

森马 2025年度 可持续发展报告

Semir Sustainable Development Report

SEMIR Sustainable Development Report 2025



同心者同路

关于本报告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

组织范围

本报告覆盖浙江森马服饰股份有限公司及旗下分、子公司。在本报告中，“森马”、“森马服饰”、“公司”或“我们”均指“浙江森马服饰股份有限公司”。

时间范围

本报告所涵盖的时间范围为2025年1月1日至2025年12月31日，并包含必要的相关信息。

编制依据

本报告依据《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》、《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制（2026年修订）》及中国上市公司协会《上市公司可持续发展报告工作指南》编写，并参考全球报告倡议组织 GRI《可持续发展报告指南》（GRI Standards）、中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南》（CASS CSR4.0）等相关要求。

数据来源

本报告涉及的财务数据与《浙江森马服饰股份有限公司2025年年度报告》相符，其他数据来自公司内部统计。如无特别说明，本报告所列财务数据以人民币为记账本位币。

审议程序

本报告经公司2026年3月27日召开的第七届董事会第三次会议审议通过。

报告发布形式

本报告以电子版形式发布，可在深交所指定信息披露网站巨潮资讯网上查阅。

董事长致辞

回望2025年，在复杂多变的外部环境与行业深度调整的大背景下，我们坚持长期主义，坚定推进“有质量的增长”，在持续创造商业价值的同时，更加系统地将环境责任、社会责任与公司治理融入企业战略与日常运营之中。这一年，是森马不断夯实可持续发展根基、提升组织韧性的重要一年。

一、以负责任的经营，夯实长期发展基础

我们始终相信，可持续发展并非短期选择，而是企业穿越周期、赢得未来的根本能力。2025年，森马进一步以消费者为中心，深化零售转型与价值链优化，通过更加科学、透明和可追溯的经营管理体系，提升资源配置效率，减少浪费，推动业务向更加稳健、健康的方向发展。在商品与供应链管理方面，我们持续深化“52周MD”等精细化运营机制，通过更精准的商品企划和快速反应体系，提升库存周转效率，降低资源消耗强度，助力构建更加高效、低碳、可持续的供应链体系。这不仅是对经营能力的提升，更是对环境责任的切实回应。

二、以品牌温度，回应社会与家庭的真实需求

品牌的长期价值，来自对社会与人的深刻理解。过去一年，我们持续围绕儿童成长、家庭生活与日常场景，推动品牌价值与社会价值的融合。巴拉巴拉以“陪伴儿童成长”为核心，持续探索亲子互动、儿童友好型消费场景，通过富有温度的产品与体验，回应家庭对情感联结、健康成长与美好生活的期待。森马则不断深化“服务全家人日常生活”的品牌方向，致力于以高品质、耐穿耐用、设计友好的产品，满足多元生活场景下的真实需求，减少过度消费，倡导理性、可持续的生活方式。这些努力，使品牌不仅成为商品的提供者，更成为社会价值的共建者。

三、以多元包容的组织，推动可持续的人才与治理体系

企业的可持续发展，离不开健康、包容、充满活力的组织生态。我们持续完善公司治理结构，提升决策透明度与风险管理能力，确保战略执行的稳健性与长期性。在人才发展方面，我们重视员工成长与能力升级，持续推进数字化与AI相关能力建设，通过系统化培训与跨界协作，帮助员工提升效率、释放创造力，让技术进步真正服务于人。这不仅提升了组织效率，也为员工的长期职业发展创造了更多可能。

四、以创新与科技，赋能绿色与高效运营

2025年，我们持续加速AI与数字技术在核心业务中的应用。智能设计、智能营销、智能预测等系统的落地，不仅显著提升了研发与运营效率，也在降低能耗、减少库存积压、优化资源使用方面发挥了积极作用。科技正在成为森马实现绿色运营与可持续增长的重要支撑力量。同时，公司在治理层面建立专项项目机制，系统推动新技术合规、安全、负责任地应用，确保技术创新与长期价值目标保持一致。

五、以全球视野，构建负责任的国际化路径

在全球化进程中，我们坚持稳健、有序与本地共生的发展理念。过去一年，森马海外业务稳步拓展，在多个市场实现增长的同时，更加注重本地化运营、合规管理与社会责任履行。通过柔性供应链、本地团队建设与文化尊重，我们努力在不同市场中建立长期信任，推动可持续的国际合作模式。

面向2026年，我们将继续以“责任、韧性 with 长期价值”为核心指引，把可持续发展理念更系统地融入“双主力、双潜力、全球化”的企业战略实践之中。前行之路，道阻且长；以责任为锚，行稳致远。

我们将以更加坚定的信念，持续创造商业价值与社会价值的正向循环，共同书写森马更加可持续、更加值得信赖的未来。感谢每一位利益相关方对森马的信任与支持。我期待与大家携手共进，共同开创更加美好的未来！



CONTENTS.

目录

1.关于森马服饰

- 1.1 公司简介
- 1.2 森马文化
- 1.3 业务模式
- 1.4 森马荣誉

2.议题重要性评估

- 2.1 森马双重重要性议题分析的五个步骤
- 2.2 双重重要性分析流程、方法及阶段产出
- 2.3 森马双重重要性议题的分析结果
- 2.4 利益相关方沟通

3.森马ESG治理

- 3.1 森马ESG架构
- 3.2 森马公司治理
- 3.3 森马ESG目标
- 3.4 森马ESG机制

4.环境

- 4.1 应对气候变化
- 4.2 污染防治/生态保护
- 4.3 资源利用/循环经济

5.社会

- 5.1公益慈善
- 5.2创新驱动
- 5.3客户发展
- 5.4员工发展

6.可持续发展治理

- 6.1 反对商业腐败
- 6.2 反不正当竞争

7.ESG数据表和附注

8.对标索引表



2025 绩效回顾

2011 - 2025



129.89亿元

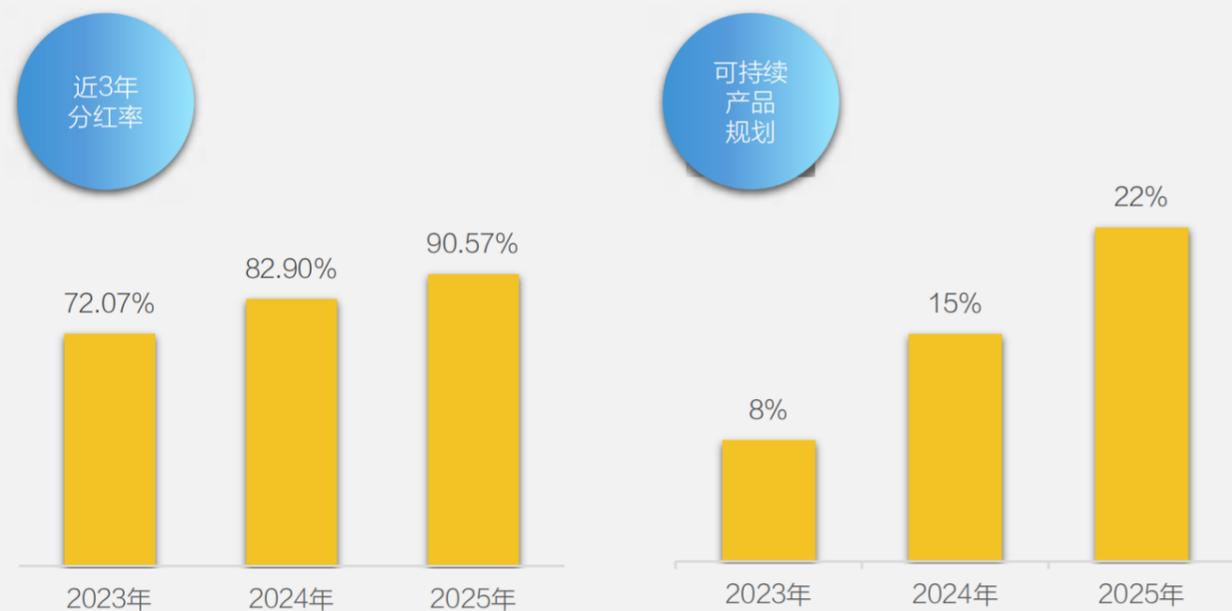
累计分红

75.45%

累计分红率

172.16亿元

累计利润



150.90亿元

年营收

8.92亿元

年利润



2025 绩效回顾

ESG治理

- 深化森马ESG治理体系建设。
- 持续梳理更新有关双重重要性议题资料。
- 持续推进短中长期减排目标落地。
- 供应商等合作伙伴大会宣导ESG治理理念。

社会维度

- 2025年新授权专利135项，截止报告期末有效专利共686个，发明23，实用新型270，外观设计393。
- 全年开展覆盖全员的通用培训、专业培训、专项培训、通用AI工具等多层次、全方位的培训。
- 员工敬业度91%，员工满意度91%。
- 女性员工占比62.22%。

环境维度

- 2025年森马可持续产品占比24.9%，货量超2600万件。总体进度快于产品规划预期。
- 持续推进短中长期减排目标落地。
- 森马上海园区屋顶光伏电站顺利实现并网发电，这也是上海市首座 Hi-MO X10分布式光伏电站项目。该项目装机容量达2.11MW，年发电量约为250万度。

治理维度

- 董事会换届完成。
- 2025年深交所年度信息披露考核A。



关于森马服饰

1.1 公司简介

1.2 森马文化

1.3 业务模式

1.4 森马荣誉

1.关于森马服饰

1.1公司简介

浙江森马服饰股份有限公司创建于2002年，是一家以虚拟经营为特色，以休闲服饰、儿童服饰为主导产品的企业集团，旗下拥有以森马品牌为代表的成人休闲服饰和以巴拉巴拉品牌为代表的儿童服饰两大品牌集群。

森马品牌创立于1996年，定位“舒服体验、品质生活”，为千万家庭提供高质价比、跨场景、舒适百搭的产品和一站式购物体验，传递自信、舒服、时尚的生活方式。

巴拉巴拉品牌于2002年创立，倡导专业、时尚、活力，面向0—14岁儿童消费群体，产品定位在中等收入小康之家。公司拥有的两个主要品牌分处于两个不同细分市场，森马品牌所处的休闲服饰行业适用的着装场景丰富，在服饰市场中占

据半壁江山，巴拉巴拉品牌所处的童装行业处于景气发展阶段，是服装行业中增长最快的赛道之一。

经过多年的努力，森马品牌已位居本土休闲装品牌龙头地位，巴拉巴拉品牌占据童装市场绝对优势，连续多年国内市场份额第一。

公司于2011年3月11日在深交所挂牌上市，公司连续多年在服装上市企业中保持着领先的市值水平和盈利能力。公司严格遵守资本市场的法律法规和规章制度，规范运作董事会和股东大会。

2025年，在深交所信息披露工作年度考核中，公司第十三次被评为A级优秀。

成人品牌集群

SEM/R
Marc O'Polo
Juicy Couture
JASON WU
Aiken
Shuku
VIVIDBOX

儿童品牌集群

balabala
mini bala
SEM/R KIDS
asics KIDS
KIDS
marcolor 马卡乐
Hèy Junior

1.2 森马文化

经营哲学

小河有水大河满

使命 为千万家庭提供美好的生活方式

愿景 成为一家令人尊敬的时尚服务企业

核心价值观

一切从自己开始

以消费者为中心，以公司长期利益最大化为原则

去创新、去试错、去成长

一个森马、一个团队、一个目标、一起奋斗

人才理念 价值贡献者为本、贤德者为先

1.3 业务模式

公司采用“虚拟经营”的商业模式，业务主要包括品牌运营、设计研发、生产组织与成衣采购、零售管理、仓储物流等。

1.品牌运营

公司的品牌运营集合了消费者研究、品牌传播以及零售推广等功能，其目标是通过消费者研究，结合公司的业务现状及竞争态势，制定品牌策略，实施传播、产品及零售的整合营销，坚持具有独特定位的品牌战略。所有店铺均由品牌运营部门提供统一的店铺形象设计、商品及道具陈列与展示方案。

2.设计研发

公司按不同品牌，分产品组建设计研发团队，整合全球设计资源，拥有强大的商品自主研发设计能力，整合全球前沿时尚趋势和设计理念，捕捉市场流行趋势资讯，以长周期商品开发和快反商品模式相结合，满足消费者快速变化的时尚服饰文化需求。

3.生产组织与成衣采购

公司产品全部采用外包生产方式，公司使用的外包生产模式主要为OEM和ODM。公司制定了严格的供应商甄选标准、考核办法与淘汰机制，并在委托生产合同中明确了各方的义务与责任，最大程度地保证面辅料与成衣的质量。

4.零售管理

公司已建立包括专卖店、商超百货、购物中心、奥特莱斯、电商、小程序等在内的线上线下全渠道零售体系，由专职部门和机构负责统一管理和运作。线下业务方面，森马与巴拉巴拉两个品牌的销售均采用以特许加盟为主，加盟、联营与直营相结合的销售模式。公司直营店除了销售之外，还承担着品牌宣传、反馈市场信息、总结终端运营经验等职能。加盟销售方面，公司在加盟商拓展、加盟商管理、加盟商支持等方面制定了一系列政策，以规范并促进加盟销售市场发展。线上业务方面，公司全资子公司浙江森马电子商务有限公司于2012年起开展电商业务，在天猫、唯品会、抖音等第三方电商平台运营公司旗下品牌产品及代理其他商品零售业务。

5.仓储与物流

公司在温州、上海、杭州、嘉兴等地建设产业园，主要承担办公、仓储以及员工住宿、生活等功能。公司采购的成衣从工厂首先发往公司产业园仓库中，再通过第三方物流公司运送到门店或直接配送到消费者手中。

1.4 森马荣誉

历史荣誉

- 全国文明单位
- 全国模范劳动关系和谐企业
- 全国模范职工之家
- 全国五一劳动奖状
- 中华慈善奖
- 全国学习型组织优秀单位
- 全国纺织行业先进集体
- 中国服装行业优势企业
- 中国民营企业500强和全国服装行业销售利润“双百强”
- 中国服装行业竞争力10强
- 浙江省工业行业龙头骨干企业
- 浙江省信用管理示范企业
- 浙江省先进基层党组织
- 浙江省企业文化优秀单位
- 浙江省知名商号
- 温州市纳税功臣
- 中国服装行业最佳雇主
- 全国质量诚信标杆典型企业
- 全国服装行业标准执行优秀企业
- 全国五四红旗团支部
- 全国“双爱双评”先进企业
- G20杭州峰会特级赞助商
- 全国工人先锋号

最新荣誉

- 中国乡村发展基金会2024年度杰出贡献奖
- 中国商品售后服务达标认证证书(售后五星服务认证证书)
- 售后服务体系完善程度认证证书（七星售后认证证书）
- WYSS2025万有引力杰出合作伙伴
- 全球消费产业可持续时尚先锋大奖
- 十大类纺织创新产品：持续性创新单位（于2020-2025年期间连续4次及以上荣获年度“十大类纺织创新产品”）
- 2025年度十大类纺织创新产品-喵绒绒外套
- 2025年度十大类纺织创新产品-超级纤维bala T
- 2025年度十大类纺织创新产品-碳循魔法T
- 2025年度十大类纺织创新产品-科技棉服
- 2023年度规上企业研发投入突出企业
- AI数字服装大赛一等奖
- 2024年度·突出贡献企业（浙江森马服饰股份有限公司）
- 2024年度对口协助突出贡献集体
- 爱心卓越奉献奖
- 第八届浙江慈善奖-机构捐赠奖
- 2024浙江民营企业数字化转型“弄潮榜”典型案例
- 2024浙江民营企业数字化转型“弄潮榜”上榜企业
- 温州市“数智领航”领军企业奖（十佳）
- 2025年温州市职工成长型社会项目竞赛一等奖
- 2024年度制造业税收企业
- 2024年度-突出贡献企业
- 2024年度制造业税收前三十强企业
- 瓯海经开区成立30周年特殊贡献奖
- 2022-2024光彩事业金葵奖
- 闵行区五星党（总）支部

议题重要性评估

- 2.1 森马双重重要性议题分析的五个步骤
- 2.2 双重重要性分析流程、方法及阶段产出
- 2.3 森马双重重要性议题的分析结果
- 2.4 利益相关方沟通

2. 议题重要性评估

森马服饰在2024年年度对深交所指导的21项议题组织开展了双重重要性分析，并取得相关重要结论。因产业、行业的发展和变化具有阶段性和周期性地特征，故森马服饰认为相关议题的重要性结论应当具备指导公司未来一个时期（三到五年）相关工作的实践意义和价值。

2024年度开展的议题双重重要性分析结论明确了对森马服饰具有双重重要性的议题合计有11项，不具备重要性的议题为科技伦理1项（因森马的产业及投融资领域均没有相关性）。

2.1 森马双重重要性议题分析的五个步骤

1

绘制公司活动和业务关系背景图。通过该动作充分展示公司活动与业务关系，客观还原外部环境，识别受影响的利益相关方。

2

建立议题清单。采用麦肯锡工作法，由ESG工作小组牵头，率先提出大致基本假设和框架，再结合专家咨询验证，提高分析效率。

3

开展双重重要性分析。由董事会、内外部专家及利益相关方参与，采取逐步调研、综合排序的方法得出相关重要性结论。

4

汇总分析结果。以数字化、图表化方式呈现双重重要性分析结论。

5

融合关键议题与企业战略。将ESG议题与公司愿景、使命、价值观和具体业务相融合，提高落地性。

2.2 双重重要性分析流程、方法及阶段产出

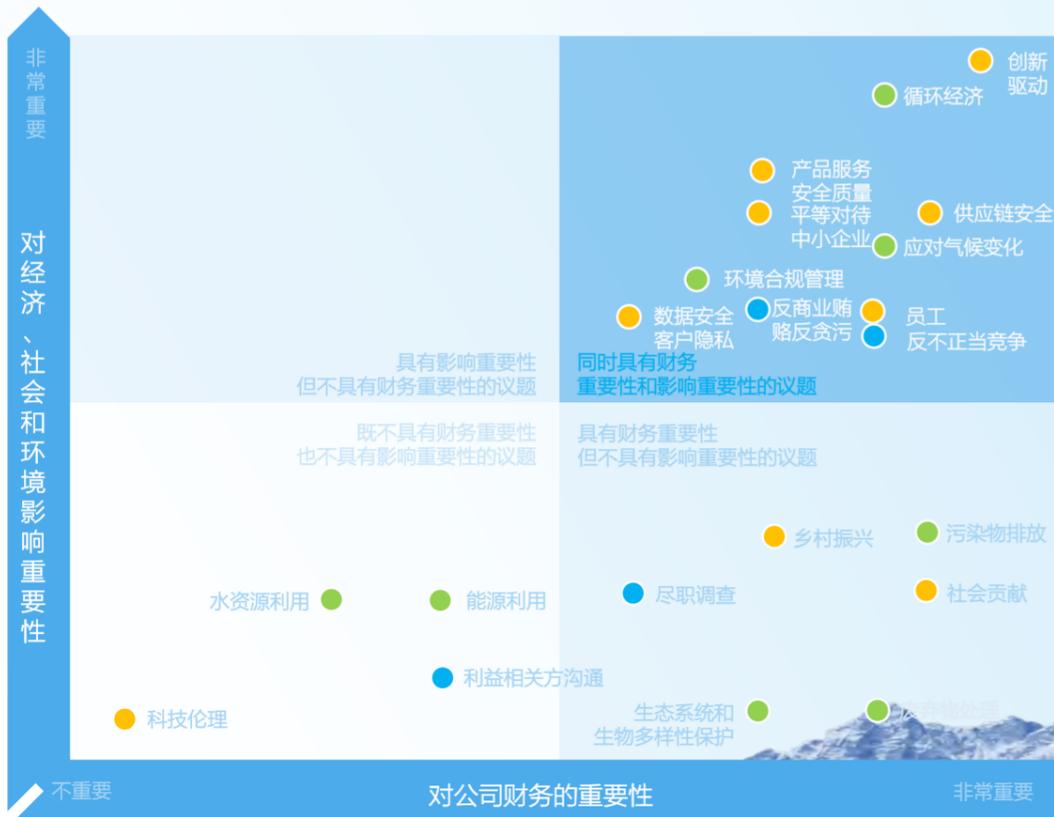
责任主体	分析方法及内容			阶段产出
P1 董事会 内部专家 ESG工作组	调研对象 内部业务伙伴 外部合作伙伴 主要利益相关方	调研方式 电话/钉钉/邮件/微信沟通 查阅整理行业企业资料 小范围1V1专家座谈访问	调研内容 ESG标准 ESG资本市场评级要求 联合国可持续发展目标等倡议	森马产业价值链及公司活动业务关系图
P2 董事会 内部专家 ESG工作组	预设清单库 以21项议题为基准，结合政策要求、行业案例和经验，对标企业及自身实践，预设重要性议题清单	董事会 内部专家 ESG工作组		21项 初筛议题库
P3 董事会 内部专家 外部专家 ESG工作组	开展影响重要性分析 针对21项议题，围绕环境、社会、环境3大维度，邀请专家进行评分排序以确定森马在这21项议题的表现，是否在短中长期对环境、经济、社会有实际或潜在的重大影响	开展财务重要性分析 针对21项议题是否预期在短中长期对森马的商业模式、发展战略、业务运营、财务状况、现金流、经营成果、融资方式、经营成本、企业文化等9个维度产生实际或潜在的重大影响，邀请专家进行评分并排序		11项双重重要性议题及1个排除性议题
P4 董事会 内部专家 外部专家 利益相关方 ESG工作组	汇总影响重要性分析结果及财务重要性分析结果得出议题重要性矩阵表，图形化展示结果 根据分析结果汇总相关资料组织董事会、内外部专家、利益相关方做结果的二次分析、校正和确认 得出双重重要性议题分析结果汇总表			双重重要性议题矩阵表
P5 产业链利益相关方	议题分类 根据森马现有的企业文化体系，结合愿景、使命、价值观等多维度 将20个议题，11个双重重要性议题的实践纳入既有的发展战略 推动全产业链的认同、消化和实践			企业愿景与双重重要性议题融合发图示

2.3 森马双重重要性议题的分析结果

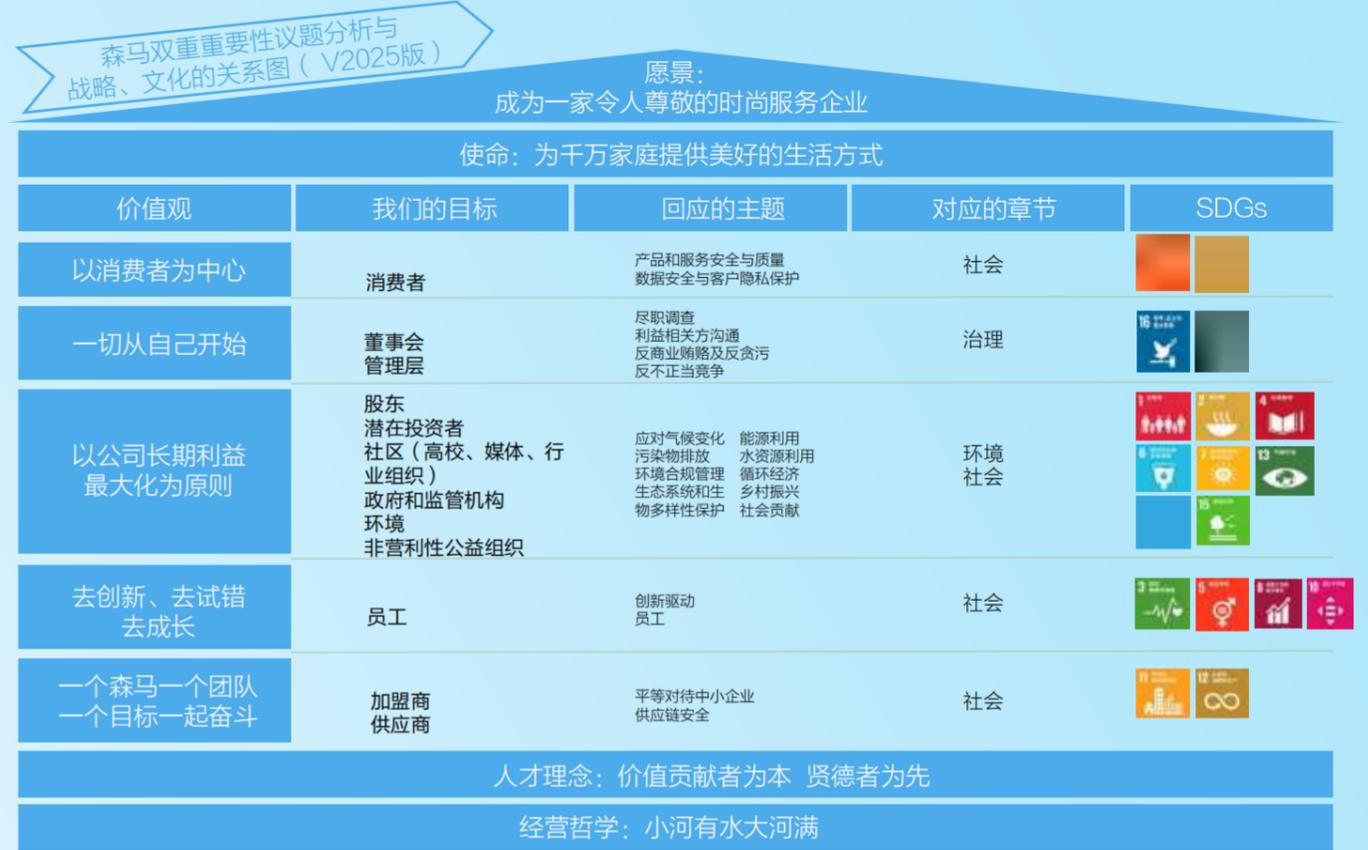
森马识别出20个具有重要性的议题，其中11个议题的双重重要性具有较高优先级。

优先级	环境维度	社会维度	治理维度
较高	<ul style="list-style-type: none"> 应对气候变化 环境合规管理 循环经济 	<ul style="list-style-type: none"> 创新驱动 产品服务安全质量 平等对待中小企业 供应链安全 员工 数据安全客户/隐私 	<ul style="list-style-type: none"> 反不正当竞争 反商业贿赂及反贪污
中等	<ul style="list-style-type: none"> 污染物排放 废弃物处理 生态系统和生物多样性保护 	<ul style="list-style-type: none"> 乡村振兴 社会贡献 	<ul style="list-style-type: none"> 尽职调查
一般	<ul style="list-style-type: none"> 能源利用 水资源利用 		<ul style="list-style-type: none"> 利益相关方沟通
不重要		<ul style="list-style-type: none"> 科技伦理 	

经过对影响重要性和财务重要性评估结果的量化分析，得出相关结果，并最终矩阵表形式呈现各议题的重要性和优先级。



森马在双重重要性议题分析的过程中，推进了森马可持续发展战略层面的规划和设计，也基于森马产业价值链和企业业务发展层面的业务活动关系系统地梳理了森马的当前发展的业务环境和未来可持续成长所需的与企业原价值观体系融合发展的实践体系。



2.4 利益相关方沟通

森马始终将与利益相关方的良性沟通与协同合作置于重要战略位置，在利益相关方识别工作中，严格以双方依赖程度、权责界定、影响范围等核心维度为基准，精准锁定关键利益相关方群体。这一识别结果不仅是公司制定ESG（环境、社会及治理）管理体系的重要依据，更成为推动各项工作持续优化、迭代升级的核心参考。在此基础上，森马致力

于深化与利益相关方的共生关系，通过价值共鸣与目标协同，构建“利益共同体、价值观共同体、命运共同体”三位一体的合作生态。同时，公司将长期主义理念贯穿其中，持续投入资源维护并深化这一共生关系，以保障合作的稳定性、可持续性，最终实现多方共赢的长远发展目标。

利益相关方	重点关注议题	沟通渠道与形式
消费者	产品和服务安全与质量 数据安全与客户隐私保护	消费者调研（不定期） 客服中心和售后热线（每日） 双抖一微及平台旗舰店留言评价（不定期） 直播间公屏沟通（每日） 门店体验类活动（不定期）
董事会管理层	尽职调查 利益相关方沟通 反商业贿赂及反贪污 反不正当竞争	董事会会议（不定期） 管理委员会会议（不定期） 年度工作会议（每年） 日常工作（不定期）
股东 潜在投资者 社区 高校媒体行业 政府和监管机构 非营利性公益组织 环境	应对气候变化 污染物排放 环境合规管理 能源利用 生态系统和生物多样性保护	水资源利用 循环经济 乡村振兴 社会贡献
员工	创新驱动 员工（待遇、福利、权益等）	股东会（每年） 财报（每年） 投资者交流会（每年） ESG报告（年度） 热线电话（实时） 校园合作（不定期） 深交所互动易（实时） 社会捐赠（不定期） 中小投资者接待（不定期）
加盟商 供应商	平等对待中小企业 供应链安全	员工大会（每年） 职工代表大会（每年） 员工满意度调查（每年） 企业文化活动月（每年1个月） 各级沟通会（不定期）
		代理商大会（每年） 供应商大会（每年） 市场走访（每季度） 日常业务沟通（不定期） 代理商订货会（每季度）

附图：双重重要性议题分析得分评价表（V2025版）

序	议题	影响范围			议题是否对公司经营有重大影响的维度								财务重要性得分	财务重要性	议题是否对经济、社会、环境等方面有重大影响			影响重要性得分	是否有影响重要性	是否为双重重要性议题
		短期	中期	长期	商业模式	发展战略	业务运营	财务状况	现金流	经营成果	融资方式	经营成本	企业文化	分值	是否	经济	社会	环境	分值	是否
1	应对气候变化		●	●		●	●	●	●	●	●	●	7	是		●	●	6	是	✓
2	污染物排放	●			●	●	●	●	●	●	●	●	8	是			●	3	否	
3	废弃物处理	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	7	是					0	否	
4	生态系统和生物多样性保护			●	●	●	●	●	●	●	●	6	是					0	否	
5	环境合规管理		●		●	●			●		●	5	是		●	●	6	是	✓	
6	能源利用		●			●	●		●		●	4	否		●		3	否		
7	水资源利用		●			●	●				●	3	否		●		3	否		
8	循环经济	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	7	是	●	●	●	9	是	✓	
9	乡村振兴	●	●	●		●	●	●	●	●	●	6	是		●		3	否		
10	社会贡献		●	●		●	●	●	●	●	●	8	是		●		3	否		
11	创新驱动		●	●	●	●	●	●	●	●	●	9	是	●		●	9	是	✓	
12	科技伦理											0	否		●	●	0	否		
13	供应链安全		●	●	●	●	●	●	●	●	●	8	是	●	●	●	6	是	✓	
14	平等对待中小企业	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	6	是	●	●	●	6	是	✓	
15	产品和服务安全与质量	●	●	●			●	●	●	●	●	6	是	●	●	●	6	是	✓	
16	数据安全与客户隐私保护	●	●	●			●	●	●	●	●	5	是	●	●	●	6	是	✓	
17	员工	●	●	●		●	●	●	●	●	●	7	是	●	●	●	6	是	✓	
18	尽职调查	●				●	●	●	●	●	●	5	是			●	3	否		
19	利益相关方沟通	●	●	●	●	●	●		●			4	否	●	●	●	3	否		
20	反商业贿赂及反贪污	●	●	●			●	●	●		●	5	是	●	●	●	6	是	✓	
21	反不正当竞争	●	●	●		●	●	●	●	●	●	7	是	●	●	●	6	是	✓	



森马ESG治理

3.1 森马ESG架构

3.2 森马公司治理

3.3 森马ESG目标

3.4 森马ESG机制

3.1 森马ESG架构

完善的ESG治理架构，是森马夯实可持续发展根基的核心支撑，既能系统识别、管控ESG领域潜在风险，又能精准捕捉绿色转型、责任消费等相关机遇，为企业长期稳健发展筑牢屏障。

在这一架构中，森马董事会承担关键决策职能，对可持续发展的整体方向、战略规划、核心目标、实施成效及信息披露报告负有最终

且全面的责任，从顶层设计层面为ESG工作定调领航。

同时，董事会并非单一决策主体，而是与管理层、执行层形成协同联动机制——管理层承接战略并制定落地路径，执行层深入各业务单元推进具体举措，三层主体各司其职、层层贯通，共同推动ESG理念融入企业运营全流程，切实将可持续发展战略转化为实际行动。



森马ESG治理架构 (V2025审验版)



3.2 森马公司治理

治理体系

报告期内，公司严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》和中国证监会及深圳证券交易所颁发的其他相关法律、法规的要求，不断完善公司法人治理结构，建立健全内部控制体系，进一步规范公司运作。

报告期内，公司整体运作规范，治理制度健全，独立性强，信息披露规范，公司治理结构符合中国证监会关于上市公司治理的相关规范性文件要求。



股东和股东大会	2025年，公司严格按照《公司章程》等规定和要求，规范股东大会的召集、召开、表决程序，平等对待所有股东，确保股东能充分行使权利。
控股股东与上市公司	公司控股股东根据《上市公司治理准则》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《公司章程》等规范股东行为，通过股东大会行使股东权利，未发生超越股东会及董事会直接或间接干预公司经营与决策的行为，不存在与本公司进行同业竞争的行为。
董事和董事会	公司严格依照《公司法》、《公司章程》及《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》等相关规定，规范董事会的召集、召开和表决，认真出席董事会和股东大会，积极参加相关知识培训，熟悉有关法律法规，并勤勉尽责。独立董事独立履行职责，维护公司利益，尤其关注中小股东合法权益不受损害，对重要及重大事项发表独立意见。
绩效评价与激励约束机制	公司已经建立相对公正、透明的董事和高级管理人员的绩效评价标准和激励约束机制，公司高管人员的聘任公开、透明，符合法律法规的规定。
关于相关利益者	公司充分尊重和维护合作伙伴的合法权益，积极与相关利益者合作，加强与各方沟通，实现股东、员工、社会等各方利益的均衡，以推动公司持续、稳定、健康地发展。

董事会多元化管理体系与制度声明
 公司高度重视董事会多元化建设，明确提出打造多元包容的董事会，强调不同背景成员能为公司带来多元视角与创新活力。政策上，制定了董事会成员多元化政策，从专业、性别、年龄、行业经验等维度设定选拔标准，确保成员结构多元。积极吸纳具备金融、科技、法律等不同专业背景，以及来自不同行业、拥有丰富跨国企业经历的人才进入董事会，同时注重女性董事的比例提升，通过这些，为董事会决策提供更全面的智慧支持。

董事会有效性评估声明
 公司高度重视董事会有效性评估，每年开展一次全面评估。评估方法涵盖资料审查，对董事会及委员会甄选流程文档、董事背景资料等进行细致查阅；还有访谈交流，与董事、高管深入沟通。评估结果显示，董事会甄选流程规范，董事多元且专业背景互补，程序符合规定，与管理层保持良好互动，为公司战略决策和运营管理提供了有效支撑，保障了董事会高效履职。



3.3 森马ESG目标

森马结合联合国2030年可持续发展目标及议程为重要指引，为可持续发展明确核心方向，并将ESG理念深度融入战略与业务实践。通过优化完善可持续发展目标的实现路径，森马推动产业价值链向高质量、可持续

方向升级，其确立的ESG相关原则与具体目标，不仅为后续可持续发展工作划定清晰框架，更成为公司未来ESG领域发展的核心指引，助力企业在环境、社会与治理维度实现长期价值增长。



3.4 森马ESG机制

为系统化推进可持续发展战略落地，森马聚焦信息传递效率与执行监督效能，搭建了逻辑清晰、权责明确的“报告-监督-考核”三位一体信息管理机制，形成从信息流转到过程管控、再到结果激励的全链条管理闭环，为公司可持续发展提供坚实制度保障。

信息报告机制：分层分类传递，确保信息精准触达

报告机制

报告频率

报告方式

- 森马以“分层汇报、按需传递”为核心，构建了覆盖“日常沟通-管理层汇报-董事会监管”的三级信息报告体系，确保可持续发展相关信息在治理架构各层级高效流转：
 - 每年开展一次管委会专项汇报，系统梳理周期内可持续发展领域的核心影响、潜在风险及机遇，为管理层战略调整提供数据支撑。
 - 董事会会议期间，涉及到可持续发展相关工作，由管委会向董事会专题汇报。重点说明相关事项对公司长期战略的适配性，确保可持续发展目标深度融入公司整体战略规划，保障各层级人员及时获取精准信息，支撑科学决策。
- 重大事项单独报告：针对可持续发展领域的重大风险、关键机遇（如供应链ESG风险、绿色产品创新突破等），启动专项报告流程，第一时间同步核心决策层。
- 日常事务常态化沟通：日常运营中的常规信息（如供应商ESG数据更新、环保项目进展等），通过部门例会、线上协同平台等渠道实现常态化沟通，避免信息滞后。

监督机制：多层次协同管控，保障战略落地质量

监督机制

董事会
顶层统筹监督

管委会
常态化动态监督

内外部专家
专业维度监督

- 森马建立了“董事会统筹+管委会常态化监督+内外部专家协同”的多层级监督体系，实现全流程、全方位管控。
- 作为监督核心，董事会通过“审批战略-评估风险-设定目标-监督执行-审查绩效-确保透明沟通”六大环节，对可持续发展领域的影响、风险及机遇进行全局把控，从顶层设计层面确保工作方向不偏离、资源投入有保障。
- 管委会定期在管理层会议中聚焦可持续发展议题，针对执行过程中出现的新情况、新问题（如政策法规变化对供应链的影响、绿色生产技术落地难题等），开展实时识别、评估、监察，并同步形成报告反馈至决策层，实现“问题早发现、措施早落地”。
- 公司每年至少组织一次专项会议，召集内部业务骨干与外部可持续发展领域专家，共同探讨可持续发展议题的优先级（如“双碳”目标下的减排重点、ESG信息披露优化方向等），并对公司可持续发展战略的中期目标、绩效指标进行专业审核与决议，提升监督的科学性与专业性。

考核机制：目标绑定责任，激活全员参与动力

考核机制

考核目标
聚焦核心，量化可落地

机制迭代
持续优化，适配发展需求

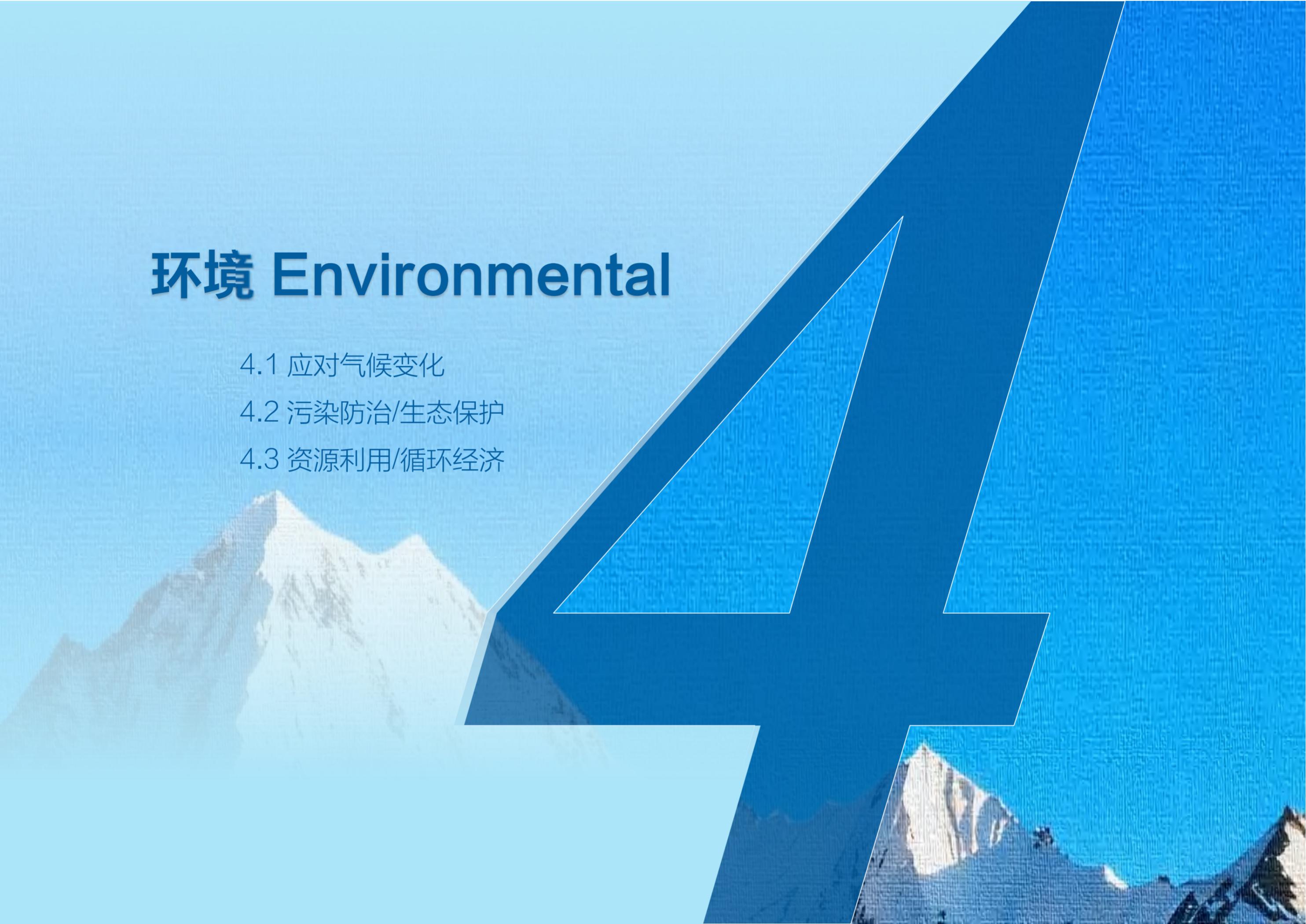
- 为将可持续发展目标从“战略层面”落到“执行层面”，森马积极推动ESG相关指标纳入部门与个人考核体系，通过“目标绑定-责任驱动”激发全员参与积极性。
- 针对不同部门职能设定差异化考核目标，例如将“供应商结构优化”（如绿色供应商占比提升）、“供应商合作标准体系更新”（如新增ESG准入标准）等核心任务，纳入供应链管理部门及相关负责人的考核指标，确保责任到人、目标可衡量。
- 公司将根据内外部环境变化（如ESG监管政策升级、行业最佳实践更新），动态完善考核机制，进一步细化指标维度、优化激励规则，确保考核体系既能“压实责任”，又能“激发活力”，推动公司在可持续发展道路上稳步前行，更好应对未来挑战与机遇。

环境 Environmental

4.1 应对气候变化

4.2 污染防治/生态保护

4.3 资源利用/循环经济



4.1 应对气候变化

森马深知气候变化将为企业发展带来风险与机遇，其应对举措将联合众多合作伙伴，对全球气候变化产生广泛深远影响。森马正积极推动企业及产业链绿色转型、实现绿色低碳发展，既是为主动应对风险、把握机遇，也是为最大程度减少碳排放，助力缓解全球气候变化。

4.1.1 战略、目标及行动保障

4.1.2 影响、风险及机遇管理

4.1.3 转型计划、措施及进展

4.1.4 减排目标、指标及实践

4.1.1 战略、目标及行动保障

在国家“3060”双碳战略与联合国可持续发展目标的双重指引下，森马锚定“以消费者为核心，为千万家庭创造美好生活方式”的ESG愿景，在为用户提供优质生活体验的同时，将环境保护、社会回馈与全产业链价值链可持续发展深度融合，构建起兼具责任担当与发展韧性的战略体系。为稳步推进ESG实践落地，森马明确了短期筑基、中期突破、长期引领的阶梯式目标，并以环境、社会、治理（ESG）三大维度为核心框架，围绕各维度下的重点议题制定针对性支撑举措，通过层层递进的实践，逐步实现绿色管理在全产业链价值链的全域覆盖，推动企业可持续发展从“理念”向“行动”转化，从“单点突破”向“系统升级”跨越。

ESG愿景：以消费者为中心 为千万家庭提供美好的生活方式

短期目标（2030年）

- 实现ESG理念和核心措施在企业经营管理和核心利益相关方中的全面覆盖

中期目标（2040年）

- 2040年前实现品牌运营环节零碳排放

长期目标（2050年）

- 推动森马产业价值链的绿色转型升级，助力产业的零碳排放

关键行动：针对生产组织与采购、品牌运营、零售管理三大环节下各项重要性议题的具体行动
资源保障：以森马的综合实力为背书，为公司ESG战略提供全方位保障

4.1.2 影响、风险及机遇管理

A.气候相关影响的重要性评估

森马在气候相关影响重要性评估的过程中，通过对产业价值链的内外部环境做详实的调研和梳理，明确了主要的公司活动、业务关系和利益相关方，明晰了ESG相关的工作方向和路径。

a.森马与气候相关的业务活动及关系分析

参见2.3森马双重重要性议题分析与业务、组织的关系图（V2025版）

b.森马气候相关影响分析及减排重点分析

分析森马气候相关影响的作用方式，可明确其商业模式下气候影响的具体路径与关键行为。结合森马产业价值链的分布特征来看，其气候相关影响主要以间接影响的形式呈现。在减排工作中，应重点聚焦生产制造环节、终端运营环节与仓储物流环节。

森马产业价值链对气候影响的结构分析示意图（2025 审验版）



c.对气候相关影响评估确认

森马组织专家对产业价值链的气候相关影响进行评估确认。虽其产业价值链碳排放主要集中于上游，但上游减排成本需通过中下游转型发展来消抵与实现。

森马产业价值链对气候影响的具体方式及重要性评估

业务类别	业务层级	该类别下森马的主要活动	产业价值链上受影响的主体（利益相关方）	对产业价值链的影响	产业价值链对气候变化的影响	实际或潜在	正面影响或负面影响	规模	范围	可能性	不可补救性
商业模式	战略层面	虚拟经营	代理商 供应商	100%生产外包，对上游有的碳排放有重大影响	—	实际	中性	300亿	广泛	—	—
发展战略	战略层面	愿景：成为一家令人尊敬的时尚服务企业	代理商 供应商	低碳责任：响应2060零碳目标 打造产业链规模翻倍 同时能耗持续降低	碳排放总量增加 2060达峰	潜在	正面	大	广泛	高	—
业务运营	生产组织环节	年度产能规划 供应商规划（增加、淘汰、赋能） 成衣采买计划、政策 面料辅料采买计划、政策 生产相关政策	成衣供应商 面料供应商 辅料供应商 鞋品供应商 其他供应商	供应商结构变化 成衣采买量增加 面料辅料采买量增加 仓储物流活动增加	增加产业链碳排放 加重全球气候变暖	实际	负面	大	广泛	—	可努力补救
		年度创新规划 可持续面料规划 TQM全面质量管理 联合研发	供应商	供应商增加研发成本 供应链提高生产效率 提升供应商效能	减缓产业链的碳排放，影响全球气候变化	潜在	正面	中	集中	高	—
	品牌运营环节	各品牌/事业部年度经营计划 商品年度研发规划 品牌年度营销计划 渠道年度发展规划及补贴政策 资金年度授信政策	代理商 承运商 电商平台 商场物业	商品销售数量增加 门店开设数量增加	控制产业链碳排放的快慢	实际	正面	大	广泛	—	—
	零售管理环节	销售年度经营计划 客服年度经营计划	代理商 电商平台 商场物业	增加门店开设数量500家 每年若干次集中营销活动	加重产业链的碳排放	实际	负面	小	集中	—	短期内相对容易补救

d.气候相关影响的输出结论

在品牌运营环节，森马可通过直接干预措施实现自身运营的减排增效。不过，该环节在整个产业价值链的碳排放总量中占比相对有限，仅聚焦于此难以推动产业价值链的整体低碳转型，因此森马还需主动作为，充分发挥在生产环节与零售管理环节的作用及影响力。

从产业价值链上游来看，森马并非被动接受碳排放现状，而是具备对上游碳排放的调节能力——既能通过优化合作模式、推动供应商技术升级等方式减缓碳排放增速，也能借助标准制定、过程监督等手段控制碳排放总量，甚至可通过资源整合加速低碳技术在上游环节的落地应用。

在产业价值链下游，森马则可通过多元举措推动减排：一方面通过消费端宣传引导消费者建立低碳理念，另一方面为下游零售合作伙伴提供低碳运营方案支持、技术赋能，助力其降低运营过程中的碳排放，形成全链条协同减碳的良性循环。

B.气候相关风险和机遇

a.物理风险和转型风险

物理风险情景一 低排放情景Representative Concentration Pathways (RCP) 2.6	物理风险情景二 高排放情景Representative Concentration Pathways (RCP) 8.5	转型风险情景一	转型风险情景二
<ul style="list-style-type: none"> 该情景预计到2100年，辐射强迫 (Radiative Forcing) 水平将达到2.6瓦/平方米。 全球平均地表温度相对于工业化前水平的升温幅度可能控制在2°C以内。 	<ul style="list-style-type: none"> 该情景预计到2100年，辐射强迫 (Radiative Forcing) 水平将达到8.5瓦/平方米 到2100年全球平均气温可能会比工业化前水平升高4-5°C甚至更高。 	<ul style="list-style-type: none"> IEA NZE 2050转型情景： 假设到2050年使全球能源部门实现二氧化碳净零排放，从而将全球升温限制在1.5摄氏度以内 	<ul style="list-style-type: none"> IEA SPS (Stated Policies Scenario) 既定政策情景： 仅考虑政府已实施或宣布的政策

b.气候相关风险/机遇对森马业务、财务的影响及气候适应性的情景分析

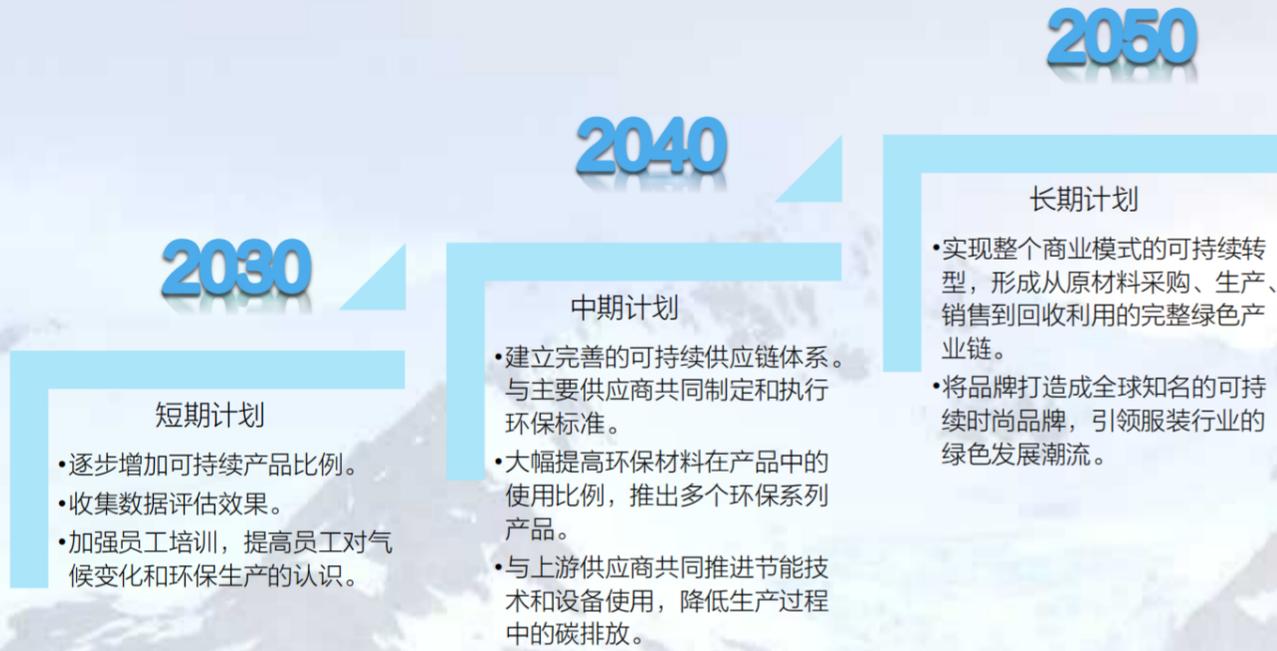
森马根据情景分析工具，对森马战略、决策、业务影响分析，进而评估风险背后机遇，并据此分析将要或已经采取的应对措施，综合评估对企业的财务冲击和影响。

气候相关风险	气候情景分析因素	发生概率		影响程度	影响周期	气候相关风险/机遇	气候相关机遇	转型举措 (气候相关转型计划)	对财务影响
气候相关风险	风险类别描述	预设气候情景	发生概率	影响程度	影响周期	对战略、决策和业务的影响	气候相关机遇	应对措施 (气候相关转型计划)	财务冲击
急性物理风险	极端天气发生频率增加 (高温、极寒)	RCP2.6 RCP8.5	一般 高	一般 一般	短中 短中	极端天气可能导致消费者购买需求、习惯的变化。极端天气将导致销售预测的准确性降低。极端天气会影响生产组织环节的原材料供应，比如棉花、羽绒的采买，同时也会影响生产和销售周期，对供应链和库存管理提出更高的要求。极端天气可能导致森马供应链在原材料采买、存储和物流运输方面的成本增加，进而增加公司的经营风险。极端天气会威胁上下游员工的出行、健康和安，影响工作效率，增加用工成本。		开发功能性服装。打造柔性供应链。及时响应极端天气背景下消费需求的变化。提高供应链对极端天气的适应性。通过多元化采购等方式，应对原材料价格波动。购买保险，对冲极端天气引发的潜在经济损失。完善门店、办公区、物流中心的极端天气应对预案；增加储能备电系统，预防断电。完善应急制度和方案。加强员工健康安全的制度建设和培训，落实应急演练、员工保护措施和福利补贴。	中
	气候模式的极端波动 降水模式的变化 (台风、洪水)	RCP2.6 RCP8.5	较高 高	高 高	长 长	台风和洪水可能导致森马办公、物流、运营场所的设备损坏、造成经济损失，中断业务经营。台风和洪水可能导致局部水资源污染，淡水资源临时性短缺，进而影响上游纺织行业的生产用水，增加水费开支和货品交收风险。运输线路中断影响货品的物流运输和交付。威胁产业链上员工的健康和安全。降低业务运营效率的同时，增加用工成本。	打造全新的产品线 and 品类结构。如功能性服装需求增加。主要针对极端天气条件下防水、防风、保暖等性能性服装需求的增加，以及热浪天气下，透气、轻薄、防晒服装需求的上升。社会责任体现。通过参与极端天气后的救援和重建工作进而提升品牌形象。	增强办公园区、物流园区和业务运营设施的防洪抗灾能力，储备防洪沙袋等。制定应急方案，为员工提供应急培训，安装储水设施。购买保险，对冲潜在经济损失。	低
慢性物理风险	海平面不断上升	RCP2.6	较高	高	长	海平面上升可能导致森马沿海地区的办公设施受到海水倒灌等灾害影响，从而破坏产业链上游的生产设备、污染原材料和成品，使生产活动被迫中断，造成巨大的经济损失。为应对海平面上升带来的风险，森马可能需要采取一系列措施，如加强生产设施的防洪防潮能力，这些都增加企业的生产成本。海平面上升可能导致物流配送成本上升，同时，企业为了满足环保要求，可能需要投入更多的资金用于节能减排、废弃物处理和环境监测等方面，从而增加运营成本。	打造更加稳定有质量的供应链。通过共同应对气候变化建立起有壁垒的竞争力。积极应对气候变化负责人的企业形象和品牌形象打造。	加强基地防护设施建设：对于位于沿海或可能受海平面上升影响地区的园区，投入资金进行防护设施建设，如修建堤坝、加固仓库等，提高基地的抗灾能力，减少因海水倒灌等灾害造成的损失。优化采购策略：密切关注原材料产地的环境变化和海平面上升情况，与多个供应商建立长期稳定的合作关系，分散因局部地区受海平面上升影响而导致原材料供应中断的风险。探索可持续原材料：积极研究和采用可持续的原材料，如有机棉、再生纤维等，减少对传统棉花等可能受海平面上升影响的农作物的依赖。这不仅有助于降低环境风险，还能满足消费者对环保产品的需求。评估和调整生产布局：从长远角度评估海平面上升对生产基地的潜在影响，制定相应的调整计划。考虑将部分生产环节向内陆地区或海拔较高的地区转移，降低生产活动受海平面上升的直接威胁。	低
政策法律风险	强化的排放报告义务	RCP8.5 IEA NZE 2050 IEASPS既定政策情景	高 一般	高 低	长 短	深交所已制定ESG框架下上市公司披露气候相关信息的规定，增加了上市公司的合规要求，敦促上市公司在2026年前进行强制性的气候信息披露	提升森马ESG管理水平，打造负责任的企业形象。	密切关注气候与环境的相关政策，确保公司经营符合最新的监管要求。加强与产业链内外部利益相关方的沟通，积极参与各类政策标准的制定和实施，减少法律法规方面的违规风险。	
技术风险	绿色转型难度大	IEA NZE 2050 IEASPS既定政策情景	一般	较高	中	碳减排需要产业链积极引进和应用前沿绿色技术，但相关研发和推广资金投入较大，且短期难以看到成效，有一定失败风险。	通过产业链上下游更紧密的合作，共同推进绿色技术和研发在产业链的推广，打造更有竞争力的产业链生态，增强品牌在下游和终端的市场表现。	森马持续增加对研发的投资，与知名纺织高校、研究机构合作，共同推动产业链绿色技术的研发和革新。通过PLM等产品全生命周期的管理，发展更多环境友好型面料，助力上游节能减排等低碳工艺的研发推广。	低
	向低排放技术转换的成本	IEA NZE 2050	高	高	中	为实现低碳减排目标，需要更环保的技术设备更新，对森马来说，这主要会增加产业链上游的成本。在向低排放技术转换过度的过程中，存在较多不确定性和风险，可能有较高试错成本。			中
市场风险	市场信号的不确定性	IEASPS既定政策情景 IEA NZE 2050 IEASPS既定政策情景	低 较高 高	低 一般 较高	中 短	中长期预算编制困难：企业难以准确预测销售收入，因为销售受到气候变化影响的消费者需求波动的制约。同时，成本预算也变得复杂，如原材料成本、运输成本（极端天气可能影响物流）等。不准确的预算可能导致企业资金分配不合理，影响企业的正常运营和发展。长期战略调整频繁：为了应对气候变化带来的不确定性，品牌服装企业可能需要频繁调整长期战略。频繁的战略调整不仅消耗企业的资源，还可能使企业失去战略方向的连贯性，影响企业在市场中的竞争力。		定期进行气候变化风险评估，识别企业可能面临的市场风险（如因气候变化导致的服装款式过时、库存积压等）、供应风险（原材料供应中断）和运营风险（生产设施受损）等。根据风险评估结果，制定相应的风险应对策略。在财务预算中，预留一定的资金用于应对气候变化带来的不确定性。这部分资金可以用于紧急采购原材料、调整生产计划或开展市场促销活动以清理库存。合理安排资金结构，确保企业有足够的流动性。以便在气候变化导致市场信号突变时，能够迅速做出反应，如加大对热门产品的生产投入或开拓新的销售渠道。	中
	消费者偏好变化	IEA NZE 2050 IEASPS既定政策情景	一般	较高 一般	中 短	消费者对偏好的变化速度可能比企业的反应速度快，品牌服装企业在调整产品以适应气候变化导致短的消费者偏好变化时，存在市场适应的风险。如果企业对市场趋势判断失误，生产的服装不符合消费者的期望，可能会导致库存积压。	对适应气候变化的服装需求的增加，使得品牌服装企业有机会拓展新的市场细分领域。比如，随着消费者对户外功能性服装需求的增长，企业可以加大对户外服装产品线的投入，开发适合不同户外场景（如登山、徒步、滑雪等）的服装系列。这不仅能够满足现有消费者的多样化需求，还能吸引新的户外爱好者消费者群体，扩大市场份额。	考虑多功能服装的设计，如一件服装可以通过不同的穿法或者配件的搭配，适应不同的气候条件。例如，一款风衣可以通过加上内胆变成厚外套，适合寒冷天气；拆除内胆后又成为轻薄的防风衣，适合春秋季节。设立消费者反馈热线或者在线客服渠道，鼓励消费者分享他们在气候变化影响下对服装款式、功能的新需求。比如，消费者可能会反馈在气温多变的情况下，希望有更多可调节温度的服装。	高
声誉风险	利益相关方的担忧增加或者负面反馈	IEA NZE 2050 IEASPS既定政策情景	较高 一般	一般 一般	中 短	品牌声誉是品牌服装企业的重要资产。负面反馈可能会通过各种渠道迅速传播，尤其是在社交媒体时代。如果品牌被指存在不环保、应对气候变化不利等问题，会给品牌贴上不良标签，使品牌在消费者心目中的形象大打折扣，进而影响投资者和相关评级机构对企业的政策。		企业需要对各种渠道的信息进行监测，包括社交媒体平台（如微博、微信、抖音等）、电商平台的评价区、消费者论坛、新闻媒体等。当收到负面反馈后，品牌服装企业要及时做出回应。并根据负面反馈的来源和性质，选择合适的沟通渠道。最后是通过开展公关活动来修复受损的品牌形象。	低

气候相关风险/机遇对森马业务、财务的影响及气候适应性的情景分析示意图 (V2025 审版)

4.1.3 转型计划、措施及进展

A. 转型计划(森马为应对气候相关风险机遇所制定转型计划)



B. 宏观调整(森马为应对气候相关风险机遇所进行调整情况 (2025))

战略规划	商业模式	资源配置
<ul style="list-style-type: none">•将可持续发展全面融入公司战略规划体系。坚定走科技、绿色、时尚发展道路。•提高可持续面料采购比例确定为长期战略目标之一。•构建负责任的品牌形象，把握绿色消费市场机遇。	<ul style="list-style-type: none">•加大循环经济的商业模式。多品牌推动旧衣回收计划。•构建战略供应商合作体系，共同推动供应链的可持续发展，增加原材料供应链的稳定性和环保趋势。•在零售环节和物流配送环节继续推进环保材料的迭代和更替。	<ul style="list-style-type: none">•加大可持续相关的研发投入。•在设计环节，提高可持续材料的服装企划占比。•在供应链管理方面，完善将环保因素纳入供应商评价机制，推动品环保要求及节能减排在上游合作环节的落地。•在营销资源方面，持续加大对环保产品的宣传推广力度，引导消费者关注和购买绿色产品。

C. 改进措施(森马为应对气候相关风险机遇所采取改进措施)

绿色设计：以全生命周期理念赋能产品创新

- 森马将绿色设计贯穿于产品研发的全流程，在研发初期便充分考量产品及包装对环境的潜在影响，从原材料选用、产品性能优化到最终报废处理，每个环节都深度植入节能环保理念，致力于从源头减少污染、降低环境负荷。
- 在研发设计环节，2025年，森马大力推广AIGC技术的采用。AIGC技术让研发设计变得可视化和易于修改，设计师可以快速完成虚拟创意，并根据产业链内部或消费者的反馈快速修改产品设计，突破了以往的工作模式。AIGC技术减少了传统生产中的样衣打样和修改等环节。不仅减少了传统打样生产过程中的实物浪费和消耗，降低了研发成本，实现了研发设计环节的环保可持续，同时也加速了生产的数字化，提高了研发生产的效能。
- 在材料应用上，森马持续探索并采用绿色环保、可再生资源材料，2025年继续推广可降解材料与生物基材料等新型科技环保面料，以替代传统不可回收原材料，推出更多环境友好型产品。为保障绿色设计的持续推进，森马依托于“应用一代、储备一代、研究一代”的三代研发平台，持续增强产品的科技感、舒适度、时尚度与绿色属性，为未来可持续产品的创新储备技术与方向。
- 此外，森马还推动了多品牌的可持续产品吊牌，让消费者清晰感知产品环保属性，推动绿色消费理念的普及。

绿色供应链：协同伙伴共筑环保生产生态

- 近年来，森马逐步搭建可持续发展平台，持续积累并拓展可持续面料的种类与应用场景，将其重点应用于核心品类的关键产品中，推进绿色供应链的建设。
- 2025年，森马继续与业内技术领先的大型供应商建立深度合作关系，尤其在印染环节，优先选择拥有环保印染技术的供应商。这些先进供应商通过优化工艺，大幅减少化学药剂的使用量，降低废水排放量，从生产源头减少对水资源与生态环境的污染。
- 在工艺升级方面，森马与引入数字化印染工艺的供应商加强合作，通过精准控制染料配比与使用量，显著提高染料利用率，进一步降低水资源消耗与污染。在服装加工环节，合作供应商积极推广节能型裁剪与缝纫技术，减少生产过程中的能源消耗，实现生产环节的低碳化。
- 面对因绿色技术转型升级可能导致的原材料与成衣采购价格上涨，森马主动通过加强中下游品牌推广力度、提升产品市场竞争力等方式消化成本压力，切实为上游供应商的绿色转型提供支持，形成“上下游协同、共促绿色发展”的良好生态。

绿色办公：以精细化管理打造低碳办公环境

- 在办公场景中，森马致力于从能源管理、环境优化、行为规范等多方面入手，推行全方位的绿色办公举措。
- 为改善办公环境并提升减排能力，森马持续加大各园区内外部绿化面积，通过绿植的生态调节作用，净化空气、降低园区热岛效应，同时为员工营造舒适、健康的办公氛围。公司严格推行“7S”办公标准，引导员工养成良好的卫生习惯与工作规范，这一举措不仅提升了公司整体形象与工作效率，还能节约办公空间、延长工具与机器设备的使用寿命，间接减少资源消耗，同时保障员工身心健康。
- 在能源节约上，公司为办公楼安装智能空调系统，该系统可在非办公时段（如下班时间）统一停运，同时借助分控工具，确保有业务需求的场所能正常使用空调，有效避免能源浪费，降低办公能耗。

绿色物流：全链路优化实现物流环节低碳化

- 为减少物流环节的资源消耗与环境污染，森马物流部门与设计部门深度协同，对产品包装、运输线路、运输载体、仓储管理等全链路进行绿色化设计与优化，全力打造低碳、高效的绿色物流体系。
- 在包装材料选择上，公司成衣均采用成本低、占地面积小且可回收利用率达100%的纸质包装材料，从源头减少包装废弃物的产生，同时降低包装材料对环境的潜在影响。在仓储管理方面，森马打造自动化物流中心，集成AGV智能搬运系统、自动输送系统、自动提升系统、电子标签系统、热塑防盗管理系统等先进技术，实现货物仓储各环节的精准控制与高效运营。这不仅大幅提升了仓库管理效率，还降低了一线员工的劳动强度，减少了人为操作带来的资源浪费。
- 近年来，森马物流部门与上下游合作伙伴紧密联动，在清洁能源应用、节能降耗、低碳运输、资源再利用等领域持续发力，取得显著成效。此外，公司还在办公楼与物流中心的大面积屋顶铺设光伏发电系统，充分利用太阳能资源，为办公与物流运营提供清洁电力支持，进一步降低对传统能源的依赖，推动物流环节的绿色化升级。

4.1.4 减排目标、指标及实践

A.碳排放情况

碳排放总量及结构				
指标	单位	2025年	2024年	2023年
范围1和2排放	吨	11513.96	10097.06	9459.23
范围1和2排放密度	吨/人民币百万营收	0.7630	0.6903	0.6925
范围1排放	吨	277.96	279.67	275.56
范围2排放	吨	11236.01	9817.39	9183.68

B.减排新实践

详见相关章节
4.3.1能源利用
4.3.3循环经济
5.2.3产品创新

碳排放所采用计算方法

森马采用“排放因子法”进行计算，主要排放因子采用测算标准如下：

计算依据

汽油的二氧化碳排放因子为2.3吨CO₂/吨汽油

柴油的二氧化碳排放因子为3.1吨CO₂/吨柴油

天然气的二氧化碳排放因子为2.19千克CO₂/立方米天然气，且天然气密度约为0.7174千克/立方米

电网排放因子为0.581吨CO₂/兆瓦时

4.2 污染防治和生态保护

报告期内，森马未产生污染防治与生态系统保护方面的负面影响和信息

项目	报告期内	说明
1	被列入环境信息依法披露企业名单	无
2	生产经营活动产生的废弃物对环境产生重大影响	无
3	生产经营活动对生态系统和生物多样性产生重大影响	无
4	报告期内突发重大环境事件	无
5	报告期内因环境事件受到生态环境等有关部门重大行政处罚或被追究刑事责任	无

- 森马“虚拟经营”的商业模式，决定了森马“集中式总部园区”实体经营的管理特征。该模式使得森马在污染物排放和废弃物处理方面，能够对四个总部园区进行集中有效的集约管理。
- 报告期内，森马在办公区域严格实施垃圾分类管理，将垃圾明确划分为干垃圾、湿垃圾、可回收物、有害垃圾四类，并通过宣传引导与监督，要求员工规范分类投放，推动办公垃圾的减量化、资源化与无害化处理，业已形成成熟的管理模式和体系。
- 在生态系统和生物多样性保护方面，森马对温州、上海、嘉兴、杭州四大总部园区持续开展内外绿化面积提升计划，通过绿植的生态调节作用，净化空气、降低园区热岛效应，同时为员工营造舒适、健康的办公氛围。同时，通过地区党工团组织，积极组织员工参加植树造林等公益活动，践行生态环境保护工作。



2025年3月12日，森马股份党总支携手温州市新桥街道党工委，组织20多名党员开展植树活动，以实际行动践行生态系统保护。

绿化覆盖率

20%

森马温州总部园区



30%

森马上海总部园区



14%

森马嘉兴总部园区



27%

森马杭州总部园区



4.3 资源利用和循环经济

4.3.1 能源利用

4.3.2 水资源利用

4.3.3 循环经济

森马能源管理体系与制度建设

在能源管理体系与制度建设上，森马构建了多层次、系统化的实践体系。

在组织责任方面：董事会将能源可持续发展纳入公司长期规划审议范畴，从战略高度统筹能源管理方向，管委会和各层级高管在管理层面明确能源管理的职责界定，执行上由专职部门（行政部）负责能源管理的日常组织实施和跟进监督，定期（季度、年度）对能源资源的使用消耗情况进行汇总，并及时就与能源效率改进的相关举措进行会议讨论和付诸实施，从而构建了“高层引领+部门执行+全员参与”的责任体系。

森马能源管理目标与规划

节能目标：响应国家节能减排政策，通过安排能源节约等有效措施，实现单位能耗强度逐年降低的目标。定量目标：年度的单位能耗强度增长不超过10%

在制度建设方面：通过制定完善的能源管理政策与制度，涵盖能源规划、使用、监测、改进全流程，出台《能源资源管理办法》，加强能资源的管理，范围涵盖公司所使用的所有能资源，包括水、电、生产原辅材料、办公用品及生活用品等能源耗用过程的管理和控制，从而达到节约使用能资源，杜绝浪费，实现节能降耗，减少公司成本，保护环境的目的。

能耗监测：森马定期（季度、年度）就节能目标达成情况及节能措施改进举措进行复盘并加以改进。确保能源管理目标规划符合总体预期。

4.3.1 能源利用

a.能源使用基本情况

2025年森马能源使用统计表

定量披露项	单位	具体数据
能源使用的基本情况		
直接能源消耗量	吨标煤	156.31
间接能源消耗量	吨标煤	2376.77
能源消费总量	吨标煤	2533.08
单位营收/产品/产值综合能耗	吨标煤/产量单位（千克标煤/万元）	1.679

b.清洁能源使用情况

定量披露项	单位	具体数据	清洁能源占比
清洁能源使用量	吨标煤	1412.07	55.74%

c.森马常规节能举措：

加强用电管理，避免设备空转和待机。非工作时间及时关闭电源。推广使用智能节能型办公设备，如楼层打印机等，设置自动休眠功能，提高设备集中利用率，减少待机能耗。优化用气管理，对园区

厨房等燃气设备进行定期维护和调试，确保其燃烧效率处于最佳状态。安装燃气泄漏监测装置，及时发现和处理燃气泄漏问题，避免能源浪费和安全事故。

d. 2025年森马重点节能减排项目

2025年2月，森马上海园区屋顶光伏电站顺利实现并网发电，这也是上海市首座 Hi-MO X10 分布式光伏电站项目。该项目装机容量达2.11MW，年发电量约为250万度。项目采用“自发自用，余电上网”的科学模式，其中高达85%电力实现自发自用。该模式不仅极大程度地提升了绿色能源的利用效率，更切实为公司带来了显著的经济效益与环境效益。

经专业测算，该项目每年可减少二氧化碳排放量超过2500吨，其二氧化碳吸收量约等同于种植13.8万棵树木。该项目所产生电力，已稳定应用于森马上海总部基地的日常运营、冷链物流运转以及直播基地的持续运作之中。综合预计，每使用一度光伏发电，即可节约0.3元成本，整体年度最高可节约电费达60万元。



森马上海园区屋顶光伏电站



c. 可持续产品

- 2024年1月8日，巴拉巴拉发布了《可持续白皮书》，规划到2050年可持续产品占比将达到100%。



- 森马积极提升可持续产品比例，持续研发和推广使用可降解、可再生的新型面料，减少传统合成纤维对环境的影响，满足消费者对可持续时尚的需求。2025年森马可持续产品占比为24.9%，合计超2600万件；按照规划，预计到2030年，森马可持续产品占比将达到50%。
- 2025年6月30日，巴拉巴拉超级纤维材料科技IP发布。巴拉巴拉每一根“超级纤维”都含有可再生植物原料，每一根纤维都在润物细无声地推动巴拉的可持续目标达成。

巴拉巴拉超级纤维平台 3大功能纤维系列产品：

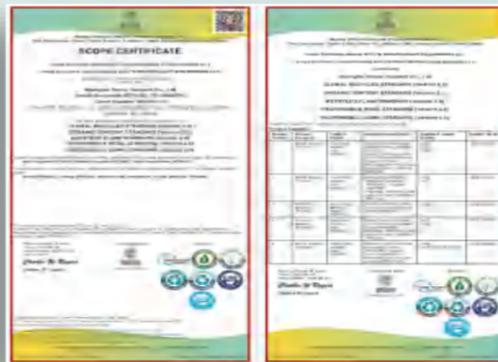
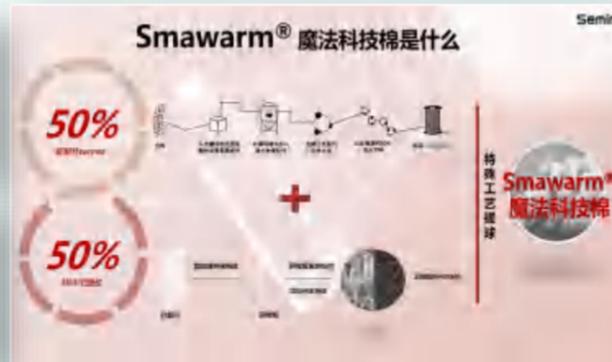
- 适用于春秋季节：水洗20次保型率依然大于95%的“Q弹纤维”系列；
- 适用于夏季：具有凉感和快干功能的“凉快纤维”系列；
- 适用于冬季：能保暖蓄热的“暖芯纤维”系列。

asics KIDS

SEM/R

Marc O'Polo

balabala



亚瑟士儿童品牌碳捕集凉茶产品的环保纱线生物基&再生成分占比提高至86%，纱线包括生物基材料和工业排放二氧化碳回收材料（碳捕集）。

森马品牌科技棉采用再生涤纶+环保生物基sorona，使用两种环保材料的保暖产品。

2025年MOP品牌获得5个可持续认证。

巴拉巴拉Q弹纤维：含37%可再生植物原料，生产能耗降低30%，全生命周期温室气体减排50%。

社会 Social

5.1 公益慈善

5.2 创新发展

5.3 客户发展

5.4 员工发展

5.1 公益慈善

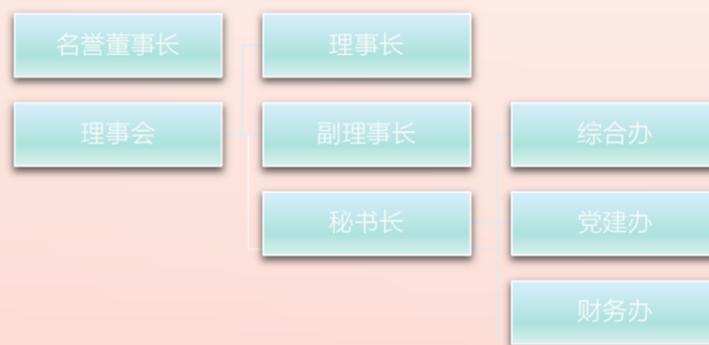
多年来，森马发展了以上市公司森马服饰为核心、以上市公司大股东森马集团的大平台为坚强后盾，以“实物公益、产业兴农、基金帮困、教育慈善”为主要内容的公益慈善体系，涵盖了赈灾、助学、扶贫济困等多个方面。

截至 2025 年底，森马系统已累计向社会捐款捐物超6亿元，无论是在助力贫困地区教育发展，还是在重大灾害发生时伸出援手，都展现出强烈的社会担当，为社会和谐发展贡献了重要力量。

浙江森马慈善基金会成立于2023年，基金会原始基金数额为1000万元人民币，来源于浙江森马服饰股份有限公司捐赠。

最近三年，森马累计向社会捐款捐物2200多万元。报告期内，森马服饰向社会捐款捐物449.90万元。

浙江森马慈善基金会组织架构图



公益项目

- 救灾重建**
 - 【有效期】无期限
 - 【目标人群】为受较大自然灾害、事故灾难和公共卫生事件等突发事件影响的受灾地区及受灾民众提供紧急救助、款物捐赠、灾后恢复重建等活动。
- 乡村振兴**
 - 【有效期】无期限
 - 【目标人群】为全面实施乡村振兴战略，促进乡村宜居、农民富裕富足，开启农业 农村现代化建设新征程，做好巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接，推进乡村全面振兴。
- 大病救助**
 - 【有效期】无期限
 - 【目标人群】对发生重大疾病的员工、员工家属和临海区慈善总会指定人群，切实缓解员工、员工家属及其他群体因患大病导致的生活困难人群。
- 朝阳助学**
 - 【有效期】无期限
 - 【目标人群】为奖励和帮扶合作院校品学兼优和困难学生，在合作院校设立森马奖学金，情系学子助力有需要的学生筑梦启航。
- 关爱老人**
 - 【有效期】无期限
 - 【目标人群】为台州及科60岁及以上老人，送上新春祝福和平安慰问红包，用实际行动关爱老人。



2025年9月，森马获得第八届浙江慈善奖机构捐赠奖

2025年3月，浙江森马慈善基金会入选《浙江慈善名片》

5.1.1 扶贫济困与帮助弱势群体

积极参加社会扶贫工程、社会公益、社会救济和抚恤工作，通过组织各类社会活动，开展助老、助孤、帮残、助医、救助贫困生等慈善救助活动，为弱势群体提供帮助和支持，缓解他们在生活、医疗、教育等方面的困难，改善其生活状况。

2025年6月巴拉巴拉盒子礼物走进温州市儿童福利院捐赠服装

2025年4月巴拉巴拉盒子礼物走进贵州省贵安新区鱼雅小学进行校服捐赠

2025年1月，森马捐赠1000万元御寒物资驰援西藏地震灾区（市场价值1000万元物资）



2025年9月森马参加瓯海区慈善总会“2025年我圆大学梦”助学项目捐赠

2025年1月森马向文成县二源镇结对帮扶10万元捐赠

5.1.2 乡村振兴与共同富裕

积极推动乡村地区的发展，通过产业兴农、基金帮困等方式，助力乡村经济的繁荣和农民生活水平的提高，缩小城乡差距，促进共同富裕目标的实现。积极参与和支持乡村振兴战略的实施，在农村基础设施建设、农业产业发展、农民就业创业等方面发挥作用。

2025年6月，森马通过森马慈善基金会向四川阿坝州捐赠30万元善款，支持当地乡村振兴事业。这是森马公司连续12年向阿坝州进行捐赠，累计捐款金额达240万元。森马自2013年起，便将阿坝州列为重点帮扶地区，每年都会根据当地实际需求定向捐赠。

这些善款被广泛用于改善乡村学校的教学条件，为孩子们提供崭新的课桌椅、图书和学习用品；助力乡村医疗设施升级，帮助偏远地区的村民能够享受到更好的医疗服务；还支持特色农业产业发展，通过提供技术培训、引进优良品种等方式，帮助村民增收致富。

2025年4月，森马获得中国乡村发展基金会颁发的“2024年度杰出贡献奖”



2025年9月，浙江森马慈善基金会向云南省昭通市盐津县定向捐赠20万元专项帮扶资金，精准覆盖4个结对村（社区），聚焦盐津县落雁乡天星村、兴隆乡兴隆村、兴隆乡仁富社区、豆沙镇长胜村的实际需求，帮扶项目涵盖基础设施完善、公共服务升级等关键领域，实现“资金到位、项目落地、群众受益”的闭环效果。

5.1.3 推动社会公益事业发展

大力推动文化、教育、卫生、环保等其他社会公益事业的进步。在文化领域，资助文化遗产保护、文化艺术活动等项目；在教育方面，资助贫困学生；在卫生领域，参与医疗救助等活动；在环保方面，积极开展环保宣传、生态保护项目等，为社会的全面发展和进步贡献力量。



森马与万达集团共同走进安徽省六安市金寨县关爱学校，联合开展“东有微光，聚爱暖心”公益活动。

2025年7月，森马党总支联合倍迪家开展“一袋粮·一份爱”流浪动物守护计划

2025年1月，巴拉巴拉盒子礼物公益行动联合费乃亮走进凉山彝族自治州瓦厂重点寄宿制学校现场



2025年巴拉巴拉23周年生日会主题
“诠释爱的N种形态，展现品牌成长与公益之心”

2025年8月，森马助力温州市纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年前任合唱音乐会

2025年1月，爱在延续。森马慈善助力北京春苗慈善基金会为贵州困难家庭早产儿送去冬日温暖活动



2025年7月，巴拉巴拉盒子礼物走进新疆维吾尔自治区拜城县幼儿园捐赠718件服装

2025年1月，森马向瓯海区古岸头村60岁以上老人年终慰问

5.1.4 践行企业社会责任

作为森马履行社会责任的重要平台，通过开展各种慈善活动，积极回馈社会，实现企业与社会和谐共赢，在追求企业自身发展的同时，始终把回报社会当成一种责任，坚守和谐共赢文化，努力实现社会综合价值最大化。

balabala
巴拉巴拉盒子礼物
公益行动



“巴拉巴拉盒子礼物”曾获得浙江慈善奖，是森马2010年创立的最具特色、参与人员最多、社会影响最大的慈善品牌项目。该项目以“童年不同样，‘盒’你齐分享”为理念，以盒子为媒介，在农村与城市的孩子间建立情感连接，通过盒子帮助困难孩子实现心愿。

截至目前，已为新疆、西藏、贵州等近20个省市募集了上万名志愿者，为上千所学校、20多万名学生送去了价值3000余万元的物资。通过多年的坚持和积累，“善心善行”已经成为森马的核心文化之一，并引导所有员工、合作伙伴共同参与慈善公益，做大慈善公益圈。



2025年巴拉巴拉盒子礼物公益行动活动现场

5.2 创新发展

5.2.1 创新综述

创新战略

集中围绕产品研发创新、数字化转型创新及供应链效率提升创新展开。通过大数据、人工智能等技术，精准把握市场需求，提升产品设计与研发的效率和精准度，通过采用新的技术和方法实现智能化生产和物流管理，提高供应链的运营效率和产品质量。

截止2025年森马有效专利情况：专利数量686个，其中：发明专利23个，实用

创新目标

森马高度重视研发创新和管理，按不同品牌分产品组建设计研发团队，同时成立集中的供应链发展中心，为各个研发团队提供支持和赋能，帮助不同品牌进行精准产品研发，提高研发效率。2025年，森马继续推动52周运营机制的优化和完善，目的是全面提升产业链的运作效率，大大增强产业链与前端市场的契合度。

新型270个，外观设计393个，全部应用于服装服饰主营业务。

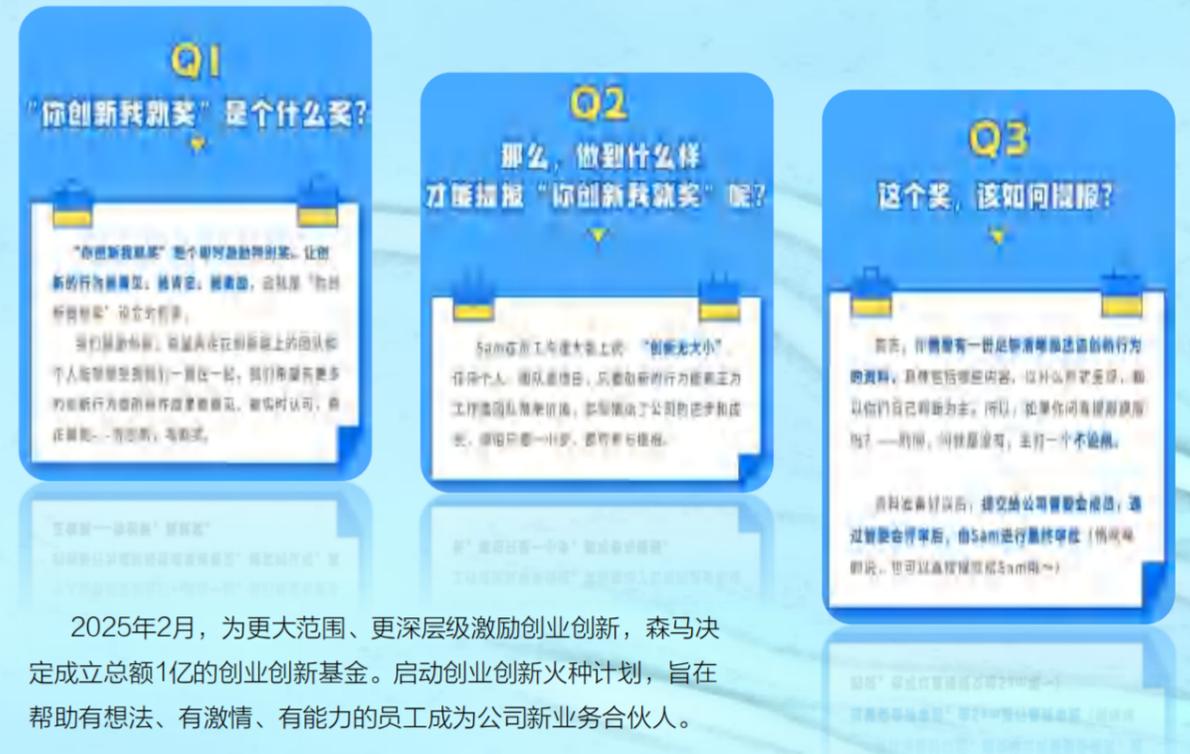
年份	外观专利		实用专利		发明专利	
	申请	授权	申请	授权	申请	授权
2025	80	87	74	45	6	3
2024	135	157	70	54	5	3
2023	136	103	59	41	5	2

5.2.2 创新激励制度

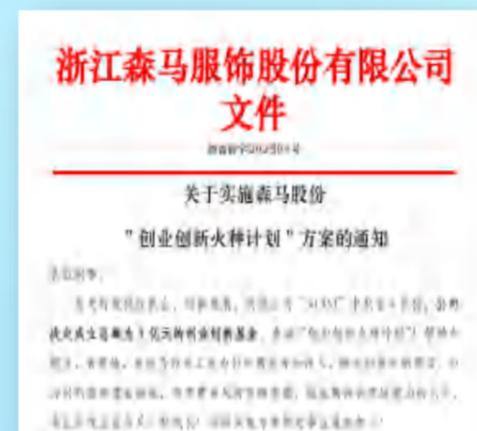
当前市场竞争日趋激烈，创新对企业的发展作用更重要，森马高层对此有着深刻认知。为了全方位、系统性激发企业内在的创新动力，森马在2023年经由董事长亲自主导，推出了具有颠覆性的创新激励制度——“你创新我就奖”。该制度作为奖励创新的一号

位制度，由董事长领导的管委会亲自把关，董事长亲自颁奖，奖励金额不设上限，面向全员，打破了传统上对创新激励的模式，让更多创新被激发，更多创新被看见，有效激发了公司上下的创新氛围。

该制度自2023年推出以来，累计有10余个项目团队获此殊荣。



2025年2月，为更大范围、更深层级激励创业创新，森马决定成立总额1亿的创业创新基金。启动创业创新火种计划，旨在帮助有想法、有激情、有能力的员工成为公司新业务合伙人。



2025年2月森马发布“关于实施森马股份创业创新火种计划方案的通知”

2025年3月，董事长邱强为AI先锋项目颁发“你创新我就奖”

5.2.3 产品创新

SEM/R

中国 航天

森马产品创新的根本目标是打造时尚、科技、绿色且健康舒适的服装产品，提升品牌竞争力，实现可持续发展，在快速变化的时尚市场中占据领先地位。2025年，森马继续聚焦市场需求，深化技术创新与设计创意融合，积极推动高质量发展，持续推出高品质、高信任度的创新产品。

2025年11月，中国纺织信息中心、纺

织产品开发中心联合主办的“2025 年度十大类纺织创新精品”评选结果正式揭晓——森马服饰凭借技术突破与市场洞察的双重优势，一举拿下四项“2025 年度十大类纺织创新产品”荣誉；同时再度获评“十大类纺织创新产品持续创新单位”，实现该奖项“三连冠”，彰显行业对森马服饰创新体系、可持续发展能力的高度认可。

a. 森马科技棉



Aerostex® 航天保暖材料

后背部位内里填充 Aerostex® 航天保暖材料

- 远红外发热升温**
远红外发热升温，提升保暖性能。
- 低回潮抗湿冷**
低回潮率，有效阻隔湿气，保持衣物干爽。
- 抗菌**
天然抗菌，有效抑制细菌滋生，保持衣物清新。
- 蓬松回弹**
蓬松柔软，回弹性好，穿着舒适。

2025年冬季，森马品牌旗下森XCNSPACE 航天合作系列羽绒服正式发布。该产品融合灰鸭绒与航天保温棉，可以实现-15℃恒温保暖。立体盒式绗缝加速升温40%，防风膜阻隔90%冷风，三防涂层抗污耐脏。通勤、户外、差旅全能适配，隐藏耳机孔、指纹口袋等细节设计，终身免费充绒服务，重塑冬季穿搭体验。

b. 巴拉巴拉超级纤维

2025年，巴拉巴拉超级纤维IP正式发布，研发设计团队将原先累计销售突破1000万件的“魔法纱”产品迭代升级。

产品升级后更名为“巴拉巴拉超级纤维”。其包括三大功能纤维系列产品，分别是适用于春秋季节：水洗20次保型率依然大于95%的“Q弹纤维”系列；适用于夏季：具有凉感和快干功能的“凉快纤维”系列；适用于冬季：能保暖蓄热的“暖芯纤维”系列。

区别于传统的面料后处理和时下从纱线层级赋予功能的做法，巴拉巴拉超级纤维直接从纤维的维度创新重构服装“DNA”，具有功能持久、可控性高、兼容性强的优势，可以更精准且丰富地调控产品功能，并适配各类纱线、面料和服装品类。而纤维级科技通过结构设计或材质改性实现功能“内嵌”的优势，也彻底解决了洗护焦虑，让服装品质与功能拥有更加持久的“战斗力”。



巴拉巴拉 超级纤维
更懂儿童成长的科技

- 暖芯纤维 暖身90℃**
保暖黑科技，升温快，持久保暖。
- 凉快纤维 凉而不冷**
透气性好，凉而不冷，舒适透气。
- 好保养 可高温机洗**
耐水洗，耐干洗，好打理，省心省力。
- 高洁净 清洗无残留**
易清洗，易晾干，无残留，呵护肌肤。

巴拉巴拉超级纤维-暖芯纤维量子合剂

对地球更友好的纤维

- 50%可再生纤维原料
- 生产能耗降低30%
- 温室气体减排50%



此次四项产品获奖，不仅是森马服饰在功能性创新、绿色低碳、场景化设计领域的突破，更通过科技赋能与用户需求洞察，进一步提升产品市场竞争力。未来，森马服饰将持续紧跟国家“双碳”目标与纺织行业高质量发展趋势，深化产学研协同与跨界合作，以“科技、时尚、绿色”为核心方向，推动产品迭代与产业升级，为行业注入新动能，为消费者打造更多高品质、高信赖度的纺织创新产品。

科技棉服



森马科技棉服集轻盈、保暖、环保、多能于一体，以科技棉填充物为特色，引领纺织产品创新潮流。产品围绕“体感科技载体”精心打造。色彩设计融合大地山川色系与辑边元素，兼具自然质感与科技未来感，适配多场景需求。形态上采用立体剪裁与模块化结构，下摆茧型设计可灵活切换通勤与户外模式。

功能设计上，面料选用C6三防材质，防风耐磨易打理。而核心亮点在于科技棉填充物，创新混合Sorona Sustens双组分弹性纤维与Smawarm材料。双组份索罗那纤维运用独家专利技术，形成三维螺旋天然卷曲结构，赋予棉服超凡回弹性与柔软度，长久保持蓬松。海毛纤维则将牡蛎壳粉与聚合物结合，并加入回收塑料瓶片及远红外抗菌材料，制成环保且具抗菌、远红外导热功能的三维中空纤维。工艺上，采用精密混合制备技术，确保填充物均匀融合、性能一致。

喵绒绒外套



产品设计思路围绕时尚、舒适与实用展开。色彩设计上，采用流行可露丽色调豹纹满版印花，融合传统与时尚，色彩和谐且具视觉冲击力，契合儿童天性，吸引孩子与家长目光，让孩子成为焦点。形态设计上，oversize版型搭配特殊缝制工艺，解决羊羔绒臃肿问题；前胸贴布绣与袖子T7织带设计，凸显品牌运动基因，小麦穗羊羔绒面料上的贴布绣花技术，提升品质感。功能设计上，Q弹卷卷羊羔绒面料柔软亲肤、保暖佳，且外套时尚百搭，适应多场景。

材料选用100%聚酯纤维，通过OEKO-TEX认证，安全环保。生产工艺秉持绿色制造理念，优化流程，减少能耗与废弃物排放。通过高效节能设备和技术，降低生产对环境的影响。产品集时尚设计、舒适功能与环保理念于一身，既满足儿童穿着需求，又顺应绿色发展趋势，是纺织创新的优秀代表。

森马2025年度十大类纺织创新产品

超级纤维bala T



依托巴拉巴拉超级纤维平台研发的爆款产品，该T恤在设计上以清新活力色彩搭配宽松版型，兼顾时尚感与穿着舒适度，满足多场景穿搭需求。功能上，依托平台核心技术，采用凉茶母粒纺丝技术增强纤维功能，实现凉感、速干、抗菌、保型四效合一，解决儿童服饰功能性矛盾。材料选用SORONA生物基纤维，成分源自可再生玉米，大幅降低能耗与环境污染，引领行业绿色转型。工艺方面，32G高针织造搭配定制技术，攻克行业技术难题，解决起横问题，提升布面质量；染整环节节能，且耐氯、耐紫外线、抗污渍打理。

产品集创新设计、环保材料与尖端工艺于一身，上市后迅速成为市场爆款，不仅彰显了巴拉巴拉在儿童服饰领域的创新实力，更体现了作为行业领导者的责任担当与前瞻视野。

碳循魔法T



产品以“复古运动美学”为核心，融合时尚与功能性进行创新设计。色彩上，采用26春夏潮流的复古亮色系，如马卡黄、复古绿，激发儿童视觉感知与创造力。形态设计方面，运用立体小落肩宽松剪裁与前后分割线设计，既保证活动自由度，又优化身形比例，满足多场景穿搭需求。功能设计上，前胸图案及袖口采用3M反光印花，增强夜间安全性；创新运用碳捕捉双组分纤维材料与有机棉，环保健康，柔软透气。材料上，采用碳捕捉PET纱线技术，降低碳排放28.4%，结合认证有机棉，减少环境足迹。工艺与技术上，熔融添加天然茶多酚抗菌，瞬时冰凉触感，遮热功能抵御外界热量。产品集吸湿速干、凉感、遮热、抗菌、保型及环保性于一体，重新定义潮流运动装备边界，是追求个性与功能性的理想之选。

2025年，在法国蔚蓝海岸举办的ISPO Textrends Fall/Winter 2025评审中，森马服饰材料创新企划团队凭借卓越的研发实力和颠覆性的技术创新，提交的三款产品在评选中全部获奖。其中，“碳

捕捉魔法纱材料”、“运动羊毛材料”双双荣获 SELECTION 称号，“亚微米材料”荣登 TOP 10 榜单，彰显了森马服饰在全球纺织材料领域的前沿领导地位。

submicron fabric 亚微米材料



亚微米镶嵌纺技术是团队的核心研发成果之一，该技术突破性地将棉纤维与亚微米级功能纤维结合，通过精准的结构设计，在全棉产品上实现多重功能的扩展潜力。面料在保留棉质天然柔软触感的同时，具备抗菌、透气等差异化功能。亚微米镶嵌纺技术的应用不仅满足了消费者对舒适性与功能性的双重需求，更推动了全棉功能性面料领域的革新。

magic yarn carbon-capturing fabric 碳捕捉魔法纱材料

碳捕捉魔法纱是团队在环保技术领域的里程碑式创新。该面料通过回收工业废气中的二氧化碳制成 PET母粒，与生物基PTT形成环保双组份纤维，显著减少28.4%的碳排放，并将环保聚酯纤维比例提升至86%。同时，该面料还注入多酚成分，具有抗

菌、清凉和速干功能，有效减少异味，特别适合运动服饰与日常穿着使用。这项技术不仅推动了纺织行业的低碳转型，更展现了森马服饰在环保功能性面料领域的前瞻性研发视角。（预计2026年投产，20万件+）

sports wool fabric 运动羊毛材料

运动羊毛是突破行业痛点的创新技术，该产品首次将嵌入纺技术应用于羊毛面料，解决了传统羊毛刺痒的痛点。通过纱线结构的革新，该技术将羊毛表面的毛羽感降至最低，显著减少刺痒感，同时提升了面料的耐久性和舒适度。运动羊毛具备吸湿速干、抗菌消臭和凉感等功能，可机洗且不易起球，特别适合儿童穿着，其综合性能在行业内属首例。这一创新为传统天然纤维注入了现代科技活力，也为运动服饰与儿童服装市场提供了更多可能性。



5.2.4 “AI+” 创新

森马高度重视AI在公司内部的应用。为进一步推动AI应用在森马内部的广泛落地，于2025年4月正式启动《全员AI应用激励计划》。AI应用挑战赛为该计划系列活动之一，旨在鼓励全体员工积极学习和使用AI技术，提升工作效率，展现个人价值，同时赢取相应的荣誉和奖励为公司发展贡献力量。

森马的AI应用挑战赛不是“纸上谈兵”，而是真刀真枪用业务场景来检验AI价值。

a.AI激励

2025年9月，森马上海园区AI应用挑战赛阶段性颁奖活动开展。森马董事长邱坚强Sam和一众高管为“森马AI应用挑战赛”获奖团队颁奖。

作为森马积极探索“AI型组织”建设的落地实践之一，AI应用挑战赛自启动以来，吸引了来自不同事业部、不同岗位的小伙伴积极参与，大家用业务中的真实问题“开题”，用AI工具和创意“解题”，在零售分析、供应链提效、营销创新等领域不断给出惊喜答案，真正展现“以AI赋能业务、以创新驱动增长”的价值主张。



一等奖：森马品牌事业部《零售分析-PCDA智能解读施策》奖金：5万元



二等奖：巴拉巴拉品牌事业部《高通项目（225季度第一阶段）》奖金：3万元



三等奖：儿童运动事业部《AI助力市场推广及IP产品破圈突围》奖金：2万元

AI+SEMIR

b.AI应用



2025年6月，森马物流中心通过举办AI大赛的形式，以案例征集、专业初评、现场路演、深度评审四个阶段全方位挖掘AI技术在物流场景的前沿应用。大赛前期面向团队成员征集到34个AI应用案例，覆盖仓储、运输、客服等全链条业务场景。经技术专家团队从场景适配性、技术创新性、业务价值度等维度严谨初评，最终11个兼具落地性与突破性的案例脱颖而出，成为物流场景应用的创新范本。

c.AI合作

2025年11月，森马与钉钉在上海正式签署战略合作协议，双方将从产品项目合作向全方位AI战略合作升级，打造服饰零售行业AI标杆。

此次战略签约标志着两家进入深度合作阶段，钉钉将提供更强有力的数字化底座与AI技术引擎，助力森马，从数字化转型迈入AI驱动效率跃迁的组织生态的全新阶段。



d.AI培训

2025年5月，森马在上海总部园区举办“数智重生·企业拥抱AI”培训。森马董事长邱坚强携线上线下80余位核心骨干参与，培训围绕AI战略规划与实战应用展开深度研讨，为企业数智化转型注入新动能。数智升级训战营教练以《数智重生：企业如何拥抱AI》为主题，结合外部品牌案例，解析AI在线下场景的应用价值，强调“组织能力升级是数智化转型核心”，为学员提供应对市场不确定性的系统性解决方案。

AI+SEMIR

5.3 客户发展

5.3.1 供应链安全

a. 供应链管理体系与制度

森马供应链的安全、管理和发展方面的工作由森马供应链发展中心负责，该中心为公司一级职能部门，下设供应商管理部、质量管理部、成本管理部等10余个二级部门，在职人员超300人。供应链发展中心设总经理一名，直接向董事长兼总经理汇报工作，担负着供应链管理和发展的统筹、执行、监督的三重职责。

制度体系方面，供应链管理中心已建立覆盖全链路的规范文件：供应商准入与分级管理方面的制度《一级供应商准入管理办法》《供应商能力评估管理办法》《供应商分级管理标准》《供应商FQC认证及管理规定》等制度明确了资质审核、

产能评估及社会责任准入门槛；供应链安全管控方面《供应商产能规划及大货总量排单规则》《供应商绩效管理程序》《等用于规范物流仓储、信息流转的风险防控；绿色供应链实施方面《森马供应商行为准则》等制度和规则对供应商的环保生产、能耗控制等。

森马供应链体系基本实现了从原料采购到终端配送的全流程安全合规。在劳工权益保护、低碳生产等方面也维持着对标行业领先的标准，致力于持续推动供应链的合规性与可持续性协同发展。



b. 供应链安全与风险管理

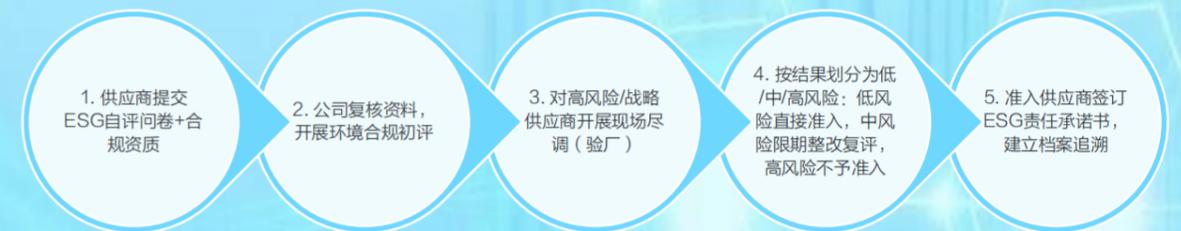
为进一步提高供应商管控标准，明确供应商准入/退出要求，规范供应商准入/退出审查，加强采购价格过程管理，严格把控供应商的合作风险，建立匹配公司战略发展需求的供应商体系，确保新供应商引进、退出及价格管理的公开及透明，打造高效、透明、公平、安全的供应链环境，在原有森马供应商管控体系和安全管理规则基础上，森马于2025年1月进一步修订发布《非生产采购供应商准入准出与价格管理作业指导书》等10余项制度和规定，持续完善供应商和供应链管理体系，提高供应链安全，降低供应链各环节管理风险。

c. 森马供应商ESG评价准入、尽职调查、动态考核与退出机制

森马所有生产与非生产供应商均需遵守和签订《森马供应商行为准则》与《森马合作伙伴诚信廉洁承诺书》。《森马供应商行为准则》明确对供应商在劳工权益、健康和安全、环境保护、商业道德以及管理体系五个方面提出了具体要求。《森马合作伙伴诚信廉洁承诺书》则为森马供应链“公平、公正、公开”透明的竞争环境，杜绝各种影响、扰乱竞争环境的不正当行为

提供了合作基础。

森马供应商ESG评价准入与尽职调查的内容主要覆盖环境（合规排放、节能减碳）、社会（劳工权益、安全生产）、治理（资质合规、风险管控）三大维度，结合《一级供应商准入管理办法》《供应商能力评估管理办法》《供应商分级管理标准》等明确社会责任、品质管理等硬性指标。



森马供应商的ESG动态考核主要以“合规底线+绩效表现”为核心，结合环境维度含能耗/排放数据，社会维度含员工权益执行情况，治理维度含合规更新及下游传导责任。1. 供应商等级实行年度/季度评估，采用“自评+公司评审+抽样核验”等方式；2. 结果划分为优秀/合格等多个层级，向供应商反馈短板并要求待改进方提交整改计划；3. 考核结果与订单分配、分级管理挂钩，优秀供应商获资源倾斜，待改进方纳入

重点监控。

森马供应商的退出机制方面：1. 出现ESG合规一票否决项（如严重劳工违规、环保超标）直接终止合作；2. 连续多季度ESG考核待改进且整改未达标经综合审议不过关的供应商，暂停订单并启动退出流程；3. 年审复验不合格且未按期整改的，按初次准入标准重新评估，未通过则淘汰。

供应链安全

5.3.2 平等对待中小企业

森马在“小河有水大河满”经营哲学指导下，始终秉承“和谐共赢”的发展理念，坚持平等对待中小企业，积极与中小企业携手共进，共创双赢局面。

一直以来，森马通过定期组织技术交流培训，分享行业前沿技术和先进生产经验，帮助中小供应商提升生产工艺和产品质量。通过定期举办代理商交流游学会议，

赋能代理商和零售商做好终端零售服务，稳步提升业绩。

与此同时，森马与供应商保持稳定的账期，坚决杜绝拖欠款项的情况，让供应商在资金回笼上毫无后顾之忧，得以安心投入生产，维持企业的稳定运营。

首批浙商浙企“两新深度融合” 优秀经验案例

浙江森马服饰股份有限公司

2025年，森马入选浙江省经济和信息化厅和省工商业联合会共遴选首批30个浙商浙企“两新深度融合”优秀经验案例。

森马以构建“虚拟经营+数字驱动+产业链协同”的全链条发展模式，有力推动服装产业集群智能化升级，实现“两新深度融合”。在此过程中，森马借助自身庞大的市场调研网络 and 数据分析能力，大力发展柔供快反新模式，及时将最新的消费趋势、流行元素等信息及时传递给中小企业。

这些举措一方面使得森马可以向产业链上下游延伸布局，通过数字技术重构供应链生产流程，以集成化服务提升价值链附加值，依托柔性化机制快速响应市场波动；另一方面推进主辅分离与辅业改制，在制造研发、渠道分销、售后维护等生产性服务领域持续深耕，为服装制造业高质量发展注入服务动能，有效破解“两新融合”中的协同壁垒，既保障了供应链的稳定韧性，也助力下游零售端精准把握市场需求，调整产品策略，达到了同时惠及上下游中小合作企业的效果。

报告期内，森马财务管理规范，现金流充足，森马的主体及其控股子公司未发生逾期未支付款项的金额。



供应商交流



代理商交流



智能化研学会

5.3.3 产品与服务

a. 产品质量管理体系制度/产品质量提升工作

森马供应链发展中心下设质量管理部，专项负责产品质量工作。质量管理部负责人向供应链发展中心总经理汇报工作。

在供应链发中心的统筹下，森马构建了严谨且全面的产品质量管理体系。从原材料采购起，就制定严格标准筛选优质供应商。生产过程中，依据严格的标准规范，对各环节严密把控。同时，定期开展质量检查，运用现代技术手段实时监控。此外，还建立了反馈机制，持续优化产品与流程，并大力培训员工，提升全员质量意识。在制度和规则基础上，多措并举、多管齐下，全方位保障和提升产品质量。

森马在产品质量、环境保护等方面积极构建符合国际标准的管理体系，为产品和服务质量提供了基础保障。2025年5月19日-5月23日，英国BSI认证机构完成了对森马ISO9001、ISO14001质量、环境、职业健康安全管理体系的监督及换证审核工作。

截至报告期末，森马已加入包括“浙江省质量协会”在内的多个行业/标准协会，并持续获得行业协会及相关组织颁发的质量荣誉。

森马加入的产品质量相关组织或倡议

证书名称	授予方	授予对象	时间	备注
1 “全国质量检验稳定合格产品”调查汇总和质量信誉承诺公告证明	中国质量检验协会	浙江森马服饰股份有限公司	2025年1月6日	产品：Semir 服装、鞋帽、校服；有效期 2022.2-2025.1
2 战略合作单位	全国纺织品标准化技术委员会针织品分会、全国体育用品标准化技术委员会运动服装分会	浙江森马服饰股份有限公司	2024年12月	-
3 《休闲跑鞋》团体标准参编单位	上海市消费者权益保护委员会、上海市皮革技术协会	浙江森马服饰股份有限公司	2024年11月7日	-
4 全国服装标准化技术委员会儿童服装工作组秘书处	全国服装标准化技术委员会	浙江森马服饰股份有限公司	2023年8月	-
5 儿童针织服装工作组	全国纺织品标准化技术委员会针织品分技术委员会	浙江森马服饰股份有限公司	2022年12月	-

森马获得的行业或协会质量奖项

证书名称	授予方	授予对象	时间	备注
1 生态共融奖	中纺标检验认证股份有限公司	浙江森马服饰股份有限公司	2024年11月22日	表彰数字化建设和绿色可持续发展贡献
2 全国服装行业质量领先品牌	中国质量检验协会	浙江森马服饰股份有限公司	2024年1月25日	主要产品：Semir 服装、鞋帽、校服；有效期 2021.1-2024.1
3 2023年度标准化工作特殊贡献奖	全国服装标准化技术委员会	浙江森马服饰股份有限公司	2023年12月	-
4 中纺联检创业20周年纪念大会最佳合作伙伴	中国纺织工业联合会检测中心	浙江森马服饰股份有限公司	2022年8月26日	-

b. 增加绿色低碳的环保产品设计

巴拉巴拉品牌2025年冬季推出主力产品“暖芯纤维”系列，其采用的纤维与传统尼龙6材料相比，含37%可再生植物原料，生产耗能降低30%，全生命周期温室气体减排50%。



c. 产品召回制度：

制度建设：森马建立产品召回制度，一经发现产品存在可能影响消费者安全或严重质量问题时，即启动召回程序。公司的召回管理小组，全面负责召回的全过程，包括确定召回范围、制定召回计划、与相关方沟通等。

执行情况：在发现问题后，森马会通过官方公告、门店通知、短信推送等多种方式通知消费者，并提供相应的补偿措施，如免费更换、维修或退款等。同时，公司会对召回的产品进行集中处理，分析问题原因，采取改进措施，以避免类似问题再次发生。

森马全方位优化产品召回信息的发布渠道，除了通过官方公告、门店通知、短信推送外，还增加了微信公众号、微博等社交媒体平台的通知方式，确保召回信息能够及时、全面地传达给消费者。公司还增加了专门的质量控制团队，负责召回产品的检测和分析工作，通过引入先进的检测设备和技術，提升了问题产品的识别和处理效率。

d.服务质量管理体系和服务质量提升工作

森马建立了完善的客户管理服务体系。核心是依托标准化的服务体系和客服信息化中台体系建设，高效处理各类信息流程，确保及时妥善处理消费服务需求。

售后服务制度：

制度建设：森马建立有完善的售后服务制度，在不影响二次销售的情况下，消费者可享受7天无理由退货。如商品存在质量问题，消费者可在规定时间内进行退换货，公司按照相关流程处理。

执行情况：森马通过线上线下多种渠道为消费者提供售后服务。线上，消费者可在购买记录中申请退换货，按照系统提示填写相关信息并将商品寄回指定地址；线下，消费者可携带商品及购物凭证到购买门店进行退换货。对于符合条件退换货申请，及时处理，保障消费者权益。

森马在2016年引入了人工智能客服系统，2024年接入AI大模型，通过智能机器人和自然语言处理技术，提升了客户咨询和售后服务的响应速度和准确性。智能客服实现24小时在线，自动化技术提升客服处理效率，极大地提高客户满意度和消费者体验。



2025年，为进一步提升服务质量，改进消费者体验，森马客服中心于8月开展年度客服训练营。本次训练营聚集客服中心内部及3家服务商团队的班组长及高潜人员，以“AI赋能业务、学练融于实战”为核心，聚焦能力提升与业务反哺，训练营深耕AI与业务融合，开设《AI解密与客服应用》课程及RPA初级认证辅导，助力学员掌握智能工具，带动各合作伙伴的自动化意识，共同实现业务提效，训练营期间全体学员100%通过影刀初级认证。

训练营结束后，森马客服中心启动了长期辅导机制：跟进AI工具应用场景落地、监控业务指标改善进度，通过上级辅导与定期复盘，构建“学-练-用-优”的闭环体系，持续深化智能工具应用，努力实践森马以消费者为中心的愿景和使命

e.客户投诉的受理途径、处理流程及处理情况：

受理途径：森马设立多渠道客户投诉受理途径，包括400客服热线、官方网站投诉邮箱、线下门店投诉反馈窗口以及各大电商平台的售后反馈渠道，为消费者投诉提供便利。

客诉处理流程图



- 客服中心组织开展新《消法》重点法条深度解析与投诉应对策略培训
- 客服中心荣获全国现代服务业技能大赛优秀奖
- 森马客服中心荣获全国现代服务业技能大赛亚军
- 客服中心时丹凤荣获第八届中国客户服务节“青年奖章”荣誉称号

5.3.4 数据安全隐私保护

数据安全与客户隐私保护对企业的可持续发展和声誉维护非常重要。森马高度重视客户隐私保护工作，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》、《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规，搭建自上而下一体化数据安全和隐私保护管理架构，制定并严格执行《系统建设安全管理制度》、《数据分类分级制度》、《系统授权及审批管理制度》等内部制度，确保在数据使用的全周期中，全方位保护数据安全和客户隐私。

a.信息安全治理

安全管理领导小组是森马信息安全管理最高机构，小组组长由董事长担任，成员包括多位副总裁及业务中心负责人。安全管理领导小组下设信息安全工作小组，成员包括数字中心主要负责人及各系统业务负责人、各园区负责人及人力资源BP负责人。森马信息安全管理原则是主要领导负责原则，全员参与原则，持续改进原则，依法管理原则，选用成熟技术原则。



b.管理制度体系

信息安全是森马正常经营的重要保障。2024年，森马进行了安全信息制度汇编工作，遵照“统一规划、分级管理、积极防范、人人有责”的原则，通过风险评估和风险管理，采取一切可能的措施，制定覆盖全部业务流程的管理制度、规范办法和要求，进一步加强信息安全的建设和管理。根据业务运营管理和数据安全特点，按照GB/T 43697-2024中的数据分类法为基础进行分类，将企业数据分为用户相关数据和企业自身相关数据两大类。

用户相关数据	是指与个人用户、消费者相关的身份相关数据、服务内容数据、用户服务衍生数据等。
企业自身数据	是指森马掌握的与用户无关的数据，包括网络与系统类数据、企业管理类数据等；
	网络与系统类数据，主要涉及网络与系统的建设与运行维护信息、软硬件资源信息、安全管理信息等数据； 企业管理类数据，主要涉及企业战略、规划建设、经营分析、办公自动化等相关数据。



c.信息安全框架

森马信息安全管理框架根据ISO/IEC 27001《信息安全管理体系要求》中的控制目标和控制项，并结合公司实际情况规划实施。

制度类	标准类	规定类	程序类
系统授权及审批管理制度	数据安全标准	软件开发管理规定	系统风险评估控制程序
系统建设安全管理制度	个人信息安全管理标准	第三方服务管理规定	系统业务连续性控制程序
数据分类分级制度		访问控制管理规定	信息安全事件管理程序
机房管理制度		系统运维管理规定	
		变更管理规定	
		系统备份管理规定	
		终端安全管理规定	
		介质管理规定	

森马信息安全制度汇编

章节	标题
第一章	信息安全制度汇编总则
第二章	信息安全领导机构组成和职责
第三章	信息安全方针及安全策略
第四章	系统授权及审批管理制度
第五章	系统建设安全管理制度
第六章	系统风险评估控制程序
第七章	系统业务连续性控制程序
第八章	信息安全事件管理程序
第九章	数据分类分级制度
第十章	数据安全标准
第十一章	个人信息安全管理标准
第十二章	软件开发管理规定
第十三章	第三方服务管理规定
第十四章	访问控制管理规定
第十五章	系统运维管理规范
第十六章	机房管理制度
第十七章	变更管理规定
第十八章	系统备份管理规定
第十九章	终端安全管理规定
第二十章	介质管理规定

2025信息安全目标/指标实施

指标	目标	目标完成情况
信息安全体系建设	根据法律法规和信息安全风险趋势，优化信息安全制度；落地专项信息安全规范；以查促建，识别高风险场景并推进整改。	已完成
信息安全平台化管控	制定平台化管控基线；协助下属平台落地股份安全要求，并协助下属平台开展信息安全建设。	已完成



5.4 员工发展

员工是森马成长最坚实的基础。一直以来，森马广纳人才，尊重员工，将尊重包容作为价值观写进文化体系；持续改进人才管理模式，保护员工的合法权益；提供完善的薪酬福利体系;大力弘扬“家文化”；努力打造健康安全的工作环境，完善人才相关制度体系，全面关怀员工的工作生活。

5.4.1 职业聘用与待遇

a.用工原则

森马始终坚持员工聘用的法律合规原则、公平公正原则、长期发展原则和权益保障原则，并制定完善的涵盖反歧视、反童工、反强制劳动与推进多元化管理的体系与制度，以确保这些原则从根本上得以贯彻实施。

报告期内，森马合计吸纳就业人数 2986人。

2025年，公司在越南配置8名越南籍员工和2名中国籍外派员工，在新加坡配置1名新加坡籍员工，在马来西亚配置4名马来西亚籍员工，主要开展当地直营市场门店运营，推广，销售等工作。

森马为每一位渴望与森马共同成长的员工提供平等的就业机会，没有民族性别、年龄、婚育、地域、宗教等差别。森马首批加入《苔花公约》，承诺为残障人士提供公平就业机会。

b.员工结构

近年来，森马持续推动人才结构的多元化。

年龄构成：30岁以下员工674人，占比约22.57%；30 -50岁员工2256人，占比约75.55%；50岁以上员工56人，占比约1.88%。公司员工年龄结构以中青年为主，30 -50岁员工凭借丰富经验在关键岗位发挥重要作用，30岁以下员工则为公司注入创新活力。

人才结构：公司持续吸纳高学历人才，优化学历结构，培养和造就一支赢得市场领先、创造组织优势、引领价值导向、有使命感与责任感的人才队伍，截至2025年12月31日，公司大专及以上学历占比达92.63%。

法律合规原则	公平公正原则	长期发展原则	权益保障原则
<ul style="list-style-type: none">劳动合同合规：森马员工入职 1 个月内必须签订书面劳动合同，明确岗位、薪资、工时、试用期（最长不超过 6 个月，与合同期限匹配）等核心条款；从源头上规避“不签合同”、“违法约定试用期”等行为。森马坚决不雇佣童工，拒绝一切形式的强迫劳动。员工入职即签订劳动合同，依法缴纳社会保险，按时发放工资。工时与薪酬合规：森马严格执行国家法定工时制度（标准工时：每日 8 小时、每周 40 小时；综合工时制、不定时工作制严格按照法律法规向当地政府申请后执行；低于当地最低工资标准，且按月加班费按法定标准支付（工作日 1.5 倍、休息日 2 倍、法定节假日 3 倍）；薪资足额发放。社保福利合规：森马自用工之日起即为员工缴纳五险一金（养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险、住房公积金）；依法保障员工带薪年假（满 1 年 5 天、满 10 年 10 天、满 20 年 15 天）、产假、病假等法定假期权益。解雇与离职合规：森马员工的离职解雇等严格遵守法定情形（如严重违法规章制度、不能胜任工作且经培训 / 调岗后仍无法胜任等），且提前 30 天书面通知或支付代通知金；离职时及时办理社保转移、出具离职证明，结清工资与经济补偿（如违法解除需支付 2 倍经济补偿）。	<ul style="list-style-type: none">公平招聘：森马承诺不因性别、年龄（法定劳动年龄内）、民族、种族、宗教信仰、婚姻状况、残疾（非岗位核心限制）等差别拒绝候选人，始终秉承公平、公正、公开的招聘原则，给予所有人平等机会。森马岗位要求仅与工作内容直接相关，反对一切形式的用工歧视。公平晋升：森马坚持公平公正的原则，采用统一的标准，机会均等，公平竞争，以激发员工的上进心。森马以员工绩效、能力和潜力为主要晋升依据。每年进行绩效评估，绩效优秀且具备相应能力和潜力的员工有机会晋升。晋升流程包括员工自评、上级推荐、人力资源部门审核、晋升评审委员会评审等环节。例如，在管理序列晋升中，员工需在原岗位上取得显著业绩，具备领导团队、管理项目等能力，并通过晋升评审委员会的面试和综合评估。公平薪酬：森马通过岗位价值评估，使用岗位等级作为基础来确定各岗位在企业内的相对价值，并与选择的目标市场的薪酬状况进行比较，建立具有一定竞争力的薪酬体系。森马坚持同一岗位、同等能力 / 业绩的员工，薪酬水平基本一致，以体现“同工同酬”的公平原则；薪酬上的差异主要基于业绩差异、岗位职级、技能等级等客观因素。公平奖惩：森马的奖惩标准明确写入《员工手册》（2025年修订发布），对所有员工一视同仁；奖励和惩罚均有明确标准。处罚前均按照规定听取员工陈述与申辩，避免“双重标准”。	<ul style="list-style-type: none">培训的体系化：森马坚持以“价值贡献为本，贤德者为先”的人才理念，在人才培养和发展方面构建了完善的人才培养体系。建立了覆盖校招、社招新员工、专业人才培养、管理干部、高潜人才培养等不同模块的培训课程，并根据业务需求不断优化人才培养体系，打造可持续的人才供应链。森马通过森学堂等在线学习平台，建立领导力、专业力、通用力的学习地图，匹配学习课程，通过业务部门负责人为首席学习官的学习型组织建设，持续开展符合业务特性的自主学习活动。大力发展体验式学习、线上线下翻转课堂、一对一高管教练、团体教练、工作坊等适合成人的创新学习方式。通过完善、全面、有趣、有料、创新的培训体系，助力森马人成为全面发展的人，释放每个人的潜能，赋能组织可持续发展。晋升通道清晰：森马为员工设置了清晰和体系化的晋升通道。时间上，森马年度晋升的启动、实施时间为每年的3-4月，晋升生效日期为当年的4月1日；方式上，森马采取逐级晋升与跨级晋升、纵向晋升与横向晋升相结合，兼顾了个人职业发展兴趣与公司业务发展需求；类型上，分为常规的年度晋升、年度补充晋升和非常规/不定期的竞聘/调动晋升和跨级晋升；路径上，通过设置管理通道和专业通道，划分了从M1-M10/P1-P11的发展路径。绩效发展联动：森马持续进行绩效管理，及时反馈员工的整体表现，使其认识到自身与公司要求之间的异同；通过绩效面谈辅助员工认识到自身的优劣势、改进措施与发展方向。并结合评估结果制定“个人发展计划（IDP）”，针对性开展员工发展和提升计划，助力员工实现长期发展。	<ul style="list-style-type: none">保障员工身心健康：森马致力于为员工提供安全、健康、舒适的工作环境；每年组织员工开展健康体检；设置休假提醒，通过电子邮箱提醒员工休假；严禁强制加班、超负荷工作。森马关注员工心理健康，每年划定一定费用鼓励部门为单位开展团建，帮助员工释放压力。积极倡导和谐职场文化，避免“恶意指责”等伤害员工心理的行为；尊重员工的休息权（法定节假日正常休假、杜绝“变相强制加班”）。保障员工民主权益：森马借助“职工代表大会”、“员工座谈会”等渠道，让员工参与公司规章制度（如薪酬、福利、考勤）的制定与修改；尊重员工的知情权（如及时告知公司业务变化、岗位调整原因）。保障员工社会尊严：森马禁止“歧视性用工”，除法律禁止的歧视外，在招聘中严格禁止“隐性歧视”（如“不招已婚未育女性”“优先招本地员工”等），如实告知岗位的“潜在风险”（如“需经常出差”“工作压力较大”等），不隐瞒薪资构成。森马重视员工隐私保护：不泄露员工的个人信息；绩效评估结果、个人谈话内容等保密。拒绝“不正当用工”：不使用童工（未满 16 周岁）；严格禁止员工从事违法或违背道德的工作（如“刷单伪造数据”等）。

序	森马制度名称
1	绩效管理制度
2	考勤和假期管理制度
3	招聘管理制度
4	晋升管理制度
5	员工申诉管理条例
6	出差外派人员管理制度
7	举报人保护与奖励条例
8	经营问题分类分级处理标准
9	员工手册

c. 员工待遇

公司严格按照国家法律法规，按时足额支付员工工资，每月15日前完成上月工资结算，确保员工劳动报酬及时到账，全年工资发放准确率达到100%。在社保缴纳方面，为全体在职正式员工按照法定比例足额缴纳五险一金，员工工伤保险投入金额241.17万元，工伤保险覆盖率达100%，切实保障了员工的社会保障权益。

d. 员工福利

森马为员工提供具有市场竞争力的薪酬，并根据工作和岗位需要提供交通、外派、差旅等补助或津贴。森马建立与企业相发展的工时制度，规范考勤和假期管理，保障公司员工劳动和休息、休假的权利，倡导工作与生活的平衡。

森马每年定期为员工发放绩效奖金，颁发“优秀员工”、“优秀团队”等荣誉奖励。员工享受全方位的健康管理，包含年度健康体检、工作餐饮、图书馆、健身房、咖啡馆等。

森马为在主要工作地没有自有房产的员工提供宿舍。除依法为员工提供五险一金等基础保障外，

为了公平合理的体现价值与责任，根据人才吸引和保留策略、兼顾内部公平和外部竞争力、以绩效为导向和关注成本预算等原则，以“按岗付薪、按人付薪、按绩效付薪”为薪酬支付基本理念，建立科学化系统化的薪酬策略及管理政策。

为入职一年并加入工会的员工购买职工医疗互助保障金。为倡导人性化的工作氛围，森马还提供伤病慰问、婚育礼金等福利。

在享受法定假期的基础上，森马还为员工提供弹性工作时间和除法定以外的带薪假期，如福利年假、探亲假等，2025年的人均带薪休假天数为6.35天。每逢重要节假日，都会为员工准备慰问和礼物，如：每年春节、妇女节、劳动节、端午节、中秋节等。此外，森马推行多项激励政策，并积极与有关政府部门联系落实人才落户等激励举措，吸引人才、留住人才、鼓励创新。

e. 股权激励与员工持股

公司构建了以职业经理人人为核心，具有丰富行业经验和敬业精神的管理层团队，自2015年起，公司通过实施两期限制性股票激励计划、一期股票期权计划、两期员工持股计划、鼓励支持高管依法依规积极购买和持有上市公司股票等，促进公司员工和高管持有公司股票，完善股权结构。未来，公司将通过丰富多元的激励措施激发员工创业创新的积极性，促进公司战略实践与实现。

f. 困难员工帮扶

考虑到重大疾病等困难给员工及家庭带来的沉重经济负担和精神压力，为缓解员工及家庭因患大病导致的生活困难，森马特设立员工及员工家属大病救助项目。通过“住院慰问、大病救助、困难慰问”等多种形式建立帮扶救助机制，对员工及家属予以关怀和帮助，让员工真切感受到公司“快乐工作、幸福生活”的理念，增强员工归属感与企业凝聚力。

救助对象包括森马全体在职员工和员工直系亲属（员工的配偶、父母（含配偶父母）、子女）。重大疾病范围涵盖了恶性肿瘤、严重心脑血管疾病、重大器官移植或造血干细胞移植术等五大类疾病。

经济困难的情形认定也做了明确规定，即在扣除医保报销、商业保险赔付及其他社会救助后，个人负担的医疗费用仍较高，导致家庭经济困难，影响基本生活的情况，可纳入救助考量范围。例如，家庭因支付医疗费用出现基本生活物资难以保障、住房贷款还款困难等明显影响家庭正常运转的情况。

同时对救助金额制定相关标准：员工本人大病救助金额区间：10000-20000元，员工家属大病救助金额区间：1000-10000元。此外还特别规定，家庭条件特别的困难的，予以特事特批。

2025年，森马温州某员工即通过该困难员工帮扶项目获得帮助。

g. 员工满意度调查

森马高度重视“员工满意度工程”建设。依托工会、人资中心、行政中心等组织和单位建立协同办公机制，积极处理有关员工切身利益的问题。在加强日常工作的同时，森马每年还至少组织一次全员覆盖的员工满意度调查工作。

2025年由人力资源中心组织开展的全域员工敬业度满意度调研，有97%的员工参加了调研，整体员工敬业度91%，整体员工满意度91%，呈逐年提升态势。我们通过“敬业度调研”项目倾听员工声音，从组织、人才、管理、流程等方面全面分析员工敬业度和满意度情况，并依据调研结果在组织内开展改善和优化，持续提升员工认可度。

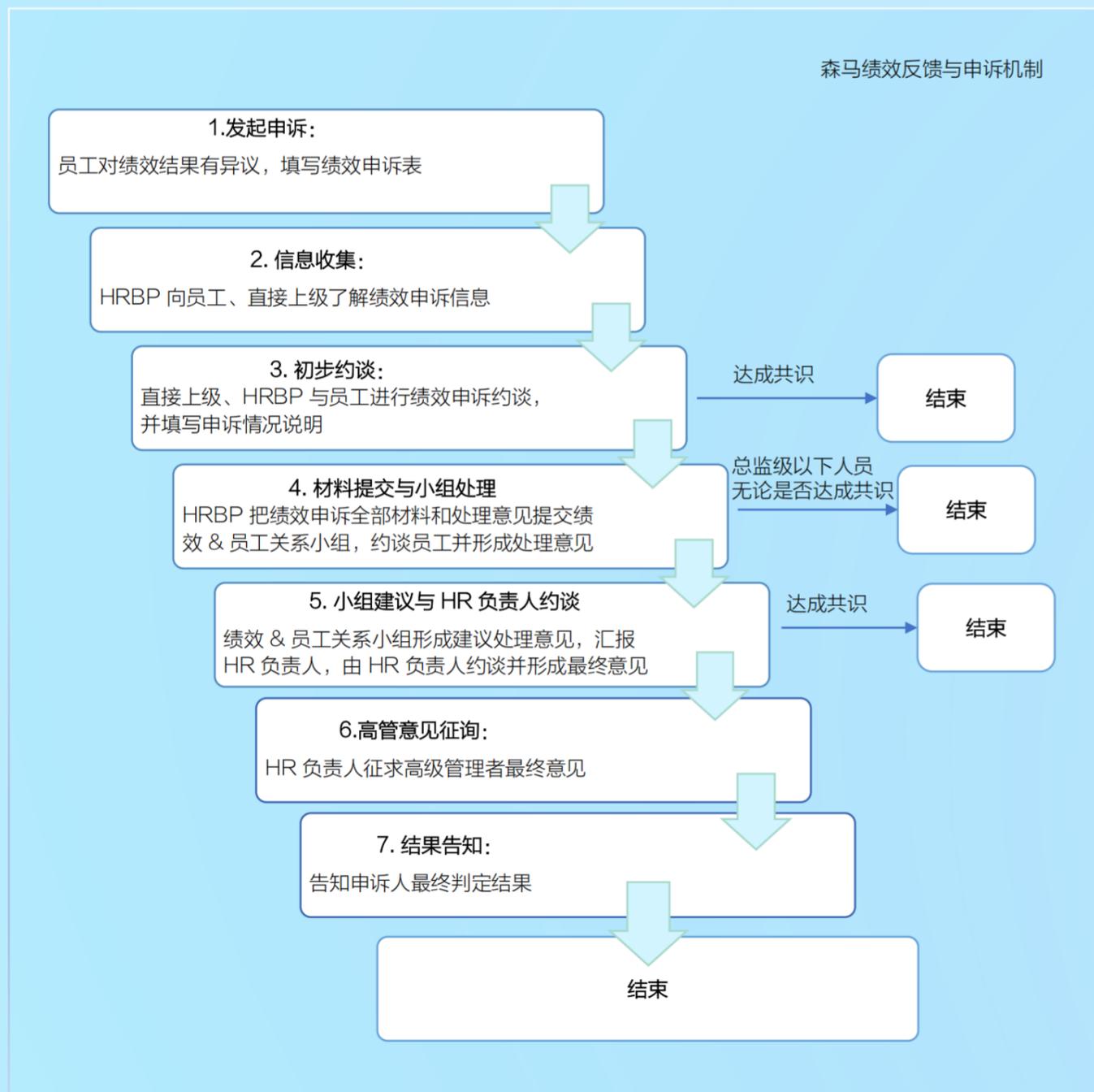
h.绩效反馈与申诉

森马建立了畅通有效的员工绩效沟通渠道，同时构建了常态化的员工绩效反馈与申诉机制。

申诉渠道：

森马《绩效管理制度》明确规定，员工对于绩效结果有异议的，在得知结果后 7 日内可以向各品牌人力资源提交书面绩效申诉表，按照绩效申诉流程处理。

申诉流程：



i.民主管理与沟通

森马充分尊重每一位员工，鼓励员工发挥主人翁精神参与公司经营管理，为广大员工提供有效的民主管理渠道、搭建畅通的沟通平台，保障员工的民主权利。森马每年召开一次职工代表大会，会议前后，集中处理员工以个人或团队名义

提出的提案，经过分类、筛选综合讨论后与公司管理层或相关部门沟通后予以答复。2025年，森马从众多提案中遴选24条兼具创新和务实的优秀提案，特别予以表彰，鼓励职工和代表们为企业建言献策的热情。



为充分保障公司职工参与公司民主决策、民主管理和民主监督，发挥职代会有效作用，公司于5月22日在上海（主会场）、温州、杭州等地共同召开了“森马股份（集团）工会第九届第四次职工代表大会”。

森马职工代表团和工会积极采取多方面举措保障员工权益。

在民主管理上，定期组织职工代表参与企业重大决策讨论审议，推动健全职工代表大会制度，让员工行使民主管理与监督权利。

在工作条件上，持续改善员工工作环境、生活环境，鼓励员工合理安排工作时间，保障员工休息休假权。

在福利保障上，持续推动企业完善福利体系，构建了健康体检、员工培训、节日福利等福利体。

在业务生活上，积极组织文体活动丰富员工业余生活，增强归属感与幸福感。

在职业发展上，推动企业建立公平晋升机制

和培训制度，为员工提供职业发展机会，积极组织技能竞赛、岗位培训提升员工业务能力与综合素质。

在职代会闭幕期间，森马也通过积极钉钉群组、公司宣传栏等便捷方式加强和员工之间的日常交流，并通过内部BPM（Business Process Management）、公众号、钉钉公告、荣誉墙等渠道，与员工加强在企业民主管理与沟通方面的互动。

这些措施从不同维度发力，切实维护了员工的合法权益，既帮助员工在企业中实现自身价值，也促进了森马企业的健康发展。

5.4.2 职业健康与安全

a.完善职业健康与安全生产管理体系与制度

森马建立了完善的职业健康安全管理体系，制定了安全管理的相关政策，成立了由董事长任组长的安全生产领导小组，明确各板块高层管理人员制定相关的安全生产规章制度，充分涵盖安全生产管理、职业卫生管理、应急管理等方面。明确各岗位安全职责，如物流人员、行政人员安全定期培训等；职业卫生管理方面，定期对工作场所进行职业病危害因素检测，为员工提供必要的劳动防护用品，设

b.制定职业健康与安全生产管理目标与规划

森马积极采取具体措施响应国家职业健康与安全生产目标。通过建立职业健康安全管理体系（通过 ISO 45001:2018 认证）、组建以董事长为第一责任人的 EHS 管理委员会，制定并推行职业健康安全相关制度，引导员工依规开展工作。与此同时，森马制定了具体的职业健康与安全生产目标，涵盖员工职业健康保障、生产安全管控等多方

c.健康安全管理政策与措施

1.安全生产进行排查方面，森马定期开展安全生产排查工作，涵盖生产车间、仓库、办公区域等场所，排查内容包括设备运行安全、消防设施完好性、作业环境合规性等多个方面，且会根据不同时段的安全重点进行专项排查。

2.建立规范的生产安全因素识别与评估流程。首先由各部门组织人员对本区域内的生产活动、设备设施、作业环境等进行全面梳理，识别潜在安全因素；然后采用风险矩阵法等工具对识别出的安全因素进行风险等级评估，明确重点管控对象。

3.森马识别的安全生产因素包括但不限于：电气安全风险（线路老化、违规用电）、消防安全风险（消防通道堵塞、消防器材失效）、作业人员操作风险（如违规操作设备、未正确佩戴防护用品）、仓储物流风险（货物堆放不稳、叉车作业碰撞）等。

置办公区域健康提醒、休假邮件提醒；应急管理方面，制定应急预案，根据政府要求定期组织演练，提高员工应对突发事件的能力。

2025年，森马员工工伤保险投入金额为241.17万元，覆盖率达100%，有效保障了员工在工作中遭受工伤时能够得到及时的医疗救治和经济补偿。

面，例如降低职业健康风险事件发生率、减少生产安全事故等。在职业健康与安全生产目标方面，森马制定了定量目标，努力实现年度职业健康体检覆盖率达到100%。此外，森马定期追踪职业健康与安全生产目标进度，定期（月度/季度/年度）对职业健康与安全生产目标的进度进行追踪，通过EHS管理委员会的工作会议、内部审计等方式，及时掌握目标达成情况并进行调整优化。

4.积极采取一系列安全管理措施，如建立安全生产责任制，明确各层级人员的安全管理职责；开展定期的安全培训与演练，提升员工安全意识和应急处置能力；对生产设备进行定期维护保养和检测；设置安全警示标识，规范作业流程；配置充足的消防设施并定期检查等。

5.通过对采取安全管理措施的结果进行量化，包括统计年度工伤事故发生率、安全生产培训覆盖率、设备完好率、消防设施完好率、安全隐患整改完成率等量化指标，积极评估安全管理措施的实施效果，并根据这些数据持续改进安全管理工作。各级安全管理人员层层签订安全责任书。压实安全责任。

d.职业健康与安全生产培训

2025年森马开展了消防演练和安全月活动等提高安全意识的措施与活动，通过模拟真实场景的消防演练和贯穿全月的安全主题活动，强化员工安全意识，提升应急处置能力。

森马在森学堂设置了全员法律法规安全培训课件，组织员工进行安全法律法规及安全认证相关培训，助力员工掌握安全法律知识及认证要求。

森马组织消防安全负责人、安全生产负责人、

管理人员均参加外部安全培训并考取证书，通过外部专业培训提升相关人员的安全管理专业能力。

在量化安全培训进展方面，森马通过统计安全培训参与人数、培训考核通过率、外部培训证书获取数量等量化指标，对安全培训进展进行量化管理，以此评估培训效果并优化培训计划。



2025年6月20日下午15:00，森马上海园区成功开展消防应急疏散演练，应急小组迅速响应，用实际行动筑牢消防安全防线。



森马杭州园区开展急救知识讲座，37名伙伴成功通过CPR+AED心肺复苏认证，掌握关键时刻挽救生命的“黄金技能”。

名次	昵称	游戏得分	时间
1	小钰有点萌	100分	25.05.17 01:27
2	段松	100分	25.05.16 16:27
3	徐小美	100分	25.05.16 18:53
4	123	100分	25.05.15 14:22
5	斤栗五	100分	25.05.15 14:36
6	王小茹	100分	25.05.16 27:43
7	Azip	100分	25.05.15 14:01
8	李鑫龙	100分	25.05.16 16:31
9	叶	100分	25.05.16 16:39
10	崔莹	100分	25.05.16 25:51
11	阿颖	100分	25.05.16 16:34

消防安全知识线上竞赛吸引1737人次踊跃参与，其中66位伙伴以满分成绩脱颖而出。

森马杭州园区消防月 | 筑牢安全防线，共筑平安园区
安全无小事，防患于未“燃”！森马杭州园区消防月活动圆满落幕，以“学、练、赛、演”多维度联动，为全体员工打造了一场沉浸式消防安全实践课堂！
立体化宣传，安全入眼入心
电梯厅、会议室、卫生间、三楼连廊等园区每个角落，消防安全知识海报随处可见。线上线下同频发力，实现宣传全方位、多渠道覆盖，让安全意识融入日常、深入人心。
云端竞答，掀起学习热潮
消防安全知识线上竞赛吸引1737人次踊跃参与，其中66位伙伴以满分成绩脱颖而出！在答题闯关的过程中，大家夯实了消防知识储备，筑牢安全理论根基。
趣味实操，实战技能拉满
13支队伍、39名队员同台竞技。模拟火灾现场障碍穿越、精准抛水带、快速灭火实操……在趣味比拼中，员工们将理论转化为实战技能，提升应急处置能力。
实战演练，筑牢生命防线
748人参与消防应急疏散演练，用时8分钟完成全员安全撤离。96人亲身体验灭火操作，园区还联动电梯、消防维保单位开展设施设备全面检查。更特邀余杭消防中队现场展示消防车喷水、云梯救援，逼真场景让大家沉浸式掌握逃生技巧。
生命课堂，急救守护同行
急救知识讲座干货满满，37名伙伴成功通过CPR+AED心肺复苏认证，掌握关键时刻挽救生命的“黄金技能”。
从知识普及到技能实操，从理论学习到实战演练，森马杭州园区消防月以全方位、多维度的活动设计，切实提升员工消防安全意识与应急自救能力。未来，我们将继续绷紧“安全弦”，共筑平安园区。

从知识普及到技能实操，从理论学习到实战演练，森马杭州园区消防月以全方位、多维度的活动设计，切实提升员工消防安全意识与应急自救能力。未来，我们将继续绷紧“安全弦”，共筑平安园区。

5.4.3 职业发展与培训

森马深知员工是企业发展的核心动力，致力于为员工提供广阔的职业发展空间和全面的培训机会，助力员工实现个人价值与职业成长，进而推动企业的持续进步。

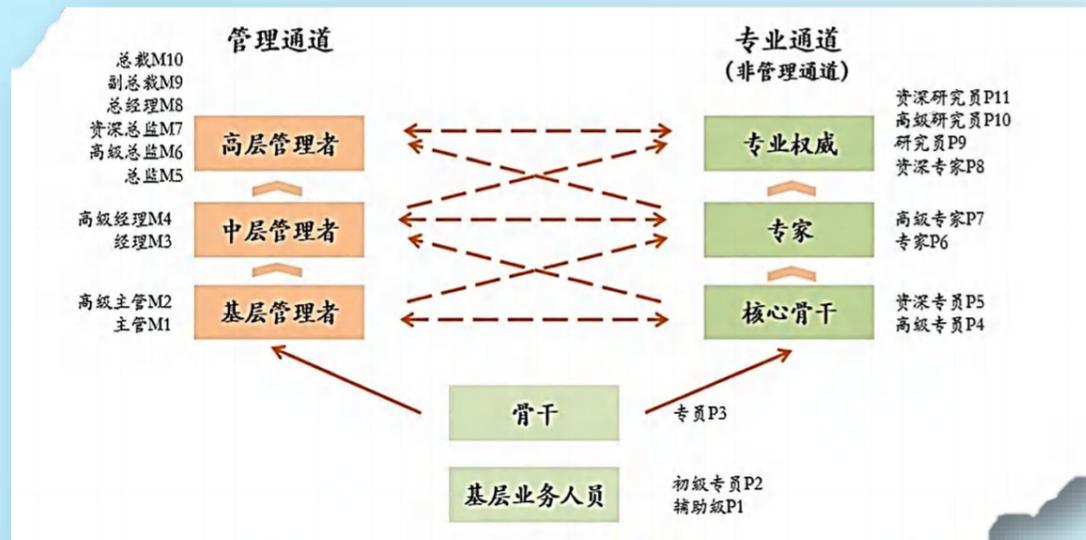
a. 职业发展

清晰的职业发展路径规划：

森马构建了多维度、透明化的职业发展通道，涵盖管理序列、专业序列，发展了逐级晋升与跨级晋升、纵向晋升与横向晋升相结合，兼顾了个人职业发展兴趣与公司业务发展需求的发展通道，以满足不同员工的职业追求。新员工入职伊始，便会在导师的协助下，依据自身兴趣、能力和职业目标，制

定个性化的职业发展规划。每年度，公司会组织全面的职业发展评估，结合员工绩效表现、技能提升情况以及岗位需求，为员工提供晋升、调岗或岗位轮换等发展机会。森马坚持以人才的内部培养为主（70%），结合外部优秀、稀缺人才的引进（30%）的晋升政策，众多员工在森马实现了职业的进阶与突破。

森马职业发展通道：

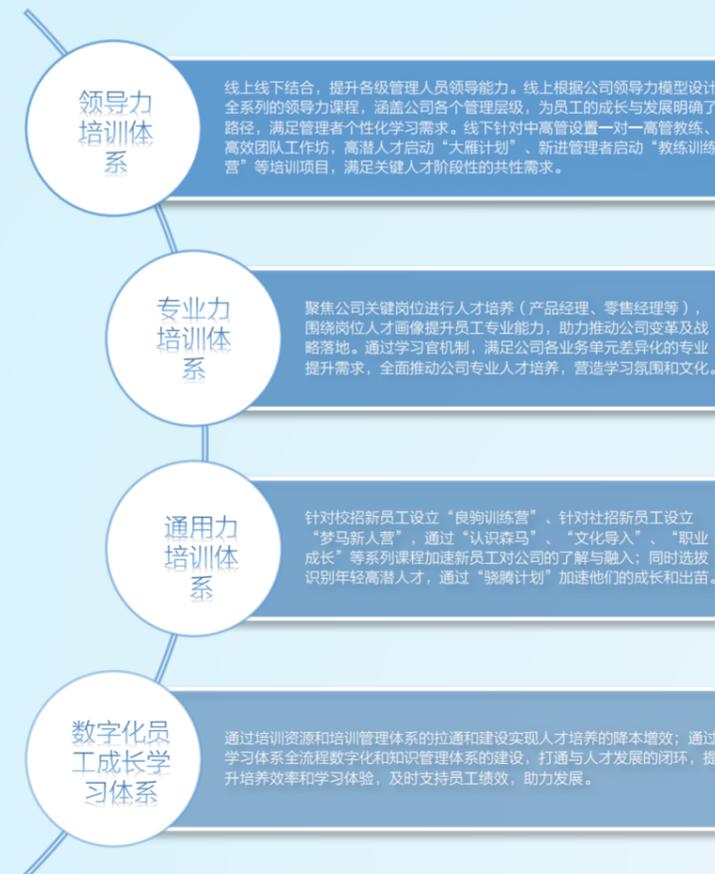


b. 职业培训

多元化的培训体系建设：

森马坚持以“价值贡献为本，贤德者为先”的人才理念，构建了完善的人才培养体系，发展了涵盖校招、社招新员工、专业人才、管理干部、高潜人才等不同模块的培训课程，并根据业务需求不断优化人才培养体系，搭建了可持续的

人才供应链。森马根据公司发展战略制定了全方位、立体化的人才培养体系，通过打造领导力培训体系、专业力培训体系、通用力培训体系、数字化员工成长学习体系，全面赋能员工能力提升，满足员工的职业发展需求。



欢迎来到森学堂！

森学堂课程全览
根据你的角色点击跳转

- 所有同事必修课
- 新同事必修课
- 高层适用
- 中基层适用

根据你的职能/事业部点击跳转

领导力学院	通用力学院	市场学院
数字学院	零售学院	商品学院
供应链学院	物流学院	法务学院
人资学院	财务学院	综合学院

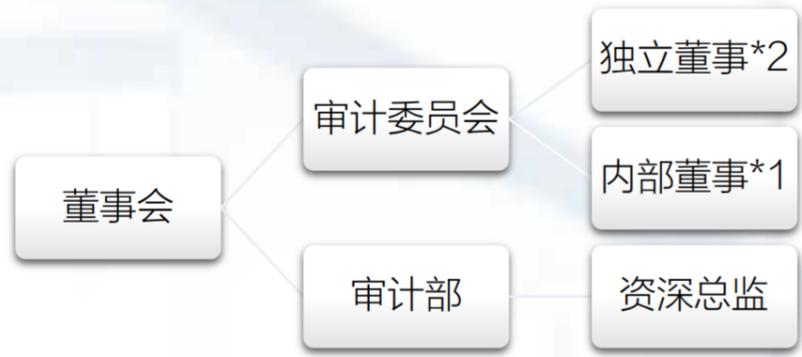
治理 Governance

6.1 反对商业腐败

6.2 反不正当竞争



6.1 反对商业腐败



森马审计部同时承担监察职能，履行“教育、监督、惩处”等反腐工作职责

6.1.1 森马反贪污腐败管理体系与制度

森马高度重视反贪污腐败工作，建立了层次清晰、权责明确的管理体系，确保反贪污工作全面覆盖、有效落地。

反贪污腐败管理体系

在最高决策层面，公司董事会对全部反贪污腐败事宜负责。统筹制定公司反贪污战略方向、基本原则及重大管理制度，定期审议反贪污工作进展与关键问题，对公司反贪污体系的有效性与合规性承担最终责任。

在执行管理层面，董事会下设审计委员会，作为反贪污工作的决策与监督核心，持续推进反贪污相关机制设计与流程优化，为反贪污工作提供顶层制度支撑。作为董事会决策的具体执行主体，审计委员会牵头组织落实董事会制定的反贪污战略与制度，明确各业务部门反贪污职责，协调跨部门反贪污工作推进，监督日常反贪污措施的执行情况，及时解决执行过程中的重点、难点问题，确保反贪污工作与公司经营管理深度融合。

在专业监督层面，审计委员会下设审计部负责反贪污腐败管理，作为反贪污工作的专业监督与执行部门。审计部独立开展反贪污审计、核查工作，建立健

全反贪污风险防控机制，对公司各部门及业务流程中的贪污风险进行识别、评估与预警，受理反贪污相关举报并依规开展调查，出具专业审计报告与整改建议，为董事会、审计委员会提供精准的反贪污监督数据与决策参考，形成反贪污工作的专业闭环管理。

森马反贪污腐败工作完善的权责体系，从决策、执行到监督层层压实的责任，筑牢了森马健康可持续发展的合规防线。

反贪污腐败管理制度

在反腐制度方面，森马出台《反腐败条例》、《举报人保护与奖励条例》、《廉洁奖励试行办法》、《员工商业活动行为准则》、《森马供应商行为准则》、《森马合作伙伴诚信廉洁承诺书》等廉洁自律方面的制度与业务操作规范。

在外部合作方面，加入了国内首家企业内控协会——企业反舞弊联盟，参与新治理体系和反舞弊能力现代化研究与标准制定，与千家知名企业实现信息共享、互助互通，完善内部监察控制体系建设，提高自身反腐水平。

6.1.2 举报与投诉

森马坚决反对一切形式的商业贿赂与不正当竞争，将反腐思想教育与清廉要求覆盖到整个森马产业链。

对于企业员工，惩防并举，注重预防。鼓励举报和主动申报奖励机制；开辟多条举报渠道，强化多方监督；一经发现有确切证据腐败行为，将会被立即辞退，严重者移送司法机关。

公司设立严格的举报人保护机制，包括直接向董事长汇报确保独立性、专人管理“特别保护名单”、严禁打击报复等。同时明确举报奖励标准，根据线索有效性和案件性质，给予500元至100000元不等的现金奖励。此外，针对主动上缴商业贿赂的员工，公司将按上缴金额的50%给予奖励，并在人事评估中优先考虑。

《森马员工十大红线》

- 一 严禁索取、收受贿赂或与之存在经济往来
- 二 严禁弄虚作假欺骗公司
- 三 严禁利用职权谋取私利
- 四 严禁违规参股、任职、兼职
- 五 严禁违反公司保密规定
- 六 严禁违规操作招投标
- 七 严禁背信损害公司利益
- 八 严禁徇私舞弊处置公司资产
- 九 严禁不良工作作风或违反社会公德
- 十 严禁其他违反法律规定及公司规章制度的行为



6.1.3.反贪污与贿赂政策培训

森马通过清廉教育、警示教育、清廉宣传，让清廉文化上墙、入脑、入心，使员工清廉从业的理念落地生根。在员工教育方面，将反腐倡廉教育贯穿员工的整个任职期。新入职员工开展入职廉洁教育，引导扣好廉洁从业“第一粒扣子”。设立员工内部廉洁学习课程，以廉洁“小课堂”传授廉政“大道理”。每年组织员工签署廉洁自律承诺书。在课程设置上，安排新员工在入职培训课上，学习清廉专题课程；每年不定期邀请纪委、检察院、法院、公安专家来公司宣讲案件作警示教育；组织员工参观廉政基地，参加典型案例庭审观摩；推出钉钉清廉森马AI课堂，打造空中课堂，扩展教育时空。在宣传上，建立“清廉森马”微信公众号，宣传反腐知识，每逢节假日发布廉洁提醒，定期发布违法案例；在公司内部BPM系统开辟廉洁专栏，宣传反腐知识；推出《森马员工十大红线》，明确员工禁止和不允许的行为；印发清廉森马宣册手册，畅通全域举报渠道。



2025年7月，森马面向内部员工召开学习警示教育会。森马审计部资深总监、党委纪委书记向员工做“十大红线”真实案例培训讲解。从严禁索取收受贿赂、弄虚作假欺骗公司，到严禁利用职权谋私、违规参股兼职，再到禁止违反保密规定、违规操作招投标等，每一项红线都配以具体违规行为案例，让参会人员直观感受违规行为对公司利益

的损害及法律风险。其中，针对“背信损害公司利益”红线，特别提及《刑法》相关条款，明确150万元以上涉案金额即构成立案标准，最高可处7年有期徒刑，以法律震慑强化警示效果。森马始终将廉洁建设作为企业发展的重要基石，通过常态化警示教育、完善制度体系、强化监督执纪等举措，持续营造风清气正的营商环境。

森学堂课程全览

根据你的角色点击跳转



所有同事的必修课

搜索



森马员工十大红线

森马员工十大红线，十大禁止行为，触犯红线小则警告、记过、辞退，...

★★★★★ 4.97

2024-08-15发布

2024年，森马《森马服饰反腐败条例》和《十大红线》已上线至森马线上“森学堂”，并将其设置为所有森马员工的必修类课程。截止2025年末，课程合计播放量超过3500次，课程覆盖率超过100%。

森马每年至少开展2次以上的集中式反贪污腐败的培训，培训对象涵盖内部员工、外部商业伙伴，包括上下游生产与非生产型供应商、代理商、加盟商，建立诚信档案，积极打造绿色、透明、清廉的产业生态。



森马对合作伙伴开展反贪污腐败政策培训

森马持续开展内外部反贪污腐败培训及沟通教育工作

森马邀请杭州市余杭区市场监督管理局行政执法队余杭中队走进森马开展法律法规合规培训



电子商务
企业(服装类)合规培训

市场监管管理局
Market Supervision Administration

讲师：王诗云 副中队长
杭州市余杭区市场监督管理局行政执法队余杭中队
培训时间：9月26日 15:00-16:00
培训地点：2F 楼座
浙江森马股份有限公司

12月9日是第23个国际反腐败日，森马在上海、温州、杭州、嘉兴四大园区同步举办覆盖全员、主题为“诚信从业，行稳致远”的廉洁知识挑战赛，吸引了超1000名员工踊跃参与。

本次挑战赛打破传统廉洁教育模式，以“场景化”出题直击业务风险点。题库既接地气又有深度：既有廉洁政策法规、企业制度等内容的基础必答题，更直击采购环节的“人情单”、财务报销的

“模糊账”、审批流程的“暗门槛”等日常工作高频风险点。实现了“答一道题、学一个知识点、守一条准则”的以赛促学效果。

未来，森马还将继续解锁廉洁文化建设“新玩法”：计划推出“廉洁微剧场”、“职场廉洁小贴士”等特色内容，让清风正气融入日常、化为习惯，陪伴每一位森马人走稳职业发展路，护航企业行稳致远。



温州园区活动现场



上海园区活动现场

6.1.4 森马经营管理中对贪污腐败风险的评估

森马在经营管理的过程中高度重视贪污腐败风险的评估和防控，通过明确评估指标、运用多种评估方法等方式对贪污风险进行评估，以更好地实现对贪污腐败风险。

a. 确定评估指标：

发生可能性：森马对廉洁风险发生的概率进行分级，分高、中、低三个等级。主要根据历史数据、业务性质、内部控制等因素来判断，如某些采购环节过去曾出现违规行为，且当前控制措施仍不完善，则风险发生等级定义为高。

影响程度：事先评估廉洁风险一旦发生，对公司造成的经济损失、声誉损害等影响程度，分为重大、较大、一般三个等级。若风险发生会导致公司重大经济损失，或对品牌声誉造成严重负面影响，如引发重大舆论危机，则为重大影响程度。

b. 运用评估方法：

定性评估：森马通过专家判断、经验分析等方法，对廉洁风险的发生可能性和影响程度进行定性描述，确定风险等级。例如，专家根据自身经验和对公司业务的了解，判断某业务环节廉洁风险发生可能性为“中”，影响程度为“较大”，从而确定其风险等级。

定量评估：运用数据模型和统计方法，对廉洁风险进行量化评估。通过设定风险发生可能性和影响程度的量化标准，如将发生可能性用具体概率数值表示，影响程度用经济损失金额等量化指标衡量，计算风险值，根据数值确定风险等级。

综合评估：结合定性评估和定量评估的结果，对廉洁风险进行综合评价，更全面、准确地确定风险等级，为后续防控措施的制定提供依据。

c. 基于风险识别：

识别范围：森马的贪污腐败风险识别涵盖业务全流程，包括采购、销售、资金管理等环节；岗位职责风险上，全面梳理各岗位可能存在的廉洁风险点；制度机制风险方面，则持续审查现有制度漏洞和执行风险；外部环境风险，则重点关注政策法规变化等外部因素对廉洁经营的影响。

识别方法：方法上采用问卷调查法、访谈法收集员工看法和线索；运用流程图法分析业务流程各环节风险；通过案例分析法研究内外部廉洁风险案例，查找类似风险点，最后形成廉洁风险清单，为评估提供基础。

6.1.5 对商业伙伴反贪污，贿赂的监管

森马坚决反对一切形式的商业贿赂与不正当竞争，将反腐倡廉教育与清廉要求覆盖到整个森马产业链。对于商业合作方，要求所有供应商必须签署供应商行为准则与《合作伙伴诚信廉洁承诺书》，一经发现商业贿赂与不正当竞争，将立即终止合作并列入失信黑名单，涉嫌犯罪的追究司法责任。公司在每次供应商大会上公司都会发放廉洁手册，倡导“廉政建设约定”，约定共同打造“廉洁产业链”。

2025年，森马正式出台《非生采购核价管理制度》，以替代2024年发布的《非生采购管理制度（试行）》，该制度与现有的《招标采购管理办法》、“慧采购”系统，共同构成一张透明、廉洁的生态保护网，确保了一切采购行为在阳光下运行。

6.2 反不正当竞争

森马始终遵循自愿、公平、等价有偿、诚实信用的原则，遵守社会公德、商业道德，承诺不通过贿赂等非法活动谋取不正当利益，不侵犯他人的商标权、专利权和著作权等知识产权，不从事不正当竞争行为。秉承公平公正、诚实守信、合法合规的原则开展商业经营活动，严格遵守《中华人民共和国反垄断法》和《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律法规，主动参与良好商业环境的营建，积极拥护正当商业竞争秩序，反对违背商业道德的市场交易行为。

6.2.1 森马反不正当竞争职责



6.2.2 森马反不正当竞争规范

森马高度重视公平有序的商业环境建设，一方面承诺通过公平公正的方式参与市场竞争，另一方面致力于打造公平、有序、透明的内在营商环境，严格禁止对代理商、供应商等合作伙伴做出不合理限制。

2025年，森马陆续更新并发布了《合同管理制度V2.0》、《营销采购业务管理规范V1.0》、《非生采购核价管理制度 V1.0》、

《非生产采购供应商准入 / 退出与价格管理 作业指导书 V3.0》等多部相关制度文件，持续加强和完善与反不正当竞争相关的内部制度建设。并通过加强内部业务流程的事前审核和事后审计工作，借助年度供应商大会、季节代理商订货会等业务会议加强与利益相关者的沟通和交流，主动了解和沟通各个利益相关方的建议和期望，做好相关环节的治理行动。

反对广告虚假宣传

森马在内部建立了严格的广告宣传、市场营销活动审核机制。所有对外宣传资料、促销方案等在发布前均需经过法务部门和市场部门的联合审核，确保其内容真实、合法，不存在虚假宣传或误导消费者的情形。

反对侵犯商业秘密、商业贿赂

加强对公司各部门日常经营活动的监督检查，定期开展内部审计工作，重点检查是否存在侵犯商业秘密、商业贿赂等不正当竞争行为。对于发现的问题，及时责令相关部门整改，并追究相关责任人的责任。

反对违规招标行为

2025年，森马发布和更新了《合同管理制度V2.0》、《营销采购业务管理规范 V1.0》、《非生采购核价管理制度 V1.0》、《非生产采购供应商准入 / 退出与价格管理 作业指导书 V3.0》等多部相关制度文件，持续加强生产与非生产采购环节的招标行为，进一步夯实了森马产业链内部公平有序、透明开放商业生态环境的打造。

报告期内，森马服饰严格遵守国家法律法规和市场竞争规则，未发生因公司不正当竞争行为导致的诉讼或重大行政处罚情况。



7.ESG 数据表/附注

7.1 环境维度数据

7.2 社会维度数据

7.3 可持续发展相关治理维度数据

附表 1 《ESG 数据表 -环境维度》		
定量披露项	单位	具体数据
议题：环境 E1 应对气候变化		
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	11513.96
其中：按范围分类		
范围 1 温室气体排放量	吨二氧化碳当量	277.96
范围 2 温室气体排放量	吨二氧化碳当量	11236.01
其中：按地区分类		
上海	吨二氧化碳当量	3257.73
嘉兴	吨二氧化碳当量	3730.78
杭州	吨二氧化碳当量	2251.19
温州	吨二氧化碳当量	2274.26
减排措施直接减少的温室气体排放量	吨二氧化碳当量	6119.27
其中：按范围分类		
范围 1	吨二氧化碳当量	—
范围 2	吨二氧化碳当量	6119.27
议题：环境 E2 污染物排放②		
大气污染物		
废气总量	立方米	0
颗粒物 (PM)	千克	0
硫氧化物 (SOx)	千克	0
氮氧化物 (NOx)	千克	0
挥发性有机物 (VOCs)	千克	0
其他特征污染物，请说明	千克	0
水污染物		
工业废水总量	立方米	222036
生活废水总量	立方米	222036
化学需氧量 (COD)	吨	0
生化需氧量 (BOD)	吨	0
氨氮 (NH3-N)	吨	0
总氮 (TN)	吨	0
总磷 (TP)	吨	0
其他特征污染物，请说明	千克	0
土壤污染物		
砷及其化合物	吨	0
镉及其化合物	吨	0
铬及其化合物	吨	0
酚类化合物	吨	0
氟化物	吨	0
硫化物	吨	0
其他特征污染物，请说明	吨	0
议题：环境 E3 废弃物处理		
废弃物产生总量	吨	—
其中：按废弃物类型分类		
有害废弃物产生总量	吨	—
无害废弃物产生总量	吨	—
有害废弃物密度 (以单位营收计算)	吨/万元	—
无害废弃物密度 (以单位营收计算)	吨/万元	—
议题：环境 E5 环境合规管理		
报告期内因环境事件受到生态环境等有关部门重大行政处罚的处罚金额	万元	0
议题：环境 E6 能源利用		
能源使用的基本情况		
综合能源消耗量①	吨标煤	2533.08
其中：按能源类型分类		
煤炭	吨	0
汽油	吨	19.84
柴油	吨	6.5
天然气	万立方米	9.67
液化石油气	万立方米	0
电力	兆瓦时	19339.08
其他能源类型，请说明		
直接能源消耗量②	吨标煤	156.31
间接能源消耗量③	吨标煤	2376.77
能源使用强度 (如以每产量单位计算)	千克标煤/万元	1.679
清洁能源使用情况		
清洁能源使用量	兆瓦时	1412.07
其中：按能源类型分类		
天然气	立方米	96883
天然气比例	%	8.33
风能	兆瓦时	0
风能比例	%	0
太阳能	兆瓦时	10532.31
太阳能比例	%	91.67
其他清洁能源，请说明①	兆瓦时	0
其他清洁能源比例	%	0
议题：环境 E7 水资源利用		
总耗水量	吨	222036
水资源使用强度 (如以每产量单位计算)	立方米/百万元营收	14.71
议题：环境 E8 循环经济		
废弃物循环利用量	吨	—
可再生资源消耗量	吨	—
可再生资源消耗量占相应资源总消耗量的比例	%	—

附表 2 《ESG 数据表 -社会维度》		
定量披露项	单位	具体数据
议题：社会 S1 乡村振兴		
乡村振兴投入金额	万元	67
乡村振兴惠及人数	人	—
议题：社会 S2 社会贡献		
慈善捐赠资金金额	万元	1500
志愿活动参与人次	人次	—
志愿活动时长	小时	—
议题：社会 S3 创新驱动		
研发投入金额	万元	30205.68
研发投入金额占主营业务收入比例	%	2.00%
研发人员数量	人	726
研发人员比例	%	24.3%
应用于主营业务的发明专利数量	项	23
报告期内发明专利的申请数	项	6
报告期内发明专利的授权数	项	3
报告期内有效专利数	项	686
议题：社会 S6 平等对待中小企业		
报告期末应付账款 (含应付票据) 余额	万元	477647.80
报告期末应付账款 (含应付票据) 余额占总资产的比重	%	25.61%
报告期末逾期未支付款项金额	万元	0
报告期末逾期未支付中小企业款项金额	万元	0
议题：社会 S7 产品和服务安全与质量		
报告期内发生的产品和服务相关的安全与质量重大责任事故损害涉及金额	万元	0
议题：社会 S8 数据安全与客户隐私保护		
数据安全		
数据安全事件涉及的具体金额	万元	0
客户隐私保护		
客户隐私泄露事件涉及的具体金额	万元	0
议题：社会 S9 员工		
员工总人数	人	2986
其中：按性别分类		
男性员工人数	人	1128
女性员工人数	人	1858
其中：按年龄分类		
30岁以下员工人数	人	674
30岁至50岁员工人数	人	2256
50岁以上员工人数	人	56
员工工伤保险投入金额	万元	241.17
员工安全生产责任险投入金额	万元	—
员工工伤保险覆盖率	%	100
员工安全生产责任险覆盖率	%	—
员工培训次数	次	—
员工培训支出金额	万元	—
员工培训覆盖率	%	—

附表 3 《ESG 数据表 -可持续发展相关治理维度》		
定量披露项	单位	具体数据
议题：可持续发展相关治理 G3 反商业贿赂及反贪污		
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的董事总数	人	9
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的董事百分比	%	100
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的管理层人员总数	人	9
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的管理层人员百分比	%	100
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的员工总数	人	2986
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的员工百分比	%	100
议题：可持续发展相关治理 G4 反不正当竞争		
报告期内因公司不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的涉案金额	万元	0

8. 对标索引表

主题	层面	一般披露及关键绩效指标	对应章节	备注
应对气候变化	环境层面 (E)	相关政策与目标		
		- 遵守气候变化相关政策情况	4.1	
		- 设定的温室气体减排目标及行动规划	4.1.1、4.1.3	
		排放与管理		
		- 温室气体排放总量、范围 1 和范围 2 排放量	4.1.4	
		- 碳信用额度使用情况	---	不适用
- 碳排放配额清缴情况	---	不适用		
污染物排放	环境层面 (E)	风险与机遇		
		- 气候相关物理风险和转型风险的识别与应对	4.1.2	
		排放情况		
		- 各类污染物的排放总量、排放浓度 (大气、水、土壤污染物等)	7.1	水资源利用披露, 无大气、土壤等重污染
		治理措施		
		- 污染物处理技术和处理方式	4.3.2	水资源利用披露, 无大气、土壤等重污染
- 污染防治设施的建设与运行情况	4.3.2	水资源利用披露, 无大气、土壤等重污染		
减排目标与进展				
- 主要污染物减排目标及实现进展	4.3.2	水资源利用披露, 无大气、土壤等重污染		
废弃物处理	环境层面 (E)	废弃物类型		
		- 工业固体废物、农业固体废物、生活垃圾、建筑垃圾、危险废物等的产生量和处理情况	4.2、4.3.3	
		管理措施		
- 废弃物分类收集、回收利用和处置措施	4.3.3			
- 有害废弃物的管理与处理	4.3.3			
生态系统和生物多样性保护	环境层面 (E)	保护措施		
		- 生态保护红线范围内的活动	---	不涉及, 不适用
		- 生产经营场所周边生态保护措施	4.2	园区绿化覆盖率统计
		- 野生动植物保护行动等	---	不涉及, 不适用
		生物多样性影响		
		- 对生物多样性的影响评估	---	不适用
- 生物多样性保护相关指标的达成情况	---	不适用		
环境合规管理	环境层面 (E)	合规情况		
		- 遵守环境法律法规和标准的情况	4.2	
		- 环境事件风险评估和预防措施	4.2	
		处罚与整改		
- 因环境事件受到的处罚情况	4.2	报告期内, 未有因环境事件受到处罚的情况		
- 整改措施的执行情况	4.2	不适用		
能源利用	环境层面 (E)	能源消耗		
		- 综合能源消耗量、不同能源类型的消耗情况	4.3.1	
		- 能源使用强度	4.3.1	
		清洁能源利用		
- 清洁能源的使用量和比例	4.3.1			
- 能源节约目标及措施	4.3.1			
水资源利用	环境层面 (E)	用水情况		
		- 总耗水量、水资源使用强度	4.3.2	
- 节水目标和措施	4.3.2			
乡村振兴	社会层面 (S)	支持举措		
		- 在乡村和脱贫地区的业务开展情况	5.1	
		- 支持乡村特色产业发展、就业促进等措施	5.1	
		投入与成果		
- 乡村振兴投入金额	5.1			
- 对当地经济和社会发展的影响	5.1			
社会贡献	社会层面 (S)	公益活动		
		- 开展的公益慈善、志愿活动等情况	5.1	
		- 投入的资金和人力	5.1	
社会责任履行				
- 对社会公众和社区的贡献 (环境保护、教育支持、扶贫助困等)	5.1			
创新驱动	社会层面 (S)	科技创新		
		- 研发投入金额、研发人员数量	5.2.1、7.2	
		- 科技创新成果和专利申请情况	5.2.1	
创新应用				
- 科技创新对产品升级、生产效率提高、市场竞争力增强等方面的影响	5.2.3			
供应链安全	社会层面 (S)	供应链管理		
		- 供应链风险评估和管理措施	5.3.1	
		- 供应商的选择与管理	5.3.1	
可持续发展				
- 推动供应链绿色发展	5.3.1、5.3.3			
- 减少供应链对环境的影响	5.3.1、5.3.3			
平等对待中小企业	社会层面 (S)	账款管理		
		- 应付账款余额、逾期未支付款项情况	5.3.2	
		合作与支持		
- 与中小企业的合作情况	5.3.2			
- 为中小企业提供的支持措施	5.3.2			
产品和服务安全与质量	社会层面 (S)	质量管理体系		
		- 产品和服务质量管理体系的建设与运行情况	5.3.3	
		质量事故		
- 报告期内发生的产品和服务相关的安全与质量重大责任事故	5.3.3	报告期内, 未发生安全质量重大责任事故		
客户服务				
- 售后服务、产品召回制度的建立与执行情况	5.3.3			
数据安全与客户隐私保护	社会层面 (S)	数据安全		
		- 数据安全管理制度体系的建立与运行情况	5.3.4	
		- 数据安全事件的处理	5.3.4	报告期内, 未发生数据安全事件
		客户隐私保护		
- 客户隐私保护制度的建设与执行	5.3.4			
- 客户隐私泄露事件的处理	5.3.4	报告期内, 未发生客户隐私泄露事件		
员工	社会层面 (S)	员工权益		
		- 员工的聘用与待遇情况	5.4.1	
		- 职业健康与安全保障	5.4.2	
		员工发展		
- 员工培训、职业发展规划	5.4.3			
- 员工满意度和忠诚度	5.4.1			
尽职调查	可持续发展相关治理层面 (G)	调查流程		
		- 确定、预防、减轻和处理可持续发展相关负面影响和风险的流程	3.1、3.2、3.4	
风险识别				
- 识别潜在的环境、社会和治理风险, 包括对利益相关方的影响	3.1、3.2、3.4			
利益相关方沟通	可持续发展相关治理层面 (G)	沟通机制		
		- 与利益相关方沟通的渠道和方式	2.4	
		- 利益相关方参与决策的情况	2.4	
意见反馈				
- 听取、反馈利益相关方意见建议的情况	2.4			
- 对利益相关方诉求的回应	2.4			
反商业贿赂及反贪污	可持续发展相关治理层面 (G)	制度建设		
		- 反商业贿赂及反贪污风险管理制度体系的建立与运行情况	6.1	
竞争管理				
- 防范不正当竞争行为的管理制度和措施	6.2			
违规诉讼				
- 因不正当竞争行为导致的诉讼或重大行政处罚情况	6.2	报告期内, 无因不正当竞争行为导致的诉讼或重大行政处罚情况		

小河有水大河满

一个森马 无限热爱