

福建七匹狼实业股份有限公司
FUJIAN SEPTWOLVES INDUSTRY CO., LTD.

2024 年社会责任报告



二零二五年四月

目录

| | | |
|-----|---------------------|----|
| 第一章 | 报告编制说明 | 3 |
| 第二章 | 公司基本情况 | 4 |
| 第三章 | 股东和债权人权益保护..... | 6 |
| 第四章 | 职工权益保护 | 10 |
| 第五章 | 供应商、客户和消费者权益保护..... | 12 |
| 第六章 | 环境保护与可持续发展..... | 14 |
| 第七章 | 公共关系和社会公益事业..... | 16 |
| 第八章 | 总结及展望 | 16 |

第一章 报告编制说明

《福建七匹狼实业股份有限公司 2024 年度社会责任报告书》（以下简称“社会责任报告书”或“报告”）是福建七匹狼实业股份有限公司（以下简称“公司”）对社会责任履行情况进行说明的第十八份报告。

本报告介绍了公司从 2024 年 1 月 1 日至 12 月 31 日履行社会责任的具体实践。

在报告期内，公司始终践行社会责任，持续致力于建设高效科学的企业制度，保障股东权益特别是中小股东的权益，使得客户、员工、投资者和各方参与者都能获得长期的价值提升。

为了真实反映七匹狼 2024 年度企业社会责任的实践与发展，本报告将主要从社会责任相关的各个角度阐述公司一年来在股东权益保护、职工权益保护、供应商、客户和消费者权益保护、环境保护与可持续发展、公共关系和社会公益事业等方面的工作。

本报告数据案例均来自于公司及子公司，且具体数据信息以年度财务报告为准（除特别说明外，本报告中涉及金额以人民币作为计量币种）。本报告是遵循《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南第 1 号——业务办理》，并结合公司的实际情况编写而成。

本报告已经公司第八届董事会第十六次会议审议通过。

第二章 公司基本情况

一、公司简介

七匹狼创立于1990年，于2004年6月在深圳证券交易所挂牌上市，作为率先登陆中小板的上市公司，中国男装品牌的领先企业之一，主要从事“七匹狼”品牌男装及针纺类产品的设计、生产和销售，致力于满足男士在不同场景下的穿着需求。主要产品包括衬衫、西服、裤装、夹克衫、针织衫以及男士内衣、内裤、袜子及其它针纺产品等。近年来，除了主标“七匹狼”产品以外，公司还经营国际轻奢品牌“Karl Lagerfeld”。

“七匹狼”为中国驰名商标，闽派男装的代表企业，秉持“成为有态度、能传承百年”的品牌理念，引领中国男装时尚潮流，开创了中国男装行业的品牌时代。自2000年起至今，连续24年荣获中国夹克市场综合占有率第一，被誉为夹克之王。公司始终持续致力于成为男装行业的领导者，深耕夹克领域，不断开创新的商业模式，以科技、艺术、文化等为载体创新产品，成为中国新时尚引领者。

二、企业文化

企业文化是公司发展的重要基石，经过多年的沉淀与实践，公司形成了独特的企业文化体系，创造了一种健康、包容、开放的企业环境，并汇聚了一批将企业文化融入日常工作的“践行者”。

目 使命

做有态度的时尚品牌
让中国时尚引领世界
打造时尚品质生活

目 核心价值观

用户第一
专业精进
创新引领
合作共赢
狼性奋斗是永远的品格
相信自己 相信伙伴
快乐工作 快乐生活

三、经营业绩

2024年是公司推进品牌焕新战略的关键一年。面对诸多不确定性，公司笃定目标，聚焦“夹克专家”核心品牌定位不动摇，推进各项业务发展。报告期内，公司实现营业总收入为314,008.17万元，较上年同期下降8.84%；营业利润34,447.77万元，较上年同期下降7.65%；归属于母公司的净利润28,454.88万元，较上年同期上升5.35%。

四、社会荣誉

2024年3月，中国质量检验协会颁布，福建七匹狼实业股份有限公司为全国产品和服务质量诚信示范企业；

2024年4月，中华全国商业信息中心颁布，“七匹狼”夹克衫荣列2023年度同类产品市场占有率第一位，24年（2000-2023）荣列同类产品市场占有率第一位。

2024年7月，中国服装协会颁布，福建七匹狼实业股份有限公司荣获中国服装行业百强企业称号。

2024年9月，福建省工商业联合会颁布，福建七匹狼实业股份有限公司为福建省创新型民营企业100强、福建省制造业民营企业100强、福建省民营企业社会责任100佳。

2024年9月，晋江市质量强市工作领导小组办公室、晋江市市场监督管理局颁布，福建七匹狼实业股份有限公司为晋江市鞋服产业供应链质量赋能链主企业。

2024年9月，中华商标协会、中国服装设计师协会、中国服装协会为公司颁布“服装服饰知名商标品牌评价证书”。

2024年12月，公司的商旅冲锋羽绒夹克和商旅科技夹克在设计创新、功能细节上进行了大胆尝试，接连荣获MUSE设计奖银奖、法国设计奖金奖、CMF设计奖以及ISPO设计大奖提名奖。

2024年12月，全国服装标准化技术委员会为公司颁布“2024年度标准化工作特殊贡献奖”。

第三章 股东和债权人权益保护

一、公司治理

公司严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》、《深圳证券交易所股票上市规则》等相关法律法规，积极开展公司治理工作，不断完善公司内部各项治理制度，不断提高公司规范运作水平，便捷公司股东参与公司治理和决策，不断完善公司法人治理结构。目前，公司已经形成了权责明确、制衡有效、决策科学、运作协调的法人治理结构，形成股东与股东大会、控股股东与上市公司、董事与董事会、监事与监事会、高级管理人员的良性配合。公司治理的实际状况基本符合中国证监会发布的有关上市公司治理的规范性文件要求。具体如下：

1、关于股东和股东大会

报告期内，公司严格按照《上市公司股东大会规范意见》、《股东大会议事规则》和《公司章程》的规定和要求，规范股东大会的召集、召开、表决程序。公司尽可能为股东参加股东大会提供便利、开通网络投票，确保全体股东特别是中小股东享有平等地位，充分行使自己的权利。并通过邀请律师进行现场见证，确保会议召集、召开和表决程序的合法性。报告期内，公司共召开1次股东大会，由董事会召集召开。

2、关于公司与控股股东、实际控制人

公司的控股股东为福建七匹狼集团有限公司，公司的实际控制人为周永伟先生、周少雄先生、周少明先生。公司控股股东及实际控制人严格按照《上市公司治理准则》、《公司章程》规范自己的行为，能够依法行使其权利，并承担相应义务，没有超越公司股东大会授权范围行使职权，直接或间接干预公司的决策和生产经营活动。报告期内，公司拥有独立完整的业务和自主经营能力，在业务、人员、资产、机构、财务上独立于控股股东及实际控制人，公司董事会、监事会和内部机构独立运作。

3、关于董事和董事会

公司董事会设董事9名，其中独立董事4名，公司董事由股东大会选举或更换，任期三年，董事的选举采用累积投票制，并在股东大会召开前详细披露董事候选人的资料信息，保证了董事选聘的公开、公平、公正、独立。公司董事会各董事的任职资格、任免情况符合法定程序；董事会人员及构成符合有关法律法规的要求，具备合理的专业结构。各位董事能够依据《董事会议事规则》、《独立董事制度》、《上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》和各委员会工作细则等开展工作，出席董事会和股东大

会，勤勉尽责地履行职责和义务，同时积极参加相关培训，熟悉相关法律法规。董事会会议程序符合规定，会议记录完整、真实，会议相关信息披露及时、准确、充分。

4、关于监事与监事会

公司监事会设监事 3 名，其中职工代表监事 1 名，由职工代表大会选举产生。监事会的人数和构成符合法律、法规的要求，监事会依法定程序召集、召开，全体监事依法独立履责。公司监事会各成员能够依据《上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》等相关法律法规的规定，以及《公司章程》、《监事会议事规则》的要求开展工作，认真检查公司财务，监督公司董事、高管的履行职责情况，对公司编制的定期报告、重大决策提出书面意见，规范地召集、召开监事会，无否决董事会决议的情况。

二、信息披露情况

公司始终秉持真实、准确、及时且有效的信息披露原则，严格遵守《深圳证券交易所股票上市规则》、《上市公司自律监管指引第1号——主板上市公司规范运作》等相关法律法规的要求，并根据公司制定的《信息披露管理制度》履行信息披露义务，同时在信息披露过程中持续做好内幕信息管理事项。

报告期内，公司一如既往的严格按照有关规定和要求在《中国证券报》、《证券时报》、《证券日报》、《上海证券报》和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn），以定期报告及各类临时报告等方式，客观、真实、准确、完整地披露公司财务状况、经营情况等信息，不存在选择性信息披露和泄漏未公开重大信息的情况，确保了所有股东享有平等信息获取权。

在深圳证券交易所主板上市公司信息披露考评结果中，公司连续多年获得A的评级。

三、投资者关系建设情况

公司持续强化投资者关系管理工作，努力与资本市场建立有效互动，提升公司透明度，维护投资者知情权。公司按照《公司法》、《深圳证券交易所股票上市规则》及《公司章程》等相关规定，公司制定了《投资者关系管理规定》。公司本着对全体股东高度负责的态度，以相关规定为指导，积极主动地按照“公平、公正、公开”原则开展投资者关系管理工作，平等对待全体投资者。

公司重视与投资者的双向沟通，在日常投资者关系管理中，设置并安排了专岗专人负责投资者专线，及时回复投资者的咨询和建议；同时投资者也可以通过公司指定邮箱进行咨询及沟通；公司也欢迎投资者通过现场会议、现场调研等方式增进对公司的了解和认同。在深交所互动易平台中，公司与广大投资者进行交流互动，使投资者能够及时、准确、平等的了解到公司的经营发展状况，并促进公司规范运作和诚信自律。

报告期内，公司在发布年度报告后举行业绩说明会，公司高管、独立董事均出席参加，与投资者就已披露的年度报告和其它事项进行了实时沟通交流；参加浙商证券举办的“厦门产业前瞻”论坛，回答投资者关于公司经营和战略方面的问题。上述相关资讯均有通过投资者关系活动记录表记录并披露。公司品牌管理中心通过官方网站、公众号等自媒体平台定期输出公司品牌新闻、企业文化、投资者关系等内容，确保投资者可以在信披公告和交流外了解到公司的最新动态。

公司严格执行《公司内幕信息知情人登记制度》。在定期报告等敏感信息发生期间认真做好内幕信息管理工作，及时报送内幕信息知情人登记备案情况，严格遵守对外报送信息审批流程，做好有关人员的内幕信息知情人登记备案工作，保障公司广大投资者特别是中小投资者的利益。

四、回报股东情况

多年来，公司一直坚持现金分红，积极回报股东。

2024年，公司实施了2023年度的权益分配方案：以公司实施分配方案时候总股本705,023,537股为基数，向全体股东每10股派1.20元人民币现金。在公司实施上述利润分配后，公司尚余未分配利润，全额结转下一年度。

同时，为促进公司健康稳定长远发展，切实保护全体股东的合法权益，增强投资者对公司的信心，结合公司经营情况、财务状况以及未来发展战略等，第八届董事会第十次会议审议通过了《关于回购股份的议案》。公司决定使用自有资金以集中竞价交易方式回购公司发行的人民币普通股（A股），用于实施股权激励或员工持股计划。回购股份资金总额不低于人民币1.5亿元且不超过3亿元（含），回购价格不超过人民币5.50元/股（含），若按回购价格上限人民币5.50元/股进行测算，本次回购股份数量下限至上限为：27,272,727股至54,545,454股，占公司目前总股本比例下限至上限为：3.87%至7.74%，具体回购股份的数量以回购期满时实际回购的股份数量为准。回购实施期限自公司第八届董事会第十次会议审议通过本次回购股份方案之日起12个月内。

截至2024年12月31日，公司累计回购股份16,041,606股，占公司目前总股本的比例为2.28%，最高成交价为5.50元/股，最低成交价为4.74元/股，交易金额为79,765,533.09元（不含交易费用）。

公司于2025年3月7日召开第八届董事会第十五次会议，审议通过了《关于调整回购股份价格上限的议案》。公司将回购价格上限由5.50元/股调整为6.50元/股。除调整回购股份价格上限外，本次回购股份方案的其他内容不变。

截至 2025 年 3 月 31 日，公司累计回购股份 19,205,906 股，占公司目前总股本的比例为 2.72%，最高成交价为 6.50 元/股，最低成交价为 4.74 元/股，交易金额为 100,074,642.09 元（不含交易费用）。本次回购仍在进行中。

五、债权人权益保护情况

公司一贯奉行稳健、诚信经营策略，通过降低自身经营风险，从而降低财务风险，降低债权人权益风险。在日常生产经营中，公司高度重视债权人保护，严格按照与债权人签订的合同履行义务，获得良好的社会信用。公司确保资本真实，保护与公司进行交易的债权人的利益；公司及时披露信息，保证债权人能基于真实、完整和准确的信息做出理性的决策；公司积极开展银企合作，按期还本付息，保持良好融资信誉，公司严格履行合约，保障债权人合法权益。

第四章 职工权益保护

公司始终秉持合规雇佣的原则，致力于提供平等的就业机会，全面保障员工的合法权益，积极与员工建立开放、有效的沟通机制，深入落实员工关怀措施，营造良好的工作环境和氛围，实现劳资双方和谐发展，为中国服装行业的发展注入人才活力。

一、合规雇佣，依法保障职工基本权益

公司全面保障员工的基本权益，严格规范用工流程，完善员工管理制度，公平公正对待所有员工，为员工营造多元、平等、包容的工作氛围。

公司严格遵守《劳动法》《劳动合同法》等法律法规，严格规范公司及下属各事业部的劳动用工行为，确保每位员工的权益受到尊重与保护。公司遵循合规、公开透明的原则，建立了标准化的招聘流程和规范的离职程序，确保招聘过程公平公正，离职处理合法合规。同时，公司严格按照法律法规要求，合规进行工资发放和社保缴纳，保障员工合法权益，提升员工满意度和归属感。遵守合法合规雇佣原则，建立起完善的人才招聘、评估、培训、提拔、激励等一系列人力资源管理制度，促进劳资关系和谐稳定。

二、完善相关福利制度

公司建立了科学、合理、平衡的员工薪酬管理体系，规范员工薪酬设计与分配，满足不同业务特点和竞争需求。公司设薪酬与考核委员会，负责制定董事及高级管理人员的绩效考核标准与薪酬政策，并由人力资源部负责统筹各级员工的薪酬管理。

为进一步提升员工满意度和企业凝聚力，公司加强福利管理，由人力资源部、行政后勤部等部门根据制度落实各项福利政策。包括社保、商业保险、带薪假期、餐补、节日福利等，在充分保障员工权益的同时有效调动了员工的积极性。公司通过集体评选“狼族杰出奖”、“最佳战狼团队”等有影响力标杆人物，进行表彰和宣传，促进企业文化落地提升组织氛围，增加员工对企业的认同感和归属感，让全体员工能够共同分享公司发展的成果。

三、全面的员工发展与培训，提高员工综合素质

公司以“人才发展”为核心，围绕战略需求与业务链条构建了四大核心培训版块

1、学习型组织打造：推动全员学习文化，通过专业对口学习、标杆对标及内部经验复刻，形成可迭代的课程与管理体系。

2、梯队人才培养：建立干部培养体系，覆盖高层领导力、中基层管理及储备干部。

3、员工专业培训：联合业务部门开发内训课程，沉淀业务案例库，搭建应知应会知识体系，强化 AI 应用、终端技能等专项能力。

4、企业文化培训：协同文化运营部推广优秀工作方法，提升员工参与度与协同效率。

体系依托“七匹狼大学 APP”在线平台，整合视频、课件、案例库等资源，实现训战结合与人才选育用留闭环。

四、员工关怀，丰富员工生活

公司关怀员工工作和生活需求，定期或不定期组织文娱运动活动，每逢传统节日组织员工团聚等，给员工提供温馨融洽的工作氛围。2024 年公司举办了春茗尾牙、中秋博饼、公益净滩、篮球赛、夹克技能赛等文娱运动活动，丰富员工生活，提升员工职场体验，增强员工的幸福感与凝聚力。公司注重员工身心健康，所有新入职员工必须体检合格，每年组织员工进行常规体检，公司重视民主沟通，提供畅通的员工沟通渠道，鼓励员工建言献策。公司企业微信第七频道各栏目搭建起公司与员工沟通的桥梁，使之成为公司内部交流经验、通报信息、展示成就、表彰先进、提交建议的重要平台。

五、坚持安全生产，营造安全健康的工作环境

公司遵守《中华人民共和国安全生产法》等法律法规，建立安全生产管理体系，加强安全风险管控，增强员工安全意识，提高安全生产应急管理能力和水平，确保安全生产工作的有效管理与持续优化。

公司持续重视安全管理，不断强化和完善安全管理措施，确保公司各项安全工作落实。公司加强安全生产文化建设，通过责任分区、设立安全文化长廊、消防广播联动升级、安全生产巡查和 7S 管理稽核等形式，营造浓厚的安全生产氛围，提升员工的安全意识和责任感。公司工厂负责人及各生产车间定期开展安全生产稽查行动，对车间的安全警示标识设置、作业现场积尘清扫、消防器材的配备和使用、疏散通道、电气线路等进行详细检查，并重点对缝纫机、电熨斗、烫台等设备的使用和操作情况、安全生产措施的落实情况进行了认真核查。公司也邀请当地应急管理单位开展工业园区的安全日常检查，对园区生产车间的消防设施、消防通道、配电室、水泵房、消防控制室、员工对消防器材的使用常识等进行详细检查和了解，对存在的部分隐患做出相应的整改要求，并加强日常安全管理及培训。未来公司也将从目标职责、制度化管理、教育培训、现场管理、安全风险管控、隐患排查治理、应急管理、事故管理和持续改进等八个方面不断完善安全生产标准化管理体系，保证安全生产形势平稳向好。

第五章 供应商、客户和消费者权益保护

在企业经营过程中，我们始终坚守商业道德行为准则，遵守市场规则与相关法律法规，严格要求员工不参与任何不正当竞争或损害客户、供应商、合作伙伴等利益相关方的行为，健全腐败风险管理与监督体系，践行责任营销理念，充分保护供应商、合作伙伴、消费者的权益。

一、供应商协同赋能

公司不断推进供应商体系建设，促进长期稳定合作关系的建立和发展。公司注重上下游的协同发展，每月召开质量月会，邀请上下游业务部门共同参与复盘及持续改善，共同督促品质改善，并赋能终端，提升服务水平。每季度组织供应商品质会议，共识问题，明确标准，提升内外品质意识。公司完善供应商管理流程，优化采购合同，并引入头部供应商合作，通过技术支持、信息数据共享、合作研发、建立激励机制等措施与供应商协同发展。

公司始终坚持阳光采购原则，秉承公平、公开、公正的采购工作作风，致力于营造阳光、健康、积极向上的工作氛围，并从内部管理和外部合作构建全方位的廉洁自律体系。在员工入职和日常培训中重视职业道德、廉洁自律的相关培训和宣导，从源头筑牢廉洁防线。在与外部采购过程中与供应商签署《廉洁协议》，确保采购流程的规范、透明和健康，为公司的可持续发展提供坚实保障。

二、与经销商齐谋发展，共育未来

公司坚持“互惠互利，合作共赢”理念，与广大经销商共同发展，共同成长。公司重视与经销商的协同建设，积极听取从市场与经销商处反馈回来的合理诉求，通过合理的渠道推广、产品规划、价格策略、市场推广活动等，进一步优化市场推广投入模式，继续巩固、扩大市场份额，加大力度做好品牌建设，以持续不断的品牌增值服务为经销商产品销售提供基础动力，维护经销商的合理利益。公司还定期召开订货会和新品训练营，向经销商发布公司的新产品、新政策、新服务，同时也提供给广大经销商一个互相学习、交流经验的平台。公司还安排专业培训团队前往经销商网点赋能经销商。组织经销商、店长、店员进行培训，包括店铺陈列、产品核心卖点、服装搭配等内容，助力经销商门店整体形象和销售业绩提升。

三、为消费者提供更好的产品与服务

秉持“做有态度的时尚品牌，让中国时尚引领世界，打造时尚品质生活”的企业使命，秉承工匠精神，不断深耕男装领域，不断为消费者精心打造品质新作。公司连续 24 年在中国夹克市场独占鳌头。多年来公司不断进行夹克技术迭变与时尚创新，为消费者提供以夹

克为核心的全场景穿着体验和专业服务。报告期内，公司推出航母纪念款夹克，以航海科技为灵感来源，集时尚感与功能性为一身，同时结合不同穿着场景与消费者多元需求，匠心打造了空调夹克、短袖夹克、温变夹克等丰富款式。公司精准洞察细分市场，回归消费者更深层次的价值体验，推出“旅途舒适，会客合适”、兼具功能与时尚的商旅夹克。在2024年米兰时装周上，商旅夹克以“都市机能、科技商旅、文化商旅”三种特色鲜明的风格形态惊艳亮相，汲取海上丝绸之路的灵感，融入东方美学和中国文化韵味，向全球展示夹克专家的独特魅力。商旅夹克产品在服装裁剪、专利技术、面料和功能配件上展现了品牌的设计巧思，尤其一衣多穿的设计理念，对传统夹克概念进行了一次实质性创新。

公司拥有线上线下协调发展的全域营销网络，采取直营与加盟双轮驱动的营销模式，并通过类直营管理模式，实现对合作门店的标准化管控，确保产品品质、服务规范与用户体验的标准与统一。在数字化战略布局中深度整合多维销售渠道，线下持续优价门店布局，线上领域积极打造数字化触点，与主流电商平台建立战略合作，并率先布局社交电商新阵地。通过精准化流量运营策略，依托直播营销、社群运营、社交裂变等新型交互方式，构建沉浸式消费场景，提升服务响应效率。

第六章 环境保护与可持续发展

作为民族品牌，七匹狼始终将社会责任作为企业发展的重要使命，在生产销售的每个环节践行“可持续发展”的承诺，把环保和可持续发展融入到企业文化建设当中。

一、建设绿色工厂

公司制定了绿色工厂建设中长期规划、量化的年度目标和实施方案，并确保对绿色工厂创建项目的资金和资源投入。同时，公司大力推行用地集约化、原料无害化、生产洁净化、废物资源化、能源低碳化的生产要求倒逼管理升级，引入生命周期思想，优先选用绿色原料、工艺、技术和设备，在基础设施、管理体系、能源与资源投入、产品、环境排放、绩效管理等方面均满足绿色工厂的要求。

1、用地集约化

公司建设多层标准化厂房和光伏，实现高效厂房利用。公司实际用地容积率达到2.29，是《工业项目建设用地控制指标》中的指标：纺织服装、服饰业容积率1.1的2.08倍。

2、原料无害化

公司树立绿色采购理念，强化供应商绿色管理。公司要求新进供应商全面通过ISO9001质量管理体系认证和ISO14001环境管理体系认证。公司要求供应商签订《供应商质量承诺书》，同时向供应商发送《环境保护相关方告知书》，要求所提供的产品或服务应满足（或设法满足）国家、地方、行业的有关节能减排法律、法规等要求，监督供应商在生产过程中，优先采用节能的技术方法、环保面料等，从源头做到原料无害化。

3、生产洁净化

公司生产端注重绿色节能，贯彻可持续发展理念，运用绿色的设计方法与数字化工具帮助减少生产过程的碳排放。例如公司“高档休闲服装智能生产线技改项目”建设，引进全自动模板机、自动拉布机、自动打包机等智能化设备，从源头降低污染物排放。

公司将公益环保的理念落实到研发设计、绿色采购、生产制造、产品回收的产品全生命周期，更延伸到时尚和穿搭领域，公司部分产品已获得中国环境标志产品认证。

4、废物资源化

公司积极采用环保材料，如可持续利用的棉、麻、竹纤维等天然材料，以及环保涤纶、碳纤维等新型材料，以减少对环境的影响。

5、能源低碳化

公司积极开展节能改造，蒸汽管道改造，铺设分布式光伏，入密闭式冷凝水回收装置，实现冷凝水回收循环利用，通过一系列的节能降耗措施降低能耗。

二、日常执行绿色办公

公司积极践行绿色发展理念，倡导全体员工爱护环境、绿色办公、节约成本、降低能耗，为推动实现可持续发展做出积极贡献。在日常办公中，公司积极倡导低碳环保的工作方式，加强对办公耗材采购、领取、使用的管理，充分利用现代信息技术手段，全面使用OA办公系统，较大程度实现无纸化办公。内部日常管理也推行办公室6S管理模式，旨在打造干净整洁高效节能的办公场所。同时公司号召全体员工自觉节水节电，倡导办公用品修旧利废，低碳出行，使每一个员工自觉提高节能意识，让环保观念融入企业文化中。

三、将环保理念融合产品

随着环境问题的关注度日渐升高，消费者也更加注重服饰可持续发展，这与七匹狼的环保理念相吻合。在强化创意风格的同时，七匹狼将环保面料、可再生材质运用于产品中，从研发到营销全链条践行绿色低碳理念，与消费者共同投身可持续性发展。

第七章 公共关系和社会公益事业

公司一直重视社会公共关系，在稳健发展的同时深知企业的发展离不开社会的支持，公司坚持把承担企业社会责任作为企业发展战略中的重点组成部分来实施，始终注重与各利益相关方建立良好的公共关系，积极参与社会公益事业，力所能及地服务地方，带动地区经济和城市发展，热心公益回报社会，促进社会和谐。

企业承担社会责任，是构建和谐社会的应尽义务。公司牢记企业社会责任和使命，力所能及地服务地方，带动地区经济和城市发展，热心公益回报社会，促进社会和谐。2024年，公司向晋江市金井镇多所小学捐赠教学物资，向晋江市慈善总会、慈善教育基金会捐赠资金，向厦门大学教育基金会、全国青科赛捐赠物资，助力教育、扶贫、青年创业等。公司时刻铭记肩上民族企业的责任担当，在弘扬狼性品牌态度和精神的同时，积极回馈社会。

2025年，公司将继续参与公益事业，努力回馈社会。

第八章 总结及展望

2024年度，公司各项业务均合法生产经营，未出现重大环保和安全事故，也未受到相关处罚。公司在股东权益保护、职工权益保护、供应商、客户及消费者权益保护、环境保护、社会公益事业等方面履行了企业应尽的社会责任，受到社会各界的认可和好评。

公司将继续在保证员工安全健康的前提下，不断夯实主营业务，并在股东和债权人权益保护、职工权益保护、供应商、客户和消费者权益保护、环境保护与社会公益事业等方面积极履行社会责任。

公司将把履行企业社会责任与企业发展紧密结合起来，深化公司治理，保障股东、债权人、职工、客户和消费者的合法权益，积极投身公益事业，确保经济效益和社会效益同步发展，为股东、为社会创造更多的价值和回报。

福建七匹狼实业股份有限公司

董 事 会

2025年4月3日