



Xiabuxiabu Catering Management (China) Holdings Co., Ltd.  
呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)  
股份代號：520



2024

環境·社會及管治報告



# 報告說明

## 時間範圍

2024年1月1日－2024年12月31日，部分內容及數據適當追溯以往年份，超出上述範圍。

## 發佈周期

本報告為年度報告。

## 組織範圍

呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司及其附屬公司，包括呷哺呷哺餐飲管理有限公司、呷哺呷哺餐飲管理(上海)有限公司、呷哺呷哺餐飲管理(天津)有限公司、呷哺呷哺餐飲管理(深圳)有限公司、湊湊餐飲管理有限公司、湊湊(天津)餐飲管理有限公司、呷哺呷哺(上海)食品有限公司、呷哺(上海)設計工程有限公司、錫林郭勒盟伊順清真肉類有限責任公司等。

## 編寫依據

報告編制參考香港聯合交易所《環境、社會及管治報告指引》(「ESG指引」)，同時參考全球可持續發展標準委員會(GSSB)發佈的《GRI可持續發展報告標準》(GRI Sustainability Reporting Standards)及中國連鎖經營協會(CCCA)發佈的《實體連鎖企業／互聯網消費平台社會責任實施指南》(2021年版)。

## ESG匯報原則

- 重要性：本報告遵循聯交所重要性原則規定，在報告中披露董事會及ESG工作小組審議ESG事宜，利益相關方溝通、實質性議題識別過程及實質性議題矩陣，具體遵循情況詳見後文對應部分。
- 量化：本報告中定量關鍵績效指標的統計標準、方法、假設及／或計算工具，以及轉換因素的來源，均在報告釋義中進行說明。
- 平衡：本報告不偏不倚地呈報本集團報告期內的表現，避免可能會不恰當地影響報告讀者決策或判斷的選擇、遺漏或呈報格式。
- 一致性：本報告披露數據所使用的統計方法均保持一致。

## 數據說明

所有數據均來自呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司正式文件和統計報告。

## 指代說明

為了便於表述和方便閱讀，「呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司」及其附屬公司在本報告中以「公司」或「我們」表示。非特殊說明，報告中貨幣單位「元」即「人民幣元」。

## 報告獲取

電子版可在本公司網站(<http://www.xiabu.com/>)及香港聯合交易所有限公司網站(<http://www.hkexnews.hk>)查閱。

本報告以中英文兩種文字發佈，在對兩種文本理解發生歧義時，請以中文文本為準。

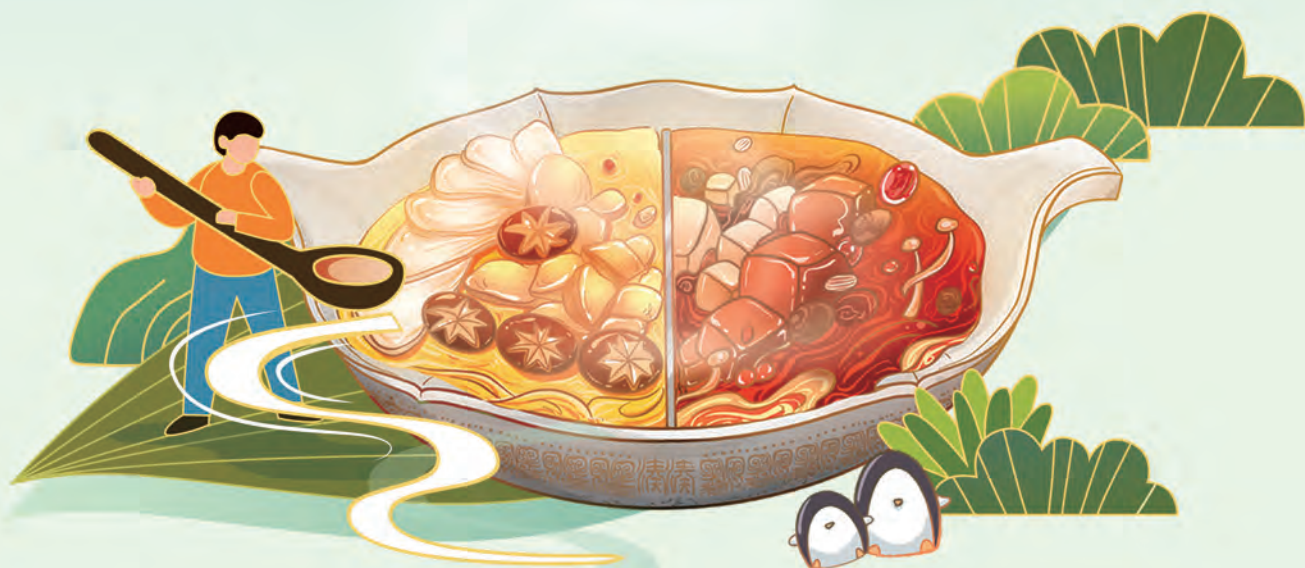
## 董事會聲明

我們承諾，本公司嚴格遵守香港聯合交易所《環境、社會及管治報告指引》的披露要求進行報告的編制。經董事會授權，公司開展2024年度ESG信息收集和披露工作，本報告經董事會審議後發佈。2025財年，公司董事會將進一步完善ESG治理體系，推動公司ESG水平不斷提升。



# 目錄

報告說明	1	2. 品質為基，創新為翼	25
董事會聲明	3	2.1 守護食品品質	26
董事長致辭	3	2.2 創新多元菜品	29
ESG管理	5	2.3 優化升級供應鏈	33
ESG管理理念	5	2.4 秉持客戶至上	38
ESG管理架構	6	2.5 引領行業標杆	39
ESG激勵與考核	7	3. 環保為責，永續為志	40
利益相關方溝通	7	3.1 踐行低碳運營	41
實質性議題分析	9	3.2 強化排放管控	47
專題1：森林友好供應鏈，推動行業可持續發展	10	3.3 落實環保行動	48
專題2：智能倉儲，助力供應鏈升級	12	4. 以人為本，發展共濟	50
1. 關於我們	14	4.1 保障員工權益	51
1.1 公司簡介	15	4.2 深化員工關懷	56
1.2 企業管治	17	4.3 賦能員工發展	60
1.3 合規經營	18	4.4 擔當社會責任	66
1.4 業績回顧	22	未來展望	70
1.5 獎項榮譽	23	ESG指標索引	71
		GRI Standards指標索引	78
		讀者反饋表	80





賀光啓先生

董事長



## 董事長致辭

2024年，我們的關鍵詞是「穩步增長」。我們將可持續發展理念融入企業運營的每一個環節，發展速度與發展質量並重，持續在品牌建設、數字引領、優化開發佈局、供應鏈升級等方面精耕細作、不斷突破，為公司塑造健康的「體質」，通過穩健經營實現良好業績和業務的穩步增長。

**堅持品質與安全，守衛企業生命線。**我們深知，每一位消費者在選擇呷哺呷哺時，都寄予了對安全、健康美食的信任。為此，我們秉持「品質源自堅持」根本法則，以食品安全為己任，建立了嚴格且完善的食品安全管理體系，從供應商管理、源頭採購，到驗收檢測、倉儲配送，再到餐廳管理、中央廚房與工程管理等各個環節，不斷強化管理，以高標準保證送上餐桌的食材新鮮營養、安全放心。2024年，我們持續開展產品批次檢測、食品安全管理體系認證、供應商飛行檢查和風險評估，以及質量安全培訓等工作，我們的產品批次檢測合格率达到100%，中央廚房嚴格落實ISO22000食品安全管理體系要求。

**強化供應鏈管控，保障穩健供應。**我們把建立安全穩定的供應鏈體系作為企業發展的重中之重，堅持打造高效、可持續的供應鏈。我們與供應商建立了長期穩定的合作關係，共同推動供應鏈的優化升級。我們升級了供應鏈的數字化管控技術，實現倉儲精細化管理和運輸過程實時管控，既保障了食品安全和新鮮度，又提高了運營效率，降低成本。

**低碳運營，促進可持續發展。**我們致力於推動全產業鏈的綠色轉型。在餐廳的設計、裝修和運營過程中，我們堅持以「打造環境友好餐廳」為目標，採用環保材料和節能設備，降低能源和資源消耗，減少碳排放。同時，我們不遺餘力地推動全產業鏈協同，利用數字化手段，創新採用「農餐對接」模式，提高物流運輸效率，優化菜品設計，將反食品浪費工作落到實處。我們還利用門店覆蓋廣和顧客接觸頻次多等優勢，線上線下一體化推動「厲行節約、反對浪費」，積極發出倡議並踐行光盤行動。



## 董事長致辭

**以人為本，助力員工成長。**我們深知員工是企業發展的核心動力，因此全力為他們打造廣闊的職業發展空間，提供豐富多元的培訓資源，助力員工獲得持續的成長和自我超越。我們堅信每位員工都蘊含巨大潛力，鼓勵大家以拼搏的姿態積極展現自身價值，在這個充滿機遇與挑戰的平台上貢獻力量。我們積極營造「事業留人，共同成長」的良好氛圍，讓員工在實現職業理想的同時，也能享受到生活的安穩與幸福。

**兼濟天下，投身社會公益。**秉持著飲水思源的感恩之心，我們積極投身社會公益事業，用實際行動回饋社會。我們為環衛工人送上熱氣騰騰的火鍋，讓他們在忙碌之餘感受到溫暖與關懷；為外賣騎手搭建暖心驛站，為他們提供一個休憩的港灣；為青春期女生送去教育資源包，讓她們在成長的道路上感受到溫暖與關愛。2024年，我們參加公益活動和項目21場，在點滴細微之處，傳遞著溫暖，為社會貢獻自己的力量。

歷經26載的砥礪奮進，我們始終秉持「讓更多的人享受健康、營養、美味與時尚」為使命，腳踏實地邁好每一步。未來充滿挑戰，我們將繼續堅定信念，踐行「永無止境地追求卓越」的企業精神，於變化中探索新機遇，發揮自身優勢，携手各利益相關方，不斷努力前行，在新形勢下邁入穩步前進的新階段。



# ESG管理

## ESG管理理念

公司始終秉持「一切以顧客的核心利益為考量」的經營理念，在食材品質、服務水平、管理效能、工作質量以及人才培養等方面不斷追求卓越。我們致力於遍布中國，走向世界，成為民族餐飲的領導者。不僅要讓華人引以為傲，更要成為行業的管理典範、消費者心中的首選餐飲品牌、員工認可的最佳僱主、投資者信賴的績優投資對象、合作夥伴眼中的可靠夥伴，以及社會公認的優秀企業公民。公司的ESG管理理念與聯合國提出的可持續發展目標深度契合。在無貧窮、零饑餓、良好健康與福祉等目標上，我們積極作為，貢獻屬於我們的力量，以實際行動彰顯負責任企業的社會價值，與社會各界共同創造更美好的未來。

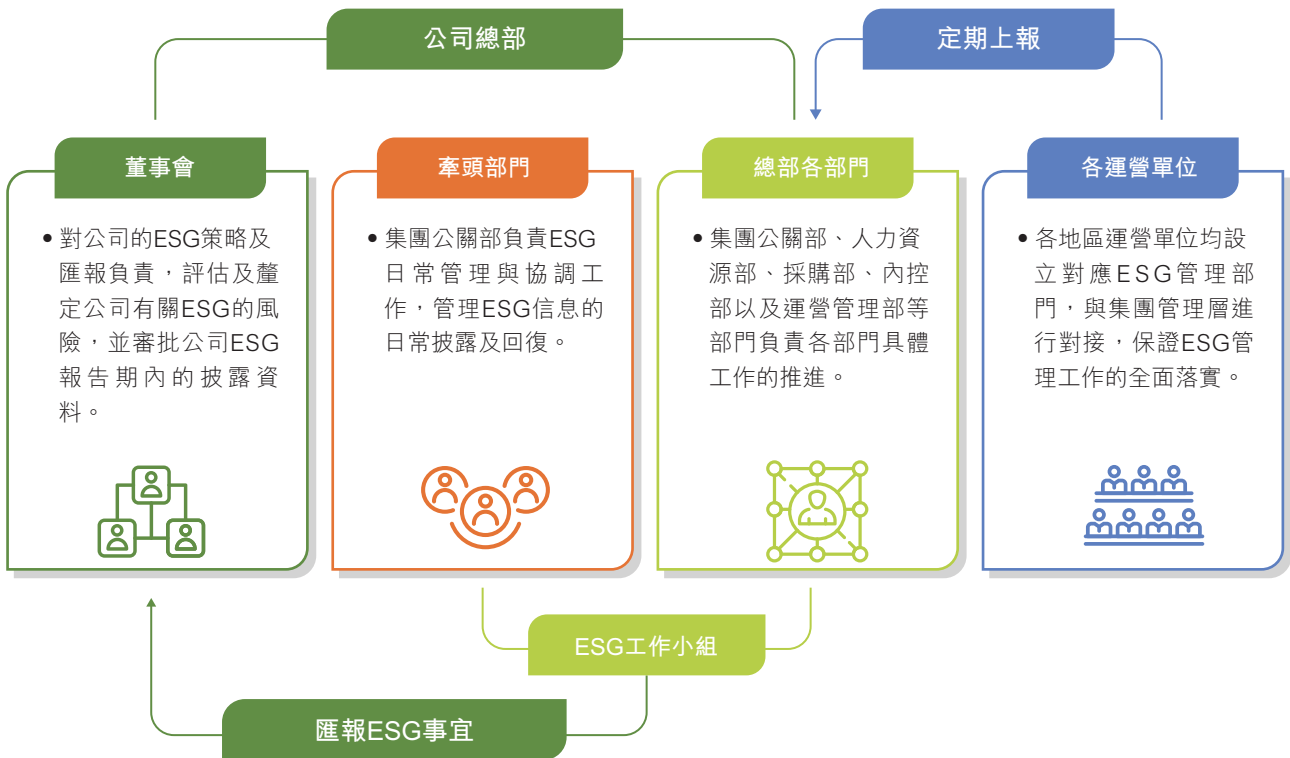


## ESG管理

### ESG管理架構

公司建立了上下聯動的ESG工作機制，確保ESG工作的有序開展。公司董事會對ESG策略及匯報負責，並負責審議、決策公司ESG重大事項；ESG工作小組負責向董事會報告ESG事宜，ESG工作小組覆蓋員工、食品安全、環境保護、公益等ESG議題涉及部門。

集團公關部為ESG工作小組牽頭部門，負責ESG工作的協調和統籌；總部其他部門負責具體工作的推進與本部門分管議題的年度ESG信息維護與報送，協調各運營單位工作推進與信息上報，並設立ESG工作聯絡人，負責進行本部門議題的協調和管理工作；各地運營單位的相關部門按照總部要求，進行具體工作的落地推進，並定期上報ESG信息，形成整體聯動協同的完整體系。





## ESG管理

### ESG激勵與考核

為加強ESG相關工作管理，保障公司可持續發展目標的實現，公司將高管薪酬的可變部分與ESG相關指標掛鉤。為確保ESG管理責任有效傳導，公司將食品安全、產品及服務質量、環保合規、員工發展等ESG相關考核指標分解至各部門，並持續細化定量、定性指標的考核細則。

### 利益相關方溝通

與利益相關方保持溝通、積極回應利益相關方的訴求是公司開展ESG管理的重要基石。我們非常重視與利益相關方的溝通與協作，通過暢通的溝通方式和多元開放的溝通渠道，我們與政府及監管機構、投資者、消費者等利益相關方保持良好、有效溝通，積極主動了解並回應各利益相關方期望與訴求，在依法合規運營的同時，履行社會責任，共創可持續價值。

利益相關方	溝通方式	期望與訴求	我們的回應
政府及監管機構	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 日常溝通</li> <li>• 信息報送</li> <li>• 會議座談</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 合規經營</li> <li>• 嚴格的內部控制和風險管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 加強合規運營</li> <li>• 依法納稅</li> <li>• 加強內部控制和風險管理</li> </ul>
投資者	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 定期信息披露</li> <li>• 股東大會</li> <li>• 日常溝通</li> <li>• 官網網站</li> <li>• 投資者關係專用聯繫方式</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 優異的業績</li> <li>• 持續穩定的增長</li> <li>• 廉潔透明的運營</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 持續提高價值創造能力</li> <li>• 加強企業風險管理</li> <li>• 透明公開的信息披露</li> <li>• 強化投資者管理</li> </ul>
媒體及非政府組織	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 社交媒體</li> <li>• 新聞發布會</li> <li>• 座談會</li> <li>• 官方網站</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 對外傳播公司戰略計劃</li> <li>• 獲取公眾對公司及品牌的認知</li> <li>• 建立與公眾方便、暢通、合理的交流機制</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 建立國內外媒體矩陣</li> <li>• 定期開展新聞發布會</li> <li>• 定期發布公司戰略信息</li> <li>• 定期參加座談會等進一步拉近與公眾的聯繫</li> </ul>

## ESG管理

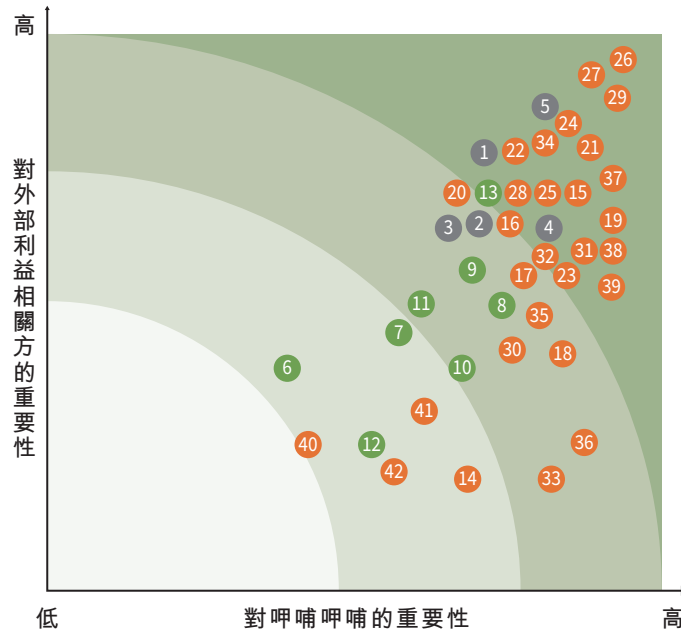
利益相關方	溝通方式	期望與訴求	我們的回應
消費者	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 客服專線</li> <li>• 官博、官微留言互動</li> <li>• 客戶滿意度調查</li> <li>• 餐廳溝通交流</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 食品安全</li> <li>• 高效優質的服務</li> <li>• 營養健康多樣的產品選擇</li> <li>• 新品牌塑造</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 直營連鎖</li> <li>• 嚴控食材採購</li> <li>• 堅持集中配送</li> <li>• 精心搭配食材</li> <li>• 研發新產品</li> <li>• 開發適應市場的全新品牌</li> <li>• 提升就餐環境</li> <li>• 保障消費者權益</li> </ul>
環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 倡導環保理念</li> <li>• 堅持可持續發展</li> <li>• 環境信息披露</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 支持節能減排，提倡低碳生活</li> <li>• 溫室氣體排放量</li> <li>• 餐廚垃圾排放量</li> <li>• 能源使用量</li> <li>• 節約資源</li> <li>• 堅持綠色可持續發展運營</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 堅持推進餐廳環保低碳運營</li> <li>• 餐廚垃圾嚴格管理</li> <li>• 垃圾分類</li> <li>• 減塑降廢</li> <li>• 積極倡導綠色辦公</li> </ul>
員工	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 培訓交流</li> <li>• OA平台公告與反饋</li> <li>• 團建活動</li> <li>• 定期新員工溝通會</li> <li>• 績效管理機制</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 保障員工合法權益</li> <li>• 薪酬福利</li> <li>• 提供公平、平等的就業機會</li> <li>• 提供多元化成長、晉升機會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 堅持公平招聘</li> <li>• 開展多元化員工培訓和學習</li> <li>• 通暢職業發展渠道</li> <li>• 開展員工活動，平衡工作生活</li> </ul>
供應商與合作夥伴	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 供應商評估</li> <li>• 合作協議</li> <li>• 定期走訪</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 公平採購，誠信履約</li> <li>• 保障食品質量與安全</li> <li>• 產地採購</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 加強採購管理</li> <li>• 堅持「農餐對接」</li> <li>• 全球採購</li> <li>• 堅持公平公開的採購</li> </ul>
社區	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 社區活動</li> <li>• 社區服務</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 安全合規運營</li> <li>• 開展社區公益，促進和諧</li> <li>• 堅持綠色運營</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 開設社區餐廳</li> <li>• 加強餐廳安全管理</li> <li>• 開展社會公益</li> </ul>

## ESG管理

### 實質性議題分析

公司參照香港聯合交易所有限公司《證券上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告指引》和國際標準，從議題對利益相關方的重要性及對公司本身的重要性兩個維度出發，由ESG工作小組牽頭通過問卷調查、訪談溝通等形式進行社會、環境及管治議題評估分析，篩選排序形成ESG實質性議題矩陣。

報告期內，我們一方面梳理在日常工作中各個部門利益相關方對於公司關注點；另一方面，向包含政府及監管機構、投資者／股東、董事會成員、公司高管、員工、消費者、供應商／承包商、合作夥伴、社區、媒體、非政府組織、專家在內的利益相關方發放了問卷。與內外部利益相關方溝通調查的結果形成了利益相關方關注議題的排序依據，通過議題的評估、識別、排序，形成了公司ESG重大議題矩陣。2024年，公司共識別42個議題，發放並回收有效問卷317份，形成的重要性議題矩陣如下圖所示。



- |              |            |            |
|--------------|------------|------------|
| 1 ESG理念與戰略   | 15 員工健康與安全 | 29 消費者滿意度  |
| 2 ESG管治架構    | 16 員工權益與保障 | 30 合理宣傳    |
| 3 董事會參與ESG管理 | 17 員工福利與關愛 | 31 產品研發與創新 |
| 4 利益相關方參與情況  | 18 員工發展與培訓 | 32 數據安全與私隱 |
| 5 商業道德       | 19 杜絕使用童工  | 33 知識產權保護  |
| 6 溫室氣體管理     | 20 杜絕強制勞工  | 34 食品營養與健康 |
| 7 排放物管理      | 21 公平公開採購  | 35 食品浪費    |
| 8 環保合規       | 22 供應商篩選   | 36 數字化轉型   |
| 9 環境目標設立及完成  | 23 供應鏈風險管理 | 37 反貪污監督管理 |
| 10 能源與資源管理   | 24 負責任食品採購 | 38 反貪污舉報   |
| 11 環境及天然資源保護 | 25 綠色採購    | 39 反貪污培訓   |
| 12 氣候變化風險緩解  | 26 食品安全    | 40 鄉村振興    |
| 13 包裝材料與廢物   | 27 產品及服務質量 | 41 公益活動    |
| 14 多元化僱傭     | 28 舒適就餐環境  | 42 志願活動    |



## 專題1：森林友好供應鏈，推動行業可持續發展

公司作為國內最大的直營連鎖小火鍋企業，正式成為「森林友好供應鏈轉型倡議與試點」的合作夥伴。這一倡議由中國物流與採購聯合會食材供應鏈分會與世界自然基金會(瑞士)北京代表處於2023年聯合發起，旨在推動食材供應鏈向森林友好方向轉型發展，助力我國建立綠色、低碳循環發展的農產品流通體系，為實現「雙碳」目標貢獻力量。此次倡議首次全面覆蓋了大豆、肉類、棕櫚油等多個重點品類，具有里程碑式的意義。

我們加入試點的目的是期望實現原材料產地的追溯，並致力於為零毀林目標做出貢獻。公司承諾在2030年前消除供應鏈中的毀林行為，全面實現森林友好採購。為達成承諾目標，公司在構建綠色供應鏈管理體系方面制定了極為嚴格的供應商准入標準。我們與供應商簽訂可持續採購協議，明確要求供應商必須提供詳細的食材來源信息，從源頭確保原材料不涉及非法砍伐森林的行為。同時，我們會定期對供應商進行實地考察，考察內容全面細緻，涵蓋生產方式是否環保、採取的環保措施是否有效、動物福利是否得到保障等多個方面。一旦發現不符合要求的供應商，我們會第一時間提出整改建議，並給予一定的整改期限。若整改後仍未達標，公司便果斷終止合作關係，以此激勵供應商採取更加可持續的生產方式。

為增強供應商對森林保護和可持續發展的認知，公司積極與供應商建立全方位的溝通渠道。我們承諾：加強與各利益相關方的溝通和協商，不斷推進食材供應鏈可持續發展理念的傳播、實踐經驗的分享與推廣。2024年，「森林友好供應鏈專題研討會」成功舉辦，會議邀請了世界自然基金會(WWF)的專家為供應商深度解讀森林友好供應鏈的標準和要求，我們積極分享公司綠色可持續發展案例，讓供應商能夠更直觀、更深入地學習相關知識與經驗，助力踐行森林友好理念。同時，我們建立常態化的交流機制，通過定期的視頻會議、實地走訪等方式，及時了解供應商在生產過程中遇到的問題和困難，並聯合各方力量共同探討解決方案。



## 專題1：森林友好供應鏈，推動行業可持續發展

公司在森林友好項目中，將牛肉作為重點關注商品，通過轉型工具對其採購過程進行了細緻梳理，並建立了定期追溯機制。同時，項目設定了明確目標，以實際行動支持森林保護。公司採取了以下措施：一方面，構建綠色供應鏈管理體系，引導供應商採用更負責任的生產方式，降低環境影響，並定期對供應鏈各環節進行環保評估，優先選擇表現良好的供應商；另一方面，與森林友好食材的產地和廠商建立良好溝通機制，通過定期交流，提升供應商對森林保護和可持續發展的認知，促進雙方在可持續發展議題上的理解和合作，共同推動供應鏈向綠色、可持續方向發展。

2024年，在供應鏈可追溯性方面，我們重點關注牛肉供應商的可驗證的追溯率和零毀林率。在毀林風險管控方面，我們通過對具有潛在毀林風險農場的供應商加強監督管理，在不影響供應鏈穩定性的前提下，逐步引導其向零毀林方向轉型。在採購結構優化方面，我們持續增加從零毀林農場採購的比例，計劃在未來幾年內將牛肉的零毀林採購比例提高到80%以上，逐步減少有毀林風險農場的採購，與更多負責任的供應商建立長期穩定的合作關係。在消費者引導方面，我們進一步加大宣傳力度，通過線上線下多種渠道，向消費者宣傳森林友好食材的重要性。我們還積極參與行業交流與合作，與其他企業分享自身成功經驗，共同推動整個餐飲行業的綠色轉型，為全球森林保護和可持續發展貢獻更大力量。



## 專題2：智能倉儲，助力供應鏈升級

2024年8月3日，公司新物流中心正式投入使用。這標誌著公司在供應鏈建設方面邁出了重要一步，進一步提升了物流配送的綜合實力，並強化了供應鏈系統在硬件方面的核心競爭力。新物流中心位於北京市大興區，佔地約1.2萬平方米，分為倉儲主樓和辦公區域。倉儲主樓的最大存儲量較之前提升了100%以上，內設常溫庫、冷凍庫及物流裝卸區域，可實現食材在不脫冷的狀態下直接配送。新物流中心作為供應鏈的核心樞紐，承載著食品存儲、中轉及配送調度等關鍵任務。公司創始人、董事長賀光啓表示：「新物流中心代表著餐飲行業最先進、最強大的物流配送體系，其啓用將助力集團打造敏捷的供應鏈體系，實現標準化、集中化管理，賦能業務長期增長。」

在管理層面，公司構建了一套嚴謹且全面的管理制度，以確保新物流中心的高效運作。在能耗管理方面，我們對電源開關進行區域劃分，將倉庫劃分為多個獨立的用電區域，每個區域都明確設定了第一責任人和第二責任人，負責監督該區域電源使用情況。通過制定詳細的開關時間表，我們實現了對電力資源的精準管控。針對空調和穿堂冷風機等對溫度調控起關鍵作用的設備，公司明確制定了節能目標值。根據不同季節和作業需求，我們將空調設定為26℃，穿堂冷風機設定在1-7℃，並且提前1小時開啓設備進行場地降溫，這樣既能保證作業環境的適宜溫度，又能避免設備長時間空轉造成的能源損耗。在水源管控方面，公司明確區域人員為第一責任人，組長為第二責任人，強化對水資源使用的監督管理。我們購置高壓沖洗機，利用高壓水流的高效清潔能力，在清洗菜筐等工作中，只需少量水資源就能達到良好的清潔效果，大大提高了水資源的利用效率，減少了水資源的浪費。

在設備配備上，我們充分考慮到食材存儲和運輸的特殊需求，精心選擇和配置各類設備。倉庫內部採用立體式貨架存儲方式，這種設計充分利用了垂直空間，相比傳統的平面存儲方式，大大提高了倉庫的存儲容量。同時，立體式貨架便於貨物的分類存放和快速檢索，工作人員可以根據貨物的種類、批次等信息，迅速找到所需物品，提高了貨物盤點和出入庫的效率。

在運輸車輛的選擇上，我們制定了嚴格的標準。所有運營車輛的年限不得超過6年，且要求從未發生過重大交通事故，以此確保車輛的性能穩定可靠。我們選擇冷機溫度能夠達到-18℃以下的冷藏車，以滿足海鮮、肉類等冷凍食材的運輸需求。我們要求車身必須保持潔淨無異味，防止對食品造成污染。為了踐行環保理念，公司優先選用新能源車輛，如氫能源車和電車，在降低碳排放的同時，也為公司樹立了良好的社會形象。此外，每輛冷藏車輛都配備了隔溫板，有效區分冷凍及冷藏區域，確保不同溫層的食品在運輸過程中都能保持最佳品質。我們通過先進的溫度監控系統，實時監測運輸途中車輛內部的溫度變化，一旦溫度出現異常波動，系統會立即發出警報，司機和相關工作人員能夠及時採取措施進行調整，確保食品品質不受影響。這種合理的設備配置，全方位滿足了不同食材的存儲和運輸需求，為公司的供應鏈穩定運行提供了堅實的硬件保障。公司持續推行快速交接模式，優化配送流程，增加車輛串店率，每年可減少800車次以上，降低對交通環境的影響，提高物流配送的整體效率。

新物流中心的投入使用，不僅提升了公司的物流配送能力，還進一步鞏固了公司在餐飲行業的領先地位。未來，我們將繼續通過技術創新和管理優化，推動供應鏈體系的升級，為消費者提供更優質的服務和更安全的食品。



### 智能倉儲，助力供應鏈升級





# 關於我們





## 關於我們

### 1.1 公司簡介

公司於1998年11月在北京成立，於2014年12月17日在香港聯合交易所主板上市，被業內譽為「連鎖火鍋第一股」。經過20餘年的發展，公司已成為多品牌經營、全產業鏈佈局的餐飲集團公司。公司業務內容覆蓋品牌餐飲經營、肉品加工、供應鏈流通、渠道銷售、工程設計、商業地產等餐飲全產業鏈。公司餐廳全部採用直營連鎖模式發展，版圖佈局遍及中國28個省份，包括中國香港、中國臺灣等，並開拓新加坡等國際市場。目前，公司餐廳門店總數近1000家，年營收規模已超47億元，員工2萬餘名。

我們構建多品牌「齊頭並進」的戰略佈局。在品牌餐飲領域，公司有臺式小火鍋「呷哺呷哺」，輕奢臺式有料火鍋「湊湊」，新式茶飲「茶米茶」等；在新零售領域推出「呷哺食品」「壹心廚」，聚焦火鍋底料、蘸料、預製菜、方便食品等。為進一步佈局供應鏈上游，我們於2019年收購了農業產業化國家重點龍頭企業—錫林郭勒盟伊順清真肉類有限責任公司，經營範圍包括牛羊屠宰、加工、冷藏、銷售及進出口貿易等。基於20餘年餐飲設計裝修經驗，我們於2021年5月成立了設計工程公司，入局千億餐飲業裝修設計工程賽道，目前已服務多家知名餐飲品牌。

我們始終以「讓更多的人享受健康、營養、美味與時尚」為使命，秉持著「永無止境的追求卓越」的企業精神，腳踏實地邁好每一步。我們始終踐行「團結、務實、誠信、敬業、創新」的核心價值觀，朝著「有華人的地方就有呷哺呷哺」的目標而努力奮鬥，迎接未知挑戰，不斷奮勇前行，讓中國飲食文化走向世界。





## 關於我們

### 公司發展歷程

- 1998年** 推出台式小火鍋品牌「呷哺呷哺」，首創「一人一鍋」快餐小火鍋商業模型
- 1999年** 公司第一家餐廳北京西單明珠餐廳正式開業
- 2003年** 公司以獨具「一人一鍋」的商業模型火爆京城
- 2008年** 引入機構資本加速擴張，首次獲得全球新興市場私募基金英聯投資的資金支持
- 2009年** 公司開始進入快速成長階段，並成為中國餐飲百強企業之一
- 2013年** 公司門店數超400家，成為全國大型連鎖餐飲企業之一
- 2014年** 公司成功在香港主板掛牌上市，成為港交所中國連鎖火鍋首家上市企業
- 2016年** 創立輕奢台式有料火鍋品牌「湊湊」，正式入局餐飲中高端賽道，啓動多品牌戰略
- 2017年** 佈局新零售賽道，相繼推出「呷哺食品」「壹心厨」等品牌
- 2019年** 佈局上游供應鏈產業，全資收購國家級農業產業化企業——錫林郭勒盟伊順清真肉類有限責任公司
- 2021年** 啓動「東擴南進」擴張戰略，加速國際化、數字化轉型；  
成立呷哺（上海）設計工程有限公司，正式入局餐飲裝修千億賽道
- 2022年** 推出全新品牌歡樂燒肉「趁燒」，佈局中高端燒烤賽道；  
多品牌會員系統上線，數字化引領餐飲全產業鏈發展；  
啓動「京滬雙總部」管理模式，助力南下和海外擴張
- 2023年** 成立港澳台及國際事業部，啓動全球擴張；  
公司新加坡首店、中國台灣首店正式亮相；  
率先推行跨品牌付費會員模式，聚焦會員數字化營銷
- 2024年** 持續開展付費會員體系——暢吃卡；  
與眾多知名品牌聯盟合作，拉動品牌勢能；  
多維度豐富產品線，打造產品矩陣

## 關於我們

### 1.2 企業管治

公司建立全面的組織架構，滿足合規要求基礎上，按照自身發展需求，適時進行必要調整。董事會負責指導及監督公司整體業務的發展，下設審核委員會、提名委員會及薪酬委員會。除總部職能部門外，公司還成立呷哺事業部、湊湊事業部等，專項負責各自品牌的運營與管理。



#### • 董事會獨立性與有效性

公司董事會由1名執行董事、2名非執行董事及3名獨立非執行董事組成。公司獨立非執行董事具備充足經驗，且無任何業務或其他關係可能對其獨立判斷造成重大影響，能夠提供公平、客觀的意見以保護公司股東權益。

#### • 董事會多元化

我們相信董事會層面的多元化是公司保持競爭力和實現可持續發展的必要元素，因此我們制定並採取董事會成員多元化政策，在設定董事會組成時從多個方面考慮董事會成員多元化，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、行業經驗、技術及專業技能、資格、知識以及服務年期及擔任本公司董事投入的時間等。為保持並實現董事的性別平衡，目前女性董事佔比為50%。董事擁有經濟、工商管理以及法律等不同教育背景，涉及餐飲、會計及財務管理等多個行業。多元化的董事背景為公司提供了不同角度治理與發展建議。

## 關於我們

### 1.3 合規經營

公司始終堅持依法合規經營。公司不斷完善風險管理及內部控制系統，提升公司風險管理能力，確保公司業務健康可持續發展；公司恪守商業道德，加強反舞弊體系建設，積極開展反貪污培訓，構建公平公正、誠實互信、陽光透明的經營環境；公司注重自身品牌形象的樹立與維護，保護公司知識產權不受侵犯，維護自身合法利益。

#### • 風險管理

##### *構建風險管理驅動型內控體系*

我們從關鍵環節、重點業務領域入手，監控生產經營管理過程中高風險區域，定期分析和評估重大風險，避免重大風險和實質性缺陷的發生。對已發生的事件或潛在的重大風險及重要風險進行分析，制定應對、解決或改良措施，逐步推進內控管理與風險管理的有機融合，進一步提升風險防範和抵禦能力。

2024年，我們結合公司發展策略及風險偏好、業務板塊、組織架構、財務重要性水平等搭建風險管理框架，開展固有風險識別及評估、控制措施有效性評估、剩餘風險評估及持續監督等工作，工作範圍覆蓋公司層面、供應鏈管理、研發管理、品質管理、門店開發及市場運營等9大模塊。同時，我們密切參與資產請購、採購、工程管理、合同及知識產權管理、新址續簽閉店、市場活動管理、研發管理、制度／特批等77項關鍵業務領域流程，監督控制措施的有效性，尤其對於涉及操作風險的相關流程進行及時預警、幹預和控制措施優化。



## 關於我們

### 完善以內控系統為依託的經營管理機制

我們將內控體系建置融入日常工作，並持續完善和優化。2024年度，我們從完善制度建設、整理工作程序及優化業務流程入手，進一步健全內控體系，完善經營管理機制。

#### 完善制度建設

我們按照內控體系基本框架和總體要求，結合生產經營實際情況，建設符合自身實際情況的文本化制度，使其更具可行性和可操作性。2024年，我們推進了10項制度的制定與修改。

#### 梳理工作程序

我們持續優化工作流程，通過完善各業務環節，進一步明確部門之間、崗位之間以及上下級之間的職責與協作關係，實現工作程序的高效順暢與協同運作。

#### 優化業務流程

我們對業務流程實施符合性檢查工作及全過程跟蹤，及時解決發現的問題，優化簡化工作流程，理順業務關係，統一和規範工作程序，提高工作效率。2024年，我們共開展190項OA流程梳理，107項流程優化。

### 開展貫穿全程的內控內審工作，聚焦跟蹤問效

我們的內控內審工作貫穿業務全程，內控人員事前參與部門組織的各種採購、議價競爭性談判會議，行使內控監督權。在審計過程中，注重對問題的深入分析，提出切實有效的審計建議，並定期檢查審計建議落實情況和跟蹤整改情況，以鞏固審計成果。2024年，公司開展內控專案14個，發現問題30項，已完成整改及處置28項。同時我們綜合運用結算審計、審核及專項梳理多種手段在工程審計方面開展相關工作，提升設計工程管控水平，降本增效。

#### • 商業道德

公司嚴格遵守《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國刑事訴訟法》《中華人民共和國反洗錢法》等法律法規，不斷加強反貪污、反舞弊體系建設，完善內部管理制度，務實管理基礎。公司建立了以風險為導向，以決策、執行和監督三權分立體系為基礎，預防為主、打擊為輔的獨立內部監控體系，識別舞弊風險、調查舉報事項，對貪污舞弊零容忍。

## 關於我們



## 完善反貪腐體系

公司公開發布《反貪腐及廉潔自律聲明》，公示《董事長公開信》，並要求合作供應商簽署《反商業賄賂協議》和《供應商誠信廉潔承諾書》。

通過「陽光誠信聯盟」等企業反腐組織，將違反誠信原則的供應商和員工納入平台黑名單，推進資源共享，加強企業反舞弊經驗交流、分享和學習。



## 暢通舉報渠道

公司制定了《廉潔呷哺舉報獎勵辦法》，並通過公司網站、內部培訓等多種渠道，廣泛宣傳公司舉報獎勵政策及舉報途徑，充分發揮各渠道舉報功能。為保障舉報人權益，我們制定了嚴格的舉報人保護措施。我們嚴禁任何形式泄露舉報人姓名、住址、電話等個人信息。在舉報受理環節，我們安排專人負責，通過專門渠道受理，確保受理過程無無關人員在場，從源頭隔絕信息泄露；在調查核實階段，我們嚴禁出示舉報材料原件或複印件，禁止對匿名舉報材料進行筆迹鑒定；我們還制定了對打擊報復舉報人的懲治機制。

## 關於我們



### 開展反貪污檢查

新員工入職時均需學習並簽署《員工手冊》和《商業行為及道德準則》，在職全職員工需通過呷哺大學堂完成廉潔課程。2024年，我們更新了反貪污廉潔培訓課件及配套視頻、試題，確保員工能及時接受最新的廉潔教育。

公司加強反腐倡廉文化的宣傳力度：製作廉潔主題海報，在節慶日期間通過企業微信內部公告、郵箱推送、辦公區域宣傳欄張貼等方式進行宣傳，加強宣教工作，讓員工主動拒絕供應商禮品／禮金。



### 加強員工廉潔意識

公司對貪污舞弊案件進行專項調研，重點查處貪污舞弊案件，嚴格處理相關違紀人員，將反貪污舞弊工作落地實處。

2024年，我們開展反貪污廉潔培訓2場次，受訓人數達到18,227人；商業道德及行為準則培訓受訓人數331人次。



## 關於我們

### • 知識產權保護

公司嚴格遵守《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國著作權法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國商標法實施條例》《中華人民共和國專利法實施細則》等法律法規，高度重視知識產權保護，立足於健康發展自有品牌、嚴懲侵權行為的管理理念，加強公司品牌商標註冊管理，擴大商標的使用範圍及影響力，強化商標、著作權等知識產權保護力度。

公司積極採取維權措施打擊各類侵犯知識產權行為，通過提起商標異議申請、提起商標無效宣告申請、向侵權方發送侵權告知函等手段打擊侵權行為，必要時我們通過訴訟手段保護知識產權，維護公司合法權益。同時，我們將著作權保護置於更為關鍵的位置，積極開展對自身IP打造的合理規劃。

報告期內，公司持續提升商標註冊管理水平，成功申請多個自有品牌商標，擴充公司商標儲備。同時，我們積極主動打擊侵犯知識產權的行為，通過啟動商標權無效宣告程序，有力打擊了惡意註冊近似商標的侵權行為。面對諸如「甲哺」「申哺」「呻哺」「甲哺」「呷哺呷哺」及「洽哺呷哺」等一系列惡意註冊行為，我們果斷採取維權行動，最終前述商標均被國家知識產權局判定為無效商標，有效保障了公司品牌權益。

為進一步提升品牌影響力，增加品牌識別度，我們選擇深受大眾喜愛的卡通形象「呷哺小虎」進行整體知識產權佈局，著力打造專屬呷哺的IP。我們對卡通形象進行深度加工，圍繞著作權、商標、專利以及數字化產品等多個維度精心佈局，全面規劃，以此實現對知識產權的全鏈條、立體化保護，助力公司品牌整體軟實力的提升。

### 1.4 業績回顧

2024年，我們不斷優化管理架構及運營模式，進一步落地集團多品牌、多業態的戰略佈局，穩固發展，為各利益相關方持續創造價值。

- 收入4,754.84百萬元
- 截止2024年12月31日，公司旗下餐廳共計957家  
本集團於中國大陸境內21個省份及自治區的115個城市以及三個直轄市(北京、天津及上海)擁有及經營757間呷哺呷哺餐廳，中國大陸境外擁有及經營3間呷哺呷哺餐廳。  
本集團亦於中國18個省份的38個城市、三個直轄市(北京、天津及上海)擁有及經營181間湊湊餐廳，在中國大陸境外擁有及經營16間湊湊餐廳。  
境外餐廳19家，覆蓋3個城市  
2024年，新開張65家呷哺呷哺餐廳、13家湊湊餐廳

## 關於我們

### 1.5 獎項榮譽

「品質源自堅持」是企業的成功法則，也是我們一直以來秉持的做事態度。我們在不斷發展自身的同時，亦獲得了業界的肯定及廣大消費者的喜愛與青睞，連續十餘年位列「中國餐飲百強企業」等多項榮譽。從2010年起，公司及旗下各大品牌先後榮獲「中國十大火鍋品牌」「北京餐飲企業(集團)50強」「北京百強餐飲企業」等諸多榮譽獎項及稱號。

在追求品質的同時，我們也積極承擔社會責任，開展公益事業，榮獲中國鄉村發展基金會頒發的「傑出貢獻獎」等榮譽。我們始終以更高的標準要求自己，在追求卓越的道路上永無止境。

獎項稱號	頒發機構
2023年度中國餐飲企業TOP100—呷哺呷哺餐飲管理有限公司	中國烹飪協會
2023年度中國餐飲企業TOP100—湊湊餐飲管理有限公司	中國烹飪協會
2023年度中國火鍋TOP100—呷哺呷哺餐飲管理有限公司	中國烹飪協會
2023年度中國火鍋TOP100—湊湊餐飲管理有限公司	中國烹飪協會
2024年中國連鎖經營協會創新案例—呷哺集團數字化整合營銷，實 現會費超1.5億	中國連鎖經營協會
2024年中國連鎖經營協會創新案例—呷哺呷哺綠色設計打造環境友 好餐廳	中國連鎖經營協會
2024胡潤中國餐飲品牌TOP100—湊湊火鍋	胡潤中國品牌
2024年度餐飲品牌力百強—湊湊火鍋	紅餐網

## 關於我們

獎項稱號	頒發機構
2024中國餐飲創新頭部品牌榜火鍋品類TOP10—呷哺呷哺	餐飲老闆內參
2024中國餐飲創新頭部品牌榜行業標杆TOP10—湊湊火鍋	餐飲老闆內參
2023-2024北京餐飲企業(集團)50強—呷哺呷哺	北京烹飪協會、北京商報社
2023-2024北京餐飲門店100強—呷哺呷哺	北京烹飪協會、北京商報社
2024年度領軍品牌TOP100—湊湊火鍋	贏商網、中城研究院
呷哺集團2024光盤之星	首都精神文明建設委員會辦公室、北京市發展和改革委員會、北京市糧食和物資儲備局、北京市商務局、北京市市場監督管理局等
2024年度最具價值影響力榜單創新與可持續發展獎—呷哺集團	財聯社
2023年度做出傑出貢獻獎—呷哺集團	中國鄉村發展基金會
2024卓越合作獎—呷哺呷哺	北京銀行
2024年掌上生活必享榜招牌餐廳—呷哺呷哺	招商銀行



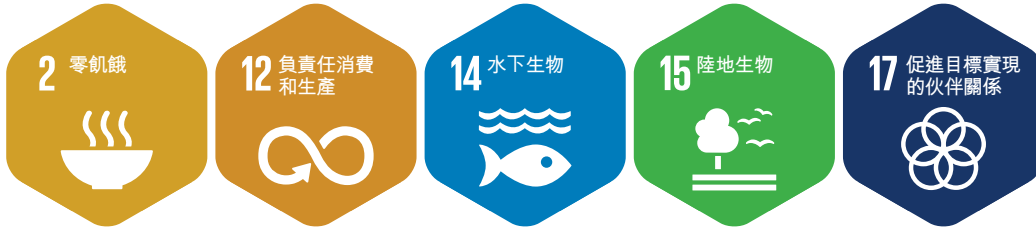


品質為基  
創新為翼





## 品質為基，創新為翼



作為一家經營26年的餐飲集團，我們深知食品安全是企業的生命線，因此始終堅守以食品安全為基石的發展戰略，通過完善的管理體系和嚴格的檢測流程，確保每一份食材的安全與新鮮。

### 2.1 守護食品品質

#### • 產品可持續管理

公司始終將食材的可持續管理作為企業責任的核心組成部分。公司積極採用國際廣泛認可的認證標準，確保食材來源的可持續性。通過建立完善的追溯體系，我們對產品全價值鏈進行嚴格監控，從原材料採購到加工、運輸，再到最終銷售，每一個環節都經過精心管理，力求為客戶提供全程可持續的食品，也為保護海洋資源、林地資源和生物多樣性貢獻力量。

公司食材可持續管理標準：

指標	國內食材	國際食材
產品認證	必須是生產資質證件齊全的正規工廠，經過食品安全體系認證的企業優先選擇。	必須在國內依法註冊備案的准入工廠，經過食品安全體系認證的企業優先選擇。
原產地追溯	可追溯到產地和養殖信息。	追溯到原產地國以及工廠註冊號。
供應商要求	必須是來自二方審核的工廠，經過內部產品標準要求的對接溝通，供貨索證索票，索取針對原料的全套合規手續。	必須是在國內依法註冊備案的准入工廠，經過內部產品標準要求的對接溝通，供貨索證索票，索取針對原料的全套合規手續。

## 品質為基，創新為翼

### 海產品

我們的海產品種類豐富多樣，涵蓋了魚類、蝦類、貝類、軟體類等多個品類，是我們菜品的重要組成部分，因此我們秉持一套嚴格且科學的理念，加強海產品的可持續管理。為保障我們的產品具備高度可追溯性，能夠精準追溯到源頭供應商，我們篩選行業內具有品質優勢的企業作為我們的合作對象，並明確可持續要求和管理辦法，優先與具備可持續性管理理念和具備認證標準的企業開展合作，所有產品均要求為正關進口。

為確保產品的質量與安全，促進海洋資源和生態環境的保護，我們要求和鼓勵供應商具備在行業和國際上認可度高的相關認證和標準：HACCP認證，即食品安全認證，通過對食品生產過程中的危害進行細緻分析與嚴格控制，為食品安全築牢防線；BRC是國際性的零售業供應商評估標準，它對供應商的生產、儲存和配送等各個環節進行嚴苛評估，保證最終產品符合國際公認的質量和安全標準；BAP最佳水產養殖規範認證，覆蓋從飼料生產、養殖、加工到分銷的全流程，高度重視環境保護、食品安全以及員工和動物福利；ASC水產養殖管理委員會認證，以將水產養殖轉變為環境可持續、具有社會責任感的產業為目標，在環境保護、社會責任、飼料使用等多方面制定標準，確保水產養殖對環境影響降至最低且實現可持續發展；MSC可持續管理認證著重評估捕撈活動的可持續性、環境影響和漁業管理，有力保障魚類資源和生態系統的長期健康。

### 牛肉及奶制品

我們的牛肉及奶制品種類豐富多元。牛肉類包含和牛M4-8級別的牛肉原切肉、安格斯精選級別的牛肉原切肉以及草飼喂養的牛肉各部位原切肉；牛奶類涵蓋常溫純牛奶、常溫酸奶、鮮牛奶以及奶油類產品。牛肉與奶制品在我們的菜單中佔據主要地位，是主要的蛋白質來源，為保證來源可靠和全程追溯，我們構建了完善的追溯性系統，能夠自下而上地從牛肉養殖者、生產商、屠宰場、運輸商、出口商、分銷商等環節，精準追溯到源頭廠商。

在選擇和管理牛肉及奶制品供應商時，我們除了關注產品安全、健康和高質量，也將可持續發展和環境保護納入考慮範圍。我們要求牛肉和奶制品供應商具備專業且嚴格的認證標準，例如澳洲MSA體系認證、美國PCSS認證和HACCP食品安全認證、ISO 9000-12001質量管理體系標準，以確保供應商有系統規範的食品安全管理。

我們還要求供應商必須提供貨物的追溯手續，同時保證貨物的認證標準合規性。此外，為了更好地契合市場需求，我們還注重消費者的選擇傾向，對於建立了終端消費者認可度的企業認證，會優先選擇消費者認可度高的供應商，以此來進一步保障產品在市場中的競爭力與口碑。



## 品質為基，創新為翼

### • 食品質檢體系

我們始終堅信「品質源自堅持」，將食品安全與質量奉為企業發展的命脈與基石。健全食品安全體系，牢牢把控食品安全是我們矢志不渝追求的目標。我們嚴格遵循《中華人民共和國食品安全法》《餐飲服務食品安全操作規範》等國內相關法律法規，以及海外各區域的法律法規。長期以來，我們持續在供應鏈的全鏈條發力，從供應商管理、源頭採購、驗收檢測、倉儲配送、餐廳管理、中央廚房與工廠管理以及基礎建設等各個環節，不斷強化管理、搭建完善體系，全方位開展食品安全治理與監督。2024年，中央廚房產品批次檢測合格率100%，政府抽檢合格率100%，中央廚房產品無客訴、未發生食品安全事故，在行業內樹立了良好的質量口碑。

公司構建了一套全面且嚴謹的認證體系，以確保旗下各類產品的質量與安全，包括HACCP認證、ISO 9000-12001質量管理體系等，並定期更新和驗證相關認證資質。2024年，我們對中央廚房軟硬件進行升級改造，並通過ISO 22000食品安全管理體系認證。

公司在食品質檢方面秉持嚴格且系統的政策與準則。我們嚴格依據產品規格書的項目和標準，對每批到貨產品進行檢測，感官檢測每批次抽檢比例應達到3%以上，並進行隨機抽樣的破壞性檢測，確保每批次產品品質達標。我們設置了多種質檢產品種類及指標，包括食材類檢測感官指標、果蔬類重點檢測農藥殘留指標、非食材類(接觸食品)檢測感官指標等，確保產品品質一致性。我們對供應商食品安全進行嚴格管控，每年進行1至2次食品潛在風險指標送檢，排查供應商食品安全情況；針對質量不穩定的供應商開展飛行檢查，確認其日常管理狀態，及時排除風險。

### • 質量安全文化

致力於為消費者提供健康、營養、美味且值得信賴的食物，這是我們追求的食品質量安全文化的體現。我們將食品安全融入企業文化，通過全員培訓和監督機制，強化員工的安全意識和操作規範。在供應鏈管理方面，我們採用嚴格的供應商評級制度和自營基地策略，確保食材的高品質。

我們以食品安全文化凝聚更深層次的價值認同和行為規範，對內開展員工培訓，對外深化供應商宣貫，營造人人參與、高度認同的食品安全文化。2024年，我們開展員工產品安全與質量培訓331次，新入職員工必須接受此培訓。

此外，我們的食品工廠高度重視產品安全與質量，全年開展食品安全與質量培訓在所有培訓中佔比達85%，實現全員100%覆蓋。其中，開展生產質量控制培訓11次，多以考試形式進行；開展安全管理培訓6次，側重實操。通過質量控制培訓，員工提升了質量控制技能，優化了質量檢驗流程。同時，我們制定後續跟進計劃，將執行情況與績效掛鉤，強化監督考核。

品質為基，創新為翼

## 2.2 創新多元菜品

### • 多元食材

公司始終堅持以多元、優質、健康為食材選用理念，力求全方位滿足消費者的飲食需求。我們緊跟健康飲食潮流，引入了多種營養豐富、獨具特色的食材。

我們提供豐富多樣的海鮮品類，有肉質鮮嫩且無刺的進口巴沙魚；肉質緊實、營養豐富的黑魚；個頭飽滿、口感鮮甜的厄瓜多爾白蝦；還有印度小青龍等。食材都具備高度可追溯性，能夠精準定位到源頭廠商，讓消費者吃得安心。

我們的肉類及禽類食材選擇也極為考究。羊肉由公司旗下錫林郭勒盟伊順清真肉類有限責任公司穩定供應，肉源採用錫林格勒盟烏珠穆沁羔羊肉。牛肉來自優質產區，有原切牛後胸、原切牛上腦、原切牛眼肉等原切產品。禽類食材均來自優質供應基地，確保食材的新鮮和安全。

除了常見的蔬菜、肉類、海鮮等，我們還推出了有機蔬菜、菌菇類、藻類等特色食材，為消費者提供了更加豐富的選擇，也有助於實現均衡健康飲食。此外，我們還注重食材的地域特色和季節性，不斷挖掘各地的優質食材，將其融入到菜品中，讓消費者品嚐到不同地域的當季美食風味。

### • 多元產品

公司始終秉持匠心理念，一切以消費者需求為出發點。在發展過程中，依托新資源、新模式，大膽突破傳統觀念的束縛。我們深度挖掘並持續維護優勢產品，致力於打造智能型、實幹型與服務型兼具的研發管理體系；不斷對菜單結構進行優化，力求為顧客呈上綠色、營養、健康、安全且美味的火鍋產品。

為確保產品品質與顧客體驗，我們對現有產品開展持續性的口味優化公測，並深入進行客戶端測試調研，讓產品升級過程更加公開、透明，以此提升顧客滿意度。此外，我們還依據季節變換、區域特色以及節日氛圍，推出限定新品，進一步豐富消費者的選擇，滿足不同場景下的消費需求。

2024年，我們在菜品研發上投入了大量的心血與精力，致力於為消費者帶來全新的味覺體驗。從精心挑選的優質食材到別出心裁的菜品搭配，從傳統經典的口味傳承到大膽創新的風味融合，每一個細節都彰顯著品牌對品質的執著追求與對創新的熱忱探索。無論是對經典食材的重新演繹，還是對新興食材的大膽嘗試，我們都力求在滿足消費者多樣化口味需求的同時，引領火鍋行業的新潮流。

品質為基，創新為翼

### 案例： 貴妃烏龍

貴妃烏龍，作為公司推出的特色飲品，以其獨特的風味和優雅的定位受到消費者的喜愛。這款飲品採用了高品質的烏龍茶作為基底，搭配上精選的茉莉花香，茶香濃郁且清新怡人。在製作過程中，貴妃烏龍嚴格把控茶葉的採摘和烘焙工藝，確保每一杯都呈現出最佳的口感和香氣。



### 案例： 紹興花雕醉雞鍋底



紹興花雕醉雞鍋底是公司推出的一款極具特色的鍋底。這款鍋底以紹興花雕酒為靈魂，搭配鮮嫩的雞肉，經過獨特的烹飪工藝，將雞肉的鮮美與花雕酒的醇香完美融合。在製作過程中，雞肉經過花雕酒的浸泡，不僅去腥增香，還賦予了雞肉獨特的酒香風味。鍋底中的湯汁醇厚，酒香濃郁，搭配其他食材涮煮，既能解膩，又能增添一份獨特的風味。

品質為基，創新為翼

## 案例：冰煮香水椰子雞

冰煮香水椰子雞是湊湊品牌推出的全國首創鍋底。這款鍋底最大的亮點在於將純天然100%冰椰球與110天的海南文昌走地雞一同下鍋，利用冰水接觸雞肉的瞬間縮緊，以及冰水融化後的緩慢升溫，讓雞肉結構慢慢漲開，釋放出更鮮美的風味。



## 案例：昆布鰹魚鍋

昆布鰹魚鍋是公司2024年推出的特色鍋底，以其清新爽口、清淡開胃的特點受到消費者喜愛。這款鍋底精選優質昆布和鰹魚片，在製作過程中，昆布經過浸泡和低溫慢煮，釋放出天然的鮮味，再加入鰹魚片煮制，湯底呈現出濃郁的海洋風味。無論是涮煮牛羊肉還是蔬菜，都能帶來獨特的味覺享受。



## 品質為基，創新為翼

### • 多元模式

在當下消費趨勢不斷更迭的背景下，食品公司精準洞察年輕群體和小家庭的需求，開啓多場景佈局策略。2024年，公司迅速推出一系列冷凍方便菜品，如鮮香濃郁的金湯酸菜魚、肉質鮮嫩的免漿黑魚片、營養豐富的新鮮銀魚、滋補養顏的佛跳牆以及鮮香誘人的鮑魚花膠雞。這些產品憑藉其便捷性和豐富口味，迅速打開市場，僅魚系列產品年銷售額就突破5000萬元，成功構建起除火鍋調味料外的全新增長引擎，為公司多元化產品佈局夯實根基。

在數字化營銷浪潮中，公司勇於創新，積極探索新的銷售路徑。公司與經銷商攜手，共同發力微信視頻號直播。通過精心策劃的直播內容、專業的主播講解以及多樣的促銷活動，這些直播活動成功吸引大量消費者關注，直播商品交易總額突破千萬元。這一成果不僅彰顯了視頻號直播強大的帶貨能力，也為公司開拓了多元銷售渠道，有效觸達消費者，實現從流量到銷量的高效轉化，進一步提升品牌市場份額與影響力。

### • 營養健康研究

近年來，我們積極響應健康飲食趨勢，依據營養膳食指南設計營養套餐，將肉類、蛋類、蔬菜等20餘種食物組合成拼盤，滿足消費者對健康飲食的需求。此外，品牌還推出了小份菜，積極響應綠色消費和反食物浪費實踐倡議，攜手消費者一起為減少食物浪費添一份力。

我們通過數字化運營和大數據分析，精準洞察消費者需求，推出多樣化、健康化的火鍋套餐和鍋底，如豬肚雞火鍋等養生類鍋底，滿足消費者對健康和美味的雙重需求。

2024年初，公司重磅推出零添加方塊手工牛油系列，劍指辣味火鍋健康市場。該系列產品嚴選純牛油，搭配精心研製的秘制炒料，在製作過程中堅決不添加任何防腐劑與甜味劑，既保留了傳統火鍋底料的醇厚風味，又契合當下健康飲食理念，深受消費者青睞。

品質為基，創新為翼

## 2.3 優化升級供應鏈

### • 供應商准入

公司始終致力於建立一個質量可靠、供貨穩定、服務優質的供應商體系，以保障食品安全並提升供應鏈的核心競爭力。公司制定了《供應商質量准入管理準則》，嚴格規範供應商准入流程，確保每一位合作夥伴都能滿足公司的高標準要求。在准入過程中，公司堅持「公開、公平、公正，合法、合規、合理」的原則，通過多維度的綜合評價和篩選，確保供應商在資質、產品質量、供應能力、應急能力、規模及風險等方面均符合要求。這一流程不僅保障了產品的源頭品質，也為公司與供應商的長期合作奠定了堅實基礎。

供應商准入的第一步是通過招標和比價議價流程來篩選潛在合作夥伴。根據招標管理制度，公司選擇合適的招標方式，並組織多部門參與，對多家供應商進行多輪比價議價。在此過程中，招標議價組會對供應商進行複審評估，並再次進行評標議價，最終確定中標結果。最終方案還需提報相關部門審批，完成供應商的引入確認。在供應商入庫前，公司對其資質、產品質量、應急能力、規模及風險進行全面評估。資質審查方面，我們優先選擇資質齊全且有質量管理體系認證的企業。同時，公司優先選擇有大型連鎖客戶合作經驗的供應商，尤其是行業龍頭或行業內排名靠前的企業。公司對供應商的產品進行食品安全風險評估和經營風險評估，排查其歷年產品是否存在政府抽檢不合格或其他負面新聞，確保其法律糾紛、財務糾紛等不會影響生產和供應。我們不僅關注供應商的當前表現，還對其未來的供應能力進行評估，特別是應對臨時突發事故的能力，保障供應的穩定持續。此外，供應商還需書面承諾遵守相關法律法規和政策，確保食品安全。

為了全面了解供應商的實際管理情況，我們採用現場考察與線上評估相結合的方式。現場考察是評估的主要手段，通過實地走訪，公司能夠直觀地了解供應商的生產環境和管理流程。線上評估則通過數據和資料分析，進一步排查潛在風險。這種線上線下相結合的評估方式，確保了供應商在各個方面都能滿足公司的要求。

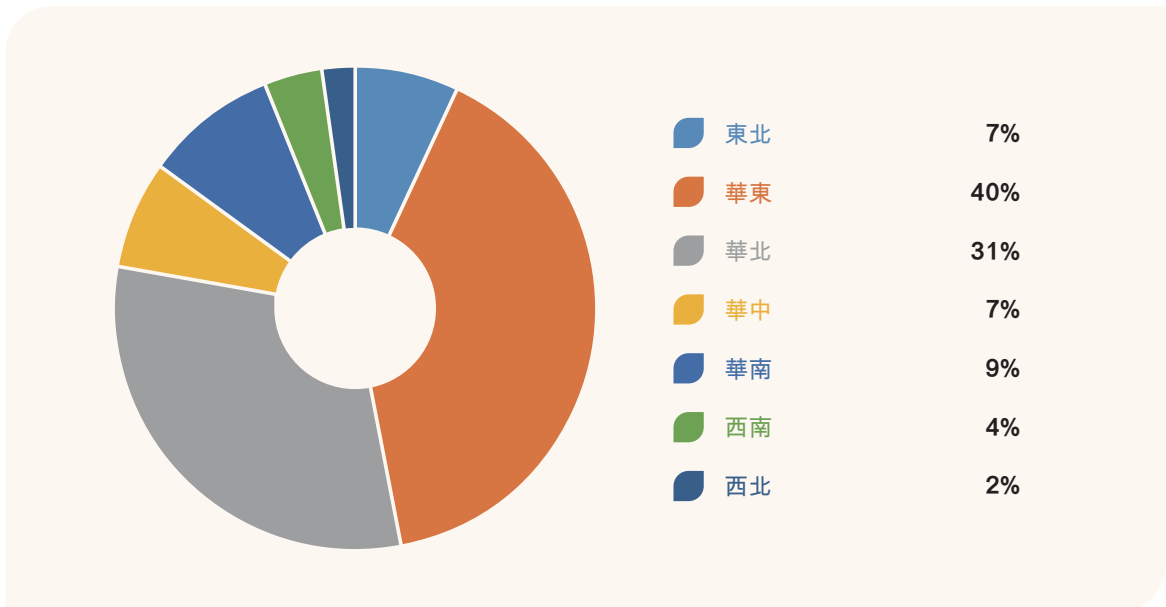
公司對已准入的供應商進行持續跟踪和管理，確保其始終符合公司要求。通過動態管理方式，我們能夠及時發現並解決潛在問題，進一步優化供應商體系，提升供應鏈的整體穩定性。

通過規範的准入流程，我們不僅能夠確保供應產品和服務的高質量和穩定性，還能夠為合作夥伴提供一個公平、透明的合作環境，共同推動行業的健康發展。

## 品質為基，創新為翼

資質審核	對供應商資質進行評估，考察其資質是否齊全，優先考慮具備各種體系認證證書的企業
產品質量	對供應商產品質量評估，關注是否有食品安全問題；同時對供應商歷年產品抽檢不合格紀錄及其他負面新聞進行風險排查
應急能力	對供應商供貨應急能力進行評估，特別是針對臨時突發大事故
公司規模	對供應商的規模進行評估，優先考慮有大型連鎖客戶合作經驗的供應商，首選行業龍頭或排名靠前企業
經營風險	對供應商存在的法律糾紛、財務糾紛等進行評估，關注是否可能影響生產和供應

截至報告期末，與公司合作供應商共計961家，分布如下：



品質為基，創新為翼

## • 供應商管理和培訓

公司高度重視供應商的到貨質量及餐廳反饋，通過建立嚴格的監控機制確保產品質量。一旦發現品質異常，公司將迅速追蹤問題並要求供應商及時整改，同時將相關情況納入供應商的綜合評估體系。通過定期的品質監控和反饋機制，我們不僅確保了供應鏈的穩定性，也為消費者提供了安全、可靠的食品保障。

2024年，公司因存在質量風險停用了3家供應商，並下架了2款產品，以此強化供應商對質量的重視程度。為全面排查食品安全隱患，公司每年開展1-2次食品潛在風險指標檢測，對供應商的食品安全管控進行嚴格管理。針對質量不穩定的供應商，公司會實施飛行檢查機制，深入現場確認其日常管理狀態，及時排除潛在風險。2024年，公司未發生重大食品安全事故或批量召回事件。

公司對供應商進行綜合評估，評估內容涵蓋到貨質量、餐廳反饋、風險管控等多個維度。公司建立了明確的獎懲機制，激勵優秀供應商並及時識別問題供應商。對於表現優異的供應商，公司給予優先合作機會和政策支持；對於質量不穩定或存在風險的供應商，則採取停用或產品下架等措施。採取這種主動出擊的風險管理方式，不僅保障了供應鏈的安全性，也為供應商提供了持續改進的動力。2024年，公司通過績效面談進一步促進供應商的持續改善，提升整體管理水平。

為加強與供應商的溝通，我們建立了線上線下結合的走訪機制。針對重點供應商及質量不穩定供應商，公司每年進行1至2次現場走訪，深入了解其生產管理狀況並排查風險；對於質量相對穩定的供應商，則通過線上溝通，了解其生產及質量控制情況。這種靈活的溝通方式不僅提高了管理效率，還確保了供應商與公司之間的信息暢通，為供應鏈的穩定合作奠定了基礎。2024年，公司走訪供應商數量為145家。



## 品質為基，創新為翼

為提升供應商的質量意識和管理水平，公司定期開展系統化的管理培訓。培訓內容涵蓋質量監控、風險評估、績效管理等方面，幫助供應商更好地理解公司標準並落實到日常管理中。同時，公司通過定期考核和反饋機制，評估供應商的培訓效果，並根據實際表現提供一對一的輔導。通過持續的培訓與改進，我們致力於將供應商培養為符合公司要求的長期合作夥伴，共同推動供應鏈的高質量發展。2024年，我們開展供應商產品質量與安全培訓達145次，供應商參與培訓總人次435人次，供應商參與培訓百分比為31.66%。

- 每季度對供應商進行評價
- 按評分績效評級
- 年度匯總

## 評價方法

- 供給能力
- 供貨品質
- 價格水平
- 履約情況
- 主觀評分等

## 評價範圍

- 分為A類、B類、  
C類、D類

## 等級劃分

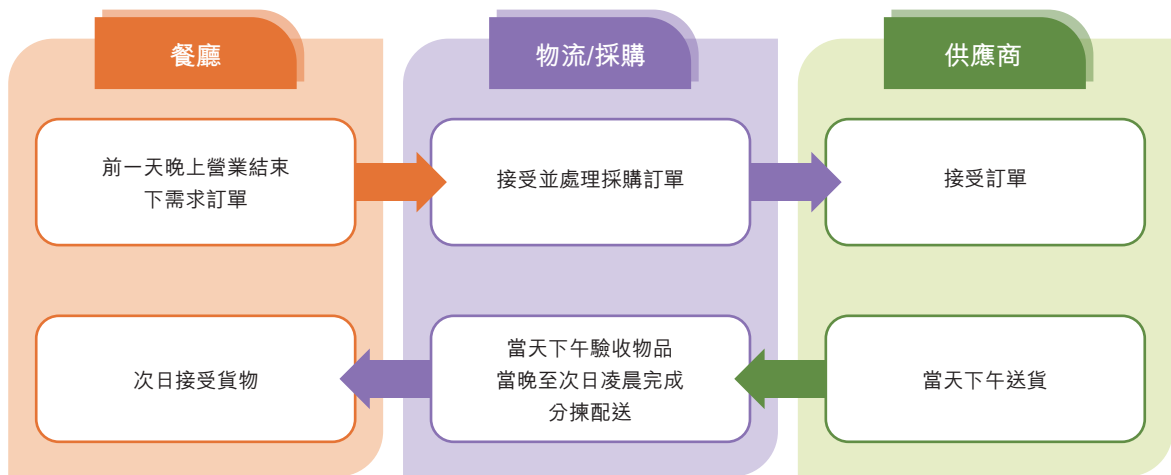
## 評價維度

- 採購金額
- 帳期
- 到貨驗收率
- 投訴率
- 到貨滿足率等

品質為基，創新為翼

### • 堅持直營配送

為了確保客戶能夠及時享用到當日採摘的新鮮水果和蔬菜，我們一直採用無庫存的果蔬運輸模式。每天餐廳結束營業後，餐廳會根據當日的銷售情況和次日的預計需求，估算出所需的果蔬種類和數量，並向物流採購部門提交訂單。物流採購部門在收到訂單後，會在當天及時處理，並向供應商發出採購指令。供應商在接到採購訂單後，需在當天完成採購和配送工作。物流部門在收到貨物後，會進行嚴格的驗收，隨後在當天晚上到次日凌晨進行分揀和配送，確保果蔬能夠按時、新鮮地送達各個餐廳。



對於冷凍食品，公司配備了專業的冷凍倉庫和冷藏車，用於儲存和運輸海鮮、肉類等需要冷凍保鮮的食品。無論是公司自有的冷庫還是外租的冷庫，都完全符合行業標準，以保證食品的品質不受影響。冷凍倉庫內配備了先進的控溫設備，確保儲存環境的溫度始終保持在 $-18^{\circ}\text{C}$ 及以下。在進行貨物的出入庫操作時，倉庫內的溫度也會被嚴格控制在 $-16^{\circ}\text{C}$ 及以下，從而最大程度地保持食品的新鮮度。

在運輸過程中，冷藏車的壓縮機必須全程正常運轉。裝車前，車廂內的溫度需要降至 $0^{\circ}\text{C}$ 以下。運輸過程中，冷凍車廂的溫度不得高於 $-18^{\circ}\text{C}$ ，冷凍產品的溫度不得高於 $-12^{\circ}\text{C}$ ，冷藏產品的溫度需要控制在 $0^{\circ}\text{C}$ 到 $8^{\circ}\text{C}$ 之間。此外，所有冷鏈配送車輛都配備了隔溫板，並在車廂門處安裝了門簾，以減少外界溫度對車廂內溫度的影響。同時，每輛車還配備了固定式雙探針溫控設備，並完成了授權和系統對接，確保運輸管理系統(TMS)能夠實時監測運輸過程中的車輛定位和溫度變化，從而保障冷鏈運輸的可靠性和安全性。

我們通過直營配送策略優化供應鏈，主要體現在精細化管理和數字化升級方面。公司建立標準化的三級配送架構，包括總倉、區域分倉和轉運中心，實現全國高效配送，降低配送和採購成本。同時，公司上線TMS運輸管理系統、WMS倉儲管理系統和GPS監控系統，實現從採購、倉儲到運輸的全鏈路數字化管理，提升物流效率，並確保食材品質。此外，通過集中採購和優化供應商管理，原材料及耗材成本佔比從2023年上半年的37.4%降至2024年上半年的34.6%。2024年，公司啓用位於北京大興的1.2萬平方米新物流中心，存儲量提升100%以上，進一步優化供應鏈協同效應，賦能業務的長期增長。

## 品質為基，創新為翼

### 2.4 秉持客戶至上

#### • 提升客戶體驗

在競爭激烈的餐飲市場中，客戶體驗是企業立足的關鍵。我們始終將客戶滿意度放在首位，通過一系列全面且細緻的舉措，不斷提升客戶體驗，贏得了廣大消費者的認可與喜愛。

為確保客戶的聲音能夠被及時聽到，我們搭建了多元反饋體系，開通郵箱、客服熱線、媒體郵箱、微博、大眾點評等渠道，保證客戶的建議和投訴能第一時間得到反饋並百分百落實和妥善解決。同時，從尊重顧客、傾聽與理解、積極解決、持續改進、透明與誠信、跟踪反饋、記錄與分析這七個方面，高效、妥善處理客戶意見和建議。

借助大數據技術，我們對客戶消費行為、偏好等數據深入挖掘分析，精準了解客戶需求。旗下各餐廳及營運管理部門針對大眾點評、美團、口碑、微博等互聯網平台開展客戶滿意度調查分析，依據海量評價把握市場動態和客戶用餐體驗，為服務改進提供方向。部分餐廳每周召開服務案例分享會，搜集整理服務案例並培訓分享，幫助員工學習優秀服務經驗、調整技巧，提升整體服務質量。運營中時刻關注顧客就餐反饋，將其融入常規員工培訓，形成服務優化閉環。

我們將客戶滿意度納入績效考核指標，對大眾點評、美團等平台的好評率、星級進行量化管理，設定顧客滿意度綜合指數。通過這一制度，我們明確員工工作目標，強化門店對顧客滿意度的重視，促使員工注重服務細節，全方位提升客戶體驗。

通過以上一系列舉措，公司在客戶體驗提升方面取得了顯著成效。2024年，我們接收投訴總數量為48件，客戶投訴解決率均為100%。未來，我們將繼續秉持以客戶為中心的理念，不斷探索創新，持續優化服務，為廣大客戶帶來更加優質、貼心的用餐體驗。

#### • 保障客戶權益

我們始終將保障客戶基本權益作為企業運營的重要準則。

在廣告宣傳環節，我們嚴格遵循《中華人民共和國廣告法》等法律法規，通過各類自媒體平台以及聯合品牌媒體開展對外宣傳工作，堅決抵制虛假廣告與不實宣傳。在內容發佈前，公司設立了嚴謹的內部審批流程，提報人發起後，相關部門從專業視角全方位審核宣發內容的準確性與合規性，只有審核通過的內容才能面向大眾發佈，確保消費者接收的廣告真實合理，有力維護了客戶在廣告信息獲取方面的權益。

我們高度重視客戶隱私保護，通過建立完善的制度體系來保障客戶隱私安全。我們制定《會員協議》及《隱私政策條款》，明確以行業標準為參照，採用管理、技術和物理等多層面保護手段，防止個人信息被未經授權的訪問、使用或泄露。同時，公司積極響應監管機構要求，全力配合調查與數據提供工作，切實保障用戶信息安全與合法。

2024年，公司在客戶隱私保護上持續發力，推出一系列具體舉措。在小程序使用中，我們設置彈框半屏形式，顯著提示《會員協議》及《隱私政策條款》，提供拒絕或同意選項，若用戶拒絕授權，不影響用餐下單，將以遊客身份使用，平台不獲取個人信息；我們嚴格限制敏感信息獲取，僅在法規或必要活動場景下收集；用戶下單不受是否開啓定位或授權手機號等操作限制，小程序不頻繁提示授權並支持會員注銷請求；會員系統查詢頁面實現手機號脫敏展示；APP提供短信或賬號密碼驗證方式供用戶自主選擇。通過這些措施，我們有效保障了會員信息隱私安全，2024年未出現任何信息泄露事件及相關投訴。

品質為基，創新為翼

## 2.5 引領行業標杆

### • 參與協會與組織

作為中國持續高速發展的餐飲集團之一，公司在自身經營發展的同時也積極參與並為行業發展貢獻力量。公司作為中國烹飪協會、中國連鎖經營協會、北京烹飪協會、北京市餐飲行業協會的常務理事單位或副會長單位，一直以來積極參與行業政策的制定、調研、座談與反饋；在各協會平台上分享企業的內部管理經驗，同時與其他同業者不斷學習先進的管理理念與管理方法；並利用自身的優勢開展資源整合、商業合作等相關工作。同時，積極參與兩岸經貿交流活動，持續推動餐飲行業的蓬勃發展。

協會名稱	協會職務
全國臺灣同胞投資企業聯誼會	副會長
中國連鎖經營協會	常務理事
中國烹飪協會	常務理事
北京台資企業協會	副會長
北京烹飪協會	副會長
北京市餐飲行業協會	副會長
天津市臺灣同胞投資企業協會	常務理事
上海市臺灣同胞投資企業協會	理事
上海市閔行區外商投資協會	理事

### • 推動行業發展

我們積極參與中國連鎖經營協會（CCFA）發佈的《減少食品浪費企業實施指南》的編寫和推廣工作，並為該指南提供了豐富的實踐案例和數據支持。作為CCFA餐飲專業委員會的常務理事單位之一，我們開放了門店廚餘測量數據，並分享了我們在減少食物浪費方面的成功經驗。這些經驗包括供應鏈的數字化管理、小份菜的推廣以及門店運營中的反浪費措施，為指南的編寫提供了重要的參考。

在供應鏈管理方面，我們通過數字化系統優化採購和物流流程，減少食材損耗。例如，我們的TMS運輸管理系統能夠實時監控食材運輸，確保食材新鮮度，同時通過與供應商合作，推廣淨菜採購，減少食材在運輸和加工過程中的浪費。此外，我們還根據消費者習慣調整醬料包規格，進一步降低浪費。

在門店運營中，我們通過推出小份菜和半份菜，引導消費者適量點餐，並通過數字化管理系統（如BOH系統）精準控制庫存和採購，有效降低了損耗率。同時，我們在門店顯著位置張貼「光盤行動」提示，鼓勵消費者打包剩餘食物，並通過員工培訓強化反浪費意識，建立懲戒機制，將反浪費措施落實到企業運營的各個環節。

通過這些案例，我們為《CCFA減少食品浪費企業實施指南》的編寫提供了實踐經驗和數據支持，推動了整個餐飲行業在減少食物浪費方面的進步。





環保為責  
永續為志



環保為責，永續為志



公司秉持可持續發展理念，致力於推動餐飲全產業鏈的綠色轉型，涵蓋生產、加工、物流與銷售等各個環節。公司嚴格遵循《中華人民共和國環境保護法》、《固體廢物污染環境防治法》以及《中華人民共和國反食品浪費法》等相關法律法規，積極落實國家「雙碳目標」「限塑令」及「反食品浪費」等相關政策，持續強化低碳綠色運營管理理念。在過去的一年中，我們在生產、辦公、物流以及餐廳運營等關鍵領域，全力推進節能減排措施，堅持低碳運營模式，優化資源利用效率，減少廢棄物產生，並積極踐行垃圾分類。同時，公司通過多種渠道宣傳反食品浪費理念，引導消費者參與環保行動。通過多層面的努力，我們為應對氣候變化貢獻了積極力量，致力於實現企業與環境的和諧共生，並為構建綠色生態體系貢獻了重要力量。在2024年，公司未出現因環境問題引發的違規行為、法律訴訟或行政處罰等情況，展現了良好的企業環境責任意識。

環境目標：

能源	以2020年為基準年，到2025年底湊湊餐廳店均耗電量減少5%。 以2020年為基準年，到2025年底中央廚房能耗總量減少10%。
用水	以2020年為基準年，到2025年底湊湊餐廳店均耗水量減少5%。 以2020年為基準年，到2025年底單店用水比例進一步下降。
循環利用	到2025年底，全國100%物流倉庫實現食材運輸保溫箱循環利用。 到2025年底，外送實現100%使用可回收餐盒包裝。

3.1 踐行低碳運營

• 環境合規管理

我們始終秉持「資源有限，節約無限」的管理理念，將節能降耗管理以及水資源的高效利用作為企業運營的重要方向。公司堅持將節能措施與技術創新、管理優化相結合，積極開發並推廣節能技術，同時加強內部管理，提升全員的節約意識。在環境管理方面，我們不斷完善環境管理體系，明確各部門的環保責任，指定公司級環保負責人，以確保各項環保措施的有效落實。通過持續優化能源使用效率，減少不必要的能源浪費，公司進一步降低了能耗水平。此外，我們還定期開展內部環保培訓，從管理層到一線員工，全方位提升員工的環保意識。通過多層面的努力，我們致力於在生產和運營過程中減少對環境的影響，積極應對氣候變化挑戰，推動企業與環境的和諧共生，為實現可持續發展目標貢獻自己的力量。

## 環保為責，永續為志

公司的溫室氣體排放主要產生於運營、生產和行政辦公過程中消耗的各種能源，主要包括汽油、柴油、天然氣和電能。報告期內各排放及資源使用數據如下表所示：

指標	單位	2023財年	2024財年
耗電總量	千瓦時	216,562,229.49	152,128,344.59
單位營業收入耗電量	千瓦時／百萬元	36,594.06	31,994.40
汽油消耗量	升	12,267.94	13,679.47
單位營業收入汽油消耗量	公升／百萬元	2.07	2.88
綜合能源消費量	噸標準煤	27,732.73	19,388.19
單位營業收入綜合能源消耗量	噸標準煤／百萬元	4.69	4.08
市政用水消耗量	立方米	1,343,163.51	1,076,677.54
單位營業收入市政用水消耗量	立方米／百萬元	226.96	226.44
餐飲污水排放量	立方米	1,780,090.40	1,495,828.40
單位營業收入餐飲污水排放量	立方米／百萬元	300.79	314.59
生活垃圾及廚餘垃圾	噸	63,540.83	44,712.00
天然氣消耗量	立方米	830,114.63	508,962.32
單位營業收入天然氣消耗量	立方米／百萬元	140.27	107.04
範圍一：溫室氣體直接排放	tCO <sub>2</sub> e	1,845.81	1,145.47
範圍二：溫室氣體間接排放	tCO <sub>2</sub> e	123,505.44	81,632.07
溫室氣體排放總量	tCO <sub>2</sub> e	125,351.25	82,777.54
單位營業收入溫室氣體排放量	tCO <sub>2</sub> e／百萬元	21.18	17.41

## 環保為責，永續為志

- 註： 1. 溫室氣體排放量計算方法參考世界資源研究所(WRI)和世界可持續發展工商理事會(WBCSD)發佈的《溫室氣體核算體系企業核算與報告標準》、政府間氣候變化專門委員會(IPCC)發佈的《2006年IPCC國家溫室氣體清單指南》；用於範圍二計算的電網排放因子參考生態環境部發佈的《企業溫室氣體排放核算方法與報告指南(2022年修訂版)》中的全國平均電網因子；
2. 餐飲污水排放量計算方法參考《第一次全國污染源普查城鎮生活源產排污係數手冊》。

### • 優化能源利用

為加強節能管理，我們制定了《節約能源管理制度》，並成立了以集團副總裁為首的節能管理小組，成員來自多個部門。該小組負責傳遞節能環保政策、組織相關培訓，並編寫年度能源利用狀況報告。通過明確職責和目標，我們為節能工作提供了堅實的組織保障。

2024年，我們全力開展節能降耗行動，持續推進節能技術的優化與改進。公司通過多種方式強化全體員工的節能降耗與環保意識，確保全員參與並落實相關措施。

在節能技術改造方面，我們採取了多項措施。公司廣泛採用LED燈具替換傳統燈飾。變頻空調系統的應用使節能效果達到30%以上，同時公司引入了節能冷凍庫，配備驅動控制器、探霜傳感器和電子膨脹閥，進一步降低能耗。

在日常運營中，我們通過多種方式優化能源使用。例如，餐廳根據營業時間和天氣情況合理調整照明設備的開關時間，並推廣使用節能電器。公司引入智能電力監測系統，實時監控電器設備的能耗情況，優化使用方案。在物流管理方面，我們通過智能調度和線路優化，提升了整體作業效率。

2024年，我們在節能減排領域持續深耕並取得顯著成效，外購電力消耗同比下降29.75%，天然氣使用量減少38.69%，綜合能源消費量較上年下降超30%。同時，為了響應國家「雙碳」戰略號召，我們積極推動公司使用綠色能源，從2024年12月起，北京總部大部分廠區已全面使用綠電，這也標誌著我們在踐行企業綠色可持續發展道路上又邁出了堅實一步。



## 環保為責，永續為志

### • 應對氣候變化

我們持續關注氣候相關問題，積極推動氣候變化應對行動，持續向低碳經濟轉型。為落實《聯合國2030年可持續發展議程》，並嚴格遵循《中國應對氣候變化國家方案》，我們識別可能或已經對公司產生重大影響的氣候變化風險，全面加強氣候變化風險管理，並在各運營地有序開展節能減排工作，減少溫室氣體排放。同時，我們積極完善碳排放信息披露，將氣候變化與公司未來緊密相連，以最大努力為應對氣候變化。

氣候相關風險	風險類別	時間範圍	潛在影響	應對舉措
轉型風險	政策與法規風險	短、中、長期	<p>氣候變化相關的監管與披露要求日益嚴格，公司推動全球化業務需要滿足更多合規要求；</p> <p>隨著碳中和等環境政策的出臺，未及時調整公司戰略、制定應對舉措，可能會導致公司業務面臨額外的成本壓力；</p> <p>不遵守法律會造成訴訟風險及罰款損失。</p>	<p>積極關注政策動向，設立專門工作組及人員跟蹤國內國外法規動態，按照規定的管理企業的環境問題，避免合規風險，助力國際化業務發展；</p> <p>將環境治理納入公司長期規劃，評估履約成本；</p> <p>按照國家法律規定的標準管理企業的環境問題，避免訴訟風險罰款損失。</p>
	市場風險	短、中、長期	<p>由於氣候變化造成原材料、倉儲、物流等費用上漲，帶來公司成本上升的風險；</p> <p>顧客對可持續發展的關注度持續上升，可能更傾向於提供低碳、環保服務的企業，未能及時調整公司戰略可能導致市場份額下降。</p>	<p>持續關注氣候變化對市場的影響，提前制定應對舉措。加強供應鏈一體化建設，提高供應鏈韌性，共同加強應對氣候風險的能力；</p> <p>制定可持續發展戰略，加強自身環境管理能力建設，加大公司的環保投入，以滿足顧客對公司的期待。</p>
	技術風險	中期	<p>未能及時識別並採用節能、數字化技術會導致公司運營、倉儲、物流的能耗使用增長，以及成本的上漲。</p>	<p>積極採用低碳技術，逐步淘汰高排放設備，同時積極推進公司數字化體系建設。</p>

<sup>1</sup> 短期：未來1-3年。中期：未來3-5年。長期：未來5年以上。

環保為責，永續為志

氣候相關風險	風險類別	時間範圍	潛在影響	應對舉措
	聲譽風險	中期	投資者和利益相關方對氣候風險的披露和透明度持續提高，未能披露及時、全面地提供氣候相關信息，將有可能使投資者喪失信心，公司喪失更多融資的可能。	公司積極響應各個利益相關方訴求，加強氣候相關信息的披露，提升公司信息透明度。
物理風險	急性風險	短、中、長期	原材料生產地、菜品運輸途中受到颱風、洪澇、乾旱、極寒、極熱等天氣的影響，可能會造成供應鏈中斷、原材料質量受到影響等問題。	充分識別及評估氣候變化帶來的急性風險，關注極端天氣預警，制定應急預案及應急演練計劃，全面提升公司及相關人員應急救援處置能力。
	慢性風險	短、中、長期	全球氣候變暖，海平面上升等極端氣候增加，沿海地區的生產基地可能受到影響；  氣候變化導致城市基礎設施脆弱，物流運輸可能受到影響	制定全面的氣候風險管理戰略，確保在公司整體戰略中充分考慮氣候風險。

機遇類別	機遇描述	時間範圍	機遇影響	機遇把握
產品和服務	數字化減碳解決方案	短、中期	數字化發展可能給公司帶來新的節能減碳機遇。	公司推進智慧物流解決方案，推進高效物流。
能源效率	節能舉措應用	短、中、長期	識別並採用節能措施可以減少能源消耗，從而降低經營支出。	積極採用低碳技術，推進節能舉措的實施。
市場	吸引市場投資	中、長期	積極應對氣候變化，在資本市場維持良好聲譽，有助於吸引投資，降低融資成本。	持續完善氣候管理戰略、舉措，積極開展行動，加強氣候相關披露，成為氣候對應的領導者。
資源效率	裝配式裝修技術推廣	短期	可能通過標準化施工顯著減少建材浪費，降低裝修成本，並縮短門店開業周期。	公司推進裝配式裝修技術，與供應商合作建立預製材料規模化生產體系。

## 環保為責，永續為志

### • 資源高效利用

我們積極倡導循環經濟理念，全面推廣可降解包裝材料的使用，並加強包裝材料的回收利用。目前，公司主要使用的包裝材料包括紙箱、紙杯、塑料杯、蛇皮袋、打包袋、塑料吸管、打包盒、外賣包裝材料以及可降解包裝材料。在可降解材料方面，公司全面推廣聚乳酸(PLA)材質的外賣餐盒、吸管及餐具，此類材料源自植物澱粉，可在工業堆肥條件下完全降解，減少環境污染。同時，通過優化包裝結構設計(如折疊式餐盒)減少包裝使用。2024年，公司包裝材料的總消耗量為1,032.63噸，每百萬元營業收入對應的包裝材料耗用量為0.22噸，其中可再生材料消耗量為300.20噸，佔比為29.07%，全年包裝材料使用量同比削減91.24%，從源頭減輕了環境負荷。

在物料管理方面，我們積極推行無紙化辦公，推廣雙面打印和電子發票系統。在裝修材料方面，公司採用装配式裝修，減少現場施工垃圾。此外，公司還減少了粘土磚的使用，採用預製細石混凝土替代，進一步降低了環境影響。

在水資源管理方面，我們推行節水型龍頭。此外，通過優化洗菜機和洗碗機的使用，以及推廣食材清洗循環水，公司大幅提高了水資源利用效率。2024年，水資源消耗同比減少19.84%。

### 案例： 優化升級洗碗機設備

2024年，公司對洗碗機設備進行了技術優化升級改造。此次改造後，設備的最大輸入功率顯著降低，漂洗加熱功率大幅減少，漂洗溫度經過優化調整，同時新增了漂洗保溫和差序加熱技術。這些技術升級帶來了顯著的節能效果，單框洗滌用水量大幅減少，耗電量也明顯降低。目前已有473家門店完成升級，佔比85.6%，其餘門店也在持續推進。通過這一舉措，已使用新機型的門店，每年每家門店可節水約16噸，年度節水總量達7千噸；每年每家門店可節電約1千度，年度節電總量約4.7萬度，節水節電成效顯著。



環保為責，永續為志

### 3.2 強化排放管控

#### • 排放物管理

在環保管理方面，公司始終秉持高度的責任感，與具備專業資質的單位簽訂定期檢測協議，通過持續監測污染物排放情況，精準掌握排放水平。一旦發現超標情況，公司會立即採取措施進行修正，確保所有污染物均合規、達標排放。2024年，公司的廢水、廢氣和噪聲等環境污染物均實現了達標排放，充分展現了企業在環保領域的積極作為。與此同時，為了更好地履行減少環境污染和節約土地資源的社會責任，我們持續推行垃圾分類措施，積極推廣淨菜使用，有效減少了餐廚垃圾的產生。中央廚房產生的無害可回收垃圾100%交由專業回收公司處理，進一步推動了資源的循環利用。

在餐廚垃圾處理方面，垃圾分類是餐廳日常運營的關鍵環節。餐廳根據垃圾的性質，將其分為廚餘垃圾、可回收垃圾和不可回收垃圾，以便進行高效且環保的處理。廚餘垃圾主要通過生物處理技術轉化為有機肥料或生物燃氣，實現資源的再利用；可回收垃圾如紙製品、塑料和玻璃等則由專業回收機構定期收集，進行分類回收，進一步推動資源循環利用。同時，餐廳鼓勵顧客將飲料瓶、食品包裝等可回收物品放入指定回收箱，方便後續集中處理。對於不可回收垃圾，餐廳委托專業的第三方機構將其集中送至垃圾處理廠，採用焚燒等方式進行處理，焚燒過程中產生的熱量可用於發電或供熱，實現能源的回收利用。通過這種分類處理方式，餐廳不僅減少了垃圾對環境的影響，還提升了資源利用效率，為可持續發展貢獻力量。



## 環保為責，永續為志

### 3.3 落實環保行動

我們始終秉持「人人參與保護生態環境，擁有碧水藍天」的理念，通過一系列實際行動踐行綠色低碳發展策略，積極推動環保理念的落地。

在員工環保意識培養方面，我們通過內部培訓和管理措施，強化員工對綠色低碳運營的理解和參與，同時倡導辦公室隨手關燈、出行使用公共交通工具、下班關閉閉置電器電源、無紙化辦公、採購使用節能產品、更換高耗能設備等。公司通過數字化系統優化訂貨、庫存管理和損耗控制，提升運營效率，減少資源浪費。同時，我們積極向顧客傳播綠色餐飲理念，倡導節約糧食、珍惜食物和保護環境，通過實際行動推動行業可持續發展。

#### • 反對食品浪費

在反對食物浪費的道路上，我們始終走在行業前列。公司致力於全產業鏈的綠色轉型，從源頭到餐桌全方位減少食物浪費。

在產品端，我們部分採用「農餐對接」模式，直接與農業合作社合作，通過訂單式種植和淨菜採購，減少食材浪費並降低成本。同時，我們通過數據分析，將消費者最喜歡的食材組合成拼盤，推出食材豐富、營養均衡的單人套餐；根據個性化需求，推出任意拼、雙拼等多樣化菜品，滿足顧客需求並引導適量點餐，減少浪費。

在供應鏈端，我們通過冷鏈運輸、智能排線系統和數字化管理，確保食材高效運輸和損耗最小化。冷鏈運輸每年保障15萬噸新鮮食材及時送達餐廳，同時優化物流配送路線，減少運輸車次和碳排放。

在門店端，我們利用數據分析精準預測需求，自動生成物料請購單，減少效期管理導致的食材浪費。餐廳內張貼光盘行動海報，員工口頭提醒顧客適量點餐、剩菜打包。線上平台和微信小程序也設置相關提示，確保反浪費理念深入人心。此外，員工餐廳通過調整供餐方式和建立懲戒機制，減少食物浪費，降低廚餘垃圾排放量。



呷哺集團獲「2024光盤之星」稱號



匯聚文明光芒  
崇尚節約愛糧

環保為責，永續為志

### • 環保綠色活動

我們積極響應全球環保日活動，通過開展「4·22地球日」和「6·5世界環境日」等環保宣傳活動，張貼環保宣傳標語，向消費者傳遞綠色消費理念。此外，公司還利用線上平台、微信小程序等渠道，向消費者宣傳環保知識，倡導綠色生活方式。通過這些舉措，公司不僅推動了自身的綠色運營，也為社會環保事業貢獻了積極力量。







# 以人為本 發展共濟



以人為本，發展共濟



「以人為本」是公司始終秉持的核心理念。我們深知員工是企業發展進程中不可或缺的資源，唯有切實保障員工權益，關愛員工身心健康，助力員工成長發展，才能為公司的長遠發展築牢根基。此外，公司始終牢記身負的社會責任，積極投身公益事業，開展、參與多種公益慈善活動，力求惠及有需要的群體，為推動社會和諧共榮貢獻力量。

#### 4.1 保障員工權益

公司嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《禁止使用童工規定》等相關法律法規，尊重並保障員工的權益。我們堅持平等合規僱傭，維護公平透明的招聘流程，反對任何形式的歧視行為，致力於打造多元、包容的人才隊伍。同時，公司建立公平且與貢獻匹配的薪酬福利體系，激勵員工與公司共同進步。此外，公司營造開放、透明的溝通氛圍，建立健全職工反饋與溝通機制，積極傾聽員工聲音。

報告期內，未發生僱傭童工、強制勞工的相關訴訟案件。

##### • 公平合規招聘

我們秉持「公平、公開、平等」的用工原則，堅守「任人唯賢，擇優錄用」的用工理念，積極塑造值得信賴的僱主品牌形象，廣泛吸引具有開拓精神和實幹特質的人才，為公司實現「東進南下」業務發展戰略提供人才支持，為公司經營規模的穩步擴大築實根基。公司建立健全勞動保障制度，保障員工合法權益，堅決杜絕各類歧視行為，堅決反對任何形式的童工和強迫勞動，致力於實現多元、平等、合法合規的僱傭。



## 以人為本，發展共濟

### 招聘政策

#### 確保合規僱傭，反對童工、強制勞工

公司通過E-HR系統強制限制不符合國家規定用工年齡的員工的錄入，從源頭切斷了僱傭童工的可能性；同時公司不定期對餐廳進行人事稽核，嚴格監控用工風險，並且稽核結果與績效掛鉤。

#### 深化校企合作，開拓招聘渠道

公司進一步強化校園招聘，與各類院校進行更深入、多模式的合作，吸引更多高素質的畢業生進入門店實習，提升門店一線人員的綜合服務水平。同時我們積極拓展海外招聘渠道，吸引海外地區人才加盟，結合海外運營門店實訓，將優秀的運營與管理人才輸送至各品牌和各區域。

#### 強化激勵機制建設人才梯隊

公司啟動「菁英店長」項目，制定有競爭力的薪酬激勵方案，快速集中吸引有經驗、有能力的專業營運人才加盟，填充一線運營崗位，帶動事業部營運水平提升，促進內部人才梯隊的建設。

#### 堅持多元僱傭，倡導包容理念

我們堅持男女平等的用工原則，持續推動員工多元化，倡導多元及包容的職場氛圍，採取多種方式吸引並留住多元適崗人才。杜絕因年齡、性別、地區、文化背景、宗教等因素造成的歧視行為，實現員工合理分布，保障多元、平等、包容的工作氛圍。

### 2024年工作成效：

公司在中國大陸地區以外的中國香港、中國臺灣以及新加坡積極拓展門店，業務極速發展，我們的招聘政策有力的保障了當地人才供給，並成功將海外人才引進大陸地區開展工作，形成了良好的人才引進培養機制。

集團在湊湊品牌事業部推出「菁英店長」項目進展順利，在一個月時間內招募近20名優秀一線營運管理人才，補充了營運專業人才缺口，促進了整個營運團隊士氣提升與業績增長。

以人為本，發展共濟

員工分佈結構如下：

我們堅持平等僱傭，不斷優化人員結構。  
截至報告期末

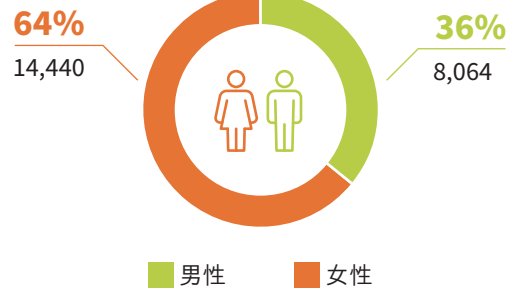


公司共有員工  
**22,504**名

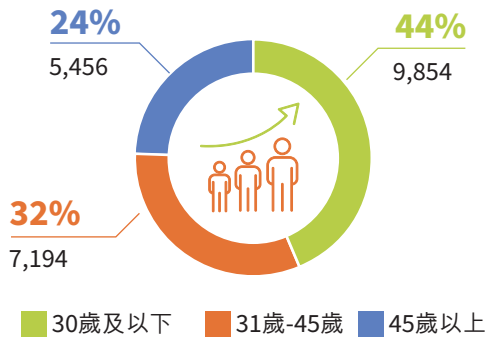


其中，殘障人士  
**35**人

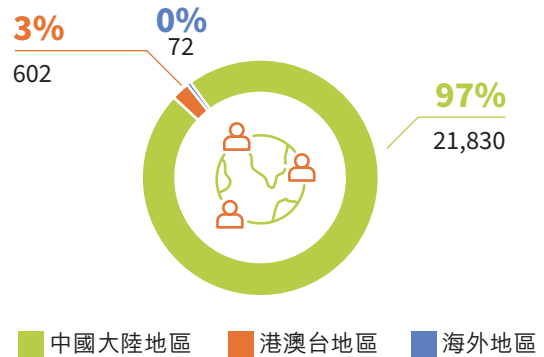
#### 按性別劃分的僱員數目



#### 按年齡組別劃分的僱員數目



#### 按地區劃分的僱員數目



#### 按僱傭類型劃分的僱員數目



#### 按民族劃分的僱員數目



## 以人為本，發展共濟

指標	單位	2023財年	2024財年
員工流失率	%	127.64	114.30
男性員工流失率	%	159.01	138.41
女性員工流失率	%	109.15	100.46
30歲及以下員工流失率	%	286.00	232.14
31歲-45歲員工流失率	%	91.00	12.73
45歲以上員工流失率	%	17.00	25.91
中國大陸員工流失率	%	127.00	114.09
中國港澳臺地區員工流失率	%	140.00	140.84
海外地區員工流失率	%	127.00	58.46

### • 集體協議

公司根據《中華人民共和國工會法》《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》及原勞動和社會保障部頒布的《集體合同規定》等法律法規、規章，簽署集體合同，確保員工的合法權益得到充分保障，在勞動報酬、工作條件、職業發展等方面滿足員工合理需求，提升員工滿意度。

公司為維護員工合法權益、促進公司和員工共同發展，在北京、天津、上海、錫林郭勒盟設立8家工會，工會會員人數達1萬餘人。北京和天津的工會每年簽訂集體協議，工會負責集體協議的簽訂、履行與監督。工會收集員工意見與訴求，形成集體協議議題，與公司協商討論集體合同條款內容，達成一致後簽署集體合同。公司和工會成立集體合同監督檢查小組，負責監督落實集體合同規定，對發現的問題及時整改。

公司集體合同包含了勞動合同管理、工資與福利、工作時間和休息休假、社會保險、勞動安全衛生，以及女職工和未成年工的特殊保護等內容，為保障員工合法權益提供法律保障。同時，公司與工會簽署了餐飲行業工資、女職工權益保護、勞動安全衛生等專項集體合同，進一步保障員工平等享有取得勞動報酬、休息休假、健康與安全、社會保險和福利等合法權利。

以人為本，發展共濟

## • 薪酬與福利

公司嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》等相關法律法規，按照「利潤為重」的原則，重新梳理薪酬體系，並在崗位價值和績效表現基礎上，依法確定公司內部工資分配制度和分配形式，合理拉開收入差距。公司結合經濟效益的實際達成情況，提升在職員工薪酬水平，依據員工定位和崗位序列，實行利潤分紅，確定月度獎金、季度獎金和年度獎金。同時，員工依據公司限制性股票激勵計劃，業績達成後可獲得股票激勵，授予量根據業績貢獻確定，充分體現多勞多得的原則。

公司綜合運用多種策略，將崗位價值、績效表現、個人能力三大薪酬要素深度融合，短期與長期激勵有效結合，激發員工工作能動性，為公司創造更大效益，實現企業與員工雙贏。此外，公司實行人工預算管理，每年對員工的收入狀態進行分析，工資總額與公司效益聯動，並積極穩妥地開展增資工作，制定年度增資方案，調整薪資政策，提高員工薪酬福利待遇。

2024年，公司優化營運激勵機制，圍繞利潤分紅，採取達成激勵、業績改善激勵、扭虧激勵等輔助措施。同時，公司優化專業職能獎金機制，深化開發及資產激勵方案，完善公司關鍵崗位長期激勵方案，使分配邏輯更加合理。此外，公司重新修訂限制性股票激勵機制，完善針對業務單位的激勵規則，充分考慮新成立的業務單位的特點和需求。

工時及假期	<ul style="list-style-type: none"><li>• 遵循《中華人民共和國勞動法》規定的工時規定；</li><li>• 保障員工在國家法定節假日休息的權利；</li><li>• 提供婚假、喪假、探親假、產假、計劃生育假等帶薪假期。</li></ul>
五險一金	<ul style="list-style-type: none"><li>• 為員工提供養老、工傷、生育、失業、醫療五大社會保險及公積金；</li><li>• 為餐廳職工辦理僱主責任險，全面覆蓋全國所有餐廳。</li></ul>
員工關懷	<ul style="list-style-type: none"><li>• 為全體員工提供免費工作午餐或餐費補助；</li><li>• 為特定需要的崗位員工提供交通、電話、出差等補助；</li><li>• 開展績優員工出游活動，激發全員奮進動力。</li></ul>



## 以人為本，發展共濟

### 4.2 深化員工關懷

我們始終堅持「以人為本、誠信務實」的管理理念，作為負責任的僱主，重視保障員工安全與身心健康，通過全方位的保障措施，為員工提供安全、健康、舒適、便捷的工作環境。同時，我們重視對員工的關懷，為員工提供暢通的溝通渠道，舉辦各類員工關愛活動，鼓勵員工在工作與生活之間取得平衡，致力於提高員工幸福感與歸屬感，提高企業的凝聚力。

#### • 員工健康與安全

公司嚴格遵守《中華人民共和國消防法》《中華人民共和國安全法》《生產安全事故應急預案管理辦法》《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國特種設備安全法》《危險化學品安全管理條例》等法律法規，秉持「反違章、堵漏洞、查隱患、保安全」的管理理念，及時修訂安全生產相關責任制、規章制度，配備專職人員定期進行安全設施的配置和維護，多措並舉，為員工提供安全、健康的工作環境。報告期內，公司未出現重大生產責任事故及因安全檢查疏忽導致的安全問題。

#### 加強風險 防控

- 安排專員對公司區域內滅火器、消火栓進行定期點檢，並填寫點檢記錄表；與消防資質單位簽訂維保協議，定期對消防報警滅火系統及各類消防器材進行維護保養，保證消防設施、器材完整有效；
- 加強重點區域、重點部位的監管監控，包括特種設備登記、年檢；配電室、充電間日常巡查等；
- 開展安全生產月安全檢查專項活動，堅持日檢、周檢、月檢行動，督促隱患及時整改。

#### 安全應急 演練

- 開展應急救援體系建設，及時更新應急救援預案；
- 依照預案定期進行應急救援演練，包括滅火、疏散、急救等內容。

#### 安全培訓 與宣傳

- 嚴格做好新員工「三級安全教育」，確保新員工「三級教育」覆蓋率100%；
- 制定安全教育培訓計劃，並按照計劃開展授課培訓活動；
- 對特種作業人員、特種設備操作人員進行專業的取證培訓；
- 充分利用宣傳欄、橫幅、社交軟件、班前班後會等靈活多變的形式積極進行工餘時間的安全知識宣教活動。

以人為本，發展共濟

員工食品  
安全

- 食堂參照食品安全法，嚴格控制食堂原材料品質，及質量環節、衛生環節、出品環節，餐具清洗、消毒抽檢合格率为100%，同時，每月對員工共用餐具及出餐間器具進行塗抹檢驗，充分保障了就餐員工的食品衛生安全；
- 要求食堂負責人每天早班對食堂燃氣的閥門及主要鏈接部位進行塗抹檢驗，檢查是否有燃氣泄漏，並填寫檢驗記錄；行政人員嚴格管理桶裝水及現燒開水，使全體工作人員都喝上安全健康的飲用水。此外，每季度對所有開水器進行一次水垢清理，對淨水器過濾器進行檢測更換。

保障身心  
健康

- 定期開展員工體檢；
- 行政後勤維修對空調設備、生活熱水設備、宿舍設施進行了一系列升級、維修和改造，提高員工工作舒適度；
- 公司班車每日按時到達指定地點，有效保障員工的正常上下班；
- 對公司內的咖啡機、自動售賣機進行管理、維護，最大限度保證公司員工需求；
- 不定期的更換辦公區域綠植、各種節日增加節日氛圍布置，讓員工在緊張忙碌的工作氛圍中保持身心舒暢；
- 嚴格管理廠區員工宿舍，滿足員工住宿需求，保持宿舍整潔，無消防安全隱患。

2024年公司開展安全與健康培訓8場次，參加人員覆蓋正式員工、兼職員工和承包商，共662人次。

指標	單位	2024年
<b>工傷數據</b>		
2022財年因工死亡人數	人	0
2022財年因工死亡比例	%	0
2023財年因工死亡人數	人	0
2023財年因工死亡比例	%	0
2024財年因工死亡人數	人	0
2024財年因工死亡比例	%	0
因工傷損失工作日數	天	8.55

## 以人為本，發展共濟

### • 員工關愛

我們高度重視人文關懷，致力於為員工打造民主、舒適的工作氛圍。公司積極推行各類員工活動，提供暢通的溝通，豐富員工日常生活，尊重並傾聽員工心聲，滿足員工切實需求，表彰先進並建立學習標杆，鼓勵員工在工作與生活之間保持平衡，提升員工歸屬感和幸福感，增進團隊融洽，營造積極、和諧、溫馨的團隊氛圍。

### 夏季送清涼活動



### 部門團建

#### 組織員工活動

- 組織新員工座談會，部門團建、新春晚會等活動，凝聚向心力，讓員工體驗到家的感覺，提高員工企業文化認同感。

#### 加強員工溝通

- 各門店定期召開民主生活會，組織企業文化學習，並及時了解員工心聲；
- 組織新晉員工溝通交流會，聽取建議及建立溝通交流平台。

以人為本，發展共濟

## 職工之家



## 部門團建

### 重視員工 關懷

- 在傳統節日組織各種活動，為員工送去感恩祝福與禮品；
- 為婚喪嫁娶的員工發放公司慰問福利金；
- 為員工發放生日禮物補貼金；
- 關愛女性員工，保障女性員工的相關權益，持續維護母嬰室，為上班族媽媽提供便利；
- 在炎熱夏季為員工提供清涼福利；
- 對服務年限10年、15年和20年的員工進行表彰，打造企業標杆人物代表形象；
- 為北京和天津工會會員提供會員互助服務卡，工會成員享有救助保障、工會服務等多項福利。



## 以人為本，發展共濟

### 4.3 賦能員工發展

我們堅信員工成長是公司發展的動力和基石。我們高度重視人才培養，持續優化培訓課程和體系，提供豐富的學習資源幫助員工不斷提升。同時，公司提供多種職業發展通道，制定明確的考核要求，提高員工綜合素質，更好地適應市場需求和公司戰略。

#### • 多元化培訓機制

公司始終將人才培養視為重中之重，堅信人才是驅動公司發展的核心要素，鼓勵和督促員工學以致用、知行合一，積極掌握崗位操作技能，努力提升管理技能，加強對通用領導力的學習跟進。我們針對不同層級、不同業務單元的員工定制針對性的培訓計劃，提供專業、豐富、多元的培訓內容，設置學習激勵機制，不斷激發員工潛力，賦能員工成長，進而推動公司整體績效提升，增強公司品牌聲譽和競爭力。

#### 多元模式

通過線上前置培訓與線下強化培訓相結合的培訓方式，開展授課、分享、研討等培訓內容，同時新增多種職業性格測試幫助職業發展規劃，塑造賦能型、成長型團隊。

#### 因材施教

針對不同區域、業務線、職級的員工製作定制化的課程，保證覆蓋全體員工的同時，滿足員工個性化的需求，保證因材施教。

#### 持續培訓

以員工入職培訓為起點，後續根據業務需要進行崗位技能培訓、管理培訓、心態激勵培訓等，將員工培訓貫穿整個職業生涯周期進行。

#### 考核認證

區域督導定期輪訓及校準，給予營運高管不斷「回爐」，更新強化操作標準，同時啟動人才認證系統，確定固定的培訓模式與考核方式，推進創新型人才發展模式。

## 以人為本，發展共濟

### • 課程優化配置

- 完善職能端各層級的在線學習地圖，精準配置適配課程，確保各層級員工均能獲取契合自身發展需求的學習資源。

### • 經驗知識分享

- 組織公司內部專業知識交流分享會，深挖員工的寶貴經驗與前沿管理思路，同時進行課件萃取，將優秀成果沉澱為可複用的知識資產。

### • 設置激勵機制

- 開展在線學習積分兌換項目，通過設定豐富多樣的兌換獎品，激發員工的自主學習熱情，營造濃厚的學習氛圍。

### • 拓寬外部視野

- 系統規劃並組織員工參與外部優質培訓課程，拓寬員工視野，引入行業先進理念與方法，促進員工知識體系的更新與完善。

### • 知識培訓鞏固

- 定期開展員工內訓活動，聚焦關鍵技能與知識，強化制式課程的鞏固與學習，提升員工對公司內部核心知識與技能的掌握程度。

#### 呷哺

#### 湊湊

- 通過呷哺大學堂E-learning平台搭建學習項目，為一線營運員工持續輸出學習內容，2024年學習平台上有52,606人次參加學習，學習時長累計428,948個小時；
- 增設中級講師職稱，激發內訓師團隊潛力，提升內訓師團隊培訓能力，更好賦能營運員工，2024年共2名內訓師成功獲聘中級講師職稱；
- 更新和研發培訓資料，對營運各級別培訓課程進行內容更新，推出《學習地圖》，梳理整合現有崗位、產品操作SOP，以二維碼模式呈現，為一線營運員工提供更便捷的學習和了解最新操作SOP的渠道；
- 對E-Learning學習平台內容進行全面盤點並更新，共更新151章節內容。
- 落實新人入職培訓，新人入職一個月內100%完成線上、線下學習，確保入職新員工全部接受崗前培訓；
- 推動產品上新及產品製作標準化進程，在全國範圍內以線上直播方式進行培訓，累計開播26場次，共11,000多人參加學習；所有培訓採用PDCA形式，確保運營端落地執行，新品知識考核要求全部參與人員滿分通過；
- 各區域每月開展專項培訓，2024年共開設305次主題培訓；
- 根據營運需求，開發並推廣實施7部課程，包括完善領位員進階課程設置並區域推廣；優化訓練員職級課程，區分前廳版和後場版；優化中高級課程，對授課方式及時長進行調整。

以人為本，發展共濟

## 呷哺鉑金管理課程

我們通過調研營運管理工作中實際痛點與需求，研發了「鉑金管理課程」。該課程專為餐廳經理及儲備營運經理級別員工量身打造，從「執行」「溝通」「管理」「經營」四個維度全面提升管理技能。2024年，已有37位餐廳經理參與了「鉑金管理課程」的深造，在專業能力提升的道路上邁出堅實步伐。



## 呷哺內訓師技能大賽

為進一步提升內訓師團隊的業務水平，追求卓越與極致，我們精心籌備並成功舉辦了全國內訓師技能大賽。此次大賽緊密圍繞營運工作展開，旨在讓內訓師們深入營運一線，充分了解營運需求，進而為營運工作提供更為有力的支持。呷哺BU內訓師團隊全員踴躍參與，參與率高達100%，彰顯了團隊對自我提升的不懈追求。



以人為本，發展共濟

## 呷哺知識達人競賽

2024年，我們在全國範圍內組織了線上知識達人競賽，這一活動為營運團隊員工提供了一個展示和提升自我的平台，參與率達到了90%。通過參與競賽，員工不僅在業務知識上得到了豐富和鞏固，還在實際操作能力、問題解決能力等方面有了顯著的提升，實現了整體業務能力的全面提升。



## 湊湊制式課程培訓

2024年，湊湊訓練優化部圍繞各職級人員的發展需求，開展制式課程培訓工作。全年累計開設制式及專項課程培訓1,130課次，為員工提供了豐富且系統的學習機會，多達11,189人次參與。通過持續的學習與實踐積累，員工的專業能力得到顯著提升，職業發展路徑愈發清晰，超過3,600名員工憑藉自身出色的表現，在原崗位上成功獲得晉升機會，邁向了職業生涯的新台階。





以人為本，發展共濟

## 湊湊菁英特訓

湊湊菁英特訓幫助經理提升專業管理知識，填補人才能力缺口；深度了解集團出臺的各項制度規範，達到前台中台深度共識。本年度，菁英特訓全國開展1場次，共有19名績優運營經理和8名績優餐廳經理參加。



## 湊湊雛鷹孵化雛鷹速成班學員培養

雛鷹孵化與雛鷹速成班通過精心規劃的課程體系、專業導師的悉心指導以及豐富的實踐鍛煉，旨在幫助公司培養儲備人才。2024年，雛鷹孵化與雛鷹速成班成功為公司培育出64名儲備副經理和42名儲備餐廳經理，為公司持續發展與壯大注入了源源不斷的活力。



以人為本，發展共濟

## 專崗人才勝任力培養

針對後廚人才梯隊的儲備與培養，湊湊訓練優化部開展線下实操技能培訓，培訓人數達146人，通過系統且全面的实操培訓，確保參與培訓人員能夠熟練掌握後廚管理所需技能，為勝任後廚負責人崗位奠定基礎。

為提升茶藝師崗位技能水平，我們啟動茶藝師項目。該項目構建了線上自主學習、理論知識考核以及線下实操技能鑒定的多元化培養與考核體系。經嚴格的培訓與考核流程，全國範圍內共有927人成功獲得「湊湊茶藝師」資格證書



指標	單位	2023財年	2024財年
女性員工受訓百分比	%	62.77	68.23
女性員工平均受訓時數	小時/人	4.03	8.01
男性員工受訓百分比	%	37.23	68.51
男性員工平均受訓時數	小時/人	4.49	10.47
經理級別以上員工受訓百分比	%	2.09	88.35
經理級別以上平均受訓時數	小時/人	7.35	13.28
其他級別員工受訓百分比	%	97.91	67.10
其他級別員工平均受訓時數	小時/人	6.44	8.75

## 以人為本，發展共濟

### • 考核與晉升

公司不斷加強人才庫儲備力量，致力於為員工提供公平、公正、公開的職業發展環境，重視員工考核和長期激勵，重視後備人才培養，為員工搭建職業發展通道。2024年，公司持續開展年度人才盤點，員工主動挖掘工作中的薄弱之處，並以此為突破點，積極尋求改進方法，不斷優化工作方式，提升自身工作效率及質量。

#### 人才考核體系

公司建立完善的人才考核體系，保證考核結果的公平性與科學性，採用月度考核、季度考核、專項考核等多種方式進行績效評估，並定期對員工績效目標完成情況進行跟踪與分析。

#### 內部競聘政策

公司建立完善的內部競聘政策，梳理內部崗位劃分，為內部員工提供更多的晉升機會，盤活內部人才庫，讓員工得到多元的發展機會。

### 4.4 擔當社會責任

我們堅信公司的發展離不開社會的進步，促進社會良性發展對公司可持續發展至關重要。我們始終將履行社會責任放在重要位置，密切關注社區的各項需求，堅定不移地用實際行動踐行社會責任。在確保企業穩健經營的同時，公司積極投身於服務社會、回饋大眾的事業，致力於推動產業振興、生態扶貧和地區經濟的繁榮，參與公益事業、慈善捐贈和志願服務活動，攜手社會各界力量，共建美好社會。

2024年，我們共參加公益活動18場，參與公益慈善項目3項，並獲得11項公益相關獎項，有效提升品牌溫度，極大彰顯了公司形象。

## 「關愛女生成長計劃」99公益日募捐活動

2024年9月，我們參與「關愛女生成長計劃」99公益日募捐活動，此次活動旨在通過公益義賣活動的形式，為偏遠地區女生捐贈愛心資源包，給予困境學生關愛，守護鄉村女孩健康成長。該活動匯聚了社會各界的愛心與力量，為偏遠地區女生的健康成長注入了新的希望與動力，同時為公司打開大學市場提供一個公益平台，共同助力鄉村女生青春健康成長。





以人為本，發展共濟

## 「女生不簡單」消費捐公益傳播項目

2024年2月，「守護青春—女生不簡單」消費捐公益傳播項目團隊來到革命老區山西呂梁嵐縣、浙南邊陲泰順開展探訪活動，為當地女生們發放教育資源包。公司全國千家店鋪均加入該項目，我們鄭重承諾：每一個來店消費的顧客使用支付寶付款後，公司將為「女生不簡單」消費捐公益傳播項目捐贈1分愛心，所捐款項用於開展青春教育課程、配送教育資源包等。此次活動為愛心人士參與社會公益搭建了愛的橋梁，讓每位消費者成為關愛青春女生公益的參與者，共同為女生的健康成長保駕護航。活動期間，我們已累計捐贈2萬元。



## 「溫暖冀益」—「翰墨飄香、福進萬家」社區春節主題活動

我們參加了河北承德高新區未來社區舉辦的「溫暖冀益」—「翰墨飄香、福進萬家」寫春聯送暖茶活動。我們為志願者和社區居民準備了愛心暖茶，志願者們將寫好的春聯、福字和熱氣騰騰的奶茶遞到居民手中，將美好祝願傳遞到每個家庭。這場活動不僅為社區帶來了新春的喜慶氛圍，更讓居民在寒冬感受到實實在在的溫暖與關懷。





以人為本，發展共濟

## 湊湊暖冬行動·有料湊湊社區行

在寒冷冬季，湊湊火鍋發起了「湊湊暖冬行動·有料湊湊社區行」活動。我們為社區的環衛工人送上熱騰騰的一頓火鍋。這不僅僅是一頓火鍋，更是湊湊對城市守衛者的敬意，湊湊火鍋用實際行動詮釋了有溫度的品牌涵義，不斷踐行企業社會責任。



## 暖心驛站

公司設立16家暖心驛站，暖心驛站主要為顧客、外賣騎手及內部員工等群體提供暖心服務。暖心驛站配有專門的服務人員，在門店服務區醒目位置懸掛標牌。驛站內部配備桌椅、飲用水、空調、一次性紙杯、應急醫藥箱等日常用品，為需要幫助的群體免費提供飲水供給、納涼取暖、餐食加熱、休息、緊急醫藥等工作生活中的不時之需。



以人為本，發展共濟

## 大學校園寒冬溫暖福利活動

寒冬時節，我們走進燕郊燕京理工學院，為莘莘學子送上溫暖福利。一杯杯熱氣騰騰的茶飲、一份份精心準備的小食，為同學們驅散冬日的寒冷。此次活動，讓公司進一步貼近年輕群體，在大學校園裏持續提升品牌知名度，使品牌聲量在大學生群體中不斷攀升。



參加世界衛生組織在京舉辦  
「無煙共創·發展共贏」企業  
無煙實踐分享會

張艷梅副總裁擔任中國連鎖經營協會可持續圓桌工作委員會副主任委員，持續推動餐飲行業綠色可持續發展



## 未來展望

展望未來，我們不會停留在現有的成績之上，而是會以更高的標準要求自己，在追求卓越的道路上永無止境。我們將合法依規經營，保證舌尖上的安全與健康，密切關注顧客需求，時刻關注市場環境變化，持續改進，為顧客提供更安全、更健康、更美味的餐飲服務，永遠超越顧客的期望。我們將繼續秉持可持續發展理念，以創新為驅動，以責任為擔當，為股東創造更大的價值，為社會的可持續發展貢獻更多的力量。

**開啓高質量發展新征程。**我們把品質視為發展核心，將利潤回饋給消費者，讓公司的高性價比深入人心，收穫更多顧客的信賴與認可。我們將2025年定為「產品品質年」，狠抓品質管控、加大品質宣傳，針對產品質量進行更多、更有效的方式與消費者溝通，讓每一位選擇我們的消費者，都能真切感受到品質升級帶來的全新體驗。同時，我們將聚焦內部管理體系的優化升級，通過有效的品牌創新、模式創新、產品創新和管理創新，把運營中的每一個細微環節都做到極致，為顧客帶來更好的用餐體驗，不斷提升顧客價值，建立企業持續發展的競爭優勢。

**譜寫品牌進階與數智升級新篇章。**我們將全方位築牢主品牌的既有優勢，在品牌文化塑造、市場拓展等方面持續發力，保持品牌的領先地位。同時，我們將以敏銳的市場洞察力和前瞻性的戰略眼光，積極培育優秀子品牌，形成全國乃至世界範圍的強勢品牌。我們將根據實際情況推進數智化在會員管理、供應鏈管理等板塊的應用，助力企業發展。通過整合會員系統，構建內部私域流量池，基於會員消費偏好、到店頻次、消費周期等數據，實現與顧客的精準互動；依托公司全球化的業務佈局，打造高效協同、綠色可持續的全球供應鏈體系，為旗下各大品牌持續賦能。

**繪製企業綠色發展新畫卷。**我們將堅定不移地把可持續發展理念貫穿公司運營的各個環節，積極推動綠色轉型。我們持續發揮「一人一鍋」模式的優勢，緊密結合產品研發與菜單設計，從源頭把控食材用量，有效減少食物浪費。同時，我們將大力推進技術革新與設備升級，利用先進的節能技術和環保設備，實現綠色運營。此外，我們還將積極向顧客傳遞「杜絕浪費，珍惜食物、保護環境」的綠色生活理念，引領健康環保的消費風尚。

**奏響人才賦能與公益擔當新樂章。**我們將在人才發展層面精準發力，全方位關注人才成長，從入職引導到職業晉升，從技能提升到思維拓展，提供定制化的成長路徑，最大限度提升人才效能。我們尊重員工、信任員工、關心員工，鼓勵員工分享知識經驗、相互學習、共同成長，全面賦能並助力運營一線。此外，我們將持續積極投身各類公益活動，推動環保行動、參與社區建設、賑災扶貧，切實履行社會責任，為社會發展添磚加瓦。

新程已啓，奮進領航。我們將以更宏闊的視野洞察未來，以引領行業發展的氣魄和擔當，始終堅守初心使命，秉持「團結、務實、誠信、敬業、創新」的核心價值觀，為實現「遍布中國、走向世界，成為民族餐飲的領導者」的願景而奮勇前行。



## ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
A1排放物	<p>一般披露</p> <p>有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無 害廢棄物的產生等的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p> <p>註：廢氣排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受國家法律 及規例規管的污染物。</p> <p>溫室氣體包括二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、氫氟碳化合物、 全氟化碳及六氟化硫。</p> <p>有害廢棄物指國家規例所界定者。</p>	披露	P41
A1.1	排放物種類及相關排放數據。	披露	P42-43
A1.2	溫室氣體總排放量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產 量單位、每項設施計算)。	披露	P42-43
A1.3	所產生有害廢棄物總量(以重量或體積計算)及(如適用)密 度(如以每產量單位、每項設施計算、每位正式僱員)。	不適用	由於企業主營業 務性質，運營過 程中未產生顯著 有害廢棄物，因 此不適用。



## ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
A1 排放物	A1.4 所產生無害廢棄物總量(以重量或體積計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算、每位正式僱員)。	披露	P42-43
	A1.5 描述減低排放量的措施及所得成果。	披露	P46
	A1.6 描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果。	披露	P47
A2 資源使用	一般披露  有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。  註：資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。	披露	P43, P46
	A2.1 按類型劃分的直接及／或間接能源(如電、氣或油)總耗量(以每千秒千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	披露	P42-43
	A2.2 總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	披露	P42-43
	A2.3 描述能源使用效益計劃及所得成果。	披露	P41, P43

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
A2 資源使用	A2.4 描述求取使用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計的成果。	披露／部分不適用	由於企業主營業務性質，水源使用為市政供水，未出現求取使用水源上的問題。 P46
	A2.5 製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位估量。	披露	P46
A3 環境及天然資源	一般披露 減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	披露	P26-27, P47-48
	A3.1 描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	披露	P26-27, P47-48
A4 氣候變化	一般披露 識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。	披露	P44-45
	A4.1 描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動。	披露	P44-45

## ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
B1僱傭	<p>一般披露</p> <p>有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	披露	P51-52, P54-55, P58-59, P66
	<p><b>B1.1</b></p> <p>按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。</p>	披露	P53
	<p><b>B1.2</b></p> <p>按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。</p>	披露	P54
	B2健康與安全	<p>一般披露</p> <p>有關提供安全工作環境及保護僱員避免職業性危害的：</p> <p>(a) 政策，及；</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	披露
	<p><b>B2.1</b></p> <p>因工作關係死亡的人數及比率。</p>	披露	P57
	<p><b>B2.2</b></p> <p>因工傷損失工作日數。</p>	披露	P57
	<p><b>B2.3</b></p> <p>描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。</p>	披露	P56-57

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
B3發展及培訓	一般披露	披露	P60-65
	有關提升雇員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。		
	註：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。		
	<b>B3.1</b> 按性別及雇員類別(如高級管理層、中級管理層等)劃分的受訓雇員百分比。	披露	P65
B4勞工準則	<b>B3.2</b> 按性別及雇員類別劃分，每名雇員完成受訓的平均時數。	披露	P65
	一般披露	披露	P51-52
	有關防止童工或強制勞工的：		
	(a) 政策；及		
(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。			
<b>B4.1</b> 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	披露	P51-52	
<b>B4.2</b> 描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	披露	P51-52	



## ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
B5供應鏈管理	一般披露 管理供應鏈的環境及社會風險政策。	披露	P33-36
	B5.1 按地區劃分的供應商數目。	披露	P34
	B5.2 描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及有關慣例的執行及監察方法	披露	P33-36
B6產品責任	一般披露 有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的：  (a) 政策；及  (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	披露	P26-29, P32, P37-38
	B6.1 已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	披露	P28
	B6.2 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	披露	P38
	B6.3 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	披露	P22
	B6.4 描述質量檢定過程及產品回收程序。	披露	P28
	B6.5 描述消費資料保障及隱私政策，以及相關執行及監察方法。	披露	P38

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
B7反貪污	一般披露	披露	P19-21
	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：		
	(a) 政策；及		
	(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。		
	B7.1 於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	披露	P19
	B7.2 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法	披露	P19
	B7.3 描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	披露	P21
B8社區投資	一般披露	披露	P66-69
	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。		
	B8.1 專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	披露	P66-69
	B8.2 在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	披露	P66-69

## GRI Standards 指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
2-1	組織詳細情況	披露	P15-16
2-2	納入組織可持續發展報告的實體	披露	報告說明
2-3	報告期、報告頻率和連絡人	披露	報告說明
2-6	活動、價值鏈和其他業務關係	披露	P15-16
2-7	員工	披露	P51-66
2-9	管治架構和組成	披露	P6, P17
2-12	在管理影響方面，最高管治機構的監督作用	披露	P6
2-13	為管理影響的責任授權	披露	P6
2-14	最高管治機構在可持續發展報告中的作用	披露	P6
2-28	協會的成員資格	披露	P39
2-29	利益相關方參與的方法	披露	P7-8
3-1	確定實質性議題的過程	披露	P9
3-2	實質性議題清單	披露	P9
3-3	實質性議題的管理	披露	P9
205-2	反腐敗政策和程序的傳達及培訓	披露	P19-21
301-1	所用物料的重量或體積	披露	P46
302-1	組織內部的能源消耗量	披露	P42
302-3	能源強度	披露	P42
302-4	減少能源消耗量	披露	P42
302-5	降低產品和服務的能源需求	披露	P42

## GRI Standards 指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
305-1	直接(範疇1)溫室氣體排放	披露	P42
305-2	能源間接(範疇2)溫室氣體排放	披露	P42
305-4	溫室氣體排放強度	披露	P42
306-1	按水質及排放目的地分類的排水總量	部分適用	P42
306-2	按類別及處理方法分類的廢棄物總量	披露	P42
307-1	違反環境法律法規	披露	P41
401-2	提供給全職員工(不包括臨時或兼職員工)的福利	披露	P55, P59
401-3	育兒假	披露	P55
404-2	員工技能提升方案和過渡協助方案	披露	P60-61
414-2	供應鏈對社會的負面影響以及採取的行動	披露	P10-11, P33-35
416-1	對產品和服務類別的健康與安全影響的評估	披露	P26-28
416-2	涉及產品和服務的健康與安全影響的違規事件	披露	P28



## 讀者反饋表

感謝您閱讀《呷哺呷哺2024年環境、社會及管治報告》。為了向您及其他利益相關方提供更有價值的信息，促進本公司提升履行企業環境、社會及管治的能力和水平，我們衷心歡迎您對報告提出真知灼見，並通過以下方式反饋給我們：

地址：香港觀塘鴻圖道51號Two Sky Parc 22樓2205-2207室

電話：(852) 3580 8523

電郵：louis.feng@xiabu.com

1 您屬於以下哪類利益相關方？\_\_\_\_

A 政府 B 監管機構 C 股東 D 客戶 E 員工 F 供應商和合作夥伴 G 社區 H 公眾與媒體

2 您認為本報告是否完整覆蓋了您對本公司的期望？\_\_\_\_

A是 B否，您認為您還有哪些期望在本報告中沒有反映？

---

3 您認為本公司是否很好地回應了您的期望？\_\_\_\_

A是 B否，您認為您的哪些期望沒有得到很好的回應？

---

4 您認為本報告的內容安排和版式設計是否方便閱讀？\_\_\_\_

A好 B較好 C一般 D差

5 您對本公司社會責任工作和本報告還有哪些意見和建議？

---

---

---

再次感謝您的參與！