

**BXN HOLDINGS**  
报喜鸟控股

**BXN**  
HOLDINGS  
报喜鸟控股

2025

**报喜鸟控股股份有限公司**

环境、社会与公司治理(ESG)报告

ENVIRONMENTAL  
SOCIAL AND GOVERNANCE REPORT

# 目录 Contents

关于本报告	01	ESG数据表	79
领导致辞	03	标准对标索引表	83
关于报喜鸟	05	独立鉴证声明	91

## 可持续发展管理

ESG治理结构	07
重要性议题评估	08
利益相关方参与	10

## 践行稳健与科学治理

公司治理	15
风险合规管控	17
反腐败与反不正当竞争	19
数据安全与隐私保护	22

## 打造可持续产品与服务

工艺及产品创新	29
产品质量与安全	33
客户及消费者服务	40
可持续供应链	43

## 构建成长与健康职场

员工权益与福利	51
员工培训与发展	55
职业健康与安全	59

## 尽责环境与社区发展

应对气候变化	65
环境合规管理	70
资源管理	71
污染防控	74
社会公益参与	75



# 关于本报告

本报告是报喜鸟控股股份有限公司 (以下简称“公司”或“报喜鸟”) 发布的第一份环境、社会与公司治理 (ESG) 报告, 详细向利益相关方披露了公司在ESG方面的经营理念及方法、管理实践、绩效及成果。

## 组织及时间范围

本报告所披露信息覆盖公司及其附属子公司, 与同期合并财务报表范围基本一致。数据范围如有特殊情况, 将在相关位置具体说明。本报告覆盖时间范围为2025年1月1日至2025年12月31日, 报告中信息若无特别说明, 均为此期间数据。

## 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)》, 参考《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)》、中国财政部《企业可持续披露准则——基本准则(试行)》及《企业可持续披露准则第1号——气候(试行)》编制。

本报告编制过程同时参考全球可持续发展标准委员会 (Global Sustainability Standards Board, GSSB) 《可持续发展报告标准》(2021年版) (简称“GRI标准”) 及联合国全球契约十项原则。

## 编制原则

### · 准确性

本报告采用标准规范术语、单位和计量方法对定量信息进行测算, 涉及数据引用的, 注明来源, 以确保不会对信息使用者造成误导性影响。

### · 清晰性

本报告中纳入表格、模型图及注释等信息作为文字内容辅助。为便于利益相关方更快获取信息, 本报告提供目录及标准对标索引表。

### · 重要性

公司基于双重重要性视角, 开展重要性议题管理。相关议题评估过程及结果详见本报告“重要性议题评估”章节。

### · 平衡性

本报告信息披露客观公正, 公司对报告范围内涉及对象开展公开数据库检索, 报告期内未发现应当披露而未披露的负面事件。

### · 可比性

为确保数据可比, 公司尽可能披露ESG量化绩效的历史数据, 并尽可能确保同一数据指标在不同报告期内统计方式一致。若采集、测量及计算方法有更改, 将在报告中对相关数据进行追溯调整, 并予以充分说明。

### · 可验证性

本报告中所披露信息的来源均可追溯, 可支持外部验证。本年度公司基于AA1000标准开展ESG报告鉴证。

## 可靠性保证

本报告信息均来自公司实际运行记录或财报。相关财务数据与财报不符的, 以财报为准。如无特别说明, 报告所披露财务数据均以人民币为单位。公司董事会审阅报告内容, 确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

## 获取方式

您可以登陆公司官网 (<https://www.baoxiniao.com.cn/>) 或深圳证券 (<https://www.szse.cn>), 获取本报告电子文本。为更好地向您提供更有价值的信息, 提高ESG报告的编制质量, 欢迎您通过邮箱 ([esg@baoxiniao.com](mailto:esg@baoxiniao.com)) 联络公司可持续发展委员会对本报告或本集团的ESG表现提出宝贵意见或建议。

## 领导致辞

“志之所趋，无远弗届；穷山距海，不能限也。”在多品牌与国际化战略引领下，报喜鸟正加速向多元化、全球化的现代服饰集团迈进。作为一家多品牌、全品类发展的服装企业，公司始终以专业立身、以文化铸魂、以责任致远，围绕不同消费场景持续完善品牌矩阵，拓展正装、生活服饰、休闲运动及户外等业务版图，致力于为全球消费者提供覆盖全场景、全生命周期的服饰解决方案。

在这一进程中，我们更加清晰地认识到，企业的长期价值不仅源于产品与市场，更源于对环境、社会与治理责任的系统性回应。可持续发展已成为企业发展的内在要求。对报喜鸟而言，ESG并非外在约束，而是内生于发展基因的责任自觉。2026年，公司发布首份环境、社会及公司治理报告，对过往实践进行系统梳理，并作为迈向长期可持续发展的重要起点。

我们秉持“义中取利、义利并举”的经营理念，在追求企业发展的同时兼顾社会价值。公司已建立可持续发展治理架构，并于报告期内设立可持续发展委员会，将ESG理念嵌入经营管理全过程。报告期内，公司女性董事占比达57.14%，多元化治理结构进一步提升了决策的科学性与包容性。

匠心铸就品质，是我们对客户的责任；持续创新，则是我们对行业发展的担当。作为全品类服装企业，我们始终坚持以“质量第一、顾客满意”的原则，建立覆盖设计、生产到销售的全流程产品追溯体系。我们将积极探索AI视觉检测技术，推进产品检测准确率达99.8%，让每一件产品都经得起时间的检验。我们持续推动工艺升级与绿色材料应用，以科技驱动品质提升，并积极参与纺织行业碳中和

工厂等行业标准制定，推动行业绿色转型。我们不断完善全渠道客户服务体系，以优质服务回应每一份信任。在供应链管理方面，我们将ESG要求纳入供应商全生命周期管理，以责任采购筑牢品质基础。

人才是企业最宝贵的财富，员工是责任之路上的同行者。我们始终坚持“以创新者为先，以奋斗者为本”，致力于打造有温度、有成长空间、有保障的职场环境。我们构建多层次培训体系，持续加大人才培养投入，报告期内，公司培训投入达254.17万元。我们相信，企业的温度来自对员工的尊重与关怀，发展的动力源于每一位员工的成长与绽放。

绿色发展，是企业对自然的敬畏。作为纺织服装行业的一

员，我们积极应对气候变化挑战，设定SBTi科学碳目标，并承诺以2024年为基准年，到2035年实现范围一和范围二碳排放下降63%，外购商品与服务相关的范围3温室气体排放强度较基准年下降66.4%。报告期内，公司推进分布式光伏建设，年发电量达2,916.54兆瓦时，覆盖三大生产基地约20%的用电需求。同时，我们持续加强污染防控与资源循环利用，推进绿色仓储、低碳物流和节水生产，以实际行动守护生态环境。

公益行动，是企业对社会的回馈。我们秉持“奉献社会”的理念设立爱心基金，持续投入生态保护、教育帮扶、艺术扶持与文化遗产等公益事业。报告期内，公司公益投入337.55万元，累计投入超过1.5亿元。我们希望通过点滴行动汇聚温暖力量，为社会发展贡献长期价值。

三十载风雨兼程，报喜鸟从振翅起飞的一只小鸟成长为枝繁叶茂的大树。一路走来，我们始终坚守“弘扬服饰文化，装点美好生活”的使命，在时代变革与产业升级中稳步前行。在高质量发展的新阶段，我们将继续以环境为友、以社会为任、以治理为基，在专业深耕与持续创新中不断探索，让企业成长与社会价值同频共振。

面向未来，我们将把ESG理念更深入地融入企业发展的各个环节，在创造商业价值的同时积极回应环境与社会责任，为行业可持续发展贡献力量！

吴志泽

报喜鸟控股股份有限公司董事长、可持续发展委员会主席

# 关于报喜鸟

## 集团简介

报喜鸟控股股份有限公司位列中国服装行业百强企业，致力于打造具有民族特色的国际品牌。报喜鸟成立于1996年，总部位于浙江温州，并于2007年在深圳证券交易所主板上市，上市代码：002154。

公司主营品牌服装的研发、生产和销售业务，在浙江温州、上海松江、安徽合肥建立了三大生产基地，并逐步通过报喜鸟大规模个性化智能定制系统，实现服装定制的最高生产目标——“个性化缝制不降低品质、单件流不降低效率”，保障了公司全品类私人定制业务的顺利实施。

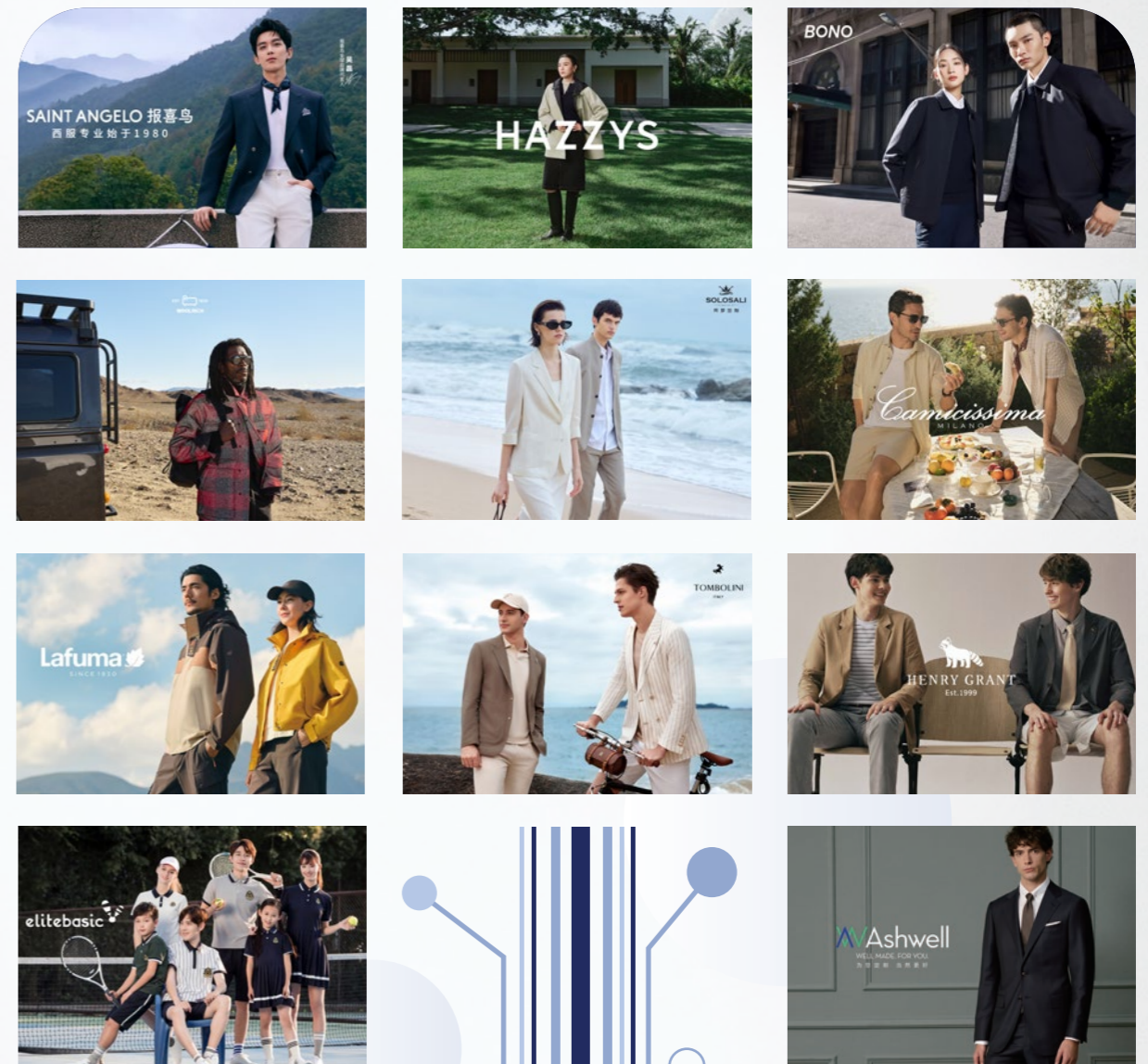
## 企业文化

企业文化是企业发展的精神内核与价值引领，更是凝聚团队、塑造品牌形象的重要支撑。报喜鸟始终以文化为魂，将品牌理念与企业精神融入发展脉络，彰显独特的品牌气质与发展格局。



## 旗下品牌

公司旗下品牌产品品类涵盖西服、西裤、衬衫、夹克、羊毛衫、POLO衫、羽绒服、速干衣、休闲裤、皮鞋皮具等全品类服饰。公司实施“一主一副、一纵一横”的发展战略，服装主业上坚持多品牌化发展，目前自有或代理的品牌包含报喜鸟、HAZZYS (哈吉斯)、宝鸟、Woolrich、所罗、Camicissima (恺米切)、Lafuma (乐飞叶)、东博利尼、亨利·格兰等，各品牌产品能满足中高端男士不同场合下的着装需求。



# 可持续发展管理

## 可持续发展管理

报喜鸟将可持续发展理念深度融入企业管理与经营全流程,以卓越的ESG表现,持续驱动“高质量、稳定性、可持续”发展,为股东、员工、社会及所有利益相关方创造长期价值。

为确保ESG治理的有效性,公司搭建“决策—统筹—协调—落地”的可持续发展治理架构。报告期内,公司董事会召开第九届董事会第四次会议,审议通过了《关于设立董事会可持续发展委员会及选举委员的议案》,在董事会下设立可持续发展委员会,作为公司最高层级的可持续发展决策和管理机构。

### 报喜鸟可持续发展治理架构

决策层	董事会	统筹公司可持续发展的总体方向,拥有最高决策权与监督职责。ESG重大事项的决策与审议,最终经由董事会批准。
	可持续发展委员会	作为董事会下设的专业机构,代表董事会研究并提出公司可持续发展战略规划、中长期目标及年度工作重点建议,对政策方针及相关风险机遇进行研判指导,统筹可持续发展管理体系建设。委员会就重大可持续发展事项、资本运作及信息披露机制等向董事会提供建议,并推动公司责任建设、品牌文化与治理水平提升。
管理层	ESG管理部	负责设计ESG战略、机遇及风险应对策略,推进ESG管理体系建设与跨部门协调,委员会日常运行,确保决策高效。
执行层	ESG专项工作小组	负责ESG分领域管理与议题落地,执行ESG重点项目,定期识别并上报项目进展与其中的风险与机遇,落实ESG管理目标。
	E 环境与节能减碳组	
	S 人力资源与用工环境组	
	G 公司治理组	
集团内各本部、事业部与职能部门	将ESG执行任务在业务单元中拆解实施,定期报送工作进展与数据成果。	

## 重要性议题评估

重要性议题的识别与评估是ESG管理的重要环节。报告期内,报喜鸟参考深圳证券交易所《上市公司自律监管指引——可持续发展报告(试行)(简称《指引》)、《国际财务报告可持续披露准则第1号——可持续相关财务信息披露一般要求》(IFRS S1),以及GRI标准对重要性议题识别的指导思路,通过“双重重要性识别与分析”,首次推进ESG重要性议题的评估。

公司结合自身所处行业和业务特点,识别议题对公司的财务影响,以及公司在各个议题的表现对经济、社会和环境产生的实际和潜在影响。我们收集309份利益相关方问卷,具体分析流程如下。

### 双重重要性分析流程

#### 步骤一 分析背景信息

- 分析公司内部活动与业务关系,了解外部宏观环境、监管政策及行业热点,梳理重点利益相关方,并初步识别对公司自身及利益相关方的各类影响。

#### 步骤二 建立议题清单

- 基于深交所《指引》设置的21项议题的基础上,结合国内外ESG标准、行业发展趋势、同业分析等确定具有公司特色的议题清单。
- 首年我们的议题清单包含25项议题,包括10项环境议题,10项社会议题,5项公司治理议题。

#### 步骤三 开展双重重要性评估

- 影响重要性评估:通过问卷调研与专家评估,征集重要利益相关方意见,从“影响严重程度”及“影响可能性”维度判断并打分,根据分数排序形成影响重要性评估结果。
- 财务重要性评估:通过问卷调研与专家评估,征集高管与投资者意见,从“影响发生可能性”及“财务影响程度”维度判断并打分,并通过访谈了解财务重要性影响路径与周期,最终形成财务重要性评估结果。

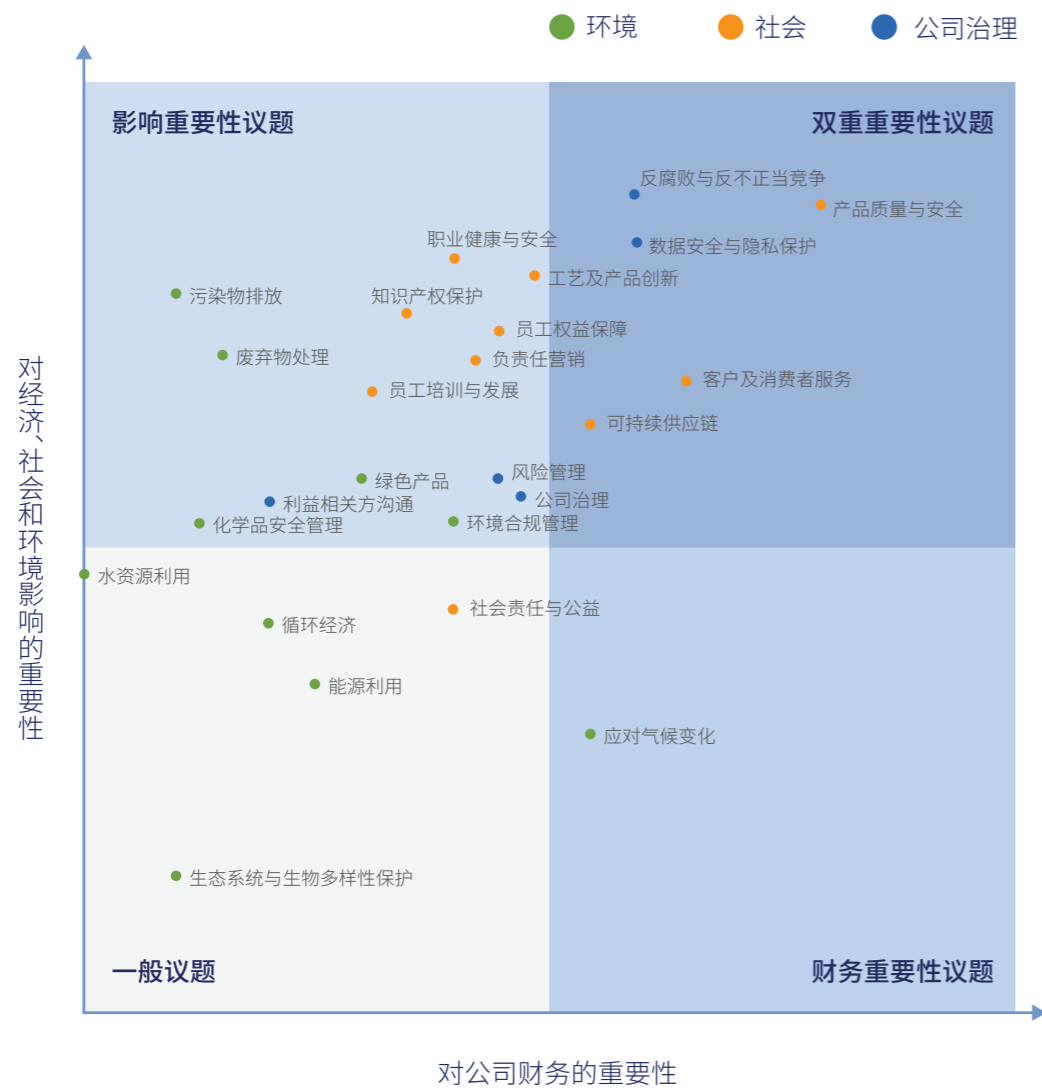
#### 步骤四 议题审议与报告

- 综合议题双重重要性的评估结果,得出公司重要性议题清单,并借助分析矩阵清晰展示评估结果。
- 双重重要性议题评估与相关管理实践在年度ESG报告中重点呈现,并同报告一起通过公司董事会的年度审议。

## 重要性议题分析结果

报告期内, 我们通过议题的双重重要性分析共识别出25项议题, 其中5项议题具有双重重要性议题, 1项议题仅具有财务重要性, 14项议题仅具有影响重要性, 5项议题为一般议题。

报喜鸟2025年度议题双重重要性矩阵





环境议题	社会议题	公司治理议题
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 应对气候变化</li> <li>● 环境合规管理</li> <li>● 绿色产品</li> <li>● 污染物排放</li> <li>● 化学品安全管理</li> <li>● 废弃物处理</li> <li>● 循环经济</li> <li>● 能源利用</li> <li>● 水资源利用</li> <li>● 生态系统和生物多样性保护</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 产品质量与安全</li> <li>● 工艺及产品创新</li> <li>● 客户及消费者服务</li> <li>● 可持续供应链</li> <li>● 知识产权保护</li> <li>● 负责任营销</li> <li>● 员工权益保障</li> <li>● 员工培训与发展</li> <li>● 职业健康与安全</li> <li>● 社会责任与公益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 数据安全与隐私保护</li> <li>● 反腐败与反不正当竞争</li> <li>● 公司治理</li> <li>● 风险管理</li> <li>● 利益相关方沟通</li> </ul>

## 利益相关方参与

报喜鸟重视利益相关方意见, 与各利益相关方建立常态化、多元化的互动模式, 聚焦双方关注的重点议题与实践工作, 携手促进可持续发展能力提升。

主要利益相关方	关注议题	沟通渠道
 员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>员工权益保障</li> <li>产品质量与安全</li> <li>职业健康与安全</li> <li>员工培训与发展</li> <li>化学品安全管理</li> <li>环境合规管理</li> <li>利益相关方沟通</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>员工体检</li> <li>员工活动</li> <li>员工座谈会</li> <li>企业内部沟通工具</li> <li>员工职能与技术培训</li> <li>员工申诉机制</li> <li>股权激励方案</li> <li>员工满意度调研</li> </ul>

主要利益相关方	关注议题	沟通渠道
 <b>政府及监管机构</b>	反腐败与反不正当竞争 产品质量与安全 知识产权保护 绿色产品 污染物排放 废弃物处理 应对气候变化	机构考察 政策研讨与执行 不定期环境监测 信息披露
 <b>高管、股东及投资者</b>	产品质量与安全 工艺及产品创新 客户及消费者服务 知识产权保护 公司治理 反腐败与反不正当竞争 数据安全与隐私保护 可持续供应链 应对气候变化	股东会 财务报告 ESG报告 业绩说明会 路演与反路演 投资者热线 电话会议
 <b>客户及消费者</b>	客户及消费者服务 产品质量与安全 数据安全与隐私保护 负责任营销 化学品安全管理 工艺及产品创新 知识产权保护 应对气候变化 风险管理 循环经济	交流互访 售后热线 线上客服 客户调研与反馈 加盟商线下沟通 消费者满意度调研
 <b>供应商及合作伙伴</b>	可持续供应链 产品质量与安全 员工权益保障 员工培训与发展 职业健康与安全 反腐败与反不正当竞争 绿色产品	供应商年度大会 现场走访 供应商培训 供应商审核 战略合作谈判

主要利益相关方	关注议题	沟通渠道
 <b>社区及公众</b>	社会责任与公益 水资源利用 废弃物处理 污染物排放 生态系统和生物多样性保护 循环经济	报喜鸟新锐艺术人物盛典 问卷调查 公益与志愿者活动
 <b>媒体</b>	产品质量与安全 负责任营销 社会责任与公益 绿色产品 应对气候变化	官方网站 新闻稿件 社群媒体沟通 行业活动



# 践行稳健 与科学治理

# 01

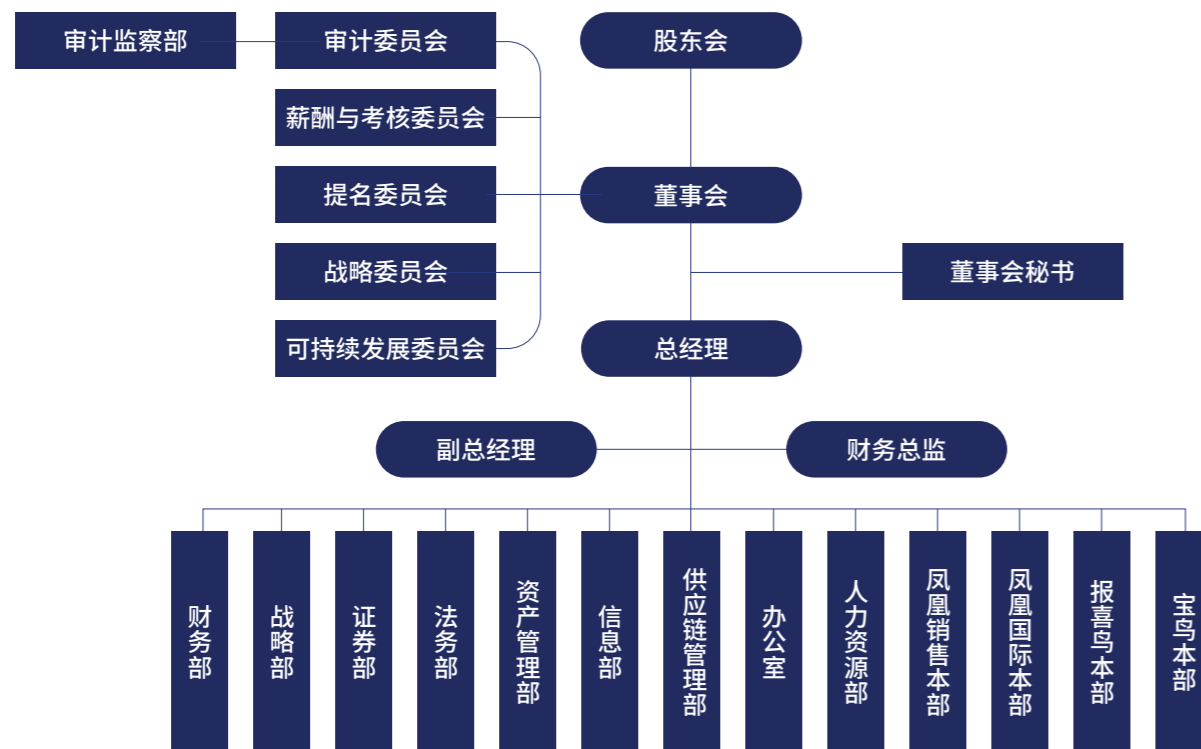
公司治理	17
风险管理	18
反腐败与反不正当竞争	19
数据安全与隐私保护	21

## 公司治理

报喜鸟严格遵守新《中华人民共和国公司法》(简称《公司法》)等相关法律法规,不断完善和规范公司内部治理结构,确保股东会、董事会等机构规范运行,明确了权力决策机构与管理层之间的职责权限,确保各司其责、相互制衡、科学决策、协调运作。

公司按照《公司法》及《公司章程》规定,规范选聘和任免公司董事,不断优化公司治理结构,确保董事会及专门委员会在重大决策和经营管理中充分发挥决策及监督职能。报告期内,公司于董事会下新设立可持续发展委员会,系统地将其 ESG 治理深度嵌入公司治理架构。

### 报喜鸟公司治理架构



#### 股东会

公司最高权力机构,通过董事会对公司进行管理和监督,认真行使法定职权,维护公司和全体股东的合法权益。

#### 董事会

公司决策机构,对股东会负责,严格按照相关法律法规勤勉尽责地开展各项工作,切实履行股东会赋予的董事会职责,下设各专业委员会各专门委员会根据《公司董事会专门委员会制度》《董事会可持续发展委员会制度》的规定规范运行,保证专门委员会有效履行职责。同时,公司设立审计监察部作为公司内部审计机构,由审计委员会领导,保证审计监察部机构设置,人员配备和工作的独立性。公司审计监察部结合内部审计监督,对内部控制的有效性进行监督检查。

### 报喜鸟2025年度三会召开情况



股东会	董事会会议	董事会各专门委员会会议	共审议、议案
4 次	8 次	10 次	41 项

公司高度重视董事会及关键管理人员的专业素养提升,持续推动履职能力建设。报告期内,公司组织独立董事及相关高级管理人员参与深圳证券交易所上市公司第144期独立董事培训班(后续培训)《上市公司财务总监培训》《2025年第五期主板上市公司董事会秘书后续培训》《深市公司业绩说明会专项培训》及上海国家会计学院《上市公司年报信息披露专题培训》等。

### 董事会多元化

公司关注董事会多元化,在选任董事时,公司综合考量候选人的性别、年龄、民族、文化教育背景及专业经验等多元维度,尤其注重成员构成与纺织服装行业发展趋势及公司战略的适配性。公司董事在纺织产业链管理、品牌运营与渠道拓展、时尚趋势研判、财务管理形成互补的知识结构与丰富的实战经验,为公司把握行业机遇、应对转型挑战提供了坚实的专业支撑。

董事会成员人数	7	独立董事人数	3	女性董事人数	4	女性董事比例	57.14%
---------	---	--------	---	--------	---	--------	--------

### 信息披露管理

公司严格遵守《证券法》《深圳交易所股票上市规则》《上市公司治理准则》等相关法律法规、监管规则及监管部门其他规定,按要求及时、公平地披露信息,保证所披露的信息真实、准确、完整,简明清晰、通俗易懂,不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并确保所有股东有平等的机会获得信息。

## 投资者权益保护

公司通过投资者热线、互动易平台、邮箱等渠道积极回复投资者问题，加强投资者关系管理，树立了良好的资本市场形象。报告期内，公司参加浙江辖区上市公司投资者集体接待日，组织机构投资者现场调研，参加券商策略会等方式加强投资者关系管理工作，就公司生产经营与发展战略情况与投资者进行深入交流。

在实现高质量、稳定性、可持续发展同时，公司根据《公司法》《证券法》及《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红（2023年修订）》等相关法律法规关于现金分红的有关规定，合理制定利润分配政策和分红方案，保障股东权益。公司股东会审议通过《未来三年（2024年-2026年）股东回报规划》，进一步完善和健全公司科学、持续、稳定、透明的分红政策和监管机制，积极回报股东，引导投资者建立长期投资和理性投资理念。

## 风险合规管控

强化合规管理是报喜鸟实现高质量发展的重要保障。公司坚持依法治企，合法合规开展经营，着力构建长效风险控制体系，全面打造全流程闭环运行机制，提升公司依法合规经营管理水平。

### 风险管理三道防线

公司建立并持续完善风险管理三道防线机制，明确各层级职责分工，形成覆盖全员、全过程、全方位的风险管理体系，有效识别、评估、应对和监控各类经营及可持续发展相关非传统风险，确保风险管理体系与公司战略目标及可持续发展要求相匹配。

第一道防线	第二道防线	第三道防线
<p><b>业务及职能部门</b></p> <p>各业务单元及职能部门承担风险管理的直接责任。负责在业务执行过程中识别、评估和控制日常运营风险，落实公司各项内控制度与流程规范，确保风险可控、合规经营。</p>	<p><b>风险管理与合规部门</b></p> <p>法务部、财务部、信息管理部等专业管理部门作为第二道防线，负责制定风险管理政策与标准，监督和引导第一道防线的风险管理工作。通过建立内控体系、合规审查、风险监测等机制，统筹推进各类风险的识别与应对，确保风险管理工作协同有效。</p>	<p><b>内部审计与监督部门</b></p> <p>董事会下设审计委员会及审计监察部作为第三道防线，独立对风险管理和内部控制的有效性进行监督评价。通过开展定期审计与专项检查，客观评估风险管理执行情况，推动问题整改与管理提升，并向董事会报告。</p>

公司经营管理层统筹协调三道防线的运行，确保职责清晰、信息畅通、闭环管理。通过定期会议、风险报告、审计反馈等方式，促进三道防线协同联动，持续优化风险管理体系，为公司高质量发展提供坚实保障。

### 风险管理流程

公司建立覆盖全流程的风险管理运行机制，围绕风险识别、风险评估、风险控制与应对四个关键环节，形成闭环管理体系，确保各类风险可控、可管、可应对。



### 内部控制

公司已按照相关法律法规建立较为健全的内部控制制度，不断完善内部管理、职责分工及业务流程等方面的权利制衡机制，确保经营管理行为、流程及文件等在合法性、程序性、严密性与风险控制方面保持良好水平，内部控制运行总体有效。报告期内，公司聘请第三方会计事务所开展审查并出具《内部控制审计报告》，审计结果表明，公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

## 反腐败与反不正当竞争

### ● 反腐败与反不正当竞争治理

公司董事会作为内部控制与审计工作的最高管理机构，识别并评估公司风险，监督反腐败与反不正当竞争相关工作的落实情况。公司审计委员会下设审计监察部，独立开展内部审计与专项检查，定期向审计委员会报告审计发现及整改进展，确保公司经营活动符合法律法规及道德标准，有效降低公司治理风险，保障运营的合规性和效率。

公司严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国商标法》等法律法规，针对渠道合作、供应链管理、品牌保护等关键环节，制定并持续完善反舞弊治理体系。公司建立内部《反舞弊渎职举报管理办法》《内部审计制度》《物料库存审计管理规定》等核心制度，对关键环节进行规范约束，确保各项经营活动有章可循、有据可查，从制度源头筑牢反舞弊防线。

### ● 反腐败与反不正当竞争战略

报喜鸟始终坚守商业道德准则，通过不断完善反舞弊治理体系，强化内部流程管控与全员行为规范，致力于打造诚信、公平的商业环境，以高标准的商业道德实践为客户提供值得信赖的优质服务。

公司对任何形式的腐败与贿赂行为持“零容忍”态度，定期开展风险与机遇识别，持续推动高标准的商业道德实践与合规运营。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	应对举措	财务影响
商业贿赂风险	在店铺拓展、供应商选择、促销资源投放等环节，员工或第三方可能通过收受回扣、不当礼品等方式谋取私利，损害公司利益。	各业务单元及职能部门承担风险管理的直接责任。负责在业务执行过程中识别、评估和控制日常运营风险，落实公司各项内控制度与流程规范，确保风险可控、合规经营。	合规运营成本↑ 声誉及潜在市场机会↓
不正当竞争风险	在经销商价格管控(如限制最低转售价格)、电商促销规则制定中，可能无意间触犯《反垄断法》或《反不正当竞争法》。	公司严格管控定价机制，经销商管理制度及运作由公司风险管理及合规部门定期审核。	合规运营成本↑ 声誉及潜在市场机会↓

风险/机遇类型	风险/机遇描述	应对举措	财务影响
品牌资产流失	商标续展不及时、境外注册布局缺失或品牌收购后知识产权整合不力，可能导致核心品牌资产流失或海外市场拓展受阻。	公司制定商标续展预警机制，确保核心商标权利持续有效；针对品牌收购项目开展知识产权尽职调查，制定境外商标注册规则，完善全球布局。	无形资产↓ 潜在市场机会↓
品牌价值提升	健全的知识产权保护体系能够强化品牌独特性，提升消费者对品牌的信任与忠诚度，形成差异化竞争优势。	公司持续推进商标、专利、著作权申请，将核心设计元素及时确权；依托“国家知识产权优势示范企业”等资质背书，提升品牌公信力。	声誉及潜在市场机会↑ 无形资产↑


### ● 反腐败与反不正当竞争相关影响、风险与机遇管理

报喜鸟系统推进反腐败与反不正当竞争管理，持续强化合规体系建设。在有效防范商业道德风险的同时，积极识别与把握合规管理带来的发展机遇，将合规优势转化为品牌竞争力，为可持续发展夯实基础。

#### 商业道德监督

公司高度重视商业道德监督与举报机制，持续完善举报受理、调查处置及举报人保护体系，畅通监督渠道，强化合规管理，营造诚信、廉洁的经营环境。

#### 报喜鸟商业道德监督规范

 <b>投诉受理机制</b>	 <b>调查处置机制</b>	 <b>举报人保护机制</b>
<p>鼓励员工及利益相关方如实反映违法违规、渎职失职、腐败贿赂及损害企业利益等行为，规范举报受理与登记流程，确保举报信息真实、完整、可追溯，为后续调查提供依据。</p>	<p>建立分级分类调查机制，对涉及违反违规事项开展独立、客观核查并依法处理，保障调查过程规范、公正，并推动相关风险防控与管理改进。</p>	<p>严格保护举报人身份信息及举报内容，遵循保密与非报复原则，严禁打击报复行为，一旦核实举报人被打报复，公司将从严处理涉事人员，切实保障举报人及相关人员合法权益。</p>

公司建立有举报热线、电子邮箱、当面举报等多种渠道，畅通员工及利益相关方反映违反职业道德、商业道德及公司制度行为的途径，规范投诉受理与反馈机制，确保举报事项及时受理与有效跟进。

### 合规举报渠道

举报邮箱:jubao@baoxiniao.com

举报热线:19057810350 (工作电话)



### 知识产权保护

公司严格遵守《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，报告期内制定《专利管理制度》，持续完善覆盖专利、商标、著作权及知识产权档案管理的全流程保护体系。

针对品牌收购项目及境外商标注册布局，公司制定专项管理规则，并开展常态化商标监控维护，及时处置侵害注册商标专用权行为，从源头上防范知识产权侵权风险。

在权利获取与维护方面，公司持续推进国内外专利、商标的申请与续展工作，确保核心品牌资产的法律效力持续有效。截至报告期末，公司累计取得133项专利授权，累计取得1125项商标授权。

在成果沉淀方面，公司获评“国家知识产权优势示范企业”“浙江省知识产权示范企业”等荣誉。报告期内旗下“报喜鸟”品牌入选浙江省重点商标保护名录及知名商标，“宝鸟”品牌于2024年度荣获中国自主创新品牌、中国著名品牌及驰名商标认定，知识产权综合实力持续提升。

### 内部审计

公司建立了独立、完善的内部审计体系，内部审计工作严格遵循《内部审计制度》及相关规范要求，采用风险导向的审计方法，制定年度审计计划并有序实施。

公司形成“计划制定—现场实施—报告反馈—整改跟踪”的闭环管理机制。审计项目启动前开展风险评估，确定审计重点；实施阶段通过访谈、抽样、穿行测试等方式获取审计证据；审计结束后出具正式报告，向审计委员会及经营管理层汇报发现的问题，并跟踪整改落实情况，确保问题闭环管理。基于该运行流程，审计重点内容涵盖公司经济活动的主要风险领域。

### 报喜鸟内部审计重点内容

#### 合规性与内控审计

定期开展制度审计与内控审计，评估公司各项经济活动是否符合法律法规及内部制度要求，确保经营活动合法合规。

#### 资金与资产审计

对募集资金使用情况定期进行定期审计，确保资金按计划规范使用；开展物料库存审计，重点关注采购流程、库存管理及货物安全，防范资产流失

#### 专项业务审计

针对各事业部开展采购专项审计，完成部门采购合规性审查；对工程项目实施竣工结算审计，确保竣工验收后及时启动结算，控制项目成本。

#### 质量与绩效审计

将产品质量管理纳入审计范畴，评估质量控制体系的有效性，推动产品与服务品质持续提升。

针对审计发现的问题，公司建立整改台账，明确责任部门与整改时限，并实施后续跟踪审计，确保整改到位。报告期内，公司不存在未整改的重大事项，未发现重大商业道德违规事件，未发生因商业道德问题引发的监管处罚或法律诉讼。

### ● 反腐败与反不正当竞争指标与目标

报喜鸟致力于构建“零容忍”的反腐文化与公平竞争环境，确保所有商业活动恪守法律法规及商业道德底线，将廉洁合规要求全面融入供应商管理、采购流程及市场推广等核心业务环节。公司坚持商业道德相关举报线索核查处理率100%，确保件件有落实、事事有回应，并要求保持反垄断与反不正当竞争领域“零立案”“零处罚”的合规记录，以高标准商业道德护航公司可持续发展。

### 数据安全与隐私保护



#### ● 数据安全与隐私保护治理

报喜鸟在数据安全与隐私保护方面构建了权责清晰的治理架构，由公司信息管理部承担执行工作，信息安全管理办公室承担信息安全风险防控管理职责。公司设立信息安全应对小组，负责事前信息安全风险识别和防范，事中信息安全风险处置，确保在企业内外部出现安全风险时能够第一时间启动标准保障机制，快速识别并处置风险。事后，公司通过定期召开信息安全管理月度会议及信息安全专项会议，建立闭环管理机制，确保所有安全事件得到有效跟进与解决。

公司严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国数据安全法》等法律法规，以ISO27001和信息安全等级保护为引导，建立了覆盖数据全生命周期的内部制度体系，包括《数据安全管理制度》《个人隐私保护管理程序》《报喜鸟信息安全管理规定》等17份信息安全管理制度，从制度层面全面规范安全管理要求。

## 数据的安全与隐私保护战略

报喜鸟致力于构建全方位、高效、安全的数据安全网络，识别公司面临的潜在数据安全与隐私保护风险及机遇，围绕信息安全防护与顾客隐私保护两大核心，制定并动态优化相应的预防与应对措施。

公司通过完善的数据治理体系推动信息化管理从碎片治理迈向全生命周期闭环，确保治理责任到人、流程到端、价值到点，从管理源头筑牢数据安全防线，并依托态势感知等先进技术手段，建立覆盖数据全责可控的技术防护体系，实现数据安全的网络监测与动态防御，提升对内外风险的主动识别与快速处置能力。在有效防范数据泄露等风险同时，也为公司长远的数据治理与数字化转型筑牢稳健可靠的安全底座。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	应对举措	财务影响
数据泄露风险	作为服装零售企业，掌握大量会员信息（如个人身份信息、地址、购买记录）及订单数据。数据资产集中管理后，一旦遭受外部攻击或内部人员泄露，将导致大规模敏感数据外泄，引发客户信任危机及监管	建立覆盖“事前预防、事中控制、事后优化”的全链路机制；事前对关数字化平台系统体检，通过等保相关认证及时识别和处置漏洞。事中通过部署态势感知、防火墙及杀毒软件；落实数据分类分级精细化权限管控；执行本地及异地备份。事后定期组织信息安全月会总结和跟进处置结果。	合规运营成本↑
业务连续性风险	电商大促或会员日期间，高并发流量可能引发DDoS攻击（分布式拒绝服务攻击）或系统过载，导致官网、小程序或门店系统瘫痪，直接影响客户体验与销售转	开展网络侧高可用升级，消除单点故障；定期开展“护网行动”及备份恢复演练；对核心系统实施7x24小时监测与防护，确保极端情况下业务可快速重建。	营业收入↓ 公关应急运营成本↑
数据资产价值释放	高质量、可信赖的会员数据是驱动精准营销、优化商品企划的核心引擎。在保障安全的前提下，合规利用数据可提升决策正确性，显著提升转化率与客户粘性。	通过数据资产目录和数据字典，建立唯一数据资产视图；依托态势感知技术构建安全底座，让数据价值在可控环境中释放，为业务决策提供精准支撑。	投资回报率↑

## 信息安全与隐私保护相关影响、风险与机遇管理

报喜鸟基于信息安全ISMS管理体系，构建覆盖“事前预防、事中控制、事后优化”的全链路安全管理机制，同步强化信息安全防护与顾客隐私保护双重能力。在预防阶段，通过风险识别与全员意识培育，守好品牌安全的第一道关口；在事中控制阶段，依托常态化督查及隐私合规管控，对会员信息、订单数据等核心资产实现严格保护与访问留痕；在事后优化阶段，持续开展事件复盘与流程改进，形成信息安全闭环管理体系，系统性地应对网络攻击、数据泄露及顾客隐私合规等领域的风险挑战，为公司业务稳健运行与顾客数据安全提供坚实保障。

### 信息安全应急管理

公司围绕业务连续性保障，从源头预防、网络加固到应急兜底三个层面系统推进信息安全应急管理工作。公司对于规划阶段的所有系统上线前强制进行架构方案评审，提前识别并解决高可用性隐患；对于运行阶段系统，网络侧的高可用升级，消除单点故障风险以提升抗攻击能力，并对所有信息化系统开展7X24小时防护，通过漏洞扫描工具开展漏洞扫描。报告期内，公司100%完成外部网络攻击的识别与防护，未出现公司信息化系统因外部网络攻击而造成的系统宕机或瘫痪事件。

同时，公司依据“网络安全应急处置”预案，定期开展网络安全应急演练。报告期内，公司开展了3次护网行动以检验响应机制，并同步完成至少2次系统备份恢复演练，确保极端情况下数据可恢复、业务可重建。

此外，公司持续强化技术层面的预防与识别能力，引入态势感知技术对信息安全风险进行实时监测与智能预警，同时部署防火墙、杀毒软件及本地与异地备份机制，形成覆盖边界防护、终端安全与数据容灾的多层次技术保障体系，为业务连续性提供坚实的技术支撑。

### 信息安全风险督查

公司定期对全公司系统进行系统漏洞扫描，新系统上线会开《新系统上线安全检查》工作，识别系统风险和问题；邀请专业第三方机构开展系统等保审查等工作，同时每年针对财务信息安全等内容至少开展3次内部信息安全审计及3次面向供应商的外部信息安全审计，及时发现并解决信息安全问题。

报告期内，公司100%运营场所通过ISO27001认证。同时公司四个核心互联网系统均通过网络安全等级保护审查，其中两个系统通过最高网络安全等级保护三级审查，所有认证及审查均在报告期内有效。

此外，公司已建立信息安全问题反馈渠道。反馈渠道主要为信息安全应对小组及各本部运维部门。报告期内，公司收到251条信息安全反馈，并已全部解决完毕，不存在重大信息安全风险及隐患。

## 信息安全文化建设

公司注重提升员工信息安全与隐私保护素养及工作技能，并携手供应链及合作伙伴共同关注价值链潜在的信息安全风险。公司关键岗位员工签署《员工保密协议》和《关键岗位保密承诺书》，并接受信息安全考试。公司每年定期组织全体员工参与信息安全宣传周活动，全体新员工需接受信息安全培训。报告期内，公司还面向供应链及外部合作伙伴开展“走进报喜鸟信息安全学习”活动，宣扬自身信息安全管理能力，促进价值链企业信息安全意识提升。



## 隐私安全防护

公司严格管理消费者及员工个人数据的全生命周期，包括数据的收集、存储、使用、共享、访问请求处理及应急响应，确保数据处理活动合规、可控且可追溯。通过完善制度和流程，公司构建系统化的数据保护框架，为隐私安全提供稳固保障。

在数据治理层面，公司依托数据资产目录与数据字典，对企业内部报表、数据集、核心指标及分析维度进行全面梳理，在明确数据归属与价值的基础上推进分类分级管理，明确不同类别数据的敏感等级及防护要求，为“隐私数据保护全生命周期管理规范”的实施提供基础和支撑。

### 报喜鸟隐私数据保护全生命周期管理规范

#### 数据收集

- 遵循合法、正当、必要原则，明确告知数据用途并获取消费者授权。
- 通过对数据收集范围、使用及存储进行严格控制，并配套实施必要的技术与管理措施，落实“最小必要”原则。
- 确保数据来源合法合规，不得以欺诈、诱骗或强迫方式获取个人信息。

#### 数据存储

- 依托统一的数据资产池实施分类分级管理，对敏感个人信息（联系方式/名字/身材尺寸等）采取加密存储措施。
- 建立严格的访问权限控制机制，确保数据仅能被授权人员访问，未经授权不得调取或查看。

#### 数据使用

- 数据使用应严格限于采集时所声明的目的，不得超范围滥用。建立智能监测体系实时追踪数据访问行为，通过自动化规则主动识别异常调阅、批量导出等风险操作，及时预警并处置。

#### 数据共享

- 跨部门、跨系统共享隐私数据须严格执行内部审批流程，事先获得数据主体授权或符合法律法规要求。
- 与外部接收方签订数据保护协议，明确双方的数据安全保护责任，并对共享数据进行必要的脱敏

#### 数据访问请求

- 员工及客户可通过正式渠道提出数据访问、更正或删除请求，管理部门应在合理时限内响应处理。
- 定期检查和更新数据访问权限，确保权限设置与岗位职责匹配，防止权限泛化或越权访问。

#### 数据应急响应

- 建立数据泄露应急响应机制，发生安全事件时及时处置并告知受影响的数据主体，切实保障个人隐私权益。

## 数据安全与隐私保护指标与目标

报喜鸟设定定量管理目标，持续提升安全防护能力。公司要求每年外部网络攻击识别与防护率达到100%，维持100%运营场所覆盖ISO27001信息安全管理体系，并稳步推动核心信息安全管理系统通过和提升网络安全等级保护测评，确保安全防护水平与业务发展需求同步强化。



# 打造可持续的 产品与服务

# 02

产品质量与安全	29
客户及消费者服务	33
可持续供应链	39
工艺及产品创新	42

## 产品质量与安全

### 产品质量与安全治理

报喜鸟以品控部作为产品质量统筹核心部门，负责研究全品类产品质量战略，制定质量管理体系与标准，监督全流程质量工作执行，协调跨部门质量问题解决。每季度，公司品控部向供应链管理报告产品质量状况、改进成效及后续行动规划。

公司坚持“体系保证——过程控制——质量改进”的管理思路，形成完善的产品质量管理体系，在服装设计、原料采购、生产及销售的关键环节建立体系化管理制度，同时100%生产工厂已通过ISO9001质量管理体系认证并持续有效。此外，公司基于旗下不同品牌定位，建立差异化的质量标准，针对国内外最新质量合规要求及服装行业产品碳足迹及再生材料相关标准的发展趋势，定期更新制度标准文件。

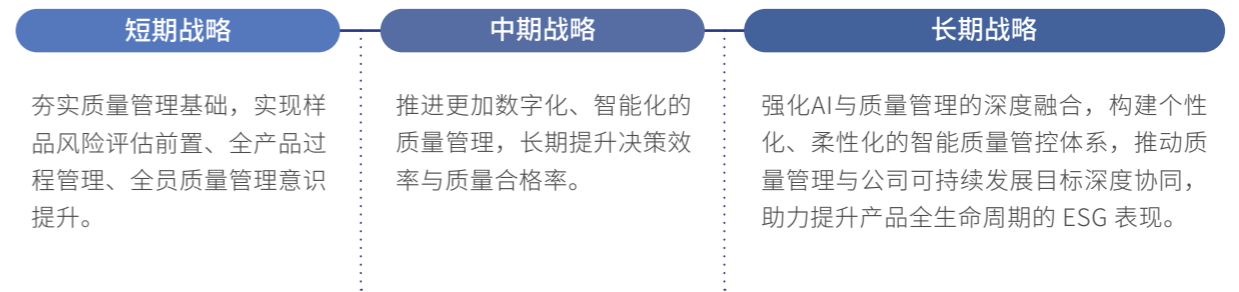
### 产品质量与安全战略

报喜鸟秉承“诚信务实、质量第一、顾客满意、持续改进”的质量方针，定期识别公司发展所面临的产品质量与安全风险和机遇及相关影响，并制定针对性改进与预防措施，通过动态监测、闭环管理和资源优化配置，确保质量风险有效受控、潜在机遇及时转化为品牌竞争力。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	应对举措	财务影响
供应链管控不当	如公司对于面料整厂、辅料生产商等次级供应商的质量管控力度不足，发现供应商环保及质量标准执行问题不及时，可能造成原料供应及质量隐患，影响生产	公司逐步建立次级供应商备案制度及现场质量与环保合规审核，并逐步推动次级供应商质量表现纳入相关联的一级供应商评级考核体系中。	运营成本↑
合规与监管风险	国内外可持续产品标准更新频繁，如公司内部标准未能及时匹配，将造成产品出口合规问	公司已建立标准追踪小组，每季度跟进质量合规及可持续相关标准动态，及时组织完善内控标准。	合规运营成本↑

风险/机遇类型	风险/机遇描述	应对举措	财务影响
市场机遇	实施客户更加个性化定制 (MTM) 服务，推进再生材料质量管控，提升公司差异化的市场竞争力，拓展公司欧洲、俄罗斯等海外高端市场。	公司持续提升定制产品缝制精度检测，提高再生材料使用比，优化定制化服务的交付质量，把握市场先机。	营业收入↑ 运营成本↑

在此基础上，公司着眼长远，建立产品质量与安全短中长期战略，确保质量目标与经营发展持续提升。



### 产品质量与安全相关影响、风险与机遇管理

报喜鸟构建全流程、全环节、全员参与的质量管理体系，以追溯体系夯实质量根基，以数字化管理提升过程效能，以不合格品闭环管理严控质量底线，以质量文化厚植全员意识，有效应对质量管理的潜在风险，把握发展机遇。

#### 产品追溯

公司建立并持续升级生产的全流程追溯体系，整合“原材料采购——生产加工——仓储物流——终端销售——售后反馈”的全链条信息，并逐步支持个性化定制产品专属追溯模块，实现“一物一码”全程追溯。公司内部生产管理人员能够实时监控各环节质量数据，实现材料批次、产线及人员追溯，实现质量问题快速定位。消费者亦可通过产品吊牌获取产品品名、货号、版型、面料成分及保养说明等基础信息；针对重点材质及产品亮点，提供进一步说明，逐步提升产品信息透明度。

报告期内，公司报喜鸟本部核心产品完成在产品追溯系统与自有工厂、核心供应商生产系统端到端的100%质量追溯，并通过追溯数据定位解决多起生产工艺异常问题，因工厂原因导致的售前投诉率由0.35%下降至0.28%，投诉率下降达20%。

## 数字化质量管理

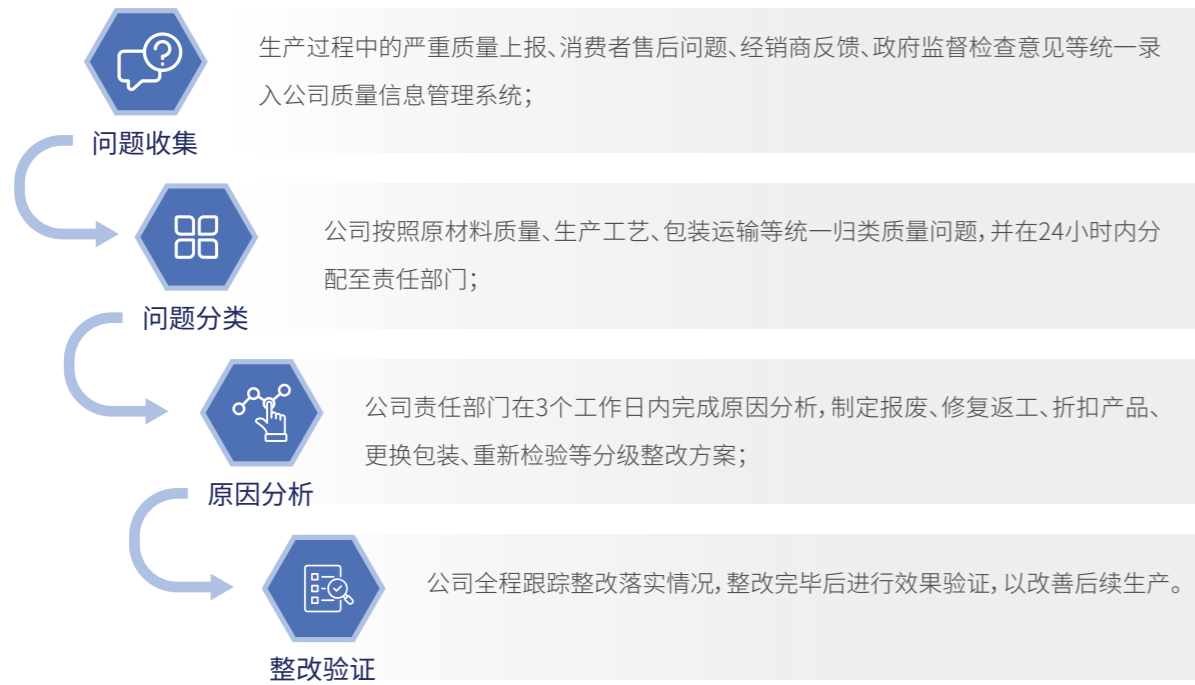
公司正推进质量数字化顶层设计, 规划构建从决策、分析到执行的三层递进体系, 打造从源头优化、过程预警到现场闭环的质量数字化管理路径。在决策层, 公司拟建立质量大数据分析平台, 整合全链条质量数据, 通过算法模型预测质量风险趋势, 支撑产品设计优化与工艺改进; 在分析层, 公司计划应用物联网技术实时采集设备参数, 结合大数据分析预警生产隐患, 将顶层优化指令转化为过程管控方案; 在执行层, 公司将引入 AI 视觉检测技术, 对定制产品缝制精度、尺寸偏差进行实时检测, 目标检测准确率将达 99.8%。

## 不合格品管理与产品召回

公司严格贯彻“不传递缺陷”, 坚持“三不放过”原则, 建立不合格品处理流程, 做到不合格品查清原因, 落实责任, 整改到位。

生产过程中轻微等级的不合格品将经返工修复后重新检验, 合格后流入下道工序; 一般等级不合格品将由公司品控部审核后, 进行返工或降级处理。严重等级合格品将按照更加严格的处理流程进行管理, 处于生产中的问题产线将立即停止进行整改, 相关严重不合格品也将统一集中销毁。

## 严重不合格品处理流程



同时, 公司设立《重大投诉产品管理规定》, 明确三级事故等级和对应相应流程, 建立召回方案与应急沟通渠道等应急储备。一旦产品投诉率达到7%, 即触发召回机制, 公司将通过经销商渠道、短信通知等方式告知消费者召回范围、原因及处理方式; 设立召回专线, 受理消费者咨询与登记; 安排专人负责召回产品回收、检测、维修或退款。召回结束后, 公司分析原因并制定预防措施。

## 全员质量文化建设

公司坚持以全员参与、持续改进为核心, 通过培训赋能、员工激励、质量改进活动等方式, 系统构建质量文化管理实践。

公司建立“分层分类、线上线下结合”的培训体系, 课程涵盖基础类质量方针与标准、技能类检验技术与工艺操作、进阶类风险管理与行业趋势等不同学习群体需求。报告期内, 公司面向100%生产、质检、技术、管理等岗位员工开展质量培训, 共覆盖1,300人次。

在激励方面, 公司将质量指标纳入全员绩效考核, 对生产、质检、管理岗位员工分别围绕合格率、检验准确率、部门目标等维度进行考核, 结果与薪酬晋升挂钩。同时, 公司设立“质量标兵”“质量先进个人”等荣誉及专项改进奖励, 激发员工主动性。

在持续改进层面, 公司组建“质量改进QC小组”, 鼓励员工建立质量改进提案, 并在季度改进成果分享会进行推广宣传。报告期内, 报喜鸟本部推进“西服驳头外口起浪不良率”降至0.8%, 减少70%相关消费者投诉。此外, 公司于报告期内面向全体员工组织开展质量标准知识竞赛, 提升员工的服装质量文化基础常识, 最终选出8支队伍参与2025年度线上直播决赛。

公司积极推动男士西装及数字化试衣系统等的国家及行业标准制定, 于2024-2025年参与《GB/T 45068.2-2025 数字化试衣系统性能评估第2部分: 虚拟服装表示》《GB/T 45068.2-2024 数字化试衣虚拟服装属性》《FZ/T 81026-2024 中山装》等标准制定, 与行业一道助力行业生产与检验规范升级, 引导行业聚焦舒适面料研发与工艺细节优化, 提升产品整体质量水平。

## 产品质量与安全指标与目标

报喜鸟追求“零缺陷, 零投诉”, 设立质量检验与反馈目标, 保障所有产品质量可控。报告期内, 公司产品接受国家监督抽查均达到等级标准要求, 公司内部目标超额完成。

目标	年度进展
成品一次性合格率	完成目标, 2025 年为 92%
产品关键质量指标 (面料 & 缝制 & 尺寸) 达标率较 2024 年度提升 1.5%	完成目标, 2025 年为 93%, 较上年提升 1.5%
定制产品生产原因售后投诉率 <0.1%	完成目标, 2025 年为 0.05%
大货产品生产原因售后投诉率 <0.4%	完成目标, 2025 年为 0.24%

## 客户及消费者服务

### 客户及消费者服务治理

报喜鸟本部构建以零售增长部为核心管理部门的客户及消费者服务治理体系, 统筹消费者运营与终端服务管理工作, 推动服务标准制定、会员体系建设、品牌活动策划及销售支持体系建设等工作有序开展。此外, 公司设立加盟销售事业部负责加盟体系相关运营管理及政策执行工作, 确保公司统一管理标准在加盟体系中的贯彻实施。

报喜鸟本部零售增长部负责人牵头通过周会、月会以及季度、年度经营会议等机制, 接受报喜鸟本部董事长的指导与监督, 并根据其决策意见推进落实。公司各品牌部门及数字化相关职能部门协同配合, 为客户及消费者服务提供品牌资源统筹与数字化系统支持, 推动负责任营销, 向用户传播可持续发展理念, 共同保障全渠道客户服务体系的规范运行。

在客户服务流程方面, 公司建立健全覆盖售前、售中、售后全生命周期的管理机制, 以制度规范与流程执行为核心保障服务品质。在制度保障方面, 公司制定客户投诉处理、售后服务保障、满意度测评与改进、VIP会员管理、加盟商管理及品牌合规营销等系列制度, 为各项客户服务工作提供明确依据。在流程执行方面, 公司严格遵循售前需求挖掘与精准推荐、售中动态维护与客户黏性提升、售后投诉响应与闭环处理的标准化流程, 确保客户服务高效有序运行。

### 客户及消费者服务战略

报喜鸟秉承着“弘扬服饰文化、妆点美好生活”的企业使命, 坚持“客户至上”原则, 将客户需求作为经营管理的核心导向, 推动形成以产品品质为基础、以服务能力为支撑、以长期信任为纽带的客户服务体系。

公司定期开展消费者行为变化、服务质量表现及渠道管理情况的评估与分析, 结合内外部环境变化, 动态研判客户服务管理中的风险与机遇。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	应对举措	财务影响
运营效率低下	仓储资源分散、仓配协同不畅, 可能导致订单响应延迟、发货时效滞后、物流周期较长, 影响客户消费体验与销售	公司整合仓储资源, 完成礼品仓库搬迁至合肥物流仓库, 动销盘点与高频商品专区管理, 建立分级响应机制, 异常问题响应时效压缩至12小时内。	运营成本↑

风险/机遇类型	风险/机遇描述	应对举措	财务影响
合规与监管风险	若存在虚假、夸大营销推广, 消费者数据隐私泄露, 会引发监管问询与品牌声誉受损。	公司已建立标准追踪小组, 每季度跟进质量合规及可持续相关标准动态, 及时组织完善内控标准。	合规运营成本↑ 声誉及潜在市场机会↓
市场机遇	消费升级趋势下, 消费者对全渠道无缝体验、场景化服务及高效履约的需求日益增强, 为企业拓展增量市场创造战	公司强化全场景客户服务体验升级, 持续推进线上线下全渠道融合持续提升, 并提升数字化智慧化运营, 精准把握消费者	营业收入↑
品牌价值提升	负责任营销理念与可持续消费引导, 有助于塑造值得信赖的品牌形象, 深化消费者情感认同, 推动品牌价值持续积淀, 可将短期交易转化为长期价值关系。	公司建立营销内容合规审核机制, 践行负责任营销承诺, 并在会员活动中融入可持续消费理念引导, 提升消费者认同	声誉及潜在市场机会↑

依托不断提升的服务能力与规范化管理水平, 公司逐步超越传统单向服务模式, 与客户建立战略合作伙伴关系, 通过持续互动与需求洞察深化价值连接, 实现企业与客户的长期共赢与双向价值增长。



## ❶ 客户及消费者服务相关影响、风险与机遇管理

报喜鸟推动客户服务能力的持续优化与稳健提升, 构建协同、高效、可持续的客户服务管理体系, 强化风险防范与应对能力, 提升对行业变化与消费趋势的响应水平, 更好把握发展机遇。

### 全场景客户服务体验升级

公司围绕消费者全旅程关键触点, 聚焦服务可及性提升、门店服务升级、会员价值管理、数字化运营及仓储物流保障五大维度, 持续提升消费者从认知、购买到售后的全流程体验, 打造便捷、精准、温度感兼具的全场景服务体系。

#### 延伸服务可及性

公司持续推进线上线下融合发展, 打通订单、库存及结算系统, 实现全渠道数据互联互通, 提升服务触达的连续性与便利性。报告期内, 公司进一步完善本地生活服务平台及内容电商线上平台布局, 增强消费者在不同场景下的咨询、下单及履约协同能力, 提升服务响应效率与体验一致性, 保障不同区域消费者享有同等服务支持。

#### 沉浸式线下体验

公司围绕线下门店服务场景持续优化空间功能与服务内容, 通过主题场景打造与互动体验设计, 增强消费者沉浸式体验感。同步完善量体定制、改衣及衣物护理等配套服务, 强化一站式综合服务能力, 提升门店在产品体验、专业服务及售后支持方面的综合保障水平。

#### 完善会员服务

公司构建分级会员体系, 围绕等级管理、积分权益及专属服务持续完善会员运营机制。公司通过主题体验活动及生活服务权益拓展, 不断增强品牌与会员之间的情感连接与互动深度。会员可通过积分兑换多元化生活服务, 并享受生日关怀、专属定制等差异化权益, 持续提升价值感知与归属感。

#### 数字智慧化运营

公司持续推进服务体系数字化升级, 建设小程序商城、社交会员系统及零售数字化系统, 打通外部电商平台与内部会员管理系统, 实现数据整合与共享。报告期内, 公司成立数字化运营专项部门, 不断强化数据治理与分析能力, 推动精准化服务与精细化管理, 提高消费者需求识别与响应效率, 为全渠道客户服务提供智能化支撑。

#### 快速仓储物流响应

公司不断优化库存管理与仓配协同机制, 为终端销售及消费者履约提供稳定保障。报告期内, 公司完成重要仓储资源整合, 优化库存结构与物流协同流程, 通过强化动销盘点、高频商品分区管理及分级响应机制建设, 提升库存精准度与发货稳定性。同时完善异常快速响应流程, 缩短处理时效, 提高仓配协同效率, 增强订单高峰及突发情况的保障能力, 为消费者提供更加及时、可靠的交付体验。



报喜鸟新婚会员甜蜜体验“意大利蜜月之旅”

### 售后服务保障

公司建立系统化售后服务管理机制, 在质量处理、咨询支持、投诉管理及改进优化等方面全方位保障消费者权益, 确保售后服务规范、高效、可追溯。

消费者可通过公司线下门店、微信公众号、企业小程序及400客服热线(400-889-6318)等渠道进行反馈。公司客服团队在工作日8:30-17:30在线受理咨询与诉求, 并按照内部《消费者投诉管理规定》对相关事项进行登记、分派和跟进处理, 形成受理、处置、反馈与确认的闭环流程。报告期内, 公司快速响应消费者诉求, 相关消费者投诉处理率达100%。

针对产品质量、尺寸适配、物流配送及服务体验等典型问题, 公司建立分类管理与协同处理机制。公司售后团队定期汇总投诉数据, 联合质量管理、商品、采购及设计等部门开展问题复盘与根因分析, 推动产品升级与流程改进, 持续优化消费者体验。

在商品售后处理方面, 公司遵守《部分商品修理更换退货责任规定》(即“三包”规定)及相关法律法规, 制定《售后服务管理标准》, 针对鞋服质量问题、尺寸调整及瑕疵修补等需求, 协调内部或外部资源开展修理、返修或退换货处理, 并及时跟进处理进度。

## 消费者满意度管理

为持续提升消费者服务质量,公司建立消费者满意度调研机制并制定《顾客服务和满意度测量控制程序》。消费者完成产品购买后,系统自动发送满意度调查问卷,邀请消费者对购物体验及售后服务情况进行评价。公司将消费者满意度纳入服务管理体系,综合产品售后投诉情况及消费者即时评价等指标,对整体服务质量进行评估。

基于问卷统计结果及售后数据分析,公司梳理出消费者建议与意见,不断优化面料检测流程,在执行国家标准的基础上强化内部检验要求,提升检测精细化水平,同时围绕“运动西服”等产品理念开展创新研发,持续优化版型结构与功能设计,以回应消费者多样化需求。

## 加盟商服务管理

公司坚持加盟体系与直营体系服务标准一致的原则,在会员权益政策、售后服务流程及会员管理制度等方面实行统一管理,确保不同区域门店在服务执行与权益保障上保持一致。在此基础上,公司持续完善加盟商管理机制,围绕招商准入、能力建设及运营监督等关键环节,系统性地推进加盟体系的规范化与标准化运行。

同时,公司积极探索与加盟商等合作伙伴的共赢模式,通过资源共享、风险共担、利益共享,实现共同发展。公司通过代理商大会、培训支持、运营指导、数字化工具共享及营销资源协同等方式,帮助加盟商提升管理能力和服务水平。

### 规范招商管理,强化准入机制



- 公司持续优化加盟商准入管理机制,围绕区域市场发展潜力及合作伙伴综合能力开展系统评估。公司重点布局地级市及百强县级市等核心市场,对意向加盟商的资金实力、运营团队配置、品牌运营经验及市场资源整合能力进行综合审查。通过建立规范的准入评估流程,公司从源头强化风险识别与控制,明确合作标准与经营要求,为加盟体系长期稳定运营夯实基础。

### 完善培训及跟踪改善,强化标准落实



- 公司围绕加盟门店专业能力建设,持续推进系统化培训与执行监督机制建设,培训内容涵盖产品知识、陈列规范、会员管理、数字化工具应用及销售技能等方面,通过开学专项培训、“S学堂”产品知识课程、微课学习及销售督导到店辅导等多种形式开展,确保加盟门店理解并落实公司统一管理要求。
- 报告期内,公司积极为加盟商提供ASM绩效经营增量体系、CSM店效经营增量体系、大店工程数据化经营体系培训。超90%加盟商成员接受公司系统化培训,学习完成率达100%。为保障培训有效性,公司建立培训评估与过程跟踪机制,对培训实施情况进行持续监督与优化。针对未达标人员,公司组织补学及针对性辅导,形成闭环管理流程,推动培训要求与管理标准在终端门店落实。

## 加强巡店监督与过程管控,保障规范运营



- 公司持续开展市场巡店与现场指导工作,由专业销售督导团队对加盟门店进行常态化巡检,巡检内容涵盖店铺形象管理、货品陈列、会员管理执行情况、人员管理及线上运营规范等方面。
- 针对巡检中发现问题,公司明确整改事项及完成时限,并开展后续跟踪复查,推动问题整改落实。通过持续监督与过程管控,公司不断强化加盟门店标准执行意识,维护品牌终端运营的一致性与规范性。

## 负责任营销

公司严格遵循合规与品牌管理要求,建立系统化的负责任营销管理体系,确保对外宣传信息真实、准确、一致,并与品牌核心价值保持高度契合。公司规范所有对外信息的生成与传播流程,要求所有发布内容须提交审批申请,明确主题、内容、渠道及平台,并经过部门内容审核、法务合规审查及管理层终审批准,从源头杜绝虚假、夸大或违规信息的发布。

在品牌合作方面,公司将代言人、KOL及联名合作对象的公众形象、价值观、社会责任实践及可持续理念作为关键评估维度。评估重点包括商业价值、形象契合、风险合规与责任表现,确保合作方公众形象健康、言行一致,优先考虑在环保、公益及社会责任领域有持续投入的对象。对于存在诚信或其他可持续相关风险的合作方,公司无论其商业影响力大小,均不予合作,并在合作协议中明确社会责任条款及联合审核义务。

在营销与品牌传播实践中,公司旗下报喜鸟品牌“喜文化”理念为重要载体,围绕“见证喜悦”的品牌主张,倡导包容、多元与平等的价值观。在此基础上,公司推动多品牌在传播层面遵循统一的负责任传播原则,在保持各自品牌定位与风格差异的同时,共同避免刻板印象与单一叙事。

在广告、官网及社交媒体等传播素材创作中,公司确保模特阵容涵盖不同性别、年龄及体型,呈现多样化生活、职场与婚庆等场景,避免性别角色定型叙事。通过制度化内容审核机制、产品设计导向及持续的内部培训与学习,公司致力于在传递品牌价值的同时,促进社会公平与包容,推动品牌传播与可持续发展目标的协同统一。



## 可持续消费引导

公司在推动可持续消费理念方面,通过产品端和线上端多渠道向消费者传递环保、保养及延长使用寿命的信息。

### 产品指南与观念输入

- **可持续属性吊牌:** 特定系列产品附带故事卡,说明核心环保面料(如再羊毛、环保衬里)及其认证。
- **内衬护理指南:** 倡导低碳绿色护理方式,如减少干洗、低温熨烫、悬挂收纳等,延长衣物使用周期。
- **维修服务说明:** 提供免费纽扣更换、线头修补等基础服务,鼓励消费者延长服饰寿命。

### 线上内容传播与互动

- **社交媒体与短视频:** 以故事化形式传播可持续理念,同时发布“西装长久穿搭与护理指南”
- **客户关系沟通:** 通过会员企业微信推送保养知识、干洗服务介绍及以旧换新参与方式。

通过产品和线上双渠道的可持续教育,公司引导消费者延长服饰使用周期,强化品牌服务理念,提升会员好感度与忠诚度,将客户需求转化为可持续产品与服务创新的动力,从而支持“以客户为中心”的长期可持续发展战略。

此外,公司积极探索“商业+公益”的可持续模式,以“以旧换新”计划为载体,有效推动消费者参与服饰的循环利用。回收衣物经处理后定向用于公益捐赠,在减少资源浪费的同时,实现了社会效益的最大化。这一机制不仅引导消费者践行低碳生活,更通过公益价值的注入,让可持续消费成为传递善意的新方式,在价值观共鸣中深化了品牌与客户的情感连接。

## 客户及消费者服务指标与目标

公司致力于打造以客户为导向的服务体系,将服务优化与可持续消费理念贯穿业务全过程,以客户投诉处理率保持100%为核心管理目标,持续完善诉求响应与跟进机制,确保客户问题得到及时有效解决,不断夯实客户体验与信任基础。在此基础上,公司积极倡导理性与绿色消费,通过强化信息沟通与服务引导,支持消费者作出更加审慎、负责任的选择,推动形成健康、可持续的消费环境。

## 可持续供应链



### 可持续供应链治理

报喜鸟建立了覆盖供应商全生命周期的供应链管理体系,由综合供应商管理部、服装供应链管理部、质量管理部、专项采购部及材料研究院协同运作,形成分工明确、闭环管理的治理架构。供应商管理工作最高汇报至公司供应链管理部,该架构同样适用于供应商ESG管理,各职能部门逐步将合规、环境、社会责任等要求融入日常管理环节。

在制度层面,公司已建立《服装类供应商准入和评审管理办法》《非服装类供应商准入和评审管理办法》两项核心制度,覆盖供应商全生命周期管理。制度核心内容包括明确供应商准入的资质审核、样品确认、生产能力评估等标准,建立定期评审与动态考核机制,对供应商质量、交付、成本等维度进行绩效跟踪,同时设定退出管理流程,确保供应商结构持续优化。两项制度为ESG要求的逐步融入预留接口,在资质审核与现场考察环节,已开始关注供应商合规经营、环境管理、劳工权益等方面的基础表现。

### 可持续供应链战略

报喜鸟致力于构建可持续、高韧性、可信赖的供应链体系。通过多部门协同运作与制度化建设,公司将ESG理念逐步融入供应商全生命周期管理,为业务稳健运行与行业竞争力提升提供支撑。在此基础上,公司对可持续供应链管理的相关影响、风险及机遇进行分析。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	应对举措	财务影响
品控与合规风险	原材料质量不稳定、代工厂生产管控疏漏可能导致成品质量问题,引发客户投诉、品牌声誉受损及合规处罚。	公司严格把控从面料检测到成衣出厂的全流程质量标准与过程管理。	营业收入↓ 合规运营成本↑
供应链韧性机遇	稳定的供应体系可增强对市场波动的抗风险能力,在行业危机或原材料紧缺时保障交付,赢得客户优先合作。	公司不断完善供应商准入、评估及风险管理机制,建立多元化供应链体系及关键面料的战略库存与备选供应渠道,持续推进本地化采购。	库存周转率↑

风险/机遇类型	风险/机遇描述	应对举措	财务影响
绿色转型机遇	环保面料应用与可持续生产工艺创新可满足日益增长的绿色消费需求，在材料创新方面形成差异化优势，有利于开辟新细分市场，并应对海外市场绿色贸易壁	公司推动环保面料研发与应用，为供应链绿色转型和低碳发展提供技术支持，将绿色理念融入产品创新。	潜在市场机会 ↑
协同创新机遇	与核心供应商在材料、工艺、碳管理等方面的深度合作，可催生技术突破与成本优化，形成产业链协同优势。	公司以“能力共建”为导向，向供应商输出技术经验与管理能力，推动产业链整体绿色升级。	运营成本 ↓

未来短期，公司将围绕可持续运营与责任采购，逐步构建系统化、量化的可持续采购管理体系，推动供应链管理向更加体系化的方向发展。公司将持续推动关键原材料及核心供应商满足质量、环境、职业健康安全等相关管理体系要求，并优先推进具备纺织品行业可持续或环境相关认证（如OEKO-TEX、GRS、RCS等<sup>1</sup>）的材料与供应商合作，结合业务实际制定分阶段的认证推进计划。同时，公司将通过节能降耗、供应链风险识别与审核机制建设，持续降低潜在ESG风险，防范重大负面事件的发生。

## ● 可持续供应链相关影响、风险与机遇管理

报喜鸟将可持续理念逐步贯穿于供应商全生命周期管理，在有效管控风险同时，把握发展机遇，持续推动供应链管理实践向体系化、规范化方向发展。

### 供应商分级管理

根据采购物资属性与业务类型，公司将供应商划分为服装类和非服装类两大类。报告期内，公司已入库服装类供应商数量为1,504家，非服装类供应商数量为846家。

<sup>1</sup>认证包括，国际环保纺织协会信心纺织品系列认证 (OEKO-TEX®)，全球回收标准 (Global Recycled Standard) 以及回收声明标准 (Recycled Claim Standard)。

## 报喜鸟供应商类型

供应商类别	主要涵盖品类
服装类 (面料及辅料)	棉、麻、丝、毛、化纤等各类服装面料供应商； 里料、衬料、拉链、纽扣、缝纫线、织带、标签等辅料供应商。
非服装类	包材、印刷品、工装、礼品、办公用品、设备、工程、服务商等。

同时，公司从货期、开发能力、品质表现三个核心维度对供应商进行综合评定，筛选出表现优异、合作稳定的供应商作为核心供应商，在资源倾斜、战略协同、长期合作等方面予以优先支持。

## 供应商准入与绩效管理

公司通过要求供应商签署《报喜鸟友好合作及保密协议》，向合作伙伴传递在合规经营及商业道德等方面的基本要求，并推动其承诺共同遵守。协议明确禁止商业贿赂、利益输送及不正当竞争等行为，同时建立双向监督与举报机制，以保障合作过程的廉洁性与透明度。报告期内，公司正在推进供应商签署《报喜鸟友好合作及保密协议》，确保合作伊始即建立明确的责任共识。

在供应商准入与绩效考核环节，公司逐步将ESG要求融入评估体系。ESG相关要求在供应商评估中占10%的加分值，具体评估维度包括可持续与社会责任实践、管理体系与审核情况、可持续及环境相关认证、ESG负面事件情况。在准入调研环节，公司对服装类别供应商均开展上述维度的信息收集与初步评估。

在合格供应商绩效考核方面，公司按年度开展评估，考核指标涵盖质量管理、交付表现、成本控制及ESG表现等维度。公司针对考核中发现的改进空间，支持供应商改善提升，同时建立奖惩机制，对表现突出的供应商予以表彰或激励，对持续不达标或发生重大问题的供应商启动退出程序，确保供应商结构持续优化。

## 供应链安全与韧性建设

为应对市场竞争加剧与极端气候频发带来的供应链中断风险，公司持续推进本地化采购机制，优先选择生产基地所在区域或临近区域的供应商合作，以缩短物流半径、提升响应速度、降低运输环节的环境足迹与供应中断风险。报告期内，公司积极推进本地化采购，将成为公司提升供应链韧性的重要举措之一。

## 低碳供应链共建

在供应链减碳方面，公司已将供应链端的减排纳入长期气候战略，并已正式制定基于科学碳目标 (SBTi) 的范围3类别一减排目标。

报告期内，公司启动首年度组织层面的温室气体排放盘查及核查工作，并以此为契机向供应链传递低碳发展理念。公司在与供应商的沟通过程中主动倡导气候行动与温室气体管理意识，关注供应商温室气体排放表现及减排意愿，并通过信息沟通与经验分享，探索与关键供应商在碳盘查、节能降耗等方面的协同路径。未来，公司将按照年度持续开展组织碳核查工作，稳步深化供应链温室气体排放管理，促进全链条降碳。

## 可持续供应链指标与目标

公司围绕供应链可持续发展管理设定关键目标，设立《报喜鸟友好合作及保密协议》签署率100%目标，确保合作伊始即建立明确的责任共识。未来将结合业务发展与管理深化，逐步完善其他量化指标的设定与跟踪。

## 工艺及产品创新

公司研发治理体系以研发设计部为新产品设计开发的归口管理部门，统筹负责从设计图稿输出、产品刊板制作到设计工艺单及BOM清单编制的全流程设计工作，跟进样衣打样进度并参与样衣筛选与评审，根据评审意见持续推动产品优化，确保设计成果符合市场需求与品牌定位。公司制定《品牌产品设计开发全流程及要求》，明确覆盖流行趋势调研、商品规划、面料选择及色彩搭配、设计稿绘制及制版、样衣制作及评审、订货下单、生产至上市的全链条开发流程。在这一流程中，公司商品企划部、采购部、技术部、品牌推广部等协同配合，围绕开发节奏、市场反馈、面辅料保障、工艺标准、产品推广等维度各司其职，有序衔接，共同保障产品从概念设计到市场上市的完整转化。

此外，公司设立定制研发中心，作为定制产品研发的主要负责部门，围绕定制业务特性开展一年两季的定制产品研发规划，推动定制产品与智能制造体系深度融合，支撑公司大规模个性化定制业务的持续发展。

## 可持续原材料

公司从材料选用、源头管控、循环利用等多维度推进可持续原材料实践。公司积极研发并采用有机棉、再生纤维、生物基纱线、环保功能面料等环保原料，夯实循环材料应用基础；通过优化产品设计、精简面料消耗、复用库存面料改款，从源头降低材料损耗与资源浪费；建立面料废料内外循环利用机制，将可利用废料用于辅料、样品制作等环节，联合专业机构对废纺进行分类回收并再生为纤维、填充料等资源化产品，无法利用的废弃物则合规无害化处理。旗下品牌相关产品通过无聚氟化合物 (PFCEc) 防泼水处理、无水染色等绿色工艺加工，并获得RWS、OEKO-TEX、Bluesign等权威环保认证，以全链条管控推动可持续材料落地。

## 智能与个性化制造

公司依托智能化技术构建了行业领先的智能制造体系，形成“大规模个性化智能定制系统”，通过智能化数据分析和信息整合，能够根据消费者的个性化订单自动生成生产指令，驱动智能工厂实现大规模的个性化制造，确保“一人一版，一衣一款”的生产模式得以稳定运行，从生产端支撑起个性化产品的规模化交付。



在技术支撑层面，公司基于超过1,000万个数据点，开发出覆盖超90%中国男性体型的四大版型体系，使系统能够在接收订单后快速完成精准的版型匹配与参数化自动改版，有效提升服装与消费者体型的适配度。通过PLM产品生命周期管理系统与智能CAD系统的深度应用，公司构建了智能版型模型库，实现标准化、部件化自动装配，使大规模推版速度较人工提升5倍，显著缩短了产品交付周期。

公司持续强化智能制造领域的核心技术能力，在大数据、云计算及人工智能领域完成技术积累。公司在大数据方面采用SAPHANA、MapReduce等技术构建数据处理能力，为版型匹配与订单分析提供底层数据支撑；在云计算方面基于IBM Bluemix、AWS、GCP搭建完善的云技术架构，保障智能工厂各业务系统的稳定运行与弹性扩展；在人工智能方面引入TensorFlow框架，通过模型分析与预测深度挖掘用户行为数据，将用户需求洞察反哺至产品研发与版型优化环节，推动个性化生产体系持续迭代。

在平台架构层面，公司以智能平台为核心载体，将核心技术转化为面向业务的一体两翼架构。公司智能制造年产能达195万套，并持续推进生产环节智能化升级，目标实现50%自动化流转，在提升运营效率的同时降低研发成本与生产能耗，以技术赋能实现更可持续的生产方式。

## 创新生态与文化

公司高度重视创新文化的培育与创新生态的构建,通过完善的激励机制和内外协同机制,持续激发员工创新活力,推动行业可持续发展。

在内部创新激励方面,公司建立了物质激励与精神激励并重的双重机制。物质激励层面,公司设立专利专项奖励制度,对专利申请及授权成果给予相应奖励,以切实举措鼓励员工积极投身技术创新与成果转化。精神激励层面,公司对优秀创新成果、创新标兵及优秀创新团队进行内部公示表彰,颁发荣誉证书与奖牌,并将相关荣誉纳入员工个人荣誉档案,增强员工的创新成就感与归属感,并以此提升全员对可持续创新工作的重视程度。

在外部协同共建方面,公司积极推动产学研深度融合,已与东华大学、北京服装学院海宁时尚产业园建立长期稳定合作关系,聚焦可持续服装研发、环保材料应用、智能化设计、人才培养四大方向开展深度合作。

公司积极参与中国纺织工业联合会组织的行业标准制定工作,围绕碳中和工厂建设、产品碳足迹管理及数字化信息披露等关键领域,推动形成系统化、可落地的行业规范。2024—2025年期间,公司参与《纺织行业碳中和工厂创建和评价技术规范》《纺织产品数字护照 第1部分:通则》及《纺织品碳足迹管理体系 第1部分:通则》等团体标准的制定与发布。相关标准为推动纺织行业建立碳中和工厂,开展差异化减排与科学评价提供本土化指导,为统一核算方法、提升数据管理能力提供了重要支撑,有助于更好应对国内外绿色监管要求。通过参与相关标准制定,公司不断提升在绿色制造与可持续发展领域的专业能力与行业影响力。



## 可持续产品

报喜鸟将可持续发展深度融入各品牌的产品战略与价值创造之中。公司不将“绿色”视为可持续发展的单一标签,而是通过情感链接、技术赋能、生态共建三个层次,将这一理念转化为可感知的用户价值与可衡量的商业成果,为时尚产业的可持续发展提供多元化的解决方案。

## 报喜鸟(Saint Angelo):能传承的喜悦

品牌“喜文化”与人生五大关键场景深度绑定,使服装超越物质形态,成为承载个人美好记忆与家族情感的“情感容器”。报喜鸟携手北京民艺非物质文化遗产研究院,梳理中国百城婚俗,通过与缂绣、剪纸等非遗技艺的结合,将杭州水城、新疆盛宴等鲜明地域文化符号,创造性转化为专属的“喜”字符号与当代西服设计语言,让服饰因文化厚度和情感价值而被长久珍藏,从源头上延长产品生命周期。一件因承载婚礼记忆、见证职场起点而被珍视的服装,其生命自然延长——这是情感维度的可持续,也是报喜鸟对“让喜悦不仅是个人的,也是文化的、可持续的”这一承诺的践行。



## 哈吉斯(HAZZYS):有温度的时尚

HAZZYS将可持续发展从抽象理念转化为消费者可感知的温暖行动。基于“刚需品类×高碳足迹×可量化减碳”的严谨逻辑,HAZZYS推出碳中和POLO衫,对产品全生命周期进行碳足迹追踪与抵消。每件POLO衫经核算可中和8.22千克碳排放,相当于一棵榆树一年的碳吸收量。在25春夏系列中,64,933件碳中和POLO衫实现总量534吨的碳抵消,相当于营造了一片约6.7万棵榆树的碳汇林。消费者通过扫描产品二维码,即可追溯从原料到废弃各阶段的减排明细,让绿色消费变得透明、可参与,让每一次日常消费都能成为“为地球做一点实实在在的贡献”。



### 乐飞叶 (Lafuma) : 可触摸的环保

源于山野的Lafuma, 坚信环保意识需“唤醒”而非“说教”。2025年, Lafuma推出海洋环保系列, 并将目光投向废弃物再生——携手留法材料艺术家, 将回收渔网、旧衣重塑为艺术装置, 于北京高山艺术中心举办“守护蓝色星球”环保艺术展。通过将“废弃物”转化为“美”, 将抽象的环保概念变为公众可触摸、可体验、可共鸣的现实。同时, Lafuma通过“LA你去玩聚乐部”, 持续组织“无痕户外”“Plogging”等活动, 将个体的环保行动汇聚成守护自然的社群力量, 传递“负责任地享受自然”的价值观。



### 宝鸟 (BONO) : 精密的善意

作为本集团的制造基石, 宝鸟以“精密的善意”为核心, 将智能制造与绿色制造深度融合。依托获评工业和信息化部办公厅5G工厂、上市绿色工厂的称号, 宝鸟实现了对能耗、用料、排放的精准监控与优化——通过智能排版, 单套裁剪耗用从平均2.9米降至2.7米, 每年减少布料浪费超过6万米。宝鸟生产车间采用智能温控系统消除高温作业, 通过模具化、机械化、智能化灵活调配产能, 让制造过程更干净、更安全、更有尊严。以极致的“精密”管理和对环境的“善意”, 宝鸟在源头上实现节能、降碳与减废, 为集团推进碳排放精细化管理提供可复制的实践基础。



### 恺米切 (Camicissima) : 做时间的朋友

Camicissima以“做时间的朋友”为哲学, 将可持续发展根植于对品质的极致追求。依托超过60年的免烫工艺积淀, Camicissima持续升级环保树脂与节能技术, 减少化学助剂, 并从源头降低能耗与水耗。产品端则以“少买精穿”的耐穿品质, 升级叠加环保免烫工艺, 减少消费者日常护理能耗。在原料选择上, Camicissima恪守动物友好原则: 牦牛绒严选自然脱落采集, 并通过可追溯原料支持牧区公平贸易, 让牧民的“触雪采绒”古老技艺得以长久传承, 实现从源头到衣橱的全链路责任闭环。



### 衣佰特 (elitebasic) : 陪伴成长的承诺

校服是陪伴孩子多年的“第二层皮肤”, 其可持续发展核心在于对安全健康的绝对守护。elitebasic建立了从纤维到成衣的全链路管控体系, 并率先严格执行“双送检”国家质量标准——校服须先后通过企业出厂前的“初次送检”与学校收货后的“二次送检”, 双重合格后方可交付使用, 系统性防范甲醛、可分解致癌染料等潜在化学风险。同时, 通过魔术袖、可调节腰围等专利设计, elitebasic让校服能“伴随孩子成长”, 在延长产品使用周期的同时, 也向下一代传递珍惜资源、担当责任的价值观, 将对品质的坚守转化为对未来一代的切实关爱。



# 03

## 构建成长 与健康职场

员工权益与福利	51
员工培训与发展	55
职业健康与安全	59

## 员工权益与福利

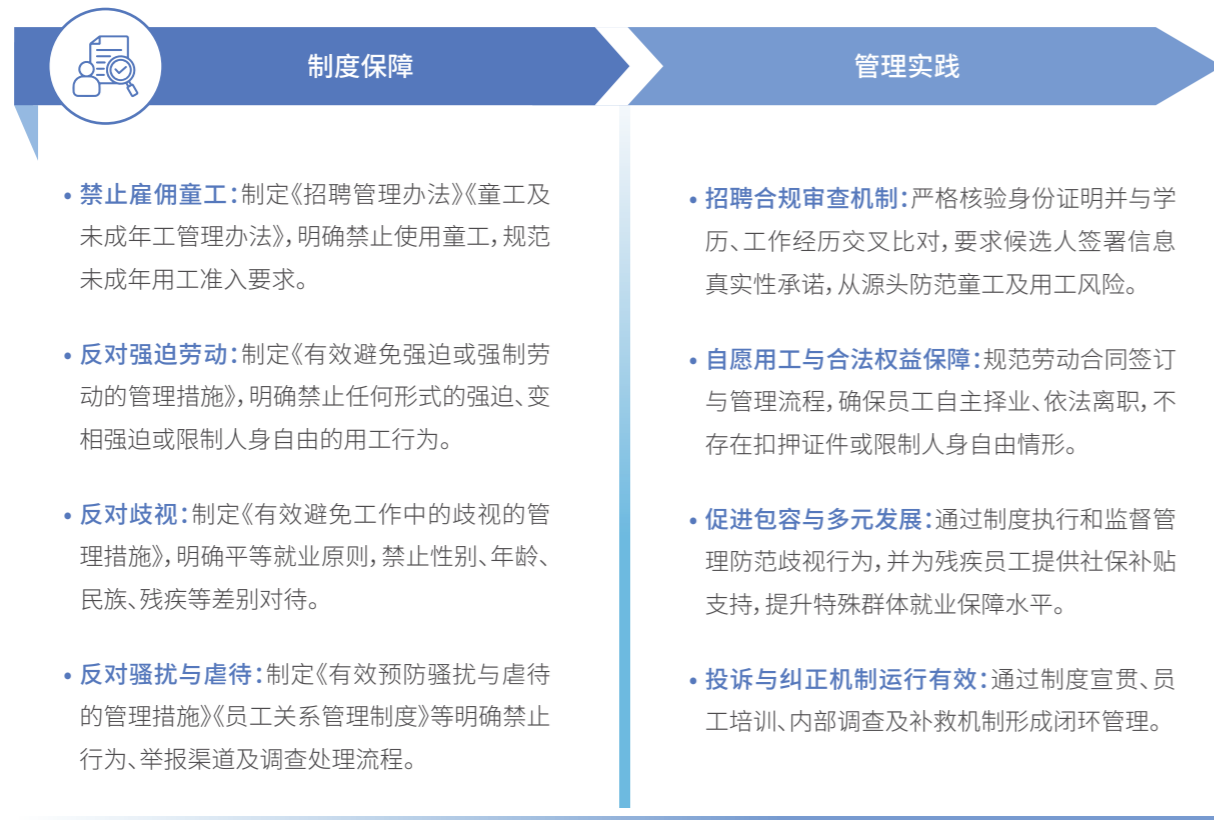
报喜鸟始终秉持“合规用工、以人为本”的员工管理理念，坚持在依法保障员工合法权益的基础上，构建公平公正、激励导向、公开透明的人才发展环境。

公司构建完善的人力资源治理架构，人力资源部下设招聘与人才规划、人才发展与赋能、组织与绩效激励、员工关系与服务、生产人事五大职能模块，全面覆盖核心人力资源管理领域。同时，公司对分子公司及事业部实施矩阵式管控模式，强化业务协同与风险联防，有效提升整体用工风险预防与控制能力。

### 员工权益保障

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》及相关法律法规，参考《国际劳工组织公约》等国际劳工标准，制定《劳动合同管理办法》依法与员工100%签订劳动合同，依法缴纳社会保险及住房公积金，保障员工在劳动及社会保障等方面的合法权益。

公司建立完善的员工权益相关制度，形成覆盖招聘准入、劳动关系管理、平等用工、权益保护及申诉处理的制度框架，为规范用工和风险防控提供制度保障。报告期内，公司未发生聘用童工、强迫劳动、歧视或骚扰相关违法违规事件。



公司制定并落实《员工关系管理制度》，明确坚持“及早介入、了解需求、关怀支持”的员工关系管理原则，通过制度化安排及时掌握员工诉求，避免因信息不对称或政策理解偏差引发纠纷，预防劳动用工矛盾前移。

公司建立多层次、多形式的员工沟通与申诉机制，形成“意见收集—问题分析—整改落实—结果反馈”的闭环管理流程，持续提升员工满意度和组织稳定性，促进劳动关系和谐发展。

### 报喜鸟员工沟通与申诉渠道

- 设立专门邮箱及电话作为正式申诉渠道，确保员工意见和诉求及时受理与反馈；
- 开展员工年度满意度调查，系统收集员工在业务管理、工作环境及生活保障等方面的意见建议；
- 各部门建立工作沟通群，加强日常信息交流与团队协作；
- 生产车间通过周例会和班前会议开展面对面沟通，强化上下互动与现场问题反馈。

#### 案例

##### 报喜鸟年度员工满意度调研

公司建立常态化员工满意度调研机制，将其作为员工关系管理和组织优化的重要管理工具。满意度调研覆盖全体正式员工，围绕工作环境、薪酬福利、职业发展、管理支持、后勤保障及企业文化等多个维度进行系统评估，并通过数据分析识别关键改进方向。

报告期内，公司推动员工满意度调研工作，满意度保持稳定水平。调研结果显示，公司在管理支持、组织协同等方面持续优化，员工认可度稳步提升，同时职业发展与部分服务与保障领域仍有改善空间。

针对相关问题，公司明确责任部门推进专项改进，实施阶段性跟踪与反馈机制，并结合年度绩效面谈及“活水计划”等内部流动机制，改善员工生活设施，持续提升员工满意度，推动员工与企业协同发展。

### 员工薪酬与激励管理

公司围绕“成长优先、利润导向”的战略方向，持续完善薪酬与绩效管理体系，将公司战略目标与个人绩效表现紧密衔接，构建以价值创造为核心导向的激励机制，推动组织效率提升与高质量发展。

公司依据战略目标制定《绩效考核管理办法》，运用平衡计分卡 (BSC) 理念，将年度经营目标逐层分解为关键绩效指标 (KPI)，并落实至各部门及岗位，实现战略目标与日常经营的有效衔接。公司坚持“底线、黄线、红线”绩效准则，贯彻公平、公正、公开的绩效理念。公司在薪酬分配方面坚持岗位价值、绩效贡献与市场水平相结合原则，确保薪酬体系的公平性、激励性与外部竞争力。

**高级管理人员考核指标与公司整体业绩直接挂钩，重点围绕利润与收入等核心经营成果进行评价，并逐步推动可持续发展核心成果融入考核指标。**

**部门负责人围绕职责分工设定经营达成、运营效率、质量管理、组织发展及相关联可持续发展目标进展等综合指标，实施多维度考评。**

**普通员工根据岗位性质设置月度/季度/年度差异化考核周期和评价标准，围绕岗位职责与业务目标设定具体绩效指标，强化岗位价值与绩效贡献匹配。**

公司持续优化激励机制，设立利润增长奖励及专项激励措施，将绩效成果与长期发展相结合。通过利润增长奖金、专项激励及“事业合伙人”等机制，强化价值共享理念，激发团队创新活力与责任担当。

## 员工福利及关爱

公司围绕员工实际需求，构建多层次、全覆盖的员工福利与关爱体系，持续完善福利保障机制，在生活保障、家庭支持、困难帮扶、身心健康及多元包容等方面开展系统化工作，促进员工与企业共同成长。

公司结合岗位属性、地域差异及员工群体特点，建立差异化、多元化的福利保障体系，覆盖职能序列、生产一线及特殊群体员工，不断增强员工获得感、安全感与归属感。

### 报喜鸟员工福利体系一览

**生活保障**

员工宿舍、食堂及班车、节假日福利、年度健康体检、女性员工关怀、“小小鸟”暑托班、帮助员工子女就近入学

**日常补贴**

交通补贴、住宿补贴、工龄补贴、生产基层员工返乡交通补贴、困难员工慰问

**假期政策**

发放法定节假日，设置病假、事假、婚假、孕产期、哺乳假及年休假

**文体建设**

“报喜青年”主题活动、团建活动、趣味运动会、徒步大赛、月度员工生日会

公司将员工关怀融入日常管理之中，形成更具温度与包容性的专项关爱机制，努力营造安全、稳定、积极向上的工作环境。

**身心健康关爱**

- 关注员工心理状态，由部门负责人加强日常关怀与沟通；
- 对存在心理困扰的员工及时开展疏导与干预，并严格保护员工个人隐私，必要时安排假期进行治疗；
- 通过各类节日活动，营造开放、包容、积极向上的企业文化氛围。

**女性员工关怀**

- 在“三八妇女节”为女性员工发放节日礼品及慰问；
- 依法保障产假及哺乳假权益，提倡相关阶段员工合理安排工作时间与假期，设置哺乳室；
- 加强日常关怀与人性化管理，保障女性员工合法权益与身心健康。

**困难员工帮扶与慰问机制**

- 向患重大疾病员工发放爱心基金，全员爱心捐款，帮助其顺利渡过难关并返岗；
- 对因病去世且家庭困难的员工家庭及时发放慰问金，表达企业关怀。

**支持残障人士与弱势群体发展**

- 推进包容性就业，鼓励残障人士就业，设置福利岗位并提供学习平台；
- 在园区设置无障碍阶梯等设施，方便残障人士进出办公及生产区域。



2025报喜鸟29周年徒步挑战赛及节日活动

## 员工培训与发展

报喜鸟始终践行“成就员工”的企业宗旨，坚持“以人为本、战略协同、文化铸魂”的人才发展理念，实现个人与组织的共同成长。公司人力资源部与知行学堂协同推进人才培养与职业发展。人力资源部负责人才培养规划、招聘、绩效管理、晋升体系；知行学堂作为内部学习平台，覆盖全员培训、继续教育及终身学习需求，负责课程开发、培训执行及学习资源整合，确保培训体系与人才发展战略紧密对接。

### 人才发展战略与目标

公司建立年度人才盘点机制，通过整合绩效与能力数据、运用九宫格评估与差距分析工具，并组织跨部门评审会议，系统审视人才结构与企业战略需求的匹配度，为人才管理决策提供科学依据。

基于盘点成果，公司围绕人才引进、培养、发展与保留等核心领域设立人才发展目标，通过精准引才、搭建生态化培养体系、实施关键岗位继任计划及内部流动机制，持续提升核心人才储备与组织韧性，为人才战略目标实施提供智力支持。

在体系化建设方面，公司着力打造具有行业影响力的品牌培训项目，持续重点推进“数字化、场景化、全球化”的智慧学习生态建设，深化AI技术在培训场景中的应用，沉淀可复制的知识资产。同时，公司努力推动文化引领与专业赋能深度融合，促进员工成长与组织目标协同共进。

公司积极探索与国际顶尖商学院合作，系统培养具备全球视野的复合型人才，为国际化战略提供坚实人才支撑，实现员工发展与组织活力的共同提升。

目标	年度进展
年度新员工培训覆盖率≥95%	100%
年度培训满意度≥4.5分（5分制）	4.98分

### 精准引才

公司搭建多元化招聘渠道，通过线上招聘平台、校园招聘、社群招募、职介对接、猎头及行业论坛等多种形式，实现对各类人才的精准触达与高效引进，确保人才供给与业务需求有机匹配，为公司可持续发展提供有力支撑。

#### 社会招聘

报告期内，公司开放600余个岗位，重点覆盖研发设计、运营推广、销售管理、信息技术及智能制造，引进具备实战经验和专业能力人才。

#### 校园招聘

报告期内，公司面向全国30余所高校及行业院校，录用50余名应届毕业生，并通过“精鹰工程”培养计划实现新员工从校园到职场的平稳过渡及能力的快速转化。

#### 定向招募

报告期内，公司通过技术交流、参与行业展会、人才社交网络等途径，定向招募关键技术及管理专家人才共78人，吸引志同道合的专业人士共同加入。

### 搭建生态化人才培养体系

公司建立全员覆盖、分类分层的立体人才培养体系，支持员工不同阶段成长，并严格遵循《培训管理办法》《员工继续教育管理办法》《内部培训师管理办法》等制度要求，确保培训计划规范化、可衡量和可持续。同时，公司通过线上线下混合式学习形成“培训—考核—转化”的闭环培养机制，系统提升员工能力并促进业务绩效达成。

#### 报喜鸟立体人才培养体系

培训层级	覆盖对象	培训内容	培训形式
			
新员工培训	全体新入职员工	开展“新星成长计划”，培训覆盖企业文化、规章制度、职业素养、安全教育	线上课程、线下集中学习
专业技能培训	各职能序列员工	关注销售、生产、研发、供应链、智能制造等核心技能	外派学习、在岗带教
领导力培训	管理层员工	设置“EMBA班复训”及专项工作坊，聚焦战略解码、团队领导力、跨部门协作	线上书院等多元混合式学习
ESG专项培训	全体员工	可持续发展、绿色运营	线上课程



案例

关键人才培养项目: AI赋能管理者数字化转型

为应对人工智能技术浪潮、提升组织数字化生产力与管理层前瞻能力,报告期内,公司启动为期两年的管理者AI赋能系列培训项目,分阶段推进关键岗位数字化转型。

报喜鸟“AI赋能数字化转型”培训两阶段模式

普及阶段

面向关键岗位开展AI赋能专题培训,完成首轮全员意识唤醒与工扫盲

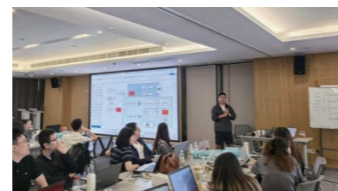
提升阶段

转向能力深化与融合,围绕数据驱动决策、AI与业务流程深度融合等方向,推动核心团队自主研发智能工作流

报告期内,公司举办《DeepSeek职场加速器——提升办公效率的实战场景》,面向高级管理层关键岗位人员40余人,进行AI知识普及。培训内容涵盖AI认知、提示词工程、AI+文案/PPT/数据分析实战,并结合各业务本部实际开展课题工作坊。

结课调研显示,90%以上学员认为对掌握新工作方法“非常有帮助”,同时现场产出智能标书助手、门店业绩诊断模型等多个AI应用方案雏形,学员工作效率自评平均提升预期达40%。

在专项培训外,公司同步推进数字化学习生态建设,成功上线新版线上学习平台并集成AI学习助手功能,平台年度活跃率达85%,为数字化学习持续深化提供支撑。通过AI赋能系列培训,公司有效推动管理者数字化能力提升,实现了组织效能与人才竞争力的双重价值转化。



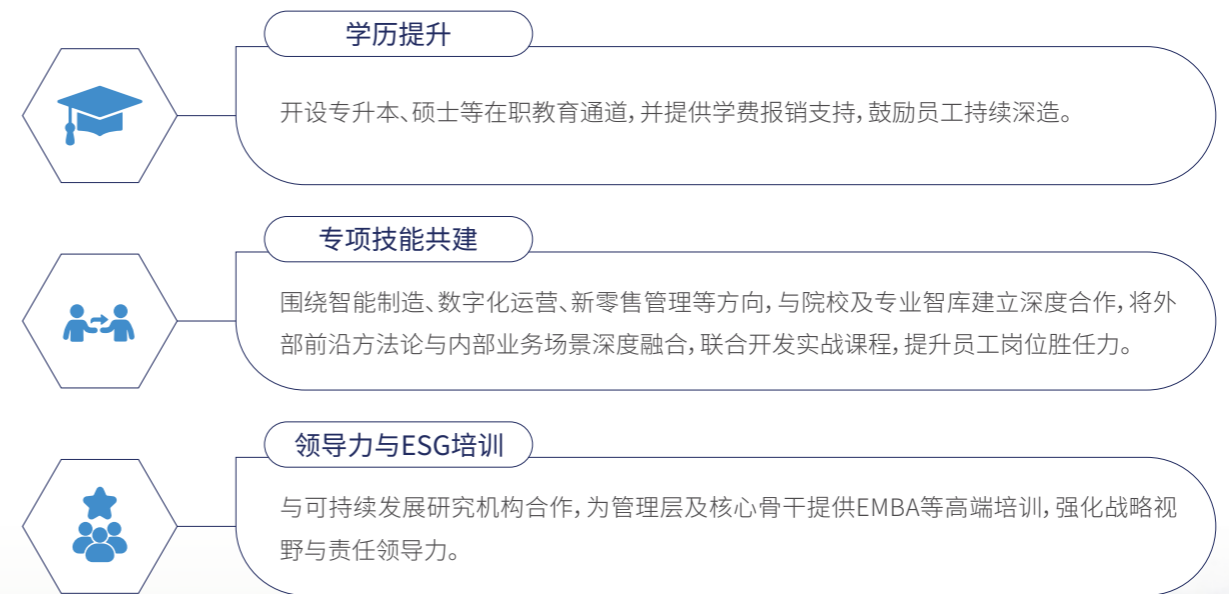
推动职业发展与晋升

公司构建“内部流动畅通、外部资源协同”的人才发展机制,通过绩效导向的晋升管理、多元化的内部流动渠道及深度的校企合作,为员工提供全周期职业成长路径,实现人才梯队建设与组织战略的协同发展。

公司将绩效考核结果作为晋升管理的重要依据,坚持“能上能下”原则,依据《员工晋降级管理办法》每年组织开展晋升评审。同时,推行管理通道与专业通道并行的双通道发展机制,由直属上级与HR协同为员工制定个性化年度发展目标与成长路径,实现组织需求与个人职业目标的有机匹配。

公司鼓励关键岗位轮岗、转岗及优先内部竞聘,激活内部人才市场,为员工提供跨部门、跨岗位的职业发展机会,促进人才资源优化配置与组织经验传承。

此外,公司积极拓展外部培养资源,与多所高校及职业院校建立战略合作,搭建产学研协同育人平台,持续拓展员工成长边界。



## 职业健康与安全

报喜鸟高度重视员工及相关方职业健康与安全管理,建立权责明确、层级清晰、协同运行的职业健康安全管理架构,保障职业健康安全管理工作规范、有序开展。

### 决策层

#### 董事会及下设可持续发展委员会

承担职业健康与安全领导和最终责任,负责审议职业健康安全管理方针与目标,统筹资源配置,监督管理体系运行,确保体系持续适宜、充分和有效。

### 管理层

#### 管理者代表

履行管理职责,负责组织建立、实施、保持和持续改进职业健康安全管理体系,推进方针目标落实,审核体系文件及内部审核计划,定期报告体系运行管理情况,协调各部门相关工作,并代表公司与外部相关方沟通联络。

### 执行层

#### 行政部牵头的执行部门

组织实施日常安全检查、隐患排查和应急演练,组织环境监测及危险废物管理,开展职业健康检测与员工体检,负责事故调查及整改跟踪。人力资源部配合做好工伤及职业病处理和相关培训工作。财务部负责职业健康安全相关投入计划,提供资源保障和数据支持。

公司严格遵守《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》等相关法律法规要求,并持续推进职业健康安全管理体系建设与运行。公司严格按照ISO45001标准要求完善制度流程、风险识别和过程管控机制,推动体系规范实施和持续改进。报告期内,公司职业健康安全管理体系保持有效运行,为生产经营活动提供制度保障,并建立基于风险分级的优先管理机制,从风险等级、合规要求及员工暴露程度等维度进行排序管理,分层分级推进整改和改进工作,实现风险防控闭环运行。

公司建立职业健康安全目标管理机制,将安全绩效纳入年度重点工作,通过指标分解和责任落实强化过程管控,持续提升职业健康与安全生产管理水平。报告期内,公司未发生重大安全事故及重大违规处罚,并积极落实以下目标。

## 职业健康风险评估

公司建立职业病风险年度识别与动态管控机制,通过年度职业健康环境因素检测与日常岗位巡查相结合的方式开展管理。公司每年年初开展覆盖生产及辅助岗位的全面职业病风险评估,同时行政专员联合车间管理人员每月巡查,动态识别潜在职业病危害因素。

根据岗位特点,公司存在噪声、高温、粉尘、化学物质及重复性劳损等职业健康风险因素,主要涉及裁剪、缝纫、整烫、锅炉等岗位。报告期内,公司按计划完成年度职业健康风险评估,对裁剪、锅炉等重点岗位开展了粉尘、噪声、高温等职业健康环境因素检测,检测结果均符合国家标准要求。公司针对相关岗位持续强化工程防护措施,并规范配备个人防护用品,保障员工职业健康安全。

## 职业健康防护

作为服装制造企业,公司围绕裁剪、缝纫、锁边、整烫等生产工序特点,针对噪声、粉尘及高温等主要职业病危害因素,建立“源头控制—过程管理—个体防护—健康监测”的职业健康防护规范,持续降低员工职业暴露风险,保障一线生产人员职业健康安全。

### 职业健康体检

公司对裁剪、缝纫及锁边等噪声岗位,整烫及锅炉等高温岗位,以及裁剪及面料整理等粉尘岗位实施分类体检管理。新员工在上岗前完成职业健康体检,在岗期间每年开展专项体检:噪声岗位重点开展听力检测,粉尘岗位开展肺功能检查,高温岗位开展心血管功能检查。公司建立员工职业健康档案,发现职业禁忌症人员及时进行岗位调整。

### 噪声暴露防控措施

针对服装生产中缝纫机、裁剪机、锁边机及蒸汽发生设备运行产生的持续性机械噪声,公司从源头和过程双向管控。优先选用低噪声缝纫及裁剪设备,淘汰老旧高噪声机型,对大功率裁剪机及蒸汽设备设置隔音设施并加装减震垫;合理规划车间布局,将高噪声设备集中设置并与普通缝制区保持安全间距,划分静音作业区与高噪声作业区。在个体防护方面,为相关岗位员工配发防噪耳塞或耳罩,实行轮岗制度,降低单次连续暴露时间。

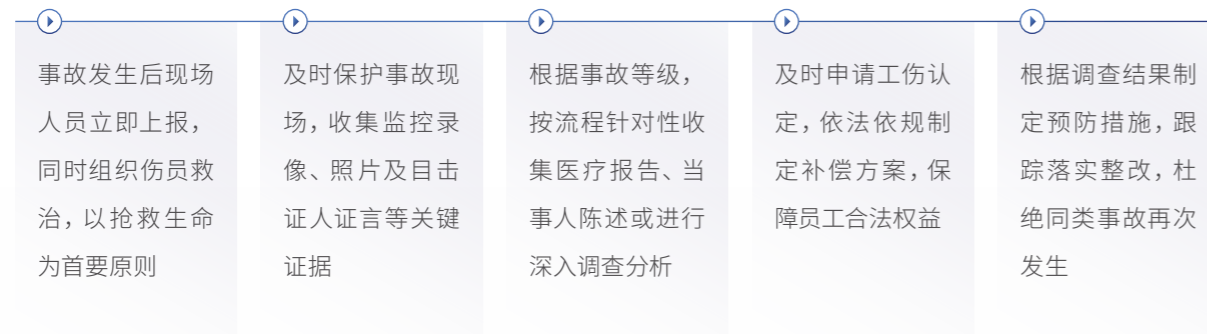
### 粉尘暴露防控措施

针对面料裁剪、布料整理及辅料搬运过程中产生的纤维性粉尘,公司强化源头抑尘与作业管理。优先选用低粉尘逸散面料,规范仓储封闭管理及湿式清扫作业,避免干式扬尘;在裁剪区域划分粉尘作业区并设置明显标识,与其他工序相对隔离。为相关岗位员工配发符合标准的防尘口罩及防护用品,优化作业流程,减少高扬尘操作环节。公司每年委托第三方开展粉尘浓度检测,建立检测台账,并对粉尘岗位员工实施年度肺功能专项体检,确保职业暴露风险处于可控水平。

## 事故与隐患管理

公司持续完善事故与隐患管理体系,构建分级响应、闭环整改的工伤事故管理机制和多维度隐患排查治理体系,确保风险可控、处置高效、整改到位。

### 报喜鸟工伤事故管理流程



在事故调查与整改机制有效运行的基础上,公司进一步强化事前预防与应急处置能力建设。围绕火灾、危化品泄漏、工伤急救等高频风险场景,系统修订应急预案,补充完善应急物资储备,并组织全流程应急演练,通过演练评估查找短板、优化响应流程,提升突发事件协同处置能力。报告期内,公司开展1次综合性应急演练、多次专项演练,实现重点风险场景全覆盖,有效提升了员工应急反应能力和多部门协同处置水平。

同时,公司将事故经验转化为隐患治理行动,构建“日常排查+专项排查+季节性排查+专家诊断”四位一体的隐患排查体系,重点针对受限空间、高空作业、危化品储存使用及特种设备运行等关键场景开展专项整治。对排查出的重大隐患严格落实停工整改,明确责任人、整改措施和完成时限,实施全过程跟踪销项管理。报告期内,公司累计排查隐患30项,重大隐患实现动态清零。

## 化学品安全管理

公司对生产经营过程中涉及的化学品实施规范化管理,重点关注储存、使用及安全防护等环节。针对生产及日常运营中少量使用的化学品,公司按照要求进行分类存放和标识管理,确保储存环境符合通风、防潮等基本安全要求。

在使用过程中,公司规范化学品领用和存放流程,加强岗位安全提示,降低误用及泄漏风险。同时,通过日常巡查及安全检查,及时识别并消除潜在风险,并建立相应的应急处置机制,以应对可能发生的突发情况,保障员工安全及生产环境的稳定。

## 职业健康与安全文化培育

公司持续加强职业健康与安全生产培训,将相关教育纳入新员工入职培训、员工例会及“安全生产月”等专项活动中,建立常态化培训机制。培训内容涵盖消防安全、职业健康知识、安全生产法律法规及网络安全等,强化员工风险防范意识与合规意识。同时,公司通过悬挂宣传横幅、多媒体宣讲、专题讲座及线上学习等多种形式开展安全文化建设,推动安全理念融入日常生产经营,营造全员参与的良好氛围。

## 相关方职业健康与安全保障

公司持续完善供应商、承包商及访客等相关方的职业健康与安全生产管理机制,围绕准入审核、过程管控及绩效评估三个环节,推动相关方职业健康与安全管理水平协同提升。

### 准入审核

- 建立相关方安全资质审核清单,审查安全生产许可证、特种作业人员证等相关证件;
- 入场前签订《施工安全协议》,明确双方安全责任、作业范围、风险告知及应急管理要求。



### 过程管控

- 实施相关方三级安全教育,将职业健康内容列为专项培训模块;
- 对高空、受限空间、动火等高风险作业严格执行作业许可审批,加强现场监督与风险管控。

### 绩效评估

- 每季度开展相关方安全绩效评估与满意度调查,实施分级分类管理,对高风险相关方增加检查频次,通过组织安全交流座谈会等形式,加强信息沟通与经验分享

# 尽责环境 与社区发展

# 04

应对气候变化	61
环境合规管理	67
资源管理	68
污染防控	71
社会公益参与	75

## 应对气候变化

### 应对气候变化治理

在全球气候变化风险持续上升及绿色低碳转型加速推进的背景下，作为纺织服装行业企业，报喜鸟充分认识气候变化对企业经营及产业链发展的深远影响，主动应对气候变化带来的机遇与挑战，将气候治理融入公司战略与运营管理。

公司构建以董事会为领导核心的气候治理架构，设立可持续发展委员会代表董事会审阅并决策气候议题相关重大事项，包括气候目标制定与进展、气候相关风险与机遇评估与管理、气候减排战略制定等。

公司可持续发展委员会下设ESG管理部负责制定政策与目标，统筹管理气候战略的制定与减排行动的落实，并设置专项环境与节能减碳组执行具体任务，促进与部门、事业部及供应商等相关方沟通，识别并上报日常运营中的气候影响、风险及机遇。公司ESG管理部每年就相关工作进展向可持续发展委员会主任（董事长）汇报并提出解决方案。

公司通过《报喜鸟控股股份有限公司环境管理政策》，明确了应对气候变化的决心与行动方向，阐述了气候治理基本原则与目标导向，强化气候风险与机遇管理要求，为公司推进气候治理工作提供行动指引。此外，公司正努力搭建气候议题知识学习课程，以推动全体员工的气候知识储备与技能的提升。

### 应对气候变化战略

报喜鸟关注气候变化带来的风险和机遇，通过定期开展情景分析，系统识别关键气候问题，并计划通过低碳运营、生态友好产品设计、供应链协同减排等行动路径，全面推进绿色低碳转型。公司已确立SBTi近期减排目标，并将在基础上加快制定中长期减排路线图，提升绿色高质量发展治理能力。

### 气候情景选择

公司采用定性和定量相结合的方式开展情景分析，以推动公司巩固并优化气候风险与机遇应对措施，并建立气候适应性战略。公司参考联合国政府间气候变化专门委员会 (Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC) 第六次评估报告，选取适当气候情景评估实体风险，采用央行与监管机构绿色金融网络 (Network of Central Banks and Supervisors for Greening the Financial System, NGFS) 的气候情景评估转型路径的潜在风险与机遇。

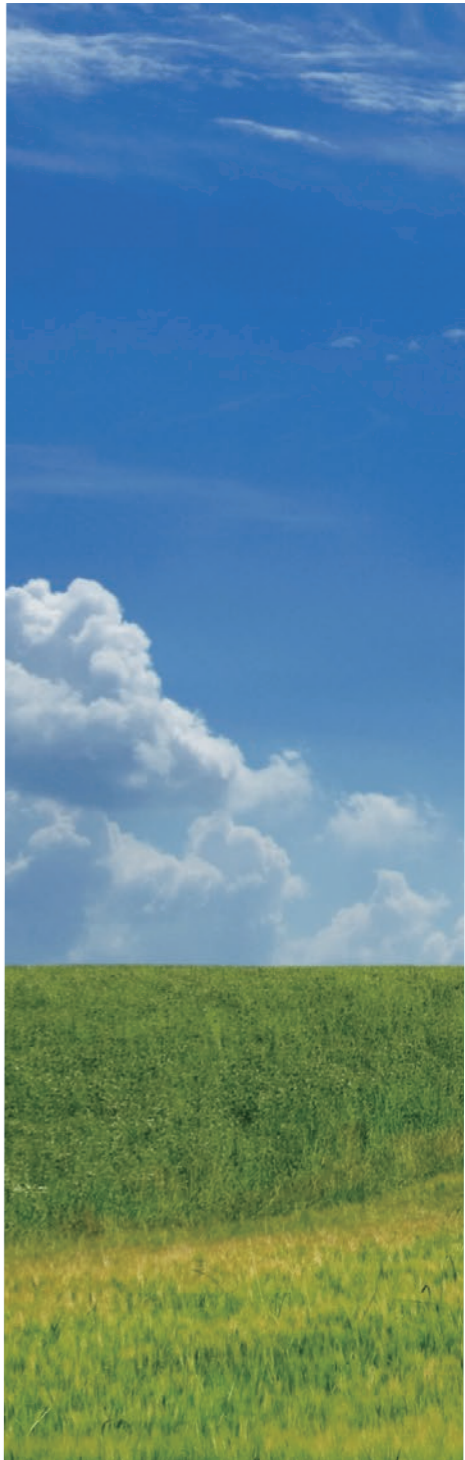
气候情景名称	考虑的风险/机遇类型	情景描述	代表温升水平
IPCC—SSP5-8.5	实体风险：含急性、慢性风险因子	该情景预计全球业务照常，无额外减排政策，仍以目前的排放速度照常排放温室气体，揭示了气候变化可能带来的最严峻的物理冲击（如极端热浪、洪水、海平面飙升等）。	>4°C
IPCC—SSP5-4.5		该情景下，全球将采取有力的缓解措施，到2080年将温室气体排放量减少至目前水平的一半。	<2°C
NGFS—2050 净零排放情景 (Net Zero 2050)	转型风险与机遇：含政策、市场、声誉、科学技术等风险/机遇因子	该情景通过严格的气候政策和创新将全球升温控制在1.5°C以内，并在2050年左右实现全球二氧化碳净零排放。	<1.5°C

### 气候风险与机遇分析结果

公司根据气候情景条件、政策规划以及公司实践与目标等因素，确定分析的输入参数和时间范围，对气候变化在不同时间尺度内带来的影响进行分析。公司将短期时间范围认为是2025-2027年，中期时间范围认为是2028-2035年，长期时间范围认为是2036-2050年。

## 气候相关风险与应对措施

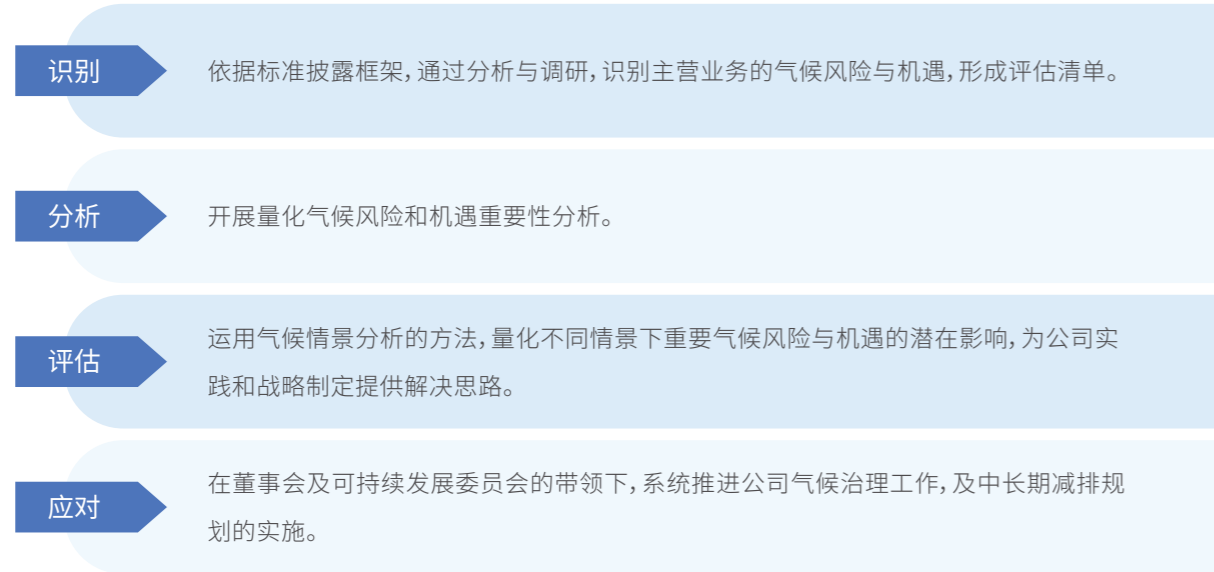
	风险/机遇类型	影响周期	影响的价值链阶段	风险/机遇描述	风险/机遇应对举措	财务影响
实体风险	急性风险 台风、洪水、强降雨、热浪	短期 中期 长期	运营 上游 下游	<ul style="list-style-type: none"> <li>生产运营场所设备损坏、资产与库存损失, 导致工厂停产, 造成相关经济损失;</li> <li>干扰原材料运输线路正常运作, 影响公司原材料供应链稳定性;</li> <li>导致零售门店关闭、物流中心运营中断, 降低消费者线下购物意愿, 对销售和收益产生负面影响;</li> <li>高温热浪可能增加员工工作的安全隐患, 降低劳动力生产效率。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立极端天气监测预警机制, 动态评估物理风险暴露点;</li> <li>前置防灾应急设备部署 (设施加固、物资储备), 提升生产基地、物流中心及门店等关键场所的韧性;</li> <li>针对员工开展风险演练、优化员工排班, 强化员工对极端天气的应对能力;</li> <li>扩大财务保险, 将台风、洪水等自然灾害导致的资产损毁进行风险转移。</li> </ul>	运营成本 ↑ 资产损失 ↑ 营业收入 ↓
	慢性风险 温度、降水或水文变化、生态系统脆弱性上升	中期 长期	上游 运营	<ul style="list-style-type: none"> <li>棉、毛、丝为公司服装主要原材料, 极端气候严重程度增加, 生态系统脆弱性上升, 可能影响棉花种植区、羊毛产区的生产力, 进而影响采购成本;</li> <li>长期气候变化影响下, 温湿度变化对部分面料或成衣造成负面影响。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>拓展多区域原材料采购渠道、加强与核心供应商的长期合作, 并逐步提升可持续及替代纤维材料的使用比例, 以提升原材料供应链的气候韧性;</li> <li>加强对生产与仓储环境的温湿度管理, 通过购置额外除湿设备、完善恒温恒湿控制系统、优化仓储条件, 并加强对面料与成衣在储存、运输及生产过程中的质量监测和检测。</li> </ul>	营业成本 ↑
转型风险	政策和法律风险 国内外气候相关法律法规出台	短期 中期 长期	运营 上游 下游	<ul style="list-style-type: none"> <li>“双碳”目标相关政策出台, 国内外碳排放监管趋严, 服装企业面临合规成本上升与出口准入风险。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持续跟踪国内外气候政策与法规要求, 完善碳排放核算与信息披露体系。</li> </ul>	合规相关成本 ↑
转型机遇	产品及服务 消费者环保、夏季清凉服饰偏好	短期 中期 长期	运营 下游	<ul style="list-style-type: none"> <li>消费者对于可持续服饰的偏好增长, 接受该类服饰的适当溢价;</li> <li>随着气候变化, 夏季时间变长, 消费者对于夏季清凉服装需求增加, 扩大公司业务类型与工艺研发方向。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>积极探索低环境影响材料 (如环保纱线)、可回收和森林友好包装材料的使用, 以及凉感面料服饰开发, 提高产品的绿色低碳属性, 并进一步提升公司产品对消费者的吸引力, 推动需求增长。</li> </ul>	营业收入 ↑
	资源效率 可再生能源使用	短期 中期	运营 下游	<ul style="list-style-type: none"> <li>提升可再生能源使用及能源使用效率, 优化公司能源使用结构, 提升产品差异化竞争力。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>率先布局光伏发电, 采购可再生能源; 支持供应链减碳与可再生能源利用。</li> </ul>	运营成本 ↓



## 应对气候变化相关影响、风险与机遇管理

报喜鸟参考《国际财务报告可持续披露准则第2号——气候相关披露》(IFRS S2) 及中国财政部《企业可持续披露准则第1号——气候(试行)》等披露框架, 定期开展气候相关影响、风险与机遇管理工作。

### 气候相关影响、风险与机遇管理流程



针对已识别的重要气候风险与机遇提升项, 公司系统性评估公司气候目标及现有风险应对措施, 梳理并对标行业优秀实践, 规划财务资源使用, 制定出专项改善方案。

此外, 公司不断完善气候信息披露, 提升信息透明度。报告期内, 公司在首次参与的CDP气候问卷信息披露工作中取得B等级。

## 应对气候变化指标与目标

报喜鸟定期开展组织边界内的温室气体排放盘查工作, 全面识别温室气体公司排放源。公司主要温室气体排放源包括采购商品与服务、外购电力等。报告期内, 公司邀请第三方专业机构合作, 基于ISO14064-1标准对公司2024年度组织边界内的范围1、范围2及范围3温室气体排放进行核查。公司2025年度温室气体排放量详细数据见“ESG数据表”, 本年度碳核查完成后, 将在后续年度对报告进行更新。

公司展示出温室气体减排雄心, 提交的温室气体减排近期目标已成功于2025年通过科学碳目标倡议 (SBTi) 的审核认证。这表明公司温室气体减排计划与全球温度升高限制在1.5°C以内的目标保持一致。经SBTi认证, 报喜鸟承诺以2024年为基准年, 到2035年将范围1和范围2的温室气体排放绝对量较基准年下降63%; 同时, 公司承诺在统一期间内, 将外购商品与服务相关的范围3温室气体排放强度(按美元单位经济增加值计) 较基准年下降66.4%。

## 环境合规管理

报喜鸟秉承可持续发展理念, 始终将绿色可持续发展、履行环保义务作为企业可持续发展的目标, 对环境管理给予高度重视。公司构建了“可持续发展委员会统筹决策、行政部门牵头管理、职能部门协同落实”的三级环境治理架构。

公司董事会作为最高决策机构, 负责审议环境战略与重大事项, 监督环境风险管理的有效执行; 行政部门作为核心牵头单位, 统筹推进环境合规、资源管理、污染防治及应急处置等全流程工作, 承担制度建设、风险评估与日常监督职责; 各相关职能部门按照分工参与风险识别、隐患排查、体系审核及整改落实, 形成上下贯通、协同高效的环境管理机制。

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》等相关法律法规及行业标准要求, 持续强化合规管理。公司拥有1座国家级绿色工厂和1座省级绿色工厂, 100%运营场所已有效运行ISO14001环境管理体系并建立完善的环境管理制度与管理办法, 系统推进各项环境管理工作, 确保环境管理职责落实到位。报告期内, 公司不存在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的处罚事件。



公司定期组织开展环境因素识别与风险评价, 覆盖生产运行、污染治理设施、物料储存及相关配套环节, 并结合正常、异常及紧急工况进行综合分析, 识别重要环境风险, 形成风险清单并实施分级管控。

针对识别出的重要环境因素, 公司制定《环境监测管理程序》, 对可能具有重大环境影响的运行与活动实施监视与测量, 覆盖产品生产、服务过程及园区员工生活相关环节, 通过日常监测、巡检与数据分析等方式, 实现对污染物排放和环境影响的有效控制, 确保持续符合国家法律法规及相关标准要求。

同时, 公司制定《应急准备与响应控制程序》, 建立环境应急管理体系, 明确应急组织架构、响应流程及职责分工, 对生产、办公及服务活动中可能发生的潜在环境事故紧急情况制定针对性应急措施, 确保在突发情形下能够快速响应, 最大限度降低环境影响和财产损失。通过定期修订预案、开展演练及复盘改进, 公司形成“风险识别—运行控制—应急准备—持续改进”的闭环管理流程。

案例

报喜鸟环境风险评估与管理体系建设

报告期内,公司组织开展年度环境风险专项评估。评估结果显示,公司环境风险主要集中于污染治理设施稳定运行保障、基础设施老化、应急响应机制有效性以及特殊情形下可能引发的次生环境影响等方面。如相关风险管控措施执行不到位,可能对污染物持续稳定达标排放及整体环境合规水平产生潜在影响。

针对识别出的风险,公司从制度完善、运行强化及能力提升等方面系统推进改进措施。公司持续完善应急管理体系,修订并优化相关应急预案,进一步明确应急响应流程与责任分工。其中包括台风暴雨、污水外溢、超标排放及化学品泄漏等环境相关风险的应急处置预案。运行层面,公司加强污染治理设施运行监测与巡检频次,强化老旧水电线及垃圾设施稳定性管理,降低因设施异常导致的环境风险。

报告期内,公司未发生突发环境事件及环保违规情况,应急管理体系运行有效。

资源管理



能源管理

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》等法律法规要求,制定《节约能源管理制度》,系统规范生产运营各环节的能源使用。公司通过明确职责分工、细化操作标准、强化监督巡查,构建起覆盖全流程的能源管理体系,为公司节能降耗工作的常态化开展提供坚实保障。

公司主要能源类型包括电力、天然气、汽油及柴油。其中电力主要来源于外购市政电力,广泛应用于公司生产、运营及销售全环节,也是公司节能降耗管控的重点领域。

能源利用类型	主要用途	应用场景说明
电力	设备运转及动力照明	用于缝纫、熨烫等生产设备;车间、办公区域及线下门店照明;空调、通风、机房等系统运行。
天然气	工艺热源	作为锅炉燃料产生蒸汽,用于定型设备、熨烫设备,为服装定型、面料预处理等工序提供热能。
汽油	车辆动力	公务车辆消耗。
柴油	车辆动力及应急备用电源	用于为厂区车辆提供动力支持,并作为应急备用电源,在紧急情况下保障消防系统、信息机房及关键生产设备的电力供应。

公司围绕结构优化、设施升级、绿色运营维度,系统推进能源效率提升,减少碳排放量。公司积极引进清洁能源,推动能源结构向绿色、低碳方向持续优化,利用厂区屋顶安装分布式光伏系统,覆盖面积约21,000平方米,总容量达3,200千瓦。公司2025年发电达2,916.54兆瓦时,覆盖三大生产基地20%用电需求,有效降低对传统电网的依赖。同时,公司持续关注并引入太阳能、空气能等新一代绿色高效能源技术,探索在生产及生活辅助设施中扩大清洁能源应用场景,进一步提升非化石能源消费比重。

公司对生产区进行综合能耗管理,对各工序能耗数据进行采集、分析,并持续加大生产环节的节能技改投入,通过设备更新与工艺优化,从源头提升能源利用效率。

报喜鸟重点生产设施节能改造

重点措施

措施内容及成效



设备智能管控

全面更换LED照明并加装智能控制设备,实行分区定时与责任人巡查机制;对空调、电梯及办公设备实施严格的节能管理,包括设定空调启停温度、下班强制关机,并对行政大楼空调进行集中总控,杜绝待机能耗



设备节能改造

升级锅炉及熨烫设备隔热层,配套余热回收装置,将二次蒸汽回用于面料预加湿工序,预计年度节气量约8%,综合能耗降低约5%;对空调、通风系统加装变频控制器和智能温控系统,根据人员密度和环境温度自动调节功率,并逐步更换符合绿色环保标准的空调电机等设备。



余热回收利用

积极推进空压机热能回收改造,将运行产生的余热用于员工日常热水,实现废热再利用;同时对宿舍热水系统进行改造,回收工业锅炉回水经空气能加热后使用,并对管道余水循环回收,加热同等水量的能耗仅为电热水器的1/4左右。报告期内,已完成部分设施热回收改造,计划于2026年上半年全部改造完成。

公司将节能理念延伸至日常办公及线下门店运营,通过技术应用与行为引导相结合,推动全员参与节能降耗。

### 报喜鸟绿色办公及门店运营节能倡导

重点措施	措施内容
照明系统优化	全厂区及门店采用LED节能灯全面替换传统照明,并在生产车间、仓库等区域安装人体感应智能分区控制系统,实现按需供电,大幅降低照明能耗。
绿色会议与出行	大力推行绿色办公,加强线上及远程会议应用,提升沟通效率;差旅安排上鼓励优先选乘公共交通,并对使用新能源汽车出行给予支持,切实减少公务出行碳排放。
日常节能宣导	倡导员工随手关水关电、人走机停,并通过张贴提示、内部宣传等方式强化节能意识;值班保安负责夜间巡查,确保能耗设备关闭到位。
节能减排培训	面向员工开展节能减排主题培训,涵盖政策解读、节能习惯培养与监督机制建设等内容,通过晨会、商学院专班等形式宣贯,提升员工环保意识与实操能力。

### 水资源管理

公司高度重视生产活动中的水资源使用,致力于在保障生产和生活合理用水的前提下,持续降低耗水强度,减少对水资源的潜在影响。公司所消耗的水资源主要来源于市政供水系统,主要用于生活用水以及生产过程中的冷却塔、锅炉、蒸汽等辅助设施。公司在获取适用水源上没有任何问题,亦确保水源的获取不会对当地水资源产生不利影响。

公司通过“硬件升级、智能监测、加强巡检、意识引导”相结合的节水策略,持续提升水资源利用效率。

### 报喜鸟水资源管理措施

节水设施升级	全面安装感应式水龙头、节水型马桶等节水型洁具,从设施源头减少水资源消耗。
智能水监测	员工宿舍等重点区域安装智能水表,实现用水数据的实时监测与异常预警,为精细化管理提供支撑。
用水巡检维护	加强用水设施日常巡检与报修响应机制,及时发现并处理阀门损坏、管道滴漏等问题,杜绝跑冒滴漏现象。
节水宣导	加强日常宣传与行为引导,倡导随手关水、合理用水,提升全员节水意识,推动水资源节约常态化、长效化。

### 绿色仓储与物流

公司实行“绿色仓储”,重复利用塑料周转箱取代纸箱周转,结合智能化设备,实现相同订单合并包装、组批发货,减少纸箱用量。公司园区内以本地物种为主,建立生态型园区,认真做好绿化建设和管理,确保公司环境清洁化、美化。

公司在温州、上海、苏州、合肥等地设有仓储基地,产品及采购成衣由工厂发往仓库后,统一通过第三方物流配送至门店或顾客手中。依托第三方绿色物流体系,公司在干线运输中广泛采用新能源车辆与智能路线优化,在末端配送中引入无人车与循环包装等减碳技术,有效降低全链路运输环节的环境影响。

### 污染防控

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》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等相关法律法规及行业标准要求,在推动企业实现“高质量、稳定性、可持续发展”的同时,持续加强污染防控与废弃物规范管理,系统推进污染物达标排放与废弃物合规处置工作,持续提升资源利用效率和环境管理水平。

### 污染物排放管理

公司对废水、废气排放实施规范化管理,明确污染源识别及排放控制要求,确保各类污染物稳定达标排放。

### 报喜鸟主要污染物排放及处理方式

类型		处理方式
废水		
生活废水	PH、悬浮物(SS)、化学需氧量(COD)	统一收集后排入市政污水管网,由市政系统集中处理
废气		
食堂油烟管道废气	油烟	食堂安装油烟净化器处理后排放
生产工序废气	颗粒物、非甲烷总烃(VOCs)、二氧化硫(SO <sub>2</sub> )、氮氧化物(NO <sub>x</sub> )	加强车间通风,经标准高度排气筒规范排放

公司建立日常巡检与年度检测机制,每年对废水及废气排放情况开展检测,检测结果均符合国家相关排放标准。报告期内,各类污染物排放稳定,未发生超标排放情况。公司持续推进废气及废水排放数据的统计与管理体系建设,相关数据统计工作正在逐步完善中,以进一步提升环境管理的精细化水平。

## 废弃物处理

公司建立并实施统一的废弃物管理制度,对分类收集、暂存管理、转移处置及台账记录等关键环节进行规范,覆盖生产运营及日常办公全过程。

在制度基础上,公司持续强化废弃物全过程管控,严格落实垃圾分类要求,推进废弃物减量化、资源化与无害化处理,确保各类废弃物得到合规处置与有效利用,持续提升环境管理水平与风险防控能力。

### 报喜鸟废弃物分类及处理方式

类型		处理方式
无害废弃物	纸皮、尼龙袋、塑料袋、龙门架、货架等	分类收集后统一存放于指定区域,规范回收内部使用或交由具备资质的供应商处置及回收利用。
有害废弃物	废电池、废墨盒等	分类收集后统一暂存于指定区域,定期委托具备资质的第三方机构,均已进行无害化处置。

公司同步推进源头减量与资源循环利用管理。在办公管理方面,倡导双面打印与双面复印,推行无纸化会议及电子流程审批,规范纸张及办公设备使用,建立废纸回收机制。在采购环节,优先选择环保认证产品、可回收材料及大容量包装耗材,从源头减少一次性材料使用。

通过持续强化制度落实与过程管控,公司废弃物管理水平稳步提升。报告期内,各类废弃物均得到规范管理和合规处置,未发生相关违规情形。

## 社会公益参与

公司秉承“穷则独善其身,达则兼济天下”的理念,将慈善融入企业发展战略,以实际行动践行“奉献社会”的企业宗旨。在实现高质量、稳定性、可持续发展的同时,公司长期开展公益投入,并设立“永嘉县慈善总会报喜鸟爱心基金”,持续支持环保公益、弱势群体帮扶、教育及艺术发展等领域。

报告期内,公司在各类公益行动中投入资金337.55万元。截至报告期末,累计投入超1.5亿元,充分体现了公司长期、持续的公益承诺,并推动社会价值创造与可持续发展。

## 生物多样性保护

公司积极践行绿色发展理念,将生物多样性保护作为环境公益的核心方向持续深耕。公司2007年发起的“探访母亲河”跨省公益行动,跨越8省、行程6,000余公里,在记录黄河沿线人文生态的同时,将环保倡导与教育支持紧密结合,推动公众关注流域生态保护。公司将环保行动向纵深推进,2022年组织高管穿越腾格里沙漠,正式启动“十年千亩”公益植树计划,截至报告期末,公司已累计认种并锁定公益林约400亩,开展沙漠锁边与生态修复试点,以务实行动助力荒漠化治理与生物多样性恢复。

公司旗下品牌亨利格兰积极参与生物多样性保护行动,持续与小熊猫保护网络(Red Panda Network, RPN)开展合作。2024年,亨利格兰冠名支持红山动物园高黎贡展区。报告期内,亨利格兰参与支持RPN尼泊尔小熊猫栖息地保护项目,推动栖息地修复、生态廊道建设及社区线上巡护,助力提升当地森林生态系统稳定性,促进濒危物种保护与社区可持续发展。

公司旗下品牌WOOLRICH长期与ARTEPARCO艺术项目、奥伊科斯研究所(Istituto Oikos)及意大利胡玛纳协会(Humana People to People Italia)等机构建立合作,将当代艺术融入国家公园生态系统、开展传粉昆虫栖息地修复以及建设社区花园等多元行动,持续开展生态修复、公众参与与环境教育活动,促进艺术、社区与自然的融合发展。



报喜鸟公益林植树计划、小熊猫栖息地保护及社区花园建设行动

## 教育与社会关怀

公司聚焦教育公平与弱势群体支持,将公益关怀与乡村振兴战略深度融合,构建“资源支持+情感关怀”并重的可持续公益模式。

在教育帮扶方面,公司自2003年起长期资助贫困学生,参与“寻找贫困大学新生”资助计划,并在辽宁、四川等地推进希望小学建设。员工志愿者每逢“六一”儿童节为孩子们送去书包、文具及图书,以长期陪伴助力教育发展。截至报告期末,公司累计资助贫困学子100余名,援建希望小学40余所。

在社会关怀方面,公司将帮扶力量延伸至乡村困难家庭与基层劳动者,开展慰问活动为社区及乡村困难群众送去御寒衣物、生活必需品及慰问金,切实改善其生活难题。通过深入乡村、扎根社区的帮扶模式,公司将企业发展成果回馈社会,助力乡村民生改善与和谐社区建设。

在乡村振兴方面,公司上海基地积极参与园区统筹开展的对口帮扶行动,支持云南省绿春县牛孔镇龙洞村红米公益实验基地建设,通过参与公益生态田认购,助力当地特色农业发展与农户增收。



## 艺术人才扶持

公司自2009年起设立艺术公益基金,持续举办新锐艺术人物盛典,支持中国当代青年艺术人才发展。艺术评选覆盖视觉、空间、文学及表演艺术四大领域,每年度评选出优秀艺术家,并提供艺术梦想基金支持。截至报告期末,公司累计投入公益基金超过1,600万元,助力超过50位青年艺术家。

2025年第十四届报喜鸟新锐艺术人物盛典,以“自成气候”为主题,鼓励艺术家深耕内心创作,形成具有稳定影响力的个人独特风格。同期公司在合肥举办“ONE象新生”新锐艺术巡展,展览空间汲取徽派建筑灵韵,将东方“循环共生”哲思融入现代设计,展示了公司在社会公益、环境友好及文化传承方面的综合实践与深度思考。



## 文化传承保护

公司始终关注乡土文化的守护与延续,将文化传承纳入公益实践的重要维度。2007年“探访母亲河”行动中,公司联合央视等媒体制作纪录片,深入挖掘并保护黄河流域的传统文化。2023年,公司捐赠资金助力家乡温州永嘉“百家修百屋”文物保护修缮行动,推动古建筑活化利用,守护乡土文化根脉。公司持续整合企业资源、渠道与员工动员能力,探索形成可复制的文化公益路径,让传统文化在当代焕发新生。

## 可持续健康生活倡导

公司旗下品牌充分发挥会员社群优势,组织开展年度会员健康生活骑行活动,将低碳出行、强身健体与公益倡导融为一体。活动以骑行串联城市地标与自然景观,在传递健康生活理念的同时,向公众传播绿色出行与环境保护意识,带动更多消费者以行动践行可持续生活方式,形成品牌与用户共创美好的良性互动。

# ESG数据表

## 数据范围说明

报告期内, 公司环境数据范围为公司三大生产基地及两座自有大楼; 社会数据及公司治理数据范围与同期合并财务报表范围基本一致。公司正在完善ESG数据管理, 未来将不断完善数据的统计范围。

## 环境

### 资源利用

指标	单位	2025
能源利用基本情况 <sup>1</sup>		
综合能源消耗总量	兆瓦时	27,918.18
综合能源消耗强度	兆瓦时/万元	0.054
直接能源消耗总量	兆瓦时	16,490.28
间接能源消耗总量	兆瓦时	11,427.90
能源利用情况-按能源类型划分 <sup>1</sup>		
汽油	兆瓦时	208.71
柴油	兆瓦时	79.38
天然气	兆瓦时	13,285.65
外购电力	兆瓦时	11,427.90
光伏发电	兆瓦时	2,916.54
水资源利用基本情况		
总取水量	立方米	311,707.44
取水强度	立方米/万元	0.603

注:

1. 公司报告期内另有采购绿色电力证书, 该部分未影响能源消费总量, 相关影响已体现在温室气体排放核算中。

## 应对气候变化<sup>1</sup>

指标	单位	2025
范围1+2温室气体排放总量 (基于位置)	吨二氧化碳当量	9,999.44
范围1+2温室气体排放总量 (基于市场)	吨二氧化碳当量	9,280.10
范围1温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	3,935.79
范围2温室气体排放总量 (基于位置)	吨二氧化碳当量	6,063.64
范围2温室气体排放总量 (基于市场)	吨二氧化碳当量	5,344.30

注:

1) 范围1、范围2温室气体排放数据的核算方法主要依据《温室气体核算体系: 企业核算与报告标准》, 温室气体包括二氧化碳 (CO<sub>2</sub>)、甲烷 (CH<sub>4</sub>) 及氧化亚氮 (N<sub>2</sub>O), 其排放总量统一以二氧化碳当量为衡量单位。公司范围2排放同时采用基于位置和基于市场两种方法进行核算。其中基于市场的方法已考虑报告期内采购的绿色电力证书对外购电力排放的影响。

范围1涵盖公司拥有或控制的业务直接产生的温室气体排放, 包括固定源与移动源的燃烧燃料排放和逸散气体排放。其中排放因子参考2006年IPCC国家温室气体清单指南, 热值来源于国家统计局发布的《中国能源统计年鉴2022》附录《各种折标准煤参考系数》。

范围2为运营过程消耗的外购电力产生的能源间接温室气体排放。电力排放因子来源于中华人民共和国生态环境部和国家统计局联合发布的《关于发布2023年电力二氧化碳排放因子的公告》。

## 废弃物管理

指标	单位	2025
无害废弃物总量	吨	1,056
无害废弃物排放强度	吨/万元	0.002

## 社会

### 员工

指标	单位	2025
员工雇佣		
员工总数	人	8,332
女性员工人数	人	6,452
男性员工人数	人	1,880
30岁以下的员工人数	人	1,214
30岁至50岁的员工人数	人	6,410
50岁以上的员工人数	人	708
管理层员工人数	人	387

指标	单位	2025
中国大陆员工人数	人	8,302
港澳台员工人数	人	0
外籍员工人数	人	30
硕士及以上学历的员工人数	人	71
本科学历的员工人数	人	1,205
本科以下学历的员工人数	人	7,056
<b>职业健康与安全</b>		
重大安全事故数	次	0
拥有职业健康与安全体系认证ISO 45001的营运场所比例	%	100
<b>员工培训与发展</b>		
年度员工培训支出金额	万元	254.17
员工接受培训总小时数	小时	115,207

## 研发与客户服务

指标	单位	2025
研发投入	万元	7,528.83
研发费用占营业收入比例	%	1.46
研发人员人数	名	464
有效商标数	个	1125
在申请中商标数	个	120
有效专利数	个	133
在申请中专利数	个	41
产品投诉处理率	%	100

## 社会公益参与

指标	单位	2025
<b>公益捐赠情况</b>		
慈善捐赠金额	万元	337.55
<b>志愿者活动情况</b>		
组织志愿者活动场次	场	15
志愿者活动总时长	小时	5,432
志愿者活动参与人次	人次	600

## 公司治理

### 经济绩效

指标	单位	2025
营业收入	万元	516,938.99
净利润	万元	35,049.55
资产总额	万元	714,697.88
归属上市公司股东净利润	万元	34,174.78
基本每股收益	元/股	0.23

### 反腐败与反不正当竞争

指标	单位	2025
报告期内对发行人或其员工提出并已审结的贪污诉讼案件数	件	0
因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

### 信息安全与隐私保护

指标	单位	2025
确认的信息安全事件数量	件	0
数据安全事件涉及的金额	万元	0
客户隐私数据泄露事件数量	件	0
客户隐私泄露事件涉及的金额	万元	0
拥有信息安全体系认证ISO 27001的营运场所比例	%	100

# 标准对标索引表

## 《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)》索引表

披露要求	报告对应章节
<b>第三章环境信息披露</b>	
<b>第一节应对气候变化</b>	
应对气候变化	应对气候变化
<b>第二节污染防治与生态系统保护</b>	
污染物排放	污染防治
废弃物处理	污染防治
生态系统和生物多样性保护	社会公益参与
环境合规管理	环境合规管理
<b>第三节资源利用与循环经济</b>	
能源利用	资源管理
水资源利用	资源管理
循环经济	工艺及产品创新
<b>第四章社会信息披露</b>	
<b>第一节乡村振兴与社会贡献</b>	
乡村振兴	社会公益参与
社会贡献	社会公益参与
<b>第二节创新驱动与科技伦理</b>	
创新驱动	工艺及产品创新
科技伦理	公司及各子公司未涉及从事生命科学、人工智能等科技伦理敏感领域的科学研究、技术开发等活动，暂不适用

披露要求	报告对应章节
<b>第三节供应商与客户</b>	
供应链安全	可持续供应链
平等对待中小企业	报告期末公司应付账款（含应付票据）余额及逾期未支付款项金额详见《报喜鸟控股股份有限公司2025年年度报告》
产品和服务安全与质量	产品质量与安全
	客户及消费者服务
数据安全与客户隐私保护	数据安全与隐私保护
<b>第四节员工</b>	
员工	员工权益与福利
	员工培训与发展
	职业健康与安全
<b>第五章可持续发展相关治理信息披露</b>	
<b>第一节可持续发展相关治理机制</b>	
尽职调查	重要性议题评估
利益相关方沟通	利益相关方参与
<b>第二节商业行为</b>	
反商业贿赂及反贪污	反腐败与反不正当竞争
反不正当竞争	反腐败与反不正当竞争
<b>自主披露议题</b>	
公司治理	公司治理
风险管理	风险合规管控
知识产权保护	反腐败与反不正当竞争
负责任营销	客户及消费者服务

## GRI《可持续发展报告标准》(2021版)索引表

使用声明	报喜鸟控股股份有限公司在 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日期间，参照 GRI 标准编制 2025 年 ESG 报告。
所用 GRI	GRI 1: 基础 2021

GRI 标准	披露项	位置
GRI 2: 一般披露 2021	2-1 组织详细情况	关于报喜鸟
	2-2 纳入组织可持续发展报告的实体	
	2-3 报告期、报告频率和联系人	关于本报告
	2-4 信息重述	
	2-5 外部鉴证	独立鉴证声明
	2-6 活动、价值链和其他业务关系	关于报喜鸟 产品质量与安全 工艺及产品创新 可持续供应链 客户及消费者服务 职业健康与安全
	2-7 员工	员工权益与福利 ESG数据表
	2-9 管治架构和组成	
	2-10 最高管治机构的提名和遴选	公司治理 ESG 治理机构
	2-11 最高管治机构的主席	
	2-12 在管理影响方面，最高管治机构的监督作用	
	2-13 为管理影响的责任授权	
	2-14 最高管治机构在可持续发展报告中的作用	
	2-15 利益冲突	公司治理 反腐败与反不正当竞争
	2-16 重要关切问题的沟通	利益相关方参与 重要性议题评估
	2-17 最高管治机构的共同知识	ESG 治理结构
	2-18 对最高管治机构的绩效评估	
	2-19 薪酬政策	公司治理 员工权益与福利
	2-20 确定薪酬的程序	

GRI 标准	披露项	位置
GRI 2: 一般披露 2021	2-21 年度总薪酬比例	/
	2-22 关于可持续发展战略的声明	领导致辞
	2-23 政策承诺	
	2-24 融合政策承诺	详见报告各章节
	2-25 补救负面影响的程序	
	2-26 寻求建议和提出关切的机制	利益相关方参与 反腐败与反不正当竞争 员工权益与福利
	2-27 遵守法律法规	详见报告各章节
	2-28 协会的成员资格	
	2-29 利益相关方参与的方法	利益相关方参与
	2-30 集体谈判协议	/
GRI 3: 实质性议题 2021	3-1 确定实质性议题的过程	重要性议题评估
	3-2 实质性议题清单	
	3-3 实质性议题的管理	
GRI 201: 经济绩效 2016	201-1 直接产生和分配的经济价值	ESG数据表
	201-2 气候变化带来的财务影响和其他风险和机遇	应对气候变化
	201-3 固定福利计划义务和其他退休计划	员工权益与福利
	201-4 政府给予的财政补贴	/
GRI 203: 间接经济影响 2016	203-1 基础设施投资和支持性服务	社会公益参与
	203-2 重大间接经济影响	
GRI 205: 反腐败 2016	205-1 已进行腐败风险评估的运营点	反腐败与反不正当竞争 ESG数据表
	205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	
	205-3 经确认的腐败事件和采取的行动	
GRI 206: 反竞争行为 2016	206-1 针对反竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	
GRI 301: 物料 2016	301-1 所用物料的重量或体积	/
	301-2 所用循环利用的进料	工艺及产品创新
	301-3 再生产品及其包装材料	

GRI 标准	披露项	位置	
GRI 302: 能源 2016	302-1 组织内部的能源消耗量	资源管理 ESG数据表	
	302-2 组织外部的能源消耗量		
	302-3 能源强度		
	302-4 减少能源消耗		
	302-5 产品和服务的能源需求下降		
GRI 303: 水资源和污水 2018	303-1 组织与水作为共有资源的相互影响	资源管理 ESG数据表	
	303-2 管理与排水相关的影响		
	303-3 取水		
	303-4 排水		
	303-5 耗水		
GRI 305: 排放 2016	305-1 直接 (范围 1) 温室气体排放	应对气候变化 ESG数据表	
	305-2 能源间接 (范围 2) 温室气体排放		
	305-4 温室气体排放强度	应对气候变化	
	305-5 温室气体减排量		
	305-6 臭氧消耗物质 (ODS) 的排放		不适用
	305-7 氮氧化物 (NOx)、硫氧化物 (SOx) 和其他重大气体排放		
GRI 306: 废弃物 2020	306-1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响	污染防控 ESG数据表	
	306-2 废弃物相关重大影响的管理		
	306-3 产生的废弃物		
GRI 401: 雇佣 2016	401-1 新进员工雇佣率和员工流动率	/	
	401-2 提供给全职员工 (不包括临时或兼职员工) 的福利	员工权益与福利	
GRI 402: 劳资关系 2016	402-1 关于运营点变更的最短通知期	/	
GRI 403: 职业健康与安全 2018	403-1 职业健康安全管理体系	职业健康与安全 ESG数据表	
	403-2 危害识别、风险评估和事故调查		
	403-3 职业健康服务		
	403-4 职业健康安全事务: 工作者的参与、意见征询和沟通		

GRI 标准	披露项	位置
GRI 403: 职业健康与安全 2018	403-5 工作者职业健康安全培训	职业健康与安全 ESG数据表
	403-6 促进工作者健康	
	403-7 预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响	
	403-8 职业健康安全管理体系覆盖的工作者	
	403-9 工伤	
	403-10 工作相关的健康问题	
GRI 404: 培训与教育 2016	404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	员工权益与福利 ESG数据表
	404-2 员工技能提升方案和过渡援助方案	
GRI 405: 多元化与平等机会 2016	405-1 管治机构与员工的多元化	公司治理 员工权益与福利 员工培训与发展 ESG数据表
GRI 406: 反歧视 2016	406-1 歧视事件及采取的纠正行动	员工权益与福利
GRI 408: 童工 2016	408-1 具有重大童工事件风险的运营点和供应商	员工权益与福利
GRI 409: 强迫或强制劳动 2016	409-1 具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商	
GRI 413: 当地社区 2016	413-1 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	社会公益参与
	413-2 对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点	
GRI415: 公共政策 2016	415-1 政治捐赠	不适用
GRI 416: 客户健康与安全 2016	416-1 评估产品和服务类别的健康与安全影响	客户及消费者服务 ESG数据表
	416-2 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	
GRI 417: 营销和与标识 2016	417-1 对产品和服务信息与标识的要求	
	417-2 涉及产品和服务信息与标识的违规事件	
	417-3 涉及营销传播的违规事件	
GRI 418: 客户隐私 2016	418-1 涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉	数据安全与隐私保护 ESG数据表

## 《企业可持续披露准则第1号——气候(试行)》索引表

披露要求	报告章节
<b>治理</b>	
治理层监督和执行层管理	ESG治理架构
	应对气候变化治理
<b>战略</b>	
气候风险和机遇识别	应对气候变化战略
气候风险和机遇对公司战略和决策影响	
气候风险和机遇对公司财务影响	
公司战略和业务模式对气候变化韧性	
<b>风险和机遇管理</b>	
风险和机遇评估与风险管理流程	应对气候变化相关影响、风险和机遇管理
<b>指标和目标</b>	
衡量气候风险和机遇的指标	ESG数据表
目标及进展	应对气候变化指标与目标



# 独立鉴证声明



## 独立审验声明

### 介绍

莱茵技术（上海）有限公司，是德国莱茵 TÜV 集团成员之一（简称“莱茵”或“我们”），受报喜鸟控股股份有限公司（简称“报喜鸟”或“公司”）的委托针对其 2025 年环境、社会与公司治理 (ESG) 报告（简称“报告”）做独立第三方审验。报告披露了报喜鸟在 2025 财年内（2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日）的可持续发展信息。

### 职责

报喜鸟不仅负责可持续发展报告的准备以及符合适用报告准则的可持续发展信息收集与提报，而且有义务落实和维护有效的信息和数据的内控以支持报告编撰流程。

TÜV 莱茵的可持续信息审验活动，是在符合 ISO/IEC 17029:2019 标准要求的质量管理体系下运作的，并恪守 TÜV 莱茵全球职业道德合规守则。我们的审验服务遵循独立性和公正性原则，并不参与报喜鸟的报告准备。本次审验项目由具备相应可持续性议题专业知识和审验经验的团队执行。莱茵的职责是依据审验协议以及约定的审验工作范畴执行独立审验工作，并对可持续发展报告做出独立和公正的职业判断。

### 审验标准

TÜV 莱茵依据 AccountAbility AA1000 审验标准第三版 (AA1000AS v3)，针对报喜鸟选择的特定绩效指标（参见本声明中的附录）及其非财务定性信息（包括实质性评估、利益相关方参与、实质性影响、风险与机遇 (IRO) 相关的议题管理等）按类型-2 和中度等级进行审验。

### 审验目的

审验旨在为报喜鸟管理层和关注该公司可持续发展信息与绩效的利益相关方提供独立的审验观点，具体包括：审查并评估可持续发展报告和披露遵循 AA1000AP (2018) 审验原则（包括包容性、实质性、回应性和影响性）的程度；审查并评估特定绩效信息的可靠性和质量。

### 审验准则

下列审验准则（包括报告框架准则或标准）用于审验工作：

- 《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）》
- 中国财政部《企业可持续披露准则——基本准则（试行）》及《企业可持续披露准则第 1 号——气候（试行）》
- 全球可持续发展标准委员会《可持续发展报告标准》（2021 年版）（简称“GRI 标准”）
- 联合国全球契约十项原则
- 温室气体核算体系企业核算与报告标准
- AA1000AP 审验原则，即，包容性、实质性、回应性和影响性

### 审验方法

我们的审验活动和程序包括：

- 询问管理层以理解和评估运营与可持续发展管理的关键流程、系统和内部控制。

- 访谈负责可持续发展执行层面的关键人员，以理解非财务信息报告体系，包括特定绩效数据和非财务定性信息的收集、整合和报告，并评估集团层面数据整合流程。
- 应用分析程序，审查数据的合理性。
- 基于抽样方法，测试信息溯源以检查数据的精确性。
- 审查特定绩效指标和审验范围内的定量与定性信息的一致性和可靠性。
- 检查收集的支持性证据，以评估相关证据和信息披露支持和遵循 AA1000AP 审验原则的程度。
- 汇报审验观察项或建议给公司管理层，以给予在审验工作完成之前更正报告错误的机会。

### 局限性

TÜV 莱茵依据审验协议规定的审验范围策划并执行审验工作，以获得证据信息和必要的解释，为按照 AA1000AS v3 中度审验作出的审验结论提供依据。中度审验参与的程序本质和程度（范围）均低于获得高度审验所需的程序。

前瞻性信息涉及尚未发生且可能永远不会发生的事件和行动。实际结果很可能会不同，因为预期的事件往往并未如期发生。我们不保证前瞻性信息的可实现性。

与审验有关的信息和绩效包括选择的特定绩效指标会局限于本报告的内容披露。我们的审验未涵盖财务年报及财务数据，且并不涵盖超出本次审验工作范围的其他与可持续发展主题不相关的主题或事项。

### 审验结论

基于已执行的审验程序及所获得的证据，我们认为：

- 报喜鸟 2025 年 ESG 报告遵循了 AA1000AP 审验原则。
- 可持续发展信息按照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）以及 GRI 可持续发展标准进行报告编制。
- 特定绩效指标（参见本声明附录）和审验范围内的非财务定性信息（包括重要性议题评估）经评估，未发现重大错报。

针对任何第三方依据这份审验声明来对报喜鸟做出的评论和相关决定，TÜV 莱茵将不承担任何责任。

### 对 AA1000AP 审验原则的遵循程度

**包容性：**报喜鸟已识别主要利益相关方，包括员工、政府与监管机构、高管/股东及投资者、客户及消费者、供应商及合作伙伴、社区及公众、以及媒体。证据表明，2025 年，公司就 ESG 议题开展了利益相关方问卷调查，为议题重要性评估提供参考依据。我们建议报喜鸟未来构建和落实利益相关方参与策略，并衡量参与的成效。

**实质性：**报喜鸟已开展双重重要性评估，从“影响重要性”和“财务重要性”两个维度对议题进行评估和重要性排序。议题矩阵揭示了当年度的具有双重重要性的关键议题（如产品质量与安全、反腐败与反不当竞争、数据安全与隐私保护、客户与消费者服务、可持续供应链等）。董事会审议并确认了上述议题分析结果。

**回应性：**报喜鸟与其利益相关方的沟通渠道是多元化的，主要包括信息披露、供应商培训与审核、申诉与举报机制等。2025 年，公司已设立碳减排目标，并获得 SBTi 认证。本期报告针对双重重要性议题采用四要素框架进行披露，并披露 ESG 关键绩效指标（如温室气体排放、能源利用、水资源、员工雇佣、信息安全等）的量化数据，以恰当地回应利益相关方关切。

**影响性：**报喜鸟关注在反腐败、数据安全等 ESG 关键领域的风险合规管控。公司针对具有财务重要性议题（如客户与消费者服务、应对气候变化）进行了影响、风险与机遇 (IROs) 分析。我们建议报喜鸟持续深化针对重要性议题的影响的量化分析，并管理这些影响。

### 特定绩效信息披露

基于类型二中度审验要求，TÜV 莱茵关于特定绩效信息（参见附录）的可靠性和质量的验证结论如下：

- 我们观察到报喜鸟已实施相关内部控制系统与流程，并采集和汇总与选择的特定绩效指标相关的源数据以作验证。
- 验证过程中发现的所有小错误已得到纠正。我们相信在验证范围内提供的最终数据是准确的。我们建议报喜鸟在集团和运营层面不断提升数据管理水平（包括数据采集、汇总及内部校核）。

完整的管理报告已递交给报喜鸟管理层以作考虑，其中具体阐述了审验发现和可持续发展报告持续改进的建议。

### 潘敏

企业可持续发展服务技术经理  
莱茵技术（上海）有限公司  
中国上海，2026 年 4 月 13 日



### 附录： 选定的特定绩效指标

指标	单位
<b>环境</b>	
综合能源消耗总量	兆瓦时
外购电力	兆瓦时
总取水量	立方米
范围 1+2 温室气体排放总量（基于位置）	吨二氧化碳当量
范围 1+2 温室气体排放总量（基于市场）	吨二氧化碳当量
范围 1 温室气体排放总量	吨二氧化碳当量
范围 2 温室气体排放总量（基于位置）	吨二氧化碳当量
范围 2 温室气体排放总量（基于市场）	吨二氧化碳当量
<b>社会</b>	
员工总数	人
女性员工人数	人
男性员工人数	人
管理层员工人数	人