

海澜之家股份有限公司  
2018 年度社会责任报告



二零一九年三月

## 目录

关于本报告 .....	3
一、公司概况 .....	4
(一) 公司简介 .....	4
(二) 公司发展战略 .....	4
(三) 2018 年度主要荣誉 .....	4
二、股东和债权人权益保护 .....	5
(一) 完善公司治理, 规范公司运作 .....	5
(二) 积极回报股东, 坚持现金分红 .....	5
(三) 实施股份回购, 增强投资者信心 .....	6
(四) 加强信息披露, 管理投资者关系 .....	6
(五) 稳健诚信经营, 保护债权人权益 .....	7
三、员工权益保护 .....	7
(一) 严格推行职业安全管理, 保障员工健康安全 .....	7
(二) 合理规划薪酬培训体系, 提升员工岗位技能 .....	8
(三) 努力营造和谐企业氛围, 提升员工归属感 .....	8
四、供应商客户权益及消费者权益保护 .....	9
(一) 加强供应商管理, 保证供应商合法权益 .....	10
(二) 继续深入市场营销, 有效提高客户忠诚度 .....	10
(三) 不断完善服务管理, 切实维护消费者权益 .....	10
五、保护环境及可持续发展 .....	11
(一) 树立环保意识, 推进企业可持续发展 .....	11
(二) 践行绿色使命, 促进社会和谐发展 .....	11
六、勇担责任服务社会 .....	12
(一) 履行纳税义务 .....	12
(二) 创造就业机会 .....	12
(三) 参加社会公益活动 .....	12
七、展望 .....	13

## 关于本报告

本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

### 报告简介

本报告是海澜之家股份有限公司（以下简称“公司”或“海澜之家”）发布的第二份社会责任报告，反映了 2018 年公司社会责任的履行情况，披露了公司在股东及债权人权益保护、员工权益保护、供应商客户权益及消费者保护、环境保护及社会公益事业方面所履行社会责任的实践及绩效。

### 报告范围

组织范围：海澜之家股份有限公司及其下属机构。

时间范围：2018 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日，部分内容超出上述范围。

### 编制依据

本报告参考中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR4.0）》，同时满足上海证券交易所《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》、上海证券交易所《关于做好上市公司 2018 年年度报告披露工作的通知》等。

### 数据来源

本报告披露的财务数据来自 2018 年年度报告，其他数据来自公司内部统计。

### 审议程序

本报告经公司 2019 年 3 月 28 日召开的第七届董事会二十四次会议、第七届监事会第十五次会议审议通过。

### 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](http://www.sse.com.cn)）和公司网站（[www.hla.cm.cn](http://www.hla.cm.cn)）查阅获取。

## 一、公司概况

### （一）公司简介

海澜之家股份有限公司位于江苏省江阴市新桥镇，成立于 1997 年，2000 年在上海证券交易所挂牌上市，股票代码 600398，是一家主要从事品牌管理、供应链管理、营销网络管理的大型消费品牌运营平台公司。公司旗下拥有包括男装、女装、童装、职业服及家居等品牌，产品涵盖男装、女装、童装、配饰及家居等，具有高性价比、品类丰富、符合大众消费需求的特点。

公司凭借“平台+品牌”的经营模式，通过打造产业链战略联盟、构筑优质的营销网络，让每一位消费者尽享物超所值的产品和服务；通过对加盟店的类直营管理，实现门店统一管理和快速扩张；通过以共赢的理念整合服装产业链资源，带动整个产业链经营的良性循环，产业链各方承担有限风险，有效化解经营风险，最大化的创造价值。

近年来，公司通过强化对市场、行业形势的预判和分析，紧紧抓住经济发展和消费升级的机遇，围绕时尚服饰主业，打造生活消费类多品牌管理平台；以服装产业为核心，以市场需求为导向，以信息技术为支撑，推进多品牌策略、多品类开发、全渠道布局，促进管理型平台的运营，进一步壮大产业规模，提高市场占有率。截至 2018 年 12 月 31 日，公司的总资产为 295.91 亿元，归属于母公司股东所有者权益为 129.58 亿元，在国内外拥有店铺共计 6673 家（不含男生女生门店）。

### （二）公司发展战略

公司将坚持“包容、创新、共赢”的价值观，凭借“平台+品牌”的经营模式，打造产业链战略联盟、构筑优质的营销网络。公司将充分发挥公司在品牌管理、门店管理、产品设计、销售渠道建设及供应链管理方面的优势，集中资源强化公司综合管理平台的的服务能力，并以平台为基础，通过产品线与品牌线的延伸，辐射更广泛的时尚产业，将公司打造成为生活消费类多品牌管理平台。

### （三）2018 年度主要荣誉

奖项	评奖机构
----	------

BrandZ2018 最具价值中国品牌 100 强	WPP 集团
中国 500 强	《财富》
2017 中国服装上市公司市值排行榜 100 强	中国服装网
2017 沪深上市公司商标品牌价值排行榜第 26 名	中国人民大学中国商标品牌研究院
最具社会责任上市公司奖	《每日经济新闻》
2018 资本市场年度责任之星	《经济观察报》

## 二、股东和债权人权益保护

### （一）完善公司治理，规范公司运作

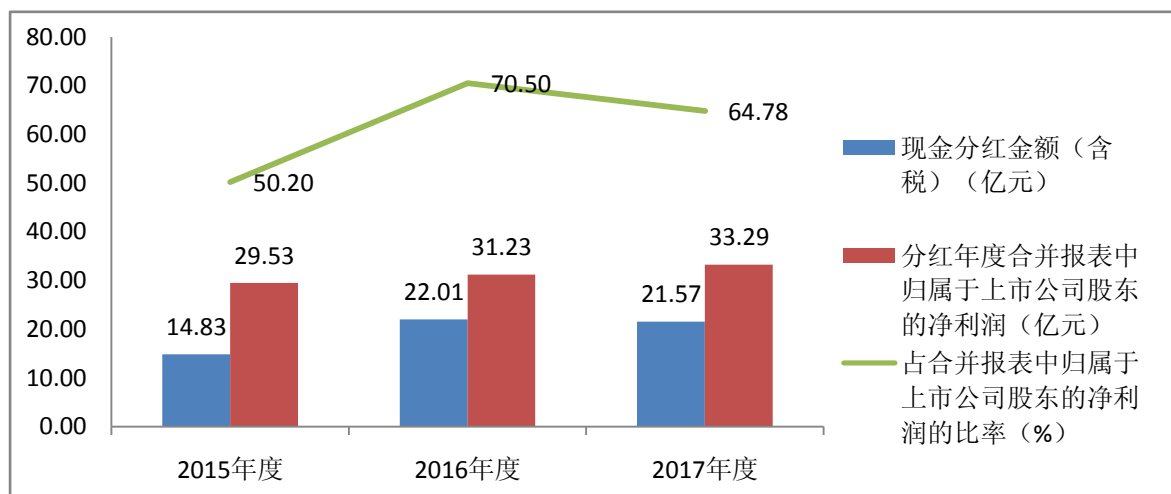
公司严格按照《公司法》、《上市公司治理准则》、《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规的相关要求，结合公司实际情况，通过修订《公司章程》等形式进一步完善法人治理结构、优化内部控制制度，确保公司各项管理有法可依、有章可循，形成健全、有效、透明的公司治理环境。

2018 年，公司召开股东大会 2 次、董事会 13 次、监事会 9 次。公司股东大会、董事会、监事会、经营管理层及独立董事之间权责明确、各司其职，依法行使各自的决策权、执行权和监督权，确保公司内部控制与外部监督之间既相互制约又相互协调，为公司重大决策的有效执行和日常经营的规范运转提供了保障。

### （二）积极回报股东，坚持现金分红

公司现行的《公司章程》及《未来三年股东回报规划（2017-2019 年）》对公司的利润分配作出了制度性安排，对分红原则、分红条件、分红比例以及决策机制等做出了明确的规定。公司已经建立了对投资者持续、稳定、科学和透明的分红回报机制，保证利润分配的连续性和稳定性，充分保护股东、特别是中小股东的合法权益。公司 2015 年至 2017 年累计现金分红（含税）58.41 亿元，占该三年归属于上市公司股东的年均净利润的 186.31%。公司 2018 年度利润分配预案为：拟以 2018 年度利润分配实施股权登记日扣除届时回购专户上已回购股份后的股份余额为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 3.80 元（含税），剩余未分配利润结转至下一年度。本年度不进行资本公积金转增股本。该分配方案尚需经公司 2018 年年度股东大会审议通过后方

可实施。



公司 2015 年度-2017 年度分红

### （三）实施股份回购，增强投资者信心

基于对公司未来持续稳定发展的信心和对公司价值的认可，结合公司财务状况、经营情况和未来发展战略，公司制定了《未来五年（2018-2022 年）回购公司股份规划》，未来五年内（2018-2022 年）公司每年以不低于预案发布前一会计年度经审计的归属于上市公司股东的净利润（以下简称“审计净利润”）的 20% 且不超过审计净利润的 30% 的资金回购公司股份，以增厚股东回报、增强投资者信心，实现公司持续、健康、长远发展。

《未来五年（2018-2022 年）回购公司股份规划》及《关于以集中竞价交易方式回购股份预案（第一期）的议案》获 2018 年第一次临时股东大会审议通过。公司已开启第一期股份回购的实施工作，截止 2018 年底，公司通过集中竞价交易方式累计已回购股份数量为 3,220,500 股，约占公司总股本的 0.07%，支付总金额为 27,282,012.31 元（不含交易费用）。

### （四）加强信息披露，管理投资者关系

公司严格按照《上市公司信息披露管理办法》、《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规的要求，充分履行信息披露义务，保证信息披露内容的真实、准确、完整，确保信息披露的公开、公平、公正，切实维护社会公众股东的合法权益。2018 年，公司发布定期报告 4 份、带编号的临时公告 57 份，及时向广大投资者传递公司的经营情况、财务状况等重要信息。公司的信息披露工作评价结果已连续四年被上海证券交易所

所评为 A。

为增进投资者对公司的了解和认同，除日常信息披露工作外，公司还通过电话、传真、电子邮件、接待投资者来访等方式与投资者进行沟通与交流，促进公司和投资者之间建立长期、稳定、相互信赖的关系，形成良性互动。2018 年，公司召开股东大会 2 次、举行网上路演 1 次，在上证 E 互动平台上回复投资者提问 86 次，通过多种渠道听取投资者的意愿，解答投资者关心的问题。

#### （五）稳健诚信经营，保护债权人权益

公司奉行稳健、诚信的经营精神，高度重视债权人权益保护，建立健全资产管理和资金管理制度，加强资金预算管理和财务风险控制，保障资产和资金安全。公司严格按照信贷合同的规定使用贷款资金并如期偿还本金及利息，未出现逾期还款或拖欠本息的现象，及时履行了债务人责任与义务。

2018 年，公司完成了 30 亿元可转换公司债券（以下简称“可转债”）的发行与上市，公司主体与相关债项及 2018 年跟踪信用评级结果均为“AA+”，评级展望均为“稳定”，体现了公司良好的信用水平及较强的偿付能力。在可转债发行过程中，公司充分披露了公司经营情况及可转债相关的投资风险；在可转债成功发行后，公司在实施回购股份的同时严格按照相关规定通知了全体债权人，并及时发出了召开债券持有人会议的通知，充分保护了债权人的合法权益。

### 三、员工权益保护

公司始终坚持“以人为本”的价值观，严格遵照《劳动法》、《劳动合同法》等相关法律法规，在保障员工各项合法权益的同时高度重视员工的发展，为员工提供了安全的工作环境、完善的职业培训机制、丰富的业余文化生活，促进员工不断成长。

#### （一）严格推行职业安全管理，保障员工健康安全

公司在日常生产经营中全面推行安全生产管理，落实安全管理制度，加大安全生产检查力度，及时排查安全生产隐患，为员工创造安全的工作环境。公司通过对员工进行安全生产的教育和培训，熟悉相关岗位的安全生产规章制度和技能，并针对特种作业人员定期开展安全资格证的取得与复审培训，提高员工的安全意识，预防和减少

各类安全生产事故的发生，保障公司财产及员工生命安全。

公司关注员工的健康与安全，严格遵守国家《职业病防治法》等法律法规，认真贯彻落实国家安监总局等上级主管部门的工作要求，扎实做好职业健康管理工作。公司多年来一直有效运行 OHSAS18001 管理体系，积极落实各部门主体责任，强化职业病危害源头控制，切实保障员工的职业健康权益。

## （二）合理规划薪酬培训体系，提升员工岗位技能

公司始终坚持“以人为本”的理念，注重员工的权益保护，为贯彻员工同工同酬、能者多得、劳资两利，并进一步达到公平公理的原则，不断完善绩效薪酬制度，采用管理岗位年薪制、考核制，一线岗位产量工分制的方式结算员工薪资。灵活的考核激励方案，更多的将个人所得与业绩结果挂钩，使员工与企业利益共享，提高用人的市场化水平和竞争力，以利于吸引人才、留住人才、激励人才。

公司在培训和培养的基础上，围绕人才发展建立健全企业内部晋升和发展机制，根据员工实际工作需要和业务发展要求，分别制定适合中高层管理人员、专业设计人员、门店营销人员等不同群体的员工培训计划，通过内部讲师培训、外聘专业讲师培训、高等院校定向培训、团队拓展训练等多种有效形式，扩宽员工职业发展，提升员工职业技能。



安全检查&拓展训练

## （三）努力营造和谐企业氛围，提升员工归属感

公司给员工提供了宿舍、公寓楼，在生活区内设有图书馆、健身房、乒乓球室、篮球场、羽毛球场等，快乐舒适的生活环境让员工可以在工作之余尽情地放松身心，



提升员工归属感。2018 年，公司举办了新年音乐会、戏曲、中秋晚会等一系列不同形式的文化活动，让艺术走进生活；为了关爱女员工身心健康，公司每周组织单位女员工跳广场舞，既锻炼了身体、放松了心情，又很好的对外展示了公司女员工的形象。此外，公司还举办了海澜时装周、服装设计大赛等活动，增强员工的团结协作、拼搏进取、蓬勃向上的精神，促进员工的身心健康。



公寓楼&新年音乐会



广场舞&海澜时装周

#### 四、供应商客户权益及消费者权益保护

公司作为一家主要从事品牌管理、供应链管理、营销网络管理的大型消费品牌运营平台公司，深刻理解上下游协同发展的关系。公司重视与客户和供应商建立长期战略合作伙伴关系，并充分尊重和保护客户和供应商的合法权益。

### （一）加强供应商管理，保证供应商合法权益

公司在对产品生产过程进行把控，保证供应商严格执行生产工艺流程和质检制度的同时，建立了公平、公正的供应商评估体系，为供应商创造良好的竞争环境。公司根据供应商所发货品的次品率、交期、客诉等信息对供应商进行管理和更新，评定年度优秀供应商，激励供应商积极提升产品质量，为消费者提供更高性价比的产品。公司严格遵守并履行合同约定，以保证供应商的合理合法权益。2018 年，公司荣获全国标准化技术委员会颁发的“2018 年度全国服装标准化技术委员会标准化工作特殊贡献奖”。



优秀供应商颁奖典礼&标准化工作特殊贡献奖

### （二）继续深入市场营销，有效提高客户忠诚度

公司以消费者需求为导向，紧紧围绕销售目标，开展各品牌的市场销售工作。公司完善的制度、精细化的管理、优质的服务，有效的提高了客户的忠诚度，与客户建立了长期合作的伙伴关系。在职业服的销售中，公司严格按照各客户单位的招投标细则准备招投标的相关文件，严格遵循招投标流程，中标后按照中标条件为客户定制让客户满意的产品，维系在客户中的良好口碑。

### （三）不断完善服务管理，切实维护消费者权益

公司除了在售前严格把控产品质量外，不断完善售中和售后的服务管理，针对消费者的个性化消费需求，积极推进线上下单、就近门店发货的 O2O 模式，为客户提供线上线下无缝服务体验；公司还设立了 400 客服热线，对消费者诉求做到即时处理，切实维护消费者的权益，提升消费者满意度。

公司在 2017 年“第八届全国售后服务评价活动”中，荣获“全国售后服务行业十



佳单位”称号；2018 年获得“全国市场质量信用 A 等用户满意产品”、售后服务五星级认证证书及 CTEAS 售后服务体系完善程度七星级（卓越）认证证书。



用户满意产品&售后服务五星级认证证书&七星级（卓越）认证证书

## 五、保护环境及可持续发展

公司秉承可持续发展理念，重视并倡导绿色环保，积极落实节能降耗活动，以尽可能少的资源消耗和环境占用创造最大的经济效益和社会效益。

### （一）树立环保意识，推进企业可持续发展

公司牢固树立“绿水青山就是金山银山”的理念，把绿色发展贯穿到企业生产全过程。生产上，抓好生产全过程，加强对生产用料的管理，对各部门的面辅料耗用都进行数量控制，实施重点考核，充分利用各种资源，杜绝浪费；管理上，推行电子化办公理念，对办公用纸采用节约使用、重复使用的措施，减少纸张能耗；倡导随手关灯，并通过更换声控、感应等节能设备，以达到节能降耗的目的，推进企业可持续发展。

### （二）践行绿色使命，促进社会和谐发展

公司认真贯彻落实国家和政府的环境保护及节能减排政策，践行绿色使命，走可持续发展之路。公司优选节能降耗的设备，采用新技术、新工艺改善工作环境和生活环境，持续不断的对周边及厂区的环境进行整治，并取得了一定的成效，2018 年荣获绿色环保示范企业。

## 六、勇担责任服务社会

公司认真履行纳税义务，积极响应国家号召，依托自身产业优势带动当地就业；参加各类社会公益活动，履行上市公司责任，传播正能量，共同维护社会的和谐稳定。

### （一）履行纳税义务

公司把依法纳税作为履行社会责任、回馈社会的最基本要求。长期以来，公司以依法经营、诚信纳税为荣，严守各项税收法律法规，依法履行纳税义务，及时、足额缴纳国家税款。

### （二）创造就业机会

在服装行业整体需求弱复苏的背景下，公司继续以服装产业为核心，不断壮大产业规模，创造就业机会。2018 年公司在河南杞县成立了“杞县圣凯诺服饰有限公司”，现已开始投产。截至 2018 年末，公司员工总数为 17,994 人，在职员工人数较去年同期增长 14.93%。另外，公司通过间接的方式，为供应商、门店提供了 10 多万个就业岗位。

### （三）参加社会公益活动

公司在积极创造经济价值的同时也努力承担社会责任，组织各类社会公益活动，鼓励全体员工主动回馈社会，参与各种形式的捐资、义工、便民活动，以支持各项慈善事业。

#### 1、“多一克温暖”

“多一克温暖”是公司联合中国社会福利基金会“暖流计划”公益基金、网易平台于 2014 年共同发起的大型公益项目。五年来，“多一克温暖”行动已遍布 19 个省、200 余个地区，上千所学校，为偏远山区的老师和孩子们切实地送去了温暖。2018 年，“多一克温暖”全面升级，在为山区送去冬衣的同时，也汇聚多方力量，将艺术、文化、体育等精神层面知识融入到公益中来，公司携手网易新闻，联合中国大学 MOOC 在线上线下孵化打造“多一克温暖课程平台”，希望能够切实解决偏远山区师资力量匮乏的问题。



## 2、关爱孤寡老人

敬老爱老助老是我国传统美德，更是公司爱心帮扶志愿队一贯秉持的道德信仰。多年来公司爱心帮扶志愿服务队一直秉承“关爱老人，奉献爱心”的光荣传统，坚持把爱心和温暖送到老人们的心坎上，多次走进新桥敬老院。今年重阳之际，带领新桥镇敬老院老人参观游览海澜飞马水城，以实际行动关爱老人。今后，公司将继续加强与敬老院的沟通，关爱孤寡老人。



重阳敬老主题活动

## 七、展望

2019 年，公司将继续稳步提升业绩，为股东创造价值；将继续加强与投资者沟通工作，确保信息披露工作及时、准确、真实、完整；将加大员工关爱力度，完善薪酬体系，发挥薪酬激励作用；将继续推进绿色环保和节能降耗工作，探索绿色、环保、可持续发展模式；将继续做公益行善的实践者和传递者，积极履行社会责任，为社会、经济、环境的和谐发展贡献更大的力量。