



海澜之家集团股份有限公司
HLA GROUP CORP., LTD.

地址: 江苏省江阴市华士镇
邮编: 214421
传真: 0510-86126877
电话: 0510-86121071
电子邮箱: 600398@hla.com.cn
公司网址: <http://www.hla.com>
<http://www.hla.com.cn>

曾舜晞
海澜之家青春代言人



2024

HLA GROUP CORP., LTD. SOCIAL
RESPONSIBILITY REPORT

HLA GROUP

海澜之家集团
2024年社会责任报告

CONTENTS

目录

前言

关于本报告	01-02
董事长寄语	03-04
走进海澜之家	05-08
企业发展历程	09-10

可持续发展管理

可持续发展治理	11
利益相关方沟通	12-14
重要性议题分析	15-16
年度荣誉与认可	17-18

01

稳健治理 构筑发展之基

治理结构与运作机制	21-22
股东权益保护与投资者关系	23-24
风险管理	25
商业道德	26

02

绿色智造 共创低碳未来

应对气候变化	29
资源消耗	30
循环经济	31-32
环境合规管理	32

03

国民品质 打造可持续消费生态

产品质量控制	35
客户权益保障	35-38
创新驱动与知识产权保护	39-43
责任供应链	44

04

以人为本 共建美好社会

劳工权益	47-50
人才培养	51-53
健康与安全	54
社会贡献	55-56

附录

报告指标索引	57
读者意见反馈	58



关于本报告



报告简介

本报告是海澜之家集团发布的第八份企业社会责任报告。上一份报告于2024年发布，本报告的发布周期为一年，与往年报告保持一致。本报告展示了海澜之家集团2024年度在环境、社会和治理等关键领域的管理实践与绩效成果，呈现公司在可持续发展道路上的探索与进展。

为增强报告的可比性和完整性，本报告部分内容超出上述时间范围。



报告范围

本报告的**组织范围**为海澜之家集团股份有限公司及其子公司，若具体数据范围与报告范围存在不一致，均会在正文中注脚说明。



编制标准

本报告参照以下国际、国内权威ESG标准进行编制：

- 全球报告倡议组织 (GRI) 可持续发展报告标准
- 可持续发展会计准则委员会 (SASB) 发布的行业可持续发展会计准则
- 国际可持续准则理事会 (ISSB) 发布的《国际财务报告可持续披露准则第1号》（可持续相关财务信息披露一般要求）
- 《国际财务报告可持续披露准则第2号》（气候相关披露）
- 中国社会科学院《中国企业可持续发展报告指南》(CASS-ESG 5.0)
- 上海证券交易所《上市公司自律监管指南第4号——可持续发展报告编制》
- 中华人民共和国国家标准化管理委员会，中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局《社会责任报告编写指南(GB/T 36001-2015)》



数据来源

本报告所披露的数据来源包括：

- 海澜之家集团内部相关统计
- 公开披露数据
- 第三方调查、政府部门、专业机构的公开数据



称谓说明

为方便表述和阅读，本报告中：

- “海澜之家集团股份有限公司”统一简称为“海澜之家集团”
- “海澜之家集团”在报告中亦可简称为“公司”、“企业”、“集团”或“我们”



报告获取

本报告以简体中文与英文版本发布，且支持公开下载，您可以在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）下载本报告的电子文本。

如简体中文版与英文版存在差异，以简体中文版为准。历年相关报告及数据，可在以上渠道查询获取。



免责声明

本报告依据海澜之家集团运营所在地的法律法规及公司发展战略编制，内容基于截至报告期内的企业社会责任绩效，所涉数据和信息来源可靠。本报告仅供利益相关方参考，不构成任何投资建议，亦不应取代读者的独立判断。如报告内容与法定披露文件存在不一致，以法定披露文件为准。报告中可能包含基于当前经营状况作出的前瞻性陈述，实际结果可能因风险因素或不可抗力而产生差异，海澜之家集团不对因使用本报告信息所引发的任何误解或损失承担责任。

HLA
GROUP

董事长寄语：

步履不停 向新而行

过去十年，海澜之家集团始终坚定不移地走品牌服饰发展道路。我们不因循成规，不断打破思路，打造特色鲜明的服饰品牌，提升服装产业链效率，探索服饰零售新模式。十年来，我们步履坚定，路越走越宽，这要感谢一路上每一位海澜人的付出和所有合作伙伴们的支持。

是我们所有人的共同努力，让海澜之家稳居男装龙头地位，市场份额连续10年保持第一¹；打造云服5G智慧工厂和智慧供应链，率先实现行业的数智化转型；以近6,000家实体门店及众多线上平台，贯通形成全域零售新生态；让海澜之家在2023年成为首个入选“品牌强国工程·领跑品牌”的服装品牌。

展望下一个十年，我们将以“聚焦品牌，拥抱全球，普惠生活”为方针，以“做世界一流、中国领先的品牌服饰零售集团”为目标，从优秀到领先，从独行到同行，不止于打造深受人们喜爱和信赖的品牌，更输出自身优势能力，与全球优秀品牌深度合作，探索品牌管理和服饰零售新可能，实现新十年的新跨越。

2025至2030年是实现这一新跨越的关键阶段，因此我们提出“2025 - 2030年战略升级计划”，聚焦以下战略方向：

一、聚焦服装主业，创新品牌管理与零售

保持心流状态，专心服装本业。持续强化品牌运营、供应链管理和渠道运营的综合能力，实现服装主业的长期有效增长。从衣开始，为更多人打造美好生活方式。

为满足人们的多元需求和个性表达，海澜之家集团已孵化出海澜之家、海澜团购定制、OVV、黑鲸等深受消费者喜爱的品牌，覆盖男装、女装、职业装等服装细分领域。未来我们还将持续投入品牌建设，不断创新产品，让更多人喜欢上我们的品牌。

此外，我们还将携手合作伙伴，根据不同城市的消费需求，精选优质大牌和商品打造“品牌服饰集合店”，持续探索服装零售新可能。

二、拓宽品牌版图，双向链接中国与世界

从自有品牌孵化向品牌深度合作延伸。我们将加强和全球优质品牌深度合作，构建多元品牌矩阵。过去三年里，我们已经和海德、阿迪达斯建立起战略合作伙伴关系，分别在品牌运营、供应链管理和渠道运营上展开深度合作。

一个人走得快，一群人走得远。未来我们将持续扩大朋友圈，引进更多优质的国际品牌，为消费者带来更多样化的选择。

从引进来到走出去，国际化是我们品牌版图拓展的另一重要板块。我们将扎根东南亚、辐射亚太、着眼全球，秉持“在当地，为当地”的态度深耕海外市场。如今我们已覆盖新加坡、马来西亚、泰国、越南、菲律宾、肯尼亚、老挝、马尔代夫等地区，接下来还会继续开拓中东、中亚、澳洲的市场。

三、普惠品质生活，满足人们的美好追求

追求美好生活，是所有人的内心向往，实现他们的追求，是我们的立意和使命。我们要回归零售本质，通过强大的供应链及渠道整合能力，以物美价优的优质商品让更多人拥有品质生活，满足人们对美好生活的向上追求和现代社会的高质量发展。

我们从去年起和京东强强联合，依托双方的资源优势，打造京东奥莱，为成长型城市的消费者提供更具质价比的大牌正品购物选择和便捷购物体验。从服饰、轻奢、运动户外到鞋鞋，让更多消费者在“家门口”就能轻松体验和购买到全球大牌好货。未来我们还将拓展到更多城市，拉近人们与美好生活的距离。

在“聚焦品牌，拥抱全球，普惠生活”的2030方针引领下，海澜之家集团将持续以服装为原点，为优质品牌赋能，与合作伙伴共担当，双向链接中国与世界，让更多人享有美好的生活方式。初心如此，未来亦如此！

服装为本，大美生活。2025，让我们步履不停，向新而行！

董事长：周立宸

数据源于：证券时报 (<https://wap.egsea.com/detail/article?id=1769694>)

走进海澜之家

企业文化：“坚持以服饰为原点，创意生活之美”

公司概况

海澜之家集团是中国大型服饰生活零售集团，业务包括自主品牌运营、国际品牌代理、团购定制以及京东奥莱等业务。公司旗下拥有多个自主品牌，包括主品牌“海澜之家 (HLA)”、女装品牌“OVV”、潮流品牌“黑鲸 (HLA JEANS)”、婴童品牌“英氏 (Ye eHoO)”等；在国际品牌合作方面，公司独家代理奥地利运动品牌HEAD (海德) 的中国区业务，独家授权代理阿迪达斯FCC系列产品在中国大陆的零售业务。此外，公司还开展职业装定制业务“海澜团购定制”。2024年，公司与京东合作推出“京东奥莱”业务，通过多品牌、全渠道持续扩大市场份额，强化市场竞争力。公司主要品牌及业务的情况如下：



海澜之家 | HLA

海澜之家品牌，首创于2002年，长期以来，坚持做令消费者放心、有陪伴感的国货品牌，为20-45岁的男性提供时尚设计、优质产品、人性化衣着体验，以亲切、深入人心的“国民品牌”形象屹立市场。

我们始终坚信好的服饰是有生命力的，不止于助力赋能个人的舒适体面，更是对中国每个平凡又不凡的个体独特自我价值的相信与肯定，因此秉承适人体、优人态、合人需、达人意的产品哲学，持续提升包容覆盖度、迭代设计专业度、紧随当代需求变化、提升洞察共情力，创造有生命力的服饰，服务每个人的光采。

OVV

OVV

OVV成立于2017年，致力于以“不费力的高级感”为专业的独立女性打造摩登衣橱。基于“人衣合一”的理念，发扬诚实有价值的实用主义，融合设计感、风格化与适用性，由内向外，为当代女性创造价值。

走进海澜之家



黑鲸 | HLA JEANS

作为集团旗下简潮时尚男装品牌，黑鲸始终致力于探索当代青年态度，秉承着“与众不同”的精神理念，以“社群文化 × 生活乐趣”为品牌焦点，渗透不同文化圈层，和中国年轻人共创潮流生活新方式。旗下产品线分为基础百搭“Me^{it}”系列、潮流品质“Cool^{it}”系列、乐趣专属“联名”三大系列，用以满足年轻群体不同生活状态下的需求，打造简潮、品质、科技及高性价比的时尚美学。



英氏 | YeeHoO

英氏YeeHoO现为集团旗下自有高端婴童生活方式品牌，自1995年创立以来，专注0-6岁婴幼儿高品质生活及成长所需用品，从改良第一件现代哈衣开始，一直坚持采用全球精选面料与国际领先的制造技术，更携手国际顶尖母婴品牌在国内打造一站式高端婴童集合店，得到三代妈妈的口碑认证。

品牌秉承“纯、柔、净、美”的产品哲学，坚守婴幼儿A类标准，15重严格质检，持续“有价值的设计”。产品覆盖婴童内衣、外服、童床、床品、车椅、鞋帽袜、洗护等全品类，培养出五大核心竞争力：取材自天然优质原料、适合中国宝宝的亲适体感体型、严苛高于国标的工艺及质检标准、启蒙美好价值的设计理念、甄选国际好物达成战略合作，在行业内拥有稳固的占有率和市场地位，收获了国内外众多行业知名、消费者认可的重要奖项。



HEAD | 海德

作为有着70余年历史的竞技运动品牌，HEAD以旗下一流的运动员为核心资产，凭借深厚的历史积淀、纯正的专业运动血统、前沿的精工科技与工艺技术，成为滑雪、网球等多项竞技运动领域中众多世界冠军的指定装备供应商。

集团将持续打造从网球和滑雪两大品牌基因出发的专业运动线产品及从场上到场下的全旅程服饰装备，满足从专业赛级运动员到运动爱好者对运动生活中各场景服饰装备的需求，支持和助力他们感受运动的魅力、突破自我局限，为他们提供取胜所需的一切。

阿迪达斯FCC零售业务

阿迪达斯FCC (Future City Concept) 业务是阿迪达斯中国与公司共同推出的针对新兴市场的全新产品线，该产品线定位于为消费者提供更高性价比的产品。公司通过控股子公司斯搏兹品牌管理(上海)有限公司(以下简称“斯搏兹”)独家授权代理阿迪达斯FCC系列产品在中国大陆的零售业务。

海澜团购定制业务



作为中国服装团购业务领跑者，海澜团购始于上世纪90年代，专注于团购业务二十余年。通过持续关注职场需求与个性化体验，汇聚海澜之家集团多品牌专业基因，以兼具匠心与智能制造的产品，为职界精英打造全能衣橱，为行业创造高标准的产品价值。海澜团购采用自主生产经营模式，为金融、通信、交通、能源、政府机构、教育及其他企事业单位提供个性化的服装产品，产品涵盖男女式西服、西裤、马甲、裙子、衬衫、茄克、大衣、风衣、羽绒服、冲锋衣等全品类服饰，尤其以“精品西服”、“精品免烫衬衫”、“成衣免烫衬衫”等为代表的拳头产品颇受市场青睐。

京东奥莱业务

京东奥莱是公司与京东合作推出的城市奥莱业态，主打“大牌低价”的策略，在线下开设“京东奥莱”折扣店，旨在让消费者在身边就可以购买更高性价比的大牌正品。

项目主要经营运动户外、男女装、儿童、轻奢及美妆等品类。门店汇聚了包括耐克、阿迪达斯、彪马、安德玛、亚瑟士、北面等运动户外品牌，蔻驰、MCM等轻奢品牌，迪奥、纪梵希、雅诗兰黛、SK-II、CPB等美妆品牌，以及知名男女装等品牌。

企业发展历程



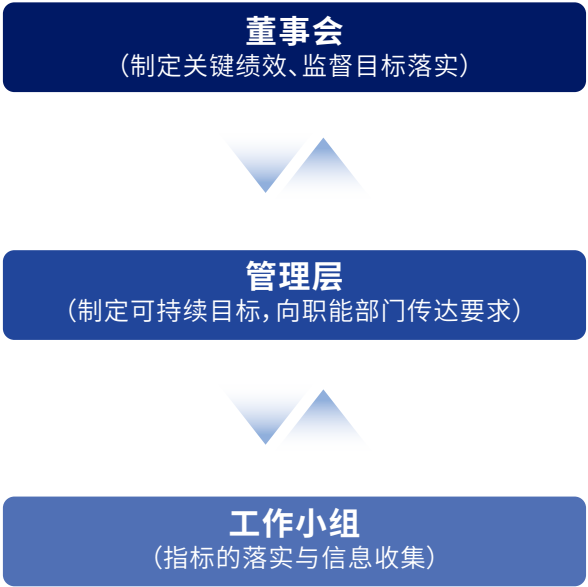
可持续发展管理

海澜之家集团将可持续发展视为企业在新时代保持竞争力与社会价值的核心要务，致力于在经营策略和内部治理中充分体现ESG（环境、社会、治理）理念。为更好地协调与落实各项ESG工作，公司建立了相对独立且高效运作的可持续发展治理体系，保证可持续议题在内部管理流程中得到充分关注。

可持续发展治理架构

公司构建了自上而下、权责明确的可持续发展管理体系，确保可持续理念嵌入公司战略。董事会为公司可持续发展的最高管理机构，负责审议公司整体可持续发展战略、重要目标及重大议题，确保公司发展方向与可持续发展战略要求相一致。管理层作为战略执行核心，统筹推进各项可持续发展任务的落地实施，并对关键绩效指标进行监督与跟踪。工作小组依据战略目标与管理层部署，结合本部门职责制定计划，落实在日常运营与管理中，实现责任闭环与持续改进。

该体系强化了战略规划、组织保障与执行力之间的协同关系，为公司可持续发展战略的稳步推进提供有力支撑。



可持续发展战略

海澜之家集团始终致力于建设更加系统化和前瞻性的可持续发展战略, 注重将环境与社会因素与企业的财务表现深度融合，识别并管理对公司价值创造、风险控制和长期稳健运营具有关键影响的议题。面向未来, 集团将进一步把可持续发展理念融入品牌战略与日常经营管理之中，围绕“聚焦品牌，拥抱全球，普惠生活”的总体方针，构建覆盖全价值链的环境、社会与治理（ESG）管理体系，不断提升在可持续发展方面的整体表现和行业引领力。

环境方面	集团将依托5G智慧工厂和数字化供应链能力，持续优化资源使用效率，减少能耗和排放负担。重点方向包括可持续产品的开发应用、节能降耗技术的引入，以及运营环节的绿色转型。
社会责任方面	集团将强化员工发展体系，保障劳动权益与健康安全。同时，结合“全域零售”布局，拓展社区共建与公益合作项目，推动高性价比产品覆盖更多地区，扩大普惠消费对社会福祉的积极作用。
治理方面	集团将完善ESG管理机制，进一步明确可持续发展工作职责，增强风险识别和应对能力，健全合规管理和商业道德体系，提升企业运营的韧性与稳健性。

利益相关方沟通

海澜之家集团深知，与多元主体保持有效、顺畅的沟通，是提升可持续价值的重要渠道。为此，公司通过多种方式识别利益相关方的期望与关切，并在经营决策及ESG管理中回应。

利益相关方识别与主要沟通渠道

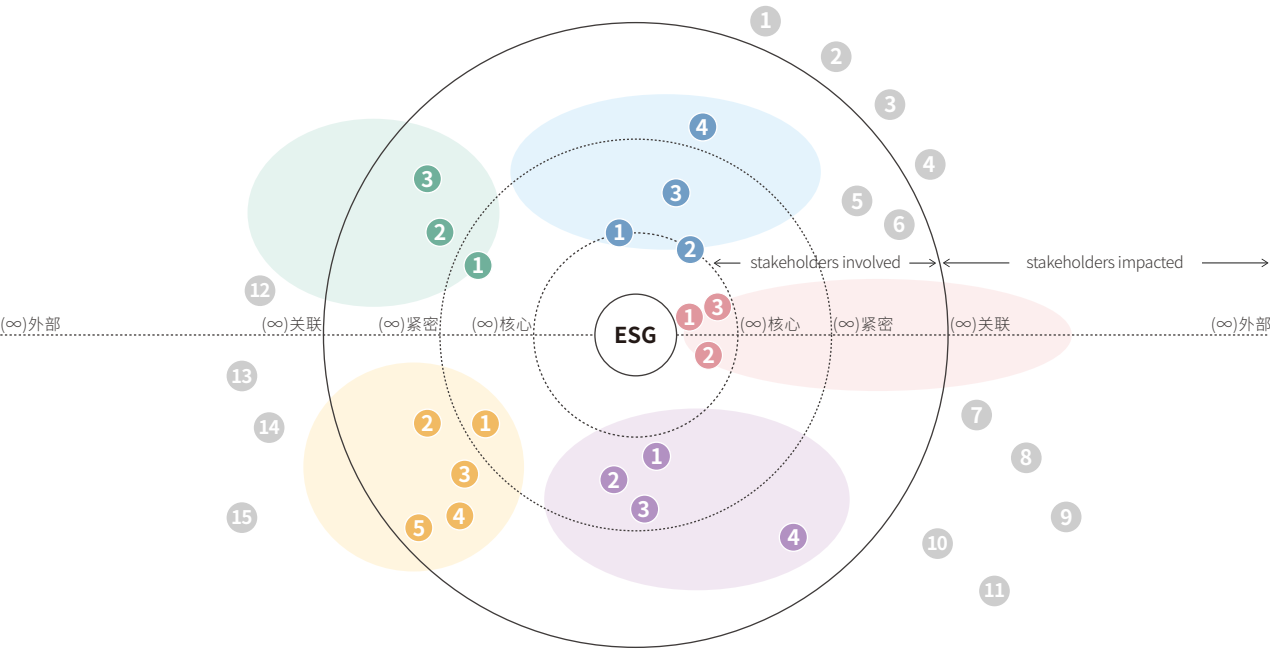
公司长期以来将主要利益相关方分为：政府与监管机构、股东与投资者、客户（消费者）、员工、供应商与加盟商、社区与社会公众、媒体等。

利益相关方	期望与诉求	沟通渠道	公司反馈与行动
 政府与监管机构	• 合规经营 • 税收遵从 • 环保与节能减排	• 政府调研 • 政策座谈会 • 提交合规报告	及时响应监管新规，规范公司治理
 股东与投资者	• 公司治理 • 财务绩效 • 风险管理 • 信息披露	• 年度/临时股东大会 • 业绩说明会	公告经营数据及ESG绩效，保持沟通渠道畅通
 客户（消费者）	• 产品品质与安全 • 服务体验 • 环保责任	• 售后服务热线 • 线上社交平台 • 满意度调查	根据顾客及消费者反馈升级产品与服务
 员 工	• 薪酬福利 • 职业发展 • 安全健康 • 企业文化	• 员工代表大会 • 内部论坛 • 与问卷调查 • 部门会议	制定培训与激励政策，建立与公司发展相符合的用工制度与薪酬体系
 供应商与加盟商	• 合作稳定性 • 社会与环境责任 • 交付质量	• 供应商评估与辅导 • 联席会议 • 实地考察与审计	建立供应商评估考核机制，行业沟通与合作公平公正公开招标

利益相关方沟通

利益相关方	期望与诉求	沟通渠道	公司反馈与行动
 社区与社会公众	- 社区参与 - 公益慈善 - 环境保护 - 就业支持	- 公益活动 - 地方合作项目	公示公益行动成果，积极参与地方公益与公共事务
 媒 体	- 公司新闻报道 - 社会责任项目 - 行业影响力	- 新闻发布会 - 记者采访 - 公司公告	及时发布公司重大进展与ESG举措，提高公众与媒体对企业责任形象的认知

海澜之家
ESG利益相关方地图



股东及投资者	- 机构投资者: 基金公司、证券公司、保险公司。 - 战略合作伙伴投资者: 与业务直接相关的投资方。 - 个人投资者: 中小股东、企业员工持股计划参与。
客户及消费者	- 线上消费者: 电商平台购物用户、社交媒体引流用户。 - 个人消费者: 一二线城市消费者、三四线城市消费者及其他。 - 机构客户: 企业团购客户、行业客户 (如酒店、制服供应)。 - 海外客户: 出口市场客户、海外分销商。
员工及工会	- 高级管理层人员 - 技术专家与工程师: 产品研发、供应链优化、信息技术支持等专业人员。 - 中层管理人员: 各业务部门负责人、区域经理。 - 基层员工: 工厂生产人员、仓储物流人员。
政府及监管机构	- 国家级监管机构: 市场监管总局、生态环境部等。 - 行业管理机构: 纺织服装行业协会、质量监督部门。 - 地方政府部门: 省级、市级、县级地方政府。
供应商及合作伙伴	- 原材料供应商: 面料供应商、辅料供应商。 - 物流与运输合作伙伴: 第三方物流公司、仓储服务提供商。 - 研发与技术合作伙伴: 高校科研院所、独立研发机构。 - 营销与传播合作伙伴: 广告公司、公关公司、品牌推广机构。 - 分销商与渠道合作伙伴: 区域经销商、线上电商平台。
其 他	- 社交媒体: 微博、微信公众平台、抖音。 - 主流媒体: 全国性报纸、电视台、门户网。 - 环境与可持续发展媒体: 专注于环保与社会责任的媒体平台。 - 行业专业媒体: 纺织服装行业杂志、商业评论。 - 工厂周边社区居民: 关心企业对环境影响的直接受体。 - 消费者权益保护团体: 专注消费者权益的非盈利组织。 - 高校与研究机构: 可持续发展研究中心、环境保护研究所。 - 行业智库: 专注行业趋势政策研究的咨询机构。 - 物流与供应链联合会: 中国物流与采购联合会、国际供应链协会。 - 纺织行业协会: 中国纺织工业联合会、地方纺织服装协会、中国轻工业联合会。 - 当地居民社区: 工厂或门店所在区域的居民委员会、社区志愿者组织。 - 经济学与管理学会: 企业管理学会、经济发展研究学会。 - 公益捐助机构: 慈善基金会、灾害救援协会。 - 环保非政府组织: 地方环保协会、全国性环保机构。 - 社会责任倡导团体: 公平贸易组织、职业安全与健康协会。

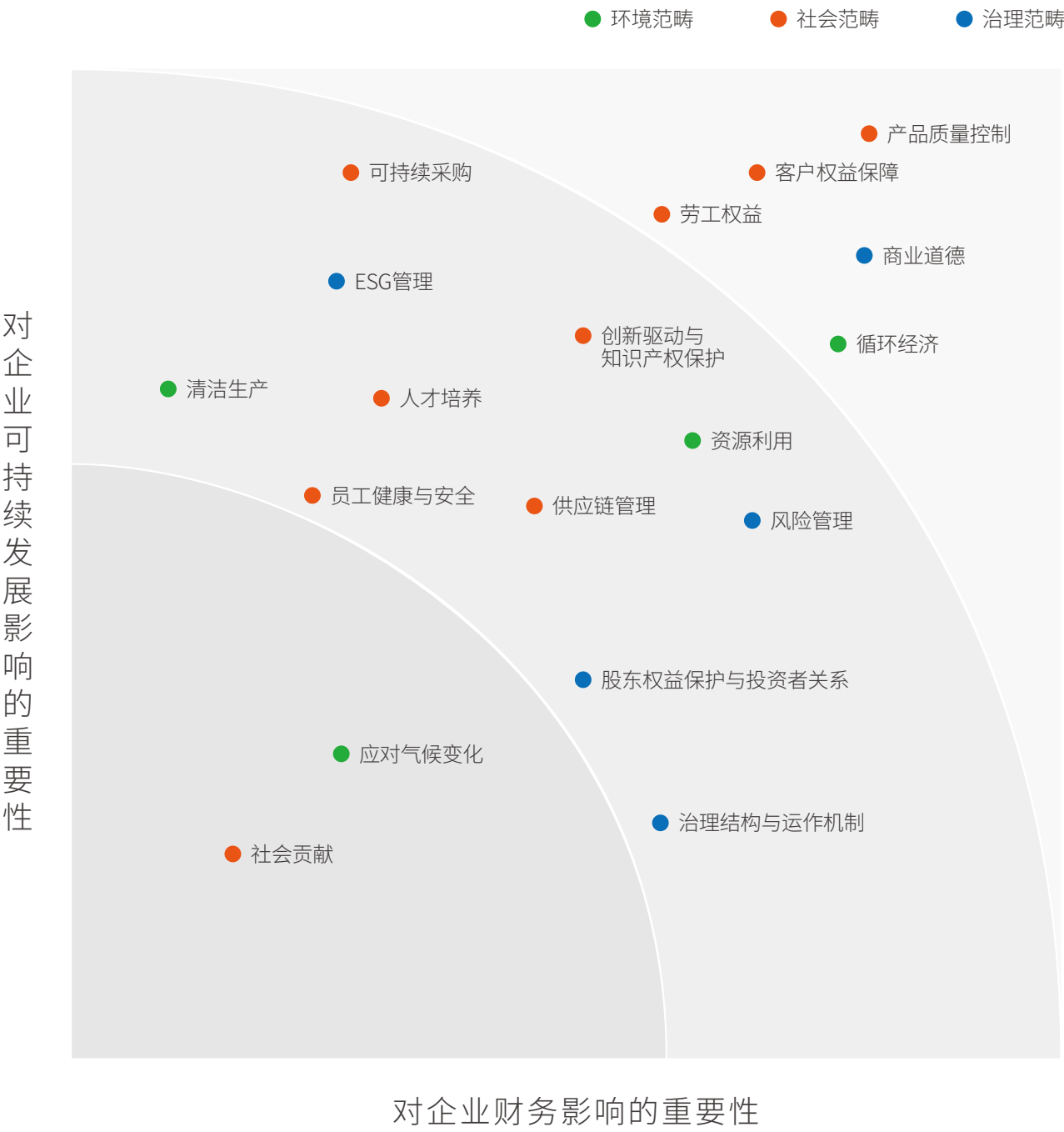
重要性议题分析

海澜之家集团使用“**双重重要性分析**”方法，在“对公司财务影响的重要性”与“对企业社会、环境影响的重要性”两个维度，对潜在议题进行系统排序与评估。公司参考了GRI、ISSB以及上交所《可持续发展报告指南》等标准，以确保分析方法的国际通用性与本土适用性。

分析流程与结果



海澜之家可持续发展重要性议题矩阵



年度荣誉与认可

荣誉名称	颁奖单位
国家级绿色工厂	工业和信息化部
卓越级智能工厂	工业和信息化部
2024工业和信息化质量提升和品牌建设典型案例 (HL- CEcqb模式推动服装生态级质量标准品牌建设)	工业和信息化部
2023工业互联网试点示范项目 (面向服装行业的网络集成创新应用试点项目)	工业和信息化部
2024中国纺织服装品牌竞争力优势企业	中国纺织工业联合会
中国纺织工业联合会科技进步二等奖 (服装数字多维度裁剪关键技术和产业化应用)	中国纺织工业联合会
中国纺联数字化转型单位名录	中国纺织工业联合会
2024中国服装行业科技创新重点推荐项目 (海澜云服智慧工厂工业互联网集成创新产业应用)	中国服装协会
2024中国职业装企业70强	中国服装协会
2024中国最具价值品牌500强	GYBrand全球品牌研究院
第九届樱桃大赏·年度童装品牌杰出表现大奖 (英氏YeehoO)	樱桃大赏评委会
第九届樱桃大赏年度颜值产品大奖 (英氏YeeHoO“P&P”系列)	樱桃大赏评委会
河南省教育装备博览会暨高等学校成果展一等奖及优秀设计师大奖 (海澜团购定制设计的“律动青春”、“桃李成蹊”系列校服)	河南省教育装备博览会
海澜之家连续三年入选央视总台“品牌强国工程·领跑品牌”	中央广播电视总台
第11届金麦奖“最佳影响力品牌奖”、 “效果营销类铜奖”	金麦奖组委会
2024年度标准化工作战略合作伙伴	全国服装标准化技术委员会
2024年度标准化工作先进单位	全国服装标准化技术委员会



01

稳健治理 构筑发展之基



本章节主要内容

公司治理结构与运作机制	21-22
股东权益保护与投资者关系	23-24
风险管理	25
商业道德	26

本章回应SDGs目标：



1.1

治理结构与运作机制

海澜之家集团认真遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》等法律法规，持续优化公司治理结构与运作机制，不断提高治理水平和决策效率。

2024年，公司对治理架构进行了系统性的评估与完善，重点制定了《海澜之家集团股份有限公司独立董事管理办法》《海澜之家集团股份有限公司委托理财管理制度》《海澜之家集团股份有限公司舆情管理制度》等关键制度文件，进一步强化独立董事管理、资金运作合规以及信息管理机制。同时，公司同步优化修订了董事会各专门委员会的实施细则，不断提升治理体系的规范化与专业化水平。

董事会、监事会与管理层的协同治理机制

公司始终高度重视董事会、监事会及管理团队的专业能力和运作效率，致力于构建科学、规范、高效的治理体系。

公司董事会成员具备法律、财务、战略管理、企业治理等多元专业背景，能够为公司发展提供专业的决策支持。截至报告期末，董事会共由9名成员组成，其中包括3名独立董事。各董事均具备丰富的行业经验与专业素养，确保公司在战略规划、风险管理和重大事项决策中具备多维视角和审慎考量能力。2024年度，董事会共召开会议7次，审议议案33项，涵盖公司发展战略、人事任免等关键议题，独立董事在过程中充分发挥监督和专业建议作用，保障决策科学性与合规性。

公司每三年进行一次董事会换届，并设有完善的提名与遴选机制，充分考虑候选人的行业经验、学历背景、能力结构，提升董事会的专业多样性与治理能力。公司认真遵循《海澜之家集团股份有限公司章程》，建立了清晰的董事会议事规则，确保会议前材料准备充分、决策过程规范透明，决议内容合法有效。

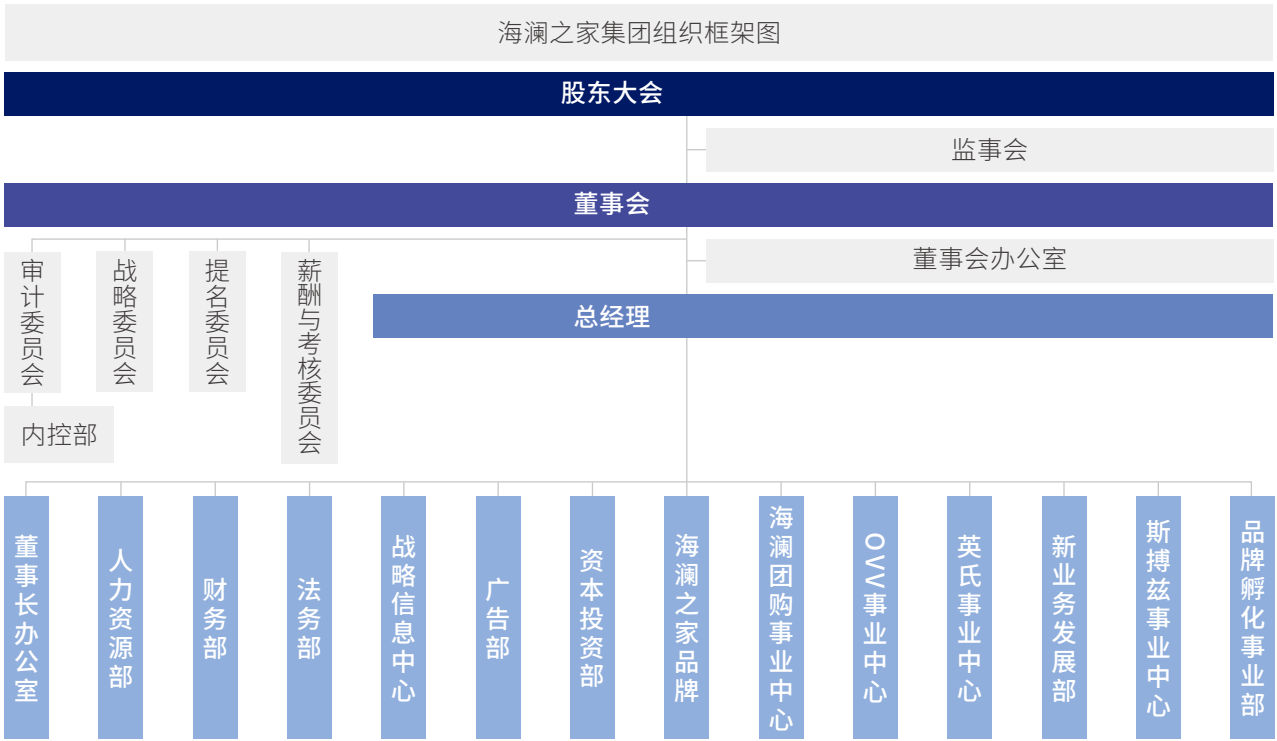
公司监事会依据法律、法规和《公司章程》赋予的职责，强化和落实监督检查职能，充分发挥监事会在上市公司治理中的作用。目前监事会由3名成员组成，其中包括1名职工代表监事。2024年度，监事会共召开会议4次，审议议案17项，围绕财务报告、内部控制、关联交易等事项进行审议，有效履行监督职责，及时发现并纠正潜在风险，保障公司依法合规经营。

公司管理团队成員均具备丰富的行业经验和卓越的管理能力。通过高效协作与前瞻性管理，公司管理团队致力于推动公司高质量发展目标的实现，不断增强公司在可持续竞争格局下的综合实力与市场韧性。

股东大会积极沟通

2024年，公司共计召开股东大会2次，共审议议案13项。股东大会期间，公司围绕企业战略发展、财务状况、分红政策、董事变动等重要事项进行了充分的沟通交流。公司通过股东大会，听取股东建议并及时反馈，使股东能够深入理解公司经营战略及业绩表现，充分保障了股东对公司治理的参与权和知情权。

关键绩效指标



1.2

股东权益保护与投资者关系

信息披露透明及时

集团始终坚持信息披露的公平性与及时性原则。公司董事、监事和高级管理人员忠实、勤勉的履行职责，确保所披露信息真实、准确、完整，以诚信务实的态度保障投资者知情权，提升公司市场信誉。

公司按照《信息披露事务管理制度》的要求，完善了信息披露内部管理流程，建立了信息披露责任体系，确保信息披露工作的规范性和高效性。

公司全年累计发布4份定期报告及52份临时公告，详细披露公司经营业绩、财务状况等重要信息，使投资者能够及时掌握公司动态，了解公司的真实情况。

积极有效的投资者沟通

海澜之家集团高度重视投资者关系管理，秉承公开透明、沟通高效的原则，积极与投资者保持密切沟通。公司设立了专门的投资者关系团队，负责日常与投资者的沟通、投资者热线服务以及信息互动平台的管理与运营。

2024年全年，公司共组织了3场业绩说明会，董事、高级管理人员就公司经营业绩、行业趋势及未来发展战略，现场解答投资者关注的问题，增强投资者对公司经营状况的理解和信心。此外，公司全年积极接听投资者来电，同时通过投资者互动平台回复投资者提出的问题，问题内容主要涵盖公司未来分红、财务数据分析等多个维度。

稳健股东回报政策

海澜之家集团持续推行积极的现金分红政策来回馈股东。公司结合整体盈利情况、资金需求及发展战略等多方面因素，合理确定分红额度和频次，确保分红政策的长期稳定性。2024年9月，首次实施中期分红政策，充分展现了公司稳健的财务实力和对投资者长期价值回报的重视。

分红年度	发放日期	税前派息(元/股)	税前派发总额(元)
2022	2023.06.06	0.43	1,857,431,261.55
2023	2024.06.06	0.56	2,689,551,365.76
2024 _{H1}	2024.09.05	0.23	1,104,637,168.08
2024 _{H2} (预计)	——	0.18	864,498,653.28

此外，公司积极倾听投资者关于分红政策的意见和建议，在制定股东回报政策时充分考虑投资者诉求，持续优化股东回报机制，确保投资者长期利益与公司可持续发展目标实现良好统一。

关键绩效指标



定期报告发布数量
4 份



临时公告发布数量
52 份



召开业绩说明会次数
3 次

1.3

风险管理

海澜之家集团坚持合规运营的理念，不断健全各项管理制度并优化管理流程，明确各部门各人员职责权限，对经营过程中的重点环节开展审计工作，持续优化风险管理活动流程，以实现强内控、防风险、促合规的管控目标。

合规建设

建立覆盖物资采购、设计开发、项目建设、合同管理、关联交易等方面的内部制度，促进内部管理的规范化、流程化、制度化，组织高管和员工学习相关规章制度，确保公司经营合法合规。

风险防控

构建了风险识别、评估、监测、控制全流程的风险管理体系，按照流程对各项业务进行风险识别、评估各项风险等级，对各项经营风险及时制定相应控制措施，以确保各项风险有效应对。

内部审计

依据《内部控制评价规范》《内部审计管理制度》等规定，由内控部每年开展内部控制自我评估工作，对公司内部控制设计和运行的有效性做出独立、客观的评价，并聘请第三方独立机构对公司内部控制进行审计，持续完善公司内部控制体系。

1.3

风险管理



海澜之家集团风险管理流程图

1.4

商业道德

海澜之家集团认真贯彻《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律法规，始终倡导并践行诚信、廉洁、公平的经营理念。



管理制度

公司根据《反舞弊管理制度》《企业文化建设评估管理制度》等内部规章，确立具体职责，明确各岗位员工的行为标准。通过制度约束和执行机制，构建完善的廉洁管理体系，为企业的稳健发展提供制度保障。



监督考核

公司强化合规督导机制，对员工及管理层开展监督与考核，确保各项制度得到有效执行。针对督导过程中发现的问题，建立整改闭环管理，确保问题及时纠正并持续改进。



廉洁宣贯

公司持续组织全员培训，涵盖企业文化、职业道德、廉洁从业要求等内容，增强员工的合规意识和责任感，在各业务部门、业务流程中贯彻廉洁理念，使其深植于企业运营的各个环节。



反腐举报

公司构建了多元化的反腐举报体系，通过电话、电子邮件、举报箱等多种渠道收集信息。公司对举报信息执行保密政策，保障举报人的合法权益。针对举报内容，公司会及时核查处理，形成有效的反舞弊管理体系，维护企业运营环境。

02

绿色智造 共创低碳未来

本章节主要内容

应对气候变化	29
资源消耗	30
循环经济	31-32
环境合规管理	32

本章回应SDGs目标：

7 经济适用的清洁能源

9 产业、创新和基础设施

12 负责任消费和生产

13 气候行动

17 促进目标实现的伙伴关系

2.1 应对气候变化

公司积极探索气候变化带来的风险与机遇，在国家“双碳”政策指引下贯彻落实碳达峰、碳中和战略。报告期内，公司认真遵守环保法规，秉承绿色低碳理念，建立环境管理体系，并通过了ISO 14001: 2015环境管理体系认证。



为推进企业绿色低碳转型，公司围绕核心生产与运营场景，系统推进碳中和管理体系建设，将低碳发展理念融入生产经营的全流程。公司委托专业第三方机构对自身温室气体排放进行细致盘查和评估，并获得碳中和认证证书，明确了企业碳排放基线，助力制定科学的减排措施。通过全方位的碳排查与管理体系认证，海澜之家集团为企业碳减排目标建立了明确路径，积极回应联合国可持续发展目标 (SDG13) 所倡导的“应对气候变化”行动号召。



在减缓气候变化方面，公司大力推进清洁能源替代和能效提升。物流园区积极采用太阳能等清洁能源，建有分布式光伏发电设施，有效减少了购电所致的间接碳排放。与此同时，公司积极采购使用可再生能源电力，获得了绿色电力认证，进一步优化能源结构、降低碳排放强度。

2.2 资源消耗

公司认真遵守《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国水法》等相关法律法规要求，持续优化能源利用效率。目前，公司已通过了ISO 50001能源管理体系认证。

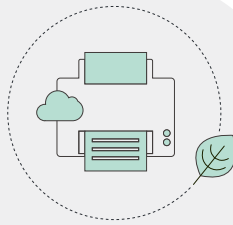


能源消耗

公司对主要产业园区能源和资源消耗情况进行持续监测与统计。为提高资源利用效率，公司持续对生产设备进行节能升级改造。2024年，公司更换了部分电机，进一步提高用电设备效率。并在厂房安装蒸汽余热回收装置（蒸汽节能器），以减少蒸汽浪费。

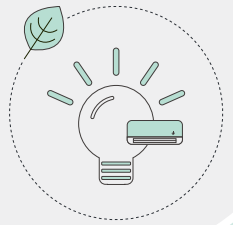
绿色办公实践

公司在日常运营中贯彻落实绿色发展的理念，高度重视对员工环保意识的培育，并采取一系列绿色办公举措，践行绿色低碳的办公方式，持续助力绿色低碳发展和转型。



无纸化办公

鼓励员工使用电子邮件、云存储等数字化手段替代纸质文件及双面打印等措施减少纸张消耗



推广高效节能灯具

优化照明系统，控制空调温度以降低办公用电负荷

倡导低碳出行

鼓励员工乘坐公共交通上下班，在公务出行和商务接待中优先采用新能源汽车

绿色办公实践



配置节水型设备

在用水区域张贴提示强化员工节水意识;实施垃圾分类，鼓励回收废纸和办公用品再利用，实现办公废弃物的循环回收



2.3
循环经济



海澜之家集团将“绿色、低碳、循环”的理念根植于品牌基因，从供应链源头到产品生命周期末端践行资源循环利用和价值延伸，覆盖原材料采购、生产工艺、包装设计、物流运输等各个环节，推动产业链的绿色变革，创造人与自然和谐共生的时尚产品。

在原材料端，公司积极采用环保原料为产品赋予绿色属性。一方面，大量引进天然可再生纤维，如桑蚕丝、羊毛、新疆长绒棉等优质原料；另一方面，不断开发新型环保合成材料，包括生物基的索罗纳®(Sorona) 纤维、可降解的天丝™(莱赛尔纤维) 以及再生涤纶等。这些精选材料天然、舒适、透气性佳，并具备卓越的环保性能，在保证服装品质的同时降低了对环境的影响，为消费者提供了健康、安全、可持续的时尚选择。

在产品设计和生产过程中，公司同样注重循环利用理念的落实。海澜之家集团努力提高产品的耐用性和可回收性，尽量减少生产废料和产品废弃对环境造成的影响。报告期内，公司完成了多项包括中国环境标志产品认证的绿色认证，从原料安全、生产节能、废弃物回收等方面证明了产品的环保属性。



水果染技术

水果染技术即从天然植物水果中提取果汁染布料，用于染色过程。染色过程中全程没有污水，生产过程中不添加任何化学助剂，将低碳与绿色的发展理念，贯彻到公司所涉及的工业、消费及环境保护等各个领域，形成良性生态循环。



植物染技术

植物染技术，无毒且可降解，实现环境的友好性，并升级易褪色染色技术，在染色过程中降低染料浴比，进一步降低水资源的消耗。



INDIGOJUICE
节水染色技术

公司采用 INDIGOJUICE 节水染色技术，显著减少水洗处理过程中的电能和水资源消耗。

与此同时，公司携手供应链合作伙伴共同推进循环经济实践，加强对上游供应商的绿色采购要求，构建闭环供应链。2024年，公司通过了服装行业绿色供应链管理体系认证。通过打造绿色供应链生态圈，公司将循环低碳理念延伸至全价值链，协同合作伙伴实现资源的高效循环利用，以实际行动响应联合国可持续发展目标（SDG12&17）“负责任消费和生产”和“促进目标实现的伙伴关系”。



2.4

环境合规管理

公司在服装生产及销售的各环节中认真贯彻落实《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染防治法》《中华人民共和国环境噪声污染防治法》等环境相关法律法规。

其中，海澜团购定制业务在生产过程中，认真遵守国家有关固体废物、大气污染防治等相关法律及规定，围绕废水、废气、噪声、油烟等环境影响要素，加强对相关排放环节的日常管理与监督，切实履行环境合规责任，持续推进依法依规生产运营。

通过实施上述举措，海澜之家集团大幅降低了生产运营对环境的影响，在行业内树立了绿色制造标杆，并荣获“国家级绿色工厂”认证，这也契合了联合国可持续发展目标（SDG 9&12）等关于可持续工业化和责任生产的要求，努力让时尚生产变得更加清洁、高效、可持续，为生态环境保护和企业高质量发展持续赋能。



报告期内，公司不属于重点排污单位，未被列入无锡市生态环境局发布的《无锡市2024企业环境信息披露名单》，未发生任何因环境违法违规行而受到行政处罚的情况。

03

国民品质 打造可持续消费生态

本章节主要内容

产品质量控制	35
客户权益保障	35-38
创新驱动与知识产权保护	39-43
责任供应链	44

本章回应SDGs目标：



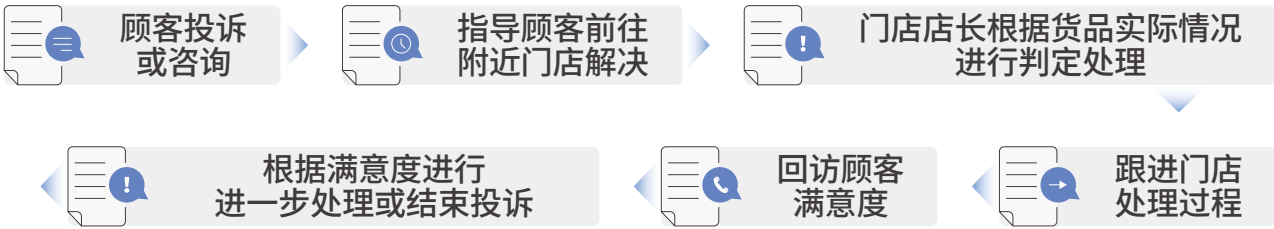
3.1

产品质量控制

公司认真遵循《中华人民共和国产品质量法》，执行企业内控标准，通过专业质量管控中心实施全流程监督，保障产品从研发到交付的质量一致性。公司已通过GB/T19001-2016/ISO 9001:2015质量管理体系认证，并获中国质量检验协会授予“全国服装行业质量领先品牌”“全国产品和服务质量诚信品牌”“全国消费者质量信誉保障产品”等奖项。



货品质量投诉处理流程



门店服务投诉处理流程

投诉受理	记录与核实	方案实施	回访与反馈	闭环管理
顾客投诉	记录投诉内容及要求, 联系门店核实情况	向顾客回复并实施处理方案	回访顾客满意度	根据满意度进行进一步处理或结束投诉

荣誉与认证

2024年, 公司在客户服务领域获得多项权威认证。



3.2

客户权益保障

客户服务管理

公司始终将客户权益保障作为企业社会责任的重要组成部分, 通过完善的服务体系与考核机制, 确保消费者享有优质的购物体验与售后保障。公司门店已售商品在30天内未有穿着洗涤、熨烫、污损、修改等影响二次销售的情形下, 可以在公司门店换货或退货; 同时, 公司门店长期为消费者提供免费撬边等增值服务, 并通过满意度评价器追踪服务质量, 确保消费者体验。



3.2

客户权益保障

营销与品牌管理

公司制定并持续完善品牌营销宣传管理制度，强化宣传内容审核机制，倡导绿色消费理念，提升消费者对可持续产品的认知。同时，公司会定期收集消费者对品牌的认知反馈，营造诚信、透明、负责任的品牌形象。

负责任营销

公司严格遵守《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国电子商务法》等法律法规，在服装标识、产品宣传、营销推广等环节坚持诚信原则，杜绝夸大、模糊或不实信息，切实保障消费者合法权益。



荣获第11届金麦奖最佳影响力品牌奖



荣获第11届金麦奖跨界营销类铜奖



荣获第11届金麦奖效果营销类铜奖



荣获第11届金麦奖案例类大奖服饰鞋包类铜奖



海澜之家品牌连续三年入选央视总台
“品牌强国工程·领跑品牌”
是行业内首个获此殊荣的品牌

信息安全与隐私保护

公司认真遵循《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》等法律法规要求，持续完善信息安全管理体。在明确客户信息管理各环节的岗位职责与操作规范基础上，公司从制度、技术、人员三方面构筑数据安全防线，切实保障公司运营数据与用户个人信息安全。


制度规范与流程优化

规范网络信息收集、传输、存储、使用等全流程操作标准；
通过《隐私政策》向客户清晰告知个人信息收集目的、范围及权利，
确保数据获取合法合规。


技术防护能力升级

部署数据加密、脱敏技术，对核心客户信息进行分级分类保护；
持续完善防火墙、入侵检测等防护系统，提升技术保障能力。


员工意识与能力建设

组织信息安全专项培训，重点强化隐私保密意识与操作规范，
严禁未经授权泄露客户信息。


应急响应机制完善

当发生信息安全事件时，相关责任人需遵循既定规范流程，
完成事件上报工作；
由信息安全相关部门按事件等级，组织开展调查、评估、处理、上报及
总结等工作。

3.3

创新驱动与知识产权保护

海澜之家集团持续以科技创新为核心驱动力,构建并优化以面料甄选、服装设计创新、工艺技术提升为核心的科技研发体系。我们深度融合数字化技术与智能制造技术,全面推动品牌向智能化、创新化转型,不断完善创新管理体系,加强产学研深度合作,充分激发研发团队的科研创新活力。

公司旗下各品牌的研发设计工作,始终紧密围绕品牌定位及消费者需求展开。在主品牌海澜之家的产品设计流程中,公司重点把控开发提案和最终选型等关键环节,而非核心的打样等工作交由供应商设计团队完成;同时,其他零售品牌则充分发挥自主研发优势,不断推出兼具功能性与时尚性的优质产品系列,为客户带来更加卓越的穿衣体验。

科技研发与产业创新 公司正积极推进向"科技、时尚、绿色"的战略转型,通过持续加大研发投入与技术攻关力度,重点突破服装功能性的创新瓶颈,集中力量解决具有前瞻性和战略意义的行业难题,致力于为服饰产业未来发展提供兼具实效性与创新性的系统化解决方案。

研发平台建设

云服实验室(YUNFU LAB)位于江阴海澜服装工业城,占地5000平米,拥有2800平米的检测实验室。利用大数据、人工智能等先进技术,进行流行趋势分析、消费者需求洞察以及智能设计开发,推动产品创新和快速迭代。



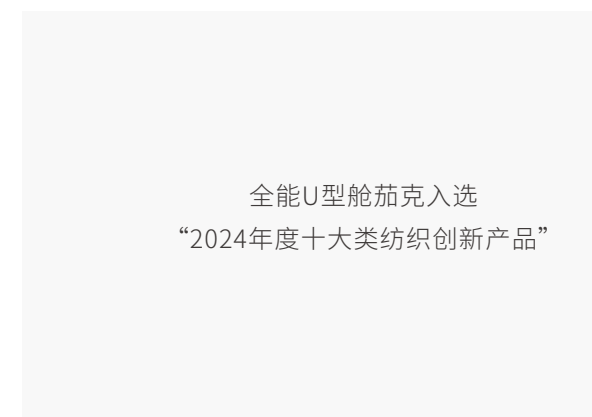
公司深入与行业一流的科研机构 and 高等学府合作,共同开展具有前瞻性的服饰研究,致力于为服饰的未来提供有效、智能、创新、宏观的解决方案。公司从新型面料研发和服饰文化建设两个方面全力推动服装产业创新发展和产业升级,并与众多科研院所共同建立研发中心和科研平台:清华大学-海澜科技中国传统服饰与色彩研究中心;东华大学-海澜科技纺织服装创新技术研发中心;中纺院-海澜科技联合创新中心;东华大学-海澜科技汉服研究院。

技术创新成果

公司以科技赋能时尚,开发新型纤维材料,打造科技感满点的新品。



轻暖热能环羽绒服入选
“2024年度十大类纺织创新产品”



纸型纱T恤选用100%
可自然生物降解环保原料

3.3

创新驱动与知识产权保护

文化传承与创新应用 公司深入挖掘传统文化的内涵和价值，推动传统文化与现代设计的融合发展。公司积极响应国家文化战略，以推动传统文化的传承与创新为目标。

类 别	详 情
研究机构建设	2024年5月成立「清华海澜中国传统服饰与色彩研究中心」，联合清华大学开展服饰文化学术研究与现代设计融合
学术研究	1. 出版《中国最美服饰丛书：五色华彩马面裙》(国内首部马面裙学术专著) 2. 完成260种中国传统色彩体系考证与色值标准化记录
展览展示	1. 2024年3月主办“华彩曳裙裳”—《中国最美服饰丛书：五色华彩马面裙》精选图片与创新设计作品展 2. 2024年5-8月主办“衣生万物，传统重构—五色华彩马面裙”专题展览 3. 2024年9月策划、设计并主办“敦耀光华，生生不息”敦煌艺术设计成果沙龙
学术论坛	1. 2024年5月主办“衣生万物，传统重构—五色华彩马面裙”学术研讨会 2. 2024年9月承办“华夏衣裳·唐代服饰”中国服饰理论与创新设计论坛
产品开发与应用	1. 完成38套汉唐宋明汉服形制复原，复原了其形制及面料、图案 2. 开发「澜秀云裳」马面裙品牌并实现版型改良商业化应用
跨界合作	为中国移动2025年巴塞罗那展会设计工作服系列，融合云肩元素与明代汉服形制



3.3

创新驱动与知识产权保护

知识产权保护

公司始终将科技创新与知识产权保护作为企业发展的核心战略，认真遵守《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国专利法》等法律法规，全面构建知识产权创造、运用、保护和管理的一体化体系。报告期内，公司持续优化知识产权管理制度，确保在保护自身知识产权的同时，尊重并避免侵犯他人知识产权。2024年，公司顺利通过GB/T29490-2013知识产权管理体系认证，进一步巩固了知识产权管理的规范化与专业化水平。



截至2024年末,公司在知识产权领域取得显著成果,累计拥有专利情况如下:



3.4

责任供应链

公司通过SAP信息系统深度整合门店销售、物流仓储及供应商生产数据,结合RFID标签技术实现全流程数据联动,构建了覆盖成衣全生命周期的智能化追溯体系。该系统通过数字化管理入库、存储、配货、拣选和发货等核心环节,并实时监控生产数据与仓储环境参数,显著提升了供应链可视化水平和运营效率,也为开展环境与社会责任审查、推动可持续采购管理提供了数据基础与技术支持。

供应商准入管理

公司在供应商准入环节建立了完善的资质评估体系,明确要求供应商在工厂规模、人员配置、生产环境及管理流程等方面符合基本标准,并具备一定的技术研发能力。同时,公司要求供应商在社会责任方面保障员工合法权益,规范薪资发放、合同签订与社保缴纳,建立健全的人事管理制度;在治理合规方面,供应商需制定商业道德与反腐败政策,健全内部控制与风险管理体系,确保财务稳健与供应链透明;在环境管理方面,要求供应商优化资源利用、提升能源效率,强化水资源循环利用与废水处理,监测碳排放并制定减排措施,推进废弃物分类与回收制度。

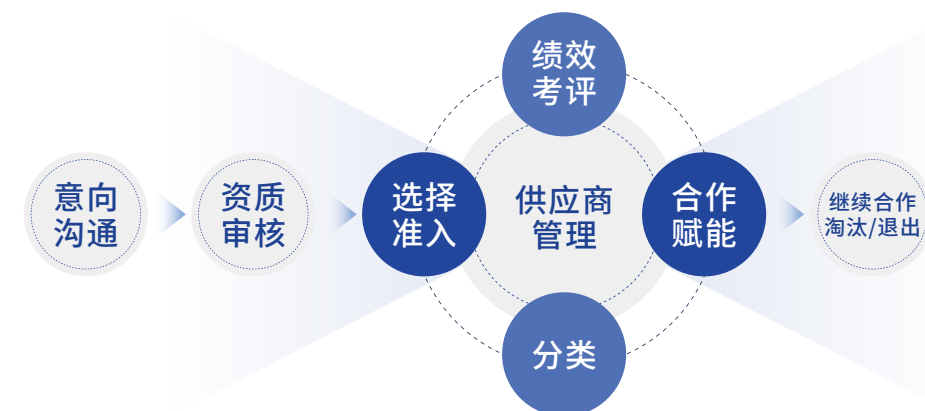
供应商考核评价

公司采用科学的供应商考核体系,通过动态管理与四级分级评定机制持续优化供应链管理体系,流程涵盖数据采集、评估分析、结果审核及通知四大环节。考核指标不仅包括质量、交货、成本、服务等传统维度,还纳入ESG要素(如劳工权益、员工健康安全、环境绩效)。

供应商合作与赋能

公司通过“线上+线下”协同机制强化供应商协作,线上依托办公软件及邮箱实现全流程对接,线下定期走访交流。公司每年与供应商联合开展包括培训在内的活动数百场,并且为优秀供应商颁发奖项。培训内容主要涵盖绿色生产、资源节约及合规管理等内容,采用线上线下结合形式,适配不同供应商需求,助力其提升运营效率与可持续发展能力。

供应商管理流程



04

以人为本 共建美好社会

本章节主要内容

劳工权益	47-50
人才培养	51-53
健康与安全	54
社会贡献	55-56

本章回应SDGs目标：



4.1

劳工权益

员工是企业最宝贵的资产，是推动公司高质量发展的核心动力。2024年，公司始终秉持“以人为本”的理念，在不断拓展业务版图的同时，持续优化人力资源结构，积极构建和谐稳定、平等包容、安全健康的工作环境。公司通过规范的用工管理制度、健全的薪酬福利体系、多元的沟通参与机制以及有温度的员工关爱措施，不断夯实劳工权益保障根基，打造具有人文关怀与责任意识的可持续雇主品牌。

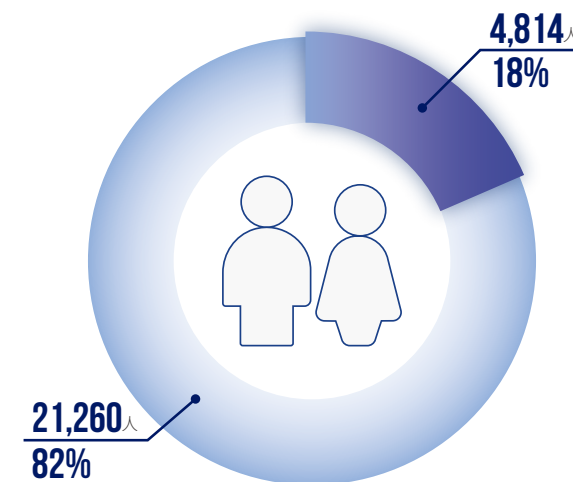
员工整体情况

2024年，海澜之家集团在“稳增长、促发展”的经营思路下，进一步优化并扩大了员工规模，整体人数已达26,074人。公司在人力资源布局方面注重多维协同与专业分工，形成了覆盖生产制造、市场销售、技术研发、财务管理、行政支持与其他跨职能部门的完整链条。多元的岗位分布，不仅能够满足公司各业务板块的日常运营需求，也为企业长远发展提供了坚实的人力基础。



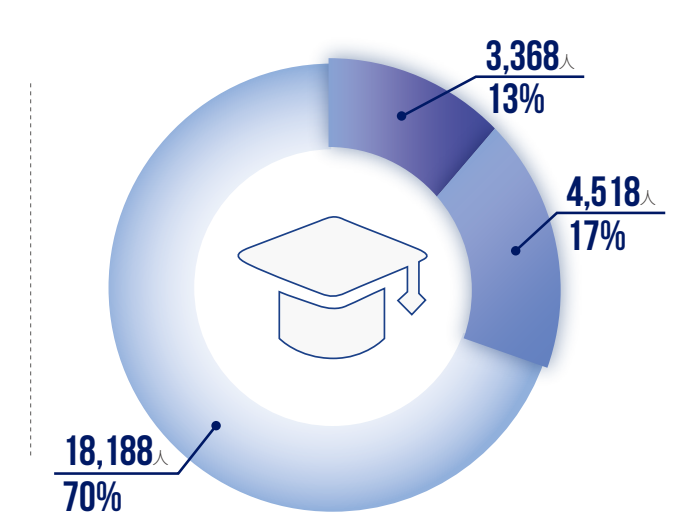
全体员工按性别分布

女性 男性



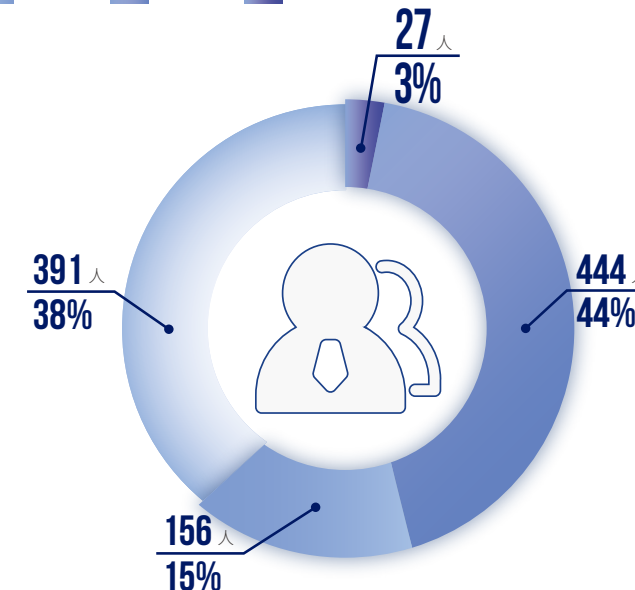
全体员工按教育背景分布

中专及以下 专科 本科及以上



研发人员按教育背景分布

高中及以下 专科 本科 硕士研究生



4.1

劳工权益

用工合规与员工权益保障

海澜之家集团始终认真遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法规，确立了系统化的用工合规机制和内部管理制度。公司在新员工入职阶段实行系统化的审核流程，坚决杜绝童工、强迫劳动和一切形式的歧视或违法行为；对录用流程进行监督，确保所有聘用环节公开、公平、竞争择优。



100%
公司劳动合同签订率保持在100%

薪酬福利与绩效考核是保障员工权益和激发工作积极性的主要抓手。海澜之家集团在行业内维持较强的薪资竞争力，遵照国家法规足额缴纳“五险一金”，并结合岗位绩效表现提供基本工资、绩效奖金、年终奖励、补贴、员工持股计划等多重激励方式。公司还定期组织绩效沟通面谈，帮助员工了解自身目标达成度与改进方向。通过量化考核与定性评价相结合，切实保障员工在薪酬和晋升上的公平合理性。

为进一步提升合规管理水平，公司将一线考勤系统对接HR共享平台，实行人脸识别、电子化考勤管理模式，实时掌握员工出勤情况。随着劳动关系的数字化监管不断完善，员工的合法权益也得到了更为有效的保护。

多元包容与员工关怀

在**保障劳动权益**的基础上，海澜之家集团同样重视每位员工的福祉关怀，致力于构建一个有温度、有凝聚力的职场生态。公司广泛开展针对性公益与文化活动的，并建立完善的内部关怀机制，让每个群体都能在企业中获得应有的尊重和发展机遇。

在**女性员工权益**方面，公司除了依法保障女性在生育保护、特殊假期等方面的合法权益外，也通过工会和妇联组织设计多样化活动，如开展插花艺术、女性健康讲座、传统节日文化体验等主题项目，帮助女员工在工作之余拓展兴趣和自我价值。公司在女性人才培养方面的努力得到了社会认可。2024年，公司多位女性员工在市级评选中荣获“最美巾帼工匠”称号。

在**员工关怀**方面，公司为多名家庭陷入困境或突发大病的员工提供经济救助，并针对拥有在读子女、承受较重教育负担的家庭给予定向助学补贴。此外，工会积极联动地方政府部门解决外地务工人员子女入学问题，成功帮助70余名员工子女顺利就近入学。

多元包容与员工关怀

在健康和福利生活方面，公司投入大量资源打造健康友好的工作环境。并为在职员工提供健身房、篮球场等文体设施，旨在让员工在日常工作之余能保持身心平衡。公司也注重丰富员工业余文化生活，每逢节庆会组织集体活动或团建项目，凝聚团队力量，营造积极向上的文化氛围。

员工表彰机制：年度双百强评选

在建设积极进取企业文化的过程中，海澜之家集团不断强化内部激励机制。公司每年举办“年度双百强评选”颁奖典礼来表彰年度业绩突出的门店及杰出员工。自此机制设立以来，已成为公司最具代表性的员工表彰与文化传播平台之一。通过这一举措，公司有效激发了员工的工作热情和创新动力，彰显公司对员工成长的重视。



员工沟通与参与

公司通过建立多种与员工之间的沟通形式，例如搭建线上线下反馈渠道，设立意见箱、企业内部系统等，使得员工可以随时表达意见与建议。

公司对于员工提出的合理化建议或申诉，相关部门会立即开展调研和商讨。公司每年会系统性地收集和汇总员工对公司管理制度、福利待遇、职业发展等方面的建议或反馈，并据此制定对应行动。

此外，公司探索员工参与企业治理的多种形式。例如，公司允许一定比例的员工代表列席监事会会议、高层管理会议并提出咨询和建设性意见。通过这样的民主化沟通机制，企业决策能够更好地兼顾员工关切，也提升了员工的归属感与主动性。

4.2

人才培养

人才发展战略

在公司不断成长的进程中，人才始终扮演着推动创新与保持竞争活力的核心角色。公司深知，只有通过系统而完善的人才培养体系，才能在充满变革与挑战的市场环境中始终保持向上发展的内生动力。2024年度，公司进一步升级培训模式，构建多渠道、多层次的培养路径，助力员工与企业携手并进、共创未来。

为实现向智能制造、数字化运营的战略转型，公司在年度人力资源规划中提出了“全员赋能、分层培养、持续创新”的人才发展战略。通过针对性地优化培训体系，企业希望在巩固现有业务人才储备的基础上，加速培养更具前瞻思维与复合技能的中高端专业人才，进而构建“以人为本、以绩效为导向、以创新为核心”的可持续人才生态。

这一战略框架下，公司明确了三大人才培养目标：

01

围绕生产、销售、设计研发等核心业务板块，通过专业技能培训、实战演练与项目孵化，系统化提升员工在效率与创新方面的能力；

02

针对中层与高层管理者，加强管理理念更新与领导力提升，巩固企业内部的管理梯队建设；

03

开展具有前沿性和战略意义的专项人才项目，打造可持续的储备人才池，为企业未来的业务多元化与升级转型提供源源不断的人才支持。

培训体系与基地建设

为系统、有序地推进多层次、多领域的人才培训工作的，公司高标准打造了海澜智能制造实训基地。基地配备多媒体教室、实操车间和先进教学设备，可同时容纳200名学员进行理论学习与实操演练，满足企业在裁剪、缝制、熨烫等多个环节的培训需求。2024年，海澜智能制造实训基地荣获“无锡市数字化人才培训基地”称号，充分展现了公司在智能制造与人才培养方面的示范引领力和行业影响力。



在培训模式上，公司坚持“理论+实战”的双轨并行，通过集中授课、在线学习平台等形式开展。基地设有多台设备操作区，用于技能实操考核和应急演练，通过考试、专家点评等多维方式评估培训成效。

公司积极推动校企合作与产教融合，构建“产、学、研、用”四位一体的人才培养体系。目前，公司不仅与清华大学、东华大学、中纺院等高等学府和科研院共建产研平台，还与苏州大学、南京理工大学网络安全学院、智能制造学院等高校开展学术交流和课题研讨，持续拓展校企合作的深度与广度。

集团每年面向南通大学、常熟理工学院、江阴职业技术学院、江苏工程职业技术学院等高校开展“校企合作实训班”。依托企业场景和导师资源，公司构建了多样化的实践教学体系，帮助在校学生打通从课堂到岗位的“最后一公里”。

除此之外，公司还持续推进“电商直播项目”“海澜苏信孵化中心项目”等创新型合作项目，推动企业场景、产业资源向高校开放，为产业输送更贴近一线需求的复合型人才，也为自身人才梯队建设注入持续活力。

4.2 人才培养

培训类别与课程设置

公司的人才培养体系覆盖从新员工到高端管理层的全链路，围绕不同层级、不同专业方向推出了多种培训类别和课程，确保员工在职业生涯的各个阶段都能获得有针对性的指导和提升。

▶ 新员工入职培训	公司为新成员设置“ 入职必修课 ”，涵盖企业文化、规章制度、商业礼仪及基础职场技能。通过课堂讲授、场景模拟、小组讨论与导师带教等形式，帮助新人快速融入企业，树立职业素养与归属感。
▶ 在职技能培训	面向在岗员工开展职业资格培训、特殊工种培训(如机修、电工、化验员等)及岗位技能提升课程，提升专业能力。另开设AI创意工坊等前沿课程，强化员工对数字化与智能技术的理解与应用。
▶ 管理干部培训	聚焦“ 领导力 ”“ 项目管理 ”等主题，通过案例研讨、情景模拟和专家点评等方式，系统提升沟通、团队建设与绩效管理等综合管理能力，助力管理人员完成角色转变。
▶ 专项人才培养项目	针对未来管理层与专业骨干，实施“ 凤凰计划 ”“ 组长特训营 ”“ 专业精英班 ”等项目，结合集中培训、专题研修、实习轮岗等方式，促进青年人才加速成长与组织内部人才梯队建设。

年度培训情况概览

全部培训总时长	培训总场次	员工受训总人数
---------	-------	---------

65万+小时

666场

1.7万+人次

4.3 健康与安全

职业健康安全管理体系

公司始终把员工的生命与健康放在首位，通过系统化、专业化的安全管理体系，持续完善安全制度与流程，努力营造安全、健康、舒适的工作环境。2024年，公司在职业健康与安全方面的重点举措包括系统性的风险辨识与预防、完善的安全培训计划、多层次的应急演练以及事故管理与追责机制等，确保员工在日常生产经营活动中能够得到充分保障，也为企业的可持续发展奠定稳固基础。

公司通过建立并不断完善职业健康安全管理体系，切实落实“安全第一、预防为主、综合治理”的安全生产方针。公司编制了《职业健康安全管理手册》并制订了相应的年度安全目标与指标。报告期内，公司已取得ISO45001职业健康安全管理体系认证，并设立了专门的安全防控指挥中心。

公司聘请第三方机构协助开展风险识别与日常监测，重点聚焦噪声、粉尘等常见职业病危害因素，并定期开展相关检测。针对高温、潮湿、易燃易爆等潜在风险，公司推行“技术改造+安全防护+员工培训”的综合防控模式，配备必要的防护装备和警示标识，确保隐患及时发现与整改。同时加大硬件投入，在车间安装中央空调和排风系统，改善作业环境；特种作业人员全部持证上岗，安全设施定期巡检与维护，设备完好率保持在较高水平，有效保障操作安全和运行稳定。

安全培训与教育

安全培训是公司落实安全文化、提升全员安全素养的重要抓手。公司对新员工、在岗员工、转岗/复工员工以及相关方开展分层次安全培训，并结合定期的安全主题宣讲、典型事故案例剖析、消防知识讲座和现场演练等形式，使员工在思想上树立“安全第一”的意识。

应急预案与演练

在生产和经营活动中，突发事件的应急处置能力直接关乎企业及员工的生命财产安全。报告期内，公司对消防安全、机械伤害、特种设备(如电梯、压力容器)事故等多种潜在风险设定相应的专项预案并开展预演训练。



4.4

社会贡献

在高质量发展的同时，公司始终以高度的社会责任感积极投身于国家战略和社会公益事业之中。公司不断拓展自身在体育、教育、民生等多维度的社会影响力，发挥国民品牌力量，致力于为社会公共价值贡献力量。

未来，公司将持续拓展社会责任边界，立足品牌力量，深化与地方政府、公益组织、文化机构的合作，围绕公益活动、健康生活、乡村文化、生态保护等重点方向持续发力，推动企业社会价值与商业价值的有机融合，为建设更具包容性、可持续性的社会生态贡献更多力量。

“助力全民健身，传递品牌温度”

2024年，公司积极支持全民健身与体育事业发展，通过参与和冠名多项高关注度赛事，展现企业责任担当与品牌温度。

公司全年参与“2024海澜之家无锡马拉松”、“江阴时裳新桥半程马拉松”和“海澜之家江阴半程马拉松”等多场城市马拉松赛事，通过高标准赛事组织推动城市文化名片建设，倡导健康生活方式。



公司独家冠名江阴市“村BA”乡村篮球赛，为基层体育注入品牌力量，点燃居民对运动与集体荣誉的热情。赛事覆盖多个村镇单位，吸引大量市民参与，真正实现了“以体育促团结、以体育兴文化”，助力乡村精神文明建设。

“多一克温暖 十周年再出发”

由海澜之家集团于2014年发起的“多一克温暖”公益行动迎来十周年纪念。十年间，海澜之家“多一克温暖”公益行动跨越江河湖海，穿越人山人海，走遍全国24个省、市、自治区，为上千所偏远地区的师生们送去温暖关怀，送去了数十万件量身定制的羽绒服，帮助孩子们温暖过冬。2024年，海澜之家集团公益团队回访甘肃兰州市榆中县红土坡小学，向其捐赠羽绒服和学习文具，并与几位十年前曾接受过捐赠的“特殊志愿者”一起举办了以“未来的我”为主题的公益班会和相关文化活动。



海澜之家集团“多一克温暖”十周年再出发



回望十年路
相伴爱同行

“携手航天，拓展协同发展新范式”

2024年1月11日，由海澜之家集团冠名的“引力一号（遥一）海澜之家号”运载火箭在山东海阳附近海域成功发射，将3颗遥感卫星顺利送入预定轨道。



海澜之家集团冠名“引力一号”火箭发射

附录:报告指标索引

本索引表根据GRI标准、《中国企业可持续发展报告指南 (CASS-ESG 6.0) 之纺织服装、服饰业》、上海证券交易所《上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告 (试行)》整理编制。

报告板块与内容	GRI指标	CASS-ESG 6.0	上交所指引	报告页码
可 持 续 发 展 管 理				
可持续发展治理架构与战略	GRI 2-9, 2-12	G1.1.1, G1.1.2	第十一条、第十二条	11页
利益相关方沟通与重要性议题分析	GRI 2-29	G1.2.1	第五条、第九条	12~16页
稳 健 治 理 · 构 筑 发 展 之 基				
治理结构与运作机制	GRI 2-9, 2-11	G1.1.1, G1.1.3	第十二条	21~22页
股东权益保护与投资者关系	GRI 2-29, 207-1	G2.1.1	第十二条	23~24页
风险管理	GRI 2-23, 2-25	G2.1.3	第十四条	25页
商业道德	GRI 205-1~205-3	G2.2.1~G2.2.3	第十二条	26页
绿 色 智 造 · 共 创 低 碳 未 来				
应对气候变化	GRI 305-1~305-3	E1.1~E1.3	第二十四~二十八条	29页
资源消耗	GRI 302-1, 303-1	E3.1~E3.3	第三十四~三十六条	30页
循环经济	GRI 301-1, 306-1, 306-2	E3.3	第三十七条	31~32页
环境合规管理	GRI 306-3, 306-4	E2.2~E2.3	第二十九~三十一条	32页
国 民 品 质 · 打 造 可 持 续 消 费 生 态				
产品质量控制	GRI 416-1, 417-1	S3.1.1	第十一条	35页
客户权益保障 (信息安全与隐私保护)	GRI 418-1	S3.3.2	第十一条	35~38页
创新驱动与知识产权保护	GRI 203-1~203-2	S2.1.1, S2.1.2	第十一条	39~43页
责任供应链	GRI 308-1, 414-1	S3.2.1	第十一条	44页
以 人 为 本 · 共 建 美 好 社 会				
劳工权益	GRI 401-1, 405-1, 406-1	S4.1~S4.2	第十一条	47~50页
人才培养	GRI 404-1, 404-2	S4.3	第十一条	51~53页
健康与安全	GRI 403-1, 403-2	S4.4	第十一条	54页
社会贡献	GRI 413-1, 203-1	S1.1.1	第三十八条	5~56页

注释说明

- GRI指标来源于全球报告倡议组织 (GRI) 标准。

· CASS-ESG 6.0指标来源于《中国企业可持续发展报告指南 (CASS-ESG 6.0) 之纺织服装、服饰业》

· 上交所指引对应于上海证券交易所《上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告 (试行)》的相关要求

读者意见反馈

尊敬的读者：

您好!非常感谢您在百忙之中阅读本报告,为向您及其他利益相关方提供更有价值的企业社会责任信息,请您协助我们完成意见反馈表,并通过以下方式反馈给我们,以帮助我们进一步提升企业社会责任的管理能力。

邮 件 :600398@hla.com.cn 地址 :江苏省江阴市华士镇

1.您属于以下哪类利益相关方？

☐ 股东及投资者 ☐ 政府及监管机构 ☐ 员工 ☐ 客户 (消费者) ☐ 供应商与加盟商 ☐ 社区及社会公众
☐ 媒体 ☐ 其他

2.您对本年度企业社会责任报告的整体评价：

☐ 好 ☐ 较好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 差

3.您认为本报告：

信息披露：☐ 好 ☐ 较好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 差
版式设计：☐ 好 ☐ 较好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 差
可 读 性：☐ 好 ☐ 较好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 差

4.哪些议题最引起您的关注?(可选3项)

☐ 治理结构与运作机制 ☐ 股东权益保护与投资者关系 ☐ 风险管理 ☐ 商业道德 ☐ 应对气候变化
☐ 资源消耗 ☐ 循环经济 ☐ 环境合规管理 ☐ 产品质量控制 ☐ 客户权益保障 ☐ 创新驱动与知识产权保护
☐ 责任供应链 ☐ 劳工权益 ☐ 人才培养 ☐ 健康与安全 ☐ 社会贡献

5.您所关注的信息在本年度企业社会责任报告报告中是否都有所体现？

☐ 是 ☐ 否

6.您对我们企业社会责任工作方面还有哪些意见或建议？

(您还希望看到哪些信息)