

CHOW
TAI
SENG



周大生®
CHOW TAI SENG

2024年度可持续发展报告

周大生珠宝股份有限公司

CHOW TAI SENG

© 公司官网链接: <https://www.chowtaiseng.com/>

© 地址: 深圳市罗湖区翠竹街道布心路3033号水贝壹号A座19-23层 周大生珠宝

股票代码 002867

目录

CONTENTS

关于本报告	01
管理层的话	03
走进周大生	05
公司简介	05
企业文化	06
产品定位	07
战略布局	09
发展历程	11
周大生2024记忆	15
2024荣誉	19

专题一：	21
品牌联袂—雅韵新章，风尚共鸣	
专题二：	27
为爱而生—加盟共创，链生万象	

01 时代偕行 聚焦可持续发展

SDGs行动路线	35
可持续发展治理	36
利益相关方沟通	37
实质性议题分析	39

02 锐质拓新 共筑璀璨未来

匠心·产品研发与工艺创新	43
臻爱·打造卓越品质与服务	55
致胜·加盟商赋能与履责	65
精益·构建高质供应链	73
智变·周大生数字化转型之路	78

03 德润民生 共臻员工福祉

福音·保障员工权益	83
精进·赋能员工发展	92
固本·严守安全底线	95
大爱·履行社会责任	96

04 稳健为锚 引领企业征程

善治·规范公司治理	103
立信·投资者权益保障	106
行稳·加强合规建设	109
笃行·恪守商业道德	111

05 金翠凝辉 绿色永续之美

智行·应对气候变化	115
使命·完善环境管理	117
严策·发展节能降耗	117

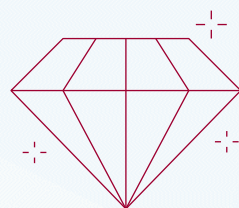
报告附录	119
未来展望	119
参考标准索引	120
读者反馈	121

关于本报告

本报告是周大生珠宝股份有限公司（以下简称“周大生”“公司”“我们”）发布的首份可持续发展报告（以下简称“本报告”），旨在向利益相关方全面、系统地展示公司 2024 年度在环境、社会及管治（以下简称“ESG”）领域的理念、实践与成果。

● 释义说明

为便于表述与阅读，本报告中出现的下属子公司使用简称如下：



释义项	释义内容
周大生、公司、我们	周大生珠宝股份有限公司
周氏投资	深圳市周氏投资有限公司，公司控股股东
周和庄置业	深圳周和庄置业有限公司，公司控股子公司

● 时间范围

本报告的时间范围为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日（以下简称“报告期”），为增强报告的对比性和完整性，部分内容适当追溯以往年份或具有前瞻性表述。

● 报告范围

本报告内容覆盖周大生珠宝股份有限公司及下属全资、控股子公司，除特别说明外，本报告范围与公司的年报范围保持一致。

● 编制依据

- ◆ 全球可持续发展标准委员会（GSSB）《可持续发展报告标准》（GRI Standards）
- ◆ 中国企业改革与发展研究会《中国企业可持续发展责任报告指南（CASS—ESG 6.0）》
- ◆ 深圳证券交易所《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《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》
- ◆ 联合国可持续发展目标（SDGs）
- ◆ 气候相关财务信息披露（TCFD）框架

● 数据说明

本报告中的数据来源主要包括公司内部各部门统计报表、运营记录，统计口径与公司年度报告一致。除特殊说明外，本报告中的财务数据均以人民币为单位。若存在与财务报告不一致之处，以财务报告中的数据为准。

● 报告获取

本报告以电子版形式提供。您可以在周大生官网（<https://www.chowtaiseng.com>）、巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）和深交所网站（<http://www.szse.cn>）查阅和下载。

● 联系与反馈

我们珍视利益相关方的意见与建议。若您对本报告内容有任何疑问、意见或建议，欢迎通过以下方式与我们联系：

地址：深圳市罗湖区翠竹街道布心路 3033 号水贝壹号 A 座 19-23 层

电话：0755-82288871

我们将认真对待每一条反馈，持续优化公司可持续发展报告内容与 ESG 发展实践。

管理层的话

岁月不居，时节如流。自1999年周大生在北京王府井百货开设第一家专柜，正式踏上中国大陆珠宝市场的征程，至今已走过二十余载风雨征程。在这漫长岁月里，我们秉持“为爱而生”的品牌理念，一路砥砺前行，成长为国内最具规模的珠宝品牌运营商之一，连续多年荣登亚洲品牌500强等权威榜单，这份荣誉既是对过往成就的加冕，更是激励我们再攀高峰的强劲动力。

革故鼎新，精筑品牌矩阵

站在2025年的新起点上，我们将继续深化品牌矩阵建设，在夯实现有品牌优势的基础上，精准切入细分赛道，将孵化的差异化、个性化的子品牌进行有效建设和管理，以多元定位覆盖全域消费需求。同时，创新合作生态，与知名设计师、艺术家、IP、非遗传承文化、跨界品牌等合作，打造独具特色的产品体系和服务，以创意赋能品牌破圈。



周宗文
周大生董事长

智启新程，重构零售新体验

在顾客服务领域，我们深度融合大数据与AI技术，构建“精准洞察—智能推荐—场景营销”的闭环体系。通过动态促销策略与主题化营销活动激活消费热情，同步优化全链路运营流程，提升顾客的参与度和购买欲望，让每一次消费都成为情感共鸣的触点。

全链升级，构建数字化智能配货体系

供应配货方面，我们构建覆盖商品管理、库存调配、终端服务的数字化配货模型，打造云店、中央仓、分布式库存、云展厅等创新模式，实现线上线下库存实时共享和精准调配，完善商品中台，加强对商品的管理和运营，提高运营与管控能力，以供应链柔性支撑业务高速运转。

精益求精，赋能自营发展

自营店建设方面，我们以“人”为核心构建成长型组织。通过优化店铺布局、加强员工培训等措施，为员工提供广阔的职业发展空间与晋升通道，营造积极向上、和谐奋进的企业文化氛围，促进员工与企业共同成长，提升单店运营效能，为强化品牌势能与市场占有率提升筑牢根基。

另辟蹊径，深化电商发展新战略

顺应数字化消费浪潮，我们持续深化电商业务，提升电商平台的用户体验和服务质量。加大电商营销投入，开展精准营销和内容营销，吸引更多的消费者购买我们的产品。同时，积极探索社交电商、直播电商等新兴电商模式，抓住电商发展的新机遇。

全域协同，激活流量价值

流量运营层面，我们打造“公域拓圈—私域深耕—生态反哺”的可持续流量运营体系，公域流量依托抖音、快手、视频号、小红书等平台拓展本地生活业务，扩大品牌的影响力和知名度，吸引更多的潜在顾客。私域则以CRM系统建设为枢纽，通过云店小程序等工具，提升顾客的忠诚度和复购率，公域私域的有机联动，形成了口碑裂变与商业价值共生的良性循环，实现商业价值与社会价值的长效共生。

逐浪全球，擘画国际蓝图

国际市场布局方面，我们以开放姿态深化与国际头部品牌的战略合作，汲取前沿管理经验与技术精髓，提升公司的国际化水平和竞争力。同时，根据国际市场的需求和特点，研发适合国际消费者的产品和服务，致力于打造具有国际影响力的珠宝品牌。

“路漫漫其修远兮，吾将上下而求索。”展望未来，我们将继续肩负“为顾客奉献美丽、传递爱心，为股东、员工谋利，与合作伙伴互利双赢”的使命，以创新驱动为引擎，以可持续发展为航标，深耕珠宝行业，为消费者创造更多价值，为推动行业健康发展贡献力量，努力缔造传世品牌，开创珠宝盛世，在可持续发展的道路上笃定前行，书写更加辉煌的篇章。



走进周大生

公司简介

周大生珠宝股份有限公司成立于1999年，于2017年4月在深圳证券交易所上市。2024年6月，公司以1,023.59亿元的品牌价值，荣登世界品牌实验室“中国500最具价值品牌”榜第97名，位居内地珠宝品牌第一，是国内最具规模的珠宝品牌运营商之一。

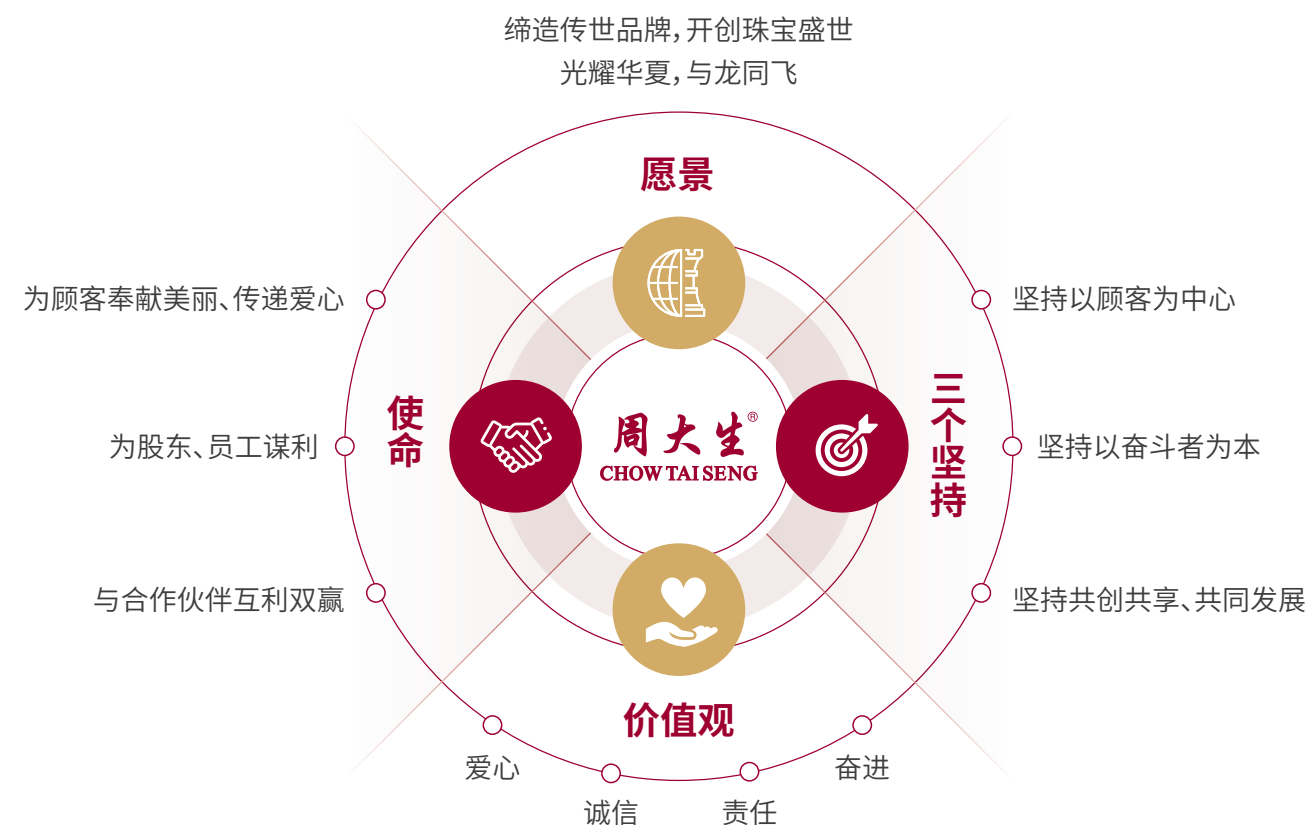
公司践行“为爱而生”的品牌理念，探寻时尚潮流中的情感共鸣与文化美学，先后推出周大生经典、周大生X国家宝藏、转珠阁等知名品牌矩阵，以文化和艺术性的表达镌刻情感与记忆，以创新性的融合弘扬中华优秀传统文化。



企业文化

“周大生”名字的渊源来自《易经·系辞下》“天地之大德，曰生”，意为“天地之间，最伟大的道德，是爱护生命”。

天地之间最伟大的德行，是哺育万物与爱护生命，珠宝本身就是“表达爱与美的使者”。



产品定位

公司秉持“黄金为主力产品，钻石为核心产品”的产品定位，聚焦年轻、时尚消费客群，构建了丰富且具协同效应的品牌矩阵，将黄金产品分为成长祝福、时尚装扮、幸福婚嫁、文化艺术、文礼收藏五个方向；钻石镶嵌产品划分为优雅、迷人、浪漫、摩登、自然五大风格，全方位覆盖多元市场需求。

| 黄金产品

公司洞察市场需求，探寻时尚潮流，融合风格美学，在珠宝界独家研创“情景风格珠宝”体系，更精准定位消费人群，更深度解析情感共鸣与场景需求。在黄金产品研发策略上，公司坚持以情景风格珠宝体系为基调与指导，从“成长祝福、时尚装扮、幸福婚嫁、文化艺术、文礼收藏”五个产品方向，结合消费需求与潮流趋势，持续优化完善“欢乐童年、浪漫花期、美丽人生、幸福花嫁、吉祥人生、璀璨人生、IP 文创、礼财藏金”八大黄金产品线，现已原创开发了 38 个品牌系列，并不断对各系列内产品进行创新、迭代、优化，以确保产品能够快速精准适应市场变化，高效匹配消费者需求，提升周大生黄金产品在终端市场的核心竞争力。

五大产品方向



| 钻石镶嵌产品

钻石镶嵌产品是公司的核心优势产品。公司聚焦“幸福婚恋 + 时尚魅力”两大产品研发方向，专业呈现优雅、浪漫、迷人、摩登、自然五大产品风格，精准定位活力女孩、怡然佳人、知性丽人、魅力精英、星光女神五大消费人群。有效聚焦表达情感、表现自我两大需求方向，倾心研发多个系列组合，使风格美学下的产品更具有打动人心的生命力，向追求美丽人生的消费者奉献独特的珠宝首饰精品。

“都市独白”系列	“Shining Girl”系列	“悦美金致”系列
“幸福花嫁”系列	“幸福时刻”系列	“甜蜜星人”系列

公司于 2013 年独家引入比利时 Tolkowsky 家族发明的“LOVE100”星座极光百面切工钻石（通常所见的钻石为 57 个或者 58 个切面）作为中高端产品系列，在紧贴潮流趋势的同时，在产品系列设计上烙印公司品牌理念，加强了公司产品的市场辨识度和品牌竞争力。“LOVE100”星座极光百面切工钻石火彩更加璀璨，该产品获得了比利时高阶层钻石议会（HRD Antwerp）、安特卫普市政府颁发的“安特卫普钻石荣誉奖章”和“钻石文化推广奖”以及戴比尔斯钻石研究机构授予的“钻石行业创新奖”，获得较高的市场美誉和消费者认可。

| 品牌矩阵协同发展

公司通过打造多品牌矩阵，相互协同，推动公司发展，周大生作为主品牌，定位为中高端主流市场，面向广泛的消费群体，提供多样化的珠宝产品，涵盖了各种风格和价位段，以满足不同消费者在不同场景下的需求；2022 年公司推出周大生经典，专注于黄金品类，以弘扬东方文化为使命，精心打造“传统文化”“艺美东方”“非遗技艺”三大产品主线，深入挖掘千年传承的东方国色、非遗技艺以及民族文化美学。2023 年推出与央视大型文博探索节目《国家宝藏》联名的周大生 x 国家宝藏主题门店，专攻高端黄金消费，以珠宝艺术手法发掘国家宝藏深层内涵和潜在价值，为珠宝融入文化之魂，使千年国宝古为今用，千年文化历久弥新。2024 年，金价持续高企抑制中产黄金消费，公司顺势推出子品牌“转珠阁”，专注各类材质的国风文创珠串产品。同时公司持续深耕国际艺术 IP，继莫奈花园、炽热梵高世界大师艺术 IP 合作后，2024 年下半年成功签约文艺复兴巨匠达·芬奇 IP，并与拥有现存达·芬奇真迹作品最多的意大利安布罗修美术馆达成战略合作。公司通过品牌矩阵化策略，使各品牌在产品定位、产品设计、目标客群上各有侧重、相互协同补充，助力公司在不同细分市场精准发力，实现品牌整体的可持续发展。

战略布局

| 线下扩张

公司着眼于全国黄金珠宝主流市场，依据受众群体喜好与倾向，采取多样化的市场战略。在一、二线城市，我们打造极具设计感与现代感的品牌形象标杆店，提升品牌知名度与影响力；在三、四线及以下城市，我们着力构筑加盟网络，凭借加盟商其对当地市场的熟悉度和资源优势，挖掘优质门店位置，推动区域加盟店的开设，提高品牌的当地形象 and 影响力。

目前，公司已构建起庞大的全国门店网络，门店总数达 5,008 家，其中自营店 353 家，加盟店 4,655 家，广泛分布于全国 300 多个大中城市。

→ 关键绩效

2024

1,600+ 加盟商

5,000+ 线下门店

4,600+ 加盟店

300+ 国内大中城市覆盖

品牌形象标杆店



门店网络

周大生珠宝 全国门店分布图

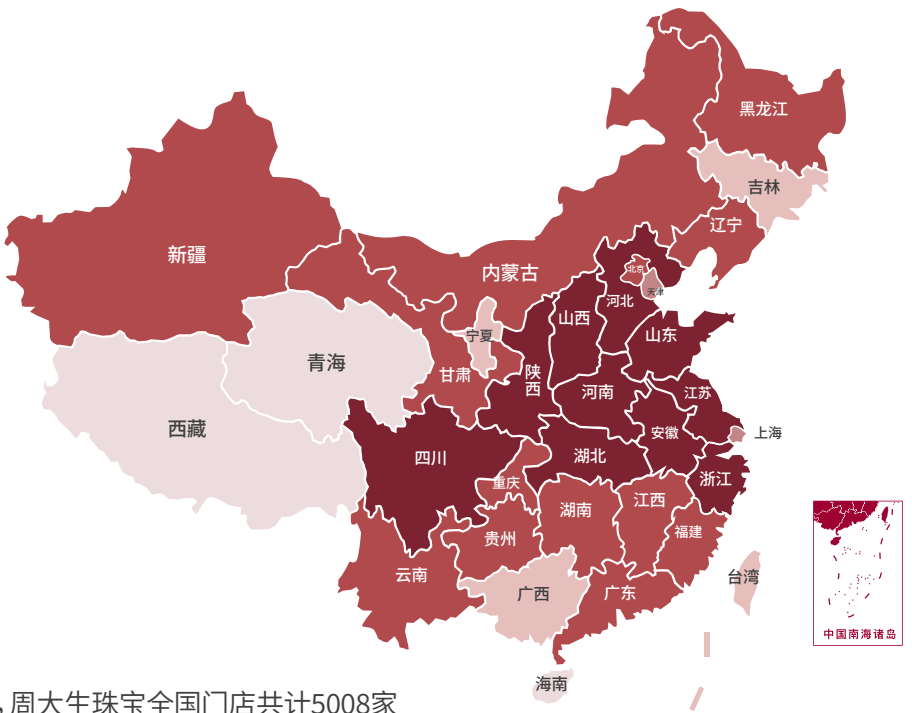
店数 <30 家

店数 30 家—60 家

店数 60 家—100 家

店数 100 家—150 家

店数 >150 家



*统计数据截至2024年12月31日，周大生珠宝全国门店共计5008家

| 线上电商

公司自 2013 年组建电商团队，开启线上布局征程，通过旗下公司在天猫、京东、抖音、快手、拼多多等电商平台开展经销与分销业务，逐步构建起多元且稳固的线上销售网络，历经多年发展，在电商领域成绩斐然。

公司积极利用电商平台活动提升品牌影响力与销量。2019 年，公司通过合作辛巴专场直播，单场 GMV 达 4.84 亿元；在薇娅淘宝直播间，周大生 10 秒爆卖 18,000 件，助推终端门店销售 1.729 亿元，是公司拥抱电商的重大里程碑。2024 年双十一收官之夜，全渠道 GMV 破 23 亿 +，创历史新高。



2024双十一收官之夜



实时GMV

发展历程

1999

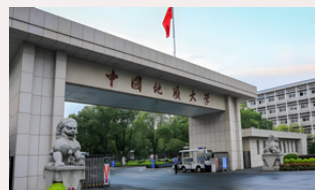
成立“深圳市周大生钻石首饰有限公司”，入驻福田区新闻大厦。

在北京王府井百货开设第一家专柜，正式登陆大陆珠宝市场。



2000

在中国地质大学(武汉)捐资设立“周大生校友助学金”。



2005

周大生全国连锁门店超过 300 家。

国家工商行政管理总局商标局授予周大生“中国驰名商标”称号。



2006

获得“中国名牌(珠宝首饰玉石饰品)”荣誉称号。

启动“千万钻石换光明”慈善工程，让白内障患者重见光明。



2008

迁址金丽国际珠宝交易中心，落户罗湖黄金珠宝产业集聚基地。

在 2008 北京珠宝展发布“2009 珠宝潮流趋势”，开创业界先河。



2010

董事长周宗文荣获“深圳经济特区 30 周年行业领军人物”。

与国检中心签订战略合作协议，在周大生总部设立咨询服务站。

召开 2010 周大生经销商大会，全国门店达 1400 家。



2011

入驻“东方国际珠宝交易广场”，8700 平方米展厅恢宏亮相。

荣获“2011 中国 500 最具价值品牌”，位列国内珠宝品牌第一。



2012

公司更名为“周大生珠宝股份有限公司”，全国连锁门店突破 2000 家。

荣获“2012 中国 500 最具价值品牌”，品牌价值突破 91.88 亿元。

深圳市企业联合会、深圳市企业家协会授予周大生“2011 年度爱心企业”称号。



2013

荣获首届“深圳质量百强企业”“深圳企业 100 强”荣誉称号。

“中国流行风商业珠宝设计大赛”成功举办，5 位顶级珠宝设计大师全力指导。



2014

中国流行风商业珠宝设计大赛，登陆美国纽约时代广场大荧幕，引发热烈讨论。

“LOVE100 钻石闪耀中国周年庆典”在比利时驻上海总领事馆举办。



2015

周宗文董事长受邀参加比利时国王答谢晚宴，与菲利普陛下和马蒂尔德王后亲切会见。

携手安徽卫视《中华百家姓》栏目，成为首席文化产品赞助商。



2016

首创“情景风格珠宝”，以独特的产品价值，打造特色品牌优势。

举办“比利时钻石文化璀璨之旅”，邀请消费者亲赴欧洲领略风采。



2017

2017年4月27日，周大生在深圳证券交易所挂牌上市。在登陆资本市场之际，周大生还别出心裁地在“深交所”上演了一场珠光璀璨的“情景风格珠宝”时尚秀。



2018

LOVE100 星座极光作为国礼，见证比利时王室与泰国王室建交 150 周年。

多年开展关爱留守儿童活动，捐建周大生团圆之屋，惠及留守儿童近万名。



2019

周和庄大厦（周大生珠宝总部项目）奠基仪式盛大启幕。

新总部·新形象·新高度——周大生总部乔迁至水贝壹号。



2020

历经 1096 天紧张施工，周大生慧峰廷珠宝产业园宣告顺利封顶。

加快数字化转型，董事长亲临腾讯直播嘉年华，尝试直播带货。



2021

收购中国婚戒定制开创及领导品牌 BLOVE，瞄准中国婚庆刚需市场。



2022

国家宝藏联名系列重磅发布，打造“中国国宝艺术典藏金品”。

推出全新品牌“周大生经典”，打开品牌成长新空间。



2023

周和庄大厦（周大生珠宝总部项目）主体结构顺利封顶。

周大生连续 13 年上榜世界品牌实验室“中国 500 最具价值品牌”品牌价值达 867.72 亿元。



2024

周大生成立 25 周年，全国门店突破 5000 家。

获得春晚、总台文创联合授权，独家销售中国贺岁金条、总台春晚生肖手串。

正式官宣中央广播电视总台《国家宝藏》第四季栏目总冠名。

周大生连续 14 年上榜世界品牌实验室“中国 500 最具价值品牌”品牌价值达 1023.59 亿元。

推出国风文创珠串类子品牌“转珠阁”。



周大生2024记忆

2024 年，我们以文化锚定、以创新破局，携手国家宝藏等顶级文化 IP，推出“青花珐琅”“锦绣东方”系列，首创果冻珐琅、荧光珐琅技术，工艺破界引领发展，荣膺“中国创新品牌 500 强”“品牌强国匠心奖”，在行业变局中彰显头部品牌的战略定力与格局担当。

营业收入	净利润	纳税总额
138.91 亿元	10.10 亿元	7.04 亿元

1月

- 周大生获总台春晚、总台文创联合授权，独家销售龙年“中国贺岁金条”与“春晚生肖手串”。



2月

- 周大生冠名合作央视《向幸福出发》《花开中国》《文化十分》《如七而遇，漫歌今夕》等节目播出。

3月

- 周大生开展优秀加盟商数字化跨域转化游学。



4月

- 周大生首次参展第四届中国国际消费品博览会，现场销售额突破百万。
- 周大生与天然钻石协会达成 2024 至 2025 年度战略合作，共同推动钻石行业的健康发展。

5月

- 周大生独家冠名《国家宝藏》第四季在央视CCTV3播出。

周宗文董事长出席2024总台文艺新品发布会



6月

- 周大生召开年度股东会，完成公司第五届董事会选举，并于深圳市华侨城洲际大酒店召开第五届董事会第一次会议。

7月

- 周大生以“大生有礼，为爱发光”主题，推出沙漠邮局爱情公路TVC、七夕限定黄金国宝情书、中国邮政联名明信片、明星组团 × 央视寻宝小分队等活动。



8月

- 奥运会期间，奥运冠军刘诗雯佩戴周大生炽热梵高产品“盛开的杏花”，拍摄红秀 GRAZIA 杂志巴黎时尚大片，在巴黎街头诠释艺术与时尚的完美融合，实现产品破圈营销。



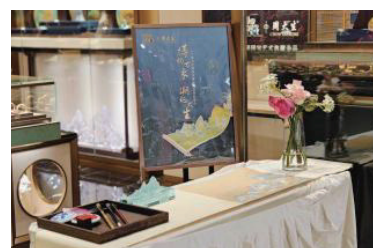
9月

- 周大生在浙江乌镇打造了一座会发光的博物馆，携手央视《寻宝奇遇记》栏目，以创意乌篷船水上大秀、发光博物馆，为消费者带来独特的七夕体验。



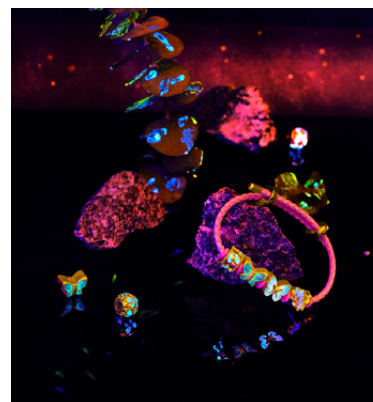
9月

- 周大生秋季大赏成功举办，周大生经典重磅发布《东方·青花》系列新品。
- 周大生在全国 22 省 77 家门店开展国家宝藏主题品鉴会，为终端会员打造差异化消费体验。



10月

- 周大生珠宝创新生产工艺，首创荧光珐琅产品，让金子在真正意义上实现发光，一举开创黄金行业的先河。



11月

- 周大生双十一电商全渠道 GMV 破 23 亿+, 创历史新高。
- 周大生腕美发布会在杭州临平银泰城圆满举行。



- 2024年，周大生天使公益基金会积极开展儿童关爱、困难高中生帮扶、西藏日喀则震区援助、捐赠爱心图书等公益活动，以大生之力，以爱为名。



特殊儿童关爱捐赠



周大生捐赠爱心图书



周大生六一儿童节蛋糕

- 周大生于东莞成功举办加盟商大会，并发布周大生腕美、周大生经典、转珠阁超级品牌IP，彰显了企业在高质量发展之路上的累累硕果。



12月

- 周大生国家宝藏与非遗大师金文合作，发布周大生国家宝藏锦绣东方系列。

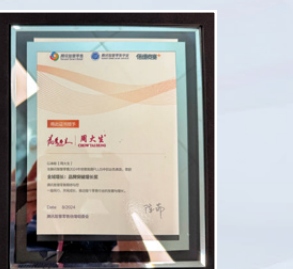


- 周大生品牌年度盛典暨腕美串珠艺术节在江西景德镇·丙丁柴窑盛大举行，周大生腕美风格主题大秀与国家宝藏联名新品——青花珐琅产品精彩亮相。

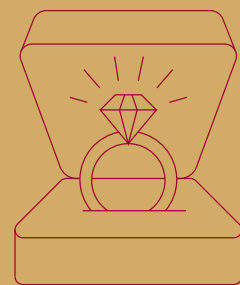


2024荣誉

授予时间	奖项/认可	颁发组织/机构
2024.4	2024年度创新力珠宝品牌	第十四届北京国际电影节电影嘉年华 2024 势界·华人时尚盛典
2024.4	品牌强国匠心奖·十大影响力品牌	中国亚洲经济发展协会、《环球时报》社、 中国经济人物网
2024.4	2024中国创新品牌500强	中国亚洲经济发展协会、《环球时报》社、 中国经济人物网
2024.5	2024粤港澳大湾区上市公司品牌价值榜 TOP100	每日经济新闻、深圳商报、清华大学经济 管理学院中国企业研究中心
2024.6	2024年中国品牌500强	世界品牌实验室、世界经理人、世界企业家、 总裁评论
2024.6	2024年中国500最具价值品牌	世界品牌实验室、世界经理人、世界企业家、 总裁评论
2024.6	2024中国品牌500强	AsiaBrand、中国亚洲经济发展协会、 《环球时报》社、中国经济新闻联播网
2024.9	2024深圳500强企业	深圳市企业联合会、深圳市企业家协会
2024.10	2024亚洲品牌500强	中国亚洲经济发展协会、《环球时报》社
2024.12	2024年中国珠宝十大影响力品牌	世界品牌实验室、世界经理人、世界企业家、 总裁评论
2024.12	2024年“文化品牌大奖”	世界品牌实验室、世界经理人、世界企业家、 总裁评论
2024.12	2024年中国国货消费品牌500强	艾媒咨询
2024.12	“深圳老字号”	深圳市商业联合会、深圳市老字号协会



专题一：

品牌联袂
雅韵新章，风尚共鸣

作为国内领先的黄金珠宝品牌，公司勇立行业潮头，致力于洞察市场需求和潮流趋势，紧扣多元化消费群体，凭借超前的战略眼光和敏锐的商业嗅觉，精准锚定行业发展风向，以积极大胆的姿态投身品牌与 IP 联名的创意浪潮，引领着黄金珠宝行业的新走向。

秉持本心，引领跨界联名新风尚

一路走来，公司秉持着“为爱而生”的品牌理念和“缔造传世品牌，开创珠宝盛世”的企业愿景，大胆开拓“IP 联名”这一品牌建设发展路径，以无畏的魄力为行业不断探索多元文化共融共生的创新发展道路。公司积极肩负起保护和传承中国传统文化的厚重责任，并放眼世界文化交流，展现了企业身处行业前沿，以联名合作为抓手促进文化和价值传递的非凡格局。

—> 截至报告期末

2024

周大生共与 **19** 个国内外IP达成联名合作，2024年新增 **9** 种联名新系列

拥有 **16** 个国内IP联名，**3** 个国外IP联名

步履不停，探索多元文化新体验

文化是艺术灵感的无尽源泉，我们致力于深入探寻人们内心深处潜藏的文化脉络，并将品牌设计与之紧密联结。我们通过选取多个兼具知名度、文化底蕴和艺术价值的优质 IP，于悠久的历史长河、多元的民俗风情、传统的艺术瑰宝中汲取灵感，造就多元设计风格，或大气华贵、或温润典雅、或清新灵动、或古典浪漫，全方位契合不同消费者的审美偏好和情感表达诉求。

| 传承·千年瑰宝

国家宝藏，祥瑞东方

2022 年，我们携手央视大型文博探索节目《国家宝藏》推出黄金文创 IP 联名系列，通过引“金”据典，带领大家探寻千年传统文化的魅力，并从文物古典元素中汲取灵感，高度融合东方匠心工艺与现代珠宝艺术美学，雕琢出一件件古韵悠长的珍品，让历史的厚重在金饰间流淌，尽显东方国韵的独特魅力。

2024 年，我们与《国家宝藏》深度合作，全新推出了“国韵”“国风”“藏宝阁”等国家宝藏 IP 古法新系列，深入非遗传承，重点推出青花系列和云锦系列。我们以“各种釉彩大瓶”等为灵感，强化国色珐琅黄金优势，推出“国瓷色”等主题产品，“青花珐琅”工艺更是展现了白底青瓷文物的独特风雅和神韵；更是携手南京云锦国家级非遗大师金文研创“云锦织金”工艺，发布“锦上添花”系列，成为品牌又一极具差异化优势的独家产品。此外还针对年轻客群，推出转运珠等轻巧国风产品，让国宝文化金品走进年轻人生活，收获诸多年轻人的喜爱。



国家宝藏·云锦系列



国家宝藏·青花系列



国家宝藏·部分联名集锦

非凡国潮，万象新生

2022 年，公司重磅推出“吉祥布达拉”、“如意普陀”、“平安泰山”三大非凡国潮 IP 黄金系列产品，通过深挖藏传佛教文化和藏式美学内涵，从中提取经典元素，采用古法黄金等工艺，全新演绎中国文创潮流概念，将自然之美刻画得灵动细腻。

公司持续创新，推出了一系列质感独特、寓意深远的国潮联名佳作，传递人们对生活顺遂安康、福佑平安的平凡祈愿。2024 年底，我们重磅推出全新的“平安泰山”系列联名产品，并将这一系列精心打造为传递情感、承载平安福佑文化的原创 IP，旨在深度推动泰山文化、当地旅游产业与黄金珠宝行业实现多维融合，开创跨界发展新典范。

吉祥布达拉系列



如意普陀系列



全新IP—平安泰山



对话·大师艺术

莫奈花园，永恒浪漫

周大生于 2023 年与法国国立博物馆联盟联名推出“莫奈花园”IP 大师艺术珠宝系列产品，以印象派创始人莫奈授权作品《睡莲·清晨》、《吉维尼的艺术家花园》为设计灵感，捕捉画作中蓬勃的生命力和浪漫的诗情画意，以独特的“莫奈紫”还原大师笔触。

莫奈花园系列设计融合了生活中各种微小但美好的意象，营造“爱与浪漫永不凋谢，诗意生活触手可及”的梦幻格调。该系列联名凭借独具氛围美感的配色和高颜值设计，已打造多个千万级销量单品，深受消费者喜爱。



炽热梵高，无限热爱

周大生自 2017 年携手梵高博物馆，以“生来狂热，尽兴而活”为主打概念，从梵高经典艺术风格中萃取灵感，推出梵高系列联名产品。

该系列每年推陈出新，至 2024 年迭代为“炽热梵高”系列，延续热爱生活的理念，以梵高旷世名作《盛开的杏花》为灵感，结合特有的油画珐琅工艺，推出独具艺术氛围、清新柔和的“杏花蓝”，并与“周大生腕美”等系列融合，雕琢出更多清新灵动的艺术佳作，传递发现美好、热爱无限的真挚情感。



全新达·芬奇IP—进一步推动国际艺术合作



2025 年恰逢中意建交 55 周年，在这一契机的推动下，我们与意大利安布罗修美术馆达成战略合作，共同推广达·芬奇 IP 系列珠宝。这一重大合作，是周大生在文化遗产和艺术表达上的又一重要实践，传达“敢于不同凡想，探索无限可能”的创新精神，鼓励人们突破常规，展现个性。

生生不息，跨界品牌增值新引擎

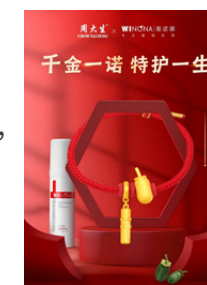
在深耕 IP 联名合作的过程中，公司的品牌知名度与形象不断提升，品牌价值如璀璨星辰般持续攀升，品牌联名这股热潮如同稳定而持续的动力，以生生不息的活力持续推动品牌增值。

同时，周大生立足于长远，不局限于短期利益，紧扣文化在珠宝价值塑造中的核心地位，在品牌联名过程中致力于传承与推广中华优秀传统文化、推动艺术创新、为社会传递“爱与美”的价值感知，以强烈的社会责任感在企业发展与社会发展之间实现平衡，为行业树立良好典范。

2024年部分跨界IP联动

周大生×薇诺娜

与国货护肤品牌薇诺娜开展“千金一诺，特护一生”跨界合作，推出以特护霜瓶身、青刺果为形象的联名黄金转运珠。



周大生×必胜客

2024 年国庆期间，首次联手必胜客开展“黄金周里有黄金”活动，联名产品含足金披萨项链等。必胜客派发约 10 万张周大生引流券，公众号曝光量超 9.7 万。



周大生×肯德基

推出 V50 手串、暴富金钞等，334.5 万人参与，曝光 5.39 亿次。同年 12 月联动万店，覆盖超 1 万家门店，肯德基公众号平台阅读量超 10 万。



公司始终立足于长远，不局限于短期利益，紧扣文化在珠宝价值塑造中的核心地位，在品牌联名过程中致力于传承与推广中华优秀传统文化、推动艺术创新、为社会传递“爱与美”的价值感知，以强烈的社会责任感在企业发展与社会发展之间实现平衡，为行业树立良好典范。

—> 关键绩效

2024 年，我们荣获“2024 年东方意象时尚盛典（中国）国风新韵奖”

“2024 品牌强国匠心奖·十大影响力品牌”“2024 中国创新品牌 500 强”等荣誉奖项。

专题二：

为爱而生 加盟共创，链生万象

作为中国珠宝行业的领军者，周大生秉持“为爱而生”的理念，构建覆盖全链条的加盟商支持体系，为广大创业者提供了逐梦的广袤平台，并通过系统地赋能，从“专业培训、样板打造、终端执行”三大维度，帮助数千家加盟店提店效、助万计终端导购实现个人能力成长，为他们夯实追梦的地基，为社会创造就业机会与经济价值。

赋能培训，打造创业者的成长摇篮

公司终端培训中心始终秉持着“忠于使命、严于自控、勇于自省、敢于创新”的价值观，遵循“跟紧战略、贴紧业务”的指导方针。为品牌和加盟商培养、输送终端销售管理人才，助力组织变革，实现战略目标。我们的愿景是塑造终身成长的组织文化，为珠宝智慧新零售，赋能珠宝零售管理人才。

终端外训两大抓手

销售营体系赋能

提升关键岗位人员专业与技能，培育具有品牌 DNA 特色的复合型零售人才，支撑品牌战略发展。

新零售敏捷专项赋能

承接关键业务场景销售技术，敏捷定制专题突破项目，协同突破短期销售，响应品牌战术调整。

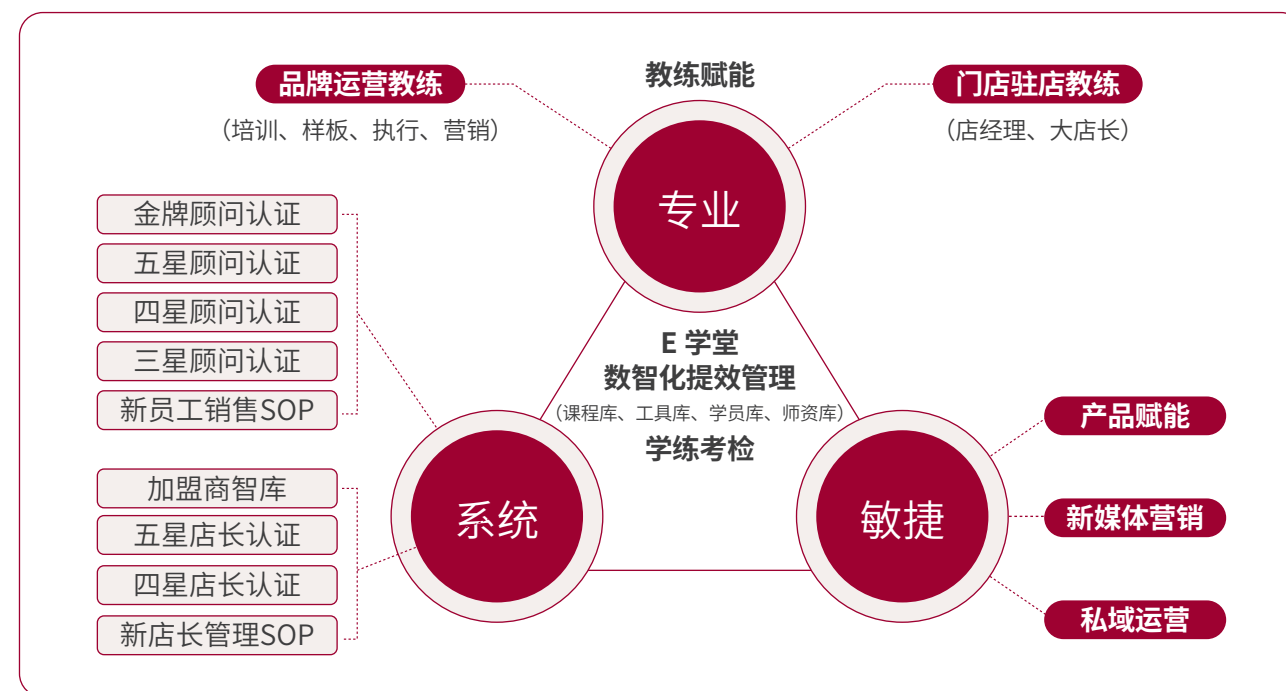
教练内训四大支柱

为品牌输出一专多能的培训教练、营运教练，样板教练，为加盟商输出具备教练思维和带教实操能力的驻店教练，深度激活人效，保障零售门店盈利能力持续提升。

降本增效一大平台

我们搭建数智化学习平台一周大生 E 学堂，它为全集团提供数字化学习及资源管理服务，建立珠宝销售顾问在线资格认证体系，通过数智化学习及 AI 陪练技术，降低人力赋能成本及提升全员基础知识学习效率，实现品牌零售人才数字化管理。

到店赋能 (新开业+单客户多店+诊断提升专项) / 集中赋能 (多店多客户)



周大生宝藏销冠特训营



零售教练诊断提升赋能特训营



零售运营赋能训练营

样板打造，加盟经营“全真教科书”

在周大生的经营理念中，“为爱而生”不仅是对消费者的情感承诺，更是对合作伙伴的全方位守护。每一家样板店，都是总部与合作伙伴之间的“连心桥”——对重点合作伙伴门店进行样板打造，树立全国 / 区域标杆门店，萃取可复制的门店经营方法论，以点带面，带动全国零售业绩和管理水平的提升，从而创造符合市场需求且有周大生特色的品牌零售模式。



标准化建设

编制标准化手册，以标准化文件传授门店建设、经营经验。



样板店打造

围绕综合全面、产品特色、私域运营、腕美串珠等领域打造标杆样板店，为合作伙伴提供真实的店铺经营学习样板。



经验共享

通过开展赋能游学、群英论道等活动，配合《样板打造秘籍》与公众号宣传，分享推广优秀经营案例经验。



庞大师资队伍

组建专业样板师资队伍，以实地走访调研，开展建设样板工作，帮助合作伙伴提升店铺经营效益。

加盟商青创营——抖音游学项目



—> 关键绩效

2024

样板覆盖门店品牌系列销售占比 **21.33%**

师资团队回访评分 **93.2** 分

新增成功打造的样板店数量 **390** 家

外宣短视频累计播放 **9,000** 万+次

终端执行，规范落实推动共生共赢

2024 年，周大生以“强根基、提效能”为核心，将品牌标准化体系深度植入加盟商经营全流程，用“刚柔并济”的推进策略实现规范与活力的平衡。我们依托强大的赋能管理团队，通过标准开发及赋能，搭建全国零售信息化决策中台，统一规范流程归口，建立区域日常工作规范机制，竭力扫清标准化落地难点，全面落实终端门店运营水平提升。

| 零售业绩管理与复盘

我们通过业绩拆解追踪 + 业绩复盘调整，细化各片区、门店的作战计划，并制定差异化的提升策略，引导区域零售运营转型升级。

季度/月度作战计划

- ◎ 总部：根据区域特点和公司重点项目，规划月度工作方向和实施框架。
- ◎ 区域：根据制定的工作总结分析，出具片区小组达标策略和行动方案，完善区域工作计划。

月度业绩复盘

- ◎ 总部：根据区域的达标情况和增长水平、区域畅销款式等方面进行业绩复盘。
- ◎ 区域：针对上月销售情况进行复盘，确定当月改善方向。

周/日业绩播报+案例分析

- ◎ 总部：定期与区域片长萃取优秀案例，播报区域绩效完成进度。
- ◎ 区域：依托区域优秀案例，进行全方位的宣扬和经验共享，促成更多门店业绩达标。

门店诊断与提升

为不断强化周大生品牌势能，为终端门店提供标准化、专业化、差异化的经营管理指导，真正实现业绩良性增长，我们建立了诊断提升体系：

在诊断体系层面：围绕“31365”诊断方法论，从市场竞争分析、盈利诊断分析、三层营业数字分析、六力诊断和五力提升等，搭建从外调、内诊到改提的全方位的诊断提升体系；

在人才孵化层面：培养T型高复合人才，一专多能（具备零售体系思维和深入专长的训战教练），赋能加盟销售运营管理平台从业人员和自营片区运营从业人员，使其具备单线作战能力；

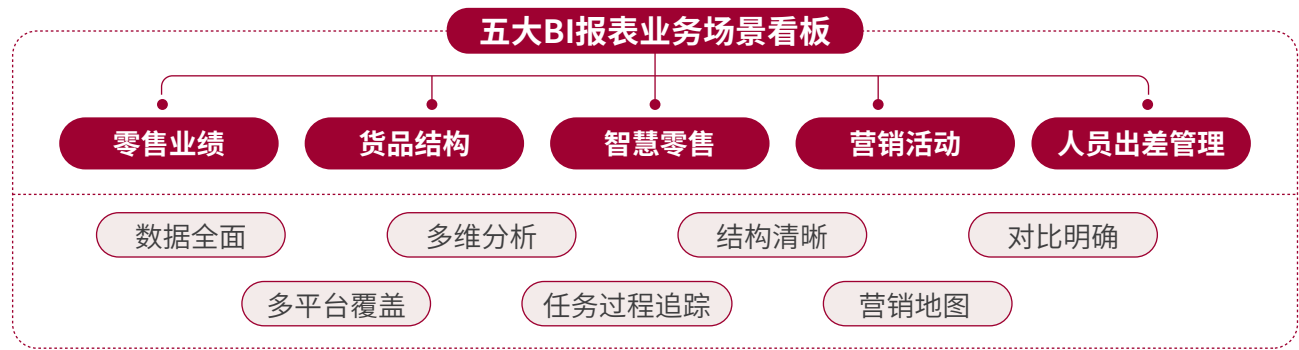
在诊断工作推进层面：总部联合区办，集训帮带，赋能区域提升，以店为单位逐个攻破提效，并通过双线工作的开展，搭建全国零售五色地图及数字化信息中台。

团队效能提升

团队效能评估：定期开展区域人员效能评估，通过对区域营运团队的业绩、CPI推动、团队管理及个人表现等维度进行评估，最终评估区域团队效能及分析改善，为后续团队效能提升提供改善策略，优化区域团队工作模式。

工作规范机制管理：通过制定区域运作标准和加强日常管理工作监督，提高员工专业能力及日常综合表现。

数字化运营管理工具优化：对零售运营管理BI报表进行了开发与优化，旨在通过实时动态数据捕捉，为经营策略提升提供数据支持。



师资力量搭建

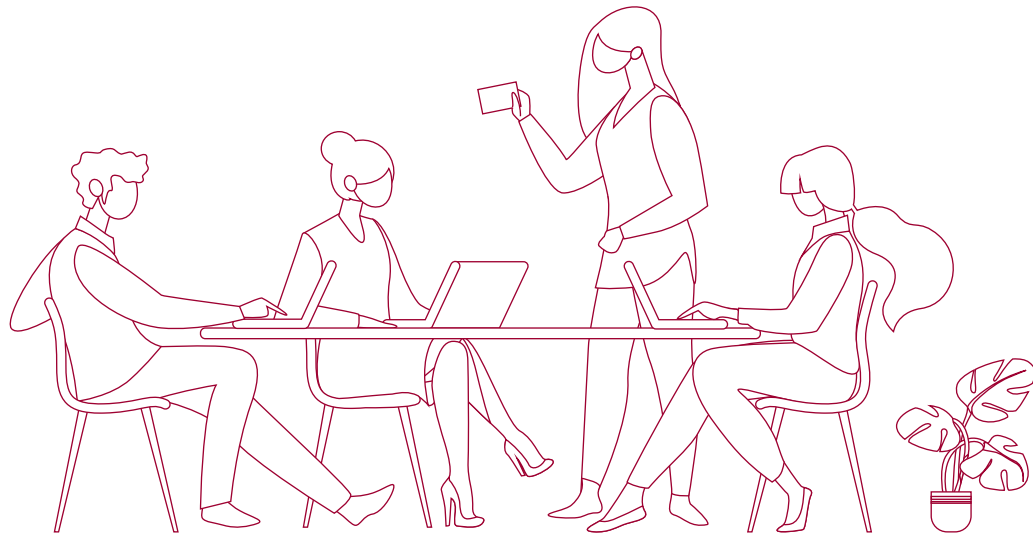
通过搭建师资体系，明确各岗位角色的职责及具备的专业能力，定期对人员进行人才盘点，明确团队的专业能力、综合实力，并针对性制定赋能提升计划，提高团队综合运营能力。

师资能力体系

掌舵者	营运经理	• 省区门店业绩管理 • 团队管理	• 门店诊断提升 • 风控管理	• 客户管理 • 数字化管理 • 产品管理
管控者	营运主管	• 片区门店业绩管理 • 数字化管理	• 门店诊断提升 • 产品管理	• 团队管理 • 片区风控管理
执行者	营运专员	• 门店业绩管理	• 门店诊断提升	• 数字化管理 • 产品管理

人员盘点工具

6项专业力	8项综合力	5项管理力
◎ 诊断提升 ◎ 业绩管理	◎ 沟通表达力 ◎ 人际洞察力	◎ 个人管理意愿度 ◎ 岗位工作稳定性
◎ 产品管理 ◎ 数字化管理	◎ 统筹规划力 ◎ 执行协作力	◎ 个人学习驱动规划 ◎ 大局同理力
◎ 风控防范 ◎ 客户管理	◎ 敬业进取力 ◎ 学习创新力	◎ 人员培养及团队管理力
	◎ 应急处理力 ◎ 客情处理力	





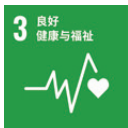
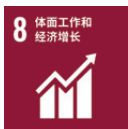
01

时代偕行 聚焦可持续发展

在全球可持续发展理念深入人心的时代背景下，珠宝黄金行业也面临着转型升级的挑战与机遇。周大生作为行业领军企业，深知可持续发展是一个长期而持续的过程，公司秉承可持续发展理念，持续完善治理体系，推动公司可持续发展迈向新的高度，为实现美好未来而不懈奋斗。

SDGs行动路线	35
可持续发展治理	36
利益相关方沟通	37
实质性议题分析	39

SDGs行动路线

维度	我们的行动与目标	对应联合国可持续发展目标（SDGs）
 公司治理	- 提高盈利能力,维护投资者权益 - 遵守法律法规,加强内部控制 - 合规经营,建立内部举报机制 - 建设多元化投资者沟通渠道	  
 环境保护	- 加强水资源管理,减少用水浪费 - 办公场地使用节能灯,改善能源结构 - 响应国家“双碳”政策,探索应对气候变化风险与机遇,减少碳排放 - 与供应商共同建设可持续供应链	  
 客户服务	- 持续提供创新、卓越的产品与服务 - 责任营销,禁止夸大、虚假营销 - 客户服务体系建设,保障客户权益 - 及时响应消费者诉求,优化售后体系	  
 合作伙伴	- 参与志愿服务与公益捐赠 - 供应链廉洁建设,公平竞争 - 要求供应商签署廉政承诺书	 
 人文关怀	- 成立基金会,扶持贫困学生 - 为社会提供就业岗位,参与社区发展 - 定期体检,打造健康职场环境 - 组织开展员工培训,提升专业技能 - 男女平等,禁止性别歧视 - 同工同酬,制定有竞争力的薪酬体系 - 保护员工权益,招聘多元化 - 反对强迫劳动,禁止雇佣童工	      

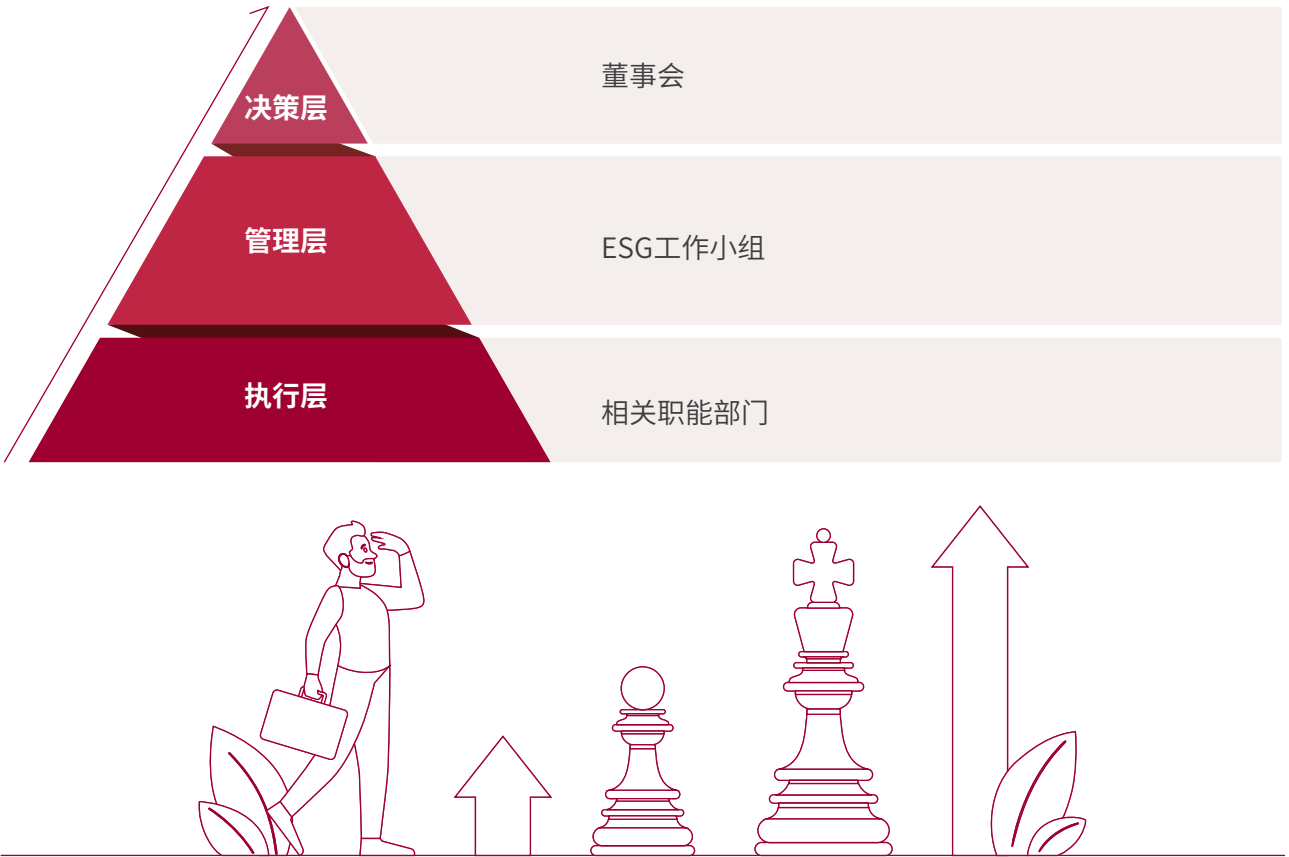
可持续发展治理

周大生将可持续发展治理作为公司战略的重要组成部分,为提高 ESG 治理水平,公司建立了由董事会牵头决策,ESG 工作小组进行日常管理,公司相关职能部门配合执行的三层治理架构。

董事会在周大生可持续发展治理架构中处于决策核心地位,负责规划与统筹制定公司可持续发展战略蓝图和年度目标,并依托对市场趋势的精准判断,将可持续发展理念融入公司整体战略规划,在进行重大决策时充分考虑 ESG 相关的影响、风险和机遇。

公司建立了 ESG 工作小组,主要由董事会办公室及各部门主要负责人组成,ESG 工作小组聚焦董事会制定的战略目标,深入研究法规政策变化,制定年度行动计划,组织执行层开展可持续治理工作,收集、汇总年度数据编写可持续发展报告并向董事会汇报。

公司相关职能部门作为执行层,需根据年度工作计划开展可持续治理工作,从采购、产品设计到销售、售后各个环节,各部门收集与提供年度数据,配合 ESG 工作小组开展工作,为公司可持续治理提供数据支撑。



利益相关方沟通

我们重视与利益相关方的沟通，通过建立多种渠道与各方保持互动，[这个口吻像是第三方写的，不像出自公司写的报告] 深入了解利益相关方的诉求与期望，积极推动公司可持续发展治理工作。

利益相关方类型	期望与诉求	沟通渠道	回应措施
 股东及投资者	• 合规经营 • 持续盈利 • 投资者权益保障	• 股东会 • 业绩说明会 • 互动易平台 • 投资者调研	• 开展业绩说明会 • 依法信息披露 • 积极回复投资者提问 • 提高盈利能力 • 建立分红保障制度
 客户	• 客户服务质量 • 产品的创新设计 • 信息安全与隐私保护	• 门店沟通 • 客户服务热线 • 调查问卷 • 邮件	• 完善客户服务机制 • 提高售后响应效率 • 开展满意度调查 • 信息安全体系建设
 员工	• 薪酬福利 • 员工发展路径 • 职业健康安全	• 满意度调查 • 职工代表大会 • 内部沟通信箱	• 有竞争力的薪酬体系 • 员工培训 • 员工满意度调查 • 员工体检

利益相关方类型	期望与诉求	沟通渠道	回应措施
 供应商	• 责任采购 • 供应链管理 • 合作共赢	• 线下拜访 • 采购平台 • 行业交流会 • 供应商考核与培训	• 规范采购流程 • 开展供应商培训 • 完善供应商管理
 政府及监管机构	• 信息披露透明 • 合规经营 • 反贿赂与反贪污	• 公文往来 • 公司公告 • 线下调研	• 遵守法律法规 • 提高信息披露质量 • 加强反贪污管控
 加盟商与合作伙伴	• 商业道德 • 加盟商共创 • 合作共赢	• 加盟热线 • 加盟商座谈会 • 行业交流会	• 优化招商加盟体系 • 加盟商赋能 • 加盟商大会 • 参与行业交流
 当地社区	• 带动就业 • 志愿服务 • 公益捐赠	• 招聘会 • 基金会 • 社区活动	• 提供就业岗位 • 公益捐赠 • 志愿活动

实质性议题分析

报告期内，公司开展了实质性议题的分析与评估工作，我们参考《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）》及国内外披露标准的评估方法，结合公司实际业务经营模式，共识别出 23 项实质性议题，作为本年度治理行动和可持续发展报告披露重点。

议题评估流程

步骤一

识别潜在议题

- 通过多渠道收集 ESG 相关信息。
- 根据所处行业及披露标准、收集到的信息，识别出可能对公司的可持续发展产生影响的潜在议题，涵盖环境、社会 and 治理三大维度。

步骤二

评估和确认议题重要性

通过定量和定性的方法开展分析：

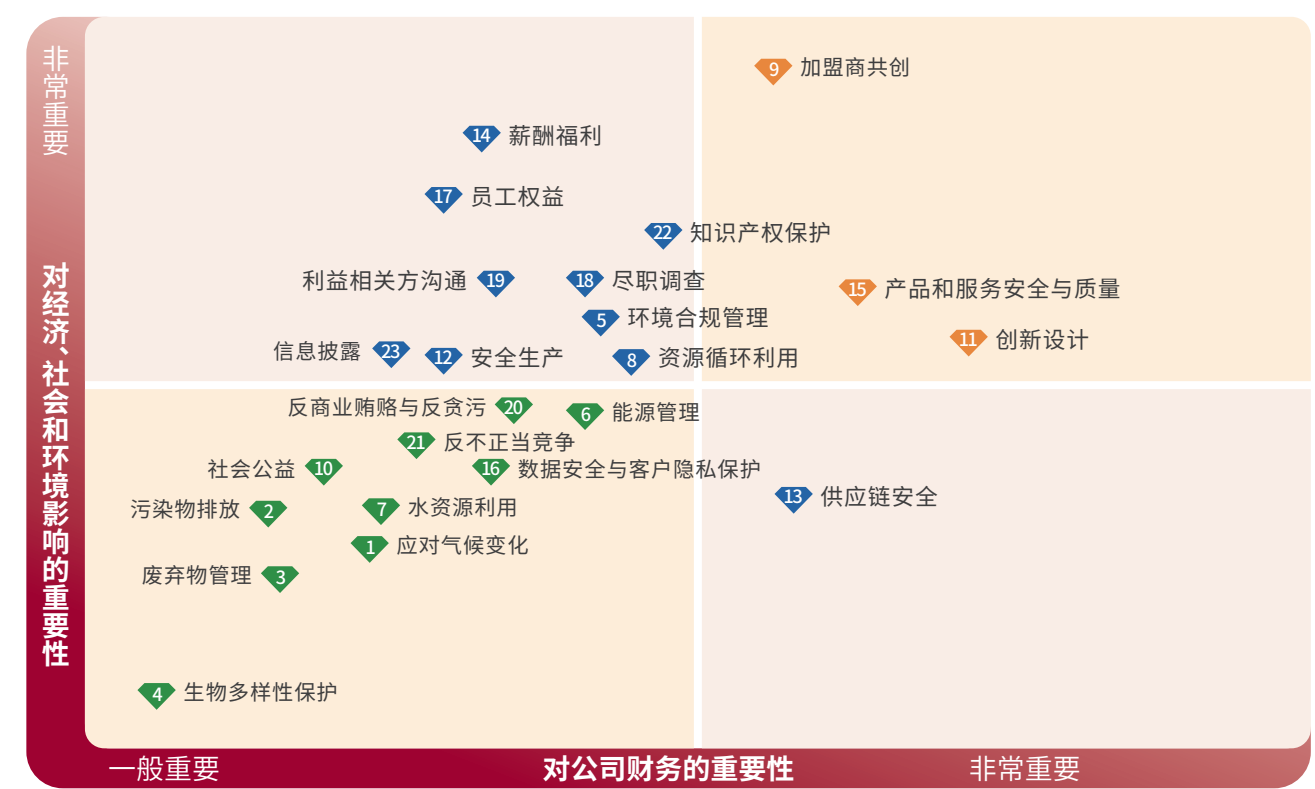
- 查阅同行业报告、法规政策文件等，了解同行业关注议题。
- 与利益相关方进行访谈，了解其关注议题和议题对他们的重要程度。
- 收集公司内部员工数量、产品质量等相关 ESG 数据，通过数据变化趋势对比行业标杆，评估各议题对公司运营和绩效的影响程度。
- 向利益相关方发送年度实质性议题调查问卷，共收集到 275 份问卷。根据问卷收集情况，对每个潜在议题进行评估，考虑其对公司财务、声誉、运营等方面的潜在影响程度，对议题进行重要性排序。

步骤三

议题确认

- 绘制矩阵图，以财务重要性和影响重要性两个维度出发，将各议题列入其中，形成 2024 年度实质性议题矩阵。由战略委员会 / 董事会进行审核确认，并确保议题完整、真实、客观地披露于报告中。

周大生2024年度实质性议题重要性矩阵



实质性议题清单

财务与影响 重要性程度	实质性议题			
● 非常重要	• 加盟商共创	• 创新设计	• 产品和服务安全与质量	
● 比较重要	• 环境合规管理 • 资源循环利用	• 供应链安全 • 安全生产	• 薪酬福利 • 员工权益	• 知识产权保护 • 利益相关方沟通 • 信息披露 • 尽职调查
● 一般重要	• 应对气候变化 • 污染物排放 • 废弃物管理 • 生物多样性保护	• 能源管理 • 水资源利用 • 社会公益 • 数据安全与客户隐私保护	• 反商业贿赂与反贪污 • 反不正当竞争	



02

锐质拓新 共筑璀璨未来

在企业蓬勃发展的进程中,创新始终是公司破浪前行的强劲引擎。我们始终秉持锐意进取之心,以卓越品质为基石,聚焦产品创新和工艺革新,深度钻研产品与服务,同时坚守文化传承,让古老金饰技艺在现代绽放光芒。此外,我们积极拓展加盟商,致力于携手各方伙伴,共筑熠熠生辉的璀璨未来。

本章节回应的SDGs

9

产业、创新和基础设施

12

负责任消费和生产

16

和平、正义与强大机构

17

促进目标实现的伙伴关系

匠心·产品研发与工艺创新	43
臻爱·打造卓越品质与服务	55
致胜·加盟商赋能与履责	65
精益·构建高质供应链	73
智变·周大生数字化转型之路	78

匠心·产品研发与工艺创新

作为黄金珠宝主流市场领先品牌，我们深知，唯有不断创新，方能在竞争激烈的行业发展浪潮中破浪前行。公司一直致力于产品创新设计，将传统美学与现代时尚精妙融合，打造出独一无二的款式；专注于工艺创新，引入前沿技术与精湛工艺，雕琢每一件作品的极致品质。我们正以创新为笔，以匠心为墨，绘就独属于周大生瑰丽多姿的崭新画卷。

治理

我们始终秉持匠心精神，聚焦品牌核心能力建设，坚持以消费者为核心，结合消费需求与潮流趋势，积极探索破局路径，在产品研发、技术研发等维度发力创新，持续打造以黄金为主力产品，钻石为核心产品的产品体系。

→ 关键绩效

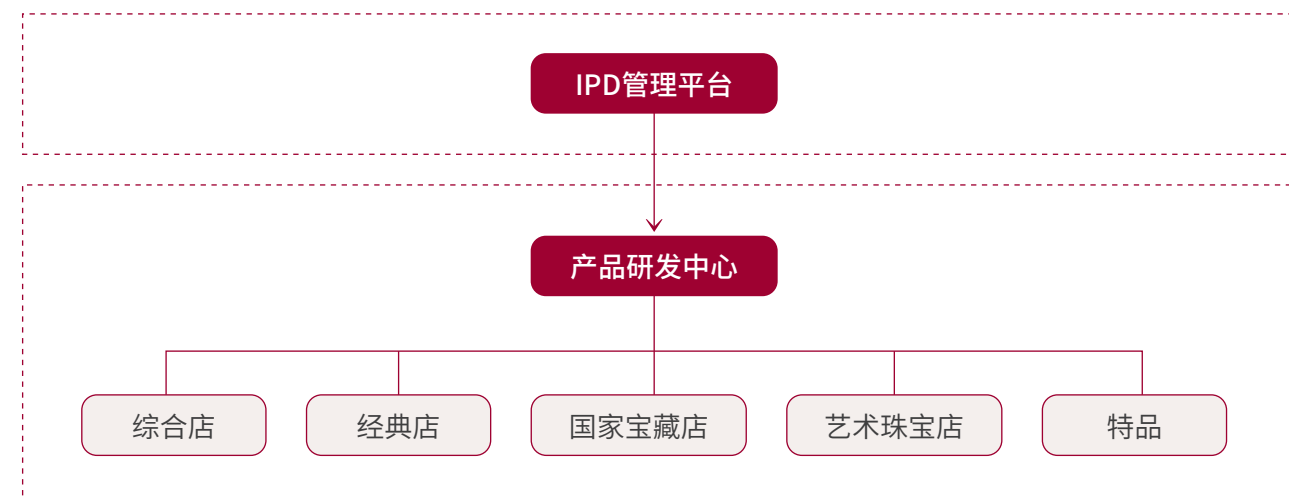
2024

报告期内，公司研发投入 **1,433.20** 万元

公司注重产品研发的创新性及敏捷性，引入华为 IPD 产品集成研发管理体系，根据我司企业多品牌发展的战略方向，以品牌定位为始，建立多品牌产品体系。为持续保持产品竞争力，建立较为完善的研发管理体系，制定并发布了《产品开发方法管理制度》、《原创产品设计研究流程》、《产品开发流程》、《产品评审流程》等全链路开发流程，设立了 IPD 管理平台对研发创新体系进行标准化管理，产品研发中心以产品大类划分，设有综合店、经典店、周大生 X 国家宝藏店、艺术珠宝店及特品五大品牌线研发中心，对各自的产品品类进行市场调研、研发设计和上新迭代。以综合店为代表，其研发中心细分为黄金产品研发部、镶嵌产品研发部、产品设计部和产品款式管理部，各细分部门各司其职，保障各中心研创团队高效运转。



研发创新治理架构图



| 团队建设

公司高度重视产品和工艺的研发与创新，积极引入大量优质资源推动研发人才团队的建设和发展，团队汇聚了设计、工艺、艺术等多领域人才，以精益求精的创新精神，为更具有差异化和溢价能力的产品开发赋能，持续推出引领潮流的珠宝佳作。

→ 截至报告期末

2024

研发团队总人数为 **74** 人，占母公司员工总人数的 **3.94%**

| 鼓励创新

为营造浓厚的研发创新氛围，我们致力于激发团队创新热情，鼓励各研发团队内部通过周会交流等形式进行团队文化建设，并构建了一系列完善的激励制度。公司设立专项研发资金，为新产品设计提供充足的资金保障，对参与研发的人员，依据项目进度与成果给予阶段性补贴；同时建立创新成果奖励机制，若新项目成功落地，新设计、新工艺成功推出，相关团队能够获得相应的奖励。



| 国际布局

国际市场布局上，公司积极开拓，与众多国际知名机构合作，不断提升品牌的国际影响力与竞争力。在产品研发领域，公司与法国国立博物馆联盟、荷兰梵高博物馆、意大利安布罗修美术馆博物馆合作，推出多系列艺术珠宝产品。在产品设计领域，公司联袂 Loretta Baiocchi 等国际著名设计师，为消费者打造融合多元文化魅力的珠宝产品，在国际市场上广受赞誉。在品牌推广影响领域，携手 DTC、DE BEERS 等国际知名机构，提升产品认可度，进一步夯实公司在国际珠宝市场的地位，加速品牌国际化进程。



战略

风险及机遇	潜在影响	回应
风险		
市场更迭快，消费者偏好难把握，创新产品可能无法满足终端消费者的习惯和需求 影响周期：短期 优先级：中	- 产品销量难预测，销售收入可能受到影响 - 造成库存积压，增加运营成本	- 精准考量品牌调性、产品规划与受众喜好 - 在产品设计上紧跟市场节奏、洞察消费者需求，精准传播创新概念，不断推陈出新
产品设计愈发精细，面临技术更新换代压力，生产工艺难度大导致难以实现设计效果 影响周期：中长期 优先级：中	- 技术研发投入增加 - 若技术突破受阻，可能导致产品创新受限，影响上新节奏，进一步影响到市场份额	- 在设计迭代和工艺研发上加大投入资源；加强与头部加工厂的合作，孵化独家工艺 - 适当引进艺术设计、工艺技术人才，加强培养，提升研发设计团队实力

机遇		
消费者自我意识和对产品个性化需求增强，为创新产品推出提供机遇 影响周期：中长期 优先级：高	- 创新驱动动力提升，产品设计更多元，产品推陈出新，带来经营收益增加 - 提升竞争力，扩大市场份额和品牌影响力	满足需求：保证产品品质的同时，注意围绕珠宝设计的情感价值进行设计 激发需求：精准定位受众，通过概念营销等方式赋予产品丰富的创新概念，吸引更多广泛的消费群体
黄金钻石的生产技术不断升级，助力实现更复杂精细的珠宝设计和多样的艺术灵感 影响周期：中长期 优先级：中	- 产品赋值增加，营收增加 - 产品矩阵逐渐壮大，提升品牌影响力	- 不断探索新工艺与传统黄金珠宝的结合，突破工艺难点 - 经过创新融合文化艺术，延伸出更多工艺，开发出更多具有独特质感的产品

影响、风险和机遇管理

公司在研发创新管理工作中注重风险管理，采取了全面的风险控制策略，以确保研发设计工作在市场快速更迭中顺利推进。

风险识别 通过内部资料分析，如过往研发项目报告、销售数据、客户反馈等，挖掘潜在风险因素，例如识别行业动态、市场需求变化、潮流趋势更迭等。	风险评估 根据识别出的潜在风险，建立风险可能性和影响程度的评估指标体系，量化风险评估，对于难以量化的风险，通过问卷调查等方式进行定性评估。
风险应对 为每个风险应对策略确定责任部门和责任人，根据风险等级制定相应的应对策略，对于高风险，优先考虑规避，降低损失，对于中低风险进行灵活应对。	风险监控 围绕关键风险因素，设立监控指标并及时进行应对，如监控市场份额、研发进度、消费者满意度等；同时定期评估风险监控效果，及时调整应对策略。

指标与目标

为增强创新驱动动力，保持创新活力，我们综合考虑市场需求、市场反馈、技术发展、品牌定位等关键因素，力求能够快速响应市场变化，紧跟市场趋势，灵活且高效地调整经营策略与产品方向，围绕强化产品力和差异化优势的目标，大力推进产品创新转型，实现在珠宝首饰领域上质与量的突破。

指标	目标
	产品迭代上，我们将继续深度挖掘全球多元文化，对现有产品系列进行全面焕新，并持续开发新系列、新设计，打造出更具独特魅力与情感内涵的珠宝新品，满足消费者日益多元的审美与佩戴需求。
研发计划	工艺革新上，我们将持续探索前沿科技与传统珠宝工艺的结合点，引入新型材料与先进技法，对镶嵌、锻造、雕刻等核心工艺进行全方位升级，力求以更精湛、细腻的工艺，打造出更多工艺卓绝、引领风尚的黄金珠宝佳作，重塑行业工艺标杆。

创新工艺与设计

在品牌高速发展的过程中，公司始终秉持赤诚匠心，锚定创新这一核心驱动力，积极引入 IP 联名塑造独特内容，为产品注入强大文化内核，同时大力构筑工艺壁垒，不断推出新工艺和技术，更是着力打造破圈品类，拓宽传统珠宝局限，拓宽受众边界。通过一系列举措，公司致力于实现产品的差异化，持续提升产品竞争力，铸就黄金珠宝新辉煌。

→ 截至报告期末

周大生已原创开发了**38**个品牌系列，涵盖手镯、项链、戒指、手链、吊坠等多种细分品类，开发超过**4,320**种款式单品。

2024

灵感·设计创新

在产品设计方面，公司深入钻研社会时尚潮流，广泛收集并分析顾客需求偏好，据此制定并优化产品方案。公司采取自主设计与联合设计相结合的研发模式，整合国内外优质设计资源，持续迭代现有产品体系与款式，形成了独有的“情景风格珠宝”体系，丰富的产品充分满足了消费者在不同场景、审美下的需求。

在深耕产品研发设计的过程中，公司洞悉到市场与消费者对产品设计理念和特色文化内涵的关注，遂选择与各大优质经典、契合品牌调性、符合产品规划的 IP 深度联合，打造涵盖中国文化与国际艺术文化的产品版块，现已推出国家宝藏、非凡国潮、莫奈花园、炽热梵高等代表性 IP 联名，以各类精湛独特的非遗古法或独创工艺为承托，与设计理念和文化元素进行高度融合，打造出周大生独有的系列风格和产品，极具独特魅力与市场竞争力。

同时，我们联合多位国际资深珠宝设计师，在产品系列设计上烙印公司品牌理念，以高端形象和销售佳绩成为行业中独树一帜的高端钻石典范。

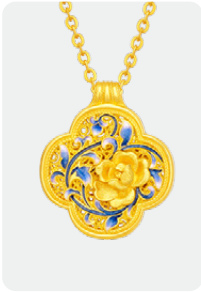
周大生主要品牌系列

黄金类			钻石镶嵌类	
国家宝藏	炽热梵高	幸福花嫁	星座极光大师	ShiningGirl
非凡国潮	莫奈花园		都市独白	

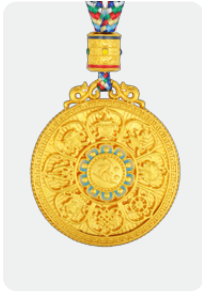
自主设计研发产品概览



国家宝藏



国家宝藏



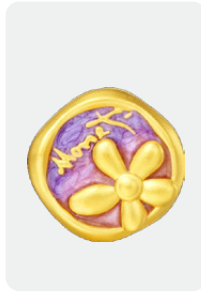
非凡国潮



幸福花嫁



炽热梵高



莫奈花园

精研·工艺焕新

当今消费者的审美日益多元且细腻，追求融合精湛工艺与独特设计的珠宝臻品，为了适应消费者在珠宝首饰需求上不断涌现的差异化需求，公司大力投入新工艺和新技术的研发与应用，为实现日益精细的设计不断赋能。

经过多年砥砺前行，公司在黄金珐琅工艺方面居于行业领先，先后推出果冻珐琅工艺和油画珐琅工艺，引得消费市场的热烈反响。2024 年，公司首创荧光珐琅工艺，以“会发光的金子”概念突破创新，以独具特色的工艺具象“好运”“人生发光发亮”等美好寓意，为消费者带去别开一面的新颖体验。

公司将这些珐琅工艺应用到了莫奈、梵高等系列联名产品的设计研发上，融合不同文化的艺术元素，迸发出更多的技术和艺术上的可能性，以美轮美奂的艺术色彩传递更深层次的情感表达，以精妙的工艺碰撞出创新的火花。

2024 年，公司在黄金工艺创新领域持续深耕，以卓越的研发实力再攀高峰，携手非遗云锦国家级传承人金文大师，重磅推出“云锦刺绣工艺”，巧妙融合传统云锦织造技艺与黄金珠宝制作，为珠宝设计注入全新生命力，不断探索黄金珠宝工艺设计创新的无限可能。

珐琅工艺——赋予色彩无限可能

油画珐琅	- 提取大师画作主色系，从中汲取灵感，模拟画作中粼粼光影的珠光效果； - 手工绘制，流动的笔触还原油画的艺术性和观赏性； - 色彩做渐变效果，丰富颜色层次，同时向艺术大师的色彩美学致敬。
荧光珐琅	- 由公司首创的一种独特珐琅工艺，由此前独创的果冻珐琅升级而来； - 在果冻珐琅纯手工绘制的基础上，添加环保光致储能夜光颜料，在特定光源的照射下或黑暗环境下能够显现出迷人的荧光效果。
欧泊珐琅	- 提取大师艺术画作的粉紫色、紫色主色调，突显欧泊的色彩美感效果； - 打造艺术渐变色彩，光感具有层次； - 还原“追光大师”莫奈画作中的光影美学，致敬大师艺术。
宝石珐琅	- 通过模拟宝石的颜色与光感效果，来打造宝石珐琅的特点，使产品细节更丰富，精细有质感； - 从梵高画作中提取绿色，以珐琅绘制在黄金表面，宛如镶嵌上一颗绿色的宝石，为黄金珠宝注入艺术色彩气息。

荧光珐琅工艺



- 莫奈花园系列--“春花蝶梦”
营造蝴蝶沉溺在花海的梦幻场景，向光而生，在荧光珐琅工艺的衬托下将浪漫一瞬永恒定格。

油画珐琅工艺



- 炽热梵高系列--“琉璃时光”
采用独特的油画珐琅工艺，呈现出通透清爽感，表面叠加杏花元素，仿若多重幸运都赋予伊人。

独家工艺创新优势



密语温感珐琅



温感变色珐琅



夜光渐变珐琅



猫眼珐琅



夜光温感珐琅



3D打印空窗珐琅工艺



5D高浮雕宫廷花丝工艺



6G鎏光金2.0工艺



丝绒金工艺



仿古绢画工艺

云锦刺绣工艺——织就东方文化的隽永意象



- 高级匠师于20倍显微镜下，巧手挑金为丝，金缕细绣，赋予黄金绸缎光泽，触感似锦。
- 历经10数道工序精细打磨，匠心呈现国家宝藏金品的璀璨色泽，光影之间，流转奢雅韵味。

传承·古法为脉

有底蕴、更光彩。

承古人之创造，开时代之生面。

东方匠心工艺与现代珠宝艺术美学高度融合。

——《国家宝藏》×周大生

金韵焕新

公司坚持将传统文化和现代潮流相融合，并进行创造性地梳理、发掘、提炼和创造，于传承中不断创新，演绎独特的东方美学，让传统文化“绽放新彩”。我们先后推出金妆囍事 / 东方·丝意等周大生经典系列、国瑞 / 国钰等国家宝藏系列，打造富有中华古典文化特色的品牌产品。

→ 截至报告期末

2024

截至报告期末，我们已推出 **2,893** 款以传统文化为设计来源的产品

国家宝藏

我们聚焦古人之创造，以古法工艺构筑时空对话桥梁，在方寸鎏金之间镌刻国宝荟萃的夺目色彩，再现东方文明的生生不息。



周大生×国家宝藏·江山如意

幸福花嫁



周大生×幸福花嫁·美人翎

我们采用珐琅彩绘、浮雕等传统技法，于传承中不断创新，通过传统婚嫁文化符号的现代化转译与功能重构，打造承载东方情愫的当代婚嫁珠宝。

非凡国潮

我们以非凡匠艺焕新古法之美，铸就文化黄金精品，回归中华文化的真善美，演绎大国文化自信，传递吉祥如意、越来越好的期盼。



周大生×非凡国潮·岁岁平安

哇!故宫的二十四节气



周大生×故宫二十四节气·夏荷芳姿

“四时之景不同，而乐亦无穷也”，以节气之景，将传统节气时序化作可佩戴的诗意。珐琅点翠工艺复刻故宫藏画精髓，绽放穿越千年的东方美学。

非遗传承

我们深知：古法新绎之道，既需精湛工艺，更需培植生生不息的匠心火种。为此，我们与多位非遗手艺人合作，将云锦、青花非遗传承手工艺与产品设计融合，以“古法新造”的东方哲思，让非遗技艺在当代佩戴美学中生生不息。金丝银缕间，跃动着五千年文明的心跳。

传承非遗云锦，独创“云锦织金工艺”

2024 年，我们携手非遗云锦大师金文先生，将云锦纹样与《国家宝藏》栏目展演文物——南宋·《百花图》卷精妙合璧，共创国家宝藏国韵锦绣·云锦系列，将云锦织造技艺与古法黄金的相融合，使黄金饰品拥有似云锦般温润柔和、流光溢彩的高级质感，演绎奢华瑰丽的黄金刺绣美学。



传承“青花”釉彩，演绎东方瓷韵

华夏文明，源远流长，瓷器乃其中熠熠生辉的瑰宝。我们携手中国青花非遗手艺人孙公窑第四代传承人——孙立新先生，以各种釉彩大瓶颈部青花为灵感，汲取千年瓷器精髓，传承中华制瓷绝艺，运用宫廷级珐琅还原青花配色，融合倒模、珐琅、镶嵌等传统技艺，将色白花青之美贯彻古今，打造独具东方瓷韵的青花首饰。



灵动·创意美学

在艺术设计和技术工艺不断突破的基础上，公司匠心独运，坚持原创设计，在 2024 甲辰龙年即将到来之际发布独家原创卡通 IP——LONGLONG 系列，以童趣灵动的形象和传统吉祥寓意传递爱与希望。

同时，公司坚持开创产品趣味玩法，深度融入创意美学理念，于 2024 年推出“周大生腕美”系列，打造“串出美好生活”这一灵动概念，并聚焦文化祝福与艺术美学两大核心方向，联合“莫奈花园”“炽热梵高”等产品系列和果冻珐琅、油画珐琅、荧光珐琅等特色工艺，精心推出一系列新潮时尚且极具个性化的黄金饰品，让串珠、手链、手串等手饰品类成功打破原有局限，极大增强了与消费者的互动性，激发了大量年轻消费者自行创意 DIY 的热情，并主动分享到社交平台上，引发了年轻消费市场购买热潮。



知识产权保护

公司高度重视相关知识产权的管理和保护，严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国商标法》等相关法律法规，制定并实施《知识产权管理制度》《专利申请流程》《著作权申请流程》。公司成立了知识产权领导小组对公司的知识产权工作进行监督管理，并搭建知识产权管理系统，实现公司知识产权从申请、注册，到使用、变更等全流程手续的管理。截至报告期末，公司共拥有授权专利 574 项，其中有效期内的专利授权 505 项。

公司鼓励创新、尊重原创，坚决抵制抄袭、盗版等侵权行为，保护公司所持有的专利权、著作权等不受侵犯，亦尊重他人的知识产权，对于字体、图案等各类素材的使用，均按要求取得合法授权。报告期内，公司未发生任何侵权行为及知识产权相关诉讼。

—> 关键绩效

2024

版权保护投入 **70.57** 万元

新增外观专利 **241** 项 | 自主外观设计专利 **494** 项 | 实用新型专利 **7** 项 | 作品著作权 **149** 项

臻爱 · 打造卓越品质与服务

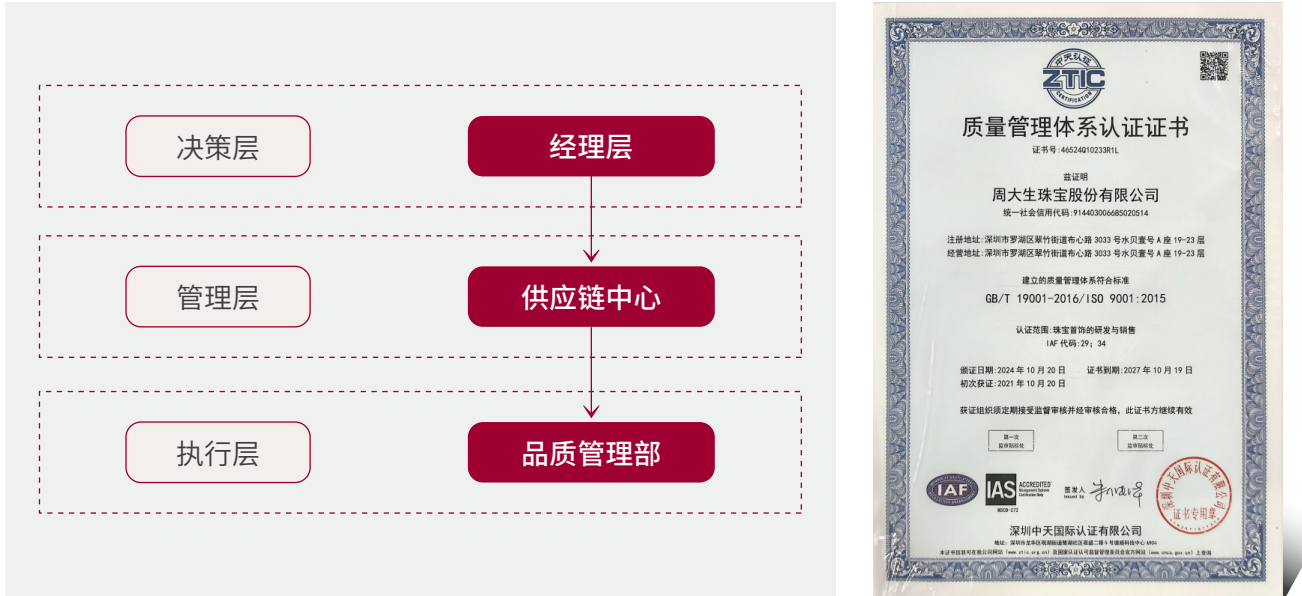
产品质量是企业发展的生命线。我们始终秉持“质量至上”的理念,对产品质量管理的每一个环节都严格把关,确保产品工艺和质量符合品牌高标准,以优质的产品服务消费者。2024 年,公司荣获“中国连锁品牌质量 50 强”等荣誉。

治理

公司依据国家及行业颁布的《中华人民共和国产品质量法》《珠宝玉石鉴定》等产品与服务相关法规,制定《产品质量管理制度》等内部制度,建立以经理层为决策层、供应链中心为管理层、品质管理部为主要执行部门的“决策层——管理层——执行层”三层的产品质量管理架构。其中,品质管理部质量管理日常执行单位,负责协助建立质量管理体系,制定和完善产品质量检验标准,监督生产与供应环节的产品质量,执行抽检与检测工作等内容。

目前,公司已通过 ISO9001 质量管理体系认证,报告期内公司未发生因产品质量问题而受到质量技术监督部门的处罚事件。

产品和服务质量与安全



质量管理体系认证



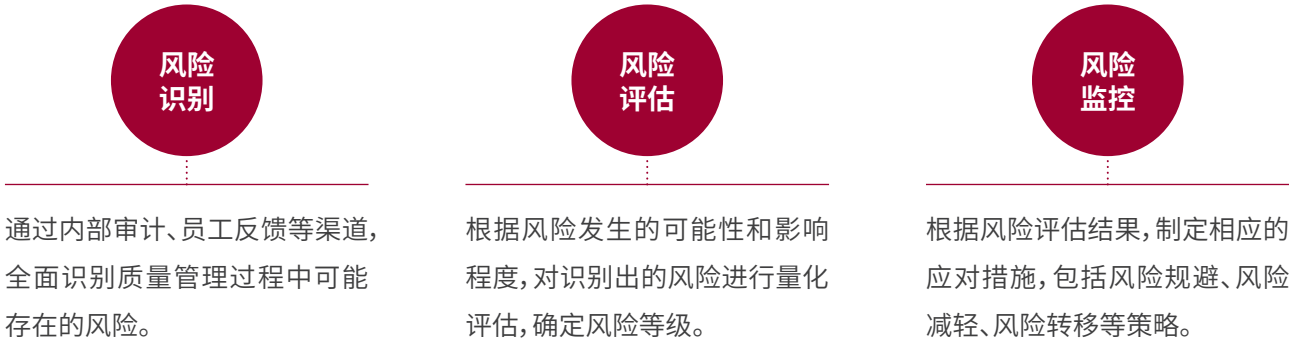
战略

风险及机遇	潜在影响	回应
风险		
黄金等珠宝商品物流运输风险 影响周期:短期 优先级:高	外包物流商作为外部单位,服务质量存在不稳定风险,可能导致: 产品延期交付或产品运输损坏,降低消费者购物体验,进而可能影响公司品牌形象与消费者认可度。	持续完善物流运输管理体系,建立物流应急管理预案,降低物流运输风险影响。
委外加工模式不稳定性影响 影响周期:短期 优先级:中	委外加工商作为外部单位,管理有效性存在不稳定性,可能导致: - 供货不及时、产品瑕疵率上升等问题,使得公司运营成本增加; - 可能对公司品牌与声誉造成影响。	- 针对委外加工环节制定严格的质量标准,并持续完善委外加工商质量监督机制; - 持续加强委外加工产品质量管理,对委外生产产品进行质量抽检等,降低质量风险。 - 提前沟通工期问题,委外加工商提前预留产能,保证产品供应。

风险及机遇	潜在影响	回应
机遇		
出色的产品工艺与品质 影响周期:长期 优先级:高	为满足消费者差异性需求,公司不断创新工艺与技术,严抓产品质量管控,是业内率先进行产品全检的珠宝首饰企业之一。可能存在机遇: 产品质量优异,消费者认可与市场竞争力高,为公司业务增长提供重要品质机遇。	持续加大研发创新投入,创新产品工艺与应用,推动产品生产供应商
卓越的产品设计与文化内涵 影响周期:长期 优先级:高	公司经过多年创新沉淀与联名合作,产品样式美观而具有特色,丰厚的产品文化内涵更是为产品增添了独有的珠宝与传统文化融合的魅力。可能存在机遇: 产品竞争力提高、品牌影响力增强,为公司业务增长带来机遇。	积极开展联名合作创新,以非遗文化魅力,加厚产品文化内涵,为品牌增添文化内核活力。

影响、风险和机遇管理

公司注重质量方面的风险管理。通过建立完善的风险识别、评估与应对体系，公司能够精准定位潜在风险，科学评估其影响，并制定切实有效的应对措施，为企业的可持续发展奠定了基础。



指标与目标

为了保障产品竞争力，为消费者提供高品质珠宝产品，公司制定了明确的产品与质量管理指标与目标，确保产品达到品牌高标准。

产品和服务安全与质量2025年目标

- 致力于保障产品和服务的安全与质量；
- 全力提升检验合格水平与客户满意度；
- 持续优化产品售后与客户服务体系。



产品品质与安全

我们不断完善产品质量控制体系，对原材料采购、生产、产品流转等环节进行把控，致力为每位顾客提供优质的产品与服务。

| 质量控制

原料来源控制

我们结合国家标准，从源头管控原材料品质，制定了关于钻石、金料或配件等原料的检验标准，主要原料符合 GB11887-2012 国家标准。

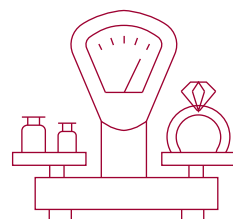
委外生产管理

我们深入委外生产商生产过程中，协同委外生产商严控生产作业流程、工艺标准、巡检，定期派遣工作人员前往供应商加工现场进行监督，发现问题即要求整改，切实保证货品质量；在委外生产商选择上，公司优先考虑具有国际认证（如 ISO 9001 质量管理体系认证）和行业资质的生产商。

成品全检机制

我们按照国标 GB/T 14459《贵金属饰品计数抽样检验规则》《出货检验指引》等产品进行质量检验，确保其符合设计标准、工艺要求和品质规范。公司所有产品上柜之前 100% 通过国家 / 地方质检机构检测，是业内率先进行产品全检的珠宝首饰企业之一。

品质用心



周大生携手国际知名珠宝设计师，将全球前沿珠宝设计理念与东方美学精髓完美融合，以个性鲜明的设计及独具匠心的工艺，为消费者打造“更轻、更精、更柔”的适合多种生活场景的珠宝首饰，让每位消费者都能通过珠宝诉说独特的自我，绽放与众不同的个性魅力。

更轻 Lighter

全新时代黄金工艺技术升级，精密车磨打工艺 + 冲剪 CNC 技术，让金面光彩照人，产品更加立体。在同等大小的情况下，5G 黄金的重量是传统黄金的 40% ~ 50%，作为日常首饰搭配毫无压力。



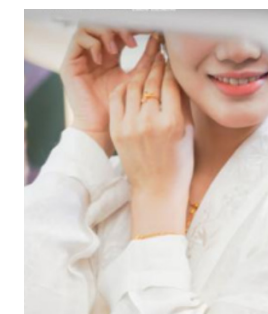
更精 Exquisite



周大生始终坚持产品工艺和品质的精品路线。我们不仅在制金技术工艺中颇有成就，在质量的管控方面，更是建立了严格的质量控制和检验制度，从供应商考核、工厂品质监控到成品检验等方面均建立了多层次的质量监督管理体系。

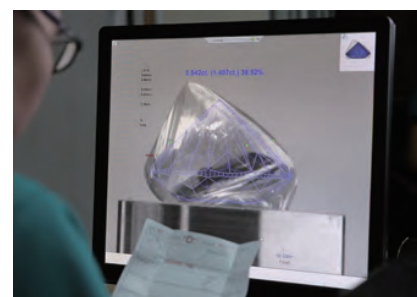
更柔 Gentler

周大生秉持“为顾客奉献美丽、传递爱心”的使命与责任，坚持将更贴心的设计理念融入产品设计的环节，让首饰佩戴体验更加舒适、柔和、轻盈，将美好的礼遇献给每一位消费者。



| 产品健康与安全

我们主要产品原材料为钻石、金料等，在原料、成品采购方面，我们与供货商达成共识，确保贵金属纯度符合标准，避免使用含有镍、铅、镉等易致敏或有害物质的合金。在儿童品线用料上，我们严格保障儿童珠宝材质安全，符合儿童用品相关标准；设计上减少小零件、易脱落件使用，降低儿童误吞服风险。产品包装层面，我们优先使用环保、无毒的包装材料，避免使用含甲醛、重金属等有害物质的包装，以此减少产品的健康与安全问题，为消费者提供安全、可靠的产品。



绿色利用

公司产品主要核心原材料——黄金、钻石的开采是一项高能耗、高污染的活动，涉及大量能源消耗（如燃料、电力）和化学品使用（如氰化物）。我们积极利用产品特质，开展产品以旧换新回收再利用，减少对新开采贵金属、钻石的需求，从而降低矿石开采、贵金属提炼等原材料生产过程中的碳排放，践行低碳循环经济理念，并通过以旧换新鼓励消费者选择更环保的消费方式，推动珠宝行业向更可持续的方向发展。

客户服务

我们深知每一位客户的选择都承载着对品质与服务的双重期待。公司秉持“以客户为中心”的服务理念，将卓越的客户服务视为品牌的核心竞争力之一，致力于通过专业、贴心的服务，为客户提供满意的体验。

我们制定了《客户服务管理制度》，明确不同场景下对各类客户群体的服务标准与流程；设立售后服务部统管客户服务工作，并设置区域办事处对各门店服务质量进行监督和督促；建立激励与处罚机制，对优质服务行为给予奖励，对违规行为进行严肃处理，以推动客户服务工作的持续优化与提升。



| 客户咨询

公司为客户提供多种便捷咨询渠道，包括 400 客服热线、公众号及电子商城在线客服，以及线下门店面对面咨询。各接待部门严格遵循公司标准话术，确保专业、准确地解答客户疑问。总部售后服务部负责制定咨询标准，对门店及区域办事处进行政策宣导与指导，同时收集并分析咨询问题，持续优化服务流程。

周大生客户服务热线



400-109-8866

| 售后服务

我们拥有完善的售后服务体系，涵盖保养、常规维修、增值以及退换货四大类别，致力于为客户提供全方位、个性化的解决方案，确保每一位客户都能享受到专业、便捷、贴心的售后体验。

提供售后服务的种类及处理方法

保养类

- 可在门店或到商场指定维修点处理。

常规类

需到有资质的专业合作点处理：

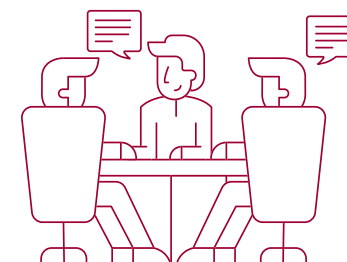
- 可修复商品免工费维修，加金加料需另计费。
- 不可修复商品根据种类与客户协商以旧换新。

增值类

- 钻石镶嵌类及黄金、K金、铂金类商品提供以旧换新服务。
- 黄金、铂金和K金类商品需客户先签《验金同意书》再验金。

退换货类

- 商品因质量或工艺问题需退货时，及时沟通，优先换货；
- 非质量问题的退换货，当天受理当天处理，不影响二次销售前提下，提供双赢方案。



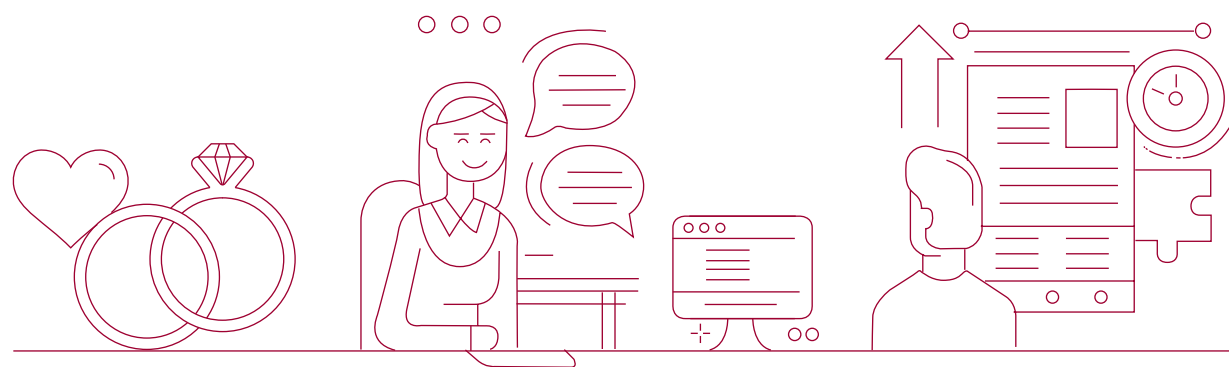
| 责任营销

周大生以诚信为本，践行责任营销。我们严格遵循《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国电子商务法》等规定，在市场营销活动中秉持真实、透明原则，避免夸大其词、虚假宣传行为。



客户满意度

我们始终将客户满意度视为企业是否成功的重要指标。为保障服务质量，公司积极拓展多种渠道，广泛收集客户意见和建议。通过店内的意见簿、线上客服的客户评价及定期向客户发放的问卷等方式，公司深入了解客户在购买体验、产品品质、服务态度等各方面的反馈。基于客户反馈，公司将对服务流程进行细致评估与优化，不断完善售前咨询、售中体验和售后服务，力求为每一位客户带来更优质、更贴心的购物体验。



投诉与响应机制

为切实保障客户利益，持续优化服务质量，公司制定《客户投诉管理制度》《客户投诉处理分类表》等内部规则，成立售后客服部、危机公关领导小组等相关团队，以紧密配合的架构体系和规范有效的制度基础，高效处理客户投诉，确保客户诉求得以合理解决。公司实行首问负责制，要求投诉发生后及时上报，并进行总结和分析，制定解决方案。

我们根据投诉情况和影响程度，将投诉分为一般投诉、纠纷投诉和重大投诉，并针对性采取相应措施解决，投诉处理整体遵循 PDCA 管理原则。

此外，我们设立违纪处罚和奖励机制，对瞒报、缓报、谎报导致投诉升级的行为进行问责处理，对表现良好的员工给予奖励，激励员工积极维护客户满意度。

客户信息与隐私保护

我们十分注重客户的隐私安全保护，按照《中华人民共和国个人信息保护法》等相关法律法规，制定《数据管理制度》等内部规定，构建起完善的客户隐私保护体系。公司明确由信息技术中心数据组负责统一管理数据；数据产生部门严格把控数据采集与存储环节，确保数据的准确性和保密性；数据使用部门则在授权范围内规范使用数据，杜绝滥用与泄漏风险。

我们通过分类分级存储、身份认证、传输加密、权限管理等技术手段，以及定期监督、违规处理等管理措施，全方位保障客户隐私数据的安全，切实维护客户合法权益。

—> 关键绩效

2024

涉及侵犯客户隐私经证实的投诉 **0** 起丢失客户资料经证实的投诉 **0** 起

致胜 · 加盟商赋能与履责

我们深知品牌的持续发展离不开公司与加盟商的深度共创。公司以加盟模式为核心驱动力，凭借自身的品牌知名度、成熟的运营体系和产品研发优势，不断建设加盟商合作体系，为无数怀揣创业梦想的人搭建舞台，带动上下游产业协同发展，在社会发展的长卷中绘下浓墨重彩的一笔。

治理

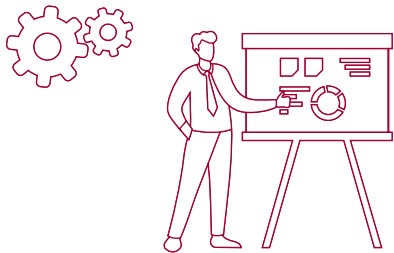
公司与加盟商建立合作关系基于明确的互利共赢理念。截至 2024 年 12 月 31 日，已有近 1,700 名加盟商加入我们，在全国范围内共开设了 4,600 多家加盟店。我们凭借广泛的市场认知度、强大的产品研发能力以及成熟的品牌运营经验，为加盟商提供坚实的发展支撑。加盟商则利用自身的本地资源优势、对当地市场的熟悉度以及资金投入，助力公司拓展市场版图。双方通过紧密协作，共享品牌发展带来的收益，实现共同成长。

为有效管理与提升加盟商，公司搭建了全面、规范、有效的加盟商管理体系。我们成立总部加盟发展批发零售营运中心和区域办事处作为管理部门，由公司经理层领导开展加盟商共创治理工作，加盟门店负责具体执行。同时，我们制定了《加盟业务管理规划》等制度，并与加盟商签署《品牌特许经营合同》，以标准化化管理提升加盟店治理效益。此外，为提升加盟商整体水平，我们积极筹备开展加盟商培训，报告期内，加盟商终端门店技能训练打卡人数 849 人，累计打卡视频 84,051 条，打卡合格率 100%。

战略

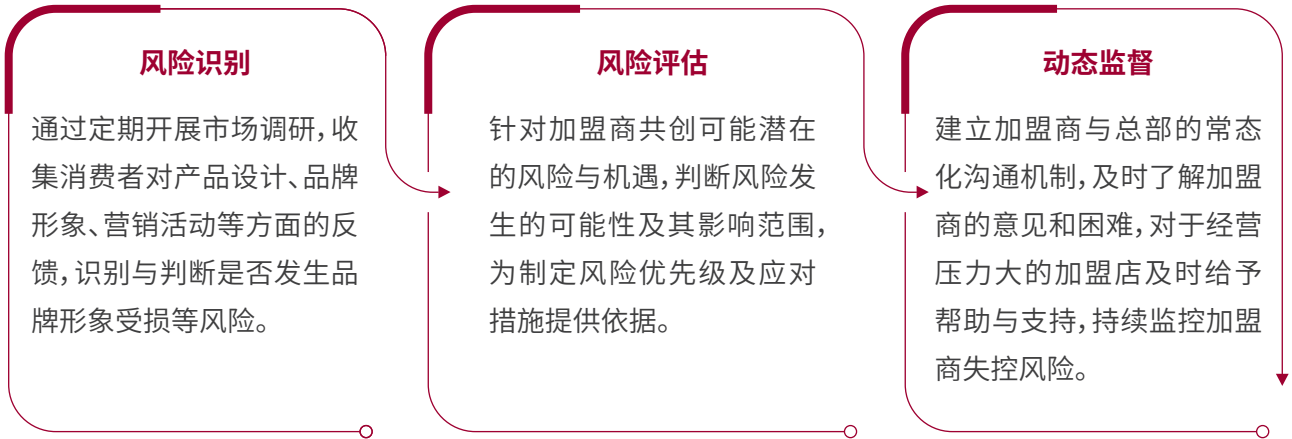
风险及机遇	潜在影响	回应
风险		
加盟商管理风险 影响周期:中长期 优先级:高	加盟商作为公司商业伙伴,如存在管理不当或售卖非标产品等问题,不仅会给客户带来损失,还可能带来以下影响: - 公司品牌声誉受到影响,需要投入更多运营成本维护公司形象; - 诉讼纠纷可能带来损失赔偿,经营成本上升。	- 建立加盟商分级管理制度,将货品支持与数据透明度挂钩; - 建立加盟商动态考核与退出机制,识别并清退不合格加盟商。

风险及机遇	潜在影响	回应
机遇		
加盟商市场机遇 影响周期:中期 优先级:高	加盟商熟悉本地商业环境,掌握大量市场资源,通过人脉资源开展营销活动,可以扩大公司品牌知名度,打开市场,增加市场占有率。 - 市场占有率增加,销售额增加,利润上升。 - 加盟商利用优势选址,降低线下店前期投入成本。 - 品牌知名度提升,品牌溢价能力增强。	- 加强对加盟商的品牌培训,定期开展品牌理念宣贯活动,确保加盟商深入理解品牌内涵。 - 制定严格的品牌形象管理规范,明确店面装修、产品陈列、宣传推广等方面的标准,加强日常监督检查,对违规行为及时纠正并给予相应处罚。



影响、风险和机遇管理

为有效管理加盟商共创潜在的风险与机遇，公司制定了系列加盟商管理制度，对加盟商准入、加盟商经营考核等方面进行了明确与规范，并搭建了加盟商风险管理体系，持续落实并优化加盟商管理工作。



指标与目标

为进一步提升公司加盟商管理效率，公司围绕门店布局、产品创新、运营销售等方面，制定了科学、明确的管理目标，为管理工作提供方向。

- 持续扩大市场版图，推动门店数量增长。
- 深化周大生X国家宝藏的高端化建设、周大生经典的协同化品牌矩阵建设。

加盟商2025年管理目标

- 引导加盟店货品结构调整，提升销售。
- 进一步赋能加盟线下店铺的直播销售。
- 加强加盟商数字化营销工具的培训。

加盟商标准化管理

为系统性地降低加盟模式所潜在的品控与管理风险，公司构建并持续完善加盟商管理体系，通过标准化建设与数字化管控，提高公司对加盟商管理效率，以规范、开放、共创的加盟模式，赋能公司可持续发展。

→ 关键绩效

2024

加盟店 **4,655** 家

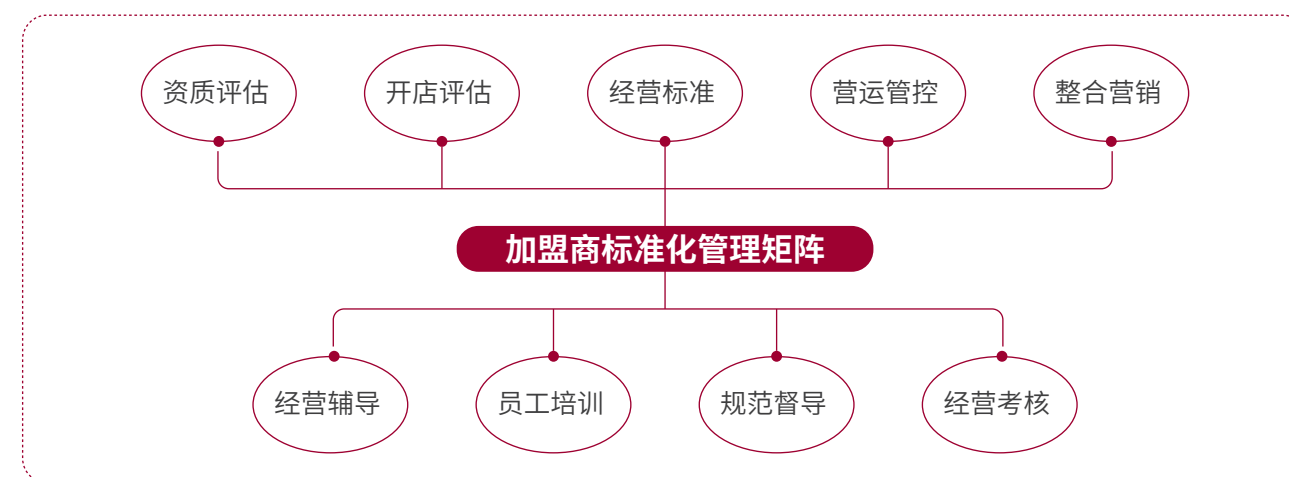


→ 关键绩效

2024

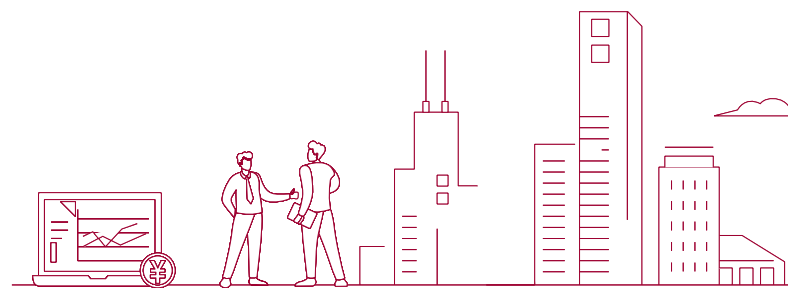
加盟商规范督导整改率 **100%**

公司在贯彻外延式、规模先行的渠道战略的同时，建立了总部加盟发展批发零售营运中心和区域办事处两级管理体系，通过制定《加盟业务管理规划》、与加盟商签署《品牌特许经营合同》等标准化管理举措，对加盟店的产品价格、店铺选址和形象、产品质量、营销、售后服务等方面进行了全面、规范、细致的标准化管理。在加盟商的准入考核中，我们在对加盟商的资金实力进行考察的同时，还对加盟商过往经营业绩、行业口碑等多方面进行调研，评估其商业信誉、市场开拓能力以及对珠宝行业的热情与专注度，旨在挑选出有能力且认同周大生品牌文化与经营理念的合作伙伴，并搭建了一套加盟商持续督导体系，确保加盟商在后续运营过程中符合公司规范。对于不符合规范的加盟店，我们及时提出整改意见并跟进整改情况，并在《品牌特许经营合同》中明确加盟商违约责任及处理条款，进一步确保加盟店运营水平符合公司要求。



加盟商赋能

我们始终将加盟商作为公司经营道路上的重要合作伙伴，高度重视加盟生态的搭建与完善。我们秉持着“忠于使命、严于自控、勇于自省、敢于创新”的价值观，坚持深耕加盟商经营水平提升与终端人才培养，助力加盟生态可持续发展。



门店运营支持

公司为加盟商提供全方位的运营管理支持，从商品供货、店铺选址、库存管理到营销策划，都有成熟的管理体系与方案。我们系统化整合供货机制，黄金类自主研发的系列产品均由公司直接供货，确保设计专利与品质标准统一，保障加盟商核心产品质量与安全。同时，我们通过搭建信息化数字化管理系统，帮助加盟商实现精准库存控制，进一步降低加盟商库存成本，提升加盟店资金周转率。

我们统一策划全国性的品牌推广活动，与加盟店合作开展品牌宣传活动，在塑造强化品牌影响力的同时，为加盟店带来更多潜在客户。针对不同区域市场特点，我们定制化设计区域营销方案，助力宣传推广工作有效开展，提高加盟门店区域影响力。

案例 “博物万象，潮起大生”品鉴会

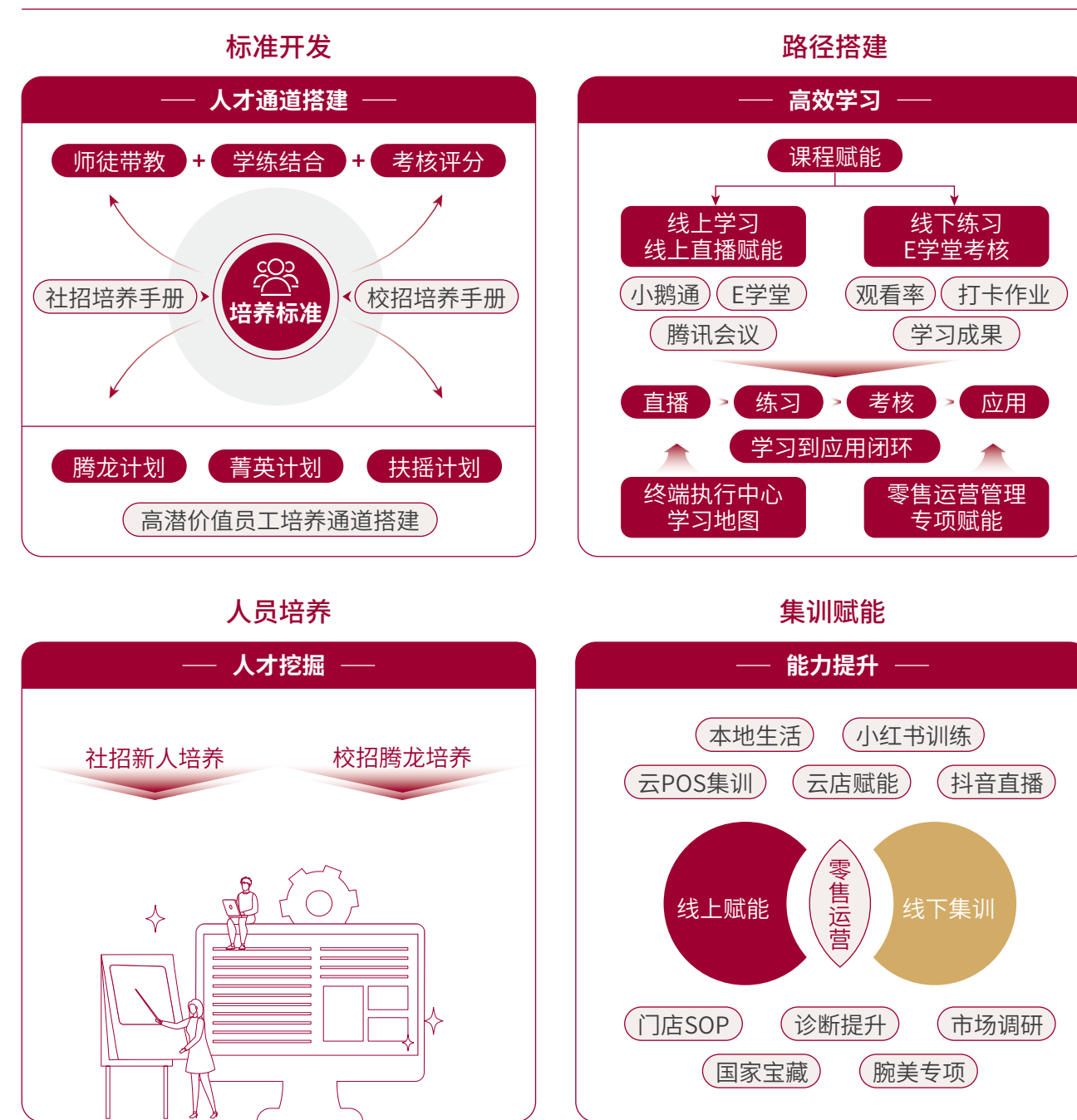
2024 年，周大生通过立体化传播矩阵深度诠释国宝文物美学精髓与工艺创新，以“文化解码 + 创意体验”重构消费者对“国宝级珠宝”的价值认知，与合作伙伴携手建立“国潮文化标杆”，提高门店影响力。



终端人才赋能

我们系统化地构建了终端外训与教练内训两套终端人才培养机制，并搭建了数字化学习平台—周大生 E 学堂，满足数字化学习及学习资源管理需求，为终端门店经营人才提供专业化、系统化的学练考核体系。

周大生终端人才赋能培训体系



| 品牌样板赋能

在加速终端网络布局的战略框架下，公司持续推进“品牌势能引导 + 品牌样板店建设”的榜样经验分享模型向加盟体系渗透，2024 年重点打造了综合样板店、黄金专项样板店、会员专项样板店等项目，在周大生综合店的基础上推出周大生经典店、周大生 X 国家宝藏店、转珠阁，与加盟商共创，形成差异化市场穿透力，以沉浸式场景再造,推动文化符号锚定,并推出了《周大生样板打造秘籍》，编制《样板打造标准流程手册》、《综合样板店打造手册终版》，建立了样板门店经营方法论共享库，通过样板店的榜样力量以点带面提升全国加盟商门店综合盈利能力，驱动加盟商管理与品牌势能螺旋式上升。

周大生样板赋能矩阵

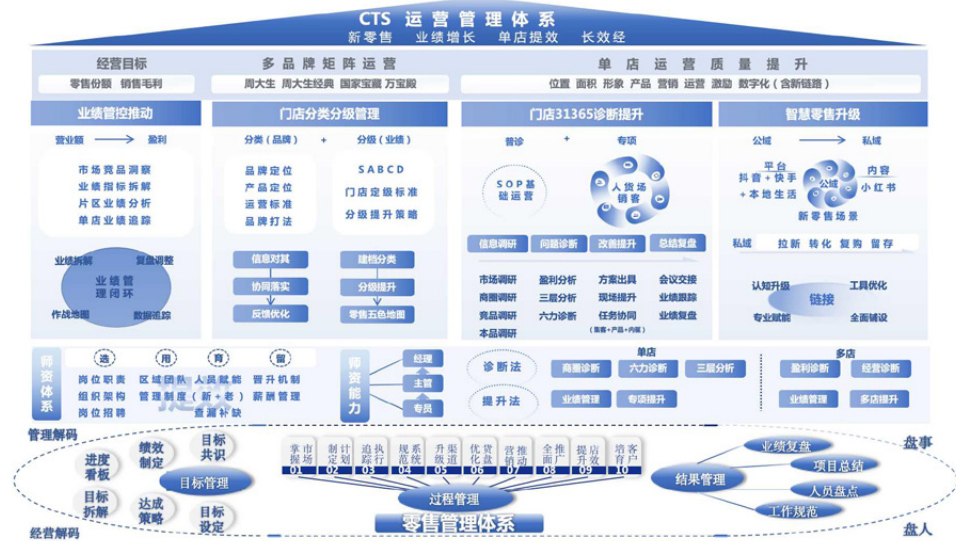
运营标准类提升	• 店务管理 • 信息管理 • 店柜形象 • 人员形象
人员管理提升	• 员工OJT训练 • 门店训练体系建立 • 团队架构及氛围建设 • 员工晋级体系完善
销售实战技能提升	• 周大生CHR强化 • 销售八步骤运用 • FABE • 竞品应对
业绩管理提升	• 业绩指标制定及分解 • 营业数字分析 • 激励机制制定
货品管理提升	• 商品配置构建及分析 • 货品陈列及布局提升
客户管理提升	• VIP客户开发与维护 • 客户投诉技巧
区域连锁经营管理提升	• 区域市场竞争策略 • 连锁管理体系建设 • 高效团队打造



周大生「国家宝藏」品牌店

| 终端执行规范

为强化加盟商管理有效性，我们选择实施精准有效的策略，围绕零售运营数字化管理赋能，建立线上诊断分析与信息化决策中台，开展日常管理工作监管，推动终端门店管理规范标准与文件的落实与执行，以规范化管理强化消费者对我们服务的认可与信任,将分散的终端触点编织成牢不可破的品牌认知网络,实现“连锁门店”到“国民珠宝符号”的价值升维。



鼓励加盟商履责

加盟店铺作为公司品牌形象的直接展示窗口，其运营表现与品牌价值紧密相连。公司倡导加盟商积极践行可持续发展理念，鼓励加盟商在日常经营中严守诚信底线，提供高品质的客户服务，维护消费者权益，营造健康、良好的消费环境。在店铺运营中，注重节能降耗，使用环保包装、环保装修材料及节能照明系统等，同时，积极投身社区公益和慈善捐赠，助力扶贫事业，拉近与消费者的距离，让品牌传递温暖，实现我们“为爱而生”的品牌理念。

带动就业

我们在全国范围内拥有数千家加盟店，为社会创造了大量就业岗位。同时，得益于我们已搭建的完备的加盟赋能体系，我们的加盟商更容易获得良好的人才培训支持和门店经营支持，有创业意愿的人将获得广袤的实现梦想的平台，由此形成“一人创业带动多人就业”的良性效应，进一步促进社会的和谐发展。

在加盟店扩张的过程中，我们向低线城市及乡镇扩张，填补了当地商业空白，截至报告期末，我们约有70% 的加盟门店位于二、三线城市，持续为当地居民提供稳定的就业机会。

-> 关键绩效

2024

截至报告期末,公司加盟体系为社会创造了约**50,000+**的就业岗位。

精益 · 构建高质供应链

我们秉持“规范管理、优胜劣汰、分类分级管理、合作共赢”的原则,积极从供应商管理、责任采购、供应链风险管理、风险分析以及供应链治理等多个维度发力,努力构建一个可持续、有韧性且充满活力的产业生态,为自身的长远发展和行业的进步注入源源不断的动力。

治理

公司积极推动供应链治理模式创新,以实现供应链的可持续发展与高效运营。内部治理上,我们制定了《供应商管理制度》,明确各部门在供应链管理中的职责与权限,日常工作由采购中心协同其他部门,分析供应链现状并制定可持续发展目标和提升方案,定期向董事会汇报,由董事会进行监督以及对供应链管理过程中的重大事项进行决策。通过建立跨部门协同工作机制,我们旨在打破部门壁垒,提升供应链决策与执行效率。

外部协作上,公司与供应商、行业协会等利益相关方建立了紧密的合作关系。通过参与行业标准制定,推动整个珠宝行业供应链在可持续发展方面的标准提升;并与供应商、承包商探索可持续供应链解决方案,综合考量供应商在产品质量、环境保护、节能降耗、员工人权方面的表现,助力推进供应链生态可持续发展。

战略

我们高度重视各类潜在风险对供应链的影响,为保障供应链的稳定和高效运作,公司对供应链影响、风险和机遇进行识别和分析。

风险及机遇	潜在影响	回应
风险		
产品供应延迟风险 影响周期:短期 优先级:中	若委外供应商的产品订单延迟,可能导致: • 订单延迟交货,影响公司整体运营效率; • 下游加盟商、直营店补货延期,打乱销售节奏,进而影响销售额。	• 建立完整的供应商全流程管理体系,并通过合同条款、利益分配机制等方式,加强与供应商的信息互通; • 制定应急预案,降低供应风险影响; • 与多个供应商建立长期稳定的合作关系,降低对单一供应商的依赖。
机遇		
数字化转型机遇 影响周期:长期 优先级:中	伴随大数据和AI等技术发展,供应链全流程管理迎来数字化转型机遇,可能造成影响: • 精准地对接供应商,通过采购订单管理智能化、线上竞标招标等功能,增强采购管理水平,提高采购效率。	• 整合采购、供应商生产、物流等多个环节的信息,建立数字化供应链管理系统,实时掌握产品库存、产品销售情况等信息,并根据实际情况做出决策。

影响、风险和机遇管理

我们深知供应链风险对企业可持续发展的潜在威胁，构建了全面的供应链风险管理体系。通过对市场动态、供应商经营状况等内外部风险因素进行持续监测与分析，提前识别可能影响供应链稳定运行的风险点，并对潜在的风险和机遇进行评估，包括影响周期、影响程度，根据其重要程度进行差异化管理，持续对管理策略进行调整和优化，以适应不断变化的市场环境和公司的发展需求。

指标与目标

我们将供应商的质量管理、交货与服务质量等方面作为供应链管理重点考量内容，并通过对产品的战略调整、市场需求变化及时调整供应链指标与目标，持续提高供应链管理水平。

供应商管理

我们遵循“规范管理、优胜劣汰、分类分级管理、合作共赢”的管理原则，构建供应商全生命周期管理体系，并制定了《供应商管理制度》，通过供应商筛选、动态评估与退出机制，实现对产品品质、交付周期、成本效能的精准管控。依托“品质基准线 + 交付期控制 + 成本最优化”三维立体管控模型，在深化供应商契约治理框架、全链路品控管理及信用生态体系等方面持续深耕，与战略伙伴形成了稳定、互补的价值共创范式，打造出了具有市场响应速度与质量溢价能力的共生型商业生态。



2024

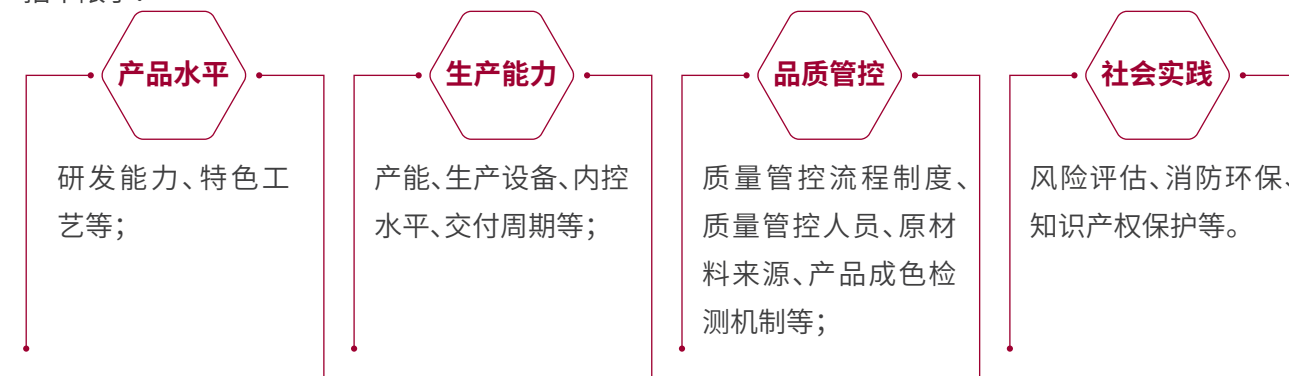
—> 关键绩效

截至报告期末，与公司合作的供应商共**217**家，本地供应商占比**68.66%**



| 供应商准入

我们在筛选供应商的过程中，综合考量产品质量、生产能力、生产成本、品质管控、交货周期等因素，针对评估通过的供应商，我们建立《供应商档案》《供应商评价表》，对供应商进行动态管理，以保证供应商管控的有效性和供应信息传达的及时性。目前，我们对于供应商的准入设置了一系列可持续发展指标，包括但不限于：



未来，我们将逐步把供应商的环境治理、社会责任履行情况、劳工生产安全保障等更多可持续发展指标纳入评估范畴，推动供应链整体可持续发展。

| 供应商考核与评价

我们围绕日常监管和定期考核开展供应商考核与评价工作。日常监管方面，我们通过对产品标识与货品成色等进行溯源与检验，构建多维动态监管机制，将常规巡查与突击抽检相结合，重点核查产品合规性（品类溯源编码、贵金属印记标识系统、成色光谱检测数据）。

同时，我们构建了系统、全面的供应商考核机制，对供应商进行年度考核。季度评估从品牌形象矩阵、供应链透明度（原料溯源区块链）、产能配置效率、服务响应能力等多个维度开展穿透式督导；年度考核则重点围绕“质量—交期—成本—研发—服务”开展绩效评估，依托智能评估算法生成供应商数字画像，重点监控工艺稳定性、准时交付率、质量合格率等全要素服务能力。此外，我们每年对供应商管理工作经验与不足进行总结，逐步将可持续发展指标纳入考核范围，持续改进和优化供应商考核与评价机制。

| 供应商淘汰

我们在供应商退出方面，构建了多维“质量红线”指标体系，针对存在贵金属纯度偏差率较高、宝石溯源证书缺失、设计专利侵权等重大问题及考核情况不达标的供应商进行责令整改。对逾期未能完成整改或不予回应的供应商，我们严格依据《供应商管理制度》，追究供应产品质量不齐所导致的损失，并将违规供应商列入黑名单，不予再用。

| 责任采购

公司始终将责任采购作为核心采购策略，致力于确保所采购的原材料和产品来源合法、道德且环保。在黄金、钻石等关键原材料采购环节，严格遵守国际公认的责任采购准则，坚决杜绝采购来自冲突地区或涉及非法开采、侵犯人权等问题的矿产资源。

为实现责任采购目标，我们建立了供应链追溯体系。借助区块链等技术，对珠宝原材料从矿山开采、加工制造到成品交付的全过程进行精准追踪，杜绝“冲突钻石”。让消费者能够放心购买符合责任采购标准的珠宝产品。

2024 年度，我们与 189 家供应商签署廉洁协议，签署率 100%。



—> 关键绩效

2024

供应商廉洁书签署率 **100%**产品冲突矿产使用率 **0%**

智变 · 周大生数字化转型之路

在行业数字化变革浪潮涌起、企业积极践行可持续发展理念的当下，数字化建设的价值早已突破技术迭代层面，成为推动行业格局重塑、实现长远发展的关键驱动力。



数智赋能

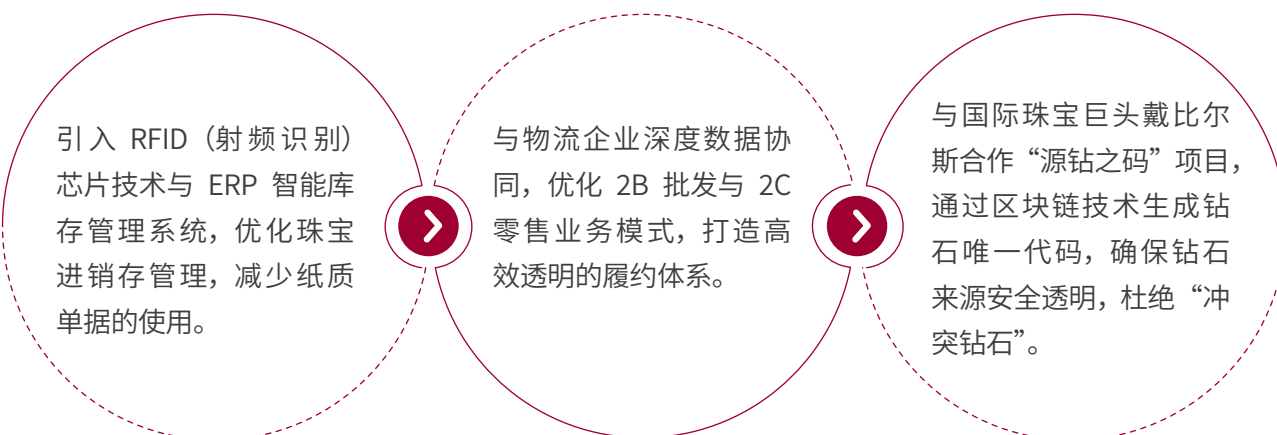
作为国内珠宝零售行业的领军企业，公司依托数字化运营能力的升级，精心布局可持续发展长远规划，致力于多管齐下，探索智慧零售等数字化转型新路径，为公司长远发展持续赋能。

| 研发管理数字化

公司坚持完善研发项目管理工具，搭建研发项目管理线上共享平台，构建多维度数字化研发工作看板，实时同步项目进度，动态跟进工作状态，以数字化技术赋能，全方位提升产品款式研发设计工作效率。

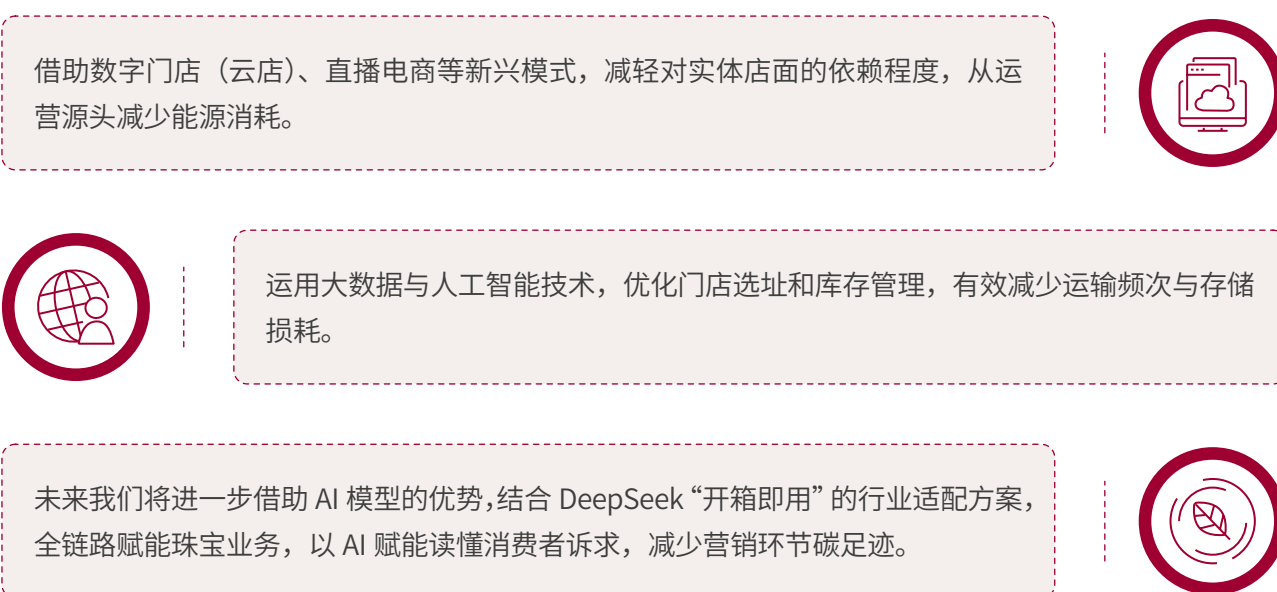
供应链建设数字化

公司通过数字化手段，加快打造更加绿色、高效、透明的供应链，在推动业务发展的同时，彰显环境可持续发展的卓越价值。



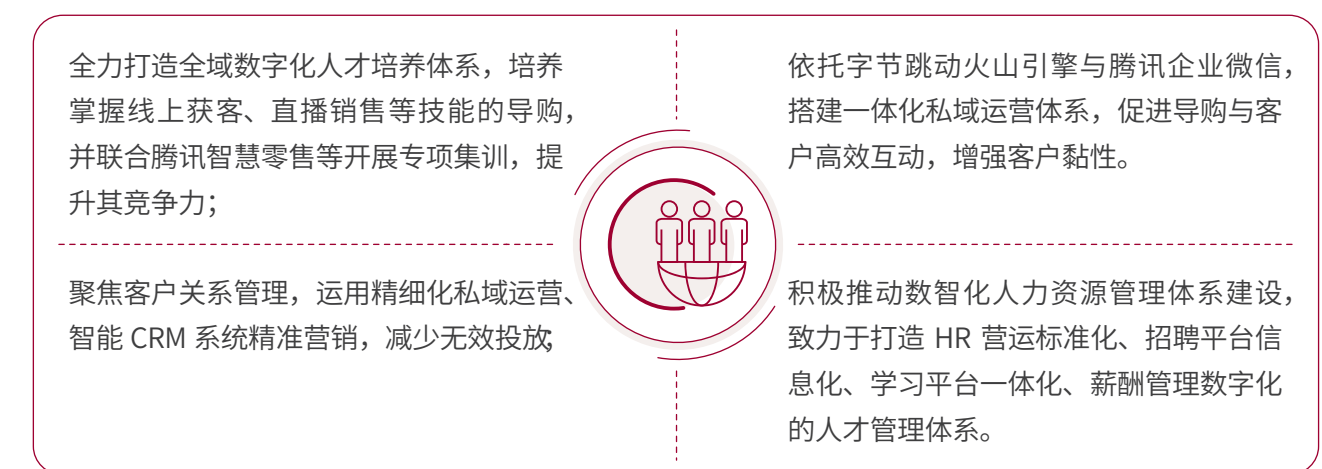
数智减碳

公司积极响应数字化浪潮下的智慧零售变革，打破传统零售模式依赖实体门店带来的高能耗运营，致力于实现全环节降耗减排，对产品碳足迹进行分析与管理，以创新路径助力企业迈向低碳运营。



数智人力

在零售行业，数字化转型绝非单纯的技术更迭，终端人才的数字化运营能力才是企业发展的核心要素，我们持续推进人力资源管理数字化和人才培养数字化，让企业在人才的有效支撑下稳健前行。



数智决策

公司通过数字技术搭建起的“总部—区域—门店”的三级赋能架构，使经营管理流程清晰可见，通过协同运作让经营策略精准落地，并依托 CRM 系统和 AI 工具，精准采集分析数据，使各个运营环节契合法规要求，筑牢风控防线，提升合规治理水平。





03

德润民生 共臻员工福祉

“人才为基，爱满四方”，作为负责任、有大爱的企业，周大生始终坚持“以人为本”，深刻铭记人才是最宝贵的资产，与员工并肩携手，相互成就，亦感恩社会土壤对于企业的成就，让“为爱而生”的精神火种温暖社会的每一处角落。周大生以实际行动诠释着对员工的珍视、对社会的担当，为民生福祉奉献一份企业力量，彰显企业的不凡格局。

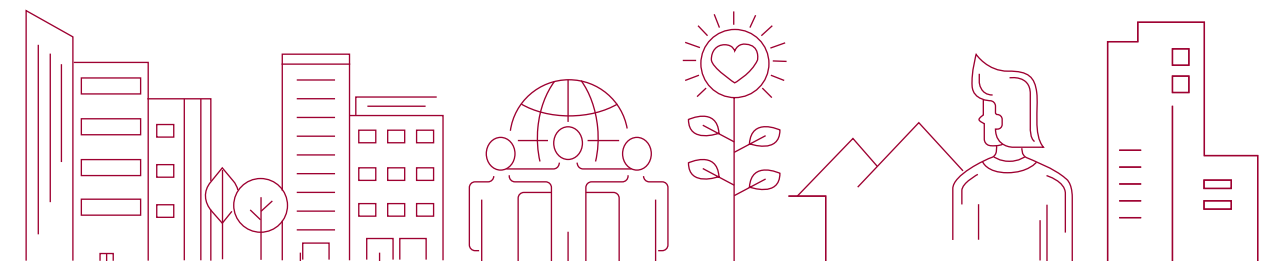
本章节回应的SDGs



福音·保障员工权益	83
精进·赋能员工发展	92
固本·严守安全底线	95
大爱·履行社会责任	96

福音 · 保障员工权益

我们深知员工是推动企业前行的核心力量，更是企业价值的鲜活承载者。我们高度重视员工合法权益的保障，尊重员工人格，守护员工福祉，致力于为员工打造一个多元、平等、温暖、包容的职场环境，努力提高员工对公司的认同感、归属感和幸福感，在前进的道路上一同镌刻下坚实而深刻的足迹，向着更加辉煌的未来稳健迈进。



雇佣平等与开放

我们建立了完善的选人用人机制，在严格遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规的基础上，制定了《社会招聘管理制度》《校园招聘管理制度》，确保雇佣流程规范化、专业化。

我们在雇佣过程中始终坚持“公平、公开、公正”的招聘原则以及“德才兼备”的录用原则，以社会招聘和校园招聘作为主要雇佣方式，结合网络、猎头、内部推荐及内部竞聘等多种渠道广纳人才，杜绝任何针对性别、年龄、种族、宗教信仰、家庭状况等的用工歧视行为，反对任何形式的强迫劳动和雇用童工行为。

报告期内，公司未发生雇佣童工、强迫劳动、用工歧视相关事件。

—> 关键绩效

2024

劳动合同签订率 **100%**

违规雇佣事件 **0** 起

劳工歧视事件 **0** 起

2024年新引进员工 **1,905** 人，其中，新进男员工 **208** 人，新进女员工 **1,697** 人

为缓解就业压力、推动社会与企业的协同发展，公司积极践行社会责任，聚焦校企合作和产教融合，积极召开招聘宣讲会，向高校学子提供了大量优质且多元化的就业岗位。报告期内，公司实施重点高校储备人才计划，推进校招渠道信息化管理，已完成高校简历库建设，并与26所国家重点高校建立了深入的校企合作关系，进入高校开展校园招聘宣讲会等现场活动，成功录用多名应届毕业生作为公司管培生，为公司发展注入了新鲜血液。

—> 关键绩效

2024

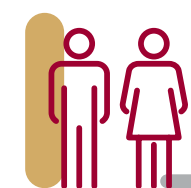
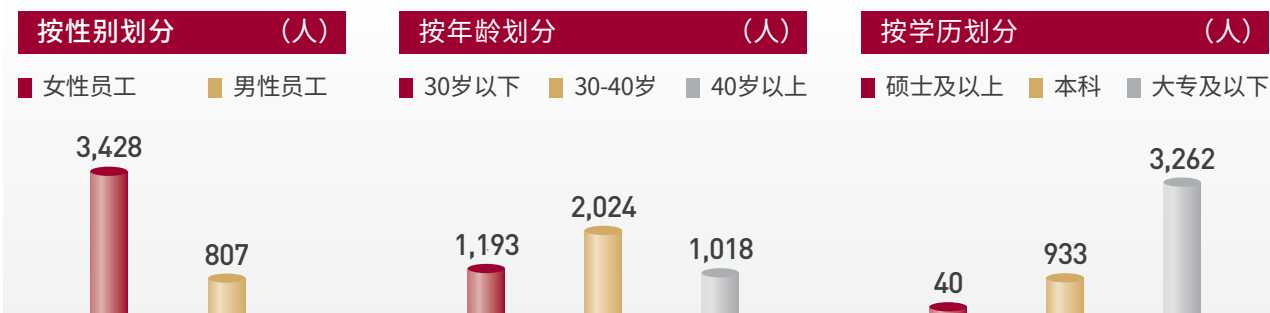
举办校园招聘会 **26** 场

员工多元与包容

我们坚持“爱心、诚信、责任、奋进”的价值观，倡导“尊重友善、开放包容、解放思想、海纳百川”的爱心文化，遵守“尊重、沟通、真诚、友善、反省、自律”的员工相处原则，致力于营造多元、平等、包容的办公环境，我们相信多元、包容的氛围能更好地激发团队的创造力。

截至2024年底，我们已拥有4,235名员工，其中少数民族和弱势群体员工占比3.37%。

2024年员工结构



员工总人数
4,235 人

其中，少数民族员工
139 人

残疾员工
4 人

员工薪酬与福利

完善的薪酬福利体系不仅是吸引人才的引力场，更是员工安心拼搏的坚固后盾。公司致力于以富有竞争力的薪酬体系、全面贴心的福利保障以及清晰的成长激励机制，给予员工所应得的报酬，激励其与公司并肩前行。

→ 关键绩效

2024

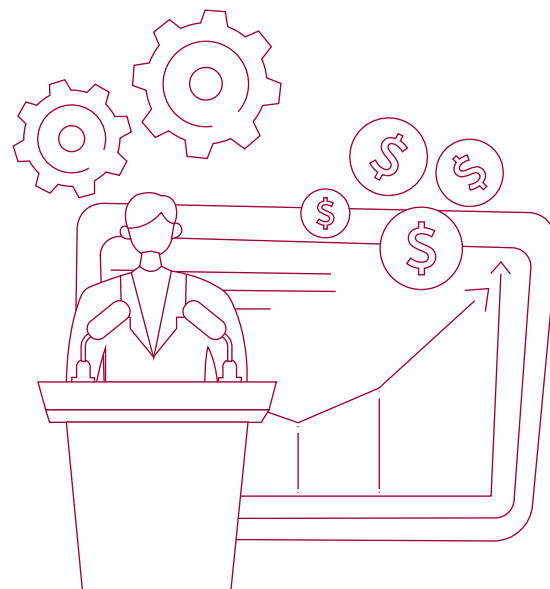
员工五险一金覆盖率 **100%**

人均带薪年假 **7** 天

| 员工薪酬

薪酬方面，公司遵守《中华人民共和国劳动法》，遵循“以岗定级、以能定薪”的原则，制定《薪酬管理制度》与《绩效管理制度》，依据岗位特性、员工绩效精细设计薪酬结构，实现多劳多得、优绩优酬的匹配，让每一份努力都有回响。

报告期内，公司不断建设和完善薪酬管理体系，8月份完成了《薪酬核算制度》的建设，12月份完成了《薪酬运营体系手册》的编制与维护。未来，公司也将持续完善各项制度的建设，比如进一步完善以业绩提成为导向的薪酬激励制度、门店薪酬体系制度等，有序推进公司薪酬管理工作的完善。



| 员工福利

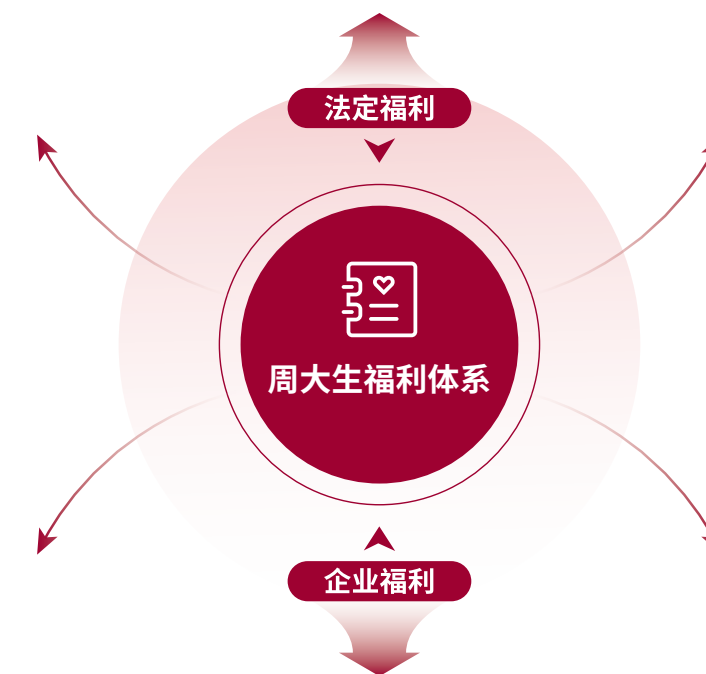
公司坚守以人为本的企业文化，始终将员工视为亲人，制定并实施《员工福利制度》，为员工提供全面的福利保障。公司拥有基本的法定福利和丰富的企业福利，依法为员工缴纳五险一金，同时建立了人文关怀福利、企业文化福利、教育成长福利等一系列福利体系，让员工在企业的关怀中获得更多的归属感和幸福感。

社会保险

住房公积金

法定节假日

婚假、丧假、产假、产检假、陪产假、工伤假等



内部福利

员工公租房、员工意外险、内购折扣等

文化福利

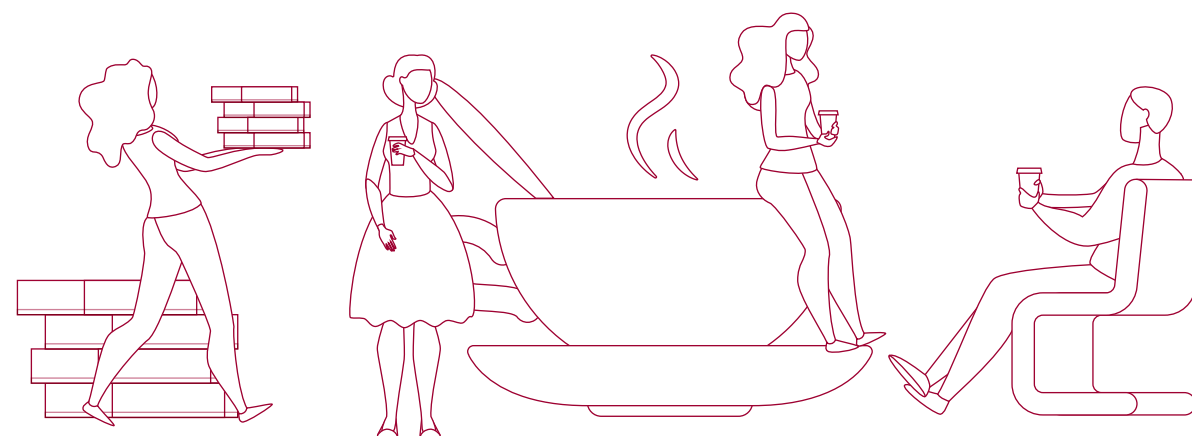
员工年度体检、员工旅游、文体活动等

成长福利

内部/外部培训机会、培训经费

关怀福利

生日福利、结婚/添丁礼金、探亲路费、退休关怀等



员工沟通与满意

我们始终将员工沟通效能与满意度提升作为公司发展的核心驱动力，着力构建双向透明的互动体系，完善员工满意度调查工作模式，将沟通质量与问题解决率纳入管理考核指标，持续优化员工体验，深化公司内部信任纽带。

| 员工沟通机制

我们通过搭建常态化沟通机制，建设职工代表大会、管理层座谈会等多元化渠道，倾听员工的诉求与心声，持续推进开放、包容的职场生态建设。

职工代表大会

- 以职代会为正式平台，对公司重要事项进行讨论和审议，使员工充分表达意见，深度参与公司决策。

部门例会

- 通过例会定期对日常工作提出建议和问题，有利于部门上下探讨日常工作成效，设立定期工作目标。

座谈会/分享会

- 通常是工作伙伴和管理层之间小型非正式讨论，目的在于灵活探讨解决一些意见和问题。

直接沟通

- 如果有一些无法在例会、座谈会上解决的问题，公司支持员工与其直接上级进行面谈沟通。

员工申诉机制/工会

- 公司支持所有员工就某些异议、个人利益受到侵犯或发现他人违规的情况向公司进行申诉与投诉，并对申诉情况进行公平处置，一般采用书面形式进行申诉。

| 职工代表大会

公司注重企业与员工的沟通，重视日常沟通机制的建设，切实保障员工合法权益。我们持续建立健全以职工代表大会为基本形式的民主管理制度，充分保障员工的知情权和表达权，为员工意见和建议搭建集中表达的渠道，促使公司在员工的监督和参与下更加持续健康地发展。

| 员工满意度调查

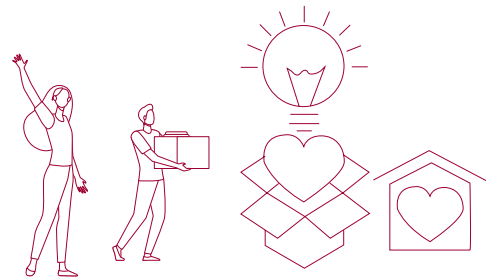
我们定期开展员工满意度调查，通过发放问卷的形式了解员工在工作环境、职业发展、薪酬福利、团队协作等方面的感受与诉求，并以开放、诚恳的态度认真对待每一份反馈，将调查结果作为优化公司各项管理工作的重要依据，力求为员工营造更理想、更有干劲的工作氛围。



员工关爱与活动

员工是企业发展的核心财富，我们一直将员工关怀深植于企业的文化土壤，充分考虑员工的多元化需求，开展一系列关怀举措，通过形式多样的员工活动丰富员工生活，并注重关爱女性员工、帮扶困难员工，用实际行动传递温暖与关爱，让“爱与美”的价值感知融入员工的生活，让员工在关怀中汲取力量，与企业携手奋进。

员工活动



为了让员工充分感受到企业人文关怀，营造团结友爱、积极向上的文化氛围，公司定期策划并组织丰富多彩的文娱活动，为员工缓解工作压力，丰富员工的精神文化生活，增强员工队伍的凝聚力，让大家以更饱满的热情、昂扬的姿态面对工作与生活。

案例 2024年周大生新春联欢晚会

“春上枝头花竞艳，家逢盛世人同欢”，2024 年恰逢周大生珠宝成立 25 周年，为感恩员工亲人们的辛勤付出，公司精心准备了歌舞联欢活动和颁奖环节，并在晚会上宣布了“金苹果人才奖”的启动，旨在为员工带来更多的发展机遇与福利。星光璀璨，倾情祝福，所有人一起共度欢愉时刻。此次盛大同欢，不仅展现了公司团队的才华和创造力，更展现了我们致力于携手员工一起创造辉煌，实现企业可持续发展的决心。



案例 山河美景，共创美好回忆

2024 年，公司组织员工奔赴祖国各地旅游，开展一场场放松身心的旅程，从海滨城市到内陆山川，从历史名城到现代都市，为员工们带去幸福愉悦的回忆。



案例 生日共聚，温暖诚挚

2024 年，公司精心策划组织员工生日会，布满气球彩带的场地十分温馨，香甜的蛋糕烛光摇曳，当月寿星们齐聚一堂，欢笑不断，大家分享成长故事，互赠真挚祝福。



| 关爱女性

在周大生，女性职工是熠熠生辉的半边天，公司重视对女性员工的关爱，按国家规定发放产假、哺乳假等，确保女性职工的权益得到充分保障，同时注重在职业发展方面给予同等支持，让女职工的创意和热情尽情挥洒，助力她们绽放自信光彩。报告期内，企业积极开展各类女性职工活动，将关爱化作切实行动。

→ 关键绩效

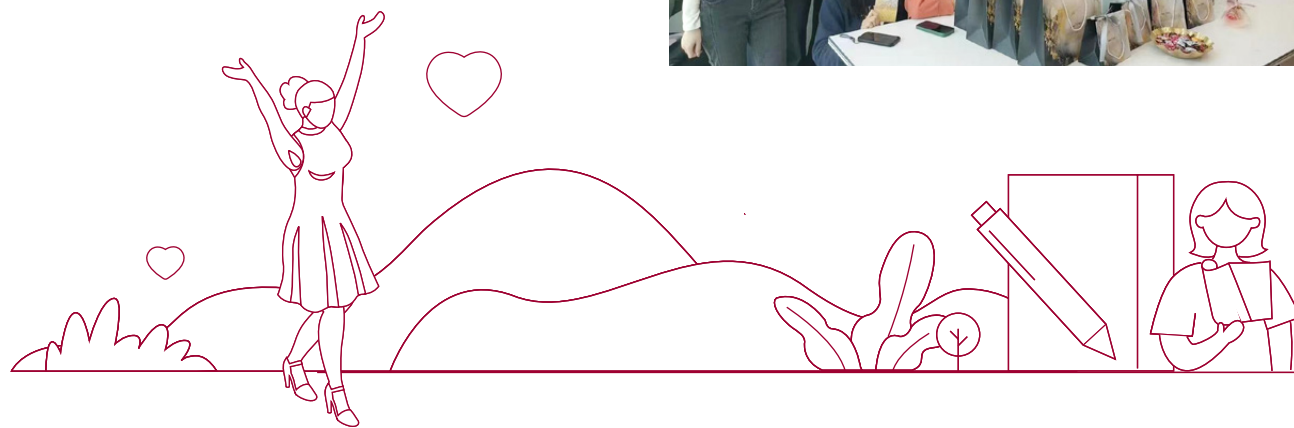
2024

2024年，共有 **152** 名员工享受产假权益

案例

美好佳节，幸福永随

正值“三八”妇女节之际，我们精心策划了节日活动，为全体女职工放假半天的同时，送上了鲜花和节日礼盒，以身心康健、幸福永随的美好祝福，为女职工们的辛勤付出送出礼赞，愿她们在美好的生活中书写独属于自己的精彩篇章。



| 困难员工帮扶

我们高度重视困难职工的帮扶工作。我们通过物质上的援助和精神上的支持，并携手行业协会开展困难职工征集，以各方之合力，帮助困难职工在面临经济重压和生活坎坷时能够鼓起勇气战胜困难。

精进·赋能员工发展

公司精心构建公司人才培养体系，以科学合理的员工晋升和激励机制，为员工铺实成长之路，帮助员工在公司发展浪潮中实现个人的发展，携手共创辉煌。



员工培训与成长

公司坚持“奋斗为本、开放协作、学习创新”的人才理念，搭建起以腾龙体系为核心的人才培养体系，涵盖新人培训、职业培训、干部培训三大培养模块，系统性建设了腾龙体系、菁英计划、经理人大讲堂、周大生读书会等员工培养项目，并配套搭建了周大生E课堂等数字化平台与机制，切实提高公司员工培养能力。

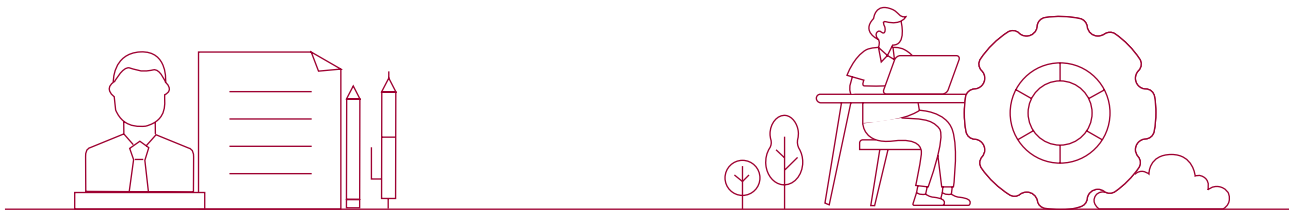
2024年，我们基于多元人才培养理念，开展了多场员工培训活动，内容涵盖专业技能提升、管理能力进阶、行业前沿知识解读等多个领域。培训形式丰富多样，员工参与热情高涨。通过培训，各部门和团队员工们不仅专业素养显著提升，创新思维与团队协作能力也得到增强，为企业高效运转、持续创新提供了坚实保障。

→ 关键绩效

2024

员工培训投入 **44.64** 万元 | 员工培训 **128** 场 | 参加培训 **32,532** 人次

员工培训总时长 **144,312.5** 小时 | 员工培训覆盖率 **89.3%**



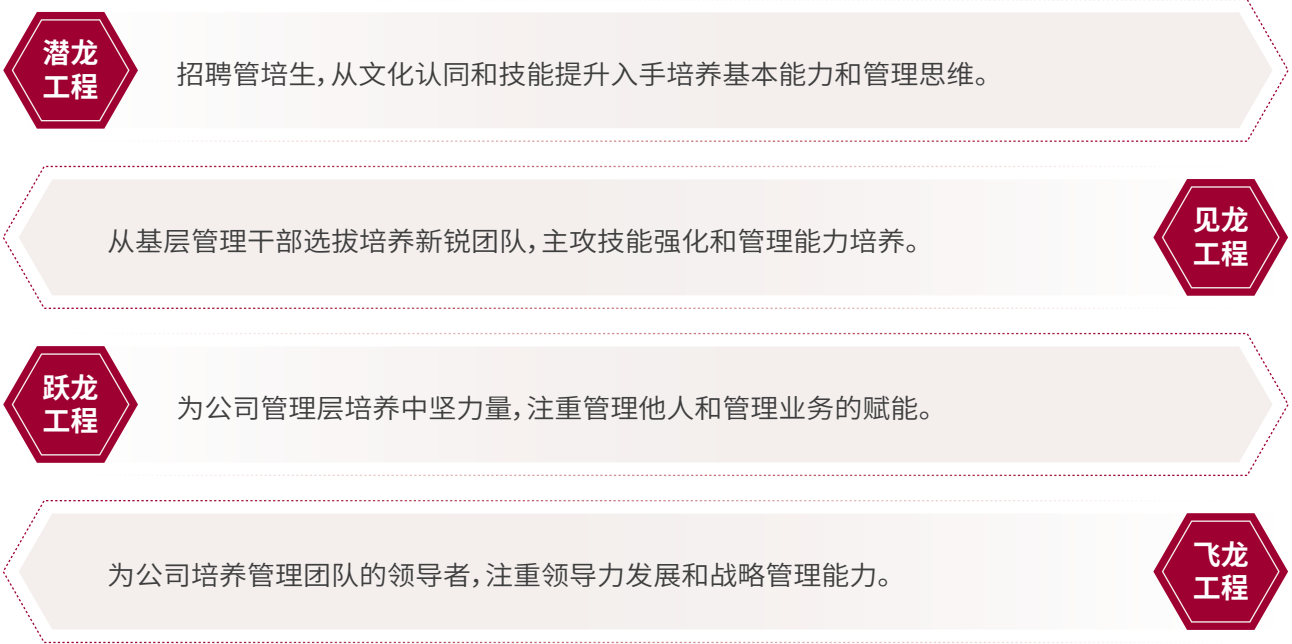
我们深刻认识到员工职业成长潜力与空间是公司人力资源管理的核心课题，始终将优化人才培养机制和晋升机制建设作为人力资源管理的重要任务。我们建立了清晰明确的晋升通道和公平公正的晋升机制，明确员工晋升管理工作的流程与安排。我们系统性搭建腾龙、见龙、跃龙、飞龙四大员工培养工程，以实习生项目、应届生培养项目和储备主管项目为主线，积极进行人才培养与人才储备库搭建，在帮助员工提高其个人能力，实现其职业发展规划的同时，为公司储备认同企业文化价值观、能力素养优质的人才基础，为公司长远发展凝聚坚实力量。

→ 关键绩效

2024

新晋主管人数**113**人, 新晋主管培养完成率**93.8%**

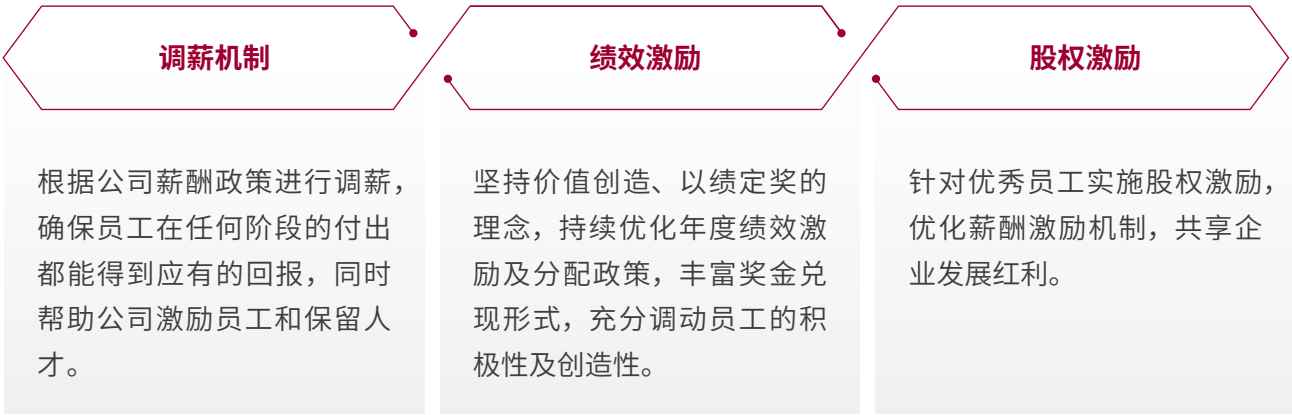
周大生晋升培养体系



员工激励与考核

为充分激发员工的潜能，驱动员工不断奋进，公司构建了多元且完善的激励机制和考核体系，以薪酬调整、绩效激励和股权激励为主要激励手段，建立了 PDCA 绩效管理体系，基于以评促优、以考促绩，以及公平、透明、高效的理念进行绩效考核管理。二者协同发力，为员工成长提供持续动力，促进公司与个人的双赢。

员工激励机制



公司的员工绩效考核分为月度考核、季度考核和年度考核，以及基于零售重大节点的项目考核，旨在对员工日常工作及时进行反馈和调整，并为阶段性工作安排提供参考和依据，激励员工在关键时期全力以赴，提高公司经营表现。

为保障绩效考核体系的公平性与公信力，我们建立了系统的绩效争议处理机制。员工若对考核结果存有异议，可向人力资源管理部门提供相关材料进行申诉。申诉受理后，由人力资源部牵头进行数据核验、履职评估及岗位贡献度分析等申诉复核，并为员工申诉给予复核结论将作为薪酬核算的依据，实现绩效考核“争议可溯、过程透明、结果服众”的良性管理。



固本·严守安全底线

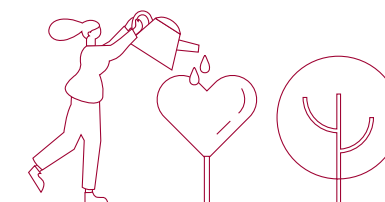
我们深知安全是保障员工与消费者权益、维护品牌形象的基础。公司致力于通过完善的管理制度、专业的培训体系和先进的安全设施，确保门店环境的安全与稳定。

安全经营

公司作为珠宝品牌企业，在日常经营过程中不涉及生产环节，我们将安全理念融入日常运营中，注重门店运营安全，定期对门店设施进行检查维护，确保购物环境安全舒适。营销活动中，公司严格遵守相关法律法规，确保活动安全有序。同时，公司不断加强员工安全意识培训，提升应对突发事件的能力。此外，公司还关注供应链合作伙伴的安全管理，推动整个产业链的安全发展，全方位保障企业运营安全，为消费者提供安心的珠宝购物体验。

隐患排查

在隐患排查方面，我们定期组织专业团队对旗下门店进行全面的安全隐患排查，重点检查消防设施、电气线路、疏散通道等关键部位，确保其符合安全标准并处于良好状态。同时，公司定期组织人员对珠宝展示柜、保险柜等重要设备进行定期维护和检测，确保其安全可靠。此外，公司还建立了完善的隐患整改机制，对排查出的问题及时记录并限期整改，跟踪复查确保整改到位。



大爱·履行社会责任

在社会公益的道路上，我们始终以坚定的步伐、真诚的心意，积极投身于各项公益事业。公司通过设立公益基金、开展物品捐赠等方式，广泛参与社会公益活动，同时积极响应乡村振兴政策，助力乡村发展，回馈社会。

社会公益

公司积极践行“公益爱心企业”的社会责任，秉持“爱心、诚信、责任、奋进”的价值观，持续投身社会公益事业，以实际行动传递温暖与力量，助力社会和谐发展。

→ 关键绩效

2024

公益慈善投入 **31.5** 万元志愿活动参与 **50** 人次志愿活动时长 **200** 小时

案例

参加“爱满水贝”无偿献血行动

2024年11月，公司踊跃参加“爱满水贝”无偿献血行动，此次活动在水贝珠宝园区和李朗国际珠宝园举办，旨在为冬季临床用血提供支持。我们用实际行动诠释爱心与担当，为生命健康贡献力量。



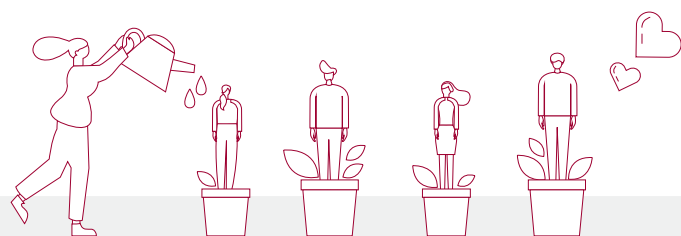
案例 周大生与天天康复中心儿童共庆六一

2024 年六一儿童节，公司携手天天康复中心，为孩子们举办了一场温馨而欢乐的庆祝活动。公司员工们精心准备了丰富多彩的节目和精美的礼物，陪伴孩子们度过了一个难忘的节日。活动现场充满了欢声笑语，孩子们的脸上洋溢着纯真的喜悦。



案例 天天康复中心长期捐助项目

公司长期支持深圳市天天康复中心，通过捐赠物资、设立专项基金和组织志愿者活动，助力特殊儿童的康复与成长，用公益行动传递温暖与希望。



教育帮扶

公司注重教育事业的发展，尤其关注贫困地区、贫困家庭青少年的教育需求。公司通过设立教育帮扶类专项基金、组建助学公益项目等多元举措，为贫困地区学子提供支持。

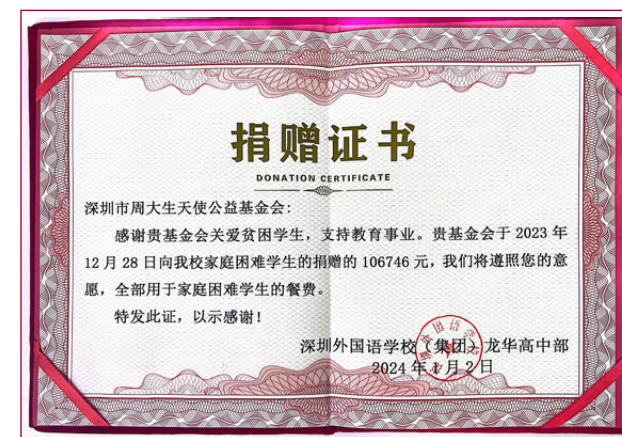
案例 周大生天使公益基金会举行“红色教育爱心图书室”捐赠仪式

周大生天使公益基金会举行“红色教育爱心图书室”捐赠仪式，活动中，基金会向学校捐赠了大量图书，并提供专项资金用于后续图书采购，助力学校完善图书室建设。此次捐赠丰富了学校的图书资源，为孩子们创造了更好的阅读条件，推动校园文化建设。



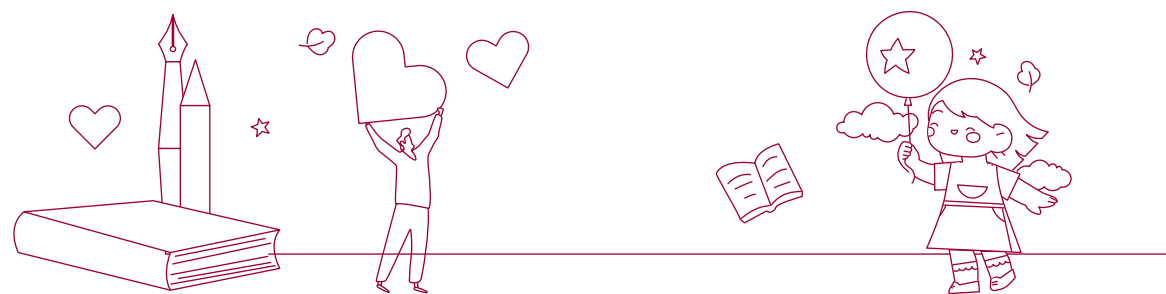
案例 周大生“为爱而生 助力成长”深圳高中生助学公益项目

2024 年，周大生天使公益基金会启动深圳高中生助学公益项目，为深圳外国语学校 10 位贫困学生资助餐费。基金会将资助款项以学生本人名义直接转入学校食堂账户，专项用于本学期用餐费用，确保资助精准到位，切实缓解学生的经济压力。



乡村振兴

公司以实际行动助力乡村振兴，关注乡村留守儿童的教育与成长。公司通过多种方式，为贫困地区留守儿童提供支持，帮助他们更好地完成学业，为乡村振兴注入希望与活力。



案例 “周大生团圆之屋”：助力乡村振兴，守护留守儿童成长

自 2015 年起，公司联合河南省福兴儿童公益基金会、大河网等单位发起“团圆之屋”公益项目，助力乡村振兴。项目为乡村小学配备电脑、视频通话设备，帮助留守儿童与父母保持日常联系；同时公司捐赠文具、书本、运动器材，并组织员工陪伴孩子读书、运动，开展互动交流。至今已惠及留守儿童万余人，为乡村振兴中的教育帮扶和人文关怀贡献力量。

周大生®
CHOW TAI SENG

股票代码: SZ002867

团圆之屋

汇聚爱的能量 · 撑起爱的天空

关爱留守儿童公益计划

04

稳健为锚 引领企业征程

在企业发展的壮阔航程里，周大生以规范管理为坚固基石，秉持诚信经营理念，不断完善公司治理架构、强化内部控制、稳步提升治理效能，为公司高质量发展筑牢坚实根基，引领企业驶向辉煌彼岸。

本章节回应的SDGs

8 体面工作和经济增长

16 和平、正义与强大机构

17 促进目标实现的伙伴关系

善治·规范公司治理	103
立信·投资者权益保障	106
行稳·加强合规建设	109
笃行·恪守商业道德	111

善治 · 规范公司治理

于企业发展的航道上，公司以健全的公司治理为罗盘。以清晰架构厘定权责，让“三会”运作规范有序，为科学决策筑牢屏障；强化董事会多元与独立，提升战略领航能力。我们全方位夯实发展根基，驱动企业稳健远航。

治理架构

公司严格遵循《中华人民共和国公司法》《深圳证券交易所股票上市规则》《上市公司股东会规则》等相关法律及规定，制定《公司章程》等公司治理规章制度，持续优化管理体系，强化内部治理水平，保障公司运营规范有序，有效维护股东、员工及其他利益相关方的权益。

三会运作

我们构建了由股东大会、董事会及董事会专门委员会、监事会组成的内部治理架构。董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会及薪酬与考核委员会，各治理主体职责清晰、权限明确，形成了高效的协作与制衡机制，为公司规范运作、稳健发展以及践行 ESG 理念筑牢了坚实基础。

| 股东会

股东会作为公司最高权力机构，主要职责涵盖公司经营战略规划、董事任免、财务决策、重大交易审批等关键领域。我们严格遵守相关规定，规范地召集和召开股东会，保障全体股东平等地位，使其能有效行使投票权、知情权等权力。

→ 关键绩效

2024

报告期内，共召开股东会 **1** 次，审议议案 **17** 项

| 董事会

董事会对股东会负责，承担着公司经营活动中重大事项的审议职责。我们制定《公司章程》明确董事会职权范围，规范重大事项审议流程，确保董事会有效发挥其经营决策核心作用。目前，公司董事会由 11 名董事组成，其中独立董事 4 名。

→ 关键绩效

2024

报告期内，共召开董事会 **7** 次，审议议案 **37** 项，董事会成员出席率 **100%**

| 监事会

公司设监事会为监督机构，共有 3 名监事，负有审查公司财务状况、监督董事与高级管理人员履职行为等职责，为公司稳健运营筑牢监督防线。

→ 关键绩效

2024

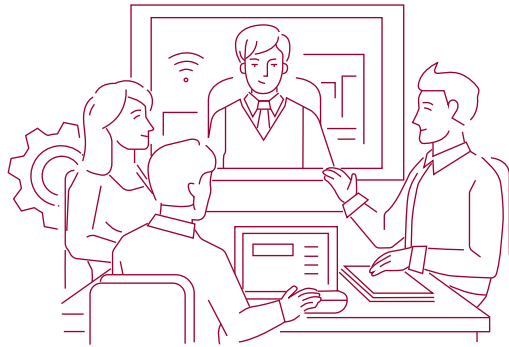
报告期内，共召开监事会 **7** 次，审议议案 **22** 项



董事会多元化与独立性

公司高度重视董事会多元化与独立性建设。在选举董事时，我们充分考量性别、年龄、教育背景及专业经验等多元要素，尽可能搭建富有多元视角的董事会团队。目前，公司董事会成员中共有 2 名为女性，成员间学历与年龄层次多样，专业领域广泛，涵盖经济、会计、管理等领域。成员们多元的背景赋予了公司董事会丰富的决策视角，为公司战略规划、决策制定等重要事务决策的科学性与合理性提供了保障，助力公司在复杂市场环境中稳健发展。

公司重视独立董事制度建设，依法制定《独立董事工作制度》《独立董事专门会议工作制度》以及《董事会专门委员会实施细则》，对独立董事的提名、选举流程，以及其职责与履职规范进行了明确规定。在独立董事履职过程中，公司董事会办公室、董事会秘书等为独立董事履职提供协助，给予必要的工作条件与人力支持，确保独立董事能顺利开展工作。



在公司治理实践中，我们严格遵循法律法规，保障董事会决策的有效性。依法依规召开独立董事专门会议，以及审计、提名、薪酬与考核等委员会会议。在利润分配、选聘会计师事务所等重大事项上，充分发挥独立董事的独立性作用，为公司治理的科学性与规范性保驾护航。

董事会专门委员会	召集人是否为独立董事	独立董事人数（人）	独立董事占比
审计委员会	是, 且为会计专业人士	3	100%
战略委员会	否	3	33%
薪酬与考核委员会	是	2	66%
提名委员会	是	2	66%

→ 关键绩效

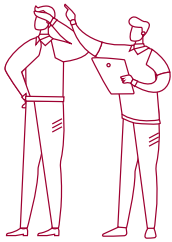
2024

报告期内, 共召开 独立董事专门会议**3**次, 审议议案**9**项; 审计委员会**5**次, 审议议案**14**项;

提名委员会**2**次, 审议议案**3**项; 薪酬与考核委员会**2**次, 审议议案**2**项

董监高薪酬管理

在董监高薪酬管理方面，公司制定了《薪酬与考核委员会工作细则》等相关制度，进一步规范董监高薪酬管理，确保董监高薪酬管理体系建设的科学合理、公开透明。公司依据董监高薪酬管理制度为相关人员发放薪酬，并定期对薪酬体系进行评估与调整，同时结合市场薪酬水平变动以及公司自身发展战略进行综合考量，确保薪酬体系的合理性，能有效支撑公司的长远发展目标。

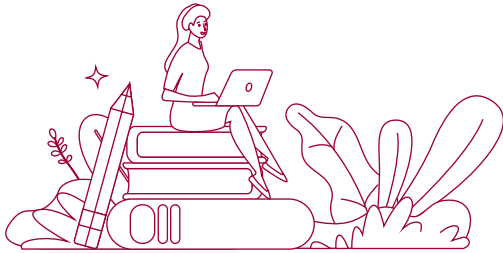


立信 · 投资者权益保障

良好的投资者关系是公司资本市场有效沟通的桥梁，我们始终以来“公平、公正、公开”的原则做好投资者关系管理工作，打造以投资者需求为导向的信息披露体系、搭建多元沟通桥梁、构建合理长效的股东回报机制，维系与投资者的信任纽带，为长远繁荣筑牢根基。

信息披露

公司高度重视信息披露工作，严格遵循《中华人民共和国公司法》《上市公司信息披露管理办法》等法律法规要求，制定了《信息披露管理制度》等内部规定，确定定期报告与临时报告的披露流程和标准，确保信息真实、准确、完整、及时地传达给投资者，提升公司经营的信息透明度。



→ 关键绩效

2024

定期报告**4**份

临时公告**103**份

信息披露处罚事件**0**起



周大生在信息披露考评连续七年获A

投资者关系

我们将投资者沟通与投资者关系管理置于公司治理的重要地位，依据法律法规制定了《投资者关系管理制度》，积极拓展多元沟通渠道，通过开展投资者现场调研、举办网上业绩说明会、互动易平台等渠道，增进与投资者的互动与交流，回应投资者诉求，维护与投资者之间长期稳定、良好互信的关系。



上市公司投资者关系管理最佳实践

→ 关键绩效

2024年, 公司在互动易答复投资者问题 73 次, 回复率达 100%	接待投资者现场调研 34 场
举办业绩说明会 3 场	投资者策略会及反路演 164 场
线上会议 26 场	

股东回报

为更好地保障投资者权益，公司遵循相关法规和公司章程规定，综合考量行业趋势、公司经营状况等因素，以每三年为一个周期，制订周期内《未来三年股东回报规划》。公司采取现金方式、股票方式或者现金与股票相结合的方式分配利润。公司利润分配方案由董事会制定，经股东大会审议，监事会监督执行，且充分听取中小股东意见，确保股东合理回报与公司可持续发展相平衡。

2017 年上市至今, 公司已连续每年实施现金分红 11 次（不含 2024 年度拟分红金额），现金分红总金额（含二级市场回购股份金额）达 47.10 亿元，占募集资金净额 3.23 倍。



2017 年上市至今，公司已连续每年实施现金分红11 次

上市至今分红总额（亿元）			占募集资金净额（倍）	
47.10			3.22	
年度分红			中期分红	回购股份
2016 年度	2017 年度	2018 年度	2021 年中期	2021 年
2019 年度	2020 年度	2021 年度	2023 年中期	2022 年
2022 年度	2023 年度		2024 年中期	

公司积极实施现金分红，与 2021、2022、2023 进行了现金分红、股份回购，近三年 分红率达 74.98%，远高于市场平均水平。2024 年 8 月 28 日，公司披露了《关于 2024 年半年度利润分配方案的公告》，依据公司 2024 年半年度财务报告实施现金分红 3.25 亿 元(税前)，占 2024 年半年度归属上市公司股东净利润 6.01 亿元的 54.14%；2025 年 4 月 27 日，公司第五届董事会第六次会议审议通过《关于 2024 年度利润分配预案的议案》，公司拟实施现金分红 705,558,030.45 元，公司在保障公司经营运作所必须的基础上，继 续强化分红，以充分回报投资者的信任与支持。



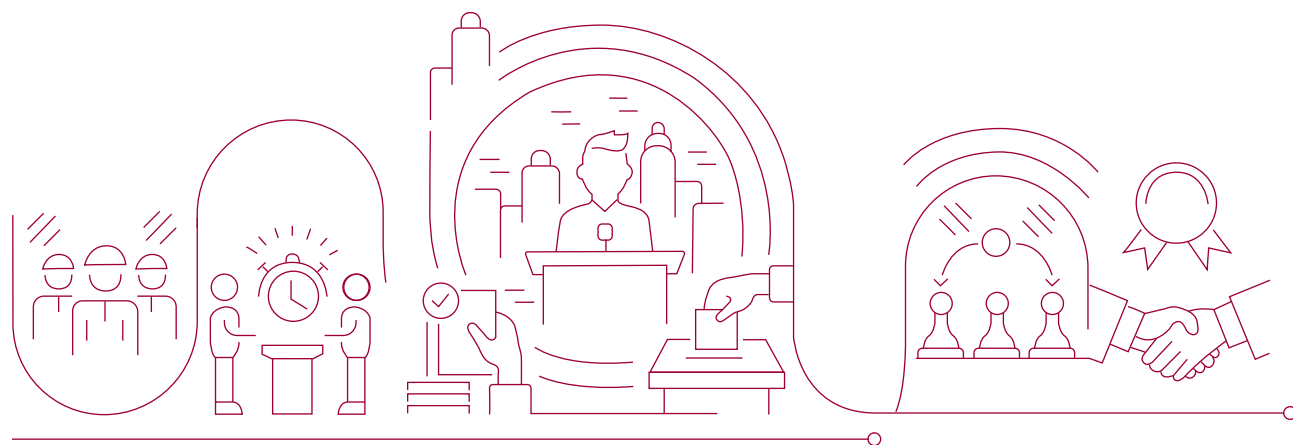
→ 关键绩效

分红年份	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度
现金分红金额（万元）	10,312.00	103,120.02	72,174.67	96,969.93
归属于上市公司股东的净利润（万元）	10,101.06	131,604.91	109,059.82	122,461.17
现金分红占比	102.09%	78.36%	66.18%	79.18%

注：近三年分红率计算年份为 2021 年、2022 年、2023 年；上述现金分红金额包含了公司在二级市场通过集中竞价的方式回购本公司股票的金额，该部分股票将被回购注销并同时减少公司注册资本，该事项已经过2025年第一次临时股东大会决议审议通过，注销事宜尚待办理中。

行稳 · 加强合规建设

合规管理作为公司稳健前行的基石,不仅是公司践行 ESG 理念的关键支撑,更是维护公司声誉、保障投资者权益、推动行业健康发展的必然要求。我们以风险管理作为核心,致力于构建完善的合规管理体系,确保公司合规运营,实现高质量发展。



合规治理

公司视依法合规为发展根本,完善合规管理体系,制定了涵盖反洗钱、廉洁自律等方面的内部制度。同时,强化员工培训,提升合规意识与能力,确保经营活动合法合规。

→ 关键绩效

2024

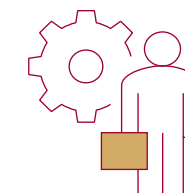
签署廉洁协议的员工比率 **100%**

| 合规体系

公司搭建了完备的合规治理体系,严格遵守相关法律法规与监管要求,结合自身业务布局与运营模式,构建起涵盖各级、各业务环节的制度框架,从公司整体到部门内部,层层规范运营。明确各部门在采购、生产、销售等环节的合规责任,确保合规管理覆盖全流程,为公司合规运营织密防护网。

| 合规教育

合规教育是守护公司稳健前行的坚固堡垒,是提升全员合规素养的黄金通道。我们制定了全面的合规培训课程,针对不同岗位、不同层级员工的工作特性设计相应培训内容。不仅涵盖珠宝行业法律法规、税收政策解读,还涉及反洗钱、知识产权保护等关键领域。培训形式丰富多元,有行业专家现场讲座、案例研讨分析、线上课程学习等。通过定期开展高质量的合规培训,不断提升每一位员工的职业操守,为公司打造一张坚不可摧的“合规名片”,让公司在市场浪潮中凭借卓越的合规形象脱颖而出,赢得客户以及合作伙伴的深度信任,为公司的可持续发展铺就坚实且广阔的道路。



风险管理

公司构建了全面的风险管理体系,全面识别内外部风险。通过定性与定量结合的方法评估风险,根据风险偏好和承受度,灵活运用风险规避、降低、分担和承受策略,合理应对。同时,持续收集风险信息,根据业务发展和环境变化及时调整应对策略,有效防范各类风险,保障公司稳健运营。

内部控制

公司持续优化内部控制,根据《企业内部控制基本规范》等法律法规要求,从内部环境、风险评估、控制活动、信息与沟通、内部监督五要素着手,制定《内部控制管理制度》和《内部审计管理制度》,对内控水平进行全方位管理与提升;公司定期开展内部检查 and 自我评价,同时聘请了会计师事务所、律师事务所等专业机构协助内部控制工作的开展,确保及时发现并整改内部控制缺陷,保障内部控制的有效性。

报告期内,公司不存在内部控制重大缺陷或重要缺陷。

关联交易

公司严格规范关联交易管理,根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《企业会计准则第36号——关联方披露》等法律法规的规定,制定了《关联交易管理制度》,明确关联人及关联交易范围、关联交易价格的确定、关联交易的程序与披露等内容。公司关联交易定价遵循国家定价、市场价格和协商定价原则,同时根据交易金额和对象设有不同审议、披露要求,明确关联方以及与关联方有任何利害关系的董事均应对关联交易事项回避表决,保证公司与关联方之间发生的关联交易符合公平、公正、公开的原则,确保公司关联交易行为不损害公司和股东的利益。

依法纳税

公司秉持依法纳税原则，严格遵循相关税收法规政策，积极履行纳税义务。我们建立了完善的税务管理体系，设立专门的税务管理部门，严格把控税款计算、申报等环节，严格依法纳税。同时，密切关注税收政策动态，规范办理企业所得税、增值税等税收优惠事项的申报流程，确保纳税合法合规，为企业稳健发展筑牢根基。

此外，公司定期组织内部税务培训，不断提升员工税务合规意识，及时排查潜在税务风险，确保公司税务处理持续合规，为自身的长远发展筑牢根基。

—> 关键绩效

2024

2024年度纳税总额 **7.04** 亿元

笃行·恪守商业道德

公司将诚信经营奉为圭臬，筑牢道德合规防线。强力抵制商业贿赂与贪污行径，打造纯净商业生态，维护公平有序的市场环境，以高道德与合规塑造卓越品牌商誉。

反商业贿赂与反贪污

公司严格落实《廉洁自律管理制度》《反洗钱、反恐怖融资、反逃税工作实施办法》，坚决抵制商业贿赂与贪污行为。公司明确禁止员工在业务往来中接受客户及利益相关方的不正当招待、收受回扣等非法所得，也严禁客户及利益相关方对员工进行此类行为。通过加强内部培训、监督检查，将廉洁文化融入日常经营，强化员工廉洁意识，确保公司运营清正廉洁，维护市场公平竞争环境与公司良好形象。

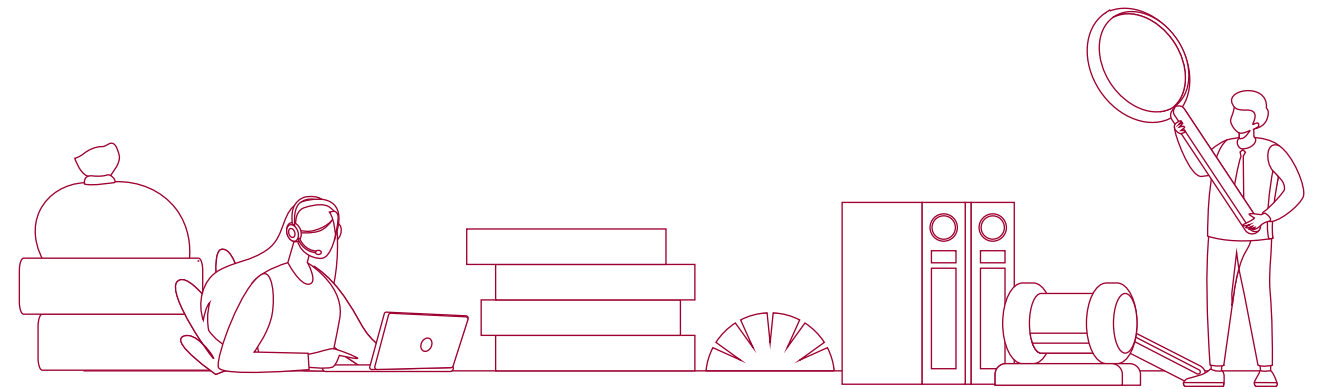
—> 关键绩效

2024

签署廉洁协议的员工比率 **100%**

举报与检举人保护机制

公司建立了完善的举报与检举人保护机制，设置专门的监察中心举报电话和邮箱，鼓励员工和相关方对公司内部的违规行为进行举报。对于举报信息，公司严格保密，确保检举人的信息不会泄露出去。同时，对查证属实的举报，给予举报人一定奖励，充分调动各方监督积极性，有效防范违规行为，保障公司健康发展。



反垄断与反不正当竞争

公司积极维护市场竞争秩序，依循《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反垄断法》等相关法律法规，制定了《品牌特许经营督导细则》，对价格管理、市场行为等方面进行明确规范，如严格执行全国统一的价格管理规定，严禁擅自更改销售价格及折扣，杜绝不正当竞争行为，以公平、公正的经营方式推动公司发展，为消费者提供优质产品和服务，促进珠宝行业的健康有序发展。

商业秘密保护

公司高度重视商业秘密保护，制定了《廉洁自律管理制度》，构建严密制度防线。明确员工禁止串通客户骗取公司利益，不得收受不正当财物，从源头上降低商业秘密因利益诱惑被泄露的风险。同时，公司制定了《内幕信息知情人登记制度》，明确内幕信息范围，要求知情人严格保密，限制信息在部门内流转，跨部门流转需审批。

监督处罚上，依据上述制度，对违规员工视情节给予警告、处分、赔偿追究等处罚，严重者移交司法机关，多制度协同规范员工行为，守护公司核心利益与竞争力。

05

金翠凝辉 绿色永续之美

当绿色发展的春风遍拂大地，周大生如珠宝星河中闪耀的绿钻，秉持担当，探寻绿色之路。善用资源集约之法，践行生态友好之举，稳步迈向可持续发展的瑰丽新程。

本章节回应的SDGs

6 清洁饮水和卫生设施



7 经济适用的清洁能源



13 气候行动



智行·应对气候变化	115
使命·完善环境管理	117
严策·发展节能降耗	117

智行 · 应对气候变化

公司积极响应全球可持续发展倡议，秉持绿色发展理念，积极应对气候变化带来的挑战。我们通过升级店铺运营设施、推行绿色办公等一系列举措减少线下运营产生的碳排放，为应对气候变化贡献力量，助力企业实现可持续发展。

治理

我们深刻意识到，温室气体引发的气候变化对人类生存环境影响深远，而减少温室气体排放是应对气候变化的关键之举。报告期内，公司积极采取节能减排措施，降低办公能耗，未来我们将持续推动减少公司经营所产生的温室气体排放。

战略

风险及机遇	潜在影响	回应
风险		
极端天气引发的物流运输风险 影响周期：短期 优先级：低	暴雨等极端天气破坏交通设施，可能造成影响： 阻断物流线路，致使货物运输受阻，交付严重延迟。	选择可靠物流伙伴，优化物流路线，制定应急预案，降低交付延迟风险。
机遇		
品牌形象提升机遇 影响周期：长期 优先级：中	当下消费者环保意识渐强，积极应对气候变化，践行绿色举措，可树立责任品牌形象，提升品牌美誉度。	- 发布可持续发展报告，披露气候行动成果； - 开展公益活动，宣传低碳珠宝理念。

影响、风险和机遇管理

在全球气候变化的大背景下，我们充分意识到气候变化可能给企业带来的多维度影响。为有效应对气候变化相关的风险并捕捉潜在机遇，公司结合实际业务对可能的风险或机遇进行识别、评估、应对和监控。

风险识别

用情景分析法，模拟极端气候对珠宝业务各环节的影响；向专家咨询，识别潜在风险。

风险评估

定性描述风险对业务流程、品牌声誉的影响程度，定量计算风险发生概率及经济损失数值，综合评定风险等级。

风险应对

周大生依据风险等级采取不同应对策略，运用情景分析法、风险矩阵法等，通过拓展采购渠道、升级设备、预留资源等方法应对。

风险监控

建立关键风险指标体系，涵盖原材料供应、能源消耗等指标，用信息化系统实时监测。定期开评审会，动态调整策略。

指标与目标

为响应国家“双碳”政策号召，我们计划逐步构建起一套切实可行的应对气候变化指标与目标体系。在门店运营方面，通过引入节能照明设备、优化温控系统等方式，提升能源使用效率，降低经营能耗。包装环节，力求提升可再生材料在包装中的占比，逐步淘汰高能耗、难降解的包装材质，以减少包装废弃物对环境的影响。工艺研发上，通过探索低碳工艺应用，推动我们的生产合作伙伴减少生产环境温室气体排放。

门店运营

计划在未来逐渐引入节能照明设备、优化温控系统等，实现门店单位面积能耗降低。

包装环节

计划在未来逐渐使用可再生包装材料，并逐步淘汰高能耗、难降解包装材质。

工艺升级

计划在未来加大低碳环保珠宝加工工艺的研发，实现生产过程中的单位产品能源消耗降低，碳排放减少。

使命 · 完善环境管理

黄金、珠宝生产环节污染物的排放主要集中于矿石材料的清洗、提纯，公司主要业务聚焦于黄金、珠宝的设计与品牌赋能等环节，不涉及矿石的开采与处理，报告期内未有涉及生产所致的污染物排放情况。

作为行业引领者，我们关注到自身倡导所能为行业带来的推动与赋能，积极担当，逐步推动原料供应商、产品供应商完善其对污染物排放的治理工作，鼓励其采用更加环保的生产方式、生产工艺，减少污染物排放和“氰化尾渣”等废弃物产生，进而减少产品生产全链条的污染物排放，促进产业链整体可持续发展，响应“绿水青山就是金山银山”的环保号召。



环境管理体系认证证书

严策 · 发展节能降耗



在可持续治理浪潮蓬勃的当下，周大生高度重视资源效率管理。在日常运营管理中，我们倡导绿色办公理念，降低办公过程资源消耗与浪费；在产品生产的环节，我们提倡供应商采用节能低碳技术，降低产品生产能耗，致力于建设资源节约型智慧零售企业。

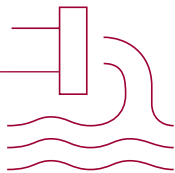
能源利用

我们深刻认识到能源管理对公司可持续发展的重要性，计划采取一系列节能降耗举措降低公司经营所可能造成的能源消耗，包括但不限于：

- 逐步推进全国门店 LED 灯照明改造，降低经营能耗。
- 逐步应用智能温控系统，实现空调能耗动态优化，降低用电消耗。

水资源利用

水资源的合理利用是可持续发展战略的重要一环。我们积极开展节水宣传活动，在办公区和门店张贴节水标识，增强员工的节水意识，营造全员节水的良好氛围。

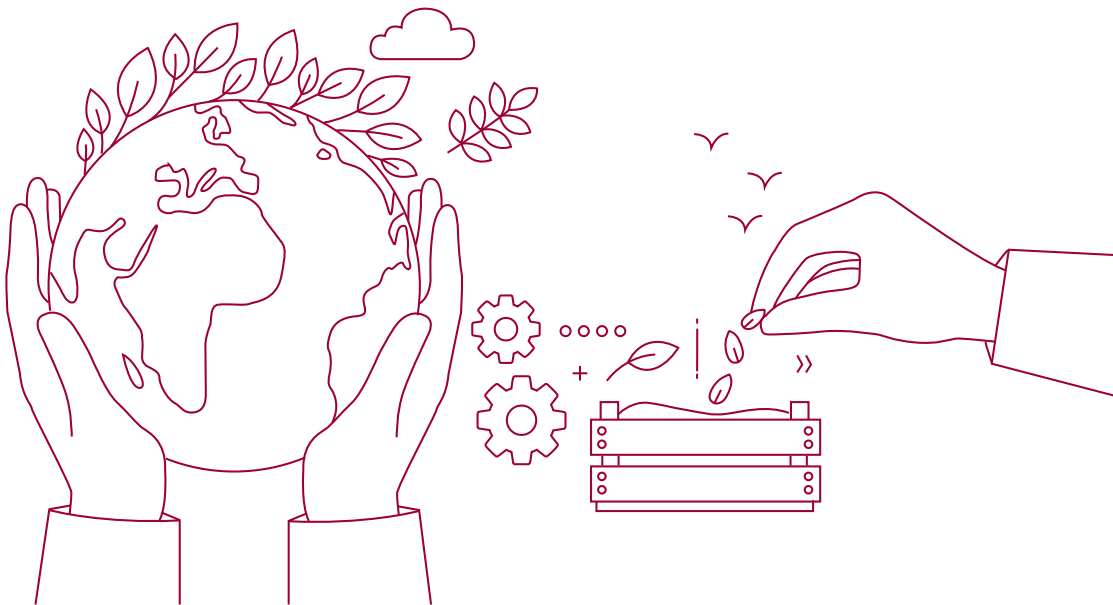


包材管理

包装材料是公司经营环节主要的环境污染物和资源消耗物。我们计划提高包装材料的高效利用与循环使用比例，通过优化包材的设计与选用更环保的包材材质，提高包装材料的可持续属性，尽可能采用可降解、可回收的环保包装材料。同时，我们积极推动包装简约化与绿色化，提倡减少过度包装，降低包装物料的资源消耗和环境影响。

绿色办公

我们积极倡导绿色办公、无纸化办公理念，通过 OA 办公系统、电子合同等数字化工具，实现文件审批、业务沟通的线上数字化办公，减少纸张使用量。同时，我们鼓励员工在日常办公中养成节能习惯，如随手关灯、关电脑等，提升员工的节能环保意识，营造绿色办公氛围，带动全体员工共同为环保节能贡献力量。



报告附录

未来展望

未来，周大生将进一步强化产品创新能力。深入洞察消费者需求的变化趋势，在年轻群体和新兴市场领域加大研发投入，推出更多契合时代潮流与情感共鸣的珠宝产品。在黄金产品方面，深化与《国家宝藏》等文化 IP 的合作，挖掘更多国宝背后的文化内涵，将传统文化与现代工艺相融合，不断丰富“中国国宝艺术典藏金品”等系列。同时，在钻石镶嵌产品上，依托国际创意设计团队，探索更多独特的设计风格与切割工艺，满足消费者对个性化、高品质珠宝的追求。

在渠道拓展上，我们将持续优化线下门店布局。在稳固三四线城市市场份额的基础上，战略性地布局一二线城市的核心商圈，打造标杆门店，提升品牌形象与市场影响力。同时，加速线上业务的数字化转型，充分利用大数据、人工智能等技术，实现精准营销与个性化服务，增强消费者线上购物体验，推动线上线下渠道的深度融合与协同发展。

在与行业伙伴合作方面，公司将进一步加强供应链管理，确保原材料采购的可持续性，积极推动绿色环保工艺在生产环节的应用，减少能源消耗与环境影响。同时，加大对员工的培训与关怀力度，营造良好的工作环境与职业发展通道，促进员工与企业共同成长。我们致力于成为消费者信赖的珠宝品牌，更希望成为行业可持续发展的引领者，为社会、环境和经济的协调发展贡献积极力量。继续秉持“为爱而生”的品牌理念，应对未来的机遇与挑战，持续为社会创造价值。

参考指标索引

目录		中国企业社会责任报告指南 CASS-ESG 6.0	GRI 可持续发展报告标准 (G4版)
关于本报告		P1.1/P1.2	2-1/2-2/2-3/2-4/2-7/2-9/2-13/ 2-14/2-17/2-28/2-29
管理层的话		P2.1	/
走进周大生	公司简介	P3.1-P3.4	2-1/2-6/2-29/201-1
	企业文化		
	品牌定位		
	公司荣誉		
	发展历程		
周大生2024记忆	2024 荣誉	A2	201-1
专题一：品牌联袂—雅韵新章，风尚共鸣		/	/
专题二：为爱而生—加盟共创，链生万象		/	/
时代偕行 聚焦可持续发展	SDGs 行动路线	G1.1/G1.3	2-9/2-12/2-13/2-14/2-22/ 2-27/2-29/3-1/3-2
	可持续发展治理		
	利益相关方沟通		
	实质性议题分析		
锐质拓新 共筑璀璨未来	匠心·产品研发与 工艺创新	S2.1	203-2
	臻爱·打造卓越 品质与服务	S3.3/S3.4	416-1/416-2/417-1/418-1
	致胜·加盟商 赋能与履责	S1.2	2-6
	精益·构建高质 供应链	S3.1	204-1/414-1
	智变·周大生数 字化转型之路	G1.1	2-22
德润民生 共臻员工福祉	福音·保障员工权益	S4.1	2-7/2-8/2-19/2-20/2-23/2-24/ 2-25/2-26/201-3/202-1/401-1/ 401-2/401-3/403-6/405-1/ 406-1/408-1/409-1
	精进·赋能员工发展	S4.3	404-1/404-2/404-3
	固本·严守安全底线	S4.2	403-1/403-2
	大爱·履行社会责任	S1.1/S1.2	203-1/203-2

目录		中国企业社会责任报告指南 CASS-ESG 6.0	GRI 可持续发展报告标准 (G4版)
稳健为锚 引领企业征程	善治·规范公司治理	G1.1-G1.3	2-9/2-10/2-11/2-12/2-13/ 2-15/2-16/2-17/ 2-19/2-20/2-29/405-1
	立信·投资者权益保障		
	行稳·加强合规建设		
	笃行·恪守商业道德	G2.1/G2.2	205-1/205-2/205-3/206-1
金翠凝辉 绿色永续之美	智行·应对气候变化	E1.1	201-2
	使命·完善环境管理	E2.1/E2.2/E2.4	2-24
	严策·发展节能降耗	E3.1/E3.2/E3.3	301-3/302-4
报告附录	未来展望	A1	/
	参考标准索引	A3	/
	读者反馈	A6	/

读者反馈

尊敬的各位读者：

非常感谢您阅读《周大生珠宝股份有限公司2024年度可持续发展报告》。为了持续开展可持续治理实践、提高可持续发展治理水平，我们诚挚邀请您对本报告提出宝贵的意见和建议，帮助我们不断改进，持续提升履责能力和水平。再次感谢您对周大生ESG治理工作的支持！

联系电话：0755-61866669

公司官网：<https://www.chowtaiseng.com/>

公司地址：深圳市罗湖区翠竹街道布心路3033号水贝壹号A座19-23层

您对本报告的评价：

1、您对我们可持续发展实践的总体评价是：

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 非常差

2、您对本年度可持续发展报告的总体评价是：

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 非常差

3、您认为我们在利益相关方沟通方面做得如何？

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 非常差

4、您认为我们在保障劳工权益方面做得如何？

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 非常差

5、您认为我们在践行社会责任（支持文化遗产、公益事业等）做得如何？

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 非常差

6、您认为我们在产品创新、产品责任方面做得如何？

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 非常差

7、您认为我们在引导加盟商履责方面做得如何？

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 非常差

8、您认为本报告能否反映公司对经济、社会、环境的重大影响？

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 非常差

9、您对我们的可持续发展报告或可持续治理工作方面有哪些意见或建议？