

LUOLAI GROUP
罗莱生活

罗莱生活科技股份有限公司

环境、社会及治理 (ESG) 报告

LUOLAI GROUP

ENVIRONMENTAL, SOCIAL
AND GOVERNANCE REPORT

2021





目录 | CONTENTS |

关于本报告	01
董事长致辞	02
走进罗莱	03

开展ESG治理

ESG治理架构	07
利益相关方沟通	08
实质性议题分析	09
立足合规经营	10
股东权益保护	12

打造高质量纺织产品

研发与创新	15
产品质量保障	20

完善可持续经营模式

客户服务	23
供应链管理	25
数据安全与隐私保护	27
负责任营销	29

践行绿色发展理念

气候战略	32
节能减排	34
生态环境保护	36
水资源管理	37
废弃物处理	38

担当员工好雇主

雇佣多元及包容	41
人才发展与培养	42
职业健康和安全	44
福利待遇与关怀	46

履行企业社会责任

乡村振兴	49
公益慈善	50

附录

附录1:关键绩效表	51
附录2:全球报告倡议组织GRI 标准索引表	55
附录3:罗莱生活-联合国可持续 发展目标(SDGs)地图	60

关于本报告

报告简介

本报告是罗莱生活科技股份有限公司（以下简称“罗莱生活”、“罗莱”、“公司”或“我们”）发布的首份环境、社会及治理报告或称 ESG 报告（以下简称“本报告”）。本报告旨在通过系统阐述罗莱生活 2021 年度在 ESG 方面的管理工作与成果，回应利益相关方的期望和需求，客观地呈现罗莱生活的可持续发展表现。

报告范围

报告组织范围：本报告内容涵盖罗莱生活科技股份有限公司及其全资子公司和控股子公司。

报告时间范围：本报告涵盖的时间范围主要为 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日（以下简称“报告期”或“本年度”）。为提高报告完整性，部分内容适当追溯以往年份或延伸到 2022 年。

报告发布周期：本报告为年度报告。

报告编制依据

本报告主要参考全球报告倡议组织（GRI）发布的《GRI Standards》（以下简称“GRI 标准”）核心方案编制，同时参考了《深圳证券交易所股票上市规则（2022 年修订）》、联合国可持续发展目标（SDGs）。本报告在最后部分详列 GRI 标准索引和 SDGs 地图，可供读者快速查阅。

报告信息来源

本报告是罗莱生活可持续发展实践的真实反映；信息资料来源于公司正式文件、内部统计资料及有关公开资料。其中，财务资料来自 2021 年年度报告。本报告涉及的货币金额以人民币为计量币种，特别说明的除外。

报告保证方式

罗莱生活高级管理层和董事会已审议批准本报告，保证报告内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

联系方式

如对本报告内容有疑问，可通过以下方式致电或致信于本公司：

电话：021-23138888

地址：上海市普陀区同普路 339 弄 3 号楼罗莱生活大厦

邮编：200062

董事长致辞

刚刚过去的 2021 年，在所有罗莱人的共同努力下，罗莱生活继续保持强劲的发展势头，再创新高。罗莱品牌连续 17 年市场综合占有率第一。“罗莱家纺”被认定为“中国驰名商标”，是南通开发区去年唯一获得该认定的企业。这一年，我们完成了 2022-2025 年战略规划，以领先的战略布局，继续巩固罗莱的行业领先地位。

成立三十年来，罗莱已经从一家名不见经传的小作坊，成为了家纺行业的领导者。罗莱今天的成就得益于中国经济高速发展所带来的市场机遇。在党和政府的领导和关怀下，我们的发展道路越走越宽广，正是社会的进步推动了我们的事业的发展，我们也一直努力回馈社会，履行社会责任。

我们努力做有担当的行业引领者，用领先的产品、先进的技术、周到的服务为社会经济的繁荣做出贡献。质量是公司的立足之本，是获得消费者认可的重要因素。我们始终秉持“让人们享受健康、舒适、美的家居生活”的使命，2021 年新开店完成 400 余家。罗莱超柔床品、罗莱儿童、LOVO 乐蜗、廊湾、内野以及恐龙等各个品牌各自聚焦定位，协同高质量发展。同时，我们优化客服机制，致力于为消费者提供最好的服务体验。2021 年推动渠道管理变革，妥善解决分销、区域划分等历史难题，为未来 3-5 年的发展打开了市场空间。

我们主动向绿色低碳发展转型，坚决做好资源节约和污染控制，推进环保技术的运用和普及。为响应国家碳达峰碳中和的号召，应对全球的气候变化，我们在研发工艺中采用了低碳环保技术，并在 2021 年 6 月推出了“零碳”产品、成为家纺行业第一家发布产品碳足迹的企业。同年 12 月，我们加入了中国纺织工业联合会气候创新 30-60 碳中和加速计划，并向中国绿色碳汇基金会捐赠 50 万元。未来，罗莱会进一步向绿色低碳转型，并协助供应商提升生产工艺，更多采用低碳后加工技术，进一步减少化学助剂的使用，继续在绿色、可持续发展方面做出努力。

2021 年，面对日新月异的市场，结合员工的心声，我们对企业文化价值观进行重塑，将客户为先、奋斗为本、合作共赢、对标创新、自我批判作为我们的价值观。我们坚持自我变革与超越，通过机制创新确保组织始终充满活力和创造力。持续增强企业的核心竞争力和抗风险能力，让企业走得更远。

我们搭建开放平台，提供更多创业机会，为社会培养更多专业人才，为员工保障福利待遇、搭建事业舞台，帮助奋斗者实现人生梦想。2021 年度，我们实施了年度激励方案变革，将奖金资源统一规划，通过赛马机制激发

组织活力，实现了内部你追我赶的良性竞争的价值创造、价值分配的新机制，有效地激励前中后台各个团队围绕公司整体目标共同奋斗。2021 年，我们实施了新一期股权激励，共有 146 名员工获得总计 1,175 万股，市场价值 1.35 亿元的限制性股票。

我们胸怀天下，致力于让社会变得更好。2021 年，我们向上海慈善基金会捐赠家居用品物资，向江苏的数所敬老院爱心捐赠、传递温暖。在河南、山西发生水灾后，我们第一时间响应，调拨物资迅速驰援。在甘肃酒泉我们发起美好校园项目，在西藏边疆实地考察、对口亚东县捐赠支援，带去罗莱的关爱和柔软……2021 年全年公司对外捐赠合计近千万元。

2022 年是罗莱生活成立 30 周年。展望未来，前方充满希望，也充满挑战。我们将从成就中建立自信，从反思中汲取教训，时刻践行我们的文化价值观。让我们秉承使命，承担更多社会责任，全情投入，精诚协作，共同开启公司新的发展篇章！



走进罗莱

公司简介

罗莱生活科技股份有限公司成立于 1992 年，总部位于上海，致力成为全球家居行业领先者，做受人尊敬的百年企业。2009 年，罗莱生活（股票代码：002293）登陆深交所，是中国率先上市的家纺企业之一。

成立三十年来，罗莱生活秉承“让人们享受健康、舒适、美的家居生活”的使命，凭借持续的良好业绩表现和强大综合实力，先后被授予“国家级高新技术企业”、“江苏省省长质量奖”等称誉。

罗莱生活集研发、设计、生产、销售于一体，致力打造共创共赢的家居产业生态。公司通过百货、品牌旗舰店、社区专卖店、购物中心、平台电商、直营电商（官网、小程序）、团购等线上、线下销售渠道，以覆盖从大众到超高端消费市场的多品牌产品，满足不同类型的消费需求。截至 2021 年末，公司拥有罗莱超柔床品、罗莱儿童、LOVO 乐蜗、廊湾、恐龙、莱克星顿等自有品牌，与华为等知名品牌达成深度合作，及代理 ZUCCHI、ESPRIT 等全球知名家居品牌，终端销售网络约 2,500 家，销售网络遍及全国。

作为中国家纺产业领跑者，罗莱生活将不断创造美好的家居生活体验，为家居行业进步和中国经济发展尽绵薄之力。



罗莱生活多品牌运营体系



公司使命

罗莱生活秉持“让人们享受健康、舒适、美的家居生活”的使命，持续提升消费者的家居生活品质为己任，围绕健康、舒适、美的核心理念，不断满足消费者需求，引领行业发展。

我们在产品选材上始终执行严格的标准，确保产品安全、环保。在研发和设计过程中，赋予产品更多的健康功能，并依此为消费者提供健康家居解决方案。

不断提高产品使用的舒适度，致力于带给消费者更为自由、舒展的家居体验。公司深入研究消费者家居生活场景，通过产品设计和引入触摸、感知等智能技术，实现人与环境的和谐交融。

满足消费者个性化的审美格调，持续优化视觉体验，发现美、创造美、引领美。将独特的理念和文化融入产品和服务，让消费者感受到心灵的愉悦和生活之美。



公司愿景

罗莱生活致力于成为全球家居行业领先者，做受人尊敬的百年企业！

我们始终忠于使命，持续构建科学的人才机制，打造卓越的运营管理体系，强化全球资源运筹与整合能力，确保在规模、品牌、价值主张等方面的领先地位，做行业标准的制定者和行业领跑者。

同时，我们致力于平衡相关利益者价值，打造共创共赢的产业生态，获取阳光利润，履行社会责任，赢得消费者、合作伙伴、股东、社会的尊敬。

公司始终以客户为中心，不满足于现状，坚持自我变革与超越，坚持自我批判，通过机制创新确保组织始终充满活力和创造力。持续增强企业的核心竞争力和抗风险能力，让企业走得更远。



部分奖项及荣誉

2021.01

南通市工信局

2020 年南通市工业互联网（互联网+制造业）融合创新企业

2021.03

2021 中国国际家用纺织品（春夏）博览会组委会

学生宿舍 / 公寓配套床上用品优质供应商



2021.10

中国家用纺织品行业协会
家纺行业质量提升示范企业



2021.11

江苏省工商联

2021 年度最具价值品牌企业

2021.12

江苏省企业信用管理协会

江苏省守信用重合同企业



2022.03

欧睿信息咨询（上海）有限公司

LOVO 乐蜗家纺
2019-2021 连续三年中国互联网床上用品第一品牌



2022.04

中国商业联合会、中华全国商业信息中心

“罗莱儿童”儿童床上用品荣列 2021 年度同类产品市场综合占有率第一位



2021.01

南通市经济开发区管理委员会
慈善楷模



2021.03

南通开发区管委会

南通开发区 2020 企业纳税增长贡献奖

2021.04

中国航天基金会

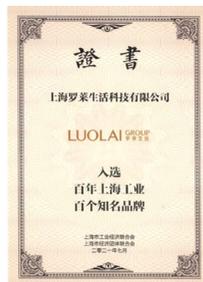
中国航天事业合作伙伴



2021.07

上海市工业经济联合会、上海市经济团体联合会

百年上海工业、百个知名品牌



2021.12

中国质量协会

2021 年度卓越绩效先进组织



2021.12

江苏省工信厅

2021 年度江苏省工业电子商务发展示范企业

2022.04

中国商业联合会、中华全国商业信息中心

“罗莱”床上用品连续 17 年市场综合占有率第一位



2022.04

欧睿信息咨询（上海）有限公司

“罗莱 超柔床品” 2020-2021 连续两年中国高端床上用品零售额第一





3. 开机前检查轴销的安全装置是否完好，如有损坏，应立即修理。
4. 开动以后，先空转3-5分钟，检查各部运行是否正常，皮带有无打滑、刮卡及发热现象，如有及时调好，如无异常方可载负荷运行。
5. 运行中不得将手、脚、头发、杆状物靠近主动轮、皮带，如发现皮带跑偏、打滑、乱跳等异常现象时，应及时进行调整，皮带打滑时，严禁用脚蹬、手拉、压杆子、往转轮和皮带间塞东西。
6. 运行中要注意检查电动机、变速箱、传动齿轮、轴、转动皮带、滚筒、托辊等是否正常。
7. 检修和操作时，禁止从皮带上方跨越，皮带下方有安全防护罩和安全栏时必须保证牢固可靠。
8. 设备运行时，严禁用手触摸设备的运转部位，严禁生和清理料。
9. 皮带运行中或停机时，严禁人员在皮带上行走或嬉戏。
10. 设备出现异常或故障时，要在设备停止运转后，严禁边运转边维修。
11. 往皮带上加料时，必须注意安全。
12. 停机后要切断电源，并挂上“禁止合闸”的警示牌。
运转记录
当机械伤人
安全第一

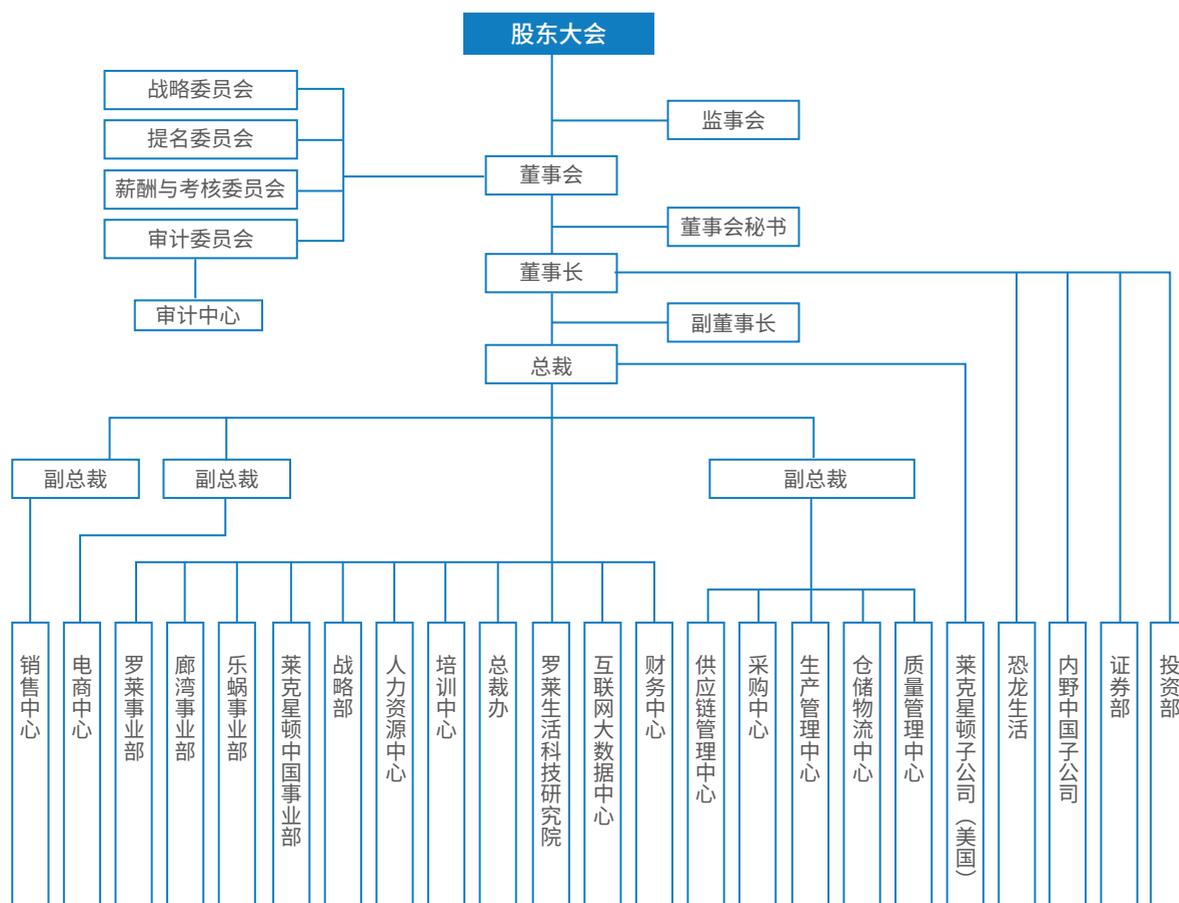
01

开展ESG治理

- ESG治理架构
- 利益相关方沟通
- 实质性议题分析
- 立足合规经营
- 股东权益保护

ESG 治理架构

罗莱生活建立了规范、透明、公开、高效的公司治理架构，明确决策、执行和监督方面的职责权限，形成科学有效的职责分工和制衡机制，以专业化、规范化和透明化实现公司整体的可持续发展。公司实行董事会领导下的“总裁负责制”，董事会下设战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会。



公司董事会是 ESG 治理的最高机构。董事会负责决定公司的可持续发展相关战略和制度并监督实施，负责审议及批准公司的环境、社会及治理（ESG）报告。战略委员会负责对公司可持续发展战略进行研究、制定目标、建立评估机制并提出建议。

公司董事会审议批准了《罗莱基本法》。作为公司凝聚了集体意志的最高行为规范，《罗莱基本法》不仅明确了公司的使命、愿景、核心价值观，也建立起员工及高管在环境、社会及治理相关方面的工作准则。《罗莱基本法》明确公司需要兼顾各利益相关方，在经营决策中奉行双赢、多赢、共赢的理念，主动承担环境保护的责任，切实履行社会责任，赢得消费者、合作伙伴、股东、及社会各方的尊敬，为公司长期、稳定、可持续发展奠定基础。

公司高级管理层负责制定公司的使命、愿景、核心价值观等内容，提交董事会决议，从公司宗旨出发提升全公司的可持续发展意识；负责主持公司总体的 ESG 管理，并定期向董事会汇报 ESG 管理工作情况和绩效。

公司由各子公司和各职能部门共同负责其职责范围内所涉 ESG 事项的具体实施，由战略部负责 ESG 数据的收集和报告编制等工作，定期向公司高级管理层汇报各 ESG 事项的落实情况。

利益相关方沟通

利益相关方作为与公司可持续发展密切相关的群体，在公司决策过程中扮演着非常重要的角色。公司充分尊重和维护各利益相关方的合法权益，实现社会、股东、员工等各方利益的平衡，推动公司持续、稳健、和谐、健康发展。

公司以“诚信为本，密切关系，提高效率，实现双赢”的原则，通过各种主流媒介途径，建立与股东、政府、行业协会、经销商、客户与消费者、战略合作伙伴与供应链、环境、员工、社会等内外部相关方的沟通渠道与机制，识别并确定关键利益相关方及其诉求，传播公司责任实践、绩效、案例等，增强沟通效果，建立良好关系。

沟通对象	渠道	沟通方式	频次	有效性评价
股东	董事会、董事会报告	双向	按需	经营绩效
	战略规划实施情况等专题汇报	双向	按需	
	定期报告	披露为主	季度、半年度、年度	
	日常公告	披露为主	按需	
	投资者电话、互动易问答、现场调研、线上调研	双向	按需	
	业绩说明会	双向	一次/年	
	宣传册、网站、媒体报道	传播为主，听取反馈	随时	
客户与顾客	加盟商年会	双向	每年	顾客满意度提升
	加盟商区域会议	双向	按需/每月	
	加盟商信息系统	双向	每天	
	400 电话系统	双向	每天	
	宣传册、网站、媒体报道、微信	双向	每天	
	满意度调查	双向	每季度	
员工	员工手册、罗莱基本法	传播为主，听取反馈	每年	员工满意度提升
	罗莱人报、多个微信平台、宣传栏	传播为主，员工表达、文化宣导	随时	
	内部网：员工论坛、沟通信箱、热线电话	双向、沟通互动	随时	
	合理化建议、QC 小组活动	双向、沟通互动	每月一次以上	
员工	各类部门会议、座谈会	双向、沟通互动	每月一次以上	员工满意度提升
	各层级的年会、表彰会	双向、沟通互动	每月一次以上	
	各类文体活动	双向、沟通互动	每月一次以上	
	总裁信箱	双向、沟通互动	随时	
	供应商大会	双向	一次/年	
技术交流与展览	双向	按需		
供应商管理体系推广、培训	双向	随时		
供应商管理信息系统	双向	随时		
宣传册、网站、媒体报道	双向	随时		
双方管理层互访	双向	随时		
合作开发项目	双向	随时	提升社会影响力；履行社会责任	
供应商质量问题改进交流	双向	随时		
政府、媒体、社会团体及其他利益相关方	宣传册、网站、媒体报告	传播为主，听取反馈		随时
新品发布会、展会、社会活动	传播为主，听取反馈	随时		
参观、来访	传播为主，听取反馈	随时	提升社会影响力；履行社会责任	
政府会议、行业会议、工作汇报	传播为主，听取反馈	随时		

实质性议题分析

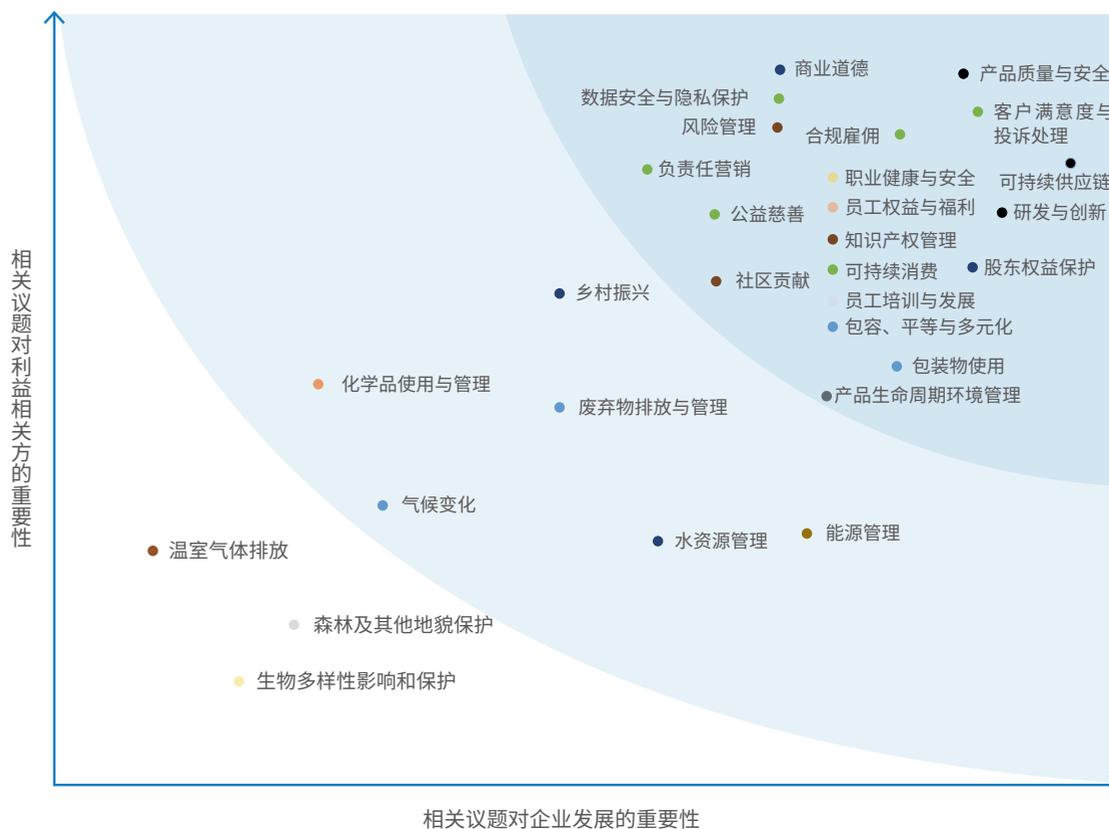
实质性议题分析是罗莱生活为确定公司可持续发展重要议题并进行重要性排序，以公司发展战略及利益相关方的诉求为依据开展的一项工作。

2021年，我们基于 GRI 标准，可持续发展会计准则委员会（SASB）相关行业标准、明晟公司（MSCI）对纺织行业的 ESG 评级标准等所关注的要点以及同行企业的实践，识别确认公司适用的议题库。

针对识别出的潜在议题，我们向利益相关方发放调查问卷，收集利益相关方对各潜在议题给出的重要性评分。通过有效回收 186 份问卷并针对问卷调查结果进行分析，从相关议题“对企业发展的的重要性”和“对利益相关方的重要性”两个维度，构建了罗莱生活 2021 年的实质性议题矩阵。

针对实质性议题矩阵中的高度重要议题，本报告将进行重点披露，以响应利益相关方的关注。

2021 年罗莱生活实质性议题矩阵



立足合规经营



缴纳税款

3.82 亿元人民币



专项及例行审计次数

150 余次



审计活动实现降本增效

2,068 万余元



专项及例行审计报告数量

146 份



推动改善制度流程数量

100 项



问责人次近

50 人次

合规经营是罗莱生活的立足之本，是公司实现可持续发展的重要基础。罗莱生活在运营和生产过程中严格遵守法律法规。罗莱生活在相关法律法规的基础上，结合企业文化、核心价值理念及愿景等因素，在公司内部建立《罗莱基本法》。《罗莱基本法》为公司管理政策建立依据，帮助公司将合规经营理念嵌入到公司业务的每个环节，建设一流合规管理体系，向“成为全球家居行业领先者，做受人尊敬的百年企业”的愿景迈进。

罗莱生活依法纳税，积极履行企业公民责任和义务。2021 年度，罗莱生活共向国家和地方缴纳了税款 3.82 亿元。

► 加强风险管理

公司建立了由包含但不限于董事会、审计中心、法务部、内控部组成的风险管理体系，其中审计中心直接向董事会汇报，内控部向财务中心汇报，法务部向总裁办汇报。各部门协同建立起三道防线，其中业务单位自查为第一道防线；法务与内控从法律及财务风险控制角度出发，作为第二道防线；审计中心从监察、反腐出发，为第三道防线。公司明确各机构相关职责，有效发挥三道防线的作。

公司根据《企业内部控制基本规范》及其配套指引的规定和内部控制要求，建立起完善的内部控制体系，确保经营管理符合相关法律法规，保证信息披露的真实性及完整性，提升公司经营效率。公司定期开展内部控制自我评价，对法人治理结构、人力资源、战略管理、关联交易、财务报告等重要事项进行评价。针对评价过程中识别的重大缺陷、重要缺陷进行整改。公司将根据法律法规、经营规模、业务范围等因素不断完善内部控制体系，规范、强化内部控制监督检查，促进公司健康、长期稳定地可持续发展。

2021 年度，在第三道防线上，审计中心对包括但不限于线下加盟及直营、线上电商及新零售、供应链及生产采购审计、仓储及物流审计、营销中台品牌相关专项审计、反腐打假等维度进行了审计，累计开展 150 余次专项及例行审计，为公司共节约成本及增效约 2,068 万余元，呈报审计报告 146 份，推动流程制度改善 100 项，人员问责近 50 人次，人员优化 8 个。

> 遵守商业道德

罗莱生活认为拥有良好的商业道德观是企业责任的一种体现，可以帮助公司树立良好的社会形象，助力公司的长期健康发展。

罗莱生活对贪污、腐败、舞弊等不道德行为实行零容忍。为打造公正、廉洁、透明的经营环境，杜绝一切形式的商业贿赂、不正当竞争，以及其它各种形式的不廉正行为，罗莱生活制定了《罗莱廉正行为准则》，并由审计中心负责监督该准则实施。每一位罗莱人均有责任知悉、理解、遵守该准则包含的政策与方针，坚持廉正自律，并在发现不廉正行为时，第一时间向公司举报。

举报渠道

公司希望广大知情人士积极举报与罗莱生活有关的贪腐行为、不廉正行为。对于举报人提供的有价值的线索，公司将给予人民币 2 千元至 10 万元的线索奖励。对于贡献特别重大的，公司将给予“挽回直接损失 / 节约支出费用” 10% 的现金奖励。为此，罗莱生活设置了投诉信箱、廉政热线、董事长投诉信箱、审计公众号等多种举报途径，并在钉钉云社区、微信公众号、加盟商订货会等多渠道多场合公开举报途径。

- 投诉信箱地址：sjzx@luolai.com.cn
- 廉正热线：131 6266 1338
- 董事长投诉信箱地址：xwc@luolai.com.cn
- 审计公众号名称：阳光罗莱

举报人保护措施

罗莱生活审计中心对举报人的有关情况以及举报投诉相关信息必须严格保密，不得向当事人、利害关系人及其他无关人员透露相关信息，不得向被举报单位或被调查人出示举报材料及其复印件。

公司禁止任何歧视或打击报复举报投诉人的行为。对举报投诉人员采取歧视、打击报复的人员，公司依有关规定追究当事人的责任，并给予书面警告以上的处罚，构成犯罪的移送司法机关处理。公司对违反保密规定的相关责任人员进行追责，给予书面警告以上的处罚，审计、调查人员从重处罚。

阳光诚信联盟

罗莱生活加入了由国内知名企业以及中国人民大学刑事法律科学研究中心共同发起的阳光诚信联盟。阳光诚信联盟旨在对反腐倡廉和阳光诚信进行共同的宣导，通过互联网手段共同打击腐败、欺诈、假冒伪劣、信息安全犯罪，提升联盟成员反腐治理水平，形成人人廉洁、诚信从业的正能量正循环。

举报工作及成效

2021 年度，公司通过“阳光罗莱”微信公众号共发布 20 篇微信文章，钉钉同步发送，内容涉及流程制度、廉政宣导、风险预警、合规速递、举报宣传等。报告期内，公司通过邮箱、举报电话、微信反馈等渠道一共收到 12 封举报信息，分别就人员考勤、收受礼品、供应商反腐等内容开展相关监察工作。

公司严厉打击内部贪腐行为，营造风清气正和受人尊敬的企业氛围，确保企业员工不想腐、不能腐、不敢腐。根据员工手册相关规定，因不廉正行为给公司造成超过 2,000 元损失的将被解除劳动合同。2021 年度，经公司查处并解除劳动合同的人数为 15 人。截至报告期末，公司尚未发生移送司法的贪污腐败案件，经审计发现的因员工失职、渎职给公司造成的损失，均已通过业务部门、法务部门、财务部门协同追回，最大程度降低公司的损失。

股东权益保护

股东大会召开次数

4 次

董事会会议召开次数

7 次



董事出席率

100%



监事会会议召开次数

6 次



监事出席率

100%

罗莱生活严格遵守《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司股东大会规则》以及《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规和规范性文件的相关规定和要求，建立健全股东大会、董事会及监事会的各项制度、不断提升公司规范运作，提高信息透明度，切实保护股东权益。

董事会、监事会成员和高级管理人员严格遵守相关法律法规及《公司章程》规定，忠实勤勉地履行职责。独立董事按照相关法律法规要求，对重大事项发表独立意见，维护股东利益。2021 年度，公司董事会共有 9 位董事，其中独立董事 3 人。监事会包含 3 位监事会成员。

公司积极发挥“三会”制度，明确人员职责、确保董事会及监事会人员切实履行职责，从而维护公司和股东利益。2021 年度，公司共召开 4 次股东大会、7 次董事会会议、6 次监事会会议。会议均程序符合《中华人民共和国公司法》相关法律法规、规范性文件及《公司章程》等规定。报告期内，各位董事及监事在董事会会议和监事会会议的出席率均为 100%。

公司严格按照《上市公司信息披露管理办法》规定，真实、准确、完整、及时、公平地披露信息。披露的信息尽量做到通俗易懂、简明清晰。2021 年，公司共发布 136 份公告，4 份定期报告。

公司高度重视投资者关系，加强与投资者及潜在投资者之间的沟通。公司通过深交所“互动易”、对象调研、投资者电话接听、股东大会等方式，向投资者展现罗莱生活的运营情况及战略规划，与投资人建立良好的互动关系，保护投资者的合法权益，树立公司的资本市场良好形象。2021年，公司在深交所“互动易”上累计回答投资者问题59条，问题回答率100%。此外，罗莱生活还披露了4次投资者调研活动，接待共计208人次，回答投资人关心事项，不断提升公司和投资人的互动水平。

公司认真做好内幕信息的保密和管理，防范内幕交易行为。罗莱生活遵守《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》及《关于规范上市公司信息披露及相关各方行为的通知》等法律法规和规范性文件，将保密内幕信息行为写进《廉政行为准则》，要求员工在依法披露前，内幕信息的知情人和非法获取内幕信息的人不得公开或者泄露该信息，不得利用该信息进行内幕交易。截至2021年末，公司不存在董事、监事、高级管理人员违规买卖公司股票的情况。



02

打造高质量纺织产品

- 研发与创新
- 产品质量保障



研发与创新

创新能力是知识产权运用的不竭源泉，也是知识产权管理和保护的基础。公司核心价值观之一便是“对标创新”。罗莱生活持续稳定进行研发投入，确保研发投入处于行业最高水平，对标国际领先的产品创新标准。公司认为创新应以满足、引领、创造消费者的需求为导向，避免盲目、过度、脱离客户需求的创新。

► 科技创新产品

公司持续加大科技研发力度，提高家纺产品创新力。罗莱生活于 2017 年成立行业首家科技研究院，并建立了新材料、人体工学、睡眠研究实验室。公司将建成国际化产业研究院，承担具有长期性、战略性、全局性特征的科技研发任务，持续注入创新活力，增强公司发展后劲，更好地满足消费者对于高品质家居生活的需求。

罗莱生活科技研究院主要负责开启罗莱生活“健康”产品时代，实现公司“健康、舒适、美”的核心科技研发与战略落地，并持续不断提供基于消费者需求的技术与产品迭代；通过自主研发、联合研发，合作研发等方式，整合国内外相关科研院所、供应商资源，开展相关科研合作；并负责公司健康睡眠、新材料、

人体工程、舒适性、智能家居等方面的高科技研发工作。

为充分激发相关人员的工作积极性，以良好绩效赢得更大成绩，公司制定了《外部荣誉和政策扶持项目管理制度》，针对不同项目类别，按照贡献度和关联度向员工分配奖励，激发员工的创造力。

罗莱生活也积极加强与科研院所及高校的联合协作，推进创新成果转化及运用。目前，罗莱生活与东华大学、上海市纺织科学研究院、同济大学等高校和科研院所开展产学研合作，对标国际先进水平，从高新技术、产品设计技术、工艺技术三方面开展技术研究，围绕“超柔”定位，打造全产品链、不同层级柔软技术，同时结合材料、工艺、设计、生产等环节，打造“柔软+”家族，构建全体系柔软复合技术及产品应用，不断提高技术能力。在创新力的驱动下，公司每年都会荣获数十项荣誉及奖项。

2020 年，罗莱生活与中国农业科学院棉花研究所签订战略合作协议，成立中棉罗莱 1 号新疆棉生产基金，定制专属棉花品种——“中棉罗莱 1 号”。“中棉罗莱 1 号”所孕育的棉花吸湿、透气性好，不刺激也更蓬松，此类棉花将应用于罗莱床品和家居品中，给消费者带去更柔软舒适的体验。

为确保“中棉罗莱 1 号”能够在优质的自然环境生长，

罗莱特别在新疆设立二万亩的棉田基地，用于大规模种植“中棉罗莱 1 号”，以优质的“中国原料”为中国市场和消费者提供更加健康、舒适、美的家居产品。



“中棉罗莱 1 号”在新疆的丰收现场

我们积极与供应商展开合作，打造一系列绿色、低碳、环保的家纺产品。2021年9月，罗莱生活秉持着“绿色，环保，科技”理念，以推动家纺行业的可持续发展为目的，公司与原材料供应商奥地利兰精集团达成合作协议，未来将采用 TENCEL™，天丝™品牌的低碳与零碳纤维（莱赛尔纤维和莫代尔纤维）作为原材料，织造出更环保更安全的家居产品，让罗莱生活迈入可持续发展的新纪元。



罗莱生活与兰精集团开展合作

近年来，我们不断加大再生材料的使用，并自主研发生物源纤维。同时，为贯彻环保设计，在面料的后整理工艺中，公司优先采用生物酶处理、空气拍打工艺等低碳环保技术。



生物酶处理

超柔工艺前处理中使用了新型退浆酶，代替传统前处理加工中的退浆、煮炼工序。利用生物酶可以使坯布表面的棉籽壳等杂质进行降解和软化，使纤维充分的打开，同时更好的去除布面短纤。与传统前处理相比，减少了烧碱、化学药剂、蒸汽、电、水的使用，达到了更好的环保效果。40s、80s 及以上的纯棉产品中会使用生物酶处理。



空气拍打技术

顾名思义是使用拍打这种物理方式使面料纱线更蓬松，从而使手感柔软，柔软度可以由南通实验室柔软度测试设备（法宝仪）进行测试，并根据罗莱企标进行柔软度分级（七星级柔软、六星级柔软、五星级柔软）。目前罗莱秋冬磨毛产品中均会使用这种技术。

知识产权管理



新申请专利数量

72 件



新申请商标数量

91 件



新申请著作权数量

27 件



累计获授权专利数量

193 件



累计获注册商标数量

1,241 件



累计获登记著作权数量

1,660 件

知识产权侵权案件胜
诉金额

7,736,101.66 元

知识产权侵权案件赔
偿执行到账金额

7,079,301.51 元

知识产权管理能为知识产权创造、运用和保护提供组织保障和制度平台，形成企业的竞争力，促进公司业绩的有效提升。知识产权是罗莱生活非常重要的一种战略性资源，公司非常重视知识产权管理。2021年，公司新申请专利72件，商标91件，著作权27件；截至2021年12月31日，公司累计获授权专利193件，获注册商标1,241件，获登记著作权1,660件。

公司严格遵守《中华人民共和国著作权法》、《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国专利法》等知识产权相关法律法规，制定了如《商标管理办法》、《著作权管理办法》等制度文件，规范商标、著作权及其他作品的创作、使用和管理流程，持续加强公司的知识产权管理和保护工作。公司知识产权保护规划、保护指标及品牌授权均由总裁审核批准，由法务部作为公司商标管理的主管部门，负责商标保护和处理有关商标侵权纠纷，同时负责公司著作权的申请、管理和保护工作。

2021年，公司法务部每季度都组织了知识产权培训，通过真实生动的案例，给各业务部门宣讲公司在经营服务过程中如何避免知识产权侵权，以及如何加强公司的知识产权保护。



罗莱生活知识产权管理相关培训

公司重视知识产权保护，并重视品牌建设。针对商标维权，我们采取了专门的应对措施，公司任何部门或员工发现商标侵权情况均应及时报告法务部，以便及时固定证据或调查取证；经过几年的努力，公司已经建立起完善的加盟商体系，通过一线了解全国各地出现的假冒产品情况；公司建立罗莱打假热线，并对举报行为设立奖励机制，每年也会收到消费者提供的不少商标侵权信息。公司尊重他人的著作权，并采取积极措施避免侵犯他人权利，各业务、职能部门或人员对于未经他方许可，或者没有合法来源渠道的作品不得使用及对外公布。

2021年10月11日，罗莱生活收到国家知识产权局寄发文书，表明“罗莱家纺”商标在24类“床单、被罩、被子”商品上在中国大陆范围内为相关公众广为知晓，构成驰名商标，即国家知识产权局通过文书形式认定“罗莱家纺”为驰名商标的法律事实。

2021年度，公司未发生过侵犯他人知识产权的案件。公司尊重他人知识产权，同时也积极维护自身知识产权，2021年公司拆除假冒门头30余店，打假起诉551案，全年删除侵权链接35,396条，超50起打击抖音、微店、群接龙等电商新平台渠道仿冒罗莱案件胜诉。在知识产权侵权案件中，公司2021年胜诉金额达7,736,101.66元，赔偿执行到账金额7,079,301.51元，执行到账金额同比增长54.5%。



产品质量保障



企业质量标准数量

86 份



参与制定国家标准数量

2 项



参与制定纺织工业
标准数量

5 项



参与制定轻工行业标
准数量

4 项



参与制定团体标准数量

6 项

公司成立三十年来,始终秉承“让人们享受健康、舒适、美的家居生活”的使命。《罗莱基本法》第三十七条明确指出:“质量是公司的立足之本,是获得消费者认可的重要因素。质量的形成贯穿产品生命周期的全过程,产品规划、研发、采购、生产、运输、服务等过程始终处于受控状态。”公司对产品质量问题实行零容忍,并采取一系列举措严格管控产品质量。

为满足各层次消费者对公司产品的差异化需求,确保产品质量,公司制定了《罗莱生活三级质保体系管理规定》。为有效执行此项规定,公司成立了质量标准委员会。质量标准委员会由各事业部/子公司(包括罗莱事业部、廊湾事业部、乐蜗事业部)负责人及重要部门(包括采购中心、生产管理中心、质量管理中心、电商中心、销售中心)负责人组成,如涉及法律问题,法务部负责人将一起参与。委员会常设主任委员1人,由公司总裁担任;秘书长1人,由公司质量管理中心负责人担任;秘书1人,由质量管理中心标准工程师担任。根据需要,各委员可安排实际标准执行人员参会。

质量标准委员会负责质量标准审核,尤其是对新制定标准、修订意见较大的标准开展审核,负责新增品牌或现有品牌中新增品类档次以及现有品牌或现有品类档次变更的审批。质量标准委员会的成立是为了实现公司对于产品质量从战略决策,到工作管理,再到具体执行的全覆盖控制,确保产品的综合质量水平得到有效提高。

公司始终执行严格的产品质量标准,并制定了86份企业质量标准。同时,公司先后加入家纺标委会、床品标委会、纺织基础标委会等国家标准化技术委员会,参与标委会所归口的各项标准编制及审定工作。作为国家行业标准主要起草单位,公司参与制定国家标准2项,纺织工业标准5项,轻工行业标准4项,团体标准6项,填补了多项产品标准空白。公司自有的600平米实验室获得了中国合格评定国家认可委员会(CNAS)实验室认证,可开展24个家纺专业项目检测。

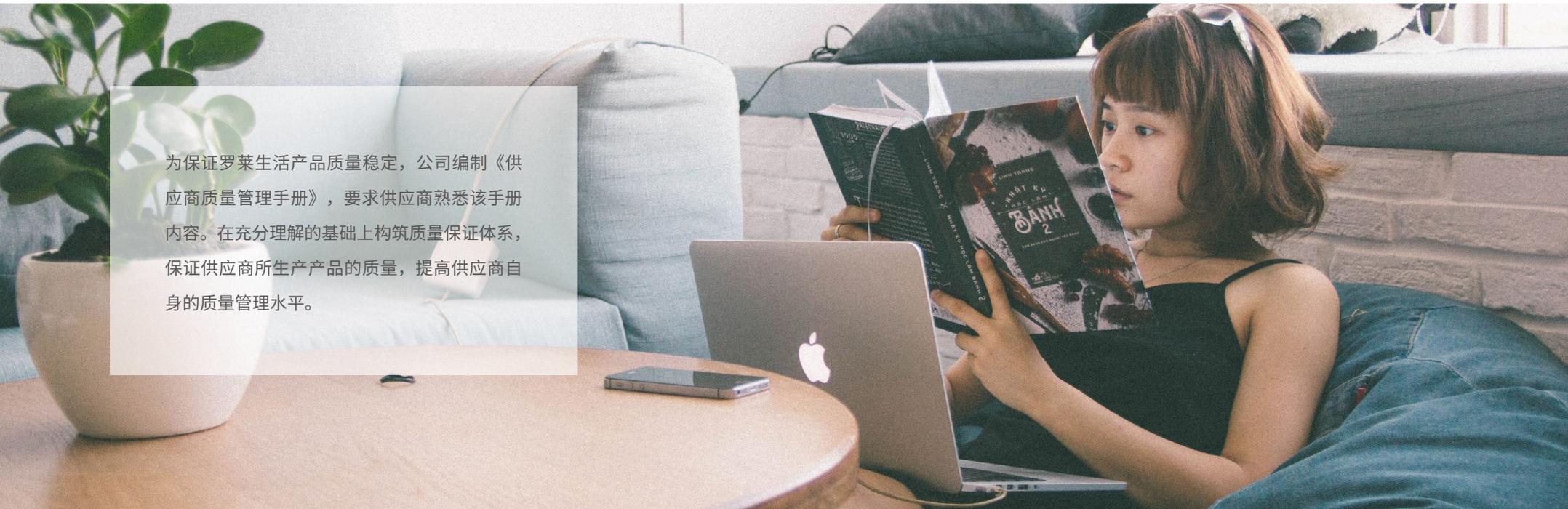
公司近三年来，产品合格率始终保持着极高的水平，为消费者提供了优质的产品。产品的质检主要采用抽检的方式，公司制定了《产品抽检方案及判定规则》，以实现规范车间检验人员、总检、抽查人员、外购组检验人员、质量工程师等质检人员对半成品、成品、外发加工、外购成品外观质量的检验抽样和判定规则的目的。

早在 2004 年，公司已通过 ISO 9001 质量管理体系认证，此后公司不断改进体系，定期评审，持续提高体系的有效性。2020 年 11 月，公司再次通过 ISO 9001 质量管理体系认证的复评审核，将认证体系的有效期延伸至 2023 年。



ISO 9001
质量管理体系
认证证书

为保证罗莱生活产品质量稳定，公司编制《供应商质量管理手册》，要求供应商熟悉该手册内容。在充分理解的基础上构筑质量保证体系，保证供应商所生产产品的质量，提高供应商自身的质量管理水平。



03

完善可持续经营模式

- 客户服务
- 供应链管理
- 数据安全与隐私保护
- 负责任营销

客户服务



在线客服接待量

2,685,963 人次



平均响应时间

15.8 秒



在线满意度

95.4%



天猫店铺满意度

96.97%



京东店铺满意度

97.99%



各店铺累计新增订单量

4,771,943 笔

72 小时下单转化率

同比

31.23% ↑

客服差评率

同比

42% ↓

服务客户、满足客户是罗莱生活的生存和发展基础。罗莱明确“客户为先”的价值观，从“售前—售中—售后”三个方面着手，以数字化转型为抓手，不断完善客户服务体系，为顾客提供一流服务体验。

为快速响应客户诉求，确保客户服务精准高效，公司编制了《内外部投诉快速响应与处理流程》、《特殊客诉处理流程》等制度文件，构建了包括“售前—售中—售后”的一整套完整、高效、合理的反应机制。各类处理流程互相配合，以确保每一种情况都能得到及时妥善的处理。

➤ 投诉处理机制

公司实行规范化、长效化的服务以及完善的售后响应机制。为实现快速解决内外部客户问题，提高客户满意度的目标，我们搭建了快速高效的公司客服投诉处理平台，建立四级响应机制，明确各模块岗位职责，规范响应时间，并且通过结合问题逐级升级的方式，确保问题有专门人员负责解决。

公司制定了《首问责任管理流程》，促使客户第一个直接接触并向其提出服务请求的加盟门店人员、直营门店员工、公司内部员工（统称“首问责任人”）满足其诉求。当首问责任人无法独立解决客户问题，需要其他部门或人员给予支持时，首问责任人可以向对应人员提出服务请求，该人员需给予相应支持，并成为下一级责任人，以此类推，逐级请求，直至问题解决用户满意。

➤ 客服质量提升

公司为客服人员组织一系列培训课程，以提升员工服务意识，进一步改善客户服务体验。针对新入职的客服员工，公司为其提供“客服入职 7 天乐”培训活动，让新员工能够快速上手客服工作。2021 年度，公司开展了服务沟通、售后沟通、处理客户投诉等主题培训，员工反响良好。工作人员通过各种课程类及研讨类培训中获取指导实际工作的知识与能力，学以致用。



《隐形的力量 - 基于公司战略的服务体系》线下课程

在罗莱人的不懈努力下，好评率进一步提升，网上销售成绩稳步增长。2021 年度，客服在线接待量达到 2,685,963 人次，平均响应时间为 15.8 秒，在线满意度为 95.4%。公司在天猫店铺的好评率达到 96.97%，同比增长约 3%；在京东店铺的好评率达到 97.99%，同比增长约 1%。客服差评率同比降低 42%。在销售表现上，罗莱在各店铺累计新增订单 4,771,943 笔，消费者浏览评价后 72 小时下单转化率同比提升了 31.23%。这些优异的客服成绩成绩，离不开客服团队的辛勤付出。为此，罗莱生活还获得行业内唯一一个“咨询服务优秀商家”奖项。

在接下来的工作中，公司将继续致力于提升客服水平，完善相关制度，彻底改善公司各业务板块中重要或重复频率高的客诉问题，改善客服体验，加强调研，提升客户的体验感和满意度。



罗莱生活荣获“咨询服务优秀商家”称号

供应链管理

供应链管理是决定企业竞争力的重要力量。公司高度重视供应链的综合管理，持续加强识别优质供应商能力、不断提升供应链计划运营水平、寻求与供应商构建高度协同关系，持续满足消费者不同需求。



面辅料供应商
总数量

256 家



中国大陆面辅
料供应商数量

224 家



海外及港澳台地区
面辅料供应商数量

32 家



开展了环境影响评估
的面辅料供应商数量

3 家



开展了社会影响评估
的面辅料供应商数量

256 家



供应商签署反商
业贿赂条款比例

100%

➤ 供应商准入管理

为规范供应商进出机制，优化供应商体系，公司建立了《生产型供应商准入流程》等制度，针对不同类型供应商，设定不同的准入标准和要求。所有供应商需要经过罗莱生活的供应商准入评估小组，依据公司的制度和标准，进行线上线下多维度的评估，才能进入罗莱生活的供应商体系。供应商准入评估小组的成员必须包括采购代表、质量代表和开发代表；开发代表人员中，面料由研究院面料开发部安排人员，填充料和辅料由对应产品研发负责人安排人员参加。供应商

准入评估小组还应根据需要，由技术 IE 代表参与外发加工和外购成品套件 / 芯类的供应商评估。

公司针对供应商准入建立多维度的评估流程。评估考察项目包括供应商及工厂概况、产品目录、供应商人事组织架构、营业执照、税务登记证、生产工艺流程、质量手册、质量流程、检验记录、培训计划和培训记录、顾客投诉处理程序和处理记录等角度。对于重要材料的供应商准入，罗莱生活会设置硬性指标，不达标的

一票否决。截止至 2021 年 12 月 31 日，罗莱生活面辅料供应商总数量为 256 家，其中中国大陆供应商为 224 家，海外及港澳台地区的供应商为 32 家。

为促进供应链可持续发展，2021 年，罗莱生活在供应商的准入条件增加了环境及安全指标。所有新入选的面辅料供应商在环保、节能、节水、安全等方面的信息要透明，相关工艺的环保性能也成为我们对供应商的一个明确要求。

➤ 供应商评估考核

在供应链管理方面，公司在严谨有序地引入新供应商的同时，审慎客观地评估现有供应商，妥善及时地淘汰绩效不能满足公司需求的供应商。为此，公司制定了《供应商绩效管理及评估流程》、《合作供应商绩效考核方法》等制度文件，规定了罗莱生活合格供应商的动态绩效差异化管理流程及要求，实现系统分类管理、绩效导向、共同成长、精简优化的供应商管理战略。

公司通过建立供应商的动态绩效评定机制、激励 / 淘汰机制，形成对产品供应体系的有效动态管理。公司对于所有供应商均会进行半年及全年动态绩效评级，并按照 A、B、C、D 四类供应商进行分级管理。其中针对 D 类供应商，公司会暂停订单合作，针对相应问题要求供应商在 2 周内作出整改措施，由评估小组在 2 周内评估措施是否有效，如果无效需重新修改直至评估小组确认，限期内未能达到要求的将取消其供应资格。

罗莱生活逐步将 ESG 因素纳入至供应商评估考核中。2021 年，罗莱生活已针对 3 家供应商开展环境影响评估，并针对所有供应商均开展社会影响评估。通过评估考核方式，罗莱生活逐渐提升供应商对可持续发展的意识。

公司与所有供应商签署的合同均会包含反商业贿赂条款，并要求供应商严格遵守相关规定。凡违反廉洁诚信原则的供应商将一律被纳入供应商黑名单，罗莱旗下所有企业均不与纳入黑名单的供应商合作。

2021 年，经公司查处，有 1 家供应商违反了相关反商业贿赂条款，公司对其进行了问责和纳入黑名单处理，并对公司内部责任人员进行处罚和解除劳动合同。

➤ 供应商培训

罗莱生活期望与供应商伙伴共同进步。因此，公司非常注重与供应商的交流及培训事宜。在非疫情情况下，罗莱生活会在每年年底召开大规模的供应商培训。在疫情防控需求下，公司也会面向供应商组织线上培训，培训主题包括质量标准、操作方法、技术要求和新工艺等。

供应商的经营风险和 environment 风险也是公司非常关注的重要角度。针对相关风险防范及环境要求，公司会在供应商大会、采购策略宣传会上进行普及和宣讲。罗莱生活也将协助供应商提升生产工艺，更多采用低碳后加工技术，进一步减少化学助剂的使用，继续在绿色、可持续发展方面做出努力。





数据安全与隐私保护

数据及隐私相
关培训

5 次



数据安全

随着数据的商业价值不断被认可，数据泄露以及共享中的安全问题越发严重。作为一家以数字化转型为重要战略的企业，罗莱持续加强数据隐私保护力度，有效维护好消费者的合法权益。

公司将信息数据安全作为安全管理的重要组成部分。我们严格遵守《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国数据安全法》、《中华人民共和国个人信息保护法》和《信息安全等级保护管理办法》等相

关法律法规，制定并颁布《信息安全管理制度》、《机房管理制度》、《网络安全应急处置工作预案》、《公司网络行为管理规定》等一系列内部规章制度。

公司的仓库管理系统获得了第二级信息系统安全等级保护备案证明，实现对信息安全的高强度、全覆盖、立体化的管理。



信息系统安全等级保护备案证明

为更好地开展信息安全管理，公司成立了信息安全领导小组，实现对从安全战略制定到实际工作开展的全流程管控。信息安全领导小组由公司总裁担任最高负责人，负责制定战略方向和决策；并下设安全主管、安全管理员、网络管理员、系统管理员、设备管理员等岗位负责安全管理系统的日常运行。

在数据安全风险检测活动方面，公司建立了以态势感知为核心的信息安全防控体系。系统以深信服态势感知平台（SIP）为核心，通过核心网络端口镜像，将公司三个办公地点的网络流量（包括内网流量及进出外网的流量）全部镜像给深信服专用探针，经过清理和分析后，将有效数据同步给态势感知平台，同时配合下一代防火墙（AF）和终端杀毒软件（EDR），并实现相互联动，通过大数据分析，从而构建一套集检测、可视、响应于一体的本地安全大脑，让安全可感知、易运营，更有价值。



罗莱生活网络综合安全态势

2021 年度，公司开展多次应急演练，对黑客攻击公司服务器的情况进行预演，详细地记录流程，并对情况进行总结，极大地提升了数据安全管理部门对紧急情况应对能力。

隐私保护

公司高度重视对客户和员工个人信息的保护。在 2021 年度，针对《中华人民共和国个人信息保护法》、《中华人民共和国数据安全法》的实施，公司也对相关业务做出及时的调整，确保运营合法合规。

在客户信息保护方面，在用户登陆系统时会提示用户阅读协议，在用户选择同意后方能登陆，公司将客户的手机号码等个人信息视作核心机密信息，任何程度的使用都将经过公司总裁审批，全力保障用户的个人信息安全。

为提高员工信息保护意识，全面提高员工个人信息及客户隐私保护水平，罗莱生活积极参与和开展 2021 年国家网络安全宣传周活动、参加南通市信息网络安全协会组织的网络安全法规培训。2021 年，公司开展了 5 次数据及隐私相关培训。

随着罗莱数字化不断深入，我们将继续完善信息管理制度、引入信息安全新技术，通过多平台推送数据及隐私安全知识，切实提高员工数据及隐私保护意识和能力。



罗莱生活开展网络安全宣传



公司邀请外部专家为员工提供个人信息保护法相关培训

负责任营销

营销宣传内容的真实准确及合法合规是公司营销过程中极其重要的一部分。罗莱生活强调负责任营销是履行企业社会责任重要的一环。公司避免由于不负责任的营销而损害消费者利益，影响公司品牌价值的任何行为。

> 合规宣传

公司严格遵守《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国消费者权益保护法》、《互联网广告管理暂行办法》等法律法规，并制定《广告宣传合规性审核流程制度》等内部制度和指引，以加强对营销行为的规范，确保广告宣传合法合规，防止因广告宣传用语违法违规而给公司或客户造成损失。

公司聚焦核心市场、渠道、客户，开展营销活动，以消费者需求得到满足，市场份额持续扩大，品牌知名度不断提高作为目标。在公司业务发展过程中，消费者对公司接触最多的就是广告宣传。为了确保公司广告宣传内容与营销活动的真实性、合法性，公司制定了专门的广告宣传审批流程及追责机制。

在公司广告宣传合规性审核流程中，涉及的关键角色包括经办人、审核人员、直接使用者和追责人员。

广告宣传流程中设计的相关人员职责



经办人

- 负责将文件提供给其上级进行审核。



审核人员

- 审核人员包括三类主体：
 - 一是经办人的直接上级或所在部门负责人，其负责对广告宣传内容或活动的一致性和真实性进行审核；
 - 二是质保中心，负责审核所涉及的产品和材质等相关信息，如材质/面料、成份/含量、规格/型号、产地、质量标准、标识等；
 - 三是法务部，负责审核所涉及的内容是否符合法律法规，是否涉嫌虚假宣传、不正当竞争及侵权等，并做出法律风险提示。



直接使用者

- 在内容使用前应检查广告宣传内容的合规性，对广告宣传内容与活动的一致性和真实性负责。



追责人员

- 负责根据公司制度执行追责并反馈结果。



公司针对广告宣传合规性审核流程中涉及的关键角色都会进行专门的培训，工作职责中涉及对外发布使用广告宣传内容的新入职人员，需参加相关培训或考试通过后，方可上岗。全体相关人员都要了解广告宣传合规要求，规避合规风险，树立合规意识，提高合规能力。公司通过权责明晰、层层负责的合规宣传及投诉处理监督、追责机制，确保合规宣传机制顺畅运行、执行到位。

2021 年，尽管在各地有出现一些针对公司广告宣传的投诉，但在公司健全的广告宣传管理体系下，我们针对遭受投诉的案件均能提供完整详实的证明材料，行政机关在立案调查后往往结果是不予立案或撤销案件。2021 年度，公司并未发生因违规宣传导致的行政处罚及诉讼案件。

> 可持续消费教育

公司重视在营销过程中对消费者在可持续消费方面的引导。作为家纺行业第一家发布产品碳足迹的可持续发展企业，在线上或线下零售过程中，公司会向消费者开展有关绿色可持续产品的宣传，引导顾客树立低碳、可持续的生活理念，以实际行动积极响应国家碳达峰和碳中和的号召。

此外，公司会通过知识直播等多种渠道定期给消费者讲解关于健康生活、环保理念的知识点，比如如何选择被子，控制被窝温度，如何提升睡眠质量；什么样的材料对环境负面影响较小等。通过可持续消费教育，将可持续生活理念传递给消费者，也引导消费者从如何挑选产品开始，积极践行低碳生活方式。



04

践行绿色发展理念

- 气候战略
- 节能减排
- 生态环境保护
- 水资源管理
- 废弃物处理



气候战略

纺织行业作为民生产业，作为人类文明的重要参与者，涉及人们消费生活的方方面面，影响广泛。气候变化是当今世界面临的重大挑战，为应对气候变化所带来的影响，国际机构纷纷发起气候相关倡议，品牌商、零售商和供应商携手推动全球纺织业绿色低碳发展。

在“双碳”背景下，中国纺织工业联合会（下面简称“中国纺联”）开展了一系列行动，推动纺织行业绿色低碳循环发展、促进行业全面绿色转型。2021年6月1日，中国纺联正式启动“中国时尚品牌气候创新碳中和加速计划”（以下简称“30·60碳中和加速计划”），优先支持30家重点品牌企业和60家重点制造企业开展气候创新行动，并引导重点产业集群气候创新行动碳中和先行示范。



罗莱生活加入“时尚气候创新 2030 行动”

罗莱生活于2021年12月加入了“30·60碳中和加速计划”，并加入“时尚气候创新2030行动”。该行动致力于提升能源利用效率和能源创新、降低用能成本、加速低碳化转型。同时，公司向中国绿色碳汇基金会时尚气候创新专项基金捐赠50万元，以支持中国纺织服装行业的“时尚气候创新2030行动”的行业工作，并发挥品牌影响力推动价值链伙伴和消费者积极参与产业和市场的低碳发展。罗莱生活将以参与“30·60碳中和加速计划”为契机，进一步从原料选用、产品设计、工艺创新等方面推进低碳生产，成为行业可持续发展的楷模。

气候风险与机遇识别

气候变化会对企业造成转型及物理风险，对经济社会造成冲击，但同时也会带来广泛的市场机遇。为全面深入了解气候变化相关的机遇和风险，加强气候治理能力，管理气候变化风险，把握“双碳”时代机遇，罗莱生活梳理了气候变化对公司造成的影响。以下是气候相关风险及机遇描述：

气候风险类别	类型	风险描述	潜在财务影响
转型风险	政策和监管	“能耗双控”、环境处罚和碳税引入等相关政策和监管会影响企业财务表现。	增加运营成本 损害品牌价值 提高融资成本
	消费行为	消费者追求绿色低碳产品，降低对环境不友好的产品需求	减少运营收入
	声誉	消费者、投资人等利益相关方更加看重企业的环境表现	减少运营收入 增加运营成本 损害品牌价值 提高融资成本
物理风险	短期	台风、龙卷风、洪水等极端天气影响企业的正常运作 极端天气影响纺织原材料供应，造成原材料价格波动较大	增加运营成本 损害资产价值
	长期	海平面上升、热浪，影响企业资产价值。	
转型机遇	政策和监管	提高新能源使用比例，减少电力采购成本	减少运营成本
	技术	提高资源使用效率，降低总能耗	减少运营成本
	消费行为	开发绿色低碳创新产品和服务	增加运营收入 提升品牌价值
	声誉	绿色产品和服务可以获取消费者的青睐，有效提升品牌价值	增加运营收入 提升品牌价值 降低融资成本
	气候韧性	加强应对气候变化的适应能力，从而更好的管理气候相关风险并把握相关机遇。	增加运营收入

气候训练营

为切实落实“30·60 碳中和加速计划”，提升员工气候变化意识，了解纺织行业减排行动，2022 年 2 月，罗莱生活邀请中国纺联社会责任办公室及专业机构在上海举办“碳中和加速计划”气候训练营。中国纺联社会责任办公室的相关人员围绕“可持续发展的全球趋势、全球气候行动与碳减排的进展与中国实践”的主题展开培训，针对“企业气候行动的策略、路径与案例”、“如何科学界定可持续纺织品？”以及“产品全生命周期评价 LCA 与罗莱碳足迹测评案例”等主题进行知识分享。近百名罗莱生活中高层员工参加此次培训。



“碳中和加速计划”气候训练营

节能减排

范围一温室气体排放量

1,921.70 tCO₂e

范围二温室气体排放量

10,316.01 tCO₂e

温室气体排放总量

12,237.71 tCO₂e



公司针对报告期内运营（范围一及范围二）产生的碳排放量进行测算，测算标准参考《温室气体核算体系：企业核算与报告标准》、《工业其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》以及《2006年 IPCC 国家温室气体清单指南》。组织边界为罗莱生活在国内运营的自有品牌、全资收购品牌以及合资控股品牌；运营主体包括工厂、仓储物流中心、南通办公楼及生活区、上海办公楼以及直营门店。2021年，罗莱生活运营层面碳排放量为 12,237.71 吨二氧化碳当量，其中范围一温室气体排放量为 1,921.70 吨二氧化碳当量，范围二温室气体排放量为 10,316.01 吨二氧化碳当量。

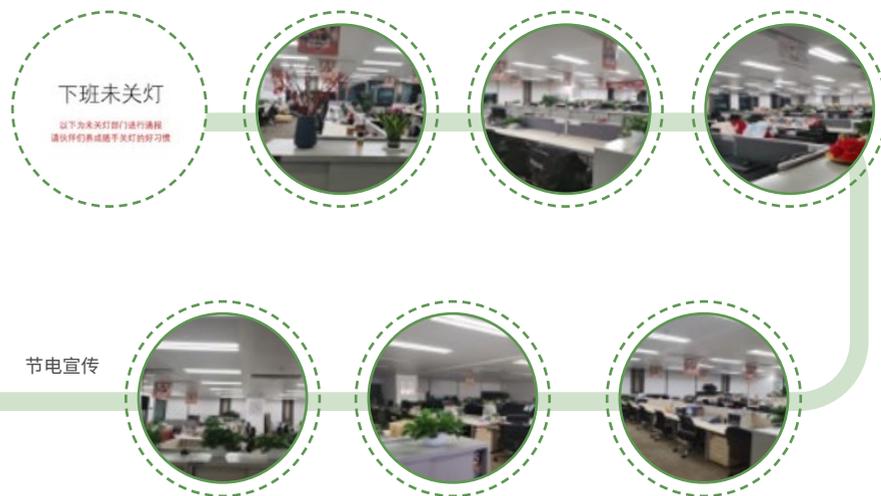
为落实公司层面碳排放目标，罗莱生活采取扩建光伏发电量、淘汰高耗能生产设备等一系列手段，主动降低外购电力量，逐步减少运营层面碳排放。在生产设备上，罗莱生活正在逐渐使用低耗能生产设备，并替换高能耗生产设备（如多针机、绣花机），同时升级现有生产设备，提高能源使用效率。罗莱生活不断优化熨烫工艺降低天然气、蒸汽的消耗量。利用整烫回汽再利用的方法，从而达到节能降耗的效果。目前，所有整烫均采用此种降耗方式。另外，罗莱生活在南通厂区使用光伏发电系统，满足南通厂区的用电需求，减少外购电力需求，从而降低二氧化碳排放。



罗莱生活的光伏发电装置及生产设备

罗莱生活主张绿色办公。为此，公司制定《办公室 6S 管理流程制度¹》，并设立“负责人—6S 兼职安全员—6S 检查小组”等职位，通过划分角色职责、建立奖惩措施、推动办公室 6S 相关事宜，将绿色发展理念融入到日常办公等各项环节，注重培养员工的绿色环保意识，让绿色节能成为自觉行动。罗莱生活在日常办公中执行的节电行动包括：

- 使用 LED 灯泡；
- 办公室空调温度设置为 26°C；
- 展厅空调照明局部控制；
- 下班前关电脑、空调、照明、门窗、及其他电器（如打印机、复印机、碎纸机等）；
- 如果员工在市区内上下班，我们鼓励员工优先选择地铁、公交车等公共交通，结合使用共享单车，满足基本的出勤需求等。



¹6S 指的是整理 (SEIRI)、整顿 (SEITON)、清扫 (SEISO)、清洁 (SEIKETSU)、素养 (SHITSUKE)、安全 (SAFETY) 六个项目。因为每个项目以“S”开头，因此简称 6S。



生态环境保护

罗莱生活注重环境管理工作，减少公司运营对环境的影响。公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》、《中华人民共和国水污染防治法》、《中华人民共和国大气污染防治法》、《中华人民共和国清洁生产促进法》等环境相关的法律法规，减少污染物排放，促进清洁生产。《罗莱基本法》中也提出公司应主动承担环境保护的责任，坚决做好资源节约和污染控制，推进环保技术的运用和普及。

罗莱生活搭建了完善的环境体系。为严格控制污染物排放，推进组织的清洁生产，减少污染物产生和排放，公司在严格遵守国家法律法规要求的基础上，按照国际标准化组织（ISO）制定的 ISO 14001 环境管理体系标准，建立健全企业环境风险管理体系，预防环境违规事件的发生。为此，罗莱生活的生产和设计开发场所通过 ISO 14001 环境管理体系认证，定期复审并持续通过认证。

罗莱生活严格管控污染物处理。针对环保、安全卫生等方面，罗莱生活设定了高于国家或行业标准的内控标准，并建设和搭配完善的污水处理、废气排放、噪声治理等设施。在项目的设计、开发、建设及运营过程中，公司开展环境检测工作，避免项目在开发过程中污染土壤和地下水，切实履行公司的环境生态责任。2021 年度，罗莱生活未发生任何环境相关的处罚事件。



水资源管理

用水量

24.2 万吨

较计划用水量减少

6.1%



公司严格遵守《中华人民共和国水法》等水资源相关法律法规，大力推行节约用水措施，推广节约用水新技术、新工艺。公司用水主要分为生活用水和生产用水。公司主要用水来自于市政供应的自来水。

2021年，公司在南通源兴路555号厂区（以下简称“新厂”）车间整烫蒸汽节能改造上，利用整烫回汽再利用的方法，即前面6个人生产下来的回汽供给后面4人的生产用汽，后面4人用的蒸汽80%来源于前面的回汽，以提升水资源使用效率，有效减少用水量。目前公司所有整烫均采用此种方法。在南通员工宿舍区，公司也全面推广智能节水控制系统，在星湖大道1699号厂区男女公共浴室共计78个水龙头、14个开水炉；新厂295间宿舍浴室、332个公共冷/热水龙头、126个公共浴室水龙头均安装节水智能卡，用水量得到有效控制。

报告期内，公司通过安装节水设施、张贴节水提示牌等措施，避免大量不可控的冲水，鼓励节约用水，实现实际用水量仅24.2万吨，较计划用水量减少6.1%。



节水标志

废弃物处理



运输包装材料回收量

422 吨



占运输包装材料总使用量的比重

50.18%

由于公司在生产、运输以及日常办公过程中产生废棉、边角料、零疵布、坏纸箱、坏运输包装袋等垃圾，为此，公司根据“减量化、再利用、再循环”原则，严格遵守《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》及《危险化学品安全管理条例》等法律法规，积极探索循环利用的有效途径，减少废弃物的产生量和危害性。

针对生产废料，公司已制定了《生产废料处理作业指导书》等制度文件，规范生产废料的处理要求，指导生产及其相关部门人员规范地处理生产垃圾。废料经过相关人员挑选，将其分为五类：用于再次生产、退面辅料仓库、以边角料的形式出售、申请报废为垃圾、或者直接送入垃圾房。确认报废为垃圾或送入垃圾房的废料将由第三方专业机构负责处理。

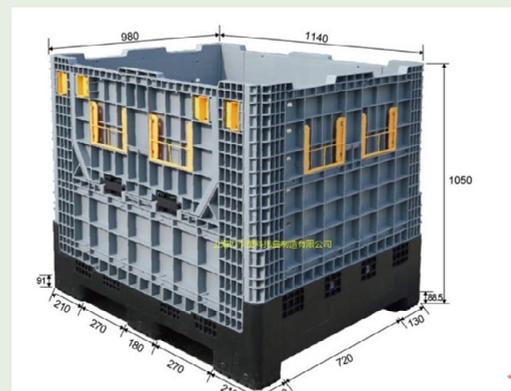
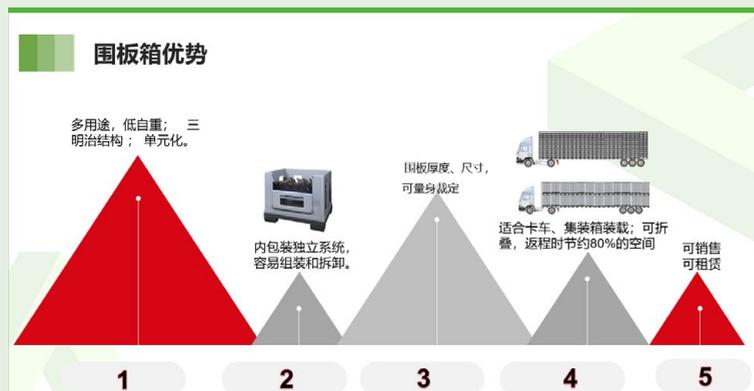
为落实“推动物流发货拆箱的纸箱、编织袋等包装辅料的再次回收利用”目标，公司建立了《仓储物流中心辅料二次利用流程》文件，制定了编织袋、纸箱等辅料的二次利用流程，并且规范了人员职责、辅料回收标准等实操性内容。此外，罗莱生活加大回收纸箱力度，减少纸箱浪费，促进资源回收再利用。2021 年度，公司运输包装材料回收量达 422 吨，占运输包装材料总使用量的 50.18%。



回收纸箱



考虑到目前使用的纸箱和编织袋具有生命周期短、无法循环使用、不易分解等特点，公司努力探索对生态环境和人类无害，并且能重复使用的绿色物流包装。经过市场调研分析，公司决定使用具备使用周期长、能重复使用、并且容易组装和拆卸等特点的围板箱作为物流包装，并预计在新厂中使用。



围板箱介绍

随着各种实验材料使用量的急剧增加，实验室产生的废气、废液和固体废弃物也随之增加。实验室废弃物如不进行及时、有效处理，随意大量地无序排放，不仅会直接危害实验室人员的身体健康，也会对大气、水体、土壤等周边环境产生污染。为此，公司建立《实验室试剂管理使用作业指导书》，规范实验室试剂管理，要求相关人员按照规定有效处理实验废弃物，不得将实验废弃物混入其他废物和生活垃圾中。针对无毒或低毒酸、碱废液分别集中由实验室进行中和处理至中性后，用水稀释后排走。

在处理办公垃圾方面，公司要求员工遵守《办公室 6S 管理流程制度》，切实做好垃圾分类，将垃圾干湿分离，并丢弃到指定地点。除此之外，公司也开展一系列环保宣传，提高员工环保意识，从源头减少各类废弃物的产生。

从源头减少各类废弃物的产生：

- 坚持双面打印；
- 按实际需求打印手册及纸质资料；
- 减少纸杯、筷子等一次性用品消耗等。



05

担当员工好雇主

- 雇佣多元及包容
- 人才发展与培养
- 职业健康和安全
- 福利待遇与关怀

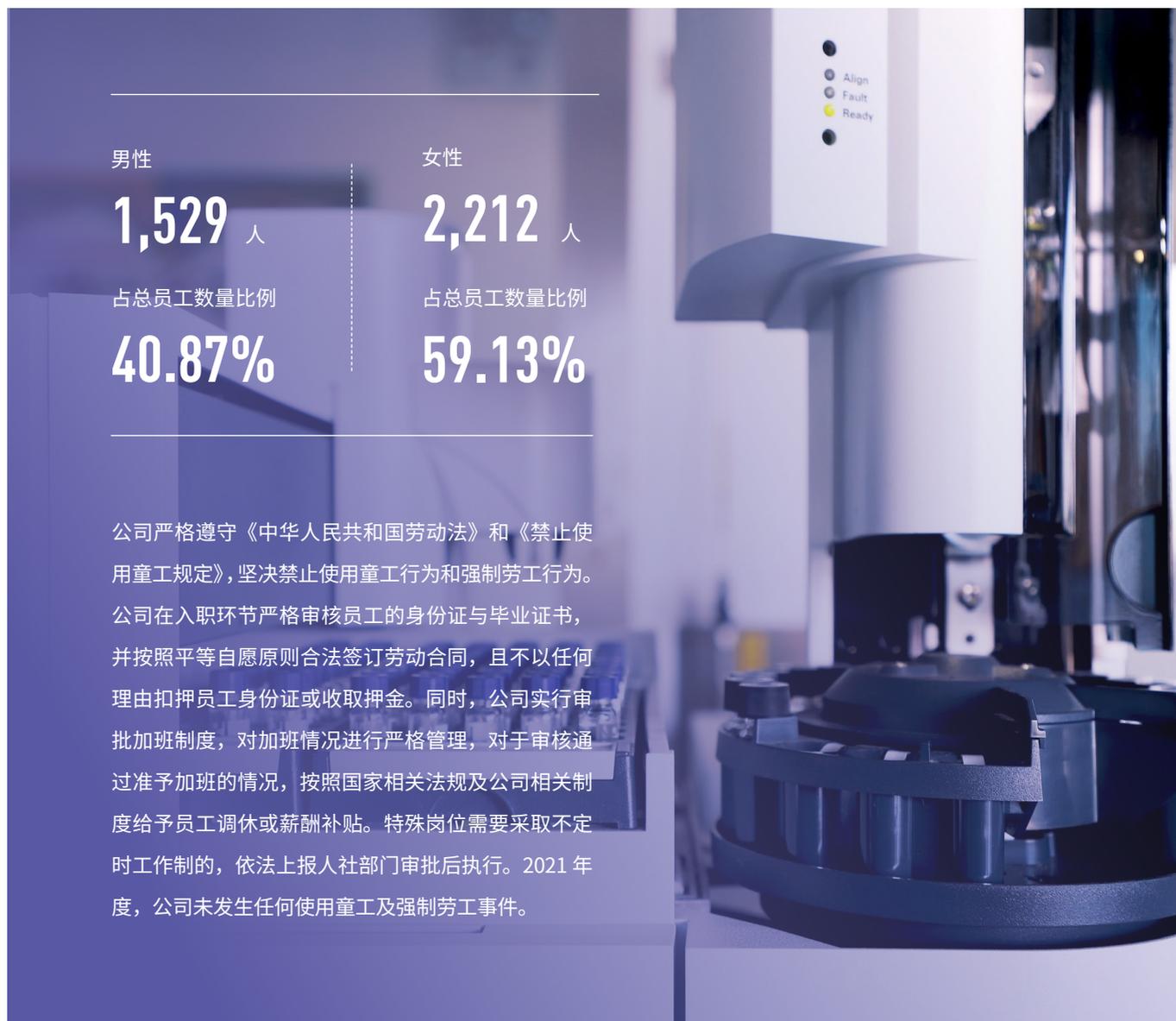
人才是企业发展的动力源泉。公司坚持“以人为本”，致力于为人才的发展保驾护航，并建立了共享机制，以实现可持续、高质量的发展。

雇佣多元及包容

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》以及《中华人民共和国社会保险法》等法律法规，坚决维护劳动者合法权益。此外，为建立规范、高效的招聘体系，规范用人标准及流程，满足公司经营战略对人才的需求。公司基于国家相关法律法规制定了《招聘管理制度》。该制度覆盖了招聘的全流程各环节，对各方资源配置实现了优化，为公司可持续健康发展筑牢了人才基础。

招聘过程中，公司坚持公平公正、一视同仁的原则，坚决禁止任何因性别、容貌、年龄、婚育状况、民族、种族、宗教信仰、性取向、籍贯、户籍、国籍、党派、教育背景以及口音等差异而对候选人进行歧视的行为。

截止至 2021 年 12 月 31 日，罗莱生活员工总数为 3,741 人，其中女性员工数量为 2,212 人，占比 59.13%。



人才发展与培养



定期接受绩效考核
的员工百分比

100%



2021 年度确定
晋升人数

189 人



职业发展培训次数

76 次



职业发展培训覆盖率

100%



员工培训满意度

82%

公司坚持“以人为本，唯才是用”理念，打造完整的人才发展体系。通过精准识别优秀员工，为其健康发展提供资源和平台，助推员工高质量成长的同时为公司发展提供动力，实现员工和企业双赢。

公司将持续提供平台和机会，实现员工能力提升和成就实现。公司为此制定《职位职级管理办法》，建立起通用岗位和特殊岗位并行的七级十五等职业发展通道，加强公司职位与职级体系管理的规范化，明确员工晋升与降级的规则，清晰员工的职业发展通道。所有员工均会定期接受绩效考核，绩效考核结果会影响其调薪和晋升。

公司致力于打造一个包容创新的工作环境，尊重员工的多样性。在晋升之前，公司将对员工开展评估，并确保评估及打分流程公开透明，坚决避免任何因其他非工作因素而对员工晋升产生歧视的行为。2021 年，公司最终确定晋升 189 人，其中，晋升至主管 L4 及以下职级的人员 84 人，晋升至经理 L5 级人员 37 人，晋升至经理 L6 级人员 26 人，晋升至经理 L7 及以上职级的人员 42 人。

公司秉持“全员培训、授权上岗、终身教育”的人才培养理念，依托培训中心等平台，从企业发展战略出发，按照人才需求定义、人才评鉴、人才发展培养、培训效果检验四个步骤，有效开展员工学习培训，最大程度地支持员工获得个人能力以及职业水平的提高：

新员工
入职

从文化的角度
融入公司，掌
握应知应会的
技能，熟悉相
关制度。

通用素质

线上线下提升
员工的通用技
能水平。

专业能力

各领域内外大
咖定期分享，
开阔视野，提
升专业。

团建拓展

通过多种多样
的团建活动让
员工真切感
受、深入了解
罗莱文化。

内训师认
证与培养

营造全员参与
分享的学习氛
围，促进优秀
组织经验的沉
淀与流动。

公司还为管理层级人员提供强化领导力、提升全局观和决策能力的专题培训，并为各层级人才提供相关培训，加快人才梯队建设，加速关键人才转型，提升人才综合管理技能水平，为公司持续健康发展奠定人才基础。2021 年度，公司向各层级员工开展职业发展培训累计 76 次，培训覆盖率 100%，员工对培训的满意度总体为 82%。



专业能力培训—《爆品运营规划》



专业能力培训—《设计师工作坊》



团建拓展—《新年第一课》



团建拓展—《戈壁挑战赛》

职业健康和安全



安全培训次数

76 次



安全培训覆盖人次

7,000 余人次



排查治理隐患数量

180 余项



门店安全检查次数

139 次



门店安全检查合格率

97.8%



因工死亡人数

0



因工伤损失工作日数

15 日

公司树立“以人为本，安全发展”的理念，严格执行国家安全生产、职业健康、消防安全、社会综合治理的法律、法规，采取多项措施，保护员工职业健康。

为更好地实现对职业健康和生产安全的管理，公司建立起安全生产标准化体系，并成立安全生产管理委员会，由公司总裁担任主任，下设安全管理部负责安全生产管理事宜，各部门设安全员。同时制定《安全生产责任制度》作为公司各级各人员的安全生产职责指导，以《安全管理考核办法》作为公司安全管理考核的依据，同其它系列相关制度共同组成安全生产管理规章架构。目前，罗莱生活获得了安全生产标准化二级企业证书，以及 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证，并成为南通当地行业唯一一家安全教育示范企业。



罗莱生活安全管理相关体系认证



2021 年度，公司坚持对标创新，分项分类开展针对性对标学习提升行动，对标 4 家标杆企业，进一步完善公司的安全管理体系。提升机械设备设施安全管理、外来人员、外来劳务安全管理等，持续优化安全管理体系，新建安全风险辨识管控制度、安全行为规范、领导带队安全检查制度等制度，进一步完善消防安全管理规定、安全管理考核办法等规定。

2021 年度，公司全面开展安全教育培训，认真落实新员工三级安全教育、全员安全再教育，各类安全专题教育、事故警示教育等，充分依托“罗莱安全宣教馆”常态化开展安全教育培训。罗莱生活先后组织开展全员安全教育、事故警示教育、安全知识科普宣传系列、《中华人民共和国安全生产法》全员宣贯培训、第七届安全知识竞赛等活动。本年度，公司累计开展安全培训 76 个场次，覆盖 7,000 余人次，持续提升员工安全意识和技能。

公司通过深入基层，认真调查分析，针对重点部门、重大风险点，在报告期内成功开展物流百日安全专项整治提升行动等 7 个专项整治提升行动，弥补薄弱环节，集中治理违章，提高员工意识，促进管理提升。公司系统化地开展了常态化安全隐患排查与治理，根据公司安全五级检查体系，全员、全过程、全方面地开展安全检查，及时排查和消除隐患，全年累计排查治理隐患 180 余项，纠正员工违章 40 余起，坚决遏制安全事故的发生。2021 年度，公司无因工死亡事故，因工伤损失工作日数为 15 日。

2021 年度，公司自主开展安全风险辨识与管控，编制“一图、两单、三卡”，形成安全管控关口前置、建立风险预控的新机制。同时加强门店安全管理，编制《门店安全指引》、《门店安全管理手册》等多种培训材料，采用学习培训推广“四形式”；实现安全培训一站式、安全检查标准化；开展“双百”提升行动，推行门店安全管理“加减乘除”法则，使门店安全管理水平得到持续提升；全年检查门店 139 次，合格率 97.8%。

福利待遇与关怀



报告期内获股权激励员工数

146 人



参与公司组织的健康体检人数

2,003 人

股权激励价值

1.35 亿元



公司持续关注员工的身心健康，并为员工提供丰富的福利待遇，为员工解决后顾之忧，激励员工奋进。公司设立法定性福利、通用性福利、激励性福利以及职务性福利四类福利模式。



法定性福利

指公司为满足国家法定性要求而为员工提供的福利，包括社会保险、休假以及健康保障等。



通用性福利

指公司针对全体员工所实行的带有通常普遍性的福利，包括节日福利、关怀福利等。



激励性福利

指公司为鼓励员工在公司长期工作提供的激励性质的福利，包括团队建设旅游、车餐费补贴、员工内部价等其他福利。



职务性福利

指公司根据各职务工作性质特点所提供的有一定针对性的福利，比如按照职位职级给予的话费报销福利，为销售岗位的员工提供意外保险计划等。

2021 年度公司为员工组织定期体检，年度参与健康体检共计 2,003 人。

在薪酬方面，月度个人薪资以工资条形式体现，如有投诉可以通过钉钉平台或者向上级面对面一对一进行沟通，同时也接受跨级反馈、联系审计中心或总裁邮箱等多种投诉反馈方式。

在奖金方面，2021 年度公司实施年度激励方案变革，将奖金资源统一规划，通过赛马机制激发组织活力，实现了内部你追我赶的良性竞争的价值创造、价值分配的新机制，有效地激励前中后台各个团队围绕公司整体目标共同奋斗，创造增量价值，也共同分享创造的价值，2021 年公司业绩和各团队奖金均显著增长。2021 年，公司实施了新一期股权激励，共有 146 名员工获得总计 1,175 万股，市场价值 1.35 亿元的限制性股票。

在休假方面，公司积极响应国家三孩政策的号召，将员工的育儿假调整为每生一胎增加五天，产假调整为增加五十八天，为女性员工的个人及家庭健康提供了有力保障。

在员工帮扶方面，公司制定《伙伴基金管理办法》，为家庭困难的重疾员工提供援助，最高可达 10 万元。



公司派发新春红包

06

履行企业社会责任

- 乡村振兴
- 公益慈善

公司自成立以来一直坚持履行社会责任。我们坚信社会的进步推动了我们事业的发展。为此，我们也将不留余力地回馈社会，为社会发展尽一份力量。

公司于2013年正式导入CSC9000T社会责任管理体系，公司的责任理念源于企业的使命、愿景、价值观，以“企业公民”为基本使命，将履行社会公共责任视为实施公司战略的基本要求，积极参与支持教育、卫生、文化、体育、环保、慈善等社会公益事业，展现公司优秀企业公民形象及遵守社会道德规范。

乡村振兴

乡村兴则国家兴，乡村衰则国家衰。我国人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾在乡村最为突出，实施乡村振兴战略，是解决新时代我国社会主要矛盾、实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴中国梦的必然要求，具有重大现实意义和深远历史意义。罗莱生活积极响应国家号召，全面助力乡村脱贫攻坚、互帮互助，为实现强村富民、促进农村经济又好又快发展贡献一份力量。

公司在新疆包销三个乡镇 17 个自然村的棉花，帮助农户增收。同时，公司与中国农业科学院棉花研究所共同开发科研结晶——“中棉罗莱 1 号”植株，并在新疆库车勒承包两万亩的农田用于种植“中棉罗莱 1 号”，与新疆生产建设兵团合作，带动当地经济发展，创造就业岗位，助力当地乡村振兴。

在云南，公司扶持建立了 6 处桑蚕生产基地，发展桑园 2 万余亩，签约 3,000 余农户，将资源开发与经济协调发展有机结合起来，为产业振兴带动乡村全面振兴作出贡献。



公益慈善

公司一直高度关注社会公众的福祉和利益，致力于让社会变得更好。2021 年，公司向上海慈善基金会捐赠家居用品物资，向江苏的数所敬老院爱心捐赠、传递温暖。在河南、山西发生水灾后，罗莱生活第一时间响应，调拨物资，迅速驰援，捐款捐物。公司在甘肃酒泉发起美好校园项目，在西藏边疆实地考察、对口亚东县捐赠支援，带去罗莱的关爱和柔软。2021 年度，公司对外捐赠合计 941.83 万元。

2021 年度对外捐赠

941.83 万元人民币

罗莱生活举办公益展览，实现儿童艺术梦想

2021 年 3 月 1 日，第一届“美好学校·绘梦未来”六一公益展览作品征集活动正式开始，活动由罗莱生活旗下品牌罗莱儿童和 UCCA 尤伦斯当代艺术中心支持，中国扶贫基金会与北京尤伦斯艺术基金会联合举办。

本次大赛面向全国 3 至 18 岁的儿童与青少年征集作品，参赛作品在色调、笔触、内容、形式等方面可尽情发挥，力求使作品主题鲜明、富有趣味、色彩和谐。

活动以“美好学校·绘梦未来”为主题，旨在鼓励孩子们亲手绘出梦想，畅想未来。最终入围的作品于 2021 年六一期间在 UCCA 尤伦斯当代艺术中心的 UCCA Lab 空间呈现。



罗莱生活驰援灾区现场，与受灾群众共度难关

2021 年 7 月，河南郑州水灾期间，罗莱生活迅速反应，向中国扶贫基金会捐赠 500 万元的资金物资，用于河南防汛抗洪救援。



2021 年 10 月，山西水灾发生后，罗莱生活第一时间响应，统筹全国范围内就近的多个仓储中心，调拨七孔冬被等物资，迅速驰援山西灾区。10 月 15 日，罗莱生活驰援物资抵达山西省临汾市洪洞县堤村乡。一路驱车千里，只为传递罗莱生活的温暖关怀，全力支持山西灾区前线的民生保障工作，帮助受灾地区群众尽快恢复正常生活。

附录 1：关键绩效表

经济关键绩效

关键绩效指标	单位	2021 年数据	2020 年数据	2019 年数据
营业收入	元	5,760,006,728.20	4,910,643,990.07	4,860,195,894.87
归属于上市公司股东的净利润	元	713,214,591.37	584,989,683.80	546,075,460.20
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	元	678,532,924.14	555,563,781.10	467,457,897.38
经营活动产生的现金流量净额	元	727,932,232.60	851,219,741.72	761,423,820.09
基本每股收益	元 / 股	0.8596	0.7065	0.6599
稀释每股收益	元 / 股	0.8545	0.7059	0.6560
加权平均净资产收益率	%	16.47	14.11	13.45
政府补助	元	29,568,331.04	36,134,187.72	63,461,848.24
纳税总额	元	382,381,188.62	394,465,731.87	353,097,003.53
		2021 年末数据	2020 年末数据	2019 年末数据
总资产	元	6,265,753,104.94	5,835,009,491.38	5,370,501,600.68
归属于上市公司股东的净资产	元	4,059,709,474.51	4,288,253,930.86	4,103,864,744.00

环境关键绩效

指标类别	关键绩效指标	单位	2021 年数据	
温室气体	范围一温室气体排放量 ²	吨二氧化碳当量	1,921.70	
	范围二温室气体排放量 ³	吨二氧化碳当量	10,316.01	
	温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	12,237.71	
	温室气体排放强度	吨二氧化碳当量 / 百万元收入	2.1246	
固体废弃物	有害废弃物总量 ⁴	吨	0.65	
	有害废弃物密度	吨 / 百万元收入	0.0001	
	无害废弃物总量 ⁵	吨	90.59	
	无害废弃物密度	吨 / 百万元收入	0.0157	
资源使用	柴油	升	50.00	
	天然气	立方米	542,853.00	
	各型号制冷剂补充量	R134A	千克	332.00
		R22	千克	88.87
		R410A	千克	544.00
	用电总量	外购电力 ⁶	千瓦时	12,933,050.54
		光伏发电量	千瓦时	4,213,914.28
	用水总量	万吨	24.20	
	用水密度	万吨 / 百万元收入	0.0042	
	运输包装材料总重量 ⁷	吨	841.00	
运输包装材料回收量	吨	422.00		
运输包装材料密度	吨 / 百万元收入	0.1460		

² 范围一直接温室气体排放包括天然气、柴油等燃料使用以及制冷剂逸散造成的温室气体排放量。范围一排放量计算所用的公式来自国家发展改革委办公厅发布的《工业其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》；排放因子来自国家发展改革委办公厅发布的《工业其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》以及 IPCC 发布的《2006 年 IPCC 国家温室气体清单指南》和《气候变化 2021：自然科学基础》。

³ 范围二能源间接温室气体排放包括外购电力及外购蒸汽使用所造成的温室气体排放量。范围二排放量计算所用的公式来自国家发展改革委办公厅发布的《工业其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》；电网排放因子来自生态环境部发布的《企业温室气体排放核算方法与报告指南发电设施（2021 年修订版）》（征求意见稿）；外购蒸汽排放因子来自国家发展改革委办公厅发布的《工业其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》。

⁴ 此数据是根据实际重量及估算重量计算而得。统计范围是上海职场和南通职场。有害废弃物包括废弃电子产品、墨盒 / 硒鼓、灯管、灯泡重量及废弃干电池等。

⁵ 此数据是根据实际重量及估算重量计算而得。统计范围是上海职场和南通职场。本年度统计的无害废弃物为办公垃圾。

⁶ 此数据是根据实际使用量及电费折算计算而成。

⁷ 企业与企业间（B2B）原箱发货不计入运输包装材料使用量，B2B 重新拼箱的运输包装基本为回收料。

社会关键绩效

指标类别	关键绩效指标	单位	2021 年数据	
雇佣	员工总人数	人	3,741	
	按性别划分的员工人数	男性员工	人	1,529
		女性员工	人	2,212
	按雇员类别划分的员工人数	高级员工	人	165
		中级员工	人	586
		基层员工	人	2,990
	按年龄组别划分的员工人数	30 岁以下	人	849
		30-50 岁	人	2,542
		50 岁以上	人	350
	按地区划分的员工人数	中国大陆员工	人	3,300
		海外及港澳台员工	人	441
	按性别划分的员工流失比率	男性员工流失比率	%	36.72
		女性员工流失比率	%	25.07
	按年龄组别划分的员工流失比率	30 岁以下员工流失比率	%	52.86
		30-50 岁员工流失比率	%	23.74
50 岁以上员工流失比率		%	13.74	
按地区划分的员工流失比率	中国大陆员工流失比率	%	33.26	
	海外及港澳台员工流失比率	%	4.84	
健康与安全	安全培训次数	次	76	
	因工亡故人数	人	0	
	因工亡故比率	%	0	
	因工伤损失工作日数	日	15	

社会关键绩效

指标类别	关键绩效指标	单位	2021 年	
发展及培训	按雇员类别划分的培训次数	高级员工	次	23
		中级员工	次	74
		基层员工	次	64
供应链管理	面辅料供应商总数	家	256	
	中国大陆面辅料供应商数量	家	224	
	海外及港澳台面辅料供应商数量	家	32	
	开展了环境影响评估的面辅料供应商数量	家	3	
	开展了社会影响评估的面辅料供应商数量	家	256	
	经 ESG 评估决定终止合作的面辅料供应商数量	家	0	
	供应商签署反商业贿赂条款比例	%	100	
客户服务	在线客服接待量	人次	2,685,963	
	在线客服满意度	%	95.4	
商业道德	对公司及员工提出的贪污诉讼案件数量	件	0	
	贪污诉讼案件给公司造成的经济损失	元	0	
	违反商业道德被解除劳动合同人数	人	15	
社会贡献	对外捐赠	万元	941.83	

附录 2：全球报告倡议组织 GRI 标准索引表

披露议题 / 披露项	披露项标题	章节索引	页码或链接
GRI 101: 基础 2016		关于本报告	P01
GRI 102: 一般披露 2016			
组织概况			
102-1	组织名称	走进罗莱 - 公司简介	P03
102-2	活动、品牌、产品和服务	走进罗莱 - 公司简介	P03
102-3	总部位置	走进罗莱 - 公司简介	P03
102-4	经营位置	走进罗莱 - 公司简介	P03
102-5	所有权与法律形式	走进罗莱 - 公司简介	P03
102-6	服务的市场	走进罗莱 - 公司简介	P03
102-7	组织规模	走进罗莱 - 公司简介	P03
102-8	关于员工和其他工作者的信息	担当员工好雇主 - 雇佣多元及包容	P41
102-9	供应链	完善可持续经营模式 - 供应链管理	P25-26
102-10	组织及其供应链的重大变化	本报告期内无重大变化	-
102-11	预警原则或方针	践行绿色发展理念 - 气候战略	P32-33
102-12	外部倡议	开展 ESG 治理 - 立足合规经营 践行绿色发展理念 - 气候战略	P10-11、P32-33
102-13	协会的成员资格	打造高质量纺织产品 - 产品质量保障	P20-21
战略			
102-14	高级决策者的声明	董事长致辞	P02
102-15	关键影响、风险和机遇	践行绿色发展理念 - 气候战略	P32-33
道德和诚信			
102-16	价值观、原则、标准和行为规范	走进罗莱 - 公司使命、公司愿景	P04
102-17	关于道德的建议和关切问题的机制	开展 ESG 治理 - 立足合规经营	P10-11

披露议题 / 披露项	披露项标题	章节索引	页码或链接
管治			
102-18	管治架构	开展 ESG 治理 - ESG 治理架构	P07
102-19	授权	开展 ESG 治理 - ESG 治理架构	P07
102-20	行政管理层对于经济、环境和社会议题的责任	开展 ESG 治理 - ESG 治理架构	P07
102-21	就经济、环境和社会议题与利益相关方进行的磋商	开展 ESG 治理 - 利益相关方沟通	P08
102-26	最高管治机构在制定宗旨、价值观和战略方面的作用	开展 ESG 治理 - ESG 治理架构	P07
102-29	经济、环境和社会影响的识别和管理	开展 ESG 治理 - 实质性议题分析	P09
102-30	风险管理流程的效果	开展 ESG 治理 - ESG 治理架构	P07
102-31	经济、环境和社会议题的评审	开展 ESG 治理 - ESG 治理架构	P07
102-32	最高管治机构在可持续发展报告方面的作用	开展 ESG 治理 - ESG 治理架构	P07
利益相关方参与			
102-40	利益相关方群体列表	开展 ESG 治理 - 利益相关方沟通	P08
102-42	利益相关方的识别和遴选	开展 ESG 治理 - 利益相关方沟通	P08
102-43	利益相关方参与方针	开展 ESG 治理 - 利益相关方沟通	P08
102-44	提出的主要议题和关切问题	开展 ESG 治理 - 利益相关方沟通	P08
报告实践			
102-45	合并财务报表中所涵盖的实体	罗莱生活：2021 年年度报告	http://static.cninfo.com.cn/finalpage/2022-04-20/1212983510.PDF
102-46	界定报告内容和议题边界	开展 ESG 治理 - 实质性议题分析	P09
102-47	实质性议题列表	开展 ESG 治理 - 实质性议题分析	P09
102-50	报告期	关于本报告	P01
102-52	报告周期	关于本报告	P01
102-53	有关本报告问题的联系人信息	关于本报告	P01
102-55	GRI 内容索引	附录 2：全球报告倡议组织 GRI 标准索引表	P55-59

披露议题 / 披露项	披露项标题	章节索引	页码或链接
实质性议题			
经济			
GRI 201: 经济绩效 2016			
201-1	直接产生和分配的经济价值	附录 1: 关键绩效表 - 经济关键绩效	P51
201-2	气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇	践行绿色发展理念 - 气候战略	P32-33
201-4	政府给予的财政补贴	附录 1: 关键绩效表 - 经济关键绩效	P51
GRI 205: 反腐败 2016			
205-1	已进行腐败风险评估的运营点	开展 ESG 治理 - 立足合规经营	P10-11
205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	开展 ESG 治理 - 立足合规经营	P10-11
205-3	经确认的腐败事件和采取的行动	开展 ESG 治理 - 立足合规经营	P10-11
环境			
GRI 301: 物料 2016			
301-3	回收产品及其包装材料	践行绿色发展理念 - 废弃物处理	P38-39
GRI 302: 能源 2016			
302-1	组织内部的能源消耗量	附录 1: 关键绩效表 - 环境关键绩效	P52
302-4	减少能源消耗量	践行绿色发展理念 - 节能减排	P34-35
302-5	降低产品和服务的能源需求	打造高质量纺织产品 - 研发与创新	P15-17
GRI 303: 水资源与污水 2018			
303-1	按源头划分的取水	践行绿色发展理念 - 水资源管理	P37
303-5	耗水	践行绿色发展理念 - 水资源管理	P37
GRI 305: 排放 2016			
305-1	直接 (范畴 1) 温室气体排放	附录 1: 关键绩效表 - 环境关键绩效	P52
305-2	能源间接 (范畴 2) 温室气体排放	附录 1: 关键绩效表 - 环境关键绩效	P52
305-4	温室气体排放强度	附录 1: 关键绩效表 - 环境关键绩效	P52

披露议题 / 披露项	披露项标题	章节索引	页码或链接
GRI 306: 废弃物 2020			
306-1	废弃物的产生与废弃物相关的重大影响	践行绿色发展理念 - 废弃物处理	P38-39
306-2	重大废弃物相关影响的管理	践行绿色发展理念 - 废弃物处理	P38-39
306-3	产生的废弃物	践行绿色发展理念 - 废弃物处理	P38-39
306-4	从处置中转移的废弃物	践行绿色发展理念 - 废弃物处理	P38-39
306-5	进入处置的废弃物	践行绿色发展理念 - 废弃物处理	P38-39
GRI 307: 环境合规 2016			
307-1	违反环境法律法规	践行绿色发展理念 - 生态环境保护	P36
GRI 308: 供应商环境评估 2016			
308-1	使用环境标准筛选的新供应商	完善可持续经营模式 - 供应链管理	P25-26
社会			
GRI 401: 雇佣 2016			
401-1	新进员工和员工流动率	附录 1: 关键绩效表 - 社会关键绩效	P53
401-2	提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	担当员工好雇主 - 福利待遇与关怀	P46-47
401-3	育儿假	担当员工好雇主 - 福利待遇与关怀	P46-47
GRI 403: 职业健康与安全 2018			
403-1	职业健康安全管理体系	担当员工好雇主 - 职业健康和安全	P44-45
403-2	危害识别、风险评估和事件调查	担当员工好雇主 - 职业健康和安全	P44-45
403-3	职业健康服务	担当员工好雇主 - 职业健康和安全	P44-45
403-4	职业健康安全事务：工作者的参与、协商和沟通	担当员工好雇主 - 职业健康和安全	P44-45
403-5	工作者职业健康安全培训	担当员工好雇主 - 职业健康和安全	P44-45
403-6	促进工作者健康	担当员工好雇主 - 福利待遇与关怀	P46-47
403-7	预防和减轻与商业关系直接相关的职业健康安全影响	担当员工好雇主 - 职业健康和安全	P44-45
403-9	工伤	担当员工好雇主 - 职业健康和安全	P44-45

披露议题 / 披露项	披露项标题	章节索引	页码或链接
GRI 404: 培训与教育 2016			
404-2	员工技能提升方案和过渡协助方案	担当员工好雇主 - 人才发展与培养	P42-43
404-3	定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比	担当员工好雇主 - 人才发展与培养	P42-43
GRI 405: 多元化与平等机会 2016			
405-1	管治机构与员工的多元化	担当员工好雇主 - 雇佣多元及包容	P41
GRI 406: 反歧视 2016			
406-1	歧视事件及采取的纠正行动	担当员工好雇主 - 雇佣多元及包容	P41
GRI 408: 童工 2016			
408-1	具有重大童工事件风险的运营点和供应商	担当员工好雇主 - 雇佣多元及包容	P41
GRI 409: 强迫或强制劳动 2016			
409-1	具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商	担当员工好雇主 - 雇佣多元及包容	P41
GRI 414: 供应商社会评估 2016			
414-1	使用社会标准筛选的新供应商	完善可持续经营模式 - 供应链管理	P25-26
414-2	供应链对社会的负面影响以及采取的行动	完善可持续经营模式 - 供应链管理	P25-26
GRI 416: 客户健康与安全 2016			
416-1	对产品和服务类别的健康与安全影响的评估	打造高质量纺织产品 - 产品质量保障	P20-21
GRI 417: 营销与标识 2016			
417-1	对产品和服务信息与标识的要求	完善可持续经营模式 - 负责任营销	P29-30
417-2	涉及产品和服务信息与标识的违规事件	完善可持续经营模式 - 负责任营销	P29-30
417-3	涉及市场营销的违规事件	完善可持续经营模式 - 负责任营销	P29-30
GRI 418: 客户隐私 2016			
418-1	与侵犯客户隐私和丢失客户资料有关的经证实的投诉	完善可持续经营模式 - 数据安全与隐私保护	P27-28

附录 3：罗莱生活 - 联合国可持续发展目标 (SDGs) 地图

联合国可持续发展目标

罗莱的行动



公司通过在新疆包销三个乡镇 17 个自然村的棉花，在云南扶持建立桑蚕生产基地等方式，帮助农户增收，消除返贫风险，助力乡村振兴。



公司建立了完善的安全生产管理体系，及时排查和消除隐患，为员工创造安全、健康的工作环境，并为员工组织定期体检。



公司支持“美好学校·绘梦未来”活动，鼓励孩子们亲手绘出梦想，畅想未来。公司通过可持续消费教育，将可持续生活理念传递给消费者，引导顾客树立低碳、可持续的生活理念。



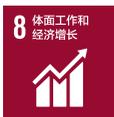
公司保护女性员工权益，在招聘和晋升过程中一视同仁，避免性别歧视。公司致力构建具有高度包容性的工作环境，确保所有岗位同工同酬，保障女性员工在职场中与男性员工享有同等地位。



公司工厂利用整烫回汽再利用的方法，提高用水效率。同时，在员工宿舍区域全面推广智能节水控制系统，张贴节水提示牌等，减少不必要的用水量。



公司采用先进的光伏发电装置，增加光伏发电量，降低外购电力量。



公司自身及在产业链上创造了大量的高质量创业和就业岗位。公司为员工提供职业发展通道和培训，与员工共享发展成果，所有员工均有体面工作。

联合国可持续发展目标

罗莱的行动



公司依托罗莱科技研究院，整合国内外相关科研院所和供应商资源开展行业前沿科技的研究合作。公司引进和推广新技术、新设施，提高能源和资源利用效率。



公司确保机会均等，坚决避免任何因其他非工作因素而对员工晋升产生歧视的行为，减少不平等现象。公司与员工共享发展成果，提高员工收入，促进实现更大的平等。



公司制定完善的制度文件，促进绿色环保技术的使用、资源回收再利用等；针对供应商增加环境要求，促进供应链绿色低碳发展；面向消费者开展可持续消费教育。



公司参与中国纺联启动的“30·60 碳中和加速计划”，推进低碳生产，挖掘气候变化相关机遇。公司推出部分产品全生命周期碳足迹报告，提高清洁能源使用量，推广节能环保技术，致力减少温室气体排放。



公司坚决遵守国家相关法律法规，禁止使用童工和强制劳动，对任何贪污、腐败和舞弊行为零容忍。



公司积极履行社会责任，向上海慈善基金会捐赠物资金额，响应河南、山西水灾驰援需求，捐款捐物，对西藏贫困地区定向捐赠支援。

LUOLAI GROUP
罗莱生活

电话 :021-23138888

地址 :上海市普陀区同普路 339 弄 3 号楼罗莱生活大厦

邮编 :200062