



恒源祥®

Chinese Olympic Committee
Official Sponsor
中国奥委会官方赞助商

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

恒源祥集团 2022 社会责任报告





恒源祥®

Chinese Olympic Committee
Official Sponsor
中国奥委会官方赞助商

关于本报告

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

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.



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

报告编写说明

报告简介

欢迎阅读恒源祥（集团）有限公司2022年社会责任报告，这是恒源祥集团发布的第十三份企业社会责任报告。报告回顾了恒源祥集团2022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2022年1月1日—2022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 2022 CSR Report of HYX Group. This is the 12th corporate social responsibility report issued by HYX Group. It reviews the challenges and opportunities that HYX encountered in 2022, and revealed relevant practices and achievements in social responsibility.

Cycle of Issuance

Annual mid-year release.

Time Span

From Jan. 1st, 2022 to Dec. 31st, 2022.

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2022年社会责任亮点

- 32 组织治理
- 34 人权
- 36 劳工实践
- 48 环境
- 51 公平运行实践
- 66 消费者问题
- 71 社区参与和发展

- 84 社会责任评价
- 86 2023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2022社会责任报告》是恒源祥连续发布的第十三份社会责任报告，全面充分地展示了恒源祥2022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年诞生，通过96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。

在2023年全国两会期间，习近平总书记看望参加政协会议的民建、工商联界委员时指出，无论是国有企业还是民营企业，都是促进共同富裕的重要力量，都必须担负促进共同富裕的社会责任。对恒源祥而言，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产业，将企业做长做久，为社会创造更多价值，成为共同富裕的重要参与者和贡献者，为实现中国式现代化作贡献。

恒源祥在历经96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，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，恒源祥的企业社会责任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，深化数字化转型发展，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

Executive Statement

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。

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，践行可持续发展等之外，还证明了恒源祥为社会做出了很多创造性的贡献。

2022年2月22日，恒源祥战略合作伙伴——攀雅集团在北京正式成立，恒源祥集团创始人刘瑞旗担任董事长，标志着恒源祥“文化·品牌”事业迎来新的里程碑。作为国际奥委会正装供应商和北京冬奥会和冬残奥会官方赞助商，“双奥”赞助商恒源祥为国际奥委会官员和工作人员提供了大衣、西服、衬衫、毛衣、围巾、领带、皮带、包具等品类服饰装备，为冬奥村提供了抱枕被和床旗等家纺用品，用传承的“海



恒源祥集团董事长兼总经理 陈忠伟



恒源祥集团党委书记 顾红蕾

派绒线编结”这一非遗技艺为获奖运动员打造“永不凋谢”的颁奖花束。12月30日，“编织新生活 共筑中国梦”2022年度“恒爱行动——百万家庭亲情一线牵”全国启动仪式暨“恒爱行动”公益论坛举行，由恒源祥集团和中国儿童少年基金会发起的“恒爱行动”步入第十八个年头，截至2022年年底，活动已累计编织并捐赠爱心毛衣1318238件。

本次撰写的恒源祥2022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2022年社会责任亮点”章节，用于报告2022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

党委书记：顾红蕾

2023年10月

The "Social Responsibility Report of HYY Group 2022" is the twelfth consecutive social responsibility report released by HYY, which fully demonstrates the investment, commitment and achievements of HYY in the field of corporate social responsibility in 2022. HYY has a long history of fulfilling its social responsibilities. Since its birth in 1927, after 96 years of development, the courage to assume social responsibilities has become a distinct symbol of HYY brand.

In 2023, during the two sessions (NPC and CPPCC), President Xi Jinping pointed out when he met the members of the China National Democratic Construction Association and ACFIC who attended the CPPCC meeting that both state-owned enterprises and private enterprises are the important forces to promote common prosperity, and all of them must take the social responsibility of promoting common prosperity. For HengYuanXiang, it is to dedicate to the brand and industry under the guidance of the Party's policy, enable the company go further, create more value for the society, become one of the important participants and contributors to the common wealth, and contribute to realize the Chinese path to modernization.

In the course of 96 years of development, HYY has fully realized that fundamentally speaking, in fulfilling the corporate social responsibility, enterprises should deal with the relationship with the society well. For enterprises to make profits, it needs to create economic and social value, etc. Only when enterprises and social needs form an organic and benign ecological environment for development, can they create and realize value continuously. In a word, only by creating value for the society continuously can enterprises have be valuable. Therefore, HYY integrates its social responsibility into its development strategy, and closely and organically integrates with national development, social progress, and consumer needs and accepts social supervision.

HYY undertakes social responsibilities following "common values and principles", including how the enterprise should protect the rights and benefits of employees and the interests of consumers, but also including actively protecting the environment and safeguarding the interests of the community. In recent years, the enterprise social responsibility strategy of HYY has focused on the study of national culture, national brand and its formation mechanism, organizing resources worldwide to study sensory brand, and deepening the digital transformation and development. Besides, it has also paid attention to vulnerable groups in the society, been concerned about ideological education of teenagers, actively participated in ecological protection of Sanjiangyuan National Park, etc.

As a time-honored Chinese brand and enterprise, HYY has deeply realized that for an enterprise in pursuit of sustainable development, its social responsibility can not

simply stop in meeting the existing standards and systems, it should also seek continuous innovation on this basis. Meanwhile, it should also develop a practice mode of social responsibility that suits the requirements of the times and its own characteristics.

Therefore, HYY is constantly thinking about what is the social responsibility of the enterprise in the future. In the HYY Strategic Blueprint for the 21st Century, it has pointed out that enterprises and entrepreneurs will be an important force to promote social development. The development trend of globalization shows that enterprises should operate through the mainstream responsibility and transparent principle, create benefits, and work closely with stakeholders to innovate the solutions for the Earth and humans, so that the society will transform into a sustainable, inclusive one.

Based on this, in 2011, HYY expounded the greatest social responsibility of the enterprise in a more concise language: to promote the progress and development of mankind and society. We will judge our past, present, and future work by this standard.

Although this is a grand theme, we are ceaselessly exploring and improving the path and ability of realization: First, we will consolidate our foundation, and practice our social responsibility in the common sense around the existing standards and systems; second, we will continue to innovate under the guidance of our greatest social responsibility and transform from an excellent enterprise to an outstanding one in the innovation and maintain sustainable and healthy development.

As a warm and responsible enterprise for nearly a hundred years, HYY has never stopped practicing its corporate social responsibility, and has gained great encouragement in practice. In addition to paying taxes, providing jobs, and practicing sustainable development, HYY has also proved that it has made a lot of creative contributions to the society.

On February 22, 2022, Boya Group—the strategic partner of HYY Group, was officially established in Beijing, marking another milestone of HYY's culture—brand business. Mr. Ruiqi Liu, the founder of HYY, has been the chairman of the board of directors. As the formal wear supplier of the International Olympic Committee (IOC) and the official sponsor of the Beijing 2022 Winter Olympic Games and Winter Paralympic Games, HengYuanXiang provided the officials and staff of the IOC with coats, suits, shirts, sweaters, scarves, ties, belts, bags and other categories of clothing and equipment, and provided the Winter Olympics Village with home textiles such as pillows, quilts and bed flags, and offered the award-winning athletes the never withering bouquets, which were made with the intangible cultural heritage of "Shanghai school" wool knitting skills. On December 30, 2022, the national launching ceremony of 2022 HL Action—A Strand of Wool Connecting Millions of Families with the theme of Weaving New Life for

the Chinese Dream and HL Action Public Welfare Forum was held. The HL Action was initiated by HYX Group and the China Children and Teenagers' Fund 18 years ago. By the end of 2022, HL Action had knitted and donated 1,318,238 pieces of sweaters in total.

The preparation of the Social Responsibility Report of HYX 2022 has carried on the tradition of HYX on the basis of reporting such areas as "organizational governance", "human rights", "labor practice", "environment", "fair operation and practice" and "community involvement and development". And a chapter of "social responsibility highlights of HYX in 2022" has been introduced to report the phased achievements of HYX Group in its exploration and practice in fulfilling its highest social responsibility of "promoting the social progress".

In the future, HYX Group will continue to apply innovative thinking and strong practice, adhering to the value of continuously creating value for the society and consumers, others, the enterprise, the society, and the nation, insist on consciously fulfilling its social responsibilities, to promote the progress and development of human society, and continue to make more contributions.

Founder of HYX Group: Liu Ruiqi
Chairman and General Manager: Chen Zhongwei
Party Committee Secretary: Gu Honglei
October 2023

关于恒源祥集团

恒源祥，创立于1927年的中国上海。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，为冬奥村提供了抱枕被和床旗等家纺产品，以非遗技艺“海派绒线编结”为冬奥会打造了“永不凋谢”的颁奖花束。作为国际奥委会正装供应商，为参加东京奥运会和北京冬奥会国际奥委会的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。

恒源祥集团经营的产品涵盖绒线、针织、服饰、家纺、童装等大类。截止2022年12月，恒源祥拥有100余家加盟工厂，150余家加盟经销商以及近2000个加盟销售网点（含电子商务）。中国省级市场销售网点覆盖率为100%，地、市级市场网点覆盖率超

HengYuanXiang was founded in 1927 in Shanghai, China. On December 22, 2005, HengYuanXiang Group was officially appointed as the sponsor of the 2008 Beijing Olympic Games. Then on November 30, 2008, HengYuanXiang became the partner of the Chinese Olympic Committee, and the sponsor of 2013-2016 Chinese Olympic Committee on November 20, 2012. HengYuanXiang successfully offered ceremonial dresses for the Chinese delegations during the Beijing 2008, London 2012 and Rio 2016 Olympic Games. As the official sponsor of the Beijing 2022 Winter Olympic Games and Winter Paralympic Games appointed on November 18, 2019, HengYuanXiang provided the Winter Olympics Village with home textiles such as pillows, quilts and bed flags, and offered the award-winning athletes the never withering bouquets, which were made with the intangible cultural heritage of "Shanghai school" wool knitting skills. As a supplier of formal wear to the IOC, HengYuanXiang provided official formal wear for members and staff of the IOC participating in the Tokyo Olympic Games and the Beijing Winter Olympic Games.

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

The business and products of HYX Group cover categories such as wool, knitting, garment, home textile, and children's wear. As of December 2021, the brand has covered 100% of provincial market in China, over 80% of municipal market, and over 30% market at county level. In spite of offline

About HYX Group



过80%，县级市场网点覆盖率超过30%，并通过电子商务产品销往世界各地。2010年，恒源祥（北京）公司正式成立。

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“中国企业品牌文化管理十佳单位”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，集团荣获“2020上海市首发经济引领性本土品牌”称号和“2020中华老字号博览会最佳人气奖”。

2021年，“恒源祥”品牌被授予“百年上海工业·市民最喜爱的品牌（消费品类）”称号，集团连续12届荣获“上海市文明单位”称号。

2022年，集团再次通过“国家知识产权优势企业”复核。

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。

channels, HYX also has appearance in main e-commerce platforms, such as Tmall, JD, Vipshop and Pinduoduo. Meanwhile, the company is also planning to develop interest-based platforms such as Tiktok and Kuaishou, and social e-commerce platforms exemplified by Wechat Mini-program. Our products are sold worldwide through e-commerce. In 2010, HYX (Beijing) Company was established formally.

Brand is the most precious wealth of HYX Group. Mr. Milton Kotler, a world-renowned marketing master, Mr. Francis X. Maguire, vice chairman of International Brand Federation, and chief adviser of Coca Cola, spoke highly of the HYX brand and praised it as the "Coca Cola" of China.

After many years of ceaseless efforts, HYX has won many honors and titles.

In 2002 and 2003, HYX brand won the title of "Ten Trademarks Favored by the Public in China" for two years in succession.

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

In 2008, HYX brand was listed among the "Top 500 Asian Brands", ranked 336th.

In 2009, HYX Group won a bronze medal of "National Accredited Enterprise Technology Center" from five commissions and ministries including the National Development and Reform Committee, 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 Asian Brands", ranked 268th. In the same year, the Group won a "Gold Award for Chinese Trademarks" -- "Award for Trademark Application".

In 2012, HYX Group won the title of "Ten Best Organizations of Corporate Brand Culture Management in China".

In 2014, HYX Group was awarded the title of "National Model Enterprises for Industrial Brand Cultivation" and was granted by the Ministry of Science and Technology with the title of "Key High-tech Enterprises of National Torch Plan". HYX brand was listed among "Top 500 Asian Brands" once

again, ranked 127th this time.

On the tenth Asian Brand Festival in 2015, HYX was ranked 82th among the "Top 500 Asian Brands".

In May 2016, the 10th list of the top 500 most valuable brands of China was released, in which HYX ranked 179th with a brand value of 18.268 billion yuan. In the same year, the Group won the title of "Top 100 Enterprises Influencing Chinese Charity" in 2016.

In 2017, HYX Group won the title of "Five-star Good Faith Organizations" in Shanghai, and "Excellent Enterprise for Brand Cultivation in Shanghai".

In September 2018, in the research report "Development Index of Chinese Time-honored Brands" co-released by Aliresearch and Guanghua School of Management under the guidance of Shanghai Municipal Commission of Commerce, HYX ranked top in the Top 100 list of development index of Chinese time-honored brands (2018).

In 2019, HYX was re-elected as a "Civilized Organization of Shanghai" and awarded with titles such as "Outstanding Organization in the 40th Anniversary of Promoting Comprehensive Quality Management".

In 2020, HYX was honored as "Leading Local Brand of Initial Release Economy in Shanghai in 2020" and "Most Popular Brand in the 2020 Expo Chinese Time-honored Brands".

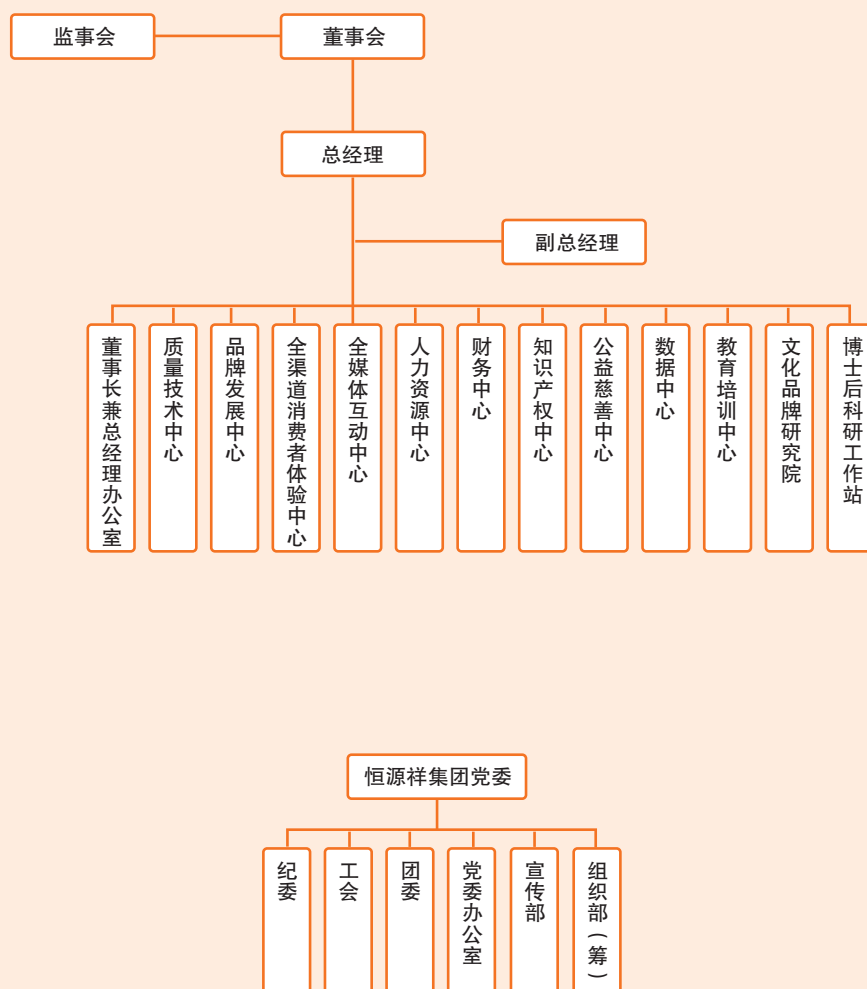
In 2021, HYX was awarded the title of "Brands (in Consumer Goods Category) Favored by Citizens in the Industry of Shanghai in the Past Century" and won the title of a "Civilized Organization in Shanghai" for 12 times in succession.

In 2022, HYX Group passed the review of the "National Intellectual Property Advantage Enterprises" again.

HYX Group is one of the earliest enterprises in the industry to win honors such as Woolmark (1991), ISO9002 Certification (1996) and 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（2022年12月）

序号	公司全称	公司简称	经营范围	集团持股比列
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	针织纺织品	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%
18	环球品牌港管理服务（上海）有限公司	环球品牌港	品牌管理	100%

恒源祥（北京）公司子公司一览表（2022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（2022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	上海恒源祥投资管理有限公司	恒源祥投资公司	30%
6	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，并通过电子商务销往世界各地。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, Our products are sold worldwide through e-commerce; 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, license 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 license 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	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，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、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、在生活上感到欢乐的目标。
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，举办展览活动。
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	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 Review 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 continually 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 HYG 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2022年社会责任亮点

Highlights of 2022 HYX Group CSR



1月28日，陈忠伟董事长做客第一财经频道《中国经营者》栏目。

“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。2022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：

九五华诞 擘画未来

2022年恒源祥迎来诞辰95周年。1月28日，北京

冬奥会开幕前夕，集团董事长兼总经理陈忠伟做客东方卫视第一财经频道《中国经营者》栏目，讲述“老国潮的奥运新事”。6月23日国际奥林匹克日，陈忠伟董事长发表《开启》公开信，在研判国内外形势的基础上，提出品牌未来发展的三个重点领域——低碳经济、数字经济和美学经济。11月1日，在2022北京国际品牌周开幕式上，由恒源祥主要发起的“环球品牌港”筹委会正式成立。“环球品牌港”以恒源祥青浦园区为基地，立足打造具有国际影响力的品牌产业集聚区，搭建品牌运作与国际交流的生态圈。

为庆祝恒源祥95周年诞辰，7月，“恒罗百货，



11月1日，中国传媒大学擘雅品牌研究院启动仪式在北京国际品牌周上隆重举行。

源发千祥”纪念海报登陆纽约时代广场广告大屏，向全球消费者展现品牌新风貌，这是恒源祥第三次亮相纽约时代广场。此外，该海报主画面还参加了在联合国教科文组织总部——巴黎举行的“国潮不止一面10x10艺术展”。9月8日，“恒源祥品牌百年口述工程”在北京正式开机，迎接恒源祥百年庆典的到来。

文化研究 擘雅扬帆

2022年2月22日，恒源祥战略合作伙伴——擘雅集团在北京正式成立，恒源祥集团创始人刘瑞旗担任董事长，标志着恒源祥“文化·品牌”事业迎来新的里程碑。

擘雅集团专注于文化和品牌的探索研究、教育培训及咨询投资，致力于聚合国内外专家智库资源，搭建国际交流平台，为个人、组织和区域提供专业的文

化和品牌赋能服务。

为推动品牌学学科建设和品牌专业人才培养，9月，擘雅集团在中国传媒大学正式成立擘雅品牌研究院，刘瑞旗董事长担任学院名誉院长，并为师生讲授恒源祥品牌建设的案例。11月1日，在北京国际品牌周上，擘雅品牌研究院联合北京大学信息管理系首次发布合作研发的《城市品牌（域牌）贡献力报告》。

擘雅集团和恒源祥携手众多国内一流专家团队开展的国家重大基础文化工程——《中国大百科全书》第三版品牌卷完成审稿，网络版上线。

擘雅集团还持续与北京大学历史系、政府管理学院、区域与国别研究院、信息管理系等开展文化研究及博士后培养。7月13日，刘瑞旗董事长受邀与北京大学党委书记郝平会面，就筹建“北京大学擘雅文化研究院”事宜进行磋商。

The core value of "creating value for the society continuously" has always run through each aspect in the work and life of everybody with HYX and become the cornerstone and guarantee for the enterprise's sustainable development. "To become part of history" and "promote the progress and development of humankind and society" has been a commitment of HYX for its social responsibility as well as its mission and vision. In 2022, HYX has made prominent achievements and many highlights in such aspects as cultural research, scientific research, digital and intelligent transformation and development, cultural creativity industry, public welfare and charity.

Mapping out the future in the celebration of 95th birthday

2022 marked the 95th birthday of HYX. On January 28, the eve of the opening of the Beijing Winter Olympic Games, chairman of the Board and GM Chen Zhongwei of HYX was sharing "new stories of time-honored national brands with the Olympic Games" in the program of "Managing China" aired in the First Finance Channel of Dragon TV. On June 23, the International Olympic Day, Chairman Chen released an open letter with the title of "Inception" to propose three key fields for the brand's development in the future on the basis of studying and judging the domestic and international situations, namely digital economy, low-carbon economy and aesthetic economy. On November 1, at the opening ceremony of 2022 Beijing International Brand Week, the preparatory committee of "Global Brand Port" initiated mainly by HYX was officially established, which aims to build a globally influential brand industrial cluster and create an ecosphere for brand operation and international exchange at the base

of HYX Qingpu Industrial Park.

In order to celebrate the 95th birthday of HYX, in July 2022, HYX appeared at the New York Times Square for the third time, bringing a commemorative poster on the advertising screen at the square to showcase the brand's new outlook to the global consumers. In addition, the poster's main picture was also shown at the "Diversity of National Tide 10x10 Art Show" held at Paris where the UNESCO is headquartered. On September 8, the shooting of the program of "Oral Account of the Century-long History of HYX Brand" started officially in Beijing, ready to usher in the hundredth birthday of HYX.

Boya setting sail in cultural research

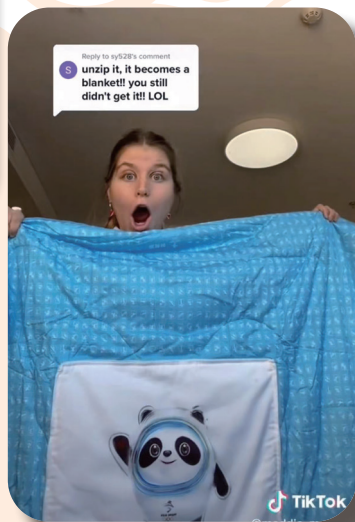
On February 22, 2022, the strategic partner of HYX, Boya Group was officially established in Beijing. Liu Ruiqi, the founder of HYX Group, served as the chairman of Boya Group, signifying that the "cultural brand" undertaking of HYX ushered in a new milestone.

Boya Group is specialized in the exploration and research, education and training, consulting and investment of culture and brands, committed to gathering the experts and think-tank resources at home and abroad to build an international exchange platform and provide individuals, organizations and regions with professional cultural and brand empowering services.

In order to promote the construction of brand science and cultivation of brand professionals, in September, Boya Group officially established the Boya Brand Research Institute at the Communication University of China. Chairman Liu Ruiqi served as its honorary president and lectured the brand construction cases of HYX for the



3月22日，北京冬奥会短道速滑男女2000米混合接力冠军范可新（左）和2010年加拿大温哥华冬奥会短道速滑女子3000米接力冠军张会来访问恒源祥北京公司。



恒源祥为冬奥村提供的抱枕被和床旗受到中外运动员的喜爱，被誉为“东方黑科技”。

享誉冬奥 恒载史册

2022年2月4日晚，北京冬奥会盛大开幕。“双奥”赞助商恒源祥以独有的方式写就奥运史册精彩一笔。

作为国际奥委会正装供应商，恒源祥为国际奥委会官员和工作人员提供了大衣、西服、衬衫、毛衣、围巾、领带、皮带、包具等品类共计4369件服饰装备，得到国际奥委会主席巴赫在内的高度评价。作为北京冬奥会和冬残奥会官方赞助商，恒源祥为冬奥村提供的9000个抱枕被和9000件床旗受到中外运动员的喜爱，被誉为“东方黑科技”。而最为亮眼的则是恒源祥用传承的“海派绒线编结”这一非遗技艺为获奖运动员打造的1251束“永不凋谢”的颁奖花束，这在奥运历史上尚属首次，让运动员爱不释手的同时，也赢得了中外媒体的广泛关注。据统计，恒源祥冬奥期间的舆情声量，80.4%与花束相关。500家全球媒体报道，媒体曝光量达300亿人次。

在北京冬奥村的中国传统技能技艺文化展示体验区，恒源祥用绒线制作的《绒之百花·春之镜像》艺术作品与颁奖花束同时展出。

冬奥期间，集团董事长兼总经理陈忠伟、集团党委书记顾红蕾带领恒源祥联合体成员及社会嘉宾参与了北京冬奥会、冬残奥会的火炬接力活动，观摩了开闭幕式及相关比赛。

恒源祥在冬奥会上的突出表现，吸引了众多体育知名人士来访交流。3月，国际奥委会副主席于再清，中国滑冰协会主席、中国速度滑冰队总教练李琰，以及奥运冠军武大靖、高亭宇、范可新、吴静钰、何可欣、张会先后来访恒源祥。4月，北京冬奥组委奥运村部向恒源祥集团发来感谢信。恒源祥成功地在冬奥会这一世界舞台上彰显了品牌实力。

6月23日国际奥林匹克日，恒源祥推出《百年恒源祥荣耀奥运会》画册，立体、全面展现了恒源祥95年品牌发展中与体育、与奥运的精彩故事。

teachers and students. On November 1, at the Beijing International Brand Week, the Boya Brand Research Institute joined hands with the Information Management Department of Peking University to release the "Report on Contributions of Urban (Regional) Brands" developed by them together.

As a national fundamental cultural project launched by the Boya Group and HYX with many first-class expert teams, the brand volume of the third edition of "Encyclopedia of China" finished the review, and its online edition was released.

The Boya Group was also engaged in the cultural research programs and post-doctor cultivation with other departments of Peking University such as History Department, School of Government Administration, Research Institute of Regions and Nations and Information Management Department. On July 13, Chairman Liu Ruiqi was invited to have a meeting with Hao Ping, the Party Committee Secretary of Peking University, negotiating on the affairs concerning the preparation for the establishment of "Boya Culture Research Institute of Peking University".

Recorded into history with a reputation in Winter Olympic Games

On the night of February 4, 2022, the opening ceremony of Beijing Winter Olympic Games was held. HYX left a wonderful touch in the history of Olympic Games in her own way as a sponsor of "Double Olympic Games".

As the dress supplier for the International Olympic Committee, HYX has provided the officials and staff of the IOC a total of 4,369 pieces of costume such as coat, Western suit, shirt, sweater, hat, scarf, necktie, leather belt and bag, having won high recognition and praise from Thomas Bach, chairman of the IOC. As an official sponsor of the Beijing Winter Olympic Games and Winter Paralympic Games, HYX has supplied the Winter Olympic Village with 9000 pillow quilts and 9000 bed runners, which were popular among both Chinese and foreign athletes, praised as "Futuristic Technology of the East". What was most eye-catching should be the 1251 awarding bouquets "that would never wither", created by HYX for the Olympic medal winners with the intangible heritage technique of "Shanghai



陈忠伟董事长带领联合体成员与嘉宾参加北京冬奥会火炬接力。



顾红蕾书记带领联合体成员与嘉宾参加北京冬残奥会火炬接力。



8月27日，以“无线星球，无限可能”为主题的恒源祥“无线星球”第一时间登陆MetaJoy。

作为国际武联的全球合作伙伴，恒源祥12月亮相在印尼举行的第八届世界青少年武术锦标赛，并独家冠名了将于2023年11月在美国举行的第十六届世界武术锦标赛。

元亨利贞 恒祥宇宙

随着Web3.0在全球兴起，AI技术逐渐成熟，全球大踏步进入元宇宙时代。为拓展恒源祥数字经济的赛道，8月10日，恒源祥元宇宙项目启动大会暨恒源祥元宇宙研究院成立大会成功召开。会上，上海数字认证中心首席专家萧疆博士被聘为“恒源祥元宇宙首席科学家”。

8月27日，以“无线星球，无限可能”为主题的恒源祥“无线星球”第一时间登陆MetaJoy，这是恒源祥第三次参展ChinaJoy，也是恒源祥品牌在元宇宙数字世界里的首秀。恒源祥首个虚拟偶像“爱旗AIQI”的正式亮相、奥运礼服展区的虚拟数字服装、“依旧爱旗”海派风格数字旗袍展、视觉错位艺术装置——《恒花似锦》等为广大年轻消费者奉献了一场科技与娱乐、品牌互动与社交全面融合的盛宴。

为持续探索元宇宙时代的无限可能，10月26日，以“无线未来 恒好百年”为主题的恒源祥首届数字大

会在网易瑶台成功举行，腾讯视频同步直播。来自全国各地的恒源祥代表、社会嘉宾、合作伙伴5000余人相聚线上，在元宇宙的场景下体验了一场具有仪式感和沉浸感的虚拟大会，并共同见证了恒源祥百层元宇宙数字大厦的奠基。恒源祥首届数字大会以及次日举行的各产业虚拟分会，吹响了品牌发力元宇宙的集结号。

无限未来 恒好百年

为持续唤起消费者对品牌十二生肖的记忆，恒源祥联合抖音在春节期间推出了以生肖文化结合冰雪运动为主题的“我们一起虎虎虎”虎年贺岁趣味挑战赛，送出新年祝福的同时助力冬奥会。挑战赛期间共收到8.2万多条网友原创短视频，累计播放量超过2.9亿次。通过与年轻消费者的互动，实现品牌传播圈层突破。

本年度恒源祥电商在老字号品牌中表现亮眼，在“文旅产业指数实验室”发布的《2022非物质文化遗产消费创新报告》中，恒源祥在575个于天猫开设旗舰店的老字号品牌中，统计周期内成交额排名第一。

今年，满足一站式购物需求的恒源祥官方精品店小程序不断完善，并首次尝试全渠道推介，举办多场

woolen knitting". It was the first artificial awarding bouquet in the history of Olympic Games, which was well-received among the athletes and won wide attention from both Chinese and foreign media. According to incomplete statistics, 80.4% of the volume of public attention received by HYY during the Winter Olympic Games was related with the bouquet. It was covered by 500 media of the world, with a volume of media exposure reaching 30 billion times.

At the cultural exhibition and experience zone of traditional Chinese skills and techniques at the Winter Olympic Village in Beijing, the "Mirror Image of the Spring in Woolen Flowers", an artistic installation of woolen flowers created by HYY, was exhibited along with the awarding bouquets.

During the Winter Olympic Games, Chen Zhongwei, chairman and general manager of HYY Group and Gu Honglei, the Party Committee Secretary of HYY Group led all members of the HYY Consortium and guests of society to participate in the torch relay of Beijing Winter Olympic Games and Winter Paralympic Games and watch the opening and closing ceremonies and related competitions.

The outstanding performance of HYY in the Winter Olympic Games has attracted many sports personalities to visit and exchange with it. In March, Yu Zaiqing, the Vice Chairman of IOC, Li Yan, chairman of Chinese Skating Association and chief coach of Chinese speed skating team, and Olympic Games champions Wu Dajing, Gao Tingyu, Fan Kexin, Wu Jingyu, He Kexin and Zhang Hui paid a visit to HYY in succession. In April, the Olympic Village of Beijing Winter Olympic Games sent a letter of gratitude to HYY Group. HYY has shown her brand strength on the world's stage of Winter Olympic Games.

On June 23, the International Olympic Day, HYY released an album of "Century-honored HYY Shining in

Olympic Games" to fully show the wonderful stories of HYY with sports and the Olympic Games in her 95 years of brand development.

As a global partner of the International Wushu Federation, in December, HYY appeared in the 8th World Junior Wushu Championships held in Indonesia, and will be the exclusive sponsor for the 16th World Wushu Championships to be held in the United States in November 2023.

HYY and Metaverse

With the global rise of Web3.0 and the maturing of AI technology, the world is taking big strides into the era of metaverse. In order to widen the track of HYY's digital economy, on August 10, the HYY metaverse project's launch ceremony and HYY Metaverse Research Institute's establishment conference were held. On the event, Dr. Xiao Jiang, the chief scientist of Shanghai Digital Certification Center, was appointed as the "chief expert of HYY's metaverse".

On August 27, the HYY "Wireless Planet" with a theme of "Wireless Planet Brings Limitless Possibilities" landed on MetaJoy at the first moment, which was the third time for HYY to attend the ChinaJoy and the HYY brand's debut in the digital world of metaverse. The first virtual idol "AIQI" officially released by the HYY brand, the virtual digital costume at the exhibition area of Olympic Games dresses, the "YijiuAiqi" Shanghai style digital cheongsam show and the visual dislocation art installation - "Splendor of Flowers", etc., presented a feast of technology and entertainment, brand interaction and socializing for the young consumers.

In order to continually explore the limitless



恒源祥与伊利优酸乳联名推出“红的有一套”保暖套装。



11月6日，上海市美学学会、上海交通大学人文艺术研究院、恒源祥集团共同主办《中国当代美学文选2022》发布会暨中国当代美学高层论坛。

新零售体验品鉴会。此外，彩羊品牌云南超级大店盛大揭幕，在澳门店总数已超百家，实现线下终端逆势增长。

恒源祥还携手伊利优酸乳，两大国民品牌联名推出“红的有一套”保暖套装，引起消费者强烈共鸣，并掀起讨论热潮，活动上线当天微博话题浏览量达6000万，截至目前话题浏览量破1.4亿，讨论次数达4.9万。“红的有一套”跨界案例还被收入营销行业内权威平台SocialBeta。

美不胜收 “绿意” 盎然

美学在品牌与产品、消费者美好生活方式建设领域意义深远。11月6日，上海市美学学会、上海交通大学人文艺术研究院、恒源祥集团共同主办《中国当代美学文选2022》发布会暨中国当代美学高层论坛，力求全面反映中国当代美学研究动态的首部论文汇编《中国当代美学文选2022》由人民文学出版社出版，

该书封面采用了恒源祥为北京冬奥会打造的绒线花颁奖花束作为主画面。

今年品牌产业在探索产品艺术化的道路上迈出坚实步伐。恒源祥家纺、恒源祥儿童产业联合著名设计公司YANG DESIGN，围绕品牌产业定位、目标客群分析、核心产品设计等方向开展共创；在文创产品打造上，恒源祥家纺还携手上海市非遗“海派剪纸”传承人李守白出品联名款家纺套件。集团携手百年品牌汪裕泰茶叶、老香斋点心开发“三羊开泰 花好月圆”中秋礼盒。

在科创方面，围绕低碳经济，恒源祥与中国毛纺织行业协会正式开展“毛针织品碳排放研究”，与苏州大学、东华大学签署“羊毛被、棉针织内衣碳排放研究项目”合作协议书，并联合培养两名博士后。

情暖华夏 爱满人间

12月30日，“编织新生活 共筑中国梦”2022年

possibilities in the era of metaverse, on October 26, the first HYX Digital Conference with a theme of "Wireless Future for a Century" was held at NetEase, which was broadcast by Tencent Video in sync. More than 5,000 people including representatives of HYX, guests of society and partners from around the nation, gathered online. In the scenarios of metaverse, the delegates experienced a ceremonial and immersive virtual conference and together witnessed the foundation laying of the digital edifice of metaverse of HYX. The HYX's first digital conference and the virtual conference of each industry held the next day ushered in the era when the brand exerted force on metaverse.

Limitless Future for a Century

In order to continually arouse the consumers' memory in the brand's twelve zodiac animals, HYX joined hands with TikTok to release a funny challenge competition for the Year of Tiger with the theme of ice and snow sports and zodiac animal culture during the Spring Festival, which sent out New Year's blessing and cheered for the Winter Olympic Games. During the challenge competition, more than 82,000 original short videos were received from the netizens, which were played for over 290 million times in total. Through the interaction with the young consumers, it has achieved a breakthrough in the sphere of brand publicity.

This year, HYX's e-commerce had a prominent performance among the time-honored brands. According to the "Report on Consumption Innovation of Intangible Cultural Heritage in 2022" released by the "Cultural Tourism Industry Index Laboratory", HYX ranked first for the turnover during the statistical period among the 575 time-honored brands that had opened a flagship store in

Tmall.

In 2022, the HYX official boutique store applet that could satisfy one-stop shopping demands kept improving, and made the first attempt to be promoted in all channels by holding several new retail experience activities. In addition, the Fazeya brand's super store in Yunnan was unveiled grandly, with more than a hundred outlets in Yunnan, achieving a growth of offline terminals against the trend.

HYX also joined hands with Yili Yogurt to release thermal suits together, which aroused a strong response from the customers and triggered heated discussions. On the day when the activity was launched online, the topic on Weibo had gained 60 million views. Thus far, the topic has received over 140 million views and been discussed for 49,000 times. The crossover case has also been included into the authoritative platform of marketing, SocialBeta.

Vibrant and thriving aesthetics of HYX

Aesthetics is of far-reaching significance in the construction of brands and products and good lifestyles for consumers. On November 6, the release event of the "Collection of Contemporary Aesthetics Essays of China in 2022" and the China Summit Forum on Contemporary Aesthetics were hosted by the Shanghai Society for Aesthetics, the Academy of Humanities and Arts of Shanghai Jiaotong University and the HYX Group together. The first collection of essays, the "Collection of Contemporary Aesthetics Essays of China in 2022" was published by the People's Literature Publishing House to fully reflect the contemporary aesthetics research status and progress in China. The cover of the book adopts the woolen awarding bouquet created by HYX for the Beijing Winter Olympic Games as its main picture.



12月30日，恒源祥集团向中国儿童少年基金会捐赠932万余元。

度“恒爱行动——百万家庭亲情一线牵”全国启动仪式暨“恒爱行动”公益论坛在凤凰网公益频道隆重举行，标志着由恒源祥集团和中国儿童少年基金会发起的“恒爱行动”步入第十八个年头。截至目前，活动已累计编织并捐赠爱心毛衣1318238件。

中国儿童少年基金会理事长陈秀榕在启动仪式上表示：在党的二十大擘画的蓝图中，“恒爱行动”要继续关心关爱少年儿童身心健康成长，促进教育和儿童公益慈善事业发展，倡导向上向善的社会文明新风尚。

10月31日，中国中学生作文大赛（2021-2022）“恒源祥文学之星”全国总决赛颁奖典礼在辽宁沈阳举行。总决赛通过笔试、口试、即兴演讲三大环节，从“听、说、读、写”四个方面考察选手们的综合素质，最终诞生了20名“恒源祥文学之星”和20名“恒源祥文学之星”提名奖以及4个单项奖。

本年度恒源祥还为巴基斯坦洪涝灾民赶制“爱心毛毯”、为四川甘孜泸定地震受灾儿童捐赠毛毯、棉被等暖心物资。

青春无限 恒好小囡

由央视电影频道融媒体中心与恒源祥联合发起的2022“星辰大海青年演员优选计划”之时尚计划扬帆再起航，开展系列活动：7月，武汉第36届大众电影百花奖；9月，北京第29届大学生电影节、中秋云歌会；11月，为入选2022“优选计划”的青年演员定制队服及礼服，亮相第35届金鸡奖颁奖典礼等。全年度在“星辰大海”平台品牌传播量超过3亿次。

与此同时，电影频道与恒源祥共创的融媒体周播栏目《恒好星辰》全年度共计34期，并通过“恒好星辰”特别直播在抖音平台实现“星辰大海”明星同款队服以及“恒好星辰”系列产品同步售卖。

今年，恒源祥好小囡文化艺术中心在抗疫期间及重大时间节点完成多部合唱视频的制作和传播，并在上海音乐厅上演两场“HI 小辰光”——海派沪语童谣音乐会。著名作曲家何占豪为好小囡题词“上海小囡传唱上海童谣”。

为完善集团人才培养体系、强化人才梯队建设，“恒Young Club”青年成长训练营完成首期结营及二期开营。

This year, the brand industry took solid strides along the path of exploring the art of products. HYX Home Textile and HYX Kids worked with the renowned design company YANG DESIGN to pursue co-creation around the fields such as the brand's industrial positioning, the analysis of target consumers and the design of core products. In the development of cultural creativity products, HYX Home Textile also joined hands with Li Shoubai, the inheritor of Shanghai style paper-cutting, an intangible heritage of Shanghai, to release home textile sets. HYX also joined hands with the century-honored brands Wang Yutai Tea and the Laoxiangzhai Snacks to develop a Mid-autumn gift box.

As to scientific creation, around the low-carbon economy, HYX and China Wool Textile Industry Association officially launched a "research on the carbon emissions of the wool knit products" and signed an agreement of cooperation with Soochow University and Donghua University on the "research projects on carbon emissions of woolen quilts and cotton knit underwear" to jointly cultivate two post-doctors.

Warm love from HYXOn

December 30, the national launch ceremony of the "Eternal Love Action – The Tie of Millions of Families" for the year of 2022 with the theme of "Knitting a New Life, Co-building Chinese Dream" and the public welfare forum of "Eternal Love Action" were held grandly on the public welfare channel of Phoenix Net, signifying the 18th year of the "Eternal Love Action" launched by HYX Group and China Children's Foundation. So far, the program has knitted and donated 1,318,238 loving sweaters in total.

Chen Xiurong, the director of China Children's Foundation, said on the launch ceremony that according to the blueprint mapped out by the 12th National Congress of the Party, the "Eternal Love Action" program would continue to care about the physical and mental health and growth of children, promote the development of education and children's welfare and advocate new elements of the positive and kind social civilization.

On October 31, the China Middle School Students Composition Contest (2021–2022) national final's awarding ceremony of the "Literary Stars of HYX" was held in Shenyang of Liaoning. The national final consisted of three links, namely paper test, oral test and impromptu speech to examine the contestants' comprehensive quality from four aspects, "listening, speaking, reading and writing". Finally, the contest selected 20 "Literary Stars of HYX" and 20 nominees for the title and the winners of four single awards.

This year, HYX also worked around the clock to produce "loving carpets" for the Pakistan people hit by floods and donated carpets, cotton quilts and other heart-warming materials to the children affected by the earthquake in Luding of Ganzi, Sichuan.

Limitless youth of Good Children

Jointly launched by the CCTV Film Channel's Media Center and HYX, the "Fashion Plan" of the "Ocean of Stars Young Performers Selection Plan" of 2022 held a series of activities: the 36th Wuhan Hundred Flowers Award for Popular Films in July, the 29th Beijing University Student Film Festival in September, the Mid-autumn Cloud Concert and the appearing of team uniforms and dress tailored for the young performers in the 2022 "Selection Plan" at the 35th Gold Rooster Award in November, etc. Throughout the



10月12日，近千朵以“海派绒线编结技艺”编织而成的“中国”绒线花阵在苏州河畔揭幕亮相，喜迎二十大。



“永不凋谢”的颁奖花束在2022上海进博会展出。

花开不败“绒”耀全球

北京冬奥会闭幕后，“永不凋谢”的颁奖花束持续受到热捧，受邀在香港回归25周年特别活动、第七届中国非物质文化遗产博览会、2022上海进博会等重大活动中展出，成为关注焦点。

围绕颁奖花束拍摄的短片《“永不凋零”的冬奥会颁奖花束》，获得国内外九项传播大奖，其中包括国际五大创意奖之一的伦敦国际奖铜奖，这是恒源祥在传播赛道上获得的首个国际大奖，进一步扩大了颁奖花束及品牌的影响力和美誉度。

10月12日，在党的二十大召开前夕，以党建为引领，以文化为纽带，从上海黄浦出发，联动长三角，

辐射到全国，邀请广大党员群众共学“海派绒线编结技艺”，共编近千朵绒线花组成的“中国”两字绒线花阵在上海一江一河交会处的苏河樱花谷党群服务站揭幕亮相。绒线花阵通体红色，主要花型为牡丹，并点缀56个民族代表性花卉，表达“同心向党，爱我中国”的坚定信念和“共迎二十大”的喜悦心情。11月13日，世界儿童日前夕，“同心向党 爱我中华——小囡爱非遗”专场活动在该党群服务站举行。

恒源祥绒绣精品还亮相“上海绒绣艺术大展”等高标准展览。

year, the brand was spread for over 300 million times on the platform of "Ocean of Stars".

Meanwhile, the media weekly program "Lasting Stars" co-produced by the Film Channel and HYX had released 34 issues throughout the year, and through the special live-streaming of the said program, the same team uniforms worn by stars of "Ocean of Stars" and a series of products were sold in sync.

In 2022, the HYX Good Children Culture and Art Center finished the production and spread of several chorus videos during the battle against the pandemic and major time nodes, and two "HI, Little Starlight", Shanghai style concerts of nursery rhymes in Shanghai dialect, were staged in Shanghai Concert Hall. The renowned composer He Zhanhao wrote an inscription of "Shanghai nursery rhymes sung by Shanghai Good Children" for the Good Children Choir.

In order to perfect the HYX Group's talent cultivation system and strengthen the construction of talent teams, the "Young Club" youth growth training camp finished the conclusion of the first term and the opening of the second term.

Woolen flowers never wither, shining bright in the world

After the closing of the Beijing Winter Olympic Games, the awarding bouquet that never withers continued to be well-received, and was invited to be exhibited in major events at home and abroad such as the Special Event for 25th Anniversary of the Return of Hong Kong, the 7th China Intangible Cultural Heritage Expo, the 2022 Shanghai Import Export.

The short film "Awarding Bouquet for Winter Olympic

Games that Never Wither" has won nine awards for publicity at home and abroad, including London International Award's bronze prize, one of the five creativity awards of the world, which was the first international award won by HYX on the racing track of publicity and further promoted the influence and reputation of the awarding banquet and the brand itself.

On October 12, the eve of the 20th National Congress of the Party, led by Party building and culture, we started from Huangpu of Shanghai, linked with the Yangtze River Delta and radiated to the whole country, inviting Party members to learn the "Shanghai style woolen knitting technique". Near 1,000 woolen flowers were knitted and woven to form a flower array featuring two characters of "China", which were unveiled at the Su River Sakura Valley's Party service station where two rivers converge. The woolen flower array is red, mainly composed of peony and decorated by the typical flowers of 56 ethnic groups, expressing the firm faith of "Supporting the Party and Loving China" and the joy to "usher in the 20th National Congress of the Party". On November 13, the eve of the World's Children Day, the special event of "Supporting the Party and Loving China—Children Loving Intangible Cultural Heritage" was held at the aforesaid Party service station.

The choice embroidery works of HYX also appeared in high-level exhibitions like the "Shanghai Woolen Embroidery Art Exhibition".

组织治理



10月26日，“无线未来 恒好百年”恒源祥首届数字大会召开。

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。2022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2021年度工作报告》；审议并通过了《监事会2021年度工作报告》；审议并通过了《总经理2021年度经营工作报告》；审议并通过了《董事会2022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2021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2021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2021年度经营情况和财务状况。

2022年，分别召开第六届监事会第二十三次会议和第二十四次会议。第二十三次会议审议并通过了《2021年度监事会工作报告》；会议根据财务部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2022年财务情况进行审计。本次会议还一致认为：公司在2021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。第二十四次会议审议并通过了《2022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2021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作用。



11月1日，以“品牌心时代”为主题的北京国际品牌周开幕。

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。2022年因疫情原因，全员旅游安排市内的松江或崇明岛两日游等。恒源祥集团大厦建有相应规模的图书阅览室、文化活动和体育活动设施。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97%、2%和1%。



集团每年开展中高层岗位竞聘。



集团工会组织恒源祥员工在上海迪士尼乐园游玩。



“三八”妇女节来临之际，集团工会为女性代表送上节日慰问。



春节前，恒源祥集团工会为员工发放过年大礼包。

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

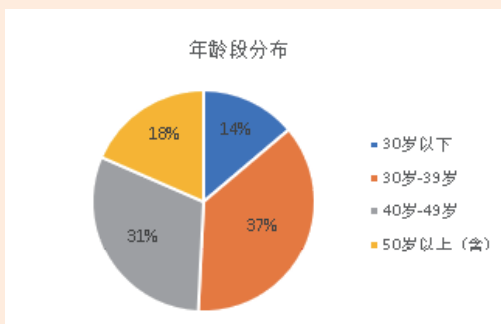
恒源祥是一家品牌企业，恒源祥集团总部195位管理人员服务恒源祥联合体5万多位成员，所谓服务主要体现在输出品牌价值、管理模式、执行标准、营销方案等，对团队成员的思维方式、能力模式和行为习惯要求十分高。集团紧紧围绕员工发展和组织发展的需求，通过“文化转型”“学习型组织”建设等方法，在保护好全员基本权益的基础上，积极培育兼具

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

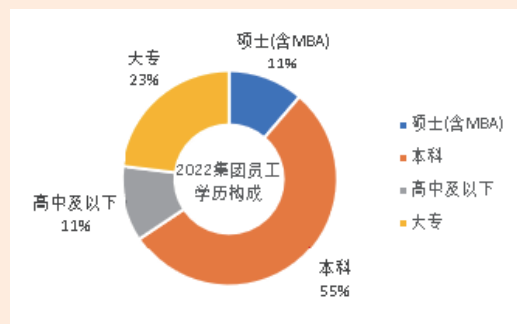
截至2022年12月，恒源祥集团员工为195人，员工的学历构成比例和年龄段的比例是：

2022年集团员工的年龄分布比例



人员结构以中青年员工为主，集团平均年龄40岁。

2022年集团员工的学历构成比例



2022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	3	1.5
总监、副总监	30	15.4
产业公司负责人	13	6.7
部门经理	24	12.3
主管级别	37	19.0
基层员工	87	44.5
合计	195	—

优化人力资源结构

大力推进人力资源优化工作。2022年，共退休4人，离职7人。全年累计招聘90后专业人才13人，为集团注入年轻活力，为集团的变革发展提供了人才支持与保障。

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%。始于2019年，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。2022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





10月26日，恒源祥联合体5000余人在元宇宙出席恒源祥首届数字大会。

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12万元，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、仓储安全管理和安全巡查、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。

2022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，2022年开展了40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8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。集团在公司的重点区域安装了监控系统，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2022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。国家法定节假日、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，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举行庆“六一”亲子系列活动、为员工子女发放节日礼品；实施工子女入学物质奖励和中高考家长公休陪考措施；集团党委、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”，对因特殊原因造



集团为消防应急疏散演习活动中表现优秀的员工发放礼品。



集团为大年初八上班的每一位员工送上开门红包。



11月24日，恒YOUNG CLUB青年成长训练营第二期开题研讨会召开。

成困难的员工子女进行专项帮助。2022年度，恒源祥党政工团对19名因病或家属生病的员工进行了家庭访问，使用工会经费15940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97%，比较满意2%，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，集团党委书记和董事长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。2022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，2022年员工的满意度为98.3%。

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。2022年人均体检费用为1350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，一是教育服务于恒源祥联合体的培训体系，主要由恒源祥集团教育

培训中心承担；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

2022年度，恒源祥集团正式录用了“90后”的13位新员工，是恒源祥集团近年来吸纳年轻力量力度最大的一年，也对集团人才培养工作提出全新挑战。在集团党工团的牵头下，“恒Young Club”青年成长训练营持续开展。训练营延续了“恒Young Club”青年项目经典IP，面向集团90后新进员工组织举办，旨在培养具备优秀文化习惯与品牌经营能力的恒源祥新人。活动包括线上的课程学习、交流分享以及线下的集团文化、历史体验，各部门总监的分享会以及冬奥志愿者项目的参与，帮助新员工更好更快地融入到企业中，全面提升工作能力、构建良好的企业文化和学习氛围。

2022年，恒源祥集团人力资源中心开展了如下新员工文化体验活动。

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》	人力资源中心
新员工	恒源祥品牌价值	董事长兼总经理陈忠伟
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	党委书记顾红蕾
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	“恒Young Club”青年成长训练营

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”。2022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》、视频《周五频道》、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、“恒Young Club”青年成长训练营等学习形式，持续提高员工素质。集团党政还采用“请进来、走出去”的方法，邀请国内外著名专家学者进行高端培训；在大环境允许的情况下，分期、分批输送员工参观优秀企业，提升管理理念。

一些先进的理念、知识还通过内部宣传平台、质量月等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一定时间进行专业培训，营造全员学习氛围外，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作氛围。

为表彰在品牌和文化发展上作出突出贡献的部门和个人，2022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2022年的“月度价值之星”中揭晓的“年度价值之星”（提名奖）分别是：

2022 “年度价值之星”（提名奖）
“百年恒源祥 荣耀奥运会”系列画册项目组
“第十六届世界武术锦标赛赛事倒计时一周年活动”项目组
《中国经营者》传播项目组
“Fazeya彩羊超级旗舰店”项目组
恒源祥服饰打假维权项目组
知识产权线上维权项目组
官方精品店小程序项目组
“恒好星辰”直播带货项目组
恒源祥元宇宙项目组
低碳课题研究项目组
《中国当代美学文选》项目组
“2022上海特色伴手礼”项目组
“兔跃八纪”创意策划与生肖文创礼盒设计项目组
“环球品牌港”项目组
“同心向党 爱我中国——共编绒线花 喜迎二十大”项目组
“中国中学生作文大赛”项目组
“好小囡合唱团”项目组
“‘恒YOUNG CLUB’青年成长训练营”项目组
“2022上海商贸服务业杰出人物”创奖项目组
恒源祥党建历史上首位上海市党代表——顾红蕾书记

在2022年的“月度价值之星”中揭晓的“年度价值之星”分别是：

2022年度“价值之星”	
无我奖	恒源祥商超产业电商项目组
	“北京冬奥会颁奖花束”传播项目组
无限奖	北京冬奥会制装项目组
	“我们一起虎虎虎 春节新媒体营销活动”项目组
无中生有奖	2022“星辰大海之时尚计划”项目组
不可为而为之奖	“恒源祥首届数字大会”项目组

2022年“恒源祥月度价值之星”的汇总表	
奖项名称	承担职能中心/产业
“北京冬奥会记者培训及誓师仪式”项目	全媒体互动中心
“北京冬奥会恒源祥嘉宾接待”项目	北京公司、全渠道消费者体验中心、技术中心等
“北京冬奥会恒源祥火炬手接待”项目	北京公司、全渠道消费者体验中心、技术中心等
“我们一起虎虎虎 春节新媒体营销活动”项目	全渠道消费者体验中心
《中国经营者》传播项目	全渠道消费者体验中心
“北京冬奥会颁奖花束”展出项目	全媒体互动中心、品牌发展中心、人力资源中心
“百年恒源祥 荣耀奥运会”系列画册项目	全媒体互动中心
“恒源祥百花奖”项目	全渠道消费者体验中心

“北京冬奥会颁奖花束”传播项目	全媒体互动中心、品牌发展中心等
《永不凋零的颁奖花束》创意短片报奖项目（2022上海国际广告奖金奖）	全媒体互动中心
《永不凋零的颁奖花束》创意短片报奖项目（2022伦敦国际奖铜奖）	全媒体互动中心
《恒好人声》+《天气预报》专题传播项目	全媒体互动中心
“第十六届世界武术锦标赛赛事倒计时一周年活动”项目	北京公司
“北京冬奥会抱枕被”项目	家纺产业、北京公司
“北京冬奥会国际奥委会正装”项目	服饰产业、北京公司、技术中心
“北京冬奥会短道速滑技术官员制服”项目	服饰产业、北京公司、技术中心
“北京冬奥会恒源祥纪念徽章定制及营销”项目	全渠道消费者体验中心
“恒源祥家纺 x YANG DESIGN ‘自然睡眠’产品企划及落地转化”项目	家纺产业
“上海市首席技师”荣誉申报项目	狄彦侠
知识产权线上维权项目	董办、总经办，技术中心
恒源祥服饰打假维权项目（9月/12月）	服饰产业
“2022上海商贸服务业杰出人物”创奖项目	技术中心
“2021-2022年标准化工作先进单位”创奖项目	技术中心
“《中国当代美学文选》发布暨中国当代美学高层论坛”项目	文化研究院、集团党委
“恒源祥博士后进站”项目	博士后工作站、肇雅研究院、技术中心
“恒源祥入选《中华商标》杂志‘《商标法》40周年’专栏”项目	北京公司
《创导》升级改版项目	全媒体互动中心
“中国中学生作文大赛”项目	公益慈善中心
官方精品店小程序项目（9月/12月）	数据中心
“Fazeya彩羊超级旗舰店”项目	彩羊产业
恒源祥x优酸乳“红的有一套”项目	全媒体互动中心

“恒源祥无线星球登陆MetaCJ”项目	全渠道消费者体验中心
“恒源祥首届数字大会”项目	全渠道消费者体验中心
“恒源祥首届数字大会视频、直播”项目	朗戈传播
2022“星辰大海之时尚计划”项目	全渠道消费者体验中心
“恒源祥国潮设计入展联合国教科文总部”项目	品牌发展中心、文化研究院
《恒艺术图库》项目	全媒体互动中心
“好小囡合唱MV”项目	好小囡文化艺术中心
“2022上海特色伴手礼”项目	技术中心、全媒体互动中心、家纺产业
“HI 小辰光——好小囡海派沪语童谣音乐会”项目	好小囡文化艺术中心
“小囡爱非遗”主题活动	儿童产业、好小囡文化艺术中心
“印尼绒线手捧花”项目	北京公司、品牌发展中心
“编织中国梦 共筑新生活 2022恒爱行动启动仪式”项目	公益慈善中心
“同心向党 爱我中国——共编绒线花 喜迎二十大”项目	集团党委、品牌发展中心、全媒体互动中心
“好小囡合唱团国庆演出”项目	好小囡文化艺术中心
“恒源祥青年志愿者”项目	集团党委、团委
“‘恒YOUNG CLUB’青年成长训练营首期”项目	集团党委、团委、人力资源中心

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。恒源祥集团秉承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“羊来了”进行宣传，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尊重人才、爱惜人才，高度重视人才的文化氛围。

环境



2月2日，恒源祥嘉宾、三江源国家公园管理局长江源园区可可西里管理处卓乃湖保护站站长秋培扎西担任2022年北京冬奥会火炬手。

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加盟工厂“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。

早在1996年，恒源祥就率先在行业内通过了ISO14000环境管理体系认证，奠定了恒源祥绿色低碳发展的基石，并依托“羊毛天然可降解”的特性，对超细羊毛纺纱、织造工艺开展了探索。2004年3月12日，恒源祥参与了全球最细羊毛的竞拍，并且作为第一家中国参与竞拍的企业中标，同时也创造了羊毛拍卖的最高纪录，一直到今天还未被打破。由纺织工程学院院士领衔，结合当时世界上最环保的生产工艺设计，恒源祥前后花了近一年半的时间，解决了最细羊毛的生产问题，出色完成了这项艰巨的工程，填补了中国企业在这一领域的空白。

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——世界最先进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。

2022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2022年12月，恒源祥大厦的耗电量为713080度，比2021年同期耗电量734128度电，节约电力21048度，降低了2.87%。

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，2022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. “无烟日”主题活动

每年5月31日的世界无烟日，恒源祥集团都举行主题活动，向全体员工倡导秉持“持续为社会创造价值”的价值观，倡议所有员工在无烟日坚持不抽烟，并将一天的吸烟费用捐赠给慈善项目“恒爱行动”。通过此活动进一步强调员工自觉遵守《恒源祥集团本部大厦禁烟制度》，共同营造一个健康、清新、文明的环境。

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，2022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。2022年，青年员工们在蚂蚁森林上完成栽种80棵树。

3. 与三江源国家公园管理局紧密合作

2002年开始，恒源祥一直致力于可可西里的生态保护，并与三江源国家公园开展紧密合作。恒源祥作为三江源国家公园管理局的共建单位，2022年2月2日，恒源祥嘉宾、三江源国家公园管理局长江源园区可可西里管理处卓乃湖保护站站长秋培扎西作为北京2022年冬奥会火炬手，在冬奥公园参加火炬接力活动，展示蓬勃向上的精神风貌，积极传播奥林匹克精神和北京冬奥会理念。9月27日，在恒源祥举行的“共编绒线花——保护可可西里守护者联盟”专场活动，与三江源国家公园管理局可可西里管理处互动。专场活动主要由“保护可可西里守护者联盟”成员单位代表、黄浦区区域化党建联席会议成员单位代表，共同钩编牡丹以及藏族的代表性花卉——“格桑花”造型的绒线花，以党建共建为载体，以海派文化为纽带，情牵一线，增进守护者联盟之间的交流与合作。

公平运行实践



顾红蕾书记当选中国共产党上海市第十二次代表大会代表并出席大会。

党建工作

2022年集团党委围绕核心目标价值、核心项目落地、核心方法实施、品牌价值循环开展工作，突出党建促业务，以原创党建品牌项目为抓手，融入新赛道、新关键词，通过党建联建资源的拓展和延伸，提升内外部协同、党工团协同的能力，增强组织合力，为品牌发展构建行稳致远的组织基础。

1. 党员学习教育

方法：集团党委近年来以主题教育、党史学习为抓手，以党建品牌项目为平台，围绕在新思想学习上常态长效、在服务大局中彰显价值、在精准供给中提升品质、在方法载体上守正创新、在体系建设上持续用力、为党员践行初心和使命赋能增效。

做法：落实党员日常学习制度：“三会一课”、组织生活会、民主评议党员、谈心谈话、主题党日

等，建立健全长效机制。提升党员学习教育方式方法，完善组织形式、丰富学习方式、创新运用数字与互联媒介。

通过资源运用，2022年集团党委开展线下沉浸式学习活动，进一步培养党员学习自主性，促进学习成果融入岗位工作和项目推进。

① “七·一” 主题党日学习活动

集团党委书记顾红蕾作为代表参加市党代会，她分享了参加上海市第十二次党代会的感受，传达了党代会的主要精神和内容，她表示，这是恒源祥党员第一次作为代表参加市党代会，是品牌的荣誉，更是大家共同努力的结果，她向全体党员发出倡议：弘扬伟大建党精神，筑牢“爱党爱国爱恒源祥”的精神之基，攻坚克难、提高工作效率和效益；发挥“支部建在产业上”的优势，提高品牌价值创造和品牌价值实现循环的效能和效益；发挥“引领者”的先锋模范作

用，带头参与新项目的规划和筹备，在实现企业创新迭代和跨越式发展上作出新的贡献。

集团党委为党龄逢5逢10的党员组织集体政治生日，是初心的回顾，也是信仰的坚守。

②“新年第一课”参观中共一大会址新馆

2月8日，春节后恒源祥集团的首个工作日，集团党委组织全体党员，前往中国共产党第一次全国代表大会纪念馆，开启“新年第一课”。党员们表示，春节后上班的第一天一起参观一大会址纪念馆，荣幸而自豪。在党的诞生地，感悟了赓续和传承，坚定了“踔厉奋发、笃行不怠”一起向未来的信心。

③线上自主学习活动

疫情期间，党委安排各支部党员学习上海发展成就展“云党课”，观看党的二十大开幕实况和党的

二十大代表风采系列片。

④上级党组织评价

在市委组织部关于党员学习制度落实的调研中获好评。

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，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。



2月8日，集团党委在中国共产党第一次全国代表大会纪念馆开展“新年第一课”。



集团党委集体观看党的二十大开幕实况。



原创党建特色品牌项目“同心向党 爱我中国——喜迎二十大 共编绒线花”开展，发布数字藏品。

3.开展原创党建特色品牌项目“同心向党 爱我中国——喜迎二十大 共编绒线花”

2022年集团党委原创党建特色品牌项目“同心向党 爱我中国——喜迎二十大 共编绒线花”，以党建为引领，以文化为纽带，以“海派非遗”为载体，以区域化党建联席会议为平台，从党的诞生地、初心始发地——上海黄浦出发，联动长三角，辐射到全国。延续2022年冬奥颁奖花束的热度，以共编绒线花组成“中国”绒线花阵的方式喜迎二十大。

整个项目融入了低碳元素——绒线编织、美学元素——手绘纪念首日封及明信片、元宇宙元素——56个民族代表性花卉的绒线花NFT铸造，通过党建引领探索新赛道实践，助力应对后疫情时代挑战。

活动为符合疫情防控要求，以在线视频教学为主，三场主要的线下专场活动中以可可西里藏羚羊守

护者联盟为主要参与对象，结合公益慈善项目，协同推进品牌生态构建。

10月12日成果发布仪式暨“中国”绒线花阵揭幕：绒线花阵通体红色，主要花型为牡丹，并点缀56个民族代表性花卉，表达56个民族像石榴籽一样紧密团结在一起，“同心向党 爱我中国”的坚定信念和“喜迎二十大”的喜悦心情。

众多媒体对此次活动进行了报道：人民日报、中国日报、中新社、央广、解放日报、文汇报、新民晚报、新闻晨报、劳动报、青年报、黄浦融媒体，以及学习强国平台进行了视频展示。

4.党建联建

党建联建创新方式和举措的探索与实践，长期以来作为集团党委工作核心方法的实施与落地，重在通过党建联建资源的组合与运用、拓展与延伸，形成内



11月13日，“小囡爱非遗”世界儿童日活动在苏州樱花谷党群服务站举行。

外部合力，从而推动党建工作及其他业务工作。

2022年，集团党委与党建共建单位东方国际、新四军历史研究会六师分会，三江源国家公园管理局、复旦大学附属红房子医院、宝兴居民区党总支等继续开展联组学习、共建活动，依托非遗、体育、公益慈善，与多家政企机构院校构建了公共关系，为品牌的朋友圈吸粉助力。

通过党建共建资源的维护、拓展和延伸，为大客户采购以及小程序精品店内购推介搭建平台、引荐资源，扩大消费者对品牌及产品的触点，提升客群层质量。

5.统一战线工作

在统一战线工作方面，响应“国家安全 人民防线”机制，以党政工团领导为小组成员，成立“人民防线”小组，协同形成了以冬奥颁奖花束传播为正向案例的实际工作成果。

6.党建工作全年阶段性成果

在充满挑战的2022年，集团党委与全体党员、员工一同以勇气和果敢，克服疫情带来的诸多不确定和困难，力求守正创新，党委的多篇党建工作探索案例分别刊登于《东方网》《晨报》，外滩街道官微、黄浦党建官微、上海基层党建官微等，顾红蕾书记相关专访刊登于国家重点学术期刊《支部生活》。

同时，党委书记顾红蕾作为市十二次党代会代表，参与大会，履行党代表职责，并受邀于区党建服务中心、黄浦区妇联召开党组中心组（扩大）学习会等平台作党代表分享。2022年，顾红蕾书记当选区妇联第三届执委会常委，以及获颁“两新”组织书记工作室牌匾。

7.青年党团员价值观养成实践平台

①3月5日“学雷锋纪念日”，集团青年党团员在“为民服务活动日”中，为社区居民提供关于服装及家用纺织品的知识咨询，材质的辨别、储藏、洗涤和护理的注意事项等，向居民赠送便携装消毒免洗手

液。

②本年度转正的青年党员的专题党课学习，以及集体宣誓仪式。

③“恒Young Club青年成长训练营”持续开展

由集团党委、团委、人力资源中心共同举办的恒Young Club青年成长训练营开展一年多来，通过沉浸式党课团课、文化分享、业务交流、线上培训、线下感知等方式，致力于为组织发展和企业文化做好青年引领工作。

青训营一期于2021年9月开营，2022年9月结营，期间邀请集团高管、中层导师为学员授课5次，组织学员参加“元宇宙大咖专题分享会”系列学习活动3次，线上培训课程2次；期间成立了冬奥颁奖花束青年志愿者团队，以及2022年党建品牌项目展望、“五四”青年座谈会活动以及感知“恒源祥”和团建联建活动。

青训营二期于2022年9月开营：当年度组织了消防安全培训、在线培训课程1次、ACF应用与合作开展会、产品推介实践等，充分运用“我想 我讲 我做 我要”的模式，培养青年员工了解品牌、感知文化、实践项目。

组织化的平台搭建，以及青年群体文化的树立、习惯的培养，使品牌价值在新生代员工中得以延伸和循环，协同能力得以提升、组织合力得以增强。

8.围绕文化转型，培育青年员工

为了在整个公司形成一种“我想、我讲、我做、我要”的文化氛围，2022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。

2022年发展预备党员1名，新增入党申请者1名。



7月1日，集团党委开展党日主题活动。



7月1日，顾红蕾书记为疫情期间优秀志愿者表彰。

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，更是上海市著名商标，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，九十多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

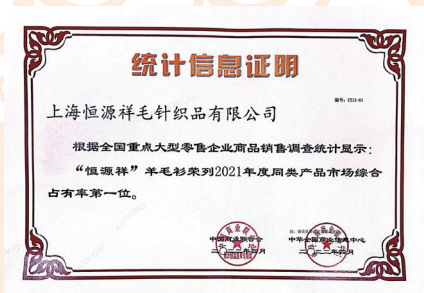
强组织与个人诚信道德教育；大力推进“卓越绩效管理”模式，引入第三方信用评价，建立第三方评审、审计和内部审计的工作机制和体系。

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、2020年、2021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。

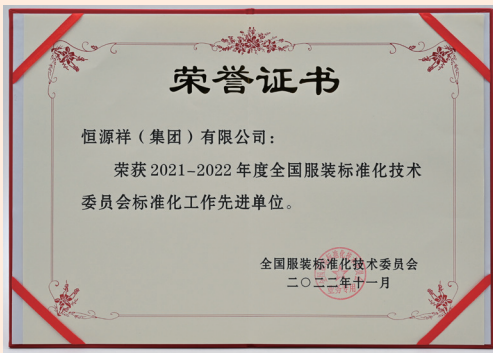
3. 推动行业健康发展

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2022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保护协会
22	上海市首发经济促进联盟



“恒源祥”牌羊毛衫再度蝉联同类产品市场综合占有率第一。



恒源祥荣获“2021-2022年度全国服装标准化技术委员会先进单位”。

4.开展国家和行业标准的宣贯活动

为进一步提高恒源祥产销体系质量意识，切实贯彻和落实恒源祥品牌“大质量”理念，养成“大质量”文化，形成人人关心质量，人人重视质量的良好氛围，有效提升终端服务质量水平，恒源祥服饰产业定期开展培训工作，2022年，培训内容包括不限于国家有关质量法律和GB/T5296.4《消费品使用说明第4部分：纺织品和服装》标准、相关安全标准、产品标准和公司有关规定。

5.参与3项国家标准、2项纺织行业标准的制修订工作

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成员单位，年内作为标准的起草单

位先后参与了GB/T 29863《服装制图》、GB/T 22849《针织T恤衫》、FZ/T 81009《人造毛皮服装》、FZ/T 81007-2022《单夹服装》等5项国家和纺织行业标准的制修订工作，并被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1项企业标准

年内集团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，帮助恒源祥家纺公司制订、审核和在网备案《毛巾》等1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》的恒源祥集团产品的生产经销、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，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

2022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因此受到影响，同时集团海外游学项目受到影响而暂停。近年来，教育培训中心组织联合体成员曾赴美国、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不断提升过往培训的基础之上，继续突破局限，在2022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2022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，本年度共计为服饰产业，家纺产业进行线上线下培训，满意率达97%。

2022年7月，筹备开展“元宇宙，品牌新时代”，2022攀雅研修品牌班二期，让所有学员全面深



9月，恒源祥集团新员工前往无锡、江阴等地工厂感知恒源祥。

刻认识到“心”时代的新挑战和新机遇，掌握新知识，开拓“心”视野，构建新格局，成为具有国际水准的品牌运营人才，为企业品牌升级赋能，为中国品牌走向世界助力。9月，教育培训中心联合全渠道消费者体验中心为所有产业公司开展了抖音服饰行业新趋势，抖音直播客户运营指南，抖音商城运营指南，恒源祥数字化抖音专题培训。

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工团联建单位开展了系列活动，包括“感知恒源祥”“青年恒好”论坛等。

①组织建设及人才培养

受疫情影响，5月4日，“同心向党 青春百年”——恒源祥集团“五四”青年线上座谈会暨主题团日活动通过网络会议形式举行，活动旨在庆祝中国共产主义青年团成立100周年，纪念五四运动103周

年，深入落实团市委、区委发起的“喜迎二十大、永远跟党走、奋进新征程”主题教育实践活动，并进一步关心关爱青年员工疫情期间的的生活与成长。会上，团员们学习了《新时代的中国青年》白皮书的内容。陈忠伟董事长建议青年在品牌发展的事业中，要在广泛涉猎信息的基础上，提升思考问题的深度和高度，利用好自身的资源与条件，并寻找志同道合的前行伙伴，让自身成长为“创造历史”的一员。恒源祥集团所在的黄浦区，是中国共青团的发源地，中国青年运动的重要发祥地。作为黄浦区团区委直属团组织，恒源祥集团团委将继续带领青年员工们传承百年红色基因，勇担青春使命，在不懈奋斗中建功新时代。

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、服务等方面的技能，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。2022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。2月2日，“羊二代”毛文灏、黄益纪、陈晓明作为2022年北京冬奥会火炬手，在冬奥公园参加火炬接力活动，充分展示蓬勃向上的精神风貌，积极传播奥林匹克精神和北京冬奥会理念。

4. 分会建设

2022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。

2022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。

2022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。

2022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。

2022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。



11月22日，彩羊超级旗舰店在昆明开业，陈忠伟董事长授牌。



恒源祥集团组织家纺一厂为四川甘孜泸定地震受灾儿童捐赠毛毯、棉被等爱心物资。

制度方针

恒源祥集团为切实保障各合作工厂产品质量、规范合作工厂第三方采购行为，强化对合作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》的合作工厂。2022年恒源祥集团继续严格执行上述规定。

尊重产权

2022年，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、各职能中心、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、保护和管理的基礎和前提，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。集团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，督促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。为了迎接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，2022年，恒源祥集团旗下大陆地区已注册商标数达1531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，2022年新申请商标共计92件。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	1856
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

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，坚持以消费者需求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，2019年是恒源祥严格执行《2016版加盟工厂质量管理体系》的第三年，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品质量得到了很好的控制与提升。2022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. 2022年度恒源祥产品质量抽检

① 抽样概况

涉及产业：服饰、家纺、商超、彩羊、羊绒、儿童；

涉及工厂：18家工厂

抽检品类：棉服装、茄克、毛衫、休闲服装、羽绒服装、围巾、羊绒衫、配套床上用品、被类、毯类、床单、内裤、内衣等；

抽检渠道：天猫、唯品会、专柜、淘宝店铺等。

4. 2022年恒源祥联合体质量月

2022年9月，集团在全国范围内开展了以“无线生活 质创百年”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，联合体高温慰问品共计2550份（其中质量月主会场300份），制作发放旗帜123套（国旗、质量旗、司旗）。

今年全员技能大赛，除了在主会场开展技能比拼之外，更是扩大了参与范围，覆盖到全产业，共设置了七个分赛场，并根据不同产业设定了相应的竞赛项目：“缝纫技能”“产品包装”“产品后处理”等。

2022年9月1日至9月25日期间，面向全体联合体

序	会场	比赛项目	参与加盟工厂
1	集团主会场 (服饰、绒线、羊绒)	手缝商标	羊绒品检厂
		机缝商标	毛针织品检厂
2	商超产业	内衣包装	制衣七厂
3	鞋业	皮鞋后处理工艺	鞋业一厂
4	家纺产业	枕套缝制	家纺一厂
5	儿童	羊毛衫包装	儿童三厂
6		内衣包装	儿童二厂
7	大客户	皮带成品包装	箱包一厂
8	彩羊	枕套缝制	彩羊家纺一厂

成员开展有奖质量知识竞赛。竞赛试题内容包含恒源祥使命、精神、价值观，品牌热点，质量知识、知识产权知识等。题库共110道题目，其中91道单选题，19道多选题。知识竞答系统随机抽取20道题目，其中15道单选题，5道多选题。活动期间共计访问次数327次，有效答卷数112，完成率34.25%。

大质量文化的打造和质量意识的建立基于持之以恒与坚持不懈，集团全渠道消费者体验中心不断创新活动内容和开展方式，让更多的联合体成员参与其中。

5. 恒源祥质量服务技术社群

基于集团全渠道消费者体验中心现有服务联合体的工作职责，今年全渠道消费者体验中心以企业微信为平台，建立、运营垂直化的联合体质量技术服务社群，发布、共享及输出恒源祥集团优势资源。“恒源祥质量技术服务社群”于10月份开始筹建，并在11月15日开始质量知识点内容发布共享，按计划每周二进行知识点海报或视频等多种形式的内容发布共享。

2022年发布的内容：

序	标题	内容	形式	发布时间 (每周二)	备注
1	“烷基酚聚氧乙烯醚”(APEO)的那些事	名词含义;用途;解决方法	海报	11月15日	
2	合格证所需要的内容	使用说明的含义;使用说明的具体内容;注意事项	海报	11月22日	GB 5296.4-2012
3	耐久性标签Q&A	什么是耐久性标签;什么内容应采用耐久性标签;耐久性标签一般在什么位置;注意事项	海报	11月29日	GB 5296.4-2012
4	纺织品维护标签符号	使用依据、符号使用顺序、符号要求	海报	12月6日	GB/T 8685-2008
5	纺织品维护标签符号(水洗)	名词解释、符号图形、注意事项	海报	12月7日	GB/T 8685-2008
6	纺织品维护标签符号(漂白)	名词解释、符号图形、注意事项	海报		
7	纺织品维护标签符号(干燥)	名词解释、符号图形(自然干燥、翻转干燥)、注意事项	海报		
8	纺织品维护标签符号(熨烫)	名词解释、符号图形、注意事项	海报		
9	纺织品维护标签符号(专业维护)	名词解释、符号图形、注意事项	海报		
10	羽绒服装新标准视频	适用范围;注意事项	视频	12月13日上午	GB/T 14272-2021
11	羽绒服装新旧标准主要差异1	适用范围;术语和定义;使用说明	海报	12月13日下午	
12	羽绒服装新旧标准主要差异2	原材料和填充物;羽绒品质要求	海报		
13	羽绒服装新旧标准主要差异3	理化指标:烷基酚和烷基酚聚氧乙烯醚、色牢度	海报	12月20日	
14	羽绒服装新旧标准主要差异4	理化指标:接缝性能/绽裂、防钻绒性、洗涤后外观、儿童上衣拉带安全规格、童装绳索和拉带安全规格、婴幼儿服装的衣带缝纫强力、婴幼儿服装的钮扣等不可拆卸附件拉力	海报		
15	单夹服装新旧标准差异1	使用说明;原辅料	海报	12月27日上午	FZ/T 81007-2022
16	单夹服装新旧标准差异2	经纬纱向;对条对格;拼接	海报		
17	单夹服装新旧标准差异3	色差;外观疵点;缝制质量;整烫	海报		
18	单夹服装新旧标准差异4	理化性能要求:儿童产品安全性能要求、纤维含量、面料耐湿摩擦色牢度、酚黄变、撕破强力、洗涤干燥后外观	海报	12月27日下午	
19	单夹服装新旧标准差异5	理化性能要求脚注:色牢度、面料耐湿摩擦色牢度、起球、接缝性能、覆粘合衬剥离强力	海报		

消费者服务、支持和投诉及争议处理

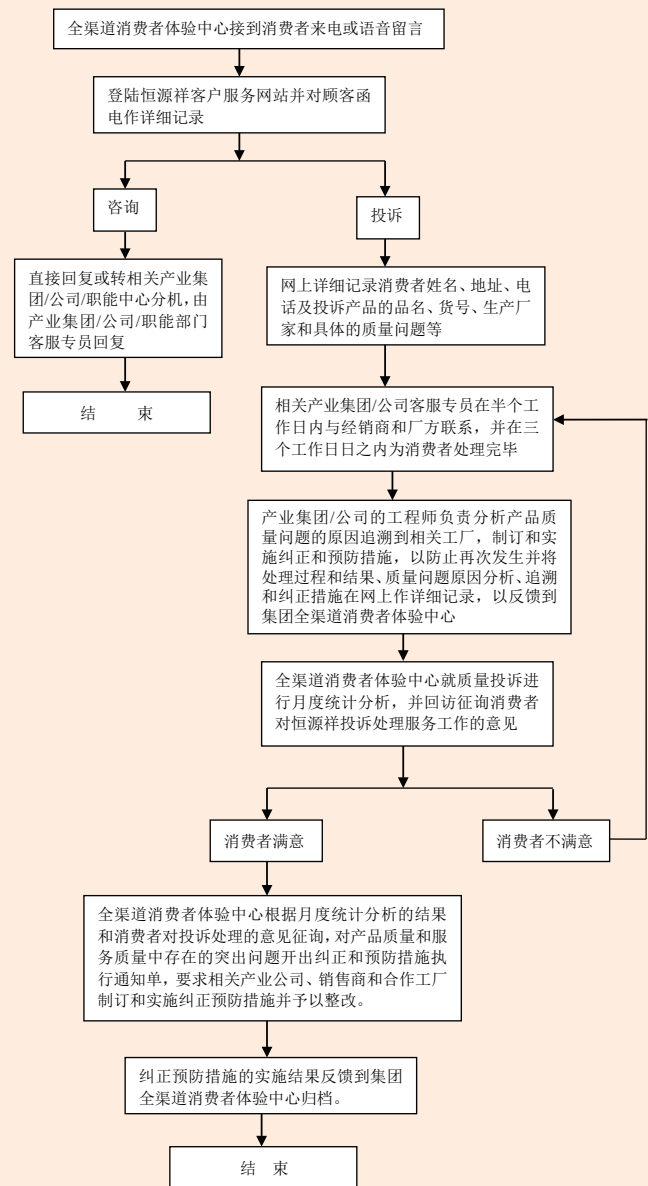
1. 产品或服务的销售和售后服务体系健全

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。

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。通过800热线为消费者解决问题，维护了恒源祥的品牌信誉和企业形象，同时也推动了产销体系不断改进其质量体系、产品和服务。截至2022年12月，年度投诉总量10起，与往年相比呈下降趋势，其中家纺产业4起、绒线产业1起，服饰产业2起，彩羊产业1起，商超产业2起。与往年同期相比，服饰和绒线产业有小幅下降。

恒源祥客服工作流程图



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合作工厂管理系统、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，确保合作工厂、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、洗涤方式及保养方法。（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。



质量月期间，恒源祥家纺产业开展全员技能大赛。

社区参与和发展



2022年度恒源祥“五四”主题活动在线上举行。

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、学校等组织的结对共建，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。2022年，集团党委与宝兴社区原居民保持联系互动，在黄浦区人大代表、恒源祥集团董事长兼总经理陈忠伟，上海市党代表、恒源祥集团党委书记顾红蕾带领下，集团开展了新春慰问、重阳节慰问，开展冬送温暖、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区班中的一个热门课程。始于2017年9月，非遗技艺绒绣课在黄浦区回民小学固定开课。

10月至12月，恒源祥社区秋季课程将“海派绒线编结”技艺拍摄成视频课程，由上海市级传承人、恒源祥绒线编结师励美丽出境，带来了10节别开声色的绒线花、绒线玩偶钩织教学课程，视频在恒源祥哔哩哔哩官方账号进行投放，邀请市民朋友在平台上观看学习，在疫情特殊时期做好安全的市民非遗普及学习工作。

10月至12月，恒源祥社区秋季课程将“上海绒绣”技艺拍摄成视频课程，由恒源祥绒绣原创工作室工艺师马俊出境，带来了6节绒绣新针法的教学课程，视频在恒源祥哔哩哔哩官方账号进行投放，邀请市民朋友在平台上观看学习，在疫情特殊时期做好安全的市民非遗普及学习工作。

3.警民共建

集团与黄浦武警保持互动。自2013年9月恒源祥与武警黄浦支队签署了党建、团建共建协议后，双方依靠自身资源优势，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，努力构建警地联建工作新格局，共建警民鱼水情。

教育与文化

支持教育事业发展

1.恒源祥好小囡文化艺术中心

2022年，恒源祥好小囡文化艺术中心在抗疫期间及重大时间节点完成多部合唱视频的制作和传播，并在上海音乐厅上演两场“HI 小辰光”——海派沪语童谣音乐会。著名作曲家何占豪为好小囡题词“上海小



沈阳中国中学生作文大赛（2021-2022）“恒源祥文学之星”总决赛举办。

囡传唱上海童谣”。

2.中国中学生作文大赛

10月31日，中国中学生作文大赛（2021-2022）“恒源祥文学之星”全国总决赛颁奖典礼在辽宁沈阳举行。总决赛通过笔试、口试、即兴演讲三大环节，从“听、说、读、写”四个方面考察选手们的综合素质，最终诞生了20名“恒源祥文学之星”和20名“恒源祥文学之星”提名奖以及4个单项奖。

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。



11月，上海好小囡少儿合唱团上演音乐会。



9月9日，集团董事长陈忠伟与中国毛纺织行业协会会长刘家强在线上共同签署“毛针织品碳排放研究项目”合作协议

4.大学生感官科研

为推动中国乃至全球感官品牌研究的发展，鼓励更多青年才俊积极投入到感官品牌研究中来，恒源祥集团与中国科学院专门设立“恒源祥感官英才奖”。目前全国累计50名大学生获得此荣誉。

支持体育事业发展

1.“双奥”赞助商助力北京冬奥会

2022年2月4日晚，北京冬奥会盛大开幕。“双奥”赞助商恒源祥以独有的方式写就奥运史册精彩一笔。

作为国际奥委会正装供应商，恒源祥为国际奥委会官员和工作人员提供了大衣、西服、衬衫、毛衣、围巾、领带、皮带、包具等品类共计4369件服饰装备，得到国际奥委会主席巴赫在内的高度评价。作为

北京冬奥会和冬残奥会官方赞助商，恒源祥为冬奥村提供的9000个抱枕被和9000件床旗受到中外运动员的喜爱，被誉为“东方黑科技”。而最为亮眼的则是恒源祥用传承的“海派绒线编结”这一非遗技艺为获奖运动员打造的1251束“永不凋谢”的颁奖花束，这在奥运历史上尚属首次，让运动员爱不释手的同时，也赢得了中外媒体的广泛关注。据统计，恒源祥冬奥期间的舆情声量，80.4%与花束相关。500家全球媒体报道，媒体曝光量达300亿人次。

在北京冬奥村的中国传统技能技艺文化展示体验区，恒源祥用绒线制作的《绒之百花·春之镜像》艺术作品与颁奖花束同时展出。

冬奥期间，集团董事长兼总经理陈忠伟、集团党委书记顾红蕾带领恒源祥联合体成员及社会嘉宾参与了北京冬奥会、冬残奥会的火炬接力活动，观摩了开闭幕式及相关比赛。

恒源祥在冬奥会上的突出表现，吸引了众多体育知名人士来访交流。3月，国际奥委会副主席于再清，中国滑冰协会主席、中国速度滑冰队总教练李琰，以及奥运冠军武大靖、高亭宇、范可新、吴静钰、何可欣、张会先后来访恒源祥。4月，北京冬奥组委奥运村部向恒源祥集团发来感谢信。恒源祥成功地在冬奥会这一世界舞台上彰显了品牌实力。

6月23日国际奥林匹克日，恒源祥推出《百年恒源祥荣耀奥运会》画册，立体、全面展现了恒源祥95年品牌发展中与体育、与奥运的精彩故事。

2.其它体育赛事赞助

作为国际武联的全球合作伙伴，恒源祥12月亮相在印尼举行的第八届世界青少年武术锦标赛，并独家冠名了将于2023年11月在美国举行的第十六届世界武术锦标赛。



3月9日，国际奥委会副主席于再清一行来访恒源祥北京公司。

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。

10月12日，在党的二十大召开前夕，以党建为引领，以文化为纽带，从上海黄浦出发，联动长三角，辐射到全国，邀请广大党员群众共学“海派绒线编结技艺”，共编近千朵绒线花组成的“中国”两字绒线花阵在上海一江一河交会处的苏河樱花谷党群服务站揭幕亮相。绒线花阵通体红色，主要花型为牡丹，并点缀56个民族代表性花卉，表达“同心向党，爱我中国”的坚定信念和“共迎二十大”的喜悦心情。11月13日，世界儿童日前夕，“同心向党 爱我中华——小囡爱非遗”专场活动在该党群服务站举行。恒源祥绒绣精品还亮相“上海绒绣艺术大展”等高规格展览。



12月5日，恒源祥亮相在印尼举办的第八届世界青少年武术锦标赛。

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。2022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

2022年，技术中心积极贯彻落实集团的经营战略和工作目标，开展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、企业标准体系建设、质量技术咨询、纯羊毛标志的定制和管理、企业危机公关处理等工作。年内技术中心以自主研发开发为主体，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，已完成国家知识产权优势企业的复核工作，并申报了4项市级和2项区级科研项目，获得上海市有关政府部门下达并已到位的财政专项资助资金，并作为标准的起草单位先后参与了GB/T 29863《服装制图》、GB/T 22849《针织T恤衫》、FZ/T 81009《人造毛皮服装》、FZ/T 81007-2022《单夹服装》等5项国家和纺织行业标准的制修订工作，以及完成《毛巾》等1项企业标准的制修订、审核发布和网上备案工作，并被全国服装标准化技术委员会授予“2021-2022年度标准化工作先进单位”等荣誉。同时，集团精心设计开发的恒源祥多功能靠垫被入选“2022上海伴手礼好评榜”文创百货类榜单。

截至2022年末，集团申请专利总数为192件，其中发明专利47件，实用新型专利42件；获得授权专利126件，其中发明专利19件，实用新型专利36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3项。

2. 低碳发展创新

为了清楚了解恒源祥核心产品的碳排放情况，为未来制定低碳发展战略奠定基础，9月9日，恒源祥集团携手中国毛纺织行业协会在线上召开了“恒源祥碳经济研究课题启动大会暨毛针织品碳排放研究项目合作签约仪式”，宣告恒源祥碳经济研究课题正式启动。

11月，恒源祥集团又先后与苏州大学就合作开展“羊毛被产品碳排放评估方法与碳中和技术路线规划”课题，与东华大学就合作开展“棉针织内衣碳排放评估与碳中和技术路径”课题达成共识。同时，为了更好地推进恒源祥博士后科研工作站发展，恒源祥集团还联合苏州大学、苏州大学分别培养了一名兼职博士后。两位博士后也将参与到恒源祥“低碳经济”项目的研究与开发中，为恒源祥低碳发展助力。

3. 服务创新

恒源祥的服务创新最重要的表现为感官品牌研究。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，为找到综合交叉的感官品牌形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。

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。

4. 合作创新

在当下精神和情感消费的“心时代”，美是社会最大的能力。2020年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。

11月6日，上海市美学学会、上海交通大学人文艺术研究院、恒源祥集团共同主办《中国当代美学文选2022》发布会暨中国当代美学高层论坛，力求全面反映中国当代美学研究动态的首部论文汇编《中国当代美学文选2022》由人民文学出版社出版，该书封面采用了恒源祥为北京冬奥会打造的绒线花颁奖花束作为主画面。

5. 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。11月1日，在2022北京国际品牌周开幕式上，由恒源祥主要发起的“环球品牌港”筹委会正式成立。“环球品牌港”以恒源祥青浦园区为基地，立足打造具有国际影响力的品牌产业聚集区，搭建品牌运作与国际交流的生态圈。

6. 产业创新

① 恒源祥女装

2022年是恒源祥女装项目创立12周年，12年来，恒源祥女装发展态势持续向好，丰富的产品线能够满足东方女性多场合穿着需求，为消费者带来优雅、大气、绿色的时尚生活方式。

② “恒好百年”品牌

恒源祥“天时、地利、人和”的寓意加之和谐“家”文化的概念——“吉祥·美好·和谐”，基于此，恒源祥集团于2017年推出的全新婚嫁生活品牌——恒好百年，旨在传承优秀的中国传统婚庆文化，融入现代的设计语言，符合现代审美理念，以创造独具文化特色的新时代嫁妆系列产品，并配以最贴心与专业的服务，给消费者最舒心的消费体验。

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



11月12日，恒源祥“星辰大海”礼服亮相第35届中国电影金鸡奖。

化的传承，在羊毛生活领域进行创新性研究，2022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融合鞋业产品中。

在2022年11月厦门举办的中国金鸡百花电影节中，恒源祥鞋业为入选电影频道“星辰大海”计划的青年演员们提供了羊毛鞋产品，羊毛鞋产品的亮相获得了演员以及观众们的一致好评。

④恒源祥箱包

恒源祥箱包、皮具项目着重打造深化柔性供应链端服务工作，布局南、北两大仓储式基地，并赋能电商、直播、团购等渠道，在京东自营、直播、线下品牌店等领域均有良好表现，着力在各销售领域持续发力，稳步提升营业额，夺取更大的市场份额。

该项目在2022年度的工作亮点如下：

供应链建设：初步完成南、北两大仓储式发货基地降本增效；优化常规SKU商品，贯彻尖货优品概念；启动女包研发与资源对接。

渠道建设：新增京东自营旗舰店，抖音APP旗舰店，电商发展趋势已具雏形；大客户渠道消费者认可度、影响力持续提升，新客户占比提升30%，参与项目涉及电力、铁路、军队、医院、外企、政府等众多领域和项目；线下店铺继续与恒源祥联合体各成员深

入探索与合作，店铺合作数量继续增加，较2021年合作数量已扩大1倍有余。

品牌宣传：参与行业线下展会宣传推广13次，全国型专业展会2次，共计传播人次计80余万人次，较去年提升20%；线上开启B端品牌直播推广模式，共计8次直播服务，观看人数2.4万人。

⑤2022年“星辰大海青年演员优选计划”之“时尚计划”

恒源祥携手中央电视台电影频道融媒体中心联合发起2022年“星辰大海青年演员优选计划”之“时尚计划”，围绕为入选“优选计划”的青年演员定制队服及礼服，通过全领域优质资源合作，从中国礼服与时尚艺术美学视角展示恒源祥的品牌故事和艺术属性。本年度开展的系列活动包括：7月，武汉第36届大众电影百花奖；9月，北京第29届大学生电影节、中秋云歌会；11月，为入选2022“优选计划”的青年演员定制队服及礼服，亮相第35届金鸡奖颁奖典礼等。全年度在“星辰大海”平台品牌传播量超过3亿次。

与此同时，电影频道与恒源祥共创的融媒体周播栏目《恒好星辰》全年度共计34期，并通过“恒好星辰”特别直播在抖音平台实现“星辰大海”明星同款

队服以及“恒好星辰”系列产品同步售卖。

7. 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，2022年，品牌产业在探索产品艺术化的道路上迈出坚实步伐。恒源祥家纺、恒源祥儿童产业联合著名设计公司YANG DESIGN，围绕品牌产业定位、目标客群分析、核心产品设计等方向开展共创；在文创产品打造上，恒源祥家纺还携手上海市非遗“海派剪纸”传承人李守白出品联名款家纺套件。集团携手百年品牌汪裕泰茶叶、老香斋点心开发“三羊开泰 花好月圆”中秋礼盒。

8. 电商升级发展

为持续唤起消费者对品牌十二生肖的记忆，恒源祥联合抖音在春节期间推出了以生肖文化结合冰雪运动为主题的“我们一起虎虎虎”虎年贺岁趣味挑战赛，送出新年祝福的同时助力冬奥会。挑战赛期间共收到8.2万多条网友原创短视频，累计播放量超过2.9亿次。通过与年轻消费者的互动，实现品牌传播圈层突破。

本年度恒源祥电商在老字号品牌中表现亮眼，在“文旅产业指数实验室”发布的《2022非物质文化遗产消费创新报告》中，恒源祥在575个于天猫开设旗舰店的老字号品牌中，统计周期内成交额排名第一。

关爱社会

1. “恒爱行动”

12月30日，“编织新生活 共筑中国梦”2022年度“恒爱行动——百万家庭亲情一线牵”全国启动仪式暨“恒爱行动”公益论坛在凤凰网公益频道隆重举行，标志着由恒源祥集团和中国儿童少年基金会发起的“恒爱行动”步入第十八个年头。截至目前，活动已累计编织并捐赠爱心毛衣1318238件。

中国儿童少年基金会理事长陈秀榕在启动仪式上表示：在党的二十大擘画的蓝图中，“恒爱行动”要继续关心关爱少年儿童身心健康成长，促进教育和儿童公益慈善事业发展，倡导向上向善的社会文明新风尚。

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，连续九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. 其他公益

恒源祥为巴基斯坦洪涝灾民赶制“爱心毛毯”、为四川甘孜泸定地震受灾儿童捐赠毛毯、棉被等暖心物资。



恒源祥举行捐赠巴基斯坦洪涝灾民“爱心毛毯”的发车仪式。



9月27日，恒源祥集团创始人刘瑞旗出席援助“巴铁”中国民间在行动活动。

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。另外，在5月31日世界无烟日，举行捐献一天吸烟费用的特殊“恒爱一日捐”。

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。恒源祥集团每年达到义务献血的目标。2022年11月，集团工会组织10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。截止2022年12月恒源祥集团员工数为195人，常

年志愿者人数为195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2022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”，集团青年党团员在“为民服务活动日”中，为社区居民提供关于服装及家用纺织品的知识咨询、材质的辨别，储藏、洗涤和护理的注意事项等，向往来居民赠送便携装消毒免洗手液。

2022年度，集团党团员担任北京冬奥颁奖花束项目志愿者25人次；“微心愿”为老服务志愿者3人次；防疫志愿者28名（累积服务时长2581小时）。

社会责任评价

2022年，恒源祥集团在品牌、产业等方面得到了社会各界高度认可。

品牌方面，恒源祥再次通过“国家知识产权优势企业”复核、被授予“2021—2022年度服装标准化工作先进单位”称号。10月，《恒源祥集团2021年社会责任报告》在沪正式发布。

产业方面，恒源祥服饰系列产品荣获全国质量检验信得过产品，恒源祥服饰荣获全国产品和服务质量诚信示范企业、全国服饰行业质量领先品牌和全国产品和服务质量诚信品牌。“恒源祥”羊毛衫荣列2021年度同类产品市场综合占有率第一。“恒源祥”羊毛羽绒被入围“培育和推广2022年度十大类纺织创新产品”获选名单。恒源祥家纺被评为“十三五”家纺行

业突出贡献企业。恒源祥多功能靠垫被入选“2022上海伴手礼好评榜”文创百货类榜单。

个人荣誉方面，集团董事长兼总经理陈忠伟荣获2022“上海商贸服务业杰出人物”称号，1月续聘为北京大学心理与认知科学学院应用心理专业硕士项目的行业导师，11月被聘为上海交通大学人文艺术研究院客座研究员和北京体育大学新闻与传播学院实践导师；6月，集团党委书记顾红蕾作为上海市十二次党代会代表出席大会，7月，顾红蕾书记当选区妇联第三届执委会常委。

恒源祥集团/个人2022年度获主要荣誉情况一览表

序号	获奖名称	授奖单位	获奖年月	获奖组织/个人
1	全国质量检验信得过产品	中国质量检验协会	2022.3	恒源祥服饰
2	全国产品和服务质量诚信示范企业	中国质量检验协会	2022.3	恒源祥服饰
3	全国服饰行业质量领先品牌	中国质量检验协会	2022.3	恒源祥服饰
4	全国产品和服务质量诚信品牌	中国质量检验协会	2022.3	恒源祥服饰
5	“恒源祥”羊毛衫同类产品市场综合占有率第一	中国商业联合会中华全国商业信息中心	2022.4	“恒源祥”羊毛衫
6	通过“国家知识产权优势企业”复核	国家知识产权局	2022.10	恒源祥集团
7	“恒源祥”羊毛羽绒被入围“培育和推广2022年度十大类纺织创新产品”	中国纺织工业联合会	2022.10	恒源祥家纺
8	“2021—2022年度服装标准化工作先进单位”称号	全国服装标准化技术委员会	2022.11	恒源祥集团
9	《恒源祥集团2021年社会责任报告》正式发布	上海市经济团体联合会 上海市工业经济联合会	2022.10	恒源祥集团
10	“十三五”家纺行业突出贡献企业	中国家用纺织品行业协会	2022.12	恒源祥家纺
11	恒源祥多功能靠垫被入选“2022上海伴手礼好评榜”文创百货类榜单	上海市消保委	2023.3	恒源祥家纺
12	2022“上海商贸服务业杰出人物”称号	上海市商业联合会	2023.2	陈忠伟
13	续聘北京大学心理与认知科学学院应用心理专业硕士项目的行业导师	北京大学心理与认知科学学院	2022.1	陈忠伟
14	上海交通大学人文艺术研究院客座研究员	上海交通大学人文学院	2022.11	陈忠伟
15	北京体育大学新闻与传播学院实践导师	北京体育大学新闻与传播学院	2022.11	陈忠伟
16	当选上海市十二次党代会代表	/	2022.6	顾红蕾
17	当选区妇联第三届执委会常委	黄浦区第三次妇女代表大会	2022.7	顾红蕾

2023企业社会责任展望

各位朋友：

《恒源祥集团2022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的恒源祥集团与合作伙伴共同努力下，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地感谢！

恒源祥从1927年创立至今已96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年底，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96年历史的自主品牌企业，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。

2023—2024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、产业发展、慈善公益事业、奥运赞助项目、传承创新非遗等工作，恒源祥艺术与生活方式设计专业委员会将陆续开展更多的文创工作，以低碳经济、数字经济、美学经济为产业重点发展方向，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

2023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，在擘雅集团正式成立后，围绕“品牌·文化”研究30年规划部署，积极携手中国传媒大学等国内外优质资源，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、信仰和制度”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”研究实现从理论到指导实践的转化。

开展低碳经济课题研究

在“双碳”目标驱动下，对企业未来的发展而言不再是“选择题”，而是“必答题”。2023年，围绕绿色低碳循环可持续发展，恒源祥将继续推进“毛针织品、羊毛被、棉针织内衣碳排放研究项目”，并积极携手中国毛针织行业协会、苏州大学、东华大学、无锡协新毛纺织股份有限公司、上海嘉麟杰纺织科技有限公司等共建“恒源

祥循环经济项目研发中心”，为恒源祥绿色低碳循环可持续发展助力添砖。

深化数字化转型

我们身处在一个创新涌动的数字时代，每个人的日常生活都离不开数字体验，2023年，集团继续在全联合体范围内深化推进数字化转型，与时俱进。

发展美学经济

美学主张，是消费者从物质消费转向情感消费大趋势下，企业提升品牌文化内涵，满足消费者需求必须修炼的基本功。2023年，恒源祥依托生活样式设计专业委员会、上海市美学学会等专业平台，着力发挥理论优势，构建产品与品牌的艺术化。

持续推进“恒爱行动”等慈善公益活动开展

2023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、携手三江源国家公园关注生态保护和生态发展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，助力更多国家战略得到更好的发展。

提升员工责任意识 and 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、环境和员工等领域履责的进展；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

2023年10月

Corporate Social Responsibility Outlook in 2023

Dear friends,

The 2022 Social Responsibility Report of HYX Group is now presented to you. The report reveals the obligations and achievements that Hengyuanxiang Group has fulfilled with the joint efforts with partners over the past year. Here, we would like to express our heartfelt thanks for the support and help from all parties in the society.

It has been 96 years since HYX was established in 1927. It is a group enterprise integrating knitting, clothing, home textile, woollen products, daily chemical products, kids' wear and other industries. In order to learn about the impression of young people in the brand of HYX, at the end of 2018, we took the opportunity of hosting the 16th China College Students Advertising Art Festival to conduct a survey among college students. Through the survey, it was found that college students' brand cognition degree of HYX was as high as 92.87%, and HYX enjoyed a good reputation. As a time-honored enterprise with a history of 95 years, we have always been adhering to the value of "continuously creating value for the society", and we always feel a heavy responsibility. It is our duty and mission as to how to make balance the brand's long-term progress and development with social development, environmental protection, and employee promotion, and how to continue to deepen our positive influence among the society, environment, consumers, consortium and employees, especially fulfill our social responsibility with an attitude of continuous innovation and pursuit of excellence.

In 2023-2024, we will continue to strengthen cooperation and communication with stakeholders, focus on promoting forward-looking cultural research, public welfare and charity, Olympic sponsorship, and inheritance of intangible heritage. Our Art and Lifestyle Design Professional Board will do more work in cultural creativity, release our brand's strategic planning of metaverse, focus on beauty economy and Chinese fad culture, launch a carbon economic research program, etc., continue to fulfill our social responsibility, and constantly improve our information disclosure transparency and influence.

Continous Research on "Brand and Culture"

In 2023, Mr. Ruiqi Liu, the founder of HengYuanXiang Group and the chairman of Boya Group, leads the research on the topic of "brand and culture" to create greater value for the society and the country by means of focusing on the deployment of the 30-year plan for the research on "brand and culture" after the formal establishment of Boya Group and actively cooperating with the Communication University of China and other high-quality resources at home and abroad. Based on the substantial achievements of the research on the relationship between culture (habits) and godhood, brutish nature, human nature, beliefs and systems, the research of Boya Group on "brand and culture" has been transformed from theory to practice.

Research on Low Carbon Economy

Driven by the "carbon peak and carbon neutrality" targets, low carbon is no longer optional but compulsory for the future development of companies. In 2023, HengYuanXiang will continue to promote the "wool knitwear, wool quilt, cotton knitted underwear carbon emission research project" centering on the green, low-carbon recycling and sustainable development. Moreover, the company actively joins hands with China Wool Textile Association, Soochow University, Donghua University, Wuxi Xiexin Worsted Spinning Weaving and Dyeing Co., Ltd., Challenge Group, etc. to build the HengYuanXiang Circular Economy Project Research and Development Center, which will help out on the green, low-carbon recycling and sustainable development of HengYuanXiang.

Deepening Digital Transformation

We are in a digital era where innovations are surging and everyone is inseparable from the digital experience in his/her daily life. To keep pace with the times, the Group continues to deepen the digital transformation across the entire consortium in 2023.

Development of Aesthetic Economy

Aesthetics is a basic skill that enterprises must develop to enhance the cultural connotation of their brand and meet the demands of consumers under the trend of consumers shifting from material consumption to emotional consumption. In 2023, HengYuanXiang strives to improve artistry of the products and brands with the theoretical advantages as well as the support from professional platforms of Lifestyle Design Specialty Committee, China Society for Anthropology of Arts and Shanghai Aesthetics Society.

Continuing to promote public welfare and charity such as the “Love Action”

In 2023, the “Love Action” strengthened the assistance for children in difficulties worldwide through the form and platform of encouraging and organizing all people to participate in the weaving of “loving” sweaters, closely around internationalization, youth and value innovation. The group will also continue to promote the public welfare and charity programs such as “HYX Literary Stars” Chinese Middle School Students Composition Competition, and involvement in the brand construction of Sanjiangyuan National Park, and help to better implement more national strategies through the innovation of activities and improvement of resource integration platforms.

Enhancing employees’ sense of responsibility and management ability

Relying on our cultural transformation platforms and making full use of programs such as “Youth Forum”, we try to improve the cognition and understanding of our employees, especially young employees on the major economic, environmental and social issues through four stages, namely, learning, participation, sharing and dedication, and provide public service platforms and practice to build their awareness and habit of responsibility. Meanwhile, we provide meaningful content for balance their work and life. We will continue to do a good job in training, publicity, education system innovation, to enhance our employees’ awareness and professional ability in brand management.

Improving the two-way communication platform with stakeholders

We will give play to convergence media and social new media to enhance the depth and breadth of information disclosure; continuously prepare corporate social responsibility reports to allow stakeholders to follow up our progress in such areas as brand, culture, social, environment and employee responsibilities; and actively participate in special social responsibility activities to enhance two-way communication.

Strengthening the effort and initiative of responsibility management

We establish CSR liaison mechanism, strengthen combination, communication and initiative; cooperate with global sustainable development departments to promote the innovation and deepening of CSR system.

恒源祥集团2022年社会责任报告

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：陶子煜

English Translation and Proofreading: Tao Ziyu

中文校对：陶子煜

Chinese Proofreading: Tao Ziyu

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, HYYX