



**2025** 年度

**环境、社会和公司治理(ESG)报告**

**江苏苏豪时尚集团股份有限公司**

股票代码 600287

电话: 025-52875628

邮箱: ir@sohofashion.com

网址: www.sohofashion.com.cn

地址: 江苏省南京市雨花台区软件大道21号B座

# 目录 Content

关于本报告	03
董事长致辞	05
数说2025	07

## 走进苏豪时尚

公司概况	09
业务布局	10
组织架构	11
发展历程	12
年度荣誉	13

## 可持续发展管理

可持续发展目标	15
可持续发展治理	16
ESG风险管理	17
利益相关方沟通	17
重要性议题管理	19

<b>专题：数智融合 重塑时尚产业链</b>	21
----------------------------	----

## 01 党建引领 夯实治理根基

坚持党建引领	27
规范公司治理	31
合规与风险管控	35
投资者权益保护	39
恪守商业道德	41

## 02 绿色运营 践行低碳发展

应对气候变化	45
环境管理	50
资源管理	55

## 03 质量为先 铸就卓越品牌

创新驱动	59
产品和服务安全与质量	62
负责任供应链	68
数据安全与隐私保护	73

## 04 聚力同行 共赴美好未来

员工权益保障	79
职业发展与培训	88
职业健康与安全	91
履行社会责任	97

未来展望	100
报告附录	101
指标索引	101
意见反馈表	103

# 关于本报告

## 报告简介

本报告是江苏苏豪时尚集团股份有限公司发布的第三份环境、社会和公司治理报告（以下简称“ESG报告”）。本报告依据客观、规范、透明和全面的原则，详细披露了苏豪时尚2025年度在环境保护、社会责任及公司治理领域的实践和绩效。

## 报告范围

组织范围：本报告以“江苏苏豪时尚集团股份有限公司”为主体，包括下属分、子公司，除特别说明外，本报告范围与公司年报范围保持一致。

时间范围：2025年1月1日至2025年12月31日（简称“报告期”）。为增强本报告的对比性和前瞻性，部分内容适当追溯以往年份或具有前瞻性描述。本报告的发布周期为一年一次，与财务年度保持一致。

## 编制依据

- 上海证券交易所《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）》
- 上海证券交易所《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（2026年1月修订）》
- 国务院国有资产监督管理委员会《关于新时代中央企业高标准履行社会责任的指导意见》《央企控股上市公司ESG专项报告编制研究》
- 全球报告倡议组织《GRI可持续发展报告标准（GRI Standards）》
- 中国企业改革与发展研究会《中国企业可持续发展报告指南（CASS—ESG 6.0）》

## 数据说明

报告使用数据来源包括公司实际运行的原始数据、政府部门公开数据、年度财务数据、内部相关统计报表、第三方问卷调查、第三方评价访谈等。本报告的财务数据以人民币为单位，若与财务报告不一致之处，以财务报告为准。

## 释义说明

释义项	释义内容
苏豪时尚、公司、我们	江苏苏豪时尚集团股份有限公司
苏豪控股集团	江苏省苏豪控股集团有限公司
苏豪亚欧互联集团	江苏苏豪亚欧互联科技集团有限公司
舜天行健	江苏舜天行健贸易有限公司
舜天力佳	江苏舜天力佳服饰有限公司
舜天泰科	江苏舜天泰科服饰有限公司
舜天信兴	江苏舜天信兴工贸有限公司
舜天汉商	江苏舜天汉商工贸有限责任公司
舜天易尚	江苏舜天易尚技术有限公司
旭顺香港	旭顺（香港）有限公司
舜天化工	江苏舜天化工仓储有限公司
舜天金坛	江苏舜天金坛制衣有限公司
舜天西服	江苏舜天西服有限公司
舜天服饰	江苏舜天服饰有限公司
埃及实业	苏豪埃及实业有限公司

## 确认及批准

本报告于2026年4月21日获公司董事会批准，并与年报同期发布。董事会承诺对报告内容进行监督，并确保其不存在任何虚假记载或误导性陈述，并对内容真实性、准确性和完整性负责。

## 报告获取

本报告以电子版的形式发布，您可以在上海证券交易所网站（<http://www.sse.com.cn>）查阅下载电子版报告。

## 董事长致辞

“

**2025年，全球时尚产业在可持续发展浪潮中迎来深刻变革。**面对治理现代化、气候变化和社会责任的课题，苏豪时尚将ESG理念全面融入战略决策与经营实践，在追求商业成功的同时，始终致力于为治理增效、为环境减负、为社会赋能，以实际行动诠释新时代企业的责任担当，为所有利益相关方创造长期可持续的价值。

”

- ◆ **固本强基，以卓越治理筑牢发展根基。**我们坚持党建引领与公司治理深度融合，持续推进党风廉政建设，为企业发展提供坚强政治保障。我们不断完善现代化治理体系，优化董事会结构，提升决策科学性，强化投资者关系管理，切实保障股东权益。同时构建了贯穿全流程的合规风控体系，不断提升风险识别与应对能力，为企业稳健运营保驾护航。
- ◆ **循绿前行，以环境责任描绘生态底色。**我们积极响应国家“双碳”战略，将应对气候变化纳入企业中长期发展规划。通过严格落实环境合规管理要求，持续提升环境管理水平；多措并举降低能源消耗，严控污染物排放，“以数降碳”推动运营全过程低碳化、绿色化；将环保理念融入产品全链条，强化绿色面料与绿色设计研发，以绿色产品赋能产业升级，在广交会上推出融合“绿色时尚”与“科技功能”的创新产品，向世界展示苏豪时尚的绿色担当。

- ◆ **数智赋能，以产业协同创造可持续价值。**数字化转型成为公司提质增效的核心引擎。2025年，我们持续优化覆盖设计、生产、营销全链路的数智化平台，驱动业务模式创新与运营效率提升；我们坚守质量生命线，持续完善质量管理体系，全面提升客户服务水平；深化供应商全流程管理，构建负责任、可持续的供应链生态，增强产业链整体竞争力。
- ◆ **以人为本，以员工成长汇聚向心之力。**我们始终将员工视为企业最宝贵的财富。坚持把员工权益保障放在重要位置，不断健全用工保障机制，构建和谐稳定劳动关系；持续完善员工培训与发展体系，搭建多元成长平台，助力员工能力提升与价值实现；严守职业健康安全底线，强化安全管理与防护保障，为员工营造安全、健康、安心的工作环境。
- ◆ **兼济天下，以社会担当传递温暖力量。**作为省属国有控股企业，我们始终胸怀“国之大者”，积极响应“一带一路”倡议，投资建设并升级埃及等产能基地，拓展孟加拉国供应链资源，稳步开拓国际市场，提升品牌全球影响力；我们积极开展公益慈善行动，认真履行社会责任，扎实推进乡村振兴，通过消费帮扶带动产业发展，服务区域协调发展，以实际行动回馈社会、服务发展大局。
- ◆ 志之所趋，无远弗届。展望2026年，全球产业变革浪潮澎湃，可持续发展已成为时代必答题。苏豪时尚将以更加坚定的步伐推进ESG战略，在治理现代化上再深化，在绿色低碳上再突破，在数字建设上再加速，在社会责任上再担当，奋力书写高质量发展的时代新篇，为股东创造更大价值，为社会贡献更多力量！

李炎洲

江苏苏豪时尚集团股份有限公司 董事长

## 数说2025

### 经济绩效



营业收入 **247,301.14** 万元

归属于上市公司股东的净利润 **2,509.98** 万元

总资产 **318,958.72** 万元

归属于上市公司股东的净资产 **236,552.43** 万元



### 治理绩效



股东会召开次数 **4** 次

董事会召开次数 **12** 次

党风廉政警示教育次数 **5** 次



### 环境绩效



环保投入 **82** 万元

能源消耗总量 **1,139.59** 吨标准煤

总用水量 **115,102** 吨

温室气体排放总量 **4,245.67** 吨二氧化碳当量

环境领域违法违规事件 **0** 件



注：环境绩效数据范围不包含旭顺香港和埃及实业。

### 社会绩效



纳税总额 **7,944.47** 万元

供应商总数量 **11,889** 家

劳动合同签订率 **100** %

社会保险覆盖率 **100** %

员工培训投入 **29.93** 万元

安全生产总投入 **530.76** 万元

公益慈善投入 **3.3** 万元

乡村振兴投入 **9.35** 万元

# 走进苏豪时尚

## 公司概况

江苏苏豪时尚集团股份有限公司成立于1979年，前身系中国纺织品进出口公司江苏省服装分公司，1993年12月完成股份制改造，2000年9月在上海证券交易所上市（股票代码：600287）。2023年7月，经江苏省委、省政府研究决定，将江苏省苏豪控股集团有限公司与江苏省海外企业集团有限公司、江苏汇鸿国际集团股份有限公司、江苏省惠隆资产管理有限公司及江苏舜天国际集团有限公司进行重组整合。公司随苏豪亚欧互联集团整体并入新的苏豪控股集团。2025年8月，公司正式更名为江苏苏豪时尚集团股份有限公司。

全新起航的苏豪时尚，将依托重组整合的强劲动力，以引领时尚为己任，为海内外客户提供更高品质、更高效、更高价值的专业服务，和全球合作伙伴携手共进，在开放共赢中探索发展新路径，在协同创新中开创美好未来！

## 业务布局

公司作为江苏省属国有控股上市企业以及苏豪控股集团重要成员企业，肩负着推动苏豪控股集团纺织服装基本盘高质量发展的重要使命，持续巩固以服装为核心的贸易主业根基，业务涵盖服装出口贸易和国内贸易；同时稳妥有序开展木制品出口业务、监控化工产品进口业务、海产品进口业务，以及核电钢材、白酒等国内贸易业务。

服装贸易的主要模式为出口和内贸业务。公司通过设计、打样、报价、洽谈等环节与国内外客户签订出口合同订单，并完成订单生产跟踪、质量检验、物流运输、制单结算等流程环节。公司具备纺织服装产业链一体化服务功能，着力打造时尚产业跨国经营格局：以贸易为纽带，深化国内外贸易联动，拓展全球营销网络，强化与海内外客户的战略协同；以制造为支撑，融汇全球资源，秉持绿色发展，增强产业链供应链韧性与竞争力；以创新为驱动，以数字化赋能设计、研发和生产，推动传统行业向价值链高端迈进。

木制品出口业务的模式和服装出口业务相似。

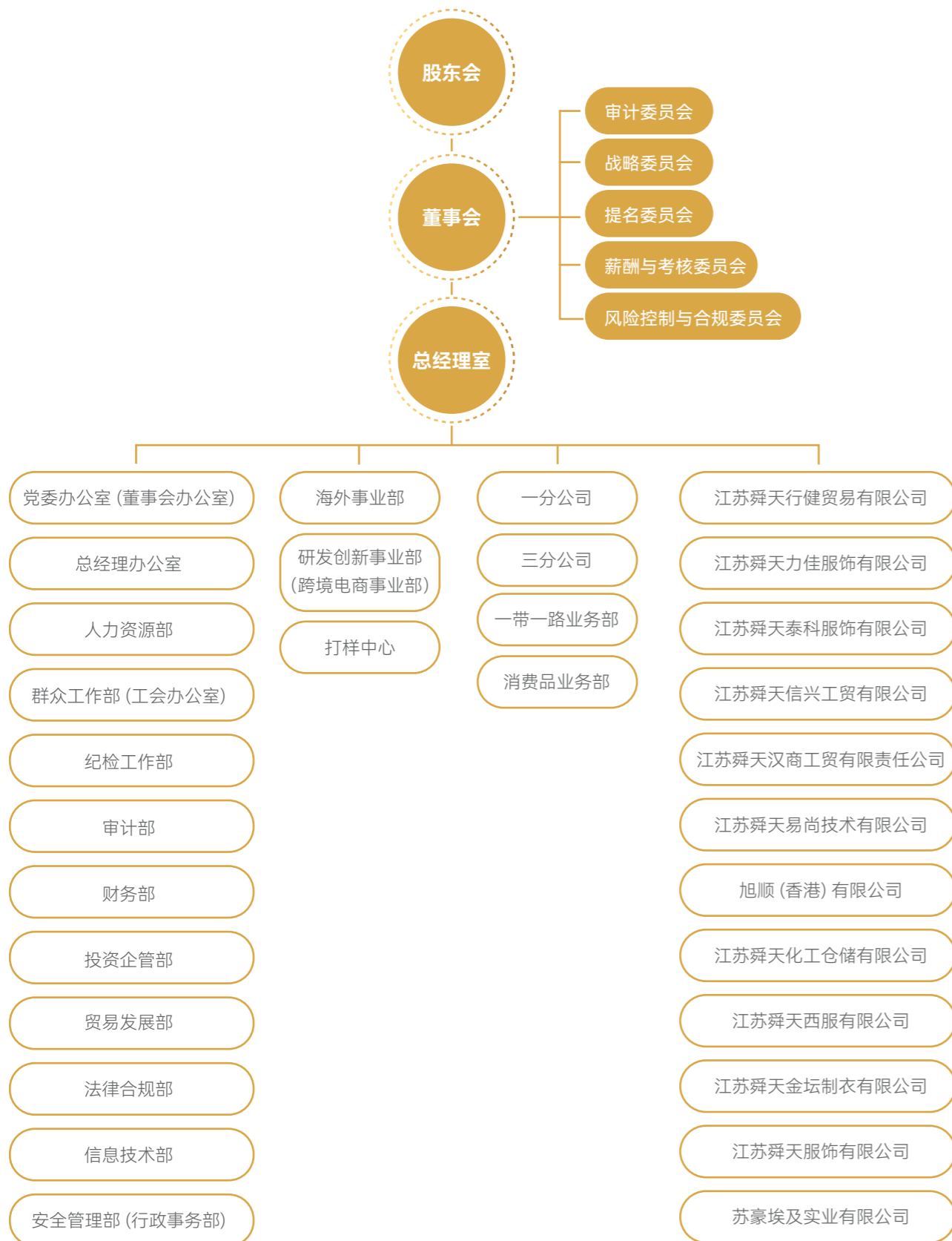
在监控化工产品进口业务方面，公司依托各类资质、渠道，寻求符合客户需求的产品供应商；与客户和供应商分别签订销售合同和采购合同，并做好客户评审、订单跟踪、货权管理、配套服务等相关工作。公司密切关注市场动态，深入分析产业形势，深挖业务增长潜力，在产品品类拓展方面精准发力，打造营收新增长点，为业务的持续稳健发展筑牢根基。

在白酒国内贸易及海产品进口贸易领域，公司持续优化与核心供应商的战略合作关系。

公司核电钢材业务以项目投标与市场开拓为核心，积极参与重点客户公开招标项目，通过高效统筹资源配置、强化全流程项目管理，严格把控经营风险与履约质量，全力保障在手订单按期、高质量、高标准交付，不断夯实在核电钢材领域市场地位与品牌信誉。

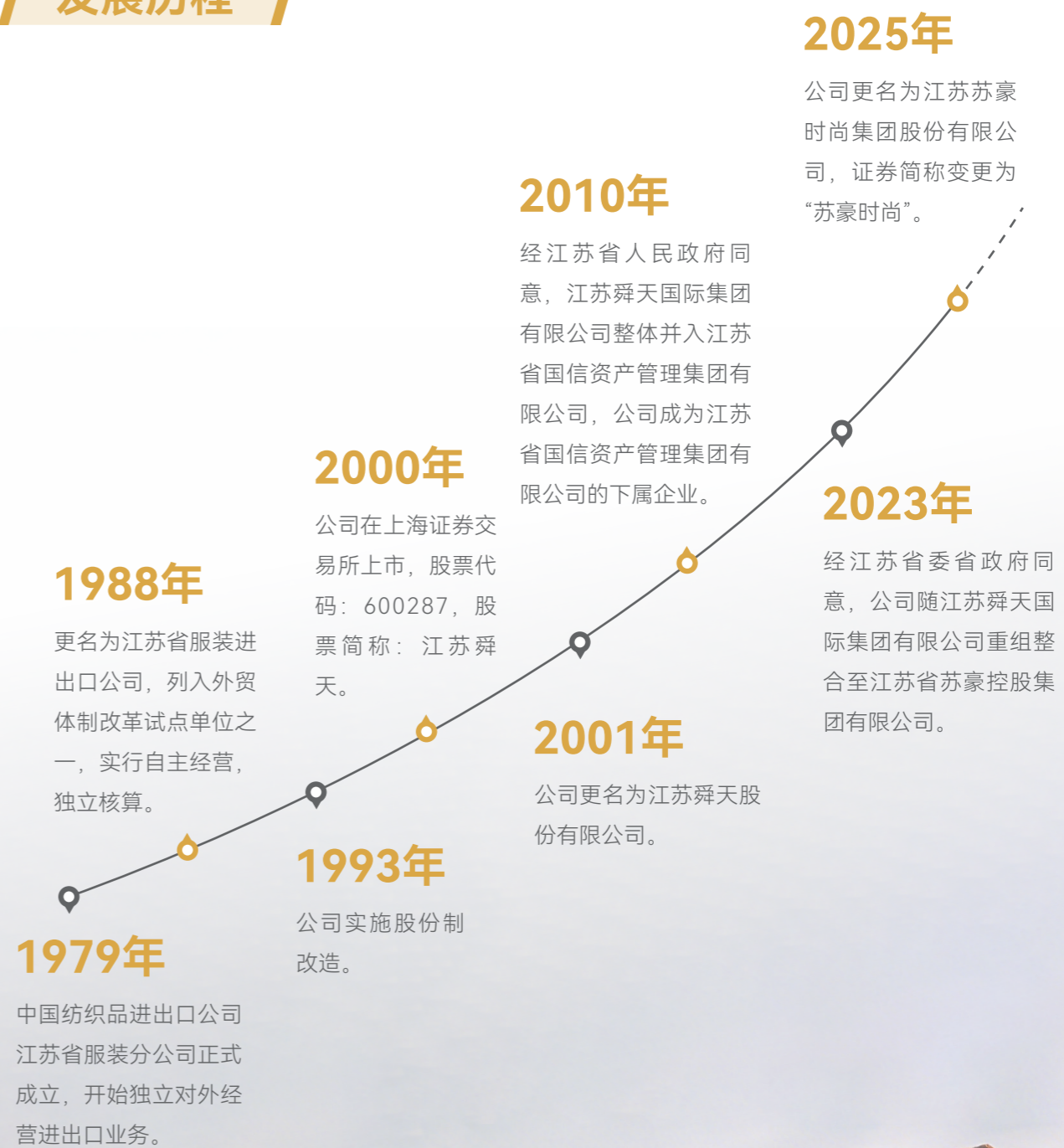


## 组织架构



注：2026年3月26日召开的第十一届董事会第十九次会议审议通过《关于进一步优化公司组织架构的议案》，上图为公司最新组织架构图。

## 发展历程



## 年度荣誉

### 企业荣誉

2024年度优秀服务商

中国服装协会2024行业“营业收入”百企名单

中国服装协会2024行业“利润总额”百企名单

中国服装协会2024行业“营业收入利润率”百企名单

2024年江苏省服装行业50强企业

2025年江苏省省部属企业产业工人队伍建设改革工作人才培养类优秀项目

中华全国总工会职工书屋便利型阅读站点

### 个人荣誉

2025年度江苏职工十大先进操作法

2025年度江苏省省部属企业五一工匠培育对象

法国时尚设计奖金奖

2025年广交会CF奖银奖

2025年广交会CF奖铜奖

加拿大4未来奖

美国MUSE设计奖银奖

东方杯·2025中国女装设计大赛优秀奖

盛泽杯·2025江苏省十佳服装设计师

盛泽杯·2025江苏省优秀服装设计师

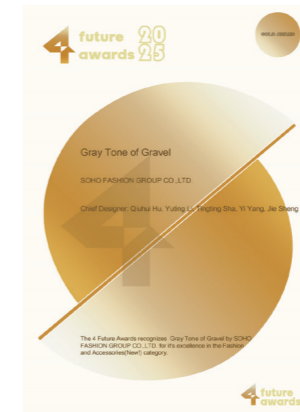
江苏省“五一劳动奖章”

伦敦设计奖银奖

## 2025年部分荣誉证书



法国时尚设计奖金奖



加拿大4未来奖



美国MUSE设计奖银奖



盛泽杯·2025江苏省  
十佳服装设计师



盛泽杯·2025江苏省  
优秀服装设计师



盛泽杯·2025江苏省  
优秀服装设计师



2025年广交会CF奖银奖



2025年广交会CF奖铜奖



2024年度优秀服务商

# 可持续发展管理

苏豪时尚深刻认识到可持续管理对企业发展的重要性，积极践行可持续发展战略，将ESG理念深度融入公司战略规划与日常经营。公司主动响应监管要求，积极回应利益相关方期望与诉求，致力于成为环境友好、社会负责、治理完善的新时代可持续发展企业。

## 可持续发展目标

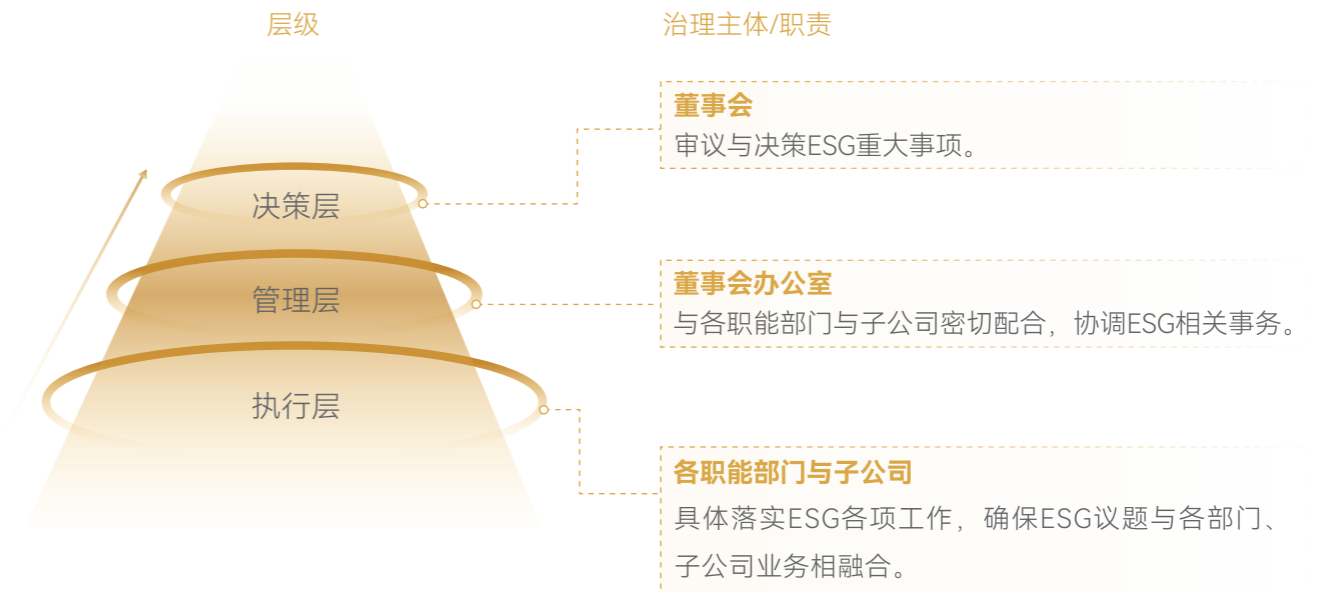
公司将企业发展战略与ESG深度融合，积极响应联合国可持续发展目标 (Sustainable Development Goals, 简称SDGs)，并以此为指导，全面推进公司可持续发展实践。

章节	SDGs对标	2025年公司行动
专题：数智融合 重塑时尚产业链	9 产业、创新和基础设施	我们打造了以“苏豪智尚云平台”为核心的数智化平台，实现了从设计、研发、供应链到营销的全链路协同，成功入选南京市2025年优质场景案例。
党建引领 夯实治理根基	16 和平、正义与强大机构	我们坚持党建引领，开展党风廉政建设和廉洁风险防控，构建了权责清晰的现代化治理架构，并不断完善合规与风险管理体系。通过高质量的信息披露和畅通多元的沟通渠道，切实维护和保障了投资者的合法权益。
绿色运营 践行低碳发展	6 清洁饮水和卫生设施 7 经济适用的清洁能源 13 气候行动	我们积极响应国家“双碳”战略，以“以数降碳”为抓手推动运营全流程向低碳化、绿色化转型，系统降低能源消耗。同时，我们不断完善环境管理体系，加强绿色产品研发与设计，减少污染物与废弃物排放。
质量为先 铸就卓越品牌	9 产业、创新和基础设施 12 负责任消费和生产 17 促进目标实现的伙伴关系	我们坚持创新驱动发展，构建了以数智化为核心的研发体系，持续深化产学研协同创新，同时强化数据安全与客户隐私保护。我们严格把控供应商准入、评审、分级与退出等关键环节，打造负责任供应链，并以此为支撑，不断优化产品和服务质量，为客户创造可靠价值，推动产业链整体竞争力提升。

章节	SDGs对标	2025年公司行动
聚力同行 共赴美好未来	1 无贫穷 3 良好健康与福祉 4 优质教育 5 性别平等 8 体面工作和经济增长 10 减少不平等	我们坚持平等雇佣与男女同工同酬原则，不断优化薪酬福利体系，通过提供多样化培训项目与清晰的职业发展通道，助力员工实现个人价值。我们定期开展安全演练与安全教育培训，每年组织员工健康体检，为员工营造安全、健康的工作环境，全年实现职业病0新增。同时，我们积极响应“一带一路”倡议，稳步开拓国际市场，并积极履行社会责任，通过开展公益捐赠、志愿服务、乡村振兴等行动，切实回馈社会。

## 可持续发展治理

为实现社会、环境与日常经营的全面协调可持续发展，公司制定并实施《社会责任管理制度》，系统规范相关工作的管理与执行。公司着力构建权责清晰、层级分明的社会责任管理体系，通过自上而下细化分解ESG重点任务，明确各层级与部门的职责分工，确保社会责任目标有效落地、持续改进。同时，公司注重提升员工的ESG意识与专业能力，定期开展专题培训，不断强化全员对ESG理念的理解与实践参与度。



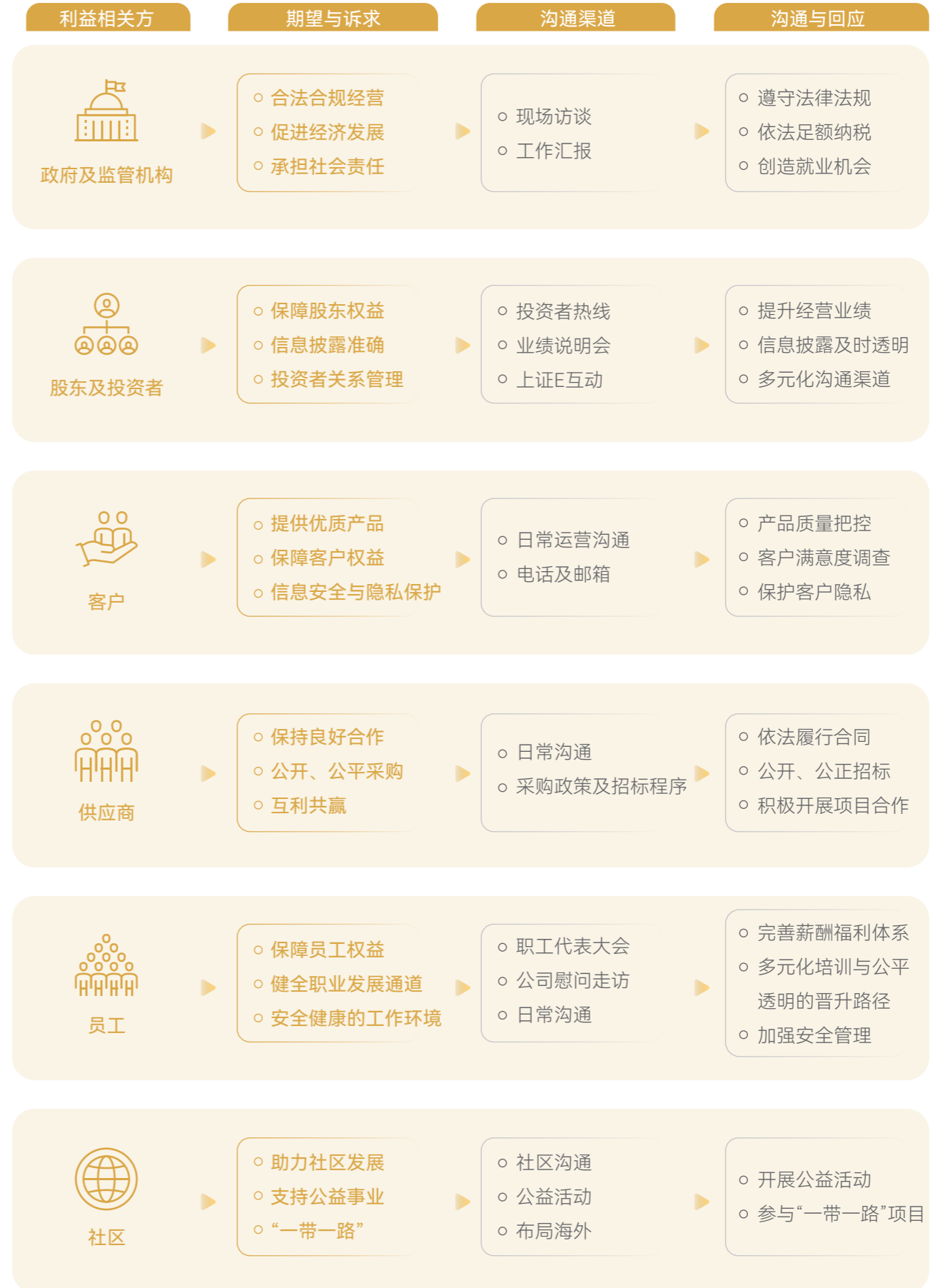
## ESG风险管理

公司持续优化风险管理工作，主动识别并评估在气候变化、产品质量与服务、供应链管理等可持续发展关键领域潜在的风险与机遇，制定针对性应对措施，确保ESG风险得到有效控制，为企业长期稳健运营提供坚实保障。

维度	议题	主要风险与机遇	应对措施
公司治理	合规风控	<ul style="list-style-type: none"> <li>法律合规风险</li> </ul>	强化合规内控和全面风险管理体系 详见“合规与风险管控”章节
环境	应对气候变化	<ul style="list-style-type: none"> <li>转型风险</li> <li>物理风险</li> <li>市场机遇</li> <li>产品和服务机遇</li> </ul>	响应气候战略，研发生产绿色产品 详见“应对气候变化”章节
社会	产品和服务安全与质量	<ul style="list-style-type: none"> <li>政策风险</li> <li>产品质量风险</li> <li>技术机遇</li> </ul>	引入智能化管理系统，严格把控产品质量 详见“产品和服务安全与质量”章节
	负责任供应链	<ul style="list-style-type: none"> <li>市场风险</li> <li>供应链韧性机遇</li> </ul>	强化供应商全流程管理，打造负责任供应链 详见“负责任供应链”章节

## 利益相关方沟通

公司始终与政府及监管机构、股东及投资者、员工、客户、供应商、社区等利益相关方保持密切沟通，通过多元渠道开展交流互动，对其期望与诉求及时作出回应，在推动自身高质量发展的同时，致力于实现多方共赢、协同发展。



## 重要性议题管理

### 评估流程与方法

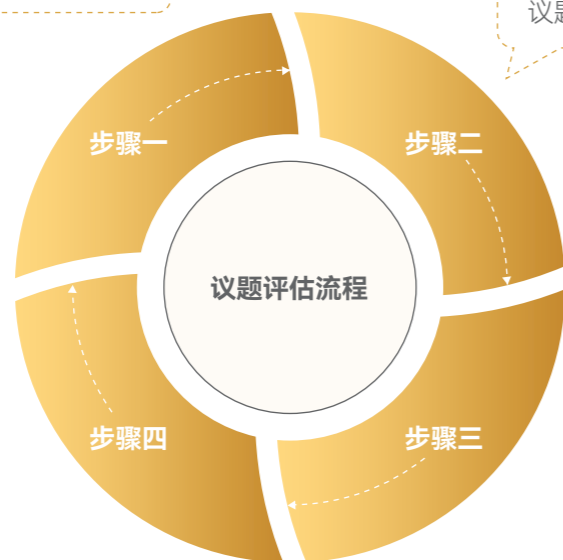
公司参考《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）》《GRI3: 重大主题》等国内外披露标准的评估方法，引入影响重要性和财务重要性的分析视角，识别和评估重要性议题，具体实施步骤如下：

#### 1 了解公司背景

基于宏观环境、行业背景、商业模式等，分析识别公司的利益相关方与面临的影响、风险与机遇。

#### 2 议题初步筛选

参考交易所指引、全球报告倡议组织GRI以及国内外同行业相关议题，建立公司2025年度可持续发展相关议题库。



#### 4 议题确认

形成影响重要性和财务重要性议题清单，并确保相关议题透明、平衡且完整地披露于报告中。

#### 3 议题重要性评估

##### 影响重要性评估

梳理各议题对外部环境、社会和经济的潜在或实际的正面或负面影响，通过行业对标、专家分析等形式对利益相关方开展调研分析，识别出影响重要性议题。

##### 财务重要性评估

通过对影响性、依赖性和其他因素分析，结合专家判断，识别和评估相关议题下的风险和机遇，并对风险和机遇发生的可能性、影响程度、影响的时间范围等进行评估，识别出具有财务重要性的议题。

### 重要性议题识别结果

公司根据行业对标分析结果，结合专家调研评估，从“影响重要性”与“财务重要性”两个维度进行识别，形成2025年度议题清单和重要性议题矩阵。

重要性议题矩阵

非常重要 对经济、社会和环境的 重要性	环境合规管理 污染物排放 废弃物处理 保护员工合法权益 员工培训与发展 职业健康与安全	创新驱动 数据安全与隐私保护 社会贡献 乡村振兴 利益相关方沟通 反商业贿赂及反贪污	应对气候变化 产品和服务安全与质量 供应链安全
	能源利用 水资源利用 循环经济 生态系统和生物多样性保护 科技伦理	平等对待中小企业 尽职调查 反不正当竞争	
	对公司财务的重要性		非常重要

E	S	G
1. 环境合规管理	9. 保护员工合法权益	20. 反商业贿赂及反贪污
2. 能源利用	10. 员工培训与发展	21. 反不正当竞争
3. 应对气候变化	11. 职业健康与安全	22. 尽职调查
4. 循环经济	12. 创新驱动	23. 利益相关方沟通
5. 水资源利用	13. 科技伦理	
6. 污染物排放	14. 产品和服务安全与质量	
7. 废弃物处理	15. 数据安全与隐私保护	
8. 生态系统和生物多样性保护	16. 供应链安全	
	17. 平等对待中小企业	
	18. 社会贡献	
	19. 乡村振兴	

注：公司生产经营活动对生态系统和生物多样性不具有重大影响，故交易所指引规定的“生态系统和生物多样性保护”未被纳入公司重要性议题。

专题

## 数智融合 重塑时尚产业链

在全球数字经济浪潮与国家“数字中国”战略纵深推进的双重驱动下，数字化转型已成为产业升级与高质量发展的核心引擎，更是企业构筑核心竞争力、实现可持续发展的关键路径。

2025年政府工作报告明确指出，要加快企业数字化转型，激发数字经济创新活力。在此指引下，作为江苏省属重点外贸企业，苏豪时尚主动拥抱变革，将数字化提升至企业发展的核心战略高度，全面推动数字化面料、数字化设计、数字化生产的全链路重构，致力于以科技赋能产品创新、以数据驱动运营提效，在新时代浪潮中持续巩固并提升行业引领地位。

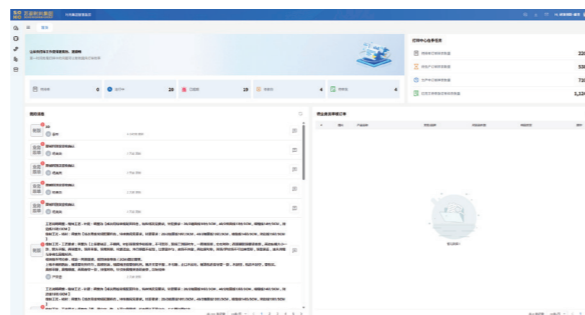
### 数智化平台

2025年，围绕“建设数智化服装工程技术研究中心，打造以专业制服为特色的智能化纺织服装优势产品平台”的年度重点任务，苏豪时尚全力推进数智化建设，以持续增长的研发投入为集团纺织服装业务整合发展注入创新动能。

公司承担的“双创”成果引导基金支持项目——“数智化服装设计研发公共服务平台”，通过数智化平台和技术手段有效整合设计研发资源，沉淀核心数据资产，积极探索AI技术在服装设计研发领域的落地应用。截至报告期末，平台核心模块“苏豪智尚云平台”一期已正式上线，成功入选南京市2025年“产业转型升级类”优质场景案例；智慧板房等功能模块投入运行，成功完成苏超吉祥物“豚宝”形象设计等标杆项目。平台累计上线数字样衣（3D）3,905款、数字面料11,221款、实体样衣资料4,062款，构建了行业领先的数智化资源库。



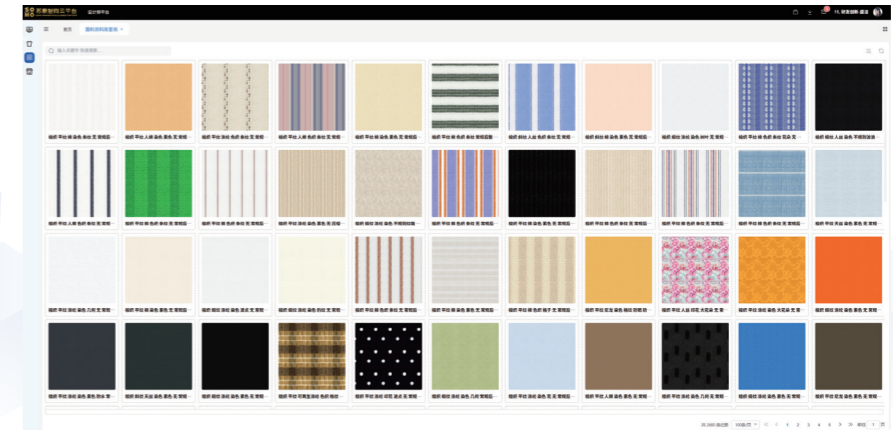
苏豪智尚云平台界面



智慧板房界面

### 数字化面料

公司依托数字化平台，整合自有面料属性库与工艺知识库，结合客户对防水、抗皱、透气、保暖等功能诉求和运动、商务等场景需求，通过规则引擎与机器学习模型筛选候选面料，并综合考虑供应链库存与交付周期进行优化，最终输出智能化、精准化的最优面料推荐方案。相关研发项目“基于人工智能的面料智能化推荐系统研发”已成功获批中纺联科技型指导项目。

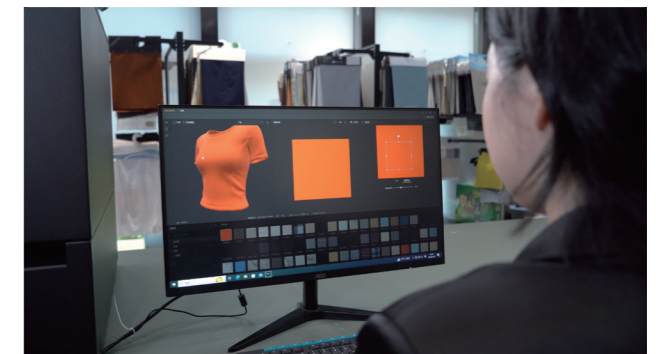


数字化面料展示

### 数字化设计

公司持续加大设计研发数字化投入，着力构建以“数据”为底座、以“AI+3D技术”为核心的研发创新体系，为时尚创意开辟全新空间。公司依托“苏豪智尚云平台”，结合“生成式AI+3D服装设计操作法”，探索形成“AI驱动-3D验证-智能工艺联动”的研发流程优化路径。通过人工智能和三维虚拟打样技术，将传统“手工绘制—多轮打样—人工修订”的低效模式，升级为“AI生成设计-3D虚拟打样-智能工艺优化”的高效闭环，显著提升研发设计环节的质量、效率与成本管控水平。

公司同步建立数字资产库和企业数据集，高效整合内外部设计研发资源，已收录样衣和面料近2万款，精准匹配核心客户和品牌的高频需求。数字化运用也大幅提升了设计环节的响应速度与精准度，设计师创意转化为3D可视作品的周期从“周”缩短到“日”，最快可在3小时内向客户呈现设计方案。数字化成果已成功实现从设计到市场的价值转化，2025年，设计团队累计完成1,500多款设计，客户采用率近30%，直接促成近2亿元销售。



### 数字化生产

公司紧跟“柔性智造”趋势，积极提升柔性化生产能力。通过“苏豪智尚云平台”，公司推动纺织服装全流程数字化升级，促进创新链与产业链的深度融合。“智慧板房”的建设实现了打样环节全流程数字化管控，显著提升工作效率。同时，随着“智慧板房”二期工程的实施，公司将进一步推动服装开发打样从传统的“经验驱动”模式向“数据+算法+场景”三位一体的智能决策模式跨越。

在大生产环节，公司将在新建的海外生产基地中全面部署数字化系统和智能设备，加快传统产业的智能化改造与数字化转型，使生产过程更智能、高效与灵活，从而更好地满足全球纺织服装市场对快速响应与定制化的需求。

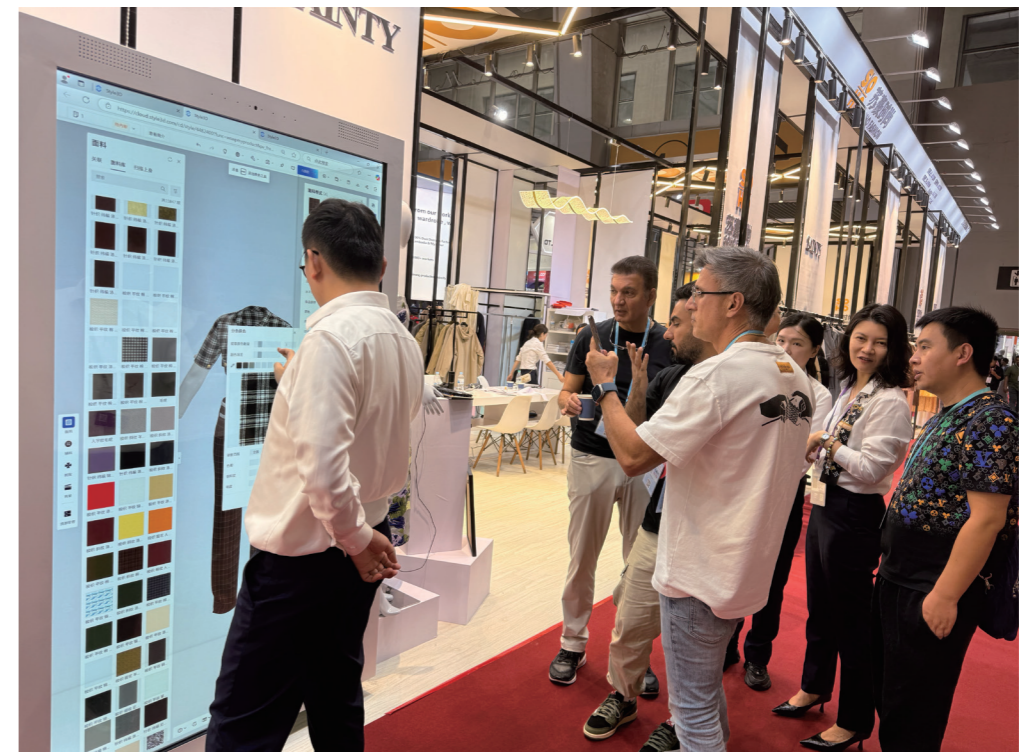


### 数字化营销

公司通过“苏豪智尚云平台”，实现研发成果直接转化为营销素材，大幅缩短“设计—推广—成交”的链路，形成“研发即营销”的创新模式。未来，公司将进一步深化数据驱动的精准营销体系，通过整合线上线下全渠道用户数据，构建涵盖消费人群、风格偏好、下单频次等多维度的品牌客户360°画像，实现客户分层。在此基础上，结合客户画像与行为数据，制定个性化营销方案，如定向推送广交会邀请函、策划定制化线下活动等，有效提升客户响应与订单转化率。

#### 案例 苏豪时尚数字化营销新实践

在2025年第138届广交会上，公司首次推出元宇宙线上展厅系统。观众可通过虚拟分身沉浸式漫游实体展厅与工厂，在三维空间中全方位了解企业发展历程、技术优势与产品矩阵，并实现实时咨询与互动，构建了“线下实景体验、线上云端联动”的融合生态。现场配备的手持数字设备还新增了面料快速替换与多币种计算功能，进一步提升了用户交互体验的便捷性与专业性。



# 01 党建引领 夯实治理根基

苏豪时尚始终将党建引领贯穿公司治理全过程，扎实推进党风廉政建设，营造清正廉洁、风清气正的发展环境。公司不断完善以股东会、董事会和管理层为核心的现代化治理结构，健全合规管理体系与全面风险管控机制，强化信息披露的及时性、准确性与透明度，切实保障投资者合法权益，为企业实现稳定、健康、可持续发展提供坚实保障。

## 我们的行动

- 坚持党建引领
- 规范公司治理
- 合规与风险管控
- 保障投资者权益
- 恪守商业道德

## 响应的SDGs



## 坚持党建引领

苏豪时尚始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，聚焦苏豪控股集团“党建强、治理优、经营稳、融合好”的发展主题，深入贯彻落实党的二十大和二十届历次全会精神。公司持续加强党的全面领导和党的建设，着力推动党建工作与生产经营深度融合，以高质量党建引领和保障企业高质量发展，为公司持续健康发展提供坚强政治保证。

### 组织建设

为充分发挥党委“把方向、管大局、保落实”的领导核心作用，严格落实“三重一大”决策制度，2025年，公司修订完善《党委会议事规则》《党委前置研究讨论重大事项规程》《关于建立党委理论学习中心组学习制度的实施细则》等一系列党建规章制度，进一步规范党内政治生活，保障基层党建工作有章可循、有序推进。

公司持续加强党组织建设，于2025年1月21日组织召开党员大会，选举产生新一届党委委员会，健全了党委组织架构，为持续提升党建工作水平奠定了坚实的组织基础。



苏豪时尚党组织架构图

### 关键绩效

报告期内，

公司党委数量

1个

党支部数量

10个

党员数量

165人

共召开党委会

41次

### 思想建设

公司深化党的理论武装与学习部署，坚定拥护“两个确立”、坚决做到“两个维护”，及时跟进学习习近平总书记重要讲话和重要指示精神，充分利用党委中心组、“第一议题”“三会一课”和主题党日等学习矩阵，通过领学交流、现场研学等形式，引领党员干部把学习成果转化为推动公司发展的具体思路和实际举措。

4月17日

召开关于学习贯彻习近平总书记重要讲话精神专题研讨班暨深入贯彻中央八项规定精神学习教育专题读书班开班式。



7月7日

召开公司党建工作会议暨深入贯彻中央八项规定精神学习教育专题党课。



11月28日

开展“行走的课堂”研学活动第二期“追寻红色足迹 凝聚奋进力量”主题活动。



8月12日

开展“弘扬抗战精神 汲取奋进力量”红色观影暨各党支部联合主题党日活动。



12月10日—12月12日

开展2025年党务工作者培训班暨“行走的课堂”第三期活动。



9月24日

开展“行走的课堂”研学活动第一期“厚植爱国情怀 勇担发展使命”主题活动。



关键绩效

报告期内,

公司共开展理论学习中心组学习会和“第一议题”学习 **53** 次,

学习内容

编制学习材料

指导各支部规范开展“三会一课”

**77** 项

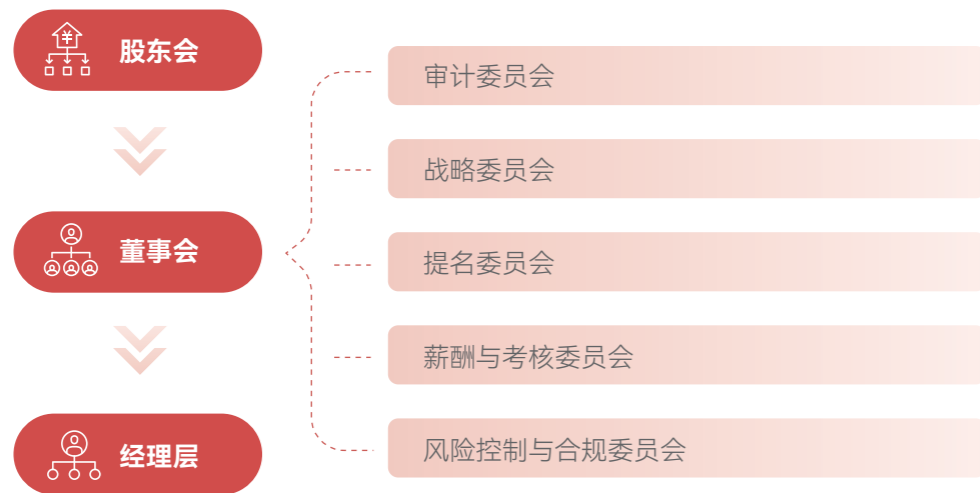
**12** 次

**百余** 次

## 规范公司治理

### 治理架构

完善的治理架构是企业可持续发展的基石。苏豪时尚严格遵守《中华人民共和国公司法》（以下简称《公司法》）《中华人民共和国证券法》（以下简称《证券法》）等法律法规，制定《江苏苏豪时尚集团股份有限公司章程》（以下简称《公司章程》），构建了由股东会、董事会和经理层组成的权责分明、有效制衡的治理结构，切实保障公司规范运作与长远发展。



公司治理架构图

### 股东会

股东会是公司的最高权力机构。公司严格依据《公司章程》《股东会议事规则》等规定，依法合规召集、召开股东会，充分保障全体股东特别是中小股东的知情权、参与权、质询权与表决权。同时，公司聘请律师列席股东会，就会议召集程序、表决过程等事项出具法律意见书，切实维护全体股东的合法权益。

#### 关键绩效

报告期内，  
 公司召开股东会 **4** 次，其中，年度股东会 **1** 次，临时股东会 **3** 次，共审议通过议案 **17** 项。

### 董事会

董事会是公司的决策机构，对股东会负责。公司严格按照《公司章程》及《董事会议事规则》规范运作，明确董事会职权范围，规范议事流程与决策程序，充分发挥董事特别是独立董事在公司治理中的关键作用，推动董事会高效规范运行。

#### 关键绩效

报告期内，  
 公司共召开董事会会议 **12** 次，审议通过董事会决议 **38** 项，董事会成员出席率 **100%**。

### 董事会多元化

在董事会成员的规划与选任过程中，公司注重多元化和专业性的平衡，综合考虑性别、年龄、文化背景、专业经验及能力结构等多重维度。截至报告期末，公司董事会由5名董事组成，其中女性董事1名，占比20%。公司现任董事会成员的专业背景覆盖工商管理、法学、会计等关键领域，为董事会科学决策与公司战略发展提供了有力支撑。

姓名	职务	性别	年龄	专业背景
李炎洲	董事长	男	51	工商管理硕士
周艳婷	董事	女	48	法学学士
华逸松	董事、总经理	男	61	研究生学历，硕士学位，经济师
包文兵	独立董事	男	65	硕士研究生
沈永建	独立董事	男	48	会计学博士、博士后

注：华逸松先生已于2026年3月5日退休离任。

董事会独立性

公司制定《独立董事工作制度》，充分发挥独立董事的重要作用。公司设有2名独立董事，占董事会成员总数的40%。董事会下设审计委员会、战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会及风险控制与合规委员会五个专门委员会，均依据各自工作细则规范运作。各委员会成员中均包含独立董事，秉持独立客观立场，为董事会科学决策提供专业意见。其中，审计委员会依据《公司章程》相关规定，依法行使监事会职权，进一步完善了公司内部监督机制，提升了治理效能与决策质量。

专门委员会	独立董事 (位)	非独立董事 (位)	独董是否担任召集人
审计委员会	2	1	是
战略委员会	2	3	否
提名委员会	2	1	是
薪酬与考核委员会	2	1	是
风险控制与合规委员会	2	1	是

关键绩效

报告期内，  
公司共召开独立董事专门会议 **2** 次  
其中，薪酬与考核委员会 **1** 次

召开专门委员会会议 **10** 次  
审计委员会 **8** 次  
风险控制与合规委员会 **1** 次

经理层

经理层作为董事会决策的执行机构，严格执行董事会各项决议。公司依据《公司章程》相关规定，制定《总经理工作细则》，定期研究部署重要经营事项，并向董事会及时、准确汇报经营进展与成果，确保公司战略有效落地、运营规范高效。

关键绩效

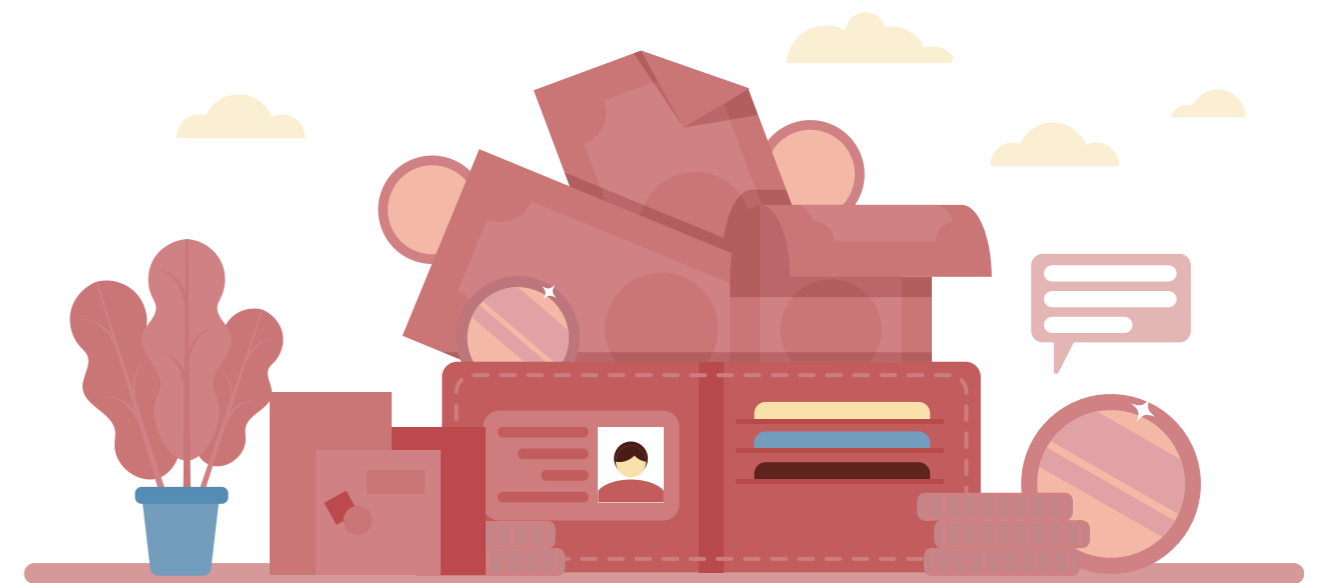
报告期内，  
公司共召开总经理办公会 **39** 次  
审议通过议案 **175** 项

董高薪酬管理

公司董事及高级管理人员的薪酬方案由薪酬与考核委员会依据相关考核办法拟定。其中，董事薪酬方案经董事会审议后，须提交股东会批准实施；高级管理人员薪酬分配方案报董事会审议批准后执行。

公司对董事和高级管理人员实行年薪制，薪酬由基本薪酬和绩效薪酬两部分构成。绩效薪酬与年度经营业绩考核结果挂钩，根据考核指标完成情况确定具体数额。报告期内，公司支付董事及高级管理人员报酬（含离任）395.83万元。

注：部分董事及高级管理人员报酬包含2025年度任职期间的基本薪酬和预估绩效薪酬。



## 合规与风险管控

### 合规经营

#### 合规管理体系

苏豪时尚深入贯彻落实依法治国建设要求，严格遵守国家法律法规，参照江苏省国资委《省属企业合规管理办法》及苏豪控股集团《合规管理办法（试行）》等规定，结合公司实际经营情况，制定并实施《合规管理办法》《风险控制与合规管理办法》《合规管理行为准则》等系列制度，明确合规管理原则、组织架构及相关职责，扎实推进合规管理体系建设，为公司高质量发展筑牢根基。



#### 合规文化建设

公司持续深化合规文化建设，通过开展专题培训、案例教学等多种形式，不断强化全员合规意识，营造自觉守法、主动合规的良好氛围。

#### 案例 董监高权利与义务专题培训

2025年3月6日，公司邀请外部资深合规顾问开展了董监高权利与义务专题培训，公司董事、监事及高级管理人员共11人参加。培训围绕“提高思想意识、完善治理机制、规范内控制度”主线，系统解读了相关监管政策要求，深入剖析了违法违规行为的风险与危害，进一步强化了关键岗位人员的履职责任与合规底线意识。



#### 案例 企业员工刑事风险合规专题培训

为进一步学习贯彻习近平法治思想，强化干部职工法治意识，推动国有企业法治建设，2025年4月25日，公司邀请专业律师开展企业员工刑事风险合规专题培训，有效提升了员工的法治思维与风险防范能力。



#### 关键绩效

报告期内，  
公司共开展法律合规培训 **6** 次。

## 风险管控

为规范和加强全面风险管理，有效防范、控制和化解各类风险，公司依据国家法律法规及《公司章程》等相关规定，遵循“战略导向、合规性、适应性、全面性、重要性、制衡性”原则，制定《全面风险管理制度》《重大风险事件应急管理办法（试行）》。公司搭建了由党委会、董事会、总经理室、风险管理归口部门、其他各职能部门和各业务单位为主体，职责明确、分级管理、联动协同的风险管理组织体系，确保风险管理全面覆盖、有效落地。

- 党委** ▶ 发挥把方向、管大局、保落实的作用，为全面风险管理体系提供政治保证。

---

- 董事会** ▶ 是全面风险管理工作的决策机构，负责确定风险目标，批准风险管理战略、制度、年度报告，决定风险管理组织架构及其他重大事项。

---

- 风险控制与合规委员会** ▶ 负责对公司全面风险管理进行研究、审议并提出建议。

---

- 总经理室** ▶ 对全面风险管理工作承担主要责任，负责组织全面风险管理的日常工作。

---

- 总经理办公室** ▶ 是风险管理归口部门，负责全面风险管理体系的建设和整体运营，以及风险管理工作的组织协调。

---

- 各职能部门和业务单位** ▶ 负责全面风险管理工作的具体落实。

### 风险管理流程

公司在经营发展中主要面临战略风险、运营风险、市场风险、法律风险和财务风险等。公司持续完善全面风险管理体系，针对不同风险类型建立了覆盖识别、评估、监测、应对和报告的全流程管理机制，确保各类风险可防、可控，为企业稳健运营提供保障。

#### 风险管理流程



#### 风险识别与评估

- 1 通过流程分析、案例归集和内部访谈等方法，收集和分析可能影响公司经营管理的内外部信息，并结合公司业务特点，识别公司面临的风险点及其来源、特征、发生频率和潜在影响程度。
- 2 采取定性与定量相结合的方法，根据风险发生的可能性及其影响程度对识别的风险进行分析计量，确定关注重点和优先控制的风险。
- 3 建立职能部门与业务单位的交叉研讨机制，确保风险点识别和评估工作的科学性与可靠性。



#### 风险监测与应对

- 1 各职能部门及业务单位对责任范围内的重大风险和相关信息进行持续的日常监控，对风险监控结果进行分析评价，并将结果汇总报送总经理办公室。
- 2 总经理办公室对风险情况进行汇总分析和评价，并提出风险应对建议。



#### 重大风险事件应对

- 1 建立和完善重大风险应急机制，明确重大风险标准、风险处置的组织决策体系、措施、方法和程序，确保重大风险处置得当。



#### 风险信息与报告

- 1 建立健全职能部门、业务单位、总经理室、董事会之间的风险信息沟通制度。
- 2 总经理办公室定期编制风险评估报告并及时上报。

### 风险管理培训

公司积极开展风险管理专题培训，持续提升全体员工的风险意识，着力营造全员参与、协同联动的风险管理氛围。通过将风险管理理念融入日常工作与岗位职责，推动风险文化落地生根，为公司稳健运营筑牢全员防线。

#### 案例 服装出口和内贸业务常见法律合规风险及应对措施培训

2025年9月26日，公司邀请专业律师开展服装出口和内贸业务常见法律合规风险及应对措施专题培训。培训紧贴公司业务实际，聚焦服装出口和内贸业务中常见的法律合规风险问题进行深度讲解，并提出针对性解决方案，为参训人员提供了实用的专业指导，为公司纺织服装主业的稳健发展提供坚实保障。



## 内控审计

公司坚持“合规性、独立性、全面性”原则，严格遵循《内部审计制度》，构建了权责清晰、流程规范、运行高效的内部审计管理体系，明确审计范围、标准流程与岗位职责，确保各项审计活动依法合规开展，为企业的可持续、高质量发展提供坚实保障。

公司审计部保持高度独立性与权威性，直接向董事会审计委员会报告工作，确保审计工作的客观公正。审计部通过内部自查与外部协同相结合的监督模式，将日常经营审计、内部控制专项审计与重点领域专项调查有机融合，对董事、高级管理人员和下属单位负责人的廉洁从业情况、公司管理制度落地执行情况以及内部控制体系运行情况开展监督检查，及时发现潜在风险与内控漏洞。

针对审计发现的问题，审计部建立“问题识别—整改方案—跟踪落实—效果验证”的闭环管理机制，明确整改责任主体、时限与标准，全程跟进整改进度。同时，通过定期开展整改“回头看”，确保整改措施有效落地，并持续优化内部控制设计与执行效率，以严密的内部审计监督体系护航公司合规稳健发展。

关键绩效

报告期内，  
公司出具内部审计报告 **3**份  
发现问题数量 **16**个

税务管理

公司严格遵守《中华人民共和国税收征收管理法》《中华人民共和国增值税暂行条例》《中华人民共和国企业所得税法》等国家税务法律法规，制定并执行《财务管理制度》，规范发票管理、纳税申报以及出口退税等涉税业务流程，有效防控税务风险，确保税务工作的合规性、准确性与规范性。

关键绩效

报告期内，  
公司共缴纳税款 **7,944.47** 万元。

投资者权益保护

信息披露

苏豪时尚严格遵循《上市公司信息披露管理办法》的相关要求，坚持“真实、准确、完整”的信息披露原则，切实保障全体投资者特别是中小投资者的公平知情权。公司制定《信息披露管理制度》《内幕信息知情人登记管理制度》《信息披露暂缓与豁免管理制度》，系统规范信息披露工作，持续提升信息披露的合规性与透明度。

关键绩效

报告期内，  
公司共对外披露定期报告 **4**份  
临时报告 **49**份  
**不存在**因信息披露方面违规而受到处罚的情况。

投资者交流

公司高度重视投资者关系管理，严格遵循《上市公司投资者关系管理工作指引》，制定《投资者关系管理制度》，明确由董事会秘书担任投资者关系管理负责人，负责组织和协调投资者关系管理工作。报告期内，公司通过上证e互动平台、投资者热线、业绩说明会、邮件及微信等多种渠道，与投资者保持密切沟通，及时解答投资者的各类问题，客观、真实、准确地介绍公司经营发展情况，有效提升投资者认同度，维护公司在资本市场的良好形象。

案例 2025年半年度业绩说明会

2025年10月20日，苏豪时尚通过在上证路演中心以网络互动形式召开2025年半年度业绩说明会。公司董事长、独立董事、财务负责人及董事会秘书出席本次会议，就公司经营业绩、发展战略等投资者关心的问题进行深入交流，帮助投资者更加全面、深入地了解公司发展状况。



关键绩效

报告期内，  
公司召开业绩说明会 **3**次  
接听投资者电话约 **800**次  
接待投资者调研 **1**次  
回复投资者邮件 **38**次  
在上证e互动与投资者互动 **15**次

股东回报

公司重视对投资者的合理投资回报，依据《公司章程》的要求，在综合考虑实际经营状况与可持续发展的基础上，实施积极、连续、稳定的利润分配政策。在满足现金分红的条件下，优先采取现金分红的方式进行利润分配，与投资者共享公司发展成果。

## 恪守商业道德

### 廉洁从业

苏豪时尚持续深化党风廉政建设，严格规范廉洁从业行为，认真遵循《中国共产党廉洁自律准则》《中国共产党党内监督条例》等党内法规，坚持一体推进不敢腐、不能腐、不想腐，不断完善反腐败体制机制。

公司制定并实施《关于严禁干部职工收受礼金礼品的管理规定》《纪检机构处理信访举报工作规则》《纪委党风廉政建设例行约谈及纪检干部谈心谈话实施办法（试行）》等制度，并在《员工手册》中明确员工廉洁行为规范要求，为规范公司及员工商业行为提供具体指引，划清纪律底线。同时，公司纪检机构切实履行监督专责，加大监督执纪问责力度，严肃查处违规违纪问题，推动全面从严治党向纵深发展。报告期内，公司未发生任何商业贿赂及贪污腐败事件，《员工手册》签署率100%。

### 廉洁风险防控

公司建立健全廉洁风险排查防控机制，将廉洁风险防控深度融入业务工作和管理流程，强化重点领域监督，从源头防范廉洁风险。2025年，公司组织对关键岗位及重点业务开展廉洁风险排查，并制定针对性防控措施，推动廉洁风险防控工作常态化、制度化，持续巩固风清气正的企业生态。

### 廉洁文化建设

公司坚决履行全面从严治党主体责任，建立健全常态化教育机制，通过组织召开党风廉政建设工作会议、开展警示教育、参观廉政教育基地等多种形式，持续深化作风建设，不断增强党员干部的廉洁意识与纪律意识。报告期内，公司共开展党风廉政警示教育5次，累计参与200余人次；开展集体廉洁谈话2次。



3月31日，召开2025年全面从严治党暨党风廉政建设工作会议。



6月26日，赴仙林党员政治生活馆和栖霞区党的纪律建设体验馆进行警示教育现场教学活动。



12月19日，召开警示教育会。

### 关键绩效

报告期内，

公司参加反商业贿赂及反贪污培训的总人数

425人

反商业贿赂及反贪污培训总时长

850小时

其中董事及高级管理人员

14人

其中董事及高级管理人员

28小时

### 举报机制

公司畅通电话、信箱、邮箱等举报渠道，依法依规依纪受理各利益相关方及职工群众的信访举报，确保群众诉求得到及时有效处理。公司提倡实名举报，同时接受匿名举报，对属于受理范围的匿名举报，纪委按规定程序办理。

公司严格落实举报人保护机制，对举报人个人信息及举报材料严格保密。严禁任何单位和个人以任何形式阻拦、压制举报或对举报人实施打击报复。对发生泄露举报人信息或打击报复行为的，将依规依纪依法严肃追究责任。

### 举报渠道

电话 025-52876209

邮箱 qzgz@sohofashion.com



### 反不正当竞争

公司坚持公平竞争原则，严格遵循《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反垄断法》等法律法规，坚决反对并禁止任何形式的商业贿赂、虚假宣传、侵犯商业秘密及行业垄断等不正当竞争行为，积极维护健康有序的市场秩序与营商环境。报告期内，公司未发生因不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚事件。

## 02 绿色运营 践行低碳发展

苏豪时尚积极响应国家“双碳”战略，践行绿色低碳发展理念，持续完善环境管理体系。公司深入推进绿色产品研发与设计，全面落实绿色办公和节能降耗举措，不断强化资源高效利用，致力于构建覆盖全链条的绿色发展模式，为环境可持续贡献力量。

### 我们的行动

- 应对气候变化
- 环境合规管理
- 践行绿色办公
- 打造绿色产品
- 能源与资源管理

### 响应的SDGs

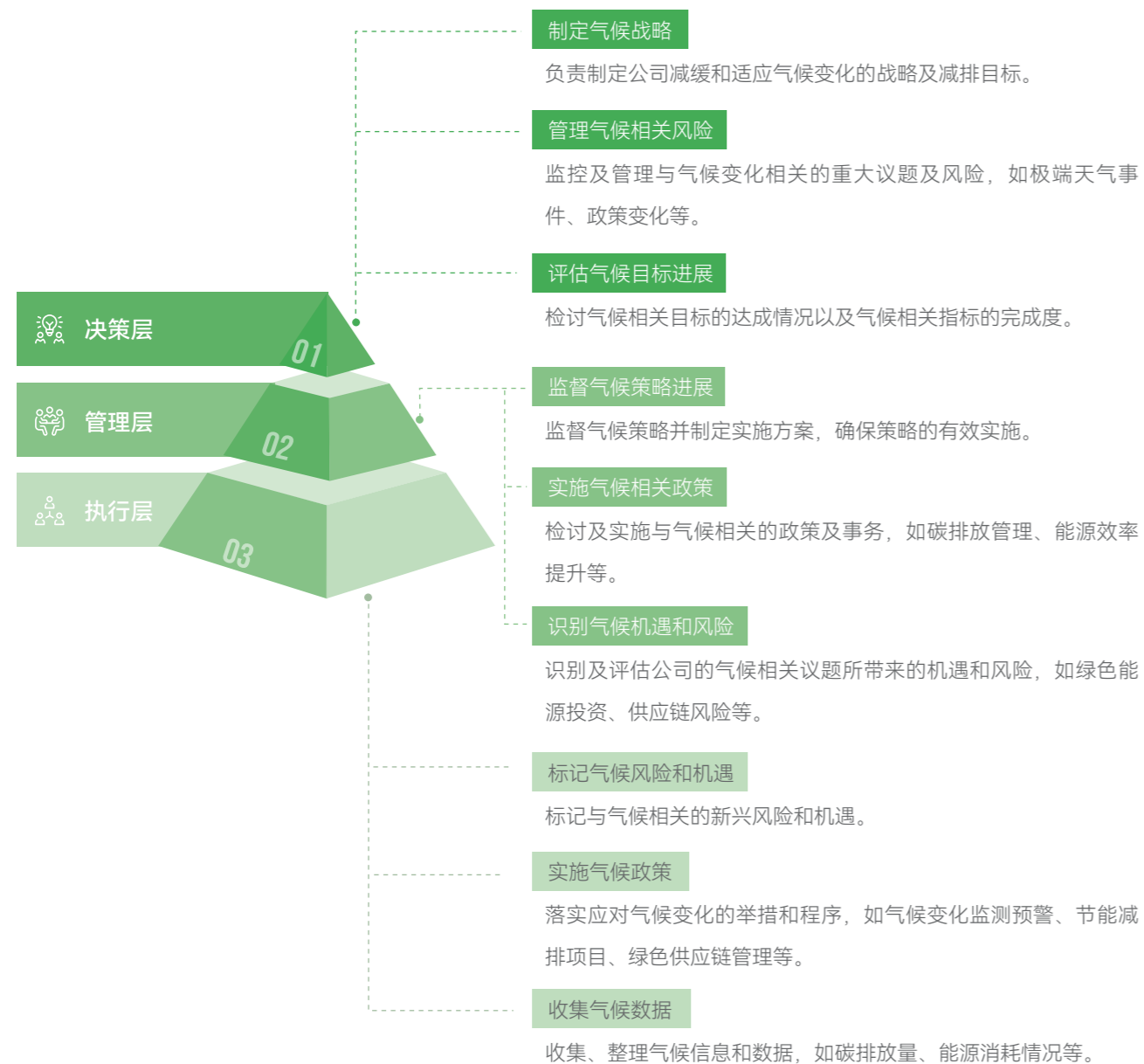


## 应对气候变化

在全球气候变化挑战加剧的背景下，苏豪时尚深刻认识到气候变化对公司运营带来的现实与长远影响。公司积极响应国家“双碳”战略，将气候变化因素融入企业战略规划和日常运营管理中，参考交易所指引，从治理、战略、风险管理、指标与目标四个维度，系统识别、评估和应对气候变化带来的风险与机遇，以实际行动助力国家“双碳”目标的实现。

### 治理

公司严格遵守国家相关法律法规，将应对气候变化全面纳入ESG管理体系，致力于构建涵盖决策层、管理层与执行层的三级气候治理工作体系，协同应对气候变化挑战，推动公司实现低碳、绿色、可持续发展。



### 战略

公司参考交易所指引，结合行业特点和自身经营实际，识别出与公司运营密切相关的气候风险和机遇，并制定全面的应对措施，有效降低气候变化对公司业务的潜在影响。

风险类型	风险描述	发生概率	影响大小	影响的时间范围	影响的价值链环节	优先级排序	潜在财务影响	应对措施
转型风险	<b>政策和法律风险</b> 气候变化促使各国出台更严格的环保政策与贸易法规，如果公司不能及时适应政策法规变化，可能导致公司面临诉讼、罚款和业务中断风险。	低	中	短期 中期 长期	运营	高	运营成本增加	密切关注国内外与气候变化相关的政策法规动态，提前做好合规适配规划，及时调整业务策略。
	<b>技术风险</b> 纺织服装业务面临低碳生产技术迭代压力，短期内会增加公司研发成本。	中	中	短期 中期	运营	高	运营成本增加	持续提升员工技术水平，积极开展技术培训，提升公司研发能力；积极与同行交流学习低碳转型技术。
	<b>市场风险</b> 气候变化可能导致原材料价格波动，提高公司原材料采购成本； 消费者环保意识提升，市场对绿色产品需求增加，若公司未能及时调整产品结构，可能失去市场份额。	中	中	短期 中期 长期	运营 下游	中	营业收入减少 运营成本增加	积极推动绿色环保产品的研发和生产，申请绿色产品认证，满足消费者需求； 迎合国际市场需求，增加环保面料采购成本； 加强品牌宣传，突出产品的环保属性。
	<b>声誉风险</b> 随着公众对气候变化的关注日益增强，如果公司未能及时响应或有效应对，可能导致公众信任度下降，对公司品牌形象和声誉产生负面影响。	低	中	短期 中期	运营	低	营业收入减少	加强社会责任管理，公开透明地披露环境信息； 提升公司可持续发展相关能力，积极与利益相关方沟通。

风险类型	风险描述	发生概率	影响大小	影响的时间范围	影响的价值链环节	优先级排序	潜在财务影响	应对措施
物理风险	<p><b>急性风险</b></p> <p>极端天气事件（如暴雨、洪水、台风、干旱、寒潮等）导致贸易中断、员工无法正常工作等；</p> <p>在未来气候变化导致的飓风、洪涝等频率增加的预期下，对仓库的运营稳定性造成损害，用于维护基础设施的费用增加，进而导致更高的生产经营中断损失；</p> <p>部分产品物流运输受阻，产品无法及时送达，将增加物流时间成本及赔偿支出，如受损则将导致产品销售收入降低。</p>	低	高	短期 中期	上游 运营 下游	中	营业收入减少 运营成本增加	<p>建立应急响应机制，确保在极端天气后快速恢复生产；</p> <p>采用高效生产设计和工艺流程，推动“智改数转网联”不断拓展，加速数字化生产，优化流程管理和运营效率，减少温室气体排放；</p> <p>采用更高效的运输方式，优化物流运输结构及路线，提高物料运输效率，降低能源消耗。</p>
	<p><b>慢性风险</b></p> <p>全球变暖温度上升导致公司需要更多制冷设备，增加运营成本；</p> <p>高温天气增多将降低员工工作效率和危害员工的健康安全，增加高温补贴、医疗等支出。</p>	低	中	中期 长期	运营	中	运营成本增加	<p>科学安排工作计划，提高公司运营效率；</p> <p>加强气候监测，制定恶劣天气专项应急预案，提前预警和应对极端天气。</p>

机遇类型	机遇描述	发生概率	影响大小	影响的时间范围	影响的价值链环节	优先级排序	潜在财务影响	应对措施
市场机遇	随着全球对气候变化的关注增加，消费者对低碳、环保产品和服务的市场需求不断增长，公司需扩大新市场份额，提高品牌知名度，增强企业竞争力。	中	高	中期 长期	运营	中	营业收入增加	加强市场调研，推出环保系列服装，满足消费者需求；开拓绿色消费市场，优化产品结构，提升市场份额。
产品和服务	绿色消费逐渐成为社会关注的焦点，行业在不断完善绿色产品标准，若积极开发和推广环保型产品、高附加值产品及增加配套服务，将有助于拓展市场布局，促进不同板块市场增长。	高	高	中期 长期	运营	高	营业收入增加	加大研发投入，探索新工艺、新技术；提高环保材料产品的附加值，推动上游供应商开展产品碳足迹认证；积极申请政府补贴和税收优惠。

说明：  
 发生概率：指风险\机遇发生的频次间隔、发生的可能性，主要根据历史发生的概率、外部情景、政策实施的进展和专家预测判断。发生概率从“低”到“高”。  
 影响大小：指通过冲击水平和风险\机遇发生可能性判定影响的大小，综合考虑对商业模式、价值链、财务影响等因素。影响大小从“低”到“高”。  
 影响的时间范围：不同风险和机遇对公司产生影响，公司将影响的时间范畴划分为短期（0-1年）、中期（1-5年）、长期（5年以上）。  
 影响的价值链环节：指上游（涉及原材料供应商、采购和物流等环节）、运营（涉及生产、制造和内部流程等环节）、下游（涉及分销、销售和客户服务等环节）。  
 优先级排序：综合考虑发生概率、影响大小、影响的时间范围等因素，结合公司实际，优先级排序分为“低”“中”“高”。  
 注：报告其他章节关于发生概率、影响大小、影响的时间范围、影响的价值链环节、优先级排序定义与上文一致，将不再重复说明。

### 影响、风险和机遇管理

为有效应对气候变化带来的风险并把握机遇，公司定期开展气候风险与机遇的识别、评估与更新，作为公司战略规划与运营决策的重要依据，持续提升气候适应能力与长期竞争力。

**风险识别**

参照交易所指引，结合自身业务特点，从转型风险、物理风险和机遇三方面识别潜在的气候变化相关风险和机遇类型。

**风险评估**

针对识别出的风险和机遇，结合行业特征和专家意见，评估其在不同情景下的发生概率、影响程度和潜在的财务影响。

**风险应对**

在风险和机遇评估的基础上，制定针对性应对策略，通过推动绿色转型、加大研发投入等措施，积极应对气候变化带来的挑战，把握气候机遇。

## 指标与目标

公司温室气体排放主要来自天然气及液化气消耗、自有车辆汽油与柴油消耗等所产生的直接排放，以及外购电力、蒸汽产生的间接排放。为了有效地管理和减少温室气体排放，公司在生产运营各环节持续优化节能降碳措施。未来，公司将进一步制定并落实气候变化相关目标，助力国家实现“双碳”目标。

指标	单位	2023年	2024年	2025年
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	4,002.68	4,340.10	<b>4,245.67</b>
直接温室气体排放量（范围一）	吨二氧化碳当量	553.09	503.73	<b>455.59</b>
间接温室气体排放量（范围二）	吨二氧化碳当量	3,449.60	3,836.37	<b>3,790.08</b>

注：

1、数据范围不包含旭顺香港和埃及实业。

2、温室气体排放量依据《工业其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》《关于发布2023年电力二氧化碳排放因子的公告》和《综合能耗计算通则》（GB/T 2589-2020）进行核算。

## 温室气体排放管理

为有效管理和减少温室气体排放，公司通过优化能源结构、应用低碳技术以及深化数字化建设等举措，全力推动生产运营过程的绿色低碳转型。未来，我们将持续探索节能减排新路径，为实现“双碳”目标贡献企业力量。

### 案例 3D仿真模拟服务，服装行业的低碳数字化解决方案

苏豪时尚的服装3D仿真模拟服务是面向服装行业的低碳数字化解决方案。通过高精度3D建模技术还原服装版型、面料质感与动态穿着效果，帮助品牌客户在设计、研发阶段替代传统实物打样流程，从源头减少资源消耗与碳排放，是公司践行绿色低碳战略的核心业务之一。

2025年，公司累计为服装品牌客户提供3D服装模拟5,000余次，全年实现碳减排约63.75吨二氧化碳当量，相当于约33.5辆家用轿车一年的排放量。此外，全年累计减少面料消耗约18,000至19,125米（扣除损耗后），减少水资源消耗约12.6万至22.5万升，资源节约效益显著。

## 环境管理

### 环境合规管理

公司秉持“保护环境，预防污染”的环境方针，严格遵守《中华人民共和国环境保护法》等法律法规，制定并实施《环境职业健康安全管理手册》，明确各层级、各部门环境管理职责，持续履行环境保护主体责任，确保环境管理体系持续有效运行。报告期内，公司已通过ISO 14001环境管理体系认证。



### 关键绩效

报告期内，  
公司环保总投入  
**82**万元

未发生任何环保事故  
和环境领域违法违规事件。

### 环境管理目标

公司积极贯彻清洁生产理念，严格落实环境管理要求，设定明确的年度环境管理目标，并建立常态化跟踪机制，定期评估目标达成进展，确保环境管理工作有效推进与持续改进。

环境管理目标	2025年达成情况
重要环境因素控制有效率达到100%	重要环境因素控制有效率100%
固废收集处理率达到100%	固废收集处理率100%
重大污染事故发生件数为0	重大污染事故发生件数0
节能降耗，水、电使用受控	节能降耗，水、电使用受控

### 环保意识培养

公司注重员工环保意识培养，通过定期开展环保培训与宣传活动，积极营造全员参与、共建共享的环境保护文化，推动绿色理念内化于心、外化于行。

#### 案例 “植一方新绿，寄馨香未来”主题活动

2025年3月，苏豪时尚工会与团委联合组织开展“植一方新绿，寄馨香未来”主题活动。员工们通过亲身参与植树，在实践中切身体会到生态保护的意义，有效增强了绿色环保意识。



### 环境风险管理

#### 环境风险识别

公司制定《环境因素识别与评价控制程序》，规定环境风险的识别与评价流程，最大限度识别出有风险的环境因素，定期对其进行评价和更新，确保各类环境因素得到持续、有效的控制。

#### 风险识别

采用过程分析、现场观察以及个别讨论相结合的方法，识别公司在生产、运营及服务过程中可能存在的环境因素。

#### 风险评估

对已识别的环境因素，采用多因子评价法，从影响范围、影响程度、发生频次、资源消耗及相关方关心度等多个维度进行综合评价。

#### 风险管理

根据环境风险评估结果，制定针对性的管理方案，并对方案的实施进度与成效进行持续跟踪与评估。

#### 环境隐患排查

子公司舜天化工建立了环保隐患排查与整改长效机制，定期对生产经营全流程、环境治理设施及废弃物处置等关键环节开展隐患排查和专项检查。针对排查出的隐患，通过明确责任主体、落实整改措施等方式，从源头防控环境风险。

#### 应急管理

为提升公司在环境保护方面的应急响应能力，各分、子公司结合实际情况制定了《突发环境事件应急预案》，根据突发环境事件的严重性、紧急程度、危害程度、影响范围、公司内部控制事态的能力以及需要调动的应急资源等因素，将突发环境事件划分为一般环境污染事件、较大环境污染事件和重大环境污染事件三个等级，以便实施分级响应与精准处置。同时，公司通过定期组织开展应急演练，检验预案的可行性与有效性，持续优化应急流程，增强全员环境风险防范与应急处置能力。

#### 案例 舜天化工固废专项应急演练

2025年11月，子公司舜天化工组织开展了固废专项应急演练。演练模拟装有固废的塑料袋破裂、海绵球掉落并伴有少量废液流出的突发场景，有效检验了公司应急救援预案的适用性、应急救援队伍的实战能力以及各环节的协调配合水平。



## 污染物与废弃物排放

### 污染物排放

公司主营业务为国内外贸易，不属于高污染行业，整体污染物排放水平较低。运营过程中产生的废水主要为办公生活污水，产生的少量废气主要来自车辆尾气排放及化工仓储逸散等过程。公司严格遵守《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》等法律法规，对废水、废气实施合规管控：生活污水经处理后接入市政污水管网；废气通过定期环境监测、裸土绿化等措施进行有效控制。

#### 关键绩效

报告期内，  
公司废水排放量

**32,178.8** 吨

注：数据范围包含苏豪时尚本部、舜天力佳、舜天行健、舜天信兴、舜天金坛、舜天化工、舜天泰科、舜天泰科句容分公司。

### 废弃物管理

公司在生产和运营中产生一般固体废弃物和少量危险废弃物。其中，一般固体废弃物主要为办公室生活垃圾及工业生产过程中的包装、制造废料，如废布料、边角料、报废纸箱等；危险废弃物主要包括办公产生的电子垃圾、废碳粉盒、硒鼓墨盒等，以及下属子公司在生产过程中产生的化学废液、废海绵球等。公司严格遵循《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》，制定《废弃物管理制度》，对各类废弃物实施分类收集、合规贮存与依法处置，确保全流程环境风险可控。

#### 废弃物管理措施

- 1 公司内部设立专门废弃物间，专人管理，建立防渗漏等专项措施；
- 2 电子垃圾、碳粉盒、硒鼓墨盒等有害废弃物委托有资质的单位进行回收，由回收方进行处置或再利用；
- 3 对服装生产过程和办公过程中产生的无害废弃物，尤其是布料、塑料、废纸等予以重点回收处理；
- 4 可回收垃圾、厨余垃圾、其他垃圾及有害垃圾分别单独投放，定期交环卫部门清运处理。

#### 关键绩效

报告期内，  
公司一般废弃物产生量 一般废弃物处置量

**1.95** 吨

**1.95** 吨

危险废弃物产生量 危险废弃物处置量

**1.75** 吨

**1.75** 吨

废弃物合规处置率

**100%**

注：数据范围包含舜天西服、舜天化工。

## 践行绿色运营

### 绿色办公

公司积极践行绿色办公理念，全面推进绿色办公实践，在日常运营中落实节水、节电、无纸化办公等措施，着力构建更加环保、高效的办公环境。

#### 绿色办公举措

- 1 张贴节水标识；定期检查用水设备及设施，防止“跑冒滴漏”现象。
- 2 优先使用国家认证的低能耗电器，禁止使用大功率非办公设备，办公场所全部使用节能灯，落实人走灯灭。
- 3 严格执行空调温度控制标准，加强办公设备能耗管理，切实降低待机能耗。
- 4 推行无纸化办公，实行网络打印和办公纸张双面打印，严格执行办公用品领用审批制度。
- 5 倡导绿色出行，鼓励员工使用公共交通工具，加强公务用车的集中管理与统一调配，提高车辆使用效率，降低日常出车频次和车辆运行成本，减少尾气排放。
- 6 推广使用可重复利用的物品，如自带餐具、水杯等，减少一次性制品和塑料瓶消耗。

### 绿色产品

公司始终将绿色低碳理念贯穿于产品研发设计、原材料采购及生产制造全过程，通过选用环保面料、采用绿色工艺等方式持续推进绿色产品创新，深化绿色设计理念，从源头减少产品全生命周期对环境的影响，致力于成为行业绿色发展的标杆。

#### 案例 苏豪时尚携绿色创新产品亮相第138届广交会，以科技赋能引领可持续时尚

2025年10月31日，苏豪时尚携380余款秋冬新品亮相第138届广交会第三期，共设置28个品牌展位，聚焦数字赋能、面料革新与时尚设计，展现纺织服装行业绿色转型新趋势。

为满足服装市场环保需求，本次展品深度融合“绿色时尚”与“科技功能”，广泛应用“复合面料”与“特殊后工艺”。通过不同材质与性能面料的创新复合，结合独特染整、压光、涂层等后处理工艺，赋予常规面料全新质感、肌理与功能，成为吸引海内外客商关注的关键。



## 资源管理

### 能源利用

在能源利用方面，公司严格遵守《中华人民共和国能源法》《中华人民共和国节约能源法》等法律法规，制定《节能降耗管理制度》，明确由行政事务部负责日常能耗检查管理工作。通过强化全流程能源管控，公司持续提升能源资源利用效率，有力推动循环利用与低碳转型。

公司能源消耗主要来自运营过程中消耗的电力、蒸汽以及公用车辆使用的汽油、柴油等。为推进绿色运营，公司通过使用清洁能源、及时关闭非必要用电设备、加强节能宣传理念等措施，强化日常用能管理。同时，公司深化产品研发设计的数字化应用，依托原创3D设计手段推动绿色化转型，减少环节能耗，已连续多年实现无实物配样，有效降低了生产加工过程中的碳排放。

#### 案例 使用清洁能源

苏豪时尚旗下舜天泰科句容分公司积极推动清洁能源应用，通过使用光伏发电，部分替代传统电网供应，减少对化石能源的依赖，优化能源结构，有效降低生产过程中的碳排放。报告期内，舜天泰科句容分公司累计使用光伏发电71,575千瓦时。

报告期内，公司能源消耗情况：

能源类型	单位	2025年
天然气	立方米	147,092
汽油	吨	35.7
柴油	吨	0.77
燃料油	吨	8.7
外购电力	万千瓦时	714.3
外购蒸汽	吨	1,537.12
能源消耗总量	吨标准煤	1,139.59

注：数据范围不包含旭顺香港和埃及实业。

### 水资源利用

公司经营过程中使用的水资源主要来源于市政供水。公司始终秉持节约用水理念，严格遵守《中华人民共和国水法》，加强日常用水管理，通过开展节约水资源教育，定期检查用水设备及设施，防止“跑冒滴漏”现象等措施，持续推进节水工作，不断提升水资源利用效率。

#### 关键绩效

报告期内，

公司新鲜水取水量

115,102 吨

总用水量

115,102 吨

未发生因取水、耗水导致的水资源违规事件。

注：数据范围不包含旭顺香港和埃及实业。



## 03 质量为先 铸就卓越品牌

苏豪时尚坚持以研发创新与数字化转型为驱动，持续构建数智化研发体系，深化产学研协同，在产品全生命周期严格落实质量管控、系统完善客户权益保障机制。在此基础上，公司着力搭建负责任供应链管理体系，强化对供应商全流程管控，同时筑牢数据安全与隐私保护屏障，构筑全方位发展保障体系。通过多维度的责任实践与跨领域协同，苏豪时尚凝聚发展合力，赋能产业向高端化、智能化持续跃升，打造卓越品牌形象，助力行业迈向高质量可持续发展。

### 我们的行动

- 研发与创新
- 产品和服务
- 客户权益保护
- 供应链管理
- 数据安全与隐私保护

### 响应的SDGs



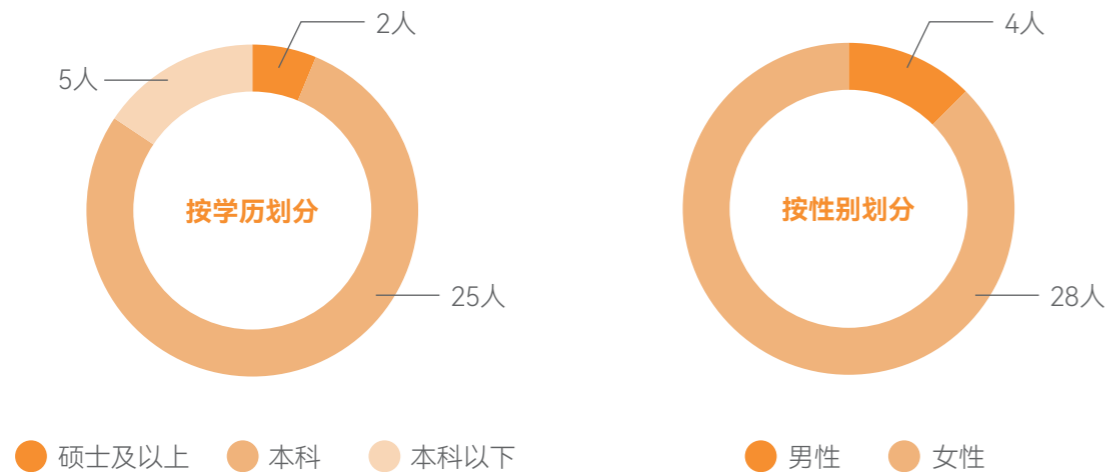
## 创新驱动

### 创新管理体系

苏豪时尚深入贯彻落实新发展理念，以服装设计的数字化转型为引领，制定《数字化工作流程》《3D建模收费标准》等一系列规范性文件，系统构建以数据为驱动、以“AI+3D技术”融合应用为核心的研发创新体系。同时，公司明确研发创新事业部作为数字化转型与研发工作的归口管理部门，持续深化服装行业数字化技术探索，扎实推进平台数智能力建设，全面提升业务团队在客户拓展、订单承接与市场展业等方面的支撑能力，为企业实现转型升级与行业创新发展夯实基础、积蓄动能。

### 研发团队建设

公司将研发团队建设置于战略支撑位置，通过强化核心技术团队的内部培养及高端技术人才的外部引进，着力打造规模稳步增长、结构持续优化、队伍长期稳定的核心人才梯队。截至报告期末，公司研发人员32人，主要是设计、建模相关岗位。



### 创新驱动措施

#### 产学研合作

公司深耕纺织服装主业，紧扣数字化转型与人才培养核心需求，积极构建产学研协同创新体系。通过联动高校、企业及政府等多方力量，公司有效凝聚发展合力，搭建起创新研发与产业落地的融合平台，有力推动产业向高端化、智能化转型升级，为企业高质量发展筑牢根基。

#### 案例 政企战略协同新模式

2025年10月，在第十四届盛泽纺博会暨2025苏州湾时尚周开幕式上，苏豪时尚与盛泽镇人民政府正式签署战略合作协议。双方将围绕海外市场拓展、展会资源协同、产品研发创新与数字平台共建等关键领域深化合作，共同推进设立海外展贸中心与采购中心，致力于在纺织服装全产业链协同中探索政企合作新路径、新模式。



#### 案例 签署战略合作协议 共启发展新篇章

2025年11月，在第八届世界布商大会期间，苏豪时尚与中国轻纺城集团正式签署战略合作协议。双方将建立常态化协同机制，整合优势资源，重点围绕国际营销网络建设、产业链协同、设计研发数字化等领域深化合作，共同打造数字化创新生态，进一步整合纺织产业资源，提升产业链供应链核心竞争力，携手开创互利共赢的合作新局面。



公司成立面料创新中心，与江南大学签订协议，围绕功能性面料开发、人工智能面料推荐系统及卓越工程师实践实习基地建设等方面开展深度合作。此外，为强化纺织服装业务整合的科技支撑，公司积极推进内部数据资源库建设，依托现有数字化设计打样平台，与凌迪公司合作完成AI智能体模型搭建，于12月正式推出推料智能体与推款智能体，并启动创款智能体与面料智能体的规划与搭建工作，系统构建覆盖设计、研发至制造环节的数字化创新能力体系。

#### 参与行业交流

公司积极参与行业标准化建设，联合江苏省纺织协会，共同推动《可撕标签用涤纶丝织基布》《纺织品 洗液沾色程度试验 目光评级法》两项团体标准的制定与实施，通过规范相关产品与测试方法，有效助力行业技术进步与质量提升。同时，公司充分发挥纺织服装全产业链优势，聚焦数字化转型与面料创新，积极搭建上下游对接桥梁，通过展会、面料对接会等行业交流平台，联动同行协同发力，共同推动产业全链路升级。

案例 2026秋冬季面料对接会

2025年10月，苏豪时尚与中国轻纺城集团联合举办2026秋冬季面料对接会。本次活动以“链接优质面料资源、高效匹配成衣需求、赋能产业数字化升级”为主旨，为纺织服装产业链供应链上下游搭建沟通桥梁。活动共吸引150余名行业人士参与，集中展陈1,200余款特色面料，中外嘉宾及企业代表围绕面料流行趋势与数字化应用展开深入交流，并达成多项初步合作意向，进一步打通了“面料织造-成衣设计-市场落地”的产业链供应链网络，有效推动了纺织服装全产业链的数字化转型步伐。



知识产权保护

公司严格遵循《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》等法律法规，结合公司经营实际，制定《商标管理办法》，明确总经理办公室为商标管理常设机构，配备专职人员负责商标日常管理工作，并对商标的注册申请、维护使用及监督等事项进行全面规范，从而建立起系统化的商标管理体系，切实提升知识产权管理与保护能力，有效保障商标资产安全。

知识产权保护措施

- 1 商标管理人员负责统筹公司商标的申请注册、续展、转让及许可使用等事务，对需续展的商标，于有效期届满前六个月内依法办理续展手续。
- 2 各部门、分子公司在商标使用过程中，负有维护商标完整性的责任。
- 3 全体员工发现任何侵犯或可能侵犯公司注册商标的行为，须立即向总经理办公室商标管理人员报告，并协助开展相关信息搜集工作。
- 4 因商标注册、使用引发的纠纷，或涉及第三方商标侵权争议的，由商标管理人员会同法律合规部、商标代理机构及外部专家共同研究，制定并实施相应应对方案。
- 5 各业务公司在经营活动中负有保护和规范使用他人注册商标的责任，不得侵犯他人合法商标权益；如参加交易会、展销会等活动需要使用他人注册商标的，须取得合法授权或符合法律规定。

关键绩效

截至报告期末， 公司授权专利累计	软件著作权	报告期内， 公司申请专利	其中发明专利
1项	9项	12项	4项

遵守科技伦理

苏豪时尚严格遵守国家及国际科技伦理相关法律法规，在研发创新与数字化建设过程中，确保所有活动均符合数据保护、隐私安全及责任可追溯的伦理合规要求，以负责任的方式推动技术创新，以实际行动恪守科技伦理底线。

产品和服务安全与质量

苏豪时尚严格遵守《中华人民共和国产品质量法》等相关法律法规及行业标准，始终坚持将质量管控与客户服务置于企业发展的核心位置。公司构建并持续完善覆盖产品全生命周期的质量管理体系，通过优化产品设计，切实提升产品可及性；同时建立健全高效响应、规范专业的客户服务管理体系，确保从研发、生产到交付及售后各环节实现高标准、规范化运作。报告期内，公司未发生任何与产品及服务相关的重大安全与质量责任事故。

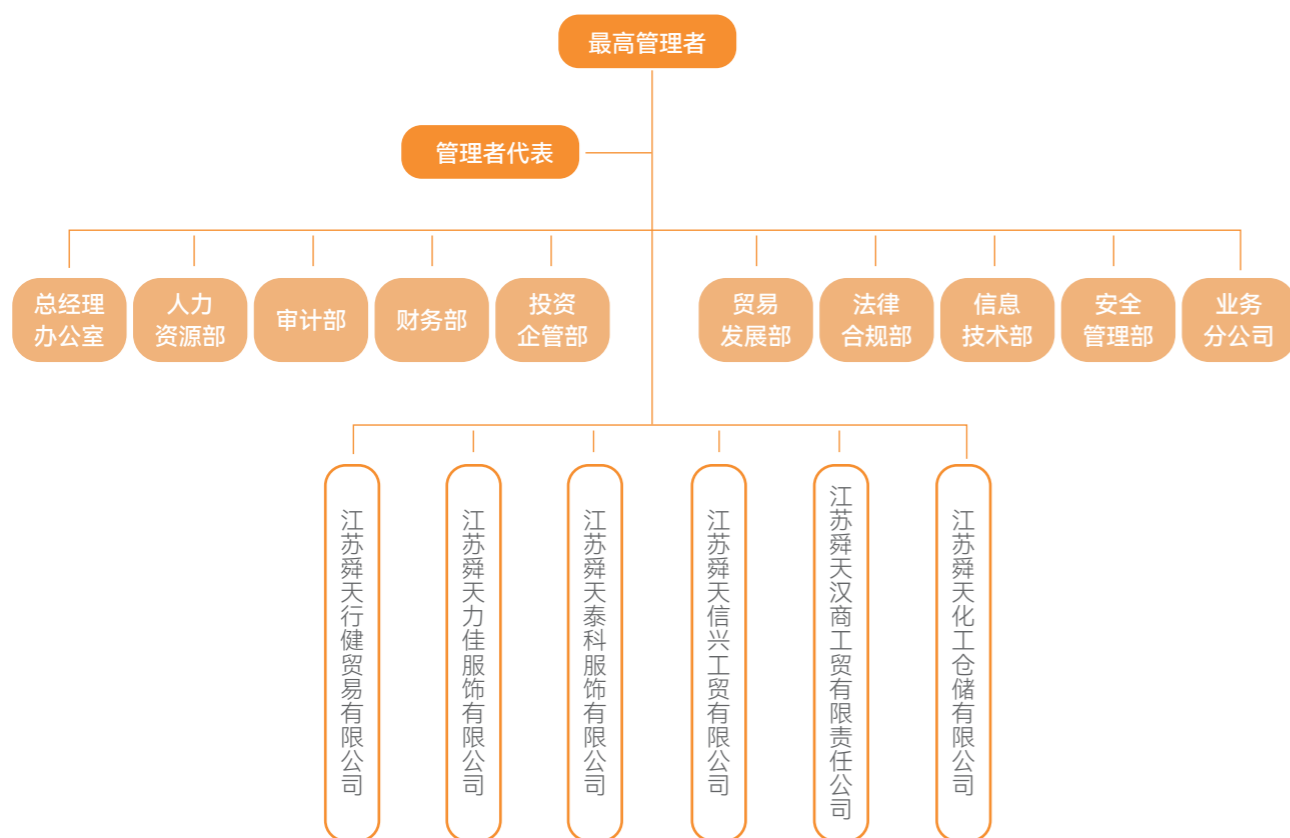
治理

公司始终秉持“务实高效，积极进取；业绩至上，效率优先；顾客满意，持续发展”的质量方针，制定并实施《质量管理手册》，明确将总经理办公室作为质量管理体系建设的归口责任部门，全面负责相关制度的建立、监督与持续改进工作，以健全职责清晰、运行规范、落实有力的管理机制，为公司高质量发展奠定坚实的制度基础与管理保障。报告期内，公司及旗下6家子公司舜天行健、舜天信兴、舜天力佳、舜天泰科、舜天汉商、舜天化工已通过ISO 9001质量管理体系认证。

ISO 9001质量管理体系认证证书



质量管理组织架构



为深入贯彻质量方针，保障质量体系持续稳定有效运行，公司制定《质量管理奖惩办法》，由总经理办公室质管组和内审小组负责质量奖惩的具体实施，并将质量考核结果与员工薪酬绩效、岗位晋升及职务任免直接挂钩，有效激发员工参与质量管理的主动性与积极性，提升产品整体质量水平，预防和减少质量事故隐患，推动质量管理工作持续改进。

### 战略

公司全面识别与评估产品质量管理过程中的潜在风险与机遇，并据此制定有效应对策略，推动产品与服务持续优化，确保在竞争激烈且不断变化的市场环境中实现稳健发展。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生概率	影响大小	影响的时间范围	影响的价值链环节	优先级排序	潜在财务影响	应对措施
政策风险	对国际、国家及行业相关标准及法律法规的理解与跟踪不足，可能导致产品设计、生产及验收环节与客户实际需求或目标市场准入要求存在偏差，若不加以管控，可能直接影响产品合规性、市场认可度与长期竞争力。	中	高	短期 中期 长期	运营 下游	高	营业收入减少	构建常态化标准跟踪与转化机制，持续关注国际、国家及行业相关标准、法律法规的最新动态，及时对内部标准化文件和技术规范进行系统性评估与修订，确保各项要求有效融入产品设计、生产及检验全过程，从而持续提升产品的合规性、适用性与市场竞争力。
产品质量风险	公司采用“研发在中国、生产在亚非、市场在全球”的布局，在埃及等地加速产能建设，不同国家工厂在设备精度、工艺标准、员工技能上存在差异，可能导致产品质量波动。	低	中	短期 中期	运营 下游	中	营业收入减少	加大数字化转型投入，引入智能生产设备和先进的数字化管理系统，确保产品质量稳定性；利用数字化平台，将国内研发的设计数据、工艺参数直接同步海外生产基地，减少信息传递误差；为海外工厂员工提供系统的技能培训，促进质量管理体系与文化落地。
技术机遇	随着智能制造与数字化转型的纵深推进，公司可依托数字化、智能化技术，对服装设计研发、打样生产全链路进行系统性革新，提高产品质量控制的精度和效率。	高	高	短期 中期	运营	高	运营成本减少	与高等院校、科研院所开展产学研交流合作，积极打造数字化创新人才高地；推进数字化、智能化生产基地建设，依托数字化系统和设备，推动传统产业智改数转步伐，使生产过程更智能、更高效、更灵活。

## 影响、风险和机遇管理

公司通过建立健全风险管理机制，主动识别与评估质量和服务管理过程中的各类风险，并采取有效的控制措施进行防范和跟踪，确保质量管理体系持续改进与高效运行。

### 风险识别

通过全面、系统、持续地收集和分析可能影响公司经营管理的内外部信息，定期识别产品和服务风险，形成《风险和机遇辨识与控制措施表》。

### 风险评估

采取定性与定量相结合的方法，对风险发生的可能性及影响程度进行评估与等级划分，确定关注重点和优先控制的风险。

### 风险应对

建立风险应急机制，明确风险处置的组织决策体系、措施、方法和程序，确保处置得当。

### 风险监测

各职能部门及业务单位对责任范围内的重大风险和相关信息进行持续日常监控。

## 指标与目标

公司紧密围绕质量与服务管理核心目标，持续强化能力建设，严格把控产品品质，不断优化服务体系，确保产品与服务精准契合客户需求与期望，以卓越品质奠定基础，以优质服务增添动能，扎实巩固企业可持续发展根基。

目标	2025年达成情况
合同履约率≥95%	合同履约率97.22%
顾客抱怨处理率100%	顾客抱怨处理率100%
重大风险事故发生率为0	重大风险事故发生率0

## 产品质量管理

### 全生命周期管理

公司制定《监视和测量控制程序》《关于尺子的检定操作规程》等制度和程序，对服装产品所涉及的主要测量器具进行定期检定，并实施全过程的监测与管控。通过严格的计量管理与过程控制，确保检测数据的准确性与可靠性，为产品质量合规与持续改进提供坚实保障。

### 测量器具检定

各部门及业务公司每年对主要测量器具（尺子）进行检测，经过检测的尺子贴检测标签以作标识。总经理办公室将检测合格的尺子做好发放和登记记录后统一发放至各业务公司。

### 产品监视和测量

采用科学有效的监视、测量和统计方法，对所有产品及服务过程进行控制。

### 不合格品控制

为确保不符合要求的产品得到有效识别和控制，公司制定《不合格产品控制程序》与《不合格服务控制程序》，规范对不合格产品与服务的识别、标识、判定、处置及改进等关键流程，杜绝不合格品的非预期性使用或交付，确保所提供的产品与服务始终满足客户要求。

### 质量培训

公司依据年度质量目标与员工能力建设规划，定期组织开展质量专题培训，引导员工深刻认识质量管理的重要意义，全面掌握岗位质量要求与操作规程，持续强化质量合规意识与实操能力，有效推动公司质量管理水平稳步提升。

## 客户权益保障

公司始终秉持“以客为先”的核心工作理念，专门制定《客户管理办法》，系统规范各类业务合作客户的准入、评审、分级、分类和动态管理流程，推动客户关系管理的规范化与精细化。公司明确贸易发展部作为客户管理工作的主责部门，全面统筹客户资源、协调服务环节、监督履约质量，切实保障客户的基本权益，提升长期合作价值。同时，公司高度重视服务品牌建设，通过定期组织开展客户服务培训，持续提升员工的综合素质和业务能力，为客户提供更加专业、高效的服务支持。



### 贸易发展部职责

- 1 建立并维护客户名录，对客户进行分级分类管理，并对客户信用额度进行管理和维护；
- 2 协助业务单位进行客户资信调查，必要时对客户组织实地考察；
- 3 负责客户动态管理工作，提醒提示客户资信风险信息，并按规定开展客户再评审、组织客户风险处理工作；
- 4 监督和指导下属单位客户管理工作。

### 客户投诉响应

公司已建立多部门协同的客户投诉处理机制，开通电话、信件、电子邮件等多渠道受理途径，确保客户反馈能够得到质管组或相关业务公司的及时接收与响应。同时，客户还可通过贸易发展部与业务公司共同运维的客户管理平台，进行业务对接与问题反馈，持续提升客户服务体验。



质管组

- 对各部门和相关方对本部门工作的抱怨和投诉予以及时解决和改善；
- 对各部门的纠正和改进措施进行督促和检查。



贸易发展部

- 对日常单证、货物保管运输过程中产生的顾客抱怨和投诉进行及时处理；
- 对海关、商检、外管局等政府管理部门的要求和反映进行及时处理。



业务公司

- 对日常业务往来中顾客的抱怨和投诉进行及时处理。

#### 关键绩效

报告期内，公司客户抱怨处理率 **100%**。

### 客户满意度

为持续提升产品与服务质量，精准响应客户需求，公司依据《顾客满意度测量控制程序》建立常态化客户反馈机制，定期面向国内外贸易客户开展满意度调查，积极构建差异化、定制化服务体系，在国内外市场中树立优良的服务口碑与品牌形象。

#### 关键绩效

报告期内，一分公司、三分公司、一带一路业务部、消费品业务部、舜天行健、舜天力佳、舜天信兴、舜天汉商和舜天化工顾客满意率 **100%**，舜天泰科顾客满意率 **94.7%**。

### 负责任营销

公司始终践行负责任营销原则，制定《信息宣传审核发布管理办法》，严厉抵制夸大及虚假宣传行为，对宣传信息内容实施严格的审核机制。通过初审、复审、终审等多级审批流程，确保信息对外传播的真实性、准确性与合规性，在宣传实践中落实社会责任，持续提升品牌公信力，传递正向社会价值。

## 负责任供应链

产品质量安全有赖于优质供应商的有力支撑。为此，苏豪时尚建立了覆盖供应商选择、评审等环节的全流程管理体系，通过在关键环节实施严格管控，为产品质量奠定坚实基础，有力保障产品质量的持续稳定与可靠。

### 治理

公司通过制定《客户管理办法》《货权管理办法》等规章制度，建立起权责明确、运行规范的协作框架，清晰界定公司与供应商在合同履行、货物交接、资金结算及行为规范等方面的权利义务，强化对合作过程中关键风险节点的制度约束，为供应链的长期稳定运行奠定坚实基础。

## 战略

公司注重采购全流程中潜在风险及机遇的识别与评估，并以此为基础强化供应商及采购风险管控体系，切实提升供应链管理的规范性与抗风险能力。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生概率	影响大小	影响的时间范围	影响的价值链环节	优先级排序	潜在财务影响	应对措施
市场风险	公司业务采购成本较高，受地缘政治、汇率波动等因素影响，国内生产资料价格随全球供应链波动持续上涨，尤其是关键原材料和能源成本居高不下，可能对公司利润空间造成挤压。	中	高	短期 中期	上游 运营 下游	高	营业收入减少	密切关注国内外原材料市场价格走势，结合采购计划适时调整采购节奏； 在保持国内优质供应商合作的基础上，稳步拓展东南亚、南亚等低成本区域的采购资源，分散单一市场带来的价格风险； 与核心供应商签订中长期采购协议，稳定采购成本预期，增强双方共同抵御市场波动的能力。
供应链韧性机遇	通过完善供应商准入与评审体系，并积极推进采购多元化策略，可有效降低对单一供应商及地区的依赖度，增强供应链抗风险能力。	高	高	长期	运营	高	运营成本减少	强化供应商全流程管理，严格执行准入与评审机制，推动关键物料、委托加工供应体系多元化布局，全面提升供应链的稳定性与抗风险能力。

## 影响、风险和机遇管理

公司将保障供应链稳定性置于管理优先位置，通过主动识别与评估供应链全流程中的各类风险，制定并实施针对性应对措施，着力将风险可能带来的负面影响降至最低，切实保障业务连续性与经营安全。

### 风险识别

全面排查供应链管理流程中的各环节，结合公司业务特点，识别可能存在的风险点，分析其来源、特征、发生频率及潜在影响。

### 风险评估

对已识别的风险，采用定性与定量相结合的方式，通过建立风险矩阵等工具进行分级评估与优先级排序。

### 风险监测

相关部门对关键风险指标变化、新出现或发生重大变化的原有风险，以及风险应对方案的执行情况与效果进行日常监测。

### 风险应对

在风险评估的基础上，制定针对性应对措施，确保供应链风险得到有效防范与及时应对。

## 指标与目标

公司在供应链管理过程中，系统建立并持续完善关键绩效指标与目标体系，通过科学设定管理标准，不断提升与供方的协同效能，推动建立长期稳定的战略合作伙伴关系，最终实现公司与供方的互利共赢与可持续发展。

指标	目标	2025年达成情况
供应商数量	持续扩大供应商数量	供应商总数11,889家，较上一年增长3.03%。
本地化采购	维持较高本地化采购比例	公司拥有江苏省本地供应商5,038家，占比42.38%。 公司向当地供应商采购支出比率39.61%。

## 供应商管理措施

公司不断完善供应商全生命周期管理，对供应商的准入、评审、退出等关键环节实施闭环管控，平等对待中小企业，营造公平合作的供应链生态。同时，将ESG表现全面融入供应商管理流程，积极推进廉洁采购、绿色采购和数字化采购，着力构建负责任、可持续、高效率的供应链体系。

### 全生命周期管理

公司对供应商实施覆盖准入、评审、分级等环节的全流程闭环管理，并依托客户管理平台推进采购流程标准化，全面提升供应链的可持续性与稳定性。

### 01 供应商准入

选择资信良好、经营规范的企业开展合作，并对初次合作的供应商进行准入筛查，确保其符合公司供应商准入条件。

### 02 供应商评审

通过实地考察、第三方资信调查等方式，对供应商开展尽职调查，评审内容包括但不限于注册资本、财务指标或实际控制人资产状况、欠税情况、员工参保情况、经营资质、经营业绩、信用记录、合作记录等。

### 03 供应商分级

国内供应商分为AA、A、BB、B、CC、C、D七个等级，根据供应商评审得分确定相应等级；国外供应商分为A、B、C、D四个等级，由贸易业务管理部门参考相关信用报告等资料后确定。

### 05 数字化管理

搭建客户管理平台，将供应商准入、评审、分级、分类、退出管理等功能纳入信息系统。

### 04 供应商退出

供应商出现提供资质材料弄虚作假、向相关工作人员提供不正当利益等情况，或供应商复审结果不合格，在妥善办理退出手续后，终止合作并取消其供应商资格。



江苏舜天客户管理平台

评审编号	企业名称	统一社会信用代码	评审类型	评审得分	信用等级	是否自动	评审状态	创建来源	创建日期	操作
			模型07-服装再评审(优化版)	72	B	是	评审成功	sainty_erp	2025-12	详情
			模型09-服装初评审(优化版V2)	64	CC	是	评审成功	fangjian	2025-07	详情
			模型03-服装初评审(优化版)	66	CC	是	评审成功	sainty_erp	2024-10	详情
			模型03-服装初评审(优化版)	64	CC	是	评审成功	lixiaquan	2024-06	详情
			模型03-服装初评审(优化版)	64	CC	是	评审成功	lixiaquan	2024-05	详情

客户管理平台

### 廉洁采购

公司要求供应商严格遵守商业道德，积极履行社会责任，并通过《社会责任管理制度》《货权管理办法》等制度对双方合作行为作出严格规范，明确禁止商业贿赂、利益输送及其他任何违反廉洁规定的行为，确保合作始终遵循公开、透明、合规的原则，共同维护健康有序的商业生态。

### 数字化采购

公司持续加强数字化采购平台建设，依托客户管理平台系统实现订单创建、采购合同审批、采购入库及财务结算等流程的线上化，有效提升采购效率与透明度，为业务运营提供有力支撑。

年份	2025	流水号	001
状态	生效	生效日期	2025-01-03
签署日期	2025-01-03	合同总金额	
印章类型	公章	合同类型	格式合同
产品大类	服装	合同模板	服装国内采购合同
框架协议号		打印份数	2
备注		已打印份数	

审批类注点	审批原因
法审审批	触发原因
分管领导审批	触发原因
风控与合规	触发原因
公司总经理审批	触发原因
公司办公会审批	触发原因
贸评会	触发原因
总法律顾问	触发原因

签约地点	南京市雨花台区	履约金%	
交货地点	新合同模板无需填写	交货指定地	新合同模板无需填写
包装要求	新合同模板无需填写		
质量标准	新合同模板无需填写		
付款方式描述			
付款方式描述2			
交货方式	新合同模板无需填写	到货方式	新合同模板无需填写
发票要求	新合同模板无需填写	其它要求	
检验方式	新合同模板无需填写		
其它方式			
检验标准	新合同模板无需填写		
其它标准			

数字化采购平台

### 平等对待中小企业

公司秉持开放协作的态度，建立公平透明的供应商准入机制与标准化业务对接流程，积极为各类企业特别是中小企业创造平等合作机会。目前，与公司合作的中小企业主要为服装面辅料生产、服装加工等上游供应商，结算方式以预付款或现款现货为主。报告期内，公司不存在逾期账款的情况。

## 数据安全与隐私保护

### 数据安全管理

为满足信息数据机密性、完整性和可用性要求，苏豪时尚严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》等法律法规，坚持“明确责任、依法合规、重点保护、分级负责”的网络安全管理方针，制定《数据安全管理办法》《网络安全管理办法》，为数据安全工作提供系统化、规范化的制度支撑。

公司遵循“谁运营谁负责、谁主管谁负责、谁使用谁负责”的原则，严格落实网络安全责任。同时，公司成立网络安全和信息化领导小组，全面统筹领导网络安全管理工作，推动各项制度规定落实落地；明确信息技术部作为数据安全归口管理部门，具体承担相关工作的组织实施与日常监管，确保网络和数据安全管理体系有效运转。报告期内，公司已通过ISO 27001信息安全管理体系认证，未发生任何信息安全及客户隐私泄露事件。



### 数据安全风险管理

#### 数据安全风险防控

为有效防范数据安全风险，公司建立了完善的数据安全风险防控体系，涵盖风险分类分级、风险预警与监控、应急处置等关键环节，实现对数据安全风险的全流程闭环管理，切实提升数据安全保障能力与风险响应效率。

#### 风险分类

分为有害程序事件、网络攻击事件、信息破坏事件、信息内容安全事件、设备设施故障、灾害性事件和其他网络安全事件等类别。

#### 风险分级

根据风险事件对公司造成的信息系统损失和社会影响程度，将风险事件划分为一级、二级、三级和四级共四个级别。

#### 风险预警与预防

对可能引发风险事件的各种因素采取预防和控制措施；保持对各类风险事件的敏感与警惕，持续监测网络与系统运行、安全扫描、数据备份等状态，收集并整理可能威胁公司网络信息安全的重要信息或隐患，及时汇报与处置，将风险事态控制在萌芽状态。

### 应急预案及演练

公司建立健全网络安全事件应急机制，编制《网络信息安全风险事件应急预案》，明确应急处置流程，并定期组织应急预案演练，根据演练评估结果持续修订完善预案内容，及时排查和化解风险隐患，切实提升应对突发网络安全事件的能力，最大限度地减少事故可能造成的各类损失。

#### 案例 网络安全应急演练

2025年12月，公司开展数据库恢复科目的网络安全应急演练，模拟数据库故障场景，检验备份恢复机制的有效性与应急响应流程的顺畅性。通过实战化演练，进一步提升技术团队的风险处置能力，确保核心数据资产在突发情况下可快速恢复、业务运行可持续。

### 信息安全审计

公司建立健全信息安全审计体系，定期组织开展覆盖全业务流程的信息安全审计工作，系统评估信息安全风险与控制措施的有效性，确保信息资产管理合规、风险可控。报告期内，公司共开展2次信息安全审计。

### 数据安全实践

公司依据《数据安全管理办法》相关规定，围绕设备设施、数据使用及备份等关键环节，系统构建并严格落实数据安全管理机制，切实保障公司数据安全、完整与可靠运行。

## 数据安全治理措施

### 设备设施管理

- 依据《机房管理细则》严格执行机房维护管理，夯实信息安全基础环境；
- 强化对终端、服务器及云端等设备的日常维护与安全管控，依托专业技术手段保障各类设备安全稳定运行。

### 数据使用管理

- 实行数据分类分级管理，严禁未经授权进行查询、记录、携带、复制及传输数据；
- 数据权限按岗位设置，超权限使用需经申请审批；
- 测试与研发环境使用生产数据须经脱敏处理，并确保环境隔离；
- 涉及加密的重要数据及其介质、资料，须按相关管理办法严格管理。

### 数据备份管理

- 信息技术部负责制定数据备份策略与操作手册；
- 备份执行须核对数据完整性、一致性和可恢复性，并详细记录备份情况；
- 出现异常及时报告，由部门负责人组织分析处理并完善相关策略与流程。

### 数据存储管理

- 信息技术部制定数据存储介质管理规程，明确介质标识、保管清单及异地存放等要求；
- 到期数据须及时销毁，介质外借须经审批；
- 外部维修时需清除数据并全程监督，确保存储介质物理安全。

### 数据恢复管理

- 信息技术部制定数据恢复策略及操作手册；
- 数据恢复前做好必要备份，严格按流程执行；
- 数据恢复后验证数据完整性和可用性；
- 出现异常及时报告，并据此完善数据恢复策略与操作手册。

### 数据清理优化

- 制定并实施数据清理优化方案；
- 操作前确保备份数据可恢复且符合保存要求；
- 实施过程避开业务高峰期，避免影响系统正常运行。

## 数据安全培训

为全面提升数据安全保障能力，公司扎实推进网络安全培训与制度宣贯，不断巩固并强化数据安全防护体系，确保公司、供应商、客户及员工的信息资产得到全方位、立体化的安全守护。

### 案例 2025年国家网络安全宣传周活动

2025年9月，公司积极响应国家网络安全宣传周号召，围绕“网络安全为人民，网络安全靠人民——以高水平安全守护高质量发展”主题，组织开展系列宣传教育活动。

活动期间，公司通过专题宣讲、知识竞答等多种形式，深入学习习近平总书记关于网络强国的重要思想，宣贯《网络安全法》《数据安全法》等法律法规，普及网络安全防护知识，有效提升全员网络安全意识。同时，公司充分利用线上线下宣传平台，播放宣传视频、张贴宣传海报和标语，着力营造“人人参与、人人有责、人人共享”的网络安全氛围。



### 关键绩效

报告期内，

公司组织开展数据安全相关培训

**1**次

培训总时长

**30**小时

参与培训

**30**人

## 客户隐私保护

公司严格遵守国家法律法规与行业规范，坚持合法、正当、必要的原则收集客户信息，并建立健全客户信息管理机制。通过对客户信息实施分级分类、加密存储及权限管控等措施，实现数据的妥善保管与合理使用，坚决防范客户信息泄露及任何形式的滥用，持续为客户隐私安全提供坚实保障。

## 04 聚力同行 共赴美好未来

苏豪时尚始终将员工作为企业最宝贵的财富，全面保障员工合法权益，构建具有市场竞争力的薪酬福利体系，让奋斗者共享发展成果。公司搭建多元职业发展通道，以系统化培训赋能员工成长，严守职业健康安全底线，营造公平、包容、健康的职场环境。同时，公司积极履行社会责任，深度融入“一带一路”建设，持续开展公益慈善与乡村振兴活动，以实际行动诠释国企担当，推动员工、企业与社会和谐共生与可持续发展。

### 我们的行动

- 保障员工权益
- 落实人文关怀
- 优化民主参与
- 赋能员工成长
- 守护员工安全
- 履行社会责任

### 响应的SDGs



## 员工权益保障

### 员工招聘

苏豪时尚严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，制定并实施《招聘录用管理办法》《员工手册》等内部管理制度，构建了覆盖招聘录用、岗位调动到离职退出的全流程合规用工体系，切实保障员工合法权益，为企业稳健发展夯实人才根基。

公司遵循“任人唯贤、公开平等、择优录用、先内后外、人岗相适、人事相宜”的招聘原则，规范员工招聘与录用流程，确保选人用人工作公开公正、科学严谨，为企业高质量发展注入源源不断的人才活力。



### 招聘渠道

公司不断优化人才队伍结构，积极拓宽招聘渠道，通过社会招聘与校园招聘相结合的方式，多维度引进各类专业人才，持续完善人力资源配置。

#### 社会招聘

- 主要包括线上平台招聘、猎头招聘、内部推荐等。

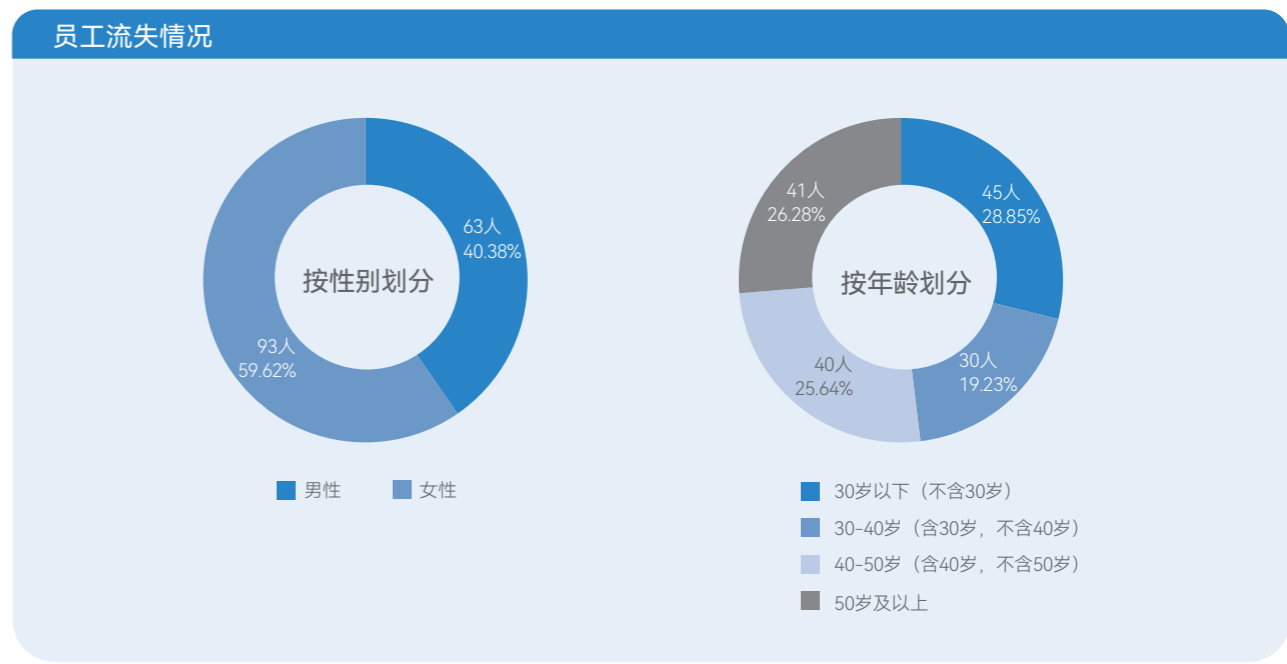
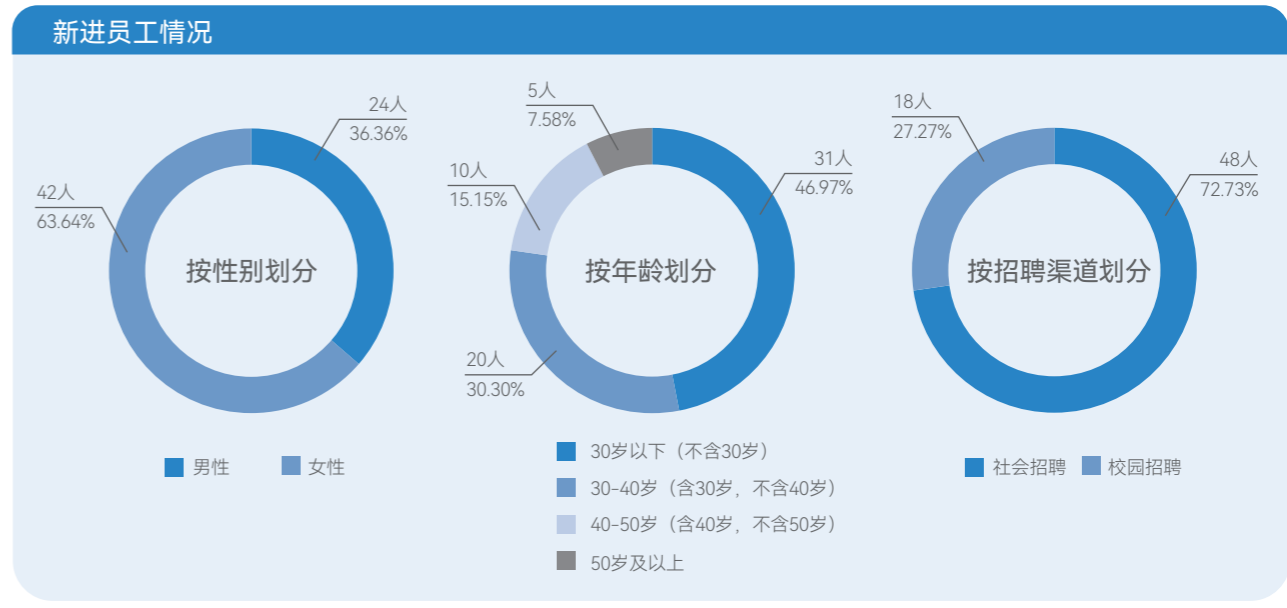
#### 校园招聘

- 主要包括线上平台招聘、校企合作、线下校园招聘等。与江南大学、南京财经大学、河海大学等高校保持紧密联系，其中，与江南大学联合开展的“卓越工程师计划”，为8名学生提供轮岗实习机会，并成功与5名学生签订三方协议。

### 关键绩效

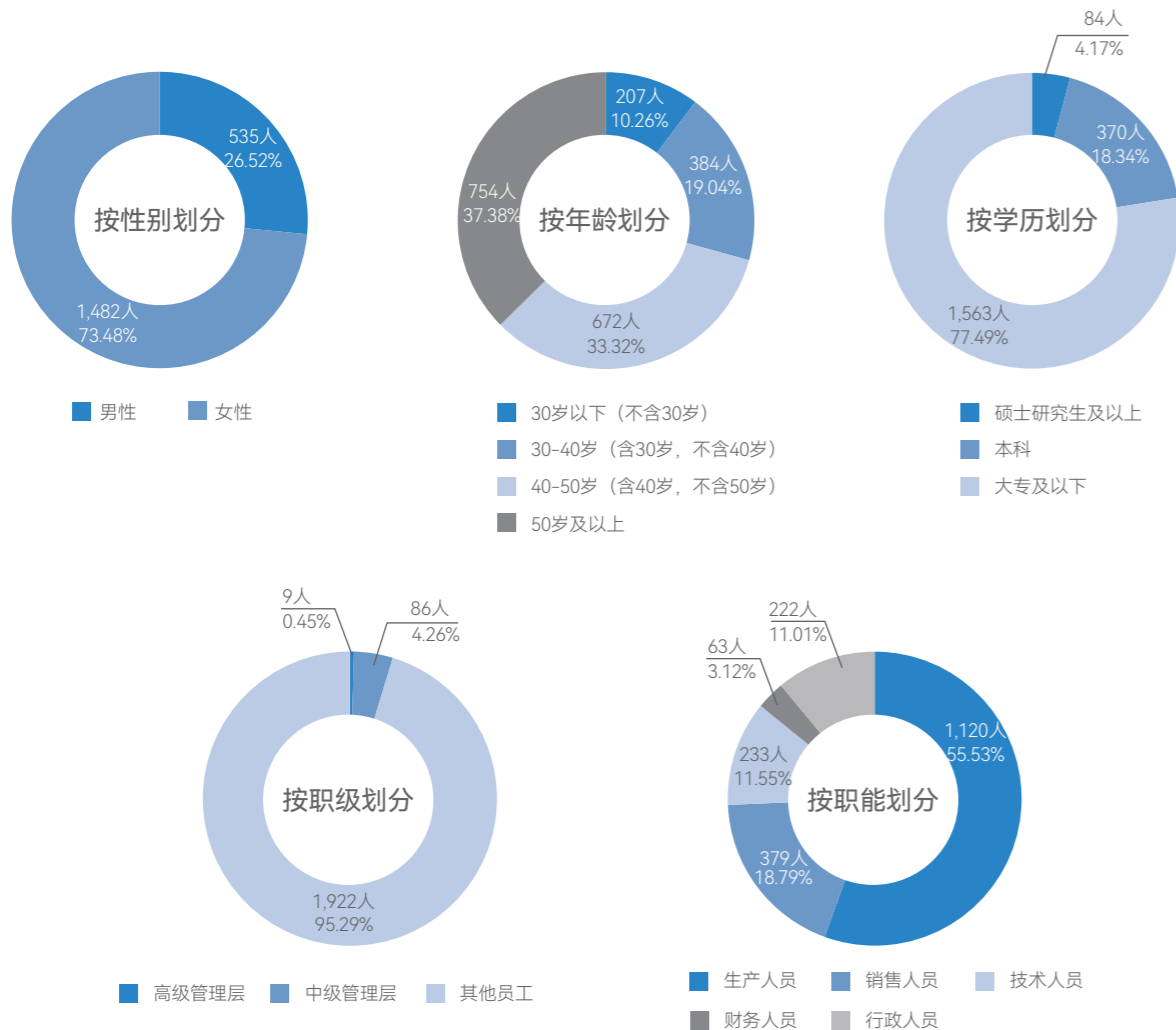
报告期内，

公司新进员工数	员工离职数	员工总流失率
66人	156人	8%



### 员工构成情况

截至报告期末，公司员工总人数2,017人，其中残疾员工17人，占比0.84%。具体构成情况如下：



### 平等雇佣

公司在《员工手册》中明确规定，禁止任何形式的歧视、骚扰、报复行为以及强制性劳动，切实维护员工基本权益，营造相互尊重、平等包容的工作氛围，为构建和谐劳动关系提供坚实的制度保障。

#### 平等雇佣与反歧视

公司始终坚持平等雇佣原则，在员工的招聘录用、岗位晋升、薪酬福利及职业发展各环节，杜绝一切基于性别、残疾、民族、国籍、宗教信仰等方面的歧视行为。同时，公司明确禁止任何形式的职场骚扰，建立健全内部举报与申诉机制，鼓励员工在遭遇或发现此类行为时，通过正规渠道及时反映，切实维护自身合法权益，共同营造相互尊重、公平公正、包容友善的工作氛围。

### 反童工与反强迫劳动

公司严格遵循《禁止使用童工规定》及相关法律法规，坚决反对任何形式的雇佣童工及强制劳动行为。在招聘录用、入职审批及报到环节，公司设立并实施严格的年龄审核机制，通过身份证件核验等方式，确保录用人员符合法定就业年龄要求，从源头筑牢合规用工底线。

#### 关键绩效

报告期内，  
公司劳动合同签订率 **100%**  
未发生任何雇佣童工、  
强制劳动、职场骚扰及歧视事件。

### 女性权益保护

公司严格执行《女职工劳动保护特别规定》，全面落实男女同工同酬原则，依法保障女性员工产假、育儿假、哺乳假等方面的合法权益。同时，公司在休息区设立母婴室并配备必要设施，为女职工提供便利、私密的专属空间。此外，通过节日关怀、专项活动等形式，公司持续营造尊重女性、关怀女性、支持女性发展的文化氛围，不断增强女性员工的归属感与工作幸福感。



“三八”妇女节活动



母婴室

关键绩效

报告期内，  
公司管理人员中女性人数  
**37** 人 | 管理人员中女性人数比例为  
**39** %

员工薪酬与福利

薪酬管理

公司制定《薪酬管理办法》，构建了由基本工资、岗位工资、职称工资、司龄工资及奖金组成的多元化薪酬体系。根据员工的管理层级、专业技能、工作强度及工作业绩等，公司设立了管理层次与专业技能提升两条并行的薪酬激励通道，逐步建立对内具有激励导向、对外具有一定竞争性的薪酬机制，为员工成长与企业高质量发展提供有力支撑。

绩效管理

公司坚持“目标导向、绩效挂钩、客观公正”的原则，制定《年度综合考核管理办法》《职能部门员工岗位绩效考核办法》，通过年度绩效考核将考核结果划分为优秀、良好、称职、不称职四个等次，并以此作为调整员工薪酬职级、任职资格和推荐新锐管理骨干的重要依据。

在考核过程中，公司重视员工与部门负责人的双向沟通。年终绩效考核结束后，部门负责人与员工进行绩效谈话，及时反馈考核结果、指出工作不足并共同探讨改进方向。员工如对考核结果存在异议，可在规定时限内提出申诉，公司将按程序予以核实反馈，确保考核过程的公正透明与结果的有效运用，持续激发员工活力，助力组织效能提升。

关键绩效

报告期内，  
公司定期接受绩效和职业发展考核的员工比例为 **100** %。

员工福利

公司严格遵守国家法律法规，从员工需求出发，搭建涵盖法定福利和企业自有关怀的全方位福利保障体系，不断提升员工获得感与归属感。

法定福利

- 养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险和住房公积金

健康体检

- 员工定期体检

节日福利

- 节日慰问与关怀

工时与休假

- 为员工提供法定节假日、病假、工伤假、婚假、丧假、产假、护理假、哺乳假、育儿假、独生子女父母护理假、探亲假、带薪年假等假期，规范请假和加班审批流程，合理安排员工工作时间

关键绩效

报告期内，  
公司社会保险覆盖率  
**100** % | 本部福利总支出约  
**55** 万元



员工暖心关怀

困难员工帮扶

公司始终重视对困难员工的关怀与帮扶，工会组织积极发挥桥梁纽带作用，持续关注困难员工的现实需求，通过定期走访慰问、发放帮扶资金等方式，切实帮助员工解决实际困难，用实际行动传递温暖与关怀。报告期内，公司累计帮扶困难员工22人，帮扶总支出5.4万元。



困难员工帮扶活动

员工活动

为帮助员工更好地平衡工作和生活，公司积极组织开展形式多样的团体与户外活动，在丰富员工业余生活的同时，搭建跨部门沟通交流的桥梁，促进员工在互动中增进理解、凝聚共识，为公司可持续发展持续注入人文活力与团队动能。

案例 “喜迎华诞·健启新程”系列主题文体活动

2025年，为庆祝中华人民共和国成立76周年，苏豪时尚工会下属各文体协会积极开展“喜迎华诞·健启新程”系列主题文体活动，以奋进姿态开启时尚征程。

9月21日，苏豪时尚工会在南京明城墙神策门下举办“迎华诞看繁荣发展 向未来启时尚新程”主题健步走活动，来自公司各单位的30余名职工代表积极参加。同时，公司健身、篮球、足球、羽毛球等文体协会也同步开展系列主题活动，共同营造积极向上的文化氛围，充分展现苏豪时尚人团结奋进的精神风貌。



案例 新员工融合提升活动

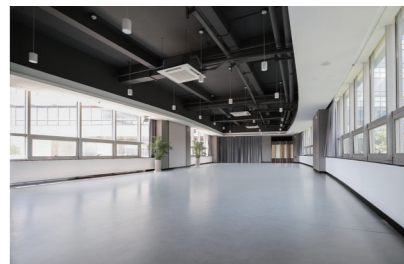
9月28日，苏豪时尚组织开展“双节共庆·聚势启新程”新员工融合提升活动。活动围绕“有温度、有希望、有传承”三个篇章展开，通过发放入职礼包、“传承树”打卡、新员工风采展示、领导及导师分享交流等环节，促进新老员工之间的融合与传承，助力新员工快速融入团队。



职工之家



图书室



多功能室

员工心理健康保护

公司高度重视员工心理健康，设立心理咨询室并配备专业支持资源，每年组织开展职业健康专题心理健康讲座，通过多形式、多层次的心理关怀举措，切实引导员工关注自身心理状态，增强心理调适能力，营造积极向上、健康和谐的工作氛围，全力保障员工身心健康与全面发展。



谈心室

## 民主管理沟通

### 民主管理机制

公司积极推进民主管理工作，通过成立工会组织，建立健全以职工代表大会为核心的民主管理制度。报告期内，公司组织召开2次职工代表大会，审议通过年度集体合同，广泛征集职工提案并实行闭环落实，同时选举产生新一届职工代表，切实保障职工在涉及切身利益的重大制度制定过程中的知情权与参与权。

在职工代表大会之外，公司持续深化企务公开，不断提升管理透明化水平，构建“线上+线下”联动的公开网络。线上依托公司官网、公众号、职工沟通群及时推送信息，线下通过公示栏、宣传屏等载体同步展示，确保职工随时随地便捷获取企业事务动态，进一步增强管理透明度与职工信任感。

此外，公司建立规范的员工申诉机制，切实保障员工的合法权益。员工如遇涉及到人权、职业健康、民主管理等方面的问题，可通过书面形式向人力资源部、纪检监察室、工会提交申诉。相关部门受理后，及时开展调查、取证、处理与反馈，确保员工诉求得到有效回应，营造和谐稳定的工作氛围。



工会委员会第七届会员代表大会

### 关键绩效

报告期内，	
公司工会会员人数	占本部在职员工比例
<b>157</b> 人	<b>100</b> %

### 离职管理

为确保劳动关系结束过程规范有序，公司制定《离职管理办法》，对离职管理职责、操作流程及交接事项作出明确规定。员工申请离职前需履行提前通知义务，并按照要求完整办理工作及财物交接手续，填写《工作交接表》，经相关部门签章确认，确保资产、财产、账务、资料、印章、钥匙、工作等全部移交无误。交接手续办理齐全后，方可办理劳动合同解除或终止、薪酬结算、关系转出等相关事宜。同时，公司为离职员工提供职业辅导、再就业推荐等支持，帮助其平稳过渡至新的职业阶段。

### 劳动纠纷管理

当员工与公司之间出现劳动争议时，员工有权向公司提出调解申请。为此，公司聘请劳动法顾问律师，由人力资源部配合律师建立快速响应机制，通过政策解读、证据梳理、协商方案制定等方式，妥善处理各类劳动纠纷，依法维护员工与公司的合法权益，促进劳动关系和谐稳定。

## 职业发展与培训

### 员工培训管理

苏豪时尚秉持“服务大局，按需施教；以德为先，注重能力；联系实际，学以致用；分类分级，改革创新”的原则，修订完善《教育培训管理办法》，构建起覆盖全员、分层分类的员工培训体系。人力资源管理部门依据批准的年度教育培训计划，统筹协调培训资源，有序推进全年培训实施，全面提升员工专业素养与综合能力。

#### 新员工培训

- 通用培训：对新招职工入职前的应知应会培训，包括公司的发展史、规章制度、员工行为规范、企业文化，职业素养、合规管理等。
- 专业岗位培训：对新员工进行岗位技能方面的适岗培训，针对新员工所任岗位的职责内容、工作流程、相关制度进行专业辅导。

#### 管理类培训

- 侧重提升经营管理能力的培训，培训内容包括：综合管理能力培养，各类管理安全、内控合规制度及管理制度的学习，党建学习和党风廉政教育培训。

#### 专业技术类培训

- 岗位技能培训（非取证类）：侧重于本岗位专业知识、专业技能、操作守则、行业趋势、政策信息等。
- 专业职业资质培训（取证类）：职业资格、技术职称、技能等级、岗位证书等职业或岗位资质培训。

### 师资队伍建设

公司注重内部讲师队伍建设，2025年已初步建立由内部专家和业务骨干组成的兼职内训师队伍，为专业技能与流程规范类培训提供有力支持。同时，公司根据内训师实际授课情况，给予相应的课酬补贴，有效激发内部分享活力。在此基础上，公司积极引入外部专家资源与专业课程，持续拓宽培训视野，提升培训质量，逐步构建起内外结合、优势互补的培训师资队伍。

### 培训平台建设

公司持续推进培训平台建设，打造了涵盖服装业务学习地图等功能模块的线上学习平台，为员工提供体系化、数字化的学习资源，支持随时随地自主学习，助力培训工作向体系化、智能化方向不断迈进。

### 分层分级培训

公司依据不同岗位层级与人才发展需要，构建了“新锐、新羽、匠人、引擎”四大培训体系，全面提升职工队伍的职业化水平与专业能力，为公司持续输送高质量人才。



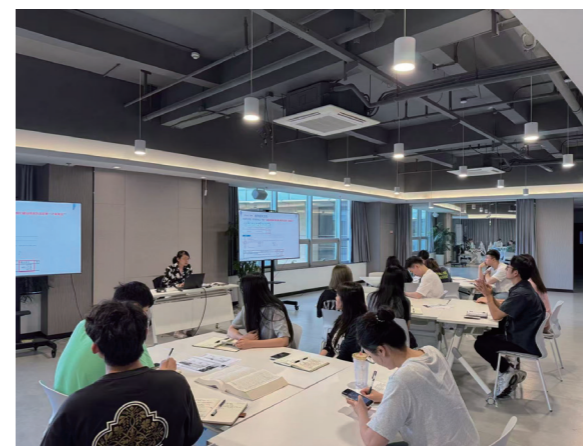
新员工培训



领导力培训



职业技能培训



专业技能培训



指标	2025年
员工培训投入 (万元)	29.93
员工培训场次 (场次)	64
接受培训总人次 (人次)	1,531
培训总时长 (小时)	349
每名员工接受培训的平均时长 (小时/人)	0.17

### 员工发展通道

公司遵循“任人唯贤、人岗相适”的原则，制定《任职资格与选拔聘用管理办法》，建立了管理、专业、操作等多序列并行的职位体系，实行层级化管理，为员工提供清晰的发展框架。公司为员工搭建多通道发展路径，员工可通过竞聘、考核等方式实现职级晋升与待遇提升，充分激发个人潜能与成长动力。

## 职业健康与安全

### 安全管理

苏豪时尚严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》等法律法规，秉持“安全第一、预防为主、综合治理”的安全生产方针，制定并实施《安全生产管理办法》《安全检查管理办法》等内部管理制度，持续健全安全生产责任体系，强化风险分级管控与隐患排查治理，不断提升职业健康安全管理水平，为公司高质量发展筑牢坚实的安全屏障。报告期内，公司已通过ISO 45001职业健康安全管理体系认证，未发生任何重大安全生产事故。



公司成立由董事长和总经理担任主任的安全生产委员会，全面统筹公司安全生产工作，并下设办公室具体负责日常安全管理事务的组织与协调。通过明确职责分工、健全管理架构，公司构建了职责清晰、运行高效的安全生产管理体系，为安全生产各项工作的有效落实提供了坚强的组织保障。

### 安全主体责任

公司制定《安全生产主体责任清单》，压紧压实公司主要负责人的第一责任，全面落实全员安全生产责任，逐级签订安全责任书，并将安全责任落实情况纳入员工晋升考核体系。同时，为进一步强化安全监督与考核，公司制定《安全生产奖惩管理办法》，建立健全安全生产奖惩机制，有效激发全员参与安全生产的积极性与主动性。

### 安全管理目标

公司始终将“确保不发生安全生产责任事故”作为核心目标，持续推进安全生产标准化建设。2025年，公司制定《2025年安全生产重点工作任务》和《党委班子成员2025年安全生产和消防安全工作清单》，进一步明确年度重点任务与领导职责分工，推动安全管理从制度化向精细化纵深发展，为实现全年安全生产“零事故”目标提供坚实保障。

#### 关键绩效

报告期内，

公司安全生产总投入

**530.76** 万元

安全生产事故数

**0** 起

因工作关系死亡人数

**0** 人

### 安全生产风险管理

公司不断健全完善安全风险管理制度与风险分级管控体系，依据《危险源辨识与风险评价控制程序》定期开展风险辨识与评估，依据风险等级实施分级管控措施，推进风险管理的动态化与闭环化。为有效防范化解重大安全风险，公司编制《高风险作业清单及管控管理办法》，对动火作业、临时用电、高处作业、有限空间作业、吊装作业、罐体清洗等高风险作业环节实施规范化管控，从源头强化风险治理，确保各类安全风险始终处于受控状态。

#### 风险辨识

组织各部门针对公司活动、产品或服务的全过程和所有可能涉及的区域、场所中相关危险源进行排查和识别，填写《危险源识别评价表》。在收集、整理、汇总后，组织有关人员对公司危险、危害因素进行识别和确认。

#### 风险评价

组织相关人员对公司危害辨识结果进行讨论，对公司所有危险、危害因素进行评价，依据风险程度确定危险等级，并进行优先级排序。

### 隐患排查

公司制定《安全检查管理办法》《生产安全事故隐患内部报告奖励办法》，构建起隐患排查治理的长效机制，通过常态化、多层次的监督检查，公司持续提升隐患发现与整改能力，推动安全管理向预防型转变，从源头上筑牢安全生产防线。2025年，公司采取综合检查、专项检查与第三方检查相结合的方式，对所属公司开展安全检查，并下发安全生产提示函。针对排查出的隐患问题，公司全程监督整改进度，确保及时消除各类安全隐患。

关键绩效

报告期内,

公司排查出的隐患总数

216个

已整改完成的隐患数量

216个

隐患排查整改率

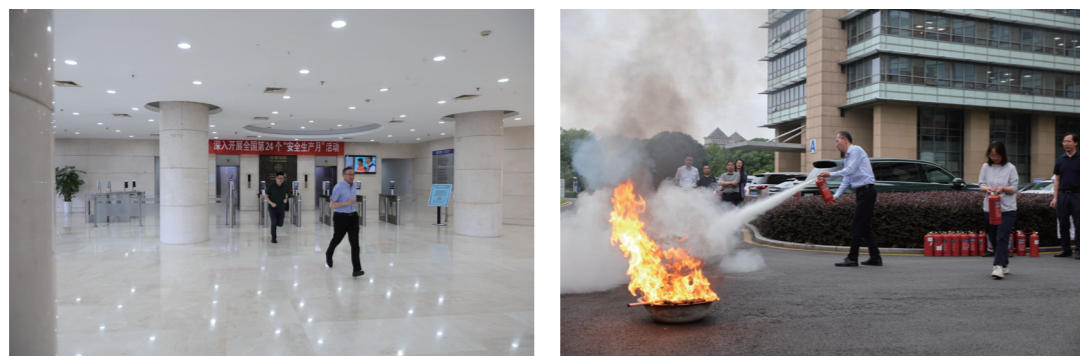
100%

应急预案及演练

公司遵循“预防为主、平战结合、快速响应、果断处置”的原则，制定了《生产安全事故应急预案》，内容涵盖综合应急预案和专项应急预案，明确了应急组织机构、职责分工、响应程序及后期处置等关键环节。同时，公司每年定期开展安全演练，切实检验预案的可行性与有效性，提升员工应对突发安全事故的应急处置能力，为公司安全生产提供坚实保障。

案例 2025年度消防疏散及灭火演练

6月23日，公司组织全体员工开展消防警疏散及灭火器灭火应急演练。演练模拟一楼突发火情，各楼层员工在部门负责人与安全员的引导下迅速有序疏散至安全地带。演练结束后，外部救援专家现场进行了灭火器使用专项培训。此次演练有效检验了应急预案的可行性，切实提升了员工应对突发安全事件的实战能力，进一步增强了全体员工的安全防范意识。



案例 2025年度集宿人员消防灭火演练

11月14日，公司面向集体宿舍员工组织开展消防灭火演练活动，通过理论讲解与实操体验相结合的方式，切实提升住宿员工的消防安全意识与自防自救能力，进一步筑牢公司生活区域的消防安全防线。



关键绩效

报告期内,

公司共组织安全应急演练 20 场。

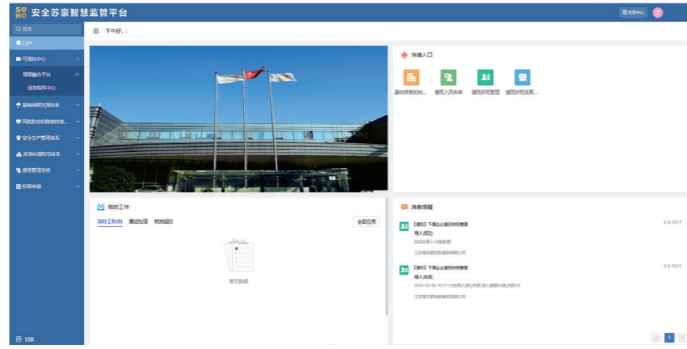
安全管理举措

危险化学品管理

公司严格遵守《中华人民共和国危险化学品管理条例》及其《实施细则》，制定并实施《进口监控化学品管理办法》，规范监控化学品采购、销售、仓储运输等业务流程，确保各环节依法合规。同时，公司成立专门工作小组，对监控化学品实施全流程严格管控，切实履行防扩散责任，保障业务安全可控、全程可追溯。

安全数字化管理

公司认真落实苏豪控股集团关于建设“安全苏豪”智慧监管平台的工作部署，已完成一、二类企业视频监控系统建设，具备实时在线调度与音视频通话功能，初步构建了全景驾驶舱及“六大体系”基础应用等业务模块。在此基础上，公司持续推进“机械化换人、智能化减人”和“智改数转网联”工作，有计划引入先进的安全风险智能检测预警设备及安全隐患智能巡查设备等，积极探索“智慧安全”与“AI+安全”融合发展路径。



安全苏豪智慧监管平台



视频监控系统

安全教育培训

公司高度重视安全教育培训工作，依据《安全教育培训管理办法》，定期组织开展“安全生产月”“消防宣传月”等主题活动，并积极参与各类安全生产专项培训，持续提升全员安全素养与风险防范意识，为公司安全生产长治久安奠定坚实的思想基础和保障。

案例 开展复工复产安全教育培训

2025年，公司组织开展全员复工复产安全教育培训，深入学习习近平总书记关于安全生产的重要论述及上级有关安全生产文件精神，集中观看复工复产安全警示教育片，提升全员安全生产意识。



案例 参加安全生产知识培训班

2025年4月，公司主要负责人及安全管理人员参加了雨花台区应急管理局组织的安全生产知识培训班。培训围绕相关法律法规、安全生产治本攻坚三年行动及条例解读与实施策略等内容展开，通过系统学习，进一步强化了参训人员的安全责任意识和法规执行能力。



案例 开展消防安全和应急救援技能培训

2025年11月17日，公司聘请专业人员组织开展了消防安全与应急救援技能专项培训，内容涵盖消防安全知识科普与应急救援技能教学。通过理论与实操相结合的方式，切实提升员工的风险防范意识与自救互救能力，进一步夯实公司消防安全管理基础。



指标	2025年
安全培训总投入（万元）	4.96
安全培训场次（场）	103
参与安全培训人次（人次）	4,471
安全培训总时长（小时）	349

## 职业健康防护

### 职业健康体检

公司坚持以员工健康为中心，每年组织员工进行全面体检，借助专业医疗机构的力量，对员工的身体状况进行细致评估，及时发现潜在的职业健康问题，并提供必要的医疗干预和健康管理建议，切实守护员工身心健康。报告期内，公司新增职业病0宗，员工体检覆盖率100%。

### 职业健康防护

公司严格依据相关法律法规要求，针对作业过程中可能接触的职业病危害因素，为员工配备必要的个人防护装备与急救物资，并规范防护器具佩戴与使用方法。同时，对相关作业及监管人员进行安全教育交底，在作业现场设置清晰的警示标牌与安全设施，切实降低职业健康风险，保障员工安全作业环境。

## 履行社会责任

### 共建“一带一路”

苏豪时尚积极响应“一带一路”倡议，在孟加拉国、埃及等沿线国家布局产能基地，逐步构建起覆盖生产、服务与市场的跨境运营网络。通过深化国际产能合作与本地化运营，公司不仅增强了全球供应链响应能力，也有效带动了当地就业与产业融合发展，以实际行动助力共建“一带一路”高质量发展。

### 案例 苏豪时尚孟加拉代表处揭牌成立

孟加拉国作为全球重要的纺织品出口国与“一带一路”倡议的重要参与国，拥有丰富的产业资源和庞大的劳动力市场。苏豪时尚深耕孟加拉纺织服装产业多年，有强大而稳定的供应链基础。2025年9月，苏豪时尚孟加拉代表处在达卡揭牌开业，得到当地商协会积极支持和主流媒体深度报道，引发热烈的市场反响。作为集产能开发、客户接待、产品展示、技术支持、业务保障五大功能于一体的综合性服务平台，代表处成立后，客户关注度持续攀升，孟加拉当地多家工厂主动对接，国内上下游企业积极寻求在孟合作，迅速成为业务资源整合的汇聚点，显著增强了苏豪时尚在南亚地区的供应链自主能力。



### 案例 苏豪时尚埃及服装产能基地项目正式开工

埃及在全球纺织服装产业链中具有独特的战略地位。2025年10月，苏豪时尚埃及服装产能基地项目在埃及苏伊士运河经济区西坎塔拉工业区正式开工，该项目投资1,000万美元，占地4万平方米，计划建设成为吸纳2,000名工人、年产量超500万件，产品辐射欧洲、北美、南美的服装及家纺产品综合生产基地。

埃及服装产能基地项目的落地建设，是公司立足专业化和国际化战略定位，巩固拓展纺织服装产业链供应链全球化布局的关键举措，也是积极响应“走出去”战略和“一带一路”倡议号召的有力实践。



### 社会贡献

公司将履行社会责任视为可持续发展的重要组成部分，积极投身公益事业与社会建设。通过组织志愿服务、物资援助等方式，我们努力将自身发展成果转化为惠及更多人的公益力量，为构建包容、和谐、可持续发展环境贡献一份力量。报告期内，公司公益慈善总投入3.3万元，志愿服务者人数396人。



案例 | 苏豪时尚组织开展2025年度“慈善一日捐”活动

为深入学习贯彻习近平总书记关于慈善工作的重要论述，认真落实苏豪控股集团部署要求，苏豪时尚于9月12日组织开展了“慈善一日捐”活动，通过线上、线下相结合的方式广泛动员，以实际行动汇聚公益力量，践行国企责任担当。

本次活动所募集善款，将统一由苏豪控股集团捐赠至省慈善总会，专项用于帮扶困难群体、支持教育发展、助力乡村振兴等公益项目，确保善款落到实处、发挥实效。



案例 | 苏豪时尚开展爱心捐赠活动

2025年3月，苏豪时尚团委走进溧水区特殊教育学校，开展爱心捐赠活动，为特殊儿童送去温暖与关怀，以实际行动传递社会关爱，践行国有企业的责任担当。



乡村振兴

公司积极响应国家乡村振兴战略，积极探索并构建“以消费带扶贫、以产业创共赢”的可持续发展模式。报告期内，公司面向青海、陕西等地组织开展消费帮扶活动，累计投入帮扶资金9.35万元，以实际行动支持当地经济社会发展，推动乡村振兴与企业社会责任的有机融合。

## 未来展望

**2025年**，在国际市场波动加剧、国内行业竞争日趋激烈的局面下，苏豪时尚秉持可持续发展理念，稳步推进业务经营，切实履行企业社会责任。通过规范治理夯实根基、绿色经营守护生态、数字化建设提质增效、人员关怀凝聚人心、公益慈善传递温度，在复杂多变的环境中保持了稳健发展态势。

**站在2026年的新起点**，全球时尚产业正加速向数字化、绿色化、可持续方向深度转型。苏豪时尚将锚定“全省纺织服装头部上市公司”战略目标，持续深化ESG实践，在治理创新、绿色转型、数字赋能、伙伴协同、员工成长、社会担当六个维度精准发力，以更高质量的可持续发展成果回报股东信任、回应社会期待。

# 报告附录

## 指标索引

报告章节	《全球可持续发展报告标准》(GRI Standards)	国资委《央企控股上市公司ESG专项报告编制研究》	《中国企业可持续发展报告指南 (CASS ESG6.0)》	《上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告 (试行)》	
关于本报告	2-2/2-3	/	P1.1/P1.2	第四条/第六条	
董事长致辞	2-11/2-23/2-24	/	P2.1	/	
数说2025	201-1	/	A2	第六条	
走进苏豪时尚	2-1/2-6	/	P3.1/P3.3	/	
可持续发展管理	可持续发展目标	2-22	/	G1.1.11	第十一条/第十九条
	可持续发展治理	2-14	G1.1.1	G1.1.1/G1.1.2/G1.1.6	第十一条/第十二条
	ESG风险管理	2-25	/	G1.1.8	第十一条/第十八条
	利益相关方沟通	2-16/2-29	/	G1.3.2	第九条/第五十三条
	重要性议题管理	3-1/3-2/3-3	/	G1.1.9	第五条
专题：数智融合 重塑时尚产业链	203-1	S2.3.3	S2.1.13	第四十二条	
党建引领 夯实治理根基	坚持党建引领	/	G1.1.4	/	/
	规范公司治理	2-9/2-12/2-17/2-18/2-19/2-20/2-27/405-1	G1.1.1/G1.1.2/G1.1.3/G1.2/G1.3.1/G3.2	/	/
	合规与风险管控	2-27/207-2	G2.1/G5.1/G5.2/S4.1	/	/
	投资者权益保护	2-27/2-29	G3.1/G4.1/G4.2	/	/
	恪守商业道德	2-27/205-2/205-3/206-1	G2.2/G2.3.2	G2.1.1/G2.1.2/G2.1.3/G2.1.5/G2.1.6/G2.1.7/G2.1.8/G2.2.3	第五十五条/第五十六条
绿色运营 践行低碳发展	应对气候变化	201-2/305-1/305-2	E.3.1.1/E.3.1.2/E.3.1.3/E.3.1.4/E.3.2.1/E.3.4.1	E1.1.1/E1.1.2/E1.1.3/E1.1.4/E1.1.6/E1.1.7/E1.1.8/E1.1.13/E1.1.16	第二十一条/第二十二条/第二十三条/第二十四条/第二十五条/第二十七条
	环境管理	2-27/303-2/303-4/306-1/306-2/306-3/306-5	E.2.1.1/E.2.1.2/E.2.1.3/E.2.2.1/E.2.3.1/E.2.3.2/E.2.3.3/E.2.3.4/E.5.4.1/E.5.4.4/E.5.4.6/E.5.5.1/E.5.6	E2.1.1/E2.1.2/E2.1.3/E2.1.5/E2.1.6/E2.1.7/E2.2.3/E2.2.5/E2.2.6/E2.2.7/E2.4.1/E2.4.2/E2.4.3/E2.4.4/E3.3.4	第二十九条/第三十条/第三十一条/第三十三条
	资源管理	302-1/302-4/303-1/303-3/303-5	E.1.1.1/E.1.3.4/E.5.2.1/E.5.2.3/E.5.4.2	E3.1.1/E3.1.2/E3.1.4/E3.1.5/E3.2.1/E3.2.3/E3.3.2	第三十五条/第三十六条/第三十七条

报告章节	《全球可持续发展报告标准》(GRI Standards)	国资委《央企控股上市公司ESG专项报告编制研究》	《中国企业可持续发展报告指南 (CASS ESG6.0)》	《上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告 (试行)》	
质量为先 铸就卓越品牌	创新驱动	203-1	S2.3.1/S2.3.4/S4.4.1	S2.1.1/S2.1.2/S2.1.3/S2.1.6/S2.1.9/S2.1.10/S2.1.11/S2.1.12	第四十二条
	产品和服务安全与质量	416-1/416-2	S2.1/S2.2.1/S2.2.2	S3.3.1/S3.3.2/S3.3.3/S3.3.4/S3.3.5/S3.3.6	第四十七条
	负责任供应链	204-1/308-1/414-1	S3.1/S3.2.1/E.5.4.5	S3.1.1/S3.1.2/S3.1.3/S3.1.4/S3.2.1	第四十五条/第四十六条
	数据安全与隐私保护	418-1	S2.2.3	S3.4.1/S3.4.2/S3.4.3/S3.4.4	第四十八条
聚力同行 共赴美好未来	员工权益保障	2-7/2-19/201-3/401-1/401-2/401-3/404-3/405-1/405-2/406-1/407-1	S1.1/S1.2/S1.3.4/S1.5.2/S1.5.3	S4.1.1/S4.1.3/S4.1.4/S4.1.5/S4.1.6/S4.1.8/S4.1.9/S4.1.11/S4.1.12	第四十九条/第五十条
	职业发展与培训	404-1/404-2	S1.4	S4.3.1/S4.3.2/S4.3.3/S4.3.4/S4.3.5	第五十条
	职业健康与安全	403-1/403-2/403-3/403-5/403-6/403-7/403-8/403-9/403-10	S1.3.1/S1.3.2/S1.3.3/S2.1.1	S4.2.1/S4.2.2/S4.2.3/S4.2.4/S4.2.6	第五十条
	履行社会责任	413-1/415-1	S4.3.1/S4.3.2/S4.4.2/S4.4.3	S1.1.2/S1.1.3/S1.2.1/S1.2.2	第三十九条/第四十条
未来展望	/	/	A1	/	
报告附录	指标索引	/	/	A3	第五十七条
	意见反馈表	/	/	A6	第九条

## 📄 意见反馈表

尊敬的读者：

非常感谢您阅读本报告。我们非常重视并期望聆听您对本报告的反馈意见。您的意见和建议，是我们持续提高企业ESG信息披露水平、推进企业ESG管理和实践的重要依据。我们欢迎并由衷感谢您提出宝贵意见！

1.您对我们履行ESG的总体评价是：

非常好  好  一般  较差  差

2.您对本报告的总体评价是：

非常好  好  一般  较差  差

3.您认为我们在利益相关方沟通方面做得如何？

非常好  好  一般  较差  差

4.您认为我们在产品责任方面做得如何？

非常好  好  一般  较差  差

5.您认为我们在环境、安全和职业健康方面做得如何？

非常好  好  一般  较差  差

6.您认为我们在员工责任方面做得如何？

非常好  好  一般  较差  差

7.您认为我们在 ESG 方面做得如何？

非常好  好  一般  较差  差

8.您对我们履行ESG及本报告有何意见和建议？

---

您可以通过以下方式联系我们：

电话：025-52875628

邮编：210012

邮箱：ir@sohofashion.com

地址：江苏省南京市雨花台区软件大道21号B座

---

