

2022

年度社会责任报告

C O R P O R A T E S O C I A L R E S P O N S I B I L I T Y R E P O R T



2023.04

关于本报告

About This Report

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2022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》结合公司在履行社会责任方面的具体情况编进行编制，时间跨度为2022年1月1日至2022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。

报告目录

Contents

第一章：关于公司

- 公司简介 5 · 品牌介绍 7
- 发展历程 6 · 企业文化 8

第二章：公司治理

- 健全组织架构，规范公司治理 10
- 规范信息披露，公司运作透明化 11
- 加强投关管理，认真聆听声音 11

第三章：公司产品

- 研发设计 13
- 保持较高的研发设计水准，
不断为消费者创造新的价值 14
- 多元化营销 14
- 持续推进数字化应用及信息化改革 17

第四章：共生是提升企业持续成长的要因

- “以消费者为中心” 保护消费者权益 19
- 稳定现金分红，股份回购注销，
大额回购股份，持续回报股东 20
- 供应商的开发与管理 20
- 债权人利益保护 21
- 持续完善服务体系，与客户建立和谐发展的关系 21

第五章：团队是企业发展的保障

员工权益 23

- “欣引力”——感恩节家庭日 24
- 规范生产流程，杜绝安全事故 24
- 人才森林计划，助力员工成长 25

员工关怀 26

- 依法维护职工权益，构建和谐劳动关系 27
- 供应链关怀 28

第六章：共筑和谐社会

社会责任管理 30

- 喜迎二十大，热血践初心
 - （一）社会责任理念
 - （二）社会责任的沟通与回应
- 公益荣誉 31
- 环境保护 32

第七章：展望2023

关于公司

Chapter 01

公司简介 5 发展历程 6
品牌介绍 7 企业文化 8



ABOUT XINHEE

公司简介

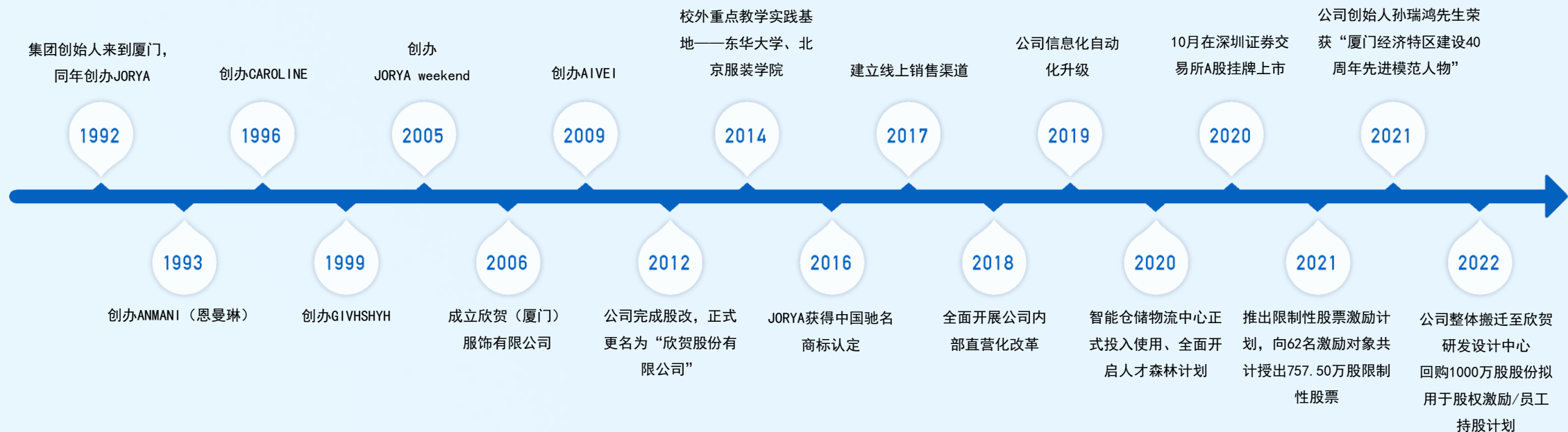
XINHEE Production

欣贺股份有限公司（以下简称“公司”）成立于2006年，主营JORYA、JORYA weekend、ANMANI（恩曼琳）、CAROLINE、AIVEI、GIVH SHYH等多个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余年历史，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、线下累计粉丝数超过700万，在除西藏以外的全国各省、直辖市以及台湾、澳门设有销售门店506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超400人，员工总数近5000人，公司创始人、品牌创意总监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。2022年公司研发设计投入近8,000万元，同比增长8.19%，全年累计推出超过8,000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

Developing Process



品牌介绍

Brand Introduction



JORYA / 极致优雅，精致JORYA

JORYA品牌创立于1992年，秉持“极致优雅，精致JORYA”的品牌宗旨，定位国内高端女装市场。其产品以匠心为本，致力于传承精致的工匠艺术，以创新、考究的设计呈现都市女性对美感的本质需求。JORYA拥有至高水准的原创设计体系，每一季均由创意设计团队带领专业工艺团队倾注巧思，塑造多元化的都市风格和精致卓越的匠心工艺，演绎摩登与优雅。



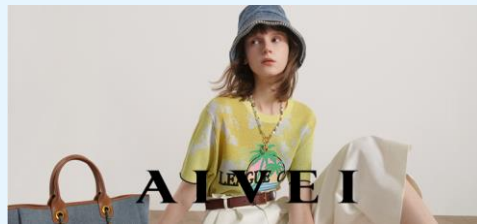
JORYA weekend / 多元个性与趣味艺术

JORYAweekend品牌强调自由、独立、时髦、富有个人特色的生活态度。设计师以新意的剪裁、精致的细节工艺、舒适的面料，展现出摩登未来感。并且将趣味、个性、艺术作为灵感起点，用严谨的态度诠释品牌调性，用极高的艺术品位与时尚实力打造潮流零时差，为自信独立的女性群体打造属于她们的时尚导向标。



ANMANI (恩曼琳) / 最好即当下

ANMANI (恩曼琳)秉承“优雅、自信”的内在理念，以简洁修身的线条和明丽的色彩搭配，强调女性身姿袖长挺拔；细节中变化多端的中性元素增添女性帅气的一面，充分利用不同元素的组合搭配，挖掘服装的整体效果和个性化因素，为都市女性打造高品质设计感的多场合着装体验。



AIVEI / 实用的浪漫主义风格

将浪漫融入日常，讲究实穿性和时尚性的平衡，以精致工艺和实用美学为设计使命，拥护女性一生的浪漫和自由；以“小量感”女性为设计原型，打造温柔精致、元气活力的都市风格，传达出漫不经心的精致感，展现小量感女生的明媚自然的柔和美，着力为用户提供品质着装，是带来美感体验和职场自信的中高端女装品牌。



CAROLINE / 只愉悦于自己

CAROLINE致力于探寻东方女性在通勤场景下的设计语言，追求自我、自洽、柔美、果敢的处世哲学。以大胆从简突破创新，采用质感面料，以利落线条贯穿时装形态，展现时装简洁质地，执着品质彰显态度，为都市女性提供多场合着装，展示当代职业女性果敢不失柔美的精神风貌，诠释简约多元都市生活。



GIVHSHYH / 穿着就是态度

GIVHSHYH品牌承袭法式时装中独具女人味的时尚精神，突破性地融入帅气、个性、性感的设计风格，专为追求时尚感和高品质的都会女性设计，主张“穿着就是态度”的设计理念。

企业文化

经过品牌30余年的历史沉淀以及公司近20年的发展历史，公司已形成一套适合自己的、符合公司特性的企业文化。



价值观

把产品做精，把品牌做深，把服务做透。



公司愿景

成为国际一流，最具影响力的时尚女装企业。



公司使命

让中国时尚引领世界。



发展目标

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。



经营宗旨

为客户提供专业服务，为股东创造良好回报，为员工创造发展空间，为社会创造公共价值，实现股东、员工和社会的和谐发展。



领导行为准则

- 1、打铁也要自身硬
- 2、不断学习，不断进步
- 3、顾客至上，把满足顾客看得比任何事还要重要
- 4、不赞同，但全力以赴，全力支持
- 5、速度与准确性不能取舍，必须兼顾
- 6、建立机制，赏罚分明
- 7、统一思想，建立流程
- 8、执行核心，坚持创新
- 9、坚持原则，充分沟通
- 10、领导者必须要能有解决问题和激励人心的能力
- 11、优秀的人才，培养更优秀的人才
- 12、建立团队，打赢胜仗
- 13、团结一致向前看

员工行为准则

- 1、公司至上、顾客至上
- 2、坚持自我批判与检讨
- 3、找问题解决，想办法做事
- 4、创新与开拓
- 5、善于人才发掘、挖掘与培养，深化梯队
- 6、务实高效，协同发展
- 7、廉洁自律
- 8、执行到位
- 9、忠诚与责任感
- 10、狼性不服输

公司治理

Chapter 02

健全组织架构，规范公司治理 10

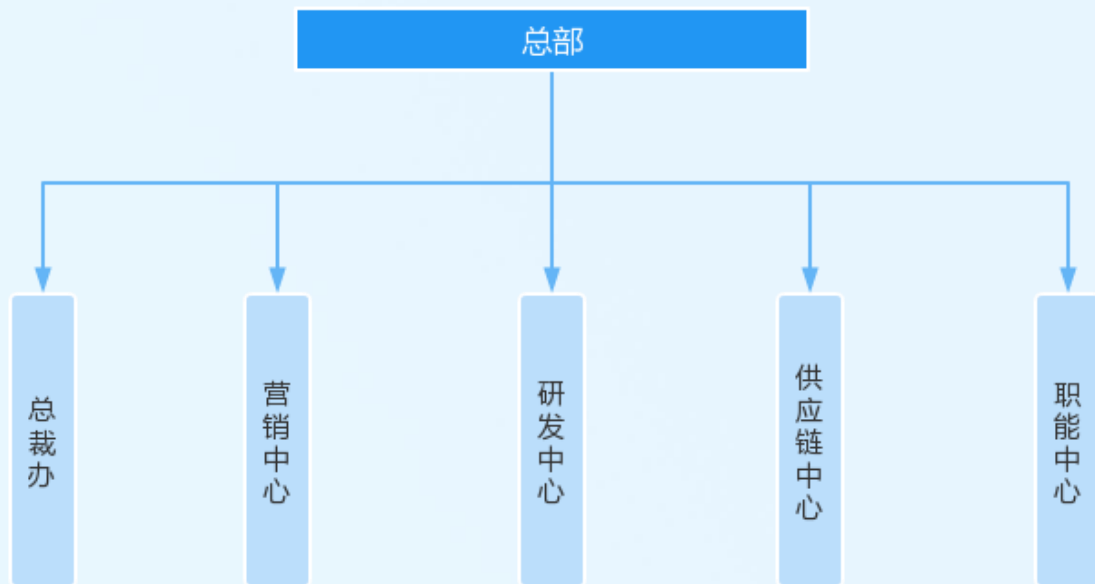
规范信息披露，公司运作透明化 11

加强投关管理，认真聆听声音 11



健全组织架构 规范公司治理

严密的公司治理体系是企业赖以发展的基石。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。



股东大会为公司最高权力机构，董事会、监事会和总经理在规章制度的范围内进行决策和执行，权力机构、决策机构、监督机构和经营管理层之间权责明确、相互协调、有效制衡。



董事会下设战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、审计委员会，对董事会直接负责，提高了董事会运作效率。公司监事会负责对公司财务活动、公司董事会及其成员、总经理及其他高级管理人员进行监督。总经理办公会对董事会负责，负责执行股东大会、董事会的决议事项，主持公司的日常生产经营管理工作和内部控制工作。公司设立独立的内部审计部门，并配置了专职的审计人员，审计部门在董事会审计委员会的领导下独立开展内部审计、稽查工作。

2022年度

召开董事会会议 12 次

监事会会议 8 次

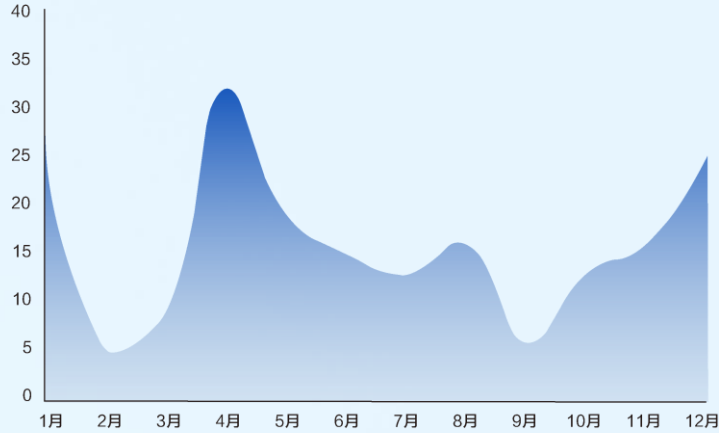
临时股东大会 7 次

年度股东大会 1 次

其中 3 名为独立董事

公司董事会共 9 名董事

规范信息披露，公司运作透明化



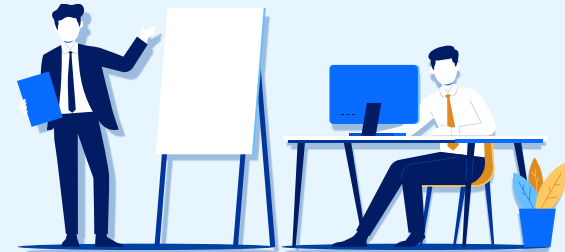
信息披露是上市公司与投资者直接沟通的桥梁。公司董事长为信息披露工作第一责任人，董事会秘书为信息披露工作主要责任人，负责管理信息披露事务，公司严格按照法律法规及公司信息披露管理制度的要求，真实、及时、公平、完整地进行信息披露。

全年披露 196 份公告 / 其中带编号公告 122 份 / 发布投资者关系管理档案 4 份

致力于让广大股东更全面地、多层次地理解公司战略、经营状况。针对各类重大事项，公司特别加强完善内幕知情人登记管理工作，防范内幕交易行为的发生，切实保障全体股东的合法权益。

加强投关管理，认真聆听声音

在2022年，公司均及时回复了深圳证券交易所互动易平台的投资者提问，全年累计接听投资者电话逾100次，并通过实地调研、参加策略会、电话沟通等多元化的方式来开展投资者关系管理活动。公司董事、高级管理人员等经营管理层十分重视投资者关系，多次参与了投资者交流活动，详细介绍公司情况及未来经营计划等，聆听每一位投资者尤其是中小投资者的意见，为投资者阐述公司的投资价值。



长期核心竞争力离不开良好的企业形象，公司始终积极打造完美的对外形象，提升企业的生命力、凝聚力。公司保持与各界媒体的联系，及时收集、整理媒体对公司的报道，正确引导媒体对公司进行客观的评价和分析，致力于与各媒体及投资者建立长久稳定的关系。

公司产品

Chapter 03

研发设计 13

保持较高的研发设计水准，不断为消费者创造新的价值 14

多元化营销 14

持续推进数字化应用及信息化改革 17



研发设计 *Development And Design*

公司各品牌以独立事业部的形式运营，确保每个品牌均有相对独立的设计团队负责产品设计。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，最大化显现各品牌间的差异。



愿景：欣贺的产品是收到顾客渴求的，并坚持创新



设计精神：创新、精准、预判



设计要求：

- (1) 服装是一项产业，这项产业存在的理由就是新奇、接地气，针对时尚区域，追踪研究流行趋势。
- (2) 必须从国际市场上寻找灵感，并预判未来的流行，提升品牌的国际化。
- (3) 设计灵感来源于生活，设计师想要有所突破，最好的建议就是去街头多看看，那是最棒的伸展台。
- (4) 基本款：即百搭、能陈列各区域，并强化连带率的款式。
- (5) 橱窗与DP是展示品牌流行与主题系列，并通过展示强化品牌对象与定位，提升销售，店长必须具备全面性的执行能力。
- (6) 在款式变化稳中求新。
- (7) 针对品牌定位与客群不同做出顾客在各场合都能买到最好的产品，永保品牌创新，新鲜，有活力。



保持较高的研发设计水准，不断为消费者创造新的价值

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超 400 人，旗下各品牌均坚持独立自主设计，公司董事长、实际控制人、品牌创意总监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，公司2022年研发设计投入近 8,000 万元，推出超过 8,000 款款式。



多元化营销

近年来，在互联网的帮助下，电子商务的发展进入了快车道，各大电商平台的出现极大丰富了消费者的购物体验。由此，公司不再局限于传统的营销方式，而是积极布局新兴电商，打造多元化的营销方式，做到线上线下相结合，实现知名度和销售额的双增长。



销售渠道：自营、经销、电商

营销渠道：淘宝、唯品会、抖音、小红书、微博、微信、线下门店



营销方式：KOL、会员营销、内容营销、节日营销、社群营销、街拍、直播、“一衣多穿”等

三十周年海上时装秀 *JORYA Fashion Show*

2022年，JORYA三十周年崭新征程，沉淀过往，迈向未来，三十而立，共谱华章。在2022 AW COLLECTION 触发时尚旅想，将奇妙浪漫的海景画卷与前卫极简的欣贺研发设计中心，作为新概念形式时装空间，聚焦前所未有的都市摩登主义双秀场。



三十周年快闪店 *Short-term Stores*

在JORYA三十周年谱写华章时，为了给客户不一样的感官及购物体验，全国的重点商场专门设立以“三十周年”主题的快闪店，完美表达了JORYA品牌对于客户的重视，未来一如既往携手走向远方。



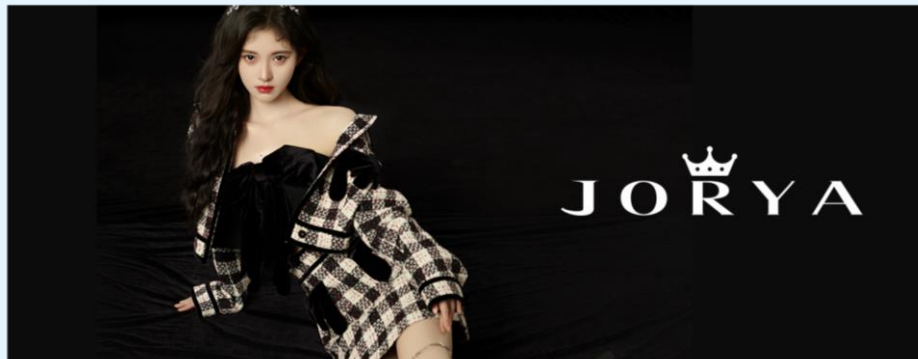
明星代言 *Celebrity Endorsement*

为保证产品能始终在顾客面前展现纯洁雅致的格调，公司始终对明星代言保持一定的谨慎性。

JORYA始终为客户展现“三十向欣，匠心为本，逐艺而行”的产品理念。2022年8月，公司主品牌JORYA正式官宣与JORYA J Lady系列有着高度重合度的系列代言人——宋佳，通过自身独特优美的姿态生动展现了精致、优雅的风格。



2022年10月，公司旗下品牌JORYA weekend正式官宣全新品牌大使——鞠婧祎。本次合作由〈J+J, 唤醒无限可能〉为主题，深刻演绎了JORYA weekend品牌的多元个性与趣味艺术。通过品牌大使自身流量与微博话题造势，官宣当天话题总阅读数破亿，微博主动带话题发博超过5100篇，流量的持续曝光输出引发行内媒体和时尚大V的关注与讨论话题迅速飙升，在当日登文娱榜热搜三次（快手文娱榜第一，微博文娱榜两次），微博、小红书路人问询品牌科普话题逾超过200条。





▲ 欣贺智慧大脑



▲ 数字供应链

持续推进数字化应用及信息化改革

Digital applications

企业数字化路径中，公司仍处在通过信息系统打通业务数据和流程，做到企业内部的信息共享和工作协调的信息化阶段……

2022年，公司持续进行数字化赋能升级，集生产协同、质量管理、产能预估等功能为一体的供应链系统一期已全面完成，通过信息化、智能化的设备升级，智能仓储物流中心的更新迭代，大量应用机器人解决方案，实现自动化线上线下一体化管理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。远程巡店系统可以实现公司经营管理层远程查看门店陈列，监控门店客流等。所有举措均旨在提高企业办公、生产效率，提升消费者的购物体验。

欣贺智慧大脑能够对公司各个模块进行全方位智能预警，汇集“预警信息模块”“供应链信息模块”“运营信息模块”“财务信息模块”等方面的信息数据，对公司全链条的业务进行及时的预警监控、趋势分析，供管理层决策研判及风险规避，对跨部门的复杂事件进行统筹协调、联动处置，形成问题驱动型管理。

此前，与腾讯合作的智慧零售项目在双方的合作下已逐渐成效，探索以工具、数据、链接为核心的行业数字化转型路径，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，实现了从0到1的过程。

共生是提升企业持续成长的要因

Chapter 04

“以消费者为中心” 保护消费者权益 19

稳定现金分红，股份回购注销，大额回购股份，持续回报股东 20

供应商的开发与管理 20

债权人利益保护 21

持续完善服务体系，与客户建立和谐发展的关系 21



“以消费者为中心” 保护消费者权益

Protect Consumers' Right

公司坚持“以消费者为中心”的理念，严格把控研发设计方向产品质量、商品设计、制作工艺，秉承时尚创新理念，以市场流行趋势为辅助力量，在坚持各品牌DNA的基础上进一步拓宽产品线深度和宽度。坚持各品牌的独立性，减小风格重叠区域，保持产品的核心竞争力和生命力。同时，持续优化内部流程、细化管理、深化服务，不断完善会员规则及权益，构建消费者意见反馈处理机制，做好售前、售中、售后工作，全面提升公司的服务满意度评价，深入探求消费者的需求和感受。



稳定现金分红，股份回购注销， 大额回购股份，持续回报股东

公司始终坚持与股东共分一杯羹。综合公司实际情况及未来发展，充分听取独立董事、外部监事和中小股东的意愿后，公司制定《欣贺股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年股东分红回报规划》并执行利润分配政策。



2022年6月，公司实施“2021年度利润分配方案”
每10股派发现金 6.00 元，共计派发现金 2.55 亿元。

2022年全年，公司回购2021年限制性股票激励计划中因离职及激励对象业绩考核不符合全部解除要求的已获授但未授予的限制性股票共计709,400股。上述股份全部注销后将提升股东的每股收益。

2022年3月4日，公司董事会审议通过了《关于回购公司股份方案的议案》。截至2022年9月15日，公司回购计划已实施完毕。



通过股票回购专用证券账户以集中竞价交易方式回购公司股份
数量共计 10,000,000 股，占公司目前总股本 2.32%
成交总金额 8,740.35 万元（不含交易费用）。

供应商的开发与管理

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，并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。

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》，各品牌设计室会同品质管理部、采购审核部、生产部对供应商供货的品质、交期、价格、配合度等综合评分，作为后续采购时选择供应商的参考依据。对于评分较低的供应商，或供货有较重大质量问题的供应商，公司将取消其合格供应商资格。



债权人利益保护

公司在生产决策过程中，高度重视债权人权益保护，严格按照与债权人签订的合同履行义务，充分考虑债权人的合法权益，及时向债权人反馈与债权权益相关的重大信息，重合同、守信用，及时通报相关的重大信息，保持与相关方的良好合作关系，实现股东利益与债权人利益的双赢。

截止报告期期末



公司资产负债率21.86%



流动负债同比下降2.94%



流动比率317.82%

经营状况良好，资金实现良性运转，债务清偿能力较强，具有较强的抗风险能力。公司建立了严格的资金使用审批流程，严格按照协议约定及时支付货款、按订单发货，确保资金安全，有效维护公司和供应商、代理商的利益。

持续完善服务体系，与客户建立和谐发展的关系

根据公司的战略规划和各品牌的定位，公司已搭建了全渠道管理体系，为客户提供专业服务，进一步完善了包含现场订货、物流配送、陈列指导、销售培训等一系列客户服务体系；针对加盟商客户，2022年公司更是推出了“加盟直营化”的政策，由公司统一制定客户管理制度和客户培训服务，培育优质经销商、加盟商，提升客户的经营实力，降低客户运营成本，让加盟店也能够享受直营店同等的政策，实现合作共赢。



团队是企业发展的保障

Chapter 05

员工权益 23

“欣引力”——感恩节家庭日 24

规范生产流程，杜绝安全事故 24

人才森林计划，助力员工成长 25

员工关怀 26

依法维护职工权益，构建和谐劳动关系 27

供应链员工关怀 28



TEAM IS THE GUARANTEE

员工权益 *Employee Rights And Interests*

公司关爱每位员工的健康发展，不断完善职工福利，建立安全有效的保护机制和成长机制，营造欣欣向荣的工作氛围，为增加员工幸福感和归属感持续努力。同时，公司秉承公平、公正、公开的招聘原则，不因年龄、性别、宗教等因素决定员工去留。截至2022年12月31日，公司在职工近5000人，其中雇佣残疾人员工21名。



▲管培生“欣”锐计划



▲百人森林线下课程



▲欣贺校园 OPEN DAY



▲首届欣贺家庭日

“欣引力”——感恩节家庭日

2022年11月19日，公司举办了首届“欣”引力家庭日活动，本次活动多位领导莅临现场指导工作，同时亲身参与到各个游戏当中。活动当天公司邀请近千位员工及其家属走进欣贺，近距离感受公司的文化魅力，共同谱写“家”的注解。



规范生产流程，杜绝安全事故

公司始终把安全生产放在发展经营的第一位，已建立了完善的生产管理制度和生产控制流程，通过严格检查、科学防范，清洁生产、安全意识培养等手段有效遏制各类生产事故的发生，有效保障职工的健康和安全。相关制度有《生产管理中心工作流程》、《库存布、辅料使用流程1.0》、《厂区间货物调拨管理细则1.0》、《当季成品出入库管理办法》、《关于下发供应链流程优化、规范要求和惩处规定的通知》。



人才森林计划，助力员工成长

2022年欣贺更加注重人才盘活、培养与业务赋能，牢固“培训是公司的长效投入，是员工的福利，是企业发展的最大后劲”的理念。在2022年，公司更是通过人才盘点项目的开展，以共识标准，精准盘点为原则，以盘活人才，激发潜能为目的，以培养企业人才为杠杆，持续为公司向着战略发展目标发展提供源源不断的驱动力，通过开展一系列培训项目的落地来支撑欣贺人才体系的建设为业务持续赋能。



▲ “欣”人训练营



▲ 名师计划



▲ 金牌面试官认证



▲ 品牌事业部店长训练营



▲ 人才盘点项目



▲ 森林计划高级班

员工关怀 *Employee Care*

让每位员工充分感受家的温暖和悉心关爱是我们心之所向。

公司用心关爱每位员工成长，努力为员工提供健康、安全、舒适的工作环境和生活环境，积极组织丰富多彩的人文活动，构建欣贺大家庭。组织健康体检活动，如：临床检查、血常规、尿常规、心电图、彩超等；同时，公司还重视对员工的福利建设，如“三八女神节”为女职工们送上礼品等，“端午节”、“中秋节”、“春节”等传统节日为职工送上礼品或礼券，提高员工幸福感；在供应链中心，公司还为员工不定期组织户外拓展、运动会等活动，旨在团结队伍的同时保护健康，为员工构建和谐、愉悦的生活环境。

▼ 三八女神节



▼ 供应链运动会



▼ 红歌拉歌大比拼



▼ 春节福利



▼ 员工健康体检



依法维护职工权益，构建和谐劳动关系



报告期内，公司已严格按照《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。

供应链员工关怀



▲ 户外拓展



▲ 年度总结



▲ 中秋礼品发放



▲ 供应链中心开春宴



▲ 运动会



▲ 六一端午活动



▲ 元宵会



▲ 读书分享会

共筑和谐社会

Chapter 06

社会责任管理 30

喜迎二十大，热血践初心

（一）社会责任理念

（二）社会责任的沟通与回应

公益荣誉 31

环境保护 32



社会责任管理 *Social Responsibility Management*

喜迎二十大，热血践初心

2022年9月2日，公司第六届爱“欣”同行、与爱相伴爱心献血活动在全体员工的努力下圆满收官，近300名员工挽臂献热血，以实际行动奉献爱心，喜迎党的二十大胜利召开！



(一) 社会责任理念



作为国内中高端女装行业的龙头企业，公司在稳步发展的同时注重履行社会责任，践行可持续发展理念，积极参与公益活动，回报员工，回馈社会，将公司成长与社会责任紧密结合，实现公司与社会的共同发展。

(二) 社会责任的沟通与回应



公司建立了多元化的互动对话机制，包括但不限于官方网站、电子邮箱、投资者热线、微信公众号、交流论坛、股东大会及现场调研等活动，主动与政府、投资者、客户、供应商、加盟商等利益相关方进行充分交流，督促并配合进行社会责任工作。

公益荣誉

Public Welfare Honors



获得荣誉



颁发时间



颁发单位



奖状



获得荣誉



颁发时间



颁发单位



奖状

“百商万人献血公益行活动”突出贡献单位	2022年4月	厦门市工商联、 厦门市卫生健康委员会		中国服装行业百强企业称号“名列营业收入第45名”	2022年8月	中国服装协会	
2022年厦门市同安区新民中心小学捐赠衣物感谢信	2022年6月	厦门市同安区新民中心小学		中国服装行业百强企业称号“名列利润总额第24名”	2022年8月	中国服装协会	
2022年厦门市同安区新民中心小学捐赠衣物回赠证书	2022年6月	厦门市同安区新民中心小学		广河县红星村定向捐款人民币30万元整	2022年11月	厦门市湖里区红十字会	
“2021年度湖里区纳税大户”荣誉证书	2022年9月	厦门市湖里区人民政府		“乡村振兴 乡贤题力” 爱心企业	2022年12月	厦门市同安区新民街道乡村振兴促进会	
中国服装行业百强企业称号“名列营业收入利润率第7名”	2022年8月	中国服装协会					

环境保护

Environmental Protection

1. 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。



2. 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。



3. 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。



4. 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。



5. 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。



6. 电商包装使用可降解的包装袋，减少环境污染。



7. 皮具、鞋品生产车间，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。



8. 废水的在线监测设备运用，24小时监测废水排放数据。



2022年供应链中心紧抓环保为主线，紧跟国家目标，力争完成2030年“碳达峰”与2060年“碳中和”

展望2023

Chapter 07



LOOK INTO THE 2023

展望2023 *Look Into The 2023*

2023年，随着我国经济实力的增长以及外国品牌在中国影响力逐渐下降影响，年轻一代消费群体对国产品牌认同感不断提升，国产品牌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。国家在“十四五”规划中提出率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌。

公司自创立以来专注深耕国内高端女装市场，致力于打造具有国际影响力的中国高端女装品牌，未来仍将以工匠精神打磨产品，以战略定力坚守初心，以审美视角驱动创新，不断完善公司治理结构，提升公司治理水平，在努力实现自身发展壮大的同时，主动承担企业社会责任，富而思源，回报社会，积极参与社会公益事业和生态环境保护，持续推动公司与利益相关者、社会、环境的协调发展，为当地的经济的发展添砖加瓦，力争成为厦门这个“中国的新时尚之都”一张靓丽名片。



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

地址：福建省厦门市湖里区岐山路
392号欣贺研发中心
电话：0592-3107822
邮编：361006

