



唐宮(中國)控股有限公司
TANG PALACE (CHINA) HOLDINGS LIMITED

(Incorporated in the Cayman Islands with limited liability)
(於開曼群島註冊成立的有限公司)

Stock Code 股份代號 : 1181



ENVIRONMENTAL,
SOCIAL AND GOVERNANCE REPORT
環境、社會及管治報告



目錄 CONTENTS

引言	03
1. 有關唐宮集團	04
1.1 集團簡介	04
1.2 集團重要發展階段	05
1.3 集團文化及價值	06
1.4 獎項殊榮	07
2. 唐宮集團的可持續發展方針	12
2.1 可持續發展及風險管理	12
2.2 持份者溝通	14
2.3 各議題重要性分析	15
3. 幸福環境 · 攜手協作	16
3.1 碳排放物相關數據	20
3.2 水用量相關數據	22
3.3 廢物管理	23
3.4 其他減碳環保行動	26
4. 幸福經營 · 謹慎精進	28
4.1 供應鏈管理	30
4.2 食品安全	32
4.3 環境安全 and 健康	33
4.4 銷售與服務	34
4.5 權益維護	35
4.6 廉潔誠信	36
5. 幸福社會 · 互助共贏	37
5.1 僱傭情況	38
5.2 培訓及發展	40
5.3 社會公益	41
6. 展望	51
7. 報告說明	52
8. ESG指標索引	54



引言

幸福文化，百年願景

從起步扎根，企業建設；到多元拓展，升級重塑。唐宮集團在這三十多年經歷了探索、嘗新、沉澱與蛻變，漸漸形成「用餐飲傳遞幸福」的企業文化。我們以「讓員工幸福，把人情味帶給客人」為使命，在經營和決策中貫徹「安心、親切、體貼、捨得」的價值觀，致力為員工打造幸福生活，為顧客帶來幸福體驗，成就屬於唐宮的幸福味道，向「創百年國際幸福品牌」的願景邁進。

三大範疇，幸福持續

企業的可持續發展，正是促進實現唐宮願景的關鍵課題。在二零二四年，我們繼續以企業文化為基石，懷抱初心，團結一致，在環境、經營和社會這三大範疇實踐唐宮的可持續發展。

「幸福環境·攜手協作」：通過不同持份者的參與，力出一孔，在不同維度為保護環境貢獻一己之力。

「幸福經營·謹慎精進」：以堅定的經營理念迎接各項不確定的變數與挑戰，謹慎行事，持續精進。

「幸福社會·互助共贏」：從員工幸福開始，進一步帶動家庭幸福、企業幸福和社會幸福，共力共振。

攜手前行，幸福30+年

在此，感謝唐宮大家庭的每一位成員在30+年時代與集團攜手前行，並且感謝顧客大眾、員工家人、餐飲同業、合作夥伴等持份者一直以來對唐宮的認同和支持。

我們定必繼續履行餐飲人在環境、社會及管治上的義務，為員工幸福、顧客幸福、股東幸福、社會幸福、環境幸福作出貢獻，攜手共創百年國際幸福品牌。

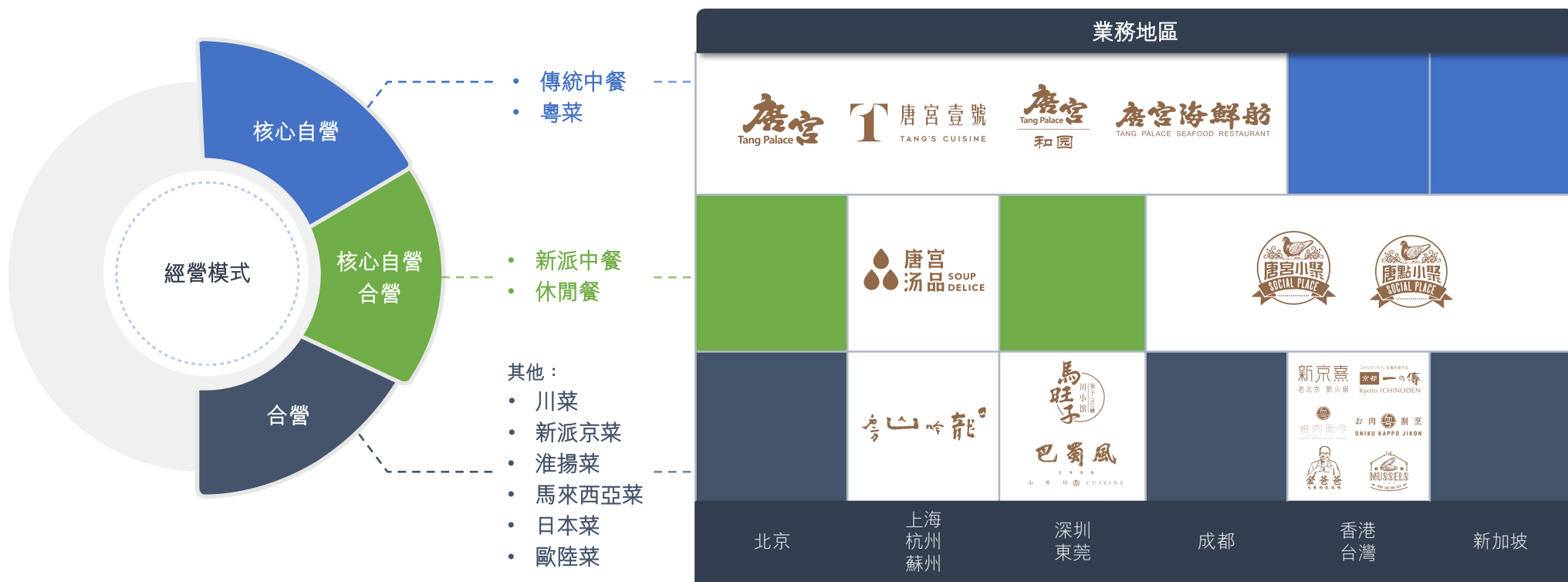


1.有關唐宮集團

1.1 集團簡介

我們是一家主要在中國經營的連鎖餐飲集團，源於一九九二年，堅持透過健康美味的食品、專業感動的服務向顧客傳遞幸福，並以讓企業得以健康及可持續的發展、成為百年幸福企業為願景。

集團於二零一一年在香港聯合交易所有限公司（「香港聯交所」）主板上市，股票代號1181。集團以自營及合營方式經營多個不同品牌，務求迎合不同消費市場，滿足各類消費者的需求。我們精心經營中式佳餚、港式茶點、日式料理、歐陸風情及馬來西亞特色菜等不同風味的品牌，讓每位顧客都能享受到優質的餐飲服務。截至二零二四年十二月三十一日，集團經營32家自營餐廳，另以合營方式經營17家餐廳，遍佈北京、上海、深圳、成都、杭州、蘇州、東莞、香港、台灣及新加坡，並在上海自設食品廠。



1.2 集團重要發展階段

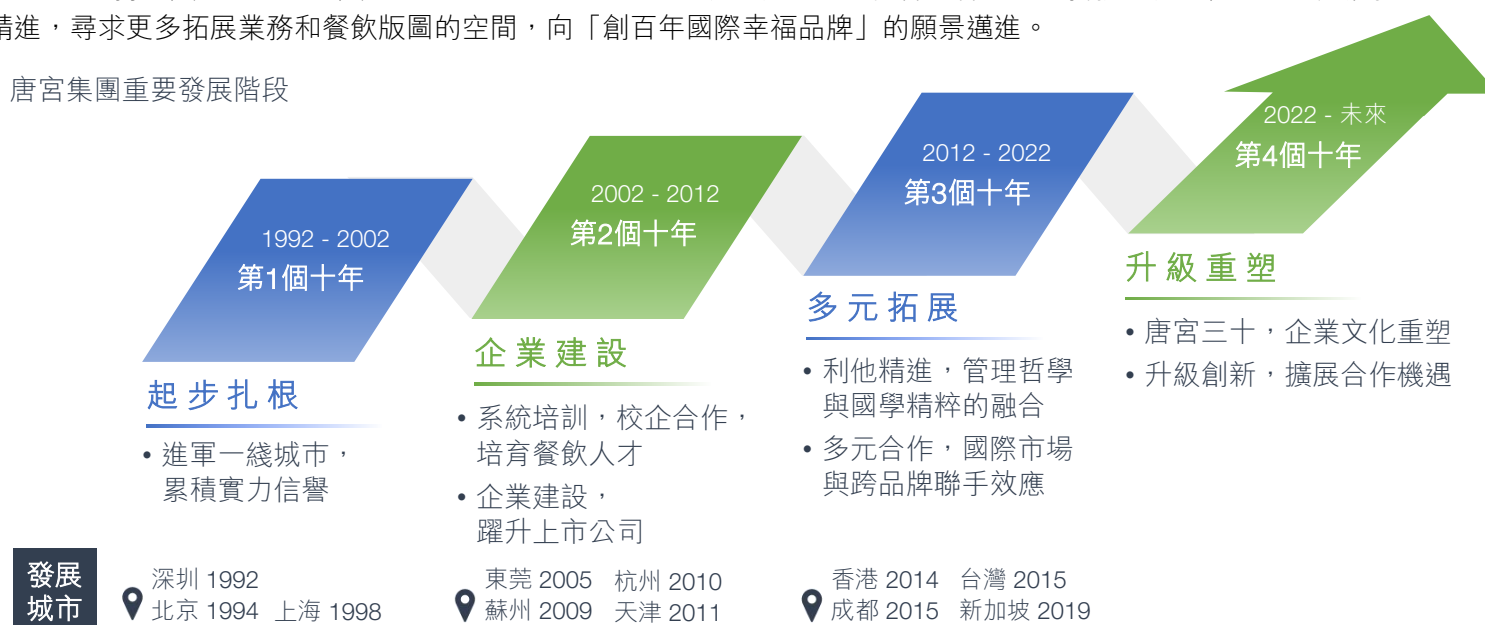
集團於二十世紀90年代進軍內地餐飲市場，源於一九九二年。我們以一線城市為目標，先後在深圳、北京和上海開設餐廳，經過多年深耕，獲得當地食客及業界認同，建立美譽，餐廳數目日增。

進入第2個十年，集團逐步將版圖擴展至二線城市，位於東莞、蘇州和杭州的餐廳相繼開業。同時，集團明白員工是企業得以持續發展的關鍵元素，遂以愛心文化為基調，逐步建立富有唐宮特色的人才培養體系。於二零零八年，集團推動企業化建設，並在上海開設食品廠。二零一零年開始，集團陸續引入不同種類的餐飲品牌，豐富業務，同時積極構建內部管理系統，並且進一步優化管理架構，最終成功於二零一一年，集團發展期內的第2個十年在香港聯交所主板上市。

進入第3個十年，因應市場環境的變化，集團明白多元化對企業持續發展之重要性，故此通過管理哲學與國學精粹的學習與融合運用，打造內外兼備的多元人才團隊。同時，集團在不同領域和範疇尋找多元發展空間，當中包括：拓展餐廳版圖、創建新品牌、進行品牌升級、跨品牌合作、擴闊業務內容與營銷渠道等等，以更穩健之勢邁步向前。

進入30+年，我們將繼續保持「讓員工幸福，讓顧客幸福」的初心，履行餐飲人在環境、社會及管治上的義務，在變化迅速、充滿挑戰的時代，保持彈性，樂於創新，共創精進，尋求更多拓展業務和餐飲版圖的空間，向「創百年國際幸福品牌」的願景邁進。

唐宮集團重要發展階段



1.3 集團文化及價值

我們相信餐飲企業文化的核心是讓人幸福，就像為家人準備一頓溫馨的晚餐那樣，我們始終相信「幸福是可以透過美味傳遞的」。我們不忘初心，以「用餐飲傳遞幸福」為核心理念，將「打造員工幸福」視為企業使命。我們深信，唯有幸福的團隊，才能將真摯的溫情與優質的服務傳遞給每一位顧客。

在經營與管理中，我們堅守「安心、親切、體貼、捨得」四大價值觀，並透過「關懷、連結、稱讚、成長」四大機制，系統化地落實企業文化建設。在「孝親感恩文化、利他文化、精進文化」的指引下，我們持續為員工打造能充分發揮潛能的舞台，提升個人幸福感與歸屬感，並透過「共學、共成長、共創幸福」的企業實踐，實現員工、企業與顧客的多贏未來。



1.4 獎項殊榮

唐宮以推動餐飲業的發展為己任，致力提升餐廳環境、出品和服務的專業水平，培育餐飲人才，履行社會責任，獲得權威機構、行業協會、顧客大眾及合作夥伴的認同。以下載列唐宮在二零二四年度獲取的部分獎項殊榮。

關於幸福經營



上市公司卓越大獎2024（香港）榮耀大獎
《信報財經新聞》
第7年獲嘉許



2024胡潤中國餐飲品牌TOP100
胡潤百富



2023年度中國餐飲企業TOP100
中國烹飪協會
連續14年獲獎

1.4 獎項殊榮

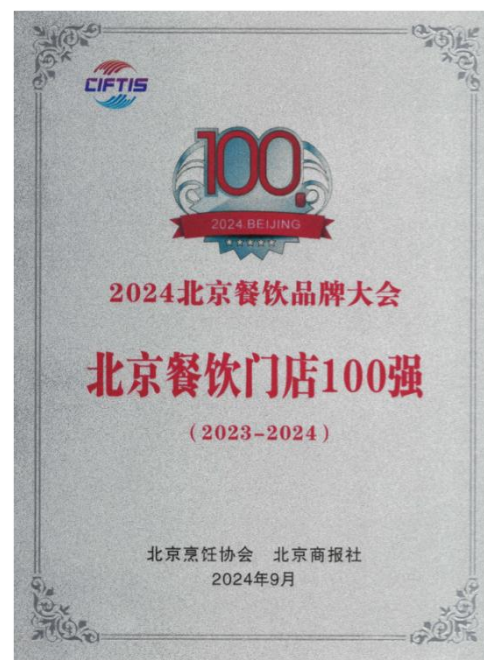
關於幸福經營（續）



2024年度餐飲品牌力百強
第六屆中國餐飲紅鷹獎評審委員會
連續3年獲嘉許



2024北京餐飲品牌大會
北京餐飲企業（集團）50強
北京烹飪協會、北京商報社



2024北京餐飲品牌大會
北京餐飲門店100強
北京烹飪協會、北京商報社
連續2年獲嘉許



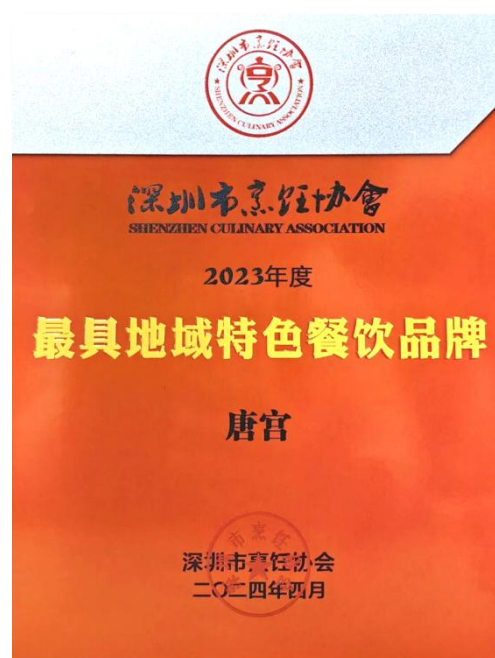
餐飲百大商戶-入選餐廳
美團

1.4 獎項殊榮

關於幸福經營（續）



2024金梧桐中國餐廳指南二星餐廳
鳳凰網
連續3年獲嘉許



2023年度最具地域特色餐飲品牌
深圳市烹飪協會



掌上生活必享榜
2024年招牌餐廳
招商銀行



2024北京人喜愛的年夜飯套餐
北京人喜愛的年夜飯榜單組委會



2024餐飲產業大會-年度創新品牌
美團

1.4 獎項殊榮

關於幸福經營（續）



1.4 獎項殊榮

關於幸福社會



校企鑽石合作夥伴
海南省海口旅遊職業學校
連續17年合作

致谢证书

唐宮(中国)控股有限公司

感谢贵企业对“免费午餐基金2024年开学季活动”给予大力支持，积极传播“免费午餐小善大爱”公益理念，陪伴孩子们健康成长！

我们代表受助学童向贵企业致以诚挚敬意！免费午餐基金将持续保持初心，帮助更多中国儿童免于课间饥饿，健康成长。

特颁此证，铭致善举！

中国社会福利基金会
China Social Welfare Foundation

免费午餐
FREE LUNCH FOR CHILDREN

中国社会福利基金会
2024年9月
证书专用章



捐赠证书

DONATION CERTIFICATE



免费午餐基金简介

2011年4月2日，邓飞联合500名记者、国内数十家主流媒体和中国社会福利基金会发起免费午餐基金公募计划，倡议每天捐赠4元，帮助孩子们免于课间饥饿，享有热腾腾的免费午餐。

我们的使命

帮助中国儿童免于饥饿，健康成长。

我们的愿景

通过若干年努力，使免费的午餐成为中国儿童的基本权利。

我们的战略

执行安全、高效、可复制的免费午餐开展模式，恪守公开透明的原则，以平台之形态，为捐赠人、志愿者、被捐助对象、公益机构、全职工作人员、政府单位等提供专业、系统服务，持续推动公共政策发展。

免费午餐基金始终坚持“师生同食、就地取材、透明公开、村校联合”的学校执行四项基本原则，保障善款的使用安全及孩子们的用餐安全。

免费午餐
FREE LUNCH FOR CHILDREN

成都维华唐宫餐饮管理有限公司

您所捐赠的 壹拾万元整 我们将会按照公开、公正、透明的原则实现您的捐赠意愿，感谢您对免费午餐基金的信任与支持！

爱孩子，也要爱自己。请孩子们吃免费午餐的同时，我们也希望您好好吃饭，一起陪伴孩子们健康成长！

特颁此证 铭致善举！

中国社会福利基金会
2024年8月28日
办公室

免費午餐慈善項目

中國社會福利基金會

連續4年參與

2. 唐宮集團的可持續發展方針

2.1 可持續發展及風險管理

為強化ESG關鍵議題的管理效能，集團已成立由本公司董事會（「董事會」）主席領導的可持續發展委員會（「可持續委員會」）。可持續委員會與現有管理體系緊密結合，確保ESG策略有效落實於日常營運之中。

管治架構

以下為現行的管治架構：



2.1 可持續發展及風險管理

董事會聲明

董事會對本集團環境、社會及管治的策略及匯報承擔責任，確保集團的長期發展策略、企業文化、目的及價值一致，並在日常業務中落實執行。為使策略訂立過程盡量考慮到環境、社會及管治的相關元素，董事會透過可持續委員會及其下所設之環境、社會及管治工作小組（「ESG工作小組」），在外聘專家顧問的指導協助下，專責監管環境、社會及管治事宜相關工作。可持續委員會每年最少召開 2 次會議，聽取ESG小組之工作報告及外部專家顧問之意見，了解業界就ESG關鍵議題的最新動向，並定時向董事會報告涉及重大決策之議題。

此外，ESG小組在收集及檢視相關數據及資料的過程中，與不同業務運作部門、監督管理小組（如風險管理及內部監控委員會及源全系統管理委員會）進行溝通探討，透過日常營運異常情況辨識ESG相關風險外，也發掘能提升管理效益的機會，以協助可持續委員會根據業務方向及策略進行優次排列及管理。ESG小組同時亦透過與內外持份者之訪談及專家顧問之意見，了解企業各ESG關鍵議題上之狀況及機遇，並制定相關項目的推行優次及與各管理部門訂立可量化目標，以便在恆常工作會議中進行管理跟進。

2.2 持份者溝通

集團透過以下不同的溝通方式及渠道，了解各持份者的關注及期望，並以實際行動回應：

持份者	政府及監管機構	投資者	客人	員工	供應商 / 合作夥伴	社區團體
關注及期望	• 守法合規（生產安全 / 食品安全 / 環保法規 / 依法納稅） • 有效內部控制及風險管理 • 廉潔誠信	• 穩健業績及派息 • 持續增長 • 廉潔透明營運 • 知識產權	• 食品安全 • 優質服務 / 環境，高性價比 • 消費者權益保障 • 產品多元健康	• 保障員工安全及合法權益 • 有競爭力的薪酬福利 • 就業穩定及平等 • 成長學習機會	• 公平採購，誠信履約 • 保障食品質量及安全 • 支持地方採購	• 安全合規經營 • 社區公益 / 和諧 • 環境保護
我們的行動回應	• 加強合規意識 • 掌握最新要求 • 積極跟進回應	• 提供穩定可持續回報 • 透明公開的信息披露 • 多元及時溝通渠道 • 提升風險管理	• 嚴控食材採購 • 清楚消費信息 • 舒適用餐環境 • 提供感動服務	• 提供多元化員工培訓 • 平衡員工工作生活 • 建立良好發展平台	• 加強採購管理 • 遵守合作協議 • 重視源頭了解食材質量	• 關注社會公益 • 推動愛心文化 • 舉辦義工隊 • 有效管理垃圾 / 排放 • 內外提倡及推動環保

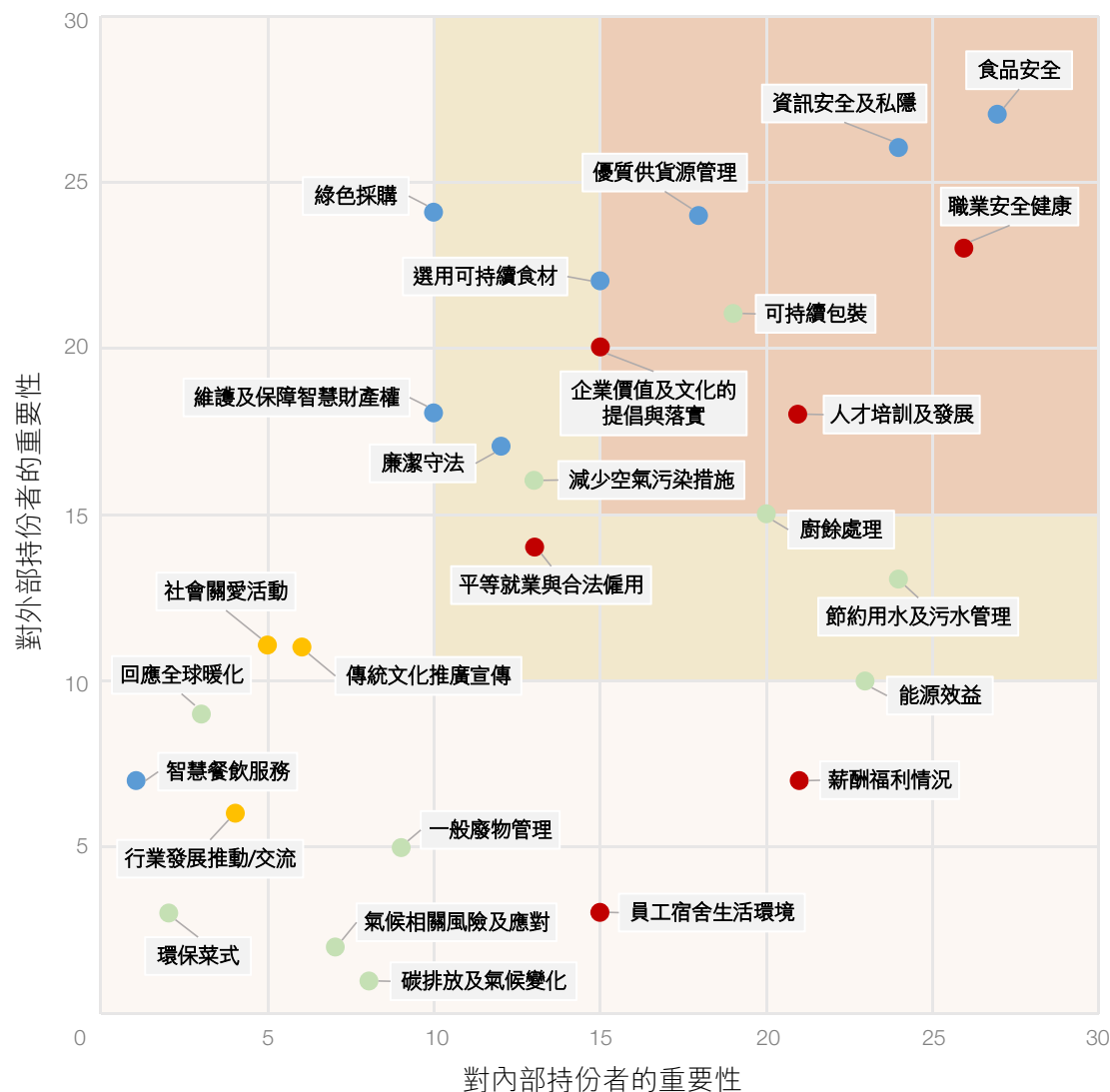
不同的溝通方式及渠道

互動溝通 附註1	✓	✓	✓	✓	✓	✓
指定信息報送 附註2	✓	✓		✓	✓	
其他溝通方式 附註3	✓	✓	✓	✓	✓	✓

附註：

1. 互動溝通如實地考察 / 股東大會 / 業績後溝通會 / 客服熱線 / 培訓交流 / 微信群 / 晚會 / 義工活動
2. 指定信息報送如公告 / 披露 / 考核評估表 / 廉潔聲明
3. 其他溝通方式如政策研討會 / 官方網站 / 電郵 / 微信群

2.3 各議題重要性分析



我們向所辨識的內外重要持份者進行了網上問卷調查，了解其關注的重要議題。我們一共派發了207份問卷並收回145份，回收率約為70.0%。回覆者中以內部員工、客人及供應商佔大多數，分別佔總回覆者的48%、27%及12%。左圖為有關結果分析：

第一層議題	類別
● 1 食品安全	顧客
● 2 職業安全健康	員工
● 3 資訊安全及私隱	顧客
● 4 優質供貨源管理	顧客
● 5 可持續包裝	環境
● 6 人才培訓及發展	員工
● 7 廚餘管理	環境
● 8 選用可持續食材	顧客
● 9 企業價值及文化的提倡與落實	員工

幸福環境 攜手協作



- 碳排放物相關數據
- 水用量相關數據
- 廢物管理
- 其他減碳環保行動



相關可持續發展目標



3. 幸福環境

氣候變化（影響及應對）

根據世界氣象組織最新發佈的《二零二四年氣候狀況報告》指出，二零二四年可能是第一個氣溫比工業化前時代高出1.5攝氏度以上的年份，與此同時，人類活動引發的氣候變化也攀升至前所未有的程度。隨著相關環境國際組織的持續倡導與資本市場的推動下，環境影響的關注與管理不僅是企業社會責任的體現，更關乎市場定位、風險管控與資源優化的核心戰略。另一方面，各國資訊披露體系不斷升級，要求企業以更量化、更具體的方式披露資料，並將範圍擴展至上下游供應鏈。這一趨勢使企業必須完善內部管理機制，以應對日益嚴格的合規要求。透過企業之價值鏈分析，我們有系統地持續檢視不同環節的業務對環境的影響，包括能源／資源耗用、溫室氣體排放及廢棄物的產生，並持續做好及完善相關管理措施。

3. 幸福環境

氣候變化（影響及應對）（續）

氣候相關風險可能對我們的營運產生重大的短期及長期影響。對於本集團而言，最相關的四個氣候災害是極端天氣和降雨，乾旱及颱風。對我們業務的主要影響包括：



食材質量

氣候相關風險

- 極端天氣
- 極端降雨
- 乾旱
- 颱風

- **禽畜類**
因氣候變化可影響禽畜生長，增加染病風險及死亡率，導致供應量及價格波動
- **農作類**
極端天氣或會影響農作物歉收，導致供應量及價格波動
- **海鮮類**
海洋溫度上升會影響海洋的魚類捕撈量逐漸下降，對魚產品的供應和貿易產生重大變化

應對方法

- 開發多元化供應渠道，避免單一供應來源風險
- 嚴格控制倉儲與生產流程，確保原材料品質



客人體驗

- 高溫或促使更多人選擇外送或線上訂購，門店客流可能減少
- 高溫下客人需求轉變，可能令熱食銷量下降

- 積極拓展非餐飲收入（如零售產品）
- 增加餐牌菜式的多樣化，增加客人選項



員工安全

- 極端炎熱天氣有可能令廚房員工加速疲勞，悶熱工作環境容易發生意外
- 其他極端天氣如颱風發生時，員工往返工作地點時或會造成意外

- 在極端天氣事件發生時，彈性調整門店營業時間，降低對員工造成的風險
- 制定極端天氣下的工作指引



環境保護

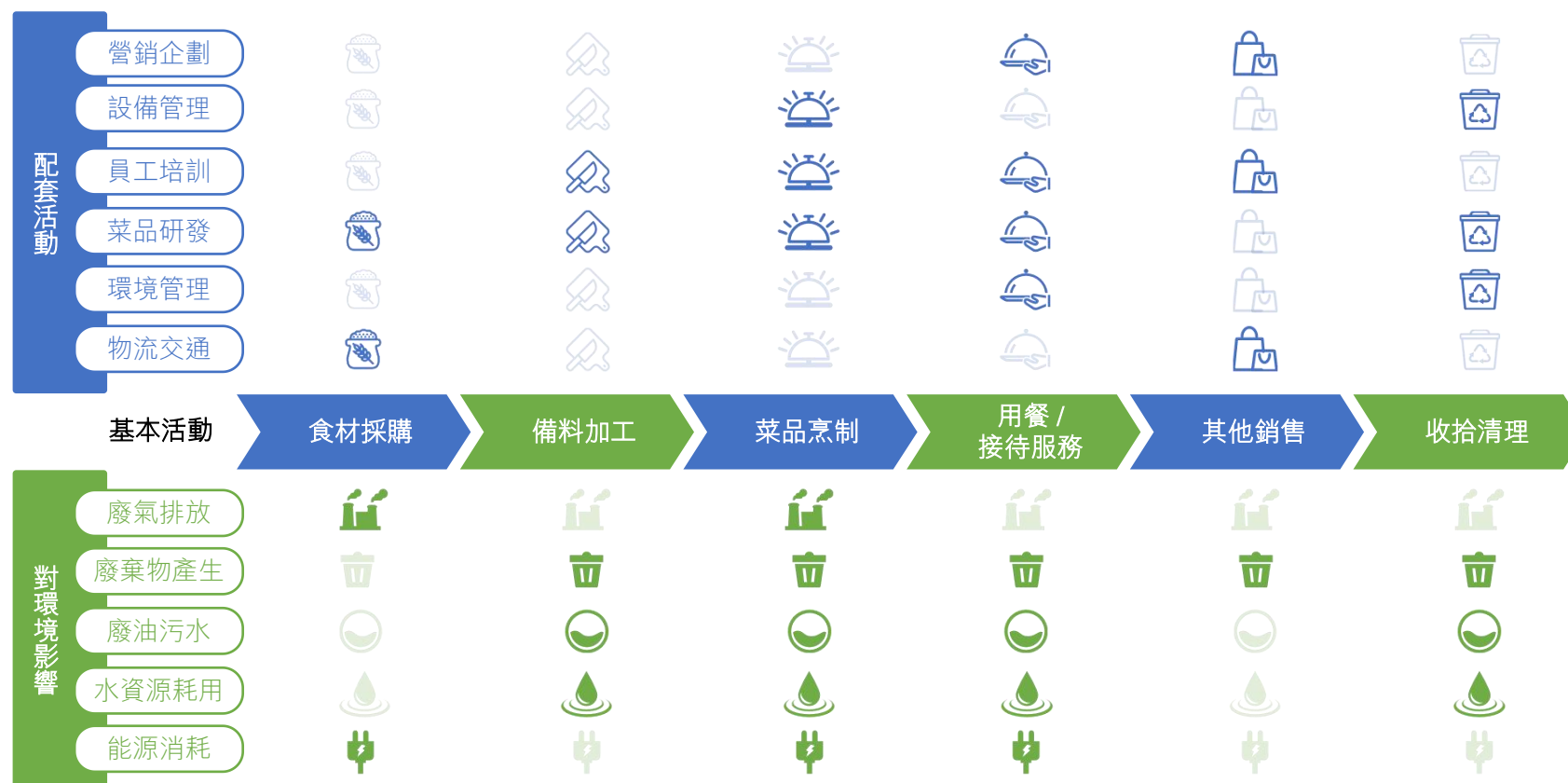
- 因高溫或會增加門店及食品廠空調及製冷設備使用頻率，進而提升整體能源消耗量

- 逐步為新門店引入「清涼廚房」，令廚房變得更清涼、整潔、衛生、安全、節能及環保

3. 幸福環境

氣候變化（影響及應對）（續）

除了以上氣候相關風險外，全球各地政府為應對氣候變遷所實施的環保法規與減排政策，亦可能為集團營運帶來額外成本。例如中國將加快推動應對氣候變化相關立法，研究構建應對氣候變化法律框架；而香港亦在都市固體廢物收費的立法過程中，雖然宣佈暫緩，但未來將大勢所趨。集團將持續留意相關法例之公佈及研究可行之應對措施。在相應管理範疇多思考自然環境的「幸福」並採取適當策略措施改善「轉化」現有操作，盡力減低業務對自然環境的影響，務求幸福與大自然和諧共存。



3.1 碳排放物相關數據

能源和排放管理

為了促進集團整體節能管理，我們針對使用照明、空調、排煙、冰箱、烹煮設備（如蒸爐 / 炒爐）及洗碗機的相關業務環節訂立具體策略措施，確保各個營運範疇能減少能源消耗。

門店節能措施

我們在中國內地的業務中實施一系列節能策略措施以改善能源效益。截至報告年度末，中國內地的門店已全面使用LED燈具，並按門店不同區域（如用餐區、後廚區）的需求，實施分區照明控制，如在非高峰時段關閉部分燈光等；相比傳統燈具，LED燈具能大大提高能源效益。另外，空調是門店的主要耗電來源之一，我們把室內空調設定在攝氏25度至27度之間，能有效大幅降低能源損耗。除以上照明與空調的節能策略外，在營運的情況許可下，我們會在大部分新店及進行大型翻新的門店內安裝如智能通風系統、環保型炒爐、節能洗碗機、環保蒸櫃及熱能回收系統等節能設備。



智能
通風系統

36%

所有設備合共節省電力共1,173,000千瓦時。
（上一報告年度節省899,000千瓦時）雖未能達到13家門店使用智能通風系統的目標，但總節省電力已達上年度訂下的目標（920,000千瓦時）。



環保型
炒爐

82%

在未來，我們在中國內地的門店會陸續更換傳統炒爐，減少能源消耗的同時亦可改善整體工作環境。計劃到二零三零年將使用率提升至85%。



節能
洗碗機

64%

深圳預計有一家門店安排於二零二五年第三季開始使用節能洗碗機，逐漸提高使用情況。

中國內地使用情況

3.1 碳排放物相關數據

能源消耗和溫室氣體排放目標及表現

我們以二零二四財政年度為基礎，計劃至二零三零年，溫室氣體排放強度和能源消耗強度降低5%為目標，持續追蹤減排進展。於報告年度內，環境相關數據如下：

溫室氣體排放強度

溫室氣體排放
公噸二氧化碳當量

	排放源	2024	2023
範圍一	直接排放		
	擁有或控制的設備和車輛所使用的化石燃料，以及製冷劑（主要用於冰箱）的逸散性排放	7,531 附註1	7,186 附註1
範圍二	能源間接排放 購入的電力及熱力	9,135 附註2	8,988 附註2, 3
範圍三	其他間接排放 飛機商務航程	216	268
總排放		16,882	16,442
溫室氣體排放強度 = 公噸二氧化碳當量 / 收入（人民幣千元）		0.019	0.017

能源消耗強度

按類型劃分的能源消耗
兆瓦時等值

	排放源	2024	2023
直接能源	汽油	331	345
	柴油	156	180
	天然氣	33,623	33,134
間接能源	外購熱力	332	379
	外購電力	18,405	18,514
總排放		52,847	52,552
能源消耗強度 = 兆瓦時 / 收入（人民幣千元）		0.060	0.055

附註：

- 直接排放的計算方法參考包括但不限於中華人民共和國國內貿易行業標準《飯店業碳排放管理規範》，《城市溫室氣體核算工具指南（測試版1.0）》，《香港建築物（商業、住宅或公共用途）的溫室氣體排放及減除的核算和報告指引》，及香港交易所發佈的《如何準備環境、社會及管治報告-附錄二：環境關鍵績效指標彙報指引》；
- 能源間接排放主要源於各門店所外購的電力以及北京地區所外購的熱力在生產過程中所產生的間接溫室氣體排放。計算方法參考但不限於中華人民共和國國內貿易行業標準《飯店業碳排放管理規範》，及中華人民共和國生態環境部於2024年公佈的關於2022年度全國電網平均排放因子kgCO₂ / kWh（華北：0.6776；西南：0.2268；華東：0.5617；南方：0.3869）
- 基於數據調整和校閱，上年度報告中範圍二能源間接排放的數據資料作出更正：由10,688公噸修改為8,988公噸；溫室氣體排放強度由0.019修改為0.017

3.2 用水量相關數據

水資源管理

儘管我們在報告年度在求取水源上未有遇到問題，但世界各地普遍仍面對水資源短缺，加上食水供應及污水處理均會對環境生態及碳排放構成壓力，我們仍會在日常節水管理上持續努力。

門店節水措施

我們在中國內地的業務中實施一系列節水策略措施以改善水源消耗。於報告年度期間，有部分門店率先建立洗碗機用水回收系統，將清潔尾水循環用於預洗較髒的餐具，實現水資源梯級利用。另外，有部分門店亦推行紅外線感應式水龍頭及節水裝置，並定期檢查門店水龍頭的出水量，確保用水設備處於最佳運行狀態。為了深化員工節水意識，我們在門店關鍵的用水區域亦設置珍惜用水的標示。

用水量目標及表現

我們以二零二四財政年度為基礎，計劃至二零三零年，目標水源消耗強度能控制在每千元人民幣收入0.50立方米之下，持續監察食水使用情況，做好日常管理措施。

於報告年度內，環境相關數據如下：

水源消耗強度

用水量
立方米

業務相關用水		2024	2023
用水量	清洗 / 清潔過程、菜式及飲料製作過程、洗手間	417,364	427,778
水源消耗強度 = 立方米 / 收入（人民幣千元）		0.471	0.447

3.3 廢物管理

廢氣排放管理及減排措施

我們在中國內地主要業務運作中，菜品烹製過程、食材採購運輸過程、員工差旅／探親交通當中都會涉及不同程度的廢氣排放。為了更有效減少廢氣排放，我們針對不同的業務運作制定以下相關的減排措施，為實現低碳目標作出貢獻。



善用電子通訊器材

盡量使用電子通訊及會議設備進行跨區會議，減少非必要車輛／航班使用。於報告年內，因差旅／探親相關交通的二氧化碳排放總量為215.5公噸，比上年度268.5公噸下降19.7%



使用環保爐具

減少烹製過程的天然氣耗用及相關之廢氣排放



定期檢查

定期檢查清洗運水煙罩等相關設備，確保油煙淨化功能正常

排放物相關數據

於報告年度內，由燃油氣車及煮食爐具相關的環境數據^{附註1}如下：

千克		2024	2023
廢氣類別	氮氧化物	3,952.7	3,931.6
	硫氧化物	2.4	2.5
	顆粒物 ^{附註2}	362.3	359.9

附註：

1. 計算方法參考包括但不限於《生活污染源產排污係數手冊》，及香港交易所發佈的《如何準備環境、社會及管治報告-附錄二：環境關鍵績效指標彙報指引》
2. 基於數據調整和校閱，上年度報告中顆粒物的數據資料作出更正：由114.8千克修改為359.9千克

3.3 廢物管理

廢棄物、包裝物料管理

我們透過系統化的監測機制，全面追蹤日常營運中的廢物產生量，並制定年度性減量目標，以提高資源使用有效率。在廢物處置方面，集團嚴格遵循中華人民共和國及國際規範，將有害與無害廢物分類處理，確保符合環保法規要求。同時，為持續優化管理效能，集團建立完整的數據追蹤體系，以分析各門店的廢物數據，並將結果轉化為具體改善行動，推動營運與環保績效的同步提升。

有害與無害廢棄物

我們在中國內地主要業務運作中，主要會產生有害廢棄物包括含化學物質的清潔劑及滅蟲劑容器。於報告年內，中國內地業務共產生23.76公噸有害廢棄物。

而主要會產生無害廢棄物（餐廚垃圾、其他垃圾、可回收垃圾及廢油）的相關業務環節包括食材加工過程的剩餘物、菜品烹煮過程的邊角廚餘、用餐剩餘物及廢紙等。餐廚垃圾是我們所產生的主要無害廢棄物（約69%），因此我們也採取不同措施希望有效地減少餐廚垃圾。

採購已經處理的食材，減少食材加工過程的剩餘物

善用食材中的邊角廚餘，用於員工餐之製作

培訓員工點菜技巧及注意點菜份量需要恰到好處

於報告年內，中國內地業務總廢油回收數量為28公噸。我們有使用合資格的廢油回收商，妥善處理廢油。另外，為減少廢油的產生量，門店會使用較優質耐用的煮食用油及菜品控制食油份量。

目標及表現

我們以二零二四財政年度為基礎，計劃至二零三零年，目標無害廢棄物密度能減少在每千元人民幣收入4.5公斤之下，有害廢棄物密度能降低10%。

於報告年度內，環境相關數據如下：

公噸		2024	2023
無害廢棄物	餐廚垃圾	2,899	2,920
	其他垃圾	921	1,117
	可回收垃圾	332	377
	廢油	28	28
無害廢棄物密度 = 公斤 / 收入（人民幣千元）		4.716	4.646
有害廢棄物		23.76	20.66
有害廢棄物密度 = 公斤 / 收入（人民幣千元）		0.027	0.022

3.3 廢物管理

減少即棄塑膠和過度包裝

餐廳營運牽涉外賣產品、零售食品、季節性產品等外包裝，我們致力從此方面減少即棄塑膠，逐步在合適的產品上使用更環保之物料，例如禮盒採用環保卡紙，並且以毛氈袋、布袋或PU皮袋代替膠袋，又以可循環再用的保溫袋包裝盆菜、年菜。針對適合用於送禮的伴手禮系列如曲奇餅，我們採用了設計精美實用、足以讓人想保存的鐵盒，鼓勵顧客循環再用。中國內地門店長期推行外賣煲仔飯煲仔回收計劃，以現金代用券鼓勵循環回收；另外，我們正逐步以可降解物料的餐盒替換傳統的塑膠餐盒，例如玉米漿材質以及其他可降解物料。於本報告年度，我們也開始為香港區的外賣包裝進行大規模的更換，從二零二四年四月開始，香港區的所有門店已全面使用獲得傅里葉傳換紅外光譜（FTIR）認證的甘蔗漿材質外賣餐盒，同時又取消主動提供即棄塑膠餐具及手套，鼓勵減少使用塑膠用品。

於報告年內，中國內地業務的製成品所用包裝材料總重量如下：

公噸	來源	2024	2023
包裝物料	內部醬料	5.5	8.6
	成品外賣	176.4	176.3
	時令產品 ^{附註1}	72.7	95.2
包裝物料密度 = 公斤 / 收入（人民幣千元）		0.287	0.293

我們以二零二四財政年度為基礎，計劃至二零三零年，目標包裝物料密度能降低5%。

附註：

1. 時令產品包括年糕、粽子、月餅等季節性產品

鼓勵電子化及紙回收

我們從二零二零年開始攜手慈善機構，於廣東區推行門店印單紙回收計劃。本報告年內，廣東區回收量約1,989斤。除此之外，我們陸續於營運流程加入電子化，如在門店的電子屏幕展示宣傳推廣產品，減少印刷品，又如使用手機點餐系統、電子會員系統、電子收據等。同時，隨著科技的進步，我們借著多種線上辦公系統提升效益、減少印刷，以及減少跨區人員的差旅碳排放。我們分別於二零一九年及二零二零年開始使用線上培訓系統及線上會議系統。我們已成功培養客人及員工持續使用上述舉措的習慣。



3.4 其他減碳環保行動

內部溝通平台環保資訊分享

我們在內部溝通平台中設有環保專題，不時與全集團員工分享環保資訊。

唐宮2024“地球一小时”回顧 | 獻出一小時，共護一個地球

唐宮|行政部 唐宮人 2024年04月10日 09:30 广东

唐宮綠色環保紀事

地球一小时

60



2024年3月23日
晚上8:30-9:30

让我们一起
为地球献出一小时

Give an Hour for Earth

23
2024年3月
晚8:30

关上灯
点亮希望
00:06

2024年3月23日
晚8:30

60 地球一小时



大自然为我们提供免费服务——食物、水、新鲜空气，还为数百万人提供生计。然而，气候变化和生物多样性持续下降威胁着自然的健康；人类对自然的不可持续利用正在加速气候崩溃、生物栖息地丧失和野生动物数量的减少。

我们必须现在就采取行动，感谢并回馈大自然，保护我们星球的健康，也是为了保护我们自己的健康和福祉！



內部5S管理培訓

集團的5S管理課程將環保、節能等納入常規課程及考核，讓能源及減廢管控成為日常工作技能。

3.4 其他減碳環保行動

持續響應環保公益活動

青山公益專項基金：

自二零一八年起持續參與美團外賣發起的青山公益行動，集團會在每一筆完成的外賣單上捐贈0.01元-0.02元人民幣予「青山公益專項基金」（由美團外賣聯合中華環境保護基金會於二零一七年成立，前稱為「青山計劃專項基金」）。基金捐款用於支持自然保護地高質量保護與發展、應對氣候變化、生態保育及扶貧、環保公益倡導等環保公益項目。

地球一小時：

集團已連續6年響應世界自然基金會（WWF）發起的「地球一小時」活動，本年度也不例外，於二零二四年三月二十三日晚上八時三十分，我們一如既往，邀請顧客一起響應參與並分享，同時結合減少浪費食材的「光盤行動」活動，廣泛推廣珍惜地球資源的活動意義。



研發菜品時考慮環保健康元素：

集團除了在設計大菜牌的過程考慮素菜的比例外，在推出特色菜牌和節日產品時亦會加入健康、創新、有獨特性的素食元素，希望從產品中提供更多選擇，鼓勵更多綠色餐點。例如：農曆新年期間的素食口味年糕（黑糖合桃、薑糖棗皇、陳皮紅豆），端午節的紅藜五谷雜糧粽、金桔豆沙素粽，中秋節的特色素月餅（椰絲椰蓉、低糖陳皮豆沙）；另外，又設有綠色素食菜單，不定時為顧客提供不同的綠色餐飲選擇。



幸福經營 謹慎精進



- 供應鏈管理
- 銷售與服務
- 食品安全
- 權益維護
- 環境安全 and 健康
- 廉潔誠信



相關可持續發展目標

12 負責任
消費和生產

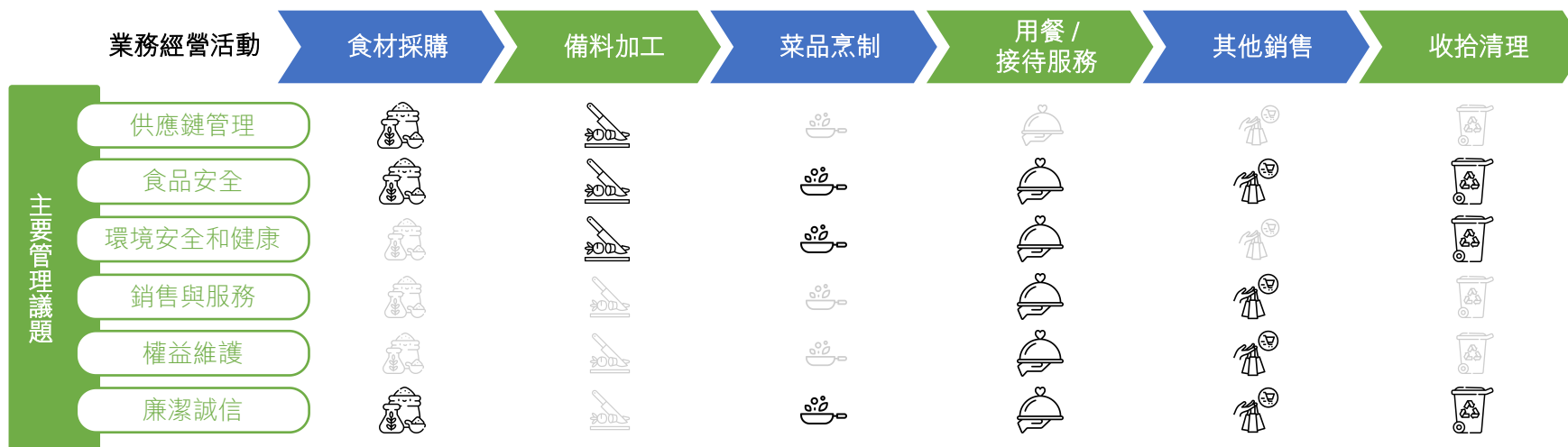


4. 幸福經營

企業的營運理念與服務價值，最終透過員工的日常實踐得以實現。我們相信，唯有當團隊成員真切感受到職場幸福感，才能持續為客戶提供合規且優質的產品服務，將這份溫暖傳遞至每個服務環節。而顧客的認可與支持，正是滋養員工幸福感的重要養分，由此構建「員工幸福→優質服務→客戶滿意→員工成長」的正向循環生態。



在業務運作不同環節下的主要管理議題綜合如下：



4.1 供應鏈管理

我們高度重視供應鏈的可持續性、安全性和質素，並恪守所有相關法律法規。

目標

- 尋找供應質量及數量均穩定的食材供應商
- 尋找廉潔、合規及有良好管治的供應商
- 做好倉存及配送管理，門店供應不間斷
- 獲得高性價比之食材

主要策略

- 供應商引入統一由集團審批，並進行週期性市場詢價及價格審批，期內就相關流程及文字制度進行了檢討及進一步完善，供應商合同列明廉潔陽光條款
- 主要食材（如乳鴿及貴價海鮮）由集團統一採購以保障品質及降低成本
- 明確現場供應商考察的主要項目：如環境衛生、人員衛生防護意識、設備狀況及衛生安全規章制度，並以指定表格記錄考察結果
- 食材進入門店由多部門共同驗收品質及數量
- 支持本地採購，減低運輸需求（降低成本、車輛碳排及其他不確定性）

主要相關法規

- 《中華人民共和國食品安全法》
- 香港法例第612章《食物安全條例》

期內關鍵風險

- 期內沒有發生重大供應鏈相關風險事故
- 現行供應商管理及考核中仍未有重視環境相關層面的表現，或對業務進行低碳轉型造成限制

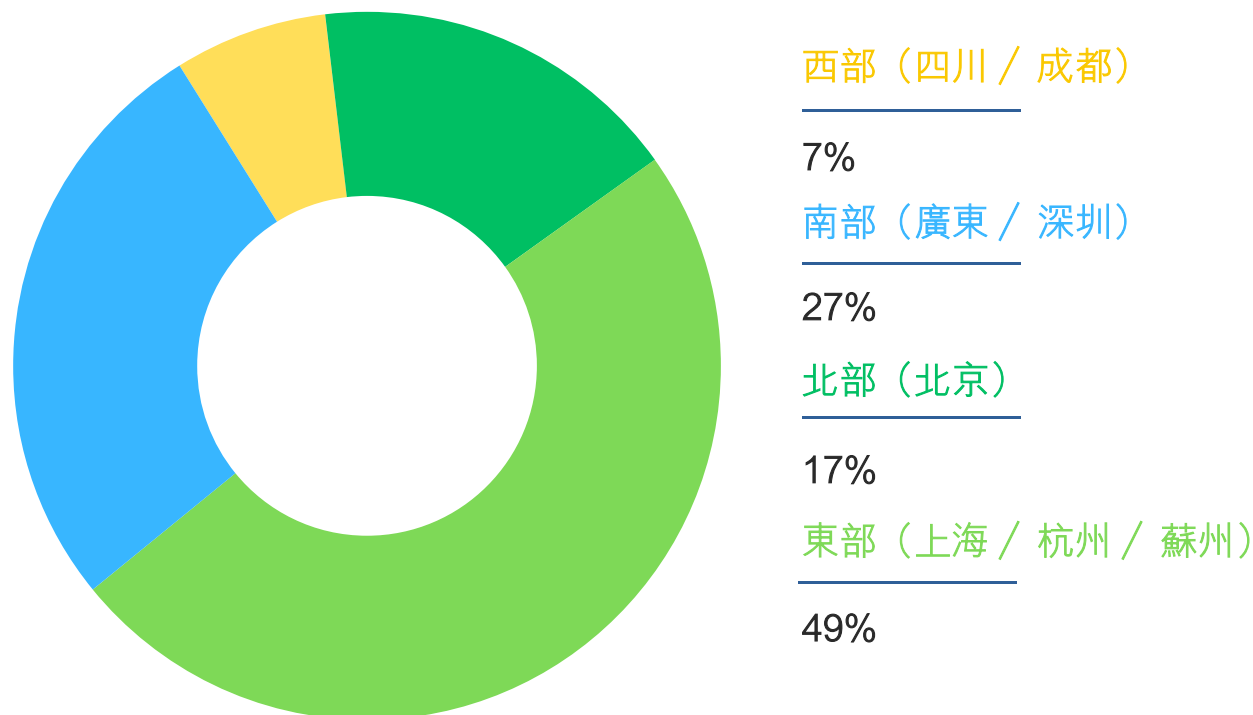
應對

- 計劃與主要供應商進行更深入的持份者溝通，讓雙方更了解彼此在低碳轉型大趨勢中的準備及所需協作
- 持續與專業顧問保持良好溝通互動，了解最新的市場關注及報告要求

4.1 供應鏈管理

按地理區域劃分的食品供應商數量

報告年內，集團恆常的供應商約有420個，按地區分佈如下：



另外，食品廠於期內透過有資格的食品檢測員已對生產之時令產品進行抽檢，沒有發生任何食品因安全與健康理由需要回收的情況，食品廠期內已採取一切必要的環境衛生及防疫措施，沒出現任何違規事宜，食品廠已取得危害分析與關鍵控制點（HACCP）體系認證證書。此外，門店亦依法遵守各項食材購入的檢疫要求，並積極配合當地執法部門的檢查要求，期內相關檢查均能通過或已滿足所要求的完善措施。

4.2 食品安全

目標

- 為顧客提供安心、優質及健康的菜品
- 提升員工意識，防範一切食品安全事故

主要策略

- 做好源頭監控之供應鏈管理，集團嚴格控制供應商的引入。商品檔案，源頭追溯
- 食品廠對重要食材（如進口急凍食材）進行集中測檢
- 各區設立出品質量部門，落實每月每季地區檢查機制及年終集團考核，確保生產設備及環境衛生清潔
- 5S管理負責人定時進行門店培訓，更新提醒門店操作人員食品安全的相關要求
- 嚴肅及時跟進顧客意見及政府部門巡查反饋，有效的事故呈報管理機制

主要相關法規

- 《中華人民共和國食品安全法》
- 香港法例第612章《食物安全條例》

期內關鍵風險

- 食材感染風險
- 操作人員個人衛生及健康
- 全面環境衛生管理
- 食品添加劑指引，餐飲行業應配合並加以管理、規範

應對

- 源頭追溯：設立食材商品案，記錄廠家資料以配合源頭追溯，確保供應商資質合法合規，禁止使用不合格原材料
- 抽檢食材：集團設立專責檢測團隊，就急凍食材及醬料進行有記錄抽檢，確保安全
- 廚房整潔及用具要求：5S管理對廚房整潔度及用具標準有明確要求
- 集團對處理食品廠員工之服飾及衛生有明確要求（員工健康證管理，出品員工晨檢標準、個人衛生及操作規範）
- 門店、分區、集團5S內審評核，定期進行5S執行情況門店內審
- 集團、分區5S負責人於報告期內以線上培訓方式向各區管理人員提醒有關食品安全的關鍵控制點，務求降低食品製作過程的相關風險
- 食品添加劑五專管理（添加劑需要存於有鎖地方，由專責人員負責保管及記錄使用）

期內情況更新

報告期內各區均組織跨部門質檢團（包括當區的營運管理部、出品質量部、培訓部及後勤部門代表），根據與集團高級管理層共同制定的檢查重點，制定用於門店績效考核的質檢表。當中食品安全為首要檢查範疇，並分為不同製作部門（中廚、燒味、涼菜及點心）以便仔細跟進。

4.3 環境安全 and 健康

目標

- 有效管理及減少各類安全事故
- 提升員工就環境、業務操作及消防上的安全健康意識

主要策略

- 確保現行環境安全政策符合法規及市場現況
- 檢視工作環境的安全隱患並作出預防
- 透過定期培訓加強員工的安全意識

主要相關法規

- 《中華人民共和國安全生產法》
- 《中華人民共和國職業病防治法》
- 《中華人民共和國消防法》
- 香港法例第509章《職業安全及健康條例》
- 香港法例第95章《消防條例》
- 香港法例第599F章《預防及控制疾病（規定及指示）（業務及處所）規例》

期內關鍵風險

- 安全策略措施恆常化



應對

- 瞭解最新法規要求並積極配合定期巡查，與地區法規管理部門保持良好溝通
- 定期落實地區及集團檢查機制，檢視工作環境的安全隱患並作出預防；管理機制加強各類型事故（如工傷）的呈報、分析、記錄及總結
- 定期培訓（包括新員工入職培訓）、安全知識案例分享及參加演習；開市前例會強調安全生產及加強現場安全操作規範及檢查

期內情況更新

門店持續做好職業安全及健康之恆常培訓及檢視，務求從不同層面持續提醒員工安全防護的重要性。集團、分區5S負責人亦就職業安全、消防安全及急救安全進行綜合培訓，提升員工安全意識及事故應急能力。

於報告年內及過往二年，均沒有發生因工亡故的事件。年內全集團工傷事故相關人數為14人，涉及損失之工作日數為533日。所有需呈報之工傷事故，除按法規要求向政府勞動部門申報外，地區營運管理部門另會按集團指定報告表格，記錄事故原因、分析及改善措施，用於內部案例以作預防同類事故。

4.4 銷售與服務

目標

- 集團願景、使命及價值觀的重塑及推廣普及基層員工
- 藉感動及專業的服務水平，讓客人感受幸福的用餐過程
- 實現出品及服務升級轉型的差異化
- 向公眾推廣中國傳統文化

主要策略

- 定期線上線下培訓，讓員工掌握服務標準及保持良好心態
- 配合近年集團進行個性化服務的目標，聘請第三方服務顧問，全面打造全新的服務標準及定期進行客觀評估
- 有系統跟進客戶不同渠道之意見，不同激勵機制鼓勵表揚傑出服務的員工
- 專責部門審視菜牌及宣傳品用字，積極配合執法部門整改要求（如有）並分享案例，避免對消費者造成誤導

主要相關法規

- 《中華人民共和國消費者權益保護法》
- 《中華人民共和國廣告法》
- 香港法例第362章《商品說明條例》
- 香港法例第457章《服務提供（隱含條款）條例》

期內情況更新

期內集團對整體服務水平進行了大規模的內部檢視並為提升整體服務聘請了第三方專業顧問，為集團制定了一套更為完善、更切合現時顧客需求的方案，並且為整體服務，從儀容、禮儀規範到服務流程、口碼等定下標準，又一一為工作細節錄製服務標準的影音檔案，以便有系統地拉高整體服務水平；同時，我們開始為新的服務標準進行培訓及考核，亦適當地加入於激勵機制中，從而鼓勵員工主動提升個人服務水平。評核結果交由專責培訓部門進行總結分析，並按需要進行重點提示 / 培訓作為跟進。

集團亦設立專責部門審視不同渠道（如公司郵箱、Openrice、Facebook及大眾點評等）的客人意見評語並進行及時回覆，有關部門均在合理時間內聯絡客人、進行內部調查並作出回覆。另外，相關部門在意見評語中綜合總結有關出品 / 服務的提升點，並在每月召開的定期服務檢討會議中提示相關負責人（包括地區營運總經理 / 經理、店長及廚師長等），董事會主席及行政總裁會親自出席有關會議予以重視。

此外，期內集團從郵箱及公司網站留言欄等官方渠道並沒有接獲有關食品質素及員工服務的重大投訴。在報告年度內，我們並沒有因安全和健康原因而須回收產品。此外，為配合集團餐廳品牌升級的方向，跨部門質檢團隊亦為餐廳環境及服務體驗制定專項質檢表，務求在優質出品之外，亦令客人全方位得到愉悅難忘的餐飲體驗。

4.5 權益維護

目標

- 做好自身商標維護，尊重第三方權益及私隱

主要策略

- 完善商標註冊及維護機制，保障自身及尊重他人商標
- 定期了解各部門就不同辦公軟件的需求，與正版軟件供應商保持良好溝通，制定合適企業方案，禁止員工下載盜版軟件
- 不過度索取客戶資訊，謹慎處理並只讓需要的員工接觸相關資料
- 會員系統註冊過程會展示公司的私隱政策，並供客人選擇是否接受所提供的資訊用於未來推廣用途
- 要求系統供應商做好數據加密處理，並禁止使用客戶資料作其他用途 / 向第三方透露

主要相關法規

- 《中華人民共和國商標法》
- 《中華人民共和國著作權法》
- 《中華人民共和國個人信息保護法》
- 香港法例第559章《商標條例》
- 香港法例第528章《版權條例》
- 香港法例第486章《個人資料（私隱）條例》

期內情況更新

為保障知識產權及保障消費者，期內集團在商標顧問及律師的協助下，進行了以下不同層面的商標維護工作：

措施	頻率	描述	期內情況
完善海內外商標註冊	需要時	於中國內地為新品牌進行註冊，同時亦於海外可能拓展的地區為有可能發展的品牌註冊	期內於中國內地成功註冊了1個新品牌之商標，另外於歐盟、加拿大成功為主要商標註冊
近似商標註冊監控	每月	透過系統程式檢索國家知識產權局網站中已進入初審的近似商標註冊（針對43類餐飲類別，註冊名中有唐宮一詞）	期內於恆常監控中發現5個近似商標，並判斷為可能構成侵權，期內向商標局遞交異議申請，提前預防可能引起公眾混淆的商標被註冊並使用於實體店
對近似商標實體店之申訴行動	需要時	如發現第三方使用較近似的商標（有實體店 / 近似菜系），為免造成市場混淆，會因應情況採取相應行動，包括向工商部門投訴、法律行動，或向商標局提出無效申請（如對方已註冊）	期內發現4間疑似侵權餐廳，並且經諮詢律師後判斷為應該採取維權行動，期內已因應不同侵權情況採取法律行動、向商標局進行異議或無效申請等
主要城市大眾點評檢查	每季	行政部專人負責檢索集團主要經營城市的大眾點評（如京 / 深 / 滬 / 蓉 / 杭等），如餐廳在餐種及商號上近似「唐宮」，會向平臺作出維權檢舉	期內成功向平台檢舉15家近似商標餐廳，全部均已修正

4.6 廉潔誠信

目標

- 締造公平工作業務環境，提高員工職業道德及對不正當行為之警覺性

主要策略

- 員工守則明確禁止違反誠信及損害公司利益的行為
- 持續檢視職能分割及流程管理有效性（如合同加入拒收非法回佣條款）
- 定期文化培訓提高員工個人操守
- 設立內部舉報機制，內容保密並由專責內審部門跟進個案
- 與反貪部門保持良好溝通，了解最新資訊及培訓資源

主要相關法規

- 《中華人民共和國反貪污賄賂法》
- 《中華人民共和國反不正當競爭法》
- 《中華人民共和國刑法》
- 香港法例第201章《防止賄賂條例》

期內情況更新

報告期內，並沒有針對集團或旗下員工並已審結的貪污訴訟案件，內部也沒有接獲需要呈報董事會的舉報告密事宜。我們定期為董事會進行廉潔誠信知識的更新，持續讓董事會掌握最新的企業管治法規及資訊，以助董事會在制定集團於廉潔誠信及其他企業管治的策略。

另外，我們持續在新員工培訓和「培訓寶」線上自學系統內提供加入了傳統美德元素的課程，薰陶員工保持個人道德操守。

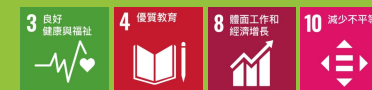
幸福社會 互助共贏



- 僱傭情況
- 培訓及發展
- 社會公益



相關可持續發展目標



5.1 僱傭情況

唐宮集團團隊（截至二零二四年十二月三十一日）

集團總員工人數為約2,600人，以下為按不同層面（包括性別、年齡組別、地區劃分、職級及僱傭類型）的就業人數分析，及按個別群組劃分的流失率情況。

		員工人數 百分比	年度流失率 附註1
按性別劃分	男性	59.5%	27.8%
	女性	40.5%	23.6%
按年齡組別劃分	30歲或以下	44.3%	33.1%
	31至50歲	36.5%	16.5%
	51歲或以上	19.2%	16.6%
按地區劃分	華北	24.6%	22.5%
	成都	13.5%	24.3%
	華東	36.5%	30.2%
	廣東	18.4%	18.5%
	香港	7.0%	21.3%

		員工人數 百分比
按職級劃分	基層	81.5%
	中層	13.0%
	高層	5.5%
按僱傭類型劃分	合同工	77.3%
	兼職工	14.4%
	實習生	8.3%



附註：

1. 「年度流失率」是指報告年度內各員工組別全年離職員工數目除以該員工組別年初及年內新入職員工總數。

5.1 僱傭情況

作為重視員工幸福感的企業，我們除了尊重員工的基本法定權益^{附註1}外，亦持續透過不同措施讓員工感受到被認可、關懷及重視，從而親身體會並與身邊的工作夥伴、顧客及親友分享這份幸福感。

有效管理

為確保用工合規性，我們透過系統化管理嚴格執行標準化入職及離職流程，並建立完善的舉報機制，從根本上杜絕童工及強制勞工等違規現象。同時，我們與地方勞動監管部門保持密切溝通，持續追蹤法規動態，及時更新人力資源政策及勞動合約條款，確保始終符合最新法律法規要求，維護企業與員工的合法權益。

連結關懷

我們重視員工關係與企業文化建設，透過多元化的團隊建設活動及經驗分享會，有效促進員工間的互信與合作精神。針對新進員工，我們設計完善的迎新計劃與關懷機制，協助其快速瞭解並融入公司文化。此外，我們更將關懷延伸至員工家庭，提供包含黃金老人慰問金、優秀員工家庭感恩禮及節日禮品等福利。在特別日子裡，我們也準備了生日餐飲禮券，並舉辦母親節、父親節等溫馨感恩活動，全方位展現對員工及其家人的真摯關懷。

附註：

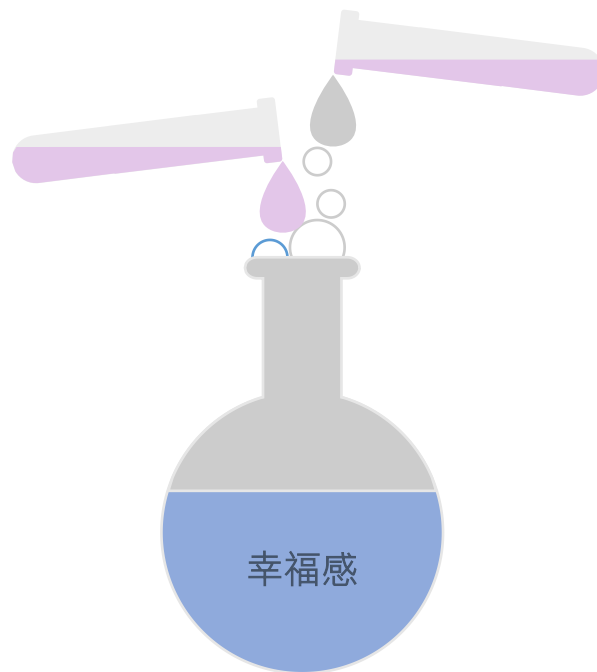
1. 主要僱傭法規包括（但不限於）中國的《勞動法》、《勞動合同法》及《社會保險法》等；香港特區的《僱傭條例》、《最低工資條例》及《強制性公積金計劃條例》等。此外，集團人力資源部也會關注平等機會、用工多元化及職場反歧視的相關僱傭情況，並嚴肅處理相關舉報。

晉升發展

我們致力於人才培育與發展，透過實施多元化的培訓計劃，包括「通崗全才計劃」跨部門輪崗培訓、崗位帶教實務指導，以及文化素養與管理技能課程，全面提升員工專業能力。同時，我們建立透明化的晉升機制，幫助員工清晰規劃職涯發展路徑。此外，更安排員工參與各類管理專案，透過實務歷練提供多元學習機會，促進員工全方位成長與發展。

正面氛圍

每月由地區總經理親自主持跨部門分享會，透過互動交流引導員工發掘彼此優勢，強化團隊認同感及打造正向積極的職場文化。此外，我們創新性地將優秀員工表彰與營業前準備會結合，以輕鬆活躍的形式表揚傑出表現，有效激發團隊熱情與工作動力，營造充滿正能量的工作氛圍。



5.2 培訓及發展

促進人才成長

人才是推動企業進步與創新的核心動力。促進人才成長不僅是個人實現價值的關鍵，更是我們提升競爭力的戰略基礎。透過多元的培訓機會以及包容的成長環境，我們希望讓每一位人才在各自的領域中茁壯成長。

報告年內，我們提供了不同類型（專業類、管理類及文化類）的培訓課程給各員工組別，以支持員工的職業發展。同時，為配合集團「用餐飲傳遞幸福」的企業文化方向，培訓部聯同出品及營運的負責人，專門安排一系列有關品質職業素養、服務標準體系建設、產品知識及介紹方式，與點菜配單技巧的實地培訓，務求提升團隊的專業水平。

報告年內所有培訓課程合計總培訓時數為5,460小時（當中實際面授課程佔92%，其餘為線上課程）。以下是年內發展及培訓的數據：

		受訓僱員 百分比 (%)	每名僱員完成 受訓的平均時數 (小時)	專業類 (包括服務培訓) (小時)	管理類 (包括5S・職業安全) (小時)	文化類 (包括文化生命教育) (小時)
按性別 劃分	男性	97.1	54	14	22	18
	女性	96.2	75	23	30	22
按職級 劃分	基層	96.5	50	16	14	20
	中層	99.7	88	26	46	16
	高層	96.3	198	29	152	17



另外，為提供更多年輕人工作機會，集團自二零零六年起持續與不同學校合作，如與國家示範院校廣東輕工職業技術大學（前稱：廣東輕工職業技術學院）合作成立香港唐宮酒店管理學院，並於二零二零年獲校方頒授「示範性大學生校外實踐教學基地」榮譽；於二零零七年開始與海南省海口旅遊職業學校合作，捐建校方建造唐宮學生活動中心，於二零二四年獲獲校方授予「校企鑽石合作夥伴」榮譽；於二零二四年獲授牌「廣州城市職業學院就業創業實習基地」榮譽等。於報告期內，集團一共與15間學校合作，提供了361個實習崗位。

5.3 社會公益

唐宮的人情味和家文化，組建出擁有幸福感和歸屬感的團隊。這份關懷與溫暖不僅存在於企業內部，我們更通過不同場景將之傳遞給員工家庭、顧客、商業夥伴和社會大眾，踐行以餐飲傳遞幸福的企業文化，回饋社會，讓愛流動，傳承幸福。

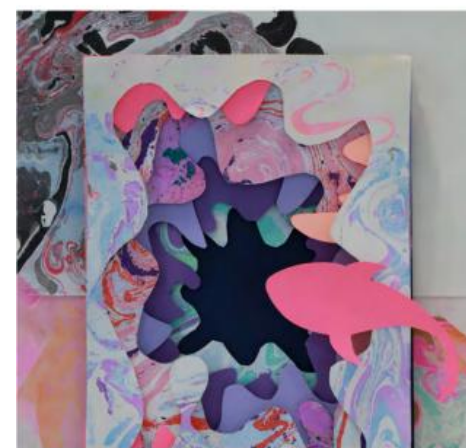


5.3 社會公益

唐宮聯乘智行基金會 ♥ 愛心年曆繪出幸福色彩

唐宮集團連續6年攜手慈善團體香港智行基金會，以基金會受助兒童及青少年創作的畫作製成唐宮愛心年曆，在各門店推廣派發，從而喚起大眾對弱勢群體的關注，參與公益，傳播正能量，為締造更加和諧、平等、健康的社會而努力。

智行基金會是香港註冊的合法慈善機構，專注在內地提供助學及心理發展等服務，服務人群以受愛滋病影響家庭的學生為主，也包括受貧窮、疾病、歧視影響的學生。



作品出自愛資助的初中生黎怡、小陽、小琪、小陽繪畫。



作品出自愛資助的高中生魏峰繪畫。

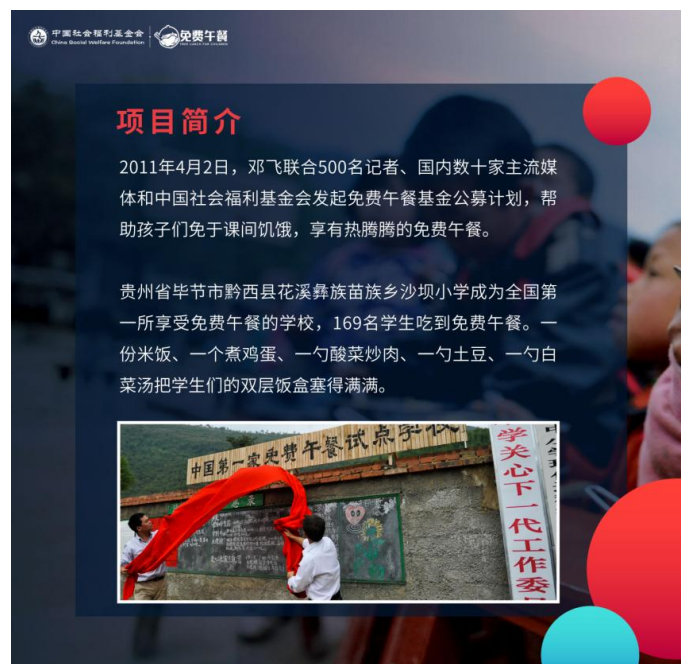


5.3 社會公益

唐宮圓月計劃 ♥ 免費午餐愛心公益

唐宮集團第四年在中秋前夕開展「唐宮圓月計劃」，邀請顧客攜手行善。只要顧客於指定日期前在唐宮中國內地分店購買月餅，每售出一盒唐宮便捐贈5元予中國社會福利基金會免費午餐項目。於二零二四年內，我們共預售18,760盒月餅，在每盒捐贈5元的基礎上追加善款，合共捐出人民幣10萬元。

自二零二一年起，四年以來我們通過「唐宮圓月計劃」累計捐贈人民幣562,120元，用於幫助鄉村學童享用熱騰騰的免費午餐，助力孩子健康成長。



圖片及資料來源：免費午餐基金



5.3 社會公益

久久公益日 ♥ 攜手唐宮支持免費午餐

唐宮集團第四年支持「免費午餐基金」參與久久公益節（前為「99公益日」）。我們於期內在唐宮各門店通過宣傳屏向顧客傳播公益資訊，邀請客人與員工參與「一起捐」支持「免費午餐小善大愛」專案，幫助更多中國內地兒童免於課間饑餓，健康成長。



5.3 社會公益

唐宮公益聯乘 ♥ 地中海貧血兒童基金

適逢地中海貧血兒童基金30周年，香港唐宮小聚攜手地中海貧血兒童基金傳遞愛心。從二零二四年八月開始，顧客到香港四間唐宮小聚用餐時，只要掃描貼在餐桌上的二維碼，便可瀏覽地中海貧血兒童基金30周年網頁，瞭解更多基金的發展以及地中海貧血的資訊。同時，店鋪內擺放了捐款箱及地中海貧血單張，歡迎顧客慷慨解囊，多多支持。

地中海貧血兒童基金（地貧基金）是一個致力於幫助地中海型貧血患者的慈善機構。地貧基金成立的目的是為地貧患者提供醫療資助，對他們的教育、情緒等作出支援。地貧基金與醫院和醫療專業人員合作緊密，以確保地貧患者得到適切的照料。地貧基金資助的專案包括：資助地貧患者進行幹細胞移植以根治地貧；提供醫療設備；資助地貧相關研究以尋找更先進的治療方法和藥物，以提高病患的生活質素等。



地中海貧血兒童基金
Children's Thalassemia Foundation

唐宮小聚
SOCIAL PLACE

◀ 4間分店
擺放捐款箱

◀ 餐桌上貼有
地貧30周年
網頁簡介貼紙，
掃描QR code，
可了解更多
地貧新資訊。

**聯乘
活動**

請大家
密切留意！

30週年網頁

30週年網頁記載著地中海貧血兒童基金成立至今的發展以及地中海貧血病治療的進程。地貧患者的生活能得以改善，全賴社會各界善心人士的無私奉獻。未來的日子，希望能繼續得到大家的支持，讓我們一起向前邁進！

<https://ctf30.thalassemia.org.hk>

5.3 社會公益

中秋社區探訪 ♥ 愛心月餅，傳遞幸福

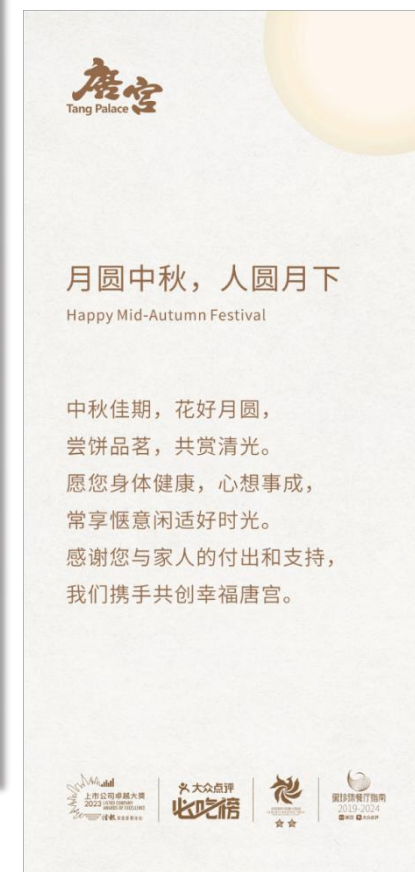
唐宮義工團為敬老院及社區服務機構送上愛心月餐和水果，傳承孝道，傳遞幸福。



5.3 社會公益

佳節情濃 ♥ 愛心年糕月餅傳千里

餐飲人在假期節日堅守崗位，成就千家萬戶的團圓和幸福歡聚。為了感謝員工的付出，以及感恩在背後默默支持我們的家人們，唐宮在農曆新年及中秋節分別為員工家人送上賀年錦鯉年糕和全家福月餅禮盒，聊表心意與祝福。



5.3 社會公益

福慧青少年國學集訓營 ♥ 認識人生，知恩感恩

唐宮集團於二零一三年導入傳統文化，於二零一四年進一步延展到員工子女，開辦福慧少年國學集訓營課利課程，並於二零二三年將對象由少年人擴展到青少年。截至二零二四年，11年間我們舉辦了12期國學集訓營，參與孩子達375人次。二零二四年的福慧青少年國學集訓營於7月舉行，為期五天，共有44位員工子女參加。

福慧國學集訓營的助教老師來自唐宮集團門店及總分部，甚至是往期的受訓學員。至今共有134人次擔任助教老師，通過參加課堂活動、會務工作，與孩子一起學習和生活，用心關懷，用愛陪伴，將唐宮使命——讓員工幸福，延續力行在夥伴們的子女身上，助力孩子們的健康成長和家庭幸福。



5.3 社會公益

開放交流平台 ♥ 助力餐飲發展

唐宮集團樂於與同業友好分享交流，互相學習，開放參觀，促進正向成長。
以下為期內其中兩項活動：



5.3 社會公益

唐宮幸福故事 ♥ 發現美，道人善，分享愛

唐宮集團自二零二二年六月開始推行「幸福故事，幸福積分」，鼓勵員工每天分享在工作和生活中發生的真善美事，促進讚賞鼓勵、正面積極的團隊文化。截至二零二四年十二月，團隊已分享超過63萬6千個（636,418）幸福故事。我們已累計把208個精選幸福故事拍攝成影片，在雙月度的「幸福故事分享會」向全體員工播放，並且通過微信平台與更多持份者分享。

在「幸福故事，幸福積分」兩周年（二零二四年六月）之際，我們特別舉辦幸福故事年度頒獎禮，表揚嘉勉，重溫每個幸福時刻。



企業員工

員工家庭

顧客

商業夥伴

社會大眾



温暖与信心 助力我们跨过困境

生活就像一场未知的旅程，有时会突然陷入黑暗的深渊，但总会在不经意间出现闪耀的星光，照亮前行的路。

2024年10月29日，北京区幸福人文部收到了一份善款申请，申请人是北京区信息科技副经理冯海龙，因爱人心脏病手术急需经济援助。收到申请后地区立马了解情况，展开行动，及时帮助伙伴渡过难关。



用餐传递 人间真善美

餐厅是天使工作的地方，上海时代唐宫的伙伴们就像天使一样，以利他的真心通过餐饮传递人间真善美，带给顾客以及身边的伙伴与人群温暖的幸福体验。



为办公楼的上班族送上免费饮品



为在午间辛勤工作来不及用膳的外卖小哥送上消暑饮品与馒头



相遇相知

每一份用心，都终将美好；每一段陪伴，都弥足珍贵。我们以同事之名相识，以家人之名相伴。聚是开始，散不是结束，有最好的相遇，也要有最美的离别……



您有喜事♥我有场地

收银主管金兰听到熟客张太太的一句聊天：“亲戚家有人摆酒席请客”，便主动询问、热情推荐，张太太在听完同事的介绍后，当晚立刻自掏腰包请亲戚到店试菜。

在张太太的助力下，她的亲戚在婚期只有10来天的紧迫情况下，毅然更换场地。当天试菜、安排着场地，当天确定订请柬。

在全店伙伴们的共同努力下，60桌酒席成功开席，完美落幕，得到全场宾客们的一致好评。



集團將持續於環境、社會及管治（ESG）方面進行提升，從策略、制定政策到落實管理進行不斷的搭建、優化工程，期望將此成為企業韌性的其中一個核心策略。



7. 報告說明

7.1 報告年度、報告相關法規要求、報告範圍

本報告是唐宮中國有限公司（「本公司」）及其附屬公司（「集團」、「我們」或「唐宮」）的第八份可持續發展報告。除非本報告另有說明，本報告數據主要統計涵蓋二零二四年一月一日至二零二四年十二月三十一日（「報告年度」）期間本集團的傳統中式餐飲業務，涉及28間門店，分佈於北部地區（北京）、東部地區（上海／杭州／蘇州）、南部地區（深圳／東莞）及西部地區（成都）。這些門店構成本集團超過80%的收入來源。本集團的生產及經營點主要位於中華人民共和國（「中國」）內地，並於香港特別行政區、台灣及新加坡以自營或合營方式經營餐飲業務。本報告按照《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄C2的《環境、社會及管治報告守則》（「香港聯交所ESG報告指引」）編製，並符合相關指引及企業管治守則的要求。此外，本公司的董事會對集團的環境、社會及管治（ESG）策略及其報告承擔整體責任。我們設立有效的機制和流程，以評估及識別關鍵的ESG因素及相關風險（稱為「ESG關鍵議題」）。

本報告所有數據均來自本公司正式文件和統計報告。本公司於報告年度委託香港生產力促進局進行碳評估，以量化其營運產生的溫室氣體排放。量化的過程（採用了營運控制法來彙整數據）參考（包括但不限於）中華人民共和國國家發展和改革委員會發佈的《食品、煙草及酒、飲料和精製茶企業溫室氣體排放核算方法與報告指南》、中華人民共和國國內貿易行業標準《飯店業碳排放管理規範》、《工業其他行業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南》及國際標準ISO14064-1進行，以確保環境關鍵績效指標資料的準確性。

7.2 報告編制基準及原則

集團在編製本報告時嚴格遵守香港聯交所ESG報告指引中載列的四項報告原則：

報告原則	重要性	量化	平衡	一致性
原則要求	當董事會釐定有關環境、社會及管治會對投資者及其他持份者產生重要影響時，發行人就應作出匯報。	有關歷史數據的關鍵績效指標須可予以計量。發行人應訂下減少個別影響的目標（實際數字、方向性或前瞻性的聲明）。	ESG報告應當不偏不倚地呈報發行人的表現，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。	發行人應使用一致的披露統計方法，令環境、社會及管治數據日後可作有意義的比較。
報告應用	- 董事會按既定的管理架構及流程評估，根據業務方向及管理策略梳理出各項ESG關鍵議題，作為與持份者溝通之基礎。 - 本集團已識別有關我們營運的ESG關鍵議題並與重要之內外持份者進行網上問卷調查，詳情及結果請參考本報告2.2部份「持份者溝通」。	ESG工作小組負責向各業務後勤部門以指定表格有系統地收集報告所需數據，在進行檢視後提交專業顧問公司（香港生產力促進局）根據中國及國際認可的指引／標準進行碳排放核算。 在適用情況下，本集團在本報告中會加入可量化目標並披露有關計算方式。	本報告會客觀及持平地呈報集團於報告年度內的表現，並交專業顧問公司進行審閱，展示成就及有待改善的範疇，避免對讀者造成任何可能的誤導。	本集團使用一致的報告披露方式及統計方法，以便進行比較分析及持續檢視本集團的可持續發展狀況。

8. ESG指標索引

一般披露及關鍵績效指標

頁數

A. 環境

層面A1：排放物

一般披露	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： (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。	17-27
指標A1.1	排放物種類及相關排放數據	21
指標A1.2	直接（範圍1）和能源間接（範圍2）溫室氣體排放量（以噸計算），及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）	21
指標A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）	24
指標A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）	24
指標A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟	20-21
指標A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟	24-25

8. ESG指標索引

一般披露及關鍵績效指標

頁數

A. 環境

層面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	22
指標A2.1	按類型劃分的直接及/或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）	21
指標A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）	22
指標A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟	22
指標A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟	22
指標A2.5	製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位占量	25

層面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	17-19
指標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	19-27

8. ESG指標索引

一般披露及關鍵績效指標

頁數

A. 環境

層面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	18
指標A4.1	描述已影響及可能對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動	18-19

B. 社會

層面B1：僱傭

一般披露	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： (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	39
指標B1.1	按性別、僱傭類型（如全職或兼職）、年齡組別及地區劃分的僱員總數	38
指標B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	38

8. ESG指標索引

一般披露及關鍵績效指標

頁數

B. 社會

層面B2：健康與安全

一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (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	33
------	--	----

指標B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率	33
--------	--------------------------	----

指標B2.2	因工傷損失工作日數	33
--------	-----------	----

指標B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行的監察方法	33
--------	-----------------------------	----

層面B3：發展及培訓

一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動	26, 33, 40
------	------------------------------	------------

指標B3.1	按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層）劃分的受訓僱員百分比	40
--------	----------------------------------	----

指標B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數	40
--------	--------------------------	----

8. ESG指標索引

一般披露及關鍵績效指標

頁數

B. 社會

層面B4：勞工準則

一般披露	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	39
------	---	----

指標B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工	39
--------	-----------------------	----

指標B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟	39
--------	------------------------	----

層面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	30
------	-----------------	----

指標B5.1	按地區劃分的供應商數目	31
--------	-------------	----

指標B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及相關執行及監察方法	30
--------	---	----

指標B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法	30
--------	--------------------------------------	----

指標B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法	25, 30
--------	-------------------------------------	--------



8. ESG指標索引

一般披露及關鍵績效指標

頁數

B. 社會

層面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	32, 34
指標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	31, 34
指標B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法	34
指標B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例	35
指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序	31, 34
指標B6.5	描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法	35

8. ESG指標索引

一般披露及關鍵績效指標

頁數

B. 社會

層面B7：反貪污

一般披露	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	36
指標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	36
指標B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法	36
指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓	36

層面B8：社區投資

一般披露	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	41-50
指標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）	41-50
指標B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）	41-50



感謝 及 意見

感謝您閱讀《唐宮環境、社會及管治報告》，為使本報告內容更臻完善並為各持份者提供更有價值訊息，並提升唐宮履行企業社會責任的水平，我們歡迎您透過電郵或郵寄方式對本報告內容提出意見。

我們地址為：香港九龍尖沙咀科學館道一號康宏廣場南座10樓1003室，
電郵：report@tanggong.cn

報告獲取

電子版可在本公司網站（<http://www.tanggong.cn>）及聯交所網站（<http://www.hkexnews.hk>）查閱。
本報告以中英文兩種文字出版，在對兩種文本理解發生歧義時，請以中文文本為準。



唐宮(中國)控股有限公司
TANG PALACE (CHINA) HOLDINGS LIMITED

(Incorporated in the Cayman Islands with limited liability)
(於開曼群島註冊成立的有限公司)

Stock Code 股份代號 : 1181





www.tanggong.cn