



CSR 2011 REPORT

2011 年度 企业社会责任报告 Corporate Social Responsibility Report 白 皮 书



地址：江苏省无锡市锡山区东北塘·恒田工业园

电话：0510-83776888

传真：0510-83774194

邮编：214191



本报告采用环保纸印制

CSR Report 2011

创新·诚信·团结·负责

镌刻恒田辉煌

1=D $\frac{4}{4}$ 每分钟125拍

(恒田企业之歌)

王杰词曲

朝气蓬勃地

$\overset{D}{i} \ i \ \underline{\dot{2}} \ \underline{\dot{2}} \ . \ \underline{\dot{3}} \ | \ i \ - \ - \ - \ | \ 6 \ 6 \ 7 \ 6 \ 7 \ | \ 5 \ - \ - \ - \ ||: \ i \ \underline{5} \ \underline{5} \ \underline{5} \ \underline{5} \ 3 \ 5 \ 5 \ 5 \ |$

$\underline{\dot{2}} \ \underline{6} \ \underline{6} \ \underline{6} \ \underline{6} \ \underline{4} \ \underline{6} \ \underline{6} \ \underline{6} \ | \ i \ \underline{7} \ \underline{6} \ \underline{5} \ \underline{6} \ \underline{5} \ \underline{4} \ \underline{3} \ \underline{2} \ \underline{3} \ | \ 1 \ 0 \ 1 \ . \ \underline{1} \ 1 \ 0 \ | \ 3 \ 3 \ \underline{2} \ 3 \ 3 \ \underline{2} \ |$

我们从小作坊
团结使我们

$\underline{1} \ \underline{1} \ \underline{1} \ . \ \underline{2} \ 1 \ 0 \ | \ \underline{6} \ \underline{6} \ \underline{4} \ \underline{3} \ \underline{2} \ | \ 5 \ - \ - \ - \ | \ 6 \ 6 \ \underline{6} \ 5 \ \underline{6} \ 6 \ | \ \underline{4} \ \underline{4} \ \underline{3} \ \underline{5} \ 2 \ - \ | \ \underline{6} \ \underline{1} \ \underline{5} \ . \ 2 \ |$

走过来，走过来，我们从艰难中闯过来，闯过
坚不可摧，坚不可摧，创新使我们长盛不衰，长盛不

$3 \ - \ - \ - \ | \ 3 \ . \ \underline{3} \ \underline{2} \ \underline{3} \ \underline{1} \ \underline{6} \ | \ \underline{2} \ \underline{1} \ \underline{1} \ \underline{2} \ \underline{3} \ \underline{3} \ | \ 5 \ 5 \ \underline{5} \ 5 \ \underline{3} \ 1 \ | \ \underline{5} \ 6 \ . \ 6 \ - \ | \ 1 \ . \ \underline{6} \ 5 \ \underline{6} \ 1 \ |$

来。风里雨里跋涉，汗水里耕耘，汗水里耕耘。我与
衰。负责就是质量，诚信就是品牌，诚信是大品牌。我们用

$\underline{6} \ \underline{5} \ \underline{3} \ 2 \ - \ | \ \underline{2} \ 2 \ \underline{1} \ \underline{2} \ \underline{3} \ | \ 5 \ - \ - \ 3 \ | \ 2 \ 3 \ \underline{5} \ \underline{2} \ \underline{1} \ \underline{6} \ | \ 1 \ - \ - \ - \ | \ \frac{2}{4} \ 3 \ 3 \ 2 \ | \ \underline{1} \ \underline{1} \ 6 \ |$

恒田朝夕相依，甘苦相随。我们从小作坊
双手织出了彩虹，染出了风采。团结使我们

$\underline{5} \ . \ \underline{5} \ \underline{5} \ \underline{6} \ | \ 5 \ - \ | \ 6 \ 6 \ \underline{6} \ | \ \underline{5} \ \underline{6} \ \underline{6} \ | \ \underline{4} \ \underline{4} \ \underline{3} \ \underline{5} \ | \ 2 \ - \ | \ 3 \ 2 \ 3 \ | \ 1 \ 3 \ | \ 5 \ 3 \ . \ 5 \ |$

走过来，我们从艰难中闯过来，风雨里跋涉汗水里
坚不可摧，创新使我们长盛不衰，负责是质量，诚信是

$6 \ 6 \ | \ \underline{5} \ 1 \ \underline{6} \ | \ 5 \ 3 \ | \ 2 \ . \ \underline{1} \ 2 \ | \ 1 \ \underline{5} \ | \ 5 \ - \ | \ 5 \ \underline{3} \ 5 \ | \ 1 \ - \ | \ 1 \ - \ | \ \overset{>}{i} \ \overset{>}{i} \ | \ \underline{\dot{2}} \ \underline{\dot{1}} \ . \ \underline{6} \ |$

耕耘，我们与恒田甘苦相随啊，啊 点燃恒田之
品牌，我们用双手染出风采啊 啊 点燃恒田之

$1 \ - \ | \ 1 \ - \ | \ 6 \ 6 \ | \ 7 \ 6 \ . \ \underline{5} \ | \ 6 \ - \ | \ 6 \ - \ | \ \underline{i} \ . \ \underline{6} \ \underline{5} \ \underline{6} \ | \ i \ 0 \ | \ 6 \ . \ \underline{5} \ \underline{4} \ \underline{5} \ | \ \underline{6} \ \underline{5} \ \underline{5} \ |$

光，镌刻恒田辉煌，恒田是家，恒田是海恒田
光，镌刻恒田辉煌，创新诚信，团结负责坚持

$\underline{i} \ . \ \underline{i} \ | \ 7 \ i \ | \ \underline{\dot{2}} \ \underline{\dot{2}} \ \underline{i} \ | \ 7 \ 1 \ | \ 2 \ - \ | \ 2 \ - \ | \ \underline{i} \ . \ \underline{6} \ \underline{5} \ \underline{6} \ | \ \overset{>}{i} \ \overset{>}{i} \ 0 \ | \ \underline{\dot{2}} \ . \ \underline{1} \ \underline{7} \ 1 \ | \ \underline{\dot{2}} \ \underline{\dot{2}} \ 0 \ |$

是我心中永远的追随，家一样的温馨，海一样的气概，
恒田企业创业的精神，展翅飞翔百折不回，

$5 \ . \ \underline{\dot{3}} \ | \ \underline{\dot{2}} \ . \ \underline{i} \ \underline{\dot{2}} \ | \ 1 \ - \ | \ 1 \ 0 \ :|| \ 1 \ - \ | \ 1 \ - \ | \ 1 \ 0 \ ||$

恒田是我最爱。
开创美好未来。



恒 田 是 海

恒田是海。唯有海能以博大的胸怀纳百川而不嫌弃细流；容污浊且能净化为碧水。正如此，才有滚滚长江、浊浊黄河、涓涓细流，不惜百折千回，争先恐后，投奔而来。汇成碧波浩淼、万世不竭、无与伦比的壮观！

一旦汇入海的大家庭中，每一分子便紧紧地凝聚在一起。不分彼此形成一个团结的整体，随着海的号令执着而又坚定不移地冲向同一个目标，即使粉身碎骨也在所不辞。因此，才有了大海摧枯拉朽的神奇。

而大海最被人称道的是年复一年默默地做着无尽的奉献，袒露无私的胸怀。正因其“生而不有，为而不恃”，不求索取，其自身也得到了永恒的存在。这种存在又为海中的一切提供了生生不息赖以生存的环境和条件。

恒田应像海，因为恒田确立了海一样宏伟的目标，就应敞开海一样的胸怀。不仅要广揽五湖四海有用之才，而且应具备海那样的自净能力，使这种氛围里的每一个人的素质都得到提高和升华。恒田人都应是能者，而不应是冗者、庸者。因为，恒田的发展需要各种各样的人才来支撑和保证。

要把所有的恒田人凝聚在一起，才能迸发出海一样的力量。这就要靠一种精神，一种我们一贯倡导的“创新、诚信、团结、负责”的企业精神。同心干，不论你我；比贡献，不唯文凭。把许许多多的不可思议和不可能都在我们手中变为现实和可能，那么恒田巨浪就能冲过一切障碍，滚滚向前！

我们还应像大海，为社会、为人类做出应有的奉献。恒田将像海一样得到永恒的存在，而生活于其间的每一个人都将在为企业创一流效益、为社会做卓越贡献的同时得到丰厚的回报。恒田将和整个社会融为一个整体。

恒田是海。



本报告为恒田企业有限公司 2011 年度社会责任报告，系恒田企业第二份社会责任年度报告。

报告主体：恒田企业有限公司，简称“恒田企业”。

指代说明：本报告中“企业”“公司”“恒田”“我们”均指恒田企业，与此相对应的数据和事实也仅限于恒田企业。

时间范围：2011 年 1 月 1 日至 2011 年 12 月 31 日，并包含部分历史数据。

报告周期：每年发布企业上一年度履行社会责任的相关信息。

编写原则：客观、规范、诚信、透明。

内容范畴：企业履行经济、环境和社会责任的情况。

信息来源：除特别说明，本报告中的数据与案例均来源于恒田企业及下属事业部和分公司。

报告参照：中国纺织工业协会《中国纺织服装企业社会责任报告纲要》(2008 版)(CSR-GATEs: 2008)，并参考《中国纺织服装企业社会责任报告指标定义与评估指引》(CSR-IDEAS)，对各个指标所涉及的绩效进行了测量、评价和表述。

报告方法：通过事实陈述、图片、图表和实际案例，从企业社会责任战略、企业创新与发展、价值链管理、环境保护、员工权益、社会公益等六个方面对恒田企业履行社会责任的情况进行报告，报告内容及数据真实、有效。

报告编写：本报告由恒田企业办公室组织编写，企业社会责任领导小组审核，企业董事长批准。

报告获取：网站浏览下载：www.handa.com.cn

印刷品索取：zhangjing@handa.com.cn



董事长致辞 ----- 01

A 企业概况与经济指标 ----- 02

企业简介 ----- 03

企业组织结构图 ----- 04

年度纪事 ----- 05

主要经济指标 ----- 07

B 社会责任战略 ----- 08

恒田企业文化 ----- 09

社会责任战略 ----- 10

社会责任方针 ----- 11

社会责任治理 ----- 11

社会责任管理组织机构图 ----- 12

社会责任目标与利益相关方的参与 -- 13

C 企业创新与发展 ----- 15

产品创新 ----- 16

技术创新 ----- 18

工艺创新 ----- 19

管理创新 ----- 20

销售创新 ----- 23

D 产品、客户与市场 ----- 27

主要产品 ----- 28

主要客户群 ----- 29

主要客户市场 ----- 29

产品质量与安全 ----- 31

E 客户与供应商管理 ----- 32

供应商管理 ----- 33

客户管理 ----- 35

F 环境保护 ----- 36

G 员工权益 ----- 42

员工概况 ----- 43

员工权益 ----- 45

民主管理 ----- 46

员工发展 ----- 47

健康安全 ----- 50

员工活动 ----- 53

H 社会公益 ----- 56

I 前景与展望 ----- 59

鉴证意见 ----- 61

指标索引 ----- 63



“未来，我们的产业重心将逐步从产品生产加工向产品设计研发及品牌经营转移。企业将更加专注于自主创新能力的提升和产品设计、研发能力的提升，同时加大品牌培育、渠道开拓和市场营销的力度，逐步实现产业由规模优势向技术优势和品牌优势的转变，以及由注重产业链的完整向价值链的跃升转变。”

去年，我们在北京人民大会堂发布了恒田企业首份社会责任报告，并向各利益相关方寄送了该社会责任报告书，一方面藉以展示我们在履行社会责任方面取得的成绩，接受社会监督，另一方面也将我们的做法在更大范围内进行推广，以期引起更多共鸣和认同，使更多企业加入到履行社会责任、发布社会责任报告的行列中来，并由此形成一个更加健康、规范的市场环境，以及诚信经营的行业风气。

在对上一年度社会责任报告总结分析和听取各方反馈的基础上，今年我们编写了恒田企业第二份社会责任年度报告，对企业 2011 年度社会责任绩效进行回顾和盘点。

毋庸置疑，2011 年是我国经济领域发生翻天覆地变化的一年，整体经济形势几乎可以用动荡不安、险象环生来形容。加上欧债危机的影响，我国经济遭受了近年来最为严峻的考验。然而正是在这种严酷的环境里，我们恒田企业在全体员工共同努力下，依然圆满完成了年初制定的目标，销售总额较上一年度增长了 31.98%，保持了企业连续多年平稳、持续发展的势头。

在这一年里，我们有许多值得庆贺和纪念的事情发生：企业下属第十家子公司在年初正式投产运营；制品事业部引进最新自动化裁床设备，实现了服装制版、排版和裁剪的全新对接；面料事业部与美国杜邦公

司合作，成功开发双组份 SORONA 弹性面料并推向市场；歌帝品牌再次被评为著名商标，歌帝产品也再次被江苏省消协评定为年度推荐商品；经中国纺织产品开发中心专家团考察复评，企业继续获得“国家功能性针织面料开发基地”挂牌资格，引领着中国功能性运动面料开发事业持续向前发展……

在履行社会责任方面，我们也做出了诸多努力。年内，企业自主开发的多套 ERP 信息管理系统先后通过验收，并全面投入使用，规范了企业内部管理，与外部利益相关方的信息互动也因此更加便捷；服装生产工厂推行了 IE 工程，生产车间试行了单件流生产模式，产品品质与生产效益进一步提高；6 月份，与东华大学携手，成立东华大学研究生社会实践基地，为校企之间进一步开展产学研合作打下了基础；年内还通过举办健康知识讲座、职工运动会、安全知识竞赛、职工业务技能培训，以及开展户外拓展训练等多种多样的活动，提升员工素质，丰富员工生活，促进员工成长。同时，企业将环境保护和可持续发展理念贯穿于办公管理和生产运营各个方面，狠抓节能减排，倡导低碳低耗，取得了良好的经济效益和社会效益。

诚然，作为民族工业中最具代表性的纺织行业企业，我们自豪于自身在推动经济社会发展、解决劳动力就业等方面所起的重要作用，但同时也深知沿袭传统的发展模式道路必将越走越窄，企业发展也将越来越受限。未来，我们的产业重心将逐步从产品生产加工向产品设计研发及品牌经营转移。企业将更加专注于自主创新能力的提升和产品设计、研发能力的提升，同时加大品牌培育、渠道开拓和市场营销的力度，逐步实现产业由规模优势向技术优势和品牌优势的转变，以及由注重产业链的完整向价值链的跃升转变。

韩春



企业概况与经济指标

HANDA CSR 2011



恒田企业简介

恒田企业有限公司，简称恒田企业，为香港全资子公司。下辖制品、面料、品牌三大事业部十个子公司及一家合资公司，在苏南及苏北拥有多个生产基地，总部位于江苏省无锡市锡山区。企业注册资本7000万元，总资产2.2亿元，厂区占地面积350余亩，厂房面积逾10万m²。

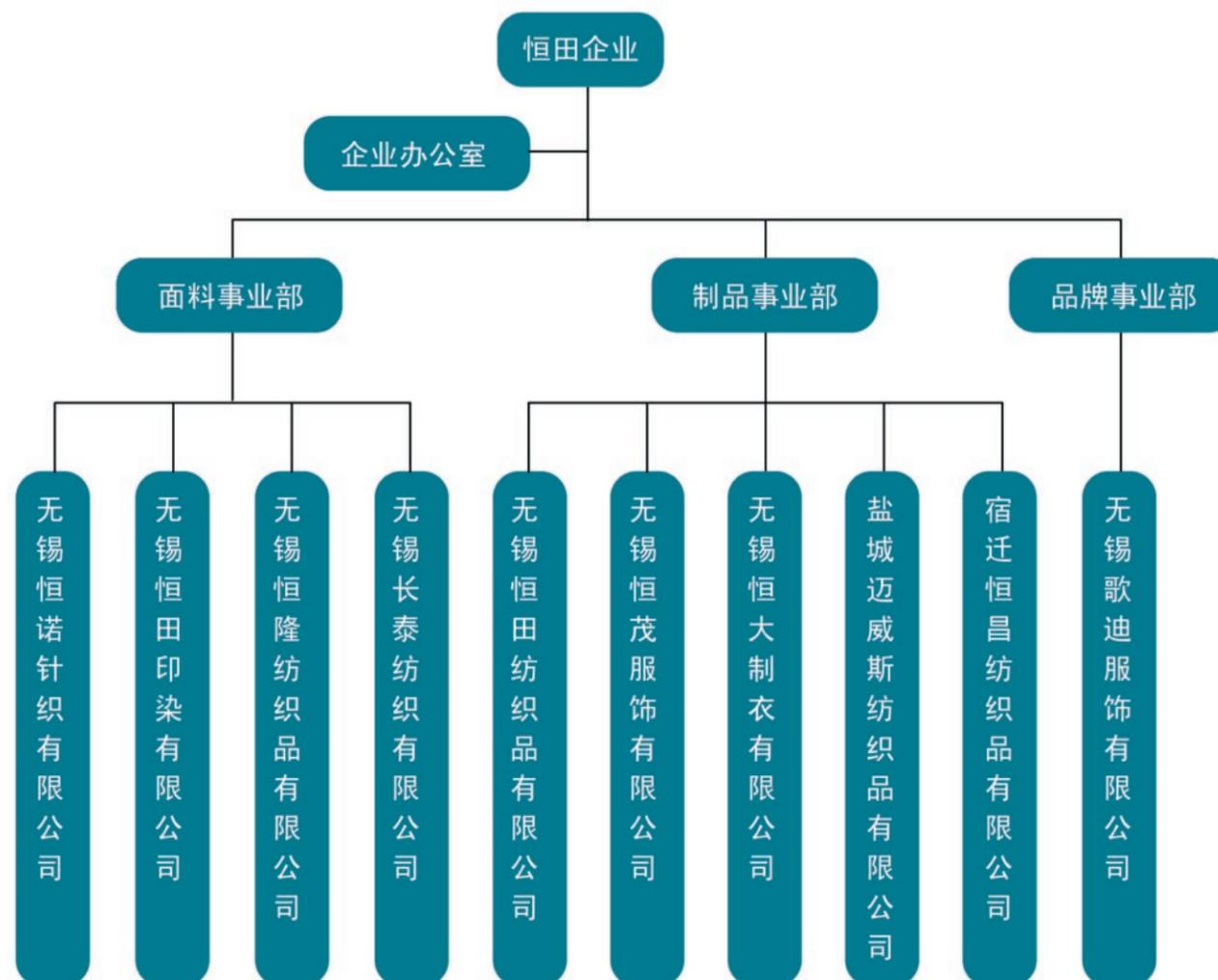
恒田企业产业涵盖织造、印染、成衣生产及出口，具有面料研发、生产、染整加工、销售，及服装设计、开发、生产销售与成衣检品出口的综合能力。拥有国际先进的针织、染整及服装生产设备，年产面料18000吨，成衣生产及出口1500万件（套），2011年营业额5.7亿元。主营业务包括：功能性运动面料及新纤维面料开发、生产与销售；针织运动装、休闲装及时尚针织女装加工生产、检品与出口；针纺织面料染整与加工；高档品牌内衣开发、设计、生产及国内中高端市场销售。出口产品主要面向日本及欧美市场。

恒田企业自主拥有“HANUO[®]（恒诺）”（功能性运动面料）、“HANDA[®]（恒田）”（新纤维面料）、“GOODIO[®]（歌帝）”（高档内衣）、“SOZOU[®]（爽竹）”（时尚内衣）、“SOPHI-RIC[®]（莎菲·锐派）”（童装）等产品品牌；同时与ADIDAS、MIZUNO、ASICS、PUMA、BURBERRY、361°等国际知名服装品牌长期合作，是众多品牌服装优秀的面料供应商和合作生产商。

恒田企业自1995年创建以来，始终秉承“创新、诚信、团结、负责”的精神，坚持以人为本理念，以“达成行业中坚，创造一流企业”为目标，16年来企业规模逐年壮大，实力日益雄厚，多次被评为“全国外商投资双优企业”、“外商投资企业优胜单位”、“公益事业贡献先进单位”、“劳动保障诚信企业”，目前已成为东华大学、江南大学、南通纺院等多所高校大学生/研究生就业实践基地，并于2010年被评为无锡市首批十大“书香企业”。



恒田企业有限公司 组织机构图





2011年度纪事

企业发展篇

- 2月，恒田下属第十家子公司——宿迁恒昌纺织品有限公司正式开工运营。
- 4月，恒田纺织品公司引进最新自动裁床设备，成功实现服装制版、排版拖布、面料裁剪自动化对接。
- 12月，制品事业部引进自动流水设备，在成衣车间推行“单件流”生产模式。

企业管理篇

- 4月，恒诺公司历时两年自主开发的ERP信息管理系统在面料事业部全面使用；10月，印染工厂ERP信息系统制作完成并投入使用；年内，制品事业部在ERP系统研发上实现了平台整体优化、人力资源优化和销售订单优化。
- 6月，制品事业部在各服装生产工厂推行IE工程，年内已初见成效。
- 12月份，制品事业部引入两台“节拍自动流水”设备，分别在恒田、恒茂车间试运行。

资质认证篇

- 3月，经中国纺织工业协会和国家纺织产品开发中心专家团复评，恒田继续成为“国家功能性针织面料开发基地”。
- 8月，恒田印染公司顺利通过荷兰Control Union公司有机棉认证。
- 9月，恒田纺织品公司、恒大制衣公司、恒茂服饰公司通过ISO9001:2008质量体系认证。

产品创新篇

- 4月，恒诺针织公司与美国杜邦公司合作，成功开发双组份SORONA弹性面料并推向市场。
- 5月，长泰纺织公司成功研发棉型锦氨纶染整工艺技术并应用于生产。

品牌推广篇

- 5月17日和10月19日，GOODIO（歌帝）内衣2011秋冬及2012春夏新品发布会在无锡成功举办，来自全国各地近300名代理商代表及商场负责人出席该活动。
- 年度内，GOODIO（歌帝）品牌国内销售网点总数已达400余个，覆盖全国150多个大中城市和部分经济发达县区。

员工发展篇

- 年内，企业共举办各类职工培训累计80余场次，内容涉及专业知识、能力提升、职业素养、岗位安全等各方面，4000余人次接受了培训。
- 年内，企业共有60余名干部职工在原岗位上得到提升，分别踏上不同层级的管理岗位，各自发挥新的作用。
- 4月，包溢芬、过艳芳、王武等三位建党积极分子发展成为中共预备党员。年内恒田企业党总支共有党员34名。

活动篇

- 6月-9月，恒田企业第十届百日安全竞赛在全企业全面展开，各事业部通过组织安全知识学习、考试和安全知识竞赛，以及举行消防演练、疏散演练、评选安全先进单位等，在企业内营造了浓浓的安全氛围，全体员工在活动中增强了安全意识，提高了安全素养。
- 8月、10月和11月，品牌、制品、面料三个事业部分别举行职工运动会，强健员工体魄，激发员工活力。
- 年内，制品、面料、品牌三个事业部共举办各类拓展活动5场次，300余名干部、职工在拓展中磨练了心志，增强了团队合作意识。



社会责任篇

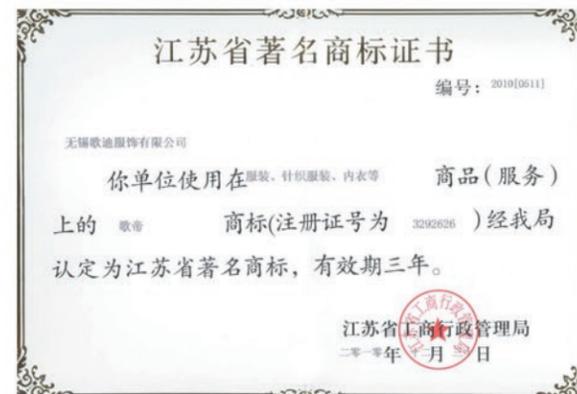
- 4月28日-29日，企业21名社会责任工作小组成员接受了来自中国纺织工业协会社会责任办公室专家上门开展的“企业社会责任报告编制”培训，并于随后进行了恒田企业首份社会责任报告的编制。
- 6月28日，恒田企业正式在北京人民大会堂发布首份企业社会责任报告。

合作篇

- 5月29日，东华大学研究生社会实践基地在恒田企业挂牌成立。
- 11月1日，日本敷纺公司加藤社长一行首次来访恒田，推动双方开展长期互利合作。

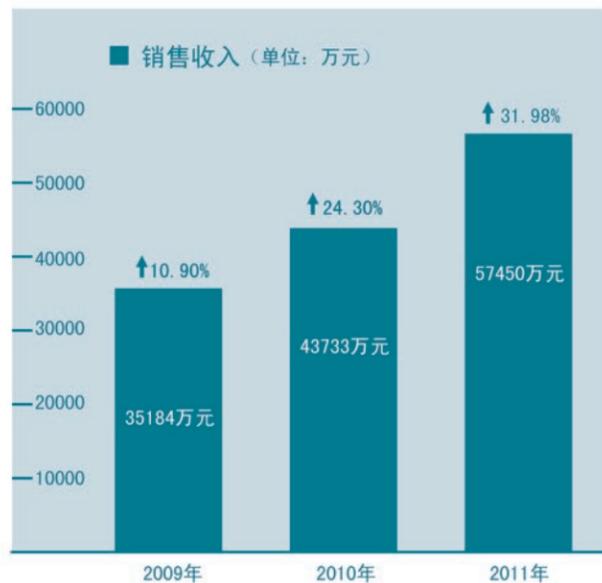
荣誉篇

- 3月，恒田企业被锡山区总工会命名为首家“女职工素质教育示范点”，并授牌。
- 3月，恒田纺织品公司一车间6组被江苏省总工会评为“模范职工小家”。
- 3月，歌帝品牌再次被评定为“江苏省著名商标”和“无锡市知名商标”，歌帝内衣被江苏省消协评定为“2010-2011年度推荐商品”。
- 10月，恒田企业被评为“无锡市和谐劳动关系先进企业”。
- 12月，经上海市内衣行业协会和上海市企业诚信创建活动组委会共同评选，歌帝服饰公司成为上海市内衣行业首批10家诚信创建企业之一。





年度主要经济指标



* 年度内受原材料成本上涨、用工成本增加及产能设备投入增加等因素影响，企业营利较2010年有所下降。

B 企业社会责任战略

HANDA CSR 2011



恒田企业文化

企业精神：创新、诚信、团结、负责

创新

就是将一些陈旧的思想观念或事物通过改革，成为适应或超前于现在环境需要的思想观念和事物。只有不断的创新才能超越自我，才能实现个人或企业的进步和提升。

诚信

对公司要忠诚，对客户要讲信誉，对同事要诚信。

团结

团结的力量是无穷的，在工作中只有团结才能凝聚力量。一人有难大家帮，一人克服不了的困难大家团结一致帮助解决。

负责

企业对社会负责任，对员工负责任；员工对企业负责任，对自己的工作岗位负责任，对产品质量负责任；企业和员工共同对客户负责任。

企业理念

企业发展源自为客户提供更完善的服务

企业目标

达成行业中坚，创造一流企业

一流企业标准

一流的形象、一流的技术、一流的服务、一流的管理、一流的效率

恒田人做事三原则

完美做事、完整做事、自我完善

恒田企业品质三原则

不做不良品，不接受不良品，不让不良品流入下一道工序

恒田人工作方法(5W1H)

WHAT WHERE WHEN WHO WHY HOW
何事(何物) 何地 何时 何人 为何 如何

恒田人工作顺序(PDCA)

PLAN(计划)→DO(行动)→CHECK(检查)→ACTION(提升)



社会责任战略

对于企业来说，社会责任不仅仅意味着责任，同时也意味着潜藏的机会。恒田企业认为，如果企业将社会责任和企业优势联结起来，制定企业发展战略，便能确保企业社会责任与企业长远收益保持一致，实现责任与利润的双赢。当然，CSR 是一项长期和系统的工程，只有通过长时间的积累才能在各利益相关方，心目中树立起良好的企业形象和品牌形象。

2011 年，恒田企业在以实现企业与利益相关方可持续发展为目标的基础上，进一步调整和明确了社会责任在企业发展中的定位，促进了 CSR 战略与公司发展战略的进一步融合。

以业绩的增长保障和提升企业履行社会责任的能力

赢利是企业才有履行社会责任的能力。2011 年初，恒田企业在充分考虑国际国内形势、市场环境以及物价走势等各方面因素基础上，提出了新一年度 25% 的销售增长目标。年末销售实际增长 31.98%。

以品质的保证赢取客户信任，维护合作方利益

品质管理严格按照 ISO9001 质量体系标准运行，不断完善质量内控标准，提高技术和生产管理水平，加强出厂产品检验，确保产品合格率和客户满意度，树立企业信誉口碑，维护合作方利益。

以管理的优化促进企业效益提升

年内在服装生产工厂全面实施 IE 工程，部分班组引进“节拍自动流水”设备，试行单件流生产模式，取代传统包流；加快信息化管理步伐，三个事业部 ERP 信息系统全面投入使用；在 5S 管理基础上推行实施 6S 管理。

以创新产品和技术增强企业竞争力

加强与东华大学等纺织类高校以及行业组织的合作，加大面料新品研发力度，开展技术攻关，不断向市场推出符合需求、引领潮流的新的面料产品。借助各类展会和媒介宣传，提高 HANUO 运动功能面料和 HANDA 新纤维面料在业界的知名度。

以品牌的加速发展推动传统产业转型升级

年内推出 GOODIO 品牌铂金男士系列，在品质与品位上实现新的跨越与提升；开启电子商务平台，拓展新的产品销售模式；继续拓展销售网络，增加网点数量；加大品牌推广力度，借助更多媒介传播 GOODIO 品牌形象，提升品牌知名度和美誉度。

以员工的成长汇聚企业发展力量

重视员工教育培训，为员工成长提供机会和资源。各事业部根据自身实际及员工需求制定相应的教育培训及领导干部进修计划，保证每个员工都有学习提升的机会，也有才能施展和职务晋升的空间。

以节能减排保护生态环境，促进和谐发展

通过生产过程中提高产品一次成功率、减少返修、控制水电煤气用量、热能回收等，最大限度降低对环境的影响，为建设资源节约型、环境友好型社会做出应有贡献。



社会责任方针

为保障企业安全、高效、绿色、和谐发展，恒田将各利益相关方的期望和需求融入到企业日常管理和运营的各项工作中。

<p>诚信经营，不欺诈 不生产、销售劣质商品或以次充好，不以蒙骗手段谋取自身利益 受益群体：消费者、客户、员工</p>	<p>遵纪守法，不恶意违规 守法经营，不钻法律空子，依法履行企业公民的各项义务 受益群体：政府、行业、员工、消费者</p>
<p>公平竞争，不垄断 凭实力赢市场，不搞恶性竞争，维护市场秩序 受益群体：同行企业</p>	<p>良性发展，不破坏环境 企业发展不以破坏环境为代价，倡导并践行低碳低排，节能降耗 受益群体：社区居民、政府、社会</p>
<p>廉洁合作，不行贿受贿 反对贪腐风气，规范经营行为，谢绝商业贿赂 受益群体：供应商、客户、消费者</p>	<p>履行职责，不逃避责任 对员工负责，对客户负责，对消费者负责，对投资者负责，对社会负责 受益群体：所有利益相关方</p>

社会责任治理

自 2011 年发布首份社会责任报告起，恒田企业进一步认识到做好企业社会责任管理工作的重要性，正式将社会责任建设列为企业管理的重要内容之一。

同时成立了专门的社会责任管理工作领导小组，完善了组织架构，明确了人员组成和工作职责，并制定了年度工作目标和绩效考核标准。

按照领导小组架构设置和成员分工，社会责任管理领导小组总负责人由企业董事长兼任，企业办公室具体执行董事长关于社会责任建设的决策部署、目标设定、任务跟踪、监督指导和纠偏纠错，组织社会责任报告编写、发布等；各事业部在企业大目标基础上，负责本事业部社会责任建设工作的部署、推进、考核与管理，协助企业办公室开展社会责任报告编写；事

业部下属各公司具体执行社会责任建设各项目标任务，反馈执行结果，并接受事业部和企业办公室指导、监督、检查，不断改善提升执行效果。

恒田企业社会责任建设目标覆盖全员，使得每一名员工都是社会责任建设的参与者和见证者，每一个部门、每一个集体都体现着企业社会责任建设的绩效和成果。

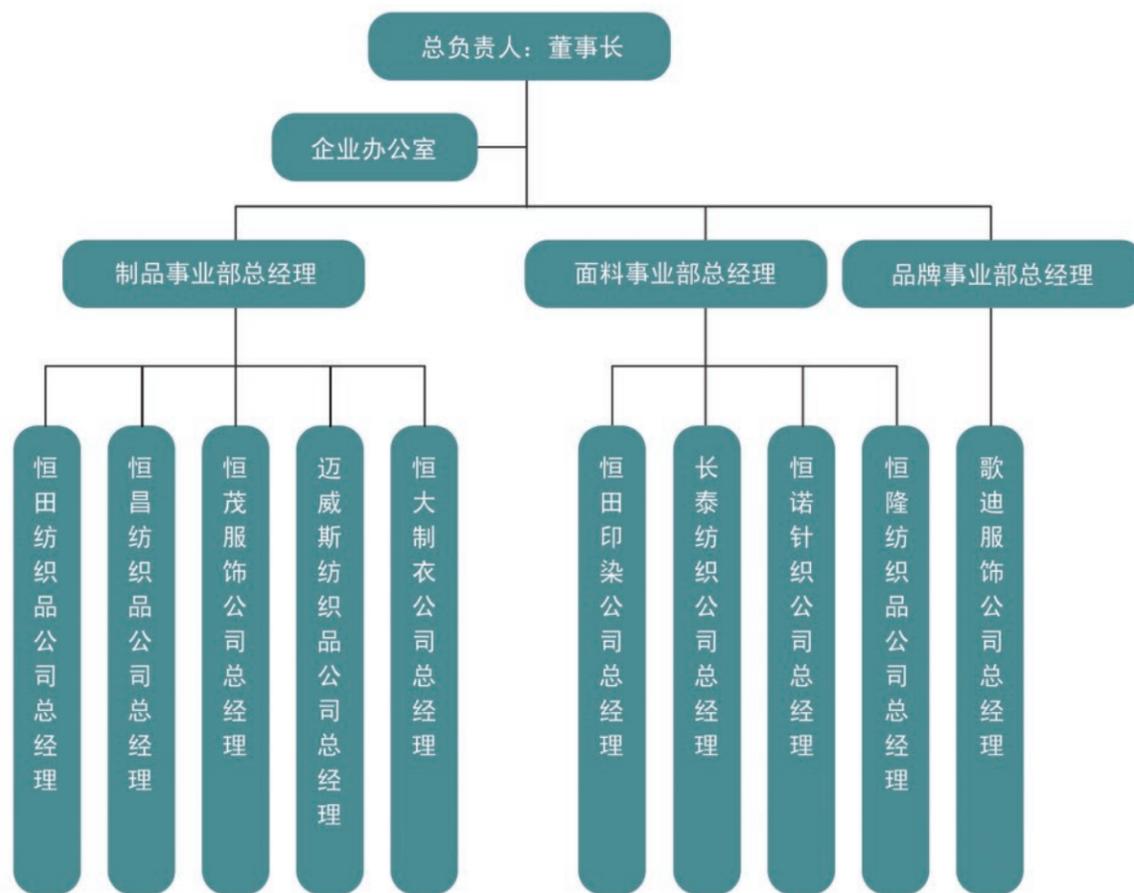


4 月 28 日，中国纺织工业协会社会责任办公室梁晓晖、张旭两位老师前来恒田企业培训指导社会责任报告编写工作，20 余名参与编写和协助整理资料的人员接受了培训指导。企业领导也亲自到场，认真听取了行业专家的指导意见，并于培训后就开展社会责任管理工作的统一部署，要求企业办公室作为社会责任工作的管理和监督部门对下属各事业部行使日常监管权。

9 月份，企业办公室组织对各事业部社会责任工作开展情况进行了检查，对 2010 年度报告所涉及的需改善项目进行了跟踪，对未曾改善的内容进行了重申与指导；并提出了日常社会责任资料收集整理方法的意见和建议。

年末，召开社会责任工作领导小组成员会议，对年度社会责任工作进行总结，并部署了新一年度社会责任工作。

社会责任管理领导小组组织机构图





社会责任目标与利益相关方的参与

利益相关者	社会责任目标	利益相关方参与管理的途径及沟通方式
员工	基本权益保护 女职工特殊保护 未成年工保护 职业健康与安全 教育培训与发展 激励机制 丰富业余文化生活 民主管理	晨会 员工座谈会 公司经营会 交班会 工会会议 内刊投稿 意见箱
客户及消费者	100%履行合约 提高客户满意度 确保产品质量、安全及交期 为客户提供良好的售后服务	满意度调查 电话反馈 电子邮件 传真 双方会谈 验厂 参观考察
供应商	廉洁合作，无商业贿赂事件 采购商品无批量质量问题和安全问题 公平竞争，同质商品以最低价格采购 防范合同纠纷	合同、协议 供应商座谈会 反商业贿赂协议书 技术交流会



利益相关者	社会责任目标	利益相关方参与管理的途径及沟通方式
投资人	为投资人创造利润	财务报表 董事会会议
社会公众	支持参与社会公益事业 促进就业	公告 宣传 招聘 探访等
环境	节能减排 美化环境	主管部门达标验收 日常监督监测
政府	依法纳税 遵纪守法	会议 通知 参观、检查
行业组织	及时了解最新行业信息 参加基地组织活动	行业会议 现场指导 电话、邮件等交流



创新是一个民族进步的灵魂，同样也是激发企业活力的源泉，是推动企业向前发展的不竭动力。恒田企业在创建之初，就将“创新”作为企业精神之一写进了企业文化，并将是否具有创新意识和创新能力作为考察任用干部的一个标准；同时在企业内鼓励创新行为，营造创新氛围，奖励创新成果，建立和完善了各类创新机制，并投入大量奖金用于新产品研发，企业每年也都会有一定数量的创新成果诞生。

2011年，HANUO运动功能面料和HANDA新纤维面料在新品研发上都有新的突破，其中防静电功能面料获得由国家知识产权局核发的实用新型专利，专利号为ZL 201220542286.3；年内向国家知识产权局提出了“一种具有单向导湿功能的针织面料及其加工工艺”、“一种用于涤棉成份类针织面料的染色加工工艺”、“一种具有抗静电功能的针织面料及其加工方法”等三项发明专利申请，国家知识产权局已经受理；GOODIO内衣也向市场推出铂金男士专属系列，品牌档次再次提升，并有8项产品包装和终端形象先后获得外观专利；此外在技术、工艺、管理、销售等方面也都有创新的表现，并对自主知识产权进行了保护。

企业在保护自主知识产权的同时，也严格遵守知识产权相关法规。年内未有因侵犯国内外同行业知识产权而引起的投诉与诉讼。

产品创新 HANUO运动功能面料

仿棉丝面料（系列）



光泽：从源头考虑，在纺丝过程中加入TiO₂消光剂，使面料光泽与棉接近；同时TiO₂是抗紫外线助剂的主要成分，所以该面料在满足面料棉样光泽的同时，也被赋予了优异的抗紫外线功能。

亲水性：纤维的亲水性和回潮率直接影响到面料穿着的舒适度，传统的“十”字断面涤纶丝只是快速的导

出汗液，但纤维本身还是不亲水的。仿棉丝面料在纺丝过程中加入亲水基团，使涤纶改性变成亲水的纤维，从而使面料穿着时更加舒适；同时使静电在干燥的秋冬季节远离穿着者。

形态：仿棉丝面料使用的是复合纺丝工艺制成的原料，原料的蓬松性和柔软度比传统长纤要优秀很多，特殊工艺加工同时也赋予了面料棉一样的触感，给人最佳的穿着感受。

价格：仿棉丝面料将棉产品的穿着舒适感和涤纶的挺括、快干、尺寸稳定性等优点结合为一体；而价格上仅为棉类产品的三分之二左右，在市场上具有较强的价格优势。

目前，恒田企业正在着手为仿棉丝系列面料申请统一商标，商标名称定为Techcotton。从字面上理解，TECH代表科技的意思，与COTTON（棉）合起来即代表“用现代科技实现棉质舒适感觉”，与HANUO“用科技及创新实现安全、舒适生活”的公司使命紧密相连。



双组份 SORONA 弹性面料



双组份 SORONA 面料是恒诺与杜邦共同开发的一组绿色弹性面料。面料弹性来源于杜邦双组份纱线染色时的收缩。

举一个例子：染色收缩前的 SORONA 纱线是一根直线，而收缩以后的 SORONA 是螺旋结构的电话线形态。所以也可以说，是物理形态的改变赋予 SORONA 面料优异的弹性。

SORONA 中含有 PET 和 PTT 两种分子结构成分，其中的 PTT 是通过先进的生物酶提取技术从玉米淀粉糖中提炼取得的，所以 SORONA 弹性面料是一个绿色

的可持续发展的弹性纤维。

与氨纶对比，SORONA 的优势：

氨纶面料的牢度一直是困扰业内的一个问题，使用 SORONA 我们只要染涤即可，牢度可以得到显著改善；

氨纶丝有使用疲劳和起泡的问题，SORONA 中的 PTT 成分具有记忆功能，所以 SORONA 双组份面料弹性始终保持优越状态；

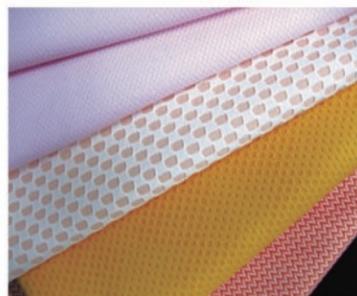
氨纶丝过高会降低面料的透气性能，而使用 SORONA 双组份面料，在使衣服获得清爽手感的同时，也赋予了面料优越的透气性。

概念链接：SORONA 聚合物是美国杜邦公司在其六十多年纤维原料的不断创新中最新推出的先进聚合物平台。它不仅赋予纤维和面料独特的性能，而且在化纤原料中革命性地利用了生物技术，以求纺织品功能与环保的完美结合。SORONA 聚合物是由 1,3-丙二醇 (PDO) 和 PTA (或 DMT) 两种主要原料制成的。其中 PDO 为关键原料，占总原料的比重为 37%。PDO 可以通过石化工艺制成，而美国杜邦公司则成功地利用玉米糖发酵的方法高效地制成了生产 SORONA 所需的 PDO，从而革命性地为化纤领域注入了环保的新概念。

产品创新 HANDA新纤维面料

蚕蛹蛋白系列

产品具有滑爽如真丝、柔软似羊绒的特点；18 种氨基酸为肌肤注入润泽之源，有效抵御紫外线侵害，为吸湿透气的绿色健康产品。



POREL 系列

为功能性面料，具有夏季吸湿、排汗、速干和冬春季吸湿发热保暖速干的功能。光泽柔和，有丝光效应；手感柔软，触感舒适性好。



SORONA 系列



具高弹性，可替代氨纶丝；手感柔软，具有舒适的拉伸性和出色的回复性能；易染色，色牢度好；耐氯，耐紫外线；易打理，速干。

SUNWARM

该面料所采用的功能性原料，以其特有的异型截面和银离子纺丝处理，使面料控温防湿和抗菌除臭功能完美结合，全新展现功能性和运动型面料的强大魅力。

技术创新

竹棉天丝混纺面料开发运用技术

竹纤维和天丝纤维及棉按一定比例，使用紧密纺纺纱工艺混纺，做出的面料布面光洁，起球可以做到 4 级，手感滑爽，触感极佳，穿着舒适性远高于纯纤维面料。

竹纤维具有天然的抗菌性、抑菌性、良好的吸湿性和透气性，以及防紫外线等功能。

莱赛尔纤维（天丝）具有纤维素纤维吸湿性好、透气、舒适等优点，加入后使得面料手感更加滑爽柔软。

在竹纤维莱赛尔纤维的基础上加入一定比例的棉，既能保持原有纤维的特点，又使产品的稳定性更好，经久耐穿不易变形。

该项技术的研发应用，增加了面料混纺的科技含量，对纺织行业提高效率、降低成本、增加利润都有较大的推动作用。

冷转移印花面料

冷转移，一种全新的印花工艺，以其先进的印花技术和独特的印花效果给传统印花带来了强烈的冲击，是印花史上革命性的突破。

冷转移印花具有如下特点
市场反应速度快，流程简化；

高附加值，有数码喷墨的立体逼真印花效果，同时又有圆网印花的卓越产量；
产出率高，印纸速度快，产生废布率低，比传统印花高 3 倍的生产力；

节能减排，可省水 2/3，90% 的水能回收处理后循环再用，常温固色，可节能 65%；

环保，高转移率和高固色率，让染料充分尽用，不至浪费和污染；

产品手感好，能够保持天然的手感。



银纤维面料开发运用技术

该技术是运用 Noble Fiber Technologies 公司的 X-STATIC 银纤维和兰精公司的 TENCEL，交织开发出凉爽除臭抑菌面料，为 50S/1 天丝 A100+40D 尼龙 66 (X-STATIC 银纤维) +20D 氨纶单面布。

X-STATIC 银纤维具有优良的抑菌性能，一小时抑菌率达到 99.9%，并具有抗臭、调节体温、消除静电、抗螨尘等多种功效。

TENCEL 纤维集天然纤维与合成纤维的优点于一身，具有纤维素纤维吸湿性好、透气、舒适等优点，穿着舒适性远优于涤纶。其光泽柔和，手感柔软，触感佳，悬垂性和飘逸性均较好。

银纤维与 TENCEL 纤维交织，使布面效果非常特别，银纤维亮亮的隐藏在天然纤维之间，显得面料很有档次；同时因其卓越的抑菌效果，使之成为了崇尚健康生活方式的现代人的倾心选择。



工艺创新

抗紫外线与染色同浴工艺

前后工艺对比：原工艺是染色后再加抗紫外线助剂，现改为染色过程中同时加抗紫外线助剂，染色结束时抗紫外线加工程序也同时完成。

改良后的优点：染色与抗紫外线功能处理可以同浴，节省了一道工序生产时间，降低了能耗，提高了效益。

中性条件下去毛和染色同浴工艺

前后工艺对比：原工艺是酸性去毛再染色两浴，现改为中性染色去毛同浴工艺。

改良后的优点：节约能耗，用时上节约 1.5 小时每 / 缸，用水节约 24T/ 吨布，用汽节约 2T/ 吨布，颜色比原来更加稳定。

腈纶混纺织物工艺

在原来基础上对腈纶混纺织物工艺进行优化，目前技术工艺已经成熟，且已具有批量生产的能力，为众多国内一线品牌商供应优质面料。

羊毛 / 涤产品染整工艺

市面上涤 / 毛产品较多，工艺采用了高温高压染色，但仍旧存在不稳定性 and 风险性，在涤 / 毛产品中加入氨纶组分，就存在高温高压对羊毛的损伤，氨纶丝沾色引起色牢度不好、羊毛手感粗糙等系列问题。为此公司成立了专门的技术攻关小组，重点对羊毛品种、羊毛 / 涤品种、涤 OP、羊毛 / OP 四个品种的染色工艺进行攻关，经过三个月的反复实验，成功攻克各个难题。如今，羊毛、羊毛 / 涤、涤 OP、羊毛 / OP 四个品种的面料已成功生产，公司接单品种增加，加工能力也大大提升，当年直接产生销售 90 万元。

超细涤氨产品染整工艺

通过不断研究和试验，超细 75D/144F 涤 OP 品种的染整工艺在恒田已基本成熟，有效解决了该类面料的边中色差问题、色花问题、勾丝问题和水波纹问题，受到众多客户赞誉，公司生产能力也由此进一步拓展。

仿棉性锦氨纶染整工艺

2011 年自主研发成功仿棉性锦氨纶面料染整工艺，拓宽了公司产品线，更大程度满足了客户和市场需求。



管理创新

推行 IE 工程，带动高效产出



IE(即工业工程)是改善效率、成本、品质的方法科学,通过对人、物料、设备、能源和厂房等进行规划、设计、管理、改进和创新,使其达到降低成本,提高质量和效益的目的,对工业企业生产管理具有重大意义。

2011 年上半年,制品事业部开始在各生产工厂尝试推行 IE,取得初步成效。下半年,IE 工程在该事业部正式全面实施,并为广大员工所接受和认可。

推行 IE 工程，带动高效产出

通过在服装生产工厂推行 IE,有效带动了流程的优化和效率的提升。

- 精准测算出每道工序所耗工时。
- 根据工序耗时及工序质量,评选出每月技术之星。
- 将技术之星的操作手势和操作方法拍摄下来,制作成视频,作为工时设定的参考标准及员工学习的范本,促进员工共同提高技术水平。
- 技术之星评选活动激发了员工的潜能与竞争热情,经常有新的产质量成绩打破原有纪录。

● 通过工艺不断优化、物品合理流转,以及为员工提供充分施展技能的平台等举措,车间产质量大幅提升,返工率相应减少,成本得到有效控制,生产效率大大提高,生产现场环境也得到有效改善。

● 研发设计 GSD 软件,建立 GSD 系统(即预定动作时间系统),通过动作分析,制定合理的车缝方法、生产线平衡和标准时间、工价等,规范生产行为,缩短生产工时,提高生产效率。



服装生产试行“单件流”，代替原有传统包流模式

10月份，制品事业部在部分工厂车间试推“单件流”生产模式，代替原有的传统包流生产模式。

与传统包流模式相比，单件流具有如下优势

项目	传统包流模式	单件流模式
生产周期	产品产出周期长，一般 2-3 天才出成品	产品产出周期短，一般约 15-30 分钟即可出成品
品质问题	发现次品时间晚，容易出现批量事故	短时间内能及时发现次品并及时解决，质量平均提高 5% 左右
生产效率	同等产量情况下平均每日工作时间为 10-12 小时	同等产量的情况下平均每日工作时间为 8-9 小时，相同时间下日产量提高约 15%
管理效率	隐藏了生产中的浪费，时间难以把控，管理水平无法提高；班组长每天领辅料、领衣片等约需 90 分钟时间	短时间内能暴露生产管理中出现的问题，现场管理人员的快速反应能力和现场调控能力得到提升；将后道“领料”改为前道“送料”的模式，为班组长每天节省约 1.5 小时时间，更多用于现场管理
现场改善	半成品堆积如山，车间现场杂乱；小组员工每天产生领衣片和搬运物品时间	消除了车间员工搬运物品的动作，避免搬运现场的混乱；现场无积压，环境整洁
工序编排	不排流水，以个人缝制为主	按工序分析，合理编排流水线，使上道与下道衔接更顺畅，同时减少员工在车位外走动所消耗的时间
标准时间	用秒表等测定标准时间，易出现人为误差	根据系统数据，自动核算出各道工序标准时间，测算结果准确而合理
团队协作	员工各自为战，缺少协作帮助；单道工序枯燥而乏味，员工士气低落，易造成现场堆积如山	单件流水线是个团队，每个员工都是团队的一分子，讲求团队协作，需共同发挥整体作用



推行 6S，改善现场管理



年内，为打造更加规范、宜人的现场生产、工作环境，恒田企业在 5S 管理的基础上，将原来独立开展的安全活动纳入现场管理范畴，在全企业推行实施“6S”管理。为借鉴同行企业的成功经验，企业党总支于建党九十周年之际，专门组织全体党员和部分管理干部远赴浙江萧山取经，参观学习传化集团的 6S 管理方法，各事业部并引以为榜样，制定、部署了各自的改善目标和改善任务，在全体员工中掀起了环境改善提升的热潮。

企业各级领导对该项活动给予了极大的重视和支持。活动开展过程中，各事业部总经理亲自挂帅，商讨改善方案，督察执行情况，跟踪检查改善效果，并多次组织会议通报活动情况，总结交流改善经验。经过历时半年的持续整改，各生产、工作现场环境都有了明显的改观，一个更加整洁、有序、规范、安全的生产、工作环境呈现在员工和客户面前。



销售创新

歌帝网上商城

随着互联网的发展和普及，足不出户就可以“逛街购物”的消费模式已经被广大消费者所接受，网络逐渐成为销售渠道之一。在电子商务飞速发展的大趋势下，歌帝内衣于2011年进军电子商务，并将电子商务纳入品牌发展的战略之中。

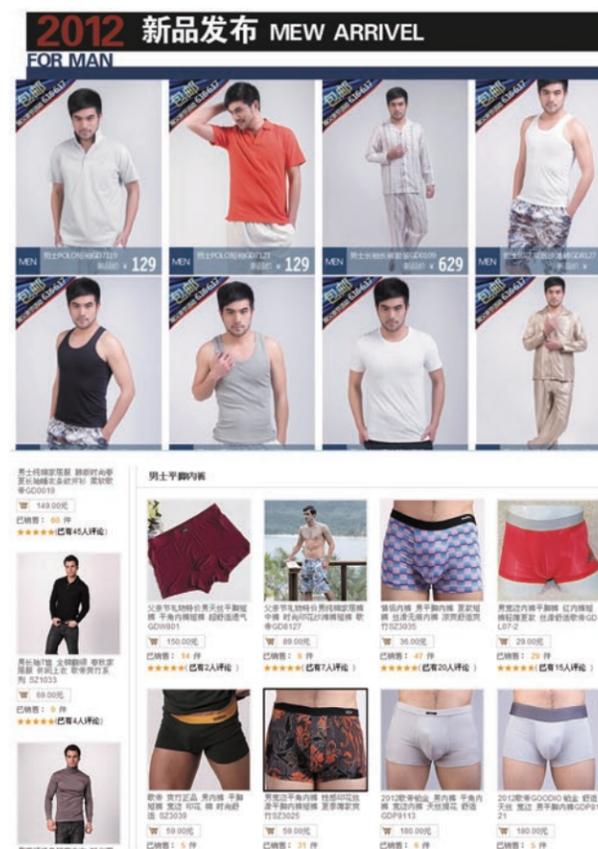
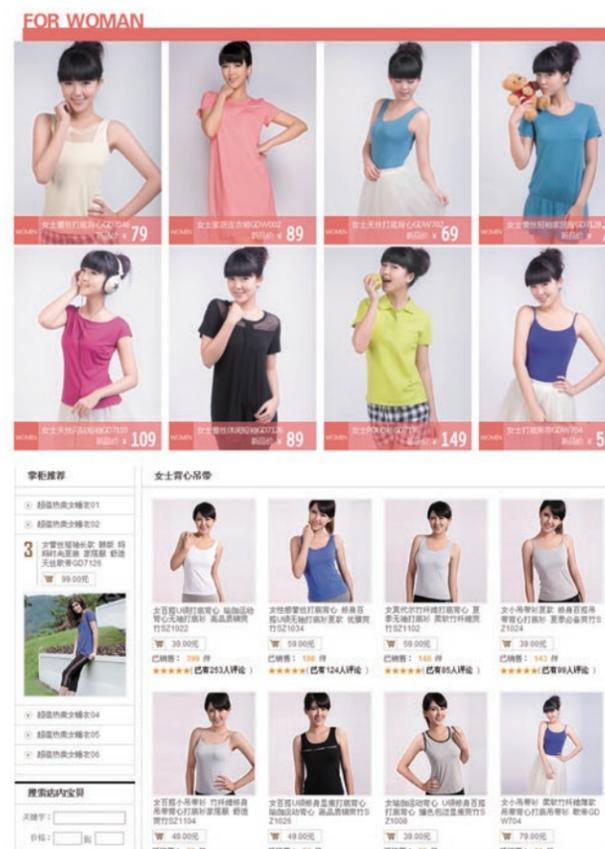
10月1日，举国同庆的日子，歌帝内衣网上旗舰店在淘宝网天猫商城正式营业，11月11日光棍节，当天销售额创下11.8万的记录；随后，歌帝内衣相继在淘宝集市店、唯品网、走秀网等B2C网站建立网络店铺。在短短的7个月的时间中，电子商务网络销售额就达到120多万。

网络销售和实体零售是两种不同的概念，在发展

电子商务渠道时，歌帝不是“大包大揽”，而是积极与第三方合作，注重分工和外包，携手熟悉电子商务领域的专业公司一同操作，稳步而有序的发展。

可见，歌帝发展电子商务，不仅仅将销售渠道拓展到网上，不是简单的在网上抛售库存，而是着力将其培养成主力销售渠道。

未来，电子商务将是歌帝发展的重要战略棋子。因此，在三年发展规划上，电子商务逐渐由“粗放型”向“精准型”过渡，结合网购用户的特点进行产品创新，将有专门在网络销售的专供款或网络副牌，与线下渠道实行差异化销售，通过线上和线下的补充和结合，快速提升公司的销售业绩。





歌帝淘宝节

该活动是 GOODIO (歌帝) 内衣促销模式的创新举措, 2011 年获“中国针织内衣创新贡献奖”。

活动于 2010 年 10 月 29 日 -11 月 8 日相继在华地系统的丹阳华地、溧阳华地、宜兴华地、江阴华地、镇江八佰伴、南京中央、南通文峰、马鞍山八佰伴、连云港等地如火如荼地开展, 强大的营销阵势为歌帝内衣赢来了不俗业绩, 各地频频传来销售喜讯, 丹阳华地百货十天销售 80 万; 江阴华地、南京中央商场 7 天销售分别突破 50 万, 其中南京单日销售突破 15 万, 创最佳纪录。

主要创新点: 歌帝淘宝节活动, 以品牌推广、优惠促销相结合的形式, 既拉动产品销售, 又提升歌帝品牌知名度。优惠活动以淘宝集惠促销、秒杀吸引人气,

正柜买一赠一与抽奖活动互相结合, 不同的优惠活动覆盖不同需求的消费者; 品牌知名度推广以走秀、沙龙酒会, 广泛性和针对性相结合的形式进行, 根据市场不同, 有针对性地选择。同时结合商场店庆和 VIP 会员日等特惠活动, 使歌帝淘宝节大放异彩。

社会效益: 像淘宝节这样的营销活动, 不仅仅是一种销售行为, 更是一种整合性的社会性活动。一方面, 企业通过走秀方式, 向公众展示最新的流行趋势, 使之更了解、更接近时尚产品; 另一方面, 公司通过授课、现场互动等形式, 让公众了解内衣面料知识与特点、日常养护常识, 以及内衣购买时需注意的细节等, 不仅向公众普及了知识, 引导了观念, 同时帮助他们挑选到更加适合自身穿着的产品, 让公众在消费的同时享受到贴心的服务。



歌帝激扬欢乐购

该活动与“歌帝淘宝节”同时获得 2011 年度中国针织内衣创新贡献奖。

“歌帝激扬欢乐购”是歌帝在华地系统一年一度的针织节(2009 年)上的活动主题。10 月 29 日至 11 月 8 日, 歌帝凭借在华地系统良好的销售业绩, 以及活动方案的特色化和完整连环性, 在宜兴华地和江阴华地优先取得第一场大型促销活动的机会。其中每个商场的活动均以终端销售和品牌推广相结合, 在取得优异的销售业绩的同时, 极大地提升了歌帝品牌的知名度。

宜兴华地的活动以一楼花车促销、三楼加加购、正柜买一赠一以及抽奖活动互相结合, 不同的优惠活动覆盖不同需求的消费者, 同时在 11 月 8 日, 举办商场 VIP 沙龙, 专做品牌推广; 而江阴华地促销推广现场, 在同样的连环活动的基础上, 同时推出户外走秀做品牌推广, 吸引了大批市民的驻足围观。

活动前三天, 活动销售业绩就达到 40 万, 其中江阴华地单日销售突破了 12 万。活动结束, 两地取得 132 万元的销售佳绩。

主要创新点: “歌帝激扬欢乐购”在宣传上采用创新的形式吸引眼球, 活动展板、吊旗、单页以及加加购指引卡、刮刮卡等都以衣服造型设计, 式样新颖, 别具特色, 吸引了众多消费者注目。

11 月 8 日, 在宜兴华地举行了“歌帝·魅力之星”沙龙冷餐酒会, 与会人员均是商场高端 VIP 客户, 也是歌帝的老客户或潜在客户。此次活动一方面是对老客户的回馈, 同时也是在高端消费人群中推广品牌形象, 进一步打造歌帝内衣品牌知名度。

活动期间, 公司专门制作了“激扬欢乐购小屋”布置在商场三楼扶梯口显著位置, 作为换购地点; 同时配以换购产品的静态展示和活动吊旗装饰, 充分营造活动气氛。

社会效益: 此次活动不仅增加了经济效益, 同时让广大消费者更加深入贴近地了解了歌帝内衣多种原料的全环保生产工艺。通过对科技型产品的形象演示及阐述, 让消费者更直观地感受到新兴科技在服装领域的运用, 提高了人们对审美及对环保低碳生活的全新感受。





面料及成衣是恒田企业的两大主导产品。其中面料产品包含运动功能面料和新纤维面料两大类；成衣则包含自主品牌经营和国际品牌代加工两部分。

✿ 主要产品

HANUO® 运动功能面料

HANUO 运动面料系列在设计、研发、生产过程中，大量采用国内外高端技术和产品，利用自身成熟工艺，成功研发出多种新型功能性面料，赋予其 SORONA、仿棉丝、抗菌防臭、抗紫外线、抗静电、蓄热保温、凉感、控温调湿等特殊功能，使之更加符合人们追求舒适、健康、环保自然的需要。



HANDA® 新纤维面料

HANDA 新纤维面料注重新纤维领域产品的技术攻关和研发，在天丝、莫代尔、牛奶丝、羊毛、羊绒、大豆蛋白、竹纤维、蚕蛹蛋白等系列面料的生产技术上取得了重大突破。



GOODIO® 高品质内衣

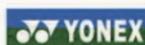
GOODIO（歌帝）系恒田企业自有内衣品牌，创建于 2002 年。产品定位高端，主要服务于对生活质量追求完美的成功人士。历经 10 年发展，歌帝目前在全国已建立 400 多个销售网点。2011 年，铂金歌帝男装系列成功上市，以其简约奢华的风格品位迅即成为百货行业的新宠。





品牌代加工产品

多年来,恒田一直与国际国内知名的品牌商和品牌代理公司合作,加工生产各类针织运动、休闲服装和时尚女装,主要品牌有 BURBERRY、MIZUNO、UMBRO、ASICS、REEBOK、YONEX、LECOQ SPORTIF、DE SCENTE、DKNY、TEENIE WEENIE、Crocodi Le、361° 等。



主要客户群

国际: 敷纺、丰岛、帝人、住金、第一纺织、哥伦比亚、好丽姿、千趣会、三共、KOMAR、JAPANA、BSP 等
国内: 361°、乔丹、衣恋、安踏、凡客、探路者、美邦等

主要客户市场

欧美、日本、国内

主要客户市场全球分布





产品质量与安全

产品质量与安全既是事关消费者健康安全的头等大事，也是关乎企业信誉、形象与生存大计的根本保证。恒田深知产品质量安全对于企业发展的重要性，建立了整套的质量管理和追踪控制体系，从原材料采购到成品出库，对整个生产流程中的每一项活动都进行规范和把控，执行严格的准入标准，不符合质量、安全标准的原材料绝不入库，不合格产品也绝不入库。

2011年，企业各下属公司再次通过 ISO9001:2008 质量标准审核，继续获得 ISO9001 质量体系认证证书，建立并完善了包括面辅料质检、水洗测试、裁片检验、半成品及成品检验、成衣检针、染助剂检测验收等管理制度在内的质量管理体系文件。

为统一企业内部质量标准，并使之规范化，根据国家或行业标准，并结合企业实际情况，企业制定了来料检验规范、内控质量标准及产品最终检验规范。

1、来料检验规范

(1) 染料、助剂类产品进厂，要求随附符合标准规定的合格证书或检验单，并由仓库管理员核对数量后，采购员开送检单，送化验室检测，并严格按照 GB19601-2004、Oeko-Tex 标准 100 进行全数检测，检测合格才可用于生产，以达到环保健康安全的要求，对于不合格原料坚决予以退货，化验室检测合格后，将染料、助剂等检测报告送至仓库管理人员处，方可办理入库手续，产品入库。

(2) 服装面辅料进厂，根据常规标准和客户特殊要求对来料进行颜色、克重、色牢度、缩水率、扭率、PH 值等方面的检验和测试，并将检验测试结果及时报知供应、业务等相关部门；检测中如不合格品超出公司标准，由供应部门进行退货或换货处理，并将结果录入供应商信用档案。

(3) 五金辅配件入库前也须按照“一看二摸三对比”的检验原则进行严格检验，对不合格产品要及时将情况反馈给采购负责人，以及时与供应商联系处理，公司将根据商品质量情况评价供应商信用等级。

2、内控质量标准及质量控制：

产品生产过程中严格按 ISO9001 质量体系标准要求和执行，并持续改进；同时本着恒田企业“不做不良品、不接受不良品、不让不良品流入下一道工序”的品质原

则，运用体系对应的准则与方法，对生产过程进行监督、分析和控制，以保障、提升产品品质和产品安全。各公司均建有相对完善的质保体系，品质部门负责对面料、原辅材料、半成品及成品，根据常规要求及客户指定要求 100% 进行检验，确保合格品出厂，不合格品坚决退回，最大限度避免不良品流出工厂的可能。

3、产品最终检验规范：

为确保公司交付产品最大限度满足顾客要求，符合法律法规，企业在对产品进行最终检验时，主要对产品进行外观、内在质量指标和安全性三方面的检测。面料最终产品由品质部经理负责放行品质的审批；成衣出货前 100% 进行金属物检测，确保无断针及其它金属物残留，并经相关资质机构按批次抽检，保证出厂产品安全合格率 100%。

2011年，企业下属歌帝帝品牌内衣被江苏省消协评定为“年度推荐商品”，歌迪公司被上海内衣行业协会评为“诚信创建企业”，恒田印染公司也顺利通过荷兰世优公司开展的“有机棉”认证。

报告期间，企业未有基于产品安全问题的退货及消费者投诉出现。





供应商管理

采购供应是企业价值链中重要的一环，直接关系到企业的价值成本、产品质量与长期信誉。做好供应商管理，也就是打好企业运营的前期基础。

供应商选择

在供应商的选择上，恒田企业坚持质量、成本、交期与服务四方面并重的选评原则，相同质量比价格，同质同价比交期，质、价、交期相同则比服务。四项因素中，质量因素尤其重要，它要求供应商必须建立有一套稳定有效的质量保证体系，并具备相应的生产设备和工艺能力。其次是成本与价格，通过成本分析、同类产品对比和建立在互利双赢基础上的价格谈判，实现采购成本的节约。在交期方面，要确定供应商是否拥有足够的生产能力。最后一点也非常重要，那就是供应商售前、售后的服务能力和态度。

供应商合作

与供应商建立合作关系后，双方共同签署《反商业贿赂协议》，约定合作准则，建立公平廉洁的合作关系；内部供应人员签订《廉洁自律协议书》，在采购过程中严格遵照企业《采购外协管理制度》、《ISO9001:2008体系》认证要求和《供应采购管理手册》条款执行，并要求供应商共同遵守。

2011年企业未发生员工行贿或受贿的行为，公司也未收到相关投诉或受到与贿赂有关的法律制裁。

供应商管理：

企业为合作的供应商全部建立了档案，根据年度内合作情况及供应物品质量、价格、交期等情况，每年对供应商进行综合考核评定，巩固与优质供应商的合作；对于不合格、不诚信的供应商坚决予以淘汰。

供应商交流

为及时分享前沿信息，相互借鉴管理经验，有效反馈合作过程中存在的问题，恒田建立了与供应商定期交流的沟通机制，打造了畅通的沟通渠道。年内，三个事业部分别召开了较大规模的供应商座谈会，共商合作大计，共倡诚信经营，强调品质保证，重申互利共赢的合作原则与公平、守法的合作准则，巩固和培养更多优质供应商。

恒田企业还在自身努力践行社会责任的同时，积极带动和影响上下游企业加入到履行社会责任的行列中来。2011年6月28日，恒田企业在发布了首份企业社会责任报告之后，即将该报告书寄与了各合作企业，并在《致合作伙伴的一封信》中真诚呼吁广大合作企业共同携手，履行社会责任，一起共建文明、规范的行业秩序，共同推动健康、公平、诚信的市场和社会环境的形成，共同为营造长期持续发展的、和谐的外部环境而努力。此举在合作企业中引起了较好的反响，也先后受到行业组织和地方政府的赞赏。

企业同时主动走出去，参观学习合作企业优秀的生产、管理等经验，开展技术交流，将一些优秀的东西整合消化后转化为适用自身的方法进行推广，不断提升自身能力。



6月27日，歌迪公司举行了2011-2012年度优质供应商会议，包括面料、辅料、成衣加工在内的16家重点供应商参加了此次会议。公司领导针对年内供应链整体质量问题进行了解析，并对各供应商就品质、价格、交期、配合等方面提出了期望和要求，并就目前整个经济宏观形势进行了分析与共享，提出合作源于信任，发展源于共赢的希望。供应商代表就未来合作表达了各自坚定的态度。会上姜延慧总经理向各供应商颁发了2011-2012年度特约生产商授权证书。



歌帝优质供应商交流会：姜延慧总经理发言



歌帝优质供应商交流会：优质供应商合影



对外交流学习：参观传化集团6S管理



乔亮总经理出席供应商新店开业庆典



客户管理

“企业发展源自为客户提供更完善的服务”，这是恒田企业长期坚持的客户管理理念。

一直以来，恒田企业都将客户满意度作为衡量团队作战能力的重要表现和企业发展的关键指标。围绕如何提升客户满意率，企业在产品质量、服务意识、快速反应、交期保证等方面不断提出更高的自我要求，力求以优质的产品和完善服务不断提高客户满意度与信任度，推动企业健康稳定发展。同时对客户信息予以保护，严防外漏，维护客户利益，企业也由此拥有一大批忠实的客户，对外树立起了良好的形象和口碑。2011年，企业在巩固原有老客户的基础上，还发展了BSP、依恋、好丽姿、乔丹、安踏、探路者等一批新客户，并建立了良好的稳定合作关系，新发展客户销售额占到总销售额的20%。

对于品牌终端和代理商，企业利用每年春秋两季的新品发布会及品牌推广活动开展培训，培训内容包括公

司企业文化、品牌文化、产品知识、终端陈列等。

年内，共有3家客户企业对恒田开展了有关社会责任的工厂查验，未发现严重问题，验厂顺利通过。在合作过程中，Lenzing project cooperation、日本敷纺、帝人、东华大学、361°等公司、机构先后在产品研发、技术合作、质量管理方面与恒田进行过交流和指导，并先后接待了来自日本、欧美等国家和地区，以及国内的数十家客户前来参观考察，恒田的企业规模、生产能力和现场环境等给客人留下了良好印象。

2011年，恒田纺织品公司、恒茂服饰公司、恒大制衣公司向客户发出针对产品质量、交付、服务、价格、包装等项目在内的满意度调查表39份，客人平均满意度达95分，比2010年提高1.2%。



日本敷纺加藤社长一行来访



乔亮总经理会见帝人客人

F 环 境 保 护
HANDA CSR 2011



随着人类向大气中排入的二氧化碳等吸热性强的温室气体逐年增加，大气的温室效应也随之增强。近年来，害虫繁殖、流行性疾病增加、淡水资源减少、海平面升高、土地荒漠化……这些由温室效应引发的一系列环境和气候问题越来越多地呈现在人们的面前，也越来越多地对人类生存发展产生重大影响。重视环境保护，关注可持续发展是当今人类必须正视并付之行动的要务，也是人类拯救自身生存环境、免遭自然报复的当务之急。

恒田企业一贯重视企业经济与环境的和谐发展。2011年，企业围绕环境管理方针年度环保工作目标，在节能减排、清洁生产、降耗增效、环境绿化等方面做了大量卓有成效的工作，也取得了较好的成果和管理绩效。

绿化厂区，美化环境

企业在厂区内广泛种植树木，绿化美化环境，着力打造园林化厂区。2011年厂区及职工生活区绿化覆盖率达35%左右，人均绿化面积达30㎡，营造了一个空气清新、景色宜人的生产、生活外围环境。



优化工艺，清洁生产

企业下属印染公司主要以染整棉、涤、涤/棉、氨纶、涤氨纶以及多组分纤维混纺织物为主，同时染色整理成衣。传统工艺费时，助剂成本高、耗用大。经本公司技术人员研究尝试，成功运用低温酶精炼前处理工艺、T/C氧漂染涤一浴工艺、T/C一浴染色工艺、A/C一浴染色工艺、棉氨纶去油染色同浴法等优化工艺，大大缩短了染色时间，减少了蒸汽耗用，降低了生产成本，达到了节约能源，减少碳排放的目标。公司还引进使用了新型加柔软机组和圆筒预缩机，降低了柔软剂和水的用量，提高织物的手感和预缩效果的同时也节约了生产成本。



节能降耗，降本节支

倡导节俭，厉行节约，这既是一种美德，也是一种社会责任。恒田企业将节能降耗、降本节支作为一项基本管理制度，体现运用在日常生产、办公的各个环节。随手关灯、节约用水、双面用纸、下班关拔电源、勤于养护设备延长使用寿命等等，企业教育引导员工从点点滴滴的细节养成勤俭节约的良好习惯。同时对部门、班组使用能源、办公物品的数量进行评比考核，灌输节约意识，倡导节约行为，对在节约能源方面有创新举措的行为给予奖励。



能源回收，二次利用

由于印染加工企业在生产过程中排放的废水有着很高的温度，其中蕴含的能量相当可观。如果将这部分热能进行回收，将能很好地实现资源再利用，极大地减少能源浪费。而E.RE污水热能回收系统很好地满足了这一构想。该系统通过高效的换热结构，将污水集中处理后进行热能交换传递，使等量之废水与等量之清水进行蜂窝式传导，将废水中的热量以80%—90%的效率传递给清水，使染色用水水温有效提高20℃—30℃，从而达到降低蒸汽消耗，节约生产成本的目的。同时，由于这项工程在使用中缩短了等待热水升温的时间，可提高生产效率20%左右。

恒田企业根据印染工厂的实际发展需求，引进了该套系统，并于同期进行了相关配套设施的改造建设。经统计，月度用汽量可减少550吨左右，节约成本约11万元，一年可节约蒸汽费用130万元。



达标排放，减少污染

年度内，企业在主要排污口安装的COD在线监测仪、PH监测仪、流量计等设施全部运行正常，运行率100%，经污水处理中心处理后的废水全部达标排放。报告期内企业未发生环境污染事故及环境污染投诉事件，也未因环境污染或违反环境法律法规而受到任何制裁、处罚和控诉。



企业资质与社会认可

年度内，下属印染公司通过了美国AQA公司ISO14001环境管理体系认证，并获得证书；连续四年成为“江苏省环境科学学会理事会会员单位”，先后被评为“清洁生产合格企业”、“能源审计合格企业”。



2011年度主要环保工作目标

目标	指标	管理方案（措施）	进展或绩效
污水排放符合城市污水处理接管指标	1、污水处理达标率 100% 2、COD ≤ 500mg/L, 总量 112.54 吨以下 3、污水排放总量 225.07 万吨以下	1、加强管理,完善污水处理规章制度和操作流程; 2、按照要求规范检测和控制; 3、配置污水流量计和在线检测设备;	1、污水处理设施和设备完善,正常运行 100%,污水达标排放 100%; 2、COD 含量未超过 500mg/L,排放总量 81.77 吨; 3、污水排放总量 163.56 万吨;
防止化学品泄漏	安全存放、运送,中途无泄漏	1、分类存放,制作标识; 2、员工熟悉其性能特点并按规范操作; 3、运输过程中做好安全防漏措施;	制定了化学品泄漏应急预案,并开展防护培训,年内未发生化学品泄漏事故。
一般固体废物处理	综合利用率 100%	1、废助剂桶、废包装袋由供应商回收利用; 2、生活垃圾由当地社区统一处理; 3、煤渣由砖瓦厂收购,用于制砖再利用;	废助剂桶、废旧包装袋全部由供应商到公司回收,社区定期到公司清理生活垃圾,砖瓦厂每月到公司收购煤渣

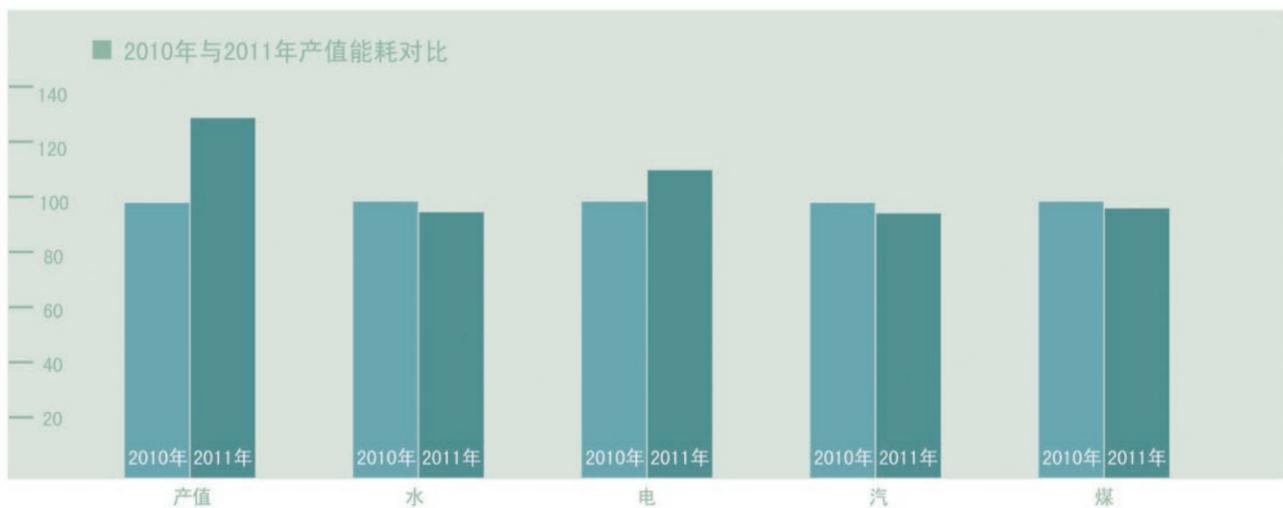
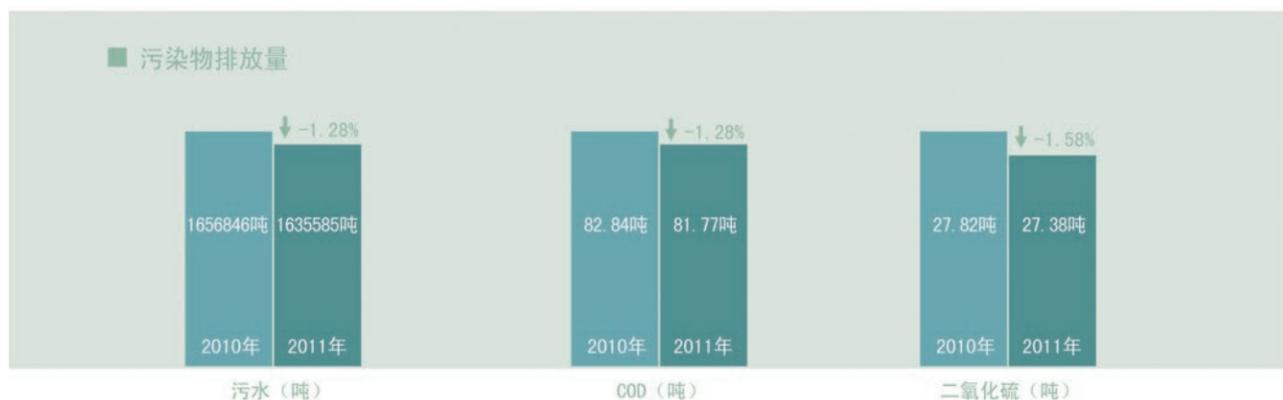
2011 年全年企业排污费总额为 4001085 元, 全年循环利用水总量约 456800 吨, 约占用水总量的 23%。



节能项目改造一览表

控制项目	控制要素	过程与措施
电能消耗	染色工段 车间照明	实施电机变频器改造 改用节能灯代替高压汞灯,增加亮度
水资源消耗	染色工段	进行冷却水、冷凝水的回收利用,节约水资源
蒸汽消耗	染色工段	① 进行冷却水、冷凝水的回收利用,提高染色水温,节省蒸汽,减少染色升温时间; ② 采用染色废水余热回收系统,可节省蒸汽 15%左右,提高染色用水水温,缩短染色升温时间,提高生产效率; ③ 染色加热设备采用优质隔热材料保温,节约蒸汽; ④ 安装染色集中控制系统,规范操作工艺,提高一次成功率,减少返修,节约能耗。



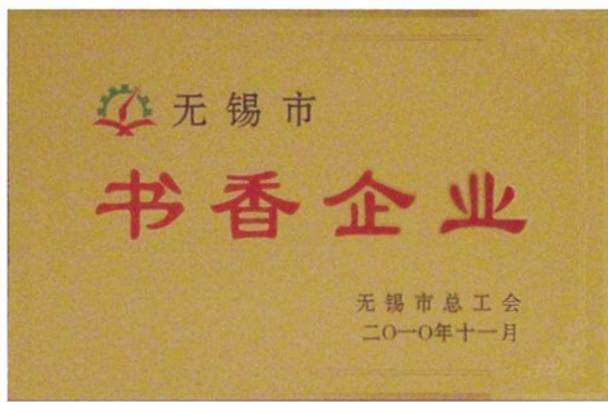


★ 2011年与2010年相比，单位产值能耗下降18.03%。

报告期间，企业无环境污染事故发生，未收到有关环境污染的投诉，也未因违反有关环境法规而受到法律制裁。



恒田企业始终坚持以人为本，尊重员工，维护和保障员工的各项合法权益，主动帮助解决员工最关心、最现实的问题关心员工成长，为员工提供学习和培训提升的机会，并努力为员工创造快乐工作的氛围。企业先后被评为“江苏省模范职工之家”、“无锡市劳动关系和谐企业”、“无锡市十大书香企业”。



员工基本情况

2011年，恒田企业共有在岗员工2262人，均为全日制员工。其中男员工共708人，占员工总数的31.3%；女员工1554人，占员工总数的68.7%。企业员工大部分来自外地，人数约占全体员工的85.9%，本地员工占14.1%。其中外地员工主要由高校招聘的高学历人才、专业技术人员及一线务工人员组成。

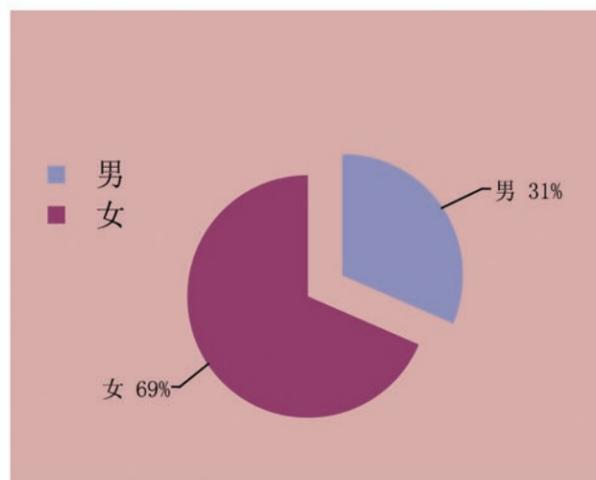
企业共有少数民族员工25人，分别来自哈尼族、蒙古族、拉祜族、苗族、土家族、彝族、壮族和布依族。少数民族员工占员工总数的1.1%。对于少数民族职工，企业在岗位安排上一视同仁，无差别对待；在生活方面给予他们更多照顾，并充分尊重他们的传统习俗和生活习惯。

公司现有未成年工11人，无童工。对于未成年工，上岗前对他们进行了职业安全卫生教育培训及健康检查，并将其安排在没有职业健康危害和安全隐患的岗位，避免让其从事国家规定的第四级体力劳动工作或上夜班、高温作业等。



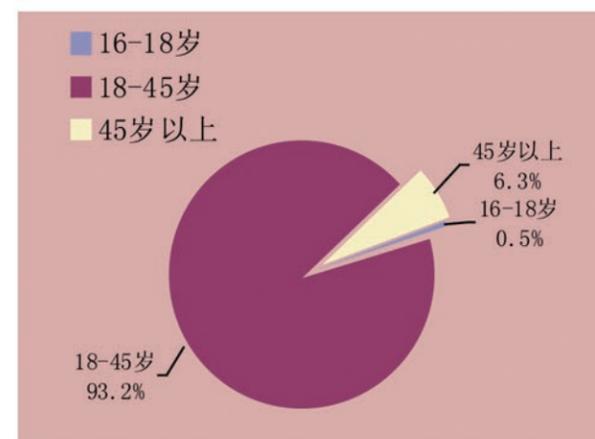
员工性别比：

性别	人数	占职工总数比例 (%)
男	708	31.3
女	1554	68.7
合计	2262	100



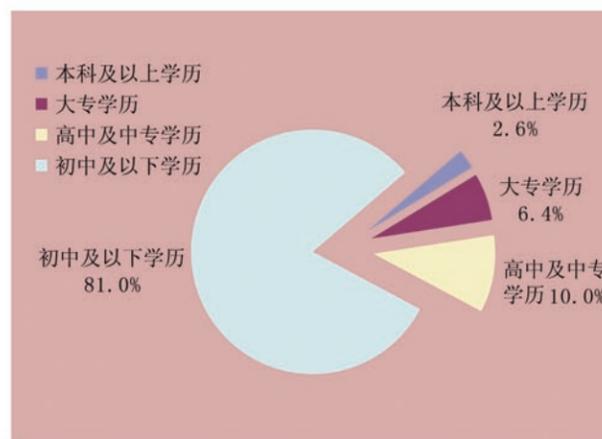
员工年龄分布：

年龄段	人数	占职工总数比例 (%)
16-18岁	11	0.48
18-45岁	2109	93.24
45岁以上	142	6.28
45岁以上	142	6.28



员工受教育程度：

学历	人数	占职工总数比例 (%)	与2010年所占比例相比 (%)
本科及以上学历	58	2.6	+0.4
大专学历	145	6.4	-0.6
高中及中专学历	227	10	+1
初中及以下学历	1832	81	-0.8
合计	2262	100	—





员工权益

用工原则

恒田企业始终坚持平等用工、同工同酬的原则，招聘、使用员工过程中主张男女平等、城乡平等、外地本地平等、民族平等，禁止差别对待员工或歧视员工、骚扰员工，禁止招收童工。报告期间，企业未收到员工因民族、种族、性别、宗教信仰等不同而在薪酬福利、培训、晋升、解聘、退休或续订劳动合同等方面受到歧视的投诉，也未收到员工关于骚扰（包括性骚扰）、体罚、虐待、实施不适当的惩戒措施等方面的投诉。

劳动合同

企业严格遵守和执行《中华人民共和国劳动法》、《劳动合同法》，并在此基础上建立了与国家法律相一致的企业劳动用工管理制度。员工通过合法程序应聘入司后，在平等自愿的基础上，企业与之签订劳动用工合同，合同签订率 100%，其中中长期（三年及三年以上）合同签订率占签订合同总数的 27%。年度内未发生基于劳动合同的劳动纠纷。

员工薪酬

本着合法性、科学性、激励性和公平性原则，企业制定了规范的薪酬管理体系和业绩考核标准，为员工支付合理的薪酬，并于每月 25 日前通过银行转帐，按时足额发放员工工资，从无拖欠工资现象，员工平均收入高于当地最低工资水平。此外，企业建立了工资增长机制，每年参考社会物价水平和行业薪酬水平调整薪资增幅。近年来，企业职工工资总额一直保持持续增长态势，其中 2011 年较 2010 年增长 25.1%。

劳动时间

针对纺织服装、印染行业工作特点，企业对车间员工实行综合计时工作制，办公室人员实行标准计时

工作制，工作时间符合国家及地方相关规定。全体员工依法享受法定假日及年假等有薪假期，以及病假、产假和婚丧假期。2011 年，公司无强制劳动或强迫员工加班的事件发生，也未收到关于劳动关系方面的投诉、举报或处罚。

员工福利

缴纳社保

企业为员工缴纳了养老、医疗、工伤、生育、失业等社会保险。

发放节日 / 生日礼品

报告期内，企业分别在端午节、中秋节、春节等中国传统节日为全体员工发放了节日礼品，并在三八妇女节举行女职工座谈会，为女职工发放了节日礼品。此外，每一个员工生日时，都会收到有总经理签名祝福的生日蛋糕或鲜花，每月员工生日名单也会刊登在企业报上，企业同时还通过每周三次的内部广播为过生日的员工送去歌声和祝福。

提供免费餐宿

工作期间，企业向员工提供免费工作餐，并免费为单身员工提供集体宿舍，为双职工家庭提供夫妻公寓，所有宿舍和公寓均配备了空调、衣橱、晾衣架、写字桌、方凳等生活设施，员工人均居住面积达 6 m²。为丰富员工业余生活，企业还在生活区内开设了职工书屋、篮球场、网吧、电视房等，并配备了单双杠、太空漫步机等运动健身器材。

高温补贴

夏季高温时节，对在一线工作的员工给予高温补贴，连续补贴 4 个月，同时发放了仁丹、风油精、毛巾、蚊香、花露水等防暑降温驱蚊用品，并每天提供大麦茶、绿豆汤等清凉消暑饮品。



民主管理

企业工会作为“娘家人”，始终牢记自身职责和使命，充分发挥工会维护职工权益的基本职能和架设企业与职工沟通平台的桥梁纽带作用，切实开展各项工作，促进企业、职工在共同发展中实现互利共赢，为构建新时期企业与员工的新型合作关系发挥着有力的作用。

年初，企业工会组织召开了一年一度的职工 / 会员代表大会，工会主席就年度工会工作做了报告。会上就工资集体协议、劳动安全卫生协议及女职工特殊保护协议等内容进行讨论和协商，并由工会出面，代表职工与企业签订了上述协议，同时对上一年度协议执行情况进行了审议。6 月份，开展了工会换届选举，成立了新一届工会委员会，产生新一任工会领导班子，并明确了职责，新任工会主席对后一阶段工会工作进行了部署。

为最大程度地保障员工参与民主管理的权利，企业充分利用晨会、交班会、员工座谈会、月度经营会等会议，向员工宣传、讲解有关企业制度调整、内部人事任命等涉及员工利益和员工关心的问题，并主动解答员工提问，听取员工合理化建议，与员工开展无障碍沟通交流，增加管理透明度，增强员工的参与意识和主人翁责任感。

凭借卓有成效的工作，恒田企业工会年内获得了上级工会的诸多肯定。3 月，企业被锡山区总工会命名为“女职工素质教育示范点”，并挂牌；下属服装工厂两个车间分别被江苏省总工会和锡山区总工会授予“模范职工小家”以及“工人先锋号”的光荣称号；另有两名员工分别获得无锡市总工会授予的“女职工创新创业成果奖”和锡山区“巾帼标兵”；企业也在由锡山区总工会倡导发起的“企业、职工、工会深化共同提升行动”活动中获得先进单位奖。



女职工素质教育示范点揭牌



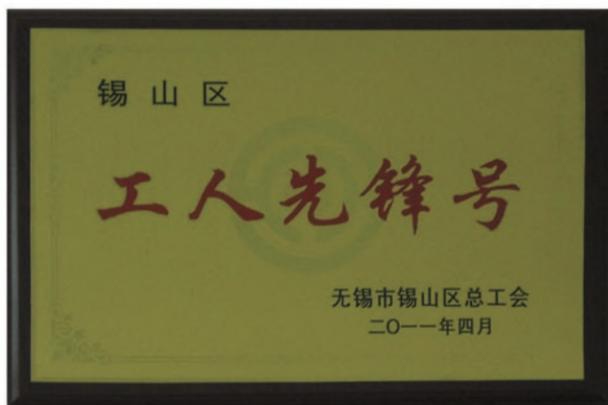
深化共同提升行动先进单位



工会高温慰问



模范职工小家



工人先锋号

2011年，企业从工会账户上支出的用于节日福利的费用 68.6 万元、培训费 35 万元、餐费补贴 231.7 万元，活动及其它开支 48.7 万元，总计 384 万元。

年份	节日福利费 (万元)	培训费 (万元)	餐费补贴 (万元)	活动及其它开支 (万元)	合计 (万元)
2009年	33	10	207	19	269
2010年	38	10.5	268	21.5	338
2011年	42.6	19	293.7	28.7	384

员工发展

恒田以五个“不唯”的独特用人理念招揽和培养人才。

五个“不唯”为：不唯学历、不唯文凭、不唯工作经验、不唯男女老少、不唯本地外地。



为帮助进入企业的年轻人最大程度地发挥自身潜能，施展各自才华，恒田企业建立了一整套培养育人和用人留人的机制，为有志发展的员工提供了良好的成长提升平台。在对员工的培养上，企业立足长远，注重对员工各方面能力的锻炼与提升，帮助员工进行职业发展规划，促进员工形成寻求自我提升和发展的主动意识，打造公司与员工互利双赢的格局。

企业将人才梯队的建设作为一项长期的战略任务，一方面大力开展职工教育培训，提高职工职业技能水平，提升职工综合素质，另一方面本着任人唯贤、能者上的用人理念，将工作能力强、努力追求进步的年轻人提拔到相应的管理岗位。此举在企业内部营造了公平、公正的良性竞争氛围，也为更多员工的健康成长提供了可靠的制度保障和正确的方向指引。2011年，共有 4000 余人次的员工参加了企业组织的各类培训，60 余名各级人员在职务、级别上得到晋升，另有 5 名高层管理人员先后进入复旦、上海交大等高校进修。年内企业与华东大学建立了校企合作关系，成为该校研究生 / 大学生社会实践基地，为双方人才交流进修提供了又一个平台。

企业还通过开展户外拓展活动，磨练员工心志，铸造团队精神，让干部职工在共同克服困难、相互协作支撑中树立起团结合作的团队意识，在心理和精神上得到成长。

企业同时长期坚持开展月度优胜班组评选、季度优秀员工评选和半年度(年度)先进个人 / 优秀团队评选，2011 年还新增了“月度技术之星”评选。通过对职工进行同工序生产的比拼，综合质量、速度、手势、岗位 6S、产量等指标进行考核，评选出技能素质兼优的月度技术之星。该项活动极大地鼓舞了广大员工争先赶超的热情，暗藏的潜力得到很好的挖掘，在企业中形成了你追我赶、力争上游的良性竞争氛围，员工技能和素质也在无形中得以提升。

除此之外，恒田工会还与东北塘街道工会共同举办“针织服装企业技能操作比赛”，邀请同行业兄弟单位共同参与，为职工提供了同台竞技、相互学习、共同提升的平台。活动受到广大职工的热情欢迎和支持，企业也通过这样的活动，鼓励广大职工向着知识型、技能型人才方向发展，激发了广大员工敢于争先、努力奋进的意识。



新官上任



技能竞赛



培训现场



年度主要培训课程一览表

课程类别	课程项目	培训对象	参训人数
入职培训	企业文化、制度、礼仪、安全生产沟通与执行	新员工	1014
		新员工	1014
员工管理	员工心态管理	现场主管、人事管理	69
	90后员工管理	现场主管、人事管理	69
	车间现场改善与新一代员工管理	车间主管、基层班组长	118
能力提升	一流员工的基础沟通	基层员工	126
	班组长工作态度与认知	基层班组长	125
	一线主管职业心态	班组长、车间主任	56
	责任胜于能力	各级管理干部	297
	时间管理	各级管理人员	84
市场营销	营销技巧与商务谈判	营销、业务人员	42
	商务礼仪	营销、业务人员、各级管理人员	53
	市场营销	营销、业务人员	42
	对外高效沟通	营销、业务人员	106
生产管理	精益生产	生产主管、品管人员	55
	品质管理	现场主管、品管人员	55
	耗能设备操作与能源节约	现场主管、领班、一线员工	300
专业知识	面料织造基础知识	业务、采购、技术人员	62
	颜色管理及常见问题解析	染部主管、技术人员	30
	物性检测	技术人员	12
	染整工艺原理	染部主管、员工	48
	常见布种常规染色问题的发生原理及处理方法	染部主管、员工	48
	常见布种定型工艺及后整理标准定型基本知识	后整理主管、员工 后整理主管、员工	23
实务操作	简报与写作	内部通讯员	51
	班组长如何召开晨会	基层班组长	92



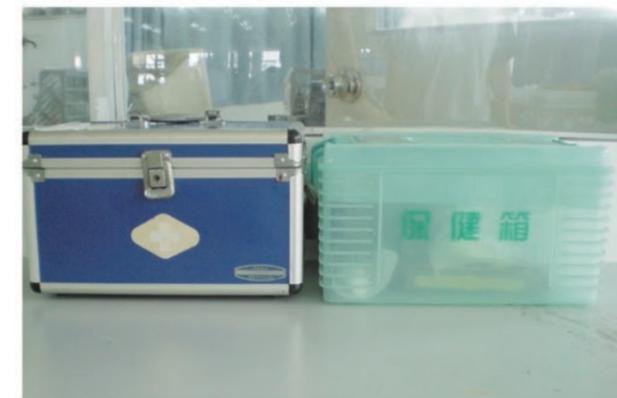
职工健康与安全

“安全是一项需要企业上下长期倾注心力去重视和开展的工作，任何忽视安全的思想和行为都可能引发无穷的后患。”这是恒田企业广大干部职工的共识。正是在这种认识的基础上，企业上下一直本着“安全至上，以人为本”的宗旨开展生产经营活动，对员工的安全教育和日常安全监管也成为了一种常态，并从环保、健康及安全生产的角度出发，建立了员工职业健康与安全管理综合体系。

企业在安全生产管理、员工健康安全保护等方面建立了完善的制度，制定了具体的措施和要求；建立了安全生产及消防管理台账和事故处理、救援预案；实行安全工作领导负责制和安全人员持证上岗制；每月定期开展安全大检查。年度内通过开展百日安全竞赛，强化了员工安全意识，促进了企业安全管理。

为了给员工提供一个健康、安全的工作环境，公司在大部分车间安装了中央空调，印染工厂配备了良好的通风散热设施设备。主要染料助剂都有MSDS报告，给染整车间员工配备了绝缘手套、绝缘胶鞋、口罩等安全防护用具，为成衣工厂裁剪、缝制员工配备了如钢丝手套、口罩、护眼板等各类安全用品及装置，并在每个车间设立了医护角，配备了医药箱，以充分保障员工的身体健康及安全。特种设备按照国家相关规定进行安全及性能的年检，锅炉、电工、水自理、危险化学品保管员等特殊工种岗位员工全部持证上岗。

6月份，无锡市安全生产监督管理局对恒田结果报告和员工体检结果表明，恒田印染工厂的工作环境是安全的，生产中所使用的染料、助剂等物品也是环保无毒害的。



医药箱



安全防护管理



安全使用枪水图示



百日安全竞赛

百日安全竞赛是恒田企业开展范围最广、参与人数最多、持续时间最长，且每年都要开展的安全活动，企业各级领导均给予了十分的重视。具体内容包括：

- **前期安全宣传。**充分利用横幅标语、宣传画、宣传栏、广播、报纸等进行生产、消防及交通等方面安全知识的宣传与警示，引导全员参与安全生产，让安全第一的意识深入人心。

- **完善台账管理。**建立健全安全管理组织网络，完善安全台账管理，要求组织成员到位，职责明确；台账内容完整，记录详实。

- **实行领导负责制。**严格执行公司制定的安全生产管理制度、设备操作规范和 -1 操作流程，各岗位逐级签订安全责任书，安全责任落实到人。

- **组织全员安全学习。**利用晨会、交班会和业余时间，组织员工学习包括生产、消防、交通三方面内容的安全学习材料，讨论安全方面存在的问题，引导员工自觉将安全作为己任，不断强化安全意识。

- **开展全面安全教育。**除组织员工对书面安全知识学习外，还积极组织员工参与公司开设的安全生产、安居防火、交通法规、紧急疏散、逃生避难等公共培训课程，以及对灭火器、消火栓等消防器材使用方法的学习，使员工在理论与实际相结合的基础上，真正掌握实用的安全知识与技能。

- **组织安全知识考试。**为检验员工学习安全知识的成果，由公司统一编制包括生产、消防、交通在内的安全知识面试题，从各部门、条线中随机抽选人员组织考试。对考试成绩优秀的参考人员进行通报表扬，对成绩不合格的员工进行批评，并要求重新学习，另行补考，以加强员工对安全知识学习与运用的重视。

- **组织开展紧急疏散演练。**此举的目的在于训练员工（特别是新进员工）认识了解安全逃生图，明确自身方位及遇到突发事件时的逃生方法、逃生路线以及自救方法。3 月份和 9 月份，企业共组织 2 次紧急疏散演练，员工的逃生自救能力和有序疏散的心理素质得到了锻炼。

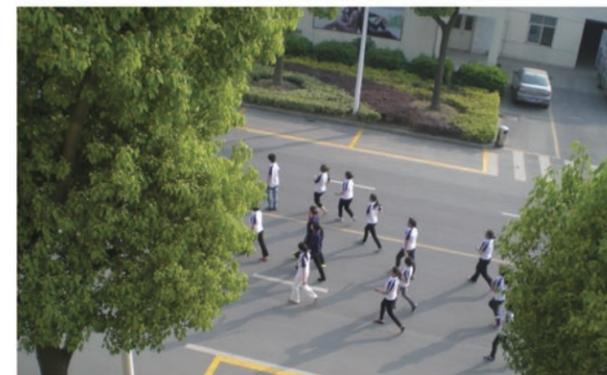
- **开展化学品泄漏应急演练。**这是针对印染工厂员工开展的演练。通过模拟化学品泄漏和紧急应急处理，增强员工防范意识，了解和掌握预防、处理化学品泄漏事故的知识及方法。

- **组织全面安全检查。**按照常规，每月由各事业部组织开展一次全面的内部安全检查，以及时规避和整改各种安全问题。对查出的问题除进行相应的安全扣分外，还将通报批评，并对相关责任人和主管领导予以处罚。

- **开展年度安全知识竞赛及消防演练比赛。**9 月下旬开展了年度安全知识竞赛及消防演练比赛，对企业员工所掌握的安全知识及消防技能进行综合检验，并对年度内获得安全竞赛优胜奖的团队和部门进行了表彰奖励。百日安全竞赛至此结束。



安全知识竞赛现场



疏散演练

企业利用报纸、广播、宣传栏等，向员工宣传和提供生活保健常识及流行疾病预防知识，从细微之处关怀员工健康。5 月份，企业联合当地妇联和社区医院为企业女职工开展妇女病检查，1000 多名女职工接受了检查；11 月份，还由恒田工会出面，邀请无锡市妇幼保健院专家上门，为企业女职工举办了一堂女性健康知识讲座，受到女职工们的热烈欢迎，被称为是“最贴心的关怀”。



妇检



女职工健康知识讲座

年度内，企业未发生职工患职业病的事例，也未发生重大安全事故和劳动纠纷，未因违反职业健康与安全相关法律法规而受到行政处罚。



员工活动

2011年,企业三个事业部共组织举办了3场职工运动会,5次户外拓展,5次参观旅游,并开展了通讯员评比表彰、演讲比赛、节日联欢等各类文体活动,丰富员工生活,满足员工精神追求。

恒大制衣公司员工拓展



制品事业部中层干部拓展



歌迪公司员工拓展



制品优秀员工游锡惠公园



面料优秀员工野外烧烤



恒诺员工游乌镇



制品事业部运动会



面料事业部运动会



歌迪公司运动会



百日安全竞赛



面料消防演练



制品消防演练



忘年会上获奖的幸运儿



联欢会上尽情欢唱



团团圆圆“年夜饭”



“圣诞老人”发放礼品



通讯员表彰



演讲比赛





开办职工书屋, 打造书香企业



为丰富广大职工的精神文化生活, 在企业中营造浓浓的书香氛围, 恒田建成开放了职工书屋。书屋先后投入近 10 万元, 购置了适合不同层次员工阅读的图书 2500 余册, 内容涉及政治、军事、文学、哲学、管理、科学、专业技术、生活保健等 20 余个品类; 并订阅了《读者》、《知音》、《江南晚报》、《无锡日报》、《江苏工人报》、《中国安全生产》等多种杂志和报刊。职工书屋每周对员工开放, 企业配备了专门的图书管理员, 负责书籍的管理和维护。此外还开设了电子阅览室, 配备了 20 多台连网电脑, 为喜欢业余上网冲浪的员工提供了条件。

贴心关怀, 解除员工后顾之忧

此外, 企业在每年春节放假前, 都会专门安排一批人员负责为员工购买返乡车票, 保证每一个外地员工不至于因买不到车票而不能回家与亲人团聚; 同时给予外省员工给予多放三天假的特殊照顾, 让他们有更多时间在家与亲人共享天伦之乐。

企业还通过年节慰问、金秋助学等方式, 对家庭因病、因残致贫的困难职工进行扶助, 为他们解决实际困难; 为外地员工子女在本地入学联系学校, 并将他们有就业需求的家属安排在企业中合适的岗位, 解除职工的后顾之忧。



爱心被褥，让梨园小学的孩子们温暖过冬

12月9日，一批由恒田企业捐助的被褥从无锡快车发出，送往云南省曲靖市会泽县迤车镇梨园小学。据悉，该校由于地处偏远，周围学生离校最远的有20多公里路，因此学生多半在校寄宿，并需自带被褥。但因当地经济较为滞后，贫困学生较多，相当部分学生在冬天没有多余的被褥铺床，只能在纸板或草垫上铺一张床单御寒。恒田企业得知这一消息后，及时向当地教育部门核实了情况，并与校方取得了联系。在了解到校方现阶段的实际需求后，迅速安排相关部门采购了200条棉被和褥子，并于当天通过物流公司送往云南昆明。由于交通不便等原因，无锡的物流车辆无法直接将被褥送往该校，恒田企业于是通过下属歌迪公司驻昆明办事处联系当地车辆，负责转接。12月26日，该批捐赠物品顺利送达梨园小学，并分发到孩子们的手中。梨园小学的孩子们，你们可以拥有一个温暖的冬天了。



义务献血，唤醒人间真情

2月27日，过建华、郁舒银、王红红、季晓云等10名员工响应企业号召，主动报名参加东北塘义务献血活动，这些人员中既有一线员工，也有各级管理干部。多年来，恒田企业坚持每年组织干部员工参加当地的义务献血活动，以大爱之举为社会奉献一份爱心，一片真情。



组织捐款，为重病员工献爱心

1月份，恒田纺织品公司员工王学珍身患骨癌，并已到晚期。因其家境较贫寒，治疗较为困难。公司领导闻讯后，发动全体干部职工为王学珍同志募捐，共筹集爱心款近3万元，同时向当地慈善机构寻求帮助，为其争取到部分救助金，并及时送到患病员工手上，为躺在病床上的员工及其家庭送去了温暖和有力的支持。

捐资助学，支持地方文化教育

6月，董事长韩春先生受聘担任当地东北塘实验小学红领巾基金理事会理事和校外辅导员，并捐款2万元作为红领巾基金，校方颁发了聘书和捐款证书。

11月，为驻地农坝村小学捐助教学电脑一台，价值4000余元，校方颁发了证书。

2010年和2011年，连续两年为所在社区锡剧团资助演出费4500元，支持地方文化艺术事业。



前景与展望

HANDA CSR 2011

展望未来

对众多纺织企业来说，2012年将是更加具有挑战性的一年。从大的方面看，中国的纺织行业外部环境不容乐观，欧美债务危机等因素也将给我们带来不良的影响。尤其近年来，中国的劳动力成本、能源、资源价格不断提升，外部环境对于企业自身的要求也越来越严格。如此形势之下，纯粹的加工制造已没有出路。中国纺织企业必须要在产业链、价值链中提升自己，通过品牌、科技的提升提高产品附加值，同时不断增强自主创新能力，调整产品结构，保持和增强产品生命力和竞争力，如此方能获得产业的可持续发展，维持企业履行社会责任的能力。

在全球经济均不景气的大背景下，也并非毫无机遇可言。对于恒田企业来说，提升管理水平和生产效率，加强人才培养、供应链管理和品牌建设将是我们应对经济寒冬的明智之选，也是推动企业运营升级的重要机遇。2012年我们将重点加大对能提升生产效率和产品升级的固定资产的投资，积累资本力量，提升企业利润，增加员工收入，推进企业持续平稳向前发展，从而进一步增强自身更好地履行社会责任的能力。

在品质管理方面，我们将始终坚持高品质的目标定位，完善品质内控标准及客户质量标准，严格按ISO9001体系标准有效运行，同时加强对品管人员的培训和与客户方的沟通，确保将最优质的产品及服务提供给客户。

产品开发和技术创新方面，我们将坚持走自主创新之路，不断开发适应市场需求、引导市场消费的新产品，尤其是新型绿色环保产品，积极开发运用新材料、新面料及新的加工工艺，通过价值链的提升巩固和拓展市场份额。供应链管理方面，我们将建立和完善供应商定期评价、定点管理及末位淘汰机制，巩固与优质供应商的长期战略合作关系，扩大外协合作能力；同时加强供应链管理，与供应商开展定期沟通与磋商，严把原辅材料进货关，确保质量安全，降低原辅材料不良率。

环境保护方面，继续坚持高效益、低排放的发展理念，通过主动淘汰落后产能，引进改造新型智能设备，推广应用节能降耗、清洁生产、能源回收等技术，不断减少“三废”排放，不断改善和减少对周边环境的影响。

品牌经营方面，打造专业化的品牌运作团队，本着“进中求稳、突破发展”的经营理念，在发展中适时调整，在调整中不断发展，不断提高品牌知名度和国际影响力，打造真正让中国人自豪，让市场和消费者认可的“中国创造”、民族品牌。

人才管理及团队建设方面，将加快实施人才战略，大力引进和培养技术人才、营销人才及企业管理人才，完善人才选拔、培养、激励、晋升机制，打造具有凝聚力和战斗力的员工队伍，为人才提供施展才能的空间和舞台。效益提升方面，将进一步强化全员效益观念，提高精益生产能力，加强内部管理，完善岗位流程，打造专业化人才队伍，追求效益最大化。

2012年，我们将在充分预估分析客观经济形势和市场环境的基础上，冷静面对机遇与挑战，一方面大力提升企业核心竞争力，以创新精神创造经济价值；另一方面将社会责任战略融入企业发展战略之中，遵循社会责任方针，进一步推进企业社会责任建设，完善畅通与各利益相关方的沟通渠道，接受各方监督，倾听各方意见与建议，持续改进，促进与各利益相关方的和谐发展、共生共赢，以负责任的态度创造社会价值。



中国纺织工业联合会
恒田企业有限公司2011年度企业社会责任报告
鉴证声明

鉴证目的

中国纺织工业联合会（以下简称“联合会”）应恒田企业有限公司（以下简称“恒田企业”）的要求，对《恒田企业有限公司2011年度企业社会责任报告》（以下简称《报告》）执行鉴证工作。《报告》披露的所有数据和信息全部由“恒田企业”提供。联合会派出报告鉴证专家通过鉴证《报告》的数据和信息及其收集、分析和过程，对《报告》所披露数据和信息的全面性、客观性、适宜性、响应性和发展性提出鉴证意见。

鉴证范围

鉴证对象是《报告》在2011年1月1日至2011年12月31日范围内，所披露的数据、信息和管理支持系统，及其收集、分析和汇总等相关过程的质量和可靠性。鉴证现场为江苏省无锡东北塘恒田工业园区生产现场，与其相关部门进行访谈沟通，未访问关键利益相关方。

以下信息排除在鉴证范围之外：

- 信息披露期限之外的数据、信息及活动；
- 关于“恒田企业”的立场、观点、信仰、承诺、目标和未来意图的陈述；
- 通过第三方财务审计的财务数据和信息。

鉴证方法

鉴证过程包括如下活动：

- 通过互联网等方式，获取外部公开数据和信息；
- 访谈鉴证现场相关工作人员；
- 评审文件和数据记录等证据鉴证；
- 数据收集和统计系统的抽样鉴证；
- 评价信息的收集及相关管理流程。

鉴证活动根据《中国纺织服装企业社会责任报告验证准则》（CSR-VRAI）和《中国纺织服装企业社会责任报告验证准则关于联合会鉴证的补充规定》进行，同时参考《中国纺织服装企业社会责任报告纲要》（CSR-GATES），鉴证活动是基于联合会认定的合理的而不是绝对的基础上进行策划、实施及给出结论。同时评价《报告》内容的全面性、客观性、适宜性、响应性和发展性。

鉴证结论

- 《报告》所披露数据和信息的来源是可靠且客观的，联合会在鉴证过程中没有发现重大系统性或实质性错误；
- 联合会针对“恒田企业”在《报告》的编制和企业社会责任管理方面需要进一步完善的意见和建议，请详见“改进建议”。

全面性

《报告》中披露了恒田企业有限公司2011年度的主要企业社会责任绩效信息。但审核组仅限于对无锡东北塘的生产现场的相关信息进行现场审核，至于其他的相关现场则无法进行现场审核；报告的指标数量基本满足CSR-GATES的要求。

客观性

《报告》披露的恒田企业社会责任绩效信息，考虑了对主要利益相关方的影响，信息具有可追溯性。但宜进一步完善对员工权益、环保、员工健康安全方面和供应链管理的关键数据的收集和统计，使用量化的指标反映企业社会责任绩效的变化趋势。

适宜性

《报告》披露的恒田企业社会责任绩效信息，反映了企业的行业特点和产品特性。但宜将企业社会责任的管理理念融入到恒田的品牌和战略特色中，充分发挥现有管理体系的作用，并逐步拓展相关体系的绩效，逐步披露相关实质性的数据，以提高报告内容的适宜性。

响应性

《报告》披露了与利益相关方的沟通方式，对利益相关方关注的部分问题进行了响应。但宜制定平衡利益相关方利益的原则，系统地响应利益相关方关注的问题。

发展性

《报告》披露了在外环境变化的情况下，恒田对未来发展的展望。但宜制定量化的目标，以体现恒田企业社会责任绩效的发展趋势。

改进建议

联合会鉴证过程中，针对“恒田企业”在此次《报告》的管理和编制方面提出改进意见：

- **社会责任理念融入企业发展战略：**在《报告》中恒田企业披露了其使命、愿景和价值观，但缺乏与其发展战略相结合的描述。建议将社会责任理念融入企业的发展战略，制定相应的时间表和路线图，利用考核机制全面提升企业社会责任绩效。
- **管理体系建设：**恒田企业具有多年实施质量、环境管理体系的经验，但在体系的自我完善方面仍然存在改进的机会。建议并通过宣贯、运行、检查、改进的方法确保体系的持续改进。
- **能力建设：**恒田企业的管理层对企业社会责任具有高度的认知，并在资源保障方面给予了大力的支持。同时承诺持续公开披露其企业社会责任绩效。建议通过培训的方式，加强员工在业务活动中社会责任意识。同时建议增加内部沟通机制。
- **有关国际最佳实践：**建议恒田企业未雨绸缪，研究纺织服装企业社会责任的最佳实践，和先进国际管理方法接轨，能够在今后的国际舞台上大显身手。

鉴证独立性、公正性及能力声明

中国纺织工业联合会是全国性的纺织行业联合会，主要成员是有法人资格的纺织行业协会及其他法人实体，是自愿结成的非营利性的社会中介组织。联合会的宗旨是为中国纺织现代化建设服务。中国纺织工业联合会社会责任建设推广委员会是中国纺织工业联合会下设的专业委员会，由处于供应链中的企业、采购商和其他相关机构自愿组成。其目的是联合各方力量宣传和普及社会责任理念、帮助企业提高社会责任管理水平。鉴证人与“恒田企业”无任何利益或冲突关系，鉴证活动是独立的、公正的。

孙瑞哲
副会长
中国纺织工业联合会

二〇一二年六月九号





1. 企业状况与经济指标		报告是否涉及		2011年所在位置
		2010年	2011年	
1.1.1	企业名称、住所和法定代表人	●	●	P1、3
1.1.2	企业的简要发展历程	●	●	P3、5、6
1.1.3	主要产品、工艺、业务与服务	●	●	P3
1.1.4	所有制性质与法律组织形式	●	●	P3
1.1.5	企业组织结构与投资状况	◎	●	P3-4
1.1.6	企业的主要客户与市场	●	●	P3
1.1.7	企业的核心运营地区(国家)及当地的行业发展政策	◎	◎	P3
1.1.8	企业的基础设施、固定资产及其规模	●	●	P3
1.1.9	企业在报告期间获得的主要奖励和社会认可	●	●	P3、6
1.2.1	企业报告期间(或企业选定的期间内)的销售收入、利润总额、收益分配、留存收益及企业净资产收益率、资产保值增值率	◎	◎	P7
1.2.2	企业全员劳动生产率	○	○	
1.2.3	纳税总额及税种细分	○	●	P7
1.2.4	企业在报告期间的经营成本、向投资人支付的投资回报、向银行等债权人给付的借款利息以及向政府支付的税收之外的费用(包括实物投入及免费的专业服务)	○	○	
1.2.5	主营业务因市场环境变化导致的成本增长或收入增长	●	●	P1
1.2.6	报告期间政府给予企业的重大财政(或财政政策)支持	○	○	
1.2.7	员工薪酬总额,及薪酬总额增长率、管理层与普通员工的薪酬分配比例	◎	◎	P7
1.2.8	企业所有的核心知识产权,包括企业所有的品牌、专利与创新技术,以及在报告期内的增长幅度	●	●	P16、28、29
1.2.9	企业在技术研发及品牌推广方面的投入及其占营收的比例	●	◎	P16
1.2.10	企业面临的主要经济风险与机遇及其对企业经营的影响程度	●	●	P1
1.2.11	企业因自然灾害等不可抗力因素而导致的额外财务负担	○	○	
2. 社会责任战略与方针		报告是否涉及		2011年所在位置
		2010年	2011年	
2.1.1	企业的发展战略和价值观(企业文化)	●	●	P9
2.1.2	社会责任在企业发展战略及价值观中的定位	●	●	扉页3、P1
2.1.3	企业最高决策者或管理者关于上述定位的正式声明	●	●	P10
2.2.1	具体的社会责任方针声明	●	●	P11
2.2.2	符合此方针要求且符合企业实际的社会责任行为规范体系	●	●	P9、10



2. 社会责任战略与方针		报告是否涉及		2011年所在位置
		2010年	2011年	
2.2.3	对利益相关方做出的关于遵循上述社会责任方针、行为规范和其它适用的法律法规及社会责任要求的承诺	●	●	P11
2.2.4	在此基础上做出的关于持续改进社会责任绩效的承诺	●	●	P11-12
3. 社会责任管理体系		报告是否涉及		2011年所在位置
		2010年	2011年	
3.1.1	企业对管理体系与社会责任绩效持续改进的认知及制度安排	●	●	P9、11、12
3.1.2	企业最高决策者或管理者任命的负责社会责任事务的高层管理者	●	●	P11-12
3.1.3	企业内社会责任职能的领导或协调机构,以及各部门、层次间社会责任职能、权限的分配方式,或者报告期间所做出的重大调整	●	●	P11-12
3.1.4	报告期间社会责任管理的主要目标与指标	●	●	P13-14
3.1.5	企业最高决策者或管理者为实现上述目标所配置的主要资源	●	●	P11-12
3.1.6	企业对各主要管理者在社会责任资质、能力和经验方面的要求	○	○	
3.1.7	企业已适用的社会责任相关的管理体系与标准认证,参与的劳工、社会与环境倡议以及国内的和国际性的社会责任组织的会员身份	◎	◎	P5
3.2.1	企业规划社会责任管理的方法	●	●	P9
3.2.2	企业各部门、各层次社会责任职能有效性的考核与评价方法	○	○	
3.2.3	对适用的法律法规和其它社会责任要求的识别、获取与传达机制,以及报告期内研究与传达的重要的法律变化	○	○	
3.2.4	企业为提高管理者和员工的社会责任意识而采取的措施,包括对于本大纲第四部分所有指标方面的意识提升措施	●	●	P10-12
3.2.5	企业的社会责任培训制度以及报告期间内对所有管理者及员工所作的社会责任培训的次数、平均受训时间及覆盖率及费用支出,包括与社会责任管理体系、风险识别与控制、职业健康与安全相关的各类培训	◎	◎	P11-12
3.2.6	企业在报告期间制定、修改或废止的主要的社会责任管理制度	○	○	
3.2.7	企业促进社会责任绩效的其它管理制度及其效果,尤其是提升生产效率和促进精益管理的制度	●	●	P20-22



3. 社会责任管理体系		报告是否涉及		2011年所在位置
		2010年	2011年	
3.2.8	企业各层次、职能部门的内部交流与协调安排及社会责任风险的监测、预防机制,尤其是接单、销售部门与生产部门、人力资源管理部门、尤其是法律部门之间的协调机制及各部门的主要监控职责	◎	◎	P13-14
3.2.9	企业在应对、解决社会责任紧急情况、事故与危机方面的应急准备制度与应对措施	◎	◎	P31、33、35、39、50-52
3.3.1	企业股东及员工向最高决策者或管理者提出意见和建议的机制与渠道,及使用频率和主要议题	●	●	P13-14
3.3.2	董事会中有无独立董事,以及董事会管理企业的用工、经济、环境和社会事务的机制	○	○	
3.3.3	企业定期评价适用的对有关员工权益、社会和环境的法律法规以及其他相关要求的遵循情况的机制,以及报告期内所作评价的结果概要	◎	○	
3.3.4	社会责任目标、指标完成情况与各部门及其管理者业绩或薪酬的关联方式	◎	○	
3.3.5	企业的社会责任内部审核机制	◎	●	P11-12
3.3.6	企业的社会责任管理评审机制及报告期内主要的、有重大影响的管理评审结果	◎	●	P5-6
3.4.1	企业识别外部利益相关者的标准与程序	●	◎	P11
3.4.2	确认的外部利益相关者	●	●	P13-14
3.4.3	企业收集、接收和处理外部利益相关者意见的机构及程序	●	●	P13-14
3.4.4	外部利益相关者参与企业社会责任管理的途径与方式	●	●	P13-14
3.4.5	报告期内上述途径与方式的利用频率	●	●	P13-14
3.4.6	报告期内外部利益相关者所提出的主要社会责任议题	●	●	P33、35、37-40、46、48-50
3.4.7	企业对上述议题的回应以及据此做出的管理制度变化	●	●	P33、35、37-40、46、48-50
4. 社会责任绩效表现		报告是否涉及		2011年所在位置
		2010年	2011年	
4.1.1	企业的产品安全方针及产品的国家检验状态	●	●	P31
4.1.2	对主要产品和服务的生命周期评价及其对产品安全和健康的影响	○	○	
4.1.3	生产所使用的原料、辅料以及化学试剂等符合国家法律法规和强制性标准的情况的说明	●	●	P31
4.1.4	企业建立并执行的进货检查验收制度的简要说明,包括供货商的经营资格审验、产品合格证明和产品标识查验、产品进货台帐及退回等制度	●	●	P31



4. 社会责任绩效表现		报告是否涉及		2011年所在位置
		2010年	2011年	
4.1.5	主要产品的主要安全因素及生产流程中的安全控制方法	●	●	P31
4.1.6	如果出口产品,企业对产品进口国(地区)的安全标准的识别或合同要求遵循的情况	●	●	P31
4.1.7	企业有关产品安全的企业检测、抽查制度及报告期内的抽查合格率	●	●	P31
4.1.8	产品安全的国家抽查合格率及送检合格率	○	○	
4.1.9	企业的产品召回制度说明及报告期间的召回次数及产品数量	○	○	
4.1.10	获得消费者关于产品安全的信息的渠道,以及报告期内基于安全问题的退货率及消费者投诉次数及处理情况的统计	◎	●	P31
4.1.11	报告期间由于产品或服务违反产品安全或消费者保护法规而受到处罚的情况及罚款总额	●	●	P31
4.2.1	按照年龄段(18岁以下段,18到45岁段及45岁以上段)、性别、来源地区及教育程度划分的员工总数	●	●	P44
4.2.2	按照用工类型(全日制用工、非全日制用工、劳务派遣工等)对员工总数的划分	○	●	P43
4.2.3	(如果企业在境外有分支机构)企业在当地的用工总数与所占比例,以及从当地聘用的高层管理人员的数量	○	○	
4.2.4	企业在报告期间(或过去一年)的员工流动率及按照年龄段、性别及来源地区和教育程度的细分	●	○	
4.2.5	报告期间员工的劳动合同签订率及现行有效的劳动合同按照合同期限(固定期限、无固定期限、以工作任务为期限)的合同细分,以及固定期限合同的期满续签率	○	◎	P45
4.2.6	中长期合同(合同期3年及以上)在签订固定期限合同的员工中的比例	●	◎	P45
4.2.7	劳动合同条款的合法性说明及协商方式	●	●	P45
4.2.8	报告期间企业按照法律规定或合同约定而与之解除或终止劳动合同的员工人数	○	○	
4.2.9	报告期间企业向其支付经济补偿金的解聘员工人数及经济补偿金总数	○	○	
4.2.10	企业禁止与预防童工的程序说明、报告期间发现童工的案例总数以及救济上述童工的支出总额	●	●	P43
4.2.11	报告期内未成年工的数量、所在工种、企业为其提供的职业健康与安全培训以及对未成年工体检的费用投入	●	●	P43



4. 社会责任绩效表现	报告是否涉及		2011年所在位置	
	2010年	2011年		
4.2.12	企业对强迫或强制劳动的政策、报告期间接收到的强迫或强制劳动投诉与举报案件数量及处理情况的说明	●	●	P45
4.2.13	(正常工时制度下) 报告期间生产线员工的月平均工作时数、其中的加班时数及日平均加班时数	○	○	
4.2.14	如果实行综合计算工时制, 生产线员工在综合计算期间的日平均工作时数及周平均工作时数	◎	◎	P45
4.2.15	报告期间生产线员工平均享受的休息日(包括法定节假日)	●	●	P45
4.2.16	企业的劳动定额制度说明及报告期间主要的劳动定额指标	○	○	
4.2.17	企业劳动工资总额占企业总支出的比例、男女员工基本工资的分类统计、企业最低档基本工资超过当地最低工资标准的比例, 以及平均每月支付的加班费总数	○	○	
4.2.18	员工工资依法按时足额发放的比例	●	●	P45
4.2.19	员工工资的增长计划, 尤其是随企业利润成长而增长的比例	●	●	P45
4.2.20	报告期间员工享受病假、婚丧假及产假的案例数及占员工人数的比例	●	●	P45
4.2.21	员工福利待遇支出的分类统计、各类津贴的分类统计	●	●	P45、47
4.2.22	各项福利及津贴的分类覆盖率统计	●	●	P47
4.2.23	员工社会保险支出的分类统计, 包括保险种类、支付金额及分类覆盖率	●	○	
4.2.24	企业内工会组织或职工代表组织的设立、选举、组织变更等情况	●	●	P46
4.2.25	企业内的工会会员数量、报告期内召开会员大会或者会员代表大会的次数, 或者召开职工代表大会的次数	●	●	P46
4.2.26	报告期内集体协商的次数, 协商决议所决定的重大问题及其所涉及的员工的比例	●	●	P46
4.2.27	(如果企业内设有工会) 企业向工会拨缴的经费, 以及本企业的工会组织在报告期内活动开支的分类统计	●	●	P47
4.2.28	企业与工会或员工代表协商签订集体劳动合同的情况说明或报告期内集体合同发生的重要变更	●	●	P46
4.2.29	报告期间工会或职工代表组织开展的员工的企业满意度评测结果	●	○	
4.2.30	企业内少数民族员工、残疾员工、外籍员工数量及所占比例	●	●	P43



4. 社会责任绩效表现	报告是否涉及		2011年所在位置	
	2010年	2011年		
4.2.31	企业为保障少数民族员工和各种宗教教徒员工的民族习俗和宗教习惯所提供的便利措施	●	●	P43
4.2.32	报告期间企业接收的员工因民族、种族、性别、宗教信仰等不同而在薪酬福利、培训、晋职、解聘、退休或续订劳动合同等方面受到歧视的投诉数量	●	●	P45
4.2.33	报告期间企业接收的员工关于骚扰(包括性骚扰)、体罚、虐待、不适当的惩戒措施的投诉数量	●	●	P45
4.2.34	企业关于防止歧视行为和防治骚扰与虐待的制度, 以及报告期间企业对管理者和员工开展的有关培训、宣传及其覆盖率	◎	◎	P45
4.2.35	报告期内企业在员工关怀及员工职业发展方面的主要做法和投入情况, 包括相关技能与知识的培训次数、时间和覆盖率	●	●	P47-55
4.2.36	报告期间企业在改善员工工作环境及生活条件(宿舍、食堂、文体设施等)方面的总投入及类别细分, 包括员工的平均居住面积	●	◎	P22、45、55
4.2.37	企业对职业健康与安全的危险辨识、风险评估和风险控制措施以及报告期间企业内的主要危险源个数及控制	◎	◎	P50-52
4.2.38	企业负责人安全生产资格证及企业安全人员资格证申领率及变更情况	◎	●	P50
4.2.39	特种作业人员持证上岗率、特种设备的定期检验率及更新率	●	●	P50
4.2.40	报告期间发生的各等级安全事故及其处理情况, 尤其是重特大火灾事故、重大设备事故、交通事故、化学品伤害事故和集体中毒事故的次数	●	●	P52
4.2.41	报告期间的工伤事故次数及工伤率、因工致残或重伤率、职业病率、误工率以及因工死亡人数及死亡率	●	●	P52
4.2.42	报告期间传染病、艾滋病以及其它流行性疾病的发病率, 企业关于此类疾病的培训、宣传及其覆盖率	○	○	
4.2.43	报告期间企业的劳动纠纷案件数量以及企业履行劳动纠纷诉讼判决、仲裁裁决的支出	●	●	P45
4.2.44	报告期间企业因违反劳动法律及职业健康与安全相关的法律所受到的行政处罚情况及受到的罚款数额	●	●	P45、52
4.3.1	企业的环境管理体系及环境保护方针说明、环境保护机构建制以及环境保护能力建设	●	●	P37、38
4.3.2	对管理层及员工的环境保护宣传与培训的次数及覆盖率, 尤其是耗能设备操作岗位人员培训率	●	●	P49



4. 社会责任绩效表现		报告是否涉及		2011年所在位置
		2010年	2011年	
4.3.3	报告期间分种类统计的原材料使用量及可循环或再造材料的比例	○	○	
4.3.4	企业所采用的清洁生产工艺, 以及报告期间停止生产、销售或使用的法律法规规定淘汰的用能产品和用能设备	●	●	P37
4.3.5	企业设备和工艺的资源利用率、废弃物综合利用技术和污染物处理技术	●	●	P39
4.3.6	按主要能源种类划分的各类一次能源消耗与二次能源消耗	○	○	
4.3.7	报告期间的工业增加值能耗, 每单位产出耗能量及其与前一报告期间(或年度)相比减少的比例	●	●	P41
4.3.8	报告期间(或前一年度)通过采取节能措施以及提高能源利用效率所节约的各类能源的总量	●	●	P38、41
4.3.9	报告期间使用替代能源与再生能源而节约的能源总量	●	●	P38
4.3.10	报告期间使用原水的总量及单位产出耗水量	●	●	P41
4.3.11	循环利用水及再生水的总量及比例	●	○	
4.3.12	企业的排污申报登记情况说明及排污许可证有效期内(或报告期间)企业各主要污染物排放总量控制指标	●	●	P39
4.3.13	排污许可证有效期内(或报告期间)企业各主要污染物的实际排放量及依据类型、处理方法的分类统计	◎	◎	P41
4.3.14	企业排放的污染物稳定达到国家排放标准的比例	●	●	P39
4.3.15	单位工业产值主要污染物(包括工业废水排放量、化学耗氧量<COD>、二氧化硫、烟尘)排放量、浓度和去向, 以及单位工业增加值主要污染物排放强度	●	●	P41
4.3.16	温室气体排放总量及控制指标	○	○	
4.3.17	控制温室气体排放的措施及其效果统计	○	○	
4.3.18	企业主要排污口安装主要污染物监控装置的情况及运行情况说明	●	●	P38
4.3.19	企业环保设施配备率及正常运转率	●	●	P38
4.3.20	企业废物(废水(液)、废气、废渣)综合利用率, 包括工业固体废物处置利用率、工业危险废物处置利用率	●	●	P38、39
4.3.21	产品包装物和容器的回收利用率	●	●	P39
4.3.22	企业新、改、扩建项目“环境影响评价”和“三同时”制度执行率	○	○	
4.3.23	报告期间企业缴纳的排污费总额, 包括超标排污费的数额	○	●	P39



4. 社会责任绩效表现		报告是否涉及		2011年所在位置
		2010年	2011年	
4.3.24	企业的选址(或新投资地区)及运营对当地生物多样性, 尤其是自然资源及濒危物种的影响, 以及企业建设和生产过程中所实施和采用的水土保持措施与设施	○	○	
4.3.25	企业现有或报告期内获得使用权的土地的利用率, 包括在集约利用土地方面的投资强度、建设期限和容积率	○	○	
4.3.26	企业建成区绿化覆盖率及人均公共绿地面积	●	●	P37
4.3.27	机动车保有量和适用的机动车环保标准, 以及机动车环保定期检测率	○	○	
4.3.28	生活垃圾无害化处理比例	○	●	P39
4.3.29	环境污染治理投入总额、以及在环境管理、污染防治及环境技术开发方面的投入	○	○	
4.3.30	报告期间环境污染事故及造成的影响统计, 以及报告期间企业接收的有关环境污染的投诉次数和处理情况	●	●	P41
4.3.31	报告期间企业受到的环保部门或其它方面的环境保护奖励	●	●	P38
4.3.32	因违反环境法规而受到的罚款数额及其它法律制裁措施的次数, 包括对企业金融信贷的影响	●	●	P41
4.3.33	企业自愿继续削减污染物排放量的承诺以及与环保部门签订的改善环境行为的自愿协议	◎	◎	P37-38
4.4.1	报告期间包含社会责任条款或要求的重要投资协议	○	○	
4.4.2	企业主要的采购商、其主要的社会责任要求及进行工厂查验的采购商的比例	◎	◎	P35
4.4.3	报告期间企业接受的采购商工厂查验的次数、以订单数或供货量计算的社会责任查验的覆盖率	◎	●	P35
4.4.4	报告期间采购商提供给企业的社会责任相关的技术援助或指导的次数及其与工厂查验总次数的比率	●	●	P35
4.4.5	企业在工厂查验方面的总投入及其所占生产成本的比例	○	○	
4.4.6	采购商的平均交货期限、最短的交货期限、短于一个月的交货期的订单比例及总产量	○	○	
4.4.7	企业的社会责任成本在采购协议中的体现方式、企业与采购商在社会责任成本方面的沟通及相关协议的内容	●	●	P33
4.4.8	企业选择供应商的社会责任条件与要求, 及满足条件的供应商的比例	●	●	P33



4. 社会责任绩效表现	报告是否涉及		2011年所在位置	
	2010年	2011年		
4.4.9	按照采购种类统计的企业供应商的数量构成及包含社会责任条款或要求的采购协议的数量及比例	●	◎	P33
4.4.10	报告期间企业对其供应商进行的社会责任指导或技术援助次数及效果	○	●	P33
4.4.11	企业在反不正当竞争, 尤其是在企业自有知识产权方面所采取的法律措施的数量、投入的数量及结果统计	◎	◎	P16
4.4.12	企业因不正当竞争行为所受到的投诉、诉讼次数以及受到的法律制裁措施和赔偿的数量, 包括违反国内外同行业知识产权引起的投诉与诉讼	●	●	P16
4.4.13	企业确保产品广告、促销等活动符合社会责任准则及竞争规则的程序	●	●	P23-26
4.4.14	企业在金融信贷、纳税及履约信用方面的记录、等级及相关利益方的满意度	○	◎	P35
4.4.15	企业在反商业贿赂方面的政策及报告期间对业务人员进行的反贿赂及反腐败培训的次数及覆盖率	●	●	P33
4.4.16	报告期间企业接收到的有关企业业务人员接受或给予贿赂的投诉数及企业及其管理者所受到的与贿赂和腐败相关的法律制裁措施	●	●	P33
4.4.17	企业的定价策略及产品价格在同行业中的相对水平	○	●	P28
4.4.18	企业产品受到国外相关市场反倾销措施的情况及影响统计	●	○	
4.4.19	企业参加的行业协会名称、企业管理者担任的行业协会职务	●	◎	P5-6
4.4.20	企业参与行业标准(及国家标准)的制定与发展的活动及其成果	○	○	
4.4.21	企业对客户信息的保护措施及报告期内信息泄露案例数	●	●	P33
4.4.22	企业支付给受竞业规则限制的前雇员的补偿数额	○	○	
4.5.1	企业在当地社会发展中的一般作用及地位、对当地公共政策的发展及实施的影响与参与程度	●	●	P1、3
4.5.2	为本地社区服务投入的人力数量及资金总量, 包括对当地基础设施、生态、社区公共卫生、传统文化及公共文化活动的各种投入	●	●	P57、58
4.5.3	企业投资的社会公益创业项目、与企业主要业务的联系程度及其效果	○	○	
4.5.4	企业、企业员工组织参与的支持社会弱势群体的社会活动项目、取得的业绩统计, 包括支持妇女、残疾人及儿童发展的项目及受益者人数	●	●	P57、58



4. 社会责任绩效表现	报告是否涉及		2011年所在位置	
	2010年	2011年		
4.5.5	企业参与的防灾、减灾活动及相关投入	●	●	P51、52
4.5.6	企业支持各类教育机构的项目、投入及受益者人数	●	●	P57、58
4.5.7	企业组织、参与或支持的公益科研项目、资金投入及研究成果	○	○	
4.5.8	报告期间企业的各类社会捐赠总额及分类统计(包括物资与资金)	●	●	P57、58
4.5.9	企业员工中志愿者人数、参与活动次数及志愿工作时数	◎	◎	P58
4.5.10	企业参加的社会团体、企业管理者担任的相关职务、缴纳的会费及其它费用的数额	○	◎	P58
4.5.11	企业所获得的社区发展及社会公益方面的奖励与认可	●	●	P58
5. 发展环境与社会绩效	报告是否涉及		2011年所在位置	
	2010年	2011年		
5.1.1	(除法律变化外) 报告期间企业外部发生的影响企业社会责任绩效的社会责任事件	●	●	P1
5.1.2	企业对上述事件所采取的应对和解决方案及其效果	●	●	P1
5.1.3	上述事件对企业社会责任管理能力的影响	●	●	P1
5.2.1	企业内部现存的有利于社会责任发展的因素变化, 和/或对未来一定时间内相关因素变化的预期	●	●	P1
5.2.2	企业外部环境中现存的有利于企业社会责任发展的因素变化, 和/或对未来一定时间内相关因素变化的预期	●	●	P1
5.2.3	企业促进及利用上述因素的规划, 包括具体的目标与措施	●	●	P1
5.3.1	企业内部现存的主要的社会责任风险, 和/或对未来一定时间内相关风险的预期	●	●	P1
5.3.2	企业外部环境中现存的社会责任挑战, 和/或对未来一定时间内相关挑战的预期	●	●	P1
5.3.3	企业应对上述风险与挑战的方案与需求评价	●	●	P1
5.3.4	外部需求评价及对利益相关方的建议	●	●	P1
6. 报告界限与权限	报告是否涉及		2011年所在位置	
	2010年	2011年		
6.1.1	企业对于社会责任报告制度的方针	●	●	扉页4
6.1.2	报告信息所涵盖的时间范围	●	●	扉页4



5. 发展环境与社会绩效		报告是否涉及		2011年所在位置
		2010年	2011年	
6.1.3	报告周期及上次报告的日期（如有）	○	●	扉页4
6.1.4	报告内容范围的界定	●	●	扉页4
6.1.5	数据来源、计算基准与评价依据	●	●	扉页4
6.1.6	对本纲要的引用声明及各具体指标在报告中所在位置的说明	●	●	扉页4
6.2.1	报告的编写部门或机构	●	●	扉页4
6.2.2	报告的内部评审方式及批准机构	●	●	扉页4
6.2.3	企业最高决策者或管理者关于报告内容及数据真实性的声明	●	●	扉页4
6.2.4	企业最高决策者或管理者关于接受利益相关方监督和质疑的声明	●	●	P60
6.2.5	关于报告外部认证或审计的方针及本报告的做法	●	●	扉页4
6.2.6	本次报告在内容范围、采用标准、评估及批准方式方面的重大变化	○	○	
6.2.7	报告的获取方式	●	●	扉页4
6.2.8	关于报告问题的联系方式	●	●	封底

读者反馈意见表

感谢您对此份报告的关注。《恒田企业有限公司 2011 年度社会责任报告》是我们发布的第二份社会责任报告，是在对 2010 年度报告总结分析和听取反馈意见的基础上编写而成。为不断提高我们的报告编制质量，也为了今后更好地向您及各利益相关方提供更有价值的信息，进而推动企业更好地履行社会责任，在此真诚欢迎您为我们提供宝贵意见和建议：

1、您对本报告中哪部分内容最感兴趣？原因是？

2、您最想了解但本报告中未涉及的内容是什么？

3、您觉得本报告的不足之处有哪些（从内容、编排、外观等方面看）？

4、您有哪些好的意见和建议？

5、您的联系方式是？

感谢您的支持和反馈！以上内容您可以复印传真或邮件发送至恒田企业办公室收（联系方式见封底）。