



2024

# 环境、社会和公司治理报告

ENVIRONMENTAL SOCIAL AND GOVERNANCE (ESG) REPORT



上海龙头(集团)股份有限公司

证券代码:600630

# 目录

## CONTENTS

报告编制说明	02
董事长致辞	04
关于龙头股份	05
亮点绩效	08
年度荣誉	09
ESG 管理	10

ESG 数据表和附注	51
对标索引表	53

01	合规筑基 稳健发展
	党建引领 14
	公司治理 15
	合规及风险管理 18
	商业道德 20
	信息安全 21

03	低碳践行 绿动未来
	应对气候变化 33
	绿色生产 35
	环境合规管理 36
	污染物与废弃物管理 38
	水资源利用 39
	能源利用 40

02	匠心传承 铸就品质
	创新驱动 23
	产品质量 26
	供应商管理 28
	客户服务 30
	负责任营销 31

04	温情护航 美好共创
	社会贡献与乡村振兴 42
	员工权益与福利 44
	员工培训与发展 48
	职业健康与安全 49



## 报告编制说明

本报告是上海龙头（集团）股份有限公司（以下简称“公司”、“龙头股份”）发布的第二份环境、社会和公司治理报告，向利益相关方披露公司在经营中对于可持续发展议题所秉持的理念、建立的管理方法、推行的工作与取得的成果。

### 报告范围

本报告披露信息的范围涵盖龙头股份及其附属公司，与龙头股份（600630.SH）合并财务报表范围一致。

### 时间范围

本报告为年度报告，报告时间范围为 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日。部分文字信息超出此范畴的，将在所涉及处予以说明。

### 指代说明

为了便于表述和阅读，本报告中称谓指代如下：

简称	全称
公司，龙头股份	上海龙头（集团）股份有限公司
三枪针织	上海三枪（集团）有限公司
民光家纺，龙头家纺	上海龙头家纺有限公司
时尚定制	上海纺织时尚定制服饰有限公司
海螺服饰	上海海螺服饰有限公司
针织九厂	上海针织九厂有限公司
龙头进出口	上海龙头进出口有限公司
江苏大丰工厂	上海三枪（集团）江苏纺织有限公司

### 编制依据

本报告依据上海证券交易所刊发的《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）》（以下简称《指引》）、中国社科院《中国企业可持续发展报告指南》（CASS-ESG 6.0）和上海市国有资产监督管理委员会《市国资委关于推进实施本市国有控股上市公司环境、社会与治理（ESG）工作的通知》编制。

本报告编制过程符合全球报告倡议组织（Global Reporting Initiative, GRI）《可持续发展报告标准》（2021 年版）（简称“GRI 标准”）。

### 数据说明

报告中所披露的文字信息和量化数据均来自公司实际运行的原始记录或财务报告。相关财务数据与公司年度报告不符的，以年度报告为准。

报告中的财务数据均以人民币为单位。

### 报告发布

本报告以印刷品、电子文档形式发布，其中电子文档可在公司官方网站信息公开专栏（<https://www.shanghaidragon.com.cn/>）及上海证券交易所（[www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn)）下载阅读。为减少印刷对环境产生的影响，我们倡导读者尽可能下载阅读电子文件。

### 确认及批准

本报告经管理层确认后，于 2025 年 04 月 25 日获董事会审批通过。

# 报告编制说明

## 编制原则

### 可持续发展背景

公司基于外部政策调研、相关方需求识别等方式，识别投资者等利益相关方关注的、与公司可持续经营相关的实质性议题。本报告在汇报实质性议题时关注公司运营涉及的行业特征、所在地区特征。议题的分析过程及结果见本报告“重要性议题管理”章节。

### 完整性

除特别说明外，本报告披露信息的覆盖范围均为上海龙头（集团）股份有限公司及其附属公司。

### 平衡性

本报告的内容反映客观事实，对公司涉及的正面、负面信息均予以不偏不倚地披露。报告期内，公司未发现应当披露而未披露且产生重大影响的负面事件。

### 清晰性

本报告以简体中文发布。本报告中纳入表格、模型图以及专业名词表等信息作为文字内容的辅助。为便于利益相关方更快获取相关信息，本报告提供目录及 ESG 相关标准的对标索引表。

### 准确性

本报告尽可能确保信息准确。其中，定量信息的测算结果均说明数据口径、计算依据与假定条件，以保证计算误差不会对信息使用者造成误导性影响。董事会对报告的内容进行保证，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

### 时效性

本报告为年度报告，与公司 2024 年年度报告同时发布，为利益相关方决策提供及时的信息参考。

### 量化及可比性

本报告披露报告期内的 ESG 量化绩效指标，并尽可能披露相应的历史数据。本报告对同一指标在不同报告期内的统计及披露方式保持一致；若统计及披露方式有更改，将在报告附注中予以充分说明，以便相关方进行有意义的分析与评估。

### 可验证性

本报告中所披露量化数据的来源及计算过程均可追溯，可用于支持外部验证。



## 董事长致辞



2024 年，公司坚守发展定力，改革成果斐然，品牌可持续实践同样硕果累累。作为底蕴深厚的老字号品牌上市企业，我们始终积极投身可持续发展。一年来，借助技术创新与产品升级，我们为消费者打造了更健康舒适的产品，也将可持续发展理念融入企业文化内核，促进经济效益与环境保护、社会责任、公司治理协同共进，践行老字号品牌的使命与担当。

### 合规治理，机制增效赋能长远

公司以合规诚信为根本，加强廉洁管理，搭建严谨且富有活力的治理体系。为适应市场竞争，我们持续优化内部管理机制，落地层级改革 2.0，打破部门壁垒，构建一体化管理架构提升运营效率。依照《公司法》优化治理结构，发挥独立董事作用，强化投资者沟通，以规范治理保障公司发展。

### 匠心传承，创新领航铸就品质

一直以来，公司追崇匠人品质，通过科技与传承的结合，不断探索新的科研方向。联

合行业与内部力量推动产品升级，与上海市纺织科学研究院有限公司合作研发神舟十七号航天员出舱内衣，提升三枪产品科技附加值，打造功能性纤维引领市场，华绒柔暖多功能面料荣获“中国针织产品流行趋势 2024-2025 科技创新产品奖”。这些技术的提升，进一步提升了公司品牌形象与市场竞争力，践行高质量发展与可持续发展的 ESG 目标。

### 以人为本，履责向善共创和谐

公司始终坚持以人为本，为员工提供安全健康的工作环境，注重员工的培训与成长，通过开展各类培训课程和技能竞赛，提升员工的专业素养和综合能力。在消费者保护方面，我们严格把控产品质量，切实保护消费者权益。与此同时，我们在供应链管理中敦促合作伙伴践行社会责任，遵守和提倡公平贸易实施。我们积极投身于社会公益事业，通过参与扶贫项目、支持教育事业、关爱弱势群体等多种形式，为社会和谐发展贡献自己的力量。

### 绿色创新，产品迭代领航未来

公司将绿色发展理念融入产品创新的每一个环节，以“舒适、绿色、科技、时尚”为指引，大力投入研发资源，推动产品迭代升级。我们积极引入环保材料，优化生产流程，与高校等合作研发绿色技术，推进绿色供应链建设，树立绿色标杆。同时，我们积极推进绿色供应链建设，严格筛选供应商，优先选择环保表现卓越的企业合作，共同打造绿色产业生态，促进公司在绿色浪潮中实现价值链延伸，奔赴可持续未来。

展望未来，我们将以更加坚定的步伐，深度践行品牌可持续发展理念。以匠心传承老字号的精神脉络，不断淬炼品牌核心竞争力，回应时代与社会的深切期待。恰似三枪品牌针织内衣，为人们抵御严寒，带来贴身的温暖，我们会将这份源自品牌的温度与爱心，融入每一次创新实践，输送到世界的每一个角落，推动社会迈向更美好的未来。让老字号的魅力，在可持续发展的征程中历久弥新，持续书写责任与担当的时代答卷。

董事长签字：

## 龙头股份

上海龙头（集团）股份有限公司是中国首批股份制上市公司（证券代码 600630），以纺织品品牌经营和国际贸易为核心业务。公司由综合管理中心、财务共享中心、品牌管理中心、设计研发中心四大职能部门以及国内贸易事业部、国际贸易事业部、大客户事业部、供应链事业部四大事业部组成，为实现品牌振兴，不断提升品牌核心竞争力，深耕国内市场，探索品牌出海实践，努力形成高质量可持续发展的新格局。

公司拥有完善的营销渠道、现代化纺织品制造基地，多元化的设计研发与生产加工能力为公司品牌发展提供了有力保障。公司通过了 ISO9001:2015、ISO14001:2015、ISO45001:2018、GRS、RWS 等多项认证。公司拥有多个在国内市场享有盛誉的“三枪”、“海螺”、“民光”、“凤凰”、“钟牌 414”和“皇后”等众多知名品牌，并紧密围绕以“三枪”为核心的品牌发展，根据各品牌定位、价值与个性，通过产品设计、形象陈列、店铺设计、各类营销活动不断提升新创品牌、合作品牌的形象。



## 企业文化

公司将秉承“爱国·第一，时尚·健康”的发展理念，“以人为本”加快推进以“三枪”为核心的品牌创新发展，为全球消费者提供时尚、健康、舒适的消费体验，立志成为国内一流、国际知名的时尚品牌企业。



### 发展愿景

立志成为国内一流、国际知名的时尚品牌企业



### 价值理念

创新 责任 开放 分享



### 文化特色

品牌文化



三枪 kids



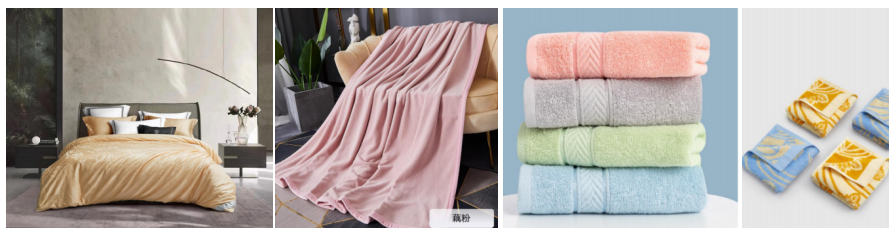
## 主要业务

公司以品牌经营和国际贸易为主营业务。自主品牌围绕中国驰名商标“三枪”品牌构建多元化品牌矩阵，涵盖“海螺”、“民光”、“凤凰”等“中华老字号”品牌。

**针织类产品主要包括** 针织内衣、家居系列、休闲系列、内裤、文胸和袜品等；



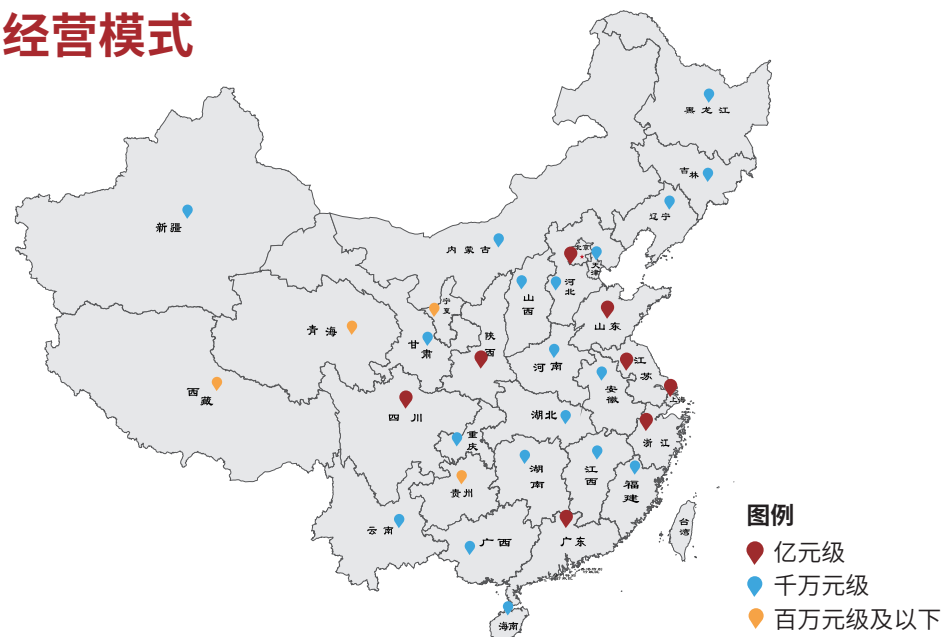
**家纺类产品主要包括** 床单、被套、枕套、靠套、被芯、毛毯、毛巾等；



**服饰类产品主要包括** 衬衣、休闲裤、T 恤、毛衫、夹克、羽绒棉褸、大衣等。



## 经营模式



线下实体门店广泛分布全国各主要城市

**1000** 余家

线上各主流电商平台均有品牌店铺

**天猫、京东、唯品会**

出口业务遍布全球

**80+** 国家和地区



## 发展历程

### 老字号品牌溯源

 <p><b>1914 年</b></p> <p>“菊花”牌创立于1914年，百年针织内衣品牌，广受中老年消费者青睐。</p>	 <p><b>1922 年</b></p> <p>“凤凰”品牌创立于1922年，曾作为中美建交国礼，主打专业毛毯，延伸至多品类，风格时尚华贵。</p>	 <p><b>1933 年</b></p> <p>“皇后”品牌创立于1933年，主打海派毛巾，融合精致工艺与现代设计，打造柔和使用体验。</p>	 <p><b>1935 年</b></p> <p>“民光”品牌创立于1935年，因经典中式床单被誉为“国民床单”，现拓展至多类家纺产品，塑造全新品牌形象。</p>	 <p><b>1937 年</b></p> <p>1937 年创立的中华老字号“三枪”，是中国内衣行业的佼佼者。其以“盾与枪”为标志，饱含民族抗争精神，成为抗战时期国货振兴的象征。</p>	 <p><b>1937 年</b></p> <p>“钟牌 414”创立于1937年，凭借严选材质与精湛工艺，色泽耐久，品质卓越，获誉“国民毛巾”。</p>	 <p><b>1951 年</b></p> <p>“绿叶”创立于1951年，80年代衬衫畅销全国，以“化学领”工艺树立行业标杆，曾获多项荣誉。</p>	 <p><b>1973 年</b></p> <p>“海螺”品牌创立于1973年，凭借严格标准、新颖款式与精细工艺赢得广泛认可，曾获国家金质奖、中华老字号等多项荣誉。</p>
--	--	---	--	---	--	--	---

### 企业发展

<p><b>1992 年</b></p> <p>股份制改革：改制为上海龙头（十七棉）股份有限公司，成为中国首批股份制试点企业。</p>	<p><b>1993 年</b></p> <p>挂牌上市：登陆上海证券交易所（证券代码：600630），开启资本化运作。</p>	<p><b>1998 年</b></p> <p>公司实施重大资产重组，“三枪”“民光”“菊花”“海螺”等老字号品牌注入上市企业，凭借资本市场力量，整合优势资源，自此步入全新发展阶段。</p>	<p><b>1999 年</b></p> <p>“三枪”内衣全国市场占有率超 25%，居行业首位，成国内内衣领导品牌，且加速布局全国零售渠道，覆盖一二线城市核心商圈。</p> 	<p><b>2001 年</b></p> <p>因公司综合竞争能力提升，已具备成为集团型企业的条件，2001 年 6 月 5 日经股东大会决议，公司更名为上海龙头（集团）股份有限公司。</p>	<p><b>2002 年</b></p> <p>三枪工业城正式竣工，公司迎来快速发展阶段，凭借强大的市场竞争力，稳步迈向成熟稳定期。</p> 
<p><b>2012 年</b></p> <p>公司为顺应数字化浪潮，积极布局线上业务，公司成立电子商务运营部，自此正式步入全渠道时代。</p>	<p><b>2019 年</b></p> <p>公司以“Me More Cool”主题登陆纽约时装周，这是重塑国民品牌形象、展现全新魅力的重要战略举措。</p> 	<p><b>2022 年</b></p> <p>公司以匠人品质，全力推动产品迭代，以独特工艺融入天然矿物质，完成“冰泉棉”系列产品迭代升级。</p> 	<p><b>2023 年</b></p> <p>公司以科技创新为强劲引擎，研发神舟十七号航天员定制高性能内衣。</p> 	<p><b>2024 年</b></p> <p>公司不断提高产品科技含量和附加值，打造自主创新特色的“HOT TAX”纤维，引领功能性面料市场。</p>	

亮点绩效

营业收入	总资产
17.70 亿元	16.63 亿元
净资产收益率	同比增长
5.45 %	141 %
归母净利润	同比增长
3999.18 万元	150.76 %
人均创利	同比增长
2.75 万元 / 人	100.96 %

环保投入	万元产值综合能耗
641.3 万元	0.218 吨标煤 / 万元
万元产值二氧化碳排放强度	水、气、噪声数据达标率
0.711 吨二氧化碳当量 / 万元	100 %

员工总数	1455 人
集体合同签订率与履约率双	100 %
生产安全类培训时长	464 小时
员工对行政和工会满意度分别为	99.5 % 和 99.6 %
乡村振兴投入	7.98 万元
慈善捐赠	21.70 万元
独立董事占比	33.3 %
研发投入	1885.61 万元
新增授权专利	43 件



## 2024 年度公司荣誉

### 🏆 市场与品牌类

“三枪”针织内衣裤荣列 2024 年度  
同类市场综合占有率第一位  
中国商业联合会  
中华全国商业信息中心

2023—2024 年度上海外贸自主品牌  
示范企业  
上海进出口商会

“钟牌 414”大师系列“晨日绽放礼  
盒”荣获 2024 年“上海礼物”  
上海市商业联合会  
上海市旅游行业协会

公司旗下“三枪集团”荣获 2024 年  
上海市产业质量提升标志性项目成果  
上海市市场监督管理局  
上海市经济和信息化委员会

### 🏆 行业与协会类

上海服装行业协会品牌专业委员会  
副主任单位  
上海服装行业协会

上海市工业互联网协会第二届  
会员单位  
上海市工业互联网协会

上海市棉花流通行业协会理事单位  
上海市棉花流通行业协会



### 🏆 技术创新与产品类

上海龙头家纺有限公司申报健康卫生产  
品类大师系列纯棉抗菌毛巾入选“2024  
年度十大类纺织创新产品”名单  
中国纺织工业联合会生产力促进部

一种多层高弹针织面料——2024 年  
度中国服装行业推荐专利  
中国服装协会

三枪绿色凉感多功能产品研发项目荣  
获第三十六届上海市优秀发明选拔赛  
“优秀创新金奖”  
上海市总工会  
上海市知识产权局等联合授予

“朵绒棉面料”获中国针织产品流行  
趋势多功能性入围产品  
中国针织工业协会

“华绒柔暖多功能面料”入选中国针  
织产品流行趋势科技创新产品  
中国针织工业协会

“绿色低碳针织面料后整理加工技  
术”项目入选《2024 年度纺织行业  
绿色低碳技术汇编》  
中国纺织工业联合会

“冰泉棉 2.0 凉感多功能家居服”入  
选 2024 年度十大类纺织创新产品  
中国纺织工业联合会

“飞天逐梦，织造未来”入选 2024  
年度上海设计 100+ 全球竞赛项目  
上海设计 100+ 组委会

### 🏆 企业信用与经营类

2022—2023 年度合同信用等级为  
AAA 级  
上海市合同信用促进会

2023 年中国服装行业百强企业  
营业收入第 80 名  
中国服装协会

## ESG 治理

### 可持续发展策略

为响应公司高质量可持续发展要求，公司围绕 ESG 构建了系统性的战略导向型 ESG 管理机制，确立了 ESG 为核心驱动要素。在此框架下，公司依据《董事会战略与可持续发展委员会议事规则》，将 ESG 管理深度融入到战略决策流程中，确保其在各项决策中得到充分考虑和贯彻。

#### 企业可持续发展管理委员会组织架构图



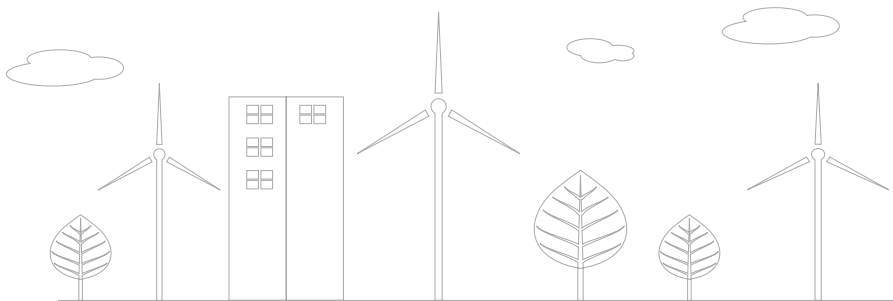
**绩效：**2024 年度战略与可持续发展委员会召开 1 次，审议事项 2 项。

### ESG 培训

为适应监管要求、提升透明度、优化公司治理、增强风险控制能力、把握市场创新机会以及提升企业可持续发展，公司于 2024 年 10 月面向公司全体董监高、中层管理人员，以及核心骨干人员，举办“ESG 宣贯会暨专题培训”，旨在深化员工对 ESG 理念的理解，并强化信息披露的合规性，确保公司在可持续道路上的透明度和责任感。



龙头股份 ESG 专题培训



## 重要性议题管理

### 双重重要性识别

#### 识别与梳理

根据上交所《指引》并参考 GRI 等国际标准，公司识别了可持续发展领域的 ESG 议题，并形成了相应的清单库。

在此基础上，公司对标国内外主流 ESG 评级体系及同行业重点关注的议题，结合利益相关方关切、行业特点、发展阶段和价值链等因素，进一步识别出具有财务或重大影响的重要议题，最终确定了 20 项通用及行业特定的 ESG 议题。

#### 调研与评估

通过编制 ESG 相关议题在线调研问卷，广泛收集多方意见，并参考外部可持续发展专家意见，基于影响重要性与财务重要性，形成 2024 年重要性议题矩阵，确定本年度核心议题及优先级。

#### 影响重要性评估

- 从影响规模、范围、不可补救性和发生可能性等维度，对议题进行打分。
- 汇总调研结果，评估各议题对经济、环境和社会的影响程度，筛选出高影响性议题，并结合外部专家意见进行审阅。

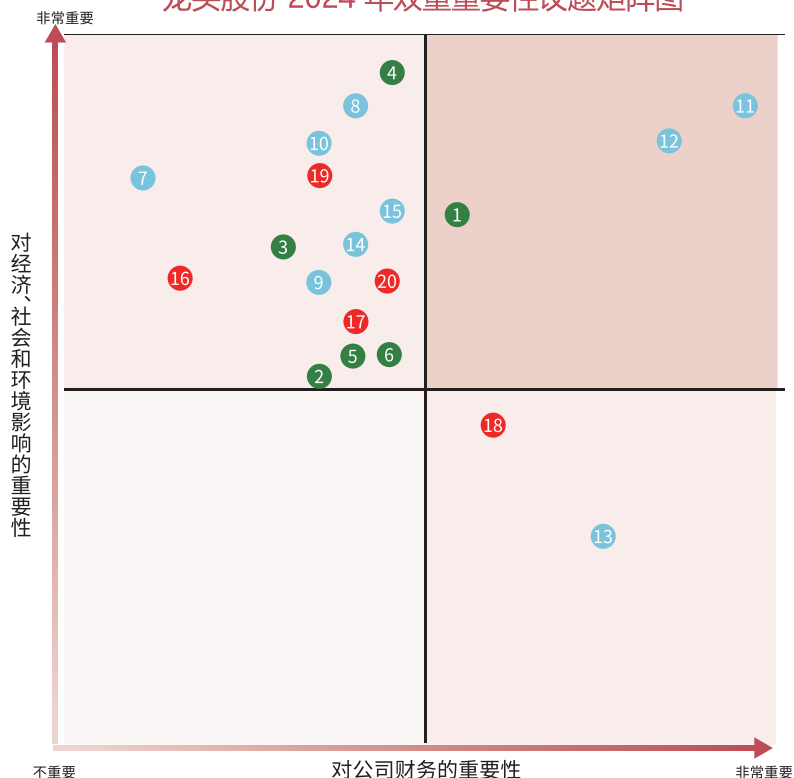
#### 财务重要性评估

- 依据议题对商业模式、运营、战略、财务状况、现金流和融资方式等的短中长期影响，评估其财务重要性。
- 综合调研数据与外部专家意见，明确对公司经营具有显著财务影响的重点议题。

#### 确认与回应

基于调研结果，并通过外部可持续发展专家审阅与确认，明确 ESG 议题的优先级排序。在报告中，针对具有财务重要性的议题，重点披露其治理、战略、影响、风险与机遇管理以及指标与目标等内容。

龙头股份 2024 年双重重要性议题矩阵图



#### 环境维度

- ① 应对气候变化
- ② 绿色生产
- ③ 环境合规管理
- ④ 污染物与废弃物管理
- ⑤ 水资源利用
- ⑥ 能源利用

#### 社会维度

- ⑦ 社会贡献与乡村振兴
- ⑧ 员工权益与福利
- ⑨ 员工培训与发展
- ⑩ 职业健康与安全
- ⑪ 创新驱动
- ⑫ 产品质量
- ⑬ 供应商管理
- ⑭ 客户服务
- ⑮ 负责任营销

#### 治理维度

- ⑯ 党建引领
- ⑰ 公司治理
- ⑱ 合规及风险管理
- ⑲ 商业道德
- ⑳ 信息安全



## 利益相关方沟通、尽职调查

公司基于自身行业特性与运营实际，识别并确立了政府及监管机构、股东及投资者、周边社区与环境、客户、员工、供应商及合作伙伴五大核心利益相关方群体。公司与各方保持常态化沟通机制，通过定期或不定期的访谈、调研、交流等方式，深入了解各方关注的议题与诉求，并依托多元渠道积极回应，致力于为利益相关方创造长期可持续价值。



市总工会到公司开展实地调研



员工大会



新品发布

利益相关方	政府和监管机构	股东和投资者	周边社区及环境	员工	供应商与合作伙伴
关注议题	环境合规管理 污染物与废弃物管理 水资源利用 能源利用 应对气候变化 产品质量 公司治理 合规及风险管理 商业道德 职业健康与安全	创新驱动 产品质量 公司治理 合规及风险管理 商业道德 供应商管理 负责任营销	污染物与废弃物管理 水资源利用 能源利用 应对气候变化 社会贡献与乡村振兴 产品质量	信息安全 员工权益与福利 员工培训与发展 职业健康与安全	信息安全 供应商管理 合规及风险管理 商业道德 绿色生产
沟通机制	日常工作会议 信息披露与报送 专题会议 政府相关机构调研	信息披露 投资者调研 股东大会 互动平台沟通 答疑 业绩说明会	社区共建 志愿服务活动 环境信息披露	全体员工会议 员工维稳 投诉反馈信箱 员工文化活动 员工满意度调查	注入资质审查 倡导绿色公益 日常沟通与培训 新品发布与订货会 客户满意度调查 定期拜访

2024 年，结合标准对标、政策分析及同业对标，公司在 2023 年 ESG 议题的基础上，共识别出 20 项议题，其中环境维度共 6 项议题，社会维度共 9 项议题，治理维度 5 项议题。

2023年议题	2024年议题	变动原因	2023年议题	2024年议题	变动原因
新增议题			调整议题		
-	绿色生产	根据上交所《指引》的21项议题要求，并对标行业同类企业，新增4项议题，全面披露公司在各领域的管理实践。	以人为本	员工权益与福利	对部分议题进行了修改和合并，使调整后的议题更贴合行业通用表述。
-	供应商管理		员工权益		
-	信息安全		民主管理		
-	客户服务		企业关怀		
调整议题			职工福利		
气候变化	应对气候变化	对部分议题进行了修改和合并，使调整后的议题更贴合行业通用表述。	员工激励		
资源利用	水资源利用 能源利用		机会平等		
污染物排放	污染物与废弃物管理		人才发展	员工培训与发展	
环境管理	环境合规管理		安全生产	职业健康与安全	
对外捐赠	社会贡献与乡村振兴		专利管理	创新驱动	
扶贫			数字化转型		
乡村振兴			技术创新		
党的领导融入公司治理	党建引领 公司治理		质量把控	产品质量	
内部控制与合规运作	合规及风险管理		深耕市场	负责任营销	
风险管理组织体系	商业道德				
恪守商业道德					



# 01

## 合规筑基 稳健发展

党建引领  
公司治理  
合规及风险管理  
商业道德  
信息安全



党建引领

2024 年，公司党委坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，深入贯彻党的二十届三中全会精神，紧扣核心竞争力与高质量发展目标，充分发挥党建引领作用。继续深化“三学+”促“三同三转”，向“三提高”发展，发扬“三种精神”和“三枪铁军精神”，持续提升队伍素质、改进工作作风、强化阵地建设，着力打造一支能打硬仗、敢于攻坚的铁军，为完成年度目标和战略转型改革任务注入强劲动力。

在此基础上，公司党委与行政部门协同发力，加强对产业工人队伍建设改革的组织领导，充分发挥工会组织的牵头抓总作用，凝聚各方合力，以党建促改革、以改革促发展，持续赋能企业高质量发展。

截至报告期末	
公司共有党支部	11 个
党员	237 人
2024 年	
公司共召开党委会	25 次
组织党委会第一议题学习	25 次
中心组学习	29 次

从严治党主题教育大会

公司召开 2024 年度全面从严治党工作会议暨警示教育大会，紧扣党纪学习教育，系统部署全面从严治党重点任务。会议强调要强化纪律建设，落实政治监督，持续推进作风建设，将党纪教育常态化，助力企业高质量发展，着力打造忠诚干净担当的党员干部队伍。



注：三学：学习习近平新时代中国特色社会主义思想、学习华为任正非先进管理思想和有效经验做法、学习数字化管理和专业业务  
三同三转：同吃、同住、同劳动；转观念、转作风、转局面  
三提高：核心功能、核心竞争力提高、企业盈利水平提高、数智化运用复合能力提高  
三种精神：建党精神、延安精神、红旗渠精神

学纪知纪铭初心，明纪守纪践于行——公司庆七一主题教育活动

为庆祝中国共产党成立 103 周年，公司举办“学纪知纪铭初心，明纪守纪践于行”主题教育活动。通过“初心号”巴士沉浸式党史学习、重温入党誓词，以及黄浦区纪委监委张卫君主讲的《条例》专题党课，公司 185 名党员、干部深入学习党纪，感悟初心使命。活动旨在推动党纪教育入脑入心，激励党员干部以更强凝聚力和战斗力投身公司战略转型与高质量发展。



与进博同行——公司党员进博会主题党日活动

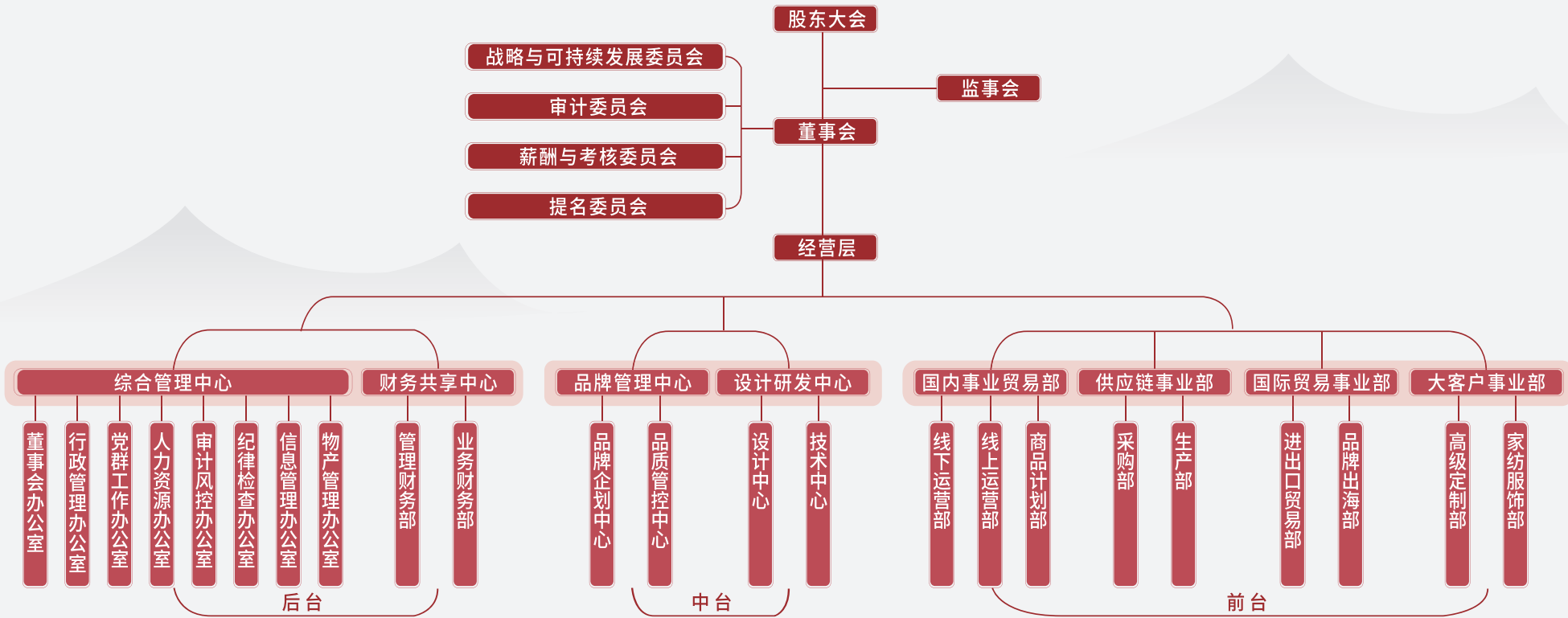
在第七届中国国际进口博览会期间，公司党委组织近 150 名党政领导、党支部书记及党员代表，开展“助力进博，人人都是宣传员，人人争当推荐官”主题党日活动。党员们通过“1+3+N”行动巡馆宣传品牌，在 SDC.HK 展区体验“探界自然 雅致生活”主题场景，并以志愿者身份参与互动推广，深化对进博会“越办越好”精神的理解，增强服务品牌发展的使命感，为公司溢出进博效应贡献力量。



# 公司治理

## 组织架构

公司严格遵循《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》等法律法规的要求，持续优化公司法人治理结构，规范“三会一层”治理架构。2024 年，公司进一步强化内部控制体系建设，以市场需求为导向，完成层级改革 2.0 标志性升级，推进二个后台职能中心 + 二个中台支持中心 + 四大事业部一体化运行，不断完善权责透明、协调运转、有效制衡的公司治理机制，筑牢公司可持续发展根基。



三会运作

公司严格遵循《上海证券交易所股票上市规则》《公司章程》等法律法规及规范性文件要求，重视 三会规范运作，设立以股东大会、董事会、监事会、董事会下属各专业委员会为核心的治理架构，并明确各项管理制度，以及选举、召开、表决等各项机制，切实维护公司和股东的合法权益。

股东大会

公司最高的权利机构，负责决策公司的核心事务，对公司的经营策略、投资计划、关联交易、公司章程修改等重大事项作出决策，对公司选举和更换董事、审议公司财务预算和决算方案等行使权利，切实维护公司和全体股东的利益。

董事会

公司经营管理的决策机构，发挥“定战略、作决策、防风险”的作用，下设审计委员会、战略与可持续发展委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会，充分发挥治理效能。

**多元化：**公司严格按照《公司章程》规定的程序选聘董事，立足企业发展需求，充分考虑包括性别、年龄、专业知识、文化程度、教育背景等多方面的平衡，致力于推动董事会多元化，提升董事会决策的科学性和有效性。

**独立性：**公司独立董事始终秉持专业性和独立性，严格遵循相关法律法规的规定，忠实、勤勉地履行职责。公司注重发挥独立董事在公司治理中的积极作用，建立独立董事专门会议及独立董事工作相关制度，使独立董事在公司治理中的作用得到充分发挥，为公司经营决策和规范运作提供合理、科学的意见和建议。

监事会

公司监事会由 3 名监事组成，其中职工监事 1 名，外部监事 2 名。

监事会本着对公司和全体股东负责的精神，依法、独立地对公司财务情况、关联交易事项等进行监督检查，对高级管理人员行使职权及公司运营中的问题行使监督职能。

关键绩效指标	召开次数	审议事项数
股东大会	3	15
年度股东大会	2	12
临时股东大会	1	3

关键绩效指标	召开次数	审议事项数
董事会	7	44
审计委员会	8	15
战略与可持续发展委员会	1	2
提名委员会	3	4
薪酬与考核委员会	1	2

关键绩效指标	召开次数	审议事项数
监事会	3	14

关键绩效

男：女 5:4

非独立董事：独立董事 6:3

## 投资者关系

公司制定《投资者关系管理制度》，通过构建规范化沟通框架，建立投资者热线、业绩说明会等多元化沟通渠道，保障投资者知情权与参与权；制度明确信息披露标准流程，要求通过法定平台及时披露经营动态，确保财务数据与战略决策的透明度；同时建立舆情监测与危机应对机制，防范内幕交易风险，以高质量双向沟通提升资本市场认同度与企业价值。

投资者沟通的主要渠道：通过业绩说明会，投资者热线电话，邮箱，官微等多种渠道。

2024 年度召开定期报告业绩说明会 3 次，问题回复率 100%，回复 E 互动咨询问题 68 条。

召开定期报告业绩说明会



3 次

问题回复率



100 %

回复 E 互动咨询问题



68 条

## 信息披露

为规范公司信息披露行为，提升信息披露管理水平和质量，切实保护投资者合法权益，公司依据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》、中国证券监督管理委员会《上市公司信息披露管理办法》《上市公司治理准则》等法律法规，以及上海证券交易所《股票上市规则》和《公司章程》的相关要求，制定《信息披露管理制度》。

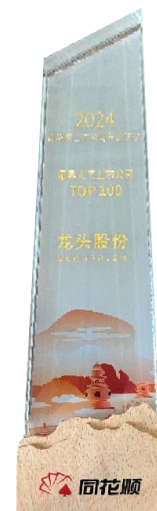
报告期内，公司发布定期报告 4 份，临时报告 41 份。

上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）和上海证券报、中国证券报为公司指定信息披露媒体。

2024 年度没有发生违反信息披露规定而受到处罚的事件。



获得“2023 年度中国证券报金信披奖”



获得“同花顺最具人气上市公司 TOP100”

# 合规及风险管理

公司的可持续发展基础在于构建科学而完善的风险合规管理体系。公司严格遵守《企业内部控制基本规范》及《企业内部控制应用指引》等相关法规要求，以“全面覆盖、动态监控、分级管理”为核心原则，建立了“治理层监督 - 管理层执行 - 业务层落实”的三级风控架构，为实现高质量发展提供了坚实保障。

## 治理

01

公司构建了“三会一层”治理架构，董事会下设审计委员会。内部审计部门独立运作，直接向审计委员会汇报工作，每年实施财务收支审计、内控审计等专项监督。

## 战略

02

公司将风险管理纳入战略规划，通过全面预算管理统筹资源配置，优化业务结构以应对市场风险。针对信用风险，建立客户信用档案并实施动态评估；对操作风险，通过《风险预警和突发事件应急处理管理制度》强化内控培训与流程监控。依托中信保等外部工具削减风险敞口，提级管理供应链、海外业务等高风险环节，确保风险与收益平衡。

## 风险管理

03

公司建立“风险识别 - 评估 - 应对 - 监控”闭环机制。通过定期分析内外部环境，识别市场、信用、操作、法律等风险，采用定性与定量结合的方法评估优先级。应对策略包括：推广新版合同模板防范法律风险，发布《关于加强公司业务风险管控的通知》强化流程约束，并通过“人防 + 机防”联合控制提升风险抵御能力。实时监测资产负债率、应收账款周转率等关键指标，触发预警后启动应急预案。

## 指标与目标

04

确保风险始终处于与公司战略目标相协调且可承受的水平。

内部审计覆盖率达 100%，重点关注资金使用、合规性及重大决策。风险预警指标体系包括流动性、偿债能力等量化标准，目标确保资产负债率 $\leq 70\%$ 、应收账款周转天数同比优化。通过《风险预警和突发事件应急处理管理制度》，要求突发事件 1 小时内上报、24 小时内启动应急响应，实现风险可控。

内部审计覆盖率达



目标确保资产负债



突发事件上报时间



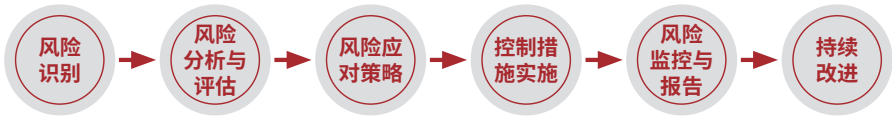
启动应急响应时间





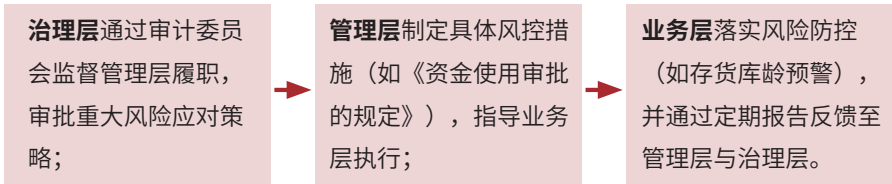
风险管理程序

公司面临市场波动、财务风险、运营风险、战略偏差及法律合规风险等。各部门按职责分工，针对不同风险，制定相应措施。同时，建立风险监控指标，定期报告风险情况，并根据反馈持续改进，确保风险始终处于可控范围，保障公司战略目标的实现。



风险管理机制

公司的风险管理覆盖公司的所有部门和人员，渗透到各个环节，建立了“治理层监督 - 管理层执行 - 业务层落实”的三级风控架构，实现全过程管理。



2024 年共完成审计项目



18 项

其中经济责任审计	5 项
财务收支审计财务收支	8 项
内控项目审计	1 项
离职专项审计	1 项
专项调查报告	1 项
其他审计工作	2 项

风险管理体系

公司构建了覆盖财务、业务及管理全流程的内控制度体系，包含《全面预算管理制度》《财务报告编制制度》《关联交易管理制度》《内部审计管理制度》《重大风险预警和突发事件应急处理管理制度》等制度，这些制度为公司整体风险管理提供了坚实基础。

- 《全面预算管理制度》：强调对预算执行情况的跟踪分析，将风险管理纳入考核；
- 《内部审计管理制度》：审计覆盖率 100%，整改率纳入绩效考核；
- 《风险预警和突发事件应急处理管理制度》：明确 1 小时内上报、24 小时内启动响应。

风险管理培训

公司通过分层次的培训体系（全员基础培训 + 关键岗位专项培训），结合理论讲解、案例分析和实战演练等多种形式，确保员工掌握风险识别、应对及合规操作能力。同时，公司还通过多渠道、多方式开展风险管理理念、知识、制度和流程等方面的培训，教育和引导员工自觉遵守公司制度、行为准则和道德规范，培养按章办事、遵守公共秩序的良好习惯，全面提升风险管理水平。





## 商业道德

### 反不正当竞争

公司始终严格遵守《中华人民共和国刑法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等法律法规，秉持尊重市场竞争的原则，全力支持并维护公平、自由的市场环境。公司坚决抵制商业贿赂、勒索、欺诈、洗钱、垄断及不正当竞争等行为，对任何违背商业道德的做法采取零容忍态度。在报告期内，公司未因反不正当竞争、利益冲突、洗钱或内幕交易等事项受到罚款，亦无相关和解情况发生。

### 反商业贿赂及反贪污

公司建立《反舞弊管理制度》《违纪违法约束性事项薪酬扣减细则（试行）》《规范交往中收送礼品礼金管理办法》《“三重一大”决策制度》等内控制度，对采购部门开展风险评估并推动自查自纠。组织反腐败培训，覆盖党员 238 人及采购部 30 人，强化廉洁意识与制度执行力。



纪检廉洁文化形象“代言人”——枪枪龙的第二弹表情包

#### 强化监督检查与责任落实：

专项检查小组抽查防利益冲突登记，覆盖各板块业务骨干（含外贸岗位）及事业部班子成员，共抽查 29 人（占比 15.68%）。签署《个人廉洁从业承诺书》（党政领导班子 8 人）、《采购人员廉洁自律承诺书》（30 人）、《防利益冲突表》（185 人），确保责任到人。

#### 健全举报机制与保密保障：

设立纪律检查办公室，开通专用投诉举报电话，结合审计、纪检邮箱等多渠道受理问题线索，严格按制度保护举报者身份，确保员工畅通表达，促进问题及时发现与解决。

举报电话（20971069）及邮箱（ltjc@shanghaidragon.com.cn）

## 信息安全

公司严格遵守相关法律法规及行业规范，避免违规行为，保护知识产权。

### 网络和信息安全管理

公司严格遵守相关法律法规及行业规范，保护知识产权，避免违规行为。通过全面管理体系，确保信息资产保密性、完整性和可用性，降低信息化建设与运营风险。

- 网络与系统安全管控：确保网络设计与设备的安全性，合理限制管理员权限，禁止未经授权的软件安装和无关程序运行。遵循访问控制原则，包括隔离、最小权限、按需审批、职责分离、默认拒绝等。用户权限实行动态更新管理，任何变更均需经过严格审批，以严控对系统的访问。
- 数据保护与事件管理：规范归档信息系统相关资料，禁止任何人员擅自外泄。妥善保管重要数据，严格限制外来人员查阅。建立安全事件快速响应机制，要求员工即时报告安全事件，确保事件能够得到及时处理、调查、上报及复盘，防止类似事件重复发生。
- 培训与开发管理：定期为员工开展岗位信息安全培训，提升其意识与技能，并详细记录参与情况。在软件开发过程中同步融入安全设计，严格审查方案与数据结构，隔离开发与运行环境，有效控制测试数据，确保信息安全不外泄。



网络安全培训

### 网络与信息安全应急管理

公司为持续深化信息安全合规与体系建设，强化风险评估，提升高风险事项处置能力，制定了《网络与信息安全事件应急预案》，成立信息安全领导小组。信息安全领导小组负责贯彻落实国家及上级部门关于信息安全的方针政策，制定信息安全策略与应急预案，统筹协调信息安全事件的预防、监测、应急处置及事后评估工作，确保网络与信息安全。

#### 预防预警阶段

- 信息监测与报告
- 预警处理与发布

#### 应急响应阶段

- 先期处置
- 应急指挥
- 应急支援
- 信息处理
- 应急结束

#### 后期处置阶段

- 善后处理
- 调查评估

#### 保障措施

- 数据保障
- 应急队伍保障
- 经费保障

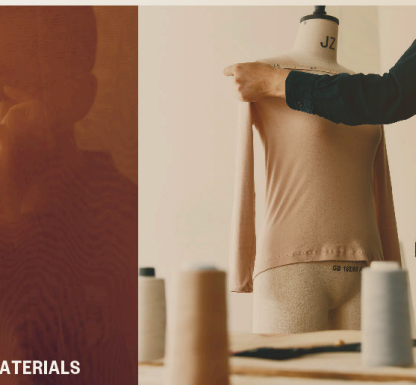
#### 监督管理

- 宣传教育
- 责任与奖惩

### 隐私保护

公司高度重视客户隐私和个人隐私的保护，报告期内，公司未发生过客户隐私泄露事件。

- 采取严格的数据加密、访问控制和权限管理等技术手段。
- 定期开展安全培训和宣传活动。
- 明确对涉及隐私数据的事件的监测、报告、处理和恢复流程。
- 承诺将持续改进和完善隐私保护措施，为客户提供安全、可靠的服务，保障每一位客户的合法权益。



## 对匠心的定义

匠心不仅源自三枪87年+的品牌沉淀和前沿研究，同时也是对每一位消费者诉求的解答，严格选控，匠艺在我，口碑在你心。

严选甄稀面料  
致敬经典



## 创新驱动

产品质量 应和和谐，是对坚硬现实的一种柔韧回应。

供应商管理

客户服务 “软”触及人心最敏感的角落，是慰藉与安全感的来源。

负责任营销

“软”化身为触感，通过皮肤这一人体最大的感觉器官，传达着细腻与舒适的信息。每一次与肌肤的亲密接触，都是对感官的一次温柔唤醒，让每一块肌肉、每一寸神经都在无痕的拥抱中放松下来，体验到前所未有的自在。

内心柔软之地  
构筑柔软的精神休憩地

我们天然就懂得寻找柔软，靠近柔软，触碰柔软，也被柔软包裹。



## 创新驱动

公司始终将创新作为推动公司发展的核心动力，致力于通过技术研发、管理优化和行业参与，推动公司的持续创新与绿色可持续发展。公司通过完善的创新管理体系，结合行业发展趋势，强化技术研发与知识产权保护，推动产品和技术的不断升级，提升公司的市场竞争力。

### 治理

01

公司将创新作为发展核心，建立管理体系，监督技术研发与知识产权保护，确保员工在创新环境中提供优质服务，提升企业竞争力。

### 战略

02

公司通过技术研发和管理优化，融入“舒适、绿色、科技、时尚”理念，提升产品与服务质量。人才培养采取“走出去、请进来”策略，增强员工能力，支持可持续发展与员工权益。

### 风险管理

03

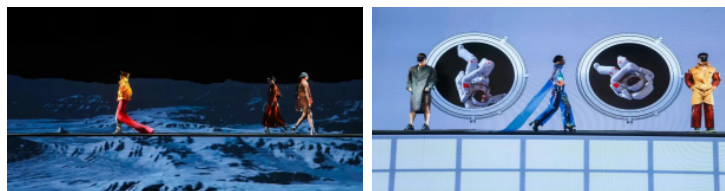
公司通过研发流程优化与专利保护，识别并管理技术与服务风险。设计研发中心整合人才，聚焦新工艺与纤维开发，确保员工服务能力与产品质量持续改进。

### 指标与目标

04

2024 年研发人员 56 人，占公司总人数 3.84%，专利申请 58 项、授权 33 项。未来公司计划大力推进专利申报工作，同时持续加大研发投入。

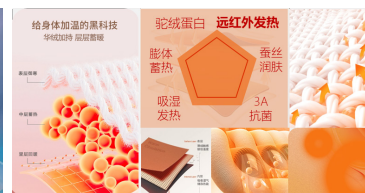
公司旗下三枪品牌与上海市纺织科学研究院有限公司联手研发的高性能针织服装，成功入选航天员出舱配套装备，随宇航员遨游太空。这款“飞天战袍”采用长绒棉与发热纤维混纺，集吸湿发热、抗菌除味等功能于一体，确保轻薄透气与持久舒适并存，彰显三枪 87 年匠心传承与技术创新。



航天级面料应用：航天级面料中的抗菌、净味、防螨技术，已转化到三枪朵绒棉产品中，吸湿、发热功能，则融入三枪华绒产品中。华绒柔暖多功能面料荣获“中国针织产品流行趋势 2024-2025 科技创新产品奖”。



朵绒棉系列



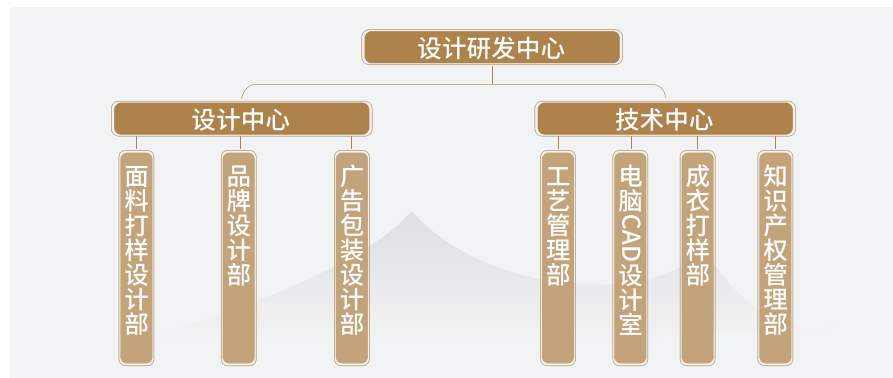
华绒棉系列

冰泉棉精选 90% 以上高品质棉纤维，亲肤透气，同时采用  $-34^{\circ}\text{C}$  液态氨冷萃工艺，使面料凉感效果较行业标准提升 1.6 倍，带来更加清爽舒适的穿着感受。

「冰泉棉」多功能面料荣获“2024 中国电商防晒功能面料大赛创新突破奖”



## 设计研发中心组织架构



## 核心理念

以“融合科技时尚 编织多彩生活”为使命，围绕“舒适、绿色、科技、时尚”四大主题，增强产品科技含量与时尚元素，提升品牌附加值。

## 战略目标

通过新技术、新纤维、新工艺的研发，将“三枪”打造为国际知名品牌，实现国内领先的功能性面料创新。

## 技术路线

遵循“以人为本、推出一代、研发一代、储备一代”的原则，确保研发的持续性和前瞻性。

## 开发策略

“人无我有、人有我优、人优我精”，形成差异化竞争优势。

## 人才培养

采取“走出去、请进来”策略，通过市场调研、国际考察和高管授课等方式提升设计和研发团队能力。

## 知识产权保护

公司在 2024 年度共申请了 58 项新专利，涵盖 1 项发明专利、6 项实用新型专利和 51 项外观专利。此外，公司在 2024 年获得了 43 项专利授权，其中包括 5 项发明专利（其中 1 项为专利转让）和 38 项外观专利。

2024 年度共申请了新专利



58 项

发明专利	1 项
实用新型专利	6 项
外观专利	51 项

2024 年度获得专利授权



43 项

发明专利	5 项
外观专利	38 项



推进行业共进

公司还积极参与行业标准的制定，参编了 1 项已发布的国家标准，并参与编制了 3 项尚未发布的行业标准。同时，公司参编的 1 项团体标准也已于 2024 年发布。

标准类型	状态	标准号	标准名称	参编年份	实施年份	状态
国家标准	修订	GB/T 22849-2024	针织 T 恤衫	2022	2024	已发布
行业标准	修订	FZ/T XXXXX	针织泳装	2024	修订中	参与编制未正式发布
行业标准	制定	FZ/T XXXXX	袜子耐穿性能试验方法	2024	修订中	参与编制未正式发布
行业标准	制定	FZ/T XXXXX	老年人护理用针织内裤	2024	修订中	参与编制未正式发布
团体标准	制定	T/SAQ 0011—2024	品牌培育管理实施细则	2024	2024	已发布



## 产品质量

公司始终以品质为根基，致力于为客户提供卓越的产品与服务。通过持续完善质量管理体系，严格把控产品质量，不断优化服务流程，切实保障客户隐私与基本权益，推动与客户实现共同发展与互利共赢。

### 治理

公司建立完善的质量管理体系，监督纺织原料至服装生产的各环节，确保员工在高标准环境中提供优质服务。

### 战略

公司强化产业链上游质量管理，持续优化质量管理流程，完善质量检测机制，确保产品从研发到交付的全生命周期满足高标准要求，为消费者提供优质产品与服务。

### 风险管理

公司通过质量检验与定期报告会，识别并管理生产与服务风险，确保每一环节符合标准，支持员工质量意识与服务水平。

### 指标与目标

公司目标持续提升产品质量与服务，2024 年产品合格率达 98% 以上。公司及下属公司共七家公司通过 ISO 9001 认证，确保公司在规范体系中为消费者提供全方位优质体验。

## 产品质量管理体系

公司构建了稳健而全面的产业链和供应链体系，持续强化对纺织原料、服装面料及辅料等产业链上游环节的质量管理，确保为消费者提供全方位的优质产品与服务。公司及旗下产业链条建立了完善的质量管理体系，严格落实质量检验，确保每一环节都符合高标准要求。公司及旗下时尚定制、龙头家纺、龙头进出口、三枪针织、针织九厂和江苏大丰工厂等七家公司均通过了 ISO 9001 质量管理体系认证，这为公司进一步优化产品和服务质量提供了坚实保障。





## 质量管理

为了进一步推广质量文化，公司制定了《产品和服务监视测量管理规程》、《过程的监视和测量管理规程》及《新品开发管理》等管理制度，并定期召开质量专题报告会，强化员工质量意识，确保每一个环节都严格遵循质量标准，持续提升企业整体质量水平。



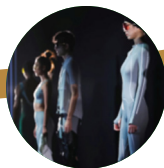
## 质量提升

为实现质量的显著提升，公司开展了一系列针对性强的培训。培训聚焦于专业技能与质量意识的双重强化，邀请行业资深专家为员工详细讲解先进的操作流程与质量管理体系。从产品生产的精细化工艺到服务环节的标准化规范，员工们深入学习并积极实践。



## 质量聚焦

聚焦于“精细”二字，将管理触角延伸至质量管控的每一处细节。明确每个岗位在质量把控中的职责，从原材料采购、生产加工，到成品检验、包装出厂，每项工作都遵循严格标准，力求将质量做到极致，以匠心雕琢每一件产品，铸就坚如磐石的品质根基。





# 供应商管理

供应链管理是企业稳健运营的重要基石。公司秉持规范化管理原则，持续优化供应链体系，强化风险管控与合规管理，不断提升供应链韧性与效率，携手合作伙伴实现共赢发展

01

## 治理

公司重视供应链管理，建立管理体系，监督供应商准入与评估，确保员工在稳定供应链中提供优质服务，提升运营效率。

02

## 战略

公司通过供应商分类与管理，保障产品质量与交货期，支持员工服务能力。遵循“公开、公平、公正”原则，推动可持续采购，增强市场竞争力与员工工作环境。

03

## 风险管理

公司通过调查与定期评估，识别供应商风险，涉及价格、技术、质量等维度。采购部门与相关部门协作，确保供应商合规，维护员工服务支持与供应链稳定性。

04

## 指标与目标

2024 年供应商总数 330 家，考核覆盖率 100%，合格率 98.2%。采购合同履约率 100%，培训 20 家供应商，提升员工与供应链协同服务能力。

# 供应商管理体系

公司建立了完善的供应商管理制度，其中包括明确的供应商准入和淘汰机制。为规范供应商管理流程，提升供应链运营效率，公司特别制定了《供应商管理制度及流程》。该制度旨在通过合理的供应商筛选、评估和管理，确保公司能够与优质供应商建立长期稳定的合作关系，从而实现更高效的生产和更有竞争力的市场表现。

 战略供应商	<p><b>长期合作且对公司至关重要的供应商，提供核心技术或产品。此类供应商通常是唯一供应商或更换成本较高。</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>· 与公司签订年度框架协议，明确采购条款；</li><li>· 如框架协议中已确定采购价格，则无需再次询价、比价；</li><li>· 可直接向供应商发出采购订单，无需另行签订采购合同。</li></ul>
 优先供应商	<p><b>在某些产品或服务方面表现优异的供应商，尽管其他供应商可提供相同产品，但在价格、质量、交付等方面具有优势。</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>· 与供应商签订价格备忘录，确定年度采购价格；</li><li>· 如价格已包含在备忘录中，则无需再次询价、比价；</li><li>· 根据采购合同签订独立的采购合同。</li></ul>
 普通供应商	<p><b>未签订框架协议或价格备忘录的供应商，每次采购需进行询价、比价，并签订独立的采购合同。</b></p>
 临时供应商	<p><b>无法在现有合格供应商数据库中找到合适供应商时，采购紧急情况下选用的供应商，需执行常规询价、比价过程。</b></p>
 淘汰供应商	<p><b>经定期评估后，确定不再与其合作的供应商，且在采购系统中不允许选择。</b></p>
 黑名单供应商	<p><b>由于存在欺诈、舞弊或诚信问题，被公司列入黑名单并停止合作的供应商。</b></p>

供应商管理流程



供应商数量



330 家

国内	316家
海外地区	14家
供应商考核覆盖率	100%
供应商考核合格率	98.2%
开展了社会影响评估考核的供应商数量	17家
开展了环境影响评估考核的供应商数量	17家
参与培训的供应商总数	20家
参与培训的中级管理层	41人
参与培训的高级管理层	7人
供应商履约采购合同数	401份
供应商履约采购合同履约率	100%

采购流程

公司遵循“公开、公平、公正”和“质量优先、价格优先”的采购原则，坚决杜绝暗箱操作、回扣等腐败行为，确保采购过程透明、公正。公司致力于建立并持续完善采购管理制度，推动供应链体系的可持续发展，确保负责任的采购行为。

## 客户服务

公司始终严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》等相关法律法规，秉持客户服务导向的理念，深入洞察并响应客户需求。通过线上线下，国内国际多维渠道，公司不断拉近与客户的距离，及时处理投诉，并以匠心服务和优质产品提升消费者体验，促进良性互动。公司不断强化服务意识，建立以满足客户需求为核心的价值观，拓宽调研范围，提供高质量的产品和服务，确保合法合规的宣传，积极维护客户的合法权益。

公司注重妥善处理客户诉求，完善服务管理体系，并定期开展满意度调查，不断优化产品、服务和质量。与此同时，公司始终尊重客户隐私，确保客户信息安全。为此，公司已制定《顾客满意测量管理规程》、《与顾客有关过程管理规程》和《产品质量投诉和售后服务管理制度》。



客户使用报告

## 线上客户

为快速响应客户需求，提供专业、高效、友好的服务，提升客户体验和品牌忠诚度，公司制定了《三枪电商部客户服务管理制度》。其组织架构包括项目经理、客服专员、售后专员和在线客服，各司其职。服务流程与标准涵盖接待、问题记录与分类、处理与回复、投诉与纠纷处理、反馈与改进以及数据回顾与总结等环节，要求及时、准确、友好，并不断优化。培训与考核方面，定期组织培训提升团队素质，建立绩效考核体系确保服务质量。同时，严格保护客户信息，建立数据备份机制保障数据安全。

客户满意度调查问卷发放数

195426 份

客户满意度调查问卷回收数

56124 份

客户满意度

95 %

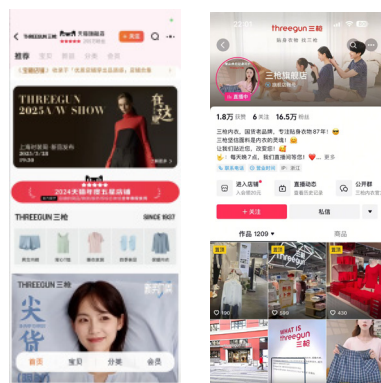


## 负责任营销

公司品牌秉持创新、品质、责任的发展理念，严格遵守《中华人民共和国广告法》等法规，搭建并施行合规管理制度。公司确保宣传资料真实可靠，数据有源可溯。在践行责任营销的同时，公司持续开拓进取，为消费者打造更多优质时尚、健康的产品与服务，带来更美好的生活体验。



以消费者为导向，成功举办 2024 秋冬新品发布会



营销渠道正从传统电商平台，向短视频、社区团购、社交平台等领域拓展



三枪品牌视觉全新升级，  
让经典焕发新生，持续在  
市场中绽放独特魅力







# 03

## 低碳践行 绿动未来

---

应对气候变化  
绿色生产  
环境合规管理  
污染物与废弃物管理  
水资源利用  
能源利用



## 应对气候变化

公司积极响应国家“双碳”战略，致力于在纺织全产业链中实现绿色低碳的高质量发展。公司通过推动智能化升级、研发环保工艺和设计绿色产品，持续优化运营模式，减少资源消耗和碳排放，同时推动员工绿色办公和低碳生活习惯的培养，全面促进公司向绿色可持续方向转型，助力可持续发展。

### 治理

高度重视公司可持续发展治理，成立了由管理层牵头的战略与可持续发展委员会，明确各部门及下属公司在环境保护和绿色转型中的责任。通过完善的治理架构和跨部门协作机制，确保低碳发展措施和环保政策能够高效落实，推动公司整体绿色转型。

### 战略

以应对气候变化为核心战略，公司构建了全面的可持续发展路径。公司通过优化业务布局，推进产品绿色化和低碳制造，强化供应链的绿色管理，并积极引入先进的绿色技术与管理创新。

### 风险管理

公司积极识别和评估与气候变化相关的短期、中期及长期风险和机遇。针对政策法规变化、市场需求转型、技术更新以及极端气候事件等风险，公司不断优化风险预警和应对机制，提升了应对转型风险和实体风险的能力，从而为公司稳健发展提供有力保障。

类别	风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	影响周期	应对措施
转型风险	政策法规	中国“双碳”目标及上海地方碳减排政策可能要求减少生产环节碳排放，增加合规成本。	中长期	建立健全碳管理体系，密切关注政策动态，提前调整生产及运营流程，并积极参与碳交易市场。
	市场风险	消费者对低碳、环保产品需求上升，传统高能耗产品市场竞争力下降，可能导致部分产品销量下降或市场份额萎缩。	中期	加速绿色产品研发，优化产品结构，提升产品附加值，拓展低碳市场以满足消费者环保需求。
	技术风险	新一代绿色技术和工艺的不断涌现，若公司在技术升级和创新方面投入不足，可能导致生产效率下降，技术落后于竞争对手。	长期	加强绿色技术创新与投资，合作开发低碳生产技术，采用节能设备，提高能效。
实体风险	气象灾害风险	极端天气事件（如暴雨、洪水、台风等）可能对原材料供应、生产设施、物流运输及仓储安全构成直接威胁，导致生产中断或延误。	短至中期	建立完善的灾害应急预案，优化供应链布局与物流管理，增强设施防护和保险覆盖，分散区域风险。
	资源供应风险	气候变化可能影响天然原材料（如棉花、羊毛等）的产量和品质，导致原材料价格波动和供应紧张，增加采购成本。	中期	多渠道采购、与供应商建立长期合作关系、投资可持续资源管理项目，以及开发替代材料以降低依赖度。
气候机遇	绿色产品市场机遇	随着消费者环保意识提升和市场对绿色低碳产品需求增加，公司可借机开发环保新产品，抢占低碳市场先机，提升品牌竞争力。	中期	加大绿色产品研发力度，优化产品设计，强化绿色认证和市场推广，构建品牌绿色形象。
	政策激励机遇	政府为推动绿色转型可能出台各类税收优惠、财政补贴和绿色奖励政策，公司可通过符合条件的绿色改造项目获取政策性资金支持。	短至中期	积极申报绿色项目，利用政府补贴和税收优惠政策，加强与政府和行业协会的合作，共同推动绿色发展战略实施。

目标与指标

公司致力于实现绿色低碳转型，通过不断优化运营模式、推动技术创新和强化环境管理，力争减少温室气体排放、提升资源利用效率。同时，公司积极履行社会责任，矢志达成可持续发展目标，促进经济效益与环境保护的双赢局面。

温室气体排放

公司温室气体排放主要来源于生产和办公运营的能源消耗。

2024 年温室气体排放相较于上一年减少 4.96%。温室气体排放强度下降 18.37%。



指标	单位	2024 年	2023 年
范围 1 和 2 排放	吨二氧化碳当量	12503.38	13155.4
范围 1 和 2 排放密度	吨二氧化碳当量 / 万元营收	0.711	0.871
范围 1 排放	吨二氧化碳当量	1414.29	1401.1
范围 2 排放	吨二氧化碳当量	10189.09	11754.3



注：范围 1 和 2 温室气体排放数据的核算方法主要依据《温室气体核算体系》（Greenhouse Gas Protocol）、《GB/T 32150-2015 工业企业温室气体排放核算和报告通则》、以及《ISO 14064-1:2018 组织层次上对温室气体排放和消除的量化和报告的规范及指南》等相关标准。电力、热力和化石燃料燃烧的排放因子数据来源于《2011-2012 年省级电网平均排放因子》中 2012 年各区域电网的排放因子，以及《其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》。

## 绿色生产

在当前全球倡导可持续发展的背景下，公司积极响应绿色低碳发展理念，持续推动各项绿色低碳技术创新与应用，致力于实现生产过程中的节能减排与资源循环利用。公司围绕纺织产业链各环节，优化设计研发、生产工艺和产品包装等方面，通过采用环保材料、智能化生产技术以及节能降碳工艺，推动公司在实现绿色低碳转型的同时提升行业竞争力。

### 绿色面料研发设计

公司优先采用天然、可循环及可再生纤维，如天丝™零碳莫代尔、再生涤纶、聚乳酸纤维等环保材料，并积极探索生物基可降解纤维应用。



### 智能化生产与绿色工艺

公司通过引入 AI 设计、3D 制版和 3D 打样等智能化技术，推进绿色低碳生产。公司利用 3D 技术优化针织机生产工艺，精准计算用料，最大程度减少材料浪费，同时提升生产效率，推动纺织产业链向绿色低碳方向转型，为可持续发展注入创新动力。



### 回收再利用与闭环产业链

依托自有面料研发生产基地，持续推进技术创新，其生产基地荣获 GRS 认证（全球回收标准），彰显公司在“绿色、环保”领域的领先优势。公司致力于打造绿色闭环产业链，通过与回收机构合作，确保废弃物高效回收与再利用，不仅显著减少资源浪费，还保障回收材料的高品质，为可持续发展和循环经济树立行业标杆。



### 环保染整技术

三枪针织面料后整理广泛应用冷堆水洗、低温氧漂、低温皂洗等绿色低碳技术，在保障产品质量的同时，大幅提升效率，加速公司低碳转型。与传统工艺相比，每处理 1 吨面料：

**冷堆水洗：**节水 14.2 吨，省电 22 度，节省蒸汽 0.98m<sup>3</sup>。

**低温氧漂：**节省蒸汽 0.4 吨（降耗 20-25%），缩短时间 15-30 分钟（效率提升 15-20%），节电 15-20%。

**低温皂洗：**节省蒸汽 0.3-1 吨（降耗 25-40%），缩短时间 20-75 分钟（效率提升 25-40%），效果随面料颜色深浅波动。



## 环境合规管理

### 环境管理体系建设

公司始终将环境保护作为公司战略核心，严格遵循《中华人民共和国环境保护法》及 ISO 14001:2015 标准，以绿色低碳理念为指导制定《环境保护及节能减排管理制度》，构建了覆盖全产业链的环境管理体系。

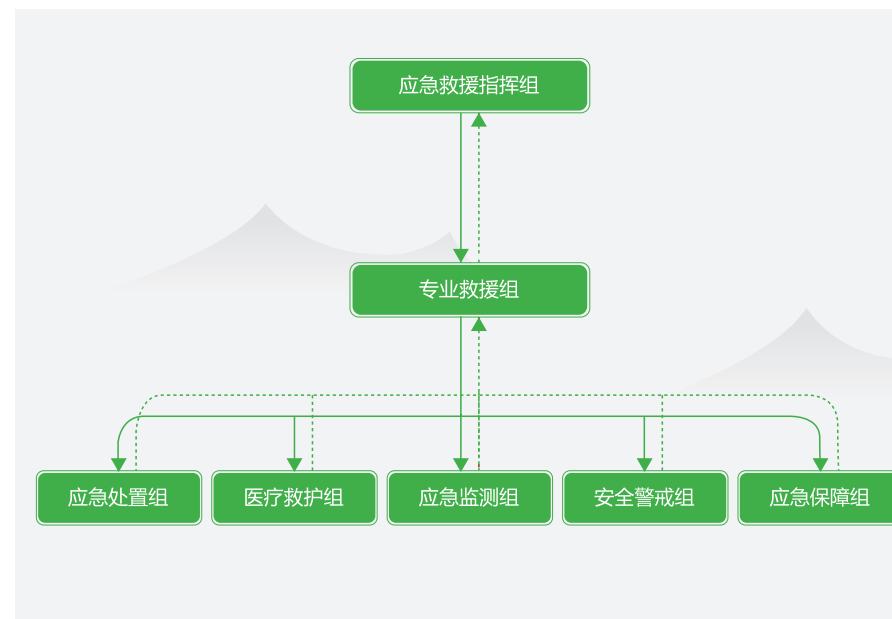
截至报告期末，公司及旗下针织九厂、时尚定制、江苏大丰工厂和三枪针织等 5 家核心公司全部通过 ISO 14001:2015 认证，实现环境管理的标准化运作。



### 环境应急与意识提升

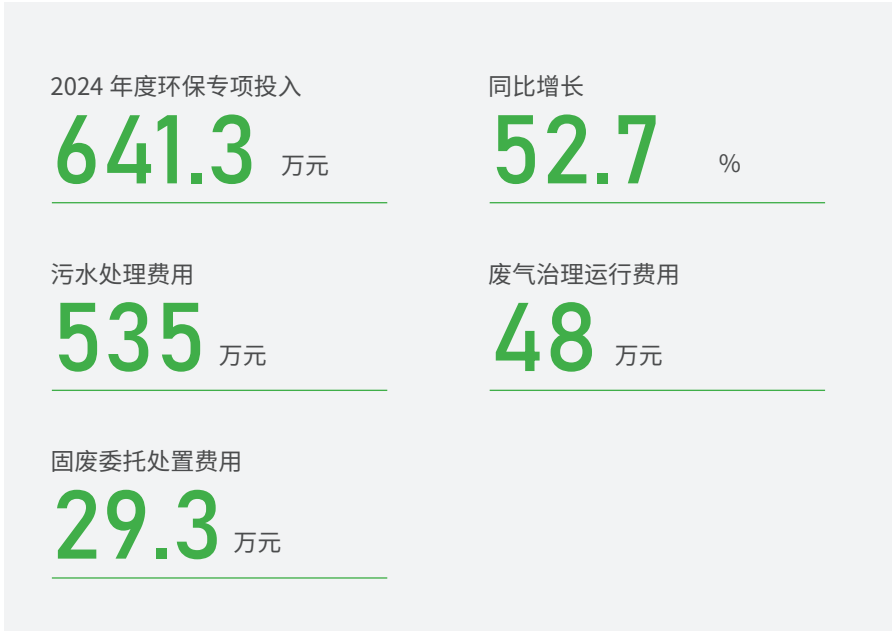
公司高度重视环境风险防控体系建设，严格遵循《企业事业单位突发环境事件应急预案备案管理办法（试行）》（环发〔2015〕4 号）及《企业事业单位和工业区政府突发环境事件应急预案编制导则》（DB32/T 3795-2020）等相关要求，系统编制《突发环境事件应急预案》。

公司成立应急处置小组，明确各级部门的应急职责，细化事件分级，建立分级响应机制与处置流程，确保突发环境事件得到高效处置。为提高应急响应能力，公司定期开展环境应急演练和预案培训，强化员工的环境风险防范意识与应急处置能力，确保预案的实操性与有效性。同时，公司建立环境应急物资储备库，并实施动态维护，确保突发环境事件防控资源能够得到及时、高效的调配。



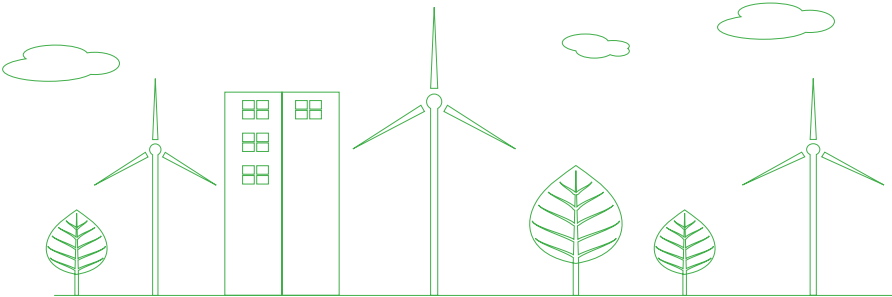
环保投入

公司持续深化环境治理体系建设，2024 年度环保专项投入达 641.3 万元，同比增长 52.7%，充分展现公司在可持续发展方面的积极实践。其中，环保设施运行费用占比最高，包括污水处理费用 535 万元、废气治理运行费用 48 万元，确保排放达标与环保设施高效运转。同时，公司加强固体废弃物管理，固废委托处置费用达 29.3 万元。



此外，公司积极推进清洁生产审核，全年合计投入 25 万元，其中包含两项中高费用节能改造方案，直接投资 19.5 万元，有效提升能效水平。与此同时，公司也注重环保文化建设，投入约 4 万元用于环保培训、环保月宣传及环保文化推广，增强员工环保意识，推动全员参与绿色发展。

报告期内，公司未发生因违反环境管理相关法律法规而受到主管部门处罚的事件，亦不存在上述方面的重大环境影响。



# 污染物与废弃物管理

公司严格遵循国家环境治理体系要求，建立四级合规管控机制：

- 法律遵从层面：**全面执行《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等核心环境法律；
- 过程管理层面：**构建“源头控制 - 过程治理 - 末端监控”全流程管控体系，确保废水、废气及噪声排放 **100%** 达标；
- 监测验证层面：**实施涵盖水、气和噪声三大类的立体化环境监测方案，2024 年度累计开展自行监测 **11** 次，数据达标率持续保持 **100%**；
- 信息披露层面：**依法完成《2024 年度环境信息依法披露报告》编制并通过生态环境部门合规性审查。

## 排放与废弃物管理要求及处理方式

废气	管理制度：《污水处理、噪声和废气监测管理制度》 排放类型：烧毛尾气、定型尾气 监测指标：二氧化硫、氮氧化物、颗粒物、总挥发性有机物 污染防治设施：大气污染防治设施 处理方式：经废气治理设施处理后达标排放
废水	管理制度：《污水处理、噪声和废气监测管理制度》 排放类型：工业废水 - 漂染环节 监测指标：总氮、氨氮、总磷、COD 污染防治设施：水污染防治设施 处理方式：厂区预处理达标后，纳入市政污水处理站深度处理
有害废弃物	管理制度：《固体废物污染控制管理程序》 排放类型：废油、废包装 处理方式：委托处置利用
一般废弃物	管理制度：《固体废物污染控制管理程序》 排放类型：污泥 处理方式：委托处置利用



污染物排放

主要污染物	特征污染物	2024 年		2023 年		执行的污染物 排放标准
		排放浓度	排放量	排放浓度	排放量	
定型废气 主要污染物	VOC <sub>s</sub>	1.16 mg/m <sup>3</sup>	0.1 t/a	0.6 mg/m <sup>3</sup>	0.05 t/a	80 mg/m <sup>3</sup>
	颗粒物	4.0 mg/m <sup>3</sup>	0.35 t/a	4.0 mg/m <sup>3</sup>	0.35 t/a	120 mg/m <sup>3</sup>
	SO <sub>2</sub>	3.0 mg/m <sup>3</sup>	0.25 t/a	3.0 mg/m <sup>3</sup>	0.25 t/a	550 mg/m <sup>3</sup>
	NO <sub>x</sub>	3.0 mg/m <sup>3</sup>	0.25 t/a	3.0 mg/m <sup>3</sup>	0.25 t/a	240 mg/m <sup>3</sup>
	除油装置处理后通过 15 米高 1# 排气筒排放					
烧毛废气 主要污染物	颗粒物	5.9 mg/m <sup>3</sup>	0.002 t/a	5.9 mg/m <sup>3</sup>	0.004 t/a	120 mg/m <sup>3</sup>
	SO <sub>2</sub>	3.0 mg/m <sup>3</sup>	0.001 t/a	3.0 mg/m <sup>3</sup>	0.002 t/a	550 mg/m <sup>3</sup>
	NO <sub>x</sub>	3.0 mg/m <sup>3</sup>	0.001 t/a	3.0 mg/m <sup>3</sup>	0.002 t/a	240 mg/m <sup>3</sup>
	烧毛废气通过布袋除尘处理后通过 15 米高 2# 排气筒排放					
生产废水 (主要指标量及 标准)	COD	32.1 mg/L	12.58 t/a	45.1 mg/L	11.99 t/a	200 mg/L
	氨氮	0.82 mg/L	0.32 t/a	7.18 mg/L	1.91 t/a	20 mg/L
	总氮	10.01 mg/L	3.91 t/a	10.69 mg/L	2.85 t/a	30 mg/L
	总磷	0.41 mg/L	0.16 t/a	0.15 mg/L	0.038 t/a	1.5 mg/L

计算范围：江苏大丰工厂  
部分气体指标(如 SO<sub>2</sub>、NO<sub>x</sub>) 的浓度数据一致，源于检测结果未检出，其总量核算按照检测下限进行。

固态废弃物

指标	单位	2024 年	2023 年
废弃物产生总量	吨	1011.3	896.4
废弃物产生强度	吨 / 万元营收	0.058	0.059
有害废弃物总量	吨	7.29	8.41
无害废弃物总量	吨	960	848
循环 / 再利用固体废物总量	吨	44	40

计算范围：江苏大丰工厂

水资源利用

公司用水主要来源于市政供水，涵盖了生产基地的生产和生活用水需求。公司始终坚持合理利用和管理水资源，致力于减少水资源浪费，不仅为节约成本奠定基础，也最大限度地减少对环境的负面影响。为此，公司制定了《公司用水管理规定》，通过深入挖掘节水潜力，实施节水技术改造等措施，不断提高水资源的利用效率。

2024 年，总取水量为 397,431 吨，排水量为 392,068 吨，实际耗水量为 5,363 吨。为了进一步降低用水量，公司在生产过程中采用冷却塔工艺进行热交换，从而减少降温用水。

配备了三台冷却塔，分别为工艺冷却塔（250t/h）、空压冷却塔（50t/h）和冷冻冷却塔（300t/h），有效优化了水资源的使用效率。

报告期内，公司未发生由取水、耗水、排水或储水量变化导致的直接或间接水资源重大影响。

指标	单位	2024 年	2023 年
用水量	吨	397431	379592
排水量	吨	392068	364987
用水密度	吨 / 万元营收	22.61	25.14
排水密度	吨 / 万元营收	22.30	24.17
循环用水量	吨	1741950	1711080

计算范围：江苏大丰工厂



## 能源利用

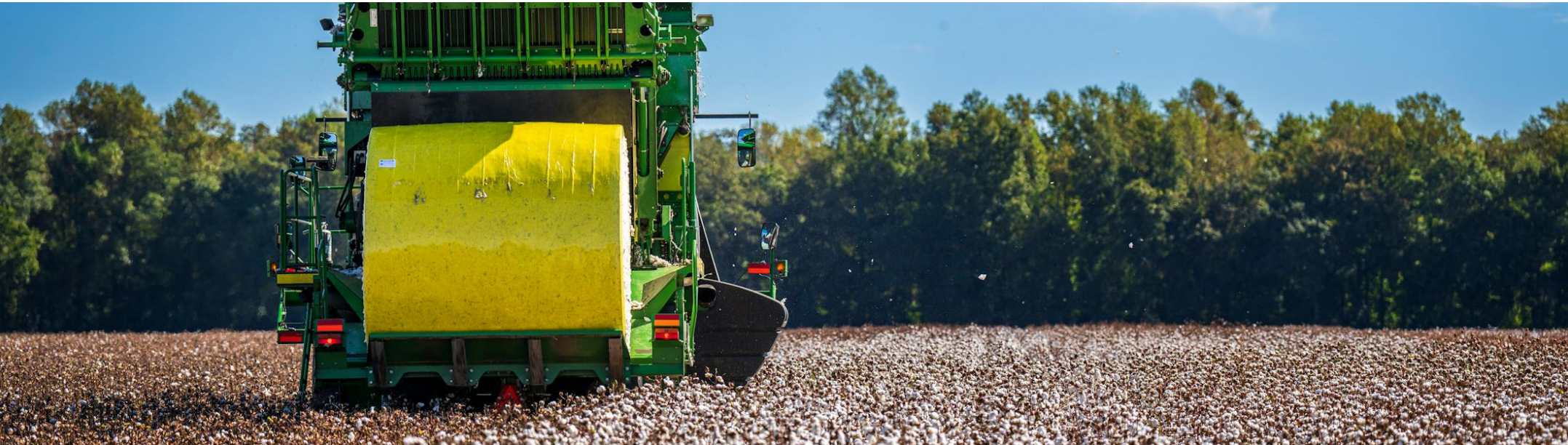
公司将能源管理作为实现绿色制造和低碳化的核心抓手，通过完善管理机制、精益改善、提高效率等多方面措施，积极推动高效绿色运营。在报告期内，公司直接消耗的能源主要为天然气，间接能源包括外购电力和热力等。

公司始终坚持合理利用能源与资源，持续完善能源管理工作。通过技术创新和生产管理的优化，有效降低能源消耗，最大限度地减少不必要的能源浪费，推动节能降耗的目标实现。

公司严格遵循《中华人民共和国节约能源法》等相关法律法规，全面加强能源管理，确保合理利用能源，提高能源使用效率，减少能源消耗。为确保节能降耗措施落地，公司已编制《能源管理制度》，并设立了明确的能源效益目标，确保在各生产环节落实节能措施。

指标	单位	2024 年	2023 年
综合能耗	吨标煤	3829.28	3908.37
能耗密度	吨标煤 / 万元营收	0.218	0.259
天然气	立方米	653025	648000
热力	吉焦	69151	66636
电力	兆瓦时	6199.9	6289.2

计算范围：江苏大丰工厂





# 04

## 温情护航 美好共创

---

社会贡献与乡村振兴

员工权益与福利

员工培训与发展

职业健康与安全

## 社会贡献与乡村振兴

公司积极履行社会责任，融合品牌与社会价值，公司搭建规范透明公益管理体系，将履行社会责任融入长效发展。

### 公益活动

#### 案例

#### 温暖守护，助力“太阳花女孩”自信前行

三枪倾心研发“三枪天然乳胶义乳”，以温暖与关爱为支撑，陪伴每一位“太阳花女孩”勇敢前行。三枪希望通过贴心的产品设计与人文关怀，帮助她们重塑新生，勇敢拥抱生活，让温暖与力量始终相伴。



#### 案例

#### 春节公益活动 温暖社区传递祝福

公司春节期间在五里桥街道创意家园街区党群服务站举办公益活动，为社区居民送春联和红包，传递节日温暖与祝福。



#### 公益服务守护品质 用专业回馈社区

公司积极参与上海市质量协会组织的泰安居委公益服务活动，提供免费个人衣物面料质量甄别服务。



#### 弘扬“雷锋精神” 用爱心传递温暖



企业多次组织志愿服务活动，积极践行新时代“雷锋精神”，为行动不便的群体和老人提供免费缝衣、针线活等贴心服务。

社会责任

公司以制度化建设为基石，系统推进社会责任履行。《对外捐赠管理制度》规范公益管理体系，确保透明高效，将社会责任纳入长效发展机制。在保障经营效益的同时，公司精准对接国家战略，深度参与乡村振兴，通过制度化确保公益投入的可持续性。

案例

专卖店助力乡村再就业

三枪品牌在 3-6 线市场积极拓展专卖店业务，不仅扩大品牌覆盖范围，更为当地居民提供再就业机会。通过“加盟为主，直营为辅”的模式，让更多乡村劳动者实现稳定就业，助力地方经济发展。品牌升级与乡村振兴同频共振，让更多人迎来新的职业生机。

爱心捐赠 共筑温暖力量

公司通过上海浦东新区红十字会捐赠资金和物资，支持当地社区及困难群体。



案例

支持乡村振兴与环境改善

公司积极响应乡村振兴战略，赞助并支持高新区组织的《保卫洁美乡村活动》，提供“红灯笼”洁美之家奖品——三枪品牌衣物。



公司参与王家咀基础设施建设，安装太阳能路灯，改善村民夜间出行，提升生活环境。

项目实施照片（王家咀安装路灯）



指标	单位	2024 年
乡村振兴投入金额	万元	7.98
惠及人数	人	155
慈善捐赠资金金额	万元	21.70
志愿活动参与人次	人次	33
志愿活动时长	小时	132

# 员工权益与福利

公司始终秉持尊重员工人权的理念，全力保障公平就业，积极落实民主管理，助力员工与企业携手共进、共同发展。公司凭借完善的薪酬福利体系、贴心的关怀举措以及全面的培训发展机制，致力于营造一个平等、和谐的工作环境，持续提升员工的幸福感与归属感。

## 治理

公司重视员工权益，建立工会管理体系，包括工会委员会、经费审查委员会和女职工委员会，监督员工相关工作的执行，确保服务与权益保障的合规性。

## 战略

公司遵守法律法规，通过内部制度保障员工权益，禁止童工与强制劳动。多元平等雇佣与薪酬激励提升服务质量，总员工 1455 人，支持员工与企业共同成长。

## 风险管理

公司通过职代会审议薪酬福利与用工事项，采用无记名投票，识别并管理权益风险。工会召开座谈会与访谈，收集意见并协调解决，确保员工服务环境公平。

## 指标与目标

公司目标保持集体合同签订率与履约率 100%。2024 年员工多元化：女性 1004 人，残障员工 11 人；员工对行政工作满意度为 99.5%、对工会工作满意度为 99.6%，提升员工福祉与服务。

集体合同签订率与履约率

100 %

女性

1004 人

残障员工

11 人

对行政工作满意度

99.5 %

对工会工作满意度

99.6 %

# 依法用工 保障员工权益

公司严格遵守劳动法、未成年人保护法、禁止使用童工规定等法律法规，制定《员工手册》《员工行为准则》等制度，确保依法签订劳动合同，保障员工合法权益。

公司坚决贯彻合法用工政策，严禁雇佣童工和强制劳动。在招聘与签约过程中，严格遵循所在地法律，确保雇佣条件以员工能理解的语言表达，禁止扣押身份证件，确保工作自主性。报告期内，公司所有正式员工均年满 18 周岁，并已签署劳动合同。

# 完善工会机制 维护员工权益

公司建立健全的工会管理体系，设立工会委员会、经费审查委员会和女职工委员会，下设 6 个基层工会。通过职工代表大会，每年审议党委工作报告、经济工作报告及集体合同执行情况，涉及薪酬福利、用工管理等重大事项均实行职代会审议并无记名投票表决。公司连续多年保持集体合同签订率与履约率双 100%，2024 年最新合同涵盖工资专项与女职工权益保障内容。





招聘与解聘



薪酬与晋升



工时与假期

公开公正 招聘择优录取

- 公司坚持“公开、公正”原则，人才引进对所有应聘者一视同仁，确保在透明、公平的环境下择优录取。招聘工作严格遵循相关规定，保障候选人能公平展示能力与优势。

依法合规 合理解聘

- 公司严格遵守所在地法律法规，确保解聘过程符合法律规定，保障员工合法权益。解聘决定基于公平合理标准，平衡公司与员工的双向利益。

- 公司坚持同工同酬原则，建立竞争力薪酬体系，薪酬结构依据岗位、能力、绩效与市场水平设计，确保员工贡献获得充分回报。

- 报告期内，公司依据政府政策变化，修订并发布了《直管干部薪酬分配考核管理办法（2024 版）》和《薪酬分配考核管理办法（2024 版）》，进一步规范薪酬与福利管理。

- 为激励员工与公司共同成长，公司推行绩效薪酬激励机制，鼓励员工不断进取。同时，设置荣誉激励制度，表彰在创新、优秀表现和奋斗精神方面表现突出的团队与个人。

- 此外，公司通过“人才落户”、“青苗计划”和“三同三转”人才培养计划，完善晋升管理流程，助力优秀人才持续发展与提升。

- 《考勤与休假管理办法》等相关制度规范了员工考勤与休假管理，确保工作时间合理安排，保障员工休息权益，提升整体运营效率。制度明确了考勤记录、休假申请、迟到早退等管理规定，确保考勤处理公平公正，增强员工满意度与归属感。

多元平等雇佣

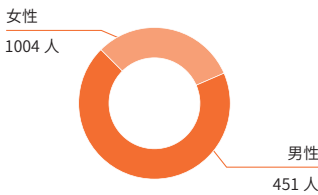
公司始终秉持多元平等的雇佣原则，在招聘、薪酬和晋升等方面公平对待每一位员工，确保不受个人背景的影响。公司积极吸纳各类人才，并根据工作表现评估员工的绩效与晋升机会，坚决杜绝任何形式的身份偏见。

截至报告期末，员工总数为 1455 人，残疾员工为 11 人。

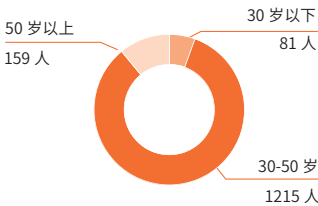
员工数量



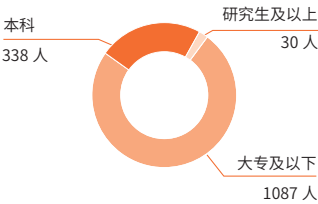
员工多元化：性别



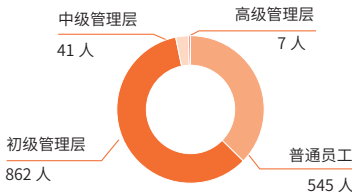
员工多元化：年龄



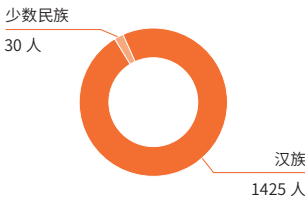
员工多元化：学历



员工多元化：级别



员工多元化：民族



员工多元化：雇佣类型





## 员工福利与关爱

公司为全体员工提供全面的福利保障，涵盖社会保险、福利假期、节假日福利、文体活动等，致力于丰富员工的文化生活，关注员工的身心健康，并持续关怀困难员工的需求，营造和谐幸福的工作环境。员工福利保障体系严格遵循上海市总工会的规范，定期开展节日慰问、生日关怀、住院探视等暖心活动。

### 案例

#### 公司推出“乐享上海，福满四季”主题活动

为响应上海市总工会“乐享上海 福满四季”活动，公司工会通过采购老字号产品提升员工获得感，同时搭建“东方名品汇”福利平台，整合“三枪”、“海螺”等品牌及合作伙伴资源，全年开展内购会，为员工提供服装、家纺、食品等多元优质福利。



### 案例

#### 开展高温慰问

7、8月高温期间，市总工会、集团工会及公司领导先后前往园区和大丰基地开展高温慰问，关心高温环境下作业的职工，并送上防暑降温用品，赢得了广大职工的点赞与好评。



#### 公司“职工工间休息室”被列入 2024 年市总工会服务职工实事项目之一

在集团工会指导下，工会顺利完成“职工之家——工间休息室”改造，新增冰箱、微波炉、咖啡机等设施，集健身、休憩、文化功能于一体，成为生产一线职工在繁忙之余放松身心、打卡休憩的理想去处。



民主管理

公司高度重视民主协商机制建设，建立党委书记年度工作通报、总经理经济形势分析、工会主席专项报告的三公开制度，在集体合同协商过程中充分听取职工意见，确保协商内容真实反映职工诉求。

案例

2024 年 1 月 29 日召开了龙头股份二届九次职工代表大会

代表听取了年度《党委工作报告》、《经济工作报告》，通过了《2023 年度集体合同履行情况报告》，以无记名投票表决通过《2024 年度集体合同》（包括工资、女职工专项合同）。

公司于 2020 年荣获上海市厂务公开民主管理先进单位，2024 年，公司荣获 2021-2023 年度东方国际集团厂务公开民主管理工作先进单位。



工会持续致力于畅通职工的倾诉通道

2024 年公司各级工会共召开座谈会	23 次
参与人数达到	363 人次
个别访谈	266 人次
收集到职工意见和建议	13 条

公司工会积极回应职工诉求，并与相关部门密切协调，推动问题的解决。

2024 年 9 月，作为上海市总工会提升职工生活品质试点单位之一，公司工会成功举办了试点单位第四组现场交流会，邀请了市总工会、集团工会及 16 家企业工会领导，共同探讨和交流提升职工生活品质的有效途径。

工会始终坚持“关乎民生无小事”的原则，发挥桥梁纽带作用，成为职工身边的“娘家人”。公司还成立了以职工代表为主体的民主管理生活小组，定期召开专题会议，职工代表与行政办公室对口部门进行面对面协商，针对改善食堂、班车运营等问题进行讨论，并迅速解决职工集中反映的问题，从而有效提升了职工的满意度。

员工满意度测评表总计发放	85 份
收回	85 份
对行政工作满意度	99.5 %
对工会工作满意度	99.6 %

## 员工培训与发展

为深入贯彻落实产业工人队伍建设改革要求，公司始终坚守“服务企业发展、助力员工成长”的核心理念，积极响应产业工人队伍建设改革号召，将产业工人队伍建设作为推动企业高质量发展的重要举措。在公司工会的引领下，多管齐下赋能职工成长，搭建职工技能提升平台，组织职工参与各级职业技能竞赛，营造“以赛促学、以赛促训”的良好氛围。

### 提升产业工人综合素质

该项目通过“三学”、推动“三同”和“三转”，旨在提升员工综合素质与团队协同能力。



赋能新零售“三枪卓越销售实战训练营”第二期，通过前沿技术赋能与实战场景演练，全面锻造团队的专业能力与实战素养，助力团队在新零售浪潮中突破瓶颈，实现高效增长与持续进化。



## 产业工人技能培训

工会联动业务板块开展龙头股份“三枪杯”技能竞赛，设立设计师、针织挡车保全、漂染、缝纫工、线下导购直播技能竞赛，通过职业技术大比拼充分调动职工奋勇争先、干事创业的主动性和创造性，围绕中心、服务大局，进一步激发职工提升技能、岗位建功的热情。



### 搭建职工技能提升平台



设计中心蒋圣敏荣获“首届上海企业班组建设优秀案例奖”



技术中心王艺霏荣获“上海质量工匠”



## 职业健康与安全

### 安全培训

公司始终将安全生产作为企业发展的核心要务，严格遵守国家相关法律法规，建立了全面的安全生产管理体系。公司制定了《安全生产应急预案》、《安全规章制度管理制度》和《安全生产规章制度》等关键制度，进一步规范了安全生产流程，确保各项安全措施得到有效执行。

为进一步落实职业健康与安全管理，公司及旗下针织九厂、时尚定制、江苏大丰工厂和三枪针织已获得 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证证书。这些认证体现了公司在环境保护及员工职业健康安全方面的持续承诺与高标准管理，确保在可持续发展和安全生产领域的合规性与先进性。



此外，江苏大丰工厂特别制定了《全厂环境职业健康安全操作文件》和《危险废物贮存管理作业指导书》，进一步完善生产过程中的环境管理和职业健康安全工作。这些文件的出台旨在确保公司在生产过程中严格遵守环境保护和安全生产的相关要求，提高员工的健康与安全保障，降低环境风险和事故发生的可能性，推动可持续发展目标的实现。

公司安全分管领导牵头，组织了联合检查小组对公司下属的江苏大丰工厂、宜兴仓库、市内各园区、三枪及家纺专卖店等多个区域进行了全面的安全生产大检查。





环境健康保障

作为纺织行业的领军企业，公司深知员工职业健康对公司发展的重要性。为保障员工的健康与安全，公司采取了一系列综合性的安全防护措施，严格控制生产过程中可能产生的噪音，并规范管理有毒有害物质。同时，为员工提供了必要的个人防护设备，包括口罩、手套和工作服，并制定了标准化的特种作业流程，确保作业安全。关注员工的身体健康，定期为纺织行业员工组织专项职业健康体检，确保他们在安全的环境中工作。2024 年度，公司未发生新增职业病病例，进一步证明了公司在保障员工健康方面的持续努力和成效。



发放高温防护物品

公司致力于提供全面的安全文化教育与培训，确保每位员工都能充分理解和掌握安全知识。为此，公司制定了《安全生产培训计划》和《安全培训教育制度》等相关制度，确保员工能够系统地学习和掌握安全生产的各项要求。为进一步提升员工的安全防范意识 and 应急处理能力，公司定期组织火灾等自然灾害的应急演练，确保在突发情况下，公司的安全生产能够持续稳定运行。



6月24日实习大学生 23 人接受安全教育

7月1日新进员工 14 人接受安全教育

指标	单位	2024 年
生产安全类培训时长	小时	464
安全演习（包括消防、危化品泄漏应急等）	次	35
因公受伤人数	人	2
因工死亡人数	人	0
志愿活动时长	小时	132



11月18日上午，三枪工业城举办消防演练活动

组织工会干部参与集团工会劳动保护干部急救员培训

# ESG 关键绩效

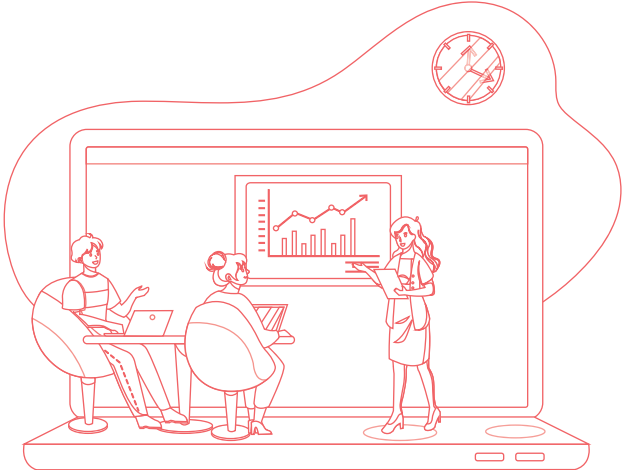
## 经济绩效

指标	单位	2024 年	2023 年
营业收入	万元	177036.23	177766.42
期末总资产	万元	166283.64	174768.66
利润总额	万元	4778.44	2565.64
归母净利润	万元	3999.18	1594.80

## 环境绩效<sup>注 1</sup>

指标	单位	2024 年	2023 年
环境管理			
突发环境事故	次	0	0
环境污染事故	次	0	0
环保投入	万元	641.3	420.0
能源利用			
综合能耗	吨标煤	3829.28	3908.37
能耗密度	吨标煤 / 万元营收	0.218	0.259
天然气	立方米	653025	648000
热力	吉焦	69151	66636
电力	兆瓦时	6199.9	6289.2
温室气体排放			
范围 1 和 2 排放	吨二氧化碳当量	12503.38	13155.4
范围 1 和 2 排放密度	吨二氧化碳当量 / 万元营收	0.711	0.871
范围 1 排放	吨二氧化碳当量	1414.29	1401.1
范围 2 排放	吨二氧化碳当量	10189.09	11754.3
水资源利用			
用水量	吨	397431	379592
排水量	吨	392068	364987
用水密度	吨 / 万元营收	22.61	25.14
排水密度	吨 / 万元营收	22.30	24.17
循环用水量	吨	1741950	1711080

指标	单位	2024 年	2023 年
固态废弃物			
废弃物产生总量	吨	1011.3	896.4
废弃物产生强度	吨 / 万元营收	0.058	0.059
有害废弃物总量	吨	7.29	8.41
无害废弃物总量	吨	960	848
循环 / 再利用固体废物总量	吨	44	40
污染物排放			
COD	吨	12.58	11.99
氨氮	吨	0.32	1.91
总氮	吨	3.91	2.85
总磷	吨	0.16	0.038
颗粒物	吨	0.352	0.364
挥发性有机物	吨	0.1	0.05



注 1：仅统计江苏大丰工厂

社会绩效

指标	单位	2024 年	2023 年
员工			
员工总数	人	1455	1166
残障员工人数	人	11	9
按性别划分			
男	人	451	432
女	人	1004	734
按学历划分			
大专及以下	人	1087	819
本科	人	338	319
研究生及以上	人	30	28
按年龄划分			
30 岁以下	人	81	87
30-50 岁	人	1215	977
50 岁以上	人	159	102
劳动合同签约率	%	100	100
集体合同签订率与履约率	%	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100
员工对行政满意度	%	99.5	98.5
员工对工会满意度	%	99.6	97.6
生产安全类培训时长	小时	464	432
安全演习（包括消防、危化品泄漏应急等）	次	35	34
因公受伤人数	人	2	8
因工死亡人数	人	0	0
社会贡献			
乡村振兴投入金额	万元	7.98	20.74
惠及人数	人	155	155
慈善捐赠资金金额	万元	21.70	50.15
志愿活动参与人次	人次	33	29
志愿活动时长	小时	132	116

指标	单位	2024 年	2023 年
创新驱动			
研发投入金额	万元	1885.61	2030.47
研发投入金额占主营业务收入比例	%	1.07	1.14
研发人员数量	人	56	54
研发人员比例	%	3.84	4.6
发明专利的申请数	件	1	1
发明专利的授权数	件	5	2
参编国家标准数	件	1	0
参编行业标准数	件	3	1
参编团体标准数	件	1	0
供应商管理			
供应商数量	家	330	346
供应商考核覆盖率	%	100	100
供应商考核合格率	%	98.2	96.4
客户服务			
客户满意度	%	95	90.2

治理绩效

指标	单位	2024 年	2023 年
董事会中女性占比	%	44.4	50
独立董事占比	%	33.3	37.5
董事会召开次数	次	7	8
定期报告	份	4	4
临时报告	份	41	42
反腐败培训人数	人	238	223
党委会次数	次	25	27

## 对标索引

龙头股份在 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日依据《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）》、参照 GRI 标准报告了在此份内容索引中引用的信息。

报告内容		《指引》议题	GRI 1: 基础 2021
报告编制说明			2-2、2-3
董事长致辞			/
关于龙头股份			2-1、2-6、2-23
亮点绩效			201-1
年度荣誉			201-1
ESG 治理		利益相关方沟通、尽职调查	2-9、2-13、2-14、2-16、2-29、3-1、3-2、3-3
合规筑基 稳健发展	党建引领	/	/
	公司治理	尽职调查	2-10、2-12、2-15
	合规及风险管理	尽职调查	419-1
	商业道德	反商业贿赂及反贪污、反不正当竞争	205-2、205-3、206-1
	信息安全	数据安全与客户隐私保护	418-1
匠心传承 铸就品质	创新驱动	创新驱动	203-2
	产品质量	产品和服务安全与质量	416-1、416-2
	供应链管理	供应链安全	204-1、308-1、414-1
	客户服务	产品和服务安全与质量、数据安全与客户隐私保护	418-1
	负责任营销	产品和服务安全与质量	417-3

报告内容		《指引》议题	GRI 1: 基础 2021
低碳践行 绿动未来	应对气候变化	应对气候变化	305-1、305-2、305-4
	绿色生产	循环经济	301-2、301-2
	环境合规管理	环境合规管理	307-1
	污染物与废弃物管理	污染物排放、废弃物处理	305-7、306-3、306-4、306-5
	水资源利用	水资源利用	303-1、303-2、303-3、303-4
	能源利用	能源利用	302-1、302-3
温情护航 美好共创	社会贡献与乡村振兴	社会贡献、乡村振兴	203-1、203-2
	员工权益与福利	员工	401-1、401-2、401-3
	员工培训与发展	员工	401-1、401-2
	职业健康与安全	员工	403-1、403-2、403-3、403-5、403-6、403-9、403-10

未披露《指引》议题	说明
生态系统和生物多样性保护	公司各运营点未位于重点生态保护区域，生产经营活动对生态环境和生物多样性无显著不利影响，故未被纳入龙头股份的 ESG 关注议题。
科技伦理	公司核心业务集中于品牌服装、针织内衣、家用纺织品的研发、生产与销售，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，未被纳入龙头股份的 ESG 关注议题。
平等对待中小企业	公司报告期末应付账款（含应付票据）余额未超过 300 亿元且占总资产的比重不超过 50% 的，故未被纳入龙头股份的 ESG 关注议题。



# 读者反馈表

尊敬的读者，您好！

非常感谢您在百忙之中阅读《上海龙头（集团）股份有限公司 2024 年度环境、社会和公司治理报告》。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，我们诚挚得期待您对本报告进行评价，提出宝贵意见。

## 选择题（请在相应位置打勾）

1. 您属于哪类利益相关方？

- ☐ 股东与投资者
- ☐ 客户
- ☐ 员工
- ☐ 政府和监管机构
- ☐ 供应商与合作伙伴
- ☐ 社区
- ☐ 其他（请说明）

2. 您对本报告的总体评价是：

- ☐ 好
- ☐ 一般
- ☐ 较差

3. 报告对利益相关方所关心问题的回应和披露？

- ☐ 好
- ☐ 一般
- ☐ 较差

4. 报告披露的信息、指标、数据是否清晰、准确、完整？

- ☐ 好
- ☐ 一般
- ☐ 较差

5. 您认为本报告的内容安排和版面设计是否条理清晰、通俗易懂、方便阅读？

- ☐ 好
- ☐ 一般
- ☐ 较差

6. 您对龙头股份履行社会责任及本报告有任何意见与建议？



上海龙头(集团)股份有限公司

地址:上海市浦东新区康梧路555号

电话:021-63159108