



Environmental, Social and Governance Report
環境、社會及管治報告

2024

真心製造 自然流露

NATURALLY MADE WHOLEHEARTEDLY GOOD





目錄

二零二四年重點一覽	2
關於鴻福堂	4
獎項及嘉許	5
關於本報告	7
董事會聲明	9
願景及使命聲明	10
我們的可持續發展方針	11
我們的營運	22
我們的員工	28
我們的環境	36
我們的社區	47
績效總覽	51
內容索引	55



二零二四年重點一覽

我們的營運

- 我們於二零二四年接獲 **0** 宗有關顧客私隱及知識產權的投訴



- 65.9%** 的
鴻福堂鮮製飲品為低糖或無糖成份，
而 **22.1%** 的食品為低鈉成份



- 222** 名主要供應商



我們的員工

- 773** 名僱員 —
605 名香港僱員，**168** 名中國內地僱員



- 培訓時數 **5,215.5** 小時，
共有 **716** 名僱員參與培訓



- 培訓了 **93%** 僱員，
每名僱員平均受訓 **7.3** 小時



我們的環境

- 產生了 **7,866** 公噸 二氧化碳當量溫室氣體排放，溫室氣體密度為 **0.013** 公噸 二氧化碳當量／1,000港元收益

- 溫室氣體排放減少 **20.2%**



- 電力消耗為 **17,077** 兆瓦時，減少 **47.7%**

- 已回收 **316.0** 公噸 廚餘，

減少 **163.4** 公噸 二氧化碳當量溫室氣體排放



我們的社區

- 貢獻 **126** 個小時的社區服務



- 支持超過 **146** 個社區項目及 **138** 間機構



- 贊助價值超過 **150萬港元** 的現金、套券及產品



關於鴻福堂

鴻福堂集團控股有限公司（「鴻福堂」或「本公司」）及其附屬公司（統稱為「本集團」或「我們」）主要以「鴻福堂」品牌從事各式草本及非草本產品的生產及銷售。鴻福堂於一九八六年成立，於二零一四年在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市（股份代號：1446）。屹立市場超過35年，我們一直提倡健康理念，由一間傳統中式涼茶店蛻變成現代餐飲企業。我們更於二零二一年推出揉合中西飲食文化的café概念店「HFT Life」。

本集團在香港及中國內地自設廠房，生產各款產品。我們的大埔廠房主要生產於香港鴻福堂零售店銷售的產品，而位於廣東省開平市的生產廠房則以滿足香港、中國內地及其他市場對各類產品的需求。本集團透過零售及批發兩大主要渠道銷售產品。

於二零二四年，鴻福堂的零售業務仍為本集團最大收益來源，佔本集團總收益約76%。現時本集團在香港經營超過100間零售店，按零售網絡規模計算，本集團仍然是香港最大的中式草本產品零售商。為提升會員人數和忠誠度，我們實行各種推廣活動，截至二零二四年底，自家CLUB會員人數已突破1,400,000人。此外，我們於二零二一年推出網購平台「自家ON！」，提供多款鴻福堂獨家產品。

鴻福堂的批發業務主要銷售及分銷保鮮飲品及鮮製飲品，以香港、中國內地及海外市場的第三方零售商及分銷商為銷售對象。於中國內地（主要為廣東省），鴻福堂各款樽裝飲品於便利店、超市、百貨公司、雜貨店及電商平台有售。



獎項及嘉許

本集團在環保倡議、勞工慣例、提升顧客體驗及社區投資方面的努力備受肯定，於報告期內榮獲以下獎項：

環保及管治方面的表彰

- 香港綠色機構
環境運動委員會



- 綠色辦公室5+標誌及健康工作間標誌2024
世界綠色組織



- 低碳關懷星級標籤



- 低碳關懷ESG標籤（第三級）
低碳想創坊



- 2024年BDO環境、社會及管治大獎
「最佳ESG報告大獎－小市值企業」
BDO Hong Kong



- ESG約章

香港中華廠商聯合會及香港品牌發展局

人才發展方面的表彰

- 開心工作間－開心企業10年+
香港生產力促進局



- ERB人才企業嘉許計劃：Super人才企業
(2023-2024)
僱員再培訓局



- 運動友善計劃－嘉許企業
香港中華基督教青年會



- 《企業「一」起動》嘉許計劃2023-2025
凝動香港體育基金



品牌管理及顧客服務方面的表彰

- **2024香港名牌**

香港品牌發展局及香港中華廠商聯合會



香港卓越名牌

- **香港Q嘜優質服務計劃**

香港工業總會



香港Q嘜優質服務計劃

- **GS1「貼心企業嘉許計劃」十年+賞**

香港貨品編碼協會



- **2024健康同行夥伴大獎 — 傑出現代健康概念中式草本產品企業**

經濟通有限公司



2024健康同行夥伴大獎
Health Partnership Awards 2024

- **百佳超卓品牌大賞2023 — 星級超市品牌（健康飲品）**

百佳超級市場



社區投資方面的表彰

- **15年Plus「商界展關懷」標誌2006-2024**

香港社會服務聯會



- **社會資本動力標誌獎2022-2024**

民政及青年事務局 — 社會投資共享基金



Social Capital Builder
社會資本動力獎

- **2023/2024年度公益優異獎**

香港公益金



關於本報告

此乃鴻福堂發表的環境、社會及管治（「ESG」）報告（「本報告」）。透過披露本集團在ESG方面的政策、措施及表現，本報告讓持份者可更加了解本集團在可持續發展議題上的進展和發展方向。本報告備有中文及英文版本，並已上載至聯交所網站及本公司網站(www.hungfooktongholdings.com)。

報告範圍

本報告詳述鴻福堂核心業務（零售及批發）的營運情況，該等業務乃本集團於二零二四年的全部收益來源。本報告涵蓋本集團由二零二四年一月一日至二零二四年十二月三十一日之財政年度（「二零二四年」或「本報告年度」）。

報告範圍涵蓋香港零售店（「香港零售店」）、香港辦公室及廠房（分別稱為「香港辦公室」及「香港廠房」）以及於廣東省開平市的辦公室及廠房（分別稱為「開平辦公室」及「開平廠房」）在營運方面的ESG績效。與上一報告年度相比，報告範圍及界定並無重大變動。

報告準則

本報告根據聯交所證券上市規則（「上市規則」）附錄C2所載環境、社會及管治報告指引（「ESG報告指引」）編製。本報告以重要性、量化、平衡及一致性此四個匯報原則為編製基礎。

匯報原則：

重要性	在識別重大的ESG議題的整個過程中，本集團透過管理層訪談、持份者問卷及焦點小組等方式了解持份者的意見。重大議題已由董事會（「董事會」）任命的ESG指導委員會核實。更多詳情請參閱「持份者參與」一節。
量化	本集團的環境及社會關鍵績效指標（「KPI」）的資料來自相關部門的統計數據。此外，為確保環境KPI的準確性，本集團已委託專業顧問公司參考本地及國際指引進行碳評估。 披露量化資料時，已隨附說明，解釋所用標準、方法、假設及／或計算工具。
平衡	本集團致力秉持公正的匯報原則。本集團不僅匯報其取得的成就，亦匯報其面對的挑戰以及本集團的回應。
一致性	本集團採用與過往年度相同的方式編製本報告，確保以一致的方法，將ESG數據與過往數據比較。



確認及批核

本集團已制定內部監控及正式審閱程序，以確保本報告所呈列的所有資料盡可能準確可靠。本公司董事會對有關計量及KPI的設定和披露負有整體責任。為確保本報告涵蓋對本集團屬重要的環境及社會議題，本報告已由ESG指導委員會審閱及確認，並獲董事會於二零二五年四月二十九日批核。

反饋機制

持份者的回饋和建議對於幫助本集團制定更詳盡及全面的可持續發展策略具有重要意義。如閣下對本報告的內容或形式有任何疑問或建議，歡迎透過以下渠道與本公司聯絡：

地址：香港新界大埔工業邨大景街11號
電郵：enquiry@hungfooktong.com.hk
電話：(852)3651 2000
傳真：(852)3651 2265



董事會聲明

在鴻福堂，我們致力於促進健康並傳承草本傳統，這宗旨已成為我們三十多年來的核心指導原則。我們能夠持續貫徹這宗旨，有賴我們清晰的願景和使命，使我們能夠以更廣闊的視角推動可持續發展。於二零二四年，我們制定了與我們的願景和使命相一致的專門可持續發展策略框架，以推動實現本集團的可持續發展的目的和目標。這一綜合框架借鑒了多年來的重要倡議並融入最新的可持續發展標準，專注於四大核心範疇：營運、員工、環境及社區。這些範疇涵蓋了我們行業內的關鍵領域，並提供建設性的方法，將可持續理念融入我們業務各個層面。

我們深信協同合作和以人為本方針的變革力量。因此，我們致力開發更健康的產品選擇、與有關團體合作以減少食物浪費，並支持各類慈善活動以惠澤社群。我們優先關注員工福祉，並提倡營養飲食選擇，致力提升個人和社區整體的生活質素。

有效管理重大可持續發展議題

如本集團的ESG管理方針所詳述，鴻福堂識別及管理對本集團有重大影響的相關可持續發展風險。

舉例而言，氣候變化是我們環境議程中的首要事項。為配合本地及國家的氣候行動計劃，我們在營運中實施能源效益措施、採用可再生能源、優化物流規劃、減少包裝以及在可持續性的考量下進行負責任的採購，務求將整個價值鏈中的碳排放減至最低。鴻福堂深明市場對供應鏈範圍3

碳排放計算和分析的期望。鴻福堂已開始篩選範圍3的主要類別並識別排放熱點。因此，我們已與供應商進行合作和溝通，收集他們的排放數據以準備進行範圍3計算。除堅定不移地致力營造可持續發展的環境外，我們貫徹始終致力促進員工福祉。在充滿挑戰的時刻，我們與員工站在同一陣線，為他們提供支援，並為他們提供包容和多元的工作環境，以及平等的發展和晉升機會。在鴻福堂，我們相信營造一個支持和賦能的環境，不僅對員工有益，而且有助促進整個企業的福祉和茁壯成長。

我們以員工的健康及安全為先，致力維持一個理想的工作場所，並且留住優秀人才。同時，培訓及發展計劃對於激勵和協調團隊成員實現共同目標發揮關鍵作用，確保鴻福堂為未來的發展做好充分準備。透過投放資源發展人才，我們為員工裝備必要的技能及知識，幫助他們可發揮所長，為公司的長遠成功作出貢獻。

目的和目標

在可持續發展策略框架的四大核心範疇中，我們在量化及定性目標方面取得穩步進展。我們始終致力將可持續發展理念融入我們營運的各個方面，確保為投資者及持份者創造持久價值。



願景及使命聲明

我們的願景

我們的願景是成為可持續的領先飲食生產行業，推廣健康生活方式，提升社會大眾的福祉。

我們的使命

我們的使命是運用我們的行業專業知識和實力，為企業可持續發展創造長遠價值。我們致力於保留正宗的草本傳統，同時以現代化和創新的方式，為顧客生產健康的優質食品及飲品。作為零售商和生產商，鴻福堂在生產及經營業務時努力保護資源，為未來一代享有可持續的環境作出貢獻。

我們深信，促進個人福祉對於社會繁榮穩定至關重要。我們堅持這信念，關愛我們的員工，並推出更多有益健康的餐飲選擇，以提升社會生活質素。

我們的核心價值

我們的核心價值是努力實現可持續發展願景，邁向積極美好的未來。

• 秉持傳統的經營

以正宗而創新的方式保留傳統

• 可持續的環境

為下一代保護資源

• 關愛社群

關心社會大眾的福祉

• 健康的社區

促進健康和生活質素





我們的可持續發展方針

可持續發展管治

鴻福堂在可持續發展的成功建基於健全的管治。於二零二四年，本集團嚴格遵循ESG政策，維持高水平的透明度、問責性、責任及公平性。該政策著重展示鴻福堂對環保表現、甄選供應商、企業社會責任、營運原則及企業管治的承擔。

ESG管理方針	
環境 • 能源效益 • 環保 • 減少碳排放	供應商、客戶及公眾 • 公平貿易 • 食物安全 • 質量監控
企業社會責任 僱員 • 安全及健康的工作環境 • 人權 • 人才發展	社區參與 • 對社會的影響力 • 了解並回應弱勢社群的需要 • 生活質素及福祉
營運原則 • 合規營運 • 道德營運	企業管治 • 透明 • 負責任

本集團意識到，成功實施ESG管理方針需要各個層面的協同合作。在最高決策層面，董事會對可持續發展的管理承接全部責任，包括制定策略方向、識別、優先處理和解決重大可持續發展議題。在董事會的監督下，我們的ESG指導委員會負責執行可持續發展策略，並追蹤本集團在達成既定目標及目的方面的表現。委員會已審閱二零二三年ESG報告，並討論了進度及目標、環保表現及持份者的回饋。此外，我們的審核委員會負責監察本公司的綜合風險管理框架，包括ESG相關風險。鴻福堂定期評估其ESG表現及進度，並將評估結果呈報予董事會審核。



董事會層面

董事會

- 監督整體ESG管理，以確保其符合國際及本地法規
- 為本集團確立策略性ESG管理方針

委員會

ESG指導委員會

- 評估及監察本集團的ESG績效
- 審閱ESG目標及目的之進展及成效
- 審閱及評定對本集團屬重要的ESG風險
- 向董事會匯報ESG議題

審核委員會

- 審閱及批准內部審核計劃
- 審閱由本集團委聘的獨立內部監控顧問所編製的審核報告
- 檢討風險管理（包括ESG風險）及內部監控系統
- 監督本集團的企業管治職能，包括審閱有關政策及慣例，確保符合法律及監管規定



工作小組

ESG工作小組

- 確保各個營運部門及地區之間緊密溝通，將可持續發展概念融入日常營運
- 輔助ESG指導委員會執行政策及行動計劃



可持續發展策略

為實現鴻福堂的願景，我們已融合了一套全面的可持續發展策略框架，這一框架影響著我們業務決策的各個層面，它作為我們的指導原則，推動我們改善消費者及社區的生活和福祉。配合我們的可持續發展使命聲明，鴻福堂的可持續發展框架建基於四大核心範疇。該等核心範疇涵蓋18個重點領域，整體上界定了我們於二零二四年銳意實現的可持續發展目標及指標。



為配合可持續發展策略並有效監測可持續發展績效，董事會已制定並承諾11項中短期可持續發展相關目的及目標，要求本集團於二零二五年及二零三零年實現，涵蓋我們的可持續發展重點領域。該等目標代表著本集團實現其長遠願景之關鍵一步，向成為更可持續發展的企業邁進。透過採納S.M.A.R.T.目標制定法¹，鴻福堂的高級管理層已評估行業歷史趨勢、同業公司基準及關鍵產業洞見，以確保該等目標的實用性和有效性。此外，該等目的及目標是根據全面重要性評估的結果而制定。我們的目的及目標的詳細概覽載列如下：



¹ S.M.A.R.T方法指具體、可量度、可實現、相關和有時限的目標制定法。

	二零二四年進展	二零二五年目標	二零三零年目標
營運			
營養及健康	低糖或無糖成份的鮮製飲品比例由63%提升至 66% ，而低鈉成份的食品比例維持於 22%	低糖或無糖成份的鮮製飲品比例及低鈉成份的食品比例分別提升至 70% 及 25%	低糖或無糖成份的鮮製飲品比例及低鈉成份的食品比例分別提升至 80% 及 30%
負責任生產及市場推廣	研究並準備在鴻福堂產品包裝正面展示營養標籤	10% 的鴻福堂產品在包裝正面展示營養標籤	50% 的鴻福堂產品在包裝正面展示營養標籤
可持續材料採購	100% 的直接及新供應商已採納鴻福堂的供應商責任原則	97% 的直接及新供應商已採納鴻福堂的供應商責任原則	99% 的直接及新供應商已採納鴻福堂的供應商責任原則
環境			
排放	與二零一九年基線相比，碳排放密度（公噸二氧化碳當量／1,000港元收益）減少 31.6%	與二零一九年基線相比，碳排放密度（公噸二氧化碳當量／1,000港元收益）減少 35%	與二零一九年基線相比，碳排放密度（公噸二氧化碳當量／1,000港元收益）減少 40%
能源效益	與二零一九年基線相比，能源密度（兆瓦時／1,000港元收益）減少 39.1%	與二零一九年基線相比，能源密度（兆瓦時／1,000港元收益）減少 18%	與二零一九年基線相比，能源密度（兆瓦時／1,000港元收益）減少 28%
廢物管理	無害廢棄物的廢物轉化率 ² 為 100%	無害廢棄物的廢物轉化率為 75%	無害廢棄物的廢物轉化率為 80%
可循環再用的包裝物料	rPET的應用率維持於 7%	rPET作為包裝物料的應用率為 20%	rPET作為包裝物料的應用率為 50%
用水效益	與二零一九年基線相比，耗水量密度（立方米／1,000港元收益）增加 7.1%	與二零一九年基線相比，耗水量密度（立方米／1,000港元收益）減少 20%	與二零一九年基線相比，耗水量密度（立方米／1,000港元收益）減少 30%
員工			
健康與安全	- 維持零死亡率 - 與二零二零年基線相比，工傷率減少51%	- 維持零死亡率 - 與二零二零年基線相比，工傷率減少74%	- 維持零死亡率 - 與二零二零年基線相比，工傷率減少78%
多元、平等及共融	- 董事會有5名男性及1名女性成員，分別佔董事會成員總數83%及17% 72%的員工為女性	- 跟進同業公司的進展，進一步加強董事會多元化 - 單一性別不應佔董事會成員總數的90%或以上	- 維持中層以上的管理階層性別平等，男女比例不會超過70% - 單一性別不應佔董事會成員總數的90%或以上
社區			
社區投資	- 透過贊助產品、套券及現金，向社區捐贈／投資約150萬港元 - 支持146個社區項目及組織 - 根據稅務條例第S88條成立獲認可的慈善團體／公司	- 透過贊助產品、套券及現金，向社區捐贈／投資220萬港元 - 支持最少170個社區項目及組織 - 根據稅務條例第S88條成立獲認可的慈善團體／公司	- 透過贊助產品、套券及現金，向社區捐贈／投資250萬港元 - 支持最少200個社區項目及組織

² 廢物轉化率適用於香港辦公室及香港廠房

可持續發展風險管理

鴻福堂已實施全面的ESG風險管理架構。本集團已制定一系列風險管理政策及程序，並已正式匯編成文件和納入本集團的營運指南。ESG指導委員會及審核委員會協助董事會監察和應對相關風險。

每個營運部門的任務是識別及分析與其職能相關的ESG風險、制訂風險減緩計劃、評估這些措施的有效性並匯報風險管理工作的進展。內部審核部門在獨立的內部監控顧問公司的協助下，在風險管理及企業管治相關事務中扮演協調和諮詢角色，而審核委員會以至董事會最終確保本集團風險管理政策及措施的有效執行。

- 1 識別對本集團造成影響的潛在可持續發展風險
- 2 評估潛在可持續發展風險發生的可能性及對本集團的影響
- 3 確認屬重大的可持續發展風險
- 4 實施風險管理措施
- 5 監察及檢視管理措施的成效

本集團深知有效的風險管理系統可令本集團更靈活應對可持續發展風險，因此已識別的可持續發展風險已納入本集團的風險管理清單。



為確保透徹了解經營環境並提高應對能力，本集團已就最優先處理的可持續發展風險，確定了下列詳述的潛在風險、其潛在影響以及相應的緩解措施：

選用包裝物料的風險

對鴻福堂帶來的風險：

隨著公眾對環保的意識提高，顧客更在意我們產品選用的包裝物料，並因而影響消費決定。

香港政府現正積極籌備推行「塑膠飲料容器及紙包飲品盒生產者責任計劃」(簡稱「PRS」)，並正在草擬所需的立法建議。當產品環保責任(修訂)條例草案通過後，政府將向立法會提交「塑膠飲料容器及紙包飲品盒生產者責任計劃」的附屬法例，目標是最早於二零二六年實施該計劃。

鴻福堂的回應：

- 自二零二二年起已採用回收的包裝物膠(rPET，回收的聚對苯二甲酸乙二醇酯)生產部份飲品膠樽。
- 積極探討減少使用即棄塑膠餐具。自二零二三年一月一日起，鴻福堂在香港全線鴻福堂分店及HFT Life分店逐步取締塑膠餐具，轉用紙製或木製的餐具，包括紙湯杯、紙餐盒、木匙羹、木叉及小竹叉等。
- 探討減少使用PET物料的可能性。



氣候風險

對鴻福堂帶來的風險：

實質氣候風險對我們的零售業務構成重大挑戰，包括因水災、颱風及酷熱等現象更頻繁出現而導致的供應和庫存中斷。

過渡風險亦令人擔憂，特別是與低碳經濟轉型相關的風險。有關風險包括當局加強監管以減輕氣候變化的影響，例如實施排放限制、碳定價或徵稅。此外，科技進步和顧客較傾向購買低碳產品亦可能導致需求及供應發生變化。

鴻福堂的回應：

- 我們遵循本集團的氣候變化政策經營業務。該政策涵蓋有關氣候相關議題管治、緩解、適應、韌性及披露。有關我們應對氣候變化的詳情，請參閱「應對氣候變化」一節。
- 鴻福堂已設定有關減少排放及耗水密度的中短期目標。





持份者參與

面對瞬息萬變的市場環境及不斷變化的持份者期望，我們致力透過識別風險及機遇、平衡和照顧持份者利益以及做出明智的決策，將自己定位為一家高瞻遠矚的企業。本集團認識到持份者參與的重要性，可讓本集團緊貼市場趨勢和發展並滿足持份者不斷變化的期望。每位顧客、僱員、供應商、合作夥伴及股東都是我們成功的關鍵，並可推動我們不斷改善環境、社會及管治(ESG)績效。

為確保全面了解社區的需求，鴻福堂積極收集並考慮來自不同界別的反饋，包括來自內部持份者（如管理團隊及員工）以及外部持份者（如顧客及供應商）的意見。



僱員

本集團為僱員提供各類培訓計劃及團隊訓練活動。於本報告年度，本集團透過舉行焦點小組以收集不同部門僱員對本集團可持續發展策略的反饋。



客戶

本集團透過「自家CLUB」會員計劃與尊貴客戶溝通。本集團透過電子通訊及鴻福堂手機應用程式（「鴻福堂APP」）向自家CLUB會員發放最新消息。

客戶可透過客戶服務熱線、電郵、公司網站及社交平台提出反饋及意見。



供應商及業務夥伴

本集團透過實地視察及積極溝通，與供應商及業務夥伴保持緊密聯繫。



社區

本集團透過參與各類慈善活動、贊助、捐款及義工服務，與社區（包括非政府組織及受惠對象）聯繫和提供支援。



股東及投資者

本集團透過股東週年大會與股東溝通。本集團透過公司網站、媒體訪問及電郵通訊令投資者及股東得知本集團的最新消息及業績公告。

與往年一樣，我們舉辦了持份者焦點小組，以求集思廣益。所收集到的反饋按相關程度、重要性及緊急性分先後次序處理。持份者意見反饋的重點及本集團的回應如下：



本集團回應

持份者意見反饋

持份者建議在塑膠包裝中使用更多rPET物料，以提倡可循環再用的包裝。

- 鴻福堂正積極尋找更多環保包裝物料。自二零二二年起，本公司已開始採用回收的包裝物料 (rPET)，用以生產部份飲品樽，並計劃探討往後提升含rPET的包裝物料比例。



持份者建議增加人手，處理在社交媒體收到的回饋及投訴。

- 鴻福堂一直檢討人力資源安排，特別在公關及市場推廣方面。



持份者建議推出並向大眾推廣更多無糖及低糖飲品。

- 鴻福堂一直進行研究，開發更多無糖及低糖飲品。因應大眾越來越關注過度攝入糖分對健康的影響，鴻福堂於2024年擴大產品種類，推出三款全新無糖飲品。我們正計劃減少含糖份的產品，體現我們的企業承諾。
- 於二零二四年，我們以小學生為對象舉辦了無糖低糖飲食講座，引導學生思考過量攝取糖分對健康影響。在互動遊戲中，我們派發無糖飲品，以實際行動強化這些訊息。



持份者建議推廣ESG認知及企業文化。

- 鴻福堂積極與年輕一代互動，培養鴻福堂ESG理念及企業文化。
- 鴻福堂為大學畢業生及中學生舉辦分享會，強調將ESG原則融入營運、業務模式及行業發展。



重要性評估

根據上述活動的結果，本集團進行重要性評估，以識別關鍵可持續發展議題，並評估該等議題對持份者的重要性及本集團對環境及社會的影響。



識別

鴻福堂回顧過往年度的可持續發展的議題，並針對全球飲食業可持續發展趨勢、同業表現以及本地和國際報告標準，識別出20個與其營運相關的可持續發展議題。

01



參與

我們透過網上問卷、管理層訪談及焦點小組，向持份者收集反饋。在參與過程中，我們鼓勵持份者就已識別的可持續發展議題發表意見，並審視每項議題對鴻福堂的重要性。於二零二四年，鴻福堂收到252份有效問卷反饋。

02

04

驗證

ESG指導委員會及董事會審閱及批核重要性評估的結果及結論。



03

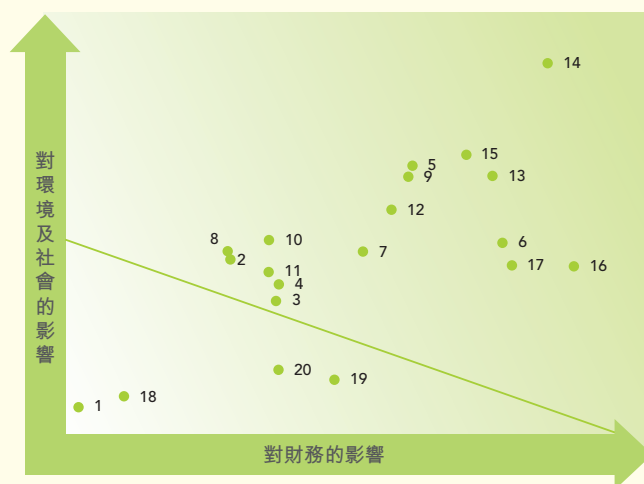
按優先排序

在完成上述持份者參與過程後，於二零二四年，有16個可持續發展議題被認為屬重要。



重要性矩陣圖

重要性矩陣圖突顯對財務影響和對環境及社會的影響具有重要意義的關鍵可持續發展議題。鴻福堂在我們整個價值鏈中認真管理該等議題。產品質素及銷售服務責任管理是我們的首要任務，我們努力確保產品符合最高的品質標準並提供令人滿意的服務，以達到持份者的期望。



所識別的20個可持續發展議題在下表按4個重點範疇分類排列。16個屬於重要的可持續發展議題在下表以藍色標示：

重點範疇	索引編號	可持續發展議題	重要議題
我們的環境	1	廢氣及溫室氣體排放管理	
	2	廢棄物管理	✓
	3	能源效益	✓
	4	用水管理	✓
	5	有效使用包裝資源	✓
	6	氣候變化	✓
我們的員工	7	全面的僱傭管理系統	✓
	8	勞工權益	✓
	9	健康及安全的工作場所	✓
	10	僱員福利及福祉	✓
	11	培訓及發展	✓
我們的營運	12	供應鏈管理	✓
	13	產品質量及銷售服務責任管理	✓
	14	客戶健康及安全保障	✓
	15	問題產品回收	✓
	16	客戶投訴處理及應對機制	✓
	17	客戶及業務夥伴的權益保障	✓
我們的社區	18	反貪污	
	19	考慮社區的需要及利益	
	20	社區投資	



除了本集團對環境及社會的影響，鴻福堂亦就本集團可作出貢獻的範疇向持份者收集反饋：

可持續發展議題	鴻福堂可如何作出貢獻
包裝及塑膠污染	為配合香港政府管制一次性塑膠餐具的法例，鴻福堂已積極尋找餐具替代品，並致力研究可循環再用的包裝方案。為鼓勵顧客改變習慣，自家CLUB會員甚至可透過自備容器賺取額外積分。鴻福堂亦與合作夥伴舉辦回收計劃，並持續取得進展。
衛生環境	鴻福堂從生產到銷售始終重視衛生。我們定期檢查工作間及店舖環境，並為員工舉辦培訓，以提高他們的衛生意識。
合乎道德的銷售慣例	鴻福堂深知提倡合乎道德的銷售慣例的重要性，並致力為前線員工提供更多相關培訓。透過培訓，使員工加深對顧客的了解，從而提供適切和合適的產品及服務。

法律合規

遵守所有適用的法律法規為鴻福堂日常營運的基礎。本集團已建立管理內部監控及業務風險管理程序的框架。通過有效管理相關政策及措施，我們盡量減低因不合規而導致的執法、罰款、刑罰及訴訟等後果的風險。於報告年度，並無發生對鴻福堂營運產生重大影響的相關法律法規的違規事件。

下表列出對鴻福堂營運有重大影響的法律法規，並按範疇分類：

層面	對本集團營運而言屬重要的相關法律法規
排放	《空氣污染管制條例》(第311章) 《廢物處置條例》(第354章) 《產品環保責任條例》(第603章) 《環境影響評估條例》(第499章) 《有毒化學品管制條例》(第595章) 《噪音管制條例》(第400章) 《中華人民共和國環境保護法》
僱傭及勞工準則	《僱傭條例》(第57章) 《僱員補償條例》(第282章) 《中華人民共和國勞動法》 《中華人民共和國禁止使用童工規定》
健康及安全	《職業安全及健康條例》(第509章) 《僱員補償條例》(第282章)
產品責任	《個人資料(私隱)條例》(第486章) 《商品說明條例》(第362章) 《不良廣告(醫藥)條例》(第231章) 《中華人民共和國知識產權海關保護條例》 《GB7718-2011預包裝食品標籤通則》 《GB28050-2011預包裝食品營養標籤通則》 《中華人民共和國廣告法》 《中華人民共和國消費者權益保護法》
反貪污	《打擊洗錢及恐怖分子資金籌集條例》(第615章) 《防止賄賂條例》(第201章) 《中華人民共和國反不正當競爭法》

我們的營運

根據鴻福堂的長遠願景，我們利用我們的行業專業知識和能力，為企業可持續發展創造恆久價值。我們的目標是保留傳統草本養生之道，同時以現代化和創新的方式生產產品。我們決心踐行「真心製造，自然流露」的企業理念，保障產品安全及質量、維護顧客權益、恪守商業道德，並提升顧客的體驗。

保障產品安全及質量

作為負責任的製造商，鴻福堂一直將食品和飲品的質量及安全放在首位。從原料採購至包裝階段，我們團隊力求為顧客提供安全可靠的產品。

質量管理系統

我們位於香港及開平的廠房均嚴格遵守ISO 22000食品安全系統及危害分析和關鍵控制點（「HACCP」）等國際認可標準。我們的香港廠房亦獲得良好製造規範（「GMP」）認證。為確保我們的質量管理系統有效，食品安全委員會監督系統的執行、進行定期檢討並評估其成效。第三方進行的年度獨立審核驗證我們的系統，而品質管理部門實施嚴格的質量控制程序，包括對成品就質量及微生物含量進行隨機抽查。

食品安全及質量管理的主要角色	工作範圍
助理總經理（集團）	- 提供資源以執行食品安全政策並符合所有法例規定。 - 確保所有員工接受有關食品安全責任的充足指引、通知和培訓。 - 經營業務時完全遵守食品安全條例。 - 制定食品安全政策。 - 協調食品安全部門，制訂食品安全目標。 - 委任食品安全團隊成員和主管。 - 負責廠房營運、人事及文書管理。 - 協調公司的人力資源部門及培訓部門，以處理廠房員工招聘及培訓安排。
食品安全委員會主席	- 確保系統的制定、執行、維護和更新。 - 管理和組織食品安全團隊的工作。 - 確保食品安全團隊得到適當培訓並能夠勝任。 - 向最高管理層匯報系統的成效及適用性。 - 與立法及執法部門溝通。 - 負責處理食品安全事宜。 - 管理ISO 22000系統營運中的生產與資訊系統。
品質管理經理	- 建立和改善質量控制系統。 - 處理有關質量控制的投訴。 - 批准原材料及包裝物料的驗收，並安排收集測試樣本。 - 批准質量控制記錄及清單。 - 計劃衛生或質量控制培訓。 - 安排原材料及產品的測試。 - 確保加工廠的產品、工序、新產品發佈及管理系統符合標準及法例規定。 - 檢討和跟進管理審查的回饋及行動。 - 管理ISO 22000文書。



鴻福堂重視對產品質量的承諾，已設定每月接獲少於10宗有關產品健康及安全的投訴的目標。我們於二零二四年共接獲21宗有關產品健康及安全的投訴，已成功達到目標。本集團於年內執行更嚴格措施，包括就定期監察和匯報生產質量提供更全面的指引，並改善產品溫度控制、運輸及倉儲環境。

指標	目標	二零二二年	二零二三年	二零二四年
平均每月接獲有關產品健康及安全的投訴宗數	< 10宗	1.92宗	0.75宗	1.75宗 (達標)

產品回收

零售產品的回收程序

根據本集團零售營運手冊，我們已實施用以監察所有商品的完善追蹤系統。手冊亦列明具體的措施及指引，以確保從採購、生產、分銷及零售階段均符合食品安全規定。此外，本集團已設立「不合格產品的控制程序」，載列有關檢查、標示、分隔、處理及記錄未能符合客戶期望的產品的程序：

1. 識別

當供應鏈發現任何食品安全問題的潛在源頭時，會通知危機管理小組。

2. 調查

危機管理小組會展開調查，以確定食物安全問題的成因及對其產品的影響。

3. 回收

一旦確認需回收產品，危機管理小組將會啟動程序，全面停止零售店及市場上分銷及銷售有關產品。

4. 記錄

記錄案例以進行評估及提出改善方案。

批發產品的回收程序

至於香港及中國內地的批發產品，本集團已實施嚴格的產品回收程序。若收到客戶投訴或第三方零售商或分銷商的回饋意見，本集團會就有關產品進行廠房核查及質量檢測。若發現產品可能危害公眾健康，鴻福堂會將該產品全面下架。

於本報告年度，概無零售或批發產品因健康及安全問題而須回收。

保障客戶權益

客戶私隱及知識產權

隨著自家CLUB會員人數繼續增長，本集團仍致力保護客戶私隱，以維持商業誠信。本集團已制定全面的私隱政策，清晰列明收集、使用、儲存和保護客戶資料的方法。政策包括所收集的資料種類、處理資料的目的、保留資料期限以及為保護資料而實施的保安措施之詳情。鴻福堂亦會在收集和處理個人資料前先徵求有關人士同意。本集團提供有關資料處理慣例的具透明度資訊，包括有否涉及第三方，並讓個別人士選擇參與或退出特定的數據收集及處理活動。此外，本集團實施嚴謹的資料安全措施，保護消費者資料免於未經授權存取、遺失或竊盜。有關措施包括使用加密、存取控制、定期安全評估以及就最佳資料保護慣例舉辦全面員工培訓。鴻福堂以保留最少資料和用途受限為原則，確保僅收集和保留特定目的所需的必要個人資料，並保證資料的使用不會超出同意的用途，且保留的時間不會超過必要的期限。

本集團亦積極採取措施以保護知識產權。於二零二四年，我們已更新員工手冊內的電腦安全守則。員工僅可使用合法且獲得適當授權的軟件，以確保遵守軟件版權。鴻福堂購買正版軟件並遵守軟件供應商設定的授權條款和使用限制，避免使用未經授權或被破解的軟件。本集團嚴格禁止軟件盜版，絕不容許複製、分發或使用未經授權的軟件。鴻福堂尊重網站及數碼內容的原創性，嚴格遵守有關的版權法規，而未經適當許可，本集團不會未經授權下載、複製、分發或修改內容。本集團遵循網站的使用條款及版權聲明，表示對內容創作者權利的尊重。僱員亦須遵循守則，在辦公室以外地方存取公司資料前必須以VPN登入。

負責任的市場推廣及產品標籤

我們透過一套標準化程序，確保市場推廣、宣傳及產品標籤真實和準確無誤。該等程序旨在確保我們的市場推廣策略及宣傳材料能有效傳達有關我們產品的準確信息。市場推廣部門謹慎選擇信譽良好的媒體渠道並檢視市場推廣信息，以確保與本公司的核心價值一致。此外，我們的產品標籤提供精確可靠的資料，包括有關過敏原、安全食用建議及保質期等詳細資料。我們產品標籤的設計易於理解，能夠清晰和全面反映產品信息。產品標籤上的營養內容均由獨立專業人士遵照食品安全及質量的標準程序制定及核實。此外，鴻福堂積極支持自願性「預先包裝食品『鹽／糖』標籤計劃」。隨著本集團於二零二四年推出全新無糖涼茶系列後，現時有68.3%的鴻福堂飲品標明為「無添加糖」或「零卡路里及低卡路里」。

秉持商業準則

鴻福堂致力秉持商業誠信及企業道德的最高標準。我們的行為守則及員工手冊清晰列明本集團每名僱員及營運場所的預期業務行為標準及應遵守的所有適用法律法規。我們對欺詐、賄賂、不守信或濫用權力採取零容忍政策。

根據本地反貪污法例及條例，鴻福堂積極避免任何利益衝突，並要求所有董事及僱員都必須披露任何與職務構成衝突的事項。為促進與我們業務夥伴的公平和具透明度的關係，我們已制定有關處理供應商及業務夥伴的款待及禮品的清晰程序，並由本集團的採購行為守則提供指引。

舉報

本集團已制定舉報政策，詳列舉報潛在不當及非法行為的處理程序。我們積極鼓勵僱員提出有關嚴重問題的疑慮，包括欺詐、財務違規、賄賂或其他非法付款、歧視或騷擾、不遵守法律或監管義務、危及健康及安全的行為或蓄意隱瞞有關問題。所有根據舉報政策作出的舉報均會嚴格保密處理，而本集團禁止對忠誠舉報潛在違反守則的事項的人士進行任何形式的報復。本集團的審核委員會定期監察及檢討舉報政策，並負責監督調查程序。

反貪污培訓

為提升工作場所內對反貪污的認知水平及防止貪污事件，我們定期為員工舉辦反貪污培訓課程。該等培訓由廉政公署進行，旨在確保員工能充份認識潛在貪污風險，並了解如何有效化解有關風險。

於二零二四年，

接受反貪污培訓的僱員總數：

43名僱員

反貪污培訓總時數：

86小時

提供更有益健康的產品選擇

現今消費者已越來越注重作出明智的購買決定，同時亦越來越關注對過量攝取糖份和鹽份對健康的潛在影響。為回應不斷變化的消費者口味和關注，本集團積極擴大產品種類，提供更具多元化且滿足各種飲食需求和口味的產品。

多元化產品選擇

鴻福堂非常重視顧客回饋，並因應市場需求不斷改良我們的產品配方，以滿足顧客的需要。為努力達到顧客的期望，我們一直增加不同產品類別的產品選項，包括將無糖、低糖、低鈉、低卡路里和其他綠色產品納入我們的產品系列。

無糖、低糖或低鈉產品

無糖、低糖及低鈉產品乃根據「預先包裝食品『鹽／糖』標籤計劃」指定的定義來標籤。於二零一九年，本集團訂立目標，於三年內有50%的產品為低鈉或低糖成分。達到這目標後，本集團仍維持43.9%的鮮製飲品標明為「低糖」，而22.0%標明為「無糖」。此外，亦有22.1%的食品標明為「低鈉」。

為迎合顧客需要，我們於二零二四年推出6款全新飲品，當中包括3款「低糖或無糖」飲品。於本年度，我們承諾於二零二五年或之前將低糖或無糖成份的鮮製飲品比例提升至70%，以及將低鈉成份的食品比例提升至25%。



低熱量稀少糖產品

含稀少糖產品的熱量一般較使用傳統糖的產品為低。稀少糖飲品專為有糖分攝取限制的顧客（如糖尿病患者）而設計。鴻福堂提供一款低熱量稀少糖產品－花膠冰糖雪耳甘露飲品，以迎合此類顧客群的需要。



綠色、健康及養生產品

在鴻福堂，我們的首要任務是為顧客提供優質的健康及養生產品。我們的產品包括精心製作的產後坐月食品，例如自家老陳皮素薑醋。我們也推出至尊素食盆菜，這款盆菜採用新鮮優質食材烹調而成，以滿足素食消費者的需求。我們亦將傳統節慶食品融合注重健康的創新理念，推出陳皮豆沙蓮子百合棧水糰（低糖）及牛肝菌姬松茸素糰，作為端午節的應節食品。

推出產後坐月食療產品

產後媽媽常會出現身體虛弱及血瘀情況。事實上，他們需要先祛瘀才可以進補。因此，鴻福堂於二零二四年推出4款針對產後坐月婦女的产品，並向他們介紹現有產品，旨在促進他們身體復原，恢復健康。



提升顧客體驗

因應數碼科技的重要性與日俱增，鴻福堂一直積極探討透過網上及電子服務和渠道，以提升顧客體驗。「自家CLUB」會員計劃是本集團與顧客溝通的平台之一。截至二零二四年十二月三十一日，香港自家CLUB的登記會員人數已突破1,400,000人。

客戶服務

於二零二四年，鴻福堂接獲合共324宗有關質量、服務條款以及健康與安全的客戶投訴。該等投訴透過客戶服務熱線、電郵、WhatsApp短訊、網上表格及社交媒體等多種渠道提交，由客戶服務部負責記錄及處理。

所有投訴均會被仔細查核，並通知相關部門，以便展開適當行動或制定補救措施。相關部門按照既定程序迅速確認事件及回覆客戶。根據所報告事件的嚴重程度，鴻福堂盡力於兩個工作天內透過電郵或電話回應客戶的查詢。需要其他部門支援的個案，通常會於三至五個工作天內解決。

創新服務	已推出一系列服務以提升用家體驗，包括： 1. 為產後媽媽設立WhatsApp熱線及網頁，簡化查詢流程，並提供迅速且全面的回應。鴻福堂全線分店已委任產後食療大使，提供有關我們滋補產品的專家意見。 2. 提供具備NFC技術的電子e券，帶來「一拍即用，一掃即享」的便利，推動低糖或無糖飲品的折扣使用。 3. 部分包裝上印有二維碼，顧客可以掃描查看數碼內容及產品相關資訊。
網購平台「自家ON！」及與外送平台的合作	鴻福堂透過「自家ON！」平台提供網上訂餐服務，專門提供月子餐及精緻美食到會。與Foodpanda及Keeta等主要的外送服務平台合作，將外賣訂單由鴻福堂分店速遞予顧客。此安排透過簡化的訂餐及外送流程，確保顧客網購體驗更便利。
推出配備人工智能（「AI」）科技的訂餐平台「鴻小飯堂」	鴻福堂與AI科技驅動的訂餐平台維小飯合作，推出香港首個融合中式養生智慧與AI技術結合的個人化訂餐服務。該平台分析顧客的健康數據和飲食偏好，提供度身訂造的餐飲建議。顧客可透過該平台下單並選擇就近的鴻福堂分店取餐。



負責任採購

鴻福堂致力在生產過程中每個階段向負責任的供應商採購原材料。本集團的ESG政策說明我們決心實踐商業道德及可持續發展，並強調在整個供應鏈中推廣可持續發展的重要性，其中包括與新鮮食材、海味、其他原材料及草本原料供應商合作。鴻福堂優先與獲世界貿易組織或同類組織認可為公平貿易慣例或獲其他知名ESG認證的供應商合作。透過與該等供應商合作，我們努力確保我們的採購慣例符合道德及可持續發展標準。截至二零二四年十二月三十一日，鴻福堂與222家位於香港、中國內地及其他不同地區的主要供應商建立了業務關係。

採購慣例

本集團根據既定準則及程序，甄選、委聘及評估供應商。新委聘及現有供應商均須嚴格遵守本集團的環境及社會責任政策。

供應商甄選及溝通流程

1. 鴻福堂要求供應商須提供許可證、質量及安全證書以及第三方檢測報告等證明文件。
2. 本集團已制訂風險評估框架。規定有意供應商需識別和披露其風險因素，並提出適當的控制措施以減輕這些風險。
3. 本集團定期評估供應商的表現，考慮產品品質、遵守運送時間表及合作程度等因素。在整個生產周期中，鴻福堂會進行盡職審查或現場評估，以確保符合公司的標準及規定。如供應商未有達到品質標準或違反誠信要求，我們或會暫停與該供應商合作，並從本集團的獲批核供應商名單中剔除。

本集團致力採購可持續的原材料，並高度重視獲供應資源的品質和成份。尤其是，本集團關注所獲得原材料是否含有人工添加劑，如人工防腐劑、人工色素及味精。

未來計劃

鴻福堂明白環境及社會議題可能對其營運及供應鏈造成影響。本集團採取主動策略，計劃透過實施供應商風險評估，以改善供應商管理實務。此措施旨在全面了解與供應商相關的可持續發展風險。此外，鴻福堂計劃實施可持續採購政策，可作為考量供應商可持續發展慣例的依據，從而甄選合適的供應商。



我們的員工

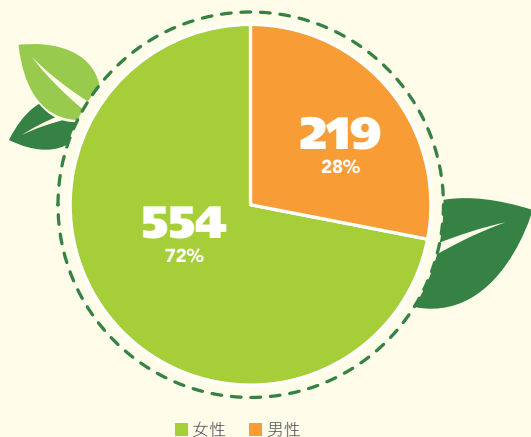
我們的員工隊伍是我們最寶貴資產。我們密切觀察市場趨勢，並定期檢討我們的人力資源政策，以制定合適且可行的方案。我們的目標是改善我們的工作環境並提升僱員的滿意度。我們堅信，以人為本的職場文化可加強員工的歸屬感，從而提高整體工作效率，創造雙贏局面。

營造理想的工作環境

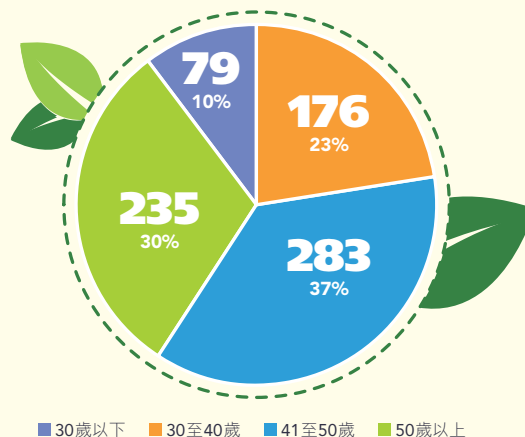
鴻福堂有773名僱員³，致力為僱員及其他人員⁴營造公平、理想、安全及健康的工作場所。我們承諾根據本集團的ESG政策、員工手冊及工場安全指引，致力維護平等和共融的工作環境。該等文件列明有關僱傭慣例、僱員健康與安全、培訓及發展以及勞工標準的全面指引。為確保有效實施，我們已建立健全的人力資源管理系統，包括定期監察僱員薪酬及福利的政策。我們的員工手冊可作為寶貴資源，提供有關工作時數、假期、反歧視措施、待遇、福利及終止僱用程序等各方面資訊。

員工總數：773人³

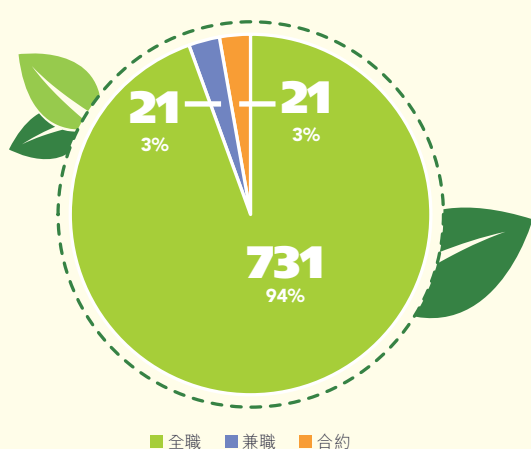
按性別劃分



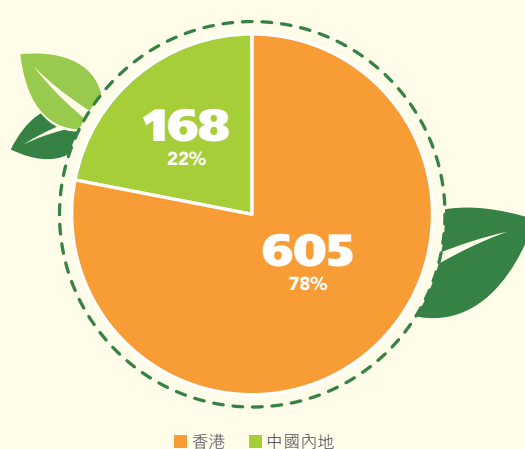
按年齡組別劃分



按僱傭類別劃分



按地區劃分



³ 於二零二四年十二月三十一日共有773名僱員，其中605名僱員位於香港及168名僱員位於中國內地。

⁴ 其他人員指本集團聘用在本集團所控制的工作場所中履行工作的代理／承辦商／供應商。

二零二四年實施的措施或政策：

薪酬及酬金

- 僱員酬金乃根據市價、個人資歷及經驗而釐定。
- 執行「同工同酬」政策，確保相關政策獲平均實施。

招聘、晉升及解僱

- 選擇招聘及晉升決定乃基於僱員的能力及年度表現評估，而不論年齡、性別、性取向或種族。鴻福堂積極向僱員宣揚，年度表現評估被視為自我反思及向管理層提供反饋的機會。僱員可根據僱傭合約所規定條款及細則終止僱傭合約。

工作時數及假期

- 鴻福堂一直為香港僱員實施彈性和家庭友善的工作安排：
 - 彈性上班時間（員工最早可於下午4:30下班），並享有「輕鬆星期五」，即是逢星期五可提早一小時下班。
 - 所有辦公室僱員可每周一天選擇在家遙距工作。
 - 於年三十、中秋、冬至及除夕的工作日，員工獲提早給予半天假期。他們也可選擇在這些日子的早上在家工作。
 - 自二零二四年起，員工可選擇於特定日子全天在家距遙工作，包括情人節、世界環境日、公司上市週年紀念日及感恩節。
 - 前線員工每月假期增加至6天，而每天工作時間調整至9小時，其中用餐時間為1小時。
 - 透過「返工放暑假」計劃，員工可於暑假自由帶同子女回辦公室。另外，「貓奴、狗奴」一族的員工也可選擇在「人寵同樂日」攜同寵物一同上班，營造和諧的工作環境。
 - 為前線員工提供新福利，包括公益假及子女接種疫苗假。
- 除一般法定假期及年假外，僱員亦可享受有其他假期，例如：



婚假	14周有薪產假	5天侍產假
持續進修假	公益假	生日假
年三十、中秋、冬至及除夕的半日有薪假	入職週年假	照顧子女假（在幼稚園開學日協助子女適應）



公平、包容及多元的工作環境

- 於過去數年，我們積極與匡智會等機構合作，為殘疾人士提供工作機會。
- 我們堅持對歧視及騷擾採取零容忍的嚴格政策。
- 為促進母乳餵哺的支持環境，我們已在辦公室內設置專門的哺乳室。
- 為培養運動文化，我們在辦公室配置了桌球檯、健身設備及綠色休息區，供員工免費使用。

僱員福利

- 為僱員提供全面的福利計劃，包括：

為全體僱員		
長期服務獎	生日福利	
醫療保險	結婚禮物	鴻福堂產品購物折扣
為香港廠房僱員		
來往大埔工業邨及市區不同地點的免費穿梭巴士服務		
為開平辦公室及廠房僱員		
申請過境簽證	提供宿舍	免費工作膳食及飲品

- 由員工發起的「生活委員會」負責組織各樣僱員福利活動。

勞工準則

- 我們確保僱員有充足休息時間，以防止任何形式的強制勞工。
- 人力資源部在招聘過程中特別著重核實僱員年齡，杜絕任何聘用童工的可能性。



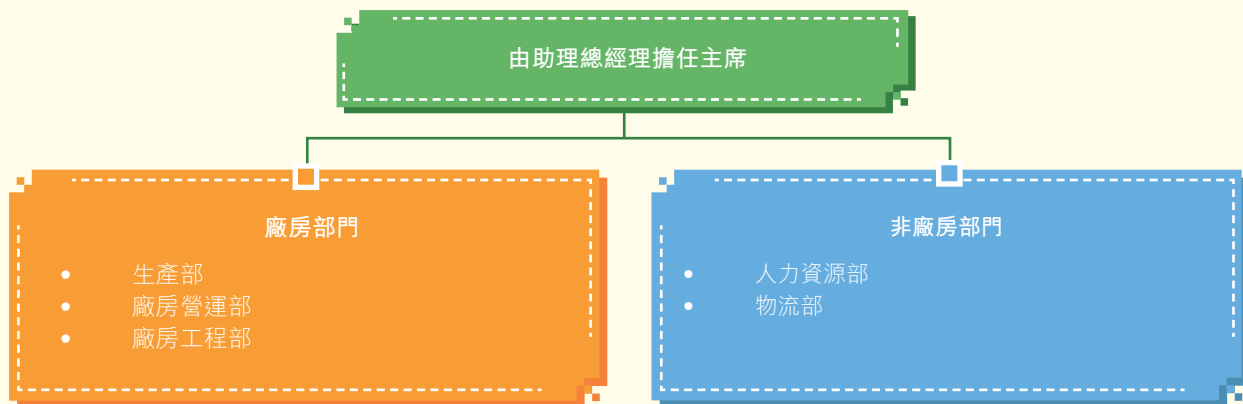
保障僱員的健康與安全

鴻福堂在營運過程中每個環節，包括辦公室運作、採購、生產、物流及零售業務，均致力保障僱員的安全及健康。我們執行周全措施，防止所有工作意外、工傷、風險及身心疾病。有關措施配合本集團的ESG政策，努力為我們的僱員及工人營造安全健康的工作環境。

聯業健康與安全管理

本集團的安全委員會（由助理總經理擔任主席並由來自不同部門的代表組成）負責監察整體健康及安全管理系統。為確保文職及非文職員工的健康，我們已制訂工作場所安全指引，並在員工手冊中清楚說明。透過安全委員會與僱員之間的有效溝通渠道，我們的職業健康及安全框架得以有效實施。我們於開平及香港的生產廠房完全遵守當地安全法例及規例，體現我們對健康及安全所作的努力。管理層已為香港廠房制定健康與安全政策，為相關持份者提供具體指引。我們亦推行附有獎勵的關鍵績效指標(KPI)，以鼓勵同事盡量減低意外風險。

鴻福堂的安全委員會



為了確保我們的健康及安全系統有效運行，本集團委聘安全審核師對香港廠房進行年度安全審核。於本年度，我們已對體力勞動及操作、工作場所隱患及廠房噪音進行評估，皆在保障工人安全。於二零二四年，廠房取得80%以上的審核分數，成績令人滿意，而本集團亦已就此採取明確的改善措施。本集團已根據審核師的建議，迅速採取行動以改善廠房環境以及健康與安全。

指標	二零二四年	二零二三年	二零二二年
因工傷損失工作日數	154.0	351.0	226.0
錄得工傷個案	11	11	7
工傷率（每1,000名員工）	14.2	13.9	8.1

若出現任何差點出意外或與工傷有關的事故，均須於24小時內向高級管理層匯報。安全委員會成員負責調查有關事故及釐定所需補救措施。自二零一七年起，本集團並無發現任何與工作相關的死亡事故。然而，我們於二零二四年錄得11宗工傷事故，大部分工傷均是因安全意識不足而於處理及搬動物品時出意外所造成。受傷員工已得到適當治療，而我們已徹底調查每宗受傷個案的原因。該等調查旨在加強補救措施、就類似工傷事故實施額外預防措施，並改善我們現有安全培訓計劃。

於本年度，我們的葵涌辦公室共有30多名員工參加泉基管理處舉辦的年度火警演習。葵涌消防局的消防員講解如何使用滅火器，並強調攜帶「逃生三寶」（智能手機、鑰匙、濕毛巾）對火警逃生的重要性。這次火警演習大大提高員工應對火警緊急情況的意識和準備能力。我們全年共舉辦56項安全培訓課程，參與率達100%。此外，香港廠房及開平廠房的所有新僱員在正式工作前都必須接受安全培訓。



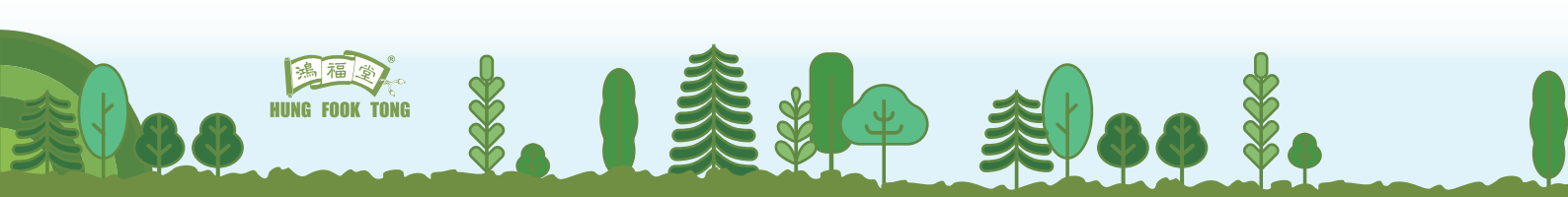
僱員福祉

本集團一向非常重視工作與生活平衡，積極舉辦各種僱員活動，以促進員工的身心健康。於二零二四年，鴻福堂為僱員推行多項福利計劃，包括：

返工放暑假	員工可於暑假自由帶同子女回辦公室，令家長更方便地照顧子女。子女可參加手工藝班，同時可了解父母的工作環境。
返工放暑假 – 半日店長	體驗半日店長工作：透過這角色，可於有限時間內體驗店長職責，包括學習規劃未來方向及工作目標、增強自信心和獨立辦事能力，以及反思可行的職業路向。
身體檢查	我們關注員工的身體健康，為前線及辦公室員工進行身體檢查，並提醒他們注意健康，保持健康的生活習慣及定期運動。
PET PET實習生2.0	我們舉辦了一天別開生面的活動，容許同事攜同寵物一同上班，營造和諧的工作間。

本年度亦舉辦一系列其他員工活動，涵蓋辦公室、廠房及前線分店。這些活動包括入職培訓、春節慶祝活動及聲音療愈工作坊等。為促進員工福祉並鼓勵員工運動，公司贊助員工全部參賽費用，支持員工參與2024年嘉里香港街馬及渣打馬拉松。





培育人才

鴻福堂的培訓及發展策略旨在培育技術熟練且積極上進的工作團隊。本公司專注向僱員灌輸所需知識與技術，以支持他們的專業及個人發展。此舉確保工作團隊可做好準備，以掌握機遇和有效應對未來挑戰。鴻福堂致力於人才發展，並積極鼓勵所有員工持續進修，以提升個人能力及知識。

培訓課程

鴻福堂積極向同事收集意見，設計符合個人需要的課程以提升僱員技能。我們的管理學院於報告年度內為文職及非文職員工舉辦各項培訓活動。

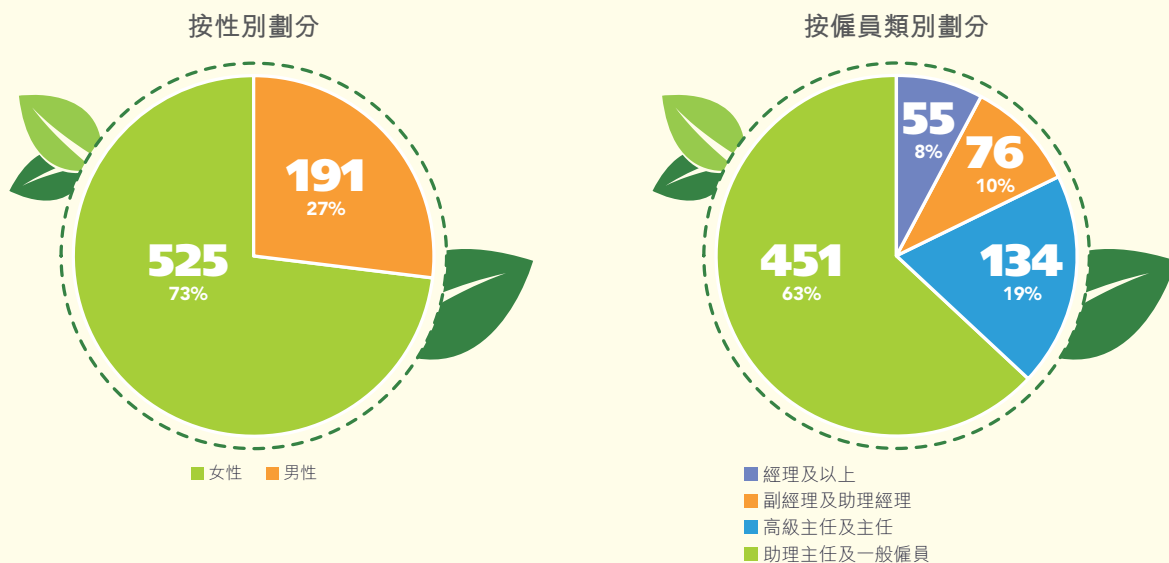
其中值得注意的活動是「鴻福堂靜修(Retreat)」，重點是由外來的專業講者與不同部門的經理分享有關領導才能及其他必要技能的洞見，從而鼓勵同事深刻反思公司的組織效能。

另外，每年一度的「關鍵時刻」計劃讓文職僱員體驗零售店的日常工作，合共有85名僱員參與活動。

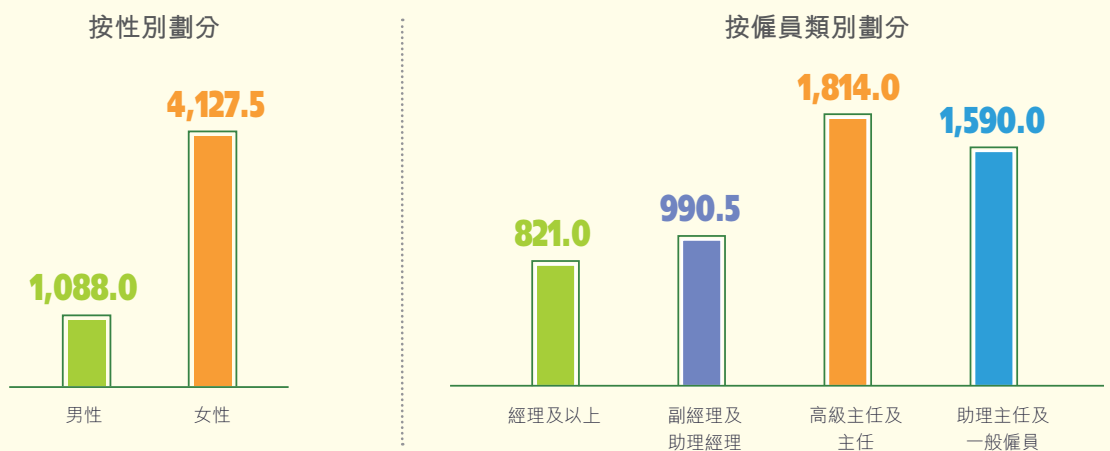
HFT Life培訓	「HFT Life」café概念店的僱員接受有關café營運、食品準備技巧及客戶服務的培訓。
食物安全培訓	為確保香港及開平廠房的員工充份了解潛在風險及製造程序中訂明的合適生產規範，我們定期舉辦食物安全培訓。
鴻福堂管理學院 手機應用程式	此手機應用程式提供多元化的學習內容，包括運動、職場技巧、中藥知識、心理健康、產品知識、銷售及工業安全資訊。其中，wikiPEDia版面定期發佈最新時事資訊，於二零二四年共發佈了12期。鴻福堂繼續為前線員工提供培訓，包括「服務5步曲」教學影片，以提升員工的客戶服務技巧。

於二零二四年，本集團為約716名僱員提供培訓，總受訓時數為5,215.5小時。每名僱員的平均受訓時數為7.3小時。

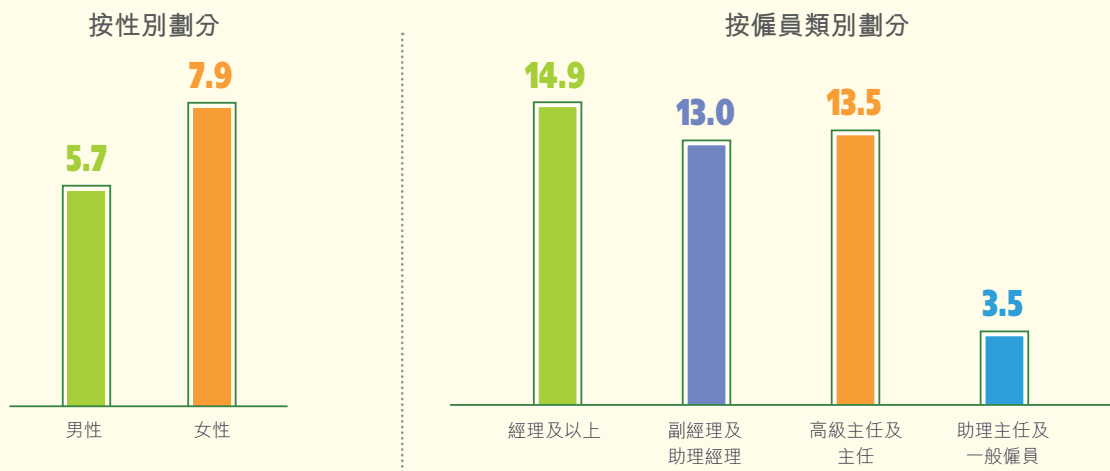
已接受培訓的僱員人數：716人



總受訓時數：5,215.5小時



每名僱員的平均受訓時數⁵：7.3小時



⁵ 平均受訓時數=指定類別的總受訓時數／指定類別的僱員總數。

我們的環境

鴻福堂深知其營運對環境造成的潛在影響，尤其關注在生產過程及最後包裝程序中產生的污染，以及使用及棄置原材料產生的碳足跡。為有效應對及緩和氣候變化造成的影響，鴻福堂致力提倡使用潔淨能源和提升資源效益。本公司的目標是為減碳出一分力、減少空氣污染物排放和廢棄物的產生。

管理及減少廢棄物

作為食物及飲品製造商，鴻福堂明白由提取原材料至包裝階段的整個生產過程均會產生廢棄物。為了實現零廢棄物的未來，鴻福堂優先考慮循環包裝、材料再用和資源回收等方法，盡量減少送往焚化、堆填區及自然環境的廢物量。我們與業務夥伴合作，努力減少產生的廢物，並積極支持推動零廢棄物的倡議。

本集團將產生的廢棄物分類，並採取相應的處理策略：

廚餘

- 向非政府組織捐贈剩餘食物
- 送至有機資源回收中心第一期
- 加工成堆肥

可回收廢棄物

- 委聘合資格回收商回收紙張、金屬、塑膠，以轉售或再加工

其他一般廢棄物

- 委聘廢物收集商運往堆填區棄置



廚餘

本集團大部份所產生的廢棄物乃廚餘，主要來自生產自家湯及涼茶後的剩餘食材。為解決這問題，鴻福堂與政府部門及廢棄物處理夥伴緊密合作，不會將廚餘送往堆填區棄置。透過各種方法及措施，本集團於二零二四年實現零廚餘棄置於堆填區的目標。

於廠房內：

為了更有效處理廚餘，鴻福堂已制定一套內部程序，列明在公司內部將廚餘適當分類、儲存及預先處理，然後才運送至第三方機構。

環境保護署的「廚餘、污泥共厭氧消化」試驗計劃

鴻福堂將316.0公噸⁶湯渣預先處理，送至污水處理廠作共厭氧消化。在此過程中，廚餘轉化為生物氣發電，為大埔的污水處理設施提供能源。

有機資源回收中心第一期⁷（「O • PARK 1」）

於報告年度，鴻福堂收集從香港廠房產生的大部分廚餘（包括湯渣、涼茶渣及蛋殼），進行分類並運送至O • PARK 1作進一步加工和處理。

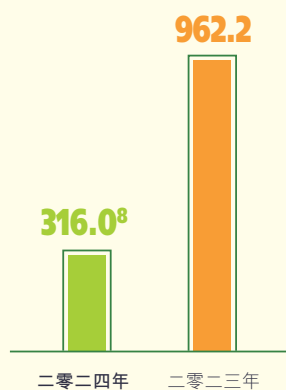
於報告年度，鴻福堂將284.9公噸廚餘運送至O • PARK 1，當中包括已轉送至「廚餘、污泥共厭氧消化試驗計劃」的廚餘。

與FoodCycle+合作

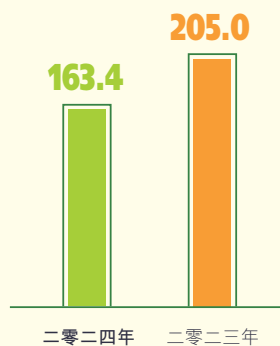
鴻福堂與綠色社企FoodCycle+合作，將部份廚餘（主要是涼茶渣）轉化為有機堆肥「加樂泥」。

於報告年度，FoodCycle+共回收了31.1公噸廚餘，並成功轉化為有機堆肥。

回收廚餘量（公噸）



減少溫室氣體排放（公噸二氧化碳當量）



⁶ 已送往O • PARK 1的90%以上廚餘亦在「廚餘、污泥共厭氧消化」試驗計劃中預先處理。

⁷ O • PARK 1位於北大嶼山小蠔灣，是香港政府成立的首個有機資源回收中心。O • PARK 1將廚餘轉化為可再生能源發電，而加工過程中產生的殘留物可作為堆肥，供園林綠化及農業生產之用。

⁸ 由於部分產品轉移至開平廠房生產，廚餘回收量較二零二三年減少。此外，由於二零二四年九月香港的廚餘回收設施進行維修，當月回收工作暫停。

其他廢棄物

無害廢棄物包括塑膠廢物、木卡板、紙箱及金屬廢料，由合資格承辦商收集並於堆填區處置。為提倡在辦公室減少廢棄物，鴻福堂定期更新減廢指引，教導僱員綠色慣例。

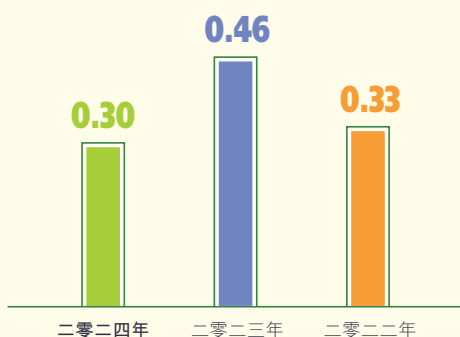
茶水間區域設有膠樽及鋁罐回收箱，方便同事使用後直接回收。咖啡渣可供同事用於除臭或用作自然堆肥。我們亦提供紙袋及環保袋，以供回收和重用。此外，我們已實施回收舊書及促進物品交換的系統，以減少浪費並推廣循環再用。我們亦提供食物容器供員工在午餐時間借用。

為進一步減少廢物，鴻福堂力求在所營運的社區提倡減廢意識。本集團自二零二三年一月起已逐步取締即棄塑膠餐具，轉用紙製或木製的餐具代替。鴻福堂將繼續尋求與回收公司及服務供應商的合作機會，加強減廢方面的工作。

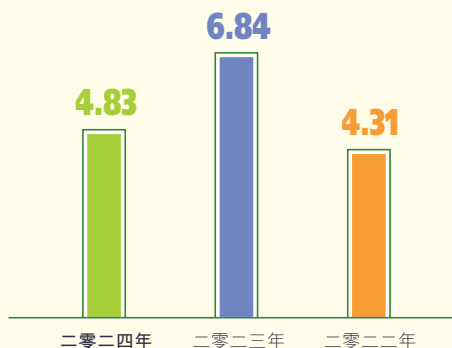
鴻福堂明白有害廢棄物（如熒光燈及LCD背光燈管）可能帶來的污染風險以及對其健康的影響。為應對有關疑慮，本集團遵守嚴格的內部廢物管理規章，並聘請合資格收集商安全地處理和處置有害廢棄物。

根據二零三零年減少電子廢棄物的目標，鴻福堂致力於安全且負責任地重用、回收並安排處置IT設備及電子產品。該等過程將按照法律規定進行，確保數據安全、可追蹤及環境的可持續性。

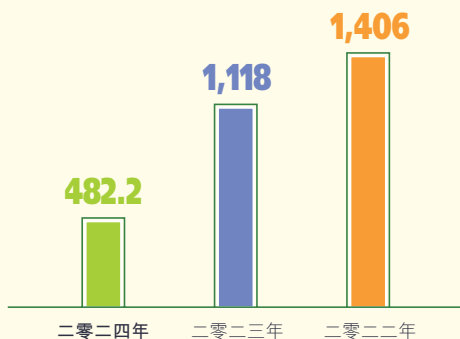
有害廢棄物⁹ (公噸)



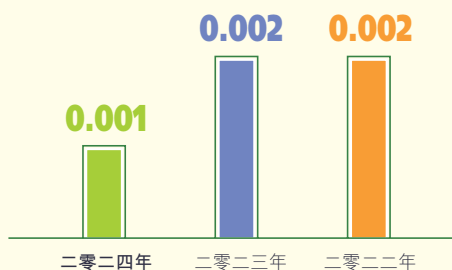
有害廢棄物密度
(公噸／100億港元收益)



無害廢棄物¹⁰ (公噸)



無害廢棄物密度
(公噸／1,000港元收益)



⁹ 主要來源：香港辦公室、香港廠房及開平廠房產生的LCD顯示器、廢棄電池、廢棄熒光燈及LCD背光燈管。

¹⁰ 主要來源：香港廠房、開平辦公室及開平廠房產生的生產廢物、家居廢物、紙張、塑膠及金屬廢料。



資源效益

隨著各國政府、企業及民間社會的關注升溫，提升資源效益已成為一項主要目標。關注的重點源於多項因素，包括天然資源的可持續使用、減少環境影響、材料成本的管理及確保供應鏈安全。

包裝

我們明白消費者及投資者對環保包裝解決方案的需求與日俱增。鴻福堂致力在營運的各方面積極採用可持續包裝慣例。我們的目標是配合政府的塑膠廢棄物管理政策，同時滿足持份者的期望。

目前採取的措施

膠樽回收計劃

- 繼續與V Cycle合作推行膠樽收集和回收計劃，在三間位於大埔、屯門及小西灣的指定分店設置膠樽回收箱。於二零二四年透過這些回收箱共收集和回收了超過60公斤的PET及PP膠樽。
- 繼續支持塑膠回收，在指定分店安裝了兩部膠樽回收機及三個膠樽回收箱，鼓勵顧客清洗及回收飲品膠樽。於二零二四年透過上述方式共回收了約256公斤飲品膠樽。

採用rPET膠樽

本集團自二零二二年起一直使用rPET（回收的聚對苯二甲酸乙二醇酯）生產凍檸茶的膠樽。於二零二四年，再有兩款飲品使用此可持續的包裝。本集團合共使用了21公噸的rPET，相等於減少約68公噸的碳排放。

使用鋁袋包裝延長產品保鮮期

為延長湯品的保鮮期，我們將湯品改為鋁袋包裝。此舉可以進一步減少食物浪費。

在香港廠房使用的塑膠包裝物料(公噸)



無紙化營運

鴻福堂堅持達到無紙化辦公及無紙化零售的長遠目標。

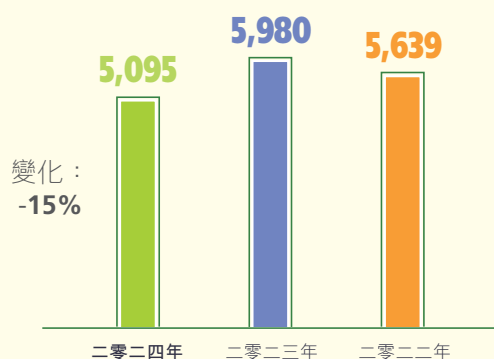
無紙化辦公

- 透過鴻福堂的ec-Work(易做好)手機應用程式，方便僱員處理申請休假、查閱糧單及報稅表等行政工作，從而大幅減少紙張消耗。
- 鴻福堂確保用於辦公打印的所有紙張均獲FSC認證。本集團的辦公室減廢指引積極鼓勵員工減少用紙，包括遵循電子化營運流程、採用安全列印和使用獲FSC認證的紙張或重用單面紙進行列印。
- 推廣使用電子名片，以減少不必要的紙張消耗。

無紙化零售

- 我們提供獎賞及特別優惠，鼓勵會員使用鴻福堂APP。透過鴻福堂APP，會員可以使用電子會員卡及電子e券。此外，採用具備可轉贈功能的NFC電子e券，進一步減少紙張浪費，促進無紙化零售。
- 超過290,000名會員已下載鴻福堂APP。目前超過35%的會員交易是通過鴻福堂APP進行，大大減少紙張及會員卡的消耗量。
- 為進一步減少紙張消耗，本集團已在各分店採用電子推廣渠道，例如電子顯示屏。

辦公室紙張購買量 (公斤)



未來計劃：

上市規則允許上市公司以電子方式向股東發佈公司通訊。這措施顯示當局決心減少此類材料的郵寄及印刷量。於二零二四年，我們約有80%的股東選擇收取電子版的公司通訊。作為環境管理的一部分，鴻福堂已實施環保印刷解決方案，使用大豆油墨及獲FSC認證的紙張來印製公司通訊印刷本。

此外，董事會亦計劃實施無紙化會議，作為其中一項數字化轉型措施。董事出席實體會議時，將獲提供載有董事會管理軟件的平板電腦。

用水效益

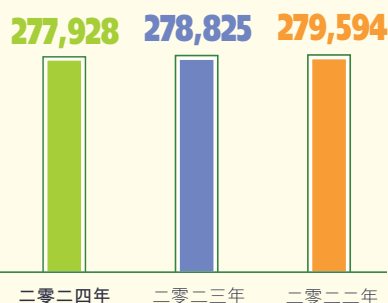
水是鴻福堂產品的主要部份，本公司致力在廠房、分店及辦公室營運各個層面減少不必要浪費和提高用水效益。為此，鴻福堂已採取下列措施：

- 定期檢查香港及開平廠房的蒸汽冷凝水回收系統¹¹，以確保我們系統的最佳用水效益。
- 採用各種策略減少用水量，包括採用萃取流程，在煮食過程中達到最大的用水效益。在香港及開平廠房安裝穩定器控制水質，提升了循環系統中用水的保質期。此外，我們已推行無需用水的膠樽消毒系統，估計每年可節省超過2,300立方米的用水。鴻福堂承諾香港廠房每日用水不多於260立方米，以響應業主香港科技園公司作出的環保承諾。
- 大埔廠房排放的污水已獲環境保護署的牌照許可。我們亦已進行第三方污水測試，以確保我們的排放符合牌照和法例規定。

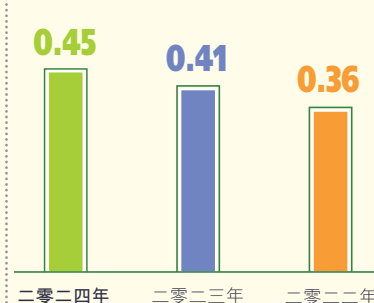
未來計劃

為達到二零五零年前減少水足印的目標，鴻福堂計劃制定用水效益計劃。該計劃旨在提升供應鏈的用水效益，並確保水源風險偏高地區的水供應。

總耗水量 (立方米)



耗水量密度 (立方米／1,000港元 收益)



¹¹ 生產用水可重用作為清潔及產品冷卻用途。

應對氣候變化

氣候變化的影響不僅限於實質及過渡風險，亦會對我們業務帶來重大財務影響。未來十年，極端氣候事件很可能會更頻繁出現。因應此情況，鴻福堂已制訂全面的氣候變化政策，以應對氣候相關議題管理的各個層面。該政策涵蓋管治、緩解、適應、抵禦及披露。

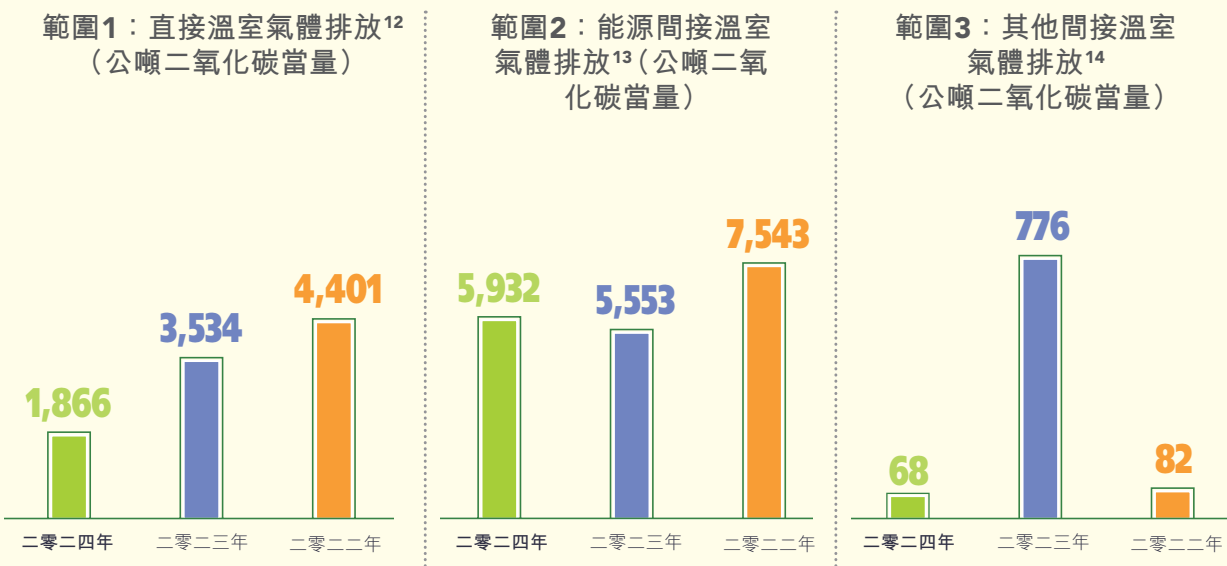
鴻福堂應對氣候變化	
管治	- 董事會負責就氣候相關風險及機遇作出決策，並監察任何氣候相關議題。 - ESG指導委員會支援董事會執行氣候相關政策及應對措施。
策略	- 於本集團的ESG報告中披露我們的可持續發展方針、措施及進度。 - 設定可行的減排目標，從而制定除碳路徑。 - 研究整個業務價值鏈的溫室氣體排放狀況。 - 在採購過程中以氣候變化為主要考慮因素，促進低碳產品的採購。 - 建立營運程序及措施，以緩減氣候變化對本集團造成的潛在損失。 - 就廠房進行氣候抵禦能力評估，並確保我們的生產設施遵守國際標準。 - 推動和鼓勵僱員及供應商於日常營運中積極減少碳排放。 - 改善氣候相關披露，以加強與投資者的溝通。
風險管理	- 積極監察初現的氣候相關風險，並聽取持份者（包括員工及價值鏈合作夥伴）的見解，迅速將該等風險納入本集團的風險管理體系。 - 加強緊急應變計劃，有效應對氣候相關影響。
指標及目標	設定碳排放密度目標（公噸二氧化碳當量／1,000港元收益），與二零一九年的基準比較，到二零二五年及二零三零年分別減少25%及35%。



碳管理及排放

為應對氣候變化帶來的挑戰，鴻福堂正積極探討減少溫室氣體排放的策略。本集團已推行下一節所闡述的各種提升能源效益措施，以控制和減少溫室氣體排放量。

為評估各項措施的成效，鴻福堂已制訂程序以計量和估算溫室氣體排放量。溫室氣體排放的量化符合香港環境保護署及機電工程署等權威機構提供的指引、中華人民共和國國家發展和改革委員會制定的指引以及ISO 14064-1及溫室氣體盤查議定書(GHG Protocol)等國際標準。



總溫室氣體排放 (公噸二氧化碳當量)			溫室氣體密度 ¹⁵ (公噸二氧化碳當量 / 1,000港元收益)		
二零二四年	二零二三年	二零二二年	二零二四年	二零二三年	二零二二年
7,866	9,863	12,026	0.013	0.014	0.016

為達到二零五零年碳中和的目標，鴻福堂從各方面努力減少範圍1碳排放。開平廠房自二零二三年十二月起開始從當地電力供應商購買蒸汽以取代天然氣，而香港辦公室則已將現有車隊中的一輛傳統汽油車替換為電動車。為解決範圍3碳排放問題，鴻福堂正積極考慮對供應鏈的範圍3碳排放進行研究，目的是使本集團可準備設定科學基礎的目標。鴻福堂於全年致力與不同地區市場及職能的團隊接觸，以加強他們對氣候相關風險及機遇的理解，並制定適當的應對措施。

¹² 範圍1的排放涵蓋固定來源燃燒、流動來源燃燒以及製冷劑消耗產生的逸散排放。這是由本集團擁有或控制的營運所產生的直接溫室氣體排放。儘管制冷設備中使用的制冷劑R22不在《京都議定書》所涵蓋的六個溫室氣體之內，其排放量亦包括在此評估中，以提供真實及公正的溫室氣體相關資料。

¹³ 範圍2的排放涵蓋從電力公司購買的電力及外購煤氣及蒸汽。

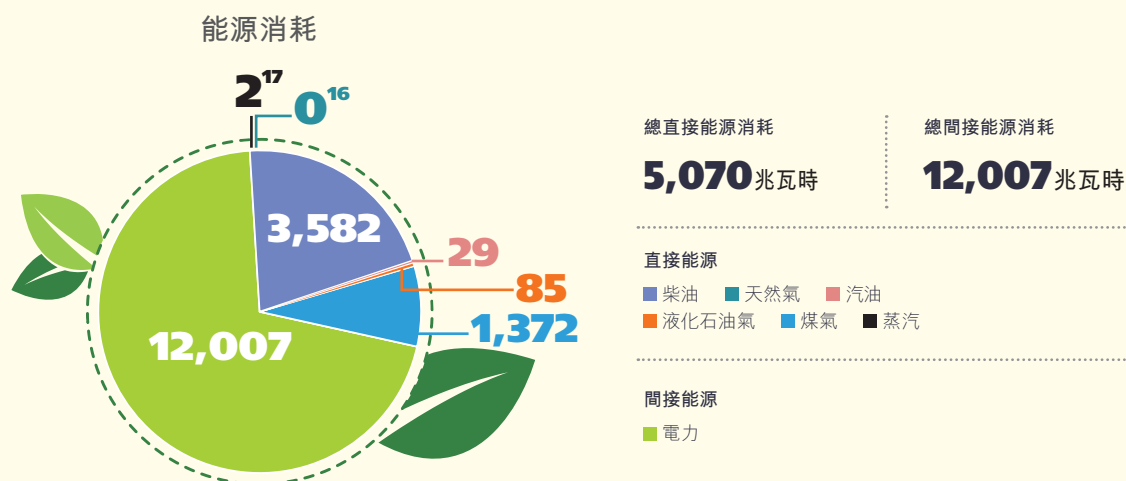
¹⁴ 範圍3的排放涵蓋廢紙處理、使用淡水、香港營運所產生的家用及飲食業用途的污水排放，以及在香港及中國內地業務出差所乘搭的客機排放。

¹⁵ 溫室氣體密度乃基於年報所呈列之本集團總收益計算，而年報所涵蓋範圍較本報告範圍略為廣泛。

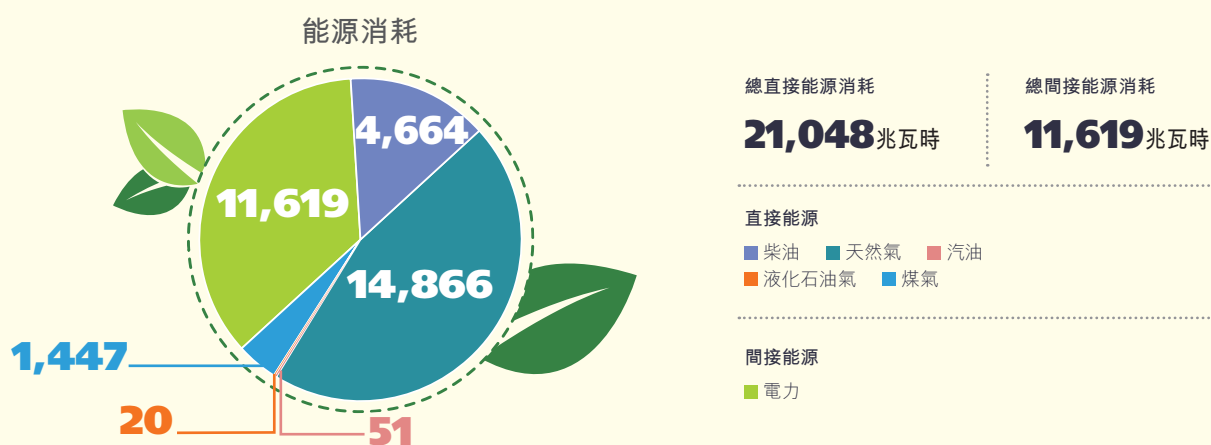
有效管理天然資源

能源消耗及效益

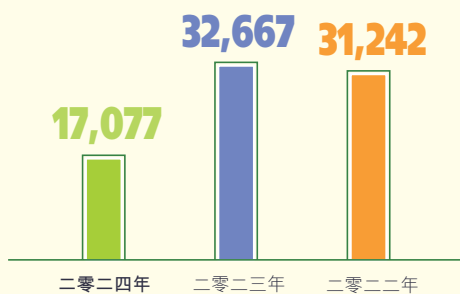
二零二四年按類別劃分的能源消耗 (兆瓦時)



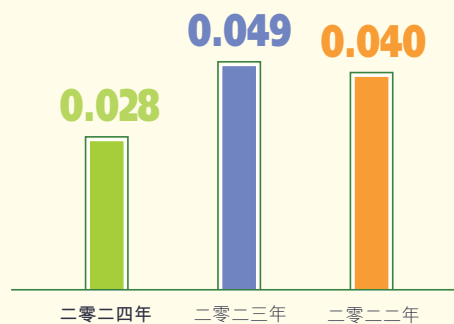
二零二三年按類別劃分的能源消耗 (兆瓦時)



總能源消耗 (兆瓦時)



能源密度 (兆瓦時 / 1,000 港元收益)



¹⁶ 開平廠房自二零二三年年十二月起開始從當地電力供應商購買的蒸汽取代天然氣作為主要能源，因此與前幾年相比，並無天然氣消耗。

¹⁷ 蒸汽於開平廠房錄得。



提升能源效益的措施

本集團營運主要消耗的能源種類包括柴油、天然氣及外購電力。根據本集團的ESG（環境、社會及管治）政策框架，我們已實施各項措施以減少在不同生產及營運階段的能源消耗：

物流

- 調整運輸路線，以避免不必要的燃料消耗。

辦公室

- 就燈光、通風設備、空調及辦公室電器提供使用能源指引，並監察能源指引的執行。
- 鼓勵員工於午餐時間關燈20分鐘以節省能源。
- 提早2小時關閉大堂及公用地方的空調、燈光及其他電子設備。
- 設立清晰的燈光分區及空調分區系統，避免過度耗電。
- 安排僱員每天檢查電器及電燈在用後是否妥善關閉。
- 於開平辦公室安裝恆溫器以監控溫度。

香港零售店

- 使用有門雪櫃或已加裝膠簾的雪櫃，減少冷氣和能源消耗。
- 午夜後關掉戶外燈光。
- 盡可能使用LED燈。

廠房

香港

- 採用24小時全天候能源監察系統，不斷監察及優化能源效益。
- 定期保養冷凍倉、鍋爐、蒸汽層鍋、蒸櫃及循環清洗系統等生產設備。
- 蒸汽鍋爐及壓力容器均已依據《鍋爐及壓力容器條例》取得合格證書。
- 安排員工檢查於非生產時間是否有任何閒置電器。
- 自二零二零年在天台安裝太陽能板後，本集團於二零二四年成功產生約174兆瓦時的可再生能源，並全數供給中電的上網電價計劃。

開平

- 於二零二二年初，本集團在其開平廠房安裝太陽能板（面積約25,000平方米）。該裝置產生了2,152兆瓦時的可再生能源，並用於營運，共減少了1,227公噸二氧化碳當量的溫室氣體排放。
- 安裝超過100台設備以實時監控能源使用。
- 採用被動式採光的建築物設計，並於窗戶旁安裝獨立燈掣開關，盡量採用自然光並提升能源效益。

未來計劃

鴻福堂已制定遠大目標，於二零五零年前其大部分營運中將使用可再生能源。這計劃不僅涵蓋使用可再生能源進行生產，而且還投資於技術先進的生產設備。藉著過渡至可再生能源，鴻福堂旨在盡量減少於製造過程中因使用化石燃料造成的廢氣排放。本集團已設定減少碳排放密度（以每1,000港元收益的公噸二氧化碳當量計算）的目標，與二零一九年的基準比較，到二零二五年及二零三零年分別減少35%及40%。此外，鴻福堂承諾與二零一九年的基準比較，能源密度（以每1,000港元收益的兆瓦時計算）到二零二五年及二零三零年分別減少18%及28%。



我們的社區

我們明白到社區的支持對我們業務長遠發展的重要性。因此，我們矢志投放於有益社會健康並帶來正面影響的舉措，從而回饋社區。二零二四年鴻福堂社區投資的重點是向員工及社區推廣綠色和可持續生活方式。我們透過與社區組織與團體合作以實踐此目標。

我們關注的重點

鴻福堂的社區投資策略主要關注以下範疇：



於二零二四年：



僱員義工服務

鴻福堂義工隊組織多項義工活動，以支持社區及宣揚環保。

為鼓勵僱員參與義工服務，本集團為在非辦公時間參與公益活動的僱員，提供每年最多兩天的公益假。於二零二四年，鴻福堂僱員參與義工服務共126小時，體現對社區作出正面影響的承諾。

贊助及捐贈

鴻福堂透過產品贊助（產品及套券）及現金捐款，支持不同非政府組織及社區項目。本集團亦於約60間零售店設置籌款箱協助不同機構籌款。於二零二四年，透過籌款箱為香港公益金、香港愛護動物協會、地球之友及基督教勵行會培訓服務等非牟利機構籌款。

聯繫社區

本集團仍努力參與社區活動，透過各種方式支持不同界別的持份者。

打造充滿關愛的社區

支持二零二四年公益行善「折」食日

鴻福堂連續第15年支持由香港公益金舉辦的公益行善「折」食日，以幫助有需要人士。本集團贊助13,000張產品券，為香港公益金籌得接近100萬港元。

每位善長捐款38港元或以上，均獲贈鴻福堂產品券一張，可於特定期間於所有鴻福堂分店換領指定草本飲品或龜苓膏。善長亦可選擇將產品券捐贈予有需要的基層市民。所有捐款已轉交「露宿者、籠屋及板間房居民服務」，當中並無收取任何行政費用。

義工活動

鴻福堂義工隊參加由香港世界宣明會舉辦的「舊書回收義賣大行動2024」。活動籌得的善款將用於支援有特殊教育需要(SEN)的草根階層兒童及其家庭的計劃，創造一個讓SEN兒童學習及成長的環境。

參加樂施毅行者2024

本集團仍熱心參與「樂施毅行者」慈善籌款活動，為參賽者及義工提供湯水贊助，同時亦派出鴻福堂隊伍參賽，以實際行動致力促進員工福祉及關懷社會不同階層。

向受重視的社群提供折扣

鴻福堂向長者及學生提供特別折扣和推廣會員計劃，體現其對社會的承諾。我們於「長者日」及新學期開學時提供最優惠價格，以支持這些受重視的社群。



愛惜環境

支持膠樽回收

鴻福堂是免「廢」暢飲在水圍區內發起的膠樽回收試驗計劃的贊助人之一。免「廢」暢飲是即棄飲品包裝工作小組發起的倡議，致力減少飲品廢料。鴻福堂贊助該計劃，體現對減廢的承諾。

捐贈剩食

鴻福堂多年來一直與民社服務中心等不同食物銀行合作，在指定分店及香港廠房收集剩食。於二零二四年，在我們的分店及廠房共收集超過800件食物及飲品。



推廣健康及福祉

向小學生推廣健康飲食理念

於二零二四年，我們為100名小學生舉辦了一場健康與保健講座，宣揚健康飲食和保健理念。我們引導學生思考過量攝取糖份對健康和環境的影響（因生產糖所造成的碳足跡），並可能對醫療系統施加壓力。在互動遊戲中，我們派發了健康飲品，將這些理念融入實際行動中，加深學生的理解與印象。



推動共融

滙豐X Love 21 Foundation

鴻福堂讓唐氏綜合症和自閉症患者參觀辦公室並向他們介紹本集團。我們透過行政及人才發展部提供工作影子活動，讓該弱勢社群體驗文書工作的實務。



贊助及參與無障行者2024

「無障行者2024」是香港復康會每年一度的重點社區教育及籌款活動，旨在讓大眾體驗殘疾人士及長期病患者的生活挑戰。

鴻福堂於本年度繼續贊助「無障行者2024」。活動所籌得的善款用於支持香港復康會的服務，幫助更多殘疾人士和長期病患者重新融入社會。

慶祝盛事之都和加強社區聯繫

舉行盛事期間提供折扣優惠

鴻福堂已制訂策略，以宣傳推廣活動積極支持盛事。為慶祝香港運動員在奧運會上取得佳績，我們提供指定產品的「買一送一」優惠。為慶祝一對熊貓寶寶第100日生日，鴻福堂推出專屬會員卡及套券，為會員提供折扣優惠。此外，鴻福堂贊助香港海洋公園的大熊貓雙胞胎百日慶，送出自家豬腳薑醋禮卡。

我們亦於十一國慶日、七一香港特區成立紀念日及五一勞動節黃金週舉辦特別活動，加強國族認同之餘，亦與顧客一同慶祝並提供獨家優惠。這些節慶促銷活動亦有助社會洋溢喜慶氛圍，增強社會凝聚力和群體認同感。



宣揚中國文化

到鴻福堂辦事處參觀交流

鴻福堂安排學生參觀辦事處，其中包括與行政總裁兼執行董事司徒永富博士的互動環節，討論草本傳統文化並探討該行業未來的挑戰和機遇。我們運用專業知識，強調涼茶的文化意義和對健康的益處，用心守護傳統之同時亦培養年輕一代的興趣。



贊助推廣中國內地旅遊 — 鴻福堂x B.Duck文化之旅

鴻福堂攜手本地人氣卡通角色B.Duck，共同推出一系列無添加劑的健康飲品，其限量版包裝設計靈感源自中國著名文化地標。同時，我們舉辦了「鴻福堂x B.Duck鴨遊旅行大賞」文化之旅活動，贊助參加者遊覽多個中國文化景點，包括北京萬里長城、杭州西湖、武漢黃鶴樓及蘇州烏鎮。這項活動不僅讓參加者深入了解中國悠久的歷史，更能親身欣賞國家的文化遺產，並獲得廣泛的正面迴響。

在推廣草本傳統文化的過程中，我們體現了對中國文化遺產的深厚敬意。參加者在品嚐涼茶的同時，亦能感受到其文化內涵和健康價值。我們致力於將涼茶定位為中國文化的重要象徵，進一步吸引更多廣泛的受眾，並促進更深層次的文化交流。





績效總覽

環境績效

指標	單位	二零二四年	二零二三年 ¹⁸	二零二二年
廢氣排放				
氮氧化物	公噸	22.0	32.0	34.0
硫氧化物	公噸	1.4	2.1	2.2
懸浮粒子	公噸	1.5	2.3	2.3
溫室氣體排放				
範圍1：直接排放	公噸二氧化碳當量	1,866	3,534	4,401
範圍2：能源間接排放	公噸二氧化碳當量	5,932	5,553	7,543
範圍3：其他間接排放	公噸二氧化碳當量	68	776	82
溫室氣體總排放量（範圍1、2及3）	公噸二氧化碳當量	7,866	9,863	12,026
溫室氣體密度 ¹⁹	公噸二氧化碳當量／ 1,000港元收益	0.013	0.014	0.016
廢棄物²⁰				
有害廢棄物	公噸	0.30	0.46	0.33
有害廢棄物密度	公噸／100億港元收益	4.83	6.84	4.31
無害廢棄物	公噸	482	1,118	1,406
無害廢棄物密度	公噸／1,000港元收益	0.001	0.002	0.002
能源消耗				
直接能源（非再生）				
柴油	兆瓦時	3,582	4,664	5,126
天然氣	兆瓦時	0	14,866	9,321
汽油	兆瓦時	29	51	151
液化石油氣	兆瓦時	85	20	72
煤氣	兆瓦時	1,372	1,447	1,511
蒸汽 ²¹	兆瓦時	2	不適用	不適用
總直接能源用量	兆瓦時	5,070	21,048	16,181
間接能源				
電力	兆瓦時	12,007	11,619	15,061
總間接能源用量	兆瓦時	12,007	11,619	15,061
總能源消耗	兆瓦時	17,077	32,667	31,242
能源密度	兆瓦時／1,000港元收益	0.028	0.049	0.040
耗水量				
總耗水量	立方米	277,928	278,825	279,594
耗水量密度	立方米／1,000港元收益	0.45	0.41	0.36
包裝				
總包裝材料用量	公噸	5,333.3	5,476.8 ²²	520.1
包裝材料密度	公噸／1,000港元收益	0.009	0.008	0.0007

¹⁸ 二零二三年的密度數值已使用二零二三年末期業績公告中的收益重列，而非先前使用的香港零售、香港廠房及中國收益的總和。

¹⁹ 溫室氣體密度乃基於本集團年報所呈列之總收益計算，而年報所涵蓋範圍較本報告範圍略為廣泛。

²⁰ 包括來自香港廠房以及開平辦公室及廠房的數據。

²¹ 開平廠房的蒸汽消耗量。

²² 由於過往數據並未包括製成品所使用的包裝物料，因此重列2023年的包裝物料數據。

社會績效

員工總數

僱員²³

	二零二四年	二零二三年	二零二二年
按性別劃分			
男性	219	202	222
女性	554	590	642
按年齡組別劃分			
30歲以下	79	84	109
30至40歲	176	182	223
41至50歲	283	288	286
50歲以上	235	238	246
按僱員類別劃分			
經理及以上	63	57	63
副經理及助理經理	73	77	80
高級主任及主任	120	135	160
助理主任及一般僱員	517	523	561
按僱傭類別劃分			
全職	731	725	760
兼職	21	56	65
合約	21	11	39
按地區劃分			
香港	605	634	713
中國內地	168	158	151
員工總數	773	792	864

其他員工²⁴

	二零二四年	二零二三年	二零二二年
按員工類別劃分			
清潔工	1	4	2
資訊科技支援	3	4	4
會計	2	2	2
總數	6	10	8

²³ 根據於二零二四年十二月三十一日的僱員數目計算。

²⁴ 其他員工指本集團聘用在本集團所控制的工作場所中履行工作的代理／承辦商／供應商。



新入職及流失率

新入職僱員²⁵

	二零二四年		二零二三年		二零二二年	
	人數	比率	人數	比率	人數	比率
按性別劃分						
男性	125	57%	43	21%	90	41%
女性	145	26%	125	21%	296	46%
按年齡組別劃分						
30歲以下	66	84%	31	37%	96	88%
30至40歲	68	39%	31	17%	75	34%
41至50歲	73	26%	53	18%	102	36%
50歲以上	63	27%	53	22%	113	46%
按地區劃分						
香港	212	35%	152	24%	368	52%
中國內地	58	35%	16	10%	18	12%
總數	270	35%	168	21%	386	45%

僱員流失²⁶

	二零二四年		二零二三年		二零二二年	
	人數	比率	人數	比率	人數	比率
按性別劃分						
男性	115	53%	73	36%	100	45%
女性	198	36%	301	51%	294	46%
按年齡組別劃分						
30歲以下	65	82%	68	81%	105	96%
30至40歲	76	43%	82	45%	74	33%
41至50歲	74	26%	88	31%	112	39%
50歲以上	98	42%	136	57%	103	42%
按地區劃分						
香港	267	44%	361	57%	370	52%
中國內地	46	27%	13	8%	24	16%
總數	313	40%	374	47%	394	46%

職業健康與安全

僱員傷亡人數

	二零二四年	二零二三年	二零二二年
因工作關係而死亡的人數	0	0	0
因工作關係而死亡的比率(每1,000名員工) ²⁷	0	0	0.0
因工傷損失工作日數	154.0	351.0	226.0
工傷記錄	11	11	7
工傷率(每1,000名員工) ²⁸	14.2	13.9	8.1

²⁵ 新入職僱員比率=本報告期間新入職僱員總數／本報告期末僱員總數。

²⁶ 僱員流失率=本報告期間離職僱員總數／本報告期末僱員總數，涵蓋再次入職的僱員及需要不斷替換的合約僱員。

²⁷ 因工作關係而死亡的比率(每1,000名員工)=因工作關係而死亡的個案總數／於報告期末僱員總數x1,000。

²⁸ 工傷率(每1,000名員工)=工傷個案總數／於報告期末僱員總數x1,000。

培訓及發展²⁹

接受培訓僱員人數³⁰

	二零二四年		二零二三年		二零二二年	
	接受培訓僱員人數	接受培訓僱員百分比	接受培訓僱員人數	接受培訓僱員百分比	接受培訓僱員人數	接受培訓僱員百分比
按性別劃分						
男性	191	87%	221	100%	210	95%
女性	525	95%	723	100%	362	56%
按僱員類別劃分						
經理及以上	55	87%	63	100%	55	87%
副經理及助理經理	76	100%	90	100%	74	93%
高級主任及主任	134	100%	156	100%	160	100%
助理主任及一般僱員	451	87%	635	100%	283	50%
總數	716	93%	944	100%	572	66%

受訓時數³¹

	二零二四年		二零二三年		二零二二年	
	受訓時數	每名僱員平均受訓時數	受訓時數	每名僱員平均受訓時數	受訓時數	每名僱員平均受訓時數
按性別劃分						
男性	1,088.0	5.7	1491.0	6.8	955.0	4.3
女性	4,127.5	7.9	7168.0	9.9	2,223.0	3.5
按僱員類別劃分						
經理及以上	821.0	14.9	1353.0	21.5	741.0	11.8
副經理及助理經理	990.5	13.0	1389.5	15.4	429.5	5.4
高級主任及主任	1,814.0	13.5	2390.5	15.3	1,167.0	7.3
助理主任及一般僱員	1,590.0	3.5	3526.0	5.6	840.5	1.5
總數	5,215.5	7.3	8659.0	9.2	3,178.0	3.7

供應鏈管理

按地區劃分的供應商數目

	二零二四年	二零二三年	二零二二年
香港	119	207	180
中國內地	100	80	139
其他地區	3	11	38
總數	222	298	357
本集團已向其實施相關ESG慣例的供應商百分比	100%	96%	93%

²⁹ 包括於報告期間已離開本公司而曾接受培訓的僱員。接受培訓僱員百分比及每名僱員的平均受訓時數僅供參考。

³⁰ 接受培訓僱員百分比=指定類別的接受培訓僱員總數／指定類別的僱員總數。

³¹ 每名僱員平均受訓時數=指定類別的總受訓時數／指定類別的僱員總數。



內容索引

主要範疇	內容	頁次／備註
強制披露規定		
管治架構		
董事會聲明	披露董事會對ESG事宜的監管；	9, 11-12
	董事會的ESG管理方針及策略，包括評估、優次排列及管理重要的ESG相關事宜（包括對發行人業務的風險）的過程；及	15-16
	董事會如何按ESG相關目標檢討進度，並解釋它們如何與發行人業務有關連。	13-14
報告原則		
應用報告原則的描述	重要性： ESG報告應披露：(i)識別重要ESG因素的過程及選擇這些因素的準則；(ii)如發行人已進行持份者參與，已識別的重要持份者的描述及發行人持份者參與的過程及結果。	7-8, 17-21
	量化： 有關匯報排放量／能源耗用（如適用）所用的標準、方法、假設及／或計算工具的資料，以及所使用的轉換因素的來源應予披露。	7-8
	一致性： 發行人應在ESG報告中披露統計方法或KPI的任何變更（如有）或任何其他影響有意義比較的相關因素。	7-8
匯報範圍		
描述	解釋ESG報告的匯報範圍，及描述挑選哪些實體或業務納入ESG報告的過程。若匯報範圍有所改變，發行人應解釋不同之處及變動原因。	7-8
不遵守就解釋條文		
A. 環境		
A1 排放		
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。	21, 36-38, 43
A1.1	排放物種類及相關排放數據。	51
A1.2	直接及能源間接溫室氣體排放量及（如適用）密度。	43, 51
A1.3	所產生有害廢棄物總量及（如適用）密度。	36-38, 51
A1.4	所產生無害廢棄物總量及（如適用）密度。	36-38, 51
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。	14, 43
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。	14, 36-38

主要範疇	內容	頁次／備註
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。	39-46
A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源總耗量及密度。	44, 51
A2.2	總耗水量及密度。	41, 51
A2.3	描述能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	45-46
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。	求取水源並無問題
A2.5	製成品所用包裝材料的總量及（如適用）每生產單位佔量。	39-41
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。	36-46
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。	36-46
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。	42
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。	42
B.社會		
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。	21, 28-30
B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	28, 52
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	53
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。	21, 31-33
B2.1	過去三年因工亡故的人數及比率。	53
B2.2	因工傷損失工作日數。	32, 53
B2.3	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。	31-33



主要範疇	內容	頁次／備註
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。	34-35
B3.1	按性別及僱員類別劃分的受訓僱員百分比。	35, 54
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。	35, 54
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。	21, 30
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	30
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	30
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。	27
B5.1	按地區劃分的供應商數目。	54
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。	27
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。	27
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。	27
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。	21, 22-26
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。	22-23
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	26
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	23-24
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	22-23
B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	23-24

主要範疇	內容	頁次／備註
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。	21, 24-25
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。	24-25
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	24-25
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	24-25
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。	47-50
B8.1	專注貢獻範疇。	47-50
B8.2	在專注範疇所動用資源。	47-50



HUNG FOOK TONG

Hung Fook Tong Group Holdings Limited
鴻福堂集團控股有限公司

www.hungfooktong.com