

La Chapelle

2018 年度社会责任报告



上海拉夏贝尔服饰股份有限公司

2019年3月29日

1 董事长致辞

各位关心拉夏贝尔的朋友们，大家好！

本年度，拉夏贝尔第二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。

2018 年本集团面临前所未有的严峻挑战。一方面 2018 年下半年消费增速明显放缓，居民消费信心较为不足，进而直接影响到公司线下直营门店的销售业绩；另一方面，公司“多品牌、直营为主”的经营模式面临人工、租金等运营成本日益增加的巨大压力。

在严峻的形势面前，本集团加快转型调整步伐，积极应对内外部环境的变化。

首先，在渠道优化方面，公司对现有渠道、所有门店进行全面梳理评估，快速关闭亏损及低效门店，截止 2018 年末，公司品柜数量 9,269 个，比年初净减少 179 个。

其次，在品牌提升方面，公司进一步明确各品牌差异化定位，聚焦满足目标消费者的时尚衣着需求，强化产品大类负责制，以销售额及投资回报率作为核心 KPI 指标，努力提高资金周转效率，公司 2018 年秋、冬季末库存同比均有所下降。

此外，在模式转型方面，公司结合不同品牌、不同区域的特点，进一步集中资源与精力提高公司核心区域门店的销售业绩，在公司空白县级市场或直营管理半径难以有效覆盖的区域探索推行加盟、联营合作模式，形成与现有直营渠道的有益补充。

2018 年度，本集团实现营业收入 101.76 亿元，较上年度下降 2.58%，主要系下半年销售未达预期、收入同比下降所致。2018 年度，本集团的净利润为-1.60 亿元，亏损的原因主要系公司 2018 年销售毛利同比减少、三项费用同比增加、投资收益同比减少等原因造成。2018 年本集团经营结果未达预期，既有外部市场环境的因素，同时也反映并暴露出本集团在应对外部环境变化方面前期准备尚不够充分，应对举措还需要加大力度、落实到位。

2018 年是本集团第一个品牌 La chapelle 创立的 20 周年。过去 20 年，拉夏贝尔集团始终秉承“为美好生活设计”的发展理念，致力于为中国广大消费者提供兼具品质、时尚与高性价比的服装服饰产品。

不忘初心，方得始终。20 年的发展历程已一次次证明，愈是艰难的时刻，愈能激发拉夏贝尔人的全部潜能，迸发出前所未有的斗志与激情。2019 年，站在本集团二次创业的起点，本集团将在公司董事会、核心管理团队的带领下，回归零售的本质，顺应消费需求的新变化，加快变革转型进程，充分发挥本集团已有的品牌、渠道、供应链等方面的优势，质量与效益并重，切实提升公司盈利能力及资产周转效率，为公司长期可持续发展奠定更加坚实的基础。

二十年风雨兼程，二十年砥砺前行。我们深知，企业的发展离不开与我们共同成长的供货商、集团品牌的忠实消费者和始终对我们持有信心的投资者，也离不开在拉夏工作或曾经在拉夏工作过的职员，以及正在与拉夏合作或曾经合作过的伙伴。在此，我代表集团的董事会和管理层，向一直以来关心、支持我们发展的供货商、客户、投资者、雇员及其他社会各界表示衷心的感谢。

董事长：邢加兴

2019 年 3 月 28 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。

于本报告期内，公司实现营业收入 101.76 亿元，同比下降 2.58%。2018 年，公司于在全直营模式的基础上，开始试点联营及加盟等终端销售模式，根据不同品牌的发展阶段以及销售网络覆盖差异，深入论证、稳步推进联营经营模式。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 9,269 个零售网点，广泛地分布在约 2,908 个商业实体中。同时，依托遍布全国的线下零售网络，我们通过 O2O 战略打通与整合了线下零售网点与线上销售平台，为广大消费者提供更为舒适便利的全渠道消费体验。

于本报告期内，本公司主要拥有 9 个自有品牌：La Chapelle、Puella、7m、La Babit é、Candie's、Jack Walk、Pote、MARC ECKÖ 及 8eM。

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中国境内的附属公司，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：电力使用涵盖本集团可控制的自有物业，包括位于的上海市闵行区吴泾镇的新总部办公大楼群、两处位于上海市徐汇区的总部办公楼、三处仓储物流中心（分别位于天津市、江苏省太仓市、四川省成都市）。

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”、“集团”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。2018年，公司以《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所股票上市规则（2018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。

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 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，经第三届董事会第十八次会议和2018年第四次临时股东大会审议通过，公司制订了《上海拉夏贝尔服饰股份有限公司未来三年（2018-2020年度）股东回报规划》。

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

本集团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 203 名应届生加入本集团。

为了年轻学子在走出校门之前积累社会经验，本集团各附属单位也根据实际情况吸收实习生，于本报告期末，本集团有实习生 776 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 160 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，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。

2018年，集团总部搬迁至了新总部大楼，宽敞明亮的办公环境、绿意盎然的田园风光、设计精巧的屋顶花园、颇富设计感的旋转楼梯，都能给辛勤工作中的职员一番别样体验。

除此之外，我们考虑到总部职员长期伏案工作、缺乏运动，这对于身心发展是极为不利的，为此集团总部设有健身房并配备了现代化的健身设备和专业的健身教练，内部员工可24小时免费使用器械，健身房设置了丰富的课程，如尊巴、瑜伽、动感单车，员工可以按照个人的需求来锻炼，强身健体，劳逸结合。

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

本公司有逾9,000家线下零售网点，遍布在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。

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。本集团响应《健康中国2030规划纲要》的号召，重视职员的身体健康，从2018年起体检由两年1次调整为每年1次，通过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。

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。比如，集团总部会在万圣节、圣诞节等节日组织主题活动，装扮办公场所，并为员工准备小惊喜。在太仓物流园，我们组织亲子活动，增加了员工的归属感。在成都基地，我们组织足球赛，增强了团队的凝聚力。

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。

2018 拉夏贝尔集团总部培训数据						
序号	培训对象	培训课程	课堂培训场次/年	店铺带教场次/年	课时数/年	覆盖人次/年
1	新员工（职能部门）	公司介绍、品牌介绍、公司制度、企业文化、反腐败职业道德训	12	-	1,254	420
2	新进关键岗位	公司介绍、品牌介绍、公司制度、企业文化、反腐败职业道德训；关键部门轮岗培训学习	24	6	653	24
3	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；parsons 培训；2018 零售市场报告；2019 流行趋势发布会、反腐败培训等	87	69	634	3,630
合计			123	75	2,541	4,074

2018 拉夏贝尔全国区域培训数据

序号	培训对象	培训课程	课堂培训 场次/年	店铺带教 场次/年	课时数/年	覆盖人次/ 年
1	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	729	1,049	4,677	18,733
2	导购	销售技巧、服装面料知识、搭配技巧、心态激励等	643	1,661	3,758	20,605
3	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	359	409	2,485	12,087
4	培训小帮手 (终端销售金牌讲师认证)	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	69	103	637	1,574
5	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	267	151	1,132	3,321
6	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	198	83	923	48,378
共计			2,265	3,456	13,612	104,698

*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。

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。

为了夯实优秀店长的综合运营技能，2018 年在全国区域策划、组织了四期，超过 160 人的金牌店长训练营。2018 年 9 月，为期 11 天的全国金牌店长培训第四

站（华东区）在太仓物流中心正式结营。这次培训旨在提升店长们的专业技能和团队协作能力，拉夏贝尔一直非常注重终端店铺的形象与品质，特聘请了行业内资深的高级讲师团队，为公司精心挑选的潜力金牌店长们展开培训。公司集结优秀的人才，在9月3日~9月13日这段时间内提供难得的机会，以未来发展为基础，为店长们讲述专业的店铺管理和营销技巧。未来相信有更多的金牌店长诞生，拉夏贝尔会给大家带来全新的体验和专业技能的飞跃，给予优秀人才充足的未来成长空间，同时也为拉夏贝尔创造更多价值。

人才培养，高端定制

拉夏贝尔深知未来企业竞争力的核心在于“人”，因此在2018年5月下旬，拉夏贝尔携手美国帕森斯设计学院（Parsons School of Design），斥资为内部百位中高级管理层人员带来一场学习盛宴，此次PARSONS项目也是未来人才培养体系中的首发项目。来自拉夏贝尔内部的执行团队、控股公司董事、部分品牌长、店铺运营高管、区域销售经理、设计、企划及相关职能部门的所有学员悉数到场，共同开启了一场积极创新、谦卑学习、快乐分享、落实行动的学习盛宴。

此次高管教育课程从2017年年底就进入了调研筹备阶段，由美国帕森斯设计学院牵头，带领访谈小组不远万里来到上海对拉夏贝尔各业务部门人员进行深度访谈。随后，根据访谈调研得到的结果，开设了一套以拉夏贝尔目前面临的挑战为背景，为中高层管理人员量身定制的课程，共分为企划设计和销售管理两部分，设置了12个模块的实战精品课程。在拉夏贝尔内部，由拉夏管理学院牵头，在公司内部统筹报名、匹配信息、筛选人员并最终确定包括拉夏贝尔执行团队、控股公司董事在内的百位学员名单。

PARSONS项目中涉及的所有课程，均是以拉夏贝尔目前面临的挑战为背景，半年的学习周期集合了来自世各国的资深教授和企业家组成的强大师资团队，为满足未来战略发展需求而设计，期待学员们能够通过未来半年时间的潜心学习，开拓视野、突破自我，引领拉夏贝尔上升新高度。

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。2018年12月份，监察部联合管理学院组织公司所有员工进行了线上年度反腐败考试，使员工明确公司的反腐方针和反腐决心，增强了员工反腐意识；监察部根据实际案例，结合区域实际情况，形成《区域管理人员预防腐败检查清单》，每月由区域组织自查，对风险点及早发现及早解决，利用实际案例说法，提升了区域管理层和门店店长的反腐技能，通过例行检查防患于未然。于本报告期内，公司监察部参与、组织开展反腐培训140次，累计参加总人次近13万人次。

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，采取了全方位的措施正风肃纪，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”，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。

7 供应链管理

集中采购，降本提效

报告期内，公司上线了产品生命周期项目系统，并在集团 7M 品牌首先开始实施，以便日后建立起支撑拉夏品牌开发现状和未来需求的主体业务平台。该系统有效地帮助集团与供应商进行高效的沟通，实现知识共享，改善决策水平并提高双方的绩效水平。

本集团旗下品牌，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，本集团建立了集采中心，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。截至本报告期末，集采中心合作的 53 家供应商，覆盖了本集团 40% 的采购品类。

报告期内，较去年相比，集团供应商准入实行差异化管理，针对女装、男装、童装分别制定不同的准入标准。同时，女装品牌之间供应商推行专属使用标准，有利于实现各品牌间的产品差异化，从而提高品牌产品的核心竞争力。此外，集团优化并修订集采供应商准入标准，建立关于集中采购相关的采买管控制度。在集采供应商审验方面，集团联合财务部、品牌部事业中心、品质部、供应商管理部 4 个部门多维度、全方位审验，确保引入优质集采供应商，采购高品质的产品。报告期内，集团对各品牌吊牌进行精简，较去年 294 个吊牌优化至 168 个，优化率 42%。

线上采购，绿色环保

本集团自 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 2018 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，体现了本集团与供应商携手践行绿色发展的理念。本集团多措并举，践行环保，集团总部于本报告期内合计减少用纸信息披露于环境保护一章。

报告期内，集团优化了采购下单流程，在采购订单线上实行电子签章，双方合同签订耗时从线下 5 天提速至 2 小时，为快反订单奠定基础。同时也进一步践行了集团提倡的环保理念，全年约 16,850 个子订单实现无纸化办公。2018 下半年集团推出供应商结算信息化，实现系统自动对账以及支付，缩短对账及支付周期，再次体现了集团的环保理念。针对质量检测报告实现电子化报告，集团取消了线下纸质版报告，已有 6,738 个报告实现电子化。

责任采购，现场审验

本集团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，因此作为本集团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。报告期内，集团推行新型的采购模式，借助设计工作室平台采购产品，丰富集团产品新颖度，大大提高双方合作的粘合度。

本集团对服装类供应商，从签订《社会责任承诺函》到委托第三方机构（通标准技术服务有限公司、上海东方天祥检验服务有限公司和必维国际检验集团）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，也同时保障了本集团采购的稳定性和可靠性。

报告期内，集团与检测行业的领先机构“国家纺织品服装服饰产品质量监督检验中心（广州）”合作，同时采取产品质量管控前置措施，从原材料抓起，集团内部质量工程师在集采供应商现场、成衣商现场、终端产品等不同阶段对集采原材料实施抽查，督促产品质量的提升，报告期内羽绒服整体品质感较去年明显上升。

产品外观质量监测在委托国际公认的第三方检验机构基础上，实施内部监督反抽查机制，在仓库设置成品质量验收关卡，以及上柜产品外观质量抽查等多环节把控产品质量，确保消费者购买的产品质量过关。

8 对产品责任

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

创新是企业发展的重要助推力。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，2018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。每件从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。

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。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。

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。

十余年来，本集团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 83.2 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	500,973
上海拉夏贝尔服饰股份有限公司	上海残疾人福利基金会	221,218
上海拉夏贝尔休闲服饰有限公司	无锡市滨湖区横山基金会	68,287
上海拉夏贝尔休闲服饰有限公司	安徽省蒙城县民政局	30,916
拉夏贝尔服饰(太仓)有限公司	甘肃省东乡族自治县高山乡布楞沟小学	3,231
上海拉夏贝尔休闲服饰有限公司	甘肃省定西市通渭县教育局	7,199
合计	/	831,824

爱心捐赠，从不停步

从高层领导到最基层的员工，从个人到企业，都在践行“赠人玫瑰，授予余香”的慈善精神。我们列举了部分捐赠的时间，具体如下：

时间	地点	事件	活动简介
5月8日	北京	集善工程—（爱心温暖）服装项目”捐赠	捐赠基金会 40 万件全新服装，重点资助云南、山东、甘肃临泽县残疾人及困难群众
5月17日	大庆	黑龙江省残疾人福利基金会拉夏捐赠十年总结	10 年来，项目帮扶黑龙江省 9.4 万贫困残疾人 and 家庭受益，惠及全省 13 个市（地）及 51 个县、27 个区、32 个村（屯）
6月1日	甘肃	当地中小学考察与捐赠	向部分困难学校捐助 10,000 件衣服；发起针对贫困学生的“爱心午餐”计划。
9月3日	安徽	服装爱心捐赠仪式	捐赠服装 30,000 件至安徽省蒙城县
12月4日	云南	拉夏贝尔云南暖冬计划	昆明市区各大门店向社会征集清洗整洁无损的冬季衣物（如大衣、羽绒服、毛织等）、整洁的书包或者文具每位捐赠顾客将获得拉夏贝尔爱心券 50 元

2018年5月8日,“集善工程—（爱心温暖）服装项目”捐赠仪式和工作会议在北京举行。拉夏贝尔本次捐赠基金会 40 万件 1,237 万元全新服装，重点资助云南、山东、甘肃临泽县残疾人及困难群众。拉夏贝尔是中国残疾人福利基金会长期重要合作伙伴，双方已合作近 10 年，累计捐赠了 340 万件全新服装，总价值 2.6 亿元，帮扶全国 22 个省区市的 100 多万残疾人和困难群众，捐赠的全新服装带来了残疾人自信和自尊，是帮扶残疾人共同建设“美丽中国”的重要组成部分。该项目也为基金会项目工作和建设做出了突出贡献，2014 年基金会因开展该项目等助残工作荣获了全国社会扶贫表彰，2015 年和 2016 年该项目被载入《中国扶贫开发年鉴》。

赞助马拉松，在奔跑者中更好做自己

2018年10月，公司 7M 旗下的 710 品牌参与了上海市静安区举办的国际马拉松活动。此次女子马拉松活动中，公司的 710 品牌全程赞助了 3,500 件赛事服，体现品牌的时尚感及专业度，让爱好运动的女性在运动中凸显时尚，用时尚寄发她们更多的活力。



义务献血，传递爱心

本集团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，本集团行政部先后组织了5批员工参加义务献血活动，共有71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，以此表达本集团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

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。

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。

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。2018年公司加强终端门店对于包装纸袋的管理，根据顾客的购买小票数配置包装纸袋数量，2018年和2017年相比，包装纸袋数量减少了700万个。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。在进行包装时，我们善加利用包装物内空间，按需使用。

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。

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。

上海拉夏贝尔服饰股份有限公司

董 事 会

2019 年 3 月 29 日