



2025年度

海澜之家集团  
可持续发展报告

# 目录

# CONTENTS

## 前言

关于本报告	01
董事会声明	04
关于海澜之家集团	05

## 可持续发展管理

可持续发展治理	09
可持续发展战略	10
重要性议题评估	11
利益相关方沟通	12

## 环境篇 01

青山绿水 增强绿色发展动能

应对气候变化	15
环境合规管理	21
污染物与废弃物管理	24
水资源利用与废水排放	27
能源利用	28
资源利用和循环经济	31

## 社会篇 02

合而共赢 激发价值内生动力

创新研发和知识产权保护	35
产品和服务安全与质量	42
客户权益保护	45
员工	49
供应链管理	59
数据安全	61
社会贡献	63

## 治理篇 03

协同共治 夯实长治久安基石

治理结构与运作机制	69
股东权益保护与投资者关系	71
风险管理	72
商业道德	73

## 附录

2025年ESG绩效指标汇总表	75
可持续发展指标索引	79
读者意见反馈	80



# 关于本报告

## 报告简介

本报告旨在向利益相关方披露海澜之家集团股份有限公司及其附属公司 2025 年在环境、社会及管治领域的最新工作情况。本报告遵循重要性、量化、平衡和一致性的原则编制。

## 报告范围

本报告的组范围海澜之家集团股份有限公司及其合并报表范围内的子公司，涵盖其在中国大陆及部分海外市场的业务运营情况。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。

## 报告期限

2025 年 1 月 1 日至 12 月 31 日。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。本报告包括前瞻性陈述，指公司预计或期待未来可能或即将发生的业务活动、事件或发展动态的陈述。受诸多可变因素影响，未来的实际结果或发展趋势可能会与这些前瞻性陈述出现重大差异。除非监管机构另有要求，公司并无义务或责任对前瞻性陈述进行更新。

## 编制标准

本报告参考以下国际、国内权威 ESG 标准进行编制：  
《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）》（“《指引》”）  
《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》  
《香港联合交易所证券上市规则》附录 C2《环境、社会及管治报告守则》（“《守则》”）  
《香港交易所环境、社会及管治框架下气候信息披露的实施指引》

## 数据说明

本报告所披露的数据来源包括：海澜之家集团股份有限公司内部相关统计、公开披露数据、第三方调查、政府部门、专业机构的公开数据。本报告承诺数据不存在任何虚假、误导性陈述或重大遗漏。如无特别说明，所有金额均以人民币表示。

## 指代说明

本报告中“海澜之家集团股份有限公司”将以“海澜之家集团”“公司”“集团”“我们”表示。其他涉及子公司、品牌等的称谓简称如下：

序号	简称	全称
1	海澜科技	江阴海澜科技有限公司
2	云服实验室	江阴云服实验室科技有限公司
3	英氏	英氏婴童用品集团有限公司
4	海澜之家、主品牌	指海澜之家 HLA
5	HEAD	指公司在中国区代理的奥地利运动品牌 HEAD(海德)

## 报告获取

本报告支持公开下载，您可以在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）及公司官网（www.hla.com.cn）下载本报告电子文本。如简体中文版与繁体中文版、英文版存在差异，以简体中文版为准。

## 免责声明

本报告仅供利益相关方参考，不构成任何投资或决策建议。海澜之家集团对任何因本报告使用所产生的误解或损失不承担任何责任。

## 报告反馈

若对报告有任何建议，请按以下方式联系我们：  
地址：江苏省江阴市华士镇  
邮箱：600398@hla.com.cn

# HLA GROUP

## 董事会声明

本集团董事会负责 ESG 相关事宜的整体监管，本年度为强化 ESG 治理顶层设计，董事会明确由战略委员会负责指导并监督可持续发展各项工作，战略委员会的职责包括识别公司可持续发展相关风险和机遇，对可持续发展相关事项开展研究、分析和风险评估、制定可持续发展战略、审议可持续发展相关披露等。董事会定期听取战略委员会的汇报，并对战略委员会和管理层的工作开展和执行情况进行监督。

基于本集团的重要性议题评估结果，本年度我们积极推进并深化 ESG 具体领域的工作，如对过去三年和本年度的温室气体排放情况进行核算，制定了可持续发展相关目标，对气候变化风险与机遇进行识别、评估并制定策略等，并将 ESG 相关风险融入集团整体的风险管理体系，推动 ESG 和业务进一步融合。

同时董事会会根据外部环境变化和公司战略调整，定期评估重要性议题，动态优化 ESG 管理策略和资源配置，以确保公司战略与可持续发展目标相契合。

本报告披露了 2025 年度本集团在上述工作和其他 ESG 实践的情况，并由董事会于 2026 年 3 月 26 日审议通过。

# 关于海澜之家集团

## 公司简介

海澜之家集团是中国领先的品牌服装零售集团，坚持多品牌、全渠道及全球化的发展战略。集团核心品牌“海澜之家”是全球第二、亚洲第一男装品牌，更是目前唯一一年收入突破人民币 100 亿元的中国男装品牌<sup>1</sup>。集团亦通过自有品牌组合（包括女装品牌 OVV、婴童品牌英氏 YeeHoO 等）、国际运动品牌合作（包括阿迪达斯 Future City Concept (FCC) 在中国内地的独家运营，以及 HEAD（海德）在中国区服饰业务的授权商）和城市奥莱新零售业态满足消费者多元化需求。此外，集团在企业服装定制（“团购”）领域深耕超二十年，已成为中国最大的企业服装定制制造商。

## 公司概况

 <h3>市场领导地位<sup>1</sup></h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>全球第二大男装品牌</li> <li>亚洲第一大男装品牌</li> <li>中国与马来西亚男装品牌第一名</li> </ul>	 <h3>发展历史<sup>1</sup></h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>超过 20 年的品牌历史</li> <li>中国企业服装定制领域的开拓者</li> </ul>	 <h3>品牌与业绩<sup>1</sup></h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>多元产品组合，覆盖男装、女装、婴童装及运动服</li> <li>中国最大的企业服装定制生产商</li> </ul>
 <h3>全球门店<sup>2</sup></h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>全球门店超过 7,300 家</li> <li>覆盖 12 个海外国家及中国 31 个省级行政区</li> </ul>	 <h3>盈利能力<sup>2</sup></h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>收入超过 216 亿元</li> <li>纯利超过 21 亿元</li> </ul>	 <h3>股东回馈<sup>2</sup></h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>预计派息 19.69 亿元</li> <li>派息率约 90.91%</li> </ul>

<sup>1</sup> 根据弗若斯特沙利文数据，按 2024 年收入计

<sup>2</sup> 数据摘自海澜之家集团股份有限公司 2025 年年度报告

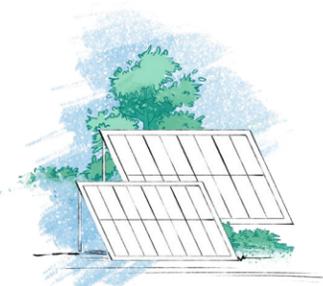
## 业务布局

海澜之家集团的业务模式以“多品牌、全渠道、平台化”为核心，通过整合设计、供应链、数字化运营与销售网络，构建了一个协同高效的价值链体系。



## 2025 年可持续发展方面的亮点

### 环境维度



- 资源消耗目标：目标在 2027 年前，单位产量耗电量降低 **3%**，单位产量耗水量降低 **2%**，基准年为 2024 年。同时计划在 2027 年前，将可再生能源在总用电量中的占比提升至 **25%**<sup>1</sup>。
- 温室气体排放数据：2025 年范围一直接温室气体排放量 **3,163.15** tCO<sub>2</sub>e；范围二间接温室气体排放量（基于位置） **34,222.07** tCO<sub>2</sub>e
- 海澜之家集团自有工业园以及物流园区的光伏项目绿色电力 **11,253.43** 兆瓦时
- 入围江苏省首届**近零碳工厂**

### 社会维度



- 员工总数 **29,375** 人，其中女性员工占比 **81.21%**
- 新招本科生及以上学历员工 **961** 人
- 研发人员 **1,280** 人
- 拥有专利 **460** 项
- 公益捐赠 **394.45** 万元，惠及 **6,368** 人<sup>2</sup>

### 治理维度



- 本年度召开 **9** 次董事会会议，审议议案 **44** 项
- 女性董事占比 **22.22%**
- 公司 2024 年度现金分红总额为 **19.69** 亿元（含税），占公司 2024 年度归属于上市公司股东净利润的比例为 **91.22%**

<sup>1</sup> 摘自海澜之家集团股份有限公司 H 股招股书（2025.11.21 申请版本）。

<sup>2</sup> 按捐赠物资数量统计

## 企业荣誉

### 制造层面



### 品牌层面



### 产品层面

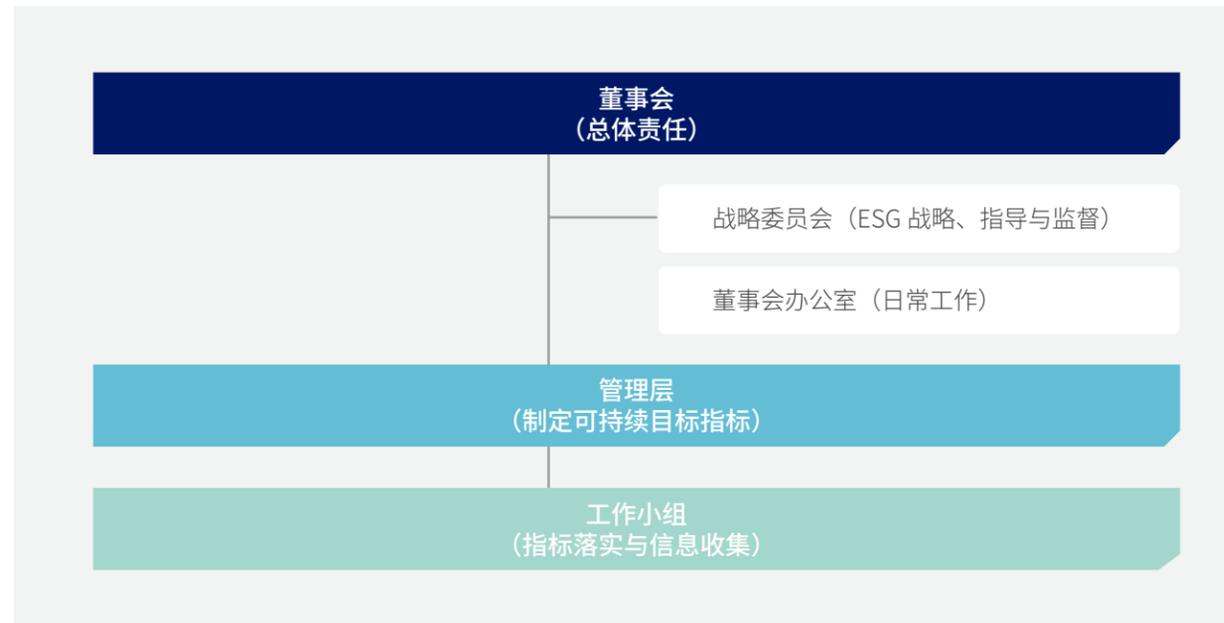


# 可持续发展管理

## 可持续发展治理

### 治理架构

海澜之家集团构建了董事会-管理层-ESG工作小组的三层 ESG 治理体系，实现了战略规划、组织保障、执行落实与持续改进的管理闭环。2025 年为强化 ESG 治理顶层设计，董事会明确由战略委员会负责指导并监督可持续发展各项工作。战略委员会的职责包括识别公司可持续发展相关风险和机遇，对公司可持续发展相关事项开展研究、分析和风险评估，制定可持续发展战略、审议可持续发展相关披露等，对超出授权的议题提交董事会或股东会审议。



### 内部制度

海澜之家集团根据《上市公司治理准则》、《海澜之家集团股份有限公司章程》等，制定了《董事会战略委员会实施细则》，明确了战略委员会负责可持续发展重大事项进行研究并提出建议等职能，并就战略委员会决策程序、议事规则等提供了具体规定。海澜之家集团获得了 GB39604 社会责任管理体系认证。



## 可持续发展战略



## 重要性议题评估

本年度集团的战略和运营模式、政策环境、市场环境相较 2024 年没有发生重大变化，我们原则上延续 2024 年的双重重要性评估结果，以确保评估的稳定性和连贯性。重要性议题评估方法、流程请参阅本公司 2024 年度社会责任报告。



根据此重要性分析结果，“科技伦理”“乡村振兴”和“生态系统和生物多样性保护”议题对于集团、下属子公司均不具备实质性。因此，本报告不对这三个议题进行呈现。

## 利益相关方沟通

海澜之家集团始终重视与各利益相关方的持续、透明、双向沟通，积极倾听各方诉求，并将其融入公司战略与日常运营中。我们坚信，建立并维护与消费者、员工、股东、合作伙伴、政府及社会公众等之间的信任关系，是公司可持续发展的基石。通过系统化、多元化的沟通机制，我们及时识别相关风险与机遇，持续提升公司治理水平与责任运营能力。

维度	议题	2024 年基线
 消费者	<ul style="list-style-type: none"> <li>产品质量与安全</li> <li>客户权益</li> <li>数据安全与隐私保护</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>客服热线</li> <li>线上商城与 APP 客服</li> <li>社交媒体互动</li> <li>客户满意度调研</li> <li>会员活动</li> <li>门店评价器</li> <li>门店互动</li> </ul>
 员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>员工权益</li> <li>人才培养与发展</li> <li>职业健康与安全</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>内部办公平台</li> <li>定期团队会议</li> <li>员工满意度调查</li> <li>工会与职工代表大会</li> <li>内部培训</li> <li>员工活动</li> </ul>
 股东与投资者	<ul style="list-style-type: none"> <li>治理结构与运作机制</li> <li>股东权益保护</li> <li>投资者关系</li> <li>风险管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>股东会</li> <li>业绩说明会</li> <li>投资者关系热线与邮箱</li> <li>定期报告及临时公告披露</li> <li>路演</li> <li>上交所互动平台</li> </ul>
 政府与监管机构	<ul style="list-style-type: none"> <li>环境合规管理</li> <li>污染物与废弃物管理</li> <li>水资源利用与废水排放</li> <li>风险管理</li> <li>员工权益保护</li> <li>产品和服务安全 and 质量</li> <li>商业道德</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日常汇报与会议</li> <li>政策研讨会</li> <li>合规检查</li> <li>专题调研</li> <li>参与国家、行业标准制定</li> </ul>
 供应商与合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> <li>供应链管理</li> <li>产品和服务安全 and 质量</li> <li>商业道德</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>供应商大会</li> <li>定期审核与评估</li> <li>现场走访</li> <li>合作协议沟通</li> </ul>
 社区与公众	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会贡献</li> <li>循环经济</li> <li>产品和服务安全 and 质量</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社区公益活动</li> <li>志愿者项目</li> <li>企业开放日</li> <li>社交媒体发布</li> <li>公益合作与捐赠</li> </ul>
 媒体与非政府组织	<ul style="list-style-type: none"> <li>负责任营销</li> <li>社会贡献</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新闻稿发布</li> <li>媒体采访</li> <li>专题交流</li> <li>社会责任报告披露</li> <li>参与行业论坛</li> </ul>

# 01 环境篇

## 青山绿水 增强绿色发展动能

环境可持续发展是海澜之家集团践行 ESG 理念的核心基石，也是海澜之家集团实现绿色转型与长期价值创造的关键路径。公司始终将“绿色、低碳、循环”的发展理念根植于品牌基因中，并从原材料管理、生产环节、供应商要求等多个维度落实践行，实现绿色生产、绿色智造、绿色管理。

### 包含的重要性议题

- 应对气候变化
- 环境合规管理
- 污染物和废弃物处理
- 水资源利用与废水排放
- 能源利用
- 资源利用和循环经济

### 回应的 SDGs



# 应对气候变化

## 治理

应对气候变化已经纳入海澜之家集团整体的可持续发展治理体系，董事会战略委员会负责评估气候相关风险和机遇，设定气候相关目标和指标，监督关键绩效的达成。

公司董事会办公室负责战略委员会的工作联络、会议组织、材料准备和档案管理等工作。战略委员会对董事会负责，会议通过的议案及表决结果，以书面形式报董事会。董事会制定与修订战略委员会实施细则，并对战略委员会的工作开展和执行情况进行跟踪监督。

## 战略

### 气候相关风险和机遇

服装行业面临着日益严峻且多层次的气候风险，理解这些风险对于行业的可持续发展和长期生存至关重要。我们结合集团的业务特点和市场环境，参考上交所、联交所的相关指引，通过内部讨论、同行实践参考、专家意见征询等方式，识别出对业务模式和价值链有重大影响的关键气候风险和机遇。

### 重要的气候相关风险

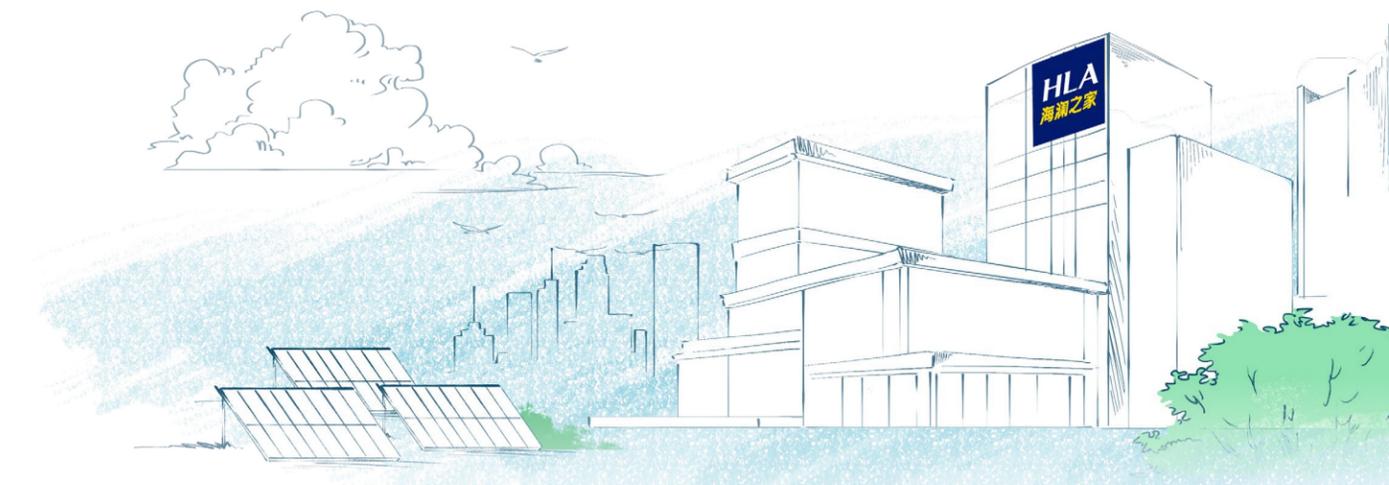
#### 转型风险

风险类型	风险名称	影响期间	对价值链和财务的影响	策略和决策
政策法规风险	信息披露要求提高	短、中、长期 <sup>1</sup>	联交所已制定上市公司披露气候相关信息的指引和实施细则，强化上市公司的气候披露义务。中国财政部也出台了企业气候披露准则，引导企业提高气候相关信息披露的质量。	密切关注国内外相关法规政策，优化公司、供应商的 ESG 数据管理，确保公司运营和信息披露符合最新的监管要求。评估和规划价值链减排路径，提升气候风险管理。
技术风险	研发难度大	短、中、长期	环保低碳产品研发、生产和推广投入大、周期长。	优先量化生产、推广已有研发成果
市场风险	现有消费群体最注重性价比	短、中、长期	海澜之家定位国民品牌，产品主打高性价比，目前主要的消费群体支付环保溢价的意愿不强。	焕新品牌定位、丰富消费群体
	消费者偏好变化	短、中、长期	消费者尤其是年轻消费者对可持续发展和低碳绿色消费越来越关注，公司若不进行低碳产品开发，可能失去部分对可持续消费有需求的年轻消费群体市场。	加大环保面料和生产工艺的研发应用。
品牌风险	公众期待提高	短、中、长期	公众对企业社会责任的关注度增加，不满足利益相关方的期待会对品牌产生不利影响	加强品牌建设，强化利益相关方沟通

<sup>1</sup> 基于自身运营及上下游价值链特征，海澜之家集团以短期（1 年以内）、中期（1 至 5 年）和长期（5 年以上）的时间维度对气候相关风险和机遇进行识别。

#### 物理风险

风险类型	风险名称	影响期间	对价值链和财务的影响	策略和决策
急性风险	极端高温	短、中、长期	原材料供应与价格波动：高温影响棉花、羊毛质量，产量下降可能导致原材料价格上涨。 资产损坏：高温可能造成自有设备、车辆的损坏，带来生产效率降低、订单交付延迟等。 供应链中断：高温可能影响生产和运输，造成运营开支增加、销售收入损失。 员工健康和安：需要额外提供降温措施，发放高温补贴，减少工作时间，增加人力成本。 高温也影响消费者出行造成销售收入减少。	提升供应链气候适应韧性； 优化供应链布局，分散风险； 制定应急方案； 购买保险； 加强员工高温防护培训； 增强线上渠道能力，增加网店销售
	极端降水		可能造成办公室、工厂和设备的损坏，影响生产和配送。导致水源污染，影响上游生产和水费开支。影响员工和消费者健康和安。	购买保险。持续评估与确认物业设施满足防洪和排水设计要求。制定应急计划，提供应急培训和应急设施。
慢性风险	气候变暖	长期	气候变暖会减少消费者对羽绒服或棉衣（特别是厚款）的需求，减少销售收入。	持续提升供应链气候适应能力，提前关注气温变化趋势快速调整产品结构，减少气候变化对库存和销售的影响
	水资源短缺	长期	供应链影响：棉花是高度耗水的作物，缺水会导致棉花减产、品质下降，涤纶、尼龙等化纤原料生产同样需要大量水资源。印染和后整理（如洗涤、漂白）同样需要大量用水。缺水可能影响供应链，增加采购成本。	增加使用、采购汉麻、再生纤维等节水材料或优先使用节水产品（如无水染色）； 提高废水回用率。



重要的气候相关机遇

机遇名称	影响期间	机遇描述	价值链影响	潜在财务影响	策略和决策
资源效率提升	短期、中期	通过优化生产工艺、采用节能设备和数字化管理，降低单位产品能耗和物料消耗。	上游：推动供应商采用高效设备，减少原材料浪费； 生产：降低能耗和原材料使用	运营成本降低； 供应链协同效益提升； 长期盈利能力增强。	加大智能化投入和节能改造。 制定资源效率 KPI 并纳入供应商考核。
可持续产品创新	短期、中期	开发和应用环保材质产品（如再生纤维、生物基面料）及气候适应性产品（如轻量化、透气、凉感/暖感、抗 UV），响应消费者绿色需求。	研发：与材料商共创新技术； 生产：扩大应用自有产权环保面料； 市场：差异化产品拉动销售增长	新产品收入贡献提升； 品牌溢价及客户忠诚度提高。	持续研发投入； 获取环保认证； 开展绿色营销。
绿色市场拓展	中期、长期	进入低碳消费市场（如 ESG 偏好客户群）、参与国际可持续时尚倡议，开拓新收入来源。	供应链：带动上下游低碳转型； 渠道：电商平台绿色标签提升流量； 投资：吸引 ESG 偏好资本。	销售收入增长； 融资成本降低（如绿色债券发行）； 政策红利获取（如税收优惠）。	制定市场进入战略； 参与行业联盟（如中国纺织联合会碳中和计划）。
气候适应性增强	长期	通过供应链多元化布局、库存管理优化（如减少厚款羽绒）、开发四季化产品，降低气候波动对业务的冲击。	供应链：多区域采购减少单一风险； 产品：均衡品类应对气温变化。	收入波动性降低； 供应链中断损失减少； 保险费用优化。	动态调整生产计划； 加强供应商地理风险评估。

应对气候变化的行动

碳排放管理

海澜之家集团于 2024 年获得碳中和管理体系认证。公司 2025 年委托独立第三方对 2022-2025 年的范围 1 和范围 2 的温室气体排放情况进行了核算，夯实碳排放管理的数据基础。



产品碳足迹

海澜之家集团团购业务持续对自行生产的西装、衬衫等产品开展摇篮到大门的产品碳足迹评价，以碳足迹数据作为开展产品绿色设计与推动绿色制造的依据。



屋顶光伏

积极采用太阳能，降低碳排放。2025 年，海澜之家工业园办公楼屋顶光伏总发电量共计 **11,253.43MWh**，比 2024 年增加 **49.35%**，占海澜之家集团年度总电力消耗约 **18.03%**。减少碳排放约 **5,971 tCO<sub>2</sub>e<sup>1</sup>**



采购绿证

2025 年海澜之家集团共计采购绿色电力证书 **30,000** 兆瓦时。



绿色智造

海澜之家以近零碳工厂建设为抓手，将数字化转型与绿色发展深度融合。其打造的智慧工厂采用环形叠装生产线与数字化管理系统，通过工艺优化与资源循环利用，在服装生产全流程降低能耗，为纺织服装行业绿色转型提供了可复制样本。

序号	企业名称
5	江苏永鼎股份有限公司
6	海澜之家集团股份有限公司
7	江苏清枫机电股份有限公司

绿色采购

公司以服装销售为主，公司的碳中和愿景离不开供应链的协同。报告期内海澜之家集团持续加强绿色采购要求，将能耗指标、温室气体排放数据、产品碳足迹数据等纳入供应商评价体系，将循环低碳理念延伸至价值链。详细请参考“供应链管理”议题。

绿色仓储

海澜之家主品牌仓库 **100%** 使用电动叉车替代柴油叉车，每年按满负荷估算节约运营成本约 **190** 万元，减少碳排放约 **590 tCO<sub>2</sub>e**。

绿色办公

公司制定了绿色办公相关准则，从电灯电器设备、通风设备及空调、节约用水、减少纸张和纸巾使用、回收再利用办公用品等方面践行绿色办公、低碳节能。

<sup>1</sup> 采用生态环境部 2025 年 12 月 31 日发布的《2023 年电力二氧化碳排放因子》基于位置电力因子 0.5306 kgCO<sub>2</sub>/kWh

## 影响、风险和机遇

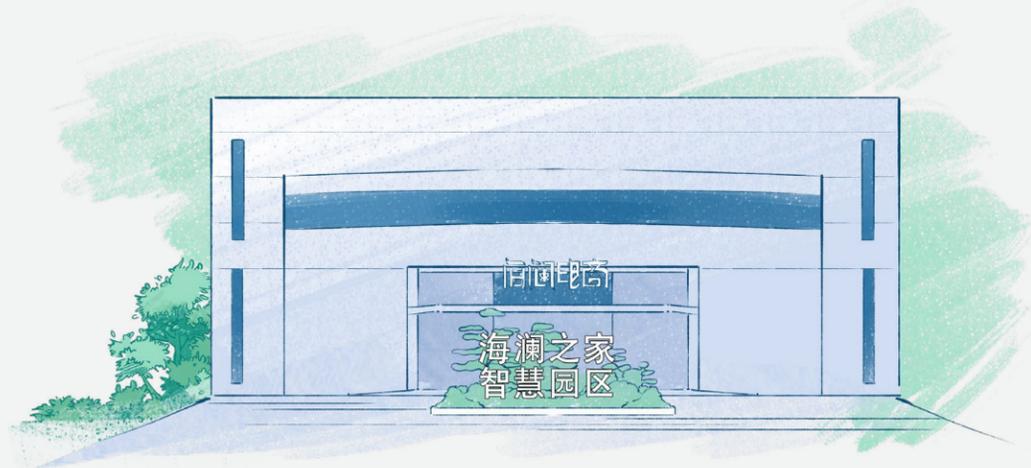
对于识别出的关键气候风险，集团已将其纳入公司整体的风险管理体系，并融入公司日常的风控流程中。短期看，经营易受气候与市场波动影响，需通过气候指标跟踪快速响应；中期看，围绕气候风险高暴露场景调整产品组合与工艺设计，优化材料结构与用能成本；长期看，商业模式向低碳与循环升级，在价值链关键环节形成可复制的减排与增汇能力。

## 指标和目标

### 温室气体排放

温室气体范围 (单位: MT CO <sub>2</sub> e)	2023 年	2024 年	2025 年	核算方法等
范围一温室气体排放量	2,418.84	2,815.24	3,163.15	排放因子法
固定源排放	1,244.91	1,405.40	1,431.57	
移动源排放	529.03	703.03	652.30	
工业制程排放	-	-	-	
无组织逸散排放	644.90	706.81	1,079.28	
范围二温室气体排放量	32,674.27	34,990.14	34,222.07	基于位置
范围二温室气体排放量	36,586.20	39,393.84	38,264.77	基于市场
温室气体排放总量	35,093.11	37,805.38	37,385.22	基于位置
温室气体排放总量	39,005.04	42,209.08	41,427.92	基于市场

注：公司系根据《温室气体核算体系：企业核算与报告标准（2004）》计算温室气体排放，采用运营控制法计算。组织边界为海澜之家集团及其合并报表范围内的子公司，不包括网店、国内及国外直营门店类销售子公司。



## 气候相关目标



以 2024 年为基准年，  
目标到 2027 年单位产量耗电量降低  
**3%**



同时计划在 2027 年前，  
将可再生能源在总用电量中的占比提升至  
**25%**

公司将采取如下举措确保上述目标的实现：



### 车队电气化改造

- 将现有柴油货车及客车逐步替换为新能源车
- 逐步将所有仓库使用的柴油叉车替换为电动叉车及无人搬运车



### 可再生能源电力替代

- 扩大仓库及办公楼屋顶光伏合作项目规模



### 能效提升

- 公司已建设了能源管控平台，未来将通过该平台，持续识别并改造高能耗工段。
- 持续开展年度蒸汽管道检修及修补，杜绝跑冒滴漏，减少蒸汽使用量。
- 将整烫压机使用的真空泵更换为节能真空泵。



### 办公区域减碳倡议

- 合理使用空调，空调温度设置夏天不低于 26°C，冬天不高于 20°C
- 电脑显示器调至合适亮度，下班后主动关闭主机与显示器电源，杜绝长时间待机
- 办公室、会议室阳光充足时尽量不开或少开灯，杜绝“白昼灯”和“长明灯”现象

# 环境合规管理

## 治理和策略

海澜之家集团严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《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》等适用的环境法律法规以及相关的环境标准。公司制定并持续更新《环境管理规定》《三废管理程序》《环保设施设备管理制度》等相关管理制度、程序文件。公司按照 ISO14001 建立环境管理体系，推动环境管理体系持续改善。



公司于 2024 年荣获“国家级绿色工厂”认证，2025 年已顺利通过年度审核。

## 行动

公司环境管理举措的核心特点是：目标导向、监测为眼、专项管控、应急兜底，通过将日常运行监控、三废合规处置、重大风险预防和突发事件应对有机结合，形成环境管理闭环。

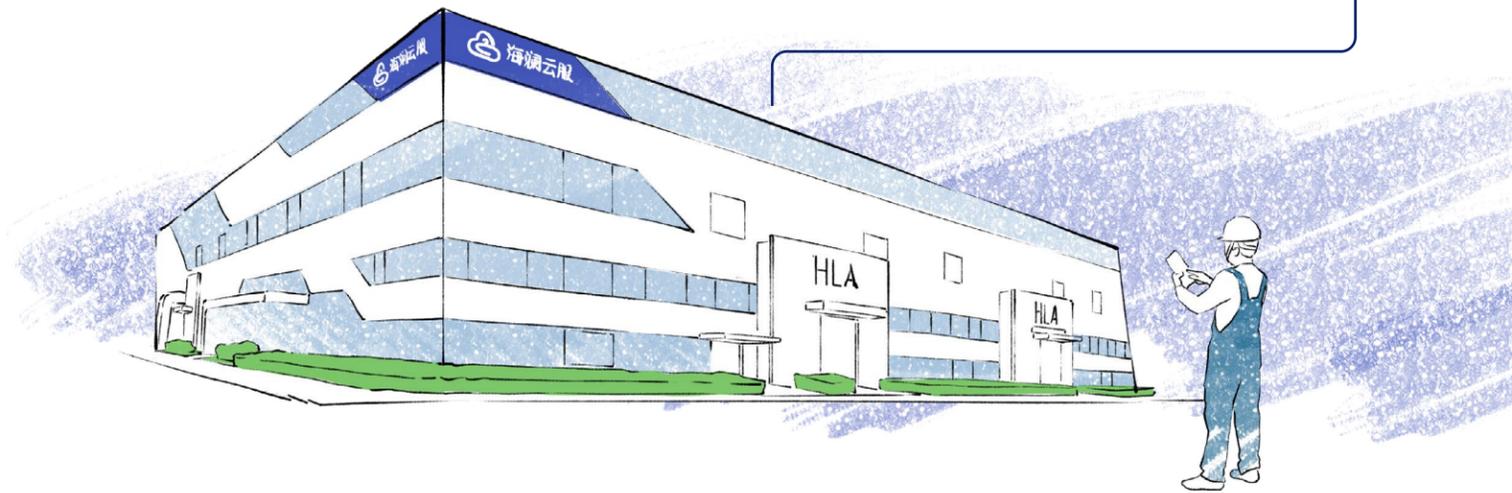
## 设定目标

海澜之家集团设定了包括能耗、废弃物在内的多项环境目标：

目标	2025 达成情况
噪声、废水 <b>达标</b> 排放	✓
废弃物回收率 <b>100%</b>	✓
危险废物合法处置率 <b>100%</b>	✓
环境隐患整改率 <b>100%</b>	✓
火灾爆炸事故为 <b>0</b>	✓
环境污染事故为 <b>0</b>	✓

## 全面监测

公司识别并列《重要环境因素清单》（如危险固废非法处置、潜在的火灾/爆炸），并实施全面的环境监测与检查：



## 专项管控

对三废（废水、废气、固体废物）进行专项精细化管理。公司以服装销售为主，仅团购业务涉及自行加工服装，不涉及面料生产。公司服装生产过程无工业废气、废水，主要污染物为固体废物。固体废物的管理详见“废弃物管理”。

## 应急响应

制定了《突发环境事件应急预案》，明确了事故分级、组织指挥体系、预防预警、应急响应和保障措施。公司于 2025 年组织了针对危险废物泄漏并燃烧的应急演练。

## 宣贯培训

公司十分重视环保宣贯，编制了年度培训计划，就环境合规、环境标志、职业健康安全等主题，采用课堂讲授、委外培训、现场问题分析等多种方法、方式对员工定期组织培训。



培训现场

## 指标和绩效

截至报告期末，海澜之家集团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 2025 企业环境信息披露名单》，未发生过环保事故，未因环保违规受到调查或处罚。



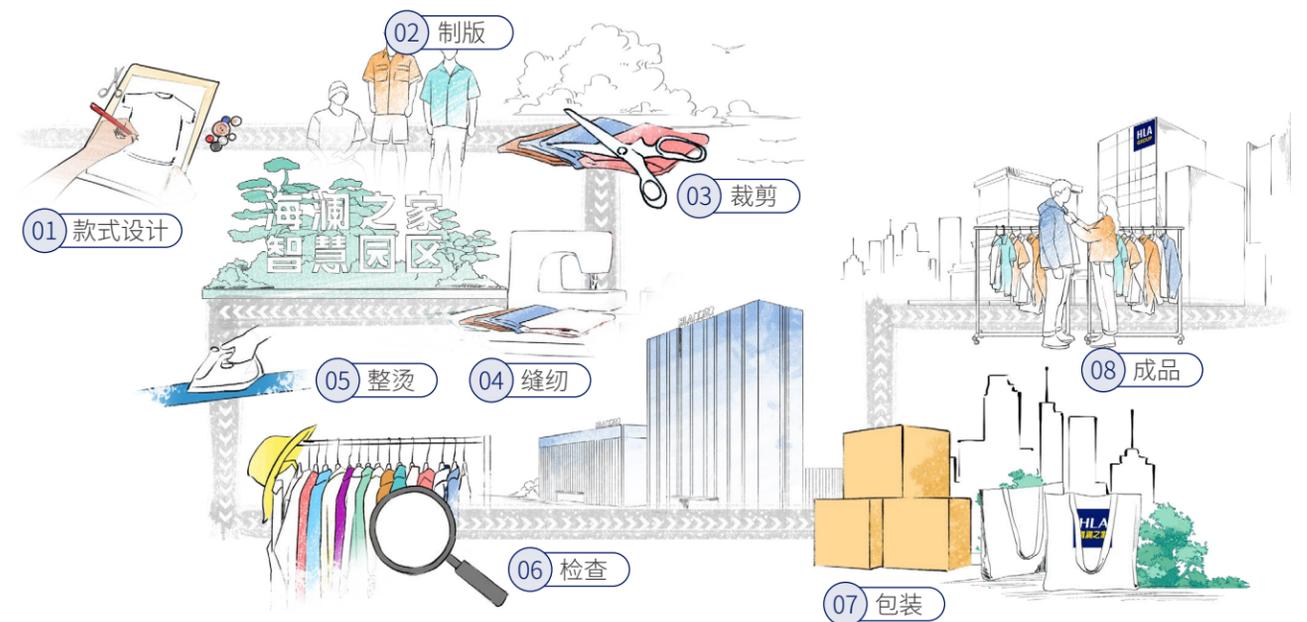
**未发生**过环保事故，**未因**环保违规受到调查或处罚

指标	单位	2025
突发环境事件应急演练实际开展次数	次	1

## 污染物与废弃物管理

公司商业模式以服装销售为主，仅团购业务涉及自行加工西服套装和衬衫等服装，团购板块销售收入占公司总销售收入 12.54%。团购板块生产产品包括西服套装和衬衫等服装，服装加工的生产工艺流程主要包括三大环节：（1）款式设计、衣片准备；（2）衣片组合缝纫；（3）成衣后整理；不涉及面料生产。工艺流程图如下：

### 生产工艺流程图



公司在服装生产过程中无任何工业废气、废水排放。主要污染物为固体废弃物。生产过程中的一般固废有废布料、废线头和废包装箱。危险废弃物为废灯管、废硒鼓、废油桶等。

## 治理和策略

公司制定了《三废管理程序》《旧纸箱回收利用管理规定》等制度，规范废弃物管理。



**严格分类**

分为可回收 / 不可回收、一般 / 危险废弃物四类。



**规范流程**

各部门分类收集，物管中心统一贮存、标识与处置。



**合规处置**

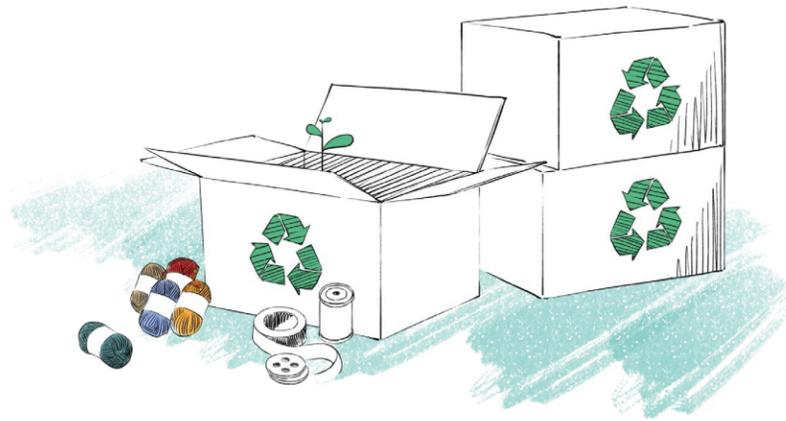
危险废物交由有资质单位处理，并做好交接记录与监控。

## 行动

### 合规存储处置

公司在生产经营过程中产生的一般废弃物包括废布料、废线头等。一般工业固废储存区域符合《一般工业固体废物贮存、处置污染物控制标准》(GB 18599-2001)等相关规定,各废弃物按类别和性质分区堆放。废布角、废线头全部由符合资质的第三方公司处置。

公司产生的危险废弃物包括废灯管、废硒鼓、废油桶、废酒精瓶。本年度,集团总部共产生危险废弃物 1.34 吨,均交由有危险废弃物运输及处理资质的供应商进行转运和处置。



### 废物回收利用



#### 旧纸箱回收利用

公司针对旧纸箱的回收利用专门制定了《旧纸箱回收利用管理规定》,由指定的部门负责旧纸箱的管理与监督,并设立单独台账进行管理。公司设立可利用纸箱的标准,对旧纸箱进行分类管理、分区存放,品相较好、二次利用比例较高的旧纸箱作为附近门店发货使用,或作为料箱周转、退货存放和周转、货品存放及衣架存放等,不可再利用的纸箱则直接当垃圾回收。周转库安排人员对各库拉出的报废纸箱进行抽检,发现有可利用纸箱流出到垃圾场,上报监控部门进行考核。



#### 办公室废物管理

办公室提倡打印复印时将单面用过的纸回收再利用,集中收集废弃办公用纸、报刊报纸及包装,提倡使用再生纸、可替换内芯的笔、碳粉盒和充电电池及其他可循环使用的物品。

## 指标和绩效

指标	单位	2025
工业废气	mg/m <sup>3</sup>	0
生产过程中无害废弃物(废布角、废纸板)产生总量	吨	2,187.1
生产过程中无害废弃物(废布角、废纸板)产生密度	吨/百万元营收	0.10
生产过程中无害废弃物(废布角、废纸板)回收利用率	%	100
生活垃圾委外处置率	%	100
生产过程中有害废弃物产生总量	吨	1.34
生产过程中有害废弃物产生密度	吨/百万元营收	0.00
危险废弃物处置合格率	%	100



# 水资源利用与废水排放

## 治理和策略

团购业务生产过程无生产用水，不产生工业废水。公司活动主要涉及生活污水，生活污水执行标准为 GB8978-1996《污水综合排放标准》表 4 的三级标准。海澜之家集团制定了节约水电相关管理制度和管理程序，按期对用水量进行统计，并定期关注用水量情况，采取节水措施提高水资源利用效率。

## 行动

### 空压机冷却水回收

空气压缩机运行过程会产生较多的冷却废水，该废水可满足日常保洁及卫生间用水要求。公司对产生废水实施回收再利用改造。



空压机冷却水设备

### 节约用水

海澜之家集团办公区和车间采用感应式水龙头和小便池及全、半冲水桶等节水器具，通过感应式器具保证人走水停，通过增压用水的方式节约了大量用水。



## 指标和绩效

目标在 2027 年前将单位产量耗水量降低 2%，基准年为 2024 年。

指标	单位	2023	2024	2025
总取水量	万吨	87.33	85.17	100.25
用水强度	吨 / 万元	0.41	0.41	0.46
工业废水排放量	吨	0	0	0

# 能源利用

公司遵守能源方面的法律法规及其他要求，积极推行清洁生产，从源头削减能源用量。大力采用节能新技术、新工艺、新材料，降低能源消耗，提高能源利用效率，建设并持续改进能源管理体系。



## 治理和策略

公司使用的能源主要包括电能、蒸汽。公司制定了《环境监测与衡量管理程序》，根据程序要求，由设备能源部对工厂的能源使用进行月度统计，并根据公司产品及生产的实际情况制定能耗标准。各部门每月对相关目标的达成情况进行总结与未达成原因分析，能耗目标主管部门负责对相关目标的实现情况进行考核总结。为进一步监测与优化工厂能耗水平，公司建设了能源管控平台，及时监测能源消耗变化，并针对性地制定节能减排措施。

## 行动

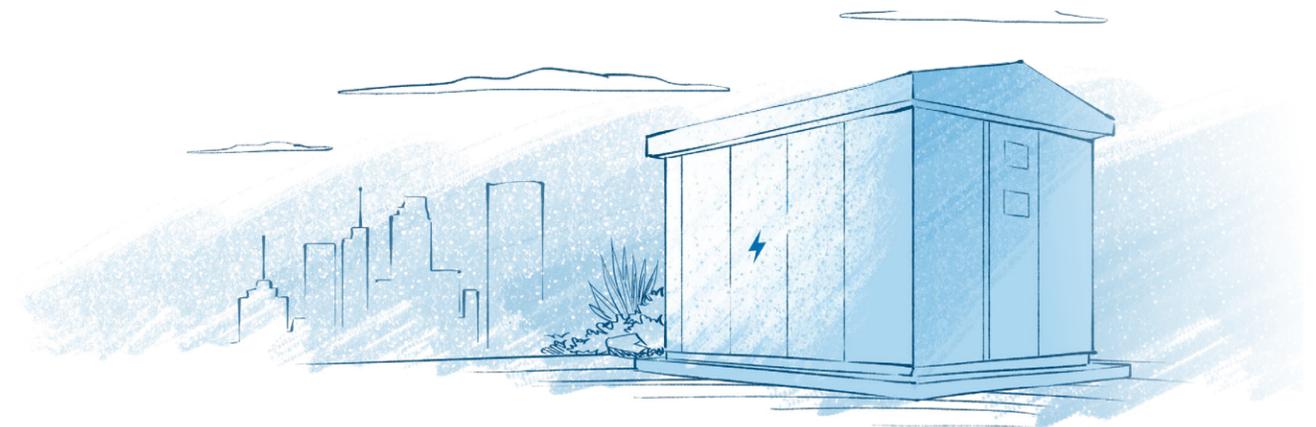
### 节能技改

公司对生产设备持续进行节能技改，节约用电用汽量，降低单位能耗。

公司于 2025 年度对多次修补的空压机冷却水设备的蒸汽管道进行更换，杜绝蒸汽跑冒滴漏。该项目节约约 1% 的年度蒸汽使用量。



计划在 2026 年内把整烫压机使用的真空泵更换为节能真空泵，预计节约用电 20%。



## 数智化转型升级

### 云服智慧工厂



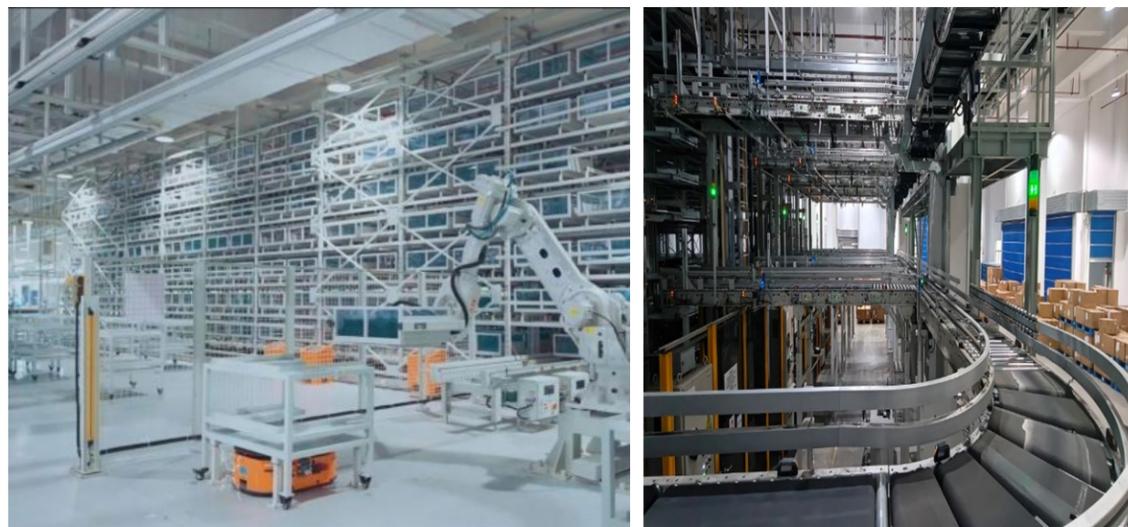
海澜之家集团持续推动智能化建设，工厂集成机器人、高端机床、人机交互设备等智能装备，应用 AR/VR、机器视觉等技术，实现生产的高效组织和作业协同，实现数智化绿色低碳管理。荣获国家级工业互联网试点示范项目、国家级新一代信息技术与制造业融合发展示范项目、江苏省 5G 工厂、江苏省工业互联网标杆工厂、江苏省智能制造示范工厂等多项荣誉。



### 自动化仓库



海澜之家集团智能仓库可以通过 AGV、德马泰克输送线及堆垛机等设备实现自动化的运作。



海澜云服 5G 智慧工厂内 AGV 机器人搬运面料

德马泰克输送线至少可输送 3.6 万箱 / 天（按 6 小时计算），约等于 25 辆 2 吨卡车每天的运量。

## 其他节能措施

海澜之家集团市场部定期发布全国门店空调开启标准、全国门店门头灯箱开启时间，对全国直营门店空调和门头灯箱开启实行标准化管理。



所有区域均采用节能灯照明。海澜之家集团公共场所采用了分区、分组照明与定时照明等节能措施。办公室人走灯灭，空调、电脑等做到人走关机。

## 指标和绩效

以 2024 年为基准年，目标到 2027 年单位产量耗电量降低 3%，同时计划在 2027 年前，将可再生能源在总用电量中的占比提升至 25%。

指标	单位	2023	2024	2025
能源消耗总量	吨标煤	9,143.69	9,765.86	9,703.86
直接能源消耗量	吨标煤	1,084.49	1,245.98	1,234.78
间接能源消耗量	吨标煤	8,059.21	8,519.88	8,469.08
能耗强度	吨标煤 / 万元	0.0042	0.0047	0.0045
外购电力	MWh	49,518.06	55,743.09	51,173.46
柴油	吨	126.36	186.55	193.50
汽油	吨	31.24	62.57	69.50
天然气	m <sup>3</sup>	629,294.51	636,981.13	639,527.71
蒸汽	吨	21,016.37	17,774.79	23,214.68
屋顶光伏	MWh	7,605.87	7,534.73	11,253.43
绿证电量	MWh	-	-	30,000
清洁能源（不含绿证）占总用电量比例	%	13.31	11.91	18.03

注：

- 能源消耗总量包括外购电力（不含清洁电力）、天然气、柴油、蒸汽，折算系数来源：GB/T 2589-2020《综合能耗计算通则》。
- 以上数据不包括网店、国内及国外直营门店类销售子公司。

# 资源利用和循环经济

## 治理和策略

海澜之家集团将推动循环经济发展作为其创新研发三大战略重点之一，通过创新面料和工艺推动废弃物资源化利用，研发详情请参考“创新研发”议题。新产品开发在设计阶段就要求充分考虑物料的再生性和可回收性、考虑原材料消耗量和利用率。同时海澜之家集团携手供应链合作伙伴共同推进循环经济实践，通过绿色采购将循环理念延伸至价值链。

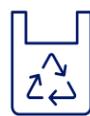
## 行动

### 采用绿色面料和包装

公司按照 GB/T 24256 对产品进行生态设计，将“绿色、低碳、循环”的发展理念根植于品牌基因之中。公司采用了多种环保绿色面料，如桑蚕丝、羊毛/羊绒、新疆长绒棉等自然原材料，莱赛尔、天丝、再生涤纶等合成面料，对服装注入环保底色。2025 年主品牌和 OVV 环保产品 sku 数超过 500 个、英氏环保产品 sku 数超过 300 个。



西服和衬衫等产品获得 OEKO-TEX 认证、中国环境标志产品认证



公司积极倡导消费端和生产端循环使用包装材料，2025 年团购业务共计使用可降解的包装袋超过 **7** 万只

### 原材料使用减量

公司生产产品衬衫、西服套装对布料的用量较大，为优化原材料的利用率，公司建立了企业、车间、部门三级责任制，明确了消耗定额，每月由技术部门统计消耗情况。



公司自主研发了多维度智能裁剪系统，实现裁剪方案的智能化运算，自动生成每个小部件的具体尺寸，裁切精度控制在 0.1 毫米以内，最高效地利用每一寸布料。

## 循环再生示范项目

### 废旧油壶再生面料项目

海澜之家集团在某再生涤纶工作服项目中成功实现“废旧塑料油壶—再生涤纶—功能工作服”的技术闭环，构建了油壶回收、预处理加工、纱线面料制造、成衣缝制、再生认证的产业链。

该项目面料采用再生涤纶混纺材质，其中 20% 来源于回收的废旧油壶，80% 来源于回收的废旧塑料瓶。通过科学配比与工艺处理，确保面料环保的同时，达到抗油污、耐磨、防静电、舒适透气的工业穿着高标准。该模式具备可复制性与扩展性，未来可推广至更多企业定制工装、产业纺织品等领域，持续推动废弃塑料资源化利用。

#### 项目流程



### 再生纤维工作服定制项目

2025 年度海澜之家为某头部公司打造了采用再生面料与拉链的工作服套装，首批 6,000 套工装使用 3.44 吨再生聚酯面料，等效回收约 24.7 万只 500ml PET 塑料瓶。双方计划扩大生产规模、制定长期合作协议，为循环经济海澜实践书写了生动篇章。

## 指标和绩效

指标	单位	2025
开发生物基尼龙面料	千米	131.5
生产中再生纤维净使用量	吨	3.44
团购业务使用可降解的包装袋	只	超过 7 万

# 02 社会篇

## 合而共赢 激发价值内生动力

社会责任关乎与员工、客户、供应商及社区等各利益相关方的和谐共生与价值共创。海澜之家集团秉持“合而共赢，激发价值内生动力”的理念，通过系统化的治理、明确的战略与扎实的行动，持续完善创新研发与知识产权保护体系、提升产品与服务质量、加强客户权益保障、关爱员工成长、推动供应链绿色转型、守护数据安全。本章将系统阐述海澜之家集团在社会领域的实践与成效。

### 包含的重要性议题

- 创新研发和知识产权保护
- 产品和服务安全和质量
- 客户权益保护
- 员工
- 供应链管理
- 数据安全
- 社会贡献

### 回应的 SDGs

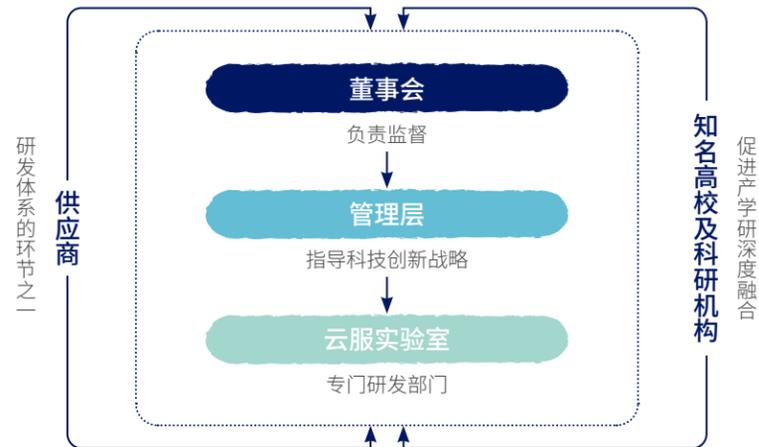


# 创新研发和知识产权保护

海澜之家集团在 2025 年度继续践行创新驱动发展战略，通过加大技术研发和数字化投入，推动公司向“科技、时尚、绿色”提升转型。

## 治理

海澜之家集团建立了完善的创新治理结构，董事会及管理层负责监督和指导科技创新战略。云服实验室专注于纺织材料创新与传统服饰文化研究。商品中心主导产品开发，负责统筹从概念构思到产品上市的全流程管理。此外，公司高度重视与供应商的协同创新，助力其成为研发体系的环节之一。我们还与多所知名高校及科研机构合作，促进产学研深度融合。



## 云服实验室内外双轮驱动创新系统

云服实验室作为海澜之家集团的研发大脑，围绕“开放、敏捷、精准、稳固”四大原则构建了“内外协同、扁平高效”的开放创新生态系统，为公司的持续创新注入源源不断的动力。



外部协同	内部建设	管理机制
与国内外高校及科研机构建立机制化合作，由院士及资深教授引领研发方向，确保公司在纺织材料领域始终处于技术前沿。	构建了由高级工程师与专业研究生组成的人才梯队，聚焦纺织材料领域，有力支撑了公司战略落地与市场需求响应。	推行“扁平互动”的运营模式，通过减少管理层级、强化跨团队沟通，显著提升信息流转与决策效率，保障内外快速融合与成果转化。

## 数字化供应链协同创新

**数据驱动的产品创新**

依托头部电商平台海量消费趋势洞察，海澜之家集团为平台用户量身打造上百款特供商品。通过将消费洞察细化至版型、颜色、面料、功能等维度，指导产品精准开发。这种以需定研、数据驱动的客户反向定制模式，从源头上减少了因供需不匹配导致的潜在库存积压与资源浪费，引领了更负责任的生产与消费模式。

**深海数据模型应用**

海澜之家集团与京东合作搭建的“深海数据模型”可实时追踪新款产品的曝光量、点击量、收藏量、加购率等核心指标，与历史爆款数据进行特征比对，快速锁定潜在爆款单品。

## 智库赋能科研平台

海澜科技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，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。研发中心从新型面料研发和服饰文化建设两个板块全力推动中国服装产业创新发展和产业升级。

## 战略

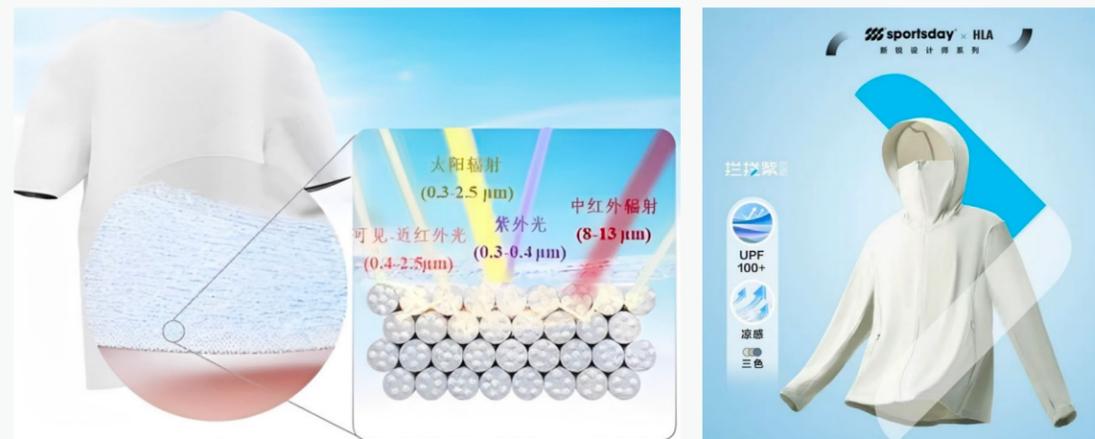
2025 年，公司进一步明确创新战略：以智能化、绿色化为方向，通过技术升级提升产品品质和资源利用效率，支持美丽中国建设。具体来说，纺织服装创新技术、研究传统服饰文化以及循环经济发展是海澜之家集团创新战略的三大重点。

## 研发纺织服装创新技术

公司在面料研发方面，取得了众多令人瞩目的成果，涵盖了生物基环保面料、高性能保暖纤维、抗近红外防晒面料、动速面料以及舒畅空间负离子面料等多个品类。

### 抗近红外防晒服面料

通过对面料进行特殊处理，通过吸收和切断近红外线，减轻皮肤的负担同时防止紫外线和近红外线，实现“双重防护”，经试验表明，对近红外的阻隔率达 90% 以上，有效减缓光老化的损伤。可广泛应用于防晒纺织品的制作。基于该技术成果，公司企业标准 Q/HLKJ 001-2025《抗近红外针织面料》于 2025 年 10 月 30 日启用。



### 生物基染料及其数码喷墨印花技术

海澜之家集团开发的汉服用植物喷墨印花项目已成功申报中国纺织联合会技术指导项目《生物基染料墨水及其数码喷墨印花关键技术开发与应用》。

传统化学染色每吨纺织品耗水量约 100-150 吨，而植物染因其无需大量冲洗化学残留，耗水量可降低 **30-50%**，且植物染废水中的化学需氧量 (COD) 通常比合成染料低 **40-70%**，且不含重金属（如铅、铬）和芳香胺（致癌物）。植物染料在自然环境中 7-30 天内可降解 **80-95%**，而合成染料降解率仅 10-30%，且可能生成有毒中间体；植物染料废水对水生物（如鱼类、藻类）的毒性比合成染料低 **60-90%**。植物染多采用低温染色（60-80℃），比合成染料的高温固色（100℃以上）节能 **20-30%**，根据生命周期评估 (LCA)，植物染的碳排放比合成染料低 **25-40%**。

## 推广传统服饰文化

清华海澜中国传统服饰与色彩研究中心作为协办方于 2025 年 10 月在清华大学参与了“裙裳华彩：马面裙的古韵今风”展览，弘扬中华优秀传统文化。东华海澜汉服研究院通过对中国汉服文化、历史的系统考察及研究，复原制作精良的汉服，并在此基础上进行改良和产业化发展。2025 年海澜科技主要推动中华优秀传统文化的创新性发展，致力于将非遗文化发扬光大，打造具有中国传统服饰韵味的文化服饰。



马面裙产品研发和版型改良

“裙裳华彩：马面裙的古韵今风”展览



将唐代汉服款图案色彩融入服装设计

澜绣云裳

## 循环经济发展

海澜之家集团积极探索资源高效利用与绿色发展的新路径，凭借对行业趋势的精准把握，围绕废塑料废尼龙再生、生物基材料等循环经济项目开启了深度探索。

### 生物基环保冲锋衣面料

这种创新型材料结合了生物基材料的可持续性和再生纱线的环保特性。再生纱线来源于回收的纺织品或塑料瓶，生物基防水膜由玉米淀粉或其他植物源性聚合物制成，相较于传统石油基材料有效减少了生产过程的环境影响。



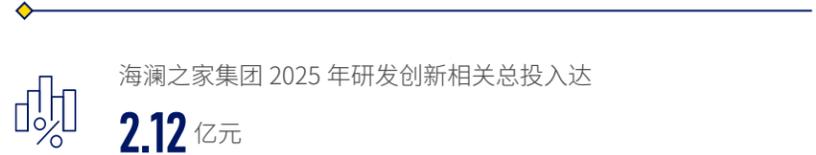
## 风险和机遇管理

### 研发团队建设

海澜之家集团结合业务的需要，将研发团队分散在云服实验室、海澜团购事业中心、商品中心。截至报告期末研发人员 1,280 人，其中 40 岁以下研发人员占比 63.13%，硕士以上学历 34 人。



### 研发投入



### 知识产权保护

海澜之家集团高度重视知识产权保护，制定了《知识产权保密制度》等内部制度文件。2024 年公司顺利通过知识产权管理体系认证后，持续按照认证标准完善知识产权保护体系，涵盖侵权监控与维权机制等多个方面。

公司设立了专门的知识产权管理部，该部门的主要职责包括制定相关政策制度和落实知识产权保护的具体措施，如制定、定期更新合同等。此外，公司高度重视提升员工的知识产权保护意识，每年组织举办场知识产权专项培训。



知识产权管理体系认证证书

以商标保护为例，海澜之家集团每年均制定商标布局规划，构建起系统化的商标保护网络，全面覆盖核心品牌及子品牌。侵权监控方面，公司通过公开检索及专业监测软件，定期跟踪商标公告信息，对近似商标及时启动异议、无效宣告等法律程序，近年来已成功撤销数百件与“海澜之家”高度近似的商标。在打击“傍名牌”方面，海澜之家集团积极与各地市场监管部门合作，针对模仿门店装潢等行为，推动数十家侵权门店完成整改。公司还通过行政诉讼与民事诉讼坚决维护自身权益。

## 指标和目标

### 创新成果

海澜之家集团在技术创新研发方面取得显著进展，凸显了公司在服装技术领域的领导力。

截至 2025 年年底，海澜之家集团拥有专利 460 项，其中发明专利为 62 项，实用新型专利为 122 项，外观专利 276 项，涉及智能制造、面料技术等，具有减少面料消耗、减少能耗和化学品使用等环境效益，通过技术创新减少环境足迹。



“玄武岩纤维卷芯纺纱技术及其普适应用”项目荣获 2025 年度中国纺织工业联合会科技进步一等奖。该项目实现了超细柔韧化成丝技术、卷芯纺纱技术、构效关系等技术突破与创新，为高端防护纺织品产业发展提供了关键技术支撑。

继轻暖热能环羽绒服入选“2024 年度十大类纺织创新产品”后，海澜之家集团推出的“极光 95 绒一覆绒三合一防风羽绒服”以及联合陕西锦澜科技有限公司研发的“竹纤维抑菌防静电防护多功能服装”均成功入选“2025 年度十大类纺织创新产品”。

## 研发平台认证



2025 年子公司海澜科技成功申报“无锡市工程技术研究中心”，专攻高性能纺织纤维材料领域。2025 年无锡公示的同类中心仅数十家，成为无锡纺织产业内稀缺的技术标杆平台。获得该中心认定，代表企业在高性能纺织纤维材料的研发与生产技术方面达到市级领先水平，符合无锡纺织产业升级导向。

2025 年云服实验室获得 CNAS 检验检测机构资质认定证书。CNAS 认证是实验室技术能力和管理水平的体现，具有很高的权威性。

## 标准体系

海澜之家集团积极参与国家、行业、团体标准的制定，推动行业规范化和高质量发展。2025 年，公司参与的多项标准发布实施，例如国家标准《消费品质量分级导则服装》（GB/T 45812-2025）和团体标准《团体定制服装分级技术要求》（T/CPQS T00026—2025）。截至报告期末，海澜之家集团共参与起草了 8 项国家标准、2 项行业标准、9 项团体标准。

指标	单位	2025
研发创新相关总投入金额	亿元	2.12
研发人员总人数	人	1,280
研发人员占比	%	4.4
累计有效专利总数	项	460
主持或参与编制的国家、行业标准	项	10

## 产品和服务安全与质量

海澜之家集团始终将产品质量与消费者安全视为企业的生命线，通过建立并严格执行覆盖产品全生命周期的质量管理体系，确保所有产品均符合或超越国家及行业高标准，为消费者提供安全、可靠、高品质的穿着体验。公司依据产品开发与生产模式的不同，针对性地构建了差异化的质量管控路径。

### 治理

海澜之家集团的质量治理架构根据业务模式进行差异化设计，确保管理责任与管控重点精准匹配。

#### 品牌（成衣采购）的质量治理

该模式的核心在于对供应链的强效管控。商品中心及品控部门作为主导部门，负责制定全品类产品的质量标准、供应商质量考核体系以及来货检验规程。产品研发中心负责提出产品方向与技术要求，并协同供应商完成样品开发与确认。在执行层面，公司通过合同条款约束供应商，并派遣跟单人员常驻供应商生产现场，直接对工艺、交期与初检质量进行监督与反馈，形成外部生产网络的关键控制节点。

#### 团购业务（自主生产）的质量治理

该模式聚焦于内部生产过程的系统化管理。生产中心及各生产单位是质量责任主体，负责依据管理体系文件，严格执行从原材料到成品的生产过程控制、检验与不合格品管理。技术部门与品控部门则分别负责生产工艺标准的制定与生产全过程的质量监督，形成内部闭环管理。

## 战略

海澜之家集团的质量战略与其商业模式紧密耦合，形成了两条清晰且并行的战略路径。

#### 品牌（成衣采购）质量战略

其核心是“标准前置，市场闭环”。战略重点在于将严格的质量与安全标准通过具有法律约束力的采购合同提前植入供应链，并指定权威的第三方检测机构进行验证，确保输入产品的合规性。同时，建立以销售数据与客诉率为导向的动态市场响应机制，对不达标商品执行立即下架与退回，将市场表现作为检验供应链质量和驱动其改进的最终标准，实现从市场反馈到供应链管理的闭环。

#### 团购业务（自主生产）质量战略

其核心是“体系认证，绿色贯穿”，强调通过建立并持续认证一体化的管理体系（如 ISO9001、高于国家标准的企业标准及中国环境标志产品等），实现质量、环境与安全的标准化、规范化管理。在此框架下，将绿色设计、绿色生产与绿色管理理念贯穿产品全生命周期，打造可持续的内生性质量保障能力。

# 行动

海澜之家集团在成衣采购和自主生产方面均采取了有效措施，具体如下：

成衣采购质量保障

主品牌海澜之家采用直接采购成衣的模式，其产品质量管理核心在于对供应商生产关键过程的严格监督与闭环管控。

<b>供应商动态考核管控</b>	在供应商选择中，优先考虑或要求其通过质量管理体系等相关认证。入库后，公司通过《供应商质量考核评分表》对供应商进行月度及年度考核，核心量化指标包括检品合格率、按时交货率及市场客诉率，考核结果直接关联订单分配与合作关系。
<b>契约化质量前置管理</b>	公司采购合同中均明确要求所有货品必须达到国家或行业一级标准，并对关键安全指标如甲醛、PH 值、可分解芳香胺染料，以及物理性能指标作出规定。并必须由公司指定的权威检测机构出具全面的《检测报告》。
<b>基于市场数据的动态质量响应机制</b>	公司建立了以消费者反馈为核心的快速反应体系。若单个货品在销售一季后销售率低于 30%，或消费者投诉率大于等于 3%，该货品将立即被全部下架并退回供应商，确保了对市场负面信息的即时响应，有效防止潜在质量问题扩大。
<b>系统化过程监督与不合格品闭环处理</b>	公司派遣跟单人员驻场，对工艺、质量与交期进行全程跟踪与监督。货品入库需经公司严格抽检，当次品率超过 7% 或出现批量性问题时，将退厂返修或剪标退厂，其中返修货品需经跟单人员全检签字后方可重新入库。
<b>清晰的权责界定与品牌保护</b>	采购合同明确产品在销售过程中出现的质量问题由供应商负责返修并承担费用；若无法返修，公司有权退货。所有退回的产品或滞销品，供应商必须彻底剪除“海澜之家”商标及标识，从物理上杜绝残次产品流入市场。

团购业务自主生产质量保障

公司团购部门具备自主设计与生产能力，其质量管理聚焦于内部生产过程的标准化与体系化建设。

<b>一体化的管理体系认证</b>	团购生产单位已建立并持续运行融合质量（ISO9001）、环境（ISO14001）、职业健康安全（ISO45001）及能源（ISO50001）的整合型管理体系。团购执行高于国家标准的质量标准要求，制定了衬衫、西服、大衣等多个企业标准，同时积极获取“中国环境标志产品认证”、“中国绿色产品认证”等权威第三方产品认证，以更高标准验证产品的环保与安全属性。
<b>贯穿生命周期的绿色产品设计</b>	团购业务实施绿色设计评审，设计原则包括：优先选用无毒无害材料、禁用法规限制的有毒有害物质；优化产品结构以实现小型化、轻量化，节省资源；设计长寿命、高效率产品，并考虑产品废弃后的可回收利用性与易降解性。
<b>严格的生产过程与检测控制</b>	生产过程严格遵循《服装过程质量控制规定》《质量控制点和特殊过程管理程序》《标识和可追溯性管理程序》等管理文件要求，对关键质量控制点进行监控。公司配备了必要的检验检测设备，所有原材料、半成品和成品均需按规范进行测试和检验，确保数据正确并对结果进行评定。
<b>全面的产品安全与环保合规</b>	公司承诺并确保其产品中杜绝有害物质的使用。海澜之家产品已获得的认证包括但不限于：中国环境标志产品认证、中国绿色产品认证、生态产品认证以及同线同标同质产品认证等。

## 指标和目标

2025 年，公司荣获“全国产品和服务质量诚信承诺企业”“全国行业质量领军企业”等多项荣誉，海澜之家品牌荣获“全国行业质量领先品牌”“全国产品和服务质量诚信品牌”等多项荣誉。



# 客户权益保护

海澜之家集团始终将客户权益保护作为集团可持续发展的核心议题，针对零售端（B2C）和企业端（B2B）客户两种业务模式建立了差异化的管理模式，通过健全的治理体系、全场景的实施策略、精准的风险管控，为客户提供高效、切实的权益保障，持续夯实品牌与客户的信任联结。

## 治理

针对 B2B 与 B2C 客户在业务模式、服务流程及权益诉求上的差异性，公司建立了权责清晰、流程规范、覆盖全链的客户权益治理体系，致力于为客户提供安全、可靠、高品质的产品与服务。

## 企业端客户（B2B）权益保障体系

集团“海澜团购定制”业务板块为各类企事业单位提供职业装、工装、校服等规模化、定制化解决方案。公司通过专业化的团队配置与全面的制度体系，实现从需求对接到售后服务的全流程质量可控与高效响应。

### 专业化团队配置

包括销售团队、设计团队、生产团队和客户服务团队。

### 制度体系建设

海澜之家集团建立了全面的制度体系，涵盖招投标与客户沟通、标准化承揽合同、设计生产、质量控制和售后服务等环节，全面保障企业客户的权益。其中公司建立了覆盖全国的服务网络与标准化的售后服务管理制度，为客户提供全周期、高响应的服务保障。

#### 服务承诺体系

包括超长 1 年质保、终身免费上门服务、超短响应（1 分钟内回复）、15 天内返修、20 天内补单等。

#### 系统化投诉处理流程

制定《销售服务管理程序》《售后服务管理制度》，规范投诉受理、分类、核实、处理及回访全流程。



#### 多元化服务渠道与专属团队

设立全国统一客户服务热线及专属服务邮箱，由专岗人员受理咨询与投诉。重点项目配备专属团队。

#### 客户满意度监测体系

通过定期上门回访、电话咨询及问卷调查等方式，系统收集客户对量体服务、交货期、产品质量及售后服务的评价。

## 零售端客户（B2C）权益保障体系

零售端客户（B2C）涵盖通过各品牌全国线下门店、线上官方商城及授权合作平台购买产品的个人消费者。



组织架构

各品牌以海澜之家为样本，建立了责任明确、分级响应、专项管控和内部协同的客户权益管理架构，各品牌均将线下门店作为客户服务的第一阵地，设立了从导购到主管部门的责任链和升级路径，针对数据隐私、数据系统等核心领域设立专人或专项制度，并强调各责任主体之间的衔接与协同。



制度建设

主品牌：制定品牌营销宣传管理制度、30 天退换货及客诉录入后台系统的管理要求。2025 针对线上购物发布《海澜之家集团官方旗舰店微信小程序隐私政策》。

英氏构建“隐私保护 - 服务标准 - 客诉处置 - 售后保障”四位一体规范体系；HEAD、OWV、黑鲸均规定 30 天退换货规则。



## 策略

### 负责任营销

集团零售及团购业务坚守《中华人民共和国广告法》等法规，在产品标识、宣传推广、合作洽谈中坚持诚信原则，杜绝夸大、模糊或不实信息，共同营造透明、负责的品牌形象。

### 客户满意度评价

海澜之家每台收银电脑都配发一台服务评价器，2025 年门店评价器满意度 **99.96%**。团购要求每单合同履行后都由客户填写满意度调查表，并按月度进行统计，截止目前每月客户满意度 **100%**。



### 客诉管理分级处置

按客诉类型与严重程度分级处置：主品牌门店核实质量问题后直接维修或退换，特殊情况逐级上报；英氏专项处理异地购买、门店撤店等特殊客诉；团购由专职售后提供上门服务。各板块建立“诉求接收-分级-处理-反馈-归档”闭环。

### 数据隐私精细化保护

团购业务要求对客户资料按单位、部门、种类专门管理，确保能及时调用的同时，严格执行保密措施，防止信息泄露。零售重点板块专项管控：主品牌小程序规范信息收集、存储与用户权利，设未成年人保护规则；英氏作为婴童品牌尤其注意强化儿童信息保护，加密存储并限制访问。

### 监督与问责机制

海澜之家集团建立了全流程监督与问责闭环机制，集团层面定期核查各品牌/业务线营销宣传合规性、客诉处理规范性，监督服务承诺兑现情况，违规行为按规定问责。

## 风险管理

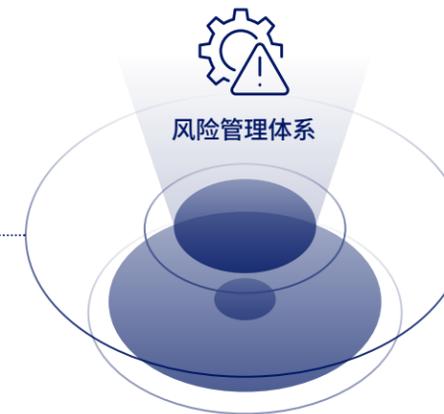
海澜之家集团针对客户权益风险制定了全面、精准的风险管理体系：

### 合规风险

对于因营销宣传不实、退换货执行不到位、个人信息处理违规风险，通过集团统一合规审核、公司内部定期自查予以防范，确保全集团合规标准一致。

### 服务安全风险

涉及线下服务的品牌/业务线分别制定场景化安全管控措施。尤其对于儿童在店安全，如英氏门店，公司对在产品演示和试用时可能出现的儿童意外伤害进行全流程安全操作演示以及培训。



### 客诉处置风险

对于因客诉响应不及时、处理不当引发的舆情风险，通过明确分级处置流程、重大客诉逐级上报机制化解。

### 隐私安全风险

对于企业和个人信息泄露、未成年人信息保护不当、第三方合作数据安全风险，通过加密存储、权限管控、应急演练、第三方安全检测等技术与管理措施防范，覆盖全集团所有品牌及业务线。

## 指标和目标

指标	单位	2025
主品牌接获产品或服务相关客户投诉总数	起	169,467
主品牌客户投诉解决率	%	100
主品牌门店客户满意度调查结果	%	99.96
泄露客户隐私事件总数	起	0

2025 年海澜之家集团在客户服务领域获得多项认证。





多元共融

我们系统推进多元共融实践，在保障少数民族员工权益、促进女性员工发展以及支持残疾人员工融入等方面，均采取了积极措施并取得持续进展。

少数民族员工

截至 2025 年底，公司共有 750 名少数民族员工，约占员工总数的 3%。在日常管理与文化活动中，我们尊重并促进不同民族文化的交流与融合，确保所有员工享有平等的职业发展机会与尊重。



女性员工

我们持续关注女性员工发展，截至 2025 年底女性员工占比 81.21%，女性管理者超过 6,000 人。通过公司妇联组织，我们定期举办女性健康讲座、义诊、插花艺术、亲子夏令营等特色活动，增强女性员工归属感，全方位关爱女性员工的身心健康与工作生活平衡。



女性健康生活讲座



节日插花活动

残疾人员工

残疾人雇佣方面，截至 2025 年底，共有 39 名残疾人员工，岗位覆盖行政与生产一线，公司通过无障碍设施改造和灵活工时安排支持其就业。



员工关怀

我们始终秉持“以人为本，全程关怀”的理念，从员工实际需求出发，构建覆盖衣、食、住、行、娱乐、健康、家庭与纾困的全方位支持体系，系统提升员工的归属感、幸福感与安全感。

全面生活保障，夯实员工安心之基

我们围绕员工日常生活的核心需求，提供切实、便捷的生活支持，缓解后顾之忧：

**衣着优享：**提供员工内购优惠，提升生活品质。

**饮食健康：**员工餐厅每日供应营养均衡、丰富多样的健康膳食。

**安居助力：**通过人才公寓、住房补贴等方式缓解员工居住压力。2025 年累计为超过 1,300 名员工提供住房支持。

**通勤便捷：**开通员工通勤班车，节约员工时间与通勤成本。



员工餐厅（食堂）



员工住宿

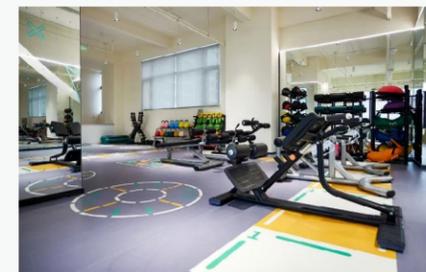
健康活力促进，贯穿身心关怀全程

公司高度重视员工身心健康，构建“预防—锻炼—激励”三位一体的健康管理体系：

**健康监测：**组织年度健康体检，实现疾病早防早控。

**运动赋能：**设立免费健身房，通过打卡积分兑换奖品激发锻炼热情。

**赛事共建：**定期举办羽毛球、乒乓球、篮球、足球及跑步等赛事，营造健康文化。



免费健身设施



羽毛球赛事



足球比赛



员工跑步

### 家庭与人文关怀，延伸企业温暖力量

我们将关爱拓展至员工家庭与重要人生阶段，体现企业责任与温度：

**退休礼赞：**10 年以上工龄的退休员工公司按月举办欢送会。针对退休的中层干部与管理人员，公司每年年底举办专场退休茶话会

**节日共乐：**逢中秋等传统节日组织文化活动并发放节日福利



### 困难帮扶支持，筑牢员工保障底线

**大病帮扶：**对罹患重大疾病或遭遇特殊困难的员工及家庭提供经济援助与关怀支持。

**离世慰问：**对员工直系亲属离世等情况给予慰问与补助，体现企业人文关怀。



### 指标与目标

指标	单位	2025
劳动合同签订比例	%	100

## 人才培养与发展

### 治理和策略

公司高度重视人才培养，制定了《培训计划与制度管理》，构建覆盖全员、分层分类的多元化培养体系，力求实现人才价值提升与企业高质量发展的相互促进。此外，公司建立了规范的晋升管理制度，通过周期性的绩效评估及晋升访谈，公平、公正地选拔人才。

### 行动

#### 人才培养

我们的培训体系覆盖从新员工到核心管理层的全职业生涯周期，包括新员工入职培训、在职专业技能培训、校企融合培训、专项人才计划培训。

开展新员工入职培训 **41** 批次，其中管理人员 17 批次（272 人次），基层员工 24 批次（661 人次），确保新员工快速理解企业文化、制度与安全规范，融入团队。



入职融入



新入职管理层培训



新入职一线员工培训



产教融合与技能储备

深化校企合作，全年开展各类校企培训项目 **33** 批次，累计培训 **901** 人次。其中，“电商直播”、“孵化中心”等项目培养前沿技能人才；“双 11”、“618”客服实训有效支持业务高峰；与江南大学、苏州大学等多所高校深化“现代学徒制”合作，共建产业学院与实训基地，实现招生与招工、上课与上岗、毕业与就业的深度融合。本年度，我们吸纳 **961** 名本科及以上学历人员加入。



专业技能认证与提升

高度重视员工职业技能发展，全年组织技能类培训 **99** 批次，覆盖 **562** 人次。包括企业职业能力鉴定培训、特殊工种培训、服装技能、AI 创意工坊、职称专项培训等。



在职专业能力培训



管理层与核心团队锻造

投入核心资源用于战略性人才开发，实施高端人才项目：

**“凤凰计划”培训：**面向高潜管培生，开展 6 批次系统性培养，覆盖 32 人次，累计培训 192 人次，聚焦战略思维与领导力孵化。

**“航海计划”系列培训：**针对中高层管理者，开展 6 批次进阶训练，覆盖 63 人次，累计培训 378 人次，提升商业敏锐与团队锻造能力。

**中层管理人员提升培训：**组织 1 批次集中培训，覆盖 59 人次，强化管理实务。



专项人才计划培训现场照片

另外，海澜智能制造实训基地（获评“无锡市数字化人才培训基地”）配备 VR/AR 模拟教学等先进设备，是“理论+实操”融合的关键平台。

## 职业发展

我们为员工设计了透明、畅通的双通道职业发展路径。管理通道遵循“组员-组长-主管-部门负责人”的序列；生产通道遵循“一线工人-班组长-车间主任”的序列；2025 年，共完成中层及以下管理人员晋升访谈 72 人次，有效激发了组织活力与员工潜能。

## 指标和绩效

指标	单位	2025
员工培训人次	人次	15,922
员工培训时数	小时	592,404
人均培训小时数	小时	20.17

## 职业健康与安全

### 治理和策略

公司秉持“安全第一、预防为主、健康为本”的核心方针，严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国消防法》等国家法律法规，建立了系统化的职业健康安全管理体系，制定了覆盖安全生产责任、设备设施、作业活动等方面共计 50 余项制度，获得了 ISO45001 职业健康安全管理体系认证。我们依据《江苏省工业企业较大以上安全生产风险目录》系统识别并建档管理仓储、蒸汽包、有限空间作业等 7 类较大以上风险点，实现风险的动态化、清单化管控。



### 行动

#### 安全培训与意识培育

公司制定了《2025 年度安全教育培训计划》，每个月都组织开展安全主题教育，由安全员或市应急局专家进行培训，重点强化新员工入职、特殊工种及一线技能安全培训。

#### 入职安全第一课

所有新员工在入职培训中均接受了系统的安全生产、消防知识及职业健康课程。

#### 特种作业安全资质

通过 12 批次的特殊工种培训，确保 141 名相关作业人员掌握安全操作规程并持证上岗，从源头管控高风险作业环节。

#### 常态化安全技能培训

除专项安全培训外，在服装技能培训、校企实训（如客服）等各类技能课程中均嵌入了岗位安全须知与应急处理内容。

#### 风险与隐患专项培训

公司依据《风险隐患培训告知制度》定期组织员工参与专项培训，结合 2025 年职业病危害因素检测报告的建议，公司已将粉尘和噪声防护知识纳入专项培训内容。



### 职业健康保护

工伤管理	公司对每一起工伤案例均进行规范登记、协助完成工伤认定与保障，并持续跟进，形成管理闭环。
职业病危害因素检测	公司每年委托具备资质的第三方机构对生产车间进行检测。2025 年对裁剪车间、衬衫车间、服装车间开展了职业病危害因素检测，覆盖粉尘（其他粉尘）和噪声 2 个项目。检测结果显示，所有检测点的化学有害因素和噪声水平均符合《工作场所有害因素职业接触限值》（GBZ 2.1-2019、GBZ 2.2-2007）标准要求。
系统化风险管控与隐患排查	<p>公司建立了常态化的风险辨识与隐患排查治理机制：</p> <p><b>动态风险辨识与评估：</b> 每年至少开展一次全面风险辨识，形成《风险辨识、评价与分级管控清单》，涵盖 112 个风险点，逐一明确危险因素、事故类型、管控措施及责任人。</p> <p><b>多层次隐患排查：</b> 通过日常检查、专业性排查、季节性排查等多种方式，覆盖所有设施、设备与作业活动。2025 年累计开展隐患排查 25 次。</p> <p><b>考核与持续改进：</b> 公司将风险管控与隐患排查纳入各部门及员工的绩效考核与奖惩体系，并定期对双重预防机制进行系统性评审与更新。</p>
劳动防护	严格执行劳动防护用品管理制度，按岗定量为一线员工配备符合国标的防护装备。基于 2025 年职业病危害因素检测报告的 建议，公司已采购防尘口罩、防噪耳塞等防护用品。

### 应急物资配备和应急演练

公司高度重视应急准备能力建设，在重点区域（如消控室）按标准配置应急救援装备与物资，并实行定期检查与维护，同时建立应急物资清单，逐一明确位置，便于快速调用。

公司制定了《2025 年应急预案演练计划》，涵盖综合应急演练、火灾处置、特种设备处置等，2025 年共计开展 5 次演练。



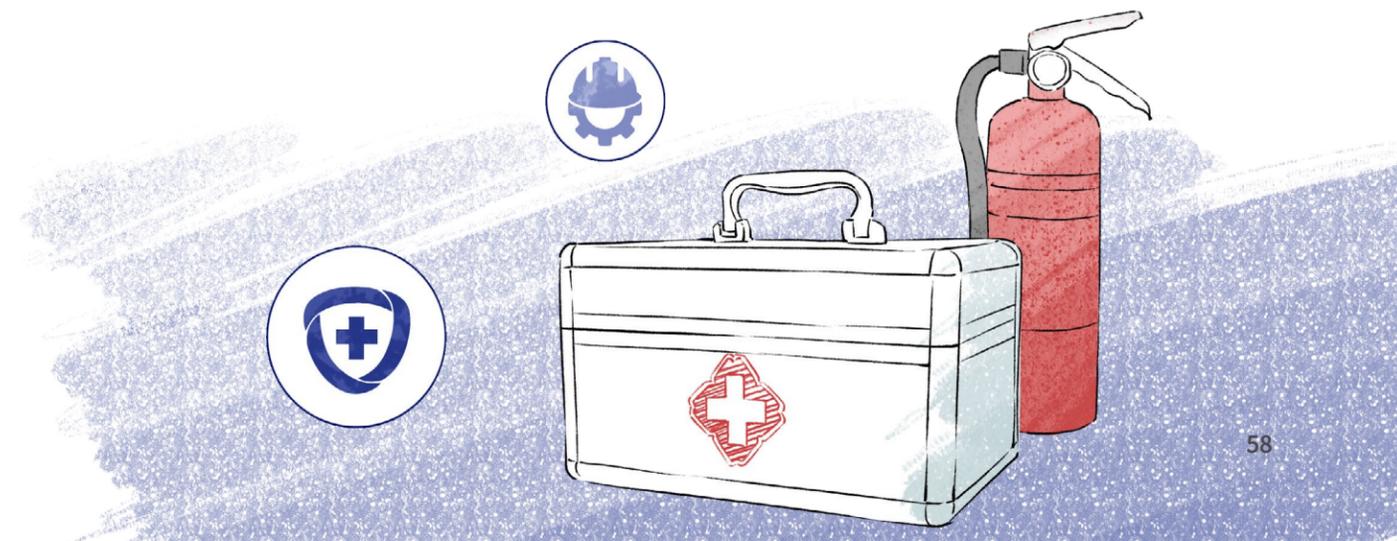
消防队灭火联合演练

### 设备的系统化维护与检查

公司实施严格的设备维护保养与检查制度。针对起重机械、压力容器、厂内机动车、电梯等特种设备，公司实行严格的安全管理，并定期检查。

### 指标和绩效

指标	单位	2025
职业健康与安全培训活动总场次	场	13
员工参与职业健康与安全培训活动总人次	人次	超过 2,000
员工参与职业健康与安全培训活动总时长	小时	27
安全生产演练总次数	次	5
发生重大安全事故	次	0
因工亡故的人数	人	0
百万工时事故率	起 / 百万工时	0.6545
工伤保险覆盖率	%	100
采购安全设备等的投入金额	万元	18.23
风险识别与隐患排查总次数	次	25
识别的安全生产相关风险及隐患数量	个	117
安全生产相关风险与隐患完成整改比例	%	100
职业病发病率	%	0
安全培训覆盖率（新员工）	%	100
特殊工种持证上岗率	%	100



# 供应链管理

海澜之家集团以成衣采购销售为主，仅团购业务涉及自行加工服装，供应链是公司可持续发展的核心载体。海澜之家集团将绿色可持续发展理念贯穿供应链全生命周期，通过完善的治理体系、清晰的实施策略、有效的风险管控、全面的供应商赋能，协同促进绿色发展。海澜之家集团获得了 GB/T33635-2017 绿色供应链管理体系认证、ISO28000:2007 供应链安全管理体系认证。



## 治理

为保障绿色供应链管理体系的有效落地，公司专门设立绿色供应链管理绿色办，统筹推进供应链绿色转型工作，同时明确了采购部、生产部等相关部门在供应链管理中的核心职责。

集团建立了较完善的供应链管理制度体系，包括《采购过程管理程序》《开发选择评价供方和重新评价考核准则》《采购产品技术要求》等，规定了入库标准及采购要求。针对绿色供应链，制定了《绿色供应链管理办法》及一系列的控制程序，明确了从产品设计、采购、生产、物流到回收处置各环节的管理要求，确保供应链运行有章可循、有据可依。

## 策略

### 绿色供应链全生命周期管理

集团按照产品生命周期要求，对设计、采购、生产、运输等业务流程进行管理，从源头开始对供应商提出减量化、无害化、低碳化管理要求。公司对所使用的产品和服务的供应商均实施环境影响管理，覆盖加工厂、施工单位、设备安装单位、废弃物处置回收和运输方。

### 绿色采购

公司制定明确的绿色采购标准，优先选择通过质量、环境、安全和能源认证、环境标志认证的供应商；在采购合同中明确有害物质限制要求、环保绩效标准，要求供应商提供不含禁用物质声明、限用物质符合性声明、材质分解表等相关材料，并对采购物料进行检验验证。

### 数字化供应链建设

公司以深度数字化转型为抓手，构建数据驱动、高效协同的敏捷供应链体系。以 SAP ERP 系统为核心数字中枢，整合生产、采购、销售等全链条数据，通过分析历史销售数据与市场趋势，生成精准的需求预测，并形成“计划-执行-反馈”的动态管理闭环，持续驱动供应链优化。

## 供应商赋能与协同

公司通过多种方式推动供应链上下游协同绿色发展：联动产业上下游开展智能化改造与联合研发；每个开发部对周边供应商定期到访，较远地区每月 1-3 次；通过及时传达环境治理物质管控要求、相关政策法规、行业标准及公司内部规范，形成共建共享的产业协同生态。

## 平等对待中小企业

公司在供应链管理中秉持公平原则，按照制度文件统一执行管理。在准入方面，公司实行平等准入机制，在资质审核中不设歧视性门槛，符合准入资质要求的企业进入供应商库；商务条件特别是付款安排方面，企业享受同等待遇，付款方式与期限根据商品采购模式及合同条款执行。

## 风险与机遇管理

海澜之家集团通过严格的供应商准入审核、定期绩效评估与动态管理，系统管理供应链风险。



准入评估



现场走访供应商



定期考核与淘汰

入库后，公司通过合格供方绩效评价表、供应商质量考核评分表对供应商进行月度及年度考核，考核指标包括绿色物料使用情况、有无禁用物质、社会责任审查、产品合格率等，并通过建立动态激励和淘汰机制，不断优化供应商结构、提升供应链的整体抗风险能力。

## 指标与目标

绿色供应链管理是一项长期工作，海澜之家集团将逐步推进相关工作，对供应链环境绩效基线进行摸排并设定可行的环境管理目标，未来逐步实现绿色低碳供应链的长远目标。

# 数据安全

公司高度重视数据安全管理工作，致力于构建系统化、制度化、全流程覆盖的数据安全管理体系，以保障数据全生命周期的安全性、完整性与保密性，支撑业务合规、可持续发展。

## 治理和策略

公司已建立决策、管理、执行与监督联动的数据安全治理机制。

公司严格遵守《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国网络安全法》等国家法律法规，已建立并持续完善以《数据安全治理规范》为核心，《个人信息保护管理制度》、《互联网用户账号管理规范》等制度相配套的数据安全制度体系，覆盖数据分类分级、权限管理、全生命周期安全、应急响应等多个维度，确保数据安全管理工作有章可循。



### 领导与决策层

个人信息保护负责人负责监督个人信息处理活动、审定安全策略、提供资源保障并决策重大安全事项。



### 管理与统筹层

信息部门作为公司个人信息保护及数据安全管理的负责部门，统筹相关监督管理工作。基础架构部负责用户账号管理、数据传输与共享等具体安全技术措施的落地。



### 执行与协同层

各业务部门负责本部门数据采集与处理活动的合规执行，并配合完成数据分类分级、影响评估、安全事件响应等工作。

## 行动

### 数据分类分级与差异化保护

公司定期梳理、形成数据目录，并依据国家指南及内部标准进行定级。针对不同级别的数据，实施差异化的技术与保护管理措施。

### 严格的访问控制与权限管理

公司建立了集中化的“权限中心”，对数据访问实行严格的申请、审批与审计流程。



权限中心管理流程



### 技术防护措施

公司采用数据脱敏、加密技术、安全审计与监控等多种技术手段保障数据安全。



### 数据安全评估与应急响应

**安全评估:** 进行特定数据处理活动（如处理敏感个人信息）前，开展个人信息保护影响评估。定期由信息部门或委托专业机构对数据处理合规性进行审计。  
**应急响应:** 建立健全数据安全（含个人隐私保护）事件应急处理机制，制定并定期更新操作流程和应急预案、开展应急演练。



### 合作伙伴与第三方数据安全

公司与合作方进行数据共享、委托处理或共同处理时，均通过协议明确双方安全责任与义务，并对合作方的数据处理活动进行监督。向第三方提供个人信息前，进行安全影响评估并告知个人信息主体。

## 指标和绩效

指标	单位	2025
数据安全事件总数	起	0

# 社会贡献

## 治理和策略

海澜之家集团以“传递爱心、服务社会”为宗旨，长期投身公益事业，构建了覆盖体育发展、教育援助、灾害响应、社区服务四大领域的公益实践体系，形成了系统化、长效化的公益机制，彰显了企业的担当与温度。

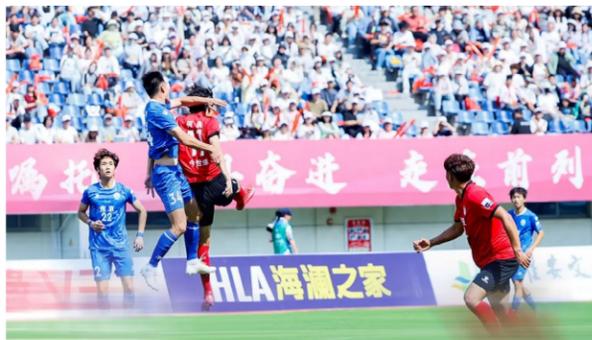


## 行动

海澜之家集团通过支持全民赛事推动群众体育发展。教育援助方面，“多一克温暖”公益行动自 2014 年起已向偏远地区师生捐赠冬衣超过 30 万件。应急响应方面，集团长期组织无偿献血，并在西藏地震等灾害发生后迅速调配物资驰援。社区服务方面，通过多种活动持续强化品牌与社区的情感联结。

## 体育为民

支持体育赛事方面，海澜之家连续三年独家冠名无锡马拉松，连续两年成为“苏超”联赛官方战略合作伙伴，并独家冠名赞助“2025 江阴市和美乡村篮球联赛（村 BA）暨江阴市第九届全民运动会乡镇组篮球比赛”，推动体育事业发展。



海澜之家集团赞助苏超联赛



集团独家冠名赞助 2025 江阴市村 BA



2025 无锡马拉松为绿色碳中和赛事。海澜之家集团通过将碳中和目标纳入赛事规划，系统降低赛事碳足迹，以体育精神联动环保意识，为“双碳”目标提供推广场景。

## 公益助学

海澜之家集团于 2014 年发起“多一克温暖”公益行动，捐赠定制羽绒服给中西部山区师生。目前已扩展到新疆、西藏、内蒙古等 24 个省的 1700 所偏远学校，共送出 30 万余件冬衣与物资。此外，海澜之家集团还引进公益课堂，实现从物质帮扶到精神滋养的公益升级。

为进一步深化公益实践，集团于 2025 年 12 月 28 日携手阿迪达斯正式启动“多一克温暖”公益项目战略升级，旨在通过“体育+教育”融合模式，将温暖从“抵御寒冬”延伸至“赋能成长”：计划通过捐赠体育器材，联合开发公益体育课堂，引入专业训练指导与赛事资源等方式，助力青少年体育发展。



2025 年“多一克温暖”走进四川阿坝小金县，向达维红军小学等 9 所学校捐赠冲锋衣及学习体育用品，同期开展“趣味科学课”与“体育课堂”。

## 应急救援

海澜之家集团自 2006 年起连续多年组织员工无偿献血活动，累计献血量逾 150 万毫升，为保障江阴市医疗临床用血贡献了海澜之力。



2025 年 1 月西藏定日县发生 6.8 级地震，海澜之家集团在得知灾情的第一时间迅速响应，从江阴运送 4000 件羽绒服至西藏拉萨。



2025 年 6 月，贵州省黔东南州榕江县遭遇特大洪涝灾害，当地重要的教育阵地古城第一小学部分校舍与教学设施受损。海澜之家集团第一时间启动应急响应机制，捐赠书包等学习用品，助力受灾学子尽快重返课堂。

## 服务社区

海澜之家集团还通过持续性的节日主题活动、社群联动，积极与所在商场、社区及广大消费者互动，致力于打造有温度、有担当的社区伙伴形象。



在 10 座重点城市打造“父亲节主题打卡店”，邀请当地抖音、小红书等平台达人进店互动，带动社区居民参与。

连续 8 年发布“父亲节孝顺指数排行榜”，持续倡导孝亲文化，强化品牌的正向价值引导，相关内容阅读量达 8 万 +，引发广泛共鸣。

旗下所有门店长期提供免费翘边、熨烫等便民服务，不仅贴近社区居民的日常生活需求，也有效增强了品牌与社区之间的联结。

HLA 旗下青年生活方式系列持续在东南亚地区开展多元化社群活动，以艺术、潮流、运动为纽带，积极与年轻世代对话，传递健康、活力的生活理念。



## 指标和绩效

指标	单位	2025
通过公益慈善活动捐献总金额	万元	394.45

# 03 治理篇

## 协同共治 夯实长治久安基石

海澜之家集团深刻认识到，健全的治理结构、透明的风险管理以及对商业道德的不懈追求，是赢得股东信任、保障各方权益、应对市场变化的基石。我们构建了以董事会为核心、权责清晰的多层级治理体系，不断强化“关键少数”的合规意识与履职能力，并将风险管控与道德准则深度融入企业运营的每一个环节，旨在以审慎、透明和负责任的方式，引领公司行稳致远，为利益相关方创造长期、稳定的价值。

### 包含的重要性议题

- 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

### 回应的 SDGs



# 海澜之家 智慧园区

# 治理结构与运作机制

## 治理和策略

公司严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规和《公司章程》的要求，构建了以股东会、董事会及专门委员会和管理层组成的公司治理架构。2025 年以来，公司修订了《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》等多项制度，取消监事会并构建以审计委员会为核心的监督机制，调整董事会成员结构，持续完善内部控制体系，提升公司的经营管理水平和风险防范能力。

## 行动

### 强化“关键少数”责任

公司高度重视控股股东、董事及高级管理人员等“关键少数”在公司治理中的关键作用，制定《董事、高级管理人员薪酬管理制度》《董事、高级管理人员离职管理制度》，为董事、高级管理人员的履职提供制度保障；支持并督促“关键少数”人员参加证券市场法律法规及行业监管政策的培训，助力其持续提升履职能力及风险防控意识；构建由董事会专门委员会、独立董事专门会议等组成的多层级治理体系，对“关键少数”人员在资金占用、违规担保、关联交易等关键领域进行严格监督，切实保障公司及中小股东利益。

### 董事会多元化

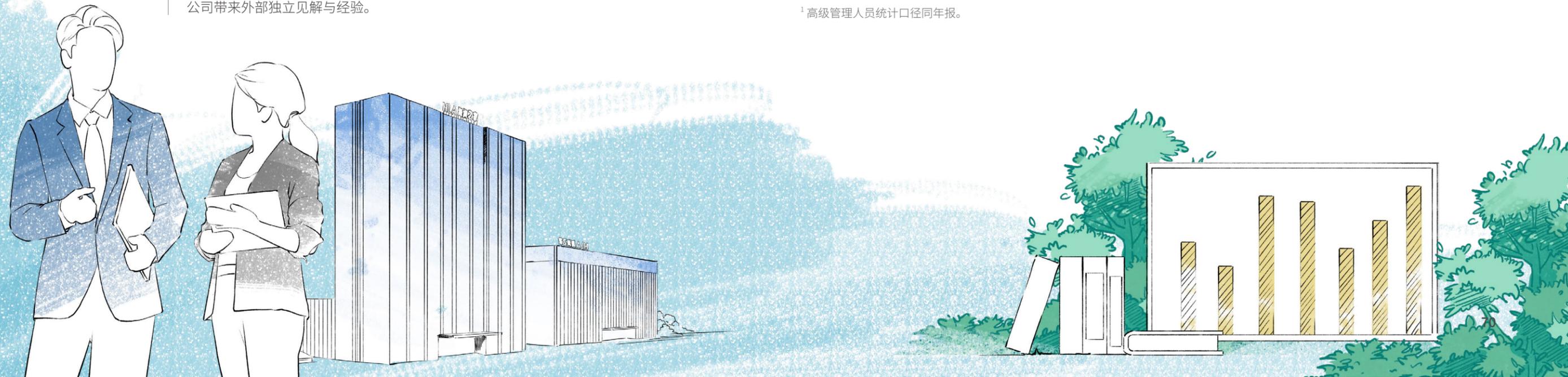
公司高度重视董事会多元化在提升治理效能及推动可持续发展中的关键作用，已制定并持续实施《董事会多元化政策》，明确将多元化理念融入董事提名及选任流程。董事会下设的提名委员会负责定期评估董事会的结构、规模及多元构成，持续监督董事会多元化政策的实施进展，并在必要时向董事会提交优化建议。

目前公司董事会由 9 名董事组成，其中包括女性董事 2 名、男性董事 7 名。董事会成员具备广泛而均衡的知识结构与专业能力，并拥有与集团业务紧密相关的行业经验。董事会中包含 3 名来自不同行业领域的独立董事，能够为公司带来外部独立见解与经验。

## 指标和绩效

指标	单位	2025	
股东会召开次数	次	2	
董事会召开次数	次	9	
审计委员会会议召开次数	次	6	
提名委员会会议召开次数	次	1	
薪酬委员会会议召开次数	次	2	
战略委员会会议召开次数	次	3	
董事会	董事会成员人数	人	9
	男性董事	人	7
	女性董事	人	2
	独立董事	人	3
	非独立董事	人	6
高级管理人员 <sup>1</sup>	职工董事	人	1
	高级管理人员人数	人	4
	男性高级管理人员	人	4
	女性高级管理人员	人	0
	董事参与公司治理主题培训覆盖率：	%	100
董事参与公司治理主题培训场次	场次	2	

<sup>1</sup> 高级管理人员统计口径同年报。



## 股东权益保护与投资者关系

### 治理和策略

海澜之家集团严格遵守《上市公司信息披露管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规，制定了《信息披露事务管理制度》《投资者关系管理制度》等内部制度，及时、公平地向市场披露经营成果、财务状况及可能影响投资者决策的重大事项，重视投资者回报，维护投资者的知情权和分红权。

### 行动

	<b>报告披露</b>	按时发布年度报告、半年度报告、季度报告及临时公告。
	<b>多渠道沟通平台</b>	通过上交所“上证 e 互动”、在官方网站上设立“投资者关系”专栏、投资者热线、邮箱等渠道回应投资者问询。
	<b>投资者交流活动</b>	举行业绩说明会，接待投资者调研、接听投资者热线等，增强双向沟通。2025 年度公司召开了三场定期报告业绩说明会，董事长、独立董事、管理层积极参加，帮助投资者了解公司现状及未来发展方向。
	<b>信息披露培训</b>	定期组织董事、高管及相关人员参加信息披露合规培训。
	<b>实现稳健分红</b>	公司 2025 年 7 月 10 日实际派发 2024 年年度现金红利 8.64 亿元（含税），加上已经派发的 2024 年半年度现金红利 11.05 亿元（含税），公司 2024 年度现金分红总额为 19.69 亿元（含税），占公司 2024 年度归属于上市公司股东净利润的比例为 91.22%。

### 指标和绩效

指标	单位	2025
披露定期报告数量	份	4
业绩说明会	次	3
发布临时公告数量	个	35
信息披露评价结果	—	B 级

## 风险管理

公司致力于构建系统化、流程化、全员化的全面风险管理体系，旨在有效识别、评估、监控和应对在战略、运营、财务、合规及市场等各方面可能面临的风险，以保障业务稳健运营、实现可持续增长，并保护股东及其他利益相关方的权益。

### 治理和策略

海澜之家集团秉持审慎经营的原则，依据《公司法》《证券法》《企业内部控制基本规范》及《上市规则》等法律法规，建立了一套以《内部审计制度》为纲领的内部控制及风险管理体系，明确了内部审计与风险管理的目标、原则、组织架构与职责权限，覆盖物料采购、生产仓储、销售收款、工程项目、资产管理与人力资源等关键业务流程。公司亦定期为管理人员及员工提供培训，确保其理解并遵守相关法规与内部政策。

### 行动

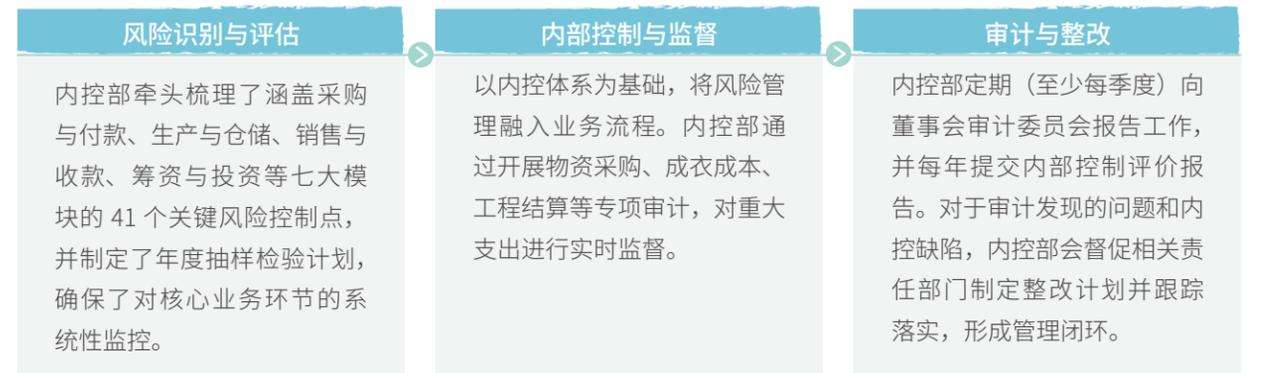
为将风险管理政策落到实处，公司构建了清晰的风险管理架构与运作机制。

#### 风险管理组织架构

公司建立了由董事会、审计委员会、内控部及各业务部门构成的三级风险管理组织体系。董事会负总体责任；审计委员会负责指导与监督；内控部作为常设职能机构，负责风险管理体系的具体建设、组织监督和日常监督；各业务部门则为风险管理的第一道防线，负责本领域内的风险识别与管控。

#### 系统化的风险管理流程

我们遵循“风险识别→风险评估→风险应对→风险监控→总结及检查”的闭环管理流程。



### 指标和绩效

2025 年内控部主导或参与的关键风险控制活动包括

 物资采购招标 / 议价约 <b>320</b> 次	 成衣成本审计约 <b>500</b> 款	 工程结算审计约 <b>40</b> 项
<b>控制点覆盖</b>		
 全年对既定的 <b>41</b> 个关键风险控制点执行了抽样检验	 累计完成 <b>525</b> 个样本量的检查，确保了内部控制设计的有效性和执行的一贯性	

## 商业道德

本公司严格遵守关于反腐败、反贿赂及公平竞争的相关法律规定，致力于建立并维护高标准的道德治理体系。我们通过健全的制度流程、系统的培训教育与透明的监督机制，全面落实反贪污反贿赂、反不正当竞争管理，确保商业活动合法合规、诚信透明。

## 反贪污反贿赂

### 治理和策略

公司按照 ISO37001-2016 建立了权责清晰、多层监督的反贪腐治理架构：

#### 董事会层面监督

董事会下属相关委员会对合规管理体系进行监督指导。

#### 管理层执行与承诺

高级管理层率先垂范，传达对贪腐贿赂行为的“零容忍”立场。董事长办公室是主要的信息接口和协调部门。

#### 部门协同职责

根据《商业道德管理制度》，各职能部门在各自职责范围内承担商业道德建设与反贪腐的具体执行与监督任务，形成协同治理网络。



ISO37001 反贿赂管理体系认证证书

海澜之家集团制定并实施了《反商业贿赂及反贪腐制度》《商业道德管理制度》，明确禁止任何形式的商业贿赂和贪腐行为，覆盖采购、销售、费用报销等关键流程，配套利益冲突管理、礼品款待规范、举报调查处理等专项条款。

### 行动



#### 制度落地

在采购、销售等合同中嵌入反贿赂条款；规范商务款待标准，禁止奢侈宴请与非法娱乐安排。



#### 流程管控

要采购项目通过招标、竞争性谈判实施，决策过程多人参与且记录完整；费用报销需提供真实凭证，严禁虚开发票、虚构事项报销。



#### 宣传培训

各部门在例会中不定期开展反贪腐培训，重点覆盖新员工、关键岗位人员，强化法律法规与制度解读。



#### 举报与调查

建立安全、保密的多元举报渠道（电话、邮箱、信件等）。由董事长办公室牵头受理与初步审核，确保违规行为得到及时调查与处理。

### 指标和绩效

指标	单位	2025
收到廉洁举报事件总数	起	0
针对廉洁举报事件响应和调查率	%	/
廉洁举报事件结案率	%	/
廉洁教育培训开展批次	批次	54
对公司或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目	起	0

## 反不正当竞争

### 治理

公司构建了“多部门联动”的治理模式，即法务部负责制度合规审核，内控部牵头监督检查与风险评估，人力资源部负责员工培训，各业务部门落实属地管理责任。建立“部门自查+内控督查”双重监督机制；设立分级问责机制和举报奖励制度。

### 策略

海澜之家集团严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律法规以及《海澜之家集团股份有限公司防范不正当竞争管理制度》《海澜之家集团股份有限公司广告费用管理总则》有关规定，全面防范和遏制虚假宣传、商业贿赂、混淆行为、侵犯商业秘密等各类不正当竞争行为，维护公平有序的市场竞争环境。

### 行动

各部门定期开展不正当竞争合规自查，报内控部备案。内控部定期开展全公司防范不正当竞争专项督查，采用抽样检查、现场核查、凭证审阅、员工访谈等方式，检查各部门执行情况，对发现的问题，向责任部门明确整改要求及期限并跟踪整改落实情况，并向管理层及董事会审计委员会汇报。对高风险部门、高风险环节（如营销、采购），适当增加督查频次，实行重点监控。对有违规行为的员工视严重程度给予最轻警告、最重解除劳动合同的处理，对存在不正当竞争行为的供应商，列入黑名单，禁止合作。对合规突出员工给予表彰、晋升；对实名举报属实者进行现金奖励。



# 附录

## 2025 年 ESG 绩效指标汇总表

### 环境

议题	指标	单位	2025 年
应对气候变化	范围一温室气体排放量	MT CO <sub>2</sub> e	3,163.15
	固定源排放	MT CO <sub>2</sub> e	1,431.57
	移动源排放	MT CO <sub>2</sub> e	652.30
	工业制程排放	MT CO <sub>2</sub> e	-
	无组织逸散排放	MT CO <sub>2</sub> e	1,079.28
	范围二温室气体排放量（基于位置）	MT CO <sub>2</sub> e	34,222.07
	范围二温室气体排放量（基于市场）	MT CO <sub>2</sub> e	38,264.77
	温室气体排放总量（基于位置）	MT CO <sub>2</sub> e	37,385.22
	温室气体排放总量（基于市场）	MT CO <sub>2</sub> e	41,427.92
	范围二温室气体减排措施及其成效 - 措施内容：分布式光伏发电量	MWh	11,253.43
	已核算产品碳足迹的产品总数	个	3
污染物排放	工业废水	吨	0
	工业废气	Mg/m <sup>3</sup>	0
废弃物处理	生产过程中有害废弃物产生总量	吨	1.34
	生产过程中有害废弃物产生强度	吨 / 百万元营收	0.00
	生产过程中无害废弃物（废布角、废纸板）产生总量	吨	2,187.1
	生产过程中无害废弃物（废布角、废纸板）产生强度	吨 / 百万元营收	0.10
	生产过程中无害废弃物（废布角、废纸板）回收利用率	%	100
	生活垃圾委外处置率	%	100
环境合规	危险废弃物合规处置率	%	100
	突发环境事件应急演练实际开展次数	次	1
能源利用	总能耗量	tce	9,703.86
	直接能源总能耗量：	tce	1,234.78
	- 柴油：	t	193.50
	- 汽油：	t	69.50
	- 天然气	m <sup>3</sup>	639,527.71

议题	指标	单位	2025 年
能源利用	间接能源总能耗量：	tce	8,469.08
	- 蒸汽：	t	23,214.68
	- 电：	MWh	51,173.46
	能耗强度	吨标煤 / 万元	0.0045
水资源利用	清洁能源使用占总用电量比例	%	18.03
	总取水量	万吨	100.25
	用水强度	吨 / 万元	0.46
包装	团购业务使用的可降解包装袋	万只	超过 7
循环经济	生产中再生纤维净使用量	吨	3.44
	开发生物基尼龙面料	千米	131.5

### 社会

议题	指标	单位	2025 年
社会贡献	通过公益慈善活动捐献总金额	万元	394.45
	研发创新相关总投入金额	亿元	2.12
	研发人员占比	%	4.4
	累计有效专利总数	项	460
	主持或参与编制的国家、行业标准	项	10
客户权益保护	主品牌接获产品或服务相关客户投诉总数	起	169,467
	主品牌客户投诉解决率	%	100
	主品牌门店客户满意度调查结果	%	99.96
数据安全	数据安全事件总数	起	0
员工	期末在职员工总人数	人	29,375
	吸纳本科生就业岗位的数量	人	961
	期末在职员工结构（按性别）：		
	- 男性	人	5,519
- 女性		23,856	

议题	指标	单位	2025 年	
员工	期末在职员工结构（按岗位）：			
	- 研发人员：		1,280	
	- 生产人员：		3,274	
	- 财务人员：	人	449	
	- 技术人员：		945	
	- 销售人员：		18,672	
	- 行政人员：		2,109	
	- 其他人员：		2,646	
	期末在职员工结构（按教育程度）：			
	- 本科及以上学历：		人	4,087
	- 专科学历：	5,910		
	- 中专及以下：	19,378		
	女性管理者人数	人	超过 6,000	
	劳动合同签订比例	%	100	
	职业健康与安全培训活动总场次	场	13	
	员工参与职业健康与安全培训活动总人次	人次	超过 2,000	
	员工参与职业健康与安全培训活动总时长	小时	27	
	安全生产演练总次数	次	5	
	百万工时事故率	起 / 百万工时	0.6545	
	因工亡故的人数	人	0	
	工伤保险覆盖率	%	100	
	采购安全设备等的投入金额	万元	18.23	
	风险识别与隐患排查总次数	次	25	
	识别的安全生产相关风险及隐患数量	个	117	
	安全生产相关风险与隐患完成整改比例	%	100	
	职业病发病率	%	0	
	员工培训人次	人次	15,922	
	员工培训时数	小时	592,404	
	人均培训小时数	小时	20.17	
	安全培训覆盖率（新员工）	%	100	
特殊工种持证上岗率	%	100		

治理

议题	指标	单位	2025 年
商业道德	收到廉洁举报事件总数	起	0
	针对廉洁举报事件响应和调查率	%	/
	廉洁举报事件结案率	%	/
	廉洁教育培训开展批次	批次	54
	对公司或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目	起	0
公司治理	股东会召开次数	次	2
	董事会召开次数	次	9
	审计委员会会议召开次数	次	6
	提名委员会会议召开次数	次	1
	薪酬委员会会议召开次数	次	2
	战略委员会会议召开次数	次	3
	董事会成员人数：		
	总数		9
	男性董事		7
	女性董事	人	2
	独立董事		3
	非独立董事		6
	职工董事		1
	高级管理人员人数：		
	总数	人	4
	男性高级管理人员		4
	女性高级管理人员		0
	披露定期报告数量	份	4
	业绩说明会	次	3
	董事参与公司治理主题培训覆盖率：	%	100
董事参与公司治理主题培训场次	场次	2	
发布临时公告数量	个	35	
信息披露评价结果	/	B 级	

## 可持续发展指标索引

本索引表根据上海证券交易所《上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》、香港联合交易所上市规则附录 C2《环境、社会和公司治理守则》整理编制。

报告板块与内容	上交所《指引》	联交所《守则》
<b>可持续发展管理</b>		
可持续发展治理	第十一条、第十二条	管治架构、D
可持续发展战略	第十一条、第十三条	管治架构
可持续发展目标与追踪	第十一条、第十九条	A1, A1.5, A1.6
重要性议题评估	第五条	管治架构
利益相关方沟通	第九条	
<b>环境篇 青山绿水增强绿色发展动能</b>		
应对气候变化	第二十二~二十八条	D
环境合规管理	第三十、三十三条	A1, A3, A1.5
污染物与废弃物管理	第三十、三十一条	A1, A1.1, A1.3, A1.4, A1.6, A3
水资源利用与废水排放	第三十、三十六条	A2, A2.2, A2.4,
能源利用	第三十四~三十五条	A2, A2.1, A2.3
循环经济	第三十七条	A2, A2.5, A3, A3.1
<b>社会篇 合而共赢 激发价值内生动力</b>		
创新驱动与知识产权保护	第四十一、四十二条	B6, B6.3
产品和服务安全和质量	第四十七条	B6, B6.1, B6.2, B6.4
客户权益保护	第四十八条	B6, B6.2, B6.5
员工	第五十条	B1, B2, B3, B4
供应链管理	第四十五、四十六条	B5, B5.1, B5.2, B5.3, B5.4
数据安全	第四十八条	B6, B6.5
社会贡献	第三十九-四十条	B8, B8.1, B8.2
<b>治理篇 协同共治 夯实长治久安基石</b>		
治理结构与运作机制	第五十三条	
股东权益保护与投资者关系	第五十三条	
风险管理	第十八、五十二条	
商业道德	第五十五、五十六条	B7, B7.1, B7.2, B7.3

## 读者意见反馈

尊敬的读者：

您好！非常感谢您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可持续发展信息，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可持续发展的管理能力。

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. 您对本年度可持续发展报告的整体评价：

- 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
- 资源利用     循环经济     清洁生产     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     乡村振兴与社会贡献

### 5. 您所关注的信息在本年度可持续发展报告中是否都有所体现？

- 是     否

### 6. 您对我们可持续发展报告或 ESG 工作方面还有哪些意见或建议？

(您还希望看到哪些信息)



**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>