

江苏红豆实业股份有限公司

2023 年度环境、社会及治理（ESG）报告

关于本报告

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”）发布的第三份环境、社会及治理（ESG）报告，反映了公司及其下属子公司 2023 年度在环境、社会及治理方面的理念、实践和绩效。

报告主体

江苏红豆实业股份有限公司及其下属子公司。

时间范围

2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日，为提高报告完整性，部分内容超出以上范围。

编制依据

本报告依据《公司法》《证券法》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》等法律、法规及规范性文件的要求，结合《GRI 可持续发展报告标准 2021 版》（GRI Standards 2021）要求、参考《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）（征求意见稿）》相关要点，结合公司环境、社会及治理的具体履行情况编制。

数据来源

本报告使用的数据来自于政府部门公开数据、公司 2023 年年度报告及内部统计报表。

审议程序

本报告经公司 2024 年 4 月 23 日召开的第九届董事会第十二次会议、第九届监事会第七次会议审议通过。

发布形式

本报告以电子版形式发布，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

目 录

| | |
|---------------------------|-----------|
| 关于本报告 | 1 |
| 董事长致辞 | 4 |
| 关于我们 | 5 |
| 战略与管理 | 5 |
| 企业文化 | 5 |
| 发展战略 | 6 |
| 品牌和主要荣誉 | 6 |
| 一、治理篇：稳健创造价值 | 8 |
| 1.1 公司治理 | 8 |
| 1.2 内控与合规 | 14 |
| 1.3 研发与创新 | 17 |
| 1.4 智慧化建设 | 18 |
| 1.5 供应链管理 | 21 |
| 1.6 ESG 管理 | 23 |
| 二、环境篇：迈向绿色未来 | 26 |
| 2.1 可持续的产品 | 26 |
| 2.2 全面环境管理 | 26 |
| 2.3 原材料管理 | 31 |
| 2.4 化学品管理 | 31 |
| 三、社会篇：携手共向美好 | 32 |
| 3.1 产品质量与服务 | 32 |
| 3.2 职业健康安全 | 36 |
| 3.3 员工权益保护 | 40 |

| | |
|------------------|-----------|
| 3.4 培训与职业发展..... | 43 |
| 3.5 支持社会发展 | 47 |
| 报告索引..... | 49 |
| 读者反馈..... | 51 |

董事长致辞

尊敬的朋友们：

欢迎您阅读红豆股份 2023 年环境、社会及治理（ESG）报告！

过去一年，在全球和中国范围内，可持续发展议题持续受到关注。作为可持续发展理念的积极践行者，红豆股份持续关注利益相关者的诉求，坚持创新驱动，深化智能业务，加速智慧化建设步伐，引领公司转型升级。公司努力将 ESG 理念融入到企业的日常运营中，推动企业向可持续深化发展道路迈步。2023 年，公司在环境管理、绿色低碳、智慧建设等多项议题中取得进展，荣获“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！

强化供应链管理，推动科技赋能。在供应链管理方面，我们不断优化管理模式，建立供应商协同平台（SRM）与需求备货计划协同平台，实现供应链的高效协同管理，提升供应商全生命周期管理的精细化和高效化水平。在智能制造和产品创新方面，公司 5G 全连接工厂项目成功入选国家工业和信息化部《2023 年 5G 工厂名录》；0 感舒适衬衫荣获中国服装行业科技进步二等奖。

坚持绿色发展，优化能源结构。我们积极推动光伏发电等清洁能源的使用，全年绿电消费达到显著水平，为能源转型和低碳发展持续作出贡献。我们不断优化三废管理，在确保全年达标排放的基础上，为构建美丽中国贡献力量。

保障产品质量，提升客户服务。我们始终坚守品质至上、客户至上的原则，连续三年获得“江苏精品”认证，并荣获国家工业和信息化部“服务型制造示范企业”称号。同时，我们不断完善线上线下客户服务体系，红豆男装天猫电商团队的入驻进一步推动了公司线上业务的发展。

完善人才体系，赋能员工发展。我们坚信人才是企业发展的核心动力，积极引进各类优秀人才，为公司的战略转型和业务发展提供人才保障，公司本科及以上学历人才占比连续三年保持上升趋势。我们建立科学的职业发展体系，实施 521 人才梯队计划，为员工搭建管理与专业双向发展通道，保障员工在公司有培训、有发展。

展望未来，我们将继续深化信息化与智慧化建设，持续提升产品质量和客户服务水平，加强环境管理，重视人才赋能与人才体系建设，持续为全社会可持续发展贡献企业力量，与各利益相关方携手共进，共同开创更加美好的明天！

红豆股份董事长 戴敏君

关于我们

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“经典舒适男装”为品牌定位。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，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。



战略与管理

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、可持续健康发展，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。

| | |
|--------------|-------------|
| 使命 | 致力于打造舒适男装专家 |
| 愿景 | 成为舒适男装国民品牌 |
| 核心价值观 | 诚信、感恩、创新、卓越 |

战略管理

聚焦舒适赛道，明确“经典舒适男装”品牌定位，公司重点发展红豆舒适男装全域零售业务，加速实施高端化、数智化、在线化建设打造高质量品牌，加速培育新质生产力推动高质量发展，让更多人穿上奢侈品级舒适男装，致力于成为男装行业领军型企业。

| | |
|------|---|
| 发展愿景 | 打造舒适男装专家，为中高端男性消费者提供商务正装、休闲、运动等风格的优质时尚服饰产品，满足其在不同场合的一站式着装需求。 |
| 战略目标 | 聚焦舒适赛道，明确“经典舒适男装”品牌定位，公司重点发展红豆舒适男装全域零售业务，加速实施高端化、数智化、在线化建设打造高质量品牌，加速培育新质生产力推动高质量发展，让更多人穿上奢侈品级舒适男装，致力于成为男装行业领军型企业。 |
| 战略定位 | 经典舒适男装。 |
| 业务优势 | 注重线上线下的协同发展，以全渠道、全场景、全链路的运营形式，为消费者提供舒适商品和便捷购物体验。 |

品牌和主要荣誉

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，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，并连续9年蝉联World Brand Lab（世界品牌实验室）《中国500最具价值品牌》。2023年，公司被评为“2023当红国潮评选”年度国潮品牌，并获得“2023非凡创新榜样企业”“金财奖 品质匠心”“年度行业影响力奖”“2023消费新势力 年度品牌奖”“CHIC 杰出营销奖”“WISE 2023 年度焦点产品”“最具传播力的中国超级品牌”“中国十大公信力品牌”“中国户外媒体广告作品类金奖”等多项荣誉。

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”等荣誉。2023年，公司凭借环境管理、绿色低碳、智慧建设等多项议题的突出表现，荣获“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。



公司获得“2023ESG 新标杆企业奖”



公司获得“绿色领跑企业”称号

一、治理篇：稳健创造价值

1.1 公司治理

良好的公司治理是保障公司长期稳健发展的基础。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《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，提高公司经营管理和规范运作水平，助推公司实现长期稳健发展。

治理结构

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，相互之间职责明确，协调运转，有效制衡，提升公司的决策和管理水平，保障公司治理的规范高效。

| 治理层级 | 运作情况 | 2023年会议次数 |
|------|--|-----------|
| 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。 | 4次 |
| 董事会 | 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。 | 15次 |
| 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。 | 10次 |

董事会建设

公司持续优化董事会结构，健全董事会及专门委员会制度，调整优化各委员会职能，注重发挥独立董事作用，为公司可持续发展奠定坚实的基础。

董事选任机制

公司在《公司章程》中明确了董事的任职条件、选聘流程和勤勉义务等，在选任董事的过程中重点考量其专业素养、行业经验等，禁止曾出现贪污、贿赂、未清偿债务等情形的自然人担任公司董事。公司董事的选聘遵循公开、公平、公正、独立原则，由股东大会选举或更换，并确保在董事的选举过程中充分反映中小股东的意见。

2023年5月，公司完成第九届董事会换届选举工作。截至2023年末，公司共有9名董事，其中女性董事3名，占比33.3%；独立董事3名，占比33.3%；具有行业经验的董事7名，占比77.8%；本科及以上学历董事6名，占比66.7%。

| 姓名 | 性别 | 年龄 | 学历 | 持股数（股） | 职务 |
|-----|----|----|----|---------|-----------|
| 戴敏君 | 女 | 58 | 硕士 | 377.36万 | 董事长 |
| 周宏江 | 男 | 53 | 大专 | 403.38万 | 副董事长 |
| 王昌辉 | 男 | 43 | 硕士 | 160.00万 | 董事，总经理 |
| 顾金龙 | 男 | 54 | 本科 | 68.00万 | 董事，常务副总经理 |
| 任朗宁 | 男 | 42 | 本科 | 80.00万 | 董事 |
| 奚丰 | 男 | 51 | 大专 | 77.37万 | 董事 |
| 刘春红 | 女 | 55 | 博士 | — | 独立董事 |
| 徐而迅 | 女 | 59 | 本科 | — | 独立董事 |
| 沈大龙 | 男 | 72 | 大专 | — | 独立董事 |

董事专门委员会

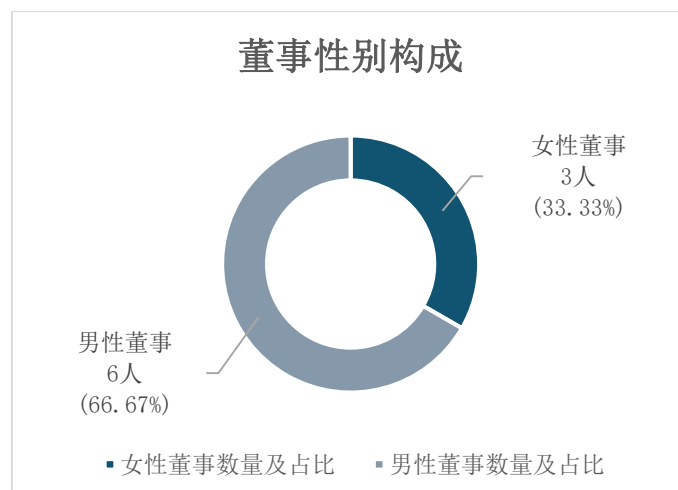
公司董事会下设审计、战略、提名、薪酬与考核四个专门委员会。专门委员会对董事会负责，依照《公司章程》和董事会授权履行职责，针对相关事项制定提案并提交董事会审议，最终由董事会审议决定。专门委员会成员全部由董事组成，其中审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中独立董事占多数并担任召集人，审计委员会的召集人为会计专业人士。董事会负责制定专门委员会工作规程，规范专门委员会的运作。

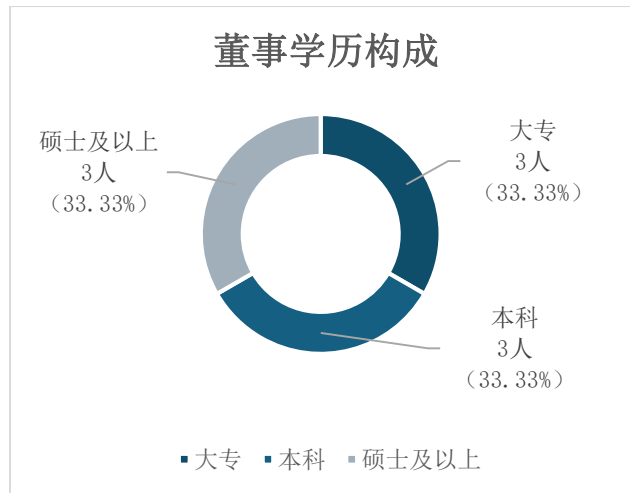
| 类型 | 成员 | 工作职责 |
|-------|------------------------|---|
| 审计委员会 | 沈大龙（主任委员） 奚丰 徐而迅 | 负责监督及评估外部审计机构工作；指导内部审计工作；审阅公司的财务报告并对其发表意见；评估内部控制的有效性；协调管理层、内部审计部门及相关部门与外部审计机构的沟通；处理公司董事会授权的其他事宜及相关法律法规中涉及的其他事项。 |

| | | |
|----------|---------------------------------------|---|
| 战略委员会 | 戴敏君（主任委员） 周宏江 刘春红 | 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。 |
| 提名委员会 | 徐而迅（主任委员） 戴敏君 周宏江 刘春红 沈大龙 | 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。 |
| 薪酬与考核委员会 | 刘春红（主任委员） 王昌辉 沈大龙 | 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。 |

董事会多元化情况

公司充分关注董事会成员多元化情况，在选聘董事过程中不以性别、年龄、种族、国籍等因素为限制，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。





董事会履职与培训

公司董事会严格遵循《公司章程》《董事会议事规则》，督促董事会成员切实履行诚信勤勉义务。2023年，公司完成董事会换届选举，累计召开15次会议，根据证监会独立董事制度改革的相关要求修订完善了《独立董事制度》，同时审议通过了《总经理工作报告》《董事会工作报告》《财务决算报告》《内部控制评价报告》《审计委员会履职情况报告》《独立董事述职报告》《ESG报告》等共65项议案。

公司高度重视董事会的履职能力建设，积极参加交易所、证监局、上市协会等组织开展的各类培训，组织学习最新监管政策、市场案例，提高董事会的专业技能。

| 指标 | 单位 | 2023年 |
|--------------|----|-------|
| 全年召开董事会次数 | 次 | 15 |
| 年内平均董事会会议出席率 | % | 100 |
| 董事会全年通过议案数量 | 项 | 65 |


董事及高管薪酬

公司建立健全《红豆股份薪酬绩效管理制度》，覆盖公司董事、监事、高级管理人员在内的全体员工，依据各人担任的职务、岗位职责确定基本薪酬，再结合公司经营情况及个人业绩确定年度绩效奖金。

独立董事在公司领取的薪酬按公司2022年年度股东大会审议通过的《关于公司第九届董事会独立董事津贴的议案》执行，独立董事津贴为每年6.5万元（税前）。2023年，公司董事、监事、高级管理人员报酬合计700.52万元（税前）。

风险管理

公司致力于构建全面风险管理体系，持续推进风险管理制度建设，细化风险管理目标，并将风险管理文化融入公司文化建设的全过程，保障公司持续、健康、稳定发展。

| | |
|--------|--|
| 风险管理目标 | 在不过度影响公司竞争力和应变力的情况下，制定尽可能降低风险的风险管理政策。 |
| 风险管理职责 | 公司董事会全面负责风险管理目标和政策的确定，并对风险管理目标和政策承担最终责任。 |
| 风险管理机制 | <ul style="list-style-type: none"> • 董事会授权公司管理层设计和实施能确保风险管理目标和政策得以有效执行的程序。 • 董事会通过财务部门递交的月度报告来审查已执行程序的有效性以及风险管理目标和政策的合理性。 • 公司的内部审计师将风险管理的政策和程序纳入审计范畴，并且将有关发现汇报给董事会审计委员会。 |
| 风险管理流程 |  |
| 风险管理领域 | 2023 年，公司共识别出七类主要风险，包括：安全环保；市场风险；法律法规；人力资源；税务风险；财务风险；舆论公关风险。针对上述风险，公司均制定了完善的应对措施，在公司各个层面有效落实风险责任。 |

公司在制定年度战略规划过程中，充分关注自身在短期、中期和长期面临的风险，定期识别行业中的机会与威胁。2023 年，公司共识别出市场、产品研发和运营管理三方面的风险，挖掘潜在机遇并相应提出详实可落地的应对措施。

| 风险类型 | 应对措施 |
|--|--|
| <p>市场风险</p> <p>在零售环境、消费意愿较低的市场环境下，中国男装品牌处于完全竞争状态等影响下，纺织服装产品作为非刚性品类，市场总量不确定，公司可能面临市场份额下滑等风险。</p> | <p>围绕外部市场环境的变化，顺应国内市场消费升级与市场下沉的发展趋势，合理预案生产经营策略。通过对于用户的洞察和场景的深耕，整合各类可触达消费者的渠道资源，创新产品与服务的供给模式与内容，建立全链路，精准、高效、可衡量的立体渠道营销体系，满足新常态下消费者不断更迭的诉求，持续创新数字新零售，提升消费体验。</p> |

| | |
|---|---|
| <p style="text-align: center;">产品研发风险</p> <p>随着国潮消费、男装行业升级趋势的日益增强，对产品研发提出更高要求。若公司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的影响。</p> | <p>坚持“以用户为中心”，基于市场调研情况，明确“经典舒适男装”的品牌定位，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；灵活响应用户的舒适需求，加强设计师协作，做好趋势分析，在服饰设计、色彩搭配等方面多维创新，以中华传统文化为底蕴捕捉设计元素，打造高品质的服饰美学。</p> |
| <p style="text-align: center;">运营管理风险</p> <p>在信息技术发展带动用户消费行为变迁等趋势下，企业的数字化进程加速。目前大部分企业处于在线化和集成化的数字化成熟阶段，智能化的局部应用已经出现，但大规模成体系的应用尚不多见，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。</p> | <p>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。一方面组织架构从以产品为中心向以客户为中心转变，业务创新从流程驱动向场景驱动转变，客户互动从注重功能向注重体验转变；另一方面培养客户互动、资源管理、智慧洞察、智能生产方面的敏捷、精益、智慧、柔性能力，加深企业的数字化应用，稳步有序地实现以用户为中心、以智慧分析为大脑的领先数字化企业。</p> |

信息披露与透明度

公司严格按照《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。同时，坚持以投资者需求为导向，持续优化提升信息披露质量，达到“简明扼要、通俗易懂”，增强公告的可读性和有效性。

公司重视投资者关系的建立和维护，通过多种渠道和方式与投资者保持有效沟通，充分利用电话、电子邮件、上证E互动平台、现场接待等多种方式，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。2023年，公司共召开2场业绩说明会，参加由专业机构组织的各类路演活动共23场。

| 指标 | 单位 | 2023年 |
|--------------|----|-------|
| 公开信息披露文件发布数量 | 份 | 91 |
| 其中：定期报告 | 份 | 4 |
| 临时公告 | 份 | 87 |

为维护信息披露的公平原则，公司制订了《外部信息使用人管理制度》《内幕信息知情人登

记制度》，严格防范内幕信息知情人员滥用知情权，全力杜绝内幕交易。

为维护并确保投资者的长期投资价值，公司积极倡导及时、有效地与投资者沟通。同时，为维护公司的公共形象，公司建立并维护良好的公共关系，包括与证券分析师、媒体以及其他上市公司和相关机构的合作。公司持续关注投资者及媒体的意见、建议和报道等各类信息，并及时反馈给公司董事会及管理层。2023年，行业分析师发布公司相关研究报告共14篇。

1.2 内控与合规

公司严格落实《中华人民共和国公司法》等法律法规，坚持将依法合规经营置于优先地位，通过成立规范化小组，推进合规管理体系建设，及时根据相关法律法规的要求和公司经营发展需要，修订和完善公司各项内部控制制度，有效防范各类风险。公司制定了《员工岗位诚信行为规范》，要求员工严格遵守诚信准则，践行商业道德规范，共同促进公司规范运行和健康持续发展，以诚信、稳健的姿态赢得利益相关方的尊重与认可。

合规管理体系

公司通过建立健全合规管理机制和制度，有效识别和管理合规风险，全力确保公司及工作人员的经营管理和职业行为符合法律、法规和准则。公司编制了《合规管理手册》，累计收录52份内控文件，其中包含《宣传使用手册》《网络交易指导手册》《规范营业执照管理》《劳动合同签订实务手册》等相关文件，为公司各个方面的合规经营提供规范和指导。同时，公司规范化小组密切关注知识产权、广告宣传、业务风险防范、人力资源等方面的合规风险与表现，通过提出改进意见，跟踪整改潜在的合规风险隐患。2023年，员工合规承诺书签订覆盖率为100%。

公司积极开展员工合规教育培训，要求每季度至少开展一次合规实务培训活动，帮助员工树立底线意识，提升法治观念，促进员工掌握履行合规职责的相应业务能力和行为准则。2023年，公司开展涵盖销售、门店运营、门店拓展、仓储等一线人员的多项法律知识培训活动，包括《关于防范价格违法相关风险》《门店基础法律知识培训》《仓库基础法律知识培训》《拓展人员基础法律知识培训》等，切实提高员工法律意识。



仓库人员法律知识培训

内部控制体系

公司遵循企业内部控制规范体系，持续建立健全并有效实施内部控制。公司制定并发布了《江苏红豆实业股份有限公司内控手册》，其中涵盖 22 个模块、109 个流程、30 个制度，为公司规范运作提供了指导。同时，公司建立内控的长效管理机制，不断制定改进措施并跟踪落实，提升内控有效性。

为确保内部控制的可靠性，公司构建了自我评价和内部审计的双重监督机制。一旦发现内控缺陷，即立刻采取更正行动，确保风险可控。同时，公司按照风险导向原则制定了内部控制缺陷认定标准，定期开展内部控制自我评价工作，并公开披露内部控制自我评价报告。2023 年，公司抽取部分内控流程进行了穿行测试，并修订完善了《组织架构》《红豆股份薪酬绩效管理制度》《采购管理制度》等内控文件。2023 年，公司未发现重大内部控制缺陷。

| | |
|-------------|---|
| 内控目标 | 合理保障经营管理合法合规、资产安全，并确保财务报告及相关信息真实完整，提高经营效率和效果，促进实现发展战略。 |
| 内控职责 | 董事会负责评价内部控制的有效性，并如实披露内部控制评价报告；监事会对董事会建立和实施内部控制进行监督；经理层负责组织领导企业内部控制的日常运行，确保内部控制机制的有效性和稳定性。 |
| 内控范围 | 公司内部控制评价范围包括组织机构、发展战略、人力资源、社会责任、企业文化、资金活动、采购业务、资产管理、销售业务、研究与开发、工程项目、担保业务、业务外包、财务报告、全面预算、合同管理、内部信息传递、信息系统、关联交易、生产管理、子公司管理。 |

商业道德管理

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，并要求董事、管理层及各级员工以身作则，将诚信理念贯穿于公司内外的商业活动中。

重点领域商业道德规范

| | |
|-----------------|---|
| 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。本年度，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》。 |

投诉举报机制与举报人保护

公司设立了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。

知识产权保护

公司严格遵守《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》等法律法规，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。2023年，公司修订并完善《宣传使用手册》，进一步规范商业宣传中字体、图片等的使用。

| | |
|---|---|
| <p style="text-align: center;">商标权</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 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。 |
| <p style="text-align: center;">著作权</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 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。 |

广告与营销宣传

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，2023年共开展 109 次审核。

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

| | |
|---|--|
| <p style="text-align: center;">制作广告宣传品</p> | <p>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，制作相关广告宣传品材料。</p> |
|---|--|

| | |
|----------------|--|
| 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到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，对产品涉及到功能性术语、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。

1.3 研发与创新

公司高度重视新技术、新工艺、新产品的研究和开发，坚持以客户需求为中心导向，广泛开展客户调研，通过完善研发管理体系，整合内外部的研发资源，不断提升研发创新能力，在设计、原料、技术、工艺等方面持续优化与升级，全力满足消费者日益丰富的产品功能需求。

立足客户需求

公司通过门店客户交流访谈、电话回访等多种方式，深入了解消费者在商品、服务、陈列等方面的需求，并邀请外部专业机构进行客户需求调研。同时，充分发挥智慧化运营优势，深入洞察客户场景化真实需求及大数据趋势。近年来，公司坚持围绕“经典舒适男装”定位，从舒适、科技、时尚三个方面开展研发工作，努力为客户提供更实用舒适的着装体验。

产品研发创新

公司引进了世界一流水平的服装生产流水线和专业生产设备，并组建了成熟的研发团队，不断加大研发投入，提升自身的研发创新能力，为品牌持续发展注入生机和活力。

公司创新开发的新一代舒适衬衫——红豆 0 感舒适衬衫，以科技赋能舒适，衬衫将科技融入制衣，运用瑞士 HeiQ 高分子技术在衬衫面料中注入更多科技含量，让衬衫能够感知体表温度，实现智能控温，帮助人体温度调控在舒适状态。红豆 0 感舒适衬衫解决了普通衬衫长久以来不舒适、弹性较弱、透气性差、不易打理、版型不合身等多重穿着痛点，以科技材质、精致工艺和舒适版型打造出衬衫领域的极致追求，同时赋予了衬衫制衣行业全新的革新价值意义。2023 年 7 月，该产品获得由中国服装协会颁发的“2023 年中国服装行业科技进步二等奖”。



公司获“2023年中国服装行业科技进步二等奖”

1.4 智慧化建设

面对快速迭代的互联网时代，公司持续深化“智慧创造运营”经营模式转型，充分运用互联网、物联网、大数据等新技术手段，对产品的生产、销售等过程进行升级改造，进而重塑业态结构与生态圈，实现线上服务、线下体验以及现代物流的深度融合。

智能制造

公司致力于打造智能工厂，通过自动化、数字化、信息化、可视化建设，建立智能制造一体化管理平台，全面打造智能化车间，打通业务、计划、生产前后道全生产过程数据流，实现设备智能化、系统智能化、管理智能化，为企业管理、生产管理、生产一线提供管理决策支持，并为用户提供定制化产品设计、生产、配送及售后等系列服务，提升了产品体验和服务体验。

2023年，公司进行系统功能的深化建设，包括实现MES与吊挂全控模式下的个定优先、指定款式优先、指定尺码优先的插单模式，以及引入站位工序质量异常监控管理策略，以提升生产调度效率并控制质量批量事故率。同时，公司工厂引进了智能缝线柜系统，可提供个性化面料与缝纫线的配色，有效提升个人定制业务的开展能力，并通过机针管家系统管理现场断针、换针等，为外贸业务开展提供支持。

公司已获得两化融合管理体系AAA级评定证书，控股子公司无锡市红豆男装有限公司获得两化融合管理体系AA级评定证书。在此基础上，公司持续推进数字化转型，让数据价值贯穿企业主营业务，以智能制造为工具和技术手段，持续推动运营效益和行业竞争力的提升。2023年，公司利用BI大数据分析，对现有采集数据进行多维分析，包括车间层面的生产数据分析和工厂销售、生产目标月、年度达成的分析，为管理层提供及时的管理数据支持。



红豆股份两化融合管理体系 AAA 级评定证书



无锡市红豆男装两化融合管理体系 AA 级评定证书

公司联合中国联通建成 5G 全连接工厂，获评“国家级 5G 全连接工厂试点”，是该荣誉入选范围内的唯一品牌服装工厂。5G 全连接工厂通过综合运用大数据、云计算、物联网、标识等智能技术，进行数字化决策管理平台的运作，不仅打通了销售、产品设计、生产、供应链、物流和客户服务等环节，应用范围也覆盖了车间生产过程中的 6 大领域、22 个应用场景。同时通过 5G 的云边协同能力，通过零售端 3D 量体仓、用户数据、生产端缝纫机、裁床、AGV 等要素的全连接，支撑起了一条完整的生产线，实现个性化定制、团购定制与批量生产模式混流便捷切换。2023 年，公司 5G 全连接工厂项目入选国家工业和信息化部《2023 年 5G 工厂名录》，借助 5G+工业互联网技术，公司成功实现从“自动化生产”向“智能制造”“优势制造”的升级。



公司入选《2023年5G工厂名录》

智慧零售

公司顺应零售变革趋势，构建以新零售变革为核心的渠道结构，在持续深耕传统平台电商的同时重点布局社交电商新战场。公司设立智慧零售部门，负责线上线下资源协调整合，并将全国门店作为服务网点，建立了覆盖线下门店和线上店铺的全渠道营销网络体系，并不断完善新零售情景运营服务体系，为消费者提供更便捷、高效、个性化的的高品质体验，全方位构建在线服务体系。

智慧零售重点举措

| | |
|--------|-------------------------------------|
| 快速匹配发货 | 消费者下单一分钟以内即可快速匹配发货地。 |
| 快速精准营销 | 打通线上线下全渠道会员，通过对会员标签、会员行为等分析实现精准化营销。 |
| 提供业务支持 | 提供企业微信、超级导购系统等支持，帮助业务人员提升运营能力。 |

2023年，公司获评国家商务部“国家电子商务示范企业”，同时“红豆在线化高端化智慧零售模式的探索”入选全国《新型消费发展典型案例》，是江苏省唯一入选的服装类企业。



“国家电子商务示范企业”授牌仪式现场

信息安全

公司尊重并致力于保护客户隐私，保证数据资产安全。公司积极构建以网络安全、数据安全、系统安全为核心的信息安全管理体系统，综合性地采取防护措施，提升信息安全管理水平。2023年，公司所有电脑设备实现文件加密系统安装率 100%，并购置华为备用核心交换机，确保网络的稳定性、可用性和安全性。报告期内，公司未发生重大信息安全事故。

| | |
|--------------------|--|
| <p>制度建设</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 网络安全：建立健全网络安全管理制度，覆盖网络接入、机房管理、设备管理、终端操作管理等方面。 • 数据安全：建立数据管理制度，业务数据与系统数据采取不同的安全管理措施，包括数据查询、导出、制定、加密等安全措施。 • 系统安全：建立系统安全管理制度，根据系统不同用途，制定相应的系统安全配置措施，包括系统防火墙、用户访问、权限分配等措施。 |
| <p>防护举措</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 引进防火墙硬件设备，实现内外网接入的完全隔离，强化内外网系统访问权限的审批管理。 • 安装亚信杀毒软件，定时进行杀毒操作。 • 采取数据加密、信息系统细分权限、网络隔离等措施确保公司信息安全。 • 公司所有接入内网和办公网络的个人 PC 均安装加密软件，覆盖率达到 100%。 • 公司所有信息化系统均依据岗位和功能细分权限，确保数据被编辑和查询的范围只限本岗位权限范围内。 • 根据不同岗位的职能和所涉及数据的敏感度划分不同的办公网络，实现核心数据涉及的岗位与非关键数据岗位的网络的物理隔离。 |

1.5 供应链管理

公司以协同共生为核心理念，致力于引领产业链上下游各环节的协同发展。我们坚持采购流

程的透明合规、产品质量和交付符合公司的要求，并通过建设供应商协同管理平台、督促供应商提升环境与社会表现等方式，与广大供应商建立长期稳定、安全可靠、双赢共赢的合作关系，共同推动企业和社会的长期稳健发展。

采购与管理流程

公司制定并持续完善《供应商管理流程》《物资采购管理规定》等制度文件，确保公平、公正、公开开展采购工作。同时，公司建立 SRM 供应商协同平台，涵盖开发、准入、淘汰的全生命周期管理。通过 SRM 平台实现统一的采购订单发布、确认、送货及对账协同管理，加强了采购执行协同；建立需求备货计划协同平台，监控供应商生产计划及进度，以保障产品按时交付。此外，公司上线 SRM 辅助跟单宝系统，优化了供应商全生命周期管理，规范了加工厂生产进度跟踪，明确产前、产中、产后规则，提升日常跟单效率。

供应商管理流程及要求

| | |
|--------------------|---|
| <p>准入要求</p> | <p>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》。</p> |
| <p>调查评定</p> | <p>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。2023年，公司相关部门开展了 226 家供应商的资质变更调查，并进行了 5 家供应商的飞行检查。</p> |
| <p>培训沟通</p> | <p>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。</p> |
| <p>业务协同</p> | <p>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。</p> |
| <p>合作评价</p> | <p>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。</p> |

供应商沟通与培训

公司每年举行供应商大会，集中签约已通过评审的供应商，并表彰供货业绩表现优秀的供应

商，持续优化供应商合作，不断提高供应商的积极性、稳定性和共同责任感。同时，公司积极听取并合理采纳供应商建议，履行采购方相关义务，不定期对供应商进行沟通交流回访，通过多种形式强化与供应商的合作关系。2023年10月，公司召开“舒适战略 世纪红豆——2024秋冬红豆舒适男装商品定向会议”，与百位供应商共同探讨未来发展方向。

1.6 ESG 管理

公司于2005年申请成为CSC9000T（中国纺织企业社会责任管理体系）的首批试点企业，于2007年成为全国首家全面执行CSC9000T的企业。多年来，公司坚持在日常管理和经营中将各个社会责任要素纳入考量，持续完善社会责任管理体系，努力实现企业、员工、社会、环境的和谐共赢发展，将自身发展与社会发展有机结合，坚持共赢理念，践行上市公司的社会责任。

可持续相关认证

公司定期聘请第三方机构对公司开展审核与认证，确保公司质量、环境和职业健康安全等相关管理目标保持优秀水平。2023年，公司三体系通过第三方机构审核，并将有效期延长至2027年。

| 质量管理体系认证证书 | 环境管理体系认证证书 | 职业健康安全管理体系认证证书 |
|---|--|---|
| <p>GB/T 190001-2016/ISO 9001:2015</p> <p>《质量管理体系要求》</p> <p>有效期至：2027年1月19日</p> | <p>GB/T 240001-2016/ISO 14001:2015</p> <p>《环境管理体系要求及使用指南》</p> <p>有效期至：2027年1月19日</p> | <p>GB/T 45001-2020/ISO 45001:2018</p> <p>《职业健康安全管理体系要求及使用指南》</p> <p>有效期至：2027年1月19日</p> |
|  |  |  |

实质性分析

公司秉持着实质性、完整性、平衡性的原则，在积极倾听和关注各利益相关方的需求和期望，

并参考全球报告倡议组织（GRI）发布的《可持续发展报告标准（GRI Standards2021）》，系统评估对公司和各利益相关方具有重大影响的内容，识别筛选出对公司 ESG 工作具有实质性影响的关键议题。

| 范畴 | 议题 |
|-------|---|
| 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。 |

利益相关方沟通

| 利益相关方 | 沟通要点 | 沟通渠道 |
|---------|--|--|
| 政府及监管机构 | <ul style="list-style-type: none"> · 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 | <ul style="list-style-type: none"> · 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 |
| 股东与投资者 | <ul style="list-style-type: none"> · 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 | <ul style="list-style-type: none"> · 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 | <ul style="list-style-type: none"> · 产品与服务质量 · 可持续产品 · 原材料采购 · 智慧化建设 | <ul style="list-style-type: none"> · 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 | <ul style="list-style-type: none"> · 供应商管理 | <ul style="list-style-type: none"> · 日常沟通与答疑 |

| | | |
|----|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> · 合规与商业道德 · 商业风险与机遇 · 产品研发与创新 | <ul style="list-style-type: none"> · 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 | <ul style="list-style-type: none"> · 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 | <ul style="list-style-type: none"> · 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 | <ul style="list-style-type: none"> · 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 | <ul style="list-style-type: none"> · 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 | <ul style="list-style-type: none"> · 纳税与创造就业 · 社区贡献和参与 | <ul style="list-style-type: none"> · 社区项目建设 · 员工志愿服务 · 慈善与公益捐赠 |

二、环境篇：迈向绿色未来

2.1 可持续的产品

近年来，随着民众环境保护意识的提升，可持续消费和可持续时尚等理念正在得到越来越多消费者的认同和支持。公司积极响应这一趋势，不断探索在服装领域应用天然性、可再生等环保材质的可能性，并建立产品碳足迹的管理平台和核算认证机制，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新选择。

打造绿色产品

公司发布了“三分弹竹纤维衬衫”，其面料纤维来自于可快速生长和自我更新的竹子，并融入了环保聚合纤维，作为更具可持续性的替代原料，在延续舒适的基础上，具有良好的可降解、无污染等环保特性。

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。



产品碳足迹

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。

2.2 全面环境管理

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》等相关法律法规，并制定《公司环保管理规定》，进一步明确公司环境保护工作的职责归属、管理范畴和重点任务，针对各污染源充分配备环保设施，在确保生产经营产生的排放物和废弃物不会对环境造成严重污染的基础上，持续改善公司的环保表现，全力降低对生态环境的负面影响。

环境管理体系

公司遵循 GB/T 24001-2016/ISO 14001: 2015《环境管理体系要求及使用指南》的相关要求，优化环境管理体系，公司已通过了 ISO 14001 环境管理体系认证，并在 2023 年通过年度审查延长证书有效期，覆盖的产品和服务包括西服、衬衫、茄克衫、大衣、裤子、羽绒衫、特种劳动防护服（防静电服 B 级、阻燃服 B 级、酸碱类化学品防护服织物类酸类二级）、校服、冲锋衣的设计和生 产；针织服饰的生产（外包）及相关管理活动。

公司企管部负责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。公司在印染车间等均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。

建设项目环境管理

公司新建、改建、扩建和技术改造项目在施工前均须得到环保部门环评批复，严格执行“三同时”制度，确保环保设施与主体工程同时设计、同时施工、同时投产使用，相关项目在投入试生产 3 个月内向环保局申请环境保护“三同时”竣工验收，并拿到验收批复。

公司规定重点污染建设项目应符合环评要求，并按环保审批要求实施各项环保措施，其项目所在地、设备、产品、产能以及配套环保设施必须与环评相符，如有任何重大改变必须重新报批环境影响评价文件。

突发环境事件应急预案

公司印染车间根据《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国突发事件应对法》《突发事件应急预案管理办法》《企事业单位和工业园区突发环境事件应急预案编制导则》等相关规定，结合公司实际情况，编制并执行《突发环境事件应急预案》，建章建制依规开展管理。

环境信息监测报告

公司印染车间根据《污染物总量减排监测办法》《环境监测管理办法》等规定，制定了自行监测方案，采用手工和自动监测相结合的技术手段进行自行监测活动，监测信息定期在全国排污许可证管理信息平台上公开。

能源管理

公司高度重视节能降耗与可持续发展，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。

能源管理体系

公司积极开展能源管理工作的体系化建设，公司已通过 ISO 50001 能源管理体系认证并获得相关证书，认证有效期至 2025 年 7 月 28 日。



公司 ISO 50001 能源管理体系认证证书

公司印染车间根据国家能源工作方针政策和能源管理标准，制订了一系列能源管理制度，包括能源采购和审批、能源计量统计、能源计量器具、能源计量人员岗位责任、能源消耗定额考核标准和节能奖惩制度、能源宣传教育和培训以及节能技改措施等。同时，公司定期对能源消费进行统计，编制能源消费平衡表，制定合理的能耗定额，并核算单位产品能耗指标。

公司印染车间依据 GB/T 17166-1997《企业能源审计通则》，定期开展能源审计工作，对能源管理机构、能源管理制度、能源统计管理及能耗表现等进行专项审计，识别管理短板与改进机会，深入挖掘节能潜力。能源审计报告均提交至无锡市工业和信息化局进行评审。

优化能源结构

公司的用能类型分为生产用能和办公与生活用能。其中，生产用能主要集中在印染车间，主要用能品种包括天然气、电力和蒸汽。自 2016 年起，公司响应国家使用清洁能源政策要求，全面取消了原煤使用，转而采用天然气等清洁能源。

电力消耗会造成大量的间接温室气体排放，为应对这一挑战，公司积极开展用电管理。在机房管理上，通过能源结构调整、设计空间优化提升制冷效率、合理调整电源工作模块的方式积极降低运营产生的碳排放。此外，在全公司管理层面，我们也积极推动光伏发展、调整能源消耗结构、提升可再生能源使用比例。

| 红豆工业园区印染生产用能来源 | |
|----------------|--|
| 天然气 | 主要用于定型机，由无锡华润燃气有限公司供应。 |
| 电力 | 电力由南国红豆控股有限公司提供，电网输入电压为 10kV，经过动力分变变压后成为 400V，再输送到生产车间，主要用于公用工程和生产设备的拖动动力。 |
| 蒸汽 | 由南国红豆控股有限公司集中供热蒸汽管道接入（200℃），蒸汽主要用于染色工艺。 |

为减少能源的消耗，削减污染物排放，公司淘汰了原有的燃煤导热油炉，加设天然气供气站，将定型机的供热能源由原先的燃煤导热油炉供热改为直接采用天然气加热。同时，公司实施节能减排措施项目，如加装整烫设备的蒸汽节能器、提升可再生能源利用比例等，加快推动工业产业绿色转型，有效降低能耗。

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，共同营造一个安全、舒适的办公环境。为鼓励员工节约资源和能源，公司提倡使用双面打印，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，公司要求关闭或减少使用空调及照明设备，以减少能源消耗。此外，公司还推动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，从而降低门店与公司间传送纸质文件所需的路费、通讯费和人力成本，有效提高了办公效率，节省了大量相关办公开支，符合公司的环保和节能理念，有助于实现可持续发展目标。

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及印染行业规范要求。

污染物管理

根据《关于开展电镀、印染等 11 个行业排污许可证核发和管理工作的通知》（锡环总量〔2017〕12 号），公司印染车间取得了由无锡市生态环境局颁发的排污许可证（证书编号：91320200704045688Q001P），合规开展生产经营活动。

废气排放

公司印染车间全部采用天然气作为燃料，并在定型机上安装了不锈钢管式立式高频高压静电一拖三、一拖一全自动清洗系统，确保废气处理效果符合国家最新的 DB33/962-2015 环保标准。

针对印染工艺中产生的挥发性有机物，公司委托专业环保机构对其产生环节、收集情况、废气处理工艺及效果等进行实地调查，并根据现场调查结果，编制了挥发性有机物废气现状评估与整治方案，为公司开展有机废气污染治理提供依据。目前，生产过程中产生的挥发性有机物（VOCs）成分主要为非甲烷总烃等，公司已配置专用 VOCs 处理设施，该设施最大风量可达 6 万立方米/小时。2023 年，公司印染车间污染治理设施完好、运行情况正常，全年均保持达标排放。

废水排放

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，印染车间产生的废水均在接管后排放至无锡后墅污水处理有限公司的污水处理系统进行处理。

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。我们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，确保废弃物得到妥善处置。

2023年9月，公司首次推行“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。报告期内，累计触达0感衬衫用户10.8万名。

| “旧衣焕新”计划 | | |
|----------|--|-----------|
| 参与机制 | 用户可将闲置或穿旧的衬衫，交由红豆舒适男装门店统一处理，兑换相应面额的奖励。 | |
| 奖励机制 | 0感舒适衬衫 | 100元0感代金券 |
| | 其他系列或品牌的衬衫 | 50元代金券 |

固废管理职责

公司对废弃物实施两级管理制度，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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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。 |

固废分类管理

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。

| 固体废弃物分类管理 | | | |
|-----------|-------|---|--------------------------------------|
| 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。 | 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 |

| | | | |
|--------|-------|--|--|
| | | 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。 | 置。 |
| 危险固体废物 | 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。 |

2.3 原材料管理

公司高度重视原材料的环境影响，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。在供应商选择方面，公司也不断优化管理，2023 年公司将供应商环境管理体系证书纳入验厂范围，优先录入有相关认证的单位。

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。

2.4 化学品管理

公司制定了严格的化学品管理办法，规定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；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，防止油品意外泄漏污染周围土壤环境。

公司严格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。2023 年，公司未发生任何重大的化学品泄露事件。

三、社会篇：携手共向美好

3.1 产品质量与服务

公司秉承“一切只为顾客满意”的服务理念，充分把握行业智慧零售转型、自主品牌高端化转型的变革趋势，不断探索创新产品，提升产品和服务质量，努力以质量强企追求卓越，为消费者提供更加优质的产品和服务体验。2023年，公司“西服”荣获“江苏精品”认证，自2020年江苏省全面启动精品认证以来，公司已连续三年摘得“江苏精品”，包揽针织休闲裤、衬衫、西服三大品类。



公司 2023 年“江苏精品”认证证书

质量管理体系

公司坚守“锤炼好人品、打造好产品、创新好服务”的质量文化，严格遵守《红豆男装产品标准》的相关要求，制定并执行《红豆股份质量监督管理流程》《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，不断制定和优化完善相关质量制度，落实质量管理责任。公司已通过 ISO 9001 质量管理体系认证，并在 2023 年通过年度审查延长证书有效期，保障公司质量管理体系长期可持续运营。

质量监督检验

公司制定了产品质量管理目标，并搭建完善了全面的质量监督职责体系，明确监督责任主体。如发生重大不合格批次，根据质量事故分类、界定及处罚标准，对生产企业、督查人员、质检人员等进行相应追责。针对外协产品，公司编制了《红豆股份外协产品检验流程》《电商公司外协产品检验流程》等制度文件，规范产品检验流程，确保产品质量符合要求和标准。2023 年，公司未发生任何重大产品事故。

| | |
|------|-------------------------|
| 企管部长 | 考核产品一等品率、质量外部抽查不合格批次数量。 |
|------|-------------------------|

| | |
|--|---|
| <p style="text-align: center;">质监科长</p> | <p>考核质量客诉率、质量二次投诉、一等品率、QC 小组活动有效课题数、质量外部抽查不合格批次数量等指标。</p> |
| <p style="text-align: center;">实体质检科长</p> | <p>考核质量问题客诉率、QC 小组活动开展数、抽查不合格批次数量等指标。</p> |

同时，公司高度重视质量监督工作，由公司质量监督科在每月编制下月质量监督抽查计划，对原辅材料及最终产品进行监督抽查，根据抽查结果形成产品检验记录、产品监督抽查报告，并提出纠正、预防措施。同时，汇总质量抽查情况，召开质量分析会议，对产品缺陷进行案例汇总分析并提出整改意见，形成闭环管理模式。



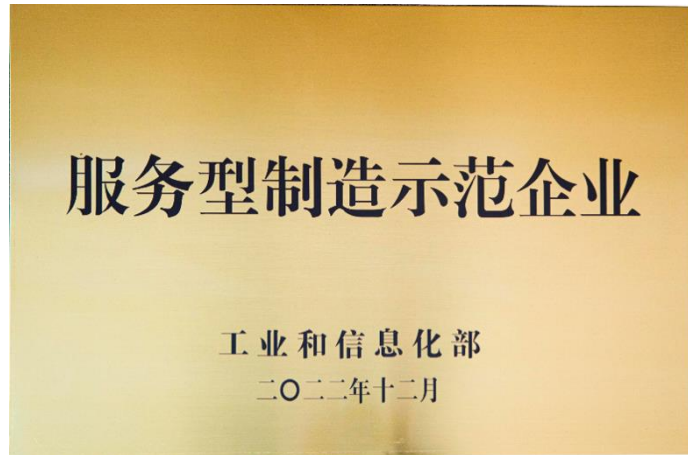
公司产品质量培训

不合格产品管理

公司制定了《红豆股份不合格品管理流程》，对发生的不合格品进行严格控制，要求不合格品及时处理率 100%、纠正预防措施完成率 100%，确保不合格品不接收、不销售。

客户服务体系

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，推进线上线下协同发展。公司基于数字化新零售，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，荣获国家工业和信息化部“服务型制造示范企业”称号。



公司获评国家级服务型制造示范企业

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。

线下门店

公司采取直营与联销相结合方式，以全国千家门店为服务网点，致力于为消费者提供自主、便捷、轻松愉快的购物环境。公司自 2017 年起实施了“1314 客户服务接触点”标准化管理，即 13 个服务接触点、1 张服务蓝图和 4 个关键时刻，通过质量、功能、展开（QFD）工具识别顾客需求，并转化制定公司行动准则及服务标准。同时，公司注重门店人员的形象和服务态度，定期为门店员工安排实战培训，确保每一位店员铭记“6S”（微笑、专业、分享、快捷、真诚、满意）服务管理理念，为用户做好各项服务。

线上电商

公司依托自有会员及平台流量，通过直播带货、达人带货等形式快速扩大销售规模。公司凭借在智慧零售、数字化发展创新赋能领域取得的成就，斩获腾讯智慧零售“四力合作先锋奖”“倍增计划卓越成长奖”“行业标杆奖”“突破增长奖”等多项荣誉。



获得“四力合作先锋奖”



获得“年度行业标杆奖”

客户投诉管理

公司制定《红豆股份顾客投诉处理流程》《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，并设立 400 客服中心、开通线上客服平台，畅通客户投诉渠道，确保及时、高效地收集和处理顾客投诉意见，促进公司质量和服务的不断改进，确保用户满意度的提升。

| 顾客投诉指标目标值 | | |
|-----------|-----------|--------|
| 顾客投诉处理满意 | 顾客投诉处理及时率 | 二次客诉次数 |
| 100% | 100% | 0 |

客户投诉处理流程

| | |
|------|--|
| 受理投诉 | 质量监督和售后服务人员通过消费者协会、网络、电话、微博微信、电商平台、直播平台、新闻媒体等各种渠道接收顾客投诉，负责与顾客沟通，倾听顾客心声，详细记录顾客投诉内容、诉求以及提出的改进建议。 |
| 投诉登记 | 一旦接收到顾客的投诉信息，相关人员会将投诉人的基本信息、联系电话、投诉产品的主要内容以及反映的问题等记录在《顾客投诉登记表》和《顾客质量投诉登记表》中，并将信息传递给相关产品所属企业。 |
| 投诉处理 | 根据《顾客投诉处理流程》，相关人员会及时处理客户投诉，对顾客投诉的货品进行评估，明确产品问题的性质，并按照公司相关规定或电商平台退换货流程，妥善处理顾客投诉意见。 |
| 投诉回访 | 遵循首问负责制原则，顾客投诉处理完成后，由质量监督和售后服务人员对顾客进行回访，了解其是否满意，并将回访内容记录在《顾客投诉登记表》上。 |
| 投诉分析 | 每月，对顾客投诉信息进行汇总分析，形成报表发放给相关部门，针对月报中的重大投诉，公司将以《信息联络处理单》的形式要求生产企业进行整改。 |
| 质量改进 | 生产企业各部门根据《信息联络处理单》中描述的问题展开调查，分析问题原因，并提出整改措施进行整改。整改完成后，相关人员会记录整改情况并回传给公司质量监督部门。 |



公司产品售后线上培训

3.2 职业健康安全

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。公司认真贯彻落实各级政府安全生产工作部署和要求，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，不断提升安全管理水平，压实安全生产底线。公司已通过 ISO 45001 职

业健康与安全管理体系认证，并在 2023 年通过年度审查延长证书有效期，保障公司职业健康与安全管理体系长期可持续运营。

公司坚持以人为本的理念，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。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。我们严格遵守《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，积极构建安全舒心的办公场所。同时，公司组织并加强办公区域的安全检查，定期向员工宣传消防安全知识，开展消防应急演练。

安全生产管理

公司高度重视安全生产管理体系建设，制定并持续完善相关管理文件，包括《安全生产管理制度》《安全风险辨识管理制度》《安全环保监督员制度》等，并按照“全员参与，领导负责，职责明确，落实到位”的原则建立安全风险分级管控体系。每年，制定各级各部门的安全生产目标，并将事故发生数、事故隐患发生数、安全生产合规率等关键指标纳入管理层、各部门的绩效考核指标体系，确保层层落实安全生产责任。2023 年，公司未发生有较大影响的安全生产事故。

| | |
|-------------|--|
| 管理机制 | 安全生产标准化、风险管控与隐患排查双重预防机制。 |
| 管理理念 | <ul style="list-style-type: none"> • 规范化（落实企业主体责任，规避企业法律风险）。 • 杜绝事故（减少事故损失及企业荣誉损失）风险——隐患——事故（全员参与）。 • 提升安全生产管理水平，提升企业竞争力（安全生产也是生产力）；以人为本，安全第一；预防为主，持续改进；改善环境，保护健康。 |
| 管理目标 | <ul style="list-style-type: none"> • 坚决杜绝重大事故和各类死亡事故，有效控制一般事故。 • 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。 • 员工安全教育培训率 100%。 • 新进员工“三级”安全教育培训率 100%。 • 特种作业人员持证上岗率 100%，无违章指挥，职工违章操作引起的事故。 • 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%。 • 安全投入保障率 100%。 • 职业病病例为 0。 • 安全会议开展率和参与率 100%。 |

安全生产管理措施

| | |
|-------------------------|---|
| <p>实施与监督</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 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。 • 构建安全管理网络图，明确各部门监管责任和岗位管理责任，推进相关监管部门相互配合、高效联动，及时解决安全问题，对安全隐患自查自改，并要求全员签订责任状。 • 综合运用教育培训、班组例会培训、线上培训等方式，督促企业主体和岗位履行风险等级管理、隐患排查治理、标准化建设等法定义务，建立健全企业岗位安全生产责任清单，做到安全责任、管理、投入、培训和应急救援“五到位”。 • 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，积极主动地开展自查自纠，对公司专项整治行动的开展情况进行督查。 • 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。 • 执行三级检查制度：总经理或者分管负责人每月检查；安保部每天巡查；各单位或部门每天 3 次自检。 |
| <p>隐患排查与应急管理</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 建立四级体系的防范机制：主要负责人每季度组织安全隐患排查，公司安全员每月全面排查，各部门安全员每天巡查，安全环保监督员每天三次巡查。 • 以公司专项检查、各单位自查自纠等方式持续推进检查整改。2023 年，公司总部共开展 725 次检查，下属单位和部门共开展 5,330 次检查，对于发现的隐患均 100% 完成整改。 • 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，并定期开展应急演练。 |
| <p>培训与宣传</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 每月各三级企业按照年初制定的培训计划开展安全培训和安全条线例会。2023 年 7 月和 12 月，公司分别开展了安全生产培训和交通安全知识培训；本年度公司安全培训覆盖率为 100%。 • 扎实开展安全月宣传活动，通过海报、宣传栏、条幅等方式开展安全普法宣传活动。 • 各级单位均需设定各自的安全管理负责人；建立安全环保监督员队伍和义务消防员队伍。 • 组织开展义务消防队建设，并组织人员参与演练培训，配备微型消防站和微型消防站的物资。 |

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效考核的主要指标，与年度安全奖挂钩。公司通过制定合理的考核指标，对关键指标如事故发生数、事故隐患发生数、安全生产合规率（含职业卫生）、特种设备合规率等进行考核。

同时，公司实行严格的考核办法，包括每周巡查、每月检查、季度抽查、月度评价、半年考

核、年终奖励，并对年度优秀和良好的予以奖励。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。

安全生产管理考核机制

- 公司人力资源部及下属安保科、各实体办公室均开展安全生产管理考核，每发生一次安全生产管理问题，扣绩效总分 10 分。
- 将安全生产作为附加考核项加入生产厂、生产部考核：全年无事故，则奖励；发生事故则取消奖励，并扣减绩效；如出现损失超过 1 万的安全事故，取消生产部长及车间主任安全生产奖。

公司坚持以“安全第一，预防为主，防治结合”的方针，依据《中华人民共和国消防法》并结合实际情况制定《消防安全管理制度》，全面做好防火、灭火等消防工作。由人力资源部安保科负责相关工作，并执行三级灭火梯队预案。2023 年，公司消防设施完好率 100%，消防工作实际完成 100%。

三级灭火梯队预案

| | |
|----------------------|--------------------------|
| 员工（第一发现者） | 熟悉本单位安全风险及火灾特性、了解本单位消防器材 |
| 下属部门和单位微型消防站或义务消防队人员 | 操作消防器材，扑救初期火灾 |
| 公司义务消防队 | 3 分钟内出警 |

2023 年，公司共举办 9 次应急演练，包括特种设备应急使用、人员逃生、人员抢救、灭火器灭火、消火栓灭火等演练内容。



电商仓库应急演练



连锁二公司应急演练

职业健康保护

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》等相关法律法规，制定了《职业健康管理制》，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，确保员工在劳动过程中的健康与安全。2023年10月，公司组织开展职业卫生知识培训，切实提高员工职业健康保护意识。

| | |
|-------------|---|
| “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。 |

3.3 员工权益保护

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。

劳动者权益

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，通过多种形式和渠道，如《员工手册》、人员合同、集体协商协议、职代会等，明确招聘制度和用工制度，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。

在招聘方面，公司秉承“公开、公平、公正”的原则，采取双向选择，择优招聘录用，避免任何形式的歧视行为。公司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予员工不同待遇，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。

薪酬与福利

公司制定了《红豆股份薪酬绩效管理制度》，坚持以岗定薪原则，根据岗位价值、公司效益、员工工作业绩、能力素质，同时参考同行业、地区工资水平、物价水平等因素，遵循竞争性、激励性和公平性的原则确定员工薪酬，充分激发员工积极性、主动性及创造性。

| | |
|--------------------|--|
| <p>薪酬薪金</p> | <p>公司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。责任工资制由基本工资、岗位工资、责任工资构成；岗位绩效工资制由基本工资、岗位工资、绩效工资构成；提成工资制由基本工资、岗位工资、业务提成构成。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。</p> |
| <p>福利补贴</p> | <p>公司建立健全《红豆股份薪酬绩效管理制度》，设置各类专项补贴，包括用以吸引优秀人才的学历补贴、用以提高员工专业技术能力的技术补贴、用以关怀党务工作者的党务补贴、用以鼓励员工长期贡献的年功工资，以及用以缓解北上广深员工生活压力的区域补贴等。</p> |
| <p>股权激励</p> | <p>公司倡导与个人共同持续发展的理念，为有效调动管理者和员工的积极性，切实增强核心团队凝聚力和企业核心竞争力，公司针对高管层设置股权激励方案。其中，短期激励指标包括门店总数、重点产品销售量、资产收益率、员工满意度、关键岗位流失率等；长期激励指标包括销售额、利润额等。</p> |

招聘与流失

根据公司战略方向与业务工作任务，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，配称战役落地，制定中长期人才规划。

公司积极识别人力资源风险，并划分为三个等级，分别开展对应风险管控工作。其中，劳动纠纷、人才空缺和人才流失风险作为一级风险；人岗不匹配作为二级风险；薪酬福利公平性作为三级风险。针对不同层级的人力资源风险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。

部门负责人负责员工满意度管理，积极关注员工的学习成长与发展，为企业培养优质人才并留住优秀人才。公司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，并从薪酬福利、团队建设等方面采取措施，提高员工满意度。同时，我们通过公司会议、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。

为保障员工稳定性，降低流失率，公司针对过年留岗及节后外地返岗的生产职工，积极制定相关激励政策以保障外地员工的稳定性。2023年，公司外地生产工人返岗率超过95%。

沟通与申诉

公司充分尊重和保障员工知情权和监督权，建立了多渠道、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、办公场所公告栏等多种方式，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。2023年4月20日，公司召开职工代表大会，组织选举第九届监事会职工代表监事，并予以公示。

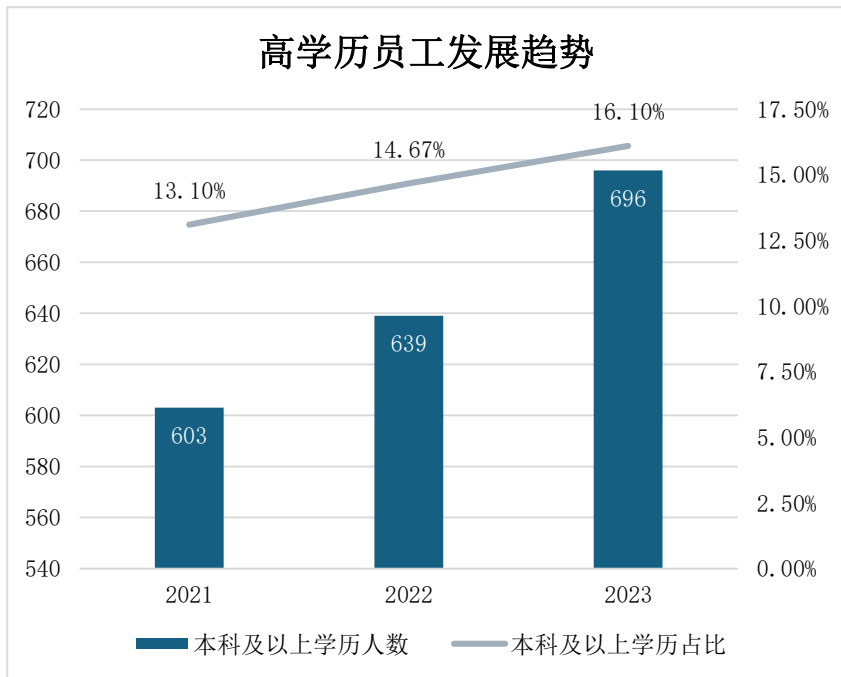
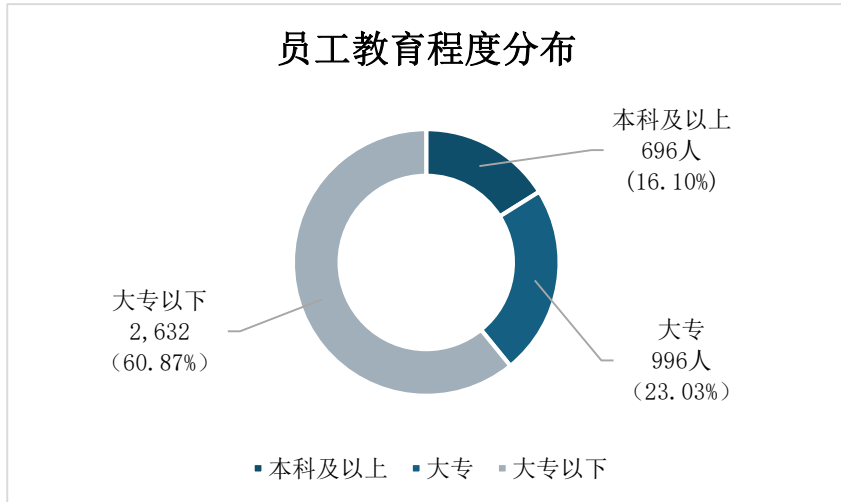
| | |
|-------------|--|
| <p>日常沟通</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 丰富内部沟通形式，包括入职前沟通、试用期满沟通、季度绩效结果反馈沟通、高层沟通、离职沟通等。 • 通过表彰大会、部门例会、视频会议等形式，传递公司精神、指令信息。 • 公司管理层每周深入生产一线，了解门店和员工状况，发现并解决一线问题。 • 每年年末开展科员、职工满意度调查，通过深入分析，抓取员工迫切期望改善的问题，例如福利待遇、团队活动等。 • 在车间、食堂等地设置总经理、工会信箱，接受员工的投诉和意见；在各个车间设置“回音壁”，员工如有任何意见建议均可张贴，由单位负责人每周予以回复。 |
| <p>专项沟通</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 2023年1月12日，组织召开职工代表大会，商讨工资分配、劳动安全卫生、女职工特殊保护、职业病保护等事项。 • 公司每年的挖潜月期间，鼓励员工立足岗位积极提出合理化建议。 |



员工沟通座谈会

人力资源结构

截至 2023 年末，公司共拥有员工 4,324 人，其中：硕士及以上 45 人，本科 651 人，大专 996 人，大专以下 2,632 人。本科及以上学历人员占比 16.10%，其中高级人才 45 人，占比 1.04%，较去年有所提升。公司人才队伍向高学历和年轻化趋势发展。



3.4 培训与职业发展

公司秉承着“尊重人、发展人、成就人”的人才理念，致力于为员工提供良好的事业发展平台。公司构建了科学的人才管理体系，开展员工选拔、培养和留用等工作，将人才视作公司最关键的资源，关注员工的健康安全、权益福祉，积极激发员工潜能、创造性和积极性，实现企业与员工共成长、同发展的双赢。

丰富培训体系

公司成立智慧零售学院负责培训工作的开展，旨在提升员工的业务技能和绩效水平。公司建立了一整套以《红豆男装内部培训管理流程》为核心的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 16 项标准化制度，为培训工作的开展奠定基础制度保障。

同时，公司建立了讲师体系、项目班体系、课程体系三大体系，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，针对性地开展培训工作。

| | |
|---------------------|--|
| <p>讲师体系</p> | <p>讲师是培训实施的重要资源，公司从业务角度出发，从选育用留四个方面搭建讲师体系。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、传统电商系、智能生产系和信息化系 6 大系的讲师，共聘用内外部讲师 84 名。其中内部讲师均来自各领域业务骨干，每年进行 TTT（Training The Trainer）培养以提升内部讲师的授课能力，并进行年度考核评级，确保讲师队伍的持续优化。</p> |
| <p>项目班体系</p> | <p>智慧零售学院根据关键岗位的职责和胜任力，搭建了关键岗位的学习地图，形成从初级、专业技能学习、管理提升三个层级的项目班培养体系，覆盖门店店长、职业店长、大区经理、拓展专员、陈列人员、数据分析人员、直播人员等岗位。同时，公司开展了店员项目班、组织业务条线店员、店长、大区经理、拓展、陈列等岗位的在线直播培训、线上专题学习以及后台科员提升培训等活动。截至 2023 年末，公司共开展店员项目班 207 期，累计培养 8,786 人；开展店长项目班 124 期，累计培养新店长 2,311 人。</p> <p>基于战略专业与业务发展的需要，公司重点开展后备人才培养工作，包括后备总监培养、中层干部班、521 人才梯队等项目。选拔优秀骨干人才参与 521 人才梯队项目，通过线上线下混合式学习模式提升管理能力和职业素养，依托师徒制带教促进梯队人才成长，制定行动改进计划和培训设定淘汰机制，不断优化梯队人才，确保人才池不断为公司培养和输出中高层管理人才。</p> |
| <p>课程体系</p> | <p>根据业务需求，重点关注业务难点、优秀经验和基础知识技能三个方面进行课程开发。公司鼓励内外部讲师开发课程，并给予相应的物质激励。截至 2023 年末，公司已建立通用课程、专业课程和领导力课程三个层级的课程体系，覆盖 19 个关键岗位，相关课程达到 514 门。同时，公司积极开展优秀经验分享传播，建立相关知识案例库，并通过线上线下渠道分享，累计开发案例达到 790 个。</p> |



店长美学穿搭培训



视频拍摄实操培训



员工日常提升学习会



拓展人员培训

公司积极推广员工线上培训平台，鼓励员工利用碎片化时间，通过超级导购、钉钉、企业微信等平台参与读书分享、经验分享、微课程学习、直播讲座以及在线自学等培训活动。人力资源部根据各岗位实际技能需求，制订并实施相应的培训计划，并对培训结果进行评估和跟踪。同时，为每位员工建立培训积分卡，建立完整的培训档案，确保培训效果的持续跟进和记录。

针对新入职员工，公司采取新员工入职培训、户外拓展和轮岗实习等多种方式，帮助员工熟悉公司业务及流程，培养储备人才。



公司新员工培训班

| 指标 | 单位 | 2023年 |
|-----------|----|--------|
| 员工培训场次数 | 场 | 238 |
| 员工参与培训人次 | 人次 | 50,111 |
| 员工培训授课总课时 | 小时 | 407.5 |
| 员工培训课程开发数 | 项 | 34 |
| 员工培训案例开发数 | 项 | 143 |

促进职业发展

公司重视员工的长远发展与持续培养，积极实施 521 人才梯队计划，持续建设并完善人才晋升机制，建立科学的职业发展体系，为员工搭建管理与专业双向发展通道。公司根据业务发展需求，设置了管理序列、研发序列、运营序列、销售序列等四大序列，针对不同序列设计相应的晋升路径，完善职位序列管理模式。同时，公司采取“线下+线上”结合的方式，向员工清晰介绍职业发展体系，帮助员工明确职业发展前景。



521 人才梯队项目 演讲技巧培训

关怀员工生活

公司尊重和关心广大员工，从员工的生活和需求出发，对于员工新婚、生育及陪产、独生子女情况均发放津贴，并给予职工合理的疾病慰问关怀。在女性员工保护方面，公司设立女职工委员会，专门负责维护女性员工权益。

此外，公司积极开展丰富多样的员工关怀活动，与员工携手打造充满活力和创新氛围的职场环境。2023 年 4 月，公司荣获由无锡市总工会授予的五一劳动奖状。



公司获得五一劳动奖状

主要员工关怀措施

| | |
|--------|--|
| 改善工作环境 | <ul style="list-style-type: none"> • 公司持续致力于改善工作环境，并为员工提供舒适的用餐环境，实施严格的食品安全监控，保障员工的饮食健康。 • 为提倡员工注重工作与生活的平衡，职工之家开设员工健身房和瑜伽室。 • 切实关心员工，针对员工的需求，积极帮助员工解决子女上学问题。 • 持续与“我主良缘”合作，组织单身青年参与公益性相亲活动。 |
| 关爱女性员工 | <ul style="list-style-type: none"> • 公司高度关注女性员工的权益保障，致力于提高女性员工的归属感和幸福感。 • 2023年3月，举办“红豆舒适男装 让世界因你而发光”三八妇女节主题活动，并为赠送女性员工鲜花及精美小礼品。 • 2023年6月，公司举办“纺织之光·红豆爱益行”关爱职工活动，为女职工发放护肤品，覆盖3,134人次。 |
| 关爱困难员工 | <ul style="list-style-type: none"> • 设有慈善救助帮扶机制，每年开展2次救助帮扶工作。 |
| 开展文娱活动 | <ul style="list-style-type: none"> • 通过劳动技能大赛、知识竞赛、篮球赛、十佳歌手、主题徒步等多样化活动丰富员工生活，舒缓工作压力。 |



三八妇女节主题活动



“纺织之光·红豆爱益行”活动

3.5 支持社会发展

促进就业

公司响应国家“稳就业”的民生政策，坚持“不裁员、不降薪”的原则，积极参与本地就业相关行动，与职业技术学校建立校企合作关系，为社会各界人士及在校大学生创造就业机会。

公司积极参与无锡人社局组织的促进就业春风行动，前往湖南、云南、江西等地招聘服装产业工人；与各属地高校联合举办招聘会，包括江南大学、南京信息工程大学滨江学院、无锡太湖学院、无锡商业职业技术学院等；与相关方联合举办2023年iCAN“红豆杯”创新营销挑战赛，通过教练指导、产品培训和决赛等环节，为大学生创业创新提供支持。2023年，公司共开展校园招聘56场。



公司校园招聘会场



2023年 iCAN“红豆杯”创新营销挑战赛

产业发展

随着互联网的进步和数字时代的全面到来，公司积极打造市级直播电商基地，累计装修2,069平方米的建筑面积，打造12间直播间，并配称227平方米的培训中心和652平方米的选品中心，支持当地直播业务的发展。

报告索引

| 内容章节 | | GRI2021 标准内容指标 | 上交所上市公司自律监管指引第1号——规范运作 |
|------------------|-------------|---|--|
| 关于本报告 | | 2-2, 2-3, 2-4 | 8.1, 8.5 |
| 董事长致辞 | | 2-11, 2-22 | 8.6 |
| 关于我们 | | 2-1, 2-6 | — |
| 战略与管理 | | 2-6 | 8.3 |
| 一、治理篇： 稳健创造价值 | 1.1 公司治理 | 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-13, 2-19, 2-20, 2-24, 2-25 | 8.3, 8.7 |
| | 1.2 内控与合规 | 2-26, 2-27, 205-1, 205-2, 206, 417-1 | 8.2, 8.3 |
| | 1.3 研发与创新 | 203-1 | — |
| | 1.4 智慧化建设 | 203-1 | — |
| | 1.5 供应链管理 | 308-1, 308-2, 414-1 | 8.1, 8.8-7 |
| | 1.6 ESG 管理 | 2-15, 2-29, 3-1, 3-2 | 8.1, 8.3, 8.8-7 |
| 二、环境篇： 迈向绿色未来 | 2.1 可持续的产品 | 301-2, 301-3 | 8.1, 8.8-3 |
| | 2.2 全面环境管理 | 302-4, 302-5, 303-4, 303-5, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5 | 8.3, 8.6-1, 8.8-1, 8.8-2, 8.8-3, 8.8-4, 8.8-5, 8.8-6, 8.9-1, 8.9-4, 8.9-5, 8.9-6, 8.11 |
| | 2.3 原材料管理 | — | 8.1, 8.3 |
| | 2.4 化学品管理 | — | 8.1, 8.8-2, 8.11 |
| 三、社会篇： 携手共向美好 | 3.1 产品质量与服务 | 416-1, 416-2 | 8.1, 8.6-1, 8.13-1, 8.13-2, 8.13-4 |
| | 3.2 职业健康安全 | 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-6, 403-7, 403-8 | 8.3, 8.6-1, 8.13 |

| | | | |
|--|-------------|---------------------------------|---|
| | 3.3 员工权益保护 | 2-7, 401-1, 401-2, 401-3, 405-1 | 8.3, 8.6-1, 8.7, 8.14-1, 8.14-2, 8.14-4 |
| | 3.4 培训与职业发展 | 403-5, 404-1, 404-2 | 8.3, 8.14-3 |
| | 3.5 支持社会发展 | 203-1, 413-1 | 8.1, 8.3 |
| | 报告索引 | 102-55 | — |
| | 信息反馈 | 102-53 | — |

读者反馈

您好！感谢您阅读本报告。为了不断改进我们的环境、社会及治理（ESG）工作和 ESG 信息披露水平，我们特别希望倾听您的意见和建议。请您协助完成反馈意见表中的相关问题，并选择以下方式反馈给我们：

邮寄：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

您的信息

姓名：_____

工作机构：_____ 职位：_____

联络电话：_____ 传真：_____ 电邮：_____

选择题（请在相应位置打√）

| | |
|-----------------------------------|---|
| 1. 本报告全面、准确地反映了红豆股份对经济、社会、环境的重大影响 | <input type="checkbox"/> 很好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 |
| 2. 本报告对利益相关方所关心问题的回应和披露 | <input type="checkbox"/> 很好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 |
| 3. 本报告披露的信息、指标、数据清晰、准确、完整 | <input type="checkbox"/> 很好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 |

开放性问题

1. 您认为本报告最让您满意的方面是什么？
2. 您认为还有哪些您需要了解的信息在本报告中没有反映？
3. 您对我们今后开展环境、社会和治理（ESG）工作和编制报告有何建议？