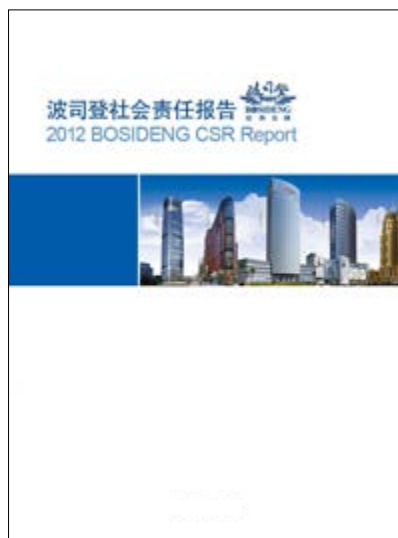


波司登社会责任报告

2012 BOSIDENG CSR Report





公司全称: 波司登股份有限公司

公司地址: 江苏省常熟市波司登工业园区

法定代表人: 高德康

联系电话: 0512-52532888

网址: www.bosideng.com

报告说明

本报告是波司登股份有限公司第二次发布的社会责任报告, 是公司 2012 年度履行经济、环境和社会三大责任的真实反映。今后公司将每年定期发布企业社会责任报告。

报告主体: 波司登股份有限公司。

指代说明: 为了便于阅读, 在本报告中, “波司登”、“公司”均指“波司登股份有限公司”的公司行为; “集团”则指包含且不限于“波司登股份有限公司”在内的波司登集团的公司行为。

时间范围: 2012 年 1 月 1 日至 12 月 31 日。

报告周期: 本报告为年度报告, 每年定期发布公司上一年度的履行社会责任信息。

编写原则: 本着客观、规范、诚信、透明的原则。

内容范畴: 公司履行经济、环境和社会责任的情况。

信息来源: 公司正式文件、统计报告以及所属各部门履职情况汇总和统计, 所有信息均经过公司管理层以及公司各相关部门的审核。

指南参照: 报告按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 年版) (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。

报告撰写: 本报告由波司登股份有限公司编写, 公司社会责任工作领导小组审阅, 公司董事长批准。

报告获取: 本报告提供纸质版和电子版两种形式。

请电邮: jiaoyuhang@bosideng.com

或致电: 0512-52538173 索取, 联系人: 焦宇航。

或在公司官方网站: <http://www.bosideng.com/> 下载报告 (PDF 格式)。

World is Beautiful

《波司登股份有限公司 2012 年度社会责任报告》 编委会

总编

高德康

副总编

高晓东 王文洪 丁建新 徐 诚

编辑组成员

(排名不分先后)

连振良	张庆锋	赵学军	李景霞	王春芳
姚丽红	强晓蓉	应晓月	蒋 健	钱美亚
吴 佳	侯方珍	鞠新红	吴 敏	彭正旺
王晨华	曹宗华	潘建萍	徐雁朋	徐丽亚
徐燕萍	郭晓芳	黄小平	姚 丹	陈志峰

执行编辑

焦宇航



iful Because of You

目录

报告说明	2
董事长致辞	6
第一章 企业概况	8
公司发展概况	9
公司治理概况	9
经营业绩介绍	10
产品结构与市场分布	10
主要荣誉	12
领导关怀	14
第二章 社会责任管理	16
社会责任工作的开展	17
社会责任工作的成绩	18
利益相关方参与情况	19
党建工作	20
第三章 品牌发展	22
品牌成就	23
品牌管理与建设	24
品牌推广	26
品牌时尚	29
国际化之路	31
第四章 价值链管理	36
供应链建设	37
营销渠道建设	39
科技创新与产品开发	41
标准化建设	43
知识产权保护	43



第五章 绿色运营	44
环境保护	45
节能减排	47
安全生产	50
第六章 员工成长	52
员工概况	53
基本权益与民主参与	53
员工培养与成长	54
职业健康与安全	62
第七章 公共事业与公益事业	64
公共事务	65
参政议政	65
拥军拥属	66
公益事业	66
公益荣誉	68
第八章 发展展望	70
附录一 验证声明	72
附录二 鉴证声明	75
附录三 对标表	76
读者反馈表	85

董事长致辞





2012年,在波司登全体员工的共同努力下,我们成功克服了来自经济发展中的各项不利因素,迈出了国际化战略的坚实步伐,企业的经济效益和社会效益取得了长足进步。在此,我谨向公司全体员工,以及所有关心、支持、帮助过波司登发展的社会各界朋友表示最诚挚的感谢。

习近平主席说:“有梦想,有机会,有奋斗,一切美好的东西都能够创造出来。”过去一年间,我们坚持科学发展观,践行企业的社会责任,认真落实、积极进取,全面协调企业与国家、行业、社会、环境、员工、股东等各利益相关方的联系和发展,不断创新、转变思想,用新思维促进企业实现全面可持续发展之路,在稳定增长、满足需求、创新发展、繁荣市场、争创外汇、安排就业等方面,做出了有目共睹的贡献。

我们始终认为,服装行业作为劳动密集型行业,对外联系着广大消费者的美丽生活,对内又承担着众多从业员工的人生梦想,服装企业尤其应该积极履行各项社会责任,应该在社会责任的工作上起到表率作用。

波司登是这样想的,也是这样做的。历年来,我们就非常重视企业在各项社会责任工作方面的投入和执行,2012年以来,在中国纺织工业联合会社会责任推广委员会的帮助下,我们引入了《中国纺织服装企业社会责任管理体系》(CSC9000T)在企业管理中的应用,使得波司登的社会责任工作更加规范化、科学化、有序化、常态化,让波司登的企业公民力量更加坚强有力。

今年,是我们第二次发布企业社会责任报告。报告的发布,既是对过去工作的概括和总结,也是对未来工作的激励和督促。我始终认为:编报告不是我们的最终目的,我们的最终目的是要全面导入社会责任管理体系,在公司内部形成“责任创新、持续发展”的共识,促进与利益相关方的和谐关系,实现商业和社会价值的最大化。借此机会,我代表公司董事会对此次报告发布进行庄重的承诺:董事会对本次报告的真实性和准确性负责。同时,我也希望各方面关心、支持波司登朋友们能继续地关注、帮助波司登的成长和发展,让我们携起手来,为把我们美丽的祖国建设成为服装强国而努力奋斗!

波司登股份有限公司 董事长

高德康



chapter 1 企业概况

“波司登以创新为动力，
以品牌为核心、以价值增长为目标，
全面推进“四季化、多品牌化、国际化”发展战略，
实现了提升品牌价值、开拓两个市场的精彩“蝶变”。
——波司登董事长 高德康”

1、公司发展概况

波司登股份有限公司是以羽绒服为主营业务的多品牌综合服装经营集团，也是中国规模最大、技术最先进的羽绒服生产企业。集团在江苏常熟、高邮、泗洪、徐州和山东德州建有6大生产基地，拥有员工24630人。

波司登是“中国纺织服装领军品牌”，也是国内消费品领域唯一统揽“中国世界名牌产品”“全国质量奖”和“中国工业大奖”的企业品牌。2012年，公司启动“超越辉煌”新一轮战略方案，确立“四季化、多品牌化、国际化，以羽绒服为核心、做强做大羽绒业务”的“3+1”战略定位，提出“成为一家令世人尊敬的世界知名的综合服装品牌运营商”的中长期战略目标，以及“三年再造一个波司登”的短期战略目标。

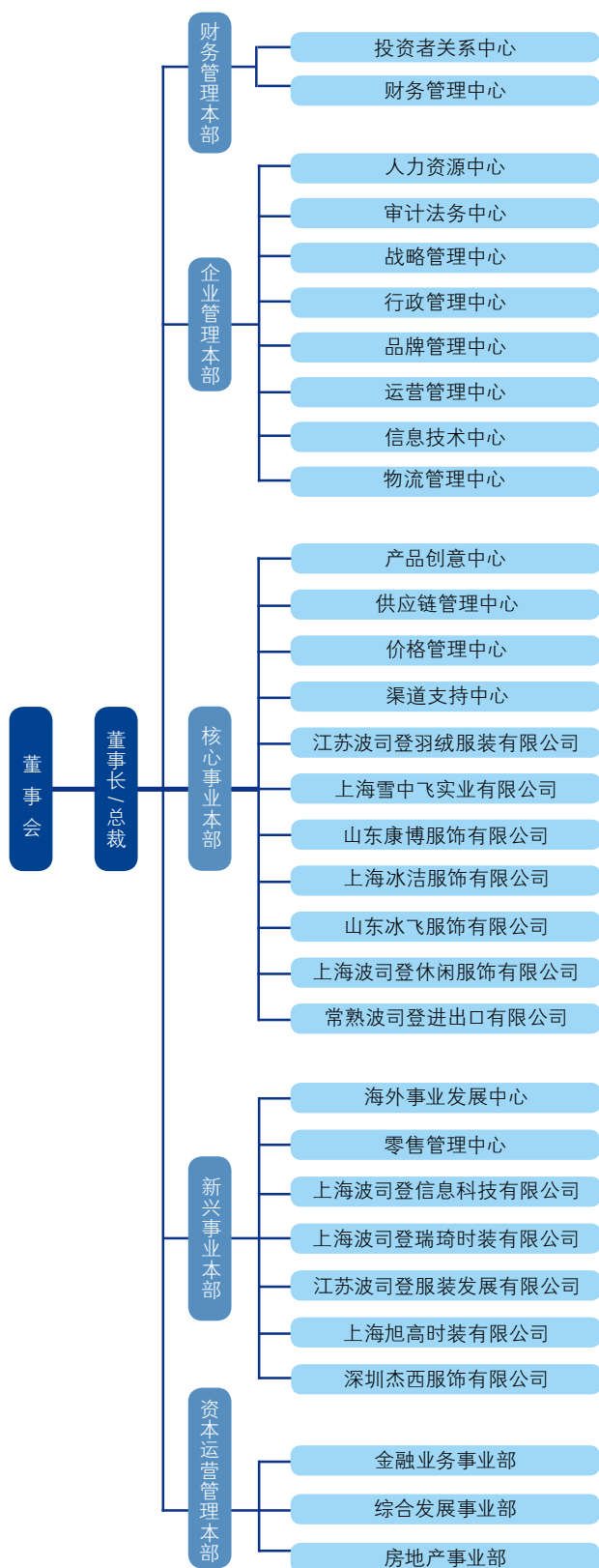
全体波司登人励精图治、开拓创新，成功克服国际经济环境低迷导致的外需下降，以及内需增长趋缓、生产要素成本持续上升等不利因素的影响，积极开拓国内外市场。通过巩固品牌优势、提升产品品质、挖掘细分市场、设立欧洲总部等措施，为促进中国纺织服装业振兴发展、推进中国从服装大国向服装强国的伟大转变做出更大贡献。

2、公司治理概况

2012年，公司严格遵守《中华人民共和国公司法》和《公司章程》坚持具有波司登特色的经营方式全面贯彻推行“卓越绩效”管理思想、管理模式和管理方法，不断完善、优化、提升管理平台，既做到管理规范、科学，又做到支持业务的高速发展，为企业的可持续发展做好保障。

过去一年间，公司优化管理系统、实现品牌经营、开启四季业务、打造零售体系、升级资本运营、探索国际之路、构建梦想舞台，在销售目标、战略规划实施、企业经营治理等各方面取得了长足进步。

公司组织架构示意图



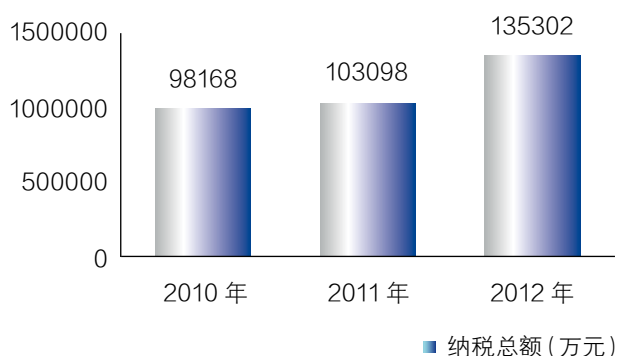
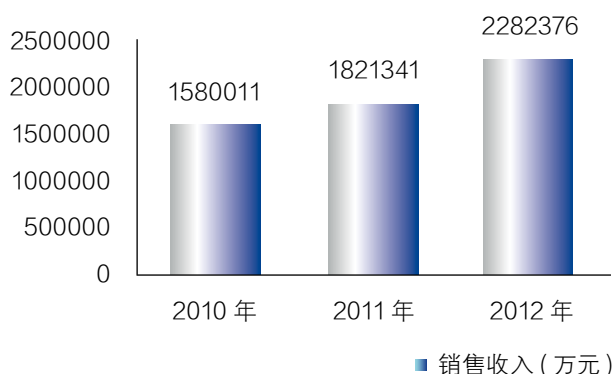
3、经营业绩介绍

2012 年，集团实现销售收入 228 亿元，同比增长 25.3%；在全国各地上缴税收 13.53 亿元，同比增长 31.2%。

截至同年 12 月 31 日，波司登羽绒服连续 18 年（1995–2012）全国销量遥遥领先，连续 16 年（1997–2012）唯一代表中国防寒服发布流行趋势。波司登品牌价值经权威机构评估达 245.08 亿元，名列“中国最有价值品牌”百强榜第

13 位，蝉联纺织服装行业首位；雪中飞品牌价值达 65.76 亿元，名列百强榜第 45 位。中国行业企业信息发布中心的统计数据显示：2012 年公司品牌组合（波司登、雪中飞、康博、冰洁）的总市场份额达 40.1%，较上年增长 5.6 个百分点，继续保持国内羽绒服市场领先地位。

这一系列的业绩，充分展示了公司强大的行业主导力和市场竞争力。



4、产品结构与市场分布

公司主要从事品牌羽绒服产品的研究、设计开发、原材料采购、生产（含外包）以及营销和分销，核心品牌包括波司登、雪中飞、康博、冰洁、冰飞、双羽和上羽等。同时，

为顾客提供产品技术咨询、质量问题处理、退换货等服务。

集团在全国超过 65 个城市独家销售旗下波司登、雪中飞、康博、冰洁、双羽和上羽等核心品牌产品。

波司登中国市场示意图

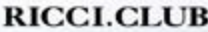


近年来，外资服装巨头大举进军中国市场，国内知名服装品牌纷纷涉足防寒服领域，市场竞争日益激烈。在品牌管理发展过程中，公司也发现了一些自身的瓶颈及问题，主要表现为：品牌定位不清晰、品牌差异化运营不明显、品牌传播缺乏情感诉求、子品牌活力不足、品牌文化略显单薄。为此，公司主动调整升级、创新经营，确立了集团的战略目

标：通过四季化、多品牌化、国际化的有效实施，成长为一家令世人尊敬、世界知名的综合服装品牌运营商。

在做强羽绒服主业的基础上，公司进一步优化产品组合、提升盈利能力，以逐步实现四季化的发展战略。目前通过收购以及自创的服装产品项目包括：波司登男装、杰西女装、瑞琦女装、摩高休闲装等。

集团经营的主要品牌产品（部分）

公司努力探索符合中国品牌的海外扩张之路，目前已成为 Columbia、BOSS、TOMMY、GAP、adidas、The North Face 等国际品牌的合作伙伴，产品成功进入日本、美国、加拿大、俄罗斯、瑞士、英国等国家市场。2012 年 7 月，集团开中国服装品牌在欧美一线城市拓展中高端市场的先例，在英国伦敦设立欧洲总部暨旗舰店。这标志着公司在国际化道路上迈出了实质性步伐，也意味着波司登的国际战略布局正逐步展开。



5、主要荣誉

2012 年, 公司诚信经营、开拓进取, 在人才培养、企业文化、品牌建设、产品品质、质量控制、管理创新、信息统计等方面受到中央政府、行业主管机构、地方各级政府等单位表彰, 彰显了公司的社会认可度, 树立了公司的企业形象。

2012 年公司获得的荣誉列表

荣誉名称	授予单位
全国就业先进企业	中华人民共和国国务院
反腐倡廉理论征文活动中荣获优秀组织奖	中共中央纪委研究室
品牌培育试点企业	工业和信息化部
2012 年度机织服装制造行业销售十强企业 (第一)	国家统计局工业统计司、 中国行业企业信息发布中心
全国纺织劳动关系和谐企业	中国纺织工业联合会
全国纺织民营企业党建工作十佳示范企业	
2012 年度中国纺织服装行业社会责任信息披露示范奖	
2011-2012 年度中国纺织服装企业竞争力 500 强	
2012 重点跟踪培育的中国服装家纺自主品牌企业	
全国两化融合示范企业	中国纺织工业联合会 工业和信息化部信息化推进司 中国服装协会
2011-2012 年度全国轻工行业统计信息直报工作先进单位	中国轻工业联合会
2012 中国民营企业 500 强	中华全国工商业联合会
波司登品牌获 “消费市场华彩 20 年, 中国消费市场最具影响力品牌”	中国商业联合会
2012 年度 “雪中飞” 牌羽绒服列同类产品市场综合占有率第二位	中华全国商业信息中心
2011-2012 年度中国纺织服装行业出口百强企业	中国纺织工业联合会信息统计部
2011-2012 年度中国纺织服装行业主营业务收入百强企业	
2011-2012 年度中国纺织服装企业竞争力 20 强企业	中国纺织工业联合会信息统计部 中国服装协会
2012 年全国服装行业百强企业, 名列 “利润总额” 第 1 名, “产品销售收入” 第 5 名, “销售利润率” 第 58 名	中国服装协会
全省开放型经济先进企业	中共江苏省委 江苏省人民政府
江苏省现代服务业 “十百千” 行动计划 (2012-2015)	江苏省发展和改革委员会
江苏省工业化和信息化融合示范企业	江苏省经济和信息化委员会
江苏省管理创新示范企业	
江苏省用户满意服务单位	江苏省质量技术监督局
计量保证证书	
中国服务业企业 500 强和江苏省服务业企业百强	苏州市人民政府
第一届苏州市长质量奖	
常熟市总部企业认定	常熟市人民政府
消费者最信赖品牌	中国行业企业信息发布中心
2012 年度全国市场产品销售第一名 (波司登)	
2012 年度全国市场产品销售第二名 (雪中飞)	
质量体系认证证书 ISO9001:2008	中国质量认证中心
亚太质量卓越奖	亚洲质量网组织 (ANQ)
中国质量诚信企业	中国出入境检验检疫协会
最具价值投资品牌	中国服装网 中国服装网络盛典组委会
波司登唯一代表中国防寒服品类第十六向世界发布流行趋势	中国国际时装周组委会
2012 中国消费市场最具影响力品牌	第三届中国消费经济高层论坛组委会
2011-2012 年度诚信单位	江苏省消费者协会
2012 波司登品牌价值评价 245.08 亿元	R&F 睿富全球排行榜咨询集团有限公司、 北京名牌资产评估有限公司
2012 雪中飞品牌价值评价 65.76 亿元	

主要荣誉证书(部分)



6. 领导关怀

波司登的发展, 离不开党和国家领导人、各级领导部门和社会各界的关怀支持。近年来, 公司综合实力不断提升, 社会责任贡献突出, 得到了广泛好评。2012 年, 各级政府领导、业务部门及商务考察团多次来司参观考察, 为企业

发展提供了重要指导和智力支撑。

波司登工业园区是全国工业旅游示范点。公司行政管理中心会议接待部的统计数据显示: 2012 年底, 公司工业旅游条线共接待党政代表团、党校培训班、工业旅游等各类考察参观活动 155 批次, 计 4574 人次。



◀ 2012 年 3 月 5 日, 出席十一届人大五次会议的胡锦涛同志与江苏代表团代表们一起审议政府工作报告, 听取了高德康代表波司登发展情况的汇报, 并亲切握手。

▶ 2012 年 4 月 10 日, 中共中央政治局常委、时任国务院副总理李克强在中南海紫光阁接见第七届“中华慈善奖”获奖代表、波司登董事长高德康。





▲ 2012年9月13日, 江苏省委书记罗志军参观江苏国际服装节波司登展厅, 充分肯定波司登在新品开发和推进国际化发展上的创新举措。



▲ 2012年9月13日, 江苏省副书记、省长李学勇参观江苏国际服装节波司登展厅。



▲ 2012年3月18日, 中国纺织工业联合会王天凯会长来司调研。



▲ 2012年10月13日, 江苏省副省长傅自应来司调研经济工作。



▲ 2012年2月13日, 中组部调研组来司调研。



▲ 2012年3月23日, 国家发改委领导来公司调研。



▲ 2012年2月16日, 江苏省政协副主席罗一民来司调研。



▲ 2012年4月2日, 团中央城工部部长徐晓来司调研。



▲ 2012年7月28日, 以张希贤教授为组长的中央党校专家组来司调研企业党建工作。



▲ 2012年8月23日, 常熟市王赐市长调研波司登, 要求具备国际化发展眼光。

波司登企业社会责任报告编制启动仪式暨培训



chapter 2 社会责任管理

“

社会责任不是一项新的工作，
而是要以一种新的理念来开展工作。

企业的社会责任是基于利益相关方参与利益相关方满意、
利益相关方信任的，
企业的可持续发展。

——波司登董事长 高德康

”

1、社会责任工作的开展

在创造社会财富的同时，波司登积极承担企业社会责任，并将其融入到公司的整体发展战略中，使之成为企业发展的重要组成部分。公司坚持科学发展观，践行企业的社会责任，全面协调企业与国家、行业、社会、环境、员工、股东等各利益相关方的联系和发展，用新思维促进企业实现全面可持续发展之路。

2012年，公司正式启动社会责任管理体系建设工作，积极践行对国家、社会、行业、员工、合作伙伴、环境等各利益相关方的承诺，取得了优异的成绩。

为加强对企业社会责任建设工作的领导，2012年3月公司成立企业社会责任工作领导小组。高德康董事长亲任领导小组组长，下设副组长、总协调、成员部门（单位）及工作办公室，并明确了分工与职责。4月，波司登启动2011年度社会责任报告的编制发布工作，这是公司首次编制发布社会责任报告。

过去一年间，在社会责任工作领导小组领导下，公司严格执行《中国纺织服装企业社会责任管理体系》（CSC9000T）规定，以《企业社会责任行为准则》约束公司社会责任行为，以PDCA闭环管理思想规范公司社会责任工作，使各项社会责任工作的开展更加科学、规范。

正如高德康董事长所言：编报告不是我们的最终目的，我们的最终目的是要全面导入社会责任管理体系，在公司内部形成“责任创新、持续发展”的共识，促进与利益相关

方的和谐关系，实现商业和社会价值的最大化。基于这样的目的和要求，公司在2012年社会责任实践中承诺并努力做到了：

（1）招收员工时依法签订书面劳动合同，合同具备符合相关法律、法规的条款要求。

（2）严格杜绝招用童工，未招用未成年工。

（3）严格杜绝使用或支持使用强迫或强制劳动。

（4）遵守国家相关法律、法规对于工作时间的要求。

（5）保证向员工支付的工资、福利待遇不低于相关法律、法规的要求，并且以货币的形式支付。

（6）承认并尊重员工组织和参加工会、以及进行集体谈判的权利。

（7）严格杜绝因民族、种族、宗教信仰、残疾、个人性质等原因使员工受到歧视。

（8）公司保障每位员工的身体与精神健康，禁止骚扰、虐待和体罚。

（9）为员工提供健康安全的工作环境，遵守国家相关法律、法规中有关职业健康与安全的规定。

（10）制定环境保护方针，控制生产活动的环境影响，节约能源，促进循环经济，减少温室气体排放。

（11）遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，遵守公认的商业道德，反对并防止进行商业贿赂，保护知识产权和专有技术。



◀ 2012年2月23日，参加中国工经联社会责任报告编制培训班学习

2、社会责任工作的成绩

2012年，波司登严格执行 CSC9000T，并结合企业实践情况不断完善，提高了员工的工作积极性和创造力，提升了经营业绩，成为公司发展壮大的重要推动力量。在全行业整体经济形势放缓的背景下，公司各项经营业绩均取得了历史新高。波司登社会责任工作，也得到了社会各界的认可和褒扬。

6月29日，2012年中国纺织服装行业社会责任年会在上海举行，波司登与会并发布首份企业社会责任报告。

报告参照 CSC9000T 体系要求，通过“社会责任战略与公司治理”“以人为本”“品牌发展”“品质创新”“绿色发展”“公民责任”和“发展与展望”等7个方面，系统阐述了波司登近年来尤其是2011年度履行经济、环境和社会责任的重要行动及绩效。报告通过法国必维国际检验集团（Bureau Veritas）独立第三方验证和中国纺织工业联合会鉴证，被联合会授予“中国纺织服装行业社会责任信息披露实践示范奖”。

波司登还成为中国纺织工业联合会社会责任建设推广委员会的成员企业，努力提高社会责任管理水平，取得了良好的社会反响。



▲ 高晓东总经理出席中国纺织服装行业社会责任年会



▲ 波司登首部社会责任报告



▲ 中国纺织服装行业社会责任信息披露实践示范奖



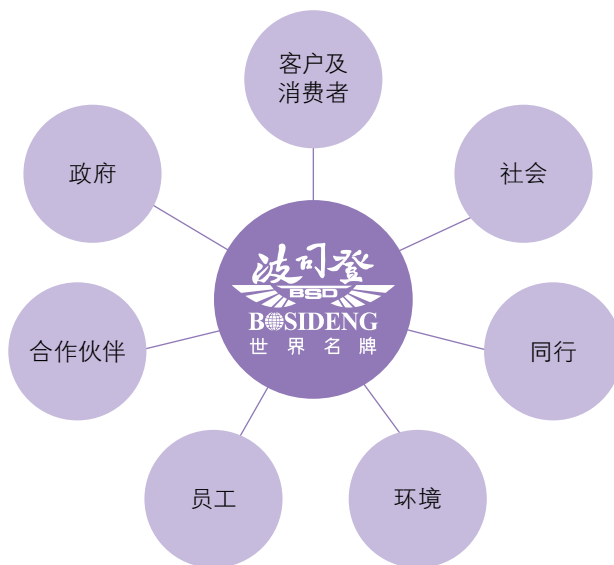
▲ 中国纺织工业联合会社会责任建设推广委员会成员企业

3. 利益相关方参与情况

作为一家极富社会责任感的行业龙头企业，波司登一直倡导合作、共赢的发展理念，认为企业的发展壮大离不开国家、行业、社会等各方面的支持和帮助。波司登积极关注利益各方的合理诉求，加强各方的相互沟通，以负责的

社会责任感，妥善处理各方利益关系。

波司登积极营造公共责任、社会公益、道德行为三位一体的企业社会责任体系，致力于成为最佳雇主、最佳品牌商和最佳企业公民，走上了可持续发展之路。



利益相关方	关注内容	沟通方式	报告期内的主要活动	回应与效果
政府	企业经营发展、社会责任承担。	日常沟通、定期汇报、相关会议。	依法经营、诚信经营、按时纳税、参加会议。2012 年在全国各地依法纳税共计 13.53 亿元。	给予政策支持和帮助，对成绩进行肯定。
员工	员工权益、员工发展、职业健康等。	部门晨会、周会、系统例会，辅导员沟通带教机制，各类座谈会、职工代表大会。	晨会：每天（10-15 分钟）； 周会：每周 1 次； 系统例会：每月一次； 各类座谈：每季度 1-2 次； 辅导员带教机制：一对一辅导。	提升员工成长机会； 制定相关制度规定； 提高员工收入。
客户与消费者	产品质量、服务水平、客户意见。	客户体验、文件往来、客户拜访、展会，交流会。	参加相关展会，开展各类客户拜访活动，获取客户对产品的意见和要求，并认真总结分析。	认真处理客户意见，取得良好效果。
社会	各项社会事业。	参政议政、捐助扶贫、造福社会。	献言献策，积极参与各类社会公益事业。	提交议案，参与各类社会公益活动。
环境	生态环境、污染排放、能源利用。	开展节能减排、技改，积极发展新能源。	定期上报各项环保指标、提升员工环保意识、积极开展技术改造。	取得政府和社会的认可。
同行	行业自律、行业规则。	各类会议、日常信息往来。	参加各类会议，建立通畅的外部合作机制	得到行业的认可，参与各类社会团体。
合作伙伴	合作共赢，诚实守信。	供应商、加工厂及客户的发展和管理。	合格供应商、加工厂的资质认定，经销商的发展和管理。	确保原材料及生产质量稳定可靠，市场空间持续优化，与合作伙伴共成长。

4. 党建工作

如果把波司登比作一棵健康成长的大树，那么管理层是树干，员工是绿叶，而提供营养牢牢支撑整棵树的树根，就是企业党组织。

——波司登董事长 高德康

过去的一年，波司登党委紧紧围绕企业经济发展这一核心，积极发挥党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用，弘扬“团队、忠诚、诚信、务实、创新、责任”的核心价值观，推动广大党员干部和职工在各自岗位上建言献策、奋勇拼搏、创先争优，为企业转型升级和健康持续发展提供动力。

2012年3月19日，公司党委召开“波司登在创先争优活动中开展基层组织建设年动员大会”，增强全体员工的凝聚力，为公司发展做好人才准备。会上，全体党员干部庄严承诺：拥护中央决定，积极参与活动；履行党员义务，发挥党员作用；立足本职工作，勇于开拓创新；坚持科学发展，勇担社会责任；珍惜发展平台，再为党旗增光。为创百年品牌，树百年企业，再立新功，再创伟业！

2012年7月25日，公司党委庆祝中国共产党成立91周年暨创先争优表彰大会在波司登总部召开，进一步激励

各党支部、党员同志深化创先争优活动，永葆党的先进性和纯洁性，以优异成绩向党的十八大献礼。

2012年7月30日，中组部基层组织建设年蹲点组领导赵湘江一行莅临波司登调研指导党建工作，充分肯定公司在推进非公企业基层组织建设年中的优秀思路和方法，在全国同类企业中具有引领性和借鉴性。

2012年8月2日，全国纺织行业民营企业党建工作现场观摩交流会在无锡召开，公司入选“全国纺织行业民营企业党建工作十佳示范企业”，公司党建工作案例《党的力量助推企业转型发展》入选大会交流材料。波司登18年的党建工作实践与探索经验在大会上被重点学习和推广。

2012年8月25日，波司登道德讲堂正式开讲，首批200多名公司党员和员工集中学习了身边的道德模范人物，争做弘扬美德、践行爱心的人。

党的十八大召开后，公司党委组织广大党员干部认真学习贯彻十八大精神，推动企业转型发展。习近平总书记在常委见面会和参观《复兴之路》展览时的重要讲话，以及中央政治局关于改进工作作风、密切联系群众的八项规定，在公司全体党员中引起强烈反响和共鸣。





▲ 开展党建工作，强化组织保障，促进公司发展

谋变 赢天下

chapter 3 品牌发展

“在波司登的战略规划中，
四季化、多品牌化、国际化三足鼎立。

作为行业领军品牌，
波司登敢于走上国际竞争舞台，
用高端的品牌形象、高质量的产品、大面积的零售终端，
探索符合中国品牌的海外扩张之路，
为中国品牌走向世界积累更多的经验。

——波司登董事长 高德康

”

1、品牌成就

2012年，波司登以创新为动力、以品牌为核心、以价值增长为目标，积极推进多品牌化、四季化、国际化发展战略，创造了连续18年全国市场销量遥遥领先的销售奇迹。

公司不断创新求变，通过细分市场，寻找市场发展空间，首创性地推出兼具时尚与保暖的“秋羽绒”及其他创新产品，获得了市场和消费者的积极响应。充分发挥品牌优势，整合旗下各品牌风格定位、设计研发及销售渠道，实现了从羽绒服到男装、女装等四季化产品，从国内到国际的时尚版图扩张。

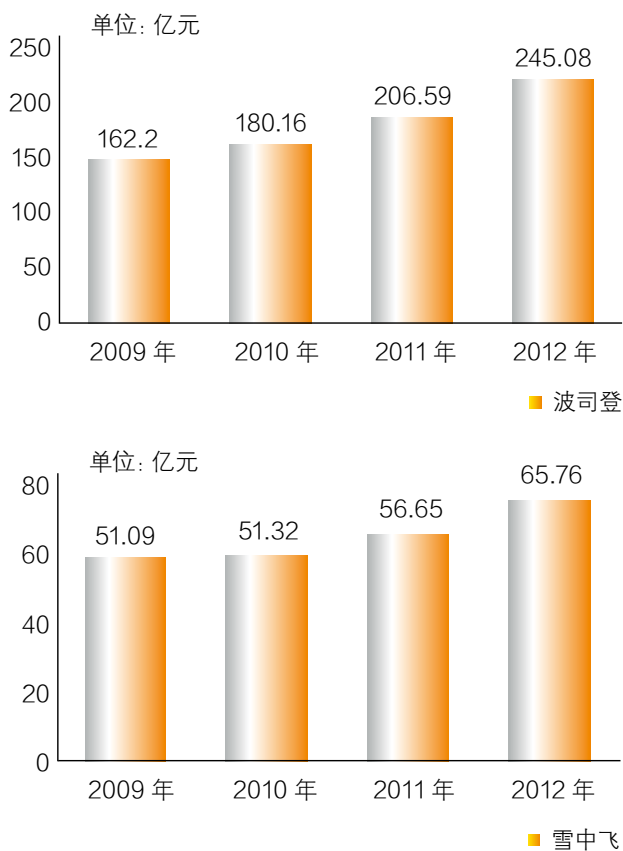
公司全面推进品牌商品营销网络体系建设项目，通过实体店开发建设、网上商城开发建设、配送中心建设、创新营销策划等主要方式，实现线上线下营销网络的全覆盖和精细化管理。公司实施的《健全品牌营销网络体系建设项目》获国家财政部、商务部2012年品牌促进体系建设项目立项。（项目建设内容详见第四章价值链管理）

波司登销量份额蝉联羽绒服品类榜首

中国行业企业信息发布中心公布的全国消费品市场资讯报告显示：波司登单一品牌2012年度销量份额达23.55%，蝉联羽绒服品类榜首；波司登、雪中飞、康博、冰洁品牌组合的销量份额达37.38%，继续保持国内羽绒服市场领先地位。

波司登品牌价值逾245亿元蝉联纺织服装业首位

2012年9月17日，2012（第18届）中国品牌价值研究结果在英国伦敦揭晓，海尔、国美、五粮液、第一汽车、波司登等行业主导品牌登榜百强榜单。其中，波司登集团的“波司登”品牌以245.08亿元（人民币）品牌价值名列第13位，居纺织服装业首位。旗下“雪中飞”的品牌价值也达到65.76亿元，名列第45位。



背景阅读：中国品牌价值研究

中国品牌价值研究始于1994年，主要针对在中国创建的竞争行业的消费类品牌，其目的是研究品牌价值内涵及发展规律，推进中国企业创建自主品牌。这项中国最早、持续时间最长的关于品牌价值比较的专业研究，由睿富全球排行榜资讯集团与北京名牌资产评估有限公司共同进行，18年来见证了改革开放后中国品牌在市场竞争中的发展。



▲“波司登”、“雪中飞”品牌价值评估证书



波司登获 2012 中国服装家纺自主品牌

2012 年 11 月 22 日,《中国服装家纺自主品牌发展报告(2012 年)》在北京发布。波司登股份有限公司成为工业和信息化部、中国纺织工业联合会首批重点跟踪培育的服装家纺自主品牌企业之一。这是工信部和中纺联对波司登的品牌创新能力和核心竞争力的高度肯定。



▲ 2012 中国服装家纺自主品牌

“康博”商标被认定为中国驰名商标

2012 年 12 月 31 日,国家工商总局在官方网站发布公告,集团所属的“康博”商标被认定为中国驰名商标。康博成功

攀顶中国商标价值最高峰,为企业积累了丰厚的品牌资产。

康博品牌的事业始于 1976 年,是集团旗下核心品牌之一。品牌定位时尚休闲、健康自然、亲和力,设计简洁、时尚、功能性强,以良好的产品品质、强大的品牌影响、完善的客户服务受到消费者支持和信赖。2012 年,康博以“创冬日休闲第一品牌”为宗旨,以直营和加盟相结合的运营模式,积极拓展市场空间,在山东、河南、河北、湖北等全国重点市场拥有 1066 家营销网点。

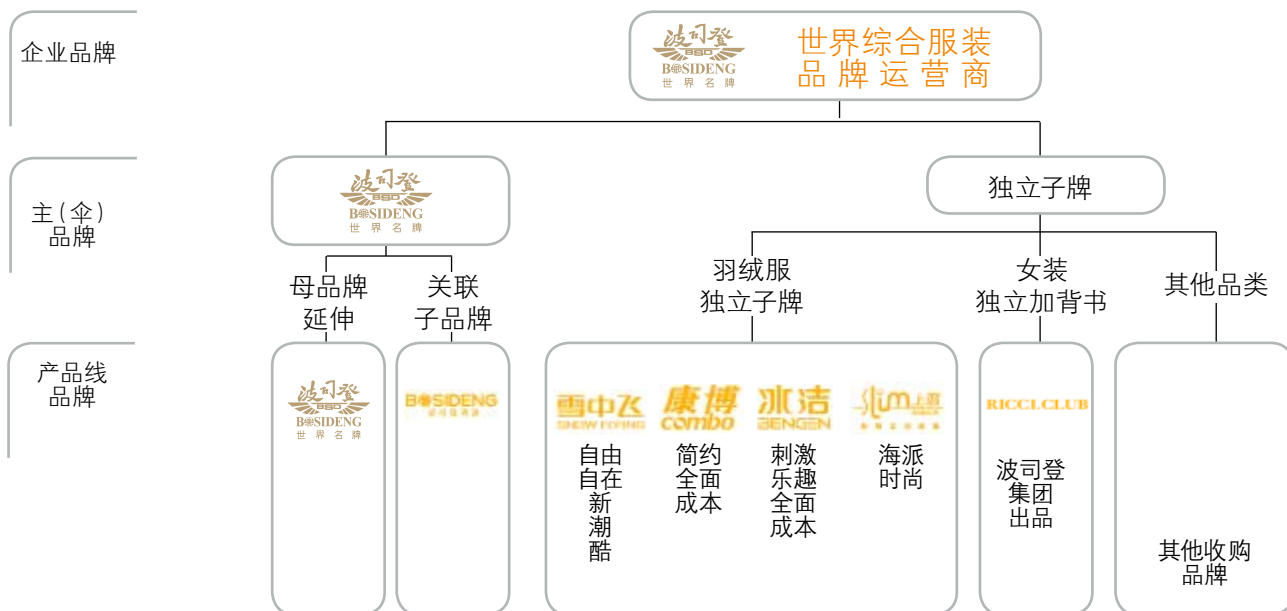
2、品牌管理与建设

品牌定位

波司登品牌传播的核心目标群为现代品质人群,但产品覆盖更为多元化的人群需要,包括现有主力群体、传统理性人群及现代品质人群。通过细致的研究和规划,2012 年波司登品牌管理中心规划并制定了旗下各品牌的发展路径,最终实现以顾客为中心的品牌定位,即品牌的差异化定位。

品牌架构设计

波司登集团品牌架构设计



品牌管理与制度

品牌管理的原则

(1) 定位管理: 坚守品牌核心价值

坚守并强化品牌的核心价值。在维护与建设品牌核心价值的同时, 培养和保持敏锐的市场嗅觉, 以顾客需求为核心, 坚持积极的品牌创新, 以更加长远和开阔的视野, 制定可持续发展的品牌战略。而且伴随行业和市场变化, 对品牌战略进行持续的有效调整。

(2) 资源管理: 整合和共享

集团品牌管理中心牵头整合内外部优势资源, 进行合理分配。各品牌之间资源共享, 团队协作, 形成品牌集群, 抢占最大的市场份额。

(3) 传播管理: 科学和精准

严格按照品牌定位和品牌年度发展目标拟定媒介传播策略, 设定媒介传播所需达到的目标及要求, 合理规划及分配媒体资源, 确保资源的最大化。

(4) 形象管理: 个性化和差异化

遵循集团发展规划和各品牌的品牌定位, 全力塑造各品牌鲜明的个性和品牌形象, 形成品牌之间的差异化。

品牌管理的组织

公司实施分品牌战略以占领多个细分市场、扩大市场份额; 各子品牌协同作战, 形成合力, 发挥品牌集群效应。为了对多品牌运营实施科学有效的管理, 集团在总部设立品牌管理中心, 负责对所有品牌的监管; 在各品牌(项目)公司设立专职的企划部, 负责各品牌日常的策划推广和传播管理。

各品牌(项目)公司总经理为该品牌运营的第一责任人, 对品牌运营的结果负责。集团品牌管理中心作为所有品牌的监管部门, 负责组织实施对各品牌运营的监督检查。对各品牌的检查情况按月或按阶段进行整理汇总后上报本部副总裁和常务副总裁, 并视各品牌的执行情况进行考核奖惩。

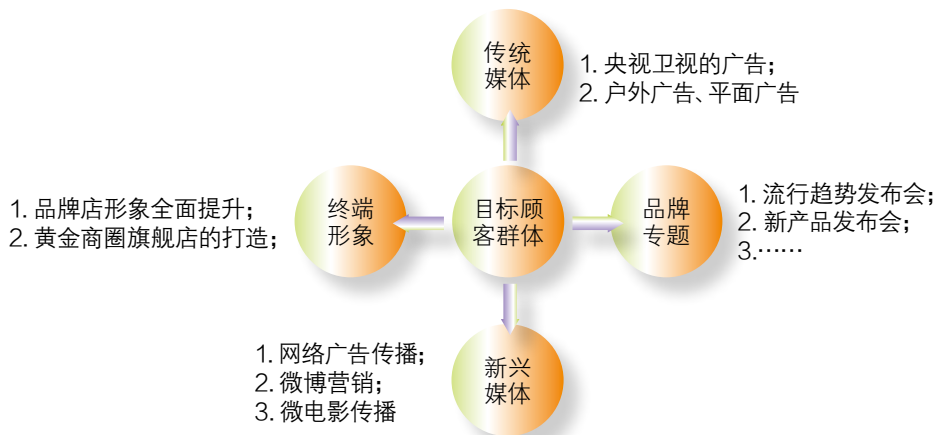


形成以集团品牌管理中心为中心的策划、执行、评估运作体系。整合资源, 协同作战。

整合营销传播

波司登品牌整合传播策略

实施“以目标顾客为中心”的四位一体的全方位整合传播策略：



3. 品牌推广

2012年3月21日，由中国名师网和微软办公软件全球认证中心联合主办的“波司登杯2012微软应用创意大赛”江苏赛区大赛在南京启动。大赛嫁接了文化创意与电子商务 O2O 模式的微软 Office 应用创意，是公司积极支持并赞助的重要文化活动。



2012年8月起,波司登品牌构建强大的自媒体群,波司登官方微博、微信公众平台、秋羽绒网站和品牌官方网站相继上线,实现与消费者的深度互动沟通。



▲ 自媒体传播

2012年度,波司登品牌冬季新品TVC围绕“重新定义高标准”,提出“拍、闻、抖”的“3S”高标准,提升了波司登羽绒服的品质感。

2012年9月,“本色轻年——波司登校园轻影像大赛”启动,相继在北方、华东、华中三大片区11个城市21所高校顺利举行,再现卓越品牌特质。



▲ 本色轻年——波司登校园轻影像大赛

2012年10月起,波司登全国明星巡演活动拉开帷幕,覆盖山东、河南、河北、辽宁、吉林、江苏、江西、湖北等8个省份近30个城市,冯绍峰、蔡卓妍、钟欣桐、古巨基、苏永康、何洁、秦岚、李沁、姜育恒、张含韵、张玮、邰正宵等近30位明星联袂巨献,开启2012波司登时尚之旅。



▲ 波司登全国明星巡演活动

波司登获搜狐金赢销奖——最佳互动策略奖

2012年圣诞元旦期间,波司登首次尝试互动网络,规划“双节盛惠大夺宝,羽动缤纷嘉年华”大型双节活动。在倾情回馈消费者、扩大品牌影响力的同时,直接促进了线下终端一线的双节高峰销量。活动以线下实际购买客户、线上未购买潜力客户、线上微博客户为活动群体,将品牌影响形成一个认知循环,从传播本身形成二次传播,最终还赢得搜狐金赢销奖——最佳互动策略奖。



▲“双节盛惠嘉年华”获搜狐金赢销奖——最佳互动策略奖

第 62 届世界小姐巡游波司登

2012 年 7 月 27 日, 来自 118 个国家和地区的 118 名世界小姐应邀巡游波司登集团, 这是第 62 届世界小姐城市巡游活动常熟站的第一“站”。佳丽们先后参观康博村、雪中飞的生产基地和波司登总部, 与世界名牌波司登进行了一次“美丽”与“时尚”的邂逅。

4、品牌时尚

“印·意”波司登: 时尚先锋再出发

2012 年 3 月 26 日, 公司在 D-PARK 北京会所第一车间盛大发布“印·意”——波司登 2012/2013 秋冬成衣流行趋势。这是公司第 16 次唯一代表中国防寒服向世界发布流行趋势。

波司登品牌首席设计师朱琳女士认为, 时尚的源泉不仅来自于对潮流、对审美的敏感把握, 更来自于对自然、对社会的关注与关爱, 以及对人们情感的聚集与共鸣。本次发布, 表达了公司对时尚的敬仰、对生命的关爱和对自然的赞美。



▲ 波司登第 16 次唯一代表中国防寒服向世界发布流行趋势



▲ 世界小姐巡游波司登



重新定义高标准：波司登 2012 新品羽绒时尚发布

每一款波司登羽绒服，都源于独具风格的精神传承。2012 年，波司登冬羽绒新品炫彩上市，涵盖活力时尚、街头休闲、华美时尚、商务等风格主题。公司推出 10 大潮流风格、8 大色系 349 种颜色，并开发和应用了超过 40 种全新面料，成为消费者冬季羽绒服服饰的首选。

为了更加适应消费者不断变化的服饰需求和穿着体验，波司登开创性地推出“选购羽绒服 3S 高标准”，率先为消费者选择羽绒服提供了系全新标准。3S 分别代表拍 (slap)、闻 (smell)、抖 (shake) 三个词语。波司登通过三个简单的动作帮助消费者甄选高品质的羽绒服，成为消费者选购羽绒服的重要依据。波司登选用含绒量高达 90% 的生态羽绒，并采用精工密缝、高密锁绒技术，确保羽绒服的高端品质，让人拍着舒心，闻着安心，抖着放心。



▲ 波司登：重新定义新标准

波司登“秋羽绒” 靓装“俏”市场

2012 年 9 月 14 日，第十四届江苏国际服装节在南京国际博览中心新馆举行，波司登携“秋羽绒”新品及波司登男装、RICCI.CLUB 瑞琦女装精彩亮相，展现“四季化、多品牌化、国际化”成果。

“秋羽绒”，顾名思义就是秋天穿的羽绒服，这一新概念羽绒服由波司登首创推出，迅速成各地市民新宠。“秋羽绒”突破传统羽绒服的时尚概念，采用超薄型面料配以精湛的剪裁，设计出含绒量达 90%、但仅重 260 克左右的秋季活力薄型高级羽绒服。“秋羽绒”集“轻、薄、靓、暖”四大特点于一身，使人们在 9、10 月间也能穿出新时尚，不仅在羽绒服的“形态上”实现了突破，更创造了新的消费需求。



▲ 波司登“秋羽绒”

冰洁：“比潮流领先一步” 杨幂跨界出任时尚潮流顾问

针对 18~35 岁的年轻人快节奏、爱自由、爱扮 cool 的特点，2012 年冰洁用“比潮流领先一步”的敏锐度，继续专注于“时尚羽绒服”，用轻薄亲肤的面料、炫耀百搭的色彩、青春动感的风格，推出了全新的“轻羽绒”“炫彩精灵”“假日休闲”“魅惑之都”四个系列，再度引领潮流新风。

2012 年 10 月 19 日在北京举行的“冰洁品牌新闻发布会”上，冰洁品牌代言人、品牌时尚顾问杨幂推出以“轻时尚”为鲜明风格的“杨幂 2012 设计款”。一短一长两款全新的设计，完美展示了“幂时尚”的时尚灵感，赢得在场业界人士和记者的一致好评。

5. 国际化之路

作为中国品牌国际化的先行者，波司登的国际化步履一向稳健，多年来自主品牌出口业务一直稳定增长，远销亚洲、北美、欧洲等十多个国家和地区，在发达国家市场树立了中高端精品形象。2012 年，公司面向全球市场构建全新商业概念的营销体系，有计划、有策略地打造强大的零售

体系，为中国服装品牌抢占国际市场高地树立典范。

设立伦敦旗舰店暨欧洲总部

2012 年 7 月 26 日，奥运会开幕前一天，伦敦西区南莫尔顿街。波司登欧洲总部暨伦敦旗舰店盛大试运营，向全世界展现了一出华丽的“China Fashion debut”（中国时尚处女秀），开启中国服装品牌在海外一线城市设立旗舰店的先例，引发海内外媒体及时尚界强烈关注。英国媒体称，聪明的中国人“掐准”了奥运秒表，把伦敦办成了自己的主场。

波司登“抢滩”伦敦有“三宗最”。一、开业时间“最热门”：选择在 7 月 26 日开业，在伦敦毋庸置疑是“最热门”；二、品牌面积、风格“最抢眼”：体量硕大的旗舰店和“巨轮”式造型在周边品牌中成为独树一帜的存在；三、设计风格“最有范”：将中国元素和英国传统有机结合，打造更具“国际范”的服饰。值得一提的是，伦敦旗舰店里的产品采用全新的波司登 LOGO，全部由英国本土设计师设计，主要在欧洲生产，并针对欧洲时尚年轻消费者。这昭示着国人从“中国制造”向“中国品牌”转型的梦想正变一步步成为现实。



波司登伦敦旗舰店和欧洲总部的设立, 标志着以波司登为代表的中国服装品牌走向世界的雄心壮志, 也意味着中国服装品牌正努力向世界顶级品牌迈进。



▲ 波司登伦敦旗舰店



▲ 高德康董事长为波司登欧洲总部落成剪彩



▲ 考究优雅的波司登伦敦旗舰店



高德康：中国民营企业首登英国牛津大学讲坛

2012年10月12日，受牛津大学亚洲俱乐部邀请，高德康董事长专程到英国牛津大学三一学院参访。在这座“天才与首相的摇篮”、享有世界声望的知名学府里，发表了主题为“投资英国：波司登的国际化拓展之路”的演讲。这是在具有800多年历史的世界著名学府里，第一次出现中国民营企业家的身影。



▲ 高德康董事长在英国牛津大学发表演讲

面向全球市场，一定要有全球视野。中国品牌“走出去”，一定抢抓机遇、全盘布局、系统推进、稳扎稳打。只有获得当地消费者的品牌认同和价值共鸣，才能最终落地生根，开创大未来。

——波司登董事长 高德康

高德康董事长与师生们分享了波司登品牌的成长历程和崛起于中国市场的成功秘诀，重点介绍了波司登的国际化拓展战略以及在实施过程中的体验、挑战和展望。尤其是波司登投资英国、在伦敦设立欧洲总部暨品牌旗舰店，得到在场师生的热烈回应和讨论。

波司登首摘2012英国商会“英国商业大奖”

为表彰已经在英国开展业务，并能最大程度地展示出强劲发展、创新战略与市场领导力的中国企业，表彰对中英两国在商业合作以及文化交流等领域做出杰出贡献的企业和个人，以及促进中英两国密切的贸易关系。由英国驻华商会主办，英国贸易投资总署（UKTI）、英国驻华使馆、英国在华商会以及其他英国驻华商业机构支持的英国商业大奖颁奖典礼，11月8日在上海浦东嘉里大酒店举行。波司登凭借在英国市场的卓越表现及“中国品牌、本土设计、全球采购、当地化营销”的创新经营模式战略，荣获英国商业大奖“年度中国投资者奖”，这是国内纺织服装企业首次获此奖项。



▲ 波司登荣获“英国商业大奖”

波司登时尚广告绽放纽约时报广场

被誉为“世界十字路口”纽约时报广场地处曼哈顿中城北区，是世界金融和商业中心，向来是国际品牌争相抢夺的宣传阵地。2012年12月31日，波司登3S重新定义高标

准时尚广告大片在纽约时报广场上演，与来自世界各地的上百万民众共同见证2013纽约时报广场跨年水晶球倒计时庆典。这是继开设伦敦旗舰店暨欧洲总部后，波司登再次展现中国品牌的时尚魅力，引发欧美市场消费者关注。



◀ 波司登时尚广告绽放纽约时报广场



6、品牌营销中的社会责任

在追求品牌产品经济效益的同时，公司重视品牌推广活动对社会公众的影响及社会责任。公司严格遵守《广告法》及国家其他相关法律、法规、政策，依法合规推进广告宣传 and 品牌推广活动，自觉规范企业营销行为。在品牌营销过程中，坚持用户体验，坚持公众利益，坚持环境保护，以时尚性、普及性、趣味性设定推广主题及内容，弘扬和谐、乐观、向上的优秀社会文化，正确引导大众消费观念，实现了社会使命与经济需求的双赢。

典型案例：雪中飞“爱心羽绒”开启公益新篇章

2012年，公司核心品牌之一的雪中飞发起“一克羽绒，一颗爱心”大型公益活动，受到各界爱心人士的积极响应与支持。

活动的合作方“爱心衣橱”是由主持人王凯、马洪涛共同发起的一项公益行动。雪中飞通过网络与实体店相结合，与受众形成积极互动，并为销售者提供了两条捐献爱心的绿色通道：《谁试谁飞》的网络线上（官网 <http://snowflying.com>）互动活动；雪中飞新品的买赠。只要在活动期间参加任何一种，即可为贫困山区的孩子们捐献一克羽绒。

年底，雪中飞为边远地区的贫困孩童送上了温暖的羽绒服，用爱为孩子们梦想护航。





chapter 4 价值链管理

“ 强化企业的核心竞争力，
必须相信品牌，依靠创新，追求质量效益，
不断向产业价值链的高端迈进，
成长为名副其实的世界品牌。
——波司登董事长 高德康

”

2012年,波司登应用价值链分析、内/外部业务过程系统展开等方法,考虑公司的战略方向与目标要求,对公司价值链中各过程进行分析,识别和确定产品开发过程、采购过程、生产(包括外发厂管理和交付)过程、销售(包括品牌管理、经销商管理、销售、促销和售后服务)过程为创造内涵式价值升值。

过程管理模式示意图



1. 供应链建设

供应链管理中心行使集团供应商管理及供应链建设的职能。

供应商管理程序包括供方开发、资格审查及持续地监督评价。为了遴选价格合理、供货及时、社会责任强的供应商成为公司的合作伙伴,公司广泛收集供应商信息,并对质量、价格、交期、信誉等进行综合评价后优选。合格的供应商每年由外贸公司、事业部采购部、生产部、测试中心组成审核组进行复评,并在年度供应商大会上表彰和必要的指导。

为实现“件件是精品”的质量目标,公司依照ISO9001:2008标准要求,对面、辅料采购过程进行严格控制,根据销售计划、原材料库存并考虑成本因素,制定面、辅料的采购计划,根据各款日产量提前备货,确保7天内全部材料到位。

供应链交流模式

关注点	沟通方式	沟通渠道
1、提供原材料,支持产品创新 2、提升产品质量,降低改善成本,提高产品市场竞争力	1、合作伙伴大会 2、公司网站、合作条款 3、高层领导的例行拜访 4、日常沟通、走访	1、招标 2、网络搜寻 3、同行介绍 4、技术合作 5、供应商会议

供应商分类管理

	类别		作用	供应链要求
供应 商	A 类	原辅料供应商	供应羽绒、面里料、拉链等	高质量、短交期、价格优
		外发工厂	按公司订单要求加工羽绒服	高质量、短交期
		物流服务供应商	将羽绒服送达销售网络终端	快捷、准确
		审计事务所	以独立第三方身份审计公司经营状况	权威、正确、保密
		管理咨询公司	对公司管理状况实施诊断， 推进管理提升项目策划、指导实施	有效
	B 类		供应胆布、松棉等辅料	高质量、短交期、价格优
	C 类		供应包装材料等	短交期、价格优

供应商管理制度

	类别	伙伴关系	沟通机制
主要供应商	羽绒、面里料、拉链等原辅料供应商	战略合作伙伴关系	定期现场评审，年度供应商大会，采购信息传递，质量、价格、到货情况的日常反馈和双向交流
	外发工厂		订单要求传递，现场评价，会议沟通，跟单员日常的全程跟踪、年度合作商大会
	物流服务供应商		送货要求的信息传递，送货及时、准确性方面的日常反馈和问题交涉
	审计事务所		协议，现场审计与报告提交
	管理咨询公司		服务协议，现场诊断与方案报告 / 会议，日常非正式沟通，阶段总结汇报，阶段及最终效果评价、交流等
	胆布、松棉等辅料供应商	贸易关系。同种材料采用多家供应商供货，以保持供应商之间的良性竞争	采购信息传递，质量、价格、到货情况的日常反馈和问题交涉
	包装材料等供应商		

外发生产管理

公司高度重视外发厂的选择及其生产过程的跟踪管理。为确保外发工厂产品质量稳定、可靠，产能稳定，费用合理，符合环保要求等，公司建立了《外发厂管理流程》、《关于外发厂评审的方案》、《评审标准》，对目标外发厂从事生产羽绒服装的年限、规模、技术及质量人员的配备、质量的关键控制点是否完善、生产作业的环境是否达到要求、工人作业时间及工资待遇情况、各类证照是否齐全合法、生产能力、行业信誉等方面做出明确规定，并由公司技术、生产、质量部门组织联合评审。

公司实行跟单员制度。在外发厂投产前，质量部门会选派跟单员到厂负责对各工序操作检查、辅导，对每日生产计划、质量、交货情况实时记录并向公司报告。

2012 年外协单位战略合作大会

2012 年 6 月和 11 月，公司分别召开外协单位战略合作大会和外协合作伙伴座谈会，明确公司年度规划、目标、质量交期标准、供应链战略交流、标杆交流、专项培训及年度表彰，不断深化与供方的战略合作伙伴关系持续提升供方资质，确保供应商的各项资源能满足公司业务的可持续发展。

2012 年，公司未收到各部门相关人员收受供应商宴请、贿赂、礼品的举报，也未收到与关联方发生业务往来等事宜的举报。



▲ 共创财富，持久双赢

2、营销渠道建设

实体店开发建设

围绕健全营销网络体系建设, 2012 年公司投入 2466 万元对江苏境内的实体店进行升级改造和布局调整。一方面, 增加公司直营店(专卖店)覆盖率, 对原有店铺形象升级改造。同时, 按照公司四季化发展的需求, 在保留传统的羽绒服实体店基础上, 试点全新的四季化实体店。

配送中心建设

为进一步健全优化品牌商品配送体系, 为线上线下产品提供全天候、全覆盖的高效快捷营销配送服务, 2012 年公司对原有配送模式进行升级改造。一方面, 针对线下实体营销网络建设波司登营销配送中心, 实现供应链系统有效的协同管理。另一方面, 针对线上营销网络单件、及时配送的需求, 建设电子商务小型配送中心, 建立起一套快速响应的自动化分拣模式, 整体运营环节更加顺畅高效。

2012 年 7 月, 波司登集团物流园正式启用, 波司登、雪中飞、康博、冰洁等集团旗下主要品牌顺利入驻。

店铺信息化系统升级

2012 年, 公司对现有 ERP 系统进行了全面优化与升级, 并全新开发了卓越门店管理、客流监测及视频巡店系统,

为店长、主管及相关管理人员高效管理店铺提供了系统的支持与保障。项目总投入 760 万元, 其中 ERP 升级 550 万, 卓越门店、客流监测及视频巡店等 210 万元。

公司还加快推进 PLM 系统和门店管理系统, 将信息化管理向上延伸到研发设计、向下细化到终端门店。

网上商城建设

为持续提升网络市场销售份额, 保持并扩大公司电子商务经营模式在行业内的领先优势, 持续降低网络营销运营系统成本, 提高运行效率, 2012 年公司投入 190 万元维护已具备良好业绩基础的网上商城运营, 建设健全自由电子商务平台并强化延伸与天猫网、京东商城等第三方电商平台的合作。

波司登电子商务搭建起了包含开发、企划、推广、物流、售后服务等一整套网络营销框架, 网络销售额一直位列服装类前三位。2012 年 11 月 11 日, 波司登第三次参与淘宝网“双十一”活动, 旗下各品牌自营店销售额达 6440 万元。同日, 京东商城、波司登官方商城、当当网等电商平台, KA (英文 Key Account 的缩写, 意为“重要客户”) 代理及超过 300 家网络加盟商实现销售额 3700 万元。波司登“双 11”全网销售额突破 1 亿元大关。



▲ 波司登仓储物流实现高效配送



▲ 聚合共赢, 网商盛典



▲ 波司登电商充满青春活力



▼ 2012年12月27日, 波司登荣获天下网商彩富榜“2012年度最佳传统型网商”称号。



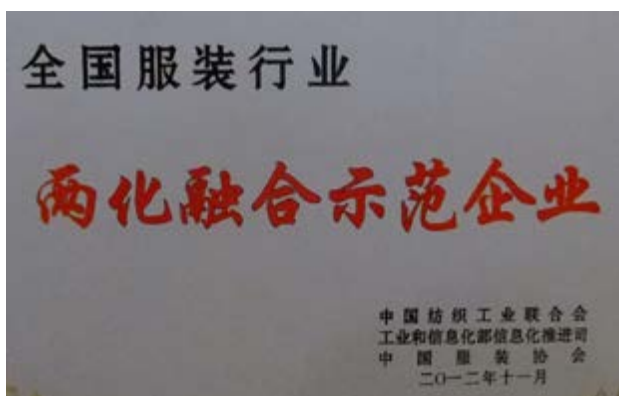
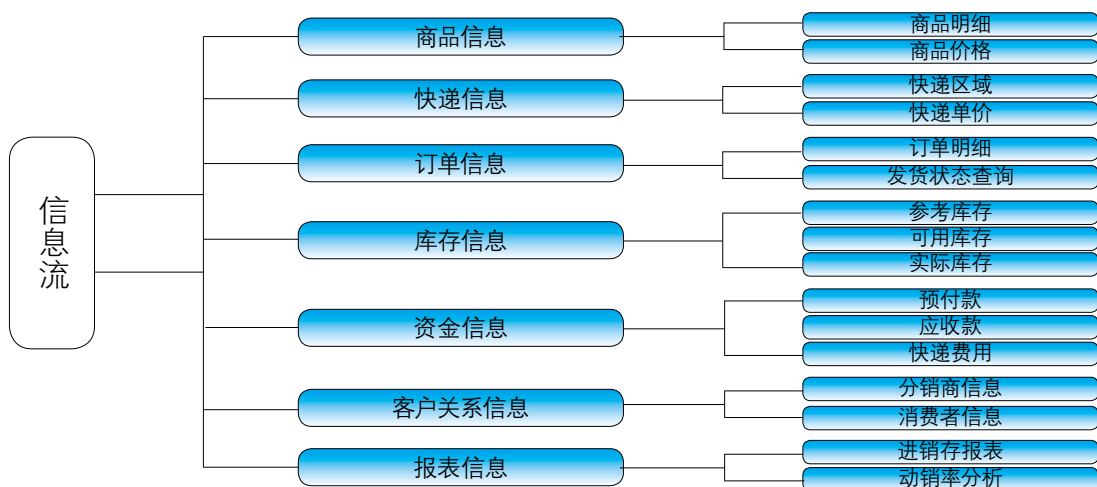
两化融合

两化融合是指工业化和信息化深层次的高度结合, 是以信息化带动工业化, 以工业化促进信息化, 是企业走新型工业化道路的必然选择。

集团历来坚持“两化融合”的发展路线, 并将电子商务作为企业发展的重要项目来突破。2012年3月, 正式成立上海波司登信息科技有限公司, 这是集团信息化和两化融合实践的里程碑式事件。3月, 波司登入选国家工业和信息化部“品牌培育试点企业”。6月, 入选江苏省经信委“省两化融合示范企业”。11月, 公司以两化融合应用的典型性和示范性, 被中国纺织工业联合会表彰为“全国服装行业两化融合示范企业”, 成为纺织服装业转变发展方式、实施两化融合的标杆企业。



公司信息化管理流程示意图



▲ 两化融合结硕果



3. 科技创新与产品开发

2012年，公司加大科技创新和产品开发力度，以博士后科研工作站为龙头，带动科研创新力量，积极促进新技术、新工艺在产品生产中的应用，强化精益生产和质量管理，为消费者打造科技含量高、产品质量好的优质服装。

波司登国家级博士后科研工作站

波司登博士后科研工作站持续开展新型多功能阻燃疏水聚酯纤维及其面料产业化应用的科研工作。2012年3月，工作站主持的一项研发课题获江苏省重点技术创新项目。同年8月，工作站一项研发成果递交国家发明专利申请。

波司登博士后工作站在新型纤维、功能性面料等方面的创新工作，提升了公司产品的科技含量和技术内涵，推动

公司转型升级发展。2012年，工作站成功入选江苏省“企业博士集聚计划”。



▲ 纤维测试

生产过程管理

过程	子过程	对过程的要求	利益相关方	是否主要
生产过程	外协工厂	1. 加工厂商评审, 确保工厂资质	客户、股东	是
		2. 建立重点加工厂战略合作关系	内部顾客	---
		3. 产前预防、过程管控、分析改进	客户、股东、外发厂	是
		4. 符合环保要求	社会、员工	---
	生产管理	1. 质量保证	客户、股东	是
		2. 交期保证	客户	---
		3. 提高生产效率	客户、股东	是
		4. 减少生产管理成本	客户、股东	是
		5. 与供方共同降低库存和呆滞料、减少停工待工	客户、股东、外发厂、供应商	---
		6. 营造良好的生产环境, 确保环保和安全	员工	是
		7. 减少劳动强度	员工	---
		8. 废料处理不对环境产生负面影响	社会	---

质量管理

2012年8月1日, 亚洲质量网组织(ANQ)大会在香港科技大学举行。因在亚洲质量实践的有效性、重复性和创新性等方面成就突出, 公司被授予“亚洲质量卓越奖”。这是首次有中国服装企业获得这一亚洲质量领域的最高奖项, 表明“中国品牌”“中国制造”正大步走向国门, 获得全球更广泛地域的认同。

同年9月7日, 波司登持续推进卓越绩效管理, 成为苏州市企业质量管理的标杆、践行责任的楷模, 被苏州市人民政府授予全市质量管理最高奖——首届“苏州市市长质量奖”。

公司重视改进检测手段, 培训计量人员, 加强计量管理, 2012年9月获得了江苏省质量技术监督局颁发的计量保证确认证书。

波司登通过出口免验续延审查

2012年10月, 受国家质检总局委派, 江苏检验检疫局选派省内羽绒服领域知名专家, 对波司登近三年的出口创汇、出口利润、顾客满意度、自营品牌国际市场拓展、质量管理等方面进行了细致的考核, 一致认为波司登符合免



▲ 荣获“亚洲质量卓越奖”



▲ 荣获“苏州市市长质量奖”



◀ 计量保证确认证书

验的审查条件。这也是波司登自 2003 年获取进出口免验证书以来第三次顺利通过免验续延审查。

4. 标准化建设

公司严格按照 ISO9001 质量管理体系、ISO14001 环境管理体系等文件的要求规范各项管理制度，完善各项管理规定，取得了积极的成果。

2011 年 11 月，波司登正式承担国际标准化组织 / 服装尺寸系列和代号技术委员会 (ISO/TC133) 秘书处工作。通过推动卓有成效的国际合作，2012 年秘书处完成了 4 项国际标准的复审工作，分别是：

(1) ISO 3635 Size designation of clothes— Definitions and body measurement procedure《服装尺寸标识 — 定义与人体测量程序》。

(2) ISO 4415 Size designation of clothes — Men's and boys' underwear, nightwear and shirt《服装尺寸标识—男子与少男内衣，睡衣，和衬衫》。

(3) ISO 4416 Size designation of clothes — Women's and girls' underwear, nightwear, foundation garments and shirts《服装尺寸标识—女子与少女内衣，睡衣，紧身胸衣和衬衫》。

(4) ISO 5971 Size designation of clothes — Pantyhose《服装尺寸标识 — 裤袜》。

5. 知识产权保护

公司高度重视商标注册和知识产权保护工作，审计法务中心负责商标的申请、续展，并处理商标争议、异议案件以及商标侵权案件。目前，公司拥有境内注册商标 611 件，

境外注册商标 319 件，涵盖商标国际分类的全部 45 个大类。

2012 年 12 月 31 日，国家工商总局认定集团旗下的“康博”品牌为“中国驰名商标”。本年内，上海市工商局也分别认定了集团旗下的“冰洁”“上羽”商标为“上海市著名商标”。



▲ 波司登通过出口免验续延审查



▲ 精益求精、一丝不苟，努力实现“件件是精品”

背景知识：

国际服装尺寸及代号技术委员会 (ISO/TC133) 是国际标准化组织的成员单位之一，负责基于人体测量的服装尺寸系列和代号的国际标准化工作。成员国包括意大利、法国、日本、德国等世界服装大国。之前服装尺寸和标识一直没有统一的标准，如衬衫尺码，欧美国家用 S、M、L 标识，我国用 39、40 等数字标识。服装尺寸的测量方法，南非等国家的服装胸围是从腋下直接测量，我国则是从腋下 2.5 厘米开始，这些标准的差异化极易引发国与国之间贸易纠纷。波司登积极参与制修订此项国际标准，有助于提升我国纺织服装行业在标准制定、修订和贯彻等方面的话语权与影响力，有助于推动中国服装行业更好地参与国际竞争，实现从制造大国向标准强国的转变。



▲ 2012 年 11 月 22 日波司登集团羽绒服装标准评审会



chapter 5 绿色运营

“低碳环保是推动中国服装行业升级发展的动力，
波司登提出“让人与自然更和谐”的理念，
切实提高在节能减排、环境保护
和资源综合利用等方面的绿色发展水平。

——波司登董事长 高德康

”

1、环境保护

2012年，在由高层领导和部门负责人组成的能源环境管理委员会的领导下，公司严格遵守国家在环境保护方面的法律法规，积极履行企业公民对于环境保护的责任和义务，认真实施 ISO14001 环境管理体系、环境标志产品保障体系等各项环保制度。并通过会议、讲座等方式宣传节能环保知识和法规政策，以小组会、车间广播、橱窗、横幅等形式开展节能环保知识的宣传教育，通过了华夏认证中心第三方认证，取得了良好的社会效益，树立了良好的环保形象。

公司严格遵守已制定好的环境方针，积极投身各项环保工作：

(1) 遵守法规

遵守本国环保法规要求和我国已签署的国际环保公约，以及公司产品出口国家或地区对产品的环保安全要求。

(2) 预防污染

积极倡导和实施过程及产品的绿色环保，预防和控制生产经营活动及产品中污染物的产生和排放。

(3) 节能减排

强化能源资源管理，持续保持同行业能源资源低消耗；控制和减少污染物的排放。

(4) 持续改进

持续改进和解决过程运行和企业发展中的环保等问题，不断提高管理水平。

2012年，公司能源环保投入达 3000 多万元，开展植树绿化、厂区景观和道路场地扩建，园区绿化率达 30% 以上，人均公共绿地面积约 9 平米 / 人。公司生产过程中，仅有经水膜脱硫除尘后优于排放标准的微量烟尘和温室气体排入大气，对当地生物多样性、自然资源基本无影响。在推进园区总部研发中心大楼的建设时公司在厂区四周对已有河道进行修筑加固，实施开挖人工河、植树种草等水土保持设施，并在施工过程中积极履行“三同时”原则。

基于公司对环境保护工作的努力和投入，2012 年公司获得了多项政府部门表彰和奖励，具体如下：

(1) 获评常熟市环境保护局连续三年（2010-2012）环境行为绿色评级；

(2) 获评苏州市“四星级能效之星企业”（苏州市政府【2012】15 号文）。



▲ ISO14001 环境管理体系认证证书



▲ 中国环境标志产品认证证书

报告期内,公司未接到任何有关环境保护方面的罚款,未收到任何有关环境保护方面的法律制裁,机动车 100% 获得环保标识。



▲ 2010 年环境行为评级



▲ 2011 年环境行为评级



▲ 2012 年环境行为评级



▲ 苏州市“四星能效之星企业”证书

2、节能减排

2012年,公司积极开展节能减排工作,切实开展能源环境内部审核和管理评审,对存在的问题和不足采取纠正预防措施,形成了自我发现、自我改进的运行机制,使体系规范有序运行。2012年4月,公司开展节能减排培训工作,各部门负责人、能源环境主管和主要用能环境岗位人员110人参加;各工厂部门采取厂内广播、内部会议等方式自行组织开展节能环保培训1-2次,员工覆盖率达90%以上,培训率达95%以上。

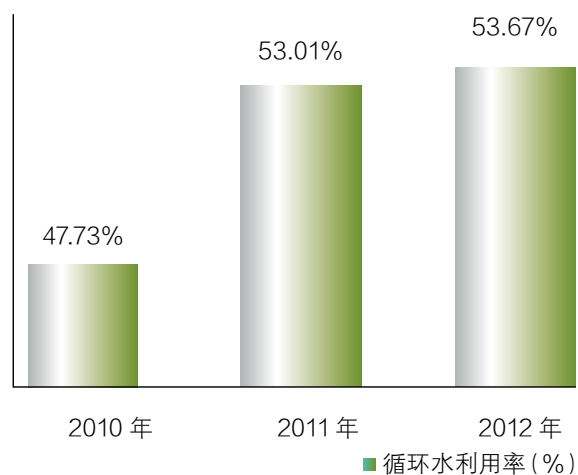
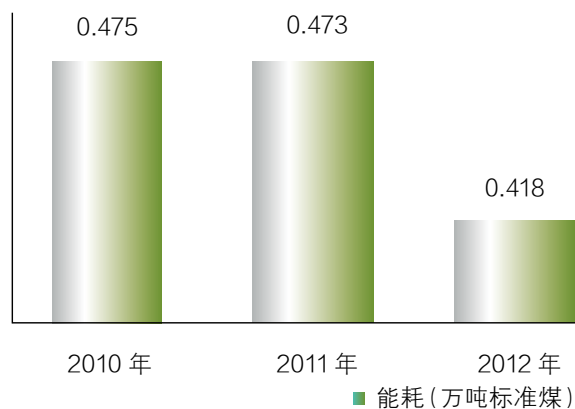
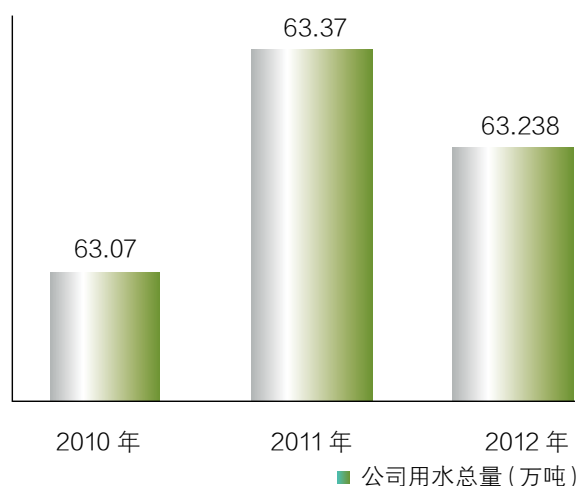


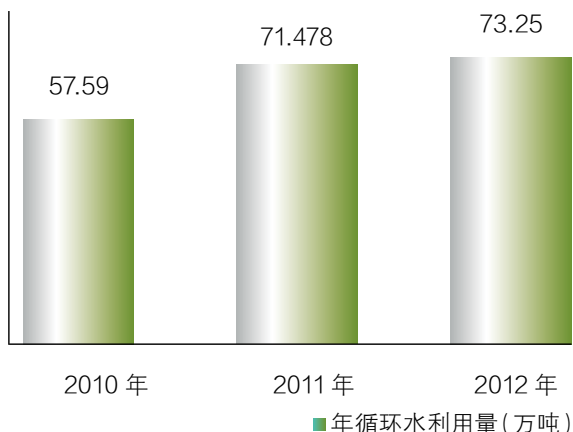
▲ 公司能源负责人参加政府组织的能源培训会议



▲ 公司班组长以上人员能源环保培训

常熟波司登总部园区和雪中飞生产基地近三年能耗情况





2012 年, 公司一次能源 (集团) 消耗, 原煤: 10669 吨。二次能源 (集团) 消耗, 电: 1962 万千瓦时、水: 132.62 万立方米、汽油柴油 (集团): 573 吨。2012 年单位产值综合能耗为 0.0162 吨标准煤 / 万元, 较上年下降 10%;

设备的节能技术改造: 锅炉变频自控系统及分层送煤改造; 整烫蒸汽及冷凝水回收利用; LED 日光灯推广应用; 用节能缝制设备淘汰落后低效缝制设备; 淘汰落后用能设备;

管理节能: 建立实施能源管理体系、执行节能管理制度如规定温度使用空调等;

2012 年, 公司严格执行“三废”排放标准, 报告期内未接到任何有关节能减排方面的罚款, 未收到任何有关节能减排方面的法律制裁。

(1) 公司废水排放执行标准: DB32/T1072-2007《太湖地区城镇污水处理厂及重点工业行业主要水污染物排放限值》。

(2) 公司废气排放执行标准: GB13271—2001《锅炉大气污染物排放标准》。

(3) 公司噪音污染控制执行标准: GB12348-2008《工业企业厂界环境噪声排放标准》。

2012 年, 公司原材料和半成品的运输包装采用周转车和周转箱全部循环重复使用。



▲ 2012 年公司制定“十二五”节能规划



▲ LED 高效节能灯应用



▲ 车间整烫蒸汽余热回收利用管道

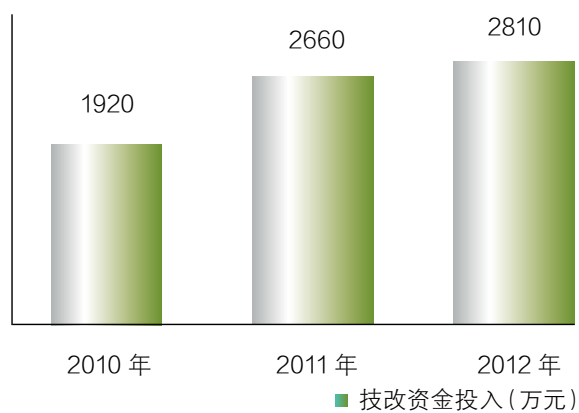


▲ 锅炉分行分层节能给煤装置



▲ 中央空调淘汰落后更换节能电动机

公司通过技改、设备更新等方式
积极开展节能减排工作



▲ 公司近三年技改资金投入情况



▲ 雪中飞公司安装锅炉风煤比变频节能系统



▲ 锅炉风煤比变频节能系统



3. 安全生产

公司严格执行“安全第一、预防为主”方针，持续强化平安企业责任感，增强安全生产意识。

在波司登安全生产委员会、综合治理委员会领导下，制定了一系列安全生产及平安企业管理制度、目标、计划，建立了完善的安全生产责任体系。主要包括：

- 1、员工文明住宿规定
- 2、安全生产宣传教育和培训制度
- 3、安全用电管理制度
- 4、电器设备管理制度
- 5、安全教育制度
- 6、安全检查制度
- 7、锅炉压力容器管理制度
- 8、劳动保护用品管理制度
- 9、企业安全生产例会制度
- 10、事故管理制度
- 11、危险化学品储运管理制度
- 12、仓库安全制度
- 13、安全生产奖惩办法
- 14、平安创建资料归档范围
- 15、波司登公司综治工作制度
- 16、综治办主任岗位责任制
- 17、安全保卫管理制度
- 18、消防工作管理制度
- 19、财务部安全管理制度

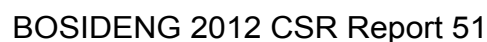
.....

公司确定各分厂厂长、分公司经理为第一安全生产负责人，签订《安全生产责任书》，开展消防安全、生产安全等各项工作。组织开展三级安全教育制度培训（即公司安全教育、车间安全教育及班组安全教育），通过听课、观看宣传片、广播、法制展板、《大家庭报》等方式，深入宣传各类安全知识。并组织全体职工及住宿人员模拟逃生演习，提高员工安全生产意识和应急处置能力。还在厂区及车间分别设立诊所、医药箱，为应急处置提供就近救护服务。

通过落实以上制度措施，波司登实现了管理程序的制度化、工作秩序的规范化、检查执行的标准化，2012 年公司未发生重大安全事故。



2012年,公司取得危险废物经营许可证,严格按照相关规定和要求执行危险废物经营,确保各项安全生产工作的开展。





chapter 6 员工成长

“

企业承担社会责任，
首先要把员工放在第一的位置，把员工的利益处理好。

要坚持以人为本的理念，构建和谐劳动关系，
让员工与公司共同成长、共享财富。

——波司登董事长 高德康

”

1、员工概况

截至 2012 年 12 月 31 日,集团员工总数为 24630 人。

其中,常熟波司登总部员工 4592 人。分类统计显示:男员工 2587 人,女员工 2005 人;18 ~ 45 岁的员工 4160 人,45 岁以上的员工 432 人;外地员工 3120 人,少数民族员工 67 人。全部员工都签订三年以上(含三年)有固定期限合同,合同签约率达到 100%,员工保险覆盖率达到 100%。公司没有聘用童工和未成年工。

2、基本权益与民主参与

公司严格遵守国家有关法律法规,重视保障员工权益,营造和谐发展的氛围。根据“尊重、发展、约束、激励”的原则,建立了人力资源开发和管理体系,形成人力资源竞争优势。

2012 年,公司根据《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规,以“公平、公正、公开”为原则,持续完善劳动合同管理制度,切实维护集团本部、各级下属企业和员工的合法权益。

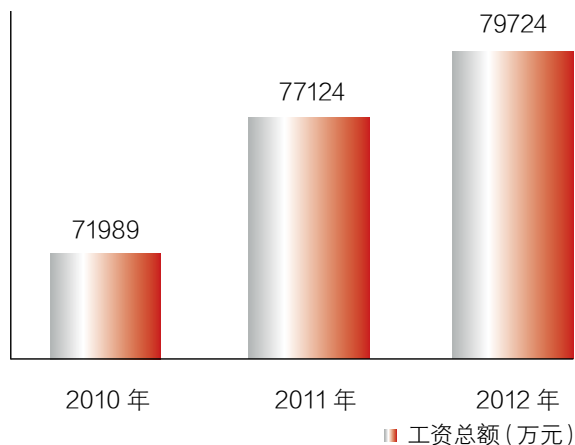
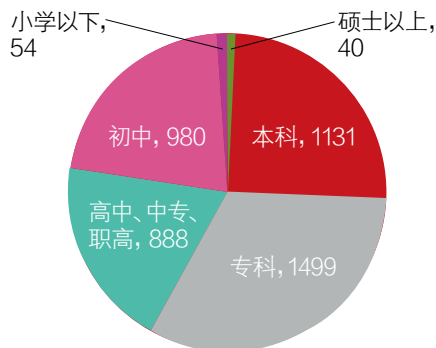
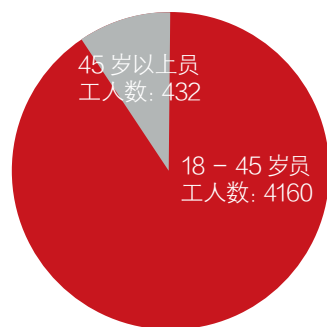
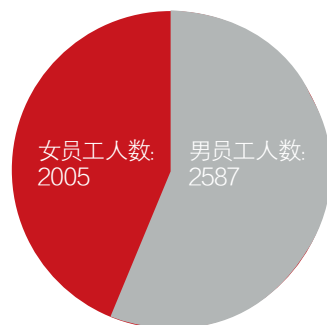
公司劳动合同的续订、解除和终止,严格按照《劳动法》《劳动合同法》《劳动合同法实施条例》及相关内部管理规定执行。

公司对内部实施的“招聘及录用”“合同管理”“辞职、辞退、解除、退休”“薪酬管理”“奖惩条例”等详细的管理制度,根据年度执行情况,进行年度优化和修订,为企业可持续发展奠定了制度基础。

■ **公平的用工政策:** 公司严防歧视、骚扰、强迫或强制劳动的事件发生,2012 年未收到关于歧视、骚扰、强迫或强制员工劳动的投诉或举报,未因违反劳动法律而受到处罚。

■ **薪酬福利:** 严格按照国家法律法规的要求和当地最低

2012 波司登总部员工基本概况
(单位: 人)



收入标准, 按时发放员工工资, 无拖欠工资现象发生。公司提倡多劳多得、能者多得的原则。

■ **工作时间:** 2012 年, 由于受行业及季节影响, 公司生产需要进行周期调整, 进而无法全部实行标准工时制, 公司对管理人员、销售人员、外勤人员何辅助岗位人员实行不定时工作制, 对生产一线操作工实行综合计算工时, 工作时间符合国家及地方相关规定。

■ **民主生活:** 公司尊重并保护员工参与公司治理的权利, 2012 年通过职工代表大会, 确保职工在公司治理中享有充分的权利。在职工代表大会上, 公司各级领导和员工共同商讨发展规划、集体合同、薪酬制度、经营考核办法等事关公司发展、员工利益的大事。波司登工会还积极组织开展各种劳动竞赛和文体活动, 参与企业民主决策、民主管理和民主监督, 维护职工的合法权益, 构建和谐和谐的劳资关系。通过每隔 1-2 个月各系统上下级各种形式的沟通与交流、定期开展内部各种形式的企业文化月活动、满意度调查与改善、员工家访、员工慈善帮助、生日祝贺、员工合理化建议、员工回音壁、总裁信箱、专题研讨沟通会议等形式, 形成内部良好的企业文化执行氛围。

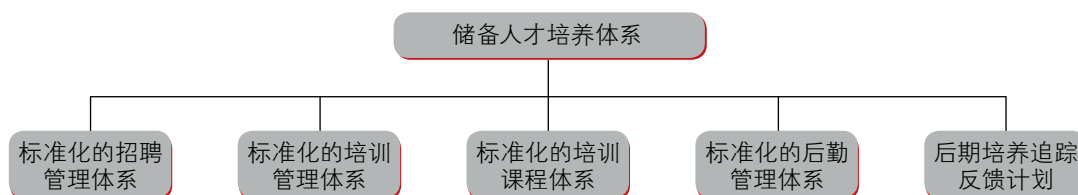
3. 员工培养与成长

人才培养是关乎公司人才管理战略实现的重要因素, 有效的储备人才培养体系既能满足企业对储备人才的需求, 又能为储备人才的个人发展提供必要的平台。成熟的储备人才培养体系, 是人力资源部门不断探索的结果, 是企业有效开展储备人才培养的基础。

2012 年, 储备人才培养工作得到公司高层领导的高度重视。公司人力资源中心本着对集团战略规划实施和储备人才长远发展负责任的态度, 探索了一套完整的储备人才培养方法, 并形成了完善的储备人才培养体系。该体系包含 5 个重要组成部分: 标准化的招聘管理体系、标准化的培训管理体系、标准化的培训课程体系、标准化的后勤管理体系以及后期培养追踪反馈计划。



波司登人才培养体系示意图



2012年，公司组织各类内部培训160场（次），培训时长超过2800小时，参训人数达到13511人次；组织各类外部培训31场（次），培训时长超过750小时，参训人数达到1752人次。培训内容涉及企业文化、信息技术、销售业务、产品知识、生产质量、实验室管理、门店管理与经营、法律、财务、风险控制、生产安全、消防等各个方面。

完善的培训体系，有效地帮助了员工快速成长，也为公司发展提供了充足的人才资源。



▲ 丰富多样的人才培训内容

“雏鹰训练营”计划

值得一提的是,为了更好地开展新员工培训工作,2012年公司专门制定“雏鹰训练营”培训计划,成立以人力资源中心牵头的培训项目工作小组,负责全权培训事务。

在教学管理方面:

拟定标准化的培训管理体系,包括标准化的教务管理工具、组建专门的项目管理团队、设计完整的考核评优方案和学员满意度调查等各个方面。

在教学安排方面:

雏鹰训练营共分为三个培训阶段:集中训、技能训和强化训。集中训以军训、职场通用类和心态类课程为主,旨在提高储备人才的纪律性,促进储备人才的职业化;技能训以各条线单独培训为主,旨在提高储备人才的专业技能和实际操作能力;强化训以时间管理、企业文化和职场礼仪为主,旨在进一步促使学员融入公司,接受公司的企业文化。

在课程设计方面:

包含理论培训、实践培训、心态培养和团队建设四个

方面。课程体系设置的合理性直接影响学员技能的提升和满意度。为了确保课程体系的针对性和有效性,项目组在课程体系设置方面充分尊重各条线负责人和用人部门的意见,并聘请各条线主要负责人担任培训的讲师,承担课件研发任务。培训共设置课程90门,研发课件85份,聘请讲师63人。

在实践实习方面:

除了理论知识和实践技能的提升,项目组还特别注重通过拓展活动、户外运动、文体活动等加强对学员的心态培养和团队建设。学员在这一系列活动中展示出的主动性、创造性和组织能力也让他们获益良多。

在后勤管理方面:

为了保证后勤管理的及时性和有效性,项目组在场地规划、用餐管理和日常管理等方面制定了标准的行为规范,并落实相应的责任制,以确保后勤问题的快速反应。

在后期追踪方面:

本着对储备人才和用人部门负责任的态度,为确保储备



▲ 雏鹰训练营 爱拼才会赢



人才的稳定性和工作技能的不断提升,项目组针对储备人才到岗后的实际工作情况,制定有针对性的后期培养追踪反馈计划包括储备人才信息库的建立与维护成立内部联谊组织、制定在岗培养方案、设立培训体系的持续支持等。

雏鹰训练营 爱拼才会赢

9月27日,2012届波司登雏鹰训练营完美收官,为集团各部门及下属公司提供了197名优秀储备人才。这些优

秀的学员们,通过两个月的培训,掌握了基本的岗前知识及各项业务技能,怀揣着实现人生价值的理想和波司登发展的梦想奔赴公司各条战线,走上服务社会的第一岗。截至2012年底,到岗的储备人才保有率接近90%,呈现出高度的稳定性,得到了用人部门的高度评价。

波司登雏鹰训练营以创新型的员工培养方式、卓越的员工培养内容荣获中国纺织工业联合会授予的“全国纺织服装人力资源十佳特色案例”,列第一位。



▲ 雏鹰训练营 爱拼才会赢

2012 波司登十大标杆人物

榜样的力量是无穷的。2012 年，波司登各条战线上涌现出了一批爱岗敬业、钻研创新的道德模范和优秀员工，公司全年表彰 31 个先进集体、339 名优秀员工。他们的成功既是自己努力奋斗的成果，也是公司良好发展的表现，更是激励后来者的优秀标杆。



高德康

全国劳动模范 (2000 年)
优秀中国特色社会主义事业建设者 (2009 年)

“我是一个农民德儿子，我是一个党培养的企业家，我要时刻牢记党的宗旨，把我的一生，全部奉献给我的家乡和人民。”

榜样的力量

像他们一样，热爱党、热爱祖国、热爱公司；
像他们一样，服务群众、助人为乐、无私奉献；
像他们一样，勤恳踏实、爱岗敬业、争先创优；
像他们一样，廉洁自律、艰苦奋斗、感恩回报……



梅冬

全国劳动模范 (2010 年)
全国巾帼建功标兵 (2009 年)

“我全力以赴了，我的团队才能全力以赴，才能取得更好的成绩和结果。”



高晓东

全国纺织工业劳动模范 (2011 年)

“站在巨人的肩上，需要勇气和坚定的信念，才有希望实现更高的目标。”



王丽星

常熟市劳动模范 (2002 - 2004 年度)

“抓质量，只有更好没有最好！”

践行道德精神，传扬文明新风



“只要坚定信念、勤恳务实、爱岗敬业，在平凡的岗位同样也能创造出不平凡的业绩，展现自我的价值。”

姚依莉

江苏省优秀农民工(2008年)
常熟市文明市民标兵(2009年)



“把简单的事情做完美，就是一件不简单的事。”

程小红

常熟市劳动模范(2008 - 2010年度)



“责任是一项使命，一份担当和一种气魄。”

孙燕

波司登优秀党员标兵(2011年度)



“凡事要么不做，要做就做最好。”

潘丽军

波司登优秀党员标兵(2011年度)



“做人要讲道德，工作要讲能力，办事要讲廉洁。”

朱建江

波司登优秀党员标兵(2011年度)



“奉献和付出不是为了得到鲜花和掌声，不是为了得到回报和赞美，而是我们每一个共产党员的责任和义务。”

姚丽红

波司登优秀党员标兵(2011年度)

2012 波司登感动人物及团队

为弘扬社会主流价值观,学习身边的先进模范人物,聆听身边的感动故事,2012年10月中旬波司登启动“寻找身边感动人物,凝聚爱与善的力量”评选活动。经过各部门力荐、综合考察,最终评选出6位感动人物和1个感动团队。

2012 波司登感动人物及团队名单

序号	人物及团队
1	王玉芳:爱岗敬业的基层管理者
2	曹妙芳:诚实守信的创意人
3	吴兆攀:敬业奉献的缝纫工
4	高丽华:孝老爱亲的出嫁女
5	周月文:严格质检的抽样员
6	俞振东:助人为乐的热心人
7	波司登电子商务:团结拼搏的新型销售团队

王玉芳:爱岗敬业的基层管理者



王玉芳,现年36岁,常熟白茆人,初中文化,1994年7月进入波司登工作,现任波司登集团康欣制衣有限公司一车间一组组长。

颁奖词: 她以精湛的缝纫技术指导人,以优秀的人格力量感染人,以实用的管理技巧凝聚人。18年坚守岗位,无私奉献,她用青春和智慧诠释当代女性的职业道德精神。



吴兆攀:敬业奉献的缝纫工

吴兆攀,男,1985年3月出生,江苏沭阳县沂涛镇人,初中文化,2005年8月进入波司登,现任江苏波司登集团康欣制衣有限公司一车间一组缝纫操作工,主要负责羽绒防寒服各处拉链与下摆的缝纫工作。

颁奖词: 他把辛苦当成历练,用速度和零误差驱赶工作的枯燥。他将“每天进步一点点”作为前行的力量。在平凡的岗位上,他以脚踏实地、勤奋努力、视厂如家,这种最朴实的方式表达对波司登大家庭最炽热的爱。



高丽华:恪守孝道的出嫁女

高丽华,现年47岁,江苏常熟人,初中文化,2001年加入波司登工作,现任常熟波司登进出口贸易有限公司技术部仓库发料员。

颁奖词: 一次又一次的家庭不幸,让她的生活蒙上了一层挥之不去的阴霾。她不屈服于命运,迎难而上,用单薄的双肩扛起伺候双瘫父母的责任。十年如一日,不离不弃,在无数个填满艰辛的日子里,她脸上笑容依旧灿烂如花。



曹妙芳:诚实守信的创意人

曹妙芳,女,南通如东人,现年48岁,大专文化,2002年3月加入波司登,从一名普通的制版师逐步成长为公司的技术科长、技术部长,现任波司登创意中心制作部经理。她多次被评为优秀员工、优秀干部,2005年在公司举办的“三八”美丽女人演讲比赛中荣获一等奖。

颁奖词: T台秀上最耀眼的创意展示,是她孜孜不倦地追求目标。她以诚信、责任、敬业诠释“台上三分钟,台下十年功”的朴素道理。她不为金钱所惑,意外拾得万元大钞,却让她心急如焚,直至物归原主。



周月文: 严守质检的抽样员

周月文, 1966 年 12 月出生于常熟白茆, 初中文化, 1999 年 9 月进入波司登工作, 先后从事宾馆物资保管、后勤物资采购等岗位工作, 现任波司登检测中心抽样员。

颁奖词: 不论天寒地冻, 还是风吹日晒, 都无法阻挡她奔赴各品牌公司抽检原辅料的步伐。她宁可得罪人, 也绝不放过任何残次品流入工厂。有人说她过于较真, 不懂人情世故, 但她却力排众议, 一如既往地严守“质量是产品生命线”的关口。



俞振东: 助人为乐的热心人

俞振东, 1981 年 10 月出生, 本科文化, 中共党员, 2004 年 6 月加入波司登, 现任波司登集团品牌管理中心新媒体部长。他先后被评为波司登集团优秀员工、常熟市文明职工。

颁奖词: 他敬业, 用娴熟的技术为同事们带去最专业的服务; 他热心, 9 年间, 利用业余时间, 为 2000 多人送去最贴心的帮助; 他乐善, 倾己之力帮扶每一位困难的人, 乐此不疲。

波司登电子商务: 团队合心, 其利断金

2008 年筹建电商平台, 2009 年 4 月成立电子商务部, 2011 年改建电子商务公司, 2012 年销售额接近 4 亿元。四年间, 波司登电商团队从 4 人到 288 人, 分销商从无到 1345 家, 直接及间接解决了超过 5000 人的就业问题, 培养了一批优秀的电子商务高级管理人员及专业岗位的运营专才。

颁奖词: 在工作中, 他们是同心协力的合作伙伴, 在生活中, 他们是情深意切的兄弟姐妹, 在网络的世界里, 他们又是足智多谋的英勇战士。他们用青春的朝气和团队的合力, 创造企业销售业绩新增点。



4. 职业健康与安全

波司登视员工为企业最可宝贵的财富，高度重视员工职业健康与安全工作，通过了SA8000社会责任保证体系认证。2012年，在公司平安企业创建领导小组的领导下，波司登严格按照安全生产和应急预案等相关制度的要求，通过开展多种形式的职业健康与安全培训，促进员工职业健康与安全。

为了识别工厂生产、管理及其他相关活动所涉及范围内的职业健康安全危险源，并进行有效控制，公司制定并实施了《危险源识别、风险评价控制程序》。通过落实以下措施，切实降低及杜绝了重大安全生产事故：

1. 加强员工安全意识和自我防护能力的培训、教育；
2. 制定安全操作规程或张贴安全警示标识；
3. 加强现场监督检查；
4. 配置适合的个人劳动防护用品或安装设备防护装置；
5. 通过增加通风、降温、换气设施来改善员工操作环境；
6. 制定《重大危险源及其控制措施一览表》，明确采取控制措施、责任部门、涉及岗位；
7. 将重大危险源及其控制措施加入三级安全教育内容，并在车间张贴宣传。

公司每年组织企业管理人员及特殊岗位员工免费体检，2012年常熟总部接受体检员工为342人。

作为劳动密集型服装制造企业，公司生产流程较多。其中，涉及职业健康安全的岗位主要包括锅炉工、检验员、机修工、电工、裁剪工和充绒工等，全部实行上岗证制度，并按要求配备劳动保护用品，主要包括防护手套、防尘口罩和防尘面罩、减噪耳塞、防护帽、绝缘鞋等。公司每年还组织充绒工、化学品使用人员等岗位员工进行免费体检。

针对女员工的特殊性，公司妇联采取多种形式进行人口知识、计生、优生、优教知识以及生殖健康知识宣传。2012年3月，邀请常熟市东明医院的专家医师来司举办“美丽健康”知识讲座，并为女员工提供健康咨询及义诊活动。

2012年12月，波司登还邀请常熟市结核病防治所医护人员来司宣传开展结核病防治宣传活动，宣传结核病防治政策，普及相关防治知识，提高了员工的防病意识和结核病防治知识知晓率。

通过引进吊挂式流水线，更新生产设备，降低生产线人机密度，配置音响广播设施，波司登生产车间的工作环境大为改善，一线员工满意度显著提高，成为全国工业旅游示范点——波司登工业园区内的一大亮点。



▲ 关爱员工职业健康与安全

6. 员工生活

波司登积极将“家文化”理念导入经营管理中,组织开展联谊、各类文娱、旅游等形式多样的文化活动,为员工营造了丰富多彩的生活环境,让每一位波司登员工都有家的感觉,也体现出公司坚持文化兴企、文化强企,和用文化的力量关爱员工、凝聚员工的信心和决心。

2012年,公司集中举办生日宴会12次,春节期间租赁53辆长途班车,运送2200多名员工返乡过年和节后回厂。公司还组织开展全员满意度调查,针对满意度值低及员工反映强烈的问题,落实责任单位进行分析和整改。

公司组织开展全员满意度调查,针对满意度值低及员工反映强烈的问题,落实责任单位进行分析和整改。

通过改善员工衣食住行,成立爱心基金会、波司登文联,开设道德讲堂,开展企业文化月活动等创新举措,波司登不断丰富企业文化内涵,使员工们快乐有分享、成绩有赞赏、困难有帮扶、情绪有释放,锻造了有活力、有战斗力、有良知、有责任感、有爱心的优秀团队。

波司登为广泛吸纳社会劳动力、构建和谐劳动关系、维护社会稳定作出了突出贡献。7月17日,国务院在北京人民大会堂举行全国就业创业工作表彰大会,公司被授予“全国就业先进企业”荣誉称号。时任中共中央政治局常委、国务院总理温家宝、国务院副总理李克强等领导出席会议,李克强副总理为高晓东总经理颁奖。

2012年度波司登员工生活改善项目汇总(后勤设施)

项目	细项	涉及人数	实际费用(万元)
住宿环境改善	白茆中学集宿改造	220	84
	阳光家园租房	230	241
	常熟市区租房	71	89
	其他外租补贴	60	36
就餐环境改善	波司登中心食堂蓝天餐厅	1200	480
	雪中飞中心食堂蓝天餐厅	1100	57
班车环境改善	新增班车产生之费用(苏州线/5号线)	60	32
合 计			1019



▲ 波司登“家文化”凝聚人心促发展



chapter 7
公共事业与
公益事业

“ 承担社会责任、体现社会价值，
是企业发展的终极目标和强大动力，
回报社会是企业 and 企业家应尽的义务。

——波司登董事长 高德康

”

1、公共事务

依法纳税是每个公民和企业的基本义务。2012年，公司积极开拓国内、国外两个市场，创新进取，实施多品牌化、四季化、国际化的发展战略取得了积极的成果，在营业收入不断增长的同时，也为国家的税收增长作出了自己的贡献。2012年，公司向全国各地政府缴纳税收135,302万元。

2012年，公司新加入中国羽绒工业协会第五届理事会，并担任副理事长单位。高德康董事长新当选全国工商联十一届常委。

2、参政议政

2012年，高德康董事长在履职第十一届全国人大代表期间，始终牢记肩负的神圣职责，认真履行代表职责，关注国家社会经济发展，广泛接触选民群众，积极参政议政，向全国人大提交各项议案，并得到了相关政府职能部门的采纳。

全国两会期间，高德康代表就新农村建设、加快特高压输电工程建设、扩大江苏区外来电规模、将智能电网建设纳入国家战略等方面向全国人大提交议案，并得到了与会代表的积极响应。

“作为全国人大代表，作为企业家，为常熟经济发展和构建和谐社会作出贡献，是我应尽的职责。我也深知，我所做的一切，离党和政府对我的要求，离父老乡亲对我的期盼还有一定距离，在未来工作中，我将百倍努力，为实现‘两个率先’鞠躬尽瘁、奋斗不息！”

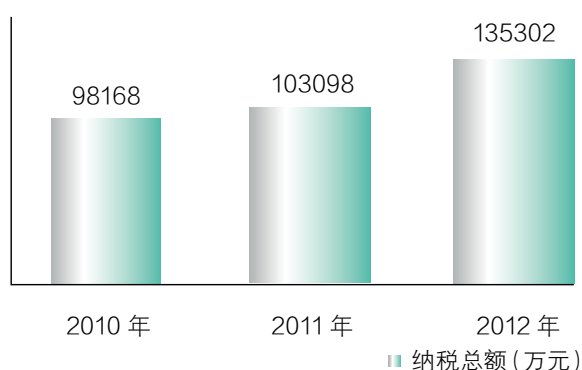
“要搞好新农村建设，切实提高村民的生活质量，首先要做好农村建设规划。在制订规划时，要避免重城轻镇、重镇轻村，也要避免建设规划的滞后和不完善导致的不必要的重复拆迁。”

“我认为，依靠企业自主的科技创新，驱动实体经济的振兴，才能让中国的经济在本轮的国际经济低迷期，实现率先复苏。不管在什么样的经济形势下，实体企业都应该舍得在科技及技术创新上花钱。”

“在鼓励企业科技创新方面。我认为，政府任何时候都要关心企业的技术创新和发展，积极引导创新要素向企业集聚，鼓励企业建立技术研发体系，使企业真正成为研发投入、技术创新活动和创新成果应用的主体。其次，鼓励打造产学研有效结合的技术创新推进平台，使技术创新成果在企业得到转化，变成实实在在的生产能力。第三，鼓励金融机构重点加大对产业转型升级和企业自主创新的支持。”

——高德康代表在2012年全国“两会”上的发言(部分)

公司近3年的纳税总额



▲ 2012年两会期间，胡锦涛同志与高德康代表亲切握手



▲ 高德康代表作客新华网全国两会特别访谈

3. 拥军拥属

国防建设关乎国家的安危和民族的兴衰。2012 年，公司始终秉持“国防强则企业强”的信念，积极支持国防建设和拥军优属工作，并将企业文化融入到国防教育中，在选人用人方面体现优待优抚。同时，努力将拥军优属工作做到部队建设的每一个地方，为常熟“全国双拥模范城”三连冠作出了重要贡献。

为传承和发扬“沙家浜”精神，进一步巩固警政警民团结，促进社会和谐发展，2012 年 7 月 30 日集团与常熟市边防检查站签约，喜结双拥共建对子。这也是波司登党委和工会“关爱子弟兵、共建同发展”的一项重要内容。



▲ 关爱子弟兵 共建同发展

4. 公益事业

2012 年，公司积极投身公益慈善事业，全年累计慈善投入超过 940 万元，取得了良好的社会效益。

2012 年公司慈善捐赠目录（部分）

捐赠方名称	捐赠用途或项目名称	捐赠现金（万元）	捐赠物资折价（万元）
常熟理工学院贫困生	贫困生助学	15.2	
中国妇女发展基金会	母亲邮包	5	
中国扶贫基金会	爱心包裹	5	
张家界国家森林公园管理处	铸造吴冠中铜像	20	
中国羽协（张北县教育和科学技术局）	贫困生冬衣		8.79
古里镇人民政府	古里镇老党员冬衣		10.38
常熟市健美操（舞）协会	第五届健美操交流赛	5	
常熟市财政局（预算外资金）	青少年活动中心天文馆	20	
常熟市红十字救助基金会	贫困生助学	10	
江南大学贫困生	贫困生助学	8.36	
古里镇人民政府	古里镇老党员冬衣		28.455
中国光彩事业基金会	宁夏行延边行	200	
古里镇康博村 60 周岁村民	康博村 60 周岁老年人养老金	58.824	
吉安慈善会	各救助站		64.8
江苏省慈善总会	各救助站		262.312

力挺慈善事业 德康博爱基金会启动

2012年1月10日,波司登出资5000万元发起的“德康博爱基金会”揭牌成立。作为常熟首家国家民政部直属管理的非公募公益基金会,基金会致力于公益慈善事业,发扬人道主义精神,弘扬中华扶贫济困之传统美德,以人为本,开展扶贫济困、抚孤助残、赈灾救援等慈善捐助工作。高德康表示,建立慈善基金会,就是要把慈善义举纳入一种科学、规范、持久的轨道中,把一时一事的慈善义举变成“用创新的理念献爱心,以创新的机制做公益”的常态行为。

在高德康董事长直接领导和关心下,基金会成立以来遵循公益原则,参与慈善活动,体现大爱情怀,以奉献爱心的实际行动,努力建设和谐社会,开展了一系列扶贫帮困、捐资助学、援助革命老区等公益活动。2012年在项目管理、社会公益、扶贫帮困、赈灾助学等方面出资现金308万元,捐赠衣物价值488万元,总计捐赠796万元。同时,基金会也在自身建设,内部管理,制度规范等诸多方面积累经验,塑造形象,得到社会各界广泛认可。



2012 “德康博爱，温暖中国”系列捐助行动



▲ 在常熟理工学院设立“德康博爱助学金”，资助品学兼优的贫困学子完成学业。



▲ 亲情助老，温暖常熟



▲ 810 件羽绒服温暖井冈山革命老区



▲ 向江苏省各地救助站捐赠 3900 件羽绒棉衣，为流浪乞讨人员送温暖

5、公益荣誉

公益慈善事业是人间上最温暖、最幸福的事业，做善事要只争朝夕、常有作为。我和全体波司登人，都会与社会的弱势群体血肉相连、心灵相通、命运相系，成为中国企业界回报社会、践行责任的领跑者，为推动和谐社会建设做贡献。

——波司登董事长 高德康



◀ 高德康董事长获第七届“中华慈善奖”

2012年,高德康董事长热心慈善、躬行善举,积极承担社会责任,荣获“中华慈善奖”、“慈善华商人物”“苏州慈善奖”等荣誉。

背景阅读: 中华慈善奖

“中华慈善奖”是由国家民政部颁发的中国公益慈善领域最高政府奖,于2005年设立,每年评选一次,旨在褒扬在赈灾、扶老、助残、救孤、济困、助学、助医以及支持文化艺术、环境保护等公益慈善领域做出突出贡献的个人机构及项目,对弘扬公益慈善精神、加快推动公益慈善事业发展发挥了重要作用。



▲ 第七届“中华慈善奖”



▲ 高德康董事长获苏州市慈善奖,与江苏省委常委、苏州市委书记蒋宏坤合影



▲ 慈善华商人物



chapter 8 发展展望

“

波司登是一个始终追求梦想、
并不断创造奇迹的企业。

波司登的梦想，
是要打造中国服装行业最强大的企业集团，
成为一家令世人尊敬的、世界知名的综合服装品牌运营商，
谱写“中国梦”的波司登篇章！

——波司登董事长 高德康

”

◀ 2013年3月8日,习近平总书记参加十二届全国人大一次会议江苏团分组审议《政府工作报告》,与高德康代表亲切握手。高德康代表汇报说:“我的梦想,就是要打造真正的世界名牌,为实现中国梦不懈努力。”总书记赞叹地说:“波司登现在也发展得很强啊!”

2012年,受国际金融危机、宏观经济下滑、劳动力成本增加、终端消费需求减弱等因素影响,服装行业面临库存压力大,增速放缓的尴尬局面。

过去的一年,波司登人精诚团结、全力以赴、奋勇拼搏、创新进取,在不断巩固国内市场的同时,积极实施国际化之路,取得了令业界艳羡的经营业绩。公司荣获国务院颁发的“全国就业先进企业”荣誉称号,并获评“中华慈善奖”“亚洲质量卓越奖”“英国商业大奖——年度中国投资者奖”等一系列荣誉,为公司的发展奠定了良好的基础。

过去的一年,我们更加清晰地认识到,实践社会责任对企业可持续发展的价值;更加深刻地体会到,企业要承担起对环境、社会和经济的责任;更加积极地将环境、社会、经济等方面的议题,融入到自身的业务运营中。

波司登人的梦想,是要打造中国服装行业最强大的企业集团,成为一家令世人尊敬的、世界知名的综合服装运营商,谱写中国梦的波司登篇章。这是我们不断追求的品牌梦,是

公司可持续发展的梦,也是最大、最美好的社会责任的梦!

2013年,是实施“十二五”规划承前启后的关键之年,更是全面贯彻十八大“创新驱动战略”、践行“波司登梦”的起始之年。波司登将继续推进“四季化、多品牌化、国际化,以及以羽绒服为核心,做强做优羽绒服业务”的战略决策,在《中国纺织服装企业社会责任管理体系》(CSC9000T)的要求下,以《企业社会责任行为准则》约束公司作为企业公民的各项行为,加强与各利益相关方的沟通,提升公司各方面的管控能力,深化波司登的社会责任事业,促进公司经济效益与社会效益全面进步。波司登将继续把以人为本的理念、和谐劳资关系和助建和谐社会紧密结合起来,积极构建和谐劳动关系,提高企业创新能力,努力让自己成为社会的“最佳公民”、员工的“最佳雇主”,为引领中国服装品牌走向世界、构建社会主义和谐社会作出应有的贡献。

我们相信,在各界朋友的关心支持下,波司登的梦想一定能实现,祖国也一定能成为屹立于世界的服装强国!



BUREAU VERITAS 验证声明

验证目的

BUREAU VERITAS CERTIFICATION (以下简称“BV”)受中国纺织工业联合会的委托,对波司登股份有限公司(以下简称“公司”)《2012年度企业社会责任报告》(以下简称《报告》)执行第三方验证工作。《报告》披露的所有数据和信息全部由公司提供,BV未参与《报告》编写过程。BV的职责是通过验证《报告》的数据和信息及其收集、分析和管理过程,对《报告》所披露数据和信息的全面性、客观性、适宜性、响应性和发展性提供独立第三方的验证声明。

验证范围

- 报告范围覆盖波司登股份有限公司及其下属分公司纺织板块的数据和信息,验证过程中只拜访公司总部江苏省常熟市波司登工业园区,未拜访其他分公司和利益相关方;
- 验证从2012年1月1日至2012年12月31日期间,《报告》中所披露的数据、信息和管理支持系统,及其收集、分析和汇总等相关过程的客观性和可靠性;
- 以下信息排除在验证范围之外:
 - 信息披露期限之外的数据、信息及活动;
 - 关于公司的立场、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。

验证等级: 合理保证等级

验证方法

验证过程包括如下活动:

- 访谈公司相关工作人员和管理人员;
- 评审文件和数据记录等证据;
- 数据收集和统计系统的抽样验证;
- 通过互联网等方式,获取外部公开数据和信息;
- 评价信息的收集及相关管理流程。

验证活动根据《BV验证程序》、ISAE3000标准和《中国纺织服装企业社会责任报告验证准则(CSR-VRAI)》进行,同时参考《中国纺织服装企业社会责任报告纲要(CSR-GATEs)》的要求。验证活动是基于BV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。



验证结论

- 《报告》所披露数据和信息的来源是可靠且客观的，BV 在验证过程中没有发现重大系统性或实质性错误；
- BV 识别出公司在《报告》编制和社会责任管理方面持续改进的机会，详见“改进建议”。

全面性

公司根据《中国纺织服装企业社会责任报告纲要（CSR-GATEs）》的要求，结合公司特点，从科技创新、公司治理、质量与服务、安全生产、环境保护和慈善公益等六个方面披露了公司在社会责任管理方面的管理措施、具体行动和绩效数据，覆盖 CSR-GATEs 指标总数的 75% 以上，具有一定的全面性。

客观性

经验证，《报告》中披露的信息和数据基本可靠，公司对各管理部门提供的信息和数据进行统计和汇总，具有可追溯、可核实的客观依据。

适宜性

《报告》披露了公司的生产规模、产品服务和社会责任具体行动，体现了公司企业文化和纺织行业的特点，具有一定的适宜性。

响应性

《报告》对于利益相关方关注的关键问题，如：员工关爱、环境保护、科技创新、慈善公益、安全生产等进行了回应。

发展性

公司坚持可持续发展“三重底线”原则，在经营管理和运营过程中，不断提高公司产品特别是羽绒服系列产品研发和创新能力，同时关注环境和社会责任的承担。报告披露了公司社会责任关键绩效数据的动态变化和发展趋势，具有一定的发展性。

改进建议

通过现场验证和报告评价活动，公司在社会责任管理方面有以下改进的机会：

- 为不断提高报告的响应性，建议公司采用系统化方式开展利益相关方参与和关键性问题的评价；



- 为提高数据可比性、促进和完善公司的社会责任管理，建议公司在现有的社会责任管理的基础上，不断完善社会责任量化数据指标体系；
- 为进一步提高《报告》数据和信息的准确性，建议公司建立社会责任量化数据指标管理体系，将其纳入日常管理活动中，并加强对量化数据的统计、分析和核查。

验证独立性、公正性及能力声明

BV 是一家拥有 180 多年历史，在质量、环境、职业健康安全和社会责任领域提供独立验证服务的机构。验证小组成员与委托方、被验证方无任何利益或冲突关系，验证活动是独立的、公正的。

Fabien JOLY DE BRESILLON
大中国区总监
Bureau Veritas 认证部
2013-08-10

Minghua Zhang

张明华
验证组组长
Bureau Veritas 认证部
2013-08-10



中国纺织工业联合会

波司登股份有限公司 2012 年社会责任报告

鉴证声明

中国纺织工业联合会（以下简称“联合会”）应波司登股份有限公司（以下简称“波司登”）的要求，对《波司登股份有限公司 2012 年社会责任报告》（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“波司登”提供。联合会对《报告》进行了书面审阅，并委托必维国际检验集团（BV）对《报告》依据《中国纺织服装企业社会责任报告验证准则》（CSR-VRAI）实施独立验证。

鉴证结论

- “波司登”编制的 2012 年社会责任报告符合《中国纺织服装企业社会责任报告纲要》（CSR-GATES）的指标涵盖要求和《中国纺织服装企业社会责任报告验证准则》（CSR-VRAI）关于报告质量的要求。
- 必维国际检验集团（BV）依据《中国纺织服装企业社会责任报告验证准则》（CSR-VRAI）对波司登股份有限公司 2012 年社会责任报告独立实施并完成了验证，我们建议各利益相关方接受并认可其所做出的验证结论。

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“波司登”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

2013-08-10



指标索引

本报告中, 报告充分指标数量(●): 120 项; 部分涉及指标数量(◎): 56 项; 未报告指标数量(○): 25 项; 披露指标覆盖率: 87.56%。

编号	序列号	指标内容	2011 年 采用	2012 年 采用	所在位置
	1. 企业状况与经济指标				
	1.1 企业状况				
1	1.1.1	企业名称、住所和法定代表人		●	P4
2	1.1.2	企业的简要发展历程	●		P8、P9
3	1.1.3	主要产品、工艺、业务与服务	●		P6、P7
4	1.1.4	所有制性质与法律组织形式	●		P6
5	1.1.5	企业组织结构与投资状况		●	P9、P10
6	1.1.6	企业的主要客户与市场		●	P10
7	1.1.7	企业的核心运营地区(国家)及当地的行业发展政策	●		P11
8	1.1.8	企业的基础设施、固定资产及其规模	●		P10
9	1.1.9	企业在报告期间获得的主要奖励和社会认可		●	P12、P13
	1.2 经济指标				
10	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		◎	P10
11	1.2.2	企业全员劳动生产率		●	P10、P53
12	1.2.3	纳税总额及税种细分		●	P65
13	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)		◎	P10
14	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		●	P10
15	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		◎	P10
16	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		◎	P53
17	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, 以及在报告期间的增长幅度		●	P43
18	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		●	P41
19	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		◎	P6、P7
20	1.2.11	企业因自然灾害等不可抗因素而导致的额外财务负担		◎	P6、P7

	2. 社会责任战略与方针				
	2.1 企业的社会责任战略				
21	2.1.1	企业的发展战略、价值观或企业文化	●		P2
22	2.1.2	社会责任在企业发展战略及价值观中的定位	●		P21
23	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		●	P6、P7
	2.2 企业的社会责任方针				
24	2.2.1	具体的社会责任方针声明	●		P22
25	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	●		P23
26	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	●		P22
27	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	●		P5、P22
	3. 社会责任管理体系				
	3.1 社会责任管理组织				
28	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		●	P17
29	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		●	P16
30	3.1.3	企业内社会职能的的领导或协调机构, 以及各部门、层次间社会职能、权限的分配方式, 或者报告期间所做出的重大调整		●	P17
31	3.1.4	报告期间社会责任管理的主要目标与指标		●	P18
32	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		◎	P17、P18
33	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		◎	P17、P18
34	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		◎	P17、P18
	3.2 社会责任管理运作				
35	3.2.1	企业规划社会责任管理的方法		◎	P17、P18
36	3.2.2	企业各部门、各层次社会职能有效性的考核与评价方法		○	
37	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		○	
38	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, 包括在本纲要第四部分各类指标方面的意识提升措施		◎	P17、P18
39	3.2.5	企业的社会责任培训制度以及报告期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		◎	P17、P18 P54~P57
40	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		○	
41	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	◎		P54

42	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	◎		P59
43	3.2.9	企业在应对、解决社会责任紧急情况、事件与危机方面的应急准备制度与应对措施		●	P51
44	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,及报告期间的使用频率和主要议题	◎		P31
45	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		○	
46	3.3.3	企业定期评价适用的对有关员工权益、社会和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		●	P53
47	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		○	
48	3.3.5	企业的社会责任内部审核机制及实施情况		○	
49	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		●	P18
3.4 利益相关者参与					
50	3.4.1	企业识别外部利益相关方的标准与程序		●	P19
51	3.4.2	确认的外部利益相关方		●	P19
52	3.4.3	企业收集、接收和处理外部利益相关方意见的机构及程序		●	P19
53	3.4.4	外部利益相关方参与企业社会责任管理的途径与方式		●	P19
54	3.4.5	报告期内上述途径与方式的利用频率		●	P19
55	3.4.6	报告期内外部利益相关方所提出的主要社会责任议题		●	P19
56	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		●	P19
4. 社会责任绩效表现					
4.1 产品安全与消费者保护					
57	4.1.1	企业的产品安全方针及适用的检验状态		●	P42
58	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		○	
59	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	●		P55
60	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		●	P37、P38
61	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		●	P37
62	4.1.6	企业对产品进口国(地区)的安全与安全标准的识别或相关的合同要求的遵循情况		◎	P37、P38

63	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		●	P37、P38
64	4.1.8	产品安全的国家抽查合格率及送检合格率		●	P37、P38
65	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		●	P37、P38
66	4.1.10	获得消费者关于产品安全、健康情况信息的渠道, 以及报告期间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		●	P37、P38
67	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		●	P37、P38
4.2 劳动者权益保护					
68	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		●	P53
69	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		◎	P53
70	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		○	
71	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		○	
72	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		◎	P53
73	4.2.6	中长期合同(合同期3年及以上)在签订的固定期限合同中的比例		●	P53
74	4.2.7	劳动合同条款的合法性说明及协商方式		●	P53
75	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		○	
76	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		○	
77	4.2.10	企业禁止与预防童工的方针与程序说明、报告期间发现的童工总数以及救济上述童工的支出总额		◎	P53
78	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		●	P52
79	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数量及处理情况的说明		●	P52
80	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		◎	P52
81	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		●	P62
82	4.2.15	报告期间生产线员工平均享受的休息日(包括法定节假日及带薪年假)		◎	P63
83	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		○	
84	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		◎	P53
85	4.2.18	员工工资依法按时足额发放的比例		●	P54

86	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		◎	P54
87	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		◎	P54
88	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		●	P54
89	4.2.22	员工各项福利及津贴的分类覆盖率统计		◎	P54
90	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		◎	P54
91	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		●	P53
92	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		●	P53
93	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		◎	P53、P54
94	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		◎	P53、P54
95	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		◎	P53、P54
96	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		●	P58~P61
97	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		◎	P53
98	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		○	
99	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和举报数量与处理结果		◎	P53
100	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和举报数量与处理结果		◎	P53、P54
101	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		●	P53、P54
102	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		●	P55
103	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		●	P63
104	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的措施以及报告期间企业内的主要危险源个数及控制		●	P62
105	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		◎	P62
106	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		◎	P62
107	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		◎	P62
108	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		●	P62

109	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		●	P62
110	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		●	P62
111	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		●	P62
4.3 节能减排与环境保护					
112	4.3.1	企业的环境管理体系及环境保护方针、环境保护机构建制以及环境保护能力建设机制		●	P45
113	4.3.2	报告期间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的培训率		●	P47
114	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		◎	P48、P49
115	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		●	P46、P47
116	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		●	P48、P49
117	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		○	
118	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		●	P48、P49
119	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		◎	P48、P49
120	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		◎	P48、P49
121	4.3.10	报告期间使用原水的总量及单位产出耗水量		●	P47、P48
122	4.3.11	循环利用水及再生水的总量及所占比例		●	P47、P48
123	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		◎	P46
124	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		◎	P47、P48
125	4.3.14	企业排放的污染物稳定达到国家排放标准的比例		●	P46~P48
126	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、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		●	P46~P48
127	4.3.16	温室气体排放总量及控制指标		◎	P46~P48
128	4.3.17	控制温室气体排放的措施及其效果统计		◎	P46~P48
129	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		◎	P46~P48
130	4.3.19	企业环保设施配备率及正常运转率		●	P49
131	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		●	P49
132	4.3.21	产品包装物和容器的回收利用率		●	P46~P48
133	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		●	P46~P48

134	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		●	P46~P48
135	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	◎	○	P63
136	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			
137	4.3.26	企业建成区绿化覆盖率及人均公共绿地面积		○	
138	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		●	P50
139	4.3.28	生活垃圾无害化处理比例		○	P45
140	4.3.29	环境污染治理投入总额、以及在环境管理、污染预防及环境技术开发方面的投入		◎	
141	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		●	P46~P48
142	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		●	P46~P48
143	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		●	P46~P48
144	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		●	P46~P48
4.4 供应链管理和公平竞争					
145	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		◎	P37、 P38
146	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		◎	P37、 P38
147	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		◎	P37、 P38
148	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		◎	P37、 P38
149	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		◎	P37、 P38
150	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		◎	P37、 P38
151	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		◎	P37、 P38
152	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		◎	P37、 P38
153	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		◎	P37、 P38
154	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		◎	P37、 P38
155	4.4.11	企业在反不正当竞争, 尤其是在企业自有知识产权的保护方面所采取的法律措施的数量、投入的数量及结果统计		●	P37、 P38

156	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, 包括侵犯国内外同行业知识产权引起的投诉与诉讼		●	P37、P38
157	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		●	P37、P38
158	4.4.14	企业在金融信贷、纳税及履约信用方面的纪录、等级及相关利益方的满意度		○	
159	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与反腐败培训的次数及覆盖率		●	P37、P38
160	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		●	P37、P38
161	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		○	
162	4.4.18	企业产品受到国外相关市场反倾销措施影响的情况及相关统计		○	
163	4.4.19	企业参加的行业组织名称、企业管理者担任的行业组织职务		○	
164	4.4.20	企业参与行业标准(包括国家标准和国际标准)的制定与发展的活动及其成果		●	P43
165	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		○	
166	4.4.22	企业支付给受竞业规则限制的前雇员的经济补偿的标准与数额		○	
4.5 社区发展与社会公益					
167	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		●	P65、P66
168	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		●	P65~P69
169	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		○	
170	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		●	P65~P69
171	4.5.5	企业参与的防灾、减灾活动及相关投入		●	P65~P69
172	4.5.6	企业支持各类教育机构的项目、投入及受益者人数		●	P65~P69
173	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		○	
174	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)		●	P65~P69
175	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		◎	P65~P69
176	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		●	P65~P69
177	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		●	P69

	5. 发展环境与社会绩效				
	5.1 社会责任时间与应对措施				
178	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		●	P71
179	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		●	P71
180	5.1.3	上述事件对企业社会责任管理能力的影响		●	P71
	5.2 内外部环境中的社会责任机遇				
181	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		●	P71
182	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		●	P71
183	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		●	P71
	5.3 内外部环境中的社会责任风险				
184	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		●	P71
185	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		●	P71
186	5.3.3	企业应对上述风险与挑战的方案与需求评价		●	P71
187	5.3.4	外部需求评价及对利益相关方的建议		●	P71
	6. 报告界限与权限				
	6.1 报告界限				
188	6.1.1	企业对于社会责任报告制度的方针		●	P4
189	6.1.2	报告信息所涵盖的时间范围		●	P4
190	6.1.3	报告周期及上次报告的日期 (如有)		●	P4
191	6.1.4	报告内容范围的界定		●	P4
192	6.1.5	报告数据来源、计算基准与评价依据		●	P4
193	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		●	P4
	6.2 报告权限				
194	6.2.1	报告的编写部门或机构		●	P4
195	6.2.2	报告的内部评审方式及批准机构		●	P4
196	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		●	P7
197	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		●	P7
198	6.2.5	关于报告外部验证或审计的方针及本报告的做法		●	P4
199	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		●	P4
200	6.2.7	报告的获取方式		●	P4
201	6.2.8	关于报告问题的联系方式		●	P4

注释 ● 报告充分 ◎ 部分涉及 ○ 未报告

读者意见反馈表

《2012 年波司登企业社会责任报告》是我们发布的第二份社会责任报告。为了更好地了解您的需求，提高报告的编制质量，向您以及我们的利益相关方提供更有价值的信息，欢迎您提出宝贵意见，并选择以下方式反馈给我们。我们承诺，未经您的允许，不向任何第三方透露您的意见和个人信息。

联系人：焦宇航

电话：0512-52538173 邮编：215532

传真：0512-52538039 Email: jiaoyuhang@bosideng.com

邮寄地址：江苏省常熟市波司登工业园区 波司登行政中心

1. 您认为本报告是否客观、全面地反映了企业社会责任地相关内容？

2. 您认为本报告为您提供了哪些有价值的信息？

3. 您最希望公司披露哪些企业社会责任方面的相关信息？

4. 您认为本报告的内容编排和版式设计是否有利于阅读？

5. 您对本公司今后发布企业社会责任报告有何建议？

6. 您对本报告的总体评价如何？

您的信息

姓名：

工作单位：

职务：

联系电话：

传真：

电子邮箱：





在过去的一年里，波司登坚持科学发展观，践行企业的社会责任，认真落实、积极进取，全面协调企业与国家、行业、社会、环境、员工、股东等各利益相关方的联系和发展，不断创新、转变思想，用新思维促进企业实现全面可持续发展之路。

——高德康



本报告采用环保纸印制