宁波罗蒙制衣有限公司

2025年度企业社会责任报告

二零二六年三月

报告编写说明

1. 报告简介

《宁波罗蒙制衣有限公司2025年企业社会责任报告》是宁波罗蒙制衣有限公司发布的第一份企业社会责任报告。报告回顾了罗蒙制衣2025年度所面临的机遇与挑战，披露了相关的社会责任实践和绩效。

2. 时间范围

报告中的2025年均指2025财年。

3. 发布周期

本报告为年度报告。

4. 报告范围

与宁波罗蒙制衣有限公司的业务范围一致。

5. 数据来源

报告使用数据来自罗蒙制衣2025年报，以及公司正式文件和统计报告。部门数据由于数据统计和口径的原因，有不完善的地方。我们将在日后不断完善数据指标统计系统，以保证将来提供更加全面的信息。

6. 指代说明

为便于表述，报告中“公司”、“我们”、“罗蒙”均指代“宁波罗蒙制衣有限公司”。

目录

公司概况 3
一、责任聚焦 8
二、战略与管理 9
三、守法合规 22
四、绿色发展 22
五、回报股东 32
六、服务客户 32
七、造福员工 32
八、奉献社会 35
九、合作伙伴 36
十、存在问题及改进 37

公司概况

1.发展历程

罗蒙（英文：ROMON）始创于1978年，是一家以设计、研发、生产、销售中高档男女西服、衬衫、职业装等系列服饰为主的国内知名服装企业，现有高素质员工万余名，品牌价值超100亿元，拥有专业化西服生产流水线及配备专业衬衫、女装生产流水线，年产各式服装超600万件套。2022年，“罗蒙”牌男西装、衬衫年销售量均位于全国前3位。

罗蒙是首批国家部优产品、首届中国服装十大品牌，累计创造了中国服装界的十五项第一。集团连年跻身全国销量、利税双百强服装企业行列，先后被评选为国家级“守合同重信用企业”、“中国民营企业500强”、“中国制造企业500强”、“中国职业装领军企业”。罗蒙品牌连续多年荣获“中国西服行业标志性品牌”和“国家工信部、中纺联重点跟踪培育品牌”等荣誉称号。

罗蒙品牌由著名表演艺术家濮存昕和不老男神林志颖共同代言，罗蒙始终以“儒雅、正直、向上”的文化传递给世界。罗蒙传承百年红帮精湛技艺，现已成为“非物质文化遗产传承基地”。

罗蒙制衣坚持“以人为本”的发展理念；
通过在海外设立研发设计机构以及聘请国际水准的设计大师挂帅国内服饰设计中心，不断引进一流的系列服饰打版师和工艺师及内、外贸经营管理人才，形成了一支具有高素质的设计、技术、经营队伍。在2018年3月30日中国市场商品销售统计结果新闻发布会中，罗蒙牌男西装市场综合占有率荣膺连续20年销售领先！2021年5月罗蒙品牌入选“2021中国纺织服装品牌竞争力优势企业名单”。2022年5月罗蒙荣获“2021年度中国消费品市场销售领先品牌”，并荣登“30年连续20年及以上中国消费品市场销售领先品牌”。2023年4月荣获“市场销售领先品牌”。2023年11月罗蒙获评为“国家级非物质文化遗产生产性保护示范基地”。

罗蒙制衣坚持“科技创新”的生产理念，为确保罗蒙产品高起点、高品质，罗蒙先后从意大利、法国、德国、日本、瑞士等国引进先进设备，结合“红帮”传统工艺，成功实现罗蒙跨越和发展。罗蒙在以高投入、高技术打造服装制造基地的同时，用“创新”、“质量”、“文化”与“学习”为品牌支撑点致力营销网络体系建设，在全国以直营、联营加盟等形式开设了专卖店、商场专柜、厅等1000多家。罗蒙品牌创新发展，结合自身优势和市场发展动态，开启新零售时代！

罗蒙立志扛起“中国质造”的大旗，向着更年轻、更时尚的方向发展，走“成衣+定制”两条战线，不断焕发新活力，唤起国民对男装的时尚态度的认知。一家家全新的罗蒙实体店正在陆陆续续地在全国缤纷绽放，罗蒙人正以实际行动匠心演绎新时代红帮服饰艺术，开启中国服装业新风向标！

2. 产品&工艺

公司主要产品是高档西服、专业衬衫，如下图所示：

公司产品覆盖定制服装、职业服装、男装、女装等，罗蒙一直以国际顶尖的设计、世界一流的设备、精湛的红帮工艺、各行各业的丰富经验及经典创新的版型打造质量过硬、价格实惠的产品。具体产品相关的内容如下：

2.1 罗蒙的设计

罗蒙聘请欧洲顶尖设计师担任罗蒙品牌的总设计师，在上海设立现代服饰设计研究所，在意大利米兰、法国巴黎设置男装设计中心，在韩国设立女装开发工作室，在公司本部成立服装研究中心，形成了一个高档次、高品味的设计网络链。近年来公司不断提升产品的设计和品牌价值，把国外先进的西服概念带入中国商务职业服装界。并以“经典、时尚、优雅”为设计理念，将新的时尚潮流，以国际流行的面料工艺流程，带给中国社会较具国际眼光的时代中坚，全球同步的时尚

品质享受。西服、休闲服、衬衫、职业装、T恤、茄克、休闲裤、领带、皮具等服饰产品一应俱全。

2.2 罗蒙的设备

为确保罗蒙产品高品质、高品位，罗蒙先后从意大利、法国、德国、日本、瑞士等国家引进先进设备，拥有10条当今世界顶尖服装生产流水线，搭载ERP现代科技信息系统，24小时将信息迅速转换成决策管理的第一生产力，日产西服10000套，年生产西服能力达350多万套，衬衫600多万件，西服年销售量连续20多年领跑全国。

2.3 罗蒙的工艺

“细节，是追求101%的完美”。为严把质量关，罗蒙建立有一支300余人的产品设计及质量技术监督队伍，采用国际通用的ISO9001国际质量认证体系、ISO14001国际环境认证体系、ISO45001国际职业健康安全认证体系等，由12道抽检关、100名质检员、160名技术员严格把关，任何一款罗蒙西服都经过400多道工序的层层把关，而且每道工序都实行质量一票否决制，使西服质量就达到完美无暇、无懈可击的地步。连续几年，罗蒙西服被国家服装质量监督检验中心评为优等品，并以“漏检率为零”被国家技术监督局通报表扬，赢得了国内外广大消费者的亲睐。

2.4 罗蒙的经验

雄踞中国职业服装榜首的罗蒙集团，近年来，积极参与社会团队及政府采购招标竞争，以其过硬的质量，诚信守约和名牌效应屡屡中标，现为中共中央办公厅、国家公安部、最高人民检察院、最高人民法院、海关总署等政府职业服装定点生产企业，成为中国最大的职业服装生产基地之一。职业服装涉及通讯、港务、商检、金融、保险、航空、运输、教育、旅游、税务等30多个行业。

2.5 罗蒙的版型

整体上西服的版型可分为四大类，分别是意版、英版、美版以及日版，罗蒙选择更加适合亚洲人身材的日版西装进行改良，保持基本轮廓H形，衣身较短，中等肩宽，多是单排扣式，衣后不开衩。设计师对传统版型进行再设计，每款独立打版，为亚洲人量身打造"新经典新时尚"的现代时尚修身、休闲的各类西服。

一、责任聚焦

一个企业最大的社会责任，就是要让公司健康发展，为社会创造更多价值。一家成功的公司会解决就业、缴税、员工福利、环境保护等问题，同时为政府纳税，政府税收又会通过多种方式完成相应的社会责任。

1.1 社会责任观

随着全球化经济的不断发展，可持续发展的理念已经成为许多国际型企业发展战略的核心。支持社会公益事业，倡导社会环境的可持续发展，做负社会责任的企业公民，已成为企业公共关系的重要主题。在企业发展的过程中，我们逐渐认识到，公共关系策略不再是简单地运用产品进行促销，基于传统营销传播观念的公共关系已经远远不能适应时代潮流以及公众对环保的需要，取而代之的应该是企业对社会责任的承诺与行动，它们不但应该融入企业的发展战略，而且应成为公共关系传播的出发点和着眼点。于是我们始终把“做负责任的企业”视为企业经营的长远战略，视为企业发展战略的精髓，视为企业文化的核心基石。

企业社会责任不是口号，我们创立之初就确定我们是一个价值观公司，没有历史，社会责任是无根的；没有对未来的承诺，社会责任是短命的。多年来，公司坚持以“传承百年红帮精湛工艺，再创惊世绝伦的“现代红帮”服饰艺术”作为企业使命，以“成为世界领先的大众时尚第一品牌，引领服饰时尚潮流。”作为公司愿景，以“诚信，责任，创新，共赢。”为公司核心价值观，在履行企业社会责任中做了大量工作。

1.2 利益相关方

企业所有的利益相关者的利益都是通过企业共同愿景的实现来达成的。没有共同的愿景，缺乏共同的信念，就没有利益相关的前提。所以,认同共同的企业愿景和价值观，是建设和完善企业与利益方关系管理体系的前提和基础。

利益相关方	责任与举措
股东与投资者	准确及时披露经营状况和重大事项信息，提供合理投资回报 遵循责任经营和责任投资的基本原则
客 户	提供优质的产品和服务；产品具有安全性和便利性；持续提升客户满意度；及时合规的信息沟通
员 工	维护员工合法权益；创造良好的工作环境；给予合理的待遇 提供教育和培训，为员工创造发展空间
合作伙伴	实行公平采购；协助履行社会责任；建立相互尊重的合作关系；坚持诚实守信，维护企业的信誉
政 府	依法纳税，提供就业机会，带动地方经济发展
自然环境	推行绿色生产，实践环保经营，倡导节能减排，开展水资源保护，改善自然生态系统
社区居民	参与社会公益活动，为社会可持续、和谐发展做贡献

1.3 责任体系

对利益相关者的法律责任，这一责任主要包括企业根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国合同法》等法律法规，对出资人、债权人、供应商、合作商、客户、社区及其它社会团体等所有利益相关者必须遵守各类合同，按照法律规定进行利益分配，为社会提供最基本的产品和服务质量保证，不损害企业所在社区的合法权益，不影响其它社会团体的利益等内容。

对环境的法律责任，这一责任主要包括企业根据《中华人民共和国环境保护法》等法律法规，在生产经营活动中必须履行资源和能耗的节约标准，必须达到 国家强制规定的污染排放标准，对不能达标的项目必须加强技术改造和污染治理， 努力达到国家规定的各项环保标准等内容。

对员工的法律责任，这一责任主要包括企业根据《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，必须为员工生产提供安全保障，必须按照国家政策保证员工的各项福利待遇，必须为员工办理各种国家所规定的生育、失业、养老、疾病等基本社会保险等内容。

对社会的法律责任，这一责任主要包括企业根据《中华人民共和国企业所得税法》、《中华人民共和国增值税暂行条例》等法律法规，必须完成所得税、增值税等各种利税上缴等责任。

二、战略与管理

a）构建独具特色的企业文化并向相关方沟通宣贯

企业文化是企业的思维方式和行事准则，是企业个性化的体现。它是植根于企业内部的精神载体，可以促进组织的管理发展，增强企业凝聚力，是一个企业的旗帜、灵魂和方向。从1978年成立之初到现在，随着企业的创立、成长与发展，公司逐步形成了其独具特色的企业文化体系。

1）确立以使命、愿景和价值观为和核心的文化

通过对市场进行详细调查，于1978年初成立宁波罗蒙制衣有限公司，专业生产销售中高档西服、衬衫及系列服饰。此后公司投重金潜心研发技术，获得多项国家专利，公司通过ISO 9001、ISO 14001、ISO 45001、ISO50001、社会责任管理体系、企业诚信管理体系等管理体系认证，是AAA级守合同重信用企业。并高薪聘请在服装领域技术研究的专家，同时引进先进的生产设备，产品关键指标始终保持远高于国标水平。

图表2.1-1 部分管理体系认证证书

罗蒙制衣自创立以来，基于行业特点及企业发展逐步凝练了核心价值观，并随着公司的发展而不断调整和提升，最终提炼形成了公司的核心价值理念体系。

文化构成	表述
使命	传承百年红帮精湛工艺，再创惊世绝伦的“现代红帮”服饰艺术
愿景	成为世界领先的大众时尚第一品牌，引领服饰时尚潮流
价值观	诚信，责任，创新，共赢。
经营理念	以人为本、科技创新

图表2.1-2 企业文化体系

企业使命：传承百年红帮精湛工艺，再创惊世绝伦的“现代红帮”服饰艺术。

“红帮”，一个传颂百年的名字。她象征着一种精神，一种海纳百川、吐故纳新的红帮精神。罗蒙，红帮的传人，传承了祖辈的精湛技艺，并与现代科技结合，在东西方文化的交融中，诠释着新一代的红帮文化。 作为红帮文化重要的继承者罗蒙，以其深厚的文化内涵和精湛的技术，以其东方的含蓄与儒雅，西方的严谨与经典，一直受到上流人士的推崇与喜爱，赢得政界，商务人士的青睐。 红帮文化，创造了中国服装文化史上的五个第一，为我国近代服装的形成和发展做出了不可磨灭的重大贡献。

企业愿景：成为世界领先的大众时尚第一品牌，引领服饰时尚潮流

以“服装艺术家”为定位，加大品牌对外推广力度，增加电视及网络媒体宣传力度，扩大平面媒体覆盖面，继续做好名牌战略工作，努力争创世界名牌。

继续创新设计、产品系列，提高产品附加值，联盟国内外顶级设计师、物流顾问公司等，全面推动罗蒙产品战略及服务。

核心价值观：诚信，责任，创新，共赢。

诚信，即诚实守信，是人类品行的精华。诚信之所以珍贵，是因为诚信是人的第二次生命。希诺人信奉诚信，在实践中铸就诚信。总经理张碧峰说过“诚信大于我的生命”，对客户讲诚信，对相关利益者讲诚信，员工之间讲诚信。

责任，即承担后果，是一种敢作敢当的精神。责任的缺失会导致不求上进，不思进取，见利忘义甚至对事业和家庭造成危害。希诺人讲究承担责任，是一种积极进取的人生态度。这种态度体现在对产品负责，对企业负责，对同事负责，对家庭负责以及对社会负责。

创新，既不满足现状，是一种与时俱进的精神。创新是希诺人最卓越的能力，希诺

人的创新精神不仅表现在创新产品研发，同时也表现在创新团队、创新管理、创新发展上。

共赢，即共同成长，是一种和谐共赢的精神。希诺人的共赢思想，表现在与客户共赢、与利益相关者共赢，也表现在企业与员工共赢。

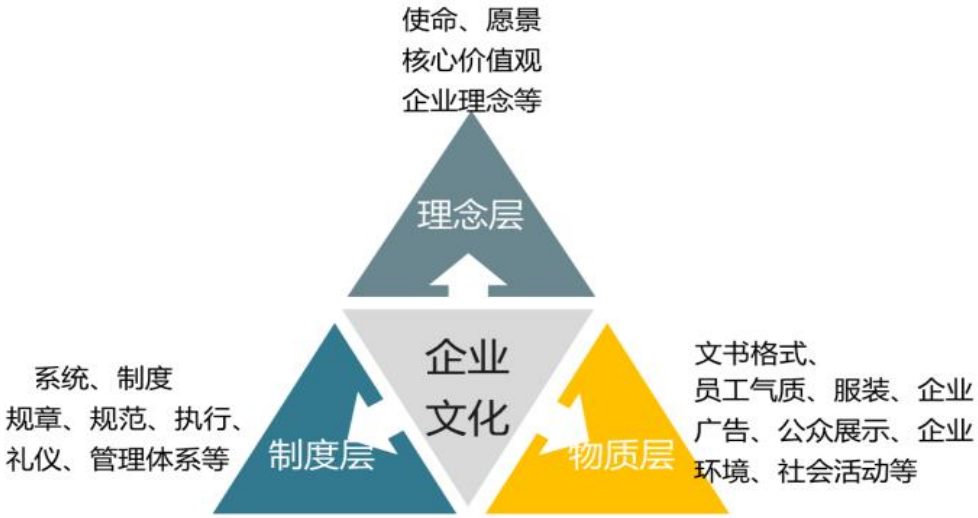
经营理念：以人为本、科技创新

罗蒙制衣坚持“以人为本”的发展理念，通过在海外设立研发设计机构以及聘请国际水准的设计大师挂帅国内服饰设计中心，不断引进一流的系列服饰打版师和工艺师及内、外贸经营管理人才，形成了一支具有高素质的设计、技术、经营队伍。

罗蒙制衣坚持“科技创新”的生产理念，为确保罗蒙产品高起点、高品质，罗蒙先后从意大利、法国、德国、日本、瑞士等过引进先进设备，拥有日本的自动电脑上袖机、剪切攀钉机、PMM衬衫整烫设备，意大利的仿手工制边机，德国的杜克普AFPW235自动开袋机、CAM自动裁床，瑞士ETON自动吊架系统等，现代设备，结合“红帮”传统工艺，成功实现罗蒙的跨越和发展。

2）企业文化理念的宣贯

公司非常注重企业文化建设，他相信“文化是最顶层，包括团队的方向，追求持续经营，要做顶尖企业就必须打造好企业文化”。



图表2.1-3 公司多渠道企业文化传播

公司希望“儒雅、正直、向上”优秀的企业文化能培养更多的优秀人才，继而以优秀的人才团队推动企业的快速发展，使罗蒙制衣早日成为国际一流的知名企业，早日达到既

定目标，实现崇高理想。近年来，公司将“企业文化培训”作为新员工入职学习内容之一，每年由高层领导亲自讲解和引导；公司通过罗蒙制衣官网网站、宣传海报、企业文化手册、丰富多彩的企业文化活动等方式，将核心文化传播至各层次、各部门，营造浓郁的企业文化氛围。

3)与相关方进行沟通，激励员工以强化组织的方向和重点

图表2.1-4 企业文化宣传一览表

对象		宣传渠道	宣传内容	效果	评价机制
内部	员工	通讯平台、官网、年会、培训、优秀文化案例等	文化制度、活动展示、优秀文化案例、优秀员工事迹、高层讲文化与自身创业故事	提高员工企业文化认知度、认同度、满意度	员工满意度调查、标杆员工等
外部	顾客	展示厅、文化墙、文化案例传播、员工培训等	文化动态、优秀文化案例、文化讲解、成果展示	提高客户公司文化认同度	满意度调查、企业文化认同等
	供方	供应商会、官网等	质量文化、效率文化	质量承诺书的签订	提高交付效率和质量、文化落地情况和效果
	股东	官网、微信公众号、股东会等	企业使命、企业愿景、企业文化	投资交流活动、文化之旅	股东认可、投资交流频次
	社会	文化交流、企业文化交流等	社会贡献、企业使命、企业愿景、党建文化	文化之旅、党建文化访问、企业文化访问	提升社会知名度、交流接待数量

a）加强与员工及其他相关方的沟通

公司通过多种方式向股东、员工、客户、供应商等利益相关方传播企业文化，激励企业全员为实现公司战略目标而努力，也促使相关方充分理解公司经营理念。

图表2.1-5 公司与相关方双向沟通方式

对象	沟通方式
员工	公司网站、《员工手册》、企业宣传册、企业文化墙、公司展厅、宣传片、宣传窗、大叶报等
	电话、QQ、微信平台、电商平台、电子邮件系统等
	新员工入职培训、企业文化培训、素质拓展训练、专业培训、技能培训等
	职工活动、座谈会、联谊活动、文艺活动、旅游活动、公益活动等
	周例会、生产例会、营销例会、月度总结大会、年度总结大会等

对象	沟通方式
顾客	官网、展会沟通、企业宣传册、广告宣传、传真、电子邮件、新闻媒体、行业杂志、客户服务热线、现场走访等
股东	股东大会、网站、报刊、各种财务报表、审计报告、新闻媒体宣传、个别沟通
供应商	供应商实地考察、供应商评选、供应商会议、电话沟通、电子邮件等
合作伙伴	公司网站、新闻媒体、行业协会活动、项目开发等
政府公众	工作汇报、项目评审、参观指导、接待相关人员来访、参加公益活动、慈善捐赠等、 企业网站、企业刊物、宣传册、宣传片等

图表2.1-6 职工代表大会

图表2.1-7 公司官网

图表2.1-8 供应商大会

b）激励员工以强化组织发展

为了激励员工的正确行为，公司从文化、制度和活动多方面进行了激励，鼓励员工的行为符合公司发展方向。

文化激励：推行打造“家”文化，体现公司理念和价值观，营造乐观向上的公司氛围，培养良好的团队合作精神，增强员工归属感和使命感，最终能够依靠企业文化，激发员工热情和创造力，从而最终实现公司整体绩效的最大化。

制度激励：公司制定了员工手册，规范员工行为，并通过制定各种奖励制度，鼓励员工表现公司期待的行为。如员工健康安全管理办法、廉政文化建设制度等。

物质激励：为鼓励全体员工实现卓越绩效的活动，强化公司未来的发展方向和发展重点，公司设立了年度先进工作者等荣誉，为员工的优秀表现给予精神奖励及物质奖励。在供应商与顾客方面，公司定期评级，根据评级结果相应提供增值性服务，以增进双方友谊，朝着对双方都有利的方向迈进。

图表2.1-9 优秀员工表彰

c）营造良好的内部经营环境

1）创造诚信守法的环境

公司高层领导致力于营造守法重德的环境，坚持诚信经营、遵纪守法、依法纳税。公司每年组织各部门开展法律法规监督与检查，严格遵守国家的法律法规，建立商业行

为准则和员工商业行为规范。公司一直践行廉政文化，逐步完善制度，规范公司及员工行为。此外，公司定期接受国外多家知名品牌客户验厂，不断完善诚信守法体系。

公司通过各种方式对合作方实施影响，例如，公司以合同的形式规范供应商行为，通过对供应商的审计评价，认定其供应资格。

公司坚信诚为做人之源，信为立业之本是企业做大做强的根本，求真务实的思想作风是企业对社会、客户、员工等责任承诺的保障基础。在公司内部企业、部门、员工之间都要讲诚信、守承诺，相互信赖、相互支持；在外部则是做事业要务实，注重长期经营，坚持合作共赢，承担社会责任，关注节能环保问题，成为行业节能环保先行者。

2）创建有利于改进和创新的环境

公司的快速发展离不开管理层的不断创新的思维和实践，正是由于公司的发展动力来自于源源不断的创新，使得创新意识已植根于企业文化，并不断促进公司的发展。

A、科技创新环境的营造

公司在多年的经营过程中不断契合消费者需求，追求产品时尚、新颖、环保等方面的创新，追求产品高标准高质量。公司新产品开发以市场需求为坐标，了解市场的需求和用户的心理，以此研发新的产品，开拓新的消费需求领域，以领先行业研发水平的智造能力为产品性能加码。

科技创新：公司建立研发中心，为保证开发部各项工作的顺利、有序开展，公司从制度入手，注重抓源头，建机构，建立并不多完善各项管理制度，使开发部各项工作有章有循、有规可依。

公司建立了完善的财务分析制度，充分收集有关财务、销售、市场、技术、政策、法律等方面的有关信息资料，根据不同情况分别采用比较分析、因素分析、平衡分析等方法。跟踪检查公司资金计划执行情况，有效控制资金使用，使公司实时掌握资金情况并根据各种需求做出调整。

在人员激励上，为鼓励技术人员的创造性，企业制订相应的激励措施，对围绕企业生产能力有关产品，新开发研究成功的全新产品，直接给予资金奖励。同时，将产品的新创意、新技艺等方面列入开发部人员绩效考核的指标内容，极大地调动了研发人员致力新产品开发和研制的工作热情。

B、管理创新环境的营造

管理创新：此外，为推进企业生产经营、技术创新、制度建设、内部管理等，公司设有总经理信箱，定期开展座谈会，通过多种手段及形式鼓励员工积极提出合理化建议，为员工合理化建议提供了良好的实施环境，极大地鼓舞了员工争做创新标杆的士

气。

企业内部有利于改进和创新环境的建立，使企业产品质量、服务以及内部管理有了新的提高，品牌效益初步显现，奠定了罗蒙在中国服装行业的领先地位。

3）营造快速反应的环境

罗蒙秉持“以人为本、科技创新、三位一体”的行事理念高效处理各项事务。高层领导以顾客和市场、员工为中心，建立快速反应机制。

对于内部员工，建立覆盖各种紧急情况的应急预案，并开展应急演练，培育员工的危机处理意识和能力，实现对意外情况的快速处理，例如顾客投诉应急处理预案、火灾、停电等紧急处理预案等。

在组织结构方面，建立扁平化的组织结构，通过缩短指令向下传达或信息向上传递的层级，提升组织的响应速度，通过构建信息化办公系统，为实现将财务、销售、仓库、物流等业务实现一体化管理，持续高效运营，识别和开发并及时、准确的获取相关信息和知识资源，通过企业微信号、QC小组、TIM、项目攻关、OA系统等方式，实现信息资源有效传递和应用，科学、高效的资源管理成为公司持续、稳定发展，以及提升核心竞争的有力保障。

在工作方面，通过优化业务流程，引进先进的软硬件和技术人才，提升新品的开发速度。目前，公司新产品开发速度在业内处于领先水平。针对外部事件，及时进行危机处理，召开营销会议等活动进行应急战略、战术调整，高效对各环境变化做出反应。

4）营造全员学习的环境

公司领导非常重视员工的培训和学习，积极建设学习型组织，构建了“多层级培训发展体系”，针对高层、中层、基层、专业人员、新员工等开展丰富多样的培训活动。并采用外派与内训、线上线下相结合方式给予员工最全面、便捷的学习途径。为了创造一个更好的环境，公司配备了先进的多媒体教学设施，宽敞舒适的学习环境，完善的培训教学的软件资源。

为保证准确的识别培训需求、制定并实施培训计划，公司每年会调研员工培训需求，以此收集各部门员工的培训需求，并以此制定培训计划。依据总体培训规划，公司明确了分级培训体系，分别针对高管人员、中层人员和基层人员确定相应的培训内容及培训方式，使得培训项目的实施更加符合公司整体战略发展规划。

图表2.1-10　培训层级体系表

培训级别	主要培训内容	培训方式
高管人员	侧重于观念、理念方面，此外还有市场经济所要求的系统管理理论和技能，如管理学、组织行为学、市场营销、企业经营战略、企业经营过程控制、领导科学与艺术等。	以外派培训为主。诸如，有计划地安排高层管理者参加MBA学习、高级论坛、赴外地考察等等。
中层人员	管理基本知识与技能：管理学、组织行为学、人力资源开发与管理、市场学、领导科学与艺术等课程。 业务知识与技能：负责的业务领域如技术、销售等领域的知识与技能。 工作改进：工作分配、工作方法的改进、工作流程的改进。	以公司内训为主，外训为辅。
基层人员	针对在岗员工岗位职责、专业技能、操作规程、业务流程等进行反复强化培训，以使员工在充分掌握理论的基础上，能自由地应用、发挥、提高。	参考中层管理人员。

此外，公司还注重员工自我学习氛围的构建，强调员工在工作之余不断自我学习的重要性，以此培育“与时俱进”的学习文化。

5）履行确保组织所提供产品和服务质量安全的责任

在中国服装领域，产品品质、技术创新有着同等重要的位置，追求卓越的产品品质和领先的研发技术是一条漫长的道路。罗蒙在十多年的坚持不懈中，高层领导始终坚持完善服务体系，努力提高产品品质，以市场规律为依据立足市场，在质和量的矛盾面前，确保产品质量再扩大产量、规模，以品质取胜。

为履行确保组织所提供产品和服务的质量安全的职责，引导组织承担质量安全主体责任，公司从价值链角度对包括设计开发、采购、生产、质量管理、销售等涉及产品和服务质量安全的过程进行了梳理、识别和分析，并根据创新与效率原则对过程进行设计，充分运用绩效系统对过程的实施进行监控，关注过程输入与输出，持续改进，形成有效的PDCA循环。为了保证所设计的流程能够有效的执行，公司针对每一过程分别制定作业指导，并定期进行考核与监控。

公司内部导入并运行ISO 9001：2015质量管理体系，以质取胜，以创新拓市场。在履行确保组织所提供产品和服务质量安全的责任方面，公司在原料采购上对各原材料实施订单协议收购，强化对采购原材料的检验及质量全过程控制。

在产品自主创新方面，公司内部成立了研发中心，致力于中高档西服、衬衫及系列服饰的研发创新，截止目前公司获得有效专利146项，其中发明专利6项，实用新型专利140项。公司同宁波纤维检验所建立检测合作关系，对于产品质量保证能力有了进一步的提升。

此外，公司完善的质量控制管理体系有效保证了产品质量的稳定，已制定了多项具体的质量控制措施，涵盖了从产品设计、原材料采购、产品制造、产品检验、性能测试、包装储运到客户服务等全过程等各个环节，对各部门的质量控制工作进行有效的指导和监督；同时，公司以满足客户要求作为标准，由各专门部门负责，认真抓好产品质量的持续改进工作。

6）推进品牌建设，提高产品质量和服务水平

为推进品牌建设，公司依据发展战略目标，制定了相应的品牌发展规划，通过积极参与行业协会活动、主导行业标准制定、加大技术创新投入、完善渠道建设及售后服务等方式不断提高产品质量和服务水平。以品牌为基础，推进文化出口，公司成立之初便创建了自己的品牌“ROMON”并在多国取得商标证书，一直致力于走自主品牌建设之路。公司在品牌建设方面下足了功夫。在国内外扩大经销商覆盖范围，主推罗蒙品牌在国际市场的影响力。

7）提升风险管理意识，推动组织持续经营

公司创立至今，在取得众多成就的同时，不断强化风险意识，推动组织的持续经营。为此，公司经营管理团队严格把控各部门工作中可能存在的风险点，密切关注外部环境中的潜在风险因素，积极采取风险预防措施，在国家政策、市场需求、产品质量、财务资金、运营管理等方面严格推行风险监测与保持风险敏感性，高层领导不断向公司各级员工灌输风险意识，强调市场竞争的残酷性及环境的复杂性，最小化各种潜在风险对公司的影响。在内部运营风险管理方面，公司对主要内部运营风险评价指标进行识别并采取预防措施，如财务管理每年定期对应收账款进行动态跟踪与管理，防范呆账和坏账风险。

图表2.1-11 罗蒙风险管理所采取的行动示例

风险类型	可能的负面影响	导致风险的主要因素	风险控制措施
经营风险	经营决策失误导致公司经营问题	产业政策变化、市场分析与定位不准、战略决策过程不合理等	成立战略管理小组，完善战略管理流程，运用科学的战略分析与制定工具，确保战略落地；建立战略监控管理机制，定期动态调整
财务风险	财务危机，影响收益，导致经营困境	税收、汇率等财务环境变化，投资、筹资措施不科学，资金回收与管理不善，分配政策不规范	建立完善的财务管理体系，健全全面预算管理、建立财务风险管控机制、不断提升资金周转率和使用效率等
品牌风险	品牌损害	重大质量事故或因舆情监控管理不当导致	持续完善内部品牌管理过程，建立舆情监控系统，维护品牌知名度与美誉度

风险类型	可能的负面影响	导致风险的主要因素	风险控制措施
质量风险	法律追责、产品失信	产品设计考虑不周、生产技术水平不够、生产过程把关不严	推行首席质量官机制、建立产品全生命周期管理体系，从设计-采购-生产-物流-营销-售后服务等全过程管控质量
安全风险	员工人身损害，资产损失，法律追责	全员安全意识不足、日常管理不规范、安全防护措施不到位	建立安全生产责任制，强化员工安全意识，定期开展安全生产培训，提升安全管理水平
环境风险	环境变化影响正常经营	气候恶劣变化、“三废”排放等	持续完善环境管理体系，每年开展关键场所环境影响因素的识别、评价和应对工作，建立方针、目标和管理方案等
市场风险	产品市场认可度降低、市场占有率降低	市场客户意见反馈处理不到位，产品售后服务不及时，产品上市管理不足	关注竞争对手、标杆企业的动态，分析市场竞争成功要素，努力形成自身核心竞争优势，把握市场变化，产品研发创新，并通过品牌营销，提升品牌形象
人才风险	人才流失、后备人才不足、关键岗位人才缺失、人员工作积极性不足	人才选拔、培养、配置、激励机制不健全，人才梯队建设不到位	注重人员内部培训与外部引进；建立储备干部培养制度，并重点培养、考察，逐步培养企业核心人才及未来领导者

8）加强未来管理者培养，建立组织人才梯队

为确保组织的延续性，根据人力资源发展规划，公司在人力资源管理过程中设定人才梯队建设这一关键绩效指标，定期开展人才盘点工作，识别组织的关键岗位及后备管理人员，对关键岗位继任者进行甄选、组织管理形式、培养方式、评估、晋升等内容进行梳理。

同时，公司针对不同类型岗位开展针对性的培训，通过专业技能、管理学科等方面的培训提升综合素质，结合公司内部培训以及外部培训、岗位轮换等方式，不断提升各级领导者的综合领导力。

9）建立科学的绩效评价体系以评价组织绩效

高层领导从财务、顾客与市场、内部运营、学习与成长、战略管理等方面定期评估组织的绩效和能力，并适时调整，持续改进，追求卓越绩效，提升组织的应变能力。

高层领导为了实现战略目标和行动计划，推行以目标管理为主的方法。每年的经营任务指标和方针确定后，将公司的年度经营任务目标化解成每季每月目标，向全体员工传达、分解，确保每一位员工都了解当年的目标任务。

公司高层领导进行绩效评审，并对未完成的指标加以明确，并进行跟踪，及时掌握

指标完成情况，必要时采取适当措施。

通过年度形势分析会、年度战略研讨会、月度例会、绩效考核等方式，定期对关键绩效指标、战略经营情况、生产经营指标、日常运营情况进行审核、评价，以不断改进组织绩效，采取必要的行动。

通过每月的成本、绩效考核、项目的分阶段例会等活动，对公司取得的阶段性经营结果、成功案例进行分析，及时总结，及时推广。

公司领导在年度战略讨论期间确立下年度公司层面的总体目标，各个部门根据目标进行分解，制定各自的行动计划。本年度的行动计划由总经理签署后实施。每月举办一次业务工作会议，对目标进度进行回顾和比较，由负责人汇报工作情况及下一阶段的工作实施计划。同时，高层领导积极引入先进的管理工具。

图表2.1-12 公司组织绩效评审方式示例

评价模块	评价内容	评价方法	评价周期
长短期绩效目标达成情况	关键绩效指标达成情况	经营分析会议、总结会议等	月度、季度、半年度、年度
	战略实施情况、战略调整	战略研讨会	次/半年
竞争绩效	主要指标与标杆和竞争对手对比	对比分析等	次/月
体系管理有效性	各项管理体系运行情况	运营部等部门内部审核	次/半年
	生产、消防安全及职业健康工作落实情况	企划部、生产部等相关部门进行评审	次/月
社会责任	公益支持、相关方利益的保护等	各相关方信息反馈、公益支持计划完成情况等	年度

10）确定和落实改进关键业务的优先次序，识别改进与创新机会

高层领导通过战略研讨会、管理评审会、定期的经营分析会等方式评价公司的关键绩效指标，以识别改进和创新的重点。根据绩效评审结果，按照与公司使命、愿景、目标、顾客满意度等相关性大小，确定改进问题，明确改进优先次序并识别创新机会，通过“立项”方式，明确责任部门和责任人，对改进计划采取重责考评限期改进等办法推进落实。一方面做好内部策划实施，另一方面及时沟通合作伙伴，以便步调一致，协同创新。

三、守法合规

公司遵守商业道德和法律规定，建立了完备的合规体系。公司合规体系包括内部合规制度、内部合规通报体系、内部监督制度和惩戒制度，重点关注环境、商业伦理、产品质量和供应链领域。

公司员工遵循诚实守信、平等公正、符合法规、不谋私利、利益回避和信息保密等基本准则。对待同事平等尊重；对待客户以提供高品质的产品和服务为己任；对待供应商诚信公正寻求双赢。要求员工在与政府等部门交易时必须要做到诚实、准确，严禁以公司或个人的名义向任何政府官员、党派等提供或许诺提供资金或财物以试图影响其决定。

四、绿色发展

随着全球环境保护意识的日益增强，企业绿色发展已成为不可逆转的趋势。在过去的一年中，我司积极响应国家关于生态文明建设的号召，深入实施绿色发展战略，致力于实现经济效益与生态效益的双赢，成效显著。

4.1 构建绿色生产体系

4.1.1淘汰燃煤锅炉，引进高效燃气锅炉

公司积极响应政府节能环保号召，主动淘汰燃煤锅炉，引进高效燃气锅炉，实现环保与能效的双重飞跃。期间克服了气罐场地、管路改造等诸多问题，迎难而上，累计投入超过150万元。

能源的消耗往往伴随着环境污染的问题，尤其是在传统的燃煤锅炉使用上，这一问题尤为突出。首先，燃煤过程中会产生大量的烟尘、二氧化硫、氮氧化物等有害物质，对大气环境造成严重影响。其次，燃煤锅炉的热效率相对较低，大量的能源在燃烧过程中被浪费，增加了公司运营成本。

相较之下，高效燃气锅炉具有诸多优势。燃气作为一种清洁能源，其燃烧过程中产生的污染物远远低于燃煤，对环境的压力大大减轻。同时，燃气锅炉的热效率远高于燃煤锅炉，能够更充分地利用能源，降低公司运营成本。此外，燃气锅炉还具有操作简便、安全可靠等优点，为企业提供了更加稳定、高效的热源。

在锅炉的选型上，公司也选择了高效低氮排放的日本三浦牌锅炉，每年进行废气监测，各项指标均远低于有组织废气排放依据《锅炉大气污染物排放标准》（GB 13271-2014）表 2 中燃气锅炉相关限值。

燃气锅炉：

配套电机：

4.1.2 不断更新重点用能设备，提高能源利用效率

公司使用的专业设备，如：裁布机、缝纫机、整烫机等功率都较低，不高于 1KW，一些重点用能设备主要集中在辅助设备如锅炉、空压机和空调等。其中空压机作为机械设备的一项主要动力来源，功率普遍较大，是当之无愧的重点用能设备。传统的空压机设备由于技术落后、设计不合理等原因，往往存在着能耗高、效率低的问题。而新型的空压机设备则采用了先进的技术和工艺，具有更高的压缩效率、更低的能耗和更长的使用寿命。

公司先后投入 17.3 万元，升级引进 5.5KW 和 7.5KW 马尔科牌永磁变频螺杆式空压机各一台，投入 19.6 万元，升级引进 YSFZ-8030 型高效真空泵 4 台，均为一级能耗等级。通过引进这些新型设备，可以显著降低能源消耗，提高生产效率，从而实现可持续发展。

空压机：

办公楼水冷空调机组：

配套电机：

4.1.3 实施照明 LED 替代，显著降低能耗

公司主营服装、服饰的生产加工，对生产场所的照度要求较高，无法单纯依靠自然采光实现车间照明，故在整体生产能耗中占比较大。

LED 照明技术以其高效、环保、长寿命等优点，逐渐成为了照明领域的新宠。与传统的白炽灯、荧光灯相比，LED 灯具的发光效率更高，能够将更多的电能转化为光能，从而减少能量的浪费。此外，LED 灯具的使用寿命也更长，减少了更换灯具的频率，降低了维护成本。因此，实施照明 LED 替代，是实现节能减排的有效途径。

LED 灯批量采购合同

甲方（采购方）：罗蒙集团股份有限公司

乙方（供货方）：宁波保善科技有限公司

鉴于甲方因改造升级需要，拟向乙方采购 LED 灯产品，双方经友好协商，根据《中华人民共和国合同法》及相关法律法规的规定，就本次采购事宜达成如下协议：

一、产品名称、规格及数量

1.1 产品名称：LED 灯

1.2 产品规格：通过 CCC 强制认证，产品能效 1 级。

二、产品质量与保证

2.1 乙方所供 LED 灯产品应符合国家相关质量标准和行业规范，且质量稳定可靠，性能优良。

2.2 乙方应提供产品合格证明、质量保证书等相关文件，确保所供产品符合合同约定的质量要求。

2.3 如因乙方所供产品存在质量问题导致甲方损失的，乙方应承担相应的赔偿责任。

三、产品价格与支付

3.1 本次采购 LED 灯产品的单价根据功率进行商定。

3.2 甲方应在合同签订后 30 日 内向乙方支付合同总金额的 80 % 作为预付款。

4.1.4 实现蒸汽计量可视化管理

公司在整烫环节需要使用到蒸汽，除了在提高锅炉燃烧效率上下功夫，从产气端进行把控，公司还在蒸汽的使用端严格把控，但由于用气点较为分散，遍布各个车间，所以在蒸汽的末端计量上非常具有挑战意义。

传统的蒸汽计量方式往往存在着精度低、数据记录不便等问题，难以满足现代企业对能源管理的需求。因此，引进具有高精度、实时数据记录功能的蒸汽计量设备成为了关键。这些设备能够实时采集蒸汽的流量、温度、压力等关键参数，并通过数据传输系统将数据上传至管理平台，为后续的可视化管理提供了数据支持。

为实现蒸汽的计量可视化管理，投资购进了大量先进的计量设备和软件系统，累计投入达 50 万元，能够对收集到的蒸汽数据进行处理、分析和可视化展示，由此管理者可以直观地了解蒸汽的消耗情况、变化趋势以及异常情况。这不仅有助于及时发现和解决蒸汽使用中的问题，还能为供气和用气平衡上提供有力支持，避免不必要的浪费。

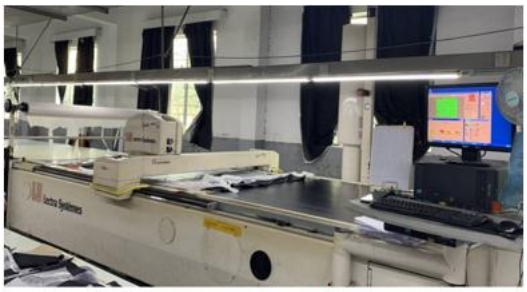
下图为公司蒸汽计量终端：

4.1.5 不断推进生产设备更新换代，实现自动化智能化发展

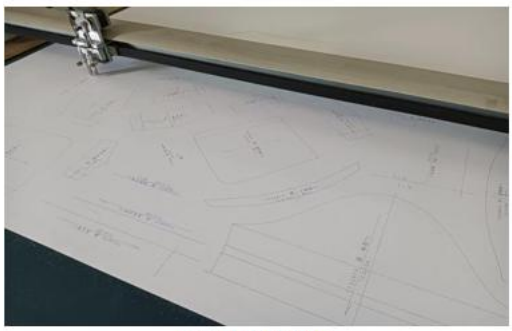
公司所在的服装、服饰生产加工行业是传统的劳动密集型产业，如何在保留传统工艺的基础，尽可能提高自动化、智能化水平是企业亟需解决的难题。

为此在基础设施方面，先后从意大利、法国、德国、日本、瑞士等过引进先进设备，拥有日本的自动电脑上袖机、剪切攀钉机、PMM 衬衫整烫设备，意大利的仿手工制边机，德国的杜克普 AFPW235 自动开袋机、CAM 自动裁床，瑞士 ETON 自动吊架系统等现代设备。实现劳动力替代，提高生产效率。

打板机



自动裁床

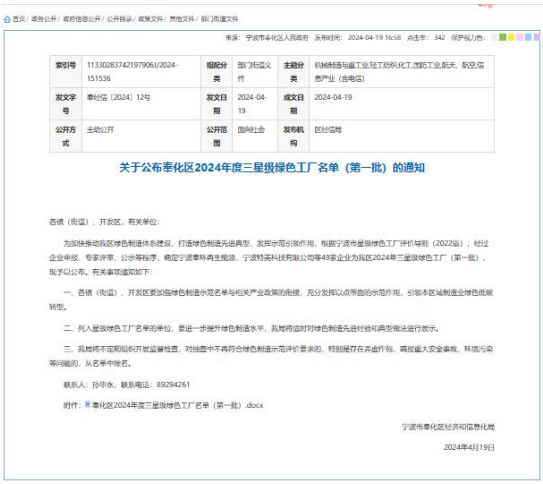


自动裁板机

自动模板机

4.2 创建绿色工厂

公司发布了《关于成立绿色工厂管理委员会的通知》，成立了绿色工厂管理委员会，负责绿色工厂相关制度的建设、方案实施、考核标准及奖惩；同时还在《绿色工厂管理制度》和《绿色工厂创建工作中长期规划》中明确了目标且可量化。



关于公布奉化区2024年度三星级绿色工厂名单（第一批）的通知

索引号	113302837421979061/2024-151536	组配分类	部门规章文件	主题分类	机械制造与重工业;轻工纺织;化工;国防工业;航天、航空;信息产业（含电信）
发文字号	奉经信〔2024〕12号	发文日期	2024-04-19	成文日期	2024-04-19
公开方式	主动公开	公开范围	面向社会	发布机构	区经信局

各镇（街道）、开发区，有关单位：

为加快推动我区绿色制造体系建设，打造绿色制造先进典型，发挥示范引领作用，根据宁波市星级绿色工厂评价导则（2022版），经过企业申报、专家评审、公示等程序，确定宁波奉科再生能源、宁波特美科技有限公司等49家企业为我区2024年三星级绿色工厂（第一批），现予以公布。有关事项通知如下：

一、各镇（街道）、开发区要加强绿色制造示范名单与相关产业政策的衔接，充分发挥以点带面的示范作用，引领本区域制造业绿色低碳转型。

二、列入星级绿色工厂名单的单位，要进一步提升绿色制造水平，我局将适时对绿色制造先进经验和典型做法进行宣示。

三、我局将不定期组织开展监督检查，对抽查中不再符合绿色制造示范评价要求的、特别是存在弄虚作假、瞒报重大安全事故、环境污染等问题的，从名单中除名。

联系人：孙毕永，联系电话：89294261

附件：奉化区2024年度三星级绿色工厂名单（第一批）.docx

宁波市奉化区经济和信息化局

2024年4月19日

4.3 建立能源管理体系

能源管理体系就是从体系的全过程出发，遵循系统管理原理，通过实施一套完整的标准、规范，在组织内建立起一个完整有效的、形成文件的能源管理体系，注重建立和实施过程的控制，使组织的活动、过程及其要素不断优化，通过例行节能监测、能源审计、能效对标、内部审核、组织能耗计量与测试、组织能量平衡统计、管理评审、自我评价、节能技改、节能考核等措施，不断提高能源管理体系持续改进的有效性，降低 CO_2 排放量，实现能源管理方针和承诺并达到预期的能源消耗或使用目标。

中经认证
证书编号：04425En0023R1M
能源管理体系认证证书
兹证明
罗蒙集团股份有限公司
统一社会信用代码：91330200713324 70X8
注册地址：浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路47号
审核地址：浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路47号
能源管理体系符合
GB/T 23331-2020/ISO 50001:2018
能源管理体系 要求及使用指南
该体系覆盖范围
西服、衬衫、大衣的生产过程所涉及的能源管理活动
（能源管理活动包括能源采购、能源转换、输送分配、最终使用）
（获证组织审核统计期内的能源种类、能源绩效、能源绩效核算边界及标有相同证书注册号的证书附件，证书附件是本证书组成部分，有关本证书多场所范围的细节见附件，本证书与附件一并使用方为有效）
（不能入认证范围的多场所不得使用认证证书和认证标志）
初证日期：2025年03月31日 有效期至：2028年03月30日 换证日期：2025年04月02日
北京中经科环质量认证有限公司 签发人：
公众号 证书查询

中经认证
能源管理体系认证证书附件
罗蒙集团股份有限公司
证书编号：04425En0023R1M

审核类型	能源种类	能源绩效	能源绩效核算边界
再认证	天然气、电力	2024年1-12月公司综合能耗1806.1806tce，产品单位产值综合能耗0.5351kgce/件，产品单位产值综合能耗19.1605kgce/万元；2023年1-12月公司综合能耗1853.5091tce，产品单位产值综合能耗0.5657kgce/件，产品单位产值综合能耗20.0534kgce/万元。	浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路47号罗蒙集团股份有限公司所辖场所（不包括1#、2#、3#、5#车间）
第一次监督	天然气、电力、汽油	2025年1-12月公司综合能耗1864.7000tce，单位产品综合能耗0.5395kgce/件，单位产值综合能耗19.3069kgce/万元。2024年1-12月公司综合能耗1806.1806tce，单位产品综合能耗0.5351kgce/件，单位产值综合能耗19.1605kgce/万元。	浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路47号罗蒙集团股份有限公司所辖场所（不包括1#、2#、3#、5#车间）

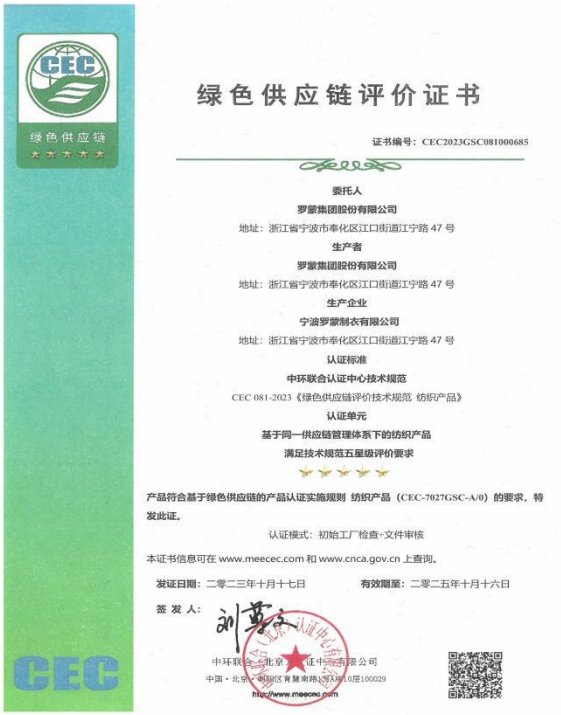
（本附件与其主证书同时使用方为有效）
北京中经科环质量认证有限公司
本附件颁发日期：2026年04月02日 修订：0 第1页 共1页

4.4 绿色供应链

公司在采购上施行绿色供应链管理，是在整个供应链中综合考虑环境影响和资源效率的现代管理模式，是将“绿色”和“环境意识”融入整个供应链中，以达到绿色制造的目的。绿色供应链的源头是原材料的供应，因此，选择、使用绿色材料对于绿色供应链、绿色产品的实现至关重要。

我们通过主动寻找具有环保意识的供应合作伙伴，并与供应商建立长期稳定的合作关系，双方共同致力于绿色标准的建设与维护，努力实现原材料在产品的设计生产制造以及产品使用过程中低毒少害符合并优于相关标准，对环境和资源低害，协同推动绿色生产。

在绿色材料的选择过程中，我们充分考虑环保特性，使产品既具有优良的预定功能，又有利于环保生态环境。公司在选择供应商时，以保护和资源节约作为合作依据，与供应商紧密沟通、协作，共同坚持“环境成本”的理念。在采购过程中，公司考虑供应商实施绿色供应链的情况，适当进行优先采购，引导供应商采用对环境友好的技术、材料和生产手段，保证供应链的可靠性。



绿色供应链评价证书

证书编号：CEC2023GSC081000685

委托人

罗蒙集团股份有限公司

地址：浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路 47 号

生产者

罗蒙集团股份有限公司

地址：浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路 47 号

生产企业

宁波罗蒙制衣有限公司

地址：浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路 47 号

认证标准

中环联合认证中心技术规范

CEC 081-2023《绿色供应链评价技术规范 纺织产品》

认证单元

基于同一供应链管理体系下的纺织产品

满足技术规范五星级评价要求

产品符合基于绿色供应链的产品认证实施规则 纺织产品（CEC-7027GSC-A/0）的要求，特发此证。

认证模式：初始工厂检查+文件审核

本证书信息可在 www.meecec.com 和 www.cnca.gov.cn 上查询。

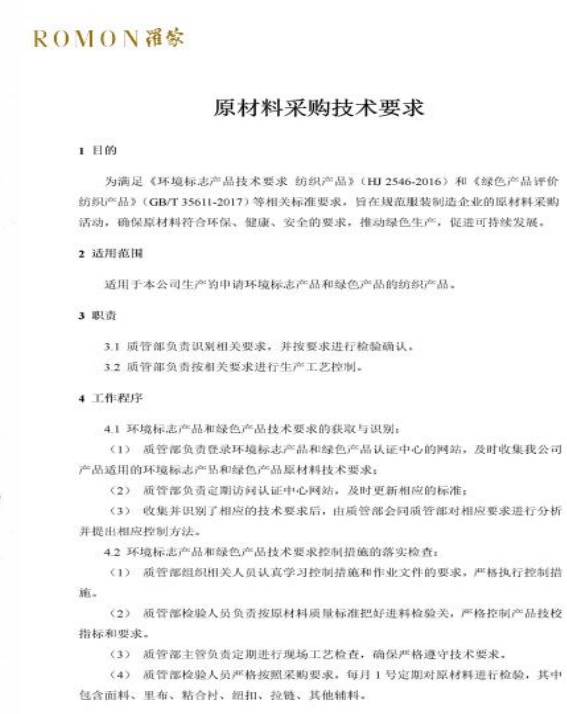
发证日期：二零二三年十月十七日　　有效期至：二零二五年十月十六日

签发人：

中环联合（北京）认证中心有限公司

http://www.meecec.com

5.4 面料生态纺织品认证证书



ROMON罗蒙

原材料采购技术要求

1 目的

为满足《环境标志产品技术要求 纺织产品》（HJ 2546-2016）和《绿色产品评价纺织产品》（GB/T 35611-2017）等相关标准要求，旨在规范服装制造企业的原材料采购活动，确保原材料符合环保、健康、安全的要求，推动绿色生产，促进可持续发展。

2 适用范围

适用于本公司生产为申请环境标志产品和绿色产品的纺织产品。

3 职责

3.1 质管部负责识别相关要求，并按要求进行检验确认。

3.2 质管部负责按相关要求进行生产工艺控制。

4 工作程序

4.1 环境标志产品和绿色产品技术要求的获取与识别：

（1） 质管部负责登录环境标志产品和绿色产品认证中心的网站，及时收集我公司产品适用的环境标志产品和绿色产品原材料技术要求；

（2） 质管部负责定期访问认证中心网站，及时更新相应的标准；

（3） 收集并识别了相应的技术要求后，由质管部会同质管部对相应要求进行分析并提出相应控制方法。

4.2 环境标志产品和绿色产品技术要求控制措施的落实检查：

（1） 质管部组织相关人员认真学习控制措施和作业文件的要求，严格执行控制措施。

（2） 质管部检验人员负责按原材料质量标准把好进料检验关，严格控制产品技校指标和要求。

（3） 质管部主管负责定期进行现场工艺检查，确保严格遵守技术要求。

（4） 质管部检验人员严格按照采购要求，每月 1 号定期对原材料进行检验，其中包含面料、里布、粘合衬、纽扣、拉链、其他辅料。

5.3 原辅材料第三方检测报告

OEKO TEX

Certificate

OEKO-TEX® STANDARD 100

江苏阳光集团有限公司

国家纺织服装产品质量检验检测中心（浙江）

宁波市产品食品质量检验研究院

（宁波市纤维检验所）

检 验 报 告

防伪码：D5BBC7A1E3BB

报告编号：NFIW2023C6126　　共 4 页第 1 页

样品名称	西服面料	商 标	/
委托单位	罗蒙集团股份有限公司	号型规格	/
生产单位	/	样品货号	311478-83
受检单位	/	样品等级	优等品
来样方式	客户提供	检验类别	委托检验
样品数量	1 块 全幅 1.4 米	送样日期	2023 年 12 月 12 日
检验时间	2023 年 12 月 12 日～2023 年 12 月 18 日	签发日期	2023 年 12 月 18 日
检验依据	GB/T 2664-2017 GB 18401-2010（B 类） FZ/T 20008-2015 GB/T 29256.5-2012 客户明示要求		
检验结论	该样品按上述检验依据和委托方要求检验，所检项目中拆下纱线线密度项目的检测结果提供实测值，其余项目的检验结果符合要求。 检验结果详见附页。		
备注	单位长度质量按客户明示要求判定。		

编制：　审核：　批准：

地址(Add)：宁波市高新区江南路 1588 号 F 座　Add: Building F#, No.1588, Jiangnan Road, Hi-tech Zone, Ningbo, China

电话(Tel)：(0574) 55331020　传真(Fax)：(0574) 55331060　网站(Web)：http://www.nbzjy.cn

4.5 绿色生态产品和设计

公司一直以《国家纺织产品基本安全技术规范》（GB 18401-2010）为原辅材料的基本门槛条件，尽可能选取通过国际环保纺织协会 Oeko-Tex100 生态纺织品认证的面料，从源头上确保材料绿色环保。产品已获得中国环境标志认证、CQC 环保产品认证、中国绿色产品认证、浙江制造等多项国内权威认证，实现了从源头到终点落实生态理念。

产品第三方检测报告

国家纺织服装产品质量检验检测中心(浙江)
宁波市产品食品质量检验研究院
(宁波市纤维检验所)

检 验 报 告

防伪码：3EB4732941AB

报告编号：NFIW202396859 共 4 页第 1 页

样品名称	上衣、裤子、中裙、马甲	商 标	/
委托单位	罗蒙集团股份有限公司	号型规格	165/84A
生产单位	/	样品货号	/
受检单位	/	样品等级	优等品
来样方式	客户提供	检验类别	委托检验
样品数量	各 1 件/条	送样日期	2023 年 09 月 20 日
检验时间	2023 年 09 月 20 日～2023 年 09 月 22 日	签发日期	2023 年 09 月 22 日
检验依据	GB/T 2665-2017 GB/T 2666-2017		
检验结论	该样品按上述检验依据和委托方要求检验，所检项目的检验结果符合要求。检验结果详见附页。		
备注	此栏空白		

编制： 审核： 批准：

地址(Add)：宁波市高新区江南路 1588 号 F 座 Add: Building F#, No.1588, Jiangnan Road, Hi-tech Zone, Ningbo, China
电话(Tel)：(0574)55331020 传真(Fax)：(0574)55331060 网站(Web)：http://www.nbzjy.cn

国家纺织服装产品质量检验检测中心(浙江)
宁波市产品食品质量检验研究院
(宁波市纤维检验所)

检 验 报 告

防伪码：04844610564F

报告编号：NFIW202396851 共 2 页第 1 页

样品名称	长、短袖衬衣	商 标	/
委托单位	罗蒙集团股份有限公司	号型规格	175/94A
生产单位	/	样品货号	/
受检单位	/	样品等级	优等品
来样方式	客户提供	检验类别	委托检验
样品数量	各 1 件	送样日期	2023 年 09 月 20 日
检验时间	2023 年 09 月 20 日～2023 年 09 月 22 日	签发日期	2023 年 09 月 22 日
检验依据	GB/T 2660-2017		
检验结论	该样品按上述检验依据和委托方要求检验，所检项目的检验结果符合要求。检验结果详见附页。		
备注	此栏空白		

编制： 审核： 批准：

地址(Add)：宁波市高新区江南路 1588 号 F 座 Add: Building F#, No.1588, Jiangnan Road, Hi-tech Zone, Ningbo, China
电话(Tel)：(0574)55331020 传真(Fax)：(0574)55331060 网站(Web)：http://www.nbzjy.cn

CHINA GREEN PRODUCT CERTIFICATION

中国绿色产品认证证书
CERTIFICATE FOR CHINA GREEN PRODUCT CERTIFICATION
证书编号：CEC105CGP202200351

认证委托人名称、地址
罗蒙集团股份有限公司
浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路 47 号
生产者（制造商）名称、地址
罗蒙集团股份有限公司
浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路 47 号
生产企业名称、地址
宁波罗蒙制衣有限公司
浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路 47 号
产品认证单元（产品信息详见附表）
直接接触皮肤纺织产品
依据标准/技术要求
GB/T35611-2017《绿色产品评价 纺织产品》

上述产品符合 CNCA-CGP-10:2021《绿色产品认证实施规则 纺织产品》的要求，特发此证。
认证模式：初始检查+产品抽样检验+获证后监督
本证书的有效性依据发证机构的监督获得保持，证书信息可在 www.meecec.com 和 www.cnca.gov.cn 上查询。

发证日期：二〇二二年八月三日 有效期至：二〇二七年八月二日
换证日期：二〇二四年八月六日
签发人：

CHINA GREEN PRODUCT CERTIFICATION

中国绿色产品认证证书
CERTIFICATE FOR CHINA GREEN PRODUCT CERTIFICATION
证书编号：CEC105CGP202200352

认证委托人名称、地址
罗蒙集团股份有限公司
浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路 47 号
生产者（制造商）名称、地址
罗蒙集团股份有限公司
浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路 47 号
生产企业名称、地址
宁波罗蒙制衣有限公司
浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路 47 号
产品认证单元（产品信息详见附表）
非直接接触皮肤纺织产品
依据标准/技术要求
GB/T35611-2017《绿色产品评价 纺织产品》

上述产品符合 CNCA-CGP-10:2021《绿色产品认证实施规则 纺织产品》的要求，特发此证。
认证模式：初始检查+产品抽样检验+获证后监督
本证书的有效性依据发证机构的监督获得保持，证书信息可在 www.meecec.com 和 www.cnca.gov.cn 上查询。

发证日期：二〇二二年八月三日 有效期至：二〇二七年八月二日
换证日期：二〇二四年八月六日
签发人：

产品认证证书
中国环保认证

证书编号：CQC19703221329 发证日期：2022 年 08 月 10 日 有效期至：2025 年 08 月 09 日

委托人名称及注册地址	罗蒙集团股份有限公司 浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路 47 号
品牌	
制造商名称及注册地址	罗蒙集团股份有限公司 浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路 47 号
生产企业名称及生产地址	罗蒙集团股份有限公司 浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路 47 号
产品名称和系列、特性、型号	西服、裤子 西服、裤子
产品标准和技术要求	GB/T 18885-2020
认证模式	产品检验+初审工厂检查+获证后监督

上述产品符合 00001-026789-2021 认证规则的要求，特此证书。
本证书有效期至：以各类证书规定日期，2019 年版 月 13 日
证书有效期内各证书的有效性依据发证机构的监督获得保持。

可通过国家认监委网站（www.cnca.gov.cn）查验证书信息

签发：谢肇煦
中国质量认证中心

HC 0034824

中国环境标志产品认证证书
证书编号：CEC2020ELP00911115

委托人
罗蒙集团股份有限公司
地址：浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路 47 号
生产者
罗蒙集团股份有限公司
地址：浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路 47 号
生产企业
宁波罗蒙制衣有限公司
地址：浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路 47 号
认证标准
中华人民共和国环境保护行业标准
HJ2546-2016《纺织服装产品有害物质（助剂产品）》
认证单元
非直接接触皮肤的产品
产品名称、商标/品牌、型号
详见证书附件

上述产品符合中国环境标志产品认证实施规则 ECC-1100EL-A/0 的要求，特发此证。
认证模式：初始工厂检查+型式检验+获证后监督
本证书的有效性依据发证机构的监督获得保持，可通过扫描左下方二维码确认。
本证书信息可通过 www.cnca.gov.cn（上查询）。

发证日期：
有效期至：
换证日期：
授权机构：中华人民共和国生态环境部
签发人：

中环联合（北京）认证中心有限公司
http://www.epcnc.com
中国·北京·朝阳区东雅路甲 5 号邮编 100029
中国环境标志计划编号 1101-4024-0 有效证书实况
本机构已通过全球环境标志国际合作体系（GEN）评审

中国环境标志产品认证证书
证书编号：CEC2020ELP00911116

委托人
罗蒙集团股份有限公司
地址：浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路 47 号
生产者
罗蒙集团股份有限公司
地址：浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路 47 号
生产企业
宁波罗蒙制衣有限公司
地址：浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路 47 号
认证标准
中华人民共和国环境保护行业标准
HJ2546-2016《纺织服装产品有害物质（助剂产品）》
认证单元
直接接触皮肤的产品
产品名称、商标/品牌、型号
详见证书附件

上述产品符合中国环境标志产品认证实施规则 ECC-1100EL-A/0 的要求，特发此证。
认证模式：初始工厂检查+型式检验+获证后监督
本证书的有效性依据发证机构的监督获得保持，可通过扫描左下方二维码确认。
本证书信息可通过 www.cnca.gov.cn（上查询）。

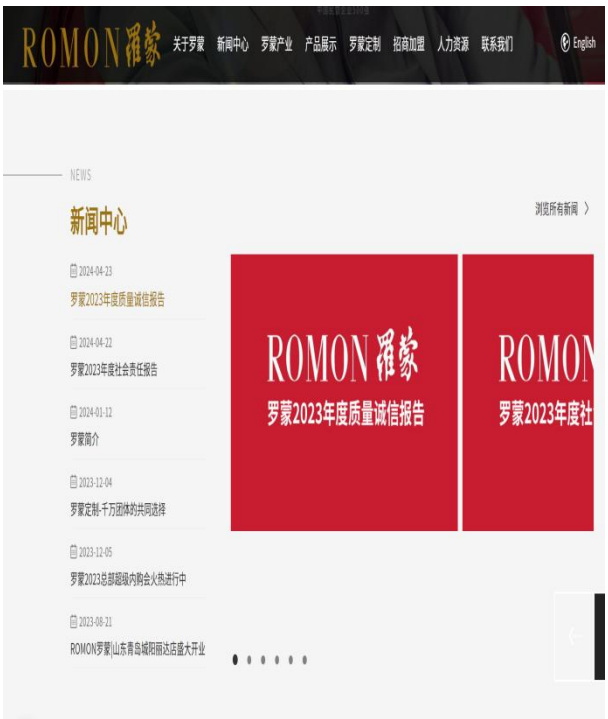
发证日期：
有效期至：
换证日期：
授权机构：中华人民共和国生态环境部
签发人：

中环联合（北京）认证中心有限公司
http://www.epcnc.com
中国·北京·朝阳区东雅路甲 5 号邮编 100029
中国环境标志计划编号 1101-4024-0 有效证书实况
本机构已通过全球环境标志国际合作体系（GEN）评审

4.6 绿色营销与市场推广

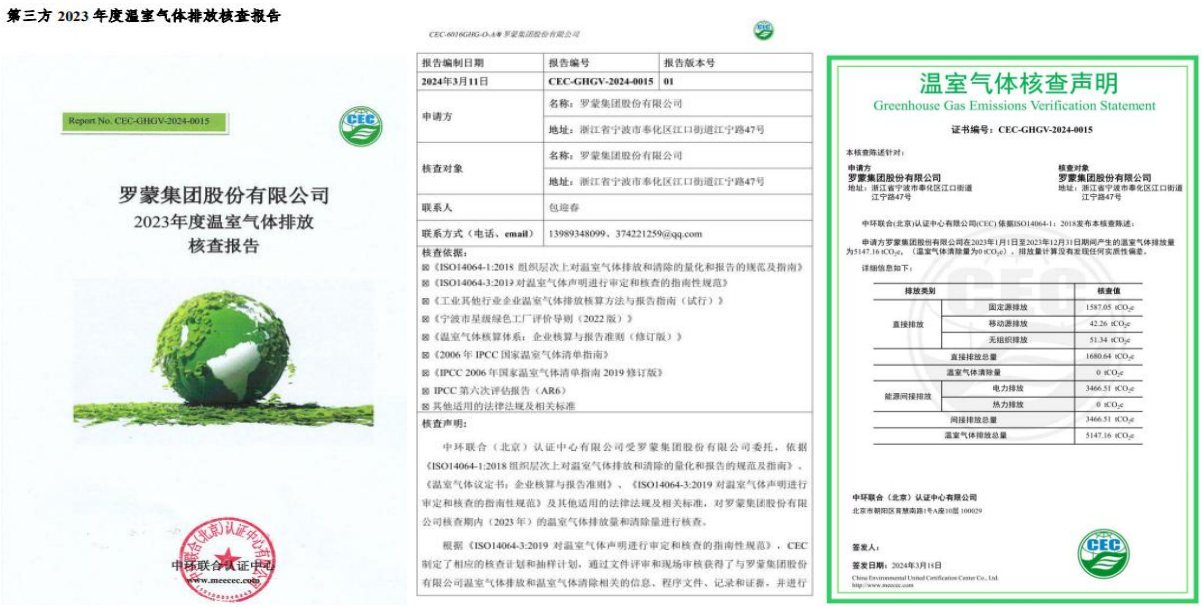
我们通过线上线下渠道，积极宣传绿色产品和企业的环保理念，推动建立和实施 ISO14001 环境管理体系，提高消费者对绿色环保的认知度和接受度。

与相关机构合作，开展了一系列环保公益活动，提升了企业的社会形象。



4.7 开展温室气体排放和碳足迹核查

通过系统的能源管理，降低能源成本，减少温室气体排放及其他相关环境影响。并依据相关标准，进行温室气体的核算。公司已委托第三方机构对 2023 年度碳排放进行核查，并同时开展了碳足迹核查，2023 年碳排放总量为 5147.16tCO2e，每功能单位碳足迹：7.29kgCO2e/件，为后续的节能降碳工作指明了方向。



报告编号：CEC2024-CFP-087-00025

罗蒙集团股份有限公司

313559/5A 白嵌条西裤

产品碳足迹核查报告

报告编写机构（公章）：中环联合（北京）认证中心有限公司

报告签发日期：2024 年 3 月 19 日

报告编制日期	报告编号	报告版本号
2024 年 3 月 14 日	CEC2024-CFP-087-00025	01

一、组织基本信息

名称	罗蒙集团股份有限公司		
企业地址	浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路 47 号		
统一社会信用代码	91330200713324708X		
联系人	包迎春	电 话	13989348099

二、核查依据

- CEC 087-2024 产品碳足迹种类规则 服装；
- CEC-7061CVP-1/0 产品碳足迹认证实施规则 服装
- ISO 14067:2018 温室气体产品的碳排放量化和交流的要求和指南；
- PAS 2050:2011 产品和服务在生命周期内的温室气体排放评价规范。

三、目的

1、初次核查：核查组织系统边界范围内的产品碳足迹是否符合核查依据。

四、核查信息

1. 本次核查为产品碳足迹（CFP）核查。
2. 核查组成员：

1）组长及组员：

核查组	姓名	资格	注册证书号码
组长	郭聪	温室气体核查员	2022-YIGHG-2077207

2）技术专家：侯亲、李钥

3）核查组同行人员：无

3. 技术评审组：

姓名	职责	资质	专业领域
曹娟	技术评审	温室气体核查员、自愿性产品认证检查员	☒
崔晓冬	技术评审	温室气体核查员、自愿性产品认证检查员	☒

4. 核查时间和核查地点：

☐非现场：

☒现场：核查时间：2024.2.24-25，核查地点：浙江省宁波市奉化区江口街道江宁路 47 号

5. 核查覆盖的时期：2023 年 1 月-2023 年 12 月

产品碳足迹认证证书

CEC

4.8 总结和规划

绿色发展是公司可持续发展的重要组成部分。在过去的一年中，我公司在绿色发展方面取得了一定的成绩，但我们也清醒地认识到存在的问题和不足。未来我们将继续秉承绿色发展理念，加大投入力度，完善管理机制，推动企业在绿色发展的道路上不断前行。

4.8.1 加大绿色生态产品技术研发投入

尽管我们在绿色技术研发方面取得了一定的成果，但相对于国际先进水平仍有较大差距。未来我们将加大研发投入，引进更多优秀人才，提升绿色技术的创新能力。

4.8.2 完善绿色供应链管理

在绿色供应链管理方面，我们仍需加强与供应商的沟通和合作，共同推动绿色供应链的构建和完善。

4.8.3 进一步提高员工环保意识

尽管我们加强了员工的环保培训，但仍有部分员工的环保意识不强，对环保工作的重视程度不够。未来我们将继续加强环保教育，提高员工的环保意识和参与度。

五、回报股东

企业只有不断创造股东价值，才能吸引股东资本，实现稳步发展。有效地提升股东价值，能增强公司在资本市场的竞争力，同时也有利于公司的持续经营。企业的决策者应主动协助股东和投资者增加对企业的了解，唤起对企业的兴趣， 刺激投资者对企业的长期投资，在股东和投资者心目中树立良好的形象。

5.1保障股东权益

公司始终坚持及时向债权人通报与其债权权益相关的重大信息，配合债权人了解公司有关财务、经营和管理等情况，进一步加强投资者关系管理工作。针对投资者关系管理中存在的薄弱环节，公司丰富和完善了公司的网站功能，建立网络、电话、邮件等多方位的沟通渠道，通过充分的信息披露加强与投资者的沟通， 促进投资者对公司的了解和认同，树立公司良好的市场形象与投资者营造良好的内外沟通运行环境，保证投资者关系的健康、融洽发展。

六、服务客户

很多客户对企业的评价当中相当多的原因不是由于产品质量服务等实质性问题，而是企业与客户之间的沟通不够。因此，与客户保持沟通、特别是高层的沟通渠道畅通是非常重要的，只有产品质量与服务质量双重保障才能获得客户的最终满意和认可。公司坚持全生命周期式的理念。针对客户开展的服务工作，不断优化服务流程，提升服务理念，强化服务质量，急客户之所急，想客户之所想，在初期的工作中得到了客户的充分肯定。

七、造福员工

对于员工，公司始终“以人为本，以情感人，制度管人”的管理理念，致力于打造一个和谐的“家”文化工作环境，让员工轻松愉快地工作和生活。

7.1确保员工权益

在全球经济形势不稳定、变化多变的影响下，在公司身处逆境的时候，如何处理好职工利益和公司的利益关系，稳定队伍，凝聚人心，储备人才，是摆在公司管理层面前一个重要难题。员工是企业最宝贵的财富，企业的发展离不开员工的辛勤劳动，公司始终秉承“为员工创造机会”的价值观，在企业发展的同时， 没有忘记对员工的回报，并致力于提高和改善员工的工作环境，职业发展平台以及合适的收入。

当前严峻的经济环境给企业的生存带来了巨大压力，公司现有的人力资源素质和结构与经营规模失调，更与公司转型新模式的要求不匹配。在此情况下，企业不得不进行结构调整，优化人力资源结构，推行减员增效。并采取多种方式竞争上岗。对于年纪大的员工企业不是简单的将其推向社

会，而是尽最大的能力提高内退标准，企业内退员工工资标准高于行业和地区的标准，能够满足内退人员的基本生活保障。公司在减员增效过程中，确保员工享受合法权益，未发生任何影响企业稳定、社会稳定的不良事件。

图7.1-1 员工福利示例

7.2重视职业健康安全

公司始终坚持“以人为本，遵纪守法，生产安全，杜绝事故。”的方针，以超前预防作为安全工作的核心，以安全生产责任制为重点，以安全评价、考核、责任追究和过程动态控制为手段，以安全教育培训为保障，以安全生产标准化为主体，建立安全生产的长效机制。

公司十分重视、关爱员工的健康，除了按照国家及地方有关社会保险方面的法律、法规参加社会养老保险、基本医疗保险、工伤保险、生育险等社会保险外， 为进一步解决职工对医疗、健康的需求，为全体员工购买商业保险的补充医疗保险，为出差员工购买意外伤害保险，让职工更多的享受医疗保障，适度减轻个人住院费用负担、解决特殊工种岗位疾病导致的经济损失、补偿经常出差在外职工疾病、意外伤害和乘坐交通工具所引发的风险带来的损失，尽力完善员工的保障范围，免除员工的后顾之忧。

图7.2-1 服装义卖及员工爱心活动

公司也十分重视职工群众的身心健康，工会牵头成立兴趣小组，积极开展活动，并组织

员工技能比拼、运动会等活动。职工可以根据自己的爱好特长和情趣，展示自己的才华，充实精神生活，既活跃了职工的精神生活，也增强了企业的向心力和凝聚力。

7.2-2 长城齐唱《我的祖国》

7.3拓展员工职业成长

随着公司产品结构优化调整步伐加快以及尽快提高公司技术创新能力，适应市场对科技人才的需求，现有技术人员资源已不能满足公司发展的需要，为保证公司各技术岗位能够及时有效地补充所需的优秀人才，适时、适度、适量地招收一批不同地区不同学校的优秀大中专应届毕业生，并加以培养，使其尽快胜任工作，解决公司现有人力资源不足，改善公司人才结构，提高公司人才创新能力。

公司在招聘引进人才的同时，注重人才培养措施，根据公司发展的需要和稳定人才的工作实际，建立技术、管理、技能人才骨干队伍，争取逐步形成结构合理、高效精干的人才队伍群体，以满足公司参与市场竞争和追赶世界先进水平的需要。为此，企业制定了人才培养措施和人才培训计划，面向市场和研发，实施人力结构调整，着力建设后备人才库、开发分类课程、优化内部讲师队伍、打造校企合作基地、依托网络系统搭建公司网络学习平台，重点实施营销人才、核心管理人才、关键技术人才、重点高技能人才、班组长、三年以内新员工、第二能力开发等几大人才培育专项工程。这些措施计划，有利于增强人才队伍的责任感和使命感，强化企业荣誉感和忠诚教育度，提高人才队伍的工作主动性、创造紧迫性，这不仅是公司发展需要，也是国家建设制造强国的需要。公司不断完善用人机制，大力营造一个良好的施才环境，加大优秀人才的引进力度，以待遇吸引人，以事业留住人，以感情打动人。采取多种渠道发现、培养、造就人才，实施“走出去、引进来”两条腿走路方略， 促进人才队伍技术技能素质的迅速提升。

7.4完善管理体制与软环境建设

公司建立了以人为本的人力资源开发和管理工作系统、激励机制和员工培训与教育体系。公司始终坚持观念创新、制度创新的原则，创造一种公平、公正、公开的氛围，建立一套充分发挥个人潜能的机制，提供一个充分实现自我价值的发展空间。公司人力资源部对各部门岗位进行普查，并进行关键岗位识别，加大对关键岗位的人力资源配置和管理，建设公司后备人才梯队，完善人才引入制度， 形成“能吸引、有门槛、留得住、有限制”的合理化人力资源管理。

人才的培养离不开软环境和硬环境的建设，软环境方面，加强技术人员、管理人员、技术工人的团队建设，团队作为一个集体，是一个企业发展和竞争的核心力量，企业与企业之间的竞争，关键是团队与团队之间的竞争，通过领导协调， 各团队分工合作，互敬、互爱、互助、互学，逐渐磨合，形成优势互补、取长补短，相互克服、相互激发，最终实现最高的工作效率。

7.5构建祥和工作氛围

公司十分注重调动全体员工的积极性，在推出与员工切身利益密切相关的政策、规定时，公司都通过座谈会、协商会、专题调研等形式，广泛听取意见。对职工反映的问题进行认真地调查并通过职工代表大会、工会等方式进行讨论、研究，给予解决和答复，使广大员工感受到自己是企业的主人，企业是自己的家。为使员工了解企业的经营情况、发展战略、改革措施等重大事项，搭建员工与高层管理人员的有效沟通平台和渠道。公司工会制定了员工定期座谈会管理办法， 每月设定员工接待日，听取员工对公司发展过程中的意见和建议及员工最关心、最直接的问题和意见，解答员工的凝问。

同时，通过举办多种多样的文艺活动、体育竞赛、素质拓展、培训讨论等活动来增强员工凝聚力和向心力，提高员工身心素质。家庭是企业的细胞，只有职工家庭唱响和谐之音，职工才能全力以赴地投入到工作中，企业才能实现稳定发展。公司深入实施文明家庭创建工程，努力构建和谐稳定家园，为公司的稳定健康发展创造安定向上的良好氛围。

八、奉献社会

公司发展离不开社会各界的支持，同时公司对社会也应履行社会责任。公司领导十分重视公益支持，积极主动履行公共责任，回报社会。

结合公司的发展战略，在公司战略规划上，专门规划出部分资金用于的公益活动。罗蒙制衣在自身发展的同时，也不忘回馈社会，集团以“美化生活、贡献社会”为宗旨，公司先后为贵州丹寨民族中学和本地十余所中小学建造教学楼和增添设备，同时增设大学生“爱心助才”工程及西藏大学助学基金；公司在教育、扶贫济困、改善交通、新农村建设、社会

慈善事业等方面，累计捐赠款达1亿人民币。公司组织红十字凡心志愿服务队，不定期开展送温暖、便民服务活动，作出了无私的奉献，弘扬了良好的社会主义道德风尚，展现了罗蒙人的无私奉献情怀，树立了和谐企业的新形象。

日期	捐赠项目/受捐方	金额/物资
2024.02.24	宁波市奉化区红十字会	50.5775万
2024.12.27	宁波市奉化区红十字会	50.5710万
2023.06.07	宁波市奉化区红十字会	373.1429万
2023.01.10	宁波市奉化区慈善总会	10万
2022.10.10	奉化区红十字会捐款	50万元
2020.06.05	封城中学捐赠防疫物资	10000只口罩
2020.02.02	奉化区红十字会捐款	30万元
2019.06.03	孟津县朝阳镇第二中心小学	10名贫困学生夏秋衣物各10套
2017.12.07	兰馨关爱基金捐款	30万元
2017.10.11	“爱心旅游直通车”	50个特殊家庭
2010.05.21	西藏大学捐款	306万元
2008.05.22	“情暖灾区”四川地震捐款物	500万元

图8.1-1 公益事业支持活动

九、合作伙伴

每一个伙伴关系都有其独特的成功因素，这与公司独特的环境相关联。然而在不同产业国家与市场中，每个成功企业的业绩后面，有三个共同的因素存在于每个成功的伙伴关系中：贡献、亲密、远景。这三个因素是促使伙伴关系成功不可或缺的因素。

9.1共享共赢

公司早年就推行供应商整合调整项目，即培养一批优秀的供应商，合并或放弃一批零散繁杂的小供应商，使得供应商的积极性得到了充分发挥，公司与供应商的关系不再是简单的买卖关系，而是一种共生共荣，共享共赢的战略合作伙伴关系。目前，公司与一些国内大型知名企

业都建立了良好的合作关系。

9.2杜绝商业贿赂

随着公司的发展，供应商采购管理中的地位显得越来越重要。公司对供应商的选择是在ISO 9001、ISO 14000、ISO 45001三大体系文件的原则下进行的。公司固定资产购建、原辅材料采购、办公用品采购以及闲置资产处置等原则上都采用招标方式进行采购。这不仅给供应商搭建一个公平、公开、公正的竞争平台，也对供应商的不断推陈出新、优胜劣汰建立了正常渠道，并且能有效杜绝商业贿赂，维护供应商的利益，保证了供应商队伍的健康发展。

十、存在问题及改进

公司在履行社会责任各方面做了大量的工作，但与相关规定仍存在差距。面对现在市场经济下行压力增大，市场需求低迷，面对中国经济新常态下的发展，不得不面对罗蒙转型发展中的不适应：一是规模和效益方面：公司整体经济效益增长趋势走低，公司经营管理有待进一步完善。二是人员结构和薪酬方面：人员结构优化结果与预期还有差距，薪酬结构和薪酬水平与规模和效益不匹配，有待进一步深化改革。三是国际化的竞争水平不高，国际化战略刚见雏形、国际化市场资源配备不科学。四是商业模式传统并单一，还未完全实现工业服务商转型。

未来三年，是我们 “雄鹰展翅翱翔”之年。公司将继续专注于中高档西服、衬衫的研发、生产和销售业务，瞄准国际前沿技术，坚持以实业经营为根本，以资本运作为手段，二者循环促进，推动公司成为服装行业的创新者和领导者， 贯彻“以人为本、科技创新”的经营理念，最终实现“成为世界领先的大众时尚第一品牌，引领服饰时尚潮流”的愿景。

明确了发展战略为：

未来的三年内，公司会继续坚定走专业化、国际化、品牌化的发展战略之路。专注核心技术和工艺的突破，转向高新技术、高新市场、高附加值的产品领域，提升持续创造新的经济增长点；推进智能制造，形成先进的制造体系，确保从量的扩张到质的提升；加速生产方式的转型升级，从以OEM为主转到以ODM、OBM为主；加速经营方式的转型升级，从“粗放低效型”转向“精益高效型”。

总之，在国家发展规划的引领下、在市政府的大力支持下，通过努力，相信公司未来三年规划会顺利实现，为当地经济的繁荣发展献上一己之力！最终造福股东、造福员工、造福社会。实现用心做好品质，提升行业地位，扩大健全全球化市场占有率，成为全球中高档西服领跑者。