

中国恒好





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2021年社会责任报告，这是恒源祥集团发布的第十二份企业社会责任报告。报告回顾了恒源祥集团2021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2021年1月1日-2021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 2021 CSR Report of HYX Group. This is the 12th corporate social responsibility report issued by HYX Group. It reviews the challenges and opportunities that HYX encountered in 2021, and revealed relevant practices and achievements in social responsibility.

Cycle of Issuance

Annual mid-year release.

Time Span

From Jan. 1st, 2021 to Dec. 31st, 2021.

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2021年社会责任亮点

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

- 84 社会责任评价
- 86 2022企业社会责任展望



高管声明



恒源祥集团创始人 刘瑞旗

《恒源祥集团2021年社会责任报告》是恒源祥连续发布的第十二份社会责任报告，全面充分地展示了恒源祥2021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94年的发展历程，勇于承担社会责任成为了恒源祥品牌的一个鲜明符号。

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

恒源祥在历经94年的发展过程中，充分地认识到企业社会责任从根本上讲需要企业处理好与社会之间的关系。企业要盈利，就要创造经济价值、社会价值等，只有企业和社会需求形成有机的、良性的发展生态环境，才能持续创造及实现价值。一言以蔽之，就是只有持续为社会创造价值，企业才有价值。鉴于此，恒源祥把社会责任融入企业的发展战略，并紧紧地与国家的发展、社会的进步，消费者的需求有机融合在一起，接受社会监督。

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

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

Executive Statement

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

基于此，恒源祥在2011年用更简洁的语言阐述了企业最大的社会责任：推动人类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和提升实现的路径和能力：首先，我们将夯实基础工作，主要表现在围绕现有的标准和制度进行通常意义上的社会责任的践行；其次是在集团最大的社会责任的指引下，进行创新性的工作，并在创新中实现企业从优秀向卓越的转变，保持可持续的健康发展。

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

2021年是党的百年华诞。6月22日，由恒源祥发起的“同心向党 共绣党旗”活动在党的诞生地所在区——上海市黄浦区成功举行成果发布；活动于2020年6月22日在中共一大会址纪念馆启动，一年来覆盖全国的百家单位分别承绣百面党旗。今年是“文化·品牌”事业第二个十年开局之年，恒源祥集团与攀雅集团战略合作，文化与品牌的研究、培训和论坛纷呈亮相。7月23日，恒源祥精心为2020年东京奥运会难民代表团打造礼仪服饰，大爱之举引起社会数以亿计的关注；8月24日，在东京残奥会开幕式上，恒源祥为中国体育代表团定制的入场服饰再次



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

获得高度评价。12月，“编织梦想情暖冬奥”2021年“恒爱行动——百万家庭亲情一线牵”云启动仪式在央广总台音频客户端——云听举行，2005年至今，“恒爱行动”已累计捐赠1233139件爱心毛衣，其中2020—2021年度编织爱心毛衣74171件。

本次撰写的恒源祥2021年社会责任报告，在对“组织治理”“人权”“劳工实践”“环境”“公平运行实践”“消费者问题”“社区参与和发展”进行汇报的基础上，延续恒源祥传统，另立“集团2021年社会责任亮点”章节，用于报告2021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

2022年3月

The "Social Responsibility Report of HYX Group 2021" is the twelfth consecutive social responsibility report released by HYX, which fully demonstrates the investment, commitment and achievements of HYX in the field of corporate social responsibility in 2021. HYX has a long history of fulfilling its social responsibilities. Since its birth in 1927, after 94 years of development, the courage to assume social responsibilities has become a distinct symbol of HYX brand.

The report of the 19th CPC National Congress clearly stated that we should encourage and protect entrepreneurship. For HYX, to give full play to the entrepreneurship spirit is to unswervingly concentrate on the brand and cultural research under the guidance of the Party's policy and guideline, make the enterprise last long, and create more value for the society.

In the course of 94 years of development, HYX 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, HYX 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.

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

As a time-honored Chinese brand and enterprise, 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, HYG is constantly thinking about what is the social responsibility of the enterprise in the future. In the HYG 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, HYG 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, HYG has never stopped practicing its corporate social responsibility, and has gained great encouragement in practice. In addition to paying taxes, providing jobs, and practicing environmental protection and conservation, HYG has also proved that it has made a lot of creative contributions to the society.

2021 marked the 100th birthday of the Party. On June 22, the works for the activity of "Making Party flags with woolen embroidery to celebrate the Party's 100th birthday" launched by Hengyuanxiang was released at Shanghai's Huangpu district where the Party was born. The event was launched at the memorial hall of the first CPC National Congress on June 22, 2020. In the past year, a hundred organizations nationwide made a Party flag with Shanghai woolen embroidery, a national intangible heritage skill. 2021 was the first year of the second ten-year period of the Group's "culture and brand" development, which witnessed the launch of various activities such as the strategic cooperation between HYG Group and Boya Group, the research of culture and brand, training and forums. On July 23, HYG has carefully designed the etiquette dresses for the refugee representatives. The move of love has attracted attention from hundreds of millions of people in the society. At the opening ceremony of Tokyo Paralympic Games on August 24, HYG won another high praise for designing the dress for the Chinese sports delegation. In December, with a theme of "Weaving the Dreams to Warm the Winter Olympic Games", the cloud-end launch ceremony of the "Eternal Love Action, Millions of Families Tied with a Thread" was held at the Cloud Audio, the client end of

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；同年9月16日，国际奥委会官方宣布：恒源祥在东京奥运会和北京冬奥会期间为国际奥委会成员及工作人员提供官方正装。

2015年4月15日晚，由恒源祥集团主办的2015劳伦斯世界体育奖颁奖典礼在上海大剧院成功举行。2017年，恒源祥成为国际武术联合会全球合作伙伴；同年，首届轮滑全项目世锦赛——恒源祥世界全项目轮滑锦标赛在南京成功举办。

恒源祥集团经营产品涵盖绒线、针织、服饰、家纺、童装等大类。截止2021年12月，恒源祥线下销售网点省级覆盖率为100%，地、市级市场网点覆盖率超过80%，县级市场网点覆盖率超过30%；线上销售渠道覆盖天猫、京东、唯品会和拼多多等主流电商平台，同时，品牌在以抖音、快手为核心的兴趣电商平台及以小程序为核心的社交电商平台均有布局和完整规划。2010年，恒源祥（北京）公司正式成立。

HYX was founded in Shanghai China in 1927. On December 22, 2005, HYX Group became a sponsor of Beijing Olympic Games 2008. On November 30, 2008, HYX became a partner of Chinese Olympic Games. On November 20, 2012, HYX became a sponsor of Chinese Olympic Committee from 2013 to 2016. We have designed and produced etiquette dresses for the sports delegation of China in the three Olympic Games in Beijing, London and Rio. On November 18, 2019, we became an official sponsor of the Beijing Winter Olympic and Paralympic Games 2022. On September 16 the same year, the International Olympic Committee announced, HYX will provide formal dresses for the members and staff of International Olympic Committee during Tokyo Olympic Games and Beijing Olympic Games.

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

The business and products of HYX Group cover categories such as wool, knitting, garment, home textile, and children's wear. As of December 2021, the brand has covered 100% of provincial market in China, over 80% of municipal market, and over 30% market at county level. In spite of offline channels, HYX also has appearance in main e-commerce platforms, such as Tmall, JD, Vipshop and Pinduoduo. Meanwhile, the company is also planning to develop interest-based platforms such as Tiktok and Kuaishou, and social e-commerce platforms exemplified by Wechat Mini-program. In 2010, HYX (Beijing) Company was established formally.

About HYX Group



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

经过多年不懈地努力，恒源祥集团获得了众多殊荣。

2002年、2003年恒源祥品牌连续两年获得“中国十大公众喜爱商标”称号；

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

2008年，恒源祥品牌进入“亚洲品牌500强”，位列第336位；

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

2011年，恒源祥品牌入选“亚洲品牌500强”，位列第268位；同年，集团荣获“中国商标金奖”——“商标运用奖”；

2012年，恒源祥集团荣获“中国企业品牌文化管理十佳单位”称号；

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

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

2016年5月，第十届中国品牌价值500强榜单揭晓，恒源祥位列第179位，品牌价值182.68亿元；同

年，集团荣获2016年度“影响中国公益100家企业”称号；

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

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

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

2020年，集团荣获“2020上海市首发经济引领性本土品牌”称号和“2020中华老字号博览会最佳人气奖”。

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

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。

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.

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).

marketing master, Mr. Francis X. Maguire, vice chairman of International Brand Federation, and chief adviser of Coca Cola, spoke highly of the HYY brand and praised it as the "Coca Cola" of China.

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

In 2002 and 2003, HYY 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, HYY brand ranked 64th with a brand value of 9.458 billion yuan.

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

In 2009, HYY 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, HYY 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, HYY Group won the title of "Ten Best Organizations of Corporate Brand Culture Management in China".

In 2014, HYY 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". HYY brand was listed among "Top 500 Asian Brands" once again, ranked 127th this time.

On the tenth Asian Brand Festival in 2015, HYY 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 HYY 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, HYY 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, HYY ranked top in the Top 100 list of development index of Chinese time-honored brands (2018).

In 2019, HYY 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".

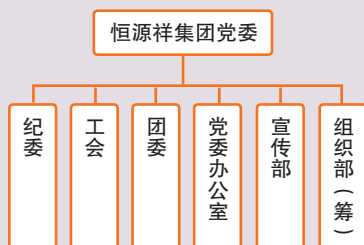
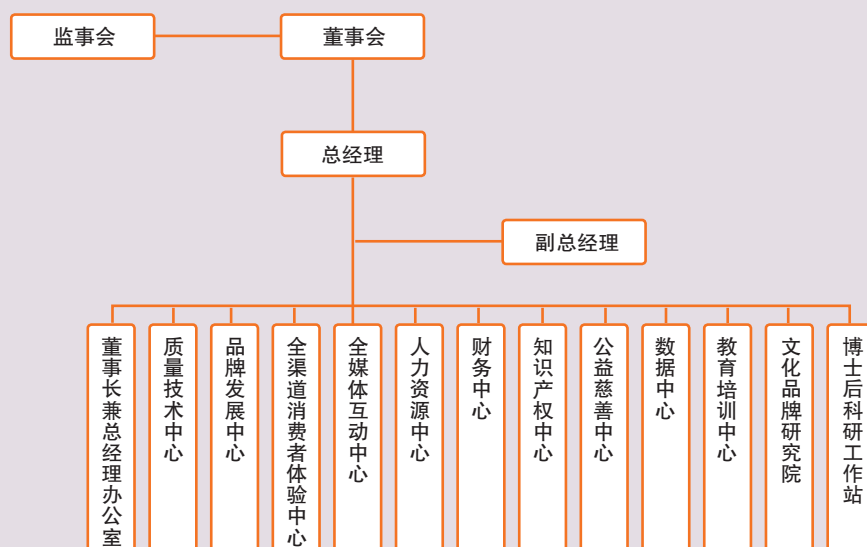
In 2020, HYY was honored as "Leading Local Brand of Initial Release Economy in Shanghai in 2020" and "Most Popular Brand in the 2020 Expo Chinese Time-honored Brands".

In 2021, HYY 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.

HYY 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（2021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%

恒源祥（北京）公司子公司一览表（2021年12月）

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

恒源祥集团关联公司/组织一览表（2021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，在产品研发、生产、营销等诸多环节秉持“以消费者的需求为起点，以消费者的需求为终点”的原则，做到诚信经营、利益共享，发现并满足消费者已有和未被发现的生理、心理和精神的需求，持续为消费者创造价值，同时确保员工、供应商、销售商遵循这些承诺。

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

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

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

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

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

集团2021年社会责任亮点

Highlights of 2021 HYX Group CSR



6月22日，“同心向党 共绣党旗”活动成果发布仪式在上海市世博博物馆举行。

“持续为社会创造价值”的核心价值观始终贯穿于每一位恒源祥人工作与生活的方方面面，并成为企业可持续发展的基石和保障。“成为历史的一部分”和“推动人类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。2021年，恒源祥集团在文化研究、科研领域、数智转型发展、文创产业与慈善公益等诸多领域，成绩突出，亮点众多：

共绣党旗 喜迎百年

2021年是党的百年华诞。6月22日，由恒源祥发

起的“同心向党 共绣党旗”活动在党的诞生地所在区——上海市黄浦区成功举行成果发布。活动于2020年6月22日在中共一大会址纪念馆启动，一年来覆盖全国的百家单位分别承绣百面党旗。活动深入社区、乡村、机关、企业、部队、大中小学校以及红色场馆、爱国主义教育基地，开展专场活动数百场，完成绒绣党旗100面、参与人数超过10万人次，赢得社会各界积极参与及高度评价。

活动中，广大党员群众以一针一线的方式忆初心、述传承、话担当，感悟时代精神、感受榜样力量、聆听英雄赞歌，传承红色基因和中华优秀传统文化



6月21日，攀雅集团与中国大百科全书出版社签署“《中国大百科全书》第三版品牌百科”撰稿委托协议仪式在北京恒源祥大厦举行。

化，用一根红线凝聚起“同心向党”的强大力量，向中国共产党成立100周年致敬。凤凰新闻“风直播”对成果发布会进行了直播，累计吸引104.7万网友在线观看。

品牌开局 文化赋能

2021年是“文化·品牌”事业第二个十年开局之年。恒源祥集团与攀雅集团战略合作，文化与品牌的研究、培训和论坛纷呈亮相。

6月，攀雅集团与中国大百科全书出版社签署“《中国大百科全书》第三版品牌百科”撰稿委托协议，恒源祥集团创始人刘瑞旗担任主编，云集国内顶尖专家，启动全球首部“品牌百科”工程。

为推动中国“品牌学”学科建设，培养带有深厚文化底蕴的品牌学人才，9月25日，中国传媒大学攀雅品牌研究院正式揭牌，并携手北京设计周组委会、

中国国际公关协会、中国国际商会等组织成功举办首届“北京国际品牌周”活动。

在人才培养方面，由攀雅书院主办，恒源祥集团教育培训中心协办，以“文化赋能，品牌创新”为主题的攀雅研修·品牌班开班，来自恒源祥大家庭的近200名学员参与了学习。恒源祥博士后科研工作站与攀雅研究院共同开展的“搏击·太极·瑜伽与生活方式”系列课题全面推进：4月26日与上海体育学院合作的“搏击与生活方式”博士后课题开题，5月21日与北京体育大学合作的“太极与生活方式”课题顺利通过中期答辩，5月22日与中印瑜伽学院合作的“瑜伽与生活方式”课题印方科研人员通过面试。

恒源祥还携手攀雅集团组合一流院校、知名企业、顶级学者，举办“探索信仰之美”学术研讨会、攀雅城市文化论坛，第34届国际地理大会——“天地与习惯”分论坛等，以品牌文化，护航恒源祥品牌百

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 2021, HYX has made prominent achievements and many highlights in such aspects as cultural research, scientific research, digital and intelligent transformation and development, cultural creativity industry, public welfare and charity.

Making Party flags with woolen embroidery to celebrate the Party's 100th birthday

2021 marked the 100th birthday of the Party. On June 22, the works for the activity of "Making Party flags with woolen embroidery to celebrate the Party's 100th birthday" launched by Hengyuanxiang was released at Shanghai's Huangpu district where the Party was born. The event was launched at the memorial hall of the first CPC National Congress on June 22, 2020. In the past year, a hundred organizations nationwide made a Party flag with Shanghai woolen embroidery, a national intangible heritage skill. Hundreds of activities were launched in communities, villages, governmental organs, enterprises, armies, schools and revolutionary museums and patriotism education bases. 100 Party flags have been made, involving over 100,000 participants and winning active response and high praise from all quarters of society.

In the activities, the Party members and people expressed their memory and understanding of the Party's original aspiration, perceived the spirit of the times and the strength of examples, listened to the eulogy of heroes and carried on the revolutionary gene and excellent traditional Chinese culture stitch by stitch. They gathered great

strength "around the Party" with a red thread and celebrated the 100th birthday of the Party. The "Live Studio" of Phoenix News live-streamed the release event, which was watched by a total of 1.047 million internet users.

Started with brand and empowered by culture

2021 was the first year of the second ten-year period of the Group's "culture and brand" development, which witnessed the launch of various activities such as the strategic cooperation between HYX Group and Boya Group, the research of culture and brand, training and forums.

In June, Boya Group signed an agreement on entrusted contribution for the third edition of brand encyclopedia with the Encyclopedia of China Publishing House. Liu Ruiqi, the founder of HYX Group, served as the chief editor. Top-notch experts in China were gathered to launch the compiling of the globally first "brand encyclopedia".

In order to promote the construction of "brand study" in China and foster more brand study talents with rich cultural deposits, on September 25, the Boya Brand Research Institute of the Communication University of China was formally established, which joined hands with organizations such as organizing committee of Beijing Design Week, China International Public Relations Association and China Chamber of International Commerce to hold the first "Beijing International Brand Week".

In terms of talent fostering, hosted by Boya Academy and co-organized by HYX Group Education and Training Center, the Boya Research Brand Class was opened with a theme of "Culture Empowering and Brand Innovation", which was attended by near 200 students from the big family of HYX. The series programs of "fighting, Taichi, yoga and lifestyles" jointly organized by the post-doctoral research work station of HYX and the Boya Research Institute were promoted across the board. On April 26, the "fighting



恒源祥采用海派绒线编结技艺创作的绒线花成为北京冬奥会颁奖花束。



7月23日，东京奥运会上难民代表团身着由恒源祥集团精心定制的礼服出场。

年基业。

喝彩奥运 助威健儿

7月23日，2020年东京奥运会在延期一年后正式开幕。恒源祥精心为难民代表团打造礼仪服饰，大爱之举引起社会数以亿计的关注，并荣登8月5日微博热搜榜第12位。8月24日，在东京残奥会开幕式上，恒源祥为中国体育代表团定制的入场服饰再次获得高度评价。

多年来，恒源祥携手国际奥委会授权的“为奥运喝彩”组委会，开展了融合中国传统艺术与奥运精神的系列活动，包括在东京奥运会开幕当天举办“为奥运喝彩 为中国奥运健儿助威”活动，闭幕式当天举办“为奥运喝彩·扬体育精神·展艺术魅力”——艺术写生团作品展。活动当晚的央视新闻联播对此进行了报道。

花开冬奥 续写传奇

2021年12月31日晚，在2022年新年钟声敲响之际，北京2022年冬奥会和冬残奥会颁奖元素正式发布。恒源祥采用海派绒线编结技艺创作的绒线花成为北京冬奥会颁奖花束。恒源祥永不凋谢的绒线花绽放在冬奥领奖台上，成为奥运历史的一部分。

作为北京冬奥会的官方赞助商，恒源祥还为冬奥村提供了9000个抱枕被和9000件床旗。由恒源祥等发起的艺术与生活样式设计专委会创意的绒线花艺术装置《绒之百花·春之镜像》同时亮相北京冬奥村。

作为国际奥委会正装供应商，集团还为国际奥委会官员提供了大衣、西服、衬衫、毛衣、帽子、围巾、领带、丝巾、皮带、包具等品类共计4369件服饰。

升级电商 探索“数智”

恒源祥“数智化”战略发展2021年首次涉足兴

and lifestyles" post-doctoral program was launched in cooperation with Shanghai University of Sports. On May 21, the "Taichi and lifestyles" program passed the mid-term oral exam smoothly in cooperation with Beijing Sport University. On May 22, the Indian researchers for the "yoga and lifestyles" program in cooperation with China-India Yoga School passed the interview.

HYX has also joined hands with Boya Group and first-class universities, renowned enterprises and top-notch scholars to hold an academic seminar of "Exploring the Aesthetics of Faith", the Boya Urban Culture Forum, the sub-forum of "the Universe and Habits" of the 34th International Geographical Congress. In this way, it is safeguarding the century-lasting brand of HYX with culture.

Cheers for the Olympic Games and the athletes

On July 23, the Tokyo Olympic Games 2020 was formally kicked off after being postponed for one year. HYX has carefully designed the etiquette dresses for the refugee representatives. The move of love has attracted attention

from hundreds of millions of people in the society, which reached the 12th position in the hot search ranking of Weibo on August 5. At the opening ceremony of Tokyo Paralympic Games on August 24, HYX won another high praise for designing the dress for the Chinese sports delegation.

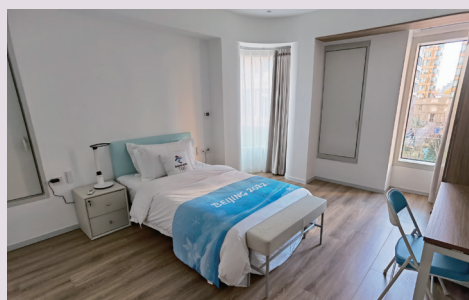
Over the years, HYX joined hands with the "Cheers for Olympic Games" organizing committee authorized by the International Olympic Committee to launch a series of activities blending traditional arts of China and the Olympic spirit, including the "Cheers for Olympic Games and Chinese athletes" on the day of the opening ceremony of Tokyo Olympic Games, and the "Cheers for Olympic Games and highlighting the charm of arts"-- an exhibition of the works created by the artistic sketch team" on the day of the closing ceremony. The activities were reported by the CCTV News in the evening of the same day.

Flowers blooming in the Winter Olympics to carry on the legend

On the night of December 31, 2021, when the bell of the New Year 2022 sounded, the awarding elements for the Beijing Winter Olympic Games and Paralympic Games



恒源祥绒线花艺术装置《绒之百花·春之镜像》亮相北京冬奥村。



恒源祥集团为北京冬奥村提供的床上用品系列。



“双11”当天，集团董事长兼总经理陈忠伟带队与各产业店铺进行连线加油。

趣电商，入选“抖音双11好物节数据报告”老字号销售增长排行榜。恒源祥携手抖音在春节期间推出“牛年贺岁趣味挑战赛#我们一起牛牛牛”，自2月13日（大年初二）活动开启至2月19日（大年初八）活动收官，共收到2.5万多条网友原创短视频，吸引抖音百余位KOL参与，累计播放量超过1.7亿次，通过与年轻一代消费者的互动，成功实现品牌传播新突破。春节期间，集团还在知名音频新媒体平台喜马拉雅、蜻蜓FM、懒人畅听等同步上线单田芳用评书讲述的恒源祥故事《羊神》，累计播放超过300万次。

深耕文创 精研科创

恒源祥携手中央电视台电影频道联合发起2021年“星辰大海青年演员优选计划”之“时尚计划”，围绕为入选“优选计划”的青年演员定制队服及礼服，通过全领域优质资源合作，从中国礼服与时尚艺术美学视角展示恒源祥的品牌故事和艺术属性。项目历经第33届金鸡奖期间的启动到6月上海国际电影节正式官宣上线、设计大赛全网作品征集、7月全国专业评审团票选、12月第34届金鸡电影节成衣亮相等多个阶段，最终由新一批入选的青年演员代表身着恒源祥定制的夹克衫和系列礼服亮相金鸡电影节发布会、颁

奖典礼等多场次活动，近75家媒体平台关注并同步直播，全网传播量达百亿次。

恒源祥在文创方面取得的成绩还包括结合奥运资源开发TOGETHER服饰纪念礼盒；原创文创产品“生肖牛合”和家纺“牛气冲天四件套”当选“上海特色伴手礼”；“恒源祥金陵东路店”当选“上海礼物优选经营店”，“恒源祥四件套”当选“上海礼物”。为纪念贝多芬诞辰250周年，研发“恒源祥×贝多芬”五感礼盒，成为贝多芬诞辰250周年声音交互艺术体验大展的定制礼品。

为推动文创进展，集团举行了“美美美·与共”——恒源祥大讲堂三场美学专题系列讲座，参观佐藤可士和上海平行精华展、上海首届全球 NFT 加密艺术展等多场重点展览。3月，“恒源祥品牌文化博物馆头脑风暴研讨会”在第一斤“恒源祥”牌绒线出产之地——恒源祥绒线一厂召开。

2021年，恒源祥继续在科创领域扎实推进。1月，恒源祥同东华大学、武汉纺织大学等召开中老年健康服装开发研讨会；7月，与北京服装学院、东华大学等召开针织服饰产品开发研讨会；8月，同泷定大阪商贸上海公司等召开“畅享新面料，美好心生活”研讨会。

2022 were formally released. The woolen flowers created by HYX with Shanghai woolen knitting technique would be used as the awarding bouquet of the event. The woolen flowers of HYX will never wither, which will bloom on the awarding podium of the Winter Olympic Games and be part of the Olympics history.

As an official sponsor of the Beijing Winter Olympic Games, HYX has provided 9,000 pillow quilts and 9,000 bed runners for the Winter Olympics Village. "Mirror Image of the Spring in Woolen Flowers", an artistic installation of woolen flowers created by the Art and Life Style Board launched by HYX was also displayed in the Winter Olympics Village.

An a formal dress supplier for the International Olympic Committee, the HYX Group has also provided the officials of the IOC a total of 4,369 pieces of costume such as coat, Western suit, shirt, sweater, hat, scarf, necktie, leather belt and bag.

Upgrading the e-commerce and exploring the "digital and intelligent" strategy

HYX's "Digital and Intelligent" strategic development stepped into the funny e-commerce for the first time in 2021 and was selected among the time-honored brands' sales growth ranking in the "TikTok Double 11 Festival of Good Products Data Report". HYX joined hands with TikTok to release the "Funny Challenge Competition in the Year of Ox, We'll Be Like an Ox" during the Spring Festival, which was started from February 13 (lunar Jan. 2) and concluded on February 19 (lunar Jan. 8). A total of over 25,000 original short videos were received from the internet users, and hundreds of KOL of TikTok were attracted to participate in the event, which were played for over 170 million times in total. Through interaction with the young generation of consumers, the brand communication of HYX had realized a new breakthrough. During the Spring Festival, the Group

also released the HYX story "The God of Sheep" told by Shan Tianfang in the form of storytelling on the well-known audio media such as Himalaya, Dragonfly FM and Lanren Tingshu.

Working hard on cultural creativity and scientific innovation and research

HYX joined hands with CCTV Film Channel to launch the "Fashion Plan" of the "Ocean of Stars Young Performers Selection Plan" 2021 and worked with quality resources of all fields to customize the team wear and dress for the young performers that were selected, so as to show the brand story and artistic attribute of HYX from the perspective of Chinese dress and fashion art aesthetics. The program was launched during the 33rd Gold Rooster Award, formally publicized and released in the Shanghai International Film Festival in June. The design competition solicited works on the internet. In July, the works were voted by a national professional judge panel. In December, the finished clothes were shown in the 34th Gold Rooster Award. Finally, a group of selected young performers appeared in several occasions such as the release conference and awarding ceremony of the Gold Rooster Film Festival wearing the jacket and series dresses tailor-made by HYX for them. These occasions were covered and live-broadcast by near 75 media platforms, which received tens of billions of views on the internet.

HYX's achievements in the area of cultural creativity also include the Together commemorative gift box of costume developed based on the Olympic resources. The original cultural creativity product "Zodiac Ox" and home textile "four bedding suit designed based on ox" were selected as "souvenir gift with Shanghai characteristic" and "Shanghai gift". In order to commemorate the 250th birthday of Beethoven, it developed "HYX Beethoven" gift box, which became a customized gift for the acoustic



6月24日，时任国防大学政委吴杰明与源祥祥集团董事长兼总经理陈忠伟、党委书记顾红蕾及恒源祥绒绣原创工作室首席工艺师李蔷，在《亲密战友》绒绣像前合影留念。



9月27日，恒源祥集团在新华社上海分社举行“恒爱行动”专场活动。

公益慈善 大爱无疆

12月28日，“编织梦想情暖冬奥”2021年“恒爱行动——百万家庭亲情一线牵”云启动仪式在央广总台音频客户端——云听成功举行。

2005年至今，“恒爱行动”已累计捐赠1233139件爱心毛衣，其中2020—2021年度编织爱心毛衣74171件。全新启动的“恒爱行动”以“编织梦想 情暖冬奥”为主题，得到北京冬奥组委的大力支持，迭代项目全新价值和社会意义。新一年度，全国范围共申领毛线79761斤，其中30个省（区、市）和新疆生产建设兵团、香港紫荆社以及86家中央和国家机关参与，其中34家为年度启动仪式拍摄专题视频。

引线穿针 传承非遗

在建党百年前夕的6月24日，由恒源祥捐赠的绒绣精品《亲密战友》亮相国防大学政治学院。《亲密战友》是“上海绒绣”国家级传承人、恒源祥绒绣原

创工作室首席工艺师李蔷为致敬建党百年，为全国全军唯一的马克思主义经典著作专题教学研究所——国防大学政治学院《共产党宣言》情境教学馆倾力创作。李蔷历时150天，运用了两千多种颜色，绣制了61600多针，用“东方油画”的特殊形式展现了马克思和恩格斯共同创作《共产党宣言》时的场景，生动再现了共产主义最亲密的战友间的伟大友谊，是西方技艺中国化的精品力作，亦是李蔷从事绒绣工作50周年的代表之作。12月31日，为迎接恒源祥诞辰95周年，恒源祥人用自己特有的方式为恒源祥创始人沈莱舟绣制绒线像，向恒源祥95岁生日献礼。此外李蔷的绒绣作品《长城》亮相“百年百艺·薪火相传”中国传统工艺邀请展、“百年印迹 匠心守艺”黄浦非遗精品展。

interaction art experiential exhibition marking the 250th birthday of Beethoven.

In order to promote the progress of cultural creativity, the Group held three aesthetics lectures of the HYX Lecture Hall "Let's Enjoy Aesthetics Together", visiting several key exhibitions such as Kashiwa Sato Shanghai Parallel Essence Exhibition and Shanghai's first Global NFT Encryption Art Exhibition.

In 2021, HYX continued to advanced steadily in the field of science and technology. In January, HYX organized a seminar on the development of healthy costume for the mid and old age groups with universities such as Donghua University and Wuhan Textile University. In July, it held a seminar on the development of knitwear costume with universities such as Beijing Institute of Fashion Technology and Donghua University. In August, it held a seminar with the theme of "Enjoying New Fabrics and Wonderful New Life" with Osaka Trading Shanghai Co., Ltd., etc.

Boundless great love in public welfare and charity

On December 28, with a theme of "Weaving the Dreams to Warm the Winter Olympic Games", the cloud-end launch ceremony of the "Eternal Love Action, Millions of Families Tied with a Thread" was held at the Cloud Audio, the client end of the Central Radio Station.

From 2005, the "Eternal Love Action" has donated a total of 1,233,139 loving sweaters, of which 74,171 ones were knitted during 2020–2021. The newly launched "Eternal Love Action" with the theme of "Weaving Dreams to Warm the Winter Olympic Games" has received great support from the organizing committee of Beijing Winter Olympic Games and promoted the new values and social meaning of the project. A total of 79,761 jin (1 kg = 2 jin) of wool has been claimed nationwide, involving 30 provinces (regions and municipalities) and Xinjiang Production and

Construction Corp, Hong Kong Bauhinia Club and 86 central and national governmental organs, of which 34 shot a feature video for the annual launch ceremony.

Carrying on the intangible heritages

On June 24 before the 100th birthday of the Party, the woolen embroidery works "Close Comrade-in-arms" donated by HYX appeared in the School of Politics of the University of National Defence. The works was created by Li Qiang, the national inheritor of "Shanghai woolen embroidery" and the chief craftsperson of the original creativity studio of woolen embroidery of HYX with great efforts for the situational teaching of "The Communist Manifesto" of the aforesaid School of Politics, the only teaching and research site for classic works of Marxism in the country and army. Li Qiang spent 150 days using more than 2,000 colors and 61,600 stitches to vividly reproduce the scene when Marx and Engels co-authored "The Communist Manifesto" in a special form of "Oriental oil painting" and the great friendship between the closest comrades of Communism. It was a masterpiece of the localization of Western techniques in China as well as a masterpiece of Li Qiang in her devotion to the woolen embroidery work for 50 years. On December 31, in order to usher in the 95th birthday of HYX, all people of HYX used their own way to make a woolen embroidery statue for Shen Laizhou, the founder of HYX and offer a gift for the 95th birthday of HYX. Besides, the woolen embroidery works of Li Qiang, "Great Wall", appeared in the traditional Chinese craftsmanship invitation exhibition of "Arts Carried on for Centuries" and the Huangpu intangible heritage exhibition of "Seal Marks of Centuries, Inheritance of Craftsmanship".

组织治理



3月19日，恒源祥集团创始人刘瑞旗一行走访恒源祥联合体工厂。

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。2021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2020年度工作报告》；审议并通过了《监事会2020年度工作报告》；审议并通过了《总经理2020年度经营工作报告》；审议并通过了《董事会2021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2020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2020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2020年度经营情况和财务状况。

2021年，分别召开第六届监事会第二十一次会议和第二十二次会议。第二十一次会议审议并通过了《2020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2021年财务情况进行审计。本次会议还一致认为：公司在2020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。第二十二次会议审议并通过了《2021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2020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能级的主要内容，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。



9月25日，首届“北京国际品牌周”正式启动。

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，如每年的迎新晚会、集团趣味运动会，组织参加黄浦区组织的市民运动会等。2021年因疫情原因，全员旅游福利暂停。恒源祥集团大厦建有相应规模的图书阅览室、文化活动和体育活动设施。集团内刊《创导》杂志每月精心推出新书介绍，组织读书会，根据项目开展定向的读书活动等。

恒源祥开展的企业文化员工参与率达100%，员工的满意、比较满意、基本满意度分别为96%、2%和2%。



集团每年开展岗位竞聘。



集团董事长兼总经理陈忠伟为年会游戏环节团体一等奖获奖者颁奖。



“三八”妇女节来临之际，集团董事长兼总经理陈忠伟为女性代表送上节日慰问。



疫情期间，恒源祥集团专门采购防疫产品为员工缓解压力。

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，对公司的中高层管理岗位实行公开竞聘。通过在集团公司范围内实行公开竞聘、平等竞岗、科学选拔，全部目标岗位均已正式聘用合格人才上岗。

3. 保护员工隐私

恒源祥集团尊重职工的合法权益，自觉保护员工

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

4. 消除一切形式的强迫或强制性劳动

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

劳工实践

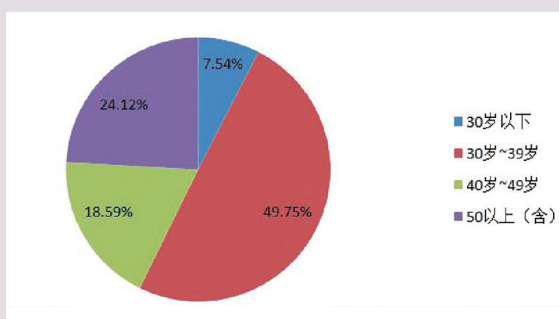
恒源祥是一家品牌企业，恒源祥集团总部184位管理人员服务恒源祥联合体5万多位成员，所谓服务主要体现在输出品牌价值、管理模式、执行标准、营销方案等，对团队成员的思维方式、能力模式和行为习惯要求十分高。集团紧紧围绕员工发展和组织发展的需求，通过“文化转型”“学习型组织”建设等方法，在保护好全员基本权益的基础上，积极培育兼具

经营品牌文化和能力、德才兼备的员工，助其实现人生价值，同时为社会创造价值。

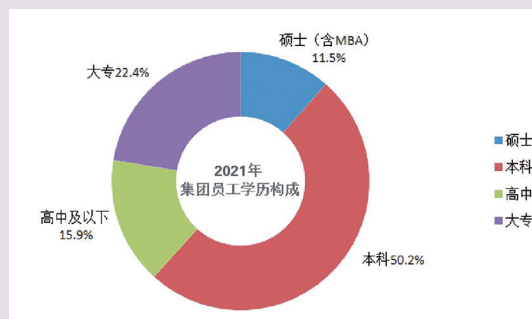
企业员工学历、年龄构成

截至2021年12月，恒源祥集团员工为184人，员工的学历构成比例和年龄段的比例是：

2021年集团员工的年龄分布比例



2021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41岁。

2021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	30	16
产业公司负责人	13	7
部门经理	24	13
主管级别	37	20
基层员工	75	40
合计	184	—

优化人力资源结构

大力推进人力资源优化工作。2021年，共退休2人，离职12人。全年累计招聘90后专业人才9人，为集团注入年轻活力，为集团的变革发展提供了人才支持与保障。

依法签订劳动合同

恒源祥集团与员工的劳动合同签约率为100%。始于2019年，人力资源中心的招聘向多元化渠道发展，积极与各高校合作，举办了多场校园招聘和宣讲会，在年轻群体中宣传了恒源祥品牌，也为集团的人才蓄水池中注入新鲜血液。同时，为贯彻、落实中央关于加强技能、技术人才队伍建设工作的重要讲话精神，人力资源中心通过专业的猎头资源，招募了纺织工程领域的技术人才1名。

薪酬制度公平合理

恒源祥集团严格执行国家《劳动法》《劳动合同法》，每年开展工资集体协商活动，签订集体合同及女职工特殊权益的专项集体合同，经过上海市黄浦区劳动保障部门审核批准付诸实施。恒源祥集团坚持对涉及员工利益的政策和制度的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。2021年，集团人力资源中心进一步完善了集团薪酬制度。在疫情期间做到不减员不降薪之外，还推出新的年度激励政策，奖优促优，鼓励广大员工积极参与创新项目。

依法规范加班制度

恒源祥集团严格按照《劳动法》相关规定，对于节假日加班的员工，按时、足额支付加班工资；对于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





5月28日，集团成功举办党工团换届选举大会。

工作条件和社会保护

1.改善工作环境

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

2.安全教育与投入

恒源祥集团重视企业的安全管理，注重对员工的安全教育。集团根据自身特点，制定了安全与消防管理制度共六章29条，涵盖了消防安全教育、消防设施管理、用火用电安全管理、仓储安全管理和安全巡查、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。

2021年，集团如期开展了全员的消防安全知识培

训工作；开展了两次楼内仓库消防设施检查；开展了一次全员消防逃生演习。

恒源祥集团已通过国家安全生产标准化三级企业安全评审，已建立新员工三级安全教育制度，2021年开展了50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5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，提高了从业人员的安全意识，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2021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制度，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，在恒源祥集团，员工的权益得到充分的维护。集团工会在职工的福利上持续实施“十个一”工程。这“十个一”是：一场新年聚会、一声生日祝福、一份节日礼物、一顿（全年）免费午餐、一份免费报纸、一次高规格体检、一场快乐旅游、一次民主协商、一份互助保障、一场文体活动。恒源祥集团还在每年的儿童节举行庆“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考家长公休陪考措施；集团党委、工会还在每年“三八妇女节”为女员工发放节日慰问品；在开学前夕，为所有升学家属（小升初、中考、高考）发放学习用品。2010年起，推行“员工子女助学补助方案”，对因特殊原因



集团为消防应急疏散演习活动中“跑得快”的员工送上小礼品。



集团为大年初八上班的每一位员工送上开门红包。



9月17日，恒源祥“恒Young Club青年成长训练营”开营仪式在国防大学政治学院举行。

造成困难的员工子女进行专项帮助。2021年度，恒源祥党政工团对16名因病或家属生病的员工进行了家庭访问，使用工会经费14885元。对身患重病或家属重病的员工进行定期走访，切实帮助员工排忧解难。

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

民主管理和集团协商

恒源祥集团坚持完善党务公开、企务公开、职代会等民主管理和集体协商制度，充分设置各类民主管理的公开办事制度。恒源祥党委制定了一级目录八项党务公开制度，包括党组织决议、决定及执行情况；党的思想建设情况；党的组织管理情况；领导班子建设情况；干部选任和管理情况；联系和服务党员、群众情况；党风廉政建设情况和其他应当公开事项等项目。恒源祥联合体重大决定一概由恒源祥联合体大会

通过；恒源祥行政的重大决定由集团党政联席会议集体决定、并按涉及面分层级公示、公布。涉及职工重大利益的事宜，由职工大会或职代会表决通过。集团工会已建立起完整的工作制度、职工代表大会制度和企务公开细则。集团每年开展工资集体协商活动，签定集体合同，对于涉及员工利益的制度进行审议和内部局域网公开。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96%，比较满意3%，基本满意1%。恒源祥集团形成了对中层以上干部公开的工作绩效考核评价机制，每年开展年度总结工作和考核评分，集团党委书记和董事长每年一次向员工大会进行述职，以及公司职工代表大会每年进行对高层领导工作绩效的民主评议。2021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，2021年员工的满意度为98.2%。

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。2021年人均体检费用为1300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，一是教育服务于恒源祥联合体的培训体系，主要由恒源祥集团教育

培训中心承担；二是重点关注集团本部员工的教育培训，主要由恒源祥集团人力资源中心负责。

1. 重视新员工培训

2021年度，恒源祥集团正式录用了11位新员工，是恒源祥集团近五年来吸纳新生力量力度最大的一年，也对集团人才培养工作提出全新挑战。在集团党工团的牵头下，“恒Young Club”青年成长训练营计划正式落地。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冬奥志愿者项目的参与，帮助新员工更好更快地融入到企业中，全面提升工作能力、构建良好的企业文化和学习氛围。

2021年，恒源祥集团人力资源中心开展了如下新员工文化体验活动。



“恒Young Club”青年成长训练营学员开展案例学习。

新员工培训内容

培训对象	培训内容	讲师
新员工	公司组织架构介绍 员工职业生涯规划 《员工手册》	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”。2021年，集团继续贯彻“全员参与、注重分享、奖励先进、组合资源、注重实效”学习型组织创建方针，继续执行员工“72小时学习绩效”，通过联合体大会、员工大会、党团（组织）生活、工会班组学习和内部交流、外部培训等学习平台，优化了专题分享、走访学习、讲座和培训等学习形式，充分利用恒源祥内网（经营品牌能力平台）、企业内刊《创导》、视频《周五频道》、集团官微“羊来了”等平台制作、传播、交流优质资源；工会和团委则通过班组学习、“恒Young Club”青年成长训练营等学习形式，持续提高员工素质。集团党政还采用“请进来、走出去”的方法，邀请国内外著名的专家学者进行高端培训；在大环境允许的情况下，分期、分批输送员工参观优秀企业，提升管理理念。

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

3.职业生涯规划

恒源祥集团党政除了每年投入大量经费和一定时间进行专业培训，营造全员学习气氛外，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做出突出贡献的部门和个人，2021年，恒源祥继续开展“价值之星”的月度及年度评选活动，以此表彰他们在集团品牌和文化发展上做出的突出贡献。

2021年全员大会上还特别为恒源祥联合体大家庭的成员们设立了年度荣誉奖项，以表彰那些不忘初心、担当大任、锐意进取的先进典型。

在2021年的“月度价值之星”中揭晓的“年度价值之星”（提名奖）分别是：

奖项名称	获奖项目/个人
无我奖	“陈忠伟劳模工作室”等荣誉申报项目
	恒源祥家纺“羊毛被”项目
无限奖	“我们一起牛牛牛”春节新媒体营销项目
	好小囡合唱项目
	“为奥运喝彩”东京奥运会系列传播活动项目
无中生有奖	“依旧爱旗”项目
	“花Young恒美”创意设计项目
	“我相信有梦”冬奥歌曲项目
不可为而为之奖	“恒爱行动”项目
	《亲密战友》绒绣像项目

在2021年的“月度价值之星”中揭晓的“年度价值之星”分别是：

奖项名称	获奖项目/个人
无我奖	恒源祥商超产业电商项目
	冬奥颁奖花束项目
无限奖	东京奥运会项目
	“恒·时髦”项目
无中生有奖	“擘雅”项目
不可为而为之奖	“同心向党 共绣党旗”项目

恒源祥联合体2021年度荣誉如下：

奖项名称	获奖组织/个人
“不忘初心” 大奖	恒源祥服饰三厂
“中流砥柱” 大奖	恒源祥服饰一厂
“双奥之家” 大奖	恒源祥家纺一厂
“羊门新锐” 大奖	恒源祥箱包二厂
“勇攀高峰” 大奖	天猫恒源祥内衣旗舰店
“突飞猛进” 大奖	天猫恒源祥童装旗舰店
“突飞猛进” 大奖	天猫恒源祥旗舰店
“与时俱进” 大奖	彩羊家纺一厂
“踏浪先锋” 大奖	恒源祥家纺电商运营商
“精益求精” 大奖	恒源祥家纺六厂
“开拓进取” 大奖	彩羊陕西经销商

2021年“恒源祥月度价值之星”汇总表

表彰时间	价值之星
2021年上半年	“全国商贸流通服务业先进集体”项目组
	“我们一起牛牛牛”春节营销项目组
	“因为爱 世界恒美好”项目组
	“恒源祥×贝多芬五感体验礼盒”项目组
	“沈恒春红色史料收集与研究”项目组
	“同心向党 共绣党旗”项目组
	“我们是共产主义接班人”好小囡少儿合唱团专场音乐会项目组
	2021年度党建联建项目组
	“共绣党旗”成果发布视频制作项目组
	《亲密战友》绒绣像项目组
	“为奥运喝彩 恒爱行动·至美之行奥运文化进校园”项目组
	CMO价值营销峰会、老字号责任论坛项目组
	“首都体育记者之家”项目组
2021年下半年	《中国大百科全书》品牌签约项目组
	“上海市工商业领军人物”申报项目组
	“擘雅研修品牌班”项目组
	上海市第40届庆“八一”军民长跑活动项目组
	好小囡少儿合唱团助演儿童音乐剧《摇啊摇》项目组
	党建新闻传播项目组
	“依旧爱旗”China Joy展项目组
	“依旧爱旗”直播项目组
	东京奥运会VIK项目组
	恒源祥服饰杨方圆（个人）
	东京奥运会传播活动项目组
	中国中学生作文大赛“恒源祥文学之星”项目组
	恒源祥中秋月饼项目组
	“衣被天下，恒爱有我”项目组
	好小囡少儿合唱团系列演出项目组
	“上海伴手礼”项目组
	博士后科研工作站
	“恒爱一被子”项目组
	恒源祥家纺“极速焕新家”项目组
	恒源祥助力冬奥品牌主题口号发布项目组
“花young恒美”创意设计征集项目组	
“北京国际品牌周”项目组 “研修品牌班”项目组	



集团领导与2021年度恒源祥价值之星项目代表合影留念。

人才管理理念在联合体内的影响

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

如在内刊《创导》以专栏形式介绍，在集团官网“羊来了”进行宣传，在年度联合体代表大会进行表彰等形式，在恒源祥联合体内形成尊重人才、爱惜人才，高度重视人才的文化氛围。



传播条线新春座谈会后通讯员合影留念。



集团党委书记顾红蕾为2021年度恒源祥集团优秀通讯员颁奖。

环境



7月7日，集团副总经理刘帅出席“尊重生命 放归自然”藏羚羊放归大自然主题活动。

污染预防

1. 环保管理体系规范

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

整治，确保环保评价符合国家和当地环保部门的标准要求。

2. 环保宣传教育氛围良好

恒源祥一贯倡导绿色环保理念，引导恒源祥联合体成员自觉节能减排，节约资源，创造友好型环境。恒源祥一方面通过包括专题会议、企业内刊《创导》专栏、集团官微“羊来了”、公司内部信息平台等渠道，积极倡导低碳节能；另一方面在恒源祥联合体生产体系中，开展全员环境保护培训，推动节能减排技术的应用。

在联合体系内的合作工厂中大力推进环保新技术

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

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

恒源祥集团紧密围绕党中央、国务院提出的“建设资源节约型、环境友好型社会”目标，不仅积极引进亚洲首台宽幅single-pass——世界最先进意大利进口宽幅高速数码印花机等先进生产设备，而且先后对羊毛废弃物角蛋白提取技术及其在羊毛织物防毡缩整理加工中的应用、羊毛产品天然染料染色印花技术及产品开发等30多项纺织服装行业的前沿技术、重难点

技术及关键技术开展了研究，成功开发出了植物染料羊毛内衣、牡丹花色素蛋白质纤维织物、POSS/聚氨酯环境净化织物等一批具有国际先进水平和广阔市场前景的新产品，为恒源祥联合体内的企业带来了良好的经济效益，也积极推动了整个纺织服装产业链都朝着“低污染、低排放、低能耗”的可持续健康方向发展。

可持续资源利用

1.减少浪费

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

2021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2021年12月，恒源祥大厦的耗电量为734128度，比2020年同期耗电量768031度电，节约电力33903度，降低了4.41%。

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，2021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，2021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，集团在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，集团团委员工参与上海黄浦区认养树木护绿活动中。2021年，青年员工们在蚂蚁森林上完成栽种72棵树。

3. 与三江源国家公园管理局紧密合作

恒源祥2002年至今一直致力于可可西里的生态保护。恒源祥作为三江源国家公园管理局的联建单位，7月7日，由三江源国家公园可可西里管理处和恒源祥集团共同举办的“尊重生命，放归自然”藏羚羊放归大自然主题活动在可可西里索南达杰保护站举行，助力三江源可可西里生态保护工作在新的历史起点上再创新辉煌。

公平运行实践



6月29日，恒源祥集团党委与新四军历史研究会六师分会、武警上海市总队执勤第四支队三方共建签约仪式在恒源祥集团举行。

党建工作

根据《中国共产党章程》和《中国共产党基层组织选举工作条例》中有关规定和要求，中共恒源祥（集团）有限公司委员会于2021年5月28日举行换届选举大会，选举产生第五届中共恒源祥（集团）有限公司委员会和纪律检查委员会。

1. 党员学习教育

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

做法：落实党员日常学习制度——“三会一课”、组织生活会、民主评议党员、谈心谈话、主题党日等，建立健全长效机制。提升党员学习教育方式

方法，完善组织形式、丰富学习方式、创新运用数字与互联媒介。

全体党员在线参加党史知识竞赛，在工位或家中自学观看中组部党课视频，组织电影党课《1921》《中国医生》的观看学习。

① 主题党日学习活动

“五四”前夕，各支部书记与青年党团员以“青春心向党 共绣新征程”为主题，与上海市新四军历史研究会、武警上海总队执勤四支队开展联合党课，学习党史，推动蓬勃向上的文化氛围。

本年度的“七·一”主题党日，为庆祝中国共产党成立100周年，集团党委为每位党员准备了两份惊喜：其一，特殊党费的纪念证书，上面记录了2016年至2020年，5年中每位党员累计交纳的特殊党费总金额；其二，定制礼盒。礼盒中有一支特色标志的笔、一本凸显了“爱党 爱国 爱恒源祥”特色的笔记本，

以及“不忘初心 牢记使命”的书签，寓意作为党员既要政治过硬，也要本领高强，善于学习、勇于实践。

7月2日，各支部代表与炎黄文化协会联组学习总书记“七一”重要讲话。11月，各支部委员参加区“两新”书记、骨干培训班，学习十九届六中全会精神。

②开展名人党课

11月24日，“七一勋章”获得者——李大钊之孙李宏塔应邀来访恒源祥，为青年党团员上了一堂别开生面的党课。他鼓励年轻人发扬我为人人的光荣传统，为群众办好实事。

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，满足品牌发展的新要求。

3.年度主题项目“同心向党 共绣党旗”活动收官

6月22日，“同心向党 共绣党旗”活动在上海举行成果发布。自2020年6月22日在中共一大会址纪念馆启动以来，历时整整一年，从上海出发，面向全



11月23日，李大钊之孙李宏塔为恒源祥青年党团员上了一堂别开生面的党课。



上海市回民小学在建党百年倒计时100天之际开展“同心向党 共绣党旗”活动。



收针仪式上，恒源祥集团为承绣单位颁发纪念品。

国，党旗的足迹不仅覆盖了上海16个区，更是触达了全国：完成133场专场活动（5号党旗的巡绣），组织107家承绣单位（6号党旗的绣制）。另通过上海市青少年学生校外活动联席会议办公室召集上海市百所（实际83所）拥有“非遗传习基地”的中小学同步承绣百面党旗。活动整体参与人数超10万人次，共同以“一针一线 致敬百年”的方式传承中华优秀传统文化和红色基因。

成果发布全景展现了足迹遍布全国各省区市的“共绣党旗”活动，深入社区、乡村、机关、企业、部队、大中小学校，红色场馆、爱国主义教育基地的情况。在一大会场起针的党旗，也于成果发布仪式现场收针，标志着“共绣党旗”活动顺利收官。由百家公司承绣的党旗为6号党旗，共需绣制36500针，象征着中国中国共产党成立百年走过的36500个光荣的日

子。绣制完成的党旗全部保留在承绣单位中。

为感谢承绣单位的参与，也为了铭记这段难忘的历程，发布仪式在细节考量上设计了三件纪念物品：一是，印有1—100数字编号的承绣证书；二是，由恒源祥家纺一厂引进的亚洲首台智能高速数码印花机在棉布上一体打印而成的纪念海报；三是用恒源祥传承的另一项非遗技艺——海派绒线编结技艺钩织的绒线小红花，与本次活动的载体——上海绒绣，同为非遗，可谓“双遗”相遇，相得益彰，以此向优秀的百家承绣单位致敬。

全国各级媒体，对“共绣党旗”进行了多维度的报道，学习强国平台也多次呈现了活动的情况。成果发布仪式的在线直播累计观看104.7万人次。

党员群众在一针一线中忆初心、述传承、话担当，感悟时代精神、感受榜样力量、聆听英雄赞歌，



4月15日，恒源祥集团党委与复旦大学附属妇产科医院党委签约共建。

用一根红线凝聚起了“同心向党”的强大力量。鼓励和激励着我们更好地发挥各级党组织基层战斗堡垒作用和党员先锋模范作用，将活动的成果转化为推动工作的强大动力，做到“干在实处、走在前列”。

北京公司以及恒源祥联合体在“共绣党旗”中也发挥了重要的作用，服饰、商超、家纺、彩羊、羊绒分别在不同区域开展相关活动，共同彰显“持续为社会创造价值”的价值观。

通过“共绣党旗”这根“红线”，恒源祥与上海教育报刊总社·学生媒体发展中心、上海社会科学院图书馆、东方国际创业股份有限公司、国防大学政治学院、上海大学、复旦大学附属红房子医院、上海交通大学人文学院等各行业各，建立了党建共建、项目合作关系，与上海市新四军历史研究会六师分会、武警上海总队执勤第四支队分别从双方共建，升级为三

方共建，以实际成效发挥了党建凝聚组织合力的强大作用。

4. 党建联建

本年度通过“共绣党旗”活动结成的党建联建以及友好单位的后续活动包括：

国防大学政治学院：6月，由“上海绒绣”国家级传承人、恒源祥绒绣原创工作室首席工艺师李蔷历时半年绣制的绒绣作品《亲密战友》赠送给了国防大学政治学院，作为目前全国全军唯一马克思主义经典著作专题教学研究场所《共产党宣言》情境教学观的镇馆之宝。作品运用了两千多种颜色，绣制了61600多针，以“东方油画”的形式再现了共产主义最亲密战友间的伟大友谊，是西方技艺（150多年前绒绣由西方传入中国，后经中国工艺师融入中国传统刺绣方法改良）中国化的精品力作，亦是李蔷老师从事绒绣

工作50周年的倾力之作和代表作。

复旦大学附属红房子医院：10月，恒源祥捐赠“恒爱”绒线，由特殊爱心妈妈志愿者编织成爱心绒线帽子，赠送给正在化疗中与疾病抗争的患者，共同向社会传递了人文关怀，树立了正能量。

上海报业集团、东方网：为其8周年庆，员工非遗体验“接力绣”提供了单位slogan“道正声远”作品框架的绣制服务和指导工作。

上海市残疾人联合会：通过残联专业机构推荐轻残优秀大学生，享受相关人事政策，树立激励用人机制。

5. 统一战线工作

组织黄浦区侨联、侨界人士，“恒爱”编织课堂，提倡通过手工编织和奉献爱心的方式缓解日常压

力。

集团文化研究院副院长于越（蒙古族）作为受邀代表出席黄浦区第三次少数民族代表大会，这也是恒源祥集团首位参与区少数民族代表大会的员工代表。

之后，由黄浦区委统战部副部长、区民宗办主任徐惠江，区少数民族联合会会长王丕易带队，区少数民族联合会一行莅临恒源祥参观交流。这次来访是第三届区民族联领导班子成立后的首次学习交流活动，一行人员对恒源祥通过党建引领、文化建设，集合优势资源、搭建资源平台、担当社会责任，以及围绕民族团结所做的工作表示肯定。

6. 党建工作全年阶段性成果

①恒源祥集团党委荣获“上海市先进基层党组织”荣誉称号。集团党委书记顾红蕾作为“两优一



7月1日，恒源祥集团党委荣获“上海市先进基层党组织”荣誉称号。



7月7日，黄浦区委组织部部长等一行来访恒源祥集团调研。

先”代表受邀出席上海市庆祝中国共产党成立100周年大会。

② 顾红蕾书记荣获“全国巾帼建功标兵”。6月18日，顾红蕾书记在“巾帼奋进共逐梦·百年初心再起航”——黄浦区妇联表彰会上接受“全国巾帼建功标兵”证书和奖章。

③ 7月6日，以“为人民谋幸福：政党的责任”为主题的中国共产党与世界政党领导人峰会以视频连线方式举行。上海市的全国劳模代表、“两优一先”代表以及专家学者、优秀青年代表等在上海分会场参会。恒源祥集团党委书记顾红蕾作为上海市“两优一先”代表参会，并接受了媒体采访。

④ 顾红蕾书记连续三届作为正式代表参加区党代会，顾书记还被推举为大会监票人，监督选举工作开展。

7.党建工作探索案例刊登

原创党建项目探索案例以及联合体发展等相关报

道，刊登在中国纺织出版社《强国力量 经纬光辉》、上海《新闻晨报》、上海社科院《长三角观察》、《绽放——黄浦区基层党建工作特色案例集》中，以及申报中国化管理协会、企业化管理专业委员会“坚定文化自信 凝聚行动力量”企业党建创新成果。

8.青年党团员价值观养成实践平台

① 3月5日“学雷锋纪念日”，集团青年党团员在“为民服务活动日”中，为社区居民提供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。

② 母亲节前夕，青年党员、积极分子代表来到宝山罗店消防救援站，与消防救援队员一同为消防烈士母亲编织爱心围巾，传递温暖，延续恒爱。

③ 7月，作为“两新”组织代表，团委青年党员代表参加外滩街道“百年党史百年讲”，相关视频于“我爱外滩”公众号播出。

④ 本年度转正的青年党员学习专题党课，并举行集体宣誓仪式。

⑤ 党工团牵头，联合人力资源中心，于9月共同开启恒Young Club青年成长训练营首期活动，以近两年入职的90后员工为主要培养对象，通过沉浸式党课团课，以及专业业务知识的分享，潜移默化，达成正向价值观的养成以及能力的提升，树立好文化、培养好习惯，为组织发展和企业文化做好青年引领工作。

9.围绕文化转型，培育青年员工

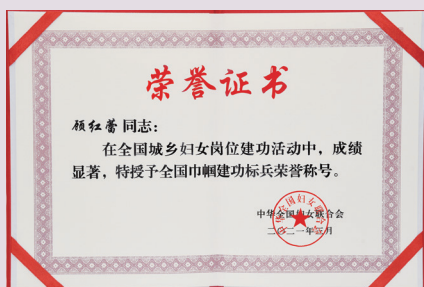
为了在整个公司形成一种“我想、我讲、我做、我要”的文化氛围，2021年继续依托“青年恒好”论坛，与青年员工开展了“文化转型”相关项目责任书的签订，党员带头认领“文化研究”项目。

2021年，两位员工转为正式党员。受“共绣党旗”活动的感染，从艺50周年的“上海绒绣”国家级

传承人李蔷在“共绣党旗”成果发布仪式上向党组织递交了入党申请书，经集团党委向上级党组织申请，已接纳其为积极分子。本年度共有3名员工新递交入党申请书。

10.开展“创先争优”活动

9月，在第九届全国品牌故事大赛（上海赛区）暨2021年上海市质量品牌故事比赛颁奖中，恒源祥集团提交的三件作品均荣获优秀成果等级奖项，它们分别是：《精益求精 不断超越》获得短视频比赛二等奖；《百年品牌演绎无限之线》（短视频+现场演讲）获演讲比赛三等奖；《匠心·服装剪裁师黎旭红的故事》获得微电影比赛三等奖。其中，短视频为今年新增比赛项目，《精益求精 不断超越》除获得上海赛区奖项外，还被主办单位推荐进入全国复赛。



集团党委书记顾红蕾喜获“全国巾帼建功标兵”荣誉称号。



4月23日，集团青年党员代表与消防队员一同为烈士母亲编织爱心围巾。

公平竞争

1. 诚信经营 制度保障

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

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

2. 注重信用 信用等级A类

作为中华老字号，恒源祥始终注重商誉，九十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。

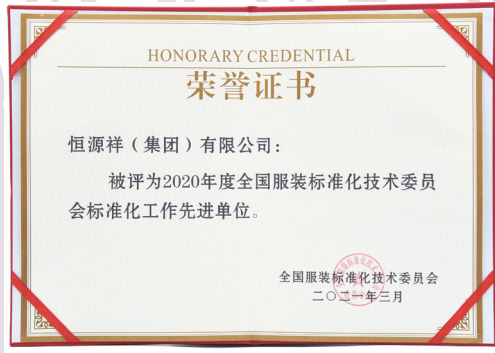
3. 推动行业健康发展

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2021年12月，恒源祥集团参加的行业协会有：

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



4月，“恒源祥”牌羊毛衫再度蝉联同类产品市场综合占有率第一。



恒源祥荣获“2020年度标准化工作先进单位”称号。

4.开展国家和行业标准的宣贯活动

集团技术中心于6月25日特邀业内资深专家、南京海关工业产品检验中心徐援朝高级工程师，在集团5楼会议室为来自服饰、商超、羊绒、儿童和彩羊等相关产业集团、子公司和联合体工厂的30多位加盟工厂技术厂长和质量技术人员进行产品标识国家标准和产品质量抽查的贯标培训。徐援朝高级工程师为大家详细讲解GB/T 14272-2021《羽绒服装》、FZ/T 73018-2021《毛针织品》、FZ/T 73067-2020《接触凉感针织服装》等新版纺织行业的技术要求、新老版本的技术差异及实施要点，并详细讲解了产品质量监督抽查的程序和规则，以及重点产品质量抽查的主要指标、要求和注意事项，要求大家从维护恒源祥品牌形象和信誉出发，确保恒源祥品牌产品质量符合标准要求。培训期间，集团董办总经办主任兼质量技术中心总监何爱芳强调了恒源祥产品质量工作的有关规定，并要求大家将本次培训的内容和精神带回工厂，切实提高从厂长到员工的全员质量意识。

5.参与3项国家标准、1项纺织行业标准及1项地方标准的制修订工作

作为全国纺织品标准化技术委员会和全国服装标

准化技术委员会的委员单位，年内作为标准的起草单位先后参与完成1项地方标准DB31/T 1275-2021《服装高级定制技术规范》、1项纺织行业标准FZ/T 81008-2021《茄克衫》和3项国家标准GB/T 14272-2021《羽绒服装》、GB/T 22796-2021《床上用品》、GB/T 40270-2021《纺织品 基于消费者体验的通用技术要求》的制修订工作，并先后被全国纺织品标准化技术委员会毛纺织品分技术委员会和全国服装标准化技术委员会授予“标准化工作先进单位”的荣誉。

6.制定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，帮助日化公司和家纺公司制订、审核和在网上备案《棉柔巾》《衣物含氧漂白粉》《衣物含氯漂白粉》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. 公开对生产商和经销商的政策及承诺

恒源祥集团对生产商和经销商的政策及承诺体现在：

- ① 品牌支持。共享恒源祥集团品牌对产品生产、销售和推广带来的利益和影响。
- ② 形象模式支持。以恒源祥集团完善的品牌管理运作模式规范运作，规范统一的价格体系，完整的品牌VI形象推广。
- ③ 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 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 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。近年来，教育培训中心组织联合体成员曾到美国，意大利，日本等国家进行参访学习。2021年，受全球疫情的严重影响，室内大规模聚集类活动受到了严格的限制，恒源祥联合体教育培训的线下课程授课工作为此受到影响，同时集团海外游学项目受到影响而暂停。在严峻的形式之下，集团教育培训中心的工作依然在努力不断提升过往培训的基础上，继续突破自身，在2021年的整体培训过程中，不断结合、交织线上与线下的培训，使得恒源祥联合体参与培训的人员进一步得到业务能力的提升。在2021全年，恒源祥教育培训中心的工作致力于将线上、线下培训进一步打通，本年度共计为服饰产业、家纺产业进行线上线下培训，满意达98%。

2021年5月，为推进恒源祥数字化转型，培训中心组织高层走进华为总部进行实地考察与交流。2021年8月至9月，培训中心作为协办单位，联合擘雅书院，中国传媒大学擘雅研究院开展“擘雅品牌研修班”课程，让所有学员全面深刻认识到“心”时代的新挑战和新机遇，掌握新知识，开拓“心”视野，构建新格局，成为具有国际水准的品牌运营人才，为企业品牌升级赋能，为中国品牌走向世界助力。



8月，“文化赋能 品牌创新”2021肇雅研修品牌班全体学员与专家、讲师合影留念。

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，包括举办“感知恒源祥”活动、开展“青年恒好”论坛等。

①组织建设及人才培养

为献礼建党100周年，纪念五四运动102周年，在第72个五四青年节即将到来之际，由恒源祥集团党委、团委共同发起的“青春心向党 共绣新征程”主题活动于4月25日在恒源祥大厦举行。因当天正值“南京路上好八连”命名58周年纪念日，集团党委特别邀请了上海警备区首任司令员王必成将军之女、上海新四军历史研究会六师分会名誉会长王苏炎女士，以及“南京路上学八连模范中队”——武警上海总队执勤第四支队十中队的官兵代表们共同参加。集团在每年五四都会进行“青年恒好”论坛项目签约活动。本次

活动中共有四个新项目进行签约，它们分别是：“青年迎百年”项目，“全球造3.0”项目，国潮与非遗传承项目以及恒源祥党团共建项目。

②开展全员技能大赛

为了提升恒源祥联合体一线员工在生产、销售、管理、服务等方面的技能，每年9月举行“恒源祥联合体全员技能大赛”，大赛最终评选出一系列的“项目能手、项目标兵、项目达人”，让优秀的人才能够脱颖而出，在组织中充分起到模范带头作用，同时也通过一系列的竞赛交流调动起广大一线员工的积极性、主动性和对组织的向心力。2021年9月1日，恒源祥联合体全员技能大赛举行，并对获奖选手进行了表彰。

③“恒Young Club”活动

为恒源祥品牌发展进行人才储备，“恒Young Club”是集团为培养联合体单位继任者而搭建的平台。4月11日，“羊二代”毛文灏参加“为奥运喝彩”无锡站活动。8月2日，“羊二代”黄益纪参加在

北京举办的肇雅品牌研修班。12月17日，恒源祥集团得知宁波镇海区隔离点急需冬被物资的需求后，第一时间联系恒源祥家纺六厂负责人、“羊二代”张立瑛，连夜赶制500条羊毛被，并通过宁波市慈善总会捐赠给镇海区隔离点。

4. 分会建设

2021年，恒源祥联合体区域分会主要做了以下几方面的工作：

① 发挥区域市场服务功能，组合内外部优势资源。

2021年，多数区域分会继续巩固与当地政府、工商、协会、媒体等的关系，为恒源祥品牌在当地的发展奠定了良好的基础，为联合体成员提供了更多、更高效的服务。

② 推进区域文化转型发展，开展党工团联建活动。

2021年，多个区域分会积极配合集团党委在区域内开展“共绣党旗”等党工团联建工作，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。

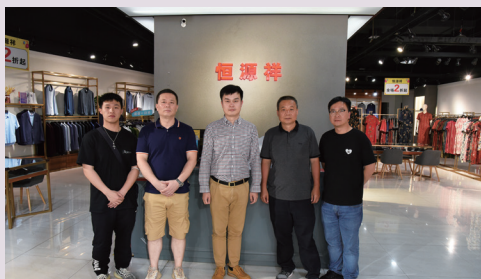
③ 推动品牌价值创造项目，扩大所在区域内影响。

2021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。河南分会会长芦景为省内受洪灾影响的地区捐款捐物。

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。

2021年，恒源祥联合体区域分会认真履行义务，积极听取一线加盟商的情况反应，积极配合集团调查处理无证经营、制假售假等有意、无意、恶意扰乱恒源祥联合体市场运营秩序的违规事件。



集团副总经理刘帅一行走访西安终端网点。



河南暴雨期间，恒源祥联合体河南分会会长芦景积极捐赠物品。

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。2021年恒源祥集团继续严格执行上述规定。

尊重产权

2021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，2021年，恒源祥集团旗下大陆地区已成功注册商标数达1496件，香港地区注册商标15件，马德里保护2件（6个类别），欧盟地区1件，印尼1件，泰国6件，2021年新申请注册商标共计47件。跨出国门，用全球眼光看待知识产权，2018年对“恒源祥”主商标补充注册了第18类，20类及35类。马德里注册将近101个国家，2021年已经获得59个国家的核准。从单一品类注册到跨品类保护注册，商标注册工作未雨绸缪，为各产业集团、各职能中心及各项目组提供知识产权相关权利的全面保护。

世界知识产权日 恒源祥在行动

4月26日，第21个“世界知识产权日”，“2021年恒源祥世界知识产权日活动暨知识产权管理规范会议”在桐乡市濮院镇成功召开。为了更好地构建打击

侵犯假冒，保护知识产权共商、共建、共享新格局，营造良好的营商环境，本着服务企业，协同发展的原则，桐乡市濮院镇经济发展服务中心副主任赵晓斌与恒源祥集团知识产权保护与发展中心总监王耀世共同签订了《关于加强恒源祥知识产权保护协作备忘录》。恒源祥集团董事长兼总经理陈忠伟与恒源祥联

合体浙江分会会长王海港共同为“恒源祥知识产权保护与发展中心驻桐乡办公室”揭牌。

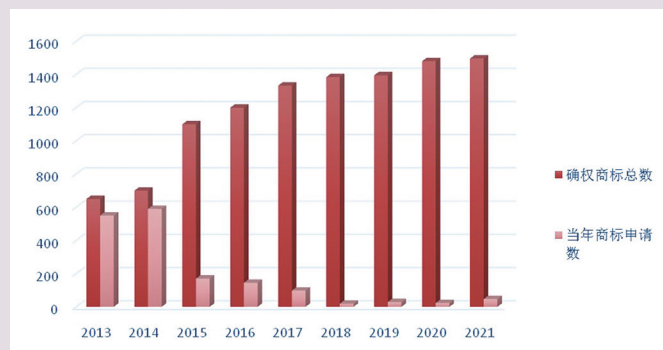
桐乡濮院是全国最大的羊毛衫集散中心、中国羊毛衫名镇，把创意推向市场，就意味着在濮院恒源祥要把知识产权保护与创新向更深层次推进。

截止2021年底，集团商标注册申请详情见下表：

集团商标注册申请一览表

地区	商标申请数
大陆	1767
香港	15
马德里体系	2（6个类别；23, 24, 25共75个国家；18, 20, 35共101个国家）
欧盟	1
印尼	3
泰国	6

商标确权与当年申请数量一览表



消费者问题



9月1日，恒源祥生产一线员工进行质量月宣誓。

保护消费者健康安全

1. 质量安全

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

2. 通过产品质量管理体系认证

恒源祥集团十分重视质量管理体系建设，积极推行卓越绩效模式，坚持以消费者为导向追求卓越发展。1996年6月，恒源祥在国内商业行业首家通过上海质量体系审核中心和新加坡生产力与标准局（PSB）ISO 9001质量管理体系审核认证。2002年恒源祥集团获得上海市质量管理奖，并于2008年和2011年

两次通过上海市质量管理奖复审确认。2006年恒源祥集团获得全国质量奖，并于2009年通过全国质量奖复审确认。2007年集团荣获“国际亚太质量奖”。2009年集团董事长刘瑞旗荣获“中国杰出质量人”。2010年刘瑞旗董事长荣获“上海市市长质量奖”。2015年集团总经理陈忠伟荣获“中国杰出质量人（全国质量奖个人奖）”。2019年集团荣获“全面质量管理推进40周年杰出推进单位”称号。

为更好地强化产品质量管理体系，恒源祥严格执行《2016版加盟工厂质量管理体系》。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，两项得分均达标才能判定为评审合格；突出了四个加强并实施一票否决制度，重点强调了产品质量管控；评审的范围全面覆盖生产经营工厂

与重点供货工厂，各品检厂列入重点审核单位。通过对新版的质量管理体系制度严格规范的执行，整个恒源祥联合体的产业质量得到了很好的控制与提升。2021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。

3.2021年度恒源祥产品质量抽检

①抽检频次：每季度一次，全年共四次，抽检63批次。

②抽检工厂覆盖：覆盖28家工厂，占授权工厂数量的25.92%。

③抽检品类：T恤、衬衫、茄克、毛衫、休闲服装、配套床上用品、毛巾类、枕类、被类、毯类、床单、内裤、内衣、家居服、袜类等。

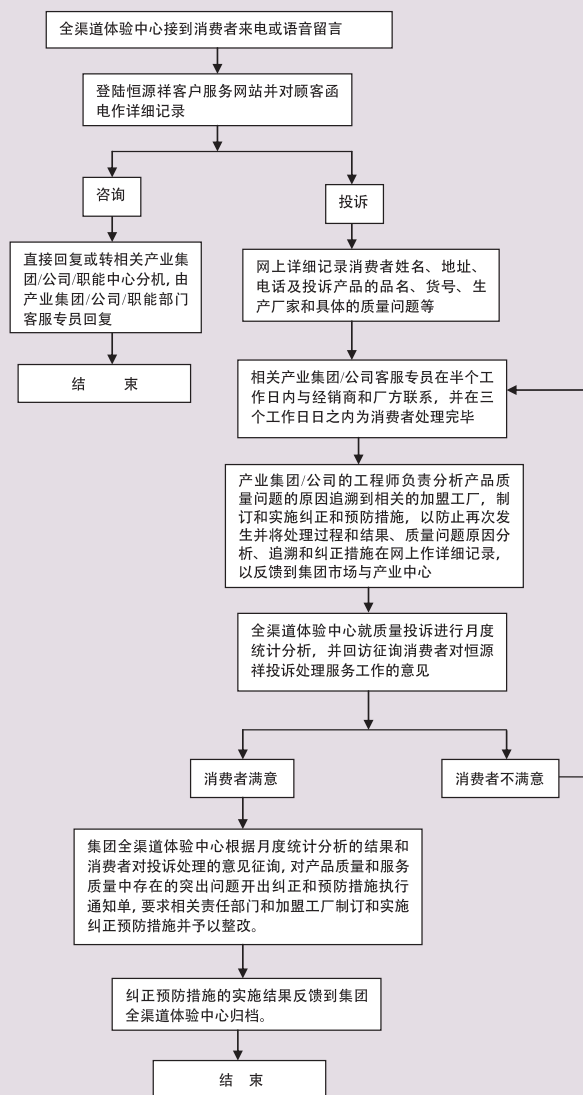
④抽检渠道：天猫、京东、唯品会、拼多多、专柜、超市、专卖店等。

4.2021年恒源祥联合体质量月

9月，集团在全国范围内开展了以“品质筑梦冬奥 品牌圆梦百年”为主题的质量月系列活动，本次质量月共设计、印刷、发放质量月系列海报1000张，文化衫450件，高温慰问品2550份，制作发放旗帜132套（国旗、质量旗、司旗）。

本年度恒源祥联合体质量月开幕式以线上直播的形式进行。通过钉钉“恒源祥全员”“羊角挂书”等在恒源祥全联合体范围内进行直播，联合体成员在线下组织集体观看。除了庄严的质量月升旗仪式，在整个恒源祥质量月，还开展了恒源祥全员技能大赛、以及恒源祥联合体全员线上知识竞答活

恒源祥客户服务工作流程图



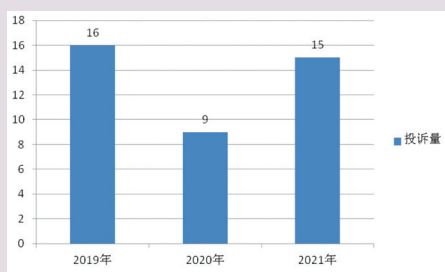


图1：2019年—2021年消费者投诉总量示意图

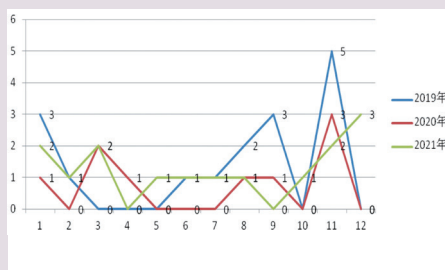


图2：2019年-2021年历月投诉走势图

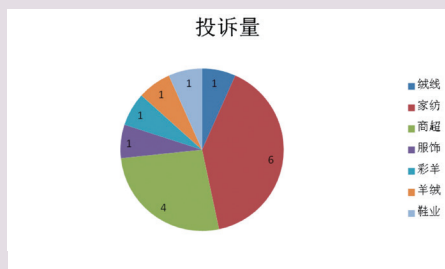


图3：各产业公司消费者投诉所占比重示意图

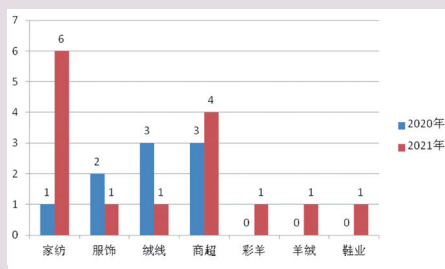


图4：各产业集团（公司）投诉总量与去年同期相比

动等一系列活动。来自恒源祥家纺产业的12名员工代表在家纺一厂展开了“枕套缝制”以及“被单缝制”两个项目的比拼。

9月1日至25日期间，恒源祥集团面向全体联合体的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83道单选题，17道多选题。知识竞赛系统随机抽取20道题目，其中15道单选题，5道多选题。活动期间共计访问次数659次，有效答卷数95份。

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，负责集团质量工作的全渠道消费者体验中心正不断创新活动内容和开展方式，让更多的联合体成员能参与其中。

消费者服务、支持和投诉及争议处理

1. 产品或服务的销售和售后服务体系健全

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

2. 投诉处理

集团以800服务热线作为改进产品质量、服务质量，

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

截至2021年12月8日，2021年投诉总量15起。与往年相比有上升趋势（见图1），月投诉量历年对比（见图2）。其中家纺产业集团6起，占总投诉量40%；绒线产业集团1起，占总投诉量7%；服饰产业集团1起，占总投诉量7%；鞋业1起，占总投诉量7%；羊绒公司1起，占总投诉量7%；彩羊产业集团1起，占总投诉量7%；商超产业集团4起，占总投诉量25%。（见图3）

与往年同期相比，除服饰，绒线有小幅下降，其余都呈上升趋势（见图4）。

主要投诉产品为被子4起，内衣2起；以上2类产品投诉共6起，占投诉总量的40%。（见图5）

绒线、毛衫、护膝的投诉比率都有所下降，内衣投诉比率与去年持平，其他产品投诉比率都相比去年有所上升。（见图6）

主要投诉项目为破损2起，钻毛2起，有异物2起，产品缺少2起，吊牌与实物不符2起，线缝不平整2起。以上6项投诉数量为12起，占投诉总量的80%。（见图7）

除缩水项目与去年同期相比，有小幅下降的趋势，其余投诉项目均比去年同期相比有所上升。（见图8）

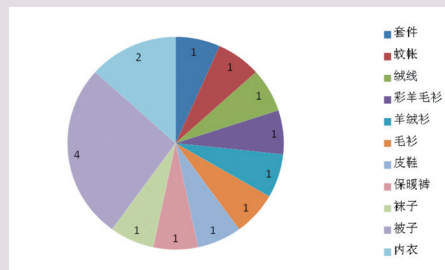


图5：2021年度消费者投诉重点产品示意图

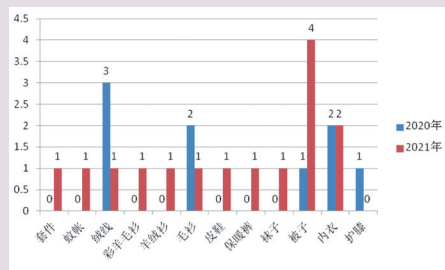


图6：2020-2021年投诉重点产品对比图

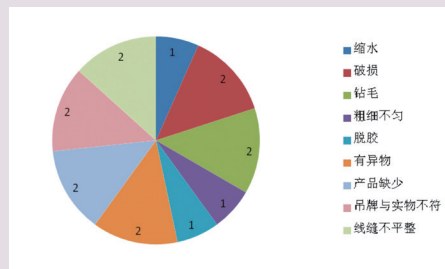


图7：2021年度消费者投诉重点项目所占比重示意图

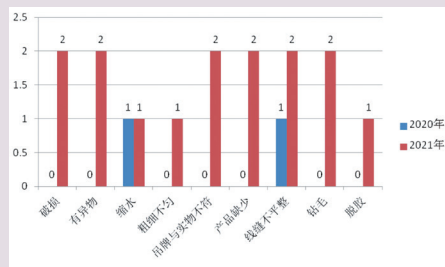


图8：2020年-2021年年投诉重点项目比较图

消费者信息保护与隐私

1. 客户管理

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

2. 客户信息保护

恒源祥集团建立了包括加盟工厂管理系统、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，在不清楚如何确认产品真伪时，会拨打客服热线，寻求帮助，以便确认购买产品的真伪。（2）产品护理咨询——消费者在购买产品后，对产品的使用、洗涤、保养等方面存在疑问，会拨打客服热线，咨询正确的产品使用方法、洗涤方式及保养方法。（3）门店咨询——消费者有购买集团产品的需求，但是不清楚何处能够购买到正宗的产品，会拨打客服热线，询问当地经销商、门店的联系方式。



4月26日，恒源祥知识产权保护与发展中心驻桐乡办公室揭牌。

社区参与和发展



“青春心向党 共绣新征程”五四主题活动在恒源祥集团举行。

社区参与

恒源祥集团积极发挥专业优势，为社区经济发展创造条件，并积极参加社区、部队、学校和单位的结对共建，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。2021年，集团党委与宝兴社区保持互动，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的带领下，集团开展了新春慰问，重阳节慰问，开展冬送温暖、夏送清凉等活动。认领辖区独居老人“微心愿”，党工团代表新春前夕上门慰问，并赠送粮油、日用品等。向街道疫情防控工作人

员及其家属赠送《武汉日夜》公益首映电影票。

2. 企校共建

恒源祥集团作为黄浦区市民学习基地和海派文化体验基地，通过多年教学，基地编织课已成为黄浦区班中的一个热门学课。始于2017年9月，非遗技艺绒绣课在黄浦区回民小学固定开课。2021年，受疫情影响，在线上开设绒线编结课及海派绒绣课。

3. 警民共建

集团与黄浦武警保持互动。4月25日，“南京路上好八连”命名58周年纪念日，集团党委特别邀请了上海警备区首任司令员王必成将军之女、上海新四军历史研究会六师分会名誉会长王苏炎女士，以及“南京路上学八连模范中队”——武警上海市总队执勤第四支队十中队的官兵代表们共同参加“青春心向党 共绣新征程”五四主题活动。自2013年9月恒源祥与该支队签署了党建、团建共建协议后，双方依靠自身资

源优势，以党建带团建、党建促共建，共建促共进，资源互补共享的原则，开展了多次良性互动，努力构建警地联建工作新格局，共建警民鱼水情。

6月29日，“传承百年辉煌 赓续红色伟业”主题活动暨上海市新四军历史研究会六师（苏南）分会、恒源祥（集团）有限公司和武警上海总队执勤第四支队三方共建签约仪式在恒源祥举行，未来三方将发挥各自所长，互相支持，更好地联动开展党团工作，一同传承红色基因，续写奋斗新时代的新篇章。

教育与文化

1.支持教育事业

恒源祥资助的上海好小囡少儿合唱团全年参与在上海东方艺术中心举行的“我们是共产主义接班人”上海好小囡少儿合唱团音乐会；受“经典947辰山自然生活节”邀请，合唱团在辰山植物园进行专场演出；受贝拉“幸存者之歌”音乐会邀请，好小囡男童合唱团特别献唱《重归苏莲托》；合唱团还在“超萌

武娃”2021武术文化传播小使者全国选拔大赛颁奖典礼上演出。

2.中国中学生作文大赛

7月16日，第16届中国中学生作文大赛（2020-2021）“恒源祥文学之星”全国总决赛颁奖典礼在山东国际会展中心隆重举行。大赛采用了笔试、口试、即兴演讲三大环节，从“听、说、读、写”四个方面考察了选手的综合素质，最终诞生20名“恒源祥文学之星”提名奖、20名“恒源祥文学之星”以及4个单项奖。

3.为奥运喝彩·花YOUNG恒美创意设计征集大赛

在北京冬奥会倒计时100天之际，恒源祥围绕“花”的主题，发起为奥运喝彩·花YOUNG恒美创意设计征集大赛，组织独立艺术家、设计院校的师生为消费者带去感受冬奥魅力的独特载体。大赛评选出13件获奖作品进行了二次创意并首次以NFT的方式将之永久贮存于区块链中，赋予了征集活动更高的创新价值。



恒源祥集团董事长兼总经理陈忠伟与中国中学生作文大赛组委会主任司惟为“恒源祥文学之星”颁奖。



6月5日，上海好小囡少儿合唱团举办“我们是共产主义接班人”合唱团音乐会。



11月15日，恒源祥助力冬奥品牌主题口号——“无限之线·恒好未来”正式发布。

支持体育事业发展

1. 助力2020年东京奥运会

7月23日，2020年东京奥运会在延期一年后正式开幕。恒源祥精心为难民代表团打造礼仪服饰，大爱之举引起社会数以亿计的关注，并荣登8月5日微博热搜榜第12位。8月24日，在东京残奥会开幕式上，恒源祥为中国体育代表团定制的入场服饰再次获得高度评价。

为助力奥运传播，7月9日，“东京奥运会中国记者壮行会”在首都体育记者之家——北京恒源祥大厦召开。30余家中央、北京新闻媒体的代表参加。恒源祥向出征东京奥运会的记者赠送了装备，还于9月10日举办了“从东京看北京奥运媒体传播新态势研讨会·恒源祥论坛”。

2. 为北京2002年冬奥会和冬残奥会提供服务

2021年12月31日晚，在2022年新年钟声敲响之际，北京2022年冬奥会和冬残奥会颁奖元素正式发布。恒源祥采用海派绒线编结技艺创作的绒线花成为北京冬奥会颁奖花束。恒源祥永不凋谢的绒线花绽放在冬奥领奖台上，成为奥运历史的一部分。

作为北京冬奥会的官方赞助商，恒源祥还为冬奥村提供了9000个抱枕被和9000件床旗。由恒源祥等组织发起的艺术与生活样式设计专委会创意的绒线花艺术装置《绒之百花·春之镜像》同时亮相北京冬奥村。

作为国际奥委会正装供应商，集团还为国际奥委会官员提供了大衣、西服、衬衫、毛衣、帽子、围巾、领带、丝巾、皮带、包具等品类共计4369件服饰。

11月15日，恒源祥助力冬奥品牌主题口号——“无限之线·恒好未来”正式发布。“无限之线”致

敬奥林匹克精神超越自我，突破极限；“恒好未来”则代表恒源祥对世界和平幸福的美好祝愿。在口号的指引下，恒源祥助力北京电视台冬奥纪实频道打造艺术访谈节目《为奥运喝彩》，每周一期推出国内知名艺术家的文化追求和冬奥情缘。在冬奥会倒计时100天之际，恒源祥围绕“花”的主题，发起创意设计征集大赛，组织独立艺术家、设计院校的师生为消费者带去感受冬奥魅力的独特载体。大赛评选出13件获奖作品进行了二次创意并首次以NFT的方式将之永久贮存于区块链中，赋予了征集活动更高的创新价值。恒源祥还携手太合音乐，共同打造歌曲《我相信有梦》，并于冬奥会倒计时50天上线助力冬奥，上线5天新华社新闻浏览量超76万，快手歌曲播放量超100万。

3.携手“为奥运喝彩”组委会 助力冬奥

多年来，恒源祥携手国际奥委会授权的“为奥运喝彩”组委会，开展了融合中国传统艺术与奥运精神



7月23日，“为奥运喝彩·扬体育精神·展艺术魅力”——艺术写生团作品展在北京恒源祥大厦举行。

的系列活动，包括在东京奥运会开幕当天举办“为奥运喝彩 为中国奥运健儿助威”活动，闭幕式当天举办“为奥运喝彩·扬体育精神·展艺术魅力”——艺术写生团作品展。活动当晚的央视新闻联播对此进行了报道。

为让更多青少年感受奥运及传统文化的魅力，恒源祥和“为奥运喝彩”组委会继续开展“恒爱行动·至美之行”奥运文化进校园活动，2021年走进无锡、石家庄、上海等地高校，获得媒体广泛关注，扩大了恒源祥奥运品牌的社会影响力。

恒源祥北京公司还与北京金彩艺术图书馆、擎雅画院（筹）联合发起“为奥运喝彩——百名画家绘百花”活动，近百位艺术家以国际奥委会206个成员国和地区的代表性花卉为题材，用工笔画技艺创作了206幅画作，并结集出版《奥林匹克艺术之花》画册。

3.其它体育赛事赞助



“恒源祥杯”2020年CBBA中国健美健身冠军总决赛在海南文昌完美落幕。



12月31日，恒源祥用非遗技艺迎接恒源祥95周年。



1月14日，《亲密战友》绒绣像起针仪式在国防大学政治学院举行。

2021年恒源祥还赞助了在海南文昌举办的“恒源祥杯”CBBA中国健美健身冠军总决赛以及上海市第40届庆“八一”军民长跑活动。恒源祥桥牌队荣获第14届全运会桥牌赛男子双人赛公开组季军。

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。

在建党百年前夕的6月24日，由恒源祥捐赠的绒绣精品《亲密战友》亮相国防大学政治学院。《亲密战友》是“上海绒绣”国家级传承人、恒源祥绒绣原创工作室首席工艺师李蔷为致敬建党百年，为全国全军唯一的马克思主义经典著作专题教学研究场所——国防大学政治学院《共产党宣言》情境教学馆倾力创作。李蔷历时150天，运用了两千多种颜色，绣制了61600多针，用“东方油画”的特殊形式展现了马克思和恩格斯共同创作《共产党宣言》时的场景，生动再现了共产主义最亲密的战友间的伟大友谊，是西方技艺中国化的精品力作，亦是李蔷从事绒绣工作50周年的代表作。12月31日，为迎接恒源祥诞辰95周年，

恒源祥人用自己特有的方式开始为恒源祥创始人沈莱舟绣制绒线像，向恒源祥95岁生日献礼。此外李蔷的绒绣作品《长城》亮相“百年百艺·薪火相传”中国传统工艺邀请展、“百年印迹 匠心守艺”黄浦非遗精品展。

恒源祥作为“海派绒线编结技艺”和“海派绒绣”两项非遗的传承单位亮相上海大世界海派IP品牌展。“海派绒线编结技艺”还在崇明举办的第十届中国花卉博览会上作现场展示，广受好评。

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。2021年，在国家和上海市、黄浦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

2021年，技术中心积极贯彻落实集团的经营战略和工作目标，开展集团和恒源祥联合体的技术创新、项目研发和管理、奖项申报、企业标准体系建设、质

量技术咨询、纯羊毛标志的定制和管理、企业危机公关处理等工作。年内技术中心以自主研发开发为主体，在深度组合社会各界科技、创新资源，进行产、学、研、政协同合作的基础上，已完成1项上海市产业转型升级发展专项资金（品牌经济发展）项目和黄浦区自主创新领军人才的验收工作，并先后申报了2项市级和2项区级科研项目，获得上海市区各有关政府部门下达财政专项资助资金，并作为标准的起草单位先后参与完成1项地方标准DB31/T 1275-2021《服装高级定制技术规范》、1项纺织行业标准FZ/T 81008-2021《茄克衫》和3项国家标准GB/T 14272-2021《羽绒服装》、GB/T 22796-2021《床上用品》、GB/T 40270-2021《纺织品 基于消费者体验的通用技术要求》的制修订工作以及《棉柔巾》《衣物含氧漂白粉》《衣物含氯漂白粉》等3项企业标准的制修订、

审核发布和网上备案工作，同时与苏州大学等联合研发的“天然染料纺织品印染关键技术及产业化”项目荣获“2020年度江苏省科学技术三等奖”，创意设计“生肖牛合”和“牛气冲天四件套”成功入选“上海特色伴手礼（银榜）”，集团还被授予2021上海市首发经济引领性本土品牌、百年上海工业·市民最喜爱的品牌、中国创新品牌500强等荣誉。

截至2021年末，集团申请专利总数为181件，其中发明专利47件，实用新型专利42件；获得授权专利124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2项。

2. 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



恒源祥原创文创产品“生肖牛合”和家纺“牛气冲天四件套”当选“上海特色伴手礼”和“上海礼物”。恒源祥入选《中国创新品牌500强》。



恒源祥入选《中国创新品牌500强》。



集团邀请上海市美学学会会长祁志祥为中高管理层开展“美美美·与共”美学专题系列讲座。

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形象及打造该印象的方法，恒源祥组合全球感官研究领域的顶尖机构与专家，逐步构建起了全球一流的感官品牌研究平台，以丰富消费者的体验。自2009年恒源祥集团发起全球感官品牌论坛，至今已持续开展七届，并在香港注册非盈利组织——开启感官研究中心。

3. 合作创新

在当下精神和情感消费的“心时代”，美是未来社会最大的能力。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。为推动文创进展，2021年集团举行了“美美美·与共”——恒源祥大讲堂三场美学专题系列讲座，参观佐藤可士和上海平行精华展、上海首届全球 NFT 加密艺术展等多场重点

展览。3月，“恒源祥品牌文化博物馆头脑风暴研讨会”在第一斤“恒源祥”牌绒线出产之地——恒源祥绒线一厂召开。

4. 平台创新

品牌是一个国家的重要资源、一个城市的产业支柱、一个企业的核心资产。为响应习总书记提出的“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”以及国家大力建设知识产权交易体系和服务体系的要求，2019年12月21日，由刘瑞旗出任董事长的环球互通品牌服务有限公司正式成立。在此平台的服务下，迎接第五个中国品牌日，2021年5月4日，恒源祥等20辆品牌巴士8天巡游上海地标。

5. 产业创新

① 恒源祥女装

2021年是恒源祥女装项目创立十一周年，十一年来，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



8月24日，恒源祥为中国体育代表团定制的入场礼服惊艳东京残奥会开幕式。



恒源祥集团董事长兼总经理陈忠伟与2021“星辰大海青年演员计划”的青年演员代表们身着恒源祥定制成衣亮相第34届金鸡电影节。

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。项目立足于恒源祥羊文化的传承，在羊毛生活领域进行创新性研究，2021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。

恒源祥作为国际奥委会正装产品供应商和北京2022年冬奥会和冬残奥会官方正装和家居用品赞助商，恒源祥鞋业在2021年东京奥运会中为国际奥委会委员和工作人员，以及难民代表团提供了鞋类装备，并得到良好的评价。恒源祥鞋业还在2021年东京残奥会中为中国残奥代表团提供了量身定制的鞋类装备，为中国残奥代表团取得优异的成绩保驾护航。

在2021年12月于厦门举办的中国金鸡百花电影节中，恒源祥鞋业入选电影频道“星辰大海”计划的青

年演员们提供了羊毛鞋产品，羊毛鞋产品的亮相获得了演员以及观众们的一致好评。

④ 恒源祥箱包

恒源祥集团箱包、皮具项目在2021年正式启动柔性+云仓供应链服务模式，重点开发电商、直播等领域的运营，打造个性化、差异化的文创、科创类产品，通过全渠道进行推广，未来将持续在各营销领域深化合作资源，相互协作，稳步提升销售总额，夺去更大的市场份额。

恒源祥箱包在2021年度的工作亮点如下：

供应链建设：常规SKU商品储备数量较去年相比提升2倍有余，各供应商开始重点开发具有恒源祥品牌自身文化资源特色的产品系列，将品牌资源切实下沉至产业市场中，如小囡系列，生肖系列等；

奥运项目：积极配合奥运项目组完成东京奥运会、北京冬奥会的箱包、皮带类目的特供工作，圆满完成奥组委、项目组交予的各项任务，并广受好评；

渠道建设：与各电商平台如京东、唯品会等建立了品牌方之间直接沟通的媒介，为未来资源调配、店铺优化与扩展打下良好基础，全年各平台旗舰店、专

卖店等店铺开店数量提升50%左右；大客户渠道中品牌影响力持续提升，如参与的军队定制、政府外事等领域，广受好评；线下店铺有条不紊深入合作，店铺合作数量也在不断扩大，较2020年合作数量扩大1倍有余；

品牌宣传：开启线上品牌直播模式，探索直播推广新路径；参与行业内展会8次，全国型专业展会2次，共计传播人次计60余万人次。

⑤“依旧爱旗”品牌在中国国际数码互动娱乐展ChinaJoy诞生

7月31日，在海派旗袍诞辰百年之际，恒源祥旗下海派生活美学品牌“依旧爱旗”（谐音1927）惊艳诞生并亮相2021中国国际数码互动娱乐展览会（ChinaJoy），通过现场直播等环节互动，展现百年品牌和百年旗袍的海派风华，提升恒源祥在千禧一代中的影响力。9月7日晚，在微信小程序、微信视频号、抖音三大社交平台上首次完成了“依旧爱旗”为

主题的直播，传递品牌故事，丰富恒源祥集团直播新模式。

⑥2021年“星辰大海青年演员优选计划”之“时尚计划”

恒源祥携手中央电视台电影频道联合发起2021年“星辰大海青年演员优选计划”之“时尚计划”，围绕为入选“优选计划”的青年演员定制队服及礼服，通过全领域优质资源合作，从中国礼服与时尚艺术美学视角展示恒源祥的品牌故事和艺术属性。项目历经第33届金鸡奖期间的启动到6月上海国际电影节正式官宣上线、设计大赛全网作品征集、7月全国专业评审团票选、12月第34届金鸡电影节成衣亮相等多个阶段，最终由新一批入选的青年演员代表身着恒源祥定制的夹克衫和系列礼服亮相金鸡电影节发布会、颁奖典礼等多场次活动，近75家媒体平台关注并同步直播，全网传播量达百亿次。

6. 产品创新



恒源祥集团为国际奥委会提供箱包等服饰产品。



北京冬奥会开幕前夕，国际奥委会主席巴赫与恒源祥礼仪服饰制作团队合影。

恒源祥作为生活样式设计专业委员会的发起单位之一，近年来在文创领域多次将艺术表现形式和产品设计进行有效结合，2021年，恒源祥结合奥运资源开发TOGETHER服饰纪念礼盒；原创文创产品“生肖牛合”和家纺“牛气冲天四件套”当选“上海特色伴手礼”；“恒源祥金陵东路店”当选“上海礼物优选经营店”，“恒源祥四件套”当选“上海礼物”。为纪念贝多芬诞辰250周年，研发“恒源祥×贝多芬”五感礼盒，成为贝多芬诞辰250周年声音交互艺术体验大展的定制礼品。

7. 电商升级发展

恒源祥“数智化”战略发展2021年首次涉足兴趣电商，入选“抖音双11好物节数据报告”老字号销售增长排行榜。恒源祥携手抖音在春节期间推出“牛年贺岁趣味挑战赛#我们一起牛牛牛”，自2月13日

（大年初二）活动开启至2月19日（大年初八）活动收官，共收到2.5万多条网友原创短视频，吸引抖音百余位KOL参与，累计播放量超过1.7亿次，通过与年轻一代消费者的互动，成功实现品牌传播新突破。春节期间，集团还在知名音频新媒体平台喜马拉雅、蜻蜓FM、懒人畅听等同步上线单田芳用评书讲述的恒源祥故事《羊神》，累计播放超过300万次。

在传统电商方面，2021年恒源祥“双11”顺利收官，实现全网销售超6亿元，其中商超产业表现亮眼，天猫平台实现销售2.2亿元，同比增长22.2%，尤其在“双11”当天，天猫基础内衣细分品类排名第一，内衣大类排名第五，将多元化的极致单品打造成电商平台类目前三，天猫恒源祥内衣旗舰店“双11”销售突破1.2亿元，成为恒源祥首个“双11”亿元级店铺。



7月31日，恒源祥旗下海派生活美学品牌“依旧爱旗”惊艳诞生并亮相2021中国国际数码互动娱乐展览会。



恒源祥入选“抖音双11好物节数据报告”老字号销售增长排行榜。



贵州省铜仁市泥哨中心小学学生穿上冬奥元素的恒爱毛衣。

关爱社会

1. “恒爱行动”

12月28日，“编织梦想情暖冬奥”2021年“恒爱行动——百万家庭亲情一线牵”云启动仪式在央广总台音频客户端——云听成功举行。

2005年至今，“恒爱行动”已累计捐赠1233139件爱心毛衣，其中2020至2021年度编织爱心毛衣74171件。全新启动的“恒爱行动”以“编织梦想 情暖冬奥”为主题，得到北京冬奥组委的大力支持，迭代项目全新价值和社会意义。在新一年度中，全国范围共申领毛线79761斤，其中30个省（区、市）和新疆生产建设兵团、香港紫荆社以及86家中央和国家机关参与，其中34家为年度启动仪式拍摄专题视频。

“恒爱”项目组还在新华社上海分社、上海市妇

联等处开展专场线下活动，还联动恒源祥家纺产业、儿童产业通过中国儿童基金会向青海、河南、山西等地受灾儿童捐赠保暖内衣、羊毛被等爱心物资，并与家纺产业联手浙江省妇儿基会，启动“恒爱一被子”公益行动，由受助儿童向爱心人士赠送专属羊毛被，生动表达品牌和羊毛被一致的温暖与关爱，传播“大爱流动”的社会正能量。家纺产业还在“双11”前夕，携手知名电视栏目《极速焕新家》，围绕恒源祥星级羊毛被送温暖活动，引发强烈关注与互动参与，总曝光量超过891万。

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，连续八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。2021年，恒源祥商超产业为全国共14所学校的学生们捐赠了2500套纯棉内衣和

1500套宿舍床上四件套，为乡村教师捐赠共500余套暖心衣物。乡村教育和文娱艺术结合在一起，让我们对未来乡村教育的建设更充满了期待，关注乡村教育，关注乡村教师，为中国乡村教育事业的发展出一份力。

3.海派非遗助力公益+

9月5日，“中华慈善日”上海市主题活动中，作为爱心企业，采用“上海非遗——海派绒线编结”技艺钩编而成的玫瑰绒线花，不仅作为嘉宾伴手礼，且亮相外滩慈善超市。与此同时，集团捐赠的护腰护膝礼盒以及抱枕被，以富有上海特色的包装和实用性，受到了顾客的青睞。

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



恒源祥集团每年的12月31日举行“恒爱一日捐”活动。



集团员工每年参与义务献血活动。



恒源祥北京2022年冬奥会和冬残奥会志愿者合影。

尽的社会责任和神圣义务。多年来，恒源祥集团每年达到义务献血的目标。2021年12月，集团工会组织13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2021年12月恒源祥集团员工数为184人，常年志愿者人数为184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2021年度主题活动和争创党员先锋岗、党员示范岗相结合。

3月5日，恒源祥集团团委积极参与“学雷锋为民服务主题活动”，集团青年党团员在“为民服务活动日”中，为社区居民提供关于服装及家用纺织品的知识咨询，材质的辨别，储藏、洗涤和护理的注意事项等，向往来居民赠送便携装消毒免洗手液。

2021年度，集团党团员担当文明城区交通志愿者48人次，步行街岗亭志愿者4人次（接力服务20小时），基本实现了党团员全覆盖。

作为北京2022年冬奥会和冬残奥会官方赞助商，恒源祥集团一如既往地践行“更快、更高、更强、更团结”的奥运精神，10月，恒源祥面向全体恒源祥人，启动北京2022年冬奥会的恒源祥青年志愿者的招募，一起为奥运喝彩。

社会责任评价

2021年，恒源祥集团在品牌、产业等方面都得到了社会各界高度认可。

品牌方面，1月，上海市商标品牌协会认定“恒源祥”为首批“上海好商标”。3月，集团被全国服装标准化技术委员会授予“2020年度标准化工作先进单位”，并在“2021品牌强国论坛”上光荣入选《中国创新品牌500强》，品牌价值469.82亿元。6月，集团被全国纺织品标准化技术委员会毛纺织品分技术委员会授予“2020年度标准化工作先进单位”。7月，恒源祥集团连续12届荣获“上海市文明单位”称号；“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。11月，集团荣获“2021年度上海市首发经济引领性本土品牌”。12月，《恒源祥集团2020年社会责任报告》在沪正式发布，恒源祥获“优秀典型企业”称号。

产业方面，1月，集团与苏州大学等联合研发的“天然染料纺织品印染关键技术及产业化”项目荣获“2020年度江苏省科学技术三等奖”。3月，恒源祥服饰产业集团荣获“全国产品和服务质量诚信示范企

业”，恒源祥服饰系列产品荣获“全国质量检验稳定合格产品”。4月，在2020年度中国消费品市场销售领先品牌中，“恒源祥”牌羊毛衫再度蝉联同类产品市场综合占有率第一。10月，恒源祥家纺的《羊毛被分级标准》案例被评为“2021家纺行业质量提升典型案例”。11月，“恒源祥羊毛被”再次荣获“上海品牌”认证证书。

个人荣誉方面，陈忠伟董事长先后当选“上海市第五届工商业领军人物”“2021品牌强国年度创新人物”，中国儿童少年基金会理事，上海炎黄文化研究会副会长。由陈忠伟董事长领衔的“陈忠伟劳模创新工作室”被命名为2021年黄浦区劳模创新工作室。12月，北京大学心理与认知科学学院正式续聘陈忠伟董事长为学院应用心理专业硕士项目的行业导师。集团党委书记顾红蕾被全国妇联授予“全国巾帼建功标兵”称号。在上海市黄浦区第三届人大代表、第三次党代会代表的选举中，陈忠伟董事长、顾红蕾书记第三次当选区人大代表和党代表。

恒源祥集团/个人2021年度获主要荣誉情况一览表

序号	获奖名称	授奖单位	获奖年月	获奖组织/个人
1	“恒源祥”被认定首批“上海好商标”	上海市商标品牌协会	2021年1月	恒源祥集团
2	2020年度江苏省科学技术三等奖——天然染料纺织品印染关键技术及产业化	江苏省人民政府	2021年1月	恒源祥集团
3	2020年度标准化工作先进单位	全国服装标准化技术委员会	2021年3月	恒源祥集团
4	中国创新品牌500强	2021品牌强国论坛组委会、中国亚洲经济发展协会品牌管理专业委员会	2021年3月	恒源祥集团
5	全国产品和服务质量诚信示范企业	中国质量检验协会	2021年3月	恒源祥服饰
6	全国质量检验稳定合格产品	中国质量检验协会	2021年3月	恒源祥服饰
7	“恒源祥”牌羊毛衫同类产品市场综合占有率第一	中国商业联合会 中华全国商业信息中心	2021年4月	恒源祥服饰
8	2020年度标准化工作先进单位	全国纺织品标准化技术委员会毛纺织品分会	2021年6月	恒源祥集团
9	上海市文明单位	上海市人民政府	2021年7月	恒源祥集团
10	百年上海工业·市民最喜爱的品牌(消费品类)	上海市工业经济联合会、上海市经济团体联合会	2021年7月	恒源祥集团
11	2021上海优选特色伴手礼(银榜)——恒源祥生肖牛合	上海市消费者权益委员会	2021年9月	恒源祥集团
12	2021上海优选特色伴手礼(银榜)——恒源祥牛气冲天四件套	上海市消费者权益委员会	2021年9月	恒源祥集团
13	上海礼物优选经营店——恒源祥金陵东路店	上海市商业联合会、上海市旅游行业协会	2021年9月	恒源祥集团
14	“上海礼物”品牌商品——恒源祥四件套	上海市商业联合会、上海市旅游行业协会	2021年9月	恒源祥集团
15	2021上海市首发经济引领性本土品牌	上海市商业联合会	2021年11月	恒源祥集团
16	“上海品牌认证”——恒源祥羊毛被	上海品牌国际认证联盟	2021年12月	恒源祥家纺
17	优秀典型企业	上海市经济团体联合会	2021年12月	恒源祥集团
18	2021黄浦区劳模(工匠、技师、职工)创新工作室	黄浦区总工会	2021年9月	陈忠伟劳模创新工作室
19	《羊毛被分级标准》案例被评为“2021家纺行业质量提升典型案例”	中国家用纺织品行业协会	2021年10月	恒源祥家纺
20	上海市第五届工商业领军人物	上海市工业经济联合会、上海市经济团体联合会、上海市商业联合会、上海市企业联合会	2021年1月	陈忠伟
21	2021品牌强国年度创新人物	2021品牌强国论坛组委会、中国亚洲经济发展协会品牌管理专业委员会	2021年3月	陈忠伟
22	中国儿童少年基金会理事	中国儿童少年基金会	2021年3月	陈忠伟
23	上海炎黄文化研究会副会长	上海炎黄文化研究会	2021年10月	陈忠伟
24	北京大学心理与认知科学学院应用心理专业硕士项目的行业导师	北京大学心理与认知科学学院	2021年12月	陈忠伟
25	全国巾帼建功标兵	全国妇联	2021年2月	顾红蕾

2022企业社会责任展望

各位朋友：

《恒源祥集团2021年社会责任报告》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的感谢！

恒源祥从1927年创立至今已95年，是集针织、服饰、家纺、绒线、日化、童装等产业为一体的集团企业。为了解年轻群体对恒源祥品牌的印象，2018年末，恒源祥以主办第16届中国大学生广告艺术节学院奖为契机，对大学生群体进行了调研，通过调研发现，大学生群体对恒源祥品牌的认知度高达92.87%，同时拥有良好的美誉度。作为一家有着95年历史的品牌企业，我们始终秉承着“持续为社会创造价值”的价值观，我们一直感到责任重大。如何使品牌长足发展，与社会发展、环境保护、员工提升保持平衡；如何继续深化为社会、为环境、为消费者、为联合体、为员工，进一步推进正积极的影响，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。

2022-2023年度，恒源祥集团还将继续加强与利益相关方的合作与沟通，重点推进前瞻性的文化研究、慈善公益事业、奥运赞助项目、非遗传承等工作，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，发布品牌元宇宙的战略规划，关注颜值经济和国潮文化，启动碳经济课题研究等，继续履行社会责任，并不断提高恒源祥集团信息披露透明度及影响力。

持续探索“品牌与文化”研究

2022年，由恒源祥集团创始人、擘雅集团董事长刘瑞旗领衔的“品牌与文化”课题研究迈入全新阶段，集团将加大投入研究，紧紧围绕“品牌·文化”研究30年规划部署，积极组合国内外优质资源，为社会、为国家创造更大的价值。在“文化（习惯）与天性、地性、人性、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”研究将继续向理论指导实践的方向践行。

深化数字化转型，发布品牌元宇宙的战略规划

一场全新的数字化大幕即将拉开，人类即将迎接全新的数字化的文明生活。目前元宇宙的发展仍处于起步阶段，2022年，集团继续深化数字化转型，计划发布第一版“恒源祥元宇宙战略规划”，将采取平行战略：一是优化，所谓优化就是在现有运营模式中，提升效率和效益；二是进化，所谓进化就是进入一个新的空间、新的模式。

发展美学经济

依托生活方式设计专业委员会等专业平台，着力发挥理论优势，推进产品与品牌的艺术化进程。

启动碳经济课题研究

2022年恒源祥将正式启动碳经济课题的深入研究，从碳经济对未来产业的发展和对人类未来生活的深远影响进行全方位的分析，以此作为恒源祥集团下一个百年规划的重要参考内容。

持续推进“恒爱行动”等慈善公益活动开展

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

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融媒体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。

Corporate Social Responsibility Outlook in 2022

Dear friends,

The 2021 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 95 years since HYX was established in 1927. It is a group enterprise integrating knitting, clothing, home textile, woollen products, daily chemical products, kids' wear and other industries. In order to learn about the impression of young people in the brand of HYX, at the end of 2018, we took the opportunity of hosting the 16th China College Students Advertising Art Festival to conduct a survey among college students. Through the survey, it was found that college students' brand cognition degree of HYX was as high as 92.87%, and HYX enjoyed a good reputation. As a time-honored enterprise with a history of 95 years, we have always been adhering to the value of "continuously creating value for the society", and we always feel a heavy responsibility. It is our duty and mission as to how to make balance the brand's long-term progress and development with social development, environmental protection, and employee promotion, and how to continue to deepen our positive influence among the society, environment, consumers, consortium and employees, especially fulfill our social responsibility with an attitude of continuous innovation and pursuit of excellence.

In 2022-2023, 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.

Continuing to explore the "brand and culture" research

In 2022, the "brand and culture" research led by Liu Ruiqi, the founder of HYX Group and chairman of the board of Boya Group, stepped into a new stage. The Group will increase investment in research, actively combine high quality resources at home and abroad around the 30-year planning and deployment of "brand and culture" research, to create greater value for the society and the nation. On the basis of the fruitful research on the relationship between "culture (habit) and nature, local conditions, humanity, belief and system", our "brand and culture" research will continue to shift towards the direction of guiding the practice with theory.

Deepening the digital transformation, and releasing the strategic planning of the brand' s metaverse

A new chapter of digitalization will be opened soon, as the human beings are about to welcome a new digital civilized life. At present, the development of metaverse is still in its infancy. In 2022, the Group continues to deepen the digital transformation and plans to release the first version of "HYX Metaverse Strategic Plan" with parallel strategies: First, optimization, which will improve efficiency and benefits in existing operating modes, and second, evolution, which means entering a new space and a new model.

Developing aesthetics economy

Relying on professional platforms such as the Lifestyle Design Professional Board, we will give full play to our theoretical advantages and promote the process of product and brand artistry.

Launching the research on carbon economy

In 2022, HYX will officially continue to launch the in-depth research of carbon economy, and conduct a comprehensive analysis of carbon economy from the perspectives of its far-reaching impact on the industrial development and human life in the future, and take it as an important reference for the next centenary plan of HYX Group.

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

In 2021, the “Love Action” strengthened the assistance for children in difficulties worldwide through the form and platform of encouraging and organizing all people to participate in the weaving of “loving” sweaters, closely around internationalization, youth and value innovation. The group will also continue to promote the public welfare and charity programs such as “HYX Literary Stars” Chinese Middle School Students Composition Competition, and involvement in the brand construction of Sanjiangyuan National Park, and help to better implement more national strategies through the innovation of activities and improvement of resource integration platforms.

Enhancing employees’ sense of responsibility and management ability

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

Improving the two-way communication platform with stakeholders

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

Strengthening the effort and initiative of responsibility management

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

恒源祥集团2021年社会责任报告

编委会

Editorial Board

主任：刘瑞旗

Director of Editorial Board: Liu Ruiqi

副主任：陈忠伟

Vice Director of Editorial Board: Chen Zhongwei

成员：顾红蕾 何爱芳

Editorial Board Members: Gu Honglei, He Aifang

编写组

Editing Team

组长：顾红蕾

Editing Team Leader: Gu Honglei

成员：季松滔 张显北

Editing Team Members: Ji Songtao, Zhang Xianbei

策划设计：黄颖

Planning Designer: Huang Ying

英文翻译、校对：许谊 黄帅

English Translation and Proofreading: Xu Yi, Huang Shuai

中文校对：李嘉路 郁萌

Chinese Proofreading: Li Jialu, Yu Meng

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