



卫龙美味全球控股有限公司

WEILONG DELICIOUS GLOBAL HOLDINGS LTD

(Incorporated in the Cayman Islands with limited liability)

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

Stock code 股份代號 : 09985.HK



2025

環境、社會及管治報告

Environmental, Social and Governance Report

目錄

	01	責任 築牢治理根基	17	02	質量 質領健康新程	27	03	環境 引領綠色發展	45
關於本報告	3	企業高效管治	19	攜手健康創新	29	環境合規管理	47		
管理層致辭	5	風險全面管控	20	全面安心保障	33	嚴控排放合規	49		
關於我們	6	堅守商業道德	21	產業夥伴管理	40	資源節約使用	52		
可持續發展治理	13					能源高效利用	55		
						應對氣候變化	58		
	04	員工 共創幸福職場	65	05	社區 力行社會公益	77			
		堅持以人為本	67	鄉村振興	79	香港聯交所ESG報告守則內容索引	81		
		助力職業成長	69	賑災助困	80	C部分：「不遵守就解釋」條文	81		
		關注員工福祉	73	賦能社區	80	D部分：氣候相關披露	84		
		保障健康安全	75						





關於本報告

概覽

本報告是卫龙美味全球控股有限公司（「卫龙美味」或「本公司」）及其附屬公司（「本集團」或「我們」）發佈的2025年環境、社會與管治報告，如實披露本集團對於股東、客戶、夥伴、員工、環境、社區等持份者的履責實踐，以及在環境、社會及管治（以下簡稱「ESG」）方面的表現。

報告範圍與邊界

本報告涵蓋2025年1月1日至2025年12月31日財務年度（「報告期」或「本年度」）的工作，部分信息追溯以往年度或延伸至2026年。本報告中提供之政策及數據涵蓋本集團，報告範圍口徑與年報一致。除特殊說明外，報告中財務數據均以人民幣列示，密度數據均以本集團2025年營收數據為分母。

編制依據

本報告遵循《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》進行編制。

重要性

本集團通過與持份者開展線上線下溝通，系統識別對本集團業務及持份者重要的ESG議題，並通過本報告重點回應。

量化

本報告對ESG領域的關鍵績效指標進行量化披露，明確統計標準、計算方法及數據範圍，並輔以文字闡釋。

平衡

本報告客觀呈報本集團ESG工作與表現。

一致性

除非另有說明，本公司將於每一報告期採用一致的披露統計方法，以確保不同年度數據具有可比性。

資料來源及可靠性保證

本報告的數據和案例主要來源於本集團統計報告和相關文件。本公司董事會承諾本報告不存在任何虛假記載、誤導性陳述，並對其內容真實性、準確性和完整性負責。

確認及批准

本報告經本公司管理層確認後，於2026年3月26日獲董事會通過。

獲取及回應本報告

本報告電子版刊載於本公司官網：<https://www.weilongshipin.com/ESG/>

本集團非常重視各持份者對本報告的看法，若閣下有任何疑問或建議，歡迎通過電子郵件：ir@wlsplt.com聯絡。



管理層致辭

2025年是卫龙美味積極創新，效率提升的關鍵一年。這一年，我們繼續踐行「讓世界人人愛上中國味」的使命，將可持續發展理念深度融入企業經營，進一步提升ESG管治水平，以務實行動推動高質量發展。

我們深知合規經營是企業行穩致遠的基礎，持續完善ESG管治架構，健全風險評估與應對機制，提升企業合規經營水平。我們恪守商業道德準則，健全商業道德規範與廉潔管理體系，為集團實現長期穩健發展提供有力保障。

我們堅持技術創新與產品品質並重，致力於為消費者帶來更多健康、多元的產品選擇。我們高度重視產品安全與質量，建立健全覆蓋產品開發、原料准入、生產加工、產品售後全流程的質量管理機制，與合作夥伴共同守護品質底線。

我們牢记「綠水青山就是金山銀山」的理念，通過環境管理體系優化、清潔能源應用及低碳技術開發，推動業務增長與生態保護協同共進。我們積極響應國家「雙碳」目標，建立氣候風險相關的三級管治架構，開展氣候相關風險與機遇識別，持續改進環境績效。

我們重視員工的個人成長與價值實現，構建全方位、多層次的人才培養體系，為員工提供有力的職業發展平台，不斷激發員工發展潛能。我們致力於構建多元、平等、包容的職場環境，暢通雙向溝通渠道，保障員工合法權益，促進員工與企業協同發展。

我們將回饋社會視作企業價值的體現，積極履行企業社會責任，聚焦鄉村振興、防災賑災、社區發展等公益事業，為有需要的群體提供切實幫助，以實際行動傳遞企業溫度，助力構建更加開放、包容的美好社會。

展望未來，我們將繼續秉持求真務實的態度，以更加堅實有力的步伐推動辣味休閒食品行業的可持續發展，攜手各方夥伴共同書寫綠色發展新篇章。

關於我們

集團概況

卫龙美味（股票代码HK 09985）成立於2001年，二十多年來，秉持「以消費者體驗為中心，以奮鬥者為本、勇找標杆，堅持自我批判」的核心價值觀，將一個小小的食品加工廠發展成為目前國內最大的集研發、生產和銷售為一體的現代化辣味休閒食品企業。

受中國傳統美食的啟發，本集團創始人從調味面製品（亦俗稱「辣條」）起步，開創卫龙事業。歷經多年發展，本集團已崛起為中國辣味休閒食品行業的領軍企業之一，成功塑造深入人心的休閒食品品牌，受到廣大消費者的喜愛與信賴。

我們以調味面製品、蔬菜製品及其他品類的研發、生產和銷售為主營業務。旗下重點產品包括大、小面筋，親嘴燒，麻辣麻辣，魔芋爽，風吃海帶等。

為強化自身競爭優勢，我們始終以創新實踐為核心動力，不斷豐富產品矩陣以滿足多元化的消費者需求，持續推動銷售業績的穩定增長。我們設有2所研發中心，匯聚一支跨學科的專業研發團隊，涵蓋食品工程、食品安全與營養、高分子化學、生物學及檢驗檢測等關鍵領域，為技術突破與產品迭代提供有力支持。同時，我們在流程在線、業務在線、智能製造等方面加大投入，以「數智化」驅動組織效能提升，構建高效、智能的現代化營運體系。

為適應現代消費市場，我們積極推進銷售渠道的多元發展，將年輕人聚集的商超、連鎖便利店及電商平台等作為銷售渠道擴張的重要平台。目前，我們已與1,633家線下經銷商建立戰略合作，銷售網絡覆蓋全球幾十個國家和地區。同時，我們積極構建全平台生態體系，充分利用電商和社交媒體等數字化渠道，以年輕人喜愛的方式深化品牌滲透，夯實品牌年輕化與趣味化的發展根基。



¹ NPS（Net Promoter Score）淨推薦值是一種衡量客戶忠誠度的指標。

榮譽獎項

價值

新消費品牌榜2025年度領軍企業

證券之星

最具價值大消費公司

智通財經、新智基金網

2025中國零食十大品牌

世界商業（品牌）管理中心

2025年中國國貨消費品牌500強

艾媒諮詢

第十三屆金融界「金智獎」年度評選

傑出影響力品牌獎
金融界

2025品質食參經銷商期待品牌獎

食品內參

2025環球首發·胡潤中國食品行業百強榜

胡潤研究院、環球首發

安心獎2025年度安心消費零食品牌

界面新聞

2025年中國最喜愛的休閒食品品牌排行榜

中商產業研究院

鯨象獎2025年度最具價值品牌TOP 100

鯨象大賞商業創新大會

Growth50.

2025中國消費年度智能創新領導品牌
第一財經商業數據中心

2025年度消費領域影響力領軍企業

財經網

產品

2025消費大賞好物

南方都市報灣財社

2024-2025年度食品安全承諾單位

中國食品安全報社

2024-2025年度食品安全管理優秀案例

中國食品安全報社

營銷

金投賞商業創意獎銅獎

第十八屆金投賞國際創意節

DMAA國際數字營銷獎品牌案例組金獎

第九屆DMAA國際數字營銷峰會

ESG

財聞獎社會責任獎

同花順與浙江財聞傳媒科技有限公司





卫龙大事記



2025年

麻醬味魔芋爽、高纖牛肝菌魔芋爽、俵味春雞腳風味魔芋爽、麻辣牛肉味親嘴燒等新品推出，進一步豐富了我們的產品矩陣。

2024年

多個營銷限定款產品及新口味產品上市。

持續豐富產品矩陣，加強全渠道建設及品牌建設。

2023年

成立海外事業發展中心，開始拓展海外業務。加快推進線上線下全渠道建設。

2022年

漯河杏林工廠開始部分投產。本公司於2022年12月15日在香港聯交所主板上市。

2019年

建立22個銷售區域，並通過整合線上及線下資源建立全渠道銷售及經銷網絡。

衛到食品生產設施竣工投產，極大提升了自動化水平及產能。

2020年

上海卫龙美味生物科技開始營運。漯河杏林食品工廠開始建設。

2021年

進入Pre-IPO輪融資，引進戰略機構投資者。

2017年

產能迅速擴大。成功導入全球領先的SAP信息管理系统。

在京東開設自營線上店鋪以進一步提升線上銷售。

2015-2016年

實施一系列品牌及營銷策略，以升級品牌形象。

2010-2015年

引入多位知名明星為產品代言，提升品牌知名度。

引入拉伸膜包裝機等自動化設備，不斷改善生產工藝。

調味面製品及豆製品產能擴張。

在中國主要電商平台之一的天貓開設自營線上店鋪，實現線上品牌推廣。

2001年

創始人劉衛平先生及劉福平先生來到漯河市創業，開創出第一根辣條。

2003年

申請卫龙商標。

2004年

成立平平食品，進駐漯河工業園。

2006-2010年

平平食品第二個工廠開始建設投產。卫龙大面筋，小面筋問世。

2025 ESG亮點績效

卫責任

2025年，共開展廉潔相關培訓與宣傳活動 **20** 場，
員工人均參與反貪腐培訓 **12.75** 小時

制定並實施「築牢安全底線，共建數字衛士」全員
信息安全意識提升計劃，保障信息與數據安全

卫質量

累計獲得專利授權 214 項	其中2025年新增專利授權 24 項
累計註冊商標 1,309 件	新增專利申請 20 項

累計參與制定

1 項 行業標準	1 項 國家標準	7 項 團體標準
--------------------	--------------------	--------------------

入選中國消費名品，榮獲河南省省長質量獎項，
開啟上海高新技術企業申報工作

客戶滿意度達 **95%**

卫環境

廢水、廢氣、廢棄物 保持 100% 達標處理	未發生環保 行政處罰事件
-------------------------------------	-----------------



截至2025年末

光伏裝機總量約 21.7 兆瓦	全年發電量 1,379 萬千瓦時
---------------------------	----------------------------

2025年

沼氣鍋爐自產蒸汽總量 11,748 噸	自用比例達 100%
-------------------------------	----------------------

累計實施能源精進項目 171 項	已完成 118 項
----------------------------	---------------------

電、蒸汽等主要能源單耗均下降

包裝設計方面的創新成果獲得行業認可，
「魔芋爽包裝袋」相關專利榮獲
「第五屆河南省專利獎」

卫員工



共有 **6,150** 名
全職員工

「百年卫龙人」培訓

共舉辦 **9** 期

覆蓋新員工

418 人

2025年累計消除 **1,680** 條安全隱患，
重大隱患整改率達 **100%**

卫社區

向香港大埔火災捐贈

300 萬港元

助力受災民眾重建家園



在社會公益領域的投入

累計約 **850** 萬元

2025經濟績效

作為國內領先的辣味休閒食品企業，我們依託卓越的品牌影響力及產品競爭力，持續推進產品、渠道、品牌和供應鏈等方面的升級，具備強勁的業務增長勢頭。

2025年，我們更加注重產品多元化矩陣的構建，加速產品研發與創新的步伐，在規範化管理的基礎上，緊抓時代機遇，實現營業收入穩步提升。2025財年，本集團年度營收達到7,223.8百萬元。

2025財年
本集團年度營收

7,223.8 百萬元

可持續發展治理

卫龙美味持續提升ESG管治效能，推動可持續發展理念深度融入企業戰略與營運環節。我們建立與業務發展相匹配的ESG管治架構，並與持份者保持開放、透明的溝通，動態管理與應對ESG相關風險，主動識別並把握可持續發展機遇。

ESG理念

我們將可持續發展理念深植於企業文化，推動ESG原則深度融入戰略規劃與營運管理。我們以完善的公司治理與負責任的營運模式為基礎，不斷追求產品的創新與服務的提升，在滿足消費者美好生活需求的同時，降低供應鏈對環境的負面影響。我們堅信人才是發展的根基，致力於營造共同成長的組織環境，促進員工與公司協同發展。同時，我們積極履行企業社會責任，參與社區共建與社會公益，為美好社會的建設貢獻力量。

董事會聲明

本集團嚴格遵守《中華人民共和國公司法》、香港《公司條例》及《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄C1《企業管治守則》與附錄C2《環境、社會及管治報告守則》，持續推進ESG管治體系的完善與優化。

我們設立了由董事會、ESG管理團隊及ESG工作小組構成的三層級管治架構，明確劃分監督、管理與執行職責，保障ESG管理工作的有效落實。其中，本公司董事會佔據核心領導地位，主導集團ESG戰略的制定與監督。

董事會積極關注內外部環境變化，評估ESG風險與機遇，調整與優化集團ESG管理策略。通過建立常態化的內外部持份者溝通機制，董事會指導開展ESG重大性議題的識別與重要性評估，審議並確定重大議題的優先次序，保障集團的ESG工作能夠精準回應持份者期望。

報告期內，董事會在ESG治理方面開展的具體工作包括：

政策、目標與年度報告審議

- 審議並通過ESG重大性議題矩陣的調整與更新、ESG目標進展與更新；
- 審核並批准2025年度ESG報告。



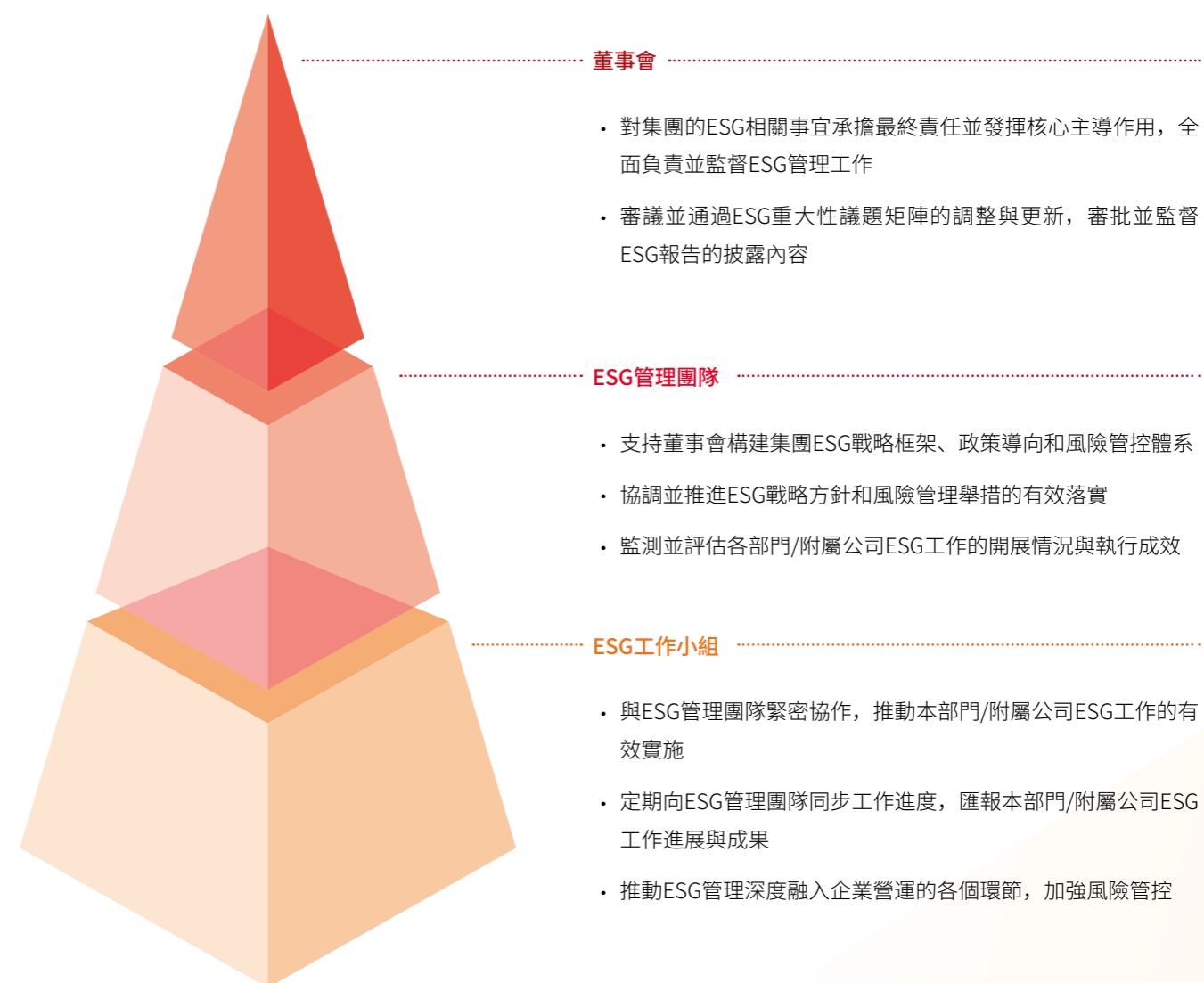
氣候治理與能力提升

- 審議並通過氣候變化風險與機遇評估結果，並通過據此更新的ESG管治架構與職責分工；
- 引入外部專家資源，開展氣候變化相關培訓，提升董事會在氣候變化治理方面的認知和履職能力。

ESG管治架構

本集團將ESG管治體系的有效運行與持續提升視作企業可持續發展的重要基石。我們構建了權責清晰、協同高效的ESG管治架構，並以此為基礎形成與集團發展戰略相協同的ESG核心理念，不斷提升ESG實踐效能。

我們構建權責明確的三層級ESG管治架構。董事會承擔最高決策與監督職責，負責ESG戰略方向審定及重大議題審議。在董事會領導下，ESG管理團隊統籌ESG戰略規劃、風險管控及信息披露管理。ESG工作小組負責協調推動各項目標落地，並跟蹤匯報關鍵績效，保障可持續發展要求在業務營運中的有效執行。



ESG管治架構

持份者參與

本集團高度重視持份者的期望與反饋，致力於構建系統、透明的雙向溝通機制，通過定期調研、專題座談、行業峰會參與及日常訪談等多種方式，與持份者保持密切聯繫。我們將所收集的意見與建議作為重要參考融入ESG管治的長期戰略規劃，切實保障持份者的相關利益。

持份者類別	關注的議題	溝通渠道
股東/投資者	<ul style="list-style-type: none"> 合法合規營運 風險控制 商業道德 創新與知識產權保護 	<ul style="list-style-type: none"> 聯交所披露易網站及本公司官網 定期報告與公告 投資者郵件 投資者路演會議 投資者日
集團員工	<ul style="list-style-type: none"> 員工薪酬福利 人才發展 職業健康與安全 員工權益 	<ul style="list-style-type: none"> 員工會等定期溝通活動 調研反饋 培訓活動 員工工會
供應商	<ul style="list-style-type: none"> 供應鏈管理 食品安全 合法合規經營 	<ul style="list-style-type: none"> 合同與協議 供應商評估 供應商交流與培訓
政府及監管部門	<ul style="list-style-type: none"> 合法合規經營 商業道德 公益慈善 能源管理 水資源使用 排放物管理 綠色包裝 	<ul style="list-style-type: none"> 信息披露和報送 來訪接待 項目合作 監督檢查
客戶	<ul style="list-style-type: none"> 食品安全 營養與健康 消費者服務 負責任營銷 信息安全與私隱保護 	<ul style="list-style-type: none"> 客戶拜訪 市場調研 全國客戶服務熱線
媒體	<ul style="list-style-type: none"> 食品安全 排放物管理 負責任營銷 綠色生產與營運 	<ul style="list-style-type: none"> 日常溝通與回應 輿論監測與回應 官網新聞披露 採訪與訪談 媒體線下活動參與 媒體線上論壇
社區公眾	<ul style="list-style-type: none"> 公益慈善 負責任營銷 綠色生產與營運 	<ul style="list-style-type: none"> 志願服務 社區服務

重大性議題

基於發展戰略與營運管理狀況，本集團定期開展ESG重大性議題的識別與評估工作。我們通過多元渠道收集內外部持份者的意見反饋，對各項ESG議題的重要性進行全面評估，最終形成的重大性議題矩陣包含12項高度重要性、7項中度重要性以及2項一般重要性議題，為集團ESG工作長期規劃提供有力依據。



卫责任

築牢治理根基

01

企業高效管治	19
風險全面管控	20
堅守商業道德	21

卫龙美味致力於構建多元專業的管治團隊，強化風險管控能力，恪守商業道德準則，提升企業合規經營水平。同時，我們持續完善ESG治理架構，深入識別重大性議題，並與各持份者保持緊密溝通，共同創造更加開放、包容的治理格局。

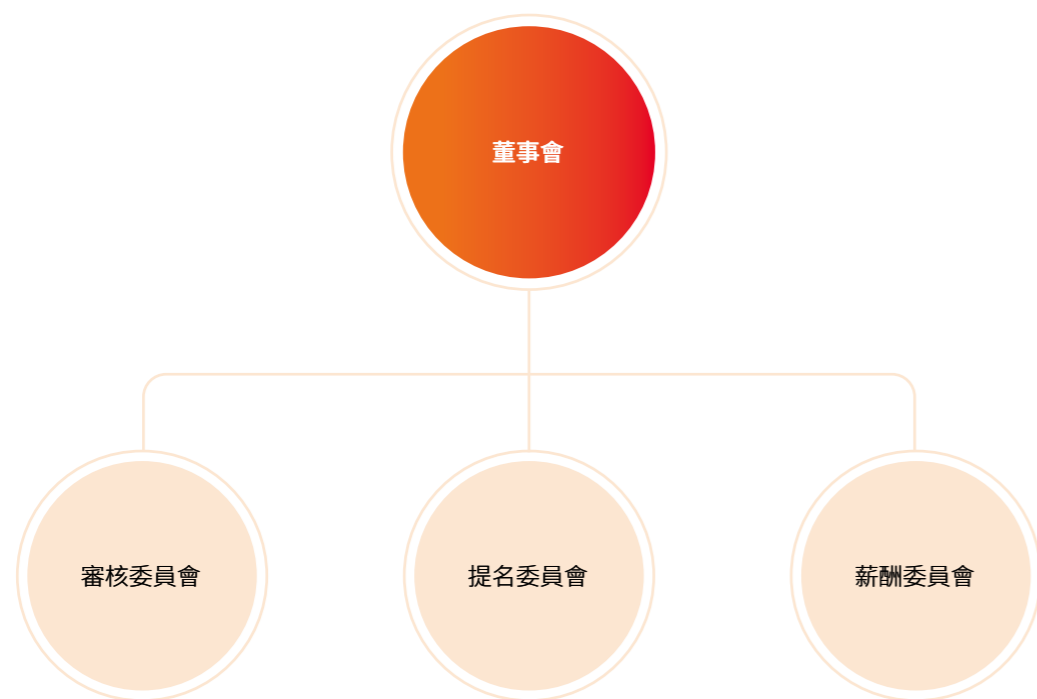


企業高效管治

本集團以專業高效的董事會為核心支撐，持續完善企業管治體系，健全風險評估與應對機制，強化商業道德管理。我們加強落實合規管理，營造公平透明、廉潔誠信的經營環境，為企業的穩健發展提供堅實保障。

本集團嚴格遵守《中華人民共和國公司法》等法律法規及上市監管要求開展企業管治工作。董事會是本公司的常設決策機構，對股東大會負責。董事會下設審核委員會、提名委員會與薪酬委員會，委員會各司其職，協同推進公司治理體系運作。

我們高度重視董事會構成的多元化，在董事的提名與選任過程中綜合考量其行業背景、專業能力、國際視野及戰略洞察力，持續提升董事會的戰略引領能力。截至本報告發佈日，本公司董事會由8名董事組成，包括4名執行董事、1名非執行董事、3名獨立非執行董事（含2名女性董事）。



管治架構



風險全面管控

本集團致力於構建體系化的風險管理機制。在制度層面，我們於報告期內新增《審計問題閉環管理制度》，並對《內部審計控制程序》進行修訂，進一步明確了內部審計定義、職業道德規範與保密要求。在組織層面，我們建立了多層級風險管理架構，系統性評估企業經營風險，為落實風險管理機制提供堅實保障。

審核委員會

- 審查和批准年度內審計劃（包含風險控制計劃）
- 監督和評價風險管理和內部控制工作
- 監督和評價內部審核工作

內部控制部門

- 制定年度風險評估與控制計劃
- 識別風險點並錄入風險控制矩陣進行跟進
- 與各職能部門協作開展風險應對與控制優化

內部審計部門

- 制定年度內審計劃（包含風險控制計劃）
- 執行內部審計和識別風險點
- 組織各部門進行風險應對
- 實施審計項目並監督整改措施

法務部門

- 建立法務合規制度，搭建合同管理系統和履約跟蹤機制
- 提供合規相關培訓並管理合規事務
- 搭建多維度的知識產權管理體系與侵權檢測系統

風險管理體系

我們聚焦防舞弊、糾偏差、找漏洞、促整改四維度，系統推進年度稽查工作，切實防範違規風險，提升內控效能。

防舞弊 糾偏差 找漏洞 促整改

通過卫龙頭條推送、廉潔宣傳海報等多種形式，開展廉潔培訓與防舞弊宣傳活動

採用主動查證和舉報核實等方式，核查與內控設計相悖的員工行為

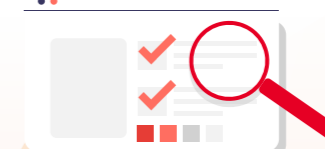
測試並評估物資採購、生產營運、品質管理等多個業務環節的內控流程

針對發現的缺陷推進部門整改，並追蹤核驗整改結果

報告期內，我們持續開展商業道德審核工作，聚焦費用管理、人員行為與全業務流程，通過專項審計與合規性檢查，推動形成有效的風險管理閉環。

兩個費用、一個行為

我們定期針對市場費用、人員費用與人員行為開展合規性專項審計。2025年，我們已完成包括營銷差旅、零食渠道、活動費用、銷售人員等在內的審計，以識別潛在風險、築牢商業道德防線。



我們從採購、生產、倉儲、物流、銷售等全流程開展合規性檢查，包括物流快遞、生產經營、現場管理、廣告媒體等環節，保障合規營運。

全業務流程合規性檢查

堅守商業道德

本集團堅持誠信、廉潔、合規的經營理念，對貪污腐敗及違反商業道德的行為持「零容忍」態度。我們健全商業道德與廉潔管理體系，通過廉潔教育、完善的舉報處理機制以及信息安全管理，推動企業合規經營，將廉潔意識深植企業文化。

反貪污

本集團明確禁止貪污、舞弊等違反商業道德的行為，通過完善制度建設、加強廉潔教育以及優化舉報處理機制，多方位提升企業廉潔治理效能。

制度建設

我們嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國反洗錢法》《中華人民共和國審計法》《中華人民共和國民法典》等法律法規，建立並不斷完善內部管理制度。報告期內，我們對《舉報管理制度》進行修訂，明確了舉報受理範圍與處理流程，為防範與處置商業道德相關風險提供了制度依據。

為規範員工及合作夥伴行為，我們建立完善的內部舉報與處理機制，強化對違規行為的調查處罰，降低商業道德風險。針對違規員工，我們嚴格按照《獎勵懲罰管理辦法》進行處理；針對所有正式合作的供應商，我們持續推進《廉潔協議》的簽署，明確將出現違規的合作夥伴永久列入黑名單並終止一切合作。報告期內，無針對本集團及員工提出並已審結的貪污訴訟案件。

廉潔宣教

為營造風清氣正的企業氛圍和商業環境，我們持續面向全體員工與合作夥伴組織開展廉潔宣教活動，通過線下培訓、線上視頻教育及常態化宣傳推送等多元方式，提升各方廉潔意識，夯實合規經營基礎。報告期內，我們共組織廉潔相關培訓與宣傳活動20場。



案例 員工廉潔教育

我們以培訓、視頻與常態化推送相結合的方式，對全體員工開展廉潔教育。報告期內，本集團員工人均參與反貪腐培訓12.75小時²。

培訓活動

- 我們全年共開展18場面向不同崗位員工的廉潔培訓，涵蓋商業規範講解、典型案例剖析、合規操作指引等環節。
- 開展8場生產員工廉潔培訓、5場營銷系統廉潔培訓、4場生產管理層廉潔培訓、1場內部採購廉潔培訓。



廉潔培訓活動

視頻教育

- 我們推出《本分合作，誠信共贏》廉潔招標宣傳視頻、廉潔合規系列視頻等內容，以生動直觀的教育視頻深化全員對廉潔合規要求的理解。



廉潔招標宣傳視頻

常態化宣傳

- 通過日常信息推送，我們持續向全員普及廉潔法律知識及典型案例，加強員工的風險識別能力，為企業廉潔文化建設提供堅實保障。



常態化廉潔推送

在築牢內部廉潔防線的同時，我們將廉潔理念傳遞至合作夥伴，共建清正廉潔的商業生態。

案例 合作夥伴廉潔共建

專項培訓

報告期內，我們面向供應商及合作夥伴共開展2場廉潔培訓，明確合作中的廉潔準則與行為邊界，防範供應鏈違規風險。

節假廉潔提醒

為維護誠信廉潔的商業環境，我們在春節等重要節假日向全體員工及合作方發送廉潔提醒，引導各方規範自身行為，保障廉潔工作的有效執行。

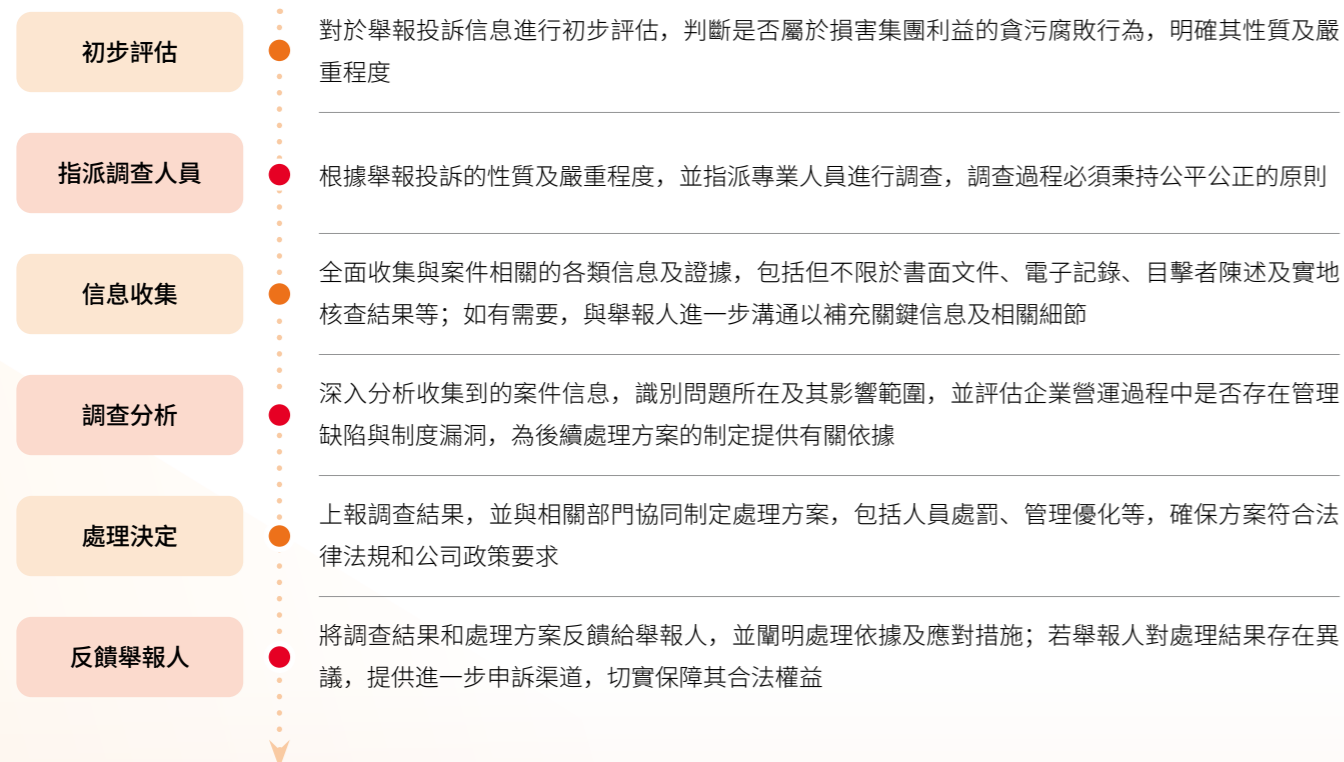
² 數據不包含董事會相關培訓。

舉報機制

為保障舉報機制的有效運行，我們嚴格依據《舉報管理制度》處理各類舉報事項，明確舉報受理範圍及處理時效。我們設立並維護短信、專用郵箱、線上平台及線下信函通訊等舉報渠道，便於員工、供應商及承包商等內外部持份者報告潛在不合規行為。此外，我們已接通微信小程序入口，進一步提升線上舉報平台的便捷性。



針對收到的舉報或投訴，我們均會及時啟動調查處理程序，保障廉政管理規定有效落實。



信息安全

本集團高度重視信息安全，嚴格落實並不斷強化各項管理。我們定期開展內外部審計檢驗防護體系的有效性，並組織常態化的全員安全意識宣貫與專項培訓，以構建全方位、深層次的安全防禦體系與合規文化。

我們嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》《中華人民共和國數據安全法》等法律法規，並於報告期內更新《信息安全管理制度》，細化並完善了終端安全、漏洞管理、數據加密、信息儲存相關管理措施，提升了信息安全管理及風險應對能力。



為推動信息安全管理向主動防禦轉型升級，我們圍繞終端、主機、網絡、數據、漏洞及人員管理等關鍵環節進行系統優化與能力提升。

我們持續開展信息安全審計工作，以實現網絡邊界防護、系統配置合規、終端行為以及人員操作審計的全覆蓋管理。我們深化內外部審計機制，通過提升審計頻率、拓展審計維度以及強化整改閉環，保障集團數字化轉型過程中的合規性與信息安全水平。



信息安全管理舉措

■ 內部審計

- 採用定期審計與專項審計相結合的方式，圍繞終端與准入安全、賬號與權限管理、雲協作安全、主機與容器安全及數據儲存合規等重點領域每半年開展一次深度審計
- 針對審計發現的問題，建立完善的整改與問責機制，通過強制整改、宣傳警示、專項激勵等方式保障審計工作的有效落實

■ 外部審計

- 採用合作審計與專項技術測試相結合的方式，由第三方審計機構對集團關鍵信息系統開展獨立評估，聚焦核心系統的治理與技術風險控制
- 針對審計發現的問題，通過規範流程、強化權限管控與優化響應機制等方式推進整改與治理提升

為應對公司數字化轉型中的數據安全風險，2025年，本集團制定並實施了「築牢安全底線，共建數字衛士」全員信息安全意識提升計劃。該計劃通過制度宣貫、分層培訓、常態化警示與應急演練相結合的形式，將信息安全要求內化為員工的日常行為規範，築牢信息安全防線。

案例 信息安全培訓

報告期內，我們開展了以「警惕不經意操作，守護公司數字資產」為主題的培訓，通過真實案例分析揭示日常操作中的高風險行為及後果，並深入解讀《信息安全管理制度》相關條款，向員工明確行為邊界與合規要求。同時，培訓針對離職交接、對外協作等具體場景，規範了安全操作流程與工具使用標準。此次培訓提升了員工的安全風險辨識能力與日常操作規範性，為公司數據資產提供了更堅實的保障。2025年，信息安全培訓員工覆蓋率達93%。

自2018年以來，本集團保持零信息安全事故的記錄，驗證了我們在信息安全領域的防護與治理能力。

卫质量 质领健康新程

攜手健康創新	29
全面安心保障	33
產業夥伴管理	40

品質是卫龙美味貫穿產品全鏈路的核心承諾。
公司以創新為驅動，嚴守品質管控標準，積極
響應消費者訴求，聯合供應鏈上下遊構建責任
共擔、價值共享的合作生態，築牢產品品質防線。



攜手健康創新

創新是本集團可持續發展的核心引擎。我們持續完善研發體系建設，提升自主創新能力，聚焦產品健康化、營養化、品質化升級，為消費者提供多元、健康的休閒食品選擇。

創新體系

本集團依據《產品類生命週期交付評審及交付要求》《項目管理制度》《新產品開發流程》《創新管理制度》等制度，全新構建涵蓋「概念、預研、開發、上線」四階段的產品研發流程，持續完善創新項目管理體系，增強創新效能。報告期內，公司優化研發中心組織架構，設立8個專業研發團隊，實施產品精細化研發。同時，我們制定包含新品上線率、產品口感期延長在內的2025年度研發目標，以目標導向提升研發效率、優化產品品質，推進可持續創新體系建設。

我們加強研發隊伍建設，引入高學歷人才，持續提升團隊專業能力與創新活力。我們的研發團隊與政府聯合成立博士工作站，深化產學研協同，加速核心技術攻關與科研成果轉化。

此外，我們積極推進AI技術在研發與生產中的應用，運用AI實現食品安全監測數據自動分析與報表生成，提升質量監管效率，並通過AI分析產線運行數據，定位生產優化方向。我們亦借助AI自動生成市場數據洞察報告，支撐產品迭代與經營決策，提升研發智能化與決策科學化水平。

健康產品

本集團積極推進產品的健康化，並重點關注產品營養與健康屬性。我們積極響應《健康中國行動（2019—2030年）》《中國居民膳食指南（2022）》《「健康中國」2030規劃綱要》等政策導向，在原料選擇、配料應用及包裝設計等環節系統融入營養健康理念，致力於成為契合健康生活趨勢、助力國民健康發展的優質零食品牌。

營養與健康實踐

我們持續聚焦高品質原料、清潔標籤、食品保鮮與包裝優化研發，全方位提升產品營養健康水平。

高質原料

- 堅持從優質產區直採原料，通過標準化種植與規模化生產，與農戶建立穩定合作，保障原料從田間到車間的全流程品質；
- 重點開發高營養價值食材，以魔芋為核心，搭配海帶、菌菇等健康原料，構建高纖健康品類矩陣，為消費者提供更優質的營養健康選擇。

健康食品

- 自主研發非油炸式擠壓熟制工藝，使用急凍鎖鮮、減鹽鎖味等創新工藝，嚴控反式脂肪酸、甜蜜素、防腐劑使用，平衡健康與口感；
- 聚焦「兩高三低」（高纖、高飽腹，低卡、低碳、低脂），持續升級「三減一控」（減糖、減油、減鹽、控制添加劑），主流產品³鹽含量降低20%+，魔芋爽脂肪含量降至7.5%並實現全線⁴甜蜜素、反式脂肪酸嚴控。

食品保鮮

- 採用天然生物保鮮劑與充氮包裝，減少對化學防腐劑的依賴，如以天然保鮮劑替代山梨酸鉀等人工合成防腐劑，實現更安全、更天然的保鮮方案。

小包裝食品

- 針對大面筋、麻辣麻辣等系列產品，推出小規格獨立裝與家庭分享裝，構建差異化包裝體系，兼顧消費多樣性與科學膳食倡導。

產品與風味創新

我們以市場需求和消費者反饋為導向，推動風味創新與生產技術升級，並持續推進產品序列的豐富與優化，不斷為消費者帶來更具多樣性與品質感的產品選擇。

2025年，圍繞蔬菜製品系列，我們持續推進產品創新，陸續推出麻醬口味、高纖牛肝菌口味及傣味春雞腳口味等多款新品魔芋爽。各產品均保持Q彈爽滑的品質特點。其中，麻醬口味鹹香醇厚，並對辣度進行精心調整，帶來不同於傳統經典口味的全新味覺體驗；高纖牛肝菌口味延續低卡輕負優勢，菌香濃郁，進一步覆蓋輕食及非辣味消費群體；傣味春雞腳口味酸爽開胃，還原雲南特色風味，為消費者提供更多元化的選擇。

圍繞面製品系列，我們推出麻辣牛肉口味親嘴燒。該產品借鑒五香鹵料研發思路，匯聚金陽青花椒、武都花椒、河南辣椒、印度魔鬼椒四重地域香材，通過精準調配與工藝打磨，將麻辣鮮香與醇厚牛肉風味融入層疊面片結構。產品麻得入味、飽滿多汁，既為經典產品注入全新味覺活力，也進一步拓展了風味創新邊界。

³ 主流產品：主要包含魔芋產品與面製品。

⁴ 全線：指從原材料種植、儲存、運輸到產品加工、包裝、運輸、售賣等相關階段。

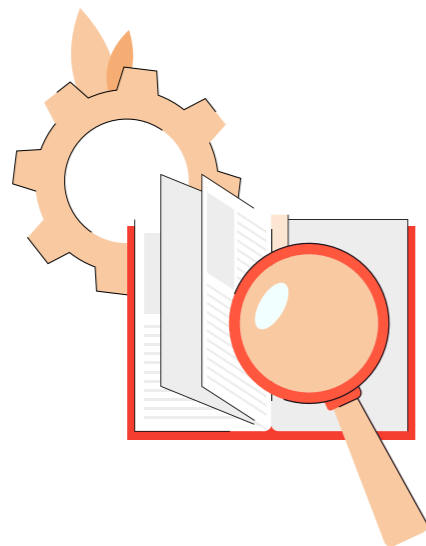


知產保護

知識產權管理是企業創新與競爭力建設的重要支撐，本集團始終嚴格遵守《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國著作權法》《中華人民共和國商標法》等相關法律法規。我們建立規範的知識產權管理體系，定期優化《知識產權管理控制程序》，持續提升管理水平。我們高度重視自身知識產權的保護，並始終堅持尊重他人知識產權。

自身知產保護

- 我們通過知識產權管理系統，強化機密信息管理，並引入專業知識產權管理軟件，識別潛在侵權隱患。
- 同時，我們在各類合同與協議中明確知識產權與保密條款，進一步降低潛在風險。



防止侵犯第三方知產

- 在項目立項階段，我們組織開展知識產權檢索分析，並借助專業代理機構支持，識別可能存在的權利衝突，規避對第三方在先權利的影響，確保研發與經營活動的合規性。

我們定期為員工提供知識產權管理相關培訓，內容涵蓋知識產權保護、商業秘密管理及國際維權經驗分享，持續提升員工風險防範意識。報告期內，我們參與外部知識產權培訓4次，組織內部培訓2次，覆蓋法務、市場、產品等多個關鍵部門，進一步強化員工在日常工作中的知識產權實務能力。

截至報告期末，本集團累計獲得專利授權214項，累計註冊商標1,309件，其中2025年新增專利授權24項，新增專利申請20項。

行業共贏

本集團持續推動食品產業生態共建，倡導開放協作與共享共贏的發展模式。我們以合作研究、共同交流為路徑，攜手行業夥伴探索發展方向，推動規範化成果落地，共同助力食品行業邁向高質量與專業化發展新階段。

我們持續推動產學研合作向縱深發展，與高校及科研機構攜手開展食品加工關鍵技術研究，聚焦辣條產品在口感、風味與品質穩定性方面的優化提升。通過構建開放合作平台，我們促進知識共享與技術共創，推動行業整體技術進步，為協同發展貢獻價值。

我們積極參與行業交流，推動食品安全理念落地。作為「一起食安行」企業會員單位，我們持續參與食品安全主題研討，分享質量管理經驗，以專業經驗助力行業發展。我們發揮行業先行者優勢，結合在辣味休閒食品領域的長期積累，牽頭參與多項行業標準研究工作。2025年，我們在前期探索基礎上實現標準推進的重要進展。

報告期內，我們與中國標準化研究院達成合作，魔芋產品國家標準制訂項目正式進入立項階段，為食品行業規範化發展提供方向指引。截至報告期末，本集團累計參與制定1項行業標準，1項國家標準及7項團體標準。

1項行業標準

QB/T 5729-2022
《調味面製品》

1項國家標準

GB/T 16860-1997
《感官分析方法 質地剖面檢驗》

7項團體標準

T/FDSA 034-2022
《兒童零食蛋製品》

T/LFSA 007-2021
《複合調味料》

T/LFSA 004-2020
《魔芋即食食品》

T/CMATB 2003-2022
《溏心蛋》

T/LFSA 008-2021
《熟肉製品》

T/CFNA 6101-2020
《花椒》

T/LFSA 001-2019
《調味面製品》



基於在食品安全與質量管理領域的持續投入與實踐，我們獲得業內廣泛認可。報告期內，本集團入選中國消費名品，榮獲河南省省長質量獎，並啟動上海高新技術企業申報工作。

全面安心保障

本集團構建覆蓋產品全生命週期的質量保障體系，全面保障安全與品質，持續為消費者提供安心可靠的產品。同時，我們持續提升客戶服務能力，通過優化反饋響應機制，推動問題閉環解決，以高效、可信賴的服務表現不斷夯實品牌信任。

質量體系

本集團持續嚴格落實《中華人民共和國食品安全法》《中華人民共和國產品質量法》《食品安全標準管理辦法》等相關法規要求，構建以《質量與食品安全管理手冊》為核心的制度體系，並於報告期內持續完善產品設計、原料准入、生產製程、衛生管控、倉儲運輸、異常處置等維度的制度建設，保障食品安全管理體系高效運行。

我們的食品安全管理方針貫穿產品全生命週期管理，以顧客為中心，強化風險管控，致力於為全球消費者提供安全、美味、值得信賴的中國風味食品。

2025年，我們的全面質量管理中心擴展涵蓋7個下屬部門，圍繞食品安全、物料檢驗、代工廠管理、品質稽核與檢測管理等重點環節，系統推進質量管理工作的專業化與精細化。此外，我們持續優化五大質量模塊的運行機制，有效保障產品全生命週期各環節質量管理工作的有序推進。



我們圍繞產品全生命週期，建立覆蓋研發、採購、生產及售後服務環節的管理體系，確保各階段均有明確的質量控制節點與責任機制，為食品安全與品質管理提供系統性支撐。我們亦依託完善的食品安全標準，打通從原料源頭到終端產品的全過程管理鏈條，實現全流程質量保障機制，持續提升食品安全管理水平與產品品質穩定性。



全鏈路質量管理機制

我們持續對標內外部食品安全與質量管理要求，推動管理流程不斷優化，保障食品安全與品質的穩定可控。我們組織實施FSSC 22000與HACCP體系內部審核，並持續開展第三方認證工作。2025年，本集團委託第三方開展共計9次體系認證審核，保障體系運作符合標準要求並持續改進。

此外，面對全球多元文化與飲食習慣的差異，我們持續推進海外認證，增強品牌的國際認可度。截至報告期末，本集團部分產品分別獲得馬來西亞和印尼清真認證、HALAL清真認證、英國零售商協會認證（British Retail Consortium Certification, BRC）與低GI（血糖生成指數）產品認證。

質量行動

食品安全與質量管控

本集團以全鏈條質量管控為核心，從食品安全風險的識別與防控，到動態排查、內外部監督機制建設，再到檢測能力持續提升，全面推動質量管理體系閉環運行，實現從源頭到終端的全過程質量保障。

我們進一步完善食品安全風險防控機制，全面識別並管控產品研發至市場流通中的關鍵風險，確保各環節符合法規要求與品質標準。我們依託《食品安全監測、風險評估與控制規範》《食品安全信息收集及預警機制》等制度，定期制定涵蓋原輔料、生產過程及終端產品的風險檢測計劃，結合專業檢測手段與數據追蹤分析，實現食品安全風險的早期識別與及時干預，切實守護產品質量與消費者健康。同時，為提升風險防控的前瞻性與響應效率，我們亦持續關注跟蹤外部法規動態及食品安全事件，結合公眾關注焦點，開展培訓與自查整改，強化風險的早期識別與預防能力。

我們依據《食品安全風險監測標準》，系統開展食品安全風險監測與排查工作。報告期內，本集團對食品原料、生產過程及成品開展全面監測，累計開展風險監測項目840項，所有項目檢測合格率均為100%，為產品質量安全提供堅實保障。

我們完善內外部質量監督機制，拓展監督渠道。報告期內，本集團共接受2次外部監管機構審查或檢查、14次客戶審核，並每季度對生產車間、工藝流程及產品包裝開展衛生與健康檢查，確保各環節質量可控。同時，我們積極聯動監管機構與客戶，共同識別潛在質量問題，推動多方協同共治質量管理。

此外，我們持續加強實驗室檢測能力。報告期內，本集團依據《實驗室人員管理與培訓程序》開展實驗室人員監督65次、內外部培訓48次、質量控制24次，並與外部供應商開展13次技術對標，確保檢測能力持續符合相關標準要求。此外，我們完成8項新檢測項目的方法開發，開展10餘項檢測方法驗證，並通過優化實驗室流程、設備與資源配置，顯著縮短檢測開發週期，全面提升質量檢測的專業性與效率。

產品召回管理

我們依據《食品召回管理辦法》，制定《產品撤回/召回控制程序》《標識和可追溯性控制程序》，系統規範突發事件下的應急響應與產品召回流程。我們定期開展模擬召回演練，要求各生產工廠每年完成一次從原物料追溯至成品、一次從成品追溯至原物料的雙向模擬演練，全面檢驗追溯體系的完整性與響應機制的有效性。報告期內，本集團未發生因食品安全問題所導致的產品召回事件。

召回觸發

- 依據國家監管部門要求啟動召回
- 針對內外部反饋的質量問題開展危害調查與評估，確認風險後啟動召回程序

應急響應機制

- 成立產品召回應急小組，明確各部門職責分工
- 在24小時內完成決策並匯報關鍵進展

召回執行

- 在規定時間內完成召回工作
- 對召回產品實施補救、返工或銷毀等處置措施
- 開展原因分析，制定並落實改進與預防措施

產品召回流程

食品安全文化

我們圍繞國際與國內最新質量標準組織多場專題培訓，推動標準要求有效融入質量安全管理體系，進一步夯實體系運行的規範性與適應性，主要培訓內容包括：

- | | |
|-----------------|---|
| GB 14881 | <ul style="list-style-type: none"> • 開展新舊版差異梳理，推進共線生產評估與HACCP控制計劃落地 • 推動工廠硬件升級，提升致敏原管控與生產合規水平 |
| GB 28050 | <ul style="list-style-type: none"> • 營養標籤由「1+4」升級為「1+6」，強制增加「飽和脂肪」和「糖」標識，啟動版面更換工作 |
| GB 7718 | <ul style="list-style-type: none"> • 嚴格規範「無糖」「零添加」等宣傳，實施「雙日期」與致敏原強制標示要求 • 配料表中需對致敏原（如小麥粉）顯著標示，噴碼設備需升級以支持雙日期標註 |

我們亦組織員工參與多項內外部質量培訓，系統提升質量與安全管控能力。對外，我們選派人員參加國際法規解讀與食品安全管理培訓；對內，開展質量與食品安全知識培訓，並針對新修訂的生產標準實施專項培訓，夯實質量管理體系執行基礎。報告期內，本集團共組織培訓700餘次，累計培訓時長超630小時，逾4萬人次參訓。

內部培訓

- 年度質量與食品安全知識培訓
- 針對生產標準更新開展落地培訓

外部培訓

- 國際法規解讀，如美國食品藥品監督管理局（U.S. Food and Drug Administration, FDA）迎檢要求
- 食品安全基礎知識培訓，如調味面製品風險監控要點
- 客戶組織的專項培訓，如異物管理
- BRC食品安全管理體系標準講解



食品安全與質量培訓（部分）

此外，我們每年開展食品安全與質量主題活動，通過趣味豐富的多樣形式持續提升全員質量安全意識。

案例

「人人都是品質人-凡經我手、我必把關」主題質量活動

2025年8月至12月，我們啟動「凡經我手，我必把關」主題質量行動，推動「全員參與、全程控制」質量管理理念落地。活動通過優秀案例分享、品質先鋒評選、優秀實踐資金支持、負面案例警示與整改、專項能力培訓等多維舉措，推動質量意識深入人心，營造濃厚的質量安全文化。

吉林中心
2025年8月25日

客戶服務

客戶體驗是質量管理的重要支點。本集團從用戶需求出發，持續優化客戶反饋響應機制，同時強化輿情動態監測，推動輿情與客訴信息向質量改進轉化，持續提升服務價值與品牌可信度。

客訴管理

我們完善售後服務制度體系，更新《400服務熱線作業規範》《顧客投訴處理程序》，並持續優化客訴與新媒體輿情處理流程，切實提升消費者體驗與服務響應效率。

多元溝通渠道

我們建有400熱線、12315投訴舉報平台、黑貓投訴平台、自媒體賬號留言、經銷商反饋等多種渠道，並新增抖音、小紅書、微博藍V卫龙客服賬號以及時收集客戶訴求。

客訴分類處理

我們將客訴分為產品、快遞、倉儲、營運四類，明確各類客訴處理流程與時效要求，確保所有消費者都獲得優質的服務。

客訴高效解決

我們要求接收到的客訴必須在8小時內反饋至責任部門，要求責任部門對專項投訴進行立項改善，並持續跟蹤改善進度。

報告期內，我們要求當日未完結客訴在3日內完成跟進，並在每月末對遺留問題進行集中處理，確保閉環管理；並將個人客訴完結率納入客服日常考核指標。

客訴處理體系

我們以提升服務響應質量為目標，培養服務團隊能力。我們每周開展案例分享培訓進行客訴情況復盤，並於報告期內優化客訴賠付流程，打造更高效、更便捷的服務體驗。

服務激勵

- 以客戶滿意率達成情況為核心依據，開展月度「服務之星」評選，激勵一線服務人員提升服務質量。

聯動處理

- 聯動質量部門開展高頻問題專項反饋行動，加快解決市場一線重點問題；
- 建立客訴信息同步機制，打通工廠與市場之間的信息壁壘，明確問題排查與反饋時限，確保問題快速定位與響應。

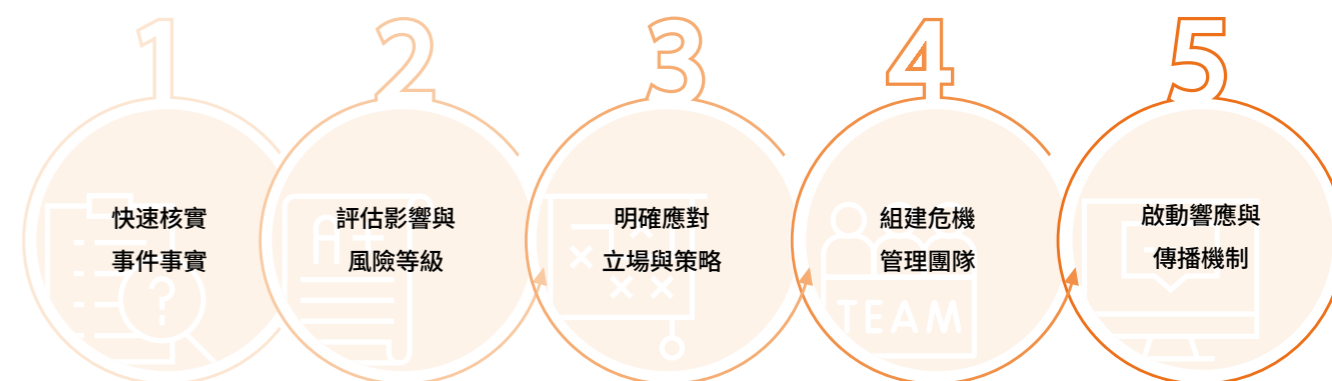
客戶服務優化亮點

報告期內，本集團共計接收與產品及服務有關的投訴37,336件⁵，客戶滿意度達95%。

⁵ 2025年客訴事件統計口徑為來自消費者的直接反饋以及消費者線上購物所遇到的異常反饋。

輿情管控

我們推進完善輿情管控機制，通過「產品品質吹哨人」機制激發一線員工風險預警能力，同時依託品質數據看板實現風險可視化，結合敏感詞庫與自動化監測系統，防範系統性服務風險。



危機應對流程

我們將負面輿情按照危害程度進行分級，並同步建立分級響應機制，制定精確至小時級的應對舉措計劃，實現輿情響應的快速、精準與閉環管理。此外，我們每年組織輿情大會，針對直面消費者場景中的常見問題開展專項培訓，並為一線人員定向推送典型輿情案例，強化實戰應對能力，提升團隊客戶溝通與風險化解水平。

客戶權益

本集團始終將客戶權益保護置於經營核心，強化責任營銷與私隱保護的雙重保障，通過制度化流程、跨部門協同與全週期閉環機制，保障宣傳真實可信、數據安全可控，切實維護消費者知情權、選擇權與私隱安全。

負責任營銷

我們依據《中華人民共和國消費者權益保護法》《中華人民共和國廣告法》等法律法規，制定《對外發佈管理流程》《產品包裝設計製作印刷流程制度》《經銷商管理規範》等內部制度，實現營銷宣傳全流程合規管控。

針對宣傳物料，我們建立跨部門協同審核機制，由法務、營銷、品質、生產部門組成合規稽查小組，對內容上傳、團隊審核、修改確認、發佈執行等關鍵環節實施閉環審查，確保產品包裝、標籤及廣告內容符合法規與品牌標準。同時，我們對物料上線後的熱點關鍵詞、主播話術等動態宣傳內容開展實時監測，形成事前審核與事後監控的管理閉環。

此外，我們將負責任營銷理念融入新員工入職培訓與日常警示機制，從源頭強化合規意識，並定期開展月度、季度營銷材料復盤，持續優化內容管理流程，有效防範潛在誤導性宣傳，推動營銷行為更加透明可信。

報告期內，本集團在主流電商平台持續獲得市場與消費者認可，獲得淘寶領先經營獎、京東超市最佳合作夥伴、天貓超市天津消費者超愛品類等榮譽獎項。

私隱保護

我們嚴格遵循《中華人民共和國消費者權益保護法》《中華人民共和國個人信息保護法》等法律法規要求，持續完善《信息安全管理制度》，強化賬號權限管控與數據安全管理。

- 在收集消費者信息時，明確告知收集目的、範圍及使用方式，保障用戶知情權與自主選擇權；
- 對收集的信息實施嚴格保密管理，防止未經授權的訪問、披露或不當使用。
- 消費者信息數據由指定部門依法合規管理，嚴禁未經授權的調用或外泄；
- 針對參與活動的消費者，其個人信息僅限具備特定權限的人員在授權範圍內查看與導出；
- 與第三方合作時，均簽訂保密協議，明確數據使用邊界，禁止信息泄露。

規範信息收集

信息調用限制

數據儲存加密

數據脫敏處理

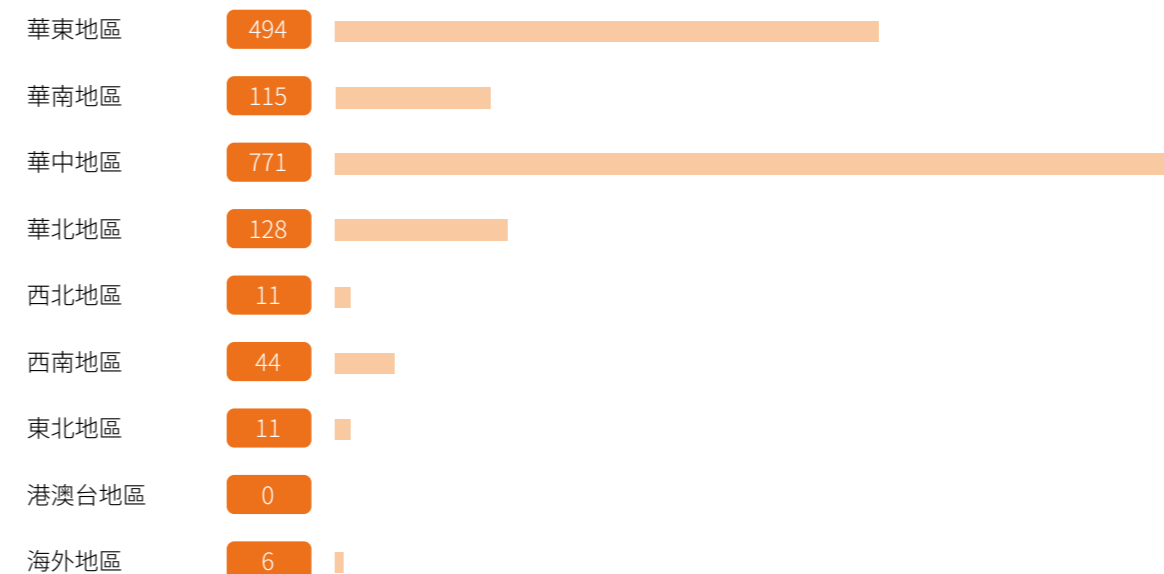
- 對涉及消費者個人信息的數據實施加密儲存，確保數據在儲存過程中的安全性、完整性與合規性，防範泄露、丟失或篡改風險。
- 在數據處理與分析場景中，嚴格執行脫敏措施，確保在報告、分析或共享過程中不暴露消費者個人身份信息。

個人信息與私隱保護舉措

我們定期開展客戶私隱保護機制的審查與更新，確保其持續符合最新的私隱安全標準與法律法規要求。同時，我們每季度組織信息安全與消費者私隱保護培訓，向員工普及信息收集與處理的合規要點，持續提升全員私隱保護意識。此外，我們面向員工、供應商及客戶等內外部持份者，設立了舉報與反饋渠道，以確保涉及客戶私隱的違規行為得到及時響應和處理。報告期內，本集團未發生客戶私隱泄露事件。

產業夥伴管理

本集團視穩健可靠的夥伴關係為品質保障的核心支撐。我們建立系統化的供應商篩選與評估機制，審慎識別潛在風險，並開展有針對性的溝通與能力建設，實現從源頭到交付的全生命週期管控。我們同步推進經銷商准入管理與能力提升，強化渠道協同，全面保障產品品質與市場響應能力。截至報告期末，本集團共有供應商1,580家。



2025年按地區劃分的供應商數量

供應商審核准入

本集團持續推進供應商准入管理，通過制定《供應商准入管理辦法》，更新《原物料供應商質量管理流程》《供應商訪廠作業標準》《既有原物料試車流程》《原物料異常考核標準》等一系列管理制度，明確各准入環節的職責分工與審核流程，強化源頭質量把關。

供應商尋源

在集團官網及微信公眾號公示招標信息，啟動優質供應商尋源工作；
對候選供應商開展初步背景調查，符合條件者在SRM供應商管理系統完成註冊與認證。

供應商審核

招標工作小組基於資質、體系及食品安全表現開展審核，實施覆蓋全環節的初篩、質量專項驗廠及管理層終審，涉及產品的供應商須進行送樣試車；
依據《原物料供應商質量管理流程》，對存在食品安全及質量問題的供應商實行一票否決。

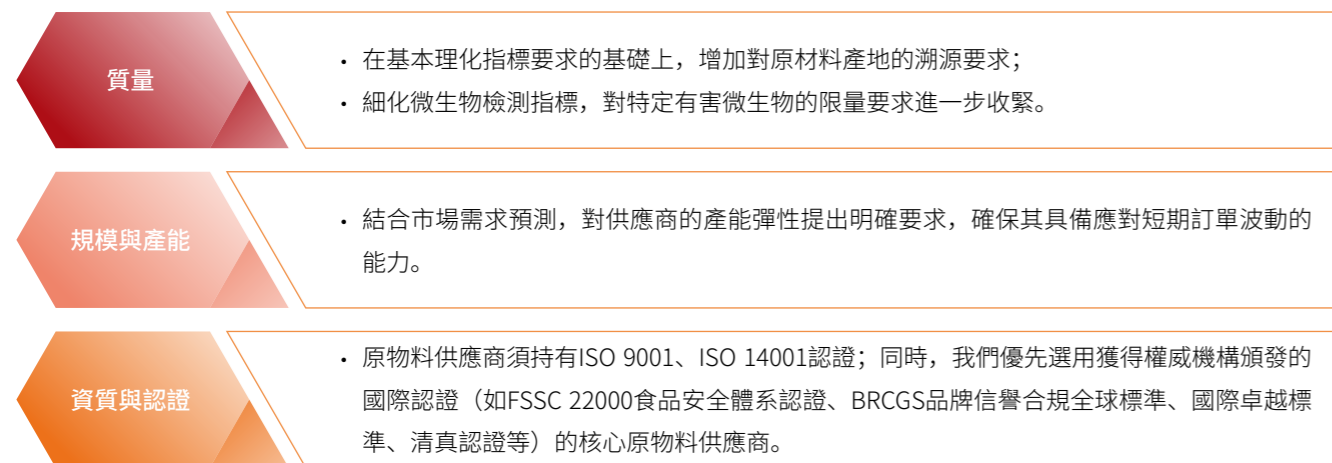
供應商訪廠

招標工作小組對通過審核的供應商開展實地訪廠評估，圍繞庫房管理、來料管理、運輸管理、不合格品溯源等維度開展全面檢查，形成評估報告，並根據評分結果確定是否引入。

供應商准入流程

2025年，我們新增供應商評估維度，將審核維度拓展至生產環境、食品安全、綠色營運、員工權益與用工合規，實現對供應商管理的多維立體化覆蓋。同時，我們加強供應商審計閉環管理，對審計結果實施分級整改與責任到人機制，複核未通過即相應實施降級或淘汰機制。此外，我們聯動採購策略與專項培訓，提升問題整改能力。

我們亦持續推進供應商精細化管理，通過明確需求標準，嚴控供應商准入質量。

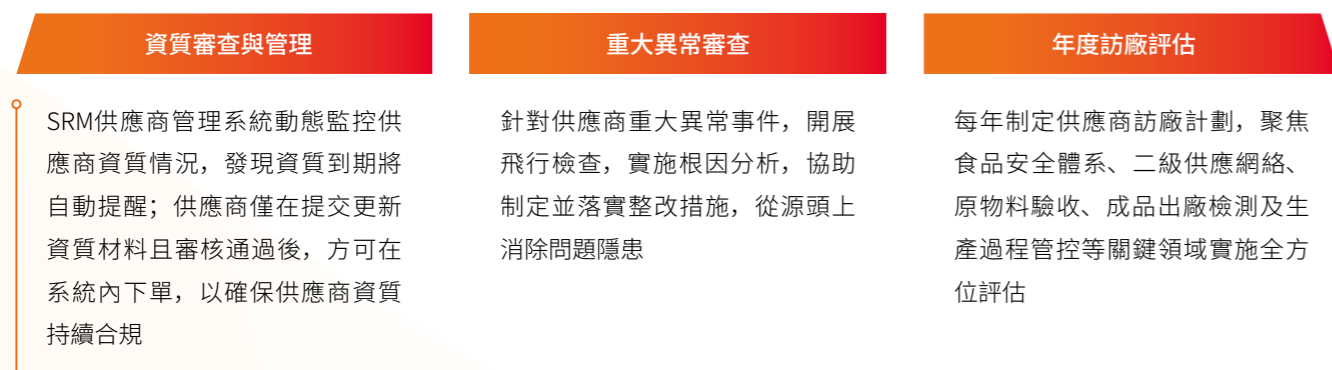


供應商精細化管理舉措

此外，我們將供應商管理延伸至二級供應商，統一關鍵參數標準，將原料全生命週期信息錄入系統，並開展定期現場審核強化過程監督。

供應商績效評估

本集團持續完善供應商績效評估體系，以數字化為支撐，聚焦安全、環保與合規等核心維度，構建覆蓋全週期的供應商評估與改進機制，推動管理向主動預防與持續改進方向深化。



供應商評估管理體系

2025年，我們全面升級供應商數字化管理體系，上線QMS系統（質量管理系統），實現SAP（企業資源計劃系統）、SRM系統（供應商關係管理系統）、MES（製造執行系統）、WMS（倉儲管理系統）、TMS（運輸管理系統）等系統的全面優化，推動質量全鏈條協調管理。其中，SRM系統與SAP集成，將供應商監控範圍拓展至全生命週期，實現管理寬度與深度的同步提升。

報告期內，本集團開展供應商審查工作，完成高管約談13次、原材料供應商訪廠評估76次。針對發現的問題，我們實施整改要求與閉環監督，通過約談深入剖析問題成因，推動問題解決效率同比提升50%，核心問題平均整改週期由23天縮短至12天。

我們亦持續推進供應商績效管理，依據《供應商績效考核管理辦法》，從產品品質、交付表現與服務支持等維度開展綜合評估，結合訪廠結果將供應商分為A級（優秀）、B級（良好）、C級（合格需改進）、D級（不合格）四級，落地供應商的激勵、整改與退出的閉環管理。

供應鏈安全穩定

本集團持續強化供應鏈全鏈風險管理，聚焦社會合規、環境可持續與外部衝擊應對，推進供應商環境風險、社會風險協同管理與應急響應機制建設，全面保障供應鏈穩定與可持續發展。

環境風險管理

在准入環節，我們優先選用環保型供應商。我們將ISO 14001環境管理體系認證作為供應商強制性准入條件，並綜合評估其環保技術應用水平與環境管理體系建設情況，確保具備可持續營運能力。

合作期間，我們推進環保管理的常態化監督，定期開展環保措施執行、生產工藝合規性及資源利用效率等方面的審查，並對不符合要求的供應商實施整改要求與管理約束，引導其環境表現逐步提升。

關於能力建設，我們定期組織供應商環保培訓，圍繞環保法規要求與環境管理體系構建等主題，建立長效溝通，持續增強供應商的環保合規意識與管理能力。基於對標學習，我們以行業優秀實踐為參照，深入學習其環保管理機制與實踐經驗，持續優化自身供應鏈環境風險管理，推動供應鏈綠色轉型與可持續發展。

案例 **工廠環保門禁管理**

報告期內，本集團推動各工廠加裝環保門禁系統，依據當地空氣質量管控要求，對進出車輛實施環保等級管理，在重污染天氣優先引導新能源車輛進入工廠，降低廠內碳排放與環境影響。

在協同推進中，我們積極推動供應商參與循環物料應用。我們與供應商通過簽訂合作協議明確雙方在循環物料使用中的責任與義務，並提供專項培訓，涵蓋循環物料的使用規範、維護保養及管理要求。

社會風險管理

在供應商管理的各環節，我們重點關注誠信營運、人權保障與廉潔管理，確保合作方具備合規意識與責任能力。我們要求供應商在尋源與引入環節即建立完善的勞工管理制度，並通過系統性宣貫與職業病防治等主題培訓，提升其在安全與健康方面的管理能力。同時，我們明確要求供應商為員工提供健康檢查、職業培訓等基本福利，並披露其在供應鏈中對人權保障的措施與承諾。

在持續合作中，我們強化廉潔文化共建與風險防控。我們通過SRM系統嵌入廉潔風險提示功能，實現採購流程中的前置預警，並在日常交流中常態化開展廉潔宣貫，幫助供應商深化合規認知。同時，我們在《採購廉潔管理辦法》中明確採購全流程的廉潔要求，並配套清晰的問責與處罰機制，從制度層面強化約束力。此外，作為企業反舞弊聯盟與陽光誠信聯盟的會員單位，我們參與誠信文化共建，持續打造廉潔、誠信的供應鏈。

保障供應鏈穩定

為保障供應鏈穩定運行，我們構建覆蓋「全人員、全鏈條、全部門、全流程」的供應鏈風險協同管理機制，建立風險應急響應小組，並明確各職能部門在風險識別、評估、應對等環節的職責分工與協作流程，實現風險信息的高效傳遞與跨部門聯動處置。

同時，我們依據《採購供貨應急預案管理辦法》，進一步細化並固化針對不同風險場景的響應流程，涵蓋極端天氣、政策法規調整、供應商違規行為以及社會突發事件等情形，系統性降低因外部衝擊導致的斷供或質量異常風險，最大限度減少對生產營運的不利影響。

風險類型	應急響應小組	響應時間
氣候風險	颱風、暴雨、暴雪、洪水、凍雨等極端天氣對生產及物流運輸的影響	1小時
政策監管風險	環保稽查、限產限電等政策出台對原物料交付及生產計劃的影響	2小時
質量風險	供應商因能力不足或違規行為對產品安全和質量的影響	4小時
社會突發事件風險	事故災難、公共衛生、社會安全等突發事件對供應鏈的影響	即刻響應（不得超過20分鐘）

風險應急響應機制

報告期內，本集團識別出小麥種植環節存在氣候波動、價格波動等潛在風險，隨即啟動專項分析，並及時調整採購策略，有效規避風險，未對公司造成不利影響。

全渠道信息收集

通過供應商、合作機構及市場資訊等公開渠道收集小麥種植面積、播種進度、苗情監測、氣候預測等關鍵數據；同步跟蹤行業報告、政策動態與市場行情，監測小麥價格走勢與供需變化。

供需評估與分析

基於小麥價格趨勢與產量預測數據，評估原料成本上漲幅度；結合公司採購規模與庫存水平，分析供應短缺風險，量化其對生產計劃與產品毛利率的影響，支撐決策制定。

供應商溝通賦能

本集團圍繞供應商全生命週期管理，開展定期溝通、技術賦能與專項輔導，推動供應商能力提升與合作質量持續改善。

在魔芋、花椒、辣椒、孜然等主要農產品的供應環節，我們深化實施原料直採與合作社代收相結合的模式，切實保障農戶獲得合理收益。同時，我們開展市場動態監測，對原料價格波動趨勢進行前瞻性分析，並結合市場變化及時調整採購策略與收購價格，有效穩定農戶種植預期。

針對能力較弱或績效表現未達預期的供應商，我們持續開展專項指導與賦能，幫助其識別問題、制定改進計劃並落實提升措施，致力於實現供應鏈整體能力的協同進步。

案例

供應商支持

海帶異物問題是行業長期存在的共性痛點。為進一步保障產品品質，我們在報告期內圍繞該問題組織開展設備操作培訓，與供應商協同推進源頭改善。

培訓期間，我們邀請供應商赴本集團及設備生產廠家現場觀摩海帶異物篩選設備運行情況，圍繞自動化清洗工藝升級、設備实操對比及經驗共享等內容開展交流，為供應商提供設備應用培訓與技術支持，持續提升異物管控水平。通過本次培訓，海帶異物排除率提升80%，進一步強化了產品質量保障能力。

經銷商生態管理

本集團加強經銷商管理體系，聚焦准入規範、能力提升與協同合作建設，推動經銷商隊伍向專業化、規範化方向發展，全面提升渠道營運效率與市場響應能力。

我們依據業務迭代與市場變化，更新《銷售產品及價格管理規範》《非銷售客戶管理規範》《客戶管理規範》《掃碼管理規範》等制度，提升經銷商銷售體量、評估分數等准入門檻。同時，我們從源頭防範市場失序風險，嚴格管控實際控制、跨區換戶等行為，通過儲備池機制與實地評估精選優質合作方，並嚴查合同履行情況，推動渠道管理透明可信。

此外，我們透過全國巡迴培訓及專項培訓為經銷商賦能。2025年，本集團開展經銷商春節啟動會，覆蓋全國1,227位經銷商，共同復盤並制定新年目標。報告期內，本集團亦開展助銷與效率提升培訓，打造標杆試點門店，試點門店業績明顯提升，切實強化渠道組織能力與執行力。

卫环境

引領綠色發展

03

環境合規管理	47
嚴控排放合規	49
資源節約使用	52
能源高效利用	55
應對氣候變化	58

卫龙美味堅信企業的長久發展建立在健康的生態之上。我們將綠色環保理念深度融入生產營運，通過環境管理、提升能效及資源使用效率，積極應對氣候變化挑戰，最小化營運對環境的影響，履行我們對消費者、社會及自然環境的長期責任。



環境合規管理

完善的制度體系與管理架構是本集團踐行綠色發展的根本保障。我們通過三級管理架構嚴格落實環境管理責任，助力本集團在環境治理方面的合規及長期可持續發展。

環境管理體系

本集團嚴格遵循各營運地法律法規，包括但不限於《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國水污染防治法》《中華人民共和國大氣污染防治法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《中華人民共和國噪聲污染防治法》《中華人民共和國環境影響評價法》以及印度尼西亞《環境保護與管理法（UU NO.32/2009）》等。在此基礎上，我們建立並不斷完善內部環境管理制度，有效管理環境風險，並持續提升環境績效。

本集團已建立權責清晰、運行高效的三級環境管理架構。通過專業分工與垂直管理，我們形成了「董事會決策-安全環保中心統籌-生產中心落地」的三級責任鏈條。

決策層

董事會

本公司董事會負責制定集團環境與安全戰略，審議年度預算、風險管控目標等重大事項，並委派高級管理層直接分管本集團安全環保工作，以強化頂層責任。

執行層

安全環保中心

下設專業工程師，分別負責合規、消防安全、環保及體系建設；統籌指導各生產中心安全組的工作，並監督跨部門環境風險整改的進展。

落地層

生產中心安全組

各生產中心設立安全組，其安全負責人由安全環保中心垂直管理，負責嚴格執行各項制度與計劃，開展日常檢查與員工培訓，推動「硬件防護、制度考核、員工培訓」三位一體的管控措施落地。

為保障管理效力，我們嚴格執行《EHS事件分級管理制度》，並將關鍵環境績效指標納入高級管理層與相關責任人的考核，以績效掛鉤強化全員環保責任意識。截至報告期末，本集團的環境管理體系已全面覆蓋所有生產工廠，為落實環境管理舉措提供保障。

環境目標

基於本集團業務實際、環境戰略及管理重點，我們設定了覆蓋多維度的環境目標，以此為指引，規劃並落實具體的環保行動，並衡量管理成效。

- 建立碳排放數據核算與統計體系；
- 通過技術創新與能效提升，降低辦公與生產環節的碳排放密度；
- 逐步開展供應商碳管理評估與能力建設，協同推動全價值鏈減排。

碳排放管理

- 短期：廢水、廢氣、固廢及噪聲防治設施合規運行，污染物100%達標排放；
- 長期：通過工藝與設備革新，節能降耗，從源頭減少污染物產生種類與數量，實現廢水零排放。

排放物管理

- 加大節水工藝與技術投入，從源頭降低生產水耗密度；
- 推行綠色辦公，通過節水器具推廣與意識提升，減少營運水耗；
- 識別並評估各營運地的用水風險，提升水資源管理的氣候適應能力。

水資源管理

- 在生產方面，加強能耗管理，提升能源使用效率，持續降低能耗密度；擴大光伏等清潔能源應用；
- 在營運方面，倡導綠色辦公，減少營運能耗。

能源管理

環境管理目標

嚴控排放合規

本集團嚴格遵守《排污許可管理辦法》《重點行業移動源監管與核查技術指南》等營運地法律法規，並依據《環保「三同時」管理制度》《「三廢」管理制度》《排污許可申報及執行管理制度》《危險廢棄物管理制度》等內部制度，對廢水、廢氣與固體廢物排放實施全面管理，明確各環節的職責與流程。

報告期內，我們新增下發《排污許可申報及執行管理制度》，進一步規範排污行為，強化全過程管控，促進環境的持續改善。

廢水管理

本集團遵守廢水排放相關的國家法規及地方標準，通過持續優化生產工藝、實施設備改造等，從源頭減少廢水產生。同時，我們嚴格管控廠區內的廢水排放，對生產廢水與生活污水進行分類收集和規範處理。報告期內，本集團的廢水保持100%達標排放，未發生因廢水排放不達標而被問責或處罰的事件。

生產廢水

各工廠通過預處理、厭氧、好氧及深度處理等工藝確保達標排放。其中，部分經深度處理後的出水可達回用標準，用於設備清洗、冷卻循環等環節，回用率超過90%。

生活廢水

生活污水經化糞池預處理後，接入廠區污水處理站，與生產廢水協同處理。所有廢水經處理達標後，部分達標出水回用於廠區綠化、沖廁等用途。

為保障廢水管理的持續合規與過程可靠，我們建立了常態化的內外部檢測機制。

內部檢測



- 污水處理站定時取樣以檢測關鍵指標，車間崗位執行每日自檢；
- 通過自控及智慧平台整合監測數據，實現遠程調控、異常預警與歷史追溯；
- 卫龙總部安全環保中心聯合各生產中心參照《污水處理系統運行管理規範》，定期對各工廠污水站化驗頻次與數據質量進行監督檢查。

外部檢測



- 各工廠污水站排放口均設置有廢水在線監測系統，並委託有資質的第三方對在線檢測實行規範化管理，對工廠的廢水排放流量、化學需氧量、氨氮、總磷、pH值等指標進行實時監測；
- 各工廠依據環評與排污許可要求，委託具備資質的第三方機構定期開展合規性評價。

報告期內，我們重點推進了廢水治理設施的優化升級，以提升處理效率，管控環境風險。

案例 污水站合併

為提升處理規模與能效，我們實施了污水站合併改造。我們將平平工廠污水站與杏林工廠污水站連通，所有廢水經杏林工廠單一總排口合規排入市政管網。

平平工廠因停止在線監測，年減少化驗廢液約1噸，相關設備耗電量也同步降低。污水處理過程中產生的沼氣可全部回收作為清潔燃料，年均可減少天然氣使用約32.4萬立方米，相當於減少二氧化碳排放約701噸。

案例 污水外排管網升級改造

為消除市政管網因管徑不足導致的溢流與環境風險，我們對廠區外排管網實施了全面升級，採用更大管徑且性能更優的新管材。

改造後管網排水能力顯著增強，在汛期未發生倒灌或溢流，降低了以往因管網滿溢導致的環境風險。新管網結構可靠，在保障排污持續合規與運行順暢的同時，年均節約維護費用數萬元。

2025年，本集團廢水相關指標數據如下：

指標名稱	總量	單位
工業廢水排放總量	3,175,300	噸
COD排放量	58.25	噸
氨氮排放量	4.53	噸

2025年廢水指標

廢氣管理

本集團嚴格遵循國家及地方廢氣排放標準，對生產營運過程中產生的廢氣進行全面管理。報告期內，我們開展覆蓋工業鍋爐廢氣、污水站惡臭廢氣、有組織及廠界無組織排放的定期檢測，並實施廢氣分類管控，實現廢氣排放100%達標。

廢水處理產生的廢氣

利用除臭噴淋塔處理惡臭氣體、硫化氫和氨氣

車間油煙

使用油煙淨化器、UV光解裝置及排氣筒淨化油煙

車間粉塵

採用袋式除塵器及排氣筒清除粉塵

廚房油煙

通過油煙淨化器及排氣筒處理廚房油煙

廢氣分類管理舉措

案例 環境合規與噪聲治理

報告期內，杏林工廠對蒸汽調配間安全閥排氣噪聲實施了專項降噪改造。通過「牆體隔音棉+管道吸聲包紮」的防護措施，我們將廠界夜間噪聲值降至50 dB (A)以下，符合併優於國家相關噪聲排放標準的限值要求，進一步強化了生產營運過程中的環境合規水平。

廢棄物管理

本集團嚴格遵守《固體廢物分類與代碼目錄》《國家危險廢物名錄》等法規，依據內部《危險廢物管理制度》《危廢暫存間管理制度》及《廢品庫管理制度》，規範廢棄物的收集、貯存與處置流程，嚴防危險廢棄物泄露。

報告期內，我們通過廢棄物科學分類、動態監控及委託第三方進行專業處置等措施，持續提升廢棄物管理的合規性與資源化水平。



無害廢棄物

- 對一般固廢實施分類管理。各業務部門和工廠按分類標準完成收集，定期交由供應商進行回收再利用或合規焚燒處置。
- 工廠責任部門每月對一般固體廢棄物和污水站產生的污泥最終的處理方式進行跟進，確保合規處理。



有害廢棄物

- 危險廢物按照其危險特性進行分類儲存，依據法規要求及時更新貯存間內各類標識。
- 建設危險廢物聯網監管系統，並委託第三方公司提供技術運維服務，實現對危險廢物從產生、貯存到轉移處置全過程的規範化管理。
- 所有危險廢物均委託具備相應資質的第三方公司進行定期轉移和無害化處理，並由環境安全工程師全程跟蹤轉移過程與處置結果，落實管理責任。

報告期內，本集團未發生環保相關處罰事件，各項污染物處置目標均已達成。

廢水處理率

100 %

危險廢物合規化處理率

100 %

廢氣處理達標率

100 %

環保處罰

0 起

2025年環境管理績效

報告期內，本集團產生的無害及有害廢棄物相關數據如下：

指標名稱	總量/密度	單位
無害廢棄物總量	13,532.00	噸
無害廢棄物密度	1.87	噸/百萬營收
有害廢棄物總量	17.90	噸
有害廢棄物密度	0.002	噸/百萬營收

2025年廢棄物指標

資源節約使用

本集團聚焦水資源、原材料及包裝耗材的管理，將資源效率融入營運決策。通過技術優化與循環設計，我們持續降低單位消耗與環境影響，構建更具韌性與效益的資源利用模式。

水資源管理

本集團嚴格遵循《中華人民共和國水法》等法律法規和內部管理要求，全面管控生產與辦公用水。我們實施節水技術改造與精細化管理，在生產與辦公區域推廣使用節水型設備與器具，提升用水效率。同時，我們將水質安全置於首位，定期委託第三方檢測機構對用水進行檢測，以保障水質持續符合GB 5749《生活飲用水衛生標準》。

案例

最新一代魔芋產線解凍工藝革新

本集團在魔芋製品生產中以蒸汽解凍工藝替代傳統水解凍，從源頭減少生產用水與廢水排放。該工藝使單條產線生產用水減少72%，在產能翻倍的同時，單位產值水耗同比下降68%。此項節水實踐已成為休閒食品高耗水工藝替代的標杆，並在三家工廠推廣應用。

案例

中水回用系統升級

本集團對廠區污水處理系統進行升級，使其產水達到綠化、沖廁等回用水質標準，並鋪設了專用回水管網。處理後的中水被用於衛生間沖廁、綠化澆灌及設備地面沖洗。2025年，我們已通過此系統累計回用中水4.69萬噸，提升了水資源的循環利用率。

案例

海外工廠水資源循環利用實踐

在印度尼西亞工廠，我們通過以下方式實現水資源的高效管理與資源化利用：

清洗廢水內循環

清洗魔芋的浸泡水經沉澱池過濾處理後，回用於生產環節，實現生產用水的內部循環。

處理後的廢水回用

將處理達標的清洗廢水用於周邊農田灌溉，為社區農業帶來價值。

為鞏固與深化節水實踐，本集團通過制定相關激勵制度並開展環保培訓，提升員工的節水減排意識，推動形成全員參與的氛圍。

本集團全年用水主要來源於市政供水，本年度集團用水數據如下：

指標名稱	總量/密度	單位
水資源消耗總量	3,265.30	千立方米
水資源消耗密度	0.45	千立方米/百萬營收

2025年水耗指標

原輔料管理

本集團堅持「愛糧節糧、厲行節約」的原則，致力於在生產過程中減少食物浪費。我們通過持續優化生產工藝，降低原輔材料的損耗，不斷提升資源利用率。



包材管理

本集團秉持源頭減量的理念，在設計前端充分考量包裝的環境影響。我們遵循減少（Reduce）、再利用（Reuse）與回收（Recycle）的「3R」原則，在保障產品安全與品質的基礎上，推進包材精簡與工藝優化，降低資源消耗與環境負荷。

報告期內，我們通過多項設計優化與技術改進，在提升生產效率的同時，增強了包裝的環保屬性。我們在包裝設計方面的創新成果獲得行業認可，「魔芋爽包裝袋」相關專利榮獲「第五屆河南省專利獎」。

案例

優化包裝設計，減少源頭消耗

我們對產品包裝進行結構優化，以提升包材適用性與生產效率。例如，我們對「親嘴燒」及「麻辣麻辣」系列產品包裝進行改良，使包裝生產不良率同比下降64%，有效減少材料損耗。同時，我們將部分菜製品小包裝袋尺寸規格由7個精簡合併為4個，提高了生產效率。

案例

改進材料工藝，降低環境負荷

我們實施工藝優化與設計精簡，降低包裝對環境的影響。

紙包裝

我們優化紙盒易撕線結構並取消外部覆膜工藝，在提升包裝牢固度的同時，減少聚烯烴收縮膜（POF）的使用量約60%。同時，我們精簡紙箱印刷版面設計，減少生產過程中的水墨使用量約30%。

塑料包裝

我們在確保包裹穩固性的前提下調整了電商膠帶的寬度，減少膠帶的塑料用量約11%。

報告期內，本集團所使用包材量、包材使用密度數據如下：

指標名稱	總量/密度	單位
金屬	3,519	噸
紙	47,477	噸
塑料	27,772	噸
包材使用密度	10.90	噸/百萬營收

2025年包材指標

能源高效利用

能源效率是綠色競爭力的核心。本集團將能源管理作為可持續發展的重要支柱，通過體系化建設與技術創新，持續優化能源結構、提升使用效率，穩步推進營運低碳轉型。

能源管理體系

在制度與體系層面，本集團嚴格遵循《中華人民共和國節約能源法》《中華人民共和國可再生能源法》《重點用能單位節能管理辦法》等營運地法律法規，並依據《卫龙集團能源管理規範》落實能源管理職責與考核機制。

同時，本集團積極推進工廠取得相關認證，旗下平平工廠持有的ISO 50001能源管理體系認證保持有效，並在報告期內完成了年度監督審核。

報告期內，我們優化了生產中心的營運管理架構，同步推進生產標準化建設。此項建設緊扣集團生產標準化要求，聚焦設備、數據、5S現場、安全生產、計劃管理五大板塊，構建了以「設備節能為抓手、以數據量化為支撐、多板塊協同」的能源管理體系，以實現能源精準管控目標。



平平工廠ISO 50001認證

能源使用

本集團生產營運使用的能源主要來源於國家電網電力、電廠蒸汽及管道天然氣。為優化能源結構、推動低碳營運，我們正著力提升清潔能源自供能力，並同步深化節能管理。我們通過建設廠區光伏與沼氣鍋爐，增加清潔電力和蒸汽供給。同時，我們持續推進節能技術改造，加強日常用能管理，以系統性減少能源消耗與溫室氣體排放。

在光伏發電方面，我們持續推進各工廠屋頂光伏建設。截至報告期末，本集團光伏裝機總量約21.7兆瓦，全年發電量1,379萬千瓦時，其中自發自用電量1,226萬千瓦時，佔生產總用電量的比例約為9%。

案例

分佈式光伏電站

我們建設了裝機容量為13MW的分佈式光伏電站。該項目採用高效N型光伏組件，並接入智慧能源管控平台，實時匹配光伏發電出力與車間用電負荷，動態調度生產設備運行，提升了光伏電力的自發自用率。



在沼氣清潔利用方面，報告期內，本集團沼氣鍋爐自產蒸汽總量為11,748噸，全部併入生產使用，自用比例達100%。同時，我們完成了杏林與平平工廠污水站連通工程，實現兩廠區沼氣的靈活調配與自動輸送，在滿足生產用汽需求的同時，使得沼氣資源100%回收利用。

在生產營運中，本集團將生產標準化建設全面融入能源管理，並組織全員參與能源精進項目排查，同步實行項目追蹤制。我們已累計實施相關項目171項，其中118項已完成並取得實際節能收益，電、蒸汽等主要能源單耗也實現下降。

包裝冰水系統與空調冰水系統並聯

杏林中心將包裝冰水系統與空調冰水系統並聯，僅開啟能效更高的空調冰水機統一供冷，在高峰時段每日可節約電量約3,300千瓦時。

恆壓供水優化改造

杏林中心通過新增自來水供水口、擴大管徑，利用市政供水壓力代替恆壓供水站，減少水泵開啟數量，年節約水泵耗電量約51萬千瓦時。

空調風櫃節能改造

杏林中心四五車間將原有的55kW空調風櫃風機更換為22kW電機，年度節約電量約14.97萬千瓦時。

冷卻水泵節能改造

杏林中心一廠以低揚程水泵替換原有設備，降低冷卻水泵開機功率，年節約電量約26萬千瓦時。

在推進技術節能改造的同時，我們同步強化日常營運過程中的節能管理，主要行動如下：

數智化管控	全流程管控	綠色辦公	考核與宣貫
<ul style="list-style-type: none"> 上線能耗動態監控平台，實時監測能耗數據並對異常情況進行預警 搭建能源數據看板，跟蹤項目進度，為節能決策提供數據支撐 	<ul style="list-style-type: none"> 建立班組自查、部門周檢、公司月檢三級巡檢機制 實施設備能效提升計劃，淘汰高耗能設備，推廣節能型產品 	<ul style="list-style-type: none"> 推行無紙化辦公，使用節能燈具，減少辦公區域能源浪費 倡導綠色出行，擴建園區充電樁，公務用車優先選用新能源車輛 	<ul style="list-style-type: none"> 將能耗指標納入班組KPI考核，推行節能積分獎勵機制 通過早會、週會宣貫節能理念，開展覆蓋全崗位的能源管理培訓

2025年，本集團能源消耗種類及對應的消耗量如下表所示。

指標名稱	總量/密度	單位
汽油	5.63	噸
柴油	15.78	噸
光伏發電自發自用量	1.23	千萬千瓦時
天然氣（管道天然氣）	260.05	萬立方米
椰殼	843.05	噸
生物質燃料	117.48	萬立方米
外購蒸汽（電廠蒸汽）	26.40	萬噸
外購電力	14.84	千萬千瓦時
直接能源總消耗量	5,801.97	噸標準煤
直接能源總消耗密度	0.80	噸標準煤/百萬營收
間接能源總消耗量	52,188.13	噸標準煤
間接能源總消耗密度	7.22	噸標準煤/百萬營收
綜合能源總消耗量	57,990.10	噸標準煤
綜合能源總消耗密度	8.03	噸標準煤/百萬營收

2025年能耗指標⁶

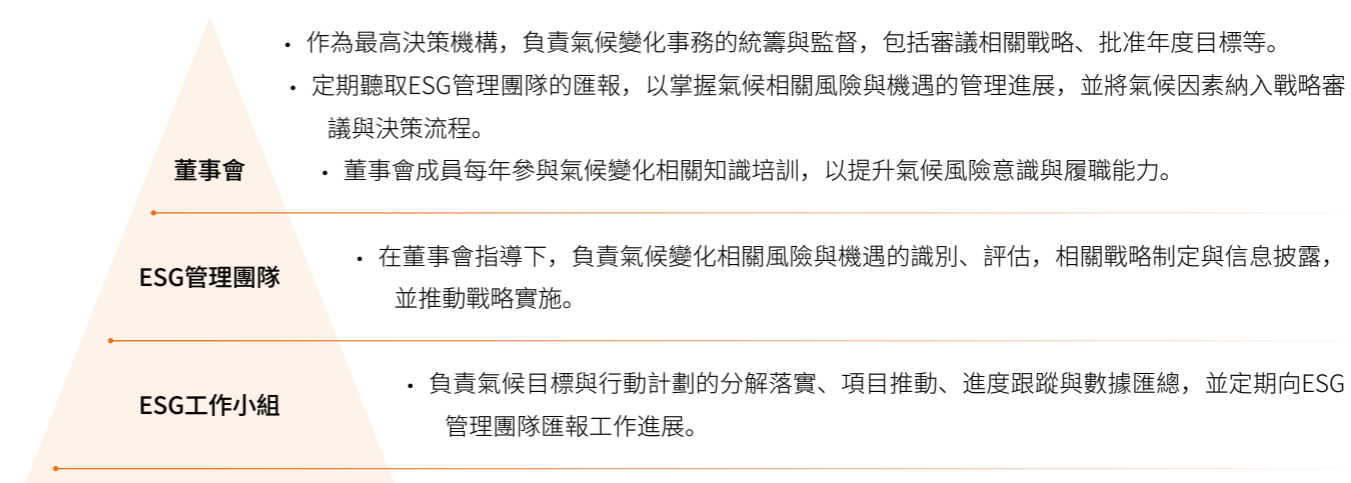
⁶ 本表格內直接能源消耗量及間接能源消耗量參考《GB/T 2589綜合能耗計算通則》中各種能源折算標準煤原則及各種能源折標準煤參考係數進行計算。

應對氣候變化

本集團為系統管理氣候相關風險與機遇，參照氣候相關財務信息披露工作組（TCFD）建議及《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》D部分：氣候相關披露的要求，建立了覆蓋管治、策略、風險管理、指標及目標的框架，以提升自身及價值鏈的氣候韌性。

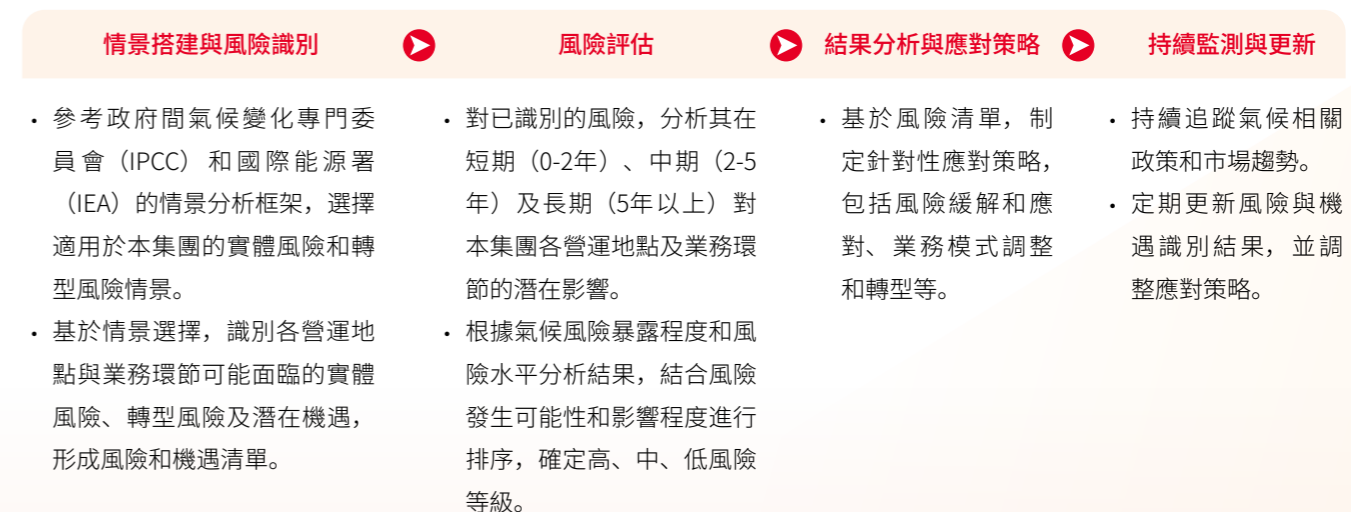
管治

本集團已建立包含董事會、ESG管理團隊及ESG工作小組的ESG管治架構，並將氣候變化相關事宜納入各層級的管理職責中。



策略

本集團密切關注國內外氣候變化相關的政策趨勢與行業動態，並採用系統化的流程識別相關風險與機遇。我們通過整合歷史氣候數據、行業對標、政策與市場動態，綜合評估實體風險與轉型風險，同時挖掘綠色能源與可持續產品等潛在機遇。



氣候變化風險與機遇識別流程

我們採用氣候情景分析工具，評估在不同氣候演變路徑下面臨的風險與機遇，以制定前瞻性應對策略。

實體風險

選取SSP1-2.6（低排放情景）與SSP5-8.5（高排放情景）兩種情景。

轉型風險

選取宣佈承諾情景（APS）與2050年淨零排放情景（NZE）兩種情景。

情景定義如下：

實體風險分析情景

SSP1-2.6情景

此情景結合了可持續的社會經濟發展路徑（SSP1）和濃度路徑（RCP2.6）。在此情景下，全球採取強有力的減排措施，將溫室氣體濃度控制在較低水平，全球氣溫升幅有望控制在2°C以內。

SSP5-8.5情景

此情景結合了高風險的社會經濟發展路徑（SSP5）和濃度路徑（RCP8.5）。在此情景下，由於高度依賴化石燃料，溫室氣體排放持續增加，導致溫室氣體濃度大幅上升，全球可能升溫在3°C以上，甚至可能超出4°C。

轉型風險分析情景

已宣佈承諾情景（APS）

此情景假設世界各國政府做出的所有氣候承諾，包括國家自主貢獻（NDC）和長期淨零目標，全部按時實現。在APS情景下，IEA預測至2100年，全球平均溫度將升高1.7°C。

淨零排放情景（NZE）

此情景假設到2050年實現二氧化碳當量淨零排放，與將全球氣溫升幅限制在1.5°C避免出現溫度超標的努力相一致。

我們識別出的對業務可能產生影響的氣候相關風險與機遇清單如下：

實體風險

在SSP1-2.6情景下，本集團的主要營運地點所受氣候實體風險的綜合影響程度為中度；在SSP5-8.5情景下，相關風險程度將進一步升高。這些風險可能對設備安全、供應鏈穩定及員工健康安全帶來潛在影響，同時可能導致營運維護、業務中斷及人員保障等方面的成本增加。

風險類別	時間維度	綜合影響	風險描述	應對舉措
急性	極熱	長期	中 高溫天氣將推高生產場所的製冷能耗與設備維護成本，並可能影響員工健康與生產效率；同時，極端高溫可能導致小麥、辣椒等主要原材料減產，增加原材料採購成本與供應鏈不確定性。 潛在財務影響：營業成本、製造費用增加	<ul style="list-style-type: none"> 提升供應穩定：強化供應鏈戰略合作，採用耐高溫包裝與運輸技術。 保護設備安全：加強設備檢查維護，配備備用電源。 保障員工健康安全：優化高溫作業流程與降溫措施，完善應急響應機制。
	乾旱	中-長期	中 乾旱可能導致生產用水短缺，增加營運成本與生產中斷風險；同時會影響農作物產量，推高主要農產品原材料價格，並可能引發供應鏈波動。 潛在財務影響：營業成本、管理費用增加	<ul style="list-style-type: none"> 節水與水資源管理：引入節水技術，建立雨水收集與中水回用系統。 供應鏈多元化：建立多區域供應網絡，探索耐旱作物或替代原材料。 應急預案：制定乾旱應急響應機制，以快速應對乾旱影響。
	洪水	中期	中 洪水可能直接衝擊生產設施與倉庫，造成資產損失與業務中斷；同時會破壞物流網絡，影響原材料供應與產品分銷。 潛在財務影響：營業外支出、營業成本增加	<ul style="list-style-type: none"> 設施防護：對生產設施進行防洪加固，優先在低風險區域新建工廠。 物流網絡優化：建立靈活的物流體系，規劃替代運輸路線。 應急預案與風險監測：制定應急預案，優化庫存，並利用預警系統監控洪水風險。
慢性	平均氣溫上升	長期	低-中 長期氣溫升高將增加製冷能耗，加速設備損耗，並可能影響原料儲存與長途運輸條件，推高整體營運與物流成本。 潛在財務影響：營業成本、管理費用增加	<ul style="list-style-type: none"> 強化設備管理：完善設備溫度監測與散熱系統，配備應急冷卻裝置。 提升職業健康保障：優化車間通風降溫設施，調整作業時間，建立高溫應急預案，定期開展員工健康監測。 完善儲運管理：升級倉儲溫控系統，優化儲運流程，拓展供應渠道。

轉型風險

本集團面臨的氣候轉型風險整體影響程度為低或中度。在已宣佈承諾情景下，我們需穩步推進低碳轉型；在2050年淨零排放情景下，我們則需開展更大規模的轉型能力建設。相關政策與技術變革可能通過碳成本上升、資產重新定價及市場需求轉變等途徑，對營運成本與長期投資結構產生影響。

風險類別	時間維度	綜合影響	風險描述	應對舉措
政策和法規	長期	低	<ul style="list-style-type: none"> 碳定價上升將直接增加自身能源消耗與生產過程的碳排放成本，同時相關成本將通過供應鏈傳導，導致原材料採購價格上升。 潛在財務影響：營業成本增加 	<ul style="list-style-type: none"> 加強碳資產管理：籌建內部碳核算與管理體系，以監控和優化營運排放；積極關注碳交易市場動態，為未來靈活管理碳資產做好準備。 技術創新：投資研發低碳技術和清潔能源解決方案，引入先進的節能設備與生產工藝，減少營運碳排放。 供應鏈優化：推動供應鏈碳減排，實施綠色採購政策，優先選擇通過環保認證的供應商。
	短-中期	中	<ul style="list-style-type: none"> 更嚴格的排放披露要求將增加合規與數據管理成本，不合規將面臨罰款與聲譽損失；同時需要供應鏈提供更準確的碳排放數據，增加管理複雜度。 潛在財務影響：管理費用、營業外支出增加 	<ul style="list-style-type: none"> 加強數據管理：聘請外部專家開展數據核算和培訓，使內部團隊掌握溫室氣體排放數據收集與核算方法。 定期培訓：對員工開展定期培訓，確保其了解最新的報告要求與流程。
	短-中期	中	<ul style="list-style-type: none"> 趨於嚴格的環保、健康標準將要求公司對生產工藝與產品配方進行升級並增加相關投入，並需要供應鏈提供符合新標準的原材料，可能增加採購成本與難度。 潛在財務影響：營業成本、管理費用增加。 	<ul style="list-style-type: none"> 強化質量控制與產品升級：加強產品質量控制，逐步淘汰不符合新環保、健康標準的產品線；加快符合新趨勢的環保產品的研發與上市。 生產工藝改進：優先引入節能、環保的生產技術，降低生產過程中的能耗與排放。 政策跟蹤與合規：持續跟蹤國內外相關產品法規的動態，確保公司營運與產品始終合規。
技術	中-長期	低	<ul style="list-style-type: none"> 向低碳技術轉型所需的設備採購與生產線改造將增加資本支出，且供應鏈整體的升級將推高綜合成本。 潛在財務影響：資本支出增加 	<ul style="list-style-type: none"> 分階段實施轉型：優先推進成本較低、見效較快的項目，如優化物流路線或試用環保包裝，逐步實施設備升級和能源結構優化。 協同合作與成本分擔：與供應商、物流合作夥伴共同分擔轉型成本，例如聯合採購環保材料或共享新能源物流資源。 政策與市場激勵利用：積極爭取政府補貼、稅收優惠等政策支持。 技術創新與規模化應用：加強與綠色技術供應商合作，推動低碳技術的創新和標準化、規模化應用。
市場	中-長期	中	<ul style="list-style-type: none"> 氣候變化導致的減產及碳成本傳導，將推高小麥、辣椒等主要農產品及包裝材料的採購成本。 潛在財務影響：營業成本增加 	<ul style="list-style-type: none"> 長期合作與價格鎖定：與核心供應商建立長期合作關係，鎖定原材料價格和供應量，減少市場價格波動的影響。 可持續農業實踐：與農業合作夥伴推廣節水、節能、低碳的種植技術，提升農作物產量和穩定性，降低氣候導致的減產風險。 低碳供應鏈優化：優先選擇低碳供應商，優化物流路線並採用清潔能源運輸，減少供應鏈中的碳排放，緩解碳成本上升的壓力。 可持續採購與技術創新：實施可持續採購策略，選擇環保能力強的供應商，同時推動包裝材料等領域的循環利用技術，降低長期成本。
聲譽	短-中期	中	<ul style="list-style-type: none"> 消費者日益傾向於選擇更健康、環保的產品，並關注品牌在可持續發展方面的透明度與實際行動。 潛在財務影響：管理費用、銷售費用增加 	<ul style="list-style-type: none"> 產品創新升級：持續開發健康化、低碳環保的產品配方，減少添加劑使用，開發更多符合健康飲食理念的新品類；同時優化包裝設計，採用可降解或可回收材料，減少包裝廢棄物。 提升品牌透明度：建立產品全生命週期追溯系統，向消費者公開原料來源、生產工藝和碳足跡數據；公開展示企業在環保和社會責任方面的具體行動和成果。 加強消費者溝通：通過多渠道傳播企業可持續發展理念和實踐；及時了解並響應消費者對產品健康和環保方面的訴求，提升品牌信任度。
	短-中期	低	<ul style="list-style-type: none"> 投資者、消費者等持份者對企業在環保、社會責任等方面的表現日益關注，負面反饋或期望落差可能迅速損害品牌聲譽與市場信任度。 潛在財務影響：管理費用、銷售費用增加 	<ul style="list-style-type: none"> 強化ESG管理體系：在現有ESG治理架構下，完善ESG風險的識別與評估流程，並將評估結果納入決策。 提升信息透明度：開展碳盤查工作，持續監測並披露碳排放、能源使用等關鍵環境指標，增強信息披露的可信度。 深化利益相關方參與：定期與持份者溝通，展示公司在可持續發展方面的進展與努力；同時通過社交媒體向持份者主動傳播企業環保行動，提升品牌環保形象。

氣候相關機遇

機遇類別	機遇描述	行動舉措
資源效率	持續提高能源與資源利用效率，在降低單位產品生產成本的同時，減少環境足跡，提升品牌競爭力。	持續優化生產工藝，推廣節水技術；優化包裝設計並加強包裝循環利用。
能源來源	部署光伏等可再生能源及節能技術，降低對傳統能源的依賴，降低能源成本波動風險，塑造綠色品牌形象。	擴大廠區光伏發電裝機容量；持續進行節能技改，淘汰高耗能設備，提升能源利用效率。
市場	消費者對健康零食的需求日益增長，為開發綠色產品、開拓新市場渠道帶來機遇。	研發符合健康環保趨勢的新產品；開拓綠色消費市場；利用數字化營銷傳遞可持續理念。
韌性	通過能源供應多元化、供應鏈風險管理和設施抗災能力建設，提升應對氣候物理風險和市場波動的能力。	提升清潔能源使用比例；實施供應鏈多元化戰略；強化基礎設施的氣候適應性。

風險管理

通過情景分析與綜合評估，本集團已識別出極端高溫、乾旱、洪水及平均氣溫上升等四類主要氣候變化相關實體風險，及政策法律變化、原材料價格波動、聲譽風險等關鍵轉型風險。

為有效管理上述風險，我們已建立氣候風險相關的三級管理架構，並已將氣候相關風險納入整體風險管理體系。我們遵循覆蓋「識別、評估、應對、監測」的風險管理流程：

• 我們定期分析歷史數據、行業趨勢及政策動向，並運用IPCC等氣候情景框架，識別各業務環節面臨的實體風險與轉型風險，同時關注潛在的轉型機遇。



• 對識別出的風險，我們評估其潛在影響的嚴重性及發生可能性。

• 我們對所有氣候相關風險進行綜合排序，確定管理優先級。對識別出的機遇，亦會評估其潛在價值與可行性。

• 根據風險評估與排序結果，我們制定並執行針對性的風險緩解措施、應急方案和業務調整計劃。

• 我們亦實施針對性的策略以把握有戰略價值的機遇。

• 通過定期管理評估與匯報機制，持續監測風險與機遇的管理效果，並定期對管理流程和策略進行更新。

指標及目標

本集團積極響應國家「雙碳」目標，圍繞能源效率提升、資源循環利用、排放合規及供應鏈協同等方面，制定並落實多項管理目標，以提升營運氣候韌性，持續改進環境績效。

目標	目標描述	2025年進度
優化環境與能源管理體系	<ul style="list-style-type: none"> 保持ISO 50001能源管理體系認證 進行技術改造和設備升級，提升能源和資源利用效率，同時擴大可再生能源使用比例 	已達成
提升企業氣候韌性	<ul style="list-style-type: none"> 在工廠建設和設備運維中融入氣候適應性設計，及時發現並解決可能存在的安全隱患 	已達成
提高資源利用率	<ul style="list-style-type: none"> 升級生產技術，減少原料浪費 優化產品包裝，減少塑料和紙類使用 	已達成
排放合規	<ul style="list-style-type: none"> 規範廢棄物排放及噪聲防治日常管理，持續滿足環保法規要求 	已達成
推動綠色供應鏈建設	<ul style="list-style-type: none"> 與供應商簽訂協議並加強合作，提高物料的循環使用程度 	已達成

應對氣候變化目標

我們持續深化溫室氣體管理體系，在常態化披露自身營運溫室氣體排放的基礎上，於報告期內完成了覆蓋價值鏈上下游的範圍三溫室氣體盤查工作，為全價值鏈低碳轉型提供了關鍵數據支撐。同時，我們通過開展產品碳足跡分析，全面梳理生產全鏈路的碳排放節點，從產品生命週期視角賦能減碳實踐。

指標名稱	總量/密度	單位
範圍一溫室氣體排放量	5,688.01	噸二氧化碳當量
範圍二溫室氣體排放量	170,313.82	噸二氧化碳當量
溫室氣體排放總量（範圍一+範圍二）	176,001.83	噸二氧化碳當量
溫室氣體排放密度（範圍一+範圍二）	24.36	噸二氧化碳當量/百萬營收
範圍三溫室氣體排放量	303,114.21	噸二氧化碳當量
溫室氣體排放總量（範圍一+範圍二+範圍三）	479,116.04	噸二氧化碳當量

2025年溫室氣體排放指標⁷

⁷ 本表格內範圍一參考《中國能源統計年鑒2013》中能源低位發熱值、《省級溫室氣體清單指南(試行)》中能源單位熱值含碳量及燃料碳氧化率進行計算，範圍二參考《關於發佈2023年電力二氧化碳排放因子的公告》中所明確的全國電網平均排放因子0.6096kgCO₂/kWh所計算。範圍三根據《溫室氣體核算體系-企業價值鏈(範圍三)核算與報告標準》(GHG Protocol)及ISO 14064系列標準進行盤查，數據包含類別一外購商品和服務、類別二資本貨物、類別三燃料和能源相關活動、類別四上游運輸和配送、類別五營運中產生的廢棄物、類別六商務旅行、類別七員工通勤以及類別八上游租賃資產。

卫員工

共創幸福職場

堅持以人為本	67
助力職業成長	69
關注員工福祉	73
保障健康安全	75

卫龙美味重視員工成長與福祉，提供持續的能力培訓與清晰的職業發展路徑，支持員工實現個人價值。同時，我們通過多元化關懷機制與健康安全的管理，營造安心的工作環境，促進員工與企業共同發展。





堅持以人為本

本集團堅持以人為本，保障員工平等權益，推動多元包容，杜絕任何形式歧視。我們致力於營造充滿尊重與歸屬感的工作環境，從而持續吸引並留住優秀人才。

權益保護

本集團依據《中華人民共和國勞動法》《禁止使用童工規定》《女職工勞動保護特別規定》等法律法規，制定《招聘信息發佈管理規範》《員工獎懲管理制度》等內部政策，強化反童工與反強制勞動管理制度體系，開展合規僱傭工作，落實人權保障。

我們嚴禁僱傭童工或以任何形式強制員工勞動。報告期內，我們升級招聘系統，以「年齡合規校驗」為核心，實現系統自動識別與人工複核雙重驗證，確保錄用員工均達到法定工作年齡。一旦發現上述違規行為，我們將依據內部制度嚴肅處理。報告期內，卫龙美味未發生使用童工或強制勞工事件。

我們杜絕招聘及工作中任何形式的直接或間接就業歧視，以及任何形式的騷擾行為，並在相關制度中明確禁止此類行為。我們積極推動男女員工同工同酬，確保薪酬公平與平等就業機會。對侵害候選人或員工權益的行為，我們依法依規嚴肅處理。

截至報告期末，本集團共有6,150名全職員工，無兼職員工，詳細員工數據情況如下：

指標	2025年	單位
按性別分類員工人數		
男性	3,096	人
女性	3,054	人
按年齡組別分類員工人數		
30歲以下	1,451	人
31-40歲	3,026	人
41-50歲	1,594	人
51歲以上	79	人
按地區分類員工人數		
華東地區（山東、江蘇、安徽、浙江、福建、上海）	587	人
華南地區（廣東、廣西、海南）	114	人
華中地區（湖北、湖南、河南、江西）	5,080	人
華北地區（北京、天津、河北、山西、內蒙古）	111	人
西北地區（寧夏、新疆、青海、陝西、甘肅）	63	人
西南地區（四川、雲南、貴州、西藏、重慶）	101	人
東北地區（遼寧、吉林、黑龍江）	55	人
港澳台（香港、澳門、台灣）	2	人
海外（中國大陸及港澳台以外地區）	37	人

人才吸引

本集團嚴格遵循《中華人民共和國勞動合同法》等法律法規，制定《新工帶教激勵實施細則》《一線員工招聘管理規定》等內部政策，提升人才的穩定性與歸屬感。

我們從多元渠道廣泛吸納優秀人才，以在線招聘平台為主，輔以內推、校園招聘與社交媒體引才等形式，為社會提供就業機會。同時，我們持續優化招聘體驗與入職關懷，通過組織校招生參觀交流等預熱活動，增強互動感知，並簡化入職流程，建立新員工入職一週體驗反饋機制，推動持續改進。報告期內，本集團升級入職系統，包含智能提示與進度可視化功能，實現入職辦理效率提升40%以上，顯著提升入職體驗與效率。

此外，我們依據《員工試用期管理制度》與《離職管理制度》，加強人才留任管理，助力新員工實現長期發展。我們明確試用期目標與期限，開展新人融入互動，並通過定期面談深入了解員工狀態，切實推進員工保留工作。報告期內，本集團員工流失率為28.88%，具體數據如下：

指標	2025年
按性別分類員工流失率	
男性	31.11%
女性	26.46%
按年齡組別分類員工流失率	
30歲以下	44.38%
31-40歲	24.10%
41-50歲	17.02%
51歲以上	39.23%
按地區分類員工流失率	
華東地區（山東、江蘇、安徽、浙江、福建、上海）	22.46%
華南地區（廣東、廣西、海南）	11.63%
華中地區（湖北、湖南、河南、江西）	30.82%
華北地區（北京、天津、河北、山西、內蒙古）	5.93%
西北地區（寧夏、新疆、青海、陝西、甘肅）	10.00%
西南地區（四川、雲南、貴州、西藏、重慶）	19.20%
東北地區（遼寧、吉林、黑龍江）	14.06%
港澳台（香港、澳門、台灣）	0.00%
海外（中國大陸及港澳台以外地區）	5.13%

助力職業成長

本集團重視員工成長與價值實現，提供清晰發展路徑與系統培訓。通過人才盤點、績效反饋與晉升聯動，支持員工能力提升。同時，我們配套具有競爭力的薪酬福利，確保成長得到認可，促進個人與企業共同發展。

員工發展

卓越的人才團隊是企業持續前行的關鍵力量。本集團通過系統化盤點識別人才潛力，結合完善的培訓體系，為員工定制發展路徑，持續賦能成長，指引通往蓬勃發展的職業未來。

人才盤點

我們定期從組織、人才與效率維度開展現狀評估，結合業務規劃識別能力差距，並制定針對性改進舉措。盤點後，我們結合人員輪崗與IDP（個人發展計劃）落地實施，強化人才發展與組織效能。

員工培訓

我們構建全方位、多層次的培訓體系，依託多年傳承的標杆項目與多元化的特色培訓計劃，為員工提供成長與平台。我們聚焦關鍵人才能力和崗位梯隊建設，構建涵蓋管理思維、知識技能和「百年卫龙人」三大模塊的人才培養體系，助力員工在實踐中成長，實現能力進階。

管理思維

通過標杆交流、研討共創及組織高潛訓練營等方式，提升管理認知

各中心知識技能培養

針對生產、營銷、職能等關鍵崗位，開展新幹部、技術崗等定向培養

百年卫龙人

覆蓋新人、高管及管培生，聚焦融入與成長全過程

人才培養體系

我們開展「百年卫龙人」新人培訓項目，圍繞公司使命、願景與核心價值觀，全面介紹組織制度、業務體系、產品知識及崗位職責，幫助新員工快速融入並明確發展方向。2025年，本集團通過線上線下融合模式，共舉辦9期「百年卫龙人」培訓，覆蓋新員工418人。

2025年「百年卫龙人」新人培訓



我們面向管理人員開展新幹部培訓項目，著力提升渠道管理、業務邏輯與團隊領導力等核心能力，培養具備實戰能力的管理人才。報告期內，本集團共組織2期高潛訓練營，通過線上線下結合方式，開展持續時間超4個月的進階式培訓，全面提升管理隊伍的綜合勝任力。

2025年新幹部培訓



此外，我們持續推進跨體系項目與特色培訓項目，支持員工在實戰中成長，激發組織活力。

內訓師賦能

關注內訓課程開發與講師能力提升

遵循適用性、前瞻性、結構性原則進行課程設計；
以基礎知識和核心要點為底打造標準化課件；
通過課前準備、課堂呈現、互動引導等多維能力提升精進講師技巧；
依據觀點鮮明與邏輯清晰等標準把控課程質量

外部合作

關注外部機會，建立合作平台

與外部機構合作開展員工培訓，包括卫龙商業系統（WBS）工作坊、AI審計、合規轉訓、財務轉訓等

專業認證

關注特種作業證考評與培訓

持續強化生產體系員工的操作能力，面向特種作業人員開展特種作業證考評培訓

報告期內，本集團員工培訓覆蓋率為100%，員工培訓統計數據如下：

指標	2025年
受訓員工百分比	
總受訓員工百分比	100%
按性別分類受訓員工百分比	
男性	51%
女性	49%
按職級分類受訓員工百分比	
高級管理人員	0.25%
中層管理人員	7.45%
基層人員	92.30%

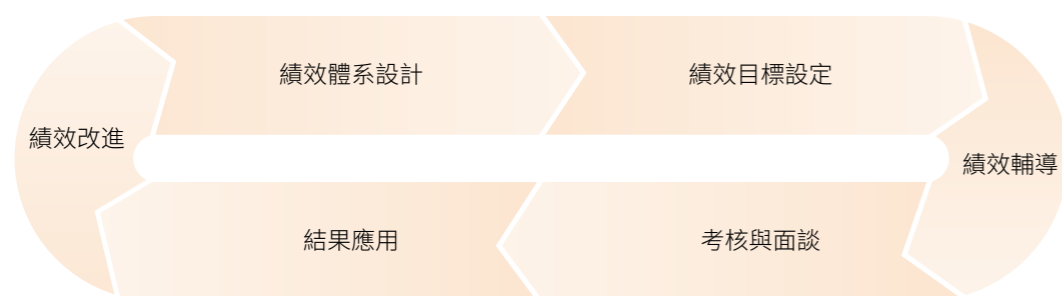
指標	2025年	單位
每位員工培訓時數（單位：小時）		
人均培訓小時數	10.48	小時
按性別分類人均培訓小時數		
男性	10.48	小時
女性	10.48	小時
按職級分類人均培訓小時數		
高級管理人員	238.69	小時
中層管理人員	78.35	小時
基層人員	4.39	小時

薪酬績效

完善的員工成長支持體系是推進本集團持續發展與組織活力提升的重要保障。我們通過科學的績效管理識別員工貢獻，制定清晰的晉升通道，暢通發展路徑，輔以具有競爭力的薪酬福利體系強化激勵，全面激發員工潛能。

績效管理

報告期內，我們更新《績效管理制度》，確立績效管理流程，並全面優化員工績效評估體系。該制度明確「自上而下，層層分解；自下而上，保障落地」的目標設定原則，建立二級績效考核機制，並引入五級（S/A/B/C/D）員工勝任力評價標準，構建目標清晰、標準科學、過程可溯、結果可評的績效管理體系，有效支撐組織戰略落地與人才發展閉環。



績效管理閉環流程

為保障績效評估的公平性與透明度，我們嚴格執行績效考核流程。在每個評估週期結束時，員工與主管共同回顧上一階段表現，並基於反饋結果制定下一階段的績效目標。在績效反饋週期內，各級主管須按要求及時開展溝通，向員工反饋考核結果，並提供具體、可操作的改進建議。

員工晉升

我們制定《任職資格管理制度》，持續為員工提供公平透明的發展機會與晉升通道。2025年，我們正式發佈《晉升與降級管理制度》，明確員工晉升與降級的原則、條件及流程，進一步健全上下貫通、動態管理的晉升機制。

我們設計並實施管理、專業與操作三大職業發展路徑。基於組織戰略導向與個人意願，員工可在不同通道間實現橫向輪崗或縱向晉升。當能力達標相應職級標準時，員工可主動申請跨通道發展，推動個人成長與組織人才結構優化的雙向協同。



員工晉升通道

同時，我們實行嚴格的五步晉升流程，並由高級管理層、部門負責人及人力資源部門組成評審委員會，從戰略思維、績效成果等維度開展綜合評估，選拔具備發展潛力與責任擔當的優秀人才。



員工晉升流程

此外，我們通過基層管理崗位優先內部晉升的「人才內生激勵機制」，結合內部競聘、崗位代理、任命與調動等多種方式，靈活響應各類員工的晉升與發展需求，持續激發組織內生動力。

我們於每年4月和10月啟動晉升與調薪工作。晉升提名員工需經歷為期6個月的代理期，並需在此期間完成目標制定、月度總結與反饋、中期評估及轉正評估等環節，全面檢驗勝任能力，確保晉升過程科學、公正。

薪酬福利

我們致力於構建具有市場競爭力的薪酬體系，嚴格遵循《工資支付暫行規定》《最低工資規定》等法律法規，保障員工薪酬權益，持續提升薪酬激勵的公平性與吸引力。

我們以員工工作能力為核心，結合崗位序列職級與績效表現，實施綜合薪酬支付機制。薪酬結構涵蓋固定薪資、績效獎金及股權激勵，調動員工積極性。浮動薪資制度覆蓋全體員工，其中生產一線推行計件制，中高層管理人員及關鍵崗位員工則通過限制性股票等股權激勵計劃。

報告期內，我們對生產車間員工及警衛人員的排班制度進行優化，在保障綜合薪酬水平不變的前提下，實現實際時薪提升，切實改善員工工作節奏與生活質量。同時，我們在部分廠區推進工資改革，提高維修崗位日工資標準，體現對一線技術崗位的價值認可。

此外，我們構建「短期激勵穩增長、長期激勵綁發展」的多維度薪酬激勵體系，通過短期獎金激發績效達成動力，通過長期激勵機制強化員工與企業共同成長的紐帶，持續提升組織凝聚力。

在職能體系方面，我們推行即時認可卡激勵機制，強化對員工日常工作成果的及時反饋與正向認可。在生產體系方面，我們在推行即時認可卡激勵的基礎上，增設車間支援津貼、一線員工司齡獎及崗位提效津貼，在優化勞動強度的同時提升員工綜合收益，同時設立「生產優秀員工」「設備維護獎」等榮譽獎項，並結合「安全生產月」開展專項激勵活動。在銷售體系方面，我們實施重點品項達成PK賽、重點戰略係數及超額獎勵機制，將績效表現與獎金分配、晉升通道相掛鉤，同時按區域層級設置「最佳進攻獎」「追光計劃」等團隊獎項及「銷售之星」等個人獎項，持續營造比學趕超的積極氛圍。

關注員工福祉

本集團持續投入資源，構建覆蓋生活與發展的關懷體系，建立暢通的雙向溝通機制，傾聽員工聲音，推動管理優化，促進員工與企業共同發展。

員工關愛

本集團在《考勤管理制度》中明確規定員工享有病假、工傷假及年假等休假權利，健全假期管理機制，並依法為員工繳納社會保險和住房公積金，保障各項員工法定權益。

我們加強員工健康與工作平衡管理，實現加班時長自動識別，當員工月累計加班達36小時，系統將自動提醒，有效防範工作超時風險。同時，我們根據假期剩餘天數與到期時間，主動提醒員工合理安排，推動健康可持續的工作節奏。我們亦強化健康管理，擴大幹部專項體檢覆蓋並升級項目，全年保障全員基礎體檢及免費健康證體檢，實現基礎健康監測常態化。

此外，我們基於員工職級與崗位特性，推行差異化的福利與激勵機制。我們依據《工會經費使用辦法》《話費補貼管理制度》《交通補貼管理制度》等政策，系統推進職工福利制度建設，提升員工的獲得感與生活品質。

面向全體員工

- 因地制宜提供部門年度團建經費
- 車間支援津貼
- 國定節假日及生日福利

針對一線工作人員

- 關懷慰問經費
- 司齡滿1年每月補貼

針對特定職級以上人員的專項福利

- 租房津貼
- 年度體檢福利
- 為異地員工報銷返鄉交通費
- 油費補貼
- 因公通訊話費補貼

針對海外派遣員工

- 商業保險與外派津貼
- 社保與稅卡辦理協助

針對卓越員工

- 組織交流分享與高端團建活動

針對殘障員工

- 專項津貼申請協助
- 提供輔助性返崗崗位

2025年，我們持續優化員工待遇，為員工解決安全、餐廳、工具設備、工作環境相關問題共計228項，有效降低現場風險隱患，提升員工工作舒適度與效率。報告期內，本集團員工宿舍、工廠餐飲及班車服務滿意度較上年均有較明顯提升。

員工溝通

本集團推行全生命週期溝通機制，於入職階段設置融入互動與試用期評估，於在職階段開展工作與生活上的深度交流，於離職階段實施差異化面談與抽樣訪談，切實傾聽不同階段員工心聲，推動管理回應。

我們通過員工代表座談會、全員吐槽大會等多元化渠道，持續傾聽員工心聲。我們圍繞團隊管理、工作方法、個人成長與文化氛圍等議題，深入交流問題、凝聚改進共識，並制定可執行的整改計劃，推動問題閉環落地。

此外，我們為員工構建多維度職場溝通機制。線上方面，我們在飛書平台設置專屬申訴與舉報入口，保障信息傳遞的便捷與保密性。線下方面，HRBP團隊常態化開展一對一溝通，關注員工工作進展與心理狀態，及時疏導情緒、回應關切。團隊亦保持高效接收並閉環處理員工投訴，確保問題切實跟進，提升員工信任感與組織透明度。

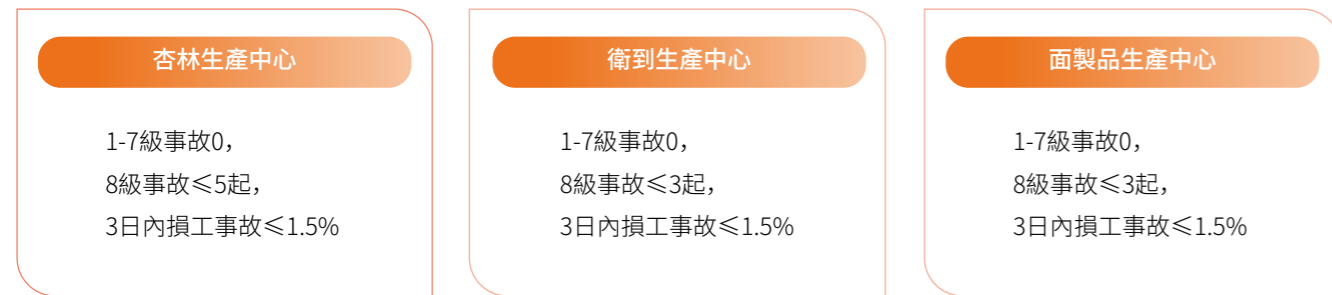


保障健康安全

本集團以保障員工安全與健康為核心，完善安全管理制度，強化風險識別與過程管控。圍繞年度安全目標，我們加大資源投入，推進培訓與活動落地，提升安全意識與應急能力，築牢生產安全防線。

本集團秉持安全發展理念，嚴格遵循《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國安全生產法》《工作場所職業衛生管理規定》《工貿企業有限空間作業安全規定》等營運地法律法規，全面夯實安全管理法治基礎。

我們依據《EHS事件分級管理制度》，將安全事故按嚴重程度劃分為八個等級（1級最重，8級最輕），並設定2025年度安全目標，強化風險分級管控與目標導向管理。



2025年度安全目標

我們制定《相關方安全管理制度》與《危險作業安全管理制度》，整合各類風險作業管理要求，明確對承包商實施統一安全制度管理。此外，我們通過實施施工方風險分級管控，嚴控准入資質與作業許可，落實每日巡查與量化考核，實現全週期閉環管理，全面保障員工作業安全。

報告期內，本集團因工傷損失工作天數為4,589天。2023至2025三年內均無因工亡故事件⁸，因工死亡率為零。

安全管理

我們建立覆蓋全員的安全事故事件報告機制，要求管理人員運用根因分析方法對事故事件進行妥善處理，並制定針對性改進措施，以推動管理優化與風險防範能力提升。

2025年，我們重構崗位安全分析（JSA）體系，覆蓋配粉、調味、包裝等全部生產崗位，以及作業前準備、正常生產、異常處置、停機清機四大作業場景。此外，我們通過「現場觀察與訪談—團隊分析—LEC⁹量化評價」三步法系統排查生產中的安全隱患，對風險因素進行識別，完成機械傷害、電氣安全、危險作業等75項中高風險隱患的閉環整改，並編制《應知應會崗位帶教培訓教材》與配套「安全地圖」，提升生產安全水平。

⁸ 因工亡故人數統計口徑為本集團僱員於工作期間遇到危險所致的死亡事故數量。

⁹ LEC代表：事故發生的可能性（Likelihood）、人員暴露於危險環境的頻繁程度（Exposure）及發生事故可能造成的後果嚴重程度（Consequence）。

我們委託第三方機構開展包含噪音在內的全覆蓋式職業病危害因素檢測，基於結果繪製「紅-黃-綠」噪聲崗位分佈圖，為降噪治理提供精準數據支撐。我們同步建立噪音超標設備台賬，針對不同設備實施差異化防噪措施，紮實推進降噪工作。

此外，我們優化工廠空調系統，引入智能溫控技術，實現溫度精準調節，顯著改善員工工作環境。同時，我們持續完善防塵口罩、安全鞋和專用無菌鞋等勞動保護用品配備工作，常態化開展安全行為觀察，全面審視員工操作規範，切實保障生產安全與員工健康。

報告期內，本集團全員JSA培訓考核通過率由78%提升至95%，員工風險辨識準確率提升60%，違規操作率下降42%。

安全文化

我們秉持「安全為天、生命至上」理念，推進安全文化宣貫、應急演練及隱患排查治理，實現安全管理從被動應對向主動預防的升級。

案例 常態化安全培訓

我們通過三級安全教育、月度及週度培訓，以及安全寄語、安全標語徵集等特色活動，向全員宣貫「理念滲透、行為養成、氛圍營造」的安全文化。

案例 安全生產月活動

報告期內，我們圍繞第24個全國安全生產月，以「人人講安全，個個會應急——查找身邊安全隱患」為主題，開展崗位風險點驗證、隱患排查獎勵與問責等系列活動，切實提升員工安全意識、風險識別能力與主動參與意識。

案例 安全隱患專項治理

2025年，我們制定重大隱患專項治理方案，建立覆蓋全集團的三級排查機制，推動隱患動態清零。報告期內，本集團累計消除1,680條安全隱患，重大隱患整改率達100%，實現閉環管理與風險可控。

案例 應急演練

卫龙、杏林及面製品中心各工廠均建立應急演練體系，並嚴格落實年度演練計劃。我們全年共組織52場演練，實現全崗位覆蓋，同時通過分級演練錘煉應急處置能力，結合復盤優化，應急響應平均提速30%，管理效能顯著提升。

卫社區 力行社會公益

05

鄉村振興	79
賑災助困	80
賦能社區	80

卫龙美味將社會責任深度融入企業發展的長期戰略，以持續推動社會可持續發展。我們積極投身於鄉村振興、賑災助困、社區發展等關鍵領域，以實際行動助力構建開放、包容、和諧的社會發展環境。報告期內，本集團在社會公益領域的投入累計約850萬元，相關實踐贏得政府及社會的高度認可。



让世界人人爱上中国味

鄉村振興

我們積極響應國家「鄉村振興」戰略，以實際行動助力城鄉共同富裕。我們持續深化原料本地化採購模式，推動漯河及周邊辣椒種植產業發展，並深入原產地，以魔芋等特色農產品合作帶動全鏈增收。憑藉對品質的堅持，我們將地方農產品轉化為驅動鄉村產業振興的核心動力，支持鄉村經濟的長期發展。

案例 卫龙魔芋爽X新華網溯源行動

報告期內，我們攜手新華網深入雲南西雙版納魔芋原產地，共同推出魔芋溯源短片，記錄從田間到產品的品質之旅。

我們始終堅持對魔芋等農產品進行原產地直採，並通過「公司+農戶」的模式上門收購，帶動產業鏈條延伸，助力農戶在家門口增收，將魔芋產業打造成為驅動鄉村振興的強大引擎。



案例 漯河市豫善同行&慈善一日捐募捐活動

我們積極承擔社會責任，以行動助力營造「扶弱濟困 慈善漯河」的良好社會氛圍。2025年8月，我們響應漯河市慈善總會號召，開展了豫善同行&慈善一日捐募捐活動。此次活動組織募捐合計4,382.97元，募捐款項將用於鄉村產業幫扶、基礎設施建設、弱勢群體救助等項目。

漯河市慈善總會

感谢信

漯河市卫龙商贸有限公司：
在2025年全市慈善募捐活动中，贵单位积极组织、大力支持，募集慈善资金4382.97元，市慈善总会向你们表示衷心感谢！
慈善事业是我国社会公益事业和民生保障制度的重要组成部分。近年来，在市委、市政府领导下，全市各界主动奉献爱心，广泛参与慈善活动，为慈善组织切实履行扶危济困、扶老、救孤、恤病、助残、救灾和助力乡村振兴、社会事业发展等职能提供了坚实的基础和保障。一大批慈善救助项目的落地和实施，进一步密切了党和人民群众的血肉联系，进一步凝聚了人民群众同心同德、共谋发展的合力。
实现共同富裕是慈善工作的根本目的，我们将以对党和人民群众高度负责的态度，精准用好每一分善款，自觉接受社会各界和人民群众的监督。
希望贵单位一如既往关注慈善事业发展，共同营造“扶危济困 慈善漯河”的社会氛围，携手建设文明引领、温暖可及的幸福漯河。



賑災助困

我們將履行社會責任內化為企業經營的重要組成部分，在公益實踐中持續投入資源與關懷。我們聚焦教育普惠、災害救援、慈善捐款、醫療救助等關鍵領域，為特殊群體提供資金及物資援助，以實際行動傳遞企業溫度。

案例 教育普惠

我們持續關注並幫扶社會弱勢群體，向其傳遞企業溫度。2025年9月，我們積極響應地方政府和慈善總會的號召，向12名貧困大學生捐贈助學金36,000元，切實緩解困難學生的經濟壓力，護航學生成長與發展，提升卫龙品牌美譽度。



案例 災害救援

2025年12月，面對香港火災事件，我們通過香港紅十字會向香港大埔火災捐贈300萬港元，捐款專項用於為受災群眾提供臨時安置補助、日常生活補助等需要。我們與社會各界同心協力，攜手幫助受災民眾早日重建家園。



賦能社區

我們秉持共創價值、共享發展的理念，通過系統化的資源投入與多元化的社區參與，在多方面開展公益實踐，致力於構建與社會共生共榮的長期關係，增強企業的社會影響力。

案例 大熊貓保護事業

2025年6月，由卫龙美味終身認養的大熊貓雙胞胎「霸小寶」（雙雙）與「道小貝」（重重）在重慶動物園迎來6歲生日。作為連續第二年為熊貓兄弟慶生的重要環節，卫龙攜手園方開展系列行動，通過創新豐富設施投放與公眾科普互動，推動大熊貓保護的社會化實踐。



案例 大愛平江慈善基金會捐贈活動

報告期內，我們向平江縣大愛平江慈善基金會捐贈30萬元，捐贈款項用於平江縣三市鎮低坪村自來水管網建設，有效解決了當地村民的用水難題，助力改善村民生活環境，提升生活水平。

香港聯交所ESG報告守則內容索引

C部分：「不遵守就解釋」條文

環境、社會及管治主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引
A. 環境		
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。	環境合規管理 嚴控排放合規
A1: 排放物	A1.1 排放物種類及相關排放物數據。	嚴控排放合規
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）。	嚴控排放合規
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）。	嚴控排放合規
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。	環境合規管理
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。	嚴控排放合規
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。	資源節約使用 能源高效利用
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）。	能源高效利用
A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	資源節約使用
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。	環境合規管理 能源高效利用
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。	資源節約使用
A2.5	製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位佔量。	資源節約使用
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。	環境合規管理 嚴控排放合規
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。	環境合規管理 嚴控排放合規

環境、社會及管治主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引
B. 社會		
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。	堅持以人為本
B1: 僱傭	B1.1 按性別、僱傭類型（如全職或兼職）、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	堅持以人為本
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	堅持以人為本
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。	保障健康安全
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。	保障健康安全
B2.2	因工傷損失工作日數。	保障健康安全
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。	保障健康安全
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。	助力職業成長
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。	助力職業成長
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。	助力職業成長
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。	堅持以人為本
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。	堅持以人為本
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	堅持以人為本



環境、社會及管治主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標			索引
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。	產業夥伴管理
	B5.1	按地區劃分的供應商數目。	產業夥伴管理
	B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目，以及相關執行及監察方法。	產業夥伴管理
	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。	產業夥伴管理
	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。	產業夥伴管理
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。	全面安心保障
	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。	全面安心保障
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	全面安心保障
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	攜手健康創新
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	全面安心保障
	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。	全面安心保障
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。	堅守商業道德
	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。	堅守商業道德
	B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	堅守商業道德
	B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	堅守商業道德
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。	卫社區：力行社會公益
	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）。	卫社區：力行社會公益
	B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	卫社區：力行社會公益

D部分：氣候相關披露

氣候相關披露要求	遵守情況	
(I) 管治	負責監督氣候相關風險和機遇的治理機構（可包括董事會、委員會或其他同等治理機構）或個人的資訊。	應對氣候變化
	管理層在用以監察、管理及監督氣候相關風險和機遇的管治流程、監控措施及程序中的角色。	
(II) 策略	氣候相關風險和機遇	應對氣候變化
	業務模式和價值鏈	報告期內，經評估，氣候變化相關風險與機遇未對本集團的財務狀況、經營業績及現金流量產生重大影響。
	策略和決策	
	財務狀況、財務表現及現金流量-當期財務影響	在當前營運佈局與業務範圍未發生重大變化的前提下，基於氣候情景分析結果，本集團判斷氣候變化相關風險與機遇在可預見的短期、中期及長期內，均不會對本公司的財務狀況、經營業績及現金流量造成重大影響。
	財務狀況、財務表現及現金流量-預期財務影響	
(III) 風險管理	氣候韌性	
	用於識別、評估氣候相關風險，以及釐定當中輕重緩急並保持監察的流程及相關政策	應對氣候變化
	用於識別、評估氣候相關機遇，以及釐定當中輕重緩急並保持監察的流程	
	氣候相關風險和機遇的識別、評估、優次排列和監察流程，是如何融入發行人的整體風險管理流程，以及融入的程度如何	
溫室氣體排放		
(IV) 指標及目標	氣候相關轉型風險	應對氣候變化
	氣候相關物理風險	
	氣候相關機遇	
	資本運用	
	內部碳定價	我們持續關注碳交易市場動態。報告期內，鑒於自身業務特徵及營運碳成本水平，尚未推行量化的內部碳定價機制。未來將根據法規趨勢與業務需求適時研究。
	薪酬	未來，本公司將酌情評估把相關績效指標納入高級管理層薪酬考核的可行性。
	行業指標	應對氣候變化
	氣候相關目標	應對氣候變化
	跨行業指標及行業指標的適用性	不適用



卫龙美味全球控股有限公司
WEILONG DELICIOUS GLOBAL HOLDINGS LTD

電子郵件

ir@wlsplt.com

公司地址

中國河南省漯河市召陵區東方紅路與中山路交叉口西南角卫龙美味二期園區

中國上海市閔行區號景路206弄6號萬象企業中心TB-東棟