



恒源祥®



北京 2022 年冬奥会和冬残奥会官方赞助商  
Official Sponsor of the Olympic and Paralympic Winter Games Beijing 2022

SOCIAL  
RESPONSIBILITY  
REPORT OF  
HengYuanXiang(Group)Co.,Ltd.

# 恒源祥集团 2020 社会责任报告





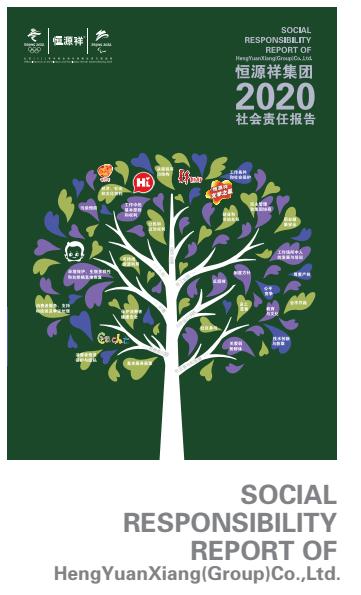
北京 2022 年 冬 奥 会 和 冬 残 奥 会 官 方 支 持 商  
Official Sponsor of the Olympic and Paralympic Winter Games Beijing 2022

## 关于本报告

本公司保证本报告所载资料不存在任何虚设记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性负个别及连带责任。

## About the Report

The company pledges that the information recorded herein bears no false recording, misleading statement or serious omission, and shall assume joint and several liabilities as to the authenticity, accuracy and integrity of the content.



## 报告编写说明

### 报告简介

欢迎阅读恒源祥（集团）有限公司2020年社会责任报告，这是恒源祥集团发布的第十一份企业社会责任报告。报告回顾了恒源祥集团2020年所面临的机遇与挑战，披露了相关的社会责任实践和绩效。

### 发布周期

一年一次，每年定期发布

### 时间范围

时间跨度为2020年1月1日—2020年12月31日

### 报告范围

产品范围包括恒源祥（集团）有限公司运营的“恒源祥”“彩羊”“小囡”等品牌的针织、服饰、家纺、绒线、童装等大类产品。

报告中使用的相关数据和案例，均来自恒源祥集团及子分公司。

报告范围是恒源祥（集团）有限公司。报告的核心主题包括组织治理、人权、劳工实践、环境、公平运行实践、消费者问题、社区参与和发展等。

### 参考依据

中华人民共和国国家标准《社会责任指南》(GB/T36000-2015)

上海市团体标准《企业社会责任指南》(T31/01001-G001-2014)

上海市文明办《上海市文明单位社会责任报告指导手册》

中国工经联《中国工业企业社会责任管理指南(2015)》

### 指代说明

为便于表述，报告中“集团”“公司”“我们”“恒源祥”均指代“恒源祥集团”。

## Explanation of Report Writing

### Brief Introduction to the Report

Thanks for reading 2020 CSR Report of HYX Group. This is the 11th corporate social responsibility report issued by HYX Group. It reviews the challenges and opportunities that HYX encountered in 2020, and revealed relevant practices and achievements in social responsibility.

### Cycle of Issuance

Annual mid-year release.

### Time Span

From Jan. 1st, 2020 to Dec. 31st, 2020.

### Report Coverage

The scope of products involved includes knitting products, costumes, home textiles and knitting wool products under brands of HYX and Fazeya, both operated by HYX Group Co., Ltd.

Data and cases mentioned in the report are provided by HYX Group and its subsidiaries and branches.

The report covers the whole HYX Group. The core themes of the report include scientific development, fair operation, environmental protection and saving, production safety, rights and interests of customers and consumers, cooperation and mutual benefits, harmonious labor relations, and community participation and development.

### References

National Standards of the People's Republic of China "Guidance on Social Responsibility"(GB/T36000-2015)

Association Standards of Shanghai "Guidance on Corporate Social Responsibility"(T31/01001-G001-2014)

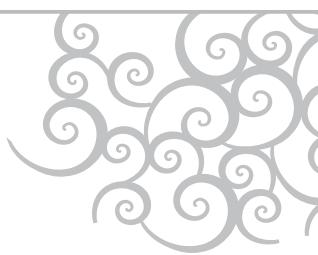
Shanghai Civilization Office "Manual of Social Responsibility Report of Shanghai Units of Civilization"

Guide to Social Responsibility Management of Chinese Industrial Enterprises (2015) released by China Federation of Industrial Economics

### Explanation of Reference

For the convenience of statement, "the group", "the company", "we" and "HYX" all refer to "HYX Group".

# 目录



- 04** 高管声明
- 10** 关于恒源祥集团
- 14** 组织架构
- 17** 企业价值观
- 19** 责任管理
- 23** 集团2020年社会责任亮点
  
- 34** 组织治理
- 36** 人权
- 38** 劳工实践
- 48** 环境
- 51** 公平运行实践
- 62** 消费者问题
- 66** 社区参与和发展
  
- 78** 社会责任评价
- 80** 2021企业社会责任展望

## 高管声明



恒源祥集团创始人 刘瑞旗

《恒源祥集团2020社会责任报告》是恒源祥连续发布的第十一份社会责任报告，全面充分地展示了恒源祥2020年在企业社会责任领域的投入、承担与成效。恒源祥履行社会责任的历史十分悠久，自1927年创牌，通过93年的发展历程，勇于承担社会责任成为了恒源祥品牌的一个鲜明符号。

党的十九大报告明确提出，要激发和保护企业家精神。对恒源祥而言，充分发挥企业家精神，就是坚定不移地在党的方针路线指引下，专心专注做好品牌和文化研究，将企业做长做久，为社会创造更多价值。

恒源祥在历经93年的发展过程中，充分地认识到企业社会责任从根本上讲需要企业处理好与社会之间的关系。企业要盈利，就要创造经济价值、社会价值等，只有企业和社会需求形成有机的、良性的发展生态环境，才能持续创造及实现价值。一言以蔽之，就是只有持续为社会创造价值，企业才有价值。鉴于此，恒源祥把社会责任融入企业的发展战略，并紧紧地与国家的发展、社会的进步、消费者的需求有机融合在一起，并接受社会监督。

恒源祥承担社会责任遵循“共同的价值和原则”，不仅包括企业如何保障员工权利、消费者利益，还包括积极保护环境、维护社区利益。近年来，恒源祥的发展战略重点在研究国家文化、国家品牌及其形成机理，在世界范围内组织资源研究感官品牌，此外还关注社会弱势群体，关心青少年思想教育，积极参与三江源国家公园的生态保护等工作。

作为中华老字号企业，恒源祥深刻地认识到，对于一个追求可持续发展的企业，他的社会责任不能仅仅停留在满足于现有的标准和制度，更应该在此基础上进行持续的创新，同时开发出适合时代需要、自身特色的社会责任实践方式。

## Senior Executive Statement

为此，恒源祥在不断思索着未来的企业承担的社会责任是什么？在《恒源祥21世纪战略蓝图》中，恒源祥就指出未来推动社会发展的一股重要力量就是企业和企业家，全球化的发展趋势表明企业应该通过主流化的责任与透明原则运营，创造效益，同时与利益相关方密切合作来为地球和人类创新解决方案，从而使社会向着可持续、兼容并蓄的社会转变。

基于此，恒源祥在2011年用更简洁的语言阐述了企业最大的社会责任：推动人类社会的进步和发展。我们以此为标准评判我们过去、现在和未来的工作。

虽然这是一个宏大的主题，但我们在孜孜不倦地探索和提升实现的路径和能力：首先，我们将夯实基础工作，主要表现在围绕现有的标准和制度进行通常意义上的社会责任的践行；其次是在集团最大的社会责任的指引下，进行创新性的工作，并在创新中实现企业从优秀向卓越的转变，保持可持续的健康发展。

作为一家有温度有担当的近百年企业，恒源祥践行企业社会责任的脚步从未停歇，在实践中获得了巨大的鼓舞，除了上缴税金，提供就业岗位，践行环保节约等之外，恒源祥还为社会做出了很多创造性的贡献。

2020年，是一个不平凡的庚子年，全国人民守望相助，共同战“疫”。为迎接中国共产党成立100周年，2020年集团党委开展“同心向党 共绣党旗”主题活动，以“国家级非物质文化遗产——上海绒绣”为载体，于“七一”前夕在中共一大会址纪念馆启动，从上海起步，面向全国征集绣制百面党旗。“文化·品牌”研究事业的第一个十年圆满收官，“文化从哪里来”项目结题，学术理论转向应用实践同步展开。抗疫期间，恒源祥联合体内涌现出一批优秀的工厂、经销商和员工，主动承担社会责任，通过捐款、捐物、献血等方式，为抗疫贡献自



恒源祥集团董事长、总经理 陈忠伟



身力量。作为北京冬奥会官方赞助商的恒源祥与北京冬奥组委年内多次互访、商讨，以此推进北京冬奥会的顺利举办。8月，由恒源祥与中国艺术人类学学会发起的生活样式设计专业委员会在中国艺术研究院正式成立，恒源祥在实施品牌艺术化的道路上迈出坚实一步。12月，“恒爱行动——百万家庭亲情一线牵”15周年成果发布暨2020年度全国启动仪式通过凤凰网等网络平台用直播的形式温暖举行；截至2020年11月，曾三获中华慈善奖的“恒爱行动”累计编织爱心毛衣超过115万件。

本次撰写的恒源祥2020年社会责任报告，在对“组织治理”“人权”“劳工实践”“环境”“公平运行实践”“消费者问题”“社区参与和发展”进行汇报的基础上，延续恒源祥传统，另立“集团2020年社会责任亮点”章节，用于报告2020年恒源祥集团在履行“推动社会进步”这一企业要求最高的社会责任上的探索、实践以及取得的阶段性成果。

在未来，恒源祥集团还将用创新思维和有力实践，秉承持续为社会、为消费者创造价值的价值观，为他人、为企业、为社会、为国家创造出更大的价值，坚持自觉履行社会责任，为推动人类社会的进步和发展，再作贡献！

恒源祥集团创始人：刘瑞旗

董事长、总经理：陈忠伟

2021年1月



The Social Responsibility Report of HYX Group 2020 is the eleventh social responsibility report released by HYX successively, which fully and comprehensively shows the investment, undertaking, and achievements of HYX in the field of corporate social responsibility in 2020. HYX has a long history of fulfilling its social responsibility since it was established in 1927. After 93 years of development, it has become a distinctive symbol of HYX to undertake social responsibility bravely.

The report of the 19th CPC National Congress explicitly proposes motivating and protecting the spirit of entrepreneurship. For HYX, to fully play the spirit of entrepreneurship, it should focus on brand and culture researches unswervingly under the guidance of the Party's policies and principles, making the enterprise sustain and create more values for society.

After 93 years of development, HYX has fully realized that fulfilling its corporate social responsibility, it fundamentally requires the enterprise to handle its relationship with society. To profit, the enterprise should create economic and social values. Only when the enterprise and social demands form an organic and favorable ecological environment for development can it create and fulfill values continuously. In a word, the value of the enterprise is established on creating values for the society continuously. For this reason, HYX integrates social responsibility into its development strategy and establishes a close and organic integration of national development, social progress and demands of customers, and accept social supervision.

HYX observes "common values and principles" in assuming its social responsibility, which not only covers how the enterprises should safeguard the rights of employees and interests of customers, but also covers active protection of the environment and community's interests. In recent years, the development strategy of HYX focuses on studying national brands and cultures around the world and their formation mechanism, and organizing its resources worldwide to study sensory branding. In addition, it has also paid attention to the vulnerable groups of society, caring about the ideological education of the teenagers and being actively involved in the work such as ecological protection of Sanjiangyuan National Park.

As a time-honored brand of China, HXY has deeply realized that for an enterprise in pursuit of sustainable development, its social responsibility should not stop at the existing standards and systems, but should continue to innovate on this basis. Meanwhile, it should develop a way of its own characteristics to perform its social responsibility that is consistent with the requirements of the times.

To this end, HYX keeps thinking about what social responsibilities an enterprise should assume in the future. According to the Strategic Blueprint of HYX for 21st Century, HYX points out that an important force to drive the social development in the



future will be enterprises and entrepreneurs. In the Strategic Blueprint of HYX for 21st Century, HYX points out that an important force to drive the social development in the future will be enterprises and entrepreneurs. The development trend of globalization indicates that enterprises should run and create benefits through mainstream principles of responsibility and transparency, and work closely with the stakeholders to innovate the solutions for the earth and the humans, thus transforming the society in the direction of inclusiveness and sustainability.

On this basis, HYX stated the primary social responsibility of an enterprise in a more concise way in 2011: to promote the progress and development of humans and the society. Taking this as a standard, we judge our past, present and future.

Though this is a great theme, we are arduously exploring and upgrading our path and ability to fulfill our responsibility. First, we will solidify our foundation, mainly manifested in the practice of social responsibility in the usual sense around the existing standards and systems. Second, guided by the Group's greatest social responsibility, we will pursue innovation and shift from an excellent enterprise to an outstanding one through innovation and sustain a healthy development.

As an enterprise with a history of near a century and warmth and responsibility, HYX has never ceased its practice of corporate social responsibility. It has been well motivated in the practice. Other than paying taxes, it has created jobs and practiced environment protection and conservation, which ha's proven that HYX has made a lot of creative contributions to the society.

The year of 2020 has witnessed the historical Covid-19. People in the whole country joined hands and worked hard to fight against the epidemic. To celebrate the centenary of the CPC, the CPC Committee of HYX Group launched the "Uphold the Leadership of the Party with Embroidery Party Flags" through the "Shanghai Woolen Embroidery", a national intangible technique. The event was launched at the memorial hall of the site of the First CPC National Congress on the eve of July 1 and started from Shanghai to collect a hundred embroidery Party flags from nationwide. The first 10-year phase of culture and brand research has successfully concluded. The project "Where does culture come from" is completed with fruitful results, while the academic theory is transiting to application. In fighting against the epidemic, a group of factories, distributors and employees of HYX took the initiative to assume social responsibilities through all kinds of donations including blood donation. As the official sponsor of the Beijing Winter Olympics, HYX and the Organizing Committee for Beijing Winter Olympics visited each other and discussed several times during the year to promote the smooth hosting of the Beijing Winter Olympics. In August, the Art and Lifestyle Special Committee, mainly initiated by HYX and the China Society of



Anthropology of Arts, was formally established at the Chinese National Academy of Arts. HYX took a solid step on the road to empower the "art and beauty" to the brand. In December, the 15th anniversary of the "HYX Eternal Love Action: Love for Millions of Families" was announced, and the 2020 National Launch Ceremony was warmly held via live streaming on online platforms such as ifeng.com. The event summarized and demonstrated the achievements of Eternal Love Action in 15 years: As of November 2020, the Eternal Love Action, which has won the China Charity Award for three times, has knitted more than 1.15 million sweaters.

On the basis of reporting such issues as "organizational governance", "human rights", "labor practice", "environment", "fair operation and practice", "consumer issues" and "community involvement and development", the social responsibility report of HYX for 2020 compiled this time has carried on the tradition of HYX and introduced a new chapter of "highlights of social responsibility of the Group in 2020" to report its exploration, practice and phased achievements in fulfilling its social responsibility with the highest requirement "to promote social progress" in 2020.

In the future, HYX Group will carry on the tradition of creating values for the society and consumers and create bigger values for others, the enterprise, the society, and the nation with innovative thinking and powerful practice insist on consciously fulfilling its social responsibility and make new contributions to promoting the progress and development of human society.

Founder of HYX Group: Liu Ruiqi  
President and General Manager: Chen Zhongwei  
January 2021

# 关于恒源祥集团

恒源祥，创立于1927年的中国上海。目前，恒源祥集团经营产品涵盖绒线、针织、服饰、家纺、童装、箱包、鞋业等大类。截至2020年12月，恒源祥拥有100余家加盟工厂，线上线下经销、零售网点近8000家。2010年，恒源祥（北京）公司正式成立。

2020年7月，擘雅集团正式成立，恒源祥集团创始人刘瑞旗担任董事长。擘雅的文化研究成果将成为恒源祥集团品牌持续健康发展的强大源动力，而品牌创新实践经验也将为文化探索提供正确方向。

2005年12月22日，恒源祥集团正式成为2008年北京奥运会赞助商；2008年11月30日，恒源祥成为中国奥委会的合作伙伴；2012年11月20日，恒源祥成为2013-2016中国奥委会赞助商。恒源祥成功地为北京、伦敦、里约三届奥运会中国体育代表团打造了礼仪服饰。2019年11月18日，恒源祥正式成为北京2022年冬奥会和冬残奥会官方赞助商；同年9月16日，国际奥委会官方宣布：恒源祥将在东京奥运会和北京冬奥会期间为国际奥委会成员及工作人员提供官方正装。

2015年4月15日晚，由恒源祥集团主办的2015劳伦斯世界体育奖颁奖典礼在上海大剧院成功举行。2017年，恒源祥成为国际武术联合会全球合作伙伴；同年，首届轮滑

HYX was founded in Shanghai, China in 1927. At present, the business and products of HYX Group cover categories such as wool, knitting, garment, home textile, kids wear, bags and suitcases and shoes. As of December 2020, HYX owned more than 100 alliance factories, and nearly 8,000 distribution and retail outlets online and offline. In 2010, HYX (Beijing) Co., Ltd. was officially established.

In July 2020, Boya Group was officially established, and Liu Ruiqi, the founder of HYX Group, served as the chairman of the board. The cultural research fruits of Boya will become a strong source of power for the continuous and healthy development of HYX Group, while the brand innovation practice and experience will provide a right direction for its cultural exploration.

On December 22, 2005, HYX Group officially became the sponsor for the 2008 Beijing Summer Olympics. On November 30, 2008, HYX Group became the partner of the Chinese Olympic Committee. On November 20, 2012, HYX Group became the sponsor for the Chinese Olympic Committee from 2013 to 2016. HYX successfully designed and produced etiquette dress for the Chinese sports delegation in three Olympic Games in Beijing, London and Rio de Janeiro. On November 18, 2019, HYX Group officially became the sponsor for the 2022 Beijing Winter Olympics and Winter Paralympic Games. On September 16, 2019, the International Olympic Committee officially announced that HYX Group became the official supplier of uniforms to the members and staff of International Olympic Committee during the Tokyo Olympic Games and Beijing Winter Olympics.

On the evening of April 15, 2015, the awarding ceremony of the 2015 Lawrence World Sports Awards was held at Shanghai Grand Theater, hosted by HYX Group. In 2017, HYX became a global partner of the International Wushu Federation. In the same year, the first World Championships of Roller Skating-- HYX World Roller Skating Championships was held successfully in Nanjing.

## About HYX Group



全项目世锦赛——恒源祥世界全项目轮滑锦标赛在南京成功举办。

2005年，由中国儿童少年基金会和恒源祥集团有限公司联合发起“恒爱行动”。“恒爱行动”以寻找爱心父母为孤残儿童、少数民族家庭儿童编织爱心毛衣为主旨，以一根毛线的力量，搭建起了爱心父母与广大儿童情谊联结的平台。2008、2009、2015年，“恒爱行动”三次获得中国公益慈善领域的最高政府奖——中华慈善奖，被誉为“中国关爱孤残儿童第一品牌”。截至2020年11月，“恒爱行动”累计编织爱心毛衣超过115万件。

恒源祥集团是上海市非物质文化遗产保护协会副会长单位，目前拥有两项上海市非遗项目——海派绒绣及海派绒线编结技艺。

品牌是恒源祥集团最宝贵的财富。世界营销大师弥尔顿·科特勒先生，国际品牌联盟副主席、可口可乐首席顾问弗朗西斯·麦奎尔先生，给予了恒源祥品牌经营高度的评价，并称赞恒源祥是中国的“可口可乐”！

经过多年不懈地努力，恒源祥集团获得了众多殊荣。

2002年、2003年恒源祥品牌连续两年获得“中国十大公众喜爱商标”称号；

2007年，由世界品牌实验室发布的中国500最具价值品牌排行榜中，恒源祥品牌位列第64位，品牌价值达到94.58亿元；

2008年，恒源祥品牌进入“亚洲品牌500强”，位列第336位；

2009年，恒源祥集团获由国家发展改革委、科技部、财政部、海关总署、国家税务总局等五部委颁发的“国家认定企业技术中心”铜牌；

2011年，恒源祥品牌入选“亚洲品牌500

强”，位列第268位；同年，集团荣获“中国商标金奖”——“商标运用奖”；

2012年，恒源祥集团荣获“中国企业文化管理十佳单位”称号；

2014年，恒源祥集团荣获“全国工业品牌培育示范企业”称号、被国家科技部授予“国家火炬计划重点高新技术企业”称号、恒源祥品牌再次入选“亚洲品牌500强”，位列第127位；

2015年，在第十届亚洲品牌盛典上，恒源祥位列“亚洲品牌500强排行榜”第82位；

2016年5月，第十届中国品牌价值500强榜单揭晓，恒源祥位列第179位，品牌价值182.68亿元；同年，集团荣获2016年度“影响中国公益100家企业”称号；

2017年，恒源祥集团荣获上海市“五星级诚信创建单位”称号，被授予“上海市品牌培育优秀企业”；

2018年9月，在上海市商委指导下，阿里研究院联合北京大学光华管理学院共同完成的《中华老字号品牌发展指数》研究报告中，恒源祥在中华老字号品牌发展指数TOP100榜单（2018）中名列前茅；

2019年，恒源祥集团蝉联“上海市文明单位”，被授予“全面质量管理推进40周年杰出推进单位”称号；

2020年，恒源祥集团荣获“2020上海市首发经济引领性本土品牌”“2020中华老字号博览会最佳人气奖”“全国产品和服务质量诚信示范企业”等奖项。

恒源祥集团是行业内较早获得纯羊毛标志（1991年）、ISO9002认证（1996年）、全国质量奖（2006年）等殊荣的企业。

In 2005, an “Eternal Love Action” was co-launched by China Children and Teenagers’ Foundation and HYX Group. The “Eternal Love Action” aimed to find loving parents to knit loving sweaters for the orphaned and disabled children and children from families of ethnic minorities and establish a platform of connection between loving parents and children and teenagers with the carrier of wool. In 2008, 2009 and 2015, the “Eternal Love Action” won China Charity Award, the highest governmental award in the field of charity and public welfare in China for three times and was honored as the “No. 1 Brand of Caring for Orphaned and Disabled Children in China”. By November 2020, more than 1.15 million loving sweaters had been knitted in the “Eternal Love Action”.

HYX Group is a vice chairman organization of Shanghai Municipal Association for the Protection of Intangible Cultural Heritages, which now has two intangible cultural heritages in Shanghai, Shanghai style woolen embroidery and Shanghai style wool knitting techniques.

The brand is the most precious wealth of HYX Group. Mr. Milton Kotler, a marketing master of the world, Mr. Francis X. Maguire, the vice chairman of International Brand Alliance and the chief adviser of Coca Cola, spoke highly of the brand operation of HYX and praised HYX as the Chinese edition of “Coca Cola”.

After years of unremitting efforts, HYX Group has won many honors.

In 2002 and 2003, HYX brand was honored as “Ten Favorite Trademarks of the Public in China” for two consecutive years.

In 2007, HYX brand ranked 64th with a brand value of RMB 9.458 billion Yuan in the ranking list of 500 most valuable brands of China released by the World Brand Laboratory.

In 2008, HYX brand entered the “Top 500 brands of Asia”, ranked 336th.

In 2009, HYX Group received a bronze medal of “Nationally Certified Enterprise Technology Center” from five ministries and commissions, namely the State Development and Reform Commission, the Ministry of Science and Technology, the Ministry of Finance, the General Administration of Customs and the State Administration of Taxation.

In 2011, HYX brand was selected among the “top 500 brands of Asia”, ranked 268th. In the same year,

the Group won a “gold award of trademark of China” -- “Award for trademark application”.

In 2012, HYX Group won the title of “Top 10 Organizations of Brand Culture Management in China”.

In 2014, HYX Group won a title of “National Model Enterprise of Industrial Brand Cultivation”, and received a title of “Key High-tech Enterprise of National Torch Program” from the Ministry of Science and Technology. The HYX brand was selected into the “Top 500 brands of Asia” again, ranked 127th.

In 2015, at the 10th Asian Brand Festival, HYX ranked 82nd in the “ranking list of top 500 brands of Asia”.

In May 2016, the list of top 500 valuable brands of China was announced. HYX ranked 179th with a brand value of RMB 18.268 billion Yuan. In the same year, the Group won a title of “100 Enterprises Influencing Public Welfare of China” in 2016.

In 2017, HYX Group was honored by Shanghai City as a “five-star organization for the establishment of integrity” and awarded as an “excellent enterprise of brand cultivation in Shanghai”.

In September 2018, HYX ranked top among the top 100 time-honored brands of China for development index (2018) in the research report of “Development Index of Time-honored Brands of China” co-finished by Ali Research Institute and Guanghua School of Management of Peking University under the guidance of Shanghai Municipal Commercial Committee.

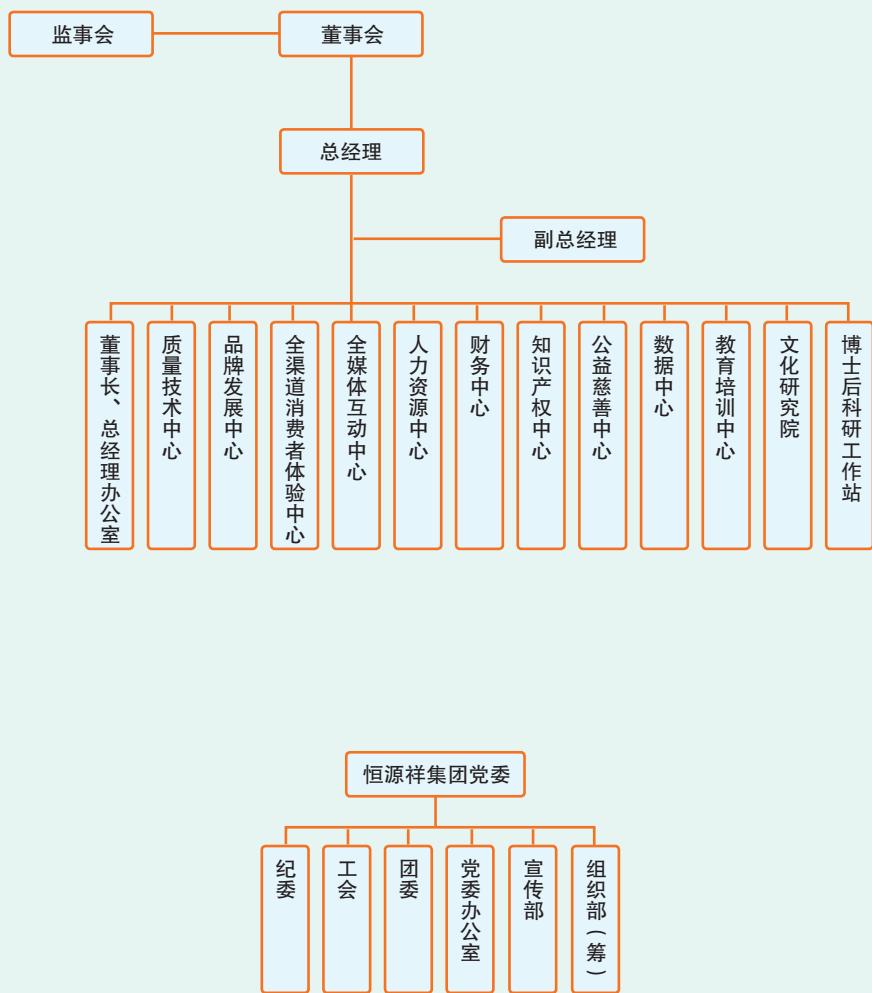
In 2019, HYX Group won the title of “Civilized Organization of Shanghai” and the title of “Outstanding Organization for Promoting Comprehensive Quality Management for 40th Year” in 2019.

In 2020, HYX Group won honors and awards such as “The First Batch of Local Brands Leading the Economy of Shanghai in 2020”, “Most Popular Brand in the 2020 Expo of Time-honored Chinese Brands”, and “National Demonstrative Enterprises for Quality and Honesty of Products and Services”.

HYX Group is the industry’s earlier enterprise to win the honors such as pure wool logo (1991), the ISO9002 certification (1996) and the National Quality Award (2006).

# 组织架构

恒源祥集团组织架构图



**恒源祥集团产业子公司一览表（2020年12月）**

序号	公司全称	公司简称	经营范围	集团持股比例
1	上海恒源祥绒线有限公司	恒源祥绒线	绒线制品	98.78%
2	上海恒源祥毛针织品有限公司	恒源祥毛针织	针纺织品	10%
3	上海恒源祥制衣有限公司	恒源祥制衣	服装	50%
4	上海恒源祥服饰有限公司	恒源祥服饰	服装	87.55%
5	上海恒源祥日化用品有限公司	恒源祥日化	日化用品	81.83%
6	上海恒源祥技术中心有限公司	恒源祥技术公司	纺织技术开发	83.33%
7	上海恒源祥家用纺织品有限公司	恒源祥家纺	针织纺品	87.75%
8	上海恒源祥袜业有限公司	恒源祥袜业	袜品	75.50%
9	上海朗戈传播有限公司	朗戈传播	图文制作	75%
10	江苏恒源祥羊绒制品有限公司	恒源祥羊绒	羊绒、针纺织品	51%
11	上海彩羊针织有限公司	彩羊针织	针纺织品	90%
12	上海彩羊服饰有限公司	彩羊服饰	服装	90%
13	上海彩羊家用纺织品有限公司	彩羊家纺	针纺织品	90%
14	恒源祥（北京）有限公司	恒源祥北京公司	项目投资、企业管理、销售纺织品等	60%
15	北京恒源祥香山画院有限公司	北京香山画院	项目投资、企业管理、销售纺织品等	60%
16	上海恒源祥戏剧发展有限公司	恒源祥戏剧	戏剧	60%
17	上海家中有宝文化发展有限公司	家中有宝	艺术品	51%

### 恒源祥（北京）公司子公司一览表（2020年12月）

序号	公司全称	公司简称	经营范围	集团持股比例
1	国际武术有限公司	国际武术	体育科技，体育赛事活动管理、运营，运动员代理，体育营销，体育器材，体育场馆，货物进出口	60%

### 恒源祥集团关联公司/组织一览表（2020年12月）

序号	公司/组织全称	公司/组织简称	集团持股比例
1	恒源祥（无锡）工业园区有限公司	恒源祥无锡工业园区	80%
2	江苏恒源祥服饰有限公司	江苏恒源祥服饰	19.80%
3	上海恒源祥香山画院有限公司	上海香山画院	50%
4	上海恒源祥桥牌俱乐部	恒源祥桥牌俱乐部	100%
5	上海市民办明珠中学	明珠中学	61.54%
6	上海恒源祥投资管理有限公司	恒源祥投资公司	30%
7	无锡恒源祥包装装潢有限公司	恒源祥包装	64%

注：恒源祥集团关联公司/组织是指：

- 1.集团持股比例未过半数；
- 2.集团持股比例过半数，但实际委托其他股东管理，集团对其无实质性控制。

# 企业价值观

## 恒源祥的使命、精神、价值观和社会责任

恒源祥集团实践可持续和负责任的品牌经营模式，把使命、精神、价值观和社会责任作为可持续和负责任的品牌经营模式的重要支撑，通过文化转型等形式，进行广泛宣传、认同，并在此基础上，要求每一位成员树立自己的使命、精神和价值观。

### 恒源祥集团的使命

成为历史的一部分

### 恒源祥集团的精神

无我、无限、无中生有

### 恒源祥集团的价值观

持续为社会创造价值

### 恒源祥集团的社会责任

推动人类社会的进步和发展

只有为社会创造价值、促进社会的进步和发展，才能成为历史的一部分，才能被人们永远铭记。一个伟大的公司，必须要有伟大的奉献；一个世界的企业，必须要有世界的胸怀。恒源祥所做的事情应该最终能促进人类社会的进步和发展。

“无我、无限、无中生有”，简单说就是处理好“我与他”“舍与得”“有与无”之间的关系。“不可为而为之”也是公司倡导的价值理念，那就是我们要做别人想不到、做不到、发现不到、理不到，想到、理到、发现到也做不到的好事。

# Corporate Values

## Mission, Spirit, Values and Social Responsibility of HYX

HYX Group practiced a sustainable and responsible brand management mode, making mission, spirit, values and social responsibility an important support for its goal of sustainable and responsible brand operation mode, and conducted wide publicity and identification in the form of cultural transformation, requiring all staffs to establish their own missions, spirits and values based on these.

### Mission of HYX Group

Making a brilliant part of the history

### Spirit of HYX Group

Egoless, Limitless, Countless

### Values of HYX Group

Sustainable creation of values for the society

### Social Responsibility of HYX Group

Promoting human and social progress and development

Only by creating values for the society and promoting social progress and development can make the company a brilliant part of the history, a long remembered brand by people. A great company should make great contributions; an enterprise of the world should harbor a mind of the world. All things that HYX does must be able to promote human and social progress and development.

"Egoless, Limitless, Countless", to put it simple, is to handle the relationship between "he and I", "let go and own" and "something and nothing". The company also advocates the idea of "do what others can't", meaning that we should do anything that others never think of, manage, discover, handle, or anything that they never do even when they think of, handle and discover it.

## 责任管理

## Responsibility Management

恒源祥集团坚持以品牌和文化为导向的经营战略，明确消费者是公司最大的利益相关方。目前公司的销售网络已基本覆盖全国所有省市和自治区，在产品研发、生产、营销等诸多环节秉持“以消费者的需求为起点，以消费者的需求为终点”的原则，做到诚信经营、利益共享，发现并满足消费者已有和未被发现的生理、心理和精神的需求，持续为消费者创造价值，同时确保员工、供应商、销售商遵循这些承诺。

恒源祥集团充分尊重和维护股东、政府、员工、消费者、工厂、销售商、合作方，及其它相关社会团体等利益相关者的合法权益，努力加强与利益相关者的沟通和交流，共同推进集团持续、健康地发展。恒源祥遵循诚实守信、互惠互利、合法合规的交易原则，与工厂和销售商等合作伙伴保持了良好的合作关系。在选择合作伙伴的过程中，集团对其信用、资质、实力等方面进行严格审核。

HYX Group is sticking to the operational strategy oriented to brand and culture, making clear that consumers are the biggest related interest party of the Group. So far, the company's sales network has covered all provinces, cities and autonomous regions in China; complying with the principle of "starting with consumers' needs and ending with consumers' needs" in the steps of product R&D, production and marketing, the group manages honest operation and profit sharing, seeks and meets consumers' physical, psychological and emotional needs, either known or unknown, continue to create values for consumers, and direct employees, suppliers and distributors to keep these promises.

HYX can pay full respect to and protect the legal rights and interests of related parties like shareholders, the government, employees, consumers, licensees factories, franchised distributors, cooperative units and other relevant social organizations. HYX also values social responsibility, striving to boost communications and exchanges with related interest parties in order to drive sustainable and sound development of the group. Abiding by the trading principle of honesty and creditability, mutual benefit and compliance with laws and regulations, HYX has maintained good relations with chief partners like licensees producers and distributors. During its selection of partners, the group would apply strict review to their credits, qualifications and competences.

利益相关方	主要沟通渠道	责任举措
股东与投资者	交流会议、函件往来、新闻发布、定期工作汇报、公司年报、公司网站、公司刊物、新媒体平台、大型活动。	及时准确披露经营状况和重大事项信息；提供合理投资回报；遵循责任经营和责任投资的基本原则。
政府	工作汇报、工作会议、公司刊物、函件往来、大型活动。	遵守法律法规；依法纳税；响应政府倡导，配合政府开展经济、政治、文化、社会、生态文明建设工作，如国家品牌建设。
员工	全员大会、职工代表大会、党团组织生活、班组学习、员工培训、公司刊物和网站、新媒体平台、问卷调查、专题讨论、探访慰问、民主评议、能力平台、大型活动等。	维护员工合法权益；创造良好的工作环境；给予合理的待遇；提供教育和培训；为员工创造发展空间，实现员工在社会上感到自豪、在精神上感到幸福、在经济上感到富有、在生存上感到安全、在生活上感到快乐的目标。
消费者	问卷调查、公司手册、公司网站、产品宣传册（页）、新品发布会、新闻发布会、大型活动、网络服务平台、新媒体平台、服务窗口、服务和投诉热线、公益活动等。	提供安全、便利、优质的产品；提供定制化服务；持续提升顾客满意度；及时准确的信息沟通；创造消费者的生活方式。
联合体成员	恒源祥联合体代表大会、恒源祥联合体加盟工厂会议、恒源祥联合体区域分会会长会议、函件往来、公司刊物及联合体网站、新媒体平台、新闻发布、工作汇报、问卷调查、专题论坛、经验交流会、恒源祥大学、党建联建活动、走访慰问等。	提供品牌、文化支持与服务；技术、信息和管理的支持与合作；及时响应要求，致力于实现多赢。
供应商	日常沟通、质量管理体系、问卷调查、项目合作、联合活动、公司刊物、公司网站、新媒体平台等。	实行公平采购；协助履行社会责任；建立相互尊重的合作关系；坚持诚实守信，维护企业信誉。
同行	参与行业活动、项目合作、联合活动、公司刊物、公司网站、新媒体平台等。	依法公平经营，杜绝价格联盟，维护行业发展秩序；尊重行业同行，尊重知识产权，维护公平市场环境；遵守行业标准和规范，参与行业标准的制定。
社团	研讨会和学术交流、公司刊物、公司网站、新媒体平台等。	定期制作宣传刊物；组织其他外部资源定期召开学术交流会，举办展览。
社区	公益项目和活动、信息宣传及普及、志愿者活动、公司刊物、公司网站、新媒体平台等。	积极关注国际社会和当地社区的进步与发展问题；与社会团体合作；开创新的社区帮扶模式；注意开展反映恒源祥特色、调动员工热情参与的社区公益活动。
媒体	日常沟通、专项采访和论坛、公司刊物、公司网站、新媒体平台等。	积极回应媒体的关注；建立媒体联络部门，开展日常沟通机制和信息披露机制；接受媒体的专项访谈和论坛活动。
大学和研究机构	调研配合、研讨会和论坛、学术和项目合作、公司刊物、公司网站、新媒体平台等。	与高校和研究机构结成战略合作伙伴，在品牌和文化建设方面开展全面合作，推动中国品牌和文化的快速发展。

Interest Parties	Chief communication channel	Responsibility and measures
Shareholder and investor	Communication conference, correspondence, press release, regular work report, corporate annual report, company website, company magazine, new media platform and major event.	Timely release of operating conditions and major event information; to provide reasonable return on investment; to observe basic principles of responsibility management and responsibility investment.
Government	Work report, working conference, company magazine, correspondence and major event.	To observe laws and regulations; to pay taxes according to law; to respond to governmental advocacy; to cooperate with the government in launching jobs of economy, politics, culture, society and eco civilization, like national brand building.
Employee	All hands meeting, workers representative assembly, CPC and Youth League activities, group study, staff training, company magazine and website, new media platform, questionnaire, seminar, visit, democratic appraisal, ability platform and major event.	To protect legal rights of employees; to create favorable working environment; to offer reasonable pay; to provide education and training; to create development space for employees, making them proud socially, happy spiritually, rich economically, safe in life and purposeful in living.
Consumer	Questionnaire, company pamphlet, company website, product brochure, new product release conference, news conference, major event, network service platform, new media platform, service window, service and complaint hotline, and public benefit activities.	To provide safe, convenient and quality products; to supply customized service; to continuously promote customer satisfaction; to timely and accurately communicate information; to shape lifestyle of consumers.
Complex member	HYX Complex representative assembly, HYX Complex franchised factories' conference, HYX Complex regional chairman conference, correspondence, company magazine and complex website, new media platform, news release, work report, questionnaire, special forum, experience exchange meet, HYX university, Party building and joint building activity and visit.	To provide brand, culture support and service, and support and cooperation in technology, information and management; to respond to requirements timely and strive for multi-win.
Supplier	Daily communication, quality management system, questionnaire, project cooperation, joint activity, company magazine, company website, and new media platform.	To conduct fair purchase; to assist in performing social responsibility; to build up partnership of mutual respect; to stick to credit and honesty and protect corporate reputation.



Fellow trader	Trade event, project cooperation, joint activity, company magazine, company website and new media platform.	To conduct fair business by law, resist price alliance and protect industrial development; to respect fellow traders, respect intellectual property rights, and protect the fair market environment; to observe industrial standard and norms, and participate in building industrial standards.
Organization	Seminar and academic exchange, company magazine, company website and new media platform.	Regular issuance of promotional literature; To give regular academic exchange meetings by organizing other external resources; to hold exhibition.
Community	Program and activity of public welfare; information publicity and popularization; volunteer activity; company magazine, company website and new media platform.	To pay close attention to progress and development of int'l society and local community; to cooperate with social organization; to initiate new community assistance pattern; to launch communal activity of public welfare to reflect HYX characteristics and mobilize employees' enthusiasm.
Media	Daily communication, special interview and forum, company magazine, company website and new media platform.	To respond to media's attention actively; to build up media contact department; to start up daily communication mechanism and information publicity mechanism; to assume special interview with the media and forum activity.
College and research institution	Coordination in investigation and survey, seminar and forum, academic and project cooperation, company magazine, company website and new media platform.	To set up strategic partnership with universities and school institutions; to unfold all-round cooperation in brand and culture building; to promote fast development of Chinese brand and culture.

# 集团2020年社会责任亮点

## Highlights of 2020 HYX Group CSR



6月22日，“同心向党 共绣党旗”活动全国启动仪式在中共一大会址纪念馆举行。

“持续为社会创造价值”的核心价值观始终贯穿于每一位恒源祥人工作与生活的方方面面，并成为企业可持续发展的基石和保障。“成为历史的一部分”和“推动人类社会的进步和发展”既是恒源祥对社会责任的担当和承诺，也是公司的使命和愿景。2020年，恒源祥集团在文化研究、科研领域、数智转型发展、文创产业与慈善公益等诸多领域，成绩突出、亮点众多：

### 致敬百年 共绣党旗

为迎接中国共产党成立100周年，2020年集团党

委开展以国家级非遗技艺“上海绒绣”为载体的“同心向党 共绣党旗——绣百面党旗 听百节党课”主题活动。活动于“七一”前夕在中共一大会址纪念馆启动，从上海起步，面向全国征集绣制100面党旗。2021年建党百年之际，将对百面党旗绣制、百节党课的征集成果进行展示。恒源祥希望用一根羊毛绣线在全国上下将一个个红色故事、一个个优秀组织连接起来，传承红色基因和优秀传统文化，创新“四史”学习载体和内容，用一针一线致敬建党百年。活动自启动以来，机关企事业单位、大中小学校等社会各界纷纷加入。11月5日，三江源国家公园管理局在青海西



北京大学校长郝平向擘雅集团董事长刘瑞旗颁发“北京大学教育贡献奖”证书。

字起针共绣党旗，拉开了活动覆盖全国的序幕。

### 文化研究 擘雅亮相

2020年，“文化·品牌”研究事业的第一个十年圆满收官，“文化从哪里来”项目结题，成果丰硕，学术理论转向应用实践同步展开。7月正式成立擘雅集团，恒源祥集团创始人刘瑞旗担任董事长。擘雅集团以擘雅研究院为核心开展文化研究与咨询，以擘雅书院、擘雅文投为两翼发展教育培训、文化投资等业务。在2020年恒源祥联合体云端峰会上，擘雅集团与恒源祥集团正式签约，擘雅的文化研究成果将成为恒源祥集团品牌持续健康发展的强大动力，而品牌创新经验也将为文化探索提供实践佐证。

8月9日，由擘雅集团、中国宗教学会、中国艺术人类学学会、中国地理学会文化地理专委会、北京大学城市治理研究院联合主办的“文明多样性与中国

特色”擘雅征文颁奖典礼暨第二期擘雅研修班“全球化与全球造”开班仪式在京圆满举行。31天、40位学者、100课时、6500年历史，打破时空界限，对话国际潮流，呈现了一场精彩的文化盛宴。恒源祥员工积极参与，并完成了《恒源祥2020全球化与全球造文化战略报告》，顺利结业。

7月和9月，擘雅集团与北京体育大学联合开设的博士后项目“太极与生活方式”、与云南民族大学中印瑜伽学院开设的“瑜伽与生活方式”课题先后启动。11月13日至14日，由擘雅集团、擘雅研究院主办的首届擘雅城市文化峰会、第二届擘雅城市文化论坛在三亚圆满举办。

为联合更多优质研究资源，9月17日，擘雅集团与北京大学区域与国别研究院在北京大学教育基金会举行战略合作及捐赠协议签署仪式。北京大学校长郝平向刘瑞旗董事长颁发了“北京大学教育贡献奖”证

The core value of "Continuously Create Value for Society" has always been running through every aspect of work and life of every HYX employees, and has become the cornerstone and guarantee of sustainable development of HYX. "Become a part of history" and "Drive the progress and growth of human being and society" are not only undertakings and commitments of HYX for its social responsibilities but also its mission and vision. In 2020, HYX Group has made outstanding achievements and created many highlights in the fields of brand building, scientific research, culture, and charity and public good across the country:

#### **To celebrate the centenary of the CPC with Embroidery Party Flag**

To celebrate the centenary of the CPC, in 2020 HYX Group's CPC Committee launched a themed event of "Making a Hundred Embroidery Party Flags and Attending a Hundred Party Classes to Uphold the Leadership of the Party with Unity" through the "Shanghai Woolen Embroidery", a national intangible technique. The event was launched at the memorial hall of the site of the first CPC National Congress on the eve of July 1 and started from Shanghai to collect a hundred embroidery Party flags from nationwide. As 2021 marks the 100th anniversary of the CPC, the results of a hundred embroidery Party flags and a We hope to knit up revolutionary stories and excellent organizations nationwide with wool to pass on the revolutionary and traditional culture, innovate the learning carriers and contents of "Four Histories" and show our honor to the centenary anniversary. Since the launch of the event, it has been successively joined by governmental bodies, enterprises, public institutions and schools and other quarters of the society. On November 5, the Administration of the Sanjiangyuan National Park started the first stitch to make the embroidery Party flags in Xining, Qinghai, kicking off the event to cover the entire nation.

#### **Boya's stunning debut with cultural Studies**

In 2020, the first 10-year phase of culture and brand research has successfully concluded. The project "Where does culture come from" is completed with fruitful results, while the academic theory is transiting to application. In July, Boya Group was formally established, and Liu Ruiqi, founder of HYX Group, serves as the chairman of the board. Boya Group carries out cultural research and consulting with Boya Research Institute as its core, to develop education, training, cultural investment, and other businesses with Boya Academy and Boya Cultural Investment as the two major supports. Boya Group and HYX Group officially signed a contract at the 2020 HYX Union Online Summit. Boya's cultural research findings will become a strong source for the sustainable and healthy development of the HYX Group, and the brand innovation practice will provide a correct direction for cultural exploration.

On August 9, the "Cultural Diversity and Chinese Characteristics" Awards Ceremony, cosponsored by Boya Group, the Chinese Society of Religious Studies, the China Society of Anthropology of Arts, the Culture and Geography Committee of the Geographical Society of China, and the PKU Institute of Urban Governance, and the opening ceremony of the second phase of "Globalization and Global Manufacturing" of the Boya seminar was successfully held in Beijing. In 31 days, with 40 scholars, for 100 class hours and 6,500 years of history, the seminar has broken the barriers of time and space, provided a chance to communicate with international academics, and presented a wonderful cultural feast. HYX employees actively participated the event and completed the 2020 HYX Strategy Report on Globalization and Global Manufacturing, for which they have successfully graduated.

In July and September, the post-doctoral program "Tai Chi and Lifestyle" jointly established by Boya Group and Beijing Sport University, and the "Yoga and Lifestyle" project jointly established by the China-India Yoga College of Yunnan Minzu University were officially launched. From 13 to 14 November, the second "Boya Urban Culture Forum"

### “当代宗教文化与社会建设”高端论坛暨2020年中国宗教学会年会合影



9月23日，肇雅集团董事长刘瑞旗应邀出席“当代宗教文化与社会建设”高端论坛暨2020年中国宗教学会年会。

书，高度肯定了刘董对北大教育事业的突出贡献。9月23日，刘瑞旗董事长出席了“当代宗教文化与社会建设”高端论坛暨2020年中国宗教学会年会；9月30日，刘董与中国大百科全书出版社就在国家重大基础文化工程《中国大百科全书》（第三版）中发起编撰“品牌大百科全书”等事宜进行了务实会谈；12月4日，刘董还作为中华商标协会副会长出席第十二届中国国际商标品牌节。

#### 齐心抗疫 世界恒好

4月22日是第51个世界地球日，恒源祥集团联合中央人民广播电视台总台央广、湖北省妇联、中国大学生广告艺术学院奖以面向社会线上直播的形式，向全球发起“因为爱，世界恒美好！”系列活动，包括创意设计大赛、线上接力献花等。5月15日国际家庭日当天，恒源祥将121份汇集着国内外优秀设计师创意与爱意的“抗疫家庭暖心大礼包”送到了121户

“荆楚抗疫最美家庭”手中，礼包包含家纺四件套、免洗手消毒凝露、亲子T恤、抗菌袜子和毛巾等主题产品。除此之外，恒源祥还对湖北“家庭生活受疫情影响较大的儿童”开展助学帮扶，将连续三年为100位儿童发放生活学习补助共60万元。

抗疫期间，恒源祥内部涌现出一批优秀的工厂、经销商和员工，通过捐款、捐物、献血等方式，主动承担社会责任，为抗疫贡献自身力量。3月，陈忠伟董事长应央视电影频道邀请，拍摄《风雨无阻向前进》公益短片；5月，还通过向以色列、乌拉圭等国驻沪总领馆赠送抗疫物资等形式支持全球抗疫，集中体现出恒源祥联合体“持续为社会创造价值”的价值观。

恒源祥与肇雅集团还联合央广新媒体“云听”APP推出公益性质的《肇雅讲谈·第一季——全球疫情引发的人文思考》。

sponsored by the Boya Research Institute was successfully held in Sanya.

In order to gather more high-quality research resources, on September 17, Boya Group and PKU Institute of Area Studies held a signing ceremony on the strategic cooperation and donation agreement at Peking University Education Foundation. Hao Ping, Principal of Peking University, issued the "Award for Outstanding Educational Contribution to Peking University" to Chairman Liu Ruiqi, highly affirming his outstanding educational contribution to Peking University. On September 23, Chairman Liu Ruiqi attended the high-end forum "Contemporary Religious Culture and Social Construction" and the 2020 annual meeting of the Chinese Society of Religious Studies. On September 30, Chairman Liu and Encyclopedia of China Publishing House held a practical meeting on matters such as the compilation of the "Encyclopedia of Brands" in the major national basic cultural project, the Encyclopedia of China (third edition). On December 4, Chairman Liu also attended the 12th China International Trademark Festival as the vice president of the China Trademark Association.

### **Work together to fight against the epidemic and make the world a better place**



5月12日，集团董事长、总经理陈忠伟一行拜访以色列驻上海总领事馆，并赠送抗疫物资。



5月15日，恒源祥“抗疫家庭暖心大礼包”由湖北省妇联送达121户“荆楚抗疫最美家庭”手中。

April 22 is the 51st Earth Day. HYX Group, together with China National Radio of China Media Group, Women's Federation of Hubei Province, and Academy Awards of Advertising Festival of Chinese College Students, launched a series of global activities themed with "Love is Forever" through online streaming, including creative design competitions and online flower offerings. On May 15, International Day of Families, HYX delivered 121 "gift baskets for antipandemic families" that brought together the creativity and love of outstanding designers at home and abroad to 121 "most beautiful anti-pandemic families in Hubei". The gift baskets included themed products such as four-piece bedding set, disposable hand sanitizers, parent-child T-shirts, antibacterial socks and towels. In addition, HYX has launched an education aid program for "children whose families are seriously affected by the pandemic" in Hubei Province, to provide 100 children with living and learning grants worth of 600,000 yuan for three consecutive years.

In fighting against the epidemic, a group of factories, distributors and employees of HYX took the initiative to assume social responsibilities through all kinds of donations including blood donation. In March, Chairman Chen Zhongwei was invited by CCTV-6 to shoot a public welfare



1月24日，集团创始人刘瑞旗应邀出席在瑞士洛桑奥林匹克博物馆举行的“中国和”暨“吉祥物送祝福 点亮2022”新春系列活动。

### 喝彩奥运 情暖冬奥

1月24日，刘瑞旗董事长应邀出席在瑞士洛桑奥林匹克博物馆举行的“中国和”暨“吉祥物送祝福 点亮2022”新春系列活动。6月和12月，国际奥委会副主席于再清考察了位于江苏无锡的恒源祥工厂及江苏南通的Fazeya彩羊家纺一厂，高度肯定恒源祥对奥林匹克运动的持续支持。

恒源祥与北京冬奥组委年内多次互访、商讨，以此推进北京冬奥会的顺利举办。9月28日至10月4日，恒源祥“奥运无限 热爱无限”广告亮相纽约时代广场。

为让更多青少年感受冬奥会及传统文化的魅力，恒源祥和国际奥委会授权的“为奥运喝彩”组委会共同启动了“恒爱行动·至美之行”奥运文化进校园活动，6月至12月，项目走进河北、内蒙古、广东和江苏四地学校，与学生开展体育、美育的深入交流，获得媒体广泛关注，扩大了恒源祥奥运品牌的社会影响力。

恒源祥集团还赞助北京电视台冬奥纪实频道打造全新艺术访谈节目《为奥运喝彩》，每周一期推出一位国内重磅艺术家，用艺术为奥运助力。

恒源祥为奥运所做的工作还包括：奥运正装项目组克服疫情影响和空间限制，以细致认真的实际行动

为国际奥委会、东京残奥会制作正装，赢得了国际奥委会等组织的称赞。

### 数智转型 赋能发展

“不数字，无未来”，从电商平台到微信小程序云零售体系，恒源祥赋能区域经销商独立数字零售能力，同时积极运用直播等社交工具，有效触达消费者，传播品牌文化和生活方式。5月28日，“恒源祥官方精品店”小程序亮相，“春去花还在”公益主题直播开播，与品牌粉丝建立起全新互动场景；6月18日，恒源祥区域云零售计划在疫情最为严重的湖北武汉率先启动，首家官方授权小程序商城——“恒源祥恒好官方商城”正式上线；8月5日，湖北地区小程序商城首秀“乘风破浪吧小姐姐”真丝专场播出。11月10日，恒源祥北京区域小程序商城“恒源祥蒙迪威官方商城”正式上线，恒源祥重庆区域小程序商城蓄势待发。

2020年，恒源祥品牌在数字化转型之路上进行了不懈探索：集团分别与华为、抖音、快手、小红书、太合音乐等企业就恒源祥与5G、直播、新营销等合作方向开展交流、协商。

2020年“双11”在恒源祥人的齐心协力下，品牌全网销售额突破6亿元，连续8年保持两位数增长，其

short film, "Moving Forward in all weathers". In May, HYX also supported the global fight against the pandemic by donating anti-pandemic materials to various consulate generals in Shanghai, such as Israel and Uruguay, which shows that HYX Union's values to continue to create value for society.

HYX and Boya Group also cooperated with the new media "Ethereal Sound" APP of China National Radio to launch the "Boya talk about the first episode – the humanist thoughts caused by global epidemic."

### **Cheer for the Olympics and warm the Winter Olympics**

On January 24, Chairman Liu Ruiqi was invited to attend a series activities of the new year themed with "China Harmony" and "Mascot Sending Blessings to Light Up 2022" held at the Olympic Museum in Lausanne, Switzerland. In June and December, Yu Zaiqing, Vice President of IOC, inspected the plant of HYX in Wuxi, Jiangsu Province, and the Fazeya Home Textile Plant in Nantong, Jiangsu Province, and highly affirmed HYX's continuous support for the Olympics.

HYX and the Organizing Committee for Beijing Winter Olympics visited each other and discussed several times during the year to promote the smooth hosting of the Beijing Winter Olympics. From September 28th to October 4th, the HYX poster "Unlimited Olympic, Infinite thread of Love" exhibited on the LED screen of New York Times Square.

In order to allow more and more young people to feel the charm of the Winter Olympics and the traditional culture, HYX and International Olympic Committee authorized the "Cheer for the Olympics" Organizing Committee and jointly launched the "Eternal Love Action: A Journey to Beauty" event to promote Olympic culture in campuses. From June to December, the event was held in schools in Hebei, Inner Mongolia, Guangdong and Jiangsu, which included in-depth exchanges with students on sports and aesthetic education. It has received extensive media

attention and expanded the social influence of HYX.

HYX Group also sponsored the brand new talk show on art, "Cheer for the Olympics" created by BTV's Winter Olympics Documentary Channel, which introduces a major domestic artist once a week to promote the Olympics through art.

The Group's contributions to the Olympics also include: the formal wear team of the Olympics provide formal wear for the International Olympic Committee and the Tokyo Paralympics meticulously, in spite of the impact of the pandemic and space constraints, which has won praise from organizations like the International Olympic Committee.

### **Digital intelligence transformation to drive development**

"Without digitalism, there will be no future". From an e-commerce platform to the online retail system on WeChat mini-program, HYX empowers regional distributors with independent digital retail capabilities, and actively uses live broadcast and other social tools to effectively reach consumers and spread brand culture and lifestyle. On May 28, the "HYX Official Boutique Shop" was unveiled on mini-program, and the public welfare live broadcast themed with "Spring Is Gone and Yet Flowers Are Still Here" was launched, establishing a brand new interactive scenario with fans. On June 18, the HYX regional online retail plan was launched in the most COVID-stricken in Wuhan, Hubei Province, and the first authorized "HYX Official Mall" was launched on mini-program. On August 5, the first show in mini-program in Hubei, "Wonder Sisters", was broadcasted. On November 10, HYX's regional mini-program mall in Beijing: "HYX Mondiwei Official Mall" was officially launched, and HYX's regional mini-program mall in Chongqing was ready for the launch.

In 2020, the HYX brand has made unremitting explorations on the road to digital transformation: the Group has exchanged talks and negotiated with companies like



“恒爱行动”2020年度全国启动仪式。



8月26日，大学生广告艺术节学院奖2019秋暨2020春季创意盛典上，恒源祥代表为获奖学生颁奖。

中服饰类目稳中有升，内衣类目增长迅猛，位列天猫平台保暖内衣品牌榜第二，仅次于优衣库。恒源祥北京、四川等地服装、彩羊区域大店等线下渠道在不理想的市场环境中实现逆势增长。

### 恒爱无疆 公益有爱

12月21日，在一年中最冷的冬至，“恒爱行动——百万家庭亲情一线牵”15周年成果发布暨2020年度全国启动仪式通过凤凰网等网络平台用直播的形式温暖举行。活动总结并展示了“恒爱”15年取得的成果：截至2020年11月，曾三获中华慈善奖的“恒爱行动”累计编织爱心毛衣超过115万件。“编织梦想情暖冬奥”艺术创意编织活动在贵州、青海、新疆、内蒙古四地成功举行，在公益的平台上弘扬奥运精神，用奥运的精神丰富公益行动，将奥林匹克精神、冬奥运动项目带给了更多边远少数民族地区的儿童。

恒源祥在关爱特殊儿童方面做出的突出贡献得到社会肯定，6月15日，中国儿童少年基金会、中国妇女发展基金会理事会换届会议上，集团董事长、总经理陈忠伟当选中国儿童少年基金会第十七届理事。

恒源祥作为三江源国家公园管理局的联建单位，

通过在管理局所属党组织及包括可可西里在内的生态保护工作站广泛开展“同心向党 共绣党旗”活动，让这面特殊的党旗高高屹立在“中华水塔”——三江源头，鼓舞起推动生态文明建设新进步的澎湃动力。

今年，恒源祥还向三江源国家公园黄河源、长江源、澜沧江源保护站巡护人员赠送了1000套保暖内衣，为“中华水塔”的守护者们带去问候和温暖。

### 青春力量 未来无限

2020学院奖春季赛恒源祥以“无限之线”为命题，收到全国数百家高校学子近万件创意作品，涵盖了平面广告、微电影、影视广告、营销策划、广告文案、场景创意等多个类别。此外，恒源祥还积极参与由学院奖主办的营创赛、开展“你好，中国就好”公益作品征集等活动，为品牌注入强大的青春活力，成为国民品牌焕新的引领者。

5月，恒源祥家纺开展“恒好百年 国潮七夕”项目，联合到喜啦、豫园推出线上线下联动的“中国大婚 恒好百年”系列活动，强化了年轻消费者对“恒好百年”国潮风婚礼的体验。7月，恒源祥首次应邀参加年轻群体每年必到打卡的时尚创意狂欢节——

Huawei, TikTok, Kwai, and Xiaohongshu in the direction of 5G, live broadcast, and new marketing.

With the joint efforts of HYX employees on "Double 11" in 2020, HYX's entire network sales exceeded 600 million yuan, maintaining double-digit growth for eight consecutive years. Among them, the apparel category grew steadily, and the underwear category grew rapidly, ranking second on T-mall, second only to Uniqlo. Offline channels such as HYX clothing and Fazeya regional stores in Beijing and Sichuan, have achieved growth against a poor market environment.

#### **Spread the everlasting love without boundaries through charity**

On December 21, at the winter solstice, which was the coldest day of the year, the 15th anniversary of the "HYX Eternal Love Action: Love for Millions of Families" was announced and the 2020 National Launch Ceremony was warmly held in the form of live broadcast on online platforms such as ifeng.com. The event summarized and demonstrated the achievements of Eternal Love Action in 15 years: As of November 2020, the Eternal Love Action, which has won the China Charity Award for three times, has knitted more than 1.15 million sweaters. "Weaving Dreams and Warming the Winter Olympics" artistic and creative weaving activities were successfully held in Guizhou, Qinghai, Xinjiang, and Inner Mongolia. Promoting the Olympic spirit on a public welfare platform can enrich public welfare activities and bring the Olympic spirit and the Winter Olympics sports to more and more children in remote areas.

HYX's outstanding contributions to children with special needs has been recognized by the society. On June 15, at the general meeting of the board of meeting of the China Children and Teenagers' Fund and the China Women's Development Foundation, the Group's chairman and general manager Chen Zhongwei was elected to the seventeenth council member of the China Children and

#### **Teenagers' Fund**

HYX, as the joint construction unit of the Sanjiangyuan National Park Administration, held the launch ceremony of "Uphold the Leadership of the Party with Embroidery Party Flags" in Xining, Qinghai, on November 5. Extensive activities were carried out through the party of the administration and the ecological protection stations including Kekexili, allowing the special party flags to stand high in the "China Water Tank", the source of Sanjiangyuan, inspiring the surging momentum to promote new progress in the construction of ecological civilization.

This year, HYX also donated 1,000 sets of underwear to the guardians of the Sanjiangyuan National Park's Yellow River, Yangtze River, and Lancang River Protection Stations as greetings to the guardians of the "China Water Tank".

#### **Youth power, infinite future potential**

At the 2020 Academy Awards Spring Contest, HYX took "Infinite Threads" as the proposition, and has received nearly 10,000 works from hundreds of college students across the country, covering print ads, short films, film and television ads, marketing planning, advertising copywriting, and scene creativity. In addition, HYX also actively participated in the competition organized by the Academy Awards, and launched the "China Is OK If You Are OK" public welfare works collection event, injecting strong vitality into the brand and becoming a leader in the renewal of national brands.

In August, HYX Home Textiles launched the "Henghao Century of National Trends on Double Seventh Festival", and a series of online and offline activities themed with "Henghao Century of China Weddings" with Daoxila and Yu Garden, which strengthened young consumers' confidence in "Henghao Century of National Weddings". In July, HYX was invited for the first time to participate in the fashion and creative carnival that attracts lots of young people every year: ChinaJoy, the China International Digital



恒源祥“海上绒情”礼盒成功入选2020上海优选特色伴手礼（金榜）。

中国国际数码互动娱乐展ChinaJoy。恒源祥以“无限之线”为主题，打造了一个兼具文化底蕴与时尚表达的国潮世界，通过开展旗袍换装、“恒好百年”手链编织、上海绒绣等体验活动，获得年轻群体的热烈追捧。

11月28日，在第33届金鸡电影节上，由恒源祥独家冠名的2021年“星辰大海之时尚计划”正式发布。该计划将从时尚与艺术美学视角助力入选“星辰大海”的周冬雨、关晓彤、易烊千玺、刘昊然等40位青年演员整体形象塑造，在更多领域影响青年一代的生活方式。在2021年举行的电影节期间，这些演员将身着恒源祥独家设计的时尚服饰亮相。

在关注年轻一代思想成长方面，10月17至19日，主题为“想象力，我们的宇宙无边无际”的第十五届“恒源祥文学之星”中国中学生作文大赛总决赛在南京举行，共有约200名中学生入围全国总决赛。因受疫情影响，组委会采用“云比赛”的方式开展活动，全国16个赛区的选手同一时间参与“笔试、口试、演讲”等多个环节的角逐，最终决出20名“恒源祥文学之星”以及20名“恒源祥文学之星”提名奖。总决赛前夕，中国中学生恒源祥文学之星灵台创作行在甘肃省平凉市灵台县成功举办。

### 非遗传承 美美与共

非遗已成为进博会的文化名片。11月10日，恒源祥“海派绒线编结技艺”市级传承人励美丽应邀在第三届进博会的“非遗客厅”展示技艺，与中外宾客互动交流，由其创作的绒线花入选由上海非遗协会推出的“非遗百宝箱”，同场亮相。而恒源祥精心打造的文创产品——“海上绒情”礼盒还在进博会上海综合形象展区购物天堂板块展示。

“海上绒情”礼盒是恒源祥两项非遗技艺的融合之作，在由上海市消保委举办的“2020上海特色伴手礼”评比中，从数百件作品中脱颖而出，成功入选“2020上海优选特色伴手礼”（金榜）。恒源祥另一款专为“因为爱，世界恒美好”公益活动推出的“花语瑞境”家纺四件套同时入选。两件伴手礼还在2020第十四届中华老字号博览会上展出，受到媒体广泛关注。

恒源祥非遗技艺全年参与的活动还包括：上海“非遗购物节”“红色筑梦 光辉历程——‘四史’记忆与上海非遗主题展”、上海市民终身学习海派文化体验基地2020年嘉年华、“全球青年海派文化体验营”、“非遗传习大汇堂”，并在回民小学、上外附中、市西初级中学等学校开展非遗进校园活动。

Interactive Entertainment Exhibition. With the theme of "Infinite Threads", HYX has created a world of China chic with both cultural heritage and fashion. Through activities such as cheongsam dressing, "Henghao Century" bracelet weaving, and Shanghai cashmere embroidery, it has been warmly sought after by young people.

On November 28, at the 33rd Golden Rooster and Hundred Flowers Film Festival, the 2021 ""Fashion Plan for the Sea of Stars" exclusively titled by HYX was officially released. . From the perspective of fashion and art, the program will help to shape the overall image of 40 young actors and actresses, including Zhou Dongyu, Guan Xiaotong, Yiyi Qianxi, and Liu Haoran, who were selected in "Seas of stars", to influence the lifestyle of the younger generation in more and more areas. During the film festival to be held in 2021, these actors and actresses will appear in fashionable costumes exclusively designed by HYX.

Concerning the mental growth of the young generation, from October 17 to 19, the final of the 15th "HYX Star of Literature", the composition contest for Chinese middle school students with the theme of "To Imagine, Our Universe Is Boundless" was held in Nanjing with a total of 200 finalists. Due to the pandemic, the organizing committee held the event online. Contestants from 16 areas across the country participated in various parts of the event including "written examination, oral examination, and speech" at the same time. Finally, 20 contestants were selected as "HYX Star of Literature", and 20 contestants were nominated as "HYX Star of Literature". On the eve of the final, the HYX Star of Literature Lingtai Tour was held in Lingtai County, Pingliang, Gansu Province.

#### **Intangible cultural heritage and appreciating the culture/values of others**

Intangible cultural heritage has become a cultural card of the CIIE. On November 10, Li Meili, the municipal inheritor of HYX's "Shanghai Cultural Wool Knitting Skills" was invited to showcase her skills in the "Intangible

Heritage Living Room" of the 3rd CIIE and interact with Chinese and foreign guests. Her creation of velvet flowers was selected in the "Intangible Cultural Heritage Treasure Box" launched by the Cultural Heritage Association of Shanghai and appeared at the event. HYX's cultural and creative product, the "Velvet Love on the Sea" gift box was displayed in the Shopping Paradise of the Shanghai Comprehensive Image Exhibition Area of the CIIE.

The "Velvet Love of Shanghai" gift box is a fusion of HYX's two intangible heritage techniques. In the "2020 Souvenirs with Shanghai Characteristics" competition organized by the Shanghai Consumer Committee, it stood out from hundreds of works and was successfully selected as one of the "2020 Souvenirs with Shanghai Characteristics" (Gold List). And the four-piece bedding set of "Flower Language and Auspicious Environment" specifically launched by HYX for "Love is forever" public welfare event was selected at the same time. The two souvenirs were also exhibited at the 14th China Time-Honored Brand Expo in 2020 and received widespread media attention.

HYX's intangible cultural heritage activities throughout the year also include: Shanghai "Intangible Cultural Heritage Shopping Festival", "Red Dream Building and Glorious History: Themed Exhibition of the Four History Memory and Shanghai Intangible Cultural Heritage", 2020 Carnival at Shanghai Citizens' Lifelong Learning Shanghai Cultural Experience Base, "Global Youth Shanghai Cultural Experience Camp", "Intangible Cultural Heritage Gathering Hall", and intangible cultural heritage on campus activities in schools like Huimin Primary School, Shanghai Foreign Language Affiliated Middle School, and Shixi Junior Middle School.

## 组织治理



5月18日，黄浦区副区长杨东升调研恒源祥。

## 决策程序和结构

集团管理层高度重视按公司法人治理结构，进行规范运作，努力完善现代公司制度，不断完善公司的法人治理结构。公司依据《中华人民共和国公司法》及有关规定制定了《公司章程》《公司股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《信息披露规则》《公司经营班子决策制度》《董事会投资决策委员会实施细则》《董事会薪酬与考核委员会实施细则》《董事、监事津贴制度》和《公司高级管理人员薪酬分配办法》等管理规章。

每年，公司召开两次股东会议、两次董事会会

议和两次监事会会议。股东大会是公司的最高权利机关，它由全体股东组成，对公司重大事项进行决策，有权选任和解除董事，并对公司的经营管理有广泛的决定权；董事会是公司的执行机关，是常设机关；监事会是监督机构。2020年，第一次股东会审议表决事项和决议：审议并通过了《董事会2019年度工作报告》；审议并通过了《监事会2019年度工作报告》；审议并通过了《总经理2019年度经营工作报告》；审议并通过了《董事会2020年度经营工作规划》。第二次股东会议表决事项和决议：审议并通过了《公司2019年度财务决算报告》；众华会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司2019年度会计报表进行了审计，

经审计，众华会计师事务所（特殊普通合伙）出具了没有保留意见和解释性说明的审计报告，审计报告公允、真实地反映了本公司2019年度经营情况和财务状况。

2020年，分别召开第五届监事会第十九次会议和第二十次会议。第十九次会议审议并通过了《2019年度监事会工作报告》；会议根据集团财务中心推荐一致同意继续聘请众华会计师事务所（特殊普通合伙）对公司2020年财务情况进行审计。本次会议还一致认为：公司在2019年的管理运作符合《公司法》《公司章程》和《员工敬业廉洁条例》的有关规定；公司董

事、总经理、高级管理人员在履行职责时无违反法律、法规、公司章程或损害公司利益和股东权益的行为。第十八次会议审议并通过了《2020年上半年度报告》及其摘要；会议审议通过了众华会计师事务所（特殊普通合伙）对恒源祥（集团）有限公司2019年财务审计报告的结论；会议一致认为公司董事、高级管理人员在履行职责时以维护公司利益为准则，未发现违反法律、法规、公司章程及损害公司、股东利益的行为。会议提案把治理公司的结构和不断完善内部控制制度作为监事会下一步提高管理的主要内容，对公司经营管理的各个环节起到较好的风险防范和控制



11月5日至6日，集团董事长、总经理陈忠伟走访重庆、成都线下终端。

# 人权

## 公民和政治权利

恒源祥所有员工作为中华人民共和国的公民拥有选举权和被选举权；言论、出版、集会、结社、游行、示威自由的权利；监督权。

## 经济、社会和文化权利

恒源祥所有员工作为中华人民共和国公民拥有的经济、社会和文化权利主要包括劳动权、劳动休息权、公民有获得物质帮助权、受教育的权利以及公民文化权利，由科学的研究、文学艺术创作和其他文化活动等组成。

作为恒源祥文化建设的一部分，集团积极组织开展各类文体活动。在全员参与的活动中，集团保持工作日做广播操的传统。集团组织多项职工文娱活动，如每年的全体员工旅游、迎新晚会、参加黄浦区组织的市民运动会。2020年因疫情原因，全员旅游暂停。恒源祥集团大厦建有相应规模的图书阅览室、文化活动室和体育活动设施。集团内刊《创导》杂志每月精心推出新书介绍，组织读书会，根据项目开展定向的读书活动等。

恒源祥开展的企业文化员工参与率达100%，员工的满意、比较满意、基本满意度分别为95%、3%和2%。



集团董事长、总经理陈忠伟为年度价值之星获奖者颁奖。



上海市、区总工会领导来访恒源祥调研。



每年的六一前夕，工会都会为小朋友发放亲子装等节日礼物。



集团党委书记顾红蕾，董办总办主任何爱芳为员工送上防疫用品。

## 工作中的基本原则和权利

### 1.依法保障员工权益

恒源祥集团严格按照《劳动法》《劳动合同法》《妇女权益保护法》合法雇佣员工，确保其享有公平合理的薪酬、福利及休假、职业健康等基本权益。

### 2.保障员工拥有平等机会

恒源祥集团为每一位员工提供发展晋升的机会，对公司的中层管理岗位实行公开竞聘制度。通过在集团公司范围内实行公开竞聘、平等竞岗、科学选拔，全部目标岗位均已正式聘用合格人才上岗。

### 3.保护员工隐私

恒源祥集团尊重职工的合法权益，自觉保护员工

的隐私权。集团根据绩效与收益考核确定员工的薪酬奖励，尊重员工隐私，保护员工个人的生活、婚姻等私密和自由权利。

### 4.消除一切形式的强迫或强制性劳动

恒源祥集团认真贯彻2008年1月1日实施的《劳动合同法》，制定了恒源祥集团《员工手册》。《员工手册》共有五章33条，内容为总则、聘用与劳动合同、辞职、作休时间与请假制度及调动、薪酬与假期。恒源祥集团《员工手册》规定消除一切形式的强迫和强制性劳动，杜绝在招工、薪酬、福利、培训、晋升等方面出现性别歧视、民族歧视、种族歧视、宗教歧视和生理歧视。

# 劳工实践

恒源祥是一家品牌企业，恒源祥集团总部199位管理人员服务恒源祥联合体5万多位成员，所谓服务主要体现在输出品牌价值、管理模式、执行标准、营销方案等，对团队成员的思维方式、能力模式和行为习惯要求十分高。集团紧紧围绕员工发展和组织发展的需求，通过“文化转型”“学习型组织”建设等方法，在保护好全员基本权益的基础上，积极培育兼具

经营品牌文化和能力、德才兼备的员工，助其实现人生价值，同时为社会创造价值。

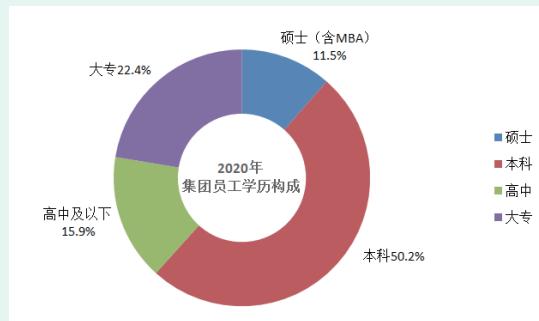
## 企业员工学历、年龄构成

截至2020年12月，恒源祥集团员工为199人，员工的学历构成比例和年龄段的比例是：

2020年集团员工的年龄分布比例



2020年集团员工的学历构成比例



人员结构以中青年员工为主，集团平均年龄39.4岁。

2020年集团人力资源总体状况如下：

级别	人数	占比 (%)
董事长	1	0.5
总经理、副总经理	4	2.0
总监	30	15.1
产业公司负责人	13	6.5
部门经理	24	12.1
主管级别	37	18.6
基层员工	90	45.2
合计	199	—

## 优化人力资源结构

大力推进人力资源优化工作。2020年，共退休5人，离职4人。全年累计招聘90后专业人才2人，为集团注入年轻活力，为集团的变革发展提供了人才方面的支持与保障。

## 依法签订劳动合同

恒源祥集团与员工的劳动合同签约率为100%。人力资源中心的招聘向多元化渠道发展，积极与各高校合作，举办了多场校园招聘和宣讲会，在年轻群体中宣传了恒源祥品牌，也为集团的人才蓄水池中注入新鲜血液。同时，为贯彻、落实中央关于加强技能、技术人才队伍建设工作的重要讲话精神，人力资源中心通过专业的猎头资源，招募了纺织工程领域的技术人才1名。

## 薪酬制度公平合理

恒源祥集团严格执行国家《劳动法》《劳动合同法》，每年开展工资集体协商活动，签订集体合同及女职工特殊权益的专项集体合同，经过上海市黄浦区劳动保障部门审核批准付诸实施。恒源祥集团坚持对涉及员工利益的政策和制度出台，必须在职工代表大会审议后实行。恒源祥集团由党委、工会、行政等方面人员组成劳动争议调解委员会有效听取职工意见。恒源祥集团还建立了与现代产权制度对应的报酬激励

机制，原则是经营者的利益与效益挂钩，员工的收入与市场接轨、与企业的效益提升挂钩。2020年，集团人力资源中心进一步完善了集团薪酬制度。在疫情期间做到不减员不降薪之外，还推出新的年度激励政策，奖优促优，鼓励广大员工积极参与创新项目。

## 依法规范加班制度

恒源祥集团严格按照《劳动法》相关规定，对于节假日加班的员工，按时、足额支付加班工资；对与双休日及日常加班的员工，依照超额工时给予调休。

## 青年员工培育





集团董事长、总经理陈忠伟当选2020年上海市劳动模范。

## 工作条件和社会保护

### 1. 改善工作环境

恒源祥集团重视员工办公环境，坚持做到内外环境整洁优美，无脏、乱、差现象，为营造员工舒畅的工作环境。公司聘请高水准的保洁服务公司，每年在绿化方面投入约10万元，并建有近400平方米的绿化景观。

### 2. 安全教育与投入

恒源祥集团重视企业的安全管理，注重对员工的安全教育。集团根据自身特点，制定了安全与消防管理制度共六章29条，涵盖了消防安全教育、消防设施管理、用火用电安全管理、仓储安全管理、安全巡查、检查及消防考核等五个方面。集团每年定期对员工进行消防安全知识培训、宣传，并组织知识竞赛，开展应急疏散演练等活动。在新员工上岗前，集团相关部门开设专题培训，进行安全与消防知识的教育。每年11月份，集团都举行全员参加消防安全知识培训和安全生产教育，并进行消防应急疏散演习活动。

2020年，集团如期开展了全员的消防安全知识培

训工作；开展了两次楼内仓库消防设施检查；开展了一次全员消防逃生演习。

恒源祥集团已通过国家安全生产标准化三级企业安全评审，已建立新员工三级安全教育制度，2020年开展了30人次的专题培训；建立安全工作定期检查制度，全年共开展24次安全检查清理，整改不安全现状6项；集团共有8位特种工作人员，均持证上岗；4位保安人员、2位前台人员接受了消防设施操作证的培训。

集团聘请专业的安保公司做好企业的安全保卫，24小时不间断值班，保证了恒源祥集团消防、保卫工作安全有序、万无一失。集团在公司的要害部位安装了监控系统，并与公安系统进行联网。电梯、车库专业保养，年检合格。消防设施年检合格。集团还开展保安、保洁的岗位技能培训，提高了他们的安全意识，并一直保持安全事故的零记录。

恒源祥集团建立了完善的安全工作检查制度，截至2020年12月，全年共开展24次安全检查；年内完成设备维护162次，其中特种设备维护，电梯维护42次，停车库维护52次，变电房维护12次。完成节能设备的改造。建立驾驶员安全教育制度，全年完成驾驶员安

全教育80人次；为车辆定期维护，全年完成车辆维护103次。

### 3.社会保护与福利

#### ①依法缴纳社保

恒源祥集团社会保障和保险实施情况良好。集团依法依规缴纳职工养老金、医疗保险金、失业保险金、工伤保险金和住房公积金，同时每人增加医疗互助保障金。

#### ②员工享有的福利

**员工休假：**恒源祥集团实行国家法定员工休息与休假制度，实行每天8小时标准工作日制度和综合计时制度。8小时标准工作日制度实行每周5天标准工作周制度，周工作小时为40小时。恒源祥集团实行带薪年休假，员工在公司连续工作满1年，且累计工作已满1年（含）但不满10年的，年休假5天；累计工作已满10年（含）但不满20年的，年休假10天；累计工作

已满20年（含）的，年休假15天。国家法定休假日、休息日不计入年休假的假期。

**工会福利：**恒源祥集团工会是上海市模范职工之家。集团工会在“祥和恒源祥”建设中作用明显，在恒源祥集团，员工的权益得到充分的维护。集团工会在职工的福利上持续实施“十个一”工程。这“十个一”是：一场新年聚会、一声生日祝福、一份节日礼物、一顿（全年）免费午餐、一份免费报纸、一次高规格体检、一场快乐旅游、一次民主协商、一份互助保障、一场文体活动。恒源祥集团还在每年的儿童节都举行庆“六一”亲子系列活动、为员工子女发放儿童礼券；实施职工子女升学物质奖励和中高考家长公休陪考措施。恒源祥党委、工会还在每年“三八妇女节”为女员工发放节日慰问品；在开学前夕，为所有升学家属（小升初、中考、高考）发放学习用品。2010年起，推行“员工子女助学补助方案”，对因特



12月31日，迎新晚宴上的冰壶比赛。



集团为每位员上送上高温慰问金。



第二期肇雅研修班开班后合影。

殊原因造成困难的员工子女进行专项帮助。截至2020年12月，恒源祥党政工团对29名因病或家属生病的员工进行了家庭访问，使用工会经费27320元。对身患重病或家属重病的员工进行定期走访，切实帮助员工排忧解难。

通过对上述措施的具体落实，兑现了恒源祥集团“让所有员工在社会上感到自豪，在精神上感到幸福，在经济上感到富有，在生存上感到安全，在生活上感到欢乐”的承诺。

## 民主管理和集团协商

恒源祥集团坚持完善党务公开、企务公开、职代会等民主管理和集体协商制度，充分设置各类民主管理的公开办事制度。恒源祥党委制定了一级目录八项党务公开制度，包括党组织决议、决定及执行情况；党的思想建设情况；党的组织管理情况；领导班子建设情况；干部选任和管理情况；联系和服务党员、群众情况；党风廉政建设情况和其他应当公开事项等项

目。恒源祥联合体重大决定一概由恒源祥联合体大会通过；恒源祥行政的重大决定由集团党政联席会议集体决定、并按涉及面分层级公示、公布。涉及职工重大利益的事宜，由职工大会或职代会表决通过。集团工会已建立起完整的工作制度、职工代表大会制度和企务公开细则。集团每年开展工资集体协商活动，签定集体合同，对于涉及员工利益的制度进行审议和内部局域网上公开，恒源祥集团近年来无重大劳资纠纷和其他影响稳定的事件发生。恒源祥员工在这方面的满意度，满意占95%，比较满意4%，基本满意1%。恒源祥集团形成了对中层以上干部公开的工作绩效考核评价机制，每年开展年度总结工作和考核评分，集团党委书记和总经理每年一次向员工大会进行述职，以及公司职工代表大会每年进行对高层领导工作绩效的民主评议。2020年恒源祥集团不断深化民主管理，改善员工的工作条件、氛围，开展具有恒源祥特色的员工满意度调查，经测评，2020年员工的满意度为98%。

## 职业健康安全

### 1. 员工健康体检

恒源祥集团每年安排员工进行健康定期检查。2020年人均体检费用为1250元。

### 2. 员工健康设施

恒源祥集团关注员工健康，鼓励员工利用业余时间积极参与各类文体活动。集团本部建有相应规模的图书阅览室、文化活动室和体育活动设施。

### 3. 员工健康管理

恒源祥集团设有医务室，由专人负责建立、实施并维护员工职业健康管理制度和体系。

## 工作场所中人的发展与培训

恒源祥集团一贯重视员工的培训与发展。恒源祥

集团的教育培训体系主要分两个层面，一是服务于恒源祥联合体的培训体系，主要由恒源祥集团培训部承担；二是重点关注集团本部员工的教育培训，主要由恒源祥集团人力资源中心负责。

### 1. 重视新员工培训

2020年度，恒源祥集团正式录用了2位新员工，进行了一次现场感知活动和两次集中培训。

在集团党委的组织下，新员工前往江阴、无锡等地开展“感知恒源祥”活动，通过参观学习、一线劳动和座谈交流等方式，让集团的青年员工了解产品的生产过程和工艺，也让工厂的基层青年了解到企业发展的最新理念和动态，让新员工更好融入恒源祥大家庭，更加认同企业文化理念，更坚定服务于恒源祥品牌和消费者的信心。2020年，恒源祥集团人力资源中心创新了新员工文化体验活动。



6月3日，集团开展85后“领导力”培训活动。



集团党委组织青年党团员前往党的诞生资料中心参观、学习。

### 新员工培训内容

培训对象	培训内容	讲师
新员工	公司组织架构介绍 员工职业生涯规划 《员工手册》	恒源祥集团人力资源中心
新员工	恒源祥品牌价值	董办（总办） 陈忠伟
新员工	《编织一片新风景》 安全教育	人力资源中心 行政中心
新员工	恒源祥的历史与发展	党委 顾红蕾
新员工	恒源祥经营品牌能力（信息）平台	数据中心

### 新员工培训方式

听	课堂集中讲课
读	《羊行天下》《羊神》《创导》等恒源祥读物
看	《编织一片新风景》《与羊共舞》《十大新闻》等影像资料
实践	参与具体项目的运作与实践
体验	到恒源祥联合体加盟工厂、终端体验，参加感知恒源祥等活动

## 2. 学习型组织

恒源祥集团重视学习型组织建设，是“上海市十佳学习型企事业单位”。2020年，集团继续贯彻“全员参与、注重分享、奖励先进、组合资源、注重实效”学习型组织创建方针，继续执行员工“72小时学习绩效”，通过联合体大会、员工大会、党团（组织）生活、工会班组学习和内部交流、外部培训等学习平台，优化了专题分享、走访学习、讲座和培训等学习形式，充分利用恒源祥内网（经营品牌能力平台）、企业内刊《创导》《周五频道》视频、集团官微“羊来了”等平台制作、传播、交流优质资源；工会和团委则通过班组学习、“青年恒好论坛”等学习形式，持续提高员工素质。集团党政还邀请业界专业学者来公司对员工进行专业培训，充实大家的知识储备。

在关爱员工健康方面，2020年“三八”国际劳动妇女节前夕，集团工会为女职工们送上精美大礼。

一些先进的理念、知识还通过内部宣传平台、“感知恒源祥”活动与联合体成员进行了分享，为员工养成终身学习的习惯和形成良好的企业文化氛围创造了条件。

## 3. 职业生涯规划

恒源祥集团党政除了每年投入大量经费和相当的时间进行专业培训，营造全员学习气氛外，更鼓励党员和员工养成终身学习的习惯，并积极引导员工进行职业生涯规划。集团党政通过人力资源部门，建立员工“职业生涯领航员制度”，确定了经理和企业骨干履行带徒弟的义务，通过“一对一”签约建立师徒关

系，使一批年轻人较快成长起来，此外还搭建了“1+1”经营品牌能力建设实践平台，在这个平台上，员工除了自身的工作外，还可以获得这个平台提供的额外的项目实践机会、资源配置、激励保障等。这个平台让青年员工有了更多学习、实践的机会，快速提升员工个人经营品牌能力的同时还营造了良好的团队协同氛围。

为表彰在品牌和文化发展上作出突出贡献的部门和个人，2020年，恒源祥继续开展“价值之星”的月度及年度的评选活动，以此表彰他们在集团品牌和文化发展上作出的突出贡献。

在2020年的“月度价值之星”中揭晓的“年度价值之星”分别是：2020年度价值之星“无我奖”——“上海劳模”申报项目（提名）、恒源祥商超产业电商项目（正式）、“因为爱 世界恒美好”项目（正式）；2020年度价值之星“无限奖”——“为奥运喝彩——恒爱行动 至美之行”奥运文化进校园项目（提名）、“2020年联合体云端峰会暨区域云零售”项目（正式）、“恒爱行动15周年”暨“编织梦想 情暖冬奥”项目（正式）；2020年度价值之星“无中生有奖”——“生活样式设计专委会”项目（提名）、“ChinaJoy展会”项目（提名）、“擘雅”项目（正式）、“恒源祥星辰大海之时尚计划”项目（正式）；2020年度价值之星“不可为而为之”奖——“同心向党 共绣党旗”项目。

### 2020年“恒源祥月度价值之星”汇总表

表彰时间	价值之星
2020年上半年	“为奥运喝彩”项目
	《擘雅讲谈》项目
	“因为爱 世界恒美好”项目
	恒源祥小程序官方精品店项目
	恒源祥恒好官方商城小程序项目
	恒源祥MALL项目
	恒源祥家纺“五五购物节”项目
	“同心向党 共绣党旗”启动仪式项目
	人民网上海频道共建项目
	“亿人善衣 衣被天下”项目
	ChinaJoy展会项目
	恒源祥非遗项目
	“2019年上海市企业文化管理现代化创新成果”申报项目
	直播平台搭建项目
2020年下半年	恒源祥商超产业电商项目
	恒源祥四川女装项目
	恒源祥桐乡运营中心及直播基地
	“恒好百年 国潮七夕”项目
	“同心向党 共绣党旗”项目
	奥运正装定制项目
	“为奥运喝彩——恒爱行动 至美之行”进校园项目
	“生活样式设计专委会正式成立”项目
	“2020上海特色伴手礼”项目
	“老字号博览会”项目
	“恒爱行动15周年”暨“编织梦想 情暖冬奥”项目
	“2020年联合体云端峰会”项目
	“区域云零售”项目
	“恒源祥星辰大海之时尚计划”项目
	“2020年直播”项目
	“恒源祥联名贝多芬诞辰250周年”项目
	牛年生肖文创项目
	连续十年编写《恒源祥集团社会责任报告》
	“海派绒线编结”非遗项目
	“马拉多纳新闻传播”项目
	“上海劳模”申报项目



《创导》杂志编辑部每年对优秀的通讯员进行表彰。

## 人才管理理念在联合体内的影响

拥有一批专业人才和具有创新能力的人才对任何企业来说，都是最重要的发展根基。恒源祥集团一贯对高新技术人才高度重视的理念，通过各种渠道，比

如在内刊《创导》以专栏形式介绍，在集团官网进行内宣，在年度联合体代表大会进行表彰等形式，在恒源祥联合体内形成对尊重人才、爱惜人才，对人才高度重视的文化氛围。



9月，《创导》编辑部联合家纺产业对其宁波经销商进行人物专访。



10月，《创导》编辑部联合彩羊服饰对其山西经销商靳传秋进行人物专访。

# 环境



恒源祥集团向三江源国家公园黄河源、长江源、澜沧江源保护站  
巡护人员赠送了1000套保暖内衣。

## 污染预防

### 1. 环保管理体系规范

恒源祥从实现经济、资源和环境相协调的可持续发展，建设和谐社会出发，将保护自然环境、保障员工的安全和健康作为己任，建立了环境管理体系和职业安全健康管理体系，并通过了上海质量体系审核中心ISO14001和OHSAS 18001的审核认证。恒源祥集团在《恒源祥集团质量管理体系》09版标准实施参考指南中就已经明确提出合作工厂“开展节能减排和环境污染治理，履行社会责任”，作为主要的合规内容。对于个别生产过程中排放污染物的加盟工厂，恒源祥要求并督促其建立环保体系，加大环保投入，进行综合整治，确保环保评价符合国家和当地环保部门的标准要求。

### 2. 环保宣传教育氛围良好

恒源祥一贯倡导绿色环保理念，引导恒源祥联合

体成员自觉节能减排，节约资源，创造友好型环境。恒源祥一方面通过包括专题会议、企业内刊《创导》专栏、集团官微“羊来了”、公司内部信息平台等渠道，积极倡导低碳节能；另一方面在恒源祥联合体生产体系中，开展全员环境保护培训，推动节能减排技术的应用。

### 在联合体系内的合作工厂中大力推进环保新技术

长期以来，纺织服装行业的高能耗、高排放、高污染问题就是社会关注的焦点，也是制约纺织服装产业发展的罪魁祸首。作为一家以“推动人类社会进步和发展”为社会责任，以“做羊和羊毛相关联的终端纺织品”为产业定位的企业，如何解决纺织服装行业各项技术难关，推动其朝着绿色低碳、节能环保的持续健康方向发展，已成为恒源祥联合体的奋斗目标。

恒源祥集团紧密围绕党中央、国务院提出的“建设资源节约型、环境友好型社会”目标，不仅积极引进亚洲首台宽幅single-pass——世界领先意大利进口宽幅高速数码印花机等先进生产设备，而且先后对羊毛废弃物角蛋白提取技术及其在羊毛织物防毡缩整理加工中的应用、羊毛产品天然染料染色印花技术及产品开发等30多项纺织服装行业的前沿技术、重难点技术及关键技术开展了研究，成功开发出了植物染料羊毛内衣、牡丹花色素蛋白质纤维织物、POSS/聚氨酯环境净化织物等一批具有国际先进水平和广阔市场前景的新产品，为恒源祥联合体内的企业带来了良好的经济效益，也积极推动了整个纺织服装产业链都朝着“低污染、低排放、低能耗”的可持续健康方向发展。

## 可持续资源利用

### 1.减少浪费

恒源祥集团将落实节能减排，建设资源节约型和环境友好型企业，作为企业可持续发展的一项重要战略。集团在主导的产品包装设计和生产制作中，最大限度地减少材料使用，尽量采用可循环利用的、环境友好型的材料。

2020年，在集团持续推进无纸化办公，通过计算机、应用软件和通信网络这三个基本要素，应用“恒源祥经营品牌能力平台”，初步实现内部办公无纸化。同时提倡绿色打印，对于形成的文件打印件在完成应用功能后，尽可能地实施纸张的正反面利用。继

续使用变频节能技术，在大楼照明选择上，主要采用LED新光源，提高了能源的利用率。

截至2020年12月，恒源祥大厦的耗电量为768031度，比2019年同期耗电量789046度电，节约电力21015度，降低了2.66%。

### 2.持续推行绿色办公项目

根据中央发布的“厉行勤俭节约，反对铺张浪费”重要批示，以及恒源祥提倡“改变习惯 开源节流”的理念，2019年，恒源祥延续上一年坚持执行“厉行节俭 绿色办公”项目，遵循《恒源祥（集团）有限公司“厉行节俭 绿色办公”行为指南》，在恒源祥大厦中设置了节水节纸节能环保提示、单面可用纸张收纳盒、废旧电池回收箱、已阅杂志收纳盒与分享架，进行“世界勤俭日”的主题分享，以及相关节能妙招的征集，择优采纳，并将这些环保的经验推广到恒源祥联合体的体系内，大力倡导恒源祥联合体的所有成员形成质量环境价值观。

### 3.积极响应国家节约粮食号召

8月，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平对制止餐饮浪费行为作出的重要指示，强调要加强立法，强化监管，采取有效措施，建立长效机制，坚决制止餐饮浪费行。进一步加强宣传教育，切实培养节约习惯，在全社会营造浪费可耻、节约为荣的氛围。恒源祥集团党委响应党中央号召，向全体员工提出倡议：杜绝餐饮浪费、倡导勤俭节约。

## 环境保护、生物多样性和自然栖息地恢复

恒源祥集团依法保护珍稀动植物，维护生物多样性，保护生态平衡，大力倡导和组织员工与公众开展保护和修复生态系统，以实际行动保护环境。

### 1. 实施垃圾分类

恒源祥集团积极宣传垃圾减量分类，2020年，集团继续严格执行《上海市生活垃圾管理条例》，对所有垃圾进行严格分类，取得良好效果。另外，集团对指定地点设置废电池回收箱，针对废弃电器、电脑等办公用品统一回收处理。

### 2. 倡导植树造林，组织树木认领

近年来，集团团委组织员工参与到上海黄浦区认养树木护绿活动中。2020年，青年员工们在蚂蚁森林上完成栽种61棵树。

### 3. 与三江源国家公园管理局紧密合作

恒源祥2002年至今一直致力于可可西里的生态保护。恒源祥作为三江源国家公园管理局的联建单位，通过在管理局所属党组织及包括可可西里在内的生态保护工作站广泛开展“同心向党 共绣党旗”活动，让这面特殊的党旗高高屹立在“中华水塔”——三江源头，鼓舞起推动生态文明建设新进步的澎湃动力。本年度恒源祥还向三江源国家公园黄河源、长江源、澜沧江源保护站巡护人员赠送了1000套保暖内衣，为“中华水塔”的守护者们带去问候和温暖。由恒源祥等发起的保护可可西里守护者联盟于2017年正式成立，在三年里共完成可可西里5批共61名队员的体检工作并组织多项宣传、交流活动。



11月4日，为奥运喝彩活动走进青海，集团董事长、总经理向青海省海北州妇联赠送爱心物品。



第三届进博会期间，恒源祥“海派绒线编结技艺”市级传承人励美丽应邀在“非遗客厅”展示技艺，同时传递环保的生活理念。

# 公平运行实践



12月1日，恒源祥集团党委与国防大学政治学院直属党委签约仪式在政治学院松江校区举行。

## 党建工作

### 1. “四史”学习教育

集团党委以及各支部围绕党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史为学习内容，以“共绣党旗”为载体，以及“党建共建”为抓手，计划和开展了相关学习，并且结合疫情防控要求，分别以线上、线下，亦或联合党课、情景党课的形式，丰富学习内容、创新学习形式，讲求实效，讲求把学习与体悟运用得到工作中去，为品牌发展赋能。

①3月，集团全体党员参与上海市侨法知识网上挑战赛。

②4月，集团党委各支部以“把初心落在行动上、把使命担在肩膀上”为主题，围绕疫情下的工作推进开展线上、线下组织生活会。

③4月，以“党课+直播”的新形式，联合外滩街道，共同举办了“从‘心’出发——心有所信担使命，充满激情立新功”为主题的学习。恒源祥集团各

支部代表以及党员，分别在线下主会场以及直播平台上参加了学习，北京公司党支部也组织集中在线学习。

④6月，集团各支部代表，与中国邮政上海黄浦区分公司党员共同聆听了关于“忠诚和信仰”的“四史”教育党课。

⑤7月，“七一”主题党日活动中，揭晓了2020-2021年恒源祥党建主题为“学四史、迎百年、守初心、担使命”，并且向党员们赠送了臻选的“四史”学习系列书籍。

⑥6月和10月，通过支部推荐，黄帅、王益佳等三名党员代表参加外滩“四史”知识竞赛的初赛和决赛，荣获三等奖。

⑦10月，集团党员代表前往上海社会科学院图书馆，参观了“党的诞生地资料中心”“学习四史——特色文献资料展”，以及初版《共产党宣言》中文译本，开展了一堂生动的情景教育党课。

⑧11月，集团青年党员和入党积极分子，在第五

届外滩“微党课”大赛中演绎了根据“恒爱行动”真实故事改变的情景党课《一件没有织完的毛衣》，压轴出场，获得了“扣人心弦”奖。

⑨12月，集团党委与党建共建单位——上海社会科学院图书馆，共同前往中共南通市海门区委党校，参加“党旗飘扬在我心 红色联盟续新篇”座谈会，共话“四史”，共同对以“共绣党旗”为载体的迎接建党百年活动进行交流探讨。

## 2.开展民主评议和问题检视

恒源祥集团各支部按照工作流程，组织开展民主评议会，对照党章党规，对照群众提出的意见建议，查找党员意识、担当作为、服务群众、遵守纪律、作用发挥等方面的差距和不足，列出问题，落实整改措施。

对集团党建工作提出：如何服务联合体，对从利益共同体到命运共同体；如何以政治优势、组织优势、文化优势助力集聚人才优势，促进品牌发展的新

要求。

## 3.年度主题项目“同心向党 共绣党旗”活动

为迎接2021年中国共产党诞辰100周年，经过前期数月的策划与沟通，在黄浦区委组织部、宣传部的指导下，于6月22日在党的诞生地——中共一大会址纪念馆举行了启动仪式，面向社会各界公开征集百面党旗的承绣单位，以及百节微党课。

自启动至12月底，举行专场活动近70场，落实和组织承绣单位近50家。参与的单位涵盖全国各省、市自治区，来自政府机关、群团组织、大中小企业、社会基层、媒体、青少年等社会各界人士。

①6月23日，邀请了“申城第一居委”宝兴居民区党总支举行了启动仪式之后的首场专场活动，拉开了以“初心之地”为起点，面向上海，辐射全国的“共绣党旗”活动。

②10月1日，在上海邮政大楼隆重举行了从绣一面党旗开始的“献礼两个百年”活动。现场领导及嘉



6月30日，集团党委各支部代表与中国邮政上海黄浦区分公司党员开展联合党课活动。



12月8日，集团党委第四支部召开支部党员大会。

宾在特制的“百年礼赞 筑梦邮你”上海邮政献礼建党百年“七个一”活动——暨“红旗献党，共圆中国梦”绣党旗活动的纪念封上签名留念，共同庆贺中华人民共和国成立71周年和迎接明年建党百年。

③10月26日，项目组再次来到中共一大会址纪念馆，与百年名校——哈尔滨工业大学校友总会，共同用“绣真情”的方式传递薪火。此次活动是百年名校与百年品牌的回眸与对话，也是在初心和使命引领下，国家科研力量与国家品牌文化的交融。

④11月5日，由三江源国家公园管理局承绣的一面绒绣党旗，在青海西宁由三江源国家公园黄河源、长江源、澜沧江源保护站代表起针，是目前由所有承绣单位中，海拔最高的一面党旗。

⑤12月1日，与目前中国最高军事学府——中国人民解放军国防大学政治学院就“同绣党旗”在部队院校的开展，以及共同迎接建党百年的活动进行了探讨。

北京、浙江、陕西、辽宁等多家单位也陆续启动了“同绣党旗”活动，所有党旗最终将由各承绣单位保留、收藏。由各承绣单位承接绣制的标准6号旗（宽60cm 高40cm），完成共计需36500余针，象征中国共产党诞辰百年以来36500天的光荣岁月。装裱尺寸可为：宽100cm 高71cm（100代表党诞辰百年，71即党建纪念日七月一日）。

#### 4.党建联建

结合恒源祥的品牌战略和“爱党、爱国、爱恒源祥”党建工作核心，以“联建”为特色的恒源祥党建工作模式，与各合作方“资源共享、优势互补”。

通过集团党委主办的“同心向党 共绣党旗”活动，本年度集团党团扩展了四家新的党建共建单位——人民网上海频道、上海教育报刊总社学生媒体发展中心、上海社会科学院图书馆、国防大学政治学院。

#### 5.党建工作全年阶段性成果

①1月，在上海市黄浦区“不忘初心、牢记使命”主题教育总结大会上，恒源祥作为全区唯一企业代表做交流发言。6月28日，上海市委书记李强赴恒源祥的好邻居宝兴居民区党总支调研时，顾红蕾书记汇报了与宝兴党建联建及共绣党旗开展情况，得到李强书记点赞认可。

②6月和10月，恒源祥党员代表参加外滩“四史”知识竞赛的初赛和决赛，荣获三等奖。

③11月，由集团各支部青年党员代表组成的2支参赛队，在由黄浦区举办的“阅读建筑学‘四史’，新阶层人士走红路”活动中分获一等奖和二等奖。

#### 6.围绕文化转型，开展青年人才培养

为了在整个公司形成一种“我想、我讲、我做、我要”的文化氛围，2020年继续依托“青年恒好”论坛，与青年员工开展了“文化转型”相关项目责任书的签订，党员带头认领“文化研究”项目。

2020年，经集团团委推荐，有1名青年员工成为入党积极分子。黄帅、王益佳成为预备党员。

#### 7.开展“创先争优”活动

4月，集团党委在“理想杯”全国两新组织“不忘初心、牢记使命”主题教育案例征集活动中获二等奖。



恒源祥集团荣获“2020上海市首发经济引领性本土品牌”称号。



恒源祥集团已连续十年发布社会责任报告。

## 公平竞争

### 1. 诚信经营 制度保障

恒源祥集团遵守社会公德、商业道德和行业规则，倡导诚信经营，恪守为消费者创造和实现价值的理念。“恒源祥”不仅是中华老字号，更是中国著名商标，恒源祥品牌诚信和企业信誉在消费者中享有很高声誉。

恒源祥在企业经营中以法律、道德和诚信的观念贯穿于每个环节，建立完备的合规体系，相关的制度设计均涵盖诚信的要求。恒源祥集团依法经营、依法纳税，依法履行合同，连续多年被评为“重合同守信誉”企业。

### 2. 注重信用 信用等级A类

作为中华老字号，恒源祥始终注重商誉，九十年来赢得了几代消费者的信任。恒源祥在实施品牌战略以后，把企业诚信绩效的积累作为品牌无形资产提升的一部分，把企业信用评级工作作为反映和提升企业经营管理水平的一个重要指标。近年来，恒源祥集

团大力推展诚信文化建设，倡导社会主义荣辱观，加强组织与个人诚信道德教育；大力推进“卓越绩效管理”模式，引入第三方信用评价，建立第三方评审、审计和内部审计的工作机制和体系。

恒源祥的诚信建设及实际效应始终位居同行业前列。2017年5月，集团荣获上海市“五星级诚信创建单位”称号。集团每年由第三方实行财务审计。恒源祥企业的信用等级达到上海市A类标准。恒源祥集团发布的2010年、2011年、2012年、2013年、2014年、2015年、2016年、2017年、2018年、2019年社会责任报告，详细公开了年度企业履行社会责任的情况，受到了社会各界的关注和好评。

### 3. 推动行业健康发展

恒源祥集团积极参加国家、上海市和黄浦区各个行业协会开展的各项活动，按时完成各行业协会交办的各项工作，积极宣传和推广恒源祥的品牌经营理念，努力推进行业的技术进步。截至2020年12月，恒源祥集团所参加的行业协会有：

序号	协会名称
1	中国工业经济联合会
2	中国纺织工业联合会
3	中国服装行业协会
4	中国毛纺织行业协会
5	中国家用纺织品行业协会
6	中国商业联合会
7	中国针织行业协会
8	中国流行色协会
9	中国质量协会
10	中华商标协会
11	中国纺织工业联合会纺织思想政治工作研究会
12	全国家用纺织品标准化技术委员会
13	全国服装标准化技术委员会
14	全国纺织品标准化技术委员会毛纺织分技术委员会
15	上海市质量协会
16	上海市质量检测协会
17	上海市服装行业协会
18	上海市服装鞋帽商业行业协会
19	上海市认证协会
20	上海市黄浦区质量管理协会
21	上海市非物质文化遗产协会
22	上海市首发经济促进联盟



10月22日，商超产业集团开展电商专题培训。



恒源祥集团被评为“2020年全国服装标准化技术委员会标准化工作先进单位”称号。

#### 4.开展国家和行业标准的宣贯活动

集团技术中心于10月14日上午邀请全国针纺行业检验检测和标准领域著名专家、上海纺织集团检测标准有限公司高级工程师林璧珍主任，为来自服饰、商超、彩羊等相关产业集团、子公司和合作工厂的30多位质量技术人员进行产品标识国家标准和产品质量抽查的贯标培训。林璧珍高级工程师详细讲解了FZ/T 73020-2019《针织休闲服装》，FZ/T 73022-2019《针织保暖服装》，FZ/T 73029-2019《针织裤》等新版纺织行业标准的技术要求及实施要点，并结合产品质量抽查现状详细讲解了纺织产品标识标注要求和注意事项，以帮助各加盟工厂更好地理解和执行标准，确保恒源祥品牌的产品质量和标识标签符合标准要求。

#### 5.参与3项国家和行业标准以及1项中纺联团体标准的制修订工作

作为全国纺织品标准化技术委员会和全国服装

标准化技术委员会的委员单位，年内作为标准的起草单位完成国家标准和行业标准《职业服装通用技术规范》《植物染料染色针织服装》和《针织裤》，中纺联团体标准T/CNTAC 42-2020《心电衣》的制定工作，并先后被全国纺织品标准化技术委员会毛纺织品分技术委员会和全国服装标准化技术委员会授予“标准化工作先进单位”的荣誉。

#### 6.制定发布3项企业标准

年内技术中心按照上海市市场监督管理局关于企业标准制定、发布、复审和网上备案的规定，积极帮助各产业集团和子公司制修订、审核和在网上备案企业标准。今年3月疫情期间，为配合日化公司抓紧时机生产市场急需的消毒产品，技术中心及时制定和备案《除菌喷雾剂》《免洗手消毒凝露》等3项企业标准。

## 合作共赢

### 1. 权益保障

恒源祥品牌产品运营体系主要有与恒源祥集团签订《加盟生产经营合同》或《加盟供货合同》或《加盟经营合同》或《加盟零售合同》或《加盟专卖合同》的恒源祥品牌产品的生产经营、或生产、或经销、或零售、或专卖的生产、销售者组成，拥有《加盟生产经营合同》或《加盟供货合同》或《加盟经营合同》或《加盟零售合同》或《加盟专卖合同》中规定的或生产、或经销、或零售、或专卖的合法权益，可享有上述合同中规定的恒源祥集团在品牌、形象模式、广告、市场督导、开业支持、区域推广和培训等方面支持的权益。

### 2. 公开对生产商和经销商的政策及承诺

恒源祥集团对生产商和经销商的政策及承诺体现在：

- ① 品牌支持。共享恒源祥集团品牌对产品生产、销售和推广带来的利益和影响。
- ② 形象模式支持。以恒源祥集团完善的品牌管理运作模式规范运作，规范统一的价格体系，完整的品牌VI形象推广。
- ③ 广告支持。共享恒源祥全国性的广告宣传，体现在电视媒体、报纸、期刊、平面印刷品、网站和网络广告宣传，参加产品展会等，在提升品牌知名度和影响力的同时，促进生产商、销售商的市场营销能力。
- ④ 市场督导支持。集团专门设置了市场督导部

门，负责市场维权，打击侵权产品、假冒产品，保障生产商、销售商的合法权益。

⑤ 开业支持。包括免费开业策划，开业指导及销售培训，免费支持店铺装修设计图，优惠提供展台、专柜的道具支持政策，免费提供部分宣传品和促销品。

⑥ 区域推广支持。在不同的区域市场内，可以和集团产业公司共同参加出席相关展销会，品牌推介会等，共同享有集团品牌推广的成果。

⑦ 培训支持。2020年，受全球疫情的严重影响，室内大规模聚集类活动受到了严格的限制，恒源祥联合体教育培训的线下课程授课工作为此受到影响，同时集团海外游学项目受到影响而暂停。近年来，恒源祥大学组织联合体成员曾到美国、意大利、日本等国家进行参访学习。在严峻的形式之下，集团教育培训中心的工作依然在努力提升过往培训的基础之上，继续突破自身，在2020年的整体培训过程中，结合线上与线下的培训，使得恒源祥联合体参与培训的人员进一步得到业务能力的提升。在2020全年，恒源祥教育培训中心的整体工作致力于将线上、线下培训进一步打通，本年度共计为各产业学院培养优秀终端人员共2102人次，满意达98%。

2020年8月-9月，培训中心积极配合恒源祥北京公司打造围绕“2027恒源祥全球造与全球化”远景目标，聚焦目标国文化个性，借鉴该国代表性行业/知名组织的成功案例，探索恒源祥的（文化）战略与（品牌）策略的实现路径，将愿景转化为行动，共同书写百年恒源祥历史的研修课程。



2020年恒源祥质量月期间，集团董事长、总经理陈忠伟为获得技能大赛获奖选手颁奖。

### 3.对组织建设及人才培养的承诺

集团持续营造“我想、我讲、我做、我要”的文化氛围，恒源祥集团团委依托“青年恒好”论坛平台，以集团项目百年庆、品牌与文化研究等项目为抓手，培育青年员工。集团还在恒源祥联合体党建工作单位开展了系列活动，包括“感知恒源祥”、开展“青年恒好”论坛等。

#### ①组织建设及人才培训

4月30日，“青年恒好，创享百年”纪念五四运动101周年暨建团98周年主题活动在集团8楼举行。在抗疫期间，恒源祥青年纷纷响应号召，积极参与到抗疫行动中，用奉献与责任绘就新时代青年的青春担当。恒源祥青年通过捐款、献血、担任社区抗疫志愿者等方式，展现了新时代青年人的使命、责任与担当。活动上，为迎接2027年恒源祥诞辰百年，青年代表为恒源祥百年庆提出建设性的想法。

11月，恒源祥三项优秀作品在第八届全国品牌故事大赛（上海赛区）暨2020年上海市质量品牌故事比

赛的251项参赛作品中脱颖而出，其中恒源祥微电影作品《恒心》荣获三等奖，征文作品《志守初心 质创未来》、演讲作品《筑品牌自信 展奥运风采》分别荣获优胜奖。

#### ②开展全员技能大赛

为了提升恒源祥联合体一线员工在生产、销售、管理、服务等方面技能，每年9月举行“恒源祥联合体全员技能大赛”，大赛最终评选出一系列的“项目能手、项目标兵、项目达人”，让优秀的人才能够脱颖而出，在组织中充分起到模范带头作用，同时也通过一系列的竞赛交流调动起广大一线员工的积极性、主动性和对组织的向心力。2020年9月1日，恒源祥联合体全员技能大赛举行，并对获奖选手进行了表彰。

#### ③“恒Young俱乐部”活动

为恒源祥品牌发展进行人才储备，“恒Young俱乐部”是集团为培养联合体单位继任者而搭建的平台。6月8日，“羊二代”陈晓明和毛文灏陪同国际奥

委会副主席于再清走访恒源祥工厂。11月9日，“双十一”期间，“羊二代”毛文灏陪同陈忠伟董事长走访工厂。

#### 4.分会建设

2020年，恒源祥联合体区域分会主要做了以下几方面的工作：

① 发挥区域市场服务功能，组合内外部优势资源。

2020年，多数区域分会继续巩固与当地政府、工商、协会、媒体等的关系，为恒源祥品牌在当地的发展奠定了良好的基础，为联合体成员提供了更多、更高效的服务。

② 推进区域文化转型发展，开展党工团联建活动。

2020年，多个区域分会积极配合集团党委在区域

内开展党工团联建工作，形成爱党、爱国、爱恒源祥的良好氛围，并进一步推进学习型分会、学习型经销商单位、学习型终端的建设。

③ 推动品牌价值创造项目，扩大所在区域内影响。

2020年，各分会参与到集团的“恒爱行动”、恒源祥质量月、恒源祥联合体大会等重大活动中。

④ 参与产品抽检。

⑤ 严格执行市场运营规则，保证该区域稳定发展。

2020年，恒源祥联合体区域分会认真履行义务，积极听取一线加盟商的情况反应，积极配合集团调查处理无证经营、制假售假等有意、无意、恶意扰乱恒源祥联合体市场运营秩序的违规事件。



4月30日，“青年恒好，创享百年”纪念五四运动101周年暨建团98周年主题活动在集团8楼举行。



11月20日，集团青年党员参加黄浦区外滩街道南京路学雷锋志愿者服务。



双十一期间，集团董事长、总经理陈忠伟走访工厂。



恒源祥桐乡运营中心成立。

## 制度方针

恒源祥集团为切实保障各加盟工厂产品质量、规范加盟工厂第三方采购行为，强化对加盟工厂的质量控制和过程管理，2011年开始，集团制订了《关于产品质量管理处罚及第三方采购规范的相关规定》。本规定适用于各产业（集团）公司、产业公司及与恒源祥（集团）有限公司签署《加盟生产经营合同》和《加盟供货合同》的加盟工厂。2020年恒源祥集团继续严格执行上述规定。

## 尊重产权

在本年度，集团知识产权保护与发展中心运用知识产权制度，紧紧围绕“品牌价值创造”与“品牌价值实现”，从强化自身素质做起，苦练内功，积极营造知识产权保护与发展的良好环境，基本建立起了以商标、防伪、外包装为核心内容的知识产权战略体系，以数字化线上可追踪模式进行知识产权保护为各产业、各职能部门、联合体内成员及各社会合作伙伴提供了及时、全面的业务支持，为集团知识产权发展

保驾护航。

品牌创建的过程实质上是一项无形资产投资的过程，是品牌运用、保护和管理的基础和前提，是后续投资的有效保障。商标是公众认知度最高、使用最为频繁的知识产权，对于促进商业繁荣和经济发展具有重要作用。重视商标运用，发展品牌经济是提升企业核心能力和经济发展的有效途径之一。知识产权保护与发展中心一方面从基础工作做起，全面管理，监督及审查商标注册情况，并发挥主观能动性改变原有被动工作模式，及时主动跟进项目，从项目立项开始，进行策划期中的商标检索，基本杜绝已使用商标未注册情况；注意从商标权确权这一根源上保护“恒源祥”“彩羊”“小囡”品牌的专用权，基本杜绝已使用商标漏注情况；同时进行主要商标跨类保护等防御性注册措施。为了迎合自媒体时代及人工智能时代的到来，知识产权中心对“恒源祥”主商标在自媒体类别及人工智能类别进行了补充注册。

经过多年时间的积累与沉淀，2020年，恒源祥集团旗下大陆地区已注册商标数达1480件，香港地区注册商标15件，马德里保护2件（6个类别），欧盟地区1件，印尼1件，泰国6件，2020年新申请商标共计23

件。跨出国门，用全球眼光看待知识产权，2018年对“恒源祥”主商标补充注册了第18类，20类及35类马德里注册将近101个国家，2020年已经获得44个国家的核准。从单一品类注册到跨品类保护注册，商标注册工作未雨绸缪，为各产业集团、各职能中心及各项目组提供知识产权相关权利的全面保护。

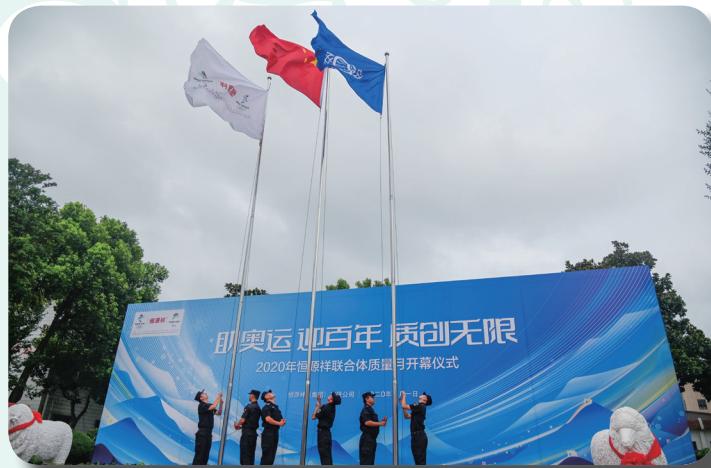
**集团商标注册申请一览表**

地区	商标申请数
大陆	1631
香港	15
马德里体系	2 (6个类别；23, 24, 25共75个国家；18, 20, 35共101个国家)
欧盟	1
印尼	3
泰国	6

**商标确权与当年申请数量一览表**



# 消费者问题



自1997年起，每年的9月1日，恒源祥都举行质量月升旗仪式，这是2020年质量月主会场的升旗仪式。

## 保护消费者健康安全

### 1. 质量安全

恒源祥严格按照纺织行业的国家标准和行业标准，组织产品的生产、销售和检验，确保集团的品牌产品符合国家法律法规、保护消费者健康安全的国家强制性标准、国家标准、行业标准和企业标准。

### 2. 通过产品质量管理体系认证

恒源祥集团十分重视质量管理体系建设，积极推行卓越绩效模式，坚持以消费者为导向追求卓越发展。1996年6月，恒源祥在国内商业行业首家通过上海质量体系审核中心和新加坡生产力与标准局(PSB) ISO 9001质量管理体系审核认证。2002年恒源祥集团获得上海市质量管理奖，并于2008年和2011年两次通过上海市质量管理奖复审确认。2006年恒源祥集团获得全国质量奖，并于2009年通过全国质量奖复审确认。2007年集团荣获“国际亚太质量奖”。2009年集

团董事长刘瑞旗荣获“中国杰出质量人”。2010年刘瑞旗董事长荣获“上海市市长质量奖”。2015年集团总经理陈忠伟荣获“中国杰出质量人（全国质量奖个人奖）”。2019年集团荣获“全面质量管理推进40周年杰出推进单位”称号。

为更好地强化产品质量管理体系，2020年是恒源祥严格执行《2016版加盟工厂质量管理体系》的第四年，该质量管理体系于2015年新增六项强制条款和最低分值，以及对整体得分进行考量制度，两项得分均达标才能判定为评审合格；突出了四个加强并实施一票否决制度，重点强调了产品质量管控；评审的范围全面覆盖生产经营工厂与重点供货工厂，各品检厂列入重点审核单位。通过对新版的质量管理体系制度严格规范的执行，整个恒源祥联合体的产业质量得到了很好的控制与提升。2020年，恒源祥集团在高于国家标准的基础上，依据质量管理体系，对质量进行更加严格的管控。

### 3.持续提升产品和服务质量

疫情期间，为强化和贯彻品牌质量文化，2020年9月，集团在全国范围内开展了以“助奥运迎百年 质创无限”为主题的质量月系列活动，本次质量月共设计、印刷、发放质量月系列海报1000张，文化衫500件，高温慰问品400份，制作发放旗帜135套（国旗、质量旗、司旗）。

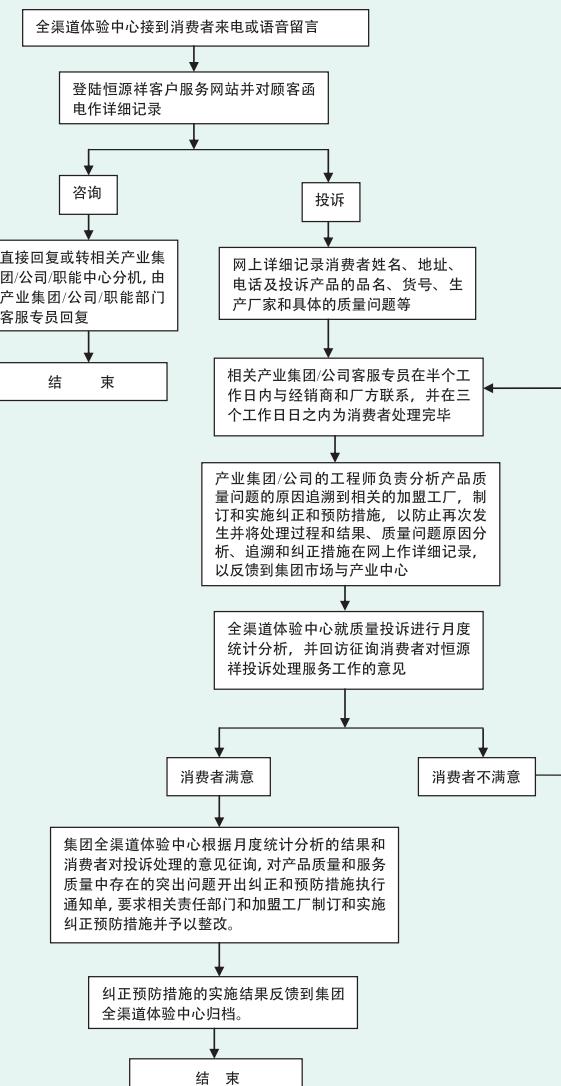
质量月开幕仪式也以线上直播的形式进行。通过钉钉“恒源祥全员”“羊角挂书”等在恒源祥全联合体范围内进行直播，联合体成员也都在线下组织集体观看。

## 消费者服务、支持和投诉及争议处理

### 1.产品或服务的销售和售后服务体系健全

恒源祥集团有一套完整的《恒源祥客户服务工作标准》，“8008200318”是恒源祥服务热线电话，本电话为单向收费电话，电话号码向社会公开，消费者可免费拨打。接听电话人员经过专业培训，对业务知识、产品知识、品牌理念、政策法规等内容做到了了然于胸，能较好地满足消费者售后等方面的需求。

**恒源祥客户服务工作流程图**



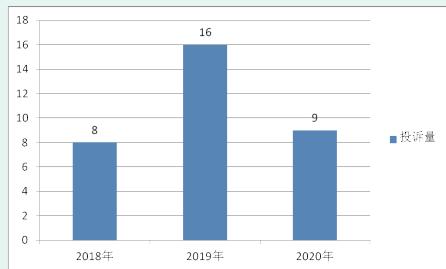


图1：2018年-2020年消费者投诉总量示意图

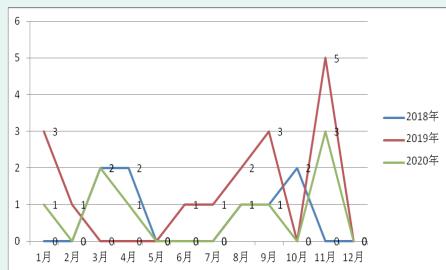


图2：2018年-2020年历月投诉走势图

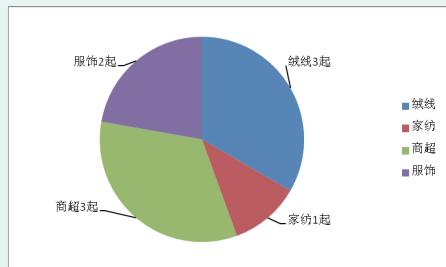


图3：各产业公司消费者投诉所占比重示意图

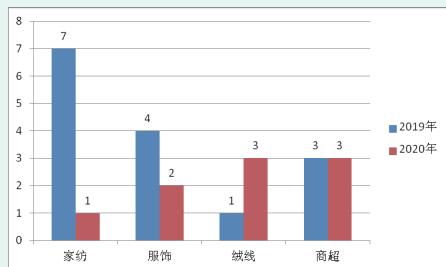


图4：各产业集团（公司）投诉总量与去年同期相比

## 2. 投诉处理

集团以800服务热线作为改进产品质量、服务质量，提高顾客满意度的重要窗口、抓手、机会和资源。

截至2020年底，2020年投诉总量9起。与往年相比有下降趋势（见图1），月投诉量历年对比（见图2）。其中家纺产业集团1起，占总投诉量12%；绒线产业集团3起，占总投诉量33%；服饰产业集团2起，占总投诉量22%；商超产业集团3起，占总投诉量33%（见图3）。

与往年同期相比，除绒线有小幅上升，其余都呈下降或持平趋势（见图4）。

主要投诉产品为绒线3起，内衣2起，羊毛衫2起；以上3类产品投诉共7起，占投诉总量的78%（见图5）。

绒线、内衣、羊毛被、护膝的投诉比率都有所上升，羊毛衫产品的投诉比率与去年持平（见图6）。

主要投诉项目为结头多2起，尺寸不一2起。以上2项投诉数量为4起，占投诉总量的45%（见图7）。

除异味项目与去年同期相比，有小幅下降的趋势，起球、缩水、断头项目与去年持平，其余投诉项目均比去年同期相比有所上升（见图8）。

## 消费者信息保护与隐私

### 1.客户管理

恒源祥集团建立客户档案管理，完善客户意见反馈机制、投诉处理机制和快速响应机制。同时，拥有一套完善的客户投诉处理流程机制。

### 2.客户信息保护

恒源祥集团建立了包括加盟工厂管理系统、加盟经销商管理系统、顾客投诉处理系统在内的企业信息系统，实施信息系统分级管理制度，规定了各子系统的密级和各层次员工进入系统的授权级别，以实现集团数据和信息系统的保密和安全，确保加盟工厂、经销商、消费者的相关信息得到保护。

## 基本服务获取

恒源祥集团客服热线主要为消费者提供咨询。主要咨询的内容分为以下几种。1.消费者防伪查询咨询：消费者在购买集团产品后，在不清楚该如何确认产品真伪时，会拨打客服热线，寻求帮助，以便确认购买产品的真伪。2.产品护理咨询：消费者在购买产品后，对产品的使用、洗涤、保养等方面存在疑问，会拨打客服热线，咨询正确的产品使用方法、洗涤方式及如何正确地保养。3.门店咨询：消费者有购买集团产品的需求，但是不清楚何处能够购买到正宗的产品，会拨打客服热线，询问当地经销商、门店的联系方式。

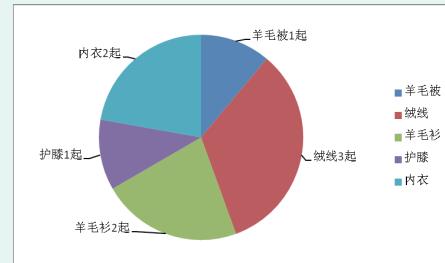


图5：2020年度消费者投诉重点产品示意图

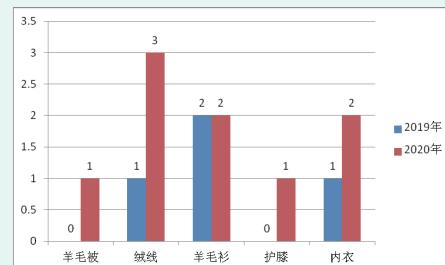


图6：2019-2020年投诉重点产品对比图



图7：2020年度消费者投诉重点项目所占比重示意图

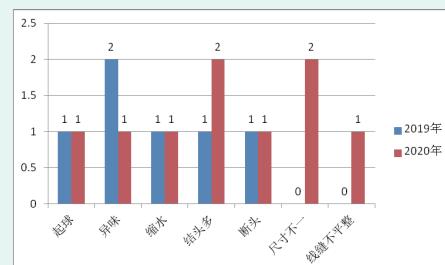


图8：2019年-2020年投诉重点项目比较图

# 社区参与和发展



中国中学生恒源祥文学之星灵台创作行现场，学生与嘉宾进行互动。

## 社区参与

恒源祥集团积极发挥专业优势，为社区经济发展创造条件，并积极参加社区、部队、学校和单位的结对共建，通过与其他组织合作的方式，充分加大合力，利用互补性资源、知识和技能，促进社区建设。

### 1. 社区共建

恒源祥集团党工团组织深入社区，与属地黄浦区外滩街道宝兴社区建立了长期的、以关爱“纳保老人”为主要项目的共建关系。2020年，集团党委与宝兴社区保持互动，集团为宝兴里“老邻居”制做“乔迁便民措施”——设计和制作搬迁专用纸箱，帮助宝兴里顺利动迁，在黄浦区人民代表、恒源祥集团董事

长、总经理陈忠伟，黄浦区党代表、恒源祥集团党委副书记顾红蕾带领下，集团开展了新春慰问、重阳节慰问，举行冬送温暖、夏送清凉等活动。

### 2. 企校共建

恒源祥集团作为黄浦区市民学习基地和海派文化体验基地，通过多年教学，基地编织课已成为黄浦社区班中的一个热门学课。自2017年9月始，非遗技艺绒绣课在黄浦区回民小学固定开课。2020年，绒绣课程在线上开设

### 3. 警民共建

集团与黄浦武警保持互动。6月22日，在恒源祥集团等发起主办的“同心向党 共绣党旗——绣百面党旗 听百节党课”系列活动上，武警上海市总队执勤四

支队支代表出席了启动仪式。恒源祥与武警上海总队执勤第四支队多年来党团共建情谊，支队官兵在恒源祥近年来举办的系列活动中给予了大力支持，尤其是2017年双方开展的“同心向党 共绣红旗”活动，在社会上引起了强烈反响，《解放日报》等媒体头版对此进行了专题报道。双方也依靠自身资源优势，以党建带团建、党建促共建，共建促共进，资源互补共享的原则，开展了多次良性互动，共建警民鱼水情。

## 教育与文化

### 1.支持教育事业发展

#### ① “好小囡”四大艺术团队

恒源祥支持的上海好小囡少儿合唱团在网上排练并“云”合唱《逆行天使》，向抗疫英雄致敬！6月，合唱团受邀与中俄两国优秀艺术家共同参与《共战疫情，与你同在——中俄联合战疫公益云音乐会》。9月4日，在上海国际会议中心演唱《我是一朵小红花》。12月13日，为纪念贝多芬诞辰250周年，合唱团在东方艺术中心用德语演唱贝多芬第九交响曲《欢乐颂》。

#### ② 中国中学生作文大赛

10月17至19日，主题为“想象力，我们的宇宙无边无际”的第十五届“恒源祥文学之星”中国中学生作文大赛总决赛在南京举行，共有约200名中学生入围全国总决赛。因受疫情影响，组委会采用“云比赛”的方式开展活动，全国16个赛区的选手同一时间参与“笔试、口试、演讲”等多个环节的角逐，最终

决出20名“恒源祥文学之星”以及20名“恒源祥文学之星”提名奖。总决赛前夕，中国中学生恒源祥文学之星灵台创作行在甘肃省平凉市灵台县成功举办。

#### ③ 大学生公益创业活动

“青年恒好”大学生公益创业行动是由KAB全国推广办公室与恒源祥联合发起的关心、关注青年成长、成才，服务、扶持青年（大学生）创新、创意、创业的开放性公益实践平台，立足于“把社会责任的基因注入青年创业者”，全方位营造鼓励创新与支持公益创业的社会氛围，引导当代青年（大学生）用商业方式解决社会问题。恒源祥的“青年恒好”项目长期致力于推动青年公益创业生态系统建设。

#### ④ 学院奖秋季赛

恒源祥始终怀抱年轻之心，为品牌的未来创造无限可能。2018年至今，恒源祥与中国大学生广告艺术节学院奖携手走过三年，将“温暖、阳光、YOUNG”的品牌主张传递给年轻学子们。2020学院奖春季赛恒源祥以“无限之线”为命题，收到全国数百家高校学子近万件创意作品，涵盖了平面广告、微电影、影视广告、营销策划、广告文案、场景创意等多个类别。此外，恒源祥还积极参与由学院奖主办的营创赛、开展“你好，中国就好”公益作品征集等活动，为品牌注入强大的青春活力，成为国民品牌焕新的引领者。



6月9日，国际奥委会副主席于再清莅临恒源祥工厂。

## 支持体育赛事

### 1. 恒源祥支持北京2022年冬奥会和冬残奥会

1月24日，刘瑞旗董事长应邀出席在瑞士洛桑奥林匹克博物馆举行的“中国和”暨“吉祥物送祝福点亮2022”新春系列活动。6月和12月，国际奥委会副主席于再清考察了位于江苏无锡的恒源祥工厂及江苏南通的Fazeya彩羊家纺一厂，高度肯定恒源祥对奥林匹克运动的持续支持。恒源祥与北京冬奥组委年内多次互访、商讨，以此推进北京冬奥会的顺利举办。9月28日至10月4日，恒源祥“奥运无限 热爱无限”广告亮相纽约时代广场。

### 2. “恒爱行动·至美之行”奥运文化进校园活动

为让更多青少年感受冬奥会及传统文化的魅力，恒源祥和国际奥委会授权的“为奥运喝彩”组委会共同启动了“恒爱行动·至美之行”奥运文化进校园活

动，6月至12月，项目走进河北、内蒙古、广东和江苏四地学校，与学生开展体育、美育的深入交流，获得媒体广泛关注，扩大了恒源祥奥运品牌的社会影响力。

恒源祥集团还赞助北京电视台冬奥纪实频道打造的全新艺术访谈节目《为奥运喝彩》，每周一期推出一位国内重磅艺术家，用艺术为奥运助力。

恒源祥为奥运所做的工作还包括：奥运正装项目组克服疫情影响和空间限制，以细致认真的实际行动为国际奥委会、东京残奥会制作正装，赢得了国际奥委会等组织的称赞。

### 3. 在世界范围内推进武术文化

武术列入第四届青年奥林匹克运动会正式比赛项目，首次进入奥林匹克系列运动会大家庭，作为国际武联的全球合作伙伴恒源祥对此表示祝贺。

恒源祥关爱全球体育记者，作为活动的连续赞助

方，刘瑞旗董事长应邀出席2月3日在布达佩斯举办的2020年国际体育记者协会（AIPS）年会晚宴——“恒源祥之夜”，并为获奖者颁奖。

## 保护文化遗产

多年来，作为国家首批中华老字号和“上海市非物质文化遗产保护协会”副会长单位的恒源祥积极参与非物质文化遗产的保护工作。非遗已成为进博会的文化名片。11月10日，恒源祥“海派绒线编结技艺”市级传承人励美丽应邀在第三届进博会的“非遗客厅”展示技艺，与中外宾客互动交流，由其创作的绒线花入选由上海非遗协会推出的“非遗百宝箱”，同场亮相。而恒源祥精心打造的文创产品——“海上绒情”礼盒还在进博会上海综合形象展区购物天堂板块

展示。

“海上绒情”礼盒是恒源祥两项非遗技艺的融合之作，在由上海市消保委举办的“2020上海特色伴手礼”评比中，从数百件作品中脱颖而出，成功入选“2020上海优选特色伴手礼”（金榜）。恒源祥另一款专为“因为爱，世界恒美好”公益活动推出的“花语瑞境”家纺四件套同时入选。两件伴手礼还在2020第十四届中华老字号博览会上展出，受到媒体广泛关注。

恒源祥非遗技艺全年参与的活动还包括：上海“非遗购物节”“红色筑梦 光辉历程——‘四史’记忆与上海非遗主题展”、上海市民终身学习海派文化体验基地2020年嘉年华、“全球青年海派文化体验营”、“非遗传习大汇堂”，并在回民小学、上外附中、市西初级中学等学校开展非遗进校园活动。



2月3日，集团创始人刘瑞旗应邀出席在布达佩斯举办的2020年国际体育记者协会（AIPS）年会晚宴——“恒源祥之夜”。



6月13日，集团董事长、总经理陈忠伟出席由上海市非遗协会牵头的“非遗宝藏”品牌运营启动仪式。

本年度，“恒源祥绒绣原创工作室”荣获“黄浦区首批传统技能工作室”称号。恒源祥“海派绒线编结”传承人励美丽先后获得区级、市级非遗传承人称号。

## 技术创新与成果

创新是企业可持续发展的有力保障。近年来，恒源祥集团着力推行“企业卓越绩效管理模式”，通过技术创新、服务创新、产业创新、组织管理创新，不断满足包括消费者在内的利益相关者的需求。2020年，在国家和上海市、区政府的大力支持下，恒源祥的创新工作取得显著成果：

### 1.技术创新

2020年，技术中心积极贯彻落实集团公司的经营战略和工作目标，开展集团公司和恒源祥联合体的技术创新、项目研发和管理、奖项申报、企业标准化建设、质量管理咨询、纯羊毛标志的定制和管理等工作。年内技术中心以自主研究开发为主体，在深度组合社会各界科技、创新资源，进行产、学、研、政协同合作的基础上，已完成1项上海市产业转型升级发展专项资金（品牌经济发展）项目的验收工作，并先后申报了2项市级和2项区级科研项目，获得上海市区各有关政府部门的财政专项资助资金，并作为标准的起草单位先后完成了国家标准和行业标准《职业服装通用技术规范》《植物染料染色针织服装》和《针织裤》，中纺联团体标准T/CNTAC 42-2020《心电衣》的制定工作以及《除菌喷雾剂》《免洗手消毒



恒源祥品牌袜子荣获“2020年上海同类市场销售额市场占有率排名第一”荣誉称号。



8月15日，中国艺术人类学学会生活样式设计专业委员会在中国艺术研究院正式成立。

凝露》等3项企业标准的制修订、审核发布和网上备案工作，同时主持开展的《大数据时代的品牌文化数字化管理》项目喜获“2019年上海市企业管理现代化创新成果二等奖”，组织开发的“恒源祥星级羊毛被”喜获“2020中国企业品牌创新成果奖”、创意设计的“海上绒情”礼盒成功入选“上海优选特色伴手礼”，集团还被授予全国商贸流通服务业先进集体、2020上海市首发经济引领性品牌、2020中华老字号博览会最佳人气奖等荣誉。

截至2020年末，集团申请专利总数为180件，其中发明专利47件，实用新型专利42件；获得授权专利119件，其中发明专利19件，实用新型专利35件，并获得计算机软件著作权登记证书3项、软件产品登记证书2项。

## 2.服务创新

恒源祥的服务创新最重要的表现是感官品牌研究。自2001年恒源祥首次提出“品牌五感”理念，即消费者通过五种感官记忆品牌以来，为寻找综合交叉的感官品牌印象及打造该印象的方法，恒源祥组合全球感官研究领域的顶尖机构与专家，逐步构建起了全球一流的感官品牌研究平台，以丰富消费者的体验。自2009年恒源祥集团发起全球感官品牌论坛，至今已持续开展七届，并在香港注册非盈利组织——开启感官研究中心。

随着十三五规划致力于推进西部大开发不断深入，基于资源的品牌化平台，恒源祥集团正开展“从东到西”的经验输出：以成都为中心，以西南为基地，依托已有的品牌和文化资源，建立扎根西部、辐

射东南亚和东盟的品牌运营中心。在“互联网+”行动计划的推动下，中心将创新建设品牌与消费者双向互动的新业态生存与发展模式，为人们输出全新的感官生活方式。

## 3.合作创新

在当下精神和情感消费的“心时代”，美是未来社会最大的能力。8月15日，由恒源祥与中国艺术人类学学会发起的生活样式设计专业委员会在中国艺术研究院正式成立，恒源祥在实施品牌艺术化的道路上迈出坚实一步。

专委会在“美美与共”的前提下，以“引领国际化生活美学潮流”为目标，以建立当代中国生活样式为使命，推动传统生活样式在当代的转型，帮助实现中国式的文艺复兴。专委会将构建“研究-创作-产业-传播”四位一体的创新共同体，积极开展具有高度文化内涵的艺术与设计行动。在2020年恒源祥联合体云端峰会上，来自专委会的中国陶瓷艺术大师、中国艺术研究院艺术创作研究院院长朱乐耕等9位专家还分享了关于东方美学生活方式的精彩内容。

## 4.平台创新

品牌是一个国家的重要资源、一个城市的产业支柱、一个企业的核心资产。为响应习总书记提出的“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”以及国家大力建设知识产权交易体系和服务体系的要求，2019年12月21日，由刘瑞旗出任董事长的环球互通品牌服务有限公司正式成立。在此平台的服务下，2020年5月4日，恒源祥等品牌亮相“上海五五购物节”“510 中国品



集团董事长、总经理陈忠伟对恒源祥首次参展ChinaJoy进行媒体发布。

牌目”品牌巡展活动。

## 5. 产业创新

### ① 恒源祥女装

2020年是恒源祥女装项目创立十周年，十年来，恒源祥女装保持了良好的发展态势，为中国女性提供优雅、时尚、高品质的全系列服装。

### ② “恒好百年”品牌

5月，恒源祥家纺开展“恒好百年 国潮七夕”项目，联合到喜啦、豫园推出线上线下联动的“中国大婚 恒好百年”系列活动，强化了年轻消费者对“恒好百年”国潮风婚礼的体验。

### ③ 恒源祥鞋业

恒源祥鞋业项目是恒源祥成立90周年之际，在大众生活消费领域的又一延伸。项目立足于恒源祥羊文化的传承，在羊毛生活领域进行创新性研究，2020年恒源祥羊毛鞋类产品在市场上获得广泛好评，恒源祥羊毛文化与编织文化完美地融合在鞋业产品中。

2020年在疫情之下，鞋业积极开展抖音、快手等新媒体直播活动，完成小程序商城建设，积极探索新零售商业模式。

恒源祥作为国际奥委会正装产品供应商和北京2022年冬奥会和冬残奥会官方正装和家居用品赞助商，恒源祥鞋业在2020年完成了对国际奥委会工作人员及委员，中国残疾人体育代表团全体人员的鞋类量体工作；并为上述机构研发设计了相应的正装类鞋类产品，获得一致好评，为奥运事业提供了有效的后勤保障。

### ④ 恒源祥箱包

恒源祥集团箱包、皮具项目继续深化供应链改革，已授权广州索高箱包制造有限公司和靖江未来箱包制造有限公司、红柳恒优品供应链江阴有限公司成为生产运营服务商，完成辐射南、北两大核心区域的布局；从之初的单一渠道运营向全渠道运营模式转变，并大力发展云仓供应链服务模式，并与联合体内

诸多经销商建立了良好的合作关系，形成产业联动；全年销售额逐年提升；未来将继续在商业模式创新、产业升级、文创和科创领域、运营模式等方面进行深入探索。

恒源祥箱包在2020年度的工作亮点如下：

在科创文创方面：尝试进行文创设计自行研发，开发牛年涂鸦文化背包；继续推进科技创新，推出密码指纹解锁拉杆箱产品系列投放市场；部门积极参与上海伴手礼项目，提供“海纳百川”皮带礼盒；参与奥运项目的服务，从设计、打样到生产提供全套解决方案；

在公益及活动方面：疫情期间，授权加盟工厂积极向社会各机构捐赠口罩、消毒制品等；

在渠道建设方面：直播电商的全新尝试与介入，在杭州建设恒源祥箱包直播基地，与众多明星、网红达人如李响，唐笑，李静等合作；客户体系继续扩大，与诸多银行、保险、国企、央企、品牌方等多家大型客户和平台建立合作关系；主流电商如京东、天猫旗舰店的运营；线下渠道启动运营，与云南、陕西、山西等多区域经销商进行合作，共计合作约100家线下店；

在宣传方面：全年参加10次行业内展会，2次全国型展会，参观人群共计70余万人次。

##### ⑤首次参加中国国际数码互动娱乐展ChinaJoy

7月，恒源祥首次应邀参加年轻群体每年必到打卡的时尚创意狂欢节——中国国际数码互动娱乐展



8月22日-25日，恒源祥恒好百年品牌联合到喜啦、豫园推出“中国大婚 恒好百年”活动，共同为年轻人打造国潮浪漫七夕节。



11月28日，由恒源祥独家冠名的2021年“星辰大海之时尚计划”在第33届金鸡电影节上正式发布。

Chinajoy。恒源祥以“无限之线”为主题，打造了一个兼具文化底蕴与时尚表达的国潮世界，通过开展旗袍换装、“恒好百年”手链编织、上海绒绣等体验活动，获得年轻群体的热烈追捧。

#### ⑥ 独家冠名2021年“星辰大海之时尚计划”

11月28日，在第33届金鸡电影节上，由恒源祥独家冠名的2021年“星辰大海之时尚计划”正式发布。该计划将从时尚与艺术美学视角助力入选“星辰大海”的周冬雨、关晓彤、易烊千玺、刘昊然等40位青年演员整体形象塑造，在更多领域影响青年一代的生活方式。在2021年举行的电影节期间，这些演员将身着恒源祥独家设计的时尚服饰亮相。

#### 6.产品创新

恒源祥作为生活样式设计专业委员会的发起单

位之一，近年来在文创领域多次将艺术表现形式和产品设计进行有效结合，继2019年“致敬‘达·芬奇’创意设计大赛”，2020年又推出了“因为爱，世界恒美好”公益创意设计大赛、“中国当代生活之美论坛”以及致敬拉斐尔、贝多芬等活动，并与秦始皇帝陵博物院签订了《当代中国生活样式设计联合创作课题》，走访了陕西历史博物馆等地，开展了有关周秦汉唐历史文化和围绕兵马俑IP开发的研讨。为迎接牛年的到来，专委会还创意开发了融合“天时、地利、人和”寓意的牛年生肖主题文创产品——牛合。

#### 7.品牌“心”零售

“不数字，无未来”，从电商平台到微信小程序云零售体系，恒源祥赋能区域经销商独立数字零售能力，同时积极运用直播等社交工具，有效触达消费



4月27日，集团董事长、总经理陈忠伟一行访问华为上海研究所。



10月22日，集团董事长、总经理陈忠伟作“心无线 新无限”联合体云端峰会主题报告。

者，传播品牌文化和生活方式。5月28日，“恒源祥官方精品店”小程序亮相，“春去花还在”公益主题直播开播，与品牌粉丝建立起全新互动场景；6月18日，恒源祥区域云零售计划在疫情最为严重的湖北武汉率先启动，首家官方授权小程序商城——“恒源祥恒好官方商城”正式上线；8月5日，湖北地区小程序商城首秀“乘风破浪吧小姐姐”真丝专场播出。11月10日，恒源祥北京区域小程序商城“恒源祥蒙迪威官方商城”正式上线，恒源祥重庆区域小程序商城蓄势待发。未来，集团将通过区域云零售计划，覆盖更多地区，通过小程序商城拉近品牌与消费者的距离，打造社区化云零售的新常态。

受疫情影响，一年一度的恒源祥联合体大会10月22日以一场主题为“心无线 新无限”联合体云端峰会的形式召开，累计观看终端超过1300个，恒源祥的家人们相聚“云端”，共绘数字化时代恒源祥创新转型的发展蓝图。

2020年，恒源祥品牌在数字化转型之路上进行了不懈探索：集团分别与华为、抖音、快手、小红书、太合音乐等企业就恒源祥与5G、直播、新营销等合作方向开展交流、协商。

2020年“双11”在恒源祥人的齐心协力下，品牌全网销售额突破6亿元，连续8年保持两位数增长，其中服饰类目稳中有升，内衣类目增长迅猛，位列天猫平台保暖内衣品牌榜第二，仅次于优衣库。恒源祥北京、四川等地服装、彩羊区域大店等线下渠道在不理想的市场环境中实现逆势增长。

## 关爱社会

### 1. “恒爱行动”

12月21日，在一年中最冷的冬至，“恒爱行动——百万家庭亲情一线牵”15周年成果发布暨2020年度全国启动仪式通过凤凰网等网络平台用直播的形式温暖举行。活动总结并展示了“恒爱”15年取得的成果：截至2020年11月，曾三获中华慈善奖的“恒爱行动”累计编织爱心毛衣超过115万件。“编织梦想情暖冬奥”艺术创意编织活动在贵州、青海、新疆、内蒙古四地成功举行，在公益的平台上弘扬奥运精神，用奥运的精神丰富公益行动，将奥林匹克精神、冬奥运动项目带给了更多边远少数民族地区的儿童。

恒源祥在关爱特殊儿童方面做出的突出贡献得到社会肯定，6月15日，中国儿童少年基金会、中国妇女发展基金会理事会换届会议上，集团董事长、总经理陈忠伟当选中国儿童少年基金会第十七届理事。

### 2. “亿人善衣——温暖最美乡村教师”活动

恒源祥商超产业开展“亿人善衣 衣被天下”活动，连续七年支持中国乡村教育，为教师和学校赠送了内衣、服饰和家纺用品。

### 3. 同心抗疫 世界恒好

4月22日是第51个世界地球日，恒源祥集团联合中央人民广播电视台央广、湖北省妇联、中国大学生广告艺术节学院奖以面向社会线上直播的形式，向全球发起“因为爱，世界恒美好”系列活动，包括创意设计大赛、线上接力献花等。5月15日国际家庭日当天，恒源祥将121份汇集着国内外优秀设计师创意



2月2日，彩羊产业集团家纺五厂从泰国进口2万只口罩用于支援抗击疫情，泰国工厂为中国加油。

与爱意的“抗疫家庭暖心大礼包”送到了121户“荆楚抗疫最美家庭”手中，礼包包含家纺四件套、免洗手消毒凝露、亲子T恤、抗菌袜子和毛巾等主题产品。除此之外，恒源祥还对湖北“家庭生活受疫情影响较大的儿童”开展助学帮扶，将连续三年为100位儿童发放生活学习补助共60万元。

抗疫期间，恒源祥内部涌现出一批优秀的工厂、经销商和员工，通过捐款、捐物、献血等方式，主动承担社会责任，为抗疫贡献自身力量。3月，陈忠伟董事长应央视电影频道邀请，拍摄《风雨无阻向前进》公益短片；5月，还通过向以色列、乌拉圭等国驻沪总领馆赠送抗疫物资等形式支持全球抗疫，集中体现出恒源祥联合体“持续为社会创造价值”的价值观。

恒源祥与擘雅集团还联合央广新媒体“云听”APP慈善推出《擘雅讲谈·第一季——全球疫情引发的人文思考》。

此外，1月，集团党委在外滩街道慈善超市的开业典礼上，向困难老人所在的居委代表送上了获“上海品牌”认证的恒源祥星级羊毛被，并转达了对社区老人的温暖问候。12月，向国防大学政治学院退伍老兵赠送了10床星级羊毛被，向北京的革命老区、京西第一支部诞生地——田庄村的贫困户捐赠了126条纯羊毛围巾。

## 员工慈善

### 1. “恒爱一日捐”

恒源祥集团多年来重视对员工履行社会责任的宣传教育。每年开展员工“恒爱一日捐”活动，每年“七一”举行党员“恒爱一日捐”活动。

### 2. 义务献血

恒源祥集团积极响应《黄浦区无偿献血工作意见》通知的精神，积极倡导员工无偿献血，把义务献

血看作为确保国家血库的储备和及时开展救死扶伤的需要，是一项高尚的社会爱心事业，也是每个公民应尽的社会责任和神圣义务。多年来，恒源祥集团每年达到义务献血的目标。2020年3月，为助力抗击疫情，集团党员代表4人无偿献血；12月，集团工会组织7名员工光荣参加“点燃生命的希望”无偿献血活动。

## 开展志愿者活动

恒源祥集团组建以党、团员为主体的志愿者队伍。截至2020年12月恒源祥集团员工数为199人，常年志愿者人数为199人，公司党团员100%参加。为促进志愿服务项目培育、志愿组织的发展，根据社会需

要，参与更多的志愿者活动。集团党工团组织党团员青年组建了一支志愿者队伍，参与各类志愿者活动。

结合“上海先锋行动”，以志愿者服务创新集团党员“持续为社会创造价值”的服务载体，落到行动实效。同时2020年度主题活动和争创党员先锋岗、党员示范岗相结合。

3月5日，恒源祥集团团委积极参与“学雷锋为民服务主题活动”，开展免费修补毛衫，发放羊毛防蛀洗涤剂试用装、宣传羊毛制品洗涤及保养知识等活动。

本年度，集团员工共计4人参加学雷锋岗亭志愿者活动。



恒源祥集团党员响应号召无偿献血，为抗疫作贡献。



集团党委委员孙羽向疫情期间交纳特殊党费的党工团代表颁发捐款证书。

## 社会责任评价

2020年，恒源祥集团在品牌、产业等方面都得到了社会各界高度认可。

在品牌方面，3月，恒源祥集团荣获第二届中国国际进口博览会外事保障奖。6月，恒源祥申报的《大数据时代的品牌文化数字化管理》获“2019年上海市企业管理现代化创新成果二等奖”。12月，集团荣获“2020上海市首发经济引领性本土品牌”称号、“2020中华老字号博览会最佳人气奖”；集团技术中心荣获“全国商贸流通服务业先进集体”称号。

在产业方面，2月，恒源祥品牌袜子、内衣在2020年上海同类市场销售额市场占有率分列第一、第二，被授予“2020畅销金品”称号。3月，恒源祥服饰荣获“全国产品和服务质量诚信示范企业”；服饰系列产品荣获“全国质量检验稳定合格产品”。4月，“恒源祥”羊毛衫荣列2020年度同类产品市场综合占有率为第一位。10月，“恒源祥”牌羊毛衫荣列《2020—2021年度中国消费品市场高质量发展优选品

牌名录》；12月，恒源祥家纺星级羊毛被荣获“2020年度十大类纺织创新产品”称号和2020年中国企业品牌创新成果奖。

在文化建设方面，恒源祥集团党委4月在“理想杯”全国两新组织“不忘初心、牢记使命”主题教育案例征集活动中获二等奖。9月，在第八届全国品牌故事大赛（上海赛区）暨2020年上海市质量品牌故事比赛活动中，恒源祥微电影作品《恒心》荣获三等奖，征文作品《志守初心 质创未来》、演讲作品《筑品牌自信 展奥运风采》分别荣获优胜奖。集团连续第十年编写的《恒源祥集团社会责任报告》在上海发布。

在个人荣誉方面，陈忠伟董事长高票连任上海市非遗协会副会长，当选2020年上海市劳动模范，荣获抗击新冠疫情“先进个人”称号。

恒源祥集团/个人2020年度主要获奖情况一览表

序号	获奖名称	授奖单位	获奖年月	获奖组织/个人
1	恒源祥袜子在2020年上海同类市场销售额市场占有率分列第一；“2020畅销金品”奖	中国（上海）金品推广组委会	2020年2月	恒源祥商超
2	恒源祥内衣在2020年上海同类市场销售额市场占有率分列第二；“2020畅销金品”奖	中国（上海）金品推广组委会	2020年2月	恒源祥商超
3	第二届中国国际进口博览会外事保障奖	外事活动保障组 上海市人民政府外事办公室	2020年3月	恒源祥集团
4	全国产品和服务质量诚信示范企业	中国质量检验协会	2020年3月	恒源祥服饰
5	全国质量检验稳定合格产品	中国质量检验协会	2020年3月	恒源祥服饰
6	2020年度同类产品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	2020年4月	“恒源祥”牌 羊毛衫
7	“理想杯”全国两新组织“不忘初心、牢记使命”主题教育案例征集活动二等奖	《非公有制企业党建》杂志 中国非公企业党建网	2020年4月	恒源祥集团
8	2019年上海市企业管理现代化创新成果二等奖	上海市企业管理现代化创新成果评审委员会	2020年6月	恒源祥集团
9	微电影作品《恒心》荣获三等奖 征文作品《志守初心 质创未来》优胜奖 演讲作品《筑品牌自信 展奥运风采》优胜奖	上海质量协会	2020年9月	恒源祥集团
10	《2020—2021年度中国消费品市场高质量发展 优选品牌名录》	中华全国商业信息中心	2020年10月	恒源祥服饰
11	“海上绒情”礼盒成功入选“上海优选特色伴手礼”	上海市消保委	2020年10月	恒源祥集团
12	2020年中国企业品牌创新成果奖	中国质量协会	2020年12月	恒源祥家纺 星级羊毛被
13	全国商贸流通服务业先进集体	中华人民共和国人力资源和社会保障部、中国商业联合会	2020年12月	质量技术中心
14	2020中华老字号博览会最佳人气奖	中华老字号博览会组委会	2020年12月	恒源祥集团
15	2020上海市首发经济引领性品牌	上海市商业联合会	2020年12月	恒源祥集团
16	2019—2020年度上海设计100+入围作品（百羊百子被）	上海设计100+组委会	2020年12月	恒源祥集团
17	2020年中国企业品牌创新成果奖——“高 标准”成就“好品质”恒源祥星级羊毛被	中国质量协会	2020年12月	恒源祥集团
18	恒源祥星级羊毛被获“2020年度十大类纺织创 新产品”	中国纺织工业联合会	2020年12月	恒源祥家纺
19	上海市非遗协会副会长	上海市非物质文化遗产保 护协会第二届理事会	2020年11月	陈忠伟
20	2020年上海市劳动模范	中共上海市委、上海市人 民政府	2020年12月	陈忠伟
21	上海市商贸流通服务业抗击新冠疫情、保障城 市生活、提振上海市场先进个人	上海市商业联合会	2020年12月	陈忠伟

# 2021企业社会责任展望

各位朋友：

《恒源祥集团2020社会责任报告》现在可以呈献给大家了。报告高度浓缩了一年来在恒源祥集团与合作伙伴的共同努力下，所取得的履责成就。在此，我们对社会各方的支持与帮助表示衷心的感谢！

恒源祥从1927年创立至今已94年，是集针织、服饰、家纺、绒线、日化、童装等产业为一体的集团企业。为了解年轻群体对恒源祥品牌的印象，2018年末，恒源祥以主办第16届中国大学生广告艺术节学院奖为契机，对大学生群体进行了调研，通过调研发现，大学生群体对恒源祥品牌的认知度高达92.87%，同时拥有良好的美誉度。作为一家有着94年历史的老字号企业，我们始终秉承着“持续为社会创造价值”的价值观，我们一直感到责任重大。如何使品牌长足发展，与社会发展、环境保护、员工提升保持平衡；如何继续深化为社会、为环境、为消费者、为联合体、为员工，进一步推进正面积极的影响，特别是以持续创新和追求卓越的态度履行社会责任是我们义不容辞的使命。

2021—2022年度，恒源祥集团还将继续加强与利益相关方的合作与沟通，重点推进前瞻性的文化研究、慈善公益事业、奥运赞助项目、传承非遗等工作，恒源祥艺术与生活样式设计专业委员会将陆续开展更多的文创工作，为国际奥委会和北京2022冬奥会做好服务工作等，继续履行社会责任，并不断提高恒源祥集团信息披露透明度及影响力。

## 持续探索“品牌与文化”研究

2021年，由恒源祥集团创始人、擘雅集团董事长刘瑞旗领衔的“品牌与文化”课题研究迈入全新阶段，集团将加大投入研究，紧紧围绕“品牌·文化”研究30年规划部署，积极地组合国内外优质资源，为社会、为国家创造更大的价值。在“文化（习惯）与天性、地性、人性、宗教和制度”五个方面关系的研究取得丰硕成果的基础上，集团“品牌·文化”研究正向理论指导实践的方向践行。

### **拓展恒源祥产业取得新发展**

2020年“双11”当日，恒源祥全网销售额超6亿元，连续8年保持两位数增长。在恒源祥近年来线上线下融合发展的基础之上，恒源祥将谋求更大的数智化发展，以满足消费者对美好生活的追求。

### **持续推进“恒爱行动”等慈善公益活动开展**

2021年，“恒爱行动”将通过全民参与编织“恒爱”毛衣这一形式和平台，紧扣国际化、年轻化与价值创新，加强对国际困难儿童的救助。集团还将持续推动“恒源祥文学之星”中国中学生作文大赛、参与三江源国家公园品牌建设等慈善公益活动的开展，并通过活动模式的创新、资源组合平台的完善等方式，助力更多国家战略未来的栋梁得到更好的发展。

### **提升员工责任意识和经营能力**

依托恒源祥集团的文化转型平台，充分利用“青年恒好”论坛等项目，通过学习、参与、分享和奉献的四个阶段，提高恒源祥集团员工，特别是青年员工对经济、环境和社会领域重大议题的认知，并提供公益服务参与平台与实践，打造员工责任意识和习惯，同时为他们的工作生活平衡提供有意义的内容。集团还将继续做好培训、宣传、育人制度创新等工作，提升员工经营品牌的意识与专业能力。

### **完善与利益相关方双向沟通、交流平台**

恒源祥集团将发挥恒源祥集团刊物和利用社会化新媒体的作用，增加信息披露的深度和广度；持续编制企业社会责任报告，便于利益相关方及时了解恒源祥集团在品牌、文化、社会、环境和员工等责任领域的进展；积极参与社会责任专项活动，增进双向交流和沟通。

### **加强责任管理的力度和能动性**

建立企业社会责任联络人机制，加强组合、沟通和能动性；与全球可持续发展部门协作，共同推进企业社会责任的体系创新与深化。

恒源祥（集团）有限公司

2021年3月

# Outlook of HYX social responsibilities in 2021

## Dear friends:

Now the Report on Social Responsibilities of HYX Group in 2020 can be presented to you. The report provides a summary of achievements made by HYX Groups and its partners from their joint efforts to fulfill responsibilities. Hereby, we extend our sincere gratitude to all communities for your support and help!

With a 94 year history, HYX, founded in 1927, has become a conglomerate integrating knitting, clothing, home textile, wool, daily chemicals, and children's wear. In order to understand the impression of the young group on HYX, at the end of 2018, HYX conducted research on the college student group when hosting the 16th Academy Award of China Student Advertising Arts Festival, through which it was found 92.87% of students know the brand, and has a good view on the brand. As an established enterprise with the history of 94 years, we have always been adhering to the value of "Continuously Create Value for Society" and feeling a great responsibility all the time. Our unshirkable mission is: ensure a long-term development of the brand, and balance it and with social development, environmental protection and employee promotion; continue strengthening it for the purpose of the society, the environment, the consumer and the consortium, and further its positive impact, especially fulfilling our social responsibilities with continuous innovation and pursuit of excellence.

In the period 2021 ~2022, HYX Group will continue to strengthen cooperation and communication with stakeholders, focusing on driving prospective cultural research, charity and public good projects, projects sponsoring Olympic Games, and inheritance of intangible cultural heritage, etc. The HYX Art and Life Style Design Professional Committee will carry out more cultural and creative work. Moreover, HYX will provide outstanding service to the International Olympic Committee and Beijing 2022Winter Olympic Games, continue to fulfill our social responsibilities, and improve the transparency and influence of HYX information disclosure.

## Continue the research of "Brand and Culture"

In 2021, the research on "brand and culture" led by Liu Ruiqi, the founder of HYX Group and the chairman of Breaking Asia Group, will enter a brand-new stage, and the Group will invest more in the research, closely focus on the 30-year plan of "brand-culture" research, and actively Combining domestic and foreign high-quality resources, we will create more value for the society and the country. Building on fruitful results from the research on five relations of "Culture versus Nature, Locality, Humanity, Religion and Institution", HYX's research "Brand · Culture" will continually shift towards the dimension of theory guiding practice.

## New progress in expansion of HYX business

On Nov. 11, 2019, HYX got a sales in the whole network topping 600 million Yuan, maintaining a

double-digit growth in 8 running years. Building on the convergence of online and offline development, HYX will seek to brand innovation in a way of digital intelligence, to satisfy consumers' pursuit of a better life.

#### **Continue promoting charity and public-good activities such as “Heng Love Action**

In 2021, “Eternal Love Action” will enhance assistant and help to poor children in the world by tightly focusing on internationalization, rejuvenation, and value innovation, in the form of all people participating in knitting “Eternal Love” sweaters. HYX will continue to promote to sponsor charity and publicgood events such as "HYX Literature Star" - a composition competition among Chinese middle-school student - and "Eternal Youth Project" - a undergraduate public-good entrepreneurship campaign - and, by innovating the activity model and improving the resource combination platforms etc., helping make more future talents of the country grow better.

#### **Enhance employees' sense of responsibility and management ability**

Relying on HYX culture transition platform, making full use of projects such as “Eternal Youth Project”, in the four stages of learning, participation, sharing and dedication, enhance employees of HYX Group, especially young employees, to understand more about great issues in economy, environment and society, and provide platforms for participating public good service and practices, creating their sense and habit of responsibilities, while providing meaningful contents to balance their work and life. HYX Group will continue to do well in innovation in training, dissemination and education systems etc. making employees more aware of and more capable of brand operation.

#### **Improve the platform for communication between HYX and Interested Parties**

HYX Group will give full play to the role of HYX Group publications and socialized new media to deepen and broaden information disclosure; Continue to prepare the corporate social responsibility report, so as to facilitate interested parties to keep abreast of HYX Group's progress in responsible fields such as brand culture, society, environment and employees; actively participate in special activities on social responsibilities to enhance two-way communication.

#### **Strengthen the strength and initiative of responsibility management**

Establish the contact mechanism for corporate social responsibilities, strengthen combination, communication and initiative; collaborate with sustainable development institutions globally to jointly drive innovation and deepening of the corporative social responsibility system.

HYX(Group) Co., Ltd.

March 2021

## 恒源祥集团2020社会责任报告

编委会

Editorial Board

主任：刘瑞旗

Director of Editorial Board: Liu Ruiqi

副主任：陈忠伟

Vice Director of Editorial Board: Chen Zhongwei

成员：顾红蕾 何爱芳

Editorial Board Members: Gu Honglei, He Aifang

编写组

Editing Team

组长：顾红蕾

Editing Team Leader: Gu Honglei

成员：季松滔 张显北

Editing Team Members: Ji Songtao, Zhang Xianbei

策划设计：黄颖

Planning Designer: Huang Ying

英文翻译、校对：许谊

English Translation and Proofreading: Xu Yi

中文校对：黄帅 郁萌 李嘉路

Chinese Proofreading: Huang Shuai, Yu Meng, Li Jialu

恒源祥（集团）有限公司

Heng Yuan Xiang(Group) Co.,Ltd.

地址：上海市浙江南路100号恒源祥大厦

Address: HengYuanXiang Building, No.100 South Zhe Jiang Road, Shanghai, P.R.C.

邮编：200021

Post Code: 200021

电话：86-21-63268888

Tel: 86-21-63268888

传真：86-21-63260888

Fax: 86-21-63260888

网址：www.hyx1927.com

Net Address : www.hyx1927.com

联系部门：恒源祥集团《创导》编辑部

Contact Department: "CHANNEL" Editorial Office, HYX

中国恒好