

环境、社会及公司治理  
(ESG)报告



# 关于本报告

## 报告简介

本报告是朗姿股份有限公司发布的第四份《环境、社会及管治（ESG）报告》。报告本着客观、规范、透明和全面的原则，详细披露了 2024 年朗姿在环境保护、社会责任、公司治理等领域的实践和绩效。

## 时间范围

本报告的时间范围是 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，为增强报告的可比性和完整性，部分内容超出上述范围。

## 报告范围

本报告以朗姿股份为主体，涵盖朗姿股份及其全资子公司、控股子公司，除特别说明外，本报告范围与本公司的财务报告合并报表范围保持一致。

## 参考标准

《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 17 号——可持续发展报告（试行）》（以下简称“《指引》”）《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第 3 号——可持续发展报告编制》《中国企业可持续发展报告指南 CASS-ESG6.0\_一般框架》全球报告倡议组织《GRI Standard 2021》联合国可持续发展目标（SDGs）等。

## 指代说明

为了便于表述和阅读，本报告中称谓指代如下：

简称	全称 / 业务板块
公司、本公司、我们、朗姿股份	朗姿股份有限公司
朗姿医美	医疗美容业务
朗姿时装	时尚女装业务
绿色婴童	绿色婴童业务

## 数据说明

本报告中所采用的信息与数据来自朗姿股份的正式文件或统计数据，本公司承诺本报告不存在任何虚假记载或误导性陈述，并对本报告内容的真实性、准确性和完整性负责。

## 发布形式

本报告提供简体中文版供读者参阅，您可以在深圳证券交易所（<http://www.szse.cn>）或巨潮资讯网站（[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)）下载电子文本，获取更多公司信息。

# CONTENTS

## 目录

01

### 走进朗姿

关于本报告	2	走进朗姿	5
朗姿的问候	4	公司信息	6
ESG 关键绩效表	99	公司文化	7
对标索引表	101	数说朗姿	9
		企业荣誉	10

02

### 可持续发展治理

ESG 治理	12
ESG 风险管理	12
可持续发展目标	13
议题重要性评估	14

03

### 绿色低碳 共护生态

应对气候变化	19
完善环境管理	25
强化污染防治	27
提升资源管理	30
打造绿色产品	37
守护生物多样性	38

04

### 匠心品质 客户至上

产品与服务质量	40
坚持研发创新	49
遵守科学伦理	54
信息安全与数字化转型	55
完善供应链管理	60

05

### 以人为本 赋能社会

保障员工权益	67
职业健康与安全	79
支持乡村振兴	84
履行社会责任	85

06

### 合规治理 决策至远

完善公司治理	89
恪守商业道德	98

## 朗姿的问候

朗姿股份始终秉持“敢想敢为、善学速用、人和创新、遵纪竞取、人本共赢”的核心价值观，倾力打造了以时尚女装、医疗美容、绿色婴童为核心的多产业协同发展的泛时尚生态圈。

回望 2024 年，我们继续遵循“为顾客创造美丽并满足顾客自我实现的需要”的企业使命，持续夯实内功。在医疗上，我们深刻认识到医疗技术对效果交付的重要性，开展了多场高规格医疗赛事、研讨会和解剖班，并提炼了多项具有实际应用价值的技术蓝宝石书；在品质服务上，我们全面引入德国莱茵 TÜV-SOS 质量管理体系，并发布了朗姿医美“品质医美金标准”；在品项研发上，我们从销售原材料转变成顾客提供解决方案，有效地提高了顾客的满意度。在服装领域，我们融合前沿设计理念，加强可持续供应链建设，推动数字化营销与智慧零售，促进绿色消费，推出欧洲女装品牌 EILLEN ELITEE，并亮相巴黎、米兰时装周。

合规经营与治理，乃是企业稳健前行、持续发展的根本所在。朗姿股份持续优化公司治理，提升信息披露质量与透明度，完善内控制度，大力开展廉洁宣贯，确保业务依法依规、恪守道德，保障各方权益。同时，公司加强与投资者深度沟通、紧密合作，凝聚合力，携手推动朗姿实现可持续绿色发展。

朗姿股份一直恪守“为顾客创造价值”的底层逻辑，在组织、产品、顾客管理、营销上做了很多变革和创新，也取得了部分成果。2024 年，朗姿医美持续强化“品质医美”，旗下医美机构共有 8 家获得

TÜV 德国莱茵医疗服务质量管理体系认证，5 家获得中国整形美容协会 5A 级医疗美容机构。公司不断与欧洲时尚设计公司交流，引入国际知名设计总监，为设计团队注入前沿理念，提升产品在国内的竞争力，推动产品年轻化、国际化，更展现出中国设计的传统底蕴。公司大力推进数字化建设，积极布局智慧零售与智慧供应链领域。借助 RFID 技术，以芯片为核心追踪服装、医美产品器械全生命周期，实现真伪验证，保障正品营销。同时，构建数字化工厂，实现智能仓储、自动数据采集与全场景可视化，打造柔性敏捷供应链。线上线下数据融合，依托大数据赋能运营、预警异常，以数据驱动决策，助力精准把握市场，提升综合竞争力。

研发创新是企业核心竞争力的关键所在。朗姿股份整合国内外优质行业资源，加大产品研发投入，不断激发创新活力。公司加速应用新技术，丰富核心版型库，数智化分析等。截至报告期末，公司累计获得授权专利 190 项，其中国家发明专利 9 项、外观设计专利 12 项、实用新型专利 169 项，累计取得 48 项软件著作权，发表 98 篇论文。

员工是企业发展的核心动力。我们广纳医疗、管理等多领域人才，完善培训、激励与晋升体系，激发员工潜力，赋予其成就感与价值感。至 2024 年底，公司员工总数 5,831 人，女性员工占比 82%；员工培训总时长 13.7 万小时以上。

绿色低碳运营，是企业可持续发展的关键。面对气候变化挑战，朗姿股份积极响应国家“双碳”

目标，将可持续理念融入运营，大力推广绿色产品，以实际行动践行环保承诺。公司长效推进可持续发展战略，从产品设计、生产制造到包装销售，全流程践行环保理念。优先选用 OEKO-TEX®、GRS 等绿色认证原材料，如 Naia™ 醋酯纤维、PET 再生材料，打造绿色消费的低碳生活方式。同时，公司严格遵循 ISO14001:2015 环境管理体系，打造绿色医院，践行低碳办公，强化医废管理。2024 年，公司综合能源消耗量相较于上一年降低 11.4%

朗姿牢记企业使命与责任，时刻不忘回报社会，多年来累计投入近千万元投身公益事业。截至报告期末，我们的“耳再造公益援助计划”已帮助 400 多位小耳患者重塑了 475 只真耳，并减免了 900 多万元的费用。我们积极履行社会责任，携手当地慈善组织，在教育与医疗领域全面发力。一方面，全力援助优秀贫困高考生，关爱特殊学校学生，提供助学金以确保他们能够顺利完成学业。另一方面，我们投身乡村医疗，开展消费扶贫，奔赴甘孜州德格县等地区开展专科诊治、组织义诊，以多元行动提升当地医疗水平，为乡村振兴持续发力。2024 年，公司进一步巩固乡村振兴帮扶成果，购买特色农产品累计 60,500 元。

展望未来，朗姿将始终坚守以消费者价值为中心的理念，秉承“打造百年企业，成为行业领军者”的宏伟愿景。我们将继续深化 ESG 实践，将其融入公司战略与日常运营，制定更具挑战性的环境目标，加大社会公益投入，提升产品和服务品质，不断完善公司治理体系，推动绿色可持续生态发展。

# 走进朗姿

- 公司信息
- 公司文化
- 业务布局
- 数说朗姿
- 企业荣誉



## 公司信息

朗姿股份有限公司(股票代码: 002612) 创立于2006年, 总部设于北京。公司始终奉行“诚仁智美, 领秀未来”的经营理念, 致力于构建一个包含医疗美容、时尚女装、绿色婴童等业务板块的泛时尚产业互联生态圈。朗姿股份旗下拥有中、韩两家上市企业, 是A股市场中首家高端女装上市公司, 同时也是国内在医美业务规模上领先的上市医疗美容机构运营商。

### 朗姿时装

**522**

拥有女装店铺 (家)

**57**

其中线上销售渠道 (家)

### 朗姿医美

**41**

拥有医疗美容机构 (家)

**12**

其中综合性医院 (家)

**29**

门诊部或诊所 (家)

### 绿色婴童

**545**

国内外婴童销售终端 (家)

**25**

其中线上销售渠道 (家)

# 企业文化

朗姿始终坚守社会责任感，以“为世界带来爱与力量”为崇高使命。我们深信，时尚不仅是外在的绚丽，更是内心的富足。每一位选择朗姿的消费者，都是独特的光芒，我们倾尽全力，将美丽与愉悦精心雕琢，融入每一件产品、每一次服务，只为点亮您的生活。此外，我们希望在时尚创新、科技进步和环保责任等方面为消费者带来更多价值。

展望未来，朗姿股份计划充分利用其在女装时尚品牌领域的优势，依托已建立的时尚品牌矩阵、广泛的线上线下营销网络以及丰富的客户资源，积极推进“线上线下互通”与“板块轮动协同”的发展战略，坚定不移地朝着“做百年企业，做行业中的领军企业”的宏伟愿景迈进。

## 企业愿景

做百年企业，做行业中的领军企业。

## 企业使命

引领时尚潮流，创造美丽，满足消费者自我实现的需要，并使其体味美带来的愉悦之感。

## 核心价值观

敢想敢为、善学速用、人和创新、遵纪竞取、人本共赢。

## 经营理念

诚仁智美，领秀未来。



## 时尚女装

朗姿时装通过“自主创立”“代理运营”“品牌收购”三种模式在中高端女装市场进行多品牌布局。目前在运营的自有女装品牌共6个，分别为LANCY（朗姿）、LIME FLARE（莱茵福莱尔）/LIME（莱茵）、liaalancy（俪雅）以及年轻化品牌LANCY FROM25和欧洲品牌EILLEN ELITTE。此外，公司在中国大陆独家代理运营女装品牌MOJO S.PHINE（莫佐），主要通过品牌代理授权的方式进行国内市场的运营。

LANCY	<i>liaalancy</i>
EILEEN ELITEE	MOJO.S.PHINE
LIME LIME FLARE	LANCY FROM25



## 医疗美容

朗姿医美始终落实“安全医美、品质医美、口碑医美”的经营理念，提供美容外科、美容皮肤科、美容微创科、美容口腔科等医疗美容服务。公司覆盖北京、成都、西安、昆明、重庆、深圳、武汉、长沙和郑州等多个城市，旗下的“米兰柏羽”“晶肤医美”“韩辰”等国内医美品牌，分别专注于不同的医美领域，并已在各自区域市场内具有较高的品牌知名度和市场占有率。

 朗姿医美	 米兰柏羽 生命如此美妙
 晶肤医美	 韩辰医美

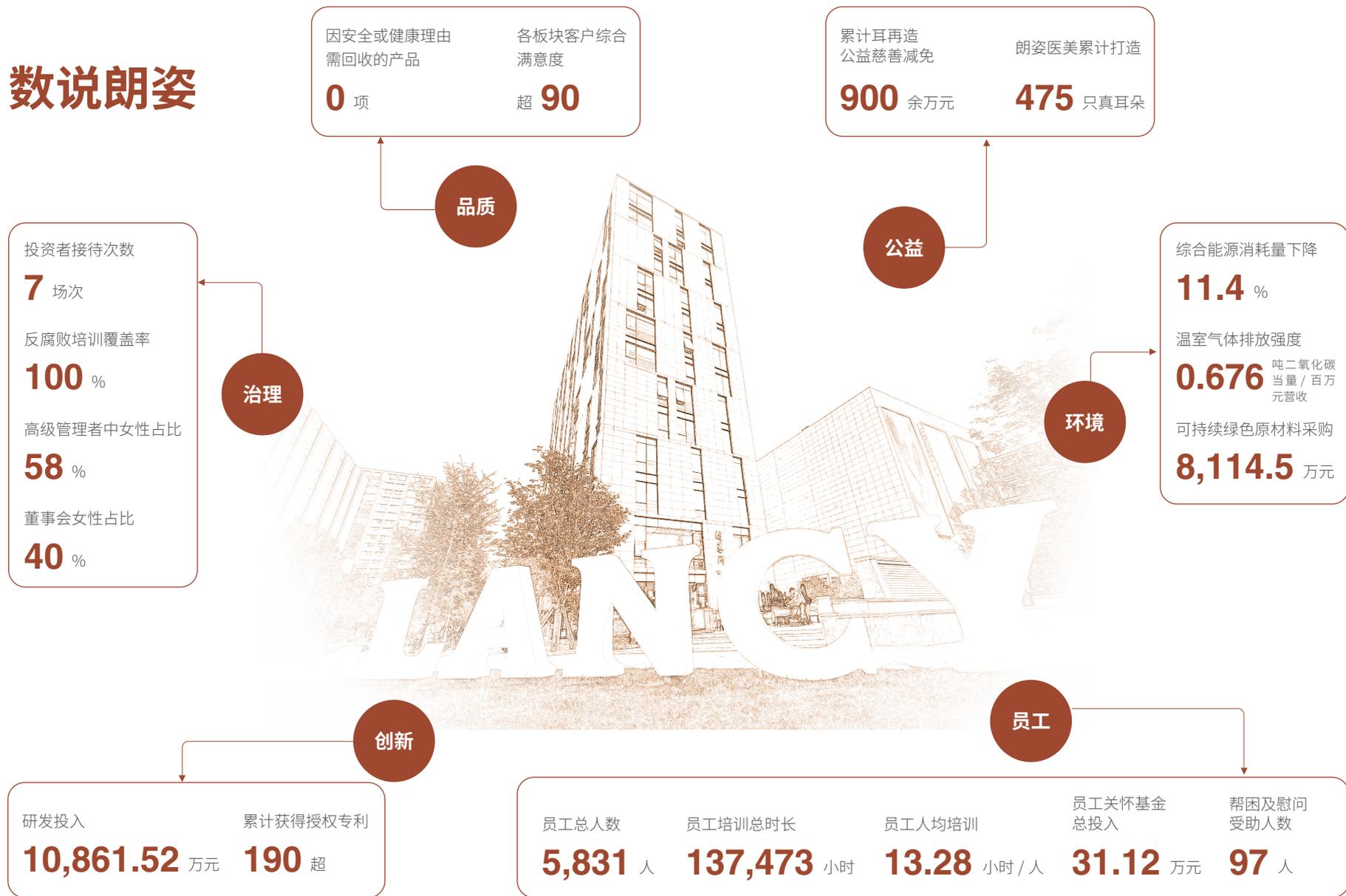


## 绿色婴童

朗姿敏锐捕捉到女性客户对时尚童装不断增长的需求，旗下产品涵盖0-6岁婴幼儿的服装、用品、护肤品、玩具等孩童成长用品领域，拥有Agabang（阿卡邦）、ETTOI（爱多娃）、Putto（贝嘟嘟）、Design skin、Dear Baby等一系列自有品牌，且在韩国销售Disneybaby等代理品牌。

 ETTOI	 Disney baby
 design skin	 dear baby
 Putto	 agabang

# 数说朗姿



## 企业荣誉

### 服装板块

### 医美板块

“生态共融奖”  
中纺标数字化建设和绿色可持续发展领域



腾讯智慧零售  
“2024 年度四力 PLU5 商家增长平台战略合作伙伴”



智联招聘  
“2024 中国年度优选雇主”



CTG  
“最佳人力资源战略奖”



中国服装行业百强企业称号  
(营业收入第 22 名, 利润第 32 名)



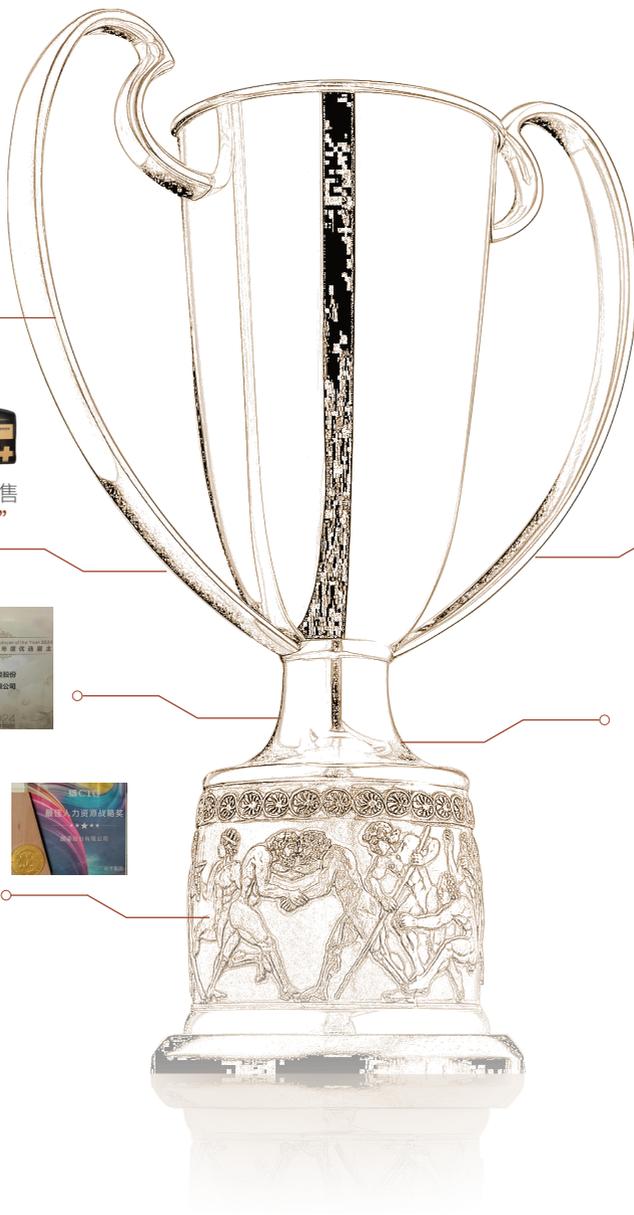
朗姿医美四川米兰柏羽总院荣获第十届  
The Best BANG Awards  
城市生活大赏“年度影响力医美机构”



朗姿医美荣获  
巨量引擎「行业领创赛道」年度行业标杆奖



朗姿医美米兰柏羽品牌荣获  
2024 年度时尚芭莎“春夏人气美学品牌”



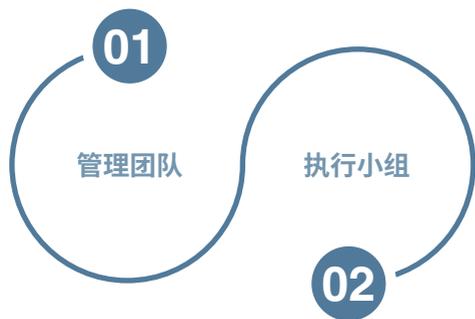
# 可持续 发展治理

- ESG 治理
- ESG 风险管理
- 可持续发展目标
- 议题重要性评估



## ESG 治理

朗姿股份已连续 4 年披露社会责任及 ESG 报告，在以往的 ESG 工作基础上，形成了高效的工作流程，并构建了从管理层到基层的可持续发展治理框架，确保 ESG 管理措施得到有效执行，进一步推动公司向更加绿色低碳、可持续方向发展。

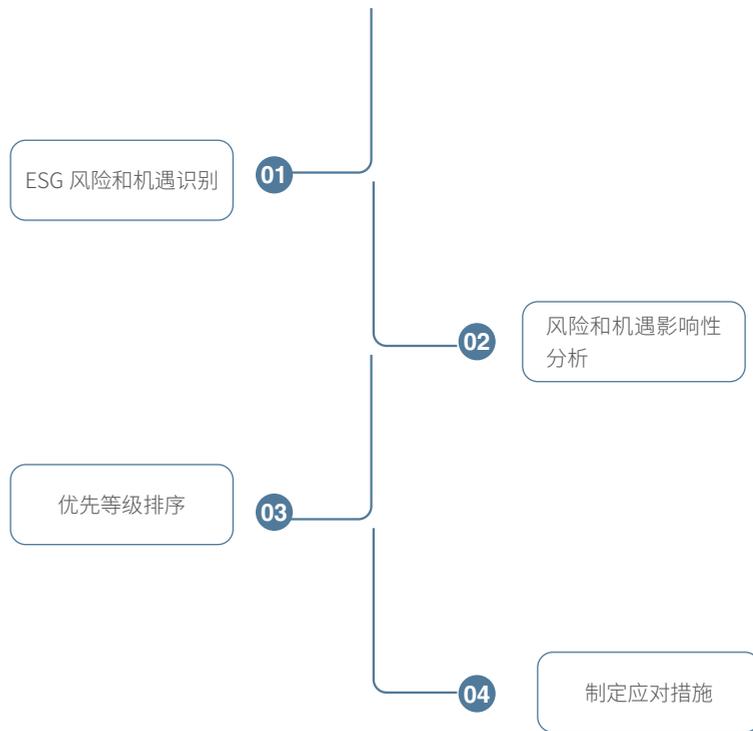


**01** 作为决策中枢，持续推动公司将 ESG 要素深度嵌入日常业务流程。各部门作为执行主体，切实落实 ESG 相关举措。通过全面搜集各类 ESG 数据及工作成果，掌握公司 ESG 相关实践成效。同时，负责编制年度 ESG 报告，持续提升公司 ESG 管理能力。

**02** 负责统筹规划并协调公司的 ESG 管理工作，紧扣公司战略目标与实际运营情况，从环境、社会、治理三个维度推动公司可持续发展，深度践行社会责任。在环境层面，聚焦于降低排放、优化废物处理、打造绿色产品等关键环节；社会层面，着重关注优化客户服务品质、员工福利保障与技能提升、数字化转型以及投身公益活动；治理领域，致力于完善公司治理架构，增强透明度，强化风险管控等。

## ESG 风险管理

公司系统梳理了服装行业及医美行业关键的 ESG 风险，严格参照各方监管要求与 ESG 评级指标，并定期开展风险评估工作，不断完善 ESG 风险管理工作机制。针对所有已识别的 ESG 风险，结合风险类型，制定风险应对与预防措施，全力提升服装及医美行业应对风险的能力，推动企业可持续发展。



ESG 风险和机遇管理流程

## 可持续发展目标

朗姿股份以联合国可持续发展目标（SDGs）为导向，我们深度融合公司业务实情，紧抓新时代发展契机，于公司治理、商业操守、医美服务质量提升、产业链协同管控、员工权益保障、生态环境保护以及社会公益贡献等多领域精耕细作。公司主动响应内外部利益相关方的关切与期望，推动可持续发展目标有效落实。

我们的目标	对应章节	对应 SDGs 可持续发展目标
提升产品与服务质量	<ul style="list-style-type: none"> <li>产品与服务质量</li> <li>客户服务与权益</li> <li>坚持研发创新</li> <li>信息安全与数字化转型</li> </ul>	 
建设可持续供应链	<ul style="list-style-type: none"> <li>供应链管理体系</li> <li>可持续绿色采购</li> <li>保障供应链稳定</li> </ul>	 
守护环境与生态	<ul style="list-style-type: none"> <li>应对气候变化</li> <li>完善环境管理</li> <li>强化污染防治</li> <li>提升资源管理</li> <li>打造绿色产品</li> <li>守护生物多样性</li> </ul>	   
保障员工权益	<ul style="list-style-type: none"> <li>多元平等雇佣</li> <li>员工薪酬与福利</li> <li>民主沟通</li> <li>员工关怀行动</li> <li>人才发展与培养</li> </ul>	    
回馈社会	<ul style="list-style-type: none"> <li>支持乡村振兴</li> <li>地方经济贡献</li> <li>助力银发经济</li> <li>社区文明共建</li> <li>践行社会公益</li> </ul>	 
完善合规经营	<ul style="list-style-type: none"> <li>完善公司治理</li> <li>恪守商业道德</li> </ul>	 

## 议题重要性评估

### 利益相关方沟通

利益相关方	股东与投资者	消费者 / 客户	员工	政府 / 非政府组织	供应商与合作伙伴	媒体社会公众
沟通渠道	<ul style="list-style-type: none"> <li>信息披露</li> <li>股东大会</li> <li>业绩公告</li> <li>投资者交流访问</li> <li>IR 邮箱 / 互动易</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>营销活动</li> <li>客服热线与平台沟通</li> <li>满意度调查</li> <li>客户会员活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>工会组织</li> <li>职工代表大会</li> <li>内部邮箱</li> <li>合理化建议</li> <li>公司活动与培训</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>政策规范</li> <li>沟通汇报</li> <li>会议论坛</li> <li>交流活动</li> <li>机构考察</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>交流互访</li> <li>合作协议</li> <li>供应商管理</li> <li>实地调研</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>媒体平台</li> <li>新闻报道</li> <li>社区活动</li> </ul>
关注议题	<ul style="list-style-type: none"> <li>市场表现</li> <li>公司治理</li> <li>合规经营</li> <li>投资者权益保护</li> <li>经济绩效</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>产品质量</li> <li>客户服务品质</li> <li>商业道德</li> <li>负责任营销</li> <li>数据安全与隐私保护</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>员工权益与关怀</li> <li>职业健康与安全</li> <li>员工培训与发展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>合法经营</li> <li>遵纪守法</li> <li>依法纳税</li> <li>响应国家战略</li> <li>医疗可及性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>采购质量</li> <li>公平交易</li> <li>供应商 ESG 管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>品牌建设</li> <li>负责任营销</li> <li>社会贡献</li> <li>社区沟通</li> </ul>
我们的行动	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期发布公告</li> <li>合规经营及管理</li> <li>股东回报</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>提升服务品质</li> <li>负责任营销</li> <li>优化质量管理</li> <li>消费者权益保障</li> <li>保护客户隐私安全</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加大员工培育投入</li> <li>丰富福利体系</li> <li>多元员工活动</li> <li>畅通申诉途径</li> <li>关爱员工健康</li> <li>强化职业健康管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>坚持依法纳税</li> <li>落实政府要求</li> <li>提升医疗服务质量</li> <li>承担社会责任</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>完善供应链管理机制</li> <li>关注供应商 ESG 表现</li> <li>建立良好合作关系</li> <li>强化阳光采购</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会公益捐赠</li> <li>志愿者活动</li> <li>普及医疗知识</li> <li>公益问诊</li> </ul>

## 双重重要性分析

公司参照深交所《上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告（试行）》中“议题重要性分析”的要求，参考 GRI 可持续发展报告标准以及国际可持续准则理事会（ISSB）准则等国内外披露标准的评估方法，构建系统的议题识别与重要性分析流程。通过从影响重要性、财务重要性这两个维度，对各类 ESG 议题展开分析，识别出对公司运营发展具有实质性影响的关键议题。



## 议题重要性评估结果

公司从“影响重要性”与“财务重要性”这两个维度进行分析，形成重要性议题矩阵。

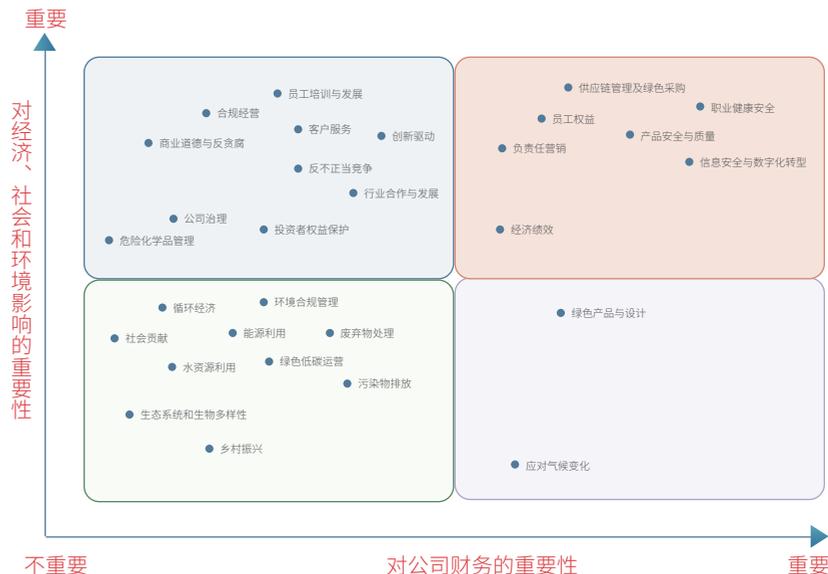
2024 年对比 2023 年 ESG 议题基础上

29 项  
共识别出议题

11 项  
环境类议题

12 项  
社会类议题

6 项  
治理类议题



### 环境议题

- 应对气候变化
- 污染物排放
- 废弃物处理
- 生态系统和生物多样性
- 环境合规管理
- 能源利用
- 水资源利用
- 循环经济
- 危险化学品管理
- 绿色低碳运营
- 绿色产品与设计

### 社会议题

- 产品安全与质量
- 客户服务
- 负责任营销
- 创新驱动
- 供应链管理及绿色采购
- 员工权益
- 职业健康与安全
- 员工培训与发展
- 信息安全与数字化转型
- 行业合作与发展
- 乡村振兴
- 社会贡献

### 治理议题

- 公司治理
- 商业道德与反贪腐
- 反不正当竞争
- 合规经营
- 投资者权益保护
- 经济绩效

具有影响重要性，但不具备财务重要性

同时具有财务重要性和影响重要性

既不具有财务重要性，也不具有影响重要性

具有财务重要性，但不具有影响重要性

2023 年议题	2024 年议题	变动情况	变动原因	2023 年议题	2024 年议题	变动情况	变动原因
气候变化与碳排放	应对气候变化	—	—	供应链管理	供应链管理及绿色采购	—	—
废水、废气及废弃物排放	污染物排放	调整	修改及合并部分议题，调整后的议题更符合行业通用表述	员工权益与保障	员工权益	—	—
	废弃物处理			职业健康与安全	职业健康与安全	—	—
—	生态系统和生物多样性	新增	结合深交所《指引》21 项议题表述	员工培训与职业发展	员工培训与发展	—	—
环境管理	环境合规管理	—	—	信息安全与隐私保护	信息安全与数字化转型	调整	修改及合并部门议题，更符合公司情况及行业表述
能源管理	能源利用	—	—	数字化转型			
水资源管理	水资源利用	—	—	行业合作与发展	行业合作与发展	—	—
包装材料使用及物料循环	循环经济	调整	修改及合并部分议题，调整后的议题更符合行业通用表述	社会公益慈善	乡村振兴	新增	结合深交所《指引》21 项议题表述
化学危险品管理	危险化学品管理	调整	调整后的议题更符合行业通用表述		社会贡献	调整	修改及合并部分议题，调整后的议题更符合行业通用表述
绿色办公运营	绿色低碳运营	调整	修改及合并部分议题，调整后的议题更符合行业通用表述	企业管治	公司治理	调整	修改及合并部分议题，调整后的议题更符合行业通用表述
—	绿色产品与设计	新增	结合行业议题	风险与内控管理			
产品安全与质量	产品安全与质量	—	—	商业道德与反腐败	商业道德与反贪腐	—	—
客户服务与维护	客户服务	—	—	—	反不正当竞争	新增	结合深交所《指引》21 项议题表述
负责任营销与推广	负责任营销	—	—	创新合规经营	合规经营	调整	修改议题更符合行业通用表述
研发与创新	创新驱动	调整	修改及合并部分议题，调整后的议题更符合行业通用表述	投资者关系管理	投资者权益保护	调整	修改及合并部分议题，调整后的议题更符合行业通用表述
知识产权管理				经济绩效	经济绩效	—	—

# 绿色低碳 共护生态

- 应对气候变化
- 完善环境管理
- 强化污染防治
- 提升资源管理
- 打造绿色产品
- 守护生物多样性



# 应对气候变化

## 气候变化治理

在全球气候变化的大背景下，服装行业深受影响，朗姿股份深刻认识到应对气候变化的紧迫性与重要性。为积极响应国家“双碳”重大战略部署，有效化解气候变化给企业发展带来的诸多挑战，公司持续开展相关环境管理工作。

### 管理团队

- 监督公司应对气候变化的表现和重大决策。
- 定期开展环境自查、各区域公司气候相关及环境管理检查。



### 各执行小组

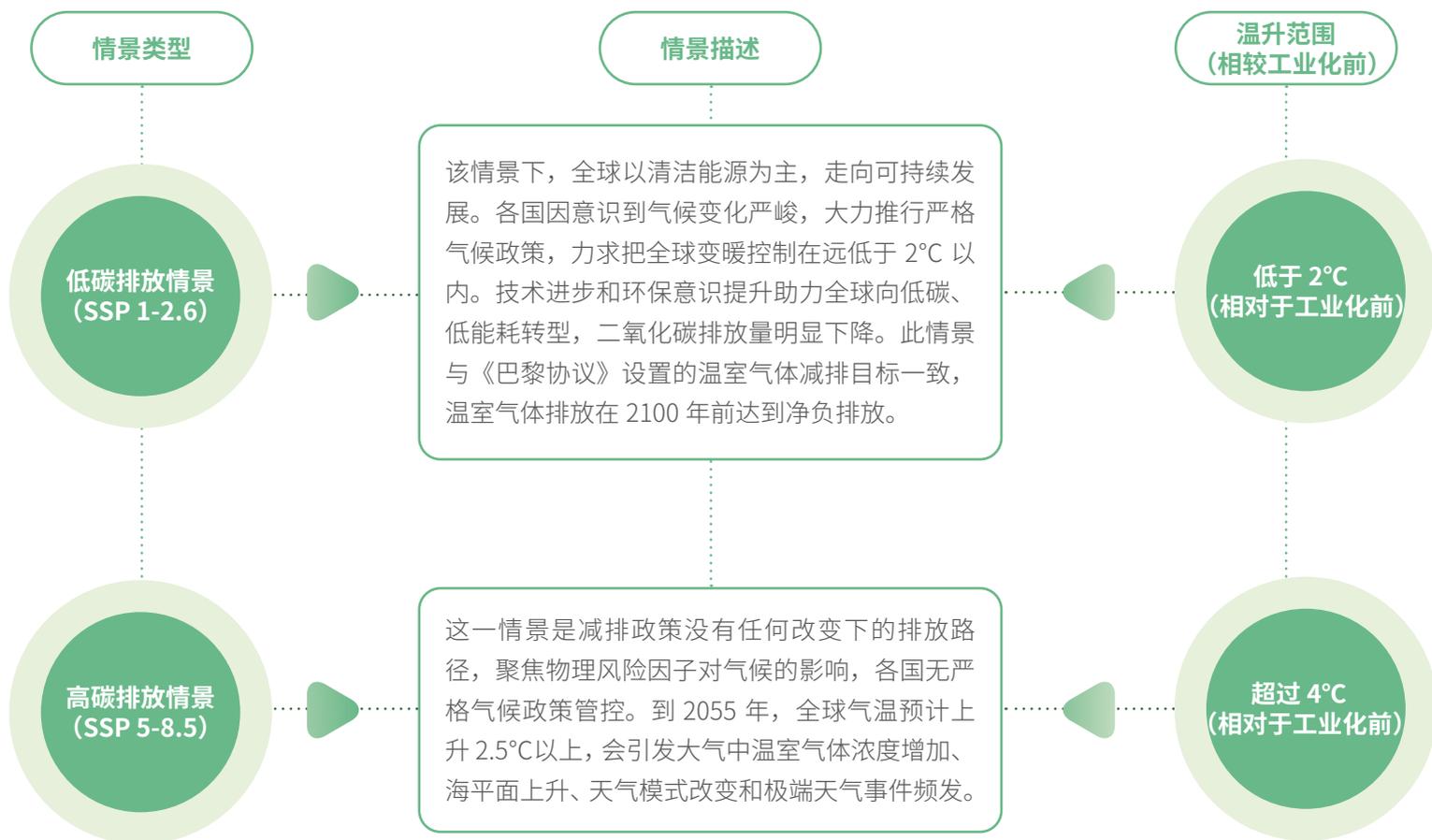
- 确保各项应对气候变化的措施能够得到有效执行。
- 在暴雨洪涝、高温热浪等极端天气方面，提前布局、演练应对策略，进行物资调配、减少对供应链、物流的冲击。
- 开展 ISO14001 环境管理体系审核与培训。
- 依托“风尚学苑”在线学习平台，开发绿色环保相关课程。



## 气候变化战略

### 气候情景分析

气候情景分析常用于评估与气候相关的风险和机遇对企业战略以及应对能力的潜在影响。我们参考联合国政府间气候变化专门委员会 IPCC 第六次评估报告 (AR6) 中的气候情景模型, 对于公司运营的外部环境变化, 包括生态、经济、社会因素等选择了 SSP 5-8.5 和 SSP 1-2.6 两个路径进行气候情景分析, 识别了多项此情境下可能对公司业务构成影响的风险与机遇, 制定气候变化应对策略, 保障公司运营策略适应全球气候转型。



## 气候变化相关风险与影响

风险类型		潜在影响	应对措施	影响程度		影响时间范围
				低排放情景	高排放情景	
物理风险	急性天气	暴雨、洪水可能淹没厂房，损坏生产设备、原材料及成品，导致生产中断，造成巨大经济损失。极端天气也可能影响医美机构运营与物流配送；因能源成本上升，运营成本可能增加。	新建仓库选址时避开洪涝等灾害频发区域，加强厂房防水、防洪设计与建设。制定紧急预案，建立应急物资储备库、储备沙袋等防洪物资。密切关注天气预报，一旦出现极端天气事件，及时发出警报。	低	高	短期
	慢性天气	长期高温、海平面上升、全球变暖等慢性气候现象可能影响到公司有效运营，可能导致服装面料和药品在储存、运输的成本增加。	采用高效空调、制冷设备，跟踪并分析能源使用情况。加强对药品及面料储存和运输环节的人员培训，提高员工对温度控制重要性的认识。	低	中高	长期
转型风险	政策风险	随着各国对碳排放监管力度加大，企业可能需要投入大量资金用于节能减排设备购置、技术改造，以满足日益严格的碳排放标准，增加运营成本。	密切关注国家和地区最新环境政策、碳排放标准动态，提前规划节能减排项目。	中	低	中期
	市场风险	消费者对环保关注度提升，倾向选择环保生产的绿色原材料；维护生产设施，选择低碳工艺、低污染优势的产品及供应商，但低碳转型成本也随之增加。	深化与海内外客户的协作交流，精准响应其环保要求。持续推进绿色原材料采购和节能生产，对供应商工厂提出更严格的环保要求，同步提升环境管理数据的公开性与可追溯性。	中	中高	中期
	技术风险	低碳生产技术、高效节能的医疗设备、低污染工艺面料采购可能面临投入成本增加。	关注行业内外先进技术动态，及时引进适合企业的低碳管理技术；优化能源管理和结构，提升用能效率，推进智能制造、数字化零售、数字化仓储升级。	中	低	中期
	声誉风险	各利益相关方对企业可持续表现关注度日益提升；如果表现不佳，可能引发公众负面舆论，损害企业声誉，降低投资者、合作伙伴信任度。	积极采取环保行动，发布企业ESG报告，主动开展环保培训，树立良好企业形象。	中低	低	短期

## 气候变化相关机遇与影响

机遇类型		潜在影响	应对措施	影响程度		影响时间
				低排放情景	高排放情景	
机遇	政策支持	政府为鼓励企业绿色生产与运营，可能出台更多优惠政策，如税收减免、财政补贴等，降低企业运营成本。	持续提升运营效率和制作工艺，减少碳足迹，增强公司的低碳竞争优势。 积极申报各类政策扶持项目，确保企业充分享受政策红利。	低	低	中期
	市场机遇	随着绿色消费和医美行业的发展，可开发与气候相关产品与项目； 消费者对绿色消费的接纳程度正在不断提升，开发天然生物基绿色产品，提升品牌环保形象； 因强对流或极端暴晒天气可能导致皮肤受到物理损伤，可持续开发修复抗紫外线损伤、敏感肌肤修复、抗炎舒缓等医美项目。	持续关注国内外新型绿色原材料和客户审美需求，关注天气气候及环境对人类皮肤健康的影响，并开展相关可行性研究，并积极与上下游伙伴合作，开拓新技术、新产品。	中	中	中期
	资源利用	通过优化工艺流程、达到绿色医院建设，提升能源使用效率，减少企业运营成本。	持续优化工艺，持续开展能源高效管理，提升公司环境绩效表现和声誉。	中高	中	中期

注：短期——1年、中期1——5年、长期——5年以上

## 气候变化影响、风险和机遇管理

公司注重气候相关影响、风险与机遇的管理，从可持续采购、供应链稳定、绿色产品和数字化转型多方面推动自身气候风险抵御能力，全方位保障公司的稳定发展。

### 步骤一

了解公司活动和业务关系背景

了解公司活动、业务布局及关系、外部环境影响以及受影响的利益相关方。

### 步骤二

气候相关影响的风险及机遇识别与评估

基于高碳排放和低碳排放情景下，识别出不同情境下的潜在影响、风险和机遇；并对已识别的气候相关风险进行风险影响程度、影响时间范围排序。

### 步骤三

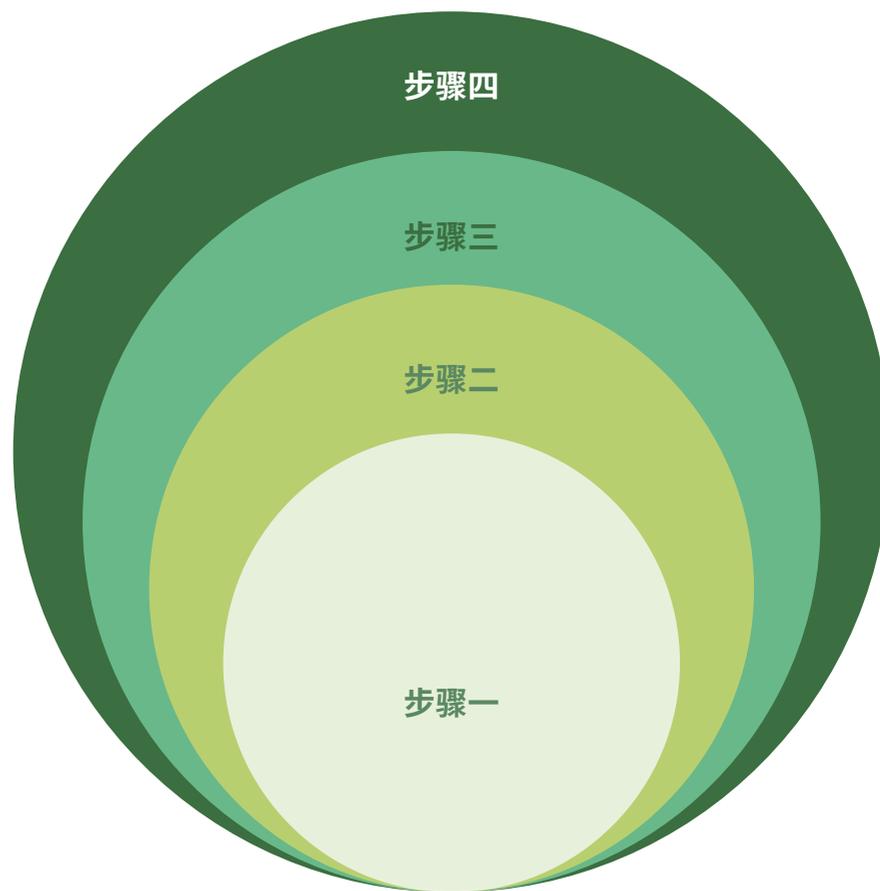
制定应对策略

根据气候相关风险与机遇的评估结果，制定并采取不同策略应对。

### 步骤四

气候相关报告

定期披露气候变化相关风险、机遇识别与管理情况。



气候相关影响、风险及机遇管理流程

## 气候变化相关指标与目标

### 温室气体排放指标

朗姿股份的温室气体主要来自企业办公运营和生产过程中的能源消耗，范围一主要来自汽油消耗，范围二来自外购电力及热力产生的间接温室气体排放。报告期内温室气体排放情况如下：

指标名称	单位	2024 年
范围一：温室气体排放量	吨二氧化碳当量	1,017.12
范围二：温室气体排放量	吨二氧化碳当量	2,832.15
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	3,849.26
温室气体排放密度	吨二氧化碳当量 / 百万元营收	0.676

注：范围一温室气体排放来自汽油、天然气。范围二温室气体排放来自外购电力、外购热力的使用。温室气体核算依据国家发展和改革委员会发布的《公共建筑运营单位（企业）温室气体排放核算方法和报告指南（试行）》进行核算，其中外购电力所产生的电力排放因子采用生态环境部 2024 年 12 月印发的《关于发布 2022 年电力二氧化碳排放因子的公告》中的全国电力平均排放因子计算。

### 碳减排重点举措

01

#### 绿色医院建设

公司致力于打造绿色医院，为此建立完备的设备台账，对高能耗设备予以重点监控。同时，依据科学的维护计划，定期开展设备维护保养工作，确保设备始终处于高效运行状态，最大程度降低能源消耗，助力节能减排。

02

#### 服装制作工艺优化

在服装制作环节，选用配备自动旋转功能的自动模板机。借助该设备精准且高效的机械运作模式，有效减少人工操作所产生的能源消耗。通过持续优化制作工艺，切实提升能源利用效率，积极践行减排行动。

03

#### 加大绿色包装和原材料应用比例

公司积极推广使用可循环和可降解的绿色包装材料，提高可持续原材料的使用比例，从而间接减少温室气体排放，推动绿色消费和低碳生活方式。

# 完善环境管理

## 环境管理体系

朗姿股份严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国节约能源法》等法律法规、行业标准及规范，全面规范公司环境管理及排放行为，不断提升环境治理水平。公司聘请独立的第三方机构对已通过 ISO14001 环境管理体系认证进行年度审核，并确保该体系持续有效运行。

公司定期开展环境影响评估，结合公司实际运营制定环保管理目标，并跟进目标完成情况，持续完善公司环境表现。2024 年环境管理目标均已完成。

报告期内，公司环保投入

**2.8** 万元



ISO14001 环境管理体系认证  
(认证范围: 女士服装的生产及相关管理活动)

01

严格遵守国家及地方环保法规，确保运营活动 100% 合法合规。

03

制定环保培训计划，通过授课、演练等方式，实现员工环保培训覆盖率达 90% 以上。

05

未发生重大污染事故或环境事故。

02

完善“三废”排放达标率均为 100%

04

构建环境风险防控体系，加强巡查与应急管理，环境隐患整改合格率 100%

## 环境风险管理

朗姿股份切实履行环境保护责任，结合自身业务领域，全面开展环境因素识别工作，对常规生产环节的潜在风险点深入排查。公司制定《突发环境事件应急预案》《防汛应急预案》等制度，并成立突发环境应急工作小组，明确应急响应流程、责任分工及处置措施，有效防范突发环境事件的发生；并针对医疗有害废弃物泄漏、不当处置等紧急情况的专项应对方案。

在环境监测方面，公司对废气、废水污染物排放情况实施监测，严格把控其合规性，确保各项污染物均实现合规排放与安全处理。

## 环保能力提升

朗姿股份系统规划并开展突发环境事件应急管理培训，培训内容涵盖环境风险识别、环境隐患排查、应急法规及流程等关键领域，确保相关人员全面掌握应急管理知识体系。同时，组织策划环境污染物泄漏应急演练，依据应急预案有序开展泄漏源控制、污染物处理及人员疏散等应急行动，以检验和提升团队环境突发事件应对能力与协同作战水平。



报告期内

**185** 人次  
环保培训总人次

**92** %  
环保培训总人数比例

## 强化污染防治

朗姿股份及下属子公司未被列入环境信息依法披露单位，仍积极落实污染防治工作，提升员工环保意识，以实际行动践行绿色发展理念，助力生态环境持续改善。

### 废气管理

朗姿股份遵守《中华人民共和国大气污染防治法》《锅炉大气污染物排放标准》等相关规定，持续优化废气治理，落实绿色运营，减少大气污染物产生。公司废气主要来自公务用车汽车尾气、锅炉废气和食堂油烟产生的废气。

污染防治管理指标	目标	完成情况
废气排放管理目标	100% 合规排放	✓ 已完成
废水排放管理目标	100% 合规排放	✓ 已完成
废弃物排放管理目标	100% 合规处置	✓ 已完成

#### 废气

##### 公务用车尾气

锅炉废气、有组织废气、污水处理站废气

#### 主要污染物

##### 一氧化碳等

颗粒物、二氧化硫、氮氧化物、非甲烷总烃、油烟等

#### 处置及减排措施

##### 公司逐步采用新能源公务用车，设置新能源汽车充电桩，减少汽车尾气产生

- 锅炉废气通过除尘器等设备过滤废气中的颗粒物，有效降低颗粒物浓度，减少污染物排放；
- 油烟废气通过利用低空排放油烟净化器吸附油烟颗粒，解决员工食堂等场所的油、烟、气味问题，改善空气质量；
- 污水站废气采用加罩或加盖方式处理
- 定期委托第三方检测机构对废气排放进行检测，保存检测报告，确保排放符合环保标准，实现合规管理。

## 废水管理

朗姿股份严格遵守《中华人民共和国水污染防治法》《医疗机构水污染物排放标准》和当地环保部门的要求，制定《医院污水处置管理制度》《医疗污水处理规范》，通过完善污水处理设施、强化日常监测与管理，确保污水达标排放，切实履行环保责任，助力绿色生态建设。公司废水主要来自生活污水、生产废水和医院污水。



废水类型	生活污水	生产废水	医院污水
主要污染物	有机物、悬浮物	化学需氧量、悬浮物、氨氮等	化学药剂、放射性物质等
处置及减排措施	排入市政污水管网系统后统一处理	集中收集后经废水处理设备处理， 并按照国家标准排放	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立完善医院污水消毒监测登记体系，记录关键信息。安排专业人员定期巡检污水处理系统，如实填写巡查记录</li> <li>委托有资质的第三方公司定期检测，保障各医美机构污水合规处理及达标排放</li> </ul>

## 废弃物管理

朗姿股份严格遵守《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《危险废物贮存污染控制标准》《医疗废物管理条例》《医疗卫生机构医疗废物管理办法》等国家及地方法律法规，坚持“减量化、资源化、无害化”的废弃物处置原则，制定《医疗废物管理制度》《医疗废物暂存间管理制度》等文件，规范废弃物管理流程及处置措施，推动资源高效利用。

公司旗下各医美机构持续建立健全医疗废物管理组织，认真落实医疗废物管理责任制，明确岗位职责，指导、督促医疗废物处理，保证合规排放与处理。各科室主要负责人为本科室医疗废物管理的第一责任人，要切实履行职责，确保医疗废物安全管理到位。各医美机构定期开展与医疗废物处理相关的法律知识、专业技术、安全防护以及紧急处理相关的知识和技能培训，全面提高员工环保意识。

2024 年污染物及废弃物排放情况

	单位	2024 年
氮氧化物排放量	吨	107
硫氧化物排放量	吨	3.21
颗粒物排放量	吨	1.5
废水排放总量	吨	36,789
生活废水排放总量	吨	31,475
工业废水排放总量	吨	150
医院污水排放量	吨	5,164
废水排放强度	吨 / 百万元营收	6.465
有害废弃物排放总量	吨	61.90
有害废弃物排放强度	吨 / 百万元营收	0.011
无害废弃物排放总量	吨	52.94
无害废弃物排放强度	吨 / 百万元营收	0.009
废弃物循环利用率	%	8.38%

(注：统计范围包括朗姿顺义工厂、朗姿总部大厦、武汉五洲整形外科医院、武汉韩辰医疗美容医院、晶肤医美机构、四川米兰柏羽医疗美容医院、北京米兰柏羽医疗美容医院)

### 废弃物类型

无害废弃物

有害废弃物

### 主要污染物

生活垃圾、废纸箱、废包装等

医疗废弃物（药物性废物、化学性废物）等

### 处理措施

垃圾分类管理，生活垃圾统一收集后委托环卫部门定期清理；回收利用废塑料、废包装纸箱等废弃物。

- 不可回收的一般有害废弃物以及危险废弃物委托有资质的第三方处理；
- 医疗废弃物处理流程：由专人对医疗废物进行分类管理，实行分类收集、分类贮存和分类交接。专职保洁人员统一回收各科室医疗废物，并与科室人员双方签字确认后，通过专用路线运送至医疗废物暂存处。医疗废物在 48 小时内交由具备资质的第三方机构进行无害化集中处置，最大限度减少对生态环境的负面影响。本年度，公司未发生医疗废物流失、泄漏或扩散事件。转运完成后，及时对暂存处进行消毒和清洁，严禁非工作人员接触医疗废物，确保环境安全与卫生。

# 提升资源管理

## 能源管理

### 能源管理体系

朗姿股份严格遵循《中华人民共和国节约能源法》等相关法律法规，制定并实施《节能降耗控制程序》《医院能源管理制度》《公共设施设备检查维修制度与程序》《多功能插座及电器用电制度与程序》等规范性文件，确保能源管理有章可循。在提供优质服务和产品的时候，公司倡导绿色低碳办公，持续推进绿色节能、低碳环保型企业的建设。

公司旗下多家医美机构成立能源管理组织，实行责任制，制定年度节能降耗计划。其中，公司旗下北京米兰柏羽丽都医疗美容医院成立能源管理委员会，下设能源管理小组，规范各自部门能源管理，打造绿色低碳医美医院。公司旗下昆明韩辰医疗美容医院将能源管理指标纳入科室和员工绩效考核体系，对节能表现优异的科室和个人给予表彰和奖励，并对未达标者实施相应处罚，确保节能目标有效落实。



北京米兰柏羽能源管理架构

## 绿色低碳运营

公司通过科学管理和先进技术的深度融合，从设备运维、生产工艺到低碳办公等多环节发力，实现节能减排，促进经济、环境与社会的协同可持续发展。

### 工艺节能

- 朗姿顺义工厂通过开发模板制作小工具，涵盖领型、袋盖、门襟、拼缝、领口等部位，尤其在丝绒缝合过程中借助模板，简化操作流程，减少因操作复杂导致的能源浪费，同时提升工作效率，间接提升节能效果。
- 服装制作选用配备自动旋转功能的自动模板机，精准高效的机械运作减少了人工操作的能源消耗，优化制作工艺。

### 技术改造

- 通过宿舍改造优化空间利用，重新粉刷墙面以及新增插座，可避免因用电布局不合理导致的额外能耗，从整体上提升能源利用效率。

### 节能降碳措施

### 设备更新

- 朗姿顺义工厂整体更新消防喷淋设施，并聘请第三方进行维保，通过减少火灾损失、优化建筑设计，间接减少水处理和输送的能耗。

### 低碳运营

- 节约用电：**张贴节电宣传标语，杜绝长明灯现象，做到人走灯灭；电器设备应随用随开，避免空载运行。
- 办公设备维护：**加强对用电设备的技术改造，对耗电量大的工艺及设备进行逐步淘汰和改造。
- 无纸化办公：**倡导员工节约纸张，推行无纸化办公，减少办公用品的浪费。



## 建设绿色医院

公司旗下昆明韩辰、武汉五洲等医疗美容医院致力于营造健康、舒适、环保的绿色医疗环境，通过优化用能设备配置、改进操作流程，有效减少能源浪费。良好的医院环境不仅有助于患者康复，减轻其身心负担，更能提升医院服务品质。

### 能源计量与统计

安装能源计量器具，对医院的水、电、气等能源消耗进行实时计量和统计，建立能源消耗数据库，为能源管理提供准确的数据支持。

### 耗能设备管理

建立设备台账，重点监控高能耗设备，定期维护保养，确保设备高效运行。医院对医疗器械进行年度强检和校准，保障其良好功能状态，为治疗、检测及环境监测提供可靠支持，提升能源利用效率。

### 用能行为规范

制定员工和患者的用能行为规范，如随手关灯、合理设置空调温度等，通过宣传教育和制度约束，培养全员节能意识。

### 智能照明控制

采购节能灯具，并通过智能照明控制系统，根据不同区域的使用情况自动调节亮度或开关。



## 能源管理目标



公司主要能源消耗类型包括电力、天然气和汽油。

**174.66** 吨标煤

2024 年综合能耗消耗量较上一年减少

### 2024 年能源消耗情况

指标名称	单位	2024 年
汽油	升	74,000
天然气	标准立方米	393,354
外购电力	千瓦时	2,879,239
外购热力	吉焦	11,701.35
综合能源消耗量	吨标煤	1,356.84
综合能源消耗密度	吨标煤 / 百万元营收	0.238

注：公司主要涉及的直接能源为汽油（公务用车每年汽油消耗量总体持平）、天然气；间接能源主要为外购电力、外购热力。综合能源消耗量是按照中华人民共和国国家标准《综合能耗计算通则》（GB/T2589-2020）的换算因子进行核算。统计范围包括朗姿总部大厦和朗姿顺义工厂。

## 水资源管理

### 水资源治理

朗姿股份严格遵守《中华人民共和国水法》《中华人民共和国水污染防治法》等相关法律法规，制定《水电物业成本管理办法》，持续提升用水效率，减少水资源浪费。

### 节约用水措施

公司积极推行节约用水措施，通过设备维护、定期监测用水效率，节水宣传引导，提升员工节水意识。

### 水资源管理目标

公司以降低运营水消耗为目标，坚持对日常办公和生产场所进行节水管理，确保水资源合理利用。

采用插卡水控系统，提升用水时效性和经济性。



已完成

节水目标：  
市政用水逐年降低

指标名称	单位	2024 年
年度用水量	吨	35,604
总耗水强度	吨 / 百万元营收	6.26

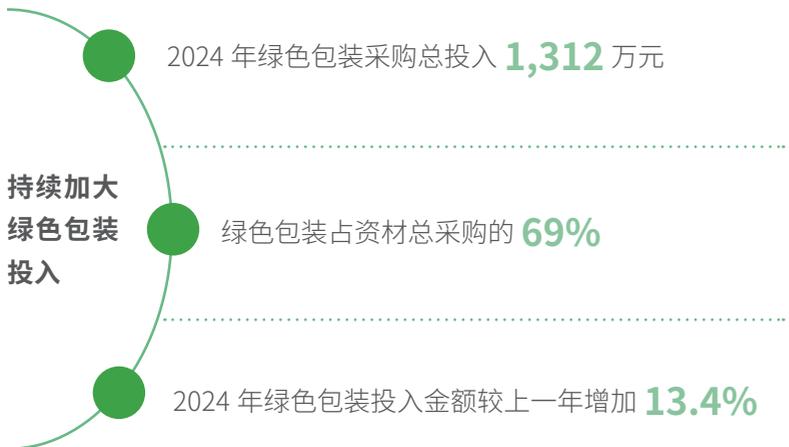
(注：统计范围为朗姿总部大厦和朗姿顺义工厂)

## 促进循环经济

朗姿股份遵循《中华人民共和国循环经济促进法》等法律法规，持续提高绿色原材料和绿色包装利用率，降低包装材料使用量。在产品生产、流通运输和销售多环节充分考虑采用可循环、可降解的绿色包装材料，推荐产品全生命周期包装减量化，降低对生态环境的影响。

## 包装材料管理体系

公司服装板块采用多种环保包装材料，包括塑料类、布料类、纸制品和无纺布等。为减少无溯源和不环保材料的使用，公司推行绿色包装政策，优先选用可循环布罩衣袋、可回收塑料衣架、FSC 认证纸箱、OEKO 认证标签及无纺布包装袋等。



## 绿色包装行动

- 物流发货采用 FSC 认证的绿色循环周转箱，投放固定规格的周转箱，有效减少一次性包装的浪费。2024 年物流部门共采用循环箱发货 19,876 箱。
- 纸类包装，塑料类包装均采用可回收塑料、CEC 环保纸材料制成。
- 减少一次包装材料使用，提升可重复利用的布料类罩衣袋使用率。



绿色包装材料认证证书

公司莫佐女装始终坚持使用环保可降解包装物料及纯棉环保手提包，原料采用可再生植物纤维（如木浆、纯棉）和环保纸材。其与传统不可降解塑料袋相比，生产过程大幅减少石油资源消耗。与此同时，包装设计简约大气，工艺精良，支持循环使用，深受消费者青睐，充分体现了品牌对环保与品质的双重追求。

## 践行循环时尚

朗姿股份积极践行循环时尚理念，通过将库存面料创新设计为新品，有效减少原材料积压。各女装品牌通过高效开发与销售策略，提升库存面料利用率，降低资源浪费，推动可持续发展，助力企业绿色时尚转型。

### 循环展台，重复利用

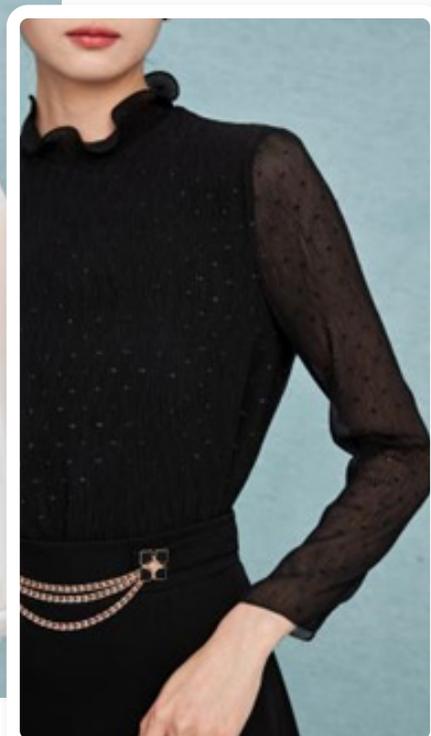
公司旗下朗姿女装品牌在 2024 年 6 场快闪店巡展中，积极践行循环经济理念，重复利用布置，火山石布景道具等，减少资源浪费，降低材料成本。



### 库存面料，循环新生

公司积极将循环理念融入服装设计与生产中，旗下 MOJO 女装品牌近一年内消化库存面料近万米，通过创新设计开发出约 52 个 SKC 单款单色产品。销售数据显示，单款最高售罄率达 90%，平均售罄率超 50%，实现了库存面料的高效利用，有效减少原材料浪费，践行循环时尚新理念。

库存面料设计产品



## 打造绿色产品

绿色消费不仅是一种生活态度，更是对未来的责任担当，承载着环保与发展的双重诉求。朗姿股份积极响应国家《促进绿色消费实施方案》，将可持续理念深度融入服装设计，积极推广并使用天然生物基原材料、植物染工艺，减少产品全生命周期对生态的影响，打造兼具时尚美感与生态友好的产品，打造简约适度、绿色低碳、文明健康的消费模式。

天然生物及材料采购比例

9.02%

棉类

8.28%

丝类



### 可持续再生纤维 - Naia™ 醋酸纤维

公司多个女装品牌广泛应用 Naia™ 醋酸纤维产品。其木浆原料均源于可持续管理的林区，40% 的原料取材自遵循物料守恒原则进行配比的回收废料，获得 OEKO-TEX Standard 100<sup>1</sup> 及 FSC<sup>2</sup> 多项认证。



### 环保生物基 - SOLOTEX 纱线

公司甄选环保生物基面料 - SOLOTEX 纤维，其所含部分聚合物采用植物源原料，其占比在聚合物总量中高达 37%，有效降低了对化石资源的依赖，大幅减少石化资源消耗，助力纺织产品温室气体减排。



### 天然丝绒纤维 - 铜氨纤维

公司采用含有高比例铜氨纤维的天然丝绒产品。铜氨纤维是由上等的木浆或棉短绒浆粕等可再生资源，经溶解后纺丝而成。铜氨纤维的生产过程中采用低碳制氨工艺，通过使用可再生能源进行水电解制氨，再通过 Haber-Bosch 法制氨<sup>3</sup>，大大减少了范围三温室气体的碳排放。



### 天然「植物染」工艺

公司选用羊绒由无化学添加的纯天然植物染料染色而成，提取来自中美洲红木中天然染料，实现稀有颜色，纯天然、0 伤害、环保可再生。工艺不破坏天然纤维本身的质感与韧性，且环保亲肤、舒适安心。



### PET 再生聚酯纤维儿童棉服

公司婴童服装品牌 ETOI (爱多娃) 冬季棉服采用经全球回收标准<sup>4</sup> (GRS) 认证的科德宝 100% 再生 PET 面料。与传统聚酯纤维相比，再生 PET 纤维生产过程更加环保，显著降低耗水量、耗电量及废水排放量，践行可持续发展理念。

注 1: OEKO-TEX®STANDARD100 认证是全球最知名、最严格的检验有害物质的纺织品标签之一，制品的每个部件都已通过有害物质检验。

注 2: FSC 认证即森林认证是对森林经营和林产品加工进行可持续性认证的体系，确保森林资源的可持续利用以及林产品的合法、环保和可追溯性。

注 3: Haber - Bosch 法制氨是一种在高温、高压和催化剂存在的条件下，将空气中的氮气与氢气化合生成氨的化学工艺，极大地提高了氨的产量。

注 4: Global Recycled Standard (GRS) 认证，是一项国际、自愿和全面的再生料产品标准，强调再生材料的使用和环保生产过程。

## 守护生物多样性

朗姿股份坚持绿色发展理念，遵守《中华人民共和国环境影响评价法》《中国生物多样性司法保护》以及生物多样性公约等要求，在项目选址和工程建设中，始终坚持生态优先原则，严格评估环境影响，优化设计方案，避免对生物多样性和生态系统的破坏，确保业务经营与自然和谐共生。

### 保护生态及生物多样性举措

#### 动物纤维 责任采购

优先选用优质羊绒标准、可持续羊绒标准认证的供货商，以提升产品的可持续性。

#### 项目选址与 工程建设

严格遵守生态保护红线，杜绝在生态敏感区域（如水源地、湿地、农业用地）开展项目建设和运营活动。依据地方森林资源保护法规，推行绿色施工，最大限度减少对生态环境的干扰，实现可持续发展。

#### 环境修复

若发生环境污染事故，公司将严格按照预案进行应急处置，全力恢复环境。同时，积极实施厂区绿化，选用本地植物构建景观系统，定期维护，提升植被覆盖率，助力运营区域生态平衡。

# 匠心品质 客户至上

- 产品与服务质量
- 坚持研发创新
- 遵守科学伦理
- 信息安全与数字化转型
- 完善供应链管理



9 产业、创新和基础设施



12 负责任消费和生产



17 促进目标实现的伙伴关系

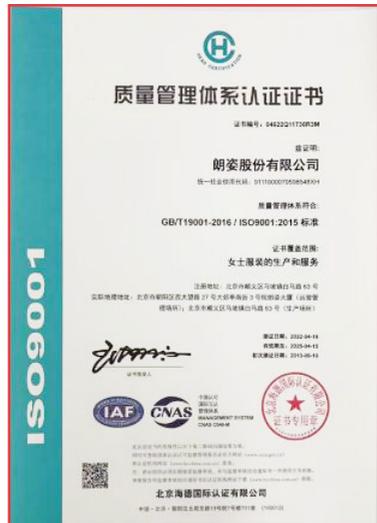
## 产品与服务质量

### 产品与服务质量治理

朗姿股份专注于时尚女装、医疗美容、绿色婴童三大业务产品领域，持续完善质量管理体系，多管齐下，全方位保障产品质量与安全，力求为广大求美者呈上安心、可靠、高品质的产品与服务。

#### 服装板块

朗姿股份严格遵循《中华人民共和国产品质量法》《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》以及《国家纺织产品基本安全技术规范》等法律法规及行业标准。公司建立了覆盖产品研发、采购、生产、销售等环节的全生命周期质量管理体系，制定了严格的内部服装质量标准，其各项指标均高于国家及行业标准，确保为客户提供高品质、安全可靠的产品。公司女装生产和服务已通过 ISO9001 质量管理体系认证，并确保质量体系持续有效运行。



ISO9001 质量管理体系认证  
(认证范围：女士服装的生产和服务)

#### 医美板块

朗姿股份严格遵守《中华人民共和国医师法》《医疗质量管理办法》《医疗机构管理条例》及《医疗技术临床应用管理办法》等国家标准规范，秉承“安全医美、品质医美、口碑医美”的服务原则，建立完善企业及各机构医疗质量和安全管理机制，贯彻落实《朗姿医疗安全管理条例》《医美机构品质负责人工作手册》《医美机构品质管理核心制度》《医美机构品质管理指标库》等内部管理制度，严格管控医疗服务质量。

2024 年，朗姿股份旗下医美机构共有 8 家获得 TÜV 德国莱茵医疗服务质量管理体系认证，5 家获得中国整形美容协会 5A 级医疗美容机构。

#### 朗姿医美质量管理体系认证

TÜV 莱茵医疗服务质量管理体系认证 (SQS-Healthcare)

认证体系

- 四川米兰柏羽医疗美容医院
- 成都高新米兰柏羽医学美容医院
- 西安米兰柏羽医疗美容医院
- 北京米兰柏羽丽都医疗美容医院
- 西安高一生医疗美容医院
- 武汉五洲整形外科医院
- 武汉韩辰医疗美容医院
- 郑州集美医疗美容医院

中国整形美容协会 5A 级医疗美容机构

旗下医美机构

- 西安米兰柏羽医疗美容医院
- 北京米兰柏羽丽都医疗美容医院
- 西安高一生医疗美容医院
- 武汉五洲整形外科医院
- 长沙雅美医疗美容医院



德国莱茵 T ü V-SQS 医疗服务质量体系授证



武汉五洲整形外科医院 5A 级医美机构证书

## 产品安全与服务质量战略

朗姿股份通过识别产品质量管理环节中潜在的风险与机遇，依此制定相应的应对方案，全力保障公司在多元的市场格局中稳健前行。

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	风险 / 机遇应对措施	影响时间范围
运营风险 / 机遇	产品与服务质量和品质控制不足可能导致的声誉风险，对业务可持续性造成影响。	朗姿时装与绿色婴童制定并执行严格的质量管理举措，覆盖产品从研发、采购、生产、到销售全生命周期，保障产品品质安全。 朗姿医美持续强化“品质医美”制度及标准建设，制定《品质医美 9 大金标准》等制度体系。	短中期
市场风险 / 机遇	客户逐渐倾向于绿色消费，选择更加绿色低碳的产品，若不能在绿色原材料应用、绿色产品开发等可持续发展表现方面达到客户要求，公司可能会面临客户流失的风险。	加大设计研发投入，持续加大绿色原材料和绿色包装资材采购及应用比例。 持续关注市场绿色消费动向，保持产品可持续活力。	中长期

注：短期——1 年、中期 1——5 年、长期——5 年以上。

## 产品与服务质量相关影响、风险与机遇管理

### 保障产品与服务质量

产品与服务的质量是获取市场占有率和维系消费者的关键。公司高度重视产品和服务质量，通过流程化管理和全程监督，确保每个环节严格遵循标准，为客户提供优质、可靠的产品与服务。

#### 服装板块

朗姿股份制定《内检实验室质检流程和操作规范》《产品质量管理》《加强质量管理实施细则》《非纺织品服装配饰》等企业内部制度及控制标准，规范产品质量管理，有效保障原材料和成衣的高质量化。

#### 面料风险评估

针对订货样衣，对其面料、辅料潜在风险进行评估，同时考量制作工艺与面料的适配性，为后续生产筑牢质量根基。

#### 设计环节品控

将初审通过的样衣与标准样对比，依据《内检实验室质检流程和操作规范》通过自有实验室进行检测，并出具监测鉴定意见，并通过“产前会”强调生产中需关注的问题，确保一线生产质量。针对特殊群体设计，绿色婴童品牌会注重产品面料存在潜在风险隐患的细节，强调安全无害、柔软保护及成长适应性，并在吊牌中予以详细提示说明，以保障儿童的安全与健康。

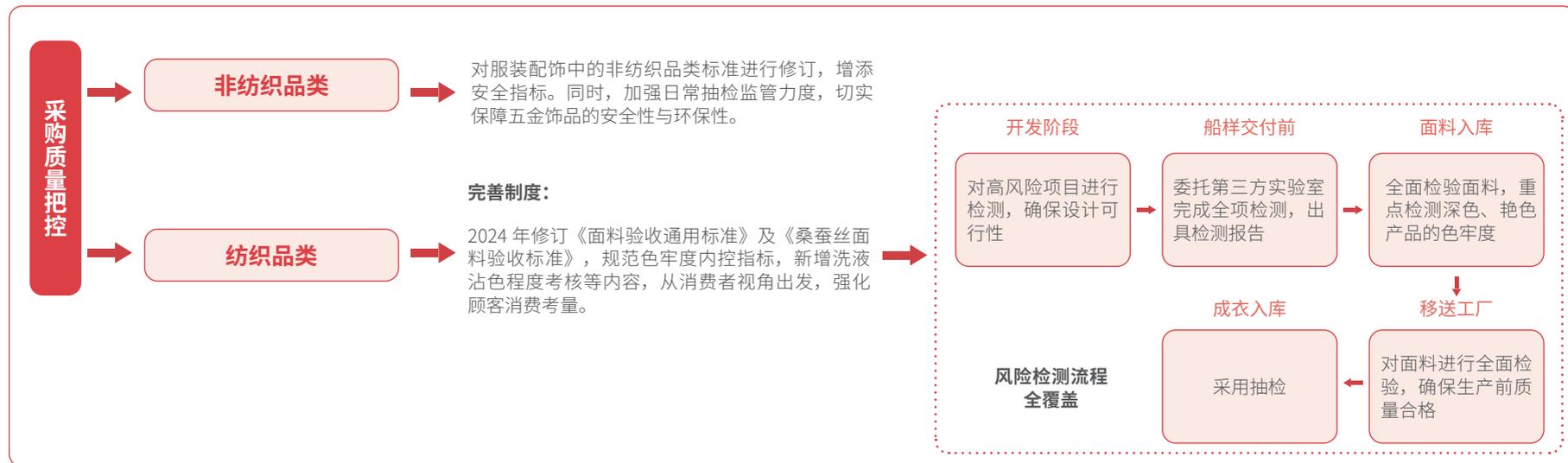
#### 严控服装产品品质

#### 生产过程控制

派驻专人监督工厂依据《工艺细节注意事项》执行物料检验、预缩测试等流程，对特殊面料进行净裁、验片处理，并且每日巡检部件品质。驻厂跟单员按 AQL2.0 标准，多批次综合判定大货质量；针对特殊款式，要求工厂寄样给设计师检查，并协同相关部门鉴定封样产品品质。

#### 上市前复盘

上市前调样复盘服装品质，上市 7 日后组织市场调研与质量复盘，每季度末依据售后反馈数据进行质量问题进行总结、整改。



## 医美板块

践行品质医美，是朗姿医美的三美发展理念之一。公司持续加强医疗质量与安全管理制度建设，夯实基础医疗质量，筑牢医疗安全底线，提升医疗技术质量。

### 医疗安全管理

#### 安全审核

公司每年组织各机构医疗专家联合开展医疗品质自查行动，完善医疗管理体系，强化医美标准，落实机构责任，确保医疗质量与安全。

#### 完善制度

公司持续优化《医疗器械经营质量管理体系》《朗姿医疗设备管理制度》，严格把控医疗器械质量审核及贮存运输等关键环节，确保医疗设备在全生命周期内高效、安全运行，保障医疗质量与患者安全。

朗姿医美各机构始终严格遵守《中华人民共和国药品管理法》以及《药品不良反应报告和监测管理制度》等相关法律法规。为了进一步规范内部管理，公司制定《药品质量管理体系》《药品储存管理制度》《医疗不良事件报告制度》及《特殊管理药品管理制度与程序》等内部制度，确保临床药品的合理使用，规范药物不良反应和医疗器械不良反应的上报、评估、处理、整改和预防闭环管理机制，并及时收集行业内典型不良事件。

### 药物警戒

#### 药物不良反应

发现可疑药品不良反应后，应立即向科主任汇报，上报至医院药品不良反应监测员，再逐级上报。对于新的、严重的不良反应，应积极救治患者，做好医疗记录，保存相关留样，分析查找问题。发现群体病例时，应迅速开展临床调查，分析原因，必要时采取紧急措施，并立即向当地药品监督管理部门报告。

#### 医疗器械不良反应

在处理医疗器械不良事件时，各医美机构恪守“可疑即报”的原则。一旦医疗人员察觉到可疑事件，必须立即通报科室负责人。继而，医疗器械管理委员会将组织讨论会议，并迅速通知相关责任人及地方卫生健康委员会。医院保存不良事件的监测记录，同时将药品和医疗器械的不良反应资料进行汇总，并通过网络上报至国家监测系统。

## 产品追溯与召回

朗姿股份通过数字化赋能产品追溯管理，在服装和医美板块均构建了高效、透明的追踪体系。公司利用 RFID 识别平台，为产品（包括医美液体、设备等非标签化产品）赋予数字化标签（商品唯一身份码），逐步实现商品全生命周期管理。RFID 平台赋能朗姿数字化工厂、链接智能化仓储和自动化数据采集，实现可视化产品追溯管理，清晰记录产品各阶段的流转信息，助力各零售门店及医美机构业务快速完成收发、盘点、销售工作，达成“账实统一”。

公司通过升级 WMS 仓库管理系统，采用序列号管理库存货品，将服装吊牌码与库位信息和员工 ID 绑定，确保每件货品在流转环节的可追溯到人，显著提升了货物盘点效率和准确性，为公司存货安全及质量管理提供了坚实保障。

朗姿医美制定《朗姿缺陷产品召回制度》《药品召回制度与程序》等内部制度，明确对缺陷产品召回的管理部门及职责，对缺陷产品的认定、召回计划、召回实施、纠正预防措施的管理，减少消费者因缺陷产品导致的损失。一旦发现缺陷产品后，立即停止销售并召回调查。各品牌质量负责人依据调查报告妥善处理缺陷产品，最小化对消费者的影响，避免风险扩大。

## 质量文化建设

### 服装板块

公司每季度在新品投产前为一线生产员工提供培训，重点讲解新产品款式及制作要点；同时邀请中纺标实验室专家为采购和质量人员开展专项培训，涵盖鞋类标识、童鞋安全技术、服装理化性能检测方法和技术要求等标准，全面提升团队专业能力，确保产品质量符合行业规范。

### 医美板块

公司通过开展品质菁英演讲赛、专家培训的形式，持续增强客户信任度、满意度，体验度的全链条、全生命周期和全流程的一致性、个性化和精细度。



## 产品与服务质量指标与目标

公司建立了品质管理指标库，各级部门及机构结合发展需求设立质量管理目标规划。

指标	目标	2024 年完成情况
服装产品合格率	100%	已完成
因安全或健康理由需回收的产品	0 项	已完成
产品和服务相关的安全与质量重大责任事故	0 起	已完成
客户满意度	95 分以上	服装板块 96 分 医美板块 95 分
产品召回比例	0%	已完成

## 客户服务与权益

客户满意是我们的金字口碑。我们始终围绕客户需求，全方位升级服务，整合内外部资源，打造一体多元服务体系，将其贯穿全线产品，致力于为客户带来高品质服务体验。

### 负责任营销

朗姿股份始终坚持负责任营销，杜绝虚假宣传，严格遵守《中华人民共和国广告法》《医疗广告管理法》以及《中华人民共和国电子商务法》等法律法规，制定《产品知识普及或客户培训相关措施》《医疗美容广告法执法指南》《朗姿医美医疗广告物料合规要求》《医疗广告常见违规行为及禁用词汇总》等内部制度文件，严格管理线上及线下门店的信息发布内容，确保真实、准确、透明。通过规范宣传流程和强化审核机制，保障客户知情权，维护消费者权益，树立诚信品牌形象，为客户提供可靠的产品和服务体验。

### 服装板块

#### 合规宣传

公司在社交媒体、电商平台、微商城及线下门店的宣传中，通过统一的内容审核机制，规范化产品面料成分、洗涤方法等数据，以及国家及企业的产品执行标准，确保产品信息准确，维护品牌信誉，为客户提供可靠、透明的购物体验。

#### 责任营销培训

公司制定月度培训计划，开展环保面料知识培训授课，向销售员工介绍天然生物基面料，醋纤、天丝、再生聚酯纤维等可持续面料的特性、生产过程及其对环境的积极影响。通过实物展示和案例分析，帮助员工直观地了解不同面料在减少水耗、能耗以及降低温室气体排放方面的优势，并传达给消费者，促进绿色消费。

### 医美板块

#### 规范广告发布

公司持续规范广告发布流程，强化合法性审核，提升客户信任度。随着医美机构发展，公司结合最新法规，明确广告宣传须严格遵守法律法规，杜绝虚假或误导性内容；同时，根据最新执法动态和业务实际，严格把控广告内容与发布，确保宣传真实、透明、合规，维护公司合法权益。

#### 防范宣传风险

公司要求各医美机构针对常见信息传播风险，定期组织自查，识别信息传播风险，确保各平台宣传内容真实、合法、无误导性。

公司联合电商平台，定期开展网络合规培训，规范医美自媒体医生 IP 的传播内容，提升依法营销意识，维护品牌形象与客户信任。2024 年，朗姿医美累计 100 多名医生通过小红书等多元化渠道对客户进行医美知识科普，减少医美消费盲区，提升顾客正确的变美观念。

#### 莱茵微课堂 面料篇

可持续时尚的选择-醋酸面料

第一期 讲师：匡格格



负责任营销培训



## 客户权益保障

朗姿股份以顾客为中心，以技术为驱动，以管理为保障，全面提升服装和医美板块的运营效率和服务质量。2024 年完成公司旗下所有医美机构“品牌挚友体系”上线和规则升级。

### 服装板块

#### 高品质购物体验

公司持续落实《终端店铺管理》要求，优化从迎宾到售后的各环节步骤，并通过日常服务质量检查、神秘顾客暗访及突击检查等监督机制，确保服务规范执行，提升顾客体验。

#### 持续拓宽线上平台

公司通过拓宽线上及私域平台，优化客户管理，有效提升品牌影响力。2024 年，公司加大电商平台投入，结合智能化数据分析，针对不同年龄层和消费群体精准推荐产品，并根据客群特点制定差异化订货策略，利用线上数据为线下推荐合适款式。同时，各品牌门店与商场合作策划巡展及会员活动，深化客户互动，增强品牌黏性。2024 年，朗姿股份电商客服部获得“阿里店小蜜双 11 蜂神榜金蜂奖”。

#### 提升产品可及性

为提升服装产品的可及性，针对女装与婴幼儿服饰，朗姿时装和绿色婴童将定期举办 VIC 专属活动，在会员日推出特别优惠。通过快闪店制造话题，结合线上线下引流策略，打通多元渠道，让顾客能便捷选购心仪的女装与婴幼儿服装。



### 医美板块

#### 完善服务标准

2024 年朗姿医美强化“品质医美”制度及标准建设，发布《品质医美 9 大金标准》，内容涵盖“严控机构评级、增强客户实时沟通机制、客户需求快速响应、构建更加人性化的服务环境和体验”等方面，践行客户至上，为行业树立了可量化、有标准的服务标杆，让品质医美真正落于对于消费者的实际交付。

#### 保障客户就医

朗姿医美手术类医疗服务严格执行“入院评估、术前沟通、风险评估及知情同意”的流程，落实围术期管理和手术安全核查。各医美机构持续完善的风险排查制度，各岗位人员严格遵循流程与职责，治疗前做好身份识别与核对。职能部门强化监管力度，严格管理高风险类手术准入，有效保障客户就医安全。

#### 监督服务质量

朗姿医美完善内部服务监督机制，通过线上咨询、现场查房及神秘客户体验等方式，全面调研客户就诊全流程体验。针对调研中发现的影响客户体验的因素，公司深入分析并积极落实改进措施，持续提升服务质量与客户满意度。

#### 医美知识普及

公司邀请知名医院医师、教授定期开展线上直播讲解普及及医美知识。同时，借助线下会员活动，引导顾客正确认识医美，打破信息壁垒，让专业医美知识触达更多人群。



案例

丰富客户活动，为客户创造价值

朗姿股份旗下服装品牌及医美机构通过举办VIP客户生日会（生日蛋糕、送花、会员就餐、积分兑换礼等）、品牌挚友项目、产品品鉴尊享会以及邀请代言人到场互动等形式，增强顾客参与感和品牌认同感；同时，定期举办客户晚宴，深化客户关系，提升客户忠诚度，为品牌发展奠定坚实基础。



朗姿女装兰亭雅集客户活动



朗姿医美品牌挚友活动



MOJO 女装 VIC 客户活动



西安米兰柏羽客户致谢

售后服务管理

朗姿股份严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》等国家法律法规，不断完善客户投诉处理流程，为客户提供多种投诉反馈渠道，并制定《客户意见管理制度》《客诉管理办法》《消费者权益手册》《恶性医疗投诉纠纷接待和处理流程》等多项内部制度，规范售后处理流程，开展满意度调查，用心倾听每一位客户的心声和意见，以此改善服务质量。

客户投诉渠道

电话

邮件

社交媒体

电商平台

商场门店等

服装板块

公司建立了便捷、高效的售后问题处理机制，针对顾客反馈的问题进行全面评估与分析，及时向顾客给予明确答复，并妥善落实处理方案，为顾客提供优质、贴心的售后保障服务力度。

医美板块

设立客诉处理组织：

各医美机构设立客诉接待办公室并建立投诉处理工作制度。

售后服务协同配合：

各部门协同开展售后服务工作，定期回访客户，对情绪或治疗效果异常的客户及时邀约到院复查并排查原因。

客诉接待处理：

客诉接待办公室安排专人值守，设立 24 小时投诉受理渠道，负责客诉的接待处理，要求及时响应回复并提供解决方案，并做好归档工作。

收到客户意见

2 小时内响应

24 小时内回复处理结果

24 小时内无法处理的问题

48 小时内处理完成，再次回复客户（最晚不超过 72 小时）

分析根因——进行改善——流程关闭

客诉响应流程

## 案例

## 口碑医美，正视医美，放心医美

2024年，公司荣获中国整形美容协会行业发展与监督自律委员会、美团医美事业部颁发的“2024年正品保障甄选品牌”，旗下多家机构同时获得“正品影响力”荣誉称号，切实保障求美者的健康安全。



## 2024年客户服务关键绩效

## 服装板块



100%

客户投诉平均解决率



24 小时

客诉线上平均解决时长



24 小时以内

客户平均回应时长



72 小时

客诉线下平均解决时长

## 医美板块



99.6%

客户投诉平均解决率



30 分钟响应

客户线上平均回应时长



48 小时以内

客户平均解决时长

# 坚持研发创新

## 研发创新管理

朗姿股份秉承“科技与创新驱动品牌影响力”的宗旨，在服装和医美领域致力于产品创新、自主研发，作为国家高新技术企业，持续加大科研创新投入；通过积极开展产业链交流活动，引进国内外设计力量与专家学者，为员工提供更广阔的研发和学术平台，提升企业竞争力。

### 服装板块

#### 国家级博士后科研工作站

朗姿股份北京总部与北京服装学院合作，设有国家级博士后科研工作站，为驻站博士提供优质资源，提升公司创新设计能力。报告期内，公司博士后科研工作站累计招收博士后 8 名，目前在站博士后 3 名。

### 医美板块

#### 朗姿医美研究院

自 2023 年成立以来，着力于解析求美者需求，结合临床实践经验，整合新技术、开展医美战略品项计划、东方美学元素等新项目研发，以及负责相关资金的筹措安排及保障措施。

#### 内部学术平台

各大医美机构内部成立多个专业学组，研发创新科室、开展线上线下学术交流，产品研发等。

研发平台建设：国家高新技术企业、北京市工业创新中心

	研发投入 (万元)	研发人员 (人)	研发人员占比 (%)
2024 年	10,861.52	194	3.33%
2023 年	9,574.17	176	3.08%
2022 年	116,618.2	341	6.93%



## 研发创新举措

朗姿股份大力推进科技创新，积极鼓励为服装设计师与医务人员搭建创新平台，加速成果转化，致力于服务人民美好生活、推动社会进步。

### 引育创新人才

公司持续开展与来自法国、意大利等欧洲传统时尚大国的设计公司 & 设计师交流。2024 年，公司积极引入 Versace、Dior 设计总监，为自身的设计团队注入前沿设计思想，为品牌注入时尚活力，有力推动朗姿时装在国际时尚领域跨越发展，引领行业潮流，焕发出全新魅力。

朗姿医美修订并持续落实《科技创新与交流奖励办法》，大力激励员工。对在科研论文、学术专著、专利申请、重要学术会议报告及临床技术创新等方面表现突出的员工给予奖励，借此激发员工创新活力，推动医美技术提升与学术交流，助力其在行业中稳固领先地位。

#### 报告期内

53,544 元

朗姿医美共发放论文发表补贴共计

339,800 元

医师授课补贴

### 搭建学术平台

朗姿医美学术大会作为朗姿股份重要的创新交流平台，2024 年如期举行。大会云集 14 位行业大咖，99 位学术专家，共讨论 113 个学术议题，发布多项临床操作指南。

朗姿医生积极投身学术交流，分享经验成果，推动医美行业发展，其优秀成果获展示探讨。其中，2024 年医学科研论文投稿数创三届学术大会以来之最，共收到 472 篇投稿，从中评选出 116 位讲者在论坛发言进行学术交流。



### 医教研一体化

朗姿医美聚焦医学美容学科，充分发挥自身优势，持续推进“医教研一体化”建设。临床科室积极开展医疗服务的同时，有序推进代培带教工作，将技术内核传递给更多专业人才。各医美机构学术带头人积极研发新专利、新技术，致力于前沿技术分享与优秀成果转化，实现学科共建与优质医疗资源下沉，为推动医学美容行业发展贡献力量。



### 案例

#### 建立大学教育基地，储备医美专业人才

朗姿医美多个医美品牌与华中科技大学、四川大学华西医学院、武汉科技大学等高校开展产学研合作，建立实践教学基地，为医学美容等相关专业的学生提供实习和实践机会，助力培养理论与实践兼备的医美专业人才。





莱茵宋锦系列



莫佐白玉兰系列

## 研发创新成果

### 服装板块

- 推出全新欧洲品牌 EILLEN ELITEE，融合意大利文艺复兴服饰结构与东方传统刺绣、钉珠工艺，以西方视角诠释东方美学，彰显中西文化交融的品牌内涵。
- 将“非物质文化遗产 - 宋锦”、玉兰花提花纹样融入服装设计，以东方美学为灵感，结合传统文化精髓，打造兼具古典韵味与当代时尚的创新之作。
- 为了满足当下都市女性不同场景中的角色转变，在产品打造上延续原有商务通勤系列之外，打破年龄与风格界限，在穿着场景和功能进行细分，细化为城市通勤、高端社交、外出旅游、家居休闲、户外运动等，产品材质在保障功能性的同时优先选择环保面料，向消费者积极倡导时尚绿色低碳发展理念。

### 朗姿欧洲品牌 EILEEN ELITEE 亮相米兰时装周

朗姿股份欧洲品牌 EILEEN ELITEE 亮相 2024 年米兰时装周，联合天猫超级品牌日及 Tmall China Cool，向全球展现其最新设计理念。品牌灵感源自唐代青花瓷瓶“蝴蝶”图案，秀场配饰以贝壳为核心元素，巧妙融合中西方文化、艺术与时尚，将传统与创新结合，通过柔和色彩与细腻质感传递摩登优雅风格。

LANCY  
朗姿医美

LMR  
朗姿微整研究院

# Nature 东方轻薄面™

还原轻薄感 · 定格东方美



## 医美板块

朗姿医美注重东方美学元素的应用。通过市场调研和消费者反馈，了解消费者对东方美学的认知和需求。在产品设计、服务流程等方面融入东方美学元素，打造具有独特文化特色的医美品牌。

## 课题研究

米兰柏羽总院的《经皮电刺激治疗乳房术后感觉异常的前瞻性研究》课题成功入选 2024 年成都市卫健委科研课题。该课题为本年度唯一医美机构获评的市级科研项目。

## 标准编制

朗姿医美学术带头人参与多个行业标准及著作编制，其中包括：

- 《PPDO 埋线提升面部年轻化应用》团体标准
- 《微创面部年轻化新材料与新技术规范化应用》
- 《中国人群面部年轻化透明质酸填充剂应用指南》

## 科研成果转化

- 朗姿医美研究院积极推动产品创新与转化，分别在技术品项、美学研究和医美材料方面共研发上市 13 个开创性创新产品，包括问题肌修复抗衰、东方平衡美肤及 ReNature 东方结构美学等。
- 随着润洛薇、高定芭比针、芭比童颜针、简·可琳纯净系列、简妍系列等产品相继上市，朗姿医美已逐步形成注射材料甄选产品矩阵，为中国整形医疗产业的自主创新注入强劲动力。

## 技术指南

2024 年公司内部发布多项实用的操作指南：

- 《医学美容临床护理常规》
- 《羟基磷灰石类填充剂在面部软组织中的应用规范》
- 《朗姿甄选优质诊疗项目·蓝宝石-眶周注射技术》
- 《朗姿甄选优质诊疗项目·蓝宝石-口周注射技术》

## 知识产权保护

朗姿股份严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国著作权法》等法律法规，制定《公司知识产权管理制度》《公司商标管理制度》等内部制度，规范知识产权保护流程，激励创新创造，维护权利人合法权益，促进知识经济有序发展。

公司为提升科研人员专利相关能力，推出知识产权相关课程。课程全面覆盖知识产权基础、专利申请流程及专利发掘等，助力科研人员深化理解专利流程、提升专利写作技能。

### 知识产权关键绩效

#### 专利

**190** 个

累计获得量

**169** 个

实用型专利

**9** 个

发明专利

**12** 个

外观设计专利

#### 著作权

**48** 个

累计获得软件著作权

**45** 个

累计获得作品著作权

#### 商标

**454** 个

累计获得商标

**2** 个

年内新增

#### 论文

**98** 篇

累计发表论文

**18** 篇

年内新增发表论文

**2** 篇

年内发表 SSCI/SCIE 论文

**10** 篇

年内发表中外核心期刊

#### 译著

**5** 本

累计发表译著

#### 著作 / 文学作品

**6** 本

累计发表著作 / 文学作品

## 遵守科学伦理

朗姿医美严格遵守相关法律法规要求和伦理道德标准，通过标准化流程加强管理和监督，确保研发过程持续遵循道德考量。

报告期内，公司未发生违反研发伦理的行为

## 临床伦理

朗姿医美始终恪守伦理道德与科学准则，严格遵循《药物临床试验质量管理规范》（GCP）相关规定及法规要求。在临床研究过程中，公司高度重视伦理道德保障，从方案设计到实施的各个环节，均确保临床试验完全契合法规与道德伦理要求，切实充分保护受试者及其他利益相关方的合法权益。

朗姿医美研究院发起或联合发起的新产品性能测试或临床研究提前完善实验设计，确认实验负责人、实验参与机构、实验参与医生，以及涉及的耗材、设备清单，并将以上信息同步给各端口。为切实保障受试者隐私，制定完善的隐私保护流程，强化对受试者信息及隐私的安全防护。

## 生物安全

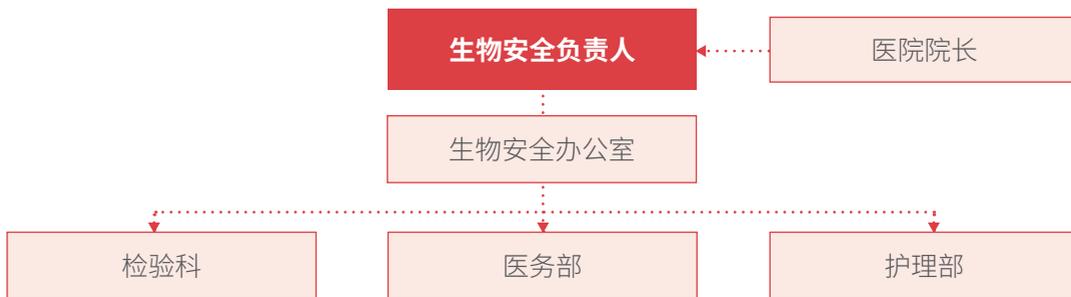
朗姿医美为确保实验室全体员工熟悉生物安全法律法规，建立生物安全意识，保证相关工作人员掌握生物安全知识和技术，避免实验室感染，防止实验室事故，在旗下医美机构设立医院生物安全委员会，全面监督和管理实验室生物安全。

### 生物安全负责人职责

医院法定代表人担任生物安全负责人，定期召开管理会议决定重大事项，批准发布重要文件，保持与生物安全办公室联系。

### 生物安全办公室

设在检验科办公室内，负责制（修）订和实施生物安全手册、规章制度、操作规范，监督实验室生物安全防护和废弃物处理，定期评估实施效果，调查工作人员健康状况，组织培训并评估效果。负责实验室生物安全保障咨询，进行内部安全检查，纠正违规行为，协助事故调查，监督废弃物管理和消毒灭菌措施落实。



武汉五洲整形外科医院

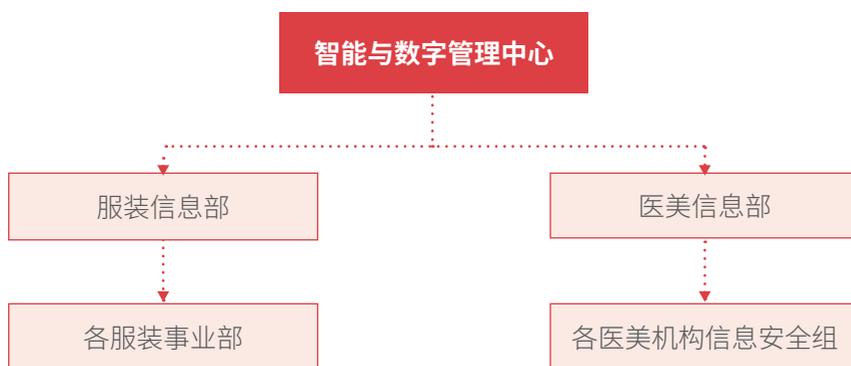
## 信息安全与数字化转型

### 信息安全与数字化治理

朗姿股份在收集、储存、处理、传播和分享信息时严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规，制定《信息数据保密制度》《IT员工行为规范》《个人桌面终端管理办法》《数据机房管理制度》《网络安全设备配置规范》等信息安全制度，落实客户、供应商及员工信息安全与隐私保护。

公司智能与数字管理中心负责统筹管理各服装品牌事业部及朗姿医美板块信息安全的协调与监督工作。同时，为加强信息化应用水平、信息资源共享、信息安全等技术保障工作，朗姿医美旗下的各医美机构设有专门的信息安全委员会，以确保信息安全管理工作的有效实施。

报告期内，公司未发生数据泄露安全事件。



数字管理中心架构

## 信息安全与数字化战略

朗姿股份在数字化能力建设方面持续投入，将信息安全与数字化发展纳入公司战略规划，持续优化内部管理流程，深入分析信息安全与数字化建设带来的潜在影响、风险和机遇，助力业务稳步增长。

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	风险 / 机遇应对措施	影响时间范围
运营风险	<p><b>内部：</b>可能因管理不善与员工操作失误，机密信息面临泄露、篡改、删除的风险，损害信息机密性与完整性。且多种数字化信息系统链接存在交互不畅、接口不兼容等问题，可能加剧数据风险。</p> <p><b>外部：</b>信息防御体系若不持续巩固，易受非法访问与黑客攻击。复杂网络环境下，系统链接的安全短板使数据易被窃取、篡改，可能会威胁公司信息安全。</p>	<p>严格管理信息系统访问权限，按岗位需求设置访问权限，杜绝越权，确保信息安全。</p> <p>定期开展安全审计与漏洞扫描，及时修复漏洞，持续推进信息安全培训，提升员工安全意识与技能。</p>	短期
技术机遇	<p>数字化与信息化系统为服装零售开拓多元机遇。能借数据分析精准洞察消费者偏好，优化选品。通过线上线下融合，拓宽销售渠道。还可利用智能库存管理，降低运营成本，提升整体竞争力。</p>	<p>公司深耕多平台精细化运营，持续以用户运营为核心，布局公域平台，私域沉淀运营的线上销售体系；打通各系统平台，促进数据全链互通，采集交换顺畅，分析历史数据趋势规律，客户需求 and 市场动态，从而建立绿色低碳的现代零售体系。</p>	中长期

注：短期——1年、中期1——5年、长期——5年以上。

## 信息安全与数字化相关影响、风险和机遇管理

### 信息安全管理举措

朗姿股份通过完善权限管理、定期开展信息安全审计、制定数据泄露应急预案等多维度措施，全面构建信息安全防护体系，确保数据安全与业务连续性，为数字化转型提供坚实保障。



## 保护客户隐私

公司高度重视客户隐私保护，通过技术防护与管理机制双轮驱动，系统构建客户信息安全保障体系。

### 数据安全防护

- 对存储及传输中的客户数据进行加密，确保数据在泄露场景下仍具备安全性。
- 实施“最小化采集”原则，严格限定客户信息收集范围与存储周期。
- 部分医美机构数据机房达到安全等保 2 级标准。

### 安全审计与监测

- 定期开展系统安全评估，识别并修复潜在漏洞，建立异常访问预警机制。

### 第三方管理

- 建立供应商数据安全准入评估机制，签订数据保护协议，定期审查第三方数据处理行为，确保合规性。

### 客户隐私保护

- 客户签署的知情同意书均采用 CA 电子签章认证技术，确保签署过程具备法律效力与可追溯性。
- 为客户设置独立问诊室，配备隔音设施与隐私保护装置，明确一对一服务要求，杜绝第三方介入。

1



2



3



4



5



6



7



### 访问控制机制

- 部署基于角色的访问控制系统，执行最小权限原则，强化系统登录安全。

### 应急响应体系

- 制定数据泄露事件分级响应预案，明确事件报告、溯源分析、系统修复标准化流程。

### 员工能力建设

- 定期开展隐私保护专项培训，覆盖全员安全操作规范，强化员工意识。

## 数字化转型升级

朗姿股份始终坚守以消费者为核心的理念，响应国家政策，持续推进数字化管理升级，全方位提升运营效率。公司秉持“客户为先，数智驱动”理念，深化数字化应用布局。公司信息化团队积极建设多个数字化平台，引入 AI 大数据模型，全面覆盖智慧营销、品质服务、会员管理、产品研发等多领域，提升企业数字化运营能力，为顾客打造有颜、有形、有温度的体验。

国务院印发《零售业创新提升工程实施方案》《关于进一步完善医疗卫生服务体系的意见》等文件，聚焦零售业和医疗卫生行业高质量发展，着重推动实体零售、医疗卫生服务体系与数字经济深度融合，提出积极运用互联网、人工智能等技术，持续优化服务流程，发挥信息技术支撑作用。

朗姿时装从产品生产、门店订货，到营销流转各个环节，都借助大数据精准洞察用户需求。通过数字化智慧零售体系，构建“人、货、场”完整闭环，各环节配备专业产品与先进数据模型技术，为企业发展注入强劲动力。

朗姿医美持续加大数据共享平台的全面建设，加强各医美机构间医疗大数据共享交换与保障体系建设。建立跨部门、跨机构数据共享调度机制，为顾客提供更加个性化、智能化的服务体验。

### 数字化赋能客户管理

#### 【CRM 会员管理系统】

- 2024年公司升级CRM系统，并与多家电商平台实现数据同步，从而实现线上线下会员的融合，共享会员数据，同时优化会员中心的私域小程序和会员标签分类管理，沉淀并管理客户数据资产，并实现数字化门店管理。通过系统建立RFM模型（客户价值分类模型），并根据RFM人群中不同人群制定有针对性的营销策略。在提高会员运营效率方面，CRM系统实现了营销短信的自动化发送和一对一导购任务工作流的自动下达。门店导购利用企业微信门店助手，可以迅速便捷地完成导购任务，确保了会员服务的及时性和个性化。

### 数字化赋能设计研发

#### 【PLMM 产品研发平台】

- 控制管理研发生产各节点流程，实现研发生产各节点的工作协同，如管理追单进度、面料进度预警、样衣鉴定以及信息共享，从而提高工作效率，降低成本，提高工作时效近40%。

### 数字化赋能订货流转

- 实现商品全流程订货管理，涵盖企划、设计至流转各环节，与产品研发平台对接，灵活多维拆解订货商品结构，快速响应上下游业务变化。终端门店借助系统实时掌握订货价格、波段、状态等，有效应对爆款订单激增的风险。

### 数字化赋能业务分析

#### 【数据分析系统】

- 智能化数据中台基于各种业务场景提供数据分析和挖掘工具，实现业务/财务数据的可视化展示和分析，帮助决策者快速理解业务动态，提升数据化运营能力。报告期内，公司完成了数据仓库的建立，ETL流程（抽取-转换-加载）的设计和实现，及数据报表的建模和展示等重点工作。通过历史数据趋势规律给出异常情况预警，数据驱动业务决策，为决策者提供全面而准确的数据视图，使他们能够更好地了解业务状况、客户需求和市场动态，从而做出科学的决策。

### AI 赋能企业运营

#### 数据驱动决策：

- 利用AI分析服装用户下单数据，优化产品和服务，精准定位目标用户，提升市场洞察力和销售效率。

#### 辅助个性项目开发：

- 通过AI分析用户年龄及风格等信息，构建用户画像，辅助研发个性化项目或款式，推动产品创新，提升用户体验和满意度。

#### 自动化与智能化：

- AI技术可自动化实现电商平台客服、沟通等环节，提升用户信息获取效率及回复效率，降本增效。

#### 赋能营销策略：

- 利用AI实现爆款素材搜索、脚本及视频自动化生产与投放，大幅提升营销素材生产效率。

## 信息安全与数字化指标与目标

公司信息安全管理目标聚焦于持续构建多层次的信息防护体系，以抵御各类潜在网络威胁、访问权限精准管控及安全漏洞实时监测修复等方面。数字化建设聚焦于，各信息化平台，提升智慧零售，线上线下产品影响力。

指标名称	目标	2024 年完成情况
客户隐私泄露事件	0 起	✓ 已完成
数据泄露事故	0 次	✓ 已完成
敏感数据加密覆盖率	100%	✓ 已完成
信息安全培训	100%	✓ 已完成
持续完善信息安全体系建设	信息系统安全等级认证	进行中
数字消费新场景	持续探索人工智能应用，致力于打造云逛街、云购物、云体验店等数字消费新场景。	进行中

## 完善供应链管理

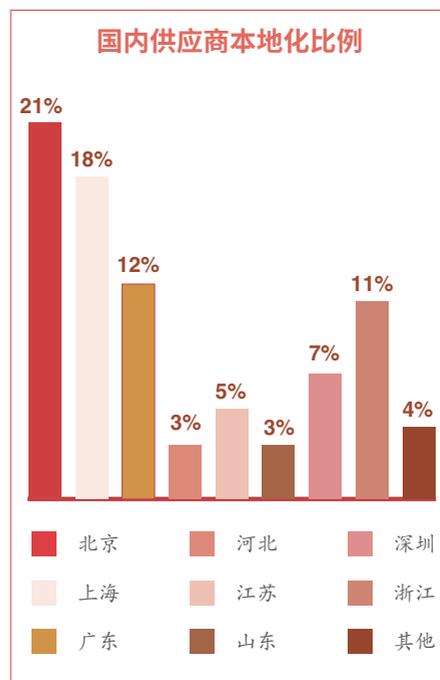
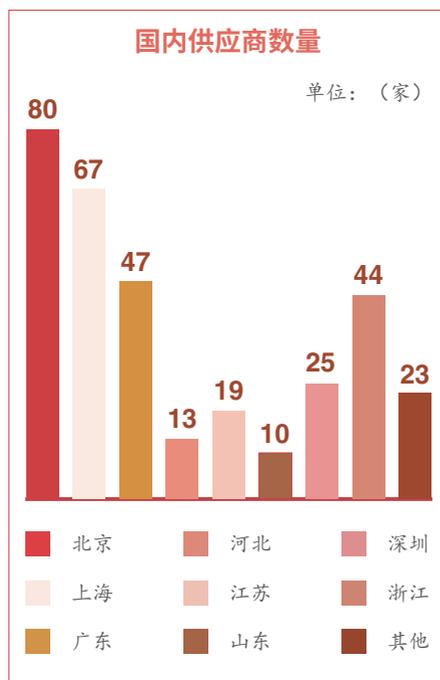
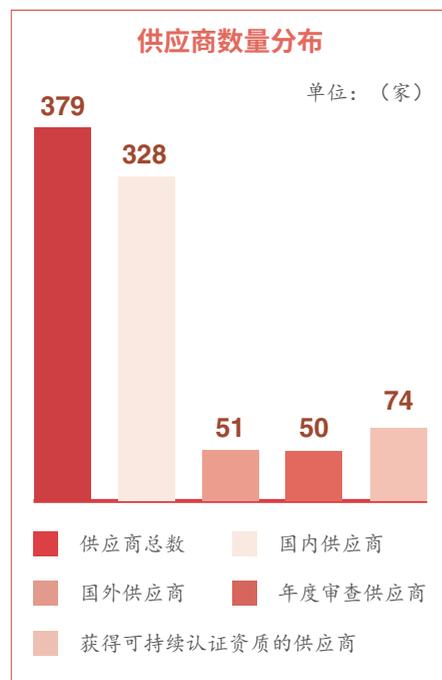
### 供应链管理体系

朗姿股份高度重视供应链管理，通过制定并完善《供应商管理控制程序》《朗姿医美供应商管理制度》《朗姿医疗设备管理制度》等内部制度，进一步优化供应链管理体系。报告期内，公司更新了《朗姿时装供应商准入及考核标准》并发布《朗姿股份企业标准 - 服装配饰非纺织品类》等内部文件，强化供应商准入、考核及日常管理，有效降低供应链环节的风险，确保各业务板块的合规运营与高效协同。

#### 服装板块

可持续认证供应商比例为 19.5%

#### 医美板块



**2,155** 家

供应商总数

	供应商 ESG 管理	供应商评估与管理	供应商整改与退出
服装板块	<p>公司供应商准入环节依据《供应商准入评估表》，对供应商的环境管理、质量管理、研发能力、产品环保 / 安全认证、商业道德等 ESG 相关议题提出明确要求。同时，要求供应商提供 ESG 相关认证，并签署《阳光协议》《供应商合作声明》等。经严格审查，只有完全符合标准的供应商，方可进入合作流程，以此确保供应链各环节均遵循可持续发展理念。</p>	<p>朗姿时装 2024 年修订《供应商管理制度》优化新供应商准入流程，按季度和年度绩效考核机制，组织多个部门参与供应商评分。从多维度综合考量，运用科学方法判定结果，确保绩效分数公平可信，进而依据评分精准评定供应商当季度等级。评估结果以《供应商绩效反馈函》给到供应商，并提出优化建议。</p> <p>年度供应商评级分为： 战略供应商 \ 优选供应商 \ 合格供应商 \ 淘汰供应商</p>	<p>依据当季绩效评分结果，对于不符合要求的供应商，公司要求其签订《供应商产品提升回执》，并在限定时间内提交产品改进方案展开整改。对于未能达到整改要求的供应商，将依规移出供应商名单。</p>
医美板块		<p>朗姿医美供应商分为 A\B\C\D 四类，其中合格供应商 A 类为统谈统签、自研产品类，B 类是统谈分签类，C 类系本地供应商，D 类为不合格供应商。</p> <p>公司定期开展供应商评估，A、B 类每年一评，C 类每半年一评，记录存档，不合格者降为 D 类。</p>	<p>若供应商违反“五不准”规定（不准商业贿赂、不准与客户直接沟通、不准向医生提供产品试用、未经机构允许擅自进入治疗及销售区域、不准擅自在机构拍照和宣传），经警告仍未改正，公司将终止与其合作，以维护合作秩序与规范。</p>

## 可持续绿色采购

朗姿时装持续加大绿色原材料采购，在供应商管理准入环节，公司严格参照 ISO 14001（环境管理体系）、ISO 9001（质量管理体系）、ISO 45001（职业健康安全管理体系）、CSC9000T，以及 OEKO-TEX® STANDARD 100（纺织品安全标准）、GRS（全球回收标准）等国际认证标准进行筛选，全方位确保供应商在产品的质量把控、环境保护举措落实，减少有毒有害物质的使用；优先选择使用绿色无污染或低污染、低能耗生产工艺、设备及环保原材料的供应商，从而契合公司对环境友好型产品的要求。

报告期内，可持续绿色原材料

采购 **8,114.5** 万元



朗姿时装供应商环保材料认证

## 保障供应链稳定

### 供应链风险管理

为有效抵御供应链稳定性风险，朗姿股份紧密结合自身供应链架构及业务实际状况，持续完善供应链风险化解方案。同时，积极践行公平贸易原则，从各个环节着力保障供应链的公正有序与透明规范，全方位提升供应链的抗风险能力。

#### 服装板块

01

##### 供应商储备与赋能

积极开展品类供应商储备工作，构建多元化供应商资源库，确保在生产部业务需求变动时，能够迅速调配资源，为生产高效赋能，有力保障供应链的柔性韧性。

02

##### 原料采购与管控

提前规划并实施集中采购策略，针对鹅绒、羊毛纱线以及丝绒、桑蚕丝面料、三醋酸面料等各类面料，精准把控采购时机。在采购过程中，严格做好产品使用规划、成本控制、品质管理与环保认证审核，全力保证原料供应时效，降低因原料供应不足、价格波动或有害物质带来的风险。

03

##### 资金管控与回笼

对服装大宗采购资金实施精准且及时的管控，优化资金回笼流程，确保资金流转高效，提升供应链资金安全性与稳定性。

04

##### 供应商准入管理

针对新增供应商，要求其提供详细的股权说明以及实际控制人身份证明，严格审查供应商背景，从源头保障供应链安全。

05

##### 订单与库存管控

完善取消订单的预付转移机制，强化对未入库产品的管控力度，降低因订单变更或库存积压带来的供应链风险。

06

##### 品质与资金管理

建立健全品质问题处理机制，及时响应并解决服装品质问题，维护供应链整体利益。

#### 医美板块

01

##### 强化采购人员管理

对采购人员实施垂直化管理模式，定期组织专业采购培训，提升其业务能力与风险防控意识，从人员层面筑牢供应链安全基础。

02

##### 优化采购方式

灵活采用统单分签与机构自采两种方式，根据不同医美产品特性、市场供应情况及机构需求，合理调配采购策略，增强采购灵活性与供应链韧性。

03

##### 构建数字化管理平台

搭建 SEM 营销管理平台，打通从供应商入库、合同签订、服务数据跟踪、结算到付款的全链路流程，实现全供应链产品的数字化管理，提升医疗产品供应的时效性与准确性，保障供应链高效运转。

04

##### 推进自研产品替代

积极投入资源推进自研产品开发，组建专业研发团队，与科研机构合作，加快研发进程，降低外部供应依赖，有效规避因供应商垄断带来的风险。

05

##### 保障医疗设备合规

严格把控医疗设备采购源头，确保采购的医疗设备产品均符合国家 CNAS 等标准法规。建立设备采购前评估机制，对设备的质量、性能、合规性进行全面审查，保障设备安全稳定运行。

## 供应商交流

朗姿股份秉持开放合作的理念，与供应商建立长期稳定的伙伴关系。公司定期组织与供应商的技术交流活动，向供应商阐释设计理念、质量标准及安全环保要求，同时虚心听取供应商反馈。针对双方在生产、储运环节的关键问题，公司为供应商提供精准指导，实现双方优势互补、提质增效，携手迈向高质量发展。

此外，公司积极与供应商开展多维度对话与培训活动，围绕产品面料特性、生产需求变动、产品质量管控、政策法规解读等关键信息，及时进行交互，共同应对市场挑战。



供应商交流培训活动

## 产业链协同合作

在行业的发展进程中，朗姿股份主动发挥带头作用，高度重视学术交流和行业标准建设，并踊跃参与各类高端学术会议、展会和论坛，搭建起与行业顶尖专家、学者以及同行深入交流的平台，推动行业朝着更加健康、繁荣的方向迈进。

### 案例

#### WHO'S NEXT 巴黎时装展

2024年9月，朗姿女装携精心设计制作的百余款新品惊艳亮相巴黎时装展。秉持“为世界带来爱与力量”的精神内核，我们以独特的剪裁、色彩与工艺，向欧洲乃至全球时尚行业展示中国制造的独特魅力，并邀请曾任职MAXMARA、DIOR的国际设计师参与大师系列产品的开发，提升产品在国内市场的竞争力，并逐步实现产品年轻化、国际化，让行业内外领略到中国设计的匠心底蕴。



### 案例

#### “微观无暇 动见至美”2024眼整形学术大会

2024年7月，朗姿医美旗下米兰柏羽承办“微观无暇 动见至美2024眼整形学术大会”。大会吸引众多业内权威专家，围绕专业课题分享经验成果，并针对大众审美变化带来的眼整形新需求组织圆桌论坛，共同探讨解决方案，促进业内思想的碰撞。



案例

### 第十七届美沃斯国际医学美容大会

2024年5月，由朗姿旗下米兰柏羽承办的第十七届美沃斯国际医学美容大会在杭州国际博览中心落下帷幕。本次大会以“产业梦想，职业力量”为主题，旨在挖掘医美市场新机遇并应对合规、风控等挑战。会议汇聚国内外医美领袖，共探技术与学术前沿，研究成功思维模式，传播管理与创新思想。通过11场分论坛，近350位专家学者聚焦市场核心议题，重审市场定位，深入讨论实战经验和方法论，为从业者搭建思想碰撞平台，揭示成功之路。



案例

### 朗姿医美与时尚芭莎携手，推出《国颜新美学认知力趋势报告》

米兰柏羽联合时尚芭莎联合推出《国颜新美学认知力趋势报告》，反映了当前大众审美趋势与医疗美容发展方向，为中国女性审美认知、塑美认知提供了更为正确而成熟的指导与引领。



## 平等对待中小企业

在商业合作中，本企业始终秉持公平公正原则，平等对待中小企业供应商。建立完善的资金支付管理体系，依据合同约定明确支付周期与流程。通过精细化财务管理，确保款项按时足额支付，杜绝出现逾期现象。以实际行动维护中小企业合法权益，为其营造稳定的资金流环境，助力中小企业健康发展，推动构建公平、和谐、可持续的商业生态。

报告期末，不存在逾期未支付中小企业款项



# 以人为本 赋能社会

- 保障员工权益
- 职业健康与安全
- 支持乡村振兴
- 履行社会责任



## 保障员工权益

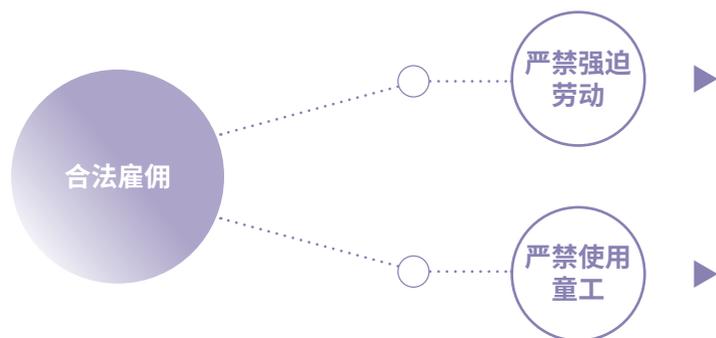
### 合规员工雇佣

朗姿股份秉持着“人才为本”的核心价值观，尊重员工权益，视人才为公司的核心竞争力，严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国未成年人保护法》《女职工劳动保护条例》等相关法律法规，制定《员工手册》等内部制度，依法与员工签订劳动合同，规范公司行为与保障员工合法权益。

报告期内，公司发生共 **7** 件劳动争议案件，其中 **3** 件已结案，并确保每一起案件都能得到公正处理。

### 多元平等雇佣

朗姿股份高度重视员工队伍的多元化建设。在招聘环节，始终秉持公平公正原则，为来自不同种族、国家，拥有不同性别、宗教信仰的人士，均提供平等的机会与待遇，以此广泛吸引优秀人才加入。此外，公司还采用盲选简历、匿名面试等方式，避免在招聘过程中出现歧视现象。



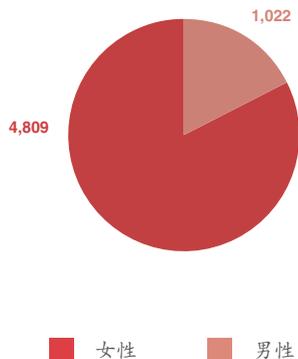
报告期内，公司未出现强制劳工、强制工作、强制加班时限的情况。

报告期内，公司未发生雇佣童工情况。

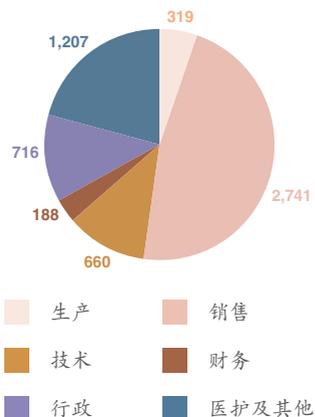
## 2024 年朗姿股份构成 (单位: 人)

员工总数 **5,831** 人

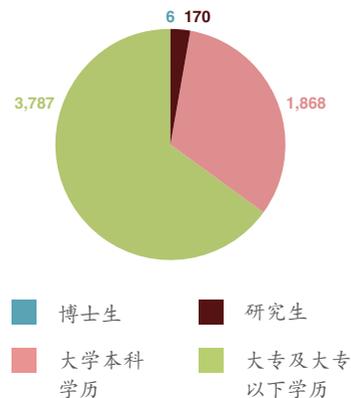
按照性别划分



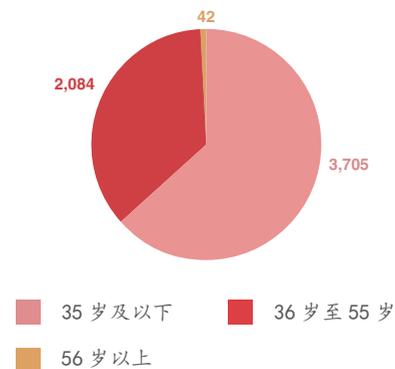
按照岗位职能划分



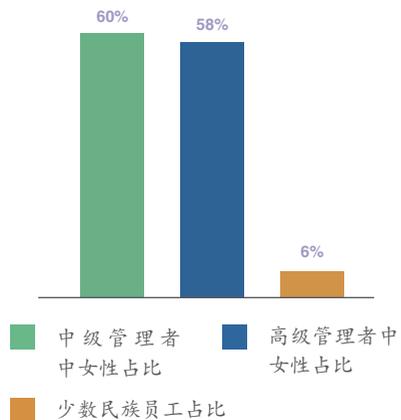
按照多层次学历划分



按照年龄多元化划分



按照其他划分



就业平等性

**14** 人  
残疾员工人数

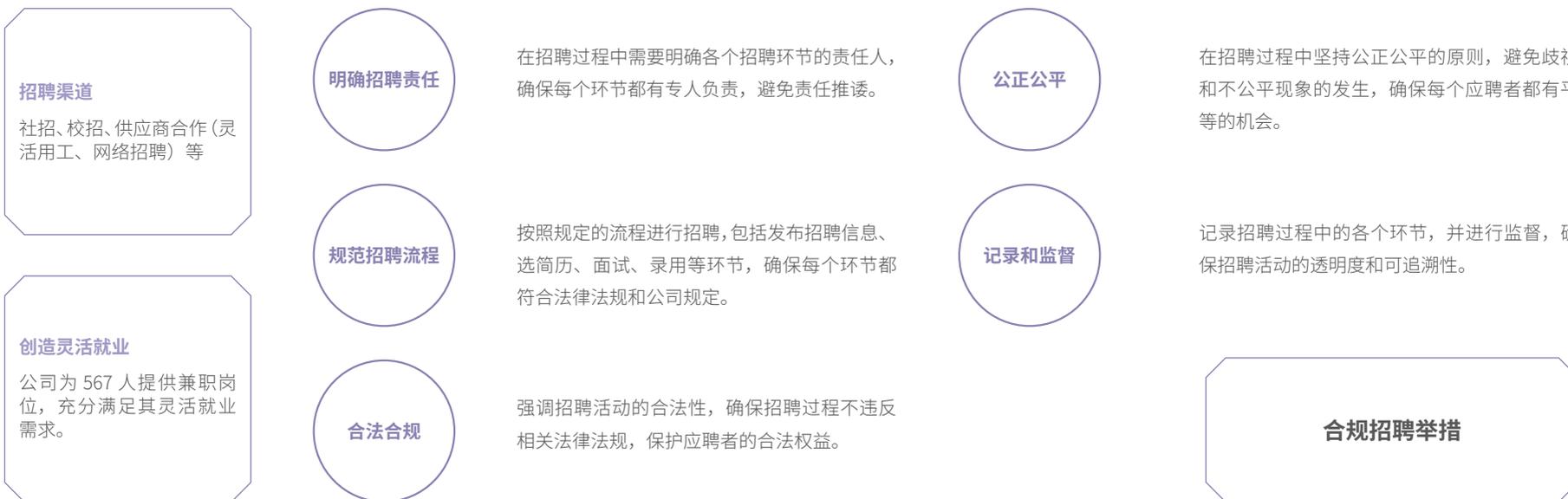
员工新进与流失 (单位: 人)

**43**  
新增应届生

**1.4%**  
员工流失率较上一年增加

**100%**  
劳动合同签订率

**100%**  
社会保险覆盖率



## 员工薪酬与福利

### 薪酬体系

朗姿股份为员工搭建公平合理且具有市场竞争力的薪酬体系，制定《薪酬管理制度》等内部制度，推行基本薪酬与浮动工资相结合的薪酬分配方式，充分调动员工的积极性与主观能动性，确保员工个人价值得以最大化实现。

人均工作时间：**40** 小时 / 周

人均带薪年假天数：**5** 天

### 案例

#### 股权激励

为激发员工积极性、吸引和留住人才，朗姿股份以战略为导向，构建短期激励和中长期激励相结合的薪酬分配体系，发挥薪酬激励作用。公司共实施了三期员工持股激励计划，其中目前存续的是第三期员工持股计划。对公司董事（不含独立董事）、高级管理人员和核心业务骨干进行多重激励。

### 福利体系

朗姿股份为员工提供多种福利保障，除各项法律规定的福利津贴外，公司制定《福利管理制度》，设置多样的内部福利，覆盖员工的衣食住行方方面面，提升员工的归属感和幸福感。

公司现行工时制度涵盖标准工时制、综合工时制及不定时工作制等多种形式，以满足不同岗位及业务需求。公司秉持人性化经营理念，不提倡加班。如因工作需要确需安排加班的，将根据后续工作安排提供调休，或按照相关规定进行加班费结算，确保员工权益得到有效保障。

#### 健康及假期福利

- 员工年度体检
- 补充医疗保险
- 防暑降温补助
- 免费小药箱
- 婚假
- 丧假
- 产假
- 陪产假
- 哺乳假
- 工伤假
- 带薪病假

#### 祝贺福利

- 生日会
- 结婚礼金
- 生育礼金
- 节日礼金 \ 礼品

#### 特色福利

- 免费员工餐、下午茶
- 租房专属优惠
- 产品内购(包括医美、美妆、女装和婴童产品等)

### 2024 年完善福利保障

增加补充医疗保险和年度体检的投入，并开通员工家属保障通道。

加大员工食堂的投入，增加下午茶。

为员工提供更多服装产品折扣优惠力度。



## 民主沟通

朗姿股份推进构建员工民主管理机制，通过搭建多层次沟通平台协同发展，重点强化工会组织在企业治理中的法定地位与职能权限，明确将职工代表大会制度作为企业民主管理体系的根本制度保障，切实保障职工知情权、参与权与监督权，鼓励员工真实反馈建议，促进企业管理信息透明化、决策过程民主化，形成双向互动、上下联动的共商共决格局，有效提升员工主体意识与组织凝聚力，为企业高质量发展注入内生动力。

### 民主决策

在重大事件的发生、调查过程及结论出具等关键环节，公司严格遵循程序规定，及时组织召开职工代表大会，向工会提交征询意见，最终管理意见由工会根据相关程序下达。

### 民主参与

在涉及重大问题决策、重大人事任免及重大项目安排等事项时，公司严格按照程序广泛征求各方意见，确保决策过程的民主性与科学性。

### 民主沟通

公司强化对HRBP的劳资关系专项培训，确保其在争议发生的第一时间与员工进行有效沟通，通过换位思考，及时了解并处理员工的困扰与担忧，最大限度减少争议的发生，维护和谐的劳动关系。



### 民主监督

- 公司高度重视内部管理与监督反馈机制的完善。审计部门协同人力资源部门定期接收投诉、举报和申诉等事项，并设立对外公开邮箱。针对反馈的事项，迅速组建专项调查小组，全力保障快速响应、高效处置。
- 公司建立匿名反馈机制，为员工提供安全、保密的意见表达渠道，取缔员工受报复可能，鼓励员工真实反映对工作环境及公司管理的看法与建议。

### 民主评议

晶肤 24 年开展两次民主评议，对连锁经理级以上的管理人员进行管理能力、业务能力、沟通能力、带教能力、团队凝聚力、业绩成果等综合评分及评语，所有评价均为匿名评价。

### 绩效反馈与申诉

若员工遭遇不公正待遇，或所提投诉、绩效申诉未得到妥善解决，均可向医美连锁机构总部人力资源部或总经理发起投诉，公司将跟进处理与追踪反馈。

### 员工意见反馈渠道

职工代表大会

员工意见箱

邮箱

医美合理化建议 APP

### 案例

#### 员工满意度调查

米兰柏羽与郑州韩辰等多家下属机构通过发放调研问卷让员工打分，开展员工满意度调查，并收集意见进行整改。

### 案例

#### 晶肤医美开展民主评议

2024 年，晶肤医美开展了两次民主评议活动，针对连锁经理级及以上的管理人员，从管理能力、业务能力、沟通能力、带教能力、团队凝聚力、业绩成果等维度进行综合评分并给出评语，所有评价均采用匿名形式。晶肤将依据评议结果，对领导的职责分工、岗位安排等进行合理调整，进一步优化管理团队结构，提升整体管理效能，确保领导团队能够更好地引领公司发展。

## 员工关怀行动

朗姿股份始终秉持“以人为本”的管理理念，高度重视员工工作与生活的平衡发展。公司通过建立健全的员工关怀体系，持续优化工作环境，积极营造温馨和谐的“家文化”氛围，致力于让员工充分发挥自身才能同时收获快乐成长，创造让员工安心工作、舒心生活的平台，真正实现“快乐工作，幸福生活”目标。

### 平衡工作与生活

公司定期举行各类员工活动，让员工在紧张工作之余能够放松身心。2024年，朗姿服装共组织员工活动**15**场，朗姿医美共组织员工活动**443**场。

### 员工活动

家庭亲子活动	生日活动	敦煌徒步运动活动	新年活动	医师节、护士节	传统节日活动	社团活动
旗下童装品牌爱多娃定期开展儿童活动招募及小模特选拔，为家长和孩子提供共同参与的平台，促进亲子间的默契培养，增进情感交流。	每月定期举办员工生日观影会或惊喜礼物，构建轻松休闲的氛围，促进跨部门员工间交流。	2024年7月公司开展以“凝心聚力担使命 奋楫争先开新局”为核心主题的敦煌徒步活动；作为年度战略级团队建设重点项目，深度践行“挑战与突破”的企业精神，为公司高质量发展注入澎湃动能。	在新年前后，公司医美各机构通过新春礼包派发、主题年会、新年音乐盛典、红包雨等多元化形式，向员工表达感谢并增强团队凝聚力。	通过开展护理专业技能竞赛和优秀员工评选活动，激发护理人员的工作热情，为优秀人才提供职业发展通道。	打造有温度、有文化的中秋节、端午节等各类传统佳节活动，让每位员工都能共享节日的喜悦与温暖。	公司医管及各机构定期组织形式多样的社团活动，建立羽毛球社团、拳击社团、读书社团等多个兴趣团体，凝聚合作力量，促进员工交流与合作，营造积极向上的工作氛围。



## 特殊群体保护

朗姿注重对孕妇及残障人士等特殊群体的支持与保障。公司以员工的需求为出发点，通过综合评估其身体状况、工作性质及实际困难程度，为其开通绿色通道，推行系列针对性措施，涵盖工作时间安排、工作内容调整及工作环境优化等方面。

公司始终致力于创造更加人性化、包容性的工作条件，保障员工身心健康与职业发展。公司为孕妇员工、哺乳员工提供弹性工作时间，适当减轻工作强度，避免长时间站立或高强度劳动；为残障人士员工根据身体条件调整工作岗位，确保其能够舒适、安全地开展工作。

### 尊重“她”力量

朗姿股份作为一家以女性员工为主的企业，公司高度重视女性力量。每年在三八妇女节期间，特别开展了专属关爱行动，精心为全体女员工打造有温度、有深度的节日体验，确保每位女员工都能切实感受到企业“被看见、被尊重、被珍视”的满满关怀。



## 员工慰问帮扶

为切实解决员工在工作与生活中可能遭遇的问题，公司设立“朗姿员工关怀基金”并制定《员工互助关爱基金实施章程》《医管员工慰问管理办法》，为面临经济困境、突发疾病、重大变故或其他特殊情况的员工提供及时、有效的支持与保障，致力于营造一个充满人文关怀的工作环境，增强员工的归属感与幸福度，进一步凝聚团队力量，推动企业与员工的共同成长与发展。

报告期内，

**29** 人  
员工救助总受益

**25.63** 万元  
总投入

**68** 人  
帮困慰问金受助

**5.49** 万元  
总投入

## 人才发展与培养

### 员工培训体系

朗姿股份建立相对完善的培训体系，为员工提供多样化的学习机会和培训内容，让员工在工作中获得成就感和归属感。朗姿医美 2024 年修订了《TTT 内训师认证管理办法》《通用力培训管理办法》《新员工培训管理办法》《医美通用管理课程学习及考核办法》等多项制度，强化内训师队伍建设与课程标准化建设。“朗姿风尚”在线学习平台不断更新增设课程，涵盖行业前沿知识、实用技能及个性化学习路径，满足员工多样化学习需求。服饰板块推进管理序列、专业序列的专项培训规程，确保人才培养与业务战略深度契合。与去年相比，2024 年公司员工人均培训时长实现翻倍增加。

#### 新员工培训

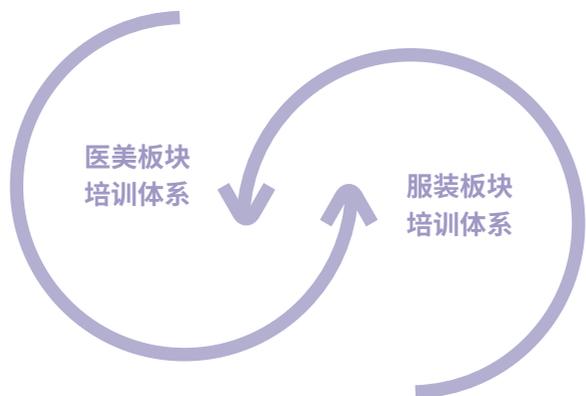
新员工培养体系包含线上学习与线下培训，通过系统化课程学习、制度文化浸润及业务实践指导，全面促进新员工融入公司、团队及业务。

#### 管理层培训

管理者课程体系围绕“管理团队、管理任务、管理自我、管理他人”四大维度搭建，涵盖 19 门标准课程，帮助管理者提升团队凝聚力、任务执行效率、自我领导力及人际协作能力，实现管理能力的全面提升。

#### 通用课程建设

员工通用能力发展体系聚焦“品质医美、安全医美、办公技巧、个人素养”四大核心板块，构建 30 门标准化课程，通过品质管控标准解读、安全合规操作实训、职业效能工具应用及职业素养专项培养，全面提升员工综合化水平，夯实企业人才梯队基础。



#### 管理序列

##### 卓越经理人实战工坊

采用“案例推演+情境重构”教学模式，围绕角色认知、团队治理、绩效驱动、人才发展四大模块，构建管理者从思维转型到行为落地的完整链路。

##### 管理者全景学习平台

基于朗姿管理力模型构建“管理自我、管理业务、管理团队、管理协作”能力图谱，通过 10 个模块化学习课程，实现管理者成长路径。

##### 领导力培训

依托“朗姿领导力十金”模型搭建职业发展框架，辅以 8 大专题课程，管理层员工可根据自我兴趣与成长需求进行学习。

#### 专业序列

##### 通用能力培养

聚焦员工通用能力提升，着重培养高效执行、沟通、汇报及协作核心技能，以提升工作效率与团队协作水平；通过向管理层调研、参考人才测评结果等举措，诊断员工能力短板，进而拟定更具针对性的培训规划。

##### 优秀案例库建设

通过搜集外部资料、萃取优秀案例并内化转化，丰富培训内容，涵盖销售、客户维护等多方面，融入销售话术、目标管理等实用技能，进而提升员工实战能力与业绩。

## 员工培训实践

公司通过开展多元丰富的员工培训实践，提升员工专业技能与综合素养，助力企业业务拓展与效益增长。

朗姿医美及各机构 2024 年新增 789 门线上课程，培训任务 35 次，总访问 155,713 人次；全年组织 46 场线上直播，25 期线上推送学习；培训 40,451 人次，参与考试 18,696 人次。



- 针对管理人员开展 3 次线下情景管理实战与 5 期线上专题学习，组织中后台专业人员完成 4 期“全员加速”计划；
- 实施 32 期“面授+线上学习地图”新员工培养，覆盖总部运营及终端岗位；
- 聚焦核心岗位开展 7 期专项培训，输出 12 套营销案例工具包；
- 线上 130 门课程、52 条学习路径，总访问量达 15.4 万次；
- 落地 7 类实操工作坊，为业务发展提供系统性人才支撑。

2024年4月，朗姿医美客户管理人才实训赋能第二期在四川米兰柏羽医学美容医院圆满举办。为期3天的活动，含理论学习、实地参访等五大模块，旨在借系统化培训提升人才专业能力，帮助企业及行业满足客户多元求美需求。

同期，公司分别在北京和杭州米兰柏羽，开展“领导力提升工作坊”线下培训，通过理论学习，案例讨论，实战交流等形式，帮助管理者掌握团队管理技巧及方法，提升团队整体凝聚力，参训人数合计103人。



朗姿医美医疗委员会主办的“第一届朗姿医美填充剂注射技能大赛”与“第一届医美之都问题皮肤案例挑战赛”，秉持“以赛促学”理念，通过设置奖金激励，促进注射美容医师的技术水平提升。大赛邀请复旦大学华山医院、四川大学华西医院的多名皮肤科医生，从学术和临床角度，针对面部解剖、炎症性肌肤管理、黄褐斑治疗等专题展开研讨。



2024年3月，朗姿医美举办“品质服务力V3.0进阶训练营”。该训练营分为标杆研学、理论学习和行动学习三大板块，旨在提升服务质量管理体系，打造具备高度执行力与领导力的品质服务，进而推动机构高效发展。



2024年2月，公司开展“桃李计划”TTT内训师培养线下培训，增加公司讲师人才储备，激发创新思维。其间，42位学员完成培训学习，认证通过23人，并表彰内训讲师合计83人。本年度，公司内训讲师共交付136门内部课程，平均满意度9.76分。



2024 年员工培训绩效

89.82 万元  
员工培训总投入金额

80 %  
高级管理层受训人数占比

92 %  
员工培训覆盖率

98 %  
新员工受训人数占比

8,036 小时  
中级管理层培训时数

800 元/人  
员工人均培训投入金额

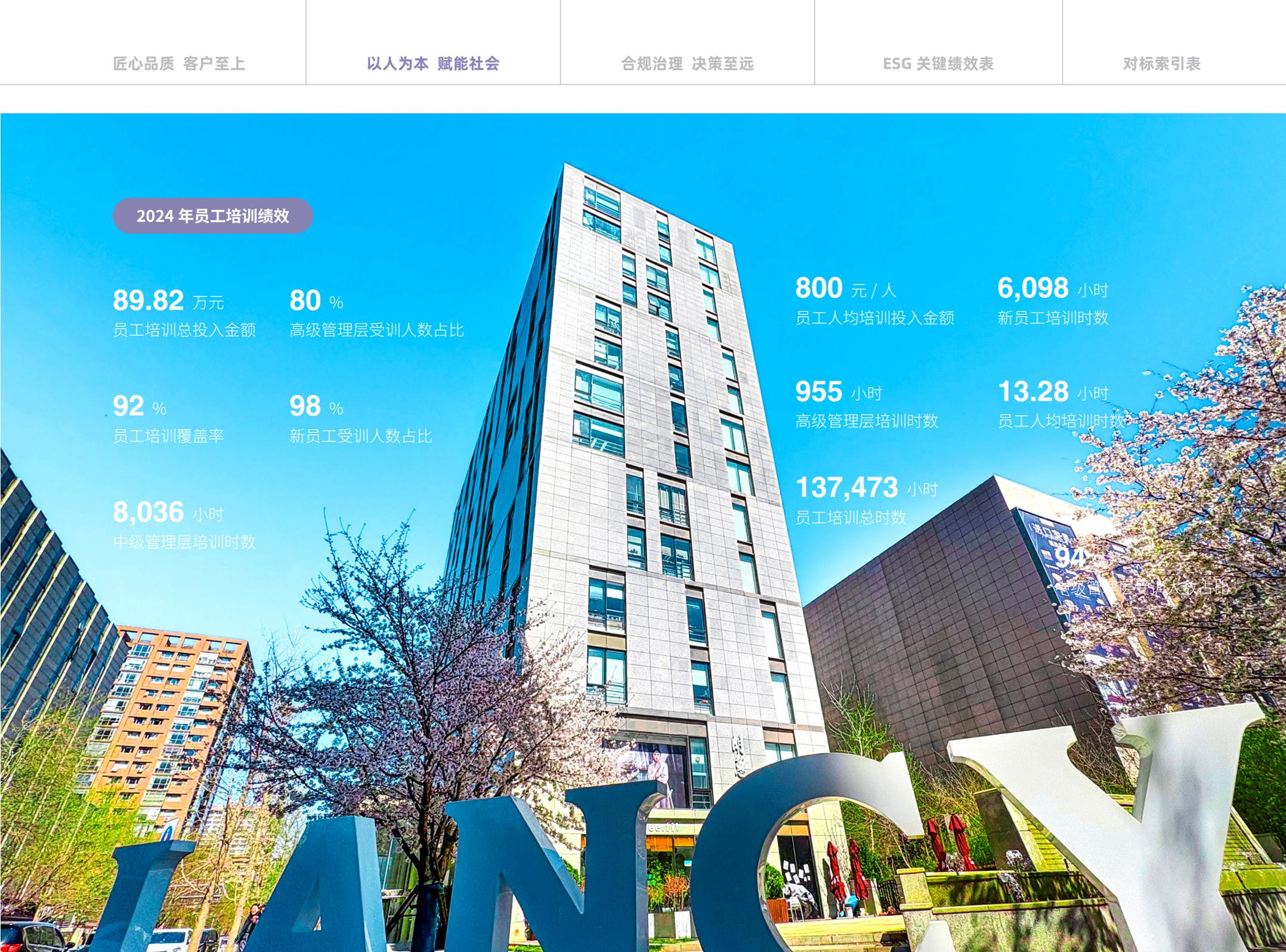
6,098 小时  
新员工培训时数

955 小时  
高级管理层培训时数

13.28 小时  
员工人均培训时数

137,473 小时  
员工培训总时数

94 %  
高级管理层受训人数占比



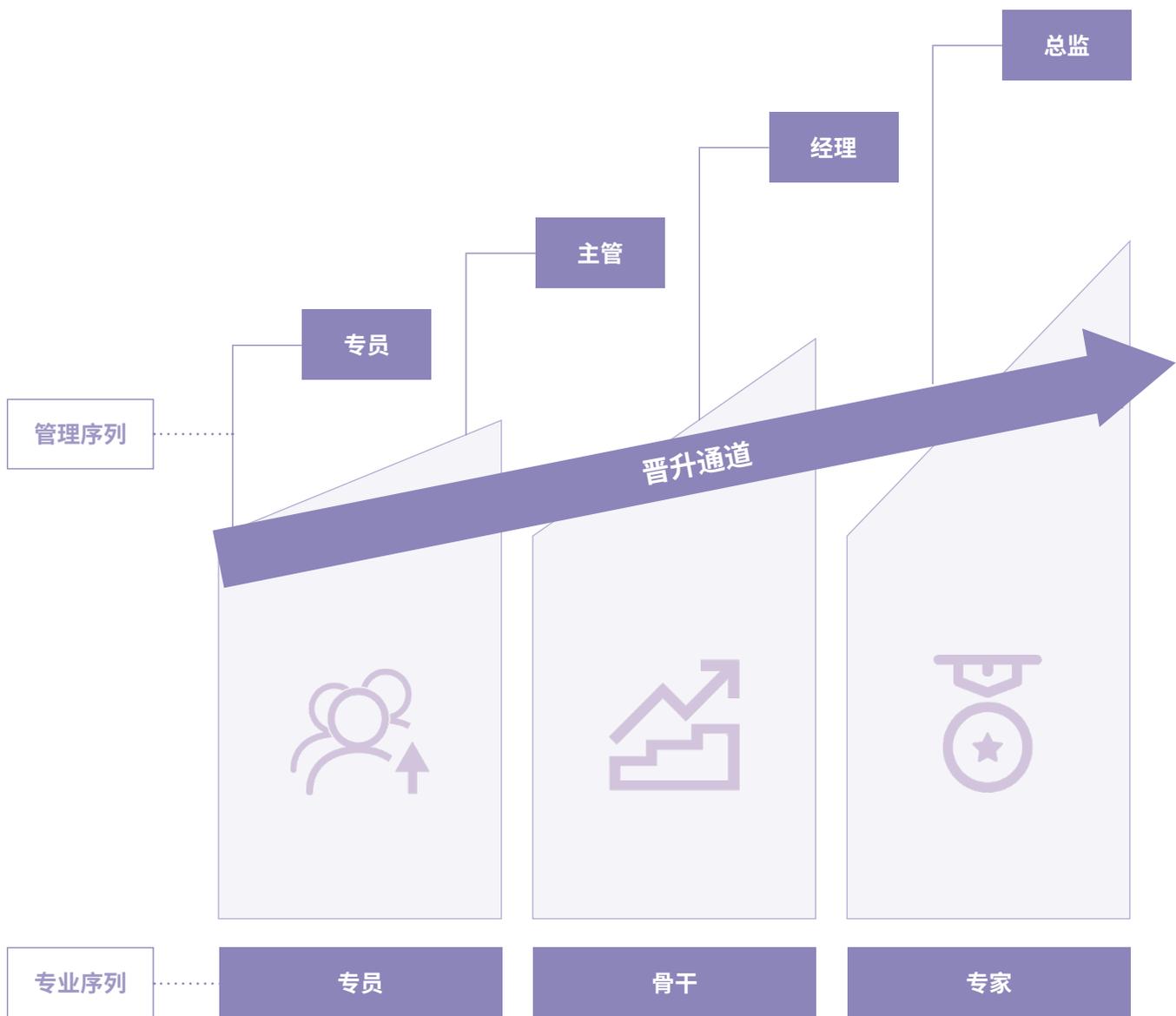
## 员工晋升

朗姿股份秉持“人才强企”理念，系统构建科学规范的人才发展体系。公司以“公开、公平、公正”为原则，建立管理序列与专业序列“双通道”职业发展机制，为员工提供多元化发展选择。

公司制定《朗姿股份有限公司任职资格体系管理制度》，对人才选拔、培养、任用等环节进行系统规范。在专业序列建设方面，鼓励员工深耕专业领域，持续提升技术能力。管理序列则基于领导力模型，从“管理自我-管理他人-管理团队”三个维度构建管理者能力画像，明确各层级管理者的知识、技能及关键经历要求。

公司坚持“事业凝聚人、机制激励人、文化塑造人、感情温暖人”的人才理念，通过定期开展人才盘点、实施个性化培养计划，激发组织活力，为朗姿股份的可持续发展提供了坚实的人才保障。

报告期内，朗姿时装管理序列晋升**17**人，专业序列合计晋升**42**人（其中营销占**31**人，非营销**11**人）



# 职业健康与安全

## 职业健康与安全治理

朗姿股份严格遵循《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》《工伤保险条例》等职业健康与安全相关的国内及省、市相关规定，制定《医务人员职业暴露预防与处置》《工伤预防的制度与流程措施》等制度，持续投入资源以提升职业环境安全管理，守护员工身体健康和生命安全。公司已通过ISO45001职业健康安全管理体系认证，并确保该体系持续有效运行。

朗姿股份坚持“安全第一、综合治理、持续改进”的方针，严格执行《中华人民共和国消防法》《中华人民共和国突发事件应对法》等法律法规要求，全面落实企业安全生产主体责任。公司推行并落实安全责任制，建立多项安全管理制度。

报告期内：  
 员工工伤保险投入 **81.4** 万元  
 公司以保障安全生产为目的资金总投入 **48.3** 万元



## 职业健康与安全相关战略

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	风险 / 机遇应对措施	影响时间范围
运营风险 / 机遇	<p>如果医美服务职业危害因素监测不及时，未能及时向员工提供个人防护装备或监督不到位，可能导致各类物理及化学因素对员工身体造成危害。</p> <p>（化学因素包括：使用化学药品（如麻醉剂、消毒剂、填充剂）导致皮肤、呼吸刺激。物理因素：辐射暴露；裁剪、缝制过程产生的吸入粉尘和纤维等）</p>	公司定期组织接触职业病危害因素的员工参与专业健康体检，以便及时监测员工的身体健康状况。	短中长期
法律风险 / 机遇	<p>在生产和服务进程中，若未能及时把握法规、标准的动态变化，有可能难以精准识别生产和服务环节里的危险源，可能导致危险事故的发生。</p>	开展员工职业卫生培训，在岗期间定期组织宣贯活动。培训内容涵盖《中华人民共和国职业病防治法》《医疗美容服务管理办法》及相关标准和操作规范，提升员工职业卫生意识和健康安全。	短中长期

注：短期——1年、中期1——5年、长期——5年以上。

## 职业健康与安全相关影响、风险与机遇管理

### 职业健康与安全防控

公司每年会定时针对工厂、医院等办公生产区域，开展职业病危害因素的排查、检测、评估以及申报工作，做好现场职业健康防护设施的管理维护，同时不断健全工作人员的职业健康监护机制。

报告期内

<0.1% 人

员工工伤事故伤害人数

#### 员工健康安全保障措施

##### 医绿通道服务

公司 2024 年与北京银行合作，开展视频医生、就医绿通服务、少儿眼科服务、保险服务等健康保障服务。

##### 改善办公环境

为避免因设施陈旧及环境问题给员工带来不良影响，及时报废公司内使用年限已久的仪器并更换全新仪器；定期对公司内破损、漏水的墙体进行处理翻新。

##### 防护工作检查

定期对公司的职业病危害防控工作进行全面检查，重点检查防护设施的运行状况、个人防护用品的佩戴和使用情况等。

##### 人员定期体检

设立职业暴露体检专项预算，定期组织员工体检，包括职业病、常规及放射性仪器接触人员专项体检等。

#### 安全防控举措

##### 医疗安全事件预防

- 规范医疗操作：**  
 旗下医疗机构的医疗操作须严格遵循既定标准流程，医护人员应依据详尽操作手册精准执行，确保操作的准确性与规范性。
- 手术安全保障：**  
 术前：对患者进行全面且细致的评估，涵盖身体状况、过敏史、基础疾病等多方面信息。  
 术中：严格把控无菌操作环境，保障手术设备稳定运行，确保医护团队紧密协作，严格依照手术流程推进。  
 术后：持续跟踪患者情况，做好护理工作，及时发现并处理可能出现的并发症。
- 安全卫生事件识别与预防：**  
 环境监测：严密监测医疗机构内部环境，包括空气、水质、医疗器械消毒情况等，及时察觉潜在的卫生安全隐患。  
 异常响应：高度重视患者及医护人员反馈的异常情况，如聚集型感染、药品不良反应等，迅速启动调查与评估程序，做到早发现、早处理，将安全隐患扼杀在萌芽状态。

##### 隐患排查与整改

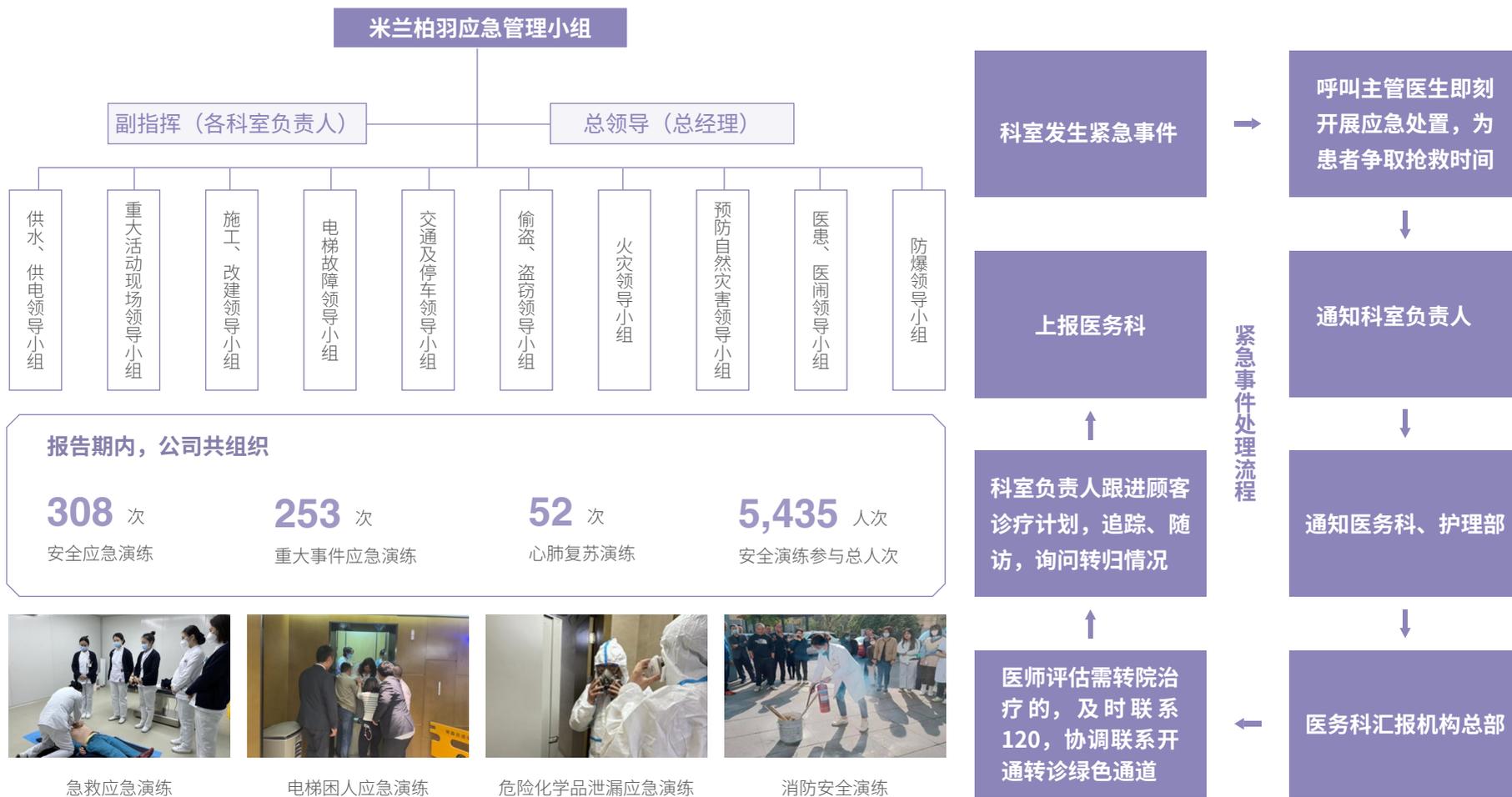
- 公司开展日常监督检查、专项检查以及综合检查，全面排查各类隐患。针对排查出的隐患，明确责任人，制定详细的整改措施，并确定整改完成时间。在整个过程中，持续追踪隐患整改进展，实施闭环管理，确保隐患排查治理工作落到实处。
- 2024 年，公司服装及医美板块共发现 70 起安全隐患事件，均已完成整改。

##### 有毒有害物质管控

- 朗姿医美从申购、申领，到报废、储存及处理全流程管控有害物质使用。为有效预防有毒有害物质泄漏和气味挥发，科室对有害物质实施单独存储，并清晰标识。同时，为操作人员配备防护面罩、护目镜、隔离衣等必要防护装备。此外，每月依据科室有害物质清单开展专项督查，保障环境安全与人员健康。

## 安全应急演练

为进一步完善安全保障体系，公司成立应急管理小组。小组依据不同紧急情况，明确划分多类专项责任组，并定期开展消防应急、电梯故障应急等各类演练，借此切实提升员工整体应急响应能力，确保在紧急状况下，全体员工皆能迅速、有序应对；同时，积极组织外科手术技能、心肺复苏（CPR）等专项考核，助力全面提升医师的医疗安全处置水平，为患者提供更坚实可靠的医疗服务保障。



## 安全文化教育

公司大力推行安全文化建设，借助线下集中、线上 APP 等形式，开展生产、医疗操作、消防、产品安全使用等安全培训及宣教，强化员工安全意识。

### 应急预案培训

积极开展各项应急预案的安全培训，增强员工对各类预案的熟悉程度与执行能力。

### 医疗安全培训

每月面向全员医护人员开展“临床小课堂”活动，普及医疗安全防控要点。

### 安全警讯发布

朗姿医美 2024 年已累计下发 30 期安全警讯，及时通报每月安全隐患及应对案例，强化全体人员的安全防范意识。



消防安全知识培训

#### 报告期内，安全培训情况：

**180** 场次  
安全培训总场次

**2,699** 人次  
安全培训总人次

## 职业健康与安全相关指标与目标

公司制定职业健康与安全年度管理计划，并按计划执行，完成既定目标。

指标	目标	2024 年完成情况
员工工伤保险覆盖率	100%	已完成
作业场所职业病发病率	0%	已完成
设备事故及重大安全事故	0 起	已完成
安全培训覆盖率	90% 以上	93%
按年度计划，完成应急演练		已完成

## 支持乡村振兴

乡村振兴不仅是国家战略，更是实现全面建设社会主义现代化国家的必由之路。朗姿股份清楚认识到乡村振兴的重要意义，积极投身相关行动。公司通过助力乡村教育，开展消费扶贫，组织乡村医疗志愿服务等方式，为乡村振兴持续发力，推动乡村在经济、社会、民生等多方面迈向高质量发展。



### 支援乡村医疗

2024年7月，朗姿股份下属成都高新米兰柏羽医学美容医院携手成都高新医学会，奔赴甘孜州德格县。开展专科医疗诊治，捐赠医疗物资，组织专家义诊，以多样举措支援乡村医疗，助力当地医疗水平提升。

### 消费帮扶助农

2024年2-11月，公司进一步巩固乡村振兴帮扶成果，支持购买了北京市密云区不老屯镇村和延安市宜川县的特色农产品，总投入金额为60,500元。



## 履行社会责任

### 地方经济贡献

朗姿股份始终坚持诚信经营，严格遵守国家税收法规，确保按时足额缴纳各项税费，切实履行企业纳税义务，为地方经济发展和社会建设贡献力量。2024 年，公司缴纳税费金额共计 2.7 亿元。

### 助力银发经济

在国家积极推动应对老龄化战略的大背景下，2024 年国务院办公厅印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，明确提出发展抗衰老产业，为医美行业指明了新方向。朗姿股份作为医美行业的参与者，积极响应政策号召，大力助力银发经济战略。

公司高度重视皮肤抗衰老领域，深入开展相关技术与美学探索。朗姿医美各机构基于老年皮肤松弛、皱纹等问题，研发推出针对老年皮肤松弛、皱纹、脱发等问题的抗衰老医美项目，有效改善银发群体皮肤外观，脱发困扰，帮助老年群体改善机体衰老状况，提升生活品质。

2024 年，公司晶肤医美累计服务 50 岁以上客户达 **16,273** 人。同期，北京米兰柏羽 50 岁以上顾客达 **6,558** 人，占已备注年龄客户的 **6.8%**，银发顾客比例较往年上升 **0.6** 个百分点。未来朗姿各医美机构将逐步增加老年人接诊比例，不断迎合市场需求，为“银发经济”发展贡献力量。

## 社区文明共建

朗姿股份积极投身社区共建，通过多种公益活动与社区服务，不断提升企业社会影响力，树立良好声誉，与社区共同成长，实现共赢发展。

### 共筑社区安全

公司热心参与社区文明共建，为北京市朝阳区消防队捐赠共计 7.9 万元的 LED 显示屏，以实际行动支持社区消防安全建设，提升社区整体安全防护水平。

### 社区文明共建

公司通过组织七夕相亲活动、协助派出所除雪等举措，提升社区凝聚力；同时，向劲松街道社区捐赠茶米油盐等生活物资，定向帮扶孤寡老人，切实履行社会责任，助力构建和谐社区。

### 守护城市之美

朗姿股份旗下西安高一生医美医院携手华商报社，开展“守护西安美·致敬城市美容师”公益活动，向 150 名社区环卫工人赠送防晒慰问品，助力社区环境建设。



## 践行社会公益

朗姿股份时刻铭记使命与责任，不忘初心回报社会，多年来累计投资上千万用于公益事业，设立各类基金，支持民族教育事业，关注孩子健康和残疾儿童成长；通过捐赠、组织公益活动、与当地社区共建等形式践行企业社会责任。截至 2023 年底，朗姿股份累计投入近 2,510 余万元用于公益事业。

### 推动小耳再造公益

朗姿股份多年来为先天性外耳畸形儿童开展公益救治，提升小耳救治医疗可及性。为让更多经济困难的小耳畸形患者能够及时获得有效的治疗，朗姿股份携手四川省残疾人福利基金会，共同设立了“朗姿医疗小耳天使专项基金”。



截至 2024 年底，朗姿医美累计重塑真耳 **475** 只，帮助小耳天使 **400** 余位，耳再造公益慈善减免 **900** 余万元。2024 年朗姿医美共完成耳再造一期手术 **52** 例，二期手术 **62** 台。

#### 公益直播

朗姿医美小耳公益发起人通过直播形式，在线科普小耳畸形知识并为小耳患者在在线亲诊、答疑解惑，帮助小耳患者家庭了解小耳畸形以及耳再造技术。2024 年，朗姿医美共举办 3 场小耳畸形科普直播。



#### 公益面诊

朗姿股份旗下米兰柏羽总院每年定期开展“小儿暑期公益面诊月”，由专业医疗团队为小耳患儿一对一面诊，依据其具体情况定制个性化手术方案，让更多偏远地区因条件受限的小耳患者获得切实帮助，提升医疗救助可及性。2024 年，米兰柏羽总院与炉霍县人民医院、攀钢集团总医院签订友好合作协议，开展耳再造医疗业务及小耳公益救助行动。



#### 小耳天使公益跑

在全国爱耳日之际，公司举办了“第九届朗姿小耳天使公益跑”活动，联动全国十座城市，通过 3.3 公里跑步活动累计公益基金，直接用于小耳畸形再造手术的费用减免。



#### 为爱攀登

公司旗下米兰柏羽总院连续 11 年开展“为爱攀登”大型公益活动，传递爱心的公益理念，通过登山活动来实践公益。活动口号“每攀登 1 米捐出一元钱”，迄今为止，“为爱攀登”已助力超过百名儿童重获健康。



## 支持教育事业

朗姿股份积极支持民族教育事业，通过多种形式的公益捐赠和教育项目，助力各地区教育发展，为培养更多优秀人才贡献力量。

### 阳光助学

朗姿股份旗下昆明韩辰医疗美容医院携手云南省慈善总会，设立专项教育资金，全力援助云南地区优秀贫困高考生，助力学子们圆梦大学。



### 关爱特殊学校儿童

朗姿股份旗下武汉五洲整形外科医院携手武汉江夏区慈善会连续四年开展“有爱童享”公益活动，为特殊学校学生们提供音乐器材和学习用品，丰富学生精神文化生活，助力特殊儿童健康成长。



### 公益读书

世界读书日当天，朗姿股份旗下西安高一医疗美容医院携手樊登书店，共同发起“让梦翻新”公益活动。活动以经典诵读、公益捐书为主要形式，为福利院儿童送去知识与希望，助力他们茁壮成长。



## 员工志愿活动

朗姿股份每年定期组织志愿者活动，深入校园，与学生们相伴游戏，共度欢乐时光，以此传递温暖与关怀，激发孩子们的无限潜能与快乐。

### 案例

#### 志愿行动，情暖校园

公司员工志愿者前往由公司出资捐建的秦皇岛龙腾学校，带去了捐赠的物资与书籍，陪伴学生们进行游戏和运动，用实际行动传递温暖与关怀，为孩子们带来了欢乐与希望。



# 合规治理 决策至远

- 完善公司治理
- 恪守商业道德



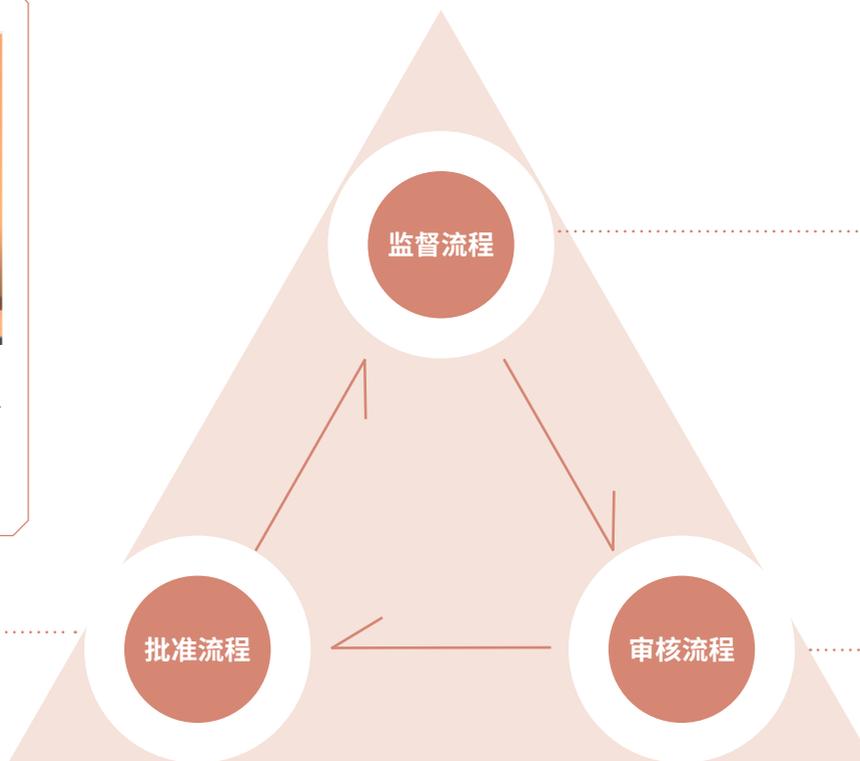
# 完善公司治理

## 治理策略及流程

公司以《朗姿股份有限公司章程》为纲领性文件，配套建立《三会议事规则》等 19 项治理制度，形成“1+N”制度矩阵，并建立了动态调整机制，根据监管的最新要求、公司战略调整以及市场环境的变化，及时进行调整、完善，以明晰治理策略、规范治理流程。



- 规范三会运作，会议召开、表决程序、决议内容及签署严格落实公司治理相关规定。

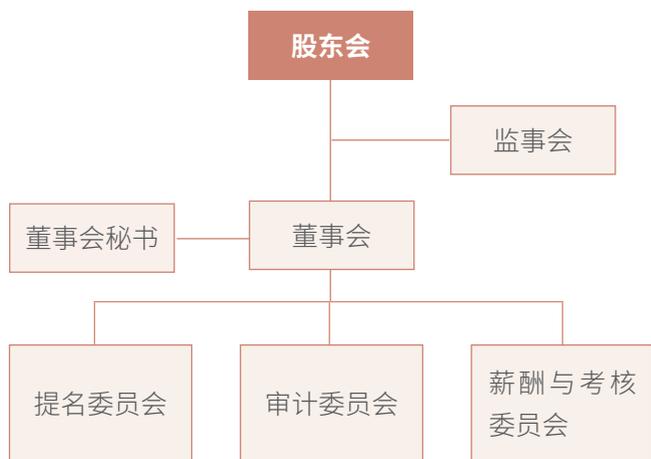


- 内部监督：通过监事会及审计部对公司治理策略的执行情况、管理层实施策略进行日常监督。
- 外部监督：通过监管机构、投资者以及外部审计机构对公司治理策略进行监督。

- 公司依法明确划分董事会核心管理权限，对公司治理策略进行定期审核、专项审核、反馈与调整，确保治理策略的有效实施和持续改进。

## 组织构成及职能

公司持续健全由股东会、董事会、监事会和管理层“三会一层”的公司治理架构，持续规范股东会、董事会和监事会等机构的运作与决策，以确保权力机构、决策机构和监督机构之间高效配合、相互制衡。



公司董事会架构

### 股东会

公司股东会严格按照《中华人民共和国公司法》《公司股东大会议事规则》以及《公司章程》的规定，履行召集和召开表决程序，职责主要涵盖公司的重大决策和监管事务，并保障每位股东尤其是中小股东参与并充分行使咨询和表决权。

#### 报告期内：

股东会会议举行次数 **5** 次；  
共审议通过议案 **20** 项

### 董事会

公司董事会严格依据《中华人民共和国公司法》《公司董事会会议事规则》以及《公司章程》的规定，选聘董事，并履行决定公司重大决策、制定公司主要制度的职责。公司董事会下设提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会三个专业委员会，为董事会的决策提供专业建议和支持。

#### 董事会独立性

公司十分重视董事会运作的独立性和有效性，董事会成员由股东大会选举或更换，5位董事会成员中共有2位外部董事，董事会表决实行一人一票，并严格执行回避制度，做出的决议，必须经全体董事的过半数以上通过。

#### 董事会多元化

在强调董事会独立性的同时，公司同样重视董事会的多元化，在选任董事会成员，综合考虑候选人的性别、年龄、文化及教育背景、专业经验等因素，结合自身专业优势为公司提供决策支持。

公司董事会成员具有多元化的专业背景，在行业技术、公司治理等领域具备丰富的经验；公司也十分重视女性董事的力量，董事会中女性董事占比为40%。

#### 报告期内

董事会会议举行次数 **13** 次，共审议通过议案 **42** 项；

三会审议未通过议案数量 **0** 个；

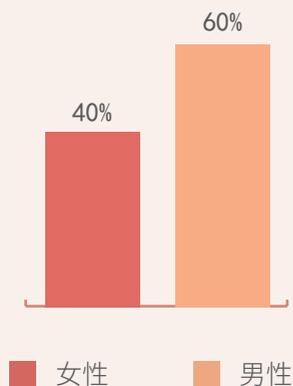
审计委员会举行次数 **8** 次，共审议通过议案 **18** 项；

提名委员会举行次数 **1** 次，共审议通过议案 **1** 项；

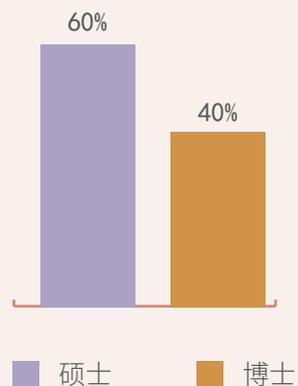
薪酬与考核委员会举行次数 **1** 次，共审议通过议案 **2** 项。

## 董事会多元化占比

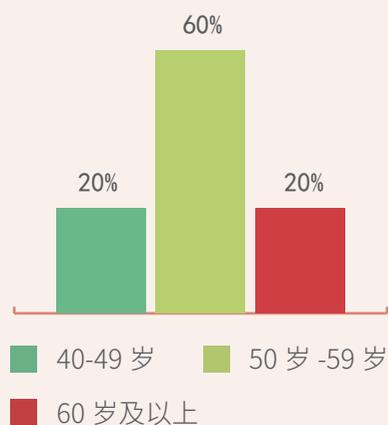
## 性别多元化



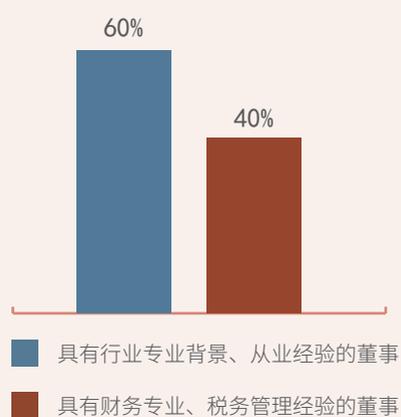
## 学历多元化



## 年龄多元化



## 专业背景多元化



## 监事会

公司根据《中华人民共和国公司法》《监事会议事规则》以及《公司章程》的规定，规范选举公司监事，明确监事会职权并使其独立运作。公司监事会认真履行职责，对公司重大事项、财务状况以及董事、高级管理人员履行职责的合法合规性进行监督，充分维护公司、股东、员工等利益相关方的合法权益。公司监事会由3名监事组成，其中职工监事1名，其中女性监事占比100%。

## 报告期内：

监事会会议举行次数 **4** 次；共审议通过议案 **15** 项。



## 薪酬管理

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《公司章程》及公司《薪酬管理制度》等有关规定，结合公司经营规模等实际情况并参照行业薪酬水平，建立公平合理、绩效导向的薪酬福利体系。董事、高级管理人员的薪酬由董事会薪酬与考核委员会审议，监事的薪酬由监事会审查。

### 报告期内：

全体董事、监事、高级管理人员实际获得的税前报酬，共计 **791.57** 万元（税前）。

采取津贴制，按月平均发放。

在公司任职的非独立董事根据其担任的具体管理职务，按公司相关薪酬标准与当年绩效考核情况领取薪酬。

独立董事

非独立董事



高级管理人员

监事

制定薪酬方案在公司任职的高级管理人员根据其担任的具体管理职务，按公司相关薪酬标准与当年绩效考核情况（工作能力、履职情况、KPI 指标完成情况等）领取薪酬。

在公司任职的监事根据其担任的具体管理职务，按公司相关薪酬标准与当年绩效考核情况领取薪酬，不再另行领取监事津贴。



## 内部控制

### 内控体系建设

公司依据《企业内部控制基本规范》《企业内部控制应用指引》《企业内部控制评价指引》等相关法规，结合公司实际情况制定了《内部审计制度》等内部控制制度，建立完善覆盖整个生产经营过程的内部控制管理体系，规范内部控制工作。

#### 业务控制程序

公司建立了完整的业务控制程序，将公司长期发展战略与现阶段主营业务发展目标控制相结合、明确岗位权限与职责分工，实现相关业务管理及运作部门的相互独立与制衡，确保公司各类业务的授权与审批、业务规程与操作程序、岗位权限与职责分工、应急与预防等措施运行有效。

#### 财务管理控制

为建立健全财务管理控制，规范公司会计核算，提高会计信息质量，确保财务报告合法合规、真实完整，保护投资者及其他利益相关者的合法权益，公司制定了《朗姿股份有限公司会计手册》《固定资产管理制度》《会计报告及合并报表》《朗姿医美财务管理度汇编》等制度，规范了公司财务收支的计划、执行、控制、分析预测等工作。在日常工作中，公司各部门严格按照财务内部控制制度进行操作，定期检查和评价资金活动，不断优化内部控制效果。

#### 基础制度建设

公司持续完善内控基础制度，涉及对涵盖了对外担保、对外投资、关联交易、信息披露等关键业务流程，针对各业务板块，制定了包括《朗姿医美机构医疗安全检查标准》《朗姿时装供应商准入及考核标准》《朗姿医美供应商管理规范》《终端店铺管理制度》等内控制度辅助规范指导。报告期间，公司根据政策法规更新与业务发展需求，修订了《关联交易实施细则》等制度。

#### 信息系统控制

公司运用信息技术手段辅助协助内控体系的有效运行，确保员工能够理解和执行公司政策和程序，相关信息能够实现有效传达。主要的信息系统控制包括 OA 系统、财务系统、SEM 智慧营销平台、LQS 品质管理平台、ADM 品宣管理平台、EMR 电子病历管理系统等。报告期间，朗姿股份信息系统应用控制领域的关键系统控制活动设计 / 执行有效。

## 内部审计管理

为加强内部控制的评价管理工作，公司形成了以独立董事、董事会审计委员会、监事会为指导，审计部为执行层的内部监督管理体系。公司制定《内部审计制度》等内控制度，明确内部审计机构和其他内部机构在内部监督中的职责权限，对监督过程中发现的内部控制缺陷，能及时分析缺陷的性质和产生的原因，提出整改方案，并采取适当的形式及时向董事会、监事会或者管理层报告。此外，公司定期对各子公司进行专项审计，对下属服装店铺和医美机构开展稽核与专项检查，进一步加强公司内控建设以及内控制度的有效实施，提高公司经营管理水平和风险防范能力。

### 报告期内：

公司不存在财务报告、非财务报告内部控制重大缺陷、重要缺陷。

全年完成医美板块审计项目 **10** 个，追回损失约 **136.21** 万元，审计问题按期整改率 **100%**。

## 内部控制培训

公司重视营造企业的合规文化建设，加强内部控制培训及学习。有针对性地面向不同的业务板块的员工开展合规培训，以提高风险防范意识，提升了风险识别与预防能力，强化合规经营意识，确保内部控制制度得到有效执行，切实提升公司规范运作水平。

### 报告期内：

公司组织开展相关风险及合规意识培训，内容包括各类违规违纪办法、总段店铺管理等制度学习，总培训时长 **10** 小时，

**580** 人次参与。

## 税务管理

朗姿股份严格遵守《中华人民共和国税收征收管理法》《中华人民共和国增值税暂行条例》《中华人民共和国企业所得税法》等相关法律法规，持续优化税务管理，并根据最新的业务实质、业务流程以及税收政策及时更新税务操作规范；通过信息化手段统计核算应纳税额，确保公司按时、足额缴纳税款，降低纳税风险。公司建立税务风险内部沟通机制，确保税务部门与业务部门之间的信息畅通，及时传递税务风险信息，协同应对税务问题。同时加强与税务机关的沟通与协作，及时了解税法变动，争取税务机关的理解与支持，共同防范和化解税务风险。

### 税务风险管控

#### 建立风险清单

基于公司运营地的税务检查、税法变动、行业特点等因素，制订增值税、企业所得税、个人所得税、印花税等的税务风险清单，明确潜在风险点及其影响程度。

#### 动态风险评估

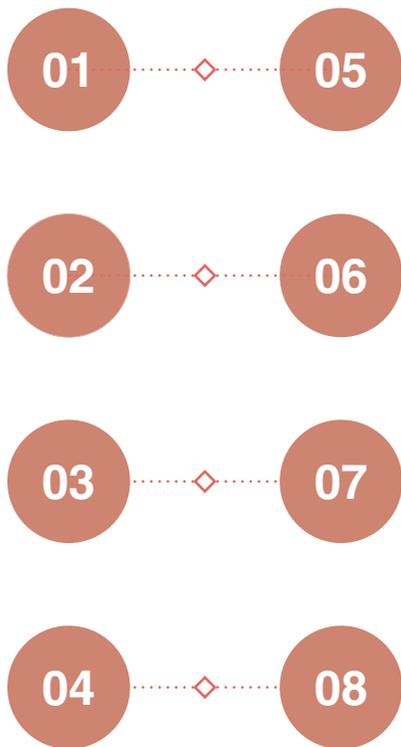
利用风险评估模型，结合财务数据、业务运营情况，对风险清单进行动态更新与量化评估，确定风险等级，优先处理高风险事项。

#### 制定自查计划

根据税务常规检查领域，制定自查计划，明确自查范围、重点、时间表。

#### 实施深度自查

针对税务高风险领域，如关联交易定价、税收优惠适用、发票管理等，进行深度自查，确保所有税务处理均符合税法规定。



#### 快速响应机制

一旦发现税务风险或违规行为，立即启动快速响应机制，包括风险报告、紧急会议、制定应对方案等，确保问题得到及时控制。

#### 整改与跟踪

对于自查中发现的问题，制定详细的整改计划，明确整改措施、责任人与完成时限。同时，建立整改跟踪机制，确保整改措施得到有效执行，风险得到彻底消除。

#### 审计评估监督

定期组织内部或外部审计机构对子公司进行税务审计、税务风险评估，复审自查与整改效果，确保税务风险管控措施的有效性。

#### 税务团队建设

积极跟踪国家各项税务政策变更，并及时组织相关员工进行政策学习和培训，提升税务风险意识与应对能力，预防税务风险的发生。

## 保护投资者利益

### 信息披露管理

公司依据证监会及深圳证券交易所《股票上市规则》《上市公司自律监管指引》等相关法律法规的要求，制定《朗姿股份有限公司信息披露管理办法》，确保信息披露真实、准确、及时、公平、完整，不断提高信息披露质量，切实保护投资者合法权益。

公司在深圳证券交易所网站、《证券时报》、巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上刊登公司公告和其他需要披露信息，并在公司官网设置了投资者关系专栏，同步公司重要公告，通过官方、权威渠道确保投资者及其他利益相关方可以准确、方便地获取公司相关的重要信息。

#### 2024 年关键绩效：

**4** 份  
披露定期报告

**90** 份  
披露临时公告

**B** 级  
信息披露评级

报告期间，未收到因信息披露而遭受的处罚。

### 投资者关系管理

为加强和投资者沟通，提升公司透明度，公司制定《朗姿股份有限公司投资者关系管理制度》，谨遵六大管理原则：“充分披露信息原则”“合规披露信息原则”“投资者机会均等原则”“诚实信用原则”“高效低耗原则”“互动沟通原则”，建立了多渠道、多层次的投资者关系管理体系。

公司通过电话、邮件以及互动易平台积极回复投资者关心的问题，切实保护投资者特别是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。

#### 报告期内

**7** 场次  
投资者接待次数

**69** 次  
互动易回复次数

常通过邮箱收悉大量邮件，并以电话予以回复。



## 风险管理

报告期内，

公司共完成 **47** 家医美机构的日常稽核，**40** 家服装店铺的突击稽核

公司未发生重大风险事件

为有效降低风险事件的发生，公司根据财务数据和运营情况制定风险评估指标，定期对可能存在风险的流程或者店铺进行定期抽查和审计，将财务数据波动较大或不合理的机构 / 店铺作为重点检查对象。报告期内，公司核查出 24 家店铺共 75 人存在红线违规行为并做处罚。

### 风险管理体系

#### 风险管理体系

为有效提高公司风险管理水平，保障公司的持续稳定的发展，由审计委员会统筹管理，审计部为主责部门，制定《合同审查风险清单》等制度，规范项目管理风险，持续建立全面风险管理机制，加强风险控制。

报告期内：

报告期内，公司未发生较大及以上风险事件。

#### 信誉风险管理

公司始终遵守相关法律法规，维护良好的信用状况，报告期内，公司征信情况良好，信贷方面无不良信用记录；债券市场主体评级为 AA，债务评级为 AAA。

## 恪守商业道德

### 反商业贿赂

朗姿股份严格遵循《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》以及《朗姿员工违规违纪责任追究办法》《朗姿终端店铺管理制度》《朗姿终端违规事项积分规则》《朗姿医美员工违规违纪责任追究办法》等内部制度，对行贿、受贿、舞弊、利益输送等违反商业道德的行为持零容忍态度。公司明令禁止员工以任何形式或名义收取、索要回扣、礼金、报酬、返利等现金、实物、有价证券或其他财产性利益，禁止就获取该类利益达成合意、接受承诺安排及款待等行为。

公司向员工及合作伙伴开放商业贿赂举报渠道，并明确对举报人信息严格保密，严禁打击报复行为。同时，建立严格的信息隔离机制，切实落实举报人保护工作。



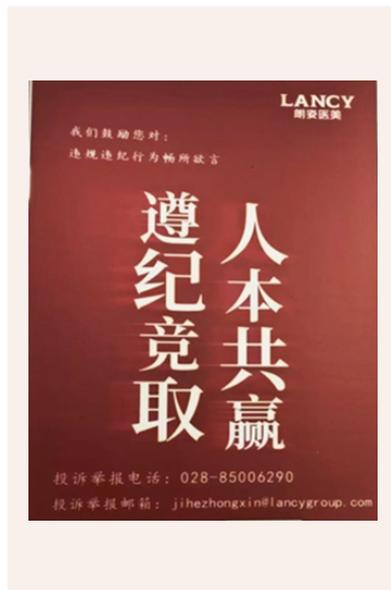
#### 举报途径

##### 电子邮件：

shenjibu@lancygroup.com  
xiaoshoujihe@lancygroup.com  
jihezongxin@lancygroup.com

##### 电话：

010-53518800-8015  
18515569179  
028-85006290



### 反不正当竞争

朗姿股份坚守公平、信任、开放的道德准则，严格遵循《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，始终以合规、正直、诚信为经营基石，积极营造清朗的商业环境。同时，为保障公司与供应商在采购业务中的合法权益，朗姿股份与供应商签订《阳光协议》，坚决杜绝不正当竞争行为。报告期内，医美板块《阳光协议》签订率达 100%，服装板块签订率为 100%

#### 报告期内：

公司未发生任何与不正当竞争相关的违规事件，合规管理水平持续提升。



# ESG 关键绩效表

类别	指标	单位	2024 年
治理	营业收入	亿元	56.91
	归母净利润	亿元	2.57
	股东大会召开次数	次	5
	股东大会审议议案	项	20
	董事会召开次数	次	13
	董事会审议议案	项	42
	监事会召开次数	次	4
	监事会审议议案	项	15
	三会审议未通过议案数量	项	0
	审计委员会召开次数	次	8
	审计委员会审议议案	项	18
	提名委员会召开次数	次	1
	提名委员会审议议案	项	1
	薪酬与考核委员会召开次数	次	1
	薪酬与考核委员会审议议案	项	2
	女性董事人数	人	2
	女性董事占董事总人数比例	%	40
	独立董事人数	人	2
	独立董事占董事总人数比例	%	40
	披露定期报告	份	4
	披露临时报告	份	90
	投资者接待次数	次	7
	互动易回复次数	次	69
	机构调研次数	次	7
	反腐败培训覆盖率	%	100
	反不正当竞争相关违规事件	件	0

类别	指标	单位	2024 年
社会	研发投入	万元	10,861.52
	研发人员	人	194
	研发人员占比	%	3.33
	研发投入占营业收入比例	%	1.91
	累计有效专利数	个	190
	累计商标数	项	404
	累计论文发表数	篇	98
	论文发表补贴	元	53,544
	医师授课补贴	元	339,800
	数据安全泄露事件	件	0
	客户隐私泄露事件	件	0
	敏感数据加密覆盖率	%	100
	信息安全培训	%	100
	因安全或健康理由需回收的产品	项	0
	客诉回应率	%	100
	客诉平均回应时长	小时	服装 24 小时 医美 <72 小时
	客诉平均解决时长	小时	" 服装线上 24 小时、线下 72 小时 医美线上 24 小时、线下 48 小时 "
	客户满意度评分	分	" 服装板块 96 分 医美板块 95 分 "
	产品合格率	%	100
	产品和服务相关的安全与质量重大责任事故	件	0

类别	指标	单位	2024 年
社会	产品召回比例	%	0
	供应商总数	家	2,534
	国内供应商	家	328
	海外供应商	家	51
	国内供应商本地化比例	%	100
	本地化采购比例	%	100
	年度审查供应商	家	50
	可持续认证供应商数量	家	74
	可持续认证供应商比例	%	20
	阳光协议签订率 (服装板块)	%	100
	阳光协议签订率 (医美板块)	%	100
	员工总数	人	5,831
	女性员工数量	人	4,809
	男性员工数量	人	1,022
	硕士及以上员工数量	人	176
	本科员工数量	人	1,868
	专科及以下员工数量	人	3,787
	35 岁及以下员工人数	人	3,705
	36 岁至 55 岁员工人数	人	2,084
	56 岁以上员工人数	人	42
生产人员	人	319	
销售人员	人	2,741	
技术人员	人	660	
财务人员	人	188	
行政管理人员	人	716	

类别	指标	单位	2024 年
社会	医生及医护人员	人	1,207
	兼职岗位人员（灵活就业）	人	567
	女性员工比例	%	82.4
	高级管理者中女性占比	%	58
	中级管理者中女性占比	%	60
	少数民族员工比例	%	6
	残疾员工比例	%	0.24
	员工流失率	%	4.1
	劳动合同签订率	%	100
	社会保险覆盖率	%	100
	员工活动	场	458
	员工体检覆盖率	%	100
	员工培训覆盖率	%	92
	员工培训总投入	万元	89.82
	员工培训总时数	小时	137,473
	员工人均培训时数	小时 / 人次	13.28
	高级管理层受训占比	%	80
	高级管理层培训时数	小时	955
	中级管理层受训占比	%	94
	中级管理层培训时数	小时	8,036
	新员工培训时数	小时	6,098
	新员工受训占比	%	98
	员工关怀基金投入	万元	31.12
	困难员工帮扶人数	人	97
	重大环境和安全生产事故数	件	0
	员工职业健康体检比例	%	100
	作业场所职业病发病率	%	0
	员工工伤保险投入	万元	81.4
	保障安全生产资金总投入	万元	48.3
	员工工伤事故伤害人数	人	<0.1%

类别	指标	单位	2024 年	
	因工伤损失工作天数	天	135	
	员工工伤事故亡故比率	%	0	
	安全应急演练	次	308	
	重大事件应急演练	次	253	
	心肺复苏演练	次	52	
	安全演练参与总人数	人	5,435	
	安全培训总人数	人	2,699	
	安全培训总场次	场	180	
	安全培训覆盖率	%	>90	
	劳动争议案件	件	7 件, 已结案 3 件	
	助力乡村振兴投入	万元	6.01	
	公益慈善总投入	万元	2,510	
	累计“耳再造”公益慈善减免	万元	900+	
	累计打造真耳朵	只	475	
	环境	绿色包装材料投入	万元	1,312
		可持续采购比例（绿色包装）	%	69
		绿色原材料采购金额	万元	8,114.5
废水排放总量		吨	36,789	
废水排放强度		吨 / 百万元 营收	6.465	
氮氧化物排放量		吨	107	
硫氧化物排放量		吨	3.21	
颗粒物排放量		吨	1.50	
有害废弃物排放总量		吨	61.9	
有害废弃物排放强度		吨 / 百万元 营收	0.011	
无害废弃物排放总量	吨	52.94		

类别	指标	单位	2024 年
环境	无害废弃物排放强度	吨 / 百万元 营收	0.009
	回收再利用的废弃物占比	%	8.38
	综合能源消耗总量	吨标煤	1,356.84
	综合能源消耗密度	吨标煤 / 百万元营收	0.238
	综合能源消耗量下降率	%	11.40
	汽油消耗量	升	74,000
	天然气消耗量	标准立方米	393,354
	外购电力	千瓦时	2,879,239
	总耗水量	万吨	35,604
	总耗水密度	吨 / 百万元 营收	6.26
	温室气体排放总量	吨二氧化碳 当量	3,849.26
	范围一：温室气体排放量	吨二氧化碳 当量	1,017.12
	范围二：温室气体排放量	吨二氧化碳 当量	2,832.15
	温室气体排放密度	吨二氧化碳 / 百万元营收	0.676
	“三废”排放达标率	%	100
	因环保事件而受到的处罚次数	次	0
	重大污染事故 / 环境事故	次	0
	环保培训覆盖率	%	90
环保培训总人数	人	185	
环境隐患整改合格率	%	100	

# 对标索引表

报告章节	深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）	全球报告倡议组织《GRI Standard 2021》
关于本报告	第六条	2-3/2-4/2-22
<b>走进朗姿</b>		
公司信息	/	2-1
公司文化	/	/
业务布局	/	2-2/2-6
数说朗姿	第二十四条、第三十五条、第三十八条、第四十二条、第四十七条、第五十条、第五十三条	201-1
企业荣誉	/	/
<b>可持续发展治理</b>		
ESG 治理	第十二条	/
ESG 风险管理	第十二条	/
可持续发展目标	第十九条	/
议题重要性评估	第五条、第九条、第五十三条	3-1/3-2/3-3
<b>绿色低碳、共护生态</b>		
应对气候变化	第二十一条、第二十二条、第二十三条、第二十四条、第二十五条	2-23/201-2/305-1/305-2/305-4
完善环境管理	第三十条	2-23
强化污染防治	第二十七条、第三十条、第三十一条	303-2/303-4/306-1/306-2/306-3/306-4
提升资源管理	第三十四条、第三十五条、第三十六条、第三十七条	301-2/301-3/302-1/302-3/302-4/302-5/303-5
打造绿色产品	第二十条	416-1/417-1

守护生物多样性	第三十二条	304-2/304-3
<b>匠心品质，客户至上</b>		
产品与服务治理	第四十七条	2-23/2-25/2-26/2-28/416-1/416-2/417-1
坚持研发创新	第四十二条	203-2
遵守科学伦理	第四十三条	2-23
信息安全与数字化治理	第四十八条	2-27/418-1
完善供应链管理	第四十五条、第四十六条	2-25/204-1/308-1/414-1
<b>以人为本，赋能社会</b>		
保障员工权益	第四十九条、第五十条	2-7/2-23/201-1/201-3/401-1/401-2/401-3/402-1/404-1/404-2/405-1/406-1
职业健康与安全	第四十九条、第五十条	2-23/201-1/403-1/403-2/403-3/403-4/403-5/403-6/403-7/403-9/403-10
支持乡村振兴	第三十九条	201-1/415-1
履行社会责任	第四十条	201-1/203-1/413-1/413-2/415-1
<b>合规治理，决策至远</b>		
完善公司治理	第九条、第十二条、第五十二条	2-9/2-10/2-11/2-12/2-13/2-15/2-16/2-19/2-20/207-1/207-2
恪守商业道德	第五十五条、第五十六条	2-23/2-26/205-2
ESG 关键绩效表	第六条	/
对标索引表	第五十七条	/

**LANCY**

环境、社会及公司治理  
(ESG)报告

朗姿股份有限公司

LANCY CO.,LTD