

中国黄金[®]
China Gold



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

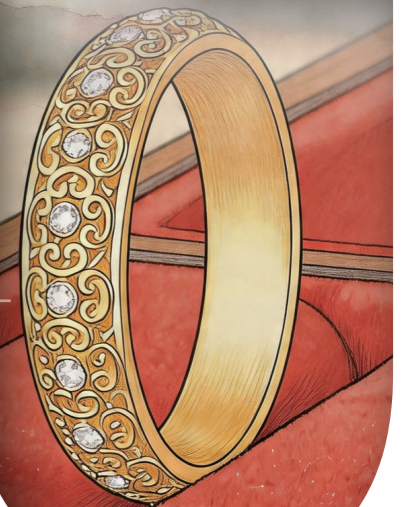
中国黄金[®]
China Gold

股票代码：600916.SH

2025

中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司
环境、社会及管治报告

中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司2025年环境、社会及管治报告



关于本报告

本报告是中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司面向社会公开发布的第三份环境、社会及管治报告。本报告所披露的信息以 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日为主。为增强报告可比性，部分内容会适当涉及其他年份信息。

信息来源

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

发布周期

本报告为年度报告。

编制标准

联合国 2030 年可持续发展目标（SDGs）
气候相关财务信息披露工作组（TCFD）建议
全球可持续发展标准委员会《GRI 可持续发展报告标准》（GRI Standards）
国务院国资委《提高央企控股上市公司质量工作方案》
中国社会科学院《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG 6.0）》
上海证券交易所《上市公司环境信息披露指引》
《上海证券交易所上市公司自律监管指南第 4 号——可持续发展报告编制》
《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》

报告获取方式

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

报告边界

本报告涵盖中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司及其下属子公司。中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司也以“中国黄金”“公司”和“我们”表示。报告涉及的机构、公司相关企业和下属主要子公司的简称如下：

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

联系方式

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

关于本报告	01
董事长致辞	04
关于我们	06
企业简介	06
企业文化	07
管理团队	08
组织架构	08
年度主要荣誉	09
年度大事记	10
ESG 专题 1	12
党建领航：铸魂强基守初心， 培元固本启新程	
ESG 专题 2	14
金耀华章：融古汇今兴产业， 创新驱动向未来	
ESG 管理	16
ESG 理念	16
ESG 治理体系	16
ESG 工作开展	17
双重重要性议题分析	18
利益相关方沟通	21
未来展望	86
指标索引	88
关键绩效表	92
评级报告	94



以绿色为底 绘就生态新篇

环境合规管理	24
应对气候变化	27
资源管理	30
污染物排放	31
循环经济	32
绿色理念	34



以品质为纲 坚守品牌初心

产品质量与安全管理	38
客户服务与消费者权益保护	41
创新驱动	44



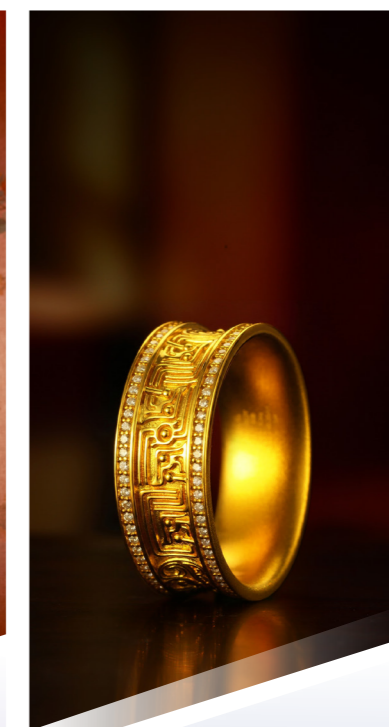
以奉献为怀 践行责任担当

加盟商管理	50
供应链管理	52
响应国家政策	54
社会贡献	58



以人文为魂 凝聚奋进合力

保障员工权益	62
员工职业健康	64
助力员工发展	66
用心呵护员工	69



以合规为尺 夯实稳健根基

公司治理	74
合规经营	76
投资者关系	84
股东权益	85

董事长致辞

2025年是全面完成“十四五”规划的收官之年和“十五五”谋篇布局的关键之年，是公司承压奋进、夯基垒台的一年。面对复杂严峻的外部形势和艰巨繁重的转型任务，公司上下坚持党建引领、牢记“国之大者”，在国务院国资委和集团公司的坚强领导下，聚焦主线，全力攻坚，稳住经营基本盘，实现战略转型关键突破、改革动力持续激活、党建引领全面强化，ESG工作取得显著成效，为实现“十四五”平稳收官作出了艰苦努力，也为“十五五”发展积蓄了宝贵势能。

2025年，我们坚定不移学习贯彻习近平总书记重要讲话精神，牢牢把准企业发展的“定盘星”。始终将学习贯彻习近平总书记重要讲话精神作为首要政治任务和全年工作的主线，坚定捍卫“两个确立”、坚决做到“两个维护”。强化理论武装，筑牢思想根基，狠抓巡视整改，深化全面从严治党，涵养良好政治生态，切实把组织优势转化为企业高质量发展的坚实保障。

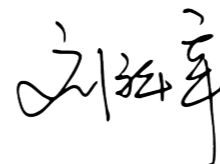
2025年，我们始终坚持生命至上理念，严守安全环保红线，将绿色发展贯穿黄金珠宝全产业链运营始终。围绕“双碳”目标，我们以技术创新与工艺升级为核心抓手，主动识别气候风险，大力发展循环经济。在原料使用、精炼加工、终端零售、原料回收全流程推进节能减排，最大限度降低生产经营对环境的影响，为应对全球气候变化贡献力量。同时，我们持续完善环境管理体系，强化供应链绿色协同，推动上下游伙伴共同践行低碳发展理念，以实际行动守护生态环境，宣传绿色理念，助力美丽中国建设。

2025年，我们始终将员工福祉和社会责任放在首位，以多元包容的企业文化守护员工权益，以务实担当的行动回馈社会。在员工发展方面，保障员工合法权益，我们打造公平、开放、包容的工作环境，推动员工收入合理增长，完善人才培养与激励体系，实现员工与企业共同成长。在社会责任方面，我们响应国家倡议，大力支持乡村振兴、参与共建“一带一路”，保护优秀传统文化，创新文化传承方式与路径，平

等对待中小企业，深度参与公益慈善与社区建设，通过多种方式回馈社会；同时，我们坚守行业诚信底线，持续提高产品质量和客户服务水平，大力保障消费者权益与隐私不受侵害，推动黄金珠宝行业规范健康发展，以央企担当践行社会责任使命。

2025年，我们始终以完善的公司治理为核心，将ESG理念深度融入经营管理全流程，筑牢高质量发展的制度根基。系统推进全面深化改革，以十大改革专项提升行动为统领，深化改革破解发展难题，健全权责法定、权责透明、协调运转、有效制衡的公司治理机制。严格落实上市公司监管要求，完善ESG治理架构，明确董事会、管理层及各部门ESG职责，推动ESG管理融入公司战略、经营决策与日常运营。同时，扎实开展合规管理、审计监督与风险管理工作，推动合规、内控、风险管理实现标准化、规范化、常态化，以健全的治理体系护航公司行稳致远。

在此，本人谨代表公司，向所有为公司发展做出贡献的员工、董事及管理层表示感谢，并向长期以来关心支持公司发展的广大股东、合作伙伴、业务所在社区及社会各界朋友，表示最衷心的感谢。期待未来，我们继续携手并进，共同书写黄金珠宝行业高质量发展的新篇章，为推动全球可持续发展贡献更大力量！



党委书记、董事长





2025 年

总资产 **125.43** 亿元

基本每股收益 **0.16** 元 / 股

ROE (加权平均净资产收益率) **3.78%**

营业收入 **698.22** 亿元

归母净利润 **2.75** 亿元

利润总额 **3.30** 亿元

关于我们

企业简介

中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司是专业从事“中国黄金”品牌运营的大型专业黄金珠宝生产销售企业，是中国黄金集团有限公司的控股子公司。公司于 2006 年始建。2010 年底，在集团公司的指导下进一步整合资源优化配置，由原中国黄金集团营销有限公司、上海黄金公司、深圳中金黄金创意有限公司整合成立了中国黄金集团黄金珠宝有限公司。2017 年通过增资入股成功引进了中信证券、京东、兴业银行、中融信托、建信信托、越秀产投和浚源资本，涵盖了国内顶尖证券公司和国际知名的互联网公司、具有市场化基因的产业集团和雄厚综合实力的金融企业。公司与各方协同互补形成中金珠宝未来业务创新与升级的强劲引擎。公司于 2021 年 2 月 5 日正式在上海证券交易所主板挂牌交易上市，是国家发展和改革委员会批复的第二批混合所有制改革试点单位和国务院国有企业改革领导小组办公室组织开展的国企改革“双百行动”首单主板上市企业，股票简称“中国黄金”，股票代码“(600916.SH)”。

在十几年的经营实践中，公司积极探索、努力创新，逐步成为实物黄金消费和投资领域的创新者和领导者。从 2006 年“中国黄金投资金条”正式亮相，到 2008 年“99999 至纯金”的率先推出，从 2012 年“珍·如金”高端首饰品牌的完美呈现，到 2014 年“珍·尚银”快时尚首饰品牌的华丽登场，再到 2025 年举办中国黄金首届金条节暨“中国黄金”APP 正式上线，公司形成以“中国黄金”为母品牌，“珍·如金”和“珍·尚银”为子品牌多品牌并举，构建“设计、加工、批发、零售、回购、服务”全产业链体系，覆盖直营、加盟、银邮、电商、回购五大销售渠道。公司坚守“民生黄金的守护者、科技黄金的开拓者、文化黄金的创领者”的企业使命，立足全产业链一体化优势，以新技术、新业态、新标准提升产品服务品质，以责任为根基、文化为灵魂、创新为源动力、质量为生命线，在构建黄金珠宝行业高质量供应链、生产链、消费链上发挥引领作用。

企业文化



管理团队



刘科军
党委书记、董事长



王宇飞
党委副书记、董事、总经理



吴义东
总会计师



金文一
副总经理



王兴猛
副总经理



杨少旭
党委委员、纪委书记



张彦菁
董事会秘书

组织架构



年度主要荣誉

1. 荣获中国证券报“2024年度金牛奖-金信披奖”
2. 荣获上海证券报“上证鹰·金质量-公司治理奖”
3. 荣获上交所“2024年度最佳竞价交易代理会员”称号
4. 荣获上交所“2024年度综合类优秀会员三等奖”称号
5. 荣获“2024年度东城消费50强”称号
6. 荣获“中国品牌价值评价结果通知书”，评估品牌的品牌强度为806，品牌价值为127.94亿元
7. 荣获“中国连锁经营协会会员证书”证书
8. 荣获“年度消费影响力品牌”称号



年度大事记

1月

公司召开 2025 年工作会议

1月24日，公司召开2025年工作会议，总结2024年工作，分析面临的形势和存在的问题，部署2025年重点任务，统一思想、提振信心、凝聚合力，着力推动公司高质量发展行稳致远，为“十四五”收官、“十五五”开局奠定坚实基础。

3月

公司举办 2025 年合规培训班

3月4日至7日，举办以“强化合规管理 筑牢风险防线”为主题的2025年合规培训班，深入贯彻落实党中央全面依法治国战略、国务院国资委治企建设决策部署、集团公司合规治企有关要求，切实推动合规管理成为助力公司高质量发展的重要保障。

7月

公司召开 2025 年年中工作会议

7月27日，公司召开2025年年中工作会暨高质量向新发展研讨会，总结上半年工作，分析存在的问题，研究部署下半年重点任务，科学编制“十五五”规划，全面冲刺完成年度目标任务，为开启公司“二次创业”、持续推动企业高质量向新发展奠定坚实基础。

9月

公司与中国中免战略合作协议签约

9月5日，公司与中国旅游集团中免股份有限公司战略合作协议签约仪式在北京举行，中国黄金集团党委副书记、董事、总经理殷长波，中国旅游集团党委副书记、董事、总经理范云军出席仪式并讲话。

公司召开深化改革提升暨双百行动考核推进会

9月8日，公司召开深化改革提升暨双百行动考核推进会，以习近平总书记关于国资国企深化改革的重要论述为指引，深入贯彻党的二十届三中全会精神，贯彻落实国务院国资委与集团公司有关工作部署，为以十大改革专项提升行动为牵引开启全员二次创业、推动公司高质量向新发展注入强劲动能。

世界第一高桥见证黄金创新

9月28日，位于中国黄金集团有限公司定点帮扶县——贵州省贞丰县的花江峡谷大桥正式通车。这座桥面距水面625米、主跨1420米的“世界第一高桥”“世界第一山区跨径”刷新了全球桥梁建设纪录，成为文旅融合的新地标。以此为契机，公司推出以大桥为灵感的系列黄金产品，联合贞丰县打造“黄金+桥旅”文化体验场景，呈现了一场“超级工程”与“贵金属艺术”的跨界盛宴。

12月

中国黄金连获资本市场两大奖项

12月6日至7日，中国黄金（600916）接连在由中国证券报主办的2025科创投资大会暨上市公司金牛奖颁奖典礼与2025上证（巢湖）上市公司高质量发展大会上，荣膺金牛奖“金信披奖”与上证鹰·金质量“公司治理奖”两项资本市场权威荣誉，以实打实的治理成效彰显了行业标杆实力，充分印证了资本市场对公司信息披露质量与治理水平的高度认可。

公司国际化战略迈入新阶段

中金珠宝国际（海南）有限公司于12月16日前完成工商登记并取得营业执照，标志着公司国际化战略取得实质性突破。作为公司体系内经营范围最广、分类最全的全资子公司，中金珠宝国际（海南）有限公司将充分依托自贸港“零关税、低税率、简税制”政策优势，成为企业全球化发展的新支点。

中国黄金首届金条节正式启幕

12月22日，以“金启新程，聚耀未来”为主题的“中国黄金首届金条节”启动仪式在北京举行。启动仪式上，来自行业央企、权威媒体、检测机构、保险金融及行业协会的多方代表，共同见证了中国黄金在深化数字化转型、服务扩大内需战略上迈出的关键一步——“中国黄金”APP正式上线。

公司与南光文创共探“黄金+文旅”产业融合新路径

12月28日，随着2025年横琴马拉松的开幕，公司与南光文化创意产业有限公司的战略合作迎来里程碑式突破。双方以联合监制赛事专属奖牌为切入点，通过“传统工艺+现代设计”实现从消费场景向文化场景的跨越，推动“黄金+文旅”产业深度融合。此次战略合作，是公司主动服务国家战略、探索国际化路径的生动实践。未来，双方将继续深化“产品创新+文化赋能+场景拓展”生态，推动中国黄金品牌从湾区走向世界，为文化出海与产业升级提供可复制的标杆范式。

党建 领航

公司党委始终以习近平新时代中国特色社会主义思想为根本遵循，深入学习贯彻党的二十大和二十届三中全会精神，深刻领悟“两个确立”的决定性意义，将“四个意识”“四个自信”“两个维护”融入企业发展血脉，将党组织独特优势固化为高质量发展的坚强保障，为公司行稳致远筑牢根基。



2025年，
组织中心组
学习会议 8 次
订阅党建
书籍杂志 1100 余本
全体党员全年
人均学习 32 学时
领导干部及党支部书记
人均学习 56 学时

铸魂强基守初心 培元固本启新程

思想引领 凝聚发展合力

思想是行动的先导，信仰是力量的源泉。公司党委坚持把政治建设摆在首位，将习近平新时代中国特色社会主义思想作为破解发展难题、激发创新活力的源头活水。精心组织党委理论学习中心组专题学习，系统部署年度学习重点，组织开展党委理论学习中心组集体学习；研究制定“回眸‘十四五’、奋进‘十五五’”大学习大讨论方案。切实将理论优势转化为团结奋斗的强大合力。



公司党委赴北京市委党校党性教育基地开展红色教育

作风建设 筑牢思想防线

公司党委持续深化作风建设，坚持严的基调不动摇，以常态化教育、精准化整改，推动作风建设走深走实，筑牢全员思想防线。扎实开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育，组织召开党委专题会学习“小事小节论”、央企楷模事迹等；党委会专题研究查摆《领导班子查摆问题清单》共 21 个问题类型、37 个具体问题，制定 128 条整改措施，召开专题会综合研判成效；通过群众满意度问卷调查、召开“严作风，树家风”清廉家风座谈会，与 185 名干部家属签订《家庭助廉承诺书》，并召开 3 次警示教育大会，多措并举强化作风建设。



公司党委组织参观中国共产党历史展览馆专题展教育

组织保障 建强战斗堡垒

公司党委始终把强基固本作为党建工作的重中之重，不断健全组织体系、规范组织生活、压实党建责任，为企业高质量发展提供坚实组织保障。

- 完成总部及分（子）公司共计 24 个党支部的换届调整工作；新接收入党申请书 2 份，确定入党积极分子 8 名，发展预备党员 10 名。
- 通过开展基层党组织书记述职评议与全板块党建责任制考核，压紧压实党建责任；新增及修订《评先表彰管理办法》等 8 项制度。
- 党员领导干部深入党建联系点讲专题党课 6 次，开展调研 30 余次，一对一谈话超 200 人次，有效密切党群干群关系。



公司董事长刘科军讲授专题党课

整合力量 倾听多方声音

✓ 宣传力量 - 黄金声音：

立足企业实际，传递党建正能量、讲述黄金好故事。全面梳理企业自有公众号平台，策划推出 20 余个专栏，全年发布稿件 400 余篇；深化主题宣传，策划“一线员工为祖国送祝福”活动，对先进典型进行多平台宣传；系统梳理全板块新媒体账号数量、类型，增设《新闻发布保密审查表》，组织参加集团公司宣传工作培训与转训，进一步规范了新闻宣传管理。

✓ 群团力量 - 黄金纽带：

注重发挥群团组织桥梁纽带作用，丰富活动载体、强化服务保障，不断激发群团活力。持续推进工团换届工作，完成对 1 家公司工会选举结果的批复工作；举办“青马工程”培训班转训会，两项青年创新成果入选集团公司优秀案例；统筹开展传统节日活动及妇女节、儿童节亲子观剧等特色活动；广泛征集对职工之家建设意见建议，切实提升员工幸福感与归属感。



公司团委组织开展“雷锋月”志愿活动

金耀华章

我们以文化传承为根基、科技创新为助力、合作创新为路径，将中华优秀传统文化精髓与现代科技力量深度融合，依托多元创新实践，推动黄金产业高质量发展，实现商业价值与社会价值协同共生，为行业注入文化与科技的新活力，探索文化传播新场景，经营文化发展新生态，聚力构筑黄金产业长远跃升、价值共生的新格局。

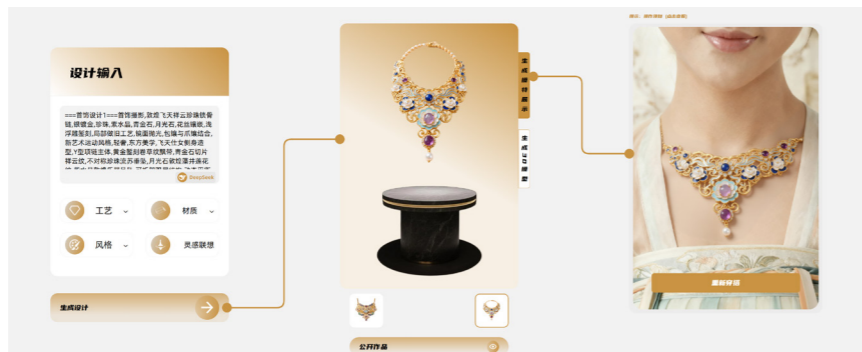
融古汇今兴产业 创新驱动向未来

科创赋能，以技术革新激活产业新质生产力

公司锚定“科技化”战略方向，将科技创新贯穿产品设计、生产加工、运营服务全链条，以技术突破破解行业痛点，培育产业新质生产力，推动传统黄金珠宝产业向数字化、智能化转型。

AI 赋能黄金珠宝设计创新与产业化实践

为进一步深化 AI 技术应用，公司成立“巡礼”工作室，以青年技术骨干为核心，联合清华大学团队打造中国黄金专属 AI 珠宝首饰设计智能体——“巡礼”。该模型通过多模型协同架构，精准提取传统文化元素与西方艺术风格，构建丰富的工艺库与风格模板，助力设计师快速生成兼具文化底蕴与时代审美的创意方案，同时，依托虚拟穿戴合成技术，为消费者提供沉浸式试戴体验。该模型已在上海、广州等多地路演中收获积极反馈，未来将广泛应用于线上商城与直播场景，实现设计、营销双赋能。



公司打造专属 AI 珠宝首饰设计智能体——“巡礼”

文化传承：探索非遗活化与文化传播新路径

公司立足文化强国战略，以黄金为载体，将中华优秀传统文化、非遗技艺与现代审美、消费需求相结合，通过“闪光计划”、跨界文创作等实践，实现非遗从“输血式”保护向“造血式”传承的转变，让传统文脉在创新中焕发新生。



公司 2025 上海国际珠宝展展位打造沉浸式文化体验

“闪光计划”探索非遗发展新路径

2025 年，公司推出“闪光计划”，探索“非遗保护 + 商业创新 + 国潮出海”的可持续发展路径，主动担当非遗活化与文化传承的央企使命。项目联动海南省非遗中心、新锐设计师，共同打造非遗 IP 产品，目前部分产品已成功上市。同时，构建“非遗 + 时尚 + 明星 + 免税”创新模式，积极推进与澳门南光、迪士尼、名创优品等 IP 联名洽谈，为“国潮出海”奠定坚实基础，让中国非遗以更时尚的姿态走向世界。目前，该模式已在海南初步验证，未来将复制推广至港澳及东南亚地区。

场景创新：构建数字化服务与文化传播新生态

公司以“中国黄金首届金条节”为核心场景，联动多方资源，实现数字化转型、文化传播与民生服务的深度融合，成为践行 ESG 理念、推动行业升级的重要实践，彰显央企在扩大内需、服务民生中的责任担当。

中国黄金首届金条节正式启幕

2025 年 12 月 22 日，“金启新程，聚耀未来”中国黄金首届金条节正式启幕，由公司主办，人民网战略支持，中国黄金协会特别支持，联动保险、检测、物流等多方机构，构建起全方位的黄金服务生态圈，活动上，“中国黄金”APP 同步上线。



“金启新程，聚耀未来”——中国黄金首届金条节正式启幕

中国黄金首届金条节的启幕与专属 APP 的推出，标志着公司从传统的产品提供者，向以数字科技为驱动的综合服务商和行业生态引领者转变。

一是响应国家扩大内需的号召，搭建线上线下一体化消费新场景，打通全链路服务闭环，将线下门店升级为综合服务终端，激活市场消费潜力，赋能实体经济。

二是聚焦民生服务提质，回应百姓对便捷、安全黄金服务的需求，联动人民网、国检集团、人保等多方资源，依托央媒公信力、科技检测能力与保险保障体系，筑牢合规透明、安全可信的消费底座，构建购买、回购、换新一体化综合服务体系，满足群众多元化黄金消费需求。

三是顺应数字化时代浪潮，为全行业探索转型升级的“中国黄金方案”，立足行业转型升级，凝聚产业链协同力量，以数字化赋能产品、服务与文化创新，推动行业规范发展，探索可复制、可推广的数字化转型样板。

中国黄金首届金条节的启幕，标志着中国黄金行业在“十五五”新征程上，为满足人民对美好生活的向往、为中国式现代化贡献着坚实而璀璨的“金色力量”，一幅以黄金产业助力经济稳健前行、丰富人民美好生活的画卷正徐徐展开。

ESG 管理

ESG 理念

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

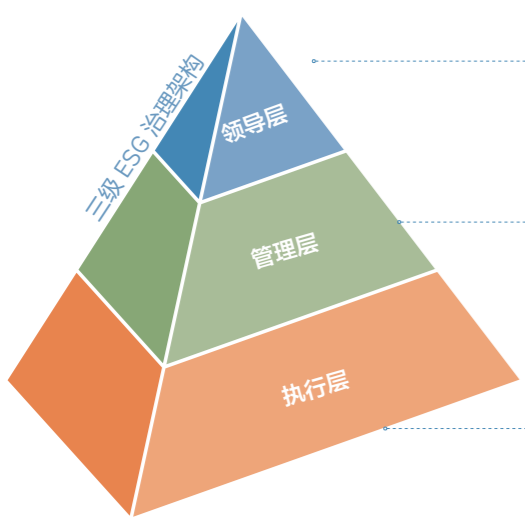


股东增利 资本增值 企业增效 员工增收

ESG 治理体系

我们建立并持续完善覆盖董事会、管理层、本部职能部门和子公司的“领导层-管理层-执行层”ESG 治理架构，确保 ESG 理念深度融入公司业务策略与日常运营。

2025年9月，公司第二届董事会第十一次会议审议通过《关于董事会专门委员会更名及修订专门委员会细则的议案》，将董事会下设的“董事会战略委员会”更名为“董事会战略与 ESG 委员会”，《董事会战略委员会实施细则》相应更名为《董事会战略与 ESG 委员会实施细则》，并同步修订《董事会战略与 ESG 委员会实施细则》，从治理层面明确了 ESG 工作的组织领导和总体推动职责，战略与 ESG 委员会的主要职责包括参与公司 ESG 重大事项的前置审议与辅助决策，包括相关战略与方针的制定、定期检查 ESG 相关事宜的进度，以及对年度 ESG 报告与相关议案进行专项审议，确保 ESG 理念融入公司业务策略。



由董事会下属专门委员会战略与 ESG 委员会负责公司 ESG 相关事宜的战略发展及管理，指导并监督公司关于环境资源保护、社会责任承担，以及公司治理工作的有效实施。

公司确定 ESG 工作统筹管理部门，并配备相应的兼职 ESG 管理人员，。同时，由各部门指定的 ESG 负责人，共同负责公司的 ESG 管理工作，承担指导子公司、加盟商 ESG 工作，组织 ESG 相关活动，统筹协调 ESG 事宜执行等职责。

公司组建 ESG 工作小组，涵盖各子公司、加盟商、供应商等，负责 ESG 工作的日常推进，落实各项工作任务，与关键利益相关方保持密切沟通，并定期报送相关落实举措、绩效指标及优秀案例。

ESG 工作开展



我们通过官方网站、“双微”平台、法定信息披露媒体等多种渠道，向公众传递可持续发展理念，主动接受社会监督。积极开展与投资者的有效沟通，通过股东会、业绩说明会、接待来访、答复咨询，以及上海证券交易所上市公司投资者关系互动平台等多种渠道，增进投资者对公司 ESG 工作的了解和认同，树立优质市场形象，构建稳定且优质的投资者基础，赢得持续的市场支持，营造尊重投资者、服务投资者的企业文化，提升公司治理水平，实现公司价值与股东利益最大化。

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

自 2016 年起，我们已连续多年编制并向公众发布 ESG 报告，按照上海证券交易所要求，定期向资本市场披露 ESG 报告，阐述公司在主业履责、科技创新、安全生产、低碳环保、员工责任、社区公益等方面的实践，诠释新时代珠宝企业的责任担当，塑造良好的央企形象。我们积极参与评级，推动企业完整、准确、全面贯彻新发展理念，从而使企业更加系统科学、持续高效地履行社会责任，力争在资本市场中发挥带头示范作用。2023 年，公司《2022 社会责任报告》首次参与中国企业社会责任报告评级专家委员会评级获四星级评价，2024 年、2025 年公司持续提升 ESG 表现，《2023ESG 报告》《2024ESG 报告》连续两年获四星半级评价。



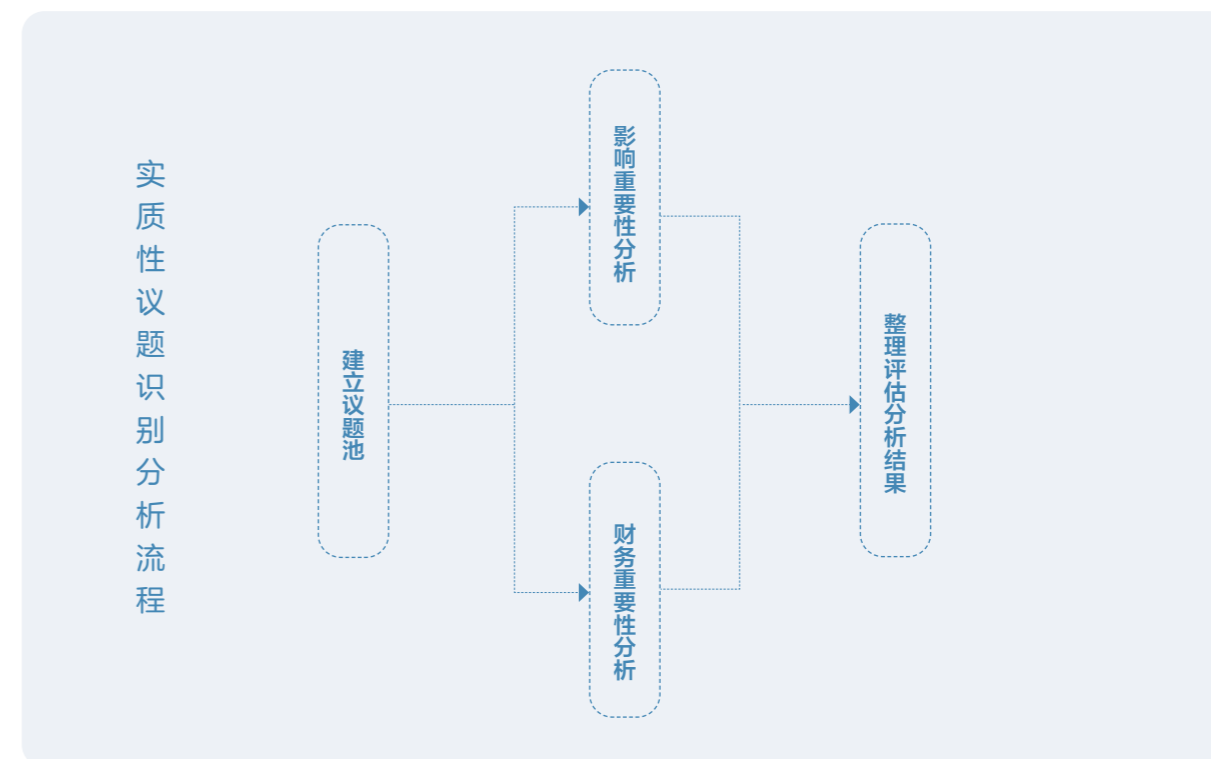
历年报告封面展示



公司荣获中国证券报金牛奖“金信披奖”

双重重要性议题分析

我们积极响应监管部门 ESG 相关指引，严格遵循上海证券交易所《上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》要求，结合珠宝行业特点、公司发展战略、同行业优秀实践等，从环境、社会、治理三个维度出发，广泛收集内外部利益相关方意见，系统识别年度 ESG 议题，并开展议题双重重要性分析，为公司明确年度 ESG 工作重点提供科学依据。



流程一

建立议题池

以上交所可持续发展报告指引明确的 21 个议题为基础，结合黄金珠宝行业品牌驱动、消费属性强等行业特征，同步考量内外部环境变化、行业发展阶段、自身经营模式及所处产业链协同需求等情况，收集并筛选出 25 项 ESG 议题。

流程二

影响重要性分析

影响程度评估：基于内外部利益相关方问卷调研分析，从影响的规模、范围和不可补救性，评估 25 项议题在环境、社会、治理方面的正面影响和负面影响程度。

影响可能性评估：结合行业发展趋势、公司生产经营实际及内外部经营环境变化，对各项议题影响发生的可能性进行综合研判分析。

设置阈值：基于影响重要性阈值矩阵，分析内外部利益相关方调研和研判分析的结果，筛选出具有显著影响重要性的议题。

流程三

财务重要性分析

评估主体：公司内部组建跨部门评估小组，结合业务实际对各项议题的财务影响程度及影响可能性开展综合评估。

评估维度：一是资源使用连续性，评估议题对公司资源（如原材料、资金等）使用的长期影响；二是关系依赖性，评估议题对公司与利益相关方关系的影响程度，以及可能引发的财务损失或收益。

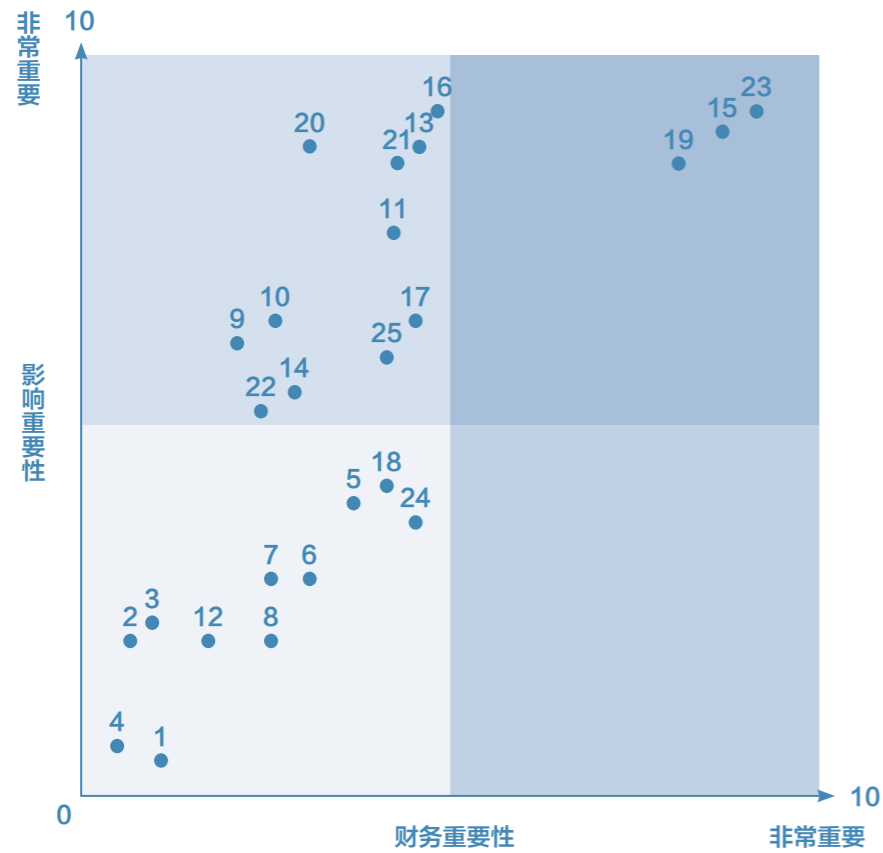
设置阈值：基于财务重要性阈值矩阵，结合公司实际情况，筛选出具有财务重要性的议题。

流程四

整理评估分析结果

从“对经济、环境和社会影响的重要性”和“对公司财务的重要性”两个维度，综合研判问卷分析和行业企业特点，对议题进行综合排序，形成实质性议题矩阵，最终识别出公司年度具有双重重要性的核心 ESG 议题，作为公司 ESG 工作的重点推进方向。

公司双重重要性议题矩阵



公司 2025 年 ESG 重要性议题表

环境

- 1 应对气候变化
- 2 污染物排放
- 3 废弃物处理
- 4 生态系统和生物多样性保护
- 5 环境合规管理
- 6 能源利用
- 7 水资源利用
- 8 循环经济

治理

- 20 党建引领
- 21 反商业贿赂及反贪污
- 22 反不正当竞争
- 23 合规经营
- 24 深化改革
- 25 风险管理

社会

- 9 乡村振兴
- 10 社会贡献
- 11 创新驱动
- 12 科技伦理
- 13 供应链安全
- 14 平等对待中小企业
- 15 产品和服务安全与质量
- 16 数据安全与客户隐私保护
- 17 员工
- 18 助力行业发展
- 19 客户服务与消费者权益保护

注：“利益相关方沟通”“尽职调查”是公司对 ESG 议题进行识别与分析的必要流程，未纳入议题清单。所识别的“产品和服务安全与质量”“合规经营”“客户服务与消费者权益保护”是对公司具有双重重要性的 3 个议题，应当按照四要素(治理-战略-影响、风险和机遇管理-指标与目标)进行披露。

利益相关方沟通

我们始终重视与利益相关方的沟通与互动，建立了常态化的内外部沟通机制，通过多种渠道及时回应利益相关方关切，将其诉求、意见和建议融入公司日常运营与决策过程，实现更有效的管理决策。

利益相关方	期望与诉求	沟通渠道与举措
政府及监管机构	遵守法律法规、贯彻各项政策、配合监管机构核查、足额纳税、提供就业机会	积极响应国家政策、合规经营、依法纳税、促进地区发展，通过定期汇报、政策落实反馈等方式保持沟通
股东	稳定的投资回报、稳健的企业发展、管控风险	通过股东会、业绩说明会、投资者热线、邮箱、官方网站反馈渠道、反向路演等方式，及时披露公司经营状况与 ESG 表现，开展有效沟通
客户	提供优质的产品和服务、多样化的客户沟通、客户权益保障	保证产品质量、研发多元化产品、加强客户信息保护、健全客户服务体系，通过客户满意度调查、投诉反馈渠道、产品体验活动等开展沟通
员工	保障基本权益、提供员工培训、公平的发展机会、职工健康与安全、提升员工福利待遇	完善员工培训体系、建立公平公正的晋升渠道、开展定期安全培训及员工体检、优化薪酬体系，通过职工大会、座谈会、内部沟通平台等保持互动
供应商及合作伙伴	公平采购、诚信合作、互利共赢	通过招投标平台、阳光采购、供应商管理体系、合同履行管理等方式，建立长期稳定的合作关系，开展常态化沟通
社区及公众	支持社区公益、加强地区沟通	组织员工参与志愿活动、开展公益项目、推进社区共建活动，通过社区宣传、公益活动参与、公开信息披露等方式增进沟通

以绿色为底

绘就生态新篇

环境合规管理	24
应对气候变化	27
资源管理	30
污染物排放	31
循环经济	32
绿色理念	34



环境合规管理

01

环境

环境管理体系

我们坚定不移贯彻习近平生态文明思想和习近平总书记关于生态环境保护的重要指示批示要求，牢固树立绿水青山就是金山银山理念，将生态文明建设融入企业生产管理全过程。不断完善环境管理体系，抓好节能减排和环境整治工作，建立健全压力传导机制和长效机制，坚定不移走生态优先、绿色发展之路。



环境管理体系认证证书



公司现有生产经营项目均已完成环境影响评价文件报批、环保竣工验收等法定程序，取得相应环境保护行政许可文件，许可手续齐全、合法有效。新增、改建、扩建项目严格执行环境影响评价制度和“三同时”制度，在项目立项前完成环评文件编制及报批。项目建设过程中同步落实污染防治措施，项目建成后按规定开展环保竣工验收，验收合格后方投入生产使用。无未批先建、未验先投等违法行为，确保各项活动严格符合国家及地方环境保护法律法规、相关政策及标准要求，筑牢环保合规底线，防范环境风险。



绿色供应链

我们结合行业最新环保要求，进一步加大供应商资质综合考量力度，坚持“诚信、质量第一、绿色合规”的原则，要求供应商提供符合绿色发展要求的产品及服务，全面考核供应商的管理水平、技术创新水平、资源能源节约能力、污染物排放控制能力，重点评估供应商在绿色生产、循环利用方面的实践成效，降低产品全生命周期对环境和人体的负面影响。



- 《黄金珠宝货品供应商准入管理细则》
- 《货品包装辅料采购招标细则》
- 《产品采购管理制度》
- 《产品代销管理制度》
- 《物流运输专项采购管理细则》

2025 年度入围供应商名录整体处于行业领先水平，严格落实绿色采购要求，优先采购经过环境认证的供应商产品，资质审核内容结合 2025 年最新标准优化完善，涵盖且不局限于：GB/T24001-2016/ISO14001:2015 环境管理体系认证、ISO45001:2018 职业健康安全管理体系认证、排污许可证、安全生产标准化等，确保供应商绿色合规能力达标。

- 原料选择
- 物流运输

深化与合规精炼企业合作，优先采购绿色环保的贵金属原材料，推动供应商落实绿色生产要求，呼应集团公司“将生态含绿量转化为发展含金量”的发展理念；建立原材料溯源体系，实现原材料来源、加工过程可追溯，确保上游供应链绿色合规。

优先选择新能源运输车辆、绿色物流企业，优化运输路线，减少运输环节碳排放，推动供应商共同践行绿色发展理念。



绿色办公



公司系统化推进绿色办公实践，构建环境友好型工作模式。

办公环境管理

严格执行夏季空调温度不低于 26 摄氏度的标准，确保非工作时间关闭设备；升级用水设施，部署感应出水装置实现精准控流，减少水资源浪费。

办公资源节约

严格执行《办公用品管理制度》，规范申购、领用程序，提升员工节约意识；全面推行无纸化办公流程，依托 OA 系统实现文件电子化流转；配置节能灯具与智能照明控制系统，公共区域采用声光双控技术，降低能耗。

营造健康办公环境

通过设置绿植生态墙及桌面绿化系统，提升办公区域空气质量。在低碳出行方面，持续推广绿色出行方式，鼓励步行或骑行上下班，减少碳排放。



三门峡金银制品公司“花园式”庭院

生态系统和生物多样性保护

我们高度重视生态系统和生物多样性保护，在生产经营过程中严格遵守相关法律法规，避免对生态环境敏感区域造成影响。积极参与生态保护相关公益活动，组织员工开展植树造林等志愿行动，为维护生态平衡贡献力量。

应对气候变化

02 环境

面对气候变化这一全球性、长期性挑战，我们主动响应国家“双碳”政策，将应对气候变化纳入公司发展战略，通过识别气候变化风险、采取适应性和减缓性措施，增强自身抵御气候变化的能力，积极实践低碳运营模式，在日常生产运营各环节全面贯彻低碳理念。

温室气体排放

我们的大部分温室气体排放来自中金精炼与三门峡金银制品公司生产过程中产生的废气和各零售门店用电。为此，我们采取有针对性的节能措施减少温室气体排放。

其中，中金精炼温室气体排放盘查情况如下：

中金精炼温室气体排放均源于生产运营刚需活动，无无组织乱排情况，覆盖从原料入厂到产品出厂的全链条。

排放温室气体的生产运营活动

- 生产加工核心环节排放：该环节是中金精炼温室气体排放的主要来源，核心为生产工艺过程中的直接排放和能源消耗间接排放。具体包括：原材料加热、反应、熔融等工艺操作；生产设备（反应釜、熔炉、生产线等）运行时，消耗电力、蒸汽等，直接释放温室气体或间接产生排放。
- 能源消耗相关排放：包括直接燃烧和间接消耗两类。直接燃烧方面，包括厂区加热炉燃烧过程中产生排放，厂区办公、生产车间的取暖、热水供应，燃烧燃料产生的排放。间接消耗方面，包括中金精炼生产、办公所使用的全部电力及生产所需蒸汽、压缩空气等二次能源消耗产生的排放。
- 物料处理与存储排放：一是原材料破碎、混合、干燥等预处理过程，设备运行消耗能源产生间接排放，部分物料干燥过程中燃料燃烧产生直接排放。二是废弃物处理，生产过程中产生的固体废弃物、液体废弃物，在堆放、降解或焚烧处理时，产生温室气体排放。
- 其他：运输物流环节排放、辅助运营环节排放。

排放的温室气体类型

- 二氧化碳 (CO₂)：主要来源包括锅炉运行、车辆行驶、加热工艺；生产工艺中物料的燃烧、分解反应；电力消耗间接产生的排放。
- 甲烷 (CH₄)：主要来源包括生产过程中有机废料堆放、废水处理反应；部分生产工艺的副产物；燃气管道的轻微泄漏。
- 氧化亚氮 (N₂O)：主要来源生产过程中使用污水处理、燃油燃烧过程中产生的微量排放。
- 其他少量温室气体：主要来源于如空调、制冷设备、电气设备的运行损耗，此类气体排放量极低，但温室效应潜能值较高，需重点管控泄漏风险。

气候变化风险识别

我们系统识别气候变化带来的各类风险，范围涵盖政策与法规风险、声誉风险、技术风险、市场风险、急性物理风险和慢性物理风险，并采取多维度策略积极应对气候变化风险，推动绿色低碳转型。

风险识别

政策与法规风险

黄金珠宝行业面临趋严的气候变化合规压力。国内方面，“双碳”政策、温室气体排放核算与报告要求、绿色生产评价标准，强制企业开展碳盘查、建立碳排放台账；国际层面，欧盟碳边境调节机制、可持续产品法规等，对出口珠宝提出碳足迹披露与减排要求，不合规将增加贸易成本与市场准入障碍。

声誉风险

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

市场风险

消费者对产品的可持续属性、碳足迹可追溯等要求提升，若不能采取措施树立起环境友好的形象，可能流失部分消费者，削弱品牌竞争力。

慢性物理风险

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

急性物理风险

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

技术风险

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

风险应对策略

关注政策指引

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

回应利益相关方诉求

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

优化流程助低碳

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

黄金回收促循环

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

制定突发环境事件应急预案

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

日常工作减排放

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

宣传环保理念

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



资源管理



能源管理

我们高度重视能源节约与高效利用，制定能源措施，通过采购节能生产设备、节能办公设备等方式，提升能源利用效率。

公司在生产运营中以电力为主要能源，辅以少量液化石油气。公司主要能源消耗来自中金精炼、三门峡金银制品公司生产，各零售门店用电及办公用电。以下数据主要来自中金精炼与三门峡金银制品公司。



年度能源消耗量 155.177 吨标煤

其中化石能源消耗量 3.847 吨标煤

非化石能源消耗量 151.33 吨标煤

水资源利用

我们积极保护水资源，严格管控生产及生活污水排放，并通过优化生产工艺、采用节水设备、加强水资源循环利用等方式，提高水资源利用效率。



2025 年，公司新鲜水用量为 10006 立方米
(数据主要来自中金精炼与三门峡金银制品公司)

中金精炼在化
验环节引入超纯水
净化器，以工业自
来水替代外购纯水，
降低用水成本。



三门峡金银制品公司
建立雨水收集池，将生活用
水及其他用水处理后循环使
用，不外排，实现水资源精
细化管理。

污染物排放



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

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

2025 年，中金精炼、三门峡金银制品公司涉及污染物排放。



中金精炼排污类型主要为废水、废气、固废及噪声，各污染物排放均严格遵循国家及地方现行环境保护标准执行。

废水

生产废水交由具有危险废物治理资质的单位转运处置，转移联单制度执行到位，无随意排放情况。2025 年，工业废水排放量：827.9 吨；生活废水排放量：893.4 吨。

废气

生产过程中产生的废气经收集、净化处理后达标排放，主要监测指标为颗粒物、二氧化硫、氮氧化物等，委托有资质单位定期出具检测报告，符合《大气污染物综合排放标准》（GB16297-1996）相关要求。

固废

严格分类管理，一般工业固废综合利用或合规处置，危险废物交由有资质单位转运处置，转移联单制度执行到位，无固废随意丢弃、排放情况。

危废

中金精炼生产过程中产生两种危废：废灰皿和废水。废灰皿（含铅废物，HW31 类），公司严格筛选持有广东省危险废物经营许可证委外处置单位进行处理，并签订规范处置协议，杜绝非法转移或处置风险；废水交由具有危险废物治理资质的单位转运处置，转移联单制度执行到位，无随意排放情况。

噪声

通过设备减振、厂房隔声等措施控制，委托有资质单位定期出检测报告，厂界噪声符合《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）标准。

监测指标及频次

废气排放按每月、每季度、每半年开展自行监测，厂界噪声按每季度 1 次监测，同时配合生态环境部门监督，监测数据完整、真实并做好存档记录。



废气 三门峡金银制品公司属贵金属加工企业，废气排放几乎为零；每年自行检测有组织废气、无组织废气排放情况，均符合国家《大气污染物综合排放标准》（GB16297-1996）要求。

固废 三门峡金银制品公司固废主要为废料、废钢、废材料屑，均由统一专业回收公司回收处理。

循环经济



我们深入践行“减量化、再利用、资源化”的循环经济理念，将循环经济要求贯穿公司生产经营全过程，在设计、生产、回收等各个环节积极推行绿色创新举措，充分展现公司在可持续发展领域的深刻理解和坚定实践。

产品全生命周期绿色管理

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

设计阶段的绿色管理

材料选择

高效循环利用可回收贵金属、低耗环保辅料，严格遵循《黄金产业高质量发展实施方案（2025—2027年）》“源头减量、过程控制”原则，显著降低生产能耗和碳排放，同时推动低品位、难处理、共生贵金属资源的综合利用，提升资源利用效率。

供应链合作

与符合最新环保标准的供应商合作，将绿色合规要求前置到设计环节，明确供应商在原材料、加工过程中的环保责任，协同供应商同步践行绿色发展理念，确保原材料从源头开始就符合绿色标准，提升产品的整体环保性，呼应行业可持续发展要求。

绿色包装

践行循环经济理念，持续推进包装轻量化、减量化、循环化改革，优化多功能包装设计，新增环保包装材质选用要求，优先采用可降解、可回收包装材料，减少不可降解塑料的使用；进一步优化包装尺寸，避免过度包装，延长包装生命周期，增加产品趣味性和市场竞争力，最大限度减少包装浪费，提高包装材料的回收率和资源利用率。



包装材料使用量

	2023年	2024年	2025年
包装盒使用数量（个）	34万	30万	15万
包装袋使用数量（个）	36万	22万	19万

生产加工阶段的绿色管理

1 规范化回购环保生产技术体系

紧跟行业技术升级趋势，积极引进推广无氰镀金等先进环保工艺，践行绿水青山就是金山银山理念，体现公司对生产环节环境责任的重视。

2 资源高效利用

结合生产实际持续优化工艺，推行精细化生产管理，减少贵金属原材料损耗进一步提升生产环节的绿色化、集约化水平，落实清洁生产相关要求。



环保技术改进与研发

我们持续加大环保技术研发投入力度，积极引进和应用先进的环保技术和工艺，从源头上减少污染物产生，提高资源利用效率，提升资源循环利用率。

三门峡金银制品有限公司

创新油压金条自动化生产能力，提升生产效率的同时降低资源浪费；推动生产过程中边角料、废料的回收再利用，实现“变废为宝”。

回收阶段的绿色管理

规范化回购体系

建立健全黄金回收台账和交易报备制度，完善标准化、透明化的黄金回收流程体系，明确回收价格核算标准，确保回收价格公开透明，增强客户信任度；规范个人、企业回收行为，推动回收流程规范化、标准化，助力完善黄金回收市场体系。

线上回购平台

升级线上回购小程序，优化操作流程，提升平台安全性、便捷性和高效性，为客户提供一站式回收体验；扩大回收服务覆盖范围，结合工行、直营店等合作网点优势，推动线上线下回购渠道融合，进一步普及绿色消费理念，引导消费者参与贵金属回收，助力全产业链闭环建设。



中金精炼

持续优化质量检测和工艺升级，引进国际先进的回收提纯、化验检测设备与技术，聘请行业资深技术人员，以高科技手段解决含贵金属的工业废料、废弃电器电子产品、退役光伏组件等的回收利用问题；进一步提升回收产品的附加值，同时保证回收过程的高效性和环保性，实现贵金属资源循环利用，践行绿色发展理念。

绿色理念



我们坚持人与自然和谐共生的原则，在公司内部大力推广绿色低碳的生活方式，鼓励全体员工遵循节约资源、避免浪费的价值观，并通过一系列环保主题教育活动和公益项目，向社会传递绿色发展理念，为打造更加绿色、可持续的未来贡献力量。

环保公益活动

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



三门峡金银制品公司组织开展环保公益活动



昆明公司组织开展环保公益活动



央创时尚开展环保公益活动

提升环保意识

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

公司组织开展六五环境日系列活动

六五环境日期间，公司与下属企业积极组织开展环境改造、宣传引导、公益服务等系列活动，鼓励员工参与环境改造，并向到店顾客和周边居民宣传生态环境保护法律法规及绿色环保生活理念，增强居民环保意识，激发居民参与环境保护的热情。活动兼顾了员工参与、公众传播与经营融合，以实际行动践行绿色理念。

公司总部

组织开展以书换物公益活动。活动中，员工捐赠近500本闲置图书，兑换植物盲盒、环保购物袋等礼品。捐赠书籍用于偏远地区学校图书角建设，既实现了资源二次利用，又传递了爱心与绿色共识，强化员工环保意识。



以书换物环保公益活动

三亚公司

组织开展多场景环保宣教活动。三亚公司联动三亚、广州多地，开展线上政策学习、线下公园宣教及门店互动活动，通过趣味游戏、环保宣教资料发放、环保知识答题赠礼等形式，向员工和市民传递环保知识，有效传播了美丽中国建设理念，助力三亚打造美丽中国先行示范区。



三亚公司组织开展环保宣教活动

上海公司

上海公司组织开展环保主题骑行活动，员工沿世博滨江大道骑行，并同步通过办公区展板、宣传片开展线上线下环保主题宣传。活动既强化了员工环保理念，又提升了团队凝聚力，切实将绿色理念融入日常工作生活。



上海公司组织开展环保主题骑行活动

青岛公司

组织开展“无袋购金”环保行动，围绕“终结塑料污染”，开展“减塑添金·绿色闪耀”活动，以价格优惠鼓励消费者无袋购金，减少一次性塑料包装消耗的同时，向消费者传递绿色消费理念，实现环保宣教与经营场景的深度融合。

以品质为纲 坚守品牌初心

产品质量与 安全管理	38
客户服务与 消费者权益保护	41
创新驱动	44



产品质量与安全管理

01

质量

治理

治理架构

公司严格遵循 ISO9001:2015 质量管理体系标准等国家及行业标准，融合全面质量管理理念，将质量管理标准与公司自身管理制度深度融合，建立“全员参与、全程管控、持续改进”的质量管理机制。

制度建设

公司制定《产品研发管理办法》《委托加工业务管理制度规定》《加盟体系首饰展销管理制度》等多项质量管理制度，制定足金、足铂、足银首饰企业标准，并结合 2025 年行业最新标准与监管要求，持续优化管控流程，为产品质量管控工作提供坚实、完善的制度支撑。

管理流程



原料管控

金原料全部从上海黄金交易所采购，选用 1 号标准金；建立标准化原料质量标准及检验方法，原料金实行专人检验、按批次使用，每月做好余料询证工作，原辅料 100% 进料检验，建立不合格品处理办法，保证生产使用的原料 100% 合格。



生产管控

严格执行 ISO9001 质量管理标准，推行精细化生产管理，对生产过程所有工段各工艺点均进行取样检测，制定详尽的产品工艺参数执行标准，确保生产过程合规、产品质量稳定。



成品检验

每件上柜首饰均经国家首饰质量监督检验中心、国家珠宝玉石质量监督检验中心（NGTC）等权威机构检验合格，出具质检证书；首批新品均进行抽样破坏性检测，每批产品发货前进行开箱取样抽检，确保出库产品 100% 合格。



售后追溯

建立产品全生命周期追溯体系，消费者可通过产品编码查询检验报告、生产信息、原料来源等内容；建立售后质量反馈机制，及时处理消费者质量投诉及建议，形成“反馈—排查—整改—优化”的闭环管理，推动产品质量持续改善。

监督执行

建立“企业自检 + 第三方检测 + 常态化抽检”三位一体的检测体系，实行“定期抽检 + 不定期抽检 + 破坏性抽检”相结合的抽检模式，明确抽检范围、频次、项目及标准，确保抽检工作科学、规范、全面对产品质量进行全过程监督管控，确保各项质量管理制度落地见效。

战略

公司将产品质量与安全作为核心发展战略之一，始终坚持“质量为本、创新进取、追求卓越”的质量方针，结合行业发展趋势制定长期质量发展战略，围绕市场需求和行业发展趋势，不断完善产品质量标准，加大质量管控投入力度，强化供应商质量监管，持续推动产品质量提升。



产品质量检测报告

2025 年

- 公司新增原料溯源数字化系统，实现原料来源、检验数据一键可查。
- 公司推动生产智能化与质量管控深度融合，新增生产现场实时检测设备，及时发现并纠正生产过程中的质量异常。

影响、风险和机遇管理

影响

产品质量直接关系到品牌声誉、市场份额和消费者信任，是公司核心竞争力的重要组成部分。严格的质量管控，能够有效保障产品质量安全，显著提升消费者对公司产品的信任度与认可度，进一步增强公司竞争力。



报告期内，公司未发生任何产品、服务相关的重大质量与安全事故。



■ 风险管理

公司坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的原则，建立产品与服务健康安全风险排查长效机制。2025年，公司进一步细化排查流程、完善防控措施，全面排查各类质量安全隐患。



● 产品质量风险

重点排查产品物理安全与化学安全隐患。2025年，新增首饰佩戴舒适度检测项目，对排查发现的隐患进行分类分级处置，杜绝不合格产品流入市场。

● 供应商风险

建立供应商动态考核机制，对合作供应商开展定期、不定期抽检，严格执行不合格供应商退出机制及年度末位淘汰制，有效防范供应商带来的质量风险。

■ 突发事件应对

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

■ 机遇管理

依托消费者质量意识提升、行业监管趋严及黄金珠宝行业高质量发展的良好机遇，公司积极扩大品牌影响力，推动质量管理智能化升级，深化与国家权威质检机构的合作，完善产品追溯体系，实现公司、消费者与行业的共赢发展。

指标与目标

■ 体系执行

ISO9001:2015质量管理体系运行高效有序，产品全流程质量管控覆盖率达到100%，各项管理制度执行到位。

■ 产品检测

2025年，公司抽检合格率100%；第三方检测机构复检合格率100%，无不合格产品流入市场。



治理

我们建立了完善的客户服务与消费者权益保护治理架构，构建了覆盖全业务流程的管理制度体系，将客户责任、品质坚守与可持续发展融入黄金珠宝服务全流程，保障消费者权益保护工作有序推进。

■ 客户导向的研发体系

公司构建“调研-研发-落地-反馈-迭代”的闭环管理机制，覆盖产品全生命周期，以品质保障、客户信任、品牌口碑为核心，建立从研发初期到后期销售的全流程调研机制，将客户需求、市场诉求、销售渠道建议等深度融入产品研发，确保产品款式、工艺、质量、佩戴体验、售后服务均满足客户需求。同时，公司尊重客户个性化需求，提供个性化定制服务，保障客户个性化消费权益。

■ 客户反馈与投诉管理制度

建立常态化客户沟通机制，通过座谈会、问卷调研、实地访谈、400客服热线等多种形式，系统收集客户诉求。

客服全周期管理

01

覆盖售前咨询、售中体验与售后投诉维护全流程，快速解答疑问、按时效要求跟踪与办结，并在沟通中系统收集消费者的意见与建议，为公司优化产品、服务及营销策略提供重要信息支持。

客户投诉管理

02

公司建立“接收-调查-受理-分流-跟踪-完结”的标准化投诉应对流程，实行三级管理机制（门店级一般客诉、部门级紧急客诉、公司级重大投诉），确保高效响应消费者诉求。针对12315、12345渠道以及市场监管部门转办的投诉与举报，设立专人专岗对接，实现公众诉求闭环管理。

■ 客户信息与数据安全治理

公司持续强化数据安全与隐私保护体系建设，组织进行数据安全专项自查，重点围绕数据安全责任落实、制度规范、重要数据识别、开源信息泄密风险防范等全面排查，制定信息安全管理规定和系统整改方案，推动成立公司数据安全领导小组，全面加固网络安全主动防御、监测预警与应急响应能力，机房及电池间完成消防验收并纳入大楼统一管理体系，从物理层面保障核心设施安全，进一步强化数据安全长效机制。

战略

公司将客户服务与消费者权益保护融入企业发展战略，以提升客户权益保障水平、推动行业服务标准化、规范化发展为目标，将客户导向贯穿产品研发、销售、售后全流程，持续完善服务体系、强化数据安全、提升产品质量，兼顾客户普遍需求与个性化诉求，增强消费者对中国黄金的信赖与认可。



公司数字化转型赋能客户服务

公司通过“中国黄金”APP、云零售系统等数字化工具，拓展终端销售渠道、提升经营管理效率；APP实现商品交易、会员服务、回购变现等全流程线上化；云零售系统上线“手机扫码预约”“大屏叫号展示”功能，推动回购及以旧换新业务线上线下融合，显著提升了客户体验与运营效率。



零售系统“大屏叫号展示”功能页面

影响、风险和机遇管理

影响

优质的客户服务与消费者权益保护是提升品牌形象、增强客户黏性、促进业务增长的重要保障，直接关系品牌声誉和市场竞争能力，是公司可持续发展的重要基础。

机遇管理

持续优化产品与服务质量，提升品牌口碑与客户忠诚度；通过完善售后服务体系、强化数据安全保障，增强市场竞争力，推动行业服务标准化、规范化发展，进一步扩大品牌影响力。

风险

客户服务风险

优化400客服热线服务，确保接通率、问题解决率、服务满意度维持在较高水平；建立标准化投诉应对流程与三级管理机制，确保每起投诉得到妥善处置；常态化开展客户调研，及时收集并响应客户诉求，避免服务纠纷升级。

客户信息与数据安全风险

开展数据安全专项自查，健全数据安全管理制度与长效机制；强化技术防护与物理防护，全方位保障客户数据与隐私安全。

服务安全风险

围绕物流配送、回购服务等环节开展安全隐患排查，优化运输包装与仓储环境，规范回购流程，加强相关人员专业培训，提升风险识别能力，保障消费者财产安全。

指标与目标

客户服务相关指标



400 客服热线

2025年热线总接听量54,596条，其中咨询类48,317条，客诉类6,279条；接通率稳定在95%以上，问题解决率月均保持在92%以上，服务满意度月均保持在95%以上。



门店巡查

2025年巡查范围覆盖全国31个省区市，巡查店面1592家，问题整改率达到100%，形成了“监督-处理-核查”的完整管理闭环。

投诉处理相关指标

400客服热线投诉处理率：实现所有客诉闭环处置。

100%

数据安全与客户隐私保护相关指标



报告期内未发生任何数据安全事件及客户隐私泄露事件。

创新驱动



组织架构

制度规范

平台建设

研发团队

AI赋能

公司设立北京、深圳双研发设计中心，依托两地产业资源优势，打通“设计-研发-生产-销售”全链路协同机制，整合优质行业资源、优化全链路协同机制，激活研发动能，提升供应链响应速度与产业协同效能，进一步增加了科技研发投入，突出研发设计在产品体系创新升级中的关键作用。

出台《科技创新工作管理制度》《R&D投入统计规范》《2026年中国黄金年度研发计划》等相关制度，明确创新目标、资源配置、激励机制与成果转化路径，将研发绩效与团队考核、人才晋升直接挂钩，激发全员创新活力。

公司与清华大学、中国地质大学、青岛大学等高校建立长期产学研合作，共建实习实训基地与联合实验室，推动实验室成果向产业应用转化。

2025年，公司拥有自主设计师33人，外部研发设计师61名。与中国文物交流中心建立长期战略合作；与各大院校和优秀设计工作室、设计机构展开良好合作关系；与综合研发实力较强的合作供应商达成了设计合作关系，共享约400名设计师资源。

公司聚焦人工智能技术在黄金珠宝设计领域的创新应用，与清华大学合作开发“巡礼”黄金首饰生成大模型；三门峡金银制品公司形成AI黄金珠宝设计创新模式，进一步提高公司科技创新发展新质生产力，高度赋能产品研发设计。



AI珠宝首饰设计智能体“巡礼”工作室成员

研发与创新管理体系

我们以创新突破为发展引擎，锚定“专业化、科技化、国际化”战略，通过一系列创新举措，推动企业高质量可持续发展，深耕黄金珠宝研发设计、生产加工与终端零售全产业链，构建系统化创新管理体系。

公司助力新锐设计师成长

公司聚焦黄金珠宝全产业链关键环节，将新锐设计师企业纳入产业生态，通过“闪光计划”等专项行动，与中小企业深度合作，挖掘新锐设计师创意优势，打造特色产品，为其提供应用场景与市场机会，推动创意转化；开放全国超4000家线下及线上全渠道资源，助力新锐设计师企业产品提升其曝光度与认可度。同时，公司优化供应链管理，以标准化合作、规模化订单支持新锐设计师企业成长，为其提供全流程支持。

青岛公司深化校企合作助力创新人才培养

青岛公司积极践行“产教融合、协同育人”理念，与青岛大学建立深度校企合作关系，构建产学研用一体化平台。公司依托自身在黄金珠宝行业的产业资源与技术优势，为青岛大学相关专业学生提供实习实训基地，选派资深技术骨干与管理专家担任高校兼职导师，并通过岗位实践、项目参与等方式，助力学生将理论知识转化为实操能力；青岛大学则为企业输送高素质专业人才，提供智力支持与人才保障。同时，双方联合开展行业前沿课题研究，聚焦黄金珠宝设计、工艺创新、市场运营等领域，共同攻克技术难题，推动科研成果落地转化。



青岛公司深化校企合作助力创新人才培养

创新成果

管理创新成果

- 公司《云商数智化商业创新与实践》案例入选中国物流与采购联合会 2025 年供应链创新标杆案例，彰显了公司数智化供应链管理领域的行业标杆地位。
- 公司《以财务管理为核心的业财深度融合实践》荣获 2025 中国精益数智化创新大赛管理专项赛道三等奖，体现了公司数智化管理创新的卓越能力。

研发设计创新成果

- 2025 年，公司自有设计师分别获得第 21 届全国大学生珠宝文化节设计大赛 AI 组金奖、铜奖、3 个优秀奖、专业组银奖、最佳组织奖。

- 公司设计团队获得 2025 中国精益数智化创新大赛管理专项赛道二等奖。

- 年度完成专供产品新品研发上市 357 款。

- 公司制订《2026 年中国黄金年度研发计划》，攻坚产品体系完善、产品架构升级、创新能力突破三大核心方向，全力铸就品牌产品核心竞争壁垒，以架构升级为战略支点，全力推进高端子品牌文化店项目全流程战略攻坚与落地，精准锚定高端消费市场核心需求，实现品牌价值进阶与高端形象升级的双重跨越。

- 构建以“国宝金”IP 为核心，四大古都、吉祥纹饰、马年贺岁等差异化产品矩阵，推动文化黄金与黄金文化双向赋能，同步精准优化产品结构布局，成功搭建起多元化、层级化的产品矩阵，有效拓宽市场覆盖的广度与深度。



公司设计团队获 2025 中国精益数智化创新大赛管理专项赛道二等奖



马年贺岁系列产品



吉祥纹饰系列产品

知识产权保护

公司建立完善的知识产权管理制度，规范专利、商标、著作权等知识产权的申请、保护与运用流程，建立知识产权合规培训体系，全面防范知识产权风险。

专项制度

2025 年，公司印发《知识产权“内外共治”专项整治通知》《关于规范分（子）公司申请“中国黄金”注册商标相关材料工作的通知》等专项管理文件，进一步规范商标使用、授权、保护全流程管理，完善知识产权保护专项制度规范。

专项培训

2025 年，公司将知识产权保护纳入年度合规培训核心内容，组织开展知识产权合规专项培训，覆盖本部及子企业相关业务人员；通过“今日合规”专栏推送知识产权保护相关合规要点，提升全员知识产权保护意识与合规能力。

公司《合规管理办法（试行）》明确知识产权管理

明确将知识产权作为合规管理重点领域，明确要求及时申请注册知识产权成果，规范实施许可和转让，加强对商业秘密和商标的保护，依法规范使用他人知识产权，防止侵权行为。

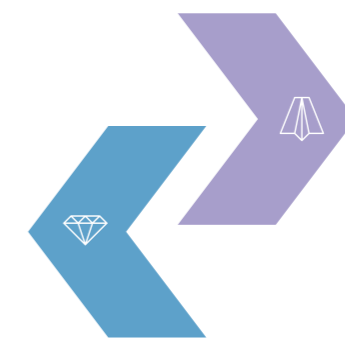
设立专章对知识产权保护作出明确规范，依法申请专利、商标注册、域名注册；建立健全技术秘密内部管理制度，强化商业秘密保护；尊重他人知识产权，未经许可不得实施他人专利、侵犯他人注册商标专用权。

将知识产权保护纳入合规风险数据库，明确了专利、商标、著作权、商业秘密等知识产权相关的合规义务、法律法规依据、违规后果与管控措施，建立全流程风险防控机制。

商标管理

商标注册与布局

2025 年，公司提交商标注册申请 199 件，截至 2025 年 12 月，其中 53 件商标已进入初审公告阶段；针对商标申请中被驳回的情况，依法开展后续法律程序，全年累计提交商标驳回复审申请 102 件、商标“撤三”申请 17 件，全力推动商标获准注册，完善公司商标布局体系；同步推进商标购买与转让工作，强化品牌商标保护。



商标使用与授权管理

公司建立严格的商标授权使用管理制度，规范分（子）公司、加盟商、合作方对“中国黄金”等注册商标的使用行为，明确商标使用的范围、规范、审批流程，严禁未经授权使用、超范围使用、不当使用注册商标的行为，2025 年通过专项整治，全面规范了全系统商标使用行为，防范商标侵权与品牌风险。

科技伦理

2025 年，公司科技研究与技术开发聚焦黄金珠宝设计、工艺创新、数智化运营领域，核心方向包括传统文化与非遗工艺传承、环保黄金材料研发、精密加工技术、数字化设计、AI 辅助首饰设计等，未涉及生命科学、强人工智能等科技伦理敏感领域。

以奉献为怀 践行责任担当

加盟商管理	50
供应链管理	52
响应国家政策	54
社会贡献	58



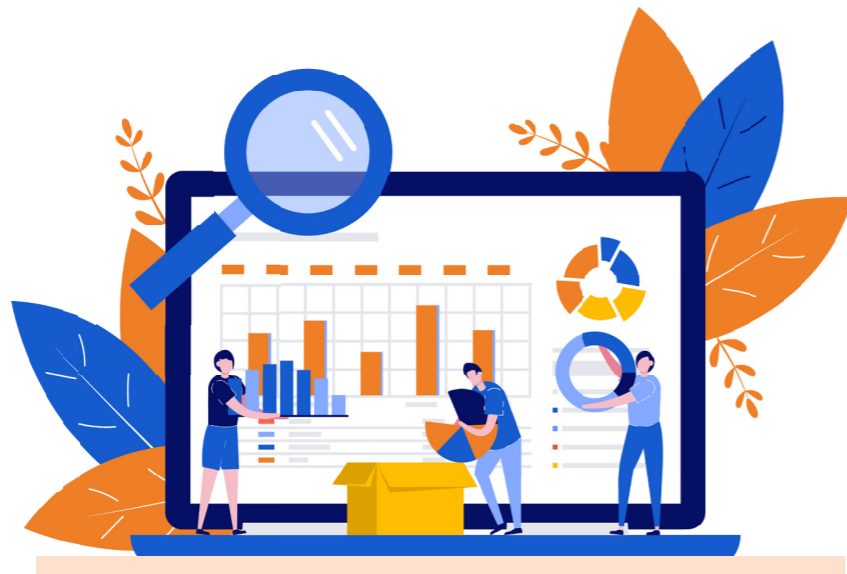
加盟商管理

01 社会

我们持续强化加盟商全周期管理体系，健全运营管控与服务支撑机制，明确日常运营、督导检查、考核评价等关键环节标准，推动管理流程规范化、制度化、精细化。同时，我们不断完善加盟商激励约束与风险防控机制，强化合规经营与品牌形象管理，深化线上线下一体化协同运营，搭建常态化培训赋能与经验共享平台，精准匹配市场资源与政策支持，引导加盟商提升专业能力、规范经营行为、增强发展动能。通过持续优化管控模式、创新合作模式、提升服务质效，全面筑牢加盟商网络稳健运营根基，推动加盟体系高质量、可持续、协同发展。

公司加盟管理部（四区）规范加盟商管理

- 1 全面梳理现有加盟渠道政策、规定等，从制度建设、风险防范、人员管理等方面，建立健全加盟业务合规管理体系，完善、优化加盟各项制度，确保制度建设匹配发展现状并有效引导加盟业务规范。
- 2 成立加盟体系改革提升专班，并撰写了《加盟体系改革提升方案》，有效应对复杂多变的市场环境，切实提升加盟体系的抗风险能力和核心竞争力。
- 3 完成终端加盟门店信息化、数字化建设，多渠道巡店，加强监督和把控，提升巡检效率。
- 4 持续终端店面非授权业务的排查，构建多维度的排查体系，稳步推进渠道健康发展。



公司召开 2025 年中国黄金西北区域加盟体系工作会议

为全面配合西北区域加盟模式过渡期调整，提振加盟商经营信心，全面助力公司高质量发展，加盟管理部（二区）在西安召开 2025 年中国黄金西北区域加盟体系工作会议。会议旨在摒弃传统服务中心主导模式，主动下沉市场组建任务小组，一对一对接加盟商。同时结合西北珠宝市场特性、加盟商经营规模及过往业绩数据，精准制定个性化经营任务，定期复盘进度，动态适配市场变化与加盟商经营状况，保障任务科学性与可执行性，为经营提供清晰指引，完成对西北自营区域加盟商的垂直管理。

中国黄金西北区域加盟体系工作会议标志着公司进一步明确了持续推动深化改革的目标与决心，有利于深化加盟业务管理下沉，积极探索战略发展新路径。



中国黄金西北区域加盟体系工作会议在西安召开

公司组织开展加盟体系黄金税收政策宣讲会议

为深入解读黄金行业税收新政策，助力加盟商把握政策导向、共谋品牌发展新路径，公司组织全国 28 个服务中心及部分自营区域，联动当地加盟商及专业财税人员，召开黄金税收新政策专题宣讲会。

宣讲会聚焦“政策解读、政策答疑、品牌优势、品牌规划”四方面，系统解读政策背景、要点及行业影响，对比新旧政策差异，凸显会员单位优势，明确发展方向，结合实际案例指导合规经营，推动税收改革转化为发展动力。会议现场针对企业热点问题进行答疑，各品牌服务中心还分享了实操方案，梳理政策对采购成本、定价策略的影响，切实帮助加盟商提升政策运用能力。宣讲会通过“现场+视频”形式召开，公司加盟管理部各区部门负责人及区域销售经理参加区域会议，会议覆盖全国 30 个区域 3000 余家加盟店。



公司召开黄金税收新政策专题宣讲会

供应链管理

02 社会

供应商管理

我们持续健全供应商全流程管理体系，严格按照供应商准入原则，通过企业规模、经营年限、软硬件设施、展厅铺货量、产品质量五大准入门槛，企业实力及生产能力、支持服务能力、客户资源、历史合作情况四大维度综合评分机制筛选优质供应商，改善产品供给能力，实现高质量发展。同时，我们完善供应商信用评级与动态考核制度，强化风险防控与合规管理，深化供需双方协同联动与长效合作，搭建高效沟通与资源共享平台，推动优质资源整合与服务能力提升。通过持续优化供应链结构、强化过程监管、提升合作效能，全力保障供应链稳定可靠、高效协同、安全可控，为高质量发展筑牢坚实供应保障基础。



公司《云商数智化商业创新与实践》入选供应链创新标杆案例

2025年，按照《黄金珠宝货品供应商管理细则》严格把控准入机制，动态、科学管理考核，整合行业优质供应体系，发布2025年度“中国黄金”供应商白名单。



截至2025年底，全渠道黄金产品供应商**27**家，非素类产品供应商名单**13**家；项目类供应商**11**家，线上三方供应商**15**家，包装辅料供应商**12**家。



供应商综合评分机制

供应商管理举措



持续做好供应商监管工作，加强供应商管理，有效控制生产加工成本、提高供销质量，严格按照合同规定核算工费，遵循客观合理的管理理念为公司最大化地减少成本支出，防范费用风险。



持续做好供应商价格管理，通过询价比价，降低价格风险，实现降本增效，保持品牌竞争力，实现可持续发展。



密切关注市场动态、了解行业趋势和竞品价格策略，遵循市场化制定合理的价格策略；加强合规化管理，通过询价比价掌握供应商价格、质量等信息，确保采购过程的透明度和公正性。



建立价格预警机制，降低价格风险，及时发现市场价格波动并采取相应措施。以合同条款约束供应商的价格行为，与多家供应商建立合作关系，尽量避免单一货源带来的价格风险。

平等对待中小企业

我们主动践行供应链协同发展责任，聚焦引领带动民营和中小企业协同发展，以规范采购管理、深化供需匹配、强化供应链协同为核心，多措并举搭建合作桥梁、完善支撑体系、深化协同成效，推动形成“龙头引领、多元协同、共生共荣”的供应链生态。

规范采购管理，保障中小企业平等参与权益

坚持公平、公正、公开原则，以优质产品与服务为先，不断提升供应链管理规范化水平，深化供需精准匹配，严格规范供应行为，切实保障中小企业平等参与市场竞争的合法权益。

不断完善相关管理制度，优化全流程环节，搭建便捷高效的供需对接渠道，完善相关机制，同时规范合同履行及款项支付等相关流程，助力中小企业拓宽市场渠道。通过一系列管理规范举措，有效推动建立长期稳定的合作关系，提升了公司供应链管理效能，实现互利共赢。

强化供应链协同，赋能中小企业高质量发展

围绕公司主业供应链发展需求，重点加强与高匹配度、高认同感、高协同性的企业合作，以供应链协同发展为核心，通过多种合作模式，全方位支持带动产业链上下游企业协同发展，提升供应链管理能力和核心竞争力。

积极推动供应链资源共享，同时搭建供应链协同发展平台，整合上下游资源，建立常态化沟通协作机制，推动集聚发展核心供应链体系。

通过强化供应链协同相关举措，有效推动形成供应链上下游协同发展的良好生态，提升了公司供应链整体稳定性与竞争力，带动实现供应链升级与市场拓展，培育了一批优质的供应链合作伙伴，实现“龙头引领、协同发展”的良性循环。

响应国家政策



作为中央企业，我们坚决把服务国家战略、融入发展大局作为首要任务，全面贯彻落实党中央各项决策部署，主动对接高质量发展要求。我们坚持以人民为中心的发展思想，扎实履行社会责任，深度参与乡村振兴、民生保障、公益慈善等重点工作，不断深化企地融合、社企联动，用心用情办好惠民实事。以央企担当彰显政治本色，以实干实绩服务国计民生，奋力在强国建设、民族复兴的新征程上展现更大作为、作出更大贡献。

产业转型

我们以创新驱动、结构优化、价值提升为方向，全面推进产业转型升级。聚焦文化赋能、设计创新、工艺升级、数字转型，加快从传统加工销售向品牌化、高端化、智能化转型。持续优化产品结构，深化供应链整合与全链路效率提升，积极拓展消费新场景、培育增长新动能，不断提升品牌价值与核心竞争力。以改革破局、以创新赋能、以转型提质，为公司长远发展注入强劲动力。



中国黄金 APP 首页

- ✓ 建成“中国黄金”APP 购物平台，实现业务全流程线上化；
- ✓ 云零售系统完成 POS 集成、自动报价、电子发票等功能，推动线下门店数字化运营；
- ✓ 视频巡检系统覆盖全国门店，远程管理效率大幅提升；
- ✓ 业财一体化实现业务与财务数据自动对接，数电票全面切换至集团公司税务系统；
- ✓ RPA 技术构建穿透式库存数据底座，支撑精准决策。

“一带一路”及海外履责

我们坚决服务国家“一带一路”倡议，以开放合作、互利共赢为导向，积极布局海外市场、拓展国际合作，推动珠宝文化、品牌价值与优质资源双向出海。坚持合规经营、属地融合，深度践行海外社会责任。始终以诚信履约守护品牌信誉，以务实合作增进民生福祉，以责任担当促进民心相通，全力打造共商共建共享的海外发展共同体。以央企使命助力高质量共建“一带一路”行稳致远，为推动中外经贸合作与文明互鉴贡献力量。

零售业务出海

我们积极响应国家战略和国务院国资委要求，将国际化作为重要发展方向。围绕“政治引领、能力提升、风险防控、目标落地”四大核心维度开展国际化战略，为黄金行业的国际化发展提供了示范。

中金珠宝国际（海南）有限公司正式注册成功

2025 年 12 月 18 日，海南自贸港正式启动全岛封关运作。值此历史性时刻，中金珠宝国际（海南）有限公司顺利完成工商登记并取得营业执照，标志着公司国际化战略取得实质性突破。中金珠宝国际（海南）有限公司的建立，是落实习近平总书记“把海南自贸港打造成引领我国新时代对外开放的重要门户”重要指示精神的具体实践，也标志着公司在服务国家“双循环”新发展格局中迈出坚实步伐。未来，公司将以“政策红利 + 科技创新”双轮驱动，将持续深化与海南省政府等各方伙伴的协作，书写黄金产业全球化新篇章，为构建人类命运共同体贡献“金色力量”。

品牌出海

我们以“文化 + 科技 + 国际化”为导向，构建全方位品牌传播矩阵，以实际行动持续讲好中国黄金珠宝故事，不断提升品牌全球影响力与美誉度，书写品牌高质量出海的可持续答卷。

公司与中国中免签署战略合作协议，推动文化 IP 与免税渠道融合

2025 年 9 月，公司与中国中免签署战略合作协议。在合作项目中，公司以四大古都文化为灵感，推出以中国传统文化与黄金相结合的系列免税专供产品，并联合中免集团开发高端黄金文化藏品（如“敦煌灵韵”“长安盛景”系列），中免集团将这些产品纳入全球免税渠道，在中免海南免税城、三亚国际免税城等核心场景设立“中华黄金文化馆”，打造沉浸式购物体验。此外，公司积极对接海南自贸港“零关税”政策，推出限量版免税文化黄金，覆盖高净值人群及国际游客，并结合中免邮轮航线，推出“海上黄金文化巡展”主题营销等活动，将公司的“中华黄金文化”通过中免全球免税渠道推向国际市场。



公司与中国中免进行战略合作协议签约仪式

文化出海

黄金承载千年东方底蕴，珠宝镌刻中式美学内涵。我们始终将传统文化为内核、匠心工艺为载体，将中华优秀传统文化及东方美学融入产品设计与品牌表达，扎实推进文化出海建设。

公司与南光文创共探“黄金+文旅”产业融合新路径

随着2025年横琴马拉松的开幕，公司与南光文化的战略合作迎来里程碑式突破。公司作为中国黄金集团旗下黄金珠宝零售板块的唯一企业，肩负着推动产品、品牌、文化“出海”的使命；南光文创则依托澳门区位优势与央企资源，具备跨境资源整合与文创IP开发能力。在党中央国务院关于“加快建设体育强国”“推动粤港澳大湾区建设”的战略指引下，双方以横琴马拉松为平台，这一合作不仅呼应了粤港澳大湾区“融合与发展”的核心理念，更成为公司落实集团公司“建设世界一流黄金产业科技领军企业”目标的具体行动。此次与南光文创的横琴马拉松合作，不仅是黄金与文旅产业的跨界融合，更是央企主动服务国家战略、探索国际化路径的生动实践。未来，双方将继续深化“产品创新+文化赋能+场景拓展”生态，推动公司产品品牌从湾区走向世界，为文化出海与产业升级提供可复制的标杆范式。



公司监制“2025 横琴马拉松赛事专属奖牌”



公司与南光文创签订战略合作协议

乡村振兴

我们坚决扛起央企政治责任和社会责任，主动服务国家乡村振兴战略部署，紧扣集团公司工作要求，以精准务实举措助力帮扶地区提质增效，用心用情解决群众急难愁盼问题，不断巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接。以实干担当彰显央企本色，奋力在全面推进乡村振兴、促进共同富裕的伟大实践中书写新时代黄金担当。

郑州公司以实际行动改善高李村村民生活条件

郑州公司联合加盟管理部（三区）、驻马店市上蔡县邵店镇高李村村委会，共同组织开展“金色党建照亮乡村振兴之路”主题党日活动，以党建引领凝聚合力，以实际行动彰显央企担当。在活动中，郑州公司及中国黄金河南区域加盟商向高李村捐赠并协助安装了35台农田水泵和200盏太阳能路灯，有效破解当地灌溉难题，改善村民夜间出行条件，切实提升了村民的获得感与幸福感。



郑州公司代表接受捐赠证书

公司联合贞丰县打造“黄金+桥旅”文化体验场景

2025年9月，位于贵州省贞丰县的花江峡谷大桥正式通车。这座桥面距水面625米、主跨1420米的桥梁，凭借“世界第一高桥”与“世界第一山区跨径”的双料冠军，刷新了全球桥梁建设纪录，更成为文旅融合的新地标。以此为契机，公司推出以大桥为灵感的系列黄金产品，并联合贞丰县打造“黄金+桥旅”文化体验场景。在大桥中段玻璃栈道旁，设立文化展示区，同时围绕大桥主题，公司同步推出了“桥见未来”系列产品，将“天堑变通途”的工程奇迹凝萃于贵金属之上。此次桥旅合作，是公司助力贞丰县打造“黄金+”产业链、推动乡村全面振兴的又一创新实践。



公司在花江峡谷大桥设立文化展示区



2025年，公司坚决履行央企社会责任，积极响应国务院国资委号召，参与央企消费扶贫帮扶系列活动，全年购买央企定点扶贫县产品共计**113240元**。

社会贡献

04 社会



我们始终牢记央企初心使命，坚决扛起服务国家、奉献社会的责任担当，主动融入经济社会发展大局。在保障民生需求、投身公益志愿事业等领域主动作为、精准发力，以实干实绩彰显央企担当。积极传递社会正能量，以真情服务回馈社会，以实际行动践行“国之大者”，全力为经济社会高质量发展贡献坚实力量，充分展现新时代中央企业的大局意识、责任意识与奉献精神。

公益志愿

我们始终牢记央企社会责任，大力弘扬奉献、友爱、互助、进步的志愿精神，常态化开展爱心帮扶、便民服务、文明共建等公益活动。坚持以爱心传递温暖，以行动践行担当，引导广大干部职工主动投身志愿服务，用心用情办好惠民实事，不断提升志愿服务的广度、深度与温度，以实际行动彰显央企温度与社会责任，为社会和谐发展贡献积极力量。

社区贡献

公司总部带动所属公司积极开展形式多样的社区志愿服务活动。



央创时尚组织开展图书馆志愿服务活动



四川公司组织开展免费黄金首饰维修、编绳服务



公司联合安华里社区开展银丝镶嵌手工制作活动



为弘扬尊老敬老传统美德，积极传递社会关爱，三亚公司与爱在海棠公司携手，共同开展“岁月鎏金留倩影，爱驻海棠共芳华”公益活动。活动中，志愿者精心打造了传统编绳文化体验区，一对一指导社区长者学习中国结、同心结等传统绳艺编织，并在“520”这个充满爱意的日子里，为银婚、金婚夫妇送上定制编绳纪念品与精美的玫瑰花。同时，由爱在海棠公司提供专业的摄影团队为老年群体免费拍摄婚纱照，用镜头记录下他们历经岁月沉淀后的幸福模样。此次公益活动将敬老公益深度融入品牌文化建设，不仅为老年群体带来了实实在在的帮助和关怀，更充分展现了三亚公司积极履行社会责任的坚定决心。



敬老公益



工作人员为老人们进行拍照留念



爱心助考

高考期间，三亚公司组织志愿者赴三亚市第二中学考点，开展“金质守护，为青春加冕；央企同行，助金榜题名”爱心助考活动。志愿者在三亚二中考点设立志愿服务站，提供暖心服务保障；为考生和家长免费发放饮用水、纸巾、文具等物资；协助交警、综合执法维持秩序，有序组织人群疏散、规范停车；守护考点周边环境，引导考生顺利入场。此次爱心助考不仅为考生提供了切实便利，更彰显了三亚公司深厚的公益情怀。活动还得到了共青团三亚市委员会的充分肯定，称赞三亚公司彰显了央企“责任担当与文明风貌”。



三亚公司组织开展爱心助考公益志愿服务活动

以人文为魂 凝聚奋进合力

保障员工权益	62
员工职业健康	64
助力员工发展	66
用心呵护员工	69



保障员工权益

01 员工

员工构成

截至 2025 年 12 月底，我们有正式员工 **1324** 人，人员总数保持稳定增长，用工结构合规有序。

按性别划分

女性
836 人



男性
488 人

按年龄结构划分

30 岁及以下: 252

31-39 岁: 638

40-49 岁: 375

50 岁及以上: 59

按学历划分

硕士及以上 170

大学本科 541

大专及以下 613

权益保障

员工招聘与平等雇佣

我们坚持公开招聘、平等竞争、择优录取的原则，并根据《招聘管理制度》的相关程序，制定人才招聘政策，优化招聘流程，使其更加标准化、系统化，能够高效而精准地满足公司业务需要。同时，我们遵守国内国际反就业歧视相关法律法规，无论外部招聘，还是公司内部人员调配中，都坚持公平原则，不以应聘人员的性别、年龄、国籍、民族、宗教信仰、肤色、语言、户籍所在地等作为对应聘人员的录用依据。

保护隐私

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

合规用工

我们严格遵循《中华人民共和国劳动法》要求，保证合法合规雇佣，未曾使用童工或从使用童工中受益，未曾使用不具备相应工作能力和条件的员工、强迫或强制劳动等情况。

民主管理

我们致力于加强工会的规范化建设，不断完善民主管理机制，保障职工依法享有知情权、参与权、表决权和监督权，坚决贯彻执行职工民主管理制度，严格按照法律法规和相关规定，定期召开职工代表大会。



四川公司召开工会会员代表大会

薪酬福利

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

我们为员工缴纳各项基本社会保险、公积金、企业年金。主要包括：基本养老保险、工伤保险、生育保险、失业保险、基本医疗保险、住房公积金、企业年金。

我们为员工发放各类津贴，主要包括：外派人员津贴、冬季取暖费、防暑降温费。



我们还密切关注员工的身心健康和职业发展，提供了多样化的福利项目，包括：健康检查、健身娱乐、过节福利。

为提升职工的工作生活品质，丰富业余生活，积极推进职工之家建设，开设了员工食堂、健身房、母婴室及理发室，让员工感受到了公司的温暖和关怀，增强了员工的凝聚力和归属感。

员工职业健康

02 员工

安全生产管理

我们始终坚守安全生产底线，压实各级安全管理责任，强化风险隐患排查整治，从严从细抓好现场管控，持续提升本质安全水平。坚持预防为主、防治结合，常态化开展安全督查检查，及时消除各类安全风险，坚决防范遏制事故发生。严格执行安全生产法律法规，强化全员安全意识教育和技能培训，营造人人讲安全、事事为安全、时时想安全、处处要安全的浓厚氛围，以扎实的举措筑牢安全生产坚固防线，保障企业高质量发展行稳致远。

多措并举落实安全生产管理

组织开展 2025 年“安全生产月”活动

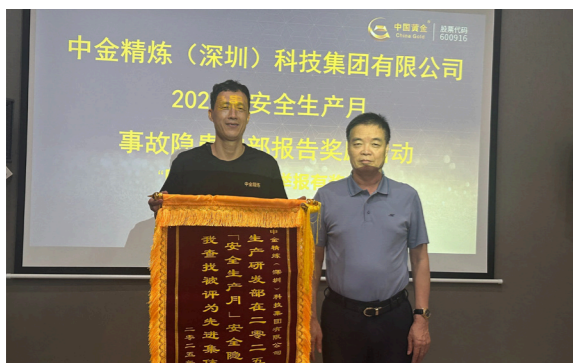


公司紧扣“人人讲安全、个个会应急——查找身边安全隐患”主题，组织开展 2025 年“安全生产月”活动，通过此次活动有效提升了员工的安全防范意识和应急处置技能，营造了良好的安全文化氛围

安全生产投入 **321.88** 万元

安全教育培训覆盖率 **100%**

激励员工提升安全生产意识



中金精炼严格践行“安全第一、预防为主、综合治理”的方针，借助事故隐患报告奖励机制，充分调动员工参与事故预防的积极性，提升全员安全生产意识

重视开展应急演练活动



央创时尚联合万科龙岗云中心开展消防实战演练活动，通过模拟实地逃生疏散与灭火器实操，筑牢企业安全“防火墙”

员工职业健康

我们始终将员工职业健康放在优先位置，扎实推进职业健康管理及职业病防治工作，全面落实职业健康防护措施，持续强化职业健康宣传教育与技能培训，不断提升全员职业健康防护意识和能力。定期开展职业危害因素检测与评价，规范落实员工职业健康体检，健全完善员工职业健康档案，切实保障员工身体健康与合法权益，全力营造安全、健康、舒适的工作环境。



公司职业健康安全管理体系认证证书

公司组织开展“黄金四分钟”急救培训

为深入贯彻落实习近平总书记关于安全生产的重要指示精神，积极响应集团公司安全生产“雷霆行动”部署要求，公司创新业务发展部成功组织了以“抓牢‘黄金四分钟’”为主题的心肺复苏（CPR）急救专项培训，将“生命至上、安全第一”理念转化为具体行动。

本次培训采用了“理论讲解+实操演练”的模式，确保每位员工都能系统掌握心搏骤停的识别、心肺复苏的标准操作流程，以及自动体外除颤仪（AED）的正确使用方法。部门安全员围绕“黄金四分钟”这一核心抢救窗口，重点讲解了“早识别、早呼救、早按压、早除颤”的急救逻辑，并对“按压深度 5~6 厘米”“按压频率 100~120 次/分钟”等关键操作要点进行了反复强调和模型演示，及时纠正了常见的操作误区。此次急救培训，是公司主动作为、夯实安全基石的切实举措。

工伤保险覆盖率
体检及健康档案覆盖率 **100%**

助力员工发展



我们持续健全培养锻炼、梯队建设、激励约束、关心关爱系统集成、协同高效的育人机制，切实把队伍活力转化为攻坚能力、担当实力、发展合力，为公司高质量发展筑牢坚实人才根基。

员工激励机制

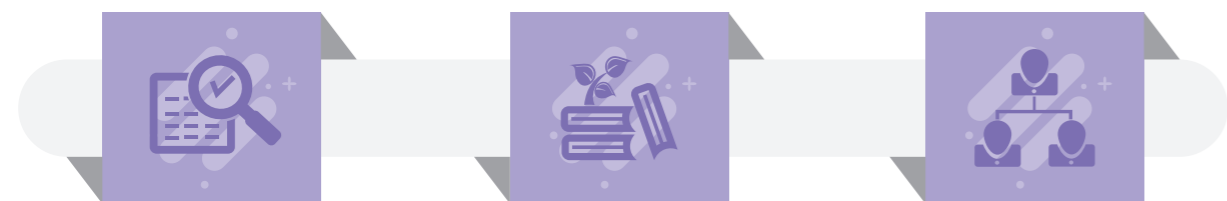
我们不断强化激励与约束机制，打造高效、专业的人才队伍。遵循“市场化选聘、契约化管理、差异化薪酬、市场化退出”的基本原则，全面推行经理层成员任期制和契约化管理，通过签订业绩责任书完善考核指标的制定与执行，突出契约目标的科学性。以契约方式明确管理层的责权，实现任期管理的规范化、常态化，落实考核结果奖惩刚性兑现。

在员工激励方面，我们以公司业绩增长为前提，制定了兼顾稳定、吸引人才和激励和约束并重的激励措施，充分激发员工个人利益与公司长期利益的紧密捆绑与高效协同。

员工培训

我们构建了系统化、常态化、全覆盖的培训管理体系，以“满足员工职业发展与业务转型升级需求、为公司业务发展提供坚实人才支撑”为核心目标，聚焦员工岗位适配能力与综合素养提升，打造高素质专业化人才队伍。体系遵循“分层分类、精准赋能、实效导向”的原则，整合线上线下培训资源，建立“需求调研—课程设计—实施落地—成效跟踪”的闭环管理机制，确保培训内容与公司战略、岗位需求高度契合，同时兼顾合规管理、人才梯队建设与品牌发展需求。

培训管理架构



党委统筹

公司党委切实履行主体责任，统筹规划整体培训工作，落实上级部署要求，审定重大培训项目、培训预算及核心培训方案，确保培训工作贴合公司发展战略。

主办部门牵头

由相关主办部门负责培训的具体组织实施，包括培训通知印发、学员手册制定、课程安排、讲师邀请、场地协调、考勤管理及成效跟踪等，保障培训各环节落地。

分层落实

按照在岗员工、一线店面员工、管理人员及关键岗位领导人员三个层级分层开展培训，各部门、分（子）公司配合组织本单位员工参训，确保培训覆盖无死角；依托内部培训平台“黄金学堂”、外部专业机构、行业专家及内部技术骨干，构建多元化培训实施主体；针对 35 岁以下青年员工，强化培训覆盖，确保参与率不低于 90%，助力青年员工快速成长为公司核心人才。

培训课程体系

政治理论类课程

聚焦党员干部政治素养提升，落实上级部署要求，主要包括学习贯彻党的二十届四中全会精神、2025 年全国两会精神、《习近平经济文选》、中央八项规定精神及习近平总书记重要论述等，通过集中培训、网络课程等形式开展，强化党员干部的政治站位和责任意识。



公司党委举办 2025 年主题党课培训



上海公司党委开展深入贯彻中央八项规定精神主题联学联建活动

合规管理类课程

以“强化合规意识、筑牢风险防线”为核心，覆盖全体员工，课程内容包括法律合规基础、知识产权风险防范、“三重一大”决策制度、重要商业伙伴合规审查、反洗钱合规与法律风控等，通过专题培训、签署合规承诺书等形式，将依法合规理念嵌入各业务条线。



公司举办合规培训



央创时尚组织召开合规管理学习会议

专业技能类课程

针对不同岗位需求精准设计。面向一线店面员工，聚焦专业技能提升、数字化应用、场景化营销、老客运营、高毛利产品文化价值解读等，助力一线员工提升终端服务与销售能力；面向全体在岗员工，涵盖岗位基础技能与企业文化培训，夯实员工岗位履职基础。



公司创新业务发展部组织开展公司制度学习周考试



青岛公司组织开展“销售力带教与狼性团队阳光心态打造”专项培训

管理能力类课程

面向管理人员和关键岗位领导人员，聚焦创新思维、管理能力、履职能力提升，课程内容包括科技创新、产业创新、机制创新、思维创新等，通过理论讲解、沙盘模拟、分组研讨等形式，提升干部队伍的战略思维、实战能力和改革创新意识，助力公司高质量发展。



公司召开黄金珠宝行业投资策略与企业并购重组专题培训会



公司中层干部以上管理人员参加集团公司“金熠计划”专题培训

关爱女性员工

我们始终高度重视女性员工关爱与权益保障，坚持尊重关爱、赋能成长、保障维权同向发力，用心呵护女职工身心健康，切实维护女职工合法权益与特殊利益。严格落实产假、哺乳假、经期休息等劳动保护政策，常态化开展健康体检、巾帼讲堂、暖心慰问等关爱活动，不断丰富女职工精神文化生活。全力为女职工搭建成长平台、畅通发展通道、解决实际困难，充分激发女职工自尊、自信、自立、自强的时代风采。着力打造有温度、有情怀、有担当的女职工关爱机制，让每一位女职工都能安心工作、舒心生活、绽放光彩，为公司高质量发展凝聚起强大的巾帼力量。

用心呵护 员工

04 员工

感悟榜样力量



公司组织女性党员前往中国妇女儿童博物馆参观“数智赋能妇女和女童成果展”

丰富业余生活



公司组织开展妇女节绿植DIY活动

传承非遗文化



三亚公司组织女职工开展非遗手作篆香活动

切实关爱员工

我们始终坚持以人民为中心的发展思想，用心用情用力做好员工关心关爱工作，真心实意为员工办实事、解难题。健全完善薪酬福利、身心健康、权益保障、生活服务全方位保障体系，精准落实休假制度、劳动保护、健康关怀等暖心举措。常态化开展文体活动、暖心慰问、素质提升等特色活动，不断丰富职工精神文化生活，持续提升员工归属感、幸福感、获得感。着力锻造忠诚担当、团结奋进、务实创新的干部职工队伍，全力营造和谐温暖、凝心聚力、干事创业的良好氛围，努力打造职工信赖依靠的温馨家园。

困难员工帮扶



2025年，三门峡金银制品公司通过实际行动帮扶困难职工共计6人，通过发放现金进行帮扶，扶贫款近万元。

关爱员工家庭



公司工会举办“绿动未来 共植希望”——第八届植树护绿亲子采摘活动。活动以“亲子植树+生态采摘”为主题，通过寓教于乐的实践体验，传递环保理念。同时，让员工在工作之余接触自然、放松身心，凝聚家庭温情，为城市增添绿意，为自然注入活力。

倡导身体健康

为迎接端午佳节，公司工会组织开展“端午安康 手作艾草养生锤”主题活动。活动紧扣端午时节驱邪避秽、注重健康的传统文化内核，选用具有安神助眠、祛湿驱虫等功效的艾草为原料，引导大家亲手制作养生锤。此次活动让职工在实践中感受到传统节俗的生机与温度，让文化传统在手工制作中复苏，也让“安康”二字，化作手中实实在在的温暖与慰藉。



丰富精神世界

上海公司举办“绿色书香，共赴地球之约”主题活动，通过“书香赋能+生态实践”的双向融合，将生态文明建设与学习型组织创建有机结合。活动现场，大家积极推荐并分享自己喜欢的书籍，结合自身阅读体验，畅谈心得感悟，围绕自身岗位工作，交流书中观点对工作思路的启发，不仅拓宽了视野、汲取了知识，更增强了团队凝聚力和对企业的认同感。



以合规为尺

夯实稳健根基

公司治理	74
合规经营	76
投资者关系	84
股东权益	85



公司治理

01 管理

我们系统性完善“股东会—董事会—高级管理层”权责清晰的现代企业治理架构，进一步强化内控合规体系，确保权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范、相互协调，持续提升治理体系和治理能力现代化水平，为高质量发展筑牢制度根基。



公司荣获上证·金质量“公司治理奖”，这一荣誉是对公司治理现代化建设成果的又一重磅肯定，体现了公司在规范运作、科学决策和长效发展机制建设上的扎实成效。

董事会

董事会下设战略与 ESG 委员会、提名委员会、审计与风险委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会，严格遵循《中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司董事会议事规则》，形成规范的运作流程，保障决策程序与决议成果的合法合规性。同时，持续优化董事会治理，强化战略决策科学性与风险防控效能，切实维护公司、股东、债权人及员工等多元主体的合法权益。

依据新公司法完成撤销监事会，修订《公司章程》，同步更新《股东会议事规则》《董事会议事规则》及专门委员会细则，明确由审计与风险专门委员会承接监督职责；联动“三重一大”制定《董事会授权管理办法》及授权清单。

完善办会流程、议题准入和底稿备档，形成“会前准备—会中组织—会后跟踪”的闭环。各专门委员会按新细则运行，议案质量与办理时效提升，两会运作规范、执行到位。

2025 年 9 月，将董事会下设的“董事会战略委员会”更名为“董事会战略与 ESG 委员会”，将“审计委员会”统一调整为“审计与风险委员会”，《董事会战略委员会实施细则》相应更名为《董事会战略与 ESG 委员会实施细则》，并同步修订《董事会战略与 ESG 委员会实施细则》。从治理层明确 ESG 工作的组织领导和总体推动职责，通过不断完善 ESG 管理架构，覆盖董事会、管理层、本部职能部门和分（子）公司，确保 ESG 理念融入公司的业务策略。

薪酬管理

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

董事和高级管理人员的薪酬决策依据《员工薪酬管理制度》确定，按照公司治理权限，分别由董事会、股东会按照决策权限决定通过，确保薪酬决策程序合规、公开透明。



经理层人员全面推行任期制契约化管理，通过规范签订岗位聘任协议及经营业绩责任书，明确任期责任、经营目标与权责边界，构建权责对等、激励约束并重的市场化经营管理体系。

管理层薪酬合理性

高管薪酬 100% 与业绩挂钩

职能管理部门管理人员薪酬 50% 与业绩挂钩

业务部门管理人员薪酬 60% 与业绩挂钩

2025 年

召开董事会 10 次 共计审计 55 议案 召开股东会 3 次 共计审计 16 项议案



召开审计与风险委员会会议 6 次 共计审议议案 26 项

召开战略与 ESG 委员会会议 3 次 共计审议议案 5 项

召开提名委员会会议 5 次 共计审议议案 8 项 召开薪酬与考核委员会会议 4 次 共计审议议案 7 项

合规经营

02 管理

守法合规

我们始终坚决贯彻党中央、国务院工作部署，全面落实全面依法治国战略要求，坚持以习近平法治思想为引领，牢固树立依法合规、守法诚信经营理念。持续健全合规管理体系，完善规章制度、法律审核、风险防控、责任追究等工作机制，将合规要求嵌入经营管理全流程、各环节。不断强化法治宣传教育与合规文化建设，引导干部员工增强法治意识、严守纪律规矩，切实以法治思维和法治方式完善企业治理、规范经营行为、防范化解风险。

严格按照《中央企业合规管理办法》要求，构建了切合黄金珠宝零售行业特点、贴合公司经营实际的合规管理体系，2025年体系建设持续深化，运行机制不断完善，合规管理与生产经营实现深度融合。



治理

制度：《中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司合规管理办法（试行）》《中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司合规行为准则（试行）》《中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司合同管理办法》《中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司规章制度管理办法》等。

治理架构：确立了“党委领导、董事会定战略、经理层抓落实、分管领导牵头负责、法律合规部具体执行、各部门协同配合”的合规治理体系。党委发挥把方向、管大局、促落实的领导作用，将党的领导贯穿合规管理体系建设全过程；董事会审议批准合规管理体系建设方案、战略规划，对合规管理体系有效性负责；经理层负责拟订并组织落实合规管理体系建设方案，组织应对重大合规风险事件；法律合规部具体执行。



战略

战略定位：公司将合规管理作为法治央企建设的核心内容，确立了“以合规促发展、以合规防风险、以合规创价值”的战略定位，将合规管理纳入公司发展战略与年度经营计划，作为高质量发展的核心支撑。

战略规划：2025年重点完成了合规管理核心制度体系搭建、全层级合规队伍建设、重点领域合规风险管控、全员合规文化培育等核心任务，实现合规管理体系从“建起来”到“转起来”的跨越。

战略落地：将合规管理指标嵌入子企业经营业绩考核“战略管理”模块，权重占比20%，构建“基础赋分+差异化加减分+刚性否决”的考核体系，将重大违法违规案件、重大法律纠纷等纳入“一票否决”清单，实现合规管理战略与经营业绩考核深度绑定，推动战略要求落地执行。



影响、风险和机遇管理

构建全流程合规风险管控机制，实现闭环管理。



指标与目标

目标：持续完善合规管理体系，实现子企业合规管理体系全覆盖。

指标：深化重点领域合规管控，完成核心业务领域专项合规指引编制；强化合规管理信息化建设，优化信息系统合规流程；持续培育合规文化，实现合规管理从“要我合规”向“我要合规”的根本转变。

合规管理组织体系



三道防线体系

第一道防线：
各业务及职能部门：承担本领域合规主体责任

第二道防线：
法律合规部：承担合规管理、监督、支持职责

第三道防线：
内部审计部门：对合规管理情况开展独立审计监督

全层级合规队伍建设

2025年，完成全层级合规员配置，本部各部门均配备1名合规员（共23名），各重点企业同步配备13名合规员，合计36人，明确合规员“业务监督、政策传达、法务对接”三大核心职责，打造“横向到边、纵向到底”的合规管理网络。



2025年法律合规培训绩效：共举办4次，覆盖总部部门及分（子）公司全员，累计参训约2000人次。

合规制度建设与内控优化

发布《合规管理办法》《合规管理手册》《合规行为准则》三大核心制度，构建起公司合规管理体系的基础框架；搭建“制度管理库”模块，实现制度全流程线上统一管理。在此平台基础上，全面推进制度“立改废增”工作；完成两批次业务流程梳理，共梳理流程229条、修改54条；启动涵盖20余模块的内控手册编制，构建从制度建设到流程优化的全流程管理体系。

合规管理深化与重点领域管控

创新内部合规宣导方式，开通“今日合规”企业微信平台专栏，以《中金珠宝合规风险库》为基础，每日推送合规知识点，累计发布80余条，动态适配业务需求；在分（子）公司管理方面，强化合规要求，部署“三张清单”梳理工作及合规检查工作；针对加盟业务领域，严格实施服务中心准入、续约、变更及退出全流程合规审核，提供专业法律支持，确保各环节合法合规，从源头控制法律风险。

合规审查

我们积极做好合规审查，在《合规管理办法（试行）》《合规管理手册（试行）》中明确了合规审查的全流程规范，将合规审查作为规章制度制定、重大事项决策、重要合同签订、重大项目运营等经营管理行为的必经前置程序，未经合规审查不得实施。

合规审查具体流程



诚信经营

我们始终坚守诚信立业、守信兴企的经营理念，将诚信文化深度融入企业发展血脉，坚持依法经营、依规治企、依信立业，严格恪守商业道德与行业规范。持续完善诚信管理体系与内控监督机制，强化全流程质量管控与履约责任落实，以真诚服务赢得信赖，以过硬品质树立口碑，以公开透明践行承诺。始终坚持对股东负责、对客户负责、对员工负责、对社会负责，积极维护公平公正的市场秩序，着力构建重信守诺、互利共赢的合作关系，全力打造诚信央企、责任央企、品牌央企，以诚信之基筑牢企业行稳致远的坚实保障。

上海公司参加“3·15”国际消费者权益日系列活动

3月15日，上海公司应邀参加上海市黄浦区市场监管局和消保委联合举办的以“诚信促消费 维权提信心 共筑满意消费环境”为主题的“3·15”系列活动。活动现场，上海公司组成志愿者队伍为市民免费提供首饰超声波清洁服务，热情互动解答黄金珠宝专业知识、发放黄金饰品保养手册。此次活动体现出上海公司始终秉承“黄金为民 送福万家”的服务理念，积极践行央企社会责任，通过诚信经营、高品质服务为营造安全、便利、高品质的消费环境贡献品牌力量。



上海公司参加“3·15”系列活动

公平竞争

我们始终严格遵循《中华人民共和国反垄断法》《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》等法律法规要求，坚持公平公正、合法合规的市场竞争原则，自觉维护统一开放、竞争有序的市场体系。建立覆盖反垄断、反不正当竞争全流程的制度规范体系和完善的公平竞争违规行为处罚与问责机制，切实规范经营行为、净化市场环境。始终秉持公平竞争、合作共赢理念，尊重市场规律、恪守商业规则，以实际行动维护良好营商环境与行业生态，推动市场健康可持续发展。

2025年，公司未发生因不正当竞争、垄断行为导致的重大行政处罚、诉讼案件，未发生相关董事、管理层人员、员工因不正当竞争行为被解雇、处分或被有权部门调查的情况。

将公平竞争合规审查作为规章制度制定、重大决策、重要合同的必经前置程序，法律合规部对相关事项开展专项合规审查，2025年累计完成125余项制度的合规审核，从源头防范不正当竞争风险。	针对加盟体系、产品研发、供应链与采购体系编制《风险识别清单》《岗位职责清单》《流程管控清单》，将公平竞争合规要求嵌入核心业务流程。	线上开通“今日合规”企业微信专栏，推送公平竞争、反不正当竞争相关合规要点，线下通过电梯屏、办公区宣传屏等场景，推动公平竞争合规内容与业务动态同步，实现全员合规宣导全覆盖。
---	---	---

风险管理

我们始终坚守稳健经营、安全发展的底线思维，严格遵循国家及集团公司关于风险防控的各项制度要求，结合经营实际构建以全面风险管理办法为统领的内控合规体系，建立覆盖风险识别、评估、预警、应对、监督评价全流程的闭环风险管理体系，常态化开展风险排查，实现风险早识别、早预警、早处置、早化解，切实以严密风控体系筑牢安全屏障，为企业高质量、可持续、稳进向好发展提供坚强保障。

风险管理具体举措与监督情况



全维度风险识别与评估机制

2025年完成全系统风险识别评估，更新完善《合规风险数据库》，覆盖13个重点经营领域，明确各风险点的合规义务、管控措施等核心内容；各业务部门负责本领域日常风险识别，法律合规部对风险开展分级分类分析，针对加盟管理、采购招标等高风险领域开展核心业务领域专项风险清单编制，实现靶向防控。



多渠道风险预警与提示机制

明确重大经营风险事件1个工作日内报送要求，紧急情况即时口头报告，2025年累计印发9份风险提示函与法律意见书，针对共性风险开展全系统预警；通过“今日合规”企业微信专栏（累计发布131期）、合规培训、线下宣传屏等多渠道，常态化推送风险防控要点，实现全员风险预警提醒。



全链条风险应对与处置机制

针对不同等级风险制定差异化应对预案，重大合规风险事件建立专项应对流程；建立风险处置跟踪台账，对风险事件处置、整改情况动态跟踪，处置完成后开展复盘优化，实现全流程闭环管理。



全周期监督与评价管理

依托“三道防线”开展全周期风险监督，业务部门开展日常自查，法律合规部定期开展专项检查，审计部门开展独立审计监督。2025年完成全部13家分（子）公司合规检查与现场指导，对风险隐患建立整改台账、督促闭环整改；将风险管理成效纳入年度经营业绩考核，对防控不力、瞒报漏报重大风险的严肃追责；每年开展风险管理体系有效性全面评价，持续优化管控体系，提升风险管理能力。

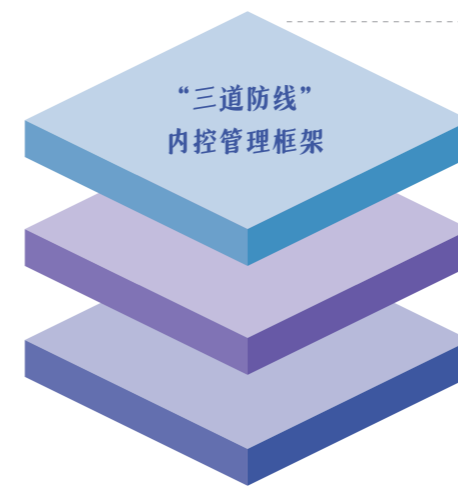
内部审计与控制

内部审计

我们始终坚持党管审计、依法审计，严格落实内部审计各项工作要求，持续构建集中统一、权威高效的审计监督体系，进一步完善“上审下”监督机制，依法全面履行内部审计监督职责，规范审计行为，提高审计质量，防范审计风险，强化审计工作的前瞻性、整体性和协同性，以高质量内部审计监督促进公司高质量发展。

内部控制

我们构建了“党委领导、董事会定战略、经理层抓落实、法律合规部牵头执行、各部门协同配合、审计部门独立监督”的内控治理体系，同步建立“三道防线”全层级穿透式内控管理框架，保障企业经营管理合法合规、资产安全、财务报告及相关信息真实完整，提高经营效率和效果，促进企业实现发展战略。



第一道防线

各业务及职能部门承担内控主体责任，负责本领域内控落地、日常管控与风险自查，本部及重点子企业共配备36名合规员，推动内控要求向业务一线延伸。

第二道防线

法律合规部作为牵头部门，承担内控体系建设、制度制定、合规审查、风险预警等管理监督职责。

第三道防线

内部审计部门履行独立监督职责，定期对内控体系运行情况开展审计，形成监督闭环。

全流程梳理优化

2025年累计梳理业务流程229条、优化59条；针对核心业务领域编制“三张清单”，将内控要求精准嵌入业务环节；

合同全流程内控

两次修订《合同管理办法》，实现合同审批全流程线上化，搭建子公司合同审核备案线上流程，覆盖合同全生命周期管控；



刚性合规审查流程

建立规章制度、经济合同、重大决策三大事项合规审查刚性流程，2025年实现线上审核率100%，全年累计审核制度125余项、合同1000余份、重大决策40余次，未发生审核缺位引发的内控失效风险；

制度全生命周期管理

搭建OA系统“制度库”模块，实现制度“立改废增”全流程线上统一管理，全程可追溯。

廉洁管理

我们紧密围绕公司党委与集团公司纪委的部署要求，以“纪检监察工作规范化、法治化、正规化建设年”行动为核心抓手，将“三化”建设贯穿监督执纪与巡察监督的全过程。以“打造忠诚干净担当、敢于善于斗争的纪巡铁军”为目标，秉持严格的标准、务实的举措和过硬的作风，统筹推进各项任务的落实。在政治监督、线索处置、巡察全覆盖，以及整改落实等方面协同发力，为企业全面从严治党的纵深发展、实现高质量发展营造了风清气正的政治生态环境。

01

优化信访举报流程，严格遵循《中国共产党纪律检查机关监督执纪工作规则》《纪检监察机关处理检举控告工作规则》，重新梳理信访举报的全流程，明确了登记录入、线索处置、流转督办、归档保管等7个环节的标准与要求，构建了“专人负责、分级审核、闭环管理”的工作机制。

02

建立了“集中学习+个人自学”的常态化机制，依托“党小微清廉”专栏、“每月党性党纪学习教育”等载体，组织全员系统学习习近平新时代中国特色社会主义思想、二十届中央纪委四次全会精神，以及《中国共产党章程》《中国共产党纪律处分条例》等法规制度，实现了政治理论学习的全覆盖，推动学习成果转化为工作共识与行动自觉。

03

启动违规吃喝专项整治行动，紧扣干部调整竞聘工作，落实“凡提四必”要求，开展廉洁谈话、考察谈话以及党风廉政意见出具等工作，强化了干部队伍的监督。

反商业贿赂及反贪污

我们始终坚守廉洁从业、依法经营的底线原则，严格遵守国家法律法规及企业廉洁从业各项规定，坚决筑牢反商业贿赂、反贪污腐败的思想防线与制度防线。持续健全廉洁风险防控体系，强化重点领域、关键环节监督管理，常态化开展廉洁教育、警示教育与合规自查，坚决杜绝商业贿赂等违规违纪违法行为，以严明的纪律规矩护航企业健康发展，切实维护企业利益与品牌形象。

2025年，公司未发生商业贿赂、贪污相关的重大事件，未发生董事、管理层人员、员工由于商业贿赂或贪污行为而被解雇或受到处分、被有权部门调查的情况，未发生相关诉讼案件、行政处罚，未发生因商业贿赂与业务合作伙伴的合同被终止或未续约的情况。

公司建立完善的反商业贿赂、反贪污制度体系，设立专章对反商业贿赂与反腐败作出明确规定，禁止公司及员工为谋取交易机会或者竞争优势采用财物或者其他手段贿赂对方单位或者个人，明确礼品与商务接待管理、捐赠与赞助审批等核心管控要求；将反商业贿赂作为市场交易领域合规管理重点，明确全流程管控要求。



建立“三道防线”合规管理框架，各业务及职能部门履行反商业贿赂第一道防线职责，承担合规主体责任；法律合规部履行第二道防线职责，承担管理监督责任，组织开展制度建设、合规审查、举报调查等工作；内部审计部门履行第三道防线职责，承担监督责任，定期开展独立审计。



央创时尚参观深圳市级廉洁教育基地



昆明公司以“红色金融历史传承+廉洁文化教育”模式开展警示教育



三亚公司开展“扬风清气正，守廉洁初心”主题党日



投资者关系



我们加强与投资者之间的信息沟通，促进投资者对公司的了解，实现公司价值最大化和股东利益最大化。根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上海证券交易所股票上市规则》《上市公司与投资者关系工作指引》等法律法规、规范性文件及相关规定，修订《中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司投资者关系管理制度》，提升公司治理水平。

截至 2025 年底，共计接待投资者调研 60 次，回答投资者关心的问题 200 余条，建立了多层次良性互动机制。

联络沟通

我们整合投资者所需信息并予以发布，并举办分析师说明会等会议及路演活动，接受分析师、投资者和媒体的咨询；接待投资者来访，与机构投资者及中小投资者保持经常联络，提高投资者对公司的参与度。

信息披露

我们高度重视信息披露工作，根据《中华人民共和国证券法》《上海证券交易所股票上市规则》，制定《中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司信息披露管理制度》，遵循真实性、准确性、完整性和及时性的原则，规范地披露信息，履行信息披露义务，保护公司、股东、债权人及其他利益相关人的合法权益。

- 按期完成年报、半年报、季报及临时公告披露，规范办理董事、高管变动、相关股东减持等事项。
- 组织业绩说明会并沉淀 Q&A，建立来电来函登记与周度汇总机制。
- 依法完成 5% 以上股东权益变动披露及窗口期管理，统一对外口径。



公司 2023—2024 年 ESG 报告连续两年荣获中国企业社会责任报告评级专家委员会四星半评级

股东权益



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



2025 年，公司召开股东会 3 次，审议通过 16 项议案。股东会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均严格按照《中华人民共和国公司法》《公司章程》及《股东会议事规则》的要求规范运作。



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



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

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

2026年是“十五五”的“开局之战”，起跑决定后势，开局关乎全局。我们将以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，在集团公司党委的坚强领导下，坚定信心、保持定力，以一往无前的奋斗姿态，将战略共识转化为坚定行动，将宏伟目标分解为岗位职责，以“志在必得”的决心、“唯实争先”的锐气、“久久为功”的韧劲，携手并肩、砥砺奋进，奋力开创无愧于时代的中国黄金新纪元，为建设世界一流黄金珠宝企业而努力奋斗！

我们坚持“远”字谋势，以长远眼光保障基业长青。2026年，我们将始终坚守“国之大者”，以ESG理念为引领，持续深化环境、社会、治理全维度可持续发展实践，在绿色低碳、责任担当、治理提升的道路上笃定前行，以“央企资源”赋能“民企活力”，以“黄金品质”锻造“共赢生态”，切实把企业精神转化为“股东增利、资本增值、企业增效、员工增收、品牌增色”的生动实践。



指标索引

一级标题	二级标题	GRI Standards	央企控股上市公司 ESG 专项报告参考指标体系	上交所《可持续发展报告指南》
关于本报告		GRI 2-3: 报告期、报告频率和联系人		
董事长致辞		GRI 2-22: 关于可持续发展战略的声明 GRI 2-23: 政策承诺 GRI 2-24: 融合政策承诺		
关于我们	企业简介	GRI 2-1: 组织详细情况 GRI 201: 经济绩效		
	企业文化			
	管理团队			
	组织架构	GRI 2-9: 管治架构和组成	G1.2 组织构成及职能	
	年度主要荣誉	GRI 2-9: 管治架构和组成	G1.2 组织构成及职能	
	年度大事记			
ESG 专题 1: 党建领航: 铸魂强基守初心, 培元固本启新程			G1.1 治理策略及流程	
ESG 专题 2: 金耀华章: 融古汇今兴产业, 创新驱动向未来		GRI 203: 间接经济影响	S2.3 创新发展	社会 -S11 创新驱动
ESG 管理	ESG 理念	GRI 2-22: 关于可持续发展战略的声明	G1.1 治理策略及流程	
	ESG 治理体系	GRI 2-12: 在管理影响方面, 最高管治机构的监督作用 GRI 2-13: 为管理影响的责任授权 GRI 2-14: 最高管治机构在可持续发展报告中的作用	G1.2 组织构成及职能	
	ESG 工作开展	GRI 2-29: 利益相关方参与的方法	G4.1 信息披露制度 G4.2 信息披露质量	
	双重重要性议题分析	GRI 3: 实质性议题		可持续发展相关治理 -G1 尽职调查
	利益相关方沟通	GRI 2-16: 重要关切问题的沟通 GRI 2-29: 利益相关方参与的方法	G4.2 信息披露质量	可持续发展相关治理 -G2 利益相关方沟通
以绿色为底, 绘就生态新篇	环境合规管理	GRI 2-27: 遵守法律法规 GRI 304: 生物多样性	E1.4 包装材料 E4.1 生产、服务和产品对生物多样性的影响 E5.3 节能降碳统计监测与考核奖惩体系 E5.4 绿色环保行动与措施 E5.5 绿色低碳认证 E5.6 环境领域合法合规	环境 -E4 生态系统和生物多样性保护 环境 -E5 环境合规管理
	应对气候变化	GRI 102: 气候变化 GRI 201: 经济绩效	E.3.2 减排管理 E.3.4 气候风险管理 G5.2 风险管理	环境 -E1 应对气候变化 可持续发展相关治理 -G1 尽职调查
	资源管理	GRI 302: 能源 GRI 303: 水资源和污水	E.1.1 水资源 E.1.3 能源 E.5.2 资源管理措施	环境 -E6 能源利用 环境 -E7 水资源利用
	污染物排放	GRI 303: 水资源和污水 GRI 305: 排放 GRI 306: 废弃物	E.2.1 废水 E.2.2 废气 E.2.3 固体废物	环境 -E2 污染物排放 环境 -E3 废弃物处理
	循环经济	GRI 301: 物料	E.5.4 绿色环保行动与措施 E.1.4 包装材料 S2.3 创新发展	环境 -E8 循环经济
	绿色理念	GRI 413: 当地社区	E.5.1 低碳发展目标制定与战略措施 S4.3 社会公益活动	社会 -S10 社会贡献

一级标题	二级标题	GRI Standards	央企控股上市公司 ESG 专项报告参考指标体系	上交所《可持续发展报告指南》
以品质为纲，坚守品牌初心	产品质量与安全管理	GRI 416: 客户健康与安全	S2.1 产品安全与质量 G5.2 风险管理	社会 -S15 产品和服务安全与质量
	客户服务与消费者权益保护	GRI 416: 客户健康与安全 GRI 417: 营销与标识 GRI 418: 客户隐私	S2.2 客户服务与权益 G5.2 风险管理	社会 -S16 数据安全与客户隐私保护
	创新驱动	GRI 416: 客户健康与安全	S2.3 创新发展	社会 -S11 创新驱动
以奉献为怀，践行责任担当	加盟商管理	GRI 2-6: 活动、价值链和其他业务关系	S3.1 供应商管理 S3.2 供应链环节管理	社会 -S13 供应链安全
	供应链管理	GRI 2-6: 活动、价值链和其他业务关系 GRI 308: 供应商环境评估 GRI 414: 供应商社会评估	S3.1 供应商管理 S3.2 供应链环节管理	社会 -S13 供应链安全 社会 -S14 平等对待中小企业
	响应国家政策	GRI 207: 税务	S4.1 缴纳税费情况 S4.4 国家战略响应	社会 -S9 乡村振兴
	社会贡献	GRI 413: 当地社区	S4.2 社区共建 S4.3 社会公益活动	社会 -S10 社会贡献
以人文为魂，凝聚奋进合力	保障员工权益	GRI 2-7: 员工 GRI 401: 雇佣 GRI 402: 劳资关系	S1.1 员工招聘与就业 S1.2 员工薪酬与福利	社会 -S17 员工
	员工职业健康	GRI 402: 劳资关系 GRI 403: 职业健康与安全	S1.3 员工健康与安全 S1.2 员工薪酬与福利	社会 -S17 员工
	助力员工发展	GRI 404: 培训与教育	S1.4 员工发展与培训	社会 -S17 员工
	用心呵护员工	GRI 405: 多元化与平等机会 GRI 406: 反歧视	S1.3 员工健康与安全	社会 -S17 员工
以合规为尺，夯实稳健根基	公司治理	GRI 2-19: 薪酬政策 GRI 2-20: 确定薪酬的程序	G1.1 治理策略及流程 G1.2 组织构成及职能 G1.3 薪酬管理	
	合规经营	GRI 205: 反腐败 GRI 206: 反竞争行为	G2.1 内部控制 G2.2 廉洁建设 G2.3 公平竞争 G5.1 合规经营 G5.2 风险管理	可持续发展相关治理 -G1 尽职调查 可持续发展相关治理 -G4 反不正当竞争 可持续发展相关治理 -G3 反商业贿赂及反贪污
	投资者关系	GRI 413: 当地社区	G3.1 投资者关系管理 G4.1 信息披露制度	可持续发展相关治理 -G2 利益相关方沟通
	股东权益	GRI 413: 当地社区	G3.2 股东权益	可持续发展相关治理 -G2 利益相关方沟通

关键绩效表

名称	单位	2025年	2024年	2023年	2022年
经济绩效					
总资产	亿元	125.43	129.01	131.10	116.30
销售收入	亿元	698.22	604.64	563.64	471.24
利润总额	亿元	3.30	10.21	12.03	9.47
纳税总额	亿元	4.43	5.63	5.48	4.54
产品合格率	%	100	100	100	100
总部合同履约率	%	100	100	100	100
子公司合同履约率	%	100	100	100	100
资产负债率	%	42.54	41.51	43.01	39.80
本公司向前五大客户销售收入总额	亿元	512.63	301.88	180.83	170.83
本公司向前五大客户销售收入总额占全部营业收入比例	%	73.45	50.15	32.27	36.46
环保绩效					
环保总投资	万元	90.52	10.05	95.46	18.07
温室气体排放量	万吨二氧化碳当量	0.07	-	0.1131	0.1042
年度用电总量	千瓦时	1988289	779438	1952722	2155254.5
年度用水总量	立方米	10006	4810	12888	14415
垃圾处理费、固废处置费	万元	4.1092	3.80	0.783	77.30
危险废物处置量	万吨	0.0828	0.1265	0.1094	0.0896
化石能源消耗量	吨标煤	3.847	3.870	4.704	3.697
非化石能源消耗量	吨标煤	151.33	175.96	159.63	157.33
废水排放量	万吨	0.1721	0.2159	0.1918	0.1745
主要废水污染物排放量					
化学需氧量 (COD)	千克/升	8.279	12.55	10.79	8.96
总氮	千克/升	0.646	0.979	0.842	0.699
氨氮	千克/升	0.273	0.414	0.356	0.296
铅	千克/升	0.041	0.063	0.054	0.045
氟化物	千克/升	0.041	0.063	0.054	0.045
环保培训覆盖率	%	100	100	100	100

社会绩效					
科研总投入	万元	1184.76	1267.31	2732.95	2777.54
有效知识产权总数	项	283	248	377	231
职工总数	人	1324	1315	1317	1313
女职工	人	836	822	823	820
名称	单位	2025年	2024年	2023年	2022年
少数民族职工	人	61	73	63	61
初级管理人员及以上岗位职工	人	364	353	356	368
其中：女性管理者人数	人	173	178	180	161
员工本地化人数	人	804	896	899	894
残疾人雇佣人数	人	4	5	5	4
劳动合同签订率	%	100	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100	100
参加工会的员工比例	%	100	100	100	100
年度公开招聘人数	人	86	101	125	201
其中：高校应届毕业生	人	5	3	10	186
社会招聘	人	81	98	115	15
全年累计培训员工人次	人次	2961	376	4464	1456
体检及健康档案覆盖率	%	100	100	100	100
年度新增职业病病例	例	0	0	0	0
人均带薪休假天数	天	8.94	8.41	8.50	8.32
员工满意度	%	100	100	100	100
员工流失率	%	6.85	6.92	9.11	3.66
安全生产投入	万元	321.88	482.29	230.79	303.40
安全教育培训覆盖率	%	100	100	100	100
员工伤亡人数	人	0	0	0	0
员工志愿者活动人次	人次	200	200	500	500
乡村振兴项目总投入	万元	11.32	25.90	22.35	35.54

《中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司 2025 环境、社会及管治报告》评级报告

受中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司连续第 4 年委托，“中国企业社会责任报告评级专家委员会”抽选专家组成评级小组，对《中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司 2025 环境、社会及管治报告》（以下简称《报告》）进行评级。

一、评级依据

- 1.《企业可持续披露准则——基本准则（试行）》；
- 2.《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》；
- 3.《中国企业可持续发展报告指南（CASS-ESG 6.0）之零售业》；
- 4.《中国企业可持续发展报告评级标准（2026）》。

二、评级分析

过程性（★★★★☆）

由董事会办公室牵头成立报告编写工作组，各部门负责人及社会责任联络员参与，负责报告的策划、资料收集整理、文案撰写等，并审阅报告、提出修改建议；围绕报告编制开展前期研究，持续完善可持续发展指标体系，提高可持续发展管理水平；编制报告资料收集清单，下发开展报告编制工作的专项通知，召开报告编制启动会，对关键职能部门及下属单位代表进行系统性访谈调研，收集大量一手资料，确保报告内容全面、准确，具有领先的过程性表现。

实质性（★★★★☆）

《报告》系统披露了应对气候变化、包装材料减量化及回收利用、产品和服务安全与质量、负责任营销、可持续供应链等零售业关键性议题，其中产品和服务安全与质量、可持续治理机制、员工权益保障三项议题相关内容篇幅最多，分别为 6 页、6 页、5 页，实质性表现领先。

完整性（★★★★☆）

《报告》主体内容从“以绿色为底，绘就生态新篇”“以品质为纲，坚守品牌初心”“以奉献为怀，践行责任担当”“以人文为魂，凝聚奋进合力”“以合规为尺，夯实稳健根基”等角度系统披露了零售业核心指标的 80.69%，其中环境维度下环境合规管理、污染物排放，社会维度下乡村振兴、创新驱动、数据安全与客户隐私保护，治理维度下利益相关方沟通、反不正当竞争等议题的核心指标覆盖率最高，均达 100%，具有领先的完整性表现。

平衡性（★★★★☆）

《报告》披露了“年度新增职业病病例”“员工流失率”“员工伤亡人数”等负面数据信息，简单描述了“未发生任何产品、服务相关的重大质量与安全事故”等情况，平衡性表现领先。

可比性（★★★★☆）

《报告》详细披露了“总资产”“销售收入”“职工总数”“安全生产投入”“环保总投资”“年度用水总量”等 39 个关键指标连续 4 年的对比数据，其中社会维度下员工权益保障、职业健康与安全生产，环境维度下环境合规管理连续 4 年可比数据披露最为充分，分别为 16、5、4 组，具有领先的可比性表现。

可读性（★★★★☆）

《报告》封面凸显企业所在行业特色，融入企业主营业务元素，紧密呼应企业 ESG 理念；章节跨页采用产品大图，体现企业业务特点，提升了报告的辨识度；以丰富的案例向公众展示专题活动等履责成果，提升了报告的传播性和沟通力，可读性表现领先。

创新性（★★★★☆）

《报告》开篇设置“党建领航：铸魂强基守初心，培元固本启新程”“金耀华章：融古汇今兴产业，创新驱动向未来”

责任专题，聚焦企业在党建引领与创新发展方面的履责重点；积极响应国际标准与监管要求，参照“治理、战略、风险与机遇管理、指标与目标”四支柱框架披露产品质量与安全管理、客户服务与消费者权益保护、守法合规等议题，增强信息披露的规范性，具有领先的创新性表现。

三、综合评级（★★★★☆）

经评级小组评价，《中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司 2025 环境、社会及管治报告》为四星半级，是一份领先的企业可持续发展报告。

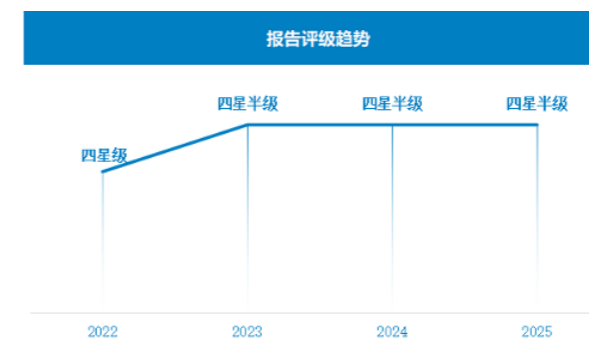
评级结果	评级图示	发展水平
五星佳	★★★★★+	典范
五星级	★★★★★	卓越
四星半级	★★★★☆	领先
四星级	★★★★	优秀
三星级	★★★	良好
二星级	★★	发展
一星级	★	起步

四、改进建议

1. 增加治理维度下核心指标的披露，提高报告的完整性；
2. 增强报告内容和设计的表现形式，进一步提升报告的创新性。

五、评级勋章

中金珠宝连续 4 年参与报告评级，获黄铜级勋章。



扫码查看评级档案

黄群慧

评级专家委员会副主席

钟宏武

评级小组组长

魏秀丽

评级小组专家

出具时间：
2026 年 4 月 24 日

编委会

主 编：刘科军

副 主 编：王宇飞、吴义东、金文一、王兴猛、杨少旭、张彦菁

责任编辑：邢文杰、宋国瑞

参与编写：

王宇航、王茜羽、王浩天、王曼卿、王紫嫣、牛 杰、石 菲、田 宇、宁 欣、任 艺、刘素影、刘晓燕、
孙 畅、杜俊平、李子谋、李 玥、李若薇、李晓雁、李 琪、李楠依、杨 乐、宋 超、张泽君、罗 晗、
季元清、周玉新、周 倩、郑佳杰、赵家琪、胡海超、胡梓钧、袁依涵、楼佳鹍、虞 颖、满劭纯、谭秀菲

执 行 单 位：北京黄金经济发展研究中心

执 行 主 编：李广国

执行副主编：曲 辉、韩建辉、李广为

报 告 统 筹：李 璿

文 字 编 辑：张 雯、徐莉莉

艺 术 设 计：刘 聪



意见反馈表