

浙江森马服饰股份有限公司

股票代码: 002563

Semir

Sustainable Development Report

2024

森马 2024年度
可持续发展报告

Semir Sustainable Development Report



目录

关于本报告	01
董事长致辞	03
绩效回顾	04
1. 关于森马服饰	08
1.1 公司简介	09
1.2 森马文化	10
1.3 品牌矩阵	11
1.4 业务模式	12
1.5 森马荣誉	13
2. 议题重要性评估	14
2.1 双重重要性分析	14
2.2 利益相关方沟通	17
3. 森马ESG治理	18
3.1 森马ESG架构	18
3.2 森马公司治理	19
3.3 森马ESG目标	21
3.4 森马ESG机制	22
4. 环境	23
4.1 应对气候变化	23
4.2 污染防治/生态保护	33
4.3 资源利用/循环经济	33
5. 社会	39
5.1 公益慈善	39
5.2 创新驱动	44
5.3 客户发展	49
5.4 员工发展	59
6. 可持续发展治理	69
6.1 反对商业腐败	69
6.2 反不正当竞争	72
7. ESG数据表和附注	73
8. 对标索引表	77

关于本报告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

组织范围

本报告覆盖浙江森马服饰股份有限公司及旗下分、子公司。在本报告中，“森马”、“森马服饰”、“公司”或“我们”均指“浙江森马服饰股份有限公司”。

时间范围

本报告所涵盖的时间范围为2024年1月1日至2024年12月31日，并包含必要的相关信息。

编制依据

本报告依据2024年5月1日深交所发布的《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）》及《关于就《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（征求意见稿）》公开征求意见的通知》编写，并参考全球报告倡议组织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指南》（CASSCSR4.0）、深圳证券交易所《深圳证券交易所上市公司社会责任报告披露要求》的相关要求。

数据来源

本报告涉及的财务数据与《浙江森马服饰股份有限公司2024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记账本位币。

审议程序

本报告经公司2025年3月28日召开的第六届董事会第十三次会议、第六届监事会第十二次会议审议通过。

报告发布形式

本报告以电子版形式发布，可在深交所指定信息披露媒体巨潮资讯网上查阅。



董事长致辞

在这个瞬息万变且充满挑战的时代，森马服饰始终坚守初心，一直在积极探索企业发展与社会责任有机融合的道路上努力。过去的一年，市场环境复杂多变，我们坚持以消费者为中心、以公司长期利益最大化为原则，在多个关键业务领域做出了改变，助力了公司实现健康、稳定和可持续的发展。2024年的这份报告，与大家分享了森马在环境、社会和公司治理方面所做出的努力、取得的成绩以及对未来的坚定承诺。

回首过往，森马服饰自成立以来，一路披荆斩棘，不断发展壮大，成为了行业内的领军企业。2024年，我们努力践行“森马文化”。我们积极履行社会责任，公益活动再次走进了新疆、贵州、云南、西藏等全国各地，助力了社会和谐发展。我们深知，企业的成功不仅仅取决于商业上的成就，更离不开对社会、环境的积极贡献以及对公司治理的高度重视。ESG理念的践行，正是我们实现可持续发展的重要基石，也是我们对所有利益相关者的郑重承诺。

在环境方面，我们深刻认识到气候变化和资源短缺等问题对全球的影响，积极采取行动，减

少企业运营对环境的负面影响。从产品的设计、原材料的采购，到生产过程的优化以及废弃物的处理，我们始终将环保理念贯穿其中。我们不断加大对环保技术的研发投入，努力推出更具可持续性的产品，为消费者提供绿色、环保的时尚选择。同时，我们也积极推进节能减排，加强对能源和资源的管理，降低企业的碳足迹，为应对气候变化贡献自己的力量。

在社会责任方面，森马始终秉持着“小河有水大河满”的共赢文化，将企业的发展与员工的成长、社会的进步紧密相连。我们致力于为员工提供良好的工作环境和广阔的发展空间，关注员工的身心健康，不断提升员工的福利待遇和职业技能。我们积极参与公益事业，关心弱势群体，为教育、扶贫、环保等领域贡献力量，用实际行动践行企业的社会责任。我们深知，只有与社会共同发展，企业才能走得更远、更稳。

在公司治理方面，我们不断完善公司的治理结构，建立健全内部控制制度和风险管理体系，确保公司的运营合法、合规、透明。我们注重股东权益的保护，加强与投资者的沟通与交流，积

极听取投资者的意见和建议，不断提升公司的治理水平。同时，我们也高度重视企业的创新能力和核心竞争力的培养，不断加大对产品研发和品牌建设的投入，为企业的长期发展奠定坚实的基础。

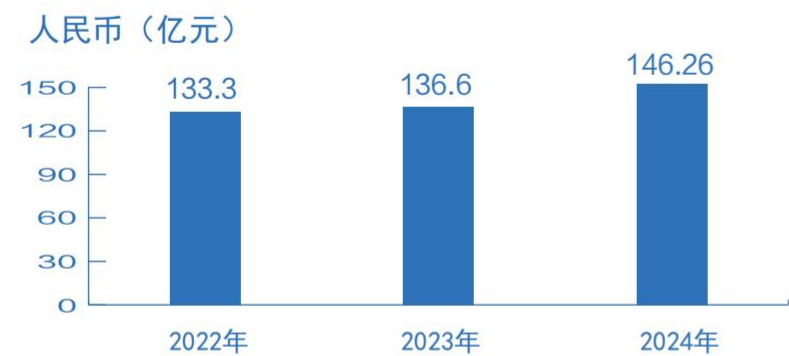
展望未来，我们将继续坚定不移地践行 ESG 理念，积极履行社会责任，以长期主义心态聚焦公司绿色、环保和可持续发展，并以更多公益行动助力社会美好，不断提升企业的可持续发展能力。我们将以更加开放的心态，积极与各方合作，共同推动行业的可持续发展。我们相信，通过我们的努力，森马服饰不仅能够为消费者带来更多优质的产品和服务，也能够为社会的发展和环境的保护做出更大的贡献。

在这里，我特别想感谢每一位员工的辛勤付出，感谢每一位合作伙伴的信任与支持，感谢社会各界对森马的关注与认可。让我们携手共进，为创造一个更加美好的未来而努力奋斗！2025年，让我们努力为全球更多家庭，提供更美好的生活方式，真正成为一家令人尊敬的时尚服务企业！

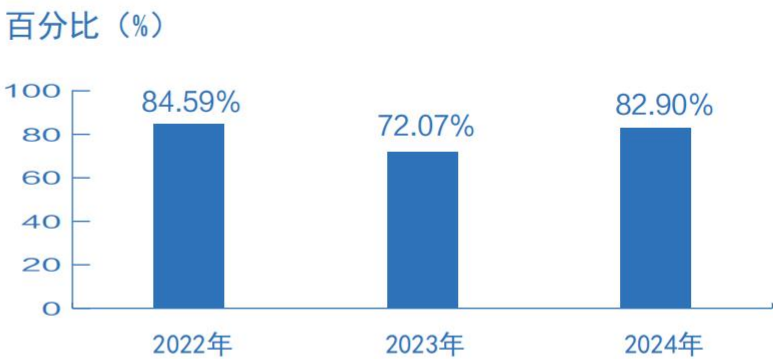


绩效回顾

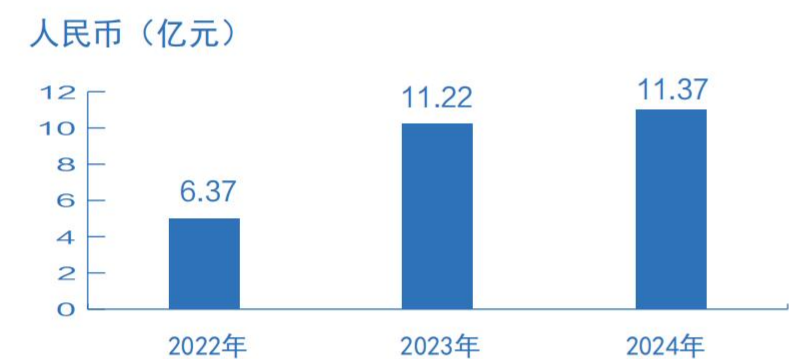
营业总收入



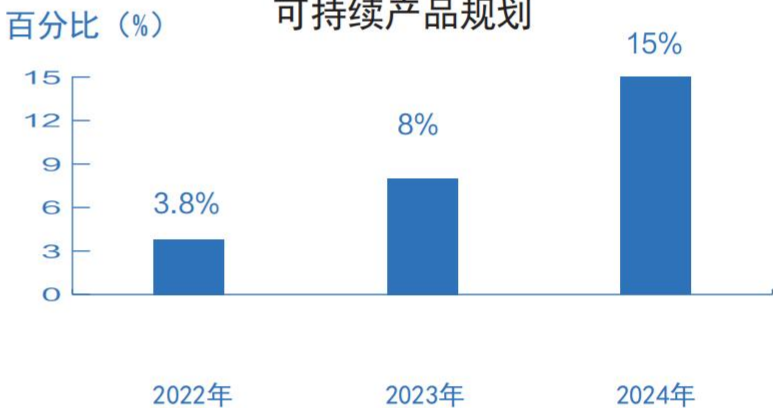
分红率



归母净利润



可持续产品规划



- 森马品牌定位形象焕新，巴拉巴拉升级品牌战略，收获全球多地40项行业奖项。
- 深度合作全球顶尖IP和新锐设计师，打造“心智材料矩阵”。
- 围绕52周MD落地，门店运营能力提升，落地全域货通、AI应用、柔供等20个专项项目。关键岗位AI应用覆盖率接近80%。
- 成立跨境电商事业部，新开拓6个国家和地区海外市场，累计开店超100家。
- 内容电商事业部快速发展Aiken、马卡乐、舒库、VIVID - BOX等新品牌。
- 打造直播一体化平台—我嘉业务。

绩效回顾

森马ESG治理

- 持续建立健全森马ESG治理体系。
- 设立短中长期减排目标。
- 首次组织开展21项ESG议题双重重要性分析。
- 调整安全管理领导小组。

社会维度

- 新授权专利214项，报告期末有效专利605项。
- 全年开展培训617场，共52404课时，覆盖率96%。
- 员工敬业度92%，员工满意度92%，呈逐年提升态势。
- 女性员工占比61.9%，持续践行男女平等的用工原则。
- 客服中心接入AI大模型，智能客服实现24小时在线，极大提升客户满意度。
- 20余家材料供应商参加森马与江苏省纺检院合办的首届检测技能大赛，赋能供应商检测技能水平提升。
- 森马数字中心“全域货通”等四大业务系统、供应链发展中心“数据智能分析决策一体化平台”上线，大幅提升产业链运营效率和质量。
- 截至报告期末，森马系统累计向社会捐款捐物超6亿元。报告期内，森马捐款捐物331.36万元。
- 首批加入《苔花公约》，承诺为残障人士提供公平就业机会。

环境维度

- 2024年森马可持续产品占比19%，同比提升38.2%，合计2350万件。
- 森马申报低碳绿色产品天丝莱赛尔牛仔裤获得2024年十大类纺织创新产品奖，累计销售11.8万件，销售额2300多万。
- 森马可持续面料的使用规划至2030年达到50%。
- 2024年上海新增光伏容量2111.085kwp,预计年发电量约220万度。

治理维度

- 2024年深交所年度信息披露考核A级。
- 发布《招标采购管理办法V4.0》、《非生产采购管理制度（试行）V1.0》，上线“慧采购”系统，全面加强招标采购管理，打造透明干净的商业环境。
- 持续开展反商业腐败培训，线上课程全覆盖。
- 推出《2024年股票期权激励计划》。
- 2024年完成2023年度分红派发，向全体股东每10股派发现金股利3.00元（含税）。

1. 关于森马服饰

1.1 公司简介

浙江森马服饰股份有限公司创建于2002年，是一家以虚拟经营为特色，以休闲服饰、儿童服饰为主导产品的企业集团，旗下拥有以森马品牌为代表的成人休闲服饰和以巴拉巴拉品牌为代表的儿童服饰两大品牌集群。森马品牌创立于1996年，定位“舒服体验、品质生活”，为千万家庭提供高质价比、跨场景、舒适百搭的产品和一站式购物体验，传递自信、舒服、时尚的生活方式。

巴拉巴拉品牌于2002年创立，倡导专业、时尚、活力，面向0-14岁儿童消费群体，产品定位在中等收入小康之家。公司拥有的两个主要品牌分处于两个不同细分市场，森马品牌所处的休闲服饰行业适用的着装场景丰富，在服饰市场中占据半壁江山，巴拉巴拉品牌所处的童装行业处于景气发展阶段，是服装行业中增长最快的赛道之一。经过多年的努力，森马品牌已位居本土休闲装品牌龙头地位，巴拉巴

拉品牌占据童装市场绝对优势，连续多年国内市场份额第一。

公司于2011年3月11日在深交所挂牌上市，公司连续多年在服装上市企业中保持着领先的市值水平和盈利能力。公司严格遵守资本市场的法律法规和规章制度，规范运作董事会、监事会和股东大会。2024年，在深交所信息披露工作年度考核中，公司第十二次被评为A级优秀。

1.2 森马文化

经营哲学

小河有水大河满

使命

为千万家庭提供美好的生活方式

愿景

成为一家令人尊敬的时尚服务企业

核心价值观

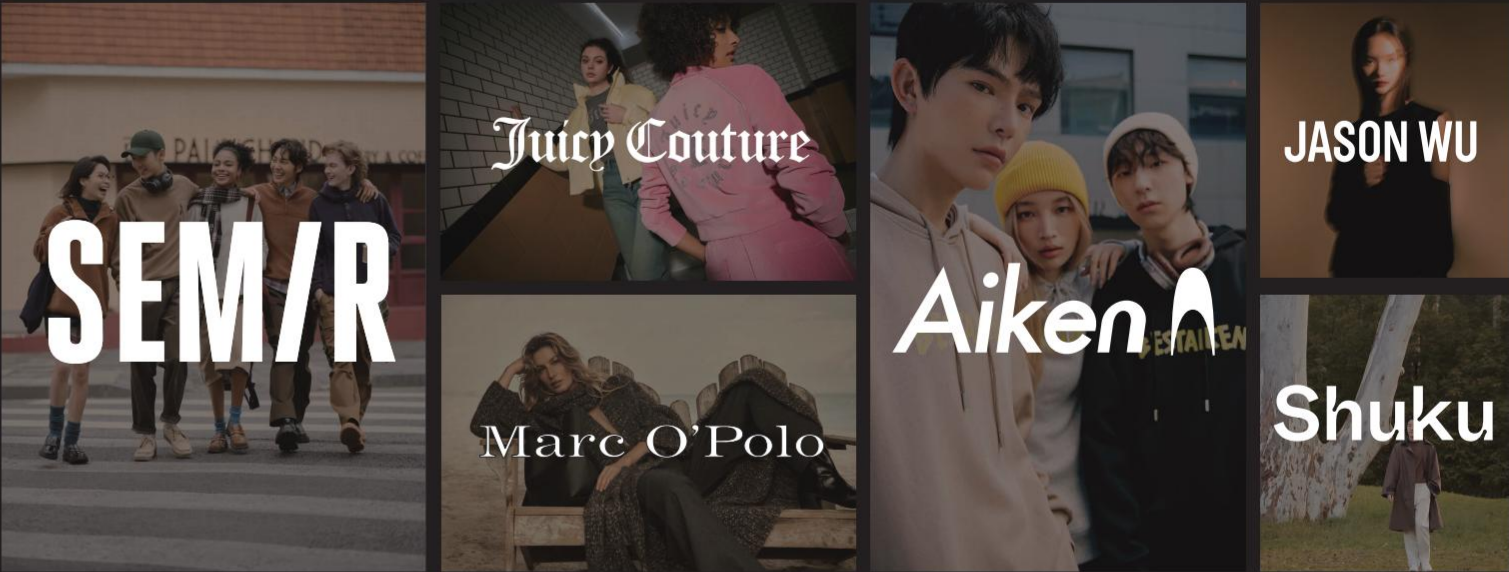
一切从自己开始
以消费者为中心、以公司长期利益最大化为原则
去创新、去试错、去成长
一个森马、一个团队、一个目标、一起奋斗

人才理念

价值贡献者为本、贤德者为先

1.3 品牌矩阵

成人品牌集群



儿童品牌集群

1.4 业务模式

公司采用“虚拟经营”的商业模式，业务主要包括品牌运营、设计研发、生产组织与成衣采购、零售管理、仓储物流等。

1 品牌运营

公司的品牌运营集合了消费者研究、品牌传播以及零售推广等功能，其目标是通过消费者研究，结合公司的业务现状及竞争态势，制定品牌策略，实施传播、产品及零售的整合营销，坚持具有独特定位的品牌战略。所有店铺均由品牌运营部门提供统一的店铺形象设计、商品及道具陈列与展示方案。

2 设计研发

公司按不同品牌，分产品组建设计研发团队，整合全球设计资源，拥有强大的商品自主研发设计能力，整合全球前沿时尚趋势和设计理念，捕捉市场流行趋势资讯，以长周期商品开发和快反商品模式相结合，满足消费者快速变化的时尚服饰文化需求。

3 生产组织与成衣采购

公司产品全部采用外包生产方式，公司使用的外包生产模式主要为OEM和ODM。公司制定了严格的供应商甄选标准、考核办法与淘汰机制，并在委托生产合同中明确了各方的义务与责任，最大程度地保证面料辅料与成衣的质量。

4 零售管理

公司已建立包括专卖店、商超百货、购物中心、奥特莱斯、电商、小程序等在内的线上线下全渠道零售体系，由专职部门和机构负责统一管理和运作。线下业务方面，森马与巴拉巴拉两个品牌的销售均采用以特许加盟为主，加盟、联营与直营相结合的销售模式。公司直营店除了销售之外，还承担着品牌宣传、反馈

市场信息、总结终端运营经验等职能。加盟销售方面，公司在加盟商拓展、加盟商管理、加盟商支持等方面制定了一系列政策，以规范并促进加盟销售市场发展。线上业务方面，公司全资子公司浙江森马电子商务有限公司于2012年起开展电商业务，在天猫、唯品会、抖音等第三方电商平台上运营公司旗下品牌产品及代理其他商品零售业务。

5 仓储与物流

公司在温州、上海、杭州、嘉兴等地建设产业园，主要承担办公、仓储以及员工住宿、生活等功能。公司采购的成衣从工厂首先发往公司产业园仓库中，再通过第三方物流公司运送到门店或直接配送到消费者手中。

1.5 森马荣誉

历史荣誉

全国文明单位
全国模范劳动关系和谐企业
全国模范职工之家
全国五一劳动奖状
中华慈善奖
全国学习型组织优秀单位
全国纺织行业先进集体
中国服装行业优势企业
中国民营企业500强和全国服装行业销售利润“双百强”
中国服装行业竞争力10强
浙江省工业行业龙头骨干企业
浙江省信用管理示范企业
浙江省先进基层党组织
浙江省企业文化优秀单位
浙江省知名商号
温州市纳税功臣
中国服装行业最佳雇主
全国质量诚信标杆典型企业
全国服装行业标准执行优秀企业
全国五四红旗团支部
全国“双爱双评”先进企业
G20杭州峰会特级赞助商
全国工人先锋号

最新荣誉

企业综合实力及行业相关荣誉
2024年浙江省民营经济总部领军企业
2024浙江民营企业数字化转型弄潮榜
2024中国纺织服装品牌竞争力优势企业
信息披露及各级区域企业相关荣誉
深交所年度信息披露考核 A 级
余杭区“经济发展突出贡献企业”（森马电商）
余杭区“年度数字经济风云企业”（森马电商）
雇主及志愿服务、党组织相关荣誉
2024 大学生心中超 A 雇主榜单
第六届中国国际进口博览会志愿服务先进集体（上海森马志愿者服装突击队）
闵行区五星党（总）支部（森马上海党总支连续六年）
闵行区新兴领域“双十佳”标杆党组织——标杆培育型（森马上海党总支）
清廉闵行建设示范点（上海森马服饰）
慈善及竞赛相关荣誉
第四届瓯海慈善奖“突出贡献奖”
爱心公益相关荣誉
温州市“最美家庭”礼遇联盟爱心单位



2. 议题重要性评估

2.1 双重重要性分析

2.1.1 森马双重重要性议题分析的汇总结论表

森马在统筹研判的基础上，对21项议题进行了双重重要性分析。根据排序结果为双重重要性议题的合计有11项，完全不具备重要性的为科技伦理1项议题（因与森马从事的产业和投融资领域没有相关性）。

序号	议题	影响范围			议题是否对公司经营有重大影响的维度									财务重要性得分	是否有财务重要性	议题是否会对经济、社会、环境等方面有重大影响			影响重要性得分	是否有影响重要性	是否为双重重要性议题
议题维度	议题名称	短期	中期	长期	商业模式	发展战略	业务运营	财务状况	现金流	经营成果	融资方式	经营成本	企业文化	分值	是/否	经济	社会	环境	分值	是/否	是/否
1	应对气候变化		●	●		●	●	●	●	●		●	●	7	是		●	●	6	是	✓
2	污染物排放	●			●		●	●	●			●	●	8	是			●	3	否	
3	废弃物处理	●	●	●	●	●	●	●				●	●	7	是				0	否	
4	生态系统和生物多样性保护			●	●		●	●				●	●	6	是				0	否	
5	环境合规管理			●		●	●					●	●	5	是		●	●	6	是	✓
6	能源利用			●			●			●		●	●	4	否		●		3	否	
7	水资源利用			●								●	●	3	否				3	否	
8	循环经济	●	●	●	●	●	●	●	●			●	●	7	是	●	●	●	9	是	✓
9	乡村振兴	●	●	●		●	●		●	●		●	●	6	是		●		3	否	
10	社会贡献		●	●		●	●	●	●	●		●	●	8	是		●		3	否	
11	创新驱动		●	●	●		●	●	●	●		●	●	9	是	●		●	9	是	✓
12	科技伦理													0	否		●	●	0	否	
13	供应链安全		●	●	●	●	●	●	●			●	●	8	是	●	●	●	6	是	✓
14	平等对待中小企业	●	●	●	●	●	●	●	●			●	●	6	是	●	●	●	6	是	✓
15	产品和服务安全与质量	●	●	●			●	●	●			●	●	6	是	●	●	●	6	是	✓
16	数据安全与客户隐私保护	●	●	●			●	●	●			●	●	5	是	●	●	●	6	是	✓
17	员工	●	●	●		●		●	●	●		●	●	7	是	●	●	●	6	是	✓
18	尽职调查	●					●	●		●		●	●	5	是			●	3	否	
19	利益相关方沟通	●	●	●	●	●				●			●	4	否	●	●	●	3	否	
20	反商业贿赂及反贪污	●	●	●			●	●	●			●	●	5	是	●	●		6	是	✓
21	反不正当竞争	●	●	●		●	●	●	●	●		●	●	7	是	●	●	●	6	是	✓

2.1.2 森马双重重要性议题分析的方法和过程

森马双重重要性议题分析的五个步骤

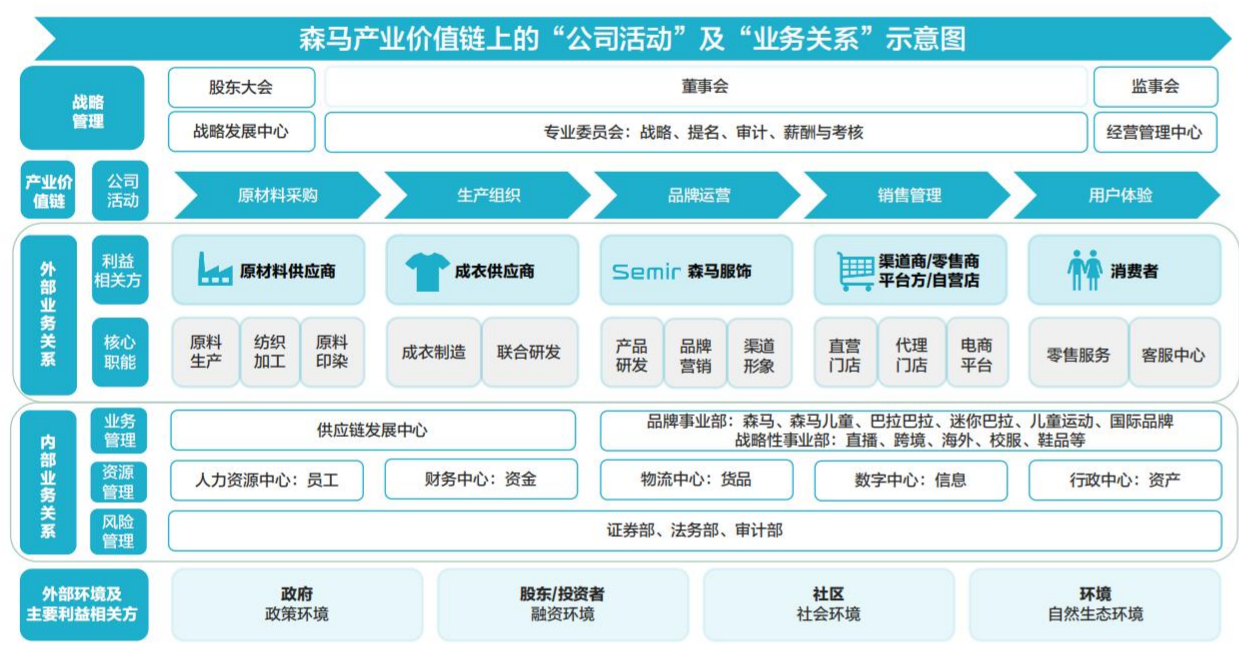
- 1
- 绘制公司活动和业务关系背景图。通过该动作充分展示公司活动与业务关系，客观还原外部环境，识别受影响的利益相关方。
- 2
- 建立议题清单。采用麦肯锡工作法，由ESG工作小组牵头，率先提出大致基本假设和框架，再结合专家咨询验证，提高分析效率。
- 3
- 开展双重重要性分析。由董事会、内外部专家及利益相关方参与，采取逐步调研、综合排序的方法得出相关重要性结论。
- 4
- 汇总分析结果。以数字化、图表化方式呈现双重重要性分析结论。
- 5
- 融合关键议题与企业战略。将ESG议题与公司愿景、使命、价值观和具体业务相融合，提高落地性。



2.1.3 森马双重重要性议题分析的产出和结论

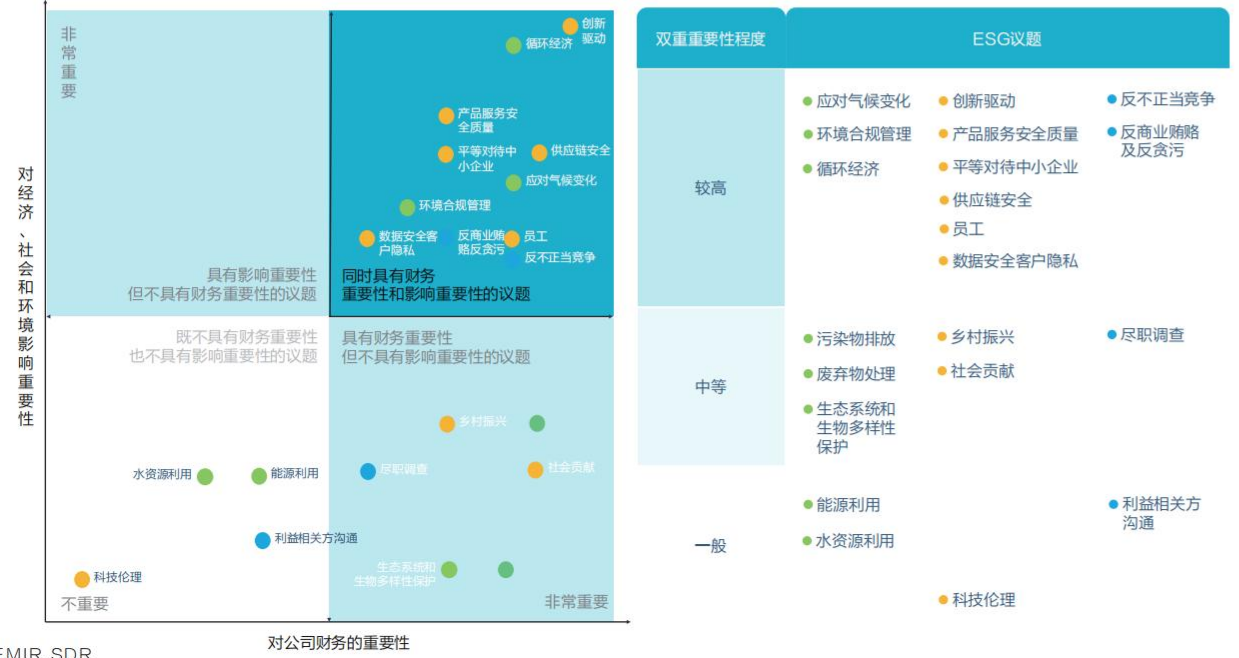
在森马双重重要性议题分析过程中，我们积极组织相关内外部专家讨论分析，在获得森马相关议题双重重要性分析结果的同时，也对森马产业价值链的公司活动和业务关系有了直观清晰的了解，并获得了应将议题和森马战略、文化进行紧密融合发展的重要结论。

2.1.3.1 森马产业价值链上的“公司活动”及“业务关系”示意图



2.1.3.2 森马双重重要性议题分析结果

森马对影响重要性和财务重要性评估结果进行量化分析，并以矩阵表形式呈现各议题的重要性优先级。共识别出20项具有重要性的议题，其中11项议题的双重重要性程度较高。



2.1.3.3 森马双重重要性议题与森马文化体系的融合实践

愿景 成为一家令人尊敬时尚服务企业				
使命：为千万家庭提供美好的生活方式				
价值观	主要利益相关方	关注的议题	对应的章节	SDGs
以消费者为中心	消费者	产品和服务安全与质量 数据安全与客户隐私保护	社会-第3章	9 产业、创新和基础设施 12 负责任的消费和生产
一切从自己开始	董事会 管理层	尽职调查 利益相关方沟通 反商业贿赂及反贪污 反不正当竞争		16 和平、正义和强大机构 17 伙伴关系
以公司长期利益最大化为原则	股东 潜在投资者 社区（高校、媒体、行业组织） 政府和监管机构 非营利性公益组织	应对气候变化 污染物排放 环境合规管理 生态系统和生物多样性保护 能源利用 水资源利用 循环经济 乡村振兴 社会贡献		1 无贫困 2 零饥饿 3 良好健康与福祉 4 优质教育 6 清洁饮水和卫生设施 7 经济适用的清洁能源 8 体面工作和经济增长 13 气候行动 14 海洋、海洋资源和海洋生物 15 陆地生物
去创新、去试错 去成长	员工	创新驱动 员工		3 良好健康与福祉 5 性别平等 8 体面工作和经济增长 10 减少不平等
一个森马、一个团队 一个目标、一起奋斗	加盟商 供应商	平等对待中小企业 供应链安全		11 可持续城市和社区 12 负责任的消费和生产
人才理念：价值贡献者为本 贤德者为先				
经营哲学：小河有水大河满				

2.2 利益相关方沟通

森马一向重视与利益相关方的良好沟通与合作，并依据与利益相关方的依赖程度、权责关系、影响程度等原则，识别主要利益相关方，以此作为公司 ESG 管理和持续改善相关工作的重要参考依据。森马致力于与利益相关方形成利益共同体、价值观共同体和命运共同体，并长期维护和发展这种关系的可持续性。

利益相关方	重点关注议题	沟通渠道与形式
消费者	产品和服务安全与质量 数据安全与客户隐私保护	消费者调研（不定期） 客服中心售后热线（每日） 双抖一微及平台旗舰店留言评价（不定期） 直播同屏沟通（每日） 门店体验类活动（不定期）
董事会 管理层	尽职调查 利益相关方沟通 反商业贿赂及反贪污 反不正当竞争	董事会会议（不定期） 管理委员会会议（不定期） 年度工作会议（每年） 日常工作（不定期）
股东 潜在投资者 社区（高校媒体、行业） 政府和监管机构 非营利性公益组织 环境	应对气候变化 污染物排放 环境合规管理 能源利用 生态系统和生物多样性保护 水资源利用 循环经济 乡村振兴 社会贡献	股东大会（每年） 投资者交流会（每年） 热线电话（实时） 深交所互动易（实时） 中小投资者接待（不定期） 财报（每年） ESG报告（年度） 校园招聘（不定期） 社会捐赠（不定期）
员工	创新驱动 员工（待遇、福利、权益等）	员工大会（每年） 职工代表大会（每年） 员工满意度调查（每年） 企业文化活动月（每年1个月） 各级沟通会（不定期）
加盟商 供应商	平等对待中小企业 供应链安全	代理商大会（每年） 供应商大会（每年） 市场走访（每季度） 日常业务沟通（不定期） 代理商订货会（每季度）

3. 森马ESG治理

3.1 森马ESG架构

完善的ESG治理架构对森马增强可持续发展具有重要作用，可以充分保障管理ESG相关的风险和机遇。森马董事会对可持续发展的整体方向、战略、目标、表现和报告负有最终及全部责任。董事会作为决策层，与管理层和执行层共同推进ESG在各层面的具体工作。

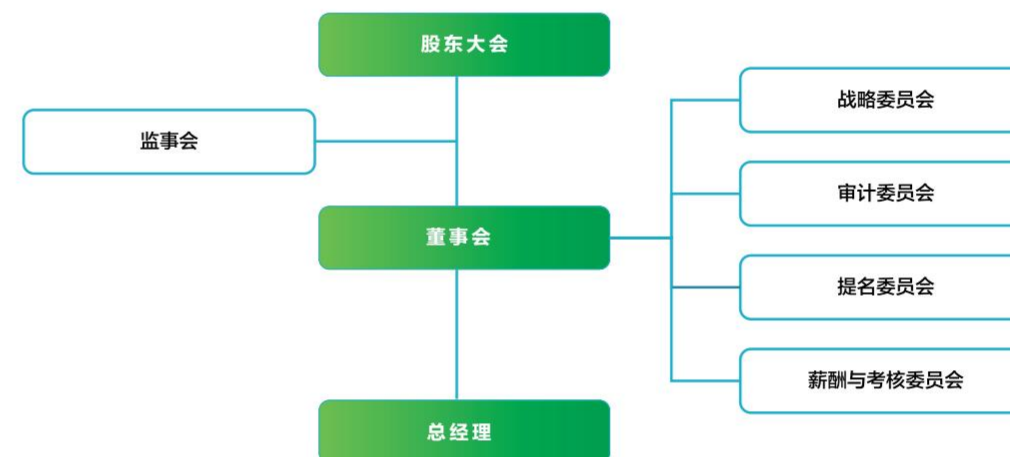


3.2 森马公司治理

森马持续提升公司治理水平，从战略高度致力于现代企业制度建设，建立了完善的内部制度体系，形成了自我发展、自我制约、自我调整、自我控制的良性循环机制和环境。

3.2.1 治理体系

完善的治理结构是保障经营稳定的前提。目前，公司治理结构完善，股东大会、董事会、监事会以及董事会各委员会均按照《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规的要求设立和运行。公司董事会现有9名董事,其中有3名独立董事。



股东和股东大会

公司严格按照《公司章程》及《股东大会议事规则》等的相关规定和要求，规范股东大会的召集、召开、表决程序，平等对待所有股东，确保股东能充分行使权利。

股东大会行使股东权利，未发生超越股东大会及董事会直接或间接干预公司经营与决策的情形。

护公司利益，尤其关注中小股东合法权益，对重要及重大事项发表独立意见。

董事和董事会

公司严格依照《公司法》、《公司章程》及《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》等相关规定，规范董事会的召集、召开和表决，公司董事认真出席董事会和股东大会，积极参加相关培训，熟悉法律法规，勤勉尽责。独立董事独立履行职责，维

监事和监事会

公司监事会严格按照《公司法》、《公司章程》及《监事会议事规则》的规定，规范监事会的召集、召开和表决，公司监事认真履行职责，诚实守信、勤勉尽责，对公司经营情况以及董事、高级管理人员履行职责的合法、合规性进行监督，维护公司及股东的合法权益。

控股股东与上市公司

公司控股股东根据《上市公司治理准则》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《公司章程》等规范股东行为，通过股

3.2.2 三会建设

2024年全年森马召开股东大会3次、董事会7次、监事会6次。2024年，董事会勤勉尽责，诚信忠实地履行职责，始终谨记“敬畏市场、敬畏法治、敬

畏专业、敬畏风险”四个敬畏；坚守“不披露虚假信息，不从事内幕交易，不操纵股票价格，不损害上市公司利益”四条底线。全体董事认真审议董事会各项议

案，独立董事对公司相关事项发表独立意见，积极维护公司股东特别是中小股东的利益。

3.2.3 信息披露

公司高度重视信息披露工作，致力于提升信息披露的质量和透明度，全力保护投资者合法权益。公司制定了《信息披露管理制度》，并指定董事会秘书负

责相关工作。为确保公司信息披露的质量和公平性，公司制定了《年报信息披露重大差错责任追究制度》，公司能够严格按照法律、法规和公司章程的规定，真

实、准确、完整、及时地披露有关信息。2024年再获深交所信息披露考评A级优秀。

3.2.4 股东回报

公司自上市起，就十分注重股东回报。公司积极响应中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37号）与浙江证监局《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（浙证监上市字[2012]138号）的精神，综合考虑公司盈利能力和经

营发展规划，制定了《浙江森马服饰股份有限公司2024年—2026年股东回报规划》，对利润分配做出制度性安排，以保持利润分配政策的连续性和稳定性，保障股东的收益权。2024年内，经公司董事会决议，并经2023年度股东大会批准，公司于2024年5月9日实施了2023年

年度权益分配，以总股本2,694,090,160股为基数，向全体股东每10股派发现金股利3.00元（含税）。自上市以来，公司累计实现归属于上市公司股东净利润151.86亿元，累计分红112.38亿元，分红率为74.00%。

3.2.5 投关工作

公司严格执行中国证监会、深圳证券交易所关于信息披露的各项规章制度，遵循公开、公平、公正的原则，真实、准确、完整、及时地披露公司信息。公司设立了投资者电话、传真和电子邮箱，在公司网站建立投资者

关系专栏，设专人维护深交所投资者互动平台，以各种方式接受投资者咨询，传达公司信息。公司通过股东大会、投资者交流会、电话交流会等多种形式与投资者保持充分的信息交流。公司及时向交易所报备投资者关系管

理档案，充分保障股东，特别是中小股东及投资者知情权。2024年，公司共计披露78份公告文件，未出现更正公告情况；公司在互动易平台上及时回复投资者提问43条；披露投资者关系活动记录表8份。

3.2.6 股权激励

公司构建了以职业经理人为核心，具有丰富行业经验和敬业精神的管理层团队，自2015年起，公司通过实施两期限制性股票激励计划、一期股票期权计划、推出两期员工持股计划、鼓

励支持高管依法依规积极购买和持有上市公司股票等，促进公司员工和高管持有公司股票，完善股权结构。2024年，森马推出了《2024年股票期权激励计划》，以3.69元/份的行权价格

向符合条件的144名激励对象授予9,723.35万份股票期权。未来，公司将通过丰富多元的激励措施激发员工创业创新的积极性，促进公司战略实践与实现。

3.3 森马ESG目标

森马为2024年可持续发展设定目标，积极支持响应联合国2030年可持续发展目标及可持续发展议程，通过将可持续发展

战略与业务相结合，优化和完善应对可持续发展目标的实现路径，推动森马产业价值链迈向高质量可持续发展。相关原则和目

标，为公司 ESG 未来发展提供了方向和指引。

可持续发展原则	我们的目标	回应的主题	联合国17个可持续发展目标
有利于消费者体验改进和权益保障的可持续发展	提高产品的研发设计水平和质量，提供时尚、健康、舒适的高质价比产品，赢得消费者对公司品牌的长期信任。	- 产品和服务安全与质量 - 数据安全与客户隐私保护	 
有利于企业提高内在增长力量的可持续发展	夯实企业发展根基，诚信经营，合规经营，透明经营，打造企业发展健康的内外环境。	- 反商业贿赂及反贪污 - 反不正当竞争 - 尽职调查 - 利益相关方沟通	 
有利于长期利益为导向的与环境、社会的和谐发展	肩负起环境保护和慈善公益两大社会责任。在绿色低碳、节能减排、引导和支持上下游共同应对气候变化风险、社会公益和发展循环经济方面贡献力量。不断提高员工和伙伴的环保意识和社会责任感。	- 应对气候变化 - 环境合规管理 - 乡村振兴 - 社会贡献 - 生态系统和生物多样性保护 - 水资源利用 - 乡村振兴 - 社会贡献	       
有利于创新变革为根本驱动力的可持续发展	转变增长方式，由传统的规模资源转变为以创新效率为核心驱动力的增长模式	- 创新驱动 - 员工	   
有利于产业链上下游和谐共赢的可持续发展	携手代理商和供应商共同打造可持续的产业链，努力营造公平、开放、透明的商业生态，推动全产业链的节能减排和绿色发展。	- 供应链安全 - 平等对待中小企业	 

3.4 森马ESG机制

森马致力于建立完善的可持续发展信息管理机制，以确保相关信息的有效传递与监督执行。

信息报告机制

公司已构建内部报告机制，报告方式采用重大事项单独报告与日常沟通报告相结合，报告频率上每半年向管理层做一次汇

报，管理层于董事会会议期间向董事会汇报可持续发展相关影响、风险和机遇，确保其能有效纳入公司战略规划中，保障公司

治理架构各层级人员能及时、准确地获取相关信息，以便做出科学决策，推动公司可持续发展进程。

监督机制

森马建立了可持续发展监督机制，董事会通过审批战略、评估风险、设定目标、监督执行、审查绩效和确保透明沟通等方式，全方位监督公司可持续发展

相关的影响、风险和机遇。管委会定期会面，在公司管理层会议上，就遇到的新情况、新问题开展识别、评估、监察及报告相关议题情况。公司一年至少组织一

次专门会议，召集内外部专家探讨可持续发展相关议题的优先级，并决议和审核公司可持续发展战略中的中期目标和绩效指标。

考核机制

公司将具体部门的可持续发展相关/ESG目标纳入考核体系，例如将供应商的结构优化和供应商合作标准体系的更新作为

相关负责人的考核指标，激励全体员工积极参与到可持续发展目标的实现过程中，确保公司在可持续发展道路上稳步前行，并将

持续完善和改进相关机制，以更好地应对未来挑战与机遇。

4. 环境

4.1 应对气候变化

森马深刻意识到，企业发展正承受着气候变化带来的风险和机遇。森马应对气候变化的举措，将与众多合作伙伴一起对全球气候变化产生广泛而深远的影响。我们积极推进企业和产业链向绿色转型，实现绿色低碳发展，一方面是为了积极主动应对气候变化带来的风险，把握相关发展机遇；另一方面是为了尽最大努力减少发展过程中的碳排放，为缓解全球气候变化尽一份力量。

4.1.1 战略、目标及行动保障

森马ESG愿景与阶段性目标

结合中国“3060”双碳目标和联合国可持续发展目标，森马提出了“以消费者为中心，为千万家庭提供美好的生活方式”的ESG愿景，致力于在为消费

者提供美好生活方式的同时，积极推动环境保护、回报社会以及带动森马全产业价值链的可持续发展。森马设立了短期、中期及长期的ESG目标。通过环境、

社会、治理三大维度的全面覆盖和各个维度下重点议题的支撑性举措，逐步推进并实现绿色管理的全产业价值链覆盖。

ESG愿景

以消费者为中心，为千万家庭提供美好的生活方式

1. 短期目标（2030年）：
实现ESG理念和核心措施在企业经营管理和核心利益相关方中的全面覆盖。
2. 中期目标（2040年）：
2040年前实现品牌运营环节零碳排放。
3. 长期目标（2050年）：
推动森马产业价值链的绿色转型升级，助力产业的零碳排放。

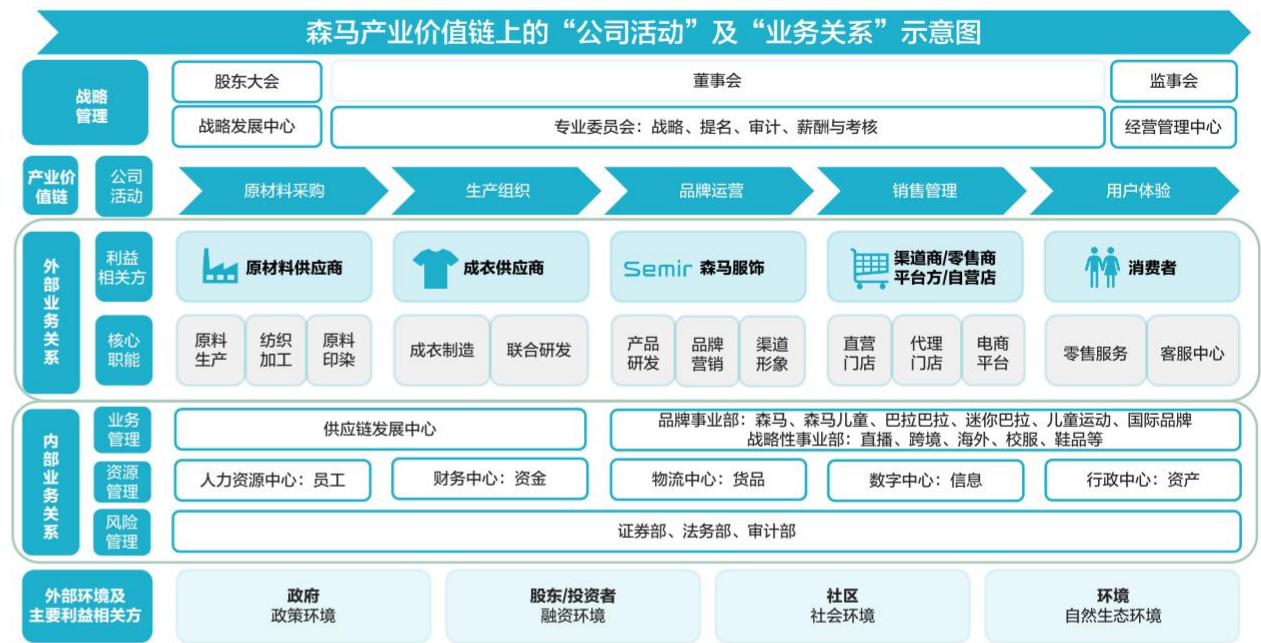
关键行动

针对生产组织与采购、品牌运营、零售管理三大环节下各项重要性议题的具体行动。

资源保障

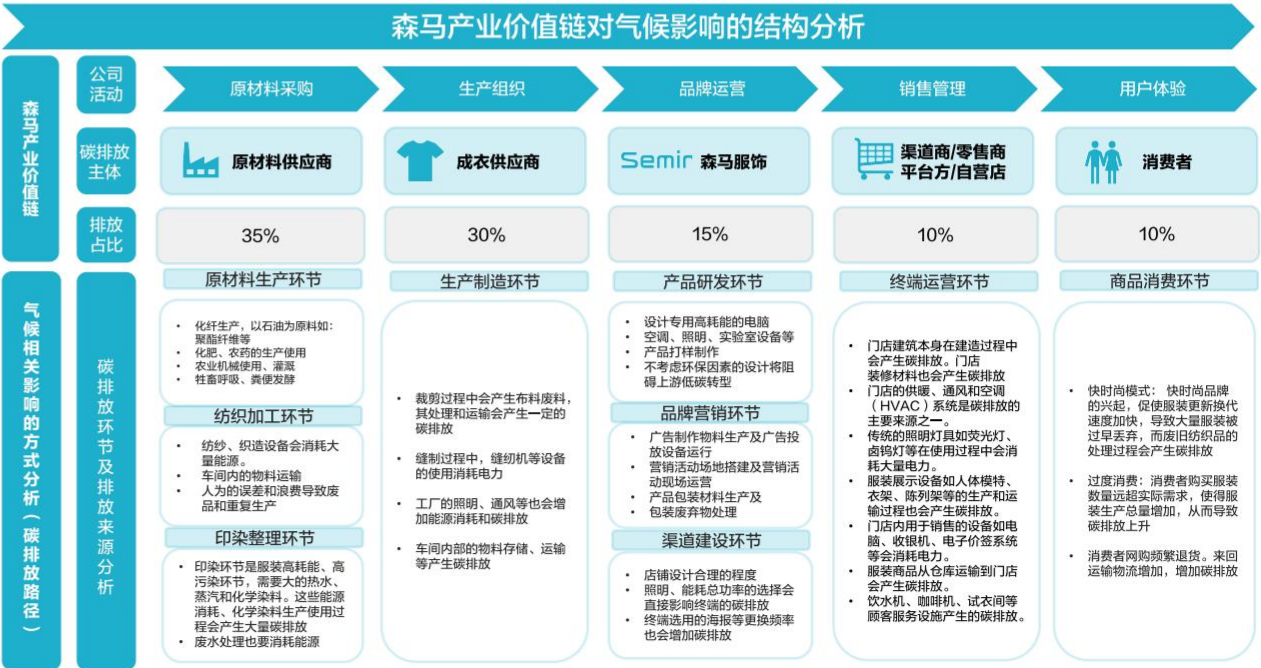
以森马的综合实力为背书，为公司ESG战略提供全方位保障。

1、气候相关业务活动及关系



2、分析气候相关影响的方式

通过对森马气候相关影响的方式进行分析，明确了森马商业模式下气候相关影响的方式和关键行为。基于森马产业价值链的分布特点，可以看到森马气候相关影响主要以间接影响方式呈现。应重点关注生产制造环节、终端运营环节、仓储物流环节的减排。



4.1.2 影响、风险及机遇管理

4.1.2.1 气候相关影响的重要性评估

在气候相关影响重要性评估的过程中，我们对森马产业价值链的内外部环境做了详实的调研和梳理，明确了主要的公司活动、业务关系和利益相关方，并明确了ESG相关工作的用力方向和着力点。对内外环境有了直观的了解。

3、对气候相关影响评估确认

基于上述分析结果，森马组织相关专家对产业价值链的气候相关影响开展评估确认。尽管森马产业价值链的碳排放主要集中在上游，但上游的减排成本需要通过中下游的转型发展来消抵和实现。

森马产业价值链对气候影响的具体方式及重要性评估											
业务类别	业务层级	该类别下森马的主要活动	产业价值链上受影响的主体（利益相关方）	对产业价值链的影响	产业价值链对气候变化的影响	实际或潜在	正面影响或负面影响	规模	范围	可能性	不可补救性
商业模式	战略层面	虚拟经营	代理商 供应商	100%生产外包，对上游有的碳排放有重大影响	——	实际	中性	300亿	广泛	——	——
发展战略	战略层面	愿景：成为一家令人尊敬的时尚服务企业	代理商 供应商	低碳责任：响应2060零碳目标 打造产业链规模翻倍同时能耗持续降低	碳排放总量增加2060达峰	潜在	正面	大	广泛	高	——
业务运营	生产组织环节	年度产能规划 • 供应商规划（增加/淘汰/赋能） • 成衣采买计划、政策 • 面辅料采买计划、政策 生产相关政策	成衣供应商 面料供应商 辅料供应商 鞋品供应商 其他供应商	供应商结构变化 成衣采买量增加 面辅料采买量增加 仓储物流活动增加	增加产业链碳排放 减重全球气候变暖	实际	负面	大	广泛	——	可努力补救
业务运营	生产组织环节	年度创新规划 • 可持续面料规划 • TQM全面质量管理 • 联合研发	供应商	供应商增加研发成本 供应链提高生产效率 提升供应商效能	减缓产业链的碳排放，影响全球气候变化	潜在	正面	中	集中	高	——
业务运营	品牌运营环节	各品牌/事业部年度经营计划 • 商品年度研发规划 • 品牌年度营销计划 • 渠道年度发展规划及补贴政策 • 资金年度授信政策	代理商 承运商 电商平台 商场物业	商品销售数量增加 门店开设数量泽佳	控制产业链碳排放的快慢	实际	正面	大	广泛	——	——
业务运营	零售管理环节	• 销售年度经营计划 • 物流年度经营计划 • 客服年度经营计划	代理商 电商平台 商场物业	增加门店开设数量 每年若干次集中营销活动	加重产业链碳排放	实际	负面	小	集中	——	短期内相对容易补救

4、气候相关影响的报告结论

在品牌运营环节，森马可以通过直接干预的措施实现自身运营环节的减排增效，但由于该环节在整个产业价值链上碳排放总量的占比较小，因此，森马需要积极发挥在生产环节和零售管理环节的作用和影响力。一方面，森马对产业价值链上游的碳排放有加速、减缓、控制的作用，另一方面，森马对产业价值链的下

4.1.2.2 气候相关风险和机遇

4.1.2.2.1物理风险

物理风险主要基于下述两种情景：

情景一

低排放情景Representative Concentration Pathways（RCP）2.6
该情景预计到2100年，辐射强迫（Radiative Forcing）水平将达到2.6瓦/平方米。
全球平均地表温度相对于工业化前水平的升温幅度可能控制在2℃以内。

情景二

高排放情景Representative Concentration Pathways（RCP）8.5
该情景预计到2100年，辐射强迫（Radiative Forcing）水平将达到 8.5 瓦 / 平方米。
到 2100 年全球平均气温可能会比工业化前水平升高 4 -5℃甚至更高。

4.1.2.2.2 转型风险

转型风险主要基于下述两种情景：

情景一

IEA NZE 2050转型情景：假设到 2050 年使全球能源部门实现二氧化碳净零排放，从而将全球升温限制在1.5 摄氏度以内。

情景二

IEA SPS（Stated Policies Scenario）既定政策情景：仅考虑政府已实施或宣布的政策。

4.1.2.2.3 气候相关风险/机遇对森马业务、财务的影响及气候适应性的情景分析

森马根据情景分析工具，首先对森马战略、决策、业务影响进行分析，进而评估风险背后的机遇，并据此分析将要或已经采取的应对措施，综合评估对企业的财务冲击和影响。

气候相关风险		气候情景分析因素				气候相关风险/机遇		转型举措（气候相关转型计划）	对财务影响
气候相关风险	风险类别描述	预设气候情景	发生概率	影响程度	影响周期	对战略、决策和业务的影响	气候相关机遇	应对措施（气候相关转型计划）	财务冲击
急性物理风险	极端天气发生频率增加（高温、极寒）	RCP2.6	一般	一般	短中长	极端天气可能导致消费者购买需求、习惯的变化。极端天气将导致销售预测的准确性降低。极端天气会影响生产组织环节的原材料供应，比如棉花、羽绒的采买，同时也会影响生产和销售周期，对供应链和库存管理提出更高的要求。极端天气可能导致森马供应链在原材料采买、存储和物流运输方面的成本增加，进而增加公司的经营风险。极端天气会威胁上下游员工的出行、健康和安​​全，影响工作效率，增加用工成本。		开发功能性服装。打造柔性供应链。及时响应极端天气背景下消费需求的变化。提高供应链对极端天气的适应性。通过多元化采购等方式，应对原材料价格波动。购买保险，对冲极端天气引发的潜在经济损失。完善门店、办公区、物流中心的极端天气应对预案；增加储能备电系统，预防断电。完善应急制度和方案。加强员工健康全的制度建设和培训，落实应急演练、员工保护措施和福利补贴。	中
		RCP8.5	高	一般	短中长				
慢性物理风险	气候模式的极端波动降水模式的变化（台风、洪水）	RCP2.6	较高	高	长	台风和洪水可能导致森马办公、物流、运营场所的设备损坏、造成经济损失，中断业务经营。台风和洪水可能导致局部水资源污染，淡水资源临时性短缺，进而影响上游纺织行业的生产用水，增加水费开支和货品交期风险。运输线路中断影响货品的物流运输和交付。威胁产业链上员工的健康和安全。降低业务运营效率的同时，增加用工成本。	打造全新的产品线 and 品类结构。如功能性服装需求增加。主要针对极端天气条件下防水、防风、保暖等功能性服装需求的增加，以及热浪天气下，透气、轻薄、防晒服装需求的上升。社会责任体现。通过参与极端天气后的救援和重建工作进而提升品牌形象。打造更加稳定有质量的供应链。通过共同应对气候变化建立起有壁垒的竞争力。积极应对气候变化负责人的企业形象和品牌形象打造。	增强办公园区、物流园区和业务运营设施的防洪抗灾能力，储备防洪沙袋等。制定应急方案，为员工提供应急培训，安装储水设施。购买保险，对冲潜在经济损失。	低
		RCP8.5	高	高	长				
	海平面不断上升	RCP2.6	较高	高	长	海平面上升可能导致森马沿海地区的办公设施受到海水倒灌等灾害影响，从而破坏产业链上游的生产设备、污染原材料和成品，使生产活动被迫中断，造成巨大的经济损失。为应对海平面上升带来的风险，森马可能需要采取一系列措施，如加强生产设施的防洪防涝能力，这些都将增加企业的生产成本。海平面上升可能导致物流配送成本上升，同时，企业为了满足环保要求，可能需要投入更多的资金用于节能减排、废弃物处理和环境监测等方面，从而增加运营成本。		加强基地防护设施建设：对于位于沿海或可能受海平面上升影响地区的园区，投入资金进行防护设施建设，如修建堤坝、加固仓库等，提高基地的抗灾能力，减少因海水倒灌等灾害造成的损失。优化采购策略：密切关注原材料产地的环境变化和海平面上升情况，与多个供应商建立长期稳定的合作关系，分散因局部地区受海平面上升影响而导致原材料供应中断的风险。探索可持续原材料：积极研究和采用可持续的原材料，如有机棉、再生纤维等，减少对传统棉花等可能受海平面上升影响的农作物的依赖。这不仅有助于降低环境风险，还能满足消费者对环保产品的需求。评估和调整生产布局：从长远角度评估海平面上升对生产基地的潜在影响，制定相应的调整计划。考虑将部分生产环节向内陆地区或海拔较高的地区转移，降低生产活动受海平面上升的直接威胁。	低
		RCP8.5	高	高	长				
政策法律风险	强化的排放报告义务	IEA NZE 2050	高	一般	短中	深交所已制定ESG框架下上市公司披露气候相关信息的规定，增加了上市公司的合规要求，敦促上市公司在2026年前进行强制性的气候信息披露	提升森马ESG管理水平，打造负责任的企业形象。	密切关注气候与环境的相关政策，确保公司经营符合最新的监管要求。加强与产业链内外部利益相关方的沟通，积极参与各类政策标准的制定和实施，减少法律法规方面的违规风险。	
		IEASPS既定政策情景	一般	低	短				
技术风险	绿色转型难度大	IEA NZE 2050	一般	较高	中长	碳减排需要产业链积极引进和应用前沿绿色技术，但相关研发和推广资金投入较大，且短期难以看到成效，有一定失败风险。	通过产业链上下游更紧密的合作，共同推进绿色技术和研发在产业链的推广，打造更有竞争力的产业链生态，增强品牌在下游和终端的市场表现。	森马持续增加对创业研发的投资，与知名纺织高校、研究机构合作，共同推动产业链绿色技术的研发和革新。通过PLM等产品全生命周期的管理，发展更多环境友好型面料，助力上游节能减排等低碳工艺的研发推广。	低
		IEASPS既定政策情景	一般	一般	中长				
	向低排放技术转换的成本	IEA NZE 2050	高	高	中长	为实现低碳减排目标，需要更环保的技术设备更新，对森马来说，这主要会增加产业链上游的成本。在向低排放技术转换过度的过程中，存在较多不确定性和风险，可能有较高试错成本。			中
		IEASPS既定政策情景	低	低	中长				
市场风险	市场信号的不确定性	IEA NZE 2050	较高	一般	短中	预算编制困难：企业难以准确预测销售收入，因为销售受到气候变化影响的消费者需求波动的制约。同时，成本预算也变得复杂，如原材料成本、运输成本（极端天气可能影响物流）等。不准确的预算可能导致企业资金分配不合理，影响企业的正常运营和发展。长期战略调整频繁：为了应对气候变化带来的不确定性，品牌服装企业可能需要频繁调整长期战略。频繁的战略调整不仅消耗企业的资源，还可能使企业失去战略方向的连贯性，影响企业在市场中的竞争力。		定期进行气候变化风险评估，识别企业可能面临的市场风险（如因气候变化导致的服装款式过时、库存积压等）、供应风险（原材料供应中断）和运营风险（生产设施受损）等。根据风险评估结果，制定相应的风险应对策略。在财务预算中，预留一定的资金用于应对气候变化带来的不确定性。这部分资金可以用于紧急采购原材料、调整生产计划或开展市场促销活动以清理库存。合理安排资金结构，确保企业有足够的流动性，以便在气候变化导致市场信号突变时，能够迅速做出反应，如加大对热门产品的生产投入或开拓新的销售渠道。	中
		IEASPS既定政策情景	高	较高	短中				
	消费者偏好变化	IEA NZE 2050	一般	较高	中长	消费者偏好的变化速度可能比企业的反应速度快。品牌服装企业在调整产品以适应气候变化导致的消费者偏好变化时，存在市场适应的风险。如果企业对市场趋势判断失误，生产的服装不符合消费者的期望，可能会导致库存积压。	考虑多功能服装的设计，如一件服装可以通过不同的穿法或者配件的搭配，适应不同的气候条件。例如，一款风衣可以通过加上内胆变成厚外套，适合寒冷天气；拆除内胆后又成为轻薄的防风衣，适合春秋季节。设立消费者反馈热线或者在线客服渠道，鼓励消费者分享他们在气候变化影响下对服装款式、功能的新需求。比如，消费者可能会反馈在气温多变的情况下，希望有更多可调节温度的服装。		高
		IEASPS既定政策情景	一般	一般	短				
声誉风险	利益相关方的担忧增加或者负面反馈	IEA NZE 2050	较高	一般	中长	品牌声誉是品牌服装企业的重要资产。负面反馈可能会通过各种渠道迅速传播，尤其是在社交媒体时代。如果品牌被指存在不环保、应对气候变化不利等问题，会给品牌贴上不良标签，使品牌在消费者心目中的形象大打折扣，进而影响投资者和相关评级机构对企业的政策。		企业需要对各种渠道的信息进行监测，包括社交媒体平台（如微博、微信、抖音等）、电商平台的评价区、消费者论坛、新闻媒体等。当收到负面反馈后，品牌服装企业要第一时间做出回应。并根据负面反馈的来源和性质，选择合适的沟通渠道。最后是通过开展公关活动来修复受损的品牌形象。	低
		IEASPS既定政策情景	一般	一般	短				

4.1.3 转型计划、措施及进展

4.1.3.1 森马为应对气候相关风险机遇所进行调整情况

战略调整

森马已将可持续发展纳入战略考量。在应对气候变化带来的风险与机遇方面，将战略方向朝着时尚兼顾环保、低碳方向发展。例如，将提高可持续面料采购比例作为长期战略目标之一，

满足消费者对可持续时尚的需求，同时也顺应全球应对气候变化的大趋势，提升品牌形象和竞争力，以此应对因气候变化导致的消费者偏好变化风险，抓住绿色消费市场机遇。

商业模式调整

探索构建逐步加大循环经济的商业模式。一方面，通过主力品牌试点开展旧衣回收计划等活动，促进服装的循环利用，增加与消费者的互动和粘性。另一方面，在产品销售环节，尝试采用

更环保的包装材料和配送方式，减少对环境的影响。此外，与供应商建立更紧密的合作关系，共同推动整个供应链的可持续发展，确保原材料供应的稳定性和环保性。

资源分配调整

加大对环保材料研发和采购的资源投入。在设计环节（绿色设计），分配更多人力和资金用于开发使用可持续材料的服装设计。同时，在生产环节，投入更多资源用于支持供应商优化生产

流程，提高对环保材料的使用场景。此外，在营销资源方面，加大对环保产品的宣传推广力度，引导消费者关注和购买绿色产品。

4.1.3.2 森马为应对气候相关风险机遇所制定转型计划

短期计划（2030年）

逐步增加可持续产品比例。收集数据评估效果。加强员工培训，提高员工对气候变化和环保生产的认识。

中期计划（2040年）

建立完善的可持续供应链体系。与主要供应商共同制定和执行环保标准。大幅提高环保材料在产品中的使用比例，推出多个环保系列产品。与上游供应商共同推进节能技术和设备使用，降低生产过程中的碳排放。

长期计划（2050年）

实现整个商业模式的可持续转型，形成从原材料采购、生产、销售到回收利用的完整绿色产业链。将品牌打造成全球知名的可持续时尚品牌，引领服装行业的绿色发展潮流。

4.1.3.3 森马为应对气候相关风险机遇所采取改进措施

打造绿色设计

森马坚持基于产品全生命周期的绿色设计理念，在研发初期就考虑到产品及包装对环境的影响，从原材料选用、产品性能、产品最终报废等环节融入节能环保理念，积极采用绿色环保、可再生资源材料，努力从源头消除污染。通过“应用一代、储备一代、研究一代”的三代研发模式，持续为消费者提供科技、舒

服、时尚、绿色的产品体验。并逐步建立可持续发展平台，持续沉淀更多的可持续面料，并应用于核心品类的重点产品中，且通过制定可持续产品吊牌，向消费者传播推广可持续的环保理念。近年来，公司旗下产品积极采用可降解材料以及生物基材料等新型科技、环保面料替代不可回收原材料，不断研发出更多环保友

好的产品，大力推动可持续时尚的发展，为行业树立标杆。2024年1月，公司旗下巴拉巴拉品牌发布了《可持续白皮书》，明确了巴拉巴拉品牌实践“3060”双碳战略的方向，从可持续产品和碳足迹测算两方面确定了自身的发展目标。

打造绿色供应链

森马积极与业内技术领先的大型供应商加强合作，尤其是在与先进印染供应商合作过程中，供应商会采用更环保的印染技术，减少化学药剂的使用和废水排放。而且通过采用数字化印染

工艺，提高染料利用率，从而降低对水资源的污染。在服装加工过程中，先进的供应商会推广使用更加节能型的裁剪和缝纫技术，减少能源消耗。对于因绿色技术转型升级导致的原材料和成

衣采购价格上涨，森马通过中下游品牌推广的力度提升来进行消化，切实支持上游的绿色转型。

打造绿色办公

在办公楼的温度控制方面，森马安装了智能空调系统，系统可以在下班时间统一做停运处理，分控工具则保证了有业务需求场所的继续使用，从而避免能源浪费。此外，森马加大各个园区的内外部绿化面积，在改善办

公环境的同时，提升园区的减排能力。长期以来，公司系统推行“7S”办公标准,促使员工保持良好的卫生习惯,既提升了公司形象和工作效率，又节约了有限空间和工具机器设备的使用寿命，保证了员工的身心健康。森

马严格推行办公区域内垃圾分类管理，将垃圾分为干垃圾、湿垃圾、可回收物、有害垃圾四种，要求员工对垃圾进行分类投置。

打造绿色物流

为减少物流环节的资源消耗、降低对环境的污染，公司物流部门联合设计部门对产品的包装、运输线路、运输载体、仓储等各个方面进行了设计，以实现物流全链路的绿色化。公司成衣均采用成本低、占地少、可回收利用强的纸质包装材料，可回收利用率达100%，并配有自动

化物流中心，集成了AGV智能搬运系统、自动输送系统、自动提升系统、电子标签系统、热塑防盗管理系统等，从而保证了货物仓库管理各个环节可以有效控制，提高仓库管理的工作效率，降低一线员工的劳动强度。近年来，公司物流部门与上下游合作伙伴紧密合作，全面推进绿色物

流进程，尤其是在清洁能源、节能降耗、低碳运输和资源再利用等方面取得了显著的进展。在办公楼和物流的大面积屋顶部分则铺设了光伏供电系统。

4.1.4 减排目标、指标及实践

4.1.4.1 碳排放情况

碳排放总量及结构说明

温室气体排放				
指标		2024年度	2023年度	2022年度
范围1和2排放	吨	10097.06	9459.23	10122.61
范围1和2排放密度	吨/人民币百万营收	0.6903	0.6925	0.7594
范围1排放	吨	279.67	275.56	330.91
范围2排放	吨	9817.39	9183.68	9791.70

碳排放所采用计算方法

森马采用“排放因子法”进行计算，主要排放因子采用测算标准如下：

计算依据

- 1. 汽油的二氧化碳排放因子为2.3吨CO2/吨汽油
- 2. 柴油的二氧化碳排放因子为3.1吨CO2/吨柴油
- 3. 天然气的二氧化碳排放因子为2.19千克CO2/立方米天然气，且天然气密度约为0.7174千克/立方米
- 4. 电网排放因子为0.581吨CO2/兆瓦时

4.1.4.2 减排新实践

节能减排实践：参见4.3.1

运营减排实践：参见4.3.3

产品减排实践：参见5.2.3

4.2 污染防治/生态保护

报告期内，森马未产生污染防治与生态系统保护方面的负面影响和信息

项目	报告期内	说明
1	被列入环境信息依法披露企业名单	无
2	生产经营活动产生的废弃物对环境产生重大影响	无
3	生产经营活动对生态系统和生物多样性产生重大影响	无
4	报告期内突发重大环境事件	无
5	报告期内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	无

4.3 资源利用/循环经济

4.3.1 能源

4.3.1.1 节能目标

森马积极响应国家节能减排政策，通过安排能源节约等有效措施，努力实现单位能耗强度逐年降低的目标。

年份	园区	汽油（吨）	柴油（吨）	天然气（立方米）	电力（千瓦时）	光伏发电量（千瓦时）	总用水量（吨）
2024年	温州	6.19	4.53	—	3488827	2302358	70990
2023年	温州	6.43	5.15	—	3628420	2364054	63181
2022年	温州	16.12	—	—	3857301	1754550	81435
2024年	上海	8.23	—	36109	5636004	—	37182
2023年	上海	9.24	—	40066	5186007	—	40442
2022年	上海	7.63	—	52993	5012013	—	52379
2024年	嘉兴	—	—	44043	4323922	6839384	42241
2023年	嘉兴	—	—	38565	3784478	5893938	41533
2022年	嘉兴	—	—	49815	4442525	401028	20918
2024年	杭州	7.81	—	17787	3477795	—	35100
2023年	杭州	4.50	—	18770	3235033	—	34167
2022年	杭州	2.26	—	21439	3570415	—	36901

4.3.1.2 节能措施

能源管理建设

能源管理责任落实到位，由行政部负责组织实施，各业务部门负责人共同参与，统筹规划、监督和推进公司能源节约工作。

建立完善的能源计量体系，对公司内各类能源的消耗进行精确计量。定期对计量设备进行校准和维护，确保数据的准确性。制定

能源管理制度和合理的能源消耗预算，鼓励节能降耗行为。

能源使用优化

加强用电管理，避免设备空转和待机。非工作时间及时关闭电源。推广使用智能节能型办公设备，如楼层打印机等，设置自动休眠功能，提高设备集中利用率，减少待机能耗。优化用气管理，对园区厨房等燃气设备进行定期维护和调试，确保其燃烧效率处于最佳状态。安装燃气泄漏监测装置，及时发现和处理燃气泄漏问题，避免能源浪费和安全事故。



森马楼层公用打印机

节能意识培养

在公司内部开展节能宣传活动，通过宣传栏、内部刊物、电子显示屏等多种渠道，宣传能源

节约的理念，营造良好的节能氛围和习惯。设立创新奖励制度，鼓励员工提出降本增效、节能增

效合理化建议和创新方案。对在节能增效工作中表现突出的员工给予表彰和奖励。

再生能源利用

森马对公司建筑屋顶进行评估，安装太阳能光伏发电系统，将太阳能转化为电能，用于公司的部分电力需求，目前温州园区

股份的光伏容量为2280KWP，嘉兴园区光伏容量为5800KW-P，上海园区光伏容量为2111.085KWP，2025年投

用。2024年，森马嘉兴园区的光伏发电量已能完全满足自身园区用电需求，余电上网交易。



注：上海光伏发电测算方法

确定峰值日照时数

上海地区的峰值日照时数通常在 1100 - 1300 小时 / 年。我们取中间值 1200 小时 / 年作为参考计算。

考虑光伏系统效率

光伏系统在实际运行中会受到多种因素的影响，如组件老化、灰尘遮挡、逆变器效率等，综合这些因素，光伏系统的实际效率通常在 75% - 85% 之间。我们取 80% 进行计算。

计算年发电量

根据公式 “年发电量 = 光伏装机容量 × 峰值日照时数 × 系统效率”，可得：该光伏项目一年的发电量约为 2026641.6 千瓦时。

4.3.2 水资源

水资源				
指标	单位	2024年	2023年	2022年
用水量	立方米	185513	179323	191633
排水量	立方米	166962	161391	172470
用水密度	立方米/人民币百万元营收	12.68	13.13	14.37
排水密度	立方米/人民币百万元营收	11.42	11.81	12.94

节水措施

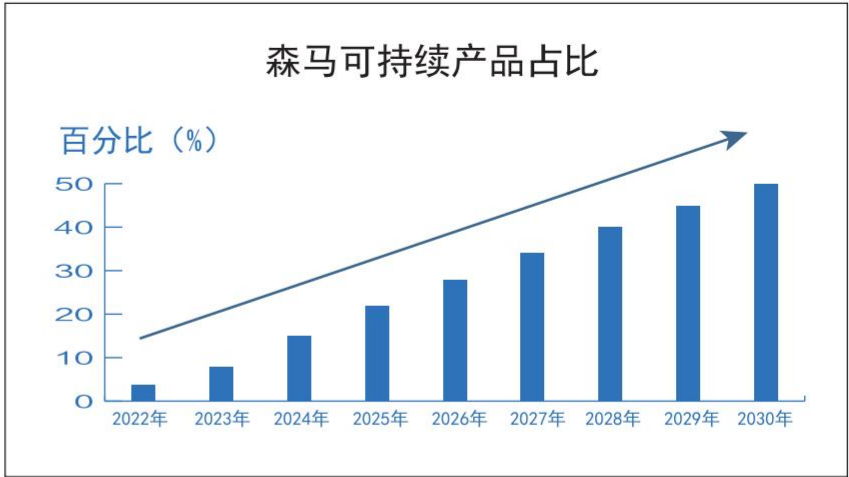
- 加强用水管理，推广节水器具，如节水型水龙头、马桶等。加强对供水管网的巡查和维护，及时修复漏水点，减少水资源浪费。
 - 倡导员工节约用水，在办公区域张贴节水宣传标语和海报，鼓励员工在日常工作中养成随手关闭水龙头、合理使用饮用水等良好习惯。
- 建立办公区域公共用水区域，采购专用净水器集中提供办公场所饮用水。
 - 在员工宿舍安装智能水表，实时监测宿舍用水情况，对用水量异常的宿舍进行提醒和排查，防止因水管破裂或其他原因造成的水资源浪费。
- 定期检查食堂用水设备，确保其运行正常，避免因设备故障导致的过量用水。另根据食堂就餐人数合理调整设备的用水参数，避免不必要的水资源浪费。

4.3.3 循环经济

4.3.3.1 可持续产品的提升

近年来，森马积极提升可持续产品比例，持续研发和推广使用可降解、可再生的新型面料，减少传统合成纤维对环境的影响，满足消费者对可持续时尚的需求。2024年森马可持续产品占比为19%，合计2350万件；按照规划，预计到2030年，森

马可持续产品占比将达到50%。



4.3.3.2 废旧电子产品处理

森马制定相关制度流程，对办公类废旧电子设备，如电脑、手机等，由数字中心负责定期集中统一处理。数字中心每年年末均开展一次IT资产员工自助盘点，并定期（每2-3年）对电子类废旧资产处理一次。在处理过程中遵循严格的废旧物品处理流程，并寻找专业有资质的公司进行报废处理。最近一次（2023年）废旧电子设备处理合计约3吨左右，下次处理时间预计在2026年左右。

森马废旧电子产品报废流程



4.3.3.3 物流园区循环经济

- 物流园区纸箱循环利用，根据业务量不同至少循环2-3次，或多园区共享共用。部分仓使用循环周装箱代替纸箱，年均累计可减少3800吨二氧化碳排放量。
- 报废服装由物流中心负责，指定工厂销毁（1年至少2次），燃烧发电全程监督监控。
- 仓内叉车运输均替换为电动设备，全年碳排放对比内燃叉车累计可减少700吨二氧化碳。



蓄电池托盘搬运车及蓄电池平衡重式叉车



纸箱循环利用2-3次

5. 社会

5.1 公益慈善

多年来，森马发展了以上市公司森马服饰为核心、以上市公司大股东森马集团的大平台为坚强后盾，以“实物公益、产业兴农、基金帮困、教育慈善”为主要内容的公益慈善体系，涵盖了赈灾、助学、扶贫济困等多个方面。

截至2024年底，森马系统已累计向社会捐款捐物超6亿元，无论是在助力贫困地区教育发展，还是在重大灾害发生时伸出援手，都展现出强烈的社会担当，为社会和谐发展贡献了重要力量。

最近三年，森马服饰累计向社会捐款捐物2280多万元。

报告期内，森马服饰向社会捐款捐物331.36万元。

浙江森马慈善基金会组织架构图



2023年，森马出资1000万元，成立浙江省森马慈善基金会，为森马开展公益慈善活动提供了更专业、更规范的平台和组织保障。

扶贫济困与扶助弱势群体

积极参与社会扶贫工程、社会公益、社会救济和抚恤工作，通过组织各类社会活动，开展助老、助孤、帮残、助医、救助贫困生等慈善救助活动，为弱势群体提供帮助和支持，缓解他们在生活、医疗、教育等方面的困难，改善其生活状况。



巴拉巴拉盒子礼物公益行携手贾乃亮走进四川甘孜广安



1月文成县二源镇陈钟村结对帮扶款



12月捐赠羽绒服助力上海闵行区干部援滇公益活动



12月巴拉巴拉盒子礼物走进云南省庙坝镇盐井小学

乡村振兴与共同富裕

致力于推动乡村地区的发展，通过产业兴农、基金帮困等方式，助力乡村经济的繁荣和农民生活水平的提高，缩小城乡差距，促进共同富裕目标的实现，积极参与和支持乡村振兴战略的实施，在农村基础设施建设、农业产业发展、农民就业创业等方面发挥作用。



森马向瓯海区慈善总会捐赠1000万元共富基金



10月森马助力中国纺织信息中心“织青行动”走进西藏林芝市鲁朗镇小学及附属幼儿园



12月巴拉巴拉盒子礼物走进合肥市长丰县涂郢小学

12月巴拉巴拉盒子礼物联合董璇走进黑龙江省东宁市道河镇道河村道河中心学校



推动社会公益事业发展

大力推动文化、教育、卫生、环保等其他社会公益事业的进步，在文化领域，资助文化遗产保护、文化艺术活动等项目；在教育方面，资助贫困学生；在卫生领域，参与医疗救助等活动；在环保方面，积极开展环保宣传、生态保护项目等，为社会的全面发展和进步贡献力量。



11月向世界青年科学家峰会组委会捐赠800双鞋子内场火炬传递



7月森马助力中国大运河世界遗产“河之端”系列文化活动成功举办



7月森马 × 武汉纺织大学校园马拉松公益活动活动捐赠2000件服装

1月巴拉巴拉盒子礼物走进“贫髓相逢·筑梦同行”地贫宝宝生日会

践行企业社会责任

作为森马履行社会责任的重要平台，通过开展各种慈善活动，积极回馈社会，实现企业与社会和谐共赢，在追求企业自身发展的同时，始终把回报社会当成一种责任，坚守和谐共赢文



12月“你好蓝朋友”森马携手万达开展第三届暖衣传暖意公益行动致敬城市消防安全卫公益主题活动



11月森马集团捐赠100万元关爱退役军人



2024年森马首批加入苔花公约



12月巴拉巴拉联合赛得利开展关爱鄱阳湖留守儿童公益活动

5.2 创新驱动



5.2.1 创新概述

森马创新战略

集中围绕产品研发创新、数字化转型创新及供应链效率提升创新展开。通过大数据、人工智

能等技术，精准把握市场需求，提升产品设计与研发的效率和精准度，通过采用新的技术和方法

实现智能化生产和物流管理，提高供应链的运营效率和产品质量。

研发创新管理

森马一向重视研发创新和管理，按不同品牌分产品组建设计研发团队，同时成立集中的供应链发展中心，为各个研发团队提

供支持和赋能，帮助不同品牌进行精准产品研发，提高研发效率。2024年，森马推动52周运营机制的建立和落地，全面提升

产业链的运作效率，大大增强产业链与前端市场的契合度。

有效专利情况

截止2024年末，森马全部有效专利共605项，其中：应用

于主营业务的发明专利数量20项，实用新型226项，外观设计

359项。

年份	外观专利		实用专利		发明专利	
	申请	授权	申请	授权	申请	授权
2024年	135	157	70	54	5	3
2023年	136	103	59	41	5	2
2022年	53	55	39	27	6	8

5.2.2 研发创新

自2023年起，森马开始与核心供应商共建联合研发基地，大力推动研发模式创新。截止报告期末，已组建了富华休闲裤、泰慕士T恤卫衣Polo、创科T恤卫衣、前进牛仔四大联合研发基地。

2024年，首批四大联合研发基地高效承接森马四大品牌三个季度全周期的企划研发及大货工作，成效显著，研发基地的5项关键指标：心智爆款共实现10万级爆款29个，20万级爆款8个；研发提效13.50%；研发

降本11.45%；大货订单提升14.56%；心智孵化深度创新共实现专利5个、材料整合案例1个，版型创新2个，工艺创新1个。指标整体超预期达成。

森马X创科T恤卫衣研发基地



森马X泰慕士T恤卫衣研发基地



森马X富华休闲裤研发基地



森马X前进牛仔研发基地



5.2.3 产品创新

森马产品创新的最终目标是打造时尚、科技、绿色且健康舒适的服装产品，提升品牌竞争力，实现可持续发展，在快速变化的时尚市场中占据领先地位。2024年，森马聚焦市场需求，深化技术创新与设计创意融合，积极推动高质量发展，持续推出高品质、高信任度的创新产品。在中国纺织工业联合会公布的

“2024年度十大类纺织创新产品名单”中，森马有四项产品脱颖而出，荣获十大类纺织创新产品奖，并连续两年被评为“中纺联持续创新单位”。森马获奖的四项产品，在设计理念、技术研发、应用领域以及绿色可持续性方面均取得了显著成果。



天丝™莱赛尔牛仔裤

零售额：**2301**万 零售量：**11.8**万件

产品通过采用棉与天丝(TM)莱赛尔纤维进行混纺的纱线织造成面料，具有优良的手感，类似丝绸的垂感性；其经纱采用靛蓝染色工艺，化学释氢的方法还原靛蓝染料，替代传统保险粉的使用，实现精准控制染槽染液的稳定性，通过在线回收靛蓝、水进行再使用，能够节约一定的靛蓝染料及其水，减少染色后纱线进行清水清洗的水资源，降低污水的处理成本；同时高效短流程的后整理处理工艺，能够实现面料连续进行生产，大大提高生产的效率。



金银花抗菌防螨婴童T恤

零售额：**201**万 零售量：**2.58**万件

以棉纤维与黏胶的合理配比，经过组织设计和后整工艺优化，充分发挥不同纤维优势，使面料手感柔软，穿着舒适；所用抗菌防螨功能纤维材料，在其成型过程中创新引入金银花草本纤维中的活性组分，通过分子巢制备装载技术和纺丝技术的应用实施，成功将萃取的活性分子装载到分子巢中，以确保其在面料中的有效性和持久性，对多种病菌都有着抑制的作用，实现7A抗菌和防螨功能，适合贴身穿着，给宝宝成长营造一个安全屏障。



会乘风的Super T

零售额：**50**万 零售量：**2600**件

产品采用PTT/PET双组份弹性基础上，复合常规PET涤纶的FDY/DTY织造，精确控制特定线长，利用纱线天然弹簧的分子结构，并通过后续的染色和热处理工艺智能化控制，让面料收缩后拥有棉质蓬松手感、吸湿速干性、良好的挺度、防晒性、遮热性，产品功能均是原料级功能，具有持久和安全性。



“红嘴雁”七合一多功能羽绒服

零售额：**2000**万 零售量：**3**万件

羽绒服主面料选用具备七大功能的环保聚酯纤维面料：防水、防油、防污、防风、透湿、耐磨、环境友好；经纱采用全消光再生聚酯纤维，赋予面料良好的仿棉效果，同时对环境更加友好；特氟龙纳米后整工艺，在纤维表面形成一层保护膜，赋予面料洗前洗后良好的防水、防油、防污效果；面料贴合功能性3K/4K膜，让面料有较好的防风保暖性能，同时具有一定的透湿性能。产品填充物甄选红嘴雁防护羽绒，独特勾状吊绒结构，不易跑绒，更好锁温，90绒子含量，清洁度1000+。



5.2.4 数字化创新

数字化转型创新目标

通过运用前沿数字技术，为消费者需求的精准洞察、产品研发设计效能的提升、供应链管理

与生产效率的优化、线上线下全渠道营销能力的增强助力，实现更具竞争力与个性化的时尚品牌

孵化，引领行业数字化变革，推动森马在数字化浪潮中实现高效、可持续的高质量发展。

2024年9月，经过精心筹备与研发，数字中心的全新四大业务系统——全域货通、供分销一体化系统、门店生命周期管理系统以及统一主数据管理平台正式上线运行。四大系统的成功上线不仅提升了森马整体的运营效率和服务质量，更为森马未来的发展奠定了坚实的基础。



9月，数字中心全新四大业务系统顺利上线

5.3 客户发展

5.3.1 供应链的风险管理

报告期内，森马服饰高度重视供应链风险管理，全力保障供应链安全与稳定。

供应链风险管理

在供应链风险管理方面，公司制定了全年供应链“零”风险的管理目标。具体计划则涵盖了从供应商选择、评估到合作过程中的持续监督等全流程环节。2024年，公司进一步完善供应链风险应对机制，针对可能出现的风险，如原材料价格波动、供应中断、物流受阻等情况，制定了详细的应对措施。与主要供应商签订长期合作协议，稳定原材料价格和供应数量；同时建立了多源供应体系，降低因单一供应商问题导致的供应中断风险。在实施效果上，这些措施有效减少了因供应链问题导致的生产延误，保障了产品按时交付，提高了客户满意度。

体系化建设	准入评审	准入合作	绩效管理	分级管理	风险管理	退出管理
标准管理	供应商基础信息资料收集	法大大账户创建	绩效指标设立	季度/年度供应商分级	供应商经营风险	供应商退出风险管理
流程设计	供应商资质评审	签订/变更合同	绩效数据分析	供应商合作定位调整	供应商资金监控	履约/质保金管理
框架合同管理	供应商准入审批	试合作绩效评估	绩效结果输出	分池管理	供应商合规风险	
供应商结构优化	供应商账户创建	供应商合作定位	供应商积分管理	二级工厂管理	供应商履约风险	
迪士尼认证	年审评估	试制费协议签署	沟通管理	数字化建设	违规处罚通报(含私自外发)	
			供应链客户中心管理	蓝图设计		
			供应商大会	BPM流程建设与更新		
			供应链月刊	供应商主数据治理		
			供应商满意度	绩效方案升级		
				看板和报表呈现		
				AIGC探索 数字化创新		



5月24日，2024股份级门店生命周期管理项目启动会开启

在保障自身供应链安全和强化供应链优势方面，森马服饰积极与供应链联动合作开展科技创新。整合了产业链上下游的优质资源，实现了规模经济和协同效应。对羽绒等关键原材料供应商



森马供应商大会

供应链创新管理

针对当前服装行业供应链普遍面临的“订单碎片化、生产周期压缩、信息分散与协同效率低下”等挑战，森马研发了“柔性智能决策平台”作为解决方案，该平台能够通过数据分析实现“科学决策，最大化资源利用”，确保质量的同时优化成本和速度，助力业绩提升的目标。该平台由零售端、供应端和决策端三个核心模块构成。零售端模块根据产品零售情况预测采购需求，捕捉市场趋势，寻求零售增量；供应端模块则通过在线管理原材料、产能及全链路“绿色通道”，确保柔性订单的平稳交付；决策端平台则基于供需平衡

和资源匹配，智能分析出最优采购方案，实现利益最大化。自平台实施以来，森马服饰的供应链已取得了显著成果。决策周期缩短60%，生产周期缩短43%，柔性订单占比翻番，售罄率高于

的战略储备，不仅保证了原材料的优先供应权，还在成本控制上取得了显著优势。在科技创新领域，公司投入大量资源用于供应链技术的升级。引入先进的库存管理系统，实现了对库存的精准预测和实时监控，减少了库存积压和缺货现象；采用智能物流追踪技术，提高了物流效率和透明度，确保货物在运输过程中的安全与准时。这些举措积极推动了公司供应链的可持续发展，为公司在激烈的市场竞争中奠定了坚实的基础。



在2024年的SIMPL系列峰会上，森马服饰的“柔性智能决策平台”凭借其出色的创新性和实践成果，荣获了“2024年度中国供应链创新与转型变革十大杰出案例”以及“2024年度中国供应链模式创新先锋”两项荣誉。



森马获得2024年度中国供应链创新与转型变革十大杰出案例。



森马获得2024年度中国供应链模式创新先锋。

5.3.2 平等对待中小企业

一直以来，森马都高度重视与代理商、加盟商和零售商的和谐共赢发展。森马大多数代理商、加盟商、零售商以中小企业为主。在经营合作过程中，森马最大程度地保障合作伙伴的合法权益，以合理收益共享的分配机制和对合作伙伴能力的提升，来推动产业链下游生态的繁荣发展。2024年，森马多次举办零售商交流、培训、共创会议，聚焦各个品牌的运营情况和发展策略，与零售商共迎新挑战，共谋新发展。为提升下游合作伙伴的综合运营能力，公司积极提供服务，给予专业咨询，发挥公司的大平台功能，建立高效便捷的沟通渠道，助力合作伙伴提升运营能力。公司通过多种形式的赋能活动，提升下游客户对市场变化的敏锐嗅觉，深刻了解自己市场内的渠道、商品和消费者，充分调动一线员工的积极性，让他们直接做决策，切实提升店铺陈列水平，快捷了解店铺销售特色和单品优势，直接与消费者对话，更好地满足消费需求。目前森马旗下品牌线下销售网点8000多家，遍布全国各县市区，并在一带一路沿线进行了渠道布局；加盟商零售业务占比超过公司线下业务总量的80%。



森马代理商游学

报告期内，森马财务管理规范，现金流充足，经调查，森马的主体及其控股子公司未发生逾期未支付款项的金额。

5.3.3 产品服务质量管理

5.3.3.1 产品质量管理

森马在产品质量、员工职业健康安全以及环境保护等方面建立了符合国际标准的管理体系，为产品和服务质量提供了基础保障。截止报告期末，森马通过了质量管理体系ISO9001:2015、职业健康安全管理体系ISO45001:2018、环境管理体系ISO14001:2015的认证。

1. 供应链质量管理

供应商筛选与管理

森马采用虚拟经营模式，本身不涉及生产加工，因此对供应商的管理尤为重要。公司对供应商进行严格筛选，挑选生产能力强、技术力量雄厚、产品质量

过硬的专业生产厂家合作。在合作过程中，不断对供应商进行考核和评估，确保供应商的生产质量稳定。

质量预防与赋能
基于塑造百年品牌、品质的

理念，森马在供应链领域注重质量管理的预防，将质量管控贯穿于整个供应链环节。同时，对供应商进行质量赋能，帮助供应商提升质量管理水平，从源头上保障产品质量。

2. 研发质量管理

设计创新与差异化

公司注重产品的设计研发，聘请优秀的服装设计师，与国际著名服装设计公司进行跨国合作，引进国际一流的设计理念，

突出产品的差异化、时尚化，以满足消费者不断变化的需求。

产品测试与验证
在产品的设计开发过程中，进

行严格的产品测试和验证。包括面料的质量检测、款式的试穿评估、色牢度等性能测试等，确保产品的质量和性能符合标准。

3. 过程质量管理

生产标准制定

制定严格的生产标准，要求生产厂家按照标准进行生产。对生产过程中的各个环节进行监

控，确保生产过程的规范化和标准化。

质量巡检与抽检
在生产过程中，森马安排专

业的质量管理人员进厂巡检，及时发现和解决生产过程中的质量问题。同时，对成品进行抽检，确保产品的质量符合要求。

产品质量管理赋能

森马举办首届检测技能大赛

2024年8月31日，以“精技逐梦想，匠心筑未来”为主题的首届森马检测技能大赛在江苏省纺织产品质量监督检验研究院举办。本次大赛是森马践行“质量第一”理念的具化行动，赋能森马供应商提升检测技能水平，深化森马与供应商合作，通过搭建高素质、强专业的检验检测交流平台，共促产业链整体质量水平提升，实现为消费者提供更加安全、舒适和时尚产品的目标。



4月16日，全国儿童针织服装号型会议在森马圆满召开



8月31日，首届森马检测技能大赛在江苏纺检院举办

5.3.3.2 服务质量管理

1 售后服务制度

制度建设

森马建立了完善的售后服务制度，规定在不影响二次销售的情况下，消费者可享受7天无理由退货。如商品存在质量问题，消费者可在规定时间内进行退换货，公司按照相关流程处理。

执行情况

森马通过线上线下多种渠道为消费者提供售后服务。线上，消费者可在购买记录中申请退换货，按照系统提示填写相关信息并将商品寄回指定地址；线下，消费者可携带商品及购物凭证到购买门店进行退换货。对于符合条件退换货申请，及时处理，保障消费者权益。

2024年新动作

森马在2016年引入了人工智能客服系统，2024年接入AI大模型，通过智能机器人和自然语言处理技术，提升了客户咨询和售后服务的响应速度和准确性。智能客服实现24小时在线，自动化技术提升客服处理效率，极大地提高客户满意度和消费者体验。

2 产品召回制度

制度建设

森马建立了产品召回制度，当发现产品存在可能影响消费者安全或严重质量问题时，启动召回程序。公司成立了召回管理小组，全面负责召回的全过程，包括确定召回范围、制定召回计划、与相关方沟通等。

执行情况

在发现产品问题后，公司会通过官方公告、门店通知、短信推送等多种方式通知消费者，并提供相应的补偿措施，如免费更换、维修或退款等。同时，公司会对召回的产品进行集中处理，分析问题原因，采取改进措施，以避免类似问题再次发生。

2024年新动作

森马进一步优化产品召回信息的发布渠道，除了通过官方公告、门店通知、短信推送外，还增加了微信公众号、微博等社交媒体平台的通知方式，确保召回信息能够及时、全面地传达给消费者。公司还增加了专门的质量控制团队，负责召回产品的检测和分析工作，通过引入先进的检测设备和技术，提升了问题产品的识别和处理效率。



3 客户投诉的受理途径、处理流程及处理情况

受理途径

森马设立了多种客户投诉受理途径，包括400客服热线、官方网站投诉邮箱、线下门店投诉反馈窗口以及各大电商平台的售后反馈渠道，方便消费者随时提出投诉。

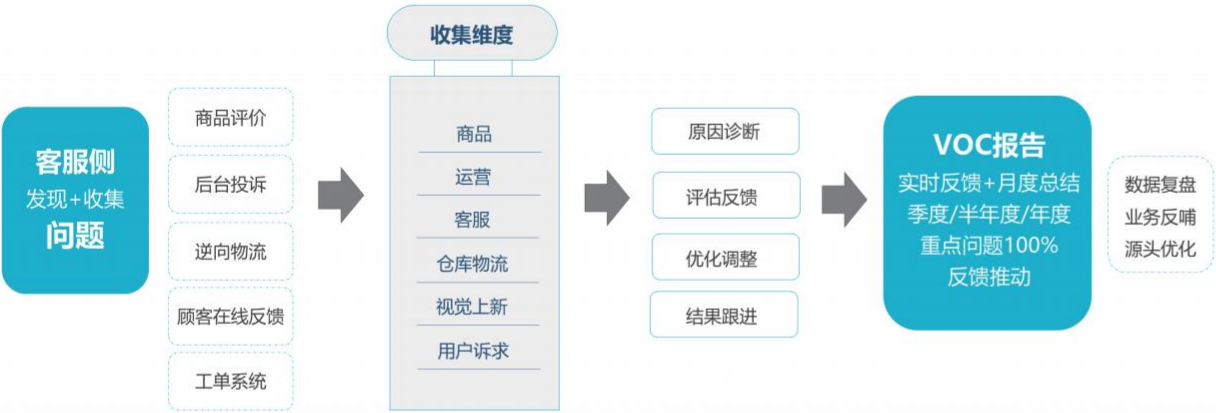
处理流程

▶ 投诉接收与登记	当收到客户投诉后，工作人员会详细记录投诉信息，包括客户的姓名、联系方式、投诉内容、时间等。
▶ 投诉分类与优先级评估	对投诉进行分类，如产品质量问题、服务不满意、交货延误等，并根据影响程度和紧急性确定处理的优先级。
▶ 投诉调查与信息收集	与客户进行沟通，了解投诉的具体细节，收集相关证据和文件，确保了解问题的全貌。
▶ 问题分析与根本原因找寻	分析问题，找寻根本原因，以便制定有效的解决方案。
▶ 解决方案制定与实施	根据问题原因制定解决方案，明确责任分配和时间表，及时解决问题，并与客户保持沟通，告知解决进展情况。
▶ 监控与跟踪	定期检查解决方案的有效性，追踪投诉情况的变化，根据需要进行调整。
▶ 客户反馈与满意度调查	问题解决后，主动向客户征询反馈，进行满意度调查，收集改进建议。

2024年新动作

拓宽客户投诉受理渠道，增加了微信小程序投诉入口和在线客服系统，方便消费者随时随地提出投诉。在原来引入的先进的客户关系管理（CRM）系统基础上，增加全域客户声音分析系统（VOC），对客户评价反馈进行搜集和分析，推动产品和服务的深层改进，并加速对投诉处理流程进行了全面优化，确保每个投诉都能得到及时和有效的解决。问题解决后，公司会通过电话回访、短信调查和在线问卷等方式，主动向客户征询反馈，进行满意度调查。另外，客服中心服务体验部门投入了舆情监测专项资源，对内外部消费者的重点反馈问题，进行全方位的服务跟进，并对内部业务问题进行推动治理。从而更加深入、全面、长远地提升消费者体验。

VOC闭环管理，推动全品牌满意度改善



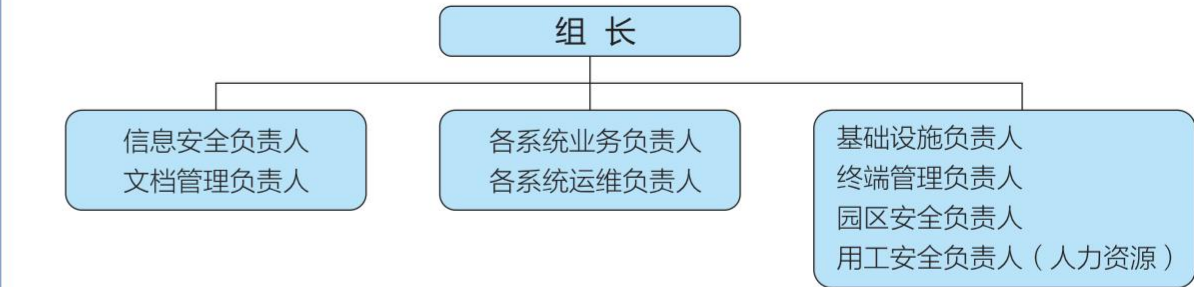
5.3.4 数据安全隐私保护

数据安全与客户隐私保护对于企业的可持续发展和声誉维护至关重要。森马高度重视客户隐私保护工作，严格遵守《中华人民共和国数据安全法》、《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》等法律法规，搭建了自上而下的一体化数据安全和隐私保护管理架构，制定并严格执行《系统建设安全管理制度》、《数据分类分级制度》、《系统授权及审批管理制度》等内部制度，确保在数据使用的全周期中，全方位保护数据安全和客户隐私。

1 信息安全治理

安全管理领导小组是森马信息安全管理最高机构，小组组长由董事长担任，成员包括多位副总裁及业务中心负责人。安全管理领导小组下设信息安全工作小组，成员包括数字中心主要负责人及各系统业务负责人、各园区负责人及人力资源BP负责人。森马信息安全管理原则是主要领导负责原则，全员参与原则，持续改进原则，依法管理原则，选用成熟技术原则。

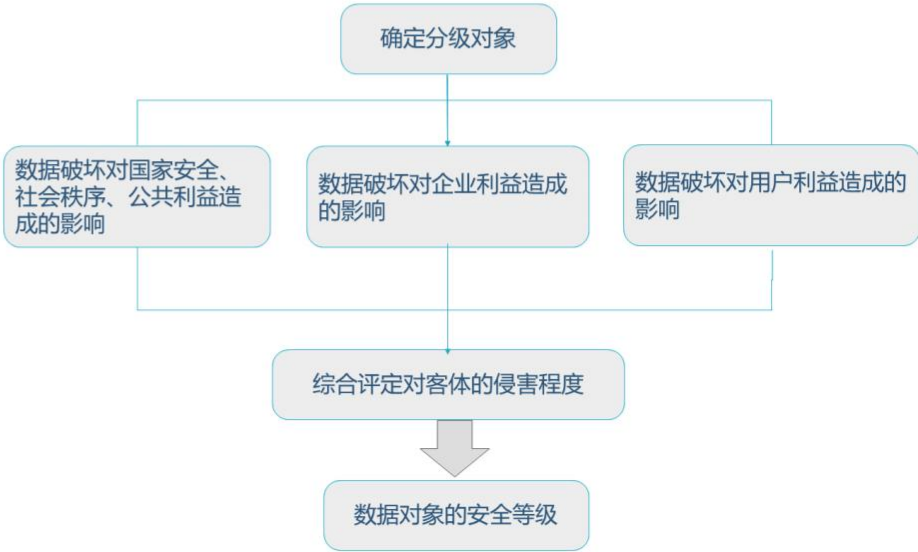
信息安全工作小组



2 管理制度体系

信息安全是森马正常经营的重要保障。2024年，森马进行了安全信息制度汇编工作，遵照“统一规划、分级管理、积极防范、人人有责”的原则，通过风险评估和风险管理，采取一切可能的措施，制定覆盖全部业务流程的管理制度、规范办法和要求，进一步加强信息安全的建设和管理。根据业务运营管理和数据安全特点，按照GB/T43697-2024中的数据分类法为基础进行分类，将企业数据分为用户相关数据和企业自身相关数据两大类。

用户相关数据	是指与个人用户、消费者相关的身份相关数据、服务内容数据、用户服务衍生数据等。
企业自身数据	是指森马掌握的与用户无关的数据，包括网络与系统类数据、企业管理类数据等；
	网络与系统类数据，主要涉及网络与系统的建设与运行维护信息、软硬件资源信息、安全管理信息等信息数据；
	企业管理类数据，主要涉及企业战略、规划建设、经营分析、办公自动化等相关数据。



在数据分类基础上,根据数据重要程度以及泄露后对国家安全、社会秩序、企业经营管理和公众利益造成的影响和危害程度，对企业数据资源进一步进行分级。

3 数据安全等级

数据安全等级	安全管控要求	综合评定对客体的侵害程度	子类
第四级	最高安全管控	一旦丢失、泄露、被篡改、被损毁会对国家安全、社会公共利益或企业利益或用户利益造成特别严重影响的数据	1-1-1-4实体身份证明、1-1-1-5用户私密资料、1-1-2-1用户密码及关联信息、2-1-1规划建设类（发布前）、2-1-2网络与系统资源类、2-1-3网络与系统运维类、2-1-4 网络安全管理类
第三级	较强安全管控	一旦丢失、泄露、被篡改、被损毁会对国家安全、社会公共利益或企业利益或用户利益造成一定程度影响的数据	1-1-1-1自然人身份标识、1-2-1-3位置数据、1-3-1用户使用习惯分析数据、1-3-2用户上网行为相关统计分析数据、1-3-3用户使用行为分析数据、1-4用户上网日志信息、2-3-1 发展战略与重大决策、2-3-2企业发展战略、2-3-3业务发展、2-3-4技术研发类、2-3-5统计分析类数据(经分)、2-3-6-4-1招投标数据（公开前
第二级	基本安全管控	一旦丢失、泄露、被篡改、被损毁会对国家安全、社会公共利益或企业利益或用户利益造成一定程度影响的数据	1-1-1-2网络身份标识、1-1-1-3 用户基本资料、1-2-1-2 服务记录和日志、1-2-2-1 设备信息、1-2-2-2 终端设备资料、1-2-1-1 业务订购关系、2-1-1规划建设类（发布后）、2-2-1-1商品主数据、2-2-1-2渠道信息、2-2-1-3客服数据、2-2-1-4营销信息、2-3-6-4-1招投标数据（公开后）、2-3-6-4-2物资数据、2-3-6-4-3业务合作类数据、2-4-1合作方提供数据
第一级	不做管控要求	一旦丢失、泄露、被篡改、被损毁对国家安全、社会公共利益或企业利益或用户利益造成影响较小或无影响的数据	1-2-1-4违规记录数据、2-2-2公开业务运营服务数据

4 信息安全框架

森马的信息安全管理框架根据ISO/IEC 27001《信息安全管理体系要求》中的控制目标和控制项，并结合公司实际情况规划实施。

制度类	标准类	规定类	程序类
系统授权及审批管理制度	数据安全标准	软件开发管理规定	系统风险评估控制程序
系统建设安全管理制度	个人信息安全管理标准	第三方服务管理规定	系统业务连续性控制程序
数据分类分级制度		访问控制管理规定	信息安全事件管理程序
机房管理制度		系统运维管理规定	
		变更管理规定	
		系统备份管理规定	
		终端安全管理规定	
		介质管理规定	

5 2024年指标/目标

指 标	目 标	目标完成情况
信息安全体系建设	根据法律法规和信息安全风险趋势，优化信息安全制度：落地专项信息安全规范：以查促建，识别高风险场景并推进整改。	已完成
信息安全平台化管控	制定平台化管控基线：协助下属平台落地股份安全要求，并协助下属平台开展信息安全建设。	已完成

5.4 员工发展

员工是森马成长最坚实的基础。一直以来，森马广纳人才，尊重员工，将尊重包容作为价值观写进文化体系；持续改进人才管理模式，保护员工的合法权益；提供完善的薪酬福利体系;大力弘扬“家文化”；努力打造健康安全的工作环境，完善人才相关制度体系，全面关怀员工的工作生活。

报告期内，森马合计吸纳就业人数3092人。公司在深耕国内市场的同时，积极开发海外市场。2024年，公司在越南配置8名越南籍员工和1名中国籍外派员工，在新加坡配置1名新加坡籍员工，在马来西亚配置2名马来西亚籍员工，主要开展销售工作。

员工制度

ER制度	SSC制度	培训制度	OD制度	招聘制度	C&B制度
《人事管理制度》	《考勤和假期管理制度》 《员工退休管理办法》	《员工培训制度》	《晋升管理制度》	《招聘管理制度》	《薪酬管理制度》
《责任追究制度》			《轮岗管理办法》	《内部员工人才推荐管理办法》	《全面绩效管理制度》
《员工关系事件管理流程》				《招聘岗位内部开放操作管理办法》	
《员工申诉管理条例》					

5.4.1 职业聘用与待遇

5.4.1.1 员工聘用

用工原则

平等录用及发展原则

森马为每一位渴望与森马共同成长的员工提供平等的就业机会，没有民族、性别、年龄、婚育、地域、宗教等差别。2024年，森马首批加入《苔花公约》，承诺为残障人士提供公平就业机会。

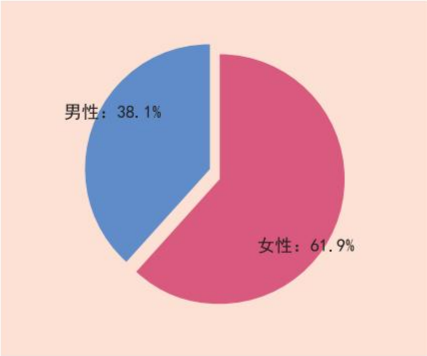


合规用工原则

森马秉承公平公开的招聘原则，给予所有人平等机会，并持续加强人才结构的多元化。森马坚决不雇佣童工，拒绝一切形式的强迫劳动，员工入职即签订劳动合同，依法缴纳社会保险，按时发放工资。

性别平等原则

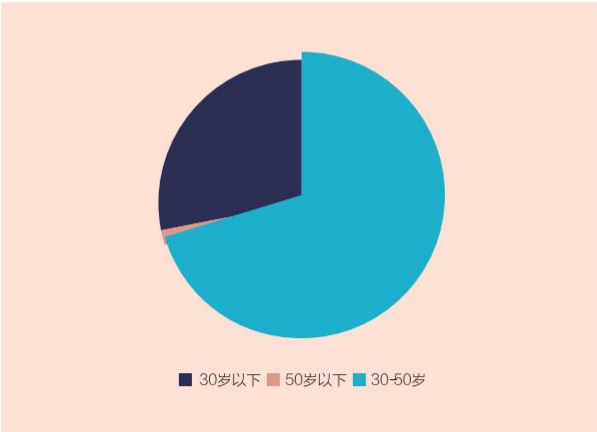
森马坚持“男女平等”的雇佣原则。截止报告期末，公司在职员工总数为3092人，其中男性员工1178人，占比约38.1%；女性员工1914人，占比约61.9%，充分体现了公司不受性别因素影响



5.4.1.2 员工结构

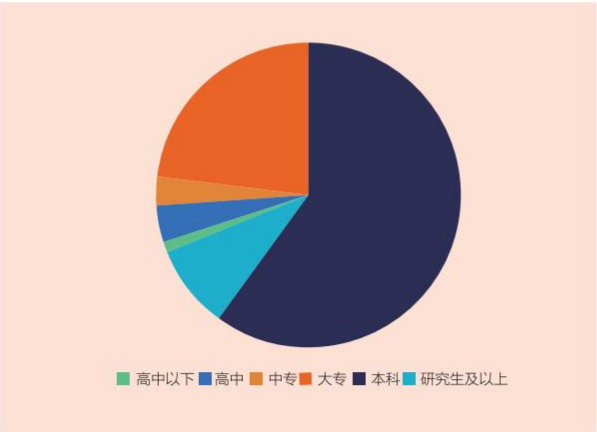
年龄构成

30岁以下员工866人，占比约28%；30 - 50岁员工2177人，占比约70.4%；50岁以上员工49人，占比约1.6%。公司员工年龄结构以中青年为主，30 -50岁员工凭借丰富经验在关键岗位发挥重要作用，30岁以下员工则为公司注入创新活力。



人才结构

公司持续吸纳高学历人才，优化学历结构，培养和造就一支赢得市场领先、创造组织优势、引领价值导向、有使命感与责任感的人才队伍，截至2024年12月31日，公司大专及以上学历员工占比达92.2%。



5.4.1.3 员工待遇

公司严格按照国家法律法规，按时足额支付员工工资，每月15日前完成上月工资结算，确保员工劳动报酬及时到账，全年工资发放准确率达到100%。在社保缴纳方面，为全体在职正式员工按照法定比例足额缴

纳五险一金，员工工伤保险投入金额204.74万元，工伤保险覆盖率达100%，切实保障了员工的社会保障权益。

为了公平合理的体现价值与责任，根据人才吸引和保留策略、兼顾内部公平和外部竞争力、以绩效为导向和关注成本预算等原则，以“按岗付薪、按人付薪、按绩效付薪”为薪酬支付基本理念，建立科学化系统化的薪酬策略及管理政策。



森马上海园区宿舍外景



森马上海园区宿舍内景

按岗付薪

通过岗位价值评估，使用岗位等级作为基础来确定各岗位在企业内的相对价值，并与选择的目标市场的薪酬状况进行比较，建立具有一定竞争力的薪酬体系。

按人付薪

在岗位级别的基础上，根据个人的管理/专业/技术能力、经验、过往业绩表现等评估人与岗匹配情况，并以此作为薪酬支付的基准。

按绩效付薪

根据考核周期内设定的绩效目标的达成状况，支付总现金薪资中的浮动奖金部分。

岗位价值评估

公司采用美世公司的“国际岗位价值评估工具（IPE）”进行岗级（PC）的评定，以衡量不同岗位职责之间相对价值。在进行岗位价值评估时，会根据岗位所处的组织规模、岗位职责的相对重要程度、影响范围、解决问题的复杂程度、对组织价值贡献相对大小以及对任职员工知识、能力要求高低等因素综合评估确定。通过评估确定不同岗级，可以区分不同岗位职责对公司的不同价值贡献度。

5.4.1.4 员工福利

森马为员工提供具有市场竞争力的薪酬，并根据工作和岗位需要提供交通、外派、差旅等补助或津贴。森马每年定期为员工发放绩效奖金，颁发“优秀员工”“优秀团队”等荣誉奖励。员工享受全方位的健康管理，包含年度健康体检、工作餐饮、图书馆、健身房、咖啡馆等。森马为在主要工作地没有自有房产的员工提供宿舍。除依法为员工提供五险一金等基础保障外，为入职一年并加入工会的员工购买职工医疗互助保障金。为倡导人性化的工作氛围，森马还提供伤病丧慰问、婚育礼金等福利。在享受法定假期的基础上，森马还为员工提供弹性工作时间和除法定以外的带薪年假、探亲假等，2024年的人均带薪休假天数为6.07天。每逢重要节假日，都会为员工准备慰问和礼物，如：每年春节、妇女节、劳动节、端午节、中秋节等。此外，森马推行多项激励政策，并积极与有关政府部门联系落实人才落户等激励举措，吸引人才、留住人才、鼓励创新。

5.4.1.5 员工沟通

报告期内，公司通过建立完善的沟通反馈机制，积极预防和化解劳工纠纷。森马充分尊重每一位员工，鼓励员工发挥主人翁精神参与公司经营管理，为广大员工提供有效的民主管理渠道、搭建畅通的沟通平台，保障员工的民主权利。

为了更好地服务员工，森马在不同领域推出多款人工智能工具，打破时间和地域限制，方便员工随时随地进行政策制度咨询，有效防止用工矛盾。

森马通过钉钉群组，利用简单的方式加强与员工之间的线上交流，并通过内部BPM（Business Process Management）、公众号、钉钉公告、荣誉墙等渠道，与员工加强互动。

森马每年举办新春工作会议、年中管理工作会议，会上公司管理层会向员工传递公司战略、业务布局与管理思路，并对在业务、管理等方面取得卓越成绩的团队进行表彰，以感谢他们为森马发展做出的贡献。



2024森马AI应用项目启动会



2024新春工作会议

公司积极推进和完善厂务公开制度。2024年，为充分保障公司职工参与公司民主决策、民主管理和民主监督，发挥职代会有效作用，公司按惯例召开年度职工代表大会，向员工及时通报公司经营管理信息，并向全体职工收集到员工

最关心的涉及人力资源、行政后勤、工会福利等相关建议107项。2024年度，公司继续组织开展员工沟通大会，由高管和员工以对话形式，解答员工关心关注的问题。

公司大力推进“员工满意度工程”建设。依托工会、人资中心、行政中心等组织和单位建立协同办公机制，快捷处理有关员工切身利益的问题。在加强日常工作的同时，公司每年还至少组织一次全员覆盖的员工满意度调查工作。



2024森马员工高管沟通大会



2024森马职工代表大会

5.4.1.6 员工关怀

森马营造温馨和谐的职场氛围，努力将公司打造成一个有温度、有目标、有凝聚力的大家庭。

2024年由人力资源中心组织开展的全域员工敬业度满意度调研，有88%的员工参加了调研，整体员工敬业度92%，整体员工满意度92%，呈逐年提升态势。我们通过“敬业度调研”项目倾听员工声音，从组织、人才、管理、流程等方面全面分析员工敬业度和满意度情况，并依据调研结果在组织内开展改善和优化，持续提升员工认可度。



森马组织“森”日会、主题团建、节日慰问等活动多维度关爱森马人，并上线“森马资讯”、“森马党群信息”等平台栏目，实现信息共享。森马为每一位退休员工组织欢送活动，并送上代表森马意义的礼品或奖金，以感谢其在职期间的辛勤付出。



森马还由党委、工会等牵头，相继成立了羽毛球协会、篮球协会、户外运动协会、台球协会、直播协会、乐跑协会、瑜伽协会、设计协会等社团，还组建员工艺术团，设立健身活动中心、员工音乐休闲吧、棋类活动室等，为员工组织活动、丰富文化生活、激发工作活力提供了有力保障。



森马不定期举办各类文化活动和节日活动，营造“快乐工作，幸福生活”的文化氛围。2024年11月18日，以“一起更好”为主题的森马文化月在上海产业园隆重开幕。森马文化月至今已连续举办了25届，它在提升企业形象、激发员工热情、丰富员工生活、凝聚团队力量等方面发挥着十分重要的作用。



5.4.2 职业健康与安全

5.4.2.1 安全管理

森马建立了完善的职业健康安全管理体系，涵盖安全生产管理、职业卫生管理、应急管理等方面。

在安全生产管理上，成立由董事长任组长的安全生产领导小组，制定各板块的安全生产规章制度，明确各岗位安全职责，如物流人员安全定期培训等；职业卫生管理方面，定期对工作场所进行职业病危害因素检测，为员工提供必要的劳动防护用品，设置办公区域健康提醒、休假邮件提醒；应急管理方面，制定应急预案，根据政府要求定期组织演练，提高员工应对突发事件的能力。

5.4.2.2 资质认证

公司积极获取相关资质认证，以确保职业健康安全管理符合标准。已获得ISO45001：2018职业健康安全管理体系认证，表明公司在职业健康安全管理方面达到了一定的国际标准。

5.4.2.3 保险保障

2024年，森马员工工伤保险投入金额为204.74万元，覆盖率达100%，有效保障了员工在工作中遭受工伤时能够得到及时的医疗救治和经济补偿。

5.4.2.4 安全情况

报告期内，公司持续加强安全管理，未发生安全事故。

5.4.3 职业发展与培训

5.4.3.1 发展通道

森马建立了专业和管理“双通道”职业发展体系,帮助每个员工结合自身意愿系统规划职业发展路径。其中，管理序列分为基层管理、中层管理和高层管理，为员工提供从基层主管到公司高管等不同层次的晋升通道；专业序列涵盖非管理的专业领域，根据员工专业技能水平分为初级、中级、高级和资深等职级。

5.4.3.2 发展机制

晋升机制

公司以员工绩效、能力和潜力为主要晋升依据。每年进行绩效评估，绩效优秀且具备相应能力和潜力的员工有机会晋升。晋升流程包括员工自评、上级推荐、人力资源部门审核、晋升评审委员会评审等环节。例如，在管理序列晋升中，员工需在原岗位上取得显著业绩，具备领导团队、管理项目等能力，并通过晋升评审委员会的面试和综合评估。

选拔机制

对于关键岗位和高潜人才选拔，公司采用内部竞聘和外部招聘相结合的方式。内部竞聘面向全体员工发布岗位信息，员工通过提交竞聘申请、参加笔试和面试等环节参与竞争；外部招聘则根据岗位需求从人才市场引进具有丰富经验和专业技能的人才。同时，公司注重员工的潜力挖掘，通过人才盘点识别高潜员工，为其提供特殊培养和发展机会。

职业发展机制

公司为员工提供个性化的职业发展规划指导，帮助员工根据自身兴趣、能力和公司需求制定职业发展路径。鼓励员工在不同序列之间进行轮岗，拓宽职业视野，提升综合能力。例如，技术人员可通过轮岗了解业务流程，为向技术管理岗位转型奠定基础。

5.4.3.3 培训体系

森马坚持以“价值贡献为本，贤德者为先”的人才理念，在人才培养和发展方面不断创新和突破。森马人才培养体系，包括校招、社招新员工培训、专业人才培养、管理干部、高潜人才培养等不同模块培训课程，并根据业务需求不断优化人才培养体系，从内部搭建可持续的人才供应链。

森马在2017年成立内部人才培养部门——森学堂。以“弘扬森马文化，打造时尚行业的人才摇篮，推动企业变革为中国服装行业一流企业”为愿景，致力于为员工提供成长空间和发展平台，通过开展各类课程与培训项目，努力成为员工成长顾问、业务发展伙伴、组织文化使者、生态建设助手，为森马的现在和未来培养人才。截至2024年底，森学堂认证公司级内部讲师219位，引导师21位，沉淀线上线下精品课程670余门。2024年全年开展培训617场，共计52404课时，覆盖人数2969人，覆盖率96%，人均学时17.6小时；线上学习平台课程学习覆盖率83%，覆盖人数2913人，人均学时297分钟。

此外，森马在培训赋能方面采用数字化技术，通过森学堂在线学习平台，建立领导力、专业力、通用力的学习地图，匹配学习课程，通过业务部门负责人为首席学习官的学习型组织建设，各部门整合利用森学堂提供的线上、线下学习资源，开展符合业务特性的自主学习活动。此外，我们还用员工喜闻乐见的方式开展学习，例如体验式学习、线上线下翻转课堂、一对一高管教练、团体教练、工作坊等适合成人的创新学习方式，通过完善、全面、有趣、有料、创新的培训体系助力森马人成为独立思考、全面发展的人，激发每个人的活力，赋能组织可持续发展。

培训类型

森学堂根据公司发展战略制定了全方位、立体化的人才培养体系，并通过打造领导力培训体系、专业力培训体系、通用力培训体系、数字化员工成长学习体系，全面赋能员工能力提升，满足发展需求。

领导力培训

线上线下结合，提升各级管理人员领导能力。线上根据公司领导力模型设计全系列的领导力课程，涵盖公司各个管理层级，为员工的成长与发展明确了路径，满足管理者个性化学习需求。线下针对中高管设置一对一高管教练、高效团队工作坊，高潜人才启动“大雁计划”、新进管理者启动“教练训练营”等培训项目，满足关键人才阶段性的共性需求。



专业力培训

聚焦公司关键岗位进行人才培养（产品经理、零售经理等），围绕岗位人才画像提升员工专业能力，助力推动公司变革及战略落地。通过学习官机制，满足公司各业务单元差异化的专业提升需求，全面推动公司专业人才培养，营造学习氛围和文化。



通用力培训体系

针对校招新员工设立“良驹训练营”、针对社招新员工设立“梦马新人营”，通过“认识森马”、“文化导入”、“职业成长”等系列课程加速新员工对公司的了解与融入；同时选拔识别年轻高潜人才，通过“骁腾计划”加速他们的成长和出苗。



数字化员工成长学习体系

通过培训资源和培训管理体系的拉通和建设实现人才培养的降本增效；通过学习体系全流程数字化和知识管理体系的建设，打通与人才发展的闭环，提升培养效率和学习体验，及时支持员工绩效，助力发展。



6. 可持续发展治理

6.1 反对商业腐败

森马高度重视反商业贿赂及反贪污工作，建立了完善的廉洁机制，涵盖了预防、监督、调查和处罚等各个环节。该体系以森马的核心价值观和职业道德准则为基础，明确了各级员工在商业活动中的行为规范和责任义务，确保公司的运营活动合法合规、公平公正。报告期内，森马着力推进清廉机构、清廉制度、清廉教育、清廉合作多位一体的“清廉森马”反腐防控体系建设。



6.1.1 清廉组织

森马设置审计部，同时承担监察职能，履行“教育、监督、惩处”等反腐工作职责。

6.1.2 清廉制度

在反腐制度方面，出台《反腐败条例》、《责任追究制度》、《森马服饰举报人保护与奖励制度》、《森马服饰廉洁奖励试行办法》、《员工商业活动行为准则》、《森马合作伙伴诚信廉洁承诺书》等廉洁自律方面的制度与业务操作规范。

在治理机制方面，公司设置前台、中台、后台的三级内控机制。在采购中推行阳光采购机制，2024年公司相继推出招标采购管理办法、非生采购管理制度，上线“慧采购”系统，让一切采购行为在阳光下运行；**设立礼品申报流程**，规范礼品申报、移交和处置；**专设廉洁账户**，挽救违纪违法边缘员工，促进员工廉洁自律。**在外部合作方面**，加入了国内首家企业内控协会——企业反舞弊联盟，参与新治理体系和反舞弊能力现代化研究与标准制定，与千家知名企业实现信息共享、互助互通，完善内部监察控制体系建设，提高自身反腐水平。

6.1.3 清廉教育

森马通过清廉教育、警示教育、清廉宣传，让清廉文化上墙、入脑、入心，使员工清廉从业的理念落地生根。**在员工教育方面**，将反腐倡廉教育贯穿员工的整个就职期。新入职员工开展入职廉洁教育，引导扣好廉洁从业“第一粒扣子”。设立员工内部廉洁学习课程，以廉洁“小课堂”传授廉政“大道理”。每年组织员工签署廉洁自律承诺书。**在课程设置上**，安排新员工在入职培训课上，学习清廉专题课程；每年不定期邀请纪委、检察院、法院、公安专家来公司宣讲案件作警示教育；组织员工参观廉政基地，参加典型案例庭审观摩；推出钉钉清廉森马AI课堂，打造空中课堂，扩展教育时空。**在宣传上**，建立“清廉森马”微信公众号，宣传反腐知识，每逢节假日发布廉洁提醒，定期发布违法案例；在公司内部BPM系统开辟廉洁专栏，宣传反腐知识；推出《森马员工十大红线》，明确员工禁止和不允许的行为；印发清廉森马宣册手册，畅通全域举报渠道。

6.1.4 清廉合作

森马坚决反对一切形式的商业贿赂与不正当竞争，将反腐倡廉教育与清廉要求覆盖到整个森马产业链。**对于企业员工**，惩防并举，注重预防。鼓励举报和主动申报奖励机制；开辟多条举报渠道，强化多方监督；一发现有确切证据腐败行为，将会被立即辞退，严重者移送司法机关；**对于商业合作方**，要求所有供应商必须签署供应商行为准则与《合作伙伴诚信廉洁承诺书》，一发现有商业贿赂与不正当竞争，将立即终止合作并列入失信黑名单，涉嫌犯罪的追究司法责任。公司在每次供应商大会上公司都会发放廉洁手册，倡导“廉政建设约定”，约定共同打造“廉洁产业链”。



助力清廉名企建设检察开放日



森马举办廉洁文化讲座

6.2 反不正当竞争

森马始终遵循自愿、公平、等价有偿、诚实信用的原则，遵守社会公德、商业道德，承诺不通过贿赂等非法活动谋取不正当利益，不侵犯他人的商标权、专利权和著作权等知识产权，不从事不正当竞争行为。秉承公平公正、诚实守信、合法合规的原则开展商业经营活动，严格遵守《中华人民共和国反垄断法》和《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律法规，主动参与良好商业环境的营建，积极拥护正当商业竞争秩序，反对违背商业道德的市场交易行为。

6.2.1 森马反不正当竞争职责

事项分类	环节	权限归属	重点项目
重大事项	覆盖全产业价值链条	管委会	——
常规事项	生产与采购环节	供应链发展中心	反对违规招标
	品牌营销环节	法务、采购等业务中台与各品牌事业部	反对虚假宣传、反对侵犯商业秘密
	全公司业务链条	审计部	反对商业贿赂

森马高度重视公平有序的商业环境建设，一方面承诺通过公平公正的方式参与市场竞争，另一方面致力于打造公平、有序、透明的内在营商环境，严格禁止对代理商、供应商等合作伙伴做出不合理限制。2024年度，森马陆续更新并发布了《招标采购管理办法v4.0》、《一级供应商准入管理办法v4.0》等8部相关制度文件，进一步加强和完善与反不正当竞争相关的内部制度建设。并通过加强内部业务流程的事前审核和事后审计工作，借助年度供应商大会、季节代理商订货会等业务会议加强与利益相关者的沟通和交流，主动了解和沟通各个利益相关方的建议和期望，做好相关环节的治理行动。

6.2.2 森马反不正当竞争规范

反对广告虚假宣传

森马在内部建立了严格的广告宣传、市场营销活动审核机制。所有对外宣传资料、促销方案等在发布前均需经过法务部门和市场部门的联合审核，确保其内容真实、合法，不存在虚假宣传或误导消费者的情形。

反对侵犯商业秘密、商业贿赂

加强对公司各部门日常经营活动的监督检查，定期开展内部审计工作，重点检查是否存在侵犯商业秘密、商业贿赂等不正当竞争行为。对于发现的问题，及时责令相关部门整改，并追究相关责任人的责任。

反对违规招标行为

2024年，森马发布和更新了《招标采购管理办法V4.0》、《非生产采购管理制度（试行）V1.0》，全面加强了生产与非生产采购环节的招标行为，进一步夯实了森马产业链内部公平有序、透明开放商业生态环境的打造。

在报告期内，森马服饰严格遵守国家法律法规和市场竞争规则，未发生因公司不正当竞争行为导致的诉讼或重大行政处罚情况。

7. ESG数据表和附注

附表 1 《ESG 数据表 – 环境维度》		
定量披露项	单位	具体数据
议题：环境-E1应对气候变化		
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	10097.06
其中：按范围分类		
范围1温室气体排放量	吨二氧化碳当量	279.67
范围2温室气体排放量	吨二氧化碳当量	9817.39
其中：按地区分类		
上海	吨二氧化碳当量	3366.89
嘉兴	吨二氧化碳当量	2604.33
杭州	吨二氧化碳当量	2074.04
温州	吨二氧化碳当量	2051.80
议题：环境-E2污染物排放②		
大气污染物		
废气总量	立方米	0
颗粒物（PM）	千克	0
硫氧化物（SOx）	千克	0
氮氧化物（NOx）	千克	0
挥发性有机物（VOCs）	千克	0
其他特征污染物，请说明	千克	0
水污染物		
工业废水总量	立方米	166962
生活废水总量	立方米	166962
化学需氧量（COD）	吨	0
生化需氧量（BOD）	吨	0
氨氮（NH3-N）	吨	0
总氮（TN）	吨	0
总磷（TP）	吨	0
其他特征污染物，请说明	千克	0

土壤污染物		
砷及其化合物	吨	0
镉及其化合物	吨	0
铬及其化合物	吨	0
酚类化合物	吨	0
氯化物	吨	0
硫化物	吨	0
其他特征污染物，请说明	吨	0
议题：环境-E3废弃物处理		
废弃物产生总量	吨	——
其中：按废弃物类型分类		
有害废弃物产生总量	吨	——
无害废弃物产生总量	吨	——
有害废弃物密度（以单位营收计算）（或以单位产量、每项设施计算）	吨/万元（或产量单位、每项设施）	——
无害废弃物密度（以单位营收计算）（或以单位产量、每项设施计算）	吨/万元（或产量单位、每项设施）	——
议题：环境-E5环境合规管理		
报告期内因环境事件受到生态环境等有关部门重大行政处罚的处罚金额	万元	0
议题：环境-E6能源利用		
能源使用的基本情况		
综合能源消耗量①	吨标煤	2248.79
其中：按能源类型分类		
煤炭	吨	0
汽油	吨	22.23
柴油	吨	4.53
天然气	万立方米	9.79
液化石油气	万立方米	0
电力	兆瓦时	16926.55
其他能源类型，请说明	（能源单位）	0
直接能源消耗量②	吨标煤	168.52
间接能源消耗量③	吨标煤	2080.27
能源使用强度（如以每产量单位计算）	吨标煤/产量单位	
清洁能源使用情况		
清洁能源使用量	兆瓦时	10202.75
其中：按能源类型分类		
天然气	立方米	97939
天然气比例	%	10.4
风能	兆瓦时	0
风能比例	%	0

太阳能	兆瓦时	9141.74
太阳能比例	%	89.6
其他清洁能源，请说明①	兆瓦时	0
其他清洁能源比例	%	0
议题：环境-E7水资源利用		
总耗水量	吨	185513
议题：环境-E8循环经济		
废弃物循环利用量	吨	——
可再生资源消耗量	吨	——
可再生资源消耗量占相应资源总消耗量的比例	%	——
附表 2 《ESG 数据表 - 社会维度》		
定量披露项	单位	具体数据
议题：社会-S1乡村振兴		
乡村振兴投入金额	万元	67
乡村振兴惠及人数	人	——
议题：社会-S2社会贡献		
慈善捐赠资金金额	万元	331.36
志愿活动参与人次	人次	——
志愿活动时长	小时	——
议题：社会-S3创新驱动		
研发投入金额	万元	30585.46
研发投入金额占主营业务收入比例	%	2.09
研发人员数量	人	769
研发人员比例	%	24.87
应用于主营业务的发明专利数量	项	214
报告期内发明专利的申请数	项	5
报告期内发明专利的授权数	项	3
报告期内有效专利数	项	605
议题：社会-S6平等对待中小企业		
报告期末应付账款（含应付票据）余额	万元	512042.08
报告期末应付账款（含应付票据）余额占总资产比重	%	26.81
报告期末逾期未支付款项金额	万元	0
报告期末逾期未支付中小企业款项金额	万元	0
议题：社会-S7产品和服务安全与质量		
报告期内发生的产品和服务相关的安全与质量重大责任事故损害涉及金额	万元	0
议题：社会-S8数据安全与客户隐私保护		
数据安全		
数据安全事件涉及的具体金额	万元	0
客户隐私保护		
客户隐私泄露事件涉及的具体金额	万元	0

议题：社会-S9员工		
员工总人数	人	3092
其中：按性别分类		
男性员工人数	人	1178
女性员工人数	人	1914
其中：按年龄分类		
30岁以下员工人数	人	866
30岁至50岁员工人数	人	2177
50岁以上员工人数	人	49
员工工伤保险投入金额	万元	204.74
员工安全生产责任险投入金额	万元	——
员工工伤保险覆盖率	%	100
员工安全生产责任险覆盖率	%	——
员工培训次数	次	617
员工培训支出金额	万元	——
员工培训覆盖率	%	96%
附表 3 《ESG 数据表 - 可持续发展相关治理维度》		
定量披露项	单位	具体数据
议题：可持续发展相关治理-G3反商业贿赂及反贪污		
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的董事总数	人	9
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的董事百分比	%	100
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的管理层人员总数	人	410
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的管理层人员百分比	%	100
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的员工总数	人	3092
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的员工百分比	%	100
议题：可持续发展相关治理-G4反不正当竞争		
报告期内因公司不正当竞争行为导致诉讼或重大	万元	0
行政处罚的涉案金额		

8. 对标索引表

主题	层面	一般披露及关键绩效指标	对应章节	备注
应对气候变化	环境层面（E）	相关政策与目标		
		— 遵守气候变化相关政策情况	4.1	
		— 设定的温室气体减排目标及行动规划	4.1.1	
		排放与管理		
		— 温室气体排放总量、范围 1 和范围 2 排放量	4.1.4.1	
		— 碳信用额度使用情况	——	不适用
		— 碳排放配额清缴情况	——	不适用
		风险与机遇		
		— 气候相关物理风险和转型风险的识别与应对	4.1.2	
污染物排放	环境层面（E）	排放情况		
		— 各类污染物的排放总量、排放浓度（大气、水、土壤污染物等）	4.3.2	水资源利用披露，无大气、土壤等重污染
		治理措施		
		— 污染物处理技术和处理方式	4.3.2	水资源利用披露，无大气、土壤等重污染
		— 污染防治设施的建设和运行情况	4.3.2	水资源利用披露，无大气、土壤等重污染
		减排目标与进展		
废弃物处理	环境层面（E）	— 主要污染物减排目标及实现进展	4.3.2	水资源利用披露，无大气、土壤等重污染
		废弃物类型		
		— 工业固体废物、农业固体废物、生活垃圾、建筑垃圾、危险废物等的产生量和处理情况	4.3.3、4.1.3.3	绿色办公
		管理措施		
生态系统和生物多样性保护	环境层面（E）	— 废弃物分类收集、回收利用和处置措施	4.3.3、4.1.3.3	
		— 有害废弃物的管理与处理	4.3.3、4.3.3.2	
		保护措施		
		— 生态保护红线范围内的活动	——	不涉及，不适用
		— 生产经营场所周边生态保护措施	4.1.3.3	绿色办公
		— 野生动植物保护行动等	——	不涉及，不适用
		生物多样性影响		
环境合规管理	环境层面（E）	— 对生物多样性的影响评估	——	不适用
		— 生物多样性保护相关指标的达成情况	——	不适用
		合规情况		
		— 遵守环境法律法规和标准的情况	4.2	
		— 环境事件风险评估和预防措施	4.2	
		处罚与整改		
		— 因环境事件受到的处罚情况	4.2	报告期内，未有因环境事件受到处罚的情况
		— 整改措施的执行情况	4.2	不适用

能源利用	环境层面 (E)	能源消耗		
		- 综合能源消耗量、不同能源类型的消耗情况	4.3.1	
		- 能源使用强度	4.3.1	
		清洁能源利用		
		- 清洁能源的使用量和比例	4.3.1	
		- 能源节约目标及措施	4.3.1	
水资源利用	环境层面 (E)	用水情况		
		- 总耗水量、水资源使用强度	4.3.2	
		- 节水目标和措施	4.3.2	
乡村振兴	社会层面 (S)	支持举措		
		- 在乡村和脱贫地区的业务开展情况	5.1	
		- 支持乡村特色产业发展、就业促进等措施	5.1	
		投入与成果		
		- 乡村振兴投入金额	5.1	
		- 对当地经济和社会发展的影响	5.1	
社会贡献	社会层面 (S)	公益活动		
		- 开展的公益慈善、志愿活动等情况	5.1	
		- 投入的资金和人力	5.1	
		社会责任履行		
		- 对社会公众和社区的贡献（环境保护、教育支持、扶贫助困等）	5.1	
创新驱动	社会层面 (S)	科技创新		
		- 研发投入金额、研发人员数量	5.2.1	
		- 科技创新成果和专利申请情况	5.2.1	
		创新应用		
		- 科技创新对产品升级、生产效率提高、市场竞争力增强等方面的影响	5.2	
供应链安全	社会层面 (S)	供应链管理		
		- 供应链风险评估和管理措施	5.3.1	
		- 供应商的选择与管理	5.3.1、5.2.2	
		可持续发展		
		- 推动供应链绿色发展	5.3.1、5.2.2	
		- 减少供应链对环境的影响	5.3.1、5.2.2	
平等对待中小企业	社会层面 (S)	账款管理		
		- 应付账款余额、逾期未支付款项情况	5.3.2	
		合作与支持		
		- 与中小企业的合作情况	5.3.2	
		- 为中小企业提供的支持措施	5.3.2	
产品和服务安全与质量	社会层面 (S)	质量管理体系		
		- 产品和服务质量管理体系的建设与运行情况	5.3.3	
		质量事故		
		- 报告期内发生的产品和服务相关的安全与质量重大责任事故	5.3.3	报告期内，未发生安全质量重大责任事故
		客户服务		
		- 售后服务、产品召回制度的建立与执行情况	5.3.3	

数据安全与客户隐私保护	社会层面 (S)	数据安全		
		- 数据安全管理制度体系的建立与运行情况	5.3.4	
		- 数据安全事件的处理	5.3.4	报告期内，未发生数据安全事件
		客户隐私保护		
		- 客户隐私保护制度的建设与执行	5.3.4	
		- 客户隐私泄露事件的处理	5.3.4	报告期内，未发生客户隐私泄露事件
员工	社会层面 (S)	员工权益		
		- 员工的聘用与待遇情况	5.4.1	
		- 职业健康与安全保障	5.4.2	
		员工发展		
		- 员工培训、职业发展规划	5.4.3	
尽职调查	可持续发展相关治理层面 (G)	调查流程		
		- 确定、预防、减轻和处理可持续发展相关负面影响和风险的过程	3.1、3.2、3.4	
		风险识别		
		- 识别潜在的环境、社会和治理风险，包括对利益相关方的影响	3.1、3.2、3.4	
利益相关方沟通	可持续发展相关治理层面 (G)	沟通机制		
		- 与利益相关方沟通的渠道和方式	2.2	
		- 利益相关方参与决策的情况	2.2	
		意见反馈		
		- 听取、反馈利益相关方意见建议的情况	2.2	
反商业贿赂及反贪污	可持续发展相关治理层面 (G)	制度建设		
		- 反商业贿赂及反贪污风险管理制度体系的建立与运行情况	6.1	
		竞争管理		
反不正当竞争	可持续发展相关治理层面 (G)	- 防范不正当竞争行为的管理制度和措施	6.2	
		违规诉讼		
		- 因不正当竞争行为导致的诉讼或重大行政处罚情况	6.2	报告期内，无因不正当竞争行为导致的诉讼或重大行政处罚情况

Semir

Semir Sustainable Development Report

小河有水 大河满