

舒适红豆

0感舒适衬衫
全国销量第一

舒暖鹅绒服
奢侈品质舒适
羽绒服热销No.1

0感搭配 舒适

Hoodo

2024年度
环境、社会和公司治理（ESG）报告
ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND
GOVERNANCE(ESG) REPORT

目录

CONTENTS

开篇

报告编制说明	03
关于红豆股份	05

01

治理篇

稳健治理，用情培育红豆

高效治理结构	13
可持续发展管理	17
强化风险内控	18
恪守商业道德	23
守护信息安全	25

02

社会篇

创新驱动，赋能产业发展

研发创新驱动	29
保障品质与服务	31
供应链管理	35
助力行业发展	36

03

社会篇

用心关爱，携手共创未来

保障员工权益	39
赋能人才发展	43
员工健康关怀	48
党建引领发展	59

04

环境篇

生态友好，持续绿色发展

可持续产品	63
环境管理	64
资源循环利用	65
污染排放治理	67

结篇

ESG关键绩效	70
指标索引	71
读者反馈	72

报告编制说明

本报告是江苏红豆实业股份有限公司（以下简称“公司”“红豆股份”“红豆”）面向利益相关方发布的第4份ESG报告。报告详细披露了公司及其下属子公司2024年度在经济、环境、社会和公司治理等责任领域的实践和绩效，旨在与各利益相关方进行有效交流，系统地回应利益相关方的期望和要求。



时间范围

2024年1月1日至2024年12月31日，为增强报告可比性及前瞻性，部分内容往前后年度适度延伸。

信息来源

本报告所披露的信息来源于政府部门公开数据、公司2024年年度报告及内部统计报表。本报告的财务数据以人民币为单位，一切以股份公司财务报告为准。

编制依据

- 联合国2030年可持续发展目标（SDGs）
- 全球报告倡议组织《可持续发展报告标准》（GRI Standards）
- 《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》
- 《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）》
- 中国国家标准《社会责任报告编写指南》（GB/T36001-2015）
- 国际标准化组织《ISO26000：社会责任指南（2010）》

报告获取

本报告以电子版形式供您阅读，可在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）和公司网站

（www.hongdou.com.cn）查阅获取。

联系方式

📍 地址：江苏省无锡市锡东新城商务区核心区同惠街19号红豆财富广场

📮 邮编：214105

☎ 电话：0510-66868422、0510-66868278

✉ 邮箱：hongdou@hongdou.com

关于红豆股份

江苏红豆实业股份有限公司成立于1995年6月，是红豆集团（江苏省重点企业集团，国务院深化改革试点企业）核心子公司，2001年1月8日在上海证券交易所挂牌上市，股票代码600400。

公司以品牌运营及服装制造为优势，形成红豆男装全域零售、红豆职业装定制两大业务。红豆男装全域零售业务，以“舒适红豆”为品牌理念。目前，全域零售的线下销售渠道主要为全国二三线城市，同时依托门店数字化建设增强用户互动体验；线上销售由公司直营为主，主要入驻天猫、京东、小程序商城、抖音等第三方主流电商开放平台，多触点触达用户。红豆职业装定制业务，主要为客户量身定制各类中高档职业装，以及个性化的轻定制服务，客户范围覆盖金融、通信、交通运输等行业。



企业文化

红豆文化的特质是“情”文化，是感恩，是爱和奉献。红豆的“情”文化催生了保证红豆可持续发展的两大品格——“红色品格”和“绿色品格”。“红色品格”是听党话、跟党走；“绿色品格”是倡导和谐、环保、可持续发展，保障企业健康成长。这两种文化品格催生了红豆股份的使命、愿景及核心价值观。



战略部署

以服装为主业，秉承“舒适红豆”品牌理念，公司坚持以科技创新推动产业转型升级。一方面聚焦舒适赛道，构建“全域零售+职业装定制”双引擎模型，加速全渠道零售网络布局，提升品牌势能；另一方面加快数智化转型，通过智能制造、柔性供应链、精准营销等系统建设，探索AI新零售模式，持续锻造新质生产力。通过产品创新迭代与精益化运营，公司持续打造高性价比的舒适着装解决方案，引领普惠型消费升级，致力于成为男装行业领军型企业。

品牌发展

红豆始于1957年，“红豆”商标是1997年国家工商行政管理局认定的首批中国驰名商标。红豆男装是中国较早崛起的男装品牌之一，68年专注舒适男装领域，自创建以来，从产品、服务、传播等多维度构建以“情”文化为核心的民族品牌体系。

公司开创新一代“红豆0感舒适衬衫”，引领衬衫的创新变革，用不断迭代的现代科技和匠心工艺，致力于让更多人穿上奢侈品级舒适男装。2024年，红豆男装正式宣布演员林更新成为品牌代言人，围绕“衬衫，一件0感就够了”，通过代言人林更新的亲身体验和分享，向大众传达了舒适的生活哲学，强化了舒适男装的品牌形象，引领当代男性的舒适着装与生活方式。



荣耀红豆

过往荣誉

公司曾获“中国服装品牌年度价值大奖”“中国服装品牌年度成就大奖”“十大男装品牌”“中国职业装十大领军企业”等荣誉，连续2年被评为“当红国潮评选”年度国潮品牌。

在ESG领域，公司曾获“2022绿色智造典范”“2022上市公司低碳贡献”“全国西服质量管理先进单位”“全国服装行业质量领先品牌”“售后服务五星级认证”“全国售后服务行业十佳单位”“全国产品和服务质量诚信示范企业”“2023ESG新标杆企业奖”“绿色领跑企业”“年度最具社会责任上市公司奖”等荣誉。

荣誉2024



腾讯智慧零售“年度行业经营标杆”



2023年腾讯智慧零售倍增竞赛PLUS
“全域增长：品牌突破增长奖”



“2024当红国潮评选”年度国潮品牌



万达商管“卓越营销创意奖”



“证券之星·资本力量”
2024年度行业影响力奖



“江苏特色好礼奖”

序号	奖项	获奖产品	获奖企业
1	2024年度十大类纺织创新产品	红豆舒适透气西服	江苏红豆实业股份有限公司
2	2023年度十大类纺织创新产品	361°舒适西服	江苏红豆实业股份有限公司
3	2023年度十大类纺织创新产品	新耀数码服	江苏红豆实业股份有限公司
4	2022年度十大类纺织创新产品	舒适透气衬衫	江苏红豆实业股份有限公司
5	2022年度十大类纺织创新产品	大山品牌数码服	无锡红豆品牌科技有限公司
6	2021年度十大类纺织创新产品	波普潮流休闲T恤	无锡红豆品牌科技有限公司
7	2021年度十大类纺织创新产品	300领衬衫	无锡红豆品牌科技有限公司
8	2020年度十大类纺织创新产品	可循环降解防护口罩	无锡红豆品牌科技有限公司

“2024年度十大类纺织创新产品”奖



“年度杰出新质生产力企业”奖



年度杰出品牌营销年会
“杰出代言人营销奖”



“金禧奖·2024全球影响力品牌奖”



01

稳健治理 用情培育红豆

理念

公司以构建可持续发展的治理体系为目标，持续优化治理架构、强化风险管控、践行商业道德并筑牢信息安全防线，全面提升运营效率与责任担当，不仅为公司的稳健发展提供了坚实保障，也为利益相关方创造了长期价值，进一步巩固了公司在行业中的优势地位。

我们的行动

- 高效治理结构
- 可持续发展管理
- 强化风险内控
- 恪守商业道德
- 守护信息安全

SDGs

16 和平、正义与
强大机构

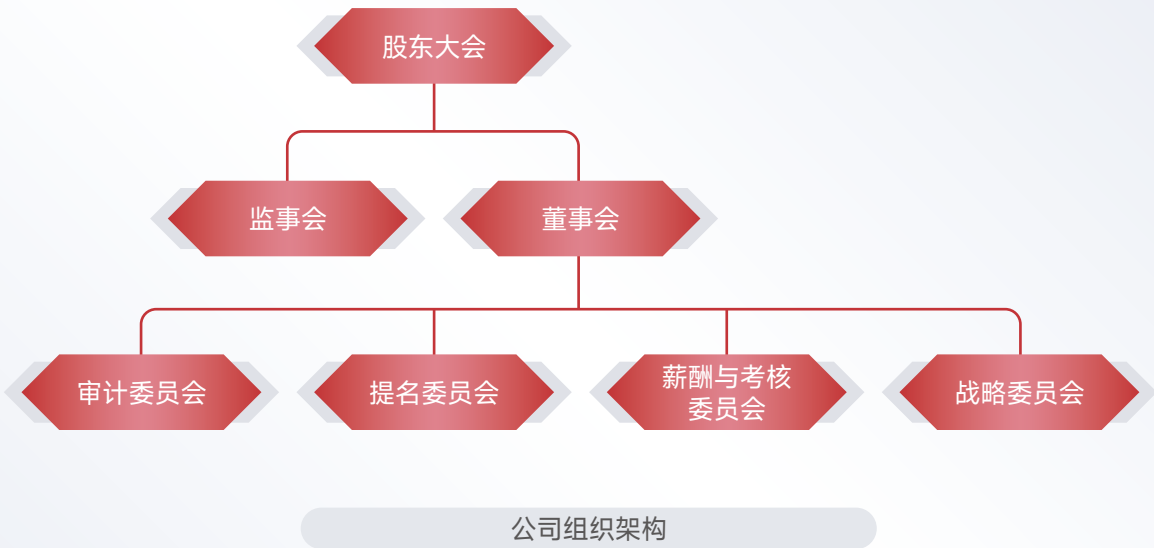


高效治理结构

公司视公司治理为保障企业长期稳健发展的基础,严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规及规范性文件的规定,结合公司实际情况,制定并优化《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《总经理工作细则》《信息披露管理制度》《内幕信息知情人登记制度》等多项内部治理相关制度,持续完善公司法人治理结构,积极履行信息披露义务,加强投资者关系管理,全方位提高公司经营管理和规范运作水平。

三会运作

公司建立了以“三会一层”为核心的法人治理结构,股东大会为最高权力机构,董事会为决策机构,监事会为监督机构,管理层为执行机构,权责明确,通过顺畅的协作机制实现高效运转及有效的监督制衡,进而推动公司决策流程的科学性与管理效能的提升,确保公司治理始终遵循规范、高效的原则。



股东大会

公司严格按照《公司章程》《公司股东大会议事规则》的有关规定,规范股东大会的召集、召开和议事程序,聘请律师对股东大会的合法性出具法律意见,确保所有股东特别是中小股东的平等地位,充分行使股东的合法权益,保证了股东对公司重大事项的知情权、参与权和表决权。

公司严格按照《公司章程》规定选聘董事,董事人数及人员构成符合有关法律法规,各位董事能够认真、勤勉地履行职责,积极参加有关业务培训,认真学习相关法律法规,公司董事的权利义务和责任明确。

董事会

监事会

公司严格按照《公司法》《公司章程》的规定规范运作,监事会成员的产生和人员构成符合法律法规的要求。公司各位监事认真履行职责,对公司财务以及公司董事、经理和其他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。

三会构成及职责

关键绩效

2024年,公司召开股东大会**2次**,董事会会议**10次**,监事会会议**4次**。

董事会独立性与多元化

公司充分关注董事会成员多元化及独立性情况,依据相关法律法规及《公司章程》,制定《独立董事制度》《独立董事专门会议制度》等治理制度,在选聘董事过程中不以性别、年龄、种族、国籍等因素为限制,确保董事会构成的多元化及专业的平衡性。同时,公司鼓励不同的董事结合自身的知识、技能、素养及经验为董事会决策提供专业意见,保障公司治理的专业性。

关键绩效

2024年，公司董事会由**9名**董事组成，其中独立董事**3名**，女性董事**3名**。

公司董事会下设立了审计、提名、薪酬与考核、战略四个专门委员会，持续修订并完善各专门委员会工作细则，明确各专门委员会的职责及议事规则并严格实施，为董事会的决策提供有效、科学、专业的参考建议。

委员会名称	主要职责	独立性
审计委员会	负责监督及评估外部审计机构工作；指导内部审计工作；审阅公司的财务报告并对其发表意见；评估内部控制的有效性；协调管理层、内部审计部门及相关部门与外部审计机构的沟通；处理公司董事会授权的其他事宜及相关法律法规中涉及的其他事项。	委员会由沈大龙（主任委员）、奚丰、徐而迅组成；委员会包含2名独立董事。
提名委员会	根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；研究董事、经理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；广泛搜寻合格的董事和经理人员人选；对董事候选人和经理人选进行审查并提出建议；对须提请董事会聘任的其他高级管理人员进行审查并提出建议；处理董事会授权的其他事宜。	委员会由徐而迅（主任委员）、周宏江、戴敏君、刘春红、沈大龙组成；委员会包含3名独立董事。
薪酬与考核委员会	根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；处理董事会授权的其他事宜。	委员会由刘春红（主任委员）、王昌辉、沈大龙组成；委员会包含2名独立董事。
战略委员会	负责研究公司长期发展战略，并提出建议；对《公司章程》规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；对《公司章程》规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；对以上事项的实施进行检查；处理董事会授权的其他事宜。	委员会由周宏江（主任委员）、王昌辉、刘春红组成；委员会包含1名独立董事。

董事会下设委员会职责及独立性

关键绩效

2024年，公司审计委员会召开会议**8次**，提名委员会召开会议**1次**，薪酬与考核委员会召开会议**1次**，战略委员会召开会议**1次**。

信息披露

公司严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上海证券交易所股票上市规则》《上市公司信息披露管理办法》《公司章程》等有关规定，制定、完善并执行《信息披露管理制度》《敏感信息归集、保密及披露制度》《年报信息披露重大差错责任追究制度》，依法履行信息披露义务，确保信息披露真实、及时、准确、完整，持续优化提升信息披露质量，增强公告的可读性和有效性，以期达到“简明扼要、通俗易懂”的效果，充分保障广大股东及投资者的知情权。

公司所有需披露的信息均通过指定信息披露媒体《上海证券报》和上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）公告。

关键绩效

2024年，公司披露定期报告**4份**、临时公告**81份**，**未发生**违反信息披露规定而受到处罚的事件。

投资者关系管理

公司高度重视投资者关系的建立和维护，畅通多种线上/线下沟通渠道，充分利用电话、电子邮件、上证e互动平台、现场接待等方式，与投资者交流互动，增进投资者对公司的了解，解答投资者关心的问题，听取投资者对公司发展的意见和建议，及时反馈至公司董事会及管理层，结合公司实际情况审慎决策。2024年公司制定、披露并实施《舆情管理制度》，有效提高公司应对各类舆情的能力，建立快速反应和应急处置机制，及时妥善处理各类舆情对公司股价、商业信誉及正常生产经营活动造成的影响，切实维护投资者合法权益。

公司始终注重投资者回报，长期与投资者共享企业发展成果，致力于以稳健业绩和良好规划，增强市场对公司可持续、高质量发展的信心，全力守护长期投资者合法权益。

关键绩效

公司已连续**24年**实施利润分配，自上市年度起，公司累计分红金额超**15亿元**。

可持续发展管理

公司以实现长期可持续发展为目标，通过制定清晰的ESG战略、完善管理架构及推动绿色转型，全面融入可持续发展理念，积极承担对政府及监管机构、股东及投资者、客户、合作伙伴、员工、环境、社区的责任。

利益相关方	沟通要点	沟通渠道
政府及监管机构	优化公司治理 合规与商业道德 能源与温室气体排放 劳动关系 纳税与创造就业 社区贡献和参与	日常沟通与汇报 座谈与研讨会 项目审批审核 上报统计报表
股东及投资者	生产经营与业绩 合规与商业道德 商业风险与机遇 产品研发与创新	定期报告与信息公告 股东大会 投资者调研 业绩发布会
客户	产品与服务质量 可持续产品 原材料采购 智慧化建设	客户日常交流 门店交流访谈 电话回访 客户调研 官网、微信等互动平台
合作伙伴	供应商管理 合规与商业道德 商业风险与机遇 产品研发与创新	日常沟通与答疑 供应商SRM系统 供应商验厂与检查 供应商交流回访 供应商大会
员工	劳动关系 人权与员工权益 职业健康安全 员工薪酬与福利 培训与职业发展	员工满意度调查 员工培训活动 员工文体健康活动 举报与申诉机制
环境	可持续产品 环境管理体系 能源与温室气体排放 废弃物管理 原材料采购 水资源管理	可持续产品推广 环境信息统计 污染物排放监测 环保理念倡导
社区	纳税与创造就业 社区贡献和参与	社区项目建设 员工志愿服务 慈善与公益捐赠

利益相关方沟通



环境(E)

环境管理体系
能源与温室气体排放
废弃物管理
原材料采购
水资源管理
可持续产品



社会(S)

劳动关系
尊重人权
职业健康安全
员工薪酬与福利
培训与职业发展
产品与服务质量
纳税与创造就业
社区贡献和参与



治理(G)

优化治理结构
合规与商业道德
商业风险与机遇
产品研发与创新
智慧化建设
供应商管理

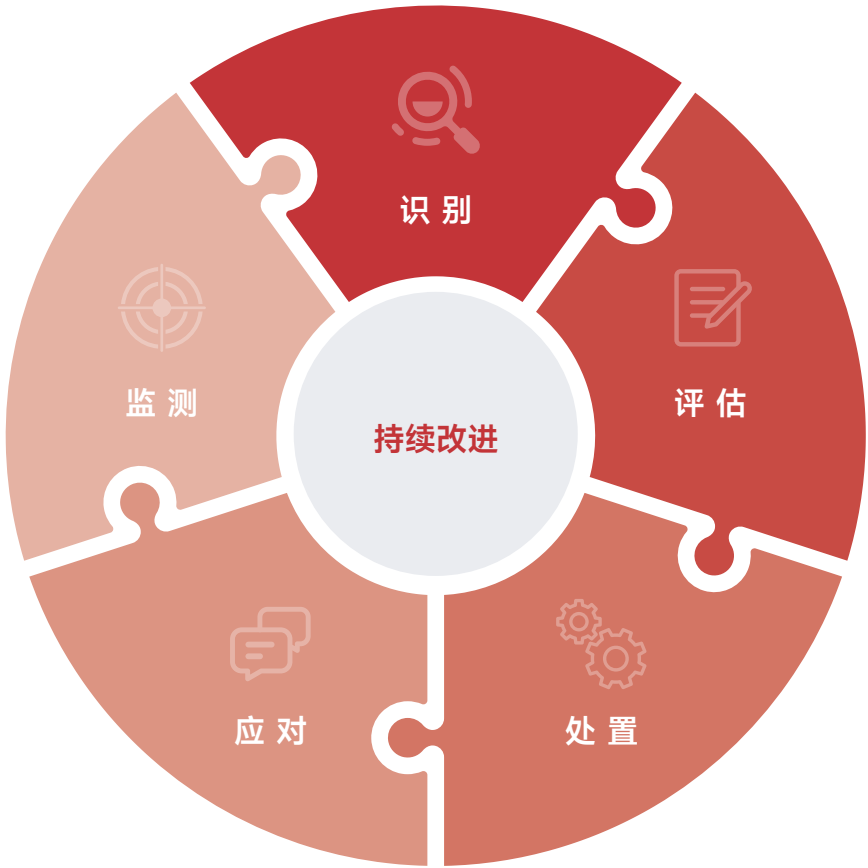
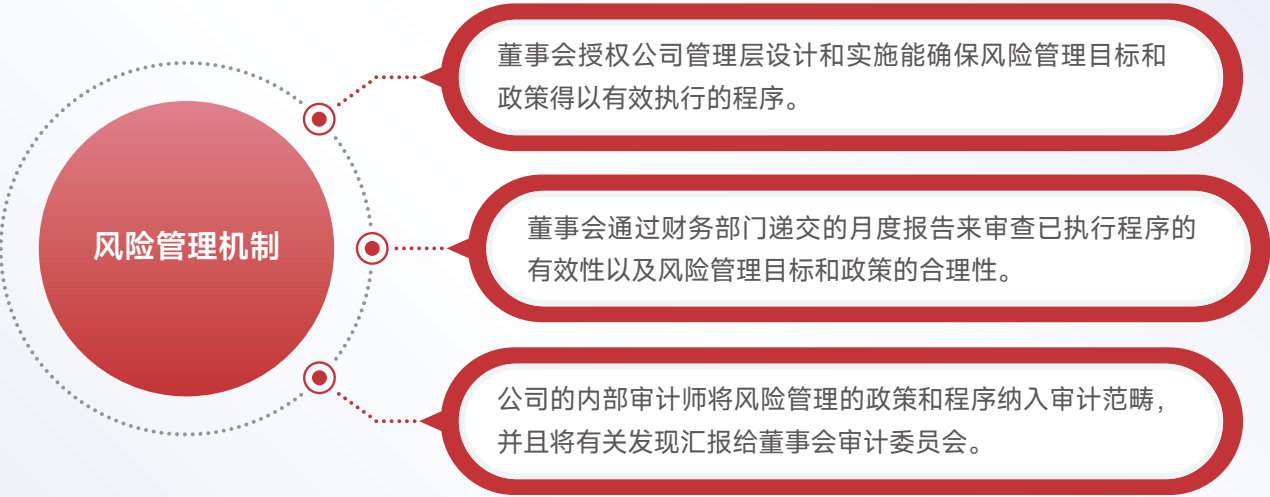
实质性议题

强化风险内控

公司始终致力于提升风险防控能力，通过完善内控体系、优化风险评估机制及强化合规管理，全面筑牢风险防线，为公司的稳健运营提供了坚实保障，进一步增强了企业的抗风险能力与市场竞争力。

风险管理

公司致力于构建覆盖全业务、全流程的全面风险管理体系，通过持续优化风险管理制度建设，细化风险管理目标与执行路径，将风险管理深度融入企业文化，确保风险防范意识贯穿于日常运营的各个环节。同时，公司注重风险管理的动态调整与创新，结合行业特点与外部环境变化，定期开展风险评估与培训，提升全员风险识别与应对能力，为公司的持续、健康、稳定发展提供坚实保障。



风险管理流程

风险类型	风险描述	应对措施
市场风险	服装消费兼具可选消费和社交属性，受宏观经济波动、行业景气度、人均可支配收入、消费者个性需求等多重因素的影响。且公司所处的男装零售行业处于完全竞争状态，市场总量不确定，公司可能面临市场份额下滑等风险。	适应和把握新零售的发展趋势，公司将优化覆盖线下门店、线上店铺的全渠道营销网络体系，重点加强实体门店ShoppingMall类渠道拓展及电商平台服务优化，提升消费场景覆盖和业务敏捷创新能力，持续创新数字新零售提升消费体验。职业装市场需求亦与宏观经济、客户效益高度相关，行业客户可能面临预算减少、招标周期延长、订单量减少等风险。聚焦核心客户，公司重点加大大客户维护，系统性开发行业类客户，依托全国办事处做大订单量。
产品研发风险	服装行业的特点是消费者品味多元化和偏好不断变化。因此，准确把握时尚潮流和消费者需求变化，并能不断开发新的适销对路的产品是服装企业成功的关键因素。随着国潮消费、男装行业升级、品类加速细分趋势的日益增强，对产品研发提出更高要求。若公司对服装流行时尚和消费者需求判断失误，产品研发与品牌核心消费人群的需求不能有效匹配，将对商品流转和销售业绩造成一定不利影响。	公司坚持“以用户为中心”，一是基于市场调研情况，明确了“舒适红豆”的品牌理念，强调产品穿着体验，构建以精准消费者需求洞察为核心的柔性供应链网络，以多样化互动营销提高用户粘性；二是灵活响应用户的舒适需求，加强以科技研发支撑产品创新，让产品创新力与供应链效率形成共振，以消费者为导向综合提升公司产品竞争力。
运营管理风险	以人工智能大模型、具身智能、5G、云计算、大数据为代表的新一代信息技术全面创新升级，企业的数字化进程加速。目前，大部分企业的数字化转型可划分为起步探索、单点业务改造、系统集成等不同阶段，与生产运营管理业务全流程深度融合的尚不多见，存在转型过程中认识不统一、机制不健全、能力不具备等困难，数字化转型滞后则会面临运营管理混乱的风险。	公司将以所处的转型阶段为出发点，制定符合企业自身需求的转型方案，构建“以用户为中心”的能力体系，探索AI新零售业务；并加强与生态伙伴的合作，共同构建开放的数字化生态体系，有效解决信息孤岛问题，实现数据整合、流程贯通和业务协同，提升企业运营效率和竞争力。

可能面对的风险及应对措施

案例 开展基础法律知识培训，提升员工风险防范意识

2024年3月，公司对新晋升的职业店长进行门店基础法律知识培训，旨在防范经营过程中可能发生的风险，提升全员风险防范意识。

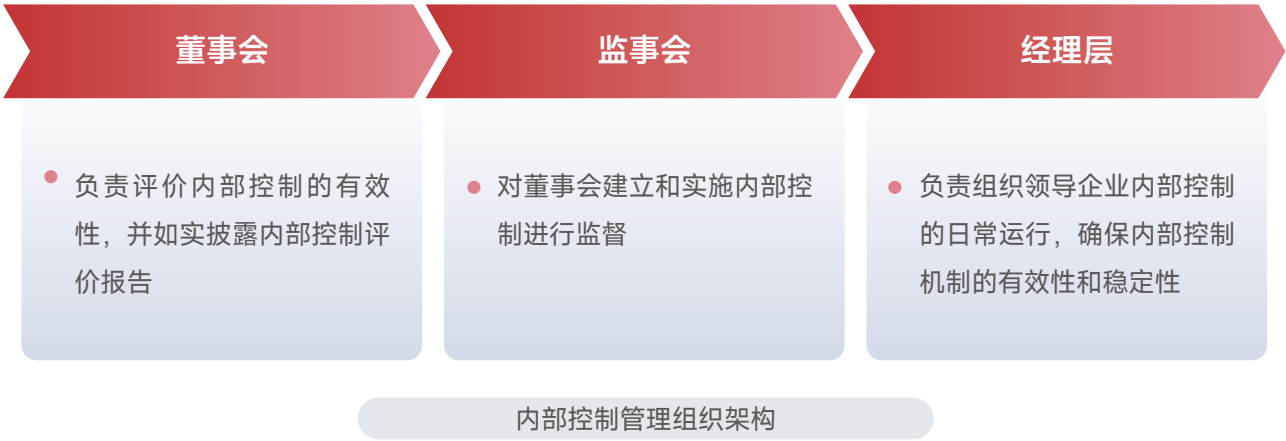
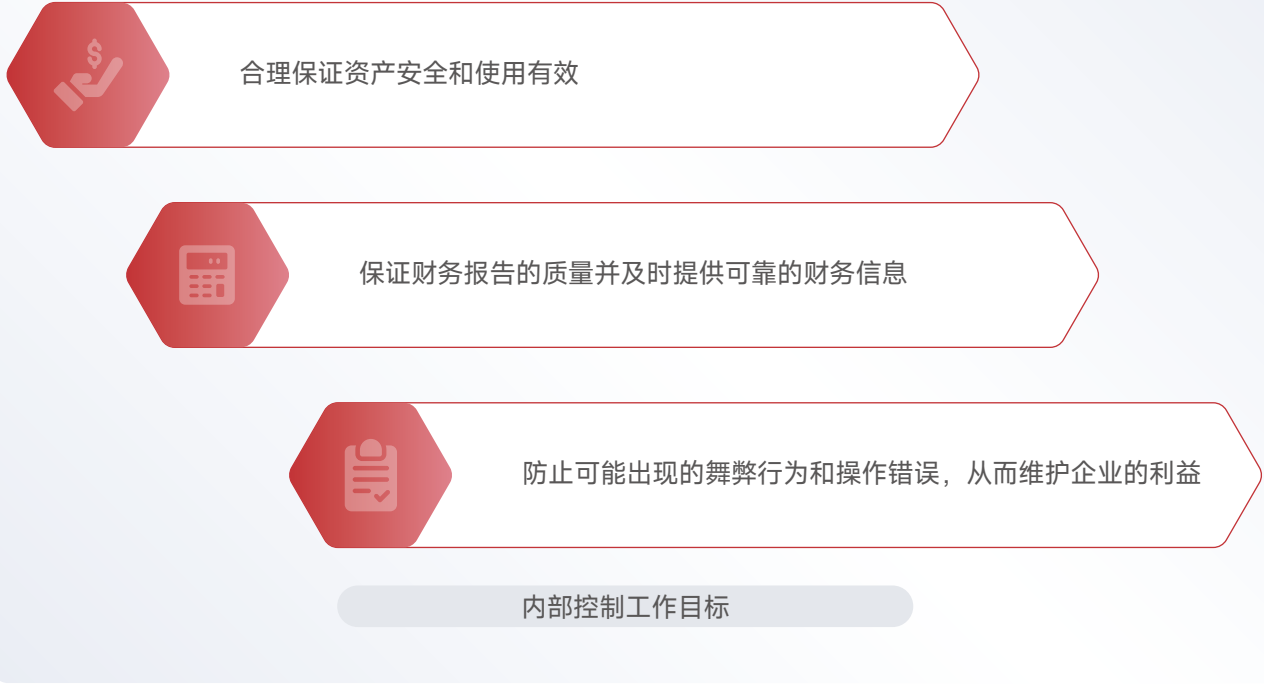


基础法律知识培训



内部控制

公司已建立企业内部控制规范体系，持续健全并有效实施内部控制，制定并发布了《江苏红豆实业股份有限公司内控手册》，涵盖22个模块、109个流程、30个制度，为规范公司运营、降低经营风险提供指导。同时，公司建立内控的长效管理机制，明确内部控制管理组织架构，不断制定改进措施并跟踪落实，提升内控有效性。此外，公司法务科根据日常工作中识别出的业务/管理类相关风险，每季度对相关条线进行法律法规制度培训，以加强全体员工的合规意识。



税务管理

公司财务部负责税务管理工作，设置专职税务管理岗位负责工作组织与执行，依据各级税务机关制定的税收法律、法规及地方税收规章制度，研究制定内部税务管理制度及税务风险控制方案，从税务管理与筹划角度出发积极参与公司的经营管理，定期组织专人进行税务自查，以规避税务风险。2024年，公司进一步对业务流程进行了全面梳理，优化改进了相关涉税节点。

恪守商业道德

公司倡导“诚信、感恩、创新、卓越”的企业核心价值观，通过制定《员工岗位诚信行为规范》，覆盖领导岗位、专业技术岗位、一般生产操作岗位、采购岗位、财会岗位等各个岗位的诚信行为规范要求，明确了员工基本诚信行为准则，将诚信理念贯穿于公司内外的商业活动中。

竞争与商业秘密

组织员工签订《竞业限制协议》《保密协议》《服务期协议》，明确告知员工应遵守的商业道德规范，包括不得从事同业竞争以及对商业秘密进行保密。

采购与反商业贿赂

要求合作单位签订《一家两制自查表》，承诺其不属于公司在职员工或离职员工所办企业。同时，签订《廉洁自律承诺书》《禁止商业贿赂协议书》，要求合作单位人员承诺不向本公司员工进行任何形式的商业贿赂。

2024年，公司供应采购、外协等人员签署了《廉洁自律承诺书》《禁止商业贿赂协议书》。

商业道德规范

公司设立总经理信箱和董事长信箱，专项受理员工提出的各类举报线索，由专人整理举报信件并提交至公司监事会，在确认相关线索后组织法务部门开展调查。凡涉及刑事犯罪的案件，将在第一时间转交至公安机关进行处理。公司承诺对举报人的信息进行保护，且允许匿名举报，并制定举报者保护相关的制度及措施，禁止任何形式对举报人的报复或不公平对待。

公司遵循《中华人民共和国广告法》及相关法律法规，制定了《广告宣传审核制度》和《广告宣传审核流程》，严格审核广告宣传中涉及的各项要素，包括宣传用语、价格标注、字体、图片、音乐、视频、引用的诗词/文章、商标标识等，并针对建立宣传广告和宣传资料建立OA审核流程。此外，公司针对字体、图片、活动内容、产品宣传等问题，及时更新《宣传使用手册》，确保宣传活动的合规性和规范性。

广告宣传品审核节点

制作广告宣传品	公司各部门及下属企业依据《广告宣传审核制度》要求及本部门业务需要，制作相关广告宣传材料。
部门负责人审批	制作部门的上级负责人需对制作的广告宣传品材料进行审批，宣传材料中涉及的要素符合《宣传使用手册》要求。
数据支持与核验	若广告宣传品材料中涉及产品相关的功能性术语、质检报告、产品技术参数等数据，将流转至质量监督部门进行审核确认。
合规审核	法务部门结合《广告法》《价格法》《消费者权益保护法》等相关法律法规，对产品涉及功能性术语、产品技术参数等数据，或者超出《宣传使用手册》内容的部分进行审核。
正式发布	通过上述审批流程的广告宣传品材料，制作部门可直接发布、制作或者展示。

公司规定的宣传用语、价格标准管理要求包括但不限于：所有产品必须明码标价，不得虚构产品原价，对未销售过的产品开展促销活动时，不得使用“原价”“原售价”“成交价”等概念；宣传中不得出现“最终解释权”等侵害消费者合法权利的文字，活动规则在简洁的基础上须确保规则具有明确性、无歧义；在宣传中不得使用损害同行业竞争品牌的形式宣传。除日常对商标、标识及宣传用语进行严格审核外，公司法务部门按照《宣传使用手册》等规章制度定期进行排查，确保线上线下宣传内容的合规性，针对不合规内容提出整改意见，并跟踪落实整改情况。

关键绩效

2024年，公司**未发生**商业贿赂及贪污事件，**未发生**因不当竞争导致诉讼或处罚的情况。

守护信息安全

公司始终重视信息安全管理，通过构建以网络安全、数据安全、系统安全为核心的信息安全管理体系、实施多层次防护、强化技术保障与员工培训，全面筑牢信息安全防线，不仅有效防范了数据泄露风险，也为客户和合作伙伴创造了更加安全可靠的信息环境。

为保障信息的安全性、可靠性、完整性和有效性，公司制定并实施《业务管理制度》《机房管理制度》《硬件维护制度》《信息安全管理制度》《权限管理制度》《需求管理制度》《数据备份与恢复管理制度》，建立“三层治理模型”的数据安全管理组织架构，要求员工签署保密协议，持续加强信息系统用户账号和权限的规范化管理，确保各信息系统安全、有序、稳定运行，防范应用风险及信息泄露风险。



关键绩效

2024年，公司开展数据安全与客户隐私保护培训**2次**；公司发生数据安全事件**0件**，泄露客户隐私事件**0件**。

02

创新驱动 赋能产业发展

理念

公司致力于成为行业创新的引领者，通过构建开放协同的创新生态、优化供应链管理体系及提升产品服务品质，持续推动产业升级与可持续发展，为公司的技术突破和市场拓展提供了坚实支撑，同时为行业整体竞争力的提升注入了新活力，进一步巩固了公司在产业链中的核心地位。

我们的行动

- 研发创新驱动
- 供应链管理
- 保障品质与服务
- 助力行业发展

SDGs

9 产业、创新和基础设施



12 负责任消费和生产



17 促进目标实现的伙伴关系



研发创新驱动

公司始终将创新作为发展的核心动力，致力于通过技术突破推动行业进步与可持续发展。公司已明确研发管理组织架构，建立起完善的研发管理流程，确保技术创新与市场需求紧密结合，为产品升级和绿色转型提供坚实支撑。通过持续投入与优化研发体系，公司不仅提升了核心竞争力，也为行业的创新发展注入了新动能，助力行业及社会实现更高效、更可持续的未来。

公司高度重视知识产权保护与创新成果转化，制定并实施《商标注册和著作权登记规定》《宣传使用手册》等管理制度，对申请注册商标的类别及范围、商标注册流程、著作权权属、著作权登记流程等进行规范管理，并定期对相关商标及著作权进行登记和年审，有效防范知识产权风险。

商标权	及时跟踪商标注册申请的进展情况，通过登录“国家知识产权局商标局中国商标网”，查阅商标局发出的公告，跟踪审批状态。
	若他人对公司申请并经商标局初步审定的商标提出异议，公司将在一个月内向商标注册部门进行答辩。
	公司定期审阅中国商标网商标注册公告，若发现他人近似或相同商标注册，将在3个月异议期内向商标注册部门提出异议申请。
	对于他人注册商标与公司注册商标相似而引起争议的情况，若对方注册商标期限未满足五年，公司将向国家商标评审委员会提出商标无效宣告申请。
著作权	公司及其下属公司在使用公司商标权和著作权时，负有维护其完整性的责任；同时，员工对著作权侵权行为负有监督和举报的义务。
	若发生著作权侵权纠纷，公司将采取及时调查、搜集和固定证据，并报相关部门处理，与侵权责任人协商赔偿并向法院提起侵权诉讼等法律行动。
	公司在日常排查工作中，若发现他人侵犯公司商标权和著作权，将及时汇总上报相关案件，积极维护公司合法权益，维护市场秩序和品牌形象。

商标注册和著作权登记规定

2024年，公司创新推出红豆舒缓鹅绒服，获得4项实用新型专利认证。该产品采用针织绵柔面料应用于鹅绒服，比普通面料更柔软、更轻盈，让身体自由舒展；同时，高密亲肤里料的应用，能够免除冬季的静电困扰。红豆舒缓鹅绒服解决了传统羽绒服面料太硬不舒适、手感粗糙、容易摩擦产生噪音等多重痛点，通过面料的创新设计实现了羽绒服品类的舒适突破，让羽绒服更具实穿性，能够打破场景局限。



舒缓鹅绒服专利证书

关键绩效

截至2024年12月31日，公司持有有效专利数量为**133件**，持有著作权数量为**24件**，年度新增发明专利申请数量为**8件**。

保障品质与服务

公司始终以客户为中心，秉承“一切只为顾客满意”的服务理念，致力于通过卓越的产品质量和优质的服务为客户创造长期价值。公司通过严格的质量管理体系和高效的客户服务机制，不断提升产品与服务的可靠性，增强客户信任与满意度，为企业的可持续发展奠定了坚实基础，也为行业的品质提升与服务优化树立了标杆。

质量管理

公司以打造卓越品质为核心目标，目前已建立了完善的产品和服务质量安全主体责任体系，严格遵循《红豆男装产品标准》，制定并执行《公司质量监督管理流程》《外部质量抽查管理流程》《外协产品检验流程》等制度文件，以及《关于加强产品质量管理相关规定的通知》《关于开展红豆男装门店无次品活动的通知》等管理要求，明确高层领导对产品和服务质量安全负首要责任，公司首席质量官、质量主管对质量安全负直接责任，实行质量安全“一票否决”。公司严把产品质量关，从原辅料到成品全过程的质量检验，在每个生产过程中质控点设立专检人员，要求所有检验人员全部考试合格后持证上岗。目前，公司已成功取得 ISO 9001 质量管理体系认证。



ISO 9001:2015质量管理体系认证证书

三级企业负责人为质量第一责任人，对所采购的产品质量负全责，发生外部质量抽查及时跟踪处理，杜绝负面舆情发生。

商品中心供应链管理部 / 各三级企业采购外协部负责外协产品过程质量管控，跟单过程中发现质量问题及时整改，确保每批产品检验合格后发回公司。

各三级企业质检科人员负责产品入库前最终检验，若发现产品不合格（零星或批次）的，立即书面通知外协跟单人员限期整改，直至检验合格后方可入库。

企管部质监科负责公司产品质量监督管理，每月对合格入库的产品进行抽查，形成月度质量报告督促改进。

质量管理部门/责任人职责

产品质量是消费者关注的重要指标，因此需要不断地优化质量相关过程，以满足消费者日益提升的产品质量需求。为了快速获取市场的前沿质量信息，除客服电话外，公司内部建立微信质量工作群，对反馈的质量信息第一时间做出回应以及监管。此外，公司定期开展质量培训并积极参与外部质量管理会议，以进一步提升企业质量管理成效。

关键绩效

2024年，公司入库产品质量合格率达**100%**，产品一次入库合格率达**98%**，产品一等品率达**98%**，**未出现**外部抽查不合格情况。

客户服务

公司以消费者为中心，始终坚持“实体是根基，数字是羽翼”的原则，通过优化服务体系、强化客户沟通及完善投诉处理机制，全面构建高效、透明的客户服务生态，为客户提供更加优质的产品与服务体验，同时为公司的品牌形象和市场竞争注入持久动力，进一步巩固了公司在行业中的领先地位。公司致力于推进线上线下协同发展，基于数字化新零售，建立了覆盖线下门店、线上店铺的全渠道营销网络体系，并凭借优质的客户服务，荣获全国商品售后服务达标五星级认证证书及 CTEAS 售后服务体系完善程度认证七星级（卓越）证书。



全国商品售后服务达标五星级认证证书



CTEAS售后服务体系完善程度认证七星级(卓越)证书

在持续优化营销策略的同时，公司充分运用信息技术赋能客户运营管理，提升全渠道销售和客户体系，发展以小程序、抖音、快手为代表的社交电商平台，建设并成功运营“400 热线”“线上客服”“红粉会”等客户沟通模式，全方位提升公司客户服务能力。



红粉会



明星见面会

公司制定并实施《顾客投诉处理流程》《连锁门店顾客投诉处理流程》《电商客诉处理流程》等管理文件，明确各相关部门在客诉处理过程中的职责、管理指标与目标、关键控制点等，畅通客户投诉渠道，确保及时、高效地收集和處理顧客投訴意見，促進公司質量和服務的不斷改進，確保用戶滿意度的提升。公司按投訴問題重要程度將投訴分為一般投訴、重大投訴兩種類型，並制定相應措施及解決方案，確保投訴得到及時有效地解決，以減少顧客不滿和業務流失。此外，公司定期開展客戶服務相關培訓，以持續提升員工整體服務質量。



门店店员在接到顾客投诉后负责与顾客沟通，认真倾听顾客心声，详细记录顾客投诉内容和诉求，以及顾客提出不满意需提升改进的建议。



门店负责对顾客投诉的货品进行判定，快速（受理投诉后20分钟内）响应。判定为产品本身质量问题的，按公司《商品退换规定》对投诉进行处理。



门店无法直接判定是否为产品质量问题的，需第一时间（受理投诉5分钟内）与公司新零售科售后人员联系，就投诉内容进行反馈、沟通，确保判定的准确，防止误判，必要时由质检科质检人员配合判定，若仍无法判定，可咨询公司质监科。



所有投诉从受理、处理、回复必须当天完成，如遇特殊情况，回复时间可与顾客协商，但必须在协商时间内进行回复，回复时间最长不可超过24小时（产品需寄回公司判定的，回复时间从收到样衣起开始计算）。

顾客投诉处理原则

关键绩效

2024年，公司客户反馈响应率为100%，客诉率低于0.03%，二次客诉率为0%。

供应链管理

公司以打造可持续、负责任的供应链为目标，通过持续完善供应商评估体系，全面提升供应链的透明度与韧性，为供应链上下游的协同发展提供了有力支撑，同时为行业的高质量发展树立了标杆，进一步巩固了公司在产业链中的核心地位。

供应商管理

为稳定供应商队伍、培育战略供应商、建立长期安全、可靠、稳定、双赢的供求关系，公司制定并实施供应商管理流程，对供应商进行定期考核、整体规划、分类管理，以确保供应商提供产品的质量、交付和服务符合公司要求，并要求合作伙伴签署《廉政管理协议书》《禁止商业贿赂协议书》以规范供应商行为。

准入要求

调查评定

培训沟通

业务协同

合作评价

由公司采购部门对潜在供应商资质信誉情况的真实性、合法性进行调查，包括供应商的资质证明、人员规模、生产能力、质量保障能力等方面的审核；同时要求供应商提交《禁止商业贿赂协议书》。

公司通过制定《供方调查评定记录表》《技术、质量保证能力验收打分表》《供应商承诺书》等规章制度，建立了公平公正的供应商评估体系，对供应商进行多维度评估，包括对供应商提交的相关证明材料进行审核、组织相关人员进行验厂（包括临时供应商）、填写《供方调查评定记录表》等。对未能通过审核或飞行检查的供应商，公司将退回至供应商寻找环节。

公司定期组织供应商的交流，重点关注反商业贿赂、质量检验、生产管理、工艺技术等方面，并组织相关部门开展供应商培训。

公司建立了供应商协同管理系统（SRM），通过该系统实现对供应链上下游采购和供应商关系管理环节的深度集成，实现需求/计划、采购过程、合同管理、付款结算、成本分析、预警识别等业务流程的全线融合。同时，公司精细化供应商管理，保证企业高效运作，实现工厂、零售端的快速补单需求传递，强化供应商协同能力，赋能供应商，实现合作共赢。

公司推行供应商正向激励机制，通过定期收集合格供应商的日常供货数据，了解供应商的产品质量、供应及时性等方面的信息，每月对供应商供货业绩进行评价打分（百分制），包括质量评定、合作规模、研发能力评定、交期评定四个维度，努力创造良好的供应商竞争环境。

供应商管理流程

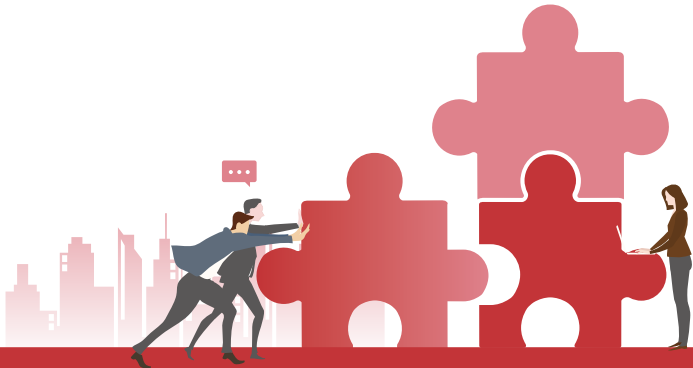
关键绩效

截至2024年12月31日，公司供应商共计**255家**，考核覆盖率达**100%**，考核合格率达**100%**，签署禁止商业贿赂协议书的供应商比例为**100%**。

平等对待中小企业

公司以构建公平、共赢的供应链生态为目标，通过优化采购流程、强化供应商赋能及建立透明合作机制，全面保障中小企业的合法权益，为中小企业提供了平等参与市场竞争的机会，同时为产业链的可持续发展注入了活力，进一步提升了公司在行业中的责任形象与影响力。2024年，全年未出现中小企业款项逾期未支付的情况。

助力行业发展



公司始终以推动行业高质量发展为己任，致力于通过创新实践和可持续发展理念为行业注入新动能，在技术创新、产业链协作及绿色低碳领域持续探索，为行业树立标杆、引领方向，助力构建更加健康、繁荣的产业生态，为行业的长期可持续发展贡献价值。

关键绩效

公司共参与制定国家标准**1项**、行业标准**4项**、团体标准**5项**；2024年，公司起草、发布了《舒适衬衫》团体标准。



03

用心关爱 携手共创未来

理念

公司始终坚持“以奋斗成功者为本”的人才理念，致力于“让奋斗者有志竟成、让创新者心无旁骛、让成功者有为有位”，构建科学的人才管理体系，开展员工选育用留等工作，将人作为公司的关键资源，关注员工的健康安全、权益福祉，激发员工潜能、创造性和积极性，实现企业与员工共成长、同发展的双赢。

我们的行动

- 保障员工权益
- 员工健康关怀
- 人才培养发展
- 党建引领发展

SDGs



保障员工权益

公司严格遵守国家《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国民法典》等人事相关的法律法规，制定了《员工手册》等规章制度，通过人员合同、集体协商协议、职代会等多种形式和渠道，明确招聘制度和用工制度，保障所有员工权益，推动员工不断进步，促进公司健康、高质量发展。

引进与留存

公司根据战略方向与业务发展，利用人才分析（PA）和人力资源规划（SWP），对现有人才状况进行分析，明确招聘需求，进而制定招聘计划，完成人才引进。未来 5 年，公司将围绕战略升级转型，配合战役落地，制定中长期人才规划。

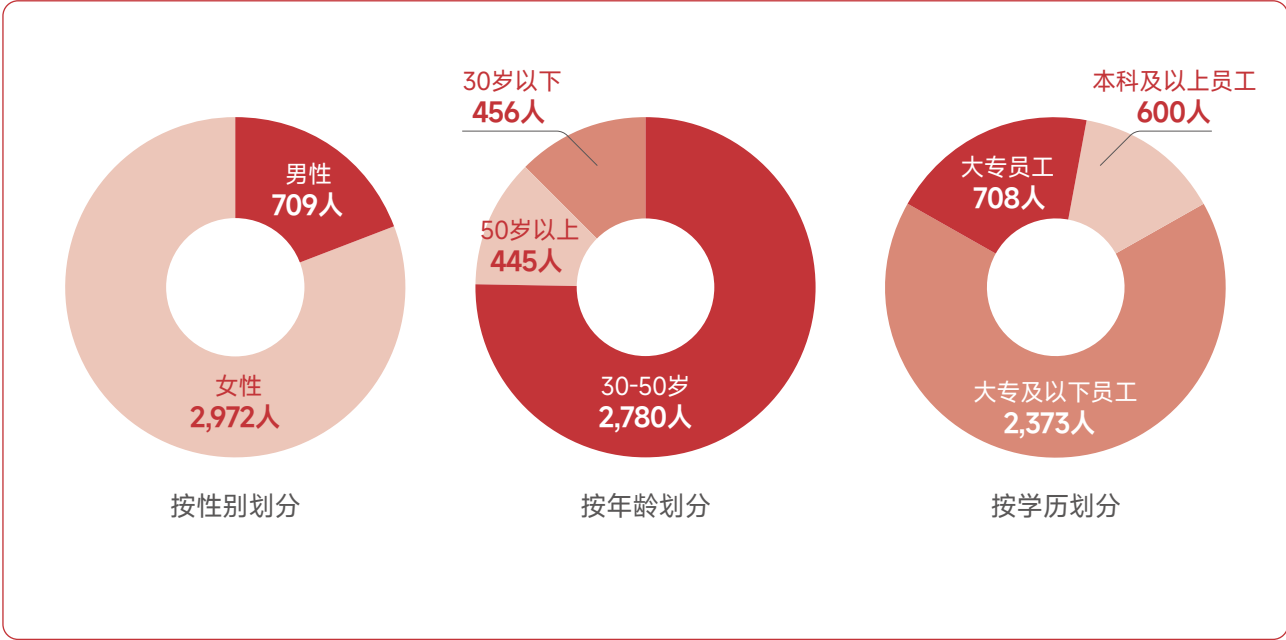
关键绩效

2024，公司员工总数**3,681**人，公司员工劳动合同签订比例为**100%**。

公司建立基于岗位胜任力模型的招聘体系，采用多元化的招聘渠道和科学的测评方法，秉承“公开、公平、公正”的招聘原则，尊重并维护员工的各项权益，承诺不因民族、种族、年龄、性别、婚姻状况以及宗教信仰等差异给予员工不同待遇，所有聘用均签订合法有效的劳动合同，从源头上杜绝强迫劳动、童工和女性就业歧视，坚决杜绝任何形式的用工违法行为与歧视行为，并为员工提供符合法律规定的假期。公司采取双向选择，择优招聘录用，避免任何形式的歧视行为，从而更多引进和留存高质量人才，强化公司实力。

关键绩效

2024年，公司**未发生**歧视、强迫劳动及雇佣童工的负面事件。



公司重视人才的保留，积极识别人力资源风险，并划分为三个等级。针对不同层级的人力资源风险，公司分别开展对应风险管控工作，制定相应的预控方案，并明确责任部门，定期进行巡查与整改。每季度，开展关键岗位人才流失分析，每半年度对科员、职工和店员的流失率进行分析。此外，公司制定相关员工保障及激励的政策，保障过年留岗及节后外地返岗的生产职工的稳定性，并通过公司会议、开设训练营、PK 表彰等各种形式，持续提升员工对企业的信心，保障员工稳定性、降低流失率。

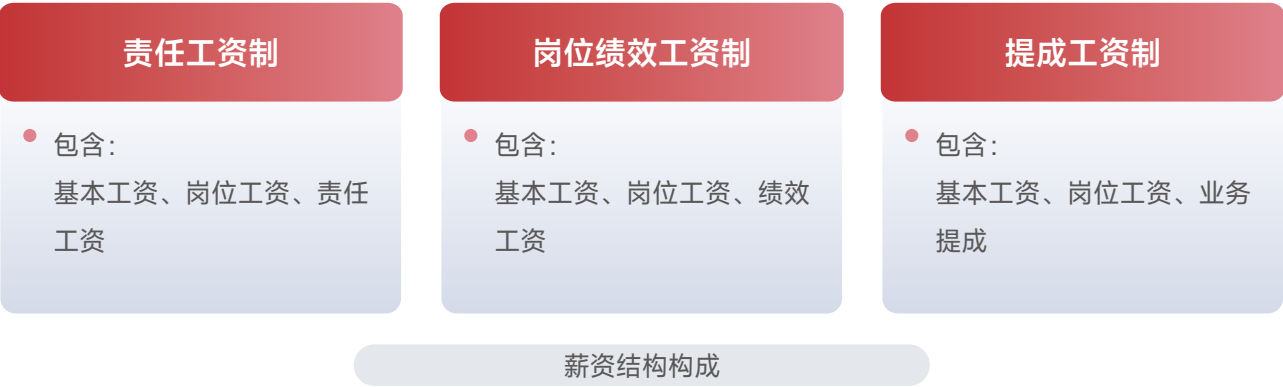


关键绩效

2024年，公司外地生产工人返岗率超过**96%**。

薪酬与福利

公司制定了《薪酬绩效管理制度》，坚持以岗定薪原则，遵循竞争性、激励性和公平性的原则确定员工薪酬，并根据岗位性质将员工薪酬分为责任工资制、岗位绩效工资制和提成工资制，充分激发员工积极性、主动性、创造性。此外，公司与专业的人力资源咨询公司保持密切关系，持续开展薪酬调研，不断提升薪酬管理的合理性和竞争力。



公司建立健全福利体系，制定了《薪酬绩效管理制度》等管理制度，配套带薪年假、节日福利等节假福利，设置各类专项补贴，提高员工幸福感的同时，倡导与个人共同持续发展的理念，对核心技术骨干、高管层设置了股权激励方案，通过多样的福利措施调动各层级员工的积极性，切实增强核心团队凝聚力和企业核心竞争力。

关键绩效

2024年，公司员工社保缴纳覆盖率为**100%**。



民主与沟通

公司充分尊重和保障员工知情权和监督权，建立多渠道、多形式、全方位的沟通机制，通过 OA 办公平台、公司及部门例会、办公场所公告栏等，与员工进行坦诚、双向的交流，促进员工了解和参与公司建设，确保及时有效地回应与落实，推动企业的持续改进与发展。此外，公司定期开展满意度调查，并由部门负责人负责员工满意度管理，及时了解员工诉求，从薪酬福利、团队建设等方面采取措施，提高员工满意度。

民主沟通管理措施

常态化沟通

- 通过表彰大会、部门例会、视频会议各种形式，传递公司精神、指令信息。
- 管理层每周深入一线，了解门店、员工状况，发现并解决一线问题。
- 每年年底开展科员、职工、满意度调查，通过深入分析，抓取员工迫切期望改善的问提点，例如福利待遇、团队活动等。
- 在车间、食堂等地设有总经理、工会信箱，车间设置回音壁，每周给与回复。

专项沟通

- 每年三月的年度挖潜月，立足岗位的群众性创新，鼓励每位员工积极提合理化建议，解决企业经营活动中的痛点，对产生效益的给与奖励。
- 员工职代会，就员工关注的重点问题商讨。



总经理信箱、车间回音壁

赋能人才发展



公司秉持“人才是第一资源”的理念，部署了人才发展战略及保障战略落地实施的管理制度，致力于打造一支高素质、专业化、创新型的人才队伍，支撑公司实现战略目标和可持续发展。



绩效与激励

公司建立了基于目标管理和关键绩效指标的绩效考核体系，制定并执行《绩效管理制度》，全面、客观、公正地评价员工的工作绩效。公司重视员工与上级主管的沟通，并将其贯穿于绩效考核的全部流程，帮助员工明确职业目标和发展路径，赋能员工的成长。

由公司经营层班子成员和各部门主管共同确定年度规划和考核目标

由人力资源部及各部门负责人组织向员工开展季度、半年度考核

由部门主管可通过面谈的方式向员工反馈绩效考核结果与判定原因，与员工共同分析其绩效表现中存在的不足并制定改进与提升计划

若员工对考核内容有异议，可在收到考核结果后5个工作日内以书面形式向人力资源部提出异议

绩效考核管理流程

关键绩效

2024年，公司开展绩效考核沟通覆盖员工比例为**100%**。

同时，公司形成了多元化的激励机制，包括薪酬福利、晋升机会、奖励基金、荣誉表彰等多元化激励措施。公司针对服装设计、智能制造等关键领域，设置专项奖励基金，对取得重大突破的高技术人才给予奖励，激发员工的工作热情，营造尊重设计、尊重人才的企业文化，鼓励员工创新发展，从而更好地留住人才，提升公司综合竞争力。

发展与晋升

公司建立管理序列与专业序列并行的双轨职业发展通道，针对性设计差异化发展路径，使员工可基于专业禀赋自主选择成长方向。同时，公司构建可视化晋升路径，搭建阶梯式成长平台，为员工提供个性化的职业发展规划指导，帮助其明确发展方向和目标，并提供相应的培训和发展机会。

公司提供国际化发展机会，鼓励高技术人才参与国际交流合作，并提供专业培训、工作机会，拓展其国际视野。提供广阔的发展平台，包括参与国际时装周、设计大赛的机会，鼓励高技术人才挑战自我，实现自身价值。红豆股份衬衫厂成立了“大师工作室”，提供独立的设计空间和充足的研发经费，并给予设计师作品销售分成。

培训与赋能

公司在 2016 年成立智慧零售学院，负责公司培训工作的开展，建立覆盖全员、全职业周期的培训体系，形成以《红豆男装内部培训管理流程》为核心的一整套培训管理制度及流程，包括《红豆男装培训实施管理办法》《红豆男装内部培训师管理办法》《红豆男装课程评审流程》《红豆男装培训课程库管理办法》等共 16 项标准化制度，为培训工作的开展奠定基础制度保障。

关键绩效

2024年，公司培训总时长为**122,012.80小时**，全年培训总计**249场**，培训总计**80,891人次**。

公司将讲师体系、项目班体系、课程体系作为培训体系的三大支柱，以提升关键岗位的业务技能为抓手，以提升关键岗位绩效为导向，开展包括新员工入职培训、专业技能培训、管理能力培训等多样的课程培训，采用线上线下相结合，包括课堂讲授、案例分析、情景模拟、行动学习等多元化的培训方式，全方位助力员工更新知识储备，提升专业技能。

讲师体系

讲师是培训实施的重要资源，公司从业务角度出发，从选育用留四个步骤，逐步搭建起红豆男装的讲师体系。目前公司的讲师体系分为企业文化系、连锁专卖系、社交电商系、商品运营系、智能生产系和信息化系 6 大系，内部讲师从业务骨干中挑选，年度进行考核评级，保证讲师队伍的持续优化。

关键绩效

2024年，公司聘用内外部讲师共计**85名**，其中外部讲师**6名**，内部讲师**79名**。

课程体系

课程开发从业务需求出发，开发点包括业务难点、优秀经验、基础知识技能，鼓励内外部讲师开发课程，并进行相应的物质激励。围绕连锁门店销售业务开展，持续萃取一线主推产品推广、团购业务开发、用户管理、节日爆破、大单连带技术等主题的案例经验分享，以多样化的呈现形式，利用学习平台、工作群、练货任务实现案例推广、应用、反馈、再优化的循环机制。

关键绩效

2024年，公司课程开发**39门**、优化**15门**，萃取完成案例与工作法**259个**。

项目班体系

智慧零售学院抓取关键岗位，从岗位的职责以及胜任力，搭建关键岗位的学习地图，形成从初级到专业技能学习到管理提升三个层级的项目班培养体系。目前关键岗位包括门店店长、职业店长、区域经理、拓展专员、陈列人员、调配专员等。

关键绩效

2024年，公司年度培训计划**131场**，实际完成**249场**，完成率**190%**。



陈列搭配技能提升培训



店长陈列培训

案例 连续多年开展 521 人才梯队项目，促进管理干部培养发展

公司自2021年起，坚持开展521人才梯队项目，即基层中层干部培养，通过线上线下混合式学习模式提升管理能力、职业素养，依托师徒制带教促进梯队人才成长，制定行动改进计划落地学习收获，培训设定淘汰机制，项目推进过程中不断优化队伍，确保人才池可以不断为公司培养和输出中高层管理人才，累计开展梯队培训34场。



“旗舰战法研讨共创”主题培训



“演讲与表达”主题培训

线上培训平台

自 2020 年起，公司携手“超级导购”平台，持续打造加盟、直营一体化的精益店铺管理系统，以在线化、数据化、智能化为基本途径，实现总部与门店的高效协同、远程智能巡检、店员培养激励、活动有效达成等，实现精益店铺管理系统打造、线上线下全数据运营数字化。

员工健康关怀



健康与安全工作是企业和员工生命财产的保障，也是公司实现经营发展的重要基础。公司高度重视员工的健康与安全，致力为员工提供健康、安全、舒适的办公环境，规范管理办公区域，积极构建安全舒心的办公场所。

安全生产

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》《中华人民共和国消防法》等相关法律法规，认真贯彻落实各级政府安全生产工作部署和要求，通过并结合 ISO 45001 职业健康与安全生产管理体系认证要求，制定《安全生产管理制度》等制度以规范化安全生产，形成“安全生产标准化、风险管控与隐患排查双重预防机制”管理机制，将安全生产重点工作与专项整治工作相结合，全面开展安全生产各项活动，落实企业主体责任，规避法律风险，不断提升安全管理水平，压实安全生产底线，从而进一步提升企业竞争力。



ISO 45001 职业健康与安全管理体系认证

安全生产责任制

公司坚持“以人为本，安全第一；预防为主，持续改进；改善环境，保护健康”的安全生产管理理念，不断完善安全生产责任制，优化构建了“主要负责人 - 生产部分管负责人 - 车间主任 - 班组长 - 员工”的管理架构，制定了年度安全生产目标，签署安全生产责任书，推进相关监管部门相互配合、高效联动，保证全员参与，贯彻落实各级各类人员的安全生产责任，减少事故造成的损失及人身安全隐患。

目标指标	达成情况
1、年内无中毒事故、特种设备事故、安全生产事故和火灾事故，伤亡事故为零	无中毒事故、特种设备事故、安全生产事故和火灾事故，伤亡事故为零，100%达成
2、职业病发生数为零	职业病发生数为零，100%达成
3、特种设备检测合格率100%	特种设备检测15次均合格，100%达成
4、消防设施完好率100%	消防设施保持完好有效，完好率100%
5、不存在重大事故隐患，隐患排查发现的安全隐患整改率达100%	隐患排查全年共643次，发现隐患148次，全部整改到位，整改率100%
6、资格准入类人员持证率100%	要求特种设备人员考核全员持证，公司负责人、安全管理人员、危化品管理员、电工等均100%持证上岗
7、员工安全教育培训合格率100%	全年培训36场次，培训人数4,840人次，新员工三级教育25人次，各种培训合格率100%

安全管理目标及达成情况（部分展示）

此外，公司将安全生产管理的结果性指标纳入管理层的绩效考核中，并作为相关人员政绩考核的主要指标，与年度安全奖挂钩。通过制定合理的考核指标实行严格的考核办法进行考核，对关键指标如安全责任书签订率、隐患排查率、隐患整改率、员工培训率要求达到100%，每半年对各部门安全生产目标完成情况进行一次考核，并对年度优秀和良好的予以奖励。同时，公司针对安保部巡查中发现的隐患，要求必须在限期内整改，未在限期内整改到位的将取消年度评比资格。对于年内发生死亡、重大事故（一次）或重伤事故（二次）的情况，将被视为不合格，并实行“一票否决制”，取消当年先进集体和先进个人的评比资格。

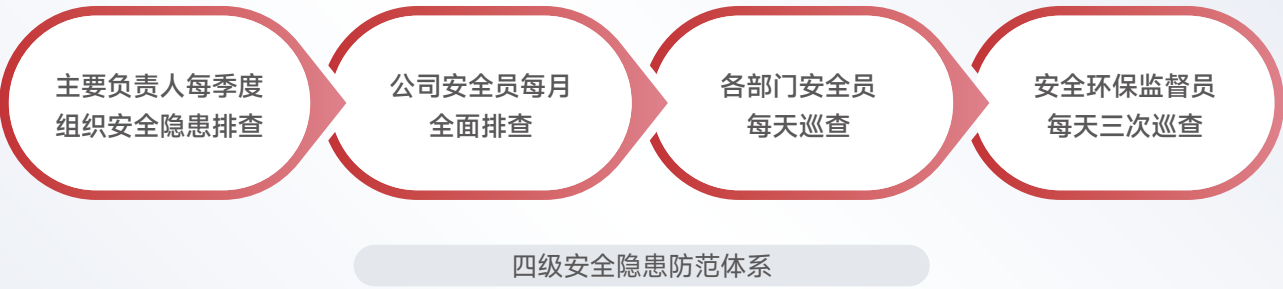
安全隐患与风险管控

公司建立包含安全员队伍、安全汇报监督员队伍、义务消防队、特种设备管理员四大安全管理队伍的安全风险管控体系，通过构建安全管理网络图，执行三级安全检查制度和条线管理的同时，实施“一岗双责”制，由管理层牵头落实安全生产职责，对安全生产工作进行部署指挥，深入一线开展安全隐患排查。此外，公司接受政府部门对公司安全生产工作开展情况进行的督导检查，积极主动地对安全隐患开展自查自纠，对公司专项整治行动的开展情况进行督查。

三级安全检查制度及部门例会检查



为落实安全生产风险管控与隐患治理工作，公司建立四级体系的防范机制，制定《安全检查 2024 年度计划》及相关管理制度，组建安全风险分级管控小组，定期开展安全巡查、隐患排查、危险源识别及安全风险评估等工作，形成了《风险分级管控清单》并就隐患排查记录台账，积极主动申报较大以上风险及管控措施，不断合规化、透明化安全生产风险及隐患管理，确保重点区域得到有效监控和管理，从而防范事故发生。



关键绩效

2024，公司有安全员**18人**，检查**643次**，共检查出隐患**148个**；安全环保监督员队伍**38人**，**8个**小组，检查**3,557次**，共检查出隐患**107个**。所有隐患整改率**100%**。



企业负责人带头参加隐患排查整治活动



员工食堂安全检查

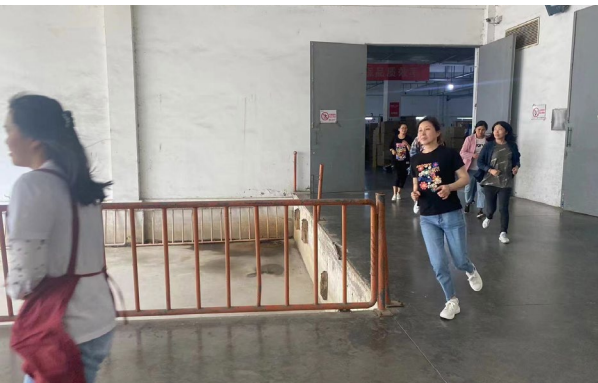
安全应急与培训

安全教育和应急管理是企业安全管理的重要组成部分，也是预防和控制事故的重要手段之一。公司完善安全突发事件的应急管理机制，制定总体和部门级别的应急预案，建立安全员队伍、安全环保监督员队伍、义务消防队和微型消防站队伍，并组织加强办公区域的安全检查，定期向员工宣传安全知识、开展应急演练。

案例 重视安全生产活动，提高员工应急管理能力

2024年，公司紧扣“人人讲安全、个个会应急——畅通生命通道”主题，深入宣传贯彻习近平总书记关于安全生产重要论述，组织开展畅通生命通道宣传和演练。全年围绕逃生疏散演练、灭火演练、特种设备演练等主题，共举行7次应急演练活动，涉及人数2,039人。

逃生疏散



● 灭火器演练



● 出水演练



此外，公司制定了《年度安全生产教育和培训计划》，通过综合运用教育培训、班组例会培训、线上培训等方式，做到安全责任、管理、投入、培训和应急救援“五到位”，保证安全工作和安全生产的顺利进行。

案例 重视安全生产活动，提高员工应急管理能力

2024年，公司构建“宣教 - 实践 - 文化”三维培训机制：通过橱窗海报、电子屏及安全视频打造视觉宣教矩阵；组织应急演练、专项培训、PPT课程及警示教育片强化风险处置能力；创新开展安全宣誓、创意短视频拍摄及签名承诺活动深化安全意识，形成闭环式安全管理生态。2024年，公司共开展36次安全培训，涉及人员4,840人次，新员工25人次。

● 安全日常宣贯



● PPT课程及警示教育片



● 专项安全培训



● 安全宣誓、签名活动



职业健康

公司坚持以人为本的理念，严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》等相关法律法规，制定了《职业健康管理制度》，按照“安全第一、预防为主、综合治理”方针，落实职业病防治责任制，持续改善员工工作和生活环境，落实劳动保护和职业病危害防治措施，全力防范安全生产和职业健康事故发生，确保员工在劳动过程中的健康与安全。

“三同时”管理

公司实施建设项目安全设施“三同时”管理制度，在建设项目投入使用前，对职业病防护设施的运行情况和 workplaces 职业病危害因素进行监测，在验收合格后方可投产使用。

职业危害因素告知与培训

与员工签订合同（含聘用合同）时，将工作过程中可能产生的职业病危害及其后果、职业病危害防护措施和待遇等均如实告知，并在劳动合同中写明。同时，要求参加岗前职业卫生教育培训，若未经职业卫生教育和培训合格，将不得上岗作业。

配发高标准劳动防护用品

根据各岗位职业健康危害因素，为员工免费提供全方面、高标准的劳动防护用品，保护员工在生产过程中免遭或减轻职业病危害。

档案与体检

公司为员工建立了职业卫生档案和劳动者职业健康监护档案，定期组织全员常规体检，并提供灵活多样的体检套餐来满足不同层级需求。公司如实告知员工职业健康检查结果，若发现疑似职业病危害，及时告知本人。

知识培训答疑

公司不定期举办健康知识讲座、急救讲座、健康答疑等活动，并创新开展心理健康知识讲座等活动，丰富职业健康关怀体系。

公司职业健康管理措施

员工关怀

公司深谙人文关怀之重要性，尊重和关心广大员工，构筑多元互动平台，开展丰富多样的关怀活动，涵盖团队建设、庆典盛会、文体竞技等，旨在舒缓员工压力，培育积极向上的企业文化，与员工携手打造充满活力和创新氛围的职场环境，增强员工对职场的幸福感与归属感。

工作环境保障

- 舒适的办公环境、先进的设计软件和生产设备。
- 提供舒适的用餐环境，实施严格的食品安全监控。
- 职工之家开设员工健身房和瑜伽室。

人文福利帮扶

- 定期组织高技术人才参加时装秀、艺术展览等文化活动。
- 协助异地员工解决住房问题，简化落户流程，如提供人才公寓、租房补贴等。
- 协助解决高技术人才子女入学、配偶就业等问题，2024年针对困难员工的子女教育问题，由公司工会联系东港镇幼儿园、小学就近入学，共帮扶8人。

员工专项关怀

- 单身员工关怀：积极组织员工参加单身员工联谊活动。
- 女性员工关怀：设有母婴室、产假、育儿假，举办三八节主题活动。
- 退休员工关怀：各部门组织退休欢送会，颁发荣誉证书和纪念品，如需亦提供了返聘机会。
- 慈善帮扶：设有慈善救助帮扶机制，每年开展2次救助帮扶工作。

员工关怀项目

案例 开展员工联谊，关注单身员工生活

公司与“我主良缘”持续合作，积极组织员工参加单身员工联谊活动，联合其他企事业单位，搭建单身员工相识相知的平台。2024年5月，公司组织单身员工参与“玫瑰之约”青年交友联谊会，牵手率100%，给予员工超越物质福利的深层人文关怀，又通过搭建跨单位交流平台促进区域人才生态融合。

案例 女性员工关怀，增强女性员工幸福感与归属感

公司设有母婴室，关注并充分保障女性权益。2024年，公司女性员工产假返岗率为100%，享受育儿假员工返岗率为100%。



员工母婴室



退休员工欢送会



员工团建合影

党建引领发展

公司始终将党的政治建设置于首要地位，不断强化党建工作“第一责任人”的角色定位，全面贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大精神，认真落实党中央和上级党委的决策部署，以实际行动践行党的初心和使命，起到带头作用，紧紧围绕“三自六化”推动集团高质量发展。

党组织建设发展

公司始终认真做好入党积极分子的培养工作，制定培养计划、确定联络人，经常联系交流、予以帮助。做好入党积极分子与预备党员的考察工作，把好发展关同时重点培养优秀一线产业工人加入党组织，为组织输入新鲜血液，起到了带头作用。

关键绩效

2024年，共计有**9位**优秀同志加入党组织，**11名**同志成为入党积极分子。

2024年，公司党委开展了以“放大变革成果，加码经营突破”为主题的“一党委一特色”项目，紧紧围绕集团“资产收益率提升年”工作主题和以“三自六化”推动红豆高质量发展目标，在“经典舒适男装”战略领航下，通过规模战、主流战、信心战三大战役，通过推出0感舒适衬衫、舒暖鹅绒服等舒适产品矩阵，以及携手代言人戚薇、林更新等推进全域传播，不断提升品牌势能。

党建活动开展

公司党委在集团党委的正确领导下，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻落实党的二十大精神，大力弘扬伟大建党精神，积极组织开展“以学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想推进高质量发展，争当高质量发展‘三自六化’先锋和高质量发展先锋堡垒”、一党组织一特色、党纪教育等活动。

关键绩效

2024年，公司有党员示范岗**21个**、党员示范区**3个**、党员示范团队**9个**，为各方面工作注入强劲动力，起到了多维度的关键作用。

党建回馈社会

公司党委多次组织志愿服务，充分发挥党员先锋模范作用。以“元旦开门红”“五一劳动节”“十一国庆节”“明星探店”等重大促销活动为载体开展志愿服务，安排党员同志协助高势能门店冲刺销售。通过多次开展的志愿服务，加快业务部门工作节奏，提高工作效率，进一步提升了党组织的凝聚力和向心力，增强了党员志愿者的服务意识。

关键绩效

2024年，党员志愿活动**5次**，共计**285人**参与。



04

生态友好 持续绿色发展

理念

公司秉持生态优先理念，深化环境合规管理机制，以创新技术推出绿色产品，优化能源结构，构建全流程污染排放治理体系，推动资源全生命周期循环利用，协同推进绿色低碳转型，共建生态和谐的家园。

我们的行动

- 可持续产品
- 环境管理
- 资源循环利用
- 污染排放治理

SDGs



可持续产品

随着民众环境保护意识的提升，公司积极探索天然性、可再生等环保材质在服装领域的应用，并建立了产品碳足迹的管理平台、核算与认证机制，向消费者客观展示产品碳足迹信息，为消费者提供绿色环保的产品，契合消费者对可持续消费及可持续时尚等理念的认同。

应对气候变化

公司制定并发布了《红豆股份碳达峰碳中和宣言》，明确提出公司的碳中和愿景，将致力于到 2041 年实现红豆股份企业的全面碳中和。公司在规划和实践自身碳中和路径的同时，积极带动供应链企业履行碳减排责任，促进上下游供应链进行科学减碳。

绿色产品

红豆三分弹竹纤维衬衫

选用竹纤维+杜邦SORONA（舒弹丝）环保聚合纤维混纺面料。

- 竹纤维为天然成分，可减少异味汗味，长久清新干爽，并可呈现出良好光泽感。
- 混纺67%舒弹环保聚合纤维，自带弹力，成衣舒弹有型且具有抗皱性能，易打理。
- 竹纤维为可生物降解的材料，在土壤中可被微生物和阳光完全降解，且不会造成环境污染。



绿色原材料管理

公司高度重视原材料的环境影响，将供应商环境管理体系证书纳入验厂范围，优先选择采用低碳能源面料的供应商，如兰精莫代尔纤维公司、广东溢达纺织有限公司等，并通过与客户及供货商三方共同开发与合作，推动天然、可再生原物料使用，持续进行材质和产品研发创新，推动原材料转型。

此外，公司与 BOKE 软件公司合作，在服装设计环节，积极优化排版参数程序，改进批量特体裁剪方案，综合用工量减少修剪和裁剪耗材成本，优化自动裁剪分床数和最优排版耗用，减少服装边角料的产生，提高面辅料利用率。

环境管理

公司遵循 GB/T 24001-2016、《环境管理体系要求及使用指南》等相关要求，参考并通过了 ISO 14001:2015 环境管理体系认证，持续优化环境管理体系。



ISO 14001:2015环境管理体系认证

环境管理架构

公司企管部统筹环境保护的整体工作，包括开展环境管理监测、环境信息统计、环境证照办理等，并不定期向管理层和董事会汇报环境保护工作进展。公司在车间设立了专职安全环保监督员，负责环境监督管理工作，并直接向车间负责人汇报。此外，公司定期对管理人员进行环保培训，不断提高管理水平。

环境风险管理

公司严格按照《中华人民共和国环境保护法》，严格执行“三同时”制度，要求所有新建、改建、扩建和技术改造项目在施工前、重点污染建设项目均取得环评批复，并按环保审批要求实施各项环保措施。

资源循环利用

公司高度重视节水节能与可持续发展，持续推进资源高效利用的工作，积极推动节能节水方案，竭力减少污染物对大气、水体、土壤及其他环境的影响，实现公司绿色、长期发展。

能源管理

公司遵守并获得了 ISO 50001 能源管理体系认证，根据国家能源工作方针政策和能源管理标准，深入推进能源管理体系建设，以优化自身能源结构、综合规划和应用节能减排措施为主要目标，持续提高能源管理水平与能源利用效率。



ISO 50001能源管理体系认证

水资源管理

公司主要的生产设施位于无锡市锡山区东港镇红豆工业园内，工业用水均由公司地面水厂抽取地表水进行处理供应。公司已将水资源纳入能源管理体系范畴，通过统计核算水资源消耗总量和单位产品取水量，探索并实施运用蒸汽冷凝水回收等节水措施，以确保单位产品取水量符合纺织业清洁生产一级标准要求。

倡导绿色办公

公司制定并下发《办公区域节能公约》，旨在要求员工加强办公区域的用电管理，以增强员工规范、安全用电及节能降耗意识，鼓励员工节约资源和能源，共同营造绿色的办公环境。

公司绿色办公举措

提倡使用双面打印，并鼓励尽量通过电子化方式减少纸张的使用。

在非办公时段，要求关闭或减少使用空调及照明设备，以减少能源消耗。

推动无纸化办公、门店申请线上化流程办理，如门店活动反馈、费用申请、报销申请等。

污染排放治理

公司严格遵守各项环境相关的法律法规，确保所有对废水、废弃物的处理、排放合规，合规开展生产经营活动，减少对环境的负面影响。

废水管理

公司严格遵循废水达标排放要求，委托有资质的单位进行废水处置。

废弃物管理

公司产生的废弃物主要为服装边角料和废纸箱两类，遵循固体废物处理无害化、减量化、资源化的原则，制定了《固废管理制度》，严格落实废弃物产生、收集、贮存、运输、利用、处置等环节的环保和安全责任，并实施两级管理制度，工厂和车间的环保人员各司其职，确保公司废弃物的妥善处置和管理。



工厂的环保负责人承担固体废弃物的监督管理责任，对公司各个车间进行不定期抽查，审核固体废弃物处置单位资质，并制定危险废弃物管理计划。



各车间的环保负责人每日对固体废弃物的收集贮存情况进行巡查，每月定期将危险废弃物产生情况进行网上申报，并在年末将下年度危险废弃物计划产生情况汇报至江苏省危险废物动态管理系统。

各车间固体废弃物管理员负责固体废弃物的称重、分类贮存、处置与台账管理。

固废管理职责

公司将固体废弃物划分为 A 类、B 类、C 类，明确各类废弃物的具体范围和处置措施，通过建立固体废弃物台账进行精细化管理。

固废处置管理措施			
一般固体 废弃物	A类废弃物	可内部回收利用或固体废弃物收购商对其有回收利用价值，非《国家危险废物名录》的废弃物。如废胶、废包装袋、废纸、废金属、废硒鼓、废墨盒等。	除废硒鼓、废墨盒外全部委托有资质单位处置，废硒鼓和废墨盒由供应厂家回收。
	B类废弃物	不可内部回收利用且固体废弃物收购商对其没有回收利用价值，非《国家危险废物名录》的废弃物。例如生活垃圾、建筑垃圾、各车间产生的工业垃圾、施工单位产生的固废。	生活垃圾由公司后勤统一清运；工业垃圾及施工单位产生的固废均委托资质单位处置。
危险固体 废弃物	C类废弃物	按《国家危险废物名录》识别出的废弃物。例如废矿物油、废油渣、废活性炭、废树脂、废有机溶剂、废酸、废旧灯管、废化学瓶。	委托有资质的单位处理危险废弃物，审查资质单位的证书有效性并签订协议；危险废弃物移出、运输和接收等环节，必须填写危险废物转移单并存档。

2024 年，公司继续推行 " 环保再生，物尽其用 "——“旧衣焕新”计划，以换新体验和衣物回收兑换奖励，提升用户环保理念及品牌绿色价值的同时，通过专业处理，降低废弃物对环境造成的影响。



化学品管理

公司制定了严格的化学品管理办法，要求按照操作规程领取和使用化学品，对使用后拟废弃的危险化学品进行预处理，确保稳定化后，编制危险废物管理计划并向生态环境部门申报，申请纳入危险废物管理。对于未达稳定化的化学品，公司仍严格按照危险化学品管理。2024年，公司未发生任何重大的化学品泄露事件。

所有涉及化学品储存和使用的区域，如化学品仓库、生产车间等，须进行必要的防渗透、抗腐蚀处理。

化学品管理要求

所有涉及储存和使用油品的地点，如油库、地下室等，须设置相应的油坝、集油槽、集油坑等设施。

ESG关键绩效

序号	议题	定量指标名称	单位	2024年	2023年	2022年
公司治理	董事会	董事会总成员数	人	9	9	9
		其中：女性成员数	人	3	3	2
		其中：独立董事人数	人	3	3	3
	三会召开	董事会全员会议次数	次	10	15	12
		监事会会议次数	次	4	10	6
		股东大会召开次数	次	2	4	5
	公平竞争	重大舆情事故发生总数	起	0	0	0
		违反相关产品和服务信息及标识的事件总数	起	0	0	0
		违反相关市场推广（包括广告、推销及赞助）法规的事件总数	起	0	0	0
	商业道德	签署反贿赂承诺书的供应商数量	家	255	256	263
		签署反贿赂承诺书的供应商比例	%	100%	100%	100%
环境	数据安全与客户隐私	经确认的数据安全事故次数	例	0	0	0
		经确认的客户隐私泄露事故次数	例	0	0	0
	环境管理	违反环境法律法规事件数	件	0	0	0
	供应商管理	供应商数量	家	255	256	263
		供应商考核覆盖率	%	100%	100%	100%
		供应商考核合格率	%	100%	100%	100%
	员工人数	总员工人数	人	3,681	4,324	4,355
		本科以下员工人数	人	3,081	3,628	3,716
		本科员工人数	人	566	651	602
		硕士及以上员工人数	人	34	45	37
社会	研发部门人员情况	研发人员总数	人	66	95	125
		研发人员占比	%	1.79%	2.20%	2.87%
	员工权益	员工社保缴纳覆盖率	%	100%	100%	100%
		经确认的歧视事件	例	0	0	0
		经确认的强迫劳动事件	例	0	0	0
		经确认的童工事件	例	0	0	0
	健康与安全	职业健康与安全类培训总时长	小时	10,280.00	10,152.00	11,709.00
		安全演习次数	次	7	9	13
		职业病发生率	%	0	0	0
	员工培训	培训总时长	小时	122,012.80	125,703.94	141,109.90
		人均参与培训时长	小时	33.15	29.07	32.40
		全年培训总场次	次	249	238	219
		员工培训人次	人次	80,891	71,927	65,462

《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）》（2024年4月）
对标索引表

指标	对应的本报告章节
应对气候变化	可持续产品
污染物排放	污染排放治理
废弃物处理	污染排放治理
生态系统和生物多样性保护	不涉及。公司各运营点不属于重点保护区域内，且生产经营活动对生态系统和生物多样性不具有重大负面影响，未被纳为ESG议题。
环境合规管理	环境管理
能源利用	资源循环利用
水资源利用	资源循环利用
循环经济	资源循环利用
乡村振兴	不涉及
社会贡献	不涉及
创新驱动	研发创新驱动
科技伦理	不涉及。公司核心业务未涉及基因编辑、人工智能伦理等领域，在经营活动中未涉及科技伦理相关议题，未被纳为ESG议题。
供应链安全	供应链管理
平等对待中小企业	供应链管理
产品和服务安全与质量	保障品质与服务
数据安全与客户隐私保护	守护信息安全
员工	保障员工权益 赋能人才发展 员工健康关怀
尽职调查	供应链管理
利益相关方沟通	可持续发展管理
反商业贿赂及反贪污	恪守商业道德 供应链管理
反不正当竞争	恪守商业道德 供应链管理

读者反馈

尊敬的读者：

您好！

非常感谢您在百忙之中阅读《江苏红豆实业股份有限公司2024年度环境、社会和公司治理（ESG）报告》。为了向您及其他利益相关方提供更有价值的信息，并有效促进公司提升履行企业社会责任的能力与水平，我们真诚期待您的意见和建议。

选择题（请在相应位置打√）

1.您对本报告的总体评价是：

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 差

2.报告对利益相关方所关心问题的回应和披露？

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 差

3.您认为红豆股份在经济责任方面做得如何？

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 差

4.您认为红豆股份在环境责任方面做得如何？

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 差

5.您认为红豆股份在安全管理方面做得如何？

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 差

6.您认为红豆股份在员工责任方面做得如何？

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 差

7.您认为红豆股份在社区责任方面做得如何？

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 差

8.报告披露的信息、指标、数据是否清晰、准确、完整？

☐ 非常好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 较差 ☐ 差

9.您认为本报告的内容安排和版式设计是否方便阅读？

☐ 是 ☐ 否

开放性问题

您对红豆股份履行社会责任及本报告有任何意见与建议？