



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



報告說明

時間範圍：2025年1月1日－2025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。

發佈週期：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《上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告守則》(以下簡稱《環境、社會及管治報告守則》)，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(CCFA)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。
- **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《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告守則》的披露要求進行報告的編制。經董事會授權，公司開展2025年度ESG信息收集和披露工作，本報告經董事會審議後發佈。2026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	4. 品質為基，創新為翼	33
董事會聲明	1	4.1 守護食品品質	34
董事長致辭	3	4.2 創新多元菜品	40
關於我們	5	4.3 優化升級供應鏈	44
公司簡介	6	4.4 秉持客戶至上	52
1. 2025年回顧	8	4.5 引領行業標杆	56
1.1 年度亮點	9	5. 環保為責，永續為志	58
1.2 ESG獎項與榮譽	10	5.1 應對氣候變化	60
專題：供應鏈溯源，零毀林與零轉換轉型	12	5.2 優化資源利用	68
2. ESG管理體系	15	5.3 強化排放管控	70
2.1 ESG管理理念	16	5.4 落實環保行動	74
2.2 ESG管理架構	17	6. 以人為本，發展共濟	78
2.3 ESG激勵與考核	18	6.1 保障員工權益	79
2.4 利益相關方溝通	18	6.2 深化員工關懷	84
2.5 實質性議題分析	22	6.3 賦能員工發展	88
3. 治理為綱，穩健為舵	24	6.4 擔當社會責任	95
3.1 企業管治	25	ESG指標索引	97
3.2 風險管理	27	GRI Standards指標索引	104
3.3 商業道德與合規經營	29	讀者反饋表	108





賀光啓先生

董事長



董事長致辭

2025年，是中國餐飲業在變革中重塑、在挑戰中突破的關鍵之年。我們深知，短期的市場波動不改長期的價值趨勢。為此，我們並未止步於表面的規模擴張，而是將目光投向更深處—以「治理為綱」夯實企業行穩致遠的根基，以「品質為基」守護消費者不變的信任，以「環保為責」踐行對地球家園的長期承諾，以「以人為本」凝聚穿越週期的內生力量。我們堅持以長期主義的戰略定力，將可持續發展理念深植於每一次戰略決策與日常運營，實現了從「穩步增長」到「韌性生長」的跨越，為公司與社會、環境的和諧共生探索新的可能。

治理為綱，穩健為舵，築牢信任基石。健全的治理是企業可持續發展的「壓艙石」。報告期內，我們持續優化以董事會為核心的ESG管治架構，將ESG績效與高管薪酬深度綁定，確保可持續發展責任從頂層貫穿至業務末梢。面對日益複雜的外部環境，我們系統性升級了風險管理體系，將氣候風險納入全面風險評估範疇，以常態化審計與智能化合同管控，構建起具備前瞻性與韌性的風控防線。在商業道德領域，我們始終恪守誠信經營底線，營造風清氣正的經營環境，並持續加強知識產權保護，以法治思維護航品牌核心價值。



董事長致辭

品質為基，創新為翼，驅動價值增長。品質是企業的生命線，創新是發展的動力源。在食品安全上，我們依托嚴格的質檢體系與供應商全生命周期管理，確保了中央廚房產品批次檢測合格率與政府抽檢合格率雙雙達成100%。面對消費需求的多元化變革，我們精準捕捉市場脈搏，以九宮格拼盤、單人鴛鴦鍋、鮮切牛肉等90餘款創新產品引領健康飲食潮流，外賣業務訂單量同比增幅超75%，充分展現了模式創新的強勁動能。我們以客戶為中心，通過優化菜品計量、推行「小份菜」與精準需求預測，引導消費者適量點餐，並通過數字化手段升級服務體驗，以極致服務守護消費者信賴。

環保為責，永續為志，守護共同家園。應對氣候變化，我們不僅是責任的承擔者，更是行動的先行者。報告期內，我們全面引入氣候風險管理，系統識別轉型風險與物理機遇，北京總部大部分廠區已全面使用綠色電力，範圍一溫室氣體排放量較2024年大幅下降48.13%，全門店油煙平均去除率達97.8%。我們積極參與零毀林與零轉換供應鏈監控工具的升級試點，將可持續理念延伸至草原生態系統保護，實現了從牧場到餐桌的全鏈條透明追溯。同時，我們全面推廣PLA可降解材料與周轉筐循環利用，讓每一個外賣包裹都成為傳遞環保理念的載體。

以人為本，發展共濟，凝聚奮進力量。員工與企業是休戚與共的命運共同體。我們致力於打造多元包容有溫度的職場，通過完善的薪酬激勵、內部合夥規劃與特殊股權激勵計劃，實現員工與企業價值共享。在人才培養上，依托「呷哺大學堂」與分層級課程體系，我們為員工鋪設了清晰的成長階梯。同時，我們不忘飲水思源，持續運營13家「暖心驛站」，並聚焦婦女兒童與弱勢群體，開展自閉症兒童關愛、環衛工人慰問等公益活動，讓企業發展的成果惠及更廣泛的社會層面。

歷經二十七載砥礪前行，我們始終堅守讓更多的人享受健康、營養、美味與時尚的初心使命，將繼續攜手各利益相關方，於變化中把握新機，在挑戰中鍛造韌性，共同邁向一個更有活力、更具溫度、更加綠色的新階段。





關於我們



關於我們

公司簡介

作為「連鎖火鍋第一股」，呷哺呷哺集團於1998年11月在北京成立。經過近30年的發展，呷哺呷哺集團已成為多品牌經營，全產業鏈佈局的餐飲集團公司。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，旗下擁有呷哺呷哺、湊湊、呷牛排、呷哺牧場、呷哺食品等品牌。餐廳版圖佈局遍及中國20餘個省份，包括中國香港、中國臺灣等，並開拓新加坡等國際市場。目前，呷哺集團餐廳總數超900家，年營收規模超37億元，員工近1.7萬名。

公司始終以「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。公司始終踐行「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。

公司發展歷程

1998年	● 推出臺式小火鍋品牌「呷哺呷哺」，首創「一人一鍋」速食小火鍋商業模型
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	● 公司成功在香港主機板掛牌上市，成為港交所中國連鎖火鍋首家上市企業
2016年	● 創立輕奢臺式有料火鍋品牌「湊湊」，正式入局餐飲中高端賽道，啟動多品牌戰略
2017年	● 佈局新零售賽道，相繼推出「呷哺食品」「壹心」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

關於我們



2021年	<ul style="list-style-type: none">● 啟動「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	<ul style="list-style-type: none">● 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；● 啟動「京滬雙總部」管理模式，助力南下和海外擴張
2023年	<ul style="list-style-type: none">● 全年計劃擴張230家餐廳；● 成立港澳臺及國際事業部，啟動全球擴張；● 公司新加坡首店、中國臺灣首店正式亮相；● 率先推行跨品牌付費會員模式，聚焦會員數字化營銷
2024年	<ul style="list-style-type: none">● 持續開展付費會員體系—暢吃卡；● 與眾多知名品牌聯名合作，拉動品牌勢能；● 多維度豐富產品線，打造產品矩陣
2025年	<ul style="list-style-type: none">● 推動經營模式由規模驅動向效率驅動升級，優化門店結構與品牌商業模型● 深化會員運營與多場景消費佈局，構建以用戶價值為核心的長期增長體系



**2025年
回顧**

2025年回顧

1.1 年度亮點

• 業務業績

- 報告期內營收達人民幣378,870萬元
- 截至報告期末，公司旗下餐廳總計905家，其中，呷哺呷哺餐廳755家，覆蓋16個省份，81個城市；湊湊餐廳131家，覆蓋13個省份，32個城市；境外餐廳19家，覆蓋2個國家，3個城市。
- 報告期內新開張54家呷哺呷哺餐廳、3家湊湊餐廳。

• ESG亮點

- 開發並應用「森林友好DCF食材供應鏈工具V2.0」，對食材供應鏈溯源體系開展系統性測試
- 溫室氣體範圍一排放量較2024年下降48.13%
- 汽油、天然氣消耗量較2024年分別下降7.12%、49.16%
- 與公司合作供應商共計980家
- 客訴解決率100%
- 連續三年未發生僱員因工死亡事件，榮獲「安全生產標準化三級企業」
- 在北京設立13家「暖心驛站」

2025年回顧

1.2 ESG獎項與榮譽

「品質源自堅持」是公司的成功法則，也是我們一直以來秉持的做事態度。公司憑藉在品牌建設、供應鏈創新及可持續發展領域的卓越表現，連續十餘年位列「中國餐飲百強企業」等多項榮譽。自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」「北京餐飲門店100強」等諸多榮譽獎項及稱號。這些榮譽不僅彰顯了公司的行業影響力，更印證了我們在高品質發展道路上深耕不輟的堅實步伐。

獎項稱號	頒發機構
政策法規研究、行業信息調研工作感謝信—呷哺集團	中國烹飪協會
2025年度火鍋十大品牌—呷哺呷哺	紅餐網
2025年度火鍋十大品牌—湊湊火鍋	紅餐網
金芒獎領袖品牌—呷哺呷哺	職業餐飲網
2025中國餐飲／新茶飲出海品牌TOP40—湊湊	中國連鎖經營協會
2025 CCFA連鎖餐飲創新案例集—供應鏈轉型實現原材料產地的追溯—呷哺集團	中國連鎖經營協會
2025 CCFA連鎖餐飲創新案例集—智能倉儲助力供應鏈升級—呷哺集團	中國連鎖經營協會
2024-2025北京餐飲企業50強—呷哺呷哺	北京烹飪協會、北京商報社
2024-2025北京餐飲企業50強—湊湊	北京烹飪協會、北京商報社
2024-2025北京餐飲門店100強—呷哺呷哺	北京烹飪協會、北京商報社
2024-2025北京餐飲門店100強—湊湊	北京烹飪協會、北京商報社

2025年回顧



獎項稱號	頒發機構
2024-2025北京餐飲優秀品牌案例系列之數智創新品牌案例—呷哺集團	北京烹飪協會、北京商報社
中國連鎖經營協會常務理事證書—呷哺集團	中國連鎖經營協會
2024年度中國火鍋TOP100—呷哺呷哺	中國烹飪協會
2024年度中國火鍋TOP100—湊湊	中國烹飪協會
2024年度火鍋企業創新好案例—呷哺集團	中國烹飪協會
2025年「尋味京南·‘香’約大興」美食大賽評選活動—呷哺呷哺	北京市大興區旅遊行業協會
大灣區ESG披露優秀榜單	本識諮詢(深圳)有限公司
金駿馬ESG可持續發展先鋒企業獎—呷哺呷哺集團	證券日報
第三屆中國餐飲業社會責任大會—2025年中國餐飲業ESG優秀案例—呷哺呷哺餐飲管理有限公司	世界中餐業聯合會
2025年度上海市臺協優秀臺資企業—呷哺呷哺投資集團有限公司	上海市臺灣同胞投資企業協會

專題：供應鏈溯源，零毀林與零轉換轉型

作為國內最大的直營連鎖小火鍋企業，公司持續深耕「森林友好供應鏈轉型倡議與試點」合作夥伴工作，致力於構建覆蓋森林與草原生態系統的負責任供應鏈。我們將零毀林與零轉換理念貫穿於供應商管理、溯源工具升級及生態保護實踐全過程，不斷提升供應鏈透明度與可追溯性。公司始終堅持2030年前消除供應鏈中毀林行為、全面實現森林友好採購的堅定承諾，在保障食材安全品質的同時，守護自然生態，為生物多樣性保護與氣候變化應對貢獻實踐力量。

• 供應商管理及能力建設

公司持續構建並完善綠色供應鏈管理體系，我們與所有合作夥伴簽訂可持續採購協議，明確要求提供詳盡的食材來源信息，從源頭確保原材料不涉及非法砍伐森林。通過定期實地考察，全面評估供應商的生產方式環保性、措施有效性及動物福利保障水平，對不符合要求的供應商及時提出整改並跟踪落實，以嚴格標準推動其向可持續生產方式轉型。

此外，公司常態化舉辦森林友好供應鏈專題研討，邀請行業專家解讀最新標準與要求，分享綠色可持續發展實踐經驗。通過定期視訊會議、實地走訪等機制，及時了解供應商生產過程中的問題與困難，聯合各方力量共同探討解決方案，推動供應鏈上下游形成可持續發展共識。

• 供應鏈溯源工具升級

2025年，公司積極參與森林零毀林與零轉換（DCF，Deforestation and Conversion Free）供應鏈監控工具升級範本2.0的試運行測評工作。該工具是在原有版本基礎上的重要升級，以PDCA管理體系方法為核心框架，深度融合了肉類綠色貿易規範，並全面對接責任性框架（AFI，Accountability Framework initiative）及世界自然基金會（WWF，World Wide Fund）關於零毀林與零轉換的最新監控標準（Minimum monitoring criteria for deforestation），旨在為企業提供更為系統、精準的供應鏈環境風險管理能力。通過該工具的應用，公司能夠對供應商的森林友好程度及追溯能力進行科學評估，從而持續提升零毀林與零轉換產品的採購比例。

2.0工具在指標體系與管理要求方面實現了顯著優化。在目標設定層面，工具要求企業建立明確的零毀林目標及供應商追溯能力目標，其中零毀林目標可依據現有供應商產品的零毀林率與產品追溯率兩個維度進行動態監控。在毀林風險分級方面，工具將供應商劃分為「可驗證零毀林產品」「森林友好行動中產品」「待驗證產品」及「毀林產品」四個階段，為企業制定差異化的供應商管理策略提供了清晰依據。在追溯能力評估方面，工具設定了「追溯至農場」「追溯至第一加工點」及「無法追溯」三個層級，幫助企業精準識別供應鏈追溯體系的薄弱環節。升級版本更加注重新零毀林目標達成率及供應商追溯能力提升率的直觀呈現，通過量化指標引導企業持續優化管理實踐，推動供應鏈向更加透明、可持續的方向邁進。

專題：供應鏈溯源，零毀林與零轉換轉型

• 草原生態保護應用

在有機羊肉供應鏈建設中，公司將森林零毀林與零轉換理念延伸至草原生態系統保護，通過系統化的溯源管理與生態養殖實踐，推動供應鏈向綠色可持續方向轉型。我們依托有機認證與區塊鏈溯源技術，實現從牧場到餐桌的全鏈條透明化—消費者可掃碼查詢羊只品種、養殖地、屠宰流程、哺乳期、草場水質報告及疫苗記錄等信息，確保每一份羊肉來源清晰、生產合規。

在草原生態保護方面，有機養殖嚴格遵循輪牧制度，避免過度放牧，維護草場生物多樣性，促進碳匯積累。我們引入智慧輪牧2.0系統，利用GIS遙感監測草場生物量，動態規劃輪牧路徑，防止局部草場退化；每只羊佩戴GPS項圈，實時追蹤採食行為，優化羊群分佈密度；同時人工補播羊草、冷蒿等原生牧草，恢復草原植被多樣性，增強生態系統的韌性與碳匯功能。有機羊放牧於無污染的天然草原，水源為冰川融水或天然泉水，遠離工業污染，保障了羊肉純淨度，也維護了草原水源和土壤的生態安全。通過將零毀林理念從森林拓展至草原，公司致力於構建覆蓋更廣泛自然生態系統的負責任供應鏈，為生物多樣性保護與氣候變化應對貢獻實踐力量。



專題：供應鏈溯源，零毀林與零轉換轉型



森林友好食材供應鏈轉型試點交流會



2 ESG
管理體系

ESG管理體系

2.1 ESG管理理念

公司始終踐行「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、工作質量及人才培養等領域持續追求卓越。我們立志遍布中國，走向世界，致力於成為民族餐飲的引領者—不僅讓華人引以為傲，更力求成為行業管理的標杆、消費者心中的首選品牌、員工認可的最佳僱主、投資者信賴的績優對象、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17個可持續發展目標深度契合。在無貧窮、零饑餓、良好健康與福祉等關鍵議題上，我們積極作為、主動擔當，以實際行動彰顯負責任企業的社會價值，攜手社會各界共同創造更加美好的未來。

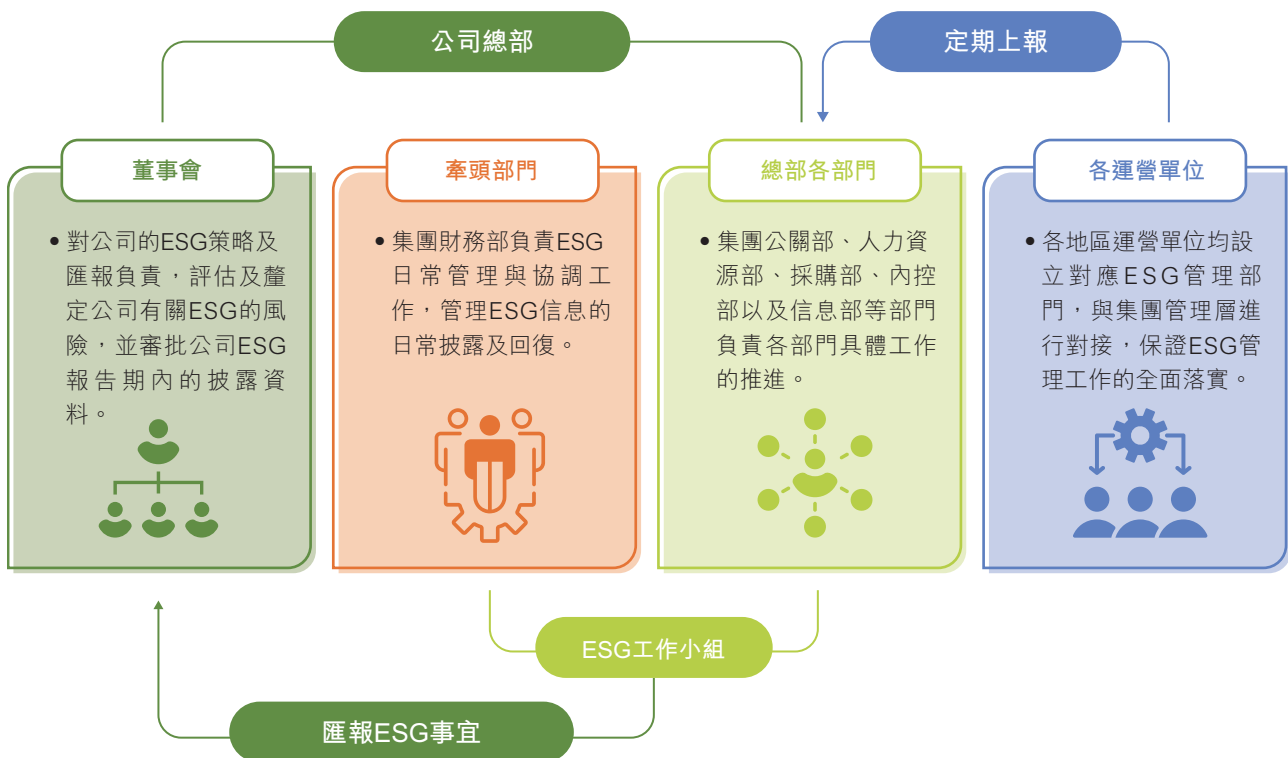


ESG管理體系

2.2 ESG管理架構

公司構建了權責清晰、上下聯動的ESG工作機制，為ESG工作的系統化、常態化開展提供堅實保障。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。

集團財務部為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，形成了上下協同、信息互通、執行有力的ESG閉環管理體系。



ESG管理體系

2.3 ESG激勵與考核

為強化ESG工作的有效落地並保障可持續發展目標的實現，公司已將ESG相關指標納入高管可變薪酬考核體系，推動可持續發展責任與高層激勵機制深度掛鉤。同時，為確保ESG管理要求有效傳導至業務末端，公司將食品安全、產品及服務質量、環保合規、員工發展等關鍵議題的考核指標逐層分解至各職能部門，並持續完善定量與定性相結合的考核細則，推動ESG理念融入日常經營與績效管理全過程。

2.4 利益相關方溝通

利益相關方的信任與支持是公司推進ESG管理、實現可持續發展的根本動力。我們高度重視與各方建立坦誠、高效的溝通機制，通過多元化的管道與政府及監管機構、投資者、消費者等利益相關方保持常態化互動，主動傾聽、精準回應各方關切。在依法合規運營的基礎上，我們以透明贏得信任，以責任凝聚共識，攜手利益相關方共同創造可持續價值。

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"> 日常溝通 信息報送 會議座談 	<ul style="list-style-type: none"> 合規經營 嚴格的內部控制和風險管理 行業健康發展 	<ul style="list-style-type: none"> 加強合規運營 依法納稅 加強內部控制和風險管理 提供相關支撐材料
投資者	<ul style="list-style-type: none"> 定期信息披露 股東大會 日常溝通 官網網站 投資者關係專用聯繫方式 	<ul style="list-style-type: none"> 優異的業績 持續穩定的增長 廉潔透明的運營 	<ul style="list-style-type: none"> 持續提高價值創造能力 加強企業風險管理 透明公開的信息披露 強化投資者管理

ESG管理體系

利益相關方	溝通方式	期望與訴求	我們的回應
媒體及非政府組織	<ul style="list-style-type: none"> • 社交媒體 • 新聞發佈會 • 座談會 • 官方網站 	<ul style="list-style-type: none"> • 對外傳播公司戰略計劃 • 獲取公眾對公司及品牌的認知 • 建立與公眾方便、暢通、合理的交流機制 	<ul style="list-style-type: none"> • 建立國內外媒體矩陣 • 定期開展新聞發佈會 • 定期發佈公司戰略信息 • 定期參加座談會等進一步拉近與公眾的聯繫
消費者	<ul style="list-style-type: none"> • 客服專線 • 官博、官微留言互動 • 客戶滿意度調查 • 餐廳溝通交流 	<ul style="list-style-type: none"> • 食品安全 • 高效優質的服務 • 營養健康多樣的產品選擇 • 新品牌塑造 	<ul style="list-style-type: none"> • 直營連鎖 • 嚴控食材採購 • 堅持集中配送 • 精心搭配食材 • 研發新產品 • 開發適應市場的全新品牌 • 提升就餐環境 • 保障消費者權益

ESG管理體系

利益相關方	溝通方式	期望與訴求	我們的回應
環保團體	<ul style="list-style-type: none"> 宣導環保理念 堅持可持續發展 環境信息披露 	<ul style="list-style-type: none"> 支持節能減排，提倡低碳生活 溫室氣體排放量 餐廚垃圾排放量 能源使用量 節約資源 堅持綠色可持續發展運營 	<ul style="list-style-type: none"> 堅持推進餐廳環保低碳運營 餐廚垃圾嚴格管理 垃圾分類 減塑降廢 積極宣導綠色辦公
員工	<ul style="list-style-type: none"> 培訓交流 OA平台公告與回饋 團建活動 定期新員工溝通會 績效管理機制 	<ul style="list-style-type: none"> 保障員工合法權益 薪酬福利 提供公平、平等的就業機會 提供多元化成長、晉升機會 	<ul style="list-style-type: none"> 堅持公平招聘 開展多元化員工培訓和學習 通暢職業發展管道 開展員工活動，平衡工作生活

ESG管理體系

利益相關方	溝通方式	期望與訴求	我們的回應
供應商與合作夥伴	<ul style="list-style-type: none">• 供應商評估• 合作協議• 定期走訪	<ul style="list-style-type: none">• 公平採購，誠信履約• 保障食品質量與安全• 產地採購	<ul style="list-style-type: none">• 加強採購管理• 堅持「農餐對接」• 全球採購• 堅持公平公開的採購
社區	<ul style="list-style-type: none">• 社區活動• 社區服務	<ul style="list-style-type: none">• 安全合規運營• 開展社區公益，促進和諧• 堅持綠色運營	<ul style="list-style-type: none">• 開設社區餐廳• 加強餐廳安全管理• 開展社會公益

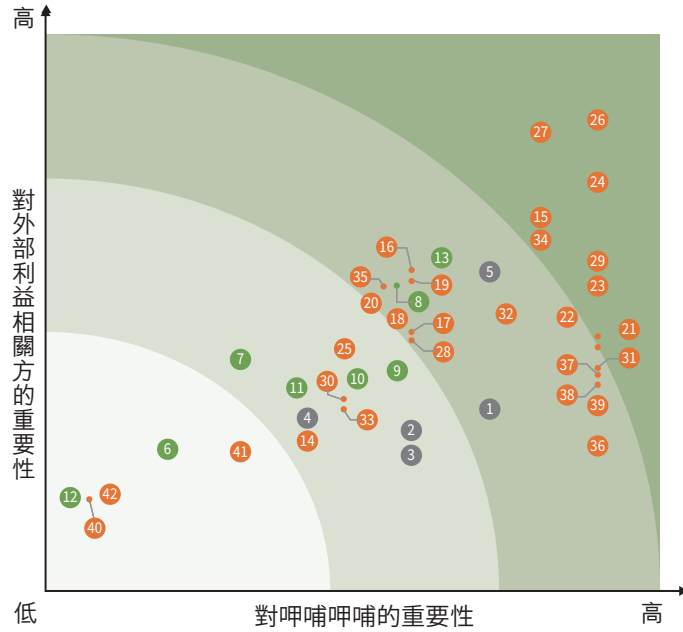
ESG管理體系

2.5 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、社會及管治報告守則》及相關國際標準，從「對利益相關方的重要性」和「對公司自身發展的重要性」兩個維度出發，系統開展ESG實質性議題評估。ESG工作小組牽頭組織問卷調查、訪談溝通等多種形式，廣泛收集內外部利益相關方的意見與期望，對議題進行篩選與排序，最終形成ESG實質性議題矩陣。

報告期內，公司一方面梳理各部門在日常工作中所感知的利益相關方關注重點；另一方面，面向政府及監管機構、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、社區和公眾、媒體、非政府組織及專家等內外部利益相關方發放調查問卷。基於溝通回饋結果，公司對議題重要性進行綜合評估與排序，形成2025年度ESG重大議題矩陣。本年度共識別42項議題，回收有效問卷239份，相關分析結果如下圖所示。

ESG管理體系



- | | | |
|--------------|------------|------------|
| 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 數據安全與隱私 |
| 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 食物營養與健康 |
| 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 環境目標設立與完成 | 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 氣候變化風險緩釋 | 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 |



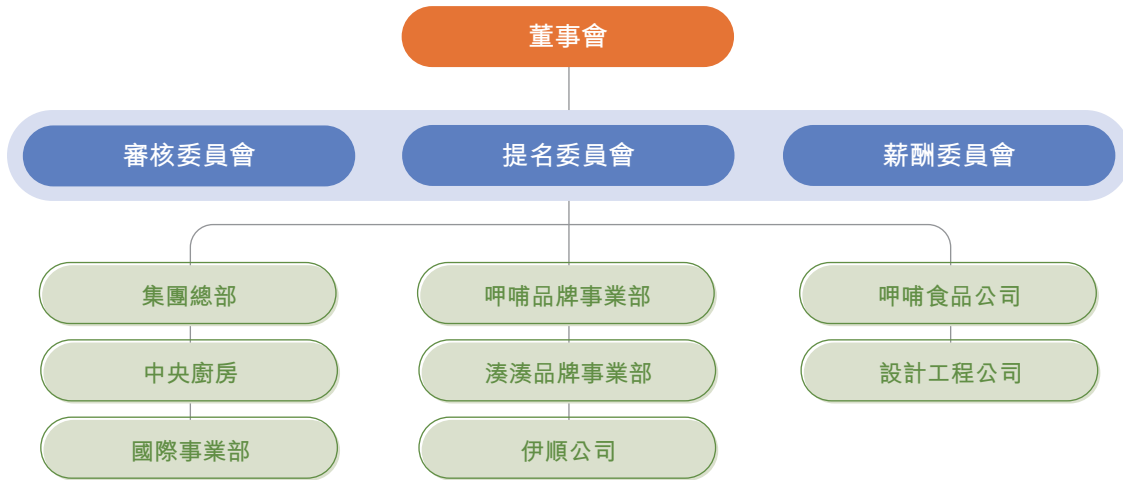
網為綱
舵為健
穩

治理為綱，穩健為舵



3.1 企業管治

為在滿足合規要求的基礎上有效支撐公司戰略發展，公司建立了全面且適應性強的組織架構。董事會作為公司業務發展的最高指導與監督機構，下設審核委員會、提名委員會及薪酬委員會，以完善治理體系。在管理層面，除設立總部各職能部門以統籌集團資源外，公司還成立了呷哺呷哺品牌事業部、湊湊品牌事業部，分別專項負責對應品牌的運營與管理，確保組織架構能夠根據業務發展需要適時優化調整。



治理為綱，穩健為舵

• 董事會獨立性與有效性

公司董事會由2名執行董事、1名非執行董事及4名獨立非執行董事組成，其中包含2位女性、5位男性。公司獨立非執行董事均具備豐富的專業經驗，且與公司不存在任何可能實質性影響其獨立判斷的業務或其他關係。他們能夠基於獨立、客觀的立場發表意見，為維護公司及全體股東的整體利益提供有力保障。

董事會多元化

我們深知董事會多元化是保持競爭優勢與可持續發展的基石，已制定並採納董事會成員多元化政策，全面遵守上市規則及企業管治守則相關要求。董事會以用人唯才為原則，在組建時綜合考慮性別、年齡、文化教育背景、行業經驗、專業技能等多重維度，並結合公司業務模式與實際需求作出決策。報告期內，董事會由2名女性董事及5名男性董事組成，女性佔比達28%，持續保持性別多元化。此外，董事會成員年齡介於54歲至65歲，擁有經濟、工商管理及法律等多元教育背景，覆蓋餐飲、會計及財務管理等多個行業領域。未來，本公司將在中高層招聘中持續注重性別多元化，並通過系統培訓與職業發展為董事會培養優秀繼任者，不斷提升董事會效能，維持高水平企業管治。

治理為綱，穩健為舵

3.2 風險管理

公司將風險管理深度融入戰略決策與日常運營，通過系統識別評估重大風險、動態優化管控措施、持續完善制度流程，公司實現了對關鍵業務領域的全覆蓋監督與前瞻性應對。以常態化審計機制壓實監督責任，以智能化合同管控提升技防能力，打造了具備前瞻性與韌性的風險管理體系，為可持續穩健運營築牢根基。

• 管理體系構建

公司建立了以風險為導向、決策、執行和監督三權分立的獨立內部監控體系，從關鍵環節和重點業務領域入手，持續監控生產經營管理過程中的高風險區域，定期分析和評估重大風險，嚴防重大風險和實質性缺陷的發生。針對已發生的事件或潛在的重大及重要風險，公司深入分析並制定應對、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，進一步提升企業的風險防範與抵禦能力。

公司結合發展策略及風險偏好、業務板塊、組織架構、財務重要性水平等因素，系統構建風險管理框架，全面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多個核心模塊。與此同時，公司密切參與資產請購、採購、工程管理、合同及知識產權管理、新址租賃／續簽／閉店、市場活動管理、研發管理、制度及特批等關鍵業務領域流程，監督控制措施的有效性，尤其針對涉及操作風險的相關流程，及時進行預警、幹預和控制措施優化。

在內部審計方面，公司明確至少每三年對所有業務進行一次全面審計，審計結果定期向董事長及董事會匯報，確保風險管控層層落實、監督到位。通過上述機制，公司實現了對重大風險的動態監控與有效應對，為穩健運營提供了堅實保障。

治理為綱，穩健為舵

• 管理措施成效

完善制度建設

公司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，持續推進制度體系的完善與優化，使其更具可行性和可操作性。2025年，共推進10項制度的制定與修改，進一步夯實內部管理基礎

梳理業務流程

公司對業務流程實施符合性檢查及全程跟蹤，對發現的問題進行優化和簡化，理順業務關係、規範工作程序，有效提升工作效率。2025年，共開展5項OA系統流程梳理，涉及對接新EHR系統、最高核決權調整、上市公司事務用印、開發部匯報線調整等關鍵環節，並進行了129項流程優化

內控內審工作

內控內審工作貫穿業務全程，內控人員事前參與各部門組織的採購合規指導、招標議價等會議，行使內控監督權，從源頭防範風險。在審計過程中，公司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的落實情況和整改進度，以鞏固審計成果。2025年，開展內控項目17個，發現問題38項，已完成整改及處置38項。同時，綜合運用結算審計、審核及專項梳理等多種手段，在工程審計方面開展相關工作，持續提升管控水平

法律風險防控

法務部根據業務風險點更新完善集團合同管理系統，通過新的管理系統實現對合同簽訂及流程風險的智能化管控，進一步提升風險技防能力。同時，法務部將持續加強維權與風控工作，爭取提高集團訴訟爭議案件的止損率，並根據業務發展需求及變化，為各業務部門提供及時有效的法律支持，防堵潛在風險

治理為綱，穩健為舵

3.3 商業道德與合規經營

公司恪守誠信經營底線，對貪污腐敗、商業賄賂及洗錢行為秉持零容忍態度，持續完善制度約束、文化浸潤、監督閉環、供應商協同等商業道德治理方向。通過暢通舉報管道與嚴密的舉報人保護機制，強化內部監督與外部聯防，營造風清氣正的經營環境。在知識產權領域，公司堅持自主創新與依法維權並重，持續完善商標、專利及著作權保護體系，以法治思維護航品牌價值與可持續發展。

• 反腐倡廉

公司始終對貪污腐敗、賄賂及洗錢等行為採取「零容忍」態度，嚴格遵守運營所在地法律法規，構建了覆蓋全員、全流程的商業道德治理體系。我們通過完善的制度約束築牢合規底線，以全員宣貫培訓厚植廉潔文化，依托暢通的舉報機制與嚴格的舉報人保護政策強化內部監督，並對供應商實施全生命周期閉環管理，有力維護了誠信、透明、負責任的商業經營環境。

制度保障

在反貪腐方面，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》等運營所在地國家法律法規，構建了完善的內部制度體系。其中，《員工手冊》與《商業行為及道德準則》為全體員工確立了基本的行為規範與道德底線；同時，通過《反貪腐及廉潔自律聲明》和《廉潔呷哺舉報獎勵辦法》，進一步明確了內部員工的權責關係與獎懲機制。此外，公司董事長親自發佈《董事長公開信》，向全體員工及合作夥伴傳遞集團最高領導層對誠信廉潔的堅定決心。

在反洗錢方面，公司依據金融行動特別工作組(FATF)國際標準與國內《反洗錢法》等監管要求，確立了「風險為本、全員參與、科技驅動、持續反覆運算」的反洗錢管理理念，構建覆蓋全業務、全流程、全主體的閉環管理體系，並制定了滿足合規底線的反洗錢戰略。該戰略已成為提升風險管理能力、維護品牌聲譽、實現可持續發展的重要支撐。

治理為綱，穩健為舵

供應商反腐敗

公司將供應商反貪腐管理視為構建商業道德體系的關鍵一環，堅持「廉潔鑄魂、合規築基、透明賦能、零容忍生態」的管理理念及政策。通過制度約束、過程監管與專項審計相結合的方式，從源頭防範商業賄賂風險。

在制度層面，公司要求所有供應商在合作前必須簽署《保密及反商業賄賂協議》、《供應商誠信廉潔承諾書》及《反商業賄賂及商業行為規範承諾書》，作為業務合作的前置條件。

在過程監管方面，公司建立了覆蓋供應商全生命周期的管理機制：准入環節對所有新供應商進行嚴格的資質審核，確保其商業信譽與合規基礎；議價環節對關鍵採購過程進行全程會議錄製，確保過程留痕、公開透明；結算環節嚴格執行「合同、送貨單、發票」三單匹配校驗，確保交易真實合規。此外，部門內設置價格異常預警機制，結合市場行情進行風險提示，及時發現潛在問題。

在專項審計方面，當出現供應商被舉報、行業內爆發重大道德違規事件或國家政策重大調整時，公司會立即啟動專項審計，對相關供應商進行全面風險評估。與此同時，公司積極加入「陽光誠信聯盟」等企業反腐組織，將經查實存在違反誠信原則行為的供應商列入平台黑名單，實現行業間的反腐敗信息共享與聯防聯控，有效震懾潛在的舞弊行為。

舉報人保護與監察機制

暢通的舉報渠道與嚴密的舉報人保護機制，是公司發現並糾正問題、維護商業道德底線的重要保障。為廣泛聽取各方聲音，公司專門設立了「總裁信箱」和「總裁熱線」，鼓勵員工、合作夥伴及顧客積極建言獻策、反映問題；同時，通過公司網站、內部培訓等多種途徑，持續宣傳舉報獎勵政策與舉報途徑，確保信息透明、人人皆知。

治理為綱，穩健為舵

在舉報人保護方面，公司制定了嚴格的政策。集團內控部是唯一受理並經辦調查舉報事項的部門，所有舉報人的信息僅在部門內部及公司董事會成員範圍內嚴格保密。公司承諾全力保護舉報人不受任何形式的打擊報復，並在其遇到相關困難時提供及時幫助。此外，公司創新引入「污點證人」制度，如合作夥伴或員工發現自身行為涉嫌違法違規並自願成為污點證人，公司將酌情不予追究其相關責任，並同樣適用舉報獎勵政策，以此鼓勵主動坦白與內部揭發。

在調查與監督層面，內控部作為獨立監控體系的核心，負責識別舞弊風險並對所有舉報事項開展獨立調查。針對貪污舞弊案件，公司堅持「預防為主，打擊為輔」的原則，通過專項重點查處，對違紀人員予以嚴肅處理，確保反舞弊工作落到實處。

舉措成效

報告期內，公司通過一系列扎實有效的舉措，將反貪污和商業道德要求融入日常運營，取得了顯著成效。在制度建設與文化宣貫方面，新員工入職時100%完成《員工手冊》和《商業行為及道德準則》的學習與簽收，並全員通過「呷哺大學堂」的《集團廉潔培訓》課程及考試，確保廉潔從業的第一道關口。所有在職全職員工亦通過「呷哺大學堂」定期完成廉潔課程，不斷鞏固道德認知。報告期內，公司共開展反腐敗、反貪污、董事及員工商業道德及行為準則培訓6次，受訓人次達5807人次。此外，公司在春節、中秋、端午等重要節慶日製作並發佈廉潔主題海報，通過企業內部通訊軟件、電子郵件及辦公區域宣傳欄等多渠道進行廣泛宣傳，引導員工主動拒絕供應商的禮品或禮金。報告期內，公司未發生貪污訴訟糾紛案件。



公司廉潔海報

治理為綱，穩健為舵

在舉報調查與案件處置方面，公司舉報人保護與監察機制運行有效。報告期內，公司反貪污、反腐敗、道德標準內部審計達17次，內審提出38項問題；公司共接到84起投訴舉報，所有舉報案件均100%受理並開展調查，調查結案率達96%。根據調查結果，全年共計懲處員工61人，其中因嚴重違紀被解除勞動合同31人，相關查處金額合計為171,826元。這些行動有力地震懾了違規行為，維護了公司的合規運營環境。

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》《商標法實施條例》《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、嚴懲侵權案件的管理理念，加強集團品牌商標註冊管理，擴大商標的使用範圍及影響力，加強商標、著作權等知識產權保護力度。

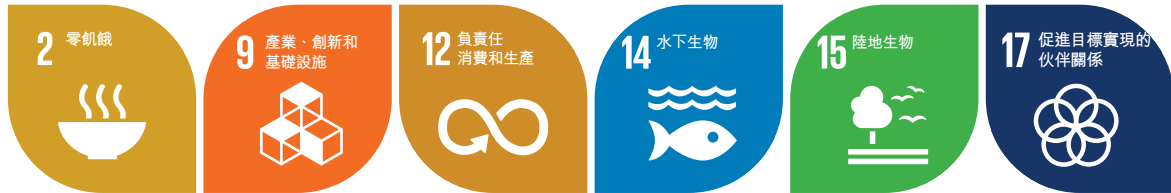
公司針對各類侵犯知識產權行為積極採取維權措施，通過提起商標異議申請、提起商標無效宣告申請、線上線下聯動進行打假活動等手段打擊侵權行為，必要時通過訴訟手段保護知識產權，維護公司合法權益。同時，更加注重對著作權的保護，對打造自身IP做出有益規劃。

報告期內，公司持續加強商標註冊管理水平，成功申請多個自有品牌商標，擴充集團公司商標儲備。



品質為基
創新為翼

品質為基，創新為翼



品質是企業立身之本，創新是持續發展之翼。我們始終以食品安全為底線、以消費者需求為導向，將品質管控貫穿食材採購、生產加工、物流配送、終端服務全鏈條，以多元創新驅動產品反覆運算、模式升級，以高效供應鏈築牢運營根基，以極致服務守護客戶信賴，以行業擔當引領規範發展。

4.1 守護食品品質

• 產品可持續管理

公司始終將食材可持續管理視為企業社會責任的核心抓手，堅持以安全為底線、品質為核心、可持續為導向，構建覆蓋食材採購、驗收、追溯全鏈條的管理體系。我們積極採納國內外權威認證標準，嚴格篩選合作供應商，完善全程可追溯機制，在為消費者提供安全健康食材的同時，助力生態環境保護與行業可持續發展。

公司結合業務發展實際，優化食材可持續管理標準：

	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；部分品類採用「國際和國內」雙軌認證體系。	必須是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；部分品類額外要求通過BRC、BAP、ASC、MSC等國際認證。
原產地追溯	可追溯到產地和養殖信息；依托國家管控的各區域合規市場日配保障鮮活海產品追溯。	可追溯到原產地國以及工廠註冊號；所有產品均要求具備可追溯至源頭生產廠商的能力。
供應商要求	必須是來自通過二方審核的工廠，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；優先選擇品質領先且具備可持續管理理念的企業。	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；需通過正關進口，優先選擇具備相關國際認證的企業。

品質為基，創新為翼

海產品

海產品是呷哺呷哺菜單中的重要組成部分，涵蓋蝦蟹類、貝類、魚類、魷魚類、章魚類、鱈魚類、海帶類、螺類、軟體類等。我們堅持「鮮度為王、安全為綱」的管理理念，將食品安全與可追溯性置於首位，確保每一份海產品從源頭到餐桌均處於嚴格監控之下。

為保障海產品品質與安全，促進海洋生態保護，公司針對不同品類海產品制定差異化認證標準，覆蓋國際、國內雙軌認證及多項國際權威認證。其中，基礎認證涵蓋HACCP《危害分析與關鍵控制點》、ISO22000《食品安全管理體系》，覆蓋多數海產品品類，通過對生產過程中的危害進行分析和控制，築牢食品安全防線；國際認證則包括BRC(國際性零售業供應商評估標準)、BAP(最佳水產養殖規範認證)、ASC(水產養殖管理委員會認證)及MSC(可持續管理認證)，其中BRC通過嚴格評估供應商生產、儲存、配送等環節確保產品符合國際質量安全標準，BAP覆蓋飼料生產、養殖、加工、分銷全環節並注重環境保護、食品安全、員工及動物福利，ASC推動水產養殖向環境可持續、社會負責任方向發展，MSC則通過評估捕撈活動的可持續性與環境影響，保障魚類資源及生態系統長期健康。我們以「應選盡選」國際可持續認證供應商的原則，在新品開發與供應商遴選中優先考慮具備ASC、MSC、BAP等認證的企業；若特定產品在出口國尚未普及相關認證，則以「正關合規」作為核心約束與合作基礎，並鼓勵和支持供應商逐步向國際標準靠攏。

在可追溯性方面，我們要求所有海產品具備追溯至源頭生產廠商的能力，形成從餐桌到產地的閉環管理，依托國家管控的合規市場實現日配供應，確保海產品鮮活度與來源透明，國產原料可追溯至具體產地及養殖信息，進口原料則可追溯至原產地國及工廠註冊號，為質量控制與風險應對提供堅實支撐。

品質為基，創新為翼

牛肉及乳製品

牛肉及乳製品是菜單中的核心品類，公司牛肉及乳製品品類豐富，貼合不同消費者需求。牛肉類涵蓋國產及進口牛肉，專注於提供高品質原切肉，包括M4至M7級別的和牛系列、精選安格斯系列以及各部位草飼系列；乳製品主要為常溫鮮奶，選用國內頭部乳品品牌供應，從源頭降低品質風險。

公司針對牛肉及乳製品制定嚴格的認證標準，覆蓋產品全生產環節，確保品質可控。牛肉認證以冷凍分割牛肉為主要範圍，其中國產牛肉需來自資質證件齊全的正規屠宰工廠，優先選擇經過質量安全體系認證的企業；進口牛肉需來自國內依法註冊備案的准入工廠，同時採用澳洲MSA體系、美國PCSS認證及HACCP食品安全認證，其中澳洲MSA體系涵蓋成熟度、脂肪顏色、肌肉紋理分級，美國PCSS認證涵蓋Prime頂級、Choice精選、Select標準、Standard普通等級，養殖場空氣、水源、土壤需符合嚴格認證標準，生產過程接受認證機構持續監督審核；乳製品認證以常溫鮮奶為範圍，採用HACCP《危害分析與關鍵控制點》、ISO22000《食品安全管理體系》、FSSC22000《食品安全體系認證》三大標準，全方位保障產品安全。

在可追溯性方面，公司建立貫穿牛肉及乳製品全鏈條的追溯機制。牛肉可追溯到原產地國以及廠號，通過專屬追溯系統，可自下而上追蹤每一批次產品從源頭養殖者、生產商、屠宰場、物流運輸商、出口商直至分銷商的完整鏈條，確保信息透明，能夠精準追溯至源頭廠商；乳製品則要求供應商具備自有牧場，所有原料均來源於自有牧場，從源頭保障產品可追溯性，築牢品質安全防線。

公司對牛肉及乳製品供應商實施系統化、精細化的可持續管理，推動供應商協同發展。在合規底線要求上，供應商必須提供完整、合法的貨物追溯手續文件，保證產品及生產過程符合所宣稱的認證標準，其中國內供應商需通過二方審核，國外供應商需在國內依法註冊備案，所有供應商均需完成內部產品標準對接溝通，供貨時索證索票並提供原料全套合規手續。在合作優先原則上，同等條件下，公司優先篩選具備相關權威認證證書的供應商，同時建立終端消費者認可度評估機制，優先選擇認證及品牌在目標市場中認知度高、美譽度好的供應商，兼顧品質與市場口碑。在協同與管控方面，公司與牛肉核心供應商建立定期品質回顧機制，共享市場回饋與品評數據，共同推動產品優化與創新；針對乳製品供應商，則持續跟蹤到貨品質及餐廳使用產品品質，一旦發現異常，及時溝通工廠排查處理，確保產品全程可控。

品質為基，創新為翼

• 食品質檢體系

「品質源自堅持」，食品安全與質量管控始終是呷哺呷哺生存與發展的根本基石。公司嚴格遵循《中華人民共和國食品安全法》《餐飲服務食品安全操作規範》等國家法律法規要求，聚焦供應鏈全鏈條質量管理，從到貨驗收、抽樣檢測、實驗室檢驗到人員資質管理，構建起全方位、多層次的食品質檢體系，切實保障消費者飲食安全與產品品質的持續穩定。

為系統化提升質量管理水平，公司利用HACCP《危害分析與關鍵控制點》、ISO22000《食品安全管理體系》及FSSC22000《食品安全體系認證》，通過標準化流程識別、評估和控制食品生產與流通中的各類風險，確保質檢工作的專業性、科學性與合規性。

在質檢政策執行方面，公司堅持批批檢測，嚴格落實到貨產品全批次檢測制度。所有原料到貨均依據《產品規格書》所列項目和標準進行檢測，確保品質可控、風險可防。針對同廠家、同批次產品，若區域配送中心(RDC)已檢並判定合格，其餘倉庫不再重覆開展破壞性檢測，實現資源高效利用；一旦RDC檢測不合格，則其他倉點同步執行拒收，杜絕任何不合格品流入門店或加工環節，真正實現「一票否決、全域聯動」。

公司對抽樣檢測比例作出明確規定，兼顧代表性與可操作性，確保檢測結果真實反映整批產品質量：

- **感官檢測：**每批次(以生產日期為單位)抽檢比例不低於3%，覆蓋外觀、色澤、氣味、質地等關鍵感官指標；
- **破壞性檢測：**實行隨機抽樣機制，取樣量根據產品特性、風險等級及檢測需求靈活確定，重點開展理化、微生物等深入分析，精準識別潛在質量問題。

品質為基，創新為翼

實驗室檢測能力覆蓋多品類、多維度，實現從原料到包裝的全面監控：

- **食材類**：檢測感官指標及理化指標，包括水分、瘦肉精、二氧化硫、pH值、粘度等，並核驗淨含量；
- **果蔬類**：重點檢測農藥殘留，防範農殘超標風險；
- **非食材類(接觸食品)**：如包裝材料、工器具等，檢測其感官狀態、二氧化硫遷移量、規格符合性及淨含量，確保間接食品安全。

在人員管理方面，公司高度重視檢測隊伍的專業能力建設，明確要求實驗室相關人員須持有化驗員證，確保崗位人員具備基本專業素養。儘管國家已不再強制要求該資質，公司仍將其作為內部能力評估的重要參考，並將持續加強培訓與考核機制，保障檢測工作的規範性與準確性。

2025年，公司在中央廚房管理方面開展多項具體舉措，強化生產全流程管控，與食品質檢體系形成協同發力：一是底料成品轉移新廠生產，取消熬制工藝，採用添加劑，生料直接包裝，兼顧生產效率與醬料鮮美度；二是嚴格落實工藝管理要求，遵守工藝規程，按標準、按工藝組織生產，確保工藝參數和技術要求得到嚴格執行，並做好全程記錄留存，同時規範添加劑使用、環境保護及消毒等關鍵環節；三是聚焦醬料品質守護，在生產過程中優化工藝細節，確保醬料鮮美口感穩定。

通過食品質檢體系的全方位管控與中央廚房的精細化運營，各項工作成效顯著：中央廚房產品批次檢測合格率100%，政府抽檢合格率100%。報告期內產品無客訴、未發生食品安全事故。

品質為基，創新為翼

• 質量安全文化

食品安全是運營底線，也是公司質量安全文化的核心導向與追求。我們致力於為消費者提供健康、營養、美味且值得信賴的餐飲體驗，將食品安全理念深度融入企業文化內核。通過常態化全員培訓、完善的監督考核機制，持續強化全體員工的食品安全意識，規範操作流程。在供應鏈管控環節，公司推行嚴格的供應商分級評估體系，並實施自營基地管控策略，從源頭築牢食材品質防線，為質量安全文化落地提供堅實支撐。

公司以質量安全文化為紐帶，凝聚全員價值共識、規範全員行為準則，對內通過形式多樣的培訓深化全員責任意識，對外加強與供應商的溝通與宣貫，著力營造全員參與、全員認同、全員踐行的質量安全氛圍。2025年，公司開展員工產品安全與質量培訓5,000餘人次，嚴格執行新入職員工崗前必訓制度，確保新員工上崗前全面掌握食品安全相關知識與操作規範。2025年，我們組織了多次聚焦生產質量控制的專項培訓，注重以考核評估學習效果；並開展了側重安全實操的技能演練，切實提升一線人員的風險防範與應對能力。通過這些培訓，員工不僅提升了專業的質量控制技能，也有效優化了現場的質量檢驗流程。同時，為確保學習成果轉化為實際行動，我們建立了相應的跟進與考核機制，將培訓執行效果與個人績效掛鉤，形成有效的激勵與監督閉環，確保質量安全文化真正落地生根、落到實處。

品質為基，創新為翼

4.2 創新多元菜品

• 多元食材

公司立足消費者多樣化飲食需求與健康消費趨勢，以多元、優質、健康為食材選用理念，精選各類高品質食材，持續豐富食材供給體系，兼顧口感體驗與營養均衡，全力為消費者提供更具選擇空間的健康飲食解決方案。

在海鮮品類方面，我們精選全球優質產區的海產，涵蓋蝦蟹類、貝類、魚類、魷魚類、章魚類、鱈魚類、海帶類、螺類、軟體類等多個品類，其中不乏進口巴沙魚、黑魚、厄瓜多爾白蝦、六秒螺片、印度小青龍、魷魚耳花等特色品種。

在肉類及禽類食材的選用上，我們同樣秉持極為考究的標準。羊肉由公司旗下位於錫林郭勒盟的伊順清真肉類有限責任公司穩定供應，優選來自錫林郭勒盟的烏珠穆沁羔羊。牛肉品類涵蓋國產及進口兩大板塊，專注於提供高品質原切產品，包括M4至M7級別的和牛系列、精選安格斯系列以及各部位草飼系列。禽類食材我們青睞自然散養的海南文昌走地雞，其生長周期充足，肉質緊實且脂肪分佈均勻，通過恰當的烹飪工藝，能最大程度保留營養與汁液，呈現爽滑細膩的口感。

除常見的蔬菜、肉禽海鮮外，公司結合健康飲食理念，積極引入有機蔬菜、多種菌菇及藻類等特色食材，不斷豐富消費者的菜品選擇，助力實現均衡、健康的飲食結構。公司還兼顧食材的地域特色與季節性特點，積極挖掘各地優質食材資源，將不同地域的當季風味融入菜品體系，讓消費者在品嚐美味的同時，感受多元地域飲食文化的魅力。

品質為基，創新為翼

• 多元營養健康產品

公司以消費者需求為導向，將「新鮮、美味、健康、安全」作為產品創新理念。依托多元經營模式與創新研發體系，我們錨定市場需求、堅守健康趨勢、貼合品牌調性、適配多元場景，大膽突破傳統經營邊界，持續優化菜單結構、挖掘優質產品、升級服務體驗，致力於為消費者呈上新鮮、美味、健康、安全且具高性價比的火鍋產品，引領火鍋行業消費新潮流。

2025年，公司在菜品研發與產品創新上持續深耕，聚焦消費者多元需求與健康飲食趨勢，推進呷哺半自助、呷哺牧場、九宮格拼盤、鴛鴦鍋、鮮肉等核心項目，累計推出90餘款新品，每款新品均兼具記憶點與場景適配性。同時，公司持續優化現有產品體系，升級特色鍋底、肉品、海鮮等核心產品，挖掘時令及地域特色食材，聚焦高品質定位，打造「高貴不貴」的優質產品矩陣。

針對「單身經濟」「宅經濟」興起帶來的消費場景變革，以及消費者對飲食均衡、便捷衛生、減少浪費的需求，公司精準捕捉市場痛點，推出多款場景化特色產品。湊湊品牌在保障聚會場景體驗的同時，推出獨具特色的一人食小火鍋，為上班族提供便捷選擇，兼顧美味與食材節約；呷哺品牌創新推出單人鴛鴦鍋，雙味相容、分區涮煮，滿足消費者多口味需求。

公司以「膳食均衡」為核心，構建「湯底+食材+搭配」的營養體系，推動火鍋從「偶爾解饞的放縱」轉變為「日常飲食的健康選擇」，傳遞「食養身心」的生活理念。具體舉措包括：研發「低鹽、低脂、高纖維」沁香柚子鹽鍋，推出杏鮑菇、高山細筍等高營養清淡菜品；打造九宮格拼盤套餐，以高蛋白肉品、高纖維蔬菜、低GI主食及健康豆製品科學搭配，同時提供「科學涮煮指南」與營養搭配建議，讓健康飲食更易實現。此外，通過優化菜品份量、推行小份菜、規範計量單位，引導消費者均衡飲食，減少浪費與暴飲暴食現象。

品質為基，創新為翼

案例：單人鴛鴦鍋

2025年5月26日，呷哺呷哺在9家餐廳進行單人鍋鴛鴦鍋的推廣，採用雙味相容設計，覆蓋多元口味偏好，分區涮煮可避免串味，保證口感純粹，同時兼顧營養搭配的靈活性，滿足消費者一人就餐時的多口味需求。通過經典與創新的口味組合、實用的鍋具設計、精準的場景營銷，進一步強化產品競爭力，成為門店的引流爆款，後續計劃在呷哺呷哺全國餐廳大範圍推廣。



案例：九宮格拼盤

九宮格拼盤以全新呈現形式，為消費者提供豐富組合的菜品及更適配的搭配方式，滿足消費者一餐多食材的就餐需求，打破傳統菜品呈現模式，帶來全新就餐體驗，該產品首先在北京21家餐廳上線，後續逐步推廣。同時，公司打造九宮格拼盤套餐組合，以高蛋白肉品+高纖維蔬菜+低GI主食+健康豆製品的科學搭配，傳遞健康飲食理念，成為公司差異化產品的重要代表。



品質為基，創新為翼

案例： 沁香柚子鹽鍋

2025年3月28日，沁香柚子鹽鍋全國清新上市，作為呷哺呷哺首款果味鍋底，以清新爽口為核心特色，精選「金盆柚」打造濃鬱柚香，搭配昆布鰹魚高湯和雞湯打底，鍋底自帶蘸料屬性，健康少油、美味不膩，契合消費者健康飲食、追求差異化口味的需求，成為公司健康鍋底的代表性產品。



案例： 鮮切牛肉

鮮切牛肉以「新鮮無添加」為核心壁壘，兼具「口感優、體驗感強、溢價高」的優勢，既滿足消費者對健康、原味的飲食需求，又能打造差異化爆品、優化盈利結構，適配餐飲行業廣泛消費需求。2025年，公司推出4款鮮切肉產品，分別為精選鮮切牛小米龍、經典鮮切牛外脊、嚴選鮮切牛辣椒、臻選鮮切牛上腦，均選擇最適合涮煮的牛肉部位，進一步豐富公司產品矩陣，強化品牌在高品質食材領域的形象。



品質為基，創新為翼

• 多元模式

2025年中國消費市場「總體承壓但韌性十足，結構分化且多元繁榮」，新需求不斷被喚醒，新場景持續被創造，消費市場正從規模擴張向質量提升的新階段穩步邁進。公司精準洞察市場變化與消費者便捷用餐需求，堅守「重質不重量」的總體發展策略，聚焦「內生提效、體驗制勝」的管理理念，積極推進業務模式創新與佈局優化，構建多元化、高質量的發展模式。

2025年，公司將外賣業務定位為集團戰略轉型的核心增長引擎，同步創新模式、優化門店運營，形成多元發展格局，並推出三大針對性舉措保障落地：一是深化供應鏈降本增效，與關鍵供應商深度合作、大宗食材提前鎖價，依托數字化採購平台提升效率與透明度，夯實外賣業務成本與供應基礎；二是優化門店網絡，關停低效門店、在一線及高潛力城市精準拓店，兼顧堂食效率與外賣「衛星廚房」佈局，提升履約能力；三是推出「鳳還巢」合夥人計劃，綁定員工及門店利益，激發經營活力，為外賣精細化運營提供新範式。經過一年的深耕細作，公司多元模式佈局成效顯著，核心業務增長勢頭強勁。2025年，公司外賣業務訂單量同比增幅超75%。

4.3 優化升級供應鏈

為保障供應鏈源頭品質，築牢食品安全防線，公司建立了供應商從准入到後評價的閉環管控體系，以「篩選准入—過程監督—綜合評價」為核心鏈路，嚴格遵循既定原則與合規要求，實現供應商全生命周期管理的標準化、規範化、精細化，為公司與供應商的長期穩定合作奠定堅實基礎。

• 供應商篩選准入

公司在供應商篩選准入環節，堅持「公平、公正、公開，合法、合規、合情、合理」的原則，致力於建立質量可靠、供貨穩定、服務優質的供應商體系，嚴格遵循國家相關法律法規及行業規範，制定了公司《供應商質量准入管理準則》，確保每一位合作夥伴都能滿足公司的高標準要求。

2025年，公司重點推進尋源渠道、篩選工具與評估體系的三重優化，提升准入質量與效率。一是推行線上線下一體化尋源策略，打破單一尋源局限，保障尋源渠道的廣度與透明度，拓寬優質供應商選擇範圍；二是積極引入AI等數字化工具，實現行業內頭部及潛力供應商的自動搜尋與識別，有效提升尋源效率與精準度，降低人工篩選誤差；三是建立系統化的供應商評估模型，構建六大核心評估維度，對供應商進行全面、細緻的篩查，從根本上確保引入的供應商資質優良、風險可控。其中，物流商准入額外重點審核庫房條件、運作標準等核心資質，確保其具備滿足公司配送需求的能力。

品質為基，創新為翼

六大核心評估維度全面覆蓋供應商綜合實力與風險水平：

基礎資質與合規性

重點核查供應商營業執照、行業許可證等資質文件的齊全性與有效性，優先選擇已獲得ISO9001、ISO22000、HACCP等國際或行業體系認證的企業，確保供應商具備合法經營基礎；

質量與生產／服務能力

對於普通供應商，嚴格評估產品質量是否符合國家、行業標準及公司內部要求，針對食品類供應商，強制執行「引入前驗廠」制度；對於物流商，重點評估配送服務質量、時效保障能力及倉儲管理水平，確保其服務符合公司供應鏈配送標準；

經營與財務狀況

分析供應商償債能力、盈利能力等關鍵財務指標，評估其經營健康度與穩定性，有效規避供應鏈中斷風險；

綜合實力與發展潛力

重點評估供應商的企業規模、產能／運力、技術實力及未來發展潛力，優先考慮具備與大型連鎖企業成功合作經驗的供應商，保障合作可持續性；

風險與合規背景

全面調查供應商是否存在尚未了結的重大法律訴訟或行政處罰記錄，在法律層面提前規避連帶風險；

應急回應能力

重點評估供應商在面對臨時性、突發性重大需求或市場變故時的快速回應與協同處理能力，保障供應鏈的穩定性。

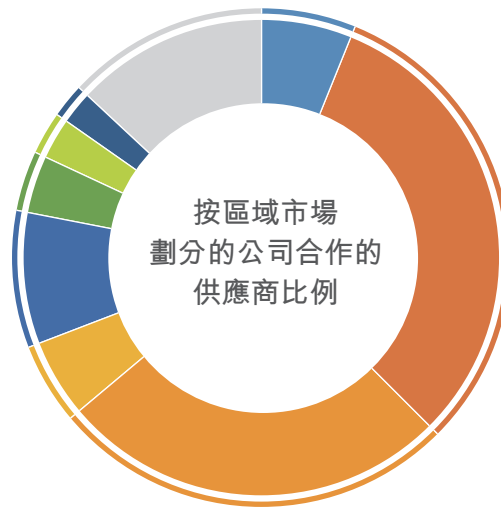
品質為基，創新為翼

在明確評估標準的基礎上，公司建立標準化、流程化的採購執行與供應商引入流程，確保各環節規範可控、全程留痕，具體流程如下：



品質為基，創新為翼

截至報告期末，與公司合作供應商共計980家，分佈如下：



● 東北	6.12%	● 華中	5.41%	● 西北	2.76%
● 華東	31.53%	● 華南	8.67%	● 港澳臺地區	2.24%
● 華北	26.33%	● 西南	4.08%	● 海外	12.86%

• 供應商管理監督

為確保准入供應商持續符合公司標準，防範供應鏈質量與合規風險，公司採用「現場考察為主，線上線下相結合」的方式，對供應商進行動態管控，保障供應產品與服務的穩定性。針對低風險供應商，實施線上審核，重點確認其基礎管理能力，提升審核效率；針對高風險供應商，實施100%現場審核，通過實地走訪排查風險，全面掌握其實際運營狀況，確保供應商各方面均能滿足公司合作要求。

在生產監督方面，對於普通供應商，公司與OEM工廠共同梳理並書面確認從原料驗收、生產加工到成品出廠的全鏈路標準作業流程(SOP)，建立聯合監督機制；對於物流商，重點監督其配送時效、倉儲管理、貨物完好率等核心服務指標，通過定期核查、數據複盤等方式，確保其服務符合公司標準。同時，建立多部門聯合監督機制，通過定期與不定期巡查、關鍵控制點監控、相關數據覆核等方式，確保供應商嚴格按標準提供產品或服務。

品質為基，創新為翼

在常態化風險監督方面，公司重點關注供應商到貨質量、餐廳質量回饋及物流商配送服務回饋，對質量或服務異常及時追蹤供應商改善，並納入供應商食品安全績效考評；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，抽樣檢測食品潛在風險指標，對供應商食品物料實際風險進行排查；針對質量不穩定供應商(含服務不達標的物流商)實施飛行檢查，確認其日常管理狀態，及時排除風險，防範食品安全及供應鏈中斷隱患。其中，公司針對物流商建立專屬後評價體系—呷哺呷哺全國物流中心<琅琊榜>，進一步規範物流商管理，提升配送服務質量。

• 供應商評價與培訓

公司建立覆蓋質量、成本、交付、服務等多維度的供應商綜合評價體系，以季度、年度為周期，對供應商合作表現進行全面客觀評價，並根據評價結果劃分為不同層級，實施差異化管理，明確對應激勵與約束措施。季度評價中，表現優秀的供應商將享有賬款優先支付、增加供貨／服務比例等激勵；表現合格的供應商維持現有合作規模，鼓勵持續優化；表現不合格的供應商將採取降低採購配比、限期整改、取消合作資格等約束，情節嚴重的納入黑名單。年度評價形成完整激勵約束閉環：年度表現優秀的供應商獲評「優秀供應商」，享有合同優先續約、增加採購／服務配比、參與年度供應商大會等權益，公司與其建立長期戰略合作關係；年度表現合格的供應商享有合同優先續約權，作為深度合作優先選擇；年度表現不合格的供應商終止合作並納入黑名單，限制次年續簽。

2025年，通過完善的供應商管理體系，公司實現質量保證、穩定供應目標，採購成本顯著下降，訂單履約率穩步提升，市場政府抽檢產品無不合格通報，全年因質量風險停用供應商4家、停用產品2款，1起食品安全內控抽檢風險已完成改善，物流配送服務達成率保持高位，供應鏈管理成效顯著。

品質為基，創新為翼



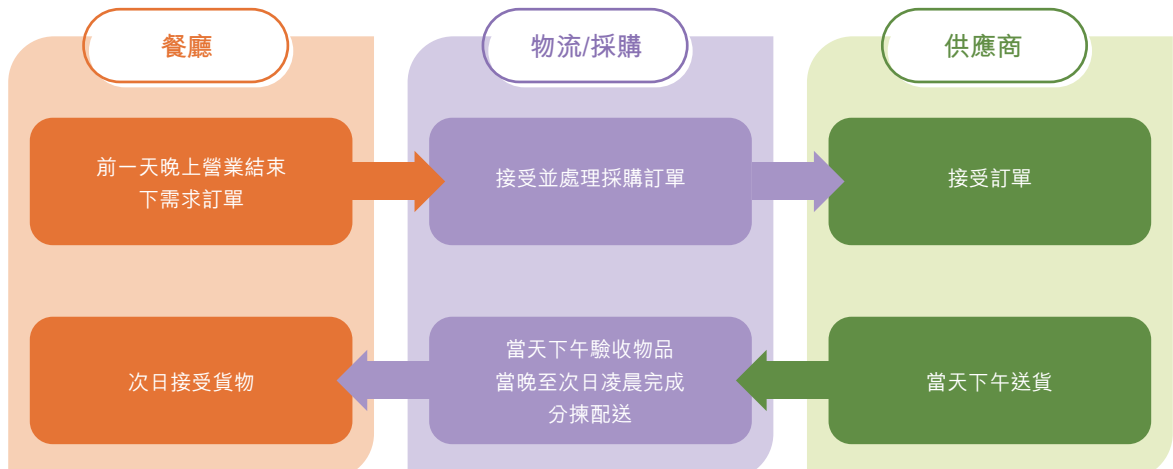
為持續提升供應商質量意識和管理水平，公司延續系統化培訓體系，定期開展專項培訓，培訓內容涵蓋質量監控、風險評估、績效管理等核心方面。同時建立定期考核與回饋機制，評估培訓效果並提供一對一輔導，助力供應商落實公司標準，推動供應鏈高質量發展。

• 堅持直營配送

公司堅持直營配送模式，以快速回應消費者需求為核心出發點，保障食材從源頭到餐桌新鮮度。依托標準化管理與數字化升級，構建高效、安全的物流配送體系，確保食材新鮮、及時送達各餐廳，保障產品品質與消費體驗。

對於果蔬類食材，公司延續無庫存運輸模式，確保客戶能夠及時享用到新鮮果蔬。每天餐廳結束營業後，各餐廳根據當日銷售情況和次日預計需求，估算所需果蔬種類和數量，向物流採購部門提交訂單；物流採購部門收到訂單後當日及時處理，並向供應商發出採購指令；供應商接到採購訂單後，當日完成採購和配送工作；物流部門收到貨物後進行嚴格驗收，隨後在當天晚上至次日凌晨完成分揀和配送，確保果蔬按時、新鮮送達各餐廳。

品質為基，創新為翼



對於冷凍食品，公司配備專業的冷凍倉庫和冷藏車，聯合合作物流商，用於海鮮、肉類等需冷凍保鮮食品的儲存和運輸，無論是自有冷庫還是外租冷庫，均完全符合行業標準，保障食品品質不受影響。冷凍倉庫內配備先進的控溫設備，確保儲存環境溫度始終保持在 -18°C 及以下；貨物出入庫操作時，倉庫內溫度嚴格控制在 -16°C 及以下，最大程度保持食品新鮮度。在冷鏈運輸過程中，物流商配備的冷藏車壓縮機全程正常運轉，裝車前車廂內溫度需降至 0°C 以下；運輸過程中，冷凍車廂溫度不得高於 -18°C ，冷凍產品溫度不得高於 -12°C ，冷藏產品溫度控制在 0°C 至 8°C 之間。所有冷鏈配送車輛均配備隔溫板，並在車廂門處安裝門簾，減少外界溫度對車廂內溫度的影響；每輛車配備固定式雙探針溫控設備，並完成授權和系統對接，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，保障冷鏈運輸的可靠性和安全性。

品質為基，創新為翼

公司依托直營配送體系，持續深化供應鏈的精細化運營與數字化變革。通過構建由總倉、區域分倉及轉運中心組成的標準化三級配送網絡，我們實現了覆蓋全國的高效、敏捷配送，有效降低了整體物流與採購成本。在數字化能力建設上，公司全面部署了運輸管理系統(TMS)、倉儲管理系統(WMS)及車輛定位監控系統，實現了從採購訂單、倉儲作業到幹線運輸及末端配送的全鏈路數據聯通與視覺化管理。這一數字化基座的夯實，顯著提升了物流運作的精準度與效率，為食材在流轉過程中的品質一致性提供了堅實保障。

此外，通過推行集中採購策略與持續的供應商管理優化，公司在成本控制方面取得了積極進展。在供應鏈基礎設施方面，位於北京大興、面積達1.2萬平方米的新物流中心已投入運營，極大地增強了公司的倉儲吞吐與區域調配能力，為業務全國化擴張提供了強有力的供應鏈支撐。2025年，公司持續推進供應鏈的效能提升與協同優化，以數據為驅動、以結果為導向，重點圍繞三大方向精準發力。一是深化供應鏈中台建設，統籌全國配送資源與物流服務商，靈活採取「集中儲備+分散配送」與「日用品周期定時補貨」相結合多模式供應，攜手供應商生態探索供應商管理庫存(VMI)模式，通過標準化作業與視覺化工具提升協同效率；二是升級SCM系統打造敏捷交付能力，實現門店補貨、採購訂單及全域庫存的業務在線化與數字化管理，加快庫存周轉、提升倉庫空間利用率與倉儲準確率；三是優化供應鏈與採購策略，精準預測需求、共享供應商信息，依託全資子公司肉品加工龍頭企業伊順公司，深化產供銷一體化佈局，為新業態及各品牌提供穩定高品質肉品供給，強化供應鏈自主可控能力。

品質為基，創新為翼

4.4 秉持客戶至上

在競爭日趨激烈的餐飲市場中，客戶體驗是企業核心競爭力的重要組成部分。我們秉持「一切以顧客的核心利益為考量」的理念，高度重視客戶滿意度，通過系統化機制建設與數字化服務升級，持續優化客戶旅程，全方位保障客戶權益，維護值得信賴的品牌形象。

• 保障客戶權益

我們嚴格遵循相關法律法規，將保障客戶合法權益作為企業運營的重要準則，從廣告宣傳合規、客戶隱私保護等多個維度，構建完善的客戶權益保障體系，切實維護客戶的合法權益，築牢品牌與客戶之間的信任橋梁。

在廣告宣傳領域，我們始終堅守合規底線，嚴格依照《中華人民共和國廣告法》等相關法律法規，通過各類自媒體平台及品牌聯合媒體開展對外宣傳工作，堅決杜絕虛假廣告與不實信息的傳播，確保向消費者傳遞的每一條信息都真實、準確、合規。為從源頭把控宣發質量，公司建立了嚴謹細緻的內部審批機制，宣發申請由提報人發起後，相關部門將從專業角度對宣發內容的畫面、文字進行全方位預審；預審通過後，修正後的內容將通過公司OA系統流轉完成後續審核，只有經過全流程審核通過的內容，方可面向大眾發佈。

品質為基，創新為翼

我們重點關注客戶隱私保護，通過完善制度體系、強化技術保障、細化執行舉措，多維度築牢客戶隱私安全防線。公司制定了《會員協議》《隱私政策條款》，其中湊湊品牌同步制定《會員隱私權條款》，明確以行業通行標準為參照，採用管理、技術、物理等多重保護手段，嚴防個人信息被未授權訪問、使用或泄露；同時，公司積極回應監管機構各項要求，全力配合相關調查與數據提供工作，切實保障用戶信息的安全與合法。2025年，我們在客戶隱私保護方面持續深化舉措：

- 小程序使用過程中，以半屏彈框形式顯著提示《會員協議》及《隱私政策條款》，提供拒絕或同意選項，無論用戶選擇何種方式，均不影響用餐、下單等核心場景使用，若用戶拒絕授權，將以遊客身份使用小程序，不獲取任何個人信息；
- 嚴格限定敏感信息收集範圍，僅在法律法規要求或用戶參與活動必要場下，收集與餐飲服務相關的會員敏感信息；
- 用戶下單不受開啟定位、授權手機號、關注公眾號等操作限制，可全程以遊客身份使用小程序，且小程序不頻繁推送授權提示，同時支援會員登出信息數據的相關請求；
- 會員系統查詢頁面全面實現手機號脫敏展示，進一步防範個人信息泄露風險；
- APP提供短信驗證、帳號密碼驗證兩種可選方式，充分尊重用戶隱私保護習慣，強化個人信息安全保障。

2025年公司未發生任何客戶信息洩露事件及相關投訴。

品質為基，創新為翼

• 提升客戶體驗

為確保客戶的聲音能夠被及時捕捉、有效回應，我們搭建了全方位、多渠道的客戶回饋體系，開通郵箱、客服郵箱、媒體郵箱、微博、小紅書、大眾點評、黑貓、抖音、輿情點評系統等多元化渠道，保證客戶的建議和投訴能第一時間得到回饋並百分百落實和妥善解決。公司旗下各餐廳及營運管理部門針對上述平台的客戶滿意度相關數據進行深入分析、複盤，精準跟進各市場服務狀況，為服務質量優化提供方向。

針對客戶評價與投訴，我們建立了標準化處理機制：餐廳對顧客差評評價及時了解、及時回復，深入排查店內服務不足與疏漏之處，及時總結整改、優化調整；對大眾點評、美團等平台的好評率、星級進行量化管理，將顧客滿意度納入績效考核指標，通過制度手段強化門店對客戶體驗的重視程度，倒逼服務品質提升。同時，我們通過神秘顧客調研直觀掌握客戶真實需求，精準反映餐廳服務存在的問題，對調研數據深入解析，挖掘各環節改善機會點，形成「調研—分析—整改—優化」的閉環管理，持續保障客戶滿意度。在運營過程中，我們時時關注客戶回饋，精準識別服務培訓需求，為服務質量的校驗和持續改善提供科學參考依據。2025年，公司客訴解決率達到100%。

湊湊優化服務流程，強化門店服務能力

2025年，湊湊品牌開展多項服務優化工作：

- 開展門店值班經理桌訪能力提升項目，充分了解客戶用餐體驗，對实操表現進行鑒定，門店值班經理100%完成桌訪評估鑒定；
- 通過O2O方式開展門店服務稽核，線下由區域訓練老師對各崗位人員操作標準進行評估考核輔導，每月覆蓋20%以上門店，每季度實現管轄區域門店全覆蓋，線上通過交叉打分方式，以客戶身份進行電話溝通體驗，評估接聽人員的專業度與友善度，每月覆蓋50%以上門店；
- 推進大眾點評管理項目，強追蹤門店點評回復率，要求門店個性化完成所有點評回復，與客戶建立積極溝通渠道，同時通過點評內容及回復追蹤複盤改進，區域訓練每月安排服務提升主題培訓，持續優化客戶用餐體驗；
- 推動「甄選單點+歡樂暢吃」雙點模式上線，前置完成門店操作培訓，全程跟進支援輔導，順利完成125家門店上線，並持續優化雙點模式前廳服務標準流程，貼合營運現場實際需求。

品質為基，創新為翼

• 優化數位服務

為進一步提升客戶用餐便捷度、優化服務體驗，2025年我們聚焦數字化賦能，圍繞客戶用餐全流程，推出多項電子化升級舉措，覆蓋呷哺呷哺、湊湊全國超900家門店，以數字化手段為客戶提供更高效、便捷、多元的服務體驗。

在核心服務場景優化上，我們重點推進點餐、核銷及配套服務數字化。微信小程序完成套餐優惠展示、美團團購券核銷、茶米茶獨立點餐入口等功能優化，平板點餐實現會員拉新、菜品描述展示等功能升級，同時完成京東秒送帳單對接、抖音驗券功能開發等，全方位簡化客戶用餐操作流程；同步推行電子發票、微信公眾號運營、電子禮品卡等多元數字化服務，其中電子發票實現「消費—開票」無縫銜接，微信公眾號搭建透明化溝通與信息公開平台，電子禮品卡以數字化形態實現全消費場景覆蓋，豐富客戶消費選擇。

在會員服務數字化升級方面，我們持續優化會員管理系統，圍繞會員服務便捷性、權益豐富度開展功能研發：優化呷哺品牌三方平台團券核銷功能，打通第三方平台(如美團)團券與會員系統券功能，客戶可通過相同帳號登錄小程序直接查看並核銷團券，替代手工核券流程，節省客戶及開店時間成本；推出湊湊品牌購買禮品卡贈現金功能，客戶購卡可獲贈一定比例贈金用於抵扣餐費，豐富會員權益；同時通過AI外呼項目，基於會員分層、標籤分析精準觸達會員，喚醒沉睡會員、提升活躍會員粘性，結合媒體投流、國際IP聯名等數字化營銷方式，突破客群圈層，進一步強化品牌與客戶的聯結。

2025年，呷哺呷哺門店美團券核銷人工成本降低60%，核銷準確率達100%，累計核銷超50萬筆，客戶核銷等待時間從1分鐘/單縮短至10秒/單，處於行業領先水平；湊湊門店平板點餐用戶操作時長縮短15秒/單，大幅提升點餐效率；電子禮品卡全年售卡超165萬張、售卡金額超6.7億元，通過購卡贈權益等形式進一步豐富客戶價值，通過AI外呼方式全年成功觸達會員約59萬人，實現轉化金額達150萬元，進一步強化會員黏性與品牌認同感。

品質為基，創新為翼

4.5 引領行業標杆

• 參與協會與組織

作為國內餐飲行業的標杆企業之一，公司在穩健推進自身經營發展的同時，始終積極融入行業生態，主動參與各類行業協會與組織活動，切實履行會員義務、發揮行業影響力，以實際行動助力行業高品質發展。

報告期內，公司共計參與9家重點行業組織，涵蓋餐飲、連鎖經營、區域外商投資等領域，持續發揮企業在行業治理中的橋梁與引領作用。我們以副會長、常務理事、理事等身份積極參與中國烹飪協會、中國連鎖經營協會、北京烹飪協會、北京市餐飲行業協會等協會事務，積極參與協會重大事項研討、政策調研及行業交流，分享企業實踐經驗、提供政策參考，同時吸納行業先進理念，實現企業與行業協同發展，為構建健康有序的市場環境貢獻力量。

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
北京臺資企業協會	副會長
北京烹飪協會	副會長
北京市餐飲行業協會	常務理事
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

品質為基，創新為翼

• 推動行業發展

公司依托自身在連鎖餐飲、供應鏈管理、數智化運營等領域的實踐經驗，積極參與行業標準完善、創新案例分享、ESG實踐推廣等工作，以實際行動推動餐飲行業規範化、高質量、可持續發展。

在行業標準與指南完善方面，公司憑藉自身行業積累，積極配合行業協會開展政策法規研究、行業信息調研等相關工作，獲得中國烹飪協會頒發的「政策法規研究、行業信息調研工作感謝信」，以實際行動為行業政策制定提供支持。同時，公司作為中國連鎖經營協會常務理事單位，積極參與行業創新實踐分享，「供應鏈轉型實現原材料產地的追溯」「智能倉儲助力供應鏈升級」兩項實踐案例，成功入選《2025 CCFA連鎖餐飲創新案例集》，為行業供應鏈升級提供了可借鑒的實踐經驗。

在供應鏈優化與減損降耗方面，公司持續深化數字化轉型，通過優化採購、物流及倉儲流程，減少食材損耗，提升供應鏈效率，相關實踐不僅助力自身降本增效，也為行業供應鏈數字化升級提供了參考。其中，智能倉儲與原材料產地追溯的創新實踐，已通過行業案例集向同業分享，推動行業供應鏈管理水平的整體提升。

同時，為踐行反食品浪費理念、引導健康消費，2025年公司推出兩項具體舉措：一是針對單點菜品設定「小份菜」系列，滿足消費者多樣化、少量化的用餐需求，從消費端減少食物浪費；二是優化暢吃產品計量方式，將原有的單「份」計量修正為單「個、顆、片」等顧客可清晰量化的單位，提升消費透明度，進一步引導適量點餐，以實際行動踐行綠色餐飲理念，為行業反浪費實踐提供可借鑒的落地經驗。

此外，公司積極參與地方餐飲行業交流與推廣活動，如參與2025年「尋味京南·‘香’約大興」美食大賽評選活動，助力地方餐飲文化傳播與行業交流，進一步推動區域餐飲行業的繁榮發展。



環保為責
永續為志

環保為責，永續為志



公司以可持續發展為核心理念，全面推動餐飲產業鏈的綠色轉型，覆蓋生產、加工、物流及終端銷售等關鍵環節。我們嚴格遵循《中華人民共和國環境保護法》《固體廢物污染環境防治法》《中華人民共和國反食品浪費法》等相關法律法規，積極回應國家「雙碳目標」「限塑令」及反食品浪費等政策導向，持續深化低碳綠色的運營管理理念。報告期內，公司在生產製造、日常辦公、物流配送及門店運營等領域全面推進節能減排舉措，堅持低碳運營模式，不斷優化資源利用效率，有效減少廢棄物產生，並嚴格落實垃圾分類管理。與此同時，公司通過多元化渠道廣泛傳播反食品浪費理念，積極引導消費者踐行環保行動。通過多維度的持續努力，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持續貢獻力量。

公司持續強化能源管理與碳減排工作，報告期內關鍵指標較2020年基準年改善顯著。在能源結構優化方面，汽油消耗量下降59.41%，天然氣消耗量下降72.50%，化石能源依賴度顯著降低。在溫室氣體減排方面，溫室氣體排放總量較基準年下降12.90%。其中，範圍一（直接排放）降低72.08%；範圍二（間接排放）降低11.75%。展望未來，我們將在鞏固現有成果的基礎上，進一步深化能源革命，加速綠電規模化應用，逐步啟動範圍三價值鏈碳排放管理，攜手上下游合作夥伴共同打造綠色低碳產業生態，以更加積極務實的行動持續降低運營碳強度，成為行業綠色轉型的先行者。

環保為責，永續為志

5.1 應對氣候變化

公司秉持「氣候韌性驅動可持續增長」的核心管理宗旨，將應對氣候變化作為保障業務連續性、驅動運營創新、履行社會責任的重要戰略基石。我們深刻認識到，前瞻性的氣候風險管理並非被動的成本負擔，而是創造長期價值、塑造核心競爭優勢的關鍵契機。在管理實踐中，我們遵循「遠近結合、主動適應」的原則，將氣候因素系統融入商業決策全過程，確保公司在複雜多變的氣候環境中保持戰略定力與運營韌性。

• 氣候治理策略

公司持續關注氣候議題的動態演進，以務實行動推動氣候變化應對工作，穩步邁向低碳經濟轉型。為回應《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》，公司系統識別可能或已經產生重大影響的氣候變化風險，全面強化氣候風險管理，在各運營地有序推進節能減排舉措，持續降低溫室氣體排放強度。與此同時，我們不斷完善碳排放信息披露機制，將氣候變化因素深度融入公司未來戰略，以實際行動為全球氣候治理貢獻力量。

公司依託現有ESG管治架構，將氣候治理職責融入各部門責任體系，構建了系統化、常態化的氣候風險管理機制，持續推進公司綠色低碳轉型。公司董事會承擔氣候戰略及匯報的最終責任，負責審議和決策氣候相關重大事項，並通過年度會議對核心氣候議題進行專題審議，以審閱氣候相關報告的方式監督目標制定與執行情況。ESG工作小組向董事會匯報，覆蓋運營、供應鏈、環境管理等氣候議題涉及的核心部門。集團財務部作為牽頭部門，負責氣候工作的統籌協調；總部各職能部門負責具體推進及氣候信息維護報送；各地運營單位按照要求落地執行並定期回饋信息，形成整體聯動的氣候治理體系。

為提升治理主體的專業能力，公司組織董事會及ESG工作小組等相關人員參與氣候相關外部培訓與研討，持續強化其在氣候戰略、風險識別與可持續發展方面的履職勝任力，保障氣候治理體系的科學性與有效性。

• 風險機遇識別

公司使用高排放SSP5-8.5情景進行風險分析，該情景假設未來全球經濟增長仍高度依賴化石能源，碳排放持續攀升至2050年翻倍，預計到本世紀末全球平均氣溫可能上升約4.4℃。報告期內，公司對氣候相關風險與機遇進行系統性評估，公司資產及業務活動受到氣候轉型風險與物理風險的影響，識別出的物理風險暫未對公司生產經營造成重大財務損失。

環保為責，永續為志

• 時間範圍

公司對相關風險與機遇的考量基於明確的時間維度劃分，確保戰略制定與行動規劃能夠與不同時間周期的氣候影響相匹配。

短期	中期	長期
1-3年	3-5年	5年及以上

• 分析結果

物理風險	風險因素	風險描述	時間範圍	對財務的影響	應對措施
急性物理風險	颱風、洪澇、暴雨、極寒、極熱等極端天氣事件	<ul style="list-style-type: none"> 極端天氣導致門店受損、臨時閉店、外賣配送網絡受阻，造成客流量及營業額下降，員工通勤安全受威脅原材料 產地受災，導致供應鏈中斷、物流延遲，食材質量和供應鏈穩定性下降，產生額外物流費用 中央廚房、倉儲設施及門店設備因水浸、電力中斷等遭受物理損壞，需進行更換、維修 	短、中、長期	營業收入下降、運營成本上升	<ul style="list-style-type: none"> 實時追蹤門店、倉庫及主要食材產區天氣預警，制定並演練極端天氣應急預案，全面提升公司及相關人員應急救援處置能力 實施主要食材多產地、多供應商策略，避免單一源頭依賴。建立基礎安全庫存與氣候緩衝庫存，以應對短期供應中斷 對新建項目進行風險評估，對既有設施進行防洪、防風改造(如抬高倉庫地面、加固門窗)，並配備備用電源以確保關鍵設備(如冷鏈)運行
慢性物理風險	平均氣溫上升、水資源短缺及海平面上升	<ul style="list-style-type: none"> 主要食材原產地因氣候條件變化而減產或質量下降，導致採購成本結構性上漲 持續高溫天氣導致門店、冷鏈倉儲及辦公場所的製冷能耗激增，電費成本上升 海平面上升對沿海地區的倉儲及生產基地構成長期資產貶值風險 水資源短缺可能影響上游食材加工及部分生產環節，例如養殖基地的水源供應 	短、中、長期	運營成本上升	<ul style="list-style-type: none"> 建立長期戰略採購關係，開發氣候適應性更強的替代食材或產區。通過提前囤貨、遠期合約等方式鎖定關鍵物資的成本與供應 在後廚、門店及倉庫推廣使用高能效製冷設備與智能控制系統，以最佳條件儲存食物並降低能耗。將設備更新計劃與節能減碳目標相結合，對沖長期能源價格上漲風險 在長期租賃或投資新物業時，將氣候韌性(如洪水風險、熱島效應)納入評估標準。在建築設計階段採用隔熱建材，安裝分散式光伏等，以降低長期運營成本和氣候暴露度

環保為責，永續為志

轉型風險	風險因素	風險描述	時間範圍	對財務的影響	應對措施
政策與法規風險	碳排放監管趨嚴	<ul style="list-style-type: none"> 隨著中國「雙碳」目標的推進及全國碳市場逐步擴大行業覆蓋範圍(尤其是京津冀、長三角、粵港澳大灣區等地區)，公司面臨日益嚴格的碳排放核算、報告與履約要求。若未能及時滿足監管要求，將面臨處罰風險 	短、中、長期	運營成本上升	<ul style="list-style-type: none"> 設立專門工作組，持續跟蹤國內外氣候法規與碳市場動態，定期向管理層匯報，確保及時調整戰略以避免合規風險 將環境治理與履約成本評估納入公司長期戰略規劃，提前佈局碳資產管理能力
	披露要求升級	<ul style="list-style-type: none"> 監管機構、聯交所及投資者對ESG及氣候相關信息披露的要求日益嚴格。若披露不及時、不全面或質量不足，可能影響合規評級及投資者信心 	短、中、長期	運營成本上升	<ul style="list-style-type: none"> 聘請ESG專業服務機構，確保報告內容的質量與準確性，滿足合規披露要求 定期與ESG專業人士及利益相關方會面，了解最新披露趨勢，及時優化披露內容
	綠色包裝與塑料治理	<ul style="list-style-type: none"> 國家及地方市場監管部門持續加強對餐飲外賣包裝的規範指引，「十五五」期間法規預計將趨嚴。主流平台及消費者偏好已轉向環保包裝，若未能及時完成包材替代，將面臨合規與市場雙重壓力 	短、中、長期	運營成本上升	<ul style="list-style-type: none"> 積極回應「限塑令」，推進全生物降解包裝的研發與應用 與合作夥伴共同探索餐盒回收循環體系，從源頭減少塑料污染，降低長期合規風險
市場風險	消費者偏好轉變	<ul style="list-style-type: none"> 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 	短、中、長期	營業收入下降	<ul style="list-style-type: none"> 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 通過多種渠道積極傳播公司綠色低碳理念與行動成效，提升品牌環保形象

環保為責，永續為志

轉型風險	風險因素	風險描述	時間範圍	對財務的影響	應對措施
	原材料價格波動	<ul style="list-style-type: none"> 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 	短、中、長期	運營成本上升、營業收入下降	<ul style="list-style-type: none"> 探索原材料的多元化來源，與供應商建立長期穩定合作關係，通過產地替代、替代食材等方式對沖價格波動風險
技術風險	低碳技術轉型	<ul style="list-style-type: none"> 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 公司需在低碳廚房、節能設備、數字化管理系統等方面持續投入。若技術選型不當或升級滯後，可能導致投資失敗或能耗成本持續升高 	中期	運營成本上升	<ul style="list-style-type: none"> 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 與綠色技術供應商建立穩定合作關係，通過合作研發、技術共享等方式降低投資成本
聲譽風險	利益相關方期望提升	<ul style="list-style-type: none"> 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，損害公司聲譽 	中期	營業收入下降	<ul style="list-style-type: none"> 通過常態化溝通渠道，了解各方對集團ESG表現的要求與觀點，並在戰略制定中積極回應各個利益相關方訴求 參照國際框架，加強氣候相關資訊的披露，提升公司信息透明度

環保為責，永續為志

機遇類別	機遇因素	機遇描述	時間範圍	對財務的影響	應對措施
產品和服務	數字化減碳解決方案	<ul style="list-style-type: none"> 數字化發展可能給公司帶來新的節能減碳機遇 	短、中期	運營成本下降	<ul style="list-style-type: none"> 持續優化智慧物流解決方案，通過演算法優化配送路徑，提高運輸效率，降低空駛率與碳排放
能源效率	節能舉措應用	<ul style="list-style-type: none"> 識別並採用節能措施(如高效設備、智能控制系統)可顯著減少門店、中央廚房及倉儲環節的能源消耗，從而降低長期經營支出，同時減少碳排放 	短、中、長期	運營成本下降	<ul style="list-style-type: none"> 積極採用低碳節能技術，逐步淘汰高能耗老舊設備，推進廚房設備、製冷系統等升級換代
市場	吸引市場投資	<ul style="list-style-type: none"> 積極應對氣候變化、完善氣候治理與信息披露的企業，在資本市場維持良好聲譽，有助於吸引ESG投資，降低融資成本 	中、長期	運營成本下降	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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 	短期	運營成本下降	<ul style="list-style-type: none"> 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
韌性	構建氣候韌性供應鏈	<ul style="list-style-type: none"> 通過長期投資於垂直農業、分散式倉儲、氣候智慧型農業合作，不僅能系統性對沖長期的物理風險，還可能在氣候波動成為常態的未來，獲得更穩定、更具成本優勢的供應體系 	長期	運營成本下降	<ul style="list-style-type: none"> 結合國家骨幹冷鏈物流基地規劃，在關鍵節點佈局或升級區域性中央廚房與分散式倉儲，降低物流碳足跡與中斷風險 探索與氣候智慧型農業、垂直農業等新型農業模式合作，投資開發更具氣候韌性的食材供應渠道

環保為責，永續為志

• 氣候風險管理

公司建立了系統化的氣候風險管理流程，將氣候相關風險與機遇識別、評估、管控及監督融入全面風險管理體系，確保氣候因素在戰略決策與業務運營中得到持續關注。

識別	公司持續跟踪國家「雙破」政策動態及行業發展趨勢，收集並分析氣候相關政策法規、研究報告及優秀實踐案例。各業務單元結合自身實際情況，識別物理風險、轉型風險及氣候機遇，重點關注對公司戰略與運營影響較大的關鍵氣候因素。
分析與評估	通過現場訪談、專家研判及情景分析等方法，公司從發生概率和影響程度兩個維度對識別出的氣候風險與機遇進行評估排序，確定影響的重大性、集中度，確定風險在短期、中期、長期的時間周期內發生的概率及影響等級。
應對	公司制定應對氣候變化戰略，識別關鍵氣候指標並設定目標及行動規劃，將指標與目標逐層分解至執行層面。
監督與管控	集團對各分子公司的措施實施情況進行定期跟踪、督導與評價，確保應對措施落地見效。董事會及ESG工作小組定期監控關鍵指標與進展匯報，依托年度信息披露機制對管理成效進行監督與溝通，持續提升氣候風險管理的系統性與透明度，推動氣候風險防控與低碳發展機遇識別從專項管理向戰略融合轉變。

環保為責，永續為志

- **影響重大性評估方法**

為有效管理氣候相關風險與機遇，公司建立了明確的「重大性」判斷標準，從三個維度指導資源配置與決策優先順序。在財務影響方面，公司評估氣候因素導致的潛在收入損失、成本增加或資本支出是否可能對年度利潤或現金流產生超過預定閾值的實質性影響，並依據歷史數據與氣候情景進行財務量化分析。在運營影響方面，公司判斷氣候事件是否會導致關鍵業務活動中斷，重點關注業務連續性與恢復難度，對單一產地依賴度高的食材等脆弱環節予以特別關注。在戰略與聲譽方面，公司評估氣候風險是否會影響長期ESG承諾的達成，或引發監管處罰、客戶流失及品牌價值貶損，充分考慮可持續發展作為品牌核心資產的戰略定位。

- **影響集中度評估方法**

公司採用經典的「暴露－脆弱性－適應性」風險分析模型，並參考業內前沿的資產級評估框架，對氣候相關風險的影響集中度開展系統評估。在具體判斷標準上，我們從三個維度進行綜合考量：一是資產與業務的地理密度，重點分析位於特定高風險區域內的門店、倉庫及供應商的聚集程度；二是對特定氣候因子的敏感度，評估核心資產及業務環節對高溫、暴雨等極端天氣的固有敏感性；三是替代與恢復的難易程度，審視關鍵業務環節中斷後是否具備備份方案及快速恢復能力。

環保為責，永續為志

• 指標與目標

為積極回應國家「雙碳」戰略，公司持續推進綠色能源應用，2025年北京總部大部分廠區已全面使用綠色電力，標誌著我們在推動運營環節低碳轉型方面邁出了堅實一步。報告期內，公司已投入大量資金、人力及技術用於環境保護及應對氣候變化，全面推動運營環節的節能減排與綠色轉型。未來，我們將持續加大資源投入力度，深化低碳技術的研發與應用，將氣候韌性建設深度融入企業戰略與日常運營。

公司已連續多年披露範圍一、二的碳排放數據，正在逐步完善對範圍三碳排放數據的收集及核算，計劃未來對範圍三碳排放進行全面的核算與披露，以實現對公司價值鏈碳排放的全面管理。在碳管理機制方面，公司暫未開展內部碳定價，後續將結合實際情況酌情研究推進。報告期內，範圍一溫室氣體排放量較2024年有大幅下降，減排成效顯著。面向未來，公司將進一步深化節能減排舉措，持續降低溫室氣體排放量及排放強度，助力國家「雙碳」目標實現。

指標	單位	2025年
範圍一溫室氣體排放量	tCO ₂ e	594.14
範圍二(基於位置)溫室氣體排放量	tCO ₂ e	96,642.51
範圍一、範圍二(基於位置)溫室氣體排放總量	tCO ₂ e	97,236.65
單位營業收入溫室氣體排放量	tCO ₂ e/百萬元	25.66

註：溫室氣體排放量的計算，主要依據世界資源研究所(WRI)與世界可持續發展工商理事會(WBCSD)聯合發佈的《溫室氣體核算體系(GHG Protocol)》，以及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》。其中，範圍二電力排放因子來源於生態環境部發佈的《關於發佈2023年電力二氧化碳排放因子的公告》，使用基於位置的方法進行計算。

環保為責，永續為志

5.2 優化資源利用

公司秉持「資源有限，節約無限」的可持續發展理念，將能源與水資源管理作為優化資源利用的核心抓手，通過技術創新與管理優化雙輪驅動，持續推進資源消耗減量與利用效率提升。在環境管理方面，公司不斷完善管理體系，明確各部門環保責任，指定公司級環保負責人，確保各項措施有效落實。通過將節能技術推廣與全員節約意識培育相結合，公司持續優化能源使用效率，有效降低能耗水平。

指標	單位	2025年
耗電總量	千瓦時	182,138,163.30
單位營業收入耗電量	千瓦時/百萬元	48,073.99
汽油消耗量	升	12,705.29
單位營業收入汽油消耗量	升/百萬元	3.35
天然氣消耗量	立方米	258,779.36
單位營業收入天然氣消耗量	立方米/百萬元	68.30
綜合能源消費量	噸標準煤	22,742.60
單位營業收入綜合能源消費量消耗量	噸標準煤/百萬元	6.00
市政用水消耗量	立方米	2,324,599.28
單位營業收入市政用水消耗量	立方米/百萬元	613.56

環保為責，永續為志

• 能源利用

公司秉持「資源有限，節約無限」的能源管理理念，以降低能源消耗總量及單位產出能耗為核心目標，致力於通過節能技術應用與精細化管理，實現碳減排、可持續發展和經濟效率的協同提升。為強化組織保障，公司制定了《節約能源管理制度》，並成立以集團副總裁為首的節能管理小組，成員涵蓋多個相關部門，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，通過明確職責與目標，為節能工作的系統推進奠定了堅實基礎。

• 電能管控體系

公司以電灶替代傳統燃氣灶為基礎，創新引入「色點管理法」構建精準電能管控體系。該體系建立四色分級管控標準：紅色標貼對應應急燈、冷藏設備等全天必開場景，藍色對應員工到崗至離崗期間開啟的清潔燈及備餐區設備，綠色對應營業時段專屬的大廳照明及客區空調，黃色對應戶外招牌等按需開啟設備。通過直觀標識杜絕「長明燈」和「空轉設備」，實現用電場景的精準匹配。在此基礎上，公司結合門店營業峰谷時段動態調整用電策略，避免設備無效能耗，推動全體系電能利用效率較傳統管理模式提升25%。量化降碳成效方面，2025年度全體系通過色點管理實現顯著節電，按火電煤耗標準計算等效減少二氧化碳排放，有效降低範圍二間接碳排放，為「雙碳」目標落地提供了可複製的精細化管理樣本。

• 設備升級

公司廣泛採用LED燈具替換傳統燈飾，降低照明能耗；引入變頻空調系統，使節能效果達到30%以上；同時，公司啟用節能冷凍庫，配備驅動控制器、探霜感測器和電子膨脹閥，進一步降低設備運行能耗。在設備管理方面，公司優先採購並使用節能產品，對現有低價值、高耗能設備進行更換，如更換節能燈、節能電機等，持續降低能源消耗。

• 生產端節能

中央廚房老廠於2025年7月全面停產，自此中央廚房不再使用燃氣，從源頭減少化石能源消耗。與此同時，公司通過優化產品排期，合理調整生產線生產能力，在避免閑置設備能源浪費的同時顯著提高中央廚房勞動效率。

環保為責，永續為志

• 日常運維

公司建立設備定期檢測與維護機制，及時發現並處置能源浪費跡象，對於不使用的機器設備徹底關閉電源，避免待機耗電。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。在庫存管理方面，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。在物流管理方面，公司通過智能調度和線路優化，提升整體作業效率，減少運輸環節能源消耗。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。

• 水資源利用

公司致力於通過全流程管控實現水資源的可持續利用，並協同降低能源消耗。在日常運營中，公司建立常態化巡檢機制，定期檢查水管、水龍頭等供水設施，及時發現並修復各類漏水問題，最大限度減少用水浪費和水資源無謂流失。通過對設備的定期檢測與維護，公司能夠在第一時間發現用水異常跡象並採取補救措施，在有效管控水資源消耗的同時降低生產成本。在生產環節，公司嚴格執行產品工藝用水標準，確保生產用水符合工藝要求，通過合理管控實現用水的精準配置與高效利用。上述舉措共同構成了公司覆蓋日常運營與生產製造的水資源管理體系，為持續推進節水降耗、提升資源利用效率奠定了堅實基礎。

5.3 強化排放管控

公司秉持全生命周期環境責任理念，對運營過程中產生的各類排放物實施系統化、精細化管控。針對油煙廢氣，構建設備升級與智能運維相結合的全流程治理體系；針對有害及無害廢棄物，堅持源頭減量與資源化利用並重，推動包裝材料向環保材質轉型與循環周轉模式創新；針對餐廚垃圾，通過分類回收與油水分離實現資源轉化與合規處置。報告期內，公司未發生違反環境法律法規的重大罰款、非經濟處罰及相關訴訟糾紛。

指標	單位	2025年
餐飲污水排放量	立方米	1,367,203.00
單位營業收入餐飲污水排放量	立方米/百萬元	360.86
生活垃圾及廚餘垃圾	噸	22,006.60
包裝材料的使用量	噸	5,596.09

環保為責，永續為志

指標	單位	2025年
百萬元營業收入包裝材料耗用量	噸/百萬元	1.48
可再生材料重量	噸	3,051.67
不可再生材料重量	噸	2,544.42
使用可再生材料佔比	%	54.53

• 油煙廢氣管控

廚房烹飪產生的油煙含顆粒物、非甲烷總烴等污染物，若處理不當將直接影響區域大氣環境質量，並可能引發周邊社區投訴，對企業ESG合規性與品牌形象造成雙重影響。公司聚焦油煙排放這一核心環境影響點，以「合規減排、高效淨化、智能管控」為目標，強化全門店油煙淨化器的標準化管理與技術升級，全面構建「設備升級—精細化運維—數字化監管—資源化協同」的全流程應對體系。

在設備配置方面，公司統一為門店配備高效工業級油煙淨化器，從源頭提升淨化能力，並通過與產業鏈協同推動環保設備技術反覆運算。在運維管理方面，公司建立標準化機制，明確門店端「每1個月專業清洗1次、每季度性能檢測1次、每年全面檢修1次」的頻次要求，所有門店均留存完整清洗記錄與檢測報告，確保設備運行效率持續穩定。

報告期內，公司全門店的油煙平均去除率達97.8%，油煙排放濃度均值控制在0.3 mg/m³以內，遠低於國家相關標準規定的1.0 mg/m³限值。合規方面，所有門店均通過第三方環保檢測，合格率100%，全年無任何油煙排放相關行政處罰記錄，周邊社區油煙投訴量降至零起，合規風險實現完全可控。

• 無害廢棄物管理

公司秉持產品全生命週期責任觀，對從原材料獲取、生產、運輸、使用直至最終廢棄的每一個環節所產生的環境影響負責。優選環保物料是踐行可持續發展戰略最直接、最有力的行動，公司將持續推動一次性包材向環保材質轉型。

環保為責，永續為志

在一次性包材環保替換方面，公司已制定明確的年度行動計劃，系統性地降低包裝的環境影響。報告期內，公司採購PLA可降解吸管約8,000箱、玉米澱粉餐盒約800箱、紙質吸管約600箱，全面替代傳統塑料包材。上述舉措有力支撐了公司對香港政府環保政策的積極回應與落實，實現指定一次性包材的全面環保替換，展現了卓越的企業公民責任感。與此同時，環保包材的使用在外帶及外賣場景中顯著提升了產品的感知價值，顧客普遍回饋其更具高級感與健康保障，這種正面體驗促使他們樂於在社交媒體自發分享，使每一個外賣包裹都成為品牌的「行走的廣告」，有效提升了品牌美譽度。

在廢棄物分類與資源化利用方面，公司嚴格執行垃圾分類管理，為可回收物、有害垃圾、廚餘垃圾設置專用容器，提升回收效率。通過推廣電子辦公等無紙化方式，從源頭減少廢棄物產生量。對於可回收物，公司委托專業機構進行回收處理，延長物料使用壽命，推動資源循環利用。報告期內，中央廚房老廠處置閒置資產294項，實現了廢舊物資的資源利用最大化。

在包裝循環利用方面，公司積極採用單元化包裝模式，以周轉箱替代一次性紙箱及泡沫箱。該模式在供應商、供應鏈及門店之間實現全鏈路循環周轉，單個周轉箱重覆使用次數可達100次以上，有效降低單次包裝成本和環境影響。目前，北京倉已在夏季進倉果蔬物料中全面採用周轉筐替代一次性耗材，冬季保溫產品除外，後續將持續擴大循環包裝應用範圍。



周轉筐

環保為責，永續為志

• 有害廢棄物管理

公司秉持「源頭減量、資源化利用和無害化處理」的有害廢棄物管理目標，通過工藝改進、規範操作和嚴格處置，最大限度降低有害廢棄物對環境和人員的影響。在源頭減量方面，公司積極推行限制過度包裝、推廣可重覆使用產品等措施，減少有害廢棄物的產生量；同時通過持續改進生產工藝，提高產品製成率，從生產端降低廢棄物的生成比例。報告期內，公司共產生電子廢棄物2,088件，已實現100%合規回收處置。

在廢棄物處置環節，公司針對燈管、電池等易耗品實行以舊換新管理機制，統一收集後定期送至危險廢棄物專用垃圾箱進行規範處置，確保有害廢棄物不混入普通垃圾。在運營管控方面，公司嚴格規範操作流程，有效避免跑、冒、滴、漏現象發生，減少有害氣體揮發對環境的污染；同時加強對設備、設施的維護與保養，確保其始終處於正常工作狀態，從源頭控制廢棄物的非正常排放。通過上述舉措，公司生產管理更加嚴格，設備操作更加規範，產品製成率持續提升，有害廢棄物管理取得積極成效。

• 餐廚垃圾處理

公司將餐廚垃圾處理作為門店日常運營的關鍵環節，通過分類回收、資源轉化與設備管控相結合的方式，最大限度降低餐廚垃圾的環境影響。在垃圾分類方面，各餐廳根據垃圾性質將其分為廚餘垃圾、其他垃圾、可回收垃圾和有害垃圾四大類，實現分類投放與高效處置。其中，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，推動資源化利用；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，進一步促進資源循環。餐廳同時鼓勵顧客將飲料瓶、食品包裝等可回收物品放入指定回收箱，便於後續集中處理。對於其他垃圾，公司委托具備資質的第三方機構統一收運至垃圾處理廠，採用焚燒方式進行處理，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。

在含油污水管控方面，湊湊門店端均安裝符合國家及地方標準的節能型油水分離器，對後廚含油污水進行預處理。該設備較傳統機型降低能耗5%，在有效避免油污堵塞市政管網、污染水體環境的同時，減少了設備運行過程中的二次污染。公司建立「每日清潔、每月檢修、年度更換」的設備運維體系，確保分離效率穩定，報告期內，設備合規檢測合格率高達99.8%，處理後污水含油量均低於法定限值。

環保為責，永續為志

5.4 落實環保行動

公司始終秉持「人人參與保護生態環境，擁有碧水藍天」的理念，將環保行動融入產品研發、供應鏈管理、門店運營及辦公實踐的全鏈條。從反對食品浪費的源頭把控，到綠色裝修的循環利用；從環保主題宣貫的文化浸潤，到綠色運營實踐的模式創新，公司致力於以系統化舉措推動環境責任落地。

• 反對食品浪費

公司將反對食物浪費作為落實環保行動的重要抓手，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，減少食物浪費。

在產品端，公司積極推行「農餐對接」模式，直接與農業合作社建立合作，通過訂單式種植和淨菜採購，從源頭上減少食材浪費並降低運營成本。同時，公司依托數據分析精準洞察消費者偏好，將最受歡迎的食材組合成拼盤，推出食材豐富、營養均衡的單人套餐；並根據個性化需求，開發任意拼、雙拼等多樣化菜品，在滿足顧客多元需求的同時引導適量點餐。此外，針對單點菜品推出「小份菜」系列，並將暢吃產品由「份」為單位修正為「個、顆、片」等顧客可清晰量化的計量單位，後臺數據顯示，顧客對品類的點擊率從聚焦於「肉品、海鮮」走向更加均衡的分佈，浪費和暴飲暴食現象亦有所改善。



一人食小火鍋套餐



一人食番茄海皇面套餐

環保為責，永續為志

在供應鏈端，公司持續優化採購與物流體系以減少食材損耗。一方面，推行本地果蔬食材直採，提升本地食材採購佔比，並增加「當日採、當日運」的短鏈供應模式品類，在降低運輸碳排放的同時保障食材新鮮度。另一方面，通過冷鏈運輸、智能排線系統和數字化管理，確保新鮮食材高效送達餐廳，並通過優化物流配送路線，減少運輸車次和碳排放。

在加工端，公司加強極端天氣下對冷鏈倉儲的監控，防止食材腐壞，同時推進中央廚房節能改造，並探索廚餘資源化處理路徑，進一步降低運營碳足跡。

在門店端，公司充分利用數據分析精準預測需求，自動生成物料請購單，有效減少因效期管理導致的食材浪費。各餐廳內廣泛張貼「光碟行動」主題海報，員工主動引導顧客適量點餐、剩菜打包；線上平台及微信小程序亦設置相關提示，確保反浪費理念貫穿消費全流程。與此同時，員工餐廳通過調整供餐方式和建立懲戒機制，進一步減少食物浪費，降低廚餘垃圾排放量。公司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。

• 環保綠色活動

公司秉持「資源有限，節約無限」的管理理念，明確各部門環保負責人，持續完善環境保護責任制、管理文件及環境應急預案，並定期開展內部環保培訓與應急演練，確保環保工作層層落實，將環保理念融入公司運營的各個環節。報告期內，公司獲評大興區環保綠色信用四星企業。

• 內部環保宣貫

公司持續做好垃圾分類引導工作，在辦公及運營區域張貼垃圾分類宣傳圖，定期巡視垃圾投放點，確保分類要求執行到位。結合「4•22地球日」和「6•5世界環境日」等重要節點，公司組織開展環保主題宣傳，張貼環保標語，營造全員參與的良好氛圍。與此同時，公司在開關處張貼節約用水、節約用電標識，宣導員工下班關閉並切斷閑置電器電源，推行無紙化辦公及雙面打印，將節能減耗融入日常工作習慣。此外，公司定期開展內部環保培訓，覆蓋從管理層到一線員工的全員層級，全方位提升員工的環保意識與行動自覺。

環保為責，永續為志

• 綠色裝修實踐

在裝修及改造環節，公司遵循「減量化、再使用」的2R (Reduce、Reuse) 原則，從源頭減少環境負荷。在設計階段，公司採用可拆卸、可重組的標準模塊化傢俱，適應不同門店佈局調整需求，延長使用壽命，減少生產過程中的能耗與污染；同時，通過減少吊頂區域面積，盡量暴露原建築結構，降低吊頂工程的資源消耗及施工垃圾產生。在材料選擇方面，公司優先使用再生木材、石材等天然或可再生材料，減少塑料和合成材料的使用；選用無甲醛塗料、水性漆及環保膠粘劑，有效降低室內空氣污染，保障消費者與員工健康。照明方面，全面採用LED光源，並合理利用落地窗引入自然採光，減少日間照明能耗。

在施工工藝方面，公司將常規的飾面板膠粘做法調整為幹掛施工工藝，減少膠粘劑使用，降低對大氣環境的污染，保障使用者健康。此外，公司堅持區域化利舊原則，優先選擇項目所在地500公里範圍內的門店進行傢俱、設備調撥運輸，大幅減少材料運輸過程中的碳排放，同時支持本地經濟和產業增長。上述綠色裝修實踐有效減少了裝飾材料和新作傢俱的使用量，間接降低了生產加工所產生的碳排放，並實現了成本節降。



部分門店完工圖片

環保為責，永續為志

案例 「好杯新生」環保行動，推動多方參與綠色轉型

2025年4月22日「世界地球日」，公司携旗下「呷哺呷哺」「湊湊」兩大品牌，作為創始成員單位加入由中國商業聯合會、中華環境保護基金會、美團青山計劃等機構聯合發起的「好杯新生」環保行動。該行動聚焦現制飲品行業一次性塑料包裝的環境問題，以源頭減量、生態設計、分類回收、高值化利用為重點，探索塑料污染治理的技術經濟可行方案。

「好杯」宣導好的設計與材質，實現更好的減量、回收與再生，既包括可重覆使用的自帶杯、店用杯，也包括符合「易回收、易再生」原則的一次性飲品杯。行動通過線上線下多渠道鼓勵消費者選用環保飲品杯，參與分類回收，共同推動飲品杯全生命周期綠色轉型。

公司旗下部分門店積極推進綠色運營，將ESG理念貫穿從源頭採購到終端消費各環節。我們從消費場景入手，構建「商家-消費者」可持續生態，將環保理念融入產品設計與消費體驗，建立綠色經營與消費激勵機制，以潤物無聲的方式，使環保行為成為消費者的自然選擇。



「好杯新生」活動圖片



以人為本
發展共濟

以人為本，發展共濟



員工是呷哺呷哺基業長青的根基。我們秉持「以人為本」的核心管理理念，致力於構建一個尊重個體、保障權益、激發潛能、共享成果的職場生態。2025年，我們進一步夯實員工權益保障體系，通過創新的人才機制與深度的員工關懷，強化組織凝聚力，持續賦能員工成長，並積極履行社會責任，推動構建和諧共生的組織生態與社會關係。

6.1 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》等國家法律法規，堅決杜絕各類歧視行為，嚴厲禁止童工、強制勞動等違規情形，全方位保障員工的各項合法權益。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，同時不定期對餐廳進行人事稽核，對用工風險的監控尤為嚴格和重視，並與績效掛鉤，發現違規情況會立即整改，針對違規招募者按員工手冊予以處理。報告期內，公司未發生僱傭童工、強制勞工的相關訴訟案件。

• 公平合規招聘

我們恪守「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，實施了一系列卓有成效的招聘策略，致力於塑造值得信賴的僱主品牌，實現多元、平等、合法合規的僱傭，為公司的持續發展注入活力。

以人為本，發展共濟

2025年公司重點推進三大招聘舉措：

招聘舉措	內容	成效
發揮重新聘用招聘渠道效能	加大力度推行「鳳還巢」項目，積極吸引過往表現優異的離職員工回歸，同時鼓勵在職員工積極向身邊認識的離職員工宣傳，擴大人才接觸面，吸引更多績優人才回流，補充營運端成熟人才缺口。	「鳳還巢」項目在餐飲行業內形成良好口碑，產生「破圈」效應，成功吸引近20名績優離職人才回歸，有效補充了營運端成熟人才。
加強內部推薦與內部競聘渠道建設	通過提升營運端內部推薦獎勵金額，充分調動內部員工推薦人才的積極性，結合職位內部推廣的有效觸達，顯著提升內部推薦比例，同時嚴格執行內部晉升制度，每季度開展營運端人才內部晉升述職會，每年開展職能人才晉升述職，確保內部人才晉升通道暢通無阻，啟動內部人才活力。	內部推薦激勵成效突出，通過提升獎勵金額，大幅降低了公司對外部獵頭招聘渠道的依賴，獵頭費用整體節降48%。
積極拓展海外招聘渠道	配合集團國際事業部海外市場開拓及優秀人才引進需求，將臺灣／香港等區域門店作為人才訓練基地，在吸引優秀人才加盟的同時，幫助其快速適配集團經營模式與企業文化，後續通過內部輪崗調配至集團各區域門店(含大陸地區)，同時積極與臺灣、香港、新加坡等地的人才服務公司對接合作，簽訂人才服務合同，有序推進海外招聘工作落地。	海外招聘渠道持續拓展，全年與臺灣10家獵頭公司溝通對接，其中5家達成合作並簽署協議，香港、新加坡等地分別新增3家、2家本地人才服務合作公司，為海外人才引進搭建了堅實平台。

我們始終堅持平等僱傭原則，持續優化人員結構、完善用工體系。截至本報告期末，公司共有員工16,781名，其中，殘障人士50人，切實踐行平等用工理念，推動用工結構多元化發展。

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

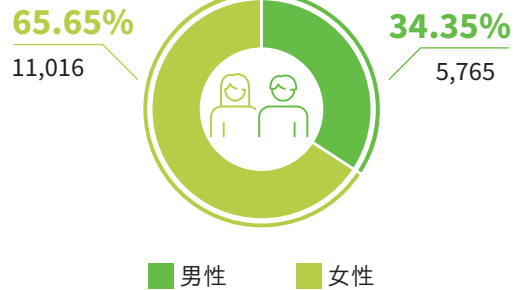


公司共有員工
16,781名

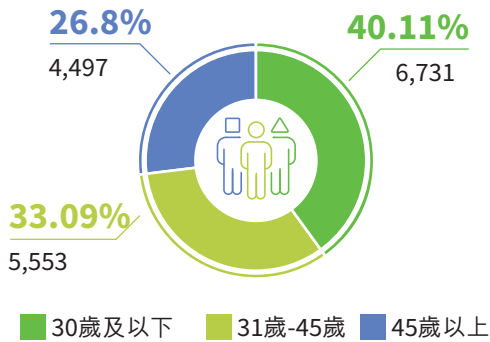


其中，殘障人士
50人

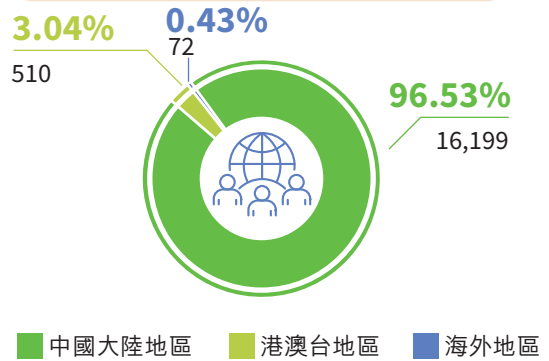
按性別劃分的僱員數目



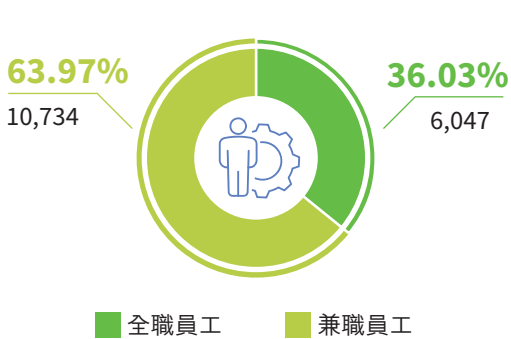
按年齡組別劃分的僱員數目



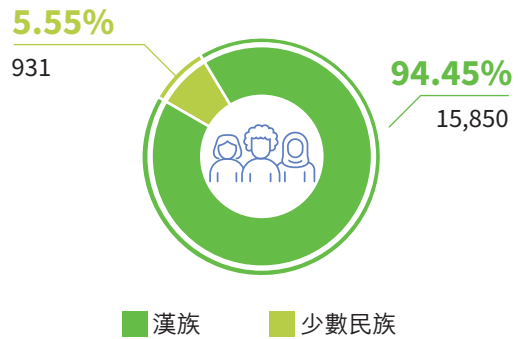
按地區劃分的僱員數目



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	2025年
員工流失		
員工流失率	%	122.37
男性員工流失率	%	151.44
女性員工流失率	%	106.68
30歲及以下員工流失率	%	204.18
31歲－45歲員工流失率	%	62.84
45歲以上員工流失率	%	63.63
中國大陸員工流失率	%	122.53
中國港澳臺地區員工流失率	%	137.40
海外地區員工流失率	%	47.50

• 集體協議

公司嚴格依照《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《集體合同規定》等相關法律法規與規章要求，通過簽署集體合同的方式，將員工合法權益的保障工作制度化、規範化，持續提升員工的滿意度與歸屬感。集體合同的內容全面覆蓋勞動合同管理、勞動報酬與福利保障、工作時間與休息休假、社會保險繳納、勞動安全衛生保障，以及女職工與未成年工的特殊權益保護等關鍵維度，從制度層面為員工合法權益築牢了法律根基。在此基礎上，公司還與工會聯合簽署了餐飲行業工資、女職工權益保護、勞動安全衛生等多項專項集體合同，進一步細化了權益保障的具體標準，確保員工在勞動報酬獲取、休息休假、健康安全、社會保險等方面的合法權利得到平等且充分的保障。

以人為本，發展共濟

在工會建設方面，公司已在北京、天津、上海、錫林郭勒盟共計設立8家工會組織，工會會員規模近2萬人，實現了核心運營區域員工的廣泛覆蓋。其中，北京與天津地區的工會每年都會牽頭完成集體合同的續簽工作，全程負責合同的簽訂、履行與監督全流程。工會作為員工權益的核心代表，會常態化收集員工的意見與合理訴求，梳理形成集體合同的專項協商議題，與公司方開展平等溝通並共同研討合同條款細節，在雙方達成共識後正式簽署集體合同。為確保合同條款落地見效，公司與工會聯合組建了集體合同監督檢查小組，該小組全權負責合同履行情況的日常監督與專項核查，對執行過程中發現的問題建立整改台賬，明確整改時限並推動即時落實。

• 薪酬與福利

公司遵循「利潤為重」的原則，在充分考量崗位價值與員工績效表現的基礎上，依法確定公司內部工資分配制度與分配形式，合理拉開收入差距，實現短期激勵與長期激勵有機結合，推動員工與企業共同發展、價值共享。

結合企業經濟效益實際達成情況，公司穩步提升在職員工薪酬水平，根據員工崗位定位及所屬崗位序列的差異，實行利潤分紅、銷售提成、月度獎金、季度獎金、年度獎金、減損獎勵等多元化激勵方式，充分體現崗位、績效、能力三大核心薪酬要素；同時推行人工預算管理，每年對員工收入狀態進行全面分析，實現工資總額與企業效益聯動，積極穩妥推進增資工作，制定年度增資方案、調整薪資政策，持續優化員工薪酬福利待遇。

2025年，公司進一步優化薪酬激勵體系，推出內部合夥規劃，將員工與各門店深度綁定，充分調動員工主觀能動性；優化營運激勵機制，圍繞利潤分紅和銷售提成補充業績改善激勵等輔助措施，提升激勵針對性；優化專業職能獎金機制，深化開發及資產激勵方案；同時針對集團關鍵崗位推出特殊股權激勵計劃，強化高管與核心人才保留，完善業務單位激勵規則，將資源向事業部總經理等關鍵角色傾斜，突出業績貢獻導向。公司依據《限制性股票激勵計劃》，明確員工需達成業績目標方可獲得相應權益，真正實現企業與員工利益共享、發展共濟。

以人為本，發展共濟

工時及假期	<ul style="list-style-type: none"> 公司嚴格遵循《中華人民共和國勞動法》規定的工時要求，保障員工國家法定節假日休息權利，同時為員工提供婚假、喪假、探親假、產假、計劃生育假等帶薪假期，切實保障員工休息休假權益。
五險一金	<ul style="list-style-type: none"> 公司為全體員工繳納養老、工傷、生育、失業、醫療五大社會保險及住房公積金，同時為餐廳職工統一辦理僱主責任險，實現全國所有餐廳全覆蓋，全方位築牢員工福利保障防線。
員工關懷	<ul style="list-style-type: none"> 公司持續深化員工關懷舉措，為全體員工提供免費工作午餐或餐費補助，為特定崗位員工發放交通、電話、出差等專項補助，同時開展績優員工出游活動，充分激發全員奮進動力。
薪酬公平	<ul style="list-style-type: none"> 2025年應屆崗位採用定崗定性統一標準，持續縮小性別薪酬差異，推動內部薪酬體系公平化。 海外地區委托本地合規服務商負責薪酬計算與法定福利申報，確保員工工資發放、社保繳納等基本權益合規、準時落實。

6.2 深化員工關懷

我們致力於為員工提供安全、健康、有尊嚴的工作環境，高度重視員工身心福祉與職業體驗，堅守「以人為本、誠信務實」的管理理念，通過搭建暢通的溝通管道、開展多元化關懷活動、完善保障舉措，傳遞企業文化溫度，增強公司凝聚力與向心力，提升員工歸屬感與幸福感。

• 員工健康與安全

作為負責任的僱主，我們恪守《中華人民共和國消防法》《中華人民共和國安全生產法》《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》等相關法律法規，秉持「反違章、堵漏洞、查隱患、保安全」與「做好安全教育，宣傳安全知識，提高安全意識，推動安全生產」的安全管理理念，多措並舉為全體員工構建安全、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，連續三年未發生僱員因工死亡事件，榮獲「安全生產標準化三級企業」。

以人為本，發展共濟

2025年，公司圍繞安全管理理念落地，系統推進多維度安全保障舉措，全面覆蓋隱患防控、教育培訓、食品安全及員工身心健康等領域：

加強風險 防控

- 完善安全檢查制度、操作規程，並開展宣貫，確保全員掌握；
- 組建安全生產隱患排查網絡，明確專兼職安全檢查人員；
- 開展主要負責人季度檢查、安全管理人員月度檢查、崗位安全員日檢查；開展季節性檢查、專業檢查、節假日檢查等；
- 針對發現的隱患問題，嚴格落實「五定原則」，確保及時排除隱患；
- 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。

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連結部位進行塗抹檢驗，檢查是否有燃氣洩漏，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，對淨水器篩檢程序進行檢測更換。

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佈置，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。

2025年公司開展安全與健康培訓15場次，參加人員覆蓋正式員工、兼職員工和承包商，共366人次。

指標	單位	2025年
工傷數據		
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%
2025財年因工死亡人數	人	0
2025財年因工死亡比例	%	0%
因工傷損失工作日數	天	9.94

以人為本，發展共濟

• 員工關愛

公司通過制度化的關懷舉措與豐富的文化活動，聚焦員工全方位需求，致力於為員工打造有溫度的職場氛圍。通過規範關懷舉措、搭建暢通溝通平台、強化標杆激勵、保障員工休息權益等多樣化方式，傳遞企業文化溫度，豐富員工業餘生活，傾聽員工心聲、滿足員工合理需求，提升員工歸屬感與幸福感，增進團隊凝聚力，營造積極和諧的團隊氛圍。

組織員工活動

- 組織形式多樣的團建活動，如部門團建、新春晚會等，豐富員工業餘生活，拉近員工之間、員工與公司之間的距離，增強團隊凝聚力，讓員工體驗到家的感覺，提高員工企業文化認同感。

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；
- 規範用工管理，針對員工個人申請超時加班的行為及時予以糾正，充分保障員工休息權；
- 對服務年限滿10年、15年、20年的老員工進行年度專項獎勵，表彰其長期以來為公司發展作出的突出貢獻，樹立員工標杆；
- 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；
- 規範工會費用的投入與使用，常態化開展節日慰問、生病慰問、結婚生子慰問等暖心活動，切實為員工排憂解難。

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；
- 定期召開餐廳管理組員工溝通會，搭建高效暢通的溝通管道，精準了解員工需求。

以人為本，發展共濟

6.3 賦能員工發展

公司始終將人才培養視為重中之重，堅信員工的持續成長是企業前進的核心動力，鼓勵員工主動提升崗位操作技能、管理技能，加強通用領導力學習，通過完善多元化培訓體系、搭建公平透明的考核晉升通道、優化長期激勵機制，全方位賦能員工成長，構建完善的人才梯隊，助力員工實現自我價值，推動企業與員工共同進步。

• 多元化培訓機制

公司聚焦員工技能提升與能力發展，持續完善培訓體系，優化培訓內容與形式，貼合崗位需求與公司發展戰略，激發員工學習熱情，提升培訓實效，為員工成長提供有力支撐。

課程優化配置	持續完善職能端各層級在線學習地圖及課程配置，精準匹配各層級員工崗位需求與發展規劃，為員工提供系統、便捷的專屬學習資源，確保學習內容貼合崗位實際。
經驗知識分享	組織公司內部高管開展專題課程與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，通過豐富的兌換形式，充分調動員工自主學習的積極性，營造主動學習、樂於提升的濃厚職場學習氛圍。
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，引入行業先進理念、方法與經驗，幫助員工更新知識體系、拓寬認知視野，助力員工專業能力反覆運算升級。
知識培訓鞏固	常態化開展員工內訓及制式課程鞏固學習，聚焦崗位核心技能與關鍵知識，強化員工對核心內容的掌握程度，夯實專業基礎、提升崗位履職能力。

以人為本，發展共濟



上海東賽道—曹路花園
朱桂亭

初級餐廳經理課程
單店營銷



江蘇東區賽道—蘇州胥江龍湖
戴楠杰

初級餐廳經理課程
單店營銷



上海西賽道—上海虹橋天地
尚斌

以人為本，發展共濟

公司構建了以多元模式、因材施教、持續培訓、考核認證為核心的閉環人才發展體系，通過線上線下融合的培訓方式、差異化課程設計、全職業生涯周期的持續賦能，以及標準化的考核認證機制，全面提升員工專業能力與綜合素養，為公司打造了一支兼具實操能力與成長潛力的人才隊伍。

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

呷哺呷哺

湊湊

- 依託「呷哺大學堂」學習平台搭建系統化學習項目，持續為一線營運夥伴輸出標準化學習內容。2025年學習平台累計參與學習人數28.6萬人，累計學習時長177,956小時；對「呷哺大學堂」學習平台內容進行全面盤點與反覆運算更新，2025年共更新課程內容686章節。
- 完善中級講師評聘機制，進一步激發內訓師團隊積極性與專業能力，更好賦能一線營運夥伴成長。2025年共有4名內訓師成功獲聘中級講師職稱。
- 持續更新與迭代運算培訓資料，對營運各層級培訓課程進行內容優化，完善並推廣《學習地圖》，梳理整合各崗位、產品操作SOP，並以二維碼形式呈現，為一線夥伴提供更便捷的學習與查閱管道。
- 制式課程培訓：圍繞各級人員需求，持續開展制式及專項課程培訓，通過系統化、分層級的課程賦能，員工專業能力與崗位勝任力持續提升。2025年，全國13個賽道共開設課程175課次，1,660名不同職級夥伴參與賦能學習。
- 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，保障新員工快速掌握崗位要求、融入團隊。2025年，服務組入職新人4,700餘人，均按要求完成線上／線下學習任務。
- 外聘管理組帶訓：2025年，湊湊全面推進外聘管理組帶訓培養。外聘管理組入職120餘人，皆按帶訓計劃落實學習內容，賽道訓練老師同步跟進學習進度與效果；針對餐廳經理及以上職級新人，每月開展線上溝通會，及時了解學習情況與員工反饋。
- 產品上新全國培訓：2025年，湊湊以線上直播形式開展產品上新全國統一培訓，累計開播19場，5,000餘名門店夥伴參與學習。培訓全程採用PDCA管理模式，新品知識考核要求參與人員滿分通過，並通過「線上前置培訓+線下強化追蹤輔導」相結合的方式，確保營運端100%執行標準。
- 課程開發與優化：2025年，湊湊持續貼合營運需求優化課程體系，優化並推廣實施課程6部，覆蓋訓練員、副經理、餐廳經理等職級；新增視頻化課程9部，聚焦崗位实操關鍵場景，內容涵蓋顧客滿意、溝通技巧、突發事件處理、授權管理、輔導激勵、團隊建設等，方便門店夥伴靈活學習。

以人為本，發展共濟

呷哺鉑金管理課程

公司結合營運管理實際痛點與工作需求，專項研發「鉑金管理課程」，課程面向餐廳經理及儲備營運經理層級員工量身打造，從執行、溝通、管理、經營四大維度系統提升管理人員綜合能力。2025年，共有132位餐廳經理參與「鉑金管理課程」深造學習，助力管理團隊專業能力穩步提升。

內訓師技能大賽

為持續強化內訓師團隊專業水平，深耕營運一線需求，我們精心組織開展全國內訓師技能大賽。大賽緊密貼合營運實際工作，推動內訓師深入一線洞察業務需求，為營運發展提供更精準的培訓支撐。2025年，呷哺呷哺事業部內訓師團隊積極參與賽事，團隊參與率達100%，充分展現內訓師團隊自我提升、追求卓越的精神風貌。



以人為本，發展共濟

領位員戰力提振項目

2025年，湊湊聚焦關鍵服務崗位能力升級，全面實施領位員戰力提振項目，針對領位元崗人員開展系統化分級培訓與專業能力鑒定。報告期內，先後完成初級領位員推送學習178人次、專崗領位員105人次，高級領位員課程培訓覆蓋196人次、專崗領位員培訓覆蓋111人次，累計完成領位能力鑒定71人次，通過專項培養與考核，有效提升領位元崗位專業服務能力。

成功案例提案大賽

2025年，湊湊舉辦成功案例提案大賽，鼓勵助理經理及以上職級員工圍繞成本節降、流程優化、工具優化等方向提交創新實踐方案，推動門店優秀經驗共享與運營模式反覆運算升級。大賽通過區域PK形式層層選拔，最終評選出金獎案例2項、銀獎案例1項、銅獎案例1項，並完成優秀案例的轉換與推廣測試，以標杆實踐帶動全國門店營運效率與管理水平同步提升。

以人為本，發展共濟

指標	單位	2025年
女性員工受訓百分比	%	64%
女性員工平均受訓時數	小時／人	8.39
男性員工受訓百分比	%	67%
男性員工平均受訓時數	小時／人	9.65
經理級別以上員工受訓百分比	%	63%
經理級別以上平均受訓時數	小時／人	8.17
其他級別員工受訓百分比	%	66%
其他級別員工平均受訓時數	小時／人	8.79

• 考核與晉升

公司致力於為員工提供公平、公正、公開的職業發展環境，高度重視員工考核、後備人才培養與長期激勵，搭建清晰、暢通的職業發展通道，助力員工實現自我價值，為公司發展儲備優質人才。

2025年，公司例行開展年度中層人員工作述職，通過述職全面甄別優秀人才，對經理級人員進行全面盤點，形成九宮格及人才培養計劃，為集團人才梯隊建設提供了堅實保障。

在長期激勵方面，公司依據限制性股票激勵計劃，堅持「業績達成方可授予、授予量視各單位業績貢獻」的原則，充分體現多勞多得，同時針對特別關鍵崗位予以重點激勵保留。2025年，公司持續完善針對業務單位的激勵規則，將資源重點向關鍵崗位傾斜；針對集團高管推出特殊股權激勵計劃，加大對核心管理人才的激勵與留才力度，進一步激發核心員工的工作能動性，實現員工與公司協同發展。

以人為本，發展共濟

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蹤與分析。
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。
正向激勵措施	公司發放「模範標兵」徽章，強化員工榮譽感，發揮先進典型的示範引領作用，營造積極向上、爭先創優的職場氛圍。

6.4 擔當社會責任

我們深刻認識到，企業的長遠發展與社會進步同頻共振。公司構建多元協同的公益體系，用實際行動踐行社會責任。

暖心驛站·便民服務行動

公司持續運營並優化暖心驛站項目，致力於為周邊社區提供便捷的公益服務，用細微舉措傳遞企業溫情。截至2025年，公司已設立13家暖心驛站，均配備專門的服務人員，並在服務區醒目位置懸掛標識。站內提供桌椅、飲用水、空調、應急醫藥箱等基本物資，免費為顧客、外賣騎手等群體免費提供飲水、納涼取暖、餐食加熱、休息、緊急醫療援助等便民服務，延續了公司對城市一線服務者的關懷傳統，強化了門店作為社區服務節點的社會功能。



以人為本，發展共濟

湊湊暖冬行動·有料湊湊社區行

湊湊積極踐行「走近社區，扶貧濟困與關懷弱勢群體」的理念，組織開展系列定向關懷活動。2025年1月春節前夕，湊湊聯合當地街道辦開展環衛工人慰問活動，向一線環衛工作者發放鴨血豆腐、茶飲、口罩等物資，切實保障環衛工人冬季防護與生活需求；同期，湊湊鄭州萬象城門店為周邊寫字樓員工送出鴨血豆腐，將節日的關懷與美味傳遞給職場群體，進一步拉近與社區群眾的距離。



湊湊關愛自閉症兒童·暖心聚餐活動

公司始終關注弱勢群體需求，主動伸出援手，用實際行動給予實質性幫助，傳遞社會正能量。2025年11月，湊湊北京合生匯店開展關愛自閉症兒童專項活動—沉默星球·星寶美食行·走進湊湊，邀請自閉症兒童到店聚餐，為孩子們營造輕鬆、溫暖的氛圍，以美食為橋梁搭建溝通紐帶，讓特殊群體感受到社會的關懷與溫暖，切實踐行企業對弱勢群體的責任與擔當。



未來，公司將繼續深化社會責任實踐，推動公益行動從「點狀輸出」向「系統化、品牌化」升級，構建更具溫度與深度的企業社會價值生態體系。

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	一般披露：有關廢氣排放、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。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。有害廢棄物指國家規例所界定者。	披露	5.3強化排放管控
A1：排放物	A1.1 排放物種類及相關排放數據。	披露	5.3強化排放管控
A1：排放物	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)。	披露	5.3強化排放管控
A1：排放物	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)。	披露	5.3強化排放管控
A1：排放物	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。	披露	5.3強化排放管控
A1：排放物	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。	披露	5.3強化排放管控
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	5.2優化資源利用
A2：資源使用	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)。	披露	5.2優化資源利用

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	A2.2 總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	披露	5.2優化資源利用
A2：資源使用	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。	披露	5.2優化資源利用
A2：資源使用	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。	披露	5.2優化資源利用
A2：資源使用	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	5.2優化資源利用
A3：環境及天然資源	一般披露：減低對環境及天然資源影響的政策	披露	5.2優化資源利用
A3：環境及天然資源	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	5.2優化資源利用
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。	披露	6.1保障員工權益
B1：僱傭	B1.1 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。	披露	6.1保障員工權益

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	B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	披露	6.1保障員工權益
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。	披露	6.2深化員工關懷
B2：健康與安全	B2.1 過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	披露	6.2深化員工關懷
B2：健康與安全	B2.2 因工傷損失工作日數。	披露	6.2深化員工關懷
B2：健康與安全	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。	披露	6.2深化員工關懷
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。註：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。	披露	6.3賦能員工發展
B3：發展及培訓	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。	披露	6.3賦能員工發展
B3：發展及培訓	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。	披露	6.3賦能員工發展
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。	披露	6.1保障員工權益
B4：勞工準則	B4.1 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	披露	6.1保障員工權益

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
B4：勞工準則	B4.2 描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	披露	6.1保障員工權益
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	4.3優化升級供應鏈
B5：供應鏈管理	B5.1 按地區劃分的供應商數目。	披露	4.3優化升級供應鏈
B5：供應鏈管理	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。	披露	4.3優化升級供應鏈
B5：供應鏈管理	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。	披露	4.3優化升級供應鏈
B5：供應鏈管理	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。	披露	4.3優化升級供應鏈
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	4.1守護食品品質
B6：產品責任	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	4.1守護食品品質
B6：產品責任	B6.2 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	披露	4.1守護食品品質
B6：產品責任	B6.3 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	披露	3.3商業道德與合規經營

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
B6：產品責任	B6.4 描述品質檢定過程及產品回收程序。	披露	4.1守護食品品質
B6：產品責任	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。	披露	4.4秉持客戶至上
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。	披露	3.3商業道德與合規經營
B7：反貪污	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	3.3商業道德與合規經營
B7：反貪污	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	3.3商業道德與合規經營
B7：反貪污	B7.3 描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	披露	3.3商業道德與合規經營
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。	披露	6.4擔當社會責任
B8：社區投資	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	6.4擔當社會責任
B8：社區投資	B8.2 在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	披露	6.4擔當社會責任
D：氣候相關披露	(I)管治：管治	披露	5.1應對氣候變化

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
D：氣候相關披露	(II)策略：氣候相關風險和機遇	披露	5.1應對氣候變化
D：氣候相關披露	(II)策略：業務模式和價值鏈	披露	5.1應對氣候變化
D：氣候相關披露	(II)策略：策略和決策	披露	5.1應對氣候變化
D：氣候相關披露	(II)策略：財務狀況、財務表現及現金流量	披露	5.1應對氣候變化
D：氣候相關披露	(II)策略：氣候韌性	披露	5.1應對氣候變化
D：氣候相關披露	(III)風險管理：風險管理	披露	5.1應對氣候變化
D：氣候相關披露	(IV)指標及目標：溫室氣體排放	披露	5.1應對氣候變化
D：氣候相關披露	(IV)指標及目標：氣候相關轉型風險	披露	5.1應對氣候變化
D：氣候相關披露	(IV)指標及目標：氣候相關物理風險	披露	5.1應對氣候變化
D：氣候相關披露	(IV)指標及目標：氣候相關機遇	披露	5.1應對氣候變化

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
D：氣候相關披露	(IV)指標及目標：資本運用	披露	5.1應對氣候變化
D：氣候相關披露	(IV)指標及目標：內部碳定價	披露	5.1應對氣候變化
D：氣候相關披露	(IV)指標及目標：薪酬	披露	5.1應對氣候變化
D：氣候相關披露	(IV)指標及目標：行業指標	披露	5.1應對氣候變化
D：氣候相關披露	(IV)指標及目標：氣候相關目標	披露	5.1應對氣候變化
D：氣候相關披露	(IV)指標及目標：跨行業指標及行業指標的適用性	披露	5.1應對氣候變化

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	關於我們
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	關於我們
2-7	員工	披露	6.1保障員工權益 6.2深化員工關係 6.3賦能員工發展 6.4擔當社會責任
2-9	管治架構和組成	披露	2.2ESG管理架構 3.1企業管治
2-12	在管理影響方面，最高管治機構的監督作用	披露	2.2ESG管理架構 3.1企業管治
2-13	為管理影響的責任授權	披露	2.2ESG管理架構 3.1企業管治
2-14	最高管治機構在可持續發展報告中的作用	披露	2.2ESG管理架構 3.1企業管治
2-19	薪酬政策	披露	2.3ESG激勵與考核
2-22	關於可持續發展戰略的聲明	披露	2.1ESG管理理念
2-28	協會的成員資格	披露	4.5引領行業標杆
2-29	利益相關方參與的方法	披露	2.4利益相關方溝通 2.5實質性議題分析
3-1	確定實質性議題的過程	披露	2.5實質性議題分析
3-2	實質性議題清單	披露	2.5實質性議題分析

GRI Standards 指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
3-3	實質性議題的管理	披露	2.5 實質性議題分析
205-2	反腐敗政策和程序的傳達及培訓	披露	3.3 商業道德與合規經營
205-3	經確認的腐敗事件和採取的行動	披露	3.3 商業道德與合規經營
301-1	所用物料的重量或體積	披露	5.2 優化資源利用
302-1	組織內部的能源消耗量	披露	5.2 優化資源利用
302-3	能源強度	披露	5.2 優化資源利用
302-4	減少能源消耗量	披露	5.2 優化資源利用
302-5	降低產品和服務的能源需求	披露	5.2 優化資源利用
303-3	取水	披露	5.2 優化資源利用
305-1	直接(範圍1)溫室氣體排放	披露	5.1 應對氣候變化
305-2	能源間接(範圍2)溫室氣體排放	披露	5.1 應對氣候變化
305-4	溫室氣體排放強度	披露	5.1 應對氣候變化
305-5	溫室氣體減排量	披露	5.1 應對氣候變化
306-1	按水質及排放目的地分類的排水總量	部分適用	5.2 優化資源利用
306-2	按類別及處理方法分類的廢棄物總量	披露	5.3 強化排放管控
306-3	產生的廢棄物	披露	5.3 強化排放管控

GRI Standards 指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
307-1	違反環境法律法規	披露	5.3 強化排放管控
308-2	供應鏈的負面環境影響以及採取的行動	披露	5.1 應對氣候變化 5.3 強化排放管理 5.4 落實環保行動
401-1	新進員工僱傭率和員工流動率	披露	6.1 保障員工權益
401-2	提供給全職員工(不包括臨時或兼職員工)的福利	披露	6.1 保障員工權益
401-3	育兒假	披露	6.1 保障員工權益
403-1	職業健康安全管理體系	披露	6.2 深化員工關懷
403-3	職業健康服務	披露	6.2 深化員工關懷
403-4	職業健康安全事務：工作者的參與、意見徵詢和溝通	披露	6.2 深化員工關懷
403-5	工作者職業健康安全培訓	披露	6.2 深化員工關懷
403-6	促進工作者健康	披露	6.2 深化員工關懷
403-7	預防和減緩與業務關係直接相關的職業健康安全影響	披露	6.2 深化員工關懷
403-9	工傷	披露	6.2 深化員工關懷
403-10	工作相關的健康問題	披露	6.2 深化員工關懷
404-2	員工技能提升方案和過渡協助方案	披露	6.3 賦能員工發展
404-3	接受定期績效和職業發展考核的員工百分比	披露	6.3 賦能員工發展
405-1	管治機構與員工的多元化	披露	6.3 賦能員工發展
408-1	具有重大童工事件風險的運營點和供應商	披露	6.1 保障員工權益
409-1	具有強迫或強制勞動事件重大風險的運營	披露	6.1 保障員工權益

GRI Standards 指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
414-2	供應鏈對社會的負面影響以及採取的行動	披露	3.3商業道德與合規經營 4.3優化升級供應鏈
416-1	對產品和服務類別的健康與安全影響的評估	披露	4.1守護產品品質 4.2創新多元菜品 4.4秉持客戶至上
416-2	涉及產品和服務的健康與安全影響的違規事件	披露	4.1守護產品品質 4.2創新多元菜品 4.4秉持客戶至上

讀者反饋表

感謝您閱讀《呷哺呷哺2025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，並通過以下方式回饋給我們：

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！