快乐成长。



社区文明共建

朗姿股份持续强化企业社会价值辐射力，塑造负责任的品牌形象。通过参与社区共建活动，搭建企业与社区的良性互动桥梁，切实为社会和谐发展及民生福祉提升注入企业动能。2025 年朗姿医美及下属机构积极开展文化宣传与社区公益活动报道，全年累计发布相关稿件 827 篇，有效提升了机构形象与文化凝聚力。

开展社区普惠活动

韩辰医美、西安米兰柏羽积极参与社区普惠活动，推动优质医疗资源下沉。通过赠送医用面膜、医美项目体验卡，同步开展健康义诊与美容咨询，助力居民健康素养提升，实现美丽服务与群众零距离对接。



合规领航 稳健治理

— HEGUILINGHANG WENJIANZHILI —

合规经营治理

治理策略及流程

朗姿股份严格按照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》《关于新〈公司法〉配套制度规则实施相关过渡期安排》《上市公司章程指引》以及《公司章程》的规定，构建“1+N”立体化制度矩阵，并建立动态优化调整机制。结合监管政策更新、公司战略迭代及市场环境变化，及时修订完善制度体系，进一步明晰治理导向、规范全流程运作。2025年，公司取消监事会设置，其职权由董事会审计委员会行使，并完成《独立董事制度》等共计15个基本管理制度的修订。

- 合规经营治理
- 保障投资者利益
- 筑牢内控防线
- 遵守商业道德



监督流程

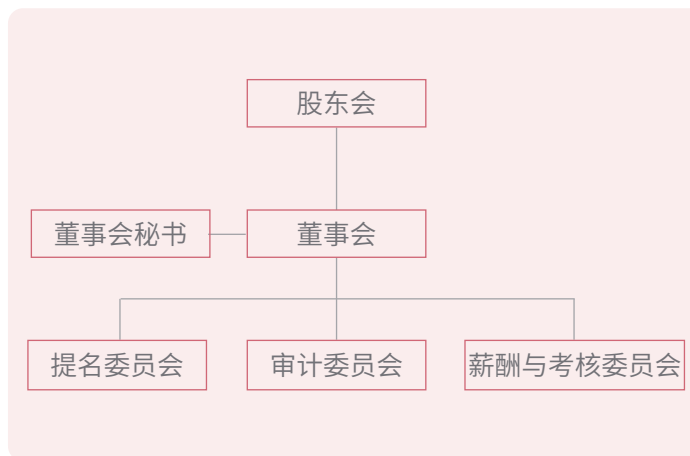
内部监督：依托审计委员会开展日常督导，全程跟踪公司治理策略落地成效、管理层履职执行情况；
外部监督：联动监管机构、投资者及外部审计机构，构建全方位外部监督闭环，倒逼治理水平提升。

审核流程

依法界定董事会核心管理权限，建立定期审核、专项审核、问题反馈、优化调整的全链条审核机制，保障治理策略落地见效、持续迭代升级。

监督流程

严守规范运作要求，会议召开流程、表决程序、决议内容及签署环节，均严格贴合公司治理相关制度规定，确保决策合法合规、程序严谨。



组织架构

董事会有效性与独立性

朗姿股份董事会下设提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会三大专业委员会，为董事会科学决策提供专业支撑与技术保障。2025 年，公司修订《董事会议事规则》，在保障董事会高效决策的同时，防范决策风险与利益冲突，实现公司长期稳定发展，维护股东合法权益。

公司重视董事会运作的独立性与履职有效性，董事会成员由股东会选举产生并可依规更换，现有 5 名董事会成员中包含 2 名独立董事，独立董事人数占董事会的 40%；董事会表决实行一人一票制，严格执行关联方回避制度，决议事项需经全体董事过半数表决通过方可生效，从机制上保障决策公允。

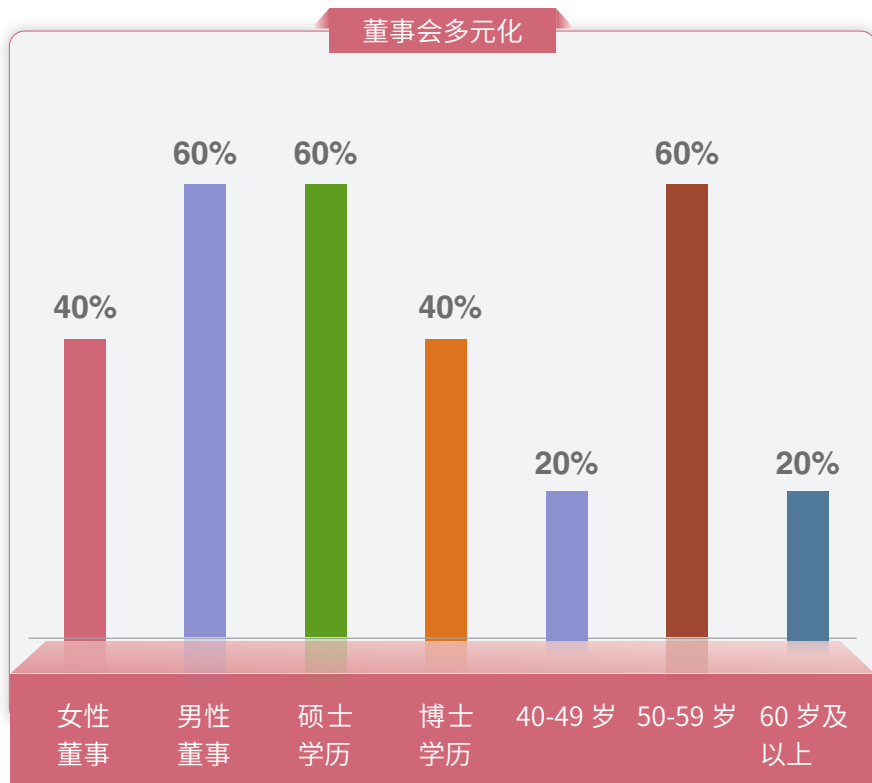
2025 年	举行次数	审议议案数量
股东会会议	3 次	14 项
董事会会议	9 次	30 项
监事会会议	2 次	12 项
审计委员会	6 次	18 项
薪酬与考核委员会	1 次	2 项
提名委员会	0 次	/

三会审议议案通过率 100%

(注：2025 年 8 月公司发布公告披露取消监事会)

董事会多元化

朗姿股份推进董事会多元化建设，选任董事时综合考量性别、年龄、教育背景、专业履历等多维因素，充分发挥不同董事的专业优势，为公司双主业发展提供多元化决策支撑。目前公司董事会成员具备多元专业背景，深耕行业技术、公司治理等领域，实战经验丰富；同时积极践行性别平等理念，充分发挥女性董事在医美和服装行业的治理价值，董事会女性董事占比达 40%。



薪酬管理

朗姿股份严格遵守《公司法》《公司章程》及《薪酬管理制度》等规定，结合公司经营规模、行业薪酬水平及自身发展实际，构建公平合理、以绩效为核心的薪酬福利体系，实现薪酬与履职成效、经营业绩深度挂钩。董事及高级管理人员薪酬方案，统一由董事会薪酬与考核委员会审议核定。



筑牢内控防线

内部审计

朗姿股份执行并遵循《控制基本规范》《控制应用指引》《内部控制评价指引》《内部审计制度》，搭建覆盖全生产经营环节的内部控制管理体系，明确内部审计机构及其他部门的监督职责权限，实现内控工作标准化、规范化。公司审计部紧扣集团战略与组织目标，动态优化审计程序，排查顾客资源管理等环节流程问题，助力医美业务精细化管理升级；通过专项审计深挖系统性问题与关键风险点，为提升管理规范性、运营效率与经营效益提供坚实支撑。

制度建设

公司持续完善内控基础制度体系，覆盖对外担保、对外投资、关联交易、信息披露等核心业务流程；针对服装、医美两大业务板块，制定《朗姿时装供应商准入及考核标准》《朗姿医美机构医疗安全检查标准》《朗姿医美供应商管理规范》等专项制度，为业务合规运营提供指导。报告期内，公司修订《员工违规违纪责任追究办法》以及服装板块的《终端店铺管理制度》。

程序管控

搭建完整的业务控制流程，将公司长期战略与现阶段主营业务目标深度融合，明确各岗位权限与职责分工，实现业务管理部门间相互独立、相互制衡；确保业务授权审批、操作流程、岗位履职、应急防控等环节规范运行，保障各类业务有序开展。

信息管控

依托信息化技术赋能内控体系落地，确保内部政策、流程信息高效传达、全员知晓。核心管控系统涵盖 OA 办公系统、财务核算系统、SEM 智慧营销平台、LQS 品质管理平台、ADM 品宣管理平台、EMR 电子病历管理系统等。报告期内，公司信息管理系统应用控制领域关键环节设计与执行均有效合规。

财务管控

制定《朗姿股份有限公司会计手册》《固定资产管理制度》《会计报告及合并报表》《朗姿医美财务管理制度汇编》等制度，规范财务收支计划、执行、管控、分析等全流程工作，健全会计核算体系、提升会计信息质量，保障财务报告合法合规、真实完整，维护投资者及利益相关方权益。日常运营中，各部门严格执行财务内控制度，定期排查、评价资金活动情况，持续优化内控成效。

内部审计与整改

定期开展服装店铺与医美机构稽核检查，针对发现的内控缺陷，及时研判问题性质、溯源成因，制定专项整改方案，并向董事会及管理层精准汇报。其中，医美板块专项审计覆盖医美信息管理、医美采购与供应链管理、医美工程管理、行政管理部费用管理等领域；服装板块稽核加大远程检查力度与频次，依据远程排查风险结果优化现场检查优先级，提升核查效率，同步完成超期空卖订单清理、库存核查等工作。

报告期内，公司**不存在**财务报告、非财务报告内部控制重大缺陷、重要缺陷。公司全年完成**9**个审计项目，包括**5**项医美机构经营情况审计和**4**项管理专项审计，审计问题按期整改率**100%**。

合规培训

朗姿股份重视合规文化培育,将内控培训纳入常态化工作,针对服装、医美不同业务板块员工开展合规治理培训,强化全员风险防范意识,提升风险识别与前置防控能力,筑牢合规经营理念,保障内控制度高效执行,持续提升公司规范运作水平。

报告期内,公司聚焦违规违纪管理、运营管理等核心内容,组织开展风险防控与合规意识专项培训,累计培训时长 **10** 小时, **580** 人参与。

风险管理

朗姿股份坚持以事前防范为核心导向,制定《公司名誉权被侵害的应对措施》《供应商违约纠纷处理指引》《关于“预付式消费”相关法律问题及风险防范》《关于开展联名合作前需审查事项》等配套规范性文件,搭建覆盖业务全链条的法律风险防控体系,通过合同管控、制度审核、场景适配、工具赋能多维发力,实现风险前置拦截与闭环管理。

报告期内,公司**未发生**较大及以上风险事件。
公司征信情况良好,信贷方面无不良信用记录;债券市场主体评级为 **AA**,债务评级为 **AAA**。

风险防控措施

风险前置 防控

聚焦业务全链条关键风险点,依托合同审核机制严控风险传导,重点保障预付式消费资金安全,明确违约场景下的追偿权责条款,从源头降低涉诉风险。

依托《合同审查风险清单》开展标准化风险排查,为合同审核、合规管控提供具象化执行依据,提升风险识别与处置效率。标准化合同模板体系,适配医美机构统一管理需求,经长期实践验证获得业务端及合作方认可,支持合作方个性化优化调整;

合同规范 化管控

新消费 场景风险

针对抖音、微商城等线上销售渠道,厘清运营模式创新未改变买卖、委托等核心法律关系的本质,结合平台规则适配、线上达人/中介合作等新增需求,法务部通过完善合同条款实现全覆盖风险审核。

坚守互利共赢、友好协商的处置理念,优先通过调解、和解等非诉讼方式化解合作纠纷与客户诉求,严控诉讼程序触发频次。

医美板块常规诉求均由业务端内部闭环处理,仅针对客户不合理诉求、不当言论等侵害公司权益的情形,依法通过法律途径维权;服装板块均通过内部协调处理,避免外部舆情扩散。

纠纷分级 处置

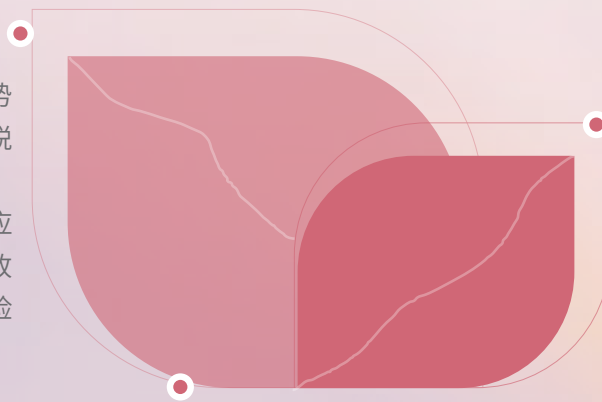
税务管理

朗姿股份严格遵守《税收征收管理法》《增值税暂行条例》《企业所得税法》等相关法律法规，持续优化税务管理体系，制定《朗姿医疗集团税务统一管理制度》，并结合业务实质、流程变化及税收政策更新，动态修订税务操作规范；依托信息化手段精准核算应纳税额，确保税款按时足额缴纳，全力防范涉税风险。

税务管理举措

全流程管理闭环

- 紧扣经营所在地税务检查规范、税法变动趋势及行业属性，编制增值税、企业所得税等全税种税务风险清单，明晰各类风险点及影响程度。
- 构建“识别 - 评估 - 应对 - 监督 - 整改”的响应机制，发现涉税风险立即启动处置流程，明确整改责任人及时限，全程跟踪整改进度，彻底消除风险隐患。



审计监督与团队赋能

- 定期开展内外部税务审计与风险复盘评估，复审自查整改成效，筑牢二次防控关卡。
- 持续跟进最新税务政策更新，组织全员专项涉税培训，全面提升团队涉税风险识别与防控能力。

动态评估与常态化自查

- 依托专业评估模型，结合财务、运营数据动态更新风险清单、量化风险等级，优先处置高风险涉税事项，提升防控精准性。
- 制定常态化自查计划，划定自查范围、重点及时序。
- 通过系统优化精准测算小税种税费，保障税费缴纳及时足额。
- 聚焦关联交易定价、税收优惠适用等高危领域开展深度自查，严守涉税合规底线。

保障投资者利益

投资者关系管理

朗姿股份始终将投资者权益保护放在核心位置，搭建透明化、多元化的投资者沟通机制，严守信息披露规范，保障全体投资者尤其是中小投资者的合法权益，构建和谐稳定的投资者关系。公司修订《投资者关系管理制度》，严守合规性、平等性、主动性、诚实守信核心原则，搭建多渠道、多层次的投资者关系管理体系。公司通过电话、邮件、互动易平台、投资者说明会、投资者接待活动等渠道，及时响应投资者咨询、回应关切问题，全力维护社会公众投资者合法权益，构建公司与投资者长期良性互动、协同共赢的稳定关系。

报告期内，投资者接待次数 **6** 场次。互动易回复次数 **65** 次。常通过邮箱收悉大量邮件，并以电话予以回复。

信息披露管理

朗姿股份严格遵照证监会及深圳证券交易所《股票上市规则》《上市公司自律监管指引》等法律法规要求，制定并修订《朗姿股份有限公司信息披露管理办法》，坚守真实、准确、及时、公平、完整的信息披露准则，持续提升披露质量，切实筑牢投资者权益保护防线。

公司在深圳证券交易所网站、巨潮资讯网、《证券时报》等权威渠道发布公告及披露信息，同步在公司官网开设投资者关系专栏，转载重要公告，确保投资者及利益相关方便捷、精准获取公司核心信息。

报告期内：
公司拟披露定期报告 **4** 份；披露带编号公告 **73** 份。公告文件数量 **112** 份。
公司信息披露评级为 **B** 级。
公司未收到因信息披露而遭受的处罚。

遵守商业道德

反商业贿赂及反贪腐

朗姿股份制定并遵循《朗姿员工违规违纪责任追究办法》《朗姿终端店铺管理制度》《朗姿终端违规事项积分规则》《朗姿医美员工违规违纪责任追究办法》等内部制度，对行贿、受贿、舞弊、利益输送等违反商业道德的行为持绝对零容忍态度。明令禁止员工以任何形式、任何名义收取、索要回扣、礼金、有价证券等财产性利益，严禁达成利益输送合意、接受违规款待等行为。朗姿医美组织医美板块员工填写《朗姿医美利益冲突关系申报表》，督促员工主动申报与合作供应商的关联关系，同时要求股份公司全体员工完成利益冲突申报，从源头防范利益输送风险。报告期内，公司发生员工因腐败被开除或受到纪律处分的事件均已依规处理完毕。

公司面向全体员工及合作伙伴开通商业贿赂专项举报渠道，严格执行举报人信息保密制度，严禁任何形式的打击报复行为，同时建立信息隔离机制，全方位保障举报人权益。

举报渠道类别

电话举报：

010-53518800-8015

028-85006290

邮件举报：

shenjibu@lancygroup.com

xiaoshoujihe@lancygroup.com

jihezongxin@lancygroup.com

反不正当竞争

朗姿股份坚守公平、信任、开放的商业道德准则，严格恪守《反不正当竞争法》等法律法规，以合规、正直、诚信为经营基石，主动维护清朗有序的行业商业环境。为保障采购业务双方合法权益，公司与所有供应商签订《阳光协议》，坚决杜绝各类不正当竞争行为。同时，公司通过线上线下相结合的方式，持续推动反不正当竞争法律法规的培训与宣贯，将合规理念融入日常经营管理的各环节。

报告期内，

公司**未发生**任何与不正当竞争相关的违规事件，合规管理水平持续提升。要求供应商签署《阳光协议》，医美板块签订率达 **95%**，服装板块签订率为 **100%**

ESG 数据表和附注

类别	指标	单位	2025 年
治理	营业收入	亿元	60.03
	归母净利润	亿元	9.99
	董事会女性董事人数	人	2
	董事会女性董事占比	%	40
	投资者接待次数	次	6
	互动易回复次数	次	65
	反腐败培训覆盖率	%	100
	反不正当竞争相关违规事件	件	0
创新	研发投入	万元	10,310.19
	研发投入占营业收入比例	%	1.72
	研发人员	人	202
	研发人员占比	%	3.40
	累计获得授权专利数	个	200
信息安全	数据安全泄漏事件	件	0
	客户隐私泄漏事件	件	0
	敏感数据加密覆盖率	%	100
	信息安全培训	%	100

类别	指标	单位	2025 年
产品与服务 质量	客诉回应率	%	100
	客户满意度评分	分	服装板块 95 分 医美板块 97.89 分
	因安全或健康理由需回收的产品	项	0
	产品合格率	%	100
	产品和服务相关的安全与 质量重大责任事故	件	0
	产品召回比例	%	0
可持续供应 链	供应商总数	家	服装板块 486 家 医美板块 2,164 家
	国内供应商本地化比例	%	100
	本地化采购比例	%	100
	可持续认证供应商数量	家	110
	可持续认证供应商比例	%	22.6
	阳光协议签订率	%	服装板块 100% 医美板块 95%
员工雇佣	员工总数	人	5,938
	女性员工数量	人	4,875
	男性员工数量	人	1,063
	博士学历员工数量	人	9
	硕士学历员工数量	人	231
	本科员工数量	人	1,923
	专科及以下员工数量	人	3,775
	35 岁及以下员工人数	人	3,895
	36 岁至 55 岁员工人数	人	2,002

类别	指标	单位	2025 年
员工雇佣	56 岁以上员工人数	人	41
	生产人员	人	261
	销售人员	人	2,892
	技术人员	人	755
	财务人员	人	191
	行政管理人員	人	578
	医生及医护人员	人	1,261
	管理者中女性占比	%	70.9
	少数民族员工数量	人	386
	少数民族员工比例	%	6.5
	残疾员工比例	%	1.16
	员工流失率	%	4
	兼职员工人数 (灵活就业)	人	407
	员工权益	劳动合同签订率	%
社会保险覆盖率		%	100
员工体检覆盖率		%	100
员工培训覆盖率		%	94.05
员工培训总投入		万元	303
员工人均培训时数		小时 / 人次	29.96
员工关怀基金投入		万元	22.08
特殊及困难员工帮扶人数		人	108

类别	指标	单位	2025年
职业健康与安全	重大环境和安全生产事故数	件	0
	员工职业健康体检比例	%	100
	作业场所职业病发病率	%	0
	员工工伤事故伤害人数	人	5
	员工工伤率	%	0.1
	因工伤损失工作天数	天	187
	员工工伤事故死亡比率	%	0
	安全生产投入	万元	78.95
	安全应急演练	场次	381
	安全应急演练参与总人数	人	3,019
	安全培训总场次	场	71
	安全培训总人数	人	3,189
	安全培训覆盖率	%	90.6
	社会贡献	公益慈善捐助	万元
累计"耳再造"公益慈善减免		万元	900+
累计打造真耳朵		只	517
环境合规	"三废"排放达标率	%	100
	因环保事件而受到的处罚次数	次	0
	重大污染事故/环境事故	件	0
	环保培训覆盖率	%	96
污染物排放	废水排放总量	吨	82,365
	废水排放强度	吨/ 百万元营收	13.72
	有害废弃物排放总量	吨	72.61

类别	指标	单位	2025年
污染物排放	有害废弃物排放强度	吨/ 百万元收入	0.01
	无害废弃物排放总量	吨	1,681
	无害废弃物排放强度	吨/ 百万元收入	0.28
能源利用	综合能源消耗总量	吨标煤	1,227.84
	综合能源消耗密度	吨标煤/ 百万元收入	0.205
	综合能源消耗量下降率	%	9.5
	汽油消耗量	升	6.1
	天然气消耗量	标准立方米	274,580
	外购电力	千瓦时	3,751,232
水资源利用	外购热力	吉焦	11,770.77
	总耗水量	万吨	52,218
	总耗水密度	吨/ 百万元营收	8.70
	温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	3,878.90
温室气体排放	温室气体排放密度	吨二氧化碳/ 百万元营收	0.646
	范围一：温室气体排放量	吨二氧化碳当量	593.71
	范围二：温室气体排放量	吨二氧化碳当量	3,285.19
	循环经济	绿色包装材料投入	万元
可持续采购比例（绿色包装）		%	72
可持续面料采购金额		万元	3,135.12

对标索引表

《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告（试行）》

类别	指标
应对气候变化	应对气候变化
污染物排放	综合污染防治
废弃物处理	综合污染防治
生态系统和生物多样性保护	保护生物多样性
环境合规管理	环境合规管理
能源利用	能源管理
水资源利用	水资源管理
循环经济	促进循环经济
乡村振兴	乡村振兴
社会贡献	履行社会责任
创新驱动	研发驱动创新
科技伦理	遵守科学伦理
供应链安全	可持续供应链
平等对待中小企业	可持续供应链（公司平等对待中小企业，不存在逾期尚未支付中小企业款项等情况。）
产品和服务安全与质量	产品与服务质量
数据安全与客户隐私保护	信息安全与数字化转型
员工	守护员工福祉、职业健康与安全
尽职调查	可持续供应链
利益相关方沟通	可持续发展治理
反商业贿赂及反贪污	遵守商业道德
反不正当竞争	遵守商业道德

全球报告倡议组织 GRI 指引

报告章节	对标《GRI Standard 2021》
关于本报告	2-2/2-3/2-4
走进朗姿	
朗姿的问候	2-22
公司信息	2-1
公司文化	/
业务布局	2-6
朗姿 ESG 亮点绩效	/
企业荣誉	/
可持续发展治理	
ESG 治理	2-9/2-14
ESG 监督机制	2-12/2-13/2-14
ESG 风险管理	2-12
可持续发展目标	2-22
议题重要性评估	2-16/2-29/3-1/3-2/3-3
绿色生态，永续发展	
应对气候变化	2-23/201-2/305-1/305-2/305-4
环境合规管理	2-22
综合污染防治	305-7/306-1/306-2/306-3/306-4/306-5
能源管理	302-1/302-3/302-4/302-5
水资源管理	303-1/303-2/303-3/303-4/303-5
促进循环经济	301-2/301-3
绿色设计	301-2/301-3/416-1
保护生物多样性	304-1/304-2

全球报告倡议组织 GRI 指引	
报告章节	对标《GRI Standard 2021》
品质为本，客户为先	
产品与服务质量	2-23/2-25/2-26/2-28/416-1/416-2/417-1/417-2
研发驱动创新	203-2
遵守科学伦理	2-23/2-27
信息安全与数字化转型	2-27/418-1
可持续供应链	2-25/2-24/2-28/204-1/308-1/308-2/414-1/414-2
关爱员工，回馈社会	
守护员工福祉	2-7/2-8/2-23/201-3/401-1/401-2/401-3/402-1/404-1/ 404-2/404-3/405-1/406-1
职业健康与安全	2-23/201-1/403-1/403-2/403-3/403-4/403-5/403-6/ 403-7/403-8/403-9/403-10
乡村振兴	201-1/203-1/413-1/415-1
履行社会责任	201-1/203-1/413-1/415-1
合规领航，稳健治理	
合规经营治理	2-9/2-10/2-11/2-12/2-13/2-15/2-16/2-18/2-19/2-20
筑牢内控防线	207-1/207-2/207-3
保障投资者利益	2-16/2-29
遵守商业道德	2-23/2-26/205-2
ESG 关键绩效表	/
对标索引表	/



LANCY 朗姿股份有限公司
LANCY CO.,LTD.