

2023 年社会责任报告

上海蔓楼兰企业发展有限公司

2024 年 4 月

一、公开陈述

上海蔓楼兰企业发展有限公司坚持“创新、科技、环保”理念，担负着“传承旗袍技艺，匠心旗袍美学”的使命，致力于让旗袍重返日常之美。企业不断深化公司的精神文明建设，坚持“诚信、合作、共赢”的企业价值观，积极营造“人性管理、独立创新、精益生产、顾客至上”的企业氛围，参与并投入到社会诚信建设工作中，为社会和谐建设承担责任、贡献力量。

公司在推进企业的可持续发展过程中，从企业的实际情况出发，从人员管理、产品创新、服务提升三方面加强企业精神文明建设，以实际行动回报社会，践行社会责任，为企业品牌文化和企业形象搭建极具效力和影响力的平台，促进企业在文明建设中迈上新台阶。

在此，我们郑重承诺，报告内容真实可靠，恪守客观性、公正性、透明性和可验证性原则。从履行社会责任的方方面面，真实反映了企业建设和发展的成果。

二、单位概况

1、规模和性质

上海蔓楼兰企业发展有限公司于 1997 年在上海成立，是一家集研发、生产、销售于一体的新中式服装企业，现入驻于上海市浦东新区新场镇新浩路 55 号。公司旗下现有“蔓楼兰”“白芍”“廿伍”“和揖”四个服装品牌。其中，“蔓楼兰”品牌于 2001 年注册成立，已连续七年荣获“上海名牌”、“上海市著名商标”荣誉，并于 2018 年荣获上海市“2017 年度上海市质量金奖”和 2019 年度上海市文明单位、上海市巾帼文明岗等荣誉称号。

截止到目前，公司正式员工 80 人，其中大专以上学历的员工 35 人，大学本科学历 8 人，硕士学历 4 人，平均年龄 35 岁。

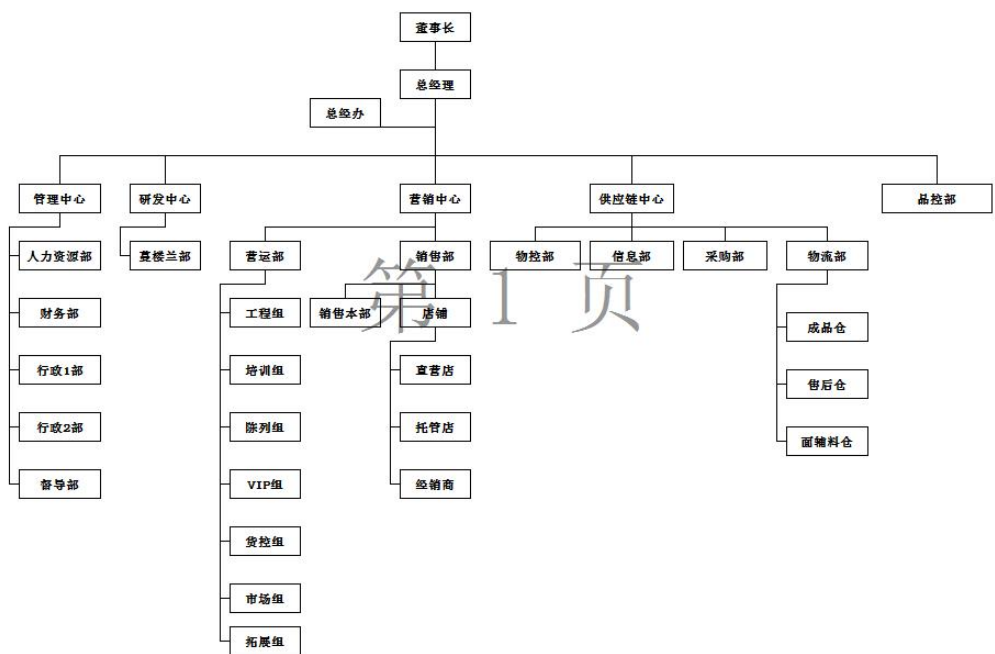
公司重视品牌发展，制定并实施“品牌培育、科技定制、数字营销”的企业发展战略，致力于打造具有世界影响力的新中式服装品牌，并通过运用新兴科技成果提升高级定制服务水平，运用信息化手段实现现代市场营销，做大做强“蔓楼兰”品牌，真正实现“让旗袍重新走进日常生活”的企业愿景。

目前，蔓楼兰在全国 17 个省市开设有近 50 家门店，每年销售额持续实现增长。2015 年-2023 年期间，蔓楼兰在上海市场销售额所占份额及同类产品排名持续保持第一位。

2、所属类别

公司重视品牌发展，将“创新、科技、环保”理念融入品牌发展的各个环节，热心慈善公益事业，是属于服务类的企业文明单位。

3、组织架构



三、社会责任报告内容

1、员工责任

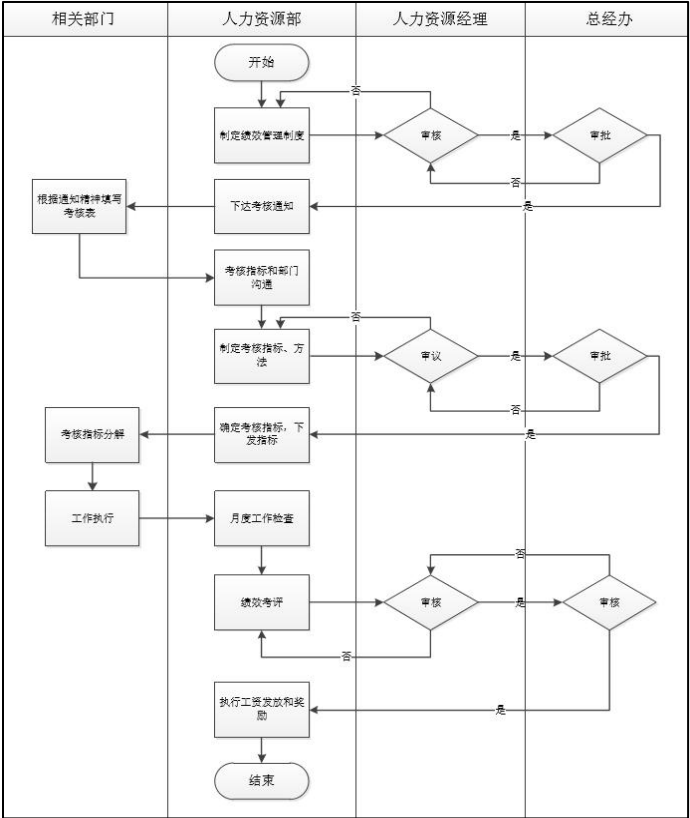
公司本着“以人为本”的指导思想，将员工的成长与企业的发展相结合，为他们提供实现自我价值的机会与环境。

1-1 员工教育

公司为员工营造了比较好的职业学习和发展氛围，通过技能培训，座谈会和出国市调等多种渠道和方式，提升员工职业技能和素质，引导员工形成正确的世界观、价值观、职业观。

公司实施绩效管理，以业绩考核为本，促进共享和共同进步，并建立适宜的
员工薪酬体系和激励机制，提升员工和企业的工作绩效，鼓励员工为实现公司战
略目标共同努力，推动企业和员工的双赢。公司每年定期评选优秀员工、先进团
组，给予物质和精神奖励，充分调动员工工作积极性和工作热情，如：匠人精神
奖、部门优秀员工奖、忠诚员工奖、特殊贡献奖等。

绩效管理考核流程



绩效考核跟踪模式



公司根据企业年度战略计划，制定年度培训计划，通过员工知识和技能培
训需求调查，对培训内容进行汇总调整，最后形成比较系统的年度培训规划，并会
邀请各行业优秀人物，对企业员工进行座谈会培训。2016 年公司培训场次 90
场；2017 年培训为 100 场；2019 年至今，公司人事部和培训部组织员工培训
达 150 场次，新人培训率为 100%，培训内容包含：企业和品牌文化、海派旗
袍基础知识、企业制度规范等；非新人员工培训方面，职业提升类培训的内容丰
富，如色彩心理学、不同场合女士妆容技巧，方式更灵活，如观看视频材料并讨
论，邀请专业老师到公司现场教学等。随着大时代的不断变化，市场和顾客的需

求也在不断的转变，只有通过不断的加强培训来提高员工的工作能力和服务水平，才能让企业取得更好的发展。

1-2 员工录用

截止到目前，公司正式员工 80 人，其中大专以上学历的员工 35 人，大学本科学历 8 人，硕士学历 4 人，平均年龄 35 岁。

公司遵照法律法规与员工签订劳动合同，劳动合同签订率达到 100%，杜绝使用童工和未成年人，确保各项员工录用手续规范、合法。公司注重对青年人才的培养，把他们放在关键岗位和艰苦环境中锻炼，通过实际工作增长他们的才干，砥砺他们的作风；并实行“师徒带教”的带新模式，在实现人才梯队的持续发展的同时，促进团队和谐合作。

1-3 校企合作

蔓楼兰与上海工程技术大学、上海东华大学合作的产学研合作教育基地，与杉达大学共同成立培训班。另外还与东华大学合作编写东华大学纺织服装高等教育“十二五”部委级规划教材《服装文化概论》，将先进的企业经实践验编写进教课书，作为东华大学服装设计专业核心系列教材之一。



1-4 权益保护

公司注重员工职业健康安全保障，从员工长远利益出发，站在职业健康安全角度维护员工权益，在质量、环境、安全等方面注重标准化建设，不断改善员工职业健康安全条件，创建良好工作环境。通过购置空气净化器、绿植装饰、净化水和每日新鲜营养茶饮提供、配备紧急医用箱等方式，为员工营造良好、适宜的办公环境。针对技术部设备运用，制定标准化操作规范，定期对技术设备进行检修维护，减少设备故障，减少设备使用的安全隐患，提高工作环境安全系数。

公司注重员工合法权益保障,为员工提供有针对性的支持。公司认真遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规,切实保障员工福利,按照国家规定按时为员工缴纳“五险一金”。建立比较完善的用工管理制度体系,包括劳动合同管理制度、工资保险与福利制度、业绩考核制度、奖惩制度、职业培训制度、休假制度等,确保员工依法享有带薪年假、享有劳动报酬、享有职业技能培训、享有法定节日休假等基本权益,努力形成公司和员工利益共享机制,建立和谐劳动关系。公司坚持对不同民族、性别、宗教信仰和文化背景的员工一视同仁,平等对待,坚决禁止雇佣和使用童工,抵制一切形式的强迫和强制性劳动。公司关注和促进女性群体就业,努力增加就业机会。

公司为了员工健康安全,组织员工健康体检。蔓楼兰与正规的体检中心进行合作,确保体检过程的安全和数据准确可靠。员工享受的年度体检包括基本的身体功能、血液检查等 15-20 项指标检查,这为员工的身体健康提供了跟踪数据,让员工时时可以了解到个人的健康状况,同时规避了因员工身体状况发生的突发状况,影响员工和企业正常运转。此外,公司开辟了休息区,供员工午间休息使用,并为员工提供健康安全的实惠午餐,减少员工餐饮麻烦,餐饮选择完全遵循员工自愿机制。

1-5 安全保护

高温季节,工会及时关心,除了给每一位职工发放高温补贴外,还进行现场走访并送去防暑降温用品。2010 年至今公司未发生一起安全责任事故,这要归功于企业牢固树立“安全无小事”的理念。

2、经济与服务责任

公司将全面经济核算纳入经济责任制范畴,提高责、权、利的结合程度,有效地促进各部门和职工群众改善经营管理,提高经济效益。

2-1 利润与经济效益

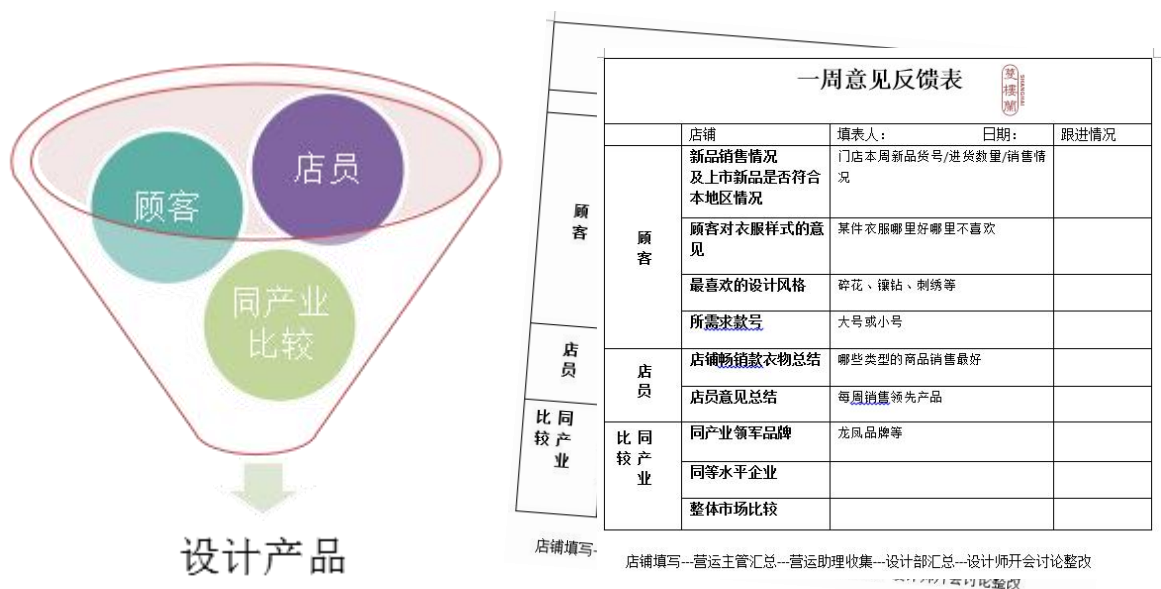
公司坚持“文明建设和经济建设并重双协调发展”的方针,做好经营模式调整。2023 年,公司销售收入 5798 万元。

2-2 产品与服务

公司始终“以满足消费者权益为重”,坚持“质量至上、服务至上”的产品和服务理念,建立企业质量管理体系,坚持标准化的质量监控流程。在充分考虑

质量的社会性、经济性和系统性的前提下，我司采用标准化管理，强化质量检验，实施质量责任制，确立“以素质促质量，以质量促市场，以市场促规模，以规模促效益，以效益促发展”的基本思路。

作为服装企业，产品的设计和质量以及顾客满意度为公司的第一要务。因此为了更好的提升产品的质量，公司实施一周意见反馈表，向顾客和店员征求合理化建议。通过征求不同的建议进行汇总分析，不同角度的去改进产品的质量和设计等问题，更好的促进公司的全方位的发展。



公司设有售后服务部和VIP部，负责售后服务和客诉处理工作。因为旗袍品类的特殊性以及蔓楼兰产品多采用高档丝绸面料，顾客难免会有后顾之忧——或者担心身材变化后旗袍无法穿着，或者担心洗涤难保养难。蔓楼兰在了解到这些情况后，不断改进售后服务，从最初向顾客提供永久免费维修服务，逐渐增加了环保干洗服务、衣物焕新保养服务等内容，大大减少了顾客忧虑和洗涤保养的烦恼。在顾客对产品或服务产生疑惑、不满时，顾客可以通过门店投诉或客服电话投诉的方式，向品牌申请维权。蔓楼兰VIP专员会进行跟进处理，将顾客反馈的产品情况、服务问题给到专职部门进行鉴别、跟进，最终给到顾客一个满意的解决办法和处理反馈，并以致歉信和小礼品的方式感谢顾客对蔓楼兰产品和服务的关注与监督。2023年顾客投诉办结满意率为100%，无重大产品和服务质量方面的负面信息和报道。

2-3 对供应链伙伴的责任

公司高度重视对供应商的管理,由采购部主导负责公司所需原材料、半成品、成品的采购,特别是对公司关键业务过程中的面辅料采购环节负有主要责任。为了有效的评价、选择和监督供应商,优化公司供应结构,完善公司供应体系,稳定供应商队伍,并与供应商建立长期互惠共赢的供需战略关系,公司制定了《供应商管理手册》,规定了对供应商进行开发、评估、考核的具体办法,以确保供应商所提供产品的质量以及交付、服务符合公司要求,能够持续促进产品质量稳定提高。根据公司《供应商管理手册》的要求,采购部定期对供应商进行资格审核确认和质量审核确认,并依据公司实际采购产品和外协加工运行过程中,建立的相关质量控制记录。

供应商考核评价表					
序号	考核项目	权重分	考核内容及标准	考核人	得分
1	质量	40分	产品质量合格率、退货率及投诉率	采购部	
2	交期	20分	交货及时率及逾期交货率	采购部	
3	价格	10分	报价合理性及价格变动	采购部	
4	配合服务	10分	对采购部及生产部需求响应及时性	采购部	
5	财务状况	10分	是否按时足额支付货款	财务部	
6	诚信	10分	是否遵守合同约定及商业道德	采购部	
7	创新能力	10分	是否提供新产品、新材料、新工艺等	采购部	
8	社会责任	10分	是否遵守法律法规及社会责任	采购部	
总分		100分			

1. 评价标准及考核说明

一、质量：指产品质量合格率、退货率及投诉率。考核标准如下：

1. 质量合格率：95%以上，得10分；90%~95%，得8分；85%~90%，得6分；80%~85%，得4分；75%~80%，得2分；75%以下，得0分。

2. 退货率：退货率≤1%，得10分；1%~2%，得8分；2%~3%，得6分；3%~4%，得4分；4%~5%，得2分；5%以上，得0分。

3. 投诉率：投诉率≤1%，得10分；1%~2%，得8分；2%~3%，得6分；3%~4%，得4分；4%~5%，得2分；5%以上，得0分。

二、交期：指交货及时率及逾期交货率。考核标准如下：

1. 交货及时率：95%以上，得10分；90%~95%，得8分；85%~90%，得6分；80%~85%，得4分；75%~80%，得2分；75%以下，得0分。

2. 逾期交货率：逾期交货率≤1%，得10分；1%~2%，得8分；2%~3%，得6分；3%~4%，得4分；4%~5%，得2分；5%以上，得0分。

三、价格：指报价合理性及价格变动。考核标准如下：

1. 报价合理性：报价合理，得10分；报价偏高，得8分；报价偏低，得6分；报价过高，得4分；报价过低，得2分；报价不合理，得0分。

2. 价格变动：价格稳定，得10分；价格波动较大，得8分；价格频繁变动，得6分；价格大幅变动，得4分；价格极端变动，得2分；价格变动不合理，得0分。

四、配合服务：指对采购部及生产部需求响应及时性。考核标准如下：

1. 响应及时性：响应及时，得10分；响应较慢，得8分；响应不及时，得6分；响应严重不及时，得4分；响应极不及时，得2分；无响应，得0分。

五、财务状况：指是否按时足额支付货款。考核标准如下：

1. 支付及时性：支付及时，得10分；支付较慢，得8分；支付不及时，得6分；支付严重不及时，得4分；支付极不及时，得2分；未支付，得0分。

六、诚信：指是否遵守合同约定及商业道德。考核标准如下：

1. 遵守合同约定：遵守合同约定，得10分；违反合同约定，得8分；严重违反合同约定，得6分；极严重违反合同约定，得4分；不遵守合同约定，得2分；不遵守商业道德，得0分。

七、创新能力：指是否提供新产品、新材料、新工艺等。考核标准如下：

1. 提供新产品：提供新产品，得10分；未提供新产品，得8分；提供旧产品，得6分；未提供旧产品，得4分；不提供旧产品，得2分；不提供新材料、新工艺，得0分。

八、社会责任：指是否遵守法律法规及社会责任。考核标准如下：

1. 遵守法律法规：遵守法律法规，得10分；违反法律法规，得8分；严重违反法律法规，得6分；极严重违反法律法规，得4分；不遵守法律法规，得2分；不遵守社会责任，得0分。

2. 评价结果及奖惩办法

一、评价结果：根据评价结果，将供应商分为A、B、C、D四个等级。

二、奖惩办法：根据评价结果，对供应商进行奖惩。

1. A级：优秀供应商，给予奖励，如降低采购价格、增加采购量等。

2. B级：良好供应商，给予鼓励，如保持现有合作等。

3. C级：一般供应商，给予警告，如要求整改等。

4. D级：不合格供应商，给予淘汰，如停止采购等。

三、其他说明：本评价表仅供参考，不作为唯一评价标准。评价结果由采购部、财务部、生产部等部门共同确定。

公司一直坚持，与供应商保持必要的交流沟通，及时将企业发展策略、行业动态、品质要求、商品需求信息予以传递，积极主动寻求与供应商的互动与协作，以满足公司的战略发展需要。公司遵循互惠共赢、长期合作的原则，在保证供应商利益的同时，降低公司的采购成本。

同时公司主动与市、区商务委员会、商业信息中心等保持着定期沟通和良好的关系，并成为上海市服装协会、上海市服装鞋帽行业协会、老字号协会、上海市服饰协会会员。

3、诚信责任

3-1 守法诚信

公司始终以诚信作为企业经营的根本原则，并注重营造企业诚信守法的经营环境，聘请上海知名律师担任企业常年法律顾问，并授权参与企业重大经营事项的讨论，并给予专业的法律建议。在日常工作之余，领导层带头学习法律法规，并注重向员工进行普法宣传，提高员工整体法律意识和守法自觉性。2023 年公司无重大违法、违规的情况发生。

公司坚持把依法经营、保护消费者权益、公平竞争、杜绝商业活动中的腐败行为等宣传资料，传播落实到每一位员工中去，确保员工对《劳动法》的知晓率达到 100%。

3-2 诚信经营与服务

公司通过制定企业商业行为和道德规范制度，促进企业内部和相关方行为符合道德规范。为促进诚实和道德行为，包括个人与职业之间实质和表面上的利益冲突的道德处理，严格管理企业各个经营过程中涉及的相关方关系，公司制定了一系列的规范条例，以确保企业员工与相关方行为符合道德规范。领导层也通过组织企业内部培训会、员工交流会、以及跨层级沟通等方式，了解员工工作状态，并表彰员工道德行为，以鼓励员工加强自我修养。在相关方关系中，公司注重对合作商所处的行业标准、规范的了解，以主体意识促进双方合作关系向双赢方向发展，并对合作关系中双方责任人和员工在工作往来中应注意的事项作出明文规范，从而确保双方行为符合道德规范。

公司制定了关产品质量、服务等各方面的规章规范，将诚信原则落实到企业经营的关键过程中。在产品质量监控与管理方面，公司制定了更高标准、更具针对性的《质量管理手册》，对产品研发、生产各个相关环节进行明确限定，责任到人，提高企业诚信经营水平。同时公司始终都坚持“诚信、协作、共赢”的企业价值观，坚持不让一件有瑕疵的产品到消费者手上。还记得之前公司发生的一件事情：有一件 16,000 多元的旗袍，内衬和面料缝在了一起，这件旗袍从大的

角度上说，并不属于粗制滥造，而是制作工作的失误。而这件产品也已通过店铺终端销售出去，由客人买单带走。裘黎明同志知道后坚持联系到客人，向对方说明原因，请顾客将这件衣服退回店铺。在他看来，这件产品是属于品质问题，因此当衣服退回后，他当场下令销毁，不让一件有瑕疵的产品流出。当时在场的 6 位管理人员以及相关人士都觉得这样销毁实在可惜，这件衣服的价值不仅仅是面料本身的优质，更在于它工艺的复杂性和精细度。裘黎明同志却表示，不销毁只是暂时挽留这件衣服的价值，但却会毁了一个品牌的诚信和信誉。最终，这件衣服由他亲自动手进行销毁处理。

在服务上，鉴于旗袍等传统服饰的特殊性，蔓楼兰承诺向顾客提供永久免费维修服务。这一服务承诺自执行以来，蔓楼兰始终为顾客免费提供长度修改、衣身缩放、绷线修复、补手工扣等维修服务。

3-3 社会诚信形象

公司深知没有信用就没有市场，市场经济就是信用经济。所以公司在打假方面花了很大的力气，如聘请知识产权方面的专职律师打击其他品牌的假冒伪劣商品，配合各地的工商行政管理部门进行调查取证，对假冒商品行为采取随访、全方位全覆盖的整治，将打假行为列入公司的常态管理。这不仅维护了品牌信誉，更树立了企业的社会形象，保护了消费者的合法权益。

4、环境责任

4-1 环境管理

公司坚持低碳排放，优化资源利用，追求可持续发展。公司坚持“创新、科技、环保”的经营理念，从产品制作、产品销售、货品配送、特色服务等多方面，践行绿色环保措施。

公司根据制作过程的实际运行，尽量规划和采用物料和能源消耗少、废弃物少、对环境污染小的工艺方案和工艺路线，以期减少或降低人类和环境的风险。

4-2 低碳节能

公司坚持“环境友好”理念，做好企业外部、内部物流管理。采取了类似非销售繁忙时期错时配送、提前做好商品供货、确立合理的商品比例、合理的运送路径、包装纸箱的合理利用、包装材料的统一采购等等措施，并在顾客服务根据顾客需要提供特斯拉环保车接送，践行低碳节能理念。

4-3 环保形象

公司在产品选材坚持高要求，多选用天然纤维、环保染料印染等高档、优质、健康面料。公司长期合作的供应商多数都达到了国际环保纺织协会的 Oeko-Tex Standard 100” 的环保、安全高要求。这一标准是 1992 年德国研究协会和维也纳奥地利纺织品研究协会制定的，是目前全世界使用最为广泛的纺织品生态标准。该标准是通过 15 个检测协会对纺织品的有害物质进行监测，确保了产品的安全性。蔓楼兰合作商中，达利丝绸（浙江）有限公司、上海鼎天时尚科技股份有限公司、宁波宜阳宾霸纺织品有限公司、施华洛世奇、上海 YKK 拉链股份有限公司、樱花线业股份有限公司都具备这一资质。



Oeko-Tex Standard 100

公司主动承担保护环境的社会重任，大力弘扬绿色环保理念，并将其融入到企业文化之中。公司通过开展绿色环保专题讨论会、职工献计献策等各种渠道、

多种形式,对员工进行绿色环保理论与知识培训,让环保意识融入到公司业务中,使生态文明观念深入人心。公司每年都会带领员工参加“植树认养”活动。



四、报告预期与展望

1、报告的预期绩效

公司将继续秉承“传承旗袍技艺,匠心旗袍美学”的使命,致力于“让旗袍重返日常之美”,通过实施“品牌培育、科技定制、数字营销”的发展战略,进一步发展品牌的高级定制业务,通过高品质的服务、精湛的技艺、创新的包装,打造兼具民族特色和现代时尚设计的中式女装品牌。2023 年公司顺利完成年度销售增长经济指标,2024 年也将继续努力确保完成各项经济指标。

蔓楼兰将一如既往的把履行社会责任视作为一项应尽的义务和职责,并进一步强化与公司相关联的政府、社会各界、合作伙伴等沟通与交流,整合多方资源,把握机会不断提升品牌知名度。

2023 年 6 月 6 日参加旗袍文化节;2023 年 8 月 19 日-20 日,参加婚芭莎婚博会;2023 年 9 月 27 日,赞助老凤祥走秀服装;2023 年 10 月 9 日赞助小荧星走秀活动服装;2023 年 10 月 14 日,在杨浦时尚中心参与华光·繁梦发布秀;2023 年 11 月 17 日-20 日参加 2023 年国家级非遗中国旗袍文化艺术盛典;蔓楼兰通过积极参与比赛、会展等活动,不断提升企业的市场竞争力。



旗袍文化节



婚博会



老凤祥走秀



小荧星走秀



华光·繁梦走秀



2023 年国家级非遗中国旗袍文化艺术盛典

2、报告展望

展望未来，公司将在既定企业发展战略的基础上进行产业和产能升级，从产品创新、顾客服务、经营管理等方面着手，践行诚信经营、承担社会责任，为民族品牌走向世界不断努力。

五、社会评价

1、社会荣誉

2023 年里，公司提升产品和服务质量的同时，回报社会，主动承担应尽的社会责任，得到社会各界认可。

2023 年 2 月，荣获上海新锐设计奖；

2023 年 6 月，获得 2022 年社会责任报告发布证书，编号 NO.SRC321200

2023 年 6 月，获得 2018 年-2022 年社会责任报告发布证书

2023 年 6 月，荣获虹口区工商联颁发的，2022 年度虹口区民营企业调查点工作先进基层单位；

2023 年 6 月，荣获首届长三角旗袍创新设计大赛的海派旗袍品牌企业；

2023 年 8 月，参与上海品牌故事大赛；

2023 年 9 月，荣获 2022 年上海设计 100+；

2023 年 11 月，入选上海时尚引领示范企业名单；

2023 年 11 月，荣获由上海市经信委颁发的时尚 100+年度时尚服饰；

2、媒体、网络宣传

公司充分利用媒体、网络的力量，从自媒体视角传递给新一代消费者，让更多的消费群体去了解创新发展中的蔓楼兰，运用媒体、网络效应来促进企业文化、产品和服务价值的整体提升。随着现代社会的发展，电商平台尤其是直播的迅猛发展，企业不再是单纯的线下经营就可以维持不变的。在这样的大环境背景下，公司从 2020 年开始进行了网上直播活动，通过旗袍试穿展示、工艺讲解等不同的内容，在让顾客了解到最新旗袍的同时，也学到了很多有关海派旗袍和海派文化的相关知识，寓教于乐，让更多的人了解到旗袍并喜爱旗袍。

此外，公司利用微信公众平台、官方微博、官网、抖音、小红书等方式，对企业重要事件、产品讯息、顾客服务等进行宣传，增加公众接触渠道，提升公众对品牌的了解。

在已经到来的 2024 年，公司将再接再厉，进一步加强企业精神文明建设，培育企业工匠精神，为实现“让旗袍重返日常生活”之愿景而努力。