南极电商
NANJIDS.COM

南极电商股份有限公司

2024年度社会责任报告

证券代码：002127

证券简称：南极电商

2025年4月

关于本报告

报告编写依据

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

报告范围

南极电商股份有限公司及合并报表范围内公司。

时间范围报告时间范围为2024年1月1日-12月31日，部分内容因对比需要适度延伸至2024年以前。

报告数据

来源报告中数据均来自公司正式文件和统计报告。

称谓说明

为方便表述和阅读，南极电商股份有限公司（以下简称“南极电商”或“公司”）

联系方式

南极电商股份有限公司

地址：上海市杨浦区江湾城路99号尚浦中心3号楼9-10楼

目录

01 企业简介

02 投资者保护

03 客户关系与消费者保护

04 职工权益保障

05 环境与持续发展

06 公共关系与公益

CONTENTS

01

企业简介

1.1 公司介绍

南极电商
NANJIDS.COM

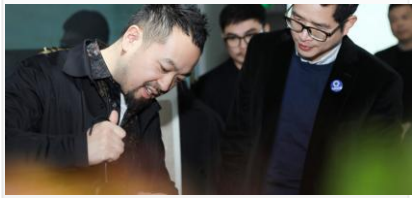
南极电商股份有限公司前身为南极人，成立于1998年，总部位于上海。

公司证券简称：南极电商，股票代码：002127。

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

1.2 2024年度南极电商大事记

2024年1月



南极人陆续与英国高士和YKK等签署战略合作协议

2024年1月

时间互联正式成为苹果业务线流量代理商

2024年2月

南极人正式官宣品牌代言人谢霆锋

2024年9月

南极人正式推出轻奢系列产品

2024年12月

上海环球港南极人线下快闪店盛大开业

1.3 南极电商获得的荣誉

01

品牌电商优秀企业

02

2024中国上市公司英华奖

03

2024同花顺上市公司年度评选最具人气上市公司 TOP 100

04

行业优秀企业 百家好(上海)时装有限公司

05

促消费贡献突出企业

1.3 南极电商获得的荣誉

时间互联公司优质的内容创作和运营能力得到了媒体和客户的高度认可，也获得了各项荣誉包括“金远奖社会化营销类金奖”、“IAI传鉴国际广告奖效果营销/ROI优秀奖”、虎啸奖数智营销类优秀奖”、“金鼠标数字营销大赛效果营销类银奖”、“金梧奖私域营销类银奖”、“金梧奖场景营销类铜奖”、“金梧奖私域营销类铜奖”、“W.AWARDS金网奖效果投放优化铜奖”等。连续7年获得艾米奖最佳合作伙伴，多次小米广告效果代理商优秀市场团队称号，媒体营销案例赛最佳案例，小米营销精英服务团队演练赛年度最佳营销组合，vivo优秀代理商，vivo最佳服务奖，vivo最佳销售奖。

1.4 公司品牌矩阵

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

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

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

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

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

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

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

更多品牌

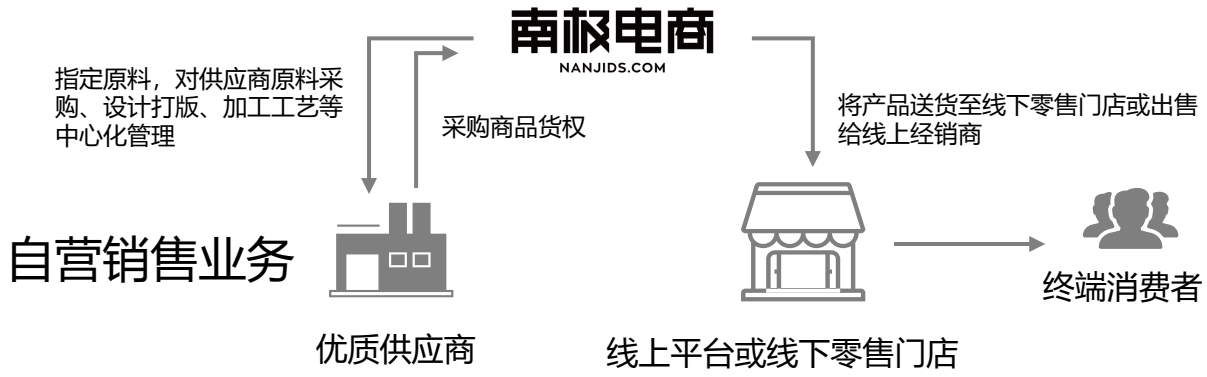
1.5 战略升级

大单品
打造具有质价比的明星产品

里程碑
提升产品供应链和销售渠道品质，重塑品牌形象

可持续
实现可持续的品牌发展

1.6 自营销售打造第二增长曲线



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

02

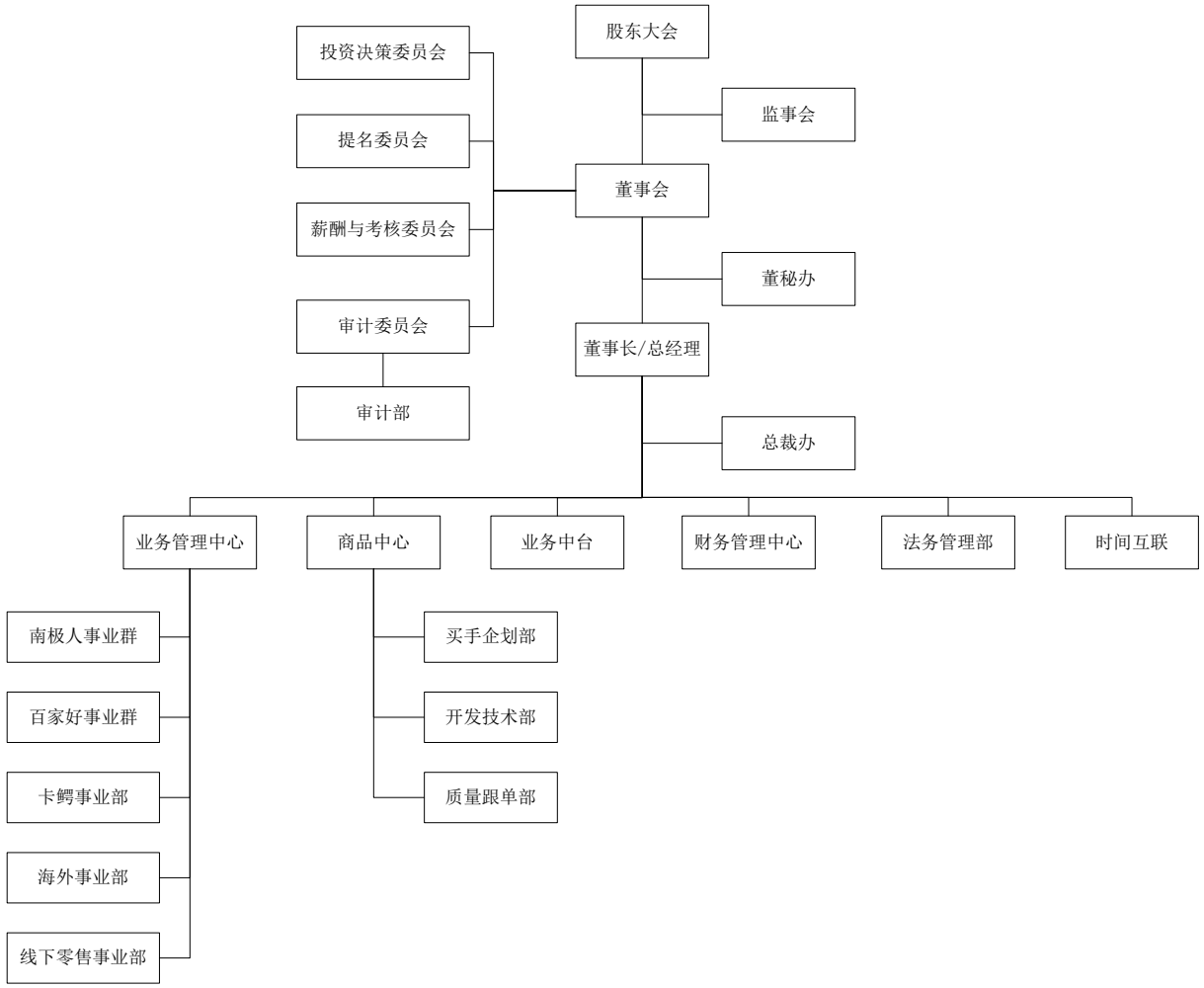
投资者保护

2.1 治理体系

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

截至报告期末，公司治理中股东大会、董事会、监事会、管理层在内的公司治理结构及内部管理，充分确保权力机构、决策机构、监督机构、经营层之间权责明确、运作规范、互相协调制衡，切实保障全体股东和债权人的合法权益。符合中国证监会发布的有关上市公司治理的规范性文件的要求。

公司今后将持续强化公司治理工作，建立公司治理的长效机制，更好地完善内控制度建设，加强执行力度，为公司持续、健康、稳步发展夯实基础。



2.2 规范运作

2024年，公司共召开7次董事会，6次监事会，2次股东大会。公司全体董事严格按照《公司章程》以及相关法律法规的规定，以诚信、勤勉、尽责的态度，依据自己的专业知识和能力对董事会审议的议案作出独立、客观、公正的判断，依法行使权利并履行义务。

报告期内，公司依法进行了董事会、监事会换届选举，并聘任了新一届高管团队。

会议	董事会	审计委员会	投资决策委员会	薪酬与考核委员会	提名委员会	监事会	股东大会
召开情况	7次	8次	2次	2次	2次	6次	2次

2.3 信息披露

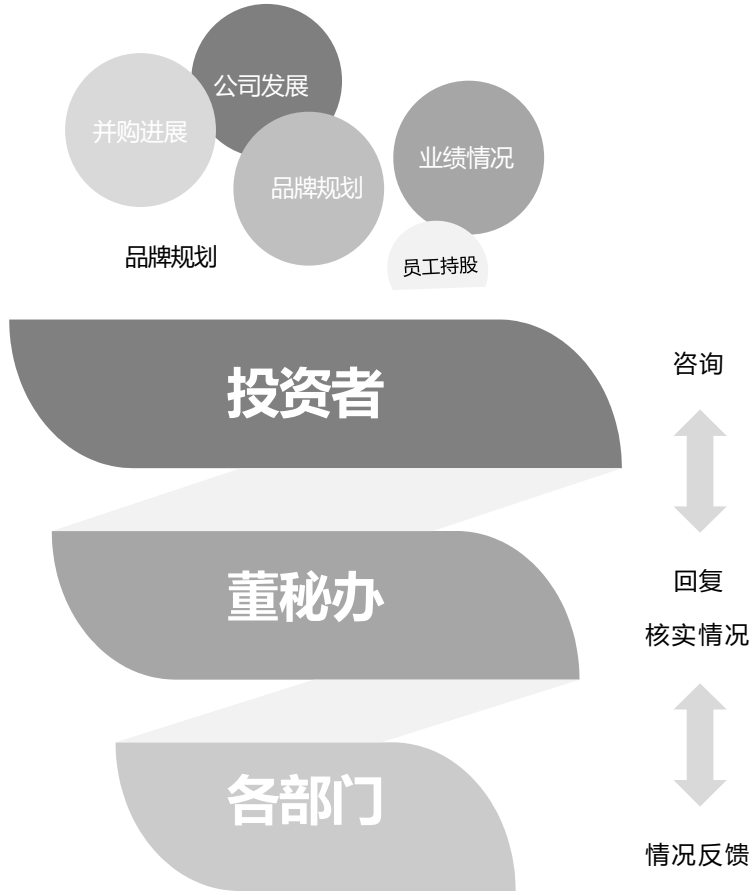
公司根据各级监管机构发布的《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》、《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第5号——信息披露事务管理》等规定，制订了《公司信息披露管理制度》、《公司重大信息内部报告制度》，为规范公司的信息披露行为，确保公司信息披露内容的真实、准确、完整，切实维护公司、股东及投资者的合法权益，公司组建了重大信息报告网络，董事长是公司信息披露的第一责任人，公司董事会秘书为公司的投资者关系管理负责人，公司证券部负责投资者关系管理的日常工作。

国务院《关于进一步提高上市公司质量的意见》指出，提升信息披露质量是提高上市公司质量的重要举措之一，新《证券法》实施，对信息披露工作提出更高要求。报告期内，公司严格遵守《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》等法律法规的有关规定，结合公司实际情况，真实、准确、完整、及时地发布会议决议、重大事项、定期报告等公告。忠实履行公平、公正、公开地向全体投资者披露信息的义务，客观的反映公司情况，确保投资者及时了解公司重大事项，最大程度地保护投资者利益。2024年公司对外发布包括年度、半年度、季度报告、临时报告、换届选举、法律意见书等信息披露公告共90份，信息披露及时、准确、合规。

2.4 投资者关系

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

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



答复各类问题
共400余条

2024年,公司举办了2023年度业绩说明会、参加苏州上市公司投资者集体接待日活动多次组织投资者调研活动、参加券商策略会等;

共披露投资者调研活动记录表13份;

通过深交所互动易平台,答复各类问题共400余条,有效增强了公司透明度。

2024年度，券商研究所针对公司的深度研究报告共计发表1篇

公司经营情况收到市场及投资人的广泛关注;

于2024年获得同花顺上市公司年度评选最具人气上市公司TOP 100

03 客户关系与消费者保护

3.1 良好的信用体系与稳定的合作关系

通过20多年的经营，公司与优质的供应商、经销商等产业链合作伙伴建立了持续稳定的合作关系，与产业带的工厂都形成了良好的联系。公司通过数据赋能对供应商生产的产品进行资源推荐、研发设计、流量管理、数据分析与应用等指导，帮助其打造爆款，实现从低频到高频的转变，降低库存，提高资金周转率，帮助工厂实现低成本的转型，走出订单不稳定、贷款难、压库存、转化不高的困境，建立了良好的信用信任体系，形成了护城河。

随着消费者对商品价值与精神价值的更高追求，公司逐步探索出符合自身发展，与客户共赢的转型道路，广泛获得了客户的认可与支持，在共同价值观及创业理念的驱动下，公司与头部客户建立了更稳健、可持续的合作关系。

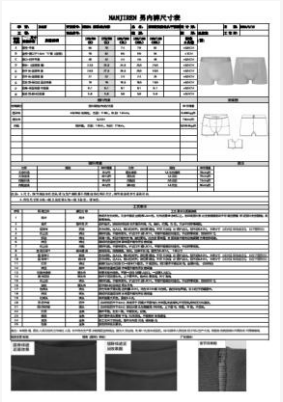
3.2 负面清单管理机制

针对不规范使用商标辅料、商品质量问题、侵犯第三方知识产权行为等影响品牌价值的负面清单，公司全面升级合规检查体系，引入第三方公证机构，对稽查全流程进行公证，此举旨在通过公证机构的客观监督与技术赋能，实现稽查数据的不可篡改性与全链路追溯，以此来帮助部分授权供应商及授权经销商提升产品质量要求的意识和尊重知识产权意识，尊重消费者，回馈社会，建设可持续的产业供应链，形成健康、有序及良性的市场竞争。

随着公司业务转型，公司进一步强化负面清单管理，基于可持续经营与合作的考量，大量优化持续存在负面清单事项的客户，持续强化授权合作的负面清单稽查。

3.3 商品质量控制

公司采取事业部自行稽查、巡查、业务中台抽查以及委托第三方机构等多种方式并行，严格把控产品质量及商标规范使用，为消费者提供优质的产品，保护消费者利益，注重加强与供应商、经销商的沟通与合作，实现互惠共赢。公司穿透产品研发、品控、商品企划各个环节，以积极的心态接纳消费者对品牌的良好期待和要求，秉持好货不贵的理念，我们以消费者体验为核心构建品质管理闭环，持续提升品控标准。对于不符合产品质量要求的供应商公司会处以罚款、清退等处置方式。



- 2024年，公司加大了稽查力度，共发起**79**轮抽查，抽检**5088**件商品，涉及**7**个品牌。
- 对于出现异常后要求异常客户立即进行整改。持续不符合公司规范的客户，24年底全部清退处理，共计**2008**家

3.4 售后服务

- 通过数字化管理，优化质量管理工作，全程参与到合作供应链的准入、运营、退出工作中，通过建立客户评分、店铺评分、商品评分、行业评分和竞品评分等服务体系，对供应链质量管理工作进行服务输出
- 未来，将进一步通过引入权威、专业第三方检测机构、科研院所，对工厂从原材料到成品商品的全生产流程进行质量管控指导、检测及监管
- 公司已设立专岗负责消费者投诉、咨询和反馈相关工作，官方客服热线400-700-5880，消费者提供相关材料后，公司及时进行后续处理。
- 对于线上售后，公司规定涉及平台投诉的，24小时内必须处理，需及时整改，不得出现类似情况的售后问题，如不及时处理，将会面临现金罚款处罚
- 针对线下门店，公司亦设置了有效的退换货机制，为线下业务发展提供保障

04 职工权益保障

4.1 企业文化和价值观

公司自成立以来，始终坚守着帮助中国优质制造业持续成功为使命，为中国家庭提供高性价比的产品和服务为目标，重视并加强企业文化建设，积极履行企业社会责任。在追求经济效益、保护股东利益的同时，积极维护公司债权人及员工的合法权益，诚信对待供应商、客户，积极创建和谐的企业发展环境；同时，坚定成为世界级消费品巨头和最佳雇主，与员工、客户、股东利益共享。

企业文化

极文化

极职业

对工作心存敬畏，对 情绪管理有道

极努力

持续思考， 持续高效， 举一反三

极用心

以善为本， 用同理心 实现共情

极坚持

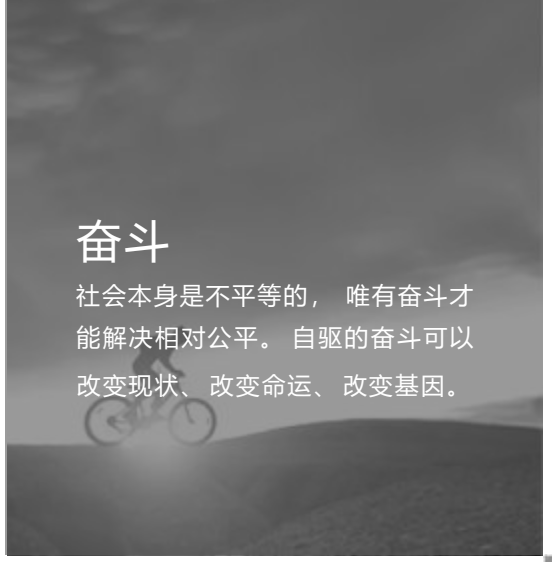
坚持做好一件事， 养成好习惯

4.2 南极价值观

公司坚守“奋斗、 互助、 结果、持续、分享和美好”的价值观，秉持让每个人变得更美好、让社会变得更美好的初心，为员工提供创业、成长的优质平台，实现人生价值与梦想；

为产业链合作伙伴提供综合化、数字化的服务，为其高效运转持续赋能，帮助供应链中、小企业实现价值最大化。

在企业文化的润养之下，公司蓬勃发展，实现经济效益与社会效益双赢，为股东创造最大价值。



奋斗

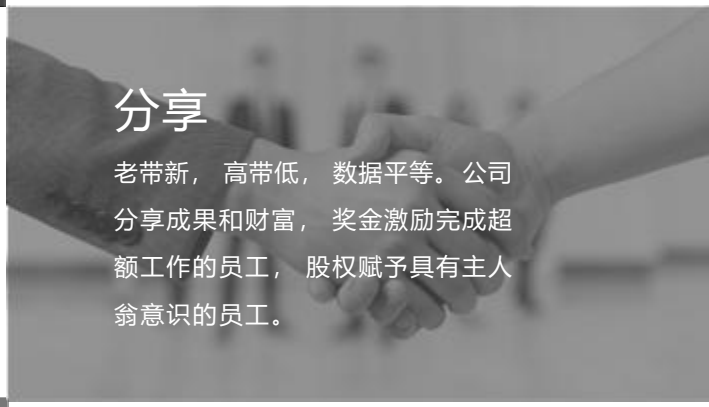
社会本身是不平等的， 唯有奋斗才能解决相对公平。 自驱的奋斗可以改变现状、 改变命运、 改变基因。

美好

初心美好， 用最大善意帮助客户和员工， 让每个人变得更好、社会变得更好。 工作与生活皆是修行， 同行是战友， 严苛要求彼此， 共赴美好彼岸， 离开是朋友， 互相祝福。

持续

今天的成功是明天最低的标准。 不断设定更高的目标， 持续完善进步。



分享

老带新， 高带低， 数据平等。公司分享成果和财富， 奖金激励完成超额工作的员工， 股权赋予具有主人翁意识的员工。

互助

主动帮助别人， 一群人可以走远。 坦诚面对短板与不足， 主动求助， 整合资源把每一件事做到出色。

结果

管理自己， 影响他人。 管理自己， 影响结果。

4.3 用工制度

公司建立人才招聘、评估、培训、激励等一系列人力资源管理制度，严格遵守《劳动法》、《劳动合同法》、《社会保险法》等法律相关规定，切实维护员工的合法权益。公司依法与员工签订劳动合同，为员工提供健全的社会保险福利，保障员工享有劳动权利和履行劳动义务，促进劳资关系的和谐稳定。公司秉承“公开、公平、公正”的人员招聘制度，对人员的招聘和录用采用双向选择的原则，择优提拔内部干部。通过一系列针对性的发展体系以及全面的福利措施，提升员工归属感与幸福感。

4.4 薪酬福利

在薪酬管理方面，公司秉持“对外具备竞争力，对内确保公平性”的原则，采用领先于市场水平的薪酬策略。薪酬体系基于岗位价值、员工绩效及基本保障等多维度设计，确保薪酬与员工贡献紧密关联。公司特别注重对核心技术人员、管理人员及优秀员工的激励。

在福利体系上，公司从健康保障、日常关怀、节日活动、家庭关爱及特别纪念五大维度，精心设计了15项福利政策，充分发挥非现金激励的作用。此外，公司还根据员工司龄及个人贡献，将其纳入员工持股计划，进一步增强归属感与积极性。

回家不赶路

春节新增2天“安心路途假” 在春节法定假期基础上，额外增设2天全薪“路途假”，不占用年假额度。 员工获得感 - 异地员工返乡平均通勤时间从容延长，避开“抢票焦虑”高峰期； - 2024年春节假期后准时返岗率达99.2%，较往年提升15%。

孝心不缺席

“父母家书”生日礼传递双向关怀 - 员工父母生日当月，公司寄送定制贺卡+健康礼盒（如智能血压仪、智能灯等）； - 全年送达152份礼物，附带董事长签名信：“感谢您为南极电商培养了如此优秀的员工，他（她）是您的骄傲，也是我们最大的自豪。”

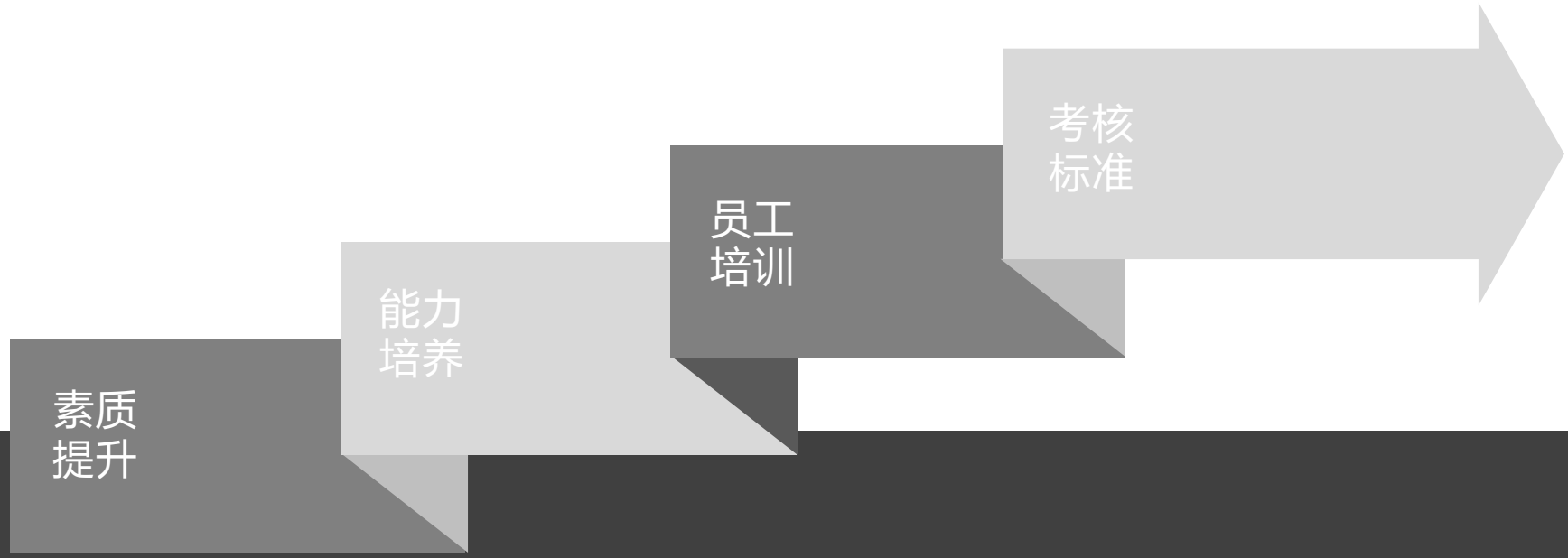
晚归有保障

22:00后打车报销“安全守护计划” - 工作日22:00后离开公司，可凭打车发票享受全额夜间通勤补贴 - 全年累计为加班员工报销836次，覆盖85%的部门

4.5 培养体系

为适应公司业务的快速发展，全面提升员工的专业能力、职业素养及领导力，确保公司人才储备与业务需求同步增长，公司围绕业务类别和岗位性质建立了立体化、分层分级的员工培养体系，设计了多元化的培训项目，涵盖新员工入职培训、专业技能提升、办公软件应用、领导力发展等多个领域，并通过线上与线下相结合的灵活方式，确保培训的广泛覆盖与高效实施。同时不断加强对企业文化建设和传承，通过企业文化打造企业核心竞争力，支撑企业战略的实现与业务目标的达成。

公司高度重视员工的职业发展规划。在人才发展管理上，构建了管理、专业双条线的发展通道，通过明确不同层级人才的招聘、培训和考核标准，不仅打开了员工发展通道，也有助于实现人才管理的精细化，确保每一位员工在公司能做到人尽其才、才尽其用、人事相宜，让员工对工作有成就感，对企业有归属感。



4.6 激励机制

一．公司形成了较为系统完善的员工绩效管理体系，评价机制符合并支持公司战略，客观、公正地评价管理干部及员工的工作表现和业绩情况。

二．员工的奖金直接与公司经营状况、员工所在部门的业绩以及其个人的绩效贡献密切相关，最大化保障员工的权益和福利。

三．公司建立的绩效考核的反馈、申诉及处理机制，每年开展员工绩效考核，并且考核覆盖所有全职员工，各级主管与员工进行反馈面谈。对于考核结果有异议的，按照考评方案直接向考评办公室提出申诉，公司会认真核实并予以答复，同时做好保密工作，确保考核的客观、公正。

四．同时，公司进一步建立、健全长效激励机制，通过实施第四期员工持股计划，稳定人才队伍、提高团队积极性和主动性。

02 03 04 05 06

01

4.7 丰富的活动

公司作为与员工沟通的平台，主动倾听员工心声，反映员工诉求，开展各种员工关怀活动和文体活动，提升员工对公司的认同感和归属感，提升员工的凝聚力，公司定期组织员工进行年会、团建、节日庆祝等活动，也开设公司专门的休息区，帮助员工有效缓解工作压力。

公司始终秉持“以人为本”的理念，通过多样化的员工关怀活动和丰富的文体活动，不断提升员工的认同感、归属感和凝聚力，让每一位员工都能感受到公司的关怀与支持。员工在感受到公司关怀的同时，也能以更饱满的热情投入到工作中，推动公司整体目标的实现。我们相信，只有员工幸福，公司才能持续发展，最终实现员工与公司的共同成长与共赢。

05 环境与持续发展

5.1 环境与持续发展

上市公司及其子公司不属于环境保护部门公布的重点排污单位。

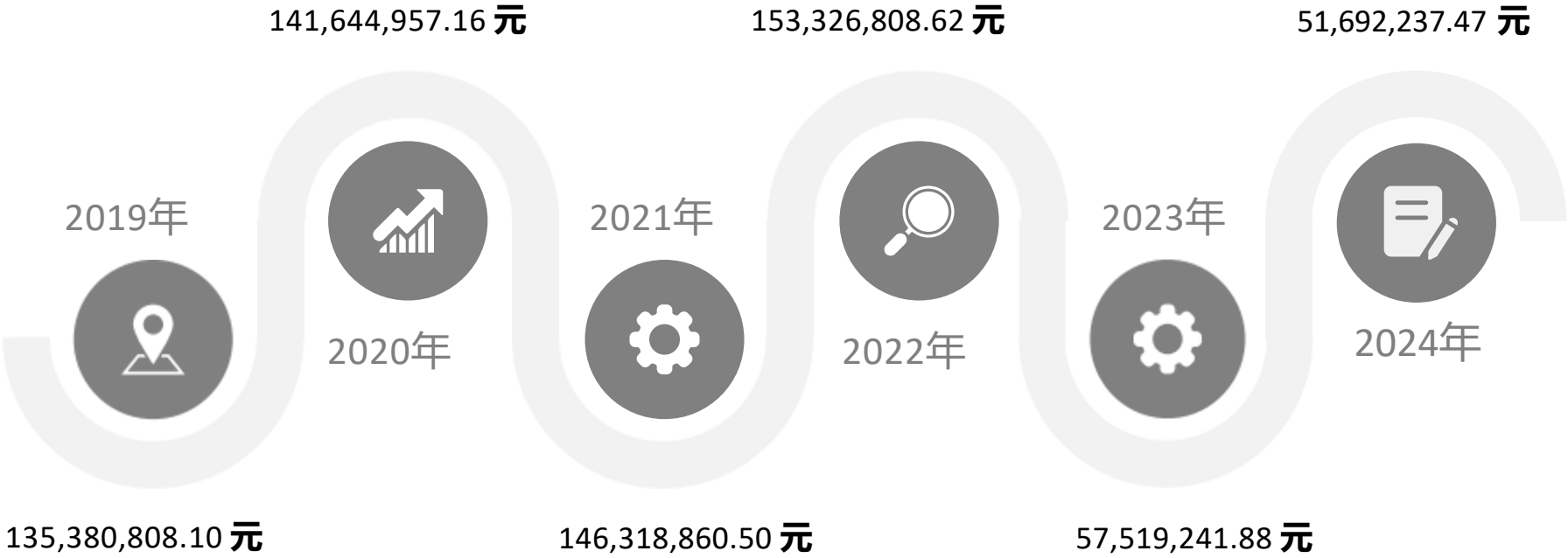
公司积极响应中央有关“碳达峰”、“碳中和”的工作安排以及要求，积极践行绿色办公文化，鼓励员工增强责任意识和环保意识，通过办公软件“钉钉”、OA系统等渠道积极推进无纸化办公进程，降低能源资源消耗。在办公区域使用LED节能灯具，倡导节能照明、节电节水、垃圾分类，全公司办公范围均为无烟区域，在公共区域均张贴了禁烟标志，全面推进办公和公共场所禁烟；同时在办公区域内布置绿植，为员工营造舒适的办公环境。

06

公共关系与公益

6.1 纳税

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



6.2 分红

已累计发放11.79亿

2024年度拟向全体股东每 10股派发0.4元

公司坚持以投资者为本，诚实守信，依法合规，在实现稳健经营的同时，按照《公司章程》制定的利润分配政策进行现金分红。公司自重组上市以来，已累计现金分红达11.79亿元，充分兼顾了公司当前发展与长远规划的关系，积极维护了中小股东的权益。2024年度，公司拟向全体股东每10股派发现金红利0.4元（含税），共派发现金红利98,194,816.12元。未来将继续落实长期、稳定、可持续的股东价值回报机制。

6.3 公益

企业的发展离不开社会的支持，公司充分回应社会需求，通过慈善捐赠等多种形式参与社会公益事业，积极回报社会。

2024年11月，子公司发起“一块做好事-公益捐衣”活动，为四川阿并洛古乡的孩子们募捐服装。

愿景

成为世界级消费品品牌公司

使命

帮助中国优质制造业持续成功

THANK YOU