



上海三联（集团）有限公司

# 2023 年社会责任 报告

2024 年 12 月

# 一、报告编制说明

《上海三联(集团)有限公司 2023 年社会责任报告》阐述了 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日期间上海三联(集团)有限公司所承担的社会责任事宜。

报告发布周期

首次发布后每 1 年发布一次。

报告时间范围

2023 年的数据信息

报告发布状态

本报告为第六次发布

报告范围

上海范围内所有门店信息

报告编制依据

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

报告信息数据主要来源

本报告中的财务数据信息摘自“上海三联(集团)有限公司”

本报告中市场占有率的信息来源于上海眼镜行业协会

报告发布形式

本报告以印刷版形式发布。

## 二、基本情况

### (一) 关于公司

上海三联（集团）有限公司成立于1956年，前身为黄浦区钟表眼镜公司，是全国集合经营钟表、眼镜、照相器材三大专业的唯一一家国有企业，位于上海市黄浦区南京东路463-477号，邮编：200001。

公司目前是全国眼视光标准化技术委员会眼科光学分技术委员会第一届委员单位、中国眼镜协会第九届副理事长单位、中国商业企业管理协会钟表商业企业管理委员会副会长单位、上海市眼镜行业协会副会长单位、上海市商业联合会会员单位。同时，拥有全国劳动模范、全国五一劳动奖章获得者、轻工大国工匠、上海市劳动模范、多名行业首席技师，以及上海市技能大师工作室。



全国劳模、轻工大国工匠 蓝金康

全国五一劳动奖章 叶菁

## (二) 公司品牌

上海三联（集团）有限公司旗下拥有亨达利、亨得利、吴良材、茂昌、冠龙等众多老字号品牌和新孕育的高择这一年轻品牌。公司拥有众多老字号商标，吴良材为全国驰名商标、上海市著名商标，上海好商标；茂昌为上海市著名商标、上海好商标。2022年亨达利总店（南京东路372号）闭店后，完成工商行政变更，字号变更至亨达利南东店（南京东路772号）。

# 亨達利鐘表 亨得利鐘表

吴良材®  
WU LIANG CAI  
OPTICAL  
SINCE 1719 眼鏡

茂昌®眼鏡  
MAOCHANG  
SINCE 1923

# 冠龍照相器材 | gozem collection 高择



茂昌、吴良材被上海市商标品牌协会评为上海好商标

### （三）公司经营

上海三联（集团）有限公司全面实施自主经营，运营采取统一进货、统一配送、统一结算、统一加工等方式。钟表业的亨达利、亨得利，采取以修促销的方式，不仅有门店零售，还设有名表维修中心，采取连锁门店接件，统一维修的运营模式，已经获得 25 个国际品牌的特约维修认证。眼镜业的吴良材、茂昌，以全程服务为经营特色，验光、配镜加工、矫配，均由三联公司全程自主完成，三联眼镜光学中心面向所有门店，统一加工制作镜片。冠龙照相器材，不仅销售专业类高端摄影设备，并且还具备彩扩冲印等扩展项目。高择是三联公司首次涉足快时尚领域，以新零售的思路，聚焦年轻消费群体，以其生活方式为线索，以新型集合店模式实现场景集合、品牌集合、功能集合。截止至 2024 年，茂昌眼镜直营店 43 家；吴良材眼镜直营店 28 家；亨得利钟表零售门店 1 家、维修门店 3 家；亨达利钟表零售门店 6 家、维修门店 19 家；冠龙门店 1 家；高择门店 1 家。

2023 年三联公司实现主营业务收入 71,214.01 万元，纳税额为 6,674.33 万。

#### (四) 管理架构

上海三联（集团）有限公司设有总经理办公室、党委办公室、人力资源部、战略规划与投资部、财务部、法务部、数据中心、加盟中心、网点拓展部、经营中心、新渠道部、采购中心、仓储物流中心、信息技术部、工程部、安保部、审计风控部、品牌与客户管理中心、服务部等职能部门，特设钟表维修中心、三联光学中心、VIP 配镜中心，并拥有上述六大品牌亨达利、亨得利、吴良材、茂昌、冠龙、高择连锁网点近一百家。除上述部门、中心、门店，公司还设立了党委、纪委和工会。



#### (五) 科学发展

##### 1. 企业宗旨

发展 创新 诚信 守则

##### 2. 科学规划

在经营渠道贯通上，进一步延展；

在技术领先优势上，进一步发展；

在服务精细体验上，进一步导入。

做到老字号品牌引领，巩固三联领先市场中的专业地位，以技术领先为优势，塑造消费者心中的专业形象；以全国连锁、线上线下互通，将三联打造成为一个全国性、专业性、小巨人型的连锁企业。



### 3. 企业文化体系

一根生意筋、大众创新、工匠精神。

一根生意筋，是进一步提倡职业精神，立足本职，做好服务，做足生意。

大众创新，在一线实践中，以大数据为分析依据，指导经营管理，鼓励一线员工，立足现有基础，以小创新小改革，来进一步提升服务、经营、产品各类领域的能量。

工匠精神，体现在专心致志于专业领域。专心致志于专业经营促

销，专心致志于高端体验服务，专心致志于优化视觉质量的眼视力保健，专心致志于专业科技创新。

#### 4. 企业信用记录

上海三联（集团）有限公司积极响应上海市药监局稽查处指导、上海市眼镜行业协会联合开展的“上海市角膜接触镜经营企业（含互联网销售）质量信用等级评价试点单位创建活动”，并向社会郑重承诺，依法合规经营角膜接触镜，为构建上海市角膜接触镜领域诚信和信用体系的和谐社会环境，确保消费者在角膜接触镜验配和购买过程中眼睛的使用安全和卫生，确保消费者的切身利益，给消费者营造一个公平、诚信、健康、安全、放心的消费环境，并在全国角膜接触镜行业中起到模范引领作用。

2023年上海市眼镜制配行业诚信计量示范创建活动中，三联公司茂昌年家浜路店、茂昌世博大道店、吴良材丹霞山路店被授予五星级评定。



## 5. 质量管理持续提升

上海三联（集团）有限公司继 2017 年被评定为国家级验配服务标准化达标示范单位后，2018-2023 年，公司被认证为“上海品牌”。为了进一步满足顾客的需求和期望，适应公司不断发展的需要，按照 GB/T19001-2016/ISO9001:2015 标准要求，公司建立了质量管理体系，并于 2018 年实施，每年进行复审。



## 6. 自主知识产权和核心技术成果

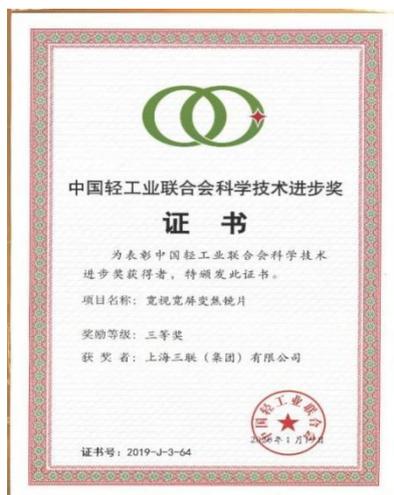
上海三联（集团）有限公司始终坚持在技术上研发和创新，为视力健康多一条防控方案，推出一款新品镜片和一款青少年定制镜架：一是专注用眼场景，生活更舒心的室内型镜片，更精准的“适老化”产品，在室内根据不同距离、频率、用途等进行设计加工细分，在娱乐、办公、会议、电脑等全方位符合各项的需求；二是青少年定制镜

架，这是一款国内首发儿童、青少年量身定制镜架，有多种款式和颜色供选择。结合近视防控镜片让视力矫正更加精准有效。

还有一款驾驶型功能镜片目前还在试点和修正阶段，获得第三十四届上海市优秀发明选拔赛优秀创新金奖。这款镜片旨在减少反光的干扰并保证能快速聚焦，给驾驶员带来更舒适的驾驶体验。



茂昌眼镜取得多项自主知识产权，眼镜验配技术在上海乃至全国处于行业领先水平。近三年获得了二项专利，包括一项实用新型和一项发明专利。公司宽视宽屏变焦镜片获得了中国轻工业联合会科学技术进步奖三等奖。



## 三、履行社会责任

### （一）公平运营

#### 1. 反腐倡廉

公司内每个党政领导和高危岗位干部都签订了《党政干部廉洁从业承诺书》，坚持贯彻落实中央八项规定精神。采购中心与供应商每年签订《商业廉政协议》，保证了双方在公正、公平、公开、诚信的原则下开展经济活动，确保了廉洁、规范、合法的经营运行。

#### 2. 公平竞争

公司坚持质量为本，实力竞争，2018年，通过了“上海品牌”的认证，每年进行复审。通过不断提高产品质量和服务水平，提升企业的核心竞争力，靠实力赢得市场竞争，坚决抵制恶性竞争、商业贿赂、弄虚作假，维护健康有序的市场秩序，共创互利共赢的良好局面。

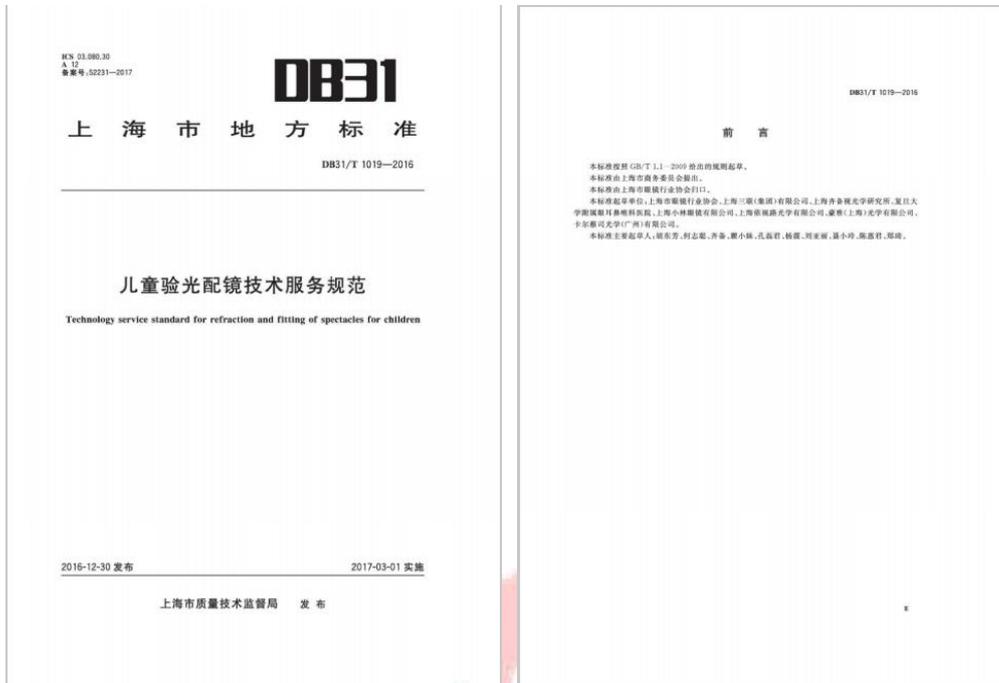
#### 3. 尊重知识产权

公司自觉遵守有关知识产权保护的国际公约和我国法律法规，认真履行相关知识产权保护的社会责任，既尊重他人的知识产权，也注重保护自我的知识产权。公司持续关注茂昌、吴良材品牌的侵权活动，并适时采取坚决的维权措施，实现公司的可持续发展。

#### 4. 参与制定行业标准和规范

茂昌眼镜的验配水平在上海乃至全国都处于领先水平。公司所参加编制的上海市地方标准《儿童验光配镜技术服务规范》，通过东方网进一步推广。该规范的制定不仅弥补了眼镜行业儿童验配领域的标

准缺失，更是明确了眼镜企业对儿童群体的验配技术和服务质量要求，有利于企业间公平竞争。



## (二) 环保节约

### 1. 环境管理

为推进公司节约发展、清洁发展、和谐发展，防止和减少生产经营活动对环境造成的不利影响，保护生态环境，公司实行规范化管理，每年与专业公司签订垃圾清运协议，严格遵守国家环境保护法律法规和地方环境保护具体要求，履行各项社会责任，建设环境友好型企业。

### 2. 降低能源消耗，使用可循环利用物料

公司推行各类可循环使用物料，不提供、不售卖塑料购物袋。在成品眼镜保存、运输环节，企业使用环保纸质包装镜盒，可循环多次使用，倡导终端绿色消费。同时门店提供纸质手提袋替代塑料袋，并

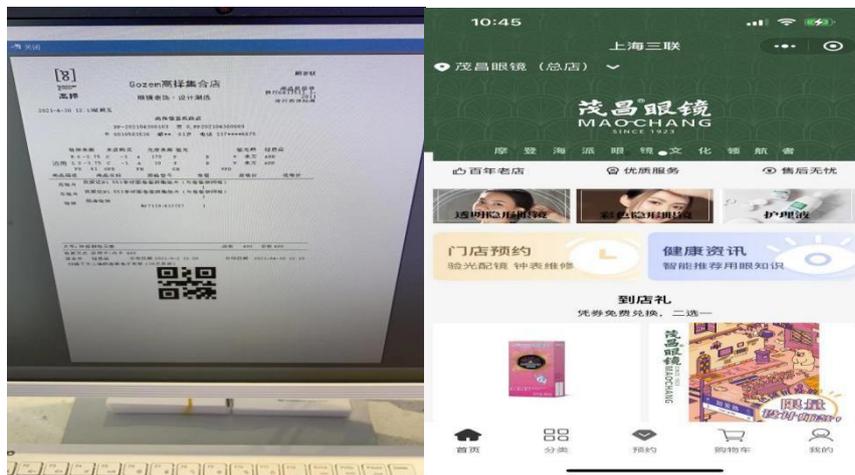
推出时尚帆布袋鼓励消费者循环使用。



### 3. 数字化建设

公司开通三联小程序。小程序线上服务的初始页面，用于展示商品信息、预约服务、健康资讯等，消费者可根据定位选择距离最近的门店，查看商品信息或预约验光、维修等服务，也可在首页查看店内在售商品信息等。通过小程序提供预约功能，帮助消费者线上快速预约验光和钟表维修服务，便于查询线上的门店和店内员工资质等信息。既满足了消费者对于便捷性的要求，又有效地推广了绿色经营和服务。

公司推行钉钉办公系统实现无纸化办公。门店开单由EAS系统操作逐步推行手机小程序下单，手机可直接查看交易凭证。原纸质发票将由电子发票代替。



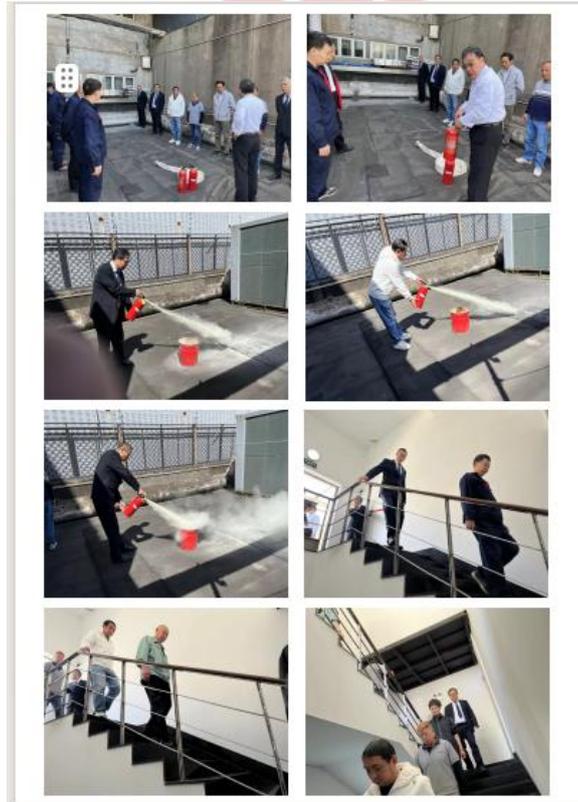
### (三) 安全生产和服务

#### 1. 安全生产管理

公司根据“安全第一，预防为主，综合管理”的安全生产方针、管理评审的结果、风险评估结果、生产和过程绩效、标准化系统评价结果、改进安全生产管理的努力和行动及事故、事件的影响，制定和执行安全生产目标和制度。落实安全生产责任，杜绝重大事故，避免和减少一般事故的发生。

#### 2. 安全生产教育和培训

公司对员工进行安全和应急预案的培训，每年不少于二次，对应急预案定期进行演练，专项预案每季一次，综合演练每年二次。



### 3. 安全生产检查

为避免各类事故的发生，公司不断完善预防和监控措施，健全完善各项规章制度，督促员工严格执行相关制度和规定。公司对各类设备开展检查和维护保养。



### 4. 安全生产事故处理

公司根据有关的法规、规定要求，结合企业实际情况，制定安全事故管理制度，对安全事故的报告程序、安全生产、安全经营事故的调查处理和安全生产、安全经营事故的分析处理均作出明确规定，规范安全事故报告和事故分析的程序，将事故损失降到最低限度，避免事故重复发生。

#### （四）顾客与消费者权益

##### 1. 产品和服务质量与安全

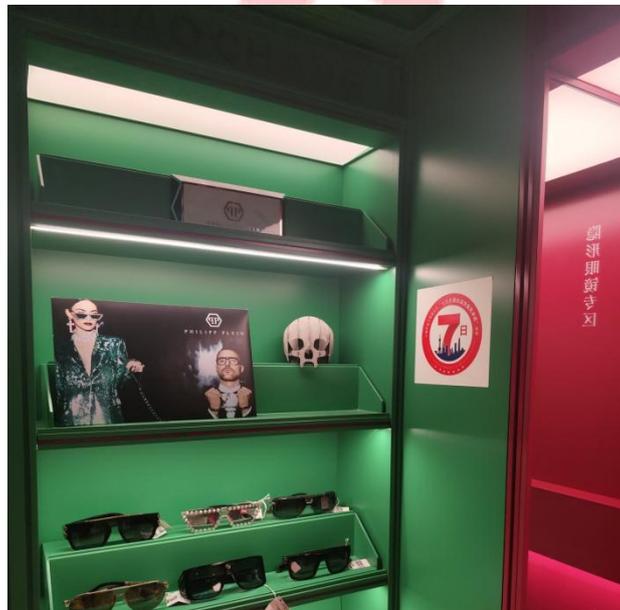
公司具备高标准验配服务水平，拥有雄厚的技术服务人才储备，能够为广大消费者提供优质的消费体验。通过广泛征集，择优选拔，

公司组建以全国劳模、大国工匠蓝金康姓氏命名的“蓝团队”劳模工作室，团队成员遍及上海市各个区的门店，让消费者在家门口就能享受到劳模式的配镜服务。

公司拥有三联光学加工中心，是国内唯一由零售企业创办的大型光学加工中心，在全国眼镜行业独树一帜，规范化镜片制作加工，产品品质保障有力；公司采用信息化技术平台，管控验配标准化服务全流程，确保产品质量和安全。

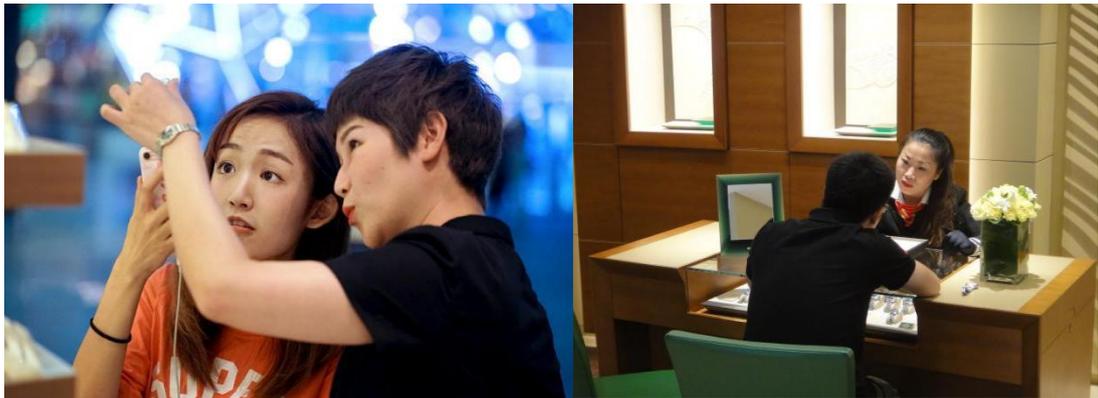
## 2. 责任营销

公司积极遵循自愿、平等、公平、诚信的交易原则，对商品或服务宣传客观全面真实，不做虚假、误导宣传，提供信息充分、实用，引导消费者理性选择。在营销活动中，明码实价、明折明扣，规范促销，决不销售假冒伪劣产品。



### 3. 投诉与争议处理

公司设立服务部，制定了多项管理制度，开通门店、电话、邮件、微信等投诉通道受理顾客的诉求，并依照时限要求处理顾客的服务和配镜质量的投诉，坚持做到顾客投诉处理率 100%全覆盖。



### 4. 隐私保护

公司创建屈光档案，运用数据库管理，进行屈光档案信息保存，呵护全年龄段配镜者视力健康。目前，屈光档案的服务人群已经覆盖全部配镜者。公司将严格执行相关规定，不向第三方透露客户信息。



## (五) 合作共赢

### 1. 利益保障

公司与供应商建立良好的合作关系，保障供应商及合作商的合理利润，形成共担风险，共同获利的合作模式。首次与奢华美妆品牌

TOMFORD 跨界联动，满足消费者多元时尚需求，开创眼镜体验新纪元。

## 2. 责任采购

为保证企业提供的产品和服务，本公司的供应商均为国际、国内知名品牌企业，如蔡司光学、法国依视路等享誉世界的著名品牌，并与供应商建立长期合作关系。2023 年三联公司和特丽奥思眼镜签署最新采购协议，这也是连续第三年双方在进博会上进行采购签约。第一届至第六届进博会，三联均有进口采购。



## 3. 责任监督

公司对隐形眼镜供应商采用首营审核制度，对所有采购商品均有严格的验收制度，对于不良事件有完备的上报流程。

## （六）和谐劳动关系

### 1. 尊重人权

尊重和保障人权是公司和谐发展的动力之源，公司实行机会均等的人事政策，为员工提供平等而合理的工作发展空间，遵守相关法律法规，杜绝任何歧视行为。

### 2. 员工保障

三联公司目前拥有 950 余名员工，公司对所有入职员工签订劳动合同，严格按照劳动合同约定条款按时支付劳动报酬；对于工作加班，按照劳动法足额支付加班费。按政府规定，为符合条件的员工缴纳五险一金；保障员工各类休假：年假、法定假日、病假、婚假、丧假、生育假等。公司致力于为员工提供一个健康与安全的工作环境，保障员工在工作中的健康安全，并为符合条件的员工安排年度体检。

### 3. 员工培训与发展

公司员工培训采取双轨制，即输送员工参加上海市职业技能鉴定中心的技能培训，同时，公司内部组织包括品牌、技能、入职培训在内的各项专业培训。2023 年度结合企业经营特点进行针对性培训，如：镜片知识、眼镜品牌知识、销售技巧、镜架陈列及奢侈品色彩搭配知识、钟表接修专业培训等，累计参训人次达到 1488 余次。

### 4. 员工关爱与沟通

三联公司建有工会组织，努力做到组织健全、维权到位、工作活跃、作用明显、员工信赖的员工之家。

每年开展“送清凉”、“送温暖”活动，向基层员工发放节日福

利、生日福利等。



## （七）社区参与和发展

### 1. 参与社区建设，组织公益活动

全国第 29 个爱眼日，为进一步践行中华老字号的企业社会责任，在全社会营造爱眼护眼的良好氛围，吴良材眼镜和茂昌眼镜，秉持百联“Touch-Care”特色服务品牌理念，以爱心公益为纽带，拓展关注眼健康新场景，开展主题为“【益】起守护【EYE】的视界”爱眼日公益特别行动，活动由上海市眼镜行业协会牵头，获得了上海市市场监督管理局计量处、上海市消保委时尚产品专业办、上海市医学会视光学专科分会的支持，携手蔡司、依视路、豪雅、尼康四个镜片品牌企业共同合作策划了爱眼周系列巡展活动。



## 2. “送爱心”事业发展

三联公司积极开展慈善捐赠活动：一是 2023 年开展的“爱心一日捐”活动共计筹得 20859 元；二是获得 2024 年度上海市慈善基金会和上海市眼镜行业协会“送光明、送爱心”杰出贡献奖。三联提供免费验配服务，向受助者普及爱眼护眼知识，提高他们的科学配镜意识，获得健康视力。

## （八）老字号文化输出

### 老字号品牌焕新

#### （1）打造眼镜业品牌 IP

推出“茂昌精灵”。借由茂昌百年焕新之机，正式推出了茂昌的 IP 形象——“茂昌精灵”，茂昌精灵的身体是竖着的“O-C”，将焕新后的茂昌英文 logo “Mao-chang” 中间的“O-C”形象化，巧妙化用眼镜元素，设计出更偏向于意识形态的茂昌 IP 形象。根据海派风格特点创造出来的茂昌精灵，造型简单易记，线条化设计进一步提升了 IP 的延展性，可“百变”为任意形态，以多元化的姿态来讲述茂昌百年间的每个年代不同的眼镜时尚。

深化“吴老爷”。2022 年已将“吴老爷”这一 IP 形象从“1.0”版本深化到“2.0”版本，吴老爷的形象在原来的基础上，变得更为可爱与年轻，但仍具有专业的气质，并且通过多个职业装的切换，实现了吴老爷 IP 形象的专业化、系列化，全新的吴老爷形象参与了百联家族 IP 南京路叮叮车巡游开幕式活动，同时，在南新雅店的艺术装置、2023 年的公众号推文、门店活动等多个应用场景都能看到吴老爷的存在，IP 形象的焕新亮相，吸引了众多市民和游客合影打卡。

#### （2）推出眼镜品牌周边衍生品

老字号品牌吴良材眼镜、茂昌眼镜代表上海优秀品牌参展中国品牌日活动，参加第四届“五五购物节”启动仪式并于世界会客厅的老字号展区进行展示，茂昌眼镜在消博会亮相、在华山·263 老字号品牌馆长期展出。

茂昌眼镜展出了多款国潮设计衍生品，包括荣获“上海礼物”商品组优秀设计奖的茂昌海派镜界系列擦拭布、百年系列纪念版镜链、“幻镜上海”真丝丝巾等。吴良材眼镜展出了吴老爷冰箱贴、与敦煌博物馆合作联名产品三兔共耳图案真丝丝巾等。

### (3) 百年茂昌打造门店新模式，展示品牌新形象

今年是茂昌品牌诞生 100 周年，从上海老字号到上海百年老字号，茂昌以“摩登海派眼镜文化领航者”的新定位开启新篇章。

## (九) 响应上海市政策

### 1. 以主题教育实效推进三联高质量发展

根据上级党委相关工作安排与要求，三联公司积极开展主题教育学习，深入学习领悟以学铸魂、以学增智、以学正风、以学促干的丰富内涵和实践要求，把理论学习、调查研究、推动发展、检视整改等贯通起来，结合公司实际情况扎实开展调查研究，深入了解情况，分析存在问题，提出针对性解决措施。

### 2. 渠道拓展优化

聚焦门店经营，围绕产品、服务、客户、营销等影响因素，探索十五分钟生活圈与主营业态的适配模式，加强渠道拓展优化。首先，优化产品与服务，形成了标准化的线上服务规范培训课程，包括门店服务礼仪、服务人员形象管理；其次，深化渠道拓展可行性方案的探索，推进五大新城、十五分钟生活圈、高端旗舰店等方面工作，茂昌“一九二三镜界”概念店于 5 月焕新开业，茂昌眼镜与开云集团合作

的高端眼镜旗舰店 8 月正式开业；第三，加强产品营销和品牌推广，积极响应百联开拓本地生活板块，通过抖音本地生活、大众点评团购等为门店引流，拓展产品营销促销新渠道。

### 3. 打造十五分钟便民生活圈

2023 年，三联公司继续紧紧围绕上海市提出的打造“15 分钟便民生活圈”，针对社区商圈客群需求打造的首家老字号品牌集合店，是公司针对多业态服务网点的首次尝试，不仅提供眼镜验配、钟表维修、照相拍摄等日常生活需求，同时提供到店取货等快捷便利的服务项目。

