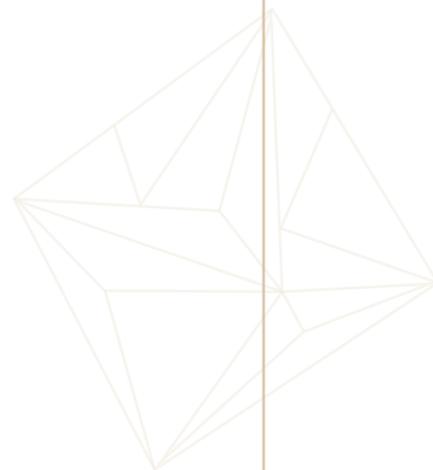


中国珠宝首饰进出口股份有限公司2021-2023年社会责任报告

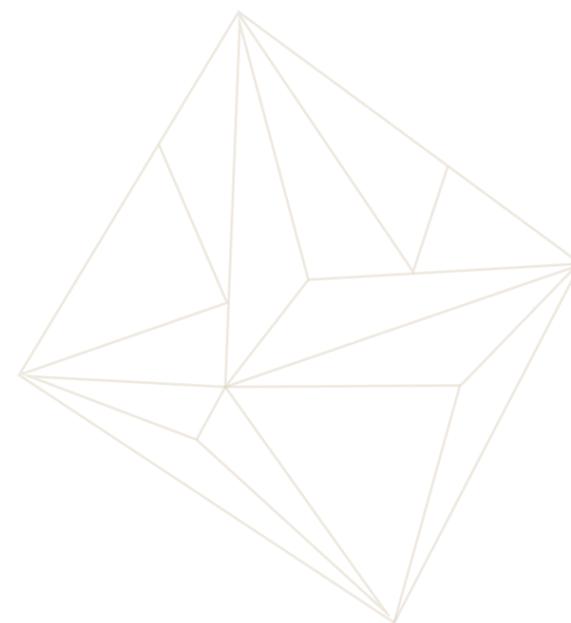
Social Responsibility Report



中国珠宝首饰进出口股份有限公司

社会责任报告

2021-2023



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

报告前言

本报告是中国珠宝首饰进出口股份有限公司面向公众发布的第一份企业社会责任报告。报告旨在真实反映中国珠宝在经济、环境、社会和治理等领域的社会责任实践和绩效。

发布周期

报告每一年发布一次。

参考标准

国务院国资委《关于中央企业履行社会责任的指导意见》
国务院国资委《关于国有企业更好履行社会责任的指导意见》
国际标准化组织 ISO 26000: 2010《社会责任指南》
联合国 2030 年可持续发展目标 (SDGs)
全球可持续发展标准委员会《GRI 可持续发展报告标准》(GRI Standards)
中国国家标准 GB/T 36001-2015《社会责任报告编写指南》
中国社会科学院《中国企业社会责任报告编写指南》(CASS-CSR 4.0)》
《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露规则》

报告范围

本报告覆盖中国珠宝首饰进出口股份有限公司及其子公司、各区域运营中心及门店。报告时间跨度为 2021 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日，为增强报告可比性及前瞻性，部分内容向前后年度适度延伸。

称谓说明

为便于表述和阅读，报告中的中国珠宝首饰进出口股份有限公司根据行文具体情况，简称为“中国珠宝公司”“中国珠宝”“公司”“我们”；下属企业“上海中艺珠宝首饰有限公司”简称为“上海中艺”，“中艺名人艺术珍品进出口有限公司”简称为“中艺名人”，“北京高德珠宝鉴定研究有限公司”简称为“高德珠研所”，“中饰(深圳)珠宝首饰有限公司”简称为“中饰深圳”。

内容来源

本报告的信息披露力求真实、客观、全面地反映公司经济绩效、环境绩效和社会绩效。报告中所披露的全部信息和数据来自公司内部管理文件、审计报告与年报，保证不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对报告内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。本报告的财务数据以人民币为单位，若与财务报告不一致之处，以财务报告为准。

报告获取方式

本报告以印刷版和电子版两种形式发布，电子版可在官网查阅获取，纸质版需联系中国珠宝首饰进出口股份有限公司。若您在阅读过程中有任何意见或建议，请联系我们进行反馈：
联系部门：品牌发展部
联系地址：北京市朝阳区吉祥里 103 号中国中艺大厦 9 层
联系电话：010-85698619
电子邮箱：zgw@sinogem.com.cn

目录 CONTENTS

报告前言	01		
领导致辞	04		
走进中国珠宝	06		
企业简介	06	发展历程	10
管理团队	08	资质荣誉	12
组织架构	09		



敦煌系列九色鹿项链

14 履责于行，尽显担当作为

责任理念	16
责任治理	16
责任议题	17
责任沟通	18

责任专题 五星党建指航向
奋进珠宝新征程

责任专题 八维精益强管理
合规管治促发展

责任专题 精琢中华美学珠宝
点亮人民美好生活

30 稳健经营，筑牢治理根基

规范公司治理	32
做好风险防控	34
恪守商业道德	36
加强质量管理	39

42 品质为先，点亮美好生活

创新驱动	44
优质服务	50
产品研发	54

60 合作至信，实现互惠共赢

赋能加盟商管理	62
严控供应链管理	65
携手合作共前行	66
助力行业新发展	67

68 以人为本，建设幸福家园

维护员工权益	70
搭建成长平台	72
加强人文关怀	76
落实安全生产	78

80 共建共享，增进民生福祉

企地共建	82
公益同行	85
志愿服务	87
绿色运营	88

未来展望	90
关键绩效表	92
指标索引	93

LOGO 系列典·藏



美好金大喜系列山峦胸针

领导致辞



张义静 董事长

2023 年，中国珠宝胸怀“国之大者”，在新时代的浩荡春风中绽放光华。我们肩负“用璀璨珠宝点亮人民美好生活”的庄严使命，在习近平新时代中国特色社会主义思想的指导下，在保利工艺党委的领导下，坚定不移推动文化自信自强，切实推动文化强国建设，以实际行动诠释央企担当，以奋进姿态在高质量发展的道路上蹄疾步稳，笃定前行，书写璀璨美好的崭新篇章。

党建引领，凝心聚力，迈出笃定的步伐。

中国珠宝坚持党建引领，牢牢把握“七个着力”重大要求，聚焦增强核心功能、提高核心竞争力，为推动企业高质量发展提供根本动力和坚强保证。2023 年，公司党支部持续打造“五星党建 点亮珠宝”特色党建品牌，开展主题教育、党风廉政及群团活动，切实推动党建工作与生产经营相融合、与深化改革相融合、与党员群众所需所盼相融合，为公司高质量发展注入了强劲动能。

精益管理，合规经营，迈出坚实的步伐。

中国珠宝以“八维精益”、建设世界一流等专项工作为抓手，担当作为，勇毅前行，有计划有步骤地稳妥推进混改，提升主业核心竞争力；成立合

规工作组，健全合规工作制度，加强司库建设及合同规范化管理，做好风险防控工作，提升合规运营管理水平；持续落实精益管理，深入贯彻八维精益工作法，提高公司规范化运作水平；搭建 e 美好等数字化服务平台，助力公司数字化转型。这一年，经营业绩再创新高，门店数量稳步增加，品牌价值持续增长，改革步伐也愈发坚定，公司管理更加规范高效。

文化赋能，创新驱动，迈出奋进的步伐。

中国珠宝以弘扬中华优秀传统文化为使命，紧紧围绕保利工艺“打造工艺美术全产业链”的战略目标，深度挖掘“中华美学”内涵，通过梳理品牌故事、升级品牌战略，打造“中华美学珠宝”，以高端高质高品的产品满足更多人的美

好生活需求。全力以赴诠释具备行业标杆性质的“中华美学珠宝产品精琢体系”，构建以“中国·龍”“只此青绿”系列等为代表的特色产品矩阵；通过匠心独运的宣传片诠释美好，让中华文化之美走进千家万户；更以校园音乐季等多种形式聚合文化力量，演绎美好，切实做到文化赋能发展，做中华优秀传统文化的捍卫者和传播者。

以人为本，增强动能，迈出有力的步伐。

中国珠宝落实人才强企战略，坚持外部引进与内部培养相结合。积极整合外部资源，与中国地质大学（北京）共建产学研协同创新基地，全面推动人才培养、成果转化等领域深度合作；开展“曙光”“星光”“琢玉”三大专题培训，完善“专项培训+大讲堂+培训基金+业务培训”的培训体系，依托员工导师制、新员工入职培训等多种举措，致力于打造学习型组织，全面激活干部人才队伍活力，点燃高质量发展的强劲引擎。

担当有为，共建共享，迈出美好的步伐。

作为珠宝首饰行业的“国字头”品牌，中国珠宝始终知责于心、担责于身、履责于行，以实际行动为人民谋福祉。推进社企互联共建，开展惠民服务、珠宝知识科普等活动，为群众带来切实、贴心的服务；参与各类公益慈善活动，在保利工艺的引领下深入参与云南鲁甸等地的乡村振兴工作；鼓励员工活跃于各类志愿服务工作，在志愿活动中展现中国珠宝人的责任担当，将“美好”的理念不断传递。

往昔已展千重锦，明朝更进百尺竿。时代的号角已然吹响、前行的步履愈发铿锵。中国珠宝将以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面落实保利工艺总体部署，以“发展攀登新高峰，管理实现新跃升”为主题，坚持“以变求进、以进促稳”工作基调，增强核心功能、提高核心竞争力，确保实现质的有效提升和量的合理增长，坚定贯彻落实保利工艺“两确保、四提升”的总要求，用实际行动践行“十四五”战略规划目标。



张宇波 总经理

走进中国珠宝



用璀璨珠宝
点亮人民美好生活

企业简介

中国珠宝首饰进出口股份有限公司，隶属于中国保利集团有限公司全资子公司中国工艺集团有限公司，总部位于北京，在上海、深圳设有分支机构。

1985 年 9 月，中国珠宝公司经国家对外经济贸易部批准正式成立，在促进国内钻石行业发展、繁荣贵金属交易、开展中外珠宝文化交流、创办大型珠宝展览会等方面都作出过开拓性的贡献。

2011 年底，中国珠宝抓住国内珠宝市场的发展机遇实施战略转型，注册“中国珠宝”商标，品牌连锁经营业务迅猛发展。至今，品牌门店已遍布全国各省、市、自治区。

作为央企品牌，“中国珠宝”品牌始终根植于中华民族五千年灿烂文明，把握文化发展趋势，践行国家战略，致力于推动中华优秀传统文化的创造性转化、创新性发

展，为广大消费者提供高品质的珠宝首饰产品与值得信赖的优质服务，用璀璨珠宝点亮人民美好生活，成为弘扬中华文化的新载体。

中国珠宝自成立以来不断深化改革，创新发展。2018 年 4 月正式进入资本市场，在全国中小企业股份转让系统（新三板）挂牌，证券简称中国珠宝，证券代码 872775。“中国珠宝”品牌连续上榜世界品牌实验室“中国 500 最具价值品牌”榜，2023 年品牌价值 312.82 亿元，位列第 299 名，并获得“中国珠宝十大影响力品牌”荣誉称号。

中国珠宝秉承“诚信、创新、务实、共赢”的企业精神，坚持创新发展的企业经营理念，追求卓越，行稳致远，履行央企社会责任，积极回馈社会，致力于成为世界一流的珠宝首饰公司。



截至 2023 年底，加盟门店 2106 家，直营门店 9 家，覆盖全国各省、市、自治区。

品牌加盟

自 2011 年布局“中国珠宝”品牌连锁加盟业务，门店数量突破 2000+。升级自有产品、迭代门店形象、提升服务标准、进驻高端商业，成为国内珠宝首饰行业第一梯队品牌。

品牌直营

于北京、上海等一线城市开设品牌直营店，构筑高质量的直营体系，引领加盟体系和品牌高速发展。



进出口代理

自创立以来即专业从事珠宝及贵金属进出口贸易，拥有黄金制品进出口经营权和白银出口许可资质，荣获海关 AEO 高级认证，是上海进博会珠宝首饰指定进口代理商。

品牌电商

在天猫、京东、拼多多、抖音、快手等多平台开设品牌线上旗舰店及专卖店，结合新零售未来发展趋势，开展线上全渠道经营，赋能线上、线下融合发展。



管理团队



张义静 董事长



张宇波 总经理



徐英 总会计师

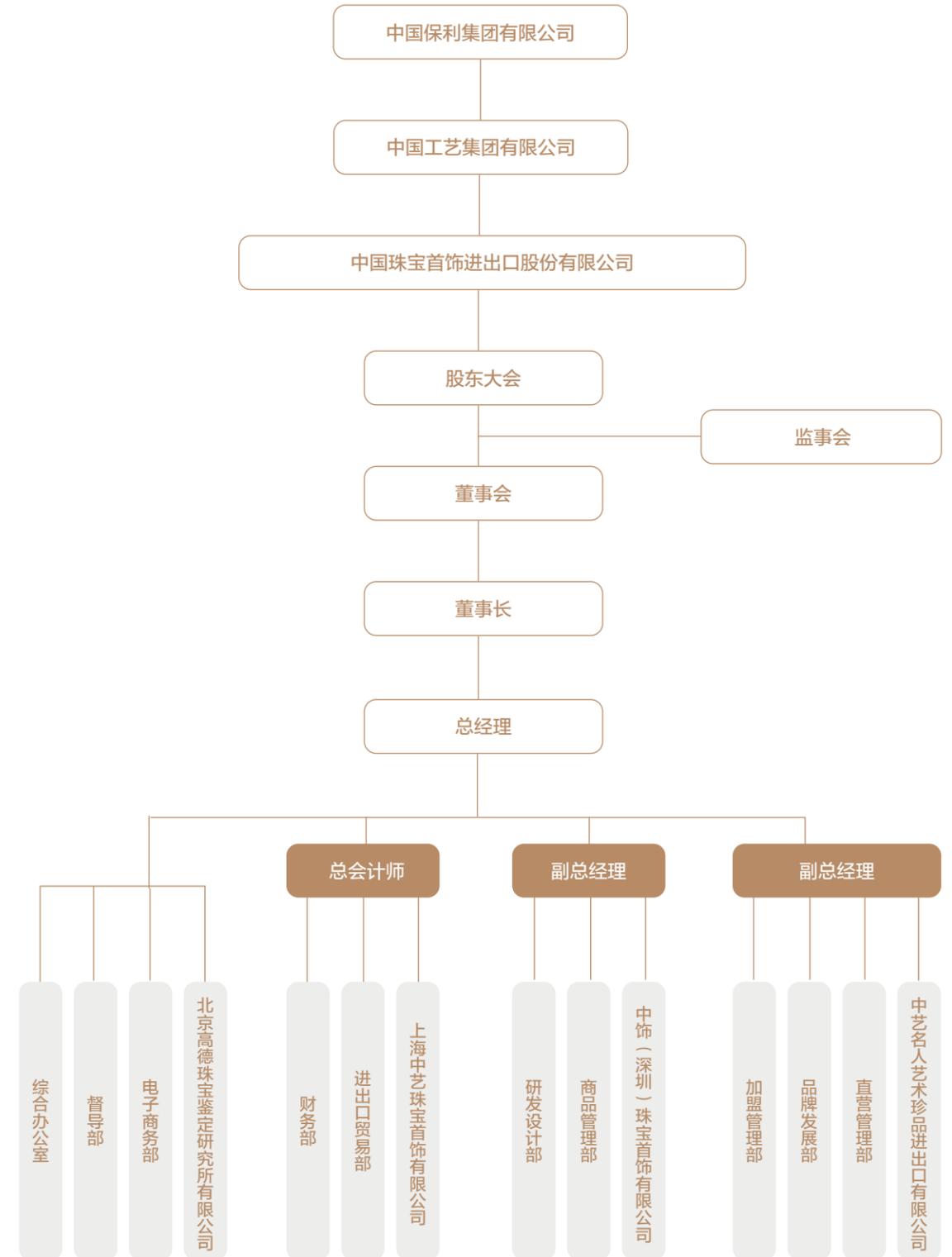


周志强 副总经理



李志勇 副总经理

组织架构



发展历程

1985 年

- 经国家对外经济贸易部批准，中国珠宝首饰进出口公司正式成立。
- 在北京市顺义区设立艺兰珠宝厂，是北方较早的珠宝首饰工业园区之一。在上海开设钻石经营部，成为我国当时大型的钻石加工贸易区。

1994 年

在北京举办首届“国际珠宝首饰展”和首届“珠宝高层论坛”。

1995 年

- 成为国际珠宝首饰联合会(CIBJO)会员、执行委员、中国贸易代表。
- 组织代表团远赴巴塞尔珠宝钟表展并设立中国馆。

1986 年

在广州举办第一届“中国珠宝首饰交易会”，由真人佩戴首饰在“T台”上表演，开创了中国内地模特珠宝走秀先河。



1988 年

承办中澳政府间合作项目—澳中钻石加工培训中心，为国内培养了大批钻石加工人才。



1990 年

创立《中国珠宝首饰》杂志，是中国第一份珠宝首饰专业杂志，创刊号以佩戴钻石首饰的女模特为封面，为国内首创。

2000 年

作为发起单位之一，成为上海钻石交易所的董事会会员。

2002 年

成为上海黄金交易所综合类会员。

2011 年

- 实施战略转型，推出“中国珠宝”品牌。
- 中国珠宝第一家加盟店——河南巩义店开业。

2013 年

“中国珠宝”商标成功注册。

2014 年

中国珠宝首饰进出口公司进行公司制改制，更名为中国珠宝首饰进出口有限公司。

2015 年

成为珠宝国检 NGTC 战略合作伙伴。

2016 年

通过增资扩股引进战略投资者，成为国有控股混合所有制企业。

2017 年

- 中国珠宝首饰进出口有限公司整体改制，变更为中国珠宝首饰进出口股份有限公司。
- 中国珠宝被授权为“世界工艺品研发设计与交易中心·工艺与文学珠宝研发设计中心”及“世界工艺品研发设计与交易中心·交易、鉴定与展示机构”。

2018 年

中国珠宝(872775)在全国中小企业股份转让系统(新三板)挂牌。

2019 年

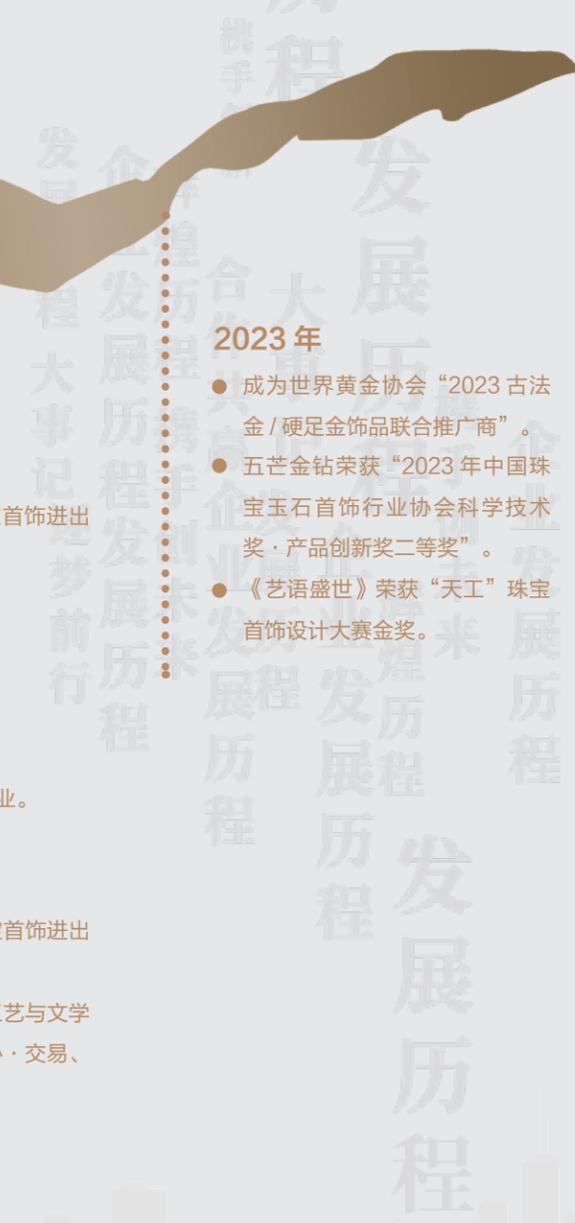
- 成为中国(上海)宝玉石交易中心会员。
- 成为“中国珠宝玉石首饰品牌集群”首批成员单位。

2022 年

- 中国珠宝入选海关总署中国外贸出口先导指数样本企业。
- 成为世界黄金协会“2022 年古法金饰品联合推广商”。

2023 年

- 成为世界黄金协会“2023 古法金/硬足金饰品联合推广商”。
- 五芒金钻荣获“2023 年中国珠宝首饰行业协会科学技术奖·产品创新奖二等奖”。
- 《艺语盛世》荣获“天工”珠宝首饰设计大赛金奖。



资质荣誉



- 1.1995 年，成为国际珠宝首饰联合会（CIBJO）会员、执行委员、中国贸易代表
- 2.1995 年，成为上海钻石交易所董事会员
- 3.2002 年，成为上海黄金交易所第一批综合类会员
- 4.2019 年，成为中国（上海）宝玉石交易中心会员
- 5.2019 年，成为中国珠宝首饰行业协会副会长单位
- 6.2022 年，成为中国黄金协会常务理事单位
- 7.2022 年，成为中华全国工商业联合会金银珠宝业商会常务会长单位
- 8.2015 年，成为国家珠宝玉石质量监督检验中心（NGTC）战略合作伙伴
- 9.2019 年，成为“中国珠宝玉石首饰品牌集群”首批成员单位
- 10.2023 年，成为中国地质大学（北京）产学研协同创新示范基地

- 11.自 2018 年，成为上海进博会珠宝首饰产品指定进出口代理商
- 12.2020 年，入选 AEO 高级认证企业
- 13.2022 年，入选中国外贸出口先导指数样本企业
- 14.2019 年，荣获中华全国工商业联合会金银珠宝业商会颁发的“新中国 70 年珠宝行业领航品牌”奖
- 15.2019 年，荣获中国珠宝玉石首饰行业协会“中国珠宝玉石首饰行业诚信示范单位”
- 16.自 2019 年，连续多年获得中国质量检验协会“全国质量诚信领先品牌”“全国质量检验稳定合格产品”等荣誉
- 17.2020 年，品牌广告片《人生的珠宝盒》获金狮国际广告影片“最佳形象宣传片”铜奖
- 18.2021 年，荣获 IAI 国际广告奖“年度最具影响力品牌”
- 19.自 2021 年起，连续获得中国黄金报社、北京黄金经济发展研究中心“全国连锁推荐品牌”
- 20.自 2021 年起，连续登上“中国 500 最具价值品牌”榜，2023 年品牌价值 312.82 亿元，位列 299 名



1

履责于行 尽显担当作为

责任理念

责任治理

责任议题

责任沟通

责任专题：

五星党建指航向，奋进珠宝新征程

八维精益强管理，合规管治促发展

精琢中华美学珠宝，点亮人民美好生活

责任理念

中国珠宝秉承“诚信、创新、务实、共赢”的企业精神，坚持创新发展的企业经营理念，追求卓越，行稳致远，履行社会责任，积极回馈社会，致力于成为世界一流的珠宝首饰公司。



成为世界一流的珠宝品牌



用璀璨珠宝点亮人民美好生活



创新 卓越 团结 奋进



做负责的优秀企业，积极履行社会责任

责任治理

公司建设社会责任工作管理体系，设立社会责任工作领导小组，负责研究公司责任管理的战略、制度，统筹和规划社会责任工作，由公司管理层担任小组主要成员，各子公司、运营中心负责人负责所在单位的社会责任日常工作。同时，成立社会责任工作小组，负责推动社会责任项目的具体实施，由各部门、子公司和运营中心代表组成。品牌发展部作为社会责任管理的归口部门，负责统筹、协调和推进社会责任具体工作，编制发布社会责任报告等，各职能部门和子公司结合自身职能定位负责各自板块社会责任工作，并设置社会责任联络人，与品牌部保持沟通，共同推动社会责任各项工作的有效落实。

加强责任管理

- 形成完善的中国珠宝社会责任管理体系，开展日常监督与管理；
- 开展社会责任培训学习工作，以学促干；
- 策划社会责任活动，在公司营造践行社会责任的氛围。

落实责任实践

- 开展社区共建、慰问帮扶、乡村振兴等工作；
- 关怀员工、关爱弱势群体；
- 鼓励加盟商开展公益慈善活动；
- 组织志愿者服务，积极参与社会公益。

开展责任沟通

- 编制、发布社会责任报告，展示公司履责实践；
- 企业官网、自媒体等线上平台发布社会责任信息。



责任议题

公司结合宏观政策、行业特点及企业实际情况，同时对标行业先进企业、调研利益相关方诉求，明晰公司社会责任实践的重点领域，识别出需要在报告中重点披露的实质性议题，推进公司社会责任工作向纵深发展。



美好金和合家园系列福禄和荷吊坠



议题识别

根据公司发展战略、行业特点、社会责任标准，梳理出社会责任议题库。



调研访谈

通过与投资者、消费者、供应商、加盟商、所在社区等利益相关方开展调研，识别各方期望和关切点。



筛选评估

按照社会责任标准、国资委和上级主管单位要求等，结合利益相关方关切程度，以及相关议题对公司的重要性，筛选评估出实质性议题。



议题审核

由公司领导层、社会责任工作小组、专家进行议题审核，选定重点披露的实质性议题。

实质性议题库

党的建设 社会责任管理 反腐倡廉	公司治理 遵守商业道德 保护知识产权	合规运营 产品质量管理 助力行业发展	风险防控 信息化建设 供应链管理
加盟商管理 员工权益保护 社区共建	提供优质服务 员工发展与培训 公益慈善	创新驱动 员工关怀 乡村振兴	绿色运营 安全生产 志愿服务

责任沟通

利益相关方沟通

公司高度重视与利益相关方的沟通交流，通过识别关键利益相关方，倾听其期望与诉求，建立和完善沟通渠道与机制，争取利益相关方的支持与信任，推动社会责任管理工作持续改进。

利益相关方	利益相关方的期望与诉求	我们的沟通渠道与举措
政府和监管机构	依法纳税 增加就业 促进经济持续、健康发展 守法合规 履行政府政治责任	贯彻落实国家宏观政策 遵守法律法规 接受监督检查 纳税额稳定增长 增加就业机会
股东和投资者	稳定的投资回报 掌握公司经营状况 稳健的公司经营 确保国有资产保值增值	召开股东大会 加强风险管理 完善信息披露 加强投资者关系管理 提高企业经营能力和核心竞争力
客户	提供优质的产品 贴心的客户服务	保证产品质量 提升服务品质 了解客户需求 关注客户体验 客户满意度调查
合作伙伴	公平采购 诚信互惠 合作共赢	合同履行 召开加盟商大会 公开透明的采购机制 奉行平等互利双赢的原则
员工	良好的职业发展平台 完善的权益保障 富有竞争力的薪酬福利待遇 健康舒适的工作环境	保障员工权益 民主管理 关注员工发展 丰富业余生活 建立薪酬福利体系
社区与公众	关注社区发展 加强社区交流 投身社会公益	支持社会公益事业 带动社区发展 开展志愿者服务 开展共建活动
环境	合理利用资源 落实节能减排	推进节能减排 减少资源消耗 推广绿色办公
行业	助力行业发展 公平竞争	参与制定行业标准 维护行业公平有序的竞争环境

构建多元化沟通机制

公司积极与利益相关方沟通，开展多种形式的交流活动，披露公司履责信息，传递社会责任理念，树立良好的社会责任形象。

搭建沟通渠道

公司依托企业网站、微信公众号等内部平台，以及《中国企业报》《中国国资报道》《中国黄金报》《中国黄金珠宝》《中国珠宝首饰》等外部媒体等方式发布公司信息，向公众全方位展示公司品牌形象。

编制社会责任报告

公司通过编制企业社会责任报告，全面披露公司履责信息，回应利益相关方诉求。



公司举办“企业社会责任报告解读”大讲堂

开展沟通交流活动

公司积极与内外部利益相关方开展多种形式的沟通活动，通过组织参观、经验分享、参加会议等方式，推进多方交流合作，实现共赢。



公司组织参观中国国际珠宝展

组织社会责任培训

公司依托珠宝大讲堂，开展社会责任培训，提升公司社会责任管理能力和水平，为公司各项社会责任管理工作奠定基础。



中国珠宝“潮”向未来

《中国黄金珠宝》杂志专访



《中国珠宝首饰》杂志封面

责任专题

五星党建指航向 奋进珠宝新征程

高质量党建是高质量发展的题中应有之义和有机组成部分，只有抓好党的思想建设，才能有效发挥党的科学理论的实践伟力。2023年，是保利工艺“固本强基 品质先锋”党建三年行动的创新突破年，也是公司党建品牌建设的全面推进年。2023年以来，公司持续强化党建引领作用，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，落实保利工艺党委关于党建工作的各项决策部署，深入学习习近平总书记在文化传承发展座谈会上的重要讲话精神，组织支部党员同志参观中国第一历史档案馆、国家版本馆中央总馆等主题党日活动；同时做深做实“五星党建 点亮珠宝”党建品牌工作，加强党业融合，创新性地提出党员先锋示范岗、党员攻坚队、党员帮帮团等创新组织形式，重点强化党业融合工作，以高质量党建引领保障高质量发展。得益于工作的全面扎实开展，中国珠宝党支部荣获年度保利集团先进基层党组织、保利集团信息化优秀党组织荣誉。



中国珠宝党支部参观“百年恰是风华正茂”主题档案文献展



中国珠宝党支部参观国家版本馆中央总馆



党建制度建设

中国珠宝严格执行“三重一大”制度，不断完善制度建设，确保党建工作有章可循。公司将党建工作写入公司及子公司章程，修订印发了 33 项制度，确保党建工作的制度化、规范化。同时加强民主集中制，坚持集体决策。对涉及“三重一大”的事项，在决策程序上严格执行《关于贯彻落实“三重一大”决策制度的实施意见》及公司章程，保证党组织对重大事项、重大问题决策的领导和监督。



中国珠宝全体党员、入党积极分子重温入党誓词

振精神、聚共识，强化理论武装

中国珠宝严格落实“第一议题”“三会一课”等党内组织生活制度，不断提高党员政治思想素质和理论水平。抓好党的二十大精神学习宣传贯彻，组织全体党员干部持续深入学习党的二十大精神，推动党的二十大精神入脑入心。同时，用好线上教育平台，引导党员同志充分运用保利集团智慧党建信息系统，点滴积累增加党的理论知识储备。

强队伍、创品牌，提升组织建设

中国珠宝提出“要让所有的优秀员工都成为党组织的发展对象，要让所有的党员都成为企业的优秀员工”的口号，鼓励更多的优秀员工加入党组织，并积极推荐和培养骨干优秀党员成为公司经营管理人才，不断巩固夯实加强党员组织和队伍建设。



中国珠宝党员庆祝中华人民共和国成立 70 周年



行动·党建提升

推动“固本强基 焕新工艺”党建提升工程三年行动做深做实，营造出人人有担当、人人作贡献，共创美好生活的浓厚氛围。



品牌·五星党建

做深做实“五星党建 点亮珠宝”党建品牌，推动了党建工作与生产经营相融合、与深化改革相融合、与党员群众所需所盼相融合，为中国珠宝发展注入了强劲动能。



标杆·量化考核

制定《党员先锋指数积分制管理的实施办法》，聚焦党员理想信念、改革创新、使命担当、宗旨意识、从严治党五个方面表现实行量化考核，并评选出先锋示范岗、党员之星，立标杆、树典型，用先锋力量激活党员“小细胞”活力。

强引领、铸根魂，助力青年成长

中国珠宝团支部始终坚持党建带团建，打造“学思践悟”全链条工作机制，组织动员设立“青年先锋岗”“青年突击队”和“青年责任区”，让青年成长在一线、奋战在一线、绽放在线上。

思想领航·坚定理想信念

中国珠宝团支部组织团员开展沉浸式红色教育，参观鲁迅博物馆、北大红楼，创新运用红色观影、红色戏剧等多元形式，引导团员坚定理想信念。

学习续航·助力成长成才

创新开展主题团课、青年理论学习小组、青年文体竞赛、团组织工作座谈会等团青活动，搭建团青“互学互促”平台，助力青年团员成长成才。

实践启航·激发岗位建功

组建青年讲师团，先后开展多次珠宝体验课讲演活动。并组织青年员工从多角度为公司改革发展积极建言献策，用青年智慧赋能企业高质量发展。

责任领航·担当社会责任

组织团员青年积极参加环保、助农等公益活动，组织青年员工参加“我为群众办实事”活动，为社区群众免费提供珠宝鉴定、首饰清洗和知识讲解等服务，以实际行动彰显央企担当。



中国珠宝青年员工参观中国共产党成立 100 周年《伟大征程》特展

2023 年，中国珠宝团支部喜获 2021—2022 年度“中央企业五四红旗团支部”称号，中国珠宝团支部将以此次表彰为新的起点，进一步发挥桥梁纽带作用，团结引领广大团员青年投身公司生产经营主战场，在岗位历练中成长成才、建功立业，为公司高质量发展注入更多青春活力！

责任
专题

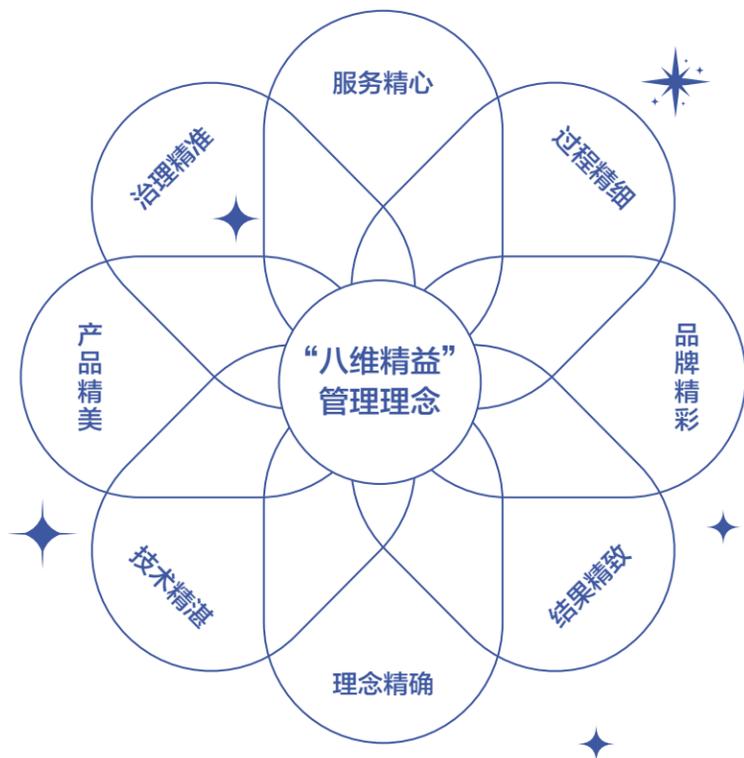
八维精益强管理
合规管治促发展

中国经济发展已由高速增长阶段转向高质量发展新阶段，这对国有企业提高核心竞争力和增强核心功能提出了更高的要求。中国珠宝积极践行保利集团提出的八维精益管理的“产品精美”理念，坚持高品定位、厚植优势，以精益管理强化合规运营，进而推动管理提质增效，助力“中国珠宝”品牌产品力提升的同时，促进中国珠宝公司高质量发展，更为打造具有保利特色的精益品牌之路贡献珠宝力量。

理念优先，戮力践行

2022 年，党中央下发《关于加快建设世界一流企业的指导意见》，明确提出“推动企业将精益管理运用到研发设计、生产制造、供应链管理、营销服务的全流程”。为此，保利集团提出“八维精益”理念，以精益管理促管理提升，着力推进精益管理理念与举措在保利落实落地，探索出更加实用、更加有效、更有特色的服务于保利高质量发展的管理实践。

保利工艺积极响应落实保利集团印发的《关于认真学习贯彻刘化龙董事长“八维精益”管理理念的通知》，号召总部及子公司员工学习“八维精益”，搭建“八维精益”学习交流平台，推出“八维精益|大家谈”“八维精益|青年谈”等栏目，以促思想交流、行动同步、落地见效。此外，保利工艺以提升发展质量效益效率为目标，以对标世界一流企业为抓手，扎实推动精益运营体系建设各项工作，以精益赋能业务财务，全面实现“两融合”，打造具有保利工艺特色的八维精益体系，助力做精做强做美工艺美术全产业链。



产品精美，高品定位

中国珠宝以保利集团、保利工艺“两融合两转变”为路径指引，以“五个升级”为总体目标，系统推进“八维精益”各项工作，将“八维精益”与经营深度融合，切实解决经营发展存在的问题，提升效率效益，力争成为集团内部及行业领域的标杆典范。

对此，中国珠宝深入学习精益管理的“P8 工作法”，致力于打造“高端、高质、高品”的中华美学珠宝，提出《以大产品思维，打造“中华美学珠宝”产品精琢体系》的研究课题。经过调研访谈，重塑开发流程，形成了“4 个环节 8 个方向 14 个方案”DOSE 循环模式，高质量完成了保利集团的“致远计划”课题，精益管理水平稳步提升，中国珠宝自有产品体系加快构建，带动自有产品销售 1.8 亿元，同比增长 58.8%。



合规管理，提质增效

2022 年，国务院国资委开展“合规管理强化年”专项工作，印发《中央企业合规管理办法》并正式实施。中国珠宝积极响应国资委关于合规管理的相关要求，践行保利集团“八维精益”理念，以精益管理为抓手，旨在通过加强公司合规管理，进一步健全有效制衡的现代公司治理体系，从而有效提升公司治理水平和运行成效，实现公司高质量发展。



公司参加风险管理与法律合规联合培训



2022-2023 年，公司共出台 20 项制度及工作指引。

按照国务院国资委《关于做好 2023 年中央企业内部控制体系建设与监督工作有关事项的通知》(国资厅监督[2023]8号)的要求，公司加强了内控体系建设与监督工作，编制了公司 2023 年内控体系工作报告，同时完成了公司 2023 年内部控制评价报告及 2023 年度内部审计工作报告，有力地保障和促进了公司稳定发展。

责任专题

精琢中华美学珠宝 点亮人民美好生活

“要挖掘中华优秀传统文化的思想观念、人文精神、道德规范，把艺术创造力和中华文化价值融合起来，把中华美学精神和当代审美追求结合起来，激活中华文化生命力。”

——习近平总书记

党的二十大擘画了以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的宏伟蓝图，并就推动文化自信自强、建设文化强国作出新的重大战略部署，强调要“推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌”，文化建设被提升到了一个新的战略高度。中国珠宝作为珠宝首饰领域的中央企业，在传播中华传统文化、传播中华美学珠宝的使命担当中有着义不容辞的责任。要推进文化自信自强，需充分用好中华优秀传统文化这一宝贵资源，持续推动中华传统文化和美学珠宝的创意性结合，以集团公司“高端、高质、高品”的导向、“打造工艺美术全产业链”的目标、行业内独一无二的“中华美学珠宝”品牌定位，精研长期品牌战略、构建特色产品矩阵、持续推进全方位创新，全力以赴诠释具备行业标杆性质的“中华美学珠宝产品精琢体系”，用独具中华美学韵味的璀璨珠宝点亮人民美好生活、讲好中国故事，承担好推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的神圣使命。

品牌引领，传承美好

中国珠宝以高度的文化自信，将品牌力量根植于深厚的中华美学，致力于将中国的传统美学以现代视角重新诠释，让世界看见中华美学的独特风采，更以高度责任感的品牌使命，承载着一个央企品牌对人民美好生活的期许。



中国珠宝品牌广告片《人生的珠宝盒》在中央一套、六套播出，先后荣获 2020 金狮国际广告影片奖“最佳形象宣传片”铜奖、“服装配饰类最佳广告影片”铜奖，第 21 届 IAI 传鉴国际广告奖“影视 | 宣传片”类银奖。



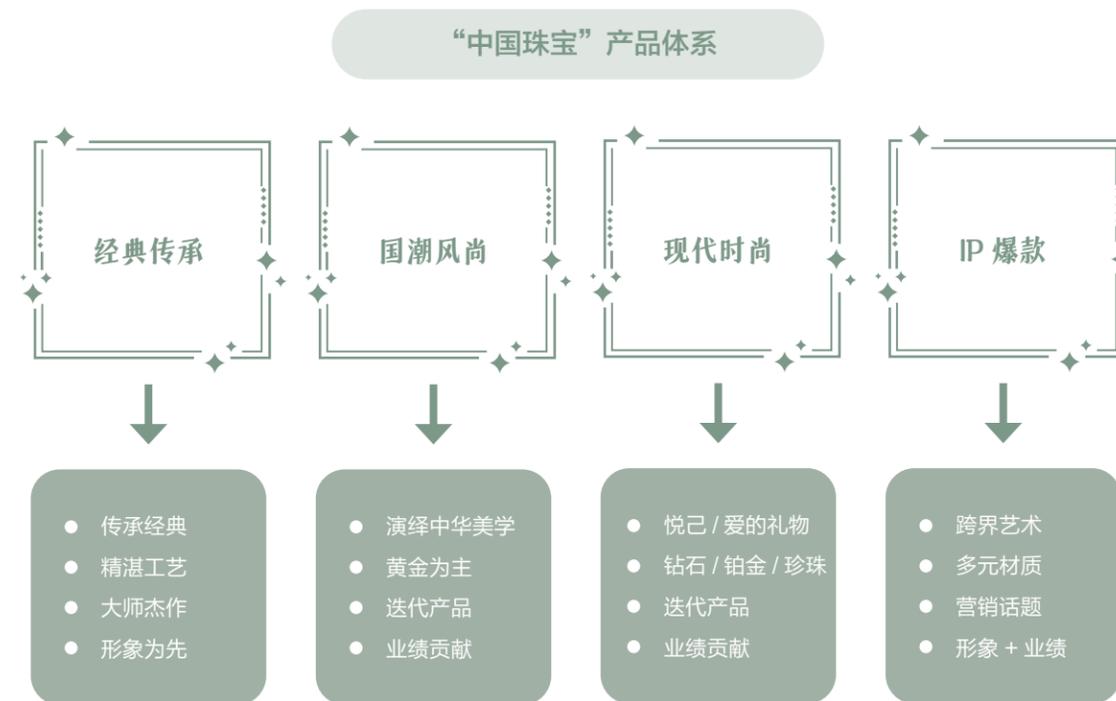
中国珠宝品牌美好篇广告片《美好·不设限》，紧扣年轻消费者的审美主张，让他们真切地感受到古法金饰品的魅力，以及品牌对美好的理解。该广告片获评 2023 年“IAI 传鉴国际广告奖-宣传片”铜奖。



产品矩阵，点亮人生

中国珠宝加强对消费者市场的深入洞察，构建起中国珠宝特色产品矩阵，打造消费者喜爱的珠宝首饰，践行中国珠宝“用璀璨珠宝点亮人民美好生活”的品牌使命。

中国人注重情感连接和表达，中国珠宝期望以珠宝首饰产品成为每一位中国人纪念人生成长和幸福的印记。“中国珠宝”品牌用中华美学打造人生珠宝盒，重点打造“经典传承”“国潮风尚”“现代时尚”“IP 爆款”四大产品系列，借此纪念“新生、成年、金榜、恋爱、婚嫁、晋升、感恩、团聚、祈福、传承”十全十美的人生。



“美好金”系列



-点亮美好生活-

针对中国人特有的情感归属打造的“美好金”系列，以国潮时尚黄金满足大家对美好生活的愿景和追求。

“只此青绿” IP 系列



以备受瞩目的现象级舞剧《只此青绿》为主题创新打造“只此青绿 闪耀芳华”系列国潮黄金首饰，再现传承千年的瑰丽青绿之色。

“追光”系列



“追光”系列以简约、高级的线条描绘当代年轻人向阳生长、大胆追梦的个性本色，打破传统工艺，演绎真我态度。

“中国·龍”系列



该系列产品从五千年龙文化中汲取灵感，呈现文学作品、宫廷文化、民俗艺术中不同精神内涵的龙主题作品，展现中华民族龙文化信仰，传递“中国·龍”所蕴含的尊贵、吉祥、向上等美好祝愿。

创新赋能，与时俱美

中国珠宝不断探索与时代同步的创新之路，汲取中华美学的“源头活水”，以创新驱动产业链变革，培养设计团队、扶植珍贵手工艺、制定团体标准，力图打造丰富多彩的珠宝产品，让中华传统美学融入人们日常生活。

2023 年，中国珠宝不断加大研发投入，在深圳设立研发设计中心；整合高德珠研所，建设成为公司的珠宝检测、培训和研发基地；深化数字转型，构建线上黄金回收小程序，搭建“e美好”数字化综合服务平台；以创新驱动中华美学珠宝焕发时代光彩，助力中华传统文化创新性发展。

2023 年，获得 1 项发明专利、4 项实用新型专利、32 项外观专利和 3 项美术版权登记、1 项商标。

螺钿工艺作品《艺语盛世》荣获第三届“天工”珠宝首饰设计大赛 **金奖**。

五芒金钻工艺获“2023 年中国珠宝玉石首饰行业协会科学技术奖·产品创新奖” **二等奖**。



LOVESTAR 五芒金钻系列爱不停项链



艺语盛世系列同名套装



2

稳健经营 筑牢治理根基

规范公司治理
做好风险防控
恪守商业道德
加强质量管理

规范公司治理

2018年4月，中国珠宝正式在新三板挂牌，登陆资本市场。自进入资本市场以来，公司营业额、利润实现连年增长。经过不断努力，中国珠宝已制定一系列内部管理制度，建成并不断完善涵盖股东大会、董事会、监事会、经理层在内的权责明确、有效制衡、科学决策、高效执行的法人治理结构，为实现更加规范的管理和健康发展奠定了坚实的基础。

2023年，公司按照总部整体部署，有计划有步骤地稳妥推进混改工作，先后完成前期公司尽调访谈、上市路径、混改后的发展规划、开展培训等工作，将改革向纵深推进，进一步释放企业活力，实现经营机制和效能的提升。

加强三会运作

公司严格按照《公司法》《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》和《监事会议事规则》开展三会的召集、召开和表决，公司股东、董事、监事依权行使权利、履行应尽的义务，保证了公司重大生产经营决策、投资决策及财务决策均按照有关制度规定的程序和规则进行，公司规范化运作和治理效能不断提升，推动公司治理水平迈上新台阶。



公司召开股东大会

召开次数	股东大会	董事会	监事会
2021年	召开3次, 审议议案17个	召开4次, 审议议案24个	召开4次, 审议议案10个
2022年	召开3次, 审议议案11个	召开6次, 审议议案21个	召开2次, 审议议案6个
2023年	召开3次, 审议议案18个	召开6次, 审议议案26个	召开4次, 审议议案8个

投资者关系管理

公司坚持公平、公正、公开原则开展投资者关系管理工作，制定《信息披露管理制度》《投资者关系管理办法》等制度，加强与投资者和潜在投资者之间的信息沟通，搭建良好的沟通平台，完整、准确、及时披露投资者关心的信息，切实保护投资者特别是广大社会公众投资者的合法权益，形成公司与投资者之间长期、稳定、和谐的良性互动关系。

信息披露

公司按照新三板要求，建立了规范的信息披露制度，将全国中小企业股份转让系统官网（www.neeq.com.cn）作为公司指定信息披露平台，及时、公平、真实、准确、完整地披露了公司各项重大信息。

公司披露的信息包括定期报告和临时报告。定期报告包括年度报告、半年度报告（内容均包含财务报告）。临时报告是指除定期报告以外的，发生可能对公司股票转让价格产生较大影响的重大事件时，公司按照法律法规和全国股转公司有关规定发布的公告。

沟通联络

公司在新三板发布的定期报告中，公告了公司信息披露事务负责人即董事会秘书的姓名、电子邮箱、电话、办公地址等信息，可通过电话、电子邮件、现场接待等方式与投资者沟通。

2021年在新三板共发布了**37**个公告
2022年在新三板共发布了**33**个公告
2023年在新三板共发布了**38**个公告

股息分红

公司实行持续、稳定的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，兼顾公司的可持续发展，保持利润分配政策的连续性和稳定性，并符合法律、法规的有关规定。

根据《公司法》《公司章程》《公司利润分配管理制度》的相关规定，综合考虑股东投资的合理回报，结合公司实际经营情况，公司2021-2023年度向全体股东每10股派发现金股利3.5元（含税），共计派发现金股利总额120000090元。



《公司章程》



《信息披露管理制度》

请扫码阅读



信息披露平台

做好风险防控

构建风险管理组织机制

公司依据风险分层管理、分类管理和集中管理的要求，建立了符合自身特点的风险管理组织体系。由公司总会计师徐英担任首席合规官，各部门相关人员出任合规管理员，组建成为公司合规工作组。公司持续推进党支部前置研究讨论、规范董事会建设等工作，完善董事会内控职责范围，明确公司主要负责人为内控工作第一责任人，领导班子成员亲自负责、董事会全面领导的内控管理体制机制。

公司董事会作为内控监督体系工作的领导机构，对全面风险管理的有效性负最终领导责任；管理层对公司全面风险管理的有效性负领导责任；风险管理部门（岗位）由财务部会同法务组成，在管理层指导下开展工作；风险执行部门是公司各部门及所属子公司，各所属子公司明确风险管理分管领导，共同构成中国珠宝全面风险管理组织体系。

加强内控体系建设与执行

公司加强内控制度体系化、专业化建设，紧盯问题和风险，紧跟业务和流程，持续排查短板弱项，2022 年制修订各类制度办法 11 项，涉及品牌示范店管理、加盟业务账期销售管理、明星线下活动费用管理、代理进口业务银行保函管理、督导管理、总部职工考勤与请休假制度、员工手册、综合监督工作管理、员工导师制工作、合同管理、资金管理、品牌优质客户管理等方面，内控、风险管理和合规管理监督制度进一步优化。



公司召开风险管理 1+N 行动专题会议

开展重大经营风险评估及监测情况

根据宏观经济形势、行业发展趋势以及上级单位管控要求，公司按年度组织各部门和所属子公司，对五项一级风险（战略风险、财务风险、市场风险、运营风险、法律风险）及其二级风险进行了辨识、分析和评价，并将重大风险评估结果经总经理办公会审议通过。此外，为及时预测企业风险、加强品牌声誉风险管理，公司制定《中国珠宝公司舆情监控处置预案》，成立舆情工作组，设立新闻发言人，实行 7×8 小时实时监测网络舆情，及时做好负面舆情管理和应对处置，维护企业和品牌良好形象。

2022 年，公司以“1+N”专项行动工作为契机，重点开展了国有产权、会计虚假信息、依法纳税、合规管理 4 个合规行动。公司以问题清单为导向，举一反三“回头看”，全级次、全覆盖开展自查自纠，目前已整改完毕，同时完善制度建设和流程管理，建立长效机制。结合公司业务特点，重点在舆情管理、客诉管理、标签数据管理、督导培训、关键岗位设置等方面进一步建立依法合规经营、风险防范的体制机制。



中国珠宝通过人民网云大数据系统监测舆情



中国珠宝虎年金条



原材料价格波动风险

公司根据市场情况对产品进行差异化定位，并按照不同的受众消费群体进行定价，减少原材料价格波动造成的定价偏差。



代理 - 加盟管理风险

完善标准化门店经营管理体系，提高服务效率和品质；开展不定期巡检；加强对代理商、加盟商的培训，树立知识产权保护意识，并在合同中明确知识产权保护相关条款。



指定供货商的供货风险

完善委外生产商 / 指定供货商准入、日常管理、年度评审和淘汰机制，以实现产品质量控制、生产进度、生产成本和供应链渠道变化等信息的及时掌控和快速反应。



公司治理风险

制定《公司章程》、“三会”议事规则、《投资者关系管理办法》等。引用先进的管理理念，不断提升中高层管理人员水平，管理能力日趋完善。



市场竞争风险

通过传统传播、社会化营销和新媒体等方式，增强品牌影响力；有计划地扩张门店和经营区域，扩大营销渠道；加大设计和研发力度，生产出设计新颖、款式独特的产品；加快建设互联网商务渠道，与连锁实体渠道实现互联互通。



公司所在行业可能涉及洗钱、非法境外资金转移的风险

制定《反洗钱工作制度》，对业务部门上报的大额交易和可疑交易进行反洗钱风险评估，并向反洗钱监管部门报告。同时对员工及总代理商进行反洗钱知识培训。

恪守商业道德

中国珠宝遵照《公司法》《反不正当竞争法》《反垄断法》等法律法规和行业规范，坚持诚信经营，恪守商业道德，加强合规管理，将反舞弊、反洗钱、反贿赂、反不正当竞争等要求覆盖全体员工及加盟商、供应商等合作伙伴，多措并举提升企业合规运营水平。

坚持诚信守诺

诚信是企业经营赖以生存的土壤，是中国珠宝恪守的准则。公司积极履行产品和服务质量诚信承诺，不断为广大消费者提供诚信可靠的产品和服务质量，着力营造诚实守信、公平竞争的市场环境和良好的营商环境，树立重质量、讲诚信的标杆形象，致力于成为珠宝行业质量领军企业。

公司贯彻落实“重质量、讲诚信、树品牌”的经营理念，中国珠宝连续多年参加“3·15”和全国质量月主题活动，践行产品和服务质量诚信承诺。屡次获得中国质量检验协会颁发的“全国质量诚信领先品牌”“全国产品和服务质量诚信品牌”“全国产品和服务质量诚信示范企业”等多项荣誉称号。



中国珠宝获评“2021 年全国百佳质量检验诚信标杆企业”



中国珠宝获评“2022 年全国产品和服务质量诚信品牌” 中国珠宝获评“2023 年全国质量检验稳定合格产品”

守法合规建设

作为国资央企，公司按照国务院国资委及上级主管单位保利工艺的规章要求，自觉遵守国家有关法律法规，持续提高合规运营管理水平，提升依法治企能力，夯实中国珠宝高质量发展根基。

2023 年，按照保利工艺“1+7”合规综合治理专项工作要求，公司就法务合规、投资合规等问题开展自查自纠。先后上报《合规管理信息统计》《法制建设考核表》《合法合规开展情况统计表》，并根据投资专项行动要求上报了《投资自查自纠情况报告》以及《控股不控权问题自查》的统计表和相关报告。此外，公司制定了《中国珠宝合同管理办法（试行）》《员工手册》《总部职工考勤与请休假制度》等制度，并对全年新颁布实施的公司制度进行了汇编，形成了 2023 年版的公司制度汇编，确保公司运营有章可循、有规可依。

畅通举报通道

公司严格按照保利集团《信访工作管理办法》的要求，不断健全信访举报机制，设立网络、电话、来信、邮箱、总经理信箱等多元化的信访渠道，规范信访举报流程，建立信访工作台账，确保举报和投诉事件得到及时有效处理。若信访人反映的情况、提出的建议意见，对企业发展或者对改进工作有贡献的给予奖励。同时，我们对举报人的信息进行严格保密，禁止出现报复、歧视等行为的发生，保护信访人的合法权益，维护企业和谐的内外外部环境。

反不正当竞争

公司始终倡导公平竞争，严格遵守《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》《经营者反垄断合规指南》相关法律规定，反对任何形式的反不正当竞争行为，引导我们的加盟商、供货商在符合商业道德的准则下开展经营活动，保持良好的商业操守及品行，确保合规开展竞争，维护行业良好的竞争秩序和健康发展。



美好金欢喜佳缘系列龙凤合喜金条

反腐倡廉建设

中国珠宝认为商业腐败行为影响市场公平竞争，对社会、经济及企业的自身发展都有着十分不良的影响。公司对腐败行为持“零容忍”态度，扎实推进反腐倡廉建设，不断加强廉洁合规经营，同时要求员工坚守道德底线，共同营造风清气正、廉洁从业的良好氛围。

01 加强党风廉政建设

严格落实全面从严治党责任制，以公司领导班子成员签订党风廉政建设责任书、班子成员与分管部门经理签订党风廉政建设责任书为抓手，将廉政责任层层分解落实，层层夯实责任主体。

02 强化综合监督健全机制

规范党组织建设配备专职纪检专员，积极参加上级单位组织的纪检专题培训，提高公司纪检监察工作水平。制定《中国珠宝综合监督工作管理办法》和《中国珠宝综合监督事项清单》，督查落实公司办公会决策事项和年度综合监督事项。

03 建立廉洁风险防控长效机制

把反腐败纳入公司经营管理、改革发展和党的建设总体布局，加强廉洁风险点日常管理，面向经营一线征求廉洁风险点，共收到涉及采购、督导、装修、财务等五个方面 16 个风险点，并制定具有针对性、实用性和可操作性的 4 项具体措施，筑牢廉政防线。



公司开展廉洁宣誓活动

04 严把干部选拔任用廉洁关

开展新选拔干部任职谈话，在选拔任用干部工作中秉持公正公开、接受监督的原则，切实做到组织严密、程序合法，全过程透明管理。



公司组织参观警示教育基地

05 提升廉洁意识

通过观看廉洁教育宣传片、纪检委员讲廉政专题党课、参加廉洁知识竞赛等活动，进一步筑牢反腐倡廉思想防线；在元旦、春节等重要节假日通过开展警示教育、发送警醒信息等方式，将纪律要求传达到每位员工。



公司展示廉洁书画作品

加强质量管理

中国珠宝积极践行质量强国战略，坚持以高质量的产品和服务，为顾客带来美好消费体验，不断加强质量管理，推进质量管理体系的改进。通过颁布企业督导制度、多次修订企业标准、开展品牌质量月等多项措施，践行“质量为先、诚信为本”的承诺，营造诚实守信的市场环境，以高质量的产品护航人民美好生活。



LOVERSTAR 爱随心动系列爱的心跳戒指

产品质量管理体系

- 1 为充分保障消费者权益，保证产品质量合格，公司颁布了严格的企业标准，并保证产品上柜前严格质检，取得第三方检测机构出具的产品检测报告或证书。
- 2 公司规定珠宝首饰类产品质量应符合珠宝首饰品质相关国标、行标、企标等规定要求。如高含量贵金属饰品工艺（外观）质量应符合《QB/T 2062-2015 贵金属饰品》和《QB/T 4189-2011 贵金属首饰工艺质量评价规范》的规定，贵金属产品的纯度及命名应符合国标《GB 11887-2012 首饰 贵金属纯度的规定及命名方法》的规定等。
- 3 所有在柜销售产品均配有质检证书，及品牌出具的产品质量承诺书。在售商品保证一货一证，且质检证书由权威第三方检测机构出具，证书产品信息呈现详实，披露产品数据可信，并为消费者提供证书移动端查询入口。
- 4 与国家珠宝玉石首饰检验集团有限公司（NGTC）、北京国首珠宝首饰检测有限公司（NJC）等权威第三方质检机构建立战略合作，开展检测、培训、行业宣传等各层面合作。
- 5 公司在供应链质量管理方面流程规范，严格执行公司的《供货商管理办法》。采购货品产品质量均以第三方权威质检机构出具的检测结果为准，检测符合标准和质量要求方可入库。



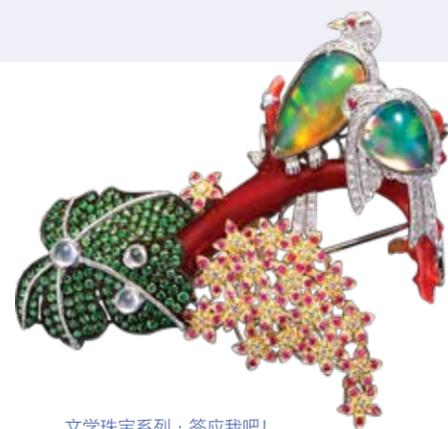
产品质检证书

制定企业标准

为确保产品质量过硬，公司遵照有关国家标准、行业标准，多次修订企业标准。组织召开专项研讨会，邀请北京市市场监督管理局、国家珠宝玉石质量监督检验中心、国家首饰质量监督检验中心等机构的专家深度研讨产品技术难点，修订完成中国珠宝企标《Q/ZGZB 001-2023 高含量贵金属饰品》，进一步完善了中国珠宝的企业标准，从源头为消费者提供品质优良的产品。



中国珠宝企标
《Q/ZGZB 001-2023 高含量贵金属饰品》



文学珠宝系列·答应我吧!

质量提升结硕果

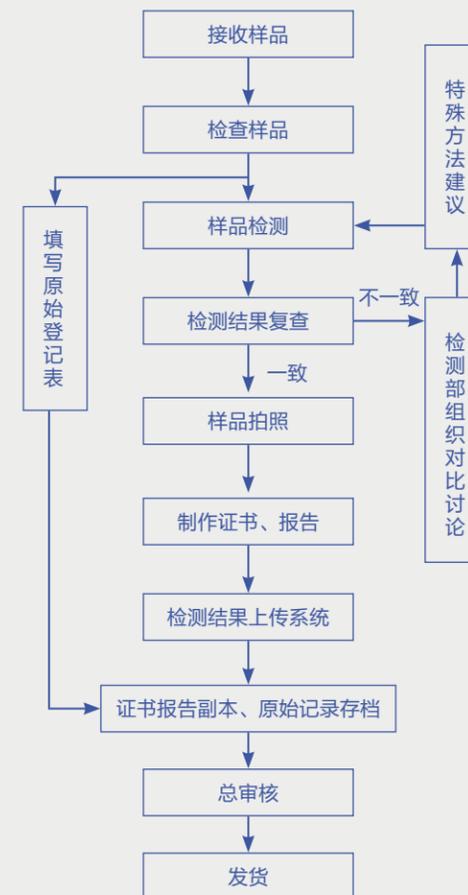
公司致力于建设品牌健康发展长效机制，持续提升质量管理水平，以高质量的产品回馈消费者，以璀璨珠宝点亮人民美好生活。2023 年，中国珠宝已连续五年举办“品牌质量月”活动，在全国各地多家门店开展丰富多样的便民活动，为消费者提供选购咨询、编绳、珠宝首饰免费清洗及鉴定等贴心服务，进一步提升服务质量水平，传递质量信任、引领质量消费。



北京高德珠宝鉴定研究所有限公司

中国珠宝下属企业北京高德珠宝鉴定研究所有限公司，前身系原国家对外贸易经济合作部直属、中国工艺品进出口总公司归口管理的华夏珠宝鉴定研究所、中艺珠宝研究室，于 1994 年 10 月成立。1995 年分别得到国家质量技术监督局 / 中国实验室国家认可委员会、国家进出口商品检验检疫局实验室认可；1996 年得到国际珠宝首饰联合会 (CIBJO) 认可，成为该组织在全球认可的十二个实验室之一，也是当时该组织在中国认可的实验室，是我国同获国际、国内双重认证、认可的珠宝权威机构，同时被司法系统认定为涉案珠宝首饰指定鉴定机构，2016 年获得世界手工艺理事会 (WCC) 专家组认可，并挂牌“世界手工艺研发与设计交易中心”认可鉴定检测机构。

高德珠研所配备了国际先进珠宝鉴定仪器，如 x 射线荧光光谱仪、紫外 - 近红外光谱分析仪、红外光谱仪、钻石切工比率仪、高清摄影显微镜、电子分析天平、智能称拍系统等设备，同时配套有钻石比色石、全套贵金属标样等，鉴定业务包括宝玉石鉴定、钻石分级、贵金属首饰含量无损检测，珠宝玉石及贵金属首饰检测定名依据国家标准：《GB/T 16552-2017 珠宝玉石 名称》《GB/T 16553-2017 珠宝玉石 鉴定》《GB/T 16554-2017 钻石 分级》《GB 11887-2012 首饰 贵金属纯度的规定及命名方法》《GB/T 18043-2013 首饰贵金属含量的测定 X 射线荧光光谱法》。



GEM-3000 珠宝检测仪



红外光谱仪



智能称拍系统



3

品质为先
点亮美好生活

创新驱动
优质服务
产品研发

创新驱动

运营管理创新

公司实施创新驱动发展战略，通过数字化赋能企业运营管理，积极打造适用珠宝企业的信息化应用系统，以支持公司业务发展和经营管理，提升管理水平和效率，为成为国内领先的珠宝首饰企业打下坚实基础。

完善管理制度

公司注重管理制度创新，先后开展“提质增效”“精益化管理”等举措，向企业内部管理要效率。2023年6月制定《建功立业奖励项目管理办法》，旨在激发员工创先争优、奋发有为的工作热情，打造中国珠宝的设计大师、技术能手和企业管理专家队伍。同年7月制定《中国珠宝“产品体验官”项目管理办法》，增进员工对公司品牌产品体系的了解，鼓励职工佩戴和体验品牌产品，增强“主人翁”意识。

提升运营效率

公司先后完成产品标签管理系统、RPA 机器人自动化服务、进出口业务关务系统、电商业务 ERP（企业资源计划）系统、新 OA 系统的开发建设和上线运营。2022 年完成加盟电子合同系统的开发和上线，大大提高合同签订效率。2023 年完成线上选货平台“中国珠宝 e 美好”的开发和上线。

“中国珠宝 e 美好”综合服务平台

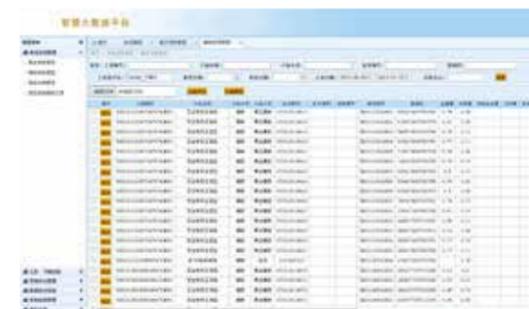
随着公司自有产品迭代速度逐级增加，消费者认可度日益提高，公司订单量实现跨越式增长，传统的订货模式，已经不能适应现有的订货需求，尤其在工作效率、订货准确性等方面有极大的提升空间。在综合分析公司需求和现状下，中国珠宝采用云计算、大数据处理、人工智能等先进技术，将公司相关的商品、订货、直营、加盟、供应商、营销、培训等业务首次进行数据整合，搭建对外统一的综合服务平台“中国珠宝 e 美好”线上选货平台，通过信息化技术对原有业务进行重塑，丰富管理手段，使管理更精细化，实现了智能化、系统化管理。平台投入使用后，订单流转速度提升 100% 以上，经济成本降低约 30%。目前平台已在全国各省使用，反馈良好。



线上选货平台“中国珠宝 e 美好”

产品标签管理系统

使用标签管理系统对产品进行分类打标签，是集标签管理、定义、生产、分析、应用的一站式标签管理中台，基于数据资产搭建标签体系，实现产品数据的可见可用，优化企业经营方向，实现数据赋能等数字化转型。



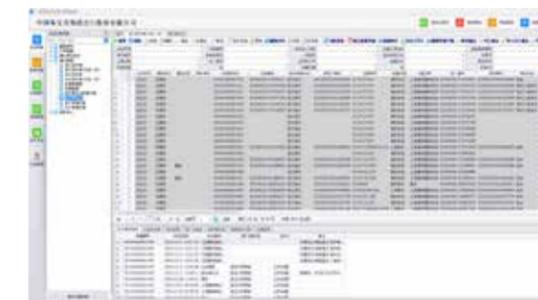
产品标签管理系统界面

RPA 机器人自动化服务

公司在开发票流程中引入 RPA 机器人自动化服务，同时将发票流程移植至飞书审批，RPA 机器人服务上线后与飞书关联，可代替办公人员操作电脑和软件，实现开发票流程全自动操作，准确高效地实现业务流程自动化，极大提高工作效率，减少人为操作失误和人力成本，有利于公司提质增效。

进出口业务关务系统

根据中国海关 AEO 高级认证要求，建立了真实、准确、完整的关务系统，真正做到进出口业务的可记录、可追溯、可查询、可分析、可预警等功能，对企业的进出口活动做到了有效控制。



进出口业务关务系统界面

电商业务 ERP（企业资源计划）系统

通过融合数据库技术、图形用户界面、客户服务器结构、计算机辅助开发工具、可移植的开放系统等对企业资源进行了有效的集成，改善企业业务流程和提高企业核心竞争力。通过流程梳理，控制商品采购流程、货物运输流程等，对客户设立数据管理库，提供供应商档案的电子管理，确保供应商、客户信息始终处于最新状态。



电商业务 ERP（企业资源计划）系统界面



中国·龍系列万里长城九龙图

营销模式创新

公司将创新融入营销，积极探索数字化转型及新营销模式，布局全方位、立体化、多平台的线上线下销售网，不断拓宽营销渠道，通过多元化的营销活动，在多样化创新营销的助力下，消费者对中国珠宝品牌的认同度稳步提升。

2023 年，中国珠宝加大整合营销，助力品牌体系及产品推广，收获了消费者及珠宝市场的极大关注，与《时尚芭莎》杂志合作拍摄品牌形象大使梅婷平面广告片，与时尚类杂志合作植入张小斐、毛晓彤等明星平面大片，策划“梅婷同款”“张小斐同款”等话题，实现明星同款种草，活动累计曝光量超过 1300 万次，增加了品牌产品的露出及好感度。发挥品牌推广裂变能力，组织公司员工、全国门店店员参加“美好推荐官”评选大赛，自发制作品牌产品宣传视频，共千余名一线人员参加活动，多篇笔记点赞量过万。



中国珠宝荣获年度营销创新奖



2023 中国珠宝五月恋爱季之明星进店活动

开展事件营销活动

中国珠宝合作高铁“为爱出发 美好同行”品牌专列，将品牌多元形象融入列车全部细节，品牌专列运行跨越 11 个省份及直辖市，同期视频广告在广州局全线 400 多个车次的车厢内滚动播放，凭借“中国速度”，在“十四五”新发展阶段全力驰骋，拉动中国珠宝品牌发展新引擎。此外，中国珠宝瞄准 Z 时代人群，面向高校大学生自 2023 年发起“唱响美好”中国珠宝校园音乐季活动，活动每年一届，以音乐的形式让年轻人感受中华优秀传统文化魅力，增强与年轻消费者品牌互动。2023 年“唱响美好 龙行校园”音乐季活动覆盖北京、天津、杭州等地 500 多所高等院校、5000 多名大学生，线上线下总曝光量超过 2000 万。



中国珠宝品牌专列首发仪式



“唱响美好 中国珠宝龙行校园音乐季”获奖歌手上台领奖

打造固定品牌营销节日

公司每年重点打造五月恋爱季、7·15 保利日、七夕宠粉节、品牌周 & 质量月、年终购物狂欢季 5 个固定品牌节日，并在活动期间开展线上线下联动的全线品牌营销，满足消费者的多样化需求。

探索新媒体营销

中国珠宝以“长期主义”为发展理念，探索新兴商业模式、扩展渠道规模、增强渠道销售能力，积极探索新媒体营销领域，开通微信公众号、微博、抖音为主的自媒体账号，利用视频网站、种草平台等互联网媒体推进与各个平台达人、KOL 的合作，为构筑完整的营销服务体系添砖加瓦。自 2022 年，加大与抖音达人、小红书博主的合作力度，直击新生代流量。其中，与抖音达人合作进行剧情演绎，单条播放量超过 300 万，年度共合作达人、博主 100 余位，累计年线上曝光量超过 8000 万，有效提升了品牌国民认知度，实现多渠道营销协同发展。



2021 年五月恋爱季发起抖音全民任务 # 接住曾舜晞的心动



2022 年五月恋爱季发起抖音全民任务 # 恋中的我们

举办品牌新品发布会

公司积极举办线下营销活动，通过举办新品发布会，提升品牌曝光度，增加市场和消费者对中国珠宝品牌和产品的关注，树立良好品牌形象。其中，“只此青绿”主题新品，将中华美学精神与珠宝首饰结合，辅以精湛的古法金饰工艺打造，赋予珠宝首饰更多的时代价值和美学意义。“中国·龍”系列新品以中华民族独有的龙文化为灵感，传递真挚美好的祝愿。



2023 年“只此青绿·闪耀芳华”主题国潮新品发布会活动



中国珠宝 X 保利艺术博物馆 举办“国宝归来 共襄美好”圆明园兽首全国巡展活动



2023 年中国珠宝“大美中华”龙年生肖新品发布会活动

打造品牌代言人矩阵

公司根据自身品牌调性及产品风格，聘请品牌大使、系列产品代言人和品牌体验官，致力于打造“1+N”的品牌代言人矩阵。

2019 年，签约梅婷作为中国珠宝品牌形象大使，拍摄品牌平面、视频广告，并完成品牌宣传片《人生的珠宝盒》的创意和摄制。



品牌形象大使梅婷

2021 年推出原创虚拟 IP 品牌报喜官“鹊宝”，持续助力品牌传播。



品牌报喜官“鹊宝”原创虚拟 IP 形象

2023 年，品牌恋爱季期间，合作姜艺潇为品牌美好体验官，合作祝绪丹为品牌挚友。



品牌美好体验官姜艺潇 品牌挚友祝绪丹

2021、2022 年，品牌恋爱季先后签约曾舜晞、王子异作为 LOVESTAR 系列代言人。



2021 年底，签约女排奥运冠军惠若琪为品牌国潮大使。



2023 年，陶珞依成为 LOVESTAR “星”品推荐官。



布局多元化品牌门店形象

早在 2019 年，中国珠宝就启动了全面焕新形象的品牌策略，目前已初步建立综合门店、时尚轻奢店与国潮店搭配的多元化品牌门店格局，品牌矩阵差异化发展稳步推进，共同助力品牌多销售场景建设。

中国珠宝品牌店面形象规划



优质服务

作为中央企业，中国珠宝坚定不移地践行“用璀璨珠宝点亮人民美好生活”的使命，持续提升服务品质，以优质的服务，为消费者带来更全面、更贴心的服务体验，以专业品质服务大众，以责任心之实利惠民，以实际行动增强人民幸福感、获得感、满足感。

提高服务水平

在线下门店方面，公司制定品牌手册及一系列服务管理制度文件，规范终端门店环境、服务标准、员工仪容仪表等，为客户提供优质的服务体验。同时注重提高直营门店服务人员的服务意识和服务态度，新的服务人员跟随资深服务人员，认识和学习如何与顾客沟通、如何正确处理投诉等等，让服务人员在为顾客提供服务时更加细致入微。门店服务人员上岗前均须接受系统岗前培训，在考核各项专业知识、货品安全、标准化行为规范等内容合格后方可上岗。



公司开展直营店员岗前培训



公司对店面服务进行巡检

在线上电商方面，公司不断提升品牌自营类店铺的服务水平。制定《客服管理规范》，优化客服个人考核标准，定期进行评估；规范客服工作，提升服务质量，维护客户关系，提高客户满意度，保持品牌对外良好服务形象。私域部分围绕品牌形象，突出体现品牌形象产品，设立会员系统、积分系统、分销系统及积分兑换平台，制定了《中国珠宝会员制度》《中国珠宝旗舰店微商城分销员制度》及《中国珠宝积分兑换规则》，与此同时展开与 B 端企业进行合作，发挥品牌优势。做好 C 端消费会员的权益维护、增强消费黏性和复购率，不断提升品牌竞争力和议价能力。

在产品售后方面，公司直营门店执行严格的商品质量检验要求，顾客购买黄金等首饰按克重销售的现场复称；为顾客提供终身免费保养、清洗服务，以及免费编织、戒指缠线、项链穿线服务，提供以旧换新服务，每年 4 月、11 月为会员月，为新老会员提供免折旧费换新服务。



艺语盛世系列云霞绚烂项链



中国珠宝开设系列课程，提升门店服务水平

2019 年，中国珠宝与国检培训中心达成战略合作，共建“中国珠宝企业大学”，通过该平台为全渠道提供更加灵活便捷、系统全面的学习方式，为打造学习型终端、全面提升门店服务水平而努力。

2021 年，中国珠宝企业大学联合 NGTC 国检珠宝培训中心，开设三期珠宝专业讲解的线上系列课程，旨在强化规范运营，进一步提升服务质量。通过培训，中国珠宝全体运营中心人员对珠宝专业知识及服务规范有了更充分的了解。学员们纷纷表示受益匪浅，今后将以更清晰、更规范化的用语为广大消费者提供更加专业的珠宝服务，营造更放心、更安心的消费环境。最终，共 162 人获得“NGTC 认证珠宝销售顾问——专业解说”和“中国珠宝品牌珠宝销售顾问——专业解说”双证书。



提升服务改进

公司开通 400 客服专线，安排客服专员接听电话，在 3 个工作日内及时处理消费者的投诉电话，并跟进处理结果，实现客诉信息可追溯，竭力满足消费者诉求。制定《加盟客诉管理办法》，进一步规范客诉管理工作，切实保障客户合法权益。各区业务负责人加强与运营中心的沟通，及时跟进客诉处理进度，登记处理结果，完成售后客诉的闭环管理。在自媒体平台后台设置消息回复功能，使消费者更加便捷地获得客服电话联系方式。近 3 年服务投诉率维持在行业较低水平。



中国·龍系列平安龙牌项链

服务满意评价

公司坚持把品牌发展建立在优质服务之上，严格遵照并履行各项服务承诺，全面提升客户服务满意度。消费者对线上销售渠道的商品体验、物流时效、咨询服务、售后体验、纠纷解决等方面满意度评价较高，连续多年获得第三方权威机构颁发的产品质量、品牌信誉、消费者满意度等方面荣誉。



2022 年获“中国品牌节金谱奖·黄金珠宝行业消费者喜爱品牌”



荣获“2020-2021 年中国黄金珠宝消费者满意度推荐调查 - 全国连锁推荐品牌”



荣获“2023 年中国黄金珠宝消费者满意度推荐调查 - 全国连锁推荐品牌”



“中国·龍”系列 万里长城九龙图



中国珠宝上海新世界大丸百货店荣获“2020-2021 年中国金店 100 强”



“中国珠宝”品牌获评“点赞 2022 我最喜爱的中国品牌”

多方面认可，全方位卓越

作为央企，中国珠宝积极履行社会责任，贯彻落实“重质量、讲诚信、树品牌”的经营理念，连续多年参加“3·15”主题活动及全国质量月活动，践行产品和服务质量诚信承诺。连续多年获得“全国产品和服务质量诚信品牌”“全国产品和服务质量诚信示范企业”“全国质量检验信得过产品”等多项荣誉称号。

在 2021（第八届）中国黄金珠宝盛典上，“中国珠宝”品牌荣获“2021 中国黄金珠宝消费者满意度调查 - 全国连锁推荐品牌”；三家门店荣登“2021 中国金店 100 强”榜单。

2022 年中国珠宝荣获中国黄金报社颁发奖项——全国黄金行业“新闻宣传先进单位”。获评该奖项是行业权威媒体对“中国珠宝”品牌的高度认可。

2022 年，中国品牌节第十六届年会在湖南长沙召开，“中国珠宝”品牌荣获“2022 中国品牌节金谱奖·黄金珠宝行业消费者喜爱品牌”奖项。

2022 年，全国工商联金银珠宝业商会公布的第二届中国珠宝行业“双创”推荐论坛成果名单中，“中国珠宝”品牌荣获“国风品牌”称号，LOVESTAR 系列产品，荣获“文化创意产品”“人气产品”称号，在 63 个申报项目中脱颖而出，取得可喜的成果。

2023 年，“中国珠宝”品牌荣获“2022 年 - 2023 年中国黄金珠宝消费者满意度推荐调查 - 全国连锁推荐品牌”，三家门店荣登“2022 年 - 2023 年中国金店 100 强”榜单。本次评选综合了消费者问卷调查、网络口碑调查及权威专家团审议结果，体现了业界专家及广大消费者对“中国珠宝”品牌理念、产品质量、服务体系等多方面的认可。

产品研发

中国珠宝以研发、设计推动新技术、新业态创新发展，坚持深耕产品研发，洞察消费者需求，围绕新材料、新工艺、新设计开发新产品，构建中国珠宝特色产品矩阵，打造消费者喜爱的珠宝首饰，传达中国珠宝“传承千年，汇聚经典”的品牌理念。



“只此青绿”主题产品

“只此青绿”主题产品由多位知名艺术院校名师指导而成，呈现了简约凝练的宋代美学风格，辅以精湛的古法金饰工艺打造，以黄金首饰产品带领大家穿越千年，于青绿之间，感受宋风雅韵，感受中华美学珠宝的魅力。



“只此青绿”主题产品



“中国·龍”系列

作品由中国国礼设计师、保利工匠伊峻慷大师设计打造，作品气韵生动，艺术价值极高。产品通过立体浮雕工艺，将万里长城的庄严和磅礴气势表现得淋漓尽致，其独特的艺术魅力和深厚的文化内涵，让人在欣赏的同时，也能深深感受到中国文化的精髓。



“中国·龍”系列



“美好有礼”系列

“黄金礼赠”系列特邀中国珠宝设计大师任进博士领衔设计，以吉祥文化为主题，传承华夏“礼仪之邦”文化之美，寄情于礼，将爱人、亲子、新生、寿诞、好友间的美好祝福通过经典吉祥符号艺术化传递，打造值得珍藏、极富内涵的首饰臻品。



美好有礼系列 如意结手镯



美好有礼系列鲁冰花项链



中国珠宝五芒金钻项目荣获 2023 年中国珠宝玉石首饰行业协会科学技术奖

中国珠宝玉石首饰行业协会科学技术奖于 2009 年起设立。历届获奖的新成果、新产品、新工艺、新模式，体现了珠宝行业的整体科技水平，是珠宝行业科技创新领域最高水平的集中展示。在 2023 年评选中，中国珠宝“五芒金钻工艺与技术创新”从 104 项申报项目中脱颖而出，荣获中国珠宝玉石首饰行业协会科学技术奖产品创新类二等奖。“五芒金钻”运用多项先进科技和制造工艺打造，让纯金材质呈现出钻石一般光芒璀璨的外观，有极高的技术壁垒。

“五芒金钻”系列产品传承品牌经典的五芒星标志性切工，在质感、硬度、色泽、光感上呈现与五芒星钻石一脉相承的华美，辅以媲美钟表级镶嵌工艺和特制柔性镶嵌工具实现“恒、硬、精、耀、纯”的特点。“五芒金钻”目前已申请多项实用新型专利，该系列一经上市，便凭借纯金材质与钻石外观的完美融合，广受消费者好评。

中国珠宝以高精度加工工艺在硬足金上精雕细琢，通过国际前沿的材料创新技术、数控切工技术、磁控等离子表面处理技术加工，细致入微模拟钻石光线透射效果，将面部反射与底部折射形态一同呈现，多维度立体呈现五芒星钻石光彩，以纯金之心，实现星芒闪耀。



中国珠宝《艺语盛世》荣获珠宝首饰设计大赛金奖

中国珠宝推出古法金融合螺钿及珐琅工艺的产品套系《艺语盛世》，该产品以国家一级文物汉代织锦护臂《五星出东方利中国》为灵感，提取汉代卷云纹、鸾鸟纹，结合中式窗棂进行创作，采用中国特有的传统艺术——螺钿工艺，呈现螺钿的璀璨光华、珍珠的细腻温润，彰显中华美学珠宝魅力。此外，《艺语盛世》采用创新式的黄金饰品卡扣结构，为多样性佩戴、更换提供了便捷，已经申请实用新型及发明专利。

2023 年 12 月 18 日，中国珠宝《艺语盛世》经过层层筛选和激烈角逐，凭借新颖的设计、精美的工艺斩获第三届“天工”珠宝首饰设计大赛金奖。中国珠宝将继续深耕产品研发，打造中华美学精神与当代审美追求相结合的中华美学珠宝。



搭建内部研发平台

公司积极搭建产品研发平台，在原有产品研发部的基础上，于 2023 年 2 月成立研发设计中心，主要负责整合内外部研发设计资源，践行保利工艺提出的八维精益“产品精美”理念。同时整合中国珠宝下属高德珠研所，建设成为公司的珠宝检测、培训和研发基地，充分发挥平台优势，助力公司高质量发展。



成立中国珠宝研发设计中心

建立合作共赢机制

公司推动建立共赢共生的合作机制，积极对接中国珠宝玉石首饰行业协会、世界黄金协会、国际铂金协会、世界铂金投资协会等，实现强强联手，促进资源整合，开拓创新发展机遇。聘请国内工艺美术大师、行业顶尖设计师等，提升研发能力，精心打造经典设计，推动产品创新，有效助力“中国珠宝”品牌产品力提升。



中国珠宝签约独立设计师

2023 年，中国珠宝依托深圳研发设计中心，整合中国工艺美术大师、独立设计师等研发设计资源。三月，与中宝协首饰设计委员会常务副主任任进博士、中宝协珠宝创新发展中心高级顾问林弘裕先生、深圳市珠宝首饰设计师协会会长杜半先生、大树珠宝设计工作室创始人刘明明先生签约合作；十月，与中国工艺美术大师王鹏、“国礼”设计师伊峻慷、中国地质大学（北京）珠宝学院副院长王霖等诸位大师签约合作，并授予其“中国珠宝研发设计中心特约设计师”牌匾。接下来，中国珠宝将与三位大师携手，厚植中华民族灿烂辉煌的文化与美学精神，为消费者研发设计出更加多样化、个性化的璀璨珠宝，满足消费者追求美好的需求。



特约设计师授牌仪式



2022 年成为世界黄金协会“2022 年古法金饰品联合推广商”
2023 年成为世界黄金协会“2023 古法金/硬足金饰品联合推广商”

中国珠宝洞悉市场前沿工艺及消费者需求，打造时尚硬足金产品“追光”系列，以光为主题，打破传统工艺，以硬足金呈现光影之下的奇迹时刻，简约高级的线条描绘当代年轻人向阳生长、大胆追梦的闪光本色，致敬“追光者”，与年轻消费者实现情绪共鸣，满足 Z 世代的个性化珠宝首饰需求。2022 年，中国珠宝加入世界黄金协会古法金饰品联合推广项目，成为“世界黄金协会 2022 ‘古法金’饰品联合推广商”，以国潮时尚古法金“美好金”系列展现古法金饰品的别样魅力。2023 年，世界黄金协会启动“足金百变‘硬’出不凡”2023“硬足金”饰品数字营销联合推广活动，中国珠宝成为“世界黄金协会 2023 ‘古法金/硬足金’饰品联合推广商”，满足年轻消费者对时尚金饰多元化的潮流佩戴需求。



世界黄金协会向“中国珠宝”品牌等硬足金饰品联合推广商正式授牌

中国珠宝不断加大铂金品类产品的研发力度，深耕铂金文化，以运动精神为核心，与国际铂金协会联合推出“美好时刻”铂金系列产品，以潮酷的设计和精湛的工艺，记录年轻一代的美好时刻。铂金“美好时刻”产品系列，包含“拼搏时刻”“高光时刻”及“闪亮时刻”三大主题，阐释了对美好、勇敢、自信等正能量观点的追求，满足时下消费者自我表达的个性需求。2022 年 12 月，在国际铂金协会 (PGI®) 举办的“铂取众长 拓局赋新”2022 铂金首饰行业峰会上，“中国珠宝”品牌获评 2022 年度“新锐入围奖”。



“中国珠宝”品牌获评 2022 年度“新锐入围奖”

中国珠宝挖掘铂金的独特性质与内涵，以丰富多样的铂金首饰及投资产品点亮美好生活，与美泰乐联合打造“花开富贵”投资铂金条，由世界铂金投资协会协制，这是中国珠宝首批投资铂金条类产品。该产品以极致的铸造工艺、独具匠心的设计，一经上市便广受关注和好评。



“花开富贵”投资铂金条

开展产学研合作

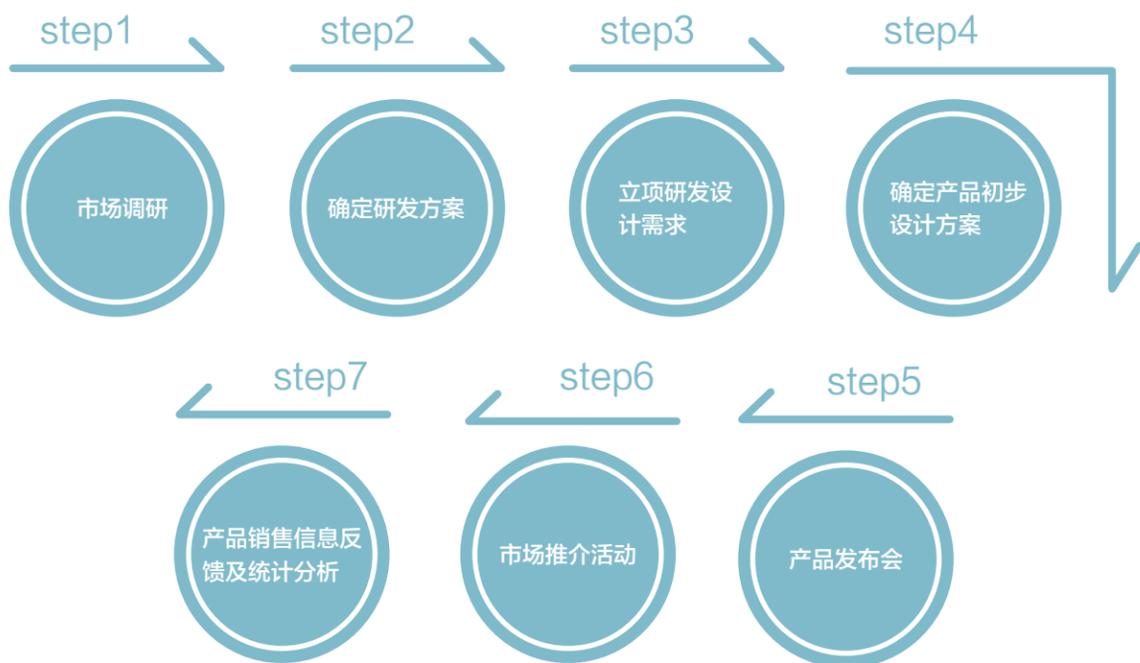
公司积极整合外部资源，2023 年 3 月与中国地质大学（北京）共建产学研协同创新基地，实现优势互补、资源共享、双向赋能，全面推动人才培养、成果转化、珠宝玉石标准制定、实验室建设、首饰设计等领域深度合作。6 月，中国珠宝子公司高德珠研所与中国地质大学（北京）珠宝学院作为产学研协同创新合作单位，经单位推荐、形式审查、线上答辩等程序，通过中国地质学会 2023 年度“珠宝玉石黄金首饰检测与智能制造技术”创新基地遴选。



产品研发设计流程

每年伊始，公司研发部门都会对上一年推出的新品进行总体复盘，与各区域商品管理进行产品交流，收集市场反馈，并通过会议及问卷的形式进行数据、意见的收集及整理；在每年各区域的会议上，研发人员也会走访各区域及门店，与当地门店销售进行沟通，了解各区域客户的消费需求，通过多种方式进行调研，精准把握客户需求。

产品研发设计流程



保护知识产权

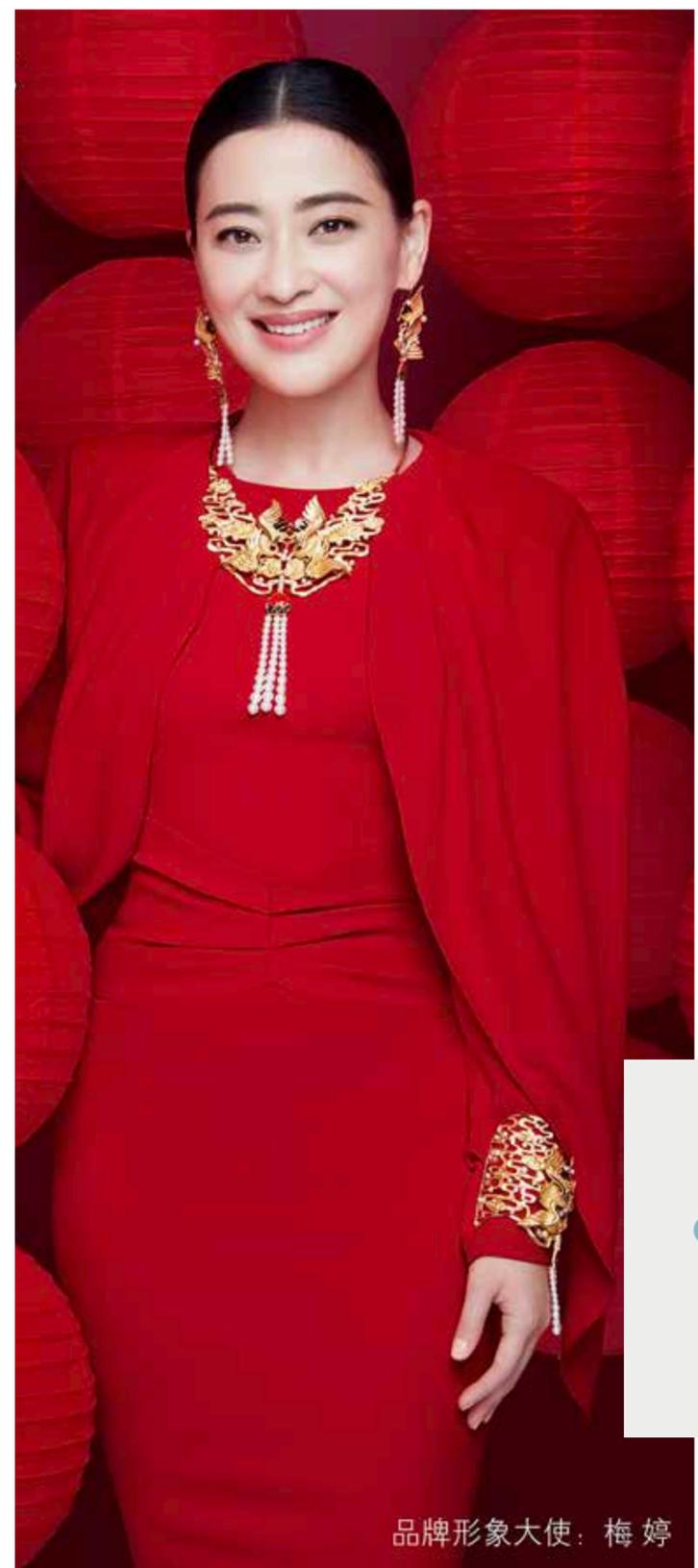
公司重视保护知识产权，严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国商标法》等法律法规，通过外部合作、员工培训、借助法律手段等方式，加强知识产权管理，加大知识产权保护力度，维护自身知识产权。我们不仅成功注册中国珠宝商标，还为公司产品申请专利或著作权，进一步保障了公司独特的创新设计。

此外，公司严厉打击侵权行为，针对市场上长期存在的“中国黄金珠宝”等企图搭借“中国珠宝”品牌知名度牟取不正当利益的侵权行为，公司主动起诉侵权品牌“中国黄金珠宝”。最终，河南省高法作出终审判决，认定“中国黄金珠宝”侵犯“中国珠宝”注册商标权，判令其承担赔偿责任。此次成功维权，彰显了“中国珠宝”品牌在珠宝首饰行业的知名度，表明了中国珠宝坚决打击损害公司商标行为的决心。



截至 2023 年底，中国珠宝及其子公司共获得：

- 29 个商标
- 4 个版权登记证书
- 2 个发明专利
- 4 个实用新型专利
- 49 个外观专利



品牌形象大使：梅婷



4

合作至信
实现互惠共赢

赋能加盟商管理
严控供应链管理
携手合作共前行
助力行业新发展

赋能加盟商管理

助推加盟商发展

中国珠宝致力于打造全渠道的立体发展模式，聚智向心，聚力向前，对加盟商秉持“五管”原则，通过定期交流、业务培训等方式，致力于将每一个终端店铺都塑造成为有竞争力、可持续发展的学习型组织，为消费者带来更专业的服务和更优质、更美好的体验。



创新培训，持续性发展

公司搭建了全面、立体、具有中国珠宝特色的加盟商培训体系，以线上线下相结合的形式为其提供紧贴市场的课程，并及时对表现优异的学员进行奖励；此外，由设计研发部在加盟商大会上直接进行产品推介，让加盟商对产品有更透彻的了解，为加盟商发展持续赋能。



2023 河南区工作会议暨只此青绿推介及自媒体培训会



强化管理，标准化发展

公司持续跟进“管形象、管标签、管配货、管运营及管合规”等五管工作，提升品牌力、强化风险防控，于2022年完成《加盟管理手册》《代理管理手册》的升级工作，制定了《优质客户管理办法》；印刷完成《店铺运营手册》并邮寄到各运营中心，发放到每一家终端店铺，指导店铺落实好日常管理，进一步推进加盟商规范化管理。



树立标杆，优质化发展

公司大力发挥示范店榜样作用，助力品牌宣传与拓展。2023年，公司按发展战略进驻商业体，对示范店管理办法进行修订升级，并评选出2期共29家示范店，进一步规范了品牌形象，提升了加盟商的品牌黏性和归属感。



中国珠宝贵州赋能管理研修班



V课系统，线上赋能

2021年，中国珠宝开通“V课堂”线上品牌学习专区，开设品牌文化、产品展示、基础学习、提升学习、进阶学习五个专区，持续赋能品牌终端，系统提升终端门店专业性与规范度。

2022年，公司在线上培训的背景下，进一步对培训方式和课程进行创新，让V课平台发挥更大的作用。在管理方式上，制定并全面实行中国珠宝V课项目积分管理制度，对表现优异的学员、运营中心人员及时进行奖励，采取季度评优、年度表彰激励措施，提升学习力；在培训方式上，增加了“运营中心上讲台”活动，以最贴近市场的课程与大家分享，开展了7期主题直播课程，精准触达品牌体系内的学员与终端店面；在课程设置上，对品牌静态学习专区进行了优化，增设产品FAB专区；增加了“产品系列课程”，以深圳分公司“LOVESTAR系列产品营销分享”开头，加强产品分享。



是店堂更是学堂，
是舞台更是擂台。



“加盟管理部的同事们在作为一名市场业务人员的同时，还另有一层身份——心理疏导师。客户的压力我们要开导，客户的困惑我们要回应，我们都深知，无论在怎样的形势下，我们每个人都应该不仅仅只做负能量的倾听者，还应该做正能量的创造者和传播者，用信心和阳光照亮身边的人。”

——中国珠宝加盟管理部员工



鼓励加盟商履责

中国珠宝秉承“扶贫救济、德行并重、发展企业、感恩社会”的精神，鼓励加盟商在建设自身事业的同时，用爱心回馈社会，用行动助力真正需要得到关注和帮助的群体，争取在公益事业方面贡献一份力量。



中国工艺美术大师王鹏作品《府上有龙》

风“豫”同舟，中国珠宝河南众加盟店助力抗洪

2021年7月，河南普降大雨，一时造成省域内多地受灾，灾情紧急。一方有难，八方支援，中国珠宝各加盟店也纷纷义无反顾地投身到灾情援助当中去，为灾区出钱出力、安置灾民，充分体现了央企品牌自觉自发的社会责任心。

中国珠宝优秀加盟商刘永民的家乡也是此次受灾严重的地区之一，亲身经历过水灾之后的他更能体会灾区人民的苦难。灾情发生后，刘永民毫不犹豫地向河南省慈善总会捐款 100000 元人民币，并组织中国珠宝尉氏店、绳池店、洛宁店、义马店等各地员工纷纷参与到抗洪救灾之中。

中国珠宝河南区域商丘万达店，筹备了大量物资支援灾区；

中国珠宝鲁山店，除了支援物资之外，团队到达一线灾区后，还为灾民做饭，让大家吃上了现做的热饭；

中国珠宝项城店，不但向灾区支援物资，员工们还加入了志愿者队伍，投入救灾前线；

中国珠宝新密店，同样处于受灾的核心区，店铺员工白天加入志愿者的队伍中，晚上为灾区一线送上食品、药品等各种物资。

参与支援灾区的店铺和员工还有很多，爱大过雨，情满豫州，天灾虽不可避，真情最动人心，中国珠宝各加盟店的义举无疑彰显了央企品牌的使命与担当，他们的行动，为品牌增光、为公司添彩！



严控供应链管理

中国珠宝实施严格、系统化的供应链管理策略，成立专门的供货商评审小组，规范供应商准入、审核、淘汰机制。对供应商的质量管理体系、创新能力、社会信誉等方面进行全过程、多角度的评估并依其能力进行分类管理，更以日常管理和定期考核相结合的方式对其履约能力进一步约束，以期提高品牌市场竞争力，实现品牌高质量、可持续发展。

健全供应商管理

根据中国珠宝《供货商管理办法》的要求，设立“中国珠宝”品牌供货商评审小组，小组由相关部门负责人组成，由各业务部门分别对供应商相关状况进行评审，经意见综合、审批后形成年度《合作供货商名录》和《指定供货商名录》。

完善供应体系监管

根据供货商的能力、资质及对中国珠宝的供货情况与服务态度，将供货商分为指定（授权）供货商、合作供货商、候选供货商、专案供货商；连续两次供应质量不达标或有意欺瞒或不积极配合的供货商。

实行动态评估机制

公司采用日常管理和年度考核相结合的方式，由公司相关业务部、总代理商或部分加盟商共同参与，对“合作供货商”和“指定供货商”进行多层次的综合评审，并根据年度评审结果，对合作供货商和指定供货商实行动态管理，实行优胜劣汰，保证公司供应商名录企业的优质、合规。

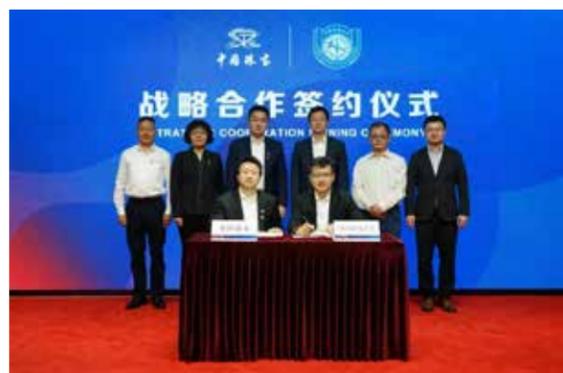
携手合作共前行



美好金欢喜佳缘云锦项链

主责主业·强化校企合作

2023年3月，中国珠宝和中国地质大学（北京）举行了隆重的校企战略合作签约暨授牌仪式。合作有助于进一步提升公司科研创新水平，选聘优秀后备人才，提升全员专业能力，践行“八维精益”理念，实现高质量发展。校企双方将本着互利互惠共同发展的原则，以产学研合作为核心，以人才培养使用为关键，以共建共享为目标，深化合作，取得实质性的合作成果。



多元领创·碰撞美好艺术

中国珠宝深度整合文化资源，挖掘协同价值，集众智、聚合力，以多元形式领创美好生活。2023年，在保利集团“一个保利，万般美好”的理念支持下，中国珠宝与保利艺术博物馆、保利艺术教育达成战略合作。同年7月，保利艺术教育主办、中国珠宝支持的保利青年国际音乐节活动在杭州开幕，以多种形式促进中外青少年艺术提升、加强艺术实践与交流；11月，中国珠宝与保利艺术博物馆合作举办的“国宝归来 共襄美好”圆明园兽首（复制品）巡展开启，现已走过哈尔滨、沈阳、北京三地，为各地群众带来一场文化盛宴。未来，中国珠宝与保利艺术博物馆、保利艺术教育也将继续锚定保利“美好生活领创者”行动指南，以更丰富多样的形式和更多元的渠道传播文化与艺术。



助力行业新发展

中国珠宝以高度的行业责任心和使命感动助力行业发展，积极参与行业标准制定、参与行业交流、组织业内活动，为行业规范发展、创新跨越、产业升级作出了积极贡献。

鼓励行业创新

2022年星向美好·“中国珠宝杯”首届珠宝首饰设计大赛，由《中国珠宝首饰》杂志社发起、中国珠宝首饰进出口股份有限公司主办，大赛共计收到国内外稿件1000余份。活动通过原创设计推动了中国珠宝首饰设计的健康发展，加强了业内珠宝文化的创意交流，催活了设计新力量，打造了珠宝首饰新风向。



大赛优秀作品展示



制定行业标准

2020年，中国珠宝受邀参与制订中国黄金协会《古法金饰品》团体标准，该团体标准是国内首个古法金饰品标准，为古法金饰品生产销售提供了产品质量规范和检验标准，有效规范古法金饰品市场，为消费者合法权益提供保障。

2020年4月，中国珠宝受邀参与制订中国黄金协会《硬足金饰品》团体标准，该团标准适用于国内生产及销售的硬足金饰品，明确了合格的硬足金饰品标准，将为规范硬足金饰品的产品质量标准发挥重要作用。

2023年5月，高德珠研所参与起草制定的《GB/T 18781-2023 珍珠分级》正式发布，并于2023年12月1日正式施行。该项国家标准在《GB/T 18781-2008 珍珠分级》基础上进行修订，提高了标准的适应性和可操作性，对于规范珍珠质量的分级、珍珠交易和评估、促进产业优化升级具有积极意义。

2023年6月，2023上海铂金周暨中国铂族金属市场峰会上，中国珠宝参与制定的全国首个《投资铂金条》团体标准发布，针对我国生产和销售的投资铂金条产品品类进行规定

2023年7月，由中国珠宝作为起草单位之一参与制定的全国首个《足金手表》团体标准正式发布。该标准填补了《足金手表》标准空白，在国内足金手表的生产和零售环节统一了足金手表的定义和质量标准，将为规范行业发展、保护消费者权益等发挥重要作用。

2023年11月，高德珠研所结合30余年珠宝首饰鉴定检测类业务经验而参与起草的《零接收数抽样系统与过程控制程序相结合的产品验收方案 20220144-T-469》正式发布，高德珠研所是参与本项国家标准制定的唯一一家珠宝鉴定检测机构。



5

以人为本 建设幸福家园

维护员工权益
搭建成长平台
加强人文关怀
落实安全生产



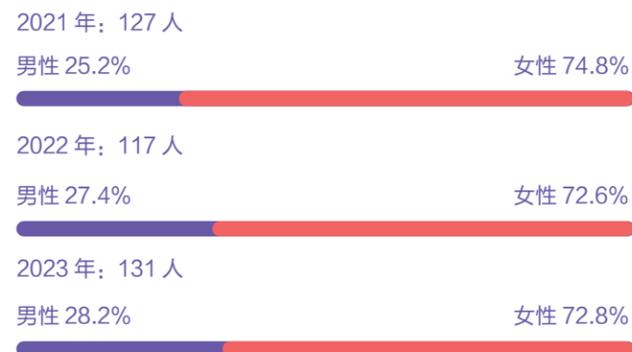
维护员工权益

员工构成情况



2021 年到 2023 年间，公司员工人数稳步增长，截至 2023 年底，公司共有员工 131 人，女性员工 94 人，男性员工 37 人，其中受教育程度为本科学历及以上的员工占比 55%，占员工总数的半数以上，受教育程度为硕士及以上的员工占比 20.5%。

员工总数



员工概况	年龄构成			
	30 岁及以下	31-40 岁	41-50 岁	51 及以上
2021	17.3%	39.4%	33.1%	10.2%
2022	19.7%	40.2%	29.1%	8.5%
2023	21.4%	39.7%	32.8%	6.1%



建立和谐劳动关系

公司致力于为员工创建平等、多元的工作环境，不断完善招聘录用、劳动合同、休息休假、人事档案等人力资源制度，保障员工各项权益，构建和谐稳定的劳动关系。



落实合规雇佣

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》等相关法律，落实平等雇佣，绝不因性别、国籍、健康、家庭背景等因素歧视任何员工，招聘中核实员工实际年龄，尊重员工工作自由，从未出现童工雇佣和强制劳动等行为，与员工签订劳动合同，缴纳社会保险，保障员工的基本权益。



保护员工隐私

公司尊重和员工隐私，制定相关制度和管理办法，不收集与工作无关的员工隐私信息，妥善保管应聘人员个人资料，设立专柜保管员工档案信息，并安排专职人员负责档案保密管理工作，确保个人信息不泄露，员工的个人隐私得到最大化保护。



超时工作报酬

公司严格执行国家对劳动者工作时间及休息休假的相关规定，依法按时按标准支付员工劳动报酬，因工作需要进行的加班，公司安排员工进行调休，并按照规定为员工发放加班交通费；在国家法定节假日进行的超时工作，按照日基本工资三倍标准发放劳动报酬；同时对门店员工实行综合工时制，灵活调整工作时间，避免超时工作对员工身心造成的损伤，保证员工劳动的合法权益。

坚持民主管理

公司实行民主管理，充分尊重和信任员工，广泛征求员工和工会的意见，定期召开职工代表大会，每三年通过会议选举产生一名职工代表监事，作为监事会的三名监事之一。征集合理化建议，组织员工为企业建言献策等活动，设立意见箱，搭建员工与企业之间沟通的桥梁，提供发声渠道，增强员工的主人翁意识，落实员工的知情权、参与权和监督权。



公司召开职工代表大会

搭建成长平台

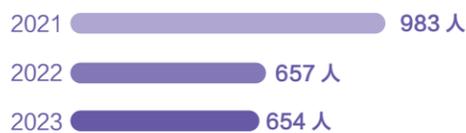
人才队伍建设



员工培训体系

公司落实人才强企战略，高度重视培训赋能，聚焦员工发展，致力于打造学习型组织。不断完善“专项培训+大讲堂+培训基金+业务培训”的培训体系，开展形式丰富的培训活动；设立员工岗位培训专项基金，为员工自主自发学习、提升岗位技能提供灵活的资金支持；对新员工进行入职培训，给予新员工更多实践和超越自我的机会，全方位提高员工素质、业务能力及管理水平，实现公司与员工的共同成长。

■ 培训人次



公司开展新入职员工培训

专项培训

公司针对不同层级的员工和干部开展相应的专项培训，每年度举办完全脱产的封闭式专项培训，组织中层干部参加“曙光”专项培训，学习管理能力，提升中层领导力；组织骨干员工开展“星光”专项培训，提升员工执行力。



美好金和合家园系列水墨荷花吊坠

中国珠宝开展“曙光”培训课程

2022 年，公司举办了“曙光”二期“登攀者教练”的领导力提升培训，共 24 名中层管理人员及后备干部进行了为期两天的培训。培训课程将管理理论与实际案例相结合，以小组协作、互动讨论、游戏讲解、辩论等形式，让每位学员体会管理的原则与思想，人人参与积极性高。通过两天的集中培训，学员们审视了过往管理行为，突破了自己的思维惯性，员工自我认知、知识、能力等各个方面都得到了提高。中层管理干部培训是公司组织能力提升、人才队伍建设的重要组成部分，此次“曙光”二期培训是推进公司人力资源管理“体系化”“标准化”的重要举措。



公司开展“曙光”二期培训课程



中国珠宝开展“星光”培训课程

2021 年，公司举办了“星光”一期提升执行力培训，中国珠宝及子公司共计 31 名员工参加了此次培训。培训围绕提高工作的执行力的态度、技能及知识三部分展开，以理论讲解和案例分析相结合的形式带领员工领略高效工作的魅力和艺术，帮助员工开阔眼界，启发思考和行动，结束后为员工颁发结业证书，增强员工的获得感和成就感，切实提高了骨干员工的执行力，为公司各项制度的落实及业务的开展提供有力保证，进一步推动了公司人才梯队的建设。



公司开展“星光”一期骨干员工培训课程

珠宝大讲堂

公司重视员工的全面发展，设立中国珠宝大讲堂，通过行业专家授课、参观调研等方式，从个人素质、职业技能和经营管理能力三方面，为员工提供培训学习、沟通交流的机会，努力为员工创造良好的成长环境。



2021 年举办 10 期，培训人数 925 人

2022 年举办 5 期，培训人数 413 人

2023 年举办 6 期，培训人数 572 人



以史为镜，口述中国珠宝历史

2021 年 2 月 25 日，公司举办年度第一期大讲堂，从业超 20 年的领导员工参与口述活动，其他员工通过线上方式参与大讲堂。课程从公司品牌建设、因政策性破产调整公司业务、公司业务及人员团队面临市场化转型、艺兰珠宝厂的业务发展、加盟业务开展等方面讲述了中国珠宝公司的发展历程，让年轻一代员工了解历史，激励员工奋发向上。



产品力量，邀请资深设计师演讲

2021 年 3 月 26 日，公司举办年度第三期大讲堂，公司领导及中层干部、高级经理出席了此期大讲堂。此次大讲堂邀请行业资深珠宝设计师为大家分享“产品的力量”主题演讲，阐述了个人对于产品艺术性和商业性融合的观点，以大量实例分析了当下珠宝市场及产品趋势，剖析了产品与品牌如何相互赋能，开拓产品研发思路。



业务培训

公司坚持开展员工的业务培训，强化员工职业素养，不断提高员工的业务水平，2023 年，公司举办精英店长管理思维特训营，培训邀请多位管理干部及讲师，讲授《金牌店长思维行为》《金牌店长掌控现场》《金牌店长业绩突破》课程，深入指导门店店长管理思维及落地办法，带领店长思维赋能，其间全员深入分析，共同精进管理技能及业绩提升技巧，增强团队凝聚力，切实提高了业务水平，为具体业务工作打下坚实的基础。



公司举办精英店长培训

珠宝专题培训

公司为落实协同发展理念，开展珠宝专题的相关培训，提升员工的珠宝专业知识技能，更好地服务公司经营发展。



公司开展高德珠研所珠宝专题培训



美好金大喜系列云裳仙子项链



“琢玉”珠宝专业能力提升培训班

2023 年，中国珠宝在中国地质大学（北京）举办“琢玉”专业能力提升培训班，邀请珠宝学院教授讲授行业最新发展趋势、宝玉石鉴赏、国际知名珠宝品牌对标研究、珠宝收藏与投资等课程，学员系统了解了珠宝基础知识，亲自上机操作了宝玉石鉴定仪器，明晰了国际知名珠宝品牌发展脉络及产品特性等知识，参训学员进行了统一随堂测试，并为测验成绩优异同学颁发了优秀学员证书。此次培训紧扣“珠宝专业能力提升”主题，拓宽了员工的思维视野，培养员工琢玉、治玉的精神。



公司举办“琢玉”能力提升培训班



加强人文关怀

开展文娱活动

公司始终以人为本，关心员工生活，开展多元化的文娱活动，致力于打造温暖的企业氛围，把公司建设成为美好家园，让员工在工作中找到生活，温暖于心、回报于行，提高员工的幸福感和满意度。



公司开展羽毛球比赛



公司举办秋季运动会



公司开展飞盘比赛



踏春健走 亲近自然

2021年，公司组织员工开展春季踏青团建活动，本次活动地点位于北京市奥林匹克森林公园，大家在春意盎然、繁花似锦的奥森公园里一起感受祖国的昂扬春意、绿水青山。通过此次健步走活动，进一步提高员工身体素质，增强员工健身意识，同时陶冶了情操，健康向上的氛围更加浓厚，以更积极的精神面貌迎接未来的挑战。



公司开展春季踏青团建活动

慰问一线员工

公司积极了解一线员工在工作和生活中面临的各项挑战和需求，制定《员工关怀实施意见》等制度，灵活运用不同的慰问方式，对员工进行生日祝福；并通过走访和慰问等形式，对困难员工给予物质帮助和精神安慰；同时鼓励员工之间互相关心和支持，提升员工归属感。



关爱女性员工

公司始终重视女性员工的权益，为女性员工提供平等机会和待遇，坚持开展各项关怀工作，每年为女性员工举办“三八节”妇女主题活动，为育有新生儿的女性员工安排慰问，提供弹性的工作制度和灵活的办公模式，更好地促进工作与生活平衡，致力于创造女性员工的职场家园。



公司开展女员工插花课堂

公司为女员工开展插花课堂，邀请特级插花老师现场教学，讲述插花史、插花艺术技巧，并现场指导大家进行插花练习。活动现场气氛热烈，师生有问有答，大家都沉浸在插花课程的优雅气氛中，有利于提高个人审美修养。增长插花艺术专业知识的同时，也能将艺术的思维带入工作中，用艺术点亮工作。



落实安全生产

安全责任重于泰山，公司切实做到抓严抓实安全生产，建立以企业主要负责人为核心的安全生产领导责任制，建立健全安全生产组织机构，由安全生产委员会负责统一领导公司的安全生产工作，研究决策安全生产的重大问题，下设安全生产委员会办公室，根据安全生产方针政策、法律法规和安委会工作计划组织安全生产检查，保持安全生产管理体系有效运行，将谋发展和管安全融为一体，筑好守牢安全生产堤坝，为进一步推动经济社会发展保驾护航。

开展安全检查

公司坚持对本部及子公司长期、不定期地开展日常检查、综合检查及专项检查，防止出现各种隐患。定期排查办公场所电源、电器设备的使用安全，全面检查公司网络设备，统计整理记录软硬件核查表，并落实了网络安全事件应急预案，组织演练了断电重启和遭遇网络攻击的事件，对公司重要系统进行定期自动和手动备份，备份文件采用双备份和隔离介质备份的方法。对公司安防监控系统运行情况进行不定期检查，调取视频监控系统视频、门禁系统数据进行例行检查与维护，并对安防监控系统日常维护建立设备登记；对机房设备进行定期维护保养，环境卫生、设备整齐摆放进行日常维护；重大节假日前，公司定期召开安全生产工作部署会，并对公司本部及各子公司重大安全隐患、办公区电器、库房等重要区域进行安全排查，确保平稳安全过节。降低了风险隐患，绷紧了安全这根弦，做到了发展与安全齐头并进，彻底将安全融入日常，落到实处。

安委会主要职责：

- 1 贯彻国家安全生产的方针政策和法律法规，准确把握公司安全生产工作形势，结合公司发展规划，建立长效机制，研究部署并指导监督安全生产管理工作；
- 2 解决安全生产重大问题，审定安全生产发展规划和规章制度、生产安全事故综合应急预案等，部署安全生产工作任务；
- 3 参与或配合生产安全事故的调查处理，严格按照“四不放过”原则，落实事故责任追究的有关规定。



中国珠宝开展节前安全检查

为贯彻落实保利集团安全生产相关工作部署，防范化解经营生产安全风险，中国珠宝结合公司实际，对公司本部及所属子公司进行安全巡查，排查安全隐患，确保公司安全生产形势持续稳定。

中国珠宝高度重视各节假日期间的安全生产和值班工作，强调要树牢安全红线意识，压实责任措施，扎实开展“抓三点”，坚决做好公司安全生产工作。2023年，公司新增7层办公区，装修期间，公司领导率公司安委会机构成员对7层办公区域进行安全检查，重点检查了施工人员规范作业、消防器材配备、安全用电等方面的内容，更督促中饰深圳公司、电商部同事在生产经营场所、仓储场所、办公场所开展安全生产大排查，消除各类风险隐患。



公司领导进行安全巡查

安全教育培训

公司积极对员工进行安全教育和培训，利用公司宣传栏，普及安全知识，进一步增强员工的安全生产意识。



公司开展消防安全知识教育培训

2021年12月，公司邀请北京卫消安防火中心宣传办资深授课老师对员工进行消防知识教育培训，培训课程针对日常安全防火等问题，开展关于防火灭火、灾害防控及自救逃生等安全技能的宣传教育，用新闻报道、事故分析及现场说法的方式播放讲解了近年来大小火灾的实例，使大家深刻认识到安全无小事，“隐患险于明火，防范胜于救灾”的重要性。通过此次消防培训增强员工的消防安全意识，提高员工对安全生产工作的重视。



公司开展冬季防火消防安全工作的培训

关爱员工健康

公司始终将员工健康放在首位，持续推进职业健康管理计划，不断创新和完善健康管理举措，每年为员工安排健康体检、缴纳补充医疗和重疾险，切实保障员工的身心健康。

100%



补充医疗和重疾险覆盖率



6

共建共享
增进民生福祉

企地共建
公益同行
志愿服务
绿色运营



社企共建

中国珠宝坚持社企共建，主动融入社区生活、走进居民日常，真心实意为社区居民群众服务，积极推进本地化工作，为当地提供就业机会、促进当地经济发展，以高度的使命感践行央企责任，努力形成了企业与社会资源共享、优势互补的良好氛围，实现共享、共建、共担当的互惠共赢。



时尚硬足金 追光系列双子星项链、对戒

本地化政策

中国珠宝积极推动本地化工作，聘用当地员工，优化了当地就业环境，创造了优质的就业机会；在少数民族聚居地，加大少数民族员工聘用比例，一企之内，各民族“百花齐放”，促进了民族团结和共同繁荣。

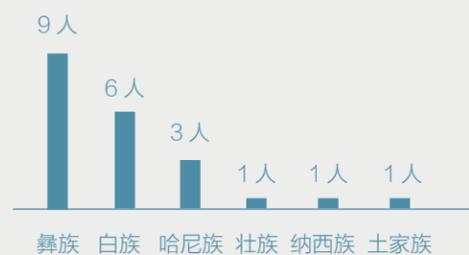


牵定中国珠宝少数民族员工

广西壮族自治区南宁办事处员工 **9** 人，均为本地员工，其中少数民族 **3** 人（壮族 **3** 人）。

新疆运营中心员工 **230** 人，其中少数民族占总人数 **40%** 左右，以哈萨克族、回族、维吾尔族为主。

云南省运营中心员工 **110** 人，均为本地员工，其中少数民族 **21** 人。



社企互联共建

中国珠宝秉持“群众事无大小，一枝一叶总关情”的初心，走进社区、服务群众，运用自身所长，找准服务工作的切入点、结合点、把实事办好、办到社区居民心坎上，促进社企情感上互联互动、发展上相依相长。

2023 年，中国珠宝加大惠民服务力度，为中国珠宝门店客户及周边社区居民免费提供首饰清洗、饰品编织、珠宝首饰鉴定等系列服务。活动期间，直营店店员和高德珠研所检测人员主动热情地为顾客详细讲解活动内容和黄金、钻石、玉石等珠宝的保养知识，为顾客带来“看得见、用得上”的实惠和好处，他们用专业而贴心的服务拉近了与顾客的距离，受到顾客的广泛好评，很多顾客希望这样的活动可以办成定期的、长期的活动。



开展免费鉴定活动



为顾客讲解活动内容



免费编织



免费清洗饰品



讲解珠宝保养知识

珠宝知识进社区



2021年7月，中国珠宝总部直营店走进吉祥里社区，为社区群众举办一场免费珠宝知识普及、饰品清洗保养及编织沙龙体验活动。此次活动，中国珠宝选派了具有十多年门店从业经验的金牌店长和营业员，从普通黄金与时下流行的3D硬金、古法黄金的制作工艺到钻石的4C、从彩色宝石到珠宝与服饰的搭配、从日常佩戴的注意事项到饰品居家养护小贴士，对社区群众提出的关于珠宝首饰材质、购买、保养等方面的各种疑问和问题进行细致耐心地讲解。



中国珠宝店员讲解首饰编织



2023年12月，为了更好地满足广大群众对美好生活的追求，提升团组织服务社会的力度，中国珠宝团支部开展黄金珠宝知识科普公益活动，组织青年讲师团到六里屯北里社区，为居民提供知识讲解、答疑服务。活动中，中国珠宝青年讲师团成员对黄金、珍珠等居民感兴趣的珠宝品类进行详细讲解，以市场上常见的仿制品为例，为大家介绍珠宝饰品鉴别、保养等方面的小技巧。讲解内容新颖、实用性强，有效提高了居民选购、鉴别、保养珠宝饰品的能力。中国珠宝团支部始终打造“学思践悟”全链条工作机制，组织动员设立“青年讲师团”“青年设计队”“青年先锋岗”等，团结引领广大团员青年担当社会责任。



中国·龍系列五龙行天下吊坠



中国珠宝青年讲师团进社区开展科普公益活动

公益同行

中国珠宝积极参与各类公益慈善活动，在上级单位的带领下深入参与云南鲁甸等地的脱贫攻坚、乡村振兴工作，履行央企责任、发挥央企力量。



公司开展公益捐衣活动



中国珠宝发起慈善募捐活动

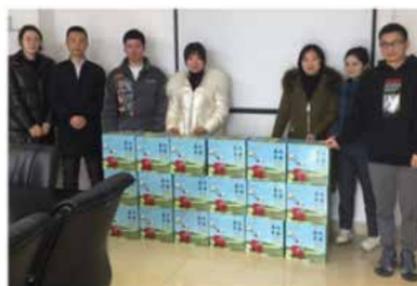
2023年11月，中国珠宝工会面向全体会员发起了为云南鲁甸学生送图书的公益活动，为鲁甸县职业高级中学购买专业图书，用图书传递温暖，用知识点燃希望。未来，我们仍旧坚定不移地巩固拓展脱贫攻坚成果，彰显央企社会责任，点亮人民美好生活。



公司开展为云南鲁甸学生捐赠图书的公益活动

以买代帮，助力乡村振兴

2021年11月，中国珠宝开展“为群众办实事，以实际行动助力乡村振兴”活动，充分调动中国珠宝各区运营中心的力量参与到乡村振兴具体工作中来。中国珠宝各省运营中心积极响应，爱心购买云南省昭通市鲁甸苹果1000箱，“以买代帮”助力鲁甸县农产品销售，推动消费帮扶落地见效，促进脱贫群众持续稳定增收，为助力乡村振兴贡献力量。



书香人生，点亮公益情怀

中国珠宝全体员工以“捐一缕书香，献一片真情”为主题，秉承着“一本书、一份爱、一种人生”的爱心传递宗旨，来到坐落于北京怀柔山村的篱苑图书馆，纷纷捐赠出自己珍贵的、有意义的图书，并在扉页写下自己的读书心得和人生感悟，与读者交流分享。“中国珠宝”与篱苑图书馆一同倡导社会公众读书文化，培养并提高互助互爱的精神，弘扬公益文化。



志愿服务

不啻微芒，造炬成阳。中国珠宝积极鼓励员工活跃于各类志愿服务工作，带领员工在志愿活动中形成央企责任意识和使命认同，汇聚时代暖流，涵养主流价值，彰显了中国珠宝的温度和高度。

● 江苏运营中心

中国珠宝辽宁运营中心携手腾讯公益，助力以“关心残障，与爱同行”为主题的公益活动。此次公益活动以“关注残疾人群体”为宗旨，以“分享社会温暖”为目的，尽全力营造关心残疾人、帮助残疾人的良好氛围，让更多的残疾人更好地融入社会，让他们切实感受到来自社会的关怀与温暖。



● 江苏运营中心

2021年，句容吾悦中国珠宝全体员工前往句容幸福里康护中心开展了以“参与志愿服务，情暖城乡社区”为主题的义工服务活动。



在这里，
我们见到了可爱的爷爷奶奶们。
陪爷爷聊聊天，给奶奶捏捏肩，
院内一片欢乐。
老人们脸上洋溢着笑容，
看着他们笑得跟孩子一样开心，
我们心里也乐开了花。

——中国珠宝志愿者



● 山东运营中心

2022年5月，中国珠宝山东运营中心主动支援基层一线防疫工作，为街道捐赠方便面、牛奶、纯净水、医用口罩、防护手套等爱心物资，以实际行动助力疫情防控。一辆满载爱心物资的车辆先后驶入济南市市中区王官庄街道办事处和二七新村街道办事处，中国珠宝员工和街道工作人员一起搬运爱心物资，现场暖意融融。



绿色经营

公司深入学习贯彻习近平生态文明思想，积极落实集团要求，将绿色经营融入日常管理和业务活动中，把推动生态文明建设摆在突出位置，持续抓好节能降碳工作，广泛开展节能降碳宣传教育活动，积极营造浓厚的节能降碳氛围，提高员工的节约意识，传递环保理念，共同努力打造绿色家园。

应对气候变化

全球气候变化已经成为国际社会广泛关注的重要议题。中国在第七十五届联合国大会提出了2030年前实现碳达峰、2060年前实现碳中和的目标。“双碳”目标是中国向世界作出的庄严承诺，彰显了中国积极应对气候变化、走绿色低碳发展道路的坚定决心。中国珠宝始终肩负央企使命，积极响应国家碳达峰、碳中和号召，建立绿色低碳高质量产业体系，持续深入打好污染防治攻坚战，提升绿色低碳发展水平，以实际行动应对气候变化，助力“双碳”目标实现。

2023年10月，中国珠宝召开“大美中华”龙年生肖新品发布会，邀请行业领导、公司合作伙伴及媒体嘉宾等200余人共赏中国珠宝龙年生肖新品，见证璀璨珠宝，点亮美好生活。活动期间，中国珠宝积极弘扬生态文明价值理念，鼓励员工身体力行地践行绿色低碳的行动方式，爱护大自然，保护环境，在为期2天的活动中，共使用电力能源54025千瓦，水资源399555升，产生废弃物396公斤，做到了绿色出行、绿色生活，为美丽中国建设贡献珠宝力量。

绿色办公

公司深入践行习近平生态文明思想，完整、准确、全面贯彻新发展理念，倡导绿色办公，鼓励绿色生活方式，从小事做起，养成良好的工作方式。

节能节水

采用节能的办公设备，并对电脑等办公设备进行统一设置，不使用时休眠或关闭，减少待机耗能；使用LED节能灯泡，并做到人走灯灭；各部门最后离开的人员负责检查并关闭办公区用电设备；卫生间和茶水间张贴节水标语，规范用水习惯，节约用水。

用车管理

公司加强用车管理，汽油采购由综合办公室负责管理，财务管理部负责使用数据统计、核算，由司机记录行驶里程，确保汽油使用清晰规范。

节约纸张

倡导无纸化办公，张贴节约用纸宣传单；将旧报纸、废弃物品整理后用于废品回收再利用；推行纸张文件双面打印，采用电子传真，减少打印需求。

在线办公

使用飞书办公系统提倡网络办公，借助电子平台发布信息，多发电子文件、电子邮件，组织线上视频会议，建立起公司内部办公资源共享信息化。

垃圾分类

进行垃圾分类区域化管理，确定各区域负责人，定期检查垃圾分类情况；在办公区域设立标记清晰的分类垃圾桶，并张贴指示牌；开展垃圾分类知识宣传和培训。

绿色包装与设计

在消费者对珠宝包装美观性与实用性要求日增的今天，公司坚持以环保为导向，革新首饰产品设计与包装设计理念，确保设计出来的产品及其包装既满足消费者对美的追求，同时也贴合环保的需求。同时，我们选择可回收或可降解的材料进行包装设计，推广简约而不失创意的包装方式，鼓励消费者在日常生活中多次使用，以减少一次性消耗品的使用量，真正实现绿色包装的目标，体现公司对环境保护的承诺和行动。



我们将环保理念应用在珠宝首饰设计中，选用可回收利用的贵金属、未经处理的天然宝石、可再生的有机宝石等，并采用环保设备和技术进行生产，既能提高珠宝首饰的设计品质和艺术性，也能实现绿色生产和可持续发展。

环保活动

公司积极开展各类环保主题活动，鼓励员工亲身参与，提高环保意识，感受环保公益事业的成果，践行保护环境的使命，用实际行动为保护环境作出贡献，努力创造更美好的未来。

2023年，公司开展节能宣传周和低碳日活动，按照“节俭、简约、务实”的原则，围绕“节能降碳，你我同行”的活动主题，通过在公司宣传栏张贴宣传海报，在公司交流群发布宣传周和低碳日活动链接等方式，弘扬勤俭节约的好习惯，营造良好的“节能周和低碳日”活动氛围，鼓励员工从节约一滴水、一度电、一张纸做起，践行节能降碳理念，切实将节能减排工作落到实处。



公司举办节能宣传周宣传活动



公司举办“共建绿色家园”环保活动



公司举办捡跑活动

未来展望

云程发轫，万里可期。

2024 年是全面贯彻落实党的二十大精神的关键之年，是实施“十四五”规划的攻坚之年。站在新的历史起点，中国珠宝将继续以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面落实保利集团、保利工艺总体部署，围绕“建设成为世界一流工艺美术全产业链服务商”的发展目标，以“发展攀登新高峰，管理实现新跃升”为主题，坚持“以变求进、以进促稳”工作基调，加快提高核心竞争力和增强核心功能，确保实现质的有效提升和量的合理增长，以战略性新兴产业的发展带动传统珠宝首饰产业转型、优势产业升级，成为弘扬中华文化的新载体，奋力谱写中国珠宝高质量发展的新篇章。

展望新宏图，开启新征程。2024 年将是中国珠宝大有作为的一年，中国珠宝将牢牢把握新时代新征程国资央企工作的总目标总原则总要求，坚定贯彻落实总部“两确保、四提升”的总要求，用实际行动践行保利工艺“十四五”战略规划目标，以永不懈怠的精神状态和一往无前的奋斗姿态，稳步推进高质量发展，积极践行国有企业使命与担当，聚力共生、勇毅前行，向着成为世界一流黄金珠宝首饰行业的引领者持续奋斗！



关键绩效表

	单位：人民币	2023 年	2022 年	2021 年
销售收入	万元	257522	272081	244047
营业利润	万元	8241	7578	7122
产品合格率	%	100	100	100
总部合同履约率	%	100	100	100
子公司合同履约率	%	100	100	100
本公司向前五大客户销售收入总额	万元	66980	141409	173542
本公司向前五大客户销售收入总额占全部营业收入比例	%	26.01	53	71.13
资产负债率	%	23.52	26.61	27.3
科研总投入	万元	412	309	179
纳税总额	万元	3398	3068	2932
环保培训覆盖率	%	100	100	100
职工总数	人	131	117	127
女职工	人	94	85	95
少数民族职工	人	7	6	7
初级管理人员及以上岗位职工	人	25	23	22
其中：女性管理者人数	人	11	10	10
员工本地化人数	人	80	73	80
残疾人雇佣人数	人	0	0	0
劳动合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
参加工会的员工比例	%	100	100	100
年度公开招聘人数	人	36	14	23
其中：高校应届毕业生	人	3	0	2
社会招聘	人	33	14	21
全年累计培训员工人次	人次	654	657	983
年度职称晋升人数	人	3	6	2
体检及健康档案覆盖率	%	100	100	100
本年底职业病病例	例	0	0	0
年度新增职业病病例	例	0	0	0
人均带薪年假天数	天	9.07	8.28	8.12
员工满意度	%	100	100	100
员工流失率	%	8.16	14.29	8.51
安全教育培训覆盖率	%	100	100	100
员工伤亡人数	人	0	0	0
员工志愿者活动人次	人次	123	30	25
社会公益投入	元	68474	34460.6	24400

指标索引

目录	GRI Standards	CASS-4.0
报告前言	GRI101、GRI102	P1
董事长致辞		P2
走进中国珠宝	企业简介	GRI102、GRI201、GRI202
	管理团队	P4.2、P4.3、P4.4
	组织架构	P4.1
	品牌战略	P4.2、P4.3、P4.4
	年度大事件	G1
	发展历程	P4、G1
	资质荣誉	A3
履责于行， 尽显担当作为	责任理念	GRI102
	责任治理	GRI102
	责任议题	GRI102
	责任沟通	GRI101、GRI102
	责任专题一：五星党建指 航向，奋进珠宝新征程	G2.1、G2.3、G6
	责任专题二：八维精益强 管理，合规管治促发展	P3
责任专题三：精琢中华美 学珠宝，点亮人民美好生活	GRI101、GRI102、GRI103	
稳健经营， 筑牢治理根基	GRI416、GRI417	M1.1、M2.1、S1.1、S1.2
	规范公司治理	GRI416、GRI417
	做好风险防控	M1.1、M1.3、M1.4、S1.1、M3.1
	恪守商业道德	M1.1、M1.8、M2.10、S1.1
加强质量管理	GRI101、GRI102、GRI103、GRI205	
	GRI101、GRI102、GRI103、GRI206	
	M1.1、M1.3、M3.1、M3.3	
	GRI416、GRI417	
	M2.1、M2.2、	

目录	GRI Standards	CASS-4.0
品质为先， 点亮美好生活	创新驱动	M2.4、M2.5
	优质服务	GRI416、GRI417、 GRI418
	产品研发	GRI416
合作至信， 实现互惠共赢	赋能加盟商管理	GRI202
	严控供应链管理	GRI102、GRI308、 GRI414
	携手合作共前行	M3.4
	助力行业新发展	M3.6
以人为本， 建设幸福家园	维护员工权益	GRI102、GRI401、 GRI403、GRI405、 GRI406、GRI408、 GRI409
	搭建成长平台	GRI404、GRI405
	加强人文关怀	GRI401
	落实安全生产	GRI403
共建共享， 增进民生福祉	企地共建	GRI413
	公益同行	GRI413
	志愿服务	GRI413
	绿色运营	GRI101、GRI303、 GRI305、GRI306、 GRI413、GRI417
未来展望		A1
关键绩效表		A2
指标索引	GRI102	A5
意见反馈表		A6

编委会

主编：张义静

副主编：张宇波 徐英 周志强 李志勇

责任编辑：张国伟 吴帆

参与编写：（按姓氏拼音排序）

冯建辉 胡猛 姜沁 雷黄桃 林兴沛 魏翠玲 应文辉 周松 赵翔宇 张卉

执行单位：北京黄金经济发展研究中心

执行主编：李广国

执行副主编：李广为 王涛

报告统筹：李璿

文字编辑：徐莉莉 薛蛟 王泽轩

艺术设计：刘聪

校对核红：刘豫杰



意见反馈表