



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

2023

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2023年社会责任报告，这是恒源祥集团发布的第十四份企业社会责任报告。报告回顾了恒源祥集团2023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2023年1月1日—2023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 2023 CSR Report of HYX Group. This is the 14th corporate social responsibility report issued by HYX Group. It reviews the challenges and opportunities that HYX encountered in 2023, and revealed relevant practices and achievements in social responsibility.

Cycle of Issuance

Once a year, published regularly every year.

Time Span

From Jan. 1st, 2023 to Dec. 31st, 2023.

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2023年社会责任亮点
36	组织治理
38	人权
40	劳工实践
52	环境
55	公平运行实践
72	消费者问题
79	社区参与和发展
88	社会责任评价
90	2024企业社会责任展望



P23



P26



P81

高管声明



恒源祥集团创始人 刘瑞旗

《恒源祥集团2023社会责任报告》是恒源祥连续发布的第十四份社会责任报告，全面充分地展示了恒源祥2023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97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，就是坚定不移地在国家制定的方针路线指引下，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97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，才能持续创造并实现价值。一言以蔽之，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，恒源祥聚焦“循环经济”“数字经济”和“美学经济”三个领域发展，与中国传媒大学等高校以及研究机构联合研究品牌文化，致力于低碳可持续发展，深化数字化转型发展，深耕美学理论与实践。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

Executive Statement

续发展的企业，他的社会责任不能仅仅停留在满足现有的标准和制度，更应该在此基础上进行持续的创新，同时开发出适合时代需要、自身特色的社会责任实践方式。

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：推动人类和社会的进步和发展。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路径和提升实现能力：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；其次是在企业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，践行环保节约等，恒源祥还为社会做出了很多创造性的贡献。

2023年，恒源祥集团创始人刘瑞旗担任董事长的擘雅集团推出了由中国大百科全书出版社出版、刘瑞旗撰写的擘雅文丛第一辑《文化是习惯》和《品牌是记忆》。作为国际武联的全球合作伙伴，恒源祥独家冠名了在美国举行的第十六届世界武术锦标赛。9月25日，在年度恒源祥联合体大会上，恒源祥循环经济项目研发中心正式成立。12月14日，2023年度“恒爱行动——百万家庭亲情一线牵”启动仪式在江苏连



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

云港举行，截至2023年12月，该慈善活动已累计编织并捐赠爱心毛衣1389140件。

本次撰写的恒源祥2023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，延续恒源祥特色，另立“集团2023年社会责任亮点”章节，用于报告2023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

2024年10月

The "Social Responsibility Report of HYY Group 2023" is the fourteenth 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 2023. HYY has a long history of fulfilling its social responsibilities. Since its birth in 1927, after 97 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 97 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 Group undertakes social responsibility by following "shared values and principles," which not only include how the company ensures employee rights and consumer interests, but also its active protection of the environment and the maintenance of community benefits. In recent years, HYY Group has focused on three areas of development: "circular economy," "digital economy," and "aesthetic economy." It has cooperated with universities and research institutions, such as the

Communication University of China, to jointly study brand culture, committed to low-carbon sustainable development, deepened digital transformation, and delved into aesthetic theory and practice. In addition, the company has paid attention to vulnerable social groups, cared about the ideological education of young people, and actively participated in the ecological protection of the Sanjiangyuan National Park. As a time-honored Chinese brand and enterprise, HYX 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, HYX is constantly thinking about what is the social responsibility of the enterprise in the future. In the HYX 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, HYX 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, HYX 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, HYX has also proved that it has made a lot of creative contributions to the society.

In 2023, the founder of HYX Group, Liu Ruiqi, who also serves as the Chairman of Boya Group, launched the first series of the Boya Cultural Collection titled Culture is Habit and Brand is Memory, published by the Encyclopedia of China Publishing House and written by Liu Ruiqi. As a global partner of the International Wushu Federation, HYX Group was the exclusive sponsor of the 16th World Wushu Championship held in the United States. On September 25, at the annual HYX Group Consortium conference, the HYX Group Circular Economy Project R&D Center was officially established. On December 14, the 2023 “Hengai Action – Million Families United by Love” launch ceremony was held in Lianyungang, Jiangsu. By December 2023, the event had knitted and donated 1,389,140 love sweaters.

The preparation of the Social Responsibility Report of HYX 2023 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 2023" 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 2024

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。作为国际奥委会官方正装供应商，为参加东京奥运会、北京冬奥会和巴黎奥运会的国际奥委会成员及工作人员提供正装。

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。截至2023年12月，恒源祥拥有100余家供应链合作伙伴，实体终端中国省级覆盖率为100%，地、市级覆盖率超过80%。自2012年恒源祥开始发展电商生态体系至今，已覆盖天猫、京东、拼多多、唯品会等综合类电商平台；恒源祥“数智化”战略发展于2021年首次涉

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 the official formal wear supplier of the International Olympic Committee, HYX Group provided formal attire for IOC members and staff participating in the Tokyo Olympics, Beijing Winter Olympics, and Paris Olympics.

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 2023, HYX Group has established partnerships with over 100 supply chain collaborators. Its physical retail coverage spans 100% of provincial-level regions in China, with coverage exceeding 80% at the provincial and city levels. Since initiating the development

About HYX Group



足兴趣电商，快速布局抖音、快手等短视频直播类平台，并在2021年入选“抖音双11好物节数据报告”老字号销售增长排行榜。恒源祥品牌不断开拓新场域，跟进新赛道，近11年复合年均增长率40%。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”！

经过多年经营，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、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；

2023年，集团获评“国家知识产权示范企业”称号，并被授予“上海品牌100+（时尚消费品）”荣誉。

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。

of its e-commerce ecosystem in 2012, HYX Group has expanded to comprehensive e-commerce platforms such as Tmall, JD.com, Pinduoduo, and Vipshop. In line with its "digital-intelligence" strategy, HYX Group ventured into interest-based e-commerce in 2021, rapidly establishing a presence on short video and live-streaming platforms like Douyin and Kuaishou. Notably, the brand was featured in Douyin's "Double 11 Shopping Festival Data Report" in 2021, ranking among the top-growing time-honored brands in sales. Over the past 11 years, HYX Group has continuously explored new markets and embraced emerging trends, achieving a compound annual growth rate of 40%. 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.

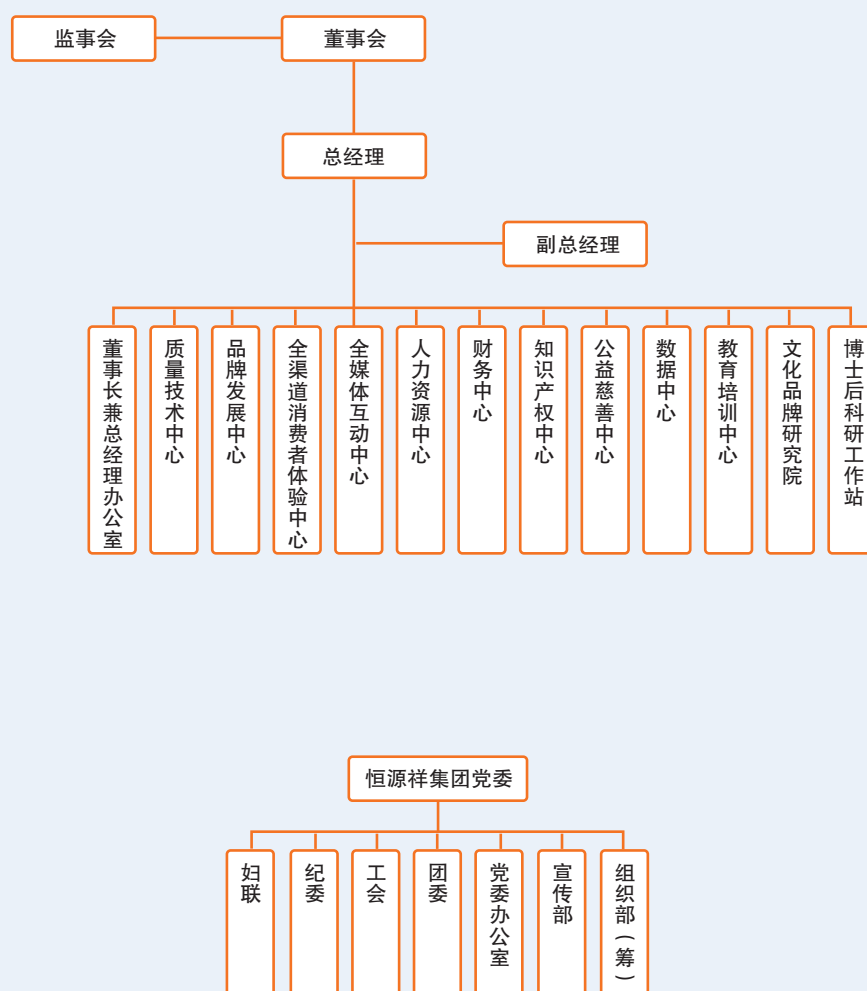
In 2022, HYX Group passed the review of the "National Intellectual Property Advantage Enterprises" again.

In 2023, the Group was awarded the title of "National Intellectual Property Demonstration Enterprise" and granted the "Shanghai Brand 100+ (Fashion Consumer Goods)" honor.

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（2023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（2023年12月）

序号	公司全称	公司简称	经营范围	集团持股比列
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（2023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、生态文明建设等工作，如国家品牌建设。
员工	全员大会、职工代表大会、党团组织生活、班组学习、员工培训、公司刊物和网站、新媒体平台、问卷调查、专题讨论、探访慰问、民主评议、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、恒源祥联合体合作工厂会议、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。	积极关注国际社区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 HYY 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2023年社会责任亮点

Highlights of 2023 HYX Group CSR



《文化是习惯》和《品牌是记忆》在2023年恒源祥联合体代表大会上首发。

“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“推动人类和社会的进步和发展”既是恒源祥对社会责任担当和承诺，也是公司的使命和愿景。2023年，恒源祥集团在品牌文化研究、低碳可持续发展、数字化转型发展、美学理论研究与实践、文创产业与慈善公益等诸多领域，成绩突出，亮点众多：

兔跃八纪 向羊新生

2023年是恒源祥品牌诞辰96周年。9月25日，

“兔跃八纪·向羊新生”2023年恒源祥联合体代表大会在上海隆重举行，800余名来自全国的合作伙伴共襄盛举，以“品牌”“文化”为核心，围绕“数字经济”“低碳经济”“美学经济”三大赛道擘画联合体未来。28位经选举产生的新一届分会会长、副会长宣誓就职。此次大会是疫情后恒源祥人的首次相聚，更是品牌向“羊”新生、迎接百年的重要会议。

为展现品牌96年发展成果，4月，品牌纪念海报登陆纽约时代广场广告大屏，这是恒源祥第四次亮相该大屏。3月及9月，恒源祥广告再次携手央广《中国之声》共谱中国品牌现代化新乐章。恒源祥的经典案



5月17日至19日，“心时代·心品牌”2023肇雅·恒源祥品牌班在北京举办。

例和创新成果先后在中国品牌日、2023品牌巡展、第17届中华老字号博览会、第13届亚洲知识产权营商论坛等重大活动中进行展示。集团董事长兼总经理陈忠伟还通过央广经济之声《天下财经》两会特别策划等节目解读恒源祥不老密码。

文化研究 融通中西

作为恒源祥的战略合作伙伴，由恒源祥集团创始人刘瑞旗担任董事长的肇雅集团2023年推出了由中国大百科全书出版社出版、刘瑞旗撰写的肇雅文丛第一辑《文化是习惯》和《品牌是记忆》，并于恒源祥联合体代表大会上举行了隆重的新书首发式。

5月及8月，“心时代·心品牌”2023肇雅·恒源祥品牌班及第三期肇雅文化研修班在京成功举办。

为推动中国品牌学科建设和品牌专业人才培养，肇雅集团在中国传媒大学成立“肇雅教育基金”，捐

赠仪式1月正式举行。11月，恒源祥集团创始人、肇雅集团董事长、中国传媒大学肇雅品牌研究院名誉院长刘瑞旗与中国传媒大学肇雅品牌研究院院长何海明一行集中访问了美国哈佛大学、麻省理工学院、斯坦福大学、西北大学、宾夕法尼亚大学、天普大学、加利福尼亚州立大学以及联合国总部、美国Monell化学感官中心等机构，并与相关负责人交流座谈。

在国内，恒源祥集团、肇雅集团继续与北京大学、北京体育大学就“国家文化软实力”等课题联合培养博士后，并与北京大学以色列和犹太研究所开展文化研究。12月，第四届肇雅城市文化论坛在海南举行。

体育赞助 亮点纷呈

作为国际武联的全球合作伙伴，恒源祥独家冠名了11月在美国举行的第十六届世界武术锦标赛。国际

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 2023, HYX Group achieved outstanding results and numerous highlights in various fields such as brand culture research, low-carbon sustainable development, digital transformation, aesthetic theory research and practice, cultural creation industries, and charitable public welfare.

Leaping to New Era, Embracing Renaissance of Youth

In 2023, which marked the 96th anniversary of the HYX brand, the "Leaping to New Era, Embracing Renaissance of Youth" HYX consortium representative conference was grandly held in Shanghai on September 25. More than 800 partners from across the country joined in the event, with "brand" and "culture" as the focus, outlining the future of the consortium around the three major tracks of "digital economy," "low-carbon economy," and "aesthetic economy." The newly elected presidents and vice presidents of the 28 branches took the oath of office. This conference was the first gathering of HYX people after the epidemic, and it was also an important meeting for the brand to embrace "Renaissance of Youth" and welcome its centennial.

To show the 96 years of brand development of the group, in April, the brand commemorative posters landed on the New York Times Square advertising screen, which is the fourth time HYX appeared on this screen. In March and

September, HYX advertisements once again collaborated with 'The Sound of China' of China National Radio (CNR) to produce a new chapter of modernization for Chinese brands. HYX's classic cases and innovative achievements were successively showcased at major events such as China Brand Day, the 2023 Brand Expo, the 17th China Time-honored Brand Expo, and the 13th BIP Asia Forum. Chairman and General Manager of the group, Chen Zhongwei, also interpreted the timeless charm of HYX through special column in CNR's Economic Radio Program 'World Finance' during two sessions.

Research Integrating Eastern and Western Cultures

As a strategic partner of HYX, the Bo Ya Group, chaired by Liu Ruiqi, the founder of HYX Group, launched the first edition of the Bo Ya Cultural Series, "Culture is Habit" and "Brand is Memory", published by the Encyclopedia of China Publishing House and written by Liu Ruiqi. The launch ceremony was grandly held at 2023 HYX consortium representative conference.

In May and August, the "Heart of Era · Core of New Brand" 2023 Bo Ya · HYX Brand Training Course and the third session of the Bo Ya Cultural Workshop were successfully held in Beijing.

To promote the building of the Chinese brand discipline and the training of professional brand talents, the Bo Ya Group established the "Bo Ya Education Fund" at the Communication University of China (CUC), and the donation ceremony was held in January. In November, Liu Ruiqi, the founder of HYX Group, chairman of the Bo Ya Group, and honorary dean of the Bo Ya Brand Research Institute of CUC, and He Haiming, the dean of the Institute, visited Harvard University, Massachusetts Institute of



8月25日，恒源祥亮相第九届世界传统武术锦标赛。



5月5日，国际奥委会主席巴赫会见刘瑞旗董事长与陈忠伟董事长。

武联名誉副主席、恒源祥集团创始人、擘雅集团董事长刘瑞旗受邀出席，恒源祥集团董事长兼总经理陈忠伟在开幕式上致辞，两位领导为获奖运动员颁奖。恒源祥还亮相了在峨眉山举办的第九届世界传统武术锦标赛。

作为国际奥委会正装供应商、中国奥委会赞助商，恒源祥收到了国际奥委会主席巴赫写来的2023新春贺信；5月，巴赫主席与刘瑞旗、陈忠伟两位董事长亲切会面，并在韩国拜会了前联合国秘书长、现国际奥委会道德委员会主席潘基文，拜访了世界跆拳道联盟、韩国武术协会等组织，出席了国际体育记者协会（AIPS）年度媒体奖颁奖典礼暨“恒源祥之夜”——国际体育记者协会晚宴，并为获奖者颁奖。11月，陈忠伟董事长在北京电视台纪念《奥林匹克宣言》特别节目中与其他嘉宾共同宣读设立“奥林匹克文化日”倡议书。

作为长期助力体育事业发展的品牌，在传承方

面：继1996年与球王马拉多纳结缘后，2023年恒源祥与新一代球王梅西会面。在创新方面，由恒源祥推动发起的中国企业体育协会掼蛋专业委员会4月正式成立，刘瑞旗董事长出任专委会主席。由恒源祥冠名的2023（首届）中国职工竞技掼蛋锦标赛5月自淮安开赛后，历时8月，触达16城，12月在海南成功收官，取得了媒体宣传、文化论道、产业融合、品牌焕新的良好效果。

数字经济 产销协同

继“一起牛牛牛”“一起虎虎虎”之后，恒源祥再次联合抖音在2023年春节期间推出以生肖文化结合恒源祥呈现冬奥会“绒耀之花”元素为主题、首创人脸识别兔耳贴纸的“我们一起兔兔兔”新年趣味挑战赛，共收到8.2万多条网友原创短视频，累计播放量超3.5亿次，持续保持与广大消费者的互动。在数字营销领域，恒源祥以“冬奥颁奖花束”为案例首次获得全

Technology, Stanford University, Northwestern University, University of Pennsylvania, Temple University, California State University, the United Nations Headquarters, Monell Chemical Senses Center, and other institutions in the United States, and held discussions with relevant personnel.

In China, HYX Group and Bo Ya Group continued to jointly training post-doctoral on topics such as “national cultural soft power” with Peking University and Beijing Sport University and conducted cultural research with the Israel and Jewish Studies Institute of Peking University. In December, the fourth Bo Ya Urban Cultural Forum was held in Hainan.

Dazzling Highlights in Sports Sponsorship

As a global partner of the International Wushu Federation (IWUF), HYX exclusively sponsored the 16th World Wushu Championships held in the United States in November. Liu Ruiqi, honorary vice chairman of IWUF, founder of HYX Group, and chairman of Bo Ya Group, was invited to attend the event, and Chen Zhongwei, Chairman and General Manager of HYX Group, delivered a speech at the opening ceremony. Liu and Chen respectively presented awards to the winning athletes. HYX also attended the 9th World Traditional Wushu Championships held on Mount

Emei.

As the official supplier of formal attire for the International Olympic Committee (IOC) and a sponsor of the Chinese Olympic Committee, HYX received a New Year’ s greeting letter for 2023 from IOC President Thomas Bach. In May, Liu and Chen met with President Thomas Bach, and visited Ban Ki-moon, former Secretary-General of the United Nations and current chairman of the IOC Ethics Commission, in South Korea. They visited the World Taekwondo Federation and the Korean Wushu Association, attended the AIPS Annual Media Awards Ceremony and the “HYX Night” – the AIPS dinner, and presented awards to the winners. In November, Chairman Chen Zhongwei, in a special program commemorating the ‘Olympic Charter’ on Beijing TV, jointly announced the “Establishment of Olympic Culture Day” initiative with other guests.

As a brand that has long supported the development, inheritance and innovation of sports cause and sports culture, after meeting with football legend Maradona in 1996, HYX met with the new generation football star Messi in 2023. As for the innovation of sports cause, Chinese Enterprise Sports Association’ s Specialty Committee for the card game “Guandan” , initiated and promoted by



5月9日，刘瑞旗董事长在国际体育记者协会（AIPS）年度媒体奖颁奖典礼上为获奖记者颁奖。



陈忠伟董事长出席国际体育记者协会（AIPS）年度媒体奖颁奖典礼。



7月25日，“在传承中创造 在创造中绽放”恒源祥论坛·奥林匹克文化艺术沙龙在中国工艺美术馆中国非物质文化遗产馆举行。

球性数字营销大赛——艾奇奖年度全场大奖。为迎接恒源祥百年庆，集团启动了“品牌记忆资产数字化创新合作项目”。

在数字销售领域，恒源祥抖音、唯品会等电商渠道逆势突破，直播电商大幅增长：抖音电商全年GMV较2022年同比增长123%，头部店铺实现销售破亿，集团董事长兼总经理陈忠伟多次做客直播间并拜访直播业务合作伙伴；唯品会平台实现“双11”高潮期类目排名第一、全年销售同比增长超50%。

在维权打假方面，集团线下维权和数字维权双管齐下取得成效，知识产权数字化、信息化管理项目全面推进。集团年度获得国家知识产权示范企业、首批AAA级（全国级）知名商标品牌、“2023年度上海市第二批知识产权优秀维权项目单位”等荣誉称号。

美学经济 美美与共

“用非遗传承历史，用美学编织世界”。7月16日，“恒源祥线氎绒瓷”艺术工作坊项目成果——空间场景艺术巨作《花的三重境》亮相中国工艺美术馆中国非物质文化遗产馆“在传承中创造：造型·表演·艺术场景——朱乐耕艺术展”。围绕这一展览，集团相继召开了“在传承中创造 在创造中绽放”恒源

祥论坛·奥林匹克文化艺术沙龙，与电影频道联合举办了“感知艺术”恒源祥专场活动。该作品10月还在第八届中国成都国际非物质文化遗产节中展示。

在2023世界设计之都大会系列活动中，恒源祥先后亮相伦敦“设计沪航计划”，并携作品《花的三重境·繁光》登陆在上海举办的2023世界设计之都大会时尚馆，惊艳全场。集团董事长兼总经理陈忠伟、集团党委书记顾红蕾分别在世界设计之都大会广告创意设计高峰论坛和“活态传承·创新设计”论坛中分享恒源祥案例。

为迎接2024年1月中法建交60周年，陈忠伟董事长先后参加第八届、第九届中法品牌高峰论坛，并与中法品牌美学中心签订国际设计与产业战略合作，年底推出了由法国新锐设计师融合中法文化、奥运主题、品牌元素的“恒源祥·炬龙成祥”生肖礼盒。此外，恒源祥·兔跃八纪生肖礼盒等系列文创产品入围2023“上海伴手礼”；恒源祥与老字号餐饮品牌松鹤楼的联名活动获得消费者热捧。

在美学理论研究方面，恒源祥与上海市美学学会、上海交通大学人文艺术研究院合作推出的“恒源祥美学文选书系”第二辑《中国当代美学文选2023》正式发布并举行了全国部分省市美学学会首届联席会

HYX, was officially established in April, and Chairman Liu Ruiqi was appointed as the chairman of the specialty committee. HYX 2023 (first) China Workers' Competitive "Guandan" Championship, started in Huai'an in May, lasted for eight months, reached 16 cities, and successfully concluded in Hainan in December, receiving positive comment from media publicity and cultural discussions, achieving good results in industry integration and brand renewal.

Digital Economy of Production and Marketing Synergy

Following the successful events "Bull Together" and "Tiger Together", HYX once again collaborated with Douyin to launch the "Rabbit Together" New Year's Fun Challenge during the 2023 Spring Festival. This challenge themed around the combination of "Shining Fluffy Flower" element of Winter Olympics and Culture of Chinese zodiac, introduced the innovative use of facial recognition rabbit ear stickers. It received over 82,000 original short videos from netizens, accumulating over 350 million views, maintaining continuous interaction with consumers. In the field of digital marketing, HYX won the Golden Prize of the ECI Awards in the Marketing Innovation Category for the first time, with the "Never Withered Award Bouquet of Winter Olympics" as the case study. To welcome HYX's centenary, the group launched the "Digital Innovation Cooperation Project for Brand Memory Assets".

In the digital sales field, HYX broke through against the trend on e-commerce channels such as Douyin and VIP.com, with significant growth in live e-commerce: Douyin's e-commerce annual GMV increased by 123% compared to 2022, with top stores achieving sales exceeding

one hundred million. Chairman and General Manager of the group, Chen Zhongwei, made multiple appearances in live broadcast rooms and visited live broadcast business partners; VIP.com platform achieved the first place in category ranking during the "Double 11" peak period, with sales growing by over 50% year-on-year.

In terms of rights protection and anti-counterfeiting, the group achieved results through both offline and digital rights protection efforts, with comprehensive promotion of intellectual property digitization and informatization management projects. The group was awarded the titles of National Intellectual Property Demonstration Enterprise, the first batch of AAA-level (national level) well-known trademark brands, and the "2023 Shanghai Second Batch of Excellent Intellectual Property Rights Protection Project Companies".

Aesthetic Economy, Beauty Shared

"Carry forward the historical legacy with intangible cultural heritage, weave the world with aesthetics." On July 16, the achievement of the "HYX Encounter Velvet Porcelain" art workshop project—the spatial scene art masterpiece "Triple Reflections of Flowers" debuted on the exhibition of "Creating in Inheritance: Modeling, Performance, Art Scene—Zhu Legeng Art Exhibition" at China Arts and Crafts Museum—China Intangible Cultural Heritage Museum. Based on this exhibition, the group successively held the "Creating in Inheritance, Blooming in Creation" HYX Forum · Olympic Culture Art Salon and jointly organized the "Perceiving Art" HYX special event with the movie channel. The work was also exhibited at the 8th Chengdu International Intangible Cultural Heritage Festival in October.

In the series of activities of the 2023 World Design



12月29日，“生态优先 科技赋能——羊毛产品低碳可持续发展论坛暨恒源祥新品发布”在集团举行。



9月25日，在年度恒源祥联合大会上，恒源祥循环经济项目研发中心正式成立。

议。

鉴于恒源祥在传承非遗之美、创新艺术之美、设计生活之美、引领品牌之美上取得的突出成绩，陈忠伟董事长荣膺“2023首届福布斯中国国潮创新人物”称号。

低碳经济 循环发展

在年度恒源祥联合大会上，恒源祥循环经济项目研发中心正式成立。由恒源祥及中国毛纺织行业协会、东华大学、苏州大学联合发起的“毛针织品碳排放研究”及“羊毛被、棉针织内衣碳排放研究项目”等低碳课题持续推进并形成三份研究报告；与凌迪科技合作开展“时尚产业链3D数字化服务平台”建设，降低设计、生产能耗。恒源祥服饰携手春秋航空开展绿色低碳活动。年底，“生态优先 科技赋能——羊毛产品低碳可持续发展论坛暨恒源祥新品发布”在集团举行。恒源祥集团参与制修订的《纺织品 基于消费者

体验的通用技术要求》标准荣获2023年中国纺织工业联合会科技进步二等奖。

恒源祥还重点加强了与新华社、南方周末、复旦大学、ECI国际数字创新奖、上海国际广告节等媒体、高校、机构关于ESG的合作，并通过参与相关论坛、分享案例等形式，构建ESG宣传平台，形成传播成果。11月，集团荣获践行“ESG理念”倡议品牌、“UESG”中外品牌可持续发展“绿色名片”。集团第12份企业社会责任报告在沪发布，并获得上海市年度十佳企业称号。

公益慈善 为爱前行

12月14日，2023年度“恒爱行动——百万家庭亲情一线牵”启动仪式在江苏连云港举行，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”步入第十九年。截至当年年底，活动已累计编织并捐赠爱心毛衣1389140件。

Cities Conference (WDCC), HYX appeared in the London “Design to Wonderland” and its work “Triple Reflections of Flowers • Prosperous Light” debuted at the 2023 WDCC Fashion Pavilion held in Shanghai, stunning the audience. Chairman and General Manager of the group, Chen Zhongwei, and Secretary of the group Party Committee, Gu Honglei, respectively shared HYX cases at the WDCC Creative Advertising Design Summit Forum and the “Dynamic Inheritance • Innovative Design” Forum.

To welcome the 60th anniversary of the establishment of diplomatic relations between China and France in January 2024, Chairman Chen Zhongwei participated in the 8th and 9th Bonjour Brand Forums, and signed international design and industry strategic cooperation agreements with the Bonjour Brand Forum Aesthetic Center. At the end of the year, the “HYX • Julong Chengxiang” zodiac gift box, which was designed by French new-generation designers to integrate the Chinese and French cultures, the theme of the Olympics, and the elements of the brand, was launched. In addition, series of cultural and creative products such as the “HYX • Leaping Rabbit” zodiac gift box were shortlisted for the 2023 “Shanghai Souvenirs”; the joint event of HYX and the time-honored restaurant brand Songhelou received enthusiastic response from consumers.

In the research of aesthetic theory, the “HYX Aesthetic Anthology” series, jointly launched by HYX, Shanghai Aesthetic Society, and the Institute of Humanities and Arts at Shanghai Jiao Tong University, officially released its second edition “Selected Contemporary Chinese Aesthetics 2023” and held the first nationwide joint meeting of some provincial and municipal aesthetic societies.

Given HYX’s outstanding achievements in inheriting the beauty of intangible cultural heritage, artistic innovation

beauty, designing elegant lifestyle and brand gracious beauty, Chairman Chen Zhongwei was honored with the title of “2023 First Forbes Guochao Innovation Figure”.

Low-carbon Economy: Circular Development

At the annual HYX consortium conference, the HYX Circular Economy Project R&D Center was officially established. The “Carbon Emission Research of Woolen Knitted Fabrics” and “Carbon Emission Research of Wool Quilts and Cotton Knitted Underwear Projects,” jointly initiated by HYX, the China Wool Textile Industry Association, Donghua University, and Soochow University, continued to make progress and produced three research reports; collaboration with Lingdi Technology to develop the “Fashion Industry Chain 3D Digital Service Platform” to reduce design and production energy consumption. HYX clothing joined hands with Spring Airlines to carry out green and low-carbon activities. At the end of the year, the “Ecological Priority, Technological Empowerment—Wool Product Low-carbon Sustainable Development Forum and HYX New Product Launch” was held at the group. The standard “General Technical Requirements for Textiles Based on Consumer Experience,” co-edited and revised by HYX, won the second prize for technological progress of the China National and Apparel Council in 2023.

HYX also strengthened cooperation with Xinhua News Agency, Southern Weekend, Fudan University, ECI International Digital Innovation Award, Shanghai International Advertising Festival, and other media, universities, and institutions on ESG, and built an ESG propaganda platform through participation in related forums, sharing of cases, forming extensive dissemination. In November, the group was awarded the titles of “Initiative Brand Practicing ESG Concept” and “UESG” Sino-



12月14日，恒源祥集团向中国儿童少年基金会捐赠款物。

第十八届“恒源祥文学之星”中国中学生作文大赛（2022—2023）总决赛在山西太原开赛，通过笔试、口试、即兴演讲三大环节，全面考察选手“听、说、读、写”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。颁奖典礼暨“文学之星同学会”成立仪式于7月16日举行，9月还开展了中国中学生“恒源祥文学之星”大巴山创作行活动。

为庆祝恒源祥与三江源可可西里结缘共建20周年，集团联动多个中心和彩羊、小囡等产业策划实施了系列活动：从三江源保护建设第三期协议的签订，到绿色产品的开发捐赠；从出席第二届国家公园论坛作为唯一企业代表讲话，到与王小慧艺术馆开展跨界合作；从微博征集大赛，歌曲《可可西里》五次唱响维也纳，到抖音公益直播、与电影频道合作电影《雪豹和她的朋友们》融媒体直播等，充分展现了恒源祥参与生态文明建设从保护到发展的创新理念和成果。

恒源祥向河北洪灾、甘肃青海地震灾区儿童捐赠爱心物资，2023年还迎来了恒源祥商超产业“亿人善衣——温暖最美乡村教师”公益活动十周年。

集团还受邀出席了美国“良知的呼唤基金会”慈善晚宴。

青年成长 昂YOUNG向上

由央视电影频道融媒体中心与恒源祥联合发起的2023“星辰大海青年演员优选计划”之时尚计划年度参与多场次、多维度的品牌活动，包括：电影频道M榜暨中国电影大数据盛典，第十八届、第十九届中国电影华表奖，“星辰大海”青年演员感知恒源祥、2023大湾区电影音乐晚会、第36届中国电影金鸡奖、第五届海南岛国际电影节等。

集团通过“星辰大海”项目积极协同内外部资源赋能产销体系，联合电影频道成为恒源祥好物推荐官。2023“星辰大海”时尚计划全网传播量超160亿次，总计销售额近一千七百万万元。

为培养创新未来，恒源祥创建“恒爱致远青少年创新基金”，支持全球发明大会中国区及上海赛区活动。

2023年，恒源祥好小囡文化艺术中心上海好小囡少儿合唱团携手维也纳童声合唱团用合唱、非遗技

foreign Brand Sustainable Development “Green Business Card”. Our group released the 13th Corporate Social Responsibility Report in Shanghai and was honored as one of Shanghai’s Top Ten Enterprises for CSR.

Concentrating on Public Welfare and Charity: Forward with Love

On December 14, the launch ceremony of the 2023 “HYX’s Caring Action—Million Families Connected by Love” was held in Lianyungang, Jiangsu Province, marking the 19th year of the “HYX’s Caring Action” initiated by HYX Group and the China Children and Teenagers’ Fund. By the end of that year, the activity had accumulated and donated 1,389,140 pieces of love sweaters.

The 18th “HYX Literature Star” China Middle School Students Writing Contest (2022–2023) National Finals kicked off in Taiyuan, Shanxi Province through written tests, oral tests, and impromptu speeches, comprehensively examining the comprehensive qualities of candidates in “listening, speaking, reading, and writing”, ultimately producing 20 “HYX Literature Stars,” 20 “HYX Literature Star” nomination awards, and 4 individual awards. The award ceremony and the establishment ceremony of the “Literature Star Alumni Association” were held on July 16, and in September, the “HYX Literature Star” Mount Daba Creative Expedition for Chinese middle school students was launched.

To celebrate the 20th anniversary of the partnership between HYX and Hoh Xil of the Three-River-Source National Park, the group, together with sub-brands of the group such as “Fazeya” and “Xiaonan”, planned and implemented a series of activities: from the signing of the third-phase agreement for the protection and construction of the Three-River Source National Park to the development

and donation of green products; from attending the second National Park Forum as the only corporate representative speaker to conducting cross-border cooperation with the Wang Xiaohui Art Museum; from Weibo soliciting contests to the song “Hoh Xil” being sung five times in Vienna, to Douyin’s public welfare live broadcasts and cooperation with the movie channel for the multimedia live broadcast of the movie “Snow Leopard and Her Friends,” fully demonstrating HYX’s innovative concepts and achievements in participating in ecological civilization construction from protection to development.

HYX did charity for children in flood-stricken areas in Hebei and earthquake-stricken areas in Gansu and Qinghai. Year 2023 also marked the tenth anniversary of the “Billion People, Warming Clothes—Caring for the Most Beautiful Rural Teachers” public welfare activity of HYX’s business and supermarket industry.

The group was also invited to attend the charity dinner of the American “Appeal of Conscience Foundation”.

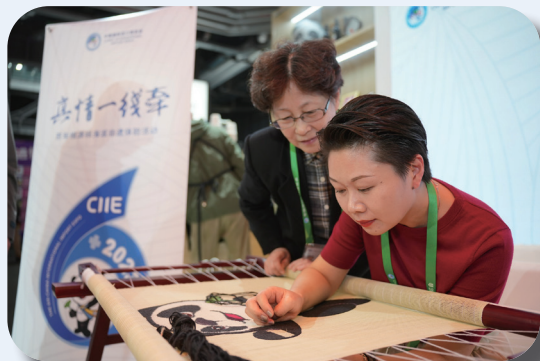
Youth Growth: Ascending of YOUTH

The 2023 “Starry Oceans” Young Actor Talent Selection Plan fashion project, jointly launched by CCTV Movie Channel’s Integrated Media Center and HYX, had a series of multi-session, multi-dimensional brand events throughout the year, including: the M-Chart of China Movie Channel and the Ceremony of Chinese Movie Data, the 18th and 19th China Movie Huabiao Film Awards, “Starry Oceans” Young Actor’s Perception of HYX, the 2023 Greater Bay Area Movie and Music Gala, the 36th China Movie Golden Rooster Awards, and the 5th Hainan Island International Film Festival, etc.

Through the “Starry Oceans” project, the group actively coordinated internal and external resources to



3月5日，恒源祥向雷锋生前所在部队敬献“永不凋谢的雷锋花篮”。



恒源祥在2023上海进博会上开展“真情一线牵”非遗活动。

艺等方式呼唤世界和平、自然和谐，7月赴维也纳参加“世界和平合唱节”，在联合国维也纳总部、维也纳“金色大厅”等地表演；在国内举办“我们是共产主义接班人”音乐会，并参与何占豪、华沙男童合唱团、上海音乐学院交响乐团相关高规格演出。

为强化集团人才梯队建设，“恒Young Club”青年成长训练营走进东华大学、帽饰文创园等地开展研学。

非遗传承 情深意长

继举行共绣红旗、共编“中国”花阵之后，2023年结合“向雷锋同志学习”题词60周年、习总书记做出重要指示的契机，恒源祥联动全国雷锋学校大联盟开展“暖young生花，绒花寄情”系列活动，3月5日，向雷锋生前所在部队敬献以“海派绒线编结技艺”钩编而成的“永不凋谢的雷锋花篮”，致敬“永恒的雷锋精神”。

为持续提升恒源祥非遗的影响力，集团董事长兼总经理陈忠伟、党委书记顾红蕾5月应邀出席康复国际百年庆典，并以“海派绒线编结技艺”为庆典打造了颁奖花束及伴手礼。此外，恒源祥还为第二届全球媒体创新论坛“上海之夜”、第二届国家公园论坛、世界武术锦标赛打造嘉宾伴手礼或纪念花束。创新设计的绒线花艺作品《“绒”情玉兰》获第二届国潮设计大赛最佳作品奖，并通过第六届进博会、中国国际旅游交易会，外事接待、媒体传播、终端落地等活动进行了充分的展示。

集团还借助“我是非遗小传人”、全民终身学习活动周、非遗进校园成果展等形式开展传承活动；通过打造“非遗+公益”为核心的“海派非遗公益合伙人”模式，助力特殊人群灵活就业，创新非遗时代价值，项目获得“我们都是社会设计师”——新阶层人士社区治理创新大赛二等奖。

empower the production and sales system, and joined forces with the CCTV Movie Channel, making it the official recommenders of HYX's quality products. The 2023 "Starry Oceans" fashion plan had a total online dissemination volume of over 16 billion times, with total sales of nearly 17 million yuan.

To cultivate an innovative future, HYX established the "Hengai-Zhiyuan Innovation Fund" to support events in Invention Convention China and Shanghai division.

In 2023, HYX Good Children Cultural and Art Center's Shanghai Good Children's Choir collaborated with the Vienna Boys' Choir to call for world peace and natural harmony through choir singing and intangible cultural heritage techniques. In July, the Choir participated in the "The World Peace Choral Festival" in Vienna, performing at the United Nations Vienna Headquarters, the Musikverein Vienna and other venues. They also held the 'We Are the Successors of Communism' concert in China and participated in high-profile performances with He Zhanhao, the Warsaw Boys' Choir, and the Shanghai Conservatory of Music Symphony Orchestra.

To strengthen the construction of the group's talent pool, the "Heng Young Club" youth growth training camp entered Donghua University and the Hat Cultural and Creative Park to conduct study tours.

Intangible Cultural Heritage Inheritance: Deep Affection and Profound Significance

Following the joint embroidery of red flags and the joint creation of the "China" flower array, in 2023, in conjunction with the 60th anniversary of the theme "Learn from Comrade Lei Feng" and the important instructions made by General Secretary Xi, HYX collaborated with the National Lei Feng Schools Alliance to carry out the "Warm

Young Lives, Deliver Affection through Velvet Flowers" series of activities. On March 5, they paid tribute to the "Eternal Spirit of Lei Feng" by presenting a "Never Withered Lei Feng Flower Basket" made of "Shanghai-style Wool Thread Knitting Technique" to the army unit where Lei Feng served before his sacrifice.

To continue to enhance the influence of HYX in terms of intangible cultural heritage, Chen Zhongwei, Chairman and General Manager of the group, and Gu Honglei, Secretary of the CPC Committee of the group, were invited to attend the Centennial Celebration of Rehabilitation International in May, and they created award bouquets and souvenirs for the celebration with the "Shanghai-style Wool Thread Knitting Technique." In addition, HYX also created guest souvenirs or commemorative bouquets for the second CMG Forum "Shanghai Night," the second National Park Forum, and the World Wushu Championship. The innovative design of the velvet flower art piece " 'Velvet' Affection Magnolia" won the Best Work Award at the second Guochao Design Competition and was fully displayed through activities such as the sixth CIEE, the China International Travel Mart, foreign affairs receptions, media communication, and terminal landing.

The group also conducted inheritance activities through forms such as "I Am a Little Messenger of Intangible Cultural Heritage," National Lifelong Learning Week, and Intangible Cultural Heritage Entering Campus Achievement Exhibitions; through the core "Intangible Cultural Heritage + Public Welfare" model of "Shanghai-style Intangible Cultural Heritage Public Welfare Partner," it helped vulnerable groups to flexibly employ, innovate the value of the intangible cultural heritage era, and won the second prize in the "We Are All Social Designers" —New Social Strata Community Governance Innovation Competition.

组织治理



9月25日，“兔跃八纪 向羊新生”恒源祥联合体代表大会在上海召开。

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。2023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2022年度工作报告》；审议并通过了《监事会2022年度工作报告》；审议并通过了《总经理2022年度经营工作报告》；审议并通过了《董事会2023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2022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2022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2022年度经营情况和财务状况。

2023年，分别召开第六届监事会第二十五次会议和第二十六次会议。第二十五次会议审议并通过了《2022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2023年财务情况进行审计。本次会议还一致认为：公司在2022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。第二十六次会议审议并通过了《2023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2022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。



当地时间9月16日，在伦敦“设计沪航计划”上，集团董事长兼总经理陈忠伟发表演讲。

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。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，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98%、1.5%和0.5%。



集团每年3月开展中高层岗位竞聘。



集团工会组织恒源祥员工开展文化之旅。



“三八”妇女节当日，集团工会为女员工代表送上节日慰问。



春节前，恒源祥集团工会为员工发放过大礼包。

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招聘制度。通过在集团公司范围内实行公开招聘、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

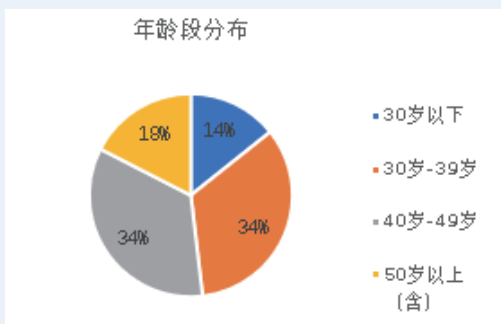
恒源祥是一家品牌企业，恒源祥集团总部189位管理人员服务恒源祥联合体5万多位成员，服务内容主要为赋能品牌价值、管理模式、执行标准、营销方案等，对团队成员的思维方式、能力模式和行为习惯要求十分高。集团紧紧围绕员工发展和组织发展的需求，通过“文化转型”“学习型组织”建设等方法，在保护好全员基本权益的基础上，积极培育兼具经营

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。

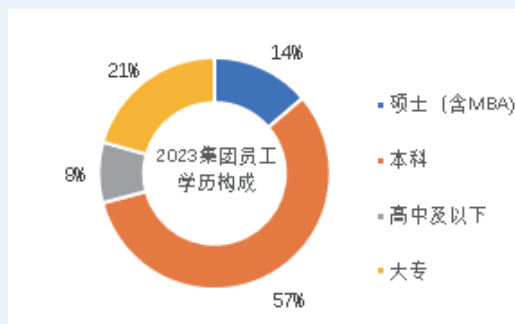
企业员工学历、年龄构成

截至2023年12月，恒源祥集团员工为189人，员工的学历构成比例和年龄段的比例是：

2023年集团员工的年龄分布比例



2023年集团员工的学历构成比例



人员结构以中青年员工为主，集团平均年龄40岁。

2023年集团人力资源总体状况如下：

级别	人数	占比（%）
董事长	1	0.5
总经理、副总经理	4	2
总监、副总监	30	15
产业公司负责人	6	3
部门经理	25	13
主管级别	37	19
基层员工	86	45
合计	189	—

优化人力资源结构

大力推进人力资源优化工作。2023年，共退休4人，离职8人。全年累计招聘90后专业人才7人，为集团注入了年轻活力，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，举办校园招聘和宣讲会，在年轻群体中广泛宣传了恒源祥品牌，也为集团的人才蓄水池中注入了新鲜血液。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》和《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。2023年，集团人力资源中心进一步完善了集团薪酬制度。除了不减员不降薪之外，还推出新的年度激励政策，奖优促优，鼓励广大员工积极参与创新项目。

依法规范加班制度

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

青年员工培育





恒源祥集团工会为员工发放节日福利。

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15万元，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。

2023年，集团如期开展了全员的消防安全知识培

训工作；开展了4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，2023年开展了30人次的专题培训；建立安全工作定期检查制度，全年共开展24次安全检查清理，整改不安全现状12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2023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；实施职工子女升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，



迎“六一”，恒源祥好小因受豫园商城邀请唱响沪语童谣。



兔年新春首个工作日，恒源祥为每一位员工送上开门红包。



“恒YOUNG CLUB”青年成长训练营走进东华大学。

推行“员工子女助学补助方案”，对因特殊原因造成困难的员工子女进行专项帮助。2023年度，恒源祥党政工团对34名因病或家属生病的员工进行了家庭访问，使用工会经费55617.90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98%，比较满意2%。恒源祥集团制定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。2023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，2023年员工的满意度为98.5%。

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。2023年人均体检费用为1450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、文化活动和体育活动设施。

3. 员工健康管理

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

工作场所中人的发展与培训

恒源祥集团一贯重视员工的培训与发展。恒源祥集团的教育培训体系主要分两个层面，一是服务于恒

源祥联合体的培训体系，主要由恒源祥集团培训部承担；二是重点关注集团本部员工的教育培训，主要由恒源祥集团人力资源中心负责。

1. 重视新员工培训

2023年度，恒源祥集团正式录用了“90后”的7位新员工。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，旨在培养有着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联建单位参观学习等，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。

2023年，恒源祥集团人力资源中心开展了以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”。2023年，集团继续贯彻“全员参与、注重分享、奖励先进、组合资源、注重实效”学习型组织创建方针，继续执行员工“72小时学习绩效”，通过联合体大会、员工大会、党团（组织）生活、工会班组学习和内部交流、外部培训等学习平台，优化了专题分享、走访学习、讲座和培训等学习形式，充分利用恒源祥内网（经营品牌能力平台）、企业内刊《创导》《周五频道》视频、集团官微“羊来了”等平台制作、传播、交流优质资源；工会和团委则通过班组学习、“青年恒好论坛”等学习形式，持续提高员工素质。集团党政还采用“请进来、走出去”的方法，邀请国内外著名的专家学者进行高端培训；在大环境允许的情况下，分期、分批输送员工参观国际优秀企业、出国考察交流，充实国际管理理念。

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

3.职业生涯规划

恒源祥集团党政除了每年投入大量经费和一定时间进行专业培训，营造全员学习气氛外，更鼓励党员和员工养成终身学习的习惯，并积极引导员工进行职业生涯规划。集团党政通过人力资源部门，建立员工“职业生涯领航员制度”，确定了经理和企业骨干履行带徒弟的义务，通过“一对一”签约建立师徒关系，使一批年轻人较快成长起来，此外还搭建了“1+1”经营品牌能力建设实践平台，在这个平台上，员工除了自身的工作外，还可以获得这个平台提供的额外的项目实践机会、资源配置、激励保障等。这个平台让青年员工有了更多学习、实践的机会，快速提升员工个人经营品牌能力的同时还营造了良好的团队协作氛围。

为表彰在品牌和文化发展上作出突出贡献的部门和个人，2023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2023年的“月度价值之星”中揭晓的“年度价值之星”（提名奖）分别是：

2023 “年度价值之星”（提名奖）	
	恒源祥商超电商项目组
	“2023年抖音、唯品会电商销售逆势突破”项目组
	“以武会友，睦同五洲：恒源祥国际武术锦标赛及恒源祥之夜”项目组
	“发明恒好：全球发明大会中国区（国赛+上海赛）”项目组
	“我们一起兔兔兔生肖春节互动营销”项目组
	“恒源祥体育营销生态平台”共建项目组
	上海市“五一劳动奖章”“全国最美商业职工”评优项目组
	“升级非遗技艺新价值”项目组
	“擎雅·恒源祥品牌班”
	“羊来了”“周五频道”经典传播平台项目组

在2023年的“月度价值之星”中揭晓的“年度价值之星”分别是：

2023年度“价值之星”	
无我奖	“护品牌 稳发展：恒源祥服饰市场打假专项行动”项目组
	2023创奖项目组
无限奖	2023“星辰大海时尚计划”项目组
	“恒源祥温暖守护三江源可可西里20周年”项目组
无中生有奖	“2023年恒源祥联合体代表大会”项目组
	“与羊共舞 全民夺揽：恒源祥2023（首届）中国职工竞技擀蛋锦标赛项目组
不可为而为之奖	“恒源祥品牌美学体系构建2023年实践”项目组

2023年“恒源祥月度价值之星”的汇总表

编号	项目名称
1	“知识产权线上维权”项目组
2	“525桐乡电商市场打假行动”项目组
3	“湖南隆回假冒羊毛衫”打假项目组
4	“集团获评AAA（全国级）首批知名商标品牌评价证书”项目组
5	“恒源祥Young耀电影频道M榜暨中国电影大数据盛典”项目组
6	“我们一起兔兔兔 春节新媒体营销活动”项目组
7	2023“星辰大海之时尚计划”感知恒源祥项目组
8	“暖young生花，绒花寄情”纪念向雷锋同志学习60周年系列活动项目组
9	“康复国际百年庆典项目”项目组
10	“海派绒线编结体验”项目组
11	2023年“上海市五一劳动奖章”创奖项目组
12	恒源祥非遗及“自然好睡眠”推荐项目组
13	恒源祥录制《侬最有腔调》项目组
14	“恒源祥2022年度十大新闻制作”项目组
15	恒源祥“中国品牌日”项目组
16	体育记协项目组
17	“恒源祥新传播赛道搭建”项目组
18	恒源祥助力“梅西来了”淘宝独家直播项目组

19	“中企协擗蛋专委会成立仪式暨恒源祥中企协擗蛋邀请赛”项目组
20	“恒源祥2023（首届）中国职工竞技擗蛋锦标赛”项目组
21	“为奥运喝彩·拥抱巴黎”项目组
22	“恒源祥之夜”——国际体育记者协会联合会晚宴”项目组
23	擎雅·恒源祥品牌班”项目组
24	“《可可西里》五次唱响维也纳”项目组
25	“2023年恒源祥联合体代表大会”项目组
26	“2023年恒源祥联合体代表大会——晚宴”项目组
27	“我们是共产主义接班人”暨好小因与全国雷锋学校大联盟合唱雷锋歌项目组
28	“花的三重境”项目组
29	艺术展产品项目组
30	“小因AI非遗——羚儿响叮当”项目组
31	“恒源祥×吴海燕（东方丝国）——2024春夏服装及家纺产品”设计项目组
32	“恒源祥参与第八届中法品牌高峰论坛”项目组
33	“恒源祥亮相第九届中法品牌高峰论坛”项目组
34	“恒源祥携手春秋航空绿色低碳”项目组
35	绒线进终端项目组
36	“花样绒线”项目组
37	“恒源祥世界设计之都大会”项目组
38	“恒源祥×电影频道公益跨界联名”项目组
39	恒源祥《电影频道》品牌推荐官项目组
40	“2023年恒源祥联合体代表大会绒线·服饰分会”项目组
41	“恒源祥星级羊毛被调湿性能广检认证”项目组

42	“海派绒线编结”商业落地项目组
43	“恒源祥论坛·奥林匹克文化艺术沙龙”项目组
44	恒源祥·三江源温暖守护20年系列活动项目组
45	全球发明大会中国区（国赛与上海赛）项目组
46	“纳税A类信用评级”创评项目组
47	“上海市优秀企业家”创奖项目组
48	“上海市劳模创新工作室”创建项目组
49	“2023上海伴手礼”项目组
50	恒源祥党建案例全国多平台传播项目组
51	恒源祥服饰直播项目组
52	“2023首届福布斯中国国潮创新人物”创奖项目组
53	恒源祥第十六届世界武术锦标赛项目组
54	“2023年度‘恒爱行动’暨全国启动仪式”项目组
55	“松鹤楼×恒源祥”跨界联名项目组
56	恒源祥官方微信公众号“羊来了”十周年项目组
57	“炬龙成祥”创意策划与生肖文创礼盒设计研发项目组
58	湖南郴州打假维权项目组
59	“羊行天下——恒源祥与乌拉圭友谊”项目组
60	2023恒源祥“星辰大海之时尚计划”礼服队服项目组

人才管理理念在联合体内的影响

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

如在内刊《创导》以专栏形式介绍，在集团官网和官微“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对尊重人才、爱惜人才，对人才高度重视的文化氛围。

环境



9月25日，恒源祥与三江源国家公园签订《保护建设工程战略合作协议》。

污染预防

1. 环保管理体系规范

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

2. 环保宣传教育氛围良好

恒源祥一贯倡导绿色环保理念，引导恒源祥联合成员自觉节能减排，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系生产体系中，开展全员环境保护培训，推动节能减排技术的应用。

在联合体系内的合作工厂中大力推进环保新技术

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

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，至今还未被打破。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。

2023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2023年12月，恒源祥大厦的耗电量为701560度，比2022年同期耗电量713080度电，节约电力11520度，降低了1.62%。

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，2023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，2023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，集团团委组织团员员工参与到上海黄浦区认养树木护绿活动中。

3. 与三江源国家公园管理局紧密合作

始于2002年，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建立深厚友谊。2023年，双方合作迎来20周年，恒源祥作为三江源国家公园管理局的联建单位，8月19日，恒源祥集团董事长兼总经理陈忠伟、党委书记顾红蕾、恒源祥西北大区分会副

会长庄韞奇一行出席了第二届国家公园论坛，在《全民共享和文化品牌塑造》主题分论坛上，陈董作为唯一企业代表，发表了题为《数字化时代下的国家公园品牌建设》的讲话。

9月25日，在恒源祥联合体大会上，恒源祥集团与三江源国家公园在会上签署了《恒源祥·三江源国家公园保护建设工程战略合作协议》，未来双方将在新的合作框架下，充分发挥各自优势，运用科技、人文、艺术等方式，着力保护与宣传绿色生态，为实现万物和谐共生的美好愿景携手奋斗。今年，恒源祥向三江源的生态管护员捐赠了“恒源祥·三江源温暖守护20年”系列产品，包括恒源祥保暖内衣、彩羊羊毛保暖三防衬衫套装、恒源祥服饰产品和恒源祥家纺产品，系列产品依托恒源祥在数字、循环和美学经济等方面的产业经验，专为严酷工作环境下的管护员温暖贴心定制。

另外，恒源祥长期资助的上海好小囡少儿合唱团在维也纳五次唱响歌曲《可可西里》，还与王小慧艺术馆开展跨界合作宣传可可西里，开展抖音公益直播，与电影频道合作电影《雪豹和她的朋友们》融媒体直播等，充分展现了恒源祥参与生态文明建设从保护到发展的创新理念和成果。

公平运行实践



11月7日，顾红茜书记出席“品牌，让世界更美好”中外品牌论坛并分享恒源祥的社会责任担当和ESG实践中的做法。

党建工作

2023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. 党员学习教育与实践

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，2023年集团党委开展线下沉浸式主题学习活动，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 主题活动

1月29日，“新年第一课”，全体党员参观中共二大会址纪念馆，深入了解党的历史上第一部正式党章的诞生，开展党的二十大系列学习。3月初，纪念“向雷锋同志学习”题词60周年“永不凋谢的雷锋花篮”主题活动，与党建共建单位——武警上海市总队执勤四支队、黄浦区外滩街道宝兴居民区党总支分享交流“为人民服务”的实践和雷锋精神的时代内涵；以及相关作品赠予中共一大会址纪念馆收藏。5月中旬，全体党员自学在线党课《开辟马克思主义中国化

时代的新境界——学习贯彻党的二十大精神》。

将“七一”主题党日活动扩容至7个“一”系列活动——一场主题仪式、一次生动党课：6月29日，“学思践悟启征程 兔跃八纪建新功” 2023集团党委“七·一”主题党日活动，邀请上海音乐学院专业讲师讲授音乐党课；一次沉浸式体验：6月底，“中国”绒线花阵落户外滩历史纪念馆暨外滩党群服务中心；一次志愿者服务：6月底至7月初，青年党团员担当ICC相关青少年科创活动上海赛区和全国总决赛志愿者；一次关爱慰问：党工团夏季慰问，社区以及联合体；一场公益活动、一次联动互动：6月底至7月，与ICC团队、员工子女等，开展“红色文化+非遗体验+艺术感知+科创碰撞”、非遗小传人等体验活动。

②主题教育

9月，集团党委根据相关要求，制定发布了《中共恒源祥（集团）有限公司委员会关于扎实开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育的实施方案》，结合支部工作和业务工作进行双向推动，立足筑牢信仰之基、把稳思想之舵。

支部书记率先垂范、带头学习：10月，重阳慰问宝兴社区“老邻居”同时，与居民区党总支共同聆听党课；11月，支部书记进行主题教育学习交流会。

以党支部为单位，依托“三会一课”、主题党日等，开展学习方案制定、集体学习、基层支部书记讲党课。对接资源、丰富主题教育学习与方式，例如红色原创话剧的沉浸式感知。

在主题教育过程中，注重发挥党建联建优势。10



恒源祥集团党委书记顾红蕾荣获2023年“上海市五一劳动奖章”。



9月29日，顾红蕾书记出席“活态传承·创新设计”长江流域非遗传承人与创新设计师对话论坛。



12月，经民主选举，恒源祥集团妇联正式成立。

月，与业务学习联动，同南通帽饰文创园围绕主题教育开展联组学习；11月，与来访的黄浦区中小企业党支部围绕主题教育开展相关学习交流；12月，党员代表参观学习上海国有资产经营有限公司党建园地。

落实“一个支部一件实事”：结合集团战略和核心业务，发挥“支部建在产业”的优势，将工作推动落实到业务第一线，立足为线下终端提供好服务、办好实事。党建与业务联动，充分发挥“支部建在产业”的优势，帮助产业解决实际问题；内外部联动，通过党建先行、带动业务，形成双向联动、价值共创、成果共享，凝心聚力重实效。

③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得好评。

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。

3.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，形成内外部合力，从而推动党建工作及其他业务工作。

①区域化党建联席会议



6月8日，集团党委书记顾红蕾（右三）担任黄浦巾帽讲师团首任团长。

在区域化党建联系会议商贸服务专委会的牵线搭桥下，先后于2月、9月与“帆书”，7月与上海海坤实业有限公司，10月集团家纺与同为1927年品牌的万豪酒店上海投资方，上海市创意产业协会等，分别等开展学习交流、业务交流，党建推动业务发展。6月，商贸服务专委会来访调研；8月，商贸服务专委会联络员会议。8月，区域化党建联席会议来访调研；区域化党建联席会议第九次全体会议。11月，外滩街道区域化党建联系会议第七次全体会议。

②企业关系

东方国际创业股份有限公司：引入参与“恒爱行动”，组织了27个部门的52名职工（包括驻海外员工）及15个团队，完成了67件爱心毛衣的编织，并为2023恒爱年度手册提供了相关素材。

③机关、社团关系

上海市残疾人联合会：引入参与“恒爱行动”，组织了50余名机关党员，并协调相关老师开展编结指

导，助力完成爱心毛衣的编织。

新四军历史研究会六师分会：3月，与六师分会、七师分会开展交流；10月，参加“新四军之家”纪念原子弹爆炸59周年座谈学习会；12月26日，参加六师分会年会暨“纪念毛泽东同志诞辰130周年”活动。

④校企关系

上海音乐学院：与同为1927年诞生的上音围绕主题教育、文化艺术、共建共创开展多角度交流与合作，探讨共同的百年初心，筹备1927联盟。黄浦区回民小学11月，以“光影筑梦 强国有我”为主题的第五届全国中小学生电影周在上海举办。回小应邀展示绒绣技艺，回小师生与恒源祥绒绣原创工作室工艺师共同向来宾展示了绒绣党旗是如何绣制而成的，并现场互动。

⑤其他

赋予党建联建单位恒源祥相关文创产品体验、纪

念；服务企事业单位采购、内购。

4.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。

5.党建案例及ESG实践案例的传播

①顾红蕾书记党课巡讲

2023年集团党委书记顾红蕾入选上海市“两新”组织党的二十大精神“百师百讲”宣讲团成员，受邀于上海文广“兴业讲堂”首场特别活动、虹口区组织部、静安区南京西路街道、浦东新区合庆镇、青浦徐泾镇、黄浦区党校等多地，以恒源祥党建工作案例，开展党课讲述。

②党建案例传播

以《文化赋能“情牵一线”“无限之线”接续奋斗》为题的恒源祥党建案例，经推荐上报中组部、新

华社、中国化管理协会企业党建与企业文化工作委员会、上海基层党建网的相关评选活动。

③党建工作经验交流、党员学习感受分享

3月，参加黄浦区民营企业党建工作座谈会，交流企业基层党建工作特色。

党员代表、青年党员代表、预备党员，参与市区街镇关于“党的二十大”理论宣讲及学习心得入选相关党建平台。

④ESG实践案例的传播

以“海派非遗公益合伙人”为理念的恒源祥ESG实践案例分别在由市委统战部、市民政局、黄浦区委统战部、黄浦区民政局、上海市社会建设研究会等主办的全国率先创导“社会设计”理念的创新大赛、2023世界城市日中国主场活动“社会治理创新与可持续发展全球城市论坛”、由新华社新闻信息中心、新华社上海分社、新华社品牌工作办公室主办的“品牌，让世界更美好”——中外品牌论坛中获邀分享。



7月1日，集团党委开展党日主题活动。



7月1日，集团党委为党龄逢五逢十的党员代表赠送礼品。

6. 青年党团员价值观养成实践平台

7月，集团团委换届，选举产生第六届团委委员。通过持续党建带团建，2023年集团团委获黄浦区直属团组织工作考核优秀（2022年度），入选“上海市基层团组织典型选树”名单（2022年度）。

以“恒Young” Club青训营为青年培养抓手：二期班委协同人力资源中心、全媒体互动中心等多部门，为二期学员创造学习、培训、实践机会：2月，“与爱同行 Young耀百年”集团传播工作主题沙龙，通过项目了解传播；3-4月，参观东华大学服装与艺术学院创意集成时装设计周系列艺术展，提升审美能力，打开思路建立设计理念与产品落地理念；5月，“五四”行走的党课/团课；9月底至10月初，

2023“世界设计之都”恒源祥展台青年志愿者；10月，“新四军之家”纪念原子弹爆炸59周年座谈学习会；青年党团员参与“爱在外滩”宣传片拍摄、情景微党课演出、新时代新故事讲述等。

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。

7. 党建工作全年阶段性成果

组织方面：10月，集团荣获“我们都是社会设计师”新阶层人士社区治理创新大赛二等。11月，集团荣获践行“ESG理念”倡议品牌、“UESG”中外品牌可持续发展“绿色名片”；恒源祥于第六届进博会期间在国家会展中心（上海）党群服务站创意策划和组



2月，“与爱同行 Young耀百年”集团传播工作主题沙龙开展。



9月，青年志愿者为2023“世界设计之都”恒源祥展台开展服务。



顾红蕾书记作为代表出席上海市第十六次妇女代表大会。

织开展了以海派非遗体验为主题的互动活动。

个人方面：12月，集团党委荣获“爱我中华向未来 砥砺奋进新征程”最活跃经络上的党课优秀作品、优秀主讲人，双优秀奖。顾红蕾书记作为上海市第十六次妇女代表大会出席大会。5月，荣获2023年上海市五一劳动奖章；经推荐参加由中共上海市委组织部、中共上海市委党校举办的上海市高层次人才国情研修班；成为黄浦“发光者”巾帼讲师团首任团长。11月，经组织部推荐为第二届黄浦区新的社会阶层人士联谊会会员人选。12月，顾红蕾书记被聘为上海音乐学院“上音书院”导师。

8. 四新妇联组织建设

集团妇联筹备工作小组成立，开展妇联组建工作，妇联于12月正式成立，经民主选举，由顾红蕾担任妇联主席。

9. 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，2023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。

2023年，党员转正1名，发展预备党员1名。

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、2022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2023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



恒源祥集团被授予“上海品牌100+（时尚消费品）”荣誉。



恒源祥荣获“国家知识产权示范企业”称号。

4.开展国家和行业标准的宣贯活动

为进一步提高恒源祥各产业经销商质量意识，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，2023年，服饰产业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2项国家标准的制修订工作

技术中心积极参加毛纺织、针织、服装和家用纺织品国家标准和行业标准的制修订工作，年内作为标准的起草单位先后参与了GB/T 29863-2023《服装制

图》、GB/T 8878-2023《针织内衣》等2项国家标准的制修订工作，并被全国服装标准化技术委员会授予“2023年度标准化工作先进单位”荣誉，被全国纺织品标准化技术委员会针织品分会授予“标准化工作突出贡献奖”荣誉。

6.制定3项企业标准

年内技术中心按照上海市市场监督管理局关于企业标准制定、发布、复审和网上备案的规定，帮助家纺、绒线公司制订、审核和在網上备案《毛巾类产品》、《复合提花类产品》、《手编绒线花》等3项企业标准。

合作共赢

1. 权益保障

恒源祥品牌产品运营体系主要有与恒源祥集团签订《加盟生产经营合同》或《加盟供货合同》或《加盟经营合同》或《加盟零售合同》或《加盟专卖合同》的恒源祥品牌产品的生产经销、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. 对生产商和经销商的政策及承诺

恒源祥集团对生产商和经销商的政策及承诺体现在：

① 品牌支持

共享恒源祥集团品牌对产品生产、销售和推广带来的利益和影响。

② 形象模式支持

以恒源祥集团完善的品牌管理运作模式规范运作，规范统一的价格体系，完整的品牌VI形象推广。

③ 广告支持

共享恒源祥全国性的广告宣传，体现在电视媒体、报纸、期刊、平面印刷品、网站和网络广告宣传，参加产品展会等，在提升品牌知名度和影响力的同时，促进生产商、销售商的市场营销能力。

④ 市场督导支持

集团专门设置了市场督导部门，负责市场维权，打击侵权产品、假冒产品，保障生产商、销售商的合法权益。

⑤ 开业支持

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

⑥ 区域推广支持

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

⑦ 培训支持

数字化时代，数字化产品和数字化平台在社会发展中占据重要地位。而我们要立足数字化平台，进一步发掘数字化平台的优势，保证其更好的为企业服务，快速，敏捷地实现企业数字化运营转型，以“品牌数智营销的未来：虚拟存在+生成式AI”以及AIGC浪潮下的品牌传播新生态”，重点解析从元宇宙到ChatGPT，以全面智能化时代的品牌传播新生态为重点课程，以“心时代·心品牌”为主题的2023肇雅·恒源祥品牌班在北京顺利举办。来自于各地、50余位恒源祥成员齐聚景色宜人的达园宾馆，开展了为期3天的研修之旅。2023品牌班同时增设了游学课，以“从文化现象观文化品牌”为主题，带领学员深度考察了雍和宫的文化现象和文创品牌，并在什刹海书院聆听了“传统文化与生活智慧”主题课。2023年肇雅·恒源祥品牌班，秉承“文化赋能、品牌创新”



9月1日，恒源祥集团新员工前往恒源祥工厂感知恒源祥。

的宗旨，聚焦“心时代”的品牌定位及发展，结合当下的文化现象和世界热点，特邀权威专家，通过专业课程与案例解析，深刻解析“心时代”品牌发展的挑战和机遇，开拓“心视野”、发现新机会、构建新格局，全面提升传播力、引导力、影响力，成为具有国际水准的品牌运营人才，为恒源祥品牌升级赋能，为中国品牌走向世界助力。

美学经济时代，伴随着消费需求与消费体验的不断升级，以美学价值为核心的产品价值，在企业的品牌建设中发挥着越来越重要的作用。“新征途 同心同行”，2023年恒源祥服饰产业（陕西）专项培训会在服饰产业陕西运营中心成功举办，为来自陕西、甘肃和新疆的服饰实体店店长们举行了为期两天的《美学服饰搭配》的课程培训。经过问卷调查，本次培训总体满意度100%，学员们通过培训对美学服饰搭配、色彩的搭配有了重新的认识，将运用到日后的销售中。

教育培训中心紧跟随集团理念，在循环经济中实现品牌可持续发展，践行ESG可持续发展教育，“乘风破浪 梦想起航”。彩羊品牌二十周年温暖再出发，

以提振彩羊人的信心和升级认知为目标，Fazeya男装2023年度兰州专场培训在彩羊品牌兰州运营中心成功举办，为来自甘肃、青海、宁夏的彩羊实体店店长们开展了为期两天半的《门店销售与陈列技巧提升》的课程培训。今年的线下培训增加了课前实体店门店考察及课后实体店实操环节。多年来一直秉承着打造恒源祥化培训理念，要求老师课前调研，课后跟踪，真正地走进终端，解决问题，实现定制化课程。为了更好地改进培训，集团对学员们进行了现场调查问卷的填写及采访，本次培训总体满意率平均值96.43%。通过培训，鼓舞了士气，传授了知识，增加了品牌自信，新开三家专卖店，导购和店长离职率同比降低20%，自营门店销售同比增长10%，自营门店所在商场月度综合评分平均提升1个名次，熟客复购率平均提高10%，运营中心管理效率提升30%，实现了BVC和BVA的价值创造。

3.对组织建设及人才培养的承诺

集团持续营造“我想、我讲、我做、我要”的文化氛围，恒源祥集团团委依托“青年恒好”论坛平

台，以集团项目百年庆、品牌与文化研究等项目为抓手，培育青年员工。集团还在恒源祥联合体党工团联建单位开展了系列活动，包括“感知恒源祥”、开展“青年恒好”论坛等。

①集团团委如期完成换届

为了更好的服务团员及青年，2023年7月，恒源祥集团团委按时完成团委换届工作，并顺利完成团支部换届工作。新一届团委将结合集团项目及产业运营特色，持续、广泛、高效地为集团、产业及联合体青年团员服务，并以实际行动助力恒源祥品牌运营，持续为社会创造价值。

②开展常规活动。

2023年，集团团委认真落实了团区委对智慧团建系统中团组织转接、教育学习活动规范化录入、对标定级等相关要求。此外，恒源祥团委定期召开团委、团支部工作会议。现已基本形成了“三月学雷锋志愿行动”“五四主题团课活动”“迎七一党建活动”“感知恒源祥”“技能大赛”“迎新晚会”等活

动。同时还建立了团费收缴制度，通过微信群开展日常工作，并通过集团微信、微博、抖音等渠道宣传集团青年活动。

③强化区域联建。

2023年3月，恒源祥集团团委与中国社会主义青年团中央机关旧址纪念馆团委，共同参与“上海青少年红色大寻访活动”。4月，集团团委与上海铁路局联合开展团员及青年联建活动。此外，集团团委作为团区委直属单位，积极参与“环人民广场联盟—团建101”大联盟团建活动。

④重视培养青年

为了更好的发挥青年团员的创新能力，集团团委充分调动资源，在团干选举培养方面注重向一线青年员工倾斜，立足长远培养、推选团干部，并积极推选团干部参与内外部学习。2023年，集团团委积极推选优秀团干部及团员青年参加“青年工作胜任力培训”“黄浦区青年智谷训练营”“2023新媒体小编种子计划”等黄浦区培训活动。



6月18日，江苏恒源祥针织服饰有限公司在无锡恒源祥工业园区奠基。



8月12日，陈忠伟董事长一行考察陕西凤翔非遗文化，拉开彩羊品牌20周年庆序幕。

此外，集团团委推荐青年及团员参与团市委主办的全国品牌故事大赛（上海赛区）”比赛，获得优异成绩。其中，《小朋友你知道冬奥吗》除获得上海赛区奖项外，还在第十一届全国品牌故事大赛短视频比赛总决赛中获得全国一等奖。

⑤“恒Young Club”青年成长训练营持续开展

恒源祥集团团委继续开展“恒Young Club”青年成长训练营。恒Young Club青年成长训练营第二期于2022年11月正式开启，此次训练营以产业项目为指导方向，并为训练营学员提供丰富的学习和课程资源，目前已经完成了恒源祥东华大学美学与艺术感知活动、“消失的法老”元宇宙展览、“一起Fun，一起Young”“南通帽饰文创园”访学等活动。后续将安排更多针对性课程分享和研学体验。

⑥鼓励岗位立功，树立典型组织

2023年，恒源祥集团团委在“选树”过程中表现突出，对标“政治建设好、组织基础好、联系服务好、作用发挥好”的选树标准，入选“上海市基层团组织典型选树”名单。

2023年9月，在第25届上海市青年文明号名单及一星级上海市青年文明号评选结果公布仪式上，恒源祥非遗技艺传承项目组获得了“第25届上海市青年文明号”荣誉称号，获得上海团市委和黄浦团区委的通报表扬。此外，恒源祥集团“恒爱行动”项目组及恒源祥服饰产业集团世界礼仪服饰文化项目组成功复核为“一星级上海市青年文明号”。

⑦“恒Young俱乐部”活动

为恒源祥品牌持续健康发展进行人才储备，“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。“羊二代”代表参与到质量月等活动。



6月13日，集团青年员工体验“消失的法老”元宇宙展览。



10月19日，集团青年员工前往“南通帽饰文创园”访学。



12月，恒源祥集团荣获第十一届全国品牌故事大赛全国总决赛一等奖。

4. 分会建设

2023年，第四届恒源祥联合体分会会长、副会长经选举产生，开启恒源祥联合体发展的新纪元。新产生的第四届恒源祥分会进行了功能性的调整，服务并满足品牌经营与渠道发展的需求：电子商务联合体分会以“一台一策”为基础，核心电商平台为主力，组织架构设置上更加垂直高效；线下区域分会基于跨省经营的需求，将以经济大区为划分标准，满足线下渠道拓展的发展需求。

2023年，恒源祥联合体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。

2023年，多数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。

2023年，多个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。

2023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。

2023年，恒源祥联合体分会认真履行义务，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。

制度方针

恒源祥集团为切实保障各加盟工厂产品质量、规范加盟工厂第三方采购行为，强化对加盟工厂的质量控制和过程管理，2011年开始，集团制订了《关于产品质量管理处罚及第三方采购规范的相关规定》。本规定适用于各产业（集团）公司、产业公司及与恒源祥（集团）有限公司签署《加盟生产经营合同》和《加盟供货合同》的加盟工厂。2023年恒源祥集团继续严格执行上述规定。

尊重产权

2023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。知识产权保护

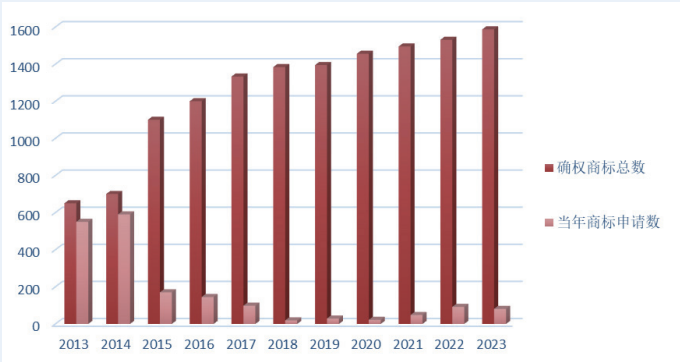
与发展中心一方面从基础工作做起，全面管理，督促及审查商标注册情况，并发挥主观能动性改变原有被动工作模式，及时主动跟进项目，从项目立项开始，进行策划期中的商标检索，基本杜绝已使用商标未注册情况；注意从商标权确权这一根源上保护“恒源祥”“彩羊”“小囡”品牌的专用权，基本杜绝已使用商标漏注情况；同时进行主要商标跨类保护，等防御性注册措施。为了迎合自媒体时代及人工智能时代的到来，知识产权中心对“恒源祥”主商标在自媒体类别及人工智能类别进行了补充注册。

经过多年时间的积累与沉淀，2023年，恒源祥集团旗下大陆地区已注册商标数达1587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3件，2023年新申请商标共计81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（包含已注册成功与申请中）一览表如下：

集团商标注册申请一览表

地区	商标申请数
大陆	1927
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	3

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国家标准、行业标准和企业标准。

2. 通过质量管理体系认证

恒源祥集团十分重视质量管理体系建设，积极推行卓越绩效模式，坚持以消费者为导向追求卓越发展。1996年6月，恒源祥在国内商业行业首家通过上海质量体系审核中心和新加坡生产力与标准局(PSB) ISO 9001质量管理体系审核认证。2002年恒源祥集团获得上海市质量管理奖，并于2008年和2011年两次通过上海市质量管理奖复审确认。2006年恒源祥集团获得全国质量奖，并于2009年通过全国质量奖复审确认。2007年集团荣获“国际亚太质量奖”。2009年集团董事长刘瑞旗荣获“中国杰出质量人”。2010年刘瑞旗董事长荣获“上海市市长质量奖”。2015年集团总经理陈忠伟荣获“中国杰出质量人（全国质量奖个人奖）”。2019年集团荣获“全面质量管理推进40周年杰出推进单位”称号。

为更好地强化产品质量管理体系，2019年是恒源祥严格执行《2016版加盟工厂质量管理体系》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。2023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. 2023年度恒源祥产品质量抽检

抽样概况

包含产业：绒线·服饰产业、商超产业、家纺产业、彩羊产业、儿童产业、羊绒产业公司、箱包产业。

被抽检工厂：38家工厂

包含品类：T恤、羊毛衫、羊绒衫、衬衫、茄克、休闲服装、针织衫、羽绒服装、裙类、卫衣、保暖裤、背心、家居服装、毛巾类、内衣、内裤、文胸、护膝、袜类、被类、配套床上用品、毯类、席类、枕类、面巾、帽类、围巾、配饰类、电脑包、双肩包、柔顺剂等。

包含渠道：工厂成品仓库、天猫、京东、抖音、唯品会、拼多多、实体专柜等。

4. 2023年恒源祥联合体质量月

2023年9月，集团在全国范围内开展了以“美学创新 数字创业 低碳创富”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700件，联合体高温慰问品共计3000份（其中质量月主会场600份），制作发放旗帜131套（国旗、质量旗、司旗）。

除了庄严的质量月升旗仪式，在整个9月的恒源

祥质量月，还开展了一直坚持的恒源祥全员技能大赛、以及恒源祥全员线上知识竞答活动等一系列活动。来自恒源祥服饰产业和商超产业的12名员工代表在服饰一厂展开了“衬衫整烫包装”和“内衣包装”两个项目的比拼。9月1日-25日期间，还面向全体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100道题目，其中80道单选题，20道多选题。知识竞答系统随机抽取30道题目，其中25道单选题，5道多选题。

大质量文化的打造和质量意识的建立是基于持之以恒与坚持不懈，全渠道消费者体验中心也将不断创新活动内容和开展方式，让更多的恒源祥成员能参与其中。

5. “首届恒源祥品牌传播官”选拔大赛

依托现如今在天猫、京东、抖音、拼多多等各大电商平台的千余家店铺，以及各大店铺在日常运营中开设的直播，让恒源祥的品牌故事、品牌文化，更加生动的、有趣的呈现给消费者，增加大众对恒源祥品牌文化的认识。2023年，全渠道消费者体验中心面向

线上主播、线下导购、工厂员工开展了“首届恒源祥品牌传播官”选拔大赛。

本次活动自启动以来，恒源祥的线上主播、线下导购、工厂代表们积极相应，共有17名成员参与比赛。预赛期间，共有3556人次积极参与网络投票。最终经过网络投票和集团各职能中心和产业初评，共有十一位选手晋级决赛，共同角逐最后的冠军。经过激烈角逐，来自恒源祥河南区域零售商张霓获得本次比赛的冠军；天猫恒源祥永协专卖店直播间主播赵志杰获得亚军；恒源祥家纺三厂员工洪光获得季军。

6. 恒源祥质量服务技术社群

基于全渠道消费者体验中心现有服务联合体的工作职责，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。2023年，“恒源祥质量技术服务社群”以知识点海报或视频等各种形式的内容共发布44条内容进行分享学习。包括新旧标准的变化、标准解析、标准查询等内容。

2023年发布的内容：

序	标题	内容	形式	发布时间 (每周二)	标准号
1	羽绒服装新标准视频	1. 适用范围, 2. 注意事项	视频	1月4日	GB/T 14272-2021
2	羽绒服装新旧标准主要差异1	1. 适用范围, 2. 术语和定义, 3、使用说明	海报	1月10日	
3	羽绒服装新旧标准主要差异2	1. 原材料和填充物, 2. 羽绒品质要求	海报	1月17日	
4	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	1月31日	
	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		
5	《GB/T 22796-2021 床上用品》的适用范围	适用范围	海报	2月7日	GB/T 22796-2021
6	《GB/T 22796-2021 床上用品》的内在质量	内在质量要求规定	海报	2月14日	
7	《GB/T 22796-2021 床上用品》的外观质量	外观质量要求	海报	2月21日	
8	《GB/T 22796-2021 床上用品》的工艺质量	工艺质量要求	海报	2月28日	

9	单夹服装新旧标准差异1	1. 使用说明, 2. 原辅料	海报	3月7日	FZ/T 81007-2022
10	单夹服装新旧标准差异2	1. 经纬纱向, 2. 对条对格, 3. 拼接	海报	3月14日	
11	单夹服装新旧标准差异3	1. 色差, 2. 外观疵点, 3. 缝制质量, 4. 整烫	海报	3月21日	
12	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	3月29日	
13	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	4月4日	
14	国家纺织产品基本安全技术规范	术语与定义	海报	4月11日	GB 18401-2010
15	国家纺织产品基本安全技术规范	要求	海报	4月18日	
16	婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范	适用范围与术语	海报	4月25日	GB 31701-2015
17	婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范	要求总则	海报	5月9日	GB 31701-2015
18	婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范	要求(织物、填充物、其他)	海报	5月16日	GB 31701-2015
19	婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范	附件要求	海报	5月23日	GB 31701-2015
20	新版《羽绒羽毛被》等四项标准发布		海报	5月30日	QB/T 1193-2023 《羽绒羽毛被》 QB/T 1194-2023 《羽绒羽毛床垫》 QB/T 1195-2023 《羽绒羽毛睡袋》 QB/T 1196-2023 《羽绒羽毛枕、垫》
21	纺织品 纤维含量标识	范围、标注原则	海报	6月13日	GB/T 29862-2013
22	纺织品 纤维含量标识	纤维含量的表示方法	海报	6月20日	GB/T 29862-2013

23	纺织品 纤维含量标识	纤维含量的允差	海报	6月27日	GB/T 29862-2013
24	纺织品 纤维含量标识	纤维含量标识符合性的判定	海报	7月4日	GB/T 29862-2013
25	GB/T 8878-2023 《针织内衣》	新旧标准适用范围、号型的区别	海报	7月11日	GB/T 8878-2023
26	GB/T 8878-2023 《针织内衣》	内在质量要求	海报	7月18日	GB/T 8878-2023
27	GB/T 8878-2023 《针织内衣》	其他质量要求（外观质量、判定规则、使用说明）	海报	7月25日	GB/T 8878-2023
28	FZ/T 34014-2022 《天然吸湿速干麻纺织品》	标准范围、主要内容、特点	海报	8月1日	FZ/T 34014-2022
29	FZ/T 34015-2022 《天然吸湿透气麻纺织品》	标准范围、要求	海报	8月8日	FZ/T 34015-2022
30	羽绒服装吊牌洗唛这些地方需注意1	产品范围、羽绒种类可不标注颜色	海报	8月15日	GB/T 14272-2021
31	羽绒服装吊牌洗唛这些地方需注意2	含绒量改为绒子含量、标注绒子含量要按照跳档	海报	8月22日	GB/T 14272-2021
32	羽绒服装吊牌洗唛这些地方需注意3	鹅毛绒含量、其他	海报	9月4日	GB/T 14272-2021
33	新版羽绒寝具系列标准更新变化	内在质量更新要点	海报	9月12日	
34	羽绒羽毛被标准更新变化		海报	10月10日	QB/T 1193-2023
35	童装的使用说明（标识）有哪些变化？ I	解释、产品名称、号型	海报	10月17日	
36	童装的使用说明（标识）有哪些变化？ II	纤维成分及含量、维护方法	海报	10月24日	
37	耐久性标签和合格证示例——成人服装		海报	10月31日	
38	耐久性标签和合格证示例——服饰&床上用品		海报	11月7日	
39	耐久性标签和合格证示例——婴童服装		海报	11月14日	
40	耐久性标签和合格证示例——箱包&鞋类		海报	11月21日	
41	GB 18401-2010取样规则		海报	11月28日	
42	2023年12月1日起正式实施的标准		图片	11月30日	
43	色牢度的取样方法		图片	12月5日	
44	国家标准哪里下载		图片	12月19日	

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

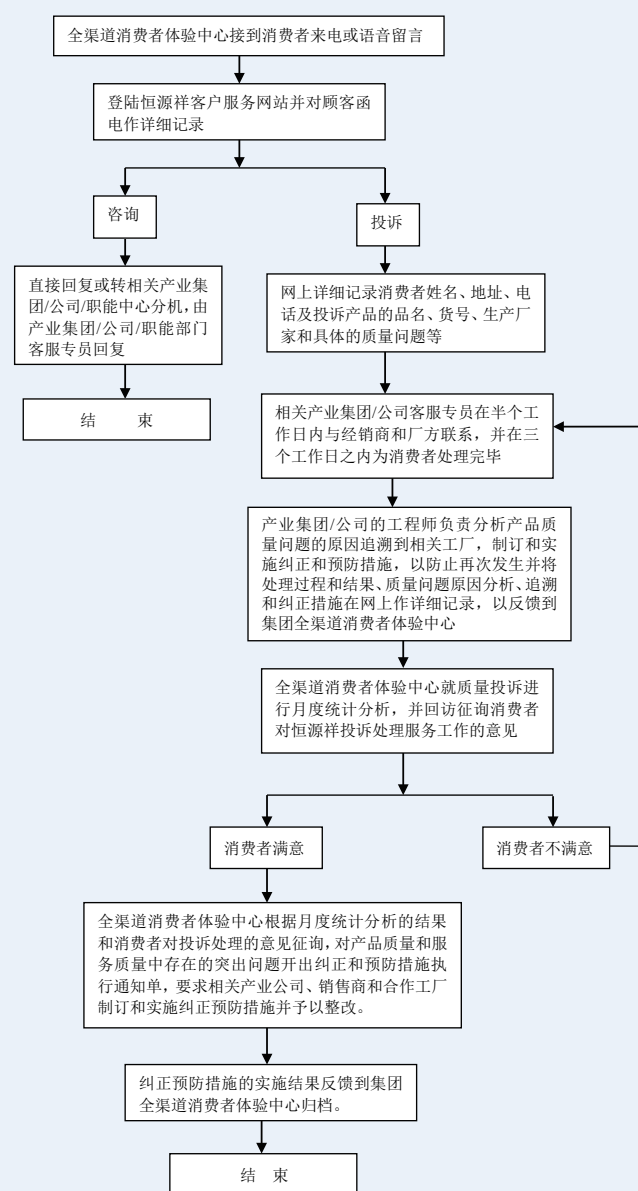
恒源祥集团有一套完整的《恒源祥客户服务工作标准》，“8008200318”是恒源祥服务热线电话，本电话为单向收费电话，电话号码向社会公开。消费者可免费拨打。接听电话人员经过专业培训，对业务知识、产品知识、品牌理念、政策法规等内容做到了然于胸，能较好地满足消费者售后等方面的需求。

2. 投诉处理

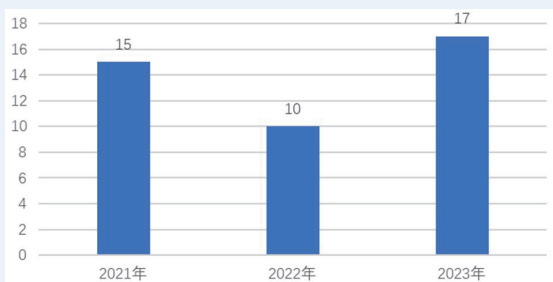
集团以800服务热线作为改进产品质量、服务质量，提高顾客满意度的重要窗口、抓手、机会和资源。通过800热线为消费者解决问题，维护了恒源祥的品牌信誉和企业形象，同时也推动了加盟工厂不断改进其质量体系、过程、产品和服务。

截至2023年12月，2023年投诉总量17起。与往年相比有上升趋势，其中家纺产业集团6起，占总投诉量35%；绒线产业集团3起，占总投诉量18%；服饰产业集团4起，占总投诉量23%；彩羊产业集团2起，占总投诉量12%；商超产业集团2起，占总投诉量12%。与往年同期相比，除商超产业与去年持平，其余都是呈上升趋势。

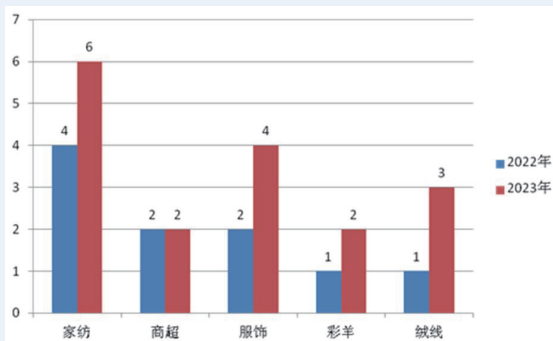
恒源祥客服工作流程图



2021年——2023年消费者投诉总量示意图



各产业集团（公司）投诉总量与去年同期相比



消费者信息保护与隐私

1. 客户管理

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

2. 客户信息保护

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

基本服务获取

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

社区参与和发展



恒源祥海派绒绣工艺师在回民小学上课。

社区参与

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

1. 社区共建

恒源祥集团党工团组织深入社区，与属地黄浦区外滩街道宝兴社区建立了长期的、以关爱“纳保老人”为主要项目的共建关系。2023年，集团党委与宝兴社区原居民保持联系互动，在黄浦区人民代表、恒源祥集团董事长兼总经理陈忠伟，黄浦区党代表、恒源祥集团党委书记顾红蕾带领下，集团开展了新春慰问，冬送温暖等活动。

恒源祥集团作为黄浦区市民学习基地和海派文化体验基地，通过多年教学，基地编织课已成为黄浦社

区班中的一个热门学课。从2017年秋季至2023年，恒源祥集团非遗技艺海派绒绣团队持续在黄浦区回民小学固定开课。

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

1. 恒源祥好小囡文化艺术中心

2023年，恒源祥好小囡文化艺术中心上海好小

因少儿合唱团携手维也纳童声合唱团用合唱、非遗技艺等方式呼唤世界和平、自然和谐，7月赴维也纳参加“世界和平合唱节”，在联合国维也纳总部、维也纳“金色大厅”等地表演。在国内举办“我们是共产主义接班人”音乐会，并参与何占豪、华沙男童合唱团、上海音乐学院交响乐团相关高规格演出。

2. 中国中学生作文大赛

7月，第十八届“恒源祥文学之星”中国中学生作文大赛（2022—2023）总决赛在山西太原开赛，通过笔试、口试、即兴演讲三大环节，全面考察选手“听、说、读、写”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，“恒源祥文学之星同学会”正式成立。9月还开展了中国中学生“恒源祥文学之星”大巴山创作行活动。

3. 大学生公益创业活动

“青年恒好”大学生公益创业行动是由KAB全国推广办公室与恒源祥联合发起的关心、关注青年成

长、成才，服务、扶持青年（大学生）创新、创意、创业的开放性公益实践平台，立足于“把社会责任的基因注入青年创业者”，全方位营造鼓励创新与支持公益创业的社会氛围，引导当代青年（大学生）用商业方式解决社会问题。恒源祥的“青年恒好”项目长期致力于推动青年公益创业生态系统建设。

4. 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”。至2016年，已成功举办五届恒源祥“恒源祥感官英才奖”，每届10名，目前全国累计50名大学生获得此荣誉。

5. 学院奖秋季赛

恒源祥始终怀抱年轻之心，为品牌的未来创造无限可能。2018年至今，恒源祥与中国大学生广告艺术节学院奖携手走过三年，将“温暖、阳光、YOUNG”的品牌主张传递给年轻学子们。



7月16日，第十八届中国中学生作文大赛（2022—2023）“恒源祥文学之星”总决赛在山西太原举行。



7月16日，“恒源祥文学之星同学会”正式成立。



11月，刘瑞旗董事长与陈忠伟董事长出席在美国举办的恒源祥第十六届世界武术锦标赛。

支持体育事业发展

1. 恒源祥续写奥运情缘

作为国际奥委会正装供应商、中国奥委会赞助商，恒源祥收到了国际奥委会主席巴赫写来的2023新春贺信；5月，巴赫主席与刘瑞旗、陈忠伟两位董事长亲切会面，并在韩国拜会了前联合国秘书长、现国际奥委会道德委员会主席潘基文，拜访了世界跆拳道联盟、韩国武术协会等组织，出席了国际体育记者协会（AIPS）年度媒体奖颁奖典礼暨“恒源祥之夜”——国际体育记者协会晚宴，并为获奖者颁奖。11月，陈忠伟董事长在北京电视台纪念《奥林匹克宣言》特别节目中与其他嘉宾共同宣读设立“奥林匹克文化日”倡议书。

2. 恒源祥第十六届世界武术锦标赛

作为国际武术联合会的全球合作伙伴，恒源祥独家冠名了11月在美国得克萨斯州举行的第十六届世界

武术锦标赛。国际武联名誉副主席、恒源祥集团创始人、擘雅集团董事长刘瑞旗受邀出席，恒源祥集团董事长兼总经理陈忠伟在开幕式上致辞，两位领导为获奖运动员颁奖。恒源祥还亮相了在峨眉山举办的第九届世界传统武术锦标赛。

2. 恒源祥2023（首届）中国职工竞技擗蛋锦标赛

由恒源祥推动发起的中国企业体育协会擗蛋专业委员会4月正式成立，刘瑞旗董事长出任专委会主席。由恒源祥冠名的2023（首届）中国职工竞技擗蛋锦标赛5月自淮安开赛后，历时8月，触达16城，12月在海南成功收官，取得了媒体宣传、文化论道、产业融合、品牌焕新的良好效果。

3. 参与其它体育活动

继1996年与球王马拉多纳结缘后，2023年恒源祥与新一代球王梅西会面。

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。

继举行共绣红旗、共编“中国”花阵之后，2023年结合“向雷锋同志学习”题词60周年、习总书记做出重要指示的契机，恒源祥联动全国雷锋学校大联盟开展“暖young生花，绒花寄情”系列活动，3月5日，向雷锋生前所在部队敬献以“海派绒线编结技艺”钩编而成的“永不凋谢的雷锋花篮”，致敬“永恒的雷锋精神”。

为持续提升恒源祥非遗的影响力，集团董事长兼总经理陈忠伟、党委书记顾红蕾5月应邀出席康复国

际百年庆典，并以“海派绒线编结技艺”为庆典打造了颁奖花束及伴手礼。此外，恒源祥还为第二届全球媒体创新论坛“上海之夜”、第二届国家公园论坛、世界武术锦标赛打造嘉宾伴手礼或纪念花束。创新设计的绒线花艺作品《“绒”情玉兰》获第二届国潮设计大赛最佳作品奖，并通过第六届进博会、中国国际旅游交易会，外事接待、媒体传播、终端落地等活动进行了充分的展示。

集团还借助“我是非遗小传人”、全民终身学习活动周、非遗进校园成果展等形式开展传承活动；通过打造“非遗+公益”为核心的“海派非遗公益合伙人”模式，助力特殊人群灵活就业，创新非遗时代价值，项目获得“我们都是社会设计师”——新阶层人士社区治理创新大赛二等奖。



7月18日，恒源祥非遗团队组织青少年沉浸式非遗体验活动。



11月17日，恒源祥非遗作品亮相2023中国国际旅游交易会。

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。2023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

2023年，技术中心积极贯彻落实集团公司的经营战略和工作目标，开展集团公司和恒源祥联合体的技术创新、项目研发和管理、奖项申报、企业标准体系建设、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，已完成国家企业技术中心年度复审、国家知识产权示范企业申报及中华老字号企业复核工作，并申报了3项市级和4项区级科研项目，获得上海市区各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 29863-2023《服装制图》、GB/T 8878-2023《针织内衣》等2项国家和纺织行业标准的制修订工作完成以及《毛巾类产品》、《复合提花类产品》、《手编绒线花》等3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“2023年度标准化工作先进单位”荣誉，被全国纺织品标准化技术委员会针织品分会授予“标准化工作突出贡献奖”荣誉。同时，集团先后荣获上海

时尚消费品牌100+、国家知识产权示范企业、黄浦区设计创新企业等荣誉，且精心创作的“恒源祥艺术装置生活美学作品（花的三重境·繁光）”荣获“2023年度突破性数字艺术案例”，与中纺标检验认证股份有限公司等单位共同制订的GB/T 40270-2021《纺织品 基于消费者体验的通用技术要求》标准荣获“2023年中国纺织工业联合会科技进步二等奖”，创意设计的“恒源祥兔曜八纪生肖礼盒”和“星辰大海数码印花抱枕被”当选“2023上海伴手礼”。恒源祥集团董事长兼总经理陈忠伟光荣当选“2021-2022上海市优秀企业家”，由上海市劳模陈忠伟领衔的“陈忠伟劳模创新工作室”也先后被授予“上海市劳模创新工作室”和“全国纺织行业先进班组”荣誉称号。

截至2023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130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

2023年，为了让全体恒源祥人都充分认识到低碳发展的重要性，公司不仅积极携手中国毛纺织行业协会、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了“恒源祥循环经济项目研发中心”，而且将绿色低碳发展理念和要求贯穿在了产品设计、制造、物流、使用、回收利用的全生命周期，一方面积极结合前期“毛针织品、羊毛被、棉针织内衣碳排放”项目研究成果和工厂调研结果，对产品碳排放较高的原因进行了梳理

和分析，并制定了详细的改进措施和方案，另一方面还与浙江凌迪数字科技有限公司建立了战略合作关系，探索3D数字样衣在实际生产活动中的使用，通过数字展示、裁片再利用、线上共享、3D模拟设计等数字化工作流程，大幅减少打样环节的面料浪费和能源消耗，从而为企业碳排放降低提供支撑和保障。

12月29日，由中国毛纺织行业协会、东华大学、苏州大学与恒源祥（集团）有限公司共同主办的“生态优先 科技赋能|羊毛产品低碳可持续发展论坛暨恒源祥新品发布”在恒源祥集团召开。会上推出首批绿色新品——恒源祥[ORIGINATE·源自然]系列新品。该新品是公司践行绿色消费和低碳循环发展理念，在原料选用、工艺优化、生产管理、设备升级、降本增效等方面下足功夫的产物，包括“花开有恒”系列羊毛衫、全棉抗菌内衣和羊毛空调被。该新品的开发成功，不仅凸显了民族品牌恒源祥对绿色发展的责任与担当，也有效推动了我国纺织服装行业的低碳进程。

3. 服务创新

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

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”，美是未来社会最大的能力。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。

10月22日，恒源祥与上海市美学学会、上海交通大学人文艺术研究院合作推出的“恒源祥美学文选书系”第二辑《中国当代美学文选2023》正式发布并召开了全国部分省市美学学会首届联席会议。

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



8月19日，陈忠伟董事长一行应邀参加第二届国家公园论坛。

公司正式成立。2022年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”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

2023年是恒源祥女装项目创立13周年，13年来，恒源祥女装发展态势持续向好，丰富的产品线能够充分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嫁文化，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。鞋业立足于恒源祥羊毛文化的传承，在羊毛生活领域进行创新性研究，2023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的融合在鞋业产品中。

2021至2023年，恒源祥鞋业连续三年为入选电影频道“星辰大海”计划的青年演员们提供了羊毛鞋产品，获得了青年演员及观众们的一致好评。

④恒源祥箱包

恒源祥箱包、皮具项目以美学、数字化和低碳概念为指导，在渠道建设和供应链优化方面进行深化改进，并赋能于电商、直播、团购、海外等渠道，未来将以全新形象在全渠道领域进行统一展示，稳步提升营业额，打造良好消费者印象，夺取更大的市场份额。

恒源祥箱包在2023年度的工作亮点如下：

供应链建设：以具有恒源祥特色美学为指导，规范品牌产品文化属性及设计思路，重新定义基本款，持续落实尖货优品概念；女包品类研发与销售开始落地市场；

渠道拓展：持续沿数字化思路推进渠道建设，在私域如福利电商兑换平台已全面普及，尤其在铁路、军队、医院、外企、政府等众多领域和项目有良好表现；消费者认可度、品牌影响力持续提升；继续与恒源祥联合体线下各成员深入探索合作扩大的可能性；着手进行海外市场的开拓准备，首选东南亚市场；

品牌宣传：参与行业线下展会宣传推广11次，全国型专业展会1次，共计传播人次计60余万人次，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。

⑤2023年“星辰大海青年演员优选计划”之时尚计划

由央视电影频道融媒体中心与恒源祥联合发起的2023“星辰大海青年演员优选计划”之时尚计划年度参与多场次、多维度的品牌活动，包括：电影频道M榜暨中国电影大数据盛典，第十八届、第十九届中国电影华表奖，“星辰大海”青年演员感知恒源祥、2023大湾区电影音乐晚会、第36届中国电影金鸡奖、第五届海南岛国际电影节等。

集团通过“星辰大海”项目积极协同内外部资源赋能产销体系，联合电影频道成为恒源祥好物推荐官。2023“星辰大海”时尚计划全网传播量超160亿次，总计销售额近一千七百万元。

7. 产品创新

恒源祥作为生活方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，2023年7月16日，“恒源祥线逅绒瓷”艺术工作坊项目成果——空间场景艺术巨作《花的三重境》亮相中国工艺美术馆中国非物质文化遗产馆“在传承中创造：造型·表演·艺术场景——朱乐耕艺术展”。围绕这一展览，集团相继召开了“在传承中创造 在创造中绽放”恒源祥论坛·奥林匹克文化艺术沙龙，与电影频道联合举办了“感知艺术”恒源祥专场活动。该作品10月还在第八届中国成都国际非物质文化遗产节中展示。

在2023世界设计之都大会系列活动中，恒源祥先后亮相伦敦“设计沪航计划”，并携作品《花的三

重境·繁光》登陆在上海举办的2023世界设计之都大会时尚馆。集团董事长兼总经理陈忠伟、集团党委书记顾红蕾分别在世界设计之都大会广告创意设计高峰论坛和“活态传承·创新设计”论坛中分享恒源祥案例。

为迎接2024年1月中法建交60周年，陈忠伟董事长先后参加第八届、第九届中法品牌高峰论坛，并与中法品牌美学中心签订国际设计与产业战略合作，年底推出了由法国新锐设计师融合中法文化、奥运主题、品牌元素的“恒源祥·炬龙成祥”生肖礼盒。此外，恒源祥·兔跃八纪生肖礼盒等系列文创产品入围2023“上海伴手礼”；恒源祥与老字号餐饮品牌松鹤楼的联名活动获得消费者热捧。

8. 电商发展

继“一起牛牛牛”“一起虎虎虎”之后，恒源祥再次联合抖音在2023年春节期间推出以生肖文化结合恒源祥呈现冬奥会“绒耀之花”元素为主题、首创人脸识别兔耳贴纸的“我们一起兔兔兔”新年趣味挑战赛，共收到8.2万多条网友原创短视频，累计播放量超3.5亿次，持续保持与广大消费者的互动。在数字营销领域，恒源祥以“冬奥颁奖花束”为案例首次获得全球性数字营销大赛——艾奇奖年度全场大奖。为迎接恒源祥百年庆，集团启动了“品牌记忆资产数字化创新合作项目”。

在数字销售领域，恒源祥抖音、唯品会等电商渠道逆势突破，直播电商大幅增长：抖音电商全年GMV较2022年同比增长123%，头部店铺实现销售破亿，集团董事长兼总经理陈忠伟多次做客直播间并拜访直播业务合作伙伴；唯品会平台实现“双11”高潮期类目排名第一、全年销售同比增长超50%。

关爱社会

1. “恒爱行动”

12月14日，2023年度“恒爱行动——百万家庭亲情一线牵”启动仪式在江苏连云港举行，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”步入第十九年。截至当年年底，活动已累计编织并捐赠爱心毛衣1389140件。

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，连续十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

恒源祥向河北洪灾、甘肃和青海地震灾区儿童捐赠爱心物资。

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。2023年12月，集团工会组织6名员工光

荣参加“点燃生命的希望”无偿献血活动。

开展志愿者活动

恒源祥集团组建以党、团员为主体的志愿者队伍。截至2023年12月恒源祥集团员工数为189人，常年志愿者人数为189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2023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，为社区居民提供对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。

2023年度，集团志愿者队伍担任“第一声问候”、3.5学雷锋、上海青少年红色大寻访活动、交通志愿者、南京东路为民服务、海派非遗体验课助力阳光之家、无偿献血等活动；还参与到集团重大项目“恒爱行动”、星辰大海青年演员计划、全球发明大会、世界设计之都大会等。

社会责任评价

2023年，恒源祥集团在品牌、产业等方面继续得到社会各界广泛认可。

品牌方面，集团第七次顺利通过“国家企业技术中心”复审，被授予“2023年度全国服装标准化技术委员会标准化工作先进单位”“标准化工作突出贡献奖”“上海品牌100+（时尚消费品）”等荣誉称号。

集团团委入选“2022年度上海市基层团组织典型选树”名单，组织参与第十一届全国品牌故事大赛，获得上海赛、全国赛多项殊荣。

产业方面，恒源祥“彩羊”品牌迎来诞辰20周年。江苏恒源祥针织服饰有限公司在无锡恒源祥工业园区奠基。恒源祥服饰荣获“全国产品和服务质量诚信品牌”、服饰系列产品荣获“全国消费者质量信誉保障产品”和“全国质量检验稳定合格产品”；“恒源祥”羊毛衫荣列年度同类产品市场综合占有率第一，这也是其连续第9年获此殊荣。恒源祥家纺连续第四年摘取“十大类纺织创新产品”称号。恒源祥小囡品牌荣登2022中国孕婴童产业“娃斯卡”传媒影响力榜单之中国孕婴童品牌品质实力榜。

个人荣誉方面，陈忠伟董事长先后荣获“2022上海商贸服务业杰出人物”“2021-2022上海市优秀企业家”等称号，由其领衔的“陈忠伟劳模创新工作室”被授予“上海市劳模创新工作室”和“全国纺织行业先进班组”称号。集团党委书记顾红蕾荣获2023年“上海市五一劳动奖章”，作为上海市“百师百讲”讲师团成员开展系列宣讲、作为代表出席上海市第十六次妇女代表大会；12月25日，恒源祥集团妇联成立，顾红蕾当选主席。集团工会主席顾云尧荣获“最美商业职工”称号。集团质量与技术中心总监何爱芳荣获“2023年度标准化工作先进个人”称号。

恒源祥集团/个人2023年度主要获奖情况一览表

序号	获奖名称	授奖单位	获奖年月	获奖组织/个人
1	全国产品和服务质量诚信品牌	中国质量检验协会	2023. 2	恒源祥服饰
2	全国消费者质量信誉保障产品	中国质量检验协会	2023. 2	恒源祥服饰
3	全国质量检验稳定合格产品	中国质量检验协会	2023. 2	恒源祥服饰
4	2022中国孕婴童产业“娃斯卡”传媒影响力榜单之中国孕婴童品牌品质实力榜	中国孕婴童产业“娃斯卡”传媒影响力评选委员会	2023. 3	恒源祥小因
5	“恒源祥”羊毛衫荣列年度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	2023. 4	“恒源祥”羊毛衫
6	上海品牌100+（时尚消费品）	上海市经济和信息化委员会、上海企业文化与品牌研究所	2023. 6	恒源祥集团
7	团委入选“2022年度上海市基层团组织典型选树”名单	共青团上海市委员会	2023. 6	恒源祥集团
8	《小朋友你知道冬奥吗》获短视频比赛一等奖；《绒线是怎样炼成的》获短视频比赛二等奖；《无线·未来》获微电影比赛二等奖；《品牌焕新 潮越百年》获演讲比赛二等奖	上海市质量协会	2023. 8	恒源祥集团
9	通过“国家企业技术中心”复审	国家发改委等五部委	2023. 10	恒源祥集团
10	2023年中国纺织工业联合会科技进步二等奖	中国纺织工业联合会	2023. 11	恒源祥集团
11	“十大类纺织创新产品”称号	中国纺织工业联合会	2023. 11	恒源祥家纺
12	第十一届全国品牌故事大赛全国总决赛短视频比赛一等奖	中国质量协会	2023. 12	恒源祥集团
13	标准化工作突出贡献奖	全国纺织品标准技术委员会 针织品分会 全国体育用品标准化技术委员会运动服装分会	2023. 12	恒源祥集团
14	2023年度全国服装标准化技术委员会标准化工作先进单位	全国服装标准化技术委员会	2023. 12	恒源祥集团
15	2022上海商贸服务业杰出人物	上海商业联合会	2023. 2	陈忠伟
16	2021-2022上海市优秀企业家	上海市企业联合会 上海市企业家协会	2023. 12	陈忠伟
17	上海市劳模创新工作室	上海市总工会	2023. 12	陈忠伟劳模创新工作室
18	“全国纺织行业先进班组”称号	中国纺织工业联合会	2023. 11	陈忠伟劳模创新工作室
19	2023年“上海市五一劳动奖章”	上海市总工会 上海市人力资源和社会保障局	2023. 4	顾红蕾
20	上海市第十六次妇女代表大会代表	/	2023. 4	顾红蕾
21	恒源祥集团妇联主席	/	2023. 12	顾红蕾
22	“最美商业职工”称号	中国财贸轻纺烟草工会 中国商业联合会	2023. 11	顾云尧
23	“2023年度标准化工作先进个人”称号	全国纺织品标准技术委员会 针织品分会 全国体育用品标准化技术委员会运动服装分会	2023. 12	何爱芳

2024企业社会责任展望

各位朋友：

《恒源祥集团2023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97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97年历史的老字号企业，我们始终秉承着“持续为社会创造价值”的价值观，我们一直感到责任重大。如何使品牌长足发展，与社会发展、环境保护、员工提升保持平衡；如何继续深化为社会、为环境、为消费者、为联合体、为员工，进一步推进正面积积极的影响，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。

2024—2025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，以循环经济、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

2024年，由恒源祥集团创始人、肇雅集团董事长刘瑞旗领衔的“品牌与文化”课题研究，在肇雅集团正式成立后，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。随着“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”研究实现从理论指导实践转化。

开展循环经济课题研究

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”。2024年，恒源祥将积极组合更多社会顶尖优质资源对绿色低碳、循环可持续技术开展攻关，并大力推进棉针织内衣、羊毛衫等产品实施碳足迹认证，以全面了解恒源祥产品碳排放现状，从而为未来发布碳中和声明，制定减碳策略奠定基础。

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，2024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。2024年，恒源祥依托生活样式设计专业委员会、上海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

2024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，助力更多国家未来的栋梁得到更好的发展。

提升员工责任意识和经营能力

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

完善与利益相关方双向沟通、交流平台

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

加强责任管理的力度和能动性

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

恒源祥（集团）有限公司

2024年11月

Corporate Social Responsibility Outlook in 2024

Dear friends,

The 2023 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 97 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 97 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 2024-2025, 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.

Consistent Exploration of "Brand and Culture" Research

In 2024, the "Brand and Culture" research project, led by Liu Ruiqi, founder of HYX Group and chairman of Boya Group, will officially commence following the establishment of Boya Group. The project will focus on a 30-year plan for "Brand and Culture" research, working closely with high-quality resources both domestically and internationally, including the Communication University of China, to create greater value for society and the nation. Building upon the fruitful results of research into the relationship between "culture (habit)" and five aspects: nature, geography, humanity, belief, and system, the "Brand and Culture" research will move from theoretical guidance to practical application.

Circular Economy Research

Driven by the "Dual Carbon" goals, the future development of enterprises is no longer a "choice" but a "mandatory question." In 2024, HYX Group will actively combine more top-tier social resources to tackle green low-carbon and circular sustainable technologies. The company will also promote carbon footprint certification for products such as cotton knitted underwear and woollen sweaters to fully understand the carbon emissions status of HYX Group products. This will lay the foundation for issuing a carbon neutrality statement in the future and establishing carbon reduction strategies.

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 2024.

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 2024, 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 2024, 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.

HYX (Group) Co., Ltd
November 2024

恒源祥集团2023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

中文校对：陈为丽 王慧 沈馨 杨小岚

Chinese Proofreading: Chen Weili Wang Hui Shen Xin Yangxiaolan

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