

La Chapelle

2017 年度社会责任报告



上海拉夏贝尔服饰股份有限公司

2018 年 3 月 23 日

1 高管致辞

各位关心拉夏贝尔的朋友们，大家好！

本年度，拉夏贝尔第一次发布了社会责任报告，让喜欢拉夏贝尔服装、关注拉夏贝尔发展的朋友们看到了我们在社会责任方面所做的努力。

拉夏贝尔初建于上海市徐汇区，也一直将总部办公地点设在这片深有感情的福地上，但随着企业规模的不断扩大、人均办公面积逐年缩小，为了给职员提供一个良好的办公环境，2016年在闵行区吴泾镇规划了新总部办公大楼群，并于2017年完成了主体建造，为拉夏贝尔的宏伟蓝图添上了浓墨重彩的一笔。

吴泾总部办公大楼群在建造过程中所体现出的“人文情怀”、“环境关爱”正是我们履行环境、社会责任的诚意之作。相对于我们日常经营中的门店装修新总部大楼工程存在更复杂、更难以预见的风险因素，建设工地管理是一个长期、持续的复杂过程，工地现场既包括本集团基建部职员、也有施工单位、监理单位的工作人员，我们始终坚持把安全放在第一位，绷紧安全这根弦，时时放在心上，紧紧抓在手里，绝不为了赶工期而忽视安全。无论是拉夏人，还是拉夏伙伴，我们都希望他们在完成工作、创造财富的同时也能编织起自己和家人的幸福安康。

习近平总书记说过，生态环境没有替代品，要像保护眼睛一样去保护生态环境，像对待生命一样对待生态环境。宽敞明亮的办公场所和绿意盎然的周边环境是美好生活的一部分，为职员福祉修建新总部办公大楼是好事，我们坚持好事做好，既要满足集团范围内职员们日益增长的对美好生活的追求，也要满足社会大众对优美生态环境的向往。

从推己及人的角度出发，我们希望尽量减少新建办公大楼群对环境的负面影响。为此，拉夏贝尔协同设计和施工单位，配置节能设施和非传统水源收集装置，节约用电、用水和用油；充分利用原有建筑物、构筑物、道路和管线，因地制宜实行建筑垃圾回用，减少资源使用；科学合理地施工，尽可能减少对土地的扰动，保护周边自然生态环境，打造绿色建筑。

20 年来，拉夏贝尔已经发展成为一家于沪港两地证券交易所主板上市、在全国各地拥有 9000 余家零售网点、贯通线上和线下全渠道销售的大型多品牌时尚集团，是“创造美好生活”的企业使命激励着我们不断前行，奋斗不息。

企业的生存和发展在很大程度上取决于能否有效地处理与各种利益相关者的关系，而企业社会责任恰恰是企业处理与各利益相关者关系的桥梁。本公司多年来以积极的态度履行社会责任，让客户放心地购买拉夏贝尔服装、让职员开心地在拉夏贝尔工作、让投资者与合作伙伴对拉夏贝尔的未来保持信心。

在本公司，大到管理层的决策、细微到普通职员的言行举止，处处可见对节能减排、安全生产、健康工作、热心公益的思考与尽心，我们用行动书写出了属于拉夏贝尔的篇章。因此，这份社会责任报告倾注了每一位拉夏贝尔人的心血。

不忘初心，方得始终。对刚刚踏上二十岁门槛的拉夏贝尔来说，蓝图已绘就，奋进正当时，我们将牢记“创造美好生活”的使命，坚定理想信念，脚踏实地，继续走向更美好的明天。

董事长：邢加兴

2018 年 3 月 23 日

2 关于本报告

公司积极践行企业应承担的社会责任，在自我完善同时，自觉把履行社会责任、推进可持续发展的要求全面融入公司发展战略和企业文化，把忠实履行公司的经济责任和社会责任的有机统一作为价值追求，通过多种形式、多种方式回馈社会，丰富、丰满了公司履行社会责任的内容和形式。

公司业务

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司（前身为成立于 1998 年的上海徐汇拉夏贝尔服饰有限公司）于 2011 年 5 月 23 日在中华人民共和国注册成立，公司于 2014 年 10 月 9 日在香港联合交易所有限公司主板上市，2017 年 9 月 25 日在上海证券交易所主板上市，是一家在中国快速发展的多品牌时装公司，从事设计、品牌推广和销售服饰产品的业务，主营大众女性休闲服装。

本公司通过线下零售网点和在线运营平台直接向零售客户销售服饰产品，所有零售网点均由本公司直接控制及经营（投资品牌的零售网点除外）。

于本报告期内，本公司实现营业收入 89.99 亿元，同比增长 5.24%。于本报告期末，本公司遍布全国的零售网络在中国内地的 31 个省、自治区和直辖市共有 9,448 个零售网点（按一家 UlifeStyle 品牌集合店视为一个零售网点计算），覆盖了约 2,783 个百货商场及购物中心。

于本报告期内，本公司顺应行业趋势，坚定不移地继续执行多品牌策略，通过对外投资以丰富现有的品牌组合和品类。截至目前，本公司拥有十个自有品牌：La Chapelle、Puella、7m、La Babit é、Candie's、Jack Walk、Pote、MARC ECKÖ、UlifeStyle 及 8eM。

从品牌角度看，截止 2017 年底，La Chapelle 和 Puella 品牌继续为本公司销售贡献占比最高的两个品牌，合计达到 45.12%。2017 年，本公司其他主要女装品牌（7m、La Babit é等）继续保持良好的收入增长势头，成为公司规模增长的引擎。特别是 La Babit é品牌收入同比上升 28%，主要得益于零售网点的扩充，7m 品牌收入则上升 13.4%。男装品牌（JACK WALK、Pote、MARC ECKÖ）处于持续发展阶段，2017 年收入规模同比增长 19.1%，主要得益于同店销售的增长。

在此基础上，公司通过对外控股或参股新增多个服装品牌（包括 O.T.R、OTHERMIX、Siastella、tanni、Maria Luisa、NN、Mum meet Me、Kin、萨缇尼），品类涵盖大众休闲、设计师品牌、高端男女装、亲子装等。报告期内，公司投资了芭蒂服装、宁波朗盛等、明通四季等公司和主体。

未来，公司将通过多品牌差异化战略，持续打造丰富多元化的多品牌运营体系；通过优化与拓展销售渠道，建立广覆盖、深渗透、注重服务的线下全直营零售网络，并将进一步推动 O2O 战略，打通线下与线上零售渠道，进一步完善全渠道销售体系；通过人才发展体系的提升、信息化系统的完善与组织管理能力的强化，实现全面、持续的差异化发展。

2018 年，公司将采取内外兼修策略，进一步丰富公司的产品线、扩大市场覆盖区域；持续深化全渠道策略协同及精细化管理，完善并强化商品全周期管理流程，不断提升库存及资金周转效率。

发布周期

本报告为年度报告，是本集团第一次发布社会责任报告，本报告时间跨度为 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日。

报告范围

本报告的主体为上海拉夏贝尔服饰股份有限公司及其附属公司，其中政策和社会范畴的数据覆盖全部业务，环境范畴的数据，涵盖本集团可控制的自有物业和部分租赁物业，包括位于上海市徐汇区的总部办公大楼、位于上海市闵行区吴泾镇的新总部办公大楼群、位于江苏省太仓市的仓储物流中心等。

数据来源

本报告数据来源于上海拉夏贝尔服饰股份有限公司及其附属公司的内部文件和相关统计资料。

指代说明

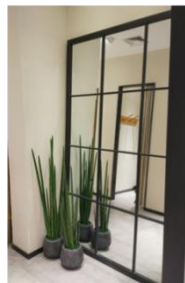
为便于表述，“上海拉夏贝尔服饰股份有限公司”在本报告中也以“拉夏贝尔”、“拉夏”、“本公司”、“公司”或“我们”表述。

编写标准

本报告参照了上海证券交易所发布的《关于加强上市公司社会责任承担工作暨发布<上海证券交易所上市公司环境信息披露指引>的通知》、《公司履行社会责任的报告编制指引》；适当结合香港联交所《证券上市规则》之附录 27《环境、社会及管治报告指引》。

报告发布渠道

本报告以纸质版和电子版两种形式发布，电子版在上海证券交易所官方网站（www.sse.com.cn）及公司官网（www.lachapelle.cn）之“投资者关系”专栏发布；纸质披露媒体为《上海证券报》、《中国证券报》、《证券日报》及《证券时报》。为减少环境污染及资源浪费，我们建议您尽量通过网络获取电子版本阅读。



3 社会责任概要

3.1 公司社会责任策略

本公司始终把企业社会责任视为自己义不容辞的责任和企业价值的升华与延伸。我们将以人为本落到实处，一方面坚持雇佣平等、关注培训与发展，重视员工福利，另一方面，坚决反对经营中的不正当行为，宣传教育与打击惩治双管齐下，与各利益相关方一同维护公平交易原则，为社会主义市场经济健康有序运行做出努力。

保证顾客和员工的健康与安全是企业经营活动中的应尽责任，也是企业可持续发展的重要基石。我们所建立的严格供应链管理制度，不仅确保公司产品符合质量、环保、时尚等各方面指标，也注重与供应商沟通，在可持续发展之路上携手共进。

创造和谐、美好的环境是一个企业公民对这个社会责任心的表现。本公司一向倡导避免过度耗用资源，提倡节约水、电等资源，即便是环保材料制成的包装物，也鼓励减少使用，将绿色环保理念贯穿到建筑设计、施工与日常经营的方方面面。

本公司不断在企业内部深化可持续发展的理念，主动把环境责任和社会责任融入企业内部管理体系，在企业外部做到环境友好与社会和谐，力争实现企业发展、环境保护与社会效益三者之间的平衡，并且旨在通过自觉承担环境与社会责任，打造企业品牌的持续竞争力。

3.2 利益相关者的参与及重要性评估

本公司社会责任的利益相关者主要包括内部人员、供应商、客户、股东及投资者、政府及业务所在地社区。本报告年度的利益相关者参与，除了作为公司战略的决策者和设计者的董事会成员和高级管理层，我们将参与重要性评估的内部利益相关者范围扩大到中层管理人员，以期有更多元的视角来看待企业社会责任，并规划相关实践活动。重要性评估的形式包括访谈和问卷。接下来，我们将持续关注各利益相关者，复核并更新重要性评估，以确保报告反映本公司在可持续发展方面的更新进展。

公司充分尊重和维护相关利益方的合法权益，建立完善利益相关方沟通和参与机制，与利益相关方保持着规范、积极、顺畅的沟通，确保利益相关方的知情权、参与权和监督权，共同推动公司持续、健康的发展。

基于利益相关者与重要性评估，我们识别出以下的项目为对本公司可持续发展有重大影响的方面。这些方面已被列为本公司可持续发展的重点关注领域。



4 对股东的责任

4.1 完善公司治理结构

公司通过不断深化、完善股东大会、董事会、监事会和经理层，“三会一层”的治理结构，有效地发挥了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间相互制衡、各负其责的公司运作体系。2017年，公司以《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所股票上市规则（2014年修订）》等法律法规和公司《章程》为依据，持续完善公司治理，股东大会、董事会、监事会和经理层各司其职，确保了公司的规范运作，切实保障股东的合法权益。

公司股东充分享有法律、法规和公司《章程》规定的合法权利。为确保所有股东，特别是中小股东平等地行使股东权利，公司制定了股东大会议事规则。公司股东大会的召集、召开和表决程序严格按照《上市公司股东大会规范意见》和公司股东大会议事规则的规定执行。公司历次股东大会均聘请具有执业资格的律师事务所律师进场见证，出具股东大会法律意见书，法律意见书与会议决议一并进行信息披露。

股东大会是本公司的最高权力机构，依法行使职权。本公司致力于确保公司所有股东享有平等地位及充分行使自己的权利。2017年，公司共召开了7次股东大会，其中年度股东大会1次，临时股东大会4次，内资股及非上市外资股类别股东大会和H股类别股东大会各1次，就各项重大事宜分别提出独立议案提呈股东大会审议。报告期内，本公司股东大会均按照《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》的规定和要求规范运作。

董事会代表全体股东利益，向股东大会负责。本公司董事会现有董事7人，其中独立非执行董事3人，执行董事2人，非执行董事2人，董事人数及人员构成符合相关法律、法规的要求。报告期内，董事会严格依照有关法律、法规和《公司章程》、《董事会议事规则》的规定规范运作，共召开12次董事会会议，审议包括A股发行上市及相关事项、持续关联交易、聘任核数师、2016年年度业绩、2017年中期业绩、2017年第三季度报告等议案，并严格履行相关召集程序及信息披露义务。

监事会是本公司的监督机构，对股东大会负责。监事会依法独立行使监督权，保障股东及本公司的合法利益不受侵害。本公司监事会现有监事 3 人，人数和人员构成符合相关法律和法规的要求。报告期内，监事会依照《公司章程》及《监事会议事规则》履行监督职责，共召开 4 次监事会会议，并通过列席本公司董事会和股东大会会议、与本公司管理层及年度审计师沟通等方式，对本公司的财务、重大决策过程、内控管理以及董事会成员和高级管理人员履职行为的合法、合规性进行了监督。未发现董事和高级管理人员执行职务时违反《公司章程》及其他法律、法规或损害本公司利益和侵犯股东权益的行为。

公司高度重视发挥董事会专门委员会的作用，公司董事会各专门委员会按照《公司章程》和董事会各专门委员会工作规则的规定行使职权。公司经理层产生的程序符合《公司法》和公司《章程》的规定，公司经理层能够按照法律法规及董事会的授权，依法合规经营，努力实现股东权益和社会利益的最大化。

4.2 强化信息披露及投资者关系管理

公司严格执行关联交易基本原则、决策程序、回避制度以及信息披露制度，并进一步完善公司独立董事工作制度，以规范本公司信息披露行为，加强与投资者之间的信息沟通。报告期内，根据股份上市地的监管规定，本公司按照合规、透明、充分和持续的原则，履行信息披露义务及责任，确保股东及投资者能够及时和完整地了解本公司信息。通过交易所公告、上证 e 互动、接待到访投资者、安排日常电话沟通交流等方式，加强投资者沟通，向资本市场公开、公平地传播公司有关信息，使境内外投资者能够及时和充分地了解本公司的运营和发展状况。

4.3 风险管理及内部控制

公司董事会负责风险管理及内部监控机制的建立健全、评估其有效性，并通过审计委员会对本公司风险管理及内部监控效能进行持续检讨。管理层组织企业风险管理及内部监控的日常运行并对董事会负责。报告期内，董事会已检讨了公司内部监控及风险管理系统的建立和运行，认为其完整及有效。

4.4 努力实现股东回报

为充分保障公司股东的合法投资权益，并兼顾股东对现时分红的需求与对公司持续、健康发展的期望相结合为原则，结合实际经营状况、未来发展规划以及外部融资环境，公司第二届董事会第十次会议和 2015 年第二次临时股东大会审议通过了《上海拉夏贝尔服饰股份有限公司人民币普通股 A 股股票上市后三年的股东分红回报规划》。

公司一向重视对投资者的稳定回报，保持利润分配政策的连续性和稳定性。同时考虑到公司需要充足的资金保证公司战略目标的实现与长远健康发展，公司在制定现金股利分配政策时，兼顾股东的合理回报及公司的可持续发展，留存收益将用于公司生产经营，促进公司实现良好效益，更好地保护股东权益。

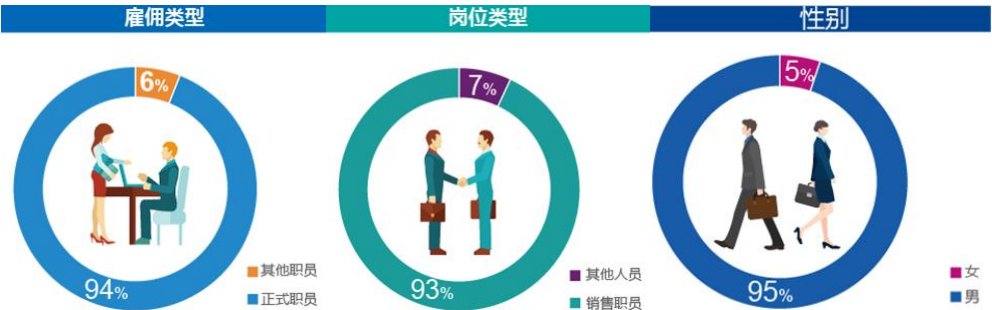
5 对员工的责任

快乐是本公司核心价值观之一。对我们来说，职员犹如我们的家人，通过舒适的办公环境、富有竞争力的薪酬福利和温馨的工作氛围让家人快乐，并由快乐的家人为消费者带来美好的购物体验，继而让客户也从中感受到快乐，是我们开展人力资源工作的准绳。

5.1 雇佣

合法合规，平等雇佣

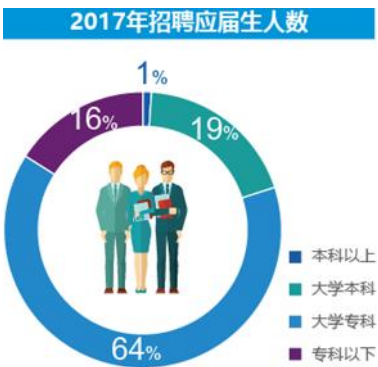
本公司及各附属公司在雇佣职员的过程中，均严格遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》及《中华人民共和国社会保险法》等国家相关法律法规，执行各地社会保险和住房公积金管理条例，按时支付薪资，缴纳社保与公积金，切实保障员工合法权益。本公司提倡公平竞争，为所有职员提供平等机会，不因性别、年龄、婚姻状况、宗教信仰、种族、国籍、身体状况而歧视任何员工，这在员工选聘、任用和晋升中均得到很好的贯彻。



创造就业，广纳良才

公司非常重视年轻人的培养，每年都从大中专院校招聘大量应届生，于本报告期内，共有 606 名应届生加入本公司。

为了年轻学子在走出校门之前积累社会经验，本公司各附属单位也根据实际情况吸收实习生，于本报告期末，公司有实习生 709 人。



本公司注重民族团结，于本报告期末，正式职员中有少数民族同胞 184 人。

待遇留人，情感留人

本公司深知稳定的员工队伍对企业稳步发展的重要性，因此致力于以待遇留人，以情怀留人。对于待遇，我们结合个人职责和绩效，基于市场条件制定了薪酬和福利计划，在部分门店还试点了“店铺合伙人计划”，将职员的待遇与门店业绩相挂钩，既激发了大家的工作积极性，也提升了门店销售额；关于情怀，我们的理解是职员之于本公司，更像是家庭的一份子，职员生日送蛋糕，家有困难递温暖，并鼓励职员平衡工作与生活，既要在拉夏做好职员，也要留时间回家做好儿女、好伴侣、好父母。

本公司重视员工满意度，鼓励职员反馈工作中遇到的各种问题和困扰。为了倾听广大职员的心声，我们设置了合适的反馈渠道，公司公司与各附属公司的人力资源部和工会组织负责记录他们的想法，并及时协调相关部门处理。

5.2 健康与安全

本公司从三方面管理健康与安全：场所安全、身体健康与人身安全，以及心理健康。

场所安全

本公司有 9,448 家线下零售网点，遍布在建造于各个年代的百货商场或购物中心。在店面装修时，我们科学规划，避免过度装修，并注重装修材料的质量，从而尽量减少装修带来的室内污染；在店面陈列中，我们合理布置，避免尖锐物品，并留出足够的店内通道，以防止顾客发生磕伤、撞伤等意外情况；对部分与公共区域之间有台阶的店面，我们皆以醒目的标识贴出，并在顾客进出店面时予以提醒。

本公司严格遵守《中华人民共和国安全生产法》、《中华人民共和国建筑法》等相关法律。2016 年 9 月 29 日，新总部大楼群在吴泾镇破土动工，工地上高悬“用双手创造财富，用安全编织幸福”的横幅，时刻提醒现场作业人员安全的重要性，并做好了充分的防护措施，如在电梯口安装防护门、加固人行安全通道等。



图为公司吴泾办公大楼施工现场悬挂的安全警示横幅

身体健康与人身安全

健康与安全是人们追求美好生活的基础保障。本公司重视职员的身体健

康，每年为全体职员安排健康检查，并建立体检档案，以起到对疾病的早发现早治疗。

针对本公司年轻职员较多的特点，我们通过不定期推出健康讲座、举办体育活动，以他们喜闻乐见的方式引起他们对身体健康的重视。



健康可贵，预防先行

在新总部办公大楼群建造工程中，我们也将人身安全放到了重要位置。生活、办公区与施工区相分离，以减少施工噪声对人员休息和工作的影响。在施工区、生活区和办公区均设有医疗室和医疗设备，建立了医疗急救制度和应急预案。

在施工现场，放置有安全作业指引宣传栏、消防用品展示台，定期进行安全教育，举办消防演习，不断强化现场人员的安全意识、操作技能、以及自救互救能力。于本报告期内，本公司未发生重大安全事故。

心理健康

除了在保障职员身体健康方面下功夫，本公司也关注职员的心理健康、体察照顾他们的情绪。我们在公司内部提出“健康感”、“尊重感”、“关心感”、“成长感”、“分享感”以及“社会责任感”，六感汇聚幸福。

零售服务业需直面顾客，帮助职员缓解心理压力、保持快乐的心情和幸福的感觉，既可增强员工的归属感与幸福感，也能提升职员服务顾客的热情，进而为顾客带去美好的购物体验。

5.3 发展与培训

职员的个人素养、业务能力和工作态度对本公司门店销售有着重要影响，某种程度上，公司的发展也是靠职员的成长来推动的，因此我们非常重视职员的个人发展。拉夏贝尔管理学院秉承“传承、发展、实效”的办学宗旨，向所有员工开放学习资源，设计了体系完整的课程：从纵向看，分为新员工入职培训、导购、店长、店经理、区域负责人的系列课程；从横向看，有销售技巧和服装面料知识培训，分别侧重于软技能和硬技术。授课者既有全职从事培训的管院讲师，也有来自各个岗位上的资深职员。

2017年拉夏贝尔公司总部培训数据					
培训对象	培训课程	课堂培训次数	店铺带教场次	课时数	覆盖人次
职能部门 新员工	公司介绍、品牌介绍、公司制度、企业文化、反腐败职业道德训	11	-	1,113	371
新进 关键岗位	公司介绍、品牌介绍、公司制度、企业文	29	5	574	29

	化、反腐败职业道德训；关键部门轮岗培训学习				
培训项目及公开课	TTT;大商品企划梳理培训；办公室系统操作培训；沙漠掘金；2017 零售市场报告；2018 流行趋势发布会、反腐败培训等	75	62	569	3,300
合计：		115	67	2,256	3,730

2017 年拉夏贝尔全国区域培训数据					
培训对象	培训课程	课堂培训次数	店铺带教场次	课时数	覆盖人次
新员工	公司与品牌介绍、企业文化、基础服务与销售技巧、基础陈列知识、反腐制度等	639	676	3,597	15,745
导购	销售技巧、服装面料知识、搭配技巧、心态激励等	985	917	5,508	32,780
店长、店经理、销售主管、管理团队	公司组织架构和公司制度、新店开业流程、企业核心价值观 — 心态、团队建设、数据分析、陈列技巧、调拨与盘点规范等、团队领导力、Super Team、TTT	512	325	2,826	11,115
培训小帮手	服装搭配美学、如何带教店铺新员工、如何组织一场培训班、专业技能之货品带教	102	123	729	1,711
拉新星	公司组织架构和公司制度、新店开业流程、企业核心价值观 — 心态、团队建设、数据分析、陈列技巧、调拨与盘点规范等	127	169	757	1,138
总部对接区域特别项目	全国双十一特别项目、全国反腐败培训、RFID 项目、西南大区中流砥柱项目、华北大区全国金牌店长训练营	334	195	1,501	50,104
合计		2,699	2,405	14,918	112,593

备注：课时数根据培训时长统计、覆盖人次根据参培人员统计

同时，我们也鼓励职员学习拉夏贝尔管理学院以外的课程，了解新理念新趋势，更新知识储备，掌握新技术，乃至获取更高学历。

在线培训，绿色高效

除了传统的课堂培训，本公司还通过多个平台，推出了自主开发的在线培训课程，实现了新员工培训线上化，导购培训移动化。截至本报告期末，手机端培训课程已有 5.5 万人次注册使用，一定程度上减少了集中的课堂培训及其往来交通对工作时间的占用，也大幅减少了纸质培训资料的使用，按照一般培训准备工作中每人每场培训三张 A4 纸计算，2017 年以在线培训代替线下培训共节省了 A4 纸 12.6 万张。

新星培养，融入拉夏

在本公司所处的服务行业，员工年轻化是大势所趋，为了让加入本公司的年轻人可以在较短的时间内，了解拉夏贝尔的企业文化、熟悉自己将要从事的岗位，更好地完成从校园学子到职场骨干的身份过渡，我们推出了“拉新星”计划，从新人中发掘好苗子，作为管理培训生重点培养。对于“拉新星”的培养，既有全面的培训课程，也有一线的实践锻炼。

近年来，本公司的规模逐年扩大，也为年轻人提供了一个广阔的事业平台，一批批管理培训生通过培训和轮岗锻炼逐渐成长为拉夏贝尔的中坚力量。截至本报告期末，本公司店长的平均年龄为 30 岁。

高管培训，掌舵拉夏

管理层团队是本公司发展蓝图的设计者，他们怀揣着知识与梦想加入拉夏贝尔，拉夏贝尔也有责任让他们持续更新知识结构，有能力与拉夏贝尔一起去实现更远的理想，因此本公司对高级管理层的外部进修相当重视：提供资助之余，也给予一定的灵活工作时间的便利，帮助他们兼顾工作与学业。于本报告期末，已累计有 23 位高管在各大高校完成了 MBA 学业。

接下来，本集团将与香港大学 SPACE 中国商学院合作，面向公司中高管开设为期 18 个月的《购物者营销与零售管理》研究生文凭课程、并与国际知名设计学院合作开展专项培训。

十年树木，百年树人

本公司在建的吴泾总部大楼群中预留了一万平米的面积作为培训场地，短期计划为总部中层和全国区域员工提供不同类型的培训，主要分为通用知识培训比如综合管理技能、领导力，以及专业技能培训比如流行趋势、零售市场报告、商品企划等；长期愿景是让这块培训场地和拉夏贝尔的宝贵经验，不仅仅服务于本公司的职员，而是能够覆盖到更广大的人群，为有在服装行业进一步深造的学生或是提升穿衣搭配技巧的社会各界人士提供相关课程。





图为公司中高管参加“两地上市规范”培训



图为西南大区中流砥柱项目培训合影



图为 LB 品牌大商品企划梳理培训合影

5.4 劳工准则

我们理解“幼吾幼以及人之幼”，青少年儿童正处长身体、受教育的关键时期，应当依法受到保护，因此根据《中华人民共和国未成年人保护法》、《中华人民共和国禁止使用童工规定》等法律法规，明确禁止使用童工，在各类职员的招聘过程中均进行严格的审查，以避免误用童工，一经发现立即清退，并追究相关人员责任。同时，本公司将禁止使用童工纳为供应商选择的一项标准。我们坚持“己所不欲，勿施于人”，充分尊重员工的就业自由，不存在扣留员工有效证件、收取押金或强迫劳动等行为。本公司不赞成职员超时工作，职员因实际工作需要确需加班的，我们根据国家《劳动法》《劳动合同法》、各地《工资支付规定》等法律法规，给予调休或加班工资。于报告期内，未发生雇佣童工和强迫劳工的事件，也没有任何相关的歧视和骚扰事件。按照《住房公积金管理条例》（国务院令第 350 号）等法规、文件的规定为公司员工开立了住房公积金账户并缴存住房公积金，让员工分享公司的发展，激发员工的积极性，促进劳资关系的和谐稳定。

6 反贪污

商业活动中的不正当行为如贪污、受贿、行贿，或以牺牲本企业利益为前提，或违反公平交易原则、损害本企业的声誉，都会严重扰乱企业的正常管理秩序。因此，这些不正当行为都是本公司坚决反对，并明令禁止的。

惩前毖后，治病救人

结合国家《反不正当竞争法》、公司已制定完成《反腐败条例》、《投诉举报奖励制度》、《礼品及馈赠制度》，其主要内容包括定义腐败行为与严重违规违纪行为，规范举报制度、调查制度与处理制度，并推出了《员工遵守<反腐败条例>承诺书》和《供应商反商业贿赂协议》、《开发部反商业贿赂协议》。

制定周全详细的反贪腐制度，以无禁区、全覆盖、零容忍地态势执行这些制度，这不是本公司对职员的苛求，而恰恰是出于对职员的爱护。在反贪反腐问题上，本公司坚持预防为主，教育先行，监察部结合本公司实际情况，编写了《反腐败培训案例》，并与管理学院合作，定期组织反腐培训与考核，以深化职员反贪反腐意识，不断提高自我修养、规范自身行为。于本报告期内，监察部参与、组织开展反腐培训 80 次，累计参加总人次近 16 万人次。

公开透明，立体反腐

反贪反腐，不独本公司重视，而是整个社会共同的课题。

在反贪反腐问题上，本公司一贯立场坚定，自 2015 年监察部成立以来，采取了全方面的措施正风肃纪，消除隐患。对内，我们要求职员与合作伙伴，分别与本公司签订相关的承诺书或协议；对外，我们在官方网站公布举报方式，包括电话、电子邮箱和邮寄地址，还开设了微信公众号“廉洁拉夏”，累计已有 3.5 万人关注，形成了反贪反腐的立体网络。

监察部设有专人接收微信端、邮件端、信件端的投诉，三个工作日内给予回复；根据所投诉的事件，与对应部门的负责人沟通，三个工作日内制定调查方案，并根据调查方案拟定跟进措施；在审慎调查后，将结果反馈至投诉人。所有投诉的内容、调查过程和结果均记录在案，及时整理、归档。于本报告期内，监察部共受理各类举报、投诉 110 起；于本报告期末，已有 100 起处理完毕。

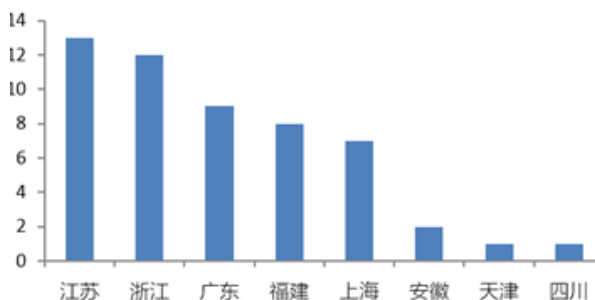
7 供应链管理

集中采购，降本提效

本公司旗下品牌，有的来自于内生发展，有的来自于收购，原各有采购渠道，由各品牌事业部分别管理。

2015 年，本公司建立了集中采购中心，从需求量大、通用性强、集中采购具有价格优势的面辅料着手，逐步扩大集采品类，进一步提升采购效率、降低商品与管理成本。

集采供应商数量



线上采购，绿色环保

本公司自 2016 年起开发 BOM 信息化系统，并逐步介绍给供应商使用。通过该系统，我们能够无纸化下单，供应商也可实时了解不同时间节点的需求量，便于双方及时调整库存与采购策略。该系统自 2017 年 3 月上线以来，有效减少了纸张使用，一定程度上避免冗余产品或材料，体现了本公司与供应商携手践行绿色发展的理念。

责任采购，现场审验

本公司不直接从事服装制造，向顾客提供的所有产品皆来自于供应商的，因此作为本公司履行社会责任的一部分，我们致力于引导产业链上的供应商共同以环境友好、安全健康的方式开展经营活动，并将其纳入公开招标的条件。

本公司对服装类供应商，从签订《社会责任承诺函》到委托第三方机构（（SGS-CSTC Standards Technical Services Co., Ltd(通标标准技术服务有限公司)、Bureau Veritas Consumer Products Services Shanghai Co., Ltd(必维申美商品检测（上海）有限公司），Intertek Group plc(天祥集团)）现场审验，变被动为主动；对原辅料类供应商，我们只与具有环保资质的供应商合作，这在全社会对环保愈加关注、相关部门管理更严的当前，也同时保障了本公司采购的稳定性和可靠性。

8 对产品责任

大众时尚，质量过硬

本公司致力于为顾客提供高质量的产品。

为了保证产品质量，从采购环节开始，我们就禁止采购含有有毒和有害物质的产品，我们确保在零售网点销售的产品，全部符合国家相关质量标准 GB 18401-2010《国家纺织产品基本安全技术规范》、GB 31701-2015《婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范》之规定，所售产品均获得国家认证的检测机构出具的合格报告。

拉夏贝尔定位于大众时尚，即服装在满足了基本功能之外，还兼具有美学意义。公司紧紧围绕“零售的本质、顾客的担心”，坚持顾客体验至上，以定位鲜明、高品质、高性价比的服装产品满足顾客不同场景的着装需求。本集团有一支近四百人的设计团队，他们时刻捕捉时尚动向、及时分析销售反馈、巧妙构思出了一件件精致优雅的服装，成为了拉夏贝尔的名片。

温馨服务，待客如友

本公司一贯重视全心全意为顾客服务。

尽管门店数量不断增加，服务团队不断扩容，但我们服务顾客的标准从不曾降低，在新开店的团队中，皆有在本公司相同类别的门店中工作过的伙伴带教，以更好地传递拉夏贝尔的文化理念，延续拉夏贝尔一如既往的温馨服务。

在零售网点，我们秉承以客为尊的理念，注重服务的方式方法；以待客如友的相处之道，用心去理解客户的需要。我们认为，导购员的销售技巧和工作积极性是影响服务质量的关键因素。为提高导购员的销售技巧，我们坚持集中授课与在岗训练相结合，软技能与硬技术并重，让导购员真正成为顾客穿衣搭配的好参谋。与此同时，我们借助于 RFID 技术，进行了智慧门店的试点。

我们重视与客户保持积极沟通，为了及时了解客户满意度和偏好，以适时调整营销战略，持续提升产品品质和服务质量，于本报告期内，我们对客户进行了满意度调查，以了解自身可改进的领域，并付诸实际行动。

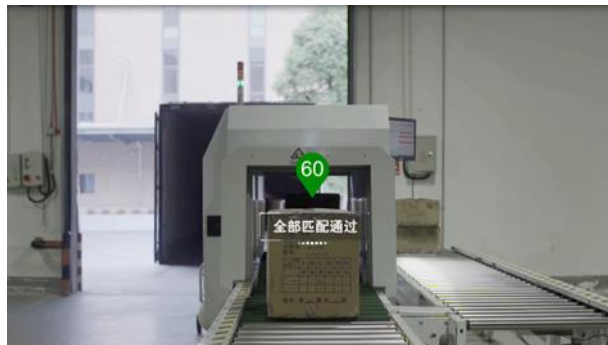
拥抱科技，善于创新

创新是企业发展的主要助推力。本公司关心科学技术的发展，并积极运用于实践。经过近一年紧锣密鼓的筹备工作，2017年12月，以射频识别技术（简称“RFID”）为基础的电子标签、配套设备和软件正式投入使用，覆盖成衣的供应、物流、销售全流程。



在供应商的大力配合下，拉夏贝尔的电子标签进入了他们的生产车间。每件产品均贴上了带着唯一编码的电子标签，犹如产品的身份证，记录着他们的制造商、生产批次，款式、型号和颜色。

产品送抵仓储物流中心，通过隧道机箱入库，无需开箱即可核对产品的数量，与系统信息匹配则自动通过，不匹配的进入移送进行人工复检，亦不影响后面的产品通行，大大提升了入库的效率。



目前，RFID对总体门店覆盖率达到67%，RFID的引入，不仅极大提升了本公司的管理效率，同时也带来了一定的环境和社会效益。从环境方面来看，它加快了销售数据反馈至供应端的速度，使本公司能迅速对市场做出反应，避免过度备货，减少了资源的浪费，不少产业链上的供应商也中受益。从社会方面看，它使销售人员改变了原先因盘点而停业或超时工作的操作方式，同时也大大降低了门店和仓库职员的劳动强度。

鼓励创新，坚决打假

作为坐拥多个时尚品牌的大型集团，我们深知创新对于时尚的重要性。对于知识产权、专利等创新的成果，我们高度重视和保护，也尊重他人的创新成果，并遵守行业标准和规范。本集团鼓励创新，欢迎创意人才加盟，每年在设计创新和面料

创新上有大量投入，不断加强自主设计、研发的能力。于本报告期末，公司共拥有商标、许可、版权和外观设计等合计 458 项。

公司密切关注市场上、尤其是电商平台上的拉夏贝尔货品，并定期与销售渠道相比对，对异常情况进行调查，而 RFID 的上线，也为我们识假打假做好了充分的技术准备。

多管齐下，保障隐私

我们承诺保障客户隐私，在未得到客户同意下绝不会把客户资料提供给第三方。为此我们采取严格的管理，保证不相关的员工无法接触到隐私信息；我们定期对员工进行客户隐私保护的教育和培训，让他们了解到隐私保护的重要性；我们加强对天猫、京东等网店的网络安全保护，保证顾客信息安全。

La Chapelle +



La Chapelle +



9 对社会的责任

制度保障，精准扶贫

本公司一贯坚持企业发展要实现经济效益与社会效益的双赢，因此多年来在企业稳步发展的同时，积极投身公益慈善事业，展现了作为大企业的责任与担当。本公司认真贯彻落实相关扶贫政策，采取有效措施将扶贫工作做深做细，确保扶真贫、真扶贫，持续为弱势群体解决实际生活困难。

公益慈善，对拉夏贝尔来说不仅仅是花钱做好事，而是融入了企业战略规划的社会事业。本报告期内，本公司根据《中华人民共和国公益事业捐赠法》、《中华人民共和国公司法》等法律法规，结合过去的捐赠实践和当前的实际情况，制定了《对外捐赠管理制度》，以加强对外捐赠事务的管理，为本公司更好地履行企业社会责任、有效宣传和提升企业社会形象奠定了制度基础。

捐衣百万，情暖人心

本公司在公益活动中紧密结合自身的产业优势，7M 事业部向参加“中国高校百英里接力”的华中科技大学参赛代表队和啦啦队提供服装与赛事相关物料，以实际行动支持了年轻学子的体育活动。



图为华中科技大学参赛队身着 7M 运动服的合影

十余年来，本公司每年通过各级残疾人福利基金会、各地红十字会等组织捐赠服装，于本报告期内通过与相关组织的积极合作，向弱势群体捐赠各类服装 114.6 万件：

捐赠主体	捐赠合作方	件数
上海拉夏贝尔服饰股份有限公司	中国残疾人福利基金会	977,402
上海拉夏贝尔服饰股份有限公司	上海市残疾人福利基金会	154,964
上海拉夏贝尔休闲服饰有限公司	青岛市红十字会	7,833
上海拉夏贝尔休闲服饰有限公司	烟台市芝罘区红十字会	2,996
拉夏贝尔服饰(太仓)有限公司	安徽省红十字会	2,963
	合计	1,146,158

暖冬计划，爱心义卖

2018 年 1 月，拉夏贝尔开展了“暖冬新年计划”，本集团为此次“暖冬新年计划”准备了羽绒服、棉裤、运动裤等 3,000 余件冬装，陆续发放至颍东区 12 个乡镇街道的贫困学生和建档立卡贫困户手中。考虑到贫困家庭的实际需求也不仅限于衣物，2018 年 1 月，我们还在上海的 7 家工厂店开展了为期十天的新衣义卖活动，将义卖销售额的 20%用于采购爱心物资一同捐赠给贫困群体。



图为拉夏贝尔&飞蚂蚁“暖冬新年计划”公益捐赠活动现场

2018年1月29日，本集团携手飞蚂蚁公益平台，在安徽省阜阳市颍东区开展了“暖冬新年计划”公益捐赠活动，向冉庙乡中心学校50名贫困学生发放了御寒的冬装，并鼓励他们好好学习，健康成长，未来以优异的成绩回馈社会。

义务献血，传递爱心

本公司拥有大量的中青年职工，这既是我们把握时尚潮流、服务消费者的根基，也是我们能够常年支持地方义务献血、用鲜血传递爱心的源泉。在进行义务献血的动员时，我们一方面强调爱心血液对于挽救病患的重要性，另一方面也通过科普教育，以使员工知晓适当的献血对身体有益。

于本报告期内，本公司行政部先后组织了5批员工参加义务献血活动，共有87人体检合格，合计献血19,200毫升。我们向成功献血的员工提供了三天额外的带薪假期（不含献血当天）和人民币800-1200元不等的营养补助，以此表达本公司对员工参与义务献血的大力支持和悉心关切。

10 对环境的责任

环境政策与合规声明

环保是本公司核心价值观之一，“绿色地球是我们生活的目标，拉夏贝尔支持世界环保”是我们长期坚持的理念。在各经营业务所在地，我们都遵循环境方面相关的法律法规，例如《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，并致力于通过环境管理在经营活动中实践绿色发展、低碳发展、循环发展的理念，达成“创造美好生活”的使命。

我们主要的环保理念包括：

- 使用可再生材料制成的包装材料；
- 在经营和办公场所采用节能设备；
- 鼓励员工在日常工作中节约资源；
- 将环保构思融入服装设计与制造。

于本报告期内，本公司未发生违反环境方面法律法规的事件。

10.1 排放物与资源使用

节能设施，减少电耗

本公司在中国大陆拥有 9,448 个经营网点和天猫、京东等网上销售渠道、3 个物流仓储中心和总部办公大楼，每时每刻都在耗用电能。用电既是本公司资源使用的重要方面，也是温室气体排放的主要来源。

2017 年用电范围与电耗统计情况如下：

耗电主体	地理位置地理位置	数量	用电（千瓦时）
新总部办公大楼群	上海市闵行区吴泾镇	1	1,083,731
仓储物流中心	天津市、江苏省太仓市、四川省成都市	3	3,669,617
总部办公楼	上海市	2	510,139

于本报告期内，本公司共有四项工程在建，通过安装节能灯具和节水设备、配备限流器等措施，实际用电用水均小于设计耗量，达成了绿色施工的目标：

尽管我们对位于百货商场内的经营网点所采用的设备和用电方式的影响有限，比如我们无法决定商场的空调使用，但我们仍然尽己所能，节约用电，例如从 2015 年开始本公司在新开店设计和老店新装修中，陆续使用 LED 灯具，从 70 瓦/盏的金卤灯更新为 20~40 瓦/盏不等的 LED 灯，年可节约电量 30%~40%。

科学布局，循环用水

水是生命之源，我们深知淡水资源的可贵，在办公大楼的用水设施旁张贴宣传标语，以加强员工的节水意识。在工程项目上均使用节水龙头，安排专人负责给水管网的保养，杜绝“跑、冒、滴、漏”现象，同时善加利用河水、雨水等非传统水源，以新总部大楼群为例，本报告期内共用淡水 111,279 立方米，13,650 立方米。

施工现场出口均设置洗车槽，保证运送土方、废料等出场车辆的清洁，避免污染场外道路。施工和洗车废水经排水沟进入三级沉淀池，过滤后的水进入循环水箱，用于冲洗道路，以控制扬尘污染；对于生活污水，经过化粪池、隔油池再外排，并且每周对外排污水进行 PH 值检测。

包装材料，力求环保

无论线上销售还是终端零售，为确保我们的商品到达消费者手中时的良好状态，我们都给商品配套了良好的包装，因此包装材料的耗用数量随着本公司规模的增长而不断增加，亦是我们可持续发展的重点关注领域。

本公司的包装材料主要在物流环节和零售环节耗用。

在物流环节，生产商向本公司的物流仓储中心配送，打包装箱都在生产商处完成，物流仓储中心负责向各零售网点配送。虽然我们对包装物材质的可控性有限，但提倡在能有效保护商品的前提下尽量节约包材，避免过度包装。现阶段，本公司将注意力更多地集中在能够有效管理的包材使用上如循环使用部分纸箱、将无法循环使用的纸箱交予有资质的废品回收机构等，2017 年还曾选择试点了更耐磨损的中转箱，以减少公司内部货物周转对包装材料的耗用。2018 年我们还将进一步展开中转箱试点工作。

在零售环节，又分为线上销售和门店销售：对于线上销售，包装的耗用主要是塑料包装袋，2015 年 10 月后的新品已全部采用 PE（聚乙烯）材料包装袋；对于

门店销售，主要的包装材料是购物纸袋，本集团提供的购物纸袋系环保可回收的原料（二次纸）制成，并且包装袋上印有循环再生的标志，也提醒着消费者在购物后，可以循环使用、或送去回收。我们对包装袋实行集中采购、分店配送，以确保流程的可控及可追溯性，本报告期内共使用包装纸袋 3,453 万个、PP 塑料袋 1,404 万个、胶带 66 万卷。在进行包装时，我们善加利用包装物内空间，按需使用，本报告期内纸箱使用情况如下：

2017 年公司纸箱使用情况如下：

大类	品名	规格	数量
纸箱	标准箱	580*380*430	90,000
	½箱	580*380*215	20,000
	异形箱	1000*600*300 或 150 850*600*300 或 150	10,000

节能减排，身边做起

本公司将节能减排融入了内部管理，落实于细微之处。我们制定了《员工办公规范标准》，要求员工做到就餐休息时间，将电脑调至休眠状态；下班时必须关闭所有门窗、灯、设备电源（插座、电脑显示屏、饮水机、空调等），做到“三清三关”（垃圾清、过道清、桌面清；关电源、关门窗、关水源）；无人的房间必须关掉电器，在空调使用期间监控室温；不使用一次性餐具，也不食用国家保护动植物。我们鼓励员工节约用水和用电，上下邻近楼层尽量以走楼梯代替电梯。行政管理部负责检查与监督上述节能规范的执行情况。

本公司定期组织培训，向员工传达环保的重要性以及相关的环保常识，也通过海报来提醒大家注重环保，办公室内随处可见垃圾入笼、注意环保、禁止吸烟等环境保护的标示图片，亦可见双面打印节约用纸、空调运行请勿开窗、节约用水等节约资源的标示图片。

本公司鼓励无纸化办公，确需打印的则提倡双面打印。自 2016 年 10 月起，本公司总部收回了原先放置在各办公室的打印机，改为在指定地点集中打印、通过刷卡取纸，旨在减少不必要的打印作业，并在打印机旁放置废纸回收箱。实践表明该

措施有效减少了纸张使用，2017 年总部办公用纸较 2016 年同比减少 827 包，降幅达 27.52%，相当于减少碳排放 3.2 吨。

本集团经营管理中的一些无害废弃物，都定期交由环卫部门处理；建设工程中一些产生有害废弃物的工序皆在工厂完成，因此并无直接的有害废弃物产生。

10.2 环境及天然资源

建设生态文明是中华民族永续发展的千年大计。本公司的工程项目与环境息息相关，从设计阶段开始就将环境友好的理念融入其中。在太仓物流仓储园区，已建成的一期工程 200 亩中，实地绿化面积近 75 亩，绿化覆盖率达 37.5%，种植各类景观树种 537 棵，并引入邻近的河水用于绿化灌溉，打造了花园式的物流仓储中心。

名称	樱花	大香樟	榉树	罗汉松
数量(棵)	400	48	16	4

名称	朴树	丹桂	四季桂	美人茶	银杏
数量(棵)	4	16	27	8	14

同时，我们亦有效利用仓库主体建筑，拟在屋顶建设光伏项目，一方面通过光伏面板吸收太阳光热量为仓库顶楼降温，另一方面将光伏发电并网，产生清洁能源。

本公司以创建绿色工地为抓手，以环境友好为指导思想进行工程建设，选择低噪音，低震动的机具和设备，以保证现场噪音排放不超过《建筑施工场界环境噪声排放标准》规定的要求，共设置 5 个噪音监测点实时监控场界噪音。夜间室外照明灯全部加设灯罩，且透光方向均朝向工地内，尽可能地减少光污染对周边企业、人员或植物的影响。

在吴泾镇新总部大楼群，除了大楼间隙的园区绿化，我们还充分利用屋顶平台规划了屋顶花园，为员工营造了绿意盎然、生机勃勃的工作环境。



图为新总部大楼群的屋顶花园示意图

11 公司 2018 年提升计划

2018 年是我国改革开放 40 周年，是我国经济由高速增长转向高质量发展的阶段。在居民消费升级和消费业态变革的背景下，居民对消费的多样性、丰富性、品质性提出了更多的要求，迫切需要深入推进消费领域供给侧结构性改革。

在消费升级潮流下，多元化、细分化、线上线下无缝衔接、通过数据分析实现精细化运营等已经成为服装行业大势所趋。只有不断采取措施主动出击，通过新的优质元素和创新理念，提升消费者的消费效率和优化购物体验，满足客户个性化和多样性需求，才能进一步扩大品牌知名度和影响力，提升公司的市场份额，在服装消费行业竞争格局中立于不败之地。

2018 年，公司将紧紧围绕战略发展目标，将采取内外兼修策略，积极通过投资并购、多品牌运营体系、优化和拓展销售渠道、内部精细化管理等方式，为大众消费者提供兼具时尚、品质及高性价比的服装产品，以及高品质的生活方式，为股东和投资者创造更多效益，以优异的经营业绩回报社会。

在此过程中，公司将秉承创业初心，认真地倾听来自社会责任的利益相关者，包括股东及投资者、内部人员、政府、供应商、客户及业务所在地社区的意见和呼声，采纳各方发展建议，解决公司经营短板，不断提升公司战略管理水平、增强可持续发展能力，在更多领域更好地承担和履行企业社会责任。

不忘初心，方得始终。我们将继续牢记“创造美好生活”的使命，致力于成为中国最具影响力和竞争力、国际化、多品牌运营的企业，以自由品牌为主的时尚产业运营集团，成为中国时尚产业的领军企业。

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司

董 事 会

2018 年 3 月 23 日