

地素时尚

2025 年度

环境、社会和公司治理
(ESG) 报告

ENVIRONMENTAL SOCIAL AND CORPORATE
GOVERNANCE REPORT

股票代码：603587

DAZZLE

DIAMONDDAZZLE

d'zzit

CONTENTS

目录

01 | 关于本报告

03 | 走进地素时尚

10 | 可持续管理

治理筑基 规范行稳致远

01

公司治理	17
投资者关系管理	20
合规经营	22
商业道德	23

创新无界 驱动时尚未来

02

创新设计与知识产权	27
品牌建设与推广	29
会员体系建设与运营	33
数智升级与信息安全	36

责任共生 传递向善力量

03

客户至上	41
品质保障	45
可持续供应链管理	46
携手经销商	48
行业共进	51
回馈社会	51

以人为本 凝聚女性力量

04

员工雇佣与多元化	57
员工培养与发展	59
员工福利与关怀	63
员工安全与健康	65

绿色风尚 引领低碳自然共生

05

绿色运营	69
可持续时尚	73
生物多样性保护	77

79 | 指标索引

82 | 读者意见反馈表

关于本报告

报告说明

本报告旨在就地素时尚股份有限公司 2025 年度环境、社会和公司治理相关的实践和绩效与各利益相关方进行坦诚交流，系统回应利益相关方期望和诉求。

时间范围

2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，为增强报告可比性及前瞻性，部分内容往前后年度适度延伸。

报告边界

本报告披露地素时尚股份有限公司及其子公司履行经济、社会、环境方面的责任信息，相关典型案例来自公司及其附属公司。

报告称谓

地素时尚、公司、集团	地素时尚股份有限公司
DA	DAZZLE 品牌
DM	DIAMOND DAZZLE 品牌
DZ	d'zzit 品牌

编制依据

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）》以下简称“《指引》”

上海证券交易所《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》

联合国可持续发展目标 (SDGs)

全球可持续发展标准委员会《可持续发展报告标准》(GRI Standards)

中国社会科学院《中国企业社会责任报告编写指南》(CASS-ESG 6.0)

中国国家标准《社会责任报告编写指南》(GB/T 36001-2015)



数据说明

报告使用数据来源包括公司实际运行的原始数据、政府部门公开数据、年度财务数据、内部相关统计报表等。

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。

报告获取

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。

走进地素时尚

地素时尚股份有限公司成立于 2002 年，总部位于中国上海，是一家专注于中高端时尚服装的多品牌集团。公司旗下拥有高级成衣品牌 DAZZLE、DIAMOND DAZZLE 及时尚品牌 d'zzit，以匠心工艺推动创新，探索复杂美感的深层次时装叙事。DAZZLE 致力于创造美学碰撞下的多重体验，DIAMOND DAZZLE 专研匠心工艺与艺术表达，d'zzit 则彰显不拘于风格定义的态度。不同品牌以不同方式的实践，丰富着中国时装审美多元化的尝试。公司凭借卓越的设计创新、敏捷的供应链管理、精准的品牌定位以及多元化的市场网络，在中国时尚行业树立了独特的品牌形象。

作为“矛盾冲突美学”的开创者和实践者，地素时尚在矛盾中不断创造新的平衡，通过匠心追求、非凡创意、艺术格调以及触及心灵的美好生活体验，助力中国审美多元化，成为最具品牌价值和影响力的时尚集团。

我们深信：“创造美学的多重体验，让更多的人以赤诚的心，自信、勇敢的姿态拥抱美好世界”的使命，会为人们的生活注入新鲜的活力；而“LOVE CREATES”的信念，将一路照亮人生的旅程，引导人们朝着梦想的方向生长！



DAZZLE

以“Love Creates”为品牌信仰，传递“赤诚、自信、勇敢”的情感价值和“拥抱主义”的社会价值。坚持“一种美拥抱另一种美”的品牌主张和“矛盾冲突美学”的设计理念，为当代女性提供丰富的时装衣橱。



DIAMOND DAZZLE

从艺术中汲取灵感，结合精湛工艺与精良材质，以细腻的时装语言叙述东方审美，呈现高品质的当代时装技艺。



d'zzit

d'zzit girl 在不同文化、不同风格之间穿梭，以一次次的轻盈出场，向世界展现灵动的锋芒。——be you, be flying 乘风而上，做自己。

企业文化

成为拥抱者

我们的价值观

Our Value

成为最具品牌价值
和影响力的时尚集团

我们的愿景

Our Vision

创造美学的多重体验
让更多的人以赤诚的心
自信、勇敢的姿态拥抱美好世界

我们的使命

Our Mission

LOVE CREATES

我们的信念

Our Belief



创造

保持好奇心，持续学习，学以致用
用一切皆有可能的方式挑战自己，离开舒适圈
面对问题，提出新的见解，并找到行之有效的解决方法
心系顾客，为顾客创造惊喜与震撼

价值

努力理解公司的战略、市场、客户和合作伙伴
对商业和时尚具有广泛的认知，且深入专业领域
对人、对事、对业务能够做出明智的判断，不能模棱两可
分清重要的和必要的，为与不为能取舍

坦诚

能大胆说出心里的想法，哪怕会带来争议
能质疑与我们价值观不符的行为
积极主动沟通，不在背后议论他人
能及时承认错误

无私

寻求什么才是对公司最好的，而不是为自己和自己的小团队
理解他人，能站在他人的立场思考问题
愿意花时间帮助同事
主动分享经验和资讯

团队

主动微笑问好，态度友善
尊重他人，无论对方是谁，或者是否持有异议
出现矛盾或分歧时，当面沟通，对事不对人
理解真实需求，与同事合作寻求最优方案

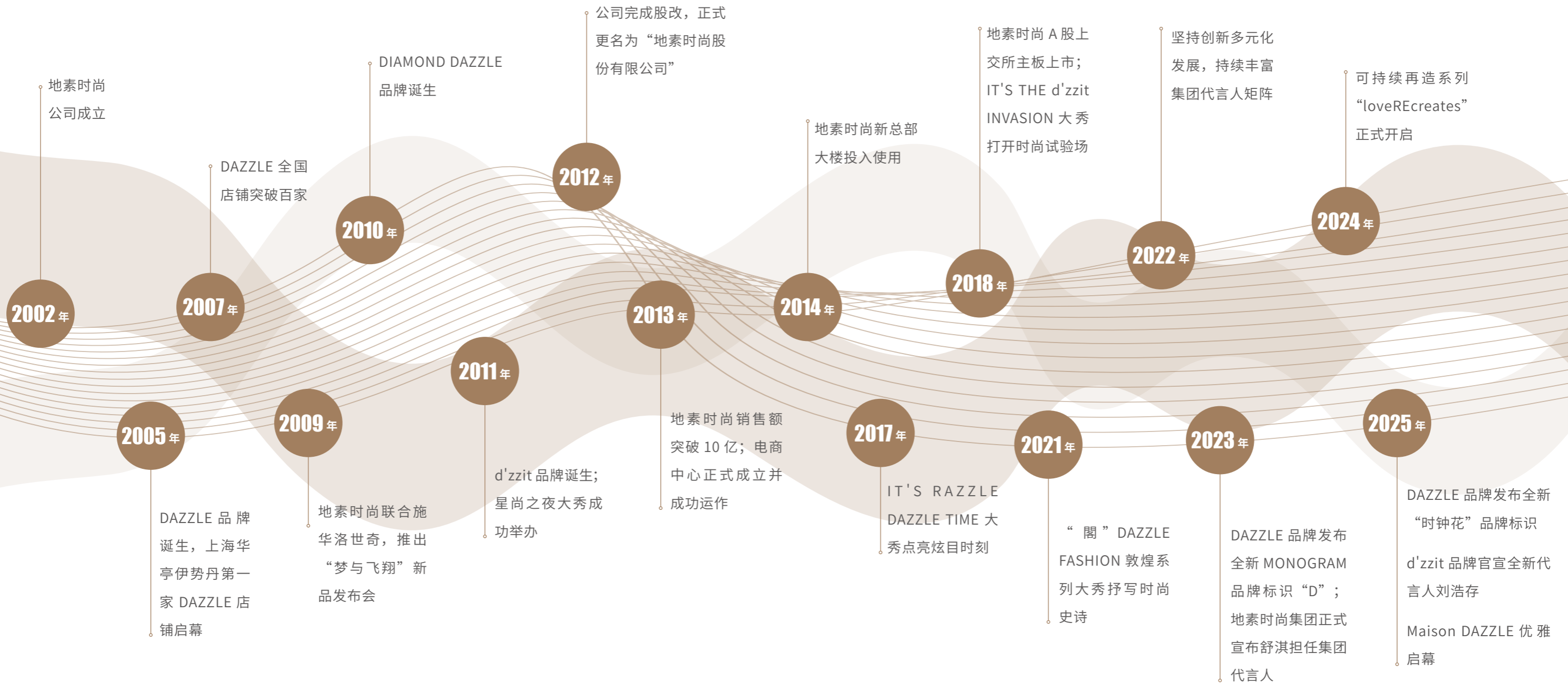
热爱

带着生命的激情去做事，而不是完成任务
心系公司的发展
不抱怨，坚韧不拔
乐在其中

最好

言行一致，追求卓越
自省自信，对自己的行为承担结果
不是尽力，是竭力——竭尽所有能力，竭尽所有可能

发展历程



关键荣誉

 <p>荣誉证书 地素时尚股份有限公司 你单位入选中国服装协会“2024行业百家发布”名单。 项目类别：营业收入、利润总额、营业收入利润率。 证书编号：J202508-CY006010</p>	<p>中国服装协会 “2024行业百家发布”名单</p>	 <p>2025 “上海时尚品牌”创新产品 DAZZLE 上海市经济和信息化委员会 2025年9月26日</p>	<p>上海市经济和信息化委员会 荣誉2025年度“上海时尚品牌”创新产品名单</p>
 <p>地素时尚股份有限公司 品牌: DAZZLE 2024年上海市首发经济 引领性本土品牌 上海市商业联合会 2025年</p>	<p>上海市商业联合会 2024年上海市首发经济 引领性本土品牌</p>	 <p>2025 时尚100+ 时尚服饰 DAZZLE 上海时尚之都促进中心承办</p>	<p>2025 时尚100+ 时尚服饰 上海时尚之都促进中心承办</p>
 <p>2025 第一财经 2025 第一财经资本市场价值 调研年度回报力企业 第一财经</p>	<p>2025 第一财经 2025 第一财经资本市场价值 调研年度回报力企业</p>	 <p>2025 年度上海设计100+ 全球竞赛组委会 DAZZLE RAZZLE 青绿系列 上海设计100+全球竞赛组委会</p>	<p>2025 年度上海设计100+ 全球竞赛组委会</p>
 <p>SGIA 授予地素时尚股份有限公司 优秀企业 (2020-2024年度) 上海服装行业协会 二〇二五年九月</p>	<p>上海服装行业协会 优秀企业(2020-2024年度)</p>	 <p>长宁区“慈善之星” 地素时尚股份有限公司 上海市慈善基金会长宁区代表处</p>	<p>上海市慈善基金会长宁区代表处 长宁区“慈善之星”</p>

可持续管理

ESG 管理架构

为系统化推进可持续发展战略，有效管理相关风险与机遇，地素时尚建立了由董事会、董事会战略发展委员会及 ESG 工作小组构成的三级管理架构，各层级权责清晰、协同运作，从决策、管理到执行层面全面保障公司 ESG 战略的制定与高效实施。

ESG 管理架构



双重重要性分析

2025 年，地素时尚依据《指引》对于双重重要性的判断方式，参考联合国可持续发展目标（SDGs）以及 GRI 等国际可持续信息披露标准，从影响重要性和财务重要性的双重视角对公司相关 ESG 议题开展分析，以识别对公司具有重要性的议题。依据分析结果，公司共识别出 22 项具有重要影响的议题。公司针对具备财务重要性的议题，严格遵循“治理—战略—影响、风险和机遇管理—指标与目标”四要素框架进行结构化陈述。

◆ 识别步骤

01 了解公司活动与业务背景

- ◆ 了解公司的价值链和战略规划。
- ◆ 解读公司所处的可持续发展背景及市场环境。
- ◆ 了解各议题产生影响的价值链环节及主要受影响利益相关方。

02 建立议题清单

- ◆ 在《指引》21 个议题的基础上，结合国内外可持续发展标准，增补行业特色议题，剔除行业相关性较低议题结合公司实际情况和利益相关方沟通，对相关的可持续发展议题进行初步识别和筛选，并分析可持续议题相关的实际和潜在影响、风险和机遇。

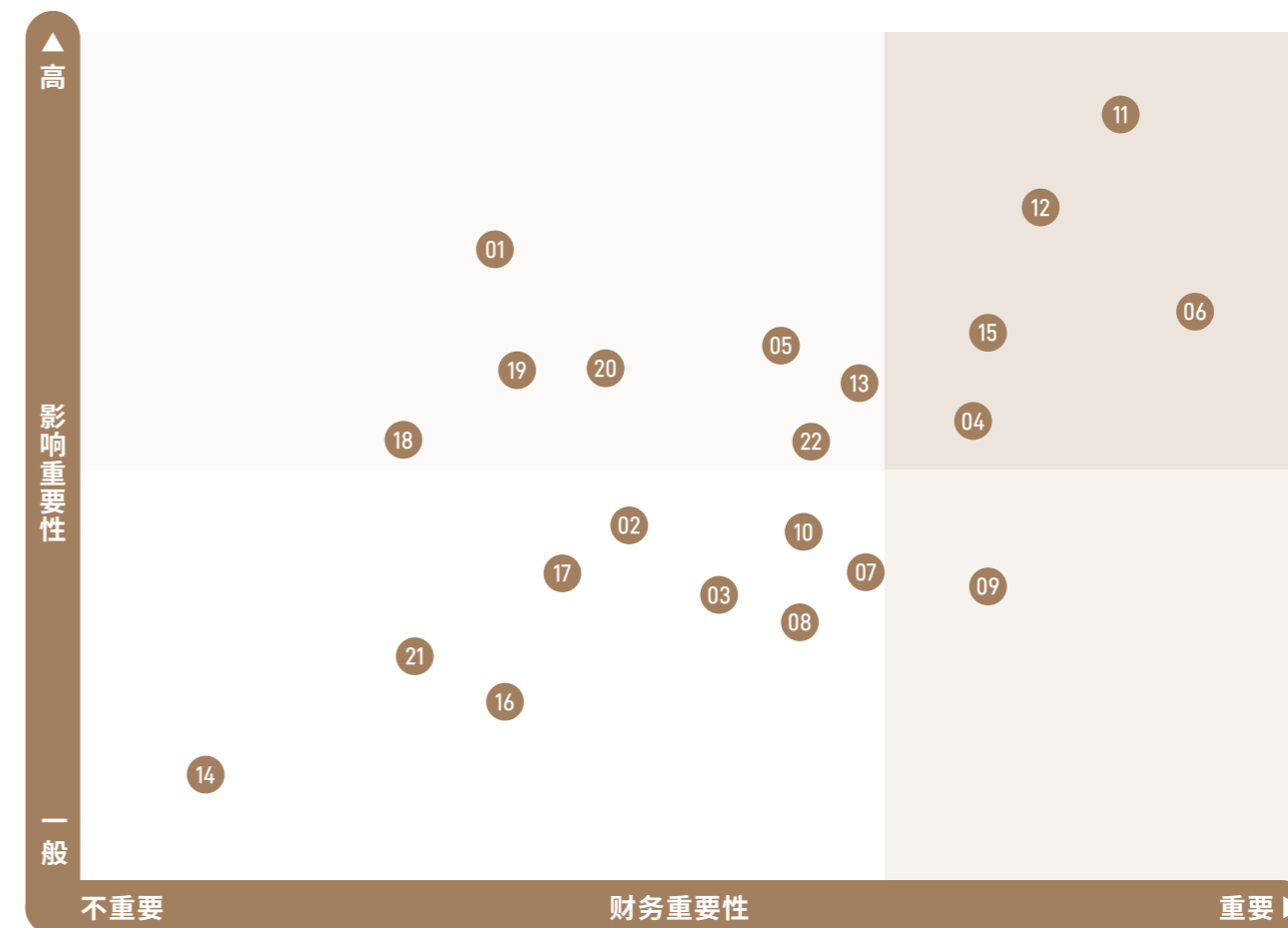
03 确认议题重要性评估

- ◆ **影响重要性评估**通过问卷调研的方式开展利益相关方沟通，参考内外部专家意见，形成影响重要性排序。
- ◆ **财务重要性评估**通过问卷调研的方式开展与公司管理及可持续发展相关人员沟通，参考内外部专家意见，形成财务重要性排序。
- ◆ **双重重要性结果汇总**对影响重要性和财务重要性矩阵进行归一统计后，形成双重重要性矩阵，并对重要性议题的边界进行界定。

04 议题确认与审批

- ◆ 经公司董事会审核确认，就 2025 年度财务重要性较高的议题（**创新驱动、能源利用、循环经济、员工培训与发展、产品和服务安全与质量、社会贡献**）在可持续发展报告中按照四要素框架进行重点披露。

◆ 双重重要性分析



- | | | |
|--------------|---------------|----------------|
| 01 应对气候变化 | 09 员工培训与发展 | 16 平等对待中小企业 |
| 02 污染物与废弃物管理 | 10 员工薪酬与福利 | 17 数据安全与客户隐私保护 |
| 03 水资源利用 | 11 产品和服务安全与质量 | 18 ESG 尽职调查 |
| 04 能源利用 | 12 创新驱动 | 19 公司治理 |
| 05 环境合规管理 | 13 供应链安全 | 20 反商业贿赂与反贪腐 |
| 06 循环经济 | 14 乡村振兴 | 21 反不正当竞争 |
| 07 员工权益保障 | 15 社会贡献 | 22 全面合规管理 |
| 08 职业健康与安全 | | |

利益相关方沟通

主要利益相关方	期望与诉求	沟通与回应
 股东	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 依法合规运营 ◆ 稳定业绩增长 ◆ 股东权益保护 ◆ 信息披露充分 ◆ 投资者关系管理 ◆ 知识产权保护 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 合规经营 ◆ 完善公司治理 ◆ 信息披露 ◆ 投资者调研 ◆ 积极的利润分配
 政府及监管机构	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 依法合规经营 ◆ 服从监管要求 ◆ 响应国家发展政策 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 配合监管检查 ◆ 信息披露 ◆ 加强廉洁从业监管
 客户	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 个人权益得到保护 ◆ 提升服务质量 ◆ 优质产品 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 定期与临时信息披露 ◆ 数据安全 ◆ 隐私保护 ◆ 客户满意度调查 ◆ 研发设计
 员工	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 雇佣与权益保护 ◆ 员工薪酬与福利 ◆ 职业发展与培训 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 保障员工权益 ◆ 畅通员工发展通道 ◆ 员工教育与培训 ◆ 丰富员工活动
 合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 阳光采购 ◆ 诚信交易 ◆ 友好合作 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 供应商会议 ◆ 供应商合同 ◆ 经销商培训
 社区及公众	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 社区公益 ◆ 志愿服务 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 开展教育帮扶 ◆ 志愿与公益活动
 环境	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 绿色运营 ◆ 环境保护 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 践行绿色发展 ◆ 开展环保活动

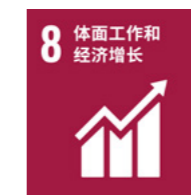




01 治理筑基 规范行稳致远

地素时尚坚持规范透明治理，持续优化董事会结构与决策机制，依托四大专门委员会专业赋能，强化战略引领与监督效能。公司动态完善治理制度，筑牢合规风控根基；恪守信息披露原则，保障投资者权益；通过多元沟通与科学回报，营造市场信任。同时，以系统化内控审计、广告合规审核、反腐败机制为抓手，将合规理念融入经营各环节，以高标准治理护航企业可持续发展。

SDGs 对标



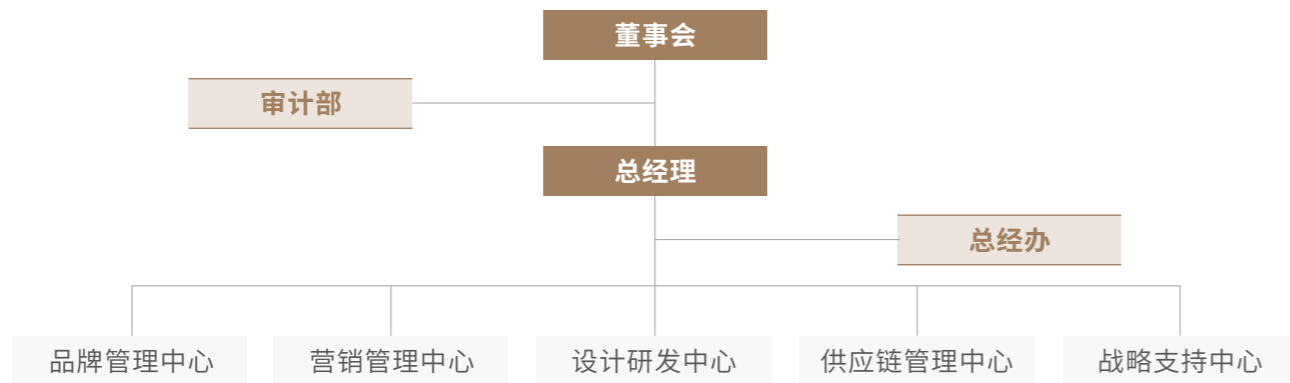
公司治理	17
投资者关系管理	20
合规经营	22
商业道德	23



公司治理

地素时尚始终将规范治理作为高质量发展的核心支撑，严格遵循相关法律法规及《地素时尚股份有限公司章程》以下简称“《公司章程》”要求，构建起权责清晰、运转高效、监督有力的现代化公司治理体系。公司不断优化董事会结构与决策机制，依托四大专门委员会的专业赋能强化战略决策与监督效能，同时紧跟监管政策与业务发展动态持续完善制度体系，筑牢合规风控根基。此外，公司始终坚守信息披露核心原则，以透明化披露保障投资者合法权益，通过治理现代化赋能品牌可持续发展，塑造诚信合规的市场形象。

◆ 公司治理架构



📖 规范治理

公司严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律法规及《公司章程》要求，完善董事会结构，保障决策的科学性与独立性。

股东会

股东会是公司的最高权力机构，依法行使核心决策职权，涵盖决定公司经营方针与投资计划、选举和更换非职工代表担任的董事、审议批准董事会报告、财务预算决算及利润分配与亏损弥补方案、对公司增减注册资本、发行债券、合并分立、变更形式、解散清算等重大事项作出决议、修改《公司章程》、审批重大关联交易与重大资产处置、聘任或解聘会计师事务所等关键事项，同时负责审议股权激励计划、员工持股计划及符合《公司章程》规定的股份回购等事项，所有职权行使均严格遵循法律法规及《公司章程》规定的会议召开与表决规则，切实保障股东合法权益与公司决策科学合规。



董事会

董事会是地素时尚的经营决策机构，对股东会负责，核心职权包括召集股东会并向其报告工作、执行股东会决议、决定公司经营计划与投资方案、制订财务预算决算、利润分配与亏损弥补等各类方案、拟订公司重大重组、增减资、发行证券等重大事项方案，在股东会授权范围内决策对外投资、资产处置、担保、关联交易等事项；同时负责决定公司内部管理机构设置、聘任或解聘总经理、董事会秘书等高级管理人员并确定其报酬、制订公司基本管理制度、管理信息披露事务、向股东会提请更换会计师事务所、制定实施股权激励计划等，下设专门委员会协助履行专业决策与监督职能，确保公司经营管理规范高效、决策科学审慎。

关键绩效

报告期内

公司召开股东会	审议通过议案	召开董事会	审议通过议案	独立董事专门会议
1次	11项	4次	38项	2次
公司董事会人数	独立董事	女性董事		
9名	3名	5名		

董事会成员涵盖财务、法律等多个专业领域，背景多元、优势互补，为公司重大决策提供全面专业支持。



专委会建设

董事会下设审计委员会、薪酬与考核委员会、战略发展委员会、提名委员会四大专门委员会，各委员会依据《地素时尚董事会专门委员会议事规则》履行职责，强化董事会专业化决策与监督能力。

- ◆ **审计委员会：**负责监督公司财务报告真实性、内部审计工作开展、外部审计机构履职情况，全年召开会议 7 次，审议财务审计、内控监督等相关议案。
- ◆ **薪酬与考核委员会：**制定并审核公司董事、高级管理人员的薪酬方案与考核标准，监督激励机制的实施，全年召开会议 1 次。
- ◆ **战略发展委员会：**研判行业发展趋势，审议公司中长期发展战略、重大投资决策等，为公司战略落地提供支持，全年召开会议 1 次。
- ◆ **提名委员会：**负责董事、高级管理人员的提名与任职资格审核，优化管理层及董事会结构，全年召开会议 2 次。



管理制度更新

2025 年，公司持续完善治理制度体系，结合监管政策更新及业务发展实际，公司重点修订了包含《地素时尚股东会议事规则》《地素时尚董事会议事规则》《地素时尚对外投资管理制度》《地素时尚对外担保管理制度》《地素时尚关联交易决策制度》及《地素时尚信息披露管理制度》在内的核心治理文件，明确董事及高级管理人员履职规范。同时，强化风险管控与合规管理，新增《地素时尚舆情管理制度》，进一步划清治理边界、优化决策流程，为公司规范运作与稳健发展筑牢了坚实根基。

信息披露透明度

公司严格执行修订后的《地素时尚信息披露管理制度》，始终恪守“真实、准确、完整、及时、公平”的核心原则，依法明确董事、高级管理人员、控股股东、持股 5% 以上股东等信息披露义务人职责，细化定期报告与临时报告的编制披露流程、重大交易及关联交易的披露标准，规范信息披露暂缓与豁免情形，建立内幕信息保密与知情人登记机制，构建起覆盖“职责明确 — 流程规范 — 风险防控”的全流程信息披露管理体系，从制度层面筑牢信息披露合规底线。

2025 年，公司严格遵循上述制度要求及《上海证券交易所股票上市规则》，累计披露定期报告 4 份，全面涵盖年度经营成果、中期财务状况及季度运营动态等核心信息；披露临时报告 49 份，及时传递公司关键事项，确保投资者第一时间掌握公司核心运营信息。

上述披露内容均通过上海证券交易所网站及时公示，全程接受监管机构与社会公众监督，切实保障全体投资者，尤其是中小投资者的知情权、参与权与监督权，有效维护了资本市场信息透明与公平交易秩序，全年未发生信息披露违规相关投诉、监管问询或处罚事项。

投资者关系管理

公司严格遵循《上市公司投资者关系管理工作指引》等法律法规及《公司章程》规定，修订完善《地素时尚投资者关系管理制度》，确立“合规性、平等性、主动性、诚实守信”四大核心原则，构建起覆盖多渠道沟通、诉求响应、权益保障的全流程投资者关系管理体系，切实保护全体投资者，特别是中小投资者的合法权益。

◆ 投资者沟通渠道



业绩说明会

公司坚持常态化召开业绩说明会，2025 年先后举办 2024 年度暨 2025 年第一季度业绩说明会、2025 年半年度业绩说明会、2025 年第三季度业绩说明会，公司董事长、董事会秘书、财务总监及独立董事出席，通过线上互动形式，全面解读公司发展战略、生产经营、财务状况、分红政策、ESG 管理及风险挑战等核心内容。

中小股东权益保护

公司高度重视中小股东权益保护，制定科学合理的利润分配政策，持续优化投资者回报机制。公司于 2025 年 6 月完成了 2024 年年度权益分派实施，公司以实施权益分派股权登记日登记的总股本 476,763,282 股扣除公司回购专用账户的 8,198,840 股后的 468,564,442 股为基数，向全体股东每股派发现金红利 0.50 元（含税），合计派发现金分红 234,282,221.00 元（含税），占 2024 年度合并报表中归属于上市公司股东的净利润 77.19%。

多渠道沟通

公司构建多元化、立体化的互动平台，通过上证 e 互动平台、投资者热线、邮件咨询等方式，及时响应投资者诉求。2025 年，公司累计回复上证 e 互动问题 34 个，实现沟通渠道畅通无阻，持续营造良性互动的投资者关系。



合规经营

地素时尚始终坚守合规经营底线，以系统化管理构建全方位合规风控体系，依托董事会审计委员会专业监督赋能内部审计工作，聚焦经营关键领域开展审计监督并推动问题闭环整改，同时强化广告宣传全流程合规管控，通过多维度合规管理举措，切实提升企业风险防控能力，保障公司经营活动合法规范、稳健有序开展。

关键绩效

报告期内，围绕法律法规、公司制度、广告合规、数据安全等重点内容，组织开展合规培训，员工覆盖率达

90%

内部审计管理

依托董事会审计委员会的专业指导与监督职能，公司完善内部审计制度，设立独立的审计部，依据《内部审计工作规范》《审计人员职业道德规范》等制度开展工作。审计部向审计委员会报告工作，其提交的审计报告、整改计划及整改情况均同步报送审计委员会审议。审计委员会定期审阅内部审计工作计划与执行情况，评估内部控制有效性，督促内控缺陷整改，有效提升公司风险管控能力与治理规范化水平。

关键绩效

报告期内，聚焦财务收支真实性、内控体系有效性、ESG 实践落地情况、重大事项实施情况（含募集资金使用、关联交易等）等关键领域实施审计监督，均已全部落实闭环。

全年完成内部审计项目

8 项

提出整改建议

35 条

广告合规

严格遵守《中华人民共和国广告法》等相关法律法规，杜绝虚假宣传、夸大宣传等违规行为。建立全流程广告内容审核机制，明确审核标准与责任分工，对品牌宣传物料、门店广告、线上推广等各类宣传内容进行事前审核、事中监督与事后复盘。

商业道德

地素时尚始终将廉洁合规与公平经营作为企业发展的重要准则，构建反腐败、举报保护、反垄断与公平竞争三位一体的商业道德管理体系，通过制度搭建、全场景宣贯培训、供应链协同共建等多项举措，将廉洁合规理念融入经营管理各环节，同时建立健全举报保护与奖励机制，畅通监督渠道，严守市场公平竞争底线，从源头防范商业道德风险，以高标准的合规管理筑牢企业稳健发展的道德根基，维护行业良性竞争生态。

📄 反腐败机制

公司将廉洁文化建设融入经营管理全过程，制定《商业道德准则》《员工手册》，在与供应商、经销商等合作协议中明确《廉洁条约》，严禁贿赂、舞弊等不正当行为。

关键绩效

报告期内，公司持续开展反贪污反腐败培训

开展场次	培训总时长	员工反商业贿赂及反贪污承诺书签署率
36 场	108 小时	100%

全年**未发生**贪污腐败事件

案例 | 强化新员工合规意识，筑牢风险防范根基

面对日趋严格的监管环境，结合公司人员结构优化的实际情况，公司高度重视新入职群体的合规认知培育，着力防范“无意识违规”引发的潜在风险。2025 年，公司组织员工开展年度内控合规专项培训，系统解读《员工手册》《商业道德准则》等核心制度文件，结合业务场景进行案例剖析，引导员工准确理解合规要求、明晰行为边界。此次培训致力于推动合规理念从制度约束内化为行动自觉，为公司可持续发展提供坚实保障。

📄 举报人保护

公司建立完善的举报人保护机制，保障监督渠道畅通。举报人可选择实名或匿名通过举报邮箱（110@dazzle-fashion.com）或举报电话（400 099 9850）反映问题，合规部收到举报后及时查明情况并予以反馈。

受理部门对举报信息严格加密处理，严禁向被举报人或无关第三方泄露信息。同时，公司明令禁止任何形式的打击报复行为，举报人若遭遇威胁、辞退、调岗等报复，可向监察机关或司法机关申诉，确保举报渠道安全、有效。

◆ 举报奖励机制

◆ 对主动向公司上交或拒绝供应商的馈赠或贿赂，且具实证的行为进行书面表彰或记功，或视具体情况给予奖金或奖品



◆ 检举揭发或预先制止有损公司利益之事项，使公司减免损失的进行书面表彰或记功，或视具体情况给予奖金或奖品

📄 反垄断与公平竞争

公司严格遵守《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》等法律法规，规范市场竞争行为，与供应商、经销商等合作伙伴保持公平合作关系，防范利益冲突。

关键绩效

报告期内，公司持续开展反垄断主题培训

开展场次	培训总时长
36 场	108 小时

公司**未发生**因不正当竞争、反垄断相关的法律诉讼或重大行政处罚，以合规经营维护行业良性竞争环境。

案例 | 引导合作伙伴共建公平竞争市场环境

为防范代工厂在合作中出现窃取商业秘密、商业诋毁等不正当竞争行为，有效规避由此引发的法律风险与商业损失，2025 年，公司实地走访 36 家代工厂，面向负责人开展反不正当竞争专题培训。培训重点阐释“诚信经营、合作共赢”理念，明确抵制各类不正当竞争行为，同时重申公司举报机制及举报人信息保密承诺，鼓励合作伙伴共同维护公平透明的市场秩序，携手提升产品质量与合作黏性。

📄 平等对待中小企业

公司对财务台账实施精细化管理，设定并监控各付款节点，确保资金流转的透明度与及时性，从而有效预防款项拖欠情况的发生，全力维护中小企业的合法权益与良好经营环境。2025 年，公司平等对待中小企业，不存在逾期尚未支付中小企业款项等情况。

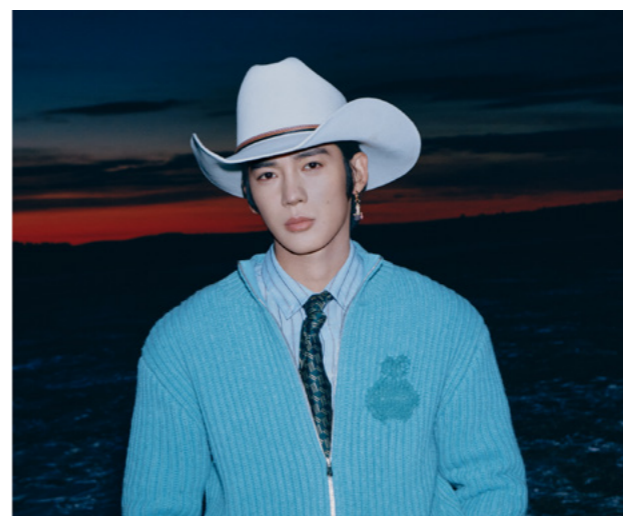


SDGs 对标



创新设计与知识产权	27
品牌建设与推广	29
会员体系建设与运营	33
数智升级与信息安全	36

地素时尚坚持以创新驱动品牌发展，将设计创意、品牌建设、会员运营与数字化赋能紧密结合。通过原创设计与知识产权管理，强化品牌差异化；通过精准营销与会员体系建设，提升用户体验与忠诚度；通过数智化升级与信息安全保障，优化运营效率并确保数据安全。公司以持续创新为核心动力，推动品牌在当代时尚语境下稳健成长，塑造长期价值与市场竞争力。



创新设计与知识产权

治理

公司持续完善创新设计与知识产权管理体系，构建由管理层统筹、设计研发中心具体执行的协同管理架构。在制度层面，公司制定并实施《知识产权保护规定》等内部制度，对专利、商标及版权等知识产权的申请、使用与保护进行规范化管理，确保创新成果在全生命周期内得到有效保护与合规运用。同时，公司通过标准化流程强化设计研发管理，提升创新活动的系统性与规范性。

战略

公司坚持以市场需求为导向的创新发展路径，围绕消费者偏好变化与全球时尚趋势，持续推动产品设计与材料应用创新。通过定期召开战略会议，结合终端销售数据、经销商及会员反馈，公司动态调整产品设计方向与上市节奏，不断提升产品竞争力与品牌影响力。

在创新设计与知识产权管理过程中，公司系统识别相关风险与机遇：

◆ 风险识别

类型	风险名称	潜在影响	应对措施
知识产权风险	知识产权侵权	原创设计可能被模仿，影响品牌独特性	建立完善的知识产权保护制度，进行版权和商标注册，强化内部管理与外部监测
创新转化风险	创新成果转化不足	设计成果未充分转化为市场竞争力，影响销售表现	加强设计与市场团队协作，定期评估产品市场匹配度，优化产品落地流程
时尚趋势风险	时尚趋势判断偏差	产品设计可能与消费者偏好存在偏差	定期收集市场与消费者反馈，分析时尚趋势，调整设计方向

◆ 机遇识别

类型	机遇名称	潜在影响	应对措施
消费升级机遇	消费升级推动产品创新	消费者对品质和个性化需求提升	深化原创设计能力，推出差异化产品，满足市场多样化需求
可持续材料机遇	可持续材料应用	环保理念推动绿色面料发展	积极探索环保材料与绿色设计应用，推动可持续产品研发
品牌价值机遇	品牌价值提升	知识产权积累助力品牌长期发展	强化原创设计与专利、版权管理，提升品牌认知与美誉度

影响、风险和机遇管理

针对相关风险与机遇，公司持续优化创新与知识产权管理举措。一方面，通过完善知识产权保护机制，加强商标及版权的申请与监测，降低侵权风险；另一方面，通过优化设计研发流程与数据分析能力，提升市场洞察水平，增强产品开发的精准性与成功率。同时，公司积极探索环保材料与创新工艺的应用，将可持续发展理念融入产品设计，推动创新成果向市场价值高效转化。

◆ 公司版权及商标管理保护制度

©

版权登记

法务部会先将需要做版权登记的图片上传到时间戳网站，形成时间戳（时间戳的作用是尽快固定作品完成时间），并提交版权登记。

版权

®

新商标申请

对于公司业务、宣传推广等会使用到的 logo 进行商标布局，在相关类别提交商标注册申请。

近似商标监控

由律师进行近似商标的监控，每月提供一次近似商标监控报告，法务部根据监控报告，选择对近似商标提起异议申请、无效宣告申请、撤销三年不使用申请等，以打击他人傍名牌、使用近似商标销售仿冒我司服装的行为。

商标

指标与目标

公司持续加大创新投入，强化设计研发能力建设，不断提升原创设计产出及商标、版权等知识产权保护水平。未来，公司将继续围绕产品创新与知识产权管理，推动原创设计能力提升与成果有效运用，助力企业实现长期可持续发展。

关键绩效

报告期内

公司设计研发中心共有	占员工总数	公司研发投入	占营业收入
131 名员工	25%	8,618.35 万元	4.03%

公司围绕知识产权持续积累创新成果，版权与商标注册数量稳步增加，知识产权储备不断丰富，为公司核心竞争力的提升提供有力支撑。

指标	单位	2025 年
申请商标总数	项	1,345
持有有效商标总数	项	1,122
持有有效版权总数	项	5,201

品牌建设推广

公司高度重视品牌价值塑造与传播，通过创新设计、跨渠道推广及品牌活动等多元方式，持续提升品牌认知度与市场影响力。报告期内，公司围绕核心品牌战略，有序开展系列市场推广活动，系统传递品牌理念与文化内涵，在提升公众关注度的同时，增强消费者情感认同，进一步巩固品牌在目标市场的竞争优势。

案例 | DAZZLE 青绿冬季系列——东方美学的当代演绎与品牌价值表达

2025 年，公司围绕“拥抱青绿，逛江山”主题推出 DAZZLE 青绿冬季系列，通过系统化的品牌传播与内容创作，持续推进中国文化的当代时装表达。该系列以“青绿”这一东方色彩意象为核心，传递自然、内敛与生命力的品牌理念，在传统文化与现代时装语境之间构建多元融合的表达路径，进一步丰富品牌审美体系与文化内涵。



▲ “只此青绿”海报

在品牌传播层面，公司联合国际知名作曲家、指挥家谭盾参与广告影片创作，并于具有文化与建筑艺术代表性的水乐堂完成拍摄，通过音乐、舞蹈、建筑与时装的跨界融合，构建沉浸式艺术表达场景。影片以多元艺术形式共同演绎东方审美意境，将品牌设计理念与当代艺术语言相结合，强化品牌在国际化语境下的文化表达能力。



▲ 广告影片

在产品层面，青绿冬季系列深入挖掘东方文化元素，以“如意”等传统意象为灵感，结合刺绣、提花织锦、盘扣等工艺，呈现中国传统文化的精致表达。同时，通过引入牛仔元素及现代廓形设计，实现传统与摩登的融合创新，使产品在不同生活场景中具备更强的适配性与实用价值。



▲ “青绿”系列产品

通过本次系列发布，公司以时装为载体，推动东方文化的创新表达，促进艺术、设计与商业价值的融合发展，在提升品牌辨识度的同时，进一步强化消费者对品牌文化的认同与情感连接，持续巩固品牌在目标市场中的影响力。

案例 | DAZZLE 雪豹公益胶囊系列——以时装推动生物多样性保护

公司持续关注生态环境保护与生物多样性议题，积极探索将品牌影响力转化为公益价值的实现路径。2025 年，公司在世界自然基金会 (WWF) 技术支持下，联合一个地球自然基金会推出 DAZZLE 雪豹公益胶囊系列，以中国国家一级保护动物雪豹为核心主题，推动公众对高原生态系统及珍稀物种保护的关注。

在项目实施过程中，公司将公益理念融入产品设计与供应链实践，围绕青海三江源地区这一重要生态区域开展在地化合作。一方面，公司选用来源于当地的牦牛绒等天然材料，探索环境友好型原料在时装产品中的应用；另一方面，通过支持在地生产与手工艺实践，促进当地社区参与可持续发展，体现企业对区域生态与社会价值的协同关注。



▲ 雪豹公益胶囊系列产品

在品牌传播层面，公司邀请长期参与生态保护的在地环保人士共同参与项目呈现，通过真实故事传递人与自然和谐共生的理念，增强公众对生态保护议题的认知与情感共鸣。同时，公司延续熊猫公益胶囊系列的经验，将非遗蜀绣等传统工艺与当代设计语言相结合，持续推动传统文化与可持续理念的融合创新。



▲ 藏族可持续倡导者巴央及其伙伴们



▲ 制作牦牛手工皂

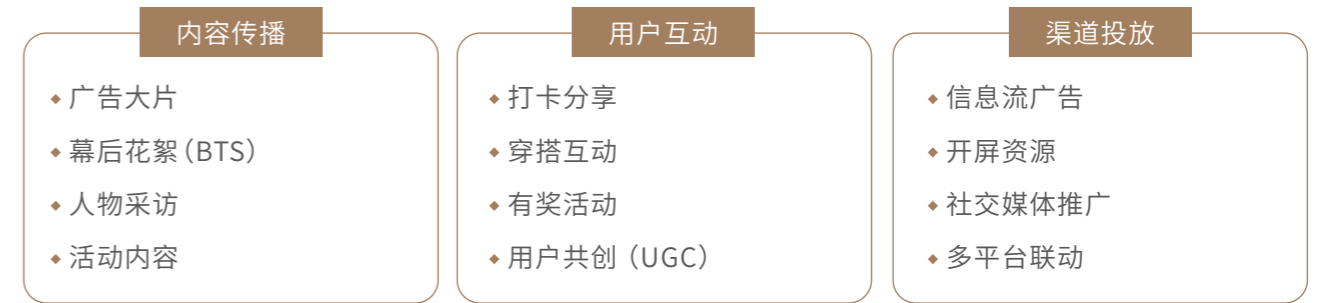
在产品设计上，该系列以雪豹形象及高原自然景观为灵感，通过图案设计、色彩运用及工艺表达，将自然生态元素转化为可感知的时装语言，使生态保护理念融入日常消费场景，推动“以衣载道”的可持续生活方式。

通过雪豹公益胶囊系列，公司进一步将环境保护、生物多样性保护与品牌发展战略相结合，不断探索商业价值与社会价值的协同路径，强化品牌在可持续发展领域的责任担当与长期承诺。

多元营销手段驱动品牌触达与用户互动

在品牌传播实践中，公司持续优化营销策略，构建“内容传播—用户互动—渠道投放”相结合的多维营销体系，通过整合明星资源、社交媒体平台及数字化工具，实现品牌信息的高效触达与用户深度参与。

◆ 品牌营销方式



案例 | 青绿系列传播中的明星整合营销实践

在 DAZZLE 青绿系列推广中，公司充分发挥明星资源的传播效应，围绕 DAZZLE 品牌文化代言人于适开展整合营销，通过多平台内容发布与粉丝互动机制，强化品牌主题传播与用户参与体验。公司结合青绿系列视觉内容与品牌叙事，持续输出广告大片、幕后花絮及互动话题，并在小红书、微信、微博等平台开展多样化互动活动，带动用户参与内容共创。

2025 年 12 月于适相关推广期间，公司全平台新增粉丝 23,000 余人，小红书平台 12 月单月互动量达 18 万，创历史新高，用户自发内容 (UGC) 持续增长，有效提升了青绿系列的传播声量与品牌在年轻客群中的影响力。



▲ DAZZLE 品牌文化代言人于适

会员体系建设与运营

公司持续深化会员体系建设，围绕核心客群打造以体验为导向的精细化运营模式，通过线上线下融合的多触点，不断提升会员活跃度与品牌黏性。报告期内，公司依托品牌主题与产品系列，开展了一系列面向会员的专属活动，将产品推广、文化表达与互动体验有机结合，强化用户对品牌的认知与情感连接。

公司以门店为重要载体，围绕品牌视觉符号与设计理念，组织开展香薰石膏手作、如意结编绳、新年主题沙蜡等系列沙龙活动，覆盖全国核心门店，通过沉浸式互动体验提升会员参与感与品牌认同。同时，结合旗舰店开业等重要节点，打造具有文化表达与视觉冲击力的线下活动，融合非遗元素与现代设计语言，增强品牌传播力。

案例 | DAZZLE 时钟花香薰石膏手作沙龙

2025 年 4 月，公司围绕 DAZZLE 全新品牌标识“时钟花”，在全国核心门店开展线下主题沙龙活动。活动以品牌新品为载体，通过香薰石膏手作体验，将产品设计理念与互动体验相结合，引导消费者深入理解品牌内涵与产品特色。通过融合美学表达与沉浸式互动，公司有效提升了门店体验质量与消费者参与度，增强品牌认同感。



▲ 时钟花香薰石膏手作沙龙

案例 | DAZZLE 如意结编绳挂件手作沙龙

2025 年 9 月，公司以 DAZZLE 冬季青绿系列为灵感，结合“拥抱青绿，逛江山”主题，在门店开展如意结编绳手作活动。活动融合“如意”等中式传统文化元素与品牌标识“时钟花”的设计语言，通过现代配饰形式呈现东方美学意蕴，使消费者在参与过程中感知品牌对传统文化的当代表达，进一步增强品牌文化认同与情感连接。



▲ 如意结编绳挂件手作沙龙

案例 | DAZZLE 新年系列主题沙蜡手作

2025 年 12 月，公司围绕新年主题“当光抵达，爱已在人间”，结合青绿系列产品设计，在门店开展主题沙蜡手作活动。活动以中国传统节日文化为背景，通过色彩设计与手作体验相结合的方式，传递品牌温暖、积极的价值主张，增强节日场景下的情感互动与用户体验，进一步提升品牌与消费者之间的连接度。



▲ 青绿系列主题沙蜡手作

案例 | Maison DAZZLE 新天地旗舰店开业活动

2025 年 4 月, Maison DAZZLE 上海新天地旗舰店正式启幕。活动以品牌空间升级为契机, 融合文化表达与当代设计语言, 强化品牌价值传递。现场特别定制青绿色系灵狮装置, 将传统非遗文化元素与现代时尚美学相结合, 在传递中国传统文化中“祥瑞”寓意的同时, 通过创新设计呈现品牌独特的视觉风格与审美表达, 提升品牌文化内涵与公众认知度。

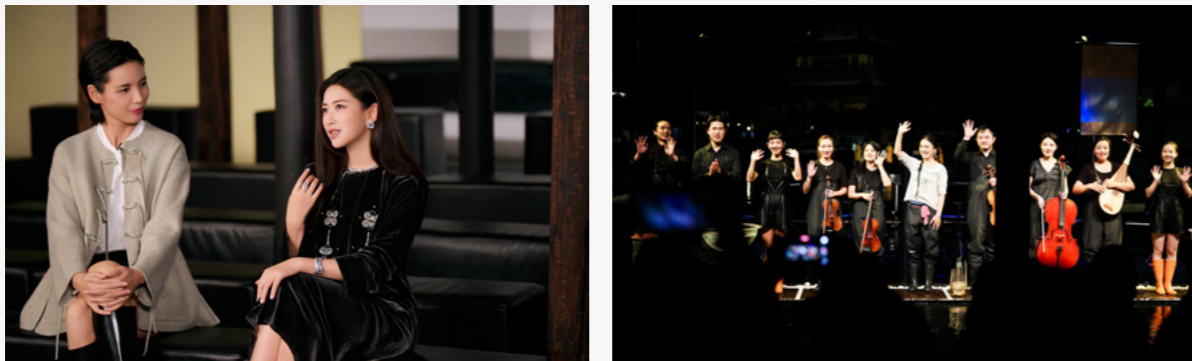


▲ Maison DAZZLE 新天地旗舰店开业

在线上及高价值会员运营方面, 公司通过超级会员日等活动, 联动艺术家、公众人物及品牌核心客群, 打造融合艺术、时尚与场景体验的高端活动内容, 提升会员专属感与归属感, 进一步强化客户的品牌忠诚度。

案例 | DAZZLE 天猫超级会员日

2025 年 9 月, 公司于上海朱家角水乐堂举办 DAZZLE 天猫超级会员日活动, 面向品牌高价值会员群体打造沉浸式文化体验场景。活动邀请指挥家 / 作曲家谭盾、演员朱珠及时尚主播等嘉宾参与, 通过艺术演出《天顶上的一滴水》, 将音乐艺术与品牌美学相融合, 在江南水乡的空间语境中呈现 DAZZLE 青绿系列的设计理念。



▲ DAZZLE 天猫超级会员日

数智升级与信息安全

公司积极推进数字化转型, 将技术创新作为驱动管理优化与业务升级的重要抓手, 持续夯实企业高质量发展的数字基础。通过数智化手段, 公司在提升运营效率、优化用户体验和强化协同管理方面取得显著成效, 为业务精细化运营和决策科学化提供有力支撑。

数智营销

公司持续完善数字化营销体系, 依托全渠道 CRM 打通会员数据, 实现私域精细化运营。通过“计划—执行—回流—洞察”的营销闭环及自动化工具应用, 公司实现精准营销、提升用户粘性与复购率。同时, 公司持续优化积分商城、种草社区及导购助手小程序, 同步升级门店终端销售执行与商品搭配方案, 实现营销与服务的闭环协同。

数智运营

公司致力于提升售后服务的智能化和高效化水平, 构建覆盖维修、改衣、配件、吊牌、客诉及问题咨询的数字化服务体系, 形成完整服务闭环。通过企业微信及智能客服系统, 公司实现客户诉求的精准识别与智能分流, 优化客户体验, 并通过洗涤养护知识传递延长产品生命周期, 促进二次消费与价值循环。



数智办公

公司持续推进数字化办公建设，通过企业内部协作平台和管理工具优化业务流程，提高日常运营效率和团队协作体验，为管理精细化和资源优化配置提供支撑。

◆ 公司数字化办公应用



飞书 People 系统

提升组织管理效能，优化员工体验，并为人力资源决策提供有力支持，为公司的人力资源管理和整体运营创造了多方面价值。



发票云管理系统

实现了发票的线上录入、识别、查验；提升财务管理效率，节约成本，优化资源。



高德打车企业版

便利外勤员工的交通出行，提升财务对账效率、便利性、准确性。

信息安全与数据保护

公司高度重视信息安全与客户数据隐私保护，建立了系统化管理架构和规范制度，覆盖物理环境、网络系统、应用平台及数据全生命周期管理，确保客户信息和企业数据均得到有效保护。同时，公司通过年度内部审计对信息技术基础设施及信息安全管理体系进行评估，持续优化安全管理流程，强化员工数据保护意识，保障数字化业务与办公环境的稳健、安全与合规。

关键绩效

报告期内，公司**未发生**信息安全事件，**未发生**客户隐私泄露事件。



03 责任共生 传递向善力量

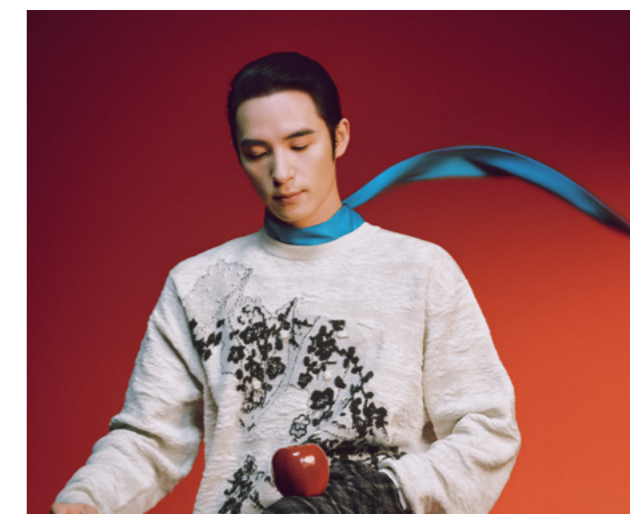


SDGs 对标



客户至上	41
品质保障	45
可持续供应链管理	46
携手经销商	48
行业共进	51
回馈社会	51

地素时尚将“客户至上”作为企业核心价值观，将客户需求与体验贯穿于产品设计、生产、销售与服务的全生命周期。公司通过建立系统化的客户权益治理架构，识别并管理客户相关风险与机遇，以持续优化的服务体系、稳定可靠的产品品质和真诚有温度的沟通互动，不断夯实客户信任。从一线服务培训到售后链路优化，从门店体验升级到会员精准运营，公司将客户关怀融入每一个业务触点，让品牌价值在与客户的每一次连接中得以传递与升华。



客户至上

治理

公司建立“管理层牵头 + 多部门协同”的客户权益治理架构，明确客户体验提升的核心责任主体与协作机制，依托产品、销售、售后等相关业务部门既有管理规范，构建覆盖产品设计、生产、销售、售后全生命周期的客户权益保障体系。

战略

公司将“客户至上”作为核心价值观之一，在公司文化中明确提出“拥抱客户——不断地为客户创造价值”的服务理念，通过完善服务体系、优化产品质量、强化精准运营，持续满足客户多元化、个性化需求。同时，系统识别客户相关风险与机遇，将客户体验提升与风险防控融入日常经营，以高品质服务与产品夯实品牌核心竞争力，推动业务可持续增长。

◆ 风险识别

类型	风险名称	潜在影响	应对措施
产品质量风险	原材料品质偶有波动，或生产环节存在细微偏差，可能对产品一致性产生影响	可能引发客户关注，对品牌信任度带来一定影响	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 严控原材料准入，优选供应商并定期评估 ◆ 强化生产过程监控，成品逐件检验 ◆ 建立质量追溯体系，实现问题产品快速定位与妥善处置
服务体验风险	门店服务标准执行存在区域差异，或售后响应偶有延迟，服务体验有待进一步优化	可能对客户满意度产生影响，进而影响品牌口碑的持续积累	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 统一服务标准，常态化培训考核，引入神秘访客监测 ◆ 优化售后渠道，明确投诉处理时限与分级机制 ◆ 定期收集客户反馈，持续优化服务流程
需求匹配风险	产品设计与市场趋势、客户偏好的契合度存在持续优化的空间	可能对产品市场表现产生一定影响，客户黏性有待进一步增强	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 建立市场与客户需求调研机制，精准捕捉变化 ◆ 加强设计、市场、销售协同，确保产品贴近需求 ◆ 推行新品试销，根据反馈灵活调整策略

◆ 机遇识别

类型	机遇名称	潜在影响	应对措施
体验升级机遇	消费者对个性化、沉浸式服务需求增长	提升客户粘性与复购率，强化品牌差异化竞争优势	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 打造会员专属活动，增强互动体验 ◆ 升级门店场景化布局，提供个性化穿搭咨询服务 ◆ 优化线上服务功能，实现虚拟试衣、专属客服一对一沟通等
精准运营机遇	大数据技术赋能客户需求洞察与精准营销	提高营销效率，降低获客成本，提升转化效果	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 完善会员画像体系，基于消费数据精准推送产品与活动信息 ◆ 针对不同客群制定差异化营销策略，满足细分需求 ◆ 优化会员积分与权益体系，激励客户持续消费
口碑传播机遇	优质产品与服务引发客户自发传播	扩大品牌影响力，吸引潜在客户，降低营销成本	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 聚焦产品品质与服务细节提升，打造口碑传播亮点 ◆ 鼓励客户分享消费体验，建立会员推荐奖励机制 ◆ 及时回应社交媒体上的客户评价，强化正面口碑引导

影响、风险和机遇管理

公司当前已建立全流程客户相关风险与机遇管理机制，将风险防控与机遇转化融入日常运营，通过常态化服务培训、投诉快速响应等措施，提前规避或降低服务体验带来的相关风险。

常态化服务培训

案例 | 2025 年新员工入职培训——以服务意识筑牢人才根基

2025 年，公司围绕全国化人才布局战略，对零售新员工入职培训体系进行全面升级，将服务意识与服务能力作为新人培养的核心内容之一。于北京、杭州、成都、深圳等核心战略城市落地 5 场标准化集中培训，覆盖零售新员工 110 余名。

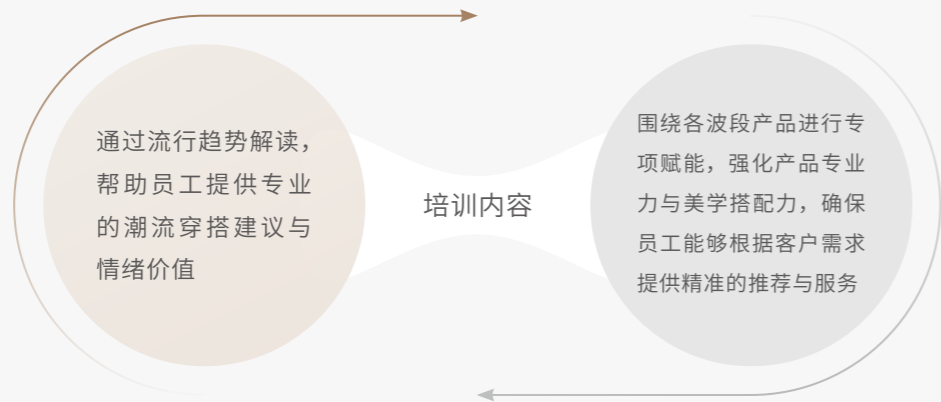
培训课程以岗位胜任力与企业文化认同双轮驱动，在系统赋能零售新员工掌握岗位核心知识与专业技能的同时，深度传递公司以客户为中心的服务理念。通过门店服务场景实操与企业文化的深度融合，帮助新员工快速理解品牌服务标准与客户沟通技巧，强化对服务创造价值的认同，为提升终端服务水平、夯实全国化人才布局奠定了坚实基础。



▲ 新员工培训

案例 | 2025 年新品开季培训——以专业服务驱动销售转化

2025 年，公司根据产品上市节奏及销售目标，面向直营及经销营运管理层、终端零售人员开展新品开季培训，将服务能力提升作为培训的核心导向，覆盖直营与经销人员 600 余人。



▲ 新品开季培训

培训内容紧密围绕如何更好地服务消费者展开，以场景化销售、服务标准为关键教学内容，推动理论知识与门店服务的深度融合，确保培训成果高效转化为终端服务品质。

案例 | 2025 年线上培训 + 门店实操培训——以融合培训提升终端服务力

2025 年，公司持续深化培训模式创新，采用线上学习平台与门店实操培训相融合的方式，将培训重心向终端一线延伸，聚焦提升员工服务实战能力。通过线上学习标准化服务规范、线下实操演练真实服务场景，有效统一并提升员工的销售服务技巧，强化全国终端团队的专业服务素养，推动培训成果高效转化为客户服务体验的提升。

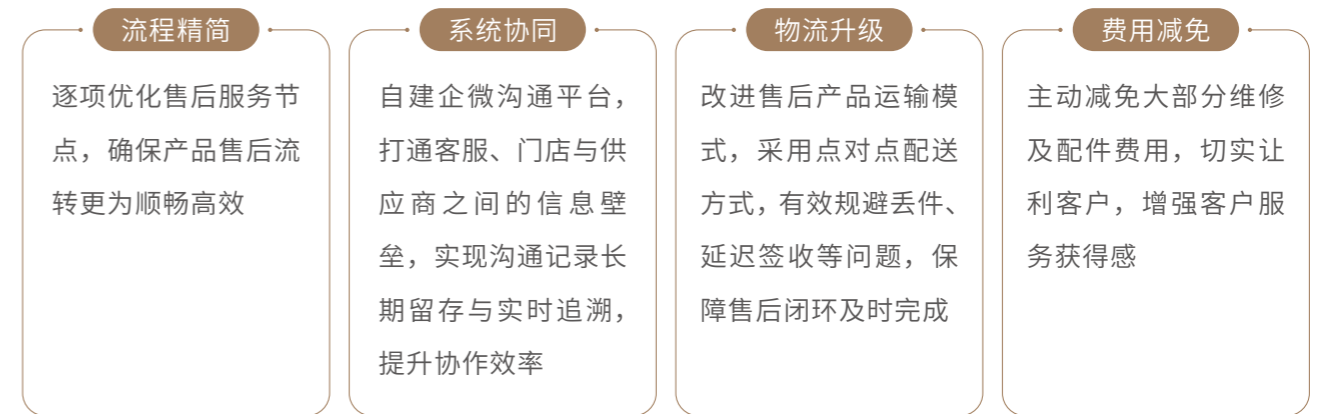
售后服务

公司坚持以客户为中心，持续健全售后服务机制，围绕流程优化、数字赋能与服务创新，构建高效便捷的售后体系，不断提升客户满意度与品牌信任度。

优化服务链路，提升售后响应效率

公司对售后服务全流程进行全面梳理，着力压缩周转环节，提升售后处理时效。

◆ 售后服务全流程优化



升级门店体验，传递品牌服务温度

2025 年，公司于上海新天地、深圳万象城先后启幕 Maison DAZZLE 全新品牌旗舰店，以独具匠心的空间设计与高品质购物环境，为消费者带来沉浸式、有温度的服务体验，进一步夯实品牌与客户之间的情感连接。



📊 指标与目标

指标	单位	2025 年
客户投诉解决率	%	100
售后响应时限	工作日	1

品质保障

公司构建涵盖《成衣入库检验质量判定标准》《成衣采购入库质量检验工作标准》等制度的质量管理体系，已获得 ISO 9001:2015 质量管理体系认证，并持续维护体系有效运行，将质量管控要求贯穿产品全生命周期。

产品质量管控体系

公司已构建“原材料甄选 — 生产过程管控 — 成品检验 — 售后追溯”的全链路品质管控体系。

产品质量管理流程

建立严格的面辅料准入标准，选择中国、意大利、日本等优质供应商，对原材料进行抽样检测，合格后方可投入生产



通过流水线逐件检验方式对成品进行全面检测，检测合格后入库；同时加入上海市消费品召回直通车，建立产品质量问题快速响应与召回机制

派驻专业跟单人员全程监督生产过程，严格把控工艺标准与生产进度，及时处理技术难点



▲ ISO 9001:2015 质量管理体系认证

产品原材料甄选

公司制定严格的原材料甄选标准，优先选择环保、安全、可持续的面料与辅料，明确禁用有害物质清单。

可持续供应链管理

供应商准入与审核

公司已建立“ESG + 品质 + 履约能力”三位一体的供应商准入机制，制定《供应商准入流程》，在供应商遴选过程中，除评估生产能力、品质管理、交期保障等指标外，重点审核其环保合规、劳动用工、安全生产等 ESG 相关表现。此外，公司建立供应商年度评价体系，从资质、品质、交期、配合度等维度进行综合考核，评级分为 A/B/C/D 四档，对评为 D 级或连续两季评为 C 级的供应商予以淘汰，确保供应链持续保持优质高效。

供应商合作协议核心内容

知识产权保护

公司对原创时尚设计实行严格保护，供应商不得以任何形式侵犯公司知识产权，确保设计成果的独占性与品牌独特性。

保密义务

供应商须对公司商业秘密承担严格保密责任，包括但不限于公司自行开发或委托第三方开发的图案、产品样式、设计图、色卡、材料样本、色样、标识、商标、品质标准及价格信息等。

廉洁合规

双方共同加强对各自人员的廉洁教育与合规引导，严禁以财物或其他手段贿赂对方员工，杜绝索贿、受贿等违规行为，营造风清气正的合作环境。

安全生产

供应商须通过年度消防检查，并建立完善的应急响应预案，确保生产经营活动符合安全生产要求，保障员工与企业财产安全。



同时，在合作协议中明确《廉洁条约》，要求供应商遵守廉洁经营、劳动保护、环保合规等要求，2025 年实地走访供应商，开展 ESG 专项培训与宣导，推动供应链 ESG 水平协同提升。

案例 | 深化供应链廉洁文化宣贯

为将合规要求从合同条款转化为合作方的内生意识，公司于 2025 年主动走访 36 家核心供应商。通过在工厂现场向管理层及员工宣讲公司的合规政策与商业道德准则，有效推动了供应商从“被动约束”向“主动认知”转变。此举不仅强化了供应链前端的风险防控能力，更将合规内化为双方合作的基本责任，从源头筑牢了供应链的“防火墙”。

供应链数字化管理

公司积极推进供应链数字化转型，同步搭建供应链数据中台，围绕成本管控、生产进度、质量监测及供应商绩效等核心维度，构建多维度数据分析体系。目前，已上线成品交付实时看板、质量洞察看板、生产进度分析看板及出入库实时监控系統，实现对供应链关键节点的动态追踪与可视化管理。

通过数据中台的持续建设，公司有效打通业务流与数据流，推动数据资源向业务价值转化，为供应链运营效率提升、风险预警及决策优化提供有力支撑，助力供应链管理体系向数字化、智能化方向稳步迈进。



携手经销商

地素时尚始终将经销商视为核心伙伴，通过系统化管理、专业化赋能与多元化活动支持，构建协同发展的经销体系。本年度，公司将进一步深化合作，以创新举措和精准资源投入，助力终端业绩提升与品牌影响力扩大，实现共赢发展。

经销商管理

公司建立健全的经销商全生命周期管理机制，从准入筛选、目标设定到日常运营指导与评估优化，确保经销网络健康有序运行。通过定期经营复盘与动态调整，优胜劣汰，持续提升渠道质量。

报告期内，公司强化数据化经营辅导，为经销商提供市场分析、库存优化等支持，帮助店铺提升运营效率，为稳健增长奠定基础。

经销商培训赋能

公司高度重视经销商能力建设，围绕品牌理念、销售技巧、VIP 维护、商品管理及陈列标准等核心领域，开展系统化培训。本年度，公司组织多场区域集中培训，覆盖广东、广西、海南及安徽等省（区），参训人员包括品牌主管、店长及陈列师，通过理论授课与实战演练相结合的方式，全面提升终端团队专业素养。

培训成效不仅体现在业绩增长上，更在于团队能力的实质性提升



广东、广西、海南区域培训后，品牌主管与店长在销售服务、VIP 维护、陈列实操等环节补齐短板，区域执行标准实现统一，品牌专业形象显著增强，客户对品牌的信任度与认可度同步提升。

培训成效不仅体现在业绩增长上，更在于团队能力的实质性提升（续）



安徽区域培训则聚焦零售运营思维与商品数据分析能力，帮助团队掌握会员纳新与精准维护技巧，同时通过陈列标准落地与带教过货流程优化，终端管理基础更加扎实，店铺经营信心与客户满意度双双增强。

经销商合作共赢

公司坚持与经销商共创共赢，通过丰富多样的营销活动与激励机制，激发终端活力。本年度，公司策划并支持了多场主题鲜明的店铺活动，涵盖文化手作、香薰体验、收纳 DIY、VIP 尊享走秀等形式，2025 年累计开展 18 场。这些活动在推动业绩的同时，更在顾客体验、品牌口碑与团队赋能方面产生了深远影响。

案例 沉浸式文化体验，深化顾客情感联结

在青绿文化活动中，多家门店以如意结 DIY 为载体，打造沉浸式互动场景。顾客在亲手制作中感受品牌文化，留店时长显著延长，导购得以深度沟通品牌理念与产品美学。活动不仅提升了顾客对品牌的好感度与忠诚度，更让门店在商场内形成良好口碑，获得商场高层对品牌实力与活动效果的高度认可。



案例 创意手作赋能，激发团队信心与行业认可

沙蜡香薰手作活动以创意互动吸引顾客参与，门店员工在活动中展现出优秀的组织与沟通能力。活动期间，会员到店转化率达 90%。多家门店凭借出色的业绩表现荣获商场“优秀销售团队奖”，为后续争取商场资源与宣传支持打下了坚实基础，团队士气得到有效提振，品牌的行业影响力也同步提升。



案例 精准 VIP 维护，强化品牌温度与归属感

收纳包手作沙龙与 VIP 尊享走秀活动，聚焦高价值客群的深度维护。门店通过定制邀请函、专属造型打造、精致拍摄留念等环节，为顾客营造尊崇体验。活动现场多有母女、母子温馨同行，品牌服饰被赋予情感记忆，顾客自发分享传播，形成二次宣传效应，品牌温度与归属感深入人心。



行业共进

公司积极融入时尚产业生态，通过深度参与行业协会、高端论坛及行业活动，持续拓展品牌影响力。作为中国服装协会理事单位，公司深度参与行业标准研讨与产业趋势交流，与同行共同推动中国时尚产业的可持续发展。同时，公司通过品牌发布、时尚盛典等形式，与产业各方共享资源、共促创新，不断深化与上下游伙伴的协同联动，在行业共进中传递品牌价值理念，提升品牌在时尚领域的专业形象与领先地位。

公司行业协会参与情况



回馈社会

治理

公司建立“管理层执行 + 专项小组推进”的社会责任治理架构，明确回馈社会的战略方向与实施路径。设立公益专项小组，由总经理办公室、人力资源部、市场部等相关人员组成，负责公益项目筛选、执行、跟踪与披露，确保公益行动透明、高效、合规。同时，建立公益项目评估机制，定期对项目成效进行复盘，提升社会责任实践的质量与影响力。

战略

公司将社会责任融入核心发展战略，秉持“创造美学的多重体验，让更多的人以赤诚的心，自信、勇敢的姿态拥抱美好世界”的理念，聚焦乡村教育、乡村建设、公益帮扶等重点领域，通过公益捐赠、项目合作、产业帮扶等多种形式回馈社会。同时，公司系统识别社会责任相关风险与机遇，将社会责任实践与企业发展深度融合，以实际行动彰显品牌责任担当，提升品牌美誉度与社会价值，实现企业与社会的协同发展。

风险识别

类型	风险名称	潜在影响	管理策略 / 应对措施
项目执行风险	公益项目在筛选或执行过程中，存在优化空间，可能影响资源投入的精准性与成效	对社会责任工作的持续深化形成一定影响	<ul style="list-style-type: none"> 完善公益项目评估标准，优先选择公信力良好、需求清晰、成效可衡量的项目，与正规公益组织建立合作； 制定公益项目执行指引，明确资金使用、进度跟踪、成效评估等关键环节要求； 适时公开公益项目进展与资金使用情况，增强工作透明度
品牌关联风险	合作公益组织在运营过程中可能存在不确定性，需持续关注其动态	可能对品牌形象带来一定影响	<ul style="list-style-type: none"> 对合作公益组织开展前期沟通与背景了解，关注其资质与项目经验； 在合作协议中明确双方权利义务，保障合作过程规范有序； 建立日常关注机制，及时了解合作方动态，保持沟通顺畅
合规风险	公益捐赠流程的规范性有持续提升空间，资金管理需进一步精细化	对企业合规管理体系提出更高要求	<ul style="list-style-type: none"> 严格遵守《中华人民共和国慈善法》等相关法律法规，持续规范公益捐赠流程，确保资金来源与使用符合要求； 财务部门对公益资金实行专项核算，保留完整凭证，确保账目清晰； 定期开展社会责任相关培训，提升团队合规意识与专业能力

机遇识别

类型	机遇名称	潜在影响	管理策略 / 应对措施
品牌价值提升机遇	积极履行社会责任，塑造有温度、有担当的品牌形象	增强品牌美誉度与消费者认同感，提升品牌溢价能力	<ul style="list-style-type: none"> 聚焦乡村教育、乡村振兴等重点领域，打造具有影响力的公益项目； 通过官方渠道、社交媒体等公开公益实践成果，传递品牌社会责任理念； 邀请员工、客户参与公益活动，增强品牌与利益相关方的情感联结
业务协同机遇	“时尚 + 公益”模式创新，推动品牌与公益深度融合	拓展品牌传播渠道，吸引潜在客户，促进业务增长	<ul style="list-style-type: none"> 在产品销售中融入公益元素，如公益宝贝、限量公益系列； 结合品牌特点开展特色公益活动，如旧衣回收、设计帮扶等，实现公益与业务协同； 与公益组织、媒体合作开展宣传活动，扩大品牌影响力
员工激励机遇	公益实践增强员工使命感与归属感	提升员工凝聚力与工作积极性，降低员工流失率	<ul style="list-style-type: none"> 组织员工参与公益项目，如乡村支教、公益捐赠落地等； 宣传员工在公益活动中的突出表现，树立榜样； 将社会责任实践成果纳入企业文化建设，增强员工对品牌的认同感

影响、风险和机遇管理

公司已建立公益项目全流程风险管控机制，从项目筛选、合作方尽调、执行跟踪到成效评估，层层把关，并加强舆情监测，快速响应社会关切，维护品牌形象。

案例 | 2025 年雪豹公益胶囊系列公益实践

2025 年，地素时尚旗下核心品牌 DAZZLE 秉持“Love Creates 以爱拥抱自然、拥抱原生之美”，在世界自然基金会 (WWF) 技术支持下，与一个地球自然基金会再度携手，推出雪豹公益胶囊系列，延续生物多样性保护公益实践，以时装为载体践行企业社会责任。

本次系列聚焦青海三江源地区——中国约 60% 雪豹的栖息地，特邀 BBC 2023 年百大女性、藏族可持续倡导者巴央及其三江源生态环保协会伙伴共创，传递“山干净，水干净，人心干净”的生态守护理念。创作中以雪豹形象、纹理为设计灵感，融入赭红、松绿等民族色彩，实现自然之美、民族特色与当代时尚的融合，同时助力当地原生态资源活化利用。

品牌同步打造多元公益联动，携手三江源环保人定制以牦牛奶、天然植物油制作的牦牛手工皂，限量 1750 个随系列以线下买赠形式礼赠消费者；制作专属宣传册随产品赠送，深度传递公益与生态故事。此外，通过《Wallpaper》中文版全平台发布系列内容，扩大雪豹保护、三江源生态保育的公益影响力，推动更多社会力量参与生物多样性保护，实现生态保护、文化传承与时尚传播的多方共赢。



▲ 一块为保护水源而诞生的香皂



▲ 宣传册



▲ 媒体发布

◆ 其他公益实践

- 01 2025 年 2 月，公司通过长风社区基金会向西藏日喀则市“百企连百村”行动结对帮扶捐赠 1 万元，精准助力乡村振兴与民族团结，彰显了企业心系边疆、回馈社会的责任担当，有效传递了公益正能量，提升了企业关爱民生的温暖形象。
- 02 2025 年 3 月，公司向浙江省阳光教育基金会进行捐赠，助力构建从基础教育到高等教育的连续性帮扶，为困境学子完成学业提供了有效保障。为浙江开化、丽水等山区学校改善教学环境、基础设施改造添砖加瓦，如提升改造篮球场、铺设教学楼地面地胶、翻新校园路面等，极大的改善了师生的学习生活环境。
- 03 2025 年 6 月，公司通过上海市慈善基金会，向云南省红河州金平县勐桥乡骂卡村提供公益帮扶资金，用于支持当地乡村建设。公司结合帮扶地区实际情况，坚持“一村一策”开展精准共建，助力乡村振兴稳步推进。
- 04 2025 年 9 月，公司延续 2024 熊猫公益胶囊系列中对野生大熊猫和传统非遗蜀绣的保护工作。在世界自然基金会 (WWF) 技术支持下，DAZZLE 与一个地球自然基金会再度携手，以 2025 DAZZLE 雪豹公益胶囊系列，展现出带有在地情感与公益思考的当代时装。借由雪豹公益胶囊系列，从与牦牛绒生产基地的合作、到牦牛相关环保产品的选择，DAZZLE 立足时装品类，通过对在地化工艺和原生态材料的运用，以不同角度将参与公益的初心化为时装生产的动力。

指标与目标

公司持续加大创新投入，强化设计研发能力建设，不断提升原创设计产出及商标、版权等知识产权保护水平。未来，公司将继续围绕产品创新与知识产权管理，推动原创设计能力提升与成果有效运用，助力企业实现长期可持续发展。

指标	单位	2025 年
公益捐赠投入总额	万元	41
乡村振兴投入总额	万元	11



04 以人为本 凝聚女性力量

SDGs 对标



员工雇佣与多元化	57
员工培养与发展	59
员工福利与关怀	63
员工安全与健康	65

地素时尚秉持以人为本的发展理念，关注员工全生命周期的成长与关怀。在平等公正的雇佣环境下，公司推动多元共融，搭建系统化培训体系，完善薪酬福利与健康安全管理，提升员工专业能力与幸福感。通过强化员工赋能、福利保障与安全健康，企业凝聚女性力量与团队活力，形成支持创新与可持续发展的稳固人力基础。



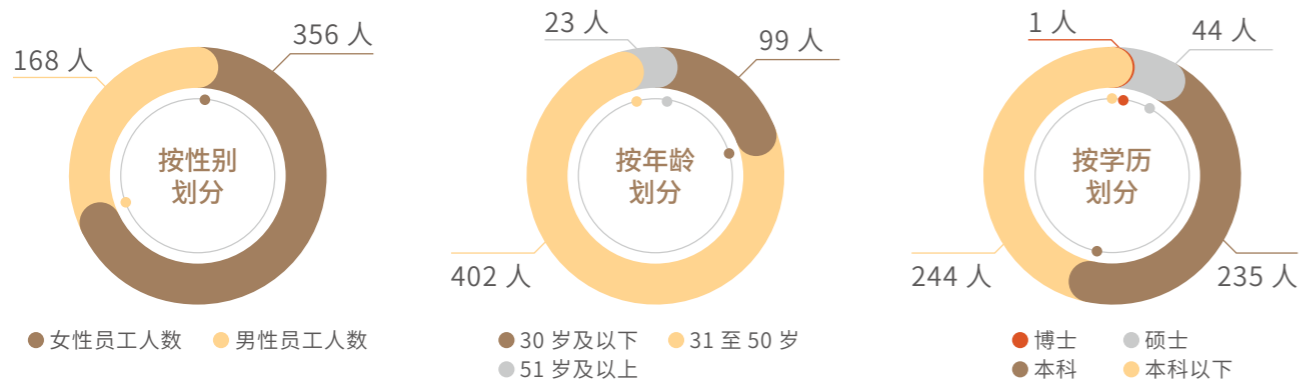
员工雇佣与多元化

地素时尚严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规，以《员工手册》为基础不断完善员工雇佣管理的规范化、制度化建设，致力于为员工提供稳定、透明且有序的工作环境。公司秉承平等雇佣原则，坚决反对任何形式的歧视与强迫劳动，并通过积极构建多元、包容的组织文化，支持每位员工获得公平发展机会，为组织持续激发活力与创造力。

平等雇佣与多元化

公司秉持公平、公正、公开的用人原则，致力于为所有员工提供平等的就业与发展机会。公司在雇佣过程中严格禁止任何形式的歧视，并明确杜绝使用童工与强迫劳动。同时，公司积极构建多元、包容的组织文化，重视并支持女性员工的职业发展，为不同背景的员工创造公平的成长平台，以促进组织活力的持续提升。

员工构成



关键绩效

报告期内 公司共有员工	雇佣少数民族员工	残疾员工
524名	5人	6人

人才吸引

公司围绕业务发展需求，构建了多渠道、多元化的人才引进体系，通过社会招聘、校园招聘及内部选拔持续吸引适配人才。在人才管理方面，公司通过开展系统性人才盘点、优化人岗配置、加强梯队建设与后备培养，不断提升组织人才密度与结构质量，为公司的可持续发展提供稳定的人才支撑。

员工薪酬与激励

公司建立了以绩效为导向的薪酬管理体系，不断优化结构与机制，以保障分配的公平性与激励效果。公司通过引入外部专业咨询，对直营零售前线人员的激励方案进行了专项优化，提升体系的科学性。在长期激励方面，公司实施了面向高级管理人员及核心骨干的多元化股权激励计划，使员工分享公司成长价值，有效提升积极性、稳定性与组织凝聚力。

薪酬与绩效管理体系

- 基于岗位梳理原则，优化现有岗位数量，并规范岗位标准。
- 优化薪酬年度调整工作，建立更加有序和维度多元的调薪机制。
- 结合公司人才流动情况与企业属性，完善了薪酬外部市场对标及层级薪酬的匹配。
- 在薪酬体系项目实施的基础上，进一步优化终端零售员工的薪酬福利标准，完善了固定与浮动工资的结构，更好地激励高绩效优秀员工的同时，也展现出对新员工的鼓励与关怀，加速新人的培养和留任。



员工培养与发展

治理

公司建立了由人力资源部门统筹、各业务部门协同推进的员工培训与发展管理体系，明确培训规划、实施及评估机制，保障各类培训工作的有序开展。

在制度层面，公司持续完善人才发展相关制度与管理要求，通过升级人才标准，构建覆盖员工全职业周期的能力发展框架。同时，公司制定并实施《员工晋升管理制度》，明确不同岗位序列的晋升标准与评估机制，为员工发展提供制度保障。

战略

公司围绕业务发展与组织能力建设需求，持续推进人才发展体系升级，强化对关键岗位人才及中坚力量的培养，提升组织整体竞争力。公司构建了统一的人才评估标准，用于识别高绩效及高潜力人才，并作为人才培养与发展的重要依据，持续提升组织整体能力水平。

◆ 地素人才六项素质



基于行业竞争格局及组织能力建设需求，公司对人才发展相关风险与机遇进行了系统识别与评估。在行业竞争加剧及组织能力持续升级的背景下，公司面临核心人才吸引与保留的双重挑战，人才流动可能对业务稳定性及发展连续性产生一定影响。同时，公司亦将人才发展视为重要机遇，通过完善培训体系与职业发展机制，持续提升员工能力与组织黏性，推动形成结构合理、能力突出的高质量人才队伍，为公司长期发展提供坚实支撑。

◆ 风险识别

风险类型	风险名称	潜在影响	应对措施
核心设计研发风险	核心设计 / 研发人才流失	可能导致新品推出节奏略有波动，影响创新连续性	提供有竞争力薪酬及激励机制，建立关键岗位人才储备和继任计划
营销与数字化风险	高端营销及数字化运营人才短缺	可能对品牌推广及会员运营效率产生一定影响	拓展多渠道招聘，强化雇主品牌，设立培训与人才孵化计划
门店运营风险	零售与门店管理能力不足	可能影响门店服务一致性和客户体验	建立标准化培训体系，开展店长及团队管理能力提升课程

◆ 机遇识别

机遇类型	机遇名称	潜在影响	管理策略
员工技能发展机遇	员工技能提升	有助于提升组织整体创新能力与运营水平	提供岗位技能培训、跨部门轮岗和内部导师计划
创意与多样性机遇	创意与多元化团队建设	可增强产品创新力和品牌多样性	通过校企合作、实习及人才储备计划引入创意与专业复合型人才
人才保留机遇	内部晋升与留任	有助于提升员工忠诚度与稳定性	优化晋升通道，定期开展职业规划与绩效评估，结合激励机制留住核心人才

影响、风险和机遇管理

围绕已识别的人才发展相关风险与机遇，公司持续完善多层次、多形式的培训体系，系统提升员工专业能力与综合素质。2025 年，公司进一步升级人才盘点与培养机制，围绕核心素质模型精准识别高绩效及高潜力人才，并通过针对性培养项目提升其综合能力。

员工培训

案例 | “新星启航营” 新员工培训

2025 年 3 月至 8 月期间，公司开展“新星启航营”新员工培训项目，通过体系化课程设计，覆盖 34 名来自不同背景的新入职员工，围绕公司核心价值观、品牌发展历程、办公系统应用（如飞书）及制度流程等内容，促进新员工在文化认知与基础能力上的同步提升。培训平均满意度达 9.82 分（满分 10 分）。该项目有效缩短了新员工适应周期，提升入职初期稳定性与组织融入度。



▲ 培训合影



▲ 培训合影

案例 | 2026 策略解码落地共创会

2025 年 6 月至 8 月期间，公司围绕 2025 年第四季度及 2026 年经营目标，组织开展 2026 策略解码落地共创会，面向销售管理团队系统提升战略思维与业务规划能力。活动通过共创研讨形式，组织特许经营团队与零售直营团队围绕业务发展重点进行深入分析与讨论，识别关键业务机会点，明确策略方向及落地行动路径，推动经营策略向具体举措转化，强化组织执行力与协同能力。



▲ 培训现场



▲ 培训现场

案例 | 《地素人才管理》专项培训

2025 年 5 月至 9 月期间，公司持续开展《地素人才管理》专项培训，面向管理层群体系统提升人才管理能力。项目围绕战略性人才管理原则及高绩效人才六项素质模型展开，结合“人才沙盘游戏”等情景模拟方式，强化管理者在人才识别、评估与培养过程中的实践能力。公司持续推动人才管理理念与方法在各层级逐步落地，提升组织在人才选拔与梯队建设方面的规范性与一致性，为业务发展提供稳定的人才支撑。

职业发展

在职业发展方面，公司构建了涵盖多岗位序列的职业发展体系，形成“Z”型职业发展路径，打通不同岗位间的发展通道。通过完善任职资格体系与岗位等级划分，公司明确各层级晋升标准，为员工提供清晰、可预期的发展路径，提升员工发展确定性与组织稳定性。

◆ 公司“Z”型职业发展路径



指标与目标

公司通过持续培训与实践活动，不断激活组织能力，提升员工专业技能和领导力，为业务长期稳健发展提供支撑。未来，公司将继续优化培训资源，强化关键岗位及核心人才培养，推动员工能力与组织绩效协同提升。

关键绩效

报告期内，公司

全年共开展各类培训活动

15 场

覆盖员工

524 人

全年培训总时长

2,916 小时

员工福利与关怀

地素时尚持续关注员工福利与生活关怀，在依法落实法定社会保险的基础上，提供多样化的员工福利待遇，丰富员工的文体娱乐活动与节日体验。报告期内，公司员工社保已按规定全额缴纳，同时举办多次节日活动及内部文体活动，增强员工归属感与满意度。

员工福利类型

法定福利

- 五险一金
- 法定节假日
- 年休假

公司福利

- 就餐补贴
- 交通补贴
- 通讯补贴
- 员工生日
- 节日福利
- 健康体检
- 置装补贴
- 高管补充商业医疗保险
- 夏季员工关怀
- 员工活动
- 员工班车
- 停车位
- 直系亲属过世慰问金
- ……

案例 | “蜕变”新年员工活动

2025年1月，公司举办了以“蜕变”为主题的新年员工活动，深刻实践了“爱创造一切”的核心理念。活动巧妙地将员工关怀与社会公益相结合，通过“助养小动物计划”传递温暖，并利用分场次参与的贴心安排确保每位伙伴都能在舒适的氛围中感受节日喜悦。这种集互动通关、文化问答与惊喜礼包于一体的形式，不仅让员工在繁忙工作之余获得身心放松，更增强了大家对公司大家庭的归属感与认同感。



▲ 新年活动大堂拍照打卡点



▲ 参与助养小动物计划海报

其他员工活动



民主管理

公司注重民主管理与员工沟通机制的完善，通过定期召开职工代表大会和开展员工满意度调查，搭建畅通的沟通渠道，确保员工意见能够及时反馈和处理。

员工安全与健康

地素时尚始终将员工健康与安全作为企业管理的首要任务，严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》等相关法律法规，建立完善的职业健康管理体系和岗位安全操作规范，通过制定《职业健康管理体系》等制度，明确各级管理责任，保障员工职业健康与安全。

职业健康

在职业健康方面，公司为员工提供必要的劳动防护用品，确保工作过程中的安全防护；定期组织职业健康体检，全面掌握员工健康状况，及时发现潜在健康问题。公司建立职业健康危害识别与风险评估机制，针对不同岗位制定防控措施，有效降低职业病风险。

关键绩效

报告期内，公司未发生职业病或职业禁忌发病的情况

公司工伤保险投入

35.28 万元

工伤保险覆盖率

100%

应急管理

公司建立完善的消防安全组织架构及职责体系，确保各级管理人员分工明确、责任到人。公司定期开展消防培训和应急演练，提升员工应急处置能力和安全意识；同时，持证消防员及保安主管常态化检查消防设备的完好状态及有效期，及时处理设备遮挡等风险隐患，并对责任人进行培训跟进，确保设施随时可用。

消防安全组织架构



消防安全管理职责



- ◆ 持证消防员、保安主管常态化对消防设备的完好及有效期做检查
- ◆ 保安在各楼层巡查中，发现有遮挡消防设备的，及时处理，并上报，持证消防安全员或保安主管，对遮挡消防设备事件的责任人跟进培训
- ◆ 持证消防员、保安主管协助消防维保系统，做好每月的消防设备检查



05

绿色风尚 引领低碳自然共生

地素时尚将可持续发展深度融入企业运营与品牌建设，构建了覆盖绿色运营、循环经济与生态保护的系统性实践体系。公司以合规管理为基础，通过技术创新与精细化管理持续提升资源效率，并以设计驱动材料循环，将环保理念转化为具有市场吸引力的产品与品牌叙事。同时，公司通过公益联动与科研支持，积极履行保护生物多样性的企业责任，致力于实现商业价值、环境效益与社会责任的和谐统一。

SDGs 对标



绿色运营

69

可持续时尚

73

生物多样性保护

77



绿色运营

地素时尚严格遵守生态环境保护相关法律法规，建立并持续完善内部环境保护管理制度，明确公司在节能减排、资源循环利用、污染预防及推动循环经济等方面的具体措施。公司将运营活动对环境的潜在影响降至最低，并积极推动公司员工及利益相关方落实相关环保要求。2025 年，公司持续获得 ISO 14001 环境管理体系认证。



▲ 环境管理体系认证证书

◆ 环境管理政策及措施

环境议题	环境保护措施
能源使用	公司全面监控和管理能源使用，确保能源高效分配和利用，提升能源使用效率
水资源管理	公司注重水资源的合理利用，实施有效的水资源管理措施，珍惜和保护有限的水资源
污染物排放	在生产运营过程中，公司积极管理各类污染物，推进环境污染防治工作，致力于减少对环境的负面影响
应对气候变化	应对气候变化挑战方面，公司着力减少直接和间接的温室气体排放，并鼓励供应商采取有效的减排措施
保护生物多样性	公司遵循国际和国家生物多样性保护标准，在生产和供应链管理中尽量减少对生态环境、动植物的影响
循环经济	公司鼓励资源的循环再利用，推动包装材料的优化，提倡使用可降解、可回收和可再生的材料，并提高废弃物和副产品的回收利用率

应对气候变化

公司已初步将应对气候变化纳入环境管理考量，通过持续提升自身运营的能源与资源使用效率、探索产品与供应链的绿色转型路径，以系统性管理气候相关风险，并积极把握低碳发展机遇。

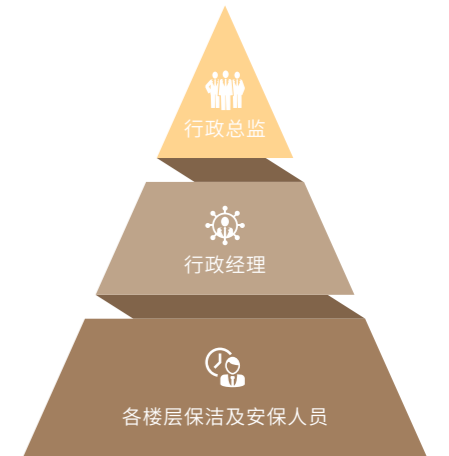
能源与资源管理

治理

公司已建立系统的三级节水管理架构，通过实施全面监控与精细化管理，在保障运营的同时致力于提升能效、减少浪费。公司积极践行绿色办公理念，推广节能设备、无纸化办公及员工环保倡导，以降低运营对环境的影响，助力可持续发展。

战略

公司通过技术改造、制度规范与全员行为倡导相结合的方式，持续降低能源与水资源的消耗强度，提升整体利用效率，以达成减排与节水目标，有效管理相关风险与机遇，为公司的可持续运营与环境绩效提升提供系统支撑。



▲ 节水管理架构

◆ 风险识别

类型	风险	潜在影响	应对措施
财务风险	运营成本上升风险	利润率下降，成本控制压力增大	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 技术节能：推进公共区域照明系统智能化改造。 ◆ 管理节能：加强非办公时段巡查，及时关闭空调、照明等设备；严格执行夏季空调温度设定标准。 ◆ 行为节能：倡导“人走灯灭、人离电断”，推行下班关闭电子设备电源等措施。
合规与声誉风险	环境管理不合规与负面评价风险	面临潜在的监管关注，品牌形象与社会声誉受到影响	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 制度构建：明确节水、节电等资源管理制度，将水资源现场管理职责赋予各楼层保洁人员。 ◆ 文化引导：通过内部培训与宣传，强化全员环保意识，使节约要求内化为行为准则。
运营风险	资源利用低效与管理粗放风险	造成持续的资源损耗，反映内部运营精细化水平不足	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 过程管控：推行绿色办公，加强对打印设备使用的管理与引导。 ◆ 资源循环：建立办公用品内部流转机制。 ◆ 即时响应：要求员工合理控制用水；保洁人员在巡查中及时处理未关水龙头及上报漏水点。
员工与文化风险	绿色措施执行落地风险	绿色办公制度流于形式，无法达成预期节能节水目标	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 宣导培训：定期开展环保意识宣传，解释措施意义。 ◆ 明确指引：制定具体、可操作的“绿色办公小贴士”及行为规范。 ◆ 柔性督导：通过保洁巡查等非强制方式，对浪费行为进行及时提醒与纠正。

◆ 机遇识别

类型	机遇	潜在影响	推行策略
财务风险	直接运营成本节约	降低水电费用及办公耗材采购成本，提升整体运营效率与利润率。	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 技术与管理降耗：实施感应照明改造、空调温控、设备电源管理等措施。 ◆ 资源内循环：通过办公用品内部流转，延长资产使用寿命，减少新购支出。 ◆ 精细化用水管理：通过及时维修与行为纠正，减少水资源的损耗。
品牌价值机遇	绿色品牌形象与市场竞争力提升	增强消费者、投资者及合作伙伴对公司的信任与认同，提升品牌美誉度。	绩效积累：扎实落地各项绿色办公与资源节约措施，形成可量化、可追溯的环境绩效。
运营效率机遇	管理精细化与资产使用效率提升	优化内部管理流程，提升资产利用率，降低隐性管理成本。	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 流程优化：将资源管理职责纳入日常岗位职责，实现常态化管理。 ◆ 资产盘活：建立标准化的办公用品流转流程。

📖 影响、风险和机遇管理

公司将具体的节水职责纳入日常运营管理，通过明确各楼层保洁人员的巡查、报修与应急处理职责，实现节水措施的有效落地与资源浪费的及时预防。

◆ 节水管理职责

◆ 各楼层保洁，在日常巡查中，发现有水龙头未关等人为疏忽，要及时处理。



◆ 各楼层保洁负责水资源管理，包括水龙头滴水、抽水马桶的漏水等故障报修及应急处理。

公司在办公运营中积极推行综合性节能节水措施，通过技术改造、制度规范与行为倡导相结合的方式，系统降低能源与水资源消耗，并促进办公资源的内部循环利用，持续提升绿色运营水平。

◆ 绿色办公节约能源、水资源措施

对部分公共区域的照明系统进行了智能化改造，更换为感应式开关



推行绿色办公，加强对日常打印设备的管理与使用引导



夏季空调温控调节不得低于 26°C，如夏季空调面板显示室内温度 ≥ 26°C 可开启冷空调



员工洗手、清洗茶杯，调整好龙头的出水量，尽量用小水，防止水花四溅



午间休息或离开座位半小时以上的情况关闭电灯、电扇、空调等



下班时关闭工作区域电子设备电源，禁止待机耗电



员工离职后，经核查完好的办公用品将通过内部流程调剂给新员工或其他有需要的同事使用，减少资源浪费



📖 指标与目标

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
用电量	MWh	1,678.59	1,547.08	1,268.51
水资源消耗量	吨	8,312.01	8,009.00	6,476.67
水资源消耗强度	吨 / 亿元营收	313.78	360.93	303.19

🗑️ 废弃物管理

公司在内部运营中推行废弃物源头精细化管理，通过设置清晰的干湿垃圾分类回收点与有害垃圾专门回收区域，系统地引导员工进行正确投放，促进资源回收利用并确保有害废弃物得到安全处置，以减少运营活动对环境的影响。

案例 | 办公运营废弃物源头分类管理

公司在内部运营中推行废弃物源头精细化管理，于办公及运营场所设置了清晰的分类回收设施。公司通过设立干湿垃圾分类回收点，引导员工正确投放，促进资源回收利用；同时，针对废旧电池、过期药品等有害垃圾，设立了专门回收区域，确保其得到安全收集与合规处置，防止环境污染。



▲ 干湿垃圾分类回收



▲ 废旧电池、过期药品指定区域回收

可持续时尚

🗑️ 治理

公司在可持续时尚领域积极推动跨部门协作与外部合作，通过系统整合设计、供应链与营销资源，将循环经济理念融入从产品创新到终端呈现的各环节，为相关实践提供支持与引导。

🗑️ 战略

公司致力于以创意设计为核心驱动力，将环保材料与循环工艺转化为具有市场吸引力的产品与品牌故事，在持续探索可持续美学表达的同时，积极回应消费者对负责任时尚的期待，开拓新的价值空间。

◆ 风险识别

类型	风险	潜在影响	应对措施
供应链与运营	可持续原材料供应与成本挑战	环保系列开发周期可能延长，产品成本增加，影响定价策略与市场竞争力。	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 拓展合作网络：积极开拓并维护与专业环保面料商、回收机构的合作关系，建立多元、稳定的供应渠道。 ◆ 深化内部循环：完善公司内部库存面料、样衣等资源的登记与调度系统，优先在设计中实现内部材料的循环利用。
市场与消费者	市场对“可持续时尚”的认知与接受度差异	消费者可能对再生材料产品的品质、设计或价格存有疑虑，影响销售表现与市场推广效果。	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 强化设计引领：通过高级定制工艺、创意再造等方式，极致展现可持续产品的美学与工艺价值，打破刻板印象。 ◆ 创新价值沟通：利用艺术化、体验式的营销讲述材料故事，直观传递可持续背后的创意与情感价值。
技术与工艺	再造工艺的复杂性与规模化应用挑战	依赖部分手工或特殊工艺的可持续产品，其生产效率较低，难以快速实现大规模商业化生产。	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 产品线分层规划：区分“先锋艺术系列”与“商业环保系列”。 ◆ 持续工艺研发：投入资源研究如何将特色再造工艺与生产效率更高地结合，探索可规模化的创新技术路径。

◆ 机遇识别

类型	机遇	潜在影响	推行策略
品牌价值	塑造差异化的品牌领导力与提升情感联结	在行业内树立鲜明的可持续创新者形象，吸引价值观共鸣的消费者与人才，增强品牌忠诚度与溢价能力。	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 打造标志性可持续 IP：将高端再造系列、艺术家合作项目打造成品牌年度标志性事件，持续积累品牌资产。 ◆ 创造沉浸式体验：通过可持续主题的快闪店、展览、工坊等活动，让消费者近距离感受工艺与故事，深化品牌认同。
产品创新	驱动设计革新与开辟新的市场赛道	对回收材料的创造性应用，催生独特的设计语言与产品线，满足市场对个性化、有故事、有责任感产品的需求。	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 支持创新实验：鼓励设计团队与外部艺术家、工作室进行可持续材料与形式的跨界探索。 ◆ 拓展产品矩阵：基于成功的再造工艺，逐步开发涵盖不同价位与品类的环保系列，扩大市场覆盖。

影响、风险和机遇管理

公司识别在实践可持续时尚过程中面临的主要风险与机遇，并通过具体的产品与营销项目进行积极管理。在应对市场认知等挑战的同时，公司着力把握其在提升品牌形象、驱动产品创新等方面的潜在机遇，推动循环理念从先锋尝试向更广泛的应用场景拓展。

案例 | DAZZLE 海洋塑料垃圾回收再生项目

公司 DAZZLE 品牌与专业环保组织协作，从海洋中打捞废弃 PET 塑料瓶，经过消毒、分选、破碎、水洗等工序后制成纱线。每个小号布袋约消耗 10 个海洋塑料瓶，实现了“垃圾”到“时尚单品”的闭环转化。该项目不仅以量化方式减少了海洋污染，更凭借再生材料稳定、易护理的特性，为消费者提供了兼具环保价值与实用功能的产品选择，生动传达了资源循环再生的可持续理念。



▲ 环保手提袋

案例 | 回收材料创意橱窗艺术

公司与 BLOOP BLOOP 工作室合作，将循环经济理念延伸至视觉营销领域，通过回收利用废旧针织品、库存面料及购物网兜等材料，以全手工编织与重塑工艺，将其改造为具有独特材质碰撞感与艺术温度的创意橱窗装置。将本可能被废弃的材料转化为品牌视觉呈现的一部分，在减少资源消耗的同时，创新传达了可持续美学。



▲ 创意橱窗

案例 | DIAMOND DAZZLE 高定系列中的循环实践

DIAMOND DAZZLE 探索高端时尚与循环经济的融合，实践“肌理再造”工艺与可持续理念的结合。该系列以回收面料、库存余料及经典产品为原材料，运用高级定制工艺对其进行解构与重塑。通过创意拼接、层叠技法及精细手工，将原本可能被闲置或废弃的材料，转化为具有艺术深度与独特层次感的高定时装，如再造礼服、拼接套装等作品。此举在减少资源消耗的同时，亦以设计创新提升了材料的生命周期与价值，展现了品牌在可持续高端时尚领域的持续探索。



▲ 回收面料再造休闲正装礼服



生物多样性保护

地素时尚将生物多样性保护融入企业责任与品牌发展，通过携手权威环保机构、文化伙伴与国际品牌，积极探索商业向善的多元路径。公司创新推出“熊猫公益胶囊系列”，将部分销售所得直接用于支持野生大熊猫及其栖息地保护，实现了从市场端到保护行动的价值转化，以此履行守护自然遗产的承诺，促进文化遗产与生物多样性的可持续发展。



▲ DAZZLE& RAZZLE 熊猫公益胶囊系列

案例 | 地素时尚熊猫家园栖息地保护与科研监测项目

2025年8月，公司与深圳市一个地球自然基金会合作，启动“地素熊猫家园”生物多样性保护项目。在公司资助、世界自然基金会（瑞士）北京代表处提供技术支持的合作下，深圳市一个地球自然基金会组织基层保护人员完成了野外红外相机的布设、数据回收、栖息地巡护及详尽的影像数据分析工作，为栖息地管理提供了关键数据支撑与决策依据。此项目不仅直接助力提升目标区域大熊猫种群的保护力度，也通过赋能基层保护团队，增强了生物多样性保护的综合管理能力。



▲ 熊猫家园栖息地保护与科研监测项目



▲ 熊猫家园栖息地保护与科研监测项目

指标索引

一级议题	二级议题	相关章节
应对气候变化	气候变化相关风险和机遇管理	绿色运营
	评估公司的战略、商业模式等对气候变化的适应性	绿色运营
	为应对气候相关风险和机遇的转型计划、措施及其进展	绿色运营
	温室气体减排实践	绿色运营
	有利于减少碳排放、实现碳中和的新技术、产品、服务	可持续时尚
污染物排放	排污信息	绿色运营
	排污处理	绿色运营
	对群体的影响	绿色运营
	行政处罚	绿色运营
废弃物处理	处理情况	绿色运营
生态系统和生物多样性保护	退出活动	生物多样性保护
	区域内保护措施	生物多样性保护
	保护恢复措施	生物多样性保护
	生物遗传资源	生物多样性保护
	产品全生命周期影响	生物多样性保护
环境合规管理	风险管理	绿色运营
	突发事件	绿色运营
	行政处罚	绿色运营
能源利用	使用情况	绿色运营
	清洁能源	绿色运营
水资源利用	使用情况	绿色运营

一级议题	二级议题	相关章节
循环经济	目标计划	可持续时尚
	具体措施	可持续时尚
	进展成效	可持续时尚
乡村振兴	公司战略	回馈社会
	具体措施	回馈社会
	工作成果	回馈社会
社会贡献	贡献情况	回馈社会
创新驱动	战略目标	创新设计与知识产权
	具体情况	创新设计与知识产权
	研发成果	创新设计与知识产权
	创新影响	创新设计与知识产权
科技伦理	从事领域	不涉及。公司核心业务不涉及生命科学、人工智能伦理等敏感领域的科学研究、技术开发等活动。
	内部管理	
	违反行为	
	培训宣传	
供应链安全	风险管理	可持续供应链管理
	保障措施	可持续供应链管理
	改进措施	可持续供应链管理
平等对待中小企业	未支付款项	商业道德
	具体情况	商业道德
产品和服务安全与质量	管理体系	品质保障
	质量认证	品质保障
	重大事故	品质保障
	售后服务	客户至上
	可及性	客户至上

一级议题	二级议题	相关章节
数据安全与客户隐私保护	管理体系	数智升级与信息安全
	安全事件	数智升级与信息安全
	客户隐私保护	数智升级与信息安全
	泄露事件	数智升级与信息安全
员工	员工聘用	员工雇佣与多元化
	职业健康与安全	员工安全与健康
	职业发展与培训	员工培养与发展
尽职调查	尽职调查开展情况	可持续管理
利益相关方沟通	沟通制度	可持续管理
	建议渠道	可持续管理
反商业贿赂及反贪污	管理体系	商业道德
	风险评估	商业道德
	培训绩效	商业道德
	发生事件	商业道德
反不正当竞争	管理体系	商业道德
	行政处罚	商业道德

读者意见反馈表

尊敬的读者：

您好！

非常感谢您在百忙之中阅读《地素时尚股份有限公司 2025 年度环境、社会和公司治理报告》。为了向您及其他利益相关方提供更有价值的信息，并有效促进公司提升履行企业社会责任的能力与水平，我们真诚期待您的意见和建议。

选择题（请在相应位置打√）

1. 您对本报告的总体评价是：

非常好 好 一般 较差 差

2. 报告对利益相关方所关心问题的回应和披露？

非常好 好 一般 较差 差

3. 您认为地素时尚在经济责任方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

4. 您认为地素时尚在环境责任方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

5. 您认为地素时尚在安全管理方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

6. 您认为地素时尚在员工责任方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

7. 您认为地素时尚在社区责任方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

8. 报告披露的信息、指标、数据是否清晰、准确、完整？

非常好 好 一般 较差 差

9. 您认为本报告的内容安排和版式设计是否方便阅读？

是 否

开放性问题

您对地素时尚履行社会责任及本报告有任何意见与建议？

地素时尚

DAZZLE

DIAMONDDAZZLE

d'zzit