

LoveCreates.
地素时尚

股票代码:603587

股票简称:地素时尚



2023 年度

**环境、社会和公司治理
(ESG) 报告**

ENVIRONMENTAL SOCIAL
AND CORPORATE GOVERNANCE REPORT

RAZZLE

DAZZLE

DIAMOND DAZZLE

d'zzit



让遇见我们的每一个人
都变得更加美好

LoveCreates.
地素时尚

CONTENTS

目录

LoveCreates.
地素时尚

关于本报告 1

关键绩效 71

指标索引 73

读者反馈 80

01

走进 地素时尚

公司简介	5
年度大事记	9
荣誉 2023	10
可持续发展管理	11

专题

创新再生引领，掀起绿色新风尚	13
----------------	----

02

合规治理 奠定稳健根基

公司治理	17
合规运营	19
投关管理	19
商业道德	21

03

创新发展 塑造独特文化

多元营销	26
创新引领	30
质量管理	33
数智建设	35

04

多方协同 共创卓越价值

客户至上	39
供应链管理	43
携手经销商	45
行业共进	49
回馈社会	51

05

员工为本 共筑梦想之地

员工雇佣	55
员工发展	57
员工福利	61
员工安全	63

06

绿色经营 引领地素时尚

绿色运营	67
绿色供应链	69

关于本报告

本报告旨在就地素时尚股份有限公司社会责任理念、实践绩效等内容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

2023 年 1 月 1 日至 2023 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

地素时尚股份有限公司（简称“地素时尚”“公司”“集团”）

DAZZLE 品牌（简称“DA”）

DIAMOND DAZZLE 品牌（简称“DM”）

d'zzit 品牌（简称“DZ”）

RAZZLE 品牌（简称“RA”）

编制依据

《可持续发展目标 (SDGs) 企业行动指南》

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-ESG5.0)

中国国家标准《社会责任报告编写指南》(GB/T36001-2015)

上海证券交易所《上市公司环境信息披露指引》

上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作 (2023 年 12 月修订)

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、第三方问卷调查、第三方评价访谈等。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。

LoveCreates.
地素时尚

01 走进 地素时尚

RAZZLE

DAZZLE

DIAMONCIDAZZLE

d'zzit



公司简介

公司介绍

地素时尚股份有限公司，2002 年创立于中国上海，是一家多品牌运作的时尚集团。

自成立以来，公司围绕中高端品牌定位，分别创立“DAZZLE”、“DIAMOND DAZZLE”、“d'zzit”和“RAZZLE”四个知名服装品牌，形成对时装领域深层次的诠释。公司通过强大的设计研发、丰富的产品组合、敏捷的供应链管理、策略性的营销网络布局、精准的品牌定位、全方位的品牌推广及优质客户群的培育积累，在中国时尚行业中树立了良好的品牌形象。

主营业务

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，打造专注时尚领域、聚焦品牌价值、具有国际竞争力的产业集团。

我们深信：“让遇见我们的每一个人，都变得更加美好”的使命，会为人们的生活注入新鲜的活力；而“LOVE CREATES 爱创造一切”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

至情至性，热爱生活。在独特的设计和细腻的质感间寻求平衡，为当代新女性提供丰富的着装选择。



集团代言人 舒淇

d'zzit

古灵精怪，创造出一个想象力丰富的衣柜，鼓励女孩们进行潮酷且自由的混搭。



DIAMOND DAZZLE

从艺术中汲取灵感，结合精致手工与优良材质，将“矛盾美学”发挥极致，带来比肩高级订制的年轻时装产品。

品牌代言人 周冬雨



RAZZLE

从容而积极，睿智而幽默，在潮流与经典之间平衡有度，以精良剪裁和匠心品质满足当代人群不同场合的着装需求。

企业文化

我们的信念

LOVE CREATES
爱 创造一切

我们的愿景

专注时尚领域，聚焦品牌价值
打造具有国际竞争力的
产业集团

我们的使命

让遇见我们的每一个
人都变得更加美好

我们的价值观

成为拥抱者



公司行为规范

保持好奇心，持续学习，学以致用
勇于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

创造

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
如有错误，能及时承认

坦诚

保持微笑，拥抱他人
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

团队

追求卓越，并以此激励他人
自省自信，对工作严格要求
不断提高标准，精益求精
不是尽力，是竭力——竭尽所有能力，竭尽所有可能

最好

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

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

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

责任

言行一致
对自己的行为承担结果
能成为同事信赖的伙伴
勇于做出艰难的决定

年度大事记

<p>2002 年 地素时尚公司成立</p>	<p>2005 年 DAZZLE 品牌诞生 上海华亭伊势丹第一家 DAZZLE 店铺启幕</p>
<p>2007 年 DAZZLE 全国店铺突破百家</p>	<p>2009 年 地素时尚联合施华洛世奇，推出“梦与飞翔”新品发布会</p>
<p>2010 年 DIAMOND DAZZLE 品牌诞生</p>	<p>2011 年 d'zzit 品牌诞生，星尚之夜大秀成功举办</p>
<p>2012 年 公司完成股改，正式更名为“地素时尚股份有限公司”</p>	<p>2013 年 地素时尚销售额突破 10 亿 电商中心正式成立并成功运作</p>
<p>2014 年 地素时尚新总部大楼投入使用</p>	<p>2017 年 RAZZLE 品牌诞生 IT'S RAZZLE DAZZLE TIME 大秀点亮炫目时刻</p>
<p>2018 年 地素时尚 A 股上交所主板上市 IT'S THE D'ZZIT INVATION 大秀打开时尚试验场</p>	<p>2021 年 “閻”DAZZLE FASHION 敦煌系列大秀抒写时尚史诗</p>
<p>2022 年 公司现有舒淇、刘雯、周冬雨以及 2022 年新晋加入的井柏然四个品牌的代言人</p>	<p>2023 年 DAZZLE 全新 MONOGRAM 品牌标识正式发布 地素时尚集团正式宣布舒淇担任集团代言人</p>

荣誉 2023



地素时尚入围
“2023 中国纺织服装品牌竞争力优势企业”



地素时尚荣入“2022-2023 年度中国消费品牌高质量发展优选品牌推荐名录”



地素时尚荣获“中国服装行业百强企业称号”
名列营业收入利润率第 4 名



地素时尚荣获“中国服装行业百强企业称号”
名列利润总额第 19 名



地素时尚荣获“中国服装行业百强企业称号”
名列营业收入第 37 名



地素时尚荣获
“知鹰奖 - 最佳行业共治奖提名 - 服装行业组”



地素时尚荣获
“2023 年度上海市首发经济引领性本土品牌”



地素时尚入围
“上海市时尚引领示范企业”

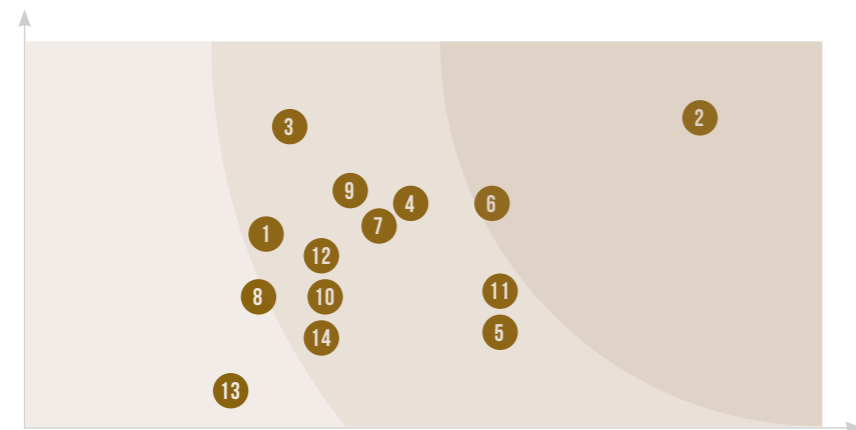
可持续发展管理

公司高度重视与内外部利益相关方的沟通与交流工作，积极通过多种渠道与各方保持常态化的互动。公司致力于深入了解各利益相关方的诉求和期望，努力争取他们的信任与支持，回应利益相关方的关切和期望，从而共同推进公司的环境、社会及治理工作，实现企业发展与利益相关方多方共赢。

实质性议题分析

为了更深入准确了解利益相关方的期望与诉求，增强报告的专业性、针对性、实质性，公司结合年度热点议题、国家战略、行业趋势及公司业务实际发展情况，制作实质性议题调查问卷。通过问卷发放的形式邀请包括消费者、员工、经销商等各利益相关方对公司在环境、社会及公司治理方面重要的实质性议题进行筛选，并分析得出以下矩阵及 14 个重要实质性议题。

实质性议题矩阵



- | | |
|----------------------|---------------------------|
| 1. 低碳运营 | 8. 负责任营销 |
| 2. 可持续时尚 | 9. 客户服务 |
| 3. 原材料来源 | 10. 供应链管理 (包含对环境、社会因素的要求) |
| 4. 绿色物流 (包括包装、运输、仓储) | 11. 引领行业发展 |
| 5. 培训与发展 | 12. 社会公益 |
| 6. 产品的多样性和包容性 | 13. 风险管理 |
| 7. 负责任消费和生产 | 14. 知识产权保护 |

利益相关方参与

利益相关方	期望与诉求	沟通与回应
股东	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	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	依法合规经营 服从监管要求 响应国家发展政策	配合监管检查 信息披露 加强廉洁从业监管
客户	个人权益得到保护 提升服务质量 优质产品	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	雇佣与权益保护 员工薪酬与福祉 职业发展与培训	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	阳光采购 诚信交易 友好合作	供应商会议 供应商合同 经销商培训
社区及公众	社区公益 志愿服务	开展教育帮扶 志愿与公益活动
环境	绿色运营 环境保护	践行绿色发展 开展环保活动

专题 创新再生引领，掀起绿色新风尚

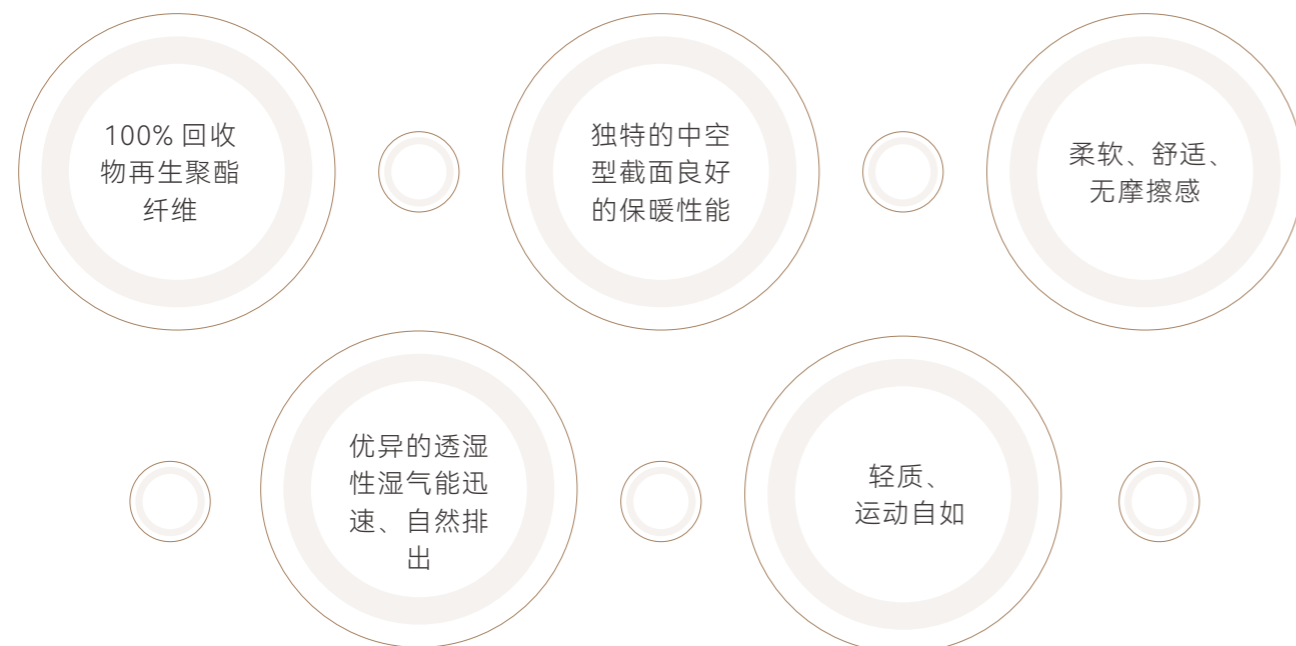
公司长期致力于倡导爱护地球及资源保护，深入实践绿色发展理念，将绿色环保理念及设计深刻融入产品核心。公司积极探索创新环保材料与绿色生产工艺，注重使用绿色天然原材料，以最小化对自然资源的消耗和环境的负面影响，以满足消费者对环保、可持续发展的追求，推动时尚产业实现长期可持续发展。

再生纤维革新，d'zzit 品牌引领绿色时尚

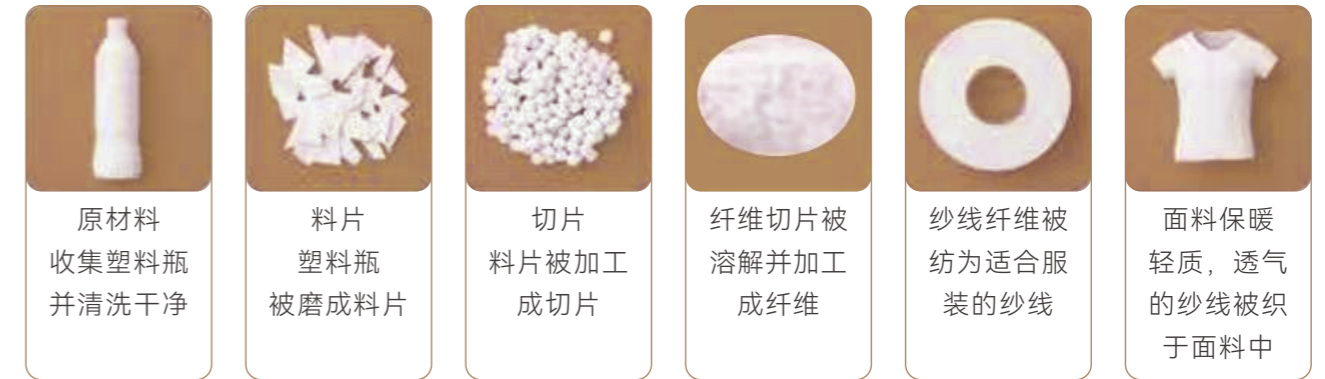
2023 年，公司 d'zzit 品牌上市了运用再生 THERMOLITE ECO MADE 纤维生产的羽绒服，这种纤维是由塑料瓶等回收资源制成，经过六道制程，将送往堆填的塑料瓶和其他回收物转化成纤维。

该纤维采用隔离式保暖设计，仿造北极熊毛的中空特殊结构，可包住隔离的空气，保持身体温度，将冷空气隔离，即使在湿态下也具有保暖和舒适、轻盈的感觉，这样在保护生态环境的同时，还能给客户带来一个温暖、舒适、绿色的体验。

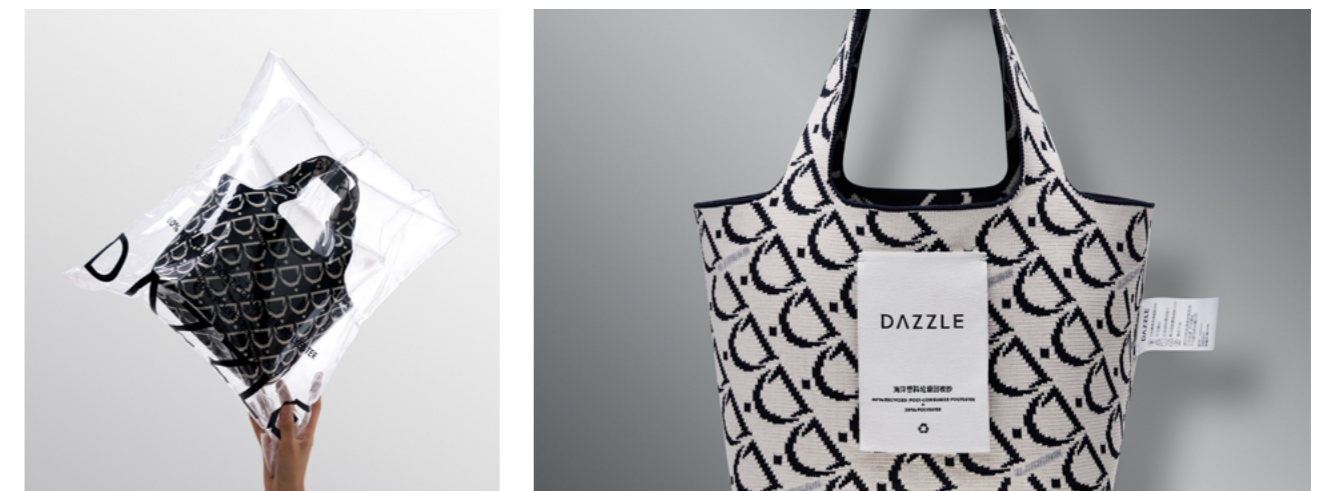
THERMOLITE ECO MADE 纤维特性



THERMOLITE ECO MADE 纤维六道制程



公司 DAZZLE 品牌推出一款赠予客户的环保包袋，包袋 80% 成分为回收物再生聚酯纤维。废弃的塑料瓶等海洋塑料垃圾经过特别的专业处理转化成纤维变成纱线，进而制成时尚的环保袋，希望让更多的客户体验绿色环保，并以此来推广绿色环保的理念。



海洋塑料垃圾回收纱环保包

02 合规治理 奠定稳健根基

我们的理念

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，打造专注时尚领域、聚焦品牌价值、具有国际竞争力的产业集团。

我们的行动

- 公司治理
- 投关管理
- 合规运营
- 商业道德

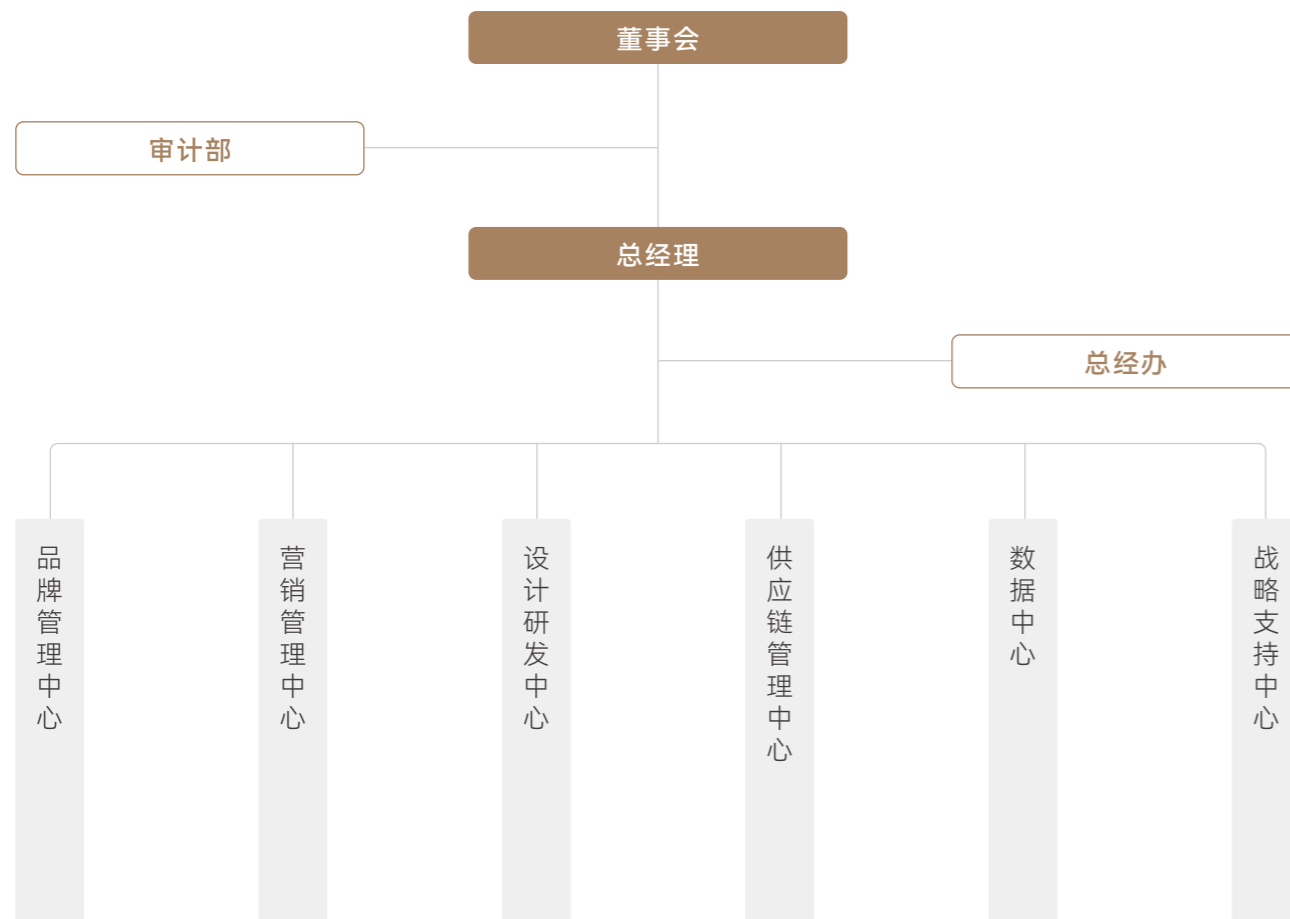
SDGs 对标



公司治理

公司严格遵循《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律法规和规范性文件的规定，建立健全规范的公司治理结构，有效保障公司治理的有序运行，切实维护投资者和公司利益相关方的权益。

公司管理架构



公司依法修订、完善了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》等制度文件，设立了股东大会、董事会及其下属各专门委员会和监事会并明确了三会的权责范围，持续优化公司法人治理结构，并及时根据公司运作情况完善规章制度，保障公司经营决策的合规、合法，为公司长期高质量发展保驾护航。

股东与股东大会

股东大会是公司的权力机构，严格按照法律法规和《公司章程》《股东大会议事规则》的相关规定，规范股东大会的召集、召开和表决程序，确保所有股东享有平等的股东地位，充分保护股东特别是中小股东的合法权益，确保股东对公司重大事项的知情权、参与权、表决权，充分行使股东合法权利。

关键绩效

2023 年，公司召开股东大会 **2** 次，共审议议案 **16** 项。

董事与董事会

董事会对股东大会负责，严格按照法律法规和《公司章程》《董事会议事规则》的相关规定，以确保董事会落实股东大会决议。在甄选和提名董事会成员时，公司综合考虑董事会候选人的文化及教育背景、性别、年龄、行业经验、专业能力等多种因素，进一步构建独立、多元的董事会，有效地监督公司战略发展方向并控制关键风险，为管理层提供方向性指引，提高董事会决策的合理性和科学性。此外，公司董事会设审计委员会、战略发展委员会、提名委员会以及薪酬与考核委员会，负责制定专门委员会工作规程，规范专门委员会的运作。

关键绩效

2023 年，公司召开董事会 **5** 次，共审议议案 **29** 项。

2023 年，公司董事会共有 **9** 位董事会成员，其中包含 **3** 位独立董事、**5** 位女性董事。

监事与监事会

监事会遵守法律、行政法规和《公司章程》《监事会议事规则》，对公司负有忠实义务和勤勉义务，对公司的经营情况、财务状况以及董事、高级管理人员的履职情况进行有效监督，规范公司运作，维护公司和全体股东的合法权益。报告期内，公司监事会由 3 名监事组成，其中 1 名职工代表监事，监事会的人数、构成及选聘程序均符合法律法规和《公司章程》的规定。

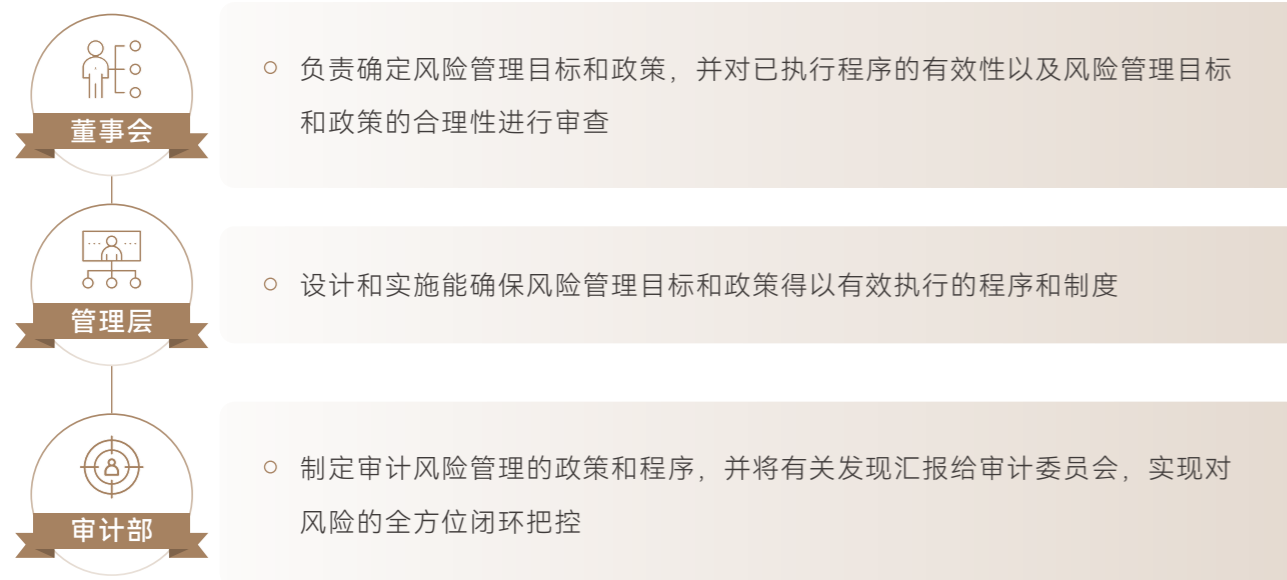
关键绩效

2023 年，召开监事会会议 **6** 次，共审议议案 **22** 项。

合规运营

守法合规经营是企业的生命线，公司不断加强内部控制体系的建设，完善风险管理系统，促进公司合规运营。公司建立了包括《风险报备制度》《内部审计工作规范》《审计人员行为规范》《审计人员道德规范》等管理制度体系，规范内部控制、风险管理流程的同时，制定并修订《公司对外投资管理制度》《公司对外担保管理制度》以保证资金安全、控制担保风险。

风险管理系统



投关管理

公司注重投资者关系的管理，致力于保护投资者权益，通过加强公司信息披露的合规性与透明度，积极与投资者沟通互动，促进公司与投资者之间的良性关系，保障投资者权益。

信息披露

公司严格按照《公司法》《证券法》等法律法规及《公司章程》《公司信息披露管理制度》的要求披露公司重大信息，确保信息披露的真实性、准确性、完整性、及时性和公平性，并不断强化内幕信息日常管理，有效避免选择性信息披露情况的发生，切实维护中小投资者利益。

关键绩效

2023 年，公司共披露 **63** 份公告，其中 **4** 份为定期报告，**59** 份为临时报告；
2023 年，公司未受到监管机构处罚。

投资者关系

公司注重投资者关系的建立与维护，制定了《投资者关系管理制度》等制度文件，建立多种投资者沟通渠道、开展多样的投资者活动，保证沟通渠道的畅通，促进与投资者的交流互动，保证股东充分行使权力，建立长期、稳定、良好的投资者关系。

多样的投资者沟通渠道



关键绩效

2023 年，公司积极开展投资者活动：
· 平均每天接听投资者电话 **2-3** 个；
· 回答上证 e 互动问题 **139** 个；
· 召开 **3** 场业绩说明会，包括 2022 年度暨 2023 年第一季度业绩说明会、2023 年半年度业绩说明会、2023 年第三季度业绩说明会。

股东权益保护

为保证股东充分行使权力，维护中小股东的利益，公司根据相关法律及《公司章程》《上市公司股权激励管理办法》及相关规章制度的利润分配政策，制定实施利润分配方案，通过现金分红、优化分红方案等措施，建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，与投资者共享发展成果，增强投资者对公司的信心，为投资者创造长期的价值投资回报。

关键绩效

公司上市以来，已累计实施超 **23.98** 亿元现金分红；

近三年，公司现金分红比例均超 **60%**；

2023 年公司拟向全体股东每 **10** 股派发现金股利 **8.00** 元（含税）。

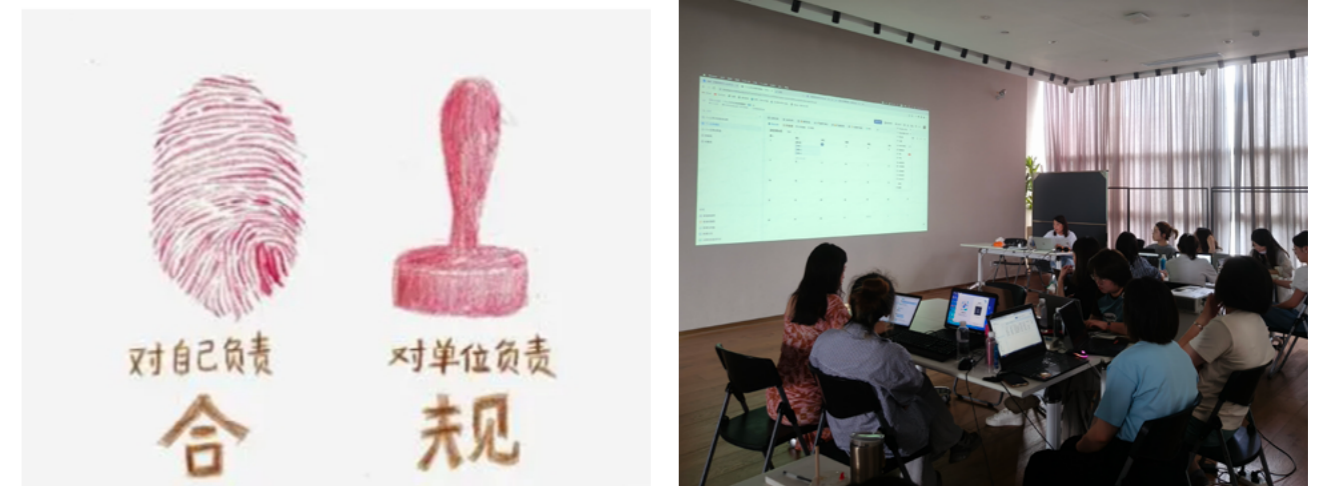
商业道德

公司遵守高标准的商业道德规范，对贿赂、腐败采取零容忍的态度，制定了《商业道德准则》《合同管理制度》《员工手册》等规章制度，规范廉洁从业的职业行为，严禁任何员工或相关人员以获取不正当的竞争优势，向相关方提供报酬或其他形式的利益，保证公司稳健、廉洁运行，以诚信、公平的方式开展业务。同时，公司的廉洁政策也适用于供应商及经销商所在区域的所有公司业务往来和交易。公司绝不姑息任何形式的贿赂，与合作伙伴签订《商业道德准则》，或在合作协议中签署“廉洁条约”以严格执行公司的反贿赂政策。

公司在《商业道德准则》中明确界定了贿赂的形式，包括以开展特定活动为动机的给予、允诺、提供、接受、索要或收取财务或其他利益，要求员工严格遵守准则要求，并积极开展内部培训、制度宣贯，提高员工的合规及廉洁从业的意识，从源头上预防潜在的腐败、贿赂风险的发生。

案例 开展廉洁合规培训，从意识提高指导正确的工作行为

2023 年，公司开展了 37 期员工廉洁从业、合规培训，培训围绕法律法规、公司政策、职业操守、举报机制等内容，进一步加强了员工合规、诚信的意识。培训共 226 名员工参与，培训时长累计 234 小时。



第 37 期员工廉洁从业、合规培训

公司建立健全畅通的监督举报渠道，设置了完善的举报流程，鼓励利益相关方进行监督、对公司违反廉洁从业的行为进行举报，并且严格保障举报人信息安全，并留下书面记录供监事会检查。

畅通的监督举报渠道

举报邮箱



110@dazzle-fashion.com
info@dazzle-fashion.com

官方 400 咨询热线



400 099 9850

投资者热线



021-3108 5300

03 创新发展 塑造独特文化

我们的理念

创新迭代品牌视觉形象、参与联名创新，秉持“矛盾冲突美学”审美方法论，专研品牌精神内核，积极拓宽国际视野，以实现产品力与品牌力的多元化、多轨道发展，探索东西方审美的碰撞与交融，构建多元包容的社会氛围，助力品牌文化输出。

我们的行动

- 多元营销
- 质量管理
- 创新引领
- 数智建设

SDGs 对标



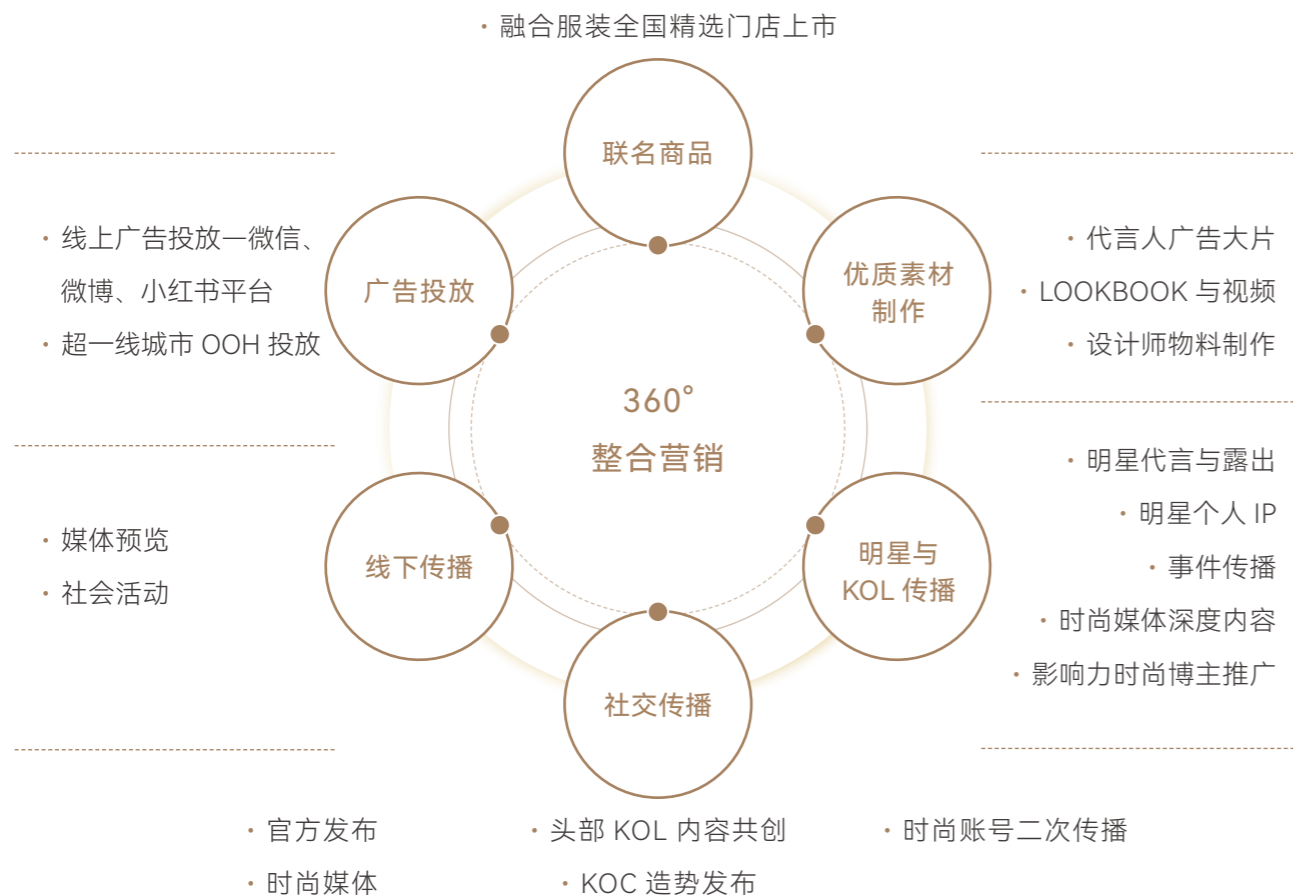
多元营销

地素时尚不断拓宽销售渠道，主要采用直营、经销和电商相结合的销售模式，加速完成线上渠道的调整升级，促进具有品牌 DNA 商品销售及年轻高质量用户占比稳步提升。

公司打造多元化品牌传播方式，通过多品牌战略、差异化定位、独立的品牌设计师团队等品牌运营方式，以品牌形象推广、社会活动、媒体广告投放、跨界合作等在内的品牌整合营销推广方式，有效丰富公司的品牌形象和覆盖人群，持续提升该等品牌的市场影响力，成为公司持续发展的重要基础。

公司依托新品和内容渠道双轮驱动，以独特的营销方式探寻破圈新能量，品牌实现高速增长。品牌将与各核心平台展开更加深度的营销合作，以更加完善的线上特供系列上市，进一步扩大 d'zzit 品牌的用户规模和影响力。

公司 360°整合营销策略



案例 d'zzit×Barbie | “玩了！我好美”

2023 年 7 月，公司旗下品牌 d'zzit 携手品牌大使虞书欣共同发布 d'zzit×Barbie 联名系列，伴随《芭比》大电影全球同期上映，引领席卷全球的 barbiecore 穿搭风潮。

d'zzit x Barbie 联名系列对当代芭比的风格与个性进行了全新的探索与再创作，沿袭了摩登经典“芭比粉”，将深受时髦少女喜爱的 Barbie 剪影、爱心及波点等元素趣味呈现于各单品上，鼓励女孩们无需被完美所束缚，和 d'zzit girl 一起，用充满无限可能性的穿搭，肆意大笑，勇敢表达，变身熠熠发光的“玩”美 d'zzit girl。



品牌大使虞书欣生动演绎 d'zzit×Barbie 联名系列

d'zzit×Barbie 营销数据

<p>话题声量</p> <p>3,280 万 +</p> <p>全平台官方话题阅读总量</p>	<p>整体互动量</p> <p>57 万 +</p> <p>官方运营 + 明星 / 营销号 KOL/KOC 发声互动总量</p>	<p>曝光触达</p> <p>1.39 亿 +</p> <p>官方运营 + 明星 / 营销号 KOL/KOC 发声 + 广告推广 曝光总量</p>
--	---	--

案例 DAZZLE×ELLERY | 塑造矛盾冲突美学

2023 年 8 月，公司旗下品牌 DAZZLE 发布全新设计师联名系列，巴黎高级成衣设计师品牌 ELLERY 首次与中国女装品牌联名合作，东西方审美的交汇妙意，在 DAZZLE X ELLERY 联名系列中尽显其美。

设计师 Kym Ellery 以果断前卫的设计美感强调女性力量，允许矛盾发生的风格核心，与 DAZZLE 坚持的“矛盾冲突美学”不谋而合。DAZZLE 相信，只有与矛盾共生，“多元”才有存续的价值。DAZZLE 重视个体表达的力量，并始终以不同方式的实践，丰富着对于中国审美多元化的尝试。由此创作过程，碰撞多元审美，联结女性力量，从而实现一种美对另一种美的拥抱。



DAZZLE 品牌代言人
国际超模刘雯演绎联名系列

提花一字肩上衣，经典西式
建筑感袖子设计，DAZZLE
优化束胸及袖笼版型

ELLERY 工作室平面素材

DAZZLE×ELLERY 营销数据总览

<p>话题声量 1.2 亿 + 全平台官方话题阅读总量</p>	<p>互动转化 294 万 + 官方运营 + 明星 / 营销号 KOL/KOC 发声互动总量</p>	<p>曝光触达 5.08 亿 + 官方运营 + 明星 / 营销号 KOL/KOC 发声 + 广告推广 曝光总量</p>
--	---	--

地素时尚长期致力于传承“让遇见我们的每一个人，都变得更加美好”的集团使命，本着“成为拥抱者”的集团价值观，期待参与见证每位消费者的人生一刻，记录下每一份独特的闪耀的美好祝愿。

2023 年末，集团全新策划“高光时刻”项目，记录集团旗下品牌陪伴各路明星伙伴在极其重要的盛会场合留下众多难忘的华彩篇章。从王嘉尔身着 RAZZLE 定制中国红套装出席面向全国人民的虎年中央电视台春节联欢晚会共迎新春，到再次身着 RAZZLE 定制新中式套装参加某珠宝系列 100 周年巴黎全球庆典；评委舒淇首次携手 DAZZLE × ELLERY 联名系列与 DIAMOND DAZZLE 定制礼服长款旗袍亮相国际舞台出席第 80 届威尼斯电影节；周冬雨选择 DIAMOND DAZZLE 定制礼服出席汇集创意先锋、艺术人才、行业精英与前沿话题的时尚界全球年度盛事“VOGUE 时尚之力盛会”；虞书欣穿着 DIAMOND DAZZLE 定制礼服出席北京电视台春节联欢晚会向全国人民欢庆龙年；再到刘雯、辛芷蕾分别演绎《卷宗 Wallpaper*》与《时装 L'OFFICIEL》的封面人物。



王嘉尔—RAZZLE 定制新中式套装
某珠宝系列 100 周年巴黎全球庆典



舒淇—DIAMOND DAZZLE 定制礼服长款旗袍
第 80 届威尼斯电影节闭幕晚宴

地素时尚集团专研设计工艺及文化探索，致力于陪伴明星伙伴最重要的高光时刻，也更希望见证每一位消费者生命中值得被纪念的闪耀瞬间，以一束有力的光芒，拥抱万千种美，在每个个体最值得庆祝的人生时刻中，陪伴并鼓励每个人身着高光，一路拥向美与未来。



辛芷蕾—《时装 L'OFFICIEL》
2月刊封面



刘雯—《卷宗 Wallpaper》
1&2月合刊封面



周冬雨—DIAMOND DAZZLE 定制礼服
VOGUE 时尚之力盛会



虞书欣—DIAMOND DAZZLE 定制礼服
北京电视台春节联欢晚会

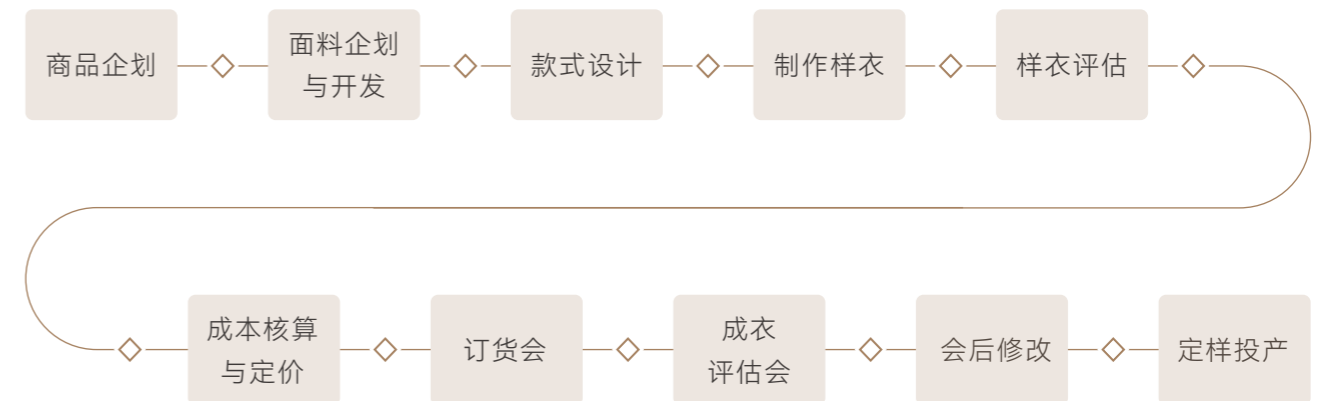
创新引领

地素时尚作为上海市首发经济的引领企业、上海市时尚引领示范企业，拥有强大的独立设计研发能力，专业高效的设计研发团队。公司持续加强设计研发团队的建设，培养品牌独立的设计师团队，分工配置配饰、面料开发、图案设计等专业设计研发岗位，在追踪国际时尚潮流的过程中，持续推进独立、自主的研发能力创新。

凭借公司强大的设计研发团队以及较高的研发投入，公司不断设计出符合当下潮流的各季产品，款式亦不断推陈出新，风格独树一帜，引领时尚潮流。公司的设计研发流程始于面料的海选与开发，设计团队敢于选择使用风格大胆、具有独特工艺和色彩的面料，随后基于独特面料进一步设计各品牌服装款式，确保满足目标消费者个性化需求。

公司按照最新的时装潮流分析、市场状况、销售数据以及消费者反馈设计及开发新产品。管理层每季开始前举行会议，分析经销商以及会员在零售终端提供的信息，讨论世界最新时装潮流、客户喜好及需求变化，以决定下一季将推出的产品系列、产品设计数目、价格区间、上市波段等要素。

设计研发流程



关键绩效

2023 年，公司设计研发中心共有 **209** 名成员，占员工总数的 **16.53%**；
公司研发投入共 **8,359.96** 万元，较上一年提升 **17.19%**。

知识产权

公司重视自身知识产权保护工作，始终严格遵守《商标法》《著作权法》等相关法律法规，制定了《知识产权保护规定》等制度，明确了公司对于知识产权的保护措施、权利和义务，坚决打击任何形式的侵权行为，确保知识产权保护工作顺利开展，维护公司的合法权益。2023 年，公司服装行业小组获得知鹰奖年度最佳行业共治奖提名。

关键绩效

2023 年，公司持有版权数为 **4,406** 个，年度新增版权数为 **552** 个；持有国内有效注册商标为 **889** 个，国际有效注册商标为 **24** 个。

公司版权及商标管理保护制度

版权

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。

商标

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，每月提供三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。

公司打假维权平台及组织

电商平台对接

小红书平台

公司在小红书平台开展了知识产权保护工作，通过小红书权利保护中心投诉机制，投诉侵权笔记，有效遏制侵犯公司知识产权的行为。

阿里巴巴

公司作为阿里大数据打假联盟 (AACA) 三十位创始成员之一，与 AACA 在阿里巴巴知识产权保护平台 (IPP 平台) 开展合作，项目包括鹊桥 (即主动防控)、线下打假合作、鉴定合作、民事诉讼合围、阿里小二培训等。

微信

公司与微信开展合作开放微信的假货投诉平台给消费者。若消费者买到假货投诉，平台会将投诉转到品牌方，由品牌方根据投诉信息判断真伪，并由平台进行审核。审核通过为售假的投诉，会对售假微信号给予一定处罚。

抖音和快手

目前在抖音和快手上的侵权方式以短视频销售假货为主，公司主要以投诉侵权视频加发送律师函的方式进行处理。

其他知识产权保护组织

公司加入了“外商投资企业品牌保护委员会 (QBPC)”。QBPC 每年组织一次年会，不定时组织各类知识产权保护研讨会，与各电商平台的交流对接会，与各地公检法机关、市场监管部门、海关的交流对接会等，拥有丰富的知识产权保护经验和社会资源。

公司加入了常熟市政府牵头的“常熟市知识产权保护联盟”。



部分版权证书与作品展示

质量管理

公司高度重视质量保障，制定了《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》等完善的质量管理体系，通过 ISO9001: 2015 质量管理体系认证，不断优化流程提高产品质量，确保将优质的产品及时交到客户的手中。



生产前
面辅品质管理

公司注重产品面料的质量，尝试使用多种天然原料及多种新科技面料、材质。公司在面料上严格把关，选择中国、意大利、日本等国优质厂家作为其丝、棉、毛等高品质纤维的供应商，让消费者拥有既舒适又时尚的着装享受。



生产中
成品质量管理

过程把控：公司在生产过程中严格把控各环节的产品质量，公司供应链管理中心制定了严格的采购流程控制、过程中跟踪和质量验收标准，长期委派公司跟单人员做全程的技术指导，及时处理技术难点并监督产品质量，对产品质量和交期进行严格控制。

产品质检：产品在生产完成后将送至公司内部专业的检品部门，对产品质量做更进一步的逐件查验，通过流水线的检品方式检验产品细节，有效保证成衣质量。



生产后

公司制定了完善的售后产品处理流程，全面更新售后系统，确保维修过程可实时跟踪管控，并统一沟通平台，高效解决客户问题，为客户带来高品质的售后服务体验。



ISO9001: 2015 质量管理体系认证



荣获“全国服装行业质量领先企业”

荣获“全国消费者质量信誉保障产品”



荣获“全国质量检验稳定合格产品”

荣获“全国产品和服务质量诚信示范企业”

数智建设

在数字化转型的战略目标下，公司坚持推进数字化改革，通过数字化来转变管理模式，以应对企业发展战略。陆续建成数据中台、智能营销等核心数字化项目，优化提升数智化发展。

数字营销

公司率先搭建消费者数字运营体系并不断对其优化，实现了对消费者差异化、精细化运营，明确了不同品牌的运营人群及营销优先级。通过计划、执行、回流、洞察的闭环方法论，结合自动化营销工具，公司从传统的数字化营销上升到精准营销的新高度。

为了提升业务效率，公司推出了导购邀约任务小程序，该小程序与实际业务场景紧密结合，从总部到门店的各个管理环节更加清晰高效，显著提升了邀约成功率。8月，公司推出全渠道 CRM 项目和私域运营项目，为消费者提供更加个性化和精细化的服务。



数字运营

报告期内，公司已完全实现消费者数字化运营的智能基建应用，深化了供应链业务数字化能力，完善了商品前后端的衔接，为管理层提供数据洞察及智能决策支持。公司持续深化供应链业务改革，稳步实现供应链体系数字化转型，完善采购生产管理模块，并实现研发工艺阶段的功能线上化，确保内部与供应商信息流同步的及时性和完整性。

案例 结算电子化，助力降本增效

为解决过往线下手工统计处理业务结算单，与供应商协调耗时耗力、统计复杂等问题，公司搭建线上结算流程和业务线上化平台，避免了纸质单据的线下反复流转，为业务部门和供应商节省了大量时间成本和沟通成本。

内部流程优化

公司不断优化内部流程，2023 年签发流程优化共计 40 项，相关流程在 OA 系统 / 飞书系统中实现线上操作，包括但不限于风险报备与应对、数据中心需求提报、专项项目立项与管理等。

04 多方协同 共创卓越价值

我们的理念

地素时尚始终秉持以客户需求为导向的经营理念，将客户满意度作为企业发展的核心目标，为客户提供细致周到的服务和多样化的品牌体验活动，持续优化供应链管理，从源头到终端严格把控产业链各环节，并与行业内外机构紧密合作，共同推动时尚行业的创新与进步。此外，公司通过多元方式回馈社会，积极承担企业公民责任，真诚传递爱与温暖。

我们的行动

- 客户至上
- 行业共进
- 供应链管理
- 回馈社会
- 携手经销商

SDGs 对标



客户至上

公司坚信爱 创造一切这一品牌信念，将不断地为客户创造价值的企业文化作为基础，不断优化服务模式，从以销售为导向转变为以客户为中心，持续提升客户服务水平。

零售培训

2023 年，公司将重点放在深化原有的培训体系，深耕细作、做优做强，让每个零售员工都能以高标准又个性化的服务接待每一个客人，加强与客人线上线下的全渠道沟通和服务的能力。公司的培训计划目标明确、兼具个性化的需求，通过实战演练和激励认可机制，全方位提升销售技巧，强化团队凝聚力。为确保服务质量，我们持续跟进培训效果，不断提升员工专业素养。

为了全面提升王牌店铺的管理水平，增强店长影响力，打造专业、有爱的团队，并不断优化客户体验，公司开展了一系列针对王牌店长的培训和分享会。通过这些举措，我们有信心进一步提升王牌店铺竞争力，深化并巩固品牌形象，为公司的长期发展奠定坚实基础。



王牌店长会议

公司零售支持部为打造一个相互学习和分享、获得更加优质的新鲜资讯的平台，每月推出一期卓越零售月刊 Newsletter，帮助零售团队提升业绩，强化专业能力和产品知识，提升作为品牌大使的使命感和品牌自豪感，建设以顾客为中心的品牌文化。



卓越零售四月刊



线下活动

为深入探索 and 了解客户需求，公司深耕线下，以丰富的活动内容力求触达更多客户。公司以艺人到店互动的形式，助力新店开业造势的同时，为客户带来全新活动体验，联结客户心智；筹划并呈现出如艺术花艺治愈空间，线下快闪、掐丝珐琅艺术体验等多类型线下体验活动，邀请客户亲临现场体验，沉浸感知品牌精神，增强品牌认同感。

丰富活动内容触达更多客户

品牌开业活动
艺人到店互动
助力新店开业造势

客户体验活动
邀请客户亲临现场体验
沉浸感知品牌精神

新品分享会
传递品牌理念
联结客户心智



d'zzit 品牌快闪活动



RAZZLE 品牌上海新店开业活动



RAZZLE 品牌成都新店开业活动



客户线下体验活动

售后服务管理

售后服务是企业维护客户的重要环节之一，不断优化售后服务流程和规则，才能持续提升客户对品牌的信任度和忠诚度。2023 年，公司全面推进售后服务管理升级，实现售后工作流程高效优化。

 <p>售后流程优化</p>	 <p>统一沟通平台</p>	 <p>售后运输完善</p>	 <p>减免售后费用</p>
<p>重新梳理售后服务全链路流程，逐个梳理优化，尽可能减少不必要的周转环节，确保以最快速度处理每一件售后产品。</p>	<p>公司自开发企微小程序，统一售后客服、直营及特许店铺的沟通平台，沟通内容可保存 2 年并实时可查询，以提高店铺与客服之间、维修专员与供应商之间的沟通效率，提升了售后服务品质。</p>	<p>公司升级售后产品的运输快递，通过点对点派送等形式，极大改善了原快递容易丢件、店铺收件不及时等问题，确保店铺的售后产品能及时、高效完成签收。</p>	<p>公司减免了大部分的售后维修产品和补配件费用，真正做到了服务于客户，大幅提升客户售后满意度及品牌价值。</p>

供应链管理

地素时尚高度重视供应商管理，秉持“编织梦想，携手跃升”的合作理念，构建了高效的供应商网络。公司持续引进并优化供应商资源，通过实施严格的筛选流程和质量检测机制，强化供应商的管理和控制，在确保供应商满足公司设计风格、市场趋势、产品质量的同时，也满足环保及劳工方面的要求，助力供应商高质量发展，使供应链体系长期处于最佳状态，支持公司的可持续发展。

供应商准入

在新供应商的引入过程中，地素时尚采取全面的评估策略，严格按照《供应商准入流程》对供应商基础资料、评估资质、供货质量、交付能力等进行审核。并且，公司还考察供应商在绿色环保、劳工权益等关键领域的表现，坚持优先考虑拥有绿色认证的企业，体现公司对可持续发展的承诺。同时，公司与供应商签订明确协议，规范供应商行为，共同推进绿色产业链的发展，致力于建立环保、高效且符合道德标准的供应链体系。

供应商协议主要内容

<p>知识产权</p> <ul style="list-style-type: none"> · 公司对于原创时尚设计保护严密，供应商不得侵犯公司的知识产权。
<p>保密条约</p> <ul style="list-style-type: none"> · 供应商不得泄露公司的商业秘密，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、logo、商标、品质和价格信息等。
<p>廉洁条约</p> <ul style="list-style-type: none"> · 合作双方均加强对各自人员的反腐倡廉教育和遵纪守法教育，禁止以财物或其他手段贿赂对方员工，禁止发生索要、收受贿赂等严重违规行为。
<p>安全生产</p> <ul style="list-style-type: none"> · 供应商必须通过年度消防检查，须有基本的应急响应预案。

供应商评价

地素时尚制定并实施严格的供应商绩效评估体系，全面评价供应商在产品质量、交货时间、售后服务等关键维度的表现，能够使公司深入了解和监控供应商的操作效率和质量控制，并激励供应商持续提升其产品和服务的质量，更好地符合公司的高标准要求。同时，公司通过对供应商进行绩效考核，有助于优化供应商配置，提升供应链管理的效率和效果，确保供应链的稳定性和竞争力。

供应商评价体系

<p>每季度</p> <ul style="list-style-type: none"> · 根据合作品类对供应商的资质、交期、品质、配合度等各维度进行精确评价； · 汇总季度总分，根据不同档次的分数最终给出评级，评级分 A/B/C/D 四档； · 当季被评为 D 级或连续两季评为 C 级的供应商直接淘汰。
<p>每年度</p> <ul style="list-style-type: none"> · 根据四个季度评级汇总，评选出优质、突出贡献、精诚合作、进步供应商四个奖项； · 根据不同奖项对供应商基于奖励，并在下一年度的合作中给予优惠政策。

数字化管理

2023 年，地素时尚进一步加强供应链整合数字化管理，在生产过程中，通过搭建三方协同、生产进度管理功能，建立了有效的协作机制，打破信息差，实现信息共享，整合优化 SCM 系统功能，以便及时响应并解决问题，提升供应商管理效率。另外，供应商通过线上化共享库存信息，帮助其降低库存成本，提高库存周转率，实现合作共赢。

2023 年优化供应商管理系统



携手经销商

地素时尚严格选择合作经销商，制定并施行特许经营申请、许可授权、开店、日常管理、终止的全生命周期管理流程，规范经销商管理工作。同时，公司通过大量资源投入，设立标杆店铺、开展经销商培训及合作、制定品牌发展激励政策，确保经销商运营符合公司既定标准，鼓励经销商持续良性发展。

特许经营管理



经销商培训

为全面提升经销商的运营管理水平及专业能力，地素时尚为各地经销商开设包括企业文化及终端培训、搭配技巧、销售技巧、微信营销、营销活动策划、数据管理等多方面的课程培训，深化经销商对于日常销售活动的理解和掌握，进一步扩大品牌影响力。

关键绩效

2023 年，公司对经销商开展集中培训共 **5** 场，覆盖包括：西北、东北、广东、山东、湖南、湖北、四川等地区省份，覆盖人数约 **400** 人。



长沙经销商集训



惠州经销商集训



大庆经销商集训

合作共赢

地素时尚积极与经销商展开深度合作，分享行业最佳实践和资源，为经销商创建开放、透明的沟通平台，确保其能够在市场变化中迅速适应并共同成长。此外，公司通过提供专业培训、市场支持、技术升级等多方面的支持，进一步加深与经销商的合作关系，在提升经销商运营效率的同时，为公司自身品牌和产品赢得了更广泛的认可和推广。

经销商合作共赢举措



关键绩效

2023 年，公司对经销商开展的活动策划及支持共计 **19** 场，累计刺激产出 **1,750** 万。



2023 年 5 月，贵阳站 VIP 沙龙



2023 年 8 月，唐山站 VIP 沙龙



2023 年 8 月，唐山站 VIP 沙龙



2023 年 9 月，西安站 VIP 沙龙



2023 年 9 月，沈阳站 VIP 沙龙



2023 年 12 月，郑州站 VIP 沙龙

行业共进

地素时尚秉持“爱 创造一切”的核心理念，通过参与行业协会、行业展览等，不断推动公司在时尚界的深度参与和积极交流，主动展示自身对于行业趋势的独到见解，积极引导时尚潮流方向。同时，公司依托卓越品牌力量，获得行业内众多荣誉与认可，彰显了公司对创新和品质的不懈追求，带动行业发展。

地素时尚行业协会会议参与情况

序号	行业协会
1	中国服装协会
2	上海上市公司协会
3	上海服装行业协会
4	上海服装鞋帽商业行业协会
5	上海市总部企业发展促进会
6	上海市商业联合会首发经济品牌联盟



荣获“2023年上海市首发经济引领性本土品牌”



荣获服装行业组“最佳行业共治奖”提名

案例 首届 SHANGHAI GALA | 呈现中国时装之美

地素时尚通过长期对“魔方旗袍”精神内核专研与其繁复工艺的梳理，结合设计创新及故事打磨，受邀参与在 WDC2023 大会期间首届举办的 SHANGHAI GALA，并与国际顶级设计师品牌共展，呈现中国时装革新之力及多元之美，与全球时尚共同叙写时尚的传承与绿色未来。



魔方旗袍亮相 SHANGHAI GALA 大展

回馈社会

地素时尚坚持推进企业与社会协同进步，恪守“让遇见我们的每一个人，都变得更加美好”的企业宗旨，通过参与教育帮扶、物资支持等多方面工作，积极支持各项公益慈善项目，向贫困地区和弱势群体传递爱与关怀，展现企业社会责任担当，助推社会公益事业发展，为构建和谐社会贡献力量。

关键绩效

2023 年，公司社会公益投入金额约 **520** 万元。

案例 心系甘肃，与爱同行

2023 年 12 月，公司心系甘肃地震灾区群众，启动应急响应，紧急调配价值 500 万元的羽绒服、棉衣等防寒物资，通过积石山保安族东乡族撒拉族自治县慈善协会向甘肃地震灾区捐赠，并日夜兼程送往灾区，秉持公司“爱创造一切”的信念守护温暖，与受灾同胞一起共渡难关。



甘肃地震捐赠

案例 乡村振兴，教育帮扶

2023 年，公司积极助力上海市及上海长宁区对口帮扶与经济协作项目，向上海市慈善基金会定向捐赠 10 万元给云南省红河州金平县用于当地扶贫项目。公司通过支持教育帮扶，改善教育条件，提升乡村教育质量，减少城乡教育差距，促进教育公平，为社会进步贡献力量。



慈善捐赠证书

案例 携手真爱梦想，为孩子建梦想教室

2023 年 9 月至 2024 年 3 月，地素时尚携手上海真爱梦想公益基金会，开展“为孩子建梦想教室”项目，在天猫 DAZZLE 店铺上设置公益宝贝，每销售一份公益宝贝便会向上海真爱梦想公益基金会捐赠 10 元人民币，用于“为孩子建梦想教室”公益项目。项目建设期间，捐赠人民币共计 100 万元。



课程共创工作坊



梦想教室现场

05 员工为本 共筑梦想之地

我们的理念

地素时尚秉持“真诚、温暖、追求卓越”的人才理念，高度重视员工的权益保障与优质人才的培养。公司尊重员工的职业发展，建立了全面薪酬福利体系和清晰灵活的人才发展通道，为不同层次的员工提供多样化的成长路径，同时关注职工的健康安全，努力营造安全、健康、和谐的工作环境，推动企业与员工共同发展，携手共创美好未来。

我们的行动

- 员工雇佣
- 员工福利
- 员工发展
- 员工安全

SDGs 对标



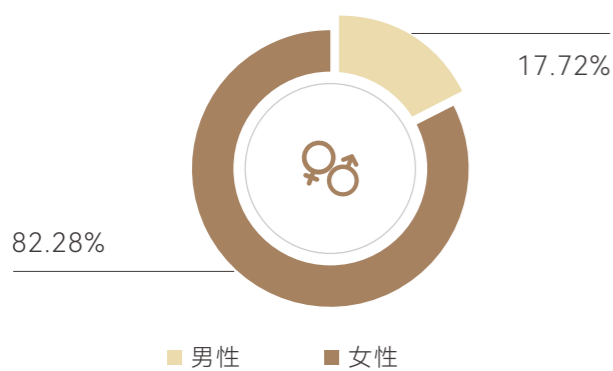
员工雇佣

地素时尚始终恪守《劳动法》与《劳动合同法》等国家法律法规的规定，深入贯彻合法合规用人理念，并结合自身情况制定《员工手册》，并确保法规的有效执行。确保每位员工的权益得到充分保障，加强员工满意度，为员工创造一个公平、公正、安全的工作环境。

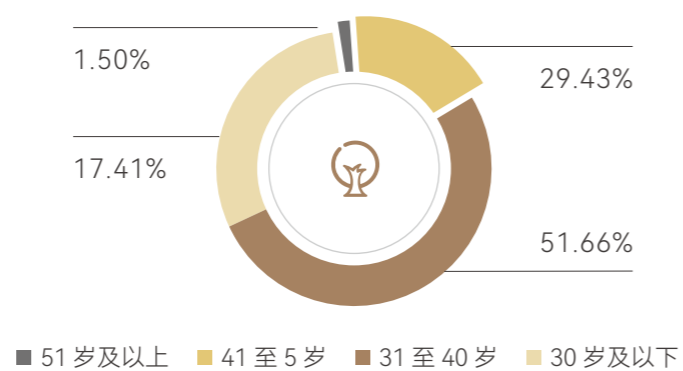
平等雇佣

公司坚持公开、公正、竞争、择优的雇佣原则，保障每位求职者的平等机会。同时坚决反对任何形式的歧视和骚扰行为，严禁雇佣童工，反对强迫劳动，保障员工自由择业、结社自由和集体协商的权力。同时，公司注重女性领导力的培养，为每一位女性职工提供多元化的职业发展机会，鼓励并引导更多有能力的女性员工进入管理层，参与企业管理。

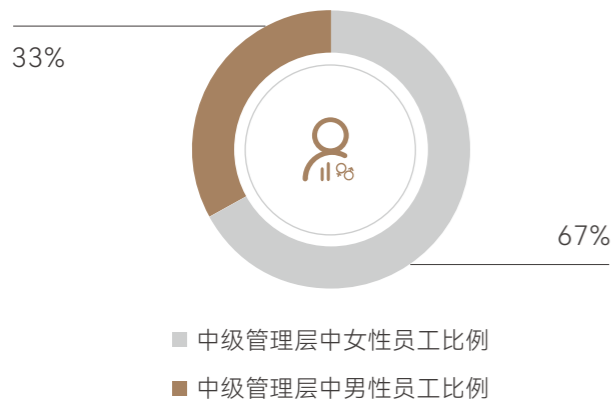
员工性别比例



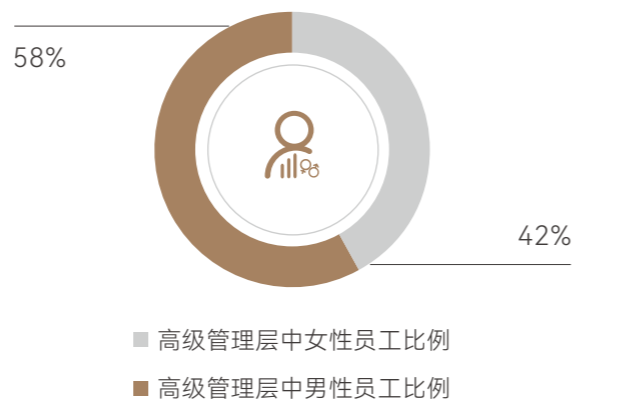
员工年龄结构



中级管理层员工性别结构



高级管理层员工性别结构



关键绩效

截至 2023 年 12 月 31 日，公司共有员工 **1,264** 人¹，雇佣残疾人 **5** 人，少数民族员工 **10** 人。

员工权益

公司致力于加强员工权益保护、倾听员工心声、完善员工申诉机制，提升员工的工作满意度和忠诚度，加强员工与公司的畅通交流，确保每一位员工的权益得到切实保障，构建和谐劳动关系，促进员工与企业之间的共同发展。

关键绩效

2023 年，员工意见处理率达 **100%**。

薪酬体系

公司通过遵循绩效导向的薪酬与福利管理原则，建立科学的人才战略与薪酬体系，不断完善人才激励制度，注重内部公平性，更着眼于市场竞争力的提升，吸引了众多优秀人才，激发员工潜力和热情，使员工在为公司创造价值的同时，也能实现个人价值的最大化，共同推动公司不断向前发展。

员工薪酬体系与结构完善工作

基于岗位梳理原则，优化现有岗位数量，并规范岗位标准。

搭建序列通道体系，四大序列通道的层级角色定义，将部门内各序列匹配到对应通道的层级区间，优化了员工晋升发展通道。

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。

构建任职资格框架，完善各部门任职资格，及序列晋升与管理生命周期。

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。

注¹:2023 年较 2022 年员工总数减少，主要因为部分用工方式转变为劳务派遣和项目外包。

为进一步激励员工积极参与公司的发展和成长，公司实施多元化股权激励办法，对公司高管、核心技术及业务人员授予股票期权与限制性股票，让员工共享公司业绩增长所带来的利润和价值增值，进一步提高员工的工作积极性和投入度，建立稳定的人才梯队。

关键绩效

2023年10月，公司以 **12.32** 元/股的行权价格，向 **17** 名激励对象授予 **139.00** 万份股票期权；以 **7.70** 元/股授予价格，向 **151** 名激励对象授予 **595.599** 万股限制性股票；

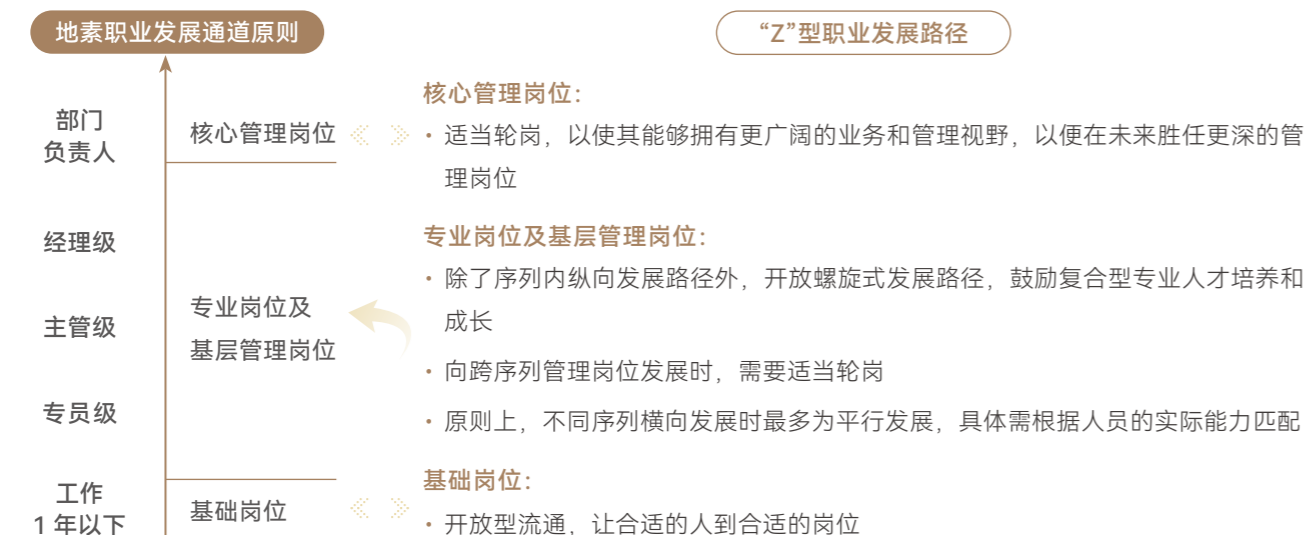
员工发展

地素时尚始终将人才发展工作置于战略高度。公司不断完善人才发展政策，规范人才引进程序，精准对接企业需求与人才发展，不断加强员工培训和提升，通过系统化培训和实践，帮助员工不断提升自身技能和素质水平，全力打造一支高素质、专业化的复合型人才队伍。

职业发展路径

为有效促进人才队伍的持续优化，公司积极完善人才晋升机制，制定《员工晋升管理制度》，开展管培生项目，并打造“Z”型职业发展路径，提供平等的双通道的晋升途径。员工可以根据自己的实际能力和职业规划，在深化专业领域和拓展管理能力中灵活选择发展方向。

公司“Z”型职业发展路径



人才培养

公司秉持吸引与发展多元人才的坚定理念，确立以“地素十力”为核心的人才评估标准，搭建地素人才成长树，精准识别并培养优秀人才。公司开展精准且有针对性的多元化培训项目，满足不同的学习需求和发展目标，为员工赋能，助力提升专业技能和综合素质，增强自身竞争力。同时，公司开展零售管培生项目，使其更好地适应公司发展需求，创造更大的价值。

“地素十力”人才评估标准



地素人才成长树



案例 零售管培生培养项目

在内部人才培养方面，公司自 2020 年起至 2023 年，规划了每期为期 18 个月的零售管培生培养与发展项目。通过内部培养，深化管培生对未来职业的认知，并激发其领导潜能。通过系统培训和实践锻炼，为合格店长的储备工作打下坚实基础，将管培生塑造成具备高度适应能力的“多能型人才生态圈”，以适应不断变化的市场需求。目前，该项目已取得显著成效，已有零售管培生成功晋升为店长，为公司发展注入了新的活力。



零售管培生项目培训现场

案例 “诸子的智慧”专场培训，引领管理层思维新升级

2023 年 5 月，公司邀请知名文学博士、学者、作家鲍鹏山教授，面向所有中高层管理人员开授了“诸子的智慧”地素时尚专场培训，教授通过风趣幽默、深入浅出的语言来普及国学思想、提升意识形态、优化管理理念。此次培训使管理人员在领略诸子智慧的同时，也学会了如何将其应用于实际工作中，有效推动了管理层组织思维的升级与深化。



鲍鹏山教授进行“诸子的智慧”地素时尚专场培训

案例 飞书推广月活动，深化员工协同办公

2023 年 2 月，公司特别策划“飞书推广月”活动，旨在加强员工对于飞书办公软件的深入应用与学习，扩大飞书平台在公司内的覆盖面、提升使用率。通过开展“飞书推广月”、“飞书知识竞赛”等趣味学习形式，深化员工对集成式协同办公的认知，深化组织协同和内部沟通方式更新迭代，提升办公效率。



宣传飞书办公软件



飞书推广月集章活动

案例 开展时间管理培训，助力员工高效工作

为进一步提升员工的个人能力与工作效率，公司开展了员工时间管理培训，旨在帮助员工更好地掌握时间管理的技巧，从合理规划时间、高效完成工作任务、平衡工作与生活等多方面进行学习和分享，帮助员工提升提高时间管理能力。



开展“时间管理”主题培训

关键绩效

2023 年，地素时尚员工接受培训总人数为 **1,078** 人，员工接受培训平均时长 **6.6** 小时。

员工培训总投入 **126,522** 元。

员工福利

地素时尚坚信员工的幸福与满意度是公司持续发展的基石。公司构建了全方位的员工福利体系，积极组织多样化的员工活动，丰富员工的业余生活，增强团队凝聚力，为员工创造一个安心、舒适的工作环境，吸引和留住更多优秀人才。

员工福利体系内容



法定福利

- 缴纳养老、医疗、失业、工伤、生育共计五个险种的社会保险
- 缴纳住房公积金
- 年休假、法定节假日



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、高管补充商业医疗保险、夏季员工关怀、置装补贴、员工活动、员工班车、停车位以及直系亲属过世慰问金等福利。

案例 中秋团圆情，月饼寄深意

中秋佳节之际，为了让员工感受到家的温暖，公司向每位员工赠送了中秋月饼，不仅是对员工辛勤付出的认可，更是公司传递的一份关怀与温暖，提升员工的幸福感和满足感，共同营造温馨和谐的企业氛围。



中秋月饼礼盒发放



员工活动

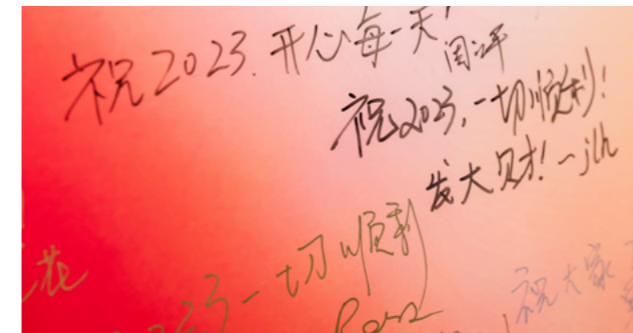
公司高度重视员工文化生活，注重员工的精神需求，积极开展丰富多彩的活动，提升员工的人文素养和综合素质，丰富员工的业余生活。同时公司倾听员工心声，关注员工的成长与发展，关怀女员工，打造一个温馨、和谐的工作环境。

案例 举办“爱·勇气”开年活动，共筑文化新篇章

2023年2月，公司举办“爱·勇气”主题活动，为员工文化生活添彩。从“打开爱”到“汇聚爱”，每一站都承载着深厚的情感与意义。员工们通过分享、合作、交流，不仅加深了彼此间的了解和信任，更让爱的力量在团队中流淌。



员工参与活动小游戏



“爱·勇气”开年活动现场

案例 开展妇女节主题活动，传递关怀传递爱

2023年妇女节当天，公司组织了以“爱，绽放”为主题的三八节活动，活动包括女性员工拍照留影、制作花束、扭蛋机游戏、制作永生花香薰等，并为女性员工派送暖心大礼包和准备了各类美食，让女性员工切实感受到公司的关怀与温暖，让爱在地素联结、流动、传承。



公司为女员工派送暖心大礼包

员工制作精美花束

员工安全

地素时尚始终将员工健康与安全放在首要位置，公司在遵守职业健康与安全法规和行业标准的前提下，全面落实和执行《安全生产法》《职业病防治法》等法律法规的要求，建立了《职业健康管理体系》，明确各岗位职业健康安全操作规程，健全职业健康应急救援预案，成立专门职业健康安全管理机构，制定了主要负责人、分管负责人、管理人员以及各职能部门及各岗位的职业健康安全管理职责，保障职工职业健康安全。

公司注重员工安全意识的培养，定期开展员工安全培训与健康讲座，通过实际操作与演练，确保每位员工都能熟练掌握安全知识和技能。同时，公司关注员工的身心健康，定期开展心理健康课程及活动，帮助员工学会调节情绪，为员工营造一个安全、健康、和谐的工作环境。

案例 开展消防疏散演练，增强员工安全意识

为加强员工对健康安全的重视，公司组织开展消防疏散演习。员工们积极参与，按照既定路线有序撤离。各部门紧密配合，确保每位员工安全到达集合点。此次演习不仅增强了员工的安全意识，也检验了公司的应急响应能力，为员工的生命安全筑起坚实防线。



员工学习消防设备使用

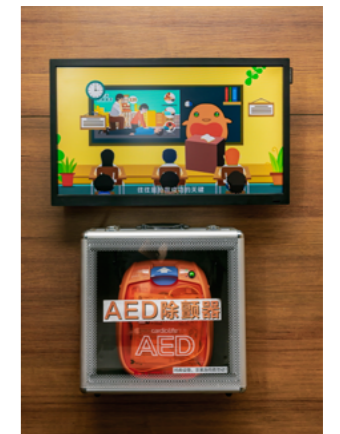
公司定期为员工组织开展年度体检，为员工购买补充医疗及高管险；在日常经营维护方面，公司在运营场所配置了AED(自动体外除颤器)、消防栓灭火器等应急设施设备，并定期检查与设备维护，以保障生产过程安全顺利进行。

案例 加强消防设备安全检查，筑牢员工安全防线

为确保员工安全，公司高度重视日常消防设备的安全检查。定期对灭火器、消防栓等设备进行检查，确保其状态良好。同时，加强消防通道管理，确保畅通无阻。为员工的安全提供了坚实保障，让每一位员工都能在安全的环境中安心工作。



消防安全员对公司日常消防设备进行安全检查



AED 除颤器设施

关键绩效

2023年，地素时尚员工职业健康安全投入共计 **240.7** 万元，安全生产总投入 **25** 万元。

06 绿色经营 引领地素时尚

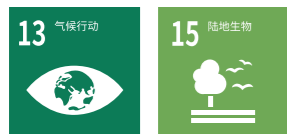
我们的理念

地素时尚坚守“人、资源、环境、和谐共生、绿色发展”的核心价值观，积极应对气候变化挑战，致力于推动绿色原材料的使用，努力为环境保护和可持续发展做出贡献，提高企业的社会责任感和可持续发展能力。

我们的行动

- 绿色运营
- 绿色供应链

SDGs 对标



绿色运营

公司秉持绿色低碳、环保节能的理念，取得了 ISO 14001 环境管理体系认证证书，积极开展一系列节水、节电、低碳节能的绿色措施，努力打造环保型企业。公司定期开展环保意识培训和教育活动，激励员工参与绿色办公行动，注重绿色办公的建设，通过推广数字化办公等方式，减少了企业对环境的影响，提高了资源利用效率。

绿色办公

节能措施



- **强化用电管理：**员工午间休息或离开座位半小时以上的情况需关闭电灯、电扇、空调等设备；使用智能电表、能源管理系统等设备，实时监控和管理用电情况，提高用电效率。
- **合理使用空调和暖气：**夏季，空调温控调节不得低于 26℃，如夏季空调面板显示室内温度 ≥ 26℃ 可开启冷空调；冬季，各楼层卫生间仅在 10 月 15 日至次年 3 月 15 日期间供热，且空调温控调节不得高于 20℃，冬季空调面板显示室内温度 ≤ 18℃ 方开启热空调。
- **使用节能灯具：**更换 LED 灯或荧光灯等高效节能灯具，降低照明用电量。
- **定期检查和维护设备：**确保所有设备正常运行，避免因设备故障造成的能源浪费。

节水措施



- **定期检查水管、设备：**确保没有漏水或滴水现象，及时修复漏水问题。
- **安装节水器具：**例如低流量水龙头、节水马桶等，以减少用水量。
- **合理使用水资源：**教育员工养成节水习惯，比如洗手、洗杯子等时尽量使用少量水。

废弃物管理



- **明确分类标准：**设置专门的分类垃圾桶，并在垃圾桶上贴有明确的分类标识，避免混合投放。
- **加强宣传教育：**发布相关的垃圾分类知识和指引，引导员工养成良好的垃圾分类习惯，提高员工对垃圾分类工作的认识和重视程度。
- **完善分类管理制度：**明确各类垃圾的分类标准和处理方式，配备专门的垃圾分类管理人员，负责监督全体员工进行垃圾分类工作。



干湿垃圾分离



电池、药品等有害垃圾指定回收箱

案例 整合优化数字化系统，推进无纸化办公

公司积极提倡减少纸张使用，通过数字化管理方式、电子邮件、云存储等进行办公，如将供应商准入、采购订单、供应商三方协同及合同结算等系统功能整合优化，从各环节审批直至供应商合同签订盖章等，线上无纸化大大简化了工作流程，提升了工作效率的同时，缩减物流、纸张、打印耗材等相关费用，助力企业碳排放减少、绿色无纸化办公进程。

指标	单位	2021 年	2022 年	2023 年
用电量	MWh	972.84	1,367.85	1,678.59
水资源消耗量	吨	6,985.37	7,609.67	8,312.01
水资源消耗强度	吨 / 亿元营收	241.04	317.07	313.78

绿色供应链

公司无自建衣料加工工厂，依托供应商进行布料生产与衣物加工。因此，我们尤注重绿色供应商的选择与建设，积极采用绿色解决方案，旨在实现经济效益的同时，促进环境保护，从而推动公司的可持续发展。

绿色供应

公司注重建设绿色供应商管理体系，建立并完善供应商准入、评价、退出流程的数据流，细分各类供应商信息，强化对于供应商的全生命周期的数据线上化管理，评估其环保制度的制定与实施，严密审查供应商的绿色生产与经营措施，确保优先选择环境友好型供应商。

关键绩效

现有的核心供应商中绿色供应链企业占 **25%**，通过国家 ISO 14001 环境管理体系认证的占 **32%**。
 供应商投入使用屋顶光伏发电，安装约 **2** 万平方米的太阳能硅版发电设备，每年可产生 **200** 万度清洁能源。

案例 绿色供应商践行，采用先进节能设备实现能源高效利用

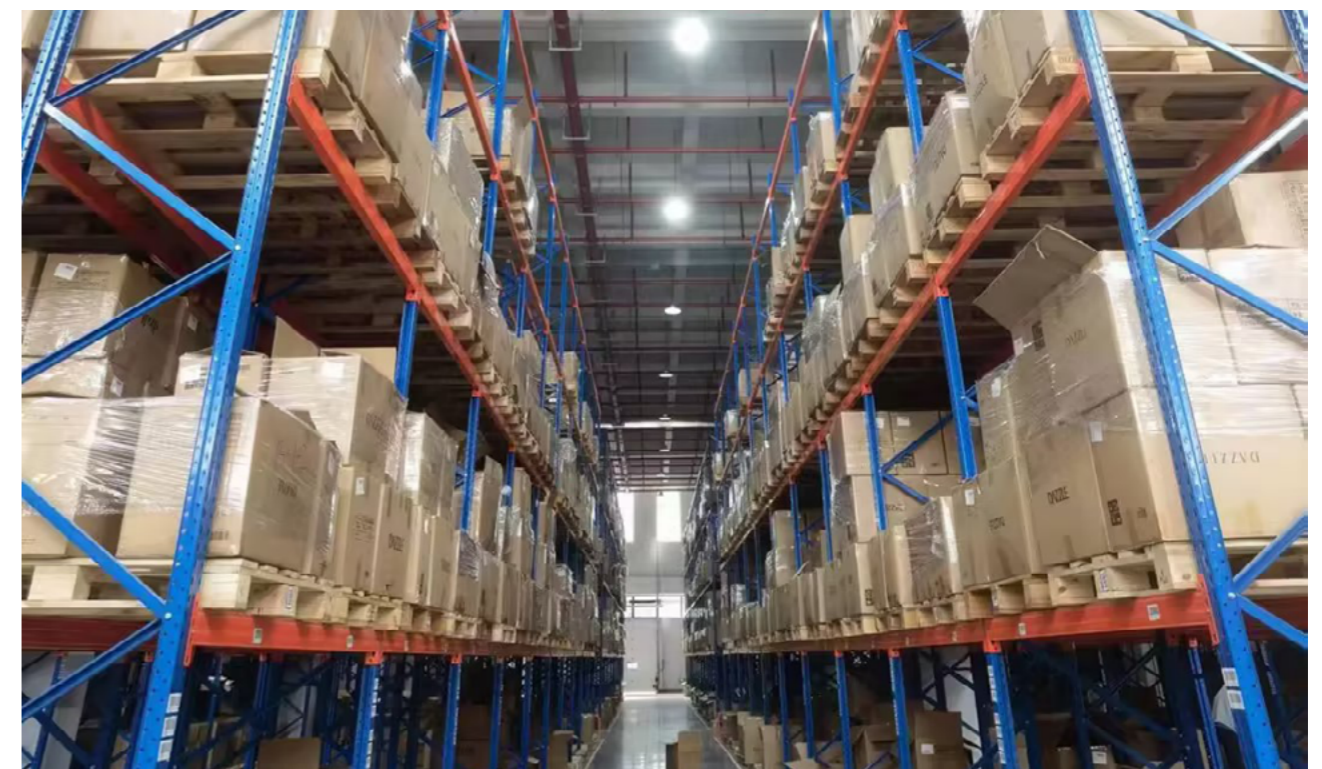
公司的供应商积极响应环保要求，在设备采购与更新过程中，始终坚持选用节能降耗的先进产品，生产设备配备变频马达、220V 轻量缝纫机、智能蒸汽发生器以及节能 LED 光源等。此外，供应商安装了高效节能减排的定型机废气处理余热回收设备，不仅减轻定型机导热油炉的负荷，还能最大限度地回收废气中的余热，用于加热生产用水和员工生活用水，实现了能源的高效循环利用，同时有效去除废气中的油、烟、尘等氧化物和有害物质，确保废气排放达到环保标准，高效推动节能减排目标的实现。

绿色物流

公司立足于长远发展，以追求经济利益、社会利益和环境利益的和谐共生为目标，致力于实现可持续发展。我们建立了完善的绿色物流体系，从产品生产、仓储到包装、配送的每一个环节，都积极采用绿色解决方案，力求在推动经济效益的同时，取得卓越的环境保护成果，实现双赢发展。

案例 绿色仓储体系打造，循环利用助力可持续发展

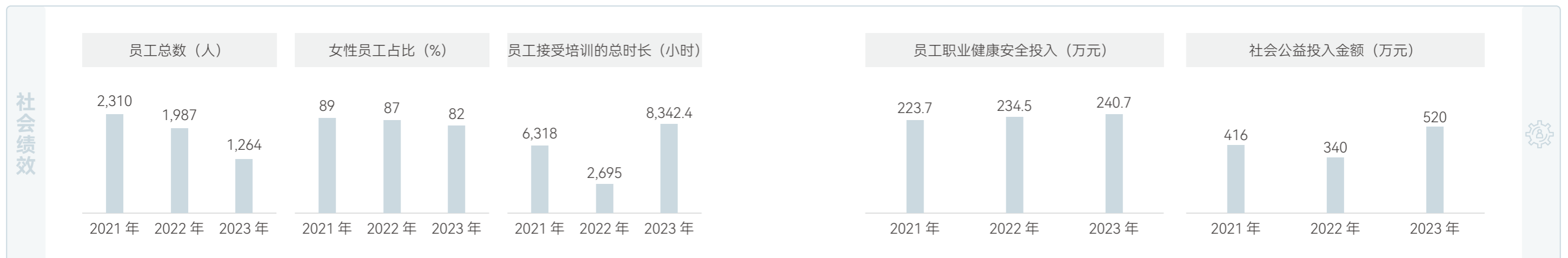
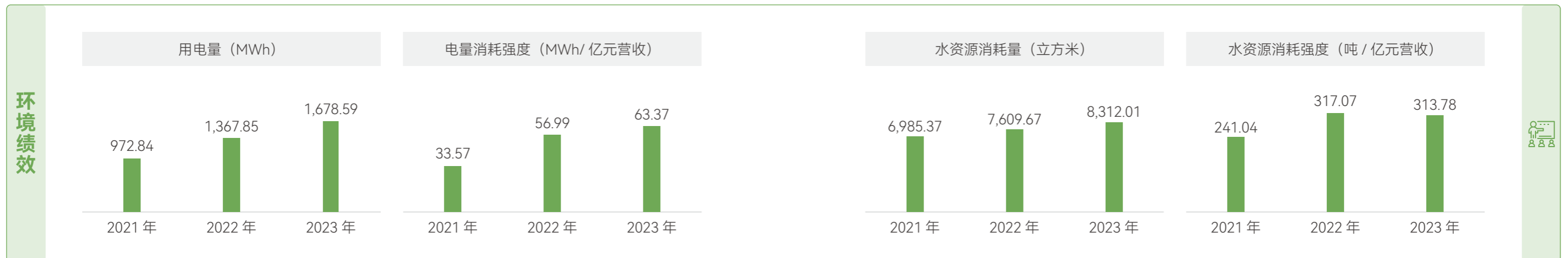
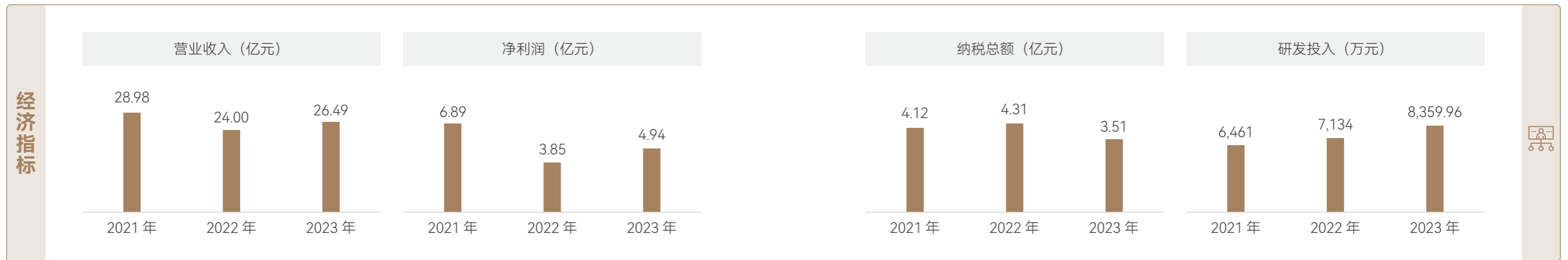
公司积极响应国家环保政策，构建绿色仓储体系。通过优化仓储设备和调整供应链布局，以高效节能的机械设备取代传统高能耗设备，并积极推广使用环保材料和可回收包装，以减少不必要的资源浪费和环境污染。此外，我们创新性地引入了海绵城市理念，在仓储区域实施雨水收集与再利用系统，将收集的雨水用于植物灌溉，不仅实现了水资源的循环利用，还有效提升了整体运营效率，助力能源和资源的节约与高效利用。



案例 物流仓库数智化升级，助力高效存储

公司不断对仓库进行数智化升级，公司昆山花桥物流仓库已成功转型为机器人智能仓，占地面积约 7,000 平方米，投入运营 70 台 AGV 智能小车，实现了高达 65 万件的货品存储能力，并满足每日处理 8,000 件订单的业务需求。机器人智能仓的引入显著提升仓储作业效率，同时减少约 210 万 / 年的人工成本投入，有效缓解员工的作业疲劳，有力支持降本增效。

关键绩效



指标索引

全球报告倡议组织 GRI 标准索引

GRI 指标	相关解释	相关章节
组织及报告做法		
G2-1	组织细节	关于本报告
G2-2	列入本组织可持续性报告的实体	关于本报告
G2-3	报告期、频率和联络点	关于本报告
活动和工作者		
G2-6	活动、价值链和其他商业关系	公司简介、供应链管理
G2-7	员工	员工雇佣
G2-8	非雇佣员工	员工雇佣
治理		
G2-9	治理结构与构成	公司治理
G2-10	最高治理机构的提名和选择	公司治理
G2-11	最高治理机构的主席	参考年报
G2-12	最高治理机构在监督影响管理方面的作用	公司治理、合规运营
G2-14	最高治理机构在可持续性报告中的作用	可持续发展管理
G2-16	关键问题的沟通	利益相关方参与
G2-17	最高治理机构的集体知识	公司治理
G2-19	薪酬政策	员工雇佣
G2-20	确定薪酬的过程	参考年报
战略、政策和实践		
G2-22	关于可持续发展战略的声明	可持续发展管理
G2-23	政策承诺	商业道德
G2-24	融合政策承诺	员工雇佣
G2-25	对负面影响进行补救的过程	商业道德

GRI 指标	相关解释	相关章节
G2-26	寻求建议和提出关切的机制	商业道德
G2-28	协会的成员资格	行业共进
利益相关者的参与		
G2-29	利益相关者参与的方法	实质性议题分析
实质性议题		
G3-1	确定实质性议题的过程	可持续发展管理
G3-2	实质性议题清单	可持续发展管理
G3-3	实质性议题的管理	可持续发展管理
经济效益		
G201-1	直接产生和分配的经济价值	参考年报
G201-2	气候变化带来的财务影响和其他风险和机遇	参考年报
G201-3	义务性固定福利和其他退休计划	员工福利
G201-4	政府给予的财政补贴	参考年报
间接经济影响		
G203-1	基础设施投资和支持性服务	回馈社会
G203-2	重大间接经济影响	创新引领
反腐败		
G205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	商业道德
税		
G207-1	税务管理方法	参考年报
G207-2	税务治理、控制和风险管理	参考年报
G207-3	利益相关者参与和管理与税务相关的问题	参考年报
物料		
G301-3	再生产品及其包装材料	专题：创新再生引领，掀起绿色新风尚、绿色供应链
能源		
G302-1	组织内部的能源消耗量	绿色运营
G302-2	组织外部的能源消耗量	绿色运营

GRI 指标	相关解释	相关章节
G302-3	能源强度	绿色运营
水资源		
G303-5	耗水量	绿色运营
供应商环境评估		
G308-1	使用环境标准筛选的新供应商	供应链管理
G308-2	供应链对环境的负面影响以及采取的行动	供应链管理
雇佣		
G401-1	新进员工和员工流动率	员工雇佣
G401-2	提供给全职员工 (不包括临时工或兼职员工) 的福利	员工福利
职业健康与安全		
G403-1	职业健康安全管理体系	员工安全
G403-3	职业健康服务	员工安全
G403-4	工人在职业健康和安全方面的参与、咨询和沟通	员工安全
G403-5	劳动者的职业健康和安全培训	员工安全
G403-6	促进工人健康	员工安全
培训与教育		
G404-1	每名员工每年接受培训的平均小时数	员工发展
G404-2	员工技能提升方案和过渡协助方案	员工发展
多元化与平等机会		
G405-1	管治机构与员工的多元化	员工雇佣
供应商社会评估		
G414-1	使用社会标准筛选的新供应商	供应链管理
G414-2	供应链对社会的负面影响以及采取的行动	供应链管理
客户健康与安全		
G416-1	对产品和服务类别的健康与安全影响的评估	客户至上
营销与标识		
G417-1	对产品和服务信息及标签的要求	质量管理

中国社会科学院 CASS-ESG 5.0 标准索引

CASS 指标		相关解释	相关章节
第一部分: 报告前言 (P 系列)	(P1) 报告规范	P1.1 质量保证	关于本报告
		P1.2 信息说明	关于本报告
		P1.3 报告体系	关于本报告
	(P4) 公司简介	P4.1 基本信息	公司简介
		P4.2 战略与文化	公司简介
		P4.3 业务概况	公司简介
第二部分: 治理责任 (G 系列)	(G1) 公司治理	G1.1 董事会构成多元	公司治理
		G1.2 董事会独立性	公司治理
		G1.3 守法规体系	合规运营
		G1.4 守法规培训绩效	合规运营
		G1.5 反不正当竞争	商业道德
		G1.6 申诉与举报机制	商业道德
		G1.7 反商业贿赂及反腐败体系	商业道德
	G1.10 信息透明	信息披露	
	(G3) ESG 管理	G3.5 ESG 重大议题识别	可持续发展管理
		G3.6 利益相关方沟通活动	可持续发展管理
		G3.7 ESG 信息披露渠道	关于本报告
		G3.9 ESG 培训	员工发展
		G3.10 ESG 培训绩效	员工发展
		G3.11 ESG 荣誉	荣誉 2023
E1.1 环境管理体系		绿色运营	
第三部分: 环境风险管理 (E 系列)	(E1) 环境管理	E1.2 环境管理目标	绿色运营
		E1.6 通过环境管理体系认证	绿色运营
		E1.7 环保培训和宣教	绿色供应链
		E1.8 环保产品或技术的研发与应用	专题: 创新再生引领, 掀起绿色新风尚
		E1.9 环保违法违规事件与处罚	不适用

CASS 指标		相关解释	相关章节
第三部分：环境风险管理	(E2) 资源利用	E2.1 能源管理体系	绿色运营
		(E 系列)	绿色运营
		E2.3 能源消耗强度	绿色运营
		E2.4 清洁能源使用政策	绿色运营
		E2.5 清洁能源使用量	绿色供应链
		E2.6 减少制成品包装材料使用的政策	绿色供应链
		E2.10 新鲜水用水量	绿色运营
		E2.11 耗水强度	绿色运营
		E2.14 绿色办公措施	绿色运营
		E2.15 绿色办公绩效	绿色运营
(S 系列)			
第四部分：社会风险管理 (S 系列)	(S1) 雇佣	S1.1 遵守劳工准则	员工雇佣
		S1.2 多元化和机会平等	员工雇佣
		S1.3 员工构成	员工雇佣
		S1.4 劳动合同签订率	员工雇佣
		S1.5 员工流失率	员工雇佣
		S1.6 民主管理	员工雇佣
		S1.7 薪酬福利体系	员工雇佣
		S1.8 社会保险覆盖率	员工雇佣
		S1.10 员工关怀	员工福利
		(S2) 发展与培训	S2.1 职业发展通道
	S2.2 职业培训体系		员工发展
	S2.3 职业培训投入		员工发展
	S2.4 职业培训绩效		员工发展
	(S3) 职业健康和安全生产	S3.1 职业健康管理	员工安全
		S3.4 安全生产管理体系	员工安全
		S3.5 安全宣贯与培训	员工安全
		S3.6 隐患排查与整治	员工安全

CASS 指标		相关解释	相关章节
第四部分：社会风险管理 (S 系列)	(S3) 职业健康和安全生产	S3.7 应急管理体系	员工安全
		S3.8 安全生产投入	员工安全
	(S4) 客户责任	S4.1 产品 / 服务质量管理	质量管理
		S4.3 负责任营销	数智建设
		S4.4 止损和赔偿机制	客户至上
		S4.5 应对客户投诉	客户至上
	(S5) 负责任供应链管理	S5.1 供应链 ESG 管理体系	供应链管理
		S5.2 供应商 ESG 审查评估	供应链管理
		S5.6 供应商 ESG 培训体系	供应链管理
	第五部分：价值创造 (V 系列)	(V1) 国家价值	V1.1 服务国家重大战略的理念和政策
V1.3 服务国家重大战略的行动举措			回馈社会
(V2) 产品价值		V2.1 技术创新制度机制	创新引领
		V2.2 技术创新的行动举措	创新引领
		V2.3 研发投入	创新引领
		V2.4 重大技术创新成果	
		V2.5 带动上下游产业链协同发展	携手经销商
		V2.6 保障产业链供应链安全稳定	供应链管理
		V2.8 战略合作机制和平台	携手经销商
		(V3) 民生价值	V3.1 带动就业的行动举措
V3.4 公益行动领域			回馈社会
V3.5 打造品牌公益项目			回馈社会
V3.6 公益捐赠总额			回馈社会

CASS 指标	相关解释	相关章节	
第五部分：价值创造 (V 系列)	(V4) 环境价值	V4.4 守护绿色生态的行动举措	专题、绿色运营
	(A2) 关键绩效表	集中展示公司报告期内 ESG 关键量化指标的年度绩效	关键绩效
	(A4) 参考索引	描述报告对 ESG 相关标准的回应情况，可以列表形式呈现报告内容对参考指南具体指标的回应	指标索引
	(A5) 意见反馈	指读者意见调查表及读者意见反馈渠道	读者反馈

读者反馈

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 2023 年度环境、社会和公司治理 (ESG) 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、践行可持续发展的能力与水平，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. 您认为地素时尚在公司治理方面做得如何？

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

10. 开放性问题

您对地素时尚股份有限公司履行 ESG 责任及本报告有任何意见与建议？

您的联系方式：

姓名：

电话：

电子邮件：

LoveCreates.
地素时尚

DAZZLE FASHION CO., LTD.
地素时尚股份有限公司

联系地址：上海普陀区丹巴路 28 弄 1-2 号旭辉世纪广场 8 号楼

邮政编码：200062

联系电话：021-31085111

邮件：info@dazzle-fashion.com