



ANZHENG FASHION GROUP
安正时尚集团



安正时尚集团股份有限公司 2023年度社会责任报告

公司简称：安正时尚 公司代码：603839

2024 — 我们推动品牌服饰新战略 支持电商服务业务新发展



尊敬的各位投资人：

回顾2023年，国内宏观经济环境在内外压力下进一步保持韧性和发展，GDP总量达到126.06万亿元，同比增长5.2%。此背景下，全国社会消费品零售总额47.15万亿元，同比增长7.2%，其中限额以上服装、鞋帽、针纺织品类同比增长12.9%。据艾媒咨询数据显示，2022年中国品牌电商服务行业市场规模为3,663.2亿元，同比增长24.1%，预计2025年将达到4,821.6亿元。行业迎来复苏发展，我们也在积极调整经营结构、梳理发展战略，积蓄增长动能。

对安正时尚来说，2023年是期望与无奈、调整与蓄力的一年，是董事长重回经营管理一线、掌舵组织变革的一年，是骨干力量再次回归、勃发创业精神的一年，也是公司上下凝聚增长共识、机制驱动发展的一年。

这一年，我们围绕女装品牌服饰板块业务，重点推动以JUZUI玖姿为核心的品牌新升级取得一定成效，我们梳理并升级了JUZUI玖姿品牌的定位与形象，引入国际知名设计师王陶女士担任创意总监，王陶女士选取芍药（chinese peony）这一极具中国特色的花卉，进行原创设计，以独创花型、二创面料以及大胆的色彩组合、混搭碰撞，对全品类时装进行颠覆性创意。2024年2月，JUZUI玖姿作为唯一入选纽约时装周官方日程的中国品牌，以“繁花”为主题的品牌时装秀，亮相2024秋冬纽约时装周主秀场，让中国芍药绽放在国际时尚舞台，重塑了品牌价值与形象。

这一年，我们围绕女装品牌服饰板块业务，推进以JUZUI玖姿品牌为核心的全域零售战略取得一定成效，我们四大自有品牌（JUZUI玖姿、IMM尹默、MOISSAC摩萨克、ANZHENG安正）整合线上线下渠道，通过融合线上商城和专卖店，打造一个无缝对接的全域零售体系。我们优化门店布局，在核心商圈和购物中心增开新店，其中，JUZUI玖姿品牌直营门店中，MALL中心、奥莱渠道占比达40%以上，品牌形象和市场影响力有一定提升。我们与第三方技术公司合作，推进零售数字化，提升了对会员资源的整合和精细化管理能力。

这一年，我们围绕女装品牌服饰板块业务，调整组织架构，围绕聚焦JUZUI玖姿业务发展，重建玖姿品牌事业部，强化玖姿品牌总经理职能；我们持续推进供应链优化升级，提高供应链的效率和响应速度，以生产新时代“高质价比”产品为导向，优化面料结构，提升面料品质，以更好满足消费者需求。

这一年，我们围绕电商服务板块业务，完成收购礼尚信息少数股东股权，目前持股比例增加至93.05%，我们大力支持礼尚信息电商服务业务布局发展，完善礼尚信息跨境进口全链路供应链布局，礼尚信息旗下电商平台尚展电商聚焦母婴和健康营养品的品牌运营，围绕“营销力、内容力、技术力、全渠道运营力、服务力”五方面能力提升，持续赋能品牌发展，电商一站式服务业务实现提质增效。

这一年，我们对童装板块业务采取剥离、调整与轻资产化运作战略，以聚焦品牌服饰板块业务增长战略。我们完成对青蛙王子童装品牌业务的剥离，回笼资金用于提升品牌服饰板块业务的产品力、零售力和品牌力；我们调整合资童装品牌阿路和如业务的发展模式，对其线下门店收拢聚焦，对其品牌IP在线上采取授权方式拓展业务，线上授权业务进展符合预期。

这一年，我们妥善处理了部分投后项目和资产，完善了内外部风险管控机制，进一步优化资源配置，战略支持主业的聚焦与发展。

展望2024年，随着国家推出系列措施促进经济增长、改善微观主体预期的宏观政策进一步落地实施，国内经济有望延续复苏增长态势，随着居民可支配收入的进一步改善，我们相信，消费市场将迎来进一步的增长，我们也必将释放积蓄的增长力量。

长路漫漫，安于上下求索。过去一年，我们通过不懈努力，已为公司经营发展打下了坚实的基础，以JUZUI玖姿为核心的四大自有品牌升级战略、电商服务业务布局取得一定成绩。在新的一年里，我们将沿着董事会制定的新战略方向，推动JUZUI玖姿品牌战略全面升级，在经营策略上，2024年，JUZUI玖姿品牌将探索DTC模式新路径，在电商领域，逐步开放客户电商经营权，更有效地将新品触达更多消费客户；在品牌全国一盘货的规划下，从商企、订货、铺货、调货、补货、流转等环节做好商品全生命周期管理，与第三方合作开发的信息中台实现组织能力、过程资产数字化，保障全国一盘货规划的落地与实施；启动渠道分层分级制度，打破原来加盟商只能开正价门店的单一模式，向加盟商开放城市折扣店、奥莱店的经营权，激发其拓展实体全域经营资源的积极性和主动性，保障加盟商利益；用数字化驱动JUZUI玖姿商品运营效能提升、有效降低库销比，提升经营质量；我们将推进Annakro安娜蔻品牌瞄准质价比消费赛道，走独立发展道路。2024年，Annakro安娜蔻将建立独立的线上渠道，强化核心品类、风格持续年轻化，推出低倍率、高质价比的品牌产品；我们将推进电商服务板块业务快速发展。2024年，我们推出了对礼尚信息管理团队及其核心骨干的股票期权激励方案，拟定了其新发展战略和经营策略，制定了其以利润考核为导向的激励机制，上述举措将有力驱动其业务快速成长。

潮流易变，正道初心不改。我们坚守品质至上的匠心精神和以战略为导向的长期主义精神，2024年，将重点驱动两大核心板块业务高质量发展，努力创造企业价值、促进市值增长，以此回报广大股东和投资者的信赖。

2024年4月27日

目 录

释义	4
走进安正时尚	5
公司概况.....	5
品牌介绍.....	6
礼尚信息.....	12
企业文化.....	13
发展历史.....	14
2023 年，企业所获荣誉	15
一、公司治理	16
1. 公司治理结构.....	16
2. 合规、诚信、廉洁经营.....	17
3. 上线知识管理系统.....	17
4. 研发与知识产权保护.....	18
二、投资者关系	19
1. 信息披露.....	19
2. 股东回报.....	19
3. 投资者关系管理.....	20
三、责任担当	22
1. 节能与环保.....	22
2. 品质至上.....	23
3. 以人为本.....	24
4. 党建工作.....	29
5. 社会责任.....	31

释义

安正时尚、公司	指	安正时尚集团股份有限公司
报告期	指	2023年1月1日至2023年12月31日
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	《安正时尚集团股份有限公司章程》
礼尚信息	指	上海礼尚信息科技有限公司
上海蛙品	指	上海蛙品儿童用品有限公司
零到七	指	零到七儿童用品（上海）有限公司
JUZUI 玖姿	指	公司旗下中高端女装品牌
IMM 尹默	指	公司旗下高端女装品牌
MOISSAC 摩萨克	指	公司旗下中高端女装品牌
ANZHENG 安正	指	公司旗下中高端男女装品牌
Annakro 安娜蔻	指	公司旗下电商女装品牌
ALLO&LUGH 阿路和如	指	零到七旗下中高端韩国童装品牌
FROG PRINCE 青蛙王子	指	上海蛙品旗下童装品牌

走进安正时尚

公司概况

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

公司聚焦中高端品牌时装，聚力打造多品牌矩阵，形成风格鲜明互补、消费群体定位差异有序的时装品牌集合。公司目前拥有“JUZUI 玖姿”、“IMM 尹默”、“MOISSAC 摩萨克”、“ANZHENG 安正”、“Annakro 安娜寇”五大自有时装品牌。公司控股了电商服务公司礼尚信息，目前持股比例增至 93.05%。此外，公司在大中华区合资经营韩国童装品牌“ALLO&LUGH 阿路和如”。

海宁园区



品牌介绍

1. JUZUI 玖姿

创立于 2001 年，“自在随心，中国姿造”是 JUZUI 玖姿的品牌主张，亦是源自东方的美丽哲学。当代中国式优雅，是流动的气韵，是一份可以恰到好处地展现内在力量和外在美丽的智慧哲学，兼具东方底蕴和世界视野。“专注修饰女性身型，让每一种曲线都值得欣赏”的中国女装知名品牌。JUZUI 玖姿凝练中国女性着装风格和审美智慧，以恰到好处的裁衣技法和设计巧思，绽放中国女性健康饱满的自然曲线之美。

目标客群：35-45 岁职业女性。

JUZUI 玖姿品牌风格



城市通勤



轻社交



休闲假日

2. IMM 尹默

2008 年创立，将源起于基因中的平衡之美，用解构语言传递拼接至简的设计美感，动亦静，静亦动，演化出一种刚柔并济的艺术张力。

IMM 尹默凝结女性力量，以风格时装及精神文化为当代精英女性表达。

演绎独立知性的时代新姿，是当代女性精神的探求者和发声者。

目标客群：35-45 岁当代精英女性。

IMM 尹默品牌风格



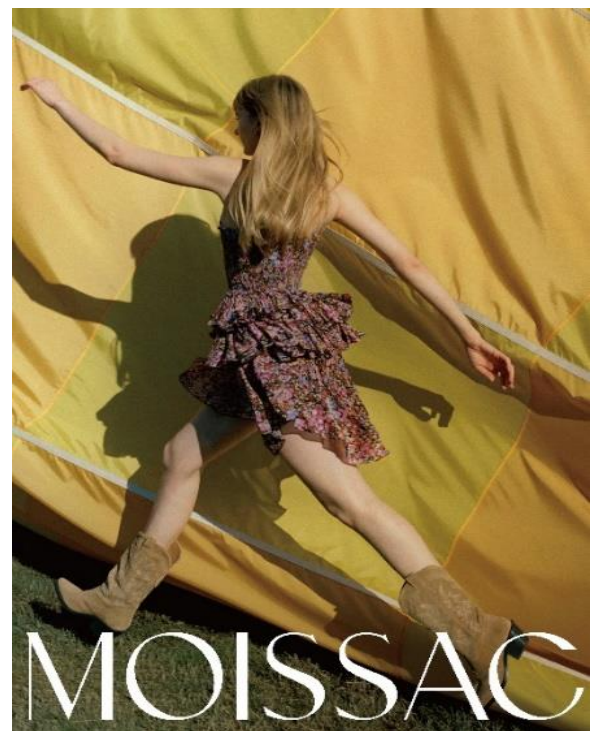
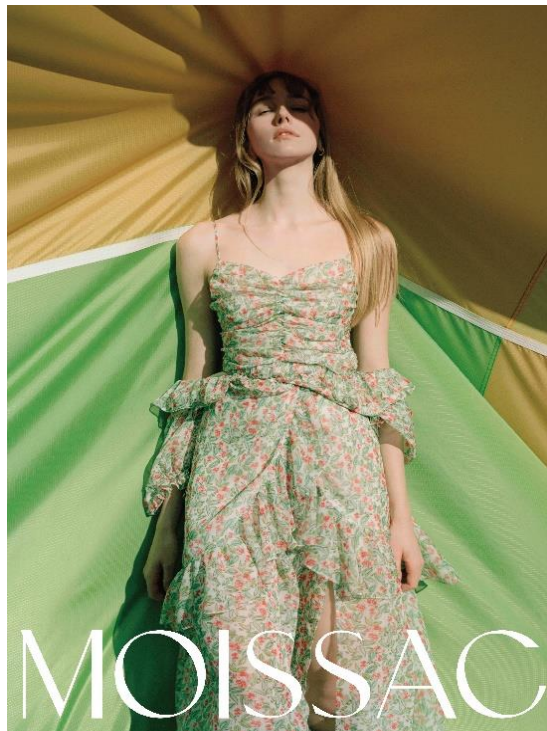
3. MOISSAC 摩萨克

MOISSAC 诞生于 1978 年的法国巴黎，2014 年加入公司。半个多世纪以来，把对生活的热爱融入设计，丰富的细节缔造生活中的浪漫。精湛的制衣工艺其中不乏繁复的巧思融入，如同造梦者们将无边的自由与浪漫如同线一般缝制进翩飞裙摆。自由浪漫代表了一切的可能性。以传统剪裁、精致面料与当下流行相结合，打造实用性的成衣系列。

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

目标客群：25-35 岁都市女性。

MOISSAC 摩萨克品牌风格



4. ANZHENG 安正

ANZHENG 安正创立于 2012 年，是提取中国之蕴，展现当代风尚的中国民族品牌。

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

ANZHENG 安正臻选高级材质与制作工艺，为当代都市男女打造通勤休闲与时尚轻运动相结合的多元、品质城市生活着装，展现当代中国的时尚风貌与文化自信。

目标客群：30-50 岁的男性客群。

ANZHENG 安正品牌风格



5. Annakro 安娜蔻

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

目标客群：25-55 岁城市中产女性群体，核心客群 25-40 岁。

Annakro 安娜蔻品牌风格



6. ALLO&LUGH 阿路和如

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

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

ALLO&LUGH 阿路和如品牌风格



7. 礼尚信息

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



我们的服务



企业文化

使命：引领时尚，创美圆梦

愿景：成为世界级领先的时尚产业集团

价值观：

安于正道

内容：诚信立业、尊重规律、敬畏规则

客户导向

内容：快速响应客户、贴心服务客户、为客户创造价值

持续奋斗

内容：识别奋斗者、激发奋斗者、构建奋斗者团队

自我反思

内容：自我反省、定期复盘、持续改进

对标创新

内容：品牌对标、管理对标、自主创新

发展历史

1986年，从三台缝纫机起家，在山西太原成立了集自主设计、剪裁、缝制和销售于一体的鑫达服装厂。

1988年，创立大连晶雅时装有限公司。

1998年，转战海宁，九冬皮革工业园落成，奠定了公司进入集团化运作的里程碑。

2001年，主品牌JZ玖姿诞生，公司实现了皮装生产与销售向中高端女装品牌经营的转身，开启品牌化运营之路。

2008年，高级时装品牌IMM尹默诞生，公司开启多品牌战略。

2010年，浙江玖姿服饰实业有限公司正式更名为安正时尚集团股份有限公司，布局多品牌经营。公司运营总部落户上海，坐拥近万平方现代时尚的办公环境。

2012年，ANZHENG安正男装品牌诞生，公司多品牌发展体系进一步完善。

2014年，源自于法国巴黎的MOISSAC摩萨克品牌加入安正时尚，进一步丰富品牌覆盖客群的多样性。

2015年，公司海宁文化创意产业园正式竣工，占地面积约12.86万平方米，现已发展成为集平台管理、研发设计、仓储物流、生产制造等功能为一体的综合性产业园区。

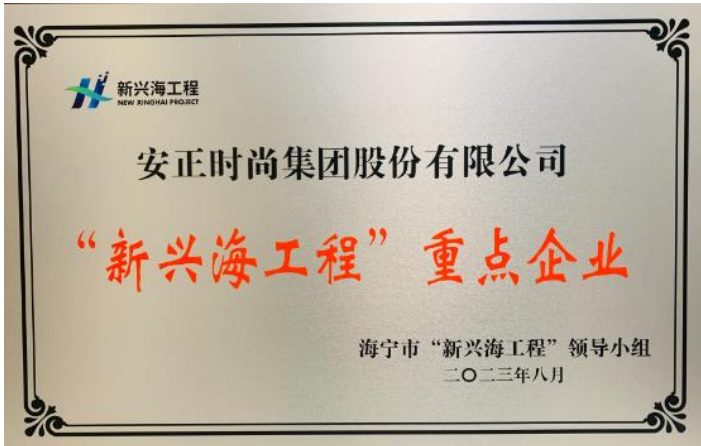
2017年，公司股票在上海证券交易所上市交易，开启走向资本市场发展之路。

2018年JUZUI玖姿荣登米兰时装周，成功举办了主题为“中国姿造”的秋冬新品发布会，刘涛身着JUZUI玖姿出席了“中国姿造”米兰时装周大秀。

2018年至2023年，公司分阶段收购礼尚信息（尚展电商）股权，截至目前，持股比例增至93.05%，在大中华区合资经营韩国童装品“ALLO&LUGH”，参股中国十大童装品牌之一的“FROGPRINCE青蛙王子”。

2024年JUZUI玖姿作为唯一中国品牌登陆2024秋冬纽约时装周，成功举办“繁花”主题大秀，时隔6年，公司又一次大步迈向国际顶级时尚秀场。

- 2023 年，企业所获荣誉
- 2023.3 嘉兴市十佳工业设计企业
 - 2023.3 嘉兴市时尚之星
 - 2023.3 嘉兴创新投入五十强
 - 2023.5 入围“2023 中国纺织服装品牌竞争力优势企业”
 - 2023.8 荣获“新兴海工程”重点企业



一、公司治理

公司自上市以来，秉持“诚信经营、合规运作”的理念，不断更新和完善治理体系，认真履行信息披露义务，积极与利益相关方进行交流，助力公司实现高质量、可持续发展以及公司和全体股东利益最大化。

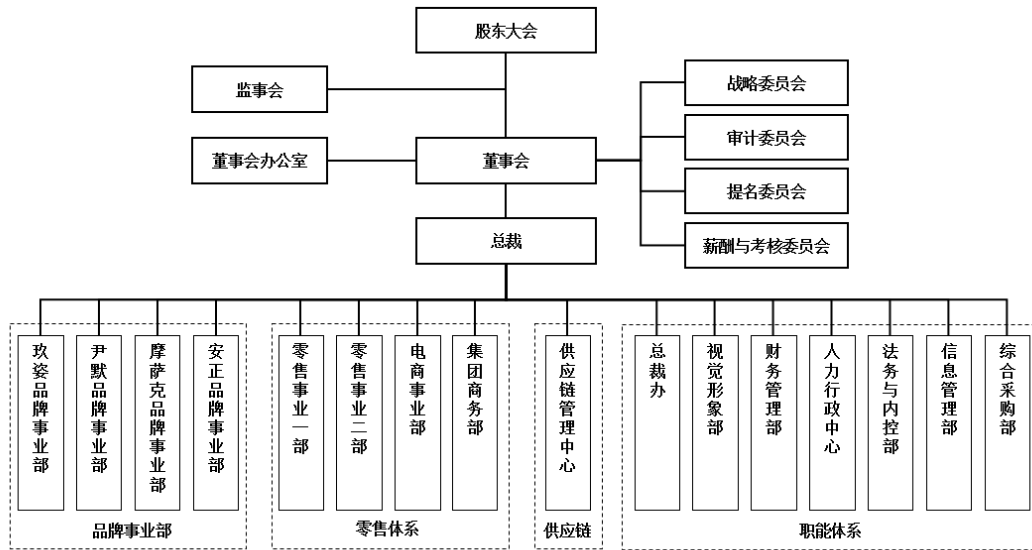
1. 公司治理结构

公司已按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》等相关法律、法规以及规范性文件要求，不断完善治理结构，制定了一系列公司内部管理制度，并根据外部市场环境、公司内部经营情况进行持续完善，在重大投资、关联交易、财务控制、重大信息内部报告等事项及相关的信息保密、信息披露等各个方面建立了较为完善的、健全的、有效的内部控制制度体系。

股东大会是公司的最高权力机构，依法对公司重大事项进行决策。董事会对股东大会负责，全面部署公司战略方向。公司董事会由6人组成，其中独立董事3人。董事会下设审计委员会、战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会四个专门委员会，除战略委员会外，各专业委员会召集人全部由独立董事担任。公司监事会由3人组成，其中职工监事1人。监事会对股东大会负责，对公司财务以及公司董事、高级管理人员履职的合法合规性进行监督，维护公司及股东的合法权益。公司经营班子负责组织实施董事会决议事项，主持公司日常经营管理工作，负责组织领导公司内部控制的日常工作。

公司注重控股子公司的治理工作，在尊重创始团队的经营理念和管理方式的同时，公司通过派驻董事、财务总监和指定信息披露联络人的方式，积极展开子公司董事会层面与公司之间的双向沟通，确保控股子公司资金端业务和重大信息合规化流转，并要求子公司经营团队定期向公司进行经营汇报，以防范子公司出现重大经营风险。

2023年，公司共召开了6次股东大会，10次董事会，7次监事会，公司根据相关议题需要，组织召开了多次董事会专门委员会会议。截至报告期期末，公司共有董事会成员6人（含独立董事3人），其中女性董事成员1人，男性董事成员5人；共有监事成员3人（含职工监事1人），其中女性监事成员1人。



2. 合规、诚信、廉洁经营

坚持守法合规，诚信经营，是企业立身之本。公司秉持“安于正道”价值观，从各前端业务部门到中后台职能部门，对各项业务都制定了规范的制度文件和有效的控制流程。为加强员工“合规、诚信、廉洁”理念，公司将廉洁合规培训和必要的职业技能岗前培训一同纳入新员工入职必修课，并要求所有员工每年需接受 6 小时的合规培训。同时，公司配套《举报管理制度》，建立了多渠道的举报联系方式，严格执行举报人保密制度，并定期对内部员工和外部合作伙伴就该制度进行培训。由公司审计部负责相关监督制度的执行与落地，通过对各重要业务事前、事中、事后的监督，排除重大风险隐患，确保经营合规、诚信，提升员工思想觉悟和自律意识。

2023 年，公司为规范终端零售业务行为，制定《终端账务管理要求》（2023 版），审计部门、财务部门严格执行相关要求，查处终端零售多起违规行为，并在公司内部进行通报警示。

2023 年，公司发布《关于费用违规报销自查的通知》，部分同事通过自查主动退回各类不符合制度、不合理的报销费用。公司审计部门也通过抽查的形式，发现部分违规报销案例，进行了通报警示。

3. 上线知识管理系统

知识管理系统是实现企业知识统一存储、共享、传承的信息系统，员工可以

根据岗位和工作需要，更便捷地学习和应用知识。部门可以根据业务场景，构建知识专题，提升协同效率，推动业务创新。企业通过该系统可以整合内外部知识，进行分类存储和有效传承。

知识管理系统有以下几块组成：知识搜索、知识目录、知识地图、知识专题、文档订阅。



4. 研发与知识产权保护

公司目前拥有专职研发人员 192 人，研发人员约占公司职工 10.26%，其中拥有硕士研究生学历研发人员 11 人，拥有本科学历研发人员 46 人。专业、稳定的研发团队，推动公司产品设计不断取得创新发展。

公司按照《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国著作权法》等知识产权相关法律的要求，着力开展知识产权保护工作，推动创新成果转化。公司在版权保护、商标保护、打假维权方面均落实开展了相关的工作。

公司各品牌拥有独立的研发设计部门，2023 年公司设立研发项目 10 项，其中省级新产品试制 9 项；授权知识产权 19 项，其中发明专利 2 项，实用新型专利 6 项，外观设计专利 11 项。公司坚持以科技创新为动力，开拓产业智能制造，加强先进技术及工艺研发，以国际潮流为理念，积极开展校企合作，实现各自优势与资源共享，设计出满足消费者对美好生活追求的时尚产品。公司引进国外高端设计人才，与国外著名设计师进行合作，吸收国外的先进设计理念与思想，提升品牌设计风格，快速提高研发团队的专业能力和设计能力。

在版权保护方面，公司安排专人负责版权登记事项，有效预防风险，针对出现的版权侵权案件，公司法务部门积极提起诉讼，打击市场侵权行为。

在商标保护方面，公司根据业务需求及行业需求进行新商标申请，针对公司已注册商标，积极维护商标有效性，规范公司经营、产品、促销、宣传推广等过程中的商标使用行为；同时，公司聘用外部代理律所每月定期进行商标初审公告监测、近似商标监测，以维护公司商标权益。

二、投资者关系

1. 信息披露

公司遵守《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》等有关法律法规以及《公司章程》的有关规定，严格履行上市公司信息披露义务。董事会办公室始终坚持真实、准确、完整的原则，及时在指定媒体披露公司临时公告和定期报告。本年度，公司共发布临时公告 77 份，编制与披露定期报告 4 份。根据监管要求，公司修订了《安正时尚集团股份有限公司薪酬与考核委员会工作制度》《安正时尚集团股份有限公司审计委员会工作制度》《安正时尚集团股份有限公司战略委员会工作制度》《安正时尚集团股份有限公司提名委员会工作制度》《安正时尚集团股份有限公司独立董事工作制度》。

公司定期邀请外部咨询团队通过现场或网络平台，为董事会办公室人员、各事业部和职能部门负责人、各子公司负责人以及信息披露义务人开展相关专项培训，提高公司信息披露管理水平和信息披露质量，更好地保证信息披露的准确、及时、合规，保护投资者的合法权益。报告期内，公司分别邀请会计师事务所和律师事务所的业务负责人有针对性地根据公司实际经营情况，结合新的制度或法规修订变化，开发系列讲解课程，向公司中高层管理人员、部分核心业务岗人员进行授课培训，增强履职意识及合规意识。

2. 股东回报

公司致力于保护中小股东权益、与股东共享经营成果。公司实行持续、稳定的利润分配政策，在综合考虑公司整体经营情况、财务状况和发展战略的同时，重视对股东的合理投资回报。自公司上市以来，除转增股份外，公司累计派发现

金红利以及多次股份回购的资金总额达 48,409.42 万元（含 2023 年度现金分红及回购金额），切实履行了社会责任。公司最近三年分红情况如下表所示：

单位：万元

分红年度	现金分红金额	股份回购金额	合计	归属于上市公司普通股股东的净利润	占比
2021	19,281.66	3,591.48	22,873.14	6,972.99	328.02%
2022	19,556.71	1,503.03	21,059.74	-35,490.65	/
2023	4,476.54	0	4,476.54	4,676.91	95.72%
合计	43,314.91	5,094.51	48,409.42	-23,840.75	/

3. 投资者关系管理

公司高度重视投资者关系管理工作，通过多元化的沟通渠道搭建以及交流信息回馈机制，致力于与投资者构建长期稳定的良性互动关系。根据《上市公司与投资者关系工作指引》及其他有关法律、法规的规定，公司制定了《投资者关系管理制度》，通过发布定期报告和临时公告、接听投资者电话咨询、接待投资者来访等方式，加强与投资者沟通与交流，让投资者及时、全面了解公司的经营状况、财务状况及重大事项的进展情况，并将投资者的意见和建议反馈给公司管理层，提高公司投资者关系管理水平。

报告期内，公司通过专用投资者咨询电话接受咨询，全年接听投资者咨询数百次，认真听取投资者的意见、建议，耐心解答投资者问题；设置对外投资者沟通专用邮箱，接受投资者邮件咨询和股东大会登记报名等工作，并指派专人负责维护上交所“上证 e 互动”平台，及时回复投资者的提问；组织召开公司 2022 年年度业绩说明会；主动与投资者进行多渠道互动，构建起互信和谐的投资者关系。



安正时尚 2022 年度业绩说明会



三、责任担当

作为一家上市公司，公司深知应承担的社会与环境责任，已建立完善的质量管理体系、环境管理体系和职业健康安全管理体系。公司始终秉承“绿色经营、安全环保、低碳节能”的管理理念，把绿色制造的理念贯穿于采购、生产、销售、研发等各个环节，不断助推工艺技术及设备升级，促进绿色制造工作水平提升。产品端，公司始终致力于向消费者提供质量上乘的产品和服务，努力提升消费者体验。用人方面，公司始终坚持“以人为本”，重视员工职业安全与身体健康，薪酬水平与职业能力的发展以及员工关怀等方面。同时，公司一直积极履行社会责任，积极参与各类社会公益活动，与客户合作共赢，努力回报社会。

1. 节能与环保

(1) 能源投入与清洁能源

公司主要能源种类包含电力、水、蒸汽等，能源来源主要为外购电和光伏电（公司建有分布式光伏电站）、外购蒸汽三部分组成。为强化企业能源管理、降低能源消耗、提高能源利用效率，公司设立能源管理工作小组，通过制定管理制度以及鼓励员工自己创新工艺流程或设备的方式，全面统筹与落实经营各环节的节能降耗、绿色可持续工作。

(2) 坚持环保

1) 排放管理

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

2) 绿色理念

随着当代人生活水平的不断提升，独立自由意识的涌现，人们也越来越关注到拥有的物品是否绿色环保，自身行为是否参与到环保行动当中去。公司作为一

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

在原料选择上尽量使用绿色环保面料，采购的环保面料主要为醋酸和黏胶这两类可再生纤维素类材质面料，这类面料以天然植物为原料，在植物中提取加工形成纤维，无有害化学物，对皮肤无刺激。同时，公司在生产环节对产品环保性指标进行严格的把控，不仅在原料进厂阶段严格限制有害物质超标的原料入库，同时积极开展相关技改，改善有害物质使用情况。

此外，公司一直推行绿色采购、绿色物料、绿色生产。公司已设立绿色采购标准，对供应商绿色环保资质有明确规定，并将物料环保这一要素纳入确立供应商等级的标准，如合作供应商均应有质量管理体系认证和环境管理体系认证，提供羊毛类原料的而供应商应有 RWS 负责任羊毛认证以确保公司所用羊毛产品来自复核人道对待的羊，主力供应商应具有 RRS 认证和 OEKO-TEX 100 认证以确保所供产品的可追溯和环保无害；在物料选材方面，采用生态环保的理念，倡导使用无毒无害或低毒低害的环境友好型原辅材料。在产品包装循环利用方面，公司制定并实行了《退货组防尘袋维护条例》，规定防尘袋二次利用以减少防尘袋资源的浪费，共节约数万个防尘袋。

2. 品质至上

产品质量是获得客户信任、建立良好竞争力的基石，关乎到企业的可持续健康发展。公司严格遵守《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规以及相关产品的国家标准在生产全过程贯彻严格的质量控制措施，致力于为客户提供高品质产品和优良服务体验。

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

在采购管理上，公司制定了《采购控制程序》和《供应商管理制度》，并定期根据实际情况进行更新，其中明确了采购相关任务职责，对采购流程以及采购质量等相关要求作出了明确而清晰的规定，并对原辅料和成衣供应商的资质和供货能力明确了评价条款，同时也明确了产品质量和安全要求。公司会根据采购的验收记录以及其他相关信息定期对供应商进行评价筛选，公司依据供应商的货品

品质、交期及配合态度等要素，更新了成人品牌成衣供应商和面料供应商评级，加强了供应商管理。此外，为确保生产用原辅料的质量以及外采成衣符合公司的采购和设计要求，公司制定了原材料和外采成衣的检验规程和技术规范，对所有进厂的用于生产的原辅材料、外协加工品和成衣进行检验和试验。其中原材料到厂后，由品质部人员检查原料的品种、规格、数量（重量）、包装情况，由专人现场取样化验，检验合格的原材料填写原料检验报告单签字并交由品质部人员办理入库，不合格原料按规定不得入库。不论是自产成衣还是外采成衣，品质部按照相同的检验标准和程序，整体对比，细节重点检验。报告期内，公司外采成衣质检合格率、自产成衣质检合格率、面料质检合格率以及辅料质检合格率达到较高水平。

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

3. 以人为本

人才是企业发展的核心竞争力，有效的人才梯队建设是企业发展的根本力量。2022 年，公司人力资源工作将员工合法权益，员工职业健康与安全，员工成长培养与发展放在重要位置，致力于为员工打造平等和谐的雇佣氛围及安全健康的工作环境，提升员工归属感，同时实现企业价值和员工价值的提升。

（1）公平招聘、合规雇佣

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

报告期内，公司坚持通过校园招聘、社会招聘、内部推荐等多元化渠道引进人才，不断规范招聘管理流程，实现高效精准的人才招聘，强化人才梯队建设基础。



图为 JUZUI 玖姿品牌事业部培训活动

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

公司在员工聘用、考核、晋升等方面建立公平、完善的考核指标，重视打造平等互信的职场氛围。公司还建立规范的员工解聘沟通机制，确保离任相关原因及流程符合法律法规，公司尊重员工自由选择工作的权利，并严格遵守《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规及内部制度，规范解除、终止劳动合同的工作程序，确保员工的合法权益。

截至 2023 年末，公司员工总人数为 1,872 人，公司将终端员工调整为劳务外包合作模式，由专业的第三方人力服务公司为其提供属地化服务，劳务外包员工为 1,006 人。

公司严格按照《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等国家相关法律法规规定，切实保障员工权益。公司通过《员工手册》、OA 系统制度建设栏目、企业微信内部通知等方式向员工传达福利待遇、培训发展、绩效评定、奖惩机制、行为规范等方面的规定。

薪酬福利：公司薪酬政策的宗旨是规范公司人力资源管理，建立科学、符合企业发展需要的薪酬体系，使薪酬管理体系符合公司发展战略的需要，薪酬政策旨在客观评价员工能力、业绩的基础上，以企业支付能力为前提，强调个人薪酬

和职位价值、绩效相匹配。薪酬政策依据国家法律法规，结合公司自身实际情况订立，公司采用管理岗位实行年薪制、绩效考核制、利润分享制和员工持股计划激励，营销岗位实行年薪制、业绩提成制、利润分享制和部分员工持股计划激励，一线岗位实行基本薪酬加产量、销量计件制相结合的工薪制。从而将企业利益与员工利益相结合，充分调动员工的积极性。

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

（2）人才梯队建设

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

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

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

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



图为卓越经理人启航班开班，董事长郑安政先生讲话



图为卓越经理人启航班活动

公司注重高销人才的发掘、融入与培养，报告期内，公司启动第二期高销人才育成项目，通过组织变革、精进管理和完善激励机制等方式，助推公司业绩增长，实现公司与员工价值共同成长的目标。

2023年，公司聚集店效和人效提升，一方面外引高销人才，另一方面更侧重内部培养，通过训战结合的培养模式，培养近200名懂顾客、会搭配、能成交的高级销售人员。



图为直营零售部门内训师培养授课现场

4. 党建工作

2023年,安正时尚集团党委在海宁市委、市政府、区街党委的正确领导下,抓党建促发展,为安正生产经营提供思想和组织保障,先后获得中国纺织服装品牌竞争力优势企业、中国工信部重点培育纺织服装百家品牌、“新兴海工程”重点企业、海宁市民族团结进步创建示范单位、海昌街道“先进基层党组织”等荣誉。目前有4个党支部,党员64人,预备党员2名。工会、妇联、团支部、关工委群团组织健全。

(1) 加强理论学习, 坚定政治理想信念

明确党委的主体责任、党委书记的第一责任、各党支部的直接责任。党委书记对重要工作、重大问题、重点环节、重要事项亲自落实。安正党委始终把加强理论学习作为一项政治责任和一种精神追求,把理论学习作为提高政治素养和政治水平的重要途径。

提升政治属性,严格落实第一议题制度和三会一课制度。组织政治思想学习、主题教育学习、专题学习等共15次。注重党史教育,守好红色根脉,坚持每年在清明节前组织党员到烈士陵园缅怀先烈,在建党102周年之际,组织党员赴长兴红色教育基地开展红色信念活动,通过活动进一步坚定信仰,纯洁思想。

(2) 制定措施, 大力营造主题党日、主题教育活动氛围

为切实将主题党日活动开展的有声有色,更好的推进各项工作。年初,各党支部结合实际积极制定主题党日活动方案,努力确保月月有活动,活动有成效。为加强主题党日工作领导,成立了以党支部书记任组长,支委班子为成员的活动领导小组。形成了党员干部全员参与,积极分子踊跃参加的良好形势。各党支部全年开展主题党日活动12次,并多次被发布在街道公众号上。9月紧紧围绕“学思想、强党性、重实践、建新功”的主题教育总要求,制定主题教育计划,开展通读党的二十大报告、测评党章知识、自学《习近平新时代中国特色社会主义思想专题摘编》等系列教育活动。邀请党校教师来企授课,做好学用转化,做到“学、思、行”结合。

(3) 加强队伍建设、发挥好“两个”作用

一是强基础,8月完成安正党委换届,夯实各支部的基层基础。安正党委下

辖四个支部和纪委，配强配足党务人员；二是把好党员发展关，按照“控制总量、优化结构、提高质量、发挥作用”的总要求，严格党员发展程序。写入党申请书 11 份，共有入党积极分子 13 人，其中今年培养入党积极分子 6 名，吸收预备党员 2 名。三是把好党员考评关，严格执行党员民主评议制度，对照评议程序和内容进行评议，通过党员自我总结、自我评价，党支部民主评议、党组织考察分析，形成评议结果。对优秀党员及先进事迹进行表彰宣传。四是打造与企业文化价值观相融合的党员先锋，支部建在车间、建在生产一线，宣传工匠精神，挖掘身边榜样，在供应链支部推出“赵师傅工作室”，不定期为员工开展安全、节能等方面培训。引导安正员工向上向善向美，共创安正和谐团结的工作生活环境。健全“微网格红管家”机制，及时解决员工难题，督导企业安全生产。五是着力人才培养和组织架构重塑。3 月、4 月、6 月、7 月，组织部王部长、费部长带队来安正调研安正内部组织架构调整事宜；制订《安正集团干部管理制度》，产生新的安正组织架构，并作相应的人事调整，着力解决企业中存在的梗阻问题。六是宣贯要以勤奋、廉洁为底线，重视清廉民企教育，督促全体党员在履责担当中做到“干净加干事，干事且干净”。

（4）勇当新时代先锋，发挥作用当示范

深入学习宣传贯彻党的二十大精神、弘扬“奉献、友爱、互助、进步”的志愿精神，上半年组织各支部开展以“践行二十大 续写雷锋新篇章”为主题的学雷锋系列志愿活动 6 场，下半年以“你孝我笑，爱老服务”志愿活动 3 场，全年各类支援活动、慰问活动 8 次。

充分发挥党员先锋模范作用，把主题教育焕发出来的热情转化为推动工作实效。

一是促融合，破解党建业务两张皮现象，聚焦安正重点工作、关键节点，将党建和业务工作一体谋划一并推进，加大党委书记领办项目推进力度，深入推进智能化改造项目和安正产品档案馆建设项目，两个项目已全部完成，投入使用。

二是党建联建、促发展。深入开展“与浙理工大校企地党建联建”，达到校企地“党建共建、人才共育、资源共享、发展共赢”的目标要求，建立联建机制，打造校企地合作的特色品牌。与学院签订五年捐赠 60 万元的“安正教育基金”协议，帮助学院困难学生的人才培养、学生科技创新专项奖励等方面的教育事业。

目前合作项目：桑蚕丝茧项目研究、高新技术新产品研究取得一定成果。引进国家一级美术大师刘延山，签约成立安正时尚研创中心，推动时尚产业与传统文化共融发展。

三是村企红色结对助力打造最优营商环境。安正与胜利社区建立“社、企党组织共学共进机制”，拓展学习内容，浓厚学习氛围。开展“双翼共富，红盟联动”，今年关爱帮扶慰问 14 户。

四是党建引领，勇担社会责任，我们始终把党的建设与企业发展有效融合、引领企业健康成长。同时，积极践行社会责任、热心社会公益，为构建和谐社会做出重要贡献。12 月驰援甘肃积石山地震灾区 300 件价值 80 万元的羽绒服，为灾区群众早日渡过难关尽绵薄之力。2023 年累计向社会各界支助爱心款、物共计 140 余万元。

5. 社会责任

加盟商合作：经公司多年品牌运营经验与资源的积累，加盟合作模式一直是公司重要经营模式之一，公司注重加盟商客户的发展与稳定，面对复杂多变、竞争激烈的市场环境，公司一直以“合作共赢”的理念积极探寻与加盟商合作模式的完善，以公司资源赋能加盟商客户，培养与维护加盟商客户及其团队的发展，同时向加盟商运营管理输出品牌文化和公司价值观，促使加盟商与公司协同发展，共同成长。

2023 年度，公司与加盟商组织举办了多场区域性联合营销“云走秀”活动，通过一地主场活动举办，客场以直播方式将品牌活动覆盖大区域内各客户和门店同步执行，提升门店业绩。此类活动涵盖了直播销售、各区客户社群营销等销售形态，结合网络技术、顾客大数据等，实现线上线下的融合销售，提升了消费便捷性，打通了购物的距离限制，也以最快速的方式满足了消费者对最新服装产品的需求体验。



图为“云走秀”主场：廊坊明珠大厦玖姿专柜

慈善公益活动：公司自成立以来，在安正时尚党委、董事会的带领下，积极投身于扶贫助困、助学济贫的社会公益事业，不断为困难学生、困难妇女、困难家庭等弱势群体汇聚力量与爱心，作出贡献。安正时尚“慈善扶贫、助困、助学”公益项目自 2011 年 9 月发起设立“浙江安正慈善基金会”开始至今已 12 年，为社会扶贫助困，遍布浙江、四川、青海、云南、甘肃、贵州省 6 个县市地区。

2023 年度获评海昌街道“慈善之星”奖，安正时尚一直在探索时尚产业与公益事业的深度融合，为推进和谐社会发展作出贡献。

2023 年 3 月，安正慈善基金会与浙江理工大学教育发展基金会签定“五年安正教育基金”捐赠协议。

2023 年 9 月，安正慈善基金会开展“为爱助学，金秋圆梦”系列公益活动。



2023年11月,安正慈善基金会与海宁市紫微高级中学学生教育事业资助进行签约仪式,安正慈善基金会秘书长郑文东、理事吴春梅出席了本次签约活动。安正慈善基金会与紫微高中教育资助项目为期三年,每年6万元,捐赠款项主要用于支持校学生的人才培养,学习用品、书籍资料的采购,困难学生帮助、优秀学生奖励等。

诚信纳税：公司始终秉承合法经营，依法纳税的经营理念，严格遵守法律法规，如实申报税额，足额缴纳税款。