



2020

海澜之家集团社会责任报告

HLA Group Social Responsibility Report

目录

关于本报告
企业荣誉
关于我们

01 完善治理 承担社会责任

社会责任管理政策	21
完善公司治理结构	21
利益相关方与沟通	24

02 携手各方 坚持合作共赢

创造收益回馈投资者	29
保护债权人合法权益	31
注重产品质量和创新	31
维护消费者和谐关系	32
完善供应商管理体系	33
携手加盟商共进共赢	35

03 以人为本 共创辉煌未来

保障员工权益	39
支持员工发展	41
重视员工安全	43
践行员工关怀	45

04 绿色环保 促进持续发展

节能低耗 降本增效	49
绿色运营 清洁办公	51

05 彰显担当 创造社会效益

合规经营 依法纳税	55
带动就业 繁荣经济	55
团结一心 积极抗疫	56
热心公益 传递温暖	58

海澜之家集团股份有限公司
2020 年社会责任报告
HLA GROUP CORP. LTD.
2020 Social Responsibility Report

关于本报告

本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

报告简介

本报告是海澜之家集团股份有限公司（以下简称“公司”、“本公司”、“海澜之家集团”、“我们”）向社会公开发布的 2020 年履行社会责任的报告，也是海澜之家集团发布的第四份社会责任报告。反映了 2020 年公司社会责任的履行情况，披露了公司在政府、投资者、消费者、债权人、员工、供应商、加盟商、环境保护及社会公益事业方面所履行社会责任的实践及绩效。

组织范围

本报告组织范围是海澜之家集团股份有限公司及其下属机构。

时间范围

本报告的时间范围是 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，为提升报告完整性，部分内容适当追溯及展望。

编制依据

本报告依据全球报告倡议组织 GRI《可持续发展报告指南》（GRI-Standards）、中国社会科学院《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR 4.0）》、《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》和上海证券交易所《关于做好主板上市公司 2020 年年度报告披露工作的通知》等法律、法规及规范性文件的要求，结合公司 2020 年履行社会责任方面的具体情况而编制。

数据来源

本报告涉及的财务数据与《海澜之家集团股份有限公司 2020 年年度报告》相符，其他数据来自公司内部统计。如无特别说明，本报告所列财务数据以人民币为单位。

审议程序

本报告经公司 2021 年 4 月 27 日召开的第八届董事会第八次会议、第八届监事会第六次会议审议通过。

发布形式

本报告以电子版形式发布，可在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）和公司网站（<http://www.hla.com.cn>）查阅获取。

企业荣誉

2020年1月
荣获中国纺织服装服饰品牌集群，颁奖单位中国品牌建设促进会



2020年5月
海澜之家入选“2020 中国品牌 500 强”

2020年7月
海澜之家入选中国品牌价值研究院发布的“2020 年中国最具价值品牌 100 强”

2020年7月
财富网发布了 2019 年《财富》中国 500 强排行榜，公司已连续 6 年上榜

2020年9月
海澜之家荣获由浙江日报与淘宝天下联合主办的金麦奖品质类大奖——“服饰类品质大奖”

2020年10月
荣获 2020 亿邦未来零售大奖，颁奖单位亿邦动力



2020年11月
海澜之家集团入选“新财富最佳上市公司”



2020年12月
海澜之家荣获人民网 2020 人民财经高峰论坛发布的“第十七届人民之选匠心奖”品牌奖



2020年12月
胡润研究院发布《汇桔网·2020 胡润品牌榜》，海澜之家品牌入选“2020 最具价值中国品牌”

2020年12月
海澜之家荣获由巨量引擎发起，中国广告协会指导，凯度中国、中欧国际工商学院等多家行业权威机构联合评审，颁发的“年度直播经营大奖”的“年度直播经营大奖”

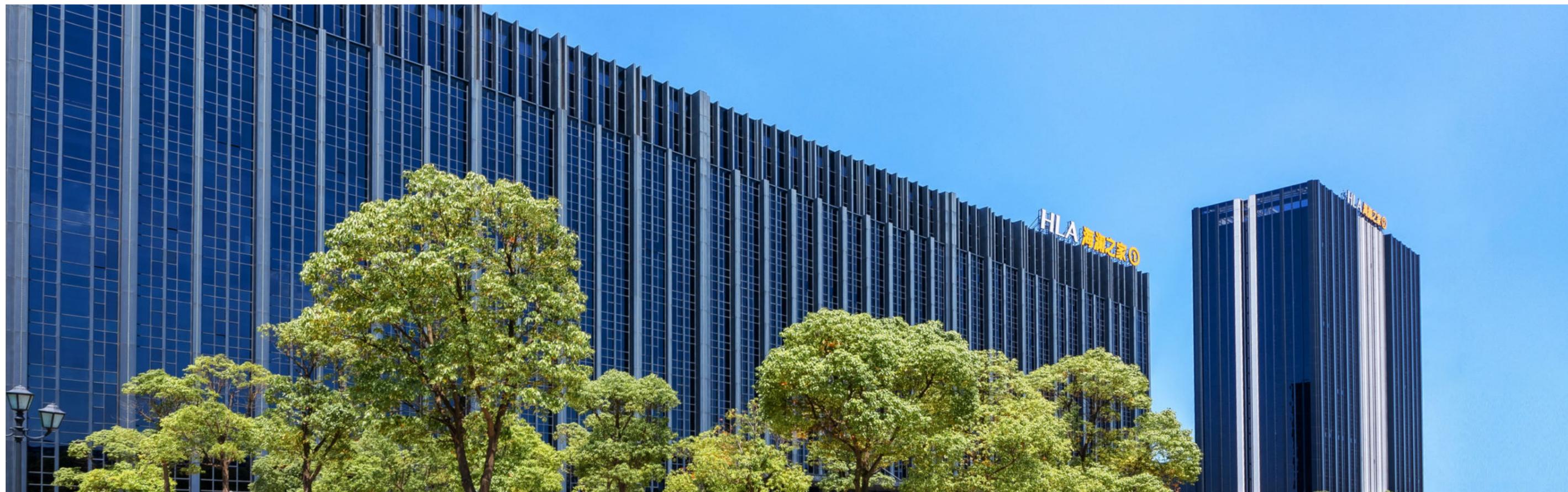


2020年12月
海澜之家荣获由淘宝天下主办，浙江省商务厅、浙江日报报业集团指导颁发的金麦奖品牌类大奖——“影响力品牌奖”



关于我们

一、企业简介





使命
创意生活之美



愿景
创造最有价值的生活方式品牌



价值观
做行业的颠覆者
做最好，否则不做
宽容失败，永保创新

公司名称	海澜之家集团股份有限公司	外文名称	HLA GROUP CORP., LTD.
注册资本	431,958.896 万元（人民币）	总股本	4,319,593,128 股
所属行业	纺织服装、服饰业	公司类型	股份有限公司
成立时间	1997 年 1 月 8 日	上市日期	2000 年 12 月 28 日
法定代表人	周立宸	总部地点	江苏省江阴市
证券代码	600398	证券简称	海澜之家

二、公司历程



三、企业文化

完整覆盖服饰领域的多品牌发展

我们致力于文化氛围建设，不断尝试多样化的平台和创新性的媒介互动，逐步形成线下到线上、总部到区域、区域到全球的员工文化体系，让更多的员工感受到并践行企业文化。在公司的努力发展下，不仅将海澜之家、圣凯诺打造成国内男装和职业装的领导品牌，并先后孵化黑鲸、OVV、海澜优选等品牌，并购英氏婴童、男生女生等优质品牌，完整覆盖男装、女装、童装、职业装、生活家居等细分领域，完成集团化的多品牌布局。



以服饰为原点的生活方式

我们以服饰为原点，输出商品化内容，帮助大多数人创造日常生活之美，实现他们所向往的美好生活方式。

海澜之家集团未来还将持续孵化新品牌，并致力将旗下品牌打造成各细分领域的头部品牌，在原有的服饰本业基础上延伸更多与居家生活相关的产品，为消费者提供以服饰为原点的生活方式。



以世界级服饰集团为标杆



现在，海澜之家集团作为中国的本土企业，已经赢得了广大消费者的青睐，在商业上获得了不错的成绩。

未来，更将以世界级服饰集团为标杆，致力创造深具价值的服饰和生活方式品牌，以赢得国内外消费者的认可和喜爱。

四、主要品牌

目前，海澜之家集团旗下拥有包括男装、女装、童装、职业装及生活家居等品牌，主要品牌及产品的具体情况如下：



海澜之家 (HLA)

海澜之家创立于2002年，为公司旗下主要品牌，是一个国际化一站式男装零售品牌，定位快速消费品、生活必需品，倡导“高品位、中价位”的营销理念，产品划分为商务、时尚、休闲三个系列。



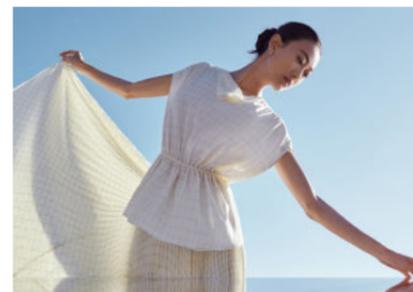
圣凯诺 (SANCANAL)

圣凯诺创立于上世纪90年代，定位于职业装团体定制，秉承简洁雅致、内涵稳重的风格，以精良严谨的制作工艺，淬炼出圣凯诺独特的产品价值。



海澜优选生活馆 (HEILAN HOME)

海澜优选是公司旗下全新生活方式类家居品牌，专注国民优质生活精选的一站式家居产品集合店，遍及服装、生活杂货以及时尚家居三大领域。



OVV

OVV品牌创立于2017年，专注于用天然优质面料、考究的立体剪裁工艺、简约风格设计，为现代都市女性提供不费力、高性价比的高级成衣。



男生女生 (HEY LADS)

男生女生是公司于2018年通过对其增资实现控股的童装品牌，目标群体为0至16岁的孩子，倡导“买得起的时尚、超值的产品”，打造一站式全品类儿童时尚、休闲服饰品牌。



黑鲸 (HLA JEANS)

黑鲸创立于2017年，秉承公司的服装全品类研发设计与供应链管理的能力，黑鲸能够为都市青年提供兼具设计感与性价比的时尚服饰产品，涵盖运动、街头、联名等系列的多元商品。



英氏 (YeeHoO)

英氏是公司2017年入股，并于2019年实现控股的童装品牌。自1995年创立以来，始终专注0-3岁婴幼儿生活必需品，并延伸至6岁成长所需。定位高端高品质，秉承“纯、柔、净、美”的产品哲学，为中国家庭及孩子享受高品质生活方式提供衣、食、住、行、伴等方面的解决方案。



五、经营模式



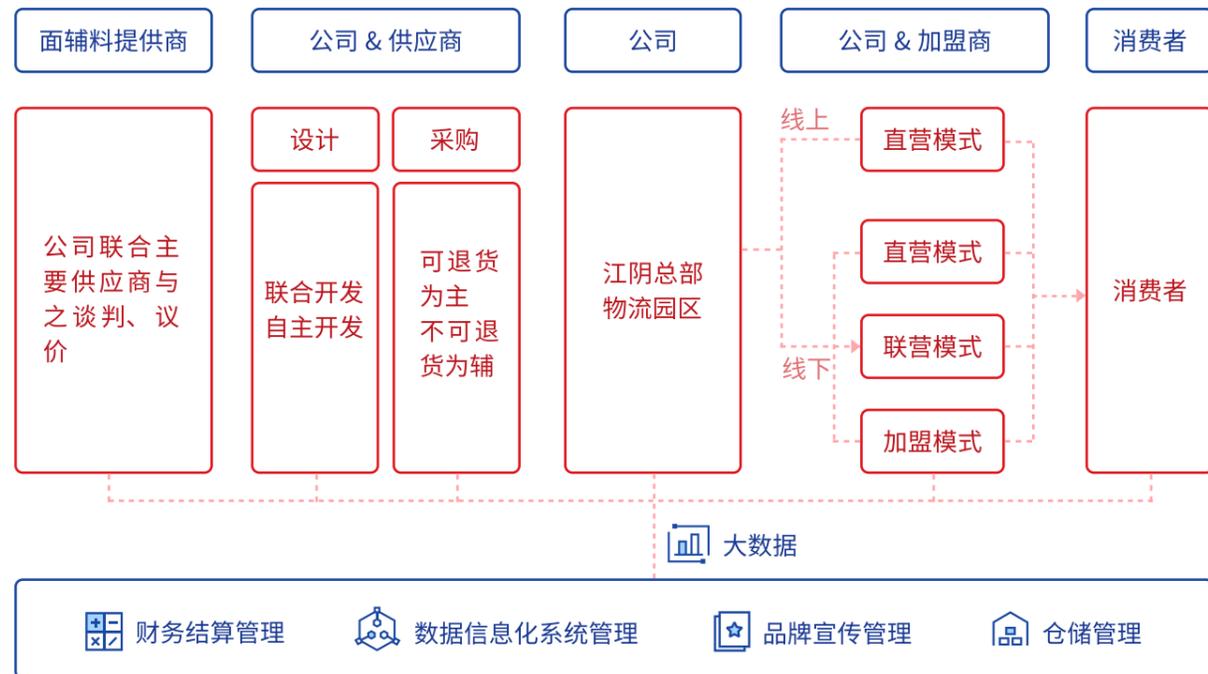
公司为了实现“创造最有价值的生活方式品牌”的愿景，凭借“平台+品牌”的经营模式，打造产业链战略联盟、构筑优质的营销网络。

公司主要经营模式为连锁经营模式，除公司旗下职业装团购定制品牌圣凯诺采用传统的自主生产经营模式外，其余品牌均采用连锁经营模式。



1. “平台+品牌”的连锁经营模式

公司层面为各品牌统一提供仓储管理、数据信息化系统管理、品牌宣传管理、财务结算管理等综合管理服务，打造品牌运营共享平台。各零售品牌相对独立运作，并根据各自发展定位与策略分别实施商品规划设计、采购销售、门店拓展及品牌营销等品牌经营。



2. 职业装的经营模式

公司主要通过招投标的方式获得产品订单，并根据客户订单需求完成对服装的原料采购和加工生产。



设计上

根据客户所在行业的特殊性，为客户设计能体现其行业独特性和标识性的职业装。

生产上

公司拥有完整的职业装生产线，按照订单生产产品，根据生产需要确定面辅料名称、规格、数量，按制定的面辅料采购计划进行采购，并将原材料加工成成品以后销售给客户。

销售上

公司职业装主要以客户团购定制的模式进行销售。随着电商发展，公司推出了线上量身定制的销售渠道，不断满足客户的需求。市场开发部门在挖掘并开发新市场的同时做好售后服务。

六、行业地位



海澜之家集团作为中国男装行业龙头，始终以推进中国服装行业发展和中国自主品牌建设为己任，公司在把品牌建设摆在提升企业核心竞争力的高度。创新是行业发展永恒的主题，在2020年，海澜之家集团以满足市场个性化、多样化需求为出发点，为消费者提供了品类丰富、性价比高的产品，进一步提高了市场占有率。

公司始终秉持合作共赢的理念，与供应商和客户建立长期合作的关系，始终遵守行业规范和商业道德，自觉维护市场秩序，反对不正当手段获取竞争优势地位，为推动行业整体发展与进步、维护行业良好环境贡献了自己的一份力量，也给广大同行提供了借鉴和经验。



01



完善治理 承担社会责任

社会责任管理政策	21
完善公司治理结构	21
利益相关方与沟通	24

一、社会责任管理政策

我们结合公司运营现状及行业的相关环境，持续完善社会责任管理体系，明确社会责任工作，落实责任到各部门，并通过定期开展专题培训，促进公司内部社会责任工作沟通交流与能力提升。同时，我们高度重视与各利益相关方的沟通，不断拓展沟通渠道，充分倾听相关方的意见和反馈，并采取有效措施，及时、真诚地回应利益相关方的关切与诉求，切实履行企业社会责任，为各利益相关方创造价值。

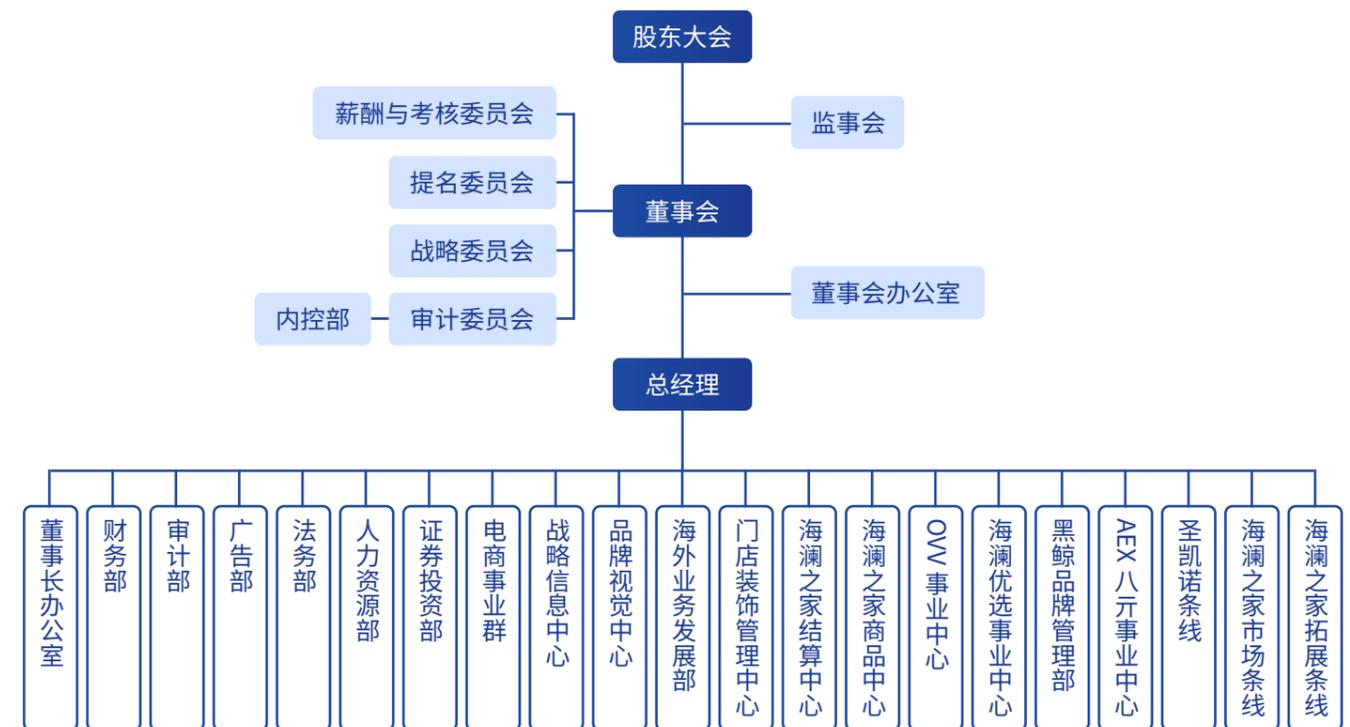


二、完善公司治理结构

构建科学、稳健的公司治理体系、完善现代化公司制度，是公司可持续、高质量发展的必然要求，也是深化改革的重要机制保障。海澜之家集团高度重视公司治理，始终坚持以《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《上市公司章程指引》、《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律法规为标准，构建职权清晰的治理架构，健全内部管理制度，规范公司行为。

公司建立了股东大会、董事会、监事会及经理层组成的现代公司治理结构，并在公司董事会下设战略、审计、提名、薪酬与考核四个专门委员会。股东大会、董事会、监事会、经营管理层及独立董事依法行使各自的决策权、执行权和监督权，确保公司内部控制与外部监督之间既相互制约又相互协调，为公司重大决策的有效执行和日常经营的规范运转提供了保障。

1. 海澜之家集团股份有限公司组织架构图



2. 三会总计

公司 2020 年全年共召开董事会会议 5 次，监事会会议 5 次，年度股东大会 1 次，临时股东大会 2 次；通过议案数为 76 项，各项决策程序依法合规，决议执行情况良好。



2.1 股东大会

股东大会作为公司的最高权力机构行使股东权利、履行股东义务，会议严格遵循《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》等相关规定。公司每年召开一次年度股东大会，应当于上一会计年度结束后的6个月内举行，并根据需要召开临时会议。

2.2 董事会

董事会作为公司的决策机构对股东大会负责，执行股东大会决议，依据《公司章程》每年至少召开两次定期会议，并根据需要召开临时会议。董事会下设审计、战略、提名、薪酬与考核四个专门委员会。专门委员会对董事会负责，依照本章程和董事会授权履行职责，提案应当提交董事会审议决定。专门委员会成员全部由董事组成，其中审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中独立董事占多数并担任召集人，审计委员会的召集人为会计专业人士。董事会负责制定专门委员会工作规程，规范专门委员会的运作。

2.3 监事会

监事会作为公司的监督机构对股东大会负责，根据公司章程对董事、高级管理人员履行公司职务的行为进行监督，每6个月至少召开一次定期会议，并根据需要召开临时会议。



报告期内，公司严守法律法规、上市规则、监管规章及公司章程的规定，坚持借鉴国际良好治理实践和立足我国国情及行业实际相结合，围绕党的领导、股东治理、董事会治理、监事会和高管层治理、利益相关方与社会责任、激励约束机制、信息披露、风险管理与内部控制等方面，加强制度建设和健全体制机制，进一步完善公司各层级间的管控界面、落实授权事项，指导完善公司重大问题决策的工作程序和机制，厘清权责边界。公司统筹疫情防控和改革发展，继续保持对全体股东和广大投资者的高水平价值回报。

3. 信息披露

信息披露是投资者和社会公众获取上市公司相关信息的重要窗口，也是双方进行沟通交流的基础。公司严格按照有关法律法规以及《公司章程》、《信息披露管理办法》等相关要求，真实、准确、完整、及时、公平地披露信息。指定公司董事会秘书负责信息披露工作，协调公司与投资者的关系，接待股东来访，回答投资者咨询，向投资者提供公司已披露的资料，并指定《中国证券报》、《上海证券报》、《证券时报》、《证券日报》和上海证券交易所网站为公司信息披露的指定报纸和网站，确保公司所有股东能够以平等的机会获得信息。报告期内，公司共披露定期报告4份，披露临时公告57份，保持较高的披露频率，披露事项涉及广泛，内容涉及“三会”运作决议公告，可转债转股结果，权益分派等。

三、利益相关方与沟通

1. 利益相关方

海澜之家集团依据与利益相关方的依赖程度、权责关系、影响程度等原则，识别出六类主要相关方。



2. 利益相关方议题分析

利益相关方	政府	股东投资者	客户	供应商	加盟商	员工
沟通渠道与形式	<ul style="list-style-type: none"> 日常汇报沟通 论坛与交流活动 	<ul style="list-style-type: none"> 信息披露 股东大会 机构研讨会 面对面会议、电话及电子邮件沟通交流，并定期收集意见反馈 	<ul style="list-style-type: none"> 满意度调查 日常沟通 	<ul style="list-style-type: none"> 供应商管理 日常沟通、合作交流 	<ul style="list-style-type: none"> 加盟商管理与培训 加盟商满意度调查 	<ul style="list-style-type: none"> 职工代表大会 员工满意度调查 日常沟通
关注议题	<ul style="list-style-type: none"> 依法合规经营 支持地方发展 	<ul style="list-style-type: none"> 信息披露公开透明 经济增长潜力 	<ul style="list-style-type: none"> 保障产品质量 产品创新 营销活动 	<ul style="list-style-type: none"> 市场信息共享 供应商可持续性管理 采购活动 	<ul style="list-style-type: none"> 加盟商政策 沟通交流 市场调研 	<ul style="list-style-type: none"> 员工薪酬福利 员工培训与教育
解决措施	<ul style="list-style-type: none"> 落实监督政策、依法纳税 利用自身优势创造就业岗位、帮扶地方经济 	<ul style="list-style-type: none"> 完善公司治理，提高信息披露透明度，完善投资者关系管理 保持业务和盈利能力持续增长 	<ul style="list-style-type: none"> 建立全方位质量管控 加大研发投入力度 创新营销策略，增加营销活动 	<ul style="list-style-type: none"> 负责人定期交流 完善供应商准入、评估、激励制度 完善采购政策与招标程序 	<ul style="list-style-type: none"> 完善加盟商开店系统、加强营销策划的组织力度 建立畅通的意见反馈机制 开展专题会议、增加市场调研 	<ul style="list-style-type: none"> 努力提供令人满意的薪酬福利，开展多元培训



02



携手各方 坚持合作共赢

创造收益回馈投资者	29
保护债权人合法权益	31
注重产品质量和创新	31
维护消费者和谐关系	32
完善供应商管理体系	33
携手加盟商共进共赢	35

一、创造收益回馈投资者

1. 创造利润 回馈股东

公司高度重视股东回报，在保证经营业绩稳定的同时，一直在为股东利益最大化而不懈努力，并以实际行动回馈股东。为使股东共享公司发展的成果，公司制定了利润分配政策，持续稳定的高比例分红，将进一步优化公司在资本市场的企业形象，增强投资者对公司的信心。

基于对公司未来持续稳定发展的信心和对公司价值的认可，结合公司财务状况、经营情况和未来发展战略，公司制定了《未来五年（2018-2022年）回购公司股份规划》。在上述五年期限内，公司每年以不低于预案发布前一会计年度经审计的归属于上市公司股东的净利润（以下简称“审计净利润”）的20%且不超过审计净利润30%的资金回购公司股份，以增厚股东回报、增强投资者信心，实现公司持续、健康、长远发展。

★ 以下为历年来公司拟定的现金分红和股份回购情况表

分红情况（单位：元 人民币）

分红年度	现金分红的总额 (含税且包含回购)	分红年度合并报表中 归属于上市公司普通股 股东的净利润	现金分红总额占合并报表中 归属于上市公司普通股股东 的净利润的比率 (%)
2020年	1,552,168,022.79	1,784,543,102.97	86.98
2019年	2,099,721,159.77	3,210,519,911.15	65.40
2018年	1,721,096,521.83	3,454,774,216.84	49.82

注：公司拟以2020年度利润分配实施股权登记日的股本为基数，向全体股东每10股派发现金股利人民币2.56元（含税），剩余未分配利润结转至下一年度。本年度不进行资本公积金转增股本。

上表中2020年度现金分红的数额（含税）是以截至2020年12月31日的总股本4,319,592,192股为基数计算所得。

2. 完善机制 维护权益

海澜之家集团高度重视对投资者的权益保护，特别是对中小投资者的保护。充分有力地保护中小投资者的权益，不仅是公司始终贯彻落实的宗旨，更是资本市场稳定健康发展的根基。

公司为保护中小投资者的权利，在召开股东大会时，严格按照公司章程和法律规定，对于股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项均已采用单独计票的方式。

3. 及时信披 积极沟通

3.1 信息公开透明

公司接受各类投资者的调研

包括机构投资者及个人投资者，针对各类股东一视同仁，调研记录如实记载并通过媒体予以公开。

公司不断强化诚信建设

及时提醒外部活动发言人遵守信披规则，对待重大事项时，信息披露先行。

公司将分红条件写入《公司章程》

保证市场上所有投资者均能合理预期当年度的分红方案，保证投资者享有公平的知情权。

公司严格控制内部信息的传递

严格按照《内幕信息知情人登记制度》的有关规定，认真做好内幕信息知情人的登记、备案、变更等工作。

3.2 投资者互动

良好的投资者关系管理有利于增强投资者信心，保障企业稳定发展。海澜之家集团一直重视与投资者的沟通工作，坚持积极、主动、充分、真诚的沟通和交流原则。公司通过电话、上证e互动等多种形式的活动，不断加强投资者关系日常管理水平，报告期间投资者定期对我们公司的情况进行实地调研回访，建立稳定的沟通渠道，进一步宣传公司，增强投资者对公司的了解，促进公司与投资者的良性关系。

e 互动回复次数

257 次

投资者热线

47 次 接听及邮件回复

二、保护债权人合法权益

海澜之家集团注重保护股东权益，也充分考虑债权人的合法权益。在日常生产经营中，公司奉行稳健、诚信的经营理念，加强经营风险及财务风险控制，保障公司资产和资金安全。在信息披露中，公司依法、合规披露信息，保障债权人能基于真实、准确和完整的信息做出理性的决策。

大公国际资信评估有限公司对公司发行的可转换公司债券（以下简称“海澜转债”）进行了2020年度跟踪信用评级，确定公司主体及“海澜转债”信用等级维持AA+，评级展望维持稳定，体现了公司良好的信用水平及较强的偿付能力。

评级类型	评级时间	主体信用等级	海澜转债信用等级	评级展望
公开发行海澜转债信用评级	2017-11-24	AA+	AA+	稳定
2018年度跟踪评级	2018-08-28	AA+	AA+	稳定
2019年度跟踪评级	2019-05-29	AA+	AA+	稳定
2020年度跟踪评级	2020-06-23	AA+	AA+	稳定

2020年可转换公司债券情况

2020年7月8日，公司实施了2019年度利润分配，海澜转债转股价格由12.02元/股调整为11.75元/股。7月13日，公司支付2019年7月13日至2020年7月12日期间的可转换公司债券利息，每张面值100元人民币可转债兑息金额为0.50元人民币（含税）。截至报告期末，累计共有704,000元“海澜转债”已转换成公司股票，因转股形成的股份数量为57,447股，占可转债转股前公司已发行股份总额的0.0013%；除已回售的可转债外尚未转股的可转债金额为2,949,722,000元，占可转债发行总量的98.3241%，占扣除已回售的可转债后发行的可转债数量的99.9761%。

三、注重产品质量和创新

公司高度重视产品质量，不断改进与完善各类产品以满足消费者的需求。我们的质量管理工作贯穿公司整个业务流程，从服装辅料方面加强品质监控，从成衣方面完善检测标准，从产品方面不断分析市场、创新设计，追求高质量、高品质的成衣。公司将继续严格把控质量，接受来自市场和消费者的监督，将优质的产品和服务提供给消费者，不断提升品牌美誉度。



公司各零售品牌的研发设计均围绕品牌定位及消费者需求展开，产品设计特点是以市场为导向，通过设计理念和考核机制两方面保证产品的设计能满足消费者需求。海澜之家品牌在设计流程中，主要负责最关键的开发提案和最终选型环节，非核心的打样等工作由供应商的设计团队负责；其他零售品牌则以自主研发为主。

2020年，公司共获得专利授权86项，其中授权外观设计79项、授权实用新型专利6项、授权发明专利1项。



截至2020年末，公司及主要子公司拥有有效专利总数342项。



四、维护消费者和谐关系

1. 售前

我们注重客户需求，严格把控产品质量，设计、品质两手抓。海澜之家集团旗下店面，服饰都按品种、尺码分类陈列。每个门店我们都设有导购人员，热情贴心地为消费者提供服务。消费者可以根据自己的体型，自行选购，也可以咨询导购人员辅助选购。我们为消费者提供线上线下多渠道购物方式，满足不同消费者的购物需求。

2. 售中

公司不断创新营销理念，保持公司的竞争优势，我们推广优质产品，让更多的客户参与进来，享受我们的产品及服务。

3. 售后

公司依据《中华人民共和国消费者权益保护法》、《中华人民共和国产品质量法》等国家法律法规，统一规划公司消费者权益保护工作。多角度、深层次推动体制机制建设、销售行为管控等重点工作，建立了自上而下的消费者权益保护管理体系。

我们建立了多渠道服务处理方式，按消费者的问题类型及紧急程度通过在线、电话、现场等方式处理，为消费者提供全业务服务，切实维护消费者的权益，提升消费者满意度。我们提供的异地退换货，免费改裤脚长短等售后服务，在国内厂商中达到服务领先的水平。

五、完善供应商管理体系

公司认真履行合作伙伴共赢责任，高度重视供应链责任管理。在供应链管理上，围绕“优化”、“整合”、“协同”展开工作，持续优化供应商队伍，针对不同品牌及产品引进不同风格的供应商，为品牌未来的发展注入强劲动力；适度引入竞争机制，整合优质的供应商，调整工作流程，提高供应商的服务水平；加强对供应商生产过程的管控，发挥协同效应，共享供应链资源，促进产业链效率的提升。



1. 供应链管理

供应商管理上

规范和加强供应商管理，继续培育核心供应商，稳定维护大供应商，提升公司打造柔性供应链的能力，做好供应商的选择和储备工作。

品牌产品开发上

结合各品牌的产品定位，建立独立的开发管理团队；调整品牌货品工作流程，缩减生产周期，提高货品入库、上架进度。

质量管控上

通过定期对各类供应商考核评估、召开供应商质量研讨会议，研究解决产品的质量、生产及相关技术问题，保障产品质量，提升产品品质。

2. 维护供应商关系

公司严格遵守与供应商签订的合同内容，积极履行相关责任义务，通过多种形式强化与供应商的合作关系，持续优化供应商的合作环境，提升供应商的积极性和稳定性，加强供应商的共同责任感，切实维护供应商的合法权益。

1. 供应商准入制度

公司加强供应商准入管理，明确供应商准入条件，对备选供应商进行评估审核。备选供应商各方面评估通过后即可成为合格供应商。

2. 供应商动态管理制度

公司对供应商的生产过程实行管控，对于供应商在质量、价格、服务方面的当下表现和变化及时做出应对措施，持续提升我司供应商的响应速度和服务水平。

3. 供应商年度评估制度

通过多种维度对供应商进行评估，建立公平、公正的供应商评估体系，实行优胜劣汰。推动供应商调整工作流程、提升产品质量，为消费者提供更高性价比的产品。

4. 供应商激励制度

推行正向激励机制，对供应商的供应能力、产品生产质量与效率等方面评选奖励，为供应商创造良好的竞争环境，促使供应商之间在产品质量、服务质量和价格水平方面不断优化。

六、携手加盟商共进共赢



1. 风险把控

加盟商不参与门店管理，其商品投放、门店管理、经营等工作，由海澜之家集团进行标准化管理。加盟商仅仅需要承担房租和日常的营运用费。

具体操作上，我们实行全国统一连锁经营管理，对各品牌的形象、产品、服务等进行统一管理，使每一家门店都能按照公司的标准化模式经营，公司的每一个部门也能按照标准化的业务流程为门店服务。



2. 定期培训

公司将收集、整理的市场销售数据与加盟商分享，全面分析市场销售实时情况，与加盟商积极交流沟通，调整并制定应对市场变化的销售策略。

公司还定期组织终端店长及销售人员进行线上线下培训，提升加盟商的业务能力。





03



以人为本 共创辉煌未来

保障员工权益	39
支持员工发展	41
重视安全健康	43
践行员工关怀	45



海澜之家集团始终坚持“以人为本”的管理理念，将人才作为振兴企业的关键，相信唯有给予人才宏观的视野，宽广的舞台，实现个人梦想，享受工作和生活乐趣，才能成就企业更远大美好的未来。



一、保障员工权益

公平就业

海澜之家集团严格遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》、《中华人民共和国未成年人保护法》、《中华人民共和国妇女权益保障法》等相关法律法规，坚决杜绝任何因种族、性别、地区、残疾等引发的歧视行为，禁止使用童工及任何形式的强迫劳动，努力为员工创造待遇优厚、发展平等、健康安全、和谐幸福的工作环境。

员工招聘

公司根据用人需求与资源配置情况，坚持公平审核、按规聘用、精准匹配原则，建立完善的招聘体系。

员工总人数

20593 人

员工性别结构



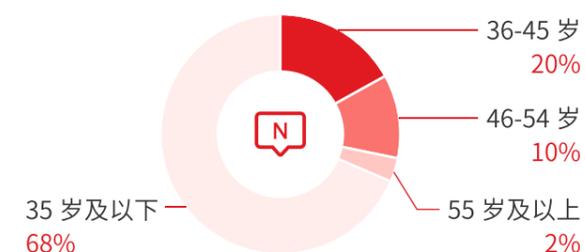
员工专业结构



员工学历结构



员工年龄结构



薪酬福利

员工的工作积极性和创造力是企业持续高质量发展的驱动力。海澜之家集团为员工提供同行业、同地区具有竞争力的薪酬福利。通过合理的薪酬结构和薪酬水平，使员工与企业利益共享，提高用人的市场化水平和竞争力，以利于吸引人才、留住人才、激励人才。

薪酬管理

为了贯彻员工同工同酬、能者多得、劳资两利等公平合理原则，公司采用管理岗位年薪制、考核制，一线岗位产量工分制的方式结算员工薪资。

基本福利

五险一金、法定节假日、带薪年假、产假、丧假等法定假期。

特色福利

交通补贴、餐补、年度体检、商业保险、生育津贴。

民主管理

我们重视员工诉求，持续深化民主管理。公司实行职工代表大会制度，定期召开职工代表大会，并建立了审议考勤休假等关切员工利益的制度。此外，公司还开通绿色邮箱等沟通渠道，鼓励员工积极反馈工作中遇到的问题、为公司发展建言献策，共同完善企业管理。

二、支持员工发展

国以才立，政以才治，业以才兴。我们着眼于企业与员工共同发展，持续为员工提供培训和成长机会，努力建立清晰的职业晋升渠道。

1. 培训体系

公司一直非常重视员工培训，每年都会根据员工需求制定适合新入职员工、中高层管理人员、专业设计人员、门店营销人员等不同群体的员工培训计划。培训主要以内培为主，内外相结合的形式展开。培训的主要内容有新员工入职培训、岗位技能培训、专业知识培训、管理能力培训等。通过培训，不仅提高了公司员工整体的职业素质，同时也满足了员工对自身职业能力提升的需求，更为企业发展战略提供了充足的人力保障。



我们提出战略性人才专项培养工程——凤凰计划、航海计划。以培养战略性领军人才为目标，以引进高精尖人才为重点，成为培养企业精英的“黄埔军校”。



2. 培训方式



我们依据自身的培训需求，制定出适合公司的培训方式，采用传统授课与线上授课相结合的授课模式，并组织开展员工专业技能实操活动（如素质拓展、技能实操、沙盘模拟等），致力让员工通过灵活、便捷的学习渠道获取针对性的培训，助其提升专业能力。



三、重视安全健康

安全健康是员工快乐工作的前提，海澜之家集团全面推行安全生产管理，把员工健康安全作为安全管理的核心，多种形式保障员工健康安全，积极打造安全健康的工作环境。



1. 安全生产管理



2. 关注员工身心健康

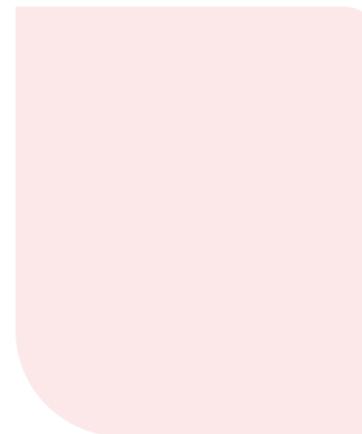
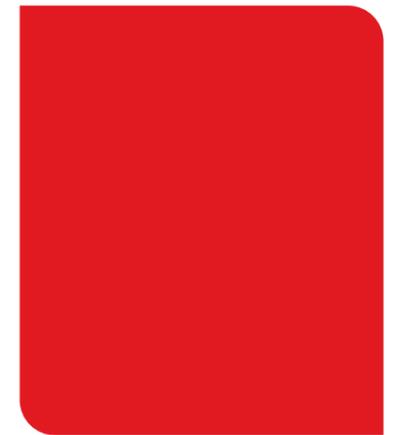
职业病防治

公司关注员工的身心健康，严格遵守国家《职业病防治法》等法律法规，认真贯彻落实国家安监总局等上级主管部门的工作要求，扎实做好职业健康管理工作。我们积极落实各部门主体责任，强化职业病危害源头控制，切实保障员工的职业健康权益。



我们在行动

- ▶ 海澜之家集团每年组织员工进行体检
- ▶ 员工食堂合理膳食，注重食物种类多样化
- ▶ 组织开展运动会、拓展活动等丰富的健康活动，增强员工体魄



四、践行员工关怀

让每位员工充分感受家的温暖和悉心关爱是我们心之所向，我们努力为员工营造良好的工作环境，鼓励员工积极参与公司举办的丰富多彩的娱乐活动，用心关爱员工生活，帮助员工舒缓工作和生活压力。

1. 关爱特殊员工

1.1 关爱女性员工

促进女员工能力提升
为女员工提供专题讲座

落实女员工特殊权益
我们给予处于孕期、产期、哺乳期的女性员工更多的人文关怀，积极开展三八妇女节主题活动。

引领女员工实现个人价值
积极发挥优秀女员工的先进、模范作用。为其提供稳定的晋升渠道。



1.2 关爱退休员工



我们为退休员工举办退休仪式，并定期走访和慰问，提供退休保障和持续关怀。

2. 举行多彩活动

2020年，我们先后组织运动会、音乐会、新春晚宴等文体活动，提升员工身体素质的同时，也增进了员工之间交流，增强了企业文化凝聚力。



由强身健体到身心健康协调发展，使轻松工作、全面健康的状态日常化。



04



绿色环保 促进持续发展

节能低耗 降本增效

49

绿色运营 清洁办公

51



可持续发展一直是公司创立以来始终秉持的理念。我们倡导低碳环保的绿色办公方式，在日常经营中认真遵循《中华人民共和国环境保护法》、《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》、《中华人民共和国环境噪声污染防治法》、《中华人民共和国固体废物污染防治法》等环保方面的法律法规，积极响应国家生态环境部的环境保护号召，恪守环保职责，以高标准、严要求开展环境保护工作，同时优化企业环境管理行为，提高资源循环利用率，最终实现环境持续改善目标。2020年，公司不在无锡市生态环境局发布的《2020年度无锡市重点排污单位名录》中，亦不属于重点排污单位。

我们追逐着变革的步伐，牢固树立“绿水青山就是金山银山”的理念，坚持从资源管理、生产设备、出行方式等方面进行改善，如优选节能降耗的设备，对生产线进行节能技术改造，减少水、电的消耗，以提供更多环境友好服饰为己任，实施绿色低碳发展战略，不断优化升级生产设备和布局，进一步推动以节能减排设备及环保材料为重点的绿色可持续发展。



一、节能降耗 降本增效

OEKO-TEX 证书介绍：
国际上权威且具有影响力的纺织品生态标签。

在用电方面

通过加强用电管理，提高电能的利用率，缓解用电紧张，间接降低能耗。并获得了供电公司“功率因数”奖励。

在办公方面

公司推行一整套电子化、网络化的办公系统，充分利用现代信息技术手段，实现管理自动化，提高公司的管理效率和水平，从而促进管理现代化，转换经营机制，建立现代化企业制度，实现有效降低成本，加快技术进步，增强核心竞争力。

在材料设备方面

1. 采用旧材料制作货架踏板，进行持续化使用，节约成本。
2. “电机节能改造项目”电机节能测试工作已经完成，经测试可节电 50-60%，计划在 2021 年进行局部更换。
3. 通过对高科技地下室冷冻机蒸汽改为电制冷机组和高科技服装车间节汽改造后，节约汽能源支出。
4. 通过加强对闲置设备管理，充分利用内部资源共享，全年长期调拨闲置设备。
5. 海澜之家集团仓库挂装退货增加排序通道机的改造项目，改变原有的小挂架绑定工作，节约每年采购费用。

二、绿色运营 清洁办公

我们践行绿色发展理念，坚守生态环保底线，自觉履行环保主体责任，积极进行环境污染防治，努力建设环境友好型、资源节约型企业，把环保的责任、制度、要求落实到日常行动中。

推行无纸化办公



公司倡导无纸化办公，减少纸张使用，在保护环境资源的同时节约办公成本。无纸化办公还解决了传统办公存在的问题，提高部门交流的灵活性与资料保护的安全性，提高员工的工作效率，进而提升企业生产率。

建立绿色化场所

公司遵循资源合理配置、环保节能的原则建设绿色办公场所。提倡绿色照明，在不影响正常照明的情况下，充分利用自然光照，关闭多余的照明灯具。坚持节能减排，根据季节、时间、天气等变化严格控制办公区域温度，减少温室气体排放。采用新型节能设备，张贴节能标语，深化节能理念。

对于办公区域外的环境，公司也十分重视，聘请专业人员植树种草，建立绿色园区，定期维护，使公司内部和周边环境四季绿色盎然。



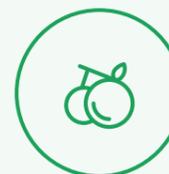
进行环保化生产

童装染料方面，公司采用创新技术“水果染”，环保亲肤，回归自然穿衣本真。

生产过程减少了水资源使用，且排放物对环境零污染，从生产的源头阻断对环境的破坏。



会呼吸的竹纤维





05



彰显担当 创造社会效益

合规经营 依法纳税	55
带动就业 繁荣经济	55
团结一心 积极抗疫	56
热心公益 传递温暖	58

一、合规经营 依法纳税



2020年，公司认真按照国家工商部门核准的经营范围经营，严格依据国家相关税收法律法规，及时申报、缴纳税款，较好地履行了对社会所应当承担的责任。

海澜之家集团是诚信纳税的承诺者。诚信纳税不仅可以促进当地经济发展，提高企业的品牌形象，赢得政府和消费者的信任，也实现了税企良性循环，取得了较好的经济效益和社会效益。

海澜之家集团是依法纳税的践行者。自觉依法诚信纳税、积极行使纳税人权利是公司作为纳税者所应履行的基本义务和享有的基本权利。海澜之家集团依照国家法律规定依法及时缴税，杜绝一切偷税漏税行为。



在河南杞县成立的“杞县圣凯诺服饰有限公司”，也为促进当地人员就业和经济发展做出了一定的贡献。杞县圣凯诺服饰有限公司在上级领导的大力支持，各部门的密切配合和部门全体员工的共同努力下，2020年已招聘扩展人员86人，现有总人数496人。

在2021年将会继续加大招工力度，扩大生产场地，以缓解总部的生产压力，满足销售需求。截至2020年末，海澜之家集团公司门店数量为7,381家，净增127家，员工总数为20,593人。

杞县圣凯诺服饰有限公司

496人
总人数

86人
2020 扩展



海澜之家集团

7381家
门店数量

127家
2020 净增

20593人
员工总数

三、团结一心 积极抗疫

凝心聚力抗疫情，爱心捐款暖人心。2020年新冠疫情爆发并席卷全国，给全国人民的生命安全和身体健康带来重大威胁。面对突如其来的新冠疫情，公司坚决贯彻落实习近平总书记关于新型冠状病毒感染肺炎疫情防控重要指示精神和党中央国务院有关决策部署以及国资委对于中央企业扎实做好疫情防控工作的具体要求，把疫情防控工作作为最重要工作来抓。公司及时响应、快速行动，积极履行社会责任，调动公司全国范围内的系统资源和队伍力量，助力疫情防控，彰显企业担当。

二、带动就业 繁荣经济

公司遵守《反不正当竞争法》、《环境保护法》等法律相关规定，倡导公平竞争，坚持走绿色发展之路。此外，公司切实履行企业主体责任，以融入当地社会经济发展为己任，积极解决劳动力就近就地就业问题。公司扩大门店规模，增加服务人员数量，提高供应商交易订单数，带动当地就业水平提升，推动当地经济发展。



1. 物资捐献

没有渠道也要创造渠道。2020年1月30日，海澜之家集团勇挑重担，全力攻克防疫物资货源紧缺难关，启动全球采购，紧急筹备物资，先后对接多家供应商，输送急缺医疗设备和鹅绒服，千里驰援武汉，给在寒冬腊月辛苦抗疫的同胞们送去温暖。



2. 常态化防控

面对疫情形势向好的局面，海澜之家集团以更大的决心、更安全、更有力的防控举措，快速推动企业复工复产，逐一修复疫情对公司带来的阶段性影响，确保公司经营活动回归至正常水平。

2.1 组织领导

海澜之家集团启动重大突发公共卫生事件一级响应，成立疫情防控领导小组，指导疫情防控工作有序进行。



2.2 措施细化

1 员工每日进出公司需测量体温，上班期间需佩戴防护口罩



2 作息、就餐模式调整，减少不必要人员接触



3 设立集中隔离观察用房，人员聚集场所及关键设施等定期消毒防护



4 员工应及时洗手消毒，做好个人防护工作



四、热心公益 传递温暖

“多一克温暖”是海澜之家集团于2014年联合中国社会福利基金会“暖流计划”、网易平台共同发起的一项公益行动，旨在将分散而有限的社会公益力量整合起来，通过捐赠御寒冬衣帮助偏远地区师生温暖过冬。

在“多一克温暖”中，海澜之家集团捐出的是全新的羽绒服，根据偏远地区师生的尺码量身定做，给孩子们定制的羽绒服甚至还考虑到孩子们的生长特性，每件羽绒服做大了二码，让孩子们可以多穿一年。



2020年“多一克温暖”

2020年，海澜之家集团“多一克温暖”公益团队来到宁夏中卫市沙坡头区郭滩学校，暖流计划、“跑男团”成员为偏远地区的孩子送来御寒的羽绒服。



2019年“多一克温暖”

2019年，“多一克温暖”已经步入第六年，这一次林志玲作为公益同行者，携手凤凰网“护童计划”与“多一克温暖”一起赶赴内蒙古和贵州六盘水市的南开乡，为偏远地区的孩子带来温暖的冬天。“多一克温暖”累计惠及**23**个省和自治区。



2018年“多一克温暖”

2018年，“多一克温暖”公益行动全面升级，在为山区送去冬衣的同时，海澜之家集团还联合网易打造在线课程平台，把优质的教育资源传递到偏远山区，同时“多一克温暖”还吸引了知名导演陆川的加盟。



2014年“多一克温暖”

2014年，“多一克温暖”由海澜之家集团、中国福利基金会“暖流计划”、网易三方协同完成。捐赠的范围涉及**11**个省份。

2015年“多一克温暖”

2015年，凤凰、优酷、土豆等媒体力量加入进来，共同搭建公益平台，呼吁社会对山区师生的关注。捐赠物资远超2014年，捐赠的范围也涉及**12**个省份两百多所学校。

2016年“多一克温暖”

2016年，“多一克温暖”在前两年的基础上进一步扩大了捐助规模，同时升级羽绒服的充绒量。此次公益行动捐赠的范围涉及到**19**个省份的偏远地区师生。

2017年“多一克温暖”

2017年，“多一克温暖”公益项目以“37°C微笑”为主题，这次行动，不仅提供了更厚的御寒冬衣，还延长了行动周期。

LOOKING AHEAD 展望未来

企业的发展与企业履行社会责任，是公司的一项持续性任务。2021年，公司也将继续切实履行社会责任，努力为利益相关方创造价值，实现可持续发展目标。

提供极致生活。公司将继续坚持以消费者为中心，提升消费体验，输出商品化内容，帮助大多数人创造日常生活之美，实现他们所向往的美好生活方式。

打造多元品牌。公司将坚持集团化发展战略，将旗下品牌打造成各细分领域的头部品牌，并通过孵化、投资、合作等方式，在原有的服饰本业基础上，延伸更多与居家生活相关的产品，为消费者提供以服饰为原点的生活方式。

创造非凡价值。公司将以世界级服饰集团为标杆，致力于创造深具价值的服饰和生活方式品牌，以赢得国内外消费者的认可和喜爱。



报告指标索引表

一级标题	二级标题	GRI 指标
关于本报告		102-1/102-16/102-45/102-46/102-50/102-54
企业荣誉		--
关于我们	公司简介	102-1/102-2/102-3/102-6
	公司历程	102-10
	企业文化	103-2
	主要品牌	102-2
	经营模式	103-2
	行业地位	--
完善治理 承担社会责任	社会责任管理政策	103-2
	完善公司治理结构	102-18/102-22
	利益相关方与沟通	102-40/102-42/102-44/102-47
携手各方 坚持合作共赢	创造收益回馈投资者	201-1
	保护债权人合法权益	--
	注重产品质量和创新	102-2
	维护消费者和谐关系	103-2
	完善供应商管理体系	102-9/308-1/414-1
	携手加盟商共进共赢	102-11/102-16
以人为本 共创辉煌未来	保障员工权益	102-35/102-36/103-2/201-1/401-1/401-2
	支持员工发展	404-2
	重视安全健康	403-1/403-3/403-5/403-6
	践行员工关怀	403-6/403-7/403-10
绿色环保 促进持续发展	节能低耗 降本增效	302-4/307-1
	绿色运营 清洁办公	301-1
彰显担当 创造社会效益	合规经营 依法纳税	419-1
	带动就业 繁荣经济	201-1
	团结一心 积极抗疫	--
	热心公益 传递温暖	203-1
展望未来		102-15
报告指标索引表		102-55
意见反馈表		--



电话：(0510) 86121071
地址：江苏省江阴市华士镇
邮箱：600398@hla.com.cn

海澜之家集团股份有限公司