

南极电商股份有限公司

# 2025年度社会责任报告

# 关于本报告

## 报告编写依据

公司根据《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）、《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）、《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》等相关法律法规及规范性文件的要求，并结合公司在履行社会责任方面的具体情况编制而成的。本报告以公司2024年度工作为重点，真实、客观地反映了公司在从事经营管理活动中履行社会责任方面的重要信息，以促进公司全面健康发展。

## 报告范围

南极电商股份有限公司及合并报表范围内公司。

时间范围报告时间范围为2025年1月1日-12月31日，部分内容因对比需要适度延伸至2025年以前。

## 报告数据

来源报告中数据均来自公司正式文件和统计报告。

## 称谓说明

为方便表述和阅读，南极电商股份有限公司（以下简称“南极电商”或“公司”）

## 联系方式

南极电商股份有限公司

地址：上海市杨浦区江湾城路99号尚浦中心3号楼9-10楼

# 目录

01 企业简介

02 投资者保护

03 客户关系与消费者保护

04 职工权益保障

05 环境与持续发展

06 公共关系与公益

CONTENTS

# PART 01

## 企业简介

COMPANY PROFILE



## 1.1 公司介绍



**南极电商**  
NANJIDS.COM

南极电商股份有限公司前身为南极人，成立于1998年，总部位于上海。

公司证券简称：南极电商，股票代码：002127。

南极电商是一家专注品牌发展、电商产业链生态服务的上市公司，公司通过收购、孵化，打造丰富的品牌矩阵，构建品牌服务、新零售、移动互联网营销等业务版图

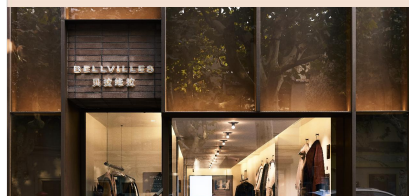
## 1.2 2025年度南极电商大事记

2025年1月



南极人品牌线上渠道  
实施供应端及经销端  
重塑

2025年2月



贝拉维拉品牌五原路  
门店开业

2025年7月



超级南极人上海环球  
港门店开业

2025年10月



MindBridge线上渠  
道开启店群布局

2025年12月



超级南极人、精典泰  
迪常州环球港门店开  
业

## 1.3 南极电商获得的荣誉

01



2025中国上市公司英华奖  
A股成长示范案例

02



中国上市公司协会  
上市公司董事会办  
公室优秀实践

03



同花顺2025上市  
公司年度评选  
机构青睐上市公  
司

04



2025年度上市  
公司卓越投关  
建设奖

05



2025年度上市  
公司ESG价值  
传递奖

## 1.3 南极电商获得的荣誉

时间互联优质的内容创作与运营能力赢得了媒体与客户的广泛认可，并荣获多项行业荣誉。主要包括“金梧奖新客增长类金奖”、“金梧奖场景营销类金奖”、“Topdigital效果营销类金奖”、“金鼠标数字营销大赛效果营销类银奖”、“金远奖社会化营销类银奖”、“金瞳奖用户增长类银奖”、“金梧奖场景营销类银奖”、“Topdigital效果营销类银奖”、“互动创意奖&媒介营销奖银奖”、“金投赏CA-1030终端智能设备整合银奖”、“金梧奖WA-32效果营销类铜奖”、“金梧奖客新客增长类铜奖”、“虎啸奖营销类数智营销类铜奖”、“虎啸奖全域营销类优秀奖”“虎啸奖营销类网络平台及通信服务类优秀奖”、“IAI传鉴国际广告奖商业创新优秀奖”。



## 1.4 公司品牌矩阵



南极人是大众的家庭生活方式品牌，力争成为以电商渠道为主的、世界级的消费品品牌。

### BASIC HOUSE

是为了让全世界女性在每个季节享受不同的流行趋势成为这个时代名副其实的时尚达人，致力于提供各种各样的时尚单品。



卡帝乐鳄鱼是年轻人喜欢的国际潮流品牌，为消费者提供国际化的时尚度和品质以及可接受的价格，力争成为细分领域的影响力品牌。



精典泰迪起源于英国贵族品牌，2007年正式入住中国市场，品类涵盖衣、食、住、行、育、娱乐，商品以精致典雅著称。



在时尚职场风格的基础上，融入轻户外风格，强调“轻松便捷功能”与“轻简时尚设计”，力图穿着者创造更加轻松、舒适和自然的时尚体验



是针对纷繁变幻的时装界而开发的新概念品牌通过自由的想象力和无限的潜力创造与众不同的独特性的价值。



品牌洋溢着法兰西的浪漫情调，作为中国女装品牌新生代的代表，独树一帜、自成一派，强调自由、个性，引领都市白领女性时尚风格。



更多品牌

## 1.5 战略升级



多业态：

品牌授权服务业务稳健发展  
自营零售业务创新孵化

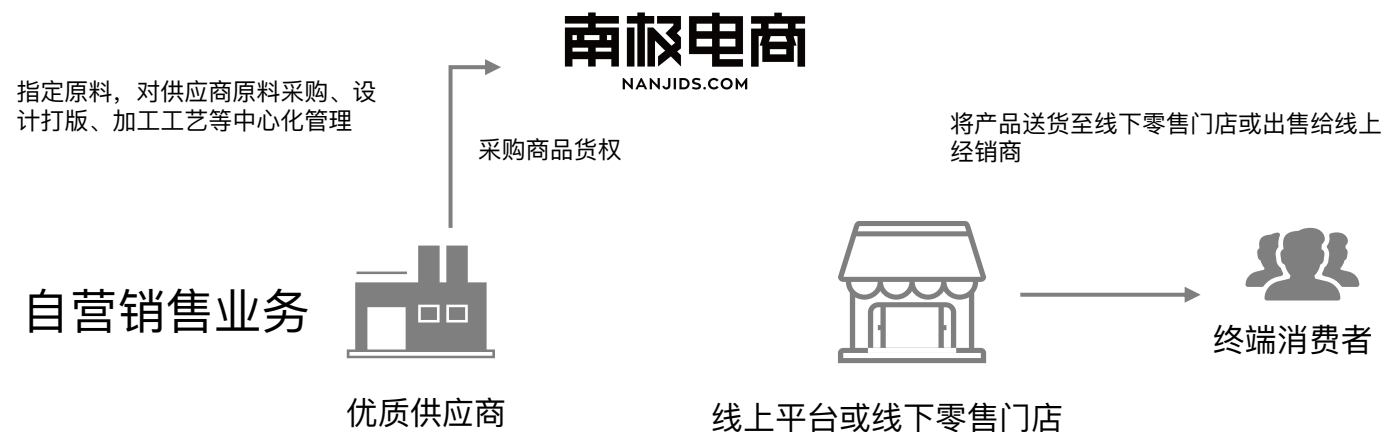
里程碑：

提升产品供应链和销售渠道  
品质，重塑品牌形象

可持续：

实现可持续的品牌发展

## 1.6 自营零售多线孵化



公司新增自营销业务模式及线下门店渠道，不断发挥商品效率优势，打造公司业绩第二增长曲线

# PART 02

## 投资者保护

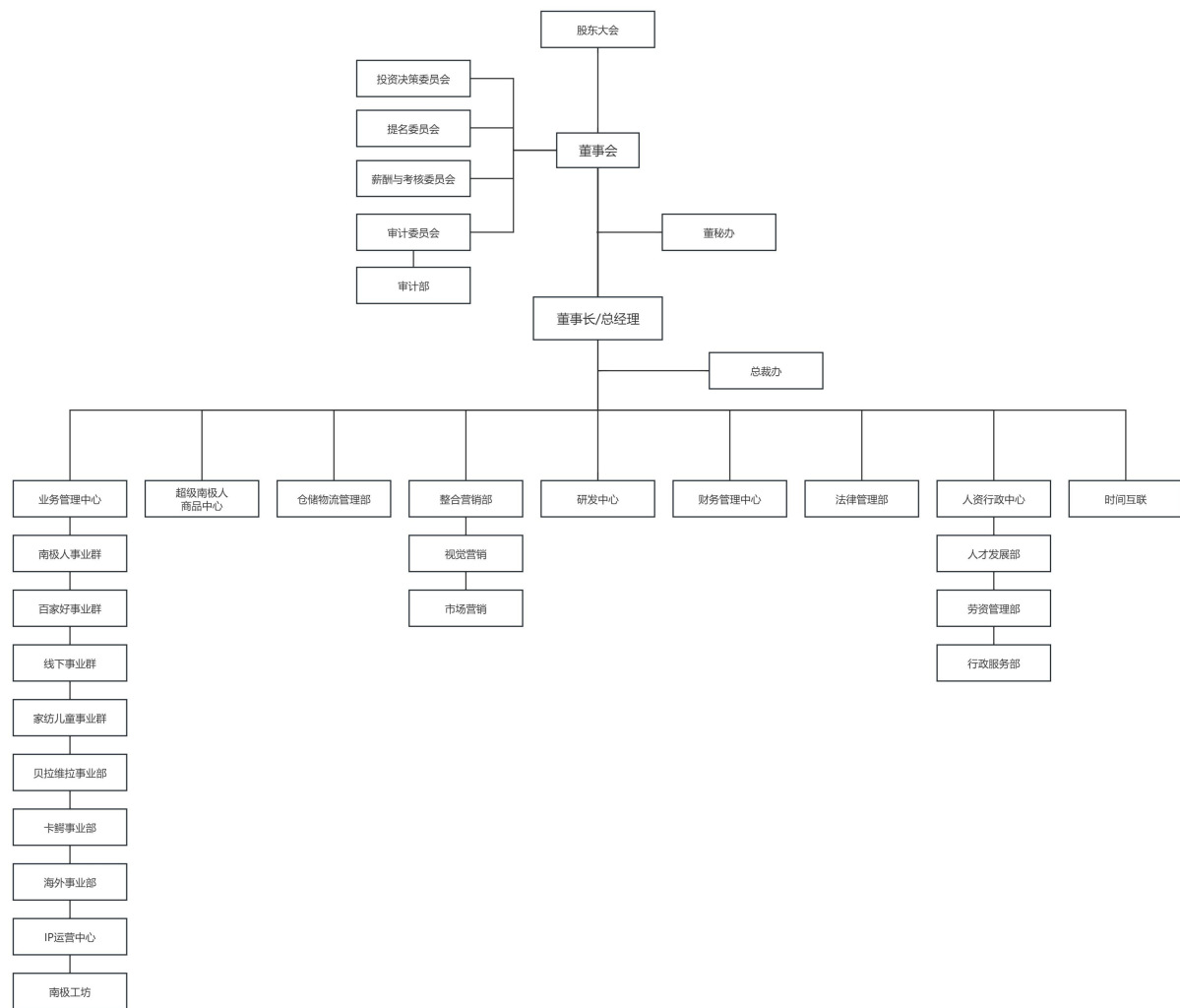
INVESTOR PROTECTION



## 2.1 治理体系

公司上市以来，严格按照《公司法》《证券法》及《上市公司治理准则》《上市公司章程指引》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规的要求，不断完善公司法人治理结构，建立现代企业制度，自觉履行信息披露义务，做好投资者关系管理，促进企业规范运作水平的不断提升。

截至报告期末，公司治理中股东会、董事会、管理层在内的公司治理结构及内部管理，充分确保权力机构、决策机构、监督机构、经营层之间权责明确、运作规范、互相协调制衡，切实保障全体股东和债权人的合法权益。符合中国证监会发布的有关上市公司治理的规范性文件的要求。公司今后将持续强化公司治理工作，建立公司治理的长效机制，更好地完善内控制度建设，加强执行力度，为公司持续、健康、稳步发展夯实基础。



## 2.2 规范运作

会议	董事会	监事会	独立董事专门会议	薪酬与考核委员会	提名委员会	审计委员会	股东会
召开情况	5次	3次	1次	2次	1次	6次	2次

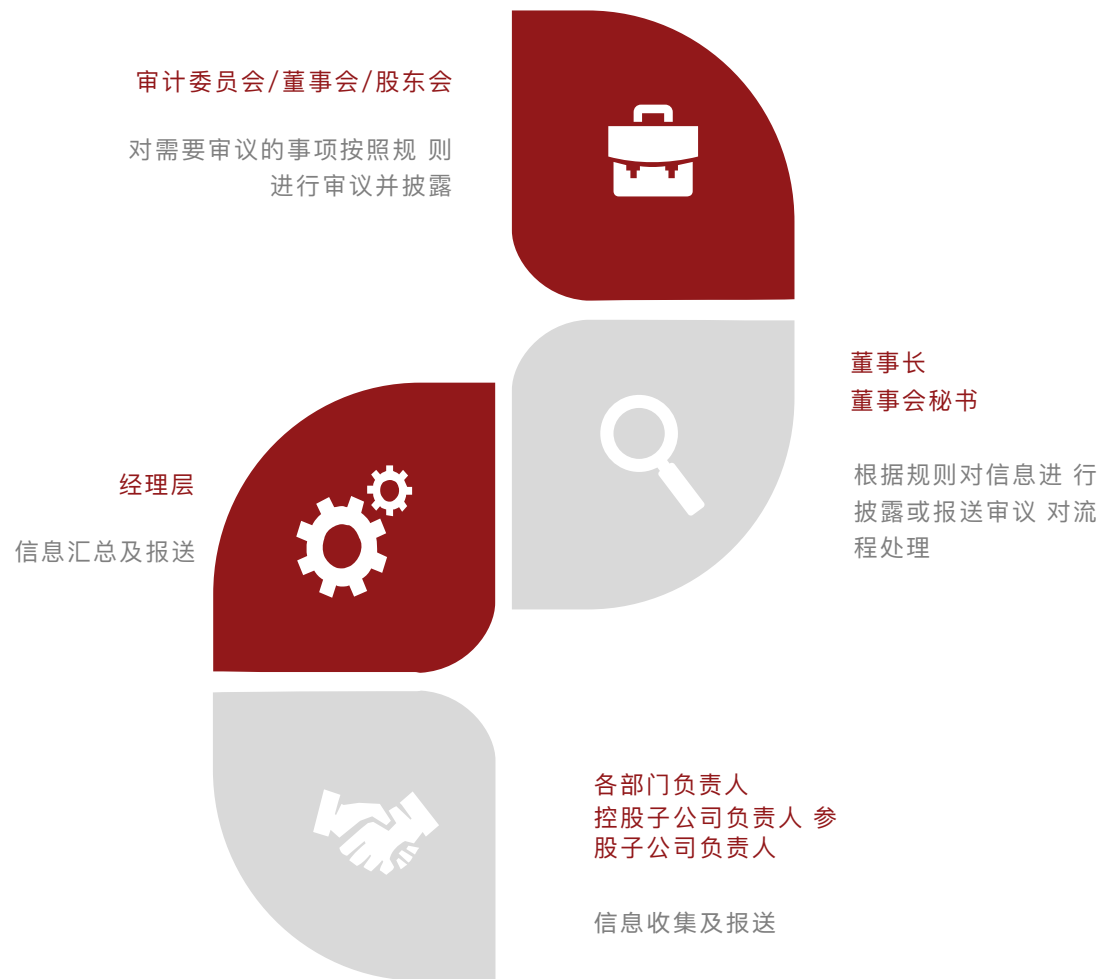
### 三会运作情况

2025年，公司共召开5次董事会，3次监事会，2次股东会。公司全体董事严格按照《公司章程》以及相关法律法规的规定，以诚信、勤勉、尽责的态度，依据自己的专业知识和能力对董事会审议的议案作出独立、客观、公正的判断，依法行使权利并履行义务。

报告期内，根据《关于新〈公司法〉配套制度规则实施相关过渡期安排》《上市公司章程指引》等相关规定，公司不再设置监事会及监事岗位，《公司法》中原由监事会行使的规定职权，转由董事会审计委员会履行。



## 2.3 信息披露



公司根据各级监管机构发布的《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》

《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第5号——信息披露事务管理》等规定，制订了《公司信息披露管理制度》《公司重大信息内部报告制度》，为规范公司的信息披露行为，确保公司信息披露内容的真实、准确、完整，切实维护公司、股东及投资者的合法权益，公司组建了重大信息报告网络，董事长是公司信息披露的第一责任人，公司董事会秘书为公司的投资者关系管理负责人，公司证券部负责投资者关系管理的日常工作。

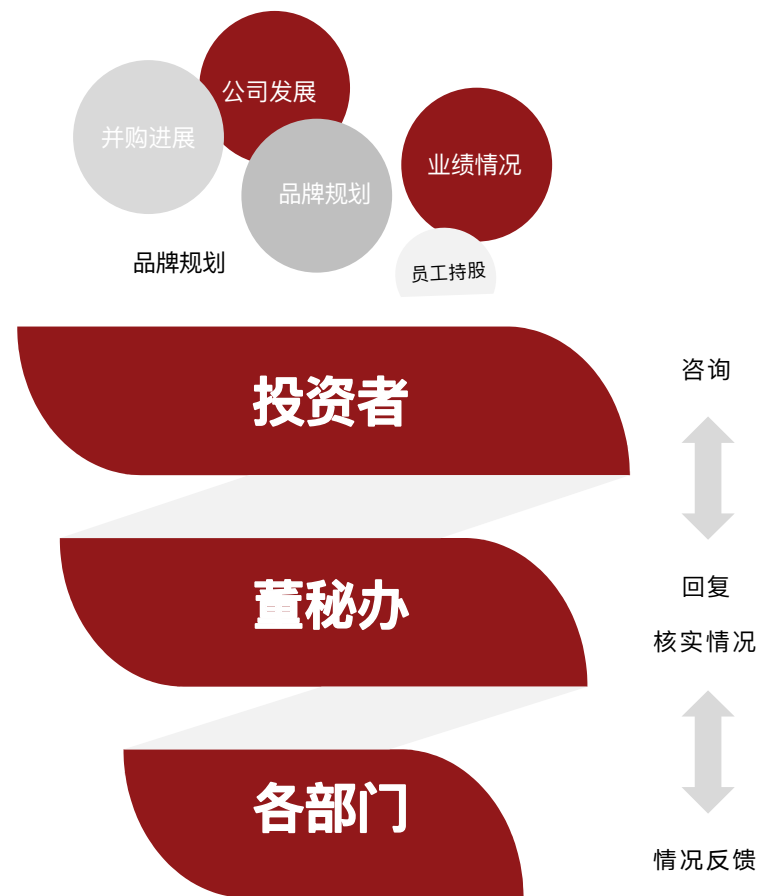
国务院《关于进一步提高上市公司质量的意见》指出，提升信息披露质量是提高上市公司质量的重要举措之一，新《证券法》实施，对信息披露工作提出更高要求。报告期内，公司严格遵守《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》等法律法规的有关规定，结合公司实际情况，真实、准确、完整、及时地发布会议决议、重大事项、定期报告等公告。忠实履行公平、公正、公开地向全体投资者披露信息的义务，客观的反映公司情况，确保投资者及时了解公司重大事项，最大程度地保护投资者利益。2025年公司对外发布包括年度、半年度、季度报告、临时公告、各项内部治理制度、法律意见书等信息披露公告及文件共149份，信息披露及时、准确、合规。

## 2.4 投资者关系



公司高度重视投资者关系管理，通过投资者热线、股东会、网上投资者关系互动平台咨询、线上调研等多种工具和平台，充分收集股东诉求和关注点，认真听取中小投资者的声音和建议，积极与投资者充分沟通，认真回答机构投资者、行业研究员以及中小投资者关心的问题，让投资者充分了解公司发展战略、生产经营、新产品和新技术开发、业务转型、财务状况、经营业绩等情况，建立投资者对公司的投资信心，树立公司在资本市场的良好形象。

公司一直致力于提升股东回报，保护中小股东权益，积极构建与股东的和谐关系。并兼顾公司实际经营情况及公司的长期战略发展，主动与广大投资者共享公司经营成果。



2025年,公司举办了2024年度业绩说明会、参加多次组织投资者调研活动、券商策略会等;

共披露投资者调研活动记录表**13**份;

通过深交所互动易平台,答复各类问题共**191**条,有效增强了公司透明度。

2025年度,券商研究所针对公司的深度研究报告共计发表**8**篇  
公司经营情况收到市场及投资人的广泛关注;

于2025年获得2025中国上市公司英华奖A股成长示范案例



# PART 03

## 客户关系与消费者保护

CUSTOMER RELATIONSHIP AND  
CONSUMER PROTECTION



## 3.1 良好的信用体系与稳定的合作关系

# CREDIT SYSTEM COOPERATIVE

历经二十余载深耕，公司与众多优质授权供应商、经销商等产业链伙伴，构建了稳固持久的合作关系，与产业带工厂亦建立了良好联系。公司依托数据赋能，为供应商提供产品资源推荐、研发设计、流量管控、数据分析与应用等全方位指导，助力其打造爆款，实现交易从低频至高频的跃迁，削减库存，提升资金周转效率，推动工厂低成本转型，摆脱订单波动、融资困难、库存积压、转化率低的困境，共筑坚实信用体系，构筑竞争壁垒。

面对消费者对商品物质与精神价值的双重追求，公司探索出契合自身、共赢客户的转型路径，赢得广泛认可与支持。在共同价值观与创业理念的引领下，公司与核心客户缔结了更为稳固、可持续的合作关系。

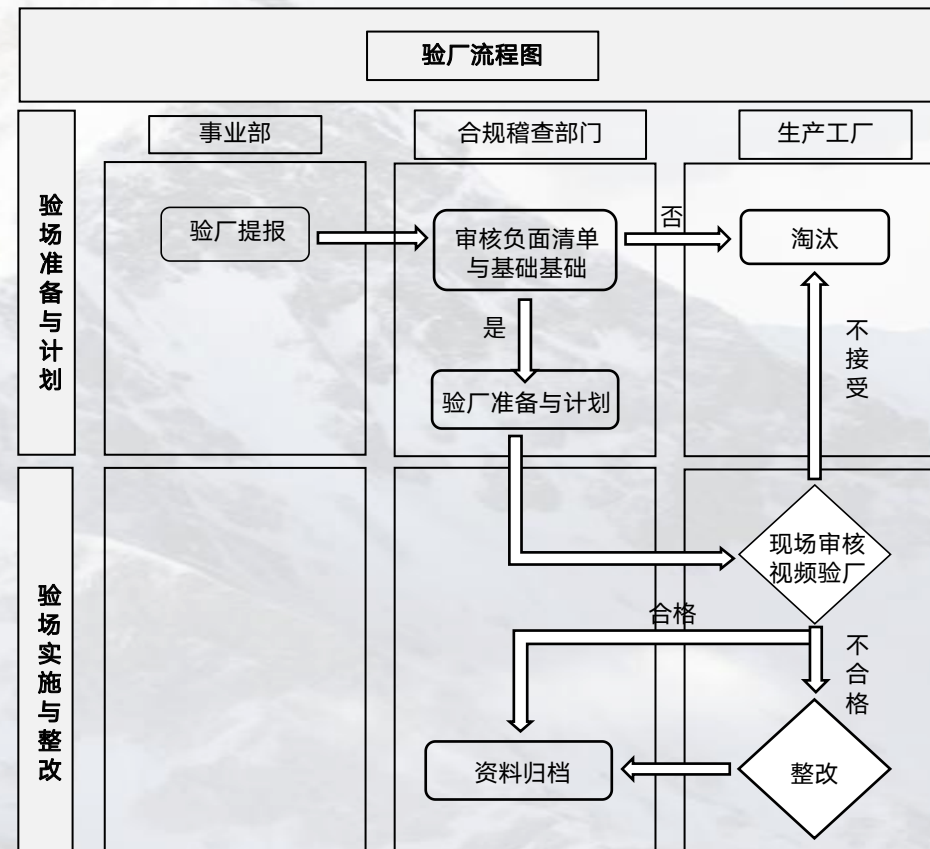


## 3.2 授权合作伙伴负面清单管理

# NEGATIVE LIST MANAGEMENT

针对商标辅料使用不规范、商品质量不达标、侵犯第三方知识产权等影响品牌价值的负面行为，公司全面升级合规检查体系，引入第三方公证，对稽查全程公证。此举意在通过公证机构的客观监督与技术加持，确保稽查数据不可篡改、全链路可追溯，以此提升部分授权供应商与经销商的产品质量意识与知识产权尊重意识，尊重消费者，回馈社会，构建可持续产业供应链，营造健康、有序、良性的市场竞争环境。

随着业务转型，公司进一步强化负面清单管理，基于可持续经营与合作考量，大量优化持续存在负面清单事项的客户，持续加强授权合作负面清单稽查。



## 3.3 产品质量控制

# PRODUCT QUALITY CONTROL



公司通过事业部自查、巡查、业务中台抽检及委托第三方机构等多方式并行，严控产品质量与商标规范使用，为消费者提供优质产品，维护其权益。公司注重强化与供应商、经销商的沟通协作，实现互利共赢。公司深入产品研发、品控、商品企划各环节，积极回应消费者对品牌的期待与要求，秉持“好货不贵”理念，以消费者体验为核心构建品质管理闭环，不断提升品控标准。对不符合质量要求的供应商，公司将采取罚款、清退等措施。

2025年，公司加大了稽查力度，共发起79轮抽查，抽检5088件商品，涉及7个品牌。对于出现异常后要求异常客户立即进行整改。持续不符合公司规范的客户，2025年底全部清退处理，共计2008家

# PART 04

## 职工权益保障

PROTECTION OF EMPLOYEE  
RIGHTS AND INTERESTS



## 4.1 企业文化和价值观



2025年，公司明确了“通过我们的奋斗，改变中国服装品牌在全球的地位”这一使命，致力于为全球消费者提供“好看、流行、舒服、性价比”的极致产品。同时以品牌为中心的事业群形式，业务模式全面覆盖线上、线下、国内、海外，合作模式亦拓展至制造、生产、加盟及创新项目孵化等多元领域。

在追求经济效益的同时，公司积极履行社会责任，维护股东、员工、客户及合作伙伴的合法权益。以“为大单品而生，为里程碑而活”为战略指引，持续深化“好习惯”的企业文化，坚定向“世界级消费品巨头”与“最佳雇主”的目标迈进。

企业文化

# 好习惯

### 好习惯-职业性

对工作心存敬畏，对情绪管理有道

### 好习惯-持续性

持续思考，持续高效，举一反三

### 好习惯-同理心

以善为本，用同理心实现共情

### 好习惯-坚持性

坚持做好一件事，养成好习惯

## 4.2 南极价值观

2025年我们秉承“做美好的产品，创美好的人生”的价值观，更聚焦产品与人生价值，公司通过“好习惯”文化的倡导，推动员工在日常工作中沉淀行为、积累价值，实现从“被动执行”到“主动创造”的转变。强调日常行为沉淀与长期主义坚持的企业文化。

**产品即价值：**将个人匠心融入产品，以“好看、流行、舒服、性价比”传递美好，实现职业与人生的同频共振。

**多元共融：**尊重每一位员工的独特价值，尤其支持女性成长，让不同背景的才华在此汇聚、共生共荣。

**聚焦协同：**力聚一孔，利出一孔，以战略定力穿透市场，以公平分配共享成功。

**务实深耕：**不慕虚远，专注小事，把台账、预算、执行中的每一件小事做到极致，便是了不起的大事。

**透明互信：**以数据为尺，公开规则、公平评价，让每一份贡献都被看见、被回报。



敬畏

对工作心存敬畏  
对情绪管理有道

持续

持续思考  
持续高效  
举一反三



善良

以善为本  
用同理心实现共情

坚持

坚持做好每一件事  
养成好习惯



赋能

紧跟时代，AI赋能员工  
让优秀者拥有舞台  
让奋斗者获得应有回报

结果

做美好的产品  
创美好的人生

## 4.3 用工制度

公司将员工视为宝贵的人力资产，坚持以人为本，构建覆盖员工选、育、用、留全周期的人力资源管理体系，实现入职严谨、培养精准、晋升透明、退出友好的全流程闭环管理。

在人才引进方面，公司秉承“公开、公平、公正”的招聘原则，实行双向选择、择优录用的机制，畅通内部晋升通道，为员工提供清晰的职业发展路径。持续提升员工的归属感与幸福感，构建企业与员工共生共荣的发展生态。

在劳动用工方面，公司严格遵守《劳动法》《劳动合同法》《社会保险法》等法律法规，依法与员工签订劳动合同，足额缴纳社会保险，切实保障员工合法权益。同时，公司积极协助员工办理留学生落户、积分落户、外国人就业等专项服务，体现对多元人才的全方位支持，促进健康的劳资关系和谐稳定。



## 4.4 薪资福利

公司遵循“对外具有竞争力，对内确保公平性”的原则，实施领先市场水平的薪酬福利体系，五险一金全覆盖，薪酬与贡献紧密挂钩。

尤其重视对一线员工、核心骨干人员、管理人员及杰出员工的激励，从健康保障、日常关怀、节日活动、特别关爱及纪念年陈五大维度，精心设计15项福利政策，充分发挥非现金激励作用。

2025年，公司推动财务与业务管理人员交叉赋能，并根据司龄及贡献将符合条件的员工纳入持股计划，共享发展成果



### 回家不赶路

春节保持着2天“安心路途假” 在春节法定假期基础上，额外增设2天全薪“路途假”，不占用年假额度。避开“抢票焦虑”高峰期；2025年春节假期后准时返岗率达100%。



### 节日不缺席

公司高度重视中秋、春节等传统佳节，为员工送上一份满载心意的节日关怀，并附董事长亲笔签名信，表达对员工辛勤付出的诚挚感谢。2025年，此项关怀覆盖全体员工。



### 特别关怀

公司新增“爱的抱抱”慰问机制，针对因病住院或遭遇伤病的员工，及时送去关怀与慰问，慰问形式包含心意礼金及水果花篮，让员工在困难时刻感受到公司的支持与温暖。

## 4.5 培养体系

为支撑公司业务快速发展与战略转型，公司围绕业务类别与岗位性质，构建了立体化、分层分级的员工培养体系，确保人才储备与业务需求同步增长。

### 一、分层分类的培养项目

公司设计了多元化的培训项目，覆盖员工全职业周期：

新员工融入：实施“2+1”带教机制，由人力资源与部门带教老师共同指导一名新员工，帮助其快速融入团队与文化。

专业技能提升：涵盖岗位技能、办公软件应用、AI工具等课程，紧跟业务与技术趋势。

领导力发展：针对中高层管理者开展领导力培训，强化决策与团队管理能力。

### 二、透明公开的晋升机制

公司高度重视员工职业发展，构建了管理与专业双通道发展路径，明确各层级人才的招聘、培训与考核标准，实现人才管理精细化。

在晋升机制上，公司坚持透明、公开、机会均等的原则。通过季度汇报、年陈述职、里程碑表彰等形式，2025年，2025年，共有40名员工通过上述渠道获得晋升机会，实现了个人成长与公司发展的同频共振。

## 4.6 激励机制

### 一、绩效管理

公司建立了与战略紧密衔接的绩效管理体系，采取KPI与OKR相结合，里程碑导向的方式，实现目标清晰、过程透明、结果兑现的闭环管理。每季度由直属上级与员工进行绩效面谈，明确改进方向并记录在案，作为后续评优与晋升的依据。

### 二、正向激励

公司建立“一季度一评价”的正向激励模式，每季度对表现突出的员工进行公开表彰，并优先提供培训资源与晋升机会，持续激发团队活力。

### 三、晋升激励

公司推行透明、公开的晋升机制，员工在试用期转正、季度汇报、特殊贡献等情形下可主动申请述职竞聘。

2025年共有40名员工通过该渠道获得晋升。

### 四、长效激励

公司实施员工持股计划，覆盖核心技术人员、管理人员及年度评优员工，让符合条件的员工共享企业发展成果，增强团队稳定性与归属感。



## 4.7 丰富的活动

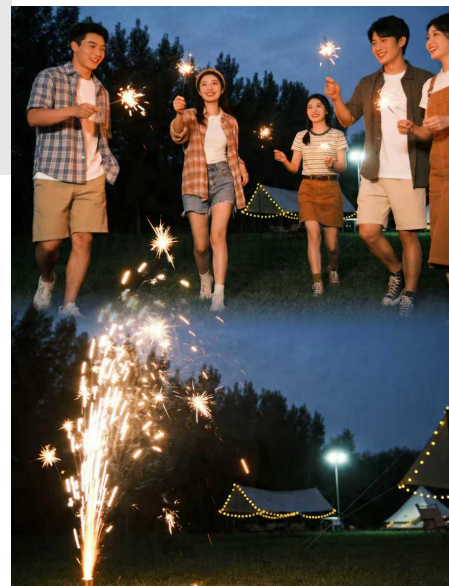
2025年，公司以“少而精、有温度”为原则，围绕关键节点组织了多项员工集体活动，让每一次相聚都成为团队记忆的一部分。

中秋佳节，公司为全体员工送上节日问候与心意，传递“月圆人团圆”的美好祝愿。不同于往年的规模化礼品派发，今年的关怀更加聚焦情感表达，让员工在忙碌的工作中感受到被惦念的温暖。

公司两家线下门店先后开业，这是业务从线上走向线下、从国内迈向海外的重要一步。公司组织全员到场参加开业仪式及庆祝活动，让每一位员工亲身感受业务拓展的喜悦与团队的力量。从剪彩到揭牌，从合影到交流，员工们不再是旁观者，而是公司成长的见证者与参与者。

此外，各部门根据实际需求自主开展团建活动，形式灵活多样——有的组织户外拓展，有的安排主题聚餐，有的开展跨部门交流沙龙。这些活动不仅缓解了工作压力，也促进了不同岗位之间的理解与协作，营造出积极融洽的团队氛围。

我们相信，真正有意义的员工活动不在于频率高低，而在于每一次用心。公司将持续以务实而有温度的方式，让员工在奋斗中感受到归属与支持，让“好习惯”文化在真实的互动中生根发芽。



# 2025年员工权益保障



# PART 05

## 环境与持续发展

ENVIRONMENT AND  
SUSTAINABLE DEVELOPMENT



## 5.1 环境与持续发展

上市公司及其子公司不属于环境保护部门公布的重点排污单位。

公司积极响应中央有关“碳达峰”、“碳中和”的工作安排以及要求，积极践行绿色办公文化，鼓励员工增强责任意识和环保意识，通过办公软件“钉钉”、OA系统等渠道积极推进无纸化办公进程，降低能源资源消耗。在办公区域使用LED节能灯具，倡导节能照明、节电节水、垃圾分类，全公司办公范围均为无烟区域，在公共区域均张贴了禁烟标志，全面推进办公和公共场所禁烟；同时在办公区域内布置绿植，为员工营造舒适的办公环境。



# PART 06

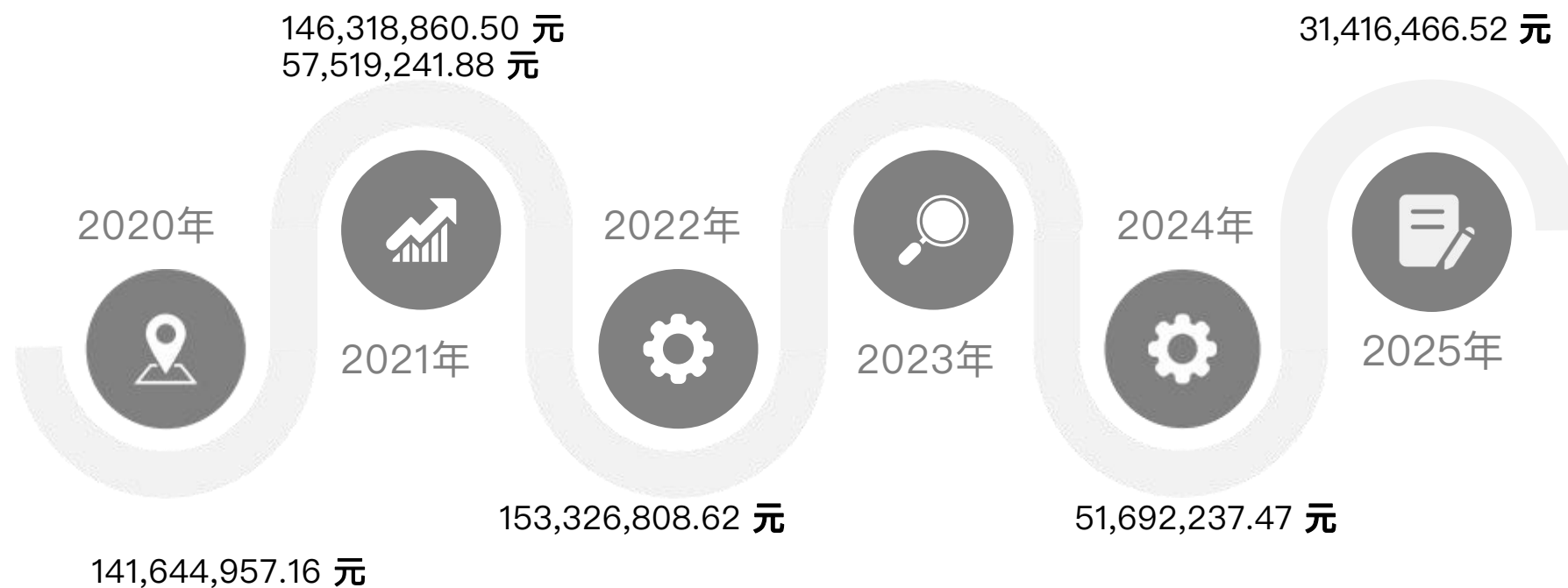
## 公共关系与公益

PUBLIC RELATIONS AND  
PUBLIC WELFARE



## 6.1 纳税

税收是国家的基石，依法诚信纳税是企业义不容辞的社会责任和义务，公司自成立以来，始终秉承“依法诚信纳税”理念，长期以来，公司积极承担企业的社会责任，以依法经营、诚信纳税为荣，严守各项税收法律法规，依法履行纳税义务，及时、足额缴纳国家税款，严格履行纳税人义务，同时公司关注社会发展，践行社会责任，为地方经济发展做出了较大的贡献。



## 6.2 分红



已累计发放 **13.26**亿



2025年度拟向全体股东每 **10**股派发**0.6**元

公司坚持以投资者为本，诚实守信，依法合规，在实现稳健经营的同时，按照《公司章程》制定的利润分配政策进行现金分红。公司自重组上市以来，已累计现金分红达13.26亿元，充分兼顾了公司当前发展与长远规划的关系，积极维护了中小股东的权益。2025年度，公司拟向全体股东每10股派发现金红利0.6元（含税），共派发现金红利147,292,224.18元。未来将继续落实长期、稳定、可持续的股东价值回报机制。

南极电商

NANJIDS.COM

**愿景**

成为世界级消费品品牌公司

**使命**

通过我们的奋斗  
改变中国服装品牌在全球的地位

THANK YOU