



海底捞国际控股有限公司
HAILILAO INTERNATIONAL HOLDING 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 : 6862



2025 環境、社會及 管治報告



Environmental, Social and
Governance Report

目錄

報告說明	01
關於我們	03
可持續發展策略	07

01

食安先行

關注食品安全	15
驅動研發創新	27
共築責任供應鏈	31

02

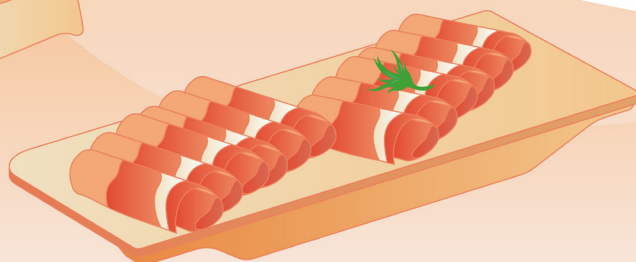
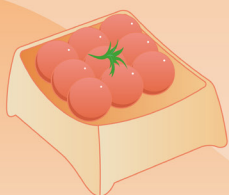
貼心服務

打造貼心服務	39
保護消費者權益	43

03

以人為本

堅持合規僱傭	47
保障員工權益	49
職業健康安全	53
賦能員工發展	59



04

綠色發展

應對氣候變化	63
推行綠色運營	74

05

賦能社區

賦能社區發展	83
--------	----

06

誠信經營

公司治理	89
合規與風險管控	89
知識產權保護	90
商業道德	91

附錄	95
----	----

附錄1 關鍵績效表	95
附錄2 香港聯交所 《環境、社會及管治 報告守則》索引表	100





報告說明

《海底撈国际控股有限公司 2025 年度環境、社會及管治 (ESG) 報告》(以下簡稱「報告」「本報告」)是海底撈国际控股有限公司公開發佈的第八份環境、社會及管治 (ESG) 報告,旨在披露公司 2025 年在環境、社會和管治方面的管理制度、實踐舉措與績效表現。

時間範圍

報告時間範圍為 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日。為保持信息的連續性與完整性,部分內容涉及以前年度信息和部分活動描述超出上述時間範圍。

組織範圍

本報告主體為海底撈国际控股有限公司,涵蓋公司下屬分、子公司。為便於表述和閱讀,本報告中「海底撈国际控股有限公司」及下屬分、子公司以「海底撈」「公司」或「我們」表示。

匯報原則

重要性

公司董事會厘定 ESG 重要性事項,負責審議公司 ESG 目標與戰略。本報告披露內容涵蓋利益相關方溝通、重要性議題識別與分析、重要性議題矩陣、重要利益相關方參與的過程及結果。

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,均已在相應位置中進行說明。

平衡

本報告不偏不倚地呈報本公司本年度的表現,避免可能會不恰當地影響報告讀者決策或判斷的選擇、遺漏或呈報格式。

一致性

本報告披露數據所使用的統計方法均與去年保持一致。如有變更,將於報告中解釋並說明,供報告讀者參考。



編制依據

- 聯合國可持續發展目標 (UN SDGs)
- 《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》（「上市規則」）附錄 C2 《環境、社會及管治報告守則》

數據說明

本報告中信息和數據均來自於本公司年度報告、內部正式文件、內部統計數據和公開資料。部分財務數據來自 2025 財年財務報表，如本報告與年度報告數據不一致，請以年度報告為準。除特別說明外，本報告所涉及貨幣金額均以人民幣為計量幣種。董事會對報告內容的真實性、準確性和完整性負責。

報告獲取

本報告提供繁體中文和英文版供讀者參閱。如有歧義，請以繁體中文版本為準。本報告可登錄香港聯交所網站（<https://www.hkex.com.hk>）和海底撈官方網站（<https://www.haidilao.com>）查閱或下載。

聯繫方式

若您對報告內容有任何疑問或反饋意見，或對海底撈可持續發展工作有任何改進建議，歡迎通過以下方式與我們聯繫：

客服電話：4009-107-107

客服郵箱：hdl@haidilao.com

媒體問詢郵箱：media@haidilao.com、ir@haidilao.com



關於我們

公司概況

海底撈品牌創建於 1994 年，歷經三十餘年的發展，公司已經成長為國際知名的餐飲企業。作為業務涉及全球的大型連鎖餐飲企業，公司秉承誠信經營的理念，以提升食品質量的穩定性和安全性為前提條件，為廣大消費者提供更貼心的服務，更健康、更安全、更營養和更放心的食品。截至 2025 年底，中國大陸地區共有 1,360 家海底撈餐廳（其中包含 79 家加盟餐廳），中國港澳台地區共有 23 家，全年大中華區的自營海底撈餐廳共計服務顧客 3.84 億人次。

秉承「服務至上、顧客至上」的理念，海底撈以創新為核心，將用心服務作為基本理念，致力於為顧客提供「貼心、溫心、舒心」的服務，打造出信譽度高、融匯各地火鍋特色於一體的優質火鍋品牌。

未來，海底撈將持續推進多元化發展戰略，積極構建多品牌、多業態的餐飲生態體系。一方面，圍繞現有火鍋業務延伸出企業火鍋、露營火鍋、宴會店及夜宵主題店等多種餐飲場景；另一方面，深化「紅石榴計劃」多元餐飲品牌孵化項目，構建多品牌增長矩陣，探索焰請烤肉鋪子、如鮭壽司、大排檔火鍋等其他餐飲業態，以滿足不同場景和消費群體的需求。通過科學管理，構建起連接顧客多元生活需求的綜合服務生態，為廣大消費者提供更貼心的服務與愉悅的用餐體驗。



截至 2025 年底



中國大陸地區共有海底撈餐廳

1,360 家

(其中包含 79 家加盟餐廳)



全年大中華地區的自營海底撈餐廳共計服務顧客

3.84 億人次



截至 2025 年底



大中華地區現有自營門店總數

1,304 家



大中華地區海底撈餐廳總數 (含加盟)

1,383 家



大中華地區海底撈加盟餐廳數量

79 家



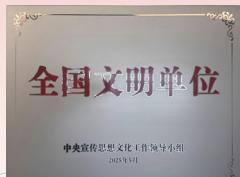
中國港澳台地區海底撈餐廳數量

23 家



榮譽與認可

我們深耕餐飲行業，致力提供優質餐品服務，篤行誠信經營與社會回饋。2025 年度，我們榮獲眾多專業機構及業界的認可及嘉許。



第七屆「全國文明單位」
中央宣傳思想文化工作領導小組



入選央視《CMG 鄉村振興觀察報告 (2023—2024)》典型案例
中央廣播電視總台



2025 凱度 BrandZ 最具價值 中國品牌 100 強
凱度 BrandZ



艾菲獎可持續發展類金獎
大中華區艾菲



第十四屆中國食品健康七星獎
中國食品健康七星公約聯盟



中國廣告協會中國廣告業大獎、 2025 商業廣告長城獎銅獎
中國廣告協會



四川省 2024 年度新興領域先進 基層黨組織
四川省兩新工委



全國食品安全管理師職業技能大賽 團隊一等獎、突出貢獻獎
中國商業技師協會




2025 年度十佳呼叫中心 (300-1000 席) 卓越客戶體驗獎
中國呼叫中心產業發展組委會



最佳 ESG 創新獎
智通財經



**2025 年高質量發展創新示範企業、
入選「高質量發展創新示範案例」**
南方都市報



入選「年度行業影響力品牌」
財經網



**第九屆 DMAA 國際數字營銷獎
銀獎、銅獎**
DMAA 國際數字營銷峰會



數智化應用最佳實踐獎
客戶洞察



**2025 年北京市豐台區
愛心助殘企業**
北京市丰台区残疾人联合会



組織學習與發展卓越獎
三節課



音樂製品版權保護鳴謝單位
中國音像著作權集體管理協會





可持續發展策略

董事會聲明

本公司嚴格遵循香港聯合交易所《環境、社會及管治報告守則》的要求，持續強化董事會對公司環境、社會及管治相關事務的監督和參與，切實履行公司可持續發展責任。

董事會作為公司 ESG 事務的最高決策機構，對 ESG 事務承擔最終責任。董事會負責制定公司整體的 ESG 發展方向，審閱 ESG 議題重要性評估結果、ESG 風險與機遇清單及 ESG 相關事項的優先次序，通過定期組織相關會議以監督公司 ESG 目標的實現進展及公司可持續發展表現。在制定和調整 ESG 管理方針及策略時，董事會充分考慮已識別的 ESG 風險與機遇，優先推進高度重要性議題的管理提升，為後續可持續發展戰略的制定及落地奠定管理基礎。

依託堅實的 ESG 管理架構，公司有序推進 ESG 各項工作落地實施，持續提升 ESG 管理能力和績效水平，在日常運營中，海底撈將 ESG 理念與公司發展戰略相結合，結合業務實際優化管理舉措，實現 ESG 常態化管理。

展望未來，海底撈將繼續提升核心競爭力和品牌影響力，深化 ESG 管理體系建設，穩步推進公司可持續發展進程，為利益相關方創造長期價值，樹立行業可持續發展標杆，積極助力行業高質量發展。

本報告詳盡披露本公司 2025 年 ESG 工作的進展與成效，並於 2026 年 3 月 24 日由董事會審議通過。

ESG 管治

海底撈構建權責清晰、逐級落實的「決策層－執行層－實踐層」三級可持續發展管理架構。依託層級分明的管理體系，公司切實強化董事會在 ESG 管治中的領導與監督職能，推動 ESG 管理實現流程化、規範化與常態化運行。

董事會作為決策層，負責定期審查 ESG 各項工作的進展、方針及戰略執行、ESG 目標達成情況，並審閱公司的 ESG 報告。管理層及 ESG 工作小組作為管理及執行層，統籌推進 ESG 工作落地實施，結合宏觀政策、監管要求以及行業 ESG 關注重點，主動識別公司的重大性議題及 ESG 風險與機遇；評估、優次排列各項議題的風險與機遇對公司業務發展和戰略規劃的影響，並制定相關應對措施；審核、檢討和監督各運營單位的可持續發展表現，向董事會提出改進建議。各運營單位作為實踐層，配合 ESG 工作小組具體執行 ESG 相關工作，全面落實各項 ESG 管理措施，並按時提報相關信息與數據，保證 ESG 工作有序推進。

為強化 ESG 監督與治理，公司制定並實施《海底撈 ESG 工作小組管理辦法》，明確由 ESG 工作小組全面負責 ESG 策略的推行與落實。ESG 工作小組由來自不同業務部門和職能部門的專業人員組成，定期向董事會匯報 ESG 相關事宜及工作開展成效。

海底撈 ESG 管理機制





利益相關方溝通

公司高度重視與各利益相關方的良性互動與長效溝通，充分識別並積極回應股東及投資者、消費者、員工、供應商及合作夥伴等不同利益相關方的合理期望與訴求，通過多元化、常態化的溝通渠道，持續搭建開放、透明、高效的溝通機制，不斷提升利益相關方的參與度與滿意度。

利益相關方	期望與要求	溝通方式	我們的回應
<p>股東及投資者</p>	<ul style="list-style-type: none"> 業務穩定發展 合規廉潔運營 信息披露準確透明 食品安全零風險 投資價值回報 	<ul style="list-style-type: none"> 股東周年大會與其他股東大會 企業通訊，如致股東信件／通函及會議通知 股東／投資者會議、路演及其他活動 港交所公告及公司官網信息 定期信息披露 	<ul style="list-style-type: none"> 持續提升經營質量與企業價值 真實可靠及時的信息報送與披露 建立維護有效溝通渠道
<p>政府及監管機構</p>	<ul style="list-style-type: none"> 合法合規經營 完善的內部控制和風險管理 信息披露準確透明 負責任的公司形象 安全運營 	<ul style="list-style-type: none"> 定期信息報送 會議／研討會 日常溝通 文件下發與遞交／現場指導 合規報告 	<ul style="list-style-type: none"> 加強內部監管與合規運營 及時響應相關問詢 關鍵事項前置溝通
<p>消費者</p>	<ul style="list-style-type: none"> 食品安全及衛生 餐品質量及多元化 優質服務體驗 營養健康的食品 顧客隱私保護 消費訴求及時響應 	<ul style="list-style-type: none"> 客戶滿意度調查和意見表 服務投訴與回應 公司官網反饋 門店服務溝通 海底撈會員商城售後評價 客戶服務中心和熱線電話 	<ul style="list-style-type: none"> 食品安全體系及管理 嚴控食材採購、加工、出品 個性化服務 定期調查會員反饋 優化就餐環境 保障消費者權益 快速響應與妥善處理消費訴求

利益相關方	期望與要求	溝通方式	我們的回應
 <p>員工</p>	<ul style="list-style-type: none"> 保障員工合法權益 職業健康及安全 改善員工薪酬福利 提供平等就業機會 培訓與發展 	<ul style="list-style-type: none"> 勞動合同及規章制度 員工滿意度調查 員工溝通大會 員工關懷活動 「海好有你」內部線上平台 	<ul style="list-style-type: none"> 公平招聘與平等就業 完善薪酬福利體系 豐富的員工培訓 優化職業發展渠道 員工幫扶 充分聽取員工意見 保障員工健康與安全 維護員工合法權益
 <p>供應商及合作夥伴</p>	<ul style="list-style-type: none"> 公平、透明、穩定、可持續的合作關係 質量保障 誠信履約 合作共贏 	<ul style="list-style-type: none"> 定期供應商會議 供應商／承包商准入、評估、考核機制 實地視察、輔導與交流 	<ul style="list-style-type: none"> 完善供應商管理制度 強化供應商質量管控 堅持公平公開的採購 提升合作夥伴的可持續能力 年度供應商大會
 <p>社區及公眾</p>	<ul style="list-style-type: none"> 依法合規經營 參與社區公益 創造就業崗位 助推經濟發展 促進和諧發展 負責任的公司形象 	<ul style="list-style-type: none"> 信息披露 社區投資計劃 參與公益活動 黨建工作 	<ul style="list-style-type: none"> 開展志願者服務活動 履行企業社會責任 開展社會公益活動 開展鄉村振興活動
 <p>專家</p>	<ul style="list-style-type: none"> 信息披露準確透明 高質量的行業標準 可持續發展經驗交流共享 	<ul style="list-style-type: none"> 專題座談 行業交流 課題研究 	<ul style="list-style-type: none"> 積極參與行業交流 信息披露準確透明 參與行業標準編寫
 <p>公益組織</p>	<ul style="list-style-type: none"> 堅持綠色運營 倡導環保理念 積極參與公益項目與社會價值創造 	<ul style="list-style-type: none"> 信息披露 參與公益活動 	<ul style="list-style-type: none"> 堅持倡導綠色運營 餐廚垃圾嚴格管理 開展社會公益活動



重要性議題分析

公司基於餐飲行業特點及自身業務模式，在上一年重要性議題的基礎上，綜合考量最新監管政策、行業標準、發展趨勢及利益相關方關切，通過對標分析、多方研討等方式，系統開展本年度重要性議題識別與評估工作。

議題識別

公司參考聯交所《環境、社會及管治報告守則》、明晟（MSCI）ESG 餐飲行業評級等監管要求與投資者關注重點，通過同行企業對標分析、專家評估等方式，對同類議題進行整合歸納，最終篩選出 21 項重要性議題。

議題調研

公司面向董事、高級管理層、員工、政府及監管機構、股東及投資者、供應商及合作夥伴、消費者、社區及公眾、專家、公益組織等內外部利益相關方開展問卷調研，共計收到 1,349 份有效問卷，綜合評估各項議題對公司的業務發展的內部影響及對環境與社會的外部影響。

議題排序

基於問卷調研結果，公司從「對海底撈的重要性」和「對利益相關方的重要性」兩個維度分析，對議題進行優先順序排序，形成海底撈 2025 年 ESG 重要性議題矩陣，劃分高度重要、中度重要及一般重要議題，保證議題識別與評估結果客觀、全面。

議題審核

內部管理層和外部專家對重要性議題分析過程進行審核，並將重要性議題分析結果呈 ESG 工作小組及董事會審議，最終確定海底撈 2025 年 ESG 重要性議題矩陣。

海底撈 2025 年 ESG 重要性議題矩陣



根據重要性分析結果，本公司重點關注高度重要性議題，並在本報告中做重點披露，以反映我們在 ESG 方面的重點工作開展情況，回應利益相關方關注。

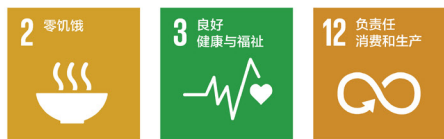
重要程度	議題	回應章節
高度重要議題	食物損耗及廢棄物管理	綠色發展
	員工權益保護	以人為本
	員工薪酬福利	以人為本
	食品安全	食安先行
中度重要議題	職業健康與安全	以人為本
	資源管理	綠色發展
	包裝材料使用	綠色發展
	多元、平等與包容	以人為本
	產品研發與創新	食安先行
	責任供應鏈	食安先行
	公司治理與風險管控	誠信經營
	員工培訓與發展	以人為本
	客戶關係管理	貼心服務
	商業道德與反貪污	誠信經營
	營養與健康	食安先行
	知識產權保護	誠信經營
	應對氣候變化	綠色發展
一般重要議題	智慧化運營	食安先行
	社區投資與公益	賦能社區
	信息安全與數據隱私	貼心服務
	負責任營銷	誠信經營

01

食安先行

公司堅守食品安全底線，建立並持續完善覆蓋供應鏈、生產加工、物流倉儲及終端門店的全流程食品安全管理體系，通過健全制度規範、強化風險識別與防控、推進數字化管控與追溯、完善應急處置機制、加強食安文化建設等舉措，對各關鍵環節實施嚴格、規範、全程化管控，不斷提升食品安全治理水平與風險應對能力，切實保障消費者飲食安全與身體健康。

回應SDGs:





關注食品安全

海底撈嚴格遵守《中華人民共和國食品安全法》《餐飲服務食品安全操作規範》等國家及各運營區域相關法律法規及食品安全監管規定，堅持依法經營、規範運營。公司結合自身運營特點與管理需求，在門店端與供應鏈端建立並持續完善食品安全內部管理制度，形成合規底線清晰、管控覆蓋全面、執行標準統一的食物安全管理框架。

門店端

- 公司針對門店運營建立完善的食品安全管理制度，覆蓋原料與程序控制、進貨查驗、健康管理、人員管理、食品添加劑管理、培訓與考核、食品安全事故處理等關鍵領域。
- 相關文件包括但不限於《海底撈門店食品安全管理手冊》《海底撈門店食品安全衛生設計規範》《海底撈門店食品防護計劃》《新店食品安全培訓管理制度》《門店涉及安全、食品安全創新項目風險評估制度》等。
- 本年度我們新制定《門店特色料台食品安全管控要求》，新修訂《夏秋季食品安全加嚴要求行動方案 - 各崗位關鍵操作點》等文件。

供應鏈端

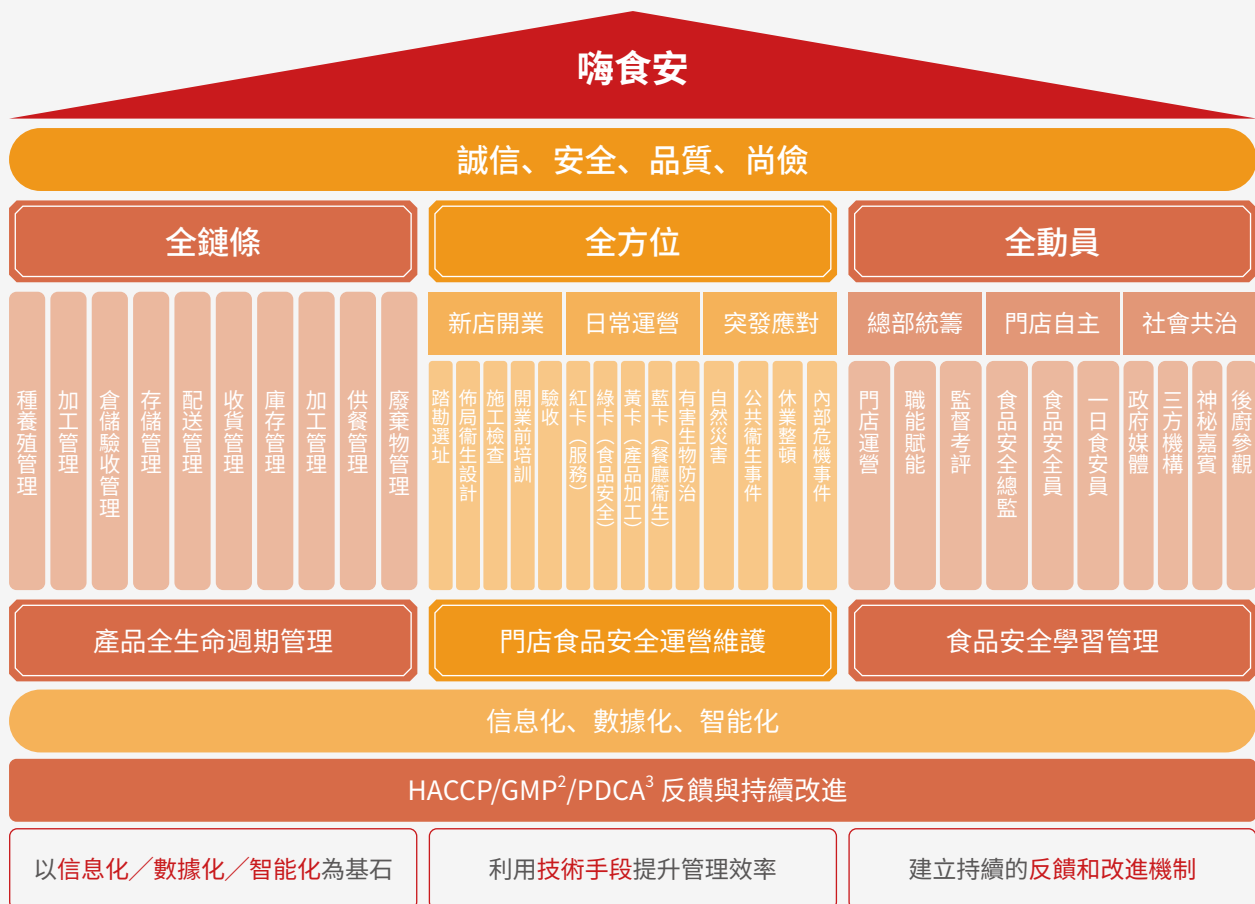
- 為實現供應鏈食品安全全流程管控，公司構建覆蓋供應商管理、產品質量控制、不合格品處理、產品召回等關鍵領域的管理制度體系。
- 相關文件包括但不限於《海底撈食品供應商索證索票管理制度》《海底撈供應鏈抽檢不合格應急處理制度》《原輔料標準制定及管控制度》等。
- 本年度我們新制定《海底撈供應鏈食品安全舉報管理規範》，新修訂《海底撈食品可食用判斷依據及禁售食材》等文件。



食品安全管理體系

海底撈參考行業領先的食品安全管理模式，參照 ISO 22000 食品安全管理體系認證及危害分析和關鍵控制點（HACCP¹）認證的要求，對食材採購、貯存、加工、包裝、運輸及銷售等環節實施標準化管控，構建「全鏈條、全方位、全動員」的「嗨食安」食品安全管理體系，全方面保障食品質量與安全。為保障食品安全管理體系有效落地，公司配備專職的食品安全及質量管理人員，採用內部飛行稽核與第三方外審機構審核相結合的方式，對食品安全管控情況開展常態化監督與評估，不斷提升管控效能。

2025 年，公司全面推進總部及門店 HACCP 體系認證籌備工作，搭建 7 類危害因素調查表框架，系統梳理潛在風險場景，為開展科學、精准的危害分析提供支撐。通過持續完善體系建設、強化過程監督與前置風險防控，公司全面提升食品安全治理水平，為消費者提供安全、可靠的餐飲消費保障。



¹ HACCP: Hazard Analysis and Critical Control Point, 危害分析及關鍵控制點。

² GMP: Good Manufacturing Practice, 良好生產規範。

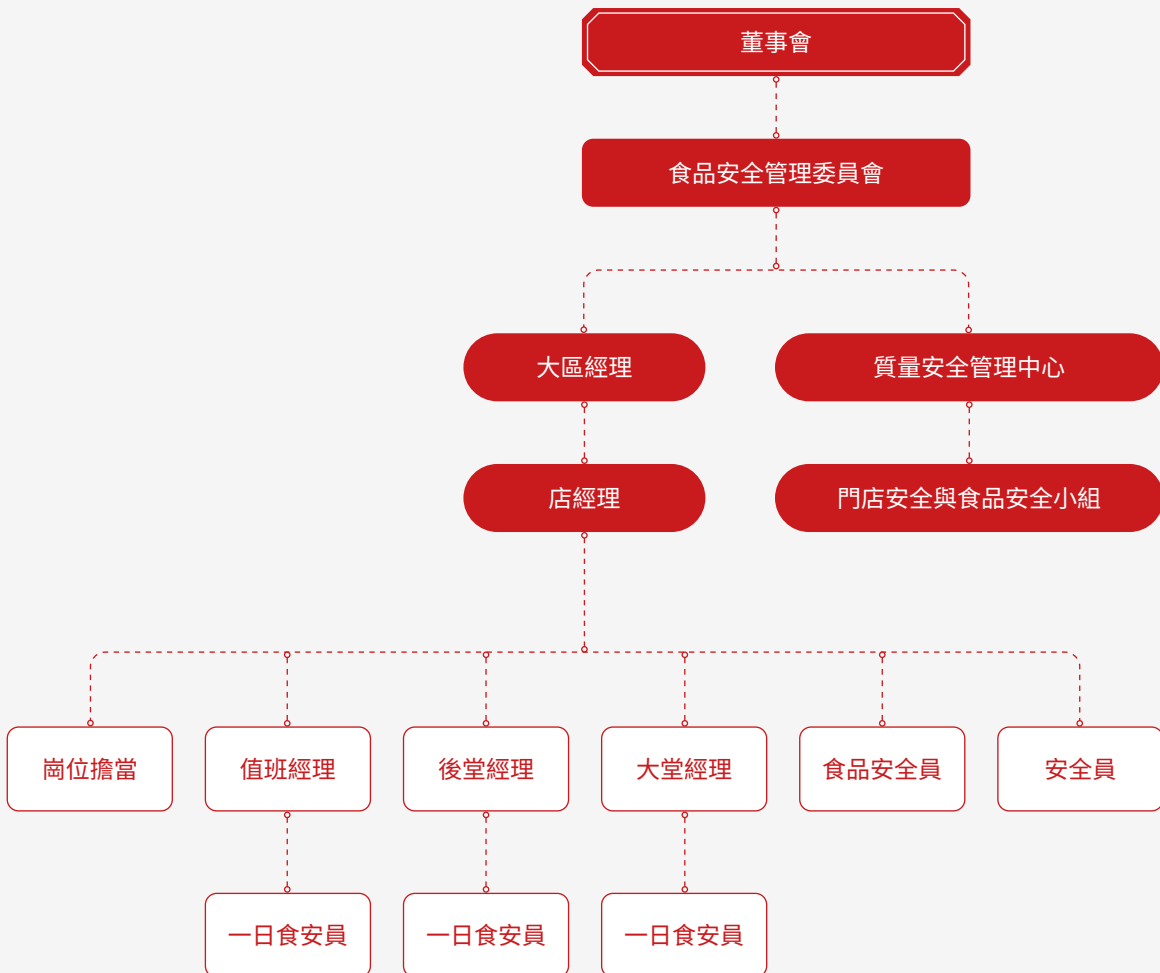
³ PDCA: 一種廣泛應用於質量管理、持續改進和問題解決的循環管理方法，由 Plan（計劃）、Do（執行）、Check（檢查）和 Act（處理）組成。

食品安全主體責任

海底撈嚴格遵守《食品生產經營企業落實食品安全主體責任監督管理規定》，制定《海底撈集團食品安全主體責任管理制度》，實行食品安全主體責任制，通過食品安全記分考核方式，將食品安全責任逐級分解、落實至各崗位。

公司建立自上而下的食品安全管理架構，成立以首席執行官為主要責任人的食品安全管理委員會，並由董事會對食品安全工作履行監督職責。公司質量安全管理中心從風險監測、輿情預警、技術服務支持的角度出發，持續開展供應鏈、中央廚房及門店端的監督、考核及提升。此外，我們為每家門店配備食品安全員，負責落實每日檢查、每週匯報和每月調度的工作機制，保障食品安全制度與流程得到全面、嚴格的執行。

食品安全管理架構





食品安全管理系統

海底撈以數字化手段賦能食品安全管理，依託質量安全主體責任系統、門店質量安全信息系統、門店智能監控識別系統、有害生物管理平台和質量安全打分系統，打造智能食安管理模式，確保食品安全工作高效、透明、可追溯，全面提升食品安全管控的效率與規範性。



質量安全主體責任系統

依託自查機制與月度調度會議總結，該系統可形成「自查發現問題、整改、任務佈置、任務催辦、驗證催辦」的閉環管理。食品安全員、質檢員負責任務執行，店經理審核監督執行情況，通過任務日曆直觀展示每日任務及狀態，實現食品安全工作的透明化、規範化和高效化管理。2025 年，系統將業務範圍由食品安全擴大至生產安全領域，門店各類任務平均合格率超過 99%。



門店質量安全信息系統

該系統已覆蓋全國門店應用的統一管理平台，集成食品安全和生產安全管理的 12 個模塊，支持手機端飛書互動。作為自研系統的統一後台，系統整合「門店智能監控」「門店食品安全主體責任」等系統的管理功能，實現資源分享和許可權同步。2025 年，系統全年推送專項排查業務，門店整改完成率達 95% 以上。



門店智能監控識別系統

該系統已覆蓋外送服務、第二品牌等業務，依託 AI 算法自動識別門店違規行為，並將告警信息即時推送至門店管理人員，以便及時核實與整改反饋。目前已上線 20 餘個算法，覆蓋鼠患檢測、員工違規操作、設備阻擋等場景，算法識別準確率達 90% 以上。



有害生物管理平台

該平台已正式上線覆蓋全國門店。服務人員通過微信小程序實現標準化消殺服務流程，支持門店服務評價與高風險門店自動識別。2025 年，平台累計為海底撈、第二品牌及外送門店提供服務超 3 萬次，實現門店有害生物防控規範化、智能化。



質量安全打分系統

該系統覆蓋包括海底撈、外送服務和第二品牌在內所有業態門店，面向所有門店員工提供飛書小程序應用，支持員工隨時查看自己扣分、加分和獎勵分情況，實現了門店質量安全考核的標準化、線上化。

樹立企業標準

海底撈執行嚴格的產品標準，制定多項食品安全內部檢測及驗收依據，覆蓋原料、工藝、理化指標、成品全流程。從採購源頭開始，我們嚴格監測病菌、農殘、獸殘、非法添加物、污染物及食品添加劑等食品安全指標，要求所有指標符合安全標準。

在強化自身標準建設的同時，公司積極參與行業、地方、團體標準的制定，參與制定《餐飲服務單位餐飲用具使用管理規範》《餐飲服務單位從業人員健康管理規範》兩項地方標準，以及《商品品質標準評估指南》《外賣食品包裝用封口標籤》等八項團體標準，完成《預製調理肉製品》企業標準的制定及備案。憑藉持續完善的食品安全管理與扎實的管控成效，2025 年，海底撈榮獲第十四屆中國食品健康七星獎。



海底撈榮獲第十四屆中國食品健康七星獎

食品安全風險管理

海底撈建立「產品全生命週期風險安全管控程序」，依託 PDCA 循環模式，實現研發、選品、新供應商准入、新產品生產落地、驗收、推向市場等環節的風險識別、評估、監測與管理，推動食品安全精細化管理。公司為每個產品建立食品安全風險管理檔案，在風險輸入和輸出環節均進行相應的信息記錄，減少風險評估和管控盲點，使產品風險管理具備可追溯性，同時提升管理的及時性和有效性。

風險識別、評估與監測

風險識別與梳理

- **體檢式風險排查：**在產品中試、首次量產及第二次生產時，對原材料、工藝、制程管理、檢測能力、門店使用等環節進行全面審查，識別潛在風險並嵌入管理流程，後續通過飛行審核驗證改進效果。
- **定向式風險排查：**針對輿情、消費者反饋、風險抽檢中發現的已知風險，深入排查原因並制定解決方案。
- **食品安全隱患梳理：**對門店及供應鏈實行風險為本的檢測計劃，梳理食品在生產及經營各個階段的安全隱患。我們定期委託第三方機構分析海底撈門店在原料驗收、備菜加工、出餐收餐、清洗消毒、垃圾管理等環節的風險，識別關鍵控制點並制定改進措施。



風險評估與前置管理

- **可食用食材及禁售食材判斷：**建立涵蓋普通食品原料、新食品原料、藥食同源物料、食品菌種及添加劑等的判斷依據。
- **核心產品全鏈條風險評估：**對核心產品進行全鏈條風險識別及評估，與第三方機構合作制定產品標準規範。
- **新品開發風險評估前置：**在新品開發及上市階段，動態調整風險評估工作，將其納入產品現場審核，檢查其安全性後再推向市場。
- **重大隱患應對機制：**針對重大食品安全隱患，我們啟動《海底撈食品安全隱患的產品替換流程》，產品達標後方可上市。

風險監測與動態管理

- **物料端監測：**對產品原料、出廠、到倉及型式進行檢測，開展風險抽檢，及時下架不合格產品。
- **門店與中央廚房監測：**對餐具、水、冰、油、小料台即食物料、自製飲料、塗抹監督（手、工器具、設備）等進行監控，按年度計劃執行抽檢，發現問題及時通報並進行輔導改善，通過複檢驗證整改效果。
- **輿情與政策響應：**針對食品安全輿情及新國標，及時開展應急響應、排查及風險抽檢驗證，保證無安全隱患。



食品安全質量管控



門店端

公司搭建標準管理系統，涵蓋標準的制定、審核、上傳與查看等功能，幫助後堂員工即時掌握最新操作流程規範，有效防範因標準不清、更新滯後帶來的質量風險。同時，公司依託《產品加工作業指導書》梳理風險點、優化流程持續提升產品質量，防範產品缺陷，並推行全項檢查與專項檢查相結合的產品檢查標準化機制，實現門店產品全覆蓋。

我們定期開展門店端食安檢查，監督門店運營符合食品安全標準。2025 年，我們開展門店質量安全檢查及指導 5,781 次，外送檢查 626 次，第二品牌門店 2,774 次，港澳台地區實施 92 次點檢排查。針對港澳台地區的特殊監管要求，我們通過信息化手段即時發佈日、周、月點檢計劃，實現檢查全覆蓋，港澳台食品安全日排查專項推送超 5,000 次。

同時，我們定期對門店端產品、餐具、小料台等進行抽檢。報告期內，我們全年對海底撈物料抽檢總計 1,350 家，對第二品牌及外送門店物料進行抽檢共 356 家。



供應鏈端

我們對供應商體系實施科學的風險分級，根據不同風險等級制定差異化的檢查策略。通過嚴格的資質審核、現場檢查及飛行檢查，我們確保供應商始終符合海底撈的高標準要求。本年度，供應商管理體系進一步完善，新增與食安部門的聯合審核機制，有效提升審核效率與風險識別能力。

我們制定原料和產品檢測計劃，覆蓋供應商出廠檢測、型式檢測、到貨驗收檢測及風險抽檢等項目。若出現風險抽檢不合格情況，我們將嚴格執行《海底撈供應鏈抽檢不合格應急處理制度》，保證問題不擴散。本年度，海底撈在全國共有 38 個具備檢測能力的分倉實驗室，蜀海工廠和沁海北京工廠檢測產品 34,793 批次。





倉配端

海底撈對倉儲管理實施全流程嚴控，按照《農藥殘留測試作業指導》《門店庫管收貨管理制度》等規範開展到貨驗收，重點核查運輸溫度、包裝完整性及產品質量，對於不符合要求的產品，堅決予以拒收處理。在入庫儲存環節，我們制定《食品儲存管理制度》和《物料管理制度》，針對不同食材的儲存要求進行嚴格規範，並密切監測保質期。為強化食材管控，我們將食材按照缺陷風險劃分為三個等級，覆蓋比例達 95% 以上，並按週期開展分級排查：一級風險產品每 2 個月全面排查，二級、三級風險產品分別每 6 個月、12 個月排查一次。

在物流配送方面，公司構建覆蓋全國門店的物流配送網絡，確保產品及時供應。針對冷凍、冷藏及常溫產品，我們制定了嚴格的裝車和運輸規範，配備連續溫度記錄儀，保證食品在運輸過程中的新鮮度和安全性。對於偏遠地區門店，我們通過增設外阜分倉和中央廚房設施，縮短配送時間，保證菜品新鮮度。

為提升信息流轉與問題處置效率，我們運用多維表格搭建產品質量看板，實現信息即時接收與任務精準派發，確保供應鏈各環節責任人快速響應、及時處置。針對紅線及重大風險問題，看板可助力快速預警、前置防控，最大限度降低潛在風險損失。

產品召回及應急處置

公司高度重視產品質量，持續完善產品追溯及召回管理流程，制定《海底撈供應鏈產品召回處理制度》《海底撈供應鏈食材及用品不合格品管理辦法》，明確各環節處理流程，確保食品質量安全問題可快速追溯、有效解決。本年度，海底撈無食材因安全與健康理由而在銷售後退回，已售或已運送產品總數中因安全與健康理由須回收的產品百分比為 0%，相關食材均在銷售前完成退回處理，未流向消費環節，未對消費者造成影響。

在出現質量安全異常或不合格情況時，公司將依據《海底撈供應鏈食品安全突發媒體事件應急處理制度》《海底撈供應鏈產品召回處理制度》《海底撈供應鏈食材及用品不合格品管理辦法》，迅速啟動應對機制，明確產品召回的程序與時效要求，確保處置工作規範有序。若門店收到因質量問題退回的商品，我們將立即進行源頭追溯，對產品批次、生產日期及供應商信息進行自查，並將相關情況上報至公司總部質量檢查部門。一旦確認問題源頭，公司將主動實施召回，並全程記錄召回過程，深入分析問題原因以制定改進措施。為持續提升應急處置能力，公司每年定期組織模擬召回演練，以強化召回風險防控能力。

產品召回制度適用場景

- 原輔料的召回；
- 因物流原因導致的退貨；
- 零庫存產品的退貨；
- 門店退貨的缺陷產品；
- 門店自身原因引發的退貨；
- 其他原因造成的退貨。

針對食品安全和質量的異常情況，公司制定《海底撈供應鏈食品安全突發媒體事件應急處理制度》《海底撈食材門店端嚴重異物應對管理辦法》《海底撈供應鏈抽檢不合格應急處理制度》，依據《食品安全事故應急處置方案》採取暫停供應、原因調查等應急處理措施，對涉事供應商及同城各門店進行全面排查，保證問題徹底整改。

《食品安全突發質量事件處理制度》

- **及時報告：**自事故發生之時 2 小時內向運營所在地衛生部門和市場監管部門報告；
- **立即搶救：**在第一時間組織救援隊伍，立即將受影響消費者送醫院治療；
- **保護現場：**在發生食品安全事故後，有關員工需立即停止生產經營活動，封存導致或者可能導致食品安全事故的食品及其原料、工具及用具、設備設施和現場。保護現場時對涉及的食物、食品用工具容器、餐具需要保留，為後續調查提供樣本證據；
- **配合調查：**涉事門店負責人及有關員工需配合調查部門進行食品安全事故調查處理，如實向調查部門反映食品安全事故情況。





食安文化建設

海底撈積極培育食品安全文化，構建覆蓋不同業務、不同層級、全體員工的食品安全培訓體系，年內常態化開展多次食品安全培訓，有效降低門店食品安全問題的發生率。通過食安特訓營、食安工作經驗分享視頻拍攝、食品安全現場輔導、食品安全專項活動、線上食品安全知識科普、質量安全微課堂等多樣化形式，公司持續強化員工的食安專業素養與責任意識，推動食安管理要求內化於心、外化於行。本年度，公司舉辦了 42 場在線安全培訓和 14 場線下安全培訓，超 13 萬人次參加在線安全培訓，超 300 人次參加線下安全培訓，培訓考核通過率也已達到 90%，為員工提供了豐富的學習資源。

針對關鍵崗位，公司持續加強食安培訓力度，全面提升各崗位人員專業能力：



針對崗位新員工

我們持續追蹤新員工、新店經理、新質檢員的課程學習情況，保證員工在新崗位及時掌握最新的食品安全要求。



針對後堂經理

我們組建了專門的產品培訓群，相關團隊每日在群內分享全國範圍內的共性问题，以便門店及時進行整改，提升產品的出品質量。同時，產品稽核負責人每月會進行集中培訓，詳細分析共性问题，進一步幫助門店掌握產品風險點和操作關鍵要點。



針對質檢員

我們定期開展系統性的自查工作，通過提升質檢員的產品知識和業務能力，強化門店產品複查，減少操作流程中的潛在錯誤，進一步保障出品質量。

為將培訓成果轉化為穩定的專業能力，公司鼓勵員工考取食品安全相關資質認證，以考促學、以證提能。本年度，後備質檢員考試參加 3,532 人次，通過率達 76%；初級食品安全員認證考試參加 2,912 人次，通過率達 72%；中級 B 質檢員認證考試參加 112 人，通過率達 58%。同時，公司開展質檢員崗位審核工作，質檢員崗位認證審核 3,592 人，中級質檢員崗位認證審核 159 人，人員專業能力與認證通過率均持續改善。

為適應多業態協同發展的佈局，公司同步推進新業務領域的食安能力建設，於 2025 年完成外送服務、焰請、舉高等多元業態的雙安全認證，以標準化、體系化管理推動食品安全管理能力向新業務領域延伸。



海底撈「一日食安員」

海底撈自 2019 年開始執行「一日食安員」制度，推動食品安全實現全員參與、全程監督。為培育「一日食安員」文化氛圍，通過設置「一日食安員」展板、佩戴專屬袖標等方式，公司即時公示食安工作動態、責任分工及檢查結果，讓食安管理透明化、可追溯；店經理及核心管理層主動牽頭參與「一日食安員」工作，以身作則帶動全員責任落實；公司創新增設「食安標兵」專項獎勵、流動紅旗評比、綠卡之星認證等，激發全員創先爭優的積極性。

食品安全系列活動

- 2025 年 3 月，公司開展食品安全強化月活動，利用 AI 監控系統對全國各門店的後廚食品操作規範進行即時監控。此次活動重點關注網帽、口罩、工服的正確穿著、餐具的規範清洗、垃圾桶的加蓋、行為習慣等 20 多個關鍵操作節點，確保上述環節都符合食品安全標準。對於檢查中發現問題的門店，公司組織全員複訓，確保每位員工都能熟練掌握並嚴格遵守操作規範；對違規門店進行嚴格考核，違規情況將成為季度評優的否決條件，以此推動門店持續改進。
- 2025 年 5 月，公司開展了食品安全員多維賦能活動。活動採用「理論授課 + 場景模擬 + 經驗分享」的創新組合式教學模式，對食品安全員進行集中培訓，提升食品安全員的專業素養和實際操作能力，確保食品安全管理要求在一線得到有效落實。



海底撈開展食品安全員多維賦能活動



食品安全系列活動

- 2025年6月，公司開展為期89天，覆蓋全國1,200+家門店的食品安全專項行動。本次行動以集中整治推動規範落地，通過開放後廚接受監督、運用AI監控實現風險預警、規範關鍵崗位交接、強化实操培訓、建立閉環隱患整改機制、開展主題活動、推行異物自查激勵、樹立標杆門店、開展食安科普等舉措，將食安管理深度融入日常運營，有效提升全員安全意識與操作規範性，持續築牢食品安全保障防線。



海底撈獲全國食品安全管理師職業技能大賽團體一等獎

在食品安全獎懲管理方面，我們建立了全面且多維度的激勵機制，激發員工和合作夥伴的積極性，共同提升食品安全與質量管理水平。

在門店端

我們推出「一日食安員獎勵積分兌換」計劃，激勵員工積極參與食品安全管理。全員通過「一日食安員」活動輪值的方式對當天的食品安全工作進行檢查、督促、查漏補缺，加強全員食品安全的紅線意識，加固海底撈的食品安全防線。

我們實施《海底撈國際供應鏈食品質量與安全積分獎懲管理制度》，推動供應商嚴格遵守食安標準。通過內部強化與外部倡導，我們將食品安全理念深植於員工的日常工作中，並向供應商傳遞海底撈嚴謹的食安價值觀。

在供應鏈端



驅動研發創新

海底撈以創新驅動發展，通過完善研發管理體系、激勵員工創新，持續優化健康產品與小份菜供應，並依託智慧前廳與後廚系統，提升運營效率與顧客體驗。

研發與創新管理

研發管理制度

海底撈建立完善的產品創新管理體系，設立產品管理部及產品委員會，負責新品研發的規範與執行。我們制定《海底撈產品開發流程制度》和《門店產品工藝流程管理制度》，明確新品研發的流程、標準和要求，保障研發工作的規範性與高效性。同時，我們結合中國烹飪協會《輕食營養配餐設計指南》，在功能表規劃中融入科學的營養搭配理念，為消費者提供更健康的飲食選擇。

創新激勵機制

為精準激勵產品創新，激發研發與業務團隊的積極性，公司制定《爆款產品獎勵規則》，新增區域性產品、本土化產品的爆款專項激勵，鼓勵研發人員結合區域消費特性開發適配產品，提升顧客就餐體驗。我們修訂《海底撈產品營銷推廣流程與制度》，明確各部門職責及新品開發時間節點，推動創新成果高效落地，並通過提升績效獎金等方式增強研發團隊的創新自驅力。

產品研發與優化

我們圍繞市場需求展開工作，通過數據分析把握消費趨勢與營養需求，並持續追蹤產品點單情況，致力於推出符合消費者期待的高品質產品。

優化核心風味，確保體驗穩定

我們持續升級經典產品風味與品質。例如，對「濃濃濃菌湯」進行全鏈路優化，確保口味穩定如一；應用超細粉碎技術升級清油底料，使麻辣風味更突出、涮菜更入味；並開發出多款風味三鮮鍋底，以豐富顧客的鍋底選擇。

革新保鮮技術，保障安全與口感

我們通過技術攻關保障產品的最佳食用狀態。重點開展麻醬保質期延長項目，通過技術改良使其冷藏保鮮期顯著延長，力求在維持優良風味的同時，確保食品安全與品質穩定。

科學管控品質，提升食用體驗

我們聯合高校開展專項研究，以科學手段提升關鍵食材體驗。例如，通過與某高校合作，建立毛肚品質的客觀評價體系，穩定並優化其口感；同時開發海底撈自屬酥肉裹粉配方，確保產品品質穩定，提升顧客滿意度。

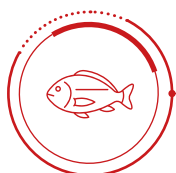


產品營養與健康

海底撈積極響應聯合國可持續發展目標「良好健康與福祉」及《「健康中國 2030」規劃綱要》等國家戰略指引，以科學膳食為指導，持續拓展及優化產品組合，力求以豐富多元的健康產品矩陣，滿足顧客對健康飲食的消費需求。

營養健康產品

我們致力於減少食品添加劑的使用，讓食材回歸天然本味。2025 年，公司重點規劃並上架了多款不含防腐劑與人工色素的天然健康產品，主要覆蓋以下品類：



鮮活食材系列

包括鮮切牛肉、鮮切海鮮、鮮切雞肉系列等，通過供應鏈優化確保食材從源頭到餐桌的鮮活與純淨。



天然湯底系列

開發如無花果雞湯、橄欖雞湯、五指毛桃雞湯、清雞湯及毋米粥等系列湯底，依靠食材本身賦予湯品醇厚風味。



健康零食系列

推出山楂條、山楂丁、開心果、瓜子及採用真空低溫油炸脫水技術加工的蔬菜脆片，在保留原料風味的基礎上，為消費者提供了更加健康的選擇。

我們積極響應「減鹽、減油、減糖」的國民健康飲食倡議，對產品配方進行針對性優化：



無鹽／低鹽產品

針對經典零食進行配方升級，例如新版鍋巴、新版嗨脆角的鈉含量較舊版已減少 30% 以上，顯著降低了食鹽攝入過量風險。



無糖／低糖產品

在多款飲品選項中新增「少糖」、「少少糖」、「無糖」／「去糖」標準化甜度選項，進一步突出了無糖／低糖的產品導向，滿足消費者健康需求。例如雲南酸木瓜「五分野」飲品提供「少少糖」版本，芭樂莓牛油果飲品推出「不另外加糖」版本，橙子非凡飲品、車厘子莓莓果茶飲品已上線「去糖」版本等。



低脂產品

研發並推出如孜然雞腿肉、青花椒雞片等家禽類產品，為消費者提供更多美味且低脂的健康選擇。

在提供基礎健康選擇的同時，我們也關注特定營養素的供給與食材品質的升級：



營養強化產品

我們已啟動對特定營養素（如碘、鐵、維生素 A/D、鋅）強化食品的研發規劃，旨在未來為有特殊需求的顧客提供更具針對性的營養支持方案。



有機產品

我們重視食材的自身品質，引入經權威認證的有機食材。例如，餐桌上的黑牛肝菌採購自雲南專業生產基地，該產品已連續多年獲得中國有機產品認證。未來，我們將繼續拓展此類合作，豐富有機食材選擇。

小份產品供應

為滿足顧客對合理份量與均衡營養的需求，海底撈系統性推進產品份量優化設計，已對大部分產品系列提供小份規格選擇，通過「半份菜品」、「四宮格鍋底」及創新「迷你撈」等模式，引導顧客按需點餐、合理搭配，幫助顧客更靈活地實現膳食多樣性與營養均衡。

我們通過經典產品份量設計優化，推動小份產品成為顧客點餐的主流選擇。2025 年，約 80% 的顧客在下單時會選擇「半份菜品」，約 70% 的銷量來源於半份菜品和可自由搭配的「四宮格鍋底」小份組合。

在此基礎上，我們針對特定用餐場景推出小份解決方案。2025 年，我們在南京試點推出工作日「迷你撈」午餐，為 1 至 2 人場景提供 27 款熱門菜品的四分之一份量選擇，通過小份產品供應與高性价比的組合，實現試點門店工作日午餐時段桌數環比增長 7%，營收增長 4%。此外，我們推出將菜品減量至四分之一份的雙人小份菜套餐，2025 年售出 40 萬份，為顧客實踐均衡膳食提供支持。



工作日「迷你撈」午餐



智慧化運營

海底撈致力於通過數字技術與自動化設備的深度融合，系統性推動前廳服務與後廚加工的智慧化轉型，以全面提升運營效率、服務品質與食品安全管理水平。

場景	項目名稱	項目內容與成效
智慧前廳	智能待客系統	通過 AI 視頻分析技術即時識別餐位狀態並同步信息至門店迎客員工的服務終端，以優化餐位周轉，該項目已在超過 1,200 家門店部署。
	嗨美一體機	整合充電寶租借、照片列印、排號顯示、冰箱貼配件售賣等多項功能，以優化門店迎客區佈局、節約空間與設備成本，目前已在 130 餘家門店落地。
	智能洗地機	集洗、刷、吸乾等功能於一體，旨在提升清潔工作的效率與標準化水平，已在 490 餘家門店投入使用。
	傳菜機器人	用於替代人工完成傳菜、送餐等任務，以提升運營效率並為顧客帶來新穎的用餐體驗，目前已在超 300 家門店應用。
智慧後廚	效期打印機	列印食材效期標籤，以避免人工記錄錯誤導致的食安風險，並提升工作效率，已覆蓋約 1,100 家門店。
	鮮牛肉切片機	用於輔助實現鮮牛肉的標準化、高效切配，以降低用工門檻並保障出品穩定，已在 300 餘家門店應用。
	洗杯洗筷一體機	通過洗杯、洗筷功能整合，旨在節約設備占地面積、降低能耗並減少員工衛生維護時間，目前已在 40 餘家門店投入使用。
	廚餘垃圾處理設備	通過優化設計提高廢油回收率並減少廚餘垃圾排放量，目前在 30 餘家門店進行使用。
	自研打鍋機	與前台點餐系統連接，後廚接收數字化鍋底訂單以替代傳統紙質小票，降低漏單、錯單風險，目前正在 14 家門店試點運行。
	自研智能油炸機	優化升級現有油炸機，管理油脂使用週期並提升操作自動化水平，目前正在 6 家門店試點運行。

共築責任供應鏈

海底撈致力於構建透明、高效、負責任的供應鏈管理體系，系統化實施供應商全流程管理，完善產品溯源機制，並推行陽光採購、綠色採購與本地化採購等可持續實踐。我們持續與供應商深化溝通、協同賦能，共同提升供應鏈的韌性、品質與整體效能。

供應商管理體系

公司建立覆蓋供應商篩選、准入、評估與退出等環節的供應商全生命週期管理體系，將供應鏈的環境及社會風險管理要求融入《海底撈集團 A 類物料供應商管理制度》《海底撈對供應商及外部合作單位的激勵辦法》《供應商現場審核不合格處理辦法》等內部制度，以提升供應商管理的規範性與高效性。

2025 年度，公司於大中華地區合作的供應商總數超過 2,000 家，均依據該體系執行管理，其中 44 家供應商因環境與社會風險因素退出合作。

2025 年度



公司於大中華地區合作的供應商總數超過

2,000 家

大中華地區供應商地區分佈

1,762
83%



366
17%

- 中國大陸地區供應商數量
- 中國港澳台地區供應商數量



供應商篩選與准入

在供應商篩選環節，公司堅持高標準、嚴要求，全面評估供應商的規模、產能、經營狀況及安全運營能力，並將食品安全管控資質與表現作為核心指標。公司積極拓展與多家優質供應商的合作，並優先選擇在食品安全、質量管理方面表現卓越的行業領先企業，從源頭保障原材料和產品的高品質與安全性。

公司實施系統化的多層級准入審核機制，涵蓋樣品鑒定、資質審查、包裝審核、化驗檢測、現場審核及飛行檢查等多個環節，對資質審查或現場審核不合格的供應商實行一票否決。在食品安全審廠環節，我們重點考察供應商的生產環境、工廠管控及倉儲規範等方面，保證其生產全過程符合食品安全要求。

供應商評估與分級管理

公司基於科學評估對供應商及供應物料進行風險分級。每季度根據考核指標出具供應商績效等級，並據此確定後續的審核頻率與要求。物料風險等級依據國家抽檢結果、海底撈內部檢測數據、採購額度、使用場景及客訴情況等多維信息綜合判定；供應商風險等級則依據其審核結果、發現問題以及行業工藝複雜性進行評估。

公司建立全面的供應商績效評價體系，通過月度及年度考核，對供應商在交期、服務、成本、創新、食品安全及誠信等方面的表現進行綜合評估，並依據明確的積分標準進行分級管控。公司定期匯總分析供應商審核情況、專項問題與潛在風險，一旦發現異常立即啟動預警機制，並採取針對性措施，保證問題得到快速解決。

供應商幫扶與淘汰

公司秉持「幫扶為主、淘汰為輔」的原則，期望與供應商共同成長。在考慮淘汰供應商前，我們會與其充分溝通並提供針對性的幫扶指導。對於幫扶後仍未能達到要求的供應商，我們將採取暫停合作、列入黑名單終止合作或永久不啟用等措施。

產品溯源管理

海底撈高度重視供應鏈的溯源管理，建立系統化的產品溯源制度與管理體系。公司通過對關鍵品類實施全鏈條追溯，並推動供應商獲取環境可持續性認證，致力於保障產品質量與安全，提升供應鏈透明度，履行對消費者的承諾。

公司制定並公開發佈《負責任採購政策》，明確對可持續水產品、棕櫚油、牛肉和乳製品的溯源與可持續採購承諾。在組織層面，公司設立專項溯源項目組，並作為正式參與方加入中國烹飪協會、中國連鎖經營協會與中國飯店協會，共同推動行業供應鏈風險評估和緩解工作。

公司將溯源管理納入供應商全流程管理體系。在供應商准入審核、現場審核與飛行審核等環節，執行嚴格的追溯能力審查，包括文件驗證與現場追溯測試。在現場審核過程中，我們對加工產品進行不低於 3 批次的全鏈條追溯驗證，範圍涵蓋上游原料來源、供應商管控、到貨驗收、過程記錄及物料平衡追溯等關鍵環節。對於無法滿足追溯要求的供應商，公司將其列為重點風險對象並實施強化管理。

公司對關鍵品類實施專項溯源管理，部分水產品、棕櫚油產品、牛羊肉、乳製品可追溯至原產地。

水產品

針對性制定水產品供應商可持續能力提升計劃，重點聚焦海帶苗等核心水產品類。針對海帶苗產品，通過優化供應鏈、簽訂定向養殖合同，實現合作基地 100% 全鏈條可追溯，該品類產品已獲有機認證。

棕櫚油

截至 2025 年底，公司未直接採購棕櫚油，而是通過指定大型供應商進行間接採購與管理，其使用範圍也僅在部分區域的清油底料製作。

牛羊肉

對壓板牛羊肉等重點產品實施從加工廠的准入考察、運輸過程管控到門店到貨驗收以及儲存使用方式等全過程追溯與嚴格管理。

乳製品

主要與行業頭部品牌進行合作，部分鮮牛奶已獲中國與歐盟有機雙認證，具有可持續認證的乳製品採購額占比約 17%。國產乳製品可實現牧場級追溯，系統記錄奶源牧場、生產批次及檢驗報告等信息。公司通過年度供應商評估、現場審核與拜訪交流等方式，向供應商傳遞可持續發展理念與要求，支持乳製品供應商提升自身可持續發展水平並取得相關可持續認證。

通過構建覆蓋全鏈條的溯源體系，海底撈致力於為消費者提供安全可靠的產品，並推動產業鏈的可持續發展。



可持續採購實踐

海底撈將環境、社會與治理（ESG）理念全面融入供應鏈管理，通過建立系統的採購標準與協作機制，推動供應鏈合作夥伴共同踐行可持續發展目標。

合規准入

公司在供應商篩選與准入中，將合規性作為核心門檻，要求所有供應商嚴格遵守反貪污、勞工權益、健康與安全、環保相關的法律法規。我們優先與通過 ISO 14001 環境管理體系認證、ISO 22000 食品安全管理體系認證、HACCP 危害分析與關鍵控制點體系認證、BRC 全球食品標準認證、FSSC 22000 食品安全體系認證、ISO 45001 職業健康安全管理体系及 ISO 9000 質量管理體系認證的供應商合作。在准入審核階段，公司通過核查體系認證文件、現場評估及用工情況審查等多維度，驗證供應商的實際合規與管理能力。

綠色採購

公司制定綠色採購規劃，並將環保表現納入供應商評估體系。我們鼓勵供應商減少不必要的包裝材料使用，並優先採用可回收、可降解的環保材料。在外賣業務中，我們積極推廣使用甘蔗漿全降解餐盒、聚乳酸吸管和紙質吸管等可降解材料。在中央廚房等核心運營環節，我們優先引進環保、低能耗的先進設備，以降低能源消耗與污染物排放。

陽光採購

我們秉承「廉潔、公平、公正、公開」的原則，通過制定《海底撈禁令》，構建陽光採購體系，防範貪腐風險。我們要求關鍵崗位人員在首次拜訪供應商時簽署廉潔承諾函，明確禁止任何形式的利益輸送。同時，我們通過准入溝通、供應商大會、公開信等方式，向供應商宣貫廉潔要求，強調禁止行賄、送禮和宴請。

公司設立舉報與稽核機制，通過在公共區域張貼《海底撈對供應商和其他外部合作單位的激勵辦法》監督海報，鼓勵供應商對員工的違規行為進行舉報，並根據《海底撈供應商審核人員管理規定》及時處理，致力於構建廉潔共贏的可持續合作生態。

本地化採購

公司積極推動本地化採購，注重引入具有地理標誌的地方特色產品，以豐富產品多樣性。同時，公司致力於通過供應鏈助力鄉村振興，將偏遠地區的優質農產品推廣至全國門店，幫助農戶拓展市場，在創造經濟價值的同時，帶動社會效益提升。

供應鏈韌性

為應對極端氣候、自然災害等不可抗力帶來的供應中斷風險，公司依據《蜀海供應鏈應急配送服務規則》建立備用配送方案，保證關鍵物料在突發事件下仍能及時、穩定供應，提升整體供應鏈的韌性與可靠性。

供應商溝通與賦能

海底撈始終將供應商視為價值鏈中的關鍵夥伴，通過系統化溝通、能力提升與精準幫扶，推動供應鏈在食品安全、質量管理和可持續發展方面協同進步。

常態化溝通

公司每年舉辦「海底撈供應鏈大會」，邀請核心供應商共商創新路徑，分享行業趨勢與管理實踐，強化戰略協同。我們在會上表彰在產品研發、物流管理等方面表現突出的合作夥伴，傳遞長期主義價值導向。

同時，公司建立食品安全動態預警機制，每月通過官網及食品安全信息平台發佈法規更新與風險提示，針對蔬菜、水果等季節性物料提前預警，指導供應商優化生產與備貨安排，提升響應能力。

能力建設

為增強供應商食品安全管理能力，公司 2025 年共開展 7 期線下培訓，共覆蓋 244 家供應商，參加線下培訓人數為 271 人，內容涵蓋 HACCP、TACCP⁴、VACCP⁵ 實戰訓練專題培訓、異物管控專題培訓、新版 GB2760/7718/28050 專題培訓、衛生管理 & 有害生物防控專題培訓、過程管控培訓等重點議題，覆蓋核心供應商品控與管理人員，推動供應商合規意識與食品安全管理能力提升。

2025 年



共開展線下培訓

7 期



共覆蓋供應商

244 家



參加線下培訓人數為

271 人

⁴ TACCP: Threat Assessment and Critical Control Point, 威脅評估和關鍵控制點。

⁵ VACCP: Vulnerability Assessment and Critical Control Point, 脆弱性評估和關鍵控制點。



精準幫扶

針對准入審核、飛行審核或客戶投訴中發現的問題，公司建立覆蓋識別、指導與跟蹤的閉環幫扶機制，分類施策、精準支持。2025年，我們共對38家供應商開展專項幫扶，涵蓋質量體系、現場整改、工藝優化等方向，已達成29項改善目標，7家供應商因幫扶成效顯著被評為「質量改善優秀供應商」。

2025年



我們開展專項幫扶供應商共

38 家



已達成改善目標

29 項

案例

京津冀蔬菜供應鏈改善項目

為提升區域蔬菜供應穩定性，海底撈聯合蜀海推進「京津冀蔬菜基地化項目」，實施種植、加工與物流全鏈條優化。在種植端，佈局4個基地，實現9類重點蔬菜全年基地供貨率達79.6%；在加工端，通過現場指導，推動供應商優化操作規範、車間佈局及5S⁶視覺化管理；在物流端，通過配送網絡整合，京津冀蔬菜供應商至蜀海倉的單日運輸里程降低46%，運輸滿載率提升，日均收貨時間縮短，顯著改善食材新鮮度。項目實施後，蔬菜客訴量較2024年同期下降73%，供應鏈追溯系統與訂單智能協同系統方案同步落地，初步構建了標準化、可複製的蔬菜基地直供模式。

激勵機制

公司設立多元化激勵機制，認可供應商的卓越表現與持續進步。「海底撈質量獎」授予合作一年以上、質量表現穩定領先的核心供應商；「海底撈質量進步獎」則重點表彰在質量改進方面取得顯著突破的進取型夥伴。公司通過榮譽激勵與資源協同，營造積極的供應商成長生態。

⁶ 5S管理是一種現場管理方法，包括整理（Seiri）、整頓（Seiton）、清掃（Seiso）、清潔（Seiketsu）和素養（Shitsuke），旨在打造一個乾淨、有序、安全、高效的生產作業環境並消除各種潛在浪費。

02

贴心服务

公司始終堅持以顧客為中心，持續提升服務品質。通過優化就餐環境、創新沉浸式體驗、升級門店、會員及外送服務，滿足顧客多元需求；健全客戶投訴處理機制，依託滿意度調查持續改進，提升消費體驗；完善客戶信息安全與隱私保護體系，堅守負責任營銷原則，切實保障消費者合法權益。

回應SDGs:





打造貼心服務

我們嚴格把控門店食品安全，創新個性化服務模式，完善會員管理體系，暢通客戶反饋渠道，為每一位顧客提供安全、舒適、愉悅的用餐體驗。

優化顧客用餐體驗

公司以顧客需求為導向，持續從食品安全、環境舒適、服務關懷等多維度提升用餐體驗。在門店食品安全管理方面，我們嚴格執行國家標準，編制《海底撈門店食品安全管理手冊》《海底撈門店食品防護計劃》，堅持高標準的食品安全管控。公司全面規範門店環境衛生管理，定期對設施設備開展維護、保養、清潔與消毒，持續加強自助調味料區域新鮮度管理，在低峰時段採取食品覆膜、加蓋等防護措施，有效防範污染風險，為顧客打造安全放心的就餐環境。

在保障基礎用餐安全的同時，公司積極關注特殊群體需求，不斷提升服務的包容性與人性化水平。針對老人、病患、殘障人士、孕婦及兒童等群體，公司在其候餐、就餐、離店期間提供專屬關懷與便利服務，並對門店設施進行優化升級，設立母嬰室、改善衛生間設施，優化客戶用餐體驗。

為進一步保障顧客體驗與門店運營穩定，公司建立健全突發事件應急管理體系，制定《門店應急響應方案》，覆蓋因停電、停水、停燃氣、停蒸汽、設備故障損壞、自然災害、網絡故障導致的運營受阻，以及因公共衛生事件需要緊急閉店等多種情景，保障門店運營的穩定性，最大限度地降低突發事件對顧客安全與用餐體驗的影響。

公司將消費者的意見與反饋作為產品和服務優化的重要依據，建立《海底撈四色卡打卡規則》，從現場服務、產品製作、環境衛生和食品安全四大維度對門店運營進行全面評估。同時，公司開展小料台滿意度調研、深化用戶需求分析針對性制定細分人群拉新、喚醒及複購提升策略、措施，推動服務品質持續迭代。





踐行個性化服務理念

海底撈始終秉承「服務至上、顧客至上」的理念，以創新為核心，改變傳統的標準化、單一化的服務，提倡個性化的特色服務，將用心服務作為基本理念，致力於為顧客提供「貼心、溫心、舒心」的服務。



門店表演及服務

- 多元藝術表演

我們為消費者呈現了各類型精彩的表演藝術，包括撈面表演、變臉表演、舞蹈表演，以及生日慶祝，為顧客帶來一場視覺與味覺的雙重盛宴。

- 增值服務

我們的門店服務全方位滿足不同群體的消費者需求，提供例如手部護理、美甲等服務。在部分門店，我們也提供擦鞋、洗頭、兒童遊樂園、照片打印等服務。



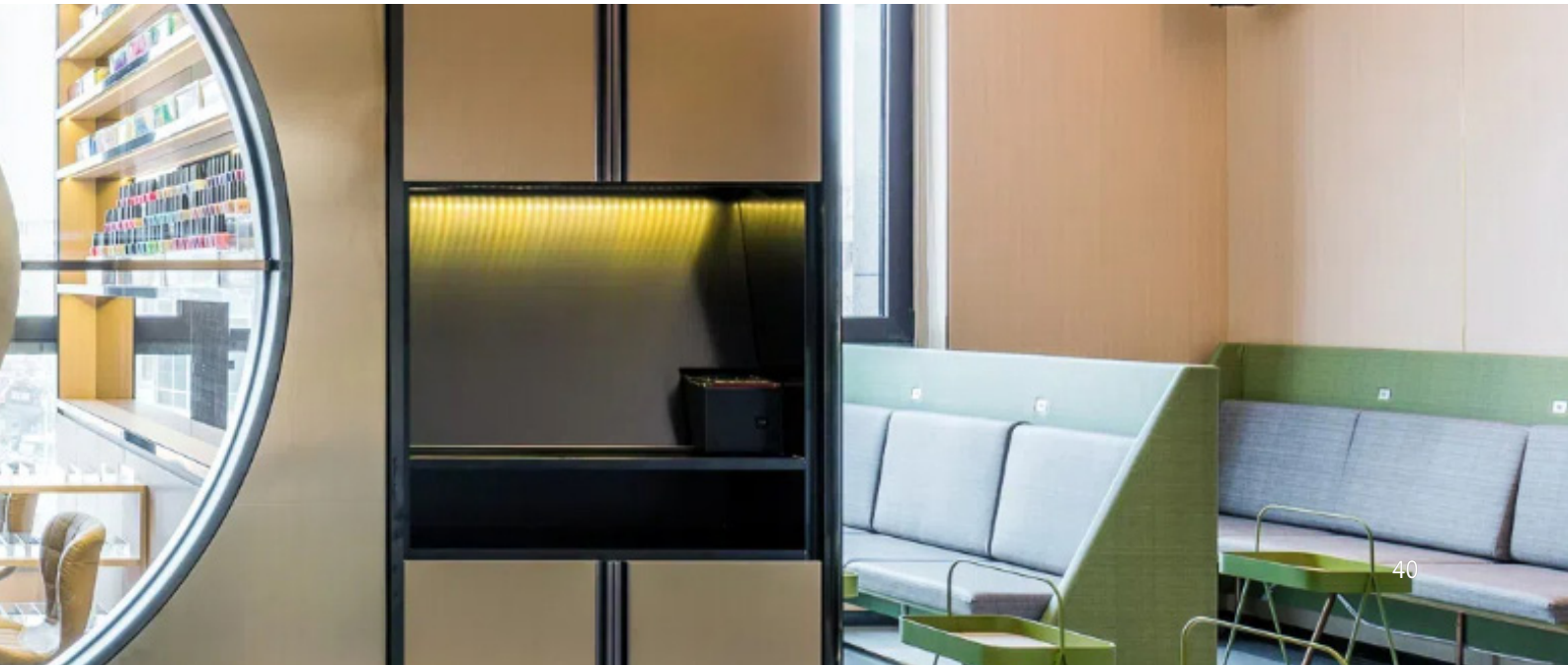
外送服務

- 助餐服務

我們突破傳統外賣模式的限制，創新性地在外送服務中加入現場擺盤、調配鍋底以及清理餐後垃圾等服務，全方位滿足消費者隨時隨地暢享火鍋美食的需求。

- 歡樂宴

我們推出創新的外送餐飲服務模式，為生日宴、家庭聚餐、商務宴請、團隊聚會等場合提供私人定製火鍋服務—「歡樂宴」，打造一場別具一格的火鍋盛宴。



升級會員服務體驗

我們制定《海底撈會員管理制度》，規範會員賬號、撈幣、數據及個人信息的管理，並通過官網、小程序、APP、點餐 iPad 等多種渠道公開會員權益。公司持續開展多樣化會員福利活動，通過設立及優化黑海排號快速通道、黑海贈菜、黑海專屬紀念勳章等專屬權益，不斷增強會員的體驗感與歸屬感。

2025 年



海底撈新增會員

3,700 萬



總註冊會員數超

2.2 億



會員商城及會員日

為提升會員在餐廳之外的體驗，我們推出線上平台「海底撈商城」，整合多元品牌的商品資源供會員選購，涵蓋海底撈月餅、生鮮食品以及跨界聯名商品等豐富選擇。公司設立週三會員日，推出免費菜品、堂食首單成長值加倍等專屬福利，以常態化週期活動強化用戶認知，有效帶動到店消費，提升用戶粘性與複購意願。



口味偏好設定

通過海底撈官方應用程序，會員可預先定製個人口味偏好，包括食材、辣度、麻度等選項。到店就餐時，我們將依據會員自訂的口味偏好，為其推薦火鍋底料、食材和調料。



親子活動

公司面向會員親子家庭開放線上報名通道，開展各類親子 DIY 互動體驗活動，讓家長安心就餐、兒童快樂候餐，顯著提升親子客群就餐體驗。同時，通過為兒童舉辦主題生日會、建立親子檔案打卡等暖心服務，持續提升品牌好感度。



提升消費者滿意度

海底撈以消費者體驗為核心，將客戶反饋作為服務提升的重要依據。公司搭建覆蓋門店、客服、外賣平台、部門郵箱、社交媒體、會員小程序／APP 和線上商城的多元客戶投訴受理渠道，實現顧客訴求全渠道歸集與快速響應。為進一步規範投訴處理流程，公司制定《顧客投訴處理規範》《投訴處理授權彌補管理規範》，對每起投訴進行動態跟進，確保投訴事項得到及時、專業處置。此外，公司在原有內部質檢監測員工服務質量的基礎上，創建由公司職能端、門店端人員構成的質檢團隊，通過雙向質檢精準識別服務短板，保障高水平的客戶服務。

為保障投訴處理高效閉環，公司建立以「快速響應、規範處置、根源解決、主動關懷」為核心的投訴處理機制，嚴格按照「接訴 - 複盤 - 安撫 - 解決 - 歸檔」規範處理投訴，保證問題妥善解決。業務部門對投訴處理過程即時監控、全程跟蹤，明確責任落實，並在處理期間主動向顧客同步進展情況，確保投訴處置過程透明、責任可追溯。本年度，公司針對不同投訴類型與顧客訴求，制定個性化服務補救方案，持續提升顧客滿意度與品牌認可度。同時，我們借助智能系統整合多渠道客訴信息，分析客訴問題，不斷提高投訴處理效率。本年度，公司收到有關產品、服務以及其他類型的投訴案例共計超 5 萬條，投訴個案解決率為 100%。

公司持續開展客戶滿意度調查工作，通過系統化、常態化的調研方式全面收集顧客意見，精準把握消費需求與服務改進方向。2025 年，公司客服好評度達 99.58%，客戶滿意度達 92.22%。

本年度



有關產品、服務以及其他類型的投訴案例共計超

5 萬條



投訴個案解決率為

100%

2025 年



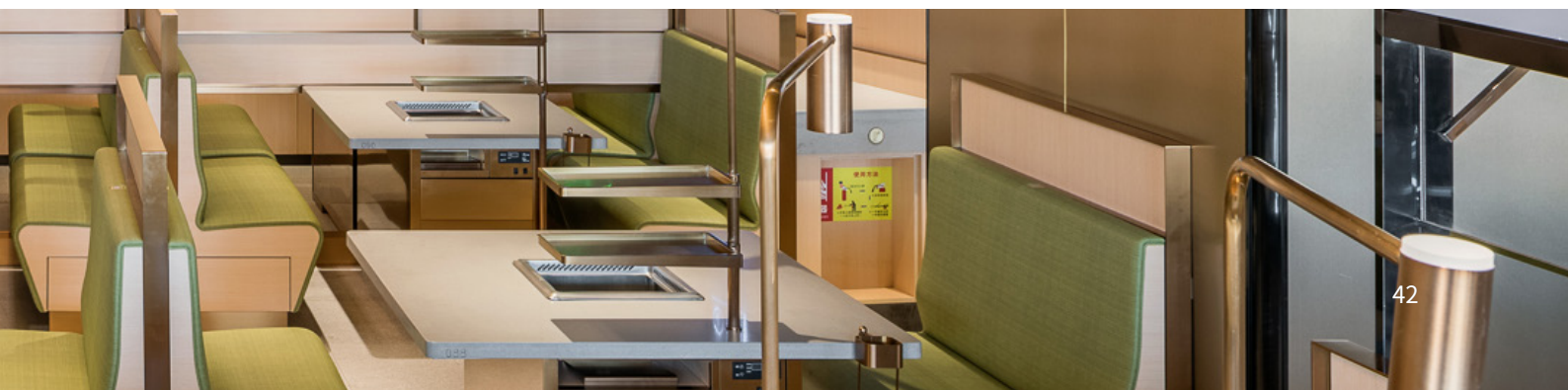
公司客服好評度達

99.58%



客戶滿意度達

92.22%



保護消費者權益

海底撈秉持負責任營銷理念，嚴格遵守相關法律法規開展各類營銷活動，注重信息安全與隱私保護，規範信息收集、使用、存儲及共享等行為，切實維護消費者合法權益。

信息安全與隱私保護

海底撈嚴格遵循《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，制定《顧客個人信息及隱私保護管理規範》《隱私政策更新流程相關制度》《海底撈會員數據使用規範》等內部制度，保證線上線下消費者信息的採集、使用與管理全流程合法合規。公司健全信息安全管理架構，設立數據安全合規小組，負責數據處理、數據安全和消費者信息保護的重大決策建議、應急處置、合規改進及培訓等工作，持續提升員工安全意識。報告期內，公司未發生任何違反數據安全與隱私保護的訴訟事件。

數據安全全生命週期管理

海底撈對消費者個人信息的管理貫穿數據採集、傳輸、使用、存儲、對外提供及銷毀的全過程，保證每個環節均符合法律法規要求並充分尊重用戶權益。在數據採集階段，我們堅持合法正當、最小必要、公開透明原則，保證事前獲得消費者的明確同意。我們採用加密技術傳輸和存儲個人信息，對需展示的個人信息採取去標識化處理等措施進行脫敏，減少洩露風險。在數據共享和對外提供方面，海底撈實施嚴格的審核機制，包括事前風險評估、共享授權、過程監管以及與第三方簽訂權責協議，保障數據共享的必要性和安全性。

網絡安全防護與應急處置

通過完善應急預案、強化日常巡檢、引入自動化工具等多重舉措，海底撈全面提升網絡風險應對水平。海底撈制定《網絡與信息安全事件應急預案》，保證在發生事件時能夠快速響應、妥善處置，並及時修復漏洞以防止再次發生。安全團隊定期進行網絡安全巡檢和滲透測試，強化敏感數據傳輸和存儲加密，有效降低數據洩露風險。此外，公司引入數據庫憑證自動化管理工具，實現數據庫賬號密碼託管和自動化輪換，減少潛在的憑證洩露風險，築牢網絡安全防線。

客戶隱私保護

公司高度重視客戶隱私保護，不斷優化隱私政策，依據《個人信息保護合規審計管理辦法》要求，建立內部自查與外部專業審計相結合的雙重監督機制，定期開展一次覆蓋個人信息收集、存儲、使用、共享、銷毀全生命週期的專項審計，強化問題整改閉環。針對存量業務系統存在的數據脫敏不徹底、傳輸存儲安全措施不足等問題，公司對用戶手機號、身份證號等敏感信息採用不可逆脫敏技術處理。此外，公司規定所有對外提供數據的項目必須開展個人信息保護影響評估（PIA），形成評估報告並留存歸檔，確保隱私保護要求落實到位。



負責任營銷

海底撈嚴格遵循《中華人民共和國廣告法》《中華人民共和國商標法》等法律法規，制定《品牌違規處罰流程》《廣告宣傳合規審核制度》和《中國內地社會化媒體平台管理規定》等內部制度，構建覆蓋營銷物料事前審核、營銷預警、月度抽查、輿情監測的全流程管控機制，對違規行為分級追責處置，致力於杜絕虛假及誇大宣傳，保障營銷宣傳合法合規。此外，海底撈規範自發營銷、異業營銷及媒體宣傳，並明確員工行為和第三方賬號管理標準，並持續關注監管動態，及時對不符合要求的內容進行整改或下架處理，確保營銷活動的合規性。

為適應市場環境的變化和營銷方式的創新，公司通過制度宣講和合規營銷培訓等方式，持續提升員工的合規營銷意識，依託品牌服務台定期推送月度營銷的反面案例，強化一線警示效果。本年度累計開展超 60 場培訓，覆蓋全體員工、門店經理、各職能部門等崗位，總參與人次超過 258 萬。

本年度



累計開展培訓超

60 場



參與人次超過

258 萬



03

以人為本

海底撈始終將員工視為最寶貴的財富，堅持合規僱傭，倡導多元包容，致力於打造公平、安全、有歸屬感的職場環境。我們通過具有競爭力的薪酬福利、健全的職業健康保障、系統化的培訓機制與開放的晉升通道，全方位支持員工實現個人價值，與企業共同成長。

回應SDGs：





堅持合規僱傭

吸納核心人才是海底撈保持競爭優勢、激發創新活力的關鍵。公司立足合規僱傭，構建開放多元的招聘渠道，支持員工釋放潛能，營造公平、公正、有序的僱傭環境。

員工招聘與僱傭

海底撈堅持合規平等僱傭原則，嚴格遵守《禁止使用童工規定》《中華人民共和國未成年人保護法》《中華人民共和國勞動法》等法律法規，並依據《海底撈國際控股有限公司內部招聘制度》《職能部門員工招聘管理制度》《16-18 歲員工健康檢查相關規定》等內部制度規範僱傭管理。海底撈認可並尊重《國際人權法案》《國際勞工組織關於工作中的基本原則和權利宣言》《聯合國全球契約十項原則》以及《聯合國工商業與人權指導原則》中的基本原則，發佈《員工僱傭與多元化政策》，明令禁止僱傭童工及任何形式的強迫勞動，落實人權保障措施。

我們採取自主招聘與委託第三方機構招聘相結合的方式，並積極通過校園招聘、內外部推薦等渠道吸引人才。2025 年，我們持續推進靈活用工模式，進一步提升非正式員工的招聘比例，通過兼職工等彈性崗位招聘在為門店保障用工的同時，也為更廣泛群體提供了靈活的就業選擇。

為從源頭防範童工及強迫勞工風險，公司建立並持續優化招聘管理措施。應聘者須提供有效身份證件並通過專業系統核驗年齡，未滿法定工作年齡者無法辦理入職。公司面向招聘人員及用工負責人開展專項培訓，明確禁止童工政策並提升童工風險識別能力。同時，公司對委託招聘的供應商進行資質審核與流程監督，確保其執行一致的僱傭標準，避免招聘不滿 16 周歲的未成年人。招聘過程中，應聘者將被完整告知工作內容、環境及薪酬待遇，杜絕虛假或欺詐招聘行為。

若發現僱傭童工情形，公司立即啟動應急預案：安排健康檢查並承擔費用，聯繫監護人並安排看護，記錄年齡信息以完善管理；對相關責任人依據制度予以嚴肅處理，切實保障未成年人合法權益。

公司致力於杜絕任何形式的強迫勞動與職場騷擾行為，加班安排遵循自願原則，通過管理層與員工的溝通達成工作安排共識。我們持續運營員工權益保護熱線與匿名舉報平台，確保員工的意見與訴求能夠得到及時響應與保密處理。2025 年度，海底撈未發生僱傭童工或強迫勞工事件。

2025 年



海底撈僱傭童工或強迫勞工事件

未发生

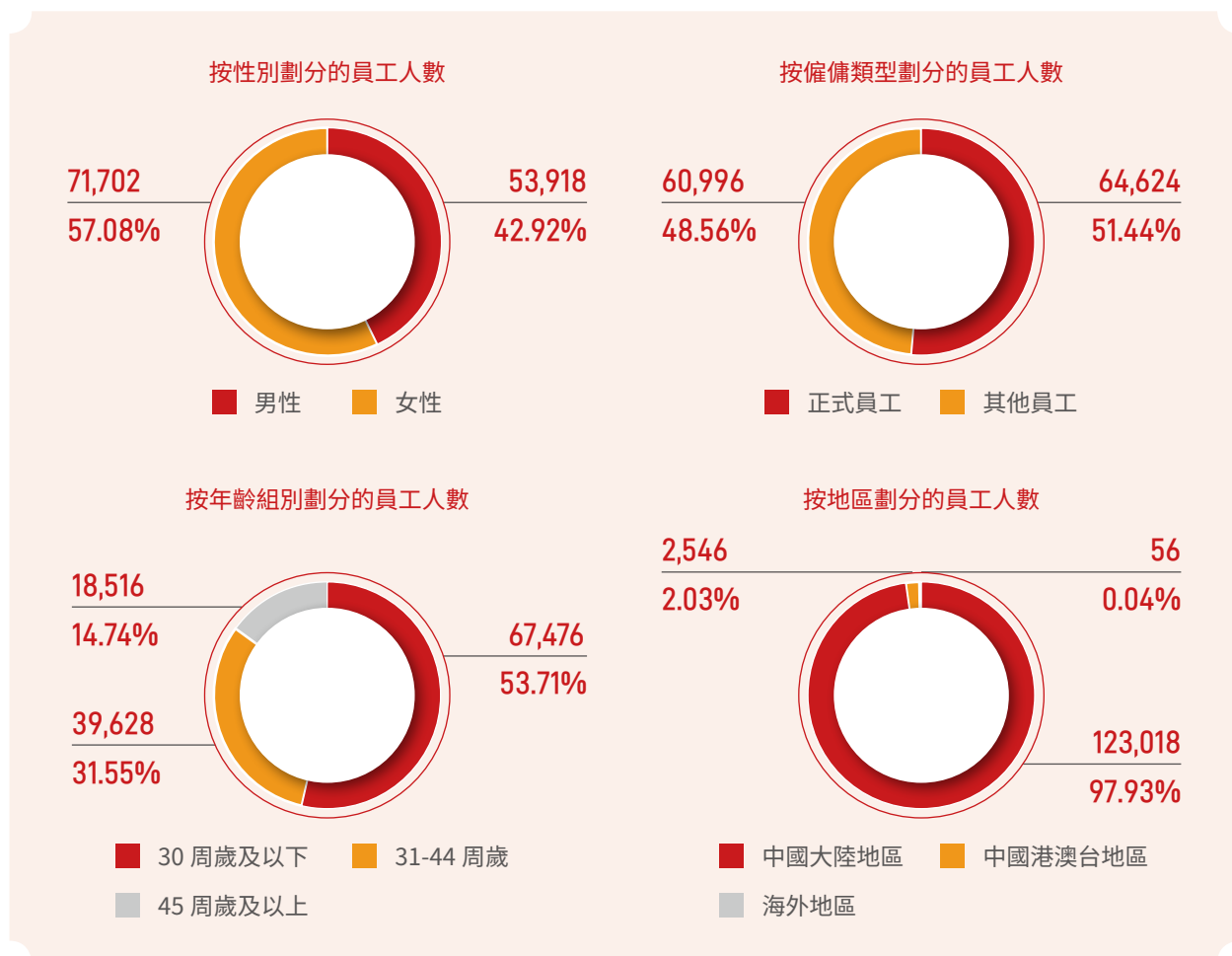


多元、平等與包容

海底撈秉持多元、平等與包容的文化理念，致力於構建多元共融的職場生態。在人才引進、選拔、培育、任用與保留的全週期中，我們嚴格貫徹公平原則，全面推行反歧視機制，以能力與潛力為選拔標準，避免基於性別、種族、身體狀況、年齡、宗教信仰、性取向、國籍或家庭背景的偏見與不公。截至 2025 年 12 月 31 日，海底撈女性員工占比達 57%。

公司通過第三方機構協作推進弱勢群體就業，為殘障人士定製就業方案，與特殊教育高校合作舉辦專場招聘會，並提供現場諮詢。同時，我們持續優化無障礙工作環境，開展個性化職業發展指導，增設特殊群體福利補貼，致力於打造包容、公正的職業發展平台，鼓勵每位員工發掘自身潛能、實現自我價值。

海底撈設立反性騷擾中心，持續為員工提供專業支持與諮詢服務。員工如遇到或疑似遇到性騷擾行為，均可通過該中心尋求幫助。中心在接到諮詢或舉報後，將第一時間為員工提供必要協助，並視情況啟動調查與處理程式。對於超出中心職責範圍的事項，我們將協助對接專業機構或部門，相關費用由公司承擔。2025 年度，反性騷擾中心共收到並妥善處理員工反饋 2 例，均已在核實後與相關人員溝通並跟進解決。



保障員工權益

海底撈重視員工福祉，持續完善薪酬福利體系，用心落實員工關愛舉措，致力於提升員工滿意度，讓每一位夥伴在溫暖的大家庭中收穫價值與歸屬感。

薪酬政策

海底撈始終堅守同工同酬的原則，定期對薪酬制度進行嚴謹審查與優化調整，為員工提供有競爭力的薪酬。公司嚴格執行國家規定，制定《海底撈集團薪酬管理制度》《計件工資管理辦法》《各級幹部及骨幹員工獎勵方案》《創業相關人員激勵辦法》《多管店激勵辦法》等薪酬管理與激勵制度，形成覆蓋全員、貫穿職業發展全週期的薪酬激勵體系。

海底撈根據員工的崗位和層級制定差異化的薪酬管理方案，全體員工均有資格獲得基於績效的可變薪酬，實現公平激勵與績效驅動的有機結合。



對於基層員工，我們將門店普通員工及外送服務人員的勞動報酬與實際工作量直接關聯，踐行「按勞分配、多勞多得」的計件工資原則，激發一線員工的工作積極性。當門店實現盈利目標時，我們會對表現卓越的員工實施利潤提成獎勵機制，讓員工共享企業發展成果。



對於店經理等基層管理崗位，公司採用「基本工資+門店利潤提成+其他獎勵」的複合薪酬結構，利潤提成緊密掛鉤門店經營業績。



關於總部職能員工，薪酬採用「基本工資+浮動績效工資和年度達標獎金」結合的薪酬模式，浮動薪酬與月度或季度績效結果直接相關，年度達標獎金與公司經營目標達成直接相關。

為進一步調動員工的積極性，2025 年公司採納了新的股份激勵計劃，在本次股份激勵計劃下，我們計劃首批授予總經理辦公會委員、優秀大區經理、職能部門優秀負責人等核心員工。通過股份激勵，海底撈將高層管理者的個人利益與企業的長期發展實現深度綁定，激勵他們以主人翁的身份參與企業戰略決策和經營管理，推動企業實現可持續發展。





福利待遇

員工福利

海底撈圍繞員工身心健康與家庭生活，構建覆蓋不同崗位、職級與工作年限的多層次福利保障體系。公司制定《店經理 A 級制度》《海底撈榮譽管理辦法》等內部制度，提供覆蓋重大疾病與意外傷害的補充商業保險，嚴格執行包括婚假、喪假、產假、育兒假等在內的國家法定假期及帶薪年休假制度。

公司為門店一線員工提供免費食宿、工裝等生活保障，並提供生日補貼、門店用餐折扣、工齡工資及榮譽獎金等常態化福利。針對管理層員工，公司提供父母及子女等多形式親屬補貼。面向本科及以上學歷員工，我們設立「英才計劃生」專項補貼。對工齡滿三年的員工，公司每年發放子女教育補貼，並設立專項教育基金，覆蓋幼兒園至大學學費。此外，對於工齡三年以上且月平均收入低於一定水平的員工，其考入大學的子女可獲「圓夢獎學金」。2025 年，公司為 625 名員工子女發放「圓夢獎學金」，總額約人民幣 550 萬元。

公司定期組織員工家屬體檢、節日慰問，春節為留守員工家屬寄送年貨等福利活動，依托榮譽員工每年 1 次的用餐制度，開設「家庭開放日」，邀請榮譽員工家屬體驗免費火鍋。為支持員工建立和諧親子關係、平衡工作與家庭生活，公司提供親子陪伴補貼，並邀請心理諮詢師開設線上親子講座、舉辦線下親子活動。截至 2025 年底，親子陪伴累計惠及員工家庭 4,240 個、兒童 4,320 名。

2025 年



公司「圓夢獎學金」覆蓋員工子女

625 名



總額約人民幣

550 萬元



親子陪伴累計惠及員工家庭

4,240 個



兒童

4,320 名

公司充分尊重多元文化與員工個體差異，為少數民族員工設立開齋節、古爾邦節等民族節日假期。針對女性及孕期員工，公司提供足額產假薪酬，並合理安排調崗以規避高強度工作；同時配備專屬生活關懷用品，對女性管理層員工額外發放保育及育嬰補貼，保障其職場權益與身心健康。

公司制定《海底撈慈善救助基金管理辦法》，建立覆蓋員工及直系親屬的困難員工幫扶機制。大區經理及各部門負責人每季度排查區域內困難員工情況，協助其申請專項救助基金，核實後快速審批付款。救助申請獲批後，工會持續進行回訪關懷，助力員工家庭度過困難和危機。2025 年，共有 57 名員工申請救助基金或人道主義救助，發放救助金額超過人民幣 140 萬元。

員工溝通

海底撈圍繞「雙手改變命運」的核心價值觀，構建全渠道、多層次、閉環式的員工溝通體系與民主管理機制，致力於保障員工表達權、參與權和監督權，持續提升員工歸屬感與滿意度。我們建立總部、大區、門店三級常態化溝通機制，公司級定期召開「抱團大會」，區域級每月組織大區經理與店長溝通會議，門店級每週舉辦客戶信息交流會及茶話會、每月舉辦員工溝通大會。同時，工會代表列席高管會議，參與涉及員工權益的決策討論，並負責員工集體提案的收集與辦理，內容涵蓋薪酬福利、職業發展、工作環境等核心議題。

為了高效響應員工訴求，公司搭建多元化線上、線下反饋渠道。在線上，飛書工會服務台提供 24 小時人工服務，保證問題快速響應；「嗨圈」平台支持店經理實名或匿名向高層反饋經營問題；員工服務中心提供心理諮詢、生活幫助等工作以外的支持。在線下，公司在門店後堂及宿舍活動區域設置意見箱，由門店負責人專項管理，每月定期收集員工意見，確保員工心聲得到及時傾聽。工會專員網絡覆蓋全國門店，員工在宿舍或工作中遇到問題可第一時間聯繫所屬區域工會負責人。若問題未得到有效處理，員工可直接向區域工會專員或上級主管部門申訴，主管部門即委派專人跟進至妥善解決。

公司每月面向門店員工開展滿意度調研，聚焦員工餐、宿舍條件、設備設施、親情化工作及福利權益等維度，門店員工參與率持續保持在 80% 以上。針對調研中發現的問題，各門店均制定整改方案並落實反饋，形成發現、改進、回訪的閉環管理。

截至 2025 年底，海底撈工會實現全國性全覆蓋，會員涵蓋一線服務人員、管理崗位及職能部門員工。工會專門設立女職工委員會，針對性提供職場權益維護、生育關懷等服務，保障女性員工權益，營造平等、尊重的職場氛圍。

截至 2025 年底



海底撈工會實現

全國性全覆蓋





員工關愛

海底撈為員工提供包括定期體檢及醫療費用報銷等身體健康關愛措施，並開設線上「EAP（員工援助計劃）心動力」心理課堂，幫助員工緩解壓力，關愛心理健康。2025年，公司及區域工會共組織活動23場，涵蓋元宵猜燈謎、線上運動打卡、廣播體操比賽、春遊攝影、母親節主題活動、婦女節插花、端午及中秋傳統節日體驗、籃球與桌球友誼賽等多種形式，營造積極融洽的職場氛圍。

公司於全國各區域持續舉辦夏令營、冬令營等親子主題活動，內容涵蓋傳統文化、國防科技、軍事訓練、自然探索和趣味運動等，幫助員工在繁忙工作之餘增進與子女的情感交流，拓寬兒童視野，促進孩子的全面發展。2025年，親子類活動累計覆蓋員工及子女逾400人，活動滿意度保持高位。

2025年



親子類活動累計覆蓋員工及子女逾

400人



西北區域「泉暖童心、史蘊知行」夏令營



「少年無畏，青春鼎沸」夏令營



河南區域「軍風探古，匠心獨韻」夏令營



廣州區域「軍風淬志 遺韻潤心」夏令營

職業健康安全

海底撈秉持「安全第一、預防為主、綜合治理」的安全生產方針，持續完善職業健康安全管理體系，開展職業健康安全風險識別與管控，積極推進安全文化建設與全員安全素養提升，以扎實可靠的職業健康安全管理實踐，全面提升門店安全運營管理水平。

職業健康安全管理体系

公司嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國職業病防治法》等法律法規，制定《安全生產責任制度》《安全生產目標管理制度》《設備設施安全管理制度》《職業健康管理制度》《勞動防護用品管理規定》等內部制度，全面覆蓋目標管理、崗位規範操作、安全風險分級管控、突發事件應急響應、日常勞動防護及設備設施運行管理等關鍵環節。通過制度約束與執行監督並重，公司持續提升職業健康安全管理能力，切實守護員工的職業健康與生命安全。

海底撈立足門店運營管理實際，建立完善的安全生產管理架構，設立安全生產領導小組，明晰門店各崗位安全管理權責，推動安全生產管理工作高效落地、規範運行與持續優化。為全面落實安全生產各項要求，公司建立覆蓋各級領導、所有部門及組織、管理人員、全部崗位和人員的安全生產責任制，實現安全責任層層傳導。

- 店經理是門店安全生產的第一責任人，與公司簽署安全承諾書；
- 門店安全員與店經理簽署安全生產責任書，負責門店安全培訓、隱患排查與整改，違規行為糾正等工作，確保安全措施落實；
- 大堂、後堂、值班等各部門負責人與店經理簽署安全目標責任書，履行部門安全職責；
- 全體員工與所在部門負責人簽署安全生產責任書，落實崗位安全職責。

為持續提升門店安全管理質效，公司將「季度每千人員工人身傷害事件數」及「起火冒煙事件平均單店次數」等安全數據同比去年同期變化，並將職業健康安全指標納入經理層質量安全績效考評體系，強化各級管理者的安全履職意識，為門店長期安全、平穩、有序運營提供有力保障。

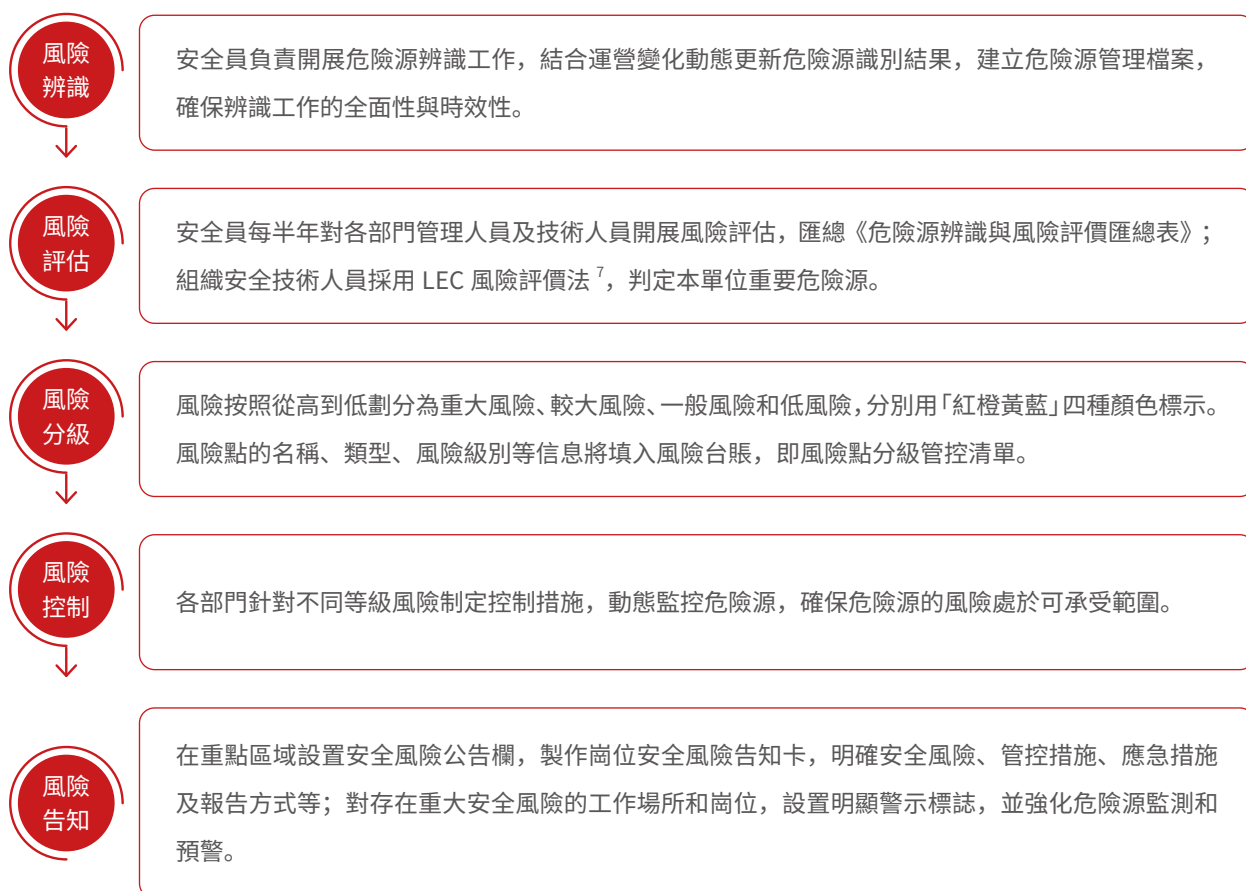


職業健康安全風險管理

海底撈制定《安全預測預警制度》《安全生產檢查和事故隱患排查治理管理制度》《危險源辨識和風險評價管理制度》《安全生產檢查制度》等內部制度，圍繞門店生產運營全流程及各類設備設施的安全運行與規範管理，建立「識別 - 評估 - 管控 - 警示」的職業健康安全風險管理體系，持續提升門店安全管控水平與風險防範能力。

本年度，公司對生產安全風險管理工作進行評估與分析，基於突發事件與安全事故情況、消防與設施安全相關檢查結果，形成 2025 年質量安全風險評估報告。同時，公司借助 AI 技術提升安全風險識別效率，通過 AI 智能監控識別明火預警、滅火器、配電箱阻擋、登梯作業、防火門不關閉等違規問題，並及時發出報警，強化風險前端防控。

職業健康安全風險管理流程



⁷ LEC 風險評價法：風險可通過公式（D=LEC）進行定量風險評價。其中：D- 風險評價值，L- 發生事故的可能性大小，E- 暴露於風險環境的頻繁程度，C- 發生事故產生的後果。

安全隱患排查與治理

為切實保障運營過程中顧客與員工的安全，有效防範各類安全事故，海底撈持續開展安全隱患排查與治理工作，通過安全檢查與專項改善相結合的方式，消除運營過程中的潛在風險。在日常運營中，海底撈對門店開展常態化安全隱患排查，檢查形式包括綜合安全檢查、專業安全檢查、季節安全檢查、節假日安全檢查和日常安全檢查，確保隱患及時發現、及時處理。

公司高度重視消防安全隱患的識別與治理，多措並舉強化消防安全管控。2025 年，公司對海底撈旗下門店開展質量安全檢查及指導的同時，同步進行現場消防檢查，切實築牢安全運營防線。

<p>制度保障</p>	<p>制定《消防安全管理手冊》，落實消防安全責任制，要求消防安全責任人簽訂消防安全承諾書。</p>
<p>日常檢查</p>	<p>實行三級防火安全檢查制度，各崗位每日進行班前、班中、班後檢查，確保用火、用電合規。</p>
<p>危化品管控</p>	<p>對運營中涉及的易燃、易爆化學品，公司嚴格執行限量使用和規範存儲的要求，確保危險源得到有效控制。</p>
<p>設施保障</p>	<p>自動噴水滅火系統、消防火災自動報警系統的設計、安裝及維護均嚴格遵循國家標準；保持安全疏散指示標誌、應急照明完好，燃氣和電氣設備、消防設施情況正常，安全出口和疏散通道暢通；定期對設備進行維修保養，並在倉庫明顯部位設置禁煙、禁火標誌，進一步強化安全管理。</p>
<p>應急配置</p>	<p>所有門店及員工宿舍均配置滅火器、防毒面罩等消防設備，確保緊急情況下的安全防護。</p>

為進一步降低運營過程中的安全風險，保障員工操作安全，公司針對後廚等重點區域推進多項改善措施：

切傷改善

在蔥花機刀盤前端增加可拆卸的防護罩，避免手部意外進入刀盤區域，降低切傷風險。



摔傷改善

使用地面防滑劑增加地面摩擦力，全國推廣使用斜坡防滑貼，降低滑倒摔傷風險。

燙傷改善

為蒸飯車增設防護託盤，防止蒸飯託盤掉落壓損上水浮球導致員工被熱水燙傷；增設油水分離器支撐擋板，平穩放置鍋底，避免熱油打翻燙傷員工。

燃氣測漏改善

將宿舍燃氣報警器改為直連模式，避免插座連接鬆動導致報警器失效，強化燃氣安全防護。

防火改善

優化電炒鍋檔位限控開關，控制擋位，防範員工直接使用高檔造成起火風險；小吃房檯面電磁爐加裝人體感應裝置，預防電磁爐脫崗導致的安全事故。

防火逃生改善

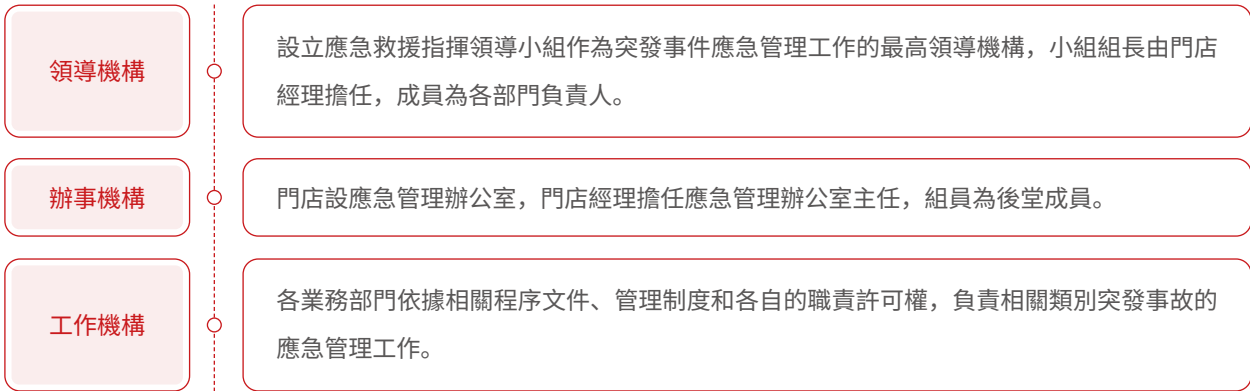
安裝工字型順位器，保證防火門有效關閉，延長順位器使用週期。

應急管理

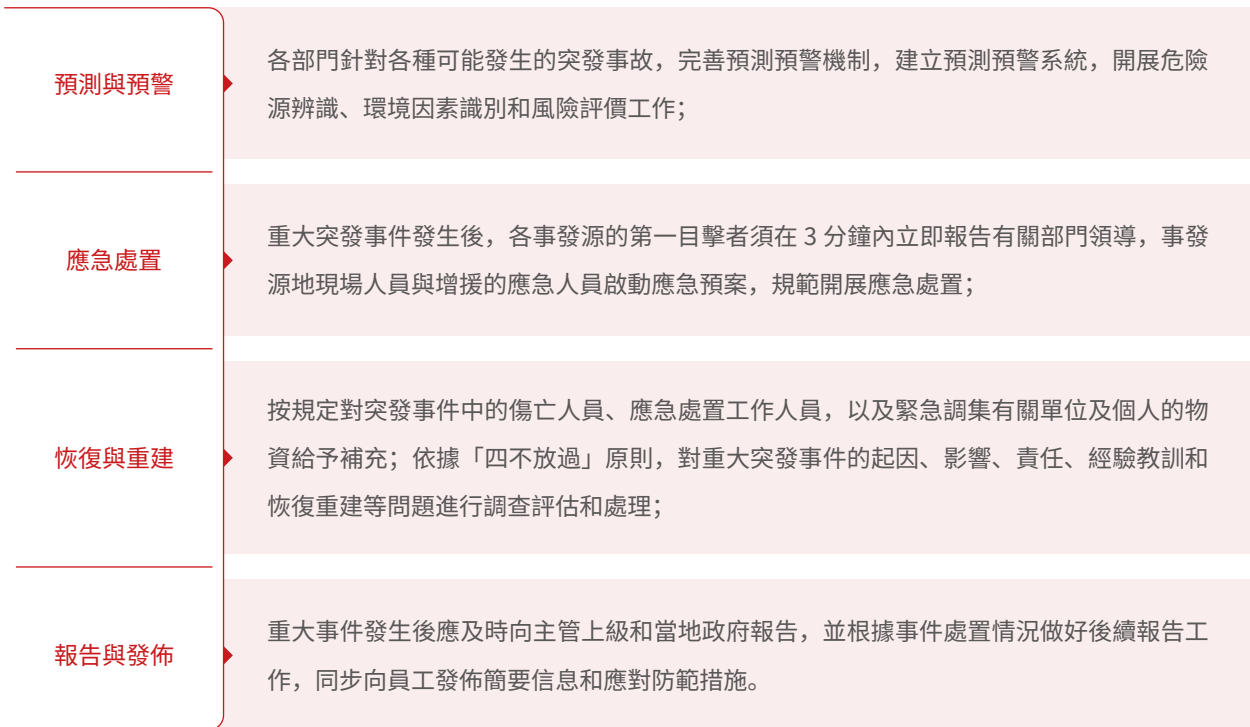
海底撈制定《應急救援管理制度》《日常急救手冊》《生產安全事故報告和調查處理制度》《生產安全事故應急預案》，明確應急管理全流程責任分工與執行要求，持續完善應急管理體系建設，同步推進應急預案更新、應急演練開展、應急隊伍培育、應急保障強化等重點工作，全面提升公司各類突發事件的應對能力。

公司明確設立三級應急管理組織架構，分工明確、協同高效，為突發事件應急處置提供堅實組織支撐。在完善組織架構的基礎上，公司建立科學規範的應急響應運行機制，覆蓋突發事件從預防預警到後期處置的全流程，確保應急工作規範有序、高效落地。

应急管理組織架構



應急響應運行機制



為檢驗應急預案的實用性與可操作性，強化全員應急處置技能，2025 年公司扎實推進應急演練常態化、規範化開展，全年共組織應急預案演練 10 次，演練場景全面覆蓋火災、觸電、機械傷害、灼燙、燃氣洩漏等餐飲運營高頻事故類型，通過以演促練、以練促改，持續優化應急響應流程，提升應急隊伍協同作戰能力，保證突發情況發生時能夠快速響應、高效處置。本年度，公司共計組織完成 52 場 KYT⁸ 風險預知訓練活動，門店執行率達 95%，提升全員安全素養。

⁸ 風險預知訓練 (KYT) 英文全稱為 Kiken Yochi Training，是一種通過讓崗位員工自行查找並記錄安全隱患點，再由安全員指導糾正，從而加深員工記憶與風險意識的安全培訓方法。



職業健康安全保障

公司始終將員工職業健康安全置於首要位置，多措並舉進行職業健康安全防護。為守護員工職業健康安全，海底撈結合不同崗位工作需求，為門店員工配備護目鏡、橡膠手套、防水圍裙等勞動保護用品；為外賣員配備頭盔、護膝、保暖裝備；為低溫工作場景員工提供禦寒羽絨服等。此外，除五險一金外，公司為每位員工（含鐘點工）購買意外險，提供額外健康保障。

健康安全文化建設

海底撈着力培育全員安全文化，通過構建系統完善的培訓體系，持續提升員工的安全技能。公司制定《安全培訓教育管理制度》，明確培訓標準與要求，保證員工熟練掌握必需的安全生產知識，樹立牢固的安全意識。在此基礎上，公司舉辦安全主題月、生產月活動，通過線上、線下多渠道開展分層分類安全教育培訓，推進全員覆蓋、精準賦能：

新上崗員工

安全員負責開展新員工單位級、部門、小組三級安全教育培訓，幫助新員工快速掌握崗位安全知識與操作規範。

門店安全員

開展後備安全員認證培訓，鼓勵安全員考取等級證書，持續提升安全專業能力。

特種作業人員

開展安全技術和操作技能的崗前培訓。

外來人員 (業務、訪問等)

外來進行業務洽談人員和參觀訪問、學習人員進入現場之前由責任部門進行口頭或書面告知安全注意事項和溫馨提示，提供相關防護用品。

相關方

對被派遣勞動者進行崗位安全操作規程和安全操作技能的教育和培訓。



2025 年，公司組織門店完成 3 次安全主題月活動、1 次安全生產月活動；在重慶、上海、湖北、北京、長春等地打造生產安全標杆店，以示範引領帶動整體安全管理水平提升。同時，公司常態化開展安全培訓 56 場，其中線上 42 場、線下 14 場，累計參與達 13 萬人次；並通過安全事例卡推送燙傷、切傷、撞傷、起火、交通安全和砸傷等內容共 76 次。

2025 年



公司常態化開展安全培訓

56 場



累計參與達

13 萬人次



海底撈開展安全員線下培訓會



海底撈開展生產安全線下培訓交流會



海底撈開展生產安全線下培訓交流會



海底撈為員工開展職業健康安全培訓

賦能員工發展

公司建立健全系統化培訓體系，為員工提供覆蓋職業技能、管理能力及綜合素質等多維度的培訓內容。同時，公司搭建公平、透明的晉升通道，助力員工實現長期穩定的職業發展，不斷激發團隊活力與組織效能。



人才培養

海底撈始終堅信員工的成長是企業可持續發展的動力，為人才培養工作規範化開展提供制度支撐。公司構建完整的培訓體系，通過線上線下相結合的方式，圍繞文化、制度、業務技能、知識素養及沙盤拓展等多個維度，為門店不同崗位員工提供多層次、多形式的培訓機會，全面提升員工專業能力與綜合素養。2025年，公司員工總培訓時長為3,379,021.60小時。

針對不同階段及崗位員工的需求，公司定製個性化學習方案，針對全職員工、兼職員工設置分類清晰、重點突出的培訓課程體系，兼顧管理能力與專業技能提升。其中，管理類培訓如後備店經理班、管培生培訓班等重點強化員工管理能力與領導力培養，各類技能培訓聚焦崗位實操水平與服務質量提升，形成管理與技能並行的人才培養格局，具體培訓課程設置如下：

崗位培訓		技能培訓
後備店經理班	待觀察店經理培訓班 - 雛鷹班	門迎特訓班
大堂經理培訓班	優秀店經理培訓班 - 雄鷹班	撈面班
擔當培訓班	培訓師培訓班	線上經營專題班
管培生培訓班	後堂經理班	變臉班
職能部門新員工培訓	專屬客戶經理培訓班	魔術師培訓班
在職店經理培訓班		質檢員培訓班
		庫管培訓班
		文員培訓班

2025年，公司全年開設線上線下業務技能培訓、企業文化宣傳及管理經驗賦能培訓班共計87期，參與人數達7,057人次。其中，總部舉辦了11期後備店經理班和6期管培生培訓，參訓人數超260人次，線上學習平台推送制度更新及員工心理建設等內容1,065條，累計學習超40萬人次，以扎實的培訓投入賦能員工職業發展。

為進一步完善人才梯隊建設，公司通過校企合作實習生培養計劃、門店及區域管培生培養計劃，持續儲備高素質、高潛力的後備管理人才，夯實人才梯隊基礎。結合人才成長與崗位發展需求，公司持續加大員工學習與成長支持力度，支持員工獲得專業技能相關認證，如後備店經理證書、中級安全員證書等，助力員工拓寬職業發展路徑、提升專業資質水平；提供遊戲化學習平台「Hi 遊戲」，以互動方式增強門店人員的學習體驗，進一步提升培訓實效。

公平晉升

海底撈為員工打造系統化、透明化的職業發展體系，制定《海底撈各級幹部產生辦法》，明確員工晉升路徑與成長通道。公司建構了從新員工到大區經理的逐級晉升爬山圖通道，並匹配了豐富的內外部課程，全方位賦能員工成長。此外，公司推出「紅石榴計劃」，積極激勵員工創業，從供應鏈保障、產品支持、門店運營指導等多個維度，為創業者提供全流程系統支持，助力第二品牌孵化，進一步拓寬員工職業發展邊界，為人才成長提供更多元的發展平台。

04

綠色發展

海底撈始終踐行綠色發展理念，積極履行環境責任，在經營全過程中關注綠色包裝，並落實氣候變化應對舉措，強化排放物全流程管控，持續提升能源資源利用效能，以務實行動降低企業運營對生態環境的負面影響，助力構建行業可持續發展生態。

回應SDGs:





應對氣候變化

在應對全球氣候變化的深刻挑戰中，海底撈深知氣候問題關乎人類共同未來，也與企業的長遠可持續發展緊密相連。我們積極將氣候因素納入公司戰略與運營的核心，致力於在不確定性中把握機遇，構建更具韌性的商業模式。

氣候變化管治

海底撈高度重視氣候變化，建立並持續完善「決策層 - 執行層 - 實踐層」的三級治理架構，將應對氣候變化議題的管治深度融入公司整體的可持續發展管理架構，確保氣候相關議題得到充分監督。

海底撈氣候治理職責與工作機制

治理架構	治理機構	職責內容及工作機制
決策層	董事會	<ul style="list-style-type: none"> 作為最高決策機構，確立氣候相關重大議題、審批目標並定期審查進展； 審閱年度可持續發展與氣候變化報告及其他氣候相關重大事項。
執行層	管理層及 ESG 工作小組	<ul style="list-style-type: none"> 公司管理層組建並領導各工作小組，執行推進氣候相關工作； 負責推進氣候戰略、風險識別與應對、監督各運營單位落實行動，並向董事會匯報； 監督可持續發展及氣候信息披露工作。
實踐層	各運營單位	<ul style="list-style-type: none"> 執行落實氣候行動，配合管理層及 ESG 工作小組佈置的相關工作，反饋氣候相關數據與信息； 編制各單位氣候風險應對規劃，支撐公司整體戰略制定； 落實氣候相關指標與目標，定期匯報進展。



為系統推進氣候治理工作，海底撈建立了與三級治理架構相匹配的常態化會議機制。決策層（董事會）每年至少召開一次專項會議，審議氣候戰略與重大決策；執行層（管理層及 ESG 工作小組）每季度至少召開一次會議，審議工作計劃、預算與報告，並上報董事會；各運營單位作為實踐層，則定期召開內部會議，討論具體工作進展與風險應對措施，並逐級向上匯報。

我們在管理層下設了專門的 ESG 工作小組，統籌履行氣候風險和機遇的管理與監督職能。ESG 工作小組將系統性地組織並監督氣候變化風險與機遇的識別與評估流程，牽頭推動制定應對策略與管理措施，並定期向董事會匯報相關風險管理進展。

海底撈亦重視可持續發展管理能力的系統化建設，通過邀請外部權威專家，面向董事會、管理層及 ESG 工作小組、各關鍵運營單位開展氣候變化專項培訓，深化各層級對國際主流治理框架與披露要求的理解，提升各層級氣候治理核心團隊對氣候相關風險與機遇的識別能力，從而全面提升公司在氣候議題上的戰略決策與風險管理能力。

氣候變化策略

海底撈高度重視氣候變化對經營環境、業務運營及供應鏈穩定所帶來的系統性挑戰，並持續對相關風險與應對舉措進行監測。為構建更具韌性的商業模式，公司已將氣候因素提升至策略層面，致力於通過推動供應鏈綠色轉型、提升運營能效、加強關鍵原料儲備與管理等措施，主動應對物理與轉型風險，並把握低碳發展機遇。基於 TCFD 建議，我們於 2025 年對物理風險與轉型風險進行了系統性的識別、排序與管理，以支持公司在多變氣候環境下的長期穩健經營。

氣候情景分析

公司使用權威國際機構提供的氣候模型開展情景分析工作，結合對各運營地點資產分佈與密集度的評估，系統識別出核心資產所在地所面臨的關鍵物理風險類型，主要包括極寒、極熱、極端降水及水資源短缺。基於此，我們進一步分析了易受上述氣候風險影響的業務環節，並對相關風險可能造成的財務影響進行了初步評估。

氣候情景選擇

氣候變化情景類型	選用情景	情景描述	情景主要假設
物理情景	SSP1-2.6	SSP 系列情景是 IPCC（聯合國政府間氣候變化專門委員會）提出的一系列假設情景，用於評估未來溫室氣體排放和氣候變化的可能路徑。其中 SSP 表示可持續發展情景，2.6 表示至 2100 年輻射強迫穩定在 $2.6W / m^2$ ；4.5 表示至 2100 年輻射強迫穩定在約 $4.5 W / m^2$ 。	低排放情景：全球遵循可持續發展路徑，協同採取強有力氣候行動，實現快速減排和低碳轉型，限制氣溫升幅至 $1.5^{\circ}C$ 以內。
	SSP2-4.5		中排放情景：全球社會經濟趨勢大致延續歷史模式，採取了一定的氣候減緩政策，全球平均氣溫在 21 世紀末升高 $2.4^{\circ}C$ 。
轉型情景	STEPS	NZE（Net Zero Emissions，淨零排放情景）和 STEPS（Stated Policies Scenario，既有政策情景）均為國際能源署（IEA）提出的情景，描繪未來能源組合的能源及排放情境。	既定政策情景：各國僅實施已宣布的氣候和能源政策，不額外增加新承諾。
	NZE		淨零排放情景：全球採取最嚴格行動，確保 2050 年實現能源相關 CO_2 淨零排放，將溫升控制在 $1.5^{\circ}C$ 以內。

海底撈結合國家「3060」目標、公司戰略發展規劃，確定了氣候評估的短中長期時間範疇。短期時間範圍為 2026-2030 年，作為公司設定近期行動目標與實施路徑的關鍵時間錨點。中期時間範圍為 2031-2035 年，長期時間範圍為 2036-2050 年，以此為長遠規劃的時間框架，旨在引導制定更具雄心和前瞻性的戰略路徑。





氣候風險分析和評估

公司基於全球氣候模型，模擬了重要資產所在地區在不同氣候情景下，未來短、中、長期極端天氣事件（極端降水、極熱、極寒、水資源短缺）的發生頻率與強度變化。通過將模擬得到的頻率與強度數值進行關聯分析並設定閾值，公司構建了針對各類物理風險的量化評估矩陣。依據該矩陣的閾值劃分，可系統識別出不同時間維度下各物理風險對公司運營可能造成的高、中、低級別影響。

海底撈物理風險影響情況

物理風險	SSP1-2.6			SSP2-4.5		
	短期	中期	長期	短期	中期	長期
極端降水	低	中	低	低	高	中
極熱天氣	中	低	低	低	低	低
極寒天氣	低	低	低	低	低	低
水資源短缺	低	低	低	低	低	低

海底撈基於轉型風險的潛在嚴重程度及其發生的可能性，系統評估了公司業務環節所面臨的轉型風險敞口。在此基礎上，公司進一步結合現有的管理策略與應對措施，綜合衡量了自身業務模式對相關風險的抵禦與適應能力。最終，依據短期、中期及長期的時間維度，對各項轉型風險及潛在機遇所產生的影響進行了判定。

海底撈轉型風險與機遇影響情況

風險 / 機遇類別	風險 / 機遇項	短期	中期	長期
轉型風險	政策及法律風險 - 政策合規	低	低	中
	市場風險 - 市場需求與消費者偏好變化	中	中	高
轉型機遇	產品和服務機遇	中	中	高
	資源效率提升機遇	中	中	中

海底撈已通過梳理監管要求、行業基準及價值鏈數據，系統識別與公司相關的氣候風險與機遇。我們採用定量與定性相結合的多情景分析方法進行評估，涵蓋物理與轉型兩類風險與機遇、短中長期時間範圍，以及從供應鏈到門店運營、下游配送等多個業務環節。基於上述評估，公司正在積極制定並推進相應的管理策略與應對措施。

氣候相關物理風險評估及應對策略

風險類型	風險項	對公司的潛在影響	主要影響的時間範圍	應對舉措
物理風險	極寒天氣	<ul style="list-style-type: none"> 極寒天氣導致農場、養殖場面臨凍害與供水受限，造成原料減產與品質波動；肉類加工廠出現設備管道凍結，導致生產暫停或中斷。可能導致應急採購與質量篩選成本增加，推高採購成本，並可能因缺貨影響門店供給穩定性與收入。 極寒天氣導致道路結冰，拉長倉配周轉時間；低溫環境下車輛與倉儲設備故障率上升、能耗提升，溫控異常增加食材報廢與損耗。可能造成物流／倉儲成本與存貨損耗上升，並影響門店供給與銷量。 	中期	<ul style="list-style-type: none"> 實施水果、鮮活等品類多產地佈局，並尋源耐候替代品系，分散種植與供應風險；對油脂、香辛料等大宗原料提前鎖定價格與採購量，保障供應穩定與成本可控；在種植與養殖環節加強防寒保暖措施，並協調供應商根據預警提前增加備貨；密切監控主產區氣候與行情變化，建立快速響應機制。 建立極寒預警並同步各環節，即時協調備貨與運輸計劃；為配送車輛配置保暖物資並加強溫控，協調運力防止產品凍傷；依預警適度提升中央倉與區域倉安全庫存，並指導門店提前備貨；根據天氣動態啟動切倉或調整路線，確保物資安全及時送達。
	極熱天氣	<ul style="list-style-type: none"> 極熱天氣抬升冷鏈倉儲與運輸的製冷負荷，增加設備能耗，溫控不穩定或運輸時效影響導致食材變質、報廢與損耗上升。可能導致造成物流／倉儲成本與存貨損耗上升，並引發供給波動。 極熱天氣提升門店空調製冷與後廚散熱需求，導致能耗上升；局部限電、設備過載或冷卻效率下降，可能影響出餐效率與食材保鮮。可能導致門店能源成本與設備維修維護成本上升。 	短期、中期、長期	<ul style="list-style-type: none"> 當環境溫度超標時將產品移入冷藏庫存儲；加強全程冷鏈溫度監控，確保運輸途中溫控穩定；提前與供應商及物流方優化配送計劃，依預警靈活調整節奏。 制定預案，準備移動降溫設備與防暑飲品；加強節能管理，降低運營能耗，排查並維護製冷與恆溫設備，確保正常運行與產品儲存達標。



氣候相關物理風險評估及應對策略

風險類型	風險項	對公司的潛在影響	主要影響的時間範圍	應對舉措
物理風險	極端降水	<ul style="list-style-type: none"> 極端降水造成運輸道路中斷、倉儲環境受潮，增加食材黴變與損耗風險。可能導致物流成本與庫存損失上升，影響食材供應穩定性並可能造成收入下降。 極端降水導致道路積水、交通中斷，影響騎手與車輛通行，造成配送延誤。可能導致配送成本、食材損耗及客戶投訴處理成本上升。 	中期、長期	<ul style="list-style-type: none"> 建立異常天氣預警機制；針對高風險運輸線路，提前與門店溝通並指導備貨；根據天氣影響程度，動態啟動切倉配送。 異常天氣預警同步配送方與門店；根據實際影響靈活啟動切倉或調整配送方案。
	水資源短缺	<ul style="list-style-type: none"> 水資源短缺導致種植基地與養殖場灌溉用水不足，造成原料減產與品質下降。可能導致原料生產過程中的取水與節水成本顯著增加，推動採購價格上漲，並可能因原料供應短缺影響收入。 	中期、長期	<ul style="list-style-type: none"> 系統化監測原料產區天氣與生長狀況，開發抗風險產區與抗逆性品種，扶持多產區佈局供應商，結合打井灌溉等工程措施提升供應穩定性；對關鍵原料採取鎖價鎖量、戰略囤貨或提升安全庫存；為易受影響品類提前開發並維護替代產品庫與上架預案。

氣候相關轉型風險與轉型機遇評估及應對策略

風險／機遇類型	風險／機遇項	對公司的潛在影響	主要影響的時間範圍	應對舉措
轉型風險	政策及法律風險 - 政策合規	<ul style="list-style-type: none"> 碳排放管理、節能降耗與環境合規要求趨嚴，促使公司持續投入數據體系與能效改造建設。監管檢查或碳減排未達標，則可能面臨整改處罰與運營受限，並引發客戶與平台的負面反饋，導致合規管理成本與資本性支出上升。 	長期	<ul style="list-style-type: none"> 持續披露溫室氣體排放相關數據，系統性識別氣候風險；在門店推廣使用節能燈具、高效空調系統，在採購中逐步引入環境因素考量，推動綠色供應鏈建設，從而提升供應鏈整體碳管理水平。

氣候相關轉型風險與轉型機遇評估及應對策略

風險／ 機遇類型	風險／ 機遇項	對公司的潛在影響	主要影響的 時間範圍	應對舉措
轉型風險	市場風險 - 市場需求與消費者偏好變化	<ul style="list-style-type: none"> 消費者對環保和可持續性的關注度持續提升；公司需要增加在環保包裝與食材溯源等方面的投入。致使運營成本上升，若未能有效滿足市場與消費者期望，則可能影響品牌聲譽。 	中期、長期	<ul style="list-style-type: none"> 深化綠色有機產品的源頭戰略佈局，通過與供應商合作及推行訂單種植模式，從源頭確保食材品質與可追溯性；優化並縮短核心品類供應鏈結構，減少中間環節以提升效率；在區域運營中持續推行使用可循環利用包材；基於市場需求趨勢，系統規劃與開發新的綠色健康產品線以引領消費偏好。
轉型機遇	產品和服務機遇	<ul style="list-style-type: none"> 通過提供更豐富的綠色菜品與低碳食材選擇，滿足消費者對健康與環保餐飲的需求增長；圍繞綠色菜品開展功能表結構優化與產品迭代，提升差異化競爭力。帶來新增客群與複購提升，從而增加門店及外送渠道收入。 	短期、中期、 長期	<ul style="list-style-type: none"> 系統規劃綠色、有機及活體產品，豐富高品質產品矩陣；突破傳統產區限制並拓展新產區佈局，通過深化供應商合作打造穩固、響應快的供應鏈體系；全面強化產品溯源能力，實現從源頭到終端可追溯、可控制的質量保障閉環。
	資源效率提升	<ul style="list-style-type: none"> 通過優化能源管理系統並採用節能設備與技術，降低門店與中央廚房的能源消耗；實施水資源循環利用與節水技術，減少門店及配送環節用水量；同時優化食材採購與庫存管理，減少食材損耗與浪費。有助於降低電力、燃氣及水費等運營成本。 	短期、中期	<ul style="list-style-type: none"> 大力推廣中央空調廢熱回收、智能地排風等成熟節能項目，擴大覆蓋門店規模；由新技術部門統籌，組合應用節能技術為單店打造整體節能方案，並逐步推廣至第二品牌業務，系統性降低運營能耗。



財務影響評估

海底撈基於公司運營模式與財務數據開展的量化評估表明，氣候相關風險對整體財務表現及現金流的影響在當前階段較為有限。若不採取額外應對措施，部分物理風險（如極熱天氣、極端降水）可能通過供應鏈效率短期降低與局部門店運營中斷，引致暫時性採購成本上升與能源費用增加，但對公司盈利能力的整體影響幅度可控。在轉型風險方面，伴隨政策推進，碳成本上升與環保合規投入預計將逐步增加運營開支。同時，消費者偏好的演變亦可能促使公司在產品開發等方面相應增加投入。我們將持續關注此類風險，並將其納入戰略規劃與運營管理之中，以提升氣候韌性與長期可持續性。

海底撈氣候相關風險財務影響分析結果⁹

風險／機遇類型	風險／機遇項	當期財務影響	財務影響程度
物理風險	極寒天氣	採購成本上升 設備維修保養費用增加 能源費用增加 物流與倉儲費用增加	影響較小
	極熱天氣	採購成本上升 能源費用增加 設備維修保養費用增加 用工成本增加 物流與倉儲費用增加	有一定影響
	極端降水	設備維修保養費用增加 倉庫管理費用增加 營業收入損失	影響較小
	水資源短缺	運營用水成本增加 節水設備採購／安裝費增加 供應商管理成本上升	影響較小
轉型風險	政策及法律風險 - 政策合規	管理費用增加 資本支出增加	影響較小
	市場風險 - 市場需求與消費者偏好變化	採購成本上升 市場營銷費用增加 管理費用增加	有一定影響
轉型機遇	產品和服務機遇	營業收入提升 研發支出增加	有一定影響
	資源效率提升	營業成本下降 採購成本下降	有一定影響

⁹ 本年度公司開展氣候相關風險與機遇的財務影響評估，對單獨可拆分的影响進行量化分析，無法單獨拆分識別的財務影響符合財務影響寬免條件。此外，氣候風險相關的預期財務影響存在較多不確定性，因此我們不披露相關內容。

氣候風險管理

海底撈已將應對氣候變化系統性地納入整體發展戰略與風險管理框架，持續規範氣候相關風險管理工作。通過推動風險評估與運營管理深度融合，我們正逐步建立機制化、常態化的氣候風險管理體系，實現對相關風險與機遇的系統性管控。

風險識別

- ☑ 持續關注氣候政策法規演變及行業趨勢，系統識別可能影響業務運營的實體風險（如極端天氣）與轉型風險（如政策、市場變化），形成並動態更新風險與機遇清單。

風險評估

- ☑ 定期對已識別的氣候風險開展定性與定量評估，分析其發生的可能性、潛在財務影響程度及主要影響時間範圍，以營業成本、固定資產等關鍵財務指標衡量風險敞口，並確定管理優先順序。

風險應對

- ☑ 依據風險評估結果，制定明確的氣候目標及具體行動方案（如減排、能效提升與供應鏈韌性建設），將應對措施融入各業務單元日常運營，明確責任並建立應急預案，以降低財務影響並把握轉型機遇。

風險監測

- ☑ 設立關鍵績效指標，跟蹤減排進展、風險暴露水平及措施執行效果。管理層定期審查目標達成情況與措施有效性，並根據內外部環境變化動態優化管理策略，確保與公司戰略及監管要求同步。

指標與目標

海底撈積極踐行國家「碳達峰、碳中和」戰略，系統規劃低碳轉型路線，持續降低碳排放強度，力爭 2030 年左右實現碳排放達峰，力促 2060 年前實現碳中和。我們確立了明確的溫室氣體減排目標：以 2021 年為基準年，到 2026 年底海底撈單位營收碳排放強度下降 12%。

溫室氣體減排目標：



單位營收碳排放強度下降

12%



為推進上述目標，我們通過強化節能管理、開展內部倡導、應用數字化工具與技術革新，在門店運營與物流配送等環節持續探索並實施碳減排舉措，致力於系統性降低溫室氣體排放。

我們已開展對旗下門店、外送業務及辦公場所的溫室氣體盤查。排放主要來源於固定設施燃料消耗、運輸車輛燃料使用以及外購電力。本報告期內，海底撈自身運營溫室氣體排放密度（範圍 1、2）為 22.34 噸二氧化碳當量／人民幣百萬元，相較基準年（2021 年）累計降幅達 15%。

本報告期間



自身運營溫室氣體排放密度（範圍 1、2）

22.34 噸二氧化碳當量／人民幣百萬元



相較基準年（2021 年）累計降幅達

15%

溫室氣體排放總量¹⁰

指標	單位	2025 年數據
溫室氣體排放量（範圍 1、2、3）	噸二氧化碳當量	2,146,954.45
溫室氣體排放密度（範圍 1、2、3）	噸二氧化碳當量／人民幣百萬元	49.67
自身運營溫室氣體排放量（範圍 1、2）	噸二氧化碳當量	965,755.08
自身運營溫室氣體排放密度（範圍 1、2）	噸二氧化碳當量／人民幣百萬元	22.34
——直接（範圍 1）溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	127,234.60
——直接（範圍 1）溫室氣體排放密度	噸二氧化碳當量／人民幣百萬元	2.94
——間接（範圍 2）溫室氣體排放總量 ¹¹	噸二氧化碳當量	838,520.48

¹⁰ 溫室氣體排放量計算方法參考世界資源研究所（WRI）和世界可持續發展工商理事會（WBCSD）發佈的《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準（2004 年）》、政府間氣候變化專門委員會（IPCC）發佈的《第六次評估報告》。

¹¹ 用於範圍二計算的電網排放因子參考生態環境部發佈的《關於發佈 2023 年電力二氧化碳排放因子的公告》、台灣經濟部能源署發佈的《113 年度電力排碳係數》、中電控股有限公司發佈的《中電控股 2025 可持續發展報告》、港燈電力投資有限公司發佈的《港燈電力投資 2024 年可持續發展報告》及澳門電力股份有限公司發佈的《2024 澳電可持續發展報告》。

指標	單位	2025 年數據
——間接（範圍 2）溫室氣體排放密度	噸二氧化碳當量／人民幣百萬元	19.40
其他間接（範圍 3）溫室氣體排放總量 ¹²	噸二氧化碳當量	1,181,199.37
——類別一 外購商品和服務 ¹³	噸二氧化碳當量	930,650.31
——類別二 資本商品 ¹⁴	噸二氧化碳當量	37,924.34
——類別三 燃料及能源相關使用 ¹⁵	噸二氧化碳當量	99,484.86
——類別四 上游運輸與配送 ¹⁶	噸二氧化碳當量	47,614.65
——類別五 運營中產生的廢棄物 ¹⁷	噸二氧化碳當量	19,910.84
——類別六 員工差旅 ¹⁸	噸二氧化碳當量	9,851.49
——類別七 員工通勤 ¹⁹	噸二氧化碳當量	1,152.75
——類別十二 生命週期結束後的處置 ²⁰	噸二氧化碳當量	10,498.10
——類別十四 授權經銷商 ²¹	噸二氧化碳當量	24,112.03

¹² 範圍三計算參考《溫室氣體核算體系：企業價值鏈（範圍 3）核算與報告標準（2011 年）》。

¹³ 類別一覆蓋公司本年度採購的各類物資及服務，因子來源 UK Conversion factors KgCO₂ per £ spent by SIC code 2022。

¹⁴ 類別二包括購置資本貨物所產生的全部上游溫室氣體排放，因子來源於 UK Conversion factors KgCO₂ per £ spent by SIC code 2022。

¹⁵ 類別三涵蓋外購並消耗各種燃料與能源所產生的溫室氣體排放，因子來源於 UK Conversion factors 2024: full set (for advanced users) 與中華人民共和國生態環境部。

¹⁶ 類別四包含因採購食材、物資等商品而產生的上游運輸與配送環節的溫室氣體排放，因子來源於 UK Conversion factors KgCO₂ per £ spent by SIC code 2022。

¹⁷ 類別五覆蓋運營活動中產生的廢棄物交由第三方處置或處理所產生的溫室氣體排放，因子來源於 EPA Emission Factors for Greenhouse Gas Inventories 與中國全生命週期因子庫。

¹⁸ 類別六涵蓋員工進行商務差旅活動所產生的溫室氣體排放，因子來源於 EPA Supply Chain Greenhouse Gas Emission Factors。

¹⁹ 類別七包含非宿舍住宿員工往返於住所與工作地點之間的通勤產生的溫室氣體排放，因子來源於中規院《2021 年度中國主要城市通勤檢測報告》。

²⁰ 類別十二覆蓋所售出產品（主要為包裝材料）在達到其使用壽命後被消費者廢棄、並進行最終處置或處理時所產生的溫室氣體排放，因子來源於 EPA Emission Factors for Greenhouse Gas Inventories。

²¹ 類別十四包含公司加盟店運營的及相關設施在經營過程中所產生的溫室氣體排放，因子來源於中華人民共和國生態環境部與 IPCC。



推行綠色運營

海底撈始終踐行綠色低碳運營理念，多措並舉推進節能減排、優化能源使用結構、推廣綠色食材與環保包裝，在保障顧客用餐體驗的同時，最大限度降低經營活動對環境的影響。同時，海底撈承諾構築「零毀林」供應鏈，持續加強上游供應鏈可追溯性，主動識別和分析供應鏈潛在環境影響。更多關於可持續供應鏈的內容請詳見「共築責任供應鏈」章節。

報告期內，公司嚴格遵守環保相關法律法規，未涉及環境方面重大罰款。本年度，我們設立的环境目標如下：

目標

以 2025 年為基準年，到 2030 年底海底撈單店平均垃圾產生量減少 10%

以 2025 年為基準年，到 2030 年底海底撈單店平均綜合能源消耗量減少 5%

以 2025 年為基準年，到 2030 年底海底撈單店用水量減少 5%

食物損耗與廢棄物管理

食材損耗管理

海底撈立足餐飲行業，嚴格遵循《中華人民共和國反食品浪費法》等相關法律法規，制定並實施《杜絕餐飲浪費管理制度》，覆蓋門店運營、供應鏈管理及外送服務全流程，持續提升資源利用效率，優化管理食物全鏈條損耗，履行環保責任。



門店端

在門店端，通過前堂與後廚的緊密協作，公司實施多項舉措以顯著減少食物浪費。

前堂環節，海底撈推出「半份菜品經濟」和四宮格鍋底設計，引導消費者轉變傳統用餐習慣。80% 的顧客主動選擇半份菜品，半數消費者選用四宮格鍋底，通過「鍋底 + 清水」的搭配方式按需點餐，減少底料浪費。為強化節約理念，門店電子屏、點餐 iPad 及小程序持續循環播放「半份菜、滿份愛」「按需點、剛剛好」等宣傳內容，倡導顧客適量點餐。門店每日設置「光盤行動倡導員」並佩戴醒目標識，引導顧客減少浪費。服務員點餐時也會結合就餐人數合理推薦菜品，餐後提供打包服務，減少剩菜浪費。

後堂環節，我們優化菜品加工流程，取消 70% 菜品的花卉點綴，部分菜品底襯改用可食用食材，例如將外形、規格不適宜單獨出品的生菜葉用作丸滑類菜品墊盤，充分挖掘食材利用價值，從源頭減少浪費。庫房實行「整理、整頓、清潔、清掃、素養」5S 管理，所有門店庫房及攤位實施視覺化管理，通過科學規劃貨品擺放、合理管控食材存量與採購量，庫存量降低超過 40%，庫存周轉率有效提升，大幅減少因食材過期或儲存不當造成的損耗。後廚同步試點推行「備菜表」，結合當日預估客流合理備菜，按用餐高低峰分時段加工食材，實現加工不過量、低峰不浪費。

外送端

在外送服務中，海底撈在延續半份菜、四宮格鍋底外送服務的基礎上，針對性推出一人食、兩人食、多人食外送套餐，引導顧客根據就餐人數按需點餐。同時，海底撈 APP、小程序及第三方點餐平台均設置「珍惜糧食、拒絕浪費」「點餐請適量、環保又健康」等消費提示，持續引導顧客踐行節約用餐理念。

供應鏈端

在供應鏈端，海底撈依託自身供應鏈體系優勢，對部分食材實行中央廚房集中加工、統一配送至各門店的模式，有效減少門店粗加工環節的食材損耗，節約加工工時。同時，貨品分倉配送由大包裝調整為小包裝發貨，節約運力，提高門店的庫存周轉率，減少因貨品積壓導致的過期浪費。此外，我們積極與供應商合作，針對包裝規格偏大、開袋後不易儲存的食材，優化調整包裝規格，將大規格包裝改為小規格包裝，減少門店因食材開袋後無法一次性用完而產生的損耗。

本年度，我們開展蔬菜特價產品推廣項目，充分挖掘供應商加工廠蔬菜邊角料的利用價值，將其開發用於員工餐及其他相關產品，減少供應端食材浪費。截至 2025 年 12 月底，該項目已覆蓋全國 27 個倉庫，帶動 660 家門店開通使用蔬菜特價產品，有效提升物料利用率、減少資源浪費。



廢棄物管理

海底撈嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等法律法規，建立完善的廢棄物管理體系，配套制定《日常廢棄物處置管理制度》《環境保護責任制度》《門店垃圾分類操作指導》等內部管理制度。我們從源頭管控，強化過程管理，實現生產運營各環節廢棄物的分類規範管理。

海底撈的廢棄物主要包括廢棄油脂、可回收廢棄物、不可回收餐廚垃圾及有害廢棄物。針對不同類別的廢棄物，海底撈建立了相應的處理流程，保證各類廢棄物得到高效、環保的處置，最大限度降低對環境的影響。本年度，可回收廢棄物產生總量為 18,341.48 噸，餐飲廢油產生總量為 31,321.71 噸，其中單店平均已回收的廢棄物共 14.07 噸，單店平均餐飲廢油產生量為 24.02 噸，餐飲廢油處理率達 100%。

本年度



可回收廢棄物產生總量為

18,341.48 噸



餐飲廢油產生總量為

31,321.71 噸



單店平均已回收的廢棄物共

14.07 噸



單店平均餐飲廢油產生量為

24.02 噸



餐飲廢油處理率達

100%

餐飲廢棄油脂

海底撈制定《餐廚廢棄油脂處置流程》，明確廢棄油脂從收集、儲存到處置的全環節規範要求，保證處置合規可控。海底撈要求所有門店在裝修階段，嚴格遵照相關法律法規及商場物業規定，統一安裝隔油池、水池下小油水分離器等達標油水分離設施，從源頭規範廢棄油脂收集基礎。針對收集的廢棄油脂，公司委託經政府認可、具備廢油收運資質且現場審廠合格的回收服務商，進行全流程合規處理。為強化過程管控，我們與廢油回收服務商簽訂正式合作合同，並在轉運廢油時要求門店監督清運人員現場拍照，同步提交門店食品安全員備案，填寫廢油轉移單留存證明。門店每半年對廢油回收服務商開展一次追蹤監督考核，保證處置全程合規。我們將廢棄油脂的妥善處理情況納入門店績效考核的關鍵指標體系中，建立定期抽檢機制，每月隨機核查門店廢油處理方式及最終流向，全面強化環保責任落實。

廚餘垃圾

海底撈大力推進廚餘垃圾技術創新項目，通過改造優化門店現有清洗設備，提高餐具和設備自身的清洗潔淨度，同時回收再利用清洗中的潔淨水和熱能，節約水資源和電能的消耗。本年度，我們推進廚餘垃圾處理器項目，自主開發專用處理設備，通過優化設備結構設計，實現廢油回收率提升與廚餘垃圾源頭減量。截至 2025 年底，該設備已在約 40 家門店投入持續運營。

有害廢棄物

針對廢棄電子產品、廢棄乾電池、廢棄燈泡等有害廢棄物，海底撈採用「廢棄後密封容器儲存」的規範方式，交由具備相應資質的回收商進行無害化處理。在回收處置全流程中，公司嚴格履行監管職責，全程監督回收商規範操作，保障有害廢棄物處置合規可控。

資源使用與排放物管理

能源管理

海底撈嚴格遵守《中華人民共和國節約能源法》等法律法規，制定《強弱電間空調使用管控標準》《門店照明燈使用管控標準》《空調製冷管控標準》《引流風機使用管控標準》，能源使用科學、合理、高效，築牢能源管理基礎。

海底撈將節能減排策略全面融入能源管理全過程，積極運用先進技術手段降低運營能耗。



中央空調熱能回收項目

海底撈持續推進中央空調廢熱量回收項目，自主開發中央空調熱回收系統，通過回收系統廢熱量預加熱進入熱水鍋爐前的自來水，既降低電鍋爐或燃氣鍋爐制熱水能耗，又減少室外機熱量釋放、降低冷凝器運行能耗，實現用電量與燃氣消耗雙節約，同時有效延長空調設備使用壽命。截至 2025 年底，海底撈中央空調熱能回收系統已在 480 餘家門店進行運營，較上一年同比增長超 106%。

智能地排風項目

海底撈持續推進智能地排風項目，解決了傳統地排風系統能耗高、無人走動時難以及時關閉的問題，通過技術創新實現資源節約與能效提升。本年度，我們建立完善的智能地排風運維管理體系，可即時監測餐桌電磁爐使用狀態，聯動單桌地排風開展獨立智能控制，通過自動控制及變頻調校調節平衡風量，有效實現電費節約、噪音降低及餐廳負壓緩解的目標。截至 2025 年底，該系統已在 980 餘家門店投入運營。

新型無煙火鍋爐系統

海底撈自主開發新型無煙火鍋爐系統，對鍋具、電磁爐、排風系統進行整體優化，同時採用中間吸風地排風設計，可減少排風機和新風機的使用，預估空調能耗降低約 14%，實現油煙排放顯著減少、能源消耗大幅降低。截至 2025 年底，該系統已在 97 家門店投入運營。

在持續推進技術創新的基礎上，我們進一步在日常運營中落實各項節能舉措，持續深化門店能源精益化管理，本年度我們選取部分門店推進能源精益管理分階段項目落地。針對不同門店的運營特點，我們實施差異化節能方案，對部分門店開展設備能效分析，替換高耗能設備，並進行照明系統智能化改造，有效降低單位面積能耗，持續提升能源利用效率。同時，我們優化門店運營流程、開展員工節能培訓，推動技術節能舉措落地，構建起可持續的門店節能管理機制。

水資源管理

海底撈將水資源合理利用作為可持續發展的重要議題，依託科學管理與技術創新，推動水資源管理向精細化、高效化轉型。公司嚴格遵循《中華人民共和國水污染防治法》等法律法規，制定《洗碗機使用管控標準》《粗加工間蔬菜清洗作業流程標準》《洗碗機、洗鍋機清洗操作管控標準》《地溝清洗操作管控標準》等一系列標準，保證水資源使用全流程的規範性與可追溯性。

海底撈主要使用市政管道用水，為更好地保護水源，我們積極採取多種節水措施，顯著降低水資源消耗：



設備升級

- 公司全面引入節水型潔具和高效率用水設備，實現門店用水設施 100% 節水化改造，從源頭上遏制水資源浪費。



流程優化

- 公司創新「三池循環」清洗工藝，通過分級用水、循環利用提升粗加工環節用水效率，同時引入低溫清洗劑與智能清洗設備，在嚴格保障食品質量安全的前提下，大幅降低反洗率。



意識培養

- 公司為員工開展不定期節水意識培訓，倡導「從點滴中培養節水習慣」，杜絕跑冒滴漏、長流水等浪費現象。

2025 年，我們針對部分門店開展節水試點專項工作。在門店用水環節，我們採取精準優化水龍頭流量、開展員工節約用水意識培訓等針對性舉措，推動節水工作落地，試點門店用水量同比降低均超 10%，節水效果顯著。

公司產生的污水主要為廚房污水，為保證處理效果達標，公司對門店產生的污水進行集中處理，保障污水排放符合相關法律法規及環保標準。同時，公司積極探索污水資源化利用新路徑，在門店運營實踐中，將經處理達標後的污水用於沖廁、綠化灌溉等低水質需求場景，實現污水循環再利用。

廢氣排放管理

油煙為公司廢氣排放主要來源，公司制定《油煙管道清洗制度》等內部管理制度，結合運營實際採取適配的管理舉措，並設定以 2018 年為基準年，到 2026 年底實現單店油煙排放量進一步下降的目標，以此強化廢氣排放管控效果。



設備維護與清洗

公司安排專人定期清洗油煙管道，並對油煙淨化器進行設備維護、保養及常態化檢查，保障設備穩定正常運行，避免造成空氣污染。



通風系統優化

公司逐步升級廚房通風系統，通過科學佈局通風管道、提升排風量等舉措，有效降低廚房內油煙濃度，進一步減少油煙排放。



員工培訓

公司定期通過案例講解、實操演示等形式，為員工開展油煙排放相關知識培訓，強化員工日常操作中的規範管控意識。



發展循環經濟

海底撈秉持節約資源、發展循環經濟的理念，積極踐行綠色環保責任。公司制定《海底撈限塑管理規範》《節約紙張管理要求》，嚴格規範包裝材料選用流程，優先採用生物可降解、可回收的環保包裝，同時鼓勵供應商減少不必要的包裝材料使用、優先選用同類環保材料，從源頭上減少非必要包裝，提升包裝材料循環利用率。同時，公司承諾不主動提供一次性製品，堅決杜絕使用一次性不可降解塑膠製品，以實際行動響應環保號召、踐行綠色發展承諾。

本年度，我們制定可持續包裝相關目標，以推動所有門店落實包裝可持續性理念：

可持續包裝目標目標	2025 年度進展
至 2028 年，包裝材料中再生成分占比至少達到總包裝材料的 10%	進行中
至 2030 年，可回收、可重複使用或可堆肥包裝材料占比達到總包裝材料的 20%	進行中
到 2025 年，所有面向顧客的塑膠包裝可回收利用	已完成

在外賣服務中，海底撈將環保理念融入服務細節，選用甘蔗漿全降解餐盒、聚乳酸吸管、紙質吸管等可降解且具持續性的包裝材料，在保障食材新鮮與食品安全的前提下，最大限度降低對環境的影響。與此同時，公司積極對消費者開展包裝循環利用倡導，引導消費者樹立綠色環保意識、共同參與包裝循環利用，凝聚全民環保合力。本年度，公司可降解包裝材料占包材採購總額超 20%，可回收包裝材料占包材採購總額超 40%，其中包含 PLA、PP、PE、甘蔗漿、原漿、木材纖維等材料，環保實踐成效顯著。海底撈秉持節約資源、發展循環經濟的原則，積極踐行環保理念。

本年度



可降解包裝材料採購占比超

20%



可回收包裝材料採購占比超

40%

05

賦能社區



秉承「用愛傳遞溫暖」的理念，海底撈積極投身社區建設與公益事業，將企業發展成果回饋於社會。公司積極投身社區共建、關愛新就業群體、災害救助、鄉村振興、助農幫扶及環境保護等多個領域，以實際行動踐行企業公民責任。

回應SDGs:





賦能社區發展

海底撈將賦能社區發展作為履行企業社會責任、回饋社會的重要一環，積極開展各類社區志願服務活動，與社區居民共享發展成果，促進社區可持續發展。

社區服務

海底撈積極參與社區事務，以黨建為引領，展現企業的溫暖與擔當。2025 年，海底撈在集團黨委的指導下，各地區黨組織積極動員門店組建志願服務隊，參與社區敬老助殘、兒童關懷、教育幫扶、公益服務等志願服務活動，全年累計志願服務時長超 8,594 小時。

2025 年



全年累計志願服務時長超

8,594 小時

案例

「暖心驛站」新就業群體關心關愛項目

「暖心驛站」新就業群體關心關愛項目自 2024 年 12 月啟動，依託海底撈門店等位區提供免費熱水、充電、應急醫療及專屬折扣等服務。截至 2025 年底，該項目已覆蓋北京、成都等地超 100 家門店，不僅解決了戶外勞動者的實際困難，更傳遞了城市關懷。

2025 年 1 月 20 日，杭州海底撈響應社區號召，在西湖店等門店試點「冬日暖心驛站」，關愛代駕、騎手等新就業群體，並邀請代表享用暖心年夜飯，生動詮釋了公司「與人為善，融入社區」的價值觀。



「暖心驛站」新就業群體關心關愛項目



案例

植樹公益活動

海底撈積極開展環保公益活動，攜手社區共建綠色家園。2025 年植樹節期間，部分門店聯動屬地幼兒園及社區，共同開展植樹公益活動。活動中，員工、居民與幼兒協同完成樹苗種植，並為樹苗懸掛專屬簽名銘牌，互動氛圍熱烈。此舉不僅優化了社區閒置空間環境，也有效增強了在地群體的環保意識與社區凝聚力。未來，門店將持續落實「一對一」樹苗養護責任制，力爭成活率超 90%，確保綠化行動長效落地。



海底撈開展植樹公益活動

公益慈善

海底撈堅持「發展源於社會，成果回報社會」的企業理念，切實履行社會責任。2025 年度，我們通過物資捐贈、志願服務及教育支持等多元路徑，精準對接受助人群和地區需求，向社會傳遞企業的責任與擔當。



本年度，海底撈在公益慈善方面獲得多項榮譽：

- ▶ 「四川省 2024 年度新興領域先進基層黨組織」
- ▶ 海底撈雷山魚醬酸火鍋項目獲「艾菲獎可持續發展類金獎」
- ▶ 海底撈「在賦能城鄉融合發展中強擔當展作為」入選「央視《CMG 鄉村振興觀察報告（2023—2024）》典型案例」

海底撈在多個領域積極展現公益擔當，鼓勵員工投身公益，在社會援助與鄉村振興中貢獻力量。2025 年，海底撈公益捐贈金額為人民幣 862.4 萬元，全年開展志願服務、公益慈善類活動 3,460 次。

2025 年



公益捐贈金額為人民幣

862.4 萬元



全年開展志願服務、公益慈善類活動

3,460 次



案例

心系災區，海底撈馳援西藏、甘肅及香港災後救援

2025年，海底撈積極踐行社會責任，在重大災情中快速響應馳援。1月10日，針對西藏日喀則6.8級地震災情，海底撈攜頤海國際通過中國鄉村發展基金會捐贈人民幣150萬元款物，用於受災地區救援支持、過渡安置及災後重建。8月7日，甘肅流動黨員工作站蘭州一店（海底撈國芳百貨店）在蘭州市榆中縣等地遭遇持續強降雨引發山洪後迅速行動，在蘭州市武威商會組織下，攜手多家社會組織和企業籌集價值約人民幣15萬元的救災物資送往災區。11月26日，香港新界大埔宏福苑多棟住宅樓發生火災，海底撈啟動應急救災機制，緊急調運1,200餘箱方便速食類物資運往援助接收點，同時海底撈携頤海國際捐贈人民幣400萬元，專項用於當地醫療救助、生活物資補給及過渡安置等相關救援工作，以實際行動幫助受災群眾共渡難關。



海底撈馳援甘肅災後救援



案例 情暖鄉村，助力思政教育與黨群服務升級

民生幫扶領域，我們積極組織黨員志願服務隊，參與社區敬老助殘、兒童關懷、教育幫扶、公益服務等志願服務。11月25日，集團黨委承辦「簡州新語 思政潤心」大思政課活動，提供人民幣10萬元資金及特色節目支持，以創新形式豐富思政教育內容。同時，2025年公司捐贈人民幣85萬元升級改造簡陽市勝天村黨群服務中心，完善黨群服務中心黨員教育、群眾議事、技能培訓、文化娛樂功能。此外，我們全力支持黨組織書記後備力量成長訓練營計劃，為14名成都市村級黨組織書記後備幹部搭建實訓平台，並聯合開展新就業群體關愛活動，展現企業的溫暖與擔當。



「簡州新語 思政潤心」大思政課主題宣傳活動

案例 產業幫扶，發揮鏈主優勢打通農產品全鏈條

鄉村振興領域，我們充分發揮產業鏈鏈主優勢，推行「訂單式」農業模式，參加四川省工商聯由2家執委以上民營企業和2家商協會幫扶1個欠發達縣域的「2+2」結對幫扶行動。2025年，公司聯合採購、食品安全等部門考察湖北潛江小龍蝦產業基地，構建溯源體系，打通「田間地頭-城市餐桌」全鏈條，採購欠發達地區農產品超人民幣3.3億元。同時，公司2次隨省工商聯領導到平武縣調研，協調四川大區採購平武縣、洪雅縣農特產品，聚焦特色資源，開發優勢產業，推動鄉村經濟多元化發展。

06

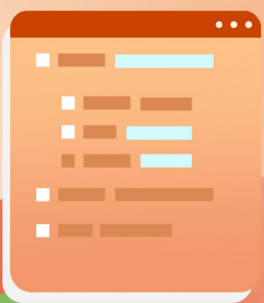
誠信經營



海底撈嚴格恪守商業道德，持續優化公司治理體系建設，將合規管理貫穿經營全過程，強化風險管理與知識產權保護，以公開透明為核心準則推進企業規範化運營。公司不斷夯實制度建設根基，進一步健全合規與風險管理體系，著力搭建與投資者、合作夥伴及社會各界的信任橋樑，為企業可持續、高質量發展夯實核心根基。

回應SDGs:





公司治理

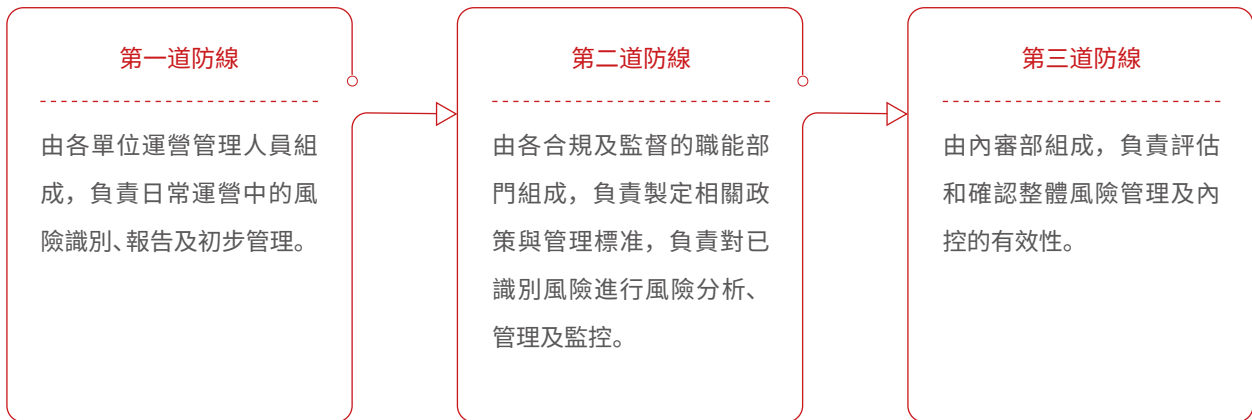
海底撈將公司治理列為重要議題，嚴格遵循《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國證券法》等法律法規進行公司治理，履行企業責任。公司下設審計委員會、薪酬委員會、提名委員會及企業管治委員會，協助董事會提高治理水平。

海底撈重視董事會成員隊伍建設，公開發表董事會成員多元化政策聲明。在遴選董事會候選人時，公司參考董事會多元化政策，綜合考慮性別、年齡、文化及教育背景、教育經歷、專業經驗、技能及服務年限等多維度因素，力求實現董事會成員多元化，提高公司治理水平。截至目前，公司共有董事 13 人，其中女性董事為 4 人，占比約為 30.8%。

合規與風險管控

海底撈秉持誠信經營理念，搭建完善的合規與風險管理體系。公司制定《稽查警示制度》《風險管理制度》等合規與風險管理制度，聚焦重大風險管控，構建全面、立體的風險防控體系。公司建立董事會領導下的「三道防線」風險管理架構，持續完善風險管理模式。

「三道防線」風險管理架構



2025 年，我們持續優化風險評估體系，完善風險預警機制。通過對公司業務及運營過程中所面臨風險及應對方案的重要性分析，我們評估確認戰略風險、財務風險、市場風險、運營風險及法律風險仍為公司面臨的五大主要風險，同時，公司持續關注食品安全、品牌聲譽、供應商管理等關鍵風險事項。針對重大風險，我們建立動態監控與預警機制，科學設置風險預警閾值，並在風險偏好與風險承受度範圍內構建分級管控體系，持續提升風險管理與控制能力。



內控管理體系

海底撈已建立由董事會直接監督的內控管理體系，監督管理層對內控系統的維護、實施與監察。公司於總部設立專職內部審計機構，負責統一組織、管理並定期向審計委員會匯報審計工作；審計委員會作為董事會下設機構，主要負責公司內、外部審計的溝通、監督和統一核查工作。審計委員會成員具有財務專業背景，為公司內控內審工作提供專業支持。通過上述「雙重監督」機制，公司不斷完善內部監控體系，確保運營的合規性與透明度。

知識產權保護

海底撈始終堅守法律底線，嚴格遵循《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國反不正當競爭法》等相關法律法規，維護公平競爭的市場環境。2025 年度，公司持續對知識產權管理體系進行審查和優化，更新《海底撈集團品牌與商標管理規範》《專利管理辦法》等內部規章制度，完善知識產權保護制度和管理機制。

在日常運營中，我們高度重視知識產權的保護與管理，嚴格遵循相關法律法規，在確保自身知識產權的同時尊重他人的知識產權。我們在專利及版權登記申請環節實行嚴格的方案與風險評估，有效識別並規避潛在的侵權風險，保證專利申請的高效性和高質量。我們同時建立了快速響應的侵權應對機制，如發現線上線下的侵權行為或他人仿冒註冊商標，將通過發送侵權警示公函、律師函，以及提起商標異議和無效宣告等方式進行維權。此外，部分案件也會向當地市場監督管理部門投訴舉報，並視侵權嚴重程度評估啟動訴訟維權方案。

我們進一步完善激勵機制，鼓勵員工申請專利。公司優化《專利管理辦法》等規章制度中的專利獎勵機制，並在專利申請過程中加強獎勵政策的宣貫，有效激發員工創新活力。同時，我們積極開展關於知識產權的員工培訓，通過部門會議、郵件宣貫、工作軟件必讀推送及業務推進過程中對相關項目組及其負責人員進行涵蓋字體、軟件、商標等主題的法律指導，提升員工的知識產權保護意識。

2025 年度，海底撈新增專利授權 4 件；截至 2025 年底，海底撈擁有知識產權總量 1,320 件，其中註冊商標 1,054 件（中國大陸地區 992 件，中國港澳台地區 62 件），授權專利 153 件，軟著登記 36 件，作品登記 77 件。

2025 年



海底撈新增專利授權

4 件

截至 2025 年底



海底撈擁有知識產權總量

1,320 件

商業道德

海底撈始終堅守高水準商業道德準則，建立健全商業道德體系與反貪污機制，制定並發佈《反商業賄賂和反腐敗政策》，明確合規導向。我們至少每三年對所有業務開展商業道德專項審計，每年為全體員工及供應商提供商業道德培訓、深化廉潔文化建設，與全體海底撈人攜手構建公平、透明的商業生態。更多關於供應商商業道德管理的內容請詳見「共築責任供應鏈」章節。

商業道德管理

海底撈堅守商業道德與反腐敗原則，董事會為負責商業道德管理的最高機構，積極構建誠信、透明、合規的商業環境。公司嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國反貪污賄賂法》等法律法規，制定《反商業賄賂和反腐敗政策》《海底撈禁令管理辦法》《海底撈國際控股有限公司反洗錢管理制度》《廉潔從業承諾書》《海底撈內部投訴管理辦法》《海底撈離職離任審計制度》《海底撈重點崗位轉正任命前例行審計制度》《稽查警示制度》《海底撈對供應商和其他外部合作單位的激勵辦法》等內部制度，明確要求全體員工、供應商及合作夥伴共同遵守高標準的行為規範，確保公司在運營過程中始終堅持公平、公正、誠信的原則。2025 年，海底撈發生商業貪污腐敗案件 3 起，涉案原因為外部人員偽造儲值卡出售獲利、內部員工盜竊營業款及違規採購個人用品，均已被及時移送司法機關處理。



投訴、舉報受理流程

海底撈鼓勵員工及公眾提高反腐敗敏感度，積極舉報對違反商業道德的行為。公司已設立多元舉報渠道，如辦公軟件端稽查部服務台、舉報熱線、舉報郵箱，並將投訴舉報渠道公示在各部門及門店的公共區域，保障員工及公眾充分知曉、便捷獲取。對於經查證屬實的舉報投訴，公司將嚴格按照最新版本的相關制度，為投訴舉報人申請發放舉報獎金。

公司舉報問題受理流程如下：



稽查部接到員工的舉報內容後，由稽查部長安排對應的小組負責核查，稽查組長根據投訴內容安排主責人和協辦人核查案件，分析數據和制定核查計劃後正式進行核查溝通，核查完畢後如存在違反禁令的問題，則正式出具稽查報告，若投訴內容核查不屬實，不存在違反禁令的行為，則將核查結果正式回復給舉報人。

稽查報告撰寫後，由稽查組長、稽查部長和分管領導進行逐級審核，審核完畢後由人力資源管理部或分子公司總經理出具處理結果，處理結果分為：OA 通報批評、扣除分紅獎金、留職察看、撤職降級及開除／開除永不錄用。



處理完畢後對應的稽查人員將核查的結果按稽查部要求回復給投訴人。由人力資源管理部負責錄入員工的人事檔案中。進行資料存檔，各稽查小組的投訴舉報信息會設置壁壘，每個小組只知曉自己組內的投訴舉報內容，如有洩露，後期可進行追責。

防範貪污腐敗風險

根據公司部署要求，稽查部制定職能部門關鍵崗位人員定期核查計劃，開展常態化例行審計；同時，在重點崗位員工正式任命前開展轉正審計，對經理級及以上員工離職或異動前實施離職離任審計，全方位築牢廉潔風險防控防線。

此外，稽查部、內審部及各業務部門建立協同核查機制。內審部在數據分析中發現異常數據，可移交稽查部核查是否存在貪污舞弊問題；其他業務部門發現異常數據，其上級可主動提請稽查部介入核查。若核查確認相關問題，稽查部將向公司人力資源管理部申請，為其上級免除一定比例的管理責任金，推動責任落實與問題整改。

為提升稽查管控效能，稽查部搭建具備預警功能的數據中台看板，實現公司數據即時監控與異常預警，為各稽查小組提供精準的數據支持，通過明確人員分工，大幅提升核查工作效率與風險處置及時性。

舉報人保護

海底撈嚴格保障舉報人的身份信息與舉報內容保密，築牢舉報渠道的安全與保密防線。舉報人可匿名通過音頻、文字等形式提交舉報信息，接收與受理部門須對相關信息履行嚴格保密義務。如發生舉報人信息或舉報內容洩露，洩密行為將被認定為違反公司禁令第六條「洩露公司機密」，公司將依據情節輕重，對洩密人員採取通報批評、嚴重警告、留職察看、降級、撤職直至開除等處分。

公司為如實反映問題的舉報人提供完備保護，舉報人可申請保護性調離，保障其合法權益與工作安全。同時，公司嚴禁任何阻止舉報、威脅恐嚇及打擊報復行為，一經查實，將根據情節嚴重程度對相關責任人給予通報、降級、撤職、開除等處分，堅決維護監督舉報秩序。

針對舉報人因舉報行為遭受的財產損失，公司將予以相應補償，補償費用原則上由造成損失的責任主體承擔。為激勵員工主動參與廉潔合規監督，公司設立專項獎勵機制，對提供重要線索、協助查處重大問題的舉報人予以表彰與獎勵。





廉潔文化建設

公司積極構建廉潔文化體系，面向董事及全體員工常態化開展商業道德、反貪腐宣貫與培訓，營造風清氣正的合規經營氛圍。海底撈每年組織全體員工參與反舞弊、反腐敗制度培訓及考試，由學習發展中心發佈必讀認證並跟進完成情況，保證員工全面熟知、嚴格遵守公司合規制度。

針對核查發現的重大案件及司法案件，由稽查部分管領導與稽查部長牽頭，對店經理及以上管理層開展專項警示教育，通過剖析典型貪腐案例，強化管理層法律意識與職業操守。同時，我們面向董事、監事、各部門負責人及店經理等全體管理層宣講貪腐案例與合規制度，線下會議亦同步增設反腐專題培訓，持續夯實全員廉潔意識。

公司要求關鍵崗位新員工入職時簽署《廉潔從業承諾書》，明確廉潔從業責任與義務；新員工轉正前統一開展企業文化及合規制度培訓，提升員工反腐敗與法律合規意識。在後備店經理培訓考核環節，由學習發展中心開展反腐敗制度與案例專項培訓，強化後備管理人員的廉潔意識與職業素養，為規範履職奠定基礎。

此外，公司每月製作稽查案例宣傳海報，通過飛書服務台及郵件推送至全體員工與全國門店，由店經理組織學習；稽查部同步每月通過飛書服務台推送貪腐典型案例，覆蓋董事、管理層及全體員工。同時，公司依託學習發展中心開展店經理法律手冊專項培訓，並通過飛書服務台推進日常法律及合規事項培訓。

2025年，海底撈參加反貪污反腐敗專題培訓的總數共計 1,264,287 人次，比去年同比增長 99.67%。海底撈商業道德培訓已全面覆蓋所有員工（包括兼職員工）與部分承包商，其中公司董事、監事、各部門負責人及分子公司總經理均全員參與。

2025 年



海底撈參加反貪污反腐敗專題培訓的總數共計

1,264,287 人次

比去年同比增長

99.67%

附錄

附錄 1 關鍵績效表

環境績效²²

層面	指標	2025 財年	2024 財年	單位
溫室氣體排放量	直接（範圍 1）溫室氣體排放量	127,234.60	118,426.46	噸二氧化碳當量
	直接（範圍 1）溫室氣體排放密度	2.94	2.77	噸二氧化碳當量／人民幣百萬元
	間接（範圍 2）溫室氣體排放量	838,520.48	827,980.77	噸二氧化碳當量
	間接（範圍 2）溫室氣體排放密度	19.40	19.37	噸二氧化碳當量／人民幣百萬元
	其他間接（範圍 3）溫室氣體排放量 ²³	1,181,199.37	/	噸二氧化碳當量
	其他間接（範圍 3）溫室氣體排放密度	27.33	/	噸二氧化碳當量／人民幣百萬元
	自身運營溫室氣體排放總量（範圍 1、2）	965,755.08	946,407.23	噸二氧化碳當量
	自身運營溫室氣體排放密度（範圍 1、2）	22.34	22.14	噸二氧化碳當量／人民幣百萬元
	溫室氣體排放總量（範圍 1、2、3）	2,146,954.45	/	噸二氧化碳當量
	溫室氣體排放密度（範圍 1、2、3）	49.67	/	噸二氧化碳當量／人民幣百萬元
能源消耗	汽油消耗量	0	/	公升
	柴油消耗量	0	/	公升
	天然氣消耗量	58,199,560.46	54,170,545.00	立方米
	單位營業收入天然氣消耗量	1,346.42	1,267.01	立方米／人民幣百萬元
	耗電總量	1,582,077,056.50	1,543,779,525.15	千瓦時
	單位營業收入耗電量	36,600.67	36,107.84	千瓦時／人民幣百萬元

²² 環境數據涵蓋海底撈國際控股有限公司實體內的門店、外賣及辦公場所。

²³ 範圍 3 溫室氣體排放量包含類別 1 外購商品和服務、類別 2 資本商品、類別 3 燃料及能源相關使用、類別 4 上游運輸與配送、類別 5 運營中產生的廢棄物、類別 6 員工差旅、類別 7 員工通勤、類別 12 生命周期結束後的處置、類別 14 授權經銷商。



層面	指標	2025 財年	2024 財年	單位	
能源消耗	單店平均用電量	1,213,249.28	1,139,320.68	千瓦時／門店數量	
	綜合能源消耗總量	2,211,901,429.26	2,130,002,672.82	千瓦時	
	單位營業收入綜合能源消耗量	51,171.38	49,819.16	千瓦時／人民幣百萬元	
	單店平均綜合能源消耗量	1,696,243.43	1,571,957.69	千瓦時／門店數量	
水源消耗	耗水總量	23,913,363.96	22,595,529.94	立方米	
	單位營業收入耗水量	553.23	528.49	立方米／人民幣百萬元	
	單店平均耗水量	18,338.47	16,675.67	立方米／門店數量	
無害廢棄物產生量	產生的無害廢棄物總量	餐飲廢油產生量	31,321.71	51,427.72	噸
		可回收廢棄物產生量	18,341.48	19,312.95	噸
		不可回收餐廚垃圾產生量	166,865.48	175,703.57	噸
	產生的無害廢棄物總量	216,528.67	246,444.23	噸	
	單位營業收入無害廢棄物產生量	5.01	5.76	噸／人民幣百萬元	
	單店平均垃圾產生量	166.05	181.88	噸／門店數量	
	單店平均已回收的廢棄物	14.07	14.25	噸	
	單店平均餐飲廢油產生量	24.02	37.95	噸	
	餐飲廢油處理率	100	100	%	
有害廢棄物產生量	產生的有害廢棄物總量	0	0	噸	
包裝材料使用量	包裝材料使用量	餐盒	8,203.45	2,502.44	噸
		吸管	284.61	265.13	噸
		飲料杯	821.92	707.71	噸
		打包袋	9,503.16	4,884.88	噸
		一次性餐具	2,451.19	758.98	噸
		紙箱	2.43	0.41	噸
		自封袋	383.67	950.53	噸
	包裝材料使用總量	21,650.43	10,070.08	噸	
單位營業收入包裝材料使用量	0.50	0.24	噸／人民幣百萬元		
其他環境相關指標	環保投入資金 (包括節能設備、節能節水項目、油煙淨化項目等支出)	超 10	/	人民幣百萬元	

社會績效

層面	指標	2025 財年	2024 財年	單位	
僱傭	員工總人數	125,620	137,178	人	
	按性別劃分的員工人數	男性	53,918	63,885	人
		女性	71,702	73,293	人
	按僱傭類型劃分的員工人數	全職	64,624	80,337	人
		兼職	60,996	56,841	人
	按僱員類別劃分的員工人數	門店員工	120,559	133,194	人
		店經理	1,086	1,276	人
		總部職能員工	3,975	2,708	人
	按年齡組別劃分的員工人數	30 周歲及以下	67,476	77,963	人
		31-44 周歲	39,628	40,840	人
		45 周歲及以上	18,516	18,375	人
	按地區劃分的員工人數	中國大陸地區	123,018	134,582	人
		中國港澳台地區	2,546	2,571	人
		海外地區	56	25	人
	員工流失率 ²⁴	65	67	%	
	按性別劃分的員工流失率	男性	66	68	%
		女性	64	66	%
	按年齡組別劃分的員工流失率	30 周歲及以下	74	75	%
		31-44 周歲	39	45	%
45 周歲及以上		34	38	%	
按地區劃分的員工流失率	中國大陸地區	65	67	%	
	中國港澳台地區	42	45	%	
	海外地區	13	11	%	
勞工準則	僱傭童工及強制勞工事件數目	0	0	件	
員工健康與安全	因工死亡人數 ²⁵	1	1	人	
	因工死亡比例 ²⁶	0.0008	0.0007	%	
	因工傷損失工作日數	47	44	天	
培訓與發展	員工培訓與發展支出	5.43	/	人民幣百萬元	
	接受過培訓的員工占總員工比例	100	/	%	
	所有員工參加培訓的總時長	3,379,021.60	/	小時	

²⁴ 員工流失率 = 年度累計流失員工人數 ÷ (年度累計流失員工人數 + 年終員工人數) × 100%。

²⁵ 員工上班途中發生的車禍，交通事故責任書最終判定員工同等責任 50%，2025 年 11 月 6 日被認定為工亡。2023 財年因工死亡人數為 1 人，原因詳見 2023 年度報告。

²⁶ 2023 財年因工死亡比例為 0.0007%。



層面	指標	2025 財年	2024 財年	單位	
培訓與發展	按性別劃分的受訓員工百分比	男性	43	47	%
		女性	57	53	%
	按僱員類別劃分的受訓員工百分比	門店員工	96	97	%
		店經理	1	1	%
		總部職能員工	3	2	%
	按性別劃分的平均受訓時數	男性	854.96	319.03	小時
		女性	1,003.66	271.97	小時
	按僱員類別劃分的平均受訓時數	門店員工	1,404	/	小時
		店經理	350.62	44.62	小時
總部職能員工		104	11.67	小時	
供應鏈管理	供應商總數（不含海外地區）	2,128	2,070	家	
	按地區劃分的供應商數量	中國大陸地區	1,762	1,746	家
		中國港澳台地區	366	324	家
	報告期內因供應商環境、社會風險而退出合作供應商數量	44	16	家	
全國具備檢測能力的分倉實驗室數量	38	34	個		
產品責任	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由須回收的產品百分比	0	/	%	
	接獲關於產品及服務的投訴數目	55,397	102,312	宗	
	投訴個案解決率	100	100	%	
	客服好評度	99.58	99.51	%	
	客戶滿意度	92.22	93.07	%	
	年度新增專利授權	4	19	件	
	年末擁有知識產權總量	1,320	778	件	
反貪污	於匯報期內對公司或僱員提出並已審結的貪污訴訟案件數目	3	0	件	
	反貪污培訓參與總人次	1,264,287	633,191	人次	
	管理層參與反貪腐培訓人次	72,000	22,364	人次	
	員工參與反貪腐培訓人次	1,192,287	610,827	人次	
社區投資	公益捐贈金額	8.62	5.52	人民幣百萬元	
	開展志願服務、公益慈善活動次數	3,460	1,885	次	

經濟及治理績效

層面	指標	2025 財年	2024 財年	單位
經營	營業收入	43,225.36	42,754.69	人民幣百萬元
	大中華地區現有自營門店總數	1,304	1,355	家
	大中華地區加盟餐廳數量	79	13	家
	大中華地區海底撈餐廳總數（含加盟）	1,383	1,368	家
	中國大陸地區海底撈餐廳數量（含加盟）	1,360	1,345	家
	中國港澳台地區海底撈餐廳數量	23	23	家
	全年大中華地區的自營海底撈餐廳共計服務顧客人次	384	415	百萬人次
公司治理	董事人數	13	12	人
	女性董事人數	4	2	人



附錄 2 香港聯交所《環境、社會及管治報告守則》索引表

主要範疇	描述	相關章節
A. 環境		
層面 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。	推行綠色運營
A1.1	排放物種類及相關排放數據。	附錄 1 關鍵績效表
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）。	附錄 1 關鍵績效表
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）。	附錄 1 關鍵績效表
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。	推行綠色運營
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。	推行綠色運營
層面 A2: 資源使用		
一般披露	有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。	推行綠色運營
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）。	附錄 1 關鍵績效表
A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	附錄 1 關鍵績效表
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。	推行綠色運營
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。	推行綠色運營
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。	附錄 1 關鍵績效表

主要範疇	描述	相關章節
層面 A3：環境及天然資源		
一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	推行綠色運營
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。	推行綠色運營
B. 社會		
層面 B1：僱傭		
一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	堅持合規僱傭 保障員工權益
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。	附錄 1 關鍵績效表
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	附錄 1 關鍵績效表
層面 B2：健康與安全		
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	職業健康安全
B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。	附錄 1 關鍵績效表
B2.2	因工傷損失工作日數。	附錄 1 關鍵績效表
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。	職業健康安全
層面 B3：發展及培訓		
一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	賦能員工發展
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。	附錄 1 關鍵績效表
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。	附錄 1 關鍵績效表



主要範疇	描述	相關章節
層面 B4：勞工準則		
一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	堅持合規僱傭
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	堅持合規僱傭
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	堅持合規僱傭
層面 B5：供應鏈管理		
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	共築責任供應鏈
B5.1	按地區劃分的供應商數目。	共築責任供應鏈
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。	共築責任供應鏈
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。	共築責任供應鏈
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。	共築責任供應鏈
層面 B6：產品責任		
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	關注食品安全 驅動研發創新 保護消費者權益
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。	關注食品安全
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	打造貼心服務
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	知識產權保護
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	關注食品安全
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。	保護消費者權益

主要範疇	描述	相關章節
層面 B7：反貪污		
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	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。	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。	商業道德
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	商業道德
層面 B8：社區投資		
一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	賦能社區發展
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）。	賦能社區發展
B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	賦能社區發展



氣候相關披露	相關章節
管治	
董事會層面治理機構的技能和勝任能力	氣候變化管治
董事會層面治理機構的信息獲取方式及頻率	氣候變化管治
董事會層面治理機構的監督工作	氣候變化管治
管理層的角色及職責	氣候變化管治
策略	
氣候相關風險和機遇	氣候變化策略
業務模式和價值鏈	氣候變化策略
策略和決策	氣候變化策略
財務狀況、財務表現及現金流量	氣候變化策略
氣候韌性	氣候變化策略
風險管理	
氣候相關風險識別、評估、優次排列和監察流程	氣候風險管理
氣候相關機遇識別、評估、優次排列和監察流程	氣候風險管理
氣候相關風險和機遇融入整體風險管理流程	氣候風險管理
指標及目標	
溫室氣體排放	指標與目標
氣候相關轉型風險、氣候相關物理風險、氣候相關機遇和資本運用	氣候變化策略
內部碳定價	不適用
薪酬	不適用
行業指標	不適用
氣候相關目標	指標與目標

