



ANZHENG FASHION GROUP
安正时尚集团



安正时尚集团股份有限公司 2024年度社会责任报告

公司简称：安正时尚 公司代码：603839

品质为基，科技与创新为翼 共赴时尚新未来



尊敬的各位股东：

2024年是安正时尚迎难而上、砥砺前行的一年。面对复杂的外部环境与行业挑战，我们始终坚持以中高端女装品牌服饰为主、电商服务业务稳健发展的新发展战略，围绕品牌升级、全渠道零售、供应链整合、零售数字化及电商服务等核心领域深化布局，为2025年的发展奠定了坚实基础。这一年，公司主品牌JZ玖姿持续巩固国内中高端市场地位，ANNAKRO安娜蔻品牌线上增长迅速，电商服务业务稳健发展，成为集团转型的重要支撑。我们坚信，伴随消费市场的复苏与品牌价值的深耕，公司将迎来更广阔的发展机遇。

夯实经营基础，兑现股东承诺

2024年，公司营业收入20.34亿元，同比略有下降，其中，品牌服饰板块业务收入12.48亿元，同比下降8.21%，礼尚信息电商服务板块业务收入7.33亿元，同比上升9.34%。基于持续回馈股东的规划，董事会提议派发2024年度股息每股0.1元，预计派息3,892.64万元。同时，基于维护公司价值及股东权益，我们于年内完成1,020.12万元股份回购，进一步优化资本结构，彰显对股东长期价值的重视。未来，我们将通过持续盈利增长、合理股息政策与高效资本管理，回馈股东信任。

推进零售业务变革，奠定发展基础

2024年，我们全面推进零售模式战略升级，通过“价值共同体”联营机制实现三大突破：一是以“货到店”动态分账模式取代传统货权转移机制，缩短经销商库存周转天数，激活渠道网络拓展动能；二是通过“爆款不缺货”经营战略重构竞争力，依托JZ玖姿产品丰富度提升（产品SKC数提升50%，核心SA产品零售占比提升至70%）与ANNAKRO安娜蔻高质价比单品（年度复购率达38%），实现核心品类零售贡献75%；三是逐步建立数字化联营中台，通过实时销售数据反馈、调整下单计划，2024年底，JZ玖姿品牌核心SA单品铺店率超90%，推动经销商单店坪效实现月度环比持续提升。

2025年一季度，JZ玖姿品牌线实现可比增长12%，核心经销商利润率改善明显，为公司可持续增长注入新动能。

品牌升级与“质价比”战略，定位“大众日常奢侈品”

以JZ玖姿为核心的品牌战略成效显著。公司聚焦JZ玖姿品牌的核心地位，通过全渠道零售数字化升级，进一步提升品牌影响力和市场竞争力。通过纽约时装周品牌发布会，JZ玖姿向国际时尚界展示了中国品牌的原创力与高端化潜力，为品牌全球化铺路，通过与国际设计师的交流合作，推动中国时尚产业整体升级，形成“高质量出海”的示范效应。

2024年，我们在行业内首次提出品牌“质价比”战略，并逐步实施于旗下五大品牌。我们提出，“质价比”并非低价竞争，而是在稳定价格体系下，通过提升面料、工艺、设计等产品核心品质，适配中高端生活方式，实现同价位产品中的最优选择，旨在满足中消费群体日常场景下的轻奢体验。我们希望通过深入推进品牌“质价比”战略，目标定位为打造“大众日常奢侈品”。

深化零售数字化战略布局

我们于年内启动零售业务数字化规划，基于“战略先行、价值驱动”原则，与头部零售数字化解决方案服务商达成深度合作。2024年，我们聚焦零售业务中台体系建设，构建商品数字化管理、库存智能调配、订单全链路追踪三大核心能力中枢，打通线上线下数据壁垒，逐步实现全渠道运营平台“人货场”要素的一体化管控。

电商服务业务持续提质增效

我们以品牌价值深度赋能为核心，通过全链路电商服务助力客户实现市场增长。基于客户需求提供定制化解决方案：从供应链优化、智能仓储配送，到精准营销及消费趋势洞察，全方位提升品牌影响力和销售转化效率；利用AI成熟技术的落地应用，持续优化运营流程和服务响应速度。2024年，礼尚信息积极践行国家“一带一路”倡议，成功签约迪拜皇室乳品CAMELICIOUS并推动其在中国市场的本土化运营，同步助力部分国内消费品牌开拓海外市场，构建双向跨境电商通道。

展望2025，我们坚定信心，共赴新程

新的一年，机遇与挑战并存。我们将以品质为基，科技与创新为魂，深化数字化战略布局，通过AI赋能的智慧设计系统、实时动态库存管理平台等核心技术，加速构建“人-货-场”深度融合的全渠道零售智能生态，实现从消费洞察到产品交付的全链路数字化闭环。我们将逐步从传统服装企业转型为“科技驱动时尚生态平台”。

在经营策略上，我们围绕“品牌升级、渠道升级、‘质价比’深化”三大核心目标，制定了经营计划。如在品牌升级方面，我们强化品牌“大众日常奢侈品”定位，传递“奢侈品日常化”品牌故事，突出产品与中高端生活方式的适配性；在渠道升级方面，我们全渠道布局进一步优化，包括线下门店场景体验，打造品牌旗舰店，目前已推出四家品牌旗舰店测试，并根据测试效果及经验，逐步在各品牌直营线推广和复制，同步整合电商渠道，确保爆款产品的全渠道供应能力；在“质价比”深化上，聚焦打造高需求单品，确保“爆款不缺货、爆款更多”，优化供应链与成本管控，平衡品质与价格竞争力。

在策略保障上，在供应链管理方面，我们提升数字化、AI化水平，优化“生产-仓储-配送”全链路效率；在管理体系方面，我们着手实施流程再造与数字化升级。今年，我们的核心目标是构建管理体系的1.0版本，旨在为多品牌零售体系的高效运作提供有力支撑。三年内，我们将实现流程管理的全面数字化，以进一步提升管理效能和业务协同。

作为集团战略布局的重要一环，我们坚定支持礼尚信息深化“品牌+平台”能力，夯实双向跨境电商通道，在电商服务领域不断深耕发展。

面对全球经济的不确定性，我们对消费升级的长期趋势充满信心，并将以更开放的姿态拓展国内、国际业务机会，为股东、员工及合作伙伴创造可持续价值。

安正时尚董事长兼总裁：

目录

| | |
|--------------------|----|
| 董事长兼总裁致投资者的信 | 1 |
| 第一节 公司概况 | 3 |
| 一、公司简介 | 3 |
| 二、企业文化 | 8 |
| 三、发展历程 | 9 |
| 四、主要荣誉 | 10 |
| 第二节 责任管理 | 11 |
| 一、责任治理体系 | 11 |
| 二、利益相关方沟通 | 11 |
| 第三节 责任践行 | 13 |
| 一、公司治理 | 13 |
| 二、环境保护 | 21 |
| 三、社会担当 | 23 |

第一节 公司概况

一、公司简介

安正时尚集团股份有限公司（以下简称“公司”或“安正时尚”）是一家始终把握时尚流行趋势，坚持匠心与创新精神，恪守“安于正道，创美圆梦”，致力于为顾客创造高品质生活方式以及实现消费者、员工、企业和合作伙伴价值与梦想的时尚产业集团。

公司聚焦中高端品牌时装，聚力打造多品牌矩阵，形成风格鲜明互补、消费群体定位差异有序的时装品牌集合。公司目前拥有“JUZUI 玖姿”、“IMM 尹默”、“MOISSAC 摩萨克”、“ANZHENG 安正”以及“ANNAKRO 安娜蔻”五大自有时装品牌。

此外，公司还控股了电商服务公司上海礼尚信息科技有限公司（以下简称“礼尚信息”），并在大中华区合资经营韩国童装品牌“ALLO&LUGH 阿路和如”。

公司于 2017 年 2 月 14 日在上海证券交易所上市，股票简称为安正时尚，股票代码为 603839。



海宁园区总部

上海运营总部



公司旗下主要品牌

JZ 玖姿
Juzui

“自在随心，中国姿造”，源自东方的美丽哲学



创立于 2001 年

当代中国式优雅，是流动的气韵，是一份可以恰到好处地展现内在力量和外在美丽的智慧哲学，兼具东方底蕴和世界视野。“专注修饰女性身型，让每一种曲线都值得欣赏”的中国女装知名品牌。

JUZUI 玖姿凝练中国女性着装风格和审美智慧，以恰到好处的裁衣技法和设计巧思，绽放中国女性健康饱满的自然曲线之美。

目标客群： 35-45 岁职业女性

凝结女性力量

以风格时装及精神文化为当代女性表达

2008 年创立

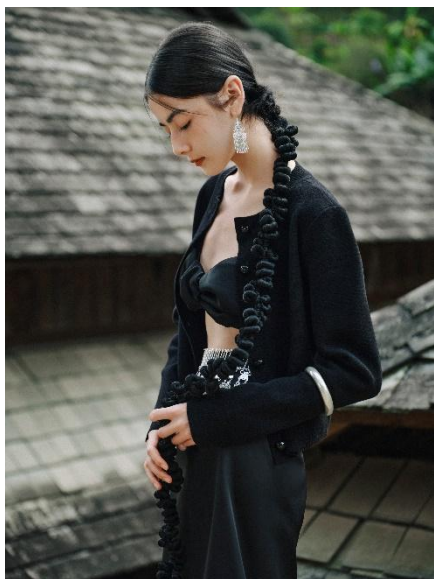
将源起于基因中的平衡之美，用解构语言传递拼接至简的设计美感，动亦静，静亦动，演化出一种刚柔并济的艺术张力。演绎独立知性的时代新姿，是当代女性精神的探求者和发声者。

目标客群： 35-45 岁当代精英女性

IMM 伊默



MOISSAC 摩萨克



诞生于法国巴黎，2014 年加入公司
把对生活的热爱融入设计，丰富的细
节缔造生活中的浪漫。

以传统剪裁、精致面料与当下流行相
结合，打造实用性的成衣系列。

品牌擅长将色彩、面料材质进行实验
性开创，以混合印花、变换的视觉语
言将浪漫情怀融入日常生活，传递柔
软坚韧的女性力量。

目标客群：25-35 岁都市女性

创立于 2012 年

以中国元素为设计灵感，秉承中蕴西
型的设计理念，呈现“蕴出中国，行
于世界”的都市生活主张。

臻选高级材质与制作工艺，为当代都
市男性打造时尚休闲的品质生活着装
展现当代中国的时尚风貌与文化自信。

目标客群：30-45 岁的男性客群



安正 ANZHENG

ANNAKRO 安娜蔻

JUZUI

2018 年创立，2023 年重新启动
以高质价比为核心竞争力，以“精
致每一天”为核心理念，以“优雅、
品质、经典、舒适”为品牌基因，
以高质价比的产品满足消费者日常
多元场景的穿着需求。

目标客群：25-55 岁城市中产女性

核心客群 25-40 岁





2005 年进入中国市场，品牌致力于陪伴 0-7 岁中国宝宝，提供多品类产品的中高端儿童国际品牌，全力打造高品质、高颜值、高性价比，让妈妈安心的美好产品。

凭借独特有趣的产品设计、专业高效的运营团队以及成熟强大的资源优势，allo&lugh 已成为儿童行业知名品牌之一



礼尚信息致力于为国际国内消费品牌提供一站式全渠道电商服务，赋能品牌增长和数字化转型。其以专业的营销和运营服务帮助海内外母婴、健康食品等行业知名品牌在国内电商全渠道实现快速增长。礼尚信息集零售管理、全渠道分销、全域整合营销、全渠道 CRM、国内外供应链解决方案和 IT 技术服务于一体，深刻理解传统电商平台运作模式，并积极探索社交电商、O2O、社群营销等新型业务领域。根据多年运营所积累的前台营销、中台运营和后台供应链 IT 的专业能力，能够满足品牌客户从前到后的所有需求。



二、企业文化

使命

引领时尚，创美圆梦

公司始终把握世界时尚流行趋势，坚持匠心与创新精神，为顾客创造追求美好、充满乐趣、魅力无限的高品质生活方式，塑造良好的客户体验，实现消费者、员工、企业、合作伙伴的价值与梦想。

愿景

成为世界级领先的时尚产业集团

公司将以国际化的视野发展时尚产业，缔造国际领先的品牌，赢得并捍卫在时尚界不可动摇的地位；我们将成为时尚行业的民族企业标杆，坚守安正文化与品牌精神，做好品牌传播和历史传承。

价值观

安于正道： 诚信立业、尊重规律、敬畏规则

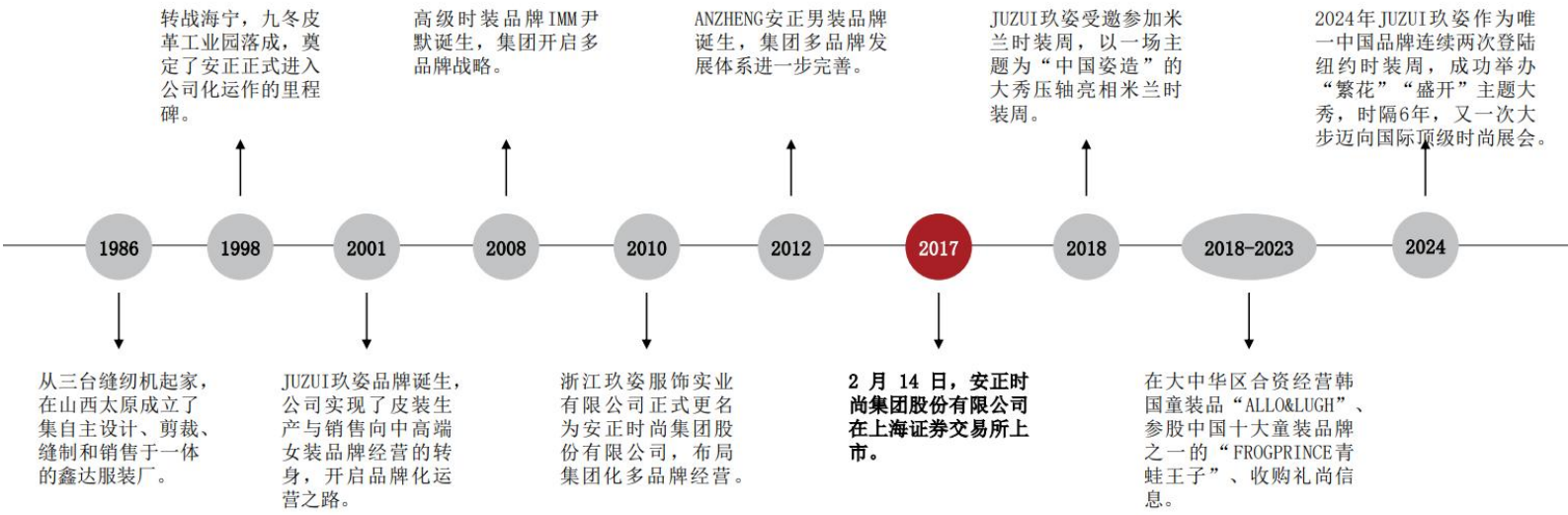
客户导向： 快速响应客户、贴心服务客户、为客户创造价值

持续奋斗： 识别奋斗者、激发奋斗者、构建奋斗者团队

自我反思： 自我反省、定期复盘、持续改进

对标创新： 品牌对标、管理对标、自主创新

三、发展历程



四、主要荣誉

| 时间 | 颁奖单位 | 奖项 |
|-------------|-------------|--------------------------|
| 2024 年 1 月 | 海宁电子商务协会 | 优秀会员单位 |
| 2024 年 2 月 | 海宁市委海宁市人民政府 | 2023 年度“新兴海工程优秀企业” |
| 2024 年 2 月 | 海宁市海昌街道 | 2023 年度明星企业 |
| 2024 年 2 月 | 海宁市海昌街道 | 2023 年度四星级慈善之星 |
| 2024 年 4 月 | 海宁市总工会 | 海宁市书香企业 |
| 2024 年 4 月 | 海宁市宣传部 | 新时代文明实践点 |
| 2024 年 5 月 | 中国纺织工业联合会 | 2024 中国纺织服装品牌竞争力优势企业 |
| 2024 年 6 月 | 海宁市服装协会 | 海宁服装协会常务副会长单位 |
| 2024 年 6 月 | 中共海宁市委 | 海宁市先进基层党组织 |
| 2024 年 7 月 | 中国服装协会 | 2023 年中国服装行业百强企业 |
| 2024 年 8 月 | 浙江省市场监督管理局 | 浙江省 AAA 级“守合同重信用”公示企业 |
| 2024 年 9 月 | 海宁市人民政府 | 第五届海宁慈善榜“慈善爱心企业” |
| 2024 年 9 月 | 海宁市文化产业协会 | 海宁市文化产业协会理事单会 |
| 2024 年 10 月 | 中国纺织工业联合会 | 精诚合作奖 |
| 2024 年 11 月 | 嘉兴市高新技术企业协会 | 2023 嘉兴市国家高新技术企业“创新能力百强” |



第二节 责任管理

公司坚守“引领时尚，创美圆梦”的使命，以“成为世界级领先的时尚产业集团”为愿景，积极履行对股东、投资者、政府及监管部门、消费者、供应商以及员工等利益相关方的承诺，切实做到自身发展与社会发展相协调，不断践行可持续发展的理念，持续提升公司的社会责任治理水平。

一、责任治理体系

报告期内，公司在董事会的带领下，由经营管理层具体负责和落实社会责任战略与目标，各部门积极响应。2024 年，公司主要通过环境保护、社会责任、公司治理三个方面，采取各类举措，为社会可持续发展目标的实现贡献力量。

二、利益相关方沟通

公司重视并定期与利益相关方进行沟通和交流，能够有效、及时、准确的了解利益相关方的各类诉求与期望。公司通过日常的沟通渠道，积极回应利益相关方所关注的问题，并将其关注的事项整合梳理，纳入公司的经营和决策过程，努力实现公司与利益相关方的共同成长，共同推进公司可持续发展。

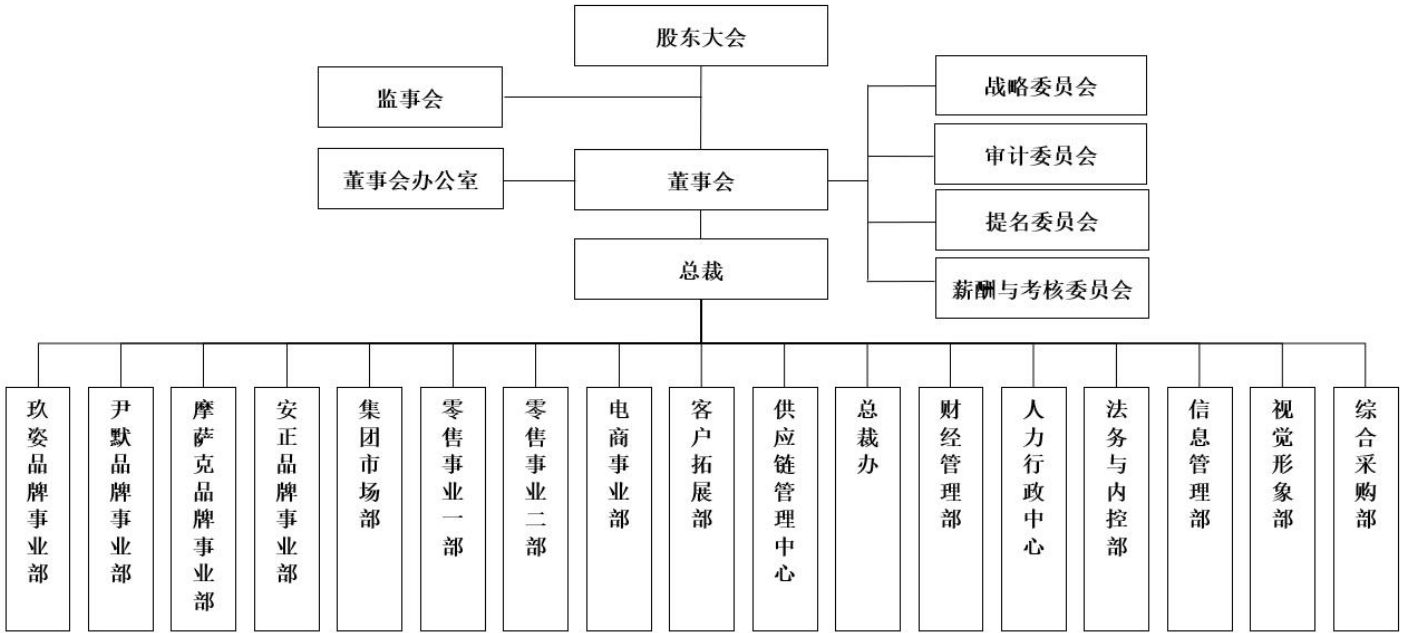
| 利益相关方 | 期望与要求 | 沟通方式 | 回应措施 |
|----------|-------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 政府与监管机构 | 依法纳税、诚信经营、促进就业、履行社会责任 | 日常汇报与沟通 参与论坛、会议接受监督 | 合规管理、依法纳税、政企合作、参加扶贫及公益活动 |
| 股东及投资者 | 保护股东权益、风险防范、公司治理 | 信息披露、股东大会、业绩说明会/路演、投资者调研 | 定期报告和临时公告、利润分配、三会运作 |
| 供应商与合作伙伴 | 合作共赢、阳光采购、绿色生产 | 市场调研、实地考察、行业交流 | 供应商准入机制、行业沟通与合作、公开招标 |
| 员工 | 尊重人权、薪酬与福利、职业发展渠道、健康与安全 | 定期开展培训、员工内部沟通邮箱、工会组织 | 完善薪酬管理制度、培训与晋升渠道、多元化沟通方式 |
| 客户 | 产品质量、客户隐私保护、 | 营销活动、客服热 | 设计研发投入、信息安全与管理制 |

| | | | |
|-----------|------------------|--------------|----------------------|
| | 售后服务、产品创新 | 线、客户满意度调查 | 度、系统优化和升级、提升售后服务 |
| 媒体 | 经营与信息透明、及时有效回应诉求 | 采访、新媒体互动 | 采访沟通（线上与线下）、媒体监督 |
| 公益组织与社区组织 | 环境保护、回馈社会、乡村振兴 | 走访社区、公益捐赠、扶贫 | 绿色采购与生产、志愿者服务、参加公益行动 |

第三节 责任践行

一、公司治理

组织架构图



(一) 坚持党建引领

公司以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面加强党的领导，全面推进党的建设，强化党的核心引领作用。

报告期内，在海宁市委市政府、海昌街道党委的领导下，公司党委不断完善党建工作机制，创新性地开展党员学习教育活动，确保思想政治工作不落后，充分发挥党组织的战斗堡垒作用。2024 年党委主要工作如下：

1、加强理论学习、坚定政治理想信念

报告期内，公司党委严格落实第一议题制度和三会一课制度。组织政治理论学习、主题教育学习、专题学习等共 12 次；开展线上南湖初心讲堂学习 4 次；跟进学习强国打卡学习、落实学习感想 193 篇。公司注重党史教育，守好红色根脉，通过各项活动进一步坚定信仰、纯洁思想。安正之声—“初心广播站”建站两年，坚持为员工宣讲党的政治理论、政策、方针、榜样故事等红色精神文化内容。



现场活动照片

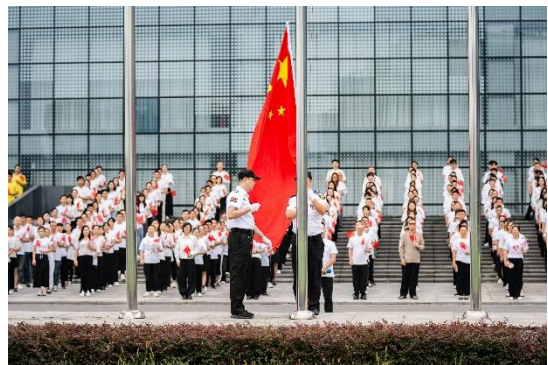
2、提升主题党日、党纪学习教育质量

报告期内，各党支部按相关要求积极制定主题党日活动方案，确保月月有活动，活动有成效。2024 年，开展主题党日活动 12 次，其中 3 次主题党日活动被海昌街道公众号作为优秀主题党日进行发布与展示；党委书记带领专题学习 3 次，线上视频学习警示教育 2 次；组织党建联建清廉活动 2 次；参观海宁市清廉教育现场教学活动 1 次；邀请市委党校副校长王亚芬进行专题党纪培训课 1 次。在喜迎国庆 75 周年之际，公司组织 500 名员工参与“筑梦新时代，奋进新征程”升旗仪式，公司党委书记、董事长兼总裁郑安政先生在仪式上发表了重要讲话。



党纪学习教育专题培训

升旗仪式



3、加强队伍建设、积极培养党员干部



报告期内，公司党委按照“控制总量、优化结构、提高质量、发挥作用”的总体要求，严格执行党员发展程序，2024 年吸收预备党员 1 名，预备党员转正 2 名。积极推进党员干部学习，主动参加海宁市两新党组织书记培训班学习，组织党员干部

外出对标学习，通过参观海宁市超达经编展厅和海宁市明士达展厅，感受对标企业党建引领的强大力量。

4、强化党建引领、筑牢安全红色“防护网”

2024 年，公司党委积极推进党建与安全生产相融合，不断加强安全教育和巡查工作。2 月，组织“开工安全第一巡”，党员和行政人员对生产大楼、办公大楼进行安全隐患巡查，查出问题立即整改；3 月，组织部分党员和生产班组长开展安全生产培训，围绕基层班组长工作中的管理现状、安全生产刑案司法解释、班组长安全职责等内容进行专业培训，提升班组长自身生产安全管理水平；11 月，在第 33 个全国消防宣传月期间，开展以“全民消防 生命至上”的消防安全主题党日活动，通过理论知识学习和实战演练，强化消防安全责任意识和应对火灾的实战能力。

现场活动照片



5、创美我先行、实践展“锋”采

报告期内，公司党委组织员工深入学习并宣传贯彻党的二十大和二十届三中全会精神，弘扬“奉献、友爱、互助、进步”的志愿精神，全年开展以“创美我先行，实践展锋采”为主题的学雷锋系列志愿活动 8 次，通过各种活动，充分发挥党员为群众办实事的先锋模范作用。



革命烈士纪念碑缅怀先烈

弘扬雷锋精神志愿活动

6、党建联建聚合力、共融促发展

报告期内，公司党委与浙江理工大学材料科学与工程学院党委共同举办了“安正奖学金”颁奖仪式暨校企合作交流会，交流会上双方党委书记就校企双方在推动人才培养和科技创新融合发展合作以及新材料研发方面提出了新希望和要求。2024 年，浙江理工大学材料科学与工程学院对公司高新技术研发项目、新产品指标制定、检测以及科技创新材料等方面进行了专业性的指导，同时，邀请了相关面料专业的老师来公司开展了面料专题培训。



现场活动照片



7、党建带群建、群团组织服务有成效

党建引领，党工融合，工会是广大员工的“娘家人”，竭诚服务员工群众，是工会工作的出发点和落脚点。

2024 年群团组织，工会、团支部、妇联在公司党委的带领下服务有成效，主要包括加强自身建设、履行职责、关注员工权益、文化活动等方面。

2024 年，公司“创美”党建始终坚持围绕中心、服务大局，找准工作切入点和着力点，坚持守正创新精神，不断增强党组织的凝聚力和战斗力，充分发挥党支部的坚强堡垒和党员的先锋模范作用，以高质量党建引领，推动公司高质量发展。

（二）夯实管治根基

公司根据《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》等法律、法规和规范性文件以及《公司章程》的规定，不断完善法人治理结构，建立健全的公司内部控制制度，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制，进一步规范公司运作，提高公司治理水平。

公司股东大会由全体股东组成。公司董事会由 6 名董事组成，其中独立董事 3 名（含 1 名女性独立董事），董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会及薪酬和考核委员会。公司监事会由 3 名监事组成（含 1 名女性监事），其中，职工代表监事 1 名，监事会主席 1 名。公司高级管理人员包括总裁、副总裁、董事会秘书和财务总监。

公司注重控股子公司的治理工作。在对控股子公司经营团队进行充分授权的同时，公司通过派驻董事、财务负责人和董事会秘书等方式，积极展开子公司与公司之间的双向沟通，确保控股子公司资金端业务和重大信息合规化流转，并要求控股子公司经营团队定期向公司进行经营汇报，以防范控股子公司出现重大经营风险。

公司自设立以来，股东大会、董事会、监事会和管理层能够按照相关法律、法规和《公司章程》赋予的职权依法独立规范运作，履行各自的权利和义务，报告期内未发生重大违法违规情形。

报告期内，公司严格按照《上市公司信息披露管理办法》，履行相应的信息披露义务。

关键绩效：报告期内，公司召开股东大会 6 次，共计审议 27 个议案；召开董事会 11 次，共计审议 52 个议案；召开监事会 10 次，共计审议 34 个议案；组织召开各专门委员会共计 16 次，审议议案 30 多个。

1、强化合规风控

坚持守法合规，诚信经营，是企业立身之本。公司秉持“安于正道”价值观，制定了规范的制度文件和有效的控制流程，定期完善和优化。同时，为加强员工“合规、诚信、廉洁”理念，公司将廉洁合规培训和必要的职业技能岗前培训一同纳入新员工入职必修课。经营管理过程中，公司对重点环节开展日常审计和年度审计工作，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。

举报渠道：公司设置举报热线、专人微信、电子邮箱、信函举报、预约来访以及其他举报人认为合适的形式。

举报人奖励：公司对于举报人提供的有价值的线索，设有不同金额的奖励。对于贡献特别重大的，给予特别奖励。

举报人保护措施：公司将举报的保密工作放在首位，对举报人的个人信息以及举报人提供的所有资料均严格保密，在受理、登记、保管、检查等环节上实行严格的保密措施，对违反规定的相关人员将从严从重处理，构成犯罪的依法追究法律责任。

关键绩效：内部制度修订与发布 27 个；合规与廉洁培训 8 次（覆盖 500+人次）；处理举报事项 2 次

2、坚守信披底线

公司严格按照《公司法》《证券法》《上海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》等相关法律法规、《公司章程》及公司各项规章制度的规定，切实履行信息披露义务，确保信息披露的真实性、准确性和完整性。报告期内，公司对外披露公告及相关配套文件共计 184 份，位居行业排名第一。2024 年度，公司信息披露质量考评获得上海证券交易所信息披露考核评级“B”级。

此外，公司定期邀请线下专业机构或通过网络培训平台授课等方式为董事、监事、高级管理人员、各事业部和职能部门负责人以及各子公司负责人开展相关培训。报告期内，公司邀请第三方机构根据公司实际经营情况，有针对性地开发内控建设、风险管理、上市公司法规制度等系列讲解课程，组织公司中高层管理参加线下培训。

关键绩效：对外披露公告 184 份，其中定期报告 2 份，临时公告 182 份；信披评级“B”级

3、重视投关管理

公司始终秉持“尊重投资者，回报投资者”的理念。报告期内，在做好日常信息披露工作的基础上，公司通过公司官网、投资者电话/邮件、投资者 E 互动等渠道，全面、客观、准确地对投资者咨询进行解答，帮助投资者更好地了解公司实际经营情况和未来发展。同时，听取并记录投资者对公司经营发展的意见和建议，及时向经营管理层反馈，形成双向互动，不断加强投资者对公司的了解和认可，切实保护投资者尤其是中小投资者的合法权益。

关键绩效：线下投资者交流 2 场，投资者电话/邮件 100+，E 互动回复 27 个（回复率 100%）

线下投资者交流活动现场



4、保障股东权益

在综合考虑自身可持续经营的基础上，公司严格按照《公司法》《证券法》等相关法律法规以及《公司章程》关于现金分红的规定，合理制定和执行分配政策与分配方案，充分保障股东权益，与股东共享公司经营成果。

单位：元

| 关键绩效 | 分红年度 | | |
|---------------------------|----------------|---------------|---------------|
| | 2022 年度 | 2023 年度 | 2024 年度 |
| 每股现金分红 | 0.50 | 0.115 | 0.10 |
| 派现总额 | 195,567,100.00 | 44,765,378.62 | 38,926,416.00 |
| 占合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润的比率 | 不适用 | 95.72% | 不适用 |

5、知识产权保护

公司按照《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国著作权法》等知识产权相关法律的要求，着力开展知识产权保护工作，推动创新成果转化。报告期内，公司通过内部管理和外部合作相结合的方式，构建了全面的知识产权保护体系。从版权、商标到专利和商业秘密，公司均采取了积极的保护措施，确保其知识产

权在市场中的有效性、合法性和竞争力。同时，公司通过定期监测、法律诉讼等手段，有效应对潜在的侵权风险，维护了公司的合法权益。

版权保护方面，公司安排专人负责版权登记事项，确保所有原创作品及时进行版权登记，有效预防潜在的侵权风险；针对出现的版权侵权案件，公司法务部积极提起诉讼，严厉打击市场中的侵权行为，维护公司的合法权益。

商标保护方面，公司根据业务需求和行业发展趋势，及时申请新的商标，确保品牌在市场中的独特性和竞争力；在商标维护方面，对于已注册的商标，公司积极维护其有效性，确保商标的合法性和持续保护；在商标的使用方面，公司规范在经营、产品、促销、宣传推广等过程中的商标使用行为，避免因不当使用导致的商标权益受损；在商标监测方面，公司聘用外部代理律所每月定期进行商标初审公告监测和近似商标监测，及时发现并应对潜在的商标侵权或抢注行为，有效降低公司商标权益受侵害的风险。

2024 年，公司新申请商标 64 件，截至报告期末，公司累计获得商标数量为 1153 件，其中境外 80 件。

二、环境保护

公司秉持着文化和时装共生的时尚生活方式，倡导为穿着者创造由内而外的美。公司各品牌以消费者的精神价值为原点，对气候、环境保护、人和服装可持续发展的探讨，逐渐从企业的前瞻战略导向阶段进入到品牌优先践行的实施阶段。从天然环保的面料开始，未来将紧跟国家战略要求，为实现供应体系碳减排的长期目标贡献力量，直至人、服装以及环境的平衡和谐可持续。

(一) 研发与采购

公司作为一家定位于中高端的时尚产业集团，公司从服饰设计研发开始就注重绿色可持续理念的贯穿融入，在满足客户需求和产品功能的前提下，综合考虑产品成本，适当提升产品的环保属性。

在面料选择上，公司会采购部分环保材料，例如铜氨、醋酸、莱赛尔再生纤维素等环保材料。



同时，公司在生产环节对产品环保性指标进行严格的把控，不仅在原料进厂阶段严格限制有害物质超标的原料入库，也会积极开展相关技改，改善有害物质使用情况。

此外，公司已设立绿色采购标准，对供应商绿色环保资质有明确规定，并将物料环保这一要素纳入确立供应商等级的标准，如合作供应商均应有质量管理体系认证和环境管理体系认证，羊毛类原料的供应商应有 RWS 负责任羊毛认证，主力供应商应具有 RRS 认证和 OEKO-TEX 100 认证；在物料选材方面，采用生态环保的理念，倡导使用无毒无害或低毒低害的环境友好型原辅材料；在产品包装循环利用方面，公司制定并实行了《退货组防尘袋维护条例》，规定防尘袋二次利用以减少防尘袋资源的浪费，自该条例实施以来，共节约数万个防尘袋。

（二）绿色办公

公司在日常经营过程中贯彻落实绿色发展的理念，高度重视并倡导员工对环保意识的增加，积极采取一系列绿色办公举措，向员工广泛宣贯环保知识并加入践行绿色低碳的办公环境中来，打造绿色办公场所，持续助力绿色低碳发展和转型。

报告期内，公司提倡员工优先选用电子文档、电子邮件以及线上流程来沟通协作、传递文件，遵循“必要才打印，非必要不彩印”原则，在确保内容清晰可辨的前提下，尽量将多页内容整合至同一页面打印，公司按月拉取数据，统计节约情况，让员工用点滴行动汇聚成磅礴力量，共筑绿色办公新生态。同时，公司推广使用节能灯具，优化照明系统，按照规定合理使用空调以及其他电子设备。办公用水方面，安装使用节水设备，并做好相应提示，加强员工的节约用水的意识。办公废弃物方面，公司要求员工按照相关规定，严格执行垃圾分类，鼓励员工对废纸的回收以及办公用品的再利用。

（三）节能减排降耗

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国节约能源法》等相关法律法规，积极响应国家节能降耗的号召，同时结合公司的实际情况不断优化各类能源的使用效率。目前，公司主要使用的能源种类包括电力、水、蒸汽等，能源来源主要为外购电和光伏电（公司建有分布式光伏电站）、外购蒸汽三

部分组成。为强化企业能源管理、降低能源消耗、提高能源利用效率，公司设立能源管理工作小组，通过制定管理制度以及鼓励员工自主创新工艺流程或设备的方式，全面统筹与落实经营各环节的节能降耗、绿色可持续工作。

在排放管理方面，公司日常经营活动中，主要产生废气、废水、固体废弃物三类，由于公司处于服饰制造行业的下游，不属于重污染物排放企业。公司废气主要为食堂油烟；废水主要为生活污水，无工业废水排放，且生活污水会经厂区化粪池预处理后再纳入市政污水管网，进入污水处理，以达到排放要求；公司固体废弃物主要为工业固体废弃物和生活垃圾，按照国家相关标准和要求暂存或处理，公司无自行处理能力的，会将固体废弃物转交给具备相应能力和资质的处理厂进行处理，处理达标后再行排放。

三、社会担当

公司在时尚服装产业深耕多年，积累了非常丰富的行业经验。公司始终把握世界时尚流行趋势，坚持匠心与创新精神，为顾客创造追求美好、充满乐趣、魅力无限的高品质生活方式，塑造良好的客户体验，实现消费者、员工、企业、合作伙伴的价值与梦想。

（一）客户导向

1、注重研发与创新

公司坚持以科技创新为动力，开拓产业智能制造，加强先进技术及工艺研发，积极开展校企合作，实现各自优势与资源共享，设计出满足消费者对美好生活追求的时尚产品。报告期内，公司与浙江理工大学材料科学与工程学院在人才培养、高新技术、新材料研究等方面开展技术研究合作，积极推进科研创新成果转化及应用。

研发设计是时尚服装品牌的核心。公司非常重视产品的设计与研发，公司各品牌事业部拥有独立的设计研发部门，并在不断强化公司内部设计研发团队的人才力量。2024年，公司拥有专职研发设计人员185人，研发设计人员约占公司职工11.72%，其中拥有硕士研究生学历研发设计人员12人，拥有本科学历研发设计人员50人。专业、稳定的研发团队，推动公司产品设计不断取得创新发展。

报告期内，公司设立材料研发项目 10 项；授权专利 18 项，其中发明专利 2 项，实用新型专利 16 项。



2、质量保障

公司严格遵守《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规，在生产全过程贯彻严格的质量控制措施，致力于为客户提供高品质产品和优良服务体验。

公司对采购管理、物料管理、生产管理等业务环节实行全流程管理，并重视质量管理体系的建设与维护。

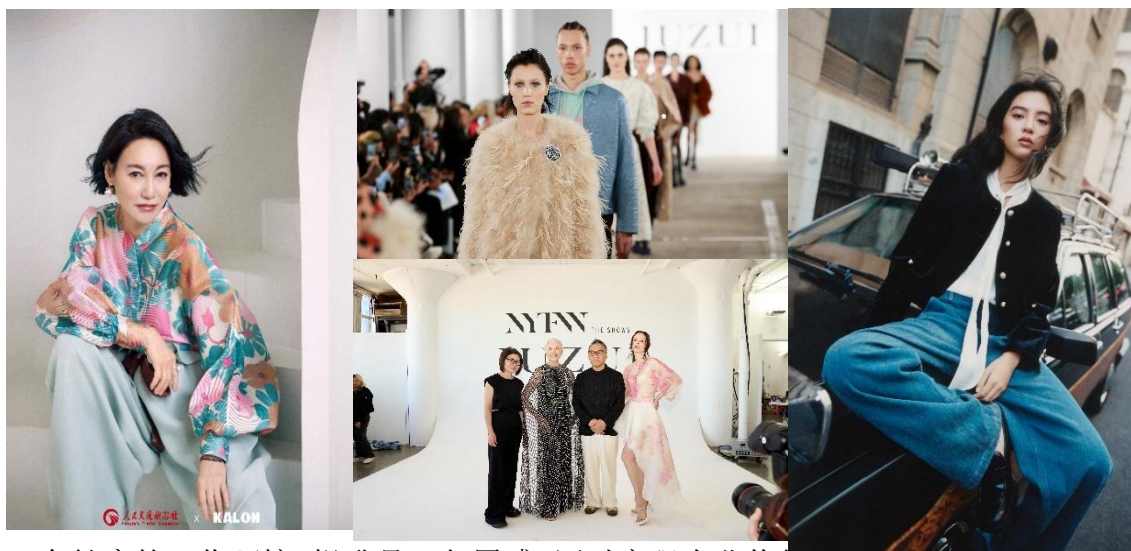
在采购管理上，公司制定了《采购控制程序》和《供应商管理制度》，定期根据实际情况进行更新，其中明确了采购相关任务职责，对采购流程以及采购质量等要求作出了明确而清晰的规定，并对原辅料和成衣供应商的资质和供货能力明确了评价条款，同时也明确了产品质量和安全要求。公司会根据采购的验收记录以及其他相关信息定期对供应商进行评价筛选，公司依据供应商的货品品质、交期及配合态度等要素，更新成衣供应商和面料供应商评级，加强供应商管理。此外，为确保生产用原辅料的质量以及外采成衣符合公司的采购和设计要求，公司制定了原辅料和外采成衣的检验规程和技术规范，对所有进厂的用于生产的原辅材料、外协加工品和成衣进行检验和试验。其中原材料到厂后，由品质部人员检查原料的品种、规格、数量（重量）、包装情况，由专人现场取样化验，对于检验合格的原材料填写原料检验报告单签字并交由品质部人员办理入库，不合格的原辅料按规定不得入库。不论是自产成衣还是外采成衣，品质部按照相同的检

验标准和程序，整体对比，细节重点检验。报告期内，公司外采成衣质检合格率为 92.1%、自产成衣质检合格率为 97.5%、面料质检合格率为 90.8%以及辅料质检合格率为 99.3%。

在婴童服饰板块，公司同样建立了严格的品控要求，不断完善供应商准入和供应商考评机制。对新供应商的选取，根据其规模、资质、合作方等维度综合考虑，对其工厂进行审核后方可准入，并从供应商的成本、品质、交期、配合度、售后服务等方面进行等级制考评，从而保证原材料持续、稳定、高质量的供应。婴童产品优先选用天然、环保类原材料，与国家权威性检测机构合作，确保产品原材料达到国家婴童规范标准，婴幼儿产品达到国家 A 类标准，方可验收。

3、推广营销

公司按照《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等相关法律法规，重视并规范在产品标识、产品宣传推广等方面的行为，通过自媒体、电商平台、公众号等渠道宣传企业和产品信息。报告期内，公司聚焦核心市场、渠道以及客户开展推广营销活动，通过建立多维度的品牌传播方式，包括品牌形象推广、参加纽约时装周、社会活动、媒体广告等，在避免夸大、模糊的信息基础上，有效充分的对公司及各品牌形象进行营销传播，并重视保护消费者的合法权益。



全健康的工作环境，提升员工归属感，同时实现企业价值和员工价值的双向提升。

1、公平招聘、合规雇佣

公司一贯秉承“公开招聘、平等竞争、择优录用、先内后外”的理念，择优选拔、录用人才，不断引进外部优秀人才的同时进行内部人才梯队的培养与建设，为公司发展和行业进步输送优质人才。

报告期内，公司坚持通过校园招聘、社会招聘、内部推荐等多元化渠道引进人才，不断规范招聘管理流程，实现高效精准的人才招聘，强化人才队伍建设基础。截至 2024 年末，公司员工总人数为 1,579 人，其中女性员工人数为 1,084 人，研发人员数量为 185 人。

2024 年，公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律规定，以合法、公平、平等自愿、协商一致、诚实信用的原则与员工建立劳动关系，按员工类型与各位员工签订劳动合同，双向保障员工和企业的合法权益，严格执行杜绝使用童工及安排未成年人从事禁忌劳动工作等强制性规定。

公司在员工聘用、考核、晋升等方面建立公平、完善的考核指标，重视打造平等互信的职场氛围。公司还建立规范的员工解聘沟通机制，确保离任相关原因及流程符合法律法规，公司尊重员工自由选择工作的权利，并严格遵守《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规及内部制度，规范解除、终止劳动合同的工作程序，确保员工的合法权益。此外，公司通过《员工手册》、OA 系统制度建设栏目、企业微信内部通知等方式向员工传达福利待遇、培训发展、绩效评定、奖惩机制、行为规范等方面的规定。

薪酬福利：公司薪酬政策的宗旨是规范公司人力资源管理，建立科学、符合企业发展需要的薪酬体系，使薪酬管理体系符合公司发展战略的需要，薪酬政策旨在客观评价员工能力、业绩的基础上，以企业支付能力为前提，强调个人薪酬和职位价值、绩效相匹配。薪酬政策依据国家法律法规，结合公司自身实际情况订立，公司采用管理岗位实行年薪制、绩效考核制、利润分享制和员工持股计划激励，营销岗位实行年薪制、业绩提成制、利润分享制和部分员工持股计划激励，一线岗位实行基本薪酬加产量、销量计件制相结合的工薪制。如此，将企业利益与员工利益相结合，充分调动员工的积极性。

职业健康与安全：公司重视员工的健康与安全，制定了一线人员工作标准、职业安全规定和相关重大事故的应急预案等内部制度，对相关事故进行应急预案的演练，并对员工出现安全事故的处理方式进行了规范。公司每年度向不同岗位在职员工提供差异化的外采体检服务，同时也注重员工的心理健康。公司以内部组织、邀请专业人士或合作承办的方式不定期组织员工参与各类知识分享活动，并在海宁园区设置配套文娱休闲设施与场所，包括体育馆、图书馆、电影院等，保持员工身心健康。

2、人才梯队建设

公司根据集团战略及经营管理情况搭建分层分类的培养体系，逐步建立起涵盖管理干部、核心岗位人才、新生代后备人才的人才培养体系。针对干部人才，致力于打造一支懂管理、精业务、好品格、高素养的干部队伍。针对核心业务岗位，建立涵盖业务目标所需的应知应会培养体系。同时，公司将企业文化培训导入到各层各类培养项目中，以使命愿景引领全体员工，以价值观指导员工思想和行为，从而打造一个目标一致、行动一致的团队，提升员工的归属感和使命感。

为更好打造学习型组织，公司建立有《培训管理制度》《导师管理办法》等培训制度体系，建立了管培生培养体系，并进一步规范完善员工培训体系，激发员工潜能，助力员工成长。公司的人才发展战略以内部培养为核心、注重梯队建设、根据实际经营需求引进专业人才，为处于不同阶段和不同岗位的员工提供多样化培训类别。

公司培训体系包含战略类、企业文化类、领导力类、专业业务类以及职业素养类。其中，战略和企业文化培训指导公司发展方向和发展路径；领导力培训保证各层级人员具备优秀的领导力和管理技能，是公司稳健发展的基础；专业线培训和职业素养培训保证各专业岗位业务技能熟练，为公司快速发展提供动力。

公司注重为员工打造多样化、便捷的学习方式，除公开课、集中培训、外派培训等线下培训外，还逐步建立在线学习系统、知识管理系统、素材分享系统等多样化的线上平台，让产品知识、流行资讯、业务及管理经验更便捷有效的触达到终端门店和所有员工，同时更好的萃取和沉淀企业经验，保障长期学习和发展。



JUZUI 玖姿业绩增长体系训练营



服装面料创新及技术发展趋势培训



卓越经理人 结业新征程

卓越经理人结业

电商扶摇计划



3、2024 年主题活动



新春游园会



直营团建活动



运动月-羽毛球活动

妇女节活动



党委组织观影活动



技能大赛活动

(三) 社会公益

公司作为一家时装上市公司，时刻践行社会责任，投身于公益事业中，助力推进国家乡村振兴战略，用实际行动回馈社会，传递温暖。

2023 年 3 月，公司慈善基金会与浙江理工大学材料科学与工程学院签署了“安正教育基金”捐赠协议和校企合作协议，2024 年首次举行“安正奖学金”颁奖仪式，共有 15 人获得 2022-2023 学年“安正奖学金”。

2024 年，公司参与上海临空经济园区发起的“云南公益帮扶活动”，助力巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接，公司基金会承接了“资助困难大学生”的项目，以资助云南偏远山区困难家庭学生青春逐梦，顺利完成学业、减轻家庭负担为目标，每人每年 2000 元。资助的对象是云南省红河州绿春县大黑山镇的贫困大学生，2024 年资助 10 位贫困大学生。

报告期内，公司慈善基金会参与海宁经济开发区（海昌街道）举行的“金秋向光”企业助学签约仪式，公司与海宁市海昌街道中心幼儿园、海宁市慈善总会、海宁市教育局共同签订四方捐赠协议书，捐赠 3 万元用于支持海昌街道中心幼儿园双山分园“小教室大成长，融合教育支持”项目，购买特需教育器材、学具、教具、专业图书等。同年 11 月，公司资助紫微高中教育 6 万元，捐赠款项主要用于支持在校学生的人才培养、学习用品、书籍资料的采购，困难学生帮助、优秀学生奖励等。此外，公司 2024 年还资助了乐清蒲岐教育助学金 12 万元。

在“爱心助残”项目方面，报告期内，公司与海宁百丽丝残疾人之家、海宁市残联、海宁市智协亲友会共同举办了海宁市第六届“牵着蜗牛去散步”大型社会公益活动，主要目的是让更多的智力障碍者从家庭走出来，让智力障碍者更好地去体验社会发展，共享改革发展的成果。2024 年，带着他们走进了上海野生动物园，这是他们第一次见到这么多的动物，让他们体验到了不同的快乐。

2024 年，海宁市“爱心助残慈善”捐赠仪式在公司海宁总部举行。海宁市副市长、市慈善总会会长马哲峰，公司党委书记、董事长兼总裁郑安政，共同出席捐赠仪式，另外还邀请了杭州亚残运会赛艇项目冠军、2024 年巴黎残奥会运动员余立，最美嘉兴残疾人、第十届国际残疾人职业技能大赛网页制作项目银奖获得者、杭州亚残运会火炬手宋天宁等海宁市残疾人优秀人才代表参加。仪式上，公司慈善基金会向海宁市慈善总会捐赠 60 万元，分三年捐赠，捐赠款将通过海宁市慈善总会定向捐赠给海宁市残疾人联合会，主要用于 6-18 周岁残疾学生教育助学、残疾人文化体育人才培养、残疾人公益慈善文化体育比赛，以及其他残疾人公益慈善等。

公司时刻把员工的需求冷暖放在心上，特设立“温暖基金”，主要是给员工本人因重大疾病或意外事故致困或直系家属患重大疾病等情况，因地制宜、人性化开展特困员工救助工作。2024 年共资助 2 位特困员工。

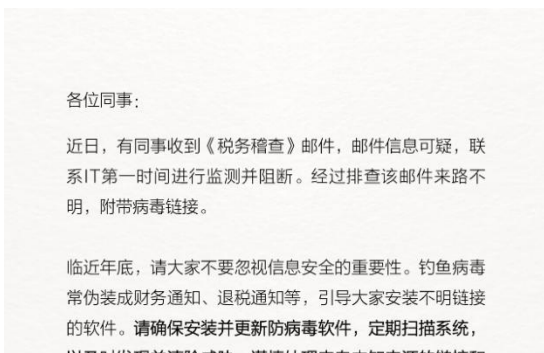
在扶贫致富方面，公司基金会第一时间响应海宁经济开发区、海昌街道统战发起的“助力爱心带富”项目，公司安排了 1000 件夏季女装，价值 61 万元，捐赠给在海拔 4860 米的黑水县达古冰川观景平台上的“爱心公益店铺”服装店销售，助力当地共同富裕。

此外，2024 年，公司 JUZUI 玖姿事业部发起了“旧衣回收”项目，该项目的主题是：我们热爱时尚，我们也热爱自然，我们创造时尚趋势，我们也践行可持续时尚，让旧衣循环，延续价值旅程，每一次转手，也“衣旧热爱”，破旧而出、爱不闲置、循环再生、让爱永续。



（四）数据安全

报告期内，公司严格遵守《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，同时，公司结合实际经营情况制定了《数据信息安全管理度》和《客户隐私保护制度》。截至 2024 年末，公司未发生隐私保护泄露相关的重大事件。



数据安全措施

| | |
|-------------|---|
| 制度建设 | <p>制度建设</p> <p>制定数据安全策略：明确数据安全的总体目标、原则和要求，为数据安全管理提供战略指导，明确规定数据的分类分级标准、访问控制策略等。</p> |
| 技术保障 | <p>数据加密：采用加密算法对敏感数据在存储和传输过程中进行加密处理，确保数据不被窃取、攻击者也无法获取明文信息。如使用 SSL/TLS 加密协议对网络传输数据加密。</p> |
| 数据备份 | <p>数据备份与恢复：建立完善的数据备份机制，将数据备份到异地或其他存储介质。同时，定期进行数据恢复演练，确保在数据丢失或损坏时能够及时恢复。</p> |

客户隐私保护

