

# 浙江乔顿服饰股份有限公司 2022 年社会责任报告

## 第一部分 关于本报告

本报告是浙江乔顿服饰股份有限公司发布的 2022 年度社会责任报告。本报告依据中国纺织工业协会制定的《中国纺织服装企业社会责任报告纲要》（CSR-GATEs）进行编制，我们认为本报告符合上述纲要的要求。今后浙江乔顿服饰股份有限公司将不定期发布社会责任报告。

### 时间跨度

本报告所涵盖的时间范围为 2022 年，具体时间为 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日。因为对比的需要，因而也包含必要的历史信息。本报告发布于 2022 年 1 月。

### 组织范围

本报告边界为温州经济技术开发区兰江路 126 号乔顿公司总部工业园。其中的“乔顿”、“乔顿服饰”、“乔顿公司”、“公司”和“我们”均指“浙江乔顿服饰股份有限公司”，与此相对应的数据和事实也仅限于浙江乔顿服饰股份有限公司。

### 报告内容与形式

根据相关要求，我们识别了与本公司主要的社会责任因素、影响和绩效相关的指标，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，并从责任战略、经营责任、诚信责任、权益责任、环境责任、和谐责任共六个方面对浙江乔顿服饰有限公司履行社会责任的情况进行报告。报告中的全部信息来自于浙江乔顿服饰有限公司内部文件和相关方提供的资讯。

本报告由浙江乔顿服饰股份有限公司《2022 年度社会责任报告》编写小组编写，董事长审核后发布。

欢迎您通过以下途径免费获取本报告：

联系地址：温州经济技术开发区兰江路 126 号浙江乔顿服饰股份有限公司行政办公室

邮政编码：325011

联系电话：（0577）86531988

传真：（0577）86531820

E-mail: info@jodoll.com

您还可以登陆我们的网站：[www.jodoll.com](http://www.jodoll.com) 浏览或下载本报告的电子文本。

如果您对本报告有任何疑问，欢迎通过以上方式联系我们。

本报告采用环保纸印刷。

## 董事长致辞

2022 年以来，受多省份疫情的影响，服装行业遭遇需求低迷、成本上涨、新消费、快时尚品牌冲击传统服装业理念等多重考验，运行压力持续加大。

从整体上看，即使目前国内疫情防控形势向好，产业链供应链明显修复，消费市场逐步回暖，6 月起服装行业经济运行总体呈企稳恢复的态势。但由于外部环境不确定因素较多，企业经营成本上涨，服装行业持续稳定恢复依然存在较大压力。根据国家统计局数据，2022 年前三季度，服装行业规模以上企业 13155 家，累计营业收入 10814 亿元，同比增长 2.2%；利润总额 496 亿元，同比增长 1.8%。服装产量 173 亿件，同比下降 1.7%。

近两年来，乔顿开展了适度的、行之有效的一系列创新：制造端通过智能改造、单件流水、柔性化生产等升级供应链体系，设计端通过创新潮流的产品设计驱动消费者需求增长，消费端则通过建立消费者数据平台，结合短视频营销进一步打通线上线下销售数据，精准定位目标人群……这些举措的实施，保证了乔顿业绩的稳步增长。

展望 2023 年，在疫情冲击、需求减弱、成本上涨、库存高企等多重困难交织叠加的复杂形势下，我国服装行业保持恢复性增长的压力将进一步加大。只有持续深化转型升级，坚持创新驱动协同发展，积极拓展多元销售渠道和新兴市场，努力提升供应链韧性和抗风险能力，才能发挥我国服装产业链体系完备、稳定可控的竞争优势，全力推动行业持续稳定恢复。

董事长：

## 目录

### 来自高管的一封信

#### 关于乔顿

乔顿概况

发展历程

公司治理

#### 责任战略

企业理念

责任战略

责任方针

责任体系

责任治理

行为准则

利益相关方

#### 经营责任

事业模块

经济贡献

产品安全

市场营销

#### 诚信责任

质量诚信

商业伦理

同创共享

#### 权益责任

基本情况

员工健康

员工权益

共同成长

民主建设

#### 环境责任

环境治理

节能减排

#### 和谐责任

综合治理

参政议政

行业建设

公益事业

#### 发展展望

## 第三部分：关于乔顿

### 乔顿概况

浙江乔顿服饰股份有限公司成立于 2010 年 12 月，是乔顿集团下属子公司，其前身为乔顿服饰企业有限公司，创立于 1996 年，是总部位于温州的一家大型服饰品牌企业，主要从事西装、衬衫、T 恤等男士系列服饰产品的设计、生产和销售，主品牌“乔顿 JODOLL”坚持走高档精品男装的发展路线，在全国有 400 多家专卖店。公司近几年稳健发展，每年基本保持两位数的增长，2021 年销售额 8.9 亿元，纳税额近 6000 万元。

乔顿崇尚高品位的穿衣哲学，经典工艺与先进制造设备的天衣结合，构筑了乔顿品牌服饰国际现代流行导向。在服饰业界率先通过 ISO9001 质量管理体系、ISO14001 环境管理体系、OHS18001 职业健康安全管理体系认证，主导产品“乔顿 JODOLL”牌西服先后荣获中国驰名商标、国家免检产品、国家标准优等品、中国服装质量卓越企业、中国服装年度大奖——品质大奖、中国服装企业双百强、浙江名牌产品、浙江省知名商号、浙江省诚信企业、浙江省信用管理示范企业、浙江省转型升级引领示范企业等诸多荣誉。

### 发展历程

乔顿公司发展至今，四年一个台阶，实现了三大步的跨越：

第一阶段：1996 年—2000 年 企业初创

1996 年温州市乔顿服装服饰有限公司创立，以为国内外知名品牌西服贴牌加工为主，逐步积累起高品质西服的制造实力和质量口碑。

第二阶段：2000 年—2006 年 自有品牌培育

随着乔顿的研发能力和生产能力不断增强，公司开始培育“乔顿”“Jodoll”这一自有品牌男装。通过请黄日华作形象代言人、连续五年在中央电视台推广乔顿品牌，以打造品牌知名度，提升市场占有率。

第三阶段：2006 年—2010 年 品牌定位和形象塑造

这一阶段强化自主产品设计，把品牌、技术、管理、资本、信息等方面的优势和国际市场上的各种资源有机融合，不断提升品牌核心竞争力，把 JODOLL 塑造成为“高端商务男装品牌”。

第四阶段：2010 年—至今 品牌战略实施

2010 年 12 月，浙江乔顿服饰股份有限公司成立，集中精力实施品牌战略，大力发展直营业务。2012 年，乔顿举办了第一次品牌发布会“尊仕丽格”，成功推出“生活化舒适单西”“百雅裤”“格调大衣”以及“多彩毛衫”等具有代表性的产品系列。

2013 年，乔顿服饰发育“华人雅皮士”红牌轻商务系列。

2014 年 浙江乔顿服饰股份有限公司正式挂牌新三板，提出了“合和日新”的品牌精神以及“合心、合体、合场”的品牌核心理念。

2017 年，参与制定半毛衬西服浙江制造标准，将质量提升到了新的高度。

2019 年，起草“男士毛呢大衣”浙江制造标准，并于 2020 年成功发布。

2021 年 3 月，公司举办了首届中国绅装文化节，提倡把绅装穿进日常。

2022 年 11 月，第二届绅装文化节也如期盛大开幕，在社会上取得了巨大的反响。

## 2022 年所获得的荣誉：

颁发时间	颁发荣誉	颁发单位
2022/4月2日	信用等级证书：AAA 级	浙江华誉资信评估有限公司
2022/5月	温州市工业旅游经典十景	温州市文化广电旅游局
2022/6月15日	2021 年度龙湾区（高新区）50 强企业	龙湾区委 龙湾区政府
2022/6月15日	2021 年度龙湾区（高新区）制造业亩均效益领跑企业 30 强	龙湾区委 龙湾区政府
2022 年 8 月	中国服装行业百强企业-利润第 87 名	中国服装协会
2022 年 8 月	中国服装行业百强企业-收入利润率第 61 名	中国服装协会
2022 年 9 月	蒲州商会突出贡献奖	温州市龙湾区蒲州商会
2022/8月23日	中国职业装 50 强企业	中国服装协会
2022/8月23日	中国职业装十大新锐企业	中国服装协会
2022/8月23日	中国西服（含衬衫）十强企业	中国服装协会
2022/8月26日	AAA 级守合同重信用单位证书	浙江省市场监督管理局
2022/8月26日	AAA 级守合同重信用单位奖牌	浙江省市场监督管理局
2022/11月15日	瓯海慈善捐款 5000 元赞助学生	瓯海区慈善总会
2022 年 11 月	2022 年度十大类纺织创新产品（太极炭抗菌保暖夹克）	中国纺织工业联合会
2022 年 11 月	2022 年度十大类纺织创新产品（原液着色环保工装）	中国纺织工业联合会

## 公司治理

乔顿公司实行科学化管理，公司治理结构的规范化严格按照《中华人民共和国公司法》的要求运作。从完善法人治理结构入手，聘请了职业经理人担任总经理，按照国家有关法律法规、股东会决议、公司章程，结合本公司实际，明确了董事会、监事会、经理层和企业内部各层级机构设置、职责权限、人员编制、工作程序和相关要求的制度安排，基本形成了决策机构、执行机构和监督机构相互独立、权责明确、相互制衡的机制。

近年来，主要从三个方面对公司进行了转型升级：一、是商业模式创新，从简单地开店卖服装，到现在通过对 VIP 客户服务，提供整体着装解决方案，从产品思维转变为用户思维，定义了“合心、合体、合场”的着装理念。二是以工业 4.0 为目标，改变服装系统生产模式，将一直以来的多件流改成单件流，并有效借鉴丰田公司的管理方法，有效地缩短周期，减少转运消耗，生产效率得到了大幅提升。三是战略转型，将生产原来 80%为国内外品牌贴牌转变为 100%为自己品牌服务，从 ODM 贴牌企业转型为品牌企业，同时很多服饰类产品委托别的工厂贴牌。

## 第四部分 责任战略

乔顿深知，只有品牌上升到一定高度才会有生命力，高度决定发展速度。这也要求企业必须从战略层面出发，更多地关注社会，只有这样才可能做得更长久！

### 企业理念

#### ● 公司愿景

为用户提供合心、合体、合场的着装方案。

#### ● 企业使命

创造高品质生活。

#### ● 企业价值观

诚致担当 合和日新

#### ● 企业精神

同心同向，自律守则，和谐创新，同创共享。

——同心同向：你我同心、上下同向

——自律守则：严于律己、尊重规则

——和谐创新：无缝沟通、开拓创新

——同创共享：同创价值、共享成果

#### ● 市场理念

讲诚信、守规则、求合赢！

#### ● 质量方针

高品成衣，以顾客为尊。

#### ● 质量理念

做世界最好的高档西服成衣专业制造商之一。

### 责任战略

公司从 2006 年开始导入中国纺织工业协会社会责任管理体系“CSC9000T”时起，就确定了自己的社会责任战略。公司于 2008 年被温州市政府列入 5 家民企社会责任试点企业后，又于 2015 年对社会责任方针进行了细化。从 2019 年实施浙江制造体系以来，每年年底发布社会责任报告。保障了本公司以经营为基础，以人为本，以环境为重点，以诚信为关键，以和谐为核心，遵守国家劳动法律法规、遵守地方政府之规定、遵守国际公认的劳工标准、以及其他适用的行业标准和国际公约，持续改善工作条件和员工福利，确保员工合法权益，加强内外沟通，公正、合理地公开执行效果，以满足相关利益团体的需求，奉献高品质产品，做受社会尊重的企业。公司管理者对社会责任进行了声明，在公司内广泛宣传，并附在员工合同后。

### 责任方针

创新为先，促进持续发展；

诚信为本，实现合作共赢；

匠心极致，超越用户期望；

担当改善，致力安全环保。

释义：

1) 创新为先，促进持续发展；

以创新为首任，鼓励乔顿全体员工积极创新、提供创新平台、体现乔顿人敢为人先，敢于创新的精神，突破传统游戏规则，大胆创新，不畏风险，在思维模式上迅速更新，促进公司的可持续发展，为打造乔顿百年品牌提供源源不尽的动力；

2) 诚信为本，实现合作共赢；

诚实、守承诺、讲信用，以用户为中心，不断提升诚信履约能力，员工忠实履行职责，每份合同的敬畏与执行、每个数据的清晰真实、每份文件的落地有声、每个制度的坚决执行，管理层对员工倡导公平公开，实事求是，有诺必践，为员工拓展幸福空间的持续努力；回馈社会，创造更多的就业机会，积极参与公益事业，完善与相关方的沟通机制和渠道，共同倡导商业伦理，共同发展，反对投机；完善公司治理，为股东创造合理回报，实现与各利益相关方的共赢和价值的最大化，实现共赢；

3) 匠心极致，超越用户期望；

乔顿人始终保持着一颗匠心在做事，认真对待每一件事情，永远不变的是专注、用心和极致。以产品为核心讲究品质为重，我们依靠精益的管理、精密匠艺的技术和匠艺的心境，为用户提供高品质服装。以用户为中心打造极致体验；舒适的环境、贴心的服务，为客户提供合心合体合场的精品着装，既要满足客户现有的需求，更要从了解用户潜在需求，满足用户可预期的未来需求，超越客户的期望。

4) 担当改善，致力安全环保。

有承担责任的能力和主动去改善的动力，坚决不雇用童工，招用未成年工人必须符合法规的要求。杜绝使强迫或强制劳动，努力提升员工福利。组织各类人员参加系统或专业培训，提升员工整体素质、职业能力和发展空间。

提供安全舒适的环境，从设计到供应商，再到各生产线进行环境、健康与安全（EHS）危害辨识与风险评估，从源头开始管控，对员工加强 EHS 培训，主动改善环境，发展低碳和循环经济，提高资源的重复利用和梯次利用，采用节能设备，实施技术和工艺创新，提高能效，减少温室气体排放，实现可持续发展。

## 管理体系

自 2006 年公司正式导入 CSC9000T 中国纺织服装企业社会责任管理体系以来，一直不断地健全和完善社会责任管理体系。

公司通过了中高层全体会议，确定了总经理担任社会责任项目负责人，并根据对社会责任的了解程度和以前的推进情况，任命了项目小组成员。

## 责任治理

浙江乔顿服饰股份有限公司董事会成员共 6 人，在公司规范的进程中，公司董事会将扩展为 9 人，其中将新增独立董事 3 人，独立董事的设立改变董事会的利益结构，独立董事更能站在非股东利益角度进行管理决策和经营决策，独立董事代表着除股东之外的更广泛利益相关方的利益，将保证企业社会责任战略的实施，确保社会责任目标的实现。

社会责任范围较大，几乎涵盖了企业工作的方方面面，公司各中心及职能部门以社会责任管理为工作主线，进行着企业的生产、管理、经营，公司对部门负责人实行月度绩效计划和年度述职的工作方式，月工作计划绩效面谈与年度述职，确保了管理层级之间的社会责任沟通渠道的畅通，月度、年度绩效考核结果与薪酬挂钩，大大提高了管理者履行社会责任工作目标的积极性，保证了绩效目标的达成，有效地推动了社会责任建设工作的进展。

为使社会责任工作推行在企业内有制度的保障，有规范的操作流程，2020 年 6 月公司推行了



“规章制度修订”活动，更新规章制度有 200 余个，在产品质量、交期、成本，员工行为规范、职业健康安全、环保、社区事务等方面起到较大的推动作用，绩效目标得到了良性的提升。

#### 部分制度与流程

管理手册	消防管理制度
工龄奖励管理制度	2022 年环境目标和管理方案
培训管理制度	2022 年职业健康安全目标和管理方案
绩效管理制度	2022 年质量目标和管理方案
公司门户网站管理规定	节能降耗管理制度
节水管理办法	公文处理办法
生产质量管理制度	总经理信箱管理规定
采购作业流程	供应商评价制度
顾客满意调查程序	售后服务流程

## 潜在事故和紧急事件应急方案

食物中毒
火灾
自然灾害（台风袭击或发生洪涝灾害）
污水泄漏
电梯失控
停电
压力容器爆炸
柴油泄漏
化学品泄漏

为了确保公司适用法律法规的及时性和有效性，公司每年都对法律法规进行合规评价，依据《法律法规与其他要求获取、确认程序》，通过多种渠道了解新增或修订的与企业有关的法律法规文件，及时对法律法规库进行更新，两年内共更新有关质量、职业健康安全、环境管理方面的法律法规及标准 40 多个，主要是涉及员工权益的保险、最低工资、环境保护等。

### 行为准则

作为中国纺织企业公共的社会责任行为准则，CSC9000T 总则是本公司奉行并将予以落实的社会责任准则。我们承诺按 CSC9000T 管理体系要求实施并持续改进以下各要素中的目标要求。

- 1、劳动合同——招用员工时依法订立书面劳动合同，合同具备符合法律规定的条款。
- 2、童工——严格杜绝招用童工，招用未成年工必须符合法律、法规的要求。
- 3、强迫或强制劳动——严格杜绝使用或支持使用强迫或强制劳动。
- 4、工作时间——遵守国家法律、法规关于工作时间的要求。
- 5、薪酬与福利——保证向员工支付的工资、福利待遇不低于法律、法规的要求，并且以货

币形式支付。

6、工会组织和集体谈判权——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、歧视——严格杜绝因民族、种族、宗教信仰、残疾、个人特性等原因使员工受到歧视。

8、骚扰与虐待——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、职业健康与安全——为员工提供健康安全的工作环境，遵守国家法律、法规中有关职业健康与安全的规定。

10、环境保护——制订环境保护方针，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、公平竞争——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。

## 利益相关方

围绕日常业务运营，公司开发了业务型利益相关方参与机制，识别了运营过程中的利益相关方，分析运营对利益相关方的积极影响和消极影响，针对性地制订利益相关方参与方案，包括针对员工的总经理座谈，针对伙伴的协调制度、供应商定期座谈制度，针对用户的问卷调查，针对社会的新闻发布会、大型展示会等，倾听利益相关方的意见反馈，了解期望和要求，确定需要优先解决的议题。

利益相关方包括客户、员工、供应商、同行、公共机构以及其它公众六个类群。乔顿通过各种有效途径及时了解各利益相关方对企业的需求信息，并积极对各方意见或建议进行及时回应，承诺依据社会责任方针，对社会责任项目积极持续改进，达成社会责任目标，不断提升社会责任绩效。

乔顿进行了多方利益相关方对话，包括众多企业、非政府组织，多次向全球发布了社会责任报告。

利益相关方	社会责任议题	沟通方式	频率与成果
客户	产品质量、产品安全、客户权益、售后服务	售后 8008577265 专线 订货会 满意度调查	售后服务处理满意率 100% 订货会每年 2 次
员工	职业健康安全、职业规划、薪资福利、工作与生活 环境、文化生活、人文关怀	职工代表大会 总裁信箱 座谈会 培训 满意度调查 工会	职代会 2 次 员工生活条件（食堂和宿舍）满意 率达 85% 座谈会 2 场次
供应商	产品质量 产品价格 产品安全 产品环保 产品交期	产品宣传 产品证书 书信、传真、邮件 拜访	建立起客户评价体系
同行	行业发展 行业共性问题	行业协会会议活动	
公共机构	税务 守法经营	文件下达	浙江省“AAA 级纳税信用等级证书” 浙江省“AAA 级守合同重信用单位”

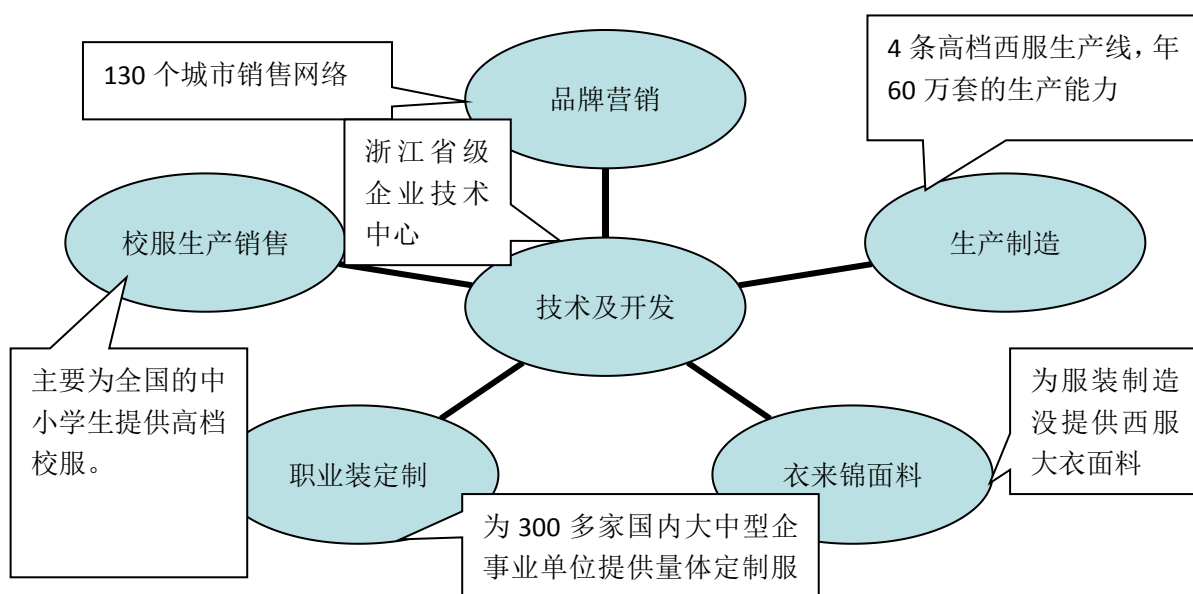
公众	环境保护 社区事务 公益事业	公益广告 新闻发言 企业网站 企业对外刊物	温州市领军企业、温州市百强企业
----	----------------------	--------------------------------	-----------------

## 第五部分 经营责任

### 事业模块

浙江乔顿服饰股份有限公司的产品主要是男装全系列，事业模块有面料销售、高档男装品牌、职业装定制、西服加工等，涵盖了从面料到市场终端产业链的各个环节，有效地保证了原料供应、生产、销售等环节的协同能力，确保产品品质，在男装领域形成了较强的竞争优势。

图



### 依法纳税

作为温州市百龙企业、百强企业和开发区五星级企业，乔顿积极参与政府经济建设，成为开发区纳税大户，对本地经济发展起到了示范的作用。

公司近三年主要财务数据				
年份 \ 内容	金额：元	金额：元	金额：元	
2019年	605,720,000.00	64,478,237.40	14,060,589.92	
2020年	483,208,000.00	51,752,201.92	11,700,601.21	
2021年	675,973,000.00	62,530,478.18	40,976,077.32	

## 产品安全

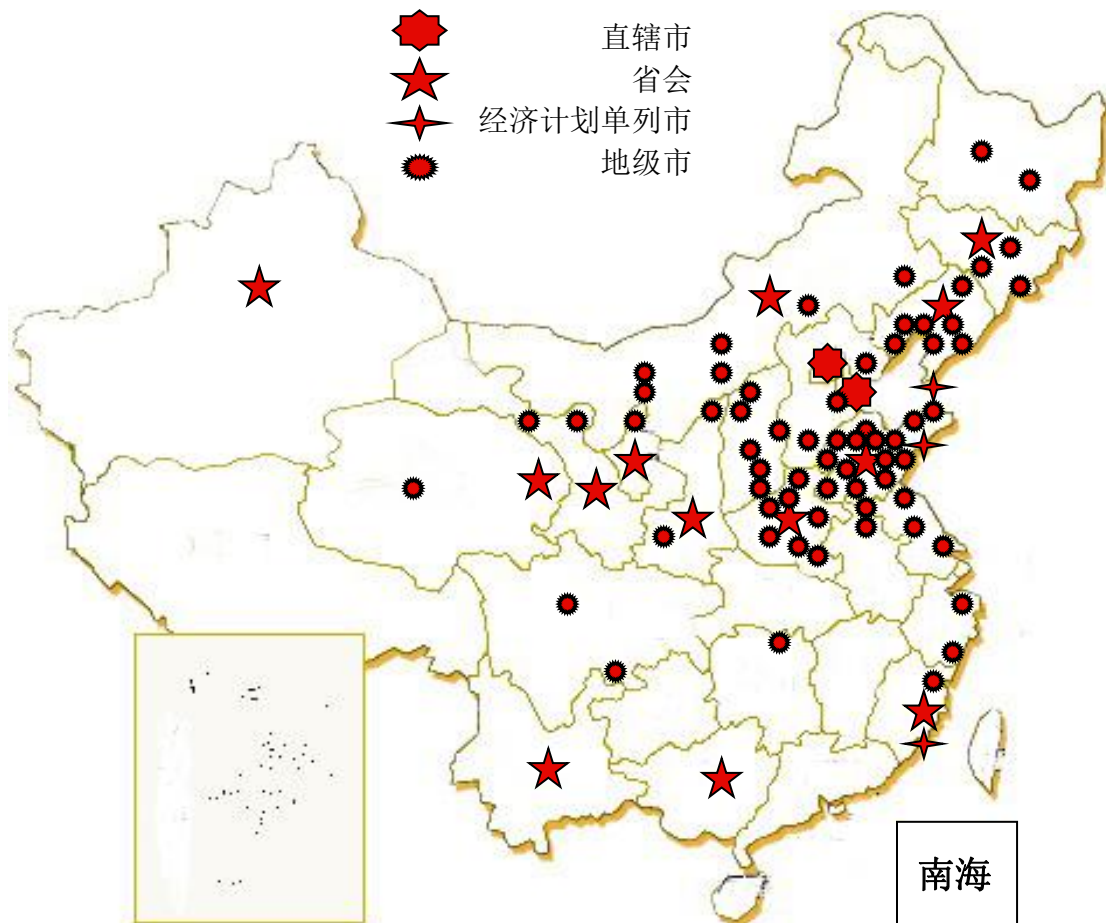
在产品质量与安全方面，我们购买了多种检测设备，成立了检测实验室，加强了质量、工艺及安全性检测，严格执行《国家纺织产品基本安全技术规范》，让消费者都能买到放心的产品。同时，加强生产过程中的检测，防止因生产问题产生新的不安全因素。如公司为了防止出厂成衣中含有可能对人体造成伤害的金属物，制定了《断针管理规定》并严格执行。购进了验针机，并制定了《断针检验规程》，对出厂成衣进行金属物检测，进一步防止了出厂成衣中含有对人体造成伤害的金属物的可能。2022年未发生一起关于产品安全问题的投诉或退货，产品质量检测 100%合格。

## 市场营销

乔顿服饰现在全国 150 多个大中城市有 400 多个营销终端，由于公司的主要产品为西服，这也决定了其主要市场为东北、华东、华中、西北等，十余年的运营，不断巩固了乔顿在这些地区的市场份额，促进了当地服装业的蓬勃发展。

乔顿服饰的市场开拓，通过实施名牌战略，除了优化产品结构，提高产品竞争力外，将主要精力放在终端建设和渠道转型上，以品牌连锁网络建设试点工作为契机，大力开拓国内市场：加强拓展中西部地区二线城市市场，争取一年重点建立或完善一到两个省的主要销售网络；改变原来单一的加盟模式，积极发展直营店，让公司的品牌发展策略能顺利执行，且将每个直营店做成精品店、销售强店。

“JODOLL 乔顿”品牌网络覆盖图



2022年乔顿品牌中心制定了以“经营目标要细化、岗位职责要清晰、工作流程要标准、终端管理要系统、市场拓展要效益、人才培养要结果”的总体战略。完善了直营分公司营运管理、促销管理、货控管理、人员管理等各项工作基本制度流程，提高“直营店铺一分公司”或“办事处一直营部”管理模式的工作效率，建立、实施《直营分公司管理手册》。

全部代理商和分公司全部安装了ERP系统，实现了市场的数据化管理，市场信息反馈的及时性、完整性进一步提高。

人员形象改善：推出新款导购工装，全面提升导购形象，提升品牌专业度。

零售能力提升培训及执行：以浙江区为样板市场，对店铺的销售流程、团队协作、服务等进行培训，并具体到推进店铺的卫生、站位、分工、礼仪、FAB培训及执行。并将其作为标杆店铺正面引导市场。

为有效保障消费者的利益不受到侵害，公司设立了顾客服务热线及专职的售后服务人员，接受消费者的投诉和意见反馈，以及产品售后问题的处理。我们对产品进行防伪保护，每件产品合格证均贴有电码防伪标。

售后服务员以柔和及不厌其烦的态度和客户沟通，客户如有退货或返修的产品，质管部立即组织检验员，检查退货和退回返修的原因，并马上反馈给各部门或车间，要求立即进行改善。对较严重的问题出据《纠正（预防）措施通知单》。

图示：

2021年产品售后顾客满意率84.2%，产品售后顾客意见处理满意率100%。

2022年产品售后顾客满意率85.6%，产品售后顾客意见处理满意率100%。



## 第六部分 诚信责任

### 质量诚信

质量管理没有永恒的答案，只有永远的问题，质量管理与成本控制就是在持续不断地解决问题的过程中逐步规范起来的。没有最好，只有更好，是乔顿力求卓越的质量意识；打造著名品牌，奉献高品质产品，是乔顿生产永恒的追求。

乔顿西服质量比较稳定，公司要求原、辅料预缩和检验员按标准流程制度进行操作，原、辅料检验员不但对不合格来料有处理单跟踪，另外对合格产品也进行了详细记录，做到有据可查，同时也控制了不合格品流入下道工序。

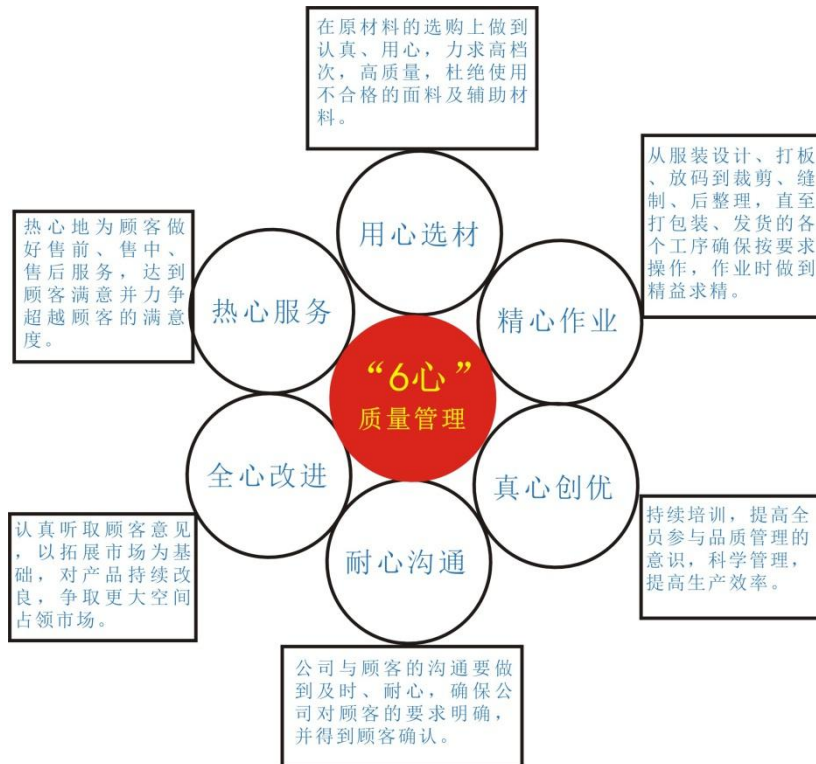
在控制批量性质量问题上也有很大的提高，质管部采取了车间每天巡检，发现质量问题及时与车间半检、组长和车间主任进行沟通，及时改善，并通知其它车间避免出现此类问题，而且跟踪改善结果，并出具《纠正（预防）措施通知单》。后检和总检在绩效上也进行了调整，质量问题以 8: 2 的控制方法进行考核，防止了批量性问题流入整烫车间。五年来有两起因质量问题引起的投诉，都得到了妥善的处理，没发生大的质量事故。

主要过程有效性绩效结果

过程	关键绩效指标	2020年	2021年	2022年（1-10月）
生产制造 （生产部）	一次交验合格率（%）	98.63	98.75	98.76
	生产计划完成率（%）	100	100	100
	重大安全事故数（起）	0	0	0
质量管理 （品质部）	产品合格率（%）	96.13	97	97.2
	上衣直通率（%）	96.32	96.87	97
	下衣直通率（%）	98.8	98.89	98.9
设备管理 （设备部）	设备保养执行率（%）	97.2	97.5	98.0
	设备维修故障率（%）	8	8	8
	设备维修及时率（%）	99	99	99

主要产品和服务绩效

指标项	单位	2020年	2021年	2022年（1-10月）
原料进厂检验合格率	%	99.5	99.7	99.72
过程检验合格率	%	97.6	98	98.2
成品出厂检验合格率	%	100	100	100
客诉受理数	件	10	10	10
客诉及时受理率	%	100	100	100
顾客满意度	%	86.5	86.7	88



为进一步提升公司服装质量保障能力，促进质量管理的全员参与，乔顿以“产品质量月”为契机，继续深入开展“乔顿解决问题八步法”活动，促使公司服装质量在生产最繁忙的时间也能得到持续提高。公司技术人员加强了指导，使生产一线的管理人员和工人务必在生产前完全领会工艺要求和质量要求，合理地运用缝纫工具及辅助工具，从而提高产品质量和工作效益；对不符合要求的，根据“八步法”原则，及时分析原因、及时处理，问题严重的需及时向质管部经理、技术部经理及版房主管汇报，制定果断的合理的处理方案，对特别严重的问题，甚至采取停产整改。统一操作技术规范，品质管理人员及时加以指正，以免发生质量问题；严格控制每道工序的质量，车间管理员加强了对生产线各工序的巡回检查，做好生产板的封样以及首件板的批板工作。而后道质量控制主要是针对标准，加强工艺要求。

## 商业伦理

乔顿公司本着“以品质与服务赢市场”的经营理念 and “同创共享”的精神携手国内外客商，将产品推向市场。以“讲诚信、守规则、求共赢”为企业宗旨，要求各合作伙伴遵守商业道德，公平参与竞争。

企业讲诚信是企业管理工作的重要环节，公司董事长、总经理极为重视，公司成立了信用管理领导小组，下设办公室负责监管、协调工作，并聘请法律顾问负责公司的诚信日常工作，形成了从上到下、横向到纵向的网络。为严格认真、诚实信用的经营管理，公司建立并完善了合同管理的一系列制度，主要包括《合同签订程序及审批制度》、《合同档案制度》等，并加强合同管理制度三落实，促进合同诚信履约管理，所有合同无一因我方违约而变更，也无一引起诉讼。树立了良好的诚信商务形象，并被浙江省工商局复评为“AAA级守合同重信用单位”，同时被评为“浙江省信用示范企业”、“浙江省诚信民营企业”等。



我们绝不允许任何供应商对我们的采购人员进行贿赂，更不允许采购人员有向供应商索贿或收取回扣等不法行为，并将此条款写进我们的采购合同中。签发了《关于禁止收受财物的通知》，明令禁止收受礼物，并在公司内部信息平台（OA）上予以公告。同时，我们在开展业务时，严格要求自己，公平参与竞争，不采用以行贿或其它腐败方式向采购商获取订单。

**知识产权：**在生产经营中，注意培育自己的商标，并与商标事务所建立托管关系，对公司商标注册和保护。在对主要产品商标“乔顿”“JODOLL”全部进行保护性注册的同时，及时对原有到期商标进行续展。今年，对知识产权管理办法进行了修订，增加了不侵犯别人知识产权的条款。

我们注重对客户知识产权和财产进行保护，在为国内外客户提供代加工生产过程中，我们对客户提供的品牌标识和面辅料等财产实行严格的制度管理，在与客户的合同中明确规定客户品牌标识使用条款，自觉接受客户监督。未发生过关于客户知识产权和财产保护方面的投诉或纠纷。

**责任采购：**为了严格控制服装 pH 值、染色牢度、甲醛残留、致癌染料、有害重金属、卤化染色载体、特殊气味等化学刺激因素和致病因素，公司制定了《采购控制程序》与《原辅料检验规程》等制度，并形成了相对完善的供应商评估系统与供应商选择标准。特别是在 2017 年下半年，我们重新修订了《供应商评价表》，在表中增加了环境、职业健康安全、商业道德和员工权益等，使评估范围扩大到产品质量、环境、员工权益、交期、价格及商业道德等方面。

公司关键辅料合格供应商评价情况统计表

项目	单位	2020 年	2021 年	2022 年
A 类采购商数量	个	34	33	37
B 类采购商数量	个	32	35	32
C 类采购商数量	个	7	4	5
采购商总数	个	73	72	74
A 类采购商占采购商总数比	%	46%	46%	50%
采购商满意度	%	98%	99%	99%
浙江省内供应商占比	%	58%	59%	65%
浙江省内供应商数量	个	42	42	48

## 第七部分 权益责任

“贤者在位，能者在职”是乔顿的人才理念，关爱员工，注重员工品德与技能的全面发展，实行公平的用工政策，崇尚品德、尊重知识技能，使德者有其位，能者有其职，为员工打造人身价值实现的舞台。公司在《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》与《中华人民共和国工会法》等法律法规的指导下，健全并完善了一整套人力资源管理体系，拥有一支高效的人才队伍，企业与员工和谐发展，共享企业的发展成果。

### 基本概况

截止 2022 年 11 月 30 日，公司拥有 1156 人，皆为全日制员工。其中：

男性员工 440 人，占 38%，女性员工 716 人，占 62%；

少数民族员工 57 人，占 5%，汉族员工 1099 人，占 95%。

大专及以上学历人员 322 人，占 30%，高中及以下 834 人，占 70%；

45 周岁以上员工 266 人，占 23%，19—45 周岁员工 890 人，占 77%；

外地籍员工 913 人，占 79%，本地籍员工 243 人，占 21%

### 员工健康

生命健康高于一切！保护员工身体和心理健康，关注员工身心健康的全面发展，是乔顿管理的重要原则之一。公司以 GB/T28001—2001 职业健康安全管理体系和 CSC9000T 社会责任管理体系为基础，健全并完善了一整套制度体系，并切实落实执行，两年间投入消防器材、体检、劳保用品等费用 55 万元，使员工的身心健康得到了有效的保障，两年来未发生一起安全事故。

### 体系保障

公司自 2003 年导入 GB/T28001—2001 职业健康安全管理体系，体系一直良性运行。2022 年的监督审核于 2022 年 1 月进行，体系有效运行，根据《危险源辨识、风险评价和风险控制的策划控制程序》共识别危险源 87 个，重要危险源 8 个，并对重要危险源编制了《管理方案》进行控制管理，两年来职业健康安全目标达成率 100%。

### 健全机构

公司成立了由总经理任组长，主要由各部（车间）负责人组成的“安全生产领导小组”，共 24 人，层层签订《安全生产目标责任书》共 28 份，实行消防安全例行检查制度，2022 年共例行安全检查 600 多次，安全大检查 18 次，开出整改通知单 35 份，整改资金投入 10 多万元。

### 安监合格

公司特种设备有锅炉、电梯、机动车、空压气泵等，定期年检，合格率达 100%。《食堂卫生许可证》年检合格。

### 持证上岗

公司特种岗位司炉工、电梯工、机动车驾驶员、厨师等特种岗位人员全部持证上岗，持有效证件率达 100%。持安全生产管理员资格证书 5 人，其中含董事长 1 人。培训合格持证的突发医疗事故急救员 36 人。食堂工作人员 20 人体检合格，挂证上岗。

### 预案演练

为严防重大安全事故的发生，以及降低因重大安全事故发生可能造成的损失，公司制定了《潜在事故和紧急事件应急预案》，并予以演练，以提高突发安全事件的处理能力。2022 年共举行消防演习 2 次。通过演练提高了大家的消防意识，掌握了火场自救能力。

### 安全健康教育

每位员工年度例行安全教育不少于一次，内容涉及消防、治安、疾病防护以及个人卫生知识等，并且进行了女性“五期”健康教育，加强艾滋病预防知识教育。

### **安全健康防护**

做好安全防护是保证安全生产、保护员工健康的重要工作，公司未雨绸缪，非常重视员工的劳动保护，2022年共发放口罩52000个、白纱手套6107个，防割伤钢丝手套55个等。

为每个车间配备了红“十”字医药箱，备有常用的医药器具，如体温计、创可贴、碘酒、防中暑药及其他OTC常用药品。

2022年无重大工伤事故，百万工时工伤率为1.34%。无艾滋病及其他重大流行性传染病发生，无职业病发生，无重大灾害事故发生，无因违反劳动健康安全相关法律法规而受行政主管机关处理或处罚。

## **员工权益**

### **劳动合同**

截止2022年11月，乔顿共有员工1156人，劳动合同签订率达100%，3年及以上劳动合同占95%，其中36人签订了无固定期限劳动合同，全部合同经温州经济技术开发区人事劳动局备案，劳动合同的签订有效地保障了员工的劳动权益不受侵害，为稳定劳动关系提供了法律保障。随着全国各地的工业化大发展，特别是内地的工业化发展，外出务工人员逐年减少，造成沿海诸城市劳动用工短缺，2022年生产员工总流动率为12.0%，今后，公司将从改善员工工作生活条件、提高薪资福利待遇等方面降低生产员工的流动率。

2022年未发生劳资纠纷案件，未因违反劳动法律法规而受到处罚。

### **工作时间**

公司员工均为全日制员工，行政职员实行标准工时工作制，车间生产员工实行综合计时工作制，实行综合计时的生产员工周平均工时为46.5小时，劳动时间附合规定要求。

### **薪酬福利**

为保证及时将工资准确准时发放到员工的手中，公司委托银行代发员工工资，以合同的形式规定于每月28日前将上个月工资以货币形式发放到员工的个人工资卡中，截止目前，无一例拖欠员工工资的情况发生。实行绩效考核管理，建立了一整套绩效管理体系，员工多劳多得，保证了社会责任工作的质量，同时也保障了员工的权益。

公司为改善员工的工作生活条件，提高生活质量，投资4000多万元购6亩土地，建起了乔顿生活区“乔顿家园”，建设了全部生活配套设施，新添公共员工宿舍211间，员工夫妻间122间，每个宿舍配备有独立的卫生间、洗浴室、有线电视、空调，并安装了INTERNET网线，使员工在乔顿真正过着一种如家的温馨生活。综合娱乐大礼堂、网吧、球室、棋牌室正在建设中。

全体员工实行一日三餐免费供应，2022年餐饮费用共计480多万元。

为丰富员工的业余生活，放松员工的心情，公司2022年组织多批次员工进行拓展，让员工在工作之余得到锻炼。

### **未成年工保护**

公司非常注重对未成年工的保护，制定了《避免招用童工》与《未成年工的保护》制度，以制度形式严防招聘童工及加强对未成年工的保护。为防止招聘中误招童工，人力资源部购置了二代身份证识别系统，加强对应聘人员年龄的识别，招聘中怀疑提供虚假身份证件增大年龄、有童工嫌疑的人员坚决不予录用。

### **员工救助**

公司召开职工代表大会，讨论通过了《爱心基金管理办法》，由企业、员工自发捐款建立爱心基金，对员工本人及其配偶、子女在遇到重大疾病时予以爱心救助。2022年，共救助7人，总救助金额达30800元。

爱心基金救助统计表			
受救助时间	受救助员工姓名	受救助员工部门	受救助金额
2022.02.28	滕明菊	品牌技术部-样衣车间-普工	4200
2022.3.15	田红芳	生产中心-缝制 E 下衣车间-车工	3700
2022.4.21	戴学良	生产中心-生产部-售后返修组-生产售后内勤	8000
2022.7.1	朱艳兵	生产中心-整烫车间-订扣	3000
2022.7.26	柳太青	生产中心-职服商务部-职服商务样衣主管	2200
2022.9.20	杨娟萍	生产中心-缝制 A 车间-普工	4800
2022.9.20	刘世顺	生产中心-缝制 E 车间-小烫	4900

严防歧视、骚扰与虐待、强迫或强制劳动等事件发生。公司在《员工手册》中明确规定“人力资源部及其他用人部门不得歧视员工、不得强迫或强制员工劳动、不得骚扰和虐待员工”，并制定了《有效避免工作中的歧视》、《有效预防骚扰与虐待的管理措施》与《有效避免强迫或强制劳动》等制度文件。员工可以通过向总经理信箱投递信件、直接投诉或[发电子邮件到 ceo@jodoll.com](mailto:ceo@jodoll.com) 电子信箱等渠道，进行举报和投诉。2022 年度未收到关于歧视、骚扰与虐待、强迫或强制员工劳动的投诉或举报。

## 共同成长

乔顿的人才理念是“贤者在位，能者在职”。不但贤者、能者在乔顿有发展的空间，而且把每一个员工培养成德能兼优的人才，同样是乔顿的义务和人才发展宗旨。公司制定了《培训与意识提升程序》和《培训管理制度》，拥有一整套人才培养发展模式。培养综合性高素质的员工，既是乔顿的人才发展战略，更是为员工个人的职业发展规划。

## 内部培训

公司每年制定年度培训计划，且认真落实执行。2022 年部分培训项目列表

序号	课 程	培训时间(天)	参加人数 (人)	地 点
1	品质保证	5	30	内训
2	企业法律实务	1	22	内训
3	生产管理实务	5	26	内训
4	工艺知识培训	5	650	内训
5	化学品管理与使用常识	0.5	22	内训
6	医疗急救知识培训	0.5	39	内训
7	传染病防治知识	0.5	1056	内训

8	女性心理健康培训	0.5	675	内训
9	心理情绪管理	0.5	190	内训
10	消防安全培训演习	0.5	1112	内训
11	社会责任管理体系	1	60	内训

### 校企合作

本着“优势互补、资源共享、互惠双赢、共同发展”的原则，我公司与温州技师学院开展联合办学，签约冠名开办服装专业“乔顿班”，计划招生 50 人，定向培养，提前向“准员工”进行企业文化熏陶和技能培养，使学生进入企业后能更快更好地融入到企业中去。

### 民主建设

员工是企业的主人！为了保障员工的民主权利，发扬员工的主人翁精神，便于员工在企业管理中行使“参政议政”的权利，根据《中华人民共和国工会法》和中华全国总工会的规定，建立了企业的职工代表大会制度，组建了工会委员会并制定了工作职责，工会在维护员工权益，监督企业管理，和谐企业与员工之间的劳动关系方面，起到了积极的至关重要的作用。

乔顿工会会员 1115 人，占总人数的 96%，2022 年 5 月组织召开了职工代表大会，讨论通过《集体合同》，就员工工资等问题进行集体协商并达成共识，和员工代表进行面对面的沟通，听取员工的意见心声，解疑答惑，加强和提升了企业的民主管理，推进了企业民主建设进程。

乔顿提倡无障碍沟通，鼓励员工参与公司管理，公司领导与员工交流战略方向，在决策中积极听取员工意见。公司设立了总裁信箱、意见箱，定期安排专人负责信箱内容的收集、整理、反馈、归档，并制定相应的如《总裁信箱管理规定》等制度，真正使“信箱”发挥作用，传递企业的和谐音符。同时，公司制订了《提案改善制度》，正面奖励为公司发展和管理出谋划策的人，将这种无极限的沟通植入业务流程中。

公司鼓励员工依据《员工申诉管理规定》与《总经理信箱管理规定》，就自身权益和民主管理积极提出申诉或建设性意见，员工可以就受到骚扰、威逼、恐吓、要挟、侮辱等一切不公正事件进行申诉，也鼓励对公司管理运营各方面进行提案建议。渠道有向公司高层口头申诉、向工会申诉、向总经理信箱投递信件等，也可以向公司专门设立的 ceo@jodo11.com 电子信箱发邮件进行网上申诉。公司对接到的申诉在一周内予以回复，并对不涉及个人隐私的公众问题予以公示。



## 第八部分 环境责任

### 环境治理

公司十分重视环保工作，成立了由行政副总为组长的环保领导小组。按照环境管理体系要求，每年对新增环境因素进行识别，年初制定环境目标、指标和管理方案，每两个月对实施情况进行检查；强化环保培训，共投入环境污染治理等费用约 25.4 万元，保证了公司环境的整洁；制订并落实了节能目标，严格执行国家标准，实现达标排放；公司产品的生产工艺严格执行国家标准和规程，科学、合理、环保、节能；我们按《排污许可证》指标对污水、废气、噪声、SO<sub>2</sub> 的排放都进行了有效控制，并把它与公司的战略相结合，经环保部门监测都能达到三级排放标准。我公司从无环境污染事故和环境违法行为的发生，也从无拖欠排污费现象。

### 节能减排

公司高度重视节能工作，为加强科学管理节能，推动节能工作深入持久地开展，成立了由总裁亲自负责的，由各中心副总、部门经理、有关技术人员、车间主任参加的节能小组，围绕公司总体目标，年初制订节能工作计划，按月落实分解。每月进行节能活动及主要经济指标和经济小指标分析，在总结上月工作的同时，针对生产上、经济指标上存在的问题进行组织、协调、分解、落实，进一步提高了企业整体的节能意识，保证了节能工作的顺利实施。

公司 2021 年进行了市无废企业的创建，并获得了证书。通过制作版面、图片、印制宣传材料集中宣传等多种形式，开展了不少于 600 次的节能降耗宣传，对员工深入宣传我公司能源现状和节约能源的重要意义，并结合实际，开展“节约从我做起”活动，致力引导广大员工树立“节约光荣、浪费可耻”的良好风尚。



## 第九部分 和谐责任

### 综合治理

两年来，公司积极落实政府各项政策，以创建“文明单位”为载体，以健全长效工作机制为抓手，大力实施社会安全工程，强化责任，突出重点，狠抓落实，有力地维护了公司治安与稳定，为公司综合治理工作做出了积极的贡献。

公司从强化组织领导入手，及时成立了社会治安综合治理工作领导小组，设立了综合治理八大员，重点解决员工出现的不良行为和反映的问题，将矛盾化解在公司内部，收到了良好的效果。根据公司的性质和特点，积极开展预防和打击违法犯罪活动，加强法制教育，强化专项整治，全公司自上而下形成了三级“人防”网络，即以综治工作办公室为主的一级网络、以基层各单位为主的二级网络、以各班组为主的三级网络，加强了对重点部位的预防措施，安装了报警器、防盗门，配备了对讲机、保险柜、保险锁，有效地控制了盗窃案件的发生。在专项治理方面，公司设立了安监办，加强了防火防盗监控，开展了消防“四个能力”建设，每天24小时对要害部位进行安全巡查，以定期检查、不定期抽查的方式开展打击偷盗、整顿劳动纪律和维护施工现场工作秩序等工作。为各值勤点发放外来人登记册、安全“四防”巡查记录簿，做到每个要害部位都有值班记录，杜绝了值班人员脱岗、漏岗、值班时间睡觉等违纪行为。一年以来，公司共组织大型安全自检24次，检查出各类隐患77件，当场整改45件，限期整改32件。由于发现及时、防范到位，避免了盗窃案件的发生。

我们把加强法制宣传教育，增强群众的遵纪守法意识，作为治理和维护公司治安秩序的有效措施来抓。一是加大普法力度，通过张贴宣传画、报纸引导、现场讲解等方式，加强正面宣传教育。二是加强文明宿舍创建，将科学、文明、健康的生活方式和健身方式推广到员工生活中去，赌博、打架斗殴等不文明的现象得到了较大改善。

### 参政议政

乔顿认为：企业家作为社会经济贡献的主体，只有参政议政，才能更好地发挥专长，为推动本地区、本部门的社会经济发展服务，更有利于参与国家大政方针的制订和社会管理。近年来，公司充分利用人大、政协“参政议政”的平台，不仅为政府排忧解难，积极履行社会管理职能，同时勇于承担社会责任，为实现公司可持续发展和增强市场竞争力创造了良好的外部环境。

作为政协副主席，董事长沈应琴先生将始终坚持从人民群众的利益和愿望出发，切实当好群众的代言人、代议人。一是积极参加区两会、常委会、主席会议，为龙湾区企业家代言，传递他们的呼声，积极为龙湾区的发展建言献策。二是开展各类调研活动，扎扎实实抓好涉及群众切身利益的有关政策和问题的调查研究，如开展了“加强政协基层协商的探索和实践”课题调研，为龙湾经济社会发展建言献策。三是加入了“企业河长”，积极宣传青山绿水的治理理念与环保责任。四是积极向外推广龙湾企业及龙湾经验，宣传龙湾在“两个健康”工作中的新方法，新尝试，积极为龙湾发展鼓与呼。

## 行业建设

### 新标准制定

2021年，公司参与起草了《服装标签通用规范》、《服装外观质量检验方法标准修订参与证书》，该标准，以利于促进我国标签和检测的规范化，并与国际接轨。

### 公司加入的社会团体

中国服装协会	理事
浙江省服装协会	常务理事
温州市服装协会	常务副会长
龙湾区工商联	主席
温州市总商会	常务副会长
温州市质量技术监督协会	副会长
温州市品牌协会	会员
温州市民营企业家协会	会员
浙江省企业技术创新协会	会员
温州市诚信促进会	会员

### 公益事业

公司坚持社会价值创造结果的判断标准，以能否促进社会资源的优化配置来衡量公司的公益行为，一年来，公司确立了支持新农村建设的主要方向，对所参与的公益项目进行可行性研究，提前确定年度公益支出规模，及时了解公益项目的进展、成效和存在的问题，今年扶贫济困捐款近 450 万元。



### 自愿者活动



公司以团员为骨干，成立了志愿者组织，并定期开展活动。先后开展了街道环境清扫、街道非法小广告清理、税收宣传等活动。公司还有常年服务于养老院的志愿者，每月至少两次到温州市各养老院进行公益活动。

## 第十部分 发展展望

随着工业 4.0 时代的到来，以及互联网、大数据、AI、物联网等技术的应用和发展，服装行业在产品生产、销售渠道、产品研发等方面均取得了显著进步。目前，我国男装行业呈现如下发展趋势：

### 1. 品牌化发展趋势

随着我国经济快速增长，男装行业也迎来了快速发展期，商务气息浓，各州商业的社交场合增加，带动了西装的快速发展。随着我国人均消费能力的增加，中式服装逐渐成为主流。到经济蓬勃发展的现代时期，男士们也越来越关注时尚和品位结合，开始追求高端的国际品牌。随着我国男性群体品牌认知度的不断提升，个性化是消费升级的必然趋势，当前消费者偏好多样，且快速变化，单一品牌的竞争风险加大，多品牌集合战略成为未来方向，高性价比服饰能够迎来快速发展。

### 2. 竞争日趋国际化

中国是服装消费和制造大国，随着近年来中国经济的增长，外国服装企业纷纷看好中国市场，加大在中国的企业布局，外国的品牌也越来越多地进入中国市场。中国服装市场越来越国际化，国际品牌也加紧时间抢占中国市场先机。与此同时，中国的服装企业在国家出口政策的带动下，也加快了国际市场上的开拓步伐。因此，未来的男装行业的竞争的国际化趋势也将日趋明显。

### 3. 营销手段多样化

随着服装企业的不断增多和消费者需求层次的不断提高，要想在男装行业中立于不败之地，仅仅通过价格竞争已经远远不够了，非价格竞争在市场竞争中越来越受到企业的重视。从产品、设计、品牌的竞争到服务、形象的竞争，男装行业的竞争手段日趋多样化。毕竟消费者不再是饱尝需求饥渴的公众，他们在购买活动中对于商家的服务需求越来越高，对企业的认同感和归属感越来越强。因此，形象营销、服务营销、创新营销、管理营销将成为未来男装行业的市场竞争的主要手段。

### 4. 更加重视线上平台

目前，国内外进入市场的男装品牌日益增多，行业竞争压力持续增大，再加上疫情期间实体门店受影响较大，因此男装品牌积极推进会员体系互联互通，借助微信社群、小程序等社交电商平台促进销售，形成线上线下联动的全新商业形态，例如，比音勒芬在疫情期间通过四场 8 天微信会员商城小程序+直播带货，线上门店销售业绩突破 3000 万元，会员转化成交率达 40%，直播带货成效显著。未来，在新零售冲击下，男装品牌公司除了传统营销以外，将更加积极布局短视频营销、直播带货等方式。除了参与网红直播带货以外，部分品牌公司也将积极打造自身直播团队。

近年来，国家及相关部门出台了一系列政策鼓励传统服装行业转型升级，绿色发展。预计随着经济环境的改善，消费会进一步释放，服装行业在双循环经济背景下，将迎来新的发展机遇。市场资源会加快向行业头部企业集中，有利于处于优势地位的服装品牌公司更高效地整合上下游资源，巩固自身的竞争力，扩大行业市场份额。