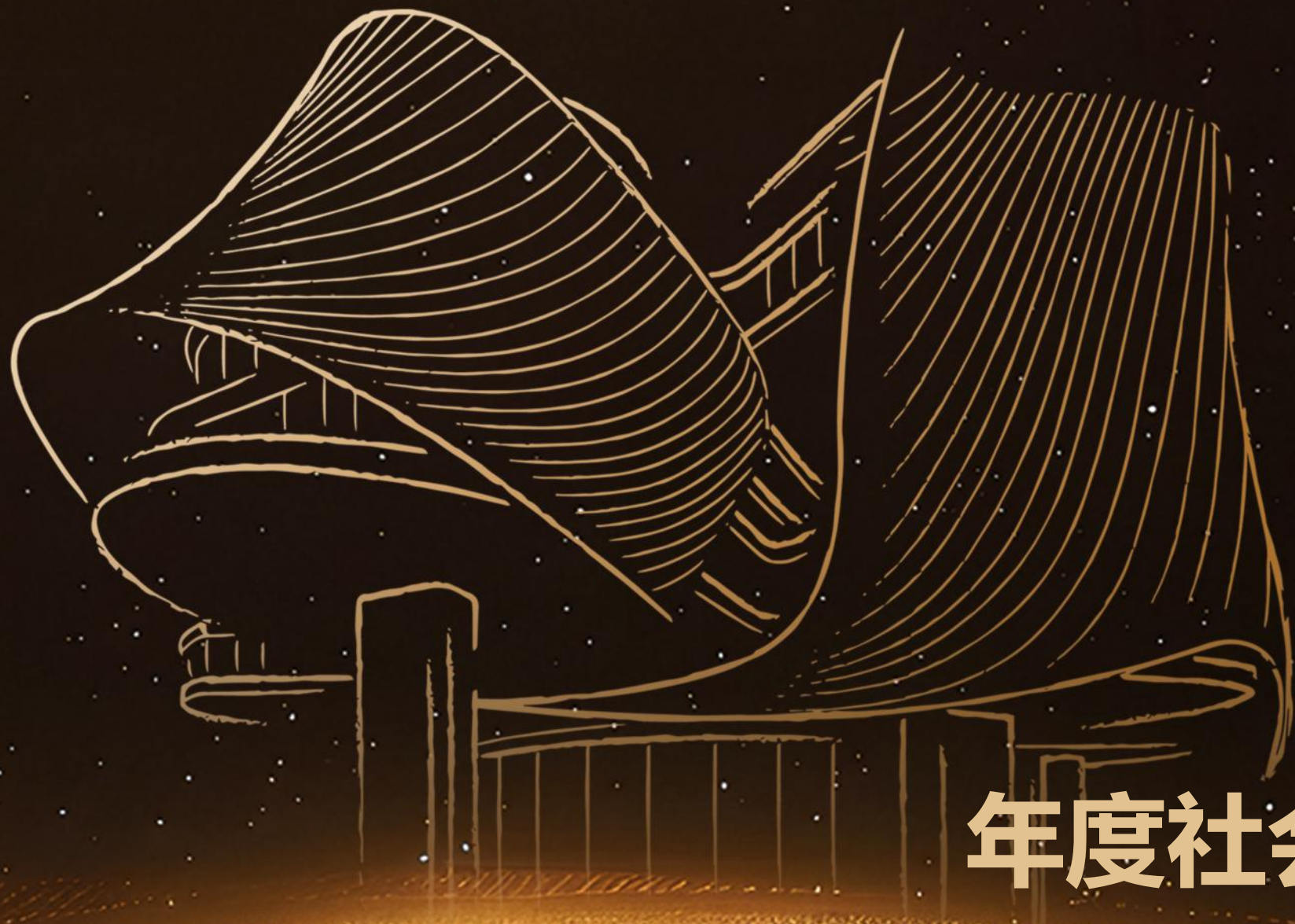




欣贺股份有限公司
XIN HEE LIMITED LIABILITY COMPANY

证券简称：欣贺股份 证券代码：003016



2024 年度社会责任报告

关于本报告

本公司及全体董事、监事、高级管理人员保证公告内容真实、准确和完整，并对公告中的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏承担责任。

《欣贺股份有限公司2024年度社会责任报告》主要依据《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》《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）》，结合公司在履行社会责任方面的具体情况进行编制，时间跨度为2024年1月1日至2024年12月31日，本报告在生产经营过程中在规范运作、诚信经营、相关利益者权益保护、员工关怀、社会公益、环境保护等方面履行实践社会责任的总体情况。

CONTENTS

目录

01

关于欣贺

- 走进欣贺
- 数说欣贺
- 企业文化
- 荣誉奖项

02

规范治理 筑牢合规基石

- 治理结构
- 廉在“欣”中
- 党在“欣”中

03

创新发展 服务女性之美

- 工匠精神
编织每一位女性的美
- 客户至上
- 多元化营销
- 智慧欣贺

04

携手同行 同“欣”共赴未来

- 投资者
- 员工
- 供应商

05

共建共享 践行责任担当

- “欣”火相传，公益在行动
- 尽心尽力于环保

关于欣贺

- 走进欣贺
- 数说欣贺
- 企业文化
- 荣誉奖项

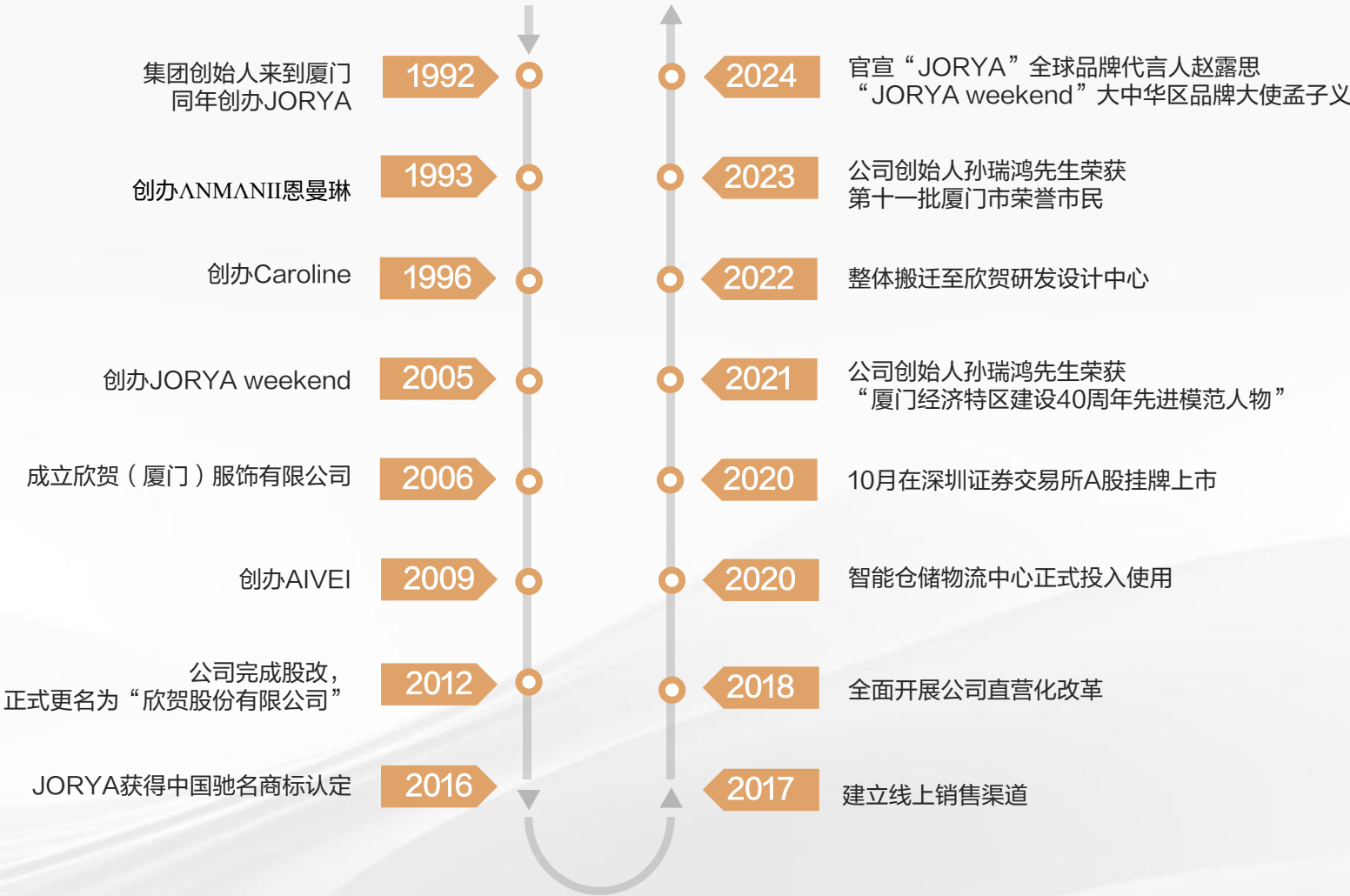


企业介绍

欣贺股份有限公司(以下简称“公司”)成立于2006年,主营JORYA、ANMANI恩曼琳、Caroline、JORYA weekend、AIVEI五大自主品牌女装的设计、生产和销售,公司于2020年10月在深圳证券交易所上市(股票代码:SZ.003016)是一家集设计、生产、销售为一体的国内高端女装龙头企业,核心品牌JORYA自20世纪90年代初创立至今已有30余年的历史沉淀,是目前国内自主高端女装历史较长的知名品牌之一。

公司总部位于“中国的新时尚之都”——福建厦门。经过数十年的发展,公司已拥有完整的自主产业链条和显著的品牌优势,线上、线下累计粉丝数超**850万**,在除西藏以外的全国各省、直辖市以及台湾省设有销售门店**416**家,终端店铺分布于国内各大知名高档商场,已建立了基本覆盖全国的销售网络体系;公司拥有专业化、高素质的设计研发团队**300**余人,公司创始人、总顾问孙瑞鸿先生全面负责公司研发设计工作,把控公司研发设计方向和水准。2024年公司研发设计投入超过**6177万**元,全年累计推出超过**5000**款款式,致力于持续的研发设计创新、品牌推广和全方位的细节管理,力争将公司培育打造成为国内一流并具有国际影响力的高端时尚女装集团。

发展历程



品牌简介

JORYA / 隽永于瞬间

JORYA创立于1992年,为中国最知名的女装品牌之一，以其设计感及精致的服饰产品，绽放女性优雅每一瞬间。2024年JORYA品牌全面焕新升级，化身鎏光幻境的织梦者，以匠艺沉淀和极繁美学承载着女性对极致美感的追求。通过融合蕾丝、花纱、钉珠、蝴蝶结等经典元素，于细节之处临摹女性线条美学，刻画女性律动之美。JORYA定格每一个永恒的瞬间，致力于打造属于每一位JORYA Lady的J Moment，演绎盎然新篇。



品牌简介

ANMANI (恩曼琳) / 半是丝柔 半是力量

ANMANI恩曼琳创立于1993年，以帮助女性职场人实现“飒爽职场中，自由绽放的女性底色”。即：迷人而有锋芒、撕掉标签、我即是我。通过着装照见女性的半是丝柔，半是力量。将不同风格品类碰撞混搭，构建风格冲突组合，将具有鲜明品牌特色的设计元素融入通勤品类设计，让自信成就自由，凸显率性、自由、自信的女性美。



Caroline/掌控昼夜多面高光

Caroline创立于1996年，以独特的版型和细节塑造“多面人生着装美学”，为每一位都市女孩提供自由切换的日夜穿搭，打破场景边界，肆意探索生活乐趣，彰显自信独特美。设计风格为“摩登现代，精致社交”。强调与“闪光元素”完美融合的同时，既保留都市新风貌的个性时髦与“早C通勤、晚A社交”的多面状态，注重细节和剪裁，运用高级面料组合、复杂的织物纹理和精细的手工艺，为女性点亮每一个高光时刻。



JORYA weekend / 以多元巧思 为日常加冕

JORYA weekend创立于2005年，以多元巧思为日常加冕做品牌主张，通过不断探寻风格界限，为甜酷少女新意打造自由张扬、无拘反差的独特魅力。追寻自在灵感，以鬼马想象，探索不设限的人生。



AIVEI / 用甜美点缀矜贵生活

AIVEI创立于2009年，聚焦22-28岁的矜贵自洽都市女性，矜贵生活品质感结合自洽生活态度，以无界设计感打破固有思维，用甜美点缀生活细节，自我融洽且平和满足。

研发投入
6177万元

累计获得授权专利
超**1800**项

全年推出款式
超过**5000**款

创新

披露公告及文件
145份

互动易回复
投资者问题**8**次

回复率**100%**

信披

公益

活动开展次数
8次

活动覆盖人次超
1300人

现金及物资投入
约**119**万元

治理

董事会
10次

监事会
8次

股东大会
3次

员工

完成培训课程
3684门

年度员工培训投入
172.9万元

累计培训超
400000人次

集团文化

企业使命

做世界的欣贺 让中国时尚引领世界

企业愿景

成为世界一流的高端时尚集团

企业价值观

“共创”：为成就每一种“女性美”而不断创新

“共赢”：并肩协作，驱动时尚产业共同进步

“共享”：让精英人才高成长、高回报，为社会创造积极可持续影响



公司荣誉2024



2023年中国服装行业“营业收入”百强企业第53名

中国服装协会

2023年中国服装行业“利润总额”百强企业第49名

中国服装协会

2023年中国服装行业“营业收入利润率”百强企业第70名

中国服装协会

福建省制造业民营企业百强榜

福建省工商业联合会

2023中国科技创新品牌500强

中国亚洲经济发展协会、
《环球时报》社

2023年度超亿元“纳税特大户”

厦门市湖里区人民政府



规范治理 筑牢合规基石

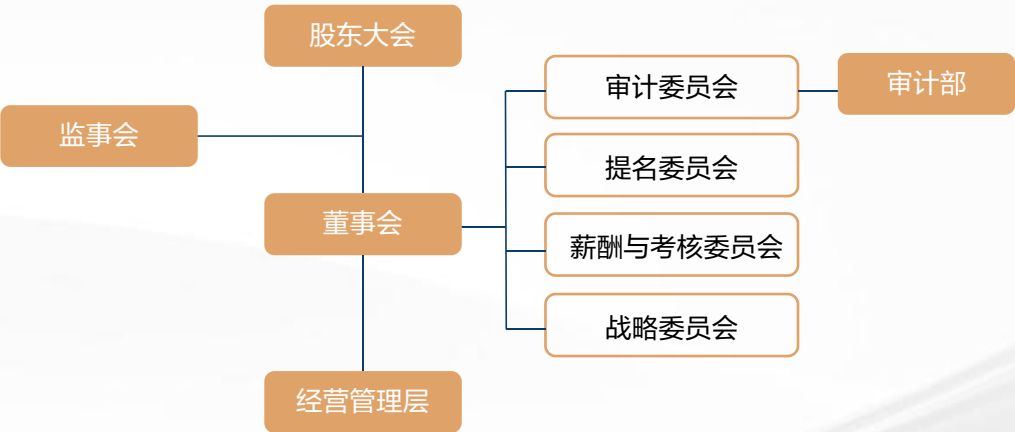
- 治理结构
- 廉在“欣”中
- 党在“欣”中

公司严格遵循《公司法》《上市公司治理准则》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》等有关法律法规及《公司章程》等相关的规定，建立了完善的公司治理结构和权责明确的企业内部控制制度，确保公司各项管理有法可依、有章可循，防范经营风险。

制度建设

公司建立了一整套符合现代企业制度要求的公司治理规范性文件制度，并根据监管规则的变化、公司战略发展以及市场环境变化，及时进行相应的调整、完善。治理规范性文件制度体系保证了公司日常经营管理活动的有效进行，对公司的生产经营起到了良好的监督、控制和指导的作用。

治理架构图



股东大会

股东大会是公司的最高权力机构。公司严格按照《股东大会议事规则》等有关规定，规范股东大会的召集、召开程序，使每一位股东尤其是中小股东享有平等的权利。报告期内，公司召开股东大会3次，审议通过21项议案，参会股东对所有议案进行了严谨审议，表决结果均合法有效。

股东大会召开次数

3次

议案审议数量

21项

董事和董事会

董事会是公司的决策机构。公司董事会于报告期内启动换届选举工作，并于2024年5月顺利完成董事会换届，公司第五届董事会任期为2024年5月22日至2027年5月22日。

董事会共有董事	董事会会议举行次数	审计委员会	独立董事专题会议
9名	10次	7次	1次
独立董事	占董事会成员的	薪酬与考核委员会	战略委员会
3名	33.33%	2次	1次
女性董事	占董事会成员的	提名委员会	
2名	22.22%	4次	

公司董事会成员工作中严格按照《董事会议事规则》等相关规定，对公司经营活动、财务情况等重大事项进行认真审核，切实有效的保障公司及全体股东的权益。

监事和监事会

监事会是公司的监督机构。监事按照《监事会议事规则》等有关规定，对公司经营活动、财务情况等重大事项进行认真检查监督，维护公司及全体股东的权益。

监事会共有监事	职工代表监事	监事会会议召开次数
3名	1名	8次

高级管理人员及经营管理层

经营管理层是公司的执行机构。公司高级管理人员严格按照《总经理工作细则》等有关规定，忠实、勤勉地履行职责，以合理的谨慎、注意和应有的能力在其职权和授权范围内处理公司事务。

截至本报告期末，公司共计聘任高级管理人员3名

内控体系

公司设立了内部审计部门，制定了《内部审计制度》，并严格遵照执行，在内部控制的设计和运行中发挥了有效的监督作用，对监督过程中发现的内部控制缺陷，及时分析缺陷的性质和产生的原因，并跟进整改，保证内部控制合法、高效、规范运作。报告期内，审计部对公司内部机构、控股子公司等开展了经营情况审计和专项管理审计，持续关注内部控制建设与实施情况，及时纠正错误与舞弊。

报告期内，审计部出具上市例行审计报告24份

廉洁合规文化建设

公司通过多元化形式进行廉洁合规文化宣传，旨在提高公司全体员工对合规从业重要性的认识，并强化公司制度红线落地与风险管理防线建设。报告期内，公司举办了第二届“欣廉心”廉洁合规主题月活动，通过合规培训、廉洁合规知识竞赛、主题观影等多样化的警示教育活动进一步开展廉洁宣导教育。



廉洁宣导

内部审计部门在公司“欣文社”微信公众号开设“廉洁欣贺”专栏，平均每月发表一篇廉洁合规相关推文，内容涉及制度/法规/视频/活动宣导等。



报告期内，“廉洁欣贺”专栏共发布14篇文章

廉洁宣导活动



“欣廉心”廉洁合规主题月活动



“廉洁欣贺”专栏

欣贺股份有限公司党委自2013年1月成立以来，在各级党组织和公司的大力支持下，通过找准党建工作与台资企业发展的融合点，充分发挥党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用，促进和推动企业发展，实现党企共赢！并先后荣获“福建省民营企业党建工作先进单位”“厦门市先进基层党组织”“参与基层治理的优秀‘两新’组织党组织”、入选“民营上市公司党建优秀案例”“十佳党建品牌”等荣誉；党委书记陈国汉也被评为“福建省优秀党务工作者”“第二批、第四批厦门市非公企业党建领军人才”。

2024年，公司又新增各项荣誉：

公司的《“欣欣”向党“贺贺”有名》党建工作案例成功入选全国党建研究会非公经济组织专委会会刊、“中国非公党建第一刊”——《非公有制企业党建》杂志发布“2024年度百个新兴领域党建创新案例”名单。

党建荣誉



《“欣欣”向党“贺贺”有名》党建工作案例



欣贺股份有限公司第二党支部荣获“湖里区先进基层党组织”

党日活动

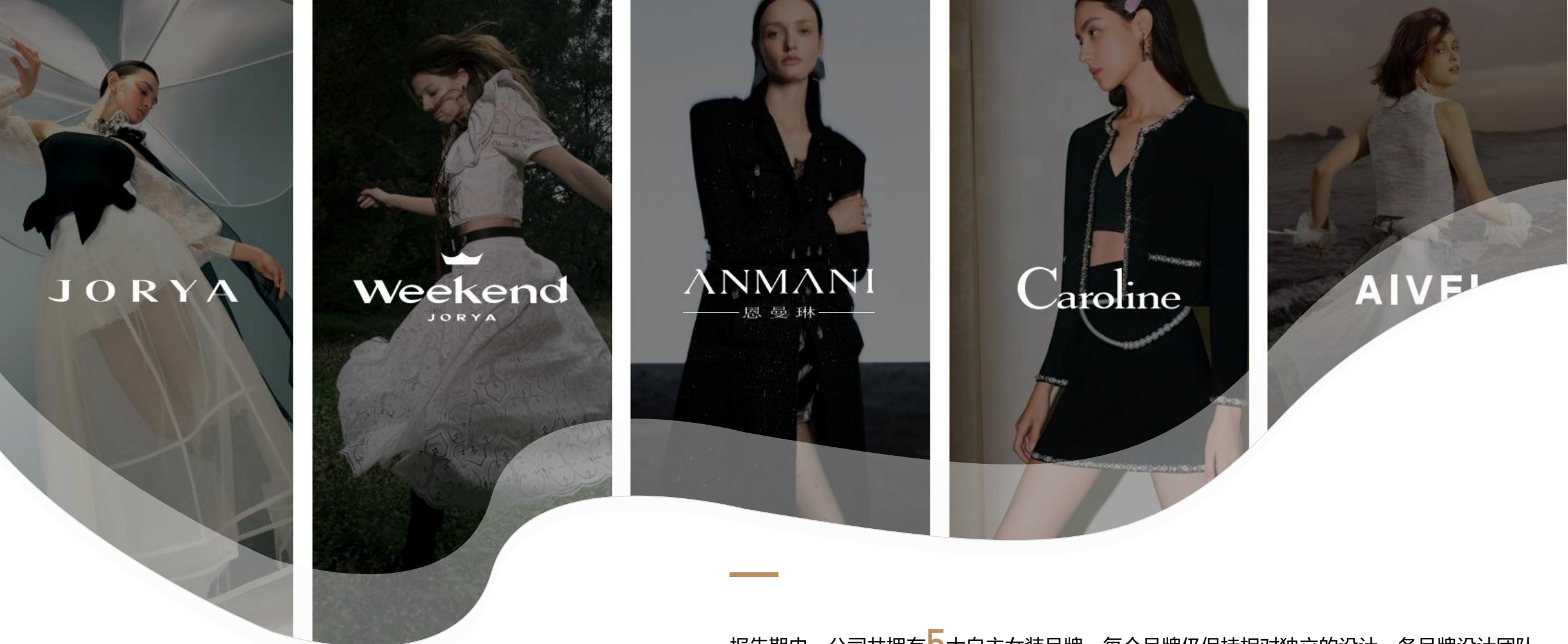


在荣获各项荣誉的同时，公司党委为进一步深入开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育，推动党纪学习教育走深走实，在2024年6月前往长汀、瑞金开展“传承红色精神，深化党纪教育”主题党日活动。



创新发展 服务女性之美

- 工匠精神编制每一位女性的美
- 客户至上
- 多元化营销
- 智慧欣贺



工匠精神

编织每一位女性的美

报告期内，公司共拥有**5**大自主女装品牌，每个品牌仍保持相对独立的设计。各品牌设计团队独立开展设计企划、研发设计、技术制作与评审等工作，充分体现独特的品牌定位和风格，“**一牌一策**”，构建多元品牌矩阵，最大化展现出每个品牌的亮点。

研发设计

研发设计是公司的核心竞争力之一。公司自设立以来始终秉持不断创新的精神，基于各品牌DNA并结合当下流行元素，打造近乎完美的高端女装。公司拥有研发设计团队300余人，旗下各品牌均坚持独立自主设计，公司实际控制人、总顾问孙瑞鸿先生全面负责公司研发设计工作，把控公司研发设计方向和水准。



截至报告期末，公司累计获得授权专利超1800项

研发人才管理

公司注重研发人才培养和引进，不断加强人才队伍建设。为了保持竞争力和创新能力，通过重点培训和学习等形式进行研发设计人才的培养；通过案例、例会、部门业务交流等形式，帮助新员工快速理解工作职责和跨部门业务协同的重要性，努力提高员工的专业技能和综合素质。

截止报告期末，公司共有研发技术人员327人

研发投入管理

公司不断进行研发设计工作投入，打造具备核心竞争力高端女性服装新产品。

公司2024年研发设计费用投入共计6177万元

门店装潢



部分门店展示图

我们认为，门店不只是品牌交付商品或服务的场所，更是品牌文化和精神的延伸。同时，公司根据每个品牌不同的调性，设计了专属的装修风格，同时通过灯光、购物习惯、颜色、陈列等细节设计，始终将消费者的购物兴致、新鲜感和兴奋感保持在较高水平。

客户服务

活动 JORYA × “以礼高定 · 承礼之美” VIC高定礼仪沙龙

2024年，JORYA携手卓尔礼仪，于南京德基、杭州武林银泰、沈阳万象城等商场，倾献12场时尚“以礼高定 · 承礼之美”VIC高定礼仪沙龙，融合时尚艺术与礼仪传承，再现高定艺术的优雅华丽，并邀请刺绣老师进行指导VIC顾客刺绣手作，沿袭浪漫创想，于针脚间感受匠心工艺。



活动 ANMANI恩曼琳 × “探索不止 · 美好绽放” VIC关键客户私享会

ANMANI恩曼琳以南京、武汉为全国主力城市，发起“探索不止 · 美好绽放”为主题的VIC关键客户私享会，通过个性化1V1服务、高奢SPA&晚宴、专属摄影跟拍等服务为VIC带来独家体验，提升客户满意度和忠诚度从而增长复购率。



活动 Caroline卡洛琳 × VIC私享会

2024年，Caroline卡洛琳持续在武汉、南京及长春等区域企划VIC私享会/走秀活动。以自如掌控摩登风格，以随性主张，直击都市节奏，开启多面人生，为VIC会员顾客提供专属服务，提升粘性赋能业绩提升。



报告期内，公司为了全面提升终端店铺的管理水平，公司不断深化原有的培训体系，深耕细作、做优做强，让每个零售员工都能以高标准又个性化的服务接待每一个客人，加强与客人线上线下的全渠道沟通和服务的能力，同时不断提升员工专业素养，打造专业、有爱的团队。为此，开展了一系列针对性的培训和分享会。通过这些举措，进一步提升终端店铺竞争力，深化并巩固品牌形象，为公司的长期发展奠定坚实基础。



2024年度店长训练营

欣时尚专栏

赋能成长，共享未来。为了打造学习型组织，提升员工的时尚审美，公司在欣贺学苑推出《欣时尚指南》专栏号，帮助零售团队强化专业能力和知识，为全体员工提供一个了解时尚资讯、提升时尚品味、学习时尚知识的平台。

潮流时装杂志 Fashion Trend Magazine

精选国外知名时尚杂志，带你领略时尚大师的创意与灵感，感受时尚艺术的魅力！每一页都是视觉盛宴，每一期都是时尚宝典！



《ELLE》

《FUDGE》

《GINZA》

流行时尚资讯 Current fashion trends and information

全球潮流趋势、明星穿搭解析、时尚圈大事件，一手掌握！从巴黎时装周的最新秀场到纽约街头的潮流穿搭，我们为你一网打尽。



本文部分图片来源于网络，版权归原作者所有，若涉及侵权，请联系删除。

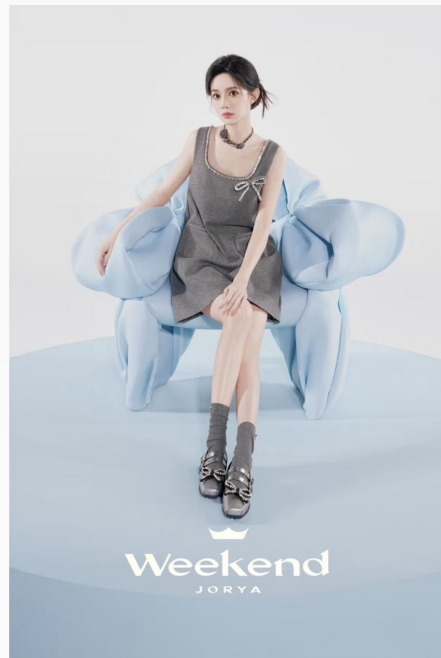
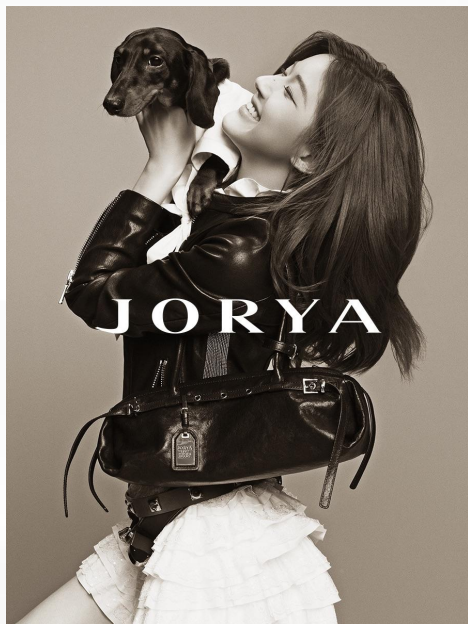
《欣时尚指南》专栏

官宣代言

2024年8月，JORYA正式宣布知名青年演员赵露思出任首位全球品牌代言人。赵露思对专业的进取与突破精神，与JORYA一贯秉持的品牌核心理念——“追求极致美”与“以匠心工艺打造卓越品质”高度契合。

代言人

JORYA × 赵露思



品牌大使

JORYA weekend × 孟子义

2024年10月，JORYA weekend官宣演员孟子义成为大中华区品牌大使，基于双方高度契合的调性，孟子义兼具甜美、率性、时尚感的公众形象精准传递了品牌多元、率性的内核。其参与拍摄的品牌大片及vlog内容通过社交媒体广泛传播，推动品牌声量快速攀升。

营销活动



活动案例

JORYA × 新品SHOW

2024年JORYA以春夏“感官浪漫”与秋冬“The Moment”为主题，开启一场跨越时空的感官之旅，于西安SKP、武汉万象城、兰州国芳等城市门店倾情呈现新品动态SHOW，演绎浪漫与永恒的瞬间。品牌以匠心独具的设计和精湛的工艺，为消费者呈现一场视觉与感官的盛宴。



活动案例

JORYA weekend × 谢安然联名系列

2024年4月，JORYA weekend牵手LOLITA圈层头部种草姬——谢安然，联袂推出全新LOLITA产品系列《童话时光姬》，以跨界形式开启时尚品牌与二次元文化的深度对话。



营销活动



活动案例

Caroline × 「闪光AC面」女性专访栏目

2024年6月，Caroline开展「闪光AC面」女性专访栏目，锁定当代不同领域都市女性领袖，上身Caroline 24 FW主推产品，演绎品牌定位多面人生，透过多线程视角与不被定义的态度，探索女性领袖切换自如、不被局限的高光故事。



活动案例

ANMANI恩曼琳 × 「以骑士之心，探索玫瑰之路」系列产品

2024年6月，ANMANI恩曼琳品牌与上海社会科学院出版社联名合作「玫瑰徽章」，为24FW主题「以骑士之心，探索玫瑰之路」系列产品的设计理念带来价值观背书，增强品牌与客户的深层次连接，并通过出版社新媒体平台、多家文化&时尚垂类媒体、品牌线下门店宣传推广。联名期内，合作书籍《步履不止·一部女性行走史》刻画品牌的女性文化，同时联动周边赠礼。



营销矩阵

报告期内，公司积极拥抱新零售，依托腾讯生态体系赋能建设，持续投入于运营策略、产品规划、组织构建、用户增长、数据化信息化管理平台的建设，建立多渠道多触点资源体系，多平台多链路布局线上渠道，货架电商与内容电商共生发展，公域与私域互为补充提升，寻找新零售市场的突破点和机会点。目前公司线上渠道方包括小红书、天猫、抖音、微商城、唯品会等平台，构建了各大平台品牌直播矩阵，持续直播触达更广泛的潜在客户，系统性树立丰满的品牌形象，以消费者行为和兴趣作为导向，有效提升客户消费转化。



智能运营

公司与腾讯智慧零售团队就消费者洞察进行深入合作。随着数字化的发展，公司各品牌经营模式将逐步从“以商品为中心”向“以用户为中心”转变，做到线上线下“一张网”，公域私域“一盘棋”，实现品牌效益健康增长。项目完成后各品牌将能够准确识别消费者，实现精细且高效的运营转化；实时追踪、分析和会员，提升会员活跃度；总部、区域、门店导购能够基于丰富的会员画像标签，进行个性化的服务；针对核心场景如首单促二单、高价值会员运营的提质增效，以此最大化挖掘会员价值潜力。



报告期内公司品牌会员运营实现全渠道整合升级，通过线上线下数据互通与系统性工具革新，构建精细化、情感化、数据驱动的会员生态体系，提高品牌消费满意度。



智能供应链

公司以信息系统为依托，将商品企划、设计、采购、生产、销售、物流等部门有效组织为一体，实施协同运作，形成完整的供应链管理体系。公司近年来加大对供应链及仓储物流的投入，通过自建生产物流配送中心和信息化、智能化的设备升级，整体提升了公司供应链的反应速度及仓储物流的工作效率，快速响应市场需求，有效降低运营成本。



欣贺智慧大脑

“欣贺智慧大脑”是一套以大数据技术为底层框架的平台，采用自主创新的架构，为欣贺打造一个以“数字化”为支撑、“PDCA管理”为基础，纵向贯通公司各业务线、横向能够联通各部门，且结合AI自主学习等先进技术，为公司内部员工提供全链路业务服务。



携手同行 同“欣”共赴未来

- 投资者
- 员工
- 供应商

信息披露

信息披露是投资者能够最及时、最直接地了解到上市公司经营发展情况的信息窗口。公司严格遵守法律法规及公司《信息披露事务管理制度》等有关规定，真实、准确、完整、及时、公平地进行信息披露工作。

报告期内，公司共计披露公告及附件 145 份，其中带编号公告 91 份。



公司获2023-2024年度信息披露评价结果A级

投资者关系管理

公司注重投资者关系的建立与维护，制定了《投资者关系管理制度》等制度文件，建立多种投资者沟通渠道、开展多样的投资者活动，保证沟通渠道的畅通，促进与投资者的交流互动，保证股东充分行使权力，建立长期、稳定、良好的投资者关系。



投资者热线 深交所互动 业绩说明会 投资者调研 券商策略会
易平台

我们坚信，“携手共进，才能行稳致远”

公司严格按照监管要求，通过多元化渠道与投资者进行沟通，以增进投资者对公司的了解与信任。公司设有专人接听投资者热线，报告期内，公司积极在深交所互动易平台回复投资者疑问，并积极参与券商策略会、机构调研等路演活动，就公司的经营发展及战略情况与投资者进行及时有效的交流，维持公司在资本市场中的活跃度。

互动易回复投资者	回复率	投资者调研超过
8次	100%	2次

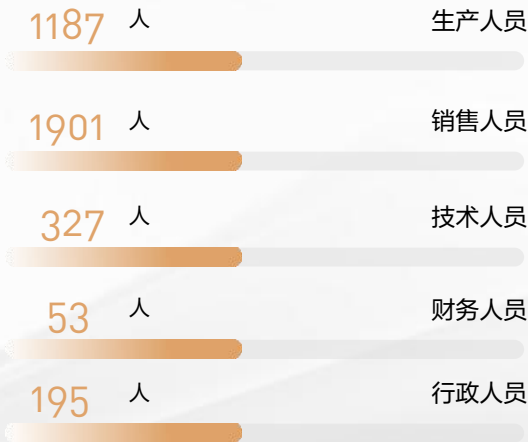
报告期内，公司严格按照《中华人民共和国劳动法》等有关用工、社会保障、劳动安全、卫生等方面的法律法规与员工签订劳动合同，切实保障员工合法权益；综合考量宏观经济环境，行业和经济地区的经济水平以及公司的实际经营情况建立了科学的薪酬体系和工资增长机制，积极推进员工激励改革，通过文化激励、薪酬激励、过程激励和结果激励。建立责、权、利对等的过程性激励机制，充分发挥团队能动性，激发渠道活力。

员工构成

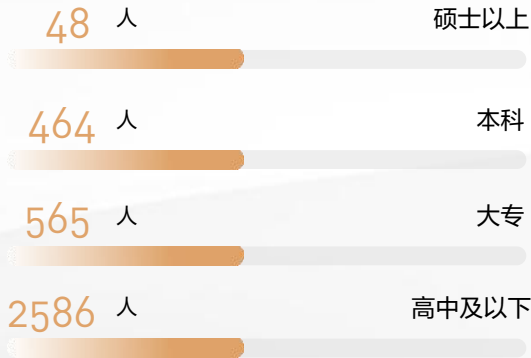
报告期末在职员工的数量合计



按技术类型分类



按学历分类



公司尊重并感恩每一位员工的辛勤劳动，努力让每一位员工感受到家人般的关爱。公司注重员工沟通与关怀，通过举办不同的关怀活动，增强团队凝聚力，拉近员工之间的距离，打造有归属感的队伍。

员工活动



活动

无限“欣”势力，感恩家庭日

2024年11月，为增进员工与家人的感情和交流，增强欣贺员工对企业文化的认同感和自豪感，公司举办了无限“欣”势力，感恩家庭日活动，邀请员工家属走进欣贺，通过一系列趣味游戏，共同感受多彩快乐，为员工打造专属且欢乐的亲子时光。



活动

与“她”同行 - #无畏欣HER#女神节活动

3月#无畏欣HER#女神节活动期间，公司不仅为所有女性职工准备了丰富的专属礼物，还邀请中医专家到访公司来提供健康咨询服务，让每一位女性职工都能体会到公司惊喜、无微不至的节日关怀。



员工关怀

每位员工都是公司最珍视的财富，我们始终相信，温暖的企业文化需要用心经营。公司在每个重要节日为员工精心准备礼物，端午粽香、中秋礼盒、新年福袋中承载的节日祝福，都寄托着公司对大家工作付出的诚挚感谢与生活点滴的暖心关怀。



杠上开花，人生赢家-新年礼盒



粽享欣意-端午礼盒

欣奔起 月更圆——中秋礼盒

供应链员工关怀活动



新年开工



团建活动



重阳节礼品发放



感恩节礼品发放

人才成长

人才始终是公司的核心资产，我们提倡建立属于欣贺自己的“人才森林”。报告期内，公司实施了森林计划、欣锐计划、欣人创造营等人才培养项目，在提升员工自身职业能力的同时为公司业务持续赋能，公司的发展成果再反馈于员工。以激发潜能为目的，以培养企业人才为杠杆，实现与员工的共创、共赢、共享。

新员工培训

针对应届和非应届的新员工，我们推出针对性更强的新员工培训计划。

欣锐计划

针对应届毕业生制定了线下集训营，同时在线上绘制了管培生涯的成长项目地图，提供从综合素质到专业技能的全方位培训。项目结合双导师带教、门店轮岗等内容，帮助应届生更好地了解公司业务形态，从而完成从学生到职员身份的转变，成为可塑性强的人才资源，实现公司储备人才、开发人才的战略。



欣人创造营

为有一定工作经验的新员工成长导入了新的培养模式，通过线上学习和三天的脱岗集训，融合了应知应会、专业知识、团队拓展和任务竞赛等模块，推动了新人快速实现跨部门团队融合，增强了新人对组织文化的认同感，同时能够更快地胜任岗位职责，为公司创造价值。



员工能力提升

针对已经在职的员工，我们为其提供了多样化的培训计划。

厦大EDP训练营

提升跨部门员工的协同作战能力，激发团队的主观能动性，项目运作紧扣欣贺集团增长战略，并对组织能力进行细化拆解，通过学习将方法论运用到实际工作中，形成了学习、实践与价值达成的闭环。



森林计划

针对公司中基层及后备力量，从领导力及专业能力出发，从不同维度提升了他们的管理能力和经营意识，推动沉淀组织管理工具，实现认知、行为和绩效的改变。



名师计划

以打造欣贺优秀的内训师团队、缔造学习型组织为宗旨，通过培养内部讲师作为组织优秀方法践行者、组织经验萃取者、知识技能传播者和企业创新推动者，从而推动组织管理变革，增强组织核心竞争力。



欣贺学苑——线上学习平台

“欣贺学苑”是公司倾力构建的数字化学习平台，致力于战略落地、文化传承、知识共享与人才赋能，为员工职业发展提供全方位成长支持。通过文化至上而下地推行，从标准化执行落地-经验萃取复制-问题解决通道-文化纽带，搭建成果与价值输出渠道，实现欣贺组织效能和战斗力最大化。



截至报告期末，欣贺学苑平台累计访问量突破**291万**次，累计覆盖学员达

9,337人；平台已上线课程**3,684**门，发布考试测评**932**场次，题库总量

18,403题，并围绕业务需求精准推送各项专题学习计划及任务**210**项。

供应商管理制度

在新供应商的开发和准入方面，公司通过参加面辅料展会、同行推荐等方式寻找供应商，主要物料及服务的供应商至少3家，以确保供应的稳定性。同时根据供应商提供的书面资质证明材料和样品，对供应商的基本情况、生产规模、人员、交期、品质、价格、服务意识及合作态度等进行综合评估，评估合格的供应商经审批后进入合格供应商数据库。对于大宗原材料等重要供应商，公司积极培养并发展成为战略合作伙伴关系。

供应商分级

公司建立合格供应商数据库，并对供应商供货的交期、品质、配合度等情况进行记录，作为供应商评价的依据。公司定期对供应商上一年供货情况进行年度考核，根据《供应商定期评估评分标准》，供应链中心采购管理部会同品质管理部、生产部、各品牌设计部对供应商供货的品质、交期、价格、配合度等综合评分，划分为A、B、C、D四个等级作为后续采购时选择供应商的参考依据。

供应商协同

与主要供应商持续开展供应链供应商大会，表彰上一年度做出卓越贡献的合作伙伴，同时让供应商全方位了解欣贺的发展战略及相关政策，并提供优秀供应商交流分享的平台，使供应商之间互相影响，共同进步。





共建共享 践行责任担当

- “欣”火相传，公益在行动
- 尽心尽力于环保

欣贺公益

欣贺牢记企业使命与社会责任，时刻不忘回报社会，将履行社会责任作为实现企业发展战略目标的重要依托。报告期内，公司积极开展爱心捐赠、组织倡导公益活动、成立欣贺股份爱“欣”志愿服务队等形式承担企业社会责任，同时通过设立欣贺公益IP吸引更多人加入公益事业，以公益回报社会，体现企业社会责任担当，为构建和谐社会贡献“欣”力量。



欣贺公益IP

公益活动



1月	向社区困难群众捐赠爱心年夜饭
2月	前往伍心养心院、厦门市社会福利院捐赠企业定制礼盒进行新春慰问
3月	支持山区及边远地区教育事业捐赠物资
5月	前往厦门市心欣幼儿园圆梦六一微心愿，为161位特殊儿童实现礼物的心愿
8月	公司组织无偿献血活动，成功献血129人，献血30,400毫升，并获得到场的台商协会副会长赞誉
8月	向厦门市妇联捐赠支持贫困学生和兴建爱心书屋
9月	倡议腾讯公益大家一起做好事公益活动，发动员工共同参与捐款
12月	通过区红十字会慰问边远山区

公益用“欣”行动

2024年2月公司开展迎新春送温暖活动，前往伍心养心院、厦门市社会福利院捐赠企业定制礼盒进行新春慰问。



童欣守护，让时光有温度

2024年5月，公司开展“童欣守护，让时光有温度”活动，在儿童节前夕，由公司联合厦门市心欣幼儿园向家长和孩子们征集了六一最想实现的心愿，并在公司内部发起微心愿认领倡议，由公司和爱心员工们按照心愿清单为孩子们精心准备了各式各样的心愿礼物，为他们送上“六一”小惊喜。



童“欣”守护，让时光有温度活动

爱在「欣」延续

2024年8月，公司开展“爱在「欣」延续”献血活动，献血现场不仅有多年坚持献血的老员工也有刚加入欣贺大家庭的新生力量，更有同个部门一起招呼、互相打气鼓励的“组团”献血，大家纷纷挽起袖子，伸出臂膀涓涓殷红“暖流”从手臂缓缓流出，传递着温暖与力量，让生命在热血中绵延。



环保举措



通过由总仓发往全国各区域仓、门店的货物包装方式进行改变，由原来的使用纸箱，改变为可循环使用、可降解的包装载具，降低纸箱、胶带的使用量。



物流搭建全自动化仓库，设计无人区操作，整体减少用电设备，达到节能减排。



对外区域发往总仓的包装箱进行回收重复利用，减少纸箱的使用量。



厂区生产车间和物流部之间采用连廊相链接，减少车辆的摆渡，减少废气的排放，生产和物流之间采用可循环使用的载具，减少传统纸箱的使用量。



物流承运进入厂区接送货物的车辆，使用清洁能源车辆，以达到废气减排。



电商包装使用可降解的包装袋，减少环境污染。



皮具生产车间，在使用挥发性化学品（如胶联剂）进行粘合、整理，所产生的VOCs气体通过车间负压吸附，将生产废气集中收集，抽至屋面活性炭吸附装置进行废气处理，经处置后达标排放，从源头治理废气，减少污染。



废水的在线监测设备运用，24小时监测废水排放数据。

展望2025

2025年，公司将全面落实“人”用户价值最大化、“货”大商品体系优化、“场”线下门店网络优化和电商运营提升等举措，坚持设计引领，聚焦品牌价值，优化业务体系，加速数智化进程，实施降本增效，提升企业经营质量。持续完善多品牌矩阵与渠道布局，精准触达目标客群；强化产品创新与品牌建设，提升市场竞争优势；推动线上线下协同发展，深化消费者互动体验；打造敏捷智能的供应链体系，快速响应市场需求；升级数字化管理平台，提升跨部门协作效率；健全人才培养机制，激发组织创新活力与潜能。

同时，公司将继续积极履行社会责任，用心服务顾客，认真对待供应商，维护股东、债权人和员工的合法权益。扎实践行共创（与客户共创）、共赢（与产业共赢）、共享（与人才共享）的价值观。

我们正在迎来将文化自信转变为品牌自信、产品自信最好的时代机遇。公司自创立以来专注深耕国内中高端女装市场，致力于打造具有国际影响力的中高端女装品牌，未来我们将以新质生产力赋能工匠精神，持续推进产品创新、人才培养等各项工作，致力于成为员工喜爱、顾客信赖、股东放心、社会信任的优质企业，力争成为厦门这个“中国新时尚之都”一张靓丽的名片。



欣贺股份有限公司
XIN HEE LIMITED LIABILITY COMPANY

地址：福建省厦门市湖里区岐山路392号欣贺研发设计中心
电话：0592-3107822
邮编：361006
官网：www.xinhee.cn