



一生仅能为一人定制

2025

环境、社会和公司治理报告

迪阿股份有限公司

成为全球真爱文化引领者



目录 CONTENTS

关于本报告	01	ESG 关键绩效数据	75
管理层致辞	02	标准索引表	82

关于迪阿股份	
我们的 2025	05

ESG 管理	
ESG 治理	07
ESG 战略	09
ESG 风险管理	10
指标与目标	11

双重重要性分析	
利益相关方参与	12
重要性分析过程	13

01 治理篇

提升治理效能	19
践行商业道德	24
保障数据安全	28

02 社会篇

引领创新发展	31
专注精益产品	40
打造高品质服务	44
构建责任供应链	50
与员工共同成长	54
贡献真爱公益	63

03 环境篇

应对气候变化	66
践行环境责任	71

关于本报告

本报告是迪阿股份有限公司发布的第四份环境、社会和公司治理 / 可持续发展报告。报告遵循重要性、可量化、平衡性与一致性的编制原则，重点呈现公司在环境、社会和公司治理领域的核心理念、关键进展、实践成果及未来规划等。

编制依据

本报告编制过程中，重点依据以下标准与框架，以确保信息披露的合规性、专业性与透明度，有效回应各方关切：

- 《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）》
- 《深圳证券交易所创业板上市公司自律监管指南第 3 号——可持续发展报告编制》
- 全球可持续发展标准委员会（GSSB）《可持续发展报告标准（GRI Standards）》
- 联合国 2030 年可持续发展目标（SDGs）

报告范围及边界

本报告时间范围为 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日。如有不一致，将在具体内容处进行说明。本报告中绩效指标覆盖范围包括公司的核心及重要业务单位，即中国内地、中国香港、法国营运地区范围内的办公室和 345 个自营零售店。除特别标注外，报告中所涵盖的政策、声明及相关内容均以迪阿股份有限公司的实际业务为边界，与迪阿股份有限公司发布的年度报告范围保持一致。若无特殊说明，本报告所列金额均以人民币为货币单位。

称谓说明

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

除另有指明外，本报告所使用的词汇与本公司《2025 年年度报告》所界定者具有相同含义。

资料来源及可靠性声明

本报告所引用信息均源自迪阿股份有限公司，且已获董事会审议确认并批准发布。董事会对报告内容的真实性、准确性和完整性负责。

报告语言

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

获取及回应本报告

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

管理层致辞

时光流转，爱意永恒。“爱一人 爱一生”始终是迪阿股份最珍贵的品牌底色。面对不断变化的市场格局，我们持续筑牢品牌文化根基，不断强化差异化核心竞争力，致力于将 DR 打造成为基于真爱价值观的生活方式新奢品牌。

2025 年，公司持续深化真爱文化的全球表达。我们全年协助举办告白仪式超 1.5 万场，见证无数动人瞬间；我们在巴黎卢浮宫举办中式文化体验活动，让东方情感智慧融入全球语境；我们向全球消费者发起求婚挑战赛，将“一生唯一真爱”的价值观融入公众情感交流；我们正式启动“全球真爱地标计划”，首站长白山以沉浸式场景，让品牌主张成为可触摸的浪漫现实；520 期间，全国多座城市的“真爱公益活动”，以黄金为载体，致敬每一份认真经营的爱情。我们始终坚守品牌初心，延续并传递真爱理念，用有温度的服务陪伴每一对用户定格人生的重要时刻。

2025 年，公司不断进行工艺创新和产品迭代，以匠心守护情感承诺。钢琴大师戒臂工艺获深圳市人体工学应用协会专业认证，已应用于超 80% 的戒指类产品；隐悬镶嵌技术在 YOU&ME 系列实现了“裸空悬浮”的独特视觉突破；我们联合 IGI，共同推出业内首张黑钻属性与颜色分级鉴定证书；我们整合日本、德国、意大利、法国及中国等全球工艺，将全球珠宝艺术精髓转化为兼具现代审美与品牌特色的设计语言；我们战略拓展高端婚嫁黄金，进一步完善爱情全生命周期产品矩阵。不论技术如何创新迭代，我们始终坚持品牌的核心价值，用技术沉淀让每一件珠宝都成为可托付一生的信物。

2025 年，公司坚持践行负责任的供应链理念，以高标准构建规范透明、协同共进的合作生态。我们聚焦全链路质量管控与技术赋能，将统一质量与工艺标准贯穿原材料至成品的全链条；将商业道德、劳工权益、环境合规要求嵌入供应商全生命周期管理，落实全维度准入与动态考核机制；强化节点预

告与分级预警机制，推动供应链管理从事后处置向事前预防与事中协同的主动模式转变。不论供应链如何复杂多变，我们始终坚持负责任的标准，用规范与透明守护每一份信任的传递。

2025 年，公司持续深化绿色低碳发展战略，将生态环保理念全面融入门店建设、总部运营及内部治理全流程。我们严格甄选低污染、低能耗的环保建材，持续优化施工方案与装修工艺，大力推广标准化、轻量化、可快速落地的绿色门店模式，有效减少施工环节的资源浪费与碳排放，让可持续发展深度融入品牌长期主义，在稳健经营的同时切实履行生态环境责任。

展望未来，迪阿股份将始终坚守“帮更多人表达真爱，陪伴爱情幸福长久”的企业使命，锚定“成为全球真爱文化引领者”的宏伟愿景，以匠心打磨产品，以服务传递温度，以责任践行担当，以可持续发展驱动长期成长。我们将继续以爱为初心、以责任为双翼，让真爱文化跨越山海、走向世界，让每一份真挚承诺都能被温柔见证、恒久流传。

迪阿股份管理层

2026 年 4 月

关于迪阿股份

公司主要业务

公司是全球化布局的专注于高端钻戒及珠宝的上市企业，主要从事珠宝首饰的品牌运营、定制销售和研发设计。自创立以来，公司始终肩负着“帮更多人表达真爱，陪伴爱情幸福长久”的企业使命，聚焦“求婚、结婚、纪念日”等核心场景，为全球消费者提供高品质珠宝产品和独特的真爱文化体验服务，力争成为全球代表真爱生活方式的领导品牌。

公司旗下品牌“DR 钻戒”，通过全球化布局及线上线下相融合的 DTC（Direct to Consumer）零售网络，业务覆盖法国巴黎、中国香港及中国大陆近 200 个城市。截至报告期末，DR 钻戒在全球拥有 345 家自营真爱体验店，深受全球年轻消费者的认可与喜爱。凭借差异化的品牌定位、专业的产品设计和独特的服务体验，DR 钻戒已成长为全球求婚钻戒市场的领先品牌，连续多年入选由世界品牌实验室颁发的“亚洲品牌 500 强”，并荣获 JNA Awards “年度品牌”及香港 HKCT “年度最佳国际求婚钻戒品牌”等国际权威奖项。

公司主要产品

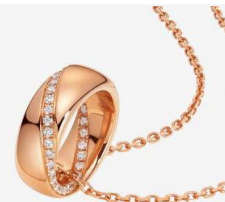
公司围绕用户爱情生命周期，构建了覆盖求婚、结婚、纪念日三大核心场景的完整产品矩阵，目前主要产品包括求婚钻戒、结婚对戒、纪念日礼物及婚嫁黄金。未来，公司将服务于全球消费者“铭记珍贵时刻、传递美好生活”的情感需求，以独特美学视角与精湛工艺标准打造高品质珠宝作品，不断完善产品生态，陪伴用户人生的每一段珍贵时刻。



DR HEART 系列
心形钻 晨曦之吻 奢华款



YOU&ME 系列 契约·缔结
简约款 结婚对戒



YOU&ME 系列 契约·无尽套链
(情侣女款)



DR 千金冠系列
龙鳞凤羽 皇冠五金



一生一世系列 唯一
黄金戒指



ROSE HEART 系列
挚爱 手镯

文化与价值观

企业使命

帮更多人表达真爱，陪伴爱情幸福长久

企业愿景

成为全球真爱文化引领者

企业文化

真爱信仰，以用户为中心，创新求变，
协作共赢，信守承诺

以用户需求为导向，勇于突破岗位边界，主动承担团队补位，凡事往前走一步，有闭环意识，始终向内外部客户交付超出预期的结果。

积极主动传播真爱信念和故事，相信真爱，始终保持积极的精神面貌和爱情观，主动面对和化解真爱中的各种矛盾，不忘初心。

工作中聚焦事情本身，用“听得懂”的话语直截了当地沟通；珍视每一位同事的工作成果，上下游及部门内合作过程中，能够换位思考，理解他人的工作诉求，交付后背共同备战重要节点，始终信任并协同攻克重要战略目标。

结果导向，使命必达，严格死守项目中的各个节点，连接一切可用资源，尝试所有可行方法，主动克服过程中的困难，快速决策，为达到结果全力以赴。

主动学习，充满好奇心，工作中积极寻求多种解决方案，追求专业技能的不断突破。接纳他人的创新想法，并且总是尝试用新方法达到更好的工作结果，不断给自己提出更高的要求。



我们的 2025

关键绩效



履行·责任采购服务

供应商本地化比例

77%

新供应商 CSR 审核数量

164 家

常年稳定合作及关键供应商
廉洁协议签署率

99%



传递·员工成长关怀

女性在所有管理职位中的占比

64.21%

全体员工总培训时长

245,202.73 小时

困难员工帮扶人数

17 人



引领·真爱见证与传递

累计服务客户数量

207.7 万人

全年帮助并服务用户表达爱意超

17 万组

年度客户满意度

99%



倡导·低碳环保发展

减少的温室气体排放量

627.52 吨二氧化碳当量

循环用水总量

207.36 吨

门店柜台利旧节约各类板材、金属、
玻璃等原材料重量

23.97 吨



实践·工艺创新与传承

累计持有知识产权数量

1,199 件

本年获得知识产权数量

238 件

研发投入总金额

1,471.73 万元

奖项荣誉

2025 年 7 月

2025 年度 ESG 典范企业奖

数央网

2025 年 9 月

2025 中国上市公司
英华奖·A 股 ESG 示范案例

中国基金报

2025 年 10 月

公司治理 (G) 先锋企业奖

财联社

2025 年 11 月

国新杯·ESG 新锐
20 强金牛奖

中国证券报

2025 年 12 月

2025 证券时报
“价值百强评选·最佳董秘”

证券时报

2025 年上市公司
最佳董事会奖

每日经济新闻

2025 可持续品牌典范
“企业合规奖”

商道融绿

金质量奖·ESG 奖

上海证券报

2025 年度上市公司
ESG 价值传递奖

易董 / 价值在线

2025 年度卓越
ESG 践行上市公司

21 世纪经济报

2025 好公司 50
“行业领先大奖”

界面

最佳 ESG 信披奖

财联社

2025 企业 ESG 优秀实践案例
“公司治理先锋奖”

广州日报

财联社 2025 资本市场最具价值影响力榜单
“最具品牌价值奖”

财联社

卓越 IR “卓越资本市场沟通奖”
“卓越价值创造奖”

路演中

ESG 评级



晨星 Sustainalytics 评级 17.7 分低风险



迪阿股份
2025 评级



Wind ESG 评级 A 级



上海华证指数信息服务有限公司
Sino-Securities Index Information Service (Shanghai) Co.Ltd

华证 ESG 评级 A 级



中国国新
CHINA REFORM HOLDINGS

中国国新 ESG 评级 A 级



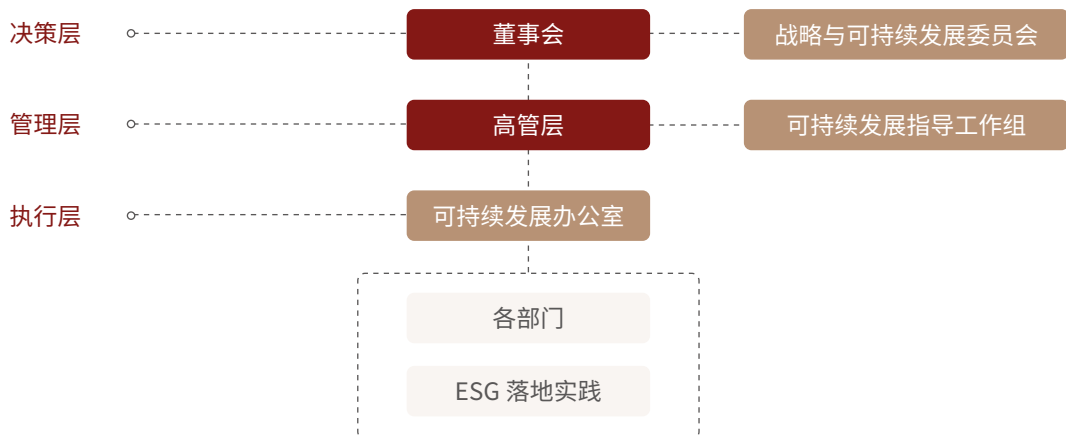
商道融绿 ESG 评级 A- 级

ESG 管理

ESG 治理

为系统推动可持续发展，迪阿股份制定并实施《环境、社会与治理制度》，将 ESG 理念深度融入公司战略与日常运营。该制度明确了管理体系、核心议题与利益相关方沟通机制，旨在通过管理升级与组织优化，持续增强企业长期竞争力。

公司构建了“决策层—管理层—执行层”三级 ESG 治理架构，确保 ESG 工作贯穿战略规划、管理执行与业务落地全流程，以体系化推动 ESG 绩效提升，积极回应各方对公司在环境、社会与治理方面的发展期待。



迪阿股份 ESG 治理架构

董事会及战略与可持续发展委员会

由公司董事长统筹，职责范围包括：

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

可持续发展指导工作组

由公司高管和各部门管理者组成，职责范围包括：

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

可持续发展办公室

由各部门 ESG 对接人组成，职责范围包括：

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

2025 年，公司以系统化、常态化的治理机制推动 ESG 工作的深化落地，通过高层引领、专题研讨与全员赋能相结合的方式，持续优化 ESG 管理闭环，确保可持续发展目标与公司战略的紧密协同，提升各层级在 ESG 领域的认知、职责与执行力。

- 2025 年 4 月**

公司战略与可持续发展委员会召开会议，讨论并确定年度 ESG 战略目标与重点任务，确保可持续发展工作与公司整体战略紧密协同，为全年工作的有序铺排奠定坚实基础。
- 2025 年 7 月**

可持续发展办公室组织召开 ESG 项目结项报告及管理提升建议沟通会，梳理 ESG 工作阶段性进展与不足，分析解读当前 ESG 领域的最新趋势与前沿知识。
- 2025 年 11 月**

公司组织召开 ESG 工作启动暨专题培训会，进一步明确了管理层及各职能部门在 ESG 管理体系中的具体职责与协同机制，并针对 ESG 信息披露标准、内部数据报送流程等内容进行系统培训，推动可持续发展理念贯穿全员、全流程，帮助相关部门深入理解行业关键议题，借鉴 ESG 领先企业的实践经验，持续提升公司在可持续发展领域的战略规划与执行效能。

我们持续以主动、透明的态度践行可持续发展领域的责任。2025 年，公司在官方网站正式发布《生物多样性政策》《劳工权益保护政策》《反骚扰及反歧视制度》《董事会成员多元化政策》，进一步明确了我们在可持续发展领域的价值观与行动方向。



ESG 战略

迪阿股份以风险和机遇为切入点，秉承“真爱驱动、长期发展”的核心策略，围绕五大主题系统构建 ESG 战略体系。“履行·责任”以国际领先标准筑牢供应链基石，“传递·员工”通过成长关怀保障员工价值，“引领·真爱”以优质产品与服务守护品牌信任，“倡导·低碳”践行环保发展，减少能源消耗，“实践·工艺”持续推动产品创新与差异化发展。五大主题协同并进，全面推动可持续发展目标的落地与实现。

风险和机遇

价值链分析

五大主题

SDGs

供应链资源可持续性风险

人才吸引与保留风险

品牌声誉与情感承诺失信风险

循环经济与绿色产品机遇

产品创新和差异化发展机遇



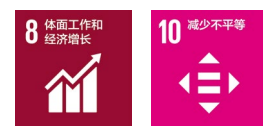
履行·责任
采购服务
践行国际领先的供应商责任标准

传递·员工
成长关怀
保障员工权益，提升员工价值

引领·真爱
见证与传递
为客户提供优质的真爱产品和服务

倡导·低碳
环保发展
减少能源消耗，降低碳排放

实践·工艺
创新与传承
推动行业工艺、产品持续创新创造



外部风险和机遇

我们的运营

我们的目标

我们的影响

ESG 风险管理

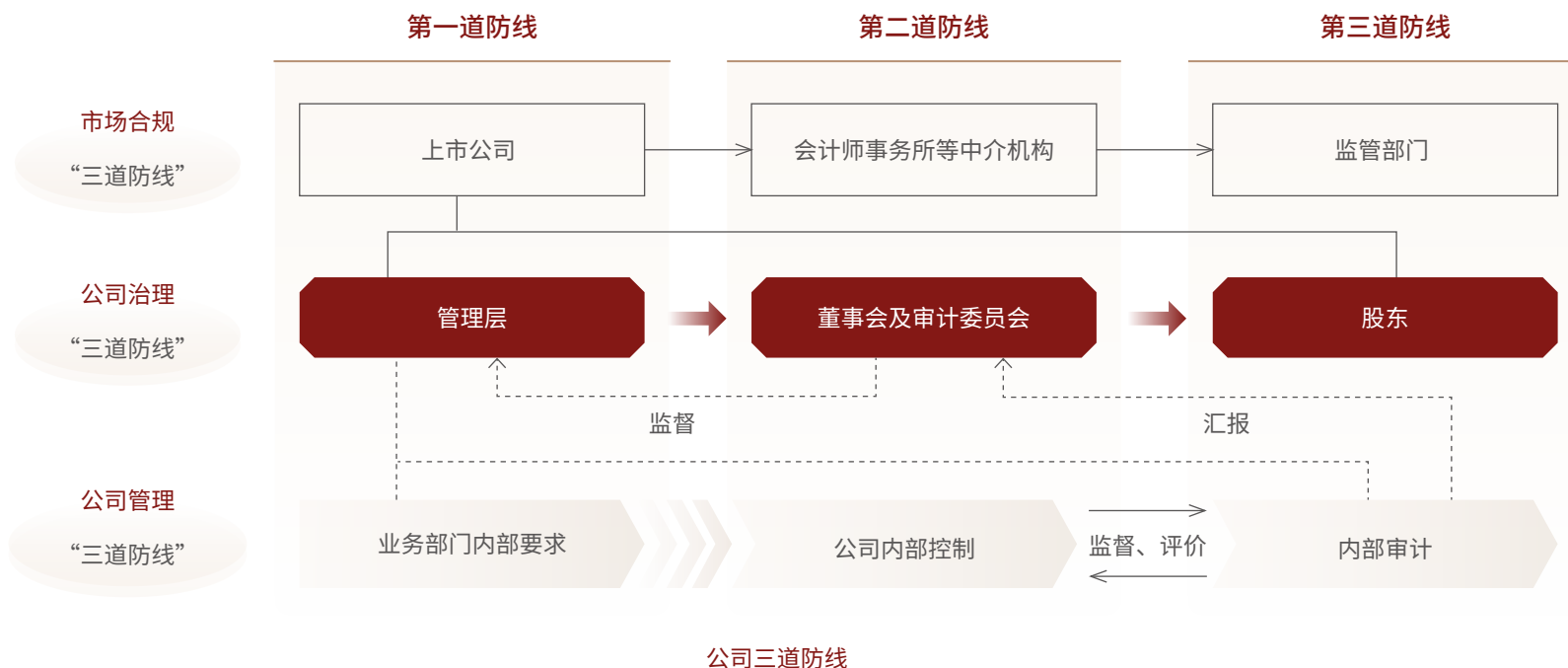
公司建立了覆盖“市场合规、公司治理、公司管理”三个维度的“三道防线”模型，以层层递进的方式落实责任、管控风险并保障透明。

在市场合规层面，第一道防线由公司自身构成，通过主动披露与合规经营履行主体责任。第二道防线由会计师事务所等第三方中介机构进行核查、验证并出具独立意见，增强信息披露的公信力。第三道防线为证券交易所、证监会等监管机构，实施外部监督与指导。

在公司治理层面，第一道防线为公司管理层，负责日常经营决策与执行落实。第二道防线为董事会及其下属的审计委员会，承担战略监督、风险评价以及对管理层的指导与问责职责。第三道防线为全体股东，通过股东会等机制行使权利、听取汇报，履行最终监督职能。

在公司管理层面，将风险管理贯穿于日常运营：

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



针对 ESG 相关风险，公司每年通过双重重要性评估，系统识别并研判各议题下的潜在风险，严格遵循 ESG 管理标准，将 ESG 风险全面纳入公司整体风险管理框架，持续提升风险管理体系的有效性 with 运行效率。

指标与目标

五大主题	我们的承诺	2025 年亮点项目及事项
履行·责任采购服务	践行国际领先的供应商责任标准	<ul style="list-style-type: none"> · 聚焦“质量管理”与“技术能力”两大核心板块，开展供应商专项培训计划 · 在供应商遴选过程中，强化 ESG 建设要求
传递·员工成长关怀	保障员工权益，提升员工价值	<ul style="list-style-type: none"> · 公开发布《反骚扰及反歧视政策》《劳工权益保障政策》 · 增设中后台部门专项激励与门店合伙人激励计划 · 打造经营黄埔班、零售将帅计划等高规格发展项目，推进领导力与专业能力建设
引领·真爱见证与传递	为客户提供优质的真爱产品和服务	<ul style="list-style-type: none"> · 协助举办告白仪式超 1.5 万场，全年帮助并服务了超 17 万组用户表达爱意 · 开展七夕巴黎卢浮宫活动、发起求婚挑战赛，为消费者打造表达与守护爱情承诺的独特体验
倡导·低碳环保发展	减少能源消耗，降低碳排放	<ul style="list-style-type: none"> · 严选环保材料与优化施工工艺，打造绿色门店 · 优化总部办公空间，实施绿植升级改造项目 · 公开发布《生物多样性保护政策》
实践·工艺创新与传承	推动行业工艺、产品持续创新创造	<ul style="list-style-type: none"> · 创新钢琴大师戒臂工艺，服务于更舒适的佩戴体验 · 隐悬镶嵌技术实现“裸空悬浮”视觉效果 · 联合 IGI，共同推出业内首张黑钻属性与颜色分级鉴定证书 · 五国工艺国际货盘融合全球珠宝艺术精髓，服务于更高阶的审美与品质标准

双重重要性分析

利益相关方参与

迪阿股份不仅关注自身运营中的风险与机遇，也重视经营活动对经济、社会和环境所产生的影响。公司通过系统梳理并持续关注利益相关方的核心关切与发展期望，将内外部反馈全面融入公司运营与决策流程，致力于实现协同发展、共同成长。

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

重要性分析过程

公司参考《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）》，建立“了解公司业务背景、建立议题清单、议题重要性的评估与确认、议题报告”四步重要性议题分析流程。2025 年，开展双重重要性议题识别、评估、确认、报告工作。

了解公司业务关系背景

公司基于自身运营与业务全链条，开展系统的价值链分析，以全面识别并理解内外部主要利益相关方及其核心关切。价值链分析结果，详见“ESG 战略”。

建立议题清单

2025 年，公司结合监管导向、同业实践与自身运营实际，更新本年度 ESG 议题库，识别出 12 项高度聚焦的重要议题，更精准地提炼出对行业、公司运营及核心利益相关方最为关键的议题，同时避免内容重叠，提升议题管理的针对性与有效性。

维度	议题	议题定义	较往年变化
 环境	应对气候变化	通过减缓与适应措施，系统性地降低温室气体排放并增强社会经济系统面对气候风险的韧性	保持不变
	环境资源管理	对能源、水资源等关键资源进行高效利用，对生产经营过程中产生的污染物和废弃物进行严格控制的实践	公司不属于生产制造类企业，自然资源相关管理内容相对聚焦，主要以确保合规为导向，将“环境合规管理”“水资源利用”“能源利用”“污染物排放”“废弃物管理”合并为“环境资源管理”议题
	循环经济	通过设计、回收和再利用，力求最大限度减少资源消耗、废弃物产生及环境影响	保持不变
	生物多样性保护	通过系统性的保育与修复行动，维护生态系统、物种和遗传资源的完整性与可持续性	公司运营活动不涉及生态系统与自然保护区，为更精准地反映公司实际管理边界与履责重点，将“生态系统与生物多样性保护”议题精简为“生物多样性保护”

维度	议题	议题定义	较往年变化
 社会	创新驱动	通过持续的研发与技术突破来获得核心竞争优势，并将创新成果转化为可持续的商业价值与发展动能	保持不变
	产品和服务安全与质量	确保公司提供的产品与服务符合安全规范、质量要求并保障客户合法权益而实施的全过程系统性管理	保持不变
	数据安全与客户隐私保护	为保障客户数据在收集、存储、使用和处理过程中的安全、合规与隐私所采取的系统性管理措施	保持不变
	人力资本发展	通过员工权益保障、培训发展、职业健康安全以及福利关怀等措施，持续提升员工能力、敬业度与福祉	为避免议题内容重叠、边界不清，将“员工法定劳动权益保护”“员工培训与能力建设”“员工健康与安全”“员工申诉与沟通”“员工薪酬与福利”合并为“人力资本发展”
	负责任采购	对供应商在劳工权益、环境保护及商业道德等方面的表现进行评估和管理，以确保供应链符合社会责任标准	保持不变
	社会贡献	通过组织开展公益慈善与志愿者活动进行社区帮扶。并以“真爱”理念为引导，促进社会对该文化的认同与传承	保持不变
 治理	商业道德与合规	建立并执行明确的道德准则与法律规范，以确保所有商业行为符合诚信、公平、透明的原则	为强化商业伦理建设的系统性，将“反商业贿赂及反贪污”“反不正当竞争”“尽职调查”合并为“商业道德与合规”
	ESG 治理	建立系统性的管理架构、制度流程与监督机制，以确保可持续发展战略有效融入公司运营与决策	保持不变

议题重要性的评估与确认

影响、风险和机遇分析

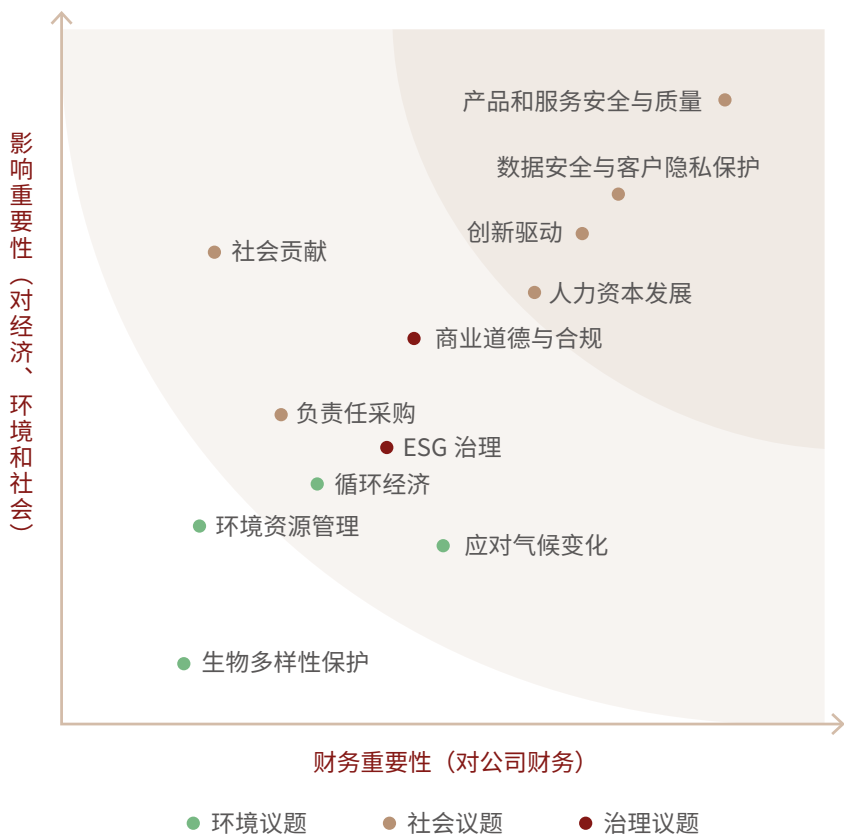
在识别重要议题的基础上，迪阿股份遵循双重重要性原则，进一步明确了 12 项议题对公司外部环境及利益相关方产生的核心影响，并系统分析了其作用的价值链环节。公司对每项议题面临的核心风险和机遇，以及对应的影响方式、程度及可能性展开评估，构建影响、风险和机遇清单。

序号	重要性议题	影响描述	影响的价值链	风险	机遇	披露位置
1	应对气候变化	公司积极践行绿色运营理念，持续降低自身运营碳排放，并将绿色设计全面融入产品研发，致力于减少产品全生命周期碳足迹，减轻对环境的影响	<ul style="list-style-type: none"> 上游价值链 自身运营 下游价值链 	台风、洪水等极端天气事件日益频发，可能导致商场临时歇业或门店受损，而对公司的销售业绩造成直接损失	绿色设计与绿色产品有助于提升品牌在高端消费市场的吸引力，树立负责任的品牌形象	应对气候变化
2	环境资源管理	公司严格遵守国家及地方环境保护相关法律法规，坚持合规运营，系统管理并持续降低业务活动对环境的影响	<ul style="list-style-type: none"> 上游价值链 自身运营 下游价值链 	在能源、水资源使用及污染物、废弃物处理方面如未达到合规要求，可能导致行政处罚或经济罚款	落实环境资源管理的合规要求，有助于塑造公司负责任、可持续的企业形象	践行环境责任
3	循环经济	公司通过推行绿色设计、采用可循环包装材料及优化产品环境属性，降低产品生命周期的环境负荷	<ul style="list-style-type: none"> 上游价值链 自身运营 下游价值链 	在绿色设计方面的投入若未能与市场需求有效结合，可能影响其销售表现	推行循环绿色产品与设计，有助于降低长期运营与材料成本	应对气候变化
4	生物多样性保护	公司倡导可持续理念、优先使用环境友好材料，间接降低产业链对自然资源的压力	<ul style="list-style-type: none"> 自身运营 下游价值链 	若在原材料采购或生产环节未能符合日益严格的生态保护法规，可能面临罚款	开展生物多样性保护项目，有助于提升品牌的责任形象与公众好感	详见《生物多样性保护政策》
5	创新驱动	公司通过持续的研发投入和设计创新，不断推出兼具美学与内涵的珠宝产品，满足消费者情感需求	<ul style="list-style-type: none"> 上游价值链 自身运营 下游价值链 	研发投入未能有效转化为具有市场竞争力的产品，可能导致资金使用效率低下、产品滞销	持续的研发投入与产品创新能够打造差异化竞争优势，推动客单价提升与客户复购率增长	引领创新发展

序号	重要性议题	影响描述	影响的价值链	风险	机遇	披露位置
6	产品和服务安全与质量	公司坚持高于行业标准的材质与工艺要求，确保每件产品安全可靠、品质耐久，为消费者提供值得终身信赖的情感信物	<ul style="list-style-type: none"> 上游价值链 自身运营 下游价值链 	出现产品质量问题或安全事故可能引发大规模召回、客户索赔及诉讼	卓越的品质与安全记录可大幅降低售后维修、退货及诉讼成本	专注精益产品
7	数据安全与客户隐私保护	公司构建严格的数据安全管理体系，保障客户信息全程加密与合规使用	<ul style="list-style-type: none"> 上游价值链 自身运营 下游价值链 	数据泄露或隐私违规事件可能招致监管处罚、客户流失及法律诉讼	构建可靠的数据安全屏障、守护消费者信息安全，有助于增强消费者信任、巩固品牌忠诚度，促进收入提升	保障数据安全
8	人力资本发展	公司通过系统化培训与多维成长通道，助力员工职业能力与综合素质提升	<ul style="list-style-type: none"> 自身运营 	核心人才流失或员工能力与业务需求不匹配，可能导致运营效率下降、培训成本上升	系统化的员工培养体系可提高人效与服务质量，降低员工流失带来的招聘与培训成本	与员工共同成长
9	负责任采购	公司优先与符合绿色环保标准的供应商合作，推动供应链绿色低碳转型	<ul style="list-style-type: none"> 上游价值链 自身运营 	供应链中出现重大环境、人权事件，可能导致供应商切换成本增加、生产延误	通过绿色供应链管理与长期稳定合作，可优化采购成本、减少环境合规风险	构建责任供应链
10	社会贡献	公司通过“真爱公益”项目与爱情文化地标打造，传播积极的情感价值观，强化家庭与社会的情感联结	<ul style="list-style-type: none"> 自身运营 下游价值链 	公益项目若被公众视为缺乏真诚或与业务关联薄弱，可能引发舆论质疑	具有情感共鸣与社会价值的公益项目能显著提升品牌美誉度，带动消费者情感认同转化为实际销售	贡献真爱公益
11	商业道德与合规	公司恪守诚信经营与公平竞争原则，推动构建透明、健康的商业环境	<ul style="list-style-type: none"> 上游价值链 自身运营 	发生商业贿赂、腐败或不正当竞争行为，将面临高额法律罚金	高标准的商业伦理可降低法律诉讼与监管处罚风险，减少非经营性支出，同时增强合作伙伴信任	践行商业道德
12	ESG 治理	公司将 ESG 理念融入企业战略与日常运营，为利益相关方创造长期、稳健的综合价值	<ul style="list-style-type: none"> 上游价值链 自身运营 下游价值链 	过度承诺可能引发漂绿风险，引发舆论质疑	完善的 ESG 治理与透明披露有助于获得绿色融资、ESG 主题投资青睐，降低资金成本	ESG 管理

双重要性矩阵

2025 年，公司面向已识别的重要利益相关方（股东与投资人、监管机构、客户、员工、合作伙伴及社区伙伴）系统开展了双重要性调研。围绕年度 12 项重要议题，同步推进影响重要性评估与财务重要性评估，累计回收有效问卷 504 份，并据此构建了年度重要性议题矩阵，为 ESG 战略聚焦与资源投入提供科学依据。



环境议题

- | | |
|-----------|------------|
| 01 应对气候变化 | 03 循环经济 |
| 02 环境资源管理 | 04 生物多样性保护 |

社会议题

- | | |
|----------------|-----------|
| 05 创新驱动 | 08 人力资本发展 |
| 06 产品和服务安全与质量 | 09 负责任采购 |
| 07 数据安全与客户隐私保护 | 10 社会贡献 |

治理议题

- | | |
|------------|-----------|
| 11 商业道德与合规 | 12 ESG 治理 |
|------------|-----------|

议题报告

公司管理层已对 2025 年度 ESG 重要议题识别结果予以审议确认。

针对识别出的重要议题，公司在信息披露上将持续披露相关议题的年度管理措施与成效。

在管理实践层面，将系统强化对重要议题的全过程管理，严格管控相关风险，主动把握发展机遇，以持续推动公司的可持续发展与价值提升。



01 治理篇

迪阿股份始终将完善公司治理作为发展的基石，通过系统化的制度建设与流程规范，将负责任的价值理念深植于商业行为之中。我们坚持以公平赢得信任，以诚信筑牢根基，以效率驱动成长，以主动担当回应各方期待，致力于构建透明、稳健且可持续的商业生态，为长期价值创造提供坚实保障。

2025 亮点绩效

- 公司女性董事占比 **33.33%**¹
- 公司独立董事占比 **33.33%**
- 累计接待机构投资者数量 **313** 人次
- 针对公司发起并审结的贪污诉讼案件数量 **0** 件
- 因不正当竞争行为导致的诉讼或重大行政处罚 **0** 件

支持联合国可持续发展目标



¹ 为确保报告披露内容的时效性，董事会相关信息均更新至报告发布之时，即 2026 年 4 月的最新情况。

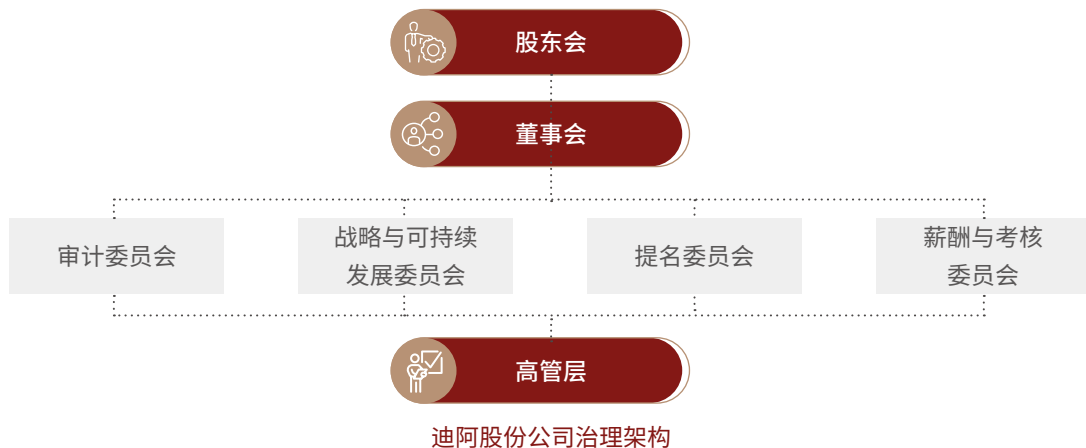


提升治理效能

迪阿股份在严格遵循公司治理相关法律法规的基础上，持续完善治理架构与决策体系。我们高度重视与资本市场的良性互动，通过常态化、多层次的投资者沟通，提升信息透明度与市场信任度。公司致力于构建权责清晰、运行规范、监督有效的治理生态，从而为全体股东创造稳健、可持续的长期价值回报。

规范治理体系

2025 年，公司依据《中华人民共和国公司法》《上市公司章程指引》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律法规、规范性文件的相关规定，并结合公司实际情况，通过内部决策程序完成了治理结构调整，不再设置监事会，将其职权转由董事会下设的审计委员会行使，提升公司治理效率、精简治理结构，并使董事会的经营与监督权责更加统一，实现激励与约束机制的有效协同。



股东会

公司股东会作为公司最高权力机构，严格遵循《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第2号——创业板上市公司规范运作》《上市公司股东会规则》《公司章程》等相关规定，规范执行会议召集、召开及议事表决程序。股东或股东代理人可通过现场投票与网络投票相结合的方式行使表决权，确保全体股东依法平等参与公司重大决策。股东会坚持逐项审议、记名表决的原则，切实保障表决程序的独立性与公正性。



董事会

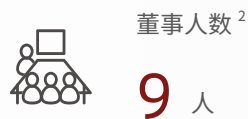
公司董事会作为由股东会选举产生的核心治理机构，代表股东行使经营决策权。全体董事恪守勤勉尽责、忠实守信的法定义务，以专业能力审议公司战略规划、审批重大经营与财务事项。董事会下设审计委员会、战略与可持续发展委员会、提名委员会与薪酬与考核委员会，通过专业化分工提升议事深度与决策质量。董事会严格实行集体审议、独立表决的议事机制，定期评估公司治理实效，确保董事会运作合规、科学、高效。



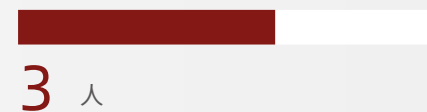
董事会多元化与独立性

公司高度重视董事会多元化。2025 年，为提升治理水平和决策质量，公司制定《董事会成员多元化政策》，系统推进董事会成员多元化建设。政策明确要求优化董事会结构，注重董事会成员在性别、年龄、专业经验等多维度的均衡配置，并规定董事会中至少包含一名不同性别的成员。当前，公司董事会成员专业背景涵盖财务、风险管理等多个领域，具备深厚的行业经验与履职所需的综合能力。其中，女性董事占比达 33.33%，女性领导力在战略决策和监督制衡中的作用得到进一步强化。

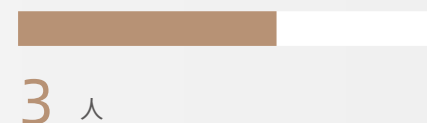
独立董事恪守职责，在董事会中始终保持独立判断与客观立场，以审慎态度参与决策、履行监督职责并提供专业意见，有效维护公司整体利益，提升董事会决策的科学性与专业性。当前，董事会共设有 3 名独立董事，占董事会席位的 33.33%。独立董事在审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中担任召集人，主导相关专门委员会的运作，保障委员会的独立性与专业性。



拥有风险管理专业知识背景董事人数
(包含会计背景)



拥有会计专业知识背景董事人数



² 为确保报告披露内容的时效性，董事会相关信息均更新至报告发布之时，即 2026 年 4 月的最新情况。

投资者关系管理

规范管理机制

公司恪守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等相关法律法规及《公司章程》等内部制度的规定，全面贯彻“合规为本、公平对待、主动沟通、诚信负责”的核心原则，以系统化、规范化的方式保障信息披露的真实性、准确性、完整性与及时性。

公司持续完善投资者关系管理机制，致力于构建长期稳定、透明互信的投资者关系，2025 年 10 月，公司根据中国证监会《上市公司投资者关系管理工作指引》（2025 年修订）结合实际情况对《投资者关系管理制度》进行修订，进一步明确与投资者等利益相关方沟通时应遵循的合规、平等、主动与诚实守信原则。

多维沟通路径

公司致力于构建丰富、立体的投资者交流体系，通过线上线下多平台联动，持续深化与各类市场参与者的双向沟通。目前已形成涵盖热线电话、传真、电子邮箱、官方微信公众号“迪阿股份”、官网“投资者关系”专栏及现场交流等多维渠道的常态化沟通机制，有效促进了与机构投资者、证券分析师及个人投资者之间的互动，进一步提升公司在资本市场的价值认同度与认知覆盖面。公司严格按照监管要求，通过《投资者关系活动记录表》及时披露机构调研情况，确保信息传递的透明与合规。

机构投资者沟通方面，公司积极收集业绩路演中关于公司战略、治理结构、产品竞争力和股东回报等维度的专业反馈，并系统化整合至核心管理层，作为经营复盘与战略优化的重要依据；同时，不定期组织卖方及买方机构与创始人进行面对面交流，促进双向深度沟通，使公司经营与资本市场预期保持动态同频。

中小投资者沟通方面，公司通过股东会、业绩说明会、业绩路演、投资者热线、IR 邮箱及深交所互动易平台等多重渠道，认真听取并及时回应其关切与建议。2025 年，公司面向全体股东举办了三场现场股东会和三场定期报告线上业绩说明会；11 月，公司积极参加“2025 年度深圳辖区上市公司投资者网上集体接待日活动”，确保中小股东平等、及时获取公司信息。



指标	单位	2025 年绩效
组织开展投资者调研沟通活动次数	次	23
累计接待机构投资者数量	人次	313

合规信息披露

公司严格遵循《上市公司信息披露管理办法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等外部监管要求，并以《公司章程》《信息披露制度》等内部规范为执行依据，始终恪守“合规为基石、透明为准绳、价值为导向”的原则，持续优化信息披露质量，致力于构建并深化与各利益相关方之间长期、稳固的信任关系。在具体实践中，公司主要从以下三个维度夯实信息披露管理基础：



披露流程制度化

建立了由董事会统一领导、董事会秘书具体负责、相关部门协同配合的信息披露流程。任何重大信息在披露前均经过严格的内部审核与保密管理，杜绝选择性披露和信息泄露。



披露渠道法定化与集中化

所有法定信息均通过中国证监会指定的巨潮资讯网等官方媒体进行首发，确保所有投资者可同时、公平地获取信息。



披露内容结构化与标准化

年度报告、半年度报告和季度报告严格遵循内容与格式准则，确保财务数据的准确性、完整性，并按要求及时披露公司治理、内部控制、关联交易等非财务重大信息。

在可持续发展信息披露方面，公司建立了由董事会及下设战略与可持续发展委员会负责的 ESG 治理架构，系统推进 ESG 信息的整合与管理，每年度公开发表中英文版《环境、社会和公司治理报告》，并在遵循国内监管要求的基础上，持续提升披露数据的量化水平与可比性。同时，公司通过官方渠道发布相关政策承诺，积极履行企业社会责任。

指标	单位	2025 年绩效
年度发布定期报告数量	份	4
年度发布临时报告数量	份	146

利润分配与股权激励

公司坚持贯彻稳健且可持续的回报机制。2025 年 6 月，公司完成 2024 年度权益分派，向全体股东派发现金股利约 2 亿元，积极落实增强投资者回报的政策导向。

为进一步凝聚核心团队、驱动长期发展，公司于 2025 年 7 月发布《2025 年限制性股票激励计划（草案）》，拟向 27 名激励对象授予合计不超过 90.19 万股限制性股票，约占激励计划草案公告日公司总股本的 0.23%。该计划首次授予的激励对象覆盖董事、高级管理人员、核心管理及技术业务骨干，构建起股东、公司与核心团队利益协同的长效机制。该激励方案聚焦公司长远战略与业绩增长，通过绑定关键人才与公司长期价值，为可持续发展提供坚实的内生动力，助推公司战略目标高效落地。

合规税务治理

财税管理体系

为匹配公司业务发展，在财务三支柱的基础上，单设海外财务部支持公司海外业务的拓展，现有公司财务管理体系为：业务财务部、专业财务部、共享财务部和海外财务部。

税务风险管理

2025 年，公司持续推进财务与税务风险管理体系的系统化建设。通过优化组织架构、明确岗位权责，进一步强化了各业务单元在财务与税务领域的自主风险识别与管控能力。同时，公司持续完善财务预测与分析体系，提升对潜在风险的前瞻性洞察水平，以支持经营决策的精准性与时效性。

公司现已构建系统化的税务合规自查体系，定期围绕税务申报数据、发票管理及相关税务筹划开展全面核查，以主动识别并修正可能存在的合规疏漏。

针对不同层级的风险，公司建立了分级响应机制：

常规税务问题：

由财务人员结合业务实际进行说明与处理。



风险提示类问题：

由经理层牵头组织自查，核实风险真实性并作出专项说明，必要时完成补正。



稽查或重大风险事项：

立即成立专项工作组，主动对接监管部门，开展定向自查与影响评估，及时采取补救措施，并同步排查该风险在集团层面的普遍性，以加强系统化防控。



财务税务数智化

在财务与税务管理的数智化转型进程中，公司致力于构建并持续完善系统性能力。目前，已完成全面电子发票系统的整体升级，并作为试点单位成功对接乐企平台，已具备金银首饰类全电发票的开具能力。

同时，公司以 SAP 系统为核心承载平台，通过针对性开发实现了新型业务模式与财务流程的深度融合，显著提升了整体运营效率。此外，通过报账系统的优化与重构，公司进一步强化了业务规则的前置自动化校验，从源头确保了财务数据的准确性与流程的可靠性。

践行商业道德

迪阿股份坚持以高标准推进负责任的商业运营，持续完善企业合规治理体系。在反商业贿赂、反贪污、反不正当竞争等重点领域，公司不断强化管控措施、健全制度规范、夯实文化根基，确保商业行为全程受控、运营发展行稳致远，与相关方共筑廉洁、透明、合规的商业环境。



筑牢道德红线

商业行为准则

公司制定并发布的《商业行为准则》，明确适用于全体员工及常规业务合作伙伴。该准则通过清晰界定廉洁经营底线、禁止任何形式的腐败贿赂及内幕交易等条款，系统规范商业行为，强化道德约束，保障公司在全球范围内运营的合规根基与诚信声誉。

2025 年 12 月，公司对《商业行为准则》进行了补充修订，进一步强调避免利益冲突、融入绿色发展理念、明确员工健康与安全相关责任等内容。此次修订同时细化并强调了管理者在商业道德建设中应承担的首要责任——要求各级管理者以身作则、完善制度、严格监督、积极引导，切实推动合规文化融入组织日常实践，并实现持续深化。

强化审计监督

2025 年，公司通过内部审计识别出多个业务环节的风险，主要包括采购招标、裸石验收与结算、黄金交易库存管理、供应商管理、利益冲突以及差旅费报销等方面。针对上述风险，公司积极推动相关业务部门落实审计建议并完成整改，有效提升了运营及内部管理的规范性与稳健性。

2025 年，公司累计共开展 12 项重点审计工作，涵盖采购招投标、黄金交易、业务和费用报销等多个领域，审计部据此累计提出审计发现 48 条、审计建议 44 条。

此外，公司基于风险导向与内控专业视角，开展对外投资标的尽职调查工作，聚焦财务数据真实性、业务合规性及系统控制有效性等核心维度，对投资标的的财务信息、内控体系及潜在合规风险进行独立、客观的深度分析，为投资决策提供了有力支持。

举报与举报人保护

公司已建立系统化的廉洁建设与投诉举报制度，明确设立三重举报渠道，具体包括：审计部专项举报邮箱、经营管理部投诉邮箱，以及用户服务热线与线上客服平台，全方位保障举报与投诉途径的便捷、有效与畅通。

同时，公司官网公开《[举报与举报人保护政策](#)》，该政策详细规定了举报内容、方式、举报人保护措施以及举报受理与调查处理流程，确保举报人身份保密且不受打击报复，对于查实的违规行为，给予举报人相应奖励。

迪阿股份外部举报渠道

✉ 举报邮箱：sj@darryring.com

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

反商业贿赂与反贪污

反舞弊管理体系

公司作为企业反舞弊联盟会员单位，始终视腐败为企业不可逾越的运营红线，并据此制定了《迪阿股份有限公司廉洁建设制度》及《迪阿股份有限公司监督举报制度》，将廉洁红线明确划分为六大类别，系统强化对内部从业人员的约束与引导。同时，公司在官网公开发布的《反腐败政策》，进一步清晰界定了“零容忍”的腐败行为范畴，对礼品收受、利益冲突等高风险行为的准则与申报流程作出具体规范，持续推动运营过程的透明、公正与合规。

对于发现的舞弊行为，公司严格依据《奖惩管理制度》实施分级处理。情节较轻的违规，由人力资源部牵头予以相应处置；若涉及严重违规或涉嫌违法，则将移交法务部，并联动外部司法资源，坚决追究法律责任，形成“教育预防、制度约束、严肃惩处”三位一体的闭环治理机制。



厚植合规文化

公司持续构建并完善以“制度规范—教育宣导—违规通报”为核心的三层防控体系，将廉洁文化建设深度融入公司治理实践。我们秉持“预防为主、惩防结合”的原则，通过健全制度、深化教育、培育文化及强化督导等多元化举措，推动廉洁要求与业务流程有机融合，为公司规范运营与可持续发展提供坚实保障。

2025 年，公司组织开展了多轮廉洁主题培训，并持续发布违规通报与廉洁警示案例，不断巩固全体员工的廉洁意识，实现廉洁教育的常态化与长效化。

在供应链廉洁管理方面，公司通过标准合同与专项廉洁协议相结合的方式，与供应商共同确立廉洁承诺与责任机制，确保其清晰理解并严格遵守公平交易、商业道德及保密义务。同时，公司向供应商主动公开审计举报渠道，加强对商业伙伴在合作过程中可能出现的贪污、贿赂等行为的监督与约束。

截至 2025 年，公司与长期稳定合作的关键供应商已实现廉洁协议签署全覆盖，覆盖率达 99%。

2025 届管培生廉洁宣导

2025 年 7 月，公司面向 2025 届管培生进行廉洁宣导培训。培训围绕廉洁意识、制度认知与行为规范三大目标，通过系统讲解公司廉洁体系、剖析真实案例、组织廉洁承诺与课堂测试等方式，帮助管培生明确行为边界、增强风险防范意识。同时，通过建立长效的廉政导师机制与动态监督体系，持续引导管培生在未来的工作中坚守廉洁底线，为其职业发展扣好“第一粒扣子”，为公司长远发展培育忠诚、廉洁的后备力量。



工程供应商商业道德培训

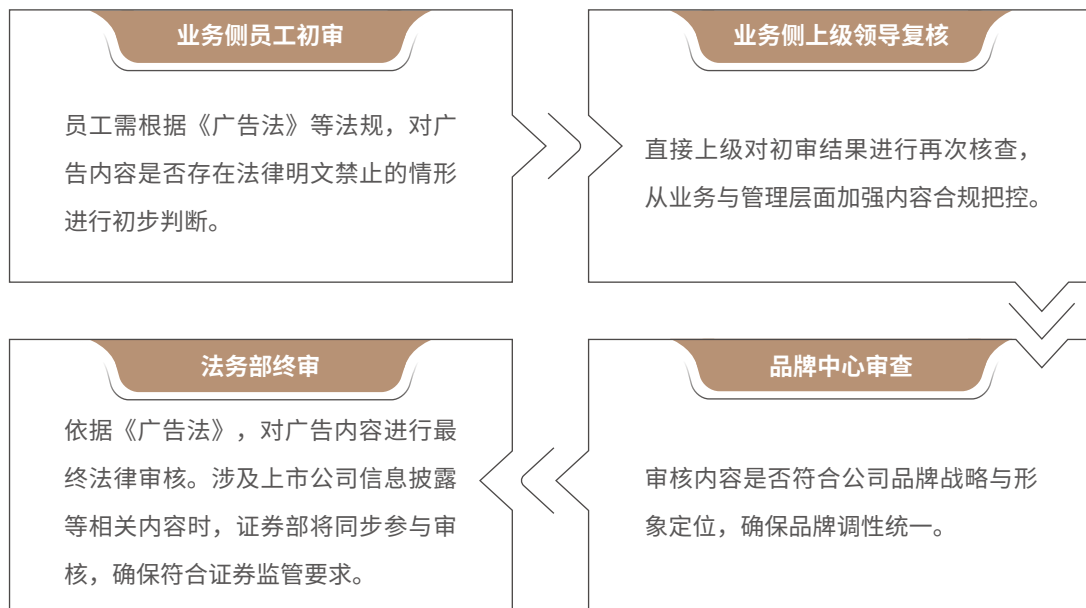
2025 年 2 月，公司聚焦工程建设领域，面向供应商开展廉洁体系专项宣导。培训精准剖析了招标采购、施工管理等重点环节的廉洁风险，系统解读了公司廉洁制度与监督机制，并通过案例警示、签订承诺书等方式，明确双方廉洁责任与行为边界。培训旨在推动建立“亲而有度、清而有为”的合作关系，将廉洁要求贯穿业务全流程，强化源头预防与长效监督，携手共建合规透明、诚信共赢的合作生态。



反不正当竞争

负责任营销

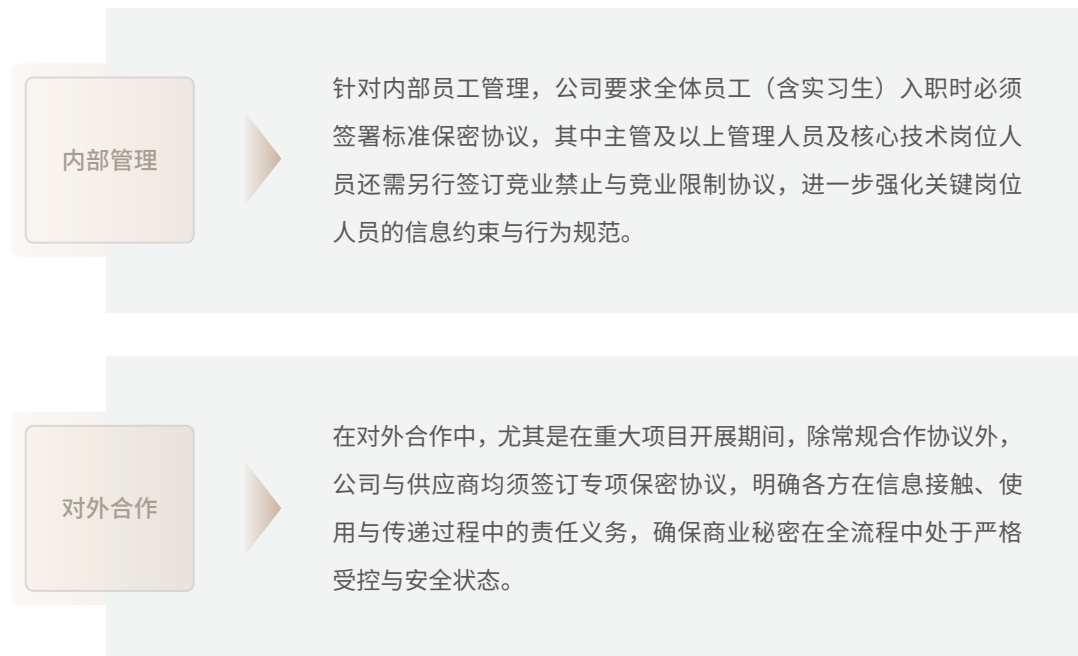
公司秉承负责任营销的核心理念，将真实、透明作为品牌传播的基石，坚决抵制任何形式的虚假宣传与误导性信息。法务部严格依据《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规，对公司所有对外发布的宣传材料执行贯穿事前、事中、事后的系统化审核机制，以确保内容合法合规、表述真实准确，全方位守护品牌声誉与公众信赖。



品牌推广审核流程

保守商业秘密

公司高度重视商业秘密保护与信息安全管理，通过建立健全覆盖内外的全流程保密机制，系统化防范商业秘密侵权与信息泄露风险。



保障数据安全

我们相信，真正的珍爱不仅体现在情感承诺中，也应贯穿于对客户个人信息的悉心守护。迪阿股份通过严格的安全措施与透明的数据管理，全方位保障客户隐私，让每一份信任都得到尊重，让每一次互动都安心无忧。

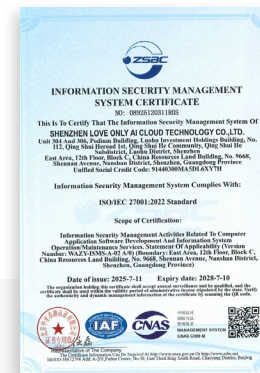
筑牢安全防线

公司建立了权责清晰的信息安全管理架构，明确各部门安全职责，并配置相应资源予以支持。智慧科技部统筹公司信息技术战略及信息安全管理，保障信息系统稳定安全运行，同时协调跨部门信息流动与资源整合，为公司业务发展提供技术支撑。安全专家团队聚焦信息安全战略规划与风险管理，负责制定并推行信息安全政策、监控安全运营状态，以及高效响应与处置各类安全事件。

同时，我们制定并公开《信息安全管理政策概要》，通过实施有效的安全防护措施，确保为客户提供安全、可靠的服务环境。2025 年，公司内部完成对《信息管理制度》的修订，进一步明确项目负责人、项目成员及法务部在信息安全领域的职责，并对相关管理规范进行增补与调整。

隐私保护方面，我们公开《隐私政策》，说明在提供产品与服务过程中对用户信息的收集、使用、保存、共享与转让方式，以及用户如何行使对其个人信息的访问、更新、删除及保护等权利。

唯爱智云已建立并通过 ISO 27001 信息安全管理体系，系统化地构建了覆盖策略、流程、技术与人员的全方位信息安全防护框架。



2025 年，我们以“零重大信息安全事件”为核心目标，并将信息安全与隐私保护的关键绩效指标纳入管理层考核体系，以此构建长效管理机制，系统化防范重大风险，持续保障客户信息安全与隐私权益。

指标	单位	2025 年绩效
已发生的信息安全事件	件	0
发生泄露客户信息事件数量	件	0
违反相关法律法规造成的损失	万元	0

强化风险管控

公司定期开展资产梳理与风险评估，依据危害程度、利用难度等多维度明确资产重要性，并划定相应风险等级。



在海外信息安全建设方面，公司与腾讯合作实施主机安全防护，并部署态势感知系统，提升对潜在安全威胁的识别与预警能力，系统构建了符合国际规范的海外运营合规体系。同时，积极开展第三方安全合规审计，持续验证并优化安全系统的有效性与合规性。

2025 年，公司在全范围内组织钓鱼邮件网络安全应急演练。通过高度仿真的攻击场景模拟，有效检验并提升全员对可疑邮件与链接的识别与应急处置能力。针对海外业务快速增长的情况，公司还定向开展了二次专项钓鱼测试，精准定位海外团队的安全意识薄弱环节，并据此实施有针对性的强化培训与管控措施。

为确保供应链数据安全，公司将信息安全管控深度嵌入供应商合作流程。我们依据风险评估结果，将关键安全控制措施明确列为合同义务，并要求所有供应商严格遵守数据最小化原则，仅收集业务必需信息，依据最小权限原则管控数据访问。同时，强制规定任何访问公司系统或处理敏感数据的操作均需通过多因素身份验证（MFA）。

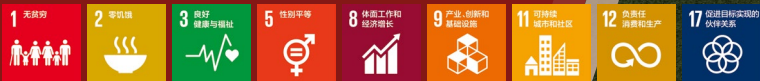
02 社会篇

迪阿股份始终将创新置于发展战略的核心，以前瞻性思维驱动产品研发、美学设计及服务体系的全面迭代。我们不仅致力于构建敏捷高效的供应链系统，以提升产品的市场覆盖与交付效率，更致力于在每一个用户触点上注入人性化关怀，通过持续优化的产品与服务体验，深化品牌与消费者之间的情感联结，从而更生动、更真挚地传递“爱与承诺”的品牌内核。

2025 亮点绩效

- 本年获得知识产权数量 **238** 件
- 累计服务客户数量 **207.7** 万人
- 年度客户满意度 **99%**
- 新供应商 CSR 审核数量 **164** 家
- 常年稳定合作及关键供应商廉洁协议签署率 **99%**
- 女性在所有管理职位中的占比 **64.21%**
- 全体员工总培训时长 **245,202.73** 小时
- 困难员工帮扶人数 **17** 人

支持联合国可持续发展目标



引领创新发展

迪阿股份将创新定位为企业发展的核心驱动力，坚持以客户需求为导向，将创新机制贯穿于产品研发、设计迭代与服务体系的全链条中。我们持续完善知识产权管理体系，大力营造全员参与的创新文化氛围，并在创新过程中恪守科技伦理，确保所有创新活动既符合行业高标准，切实履行对消费者与社会的责任承诺。

激发创造活力

制造工艺创新

公司始终将工艺创新视为传递情感承诺、塑造永恒信物的核心支撑。我们相信，真正的工艺突破应当服务于更舒适的佩戴体验、更具表现力的美学语言，以及更值得托付的品质保障。我们致力于让每一件作品不仅闪耀于当下，更能在岁月流转中始终贴合、恒久如新。



钢琴大师戒臂工艺

基于人体工程学数据深度适配指形特征，确保戒指长期佩戴依然贴合舒适。该工艺已应用于公司超过 80% 的戒指类产品，2025 年获深圳市人体工程学应用协会专业认证。

该工艺已应用于公司超过 **80%** 的戒指类产品



隐悬镶嵌技术

通过精准的隐悬式镶嵌结构，实现宝石与金属基底的无缝压合，呈现“裸空悬浮”的独特视觉效果。YOU & ME 黑白钻对戒系列共 25 款单品，开创性应用此项专利镶嵌工艺。



黑钻品质分级标杆

联合全球权威鉴定机构 IGI，共同推出业内首张黑钻属性与颜色分级鉴定证书，为天然 FANCY BLACK 级黑钻建立专业甄选体系，树立行业品质参考标杆。



五国工艺国际货盘

整合日本精微美学、德国精密制造、意大利传统金工、法国艺术设计及中国非遗技艺，将全球珠宝艺术精髓转化为兼具现代审美与品牌特色的设计语言。



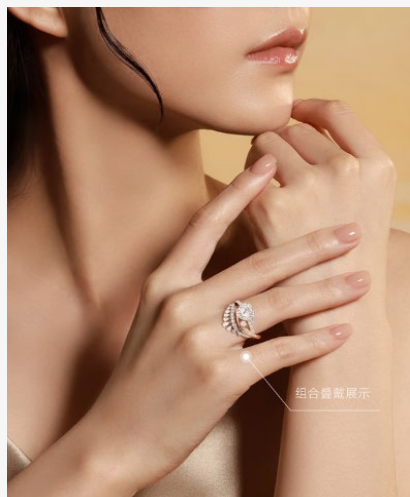
产品设计创新

钻石饰品

我们坚持以设计传递情感，将抽象的情感连接凝练为可佩戴、可感知的钻石语言，让每一件珠宝不仅是美的载体，更是情感的见证。

DR HEART 套戒系列

推出九款可自由叠搭的戒指作品，采用自主研发的自由镶嵌工艺，打破传统戒指固定形态，实现戒指的自由旋转与“一戒双用”。



黄金饰品

我们推动黄金珠宝超越传统装饰，以文化意象的深度提炼、佩戴体验的系统重构与情感表达的多元拓展，使其成为可陪伴一生、诠释独特爱意的隽永信物。

千金冠

以传世典藏为灵感，承袭东方美学之精髓，臻呈九片龙鳞与九羽凤尾的华美设计。千金冠突破黄金珠宝的传统形态，以精妙构造成就一物多戴的佩戴美学，可化作手链、项链、胸针、耳饰与吊坠，适配多元人生场景。



东方匠心传承

我们积极与工艺大师及非遗传承人携手，将东方匠心精髓融入现代珠宝设计，致力于以匠心打造能够承载情感与记忆的传世作品。

携手非遗大师杨锐，以千年篆刻工艺打造“天生一对”系列。作品汲取东方双鱼意象，将中式婚恋文化凝练于足金对戒之中，让非遗技艺成为可随身相伴的情感印记。



杨锐：

北京一级工艺美术大师、原皇家珠宝金属篆刻艺术总监 / 故宫博物院珍品复制工程技术顾问。

携手以颠覆性创新重塑竹编与大漆工艺而闻名的艺术家与设计师何越峰，共同参与竹编系列的共创。



何越峰：

国家级非遗主编艺术跨界创新大师。

邀请苏绣非遗传承人张平女士，参与三书六礼系列一摆件的部分制作。



张平：

苏绣领域的非物质文化遗产传承人，师从顾文霞大师，顾文霞专注于传统苏绣技艺的传承与创新。苏州顾文霞大师苏绣工作室掌舵人。

深化创新能力

构建创新体系

公司持续深化创新能力，系统构建覆盖研发、激励与学习一体化的创新管理体系，推动科技成果向实际应用高效转化。

三维联动，紧跟技术前沿

建立“内部关注、同行学习、业务反馈”三维联动机制，系统性跟进前沿技术动态，确保技术创新始终与业务需求同频共振。

高管统筹，确保战略对齐

定期召开由 CEO、CIO 等高管参与的 AI 专项周会，推动技术战略与业务需求、市场变化动态对齐，实现自上而下的统筹推进。

技术分享，营造学习氛围

持续开展 AI 主题技术分享，聚焦 AI 辅助开发、MCP Server 搭建、AI 工具库定制等前沿领域，采用“培训+练习+答疑”模式，助力研发人员掌握实用技能、拓展技术视野，营造持续学习、灵活创新的组织氛围。



科技赋能业务

公司以数字化与智能化为核心驱动力，通过技术、场景与人的深度融合，重塑产品创造与交付流程，致力于在每一个触点传递情感温度，为品牌可持续增长构筑坚实根基。



产品端



智能设计

- 通过应用 AI 辅助设计技术，系统优化产品开发流程，使打样周期缩短约 70%—75%



智能体验

- 3D 模型与 AR 试戴功能已在海外官网、国内官网及小程序等多个渠道上线，覆盖钻戒、对戒、爱礼等核心品类的多款产品
- 基于 AI 技术的智能服务系统，支持从价格、材质、钻重等多维度分析用户偏好，实现个性化商品推荐，并对购买规则、售后服务、会员权益等常见问题进行实时、精准的智能解答，让服务更懂人心



客户端



智能零售

- 在实体零售场景中，公司推出以客户体验为核心的智能终端系统——“唯爱购”，通过技术整合实现商品查询、库存查看、智能推荐与沉浸式下单的无缝衔接
- 借助 NFC 芯片技术，在取货环节融合品牌箴言墙等数字化互动形式，以温情化设计唤醒情感共鸣，展现技术传递幸福体验的价值内涵



智能训练

- AI 陪练系统：基于真实业务场景构建对话模拟系统，2025 年搭建了“语音”“文件”两种答题方式，通过个性化互动训练帮助员工在实战中优化服务流程、提升业务技能，为客户提供更专业、贴心的服务体验
- AI 问答核检系统：支持员工随时进行标准化技能核查，系统自动生成详尽的评估报告与改进反馈，在提升核检效率的同时降低人为评估偏差，助力组织整体服务能力系统化提升

数字化系统建设

我们持续推进数字化基础设施与系统建设，通过数据中台整合与智能系统应用，提升业务响应能力与运营效率。

数据中台建设

公司持续推进数据中台建设，已完成供应链、产品数据平台等多系统数据与 BI 平台的整合。通过对多源数据的统一治理与分析，我们得以更深入洞察用户偏好与需求变化，为精准服务匹配、个性化体验提升及全生命周期客户关怀提供系统性数据支持。

智能报关系统

为响应全球化业务拓展需求，公司于 2025 年正式上线出口报关系统，实现出库后报关流程自动化、单据生成电子化、全流程可视化监控与数据资产化管理。

系统核心功能包括：报关信息可配置化管理、电子单据自动生成、全流程可视化监控与异常提示、报关数据结构化存储与追溯分析，为企业构建合规数据资产库、提升通关效率提供有力支撑。



指标	单位	2025 年
研发员工人数	人	79
研发员工比例 ³	%	3.96
研发投入总金额	万元	1,471.73
研发投入占营业收入比例	%	0.97

³ 不含实习生和非全职员工。

知识产权保护

全生命周期管理

公司构建系统化、流程化的知识产权管理体系，依据《法律事务管理制度》《知识产权管理制度》明确管理职责、细化工作标准，确保知识产权工作合规有序推进。管理层通过定期听取月度专项汇报，主动介入关键风险识别与应对，保障治理机制有效运行。

内部流程管控

公司将知识产权管理贯穿创意生产、产品研发至上市维护的全生命周期：



外部协同管理

在外部合作环节，公司将知识产权保护纳入合作核心要求：

供应商约束

通过合作合同、保密协议明确约束供应商不得侵犯第三方知识产权，约定保密义务与侵权责任归属，从源头规避风险。

海外协同

随着海外业务拓展，公司与具备工艺优势的海外合作伙伴建立联合开发机制，提前界定成果的所有权、使用权及收益权，合理保障双方核心权益。

常态化维权机制

公司建立常态化知识产权监控机制，覆盖主流电商平台与社交平台，同时借助外部专业合作资源，提升侵权行为识别与处理效率，形成“监控—识别—处置”的全链条防范体系。



截至 2025 年，公司已在新加坡、美国、印度等二十多个国家和地区完成主品牌及新品类的商标注册和申请，并针对欧美等关键市场针对性开展专利申请，强化海外市场知识产权壁垒。



2025 年，公司累计处理商标侵权案件 964 件，通过民事诉讼、刑事报案等法律途径，切实维护品牌权益与消费者合法权益，有效遏制侵权行为蔓延。

知识产权文化建设

公司通过持续开展内部意识宣导与积极拓展外部专业交流，构建内外协同的知识产权保护生态。



公司依托员工入职培训、内部月度沟通会、跨部门专项宣导等形式，持续强化全员知识产权保护意识，营造“全员参与、主动保护”的内部氛围。



公司积极参与“广东省中小企业服务中心”“南山科技创新局”等行业协会、政府组织发起的外部交流与专业培训活动，2025 年参与场次超 20 场，通过吸收行业先进经验、对标前沿管理方法，为公司知识产权管理能力的持续提升提供专业支撑，实现内部意识与外部能力的双向赋能。

坚守科技伦理

公司高度重视科技伦理，在推进人工智能、大数据等新兴技术落地的过程中，我们始终坚持遵循道德规范、履行社会责任，致力于构建可信、可控的技术体系。公司严格遵循相关法律法规，重点关注技术在透明度、公平性与隐私保护等维度的伦理表现，通过建立内部评估机制和风险管控流程，确保技术创新始终服务于人的尊严与社会福祉，推动科技向善、行稳致远。

指标	单位	2025 年绩效
累计持有知识产权数量	件	1,199
本年获得知识产权数量	件	238

专注精益产品

迪阿股份始终坚持以消费者为中心，持续优化内部运营流程，以精益化的产品管理体系强化质量管控，致力于为消费者提供高品质、触手可及的真爱产品。我们相信，每一件珠宝不仅是工艺的结晶，更是情感的载体。通过不断提升产品可及性与体验可靠性，我们让真爱在日常佩戴的每一刻，都能被真切感知、长久陪伴。

专注产品质量

强化质量控制

公司严格遵循 GIA 钻石分级标准、中国国家标准、欧盟标准及 REACH 法规等国内外权威规范，建立并实施覆盖产品全生命周期的质量管理体系，连续多年通过 ISO 9001 质量体系认证。

钻石产品管控

为确保钻石产品从源头到终端的卓越品质，公司构建了“看样—收货—初检—复检—抽检—送检”的完整质检流程。所有质检活动均依据《钻石质检标准文件》《裸钻检验流程》《珠宝商品类质量保障抽检制度》等内部制度执行，确保标准统一、操作规范。



关键物料管控

公司围绕关键物料及成品建立了系统化质量管控机制，从物料入厂检测到成品出厂检验实施全流程闭环管理。

在物料端，严格依据相关标准对每批次来料的关键指标进行全面把关；在检验端，根据不同物料风险等级执行差异化的抽样与全检规则，确保高风险物料零缺陷，同时对成品开展多维度功能与外观验证，全方位保障产品品质的稳定性和一致性。

持续质量提升

我们全面落实高标准与严要求，不断提升产品品质，确保在质量与安全方面不仅满足法规与市场标准，更持续保持行业领先水平，为客户提供坚实可靠的高品质保障。

公司制定并实施《品质管理组产品质量改进流程》，建立覆盖“联合分析、三级审核、落地执行、效果评估”的全链条专项改进机制，系统推动产品质量优化。

2025 年包装与工艺双项升级

- **包装品质提升：**公司建立严格的材料品质控制体系，对纸类、塑料、木制品等包装物料进行全面检测。针对首饰盒钢琴漆工艺引入 UV 固化技术，显著提升漆面硬度、耐磨性及结构强度，强化开箱仪式感与品牌识别度。
- **贵金属工艺改进：**通过调整铂金配方，提升材料硬度与抗变形能力，有效改善镶爪变形导致的宝石脱落问题；同时优化合金成分，改善切削加工性，提升生产良率。

质量文化建设

公司高度重视质量文化建设与专业能力提升，构建起覆盖全员、聚焦专业、贯穿协同的常态化质量培训与知识分享机制。

全员普及： 强化质量意识

定期开展质量意识培训与案例分享，持续强化全员质量责任感，让“质量第一”的理念融入日常工作。

专业赋能： 统一检验标准

针对质量检验人员实施专项培训，聚焦新产品标准、新工艺检测等关键环节，确保检验标准统一、判断准确，实现新标准即时贯彻。

协同闭环： 推动持续改进

建立复盘与协同优化机制，通过定期复盘供应商生产制程、研发案例及质量异常，推动内部持续改进，并赋能供应商共同提升质量管理水平。

严控产品安全

公司始终将产品安全与用户健康置于首位，通过严格的有害物质管控与健全的产品召回体系，以系统化管理与主动预防为基础，为每一件产品提供贯穿始终的安全保障。

有害物质管控

我们对所有贵金属商品（包括 K 金、铂金、黄金）严格限定砷、铬、铅、汞、镉等有害元素含量及镍释放量，确保符合国内外市场检测要求。供应商须提供符合标准的检测报告，公司定期委托第三方机构进行抽检与破坏性检测，从源头保障产品安全。

产品召回体系

公司制定《产品召回政策》及《品质管理组质量责任追究机制》，明确在原材料不达标、有害物质超标、严重质量缺陷等情况下，经召回小组评估后可启动召回程序。同时建立涵盖不合格品处置、根因分析及预防改进的全流程管理机制，系统化防范产品质量风险。截至目前，公司未发生需启动召回机制的大规模产品召回事件。

指标	单位	2025 年
接受外部质量体系审核次数	次	1
因产品质量安全违法违规导致的诉讼事项	件	0

指标	单位	2025 年
因产品质量安全违法违规导致的诉讼处罚	万元	0
已出售或已运送产品总数中因安全或健康理由而须回收的事件	起	0
已出售或已运送产品总数中因安全或健康理由而须回收的数量	件	0
产品召回比例	%	0

提升服务可及

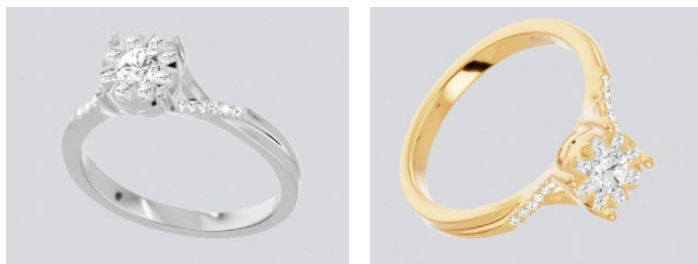
公司持续推进产品与服务的可及性建设，通过渠道拓展、数字赋能与体验优化三大举措，扩大品牌触达范围，降低消费者获取门槛。

渠道下沉，延伸服务半径

公司制定明确的渠道准入标准，对满足条件的三、四线城市补充门店布局，将高品质产品与服务延伸至更广泛的消费群体，有效缩小区域服务差距。

数字赋能，突破体验边界

公司深耕线上平台内容生态，传递珠宝知识与真爱文化。电商渠道持续优化 3D/AR 虚拟试戴服务，覆盖更多商品，让消费者可 360 度查看产品细节；同步开发线上手寸预估工具，基于手部照片与参照物精准测算尺寸，以数字化手段弥补线上无法实体试戴的局限，提供“所见即所得”的决策支持。



DR 钻戒 3D 空间

体验优化，缩短购买路径

公司通过全渠道库存同步、线上下单线下提货、直播种草等创新方式，降低消费者决策门槛；同时利用门店大屏等数字化技术丰富体验服务，增强产品可及性、提升服务便利性，让更多消费者便捷获取高品质产品，享受有温度的情感价值体验。

真爱发现与传递

公司以至臻匠心雕琢每一件爱的信物，将产品打造为真爱的具象表达，助力消费者传递并铭刻真挚情感。我们始终将“一生唯一真爱”这一品牌核心，与消费者独有的情感故事紧密相连，使珠宝不仅是装饰，更是重要时刻的情感载体与记忆见证。通过持续深化产品的情感内涵与佩戴体验，我们致力于让每一件作品都成为爱情故事的讲述者、守护者与传递者，在时光中延续爱的温度与意义。

DR&LUCKY EMMA 联名告白娃娃

2025 年七夕，DR 携手潮玩 IP Lucky Emma 共同推出全球限定 1,314 套“DR 告白娃娃”，以情感信物为媒，融合潮玩文化与真爱表达，为年轻消费群体提供了兼具个性、收藏价值与情感意义的求婚与告白新选择。

众多用户在社交平台自发分享与告白娃娃及钻戒相伴的珍贵时刻，助力用户在人生重要节点实现更具创意与纪念意义的情感表达。



情人节 DR 喜事大屏

2025 年情人节期间，DR 联合深圳地铁打造沉浸式情感传播场域，将通勤走廊转化为见证真爱的温暖媒介。品牌精选“结婚十年也能收到大钻戒”等真实用户故事，以 UGC 内容点亮地铁长廊，让寻常通勤路成为情感共鸣的发生地。这一创新不仅将冰冷的交通空间转化为有温度的情感连接器，更让“爱一人爱一生”的品牌理念在碎片化通勤中持续渗透，以场景共创深化用户对真爱仪式的价值认同。

打造高品质服务

迪阿股份始终以客户为中心，通过建立标准化服务体系、创新情感化服务场景、完善多元权益保障机制，持续延伸品牌情感价值，将“爱一人 爱一生”的理念转化为可信赖、可感知的服务实践。我们致力于构建值得托付的长期服务关系，成为用户人生重要时刻的真诚陪伴者与情感见证者。

全域体验升级

公司以情感价值为核心，将标准化、闭环化的服务管理体系与创新服务深度融合。通过制定并持续更新《DR 品牌服务细则》等制度，公司明确了从售前到售后的全链路服务规范，精准匹配线上线下场景的差异化体验需求，打造适配性服务，同时兼顾全球消费者的本地化诉求，全面提升客户的全程体验。

线下体验升级

我们致力于打造以用户需求为中心、情感与科技深度融合的全链路服务场景。通过人性化流程设计、精细化物料升级与智能化技术应用，系统性提升顾客在店内的仪式感、舒适度与互动参与度，不断重塑珠宝零售的服务标杆。



有温度的服务

公司建立全程陪伴式服务体系，从进店问候、需求沟通到试戴引导，在每一个服务触点兼顾专业能力与情感交流，让顾客在选购过程中感受到尊重、理解与专业支持。



有质感的场域

公司对门店核心物料进行全面焕新，强化视觉质感与仪式感。同时结合门店定位，优化商品陈列逻辑与货品搭配，提升空间美感与浏览便利性，帮助顾客更直观地发现和选择心仪产品。



有回响的互动

公司引入互动大屏等技术工具，为顾客提供个性化的产品展示与体验服务，以科技手段增强互动体验，让信息传递更清晰、选购过程更高效。

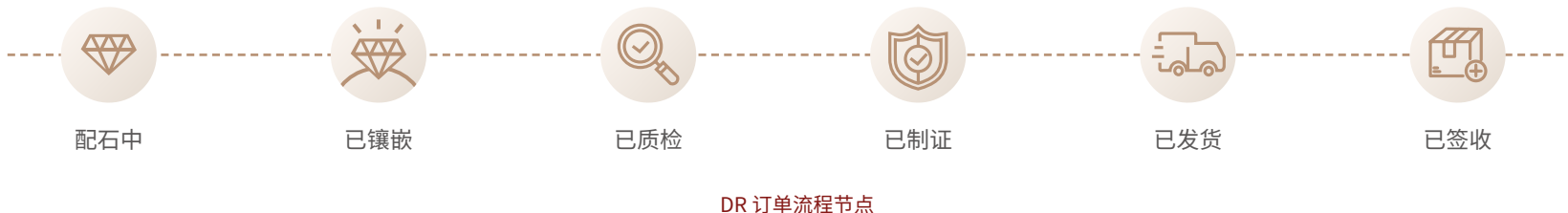
线上服务优化

我们以信息透明与体验便捷为核心，通过流程可视化与工具智能化，持续优化全渠道购物路径，致力于为客户提供安全、高效、无缝融合的消费体验，让每一次购买都值得信赖。



信息透明，流程可视

公司以信息透明与体验便捷为核心，通过流程可视化和工具智能化，持续优化全渠道购物路径，致力于为客户提供安全、高效且无缝融合的消费体验。



数字工具，提升效率

通过 3D/AR 虚拟试戴、手寸预估工具等线上功能，客户可远程直观体验产品、查看作品细节、获取准确尺寸，有效提升选购效率。全渠道库存同步与“线上下单、门店提货”服务，为客户提供更灵活便捷的融合式消费体验。

服务保障，触达全球

建立订单修改双重确认机制，配套 24 小时人工响应流程，确保操作安全与处理时效。客服团队配备外籍员工，提供英语、法语等多语言服务支持，为全球顾客提供顺畅、贴心的跨境购物体验。

创新服务与情感关怀

公司聚焦客户情感需求与产品使用体验，打造了包含求婚助攻、真爱协议升级、升值换款、会员权益及基础售后在内的多元化售后服务体系，通过线上线下联动与精细化服务，为顾客提供从情感表达至长期使用的全方位保障。

真爱升级，仪式珍藏

2025 年，公司对真爱协议进行全面优化，升级封套视觉设计，优化签署流程，并增强个性化内容定制，提升客户情感表达的自由度。



DR 真爱协议签署流程



DR 真爱协议

价值增长，终身换款

客户自购买 DR 求婚钻戒满一年起，即享有终身不限次数的升值换款权益。钻石价值随持有年限持续增长，增值部分可直接抵扣新款产品价款，为顾客提供长期的产品焕新支持与价值保障。2025 年，我们为近 7,000 位顾客提供了升值换款服务。

求婚助攻，勇敢成全

为支持更多人勇敢表达爱，公司在线下门店免费提供求婚策划与执行支持，协助客户打造难忘的求婚仪式。2025 年全年，我们协助举办告白仪式超 1.5 万场，助力顾客完成真挚情感的郑重表达。

优化会员体验

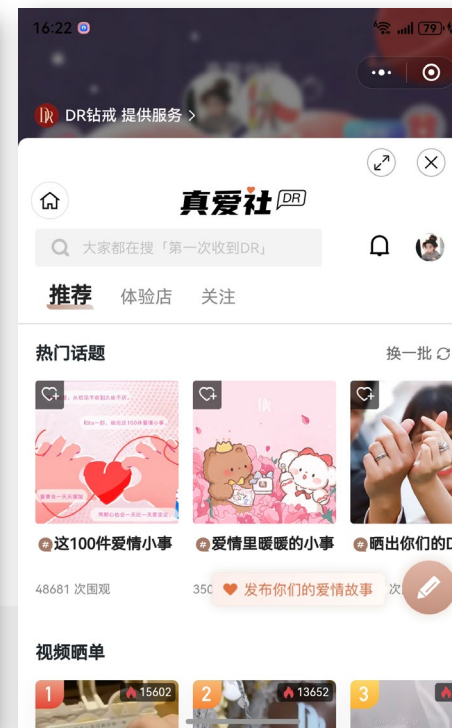
公司通过系统化的会员运营体系，为会员的长期情感生活提供实质性价值，让会员在全周期陪伴中，持续获得被理解、被珍视的情感体验。

情感互动服务

- **关系绑定与专属空间：**支持情侣或家庭关系的绑定，成功绑定后即开启情侣专属空间，作为双方私密的互动与记录场域
- **治理日常互动：**日签打卡、真爱任务
- **情感记录与提醒：**提供情感记录功能，帮助沉淀重要时刻与点滴回忆，纪念日管理服务将自动记录并提醒重要日期

个性化服务

- **专属兑换通道：**会员可通过会员商城兑换限定商品或权益
- **定制与仪式感服务：**提供定制服务及具有仪式感的专属权益，用于纪念重要时刻，深化情感体验



全程保障无忧

明确责任体系

通过制度流程与客诉工单系统的紧密结合，公司构建起“技术支持—业务执行”双轨并行的闭环协作体系，实现处理过程全流程可追溯、审批节点标准化，确保每一起客户投诉均能得到专业、高效且权责清晰的响应。所有客诉处理数据均予以沉淀，持续为服务优化与流程改进提供依据。

为系统提升客户服务质量与投诉处理效率，公司制定并实施《客诉处理与定责管理制度》，明确责任分工与跨部门协同流程。售后组负责产品技术分析，为客诉处理提供专业支持；运营支持组作为一线执行主体，全程负责客诉的受理、诊断与解决。

标准化处理流程

公司以系统化、闭环化为导向，通过明确的时效要求与动态进展同步，在高效解决客户问题的同时，持续沉淀服务数据、优化响应能力，为服务质量的体系化提升提供支撑。

客诉受理录入

任何员工在发现客诉或相关舆情后，需第一时间将信息准确录入系统。

诊断与处理

工单自动流转至对应负责人，同时由稽核组进行风险评估、定责并提出解决建议。系统根据事件风险等级设定处理时限提醒。

闭环与反馈

投诉从发起到闭环不超过 7 个工作日，并确保在过程中及时向客户反馈进展。

客诉处理流程

客户满意度管理

公司通过多样化调研形式，深入收集客户的意见与建议，以推动服务层面的深度优化。同时，每月定期以邮件形式，向相关部门负责人输出客户满意度分析报告，协助管理层及时洞察服务现状并明确改进方向。



指标	单位	2025 年绩效
消费者关于产品及服务的累计投诉量	件	6
其中，依照类别统计		
产品质量投诉	件	1
服务投诉	件	5
客户投诉及时处理并按期关闭的比例	%	100
因投诉受到的行政处罚事件数	件	0
年度客户满意度	%	99

真爱见证与守护

公司致力于在多元场景中以创新形式，为消费者打造表达与守护爱情承诺的独特体验。无论是将中式浪漫呈现于国际舞台，鼓励用户记录并分享真实的求婚瞬间；还是携手合作方共同打造富含情感纪念价值的特别信物，我们始终为每一份真挚情感的表达提供支持，让承诺被郑重对待，让故事被长久温暖留存。

七夕巴黎卢浮宫活动

2025年七夕，DR 巴黎卢浮宫店为当地消费者打造了一场别开生面的中式文化体验。活动以“爱一人 爱一生”的中式爱情美学为核心，将中华传统浪漫元素融入服务全程，以温暖真挚的互动赢得众多法国消费者的参与和好评。本次活动获得法新社、美联社、环球邮报等国际主流媒体联合报道，成功推动中式浪漫与高品质服务走向国际视野。



2025 年求婚挑战赛

2025 年，DR 向全球消费者发起求婚挑战赛，鼓励参与者以真实、个性化的方式记录并分享求婚时刻。无论是演唱会中的欢呼、雪山旅途的静默，还是日常车厢内的温情，多种生活场景都成为“爱一人 爱一生”的生动注脚。

活动期间共征集到 404 条求婚纪实视频，这些真挚而生动的故事，不仅为参与者留存了珍贵的记忆，也通过广泛传播，将“真爱值得珍视”的价值观融入公众情感交流，助力营造更具仪式感与共鸣感的婚恋文化氛围。



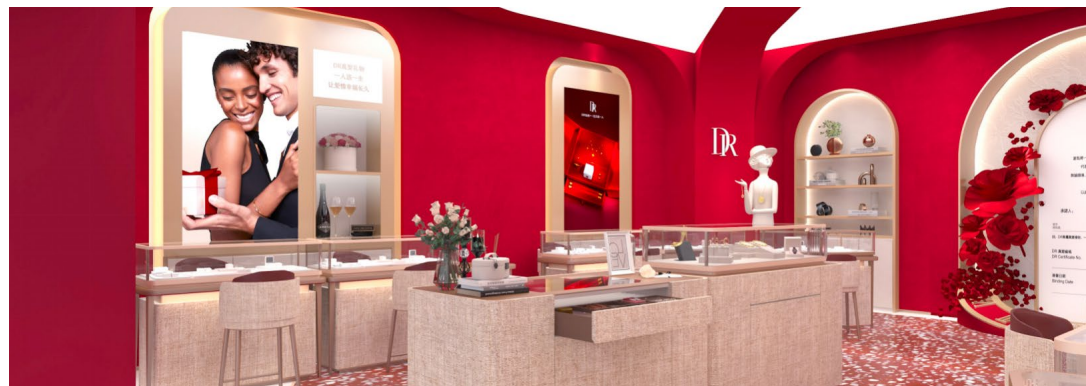
构建责任供应链

迪阿股份将供应链责任管理深度融入企业长期发展战略。我们专注于打造兼具合规性、效率与韧性的供应链网络，通过体系化管理促进供应商在质量管控、环境保护及社会责任等方面的系统性提升，从而强化全链条的可持续发展能力。

供应商全生命周期管理

优化管理机制

公司建立了覆盖采购全流程的供应商管理机制，明确开发、评核与淘汰的闭环流程，实现对全类型供应商的系统化管控。2025 年，我们进一步聚焦流程细化与机制优化，推动供应商管理向规范化、灵活化、系统化持续演进，全面提升供应链效能与风险管控能力。



开发流程 标准化

建立覆盖需求提交、资质审核、预备库纳入及合作评估的全流程规范，确保供应商开发透明、高效、可追溯。



工程类供应商 招募优化

优化工程类供应商遴选流程，由专业部门主导招募标准与评审，提升供应商匹配的专业性与规范性。



自采与集采 机制完善

针对小额非库存物料增设自采流程，提升运营灵活性。同时，将媒介采购统一纳入集中管理，增强协同效益与管控力度。

全流程管理体系

公司建立了覆盖“准入—考核—淘汰”全生命周期的供应商管理体系，通过系统化评估、差异化考核与动态化管理，持续优化供应链结构与整体质量。



全生命周期的供应商管理体系

强化供应链韧性

为系统性提升供应链在面对市场波动、突发运营中断等不确定性因素时的适应与恢复能力，公司建立了覆盖项目全流程的节点预告与分级预警机制。该机制以数字化监控为基础，将风险管控节点前置，通过对关键路径的实时追踪与异常情况的自动上报，实现对交付风险的早期识别、动态评估与分级响应，推动供应链管理从事后处置向事前预防与事中协同的主动模式转变。

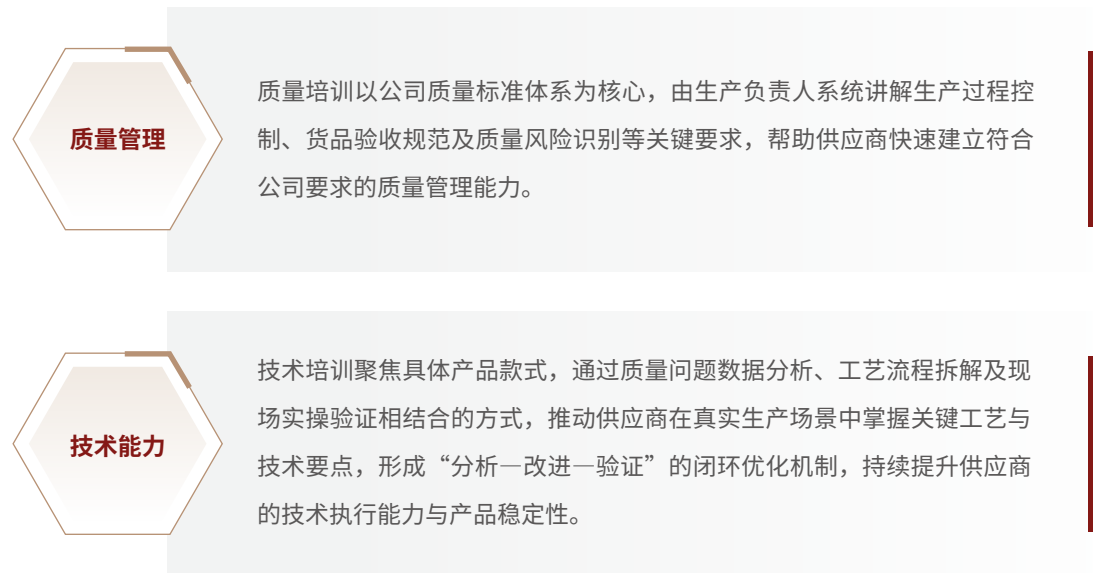
在项目执行过程中，系统于各关键节点前自动进行进度预告。若出现交付延迟，系统将根据滞后天数启动三级预警响应。



交付延迟预警机制

强化供应商赋能

2025年，公司为进一步强化供应链质量管理与技术协同，系统性组织开展了面向供应商的专项培训计划。培训聚焦“质量管理”与“技术能力”两大核心板块，采用线上与线下相结合的模式展开。



通过体系化的培训内容，推动统一的质量与工艺标准在供应链中全面贯彻，覆盖从原材料到成品的全链条关键环节，确保供应商在核心生产流程中执行一致标准，提升产品的质量稳定性与工艺可靠性。

构建可持续供应链

公司制定并公开《**供应商行为准则**》，系统构建了覆盖供应链全链条的责任管理体系。该准则明确要求供应商及其上游伙伴共同遵守涵盖商业道德、劳工权益、环境保护等维度的国际化标准。通过禁止强迫劳动、贿赂腐败等行为保障人权与合规，通过资源监测与减碳目标推动环境绩效，并建立包含突击检查与员工访谈的透明监督机制，将可持续发展原则切实转化为供应链管理的可执行框架。

环境管理要求

相关供应商需通过 ISO 14001 环境管理体系认证，依法取得消防验收合格证明，并定期组织消防与生产安全演练，系统性提升环境风险防控与应急响应能力

合规与信息管理要求

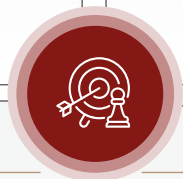
供应商须依法合规经营，积极配合公司完成 ESG 审计、海关备案及相关资质认证，提供完整、可追溯的生产记录，并严格履行商业信息保密义务，保障合作过程的透明与规范

员工权益保障要求

供应商须依法为员工缴纳社会保险，确保近三年内无劳动仲裁败诉记录或因此受到行政处罚，从制度与执行层面切实维护员工合法权益

安全管理体系要求

供应商须建立覆盖生产全流程的安全生产管理制度，对高风险工序实施专项管控与常态化检查，确保作业环境、设备运行及操作流程持续符合安全与环保法规要求，有效预防生产安全事故发生



在持续监督与改进方面，公司针对生产类供应商建立了包含定期审核与实地考察在内的系统化评核机制，重点评估其在环保合规、安全生产、用工规范、知识产权保护、税务守法及商业道德等方面的表现，持续监督其企业社会责任履行情况。对于未能满足公司社会责任要求的供应商，公司将要求其限期整改，并根据整改结果动态调整合作安排，推动供应链整体可持续表现持续提升。

指标	单位	2025 年绩效
常年稳定合作及关键供应商廉洁协议签署率	%	99
新供应商 CSR 审核数量	家	164
参与 CSR 培训的供应商数量	家	24

钻石溯源与贵金属采购

公司在采购环节中坚持负责任采购理念，致力于构建透明、合规且可持续的供应链。裸石主要采购自中国大陆及中国香港的合规优质供应商，其中大陆供应商均为上海钻石交易所会员，香港供应商为行业头部企业，确保来源可溯、资质可信。

平等对待中小企业

公司高度重视与中小企业合作伙伴的长期协同发展，恪守合同约定，持续优化应付款项支付流程，致力于构建稳定、互信的供应链合作关系。

截至 2025 年，迪阿股份应付票据及应付账款余额及相关占比均处于健康水平，未触及《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告（试行）》中关于应披露逾期未支付款项的披露阈值。

与员工共同成长

迪阿股份以“人”为核心，致力于营造公平、包容且充满活力的工作环境。我们通过健全的权益保障机制、系统化的职业发展通道，持续深化的员工关怀体系，赋能每一位员工成长。公司不仅关注员工的当下发展，更注重其长期价值实现，努力打造一个能让个体与组织相互成就、共同成长的职场生态。



员工权益保障

保障基本人权

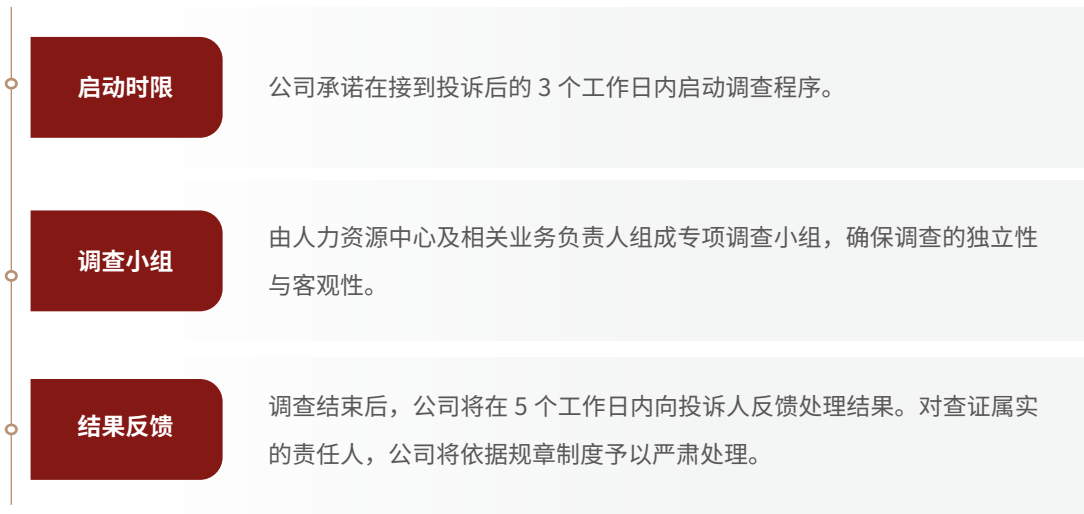
公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规，积极拥护联合国《世界人权宣言》，并参照国际劳工组织（ILO）公约的核心原则，持续完善在员工权益保障、多元化及平等职场等方面的管理实践。

反歧视与反骚扰

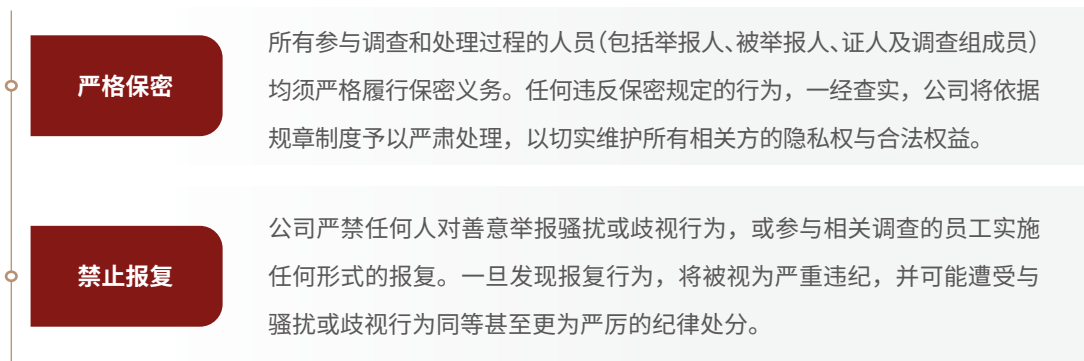
公司对骚扰和歧视行为采取零容忍态度，2025 年发布《反骚扰及反歧视政策》。该政策明确了职场中骚扰与歧视行为的具体界定，并规定了标准化的调查与处理流程。在招聘、录用、晋升、薪酬、培训及解除合同等所有雇佣环节，公司始终坚持公平、公正、客观的原则，为所有候选人及员工提供平等的机遇。

无论应聘者或员工的种族、年龄、性别、民族、婚姻状况、残疾状况或其他受法律保护的特性，公司在人才选拔与引进过程中均一视同仁，致力于构建无歧视、透明化的招聘及用人体系，确保所有人在平等基础上实现职业发展。

为确保政策的有效执行，公司建立了多渠道的投诉机制及严格的调查流程，员工如遇骚扰或歧视行为，可通过直接上级、人力资源中心、投诉邮箱等任一渠道进行举报：



为保障举报机制的有效运行，保护举报人与相关人员的合法权益，公司确立以下核心保障机制：



禁止童工及强迫劳动

公司坚决抵制任何形式的童工和强制劳动，同时要求所有下属分公司、子公司、提供委外加工生产服务的供应商遵循同样标准。

公司严禁雇佣未满 16 周岁的童工。对于已满 16 周岁未满 18 周岁的未成年工，严格按照国家规定进行特殊保护，禁止安排其从事禁忌劳动，并定期进行健康检查。

公司严格禁止一切形式的人口贩运、强迫劳动及相关剥削行为，建立健全审核与监督机制，确保在自身雇佣环节及供应链中杜绝任何形式的人口交易或强制劳动，包括但不限于使用暴力、威胁、限制人身自由、扣押证件、债务束缚等手段。同时，我们科学安排员工工作时间，合理控制加班与超时工作，确保每月工时不超过法定上限。

员工沟通与民主管理

我们积极推动员工沟通与民主管理，通过建立常态化沟通机制和健全民主管理平台，全面倾听员工心声、凝聚内部共识。



常态化沟通机制

公司建立常态化员工沟通机制，通过公共邮箱、部门访谈、业务沟通及季度调查等方式，广泛收集员工的意见与建议。2025 年，公司重点针对品牌、电商等核心部门开展深度访谈，确保管理层精准捕捉一线员工的真实心声。同时，借助数字化工具定期开展满意度调查，内容覆盖行政环境、人事福利、IT 系统操作、商品供应等多个维度，持续优化员工体验。



完善民主管理

公司尊重员工依法自由结社、参加工会及进行集体谈判的权利，承诺不干涉员工合法组建和加入工会的活动，并在符合法律规定的范围内，为集体协商提供必要的沟通渠道与程序支持。

职工代表大会作为公司民主管理的重要平台，在审议重大制度方面发挥了关键作用。2025 年，公司通过职工代表大会审议并通过了《体验店员工绩效考核及人才发展管理制度》与《员工行为稽核与奖惩管理制度》，确保涉及员工切身利益的制度在制定过程中充分吸收员工代表的意见，实现制度建设的公平与透明。

多元、平等、包容

公司高度重视职场多元化与包容性的构建，致力于打造一个尊重差异、机会平等的职场环境，使每一位员工都能在公平、关爱的氛围中实现个人价值。

我们坚持全球化视野与本地化实践相结合，建立了无性别、地域及其他因素限制的公平用工机制。通过开放、包容的招聘政策，公司吸引了来自中国内地、中国香港及澳大利亚等多个国家和地区的多元化人才，形成了具有跨文化融合能力的员工队伍，为公司的持续创新与业务发展注入了多元活力。

职业健康与安全

公司严格遵守国家职业健康安全相关法律法规，为全体员工提供符合标准的工作场所、设备及必要的劳动防护用品。我们定期开展工作场所安全风险评估，组织职业健康安全培训，并建立系统的事故应急预案与报告制度，全面保障员工职业健康与安全。



“健康中国 科普先行” 线上学习

2025 年 5 月，公司组织开展“健康中国 科普先行”线上专题培训，积极响应国家健康行动号召。培训内容覆盖心理健康、应急救援、健康生活方式及慢性病防治等实用板块，旨在普及健康知识、提升员工健康素养与自我管理能力。

员工福利与关爱

完善员工福利体系

公司严格遵守《总部及体验店员工福利管理规定》与《香港地区员工福利制度细则》，结合《体验店员工考勤与假期管理制度》等相关政策，构建了覆盖身心健康、工作生活平衡与人文关怀的全方位福利体系，持续提升员工归属感与组织凝聚力。





感恩节寻宝活动



情人节抓娃娃活动



每周社团活动



七夕节活动



圣诞节活动

DR 幸福沙龙员工关怀活动

2025 年，公司举办“DR 幸福沙龙 —— 看见爱的 AB 面，探寻幸福真义”员工关怀主题活动。活动围绕“探索、互动、体验”三大维度展开：特邀心理学博士基于 ACT 疗法科学解析幸福本质；通过书信互换、互动游戏等方式促进情感交流与团队融合；并设置沉浸式体验环节，引导员工将幸福认知转化为日常实践，进一步提升心理能量与组织凝聚力。

DR幸福沙龙

“看见爱的AB面
探寻幸福真义”

我们总是匆匆赶路，
却时常忘记幸福的真义，
这次，我们让心慢下来
——
邀请您和同频的人，
一起踏上这场关于真爱与幸福的探寻之旅。

在困难员工帮扶方面，公司依托“暖心基金”，为面临重大疾病等困境的员工及家庭提供资金支持。2025 年，基金共帮扶员工 17 人，发放援助近 12 万元。截至 2025 年，累计帮扶员工 105 人，援助金额超 86 万元，切实传递组织关怀与温暖。

基金共帮扶员工 17 人
发放援助近 12 万元

累计帮扶员工 105 人
援助金额超 86 万元

构建女性友好职场

我们高度重视女性员工的权益保障与职场体验，积极构建女性友好型职场：

设立女性职工委员会

公司成立女性职工委员会，作为维护女性员工权益、倾听女性员工声音、促进女性发展的常设组织，持续关注并改善女性员工的职场环境。

推行带薪生理假

公司为全体女性员工设置每月一天的带薪生理假，女性员工可根据自身情况申请休假，无需提供医院证明。

建设爱心母婴室

公司总部配置了设施完善的“爱心母婴室”，为孕期及哺乳期员工提供私密、洁净、舒适的休息与哺乳场所。

同时，我们致力于打破职场性别天花板，为女性员工提供广阔的职业发展空间。通过多元化的招聘渠道、公平透明的晋升机制，以及对女性领导力的专项培养与支持，公司鼓励并帮助更多女性员工走向管理岗位与核心技术岗位，充分展现对女性价值的高度认可与尊重。

指标	单位	2025 年绩效
女性在所有管理职位中的占比	%	64.21
女性在初级管理职位中的占比	%	73.91
女性担任高级管理职位的占比	%	38.46
女性在创收职能（销售等）相关岗位中所占比例	%	92.41
女性在 STEM ⁴ 相关职位中所占比例	%	36.96

⁴STEM：科学（Science）、技术（Technology）、工程（Engineering）和数学（Mathematics）。

人才培养与发展

人才引入

我们通过多元化招聘渠道，广泛吸纳不同背景的优秀人才，持续为组织注入活力。2025 年，公司稳步推进战略性人才储备，筑牢企业可持续发展的人才根基。



校园招聘

聚焦高校，通过校园宣讲、合作推荐与能力测评，选拔品牌、运营、技术等方向的储备人才，并同步明确培养计划与轮岗安排。2025 年，公司正式启动“DR 繁星 2026”全球管培生校园招聘计划，覆盖品牌、零售、产品、供应链等十类岗位。



社会招聘

聚焦中高级专业及管理岗位，通过内部推荐、行业猎头等渠道，搭建高质量人才池，确保选拔标准精准锚定岗位核心能力。

员工晋升

公司致力于构建科学的人才发展体系，通过“管理 + 专业”双通道模式，为员工提供多元化的职业路径，并支持跨序列转换，确保人才发展与组织战略同频共振。

在选拔机制上，公司坚持“公平、公正、公开”原则，针对不同群体实施差异化赋能：

总部

优化年度竞聘机制，迭代晋升规则，让高绩效人才脱颖而出。

区域

以核心指标重塑与结果晾晒，激发良性竞争。

门店

发布专项人才发展制度，以业绩与满意度为核心。

校招员工

推出钻石系列培养计划，系统化衔接校园到职场的转型。



校招员工“白钻、蓝钻、绿钻、粉钻计划”

通过系统化、透明化的评审与答辩，公司确保人才选拔的专业性，为每一位员工提供清晰可预期的上升空间。同时，公司建立完善的内部转岗机制，为员工提供跨职能、跨区域的多元发展机会。员工可根据个人职业规划主动申请，人力资源部门在必要时提供专业评估与沟通支持，以促进组织内部的经验流动与人才优化配置。

员工激励

我们以“同工同酬”为基本原则，以《总部绩效管理制度》《体验店员工绩效考核及人才发展管理制度》《奖惩管理制度》《员工绩效改进制度》为基本依据，建立了基于职级架构与薪酬宽带的分配体系，并通过持续优化薪酬结构，强化激励效能。





员工培养

公司始终关注员工的成长与发展，致力于构建覆盖全员、贯穿职业全生命周期的分层分类培训体系，通过“线上+线下”相结合的多元化教学模式，精准赋能不同层级与岗位的员工，在提升组织效能的同时，助力员工实现职业梦想，达成个人成长与公司战略的深度共鸣。

**管培生专属
定制化培养**

公司秉持长期主义的人才发展理念，为管理培训生设计“门店带教—部门轮岗—一定岗定级”的培养路径，帮助其在实战中理解业务、拓宽视野、深耕专业，为组织持续输送高素质人才。

**总部干部与
核心骨干培养**

公司紧扣“品牌升级、多品类、全球化”的战略目标，打造“经营黄埔班”“零售将帅计划”等高规格发展项目，融合外部专家与内部高管经验，系统提升核心骨干的战略思维与经营管理能力，保障组织可持续发展的人才梯队。

**零售一线
赋能培养**

公司构建覆盖新员工、在岗员工、核心骨干的赋能体系，通过标准化课程夯实专业基础，联合 IGI 国际宝石学院共建人才培养基地，提升高端服务能力，同时依据区域市场特性实施差异化赋能，持续支撑门店运营质量与员工价值实现。



贡献真爱公益

传递真爱价值观

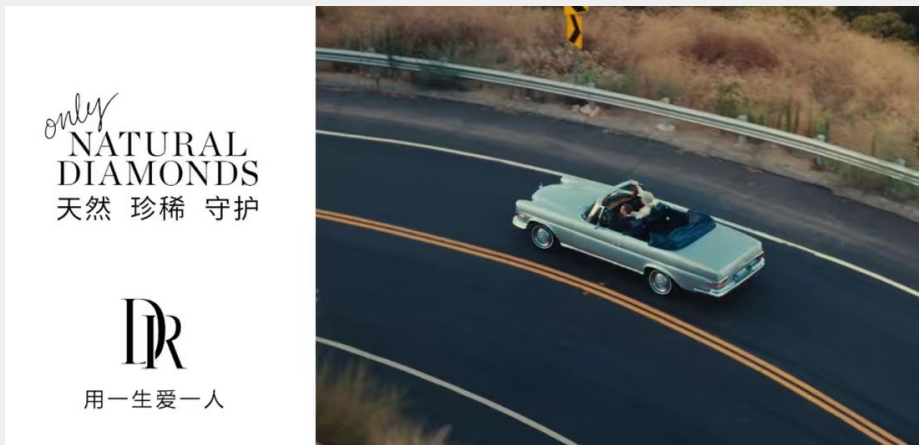
迪阿股份始终秉持“真爱公益”理念，积极将品牌文化转化为社会责任行动，致力于关爱客户、回馈社区，深化人文关怀，拓展社会影响力，助力构建更加和谐温暖的社会氛围。

2025 年 1 月，我们正式启动“全球真爱地标计划”，首站落地长白山。项目深度融合中国“长相守”传统文化与企业“爱一人 爱一生”的品牌理念，打造了包括“冰心岛”“1314 真爱之路”及“一生之锁”在内的系列沉浸式情感体验场景。其中，“1314 真爱之路”穿越 9.9 万株百年美人松，以“敲幸福铃—走真爱路—挂一生锁”的递进仪式，将品牌主张转化为可感知、可参与的现实体验。该地标迅速成为广受关注的真爱打卡地。此次实践不仅成功构建了一个兼具文化辨识度与全球情感共鸣的浪漫空间，也开创了“珠宝+文旅”深度融合的新模式，推动品牌理念升华为传递永恒爱意的全球情感载体。



2025 年 520 期间，我们在全中国多座城市同步发起“免费发黄金”公益活动。活动以黄金为载体，致敬那些珍视伴侣、用心经营的爱情，呼应“爱一人 爱一生”的品牌理念，鼓励公众真诚表达爱意，筑牢家庭情感纽带，有效提升了公众对情感责任的认知，展现了企业引导社会价值观向善发展的担当。





DR 与天然钻石协会达成 2024 至 2025 年度战略合作，双方将携手打造丰富多元的数字化内容及线上线下传播项目。通过与 NDC 的深度合作，DR 将持续传递可持续发展天然钻石的价值与真爱信念，让爱情更美好，也让赖以生存的环境更美好。

践行社会公益

2025 年，迪阿股份秉持“让爱持续发生”的公益初心，持续关注社会弱势群体需求，积极履行企业社会责任。公司通过“中信建投柏年向善 DR 暖心单一资产管理计划”，向深圳狮子会助残服务委员会捐赠爱心善款，专项用于深圳狮子会残疾人帮扶公益项目，以实际行动支持残障人士关怀与帮扶事业。



03 环境篇

迪阿股份在全球运营中始终恪守环境法规的底线要求，将绿色发展的理念系统性地贯穿于经营管理全过程。我们通过实施能效提升计划、推进碳足迹管控、优化全链条资源循环利用，不断夯实环境风险管理基础，主动增强企业在气候变化背景下的适应力与韧性，致力于实现商业价值与生态责任的长远平衡。

2025 亮点绩效

- 减少的温室气体排放量 **627.52** 吨二氧化碳当量
- 减少的市政用水取水量 **251.67** 吨
- 循环用水量 **44.48** 吨
- 门店柜台利旧节约各类板材、金属、玻璃等原材料重量 **23.97** 吨

支持联合国可持续发展目标



应对气候变化

迪阿股份高度重视气候变化带来的机遇与挑战，将应对气候变化纳入公司可持续发展与 ESG 管理体系，通过系统识别和应对气候变化相关的实体风险与转型风险，持续推进节能减排与绿色运营举措，降低经营活动对环境的影响，在保障公司稳健经营的同时，积极履行环境责任，助力经济发展与生态环境保护的协调推进。

气候变化治理

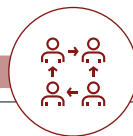
公司将气候变化议题纳入 ESG 治理体系统一管理，依托“决策层—管理层—执行层”三层治理架构，推动气候相关战略决策、风险识别与具体行动在公司内部的有效衔接与落地实施。



董事会及战略与可持续发展委员会作为 ESG 治理的最高决策层，由公司董事长统筹，负责对公司中长期发展战略及专项规划进行研究和审议，并对包括气候变化在内的重大可持续发展议题实施监督。



管理层层面，可持续发展指导工作组由公司高管及各部门管理者组成，围绕公司 ESG 及气候变化相关风险与机遇开展研究分析，将相关成果作为公司制定气候变化战略及年度重点工作的参考依据。



执行层面，可持续发展办公室由各部门 ESG 对接人组成，负责落实气候变化相关管理要求，推进具体行动并开展数据收集与成效反馈。

气候变化战略

风险和机遇识别

公司充分认识到气候变化对自身运营及价值链可能带来的短、中、长期影响，每年度开展风险和机遇评估。2025 年，由于公司经营模式和核心业务结构保持稳定，因此气候变化相关的风险和机遇未发生实质性变化。



气候变化相关风险和机遇清单

实体风险



风险类型	风险描述	财务影响	影响时限	影响可能性	影响价值链	应对措施
急性风险	台风、暴雨、高温、寒冷等极端天气事件增加，可能影响门店正常营业及客流	成本上升↑ 收入下降↓	短	中	自有运营	<ul style="list-style-type: none"> 在门店选址及运营管理中综合考虑区域气候条件和防灾能力 优化设备配置和运营流程，提升设施稳定性
	极端天气对物流及供应链稳定性的影响	成本上升↑	短	低	上游价值链	<ul style="list-style-type: none"> 供应链管理中逐步引入环境与气候风险管理要求，加强对关键供应商及物流环节的风险识别与评估 通过完善供应商沟通机制、提升供应链协同能力，增强供应链在极端天气条件下的稳定性与韧性

转型风险



风险类型	风险描述	财务影响	影响时限	影响可能性	影响价值链	应对措施
政策和法律风险	气候变化相关政策法规及监管要求持续趋严，包括碳排放权交易制度法制化推进、碳排放核算及低碳标准体系建设等	成本上升↑	长	高	自身运营 上游价值链	<ul style="list-style-type: none"> 持续关注政策与监管动态，完善 ESG 治理体系，通过内部培训提升合规意识与执行能力

机遇



机遇类型	机遇描述	财务影响	影响时限	影响可能性	影响价值链	应对措施
价值链机遇	在气候变化和低碳转型背景下，与供应商协同推进绿色包装和材料优化，提升供应链稳定性并降低长期运营风险	成本下降↓	长	中	上游价值链	<ul style="list-style-type: none"> 在供应链管理中逐步引入环境与气候相关要求，加强与供应商在绿色材料和包装优化方面的协同
品牌形象与客户认同	消费者对低碳与可持续产品关注度提升，符合绿色设计与环保标准的产品有助于强化品牌差异化，推动公司在中高端市场的拓展	收入上升↑	长	中	自身运营 下游价值链	<ul style="list-style-type: none"> 将可持续发展理念融入产品设计、包装及品牌管理，通过绿色产品实践强化价值传递，提升市场竞争力

风险和机遇应对

我们通过提升能源利用效率、优化门店建设与运营模式、减少运营过程中的碳排放，增强对气候变化风险的抵御能力。

公司结合财务管理策略，关注气候风险可能带来的成本、收入及资产价值变化，逐步将气候因素纳入长期经营决策考量。

同时，公司积极关注与 ESG 相关的资产配置与业务机会，探索通过资源优化配置和绿色实践，应对气候变化带来的长期挑战，实现环境效益与经营发展的协同提升。

全生命周期碳足迹管理

我们将原材料与包装材料的可持续管理视为实现循环经济和降低环境足迹的关键环节，致力于从源头减少资源消耗，优化材料选择，并推动材料的循环利用，以实现经济效益与环境效益的双赢。

可持续的产品设计与原料采购

公司从产品设计源头入手，系统性地将可持续发展理念融入方案制定过程，致力于通过科学设计减少资源消耗，推进负责的原材料采购。在包装管理方面，公司坚持以设计优化为核心，严格遵循“减量化、可循环、可降解、无害化”的绿色包装原则，坚决杜绝过度包装。

● 设计优先与源头减量

在产品 & 包装方案设计阶段，我们明确提出减量化与可持续设计要求，通过优化结构设计和功能配置，在满足使用需求和品质标准的前提下，合理控制原材料用量，为后续材料选择和采购奠定基础。

● 优先选用认证材料

在涉及木材及纸张类原材料采购时，我们坚持优先使用经过森林管理委员会（FSC）认证的原料，确保材料来源的可追溯性和可持续性，体现对森林资源保护、当地社区及林区工人权益的关注。

● 提升绿色物料占比

在设计方案明确的基础上，我们不断探索和扩大环保材料在产品中的应用，持续提升采购原材料中绿色、低碳、可再生材料的比例。

服务运营中的物资循环利用

在婚礼策划等专项服务中，我们将绿色可持续发展理念深度融入业务运营全流程，在保障现场效果与服务品质的前提下，系统性减少一次性物资消耗，推动服务过程的环境友好化。

● 推广耐用与可循环物资

在布置材料与道具的选择上，我们优先选用质量优良、经久耐用且可多次重复利用的物资。

● 延长物资使用周期

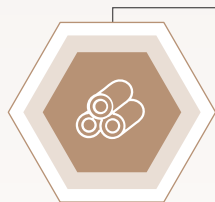
通过科学的仓储管理、精细维护与规范化流转，最大限度地延长服务物资的使用寿命，通过循环复用实现资源效率最大化。

绿色门店建设

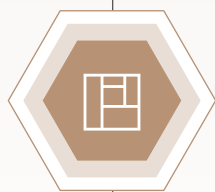
围绕自身运营活动，公司秉持“绿色建店、节能减排、持续发展”的理念，在门店规划、设计、施工及运营全过程中持续推进节能与资源高效利用措施，降低门店运营过程中的能源消耗与环境影响。

环保施工建设

公司通过严选环保材料与优化施工工艺，在门店建设过程中全面降低环境影响与健康风险。



在基础装饰材料方面，要求使用符合国际环保等级的材料（如 E0 级板材），以降低挥发性污染气体排放，同时金属等可再生材料的使用比例超过 50%。



在表面装饰材料方面，采用成品化墙板，减少现场油漆施工带来的气体污染，确保门店竣工后可通过挥发性气体检测，实现即装即用。



在必须使用涂料的施工环节，要求 100% 使用水性涂料及天然粘胶材料，进一步降低对环境和人体健康的影响。

绿色循环运营

公司通过节电优化、材料循环与资源再生等多维度举措，系统推动门店运营的低碳化与可持续化。



节电节能：持续对在营门店的用电系统进行优化，通过更换老旧灯具、合理减少灯具数量及降低灯具功率，在保障照明效果和展示需求的前提下提升能源使用效率。2025 年，门店整体耗电量较 2024 年下降约 9%。



柜台利旧：推进柜台再利用，优先使用可继续使用的存量柜台，减少新材料投入。2025 年，在 101 家营建门店中，有 25 家门店实现柜台再利用，柜台利用率达到 24.8%，从源头减少资源浪费。



再生材料使用：采用智能化金属展柜，主要使用金属和玻璃材料，该类材料具备良好的可回收属性，再生材料使用率达到 90%。

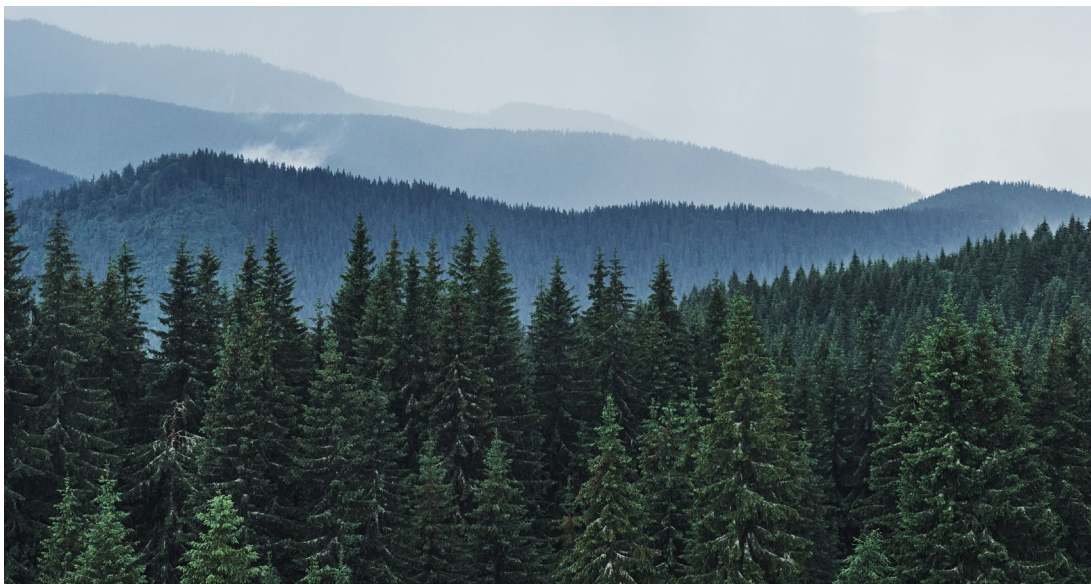


废旧资产处置：建立全国性的资源回收单位，对门店建设及运营过程中产生的废旧资产进行规范化回收与处置，实现资源循环再生，从系统层面保障可回收物料的再利用。

气候变化风险和机遇管理

公司将气候变化风险与机遇管理纳入日常经营管理流程。战略与可持续发展委员会持续关注气候变化对业务的潜在影响，推动相关议题在公司内部的系统化管理。

通过识别关键风险要素、相关部门及利益相关方，公司对气候变化相关风险和机遇进行分类评估，明确其对运营和战略目标的影响程度，并组织相关职能团队和管理层进行审议。通过将气候风险控制 and 机遇管理要求融入各部门的日常工作，保障可持续发展战略的有效执行。



气候变化指标与目标

公司以降低经营活动对气候变化的影响为目标，持续提升能源使用效率，推进节能降耗与绿色运营，并逐步将气候变化因素纳入经营管理与决策过程，增强对气候变化风险的应对能力。

指标	单位	2025 年绩效
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	5,443.24
范围一：直接温室气体排放 ⁵	吨二氧化碳当量	10.65
范围二：间接温室气体排放 ⁶	吨二氧化碳当量	5,432.59
减少的温室气体排放量	吨二氧化碳当量	627.52
温室气体排放密度	吨二氧化碳当量 / 百万营收	3.58
人均经营活动二氧化碳排放	吨二氧化碳当量 / 人	2.72

⁵ 公司主要采用委托代加工的生产模式，不涉及大规模生产制造环节，因此其直接温室气体排放主要来源于公司公务用车的汽油消耗。2025 年，公司共消耗汽油 4,797.69 升，并依据《IPCC 2006 年国家温室气体清单指南》及中国生态环境部推荐的核算因子进行计算。

⁶ 间接温室气体排放主要来源于外购电力。2025 年，公司共计消耗电力 10,238,569.9 千瓦时，排放核算依据生态环境部与国家统计局联合发布的《关于发布 2023 年电力二氧化碳排放因子的公告》，采用其中公布的全国电力平均二氧化碳排放因子（0.5306 kg CO₂/kWh）进行计算。

践行环境责任

迪阿股份主要采用以委托加工为主的生产模式。在此模式下，我们通过持续、系统的环境管理，对总部、全球门店及有限自产环节中的环境资源使用进行有效管控，持续降低运营对环境的影响，积极履行企业环境责任。

强化环境管理

规范制度管控

公司严格遵循《中华人民共和国环境保护法》及所在运营地区的相关法律法规，制定并公开发布《环境管理政策》。该政策明确了公司的环境管理架构，由行政服务部负责环境管理政策的制定、宣导与落地推动，各部门协同配合落实执行。政策内容进一步涵盖能源消耗管理、水资源管理、绿色产品创新与推广、绿色采购等方面的具体规定，确保公司各项运营活动均符合环保规范。

2025 年，公司内部环境与资源管理政策持续有效执行。通过《DR 总部办公环境管理制度》，公司对办公区域实施规范化管理，营造整洁美观、和谐有序的办公环境，维护正常办公秩序，持续提升办公效率。

推行绿色办公

我们持续对绿色运营进行评估，积极探索并争取提升资源效率、降低环境支出的可行方案，致力于打造系统化、可持续的绿色办公环境。

2025 年，公司持续优化总部办公空间，通过科学的空间布局与植物生态搭配，进一步营造健康、舒适、富有生机的工作场景。年内实施绿植升级改造项目，将绿色景观与办公功能区域自然融合，实现了美观性与实用性的统一，为日常办公注入更多自然活力，获得广大员工的积极反馈。



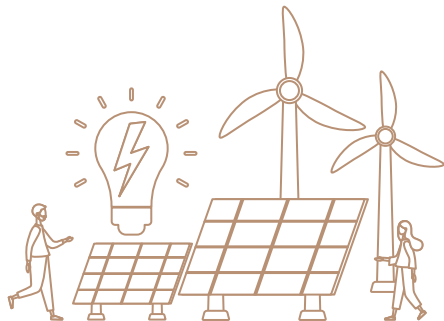
办公区绿植

高效资源利用

能源管理

作为非生产型企业，公司在日常运营中产生的温室气体排放主要来自电力消耗所间接导致的二氧化碳排放。为践行低碳运营目标，我们持续优化能源管理，在日常工作中践行节能理念，通过精细化管理，有效降低整体运营碳足迹。

为切实推进节能减排，公司在总部大楼持续落实多项节电举措。办公室引入智能闭灯系统，可根据预设时间自动关闭灯光，并支持通过手机进行远程控制。同时，公司每日开展一次现场巡检，及时关闭非必要运行的设备，进一步降低待机能耗。



2025 年，公司优化空调使用策略，尽量减少大面积长时间开启空调的情况。对于确有需求的场景，改为按实际使用区域精准供冷，避免能源空耗。在空调停止供应期间，使用风扇促进空气流通，保障室内环境舒适。针对地毯清洗后的干燥环节，公司采用鼓风机进行风干处理，替代以往依赖空调升温加速干燥的方式，减少相关能耗产生。

在意识培养方面，我们通过多种形式开展日常宣传与倡导。通过在办公区域张贴节能主题海报，从随手关灯、合理使用空调等细节入手，引导员工养成绿色办公习惯。

指标	单位	2025 年绩效
能源消耗总量	千兆焦耳	36,858.85
能源消耗密度	千兆焦耳 / 百万营收	24.25
电力总耗量	千兆焦耳	36,858.85
人均用电量	千兆焦耳 / 人	18.4
节能培训覆盖率	%	90



水资源管理

公司积极倡导绿色饮水方式，通过优化硬件设施与完善制度引导，系统推进水资源节约。我们鼓励员工使用直饮水，2025 年新增一台直饮水设备，进一步优化办公场所饮水便利性，减少桶装水和瓶装水的消耗。

在会议场景中，公司明确倡导环保用水规范：内部会议鼓励员工自带水杯，外部会议按需领用瓶装水，并优先选用冲泡茶水作为替代方案。针对未开封的瓶装水，公司建立了统一回收与再利用机制，避免资源浪费。

2025 年，公司同步开展节水主题宣传，通过张贴节水海报等形式，围绕“关注水流、珍惜点滴、洗涤剂量、按需取水”等行为细节，持续提升全员节水意识。



指标	单位	2025 年绩效
市政用水取水量	吨	622.33
减少的市政用水取水量	吨	251.67
循环用水量	吨	207.36
增加的循环用水量	吨	44.48
人均用水量	吨 / 人	0.31

污染物和废弃物管理

公司严格执行废弃物分类管理制度，对可回收物、厨余垃圾及有害垃圾等进行规范分类与处置，致力于实现资源最大化利用。

可回收物循环利用

我们积极推动办公场景下的资源循环。2025 年，总部办公室新增 5 间会议室，其中影音设备均来自公司内部资产再利用，会议桌椅通过二手市场采购配置，有效延长物资使用周期。

同时，公司持续推进日常物料的循环利用



倡导“无纸化办公”，利用电子渠道取代用纸、采用双面打印、如非必要避免彩色打印、内部文件传阅利用单面废纸打印，设置指定区域回收废纸做二次利用。



实施文具共享，对离职员工办公文具、工牌等可回收资源进行回收二次利用。



厨余及有害垃圾集中处置

为规范厨余及有害垃圾处理流程，公司所有门店及总部大楼均已实行统一管理：相关垃圾在室内先行集中回收，按规定时间统一投放至物业指定回收点，后续由物业方进行专业化处置。

指标	单位	2025 年绩效
无害废弃物重量 ⁷	吨	276.48
有害废弃物总量	吨	0.004

⁷ 统计口径为门店装修产生的废弃物。



物料管理

我们对办公用品及日常必需品实行规范管理。公司严格执行《DR 快递收发管理制度》，规定对公快递收发流程，确保收发工作及时、准确、高效；同时，依据《固定资产管理制度》，结合公司实际，加强对固定资产的控制与维护，保障资产安全完整，提升使用效率。

办公区域内配备以下常用物资，供员工按需取用

- 

各办公区域均配置灭火器与消防面具，定期组织检查，确保产品处于有效期内。
- 

前台常备急救箱、卫生巾、暖宝宝、口罩、洗手液、消毒喷雾、电吹风、针线包等物品。
- 

电梯间配备自动体外除颤器（AED），为紧急情况提供救援支持。

ESG 关键绩效数据

ESG 指标	单位	2025 年绩效
治理指标		
公司治理		
董事人数 ⁸	人	9
男性董事人数	人	6
女性董事人数	人	3
女性董事占比	%	33.33
拥有风险管理专业知识背景董事人数	人	3
拥有会计专业知识背景董事人数	人	3
独立董事人数	人	3
独立董事占比	%	33.33
审计委员会独立董事占比	%	66.67
薪酬与考核委员会独立董事占比	%	66.67
提名委员会独立董事占比	%	66.67
战略与可持续发展委员会独立董事占比	%	66.67
董事会成员平均任期	年	5
年度召开董事会会议数	次	5
董事会成员出席率	%	100
年度召开审计委员会会议次数	次	6

⁸ 为确保报告披露内容的时效性，董事会相关信息均更新至报告发布之时，即 2026 年 4 月的最新情况。

ESG 指标	单位	2025 年绩效
年度召开薪酬与考核委员会会议次数	次	3
年度召开提名委员会会议次数	次	1
年度召开战略与可持续发展委员会会议次数	次	2
年度召开股东会次数	次	3
股东会平均出席率	%	88.97
年度召开监事会会议次数	次	2
年度发布定期报告数量	份	4
年度发布临时报告数量	份	146
组织开展投资者调研沟通活动次数	次	23
累计接待机构投资者数量	人次	313
商业贿赂与合规		
针对公司发起并审结的贪污诉讼案件数量	件	0
针对雇员发起并审结的贪污诉讼案件数量	件	0
针对公司总计处理商标侵权案件数量（已结案）	件	331
年度发生违反商业道德事件次数	件	2
由反腐败举报程序产生的报告数量	件	2
对商业伙伴（包括中介）进行反贿赂的尽调和监控的次数	次	2
针对普通员工的反贪污与商业贿赂培训总次数	次	1

ESG 指标	单位	2025 年绩效
反贪污与商业贿赂培训覆盖普通员工的比例	%	10
反贪污与商业贿赂培训覆盖管理层的比例	%	100
反贪污与商业贿赂培训覆盖董事的比例	%	100
因不正当竞争行为导致的诉讼或重大行政处罚	件	0
环境指标		
温室气体排放		
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	5,443.24
范围一：直接温室气体排放 ⁹	吨二氧化碳当量	10.65
范围二：间接温室气体排放 ¹⁰	吨二氧化碳当量	5,432.59
减少的温室气体排放量	吨二氧化碳当量	627.52
温室气体排放密度	吨二氧化碳当量 / 百万营收	3.58
人均经营活动二氧化碳排放	吨二氧化碳当量 / 人	2.72
能源利用		
能源消耗总量	千兆焦耳	36,858.85
能源消耗密度	千兆焦耳 / 百万营收	24.25
电力总耗量	千兆焦耳	36,858.85

⁹ 公司主要采用委托代加工的生产模式，不涉及大规模生产制造环节，因此其直接温室气体排放主要来源于公司公务用车的汽油消耗。2025 年，公司共消耗汽油 4,797.69 升，并依据《IPCC 2006 年国家温室气体清单指南》及中国生态环境部推荐的核算因子进行计算。

¹⁰ 间接温室气体排放主要来源于外购电力。2025 年，公司共计消耗电力 10,238,569.9 千瓦时，排放核算依据生态环境部与国家统计局联合发布的《关于发布 2023 年电力二氧化碳排放因子的公告》，采用其中公布的全国电力平均二氧化碳排放因子（0.5306 kg CO₂/kWh）进行计算。

ESG 指标	单位	2025 年绩效
人均用电量	千兆焦耳 / 人	18.4
市政用水取水量	吨	622.33
减少的市政用水取水量	吨	251.67
循环用水量	吨	207.36
增加的循环用水量	吨	44.48
人均用水量	吨 / 人	0.31
物料管理		
纸张使用量	吨	357
人均用纸量	吨 / 人	0.18
废弃物管理¹¹		
无害废弃物重量	吨	276.48
有害废弃物总量	吨	0.004
门店废弃硒鼓数量	个	130
门店废弃硒鼓重量	千克	72.62
门店废弃墨盒数量	个	3,514
门店废弃墨盒重量	千克	304.77
门店装修产生废弃油漆桶重量	千克	138.67
门店柜台利旧节约各类板材、金属、玻璃等原材料重量	吨	23.97
包装材料消耗量		
包装总重量 ¹²	吨	148.15

¹¹ 统计口径为门店装修产生的废弃物。

¹² 统计范围为首饰盒、快递盒、手提袋、纸箱重量。

ESG 指标	单位	2025 年绩效
包装物料密度	吨 / 百万营收	0.097
塑料包材消耗量		
泡沫棉	卷	1,100
胶带	卷	1,580
纸质包材消耗量		
纸箱	个	64,400
快递盒	个	79,800
手提袋	个	79,930
单据资料	张	224,080
其他包材消耗量		
首饰盒	个	162,800
擦钻布	个	80,940
社会指标		
员工画像		
全球员工总数（包括实习生和非全职员工）	人	2,003
其中，依照性别统计		
男性员工	人	249
女性员工	人	1,754
男性员工比例	%	12.43
女性员工比例	%	87.57
其中，依照年龄统计		
<=29 岁员工	人	738

ESG 指标	单位	2025 年绩效
30-49 岁员工	人	1,259
>=50 岁员工	人	6
其中，依照学历统计		
博士学历	人	1
硕士学历	人	51
本科学历	人	507
其他学历	人	1,444
其中，依照岗位统计		
管理类人员数量	人	95
非管理类人员数量	人	1,908
高级管理层的女性员工数量	人	10
高级管理层的男性员工数量	人	16
执行管理层的女性员工数量	人	51
执行管理层的男性员工数量	人	18
女性在所有管理职位中的占比	%	64.21
女性在初级管理职位中的占比	%	73.91
女性担任高级管理职位的占比	%	38.46
女性在创收职能（销售等）相关岗位中所占比例	%	92.41
女性在 STEM ¹³ 相关职位中所占比例	%	36.96
其中，依照地区统计		
中国大陆	人	1,990
港澳台与海外	人	13

ESG 指标	单位	2025 年绩效
其中，依照工种统计		
全职员工	人	1,993
非全职员工	人	1
实习生	人	9
新入职员工总数	人	774
其中，依照性别统计		
男性员工	人	97
女性员工	人	677
其中，依照年龄统计		
<=29 岁员工	人	531
30-49 岁员工	人	456
>=50 岁员工	人	1
其中，依照地区统计		
中国大陆	人	768
港澳台与海外	人	6
少数民族人数	人	116
少数民族占比	%	5.79
员工薪酬		
人均薪酬	万元 / 年	13.45

¹³STEM：科学（Science）、技术（Technology）、工程（Engineering）和数学（Mathematics）。

¹⁴人均创收 = 营业收入 / 平均员工总数。其中，平均员工总数 = (期初员工人数 + 期末员工人数) / 2。

ESG 指标	单位	2025 年绩效
男性员工平均工资	万元 / 年	23.27
女性员工平均工资	万元 / 年	12.17
人均创收 ¹⁴	万元	72.03
股权激励授予人数	人	26
员工流失		
员工流失总数	人	988
其中，依照性别统计		
男性员工	人	135
女性员工	人	853
其中，依照年龄统计		
<=29 岁员工	人	531
30-49 岁员工	人	456
>=50 岁员工	人	1
其中，依照地区统计		
中国大陆	人	982
港澳台与海外	人	6
员工流失率 ¹⁵	%	33.02
员工平均工作年限	年	3.73
女性员工的平均工作年限	年	3.73
男性员工的平均工作年限	年	3.75

¹⁵员工流失率 = 员工流失人数 / (期初员工人数 + 本期增加员工人数) * 100%。

ESG 指标	单位	2025 年绩效
员工培训与发展		
受训总人次	人次	260,668
其中，依照性别统计		
男性员工	人次	22,635
女性员工	人次	238,033
男性员工占比	%	8.68
女性员工占比	%	91.32
其中，按照岗位类别划分		
管理类人员培训人次	人次	68,287
非管理类人员培训人次	人次	192,381
全体员工总受训时长	小时	245,202.73
其中，依照性别统计		
男性员工	小时	18,422.8
女性员工	小时	226,779.93
其中，依照岗位统计		
管理类人员	小时	67,637.94
非管理类人员	小时	177,564.79
全体工人工人均受训时长	小时	122.42
员工培训开展次数	次	178
员工培训支出总额	万元	181.91
新员工培训参培	人次	373
新员工培训期数	期	11

ESG 指标	单位	2025 年绩效
新员工授课课时	小时	64
员工福利与关爱		
困难员工帮扶人数	人	17
每百万营收困难员工帮扶人数	人	0.01
员工健康与安全		
安全生产投入 ¹⁶	元	1,000
因工死亡人数（全球）	人	0
每亿营收因公死亡人数	人	0
员工工伤次数（全球）	次	5
可记录工伤人数	人	5
可记录工伤人数占比（工伤率）	%	0.25
因工伤损失工作日数	日	476
每百万营收因工伤损失工作日数	日	0.31
百万工时伤害率 ¹⁷	次 / 百万工时	1.27
职业病发生率	%	0
安全演练活动	次	2
安全培训次数	次	2
安全培训参与人数	人	30
安全培训覆盖率	%	1.5

¹⁶ 公司主要采用委托代加工的生产模式，不涉及大规模生产制造环节。因此安全生产投入的统计范围主要包括：办公楼的安全设备投入、急救设备投入与维护费用，以及年度健康安全培训费用。

¹⁷ 百万工时伤害率 = (工伤害害总次数 / 统计期内标准工时) × 1,000,000。

ESG 指标	单位	2025 年绩效
安全培训时长	小时	60
供应商管理		
供应商总数	家	3,244
其中，依照地区统计		
中国境内供应商	家	3,076
港澳台供应商	家	103
其他地区供应商	家	65
核心供应商数量	家	163
供应商本地化比例	%	77
本地化采购比例	%	94.82
可持续认证供应商数量	家	15
可持续认证供应商比例	%	15
供应商准入及审核次数	次	1,617
其中，依照类别统计		
生产类供应商	次	7
钻石裸石及加工供应商	次	22
钻石镶嵌、黄金、银饰物料及加工供应商	次	52
综合采购供应商	次	1,536
常年稳定合作及关键供应商廉洁协议签署率	%	99
新供应商 CSR 审核数量	家	164
存量供应商 CSR 审核数量	家	0

ESG 指标	单位	2025 年绩效
参与 CSR 培训的供应商数量	家	24
供应商安全培训参与人数	人	1,850
原材料认证比例 ¹⁸	%	100
研发与创新		
累计持有知识产权数量	件	1,199
其中，依照知识产权类别统计		
专利	件	394
著作权	件	162
商标	件	643
本年获得知识产权数量	件	238
其中，依照知识产权类别统计		
专利	件	148
著作权	件	12
商标	件	78
研发员工人数	人	79
研发员工比例 ¹⁹	%	3.96
研发投入总金额	万元	1,471.73
研发投入占营业收入比例	%	0.97

¹⁸ 统计范围为钻石裸石。公司钻石裸石已完成 100% 的检测与认证。

¹⁹ 不含实习生和非全职员工。

ESG 指标	单位	2025 年绩效
信息安全		
已发生的信息安全事件	件	0
发生泄露客户信息事件数量	件	0
违反相关法律法规造成的损失	万元	0
客户服务		
累计服务客户数量	万人	207.7
公司互联网的累计粉丝总数	万人	3,000+
消费者关于产品及服务的累计投诉量	件	6
其中，依照类别统计		
产品质量投诉	件	1
服务投诉 ²⁰	件	5
每百万营收客户投诉数量	件	0.003
产品质量投诉率	%	0
客户投诉及时处理并按期关闭的比例	%	100
因投诉受到的行政处罚事件数	件	0
年度客户满意度	%	99
质量管理		
接受外部质量体系审核次数	次	1

²⁰ 物流投诉。

ESG 指标	单位	2025 年绩效
因产品质量安全违法违规导致的诉讼事项	件	0
因产品质量安全违法违规导致的诉讼处罚	万元	0
已出售或已运送产品总数中因安全或健康理由而须回收的事件	起	0
已出售或已运送产品总数中因安全或健康理由而须回收的数量	件	0
产品召回比例	%	0
公益慈善		
公益项目数量	个	4
每股社会贡献值 ²¹	元 / 股	1.75

²¹ 每股社会贡献值 = 每股收益 + (支付的各项税费 + 职工费用 + 利息支出) ÷ 期末总股本。

标准索引表

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

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

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

条款及披露内容			议题	对应报告章节
第一节 应对气候变化	第二十六条	温室气体排放核算标准与方法	应对气候变化	环境篇：应对气候变化
	第二十七条	温室气体减排实践与成效		
		因减排措施直接减少的温室气体排放量		
		温室气体减排项目参与及交易情况（如有）		
第二十八条	碳排放减少技术与产品研发进展			
第二节 污染防治与生态系统保护	第二十九条	将支持美丽中国建设、生态环境保护融入公司发展战略和公司治理过程，并根据自身生产经营特点、生态环境管理要求、对环境的影响、受影响公众的一致诉求等实际情况，落实相关环境管理制度，采取有效措施履行生态环境保护责任，防治环境污染，保护生物多样性		环境篇：践行环境责任
	第三十条（一）	排污信息	环境资源管理	环境篇：高效资源利用
	第三十条（二）	污染物处理技术与设施运行情况		
	第三十条（三）	污染物减排目标与措施		
	第三十条（四）	污染物排放对利益相关者的影响		
	第三十条（五）	重大污染物排放事件		
	第三十一条（一）	废弃物总量及密度	环境资源管理	环境篇：高效资源利用
	第三十一条（二）	废弃物处理方法与处置情况		
	第三十一条（三）	废弃物减排目标及具体措施		
	第三十二条（一）	生态保护红线范围内的退出与处置活动	生物多样性保护	重要性较低，暂不披露
	第三十二条（二）	生态功能区的保护与恢复措施		
	第三十二条（三）	野生动植物与自然栖息地保护措施		
	第三十二条（四）	生物遗传资源的保护与管理措施		
	第三十二条（五）	降低产品对生态系统影响的行动与效果		
	第三十三条（一）	环境事件风险评估与应急管理措施	环境资源管理	环境篇：强化环境管理
第三十三条（二）	报告期内突发重大环境事件详情与影响			
第三十三条（三）	环境事件引发的行政处罚与刑事责任追究			

条款及披露内容			议题	对应报告章节
第三节 资源利用与循环经济	第三十四条	集约、高效利用能源、水、原材料等资源，加强资源使用过程节约管理，推动生产、流通过程的减量化、再利用、再循环		环境篇：高效资源利用
	第三十五条（一）	能源使用基本情况	环境资源管理	环境篇：高效资源利用
	第三十五条（二）	清洁能源使用情况		
	第三十五条（三）	能源节约目标与具体措施		
	第三十六条（一）	水资源使用情况	环境资源管理	环境篇：高效资源利用
	第三十六条（二）	水资源节约目标与具体措施		
	第三十七条（一）	循环经济目标与计划	循环经济	环境篇：高效资源利用
	第三十七条（二）	循环经济具体措施		
第三十七条（三）	循环经济进展与成效			
第四章 社会信息披露				
第一节 乡村振兴与社会贡献	第三十八条	结合自身主营业务开展情况支持乡村振兴、社会公益事业，在保障公司健康发展、持续回报投资者的同时促进经济社会可持续发展		
	第三十九条（一）	乡村振兴与脱贫攻坚战略融入公司级战略	社会贡献	重要性较低，暂未披露
	第三十九条（二）	乡村振兴支持措施		
	第三十九条（三）	乡村振兴工作成果		
	第四十条	公众与社会贡献情况		
第二节 创新驱动与科技伦理	第四十一条	积极践行创新驱动发展战略，持续提升创新能力和竞争力，在创新决策和实践中遵守科学伦理规范，尊重科学精神，发挥科学技术的正面效应		
	第四十二条（一）	科技创新的战略和目标	创新驱动	社会篇：引领创新发展
	第四十二条（二）	科技创新具体情况		
	第四十二条（三）	科技创新研发进展及成果		

条款及披露内容			议题	对应报告章节
第二节 创新驱动与科技伦理	第四十三条（一）	科技伦理规范	创新驱动	社会篇：引领创新发展
	第四十三条（二）	科技伦理制度、治理架构及运作情况		
	第四十三条（三）	违反科技伦理的行为（如有）		
	第四十三条（四）	科技伦理内外部培训及科普宣传		
第三节 供应商与客户	第四十四条	在追求经济效益、保护股东利益的同时，保护债权人利益，诚信对待供应商、客户和消费者	负责任采购	社会篇：打造高品质服务
	第四十五条（一）	供应链风险管理		
	第四十五条（二）	保障供应链安全措施		
	第四十六条	逾期未支付款项的金额及解决方案	商业道德与合规	社会篇：打造高品质服务
		逾期支付中小企业款项信息的披露要求与解决方案		
	第四十七条（一）	产品质量管理体系的建设与执行	产品和服务安全 与质量	社会篇：打造高品质服务
	第四十七条（二）	质量管理相关认证与产品服务认证情况		
	第四十七条（三）	报告期内产品与服务安全质量事故的处理与影响		
	第四十七条（四）	售后服务与产品召回制度的实施及客户投诉处理		
	第四十八条（一）	数据安全管理与认证（如有）	数据安全与 客户隐私保护	治理篇：保障数据安全
	第四十八条（二）	数据安全事件处理（如有）		
	第四十八条（三）	客户隐私保护制度		
第四十八条（四）	客户隐私泄露事件处理（如有）			
第四节 员工	第四十九条	依法保护员工合法权益，为员工提供健康与安全的工作条件，及时支付员工薪酬、缴纳员工社保，加强员工培训，建立合理有效的员工申诉制度	员工	社会篇：与员工共同成长
	第五十条（一）	员工的聘用与待遇等方面的政策及执行情况		
	第五十条（二）	职业健康与安全的基本情况		
	第五十条（三）	员工职业发展与培训的基本情况		

条款及披露内容			议题	对应报告章节
第五章 可持续发展相关治理信息披露				
第一节 可持续发展相关治理机制	第五十一条	结合公司实际情况以及本指引的要求，积极将可持续发展理念融入公司治理的各项制度和流程，进一步健全和完善公司治理机制，推动公司可持续发展		ESG 管理：ESG 治理、ESG 战略、ESG 风险管理
	第五十二条	可持续发展风险识别与应对尽职调查	ESG 治理	ESG 管理：ESG 风险管理
	第五十三条（一）	利益相关方沟通制度的建设、执行情况	ESG 治理	双重重要性分析： 利益相关方参与
	第五十三条（二）	听取、反馈利益相关方意见建议的渠道及执行情况		
第二节 商业行为	第五十四条	在经营活动中，应当遵循自愿、公平、等价有偿、诚实信用的原则，遵守社会公德、商业道德，不得通过贿赂等非法活动谋取不正当利益，不得侵犯他人的商标权、专利权和著作权等知识产权，不得从事不正当竞争行为		治理篇：践行商业道德
	第五十五条（一）	反商业贿赂及贪污管理制度	商业道德与合规	治理篇：践行商业道德
	第五十五条（二）	商业贿赂与贪污风险评估		
	第五十五条（三）	反商业贿赂及贪污培训人员数据		
	第五十五条（四）	贿赂与贪污事件处理（如有）		
	第五十六条（一）	反不正当竞争制度与体系建设	商业道德与合规	治理篇：践行商业道德
第五十六条（二）	诉讼情况（若因不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚）			
第六章 附则和释义				
	第五十七条	指标索引		标准索引表
	第五十八条	报告鉴证或审验		

GRI 标准索引

使用说明 迪阿股份有限公司在 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日期间参照 GRI 标准报告了在此份 GRI 内容索引中引用的信息

标准引用 GRI 1: 基础 2021

GRI 标准	序号	披露项	披露位置	从略要求	从略原因	解释
GRI 2: 一般披露 2021	2-1	组织详细情况	关于迪阿股份			
	2-2	纳入组织可持续发展报告的实体	关于本报告			
	2-3	报告期、报告频率和联系人	关于本报告			
	2-4	信息重述	关于迪阿股份			
	2-5	外部鉴证	从略	2-5-a 2-5-b	信息欠缺 / 不完整	暂未开展针对报告的外部鉴证
	2-6	活动、价值链和其他业务关系	关于迪阿股份			
	2-7	员工	与员工共同成长			
	2-8	员工之外的工作者	ESG 关键绩效数据			
	2-9	管治架构和组成	规范治理体系			
	2-10	最高管治机构的提名和遴选	规范治理体系			
	2-11	最高管治机构的主席	规范治理体系			
	2-12	在管理影响方面，最高管治机构的监督作用	ESG 治理			
	2-13	为管理影响的责任授权	ESG 治理			
	2-14	最高管治机构在可持续发展报告中的作用	ESG 治理			
	2-15	利益冲突	规范治理体系			
	2-16	重要关切问题的沟通	规范治理体系			

GRI 标准	序号	披露项	披露位置	从略要求	从略原因	解释
GRI 2: 一般披露 2021	2-17	最高管治机构的共同知识	ESG 治理			
	2-18	对最高管治机构的绩效评估	从略	2-18-a 2-18-b 2-18-c	保密限制	基于信息保密需求, 暂不予对外披露
	2-19	薪酬政策	从略	2-19-a 2-19-b	保密限制	基于信息保密需求, 暂不予对外披露
	2-20	确定薪酬的程序	从略	2-19-a 2-19-b	保密限制	基于信息保密需求, 暂不予对外披露
	2-21	年度总薪酬比率	从略	2-21-a 2-21-b 2-21-c	保密限制	基于信息保密需求, 暂不予对外披露
	2-22	关于可持续发展战略的声明	ESG 战略			
	2-23	政策承诺	ESG 战略			
	2-24	融合政策承诺	践行商业道德、 构建可持续供应链			
	2-25	补救负面影响的程序	践行商业道德			
	2-26	寻求建议和提出关切的机制	践行商业道德			
	2-27	遵守法律法规	践行商业道德			
	2-28	协会的成员资格	ESG 奖项荣誉			
	2-29	利益相关方参与的方法	利益相关方参与			
	2-30	集体谈判协议	从略	2-30-a 2-30-b	保密限制	基于信息保密需求, 暂不予对外披露
GRI 3: 实质性议题 2021	3-1	确定实质性议题的过程	了解公司活动和业务关系背景			
	3-2	实质性议题清单	建立议题清单			
	3-3	实质性议题的管理	议题报告			

GRI 标准	序号	披露项	披露位置	从略要求	从略原因	解释
GRI 201: 经济绩效 2016	201-1	直接产生和分配的经济价值	详见《2025 年年度报告》			
	201-2	气候变化带来的财务影响和其他风险和机遇	应对气候变化			
	201-3	固定福利计划义务和其他退休计划	员工权益保障			
	201-4	政府给予的财政补贴	从略	201-4-a 201-4-b 201-4-c	保密限制	基于信息保密需求，暂不予对外披露
GRI 202: 市场表现 2016	202-1	按性别标准起薪水平工资与当地最低工资之比	从略	202-1-a 202-1-b 202-1-c 202-1-d	保密限制	基于信息保密需求，暂不予对外披露
	202-2	从当地社区雇佣高管的比例	从略	202-2-a 202-2-b 202-2-c 202-2-d	信息欠缺 / 不完整	此信息暂未统计，无法完整披露
GRI 203: 间接经济影响 2016	203-1	基础设施投资和支持性服务	贡献真爱公益			
	203-2	重大间接经济影响	ESG 风险管理			
GRI 204: 采购实践 2016	204-1	向当地供应商采购的支出比例	从略	204-1-a 204-1-b 204-1-c	保密限制	基于信息保密需求，暂不予对外披露
GRI 205: 反腐败 2016	205-1	已进行腐败风险评估的运营点	践行商业道德			
	205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	践行商业道德			
	205-3	经确认的腐败事件和采取的行动	践行商业道德			
GRI 206: 反竞争行为 2016	206-1	针对反竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	践行商业道德			

GRI 标准	序号	披露项	披露位置	从略要求	从略原因	解释
GRI 207: 税务 2019	207-1	税务管理方法	提升治理效能			
	207-2	税收治理、控制及风险管理	提升治理效能			
	207-3	与税务关切相关的利益相关方参与及管理	提升治理效能			
	207-4	国别报告	从略	207-4-a 207-4-b	信息欠缺 / 不完整	此信息暂未统计，无法完整披露
GRI 301: 物料 2016	301-1	所用物料的重量或体积	高效资源利用			
	301-2	所用循环利用的进料	高效资源利用			
	301-3	再生产品及其包装材料	高效资源利用			
GRI 302: 能源 2016	302-1	组织内部的能源消耗量	ESG 关键绩效数据			
	302-2	组织外部的能源消耗量	ESG 关键绩效数据			
	302-3	能源强度	ESG 关键绩效数据			
	302-4	减少的能源消耗量	ESG 关键绩效数据			
	302-5	降低的产品和服务能源需求量	从略	302-5-a 302-5-b	信息欠缺 / 不完整	此信息暂未统计，无法完整披露
GRI 303: 水资源和污水 2018	303-1	组织与水作为共有资源的相互影响	高效资源利用			
	303-2	管理与排水相关的影响	高效资源利用			
	303-3	取水	高效资源利用			
	303-4	排水	从略	303-4-a 303-4-b 303-4-c 303-4-d	信息欠缺 / 不完整	此信息暂未统计，无法完整披露
	303-5	耗水	ESG 关键绩效数据			
GRI 304: 生物多样性 2016	304-1	组织在位于或邻近保护区和保护区外的生物多样性丰富区域拥有、租赁、管理的运营点	从略	304-1	不适用	报告期内，公司未所拥有、租赁位于或邻近于生物多样性丰富区域的运营点
	304-2	活动、产品和服务对生物多样性的重大影响	从略	304-2-a 304-2-b	不适用	报告期内，公司未所拥有、租赁位于或邻近于生物多样性丰富区域的运营点

GRI 标准	序号	披露项	披露位置	从略要求	从略原因	解释
GRI 304: 生物多样性 2016	304-3	受保护或经修复的栖息地	从略	304-3-a 304-3-b 304-3-c 304-3-d	不适用	报告期内，公司未所拥有、租赁位于或邻近于生物多样性丰富区域的运营点
	304-4	受运营影响的栖息地中已被列入世界自然保护联盟 (IUCN) 红色名录及国家保护名册的物种	从略	304-4	不适用	报告期内，公司未所拥有、租赁位于或邻近于生物多样性丰富区域的运营点
GRI 305: 排放 2016	305-1	直接 (范围 1) 温室气体排放	ESG 关键绩效数据			
	305-2	能源间接 (范围 2) 温室气体排放	ESG 关键绩效数据			
	305-3	其他间接 (范围 3) 温室气体排放	从略	305-3-a 305-3-b 305-3-c 305-3-d 305-3-e 305-3-f 305-3-g	信息欠缺 / 不完整	此信息暂未统计，无法完整披露
	305-4	温室气体排放强度	ESG 关键绩效数据			
	305-5	温室气体减排量	ESG 关键绩效数据			
	305-6	臭氧消耗物质 (ODS) 的排放	从略	305-6-a 305-6-b 305-6-c 305-6-d	不适用	报告期内，公司不涉及相关制冷剂等 ODS 的显著排放，故未量化
	305-7	氮氧化物 (NOX)、硫氧化物 (SOX) 和其他重大气体排放	从略	305-7-a 305-7-b 305-7-c	不适用	报告期内，公司不涉及氮氧化物 (NOX)、硫氧化物 (SOX) 和其他重大气体排放的显著排放，故未量化
GRI 306: 废弃物 2020	306-1	废弃物的产生及废弃物相关重大影响	高效资源利用			
	306-2	废弃物相关重大影响的管理	高效资源利用			
	306-3	产生的废弃物	ESG 关键绩效数据			

GRI 标准	序号	披露项	披露位置	从略要求	从略原因	解释
GRI 306: 废弃物 2020	306-4	从处置中转移的废弃物	高效资源利用			
	306-5	进入处置的废弃物	高效资源利用			
GRI 308: 供应商环境评估 2016	308-1	使用环境评价维度筛选的新供应商	构建可持续供应链			
	308-2	供应链的负面环境影响以及采取的行动	构建可持续供应链			
GRI 401: 雇佣 2016	401-1	新进员工雇佣率和员工流动率	ESG 关键绩效数据			
	401-2	提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	与员工共同成长			
	401-3	育儿假	与员工共同成长			
GRI 402: 劳资关系 2016	402-1	有关运营变更的最短通知期	从略	402-1-a 402-1-b	不适用	报告期内未发生运营变更
GRI 403: 职业健康与安全 2018	403-1	职业健康安全管理体系	与员工共同成长			
	403-2	危害识别、风险评估和事故调查	与员工共同成长			
	403-3	职业健康服务	与员工共同成长			
	403-4	职业健康安全事务：工作者的参与、协商和沟通	与员工共同成长			
	403-5	工作者职业健康安全培训	与员工共同成长			
	403-6	促进工作者健康	与员工共同成长			
	403-7	预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响	与员工共同成长			
	403-8	职业健康安全管理体系覆盖的工作者	与员工共同成长			
	403-9	工伤	ESG 关键绩效数据			
	403-10	工作相关的健康问题	与员工共同成长			
GRI 404: 培训与教育 2016	404-1	每名员工每年接受培训的平均小时数	ESG 关键绩效数据			
	404-2	员工技能提升方案和过渡援助方案	与员工共同成长			
	404-3	接受定期绩效和职业发展考核的员工百分比	ESG 关键绩效数据			
GRI 405: 多元性与平等机会 2016	405-1	管治机构与员工的多元化	与员工共同成长			
	405-2	男女基本工资和报酬的比例	从略	405-2-a 405-2-b	保密限制	基于信息保密需求，暂不予对外披露

GRI 标准	序号	披露项	披露位置	从略要求	从略原因	解释
GRI 406: 反歧视 2016	406-1	歧视事件及采取的纠正行动	与员工共同成长			
GRI 407: 结社自由与集体谈判 2016	407-1	结社自由与集体谈判权利可能面临风险的运营点和供应商	从略	407-1-a 407-1-b	保密限制	基于信息保密需求, 暂不予对外披露
GRI 408: 童工 2016	408-1	具有重大童工事件风险的运营点和供应商	构建可持续供应链			
GRI 409: 强迫或强制劳动 2016	409-1	具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商	构建可持续供应链			
GRI 410: 安保实践 2016	410-1	接受过人权政策或程序的培训的安保人员	从略	410-1-a 410-1-b	信息欠缺 / 不完整	此信息暂未统计, 无法完整披露
GRI 411: 原住民权利 2016	411-1	涉及侵犯原住民权利的事件	从略	411-1-a 411-1-b	信息欠缺 / 不完整	此信息暂未统计, 无法完整披露
GRI 413: 当地社区 2016	413-1	有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	从略	413-1	信息欠缺 / 不完整	此信息暂未统计, 无法完整披露
	413-2	对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点	从略	413-2	信息欠缺 / 不完整	此信息暂未统计, 无法完整披露
GRI 414: 供应商社会评估 2016	414-1	使用社会标准筛选的新供应商	构建可持续供应链			
	414-2	供应链对社会的负面影响以及采取的行动	ESG 风险管理			
GRI 415: 公共政策 2016	415-1	政治捐赠	从略	415-1-a 415-1-b	保密限制	基于信息保密需求, 暂不予对外披露
GRI 416: 客户健康与安全 2016	416-1	评估产品和服务类别的健康与安全影响	专注精益产品			
	416-2	涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	专注精益产品			
GRI 417: 营销与标识 2016	417-1	对产品和服务信息与标识的要求	打造高品质服务			
	417-2	涉及产品和服务信息与标识的违规事件	打造高品质服务			
	417-3	涉及营销传播的违规事件	打造高品质服务			
GRI 418: 客户隐私 2016	418-1	涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉	全程保障无忧			



一生仅能为一人定制