



ANZHENG FASHION GROUP  
安正时尚集团



# 安正时尚集团股份有限公司 2025年度社会责任报告

公司简称：安正时尚 公司代码：603839

# 重塑品牌内核 跨越价值周期 共织时尚新局



## 尊敬的各位投资者：

消费市场正经历深度的结构性重塑。回望2025年，我们于变局中锚定航向，于实干中筑牢根基。面对全球时尚产业调整与电商格局演变的双重考验，我们立足市场需求，在商品研发、零售运营与品牌建设上持续发力，供应链优化与数字化协同亦见实效。组织层面，我们坚决推行“小集团、大事业部”变革，成立“研产营销一体化”的品牌事业部，将决策权前移，切实落实“让听得见炮声的人呼唤炮火”的敏捷作战机制。

2025年，公司经营质效与规模底盘稳步跃升，这得益于JZ玖姿的渠道深耕与Annakro品牌的线上增长。面对消费者对品质、文化与穿着体验的进阶诉求，我们将柔性快反供应链的底盘优势与数字化联营中台相融合，切实转化为市场竞争力。依托多年积淀的设计匠心与制造底蕴，公司推出多款兼具“质价比”与高阶审美的标杆单品，带动产品结构向中高端核心品类聚拢，进一步夯实了在中高端时尚领域的品牌坐标。

在多变的零售生态中，我们围绕“产品力、品牌力、渠道力”构筑经营护城河。深化全渠道布局，我们实现了线上线下交融与全域精准触达：线下迭代旗舰店体验场景，具象表达品牌质感；线上推动爆款单品流转，高效转化流量。数字化底座与柔性供应链的融合，不仅赋予我们应对市场起伏的韧性，更为长周期发展奠定了稳健动能。

“安于正道”是我们的经营哲学，也是对股东的庄严承诺。我们始终以长期价值创造为锚，让发展红利惠及同行者。2025年，公司派发2024年度现金分红13,851.46万元，上市至今累计分红达12.8亿元。这些数字不仅是财务的回报，更是我们与股东同舟共济、共享硕果的真诚印记。

2026年是安正“回归本质、夯实基础、协同共创”的关键之年。当下，消费心智正从符号趋同转向品质坚守与个性表达，新零售与国潮文化交织融合。这印证了公司坚守“质价比”与“大众日常奢侈品”定位的必要性，也昭示出中国服装产业正迈入价值回归的新周期。顺应变局，公司将依托已有的数据与供应链基石，将全渠道运营的沉淀转化为动能，稳步迈入由品牌、产品与AI协同驱动的新增长阶段。

展望前路，宏观环境与消费承压交织，原料价格波动亦添变数。但理性回归绝非降级，而是对“质价比”的真正唤醒。中高端品牌唯有褪去浮华，以“大众日常奢侈品”的诚意与务实回应生活向往，方能在不确定性中练就穿越周期的韧性。公司将以此为契机，深化“大众日常奢侈品”的品牌占位，驱动从“传统服装企业”向“科技驱动时尚生态平台”转型。我们将在品牌叙事中注入更深的文化内涵，在供应链端深化AI与数字化的应用，让“质价比”战略成为穿越周期的切实依托。

潮流更迭，匠心不移；守正出奇，行稳致远。感念全体员工的拼搏，感恩股东的托付。安正时尚将继续以品质为基、品牌为翼，在时尚产业的新周期中踏实前行，创造更坚实的长期价值。

安正时尚集团股份有限公司

董事长兼总裁：

## 目录

---

董事长兼总裁致投资者的信 .....	1
第一节 公司概况 .....	3
一、公司简介 .....	3
二、企业文化 .....	7
三、发展历程 .....	8
四、主要荣誉 .....	9
第二节 责任管理 .....	10
一、责任治理体系 .....	10
二、利益相关方沟通 .....	10
第三节 责任践行 .....	12
一、公司治理 .....	12
二、环境保护 .....	19
三、社会担当 .....	20

## 第一节 公司概况

### 一、公司简介

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

公司聚焦中高端品牌时装，聚力打造多品牌矩阵，形成风格鲜明互补、消费群体定位差异有序的时装品牌集合。公司目前拥有“JUZUI 玖姿”、“IMM 尹默”、“MOISSAC 摩萨克”、“ANZHENG 安正”以及“ANNAKRO 安娜蔻”五大自有时装品牌。

此外，公司还控股了电商服务公司上海礼尚信息科技有限公司（以下简称“礼尚信息”），并在大中华区合资经营韩国童装品牌“ALLO&LUGH 阿路和如”。

公司于 2017 年 2 月 14 日在上海证券交易所上市，股票简称为安正时尚，股票代码为 603839。



海宁园区总部

上海运营总部



### 公司旗下主要品牌

**JZ** 玖姿  
*Juzui*

“自在随心，中国姿造”，源自东方的美丽哲学



创立于 2001 年

当代中国式优雅，是流动的气韵，是一份可以恰到好处地展现内在力量和外在美丽的智慧哲学，兼具东方底蕴和世界视野。“专注修饰女性身型，让每一种曲线都值得欣赏”的中国女装知名品牌。

JZ 玖姿凝练中国女性着装风格和审美智慧，以恰到好处的裁衣技法和设计巧思，绽放中国女性健康饱满的自然曲线之美。

**目标客群：** 35-45 岁职业女性

### 凝结女性力量

以风格时装及精神文化为当代女性表达

2008 年创立

将源起于基因中的平衡之美，用解构语言传递拼接至简的设计美感，动亦静，静亦动，演化出一种刚柔并济的艺术张力。演绎独立知性的时代新姿，是当代女性精神的探求者和发声者。

**目标客群：** 35-45 岁当代精英女性

**IMM** 尹默



MOISSAC 摩萨克



诞生于法国巴黎，2014 年加入公司  
把对生活的热爱融入设计，丰富的细  
节缔造生活中的浪漫。

以传统剪裁、精致面料与当下流行相  
结合，打造实用性的成衣系列。

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

**目标客群：**25-35 岁都市女性

创立于 2012 年

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

臻选高级材质与制作工艺，为当代都  
市男性打造时尚休闲的品质生活着装  
展现当代中国的时尚风貌与文化自信。

**目标客群：**30-45 岁的男性客群



安正 ANZHENG

# ANNAKRO 安娜蔻

JUZUI

2018 年创立，2023 年重新启动

以高质价比为核心竞争力，以“精致每一天”为核心理念，以“优雅、品质、经典、舒适”为品牌基因，以高质价比的产品满足消费者日常多元场景的穿着需求。

**目标客群：**25-55 岁城市中产女性

核心客群 25-40 岁





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

## 二、企业文化

### 使命

引领时尚，创美圆梦

公司始终把握世界时尚流行趋势，坚持匠心与创新精神，为顾客创造追求美好、充满乐趣、魅力无限的高品质生活方式，塑造良好的客户体验，实现消费者、员工、企业、合作伙伴的价值与梦想。

### 愿景

成为世界级领先的时尚产业集团

公司将以国际化的视野发展时尚产业，缔造国际领先的品牌，赢得并捍卫在时尚界不可动摇的地位；我们将成为时尚行业的民族企业标杆，坚守安正文化与品牌精神，做好品牌传播和历史传承。

### 价值观

**安于正道：**诚信立业、尊重规律、敬畏规则

**客户导向：**快速响应客户、贴心服务客户、为客户创造价值

**持续奋斗：**识别奋斗者、激发奋斗者、构建奋斗者团队

**自我反思：**自我反省、定期复盘、持续改进

**对标创新：**品牌对标、管理对标、自主创新

### 三、发展历程

## 安正时尚发展历程

### 创业 1986

1986年

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

1995年

创办**九冬皮革时装厂**，为后续大规模生产夯实基础

1998年

**九冬皮革工业园**正式落成，奠定安正进入公司化运作的里程碑

### 创品牌

2001年

核心品牌**JUZUI玖姿**诞生

2008年

高端女装品牌**IMM尹默**诞生

2010年

**安正时尚集团**成立，标志着公司进入集团化发展阶段

2012年

**ANZHENG安正**男装品牌建立

2014年

**MOISSAC摩萨克**、**FIONACHEN斐娜晨**加入集团，形成了风格互补的品牌矩阵

### 转型升级

2017年

**安正时尚集团**  
2017年2月14日，公司股票在上海证券交易所上市，市值一度突破百亿元

2018年

JZ玖姿压轴亮相米兰时装周，上演“中国玖姿”东方故事

2018年-2020年

礼尚、青蛙王子、ALLO&LUGH 加入安正时尚集团品牌家族

### 聚焦主业 2025

2023年9月

创始人回归经营一线创业

2024年2月

JZ玖姿登陆2024秋冬纽约时装周，举办“繁花”主题大秀

2024年6月

启动新的零售模式**JUZUI+**，探索更丰富业态

2024年9月

JZ玖姿登陆2025春夏纽约时装周，举办“盛开”主题大秀

2025年2月

JZ玖姿登陆2025秋冬纽约时装周，举办“花在冬日说”主题大秀

### 四、主要荣誉

时间	颁奖单位	奖项
2025 年 2 月	海宁市海昌街道	2024 年度突出贡献企业
2025 年 2 月	海宁市海昌街道	2024 年度五星级慈善之星
2025 年 7 月	中共海宁市海昌街道委员会	海宁市先进基层党组织
2025 年 8 月	中华商标协会	“玖姿” 商标入选 2025 年度商标品牌培育运营典型案例
2025 年 12 月	上海证券报	2025 年“上证鹰·金质量”优秀党建奖



## 第二节 责任管理

公司坚守“引领时尚，创美圆梦”的使命，以“成为世界级领先的时尚产业集团”为愿景，积极履行对股东、投资者、政府及监管部门、消费者、供应商以及员工等利益相关方的承诺，切实做到自身发展与社会发展相协调，不断践行可持续发展的理念，持续提升公司的社会责任治理水平。

### 一、责任治理体系

报告期内，公司在董事会的带领下，由经营管理层具体负责和落实社会责任战略与目标，各部门积极响应。2025 年，公司主要通过环境保护、社会责任、公司治理三个方面，采取各类举措，为社会可持续发展目标的实现贡献力量。

### 二、利益相关方沟通

公司重视并定期与利益相关方进行沟通和交流，能够有效、及时、准确的了解利益相关方的各类诉求与期望。公司通过日常的沟通渠道，积极回应利益相关方所关注的问题，并将其关注的事项整合梳理，纳入公司的经营和决策过程，努力实现公司与利益相关方的共同成长，共同推进公司可持续发展。

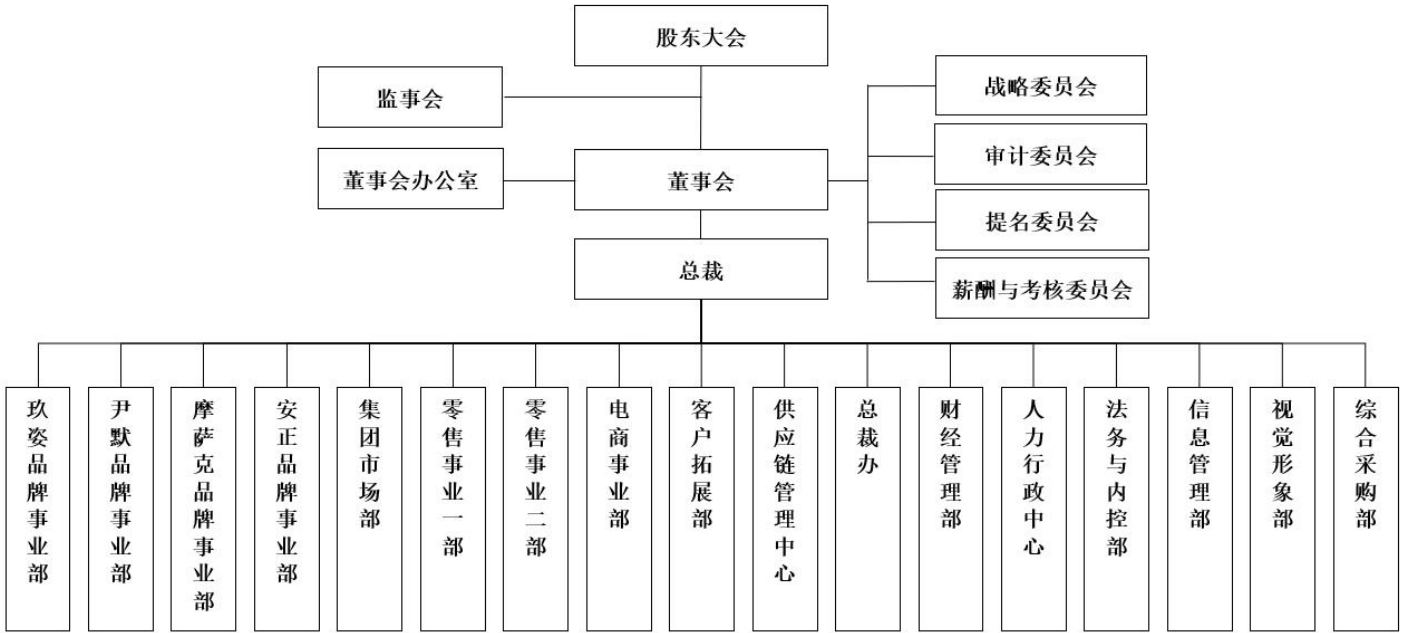
利益相关方	期望与要求	沟通方式	回应措施
政府与监管机构	依法纳税、诚信经营、促进就业、履行社会责任	日常汇报与沟通 参与论坛、会议 接受监督	合规管理、依法纳税、政企合作、参加扶贫及公益活动
股东及投资者	保护股东权益、风险防范、公司治理	信息披露、股东大会/股东会、业绩说明会/路演、投资者调研	定期报告和临时公告、利润分配、三会运作
供应商与合作伙伴	合作共赢、阳光采购、绿色生产	市场调研、实地考察、行业交流	供应商准入机制、行业沟通与合作、公开招标
员工	尊重人权、薪酬与福利、职业发展渠道、健康与安全	定期开展培训、员工内部沟通邮箱、工会组织	完善薪酬管理制度、培训与晋升渠道、多元化沟通方式

<p><b>客户</b></p>	<p>产品质量、客户隐私保护、售后服务、产品创新</p>	<p>营销活动、客服热线、客户满意度调查</p>	<p>设计研发投入、信息安全与管理 制度、系统优化和升级、提升售后服务</p>
<p><b>媒体</b></p>	<p>经营与信息透明、及时有效回应诉求</p>	<p>采访、新媒体互动</p>	<p>采访沟通（线上与线下）、媒体监督</p>
<p><b>公益组织与社区组织</b></p>	<p>环境保护、回馈社会、乡村振兴</p>	<p>走访社区、公益捐赠、扶贫</p>	<p>绿色采购与生产、志愿者服务、参加公益行动</p>

### 第三节 责任践行

#### 一、公司治理

组织架构图



#### (一) 坚持党建引领

公司以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面加强党的领导，全面推进党的建设，强化党的核心引领作用。

报告期内，在海宁市委市政府、海昌街道党委的领导下，公司党委不断完善党建工作机制，创新性地开展党员学习教育活动，确保思想政治工作不落后，充分发挥党组织的战斗堡垒作用。2025 年党委主要工作如下：

##### 1、党建工作总体情况

报告期内，公司党委围绕“凝心奋进 蓄力前行”“缅怀革命先烈 传承红色精神”“正风肃纪，打造清朗企业生态”“弘扬六干作风 争当示范表率”等 12 个主题开展党日活动，覆盖党员、积极分子及中高层管理干部累计 300 余人次；推行“第一议题”制度，将党的创新理论与企业发展紧密结合；强化党组织战斗堡垒作用，获评 2025 年“上证鹰·金质量”优秀党建奖、海宁市“先进基层党

组织”“嘉兴市先进党务工作者”等荣誉；通过党建引领志愿服务、业务研学、人才培养等举措，实现党建工作与生产经营同频共振、互促共赢，注入红色动力。



现场活动照片

## 2、理论学习与思想建设

### (1) 严格落实“第一议题”

报告期内，安正党委始终把学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想作为首要政治任务，将习近平总书记在民营企业座谈会、联合国气候变化峰会、2025年的中央经济工作会议等重要场合的讲话精神纳入“第一议题”，组织全体党员集中学习12次，确保党的最新理论成果第一时间传达到基层党员。通过原文学习、专题研讨、心得分享等形式，引导党员深刻领会“党和国家对民营经济发展的基本方针政策不会变”等核心要义。



企业走访交流

红色主题教育



## （2）丰富学习形式与内容

第一，专题党课赋能思想提升：邀请浙江红船干部学院、海宁市委党校高级讲师开展《贯彻落实中央八项规定精神 推进党的作风建设》、《善用科学思维方法 提高科学思维能力—深入学习习近平科学的思维方法》等专题党课 2 场，覆盖党员及管理干部 200 余人次，提升党员干部的理论素养和履职能力。

第二，红色教育筑牢信仰之基：组织党员赴东山烈士陵园、上海四行仓库抗日纪念馆开展祭扫活动，参观米科军旅园国防科普文化馆，观看《家风传初心》《锻造伟大政党》《731》等红色教育片和抗战胜利 80 周年阅兵直播，通过实地感悟、光影铸魂等方式，传承红色基因，激发爱国主义情怀。

第三，线上线下融合学习：借助视频学习、PPT 宣讲、红色书信诵读等多种形式，学习伟大建党精神、“六干”作风、新质生产力等重要内容，形成“集中学习+个人自学+实践研学”的立体化学习方式。

## 3、加强组织建设与队伍建设

报告期内，公司党委规范落实“三会一课”、党费收缴、党员签到等基础工作，全年召开党委会议 4 次、支部党员大会 10 次，确保党组织运行制度化、规范化。

严格党员发展程序，综合二支部成功吸纳 1 名发展对象转为中共预备党员，为党组织注入新鲜血液。建立党员动态管理机制，完善党员信息档案，加强对预备党员、积极分子的培养考察，引导其在工作中发挥先锋模范作用。

开展党员、管理干部素质能力提升培训 2 次，围绕战略思维、创新思维、法治思维等七种科学思维方法，以及党建业务融合、新质生产力发展等主题，针对性提升骨干队伍的综合能力。七一建党节期间评选表彰 4 名优秀党员，树立党员先锋标杆。

## 4、党风廉政建设与纪律建设

### （1）深化作风建设教育

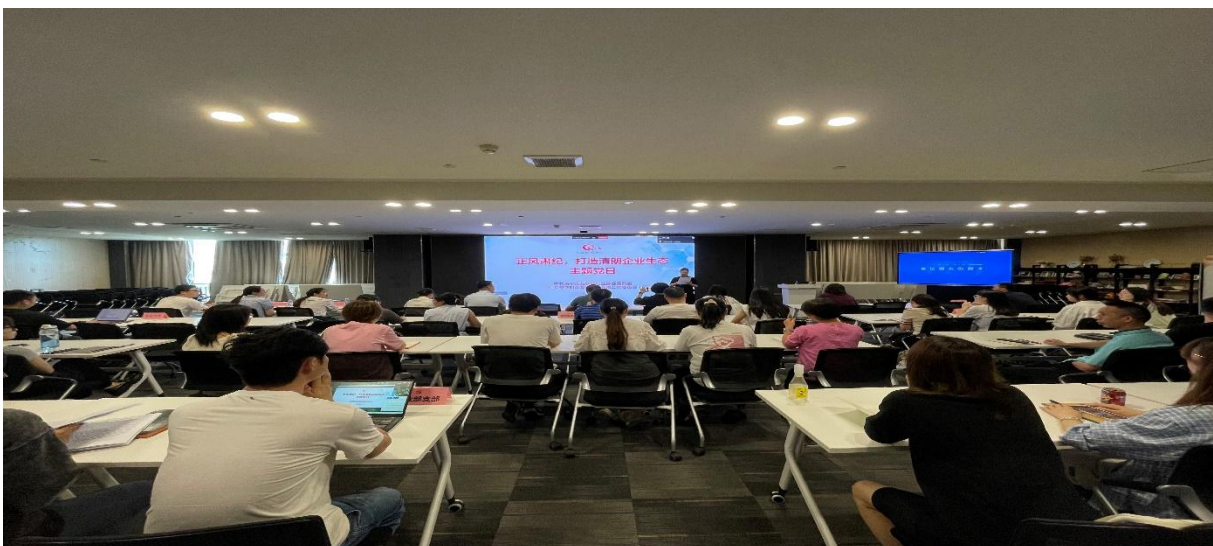
全年持续深入开展中央八项规定精神学习教育，通过支部书记宣讲党课、专题学习会、案例剖析等形式，强调中央八项规定是“长期有效的铁规矩、硬杠杠。

(2) 筑牢廉洁自律思想防线

第一，廉洁主题教育常态化：开展“悟廉洁之道 践党性之行”“领航新征程 廉韵润初心”等主题活动，组织“查风险、堵漏洞”安全大检查，从思想上、行动上筑牢拒腐防变的坚固防线。

第二，强化纪律监督约束：党委书记、董事长在多次会议中强调纪律要求，明确党员、干部要“严以修身、严以用权”，遵守制度规定，接受组织和群众监督。

现场活动照片



5、党建与业务融合

(1) 以党建引领人才培养

生产部党员赵万礼同志，以过硬的技术，被海宁市评为赵万礼技能大师工作室，与嘉兴南湖学院时尚设计学院签订党建联合共建协议，为企业输送专业人才搭建桥梁。

(2) 以党建赋能业务发展

专题研学拓宽行业视野：组织党员干部赴北服学院海宁时尚产业园、华星辅料有限公司中华纽扣博览馆等单位开展研学活动，学习传统工艺创新、党建与业务融合的优秀经验。

### （3）以党建凝聚发展合力

第一，志愿服务践行社会责任：全年开展“浓情元宵节”送汤圆、“学雷锋”环境整治、“爱心助残”“清洁公交站台”“无偿献血”等志愿活动 10 次，参与党员志愿者 150 余人次，既服务了群众、美化了环境，又彰显了企业担当，增强了团队凝聚力。

第二，暖企关怀凝聚人心：党建与文化携手齐力举办“夏日暖巢，候鸟新声”第五期小候鸟暑托班，开展“情暖八一”慰问退役军人职工、支部开展暖冬护手霜 DIY 制作等活动，传递党组织温暖。

## （二）夯实管治根基

公司根据《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》等法律、法规和规范性文件以及《公司章程》的规定，不断完善法人治理结构，建立健全的公司内部控制制度，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制，进一步规范公司运作，提高公司治理水平。

公司股东大会/股东会由全体股东组成。公司董事会由 6 名董事组成，其中独立董事 3 名（含 1 名女性独立董事），董事会下设战略委员会、审计委员会、提名与薪酬考核委员会。公司高级管理人员包括总裁、副总裁、董事会秘书和财务总监。

公司注重控股子公司的治理工作。在对控股子公司经营团队进行充分授权的同时，公司通过派驻董事、财务负责人和董事会秘书等方式，积极展开子公司与公司之间的双向沟通，确保控股子公司资金端业务和重大信息合规化流转，并要求控股子公司经营团队定期向公司进行经营汇报，以防范控股子公司出现重大经营风险。

公司自设立以来，股东大会/股东会、董事会、监事会（注：2025 年，根据法规和规则要求，调整取消监事会，修订董事会审计委员会的职能和权限）和管理层能够按照相关法律、法规和《公司章程》赋予的职权依法独立规范运作，履行各自的权利和义务，报告期内未发生重大违法违规情形。

报告期内，公司严格按照《上市公司信息披露管理办法》，履行相应的信息披露义务。

**关键绩效：**报告期内，公司召开股东大会/股东会 6 次，召开董事会 9 次；组织召开各专门委员会共计 11 次。

### 1、强化合规风控

坚持守法合规，诚信经营，是企业立身之本。公司秉持“安于正道”价值观，制定了规范的制度文件和有效的控制流程，定期完善和优化。同时，为加强员工“合规、诚信、廉洁”理念，公司将廉洁合规培训和必要的职业技能岗前培训一同纳入新员工入职必修课。经营管理过程中，公司对重点环节开展日常审计和年度审计工作，持续优化风险管理活动流程，以实现强内控、防风险、促合规的管控目标。

**举报渠道：**公司设置举报热线、专人微信、电子邮箱、信函举报、预约来访以及其他举报人认为合适的形式。

**举报人奖励：**公司对于举报人提供的有价值的线索，设有不同金额的奖励。对于贡献特别重大的，给予特别奖励。

**举报人保护措施：**公司将举报的保密工作放在首位，对举报人的个人信息以及举报人提供的所有资料均严格保密，在受理、登记、保管、检查等环节上实行严格的保密措施，对违反规定的相关人员将从严从重处理，构成犯罪的依法追究法律责任。

**关键绩效：**公司系统修订上市制度近 30 项，调整治理架构，取消监事会，修订董事会审计委员会工作制度。

## 2、坚守信披底线

公司严格按照《公司法》《证券法》《上海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》等相关法律法规、《公司章程》及公司各项规章制度的规定，切实履行信息披露义务，确保信息披露的真实性、准确性和完整性。报告期内，公司对外披露公告及相关配套文件共计 78 份。2024 年度，公司信息披露质量考评获得上海证券交易所信息披露考核评级“C”级。

此外，公司定期邀请线下专业机构或通过网络培训平台授课等方式为董事、监事、高级管理人员、各事业部和职能部门负责人以及各子公司负责人开展相关培训。报告期内，公司邀请第三方机构根据公司实际经营情况，有针对性地开发内控建设、风险管理、上市公司法规制度等系列讲解课程，组织公司中高层管理参加线下培训。

## 3、重视投关管理

公司始终秉持“尊重投资者，回报投资者”的理念。报告期内，在做好日常信息披露工作的基础上，公司通过公司官网、投资者电话/邮件、投资者 E 互动等渠道，全面、客观、准确地对投资者咨询进行解答，帮助投资者更好地了解公司实际经营情况和未来发展。同时，听取并记录投资者对公司经营发展的意见和建议，及时向经营管理层反馈，形成双向互动，不断加强投资者对公司的了解和认可，切实保护投资者尤其是中小投资者的合法权益。

## 4、保障股东权益

在综合考虑自身可持续经营的基础上，公司严格按照《公司法》《证券法》等相关法律法规以及《公司章程》关于现金分红的规定，合理制定和执行分配政策与分配方案，充分保障股东权益，与股东共享公司经营成果。

## 5、知识产权保护

公司按照《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国著作权法》等知识产权相关法律的要求，着力开展知识产权保护工作，推动创新成果转化。报告期内，公司通过内部管理和外部合作相结合的方式，构建了全面的知识产权保护体系。

从版权、商标到专利和商业秘密，公司均采取了积极的保护措施，确保其知识产权在市场中的有效性、合法性和竞争力。同时，公司通过定期监测、法律诉讼等手段，有效应对潜在的侵权风险，维护了公司的合法权益。

版权保护方面，公司安排专人负责版权登记事项，确保所有原创作品及时进行版权登记，有效预防潜在的侵权风险；针对出现的版权侵权案件，公司法务部积极提起诉讼，严厉打击市场中的侵权行为，维护公司的合法权益。

商标保护方面，公司根据业务需求和行业发展趋势，及时申请新的商标，确保品牌在市场中的独特性和竞争力；在商标维护方面，对于已注册的商标，公司积极维护其有效性，确保商标的合法性和持续保护；在商标的使用方面，公司规范在经营、产品、促销、宣传推广等过程中的商标使用行为，避免因不当使用导致的商标权益受损；在商标监测方面，公司聘用外部代理律所每月定期进行商标初审公告监测和近似商标监测，及时发现并应对潜在的商标侵权或抢注行为，有效降低公司商标权益受侵害的风险。

## 二、环境保护

公司秉持着文化和时装共生的时尚生活方式，倡导为穿着者创造由内而外的美。公司各品牌以消费者的精神价值为原点，对气候、环境保护、人和服装可持续发展的探讨，逐渐从企业的前瞻战略导向阶段进入到品牌优先践行的实施阶段。从天然环保的面料开始，未来将紧跟国家战略要求，为实现供应体系碳减排的长期目标贡献力量，直至人、服装以及环境的平衡和谐可持续。

### （一）研发与采购

作为一家定位中高端的时尚产业集团，我们将绿色可持续理念深度融入设计研发的源头。在兼顾产品功能与成本的同时，我们努力让每一件服装都多一点环保属性。

在面料端，我们持续加大铜氨、醋酸、莱赛尔等环保材质的应用比重。2025年，公司新增了防水防紫外、凉感抗菌等多项功能性环保面料专利，真正做到了“功能与环保”的双重升级。在生产端，我们对原料进厂实行严格检测，坚决将有害物质超标原料拒之门外，并持续通过技术改造优化染整工艺，从源头实现减排降耗。

绿色环保也是我们筛选供应商的硬指标。我们已将物料环保纳入供应商评级体系，要求合作方必须具备质量与环境管理体系双认证；羊毛类原料供应商需持有 RWS 认证，主力供应商则需具备 RRS 及 OEKO-TEX 100 认证。2025 年，我们进一步强化了供应链的 ESG 审核力度，对高风险供应商坚决执行淘汰机制。

## （二）绿色办公

2025 年，公司继续将绿色发展理念深度融入日常运营，持续提升全员环保意识。通过广泛宣贯环保知识与推行系列绿色举措，引导员工积极践行低碳工作方式，致力于打造绿色办公场所，全面助力企业绿色低碳转型。

报告期内，公司进一步深化无纸化办公，倡导优先选用电子文档、邮件及线上流程进行沟通协作；严格遵循“必要才打印，非必要不彩印”原则，推行双面及多版面合并打印。同时，公司建立按月追踪机制，定期统计纸张节约数据，让员工的点滴行动聚沙成塔，共筑绿色办公新生态。此外，公司持续优化用能管理，推广节能灯具与智能照明系统，规范空调及电子设备用电；用水方面，全面应用节水器具并设置醒目提示，强化全员节水意识；在废弃物管理上，严格执行办公区垃圾分类标准，积极推进废纸回收与办公用品的循环再利用。

## （三）节能减排降耗

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国节约能源法》等法律法规，积极响应国家“双碳”战略及节能降耗最新要求，结合自身运营实际，持续优化各类能源的使用效率。目前，公司主要消耗电力、水、蒸汽等能源，其中电力来源由外购电与自建分布式光伏电站绿电构成，蒸汽为外购。为强化能源管理、降低消耗、提升能效，公司专门设立了能源管理工作小组，通过完善能源管理制度，并鼓励员工围绕工艺流程与设备开展节能技改创新，全面统筹与落实经营各环节的节能降耗及绿色低碳工作。

在排放管理方面，公司日常经营主要产生废气、废水和固体废弃物。作为深耕服饰制造行业下游的企业，公司不属于重污染排放单位。公司废气主要为食堂油烟；废水均为生活污水，无工业废水产生，生活污水经厂区化粪池预处理达标后，纳入市政污水管网集中处理；固体废弃物主要为一般工业固废和生活垃圾，公司严格按照国家相关标准分类暂存与处置，对无自行处理能力的固废，均委托

具备相应资质的第三方机构进行合规处置，确保实现无害化及资源化处理。

### 三、社会担当

公司在时尚服装产业深耕多年，积累了非常丰富的行业经验。公司始终把握世界时尚流行趋势，坚持匠心与创新精神，为顾客创造追求美好、充满乐趣、魅力无限的高品质生活方式，塑造良好的客户体验，实现消费者、员工、企业、合作伙伴的价值与梦想。

#### （一）客户导向

##### 1、注重研发与创新

公司坚持以科技创新为动力，开拓产业智能制造，加强先进技术及工艺研发，积极开展校企合作，实现各自优势与资源共享，设计出满足消费者对美好生活追求的时尚产品。报告期内，公司与浙江理工大学材料科学与工程学院在人才培养、高新技术、新材料研究等方面开展技术研究合作，积极推进科研创新成果转化及应用。

研发设计是时尚服装品牌的核心。公司非常重视产品的设计与研发，公司各品牌事业部拥有独立的设计研发部门，并在不断强化公司内部设计研发团队的人才力量。2025 年，公司拥有专职研发设计人员 162 人，研发设计人员约占公司职工 9.99%，其中拥有硕士研究生学历研发设计人员 12 人，拥有本科学历研发设计人员 46 人。专业、稳定的研发团队，推动公司产品设计不断取得创新发展。

报告期内，公司设立研发项目 9 项；申请发明专利 4 项，授权实用新型专利 4 项。

##### 2、质量保障

公司严格遵守《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规，在生产全过程贯彻严格的质量控制措施，致力于为客户提供高品质产品和优良服务体验。

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

在采购管理上，公司制定了《采购控制程序》和《供应商管理制度》，定期根据实际情况进行更新，其中明确了采购相关任务职责，对采购流程以及采购质量等要求作出了明确而清晰的规定，并对原辅料和成衣供应商的资质和供货能力明确了评价条款，同时也明确了产品质量和安全要求。公司会根据采购的验收记录以及其他相关信息定期对供应商进行评价筛选，公司依据供应商的货品品质、交期及配合态度等要素，更新成衣供应商和面料供应商评级，加强供应商管理。此外，为确保生产用原辅料的质量以及外采成衣符合公司的采购和设计要求，公司制定了原辅料和外采成衣的检验规程和技术规范，对所有进厂的用于生产的原辅材料、外协加工品和成衣进行检验和试验。其中原材料到厂后，由品质部人员检查原料的品种、规格、数量（重量）、包装情况，由专人现场取样化验，对于检验合格的原材料填写原料检验报告单签字并交由品质部人员办理入库，不合格的原材料按规定不得入库。不论是自产成衣还是外采成衣，品质部按照相同的检验标准和程序，整体对比，细节重点检验。

### 3、推广营销

公司严格遵守《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等相关法律法规，规范产品标识与宣传推广行为。报告期内，公司聚焦核心市场与目标客群，积极拥抱数字化营销新趋势，在巩固电商平台、公众号等线上渠道的基础上，大力拓展短视频、抖音直播等内容电商阵地。通过主播带货、短视频种草、达人矩阵互动等新兴方式，结合品牌形象升级、参与国际时装周、社会活动及媒体广告等多维传播手段，公司构建了全渠道、沉浸式的品牌营销矩阵。在营销过程中，公司始终坚持真实透明，坚决杜绝夸大与模糊宣传，在有效提升品牌市场声量的同时，切实保障消费者的合法权益。

#### （二）员工权益

人才是企业发展的核心竞争力，有效的组织及人才梯队建设是企业发展的根本力量。2025年，公司人力资源工作将员工合法权益、员工职业健康与安全、员工成长培养与发展放在重要位置，致力于为员工打造平等和谐的工作氛围及安全健康的工作环境，提升员工归属感，同时实现企业价值和员工价值的双向提升。

## 1、公平招聘、合规雇佣

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

报告期内，公司坚持通过校园招聘、社会招聘、内部推荐等多元化渠道引进人才，不断规范招聘管理流程，实现高效精准的人才招聘，强化人才队伍建设基础。截至 2025 年末，公司员工总人数为 1,622 人，其中硕士及以上教育程度人员有 43 人，大学（含大专）725 人。

2025 年，公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律规定，以合法、公平、平等自愿、协商一致、诚实信用的原则与员工建立劳动关系，按员工类型与各位员工签订劳动合同，双向保障员工和企业的合法权益，严格执行杜绝使用童工及安排未成年人从事禁忌劳动工作等强制性规定。

公司在员工聘用、考核、晋升等方面建立公平、完善的考核指标，重视打造平等互信的职场氛围。公司还建立规范的员工解聘沟通机制，确保离任相关原因及流程符合法律法规，公司尊重员工自由选择工作的权利，并严格遵守《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规及内部制度，规范解除、终止劳动合同的工作程序，确保员工的合法权益。此外，公司通过《员工手册》、OA 系统制度建设栏目、企业微信内部通知等方式向员工传达福利待遇、培训发展、绩效评定、奖惩机制、行为规范等方面的规定。

**薪酬福利：**公司薪酬政策的宗旨是规范公司人力资源管理，建立科学、符合企业发展需要的薪酬体系，使薪酬管理体系符合公司发展战略的需要，薪酬政策旨在客观评价员工能力、业绩的基础上，以企业支付能力为前提，强调个人薪酬和职位价值、绩效相匹配。薪酬政策依据国家法律法规，结合公司自身实际情况订立，公司采用管理岗位实行年薪制、绩效考核制、利润分享制和员工持股计划激励，营销岗位实行年薪制、业绩提成制、利润分享制和部分员工持股计划激励，一线岗位实行基本薪酬加产量、销量计件制相结合的工薪制。如此，将企业利益与员工利益相结合，充分调动员工的积极性。

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

## 2、人才梯队建设

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

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

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

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

### （三）社会公益

公司作为一家时装上市公司，时刻践行社会责任，投身于公益事业中，助力推进国家乡村振兴战略，用实际行动回馈社会，传递温暖。

2025 年，浙江安正慈善基金会围绕“教育助学、爱心助残、社企共富、员工关怀”四大核心领域，策划并实施多项公益项目，主要包含“为爱助学 金秋圆梦”系列项目、“携手助残 共筑希望”爱心助残项目、社企“双翼共富”结对送温暖项目和员工“温暖基金”专项项目，全年累计对外捐赠、救助款项 61 万元，惠及人数达 1478 人。

### （四）数据安全

报告期内，公司严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规，同时，公司结合实际经营情况制定了《数据信息安全管理制

度》和《客户隐私保护制度》。截至 2025 年末，公司未发生隐私保护泄露相关的重大事件。