

中国纺织服装企业ESG绩效评估报告

2024-2025

中国纺织工业联合会社会责任办公室
远东信用管理有限公司
东华大学
二零二五年 十一月

《中国纺织服装企业ESG绩效评估报告2024-2025》编委会

指导委员会：

阎 岩 中国纺织工业联合会副会长、
中国纺织工业联合会社会责任办公室主任
梁晓晖 中国纺织工业联合会社会责任办公室首席研究员
沈 滨 东华大学旭日工商管理学院副院长、教授、博士生导师

项目负责人：

王 静 中国纺织工业联合会社会责任办公室研究员

研究团队：

中国纺织工业联合会社会责任办公室
郑 剑、刘 卉、王 霄、陈渤之、李依菱、张依然、任婧铭、聂瑞阳

东华大学
邹典好、李雨欣、徐凡淇、毕贺晴、郭思齐、黄歆迪

引用：

中国纺织工业联合会社会责任办公室, 远东信用管理有限公司, 东华大学(2024),
中国纺织服装企业ESG绩效评估报告(2024-2025)。

联系方式：王静, 15650701345, wangjing@ctic.org.cn。

目 录

专题一：新时期产业工人队伍建设改革	1
专题二：建设家庭友好工作场所	4
一、背景	7
（一）国际层面：全球政策格局深刻演变，分化与深化趋势并行	7
（二）国内层面：ESG 建设进入快车道，政策与实践协同推进	7
（三）行业层面：构建 ESG 新生态，从合规走向价值创造	8
二、信息披露情况	9
三、ESG 评估结果	10
（一）总体情况	10
（二）环境维度评估结果	12
（三）社会维度评估结果	17
（四）公司治理维度评估结果	21
四、主要业务领域 ESG 绩效	26
（一）整体对比	26
（二）服装零售	27
（三）家用纺织品	34
（四）产业用纺织品	40
（五）纺织制造	43
（六）成衣制造	46
五、结论	50
（一）整体格局：企业间绩效分化显著	50
（二）环境维度：末端治理向绿色创新艰难转型	51
（三）社会维度：深层治理与人文关怀亟待加强	52
（四）治理维度：ESG 融入与供应链管理亟待提升	52
附录一：中国纺织服装企业 ESG 绩效评估方法论	54
（一）识别评估对象	54
（二）确定信息收集范围	54
（三）构建评价指标体系	54
（四）确定评估建模方法	54
附录二：纺织服装企业 ESG 评估指标（2024-2025）	56
附录三：纺织服装上市企业 ESG 绩效评估结果（2024-2025）	59

专题一：新时期产业工人队伍建设改革

近年来，我国产业工人队伍建设改革在政策引领和多方推动下，呈现出积极的发展态势，成为推动产业升级和社会进步的重要力量。2017年，中共中央、国务院印发《新时期产业工人队伍建设改革方案》，提出要把产业工人队伍建设作为实施科教兴国战略、人才强国战略、创新驱动发展战略的重要支撑和基础保障，纳入国家和地方经济社会发展规划。2024年，中共中央、国务院印发《关于深化产业工人队伍建设改革的意见》，聚焦于强化思想政治引领、发展全过程人民民主、完善技能形成与职业发展体系、完善劳动经济权益保障机制、搭建建功立业平台、壮大产业工人队伍、凝聚全社会合力等关键领域。

纺织服装行业积极探索相关改革措施，以适应产业升级和经济转型的需求。这场深刻的变革不仅关乎纺织服装企业的核心竞争力提升，更直接影响千万产业工人的职业成长与权益保障。行业企业在2024报告期内积极开展相关工作，现将良好实践梳理如下，鼓励更多企业将其纳入报告的披露范围。

（一）强化思想政治引领

孚日股份由集团党委牵头抓队伍建设，实施“双培双推”机制，把管理、技术、生产骨干培养成党员，也把党员培养成骨干，同时开展各类主题活动，在强化产业工人队伍党建、弘扬劳动精神等方面取得良好成效。雅戈尔实施“红领袖工程”，推行党委班子与经营管理层交叉任职，设立“党员示范岗”“党员攻坚队”，注重培养党员带头的技术工人队伍，并在产业工人党建和精神弘扬重点工作中积极布局。

（二）发展全过程人民民主

恒逸石化积极推进民主管理制度化、规范化、法治化建设，不断完善职工代表大会制度，通过职代会、座谈会、问卷调查、员工信箱、公众号、视频号等多渠道搭建民主沟通桥梁，及时响应员工诉求。公司员工工会入会率达到100%。公司持续完善“逸哥逸姐”基层政委机制，深入一线倾听员工心声，收集合理化建议，切实保障员工知情权、参与权、表达权和监督权。

（三）维护劳动经济权益

华孚时尚推出员工持股计划，核心业务技术骨干参与其中，增加产业工人经济收入，增强其成就感与归属感；并通过该计划强化组织保障，进一步激励与凝聚产业工人队伍。

（四）搭建建功立业平台

安踏体育在搭建建功立业平台方面，深入开展鞋服技能大赛，激发产业工人创新创造活力，还通过“二元制学历提升”与“制鞋工职业技能认定”项目提升员工技能。

（五）完善产业工人技能形成体系

桐昆股份聚焦产业工人技能培养，建立了“高层引领-青年接力-基层夯实”的三层立体化人才体系。在一线技能人才培养方面，通过内训师体系（认证 121 名内训师），近三年开展专业技能培训 170 余场，覆盖员工 4 万人次，形成了常态化、全覆盖的培养格局。同时，定期开展操作技能比武和劳动竞赛，发挥“师带徒”作用，强化职工技能本领。集团高级工及以上高技能人才超 4000 人，中级及以上职称人员 527 人，其中高级职称 67 人、正高级职称 7 人。

（六）健全职业发展体系

酷特智能建立“纵向晋升+横向流转”职业发展机制，工人既可通过技能评级晋升技术岗，也可跨车间流转至管理岗。与此同时，公司建立了完善的职业健康安全管理体系，定期开展健康体检与安全培训，全年安全事故发生率保持为零。

恒辉安防构建多层次职业发展体系，技术工人可晋升至首席技师、技术总监岗位，也可横向转岗至质量管控、设备维护等岗位。另外，公司进一步完善职业健康安全管理体系，建立员工健康档案，并实行作业环境实时监测制度。

（七）壮大产业工人队伍

南山智尚实施青年技能人才引育计划，每年吸纳 200 余名青年加入产业工人队伍；同步开展“农民工技能提升专项行动”，通过定制化培训助力农民工成长为高素质纺织技术工人，累计培育出 3 名省级工匠。

华利集团大力培养大国工匠，成立劳模创新工作室，成功培育出 2 名国家级工匠；推出青年就业激励计划，广泛吸引高校毕业生与职校生加入，并同步开展农民工技能转型培训，全年累计培育高素质现代产业工人 300 余人。

万事利依托“大师工作室”培育大国工匠，每年吸引 150 余名青年加入；针对农民工群体实施学历提升与技能培训双轨赋能，全年培育高素质现代产业工人 200 余人。

专题二：建设家庭友好工作场所

随着社会经济的发展与进步，企业承担社会责任意识不断增强，家庭友好政策逐渐成为企业可持续发展的重要考量因素之一。中国纺织服装业作为国民经济和社会发展的支柱产业，创造了超过 2000 万的就业机会，其中 60% 以上为女性。在国家生育友好政策的背景下，纺织服装企业通过建立家庭友好政策，构建家庭友好工作场所，维护职工家庭责任和工作的平衡，保护女性职工权益，具有重要意义。

为了推广家庭友好政策在更大范围内的推广和落实，中国纺联社会责任办公室在 2024 年 8 月发布《纺织服装企业家庭友好政策实施指南》，为企业提供了可实操、能落地的管理工具。行业企业在 2024 报告期内积极开展相关工作，现将良好实践梳理如下，与此同时鼓励更多企业利用上述工具积极推进构建家庭友好型工作场所。

（一）完善管理制度

安踏体育与中国纺织工业联合会（CNTAC）合作，选取服装和鞋供应商参与建设“家庭友好的纺织企业（FFF）”项目，帮助供应商构建更包容的职业环境，建立更完善的企业制度，设置四点钟学校、开设暑托班、提供家属食宿便利、开放孕妈绿色通道等行动，让员工在工作之外享受到生活的便利。

中国利郎通过实施“性别中立招聘制度”，在岗位招聘中隐去性别信息，2024 年新入职员工男女比例达 1:1，基层岗位女性占比提升至 45%。特步国际以性别平等为核心目标，2023 年管理层中女性占比达 36%，并设定 2030 年女性管理层比例提升至 40% 的目标，推动职场性别均衡。

（二）促进同工同酬

晶苑国际对男女员工薪资差距进行第三方审计验证，2024 年男女员工薪资差距仅为 1.2%，确保同岗位、同资历员工薪资无性别差异。同时，公司内女性员工占比超 50%，为女性提供与男性同等的晋升通道，2023 年女性晋升人数占总晋升人数的 48%。

九牧王在劳动合同中明确“男女员工同工同酬”条款，由人力资源部和工会联合监督执行，每年开展2次薪资合规审计，确保无性别歧视；为男女员工提供同等的技能认证机会，认证通过后薪资调整幅度一致；2024年女性员工技能认证通过率35%，男性33%，差异极小。

（三）支持家庭照护

1. 儿童照护支持

森马集团为员工子女提供“普惠托育服务”：与外部优质托育机构合作，员工子女入托可享受5折优惠，覆盖0-3岁婴幼儿。女性员工产假期间，公司额外发放“育儿补贴”，且每年举办“员工亲子开放日”，提供免费亲子活动场地及专业指导，支持家庭互动。

太平鸟推出“弹性育儿排班”，家有3岁以下子女的员工，可申请“早九晚四”缩短工时制（薪资按实际出勤核算，不扣绩效）；办公园区内设立“亲子活动室”，员工加班时可临时托管子女，配备兼职保育员。

思捷环球推出“弹性工作制+远程办公”选项，支持员工平衡家庭与工作；佐丹奴国际推出“全球育儿支持计划”，员工生育后可申请最长6个月的“半薪远程办公”，同时提供育儿知识线上课程，免费向员工及家属开放。

2. 老年人照护支持

雅戈尔设立“长辈照护专项补贴”，员工需长期照顾60岁以上失能父母的，每月可领取1200元补贴，凭赡养证明申请。企业与本地三甲医院合作，为员工父母提供“绿色就医通道”（优先挂号、住院协调），每年为员工父母提供免费体检。推出“敬老探亲假”：入职满3年的员工，每年可申请5天带薪探亲假，往返路费报销50%。

红豆集团为员工父母购买“老年人意外险”（公司全额承担保费），覆盖意外医疗、伤残等保障。针对异地员工，提供“长辈照护咨询服务”，包含养老机构推荐、居家护理指导。员工因父母重病需陪护的，可申请“无期限弹性休假”，为员工保留岗位，复工后优先安排原岗位或同等岗位。

（四）预防和制止家庭暴力

晶苑国际在其2024年ESG报告中，将“反家暴”纳入员工权益保护体系，在《员工行为准则》中明确“反对任何形式的家庭暴力”，同时规定“公司不得因员工遭受家暴而歧视、降薪或解雇”，保障受害者的职场权益；设立“员工权益保护热线”（匿名接听），遭受家暴的员工可通过热线申请心理疏导、法律咨询等支持。并与当地妇联合作，为有需要的员工对接反家暴庇护所、法律援助等外部资源，同时为受害者提供临时生活补贴，最高3000元。

森马集团将“反对家庭暴力”纳入《员工权益保护手册》，明确规定“公司不得因员工遭受家暴而歧视、降薪、解雇”，同时禁止员工对家人实施家暴，纳入员工行为红线。设立“反家暴专项热线”，24小时匿名接听，对接专业法律援助机构和心理咨询师，为受害者提供免费咨询。遭受家暴的员工可申请“临时安置补贴”（最高5000元），用于支付临时住宿、生活开支，同时可申请调岗或调整工作地点。

雅戈尔将“反家暴知识”“维权途径”纳入新员工入职培训及年度员工大会宣讲内容，发放《反家暴维权手册》。由工会成立“反家暴帮扶小组”，为受害者提供一对一协助，如收集证据、对接相关部门，同时为其保密个人信息。除此之外，为遭受家暴且面临经济困难的员工，提供最高3万元的无息贷款，用于解决临时生活或法律诉讼开支。

一、背景

在全球可持续发展进程不断深化的背景下，环境、社会与治理（ESG）已从理念走向企业核心竞争力的重要维度。2024—2025年，国际监管框架加速完善，国内政策体系持续构建，中国纺织服装行业ESG建设进入制度深化与能力提升的关键阶段。过去一年多，全球与中国的ESG进程同步加快，国际社会持续完善监管体系，国内政策体系逐步成型。新的规则、标准与评价机制正在重塑企业的治理逻辑与发展路径。

（一）国际层面：全球政策格局深刻演变，分化与深化趋势并行

据彭博数据，2025年全球ESG资产管理规模将突破53万亿美元，占全球资产管理总量的三分之一以上。然而，2024年以来，主要海外市场的ESG政策风向不一：欧盟在保持其ESG监管体系完整性的同时进行策略性简化，而美国则在联邦层面出现了明显的政策回撤。

欧盟继续通过立法构建全面的ESG监管框架，核心指令包括《企业可持续发展报告指令》（CSRD）和《企业可持续尽责指令》（CSDDD），要求企业进行强制性的可持续发展报告并对价值链中的环境与人权风险进行尽责管理。然而，面对提升产业竞争力的压力，欧盟的政策在2025年出现了务实性调整：通过了“一揽子（Omnibus）简化法案”，通过缩减报告披露的适用范围、延迟部分企业的合规时间等方式，减轻企业尤其是中小企业的监管负担。此外，欧盟继续利用碳边境调节机制（CBAM）等政策，将ESG标准嵌入贸易规则。

而在美国，联邦层面的ESG政策发生了重大转向。特朗普政府重返白宫后，撤销了多项气候行动政策，并签署行政令限制ESG投资。然而，在美国联邦政策整体回撤的背景下，内部政策却严重分化。例如，加利福尼亚州等地仍在推行积极的气候信息披露政策，而多个共和党执政的州则通过了“反ESG法案”，导致企业面临更加复杂的合规环境。

（二）国内层面：ESG建设进入快车道，政策与实践协同推进

2024年是中国ESG制度体系建设的重要时间节点。2024年4月，三大交易所联合发布《上市公司可持续发展报告指引》。该指引首次系统性构建起了我国ESG信息披露的标准框架。指引明确要求上证180、科创50、深证100等核心指数成分

公司及境内外双重上市公司强制披露可持续发展报告,并引入影响重要性(Impact Materiality)和财务重要性(Financial Materiality)的“双重重要性”原则。11月,沪深北交易所进一步出台《可持续发展报告编制指南》,将披露框架细化。同年12月,财政部联合外交部、国资委、金融监管总局等八个政府部门,共同发布《企业可持续披露准则——基本准则(试行)》,确立国家统一标准体系的顶层设计,标志着中国ESG相关政策从“分散探索”进入“系统集成”时代。

(三) 行业层面：构建ESG新生态，从合规走向价值创造

中国纺织服装行业产业链长、环节众多,中小企业占比较高,应对域外新兴要求压力较大。国际、国内标准交织,使企业出现“标准困惑”,导致披露意愿与质量不一。为解决困惑,为企业提供科学披露的方法论,2022年8月,中国纺织工业联合会社会责任办公室发布《纺织服装企业ESG指标体系》及能力建设平台,在对接国际主流披露规则的同时,新增一批贴近产业链特性的指标,让ESG标准更“懂”纺织,助力行业向高质高效转型。

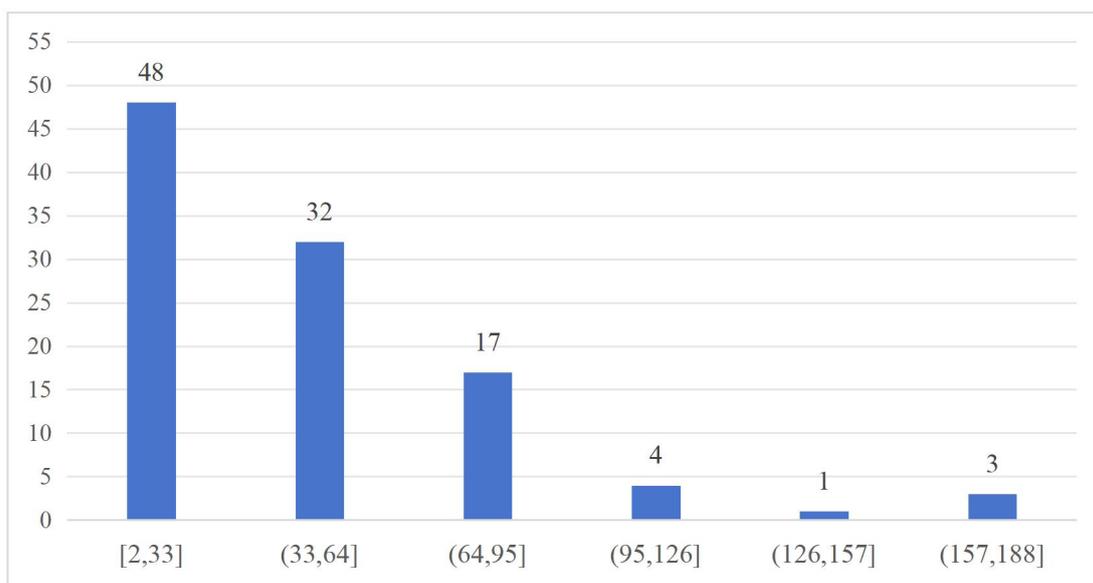
2023年起,中国纺织工业联合会社会责任办公室、远东信用管理有限公司、东华大学联合组织专家团队,对2022报告期、2023报告期,纺织服装上市企业的ESG绩效进行跟踪评估,并连续两年发布评估报告。2025年,项目组在前序工作的基础上,继续开展基于2024报告期信息披露情况的绩效评估,并形成本报告。绩效评估采用的方法论记录于附录一,根据2024报告期特点形成的评估指标体系见附录二。

二、信息披露情况

2024 报告期纺织服装企业 ESG 信息评估样本规模进一步扩大，总计 153 家企业纳入评估（下称“评估样本”，评估对象的识别方法见附录一）。相比 2023 年的 113 家企业，样本数量增加了 40 家，增幅达到 35.4%。

评估样本中，105 家企业发布了独立的 2024 年度 ESG 报告，占比 68.6%，其中 102 家企业的 2024 年度 ESG 报告与其 2024 年度财报同日发布，其余 3 家企业中，ESG 报告发布仅稍晚于财报，ESG 报告发布的及时性均达到 100%。126 家企业在 2024 年度财报中同步设有 ESG 章节。未发布独立 ESG 报告的 48 家企业中，41 家企业在发布的年度财报中设有 ESG 章节。仅 6 家企业既未发布独立的 ESG 报告，也未在年度财报中设置 ESG 章节。

2024 报告期，样本企业发布的 105 份 ESG 报告中，报告的平均页数为 45 页，比上一年的平均页数减少 10 页。其中报告最长为 187 页，最短的为 2 页，有 41 家企业的 ESG 报告长于行业平均水平。

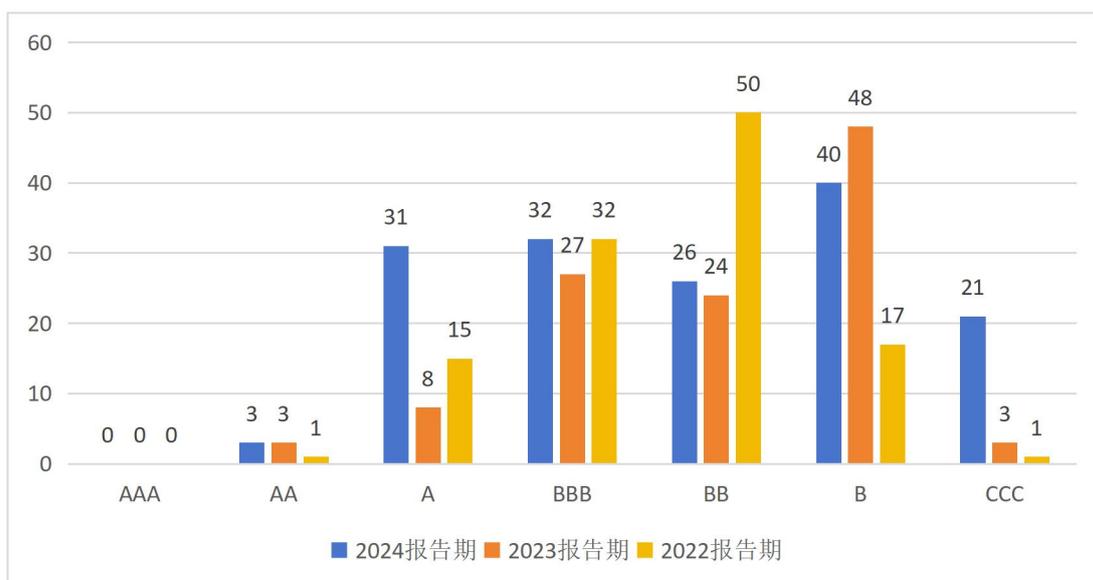


上市企业 ESG 报告页数分布情况

三、ESG 评估结果

(一) 总体情况

评估样本 ESG 平均得分为 39，极差为 62，标准差为 16.5，变异系数为 0.42，数据离散程度中等，行业内部存在分化，说明行业内已初步形成 ESG 管理的共识，但在战略重视程度和资源投入上存在一定的差异性。整体来看，评估中枢落在 BB 级，60.1% 的企业的 ESG 绩效达到了 BB 级及以上水平。按级别划分，纺织服装上市企业的总体 ESG 绩效主要集中在 B 级（40 家）、BBB 级（32 家）和 A 级（31 家）三个层级。相较 2023 报告期，纺织服装上市企业总体 ESG 绩效处在高分区间的数量有较大增加，但仍未有企业达到 AAA 级，达到 AA 级的企业数量不变，但达到 A 级的企业数量增加 23 家。处在低分区间的企业数量也有所增加，CCC 级企业增长为 21 家。



上市企业总体 ESG 绩效分布情况

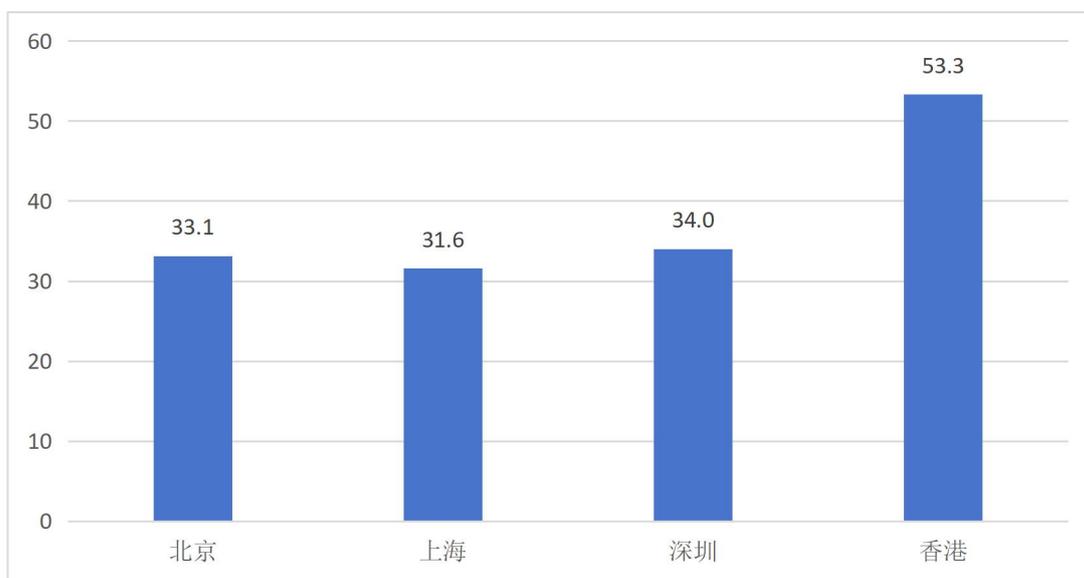
整体情况来看，纺织行业 ESG 发展呈现显著的内部分化格局。整体而言，总分变异系数达 0.43，表明行业表现极不均衡。具体到维度，治理（G）维度得分最高且变异系数最低（0.28），显示其发展成熟、一致性最好；与之形成鲜明对比的是环境（E）和社会（S）维度，它们不仅是行业的短板（平均分最低），其极高的变异系数（分别为 0.64 和 0.61）更揭示了企业间在这两个领域存在巨大差距，这构成了当前行业 ESG 竞争的主要差距，也反映出行业实践整体仍停

留在治理合规阶段，在环境与社会责任方面亟待加强。

从上市地点来看，香港上市企业的 ESG 整体绩效水平显著高于内地。

ESG 绩效评估总体情况

指标	平均分	标准差	变异系数
总分	38.9	16.6	0.43
环境维度	36	23.3	0.64
社会维度	33	19.9	0.61
治理维度	49	13.6	0.28



按上市地点划分的企业总体 ESG 平均分

上市企业两年报告期总体 ESG 绩效进步前 10 名

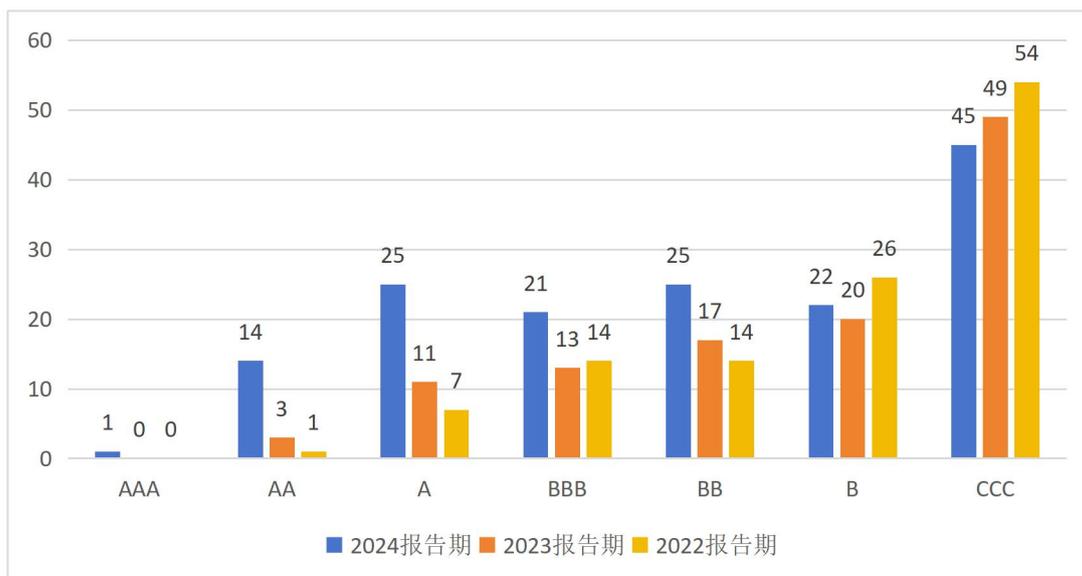
公司	业务领域	上市地点
华利集团	鞋包	深圳
朗姿股份	服装零售	深圳
波司登	服装零售	香港
超盈国际控股	纺织制造	香港
慕尚集团控股	服装零售	香港
森马服饰	服装零售	深圳
中胤时尚	鞋包	深圳
物产金轮	其他	深圳
万事利	服装零售	深圳
盛泰集团	成衣制造	上海

上市企业总体 ESG 绩效结果前 20 名

公司	业务领域	上市地点	评估结果
华利集团	鞋包	深圳	AA
朗姿股份	服装零售	深圳	AA
泰和新材	产业用纺织品	深圳	AA
裕元集团	成衣制造	香港	A
联泰控股	成衣制造	香港	A
蓝帆医疗	产业用纺织品	深圳	A
波司登	服装零售	香港	A
超盈国际控股	纺织制造	香港	A
安踏体育	服装零售	香港	A
德永佳集团	服装零售	香港	A
荣盛石化	纺织制造	深圳	A
慕尚集团控股	服装零售	香港	A
申洲国际	成衣制造	香港	A
上海三毛	纺织制造	上海	A
森马服饰	服装零售	深圳	A
金鹰股份	纺织制造	上海	A
中国利郎	服装零售	香港	A
同得仕(集团)	成衣制造	香港	A
中胤时尚	鞋包	深圳	A
物产金轮	其他	深圳	A

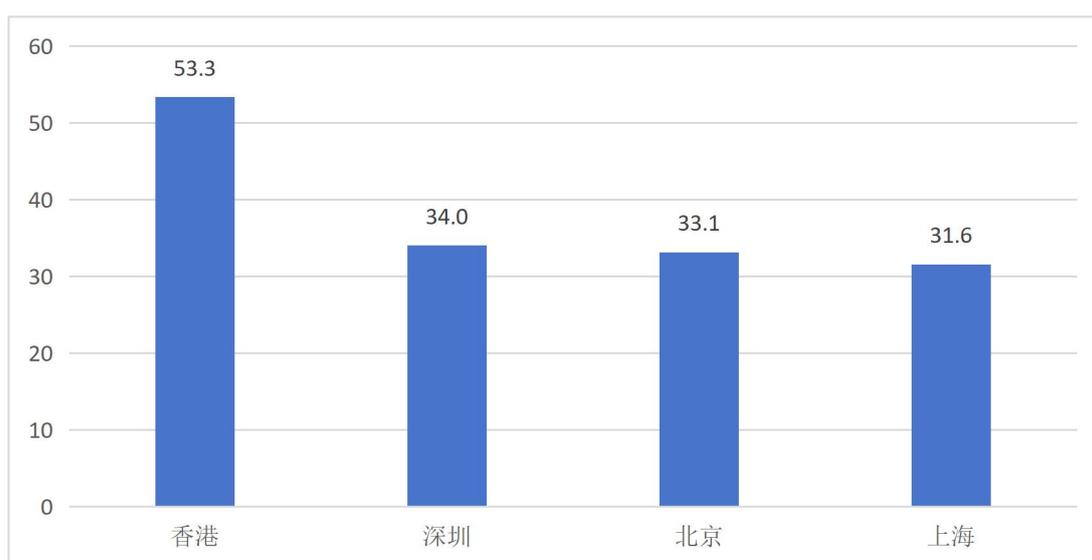
(二) 环境维度评估结果

纺织服装上市企业在环境维度的平均得分为 36，极差为 85，标准差为 23.3，变异系数为 0.64，数据离散程度高，上市企业在环境维度的信息披露和实践水平差异性极大，行业内部分化与梯队差距显著。按级别划分，仅 1 家企业（波司登）达到 AAA 级，达到 AA 级的企业有 14 家，A 级 25 家，BBB 级 21 家，BB 级 25 家，B 级 22 家，CCC 级 45 家。这一分布结构呈现出典型的“金字塔”形态：位于顶端（A 级及以上）的领先企业群体（40 家）与尾部（CCC 级）的待改进企业群体（45 家）数量相当。相较于 2023 报告期，行业整体在环境维度的绩效提升较大，说明在全球品牌方与供应链的绿色压力、以及国内“双碳”政策的双重推动下，头部企业率先加强了在环境方面的投入与披露；然而，行业平均分仍处于较低水平，且 CCC 级企业数量庞大，表明对于大多数企业而言，将环境管理内化为核心竞争力仍面临严峻的资金、技术与认知挑战。



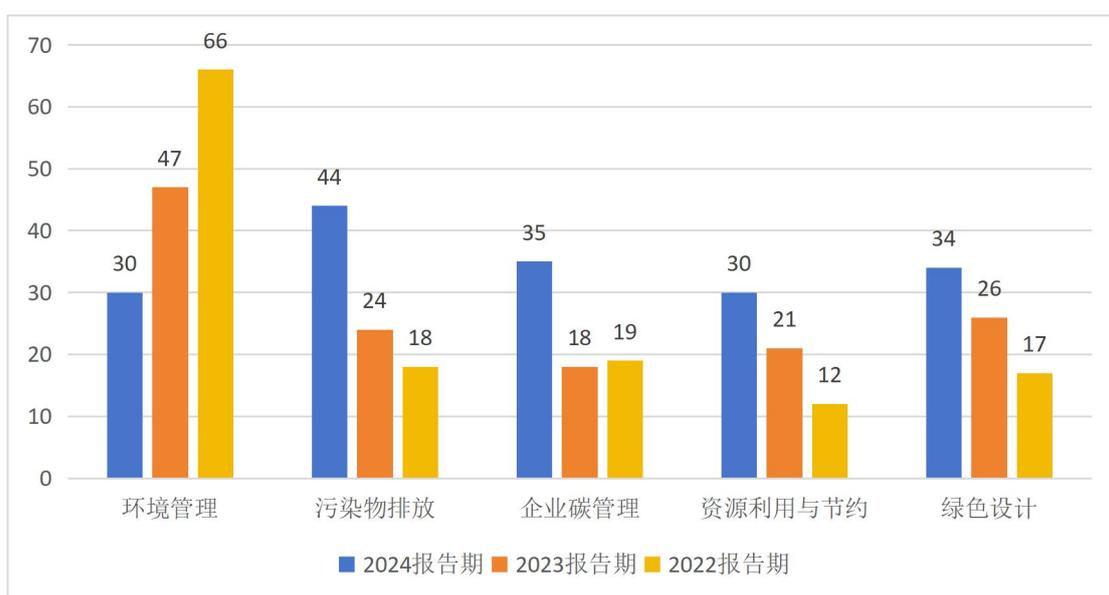
上市企业环境维度绩效分布情况

不同上市地点的企业的环境指标得分有所不同。香港上市公司平均得分最高，为 53 分；深圳、北京和上海的上市公司平均得分接近，分别为 34 分、33 分和 32 分。二级指标中，除环境管理外，在香港上市的公司平均得分在污染物排放、企业碳管理、资源利用与节约、绿色设计方面均远高于内地，差距较为显著。香港上市公司在多项环境指标上显著领先于内地同行，这主要源于其更严格的 ESG 监管、受国际投资者驱动的市场环境以及差异化的产业结构。然而，随着国内“双碳”政策的强力推进，两地差距正呈现动态收敛态势。



按上市地点划分的企业环境维度平均分

环境维度共涵盖 5 项二级指标，分别为环境管理、污染物排放、企业碳管理、资源利用与节约及绿色设计。详细来看，企业环境信息披露的环境管理得分较低，在主要污染物识别和化学品管理议题披露内容不完善，拉低了上市企业在该板块的得分；资源利用与节约议题成为 2024 年度企业环境信息披露的薄弱环节，企业的该项指标平均得分在所有环境二级指标中最低。同时可以看到，相较于 2023 年度，上市企业在环境信息披露的各板块得分的变异系数差距缩小，数据离散程度低于 2023 年度，说明随着市场环境政策逐渐完善，纺织服装上市公司企业之间环境议题的差距在不断缩小。



上市企业环境维度各板块平均得分

上市企业环境维度各板块得分情况

二级指标	平均分	标准差	变异系数
环境管理	30	21	0.68
污染物排放	44	42	0.94
企业碳管理	35	30	0.85
资源利用与节约	30	29	0.95
绿色设计	34	29	0.84

在环境管理方面，共计 60 家企业披露了环境管理体系认证信息，其中 ISO 14001 环境管理体系认证占据主导，相比之下，ISO 50001 能源管理体系以及 HIGG INDEX、BLUESIGN 等行业特色标准的认证并不普遍。仅 20 家企业系统

披露了污染物识别情况，22家企业建立了专项化学品管理制度。49家企业制定了突发环境事件应急预案。企业普遍避讳披露风险事件的处置流程，轻微违规或社区投诉未被纳入“重大环境争议事件”进行披露。

在污染物排放方面，披露化学需氧量、二氧化硫、氮氧化物排放情况的企业占样本的50%，而披露一般工业废物和危险废弃物排放的企业占35%，说明纺织行业末端治理式的水气污染防治仍是焦点，而对固体废弃物，特别是危险废弃物的全过程管理尚未形成行业共识。

在企业碳管理方面，约34%的企业披露了温室气体排放强度，核算自身的直接排放和外购能源排放（范围一、二），约26%的企业评估了产品碳足迹，71家企业设定了量化碳目标，行业整体仍缺乏科学减碳战略：大多数企业（约87%）集中在“生产工艺改进”这个易于执行、短期回报高的领域，而在代表前瞻性与核心竞争力的源头能源结构和供应链碳管理两端，表现极为薄弱。

在资源利用与节约方面，进行精细化管理和对标仍是行业需要努力的方向。披露能源消耗总量的企业不到三成。81家企业披露了水资源管理绩效，74家披露了应用节水工艺项目。这表明，在水资源约束和成本压力下，通过技术改造实现节水减排已成为许多纺织企业的标配动作和核心竞争力之一。仅56家企业披露了水资源管理目标，多数企业的水资源管理缺乏前瞻性的战略规划和公开承诺。仅有20家企业设定了包装材料管理目标，27家披露了非强制回收利用情况，这表明企业对包装物的环境影响重视程度严重不足。

在绿色设计方面，企业普遍重视前端原料的替换，但严重缺乏对产品整个生命周期，特别是使用阶段和废弃阶段的责任与担当。高达107家企业披露了绿色原材料选用，但在决定产品全生命周期环境影响的关键环节——产品耐用性设计（25家）与生命末期处置方案（26家）上，企业参与度极低。同时，仅有40家企业开展了废旧纺织品循环项目。一条真正的循环闭环，应包含产品的全生命周期，推动责任延伸至产品全生命周期，是行业实现真正绿色转型的核心挑战。

部分企业在环境维度的表现进步显著，这些企业普遍在污染物排放、企业碳管理、资源节约与利用以及绿色设计方面都有不同程度的进步。值得注意的是，企业在构建污染物识别清单时，应确保信息披露的完整性与系统性，避免实际工作成果未在公开信息中得到充分体现。建议企业进一步细化环境管理相关数据的披露内容，不应仅停留在满足基本合规要求的层面，而应积极推动环境管理向主

动风险防控与价值创造的高级阶段迈进，实现环境管理机制的深化与升级。

波司登在环境维度取得了 AAA 级，环境表现优异，披露内容全面，而大部分 A 级以上的企业在污染物排放、企业碳管理方面均采取了系统性举措，污染物排放强度、碳排放强度持续下降，为纺织服装企业提供了可借鉴的实践路径。

环境维度绩效进步前 5 名

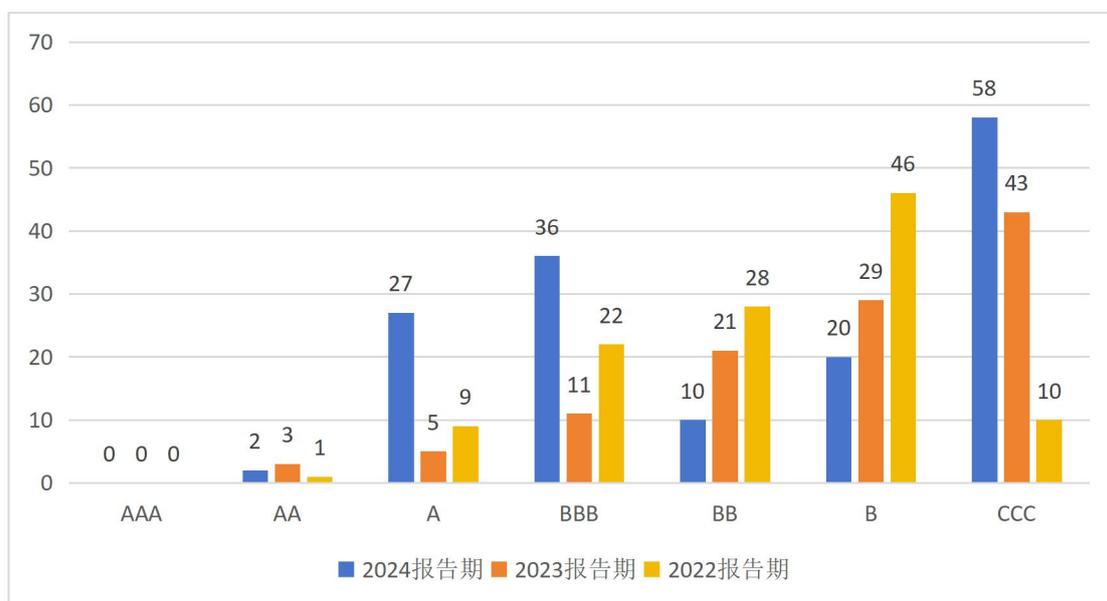
公司	业务领域	上市地点
波司登	服装零售	香港
申洲国际	成衣制造	香港
华利集团	鞋包	深圳
中胤时尚	鞋包	深圳
超盈国际控股	纺织制造	香港

上市企业环境维度绩效结果前 20 名

公司	业务领域	上市地点	评估结果
波司登	服装零售	香港	AAA
申洲国际	成衣制造	香港	AA
联泰控股	成衣制造	香港	AA
德永佳集团	服装零售	香港	AA
泰和新材	产业用纺织品	深圳	AA
同得仕(集团)	成衣制造	香港	AA
朗姿股份	服装零售	深圳	AA
裕元集团	成衣制造	香港	AA
荣盛石化	纺织制造	深圳	AA
华利集团	鞋包	深圳	AA
福田实业	纺织制造	香港	AA
中胤时尚	鞋包	深圳	AA
超盈国际控股	纺织制造	香港	AA
安踏体育	服装零售	香港	AA
中国利郎	服装零售	香港	AA
森马服饰	服装零售	深圳	A
盛泰集团	成衣制造	上海	A
华峰超纤	产业用纺织品	深圳	A
新秀丽	鞋包	香港	A
达利国际	成衣制造	香港	A

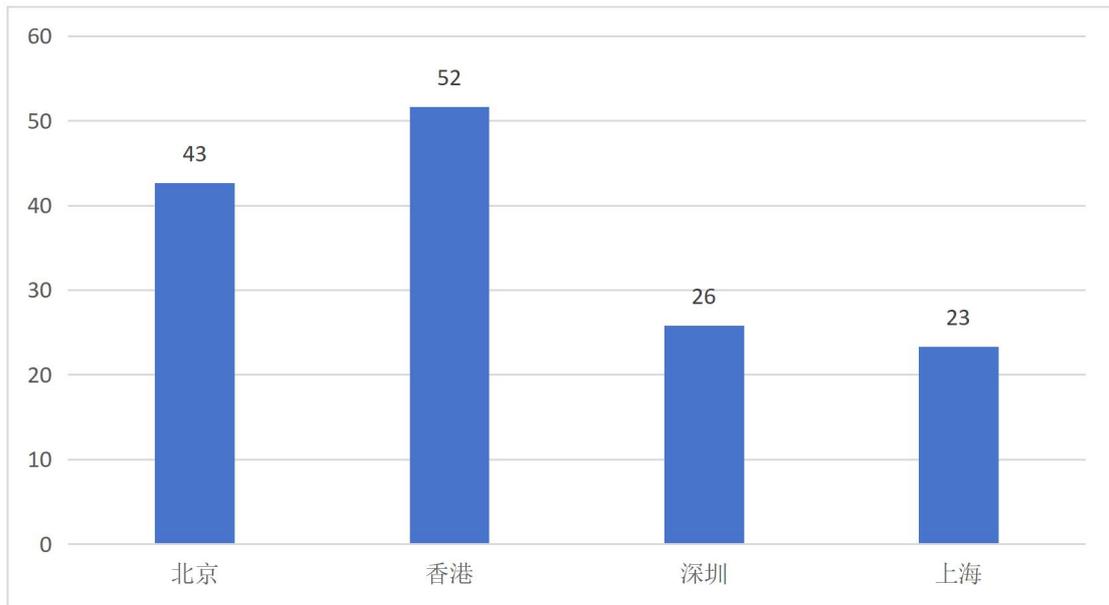
（三）社会维度评估结果

2024 报告期内,纺织服装上市企业 在社会维度的平均得分为 33,极差为 72.2,标准差为 19.9,变异系数为 0.61,数据离散程度较环境维度有所降低,处于中等偏高水平,即上市企业 在社会维度的信息披露差异性较环境维度更小,两极分化情况也较低。按级别划分,未有企业达到 AAA 级,达到 AA 级的企业仅有 2 家,A 级 27 家,BBB 级 36 家,BB 级 10 家,B 级 20 家;CCC 级企业数量最多,占比接近四成。相较于 2023 报告期,行业整体在社会维度的绩效有较大的提升。虽然达到 AA 级的企业数量有所减少,但 A 级的企业数量增加了 440%,其余高分区间的企业占比都有所上升。本报告期内,上市企业 在社会维度表现最好的指标为劳动者基本权益,社区责任次之。



上市企业社会维度绩效分布情况

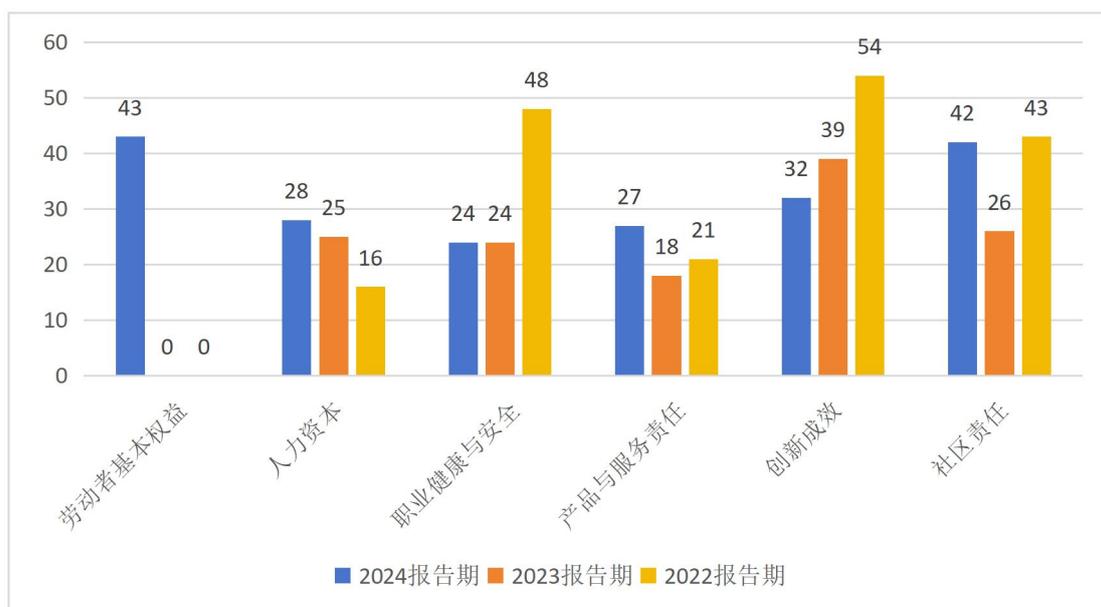
不同上市地点的企业 的社会指标得分较环境指标得分差异较小,平均得分最高的为香港交易所上市公司,为 52 分;北京上市公司次之,为 43 分。深圳上市公司及上海上市公司的平均得分较为接近,分别为 26 分和 23 分。二级指标中,北京上市企业在“人力资本”及“创新成效”三个方面表现较其他地点上市更好。香港上市企业在“劳动者基本权益”“社区责任”“职业健康与安全”“产品与服务责任”四个方面表现明显优于内地上市企业,但在“创新成效”方面的表现远落后于内地上市企业,平均得分仅为内地企业的十分之一。



按上市地点划分的企业社会维度平均分

社会维度共涵盖 6 项二级指标，分别为劳动者基本权益、人力资本、职业健康与安全、产品与服务责任、创新成效和社区责任。上市企业在社会维度的信息披露得分在各方面的差异性均较大，其中职业健康与安全及人力资本板块得分的变异系数均超过 1，显示出巨大的数据差异性。详细来看，数据差异性最大的职业健康与安全板块中，上市企业对于是否披露全年工伤发生率及安全事件发生次数的认知存在巨大差异。产品与服务责任是企业在社会维度的薄弱环节，平均得分在所有二级指标中最低，其中的主要原因是企业普遍未对信息安全管理认证相关信息进行披露，仅有 3 家企业主动披露了相关信息，极大影响了该项指标的平均得分。（本次评估中，基于行业可持续发展内在要求，对三级指标进行增补和调整，新增二级指标“劳动者基本权益”，部分三级指标在上一评估周期中划分为“人力资本”项下。具体指标详见附录二。）

在劳动者基本权益方面，呈现出基础保障扎实，但深层治理薄弱的显著特征。员工管理政策透明度平均得分为 48.5 分，民主议定程序得分为 40.7 分，表明工会、职工代表大会等沟通机制可能流于形式，缺乏有效的员工沟通与参与渠道。在基础保障层面，披露劳动合同签订率（79 家）、社会保险参保率（83 家）及薪酬制度（66 家）的企业数量表明基础用工规范已初步建立，但仍有近半企业未充分披露相关信息。



上市企业社会维度各板块平均得分

上市企业社会维度各板块得分情况

二级指标	平均分	标准差	变异系数
劳动者基本权益	43	35.6	0.82
人力资本	28	30.6	1.11
职业健康与安全	24	29.4	1.22
产品与服务责任	27	25.8	0.95
创新成效	32	25.3	0.78
社区责任	42	23.3	0.55

在人力资本方面，员工职业发展规划平均得分仅为 23.9 分，开展员工满意度调查的企业仅有 31 家，在培训实施方面，企业倾向于披露人均培训时长（64 家）、参与培训比例（54 家），而非培训人次（37 家）。行业对员工的认知，仍停留在劳动力层面，而非需要持续投资和发展的的重要资产。

在职业健康与安全方面，披露职业健康安全管理体系建设情况的企业仅有 48 家，全年工伤发生率披露企业仅 14 家，工伤误工工作日披露企业 48 家。对企业而言，提升安全管理的透明度，本身就是有效的风险监督措施；而从信息披露实践中看，安全事件披露企业仅 27 家，这种风险信息披露的不充分可能掩盖实际安全管理漏洞，存在潜在运营隐患。

在产品与服务责任方面，企业大多建立标准化的生产质量控制流程，但在证明其产品的实际安全表现、保障消费者信息权益和建立透明反馈机制上表现不足。

披露质量管理体系 ISO 9001 相关信息的企业达到 60 家，售后信息反馈与改进指标披露企业达到 68 家，说明企业非常重视并乐于展示其倾听客户声音并持续改进的积极姿态。披露产品检测合格率、产品抽检不合格次数等关键数据的企业不足 10%，这些关键数据的低披露率本身就是一个风险指标，暗示企业可能隐藏着未暴露的产品质量、数据安全或客户信任危机。

在创新成效方面，109 家企业披露了研发投入，说明研发投入已被视为关键竞争力指标和基本的 ESG 披露要求，相比之下，对于研发绩效的披露情况有较大提升空间：期末持有发明专利数披露企业 34 家，表明大部分公司的核心技术护城河并不宽广，或对专利资产的披露不积极；26 家企业披露了当年新增发明专利授权数，说明能将研发高效转化为高质量、受法律保护核心技术的企业仍是少数派；披露当年新增著作权数、当年发明专利成长率的企业不足 10%，体现出行业企业普遍意识到了研发投入的重要性，但创新的深度成果和系统性的积累，还远未成为普遍现象。

在社区责任方面，企业普遍将公益慈善活动作为树立良好社会形象的工具，披露企业达到 126 家。作为重要的民生行业，社会对其承担社会责任有较高期望，慈善活动是回应此期望最直接的方式。而在可能暴露自身合规与诚信问题的营销伦理和捐赠数据上，则极度缺乏透明度。绝大多数企业选择不披露，这本身就是一种风险管控策略，试图将潜在的负面影响降到最低。这反过来也暗示，行业中可能存在未被公开的营销伦理问题，而所宣称的慈善活动也可能缺乏系统性和实质性的投入。

社会维度绩效进步前 5 名

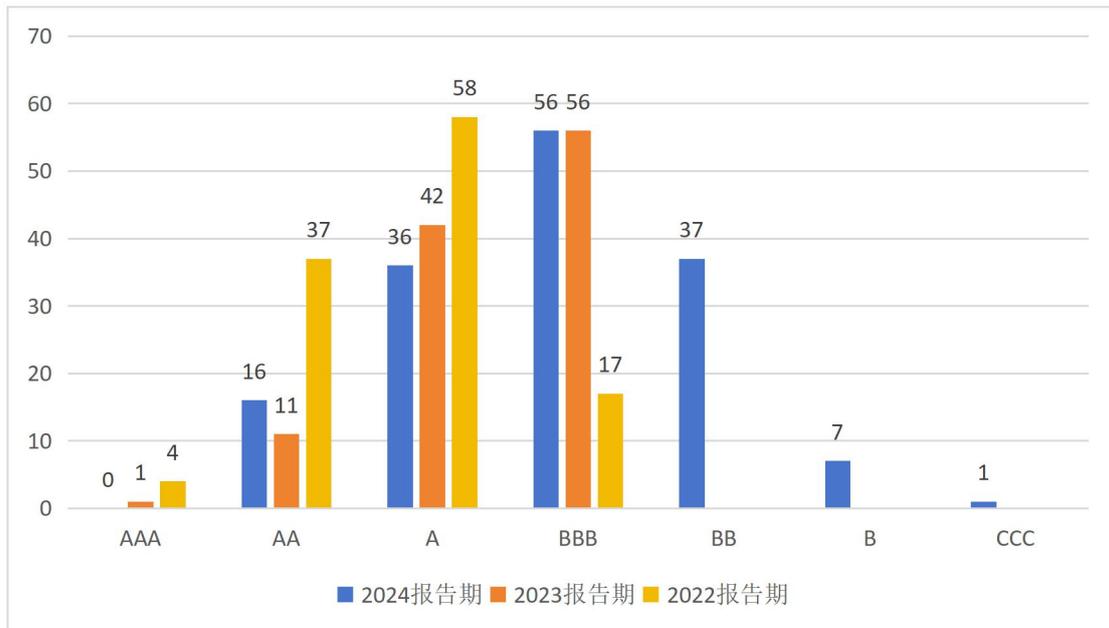
公司	业务领域	上市地点
超盈国际控股	纺织制造	香港
中胤时尚	鞋包	深圳
物产金轮	其他	深圳
361 度	服装零售	香港
万事利	服装零售	深圳

上市企业社会维度绩效结果前 20 名

公司	业务领域	上市地点	评估结果
特步国际	服装零售	香港	AA
华利集团	鞋包	深圳	AA
安踏体育	服装零售	香港	A
裕元集团	成衣制造	香港	A
361 度	服装零售	香港	A
智纺国际控股	纺织制造	香港	A
太湖雪	家用纺织品	北京	A
超盈国际控股	纺织制造	香港	A
朗姿股份	服装零售	深圳	A
泰和新材	产业用纺织品	深圳	A
达利国际	成衣制造	香港	A
慕尚集团控股	服装零售	香港	A
杉杉品牌	服装零售	香港	A
联泰控股	成衣制造	香港	A
金鹰股份	纺织制造	上海	A
南旋控股	成衣制造	香港	A
蓝帆医疗	产业用纺织品	深圳	A
卡宾	服装零售	香港	A
信星集团	鞋包	香港	A
德永佳集团	服装零售	香港	A

（四）公司治理维度评估结果

纺织服装上市企业在公司治理维度的平均得分为 49，极差为 72，标准差为 13.6，变异系数为 0.28，数据离散程度在三个维度中最低，处于中等水平，存在一定的两极分化情况，但极端值对数据总体分布的影响有限，即上市企业在公司治理维度的信息披露差异性相较其他维度较小。按级别划分，没有企业达到 AAA 级，达到 AA 级的企业有 16 家，A 级 36 家，BBB 级 56 家，BB 级 37 家，B 级 7 家和 CCC 级 1 家；BBB 级企业数量最多，占比近四成。相较于 2023 报告期，行业公司治理维度的绩效结构明显下沉：高绩效（AAA 和 AA）企业比例由约 16% 降至 14%，中高绩效（A 及以上）比例从七成以上回落至不足半数；BBB 级占比虽仍最高，却由近一半缩至近四成；BB 级比例更由不到 5% 跳升至三成以上，并首次出现 B 级和 CCC 级企业，低绩效群体合计占比从零升至约 7%，尾部风险显著抬升。



上市企业公司治理维度绩效得分分布情况

公司治理维度共涉及 6 项二级指标，分别为治理结构、专业委员会、股东、合规、ESG 融入、供应链尽责管理。除“ESG 融入”板块平均分较低、变异性较大外，其余板块企业得分的均值普遍在较高水平（仅“ESG 融入”板块均值处在中等水平），企业变异程度均较小。

治理结构方面，行业整体表现出制度健全、透明度较高但多元性不足的特征。该项平均得分为 64.3 分，标准差为 13.1 分，表明企业间差距有限。多数企业已建立完善的董事会架构并披露成员构成，其中 93% 的企业独立董事比例达到三分之一及以上，显示形式合规性较高。但在性别多样性与薪酬透明度方面仍有改进空间，董事女性占比和高管女性占比的平均得分分别约为 61 分和 68 分，反映女性在决策层中的代表性仍偏低。约六成企业披露董事长未兼任总经理，说明治理制衡机制初步建立，但仍有相当比例企业存在权力集中问题。总体来看，治理结构基础较为稳固，但治理文化和责任机制的深化仍需强化。

专业委员会方面，专业委员会方面，行业普遍重视审计与薪酬提名等核心委员会的建设，但风险控制和可持续发展委员会的设立率明显不足。该项平均得分为 61.1 分，标准差为 21.1 分，差异性较大。超过九成企业设有审计委员会，并能披露委员构成与会议频次，显示内部审计机制已较为成熟。然而，仅有不足 6% 的企业设立独立的风险管理委员会，战略委员会的实质运作披露也较少。部

分企业虽在报告中提及设有相关委员会，但缺乏职责说明与议事成果公开，反映除审计、薪酬提名核心委员会运作已进入实质性阶段，但多数企业的其余专业委员会仍停留在形式化阶段。整体来看，行业在传统财务监督方面表现优异，但在非财务风险、ESG 议题和战略治理层面的专业化能力亟待提升。

股东方面，行业企业在股东权利保障方面总体稳定但存在提升空间。多数企业能披露股东大会召开情况、表决机制及议案通过率，制度性框架较为完善。然而，股权集中度差异明显，控股股东持股比例偏高的企业占比仍大，中小股东的话语权较为有限。股东增减持及关联交易披露的深度不足，部分企业未披露具体交易金额及审计结果。投资者关系沟通机制多局限于年度会议层面，缺乏中长期互动渠道。总体而言，企业的股东治理制度已形成基础体系，但仍需加强对中小股东权益的实质性保护与信息披露的及时性。

合规方面，约九成企业在报告期内未出现诉讼、监管或反腐处罚，相关指标普遍得分较高，显示纺织服装行业的显性法律风险总体可控。但在极少数企业中，仍存在个别行政处罚或行业监管问询情形；反腐和重大反腐监管处罚均显示零散分布，说明行业虽风险总体较低，但内部监督与廉洁管理机制尚未普遍制度化。只有约三成企业披露已开展合规性自评或第三方评估，显示企业普遍缺乏对合规绩效的量化跟踪与持续改进。结果显示，绝大多数企业财报审计获得“标准无保留意见”，审计意见平均得分接近 90 分，体现出财务合规水平较高。

ESG 融入方面，这部分是公司治理维度中差异性最显著的领域。该项平均得分为 43.1 分，标准差为 29.5 分，企业间差距大。约三分之二企业发布 ESG 报告，但仅有 27%的企业在董事会层面设立 ESG 专门委员会或明确其监督职责。将 ESG 指标纳入高管绩效考核体系的企业比例不足一成，反映出 ESG 议题尚未真正嵌入公司战略。少数领先企业已建立专职的可持续发展部门并将 ESG 目标纳入战略规划，但大多数企业仍处于以披露为导向的初级阶段。

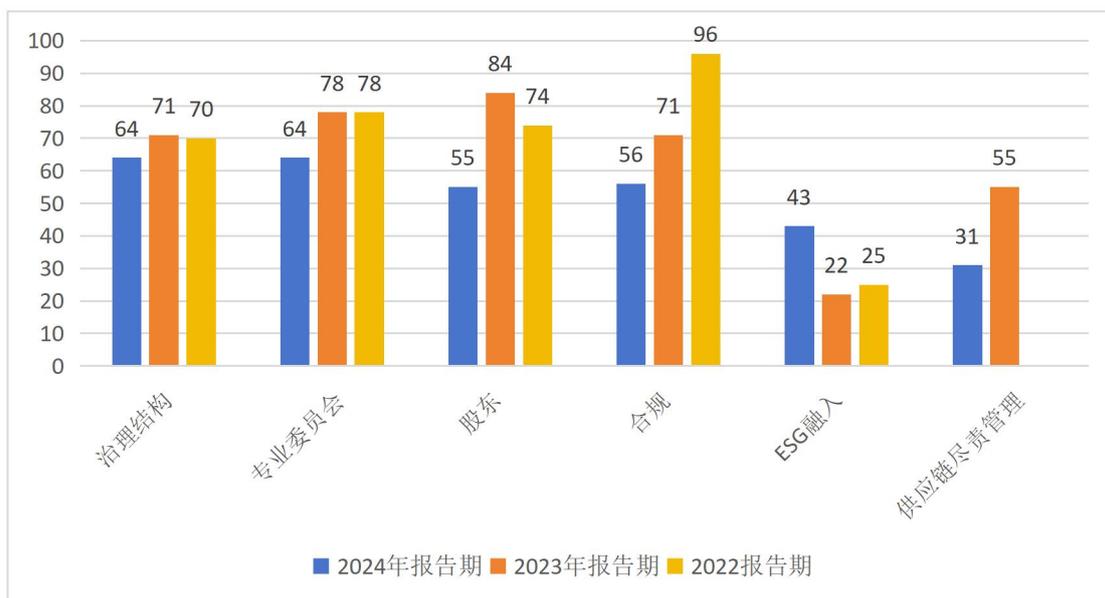
供应链尽责管理方面，该部分是公司治理中最薄弱的环节，行业内部差距巨大。约一半企业披露了供应链管理政策，但在实际执行和监督层面的披露明显不足。仅有一成左右企业披露供应商人权或环境审查措施，披露供应商沟通机制和退出制度的企业比例不足一成。多数企业缺乏对供应商合规表现的持续跟踪与审计机制，第三方核查报告披露更为罕见。这种信息不对称增加了供应链层面的运营和声誉风险。随着欧盟《企业可持续尽责指令》日渐清晰，供应链合规与透明

度将直接影响企业的市场准入和国际合作。整体而言，行业应加快建立供应链风险评估、审计反馈及整改公开机制，以推动尽责管理从被动响应走向主动管理。

两个报告期内，上市企业在公司治理维度表现最好的指标均为审计，平均得分均为 98，说明上市企业在财报及内控审计方面的信息披露成效显著。公司治理维度表现最好的五家企业较上个报告期的排名均有不同程度的上升，其中盛泰集团的进步最为显著，尤其是在“ESG 融入”板块。不同于环境和社会维度，上市企业在公司治理维度的信息披露要求清晰明确，因而，企业的信息披露成效也更加理想。

上市企业公司治理维度各板块得分情况

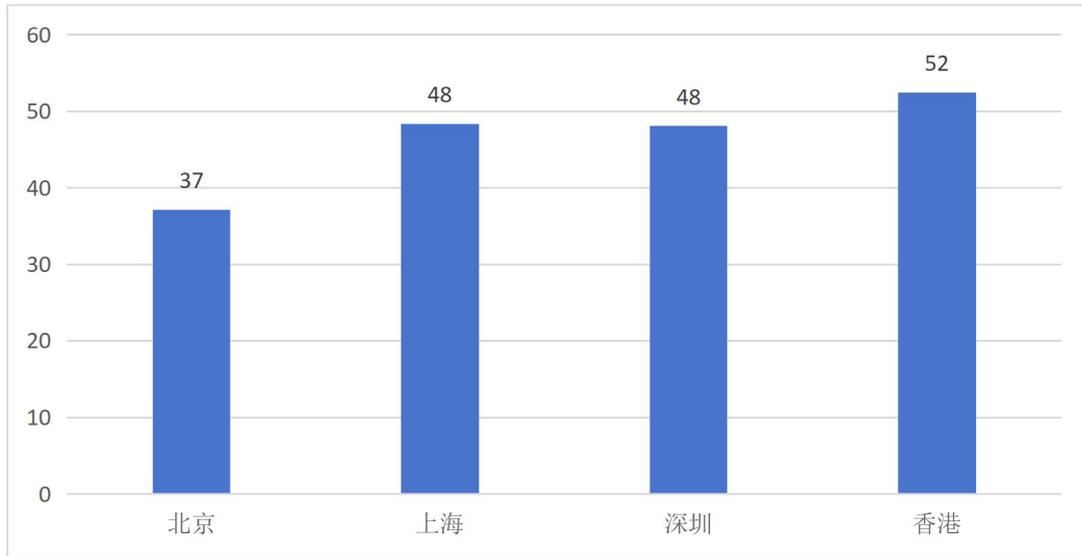
二级指标	平均分	标准差	变异系数
治理结构	64	13.2	0.20
专业委员会	64	21.1	0.33
股东	55	11.0	0.20
合规	56	20.7	0.37
ESG融入	43	29.6	0.69
供应链尽责管理	31	28.9	0.94



上市企业公司治理维度各板块平均得分变化情况

不同上市地点的企业的治理指标得分较社会指标得分差异更大，但仍在较小范围，平均得分最高的为香港上市企业，为 52 分。2024 年报告期，相较于港股，沪深上市企业在“治理结构”与“专业委员会”维度继续保持优势，平均得分分

别领先约 11 个百分点和 42 个百分点。然而，除上述两项外，内地公司在其余四项指标均落后于港股：其中“ESG 融入”与“供应链尽责管理”差距最为显著，港股平均得分较内地高出 23%和 58%，显示内地企业在治理纵深及可持续发展嵌入环节仍存在明显短板。



按上市地点划分的公司治理维度平均分

上市企业两年报告期公司治理维度绩效进步前5名

公司	业务领域	上市地点
上海三毛	纺织制造	上海
朗姿股份	服装零售	深圳
华峰超纤	产业用纺织品	深圳
物产金轮	其他	深圳
华利集团	鞋包	深圳

上市企业公司治理维度绩效结果前20名

公司	业务领域	上市地点	评估结果
华峰超纤	产业用纺织品	深圳	AAA
华利集团	鞋包	深圳	AA
朗姿股份	服装零售	深圳	AA
物产金轮	其他	深圳	AA
上海三毛	纺织制造	上海	AA
恒逸石化	纺织制造	深圳	AA
罗莱生活	家用纺织品	深圳	AA
森马服饰	服装零售	深圳	AA
富春染织	纺织制造	上海	AA

公司	业务领域	上市地点	评估结果
蓝帆医疗	产业用纺织品	深圳	AA
泰和新材	产业用纺织品	深圳	AA
荣盛石化	纺织制造	深圳	AA
健盛集团	成衣制造	上海	AA
龙头股份	服装零售	上海	AA
恒力石化	纺织制造	上海	AA
金鹰股份	纺织制造	上海	AA
鲁泰A	纺织制造	深圳	A
普拉达	服装零售	香港	A
迎丰股份	纺织制造	上海	A
晶苑国际	成衣制造	香港	A

四、主要业务领域 ESG 绩效

（一）整体对比

为便于统计分析，参与评估的 153 家企业，按主营业务收入的主要来源，分类为六个业务领域，分别是：服装零售、纺织制造、产业用纺织品、家用纺织品、成衣制造、鞋包等。其中，58 家企业从事服装零售类业务，占比 37.9%；纺织制造企业以 26.1% 的比例居于第二，共计 40 家；其余企业的业务类型分别为产业用纺织品（15 家）、家用纺织品（8 家）、成衣制造（14 家）和鞋包（11 家）四类，共计占比 31.4%。

评估样本企业 ESG 得分整体情况

	ESG 总分	环境维度	社会维度	治理维度
服装零售	37	32	33	48
家用纺织品	30	24	24	45
产业用纺织品	39	36	32	49
纺织制造	39	36	32	49
成衣制造	40	38	34	50
样本总体	39	36	33	49

综合 ESG 总分情况看，成衣制造（40 分）领域表现稍优于样本整体水平（39 分），纺织制造（39 分）与产业用纺织品企业（39 分）表现与样本总体情况基本持平。

服装零售企业（37 分）及家用纺织品企业（30 分）整体得分相对较低，尤其是家用纺织品企业在 E（环境）与 S（社会）维度上的表现明显滞后，反映出

行业下游品牌与渠道企业在供应链透明度、产品可持续属性、员工权益等方面仍存在提升空间。服装零售企业在 G（治理）维度表现相对较好（48 分），但在 E、S 维度显著偏弱。

从维度上观察，G（公司治理）平均得分最高（49 分），且各行业差异较小，说明纺织业企业在监管要求的引领下，普遍已建立较为规范的治理架构及合规管理安排；E（环境）与 S（社会）维度平均得分分别为 36 分与 33 分，则为显著短板，体现行业内企业在节能减排、员工权益保护、产品质量控制等方面仍有改进空间。

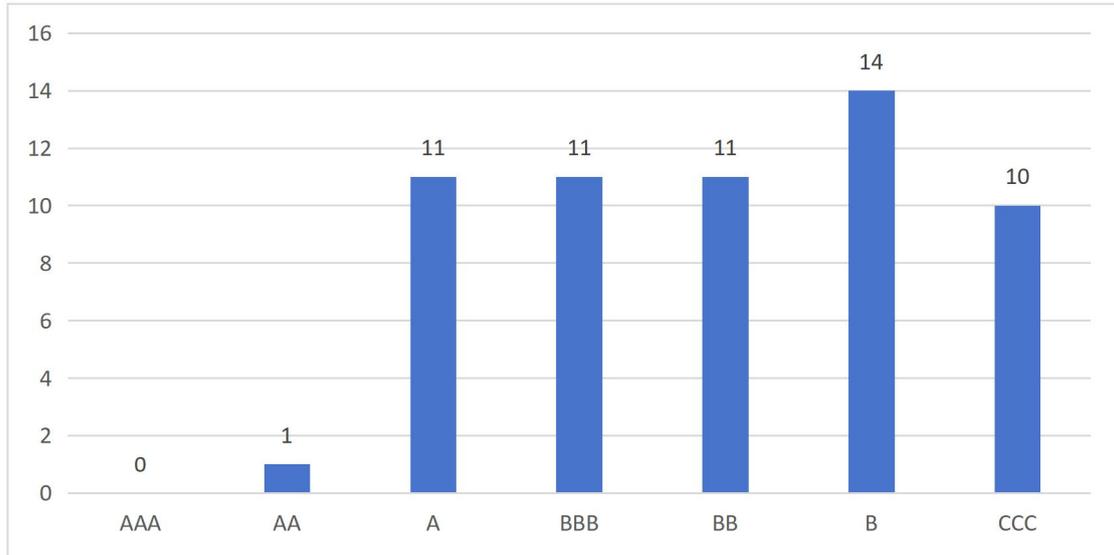
整体而言，纺织制造与产业用纺织品企业作为中上游主体，在 ESG 管理制度建设与执行方面更为成熟；下游服装零售、家用纺织品企业在社会维度、环境维度存在明显提升空间。

（二）服装零售

1. 服装零售企业 ESG 绩效整体情况

服装零售领域上市企业共计 58 家，其 ESG 评分平均得分为 37，略低于纺织服装行业总体水平（39 分）；极差为 61，标准差为 16.6，变异系数为 0.45，数据离散程度适中，即服装零售领域上市企业在 ESG 的信息披露层面存在一定的差异性，但两极分化情况不太显著。

按级别划分，服装零售领域上市企业的总体 ESG 绩效主要集中在 B 级、BB 级和 BBB 级三个层级。其中，B 级企业数量最多，共计 14 家，占比近四分之一；BB 级企业有 11 家；BBB 级企业 11 家；没有达到 AAA 级的企业，AA 级企业仅有 1 家（朗姿股份），A 级企业 11 家；CCC 级企业有 10 家。较上一报告期，A 级及以上绩效企业显著增多，同时有较多 B 级企业 ESG 表现出现一定程度的下滑，滑落至 CCC 级。



服装零售领域上市企业总体ESG绩效分布情况

服装零售企业 ESG 得分整体情况

观测指标	ESG 总分	E	S	G
平均分	37	32	33	48
标准差	16.6	23.5	19.4	13.2
最高分	72	86	72	76
最低分	11	1	4	5
变异系数	0.45	0.73	0.59	0.27

在三大维度中，环境（E）项差距最为显著：服装零售企业平均得分为 32 分，明显低于行业平均的 36 分，且变异系数达 0.73，高于行业平均的 0.64。这说明零售企业在减排、资源管理、绿色供应链建设等方面既存在整体投入不足，也存在内部差异化现象，行业头部企业与其他企业之间的环境绩效分化明显。但服装零售行业作为纺织服装行业中的下游产业，在环境方面更加注重绿色设计方面的披露，因为初级生产活动更多集中在纺织制造企业，所以对于在环境管理、污染物排放方面相比之下需要承担的企业责任相对较轻，导致最终呈现低于行业平均水平。在社会（S）维度，两者平均得分均为 33 分，且标准差和变异系数非常接近，表明服装零售企业在劳动权益、社会责任、消费安全等领域的履责表现与行业整体趋于一致，整体分布较为均衡。在公司治理（G）维度，服装零售企业得分为 48 分，与行业平均 49 分接近，且离散程度较低（CV=0.27 vs. 0.28），企业间差异不大。

综合来看，服装零售行业在 ESG 表现中的短板主要集中在环境维度，而公司治理与社会层面相较于行业整体表现相对稳定。其中，环境差异的扩大可能源于零售端对供应链环境风险的控制能力不足、绿色转型投入不均衡等因素。未来，服装零售企业在提升 ESG 表现时，应重点聚焦绿色供应链管理、碳排放披露、节能减排措施，以缩小与行业整体差距并提升竞争力。

2. 服装零售企业环境维度绩效情况

服装零售领域上市企业在环境维度的平均得分为 32，极差为 85，标准差为 23.5，变异系数为 0.73，数据离散程度较高，即上市企业在环境维度的信息披露差异性较大，两极分化情况明显。在服装零售领域上市企业中，安踏体育、朗姿股份、波司登、德永佳集团等企业在环境维度的总得分较高，排名位于前列，说明这些企业在环境维度的信息披露情况较好，企业较为重视环境指标。

服装零售领域上市企业环境维度各板块得分情况

二级指标	服装零售		整体样本	
	平均分	变异系数	平均分	变异系数
环境管理	24	0.77	30	0.68
污染物排放	36	1.20	44	0.94
企业碳管理	32	0.90	35	0.85
资源利用与节约	28	1.03	30	0.95
绿色设计	37	0.86	34	0.84

详细来看，服装零售领域上市企业在环境信息披露的各板块得分的变异系数均较大，污染物排放、资源利用与节约两个二级指标的变异系数超过 1，说明在污染物排放、资源利用与节约板块，企业在信息披露方面的差距较大。其主要原因在于服装零售企业典型处于消费端，其生产环节高度依赖外包，核心价值集中于品牌、渠道与终端销售，因此其环境治理活动在供应链上游展开，导致其对于污染控制、碳排放管理、资源利用等关键维度掌控力较弱、披露不充分，从而导致得分低于全样本平均水平。

在污染物排放与企业碳管理方面，由于服装品牌多依赖外部制造商生产，相关排放控制数据往往缺乏可核查性与透明度，使得企业在披露完整性、执行力度及绩效表现方面弱于产业链上游主体。

资源利用与节约方面同样受制于供应链协同不足与缺乏循环经济驱动机制，导致排放、能源使用效率、再生材料利用等指标长期表现不佳。

反之，绿色设计维度差距相对较小，品牌更愿意宣传“有机棉、再生涤”等环保面料，产品生命末期处置披露方面，多数企业仅描述“鼓励旧衣回收”，未说明回收量、去向或再利用比。总体而言，服装零售在原材料故事上宣传积极，但在回收闭环上数据缺失。反映行业在环保材料运用、产品耐用性设计与再利用机制等方面已有一定意识，但整体发展仍处初级阶段。

总体来看，服装零售行业的行业特性及供应链结构导致其在环境治理能力、排放控制自主性、碳管理策略与绩效披露方面先天不足，从而综合得分显著落后于整体样本，反映其环境治理仍需从制度建设、供应链管理与绿色产品体系等方面进一步深化。

3. 服装零售企业社会维度绩效情况

服装零售领域上市企业在社会维度的平均得分为33，极差为68，标准差为19.4，变异系数为0.59，数据离散程度较环境维度有所降低，但仍然处于较高水平。特步国际在社会维度的得分为72.2分，在服装零售企业中排名位列第一；此外，杉杉品牌、慕尚集团控股、朗姿股份、361度、安踏体育在社会维度的整体表现与其他企业相比较为突出。

服装零售领域上市企业社会维度各板块得分情况

二级指标	服装零售领域		整体样本	
	平均分	变异系数	平均分	变异系数
劳动者基本权益	46	0.81	43	0.82
职业健康与安全	25	1.15	28	1.11
人力资本	26	1.17	24	1.22
产品与服务责任	28	0.88	27	0.95
创新成效	28	0.87	32	0.78
社区责任	43	0.55	42	0.55

详细来看，上市企业在劳动者基本权益、社区责任板块的得分较高，表明企业在劳动者基本权益保障、支持社区发展、履行社会责任方面投入较多；在职业健康与安全板块和人力资本板块，企业平均得分较低且各企业之间表现差距大，说明部分企业对这两个板块的投入力度有待提升。

劳动者基本权益方面，服装零售上市企业平均得分 46 分，高于行业整体 43 分，变异系数 0.81 与整体 0.82 几乎一致，说明行业内差距与全行业相当。从披露看，企业普遍将劳动合同签订率和社保覆盖率做到 100%，形式合规完成度高，但员工管理政策透明度平均仅约 60 分，仅三分之一企业逐项披露薪酬、绩效、晋升等细则，导致得分无法进一步提升。女员工占比行业均值约 55%，低于行业整体水平，也拖累了该项得分。整体来看，服装零售在合规底线上表现尚可，但在制度深度与多元包容上仍显不足。

职业健康与安全方面，平均分 25 分，显著低于行业整体 28 分，变异系数高达 1.15，提示企业间波动极大。高分段仅少数几家公司披露完整职业健康管理体系、工伤率和误工天数，得分超过 80 分，其余近 70% 企业仅描述未发生重大安全事故，未给出量化指标，按评分细则只能得 0 分，直接把行业均值拉低。但考虑到社会维度在披露过程中存在一定的自愿性，服装零售企业在工伤、重大安全事故方面较劳动密集型的纺织制造等前端企业而言，发生的可能性较小，导致企业对这些指标的披露不够，也情有可原。

人力资本方面，平均分 26 分，低于行业整体 24 分差异较小，但变异系数从 1.17 升至 1.22，说明行业内部分化更极端。员工满意度测评披露率仅约 30%，拉低整体得分，年度培训参与人次披露率接近 60%，显示企业愿意报人数却不报效果。高分企业把培训投入、时长和覆盖率做成闭环，得分可突破 80 分，而低分段近半数企业三项全缺，得 0 分。整体判断，培训投入初具规模，但缺乏结果导向与满意度验证，导致人力资本得分普遍偏低。

产品与服务责任方面，平均 28 分，与行业整体 27 分几乎一致，变异系数 0.88 升至 0.95，略大于全体，表明服装零售内部差异反而更小。产品检测合格率披露率约 45%，高于行业整体水平，但报告期内抽检不合格次数仅 15% 企业披露。客户满意度指标得分较高，得益于部分品牌每年委托第三方调查并公开结果。整体来看，服装零售在质量合规层面表现平稳，但在主动召回和负面事件披露上仍显保守。

创新成效方面，平均 28 分，明显低于行业整体 32 分，变异系数 0.87 降至 0.78，说明行业内部差距缩小但绝对水平低。对于研发投入的披露呈现两极分化，多数企业有意识强调自己的研发方面的努力，而少数企业仍然对于研发投入不进

行披露。有关专利的披露较少，但考虑服装零售企业生产制造的占比较少，实属正常的披露模式。

社区责任方面，平均 43 分，高于行业整体 42 分，变异系数同为 0.55，是六大板块中波动最小的一项。公益慈善参与披露率近 90%，且多数品牌附带照片、金额、受益人数，形式完整。营销伦理争议事件零披露率，因行业基本上未出现重大舆情，因此该项几乎全得满分，把社区责任均值托高。结论显示，服装零售公益参与度高，但捐赠强度有限，且受益于舆情平稳，得分相对好看。

4. 服装零售企业治理维度绩效情况

服装零售领域上市企业在公司治理维度的平均得分为 48，极差为 71，标准差为 13.2，变异系数为 0.27，数据离散程度较小，说明与环境和社会维度相比，各企业普遍更加关注公司治理的成效。朗姿股份在公司治理维度得分为 75.9 分，在同领域上市企业中信息披露表现最好；森马服饰、龙头股份得分超过 70 分，超过 60 分的公司有 13 家，服装零售行业上市企业在公司治理维度整体表现较为均衡，企业间差距相对较小，显示出行业对治理结构与管理透明度的普遍重视，头部企业在公司治理规范化方面已形成明显优势。

服装零售领域上市企业公司治理维度各板块得分情况

二级指标	服装零售领域		整体样本	
	平均分	变异系数	平均分	变异系数
治理结构	61	0.23	64	0.20
专业委员会	60	0.34	64	0.33
股东	53	0.27	55	0.20
合规	52	0.42	56	0.37
ESG融入	43	0.66	43	0.69
供应链尽责管理	33	0.91	31	0.94

从数据看，公司治理维度6项二级指标总体得分差异明显，整体呈现“核心治理稳健、责任延伸不足”的格局。治理结构和专业委员会表现较优，企业间差异较小，显示治理体系和决策机制已较为规范；股东与合规板块得分分别为53.5和52.2，但合规板块变异系数达0.42，说明部分企业在内部控制与风险防范上仍有差距。相比之下，“ESG融入”与“供应链尽责管理”得分偏低、离散度高，反映出行业在可持续治理与供应链管理方面的制度化建设仍处于起步阶段。整体

来看，服装零售企业在传统治理领域保持成熟优势，但在新兴治理议题上分化明显、提升空间较大。

治理结构方面，行业整体表现出制度健全、透明度较高但多元性不足的特征。该项平均得分为61分，标准差为14分，变异系数0.23，显示企业间差距有限。多数企业已建立完善的董事会架构并披露成员构成，其中独立董事比例达到三分之一及以上的企业占比超过90%，显示形式合规性较高。但在性别多样性与薪酬透明度方面仍有改进空间，女性在决策层中的代表性仍偏低。约六成企业披露董事长未兼任总经理，说明治理制衡机制初步建立，但仍有相当比例企业存在权力集中问题。总体来看，治理结构基础较为稳固，但治理文化和责任机制的深化仍需强化。

专业委员会方面，行业普遍重视审计与薪酬提名等核心委员会的建设，但风险控制和可持续发展委员会的设立率明显不足。超过九成企业设有审计委员会，并能披露委员构成与会议频次，显示内部审计机制已较为成熟。然而，仅有极少数企业设立独立的风险管理委员会，战略委员会的实质运作披露也较少。部分企业虽在报告中提及设有相关委员会，但缺乏职责说明与议事成果公开，反映除审计、薪酬提名核心委员会运作已进入实质性阶段，但多数企业的其余专业委员会仍停留在形式化阶段。整体来看，行业在传统财务监督方面表现优异，但在非财务风险、ESG议题和战略治理层面的专业化能力亟待提升。

股东方面，平均得分为53分，标准差14.4分，变异系数0.27，处于中等水平。股权集中度与股利支付率披露率均超90%，但各个企业之间的具体仍然存在较大差距，对于股东增持、减持次数的披露缺失。整体来看，股东维度信息有但不够细，导致得分居中。

合规方面，平均得分为52分，标准差22分，变异系数0.42，是公司治理中波动最大的一项。涉诉次数零诉讼企业不足五成，服装零售品牌因门店租赁、商标侵权、劳动纠纷等诉讼频发，按次数不为0即0分规则直接拉低得分。有约三成企业近三年内受到过警示或罚款，导致合规板块得分整体偏低。结论显示，零售终端高频交易与多门店模式带来更高合规风险，披露又相对透明，使得该板块均值低于其他治理子项。

ESG融入方面，平均得分为43分，标准差28.5分，变异系数0.66，为治理维度波动最大、均值最低的一项。董事会下设ESG委员会设立率不足两成，董事和高管

激励与ESG目标挂钩披露率不足一成。整体来看，服装零售ESG治理仍处报告导向阶段，尚未进入绩效挂钩的实质阶段。

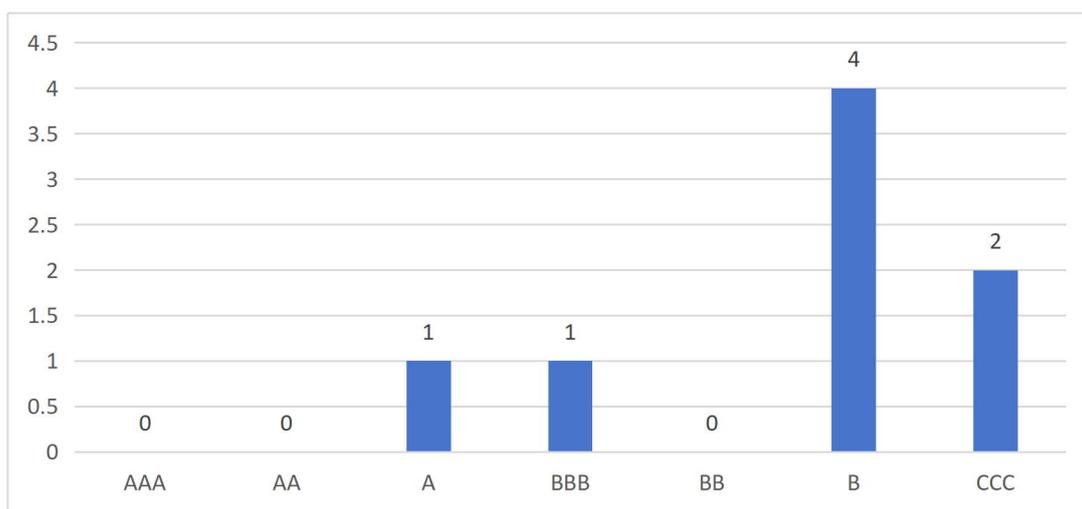
供应链尽责管理方面，平均得分为33分，标准差29.9分，变异系数0.91，为六大治理子项中最低、最分化的一项。供应链尽责管理政策披露率不足三成，供应链人权尽责实践与环境尽责实践披露率均不足两成，导致三项全得0分的企业占比较高。服装零售品牌对上游管控力度弱，供应链尽责仍处口号阶段，成为公司治理的较大短板。

（三）家用纺织品

1. 家用纺织品企业 ESG 绩效整体情况

家用纺织品领域上市企业共计 8 家，其 ESG 评分平均得分为 30，极差为 47，标准差为 15.6，变异系数为 0.51，数据离散程度较高，表明该领域企业在 ESG 信息披露方面存在显著差异，整体表现分化明显。

按级别划分，家用纺织品领域上市企业的总体 ESG 绩效主要集中在 B 级，共有 4 家企业处于 B 级，占比 50%；CCC 级企业有 2 家，占比 25%；仅有一家达到 A 级（罗莱生活），没有 AA 或 AAA 级企业。



家用纺织品领域上市企业总体ESG绩效分布情况

家用纺织品行业的 ESG 综合表现显著落后于纺织服装行业整体水平。其 ESG 平均得分为 30 分，较行业整体均值（39 分）低近四分之一，反映出该细分领域在可持续发展综合管理方面存在明显差距。

从分维度来看，家用纺织品行业在环境（E）与社会（S）维度表现尤为薄弱。环境维度平均得分仅为 24 分，远低于行业整体的 36 分，揭示出该行业在污染物排放、资源使用和碳管理等方面的管理效能不足，可能与家纺产品生产中染整、水洗等高环境负荷环节的治理难度有关。社会维度得分同样为 24 分，明显低于行业整体的 33 分，且其变异系数高达 0.98，表明企业内部表现差异极大，部分企业在员工权益、供应链责任及产品安全等领域存在严重管理缺失。

相对而言，家纺行业在公司治理（G）维度表现较为接近行业整体水平，平均得分为 45 分（行业整体为 49 分），且变异系数仅为 0.29，说明绝大多数企业已建立基本的治理架构与信息披露机制，在董事会结构、合规管理与审计监督等方面达到行业基准。

家用纺织品企业 ESG 得分整体情况

观测指标	ESG 总分	E	S	G
平均分	30	24	24	45
标准差	15.6	16.7	23.4	23.5
最高分	58	51	67	73
最低分	11	3	0	32
变异系数	0.51	0.68	0.98	0.29

2. 家用纺织品企业环境维度绩效情况

家用纺织品领域上市企业在环境维度的平均得分为 24，极差为 48，标准差为 16.7，变异系数为 0.68，说明该领域企业在环境信息披露方面存在较大差异，数据离散程度较高，呈现出明显的两极分化特征。部分企业在环保管理、节能减排等方面披露较为充分，而多数企业仍处于较低水平。在 8 家企业中，罗莱生活、太湖雪和梦洁股份排名靠前，体现出对环境维度信息披露的较高重视度。

家用纺织品领域上市企业环境维度各板块得分情况

二级指标	家用纺织品领域		整体样本	
	平均分	变异系数	平均分	变异系数
环境管理	32	0.59	30	0.68
污染物排放	20	1.42	44	0.94
企业碳管理	20	0.77	35	0.85
资源利用与节约	21	1.33	30	0.95
绿色设计	33	1.15	34	0.84

环境维度共涵盖 5 项二级指标，分别为环境管理、污染物排放、企业碳管理、资源利用与节约及绿色设计。详细来看，绿色设计、环境管理的平均得分在所有二级指标中最高，且变异系数最低，表明企业在绿色设计、环境管理方面的披露和实践较为均衡，差异性不明显；家用纺织品领域上市企业在环境维度涵盖的其余三项二级指标上表现差异明显，变异系数均超过 1，各板块得分离散程度高且差距较大，企业未来需加大对其余三个板块的关注和投入。

环境管理方面，家用纺织品行业整体表现略优于整体样本，但实质性管理能力有待加强。该项平均得分为 32 分，变异系数为 0.59，表明企业间差距较小。多数企业已通过环境管理体系认证（如 ISO14001）并制定突发环境事件应急预案，显示基础管理框架初步建立。然而，在主要污染物识别和化学品管理等关键环节，超过 70% 的企业未披露具体举措，反映管理深度不足。整体来看，环境管理以合规驱动为主，但前瞻性和系统性仍需提升。

污染物排放方面，家用纺织品行业表现显著落后于整体样本，且企业间分化严重。该项平均得分仅为 20 分，变异系数高达 1.42，反映披露不足和治理不平衡。关键指标如化学需氧量、二氧化硫排放密度的披露率不足三成，多数企业未公开定量数据，仅少数企业在部分指标上得分。这表明行业对排放透明度的重视程度较低，可能与企业规模、监管压力或生产特性相关。

企业碳管理方面，家用纺织品行业整体水平较低，但内部一致性相对较高。该项平均得分为 20 分，变异系数为 0.77。多数企业开展了生产工艺改进，但在温室气体排放披露、清洁能源应用和碳足迹评估等关键环节表现薄弱，仅约 20% 的企业设定了碳减排目标。这表明行业碳管理以局部技改为主，尚未建立全面的碳核算与减排体系。整体来看，碳管理意识亟待提升。

资源利用与节约方面，家用纺织品行业表现不佳，且企业间实践差异显著。该项平均得分为 21 分，变异系数为 1.33。水资源和包装材料管理目标的披露率不足 25%，仅少数企业公开了资源消耗密度数据，反映资源管理缺乏系统规划和透明度。尽管部分企业实施了节水工艺，但整体资源效率提升缓慢。这表明行业对循环经济和资源节约的重视不足，需整合设计、生产与回收环节，构建闭环管理体系。

绿色设计方面，家用纺织品行业与整体样本水平相当，但内部一致性较低。该项平均得分为 33 分，变异系数为 1.15。多数企业重视绿色原材料选用和产品

耐用性设计，超过 50%的企业披露了相关举措，但在产品生命末期处置和废旧纺织品循环项目上，披露率不足三成，反映循环经济理念尚未深入产品全生命周期。

3. 家用纺织品企业社会维度绩效情况

家用纺织品领域上市企业和社会维度的平均得分为24，极差为67，标准差为23.4，变异系数为0.98，数据离散程度较环境维度显著增高，企业和社会维度信息披露层面存在一定的差异性，存在一定的两极分化现象。

家用纺织品领域上市企业社会维度各板块得分情况

二级指标	家用纺织品领域		整体样本	
	平均分	变异系数	平均分	变异系数
劳动者基本权益	23	1.59	43	0.82
职业健康与安全	20	1.94	28	1.11
人力资本	14	2.08	24	1.22
产品与服务责任	16	1.17	27	0.95
创新成效	42	0.65	32	0.78
社区责任	34	0.62	42	0.55

社会维度共涵盖 6 项二级指标，分别为劳动者基本权益、职业健康与安全、人力资本、产品与服务责任、创新成效和社区责任。详细来看，企业在创新成效和社区责任两个板块表现较好，表明家用纺织品企业在社会公益和创新领域投入较多且有较为一致的表现；在剩下四个板块企业平均得分较低，且变异系数均处于较高水平，其中人力资本板块是社会维度中离散程度最高的指标，表明家用纺织品企业在保障员工职业健康与安全方面的实践和披露差异显著。

劳动者基本权益方面，家用纺织品行业严重落后于整体样本，且企业间表现两极分化。该项平均得分仅为23分，变异系数高达1.59。员工管理政策、劳动合同签订和社会保险参保等基础环节的披露率不足30%，仅少数头部企业建立了较为完善的制度体系。这表明行业在劳动者权益保护上存在系统性短板，可能与企业规模、供应链管理水平和监管执行力度相关。

职业健康与安全方面，家用纺织品行业表现薄弱，且企业间差距显著。该项平均得分为20分，变异系数达1.94。职业健康安全管理体系覆盖率和安全事件披露率均低于三成，反映管理体系缺失和透明度不足。尽管部分企业通过了相关认证，但实操层面的风险防控和员工培训仍待加强。这表明行业对安全生产的重视程度不足，需建立预防性文化和数据驱动的管理机制。

人力资本方面，家用纺织品行业整体水平低，且内部差异最大。该项平均得分仅为14分，变异系数高达2.08。员工培训、职业发展和满意度管理等关键指标的披露率不足20%，仅少数企业建立了系统的职业发展体系。这表明行业在人力资源开发上投入有限，员工成长与组织发展脱节。

产品与服务责任方面，家用纺织品行业表现较差，但企业间一致性相对较高。该项平均得分为16分，变异系数为1.17。产品质量监测合格率披露为0，产品质量检测和质量管理体系认证覆盖率披露不足，客户满意度调查和消费者信息保护披露率不足两成，反映企业重生产轻服务。行业在产品安全基础上建立了基本保障，但客户导向和隐私保护意识薄弱，需加强全链条责任管理。

创新成效方面，家用纺织品行业表现优于整体样本，且企业间差距有限。该项平均得分为42分，变异系数为0.65。研发投入占比披露率超过80%，部分企业年度新增专利数显著，反映行业通过创新驱动产品升级。这表明家用纺织品行业在技术研发和知识产权保护上较为积极，但需持续投入以应对市场变化。

社区责任方面，家用纺织品行业低于整体样本，但实践较为均衡。该项平均得分为34分，变异系数为0.62。公益慈善参与率超过七成，显示企业具备一定的社会回馈意识，但营销伦理和争议事件管理披露缺失，反映社区责任尚未与核心业务深度融合。这表明行业社区活动以传统慈善为主，需向战略型社会责任转型。

4. 家用纺织品企业治理维度绩效情况

家用纺织品领域上市企业在公司治理维度的平均得分为45，极差为41，标准差为12.9，变异系数为0.29，数据离散程度在一级指标中最小，表明各企业在公司治理方面的关注力度最大。家用纺织品领域八家上市企业在治理维度的绩效均达到了BB级以上，其中罗莱生活治理维度绩效达到了AA级。

家用纺织品领域上市企业公司治理维度各板块得分情况

二级指标	家用纺织品领域		整体样本	
	平均分	变异系数	平均分	变异系数
治理结构	66	0.19	64	0.20
专业委员会	73	0.21	64	0.33
股东	58	0.08	55	0.20
合规	53	0.19	56	0.37
ESG融入	35	0.75	43	0.69
供应链尽责管理	15	1.58	31	0.94

公司治理维度共涉及 6 项二级指标，分别为治理结构、专业委员会、股东、合规、ESG 融入、供应链尽责管理。数据显示，家用纺织品领域上市公司在治理结构、专业委员会、股东及合规板块得分较高，数据离散度小，体现了行业在核心治理机制上的规范性与一致性。与之形成鲜明对比的是，ESG 融入与供应链尽责管理两个板块，前者平均分低且内部差异大，后者更是全面落后且变异系数极高，凸显出企业在战略融合与供应链责任延伸方面的严重短板，亟待改进。

治理结构方面，家用纺织品行业整体表现稳健，透明度较高但多元性有待提升。该项平均得分为 66 分，变异系数为 0.19，表明企业间差距有限。多数企业已建立完善的董事会架构，独立董事比例达标率超过 90%，显示形式合规性较强。董事和高管女性占比平均得分分别为 67 分和 74 分，反映决策层性别多样性较佳。约 70% 企业披露董事长未兼任总经理，说明治理制衡机制初步建立。总体来看，治理结构基础牢固，治理文化和包容性较高。

专业委员会方面，家用纺织品行业普遍重视核心委员会建设，但风险管理和可持续发展委员会覆盖不足。该项平均得分为 73 分，变异系数为 0.21。超过 95% 的企业设有审计和薪酬委员会，并能披露委员构成与会议频次，显示内部监督机制成熟。然而，风险管理委员会设立率低于 10%，战略委员会的实质运作披露较少，反映非财务风险治理能力薄弱。整体来看，行业在传统财务监督方面表现优异，但 ESG 和战略治理的专业化水平亟待提升。

股东方面，家用纺织品行业表现稳定，且企业间差异极小。该项平均得分为 58 分，变异系数为 0.08。股权集中度和股利支付率等指标得分接近行业均值，反映股权结构相对均衡和回报政策连贯。然而，股东增减持行为和沟通机制披露不足，表明股东关系管理透明度有待提高。整体来看，股东权益保障基础较好，但需加强动态披露和参与机制。

合规方面，家用纺织品行业略低于整体样本，但内部一致性较高。该项平均得分为 53 分，变异系数为 0.19。多数企业无重大诉讼或监管处罚，显示基础合规性良好，但合规性评价和内部审计披露率不足 40%，反映主动合规管理意识不强。这表明行业合规以被动应对为主，需构建预防性合规体系。

ESG 融入方面，家用纺织品行业整体水平较低，且企业间实践不均。该项平均得分为 35 分，变异系数为 0.75。ESG 委员会设立率和董事层参与度不足 20%，

制度保障和激励挂钩披露率更低，反映 ESG 治理尚未纳入核心决策流程。这表明行业 ESG 管理仍处于边缘化阶段，需从顶层设计推动实质性融入。

供应链尽责管理方面，家用纺织品行业严重不足，且企业间分化显著。该项平均得分仅为 15 分，变异系数高达 1.58。供应链政策、人权和环境尽责实践的披露率不足 10%，仅个别头部企业建立了初步的供应商评估机制，反映供应链透明度和社会责任缺失。这表明行业对上下游影响力有限，需加强供应链映射、尽职调查和合作创新，以构建负责任的价值链。

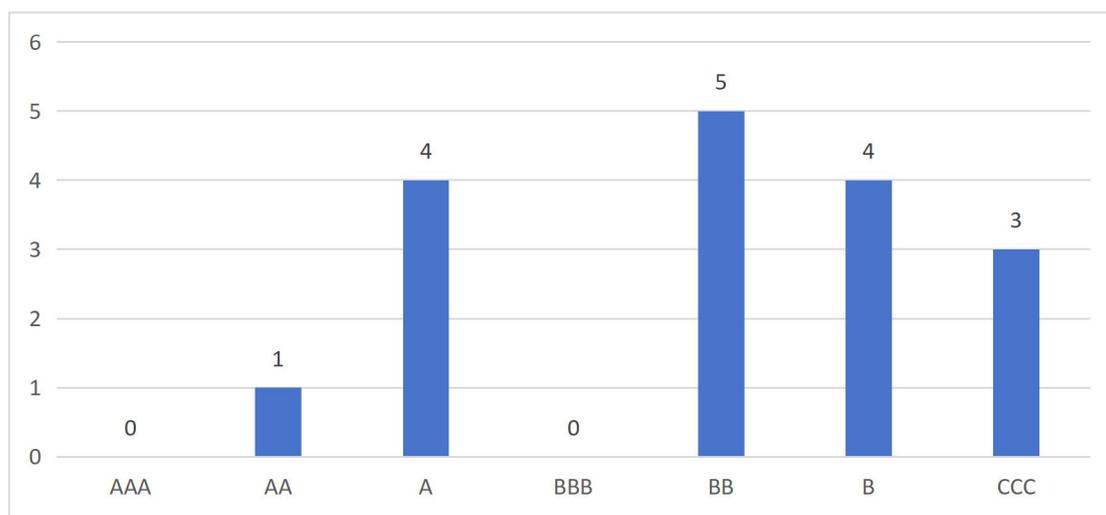
（四）产业用纺织品

1. 产业用纺织品企业 ESG 绩效整体情况

产业用纺织品领域上市企业共计 15 家，其 ESG 评分平均得分为 38.7，较去年有小幅提升。极差为 54.7，标准差为 16.5，变异系数为 0.4，数据离散程度较低，表明产业用纺织品领域内企业信息披露存在一定差异，但极端情况较少，两极分化情况并不显著。

从绩效分布来看，产业用纺织品领域上市企业的总体 ESG 绩效主要集中在 B 级和 BB 级，4 家 BB 级企业，4 家 B 级企业，合计占比 53.3%。A 级企业 3 家，AA 级企业仅有 1 家（泰和新材）。与 2023 年度相比，产业用纺织品企业最高等级升至 AA 级。

但值得注意的是，此次评估出现了 3 家 CCC 级企业。整体产业用纺织品领域企业的 ESG 绩效呈现稳步上升态势，但尾部风险需持续关注。



产业用纺织领域上市企业总体 ESG 绩效分布情况

产业用纺织品企业 ESG 得分整体情况

观测指标	ESG 总分	E	S	G
平均分	38.7	36	32.5	49.1
标准差	16.5	23.3	19.7	13.6
最高分	71.9	79.2	10.6	26.4
最低分	17.2	2.7	63.6	77.2
变异系数	0.43	0.65	0.61	0.28

在三大维度中，环境维度（E）表现基于普通水准，企业平均得分为 36 分，低于行业平均的 38.7 分，变异系数达到 0.65，高于行业平均的 0.43。在社会维度（S），企业平均得分为 32.5 分，是三个维度之中得分最低的一项，且变异系数为 0.61，高于行业平均的 0.43。说明产业用纺织品企业在环境维度和社会维度，存在明显的投入不足、内部差异化等现象。在公司治理维度（G），产业用纺织品企业得分为 49.1 分，超出行业平均水平，且离散程度较低，显示出公司治理体系在行业间已经形成较为统一的规范和监管标准，企业间差异不大。

2. 产业用纺织品企业环境维度绩效情况

产业用纺织品领域上市企业在环境维度的平均得分为 36 分，极差为 76.5，标准差为 23.3，变异系数为 0.65，数据呈现中度离散，显示各公司在环境维度的信息披露方面存在较大个体差异。单项排名中，泰和新材在该领域企业位列第一，环境绩效达到 AA 级。

环境维度下设五项二级指标，其中污染物排放板块得分最高但离散程度较高，环境管理得分差异最小，显示企业间环境管理体系建设水平相对均衡；而企业在企业碳管理、资源利用与节约以及绿色设计三项指标均呈现较高离散性，表明该领域企业信息披露质量差距明显，两极分化特征突出。

产业用纺织品领域上市企业环境维度各板块得分情况

二级指标	产业用纺织品		整体样本	
	平均分	变异系数	平均分	变异系数
环境管理	30	0.69	30	0.68
污染物排放	45	0.94	45	0.94
企业碳管理	35	0.86	36	0.85
资源利用与节约	30	0.96	30	0.95
绿色设计	34	0.83	34	0.84

3. 产业用纺织品企业社会维度绩效情况

产业用纺织品领域上市企业和社会维度的平均得分为 32 分，极差为 53，标准差为 19.7，变异系数为 0.61，离散程度处于中等偏高水平，说明产业用纺织品领域企业和社会维度表现上分布较为分散。泰和新材在同领域所有企业中得分最高，社会绩效以 AA 级位居第一。

在社会维度涵盖的六项二级指标中，劳动者基本权益和社区责任板块的得分较高且差异较小，其中社区责任的离散程度最低，显示企业整体表现良好且信息披露相对均衡；职业健康与安全则得分最低、离散程度最高，反映该领域内企业对该领域的关注与投入极不均衡，且评估结果与 2023 年相比未见显著改善，未来亟需加大对该板块的投入以缩小差距。

产业用纺织品领域上市企业社会维度各板块得分情况

二级指标	产业用纺织品		整体样本	
	平均分	变异系数	平均分	变异系数
劳动者基本权益	43	0.84	43	0.82
职业健康与安全	24	1.21	24	1.22
人力资本	27	1.12	28	1.11
产品与服务责任	27	0.95	27	0.95
创新成效	32	0.79	32	0.78
社区责任	42	0.56	42	0.55

4. 产业用纺织品企业治理维度绩效情况

产业用纺织品领域上市企业在公司治理维度的平均得分为 49 分，极差为 50.8，标准差为 14，变异系数为 0.28，数据离散程度较低，表明该领域各企业在公司治理成效上差异较小。与 2023 年仅有一家企业达到 A 级相比，2024 年度华峰超纤、蓝帆医疗、泰和新材三家企业绩效都达到 AA 级，其余企业均达到了 B 级以上，板块整体绩效跃升显著。

公司治理维度共涉及六项二级指标，其中治理结构与股东两项指标披露差异最小，表现均衡；供应链尽责得分相对偏低且变异系数最高，企业在这一环节仍需持续强化。

产业用纺织品领域上市企业公司治理维度各板块得分情况

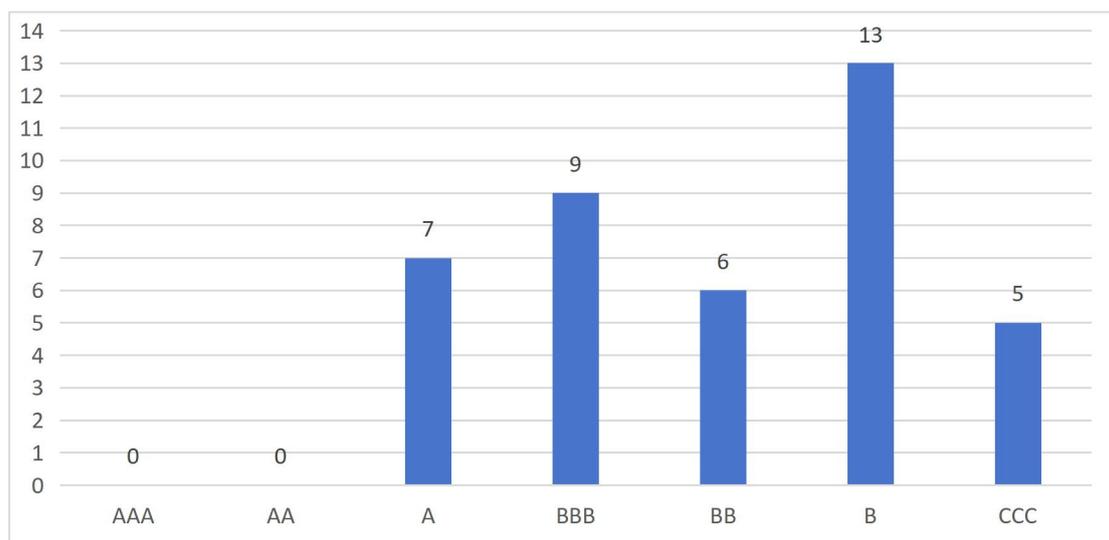
二级指标	产业用纺织品		整体样本	
	平均分	变异系数	平均分	变异系数
治理结构	64	0.20	64	0.20
专业委员会	64	0.33	64	0.33
股东	55	0.20	55	0.20
合规	56	0.37	56	0.37
ESG 融入	43	0.69	43	0.69
供应链尽责	30	0.95	31	0.94

(五) 纺织制造

1. 纺织制造企业 ESG 绩效整体情况

纺织制造领域共 40 家上市企业纳入 ESG 评估，2024 年度样本企业 ESG 综合评分均值分 39 分，极差为 49.5，标准差为 16.4，变异系数为 0.42，数据离散程度适中，显示板块内信息披露存在一定差异，但极端情况稀少，两极分化情况尚不显著。

从绩效分布来看，纺织制造领域上市企业的总体 ESG 绩效主要集中在 B 级。共计 13 家企业，占比接近三分之一；BBB 级企业 9 家、BB 级企业 6 家、A 级企业 7 家，无 AA 级及 AAA 级企业；尾部风险方面，存在 5 家 CCC 级企业。



纺织制造领域上市企业总体 ESG 绩效分布情况

整体来看，环境维度（E）样本企业平均得分 36 分，处于三大维度中等水平，但低于行业均值 39 分，变异系数 0.64，显著高于行业基准 0.42。表明纺织

制造企业关于环境管理的整体投入仍显不足，内部差异分明，仍需提升整体表现，进一步缩小差距。在社会维度（S），企业平均得分为 32 分，远低于行业均值，且变异系数为 0.61，高于行业平均的 0.43。可见企业个体间在社会责任履行方面不均衡问题突出。在公司治理维度（G），纺织制造企业得分为 49 分，优于行业平均水平，变异系数较小，离散程度较低，企业间不存在显著差异。

纺织制造企业 ESG 得分整体情况

	ESG 总分	E	S	G
平均分	39	36	32	49
标准差	16.4	22.8	19.6	13.7
最高分	75.9	67	75.4	65.4
最低分	1.9	0	26.8	15.9
变异系数	0.42	0.64	0.61	0.28

2. 纺织制造企业环境维度绩效情况

纺织制造领域 40 家上市企业在环境维度的平均得分为 36 分，极差为 74，标准差为 23，变异系数为 0.64，数据呈现中度离散，说明该领域企业个别信息披露差异显著。单项表现方面，荣盛石化表现最佳，位居首位，超盈国际控股和福田实业等企业在环境维度都有不错表现。

从具体指标数据分析来看，环境管理板块的离散程度最低，表明大部分企业普遍保持较高披露意愿和管理基础，延续了以往的积极态势；其余四项指标离散度均保持偏高水平，污染物排放虽均分最高但离散系数高达 0.95，绿色资源板块得分最低且离散系数高达 0.97。表明该领域企业在可持续发展实践上依旧存在着显著不均衡性。

纺织制造领域上市企业环境维度各板块得分情况

二级指标	纺织制造		整体样本	
	平均分	变异系数	平均分	变异系数
环境管理	31	0.68	平均分	变异系数
污染物排放	44	0.95	30	0.68
企业碳管理	35	0.86	45	0.94
资源利用与节约	30	0.97	36	0.85
绿色设计	33	0.85	30	0.95

3. 纺织制造企业社会维度绩效情况

纺织制造领域上市企业和社会维度的平均得分为 32 分，极差为 67，标准差为 19.6，变异系数为 0.61，数据离散程度略低于环境维度。各企业和社会维度的社会责任表现有一定差异。智纺国际控股、超盈国际控股、金鹰股份等企业的总得分较高，排名位于前列，披露质量相对领先。

总体来看，纺织制造领域企业在社区责任板块表现较好，离散程度中等，表明企业整体表现良好且分化有限。其余五项指标差异显著，尤以职业健康与安全、人力资本和产品与服务责任方面离散度居高，反映行业社会责任实践尚未实现均衡发展，需要进一步加强行业规范和引导。

纺织制造领域上市企业社会维度各板块得分情况

二级指标	纺织制造		整体样本	
	平均分	变异系数	平均分	变异系数
劳动者基本权益	43	0.84	43	0.82
职业健康与安全	23	1.23	24	1.22
人力资本	27	1.13	28	1.11
产品与服务责任	27	0.95	27	0.95
创新成效	32	0.77	32	0.78
社区责任	42	0.56	42	0.55

4. 纺织制造企业治理维度绩效情况

纺织制造领域上市企业公司治理维度的平均得分为 49 分，极差为 48.6，标准差为 13.7，变异系数为 0.28，是三大一级指标中最低一项，显示出样本公司对公司治理方面的关注度最高且整体差异有限。上海三毛、恒逸石化、富春染织、荣盛石化等企业在公司治理维度得分较高，披露质量相对优异。

从具体指标数据分析来看，企业在治理结构和股东板块表现良好，总体均分较高且离散程度较低，表明纺织制造领域内企业形成较为一致的披露基准。相较之下，供应链尽责和 ESG 融入等关键板块得分偏低，差异尚存，仍需进一步改进实践，提升短板，未来需强化责任供应链管理与 ESG 战略内化，补齐治理短板并实现全面均衡。

纺织制造领域上市企业公司治理维度各板块得分情况

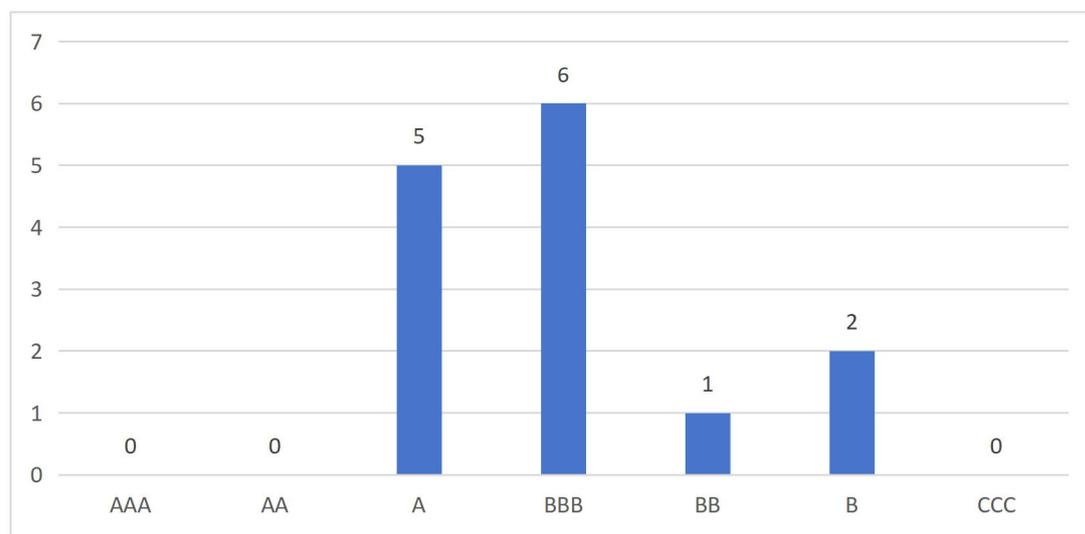
二级指标	纺织制造		整体样本	
	平均分	变异系数	平均分	变异系数
治理结构	64	0.20	64	0.20
专业委员会	65	0.32	64	0.33
股东	55	0.21	55	0.20
合规	56	0.37	56	0.37
ESG 融入	43	0.69	43	0.69
供应链尽责	30	0.95	31	0.94

(六) 成衣制造

1. 成衣制造企业 ESG 绩效整体情况

成衣制造领域上市企业共计 14 家，ESG 平均得分为 40 分，超过纺织服装行业总体水平（39 分），同时也是五个领域中得分最高的一个。极差为 45.4，标准差为 16.1，变异系数为 0.4，数据离散程度适中，表明成衣制造上市企业在 ESG 信息披露层面有一定程度的差异，但两极分化情况并不显著。

从层级划分来看，成衣制造上市企业的总体 ESG 绩效主要集中在 BBB 级和 A 级两个层级。其中 BBB 级企业数量最多，共计 6 家；B 级企业 2 家；BB 级企业 1 家；A 级企业有 5 家。



成衣制造领域上市企业总体 ESG 绩效分布情况

成衣制造领域上市企业在三个维度的 ESG 得分情况显示，环境维度（E）的得分差异最为显著，平均得分 38 分，标准差 23，变异系数 0.60，远超行业平均

的 0.40。这表明在环境管理、减排、资源利用等方面，企业之间的表现差异显著，可能源于部分企业在绿色供应链建设、碳排放管理等方面的投入和实践更为积极，而其他企业则相对落后。社会维度（S）的得分也存在一定差异，平均得分 34 分，标准差 19.8，变异系数 0.58，离散程度较环境维度有小幅减少但是均分有很大程度下降，是三项维度中最低的一项。表明成衣制造企业在劳动权益、社会责任、消费者保护等方面不存在极大差异，对社会责任的重视程度较为均衡。治理维度（G）得分相对集中，平均得分 50 分，标准差 13.5，变异系数 0.27，离散程度较小。表明在公司治理结构、透明度、合规性等方面，企业的表现较为一致。

成衣制造企业 ESG 得分整体情况

指标观测	ESG 总分	E	S	G
平均分	40	38	34	50
标准差	16.1	23	19.8	13.5
最高分	69.8	80.4	67.2	72
最低分	24.4	14.4	7.4	39.7
变异系数	0.40	0.60	0.58	0.27

综合来看，成衣制造企业在提升 ESG 表现时，应特别关注环境维度的改进，如加强绿色供应链管理、提高碳排放披露的透明度和准确性、实施节能减排措施等，以缩小与行业领先企业的差距并提升整体竞争力，同时，也应继续加强社会维度的实践，如提升劳动权益保护、加强社会责任履行等，以实现可持续发展。

2. 成衣制造企业环境维度绩效情况

成衣制造领域上市企业在环境维度的平均得分 38，极差为 66，标准差为 23，变异系数为 0.83，数据离散程度较高，即上市企业在环境维度的信息披露差异性较大，两极分化情况显著。在该领域上市企业中，申洲国际、联泰控股整体得分较高，表现较为出色。

详细来看，成衣制造领域上市企业在环境信息披露的各板块中，得分的变异系数普遍较大。说明企业在环境信息披露方面的表现存在显著差异，特别是资源利用与节约这一关键指标上，变异系数最高且平均分最低。反映出成衣制造企业在资源管理策略、实施效果以及信息披露透明度上的巨大差异。

成衣制造领域上市企业环境维度各板块得分情况

二级指标	成衣制造		整体样本	
	平均分	变异系数	平均分	变异系数
环境管理	30	0.71	30	0.68
污染物排放	49	0.86	45	0.94
企业碳管理	37	0.81	36	0.85
资源利用与节约	33	0.89	30	0.95
绿色设计	35	0.83	34	0.84

3. 成衣制造企业社会维度绩效情况

成衣制造领域上市企业在社会维度的平均得分为 34 分，极差为 59.8，标准差为 19.8，变异系数为 0.58，离散程度处于中等偏高水平，说明成衣制造领域企业对社会维度表现上分布较为分散。裕元集团、联泰控股、南旋控股在同领域所有企业中表现居于前列，其中裕元集团社会维度绩效（A 级）位居第一。

在社会维度涵盖的六项二级指标中，劳动者基本权益和社区责任板块的得分表现尤为突出且差异较小，其中社区责任的离散程度最低，显示企业在保障劳动者基本权益和履行社区责任方面已经取得一定成效，整体表现较为均衡。然而职业健康与安全得分情况并不乐观，这一指标得分最低、离散程度最高，反映该领域内企业对该领域的关注与投入极不均衡，未来亟需加大对该板块的投入以缩小差距。

成衣制造领域上市企业社会维度各板块得分情况

二级指标	成衣制造		整体样本	
	平均分	变异系数	平均分	变异系数
劳动者基本权益	46	0.77	43	0.82
职业健康与安全	27	1.08	24	1.22
人力资本	29	1.02	28	1.11
产品与服务责任	29	0.90	27	0.95
创新成效	29	0.86	32	0.78
社区责任	43	0.58	42	0.55

4. 成衣制造企业治理维度绩效情况

产业用纺织品领域上市企业在公司治理维度的平均得分为 50 分，极差为 32.3，标准差为 29，变异系数为 0.27，数据离散程度较低，表明该领域各企业在公司治理成效上差异较小。在治理层面，健盛集团以 72 分的绝对优势占据第一名，

剩下大部分企业也达到了均分以上水平,可见成衣制造领域上市企业在公司治理方面的信息披露程度较为全面,极少出现极端情况。

根据指标得分来看,治理结构、股东和专业委员会三项指标披露差异最小,整体得分较高且较为均衡。表明企业在治理结构的搭建与完善、股东权益的保障以及专业委员会的职能发挥等方面取得较为显著的成效。但供应链尽责得分相对偏低且变异系数最高,反映出企业在供应链管理方面表现存在较大差异,部分企业在这一环节的管理上仍有待加强。

成衣制造领域上市企业公司治理维度各板块得分情况

二级指标	成衣制造		整体样本	
	平均分	变异系数	平均分	变异系数
治理结构	64	0.20	64	0.20
专业委员会	63	0.33	64	0.33
股东	54	0.22	55	0.20
合规	56	0.38	56	0.37
ESG 融入	46	0.65	43	0.69
供应链尽责	33	0.87	31	0.94

五、结论

本报告通过对 153 家中国纺织服装上市企业的全面评估，清晰地勾勒出该行业在 2024 报告期环境、社会与治理（ESG）领域的整体图景与深层脉络。评估结果显示，中国纺织服装行业的 ESG 建设正处在一个深刻的转型节点：即从被动、分散的合规信息披露，向主动、系统的价值创造阶段过渡。这一转型过程并非一帆风顺，而是充满了机遇与挑战、领先与滞后、共识与分化的复杂景象。

（一）整体格局：企业间绩效分化显著

报告最核心的发现之一是行业 ESG 发展的不均衡性。行业 ESG 平均得分为 39 分，绩效中枢落在 BB 级，这表明行业整体仍处于“良好”以下水平，有较大的提升空间。具体而言，不均衡主要体现在两个层面：

首先，是 ESG 三大维度之间的结构性不均衡。治理维度表现最佳，平均得分 49 分，且变异系数最低。这反映出在证券交易所强制披露要求等一系列监管政策的驱动下，绝大多数企业已在公司治理结构、董事会设置、财务合规等基础层面建立了制度框架，达到了形式上的合规性。然而，环境与社会维度则成为明显的短板，平均分分别为 36 分和 33 分，且变异系数极高。这揭示了行业当前的核心矛盾：治理的“硬件”系统已初步搭建完毕，但环境与社会责任的“软件”内涵——即那些真正关乎可持续发展实质的节能减排、员工福祉、产品责任与供应链伦理——尚未能有效嵌入企业的战略核心和运营肌理。这种“重治理、轻环境与社会”的格局，说明行业整体的 ESG 实践仍较多地停留在应对监管和资本市场要求的被动阶段。

其次，是企业之间的梯队式分化。无论是总分还是环境、社会维度，其数据的离散程度都处于中高水平。这意味着行业内已经形成了一个清晰的 ESG 梯队：

领先阵营（AA 级与部分 A 级企业）：如华利集团、朗姿股份、安踏体育、波司登、泰和新材等。它们不仅在治理上表现稳健，更在环境管理（如设定碳目标、开展产品生命周期评估）和社会责任（如完善的员工培训体系、积极的社区参与）上进行了系统性投入，开始将 ESG 视为提升品牌形象、降低运营风险、甚至开拓新市场的战略工具。值得注意的是，表现领先的企业，进步幅度也较大。

中间梯队（BBB 级至 B 级企业）：构成了行业的主体。它们基本完成了治理合规的“必修课”，但在环境和社会维度上表现参差，披露不充分，实践缺乏

系统性，往往处于“有意识，但投入不足”的状态。

待改进阵营（CCC级企业）：数量庞大（尤其在环境维度占比近三成）。这些企业大多为中小企业，在ESG认知、资金、技术和人才方面面临严峻挑战，其ESG披露与实践严重滞后，在全球绿色贸易壁垒和国内环保政策收紧的背景下，面临日益增长的生存与竞争压力。

其三，各业务领域表现分化。中上游相对成熟，下游品牌端责任延伸不足。对不同业务领域的分析进一步印证了上述判断。以纺织制造和产业用纺织品为代表的中上游企业，由于其生产属性强，直接面对环保监管和品牌客户的审核压力，在环境管理和治理制度上反而形成了相对成熟的基础。而以成衣制造与服装零售、家用纺织品为代表的下游品牌与渠道企业，虽然治理维度得分尚可，但其环境和社会维度表现明显滞后。这揭示了下游企业的一个关键挑战：其ESG风险与影响大量隐匿于其掌控力薄弱的供应链之中。服装零售企业环境得分低，正是因其生产外包，对供应链的污染和碳排放缺乏透明度和控制力；其供应链尽责管理得分低，也源于对上游制造环节的社会与环境风险管控不足。因此，对下游企业而言，ESG能力的建设已不再是“独善其身”，而是必须“兼济天下”，即构建起对整个价值链的尽责管理体系。

（二）环境维度：末端治理向绿色创新艰难转型

环境维度是行业内部差距最大、也是转型压力最为紧迫的领域。评估结果揭示出行业绿色转型的典型路径与核心瓶颈。

从末端治理到源头管控的过渡期：当前，企业的环境管理焦点仍集中在传统的污染物（如废水、废气）排放控制上，这是一种相对被动和末端的治理模式。在更具前瞻性的“企业碳管理”和“资源利用与节约”方面，行业整体表现乏力。尽管有71家企业设定了量化碳目标，但大多数企业的减碳策略仍高度依赖于“绿电采购”这类短期回报较高但未撼动根本生产架构的措施，而在清洁能源结构转型和供应链碳足迹管理等更具革命性但也更复杂的领域，行动严重不足。这表明，行业的碳管理尚处于“摸清家底”的初级阶段，缺乏覆盖全价值链的、科学的减碳战略。

绿色设计的“表象化”与循环经济的“缺失”：一个突出的现象是，企业在“绿色设计”指标上，普遍热衷于披露“绿色原材料选用”（如使用再生涤纶、

有机棉），这已成为品牌营销的标准配置。然而，在决定产品全生命周期环境影响的关键环节——产品耐用性设计和生命末期处置方案——企业参与度极低。这暴露了当前行业绿色实践的软肋：我们善于讲述“开头”的原料故事，却回避了“结尾”的回收责任。一条真正的、闭环的循环经济体系远未形成，废旧纺织品循环项目仍处于零星试点状态。这意味着行业的绿色转型在很大程度上仍是局部的、表象的，尚未触及线性生产模式的根本。

（三）社会维度：深层治理与人文关怀亟待加强

社会维度的评估展现了行业在管理“人”这一核心要素上的成就与不足。

基础保障扎实，深层治理薄弱：在“劳动者基本权益”方面，多数企业在劳动合同签订、社会保险缴纳等基础法律合规层面做得较好。然而，在“员工管理政策透明度”和“民主议定程序”等更深层次的治理议题上，得分普遍不高。这表明，工会、职代会等沟通机制在许多企业可能流于形式，员工缺乏有效的、制度化的渠道参与到影响关乎自身利益的决策中，企业的包容性文化建设仍有长路要走。

人力资本投资重“量”轻“质”：企业在培训方面倾向于披露“人均培训时长”“参与培训比例”等量化数据，但对于能真实反映培训效果和员工状态的“员工满意度调查”和“职业发展规划”则披露不足。这反映出一种将员工视为“劳动力”而非“人力资本”的传统管理思维，对员工的长期发展与精神福祉投入不足。

产品责任与安全透明度不足：尽管多数企业建立了质量管理体系，但诸如“产品检测合格率”“产品抽检不合格次数”等关键绩效数据的披露率极低。这种对负面信息或关键质量数据的选择性回避，本身就是一个潜在的风险信号，可能掩盖了实际存在的产品质量或客户信任危机。

（四）治理维度：ESG融入与供应链管理亟待提升

治理维度的高分并不能掩盖其内部发展的不均衡。行业在传统公司治理（如董事会结构、财务合规）上表现成熟，但在将ESG理念实质性融入企业基因方面，步伐迟滞，尚未形成稳固机制。

ESG治理“形神分离”：尽管有三分之二的企业发布了独立的ESG报告，

但仅有 27%的企业在董事会层面设立了 ESG 专门委员会或明确其监督职责，将 ESG 指标纳入高管绩效考核的企业更是凤毛麟角（不足一成），这导致 ESG 工作在很多企业成为公共关系部门或合规部门的“课外作业”，而非由董事会引领、与业务战略和绩效激励紧密挂钩的“核心课程”。

供应链尽责管理的风险黑洞与价值盲区：供应链管理是整个公司治理维度中得分最低、也最分化的环节。约一半企业披露了供应链管理政策，但落实到对供应商的人权、环境进行审查、建立沟通与退出机制的企业少之又少，“管不到”也“不想管”的现状，使得品牌企业暴露在巨大的潜在风险之下。随着欧盟《企业可持续尽责指令》等法规的落地，供应链上的劳工权益侵犯或环境破坏事件，将直接冲击品牌方的国际市场准入和声誉。反过来看，这也意味着，谁能率先构建透明、负责任、有韧性的供应链，谁就能在未来的竞争中占据绝对的道德和商业制高点。

附录一：中国纺织服装企业 ESG 绩效评估方法论

（一）识别评估对象

项目组于 2025 年 4 月启动 2024 报告期的上市企业 ESG 绩效评估工作。评估对象包括两类：一是在 A 股及 H 股上市的所有纺织服装企业，即上海证券交易所、深圳证券交易所、北京证券交易所及香港联合交易所挂牌上市的纺织服装板块成分股；二是由中国纺织工业联合会各成员单位推荐的企业。这部分企业虽未直接列入纺织服装板块，但因其纺织服装领域业务在其主营业务收入中占比较高，且企业在纺织服装行业具有重要影响力，也被纳入评估对象。同时将在 2025 年退市的企业以及主营业务发生转变的企业予以排除。最终，形成 2024 报告期的评估样本，覆盖企业 153 家。

样本企业的上市地点主要集中在深圳、上海、香港三地，仅有两家企业在北京上市。其中深圳证券交易所上市 59 家，占比 38.6%；47 家企业在上海证券交易所上市，占比 30.7%；其余 45 家企业（29.4%）在香港证券交易所上市。

（二）确定信息收集范围

项目组将企业正式发布的 2024 报告期的信息纳入 ESG 绩效评估范围，包括企业年度报告及 ESG 报告（包括社会责任报告、可持续发展报告、影响力报告等同类报告）、企业在交易所公开披露的公告、企业在监管机构指定信息披露渠道披露的公告、企业官网信息等。第三方媒体报道（包括新媒体）作为动态观察项目，并据此对 ESG 绩效评估进行实时调整。

（三）构建评价指标体系

2022 年 8 月，由中国纺织工业联合会社会责任办公室开发的“中国纺织服装企业 ESG 指标体系”正式发布。在此基础上，项目组梳理了 153 家上市企业正式披露的信息。基于上市企业信息披露的实际情况，再次对定性指标进行简化，使其易于横向比较。最终确定了纳入评估的指标体系（见附录二）。

（四）确定评估建模方法

通过多次建模和回测试验，项目组确定了不同层级指标的赋分、赋权方法，并完成了评估建模。在赋分方面，对定量指标，根据指标本身的含义即数值范围，划定赋分区间，设置赋分规则。对定性指标，采取两种处理方式，一是简化为布尔变量，分值设置为 0 分或 100 分（满分）；二是根据指标特征，设计不同分值

阶梯对应的采分点。项目组成员按照赋分规则，将定性指标转变成可供进一步数据处理的定量数据。在赋权方面，对一级指标，即环境、社会与治理三大板块，采用专家打分法，最终确定 35%，35%，30%的权重。对二级指标，以差异性赋权，并选用指标标准差作为评价差异性的基础指标。对三级指标，采用平权处理。企业 ESG 绩效评估结果最终按总分分数段分布情况，转化为 ESG 绩效级别。

2024-2025 ESG 评估指标体系赋权结果

一级指标	二级指标	二级指标权重
环境（35%）	环境管理	13.7%
	污染物排放	28.0%
	企业碳管理	20.2%
	资源利用与节约	19.1%
	绿色设计	19.0%
社会（35%）	劳动者基本权益	21.0%
	职业健康与安全	17.3%
	人力资本	18.0%
	产品与服务责任	15.2%
	创新成效	14.9%
	社区责任	13.7%
治理（30%）	治理结构	10.6%
	专业委员会	17.0%
	股东	8.9%
	合规	16.6%
	ESG 融入	23.7%
	供应链尽责	23.2%

企业 ESG 绩效级别与评估结果对照情况

ESG 绩效级别	ESG 绩效评估结果
AAA	[85,100]
AA	[70,85)
A	[55,70]
BBB	[40,55)
BB	[30,40)
B	[20,30)
CCC	[0,20)

附录二：纺织服装企业 ESG 评估指标（2024-2025）

一级指标	二级指标	三级指标	指标类型
环境	环境管理	环境管理体系认证	布尔
		主要污染物识别	布尔
		化学品管理	布尔
		突发环境事件应急预案	布尔
		环境处罚次数	布尔
		环境争议事件	布尔
	污染物排放	化学需氧量排放量	布尔
		硫化物排放量	布尔
		氮氧化物排放量	布尔
		危险废弃物/有害废物排放量	布尔
		一般工业废物/一般固体废物排放量	布尔
	企业碳管理	温室气体排放总量	布尔
		温室气体排放（范畴一）	布尔
		温室气体排放（范畴二）	布尔
		温室气体排放（范畴三）	布尔
		生产工艺改进项目	布尔
		清洁能源占比	布尔
		碳减排管理目标	布尔
		产品碳足迹评估	布尔
	资源利用与节约	水资源管理目标	布尔
		水资源消耗总量/新鲜水取用量	布尔
		能源消耗总量	布尔
		应用节水工艺项目	布尔
		水资源管理绩效	布尔
		包装材料管理目标	布尔
		包装材料非强制回收利用	布尔
包装材料管理绩效		布尔	
次品率		布尔	
绿色设计	绿色原材料选用	布尔	
	产品耐用性设计	布尔	
	产品生命末期处置	布尔	
	废旧纺织品循环项目	布尔	
社会	劳动者基本权益	员工管理政策透明度	分级赋分
		员工满意度测评	布尔
		员工离职率	布尔
		民主议定程序	分级赋分
		劳动合同签订率	布尔
		职工社会保险参保率	布尔
		企业最低档基本工资与当地最低	布尔

一级指标	二级指标	三级指标	指标类型
		工资标准的比值	
		女员工占比	布尔
	人力资本	员工满意度测评	
		员工职业发展规划	布尔
		年度培训参与人次	布尔
		人均培训时长	布尔
		员工参与培训比例	布尔
	职业健康与安全	职业健康安全管理体系	布尔
		全年工伤发生率	布尔
		全年工伤误工工作日	布尔
		安全事件发生次数	布尔
	产品与服务责任	产品检测合格率	布尔
		质量管理体系	布尔
		信息安全管理认证	布尔
		客户满意度	布尔
		消费者信息保护/客户信息安全	布尔
		售后信息反馈与改进	布尔
		产品安全与质量争议事件	布尔
		消费者欺诈争议事件	布尔
	创新成效	研发投入占营收比重	布尔
		当年新增发明专利授权数	布尔
		期末持有发明专利数	布尔
		当年新增著作权数	布尔
	社区责任	营销伦理争议事件	布尔
		公益慈善参与	分级赋分
		对外捐赠占营收比重	布尔
公司治理	治理结构	独立董事占比	布尔
		董事女性占比	分级赋分
		高管女性占比	分级赋分
		高管离职率	分级赋分
		董监高薪酬占营收比重	分级赋分
		董监高持股占总股本比重	分级赋分
		总经理薪酬	分级赋分
		总经理薪酬与员工平均薪酬比	分级赋分
	专业委员会	是否设立审计委员会	布尔
		是否设立薪酬委员会	布尔
		是否设立战略委员会	布尔
		是否设立风险管理委员会	布尔
		是否设立提名委员会	布尔
	股东	股权集中度	分级赋分
		股权集中度变化率	分级赋分
股东增持次数		分级赋分	

一级指标	二级指标	三级指标	指标类型
		股东减持次数	分级赋分
		股东累计增持数量占总股本比重	分级赋分
		股东累计减持数量占总股本比重	分级赋分
		股利支付率	分级赋分
	合规	涉诉次数	布尔
		交易所处罚次数	布尔
		行业监管处罚次数	布尔
		重大行业监管处罚次数	布尔
		反腐监管监管次数	布尔
		重大反腐监管次数	布尔
		报告期内企业是否开展合规性的评价	布尔
		财报审计意见类别	布尔
		ESG 融入	是否发布 ESG 报告
	ESG 报告披露的及时性		布尔
	董事会下是否设立 ESG 委员会		布尔
	企业董事层是否参与 ESG 治理		布尔
	企业是否针对 ESG 制定独立部门或兼职部门		布尔
	企业是否针对 ESG 制定相应制度保障和流程体系		布尔
	董事和高管激励与 ESG/可持续目标挂钩		布尔
	供应链尽责		供应链尽责管理政策
		供应链人权尽责实践	布尔
		供应链环境尽责实践	布尔
		供应商沟通	布尔
		供应商退出机制	布尔

附录三：纺织服装上市企业 ESG 绩效评估结果（2024-2025）

企业名称	上市地点	业务领域	评估结果
华利集团	深圳	鞋包	AA
朗姿股份	深圳	服装零售	AA
泰和新材	深圳	产业用纺织品	AA
裕元集团	香港	成衣制造	A
联泰控股	香港	成衣制造	A
蓝帆医疗	深圳	产业用纺织品	A
波司登	香港	服装零售	A
超盈国际控股	香港	纺织制造	A
安踏体育	香港	服装零售	A
德永佳集团	香港	服装零售	A
荣盛石化	深圳	纺织制造	A
慕尚集团控股	香港	服装零售	A
申洲国际	香港	成衣制造	A
上海三毛	上海	纺织制造	A
森马服饰	深圳	服装零售	A
金鹰股份	上海	纺织制造	A
中国利郎	香港	服装零售	A
同得仕（集团）	香港	成衣制造	A
中胤时尚	深圳	鞋包	A
物产金轮	深圳	其他	A
361度	香港	服装零售	A
福田实业	香港	纺织制造	A
华峰超纤	深圳	产业用纺织品	A
达利国际	香港	成衣制造	A
智纺国际控股	香港	纺织制造	A
开润股份	深圳	鞋包	A
特步国际	香港	服装零售	A
九兴控股	香港	鞋包	A
罗莱生活	深圳	家用纺织品	A
互太纺织	香港	纺织制造	A
滔搏	香港	服装零售	A
晶苑国际	香港	成衣制造	A
鳄鱼恤	香港	服装零售	A
今创集团	上海	产业用纺织品	A
卡宾	香港	服装零售	BBB
信星集团	香港	鞋包	BBB
杉杉品牌	香港	服装零售	BBB
千百度	香港	鞋包	BBB
天虹国际集团	香港	纺织制造	BBB
尚晋国际控股	香港	服装零售	BBB

企业名称	上市地点	业务领域	评估结果
万事利	深圳	服装零售	BBB
宏太控股	香港	纺织制造	BBB
维珍妮	香港	成衣制造	BBB
新秀丽	香港	鞋包	BBB
新澳股份	上海	纺织制造	BBB
南旋控股	香港	成衣制造	BBB
时代集团控股	香港	鞋包	BBB
嘉麟杰	深圳	成衣制造	BBB
百宏实业	香港	纺织制造	BBB
都市丽人	香港	服装零售	BBB
李宁	香港	服装零售	BBB
太湖雪	北京	家用纺织品	BBB
普拉达	香港	服装零售	BBB
恒逸石化	深圳	纺织制造	BBB
盛泰集团	上海	成衣制造	BBB
鲁泰 A	深圳	纺织制造	BBB
健盛集团	上海	成衣制造	BBB
九牧王	上海	服装零售	BBB
汇成服饰控股	香港	服装零售	BBB
利华控股集团	香港	成衣制造	BBB
台华新材	上海	纺织制造	BBB
东方盛虹	深圳	纺织制造	BBB
飞霓控股	香港	其他	BBB
赢家时尚	香港	服装零售	BBB
江南布衣	香港	服装零售	BBB
中国动向	香港	服装零售	BBB
聚杰微纤	深圳	纺织制造	BB
地素时尚	上海	服装零售	BB
迎丰股份	上海	纺织制造	BB
再升科技	上海	产业用纺织品	BB
佐丹奴国际	香港	服装零售	BB
红豆股份	上海	服装零售	BB
富春染织	上海	纺织制造	BB
非凡领越	香港	服装零售	BB
恒力石化	上海	纺织制造	BB
瑞贝卡	上海	其他	BB
康隆达	上海	产业用纺织品	BB
龙头股份	上海	服装零售	BB
歌力思	上海	服装零售	BB
新华锦	上海	其他	BB
泰慕士	深圳	成衣制造	BB
江南高纤	上海	纺织制造	BB

企业名称	上市地点	业务领域	评估结果
宏达高科	深圳	纺织制造	BB
海澜之家	上海	服装零售	BB
酷特智能	深圳	服装零售	BB
恒辉安防	深圳	产业用纺织品	BB
嘉欣丝绸	深圳	服装零售	BB
红蜻蜓	上海	鞋包	BB
扬州金泉	上海	产业用纺织品	BB
雅戈尔	上海	服装零售	BB
凤竹纺织	上海	纺织制造	BB
安正时尚	上海	服装零售	BB
百隆东方	上海	纺织制造	B
兴业科技	深圳	其他	B
桐昆股份	上海	纺织制造	B
梦洁股份	深圳	家用纺织品	B
美达股份	深圳	纺织制造	B
华茂股份	深圳	纺织制造	B
爱慕股份	上海	服装零售	B
报喜鸟	深圳	服装零售	B
如意集团	深圳	纺织制造	B
伟星股份	深圳	其他	B
太平鸟	上海	服装零售	B
浙文影业	上海	纺织制造	B
思捷环球	香港	服装零售	B
孚日股份	深圳	家用纺织品	B
华斯股份	深圳	纺织制造	B
新乡化纤	深圳	纺织制造	B
真爱美家	深圳	家用纺织品	B
戎美股份	深圳	服装零售	B
云中马	上海	产业用纺织品	B
ST金比	深圳	服装零售	B
浔兴股份	深圳	纺织制造	B
际华集团	上海	成衣制造	B
联发股份	深圳	纺织制造	B
日播时尚	上海	服装零售	B
华纺股份	上海	纺织制造	B
江苏国泰	深圳	纺织制造	B
七匹狼	深圳	服装零售	B
棒杰股份	深圳	成衣制造	B
航民股份	上海	纺织制造	B
嘉曼服饰	深圳	服装零售	B
富安娜	深圳	家用纺织品	B
探路者	深圳	服装零售	B

企业名称	上市地点	业务领域	评估结果
哈森股份	上海	鞋包	B
欣贺股份	深圳	服装零售	B
比音勒芬	深圳	服装零售	B
金春股份	深圳	产业用纺织品	B
安奈儿	深圳	服装零售	B
稳健医疗	深圳	产业用纺织品	B
牧高笛	上海	产业用纺织品	B
美邦服饰	深圳	服装零售	B
新凤鸣	上海	纺织制造	CCC
水星家纺	上海	家用纺织品	CCC
锦泓集团	上海	服装零售	CCC
乔治白	深圳	服装零售	CCC
汇洁股份	深圳	服装零售	CCC
三夫户外	深圳	服装零售	CCC
万里马	深圳	鞋包	CCC
迅销	香港	服装零售	CCC
延江股份	深圳	产业用纺织品	CCC
华生科技	上海	产业用纺织品	CCC
彩蝶实业	上海	纺织制造	CCC
夜光明	北京	产业用纺织品	CCC
华孚时尚	深圳	纺织制造	CCC
洪兴股份	深圳	服装零售	CCC
美尔雅	上海	服装零售	CCC
ST 步森	深圳	服装零售	CCC
华升股份	上海	纺织制造	CCC
南山智尚	深圳	纺织制造	CCC
ST 摩登	深圳	服装零售	CCC
众望布艺	上海	家用纺织品	CCC
浪莎股份	上海	服装零售	CCC

企业ESG绩效提升服务

中国纺织工业联合会社会责任办公室ESG服务简介

2004年，中国纺织工业联合会社会责任办公室参与了联合国全球契约组织（UNGC）《Who cares wins（有心者赢）》的中文翻译工作，成为最早将ESG概念引入中国的研究机构之一。20余年来，我们通过与纺织服装、工程承包、电子、通讯、矿业等行业开展广泛的合作，探索企业实践前沿，逐步构建起ESG研究、ESG融资服务、ESG数据服务、ESG价值传播的综合服务能力。

ESG评级提升

应对MSCI、S&P Global CSA、Sustainalytics、CDP、EcoVadis等评级体系要求，提升企业ESG绩效和评级结果

ESG绩效评估

依托“中国纺织服装行业ESG公共服务平台”的行业ESG基础信息数据库，精准定位企业在行业中的相对绩效表现，锚定对标水平，制定针对性的改进方案

ESG战略制定

制定可持续发展目标、优化ESG管理架构、规划实施路径、制定具体的政策制度和行动计划，推动ESG融入企业的整体战略部署

ESG风险管理与应对

识别和评估实质性ESG风险，构建风险应对方案，改进ESG管理架构、制度，开发实操性强的ESG风险管理工具

ESG能力提升

提供公司治理、商业道德、员工权益保护、性别平等、循环纺织品、节能减排等ESG专题培训

推进行业社会与环境试点创新项目

开展供应链社会与环境管理、生活工资、家庭友好工作场所、女性经济赋权、循环纺织品等创新项目



ESG标准/指南

- 中国纺织服装行业ESG指标体系
- 中国中小企业社会责任指南
- 联合国全球契约十项原则在“一带一路”倡议下基础设施行业的应用
- 国际劳工组织、联合国开发计划署、联合国儿童基金会、联合国妇女署《负责任商业行为手册》
- 在华跨国企业可持续供应链发展指数
- 负责任海外投资指引



ESG评级提升

- 中国纺织服装企业ESG绩效评估年度报告
- 中国中车EcoVadis评级辅导
- 中国移动供应链ESG绩效提升



ESG信息披露

- 中国企业海外可持续发展报告
- 中国工业和信息化绿色低碳发展报告
- 品牌企业ESG报告编制与发布策划

联系我们



中国纺织工业联合会社会责任办公室
CNTAC Office for Social Responsibility of CNTAC

联系人：王静 电话：010-85229304

邮箱：wangjing@ctic.org.cn



引用：中国纺织工业联合会社会责任办公室，远东信用管理有限公司，东华大学（2024），中国纺织服装企业ESG绩效评估报告（2024-2025）。

联系方式：王静，15650701345，wangjing@ctic.org.cn。