



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

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

(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 : 1446

2025



目錄

二零二五年重點一覽	2
關於鴻福堂	4
獎項及嘉許	5
關於本報告	7
董事會聲明	9
願景及使命聲明	10
我們的可持續發展方針	11
我們的營運	22
我們的員工	28
我們的環境	36
我們的社區	47
績效總覽	52
內容索引	56



二零二五年重點一覽

我們的營運

- 我們於二零二五年接獲 **0** 宗有關顧客私隱及知識產權的投訴



- 61.9%** 的鴻福堂鮮製飲品為低糖或無糖成份，而 **24.2%** 的食品為低鈉成份



- 197** 名主要供應商



我們的員工

- 753** 名僱員 —
567 名香港僱員，186 名中國內地僱員



- 培訓時數 **3,536** 小時，
共有 **550** 名僱員參與培訓

- 培訓了 **73%** 僱員，
每名僱員平均受訓 **6.4** 小時



我們的環境

- 產生了 **7,413** 公噸 二氧化碳當量溫室氣體排放，
溫室氣體密度為

0.012 公噸 二氧化碳當量 / 1,000港元收益

- 溫室氣體排放減少 **6.4%**



- 能源消耗為 **16,189** 兆瓦時，減少 **6.4%**



- 已回收 **136.2** 公噸 廚餘，減少
75.0¹ 公噸 二氧化碳當量溫室氣體排放

我們的社區



- 貢獻 **58.5** 個小時的社區服務

- 支持超過 **163** 個社區項目及 **153** 間機構



- 贊助價值約 **120 萬港元**
的現金、套券及產品

¹ 廚餘的碳排放計算採用環境保護署(EPD)所提供的轉化系數。

關於鴻福堂

鴻福堂集團控股有限公司（「鴻福堂」或「本公司」）及其附屬公司（統稱為「本集團」或「我們」）主要以「鴻福堂」品牌從事各式草本及非草本產品的生產及銷售。鴻福堂於一九八六年成立，於二零一四年在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市（股份代號：1446）。屹立市場超過40年，我們一直提倡健康理念，由一間傳統中式涼茶店蛻變成現代餐飲企業。我們更於二零二一年推出揉合中西飲食文化的café概念店HFT Life（「HFT Life」）。

本集團在香港及中國內地自設廠房，生產各款產品。我們的大埔廠房主要生產供香港鴻福堂零售店銷售的產品，而廣東省開平市的生產廠房則專門供應多元化產品，以滿足香港、中國內地及其他市場的需求。本集團透過零售及批發兩大主要渠道分銷產品。

於二零二五年，鴻福堂的零售業務仍為本集團最大收益來源，佔本集團總收益約77%。現時本集團在香港經營108間零售店，按零售網絡規模計算，本集團仍然是香港最大的中式草本產品零售商。為提升會員人數及忠誠度，本集團實行各種推廣活動，截至二零二五年底，自家CLUB會員人數已突破1,563,000人。此外，我們於二零二一年推出網購平台「自家ON！」，提供各式各樣產品，包括健康及嬰兒用品。

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



獎項及嘉許

鴻福堂因其在環保倡議、勞工實踐、顧客體驗提升及社區投資方面的努力而獲得嘉許。本報告期內，鴻福堂所獲榮譽如下：

品牌管理及顧客服務方面的表彰

- **GS1「貼心企業嘉許計劃」十年+賞**
香港貨品編碼協會
- **2025香港開心購物節 – 「愛玩樂•愛飲食」組別有禮店舖**
香港零售管理協會
- **2025年最佳年報比賽 – 優秀設計獎**
香港管理專業協會
- **2025神秘顧客店舖安全管理評核 – 優異商舖 (餐飲快餐類別)**
香港鐵路有限公司
- **童學會 – 親子最愛品牌大獎2025**
Now TV童學會
- **智能創新傑出大獎**
香港•創+造



環保及管治方面的表彰

- **低碳關懷ESG標籤 (第二級)**
綠德好有限公司社區環保學院
- **低碳關懷星級標籤**
綠德好有限公司社區環保學院
- **廠商會「ESG約章」(3+)**
香港中華廠商聯合會
- **減少使用包裝約章 – 簽署機構**
香港環境保護署
- **綠色辦公室7+標誌及健康工作間標誌2025**
世界綠色組織



社區投資方面的表彰

- 15年Plus「商界展關懷」標誌2006-2025
香港社會服務聯會



人才發展方面的表彰

- 2025香港ESG獎
香港中華廠商聯合會
- ERB人才企業嘉許計劃：
Super人才企業(2023-2028)
僱員再培訓局
- 開心工作間－開心企業10年+
香港中華廠商聯合會
- Y-Care企業伙伴計劃－長期合作夥伴
香港中華基督教青年會



關於本報告

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

報告範圍

本報告詳述鴻福堂核心業務(零售及批發)的營運情況,該等業務乃本集團於二零二五年的全部收益來源。本報告涵蓋本集團由二零二五年一月一日至二零二五年十二月三十一日之財政年度(「二零二五年」或「本報告年度」)。

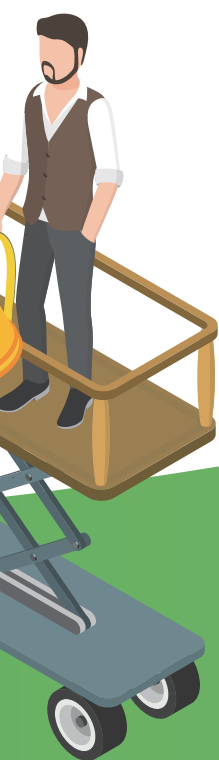
報告範圍涵蓋香港零售店(「香港零售店」)、香港辦公室及廠房(分別稱為「香港辦公室」及「香港廠房」)以及於廣東省開平市的辦公室及廠房(分別稱為「開平辦公室」及「開平廠房」)在營運方面的ESG績效。與上一報告年度相比,報告範圍及界定並無重大變動。

報告準則

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

匯報原則:

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





確認及批核

本集團已制定內部監控及正式審閱程序，以確保本報告所呈列的所有資料盡可能準確可靠。本公司董事會對於設定和披露相關計量及KPI負有整體責任。為確保本報告涵蓋對本集團屬重要的環境及社會議題，本報告已由ESG指導委員會審閱及確認，並獲董事會於二零二六年四月二十九日批核。

反饋機制

持份者的回饋和建議對本集團制定更全面及具韌性的可持續發展策略具有重要作用。如閣下對本報告的內容或形式有任何查詢或建議，請透過以下渠道與本公司聯絡：

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



董事會聲明

二零二六年是鴻福堂成立40週年。由最初一間傳統涼茶店，經過多年蛻變為現代健康概念餐飲企業，本集團對此深感自豪，並持續創新以滿足消費者對健康生活方式日益演變的需求。

鴻福堂將繼續憑藉深入的消費者洞察及嚴格的品質標準，鞏固競爭優勢。我們始終以守護草本傳統為核心原則，這一貫以來的宗旨由清晰的願景及使命所支撐，使我們能以更廣闊的視角推動可持續發展。於二零二五年，我們繼續遵循符合我們的願景及使命的可持續發展策略框架，以推動本集團的可持續發展目標。該綜合框架建基於過往的重要倡議，並融入當代可持續發展基準，圍繞四大核心範疇：營運、員工、環境及社區。這些範疇涵蓋行業內的重點議題，並提供系統化的方法，將可持續理念融入業務各個層面。

我們深信協同合作和以人為本理念的影響力。因此，我們致力開發更健康的產品選擇，與合作夥伴攜手減少食物浪費，並支持各類慈善活動以惠澤社群。透過專注員工福祉及推廣均衡飲食習慣，我們旨在提升個人及社區的生活質素。

有效管理重大可持續發展議題

根據本集團的ESG管理方針，鴻福堂有系統地識別並處理重大可持續發展風險。

氣候變化是我們環境議程中的首要事項。為支持達到本地及國家的氣候目標，我們積極在整個價值鏈中減少碳排放。我們的措施包括提升營運能源效益、採用可再生能源、優化物流規劃、減少包裝，以及推行負責任的採購。鴻福堂亦意識到市場對範圍3排放的期望日益增加，因此我們已與供應商展開合作，收集所需數據以進行範圍3的量化。

除了環境承諾外，我們同樣高度重視員工。本集團支持員工面對挑戰，並致力營造包容及多元的工作環境，提供公平的發展及晉升機會。我們相信，營造一個支持和賦能的環境，不僅有助員工福祉，亦能提升企業的整體韌性與繁榮。我們承諾維持一個以員工健康與安全為優先的工作場所，同時吸引及留住優秀人才。與此同時，針對性的培訓及發展計劃對於激勵團隊、協調共同目標及為鴻福堂未來擴展做好準備至關重要。透過投資於人才，我們讓員工具備所需能力，從而發揮所長，並推動公司持續取得成功。

目的和目標

我們在可持續發展策略四大核心範疇下的18個重點領域，持續在量化及定性目標方面取得穩步進展。本集團始終致力將可持續發展理念融入所有營運環節，從而為投資者及持份者創造長遠價值。





願景及使命聲明

我們的願景

我們的願景是成為可持續餐飲行業的領導者，推廣健康生活方式，提升社會大眾的福祉。

我們的使命

我們的使命是憑藉我們的行業專業知識和實力，為企業可持續發展創造長遠價值。我們致力守護正宗的草本傳統，同時運用現代及創新的方法，生產健康的優質食品及飲品。作為零售商和製造商，鴻福堂在生產及業務活動中努力保護資源，為未來一代享有可持續的環境作出貢獻。

我們深信，支持個人健康是社會繁榮的基礎。我們秉承這一原則，致力成為體貼的僱主，並推出有益健康的餐飲選擇，以改善社會的生活質素。

我們的核心價值

我們的核心價值是努力實現可持續發展願景，邁向積極美好的未來。

秉持傳統的經營

以正宗而創新的方式保留傳統

可持續的環境

為下一代保護資源

關愛社群

關心社會大眾的福祉

健康的社區

促進健康和生活質素



我們的可持續發展方針

可持續發展管治

鴻福堂的可持續發展成績建基於穩健的管治。於二零二五年，本集團嚴格遵循ESG政策，並維持最高水平的透明度、問責性、責任及公平性。該政策明確界定了鴻福堂在環保表現、甄選供應商、企業社會責任、營運原則及企業管治方面的承擔。

ESG 管理方針	
環境 <ul style="list-style-type: none"> • 能源效益 • 環保 • 減少碳排放 	供應商、客戶及公眾 <ul style="list-style-type: none"> • 公平貿易 • 食物安全 • 質量監控
企業社會責任 僱員 <ul style="list-style-type: none"> • 安全及健康的工作環境 • 人權 • 人才發展 	社區參與 <ul style="list-style-type: none"> • 對社會的影響力 • 了解並回應弱勢社群的需要 • 生活質素及福祉
營運原則 <ul style="list-style-type: none"> • 合規營運 • 道德營運 	企業管治 <ul style="list-style-type: none"> • 透明 • 負責任

本集團深知成功實行ESG管理方針需要全體上下同心協力。董事會對可持續發展的監督承擔最終責任，包括制定策略方向，以及識別、優先處理及管理重大可持續發展議題。在董事會的指引下，ESG指導委員會負責執行可持續發展策略，並監察本集團在達成既定目標上的進展。委員會已審閱二零二五年ESG報告，並討論了進度及目標、環保表現及持份者的回饋。此外，本公司的綜合風險管理框架亦涵蓋ESG相關風險，並由審核委員會負責監督。鴻福堂的ESG表現及最新發展會定期接受評估，並將評估結果呈報予董事會審核。





董事會層面

董事會

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



委員會

ESG指導委員會

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

審核委員會

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



工作小組

ESG工作小組

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



可持續發展策略

為實現鴻福堂的願景，我們已整合一套全面的可持續發展策略框架，作為所有業務決策的依據。這一框架是我們的指導原則，激勵我們改善消費者及社區的生活和福祉。秉持可持續發展使命，鴻福堂的可持續發展框架建基於四大核心範疇。該等範疇涵蓋18個重點領域，整體上勾勒出我們承諾於二零三零年前達到的可持續發展目標及指標。



為配合可持續發展策略並有效追蹤表現，董事會已制定並通過11項中期可持續發展相關目的及目標，完成期限訂於二零三零年。這些目標涵蓋我們的主要可持續發展重點領域，並代表邁向本集團長遠願景的重要一步，以進一步提升可持續發展表現。在制定這些目標時，高級管理層採用了S.M.A.R.T.框架²，透過評估行業歷史趨勢、同業公司基準及相關領域洞見，確保該等目標的實用性及影響力。該等目的及目標亦進一步結合全面重要性評估所得的見解。詳細概覽載列如下：

² S.M.A.R.T. 框架是一種目標設定方法，涵蓋具體、可衡量、可達成、相關及有時限五大要素。



	二零二五年目標	二零二五年進展	二零二零年目標
營養及健康	低糖或無糖成份的鮮製飲品比例及低鈉成份的食品比例分別提升至 70% 及 25%	低糖或無糖成份的鮮製飲品比例維持於 61.9% ，而低鈉成份的食品比例維持於 24.2% 二零二五年目標進行中	低糖或無糖成份的鮮製飲品比例及低鈉成份的食品比例分別提升至 80% 及 30%
負責任生產及市場推廣	10% 的鴻福堂產品附有包裝正面營養標籤	8.4% 的鴻福堂產品附有包裝正面營養標籤 二零二五年目標進行中	50% 的鴻福堂產品附有包裝正面營養標籤
可持續材料採購	97% 的直接及新供應商已採納鴻福堂的供應商責任原則	100% 的直接及新供應商已採納鴻福堂的供應商責任原則 二零二五年目標達到	99% 的直接及新供應商已採納鴻福堂的供應商責任原則
排放	與二零一九年基線相比，碳排放密度(公噸二氧化碳當量/1,000港元收益)減少 35%	與二零一九年基線相比，碳排放密度(公噸二氧化碳當量/1,000港元收益)減少 36.8% 二零二五年目標達到	與二零一九年基線相比，碳排放密度(公噸二氧化碳當量/1,000港元收益)減少 40%
能源效益	與二零一九年基線相比，能源密度(兆瓦時/1,000港元收益)減少 18%	與二零一九年基線相比，能源密度(兆瓦時/1,000港元收益)減少 41.3% 二零二五年目標達到	與二零一九年基線相比，能源密度(兆瓦時/1,000港元收益)減少 28%
廢物管理	無害廢棄物的廢物轉化率為 75%	無害廢棄物的廢物轉化率 ³ 為 100% 二零二五年目標達到	無害廢棄物的廢物轉化率為 80%
可循環再用的包裝物料	rPET作為包裝物料的應用率為 20%	rPET的應用率為 23.1% 二零二五年目標達到	rPET作為包裝物料的應用率為 50%
用水效益	與二零一九年基線相比，耗水量密度(立方米/1,000港元收益)減少 20%	與二零一九年基線相比，耗水量密度(立方米/1,000港元收益)增加 2.4% ⁴ 二零二五年目標進行中	與二零一九年基線相比，耗水量密度(立方米/1,000港元收益)減少 30%
健康與安全	<ul style="list-style-type: none"> 維持零死亡率 與二零二零年基線相比，工傷率減少74% 	<ul style="list-style-type: none"> 維持零死亡率 與二零二零年基線相比，工傷率減少30.9% 二零二五年的死亡率目標達到，但工傷率目標尚未達到 	<ul style="list-style-type: none"> 維持零死亡率 與二零二零年基線相比，工傷率減少78%
多元、平等及共融	<ul style="list-style-type: none"> 跟進同業公司的進展，進一步加強董事會多元化 單一性別不應佔董事會成員總數的90%或以上 	<ul style="list-style-type: none"> 董事會成員中有1名女性執行董事 整體員工中有73%為女性，其中62%的女性擔任管理職位 雖然鴻福堂嚴格遵循「同工同酬」原則，但目前集團內的平均薪酬數據顯示，女性員工的收入高於男性。這一「反向」差距主要源於員工結構，尤其是與普通工種相比，女性專業人員在專業及管理崗位的比例較高？ 二零二五年目標達到 	<ul style="list-style-type: none"> 維持中層以上的管理階層性別平等，男女比例不會超過70% 董事會必須由不同性別的成員組成
社區投資	<ul style="list-style-type: none"> 透過贊助產品、套券及現金，向社區捐贈／投資220萬港元 支持最少170個社區項目及組織 根據稅務條例第88條成立獲認可的慈善團體／公司 	<ul style="list-style-type: none"> 透過贊助產品、套券及現金，向社區捐贈／投資約120萬港元 支持最少163個社區項目及組織 已註冊成立1間根據稅務條例第88條獲認可的慈善團體／公司 二零二五年有關第88條成立慈善團體的目標達到，而有關社區投資及項目支持的目標尚未達到 	<ul style="list-style-type: none"> 透過贊助產品、套券及現金，向社區捐贈／投資250萬港元 支持最少200個社區項目及組織

³ 廢物轉化率適用於香港的辦事處及廠房。

⁴ 耗水量密度增加是由於收益下跌所致，收益的跌幅大於耗水量的減幅。

⁵ 我們最新的數據顯示性別薪酬比例呈現「逆向差距」，即女性員工的平均時薪高於男性員工。這結果主要反映鴻福堂在領導層推動性別多元的承諾，其中女性在中層及高層管理職位中佔有相當比例，而這些職位的薪酬水平較高。

可持續發展風險管理

鴻福堂已實施全面的ESG風險管理架構。本集團已制定一套風險管理政策及程序，並已正式匯編成文件和納入營運指南。ESG指導委員會及審核委員會協助董事會監察及管理相關風險。

每個營運部門負責識別及分析與其職能相關的ESG風險，制定緩解計劃、評估措施成效，並匯報風險管理工作的進展。內部審核部門在獨立的內部監控顧問的支持下，提供風險管理及企業管治方面的協調及諮詢服務。本集團風險管理政策及措施的有效執行由審核委員會監督，並最終由董事會負責。



本集團深知健全的风险管理系统可令本集團更靈活應對可持續發展的挑戰，因此已將識別出的可持續發展風險納入整體風險記錄冊內。





為確保全面了解營運環境並加強應對準備，本集團已確定最優先處理的可持續發展風險，並在下文詳述其潛在影響及相應的緩解措施：

選用包裝物料的風險

對鴻福堂帶來的風險：

隨著公眾對環保的意識日益提高，顧客愈加重視產品選用的包裝物料，並可能影響購買決定。

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

鴻福堂的回應：

- 積極評估可減少即棄塑膠餐具的措施。自二零二三年一月一日起，鴻福堂已在香港全線鴻福堂分店及HFT Life分店逐步取締塑膠餐具，轉用紙製或木製的餐具，包括紙湯杯、紙餐盒、木湯羹、木叉及小竹叉等。
- 大部分樽裝飲品的包裝已由聚丙烯(PP)塑膠轉換為再生聚對苯二甲酸乙二醇酯(rPET)樽，在鴻福堂分店及HFT Life分店的使用量較去年幾乎增加3倍。鴻福堂將繼續探討更多機會，進一步減少PET物料的使用。



氣候風險

對鴻福堂帶來的風險：

實質氣候風險對我們的零售業務構成重大挑戰，如水災、颱風及酷熱等極端天氣事件日益頻繁，可能會導致供應鏈和庫存中斷。

隨著經濟向低碳轉型，亦須關注相關的過渡風險。有關風險包括當局加強監管，如實施排放限制、碳定價或徵稅。此外，技術創新和顧客較傾向購買低碳產品而導致需求及供應模式變化，亦構成新增的過渡風險。

鴻福堂的回應：

- 鴻福堂已達到二零二五年有關減少排放及能源密度的短期目標。



持份者參與

面對瞬息萬變的市場環境及不斷變化的持份者期望，我們致力建立具韌性及高瞻遠矚的企業，主動識別風險與機遇，平衡多元的持份者利益，並作出策略性決策。本集團深知有效的持份者溝通對於預測市場趨勢及回應不斷變化的期望至關重要。每位顧客、僱員、供應商、合作夥伴及股東都為我們的進步作出貢獻，有助推動我們持續提升ESG績效。

為了全面掌握社區的需求，鴻福堂積極徵求並集合來自各方的回饋，包括來自內部持份者（如高級管理層及員工）以及外部群體（如顧客及供應商）的觀點。

僱員

本集團透過多元化培訓計劃及團隊訓練活動與僱員互動。於報告年度內，本集團透過舉行焦點小組會議，以收集不同部門員工對本集團可持續發展策略的意見。



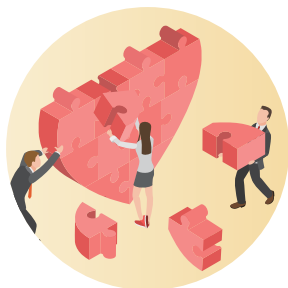
客戶

本集團透過「自家CLUB」會籍計劃維繫顧客關係，並透過電子通訊及鴻福堂手機應用程式（「鴻福堂APP」）向會員傳遞最新消息。

顧客可透過客戶服務熱線、電郵、公司網站及社交平台等多種渠道提供反饋和意見。

供應商及業務夥伴

本集團透過定期實地視察及持續交流，與供應商及業務夥伴建立穩固關係。



社區

本集團透過與各項慈善活動、贊助、捐款及義工服務，與社區（包括非政府組織及受惠對象）聯繫並提供支援。

股東及投資者

本集團透過股東週年大會與股東保持密切溝通。本集團亦透過公司網站、媒體訪問及電郵通訊，向投資者及股東提供有關業務發展及財務業績的最新資訊。





與往年一樣，本集團召開持份者焦點小組，以求集思廣益。所收集到的反饋按關鍵程度、重要性及緊急性分先後次序處理。主要持份者意見反饋的重點及本集團的回應如下：

持份者意見反饋

本集團回應

持份者建議推動可循環再用的包裝，增加採用rPET作為塑膠包裝物料。

- 鴻福堂正積極尋找更環保的包裝物料。在鴻福堂分店及HFT Life分店售出的飲品中，已有超過38%改用rPET包裝。我們未來將繼續探討在餘下產品中採用rPET的可能性。

持份者建議鴻福堂展現對弱勢社群及長者的關懷。

- 鴻福堂一直關心弱勢社群，並持續支持他們，例如為長者提供折扣優惠。
- 鑒於長者在使用流動應用程式時或會遇到困難，鴻福堂特別為長者推出實體禮品卡，並提供專屬優惠。

持份者建議推出更多無糖或低糖飲品。

- 鴻福堂一直研究開發更多無糖及低糖飲品。因應大眾越來越關注過度攝入糖分對健康的影響，鴻福堂於二零二五年推出無添加糖豆乳及低糖配方竹蔗茅根飲品。

持份者建議加強推廣ESG意識及企業文化。

- 鴻福堂已積極與公眾互動，以推動其ESG理念及企業文化。
- 鴻福堂於二零二五年為城市轉化學院舉辦分享會，開放辦公室展示企業文化，並介紹健康設施及僱員福利。
- 鴻福堂積極推廣傳統涼茶文化，其8條涼茶秘方已獲認證為非物質文化遺產。

重要性評估

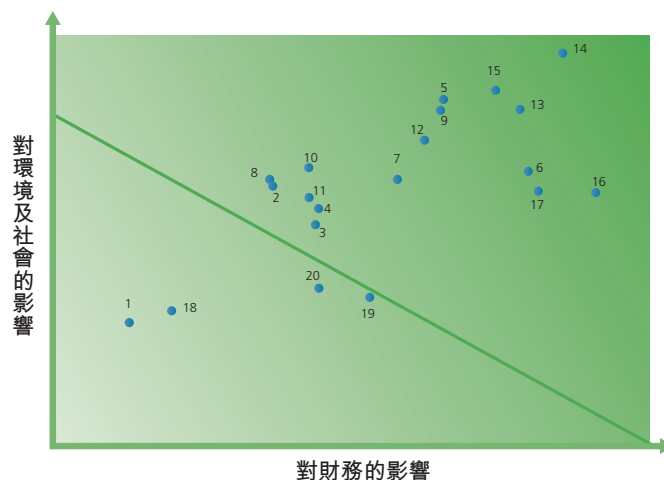
根據上述活動所獲得的洞見，本集團進行重要性評估，以釐定關鍵可持續發展議題。過程中評估該等議題對持份者的重要性，以及本集團對環境及社會的相關影響。





重要性矩陣圖

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



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

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

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

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

法律合規

遵守所有適用的法律法規是鴻福堂日常營運的基礎。本集團已建立內部監控及業務風險管理程序的框架。通過有效管理相關政策及措施，我們減低因不合規而可能導致的執法行動、罰款、刑罰及訴訟等風險。於報告年度，並無發生對鴻福堂營運產生重大影響的相關法律及法規的違規事件。

下表列出對鴻福堂營運有重大影響的法律法規，並按範疇分類：

層面	對本集團營運而言屬重要的相關法律法規
排放	<ul style="list-style-type: none"> 《空氣污染管制條例》(第311章) 《廢物處置條例》(第354章) 《產品環保責任條例》(第603章) 《環境影響評估條例》(第499章) 《有毒化學品管制條例》(第595章) 《噪音管制條例》(第400章) 《中華人民共和國環境保護法》
僱傭及勞工準則	<ul style="list-style-type: none"> 《僱傭條例》(第57章) 《僱員補償條例》(第282章) 《中華人民共和國勞動法》 《中華人民共和國禁止使用童工規定》
健康及安全	<ul style="list-style-type: none"> 《職業安全及健康條例》(第509章) 《僱員補償條例》(第282章)
產品責任	<ul style="list-style-type: none"> 《個人資料(私隱)條例》(第486章) 《商品說明條例》(第362章) 《不良廣告(醫藥)條例》(第231章) 《中華人民共和國知識產權海關保護條例》 《GB7718-2011預包裝食品標籤通則》 《GB28050-2011預包裝食品營養標籤通則》 《中華人民共和國廣告法》 《中華人民共和國消費者權益保護法》
反貪污	<ul style="list-style-type: none"> 《打擊洗錢及恐怖分子資金籌集條例》(第615章) 《防止賄賂條例》(第201章) 《中華人民共和國反不正當競爭法》 《中華人民共和國刑法》



我們的營運

秉持鴻福堂的長遠願景，我們運用行業專業知識和能力，為企業可持續增長創造恆久價值。我們的目標是保留傳統草本養生之道，同時將現代及創新技術融入生產流程。我們決心踐行「真心製造，自然流露」的企業理念，保障產品安全及質量，維護顧客權益、恪守商業道德，並提升顧客的體驗。

保障產品安全及質量

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

質量管理系統

我們位於香港及開平的廠房均嚴格遵守ISO 22000食品安全管理系統及食品安全重點控制（「HACCP」）等國際認可標準。我們的香港廠房亦獲得良好作業規範（「GMP」）認證。於二零二五年，我們的開平廠房取得FSSC 22000食品安全管理系統認證，該認證獲全球食品安全倡議組織(GFSI)全面認可。此加強的認證制度以ISO 22000為基礎，主要適用於食品製造商、加工商及包裝公司，涵蓋ISO 22000的所有標準。為確保我們的質量管理系統有效，食品安全小組監督系統的執行、進行定期檢討並評估其表現。獨立第三方進行的年度審核驗證我們的系統，而品質管理部門實施嚴格的質量控制程序，包括對成品就質量及微生物含量進行隨機抽查。

食品安全及質量管理的主要角色	工作範圍
助理總經理（集團）	<ul style="list-style-type: none"> • 提供資源以執行食品安全政策並符合所有法例規定。 • 確保所有員工接受有關食品安全責任的充足指引、通知和培訓。 • 經營業務時完全遵守現行食品安全條例。 • 制定食品安全政策。 • 與食品安全小組內各部門協作，制訂食品安全目標。 • 委任食品安全小組成員和主管。 • 負責廠房營運、人事及文書管理。 • 協調公司的人力資源部門及培訓部門，以處理廠房員工招聘及培訓安排。
食品安全小組組長	<ul style="list-style-type: none"> • 確保系統的制定、執行、維護和更新。 • 管理和組織食品安全小組的工作。 • 確保食品安全小組得到適當培訓並能夠勝任。 • 向最高管理層匯報系統的成效及適用性。 • 與立法及執法部門溝通。 • 負責處理食品安全事宜。 • 管理ISO 22000系統營運中的生產與資訊系統。
品質管理經理	<ul style="list-style-type: none"> • 建立和改善質量控制系統。 • 處理有關質量控制的投訴。 • 批准原材料及包裝物料的驗收，並安排收集測試樣本。 • 批准質量控制記錄及清單。 • 計劃衛生或質量控制培訓。 • 安排原材料及產品的測試。 • 確保加工廠的產品、工序、新產品發佈及管理系統符合標準及法例規定。 • 檢討和跟進管理審查的回饋及行動。 • 管理ISO 22000文書。

為維持產品質量，鴻福堂已設定目標，每月接獲少於10宗有關健康及安全的投訴。於二零二五年，我們成功達成此目標，全年僅錄得23宗有關健康及安全的投訴。本集團於年內執行更嚴格措施，包括就定期監察和匯報生產質量提供更詳盡指引，並改善產品溫度控制、運輸及倉儲環境。

指標	目標	二零二五年	二零二四年	二零二三年
平均每月接獲有關產品健康及安全的投訴宗數	< 10宗	1.92宗 (達標)	1.75宗	0.75宗

產品回收

零售產品的回收程序

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

1. 識別

當供應鏈發現任何食品安全問題的潛在源頭時，會通知危機管理小組。

2. 調查

危機管理小組會展開調查，以確定食物安全問題的成因及對其產品的影響。

3. 回收

一旦確認需回收產品，危機管理小組將會啟動程序，停止在零售店及市場上分銷及銷售有關產品。

4. 記錄

記錄案例以進行評估及提出改善方案。

批發產品的回收程序

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

於本報告年度，概無零售或批發產品因健康及安全問題而須回收。

保障客戶權益

客戶私隱及知識產權

隨著自家CLUB會員基礎擴大，本集團仍致力保護客戶私隱，以維持商業誠信。本集團已制定全面的私隱政策，詳細列明收集、使用、儲存和保護客戶資料的做法。政策涵蓋所收集的資料種類、處理資料的目的、保留資料期限以及為保護資料而實施的保安措施。鴻福堂亦強調在收集和處理個人資料前必須先徵求有關人士同意。本集團提供有關資料處理慣例的清晰資訊，包括有否涉及第三方，並讓個別人士選擇參與或退出特定的數據活動。此外，本集團實施嚴謹的資料安全措施，保護消費者資料免於未經授權存取、遺失或竊盜。有關措施包括使用加密、存取控制、定期安全評估以及就資料保護規範舉辦全面員工培訓。鴻福堂以保留最少資料和用途受限為原則，確保僅收集特定目的所需的必要個人資料，並保證資料的使用不會超出同意的用途，且保留的時間不會超過必要的期限。



本集團亦積極保護知識產權。我們僅使用合法、具備正式授權的軟件，以確保遵守軟件版權。鴻福堂購買正版軟件並遵守供應商的授權條款和使用限制，避免使用未經授權或被破解的軟件。本集團嚴格禁止軟件盜版，絕不容許複製、分發或使用未經授權的軟件，包括下載或分享盜版軟件、應用程式、電影、音樂及其他受版權保護的材料。鴻福堂尊重網站及數碼內容的原創性，嚴格遵守有關的版權法規，而未經適當許可，本集團不會未經授權下載、複製、分發或修改內容。本集團遵循網站的使用條款及版權聲明，表示對內容創作者權利的尊重。僱員亦須遵循守則，在辦公室以外地方存取公司資料前必須連接VPN登入。

負責任的市場推廣及產品標籤

我們透過一套標準化程序，確保市場推廣、宣傳活動及產品標籤真實和準確無誤。該等程序旨在確保我們的市場推廣策略及宣傳材料能傳達可靠的產品信息。市場推廣部門選擇信譽良好的媒體渠道，並檢視所有宣傳內容，以確保與本公司的核心價值一致。此外，我們的產品標籤提供精確可靠的資訊，包括過敏原資料、安全食用指引及經檢驗確認的保質期。我們產品標籤的設計清晰，易於理解。提供的營養資訊均由獨立專業人士遵照標準的食品安全及質量規範制定及核實。鴻福堂亦積極參與自願性「預先包裝食品『鹽／糖』標籤計劃」。

為進一步提升產品成份的透明度，鴻福堂於二零二五年開始在部分產品採用正面展示的營養標籤。鴻福堂將繼續探索更多機會，於不同產品系列推行營養標籤，包括評估如何統一營養資訊，確保不同類別產品保持一致，並與國際最佳做法接軌。透過此舉，我們旨在提升顧客信任、推廣健康意識，並支持社群建立更均衡的生活方式。

秉持商業準則

鴻福堂致力維持商業誠信及企業道德的最高標準。我們的行為守則及僱員手冊清晰列明本集團每名僱員及營運場所的預期業務行為標準及法律合規標準。我們對欺詐、賄賂、不守信或濫用權力採取零容忍政策。

遵照本地反貪污法例及條例，鴻福堂積極處理任何利益衝突，並要求所有董事及僱員都必須披露任何與職務構成衝突的事項。為促進與我們業務夥伴的公平和具透明度的關係，我們已依據本集團的採購行為守則制定正式程序，以規範員工在收受供應商及業務夥伴的款待及禮品時的管理方式。

舉報

本集團已實施舉報政策，列明處理潛在不當行為或非法活動的程序。我們積極鼓勵僱員提出有關嚴重問題的疑慮，包括欺詐、財務違規、賄賂或非法付款、歧視或騷擾、不遵守法律或監管義務、危及健康及安全的行為或蓄意隱瞞有關問題。所有根據此政策作出的舉報均會嚴格保密處理，而本集團禁止對忠誠舉報潛在違反守則的事項的人士進行任何報復。本集團的審核委員會定期監察及檢討舉報政策，並負責監督調查程序。

反貪污培訓

為提升工作場所內對反貪污的認知水平及防止貪污事件，本集團定期為員工舉辦反貪污培訓課程。該等培訓由廉政公署進行，旨在確保員工能充份認識潛在貪污風險，並了解有效的應對措施。

於二零二五年，

接受反貪污培訓的僱員總數：

50名僱員

反貪污培訓總時數：

100小時

提供更有益健康的產品選擇

隨著消費者對過量攝取糖份及鹽份的健康風險日益關注，他們已越來越注重作出明智的購買決定。為回應不斷變化的口味和關注，本集團積極擴大產品種類，提供更多元化的選擇，以滿足各種飲食需求和喜好。

多元化產品選擇

鴻福堂非常重視顧客回饋，並因應市場需求不斷改良我們的產品配方，以配合市場趨勢。為努力達到顧客的期望，我們一直增加不同產品類別的產品選項，包括推出無糖、低糖、低鈉、低卡路里和其他綠色產品，加進我們的產品系列。



無糖、低糖或低鈉產品

無糖、低糖及低鈉產品乃根據「預先包裝食品『鹽／糖』標籤計劃」指定的定義來標籤。於二零一九年，鴻福堂訂立目標，於三年內有50%的產品為低鈉或低糖成份。

為迎合顧客需要，我們於二零二五年推出兩款低糖或無糖飲品－無添加糖豆乳及低糖配方竹蔗茅根飲品。於本年度，我們低糖或無糖的鮮製飲品比例達61.9%以及低鈉成份的食品比例達24.2%。我們正努力邁向二零三零年的下一個目標。

鴻福堂於二零二五年在部分產品包裝附有正面營養標籤，標示能量、糖份、脂肪及鈉含量等主要資訊，並清楚識別健康選項。此舉有助消費者作出知情選擇，亦進一步彰顯我們在開發健康產品方面的承諾。

低熱量稀少糖產品

以稀少糖配方製成的產品一般比傳統甜味劑製成的產品含有更少的卡路里。這類稀少糖飲品專為有糖分攝取限制的顧客（如糖尿病患者）而設計。於二零二五年，鴻福堂擴大此類產品系列，推出兩款全新的稀少糖飲品：火麻仁飲品及山楂祛濕排毒茶。除了現有的花膠冰糖雪耳甘露飲品外，我們亦更努力開發更多產品，以滿足不斷演變的消費群體的需求。

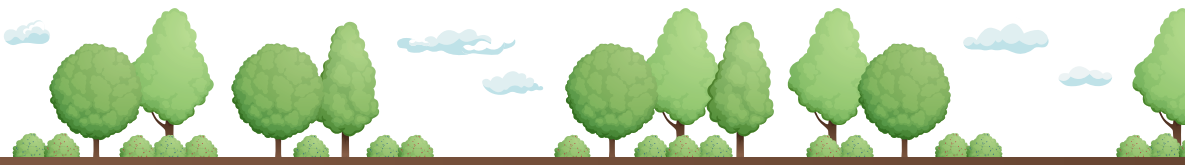


綠色健康產品

為迎合注重健康的消費者追求便利養生的方式，本公司於二零二五年與Mr. Juicy菓汁先生合作推出一系列低糖養生飲品。我們推出以「輕養生」為主題的產品系列，包括4款產品：「纖爽。養生水」（含紅豆與薏米，具排毒功效）、「美白。養生水」（含檸檬與薏米，有助腸胃健康）、「清熱。養生水」（含薄荷與檸檬，具消暑作用），以及「排毒。養生水」（含蘋果與苦瓜，有助促進新陳代謝）。

推出產後坐月食療產品

產後媽媽常會出現身體虛弱及血瘀情況，一般需要先祛瘀才可以進補。因此，本集團於二零二五年推出兩款全新產後食療套餐：「1天月子餐」及「星級月子餐」。除這兩款新推出的產後食療套餐外，我們也推薦多款針對產後坐月婦女的現有產品－祛風補虛自家豬腳薑醋、補氣血白背木耳紅棗雞燉酒、及提神補虛原味滴雞精，旨在促進產後媽媽身體復原，恢復健康。



擴展素食產品

為回應對素食食物日益增長的需求，本集團持續在節慶菜單中增加素食產品的選項。我們推出了牛肝菌姬松茸素糰，以牛肝菌和姬松茸為主，加入冬菇及蓮子製成，為端午節提供健康素食選擇。於中秋節期間，本公司亦重新推出至尊素食盆菜，以特製素鮑魚、素蝦及素帶子為主，配以蓮藕、白蘿蔔、芋頭及花菇等新鮮蔬菜。

此外，鴻福堂亦推出「鴻小飯堂」網上訂餐平台，顧客可透過AI自訂個人化健康餐組合。該平台特別提供健康「N鎰飯」系列，旨在支持均衡生活方式。每份健康餐均包含優質蛋白質、含豐富膳食纖維的新鮮蔬菜及碳水化合物主食，並精心搭配鴻福堂自家湯或涼茶，提供充實而富營養的用餐體驗。



以此為基礎，鴻福堂正積極擴展素食產品系列，以滿足對素食選擇日益增長的需求。健康「N鎰飯」系列亦包括素食選項，主打新鮮時令食材及植物性蛋白，確保喜愛或需要素食的顧客能享用符合其營養需要及健康目標的健康餐。

提升顧客體驗

因應電子設備的使用日益普遍，鴻福堂一直積極探討各種方法，透過網上及電子服務（如我們的「自家CLUB」會籍計劃）以提升顧客體驗。截至二零二五年十二月三十一日，香港自家CLUB的登記會員人數已突破1,563,000人。

客戶服務

於二零二五年，鴻福堂共接獲283宗有關產品質量、服務條款以及健康與安全的客戶投訴。該等投訴透過熱線、電郵、WhatsApp、網上表格及社交媒體等多種客戶服務渠道提交，由客戶服務部負責記錄及處理。

所有投訴均會被徹底查核，並通知相關部門，以便展開適當跟進行動或補救措施。相關部門按照既定程序迅速處理客戶的關注。根據事件的嚴重性，鴻福堂盡力於兩個工作天內透過電郵或電話回應客戶的查詢。需要跨部門支援的個案，通常會於3至5個工作天內解決。

創新數碼服務

<p>「鴻小飯堂」人工智能（「AI」）登場</p>	<p>鴻福堂與維小飯合作推出「鴻小飯堂」— 配備AI功能的網上訂餐平台，根據顧客的健康需要及飲食偏好，提供個人化的餐飲建議，並提供有關營養及卡路里的詳盡資訊。</p>
<p>顧客溝通及互動</p>	<p>已推出一系列服務以提升用家體驗，包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 為產後媽媽設立WhatsApp熱線及網頁，簡化查詢流程，並提供迅速且全面的回應。鴻福堂全線分店已委任產後食療大使，提供有關我們滋補產品的專家意見。 2. 提供具備近場通訊(NFC)技術的電子e券，以「一拍即用，一掃即享」的便利，推廣低糖或無糖飲品的折扣優惠。 3. 顧客可購買利是e券以取得獨定折扣，且較傳統的紙券更為環保。 4. 推出以鴻福堂專屬IP角色「鴻貓」及「燒賣仔」為主題的WhatsApp節日貼圖及微信電子利是封，並配以新年祝賀語，旨在提升顧客的數位互動體驗，增強節日期間的交流與參與感。
<p>網購平台「自家ON！」及與外送平台的合作</p>	<p>鴻福堂透過「自家ON！」平台提供網上訂餐服務，專門提供月子餐及精緻美食到會。與Foodpanda及Keeta等主要的外送服務平台合作，將外賣訂單由鴻福堂分店速遞予顧客。此安排透過簡化的訂餐及外送流程，確保顧客網購體驗更便利。</p>

負責任採購

鴻福堂致力在整個生產過程中向負責任的供應商採購原材料。本集團的ESG政策說明我們決心實踐具商業道德及可持續的營商準則，並強調在整個供應鏈中推動可持續發展，其中包括與新鮮食材、海味、其他原材料及草本原料的供應商合作。鴻福堂優先與獲世界貿易組織認可為公平貿易慣例或獲其他具信譽ESG認證機構認證的供應商合作。透過該等合作，我們確保我們的採購符合道德及可持續發展標準。截至二零二五年十二月三十一日，鴻福堂與197家位於香港、中國內地及其他地區的主要供應商有業務聯繫。

採購慣例

本集團根據既定準則及程序，甄選、委聘及評估供應商。所有供應商（不論新委聘及現有供應商）均須全面遵守本集團的環境及社會責任政策。

供應商甄選及溝通過程

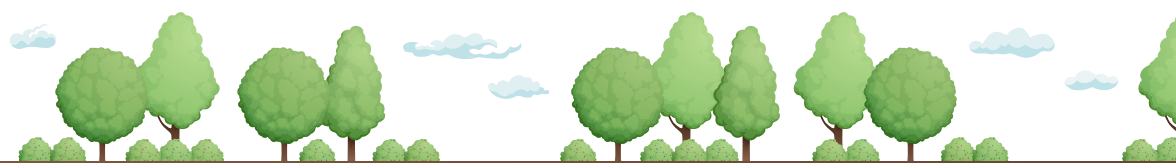
1. 鴻福堂要求供應商須提供證明文件，例如許可證、質量及安全證書以及第三方檢測報告。
2. 本集團設有風險評估框架。規定有意供應商需識別和披露其風險因素，並提出適當的控制措施以減輕有關風險。
3. 本集團定期評估供應商的表現，考慮產品品質、準時運送的合規情況及合作程度等因素。在整個生產周期中，鴻福堂會進行盡職審查或現場評估，以證實符合本公司的標準。如供應商未有達到品質標準或違反誠信要求，我們或會暫停與該供應商合作，並從本集團的獲批核供應商名單中剔除。

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



未來計劃：

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



我們的員工

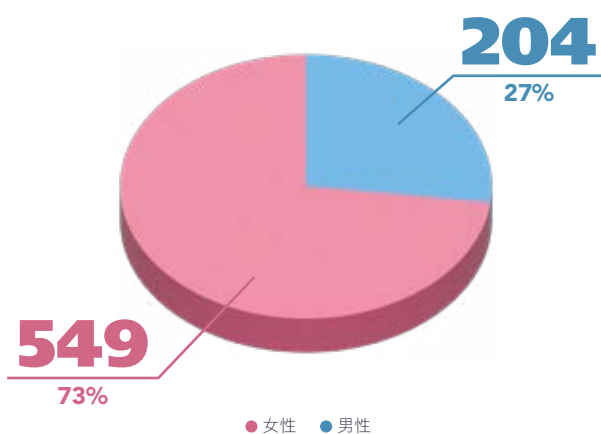
我們的員工隊伍是我們最寶貴資產。我們監察市場趨勢，並定期檢討我們的人力資源政策，以制定合適且可行的方案。我們的目標是改善我們的工作環境並提升僱員的滿意度。我們堅信，以人為本的職場文化可加強歸屬感，從而提高整體效率，創造雙贏局面。

營造理想的工作環境

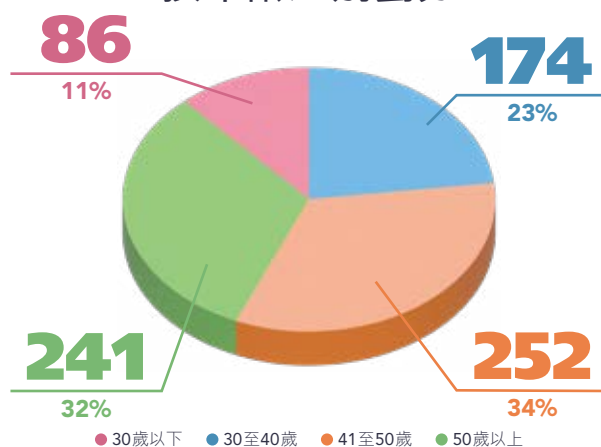
鴻福堂有753名僱員⁶，致力為僱員及其他人員⁷營造公平、理想、安全及健康的工作場所。我們承諾致力營造平等和共融的工作環境，以符合本集團的ESG政策、僱員手冊及工場安全指引。該等文件列明有關僱傭慣例、僱員健康與安全、培訓及發展以及勞工標準的全面指引。為確保有效實施，我們設有健全的人力資源管理系統，包括定期監察僱員薪酬及福利的政策。我們的僱員手冊可作為重要參考，提供有關工作時數、假期權益、反歧視措施、待遇、福利及終止僱用程序等資訊。

員工總數：753人⁶

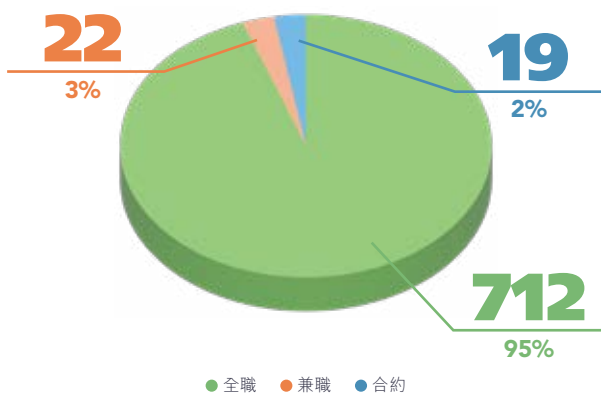
按性別劃分



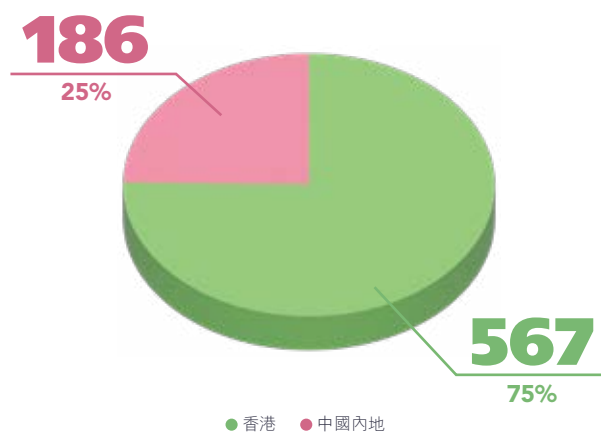
按年齡組別劃分



按僱傭類別劃分



按地區劃分



⁶ 於二零二五年十二月三十一日共有753名僱員，其中567名僱員位於香港及186名僱員位於中國內地。

⁷ 其他人員指本集團聘用在本集團所控制的工作場所中履行工作的代理／承辦商／供應商。

二零二五年持續實施的措施或政策

薪酬及酬金

- 僱員酬金乃根據市場基準、個人資歷及經驗而釐定。
- 執行「同工同酬」政策，確保相關指引獲平均實施。

招聘、晉升及解僱

- 招聘及晉升決定乃完全基於僱員的能力及年度表現評估，而不考慮年齡、性別、性取向或種族。鴻福堂積極鼓勵僱員可視年度表現評估為自我反思及向管理層提供反饋的機會。
- 僱員可根據僱傭合約所規定條款及細則終止僱傭合約。

工作時數及假期

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





公平、包容及多元的工作環境

- 我們與匡智會等機構合作，為殘疾人士提供工作機會。本集團對所有形式的歧視及騷擾執行嚴格的零容忍政策。為促進健康體魄，我們設置了桌球檯、健身設備及綠色員工休息區，供員工免費使用。

僱員福利

- 為僱員提供全面的福利計劃，包括：

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

- 由員工發起的「生活委員會」負責組織各樣僱員福利活動。

勞工準則

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



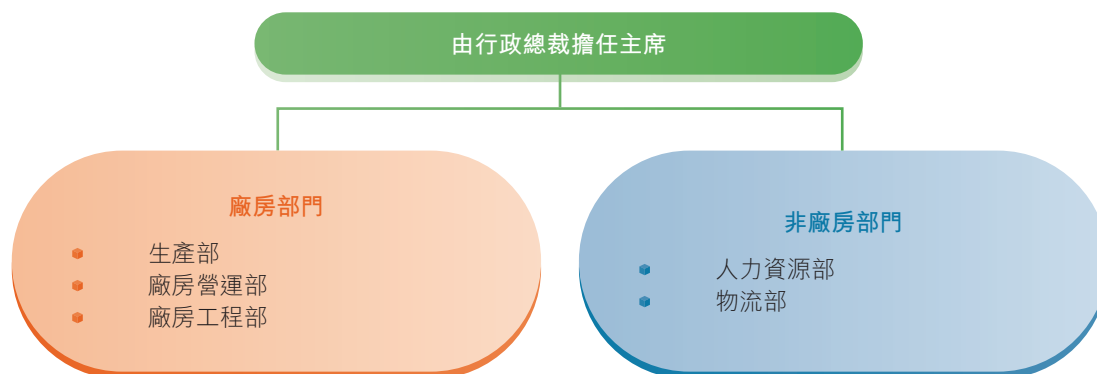
保障僱員的健康與安全

鴻福堂在營運過程中每個範疇，包括辦公室運作、採購、生產、物流及零售店面，均致力保障僱員的安全及健康。我們執行周全措施，防止所有會導致受傷或身體或精神損害的工作相關事故。有關措施配合本集團的ESG政策，旨在為所有僱員及工人營造安全健康的工作環境。

職業健康與安全管理

本集團的安全委員會（由行政總裁擔任主席並由來自不同部門的代表組成）負責監察整體健康及安全管理系統。為確保所有員工的健康，我們已制訂工作場所安全指引，並在僱員手冊中詳細說明。透過安全委員會與僱員之間的有效溝通，我們的職業健康及安全框架得以實施。我們於開平及香港的生產廠房完全遵守所有當地安全條例，體現我們對健康及安全的承諾。管理層亦已為大埔廠房制定具體健康與安全政策，為相關持份者提供指引。我們亦推行與獎勵掛鈎的關鍵績效指標(KPI)，以鼓勵防止意外發生。

鴻福堂的安全委員會





為了確保我們的健康及安全系統持續有效，本集團委聘安全審核師對香港廠房進行年度審核。於本年度，我們已對人手操作、工作場所隱患及廠房噪音進行評估，以保障工人安全。二零二五年的審核結果令人滿意，而本集團已採取審核師所建議的改善措施。於二零二五年，廠房取得的審核分數超過80%。本集團已根據審核師的建議，迅速採取行動以改善廠房環境以及健康與安全。

指標	二零二五年	二零二四年	二零二三年
因工傷損失工作日數	124.0	154.0	351.0
錄得工傷個案 ⁸	14	11	11
工傷率(每1,000名員工)	18.6	14.2	13.9

若出現任何差點出意外或與工傷有關的事故，均須於24小時內向高級管理層匯報。安全委員會負責調查有關事故及釐定所需補救措施。於過去三年⁹，本集團並無錄得任何與工作相關的死亡事故。然而，我們於二零二五年錄得14宗工傷事故，大部分工傷均是因安全意識不足而於處理及搬動物品時出意外所造成。受傷員工已得到適當治療，而我們已徹底調查每宗個案的原因。該等調查旨在加強補救措施、就類似風險實施額外預防措施，並改善現有安全培訓計劃。

於本年度，我們的葵涌辦公室共有30多名員工參加泉基工業大廈管理處舉辦的年度火警演習。葵涌消防局的消防員講解如何使用滅火器，並強調攜帶「逃生三寶」(智能手機、鑰匙、濕毛巾)對火警逃生的重要性。這次火警演習大大提高員工應對火警緊急情況的意識和準備能力。我們全年共舉辦39節安全培訓課堂，參與率達100%。此外，香港廠房及開平廠房的所有新僱員在正式開始工作前都必須完成安全培訓。

火警演習與應急準備

於二零二五年四月十一日，本公司在大埔廠房舉行火警演習，以提升員工的安全意識及緊急應變能力。是次演習共有84名員工參與，旨在確保員工熟悉火警逃生路線，並且令員工加強對火災隱患的警覺性和掌握疏散程序。



⁸ 因應二零二五年十一月二日於大埔廠房物流冷庫發生的叉車事故(導致1名行人意外受傷)，所有相關員工其後均接受了叉車操作及安全指引的再培訓，以加強工作場所安全守則。

⁹ 包括報告年度。

僱員福祉

本集團一向非常重視工作與生活平衡，積極舉辦各種關懷僱員的活動，以促進員工的身心健康。於二零二五年，鴻福堂為僱員推行多項福利計劃，包括：

<p>返工放復活假 – DIY工作坊</p>	<p>我們舉辦家庭友善的復活節工作坊，讓員工可於工作日帶同子女回辦公室。子女參與了手工藝班，包括自製香薰蠟燭及馬賽克燈籠製作，同時亦能了解父母的工作環境。</p>
<p>返工放暑假</p>	<p>我們舉辦「返工放暑假」活動，讓員工可帶同子女回辦公室，方便家長照顧子女。活動於工作日舉行，使員工可在履行工作責任與照顧家庭之間取得平衡。</p>
<p>僱員健康與預防保健</p>	<p>我們為前線及辦公室員工安排基本健康檢查，以展現我們對僱員福祉的承諾，並推廣健康生活方式及定期運動。同時，鴻福堂亦支持由屯門地區康健中心舉辦的社區健康外展活動，為合資格員工提供個人化健康管理建議，並協助提前登記「慢性疾病共同治理先導計劃」，包括血糖、血壓及膽固醇的即場篩查服務。透過此計劃，鴻福堂不僅推動預防性醫療，亦加強公眾對長期健康管理的意識。</p>
<p>前線員工佛山之旅</p>	<p>為前線員工舉辦佛山之旅，讓員工渡過輕鬆而有意義的周末。</p>
<p>揮春賀新禧</p>	<p>為員工準備手寫春節揮春，共同歡度農曆新年。</p>

本年度亦舉辦一系列其他員工活動，涵蓋辦公室、廠房及前線分店。這些活動包括入職培訓、春節慶祝活動及「手打400次咖啡」嗜味會等。為促進員工福祉並鼓勵員工運動，本公司贊助員工參與二零二五年渣打香港馬拉松的參賽費用。





培育人才

鴻福堂的培訓及發展策略重點培育能幹且積極投入的工作團隊。本公司非常重視向僱員灌輸所需知識與技術，以支持他們的專業及個人發展。此舉確保工作團隊可做好準備，以掌握機遇和迎接未來挑戰。鴻福堂致力於人才發展，並積極鼓勵所有僱員持續進修，以提升個人能力及知識。

培訓課程

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

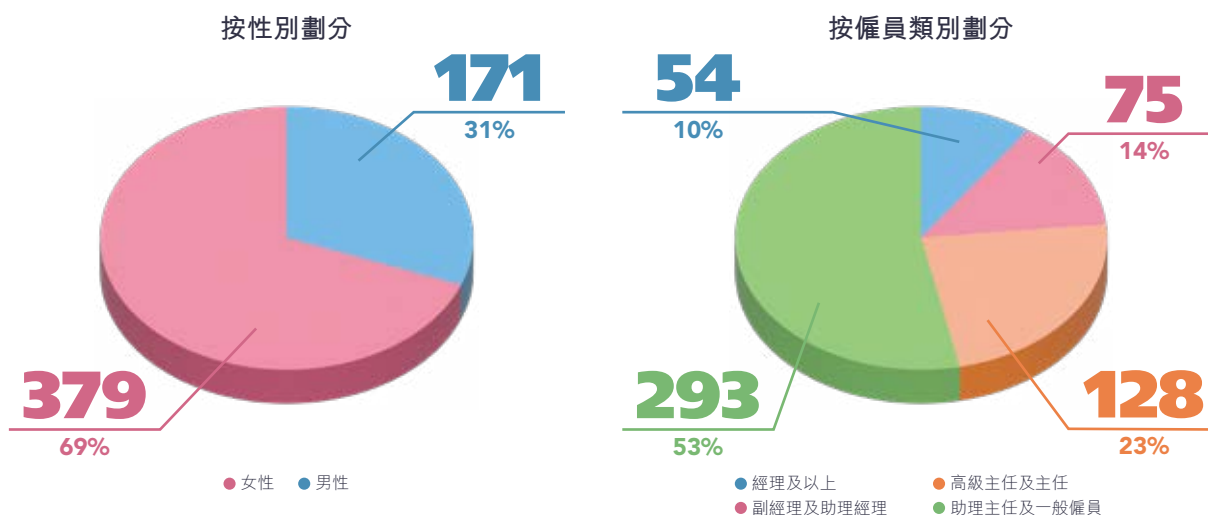
其中值得注意的活動是「鴻福堂靜修(Retreat)」，活動期間同事們前往中國內地開平工廠參觀。部門經理於現場分享領導心得，鼓勵同事深入思考日常工作如何影響組織效能，並啟發同事開拓新方向，共同迎接未來挑戰。

另外，每年一度的「關鍵時刻」計劃讓文職僱員體驗零售店的日常工作，合共有75名僱員參與活動。

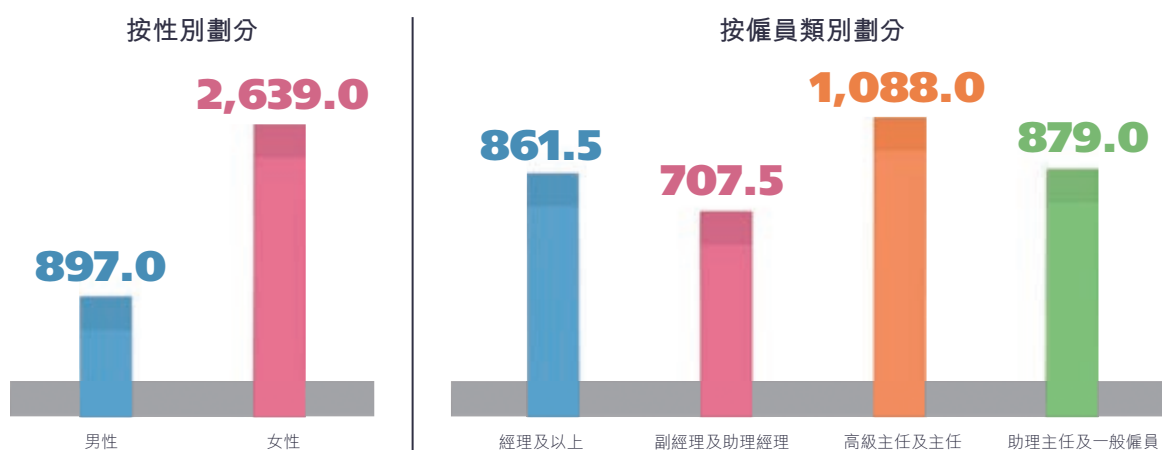
HFT Life培訓	HFT Life分店的僱員接受有關café營運、食品準備技巧及客戶服務的培訓。
食物安全培訓	為確保香港及開平廠房的員工充份了解潛在風險及製造程序中訂明的合適生產規範，我們定期在不同部門為僱員舉辦食物安全培訓。
鴻福堂管理學院手機應用程式	此手機應用程式提供多元化的學習內容，包括環境、職場技巧、身心健康、生活技能、藝術及娛樂。其中，wikiPEDia版面定期發佈最新時事資訊，於二零二五年共發佈了8期。鴻福堂繼續為前線員工提供培訓，包括「服務5步曲」教學影片，以提升員工的客戶服務技巧。
店長會議	本集團定期與分店店長舉行會議，檢視營運數據、分享銷售技巧並解決營運挑戰。這些會議有助於加強分店表現，並確保整個集團的執行一致性。

於二零二五年，本集團為約550名僱員提供培訓，總受訓時數為3,536小時。每名僱員的平均受訓時數為6.4小時。

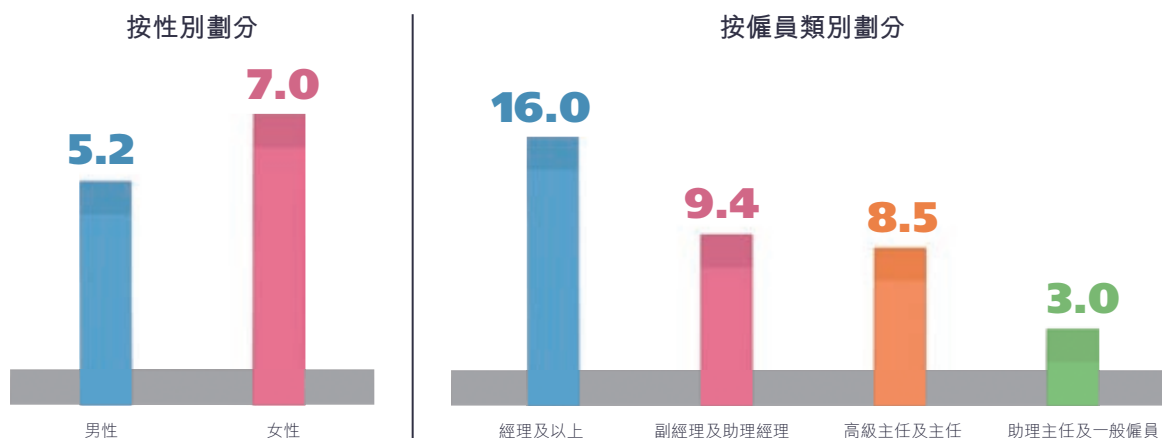
已接受培訓的僱員人數：550



總受訓時數：3,536



每名僱員的平均受訓時數¹⁰：6.4



¹⁰ 平均受訓時數=指定類別的總受訓時數 / 指定類別的僱員總數。



我們的環境

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

管理及減少廢棄物

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

本集團將產生的廢棄物分類，並採取相應的處理策略：



廚餘

鴻福堂的廚餘主要來自生產自家湯及涼茶後的剩餘食材，佔本集團廢棄物的大部分。為解決這問題，鴻福堂與政府部門及廢棄物處理夥伴緊密合作，不會將廚餘送往堆填區棄置。透過各種措施，鴻福堂香港業務已於二零二五年實現零廚餘棄置於堆填區的目標。

於廠房內：

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

環境保護署的「廚餘、污泥共厭氧消化」試驗計劃

鴻福堂將136.2公噸¹¹湯渣預先處理，送至污水處理廠作共厭氧消化。在此過程中，廚餘轉化為生物氣發電，為大埔的污水處理設施提供能源。

有機資源回收中心第一期¹²（「O • PARK 1」）

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

於報告年度，鴻福堂將122.2公噸廚餘運送至O • PARK 1，當中包括已轉送至「廚餘、污泥共厭氧消化試驗計劃」的廚餘。

與FoodCycle+合作

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

於報告年度，FoodCycle+共回收了14.0公噸廚餘，並成功轉化為有機堆肥。

減少食物浪費

於二零二五年十月，本集團推出折扣推廣活動，以減少因庫存滯銷而造成的食物浪費。顧客購買距到期日不足兩天的一般產品，可享正價75折優惠。此計劃涵蓋指定產品類別，包括藥膳湯品、涼茶、龜苓膏、包裝小食、蒸飯、麵食、粥品及甜品。該措施鼓勵銷售原本可能造成食物浪費的產品，既展現公司對減廢的承擔，同時亦為顧客提供價值。

	二零二五年
回收廚餘量（公噸）	136.2
減少的溫室氣體排放（公噸二氧化碳當量）	75.0 ¹³



¹¹ 已送往O • PARK 1的90%以上廚餘亦在「廚餘、污泥共厭氧消化」試驗計劃中預先處理。

¹² O • PARK 1位於北大嶼山小蠔灣，是香港政府成立的首個有機資源回收中心。O • PARK 1將廚餘轉化為可再生能源發電，而加工過程中產生的殘留物可作為堆肥，供園林綠化及農業生產之用。

¹³ 廚餘的碳排放計算採用環境保護署(EPD)所提供的轉化系數。



其他廢棄物

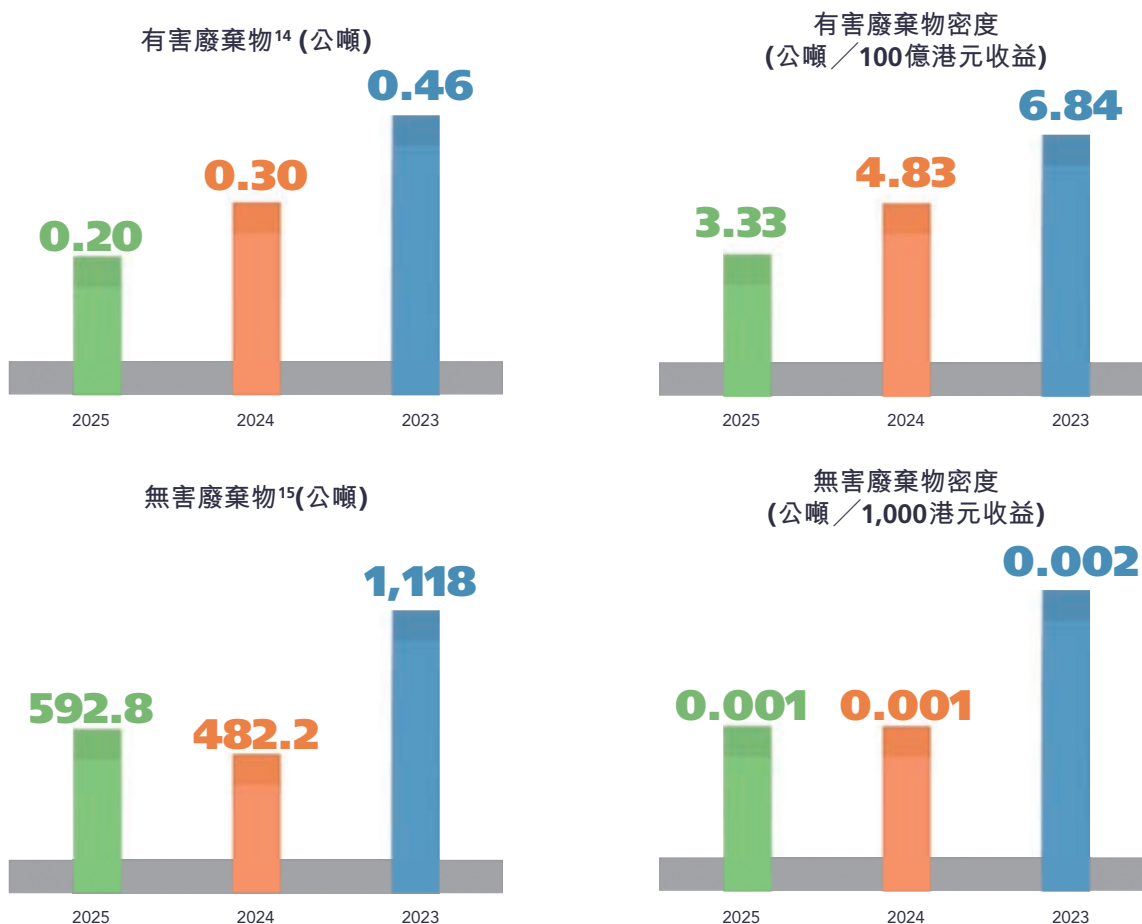
無害廢棄物包括塑膠廢物、木卡板、紙箱及金屬廢料，由持牌承辦商收集並於堆填區處置。為鼓勵在辦公室減少廢棄物，鴻福堂定期更新減廢指引，教導僱員可持續慣例。

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

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

鴻福堂明白有害廢棄物（如熒光燈及LCD背光燈管）可能帶來的污染風險及對健康的潛在影響。為妥善處理，本公司遵守嚴格的內部廢物管理規章，並聘請持牌收集商安全地處理和處置有害廢棄物。

根據二零二零年減少電子廢棄物的目標，鴻福堂致力於安全且負責任地重用、回收並安排處置IT設備及電子產品。該等過程將按照法律規定進行，確保數據安全、可追蹤及環境的可持續性。



¹⁴ 主要來源：香港辦公室、香港廠房及開平廠房產生的LCD顯示器、廢棄電池、廢棄熒光燈及LCD背光燈管。

¹⁵ 主要來源：生產廢物、家居廢物、紙張、塑膠及金屬廢料來自香港廠房、開平辦公室及開平廠房。

資源效益

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

包裝

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

目前採取的措施



推廣廢物回收與管理意識

為加深員工對循環經濟的實際理解，本集團於二零二五年九月舉辦「半日回收員體驗」活動，邀請僱員及其家人參與本地社企The Loops的回收活動。

參加者首先接受有系統的家居廢物分類培訓，以分辨可回收與不可回收物料，然後親自分類常見的可回收物，包括膠樽、紙張及鋁罐。

此舉有效地將環境教育由理論延伸至實踐，強化員工的廢物管理意識，並展現本公司在供應鏈中落實生產者自負責任的承諾。

轉用rPET包裝

自二零二五年六月起，本集團在零售網絡全面轉換包裝，大部分鴻福堂分店的樽裝飲品包裝已採用rPET製成的膠樽。此舉直接減少塑膠廢棄物及生產原生塑膠相關的碳排放。



智能回收拓展至中國內地

於二零二五年十月，本集團與碳世界(Carbon World)合作，在深圳前海引入智能回收機。這項合作標誌著將香港的智能回收系統拓展至中國內地的重要一步。這項計劃在公共地方配置膠樽回收機技術，讓消費者能以方便和互動的方式參與回收。

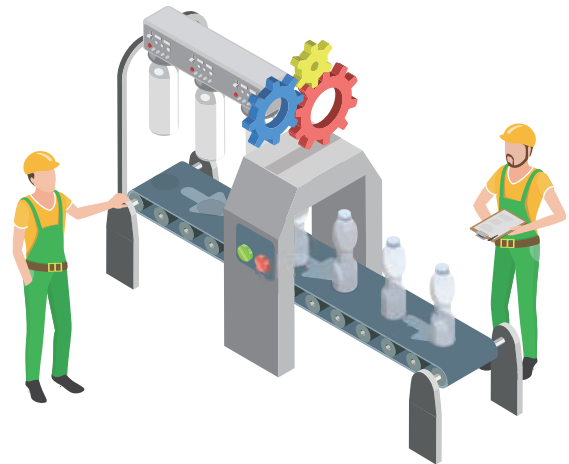
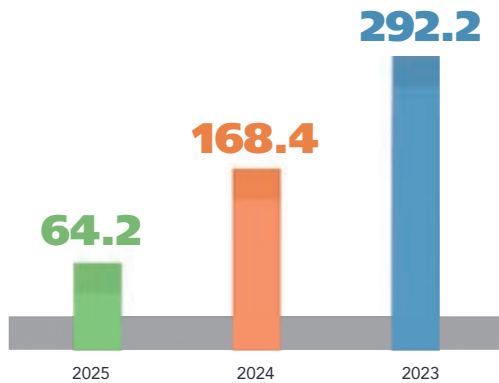
推廣使用環保袋

於二零二五年八月，本集團推出宣傳活動以鼓勵使用環保袋。顧客購買兩套燒賣電子e券時，加港幣1元即可換購燒賣公仔環保袋。此活動可配合本公司持續減少即棄包裝物料的措施，並可推動顧客建立可持續的消費習慣。





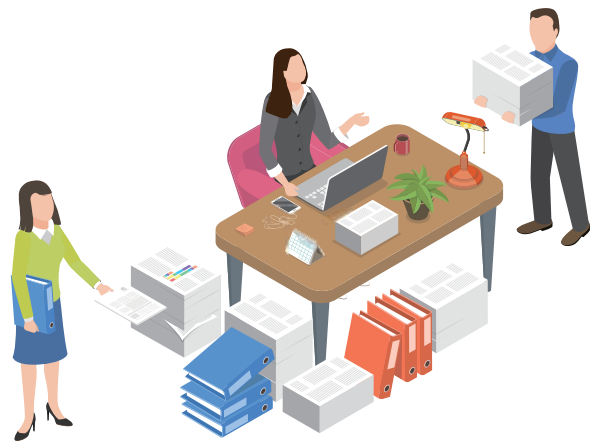
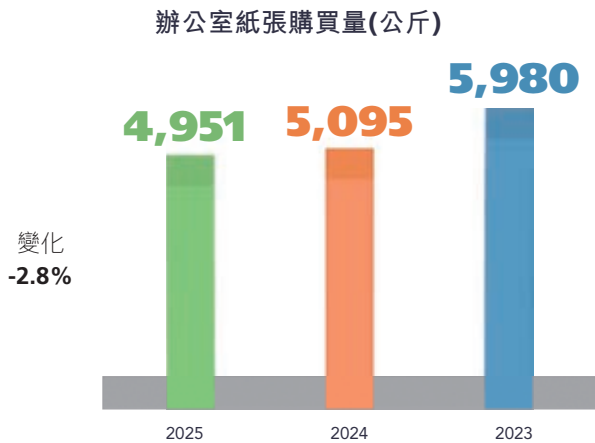
在香港廠房使用的塑膠包裝物料(公噸)



無紙化營運

鴻福堂堅持達到無紙化辦公及無紙化零售的長遠目標。

<p>無紙化辦公</p>	<p>透過鴻福堂的ec-Work (易做好) 手機應用程式，僱員可有效處理申請休假、查閱糧單及報稅表等行政工作，從而大幅減少紙張消耗。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 鴻福堂確保所有辦公打印紙張均獲森林管理委員會 (「FSC」) 認證。本集團的辦公室減廢指引積極鼓勵員工減少用紙，包括遵循電子化營運流程，採用安全列印，並於需要列印時使用獲FSC認證的紙張或重用單面紙。 • 我們鼓勵員工透過電子化工作流程來降低紙張消耗，同時推行安全列印措施，並建議在列印時重複使用單面紙。我們亦推廣使用電子名片，以減少不必要的紙張消耗。 • 因應監管要求及可持續發展目標，本公司已盡量減少年報及中期報告的印刷。我們主要透過電子方式與股東溝通。至二零二五年，已有75%的股東選擇以電子形式接收公司通訊。此外，自二零二五年起，所有董事會會議已全面採用電子文件形式進行。
<p>無紙化零售</p>	<p>我們透過優惠與推廣活動，鼓勵顧客採用鴻福堂手機應用程式 (「鴻福堂APP」)，該應用程式提供電子會員卡及電子e券，支援無紙化零售操作。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 截至二零二五年十二月三十一日，已有322,370名會員下載鴻福堂APP，按年增長10%，其中超過70%的優惠券以電子形式兌換。 • 推出針對性的數碼推廣活動，包括早餐及下午茶電子e券，以促進會員增長和強化餐飲業務，並有助減少紙張及會員卡的使用。 • 引入數碼行銷渠道，包括店內電子顯示屏，進一步減少紙張使用，在提升顧客互動的同時，推動更高效及可持續的零售生態系統。

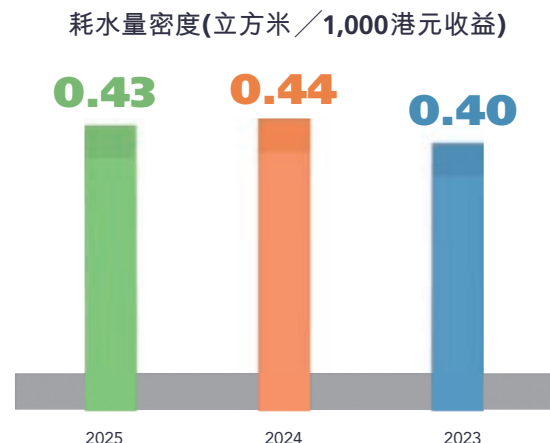
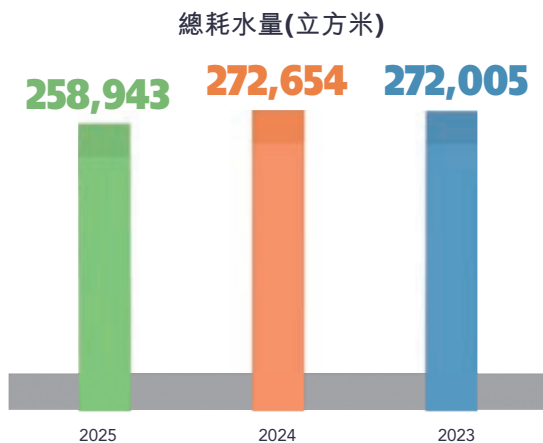


用水效益

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

- 定期檢查香港及開平廠房的蒸汽冷凝水回收系統，以確保最佳用水效益。
- 引入萃取工序，以優化烹飪過程中的用水效益。
- 在香港及開平廠房安裝水質穩定器，延長循環系統內用水的有效壽命。
- 引入膠樽消毒系統，消除用水需求，估計每年可節省逾2,300立方米用水。
- 香港廠房每日最高用水量維持於260立方米以內，以響應業主香港科技園公司作出的環保承諾。

我們的用水管理措施不僅涵蓋廠房的進水，亦包括水排放。我們確保大埔廠房的廢水排放符合環境保護署的許可要求，並委託第三方進行廢水檢測，以確保符合許可條件及相關監管標準。



為達到二零三零年前減少水足印的目標，鴻福堂正擬定用水效益計劃。該計劃旨在改善供應鏈內的用水效益，並保障水源風險偏高地區的水供應。



應對氣候變化

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

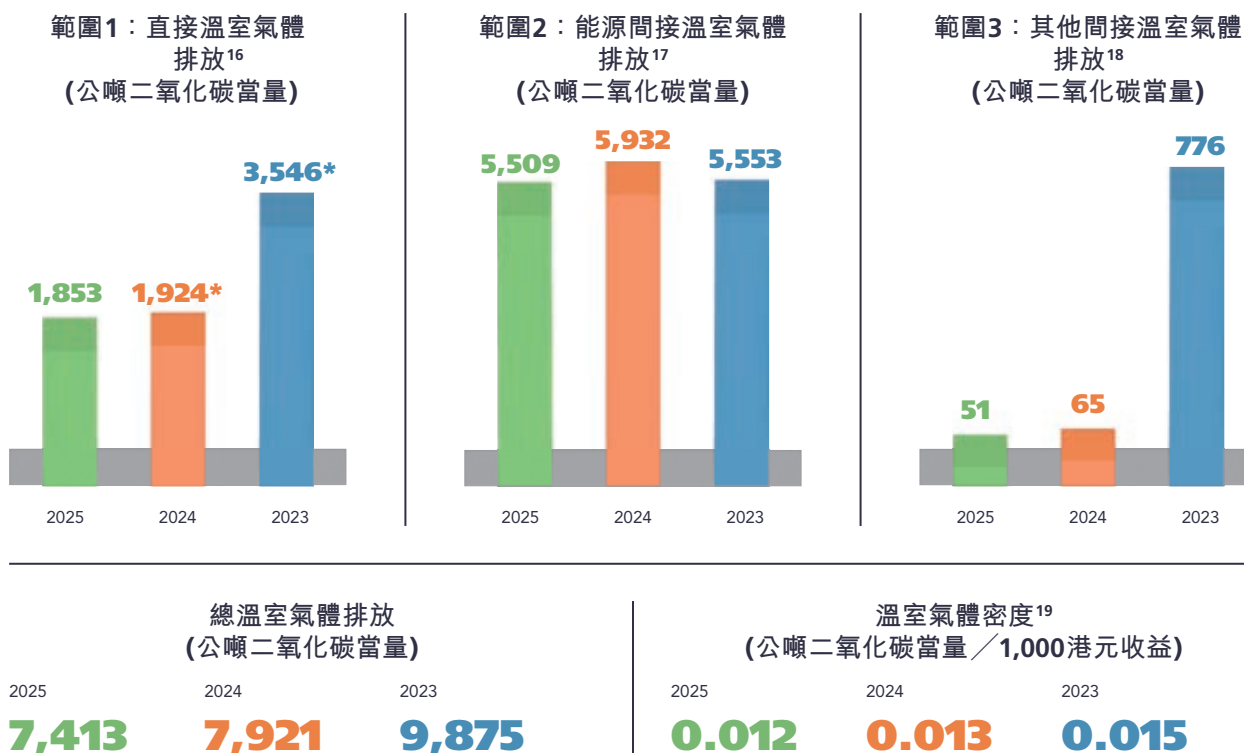
鴻福堂應對氣候變化

管治	<ul style="list-style-type: none"> 董事會負責就氣候相關風險及機遇作出決策，並監察任何氣候相關議題。 ESG 指導委員會支援董事會執行氣候相關政策及應對措施。
策略	<ul style="list-style-type: none"> 於本集團的ESG 報告中披露我們的可持續發展方針、措施及進度。 先設定可行的減排目標，從而制定除碳路徑。 分析整個業務價值鏈的溫室氣體排放狀況。 在採購過程中以氣候變化為主要考慮因素，促進低碳產品的採購。 建立營運程序及措施，以緩減氣候變化對本集團造成的潛在損失。 就廠房進行氣候抵禦能力評估，並確保生產設施遵守國際標準。 推動和鼓勵僱員及供應商於日常營運中積極減少碳排放。 加強氣候相關披露，以改善與投資者的溝通。
風險管理	<ul style="list-style-type: none"> 積極監察初現的氣候相關風險，並聽取持份者（包括僱員及價值鏈合作夥伴）的見解，迅速將該等風險納入本集團的風險管理體系。 加強緊急應變計劃，有效應對氣候相關影響。
指標及目標	<ul style="list-style-type: none"> 設定碳排放密度目標（公噸二氧化碳當量／1,000港元收益），與二零一九年的基準比較，到二零二五年及二零三零年分別減少35%及40%。 於二零二五年，我們已達到我們的短期目標，並正邁向我們二零三零年的目標。

碳管理及排放

鴻福堂正積極探討減少溫室氣體排放的策略。本集團已推行下一節所詳述的各種提升能源效益措施，以控制和減少溫室氣體排放量。

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



* 已修訂二零二三年財政年度及二零二四年財政年度範圍1的排放數據，以反映流動燃燒的最新資料。

為達到二零五零年碳中和的目標，鴻福堂正採取行動減少範圍1及範圍2碳排放。於二零二五年，開平廠房已改用電爐，不再使用天然氣或液化石油氣，而香港辦公室亦已將車隊中的一輛傳統汽油車更換為電動車。為減少範圍3碳排放，本集團正積極檢視供應鏈排放，以籌備氣候轉型計劃。鴻福堂於全年與不同地區市場及職能的團隊接觸，以加強他們對氣候相關風險及機遇的理解，並制定適當的應對措施。

¹⁶ 範圍1的排放涵蓋固定來源燃燒、流動來源燃燒以及製冷劑消耗產生的逸散排放。這是由本集團擁有或控制的營運所產生的直接溫室氣體排放。

¹⁷ 範圍2的排放涵蓋從電力公司購買的電力及外購煤氣及蒸汽。

¹⁸ 範圍3的排放涵蓋廢紙處理、使用淡水、香港營運所產生的家用及飲食業用途的污水排放，以及在香港及中國內地業務出差所乘搭的客機排放。

¹⁹ 溫室氣體密度乃基於年報所呈列之本集團總收益計算。

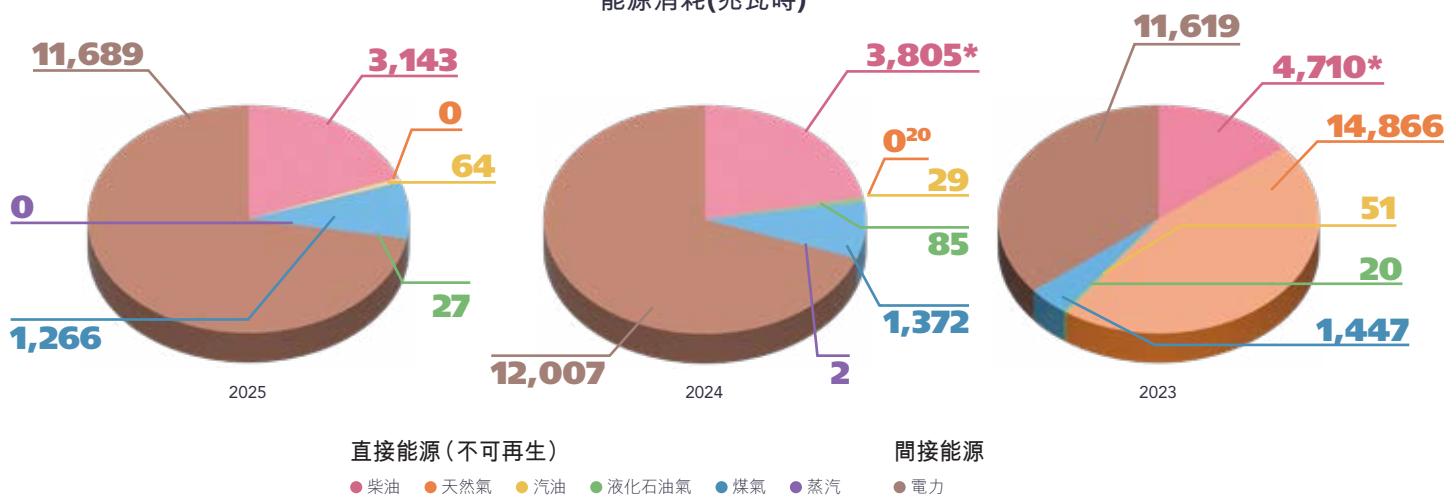


有效管理天然資源

能源消耗及效益

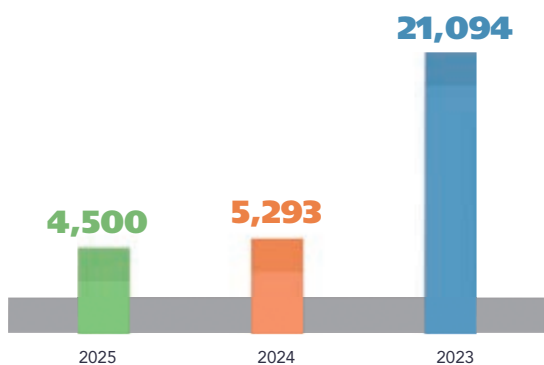
按類別劃分的能源消耗

能源消耗(兆瓦時)

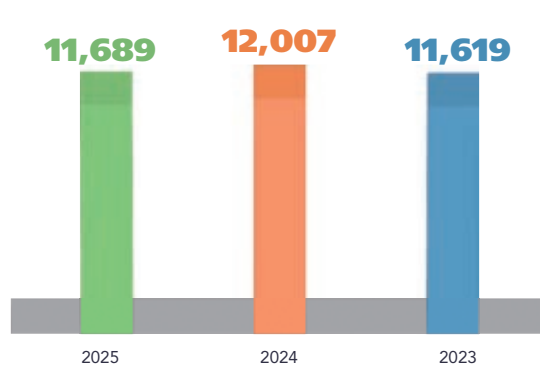


* 修訂二零二三年財政年度及二零二四年財政年度的數據，以反映有關流動燃燒的最新資料。

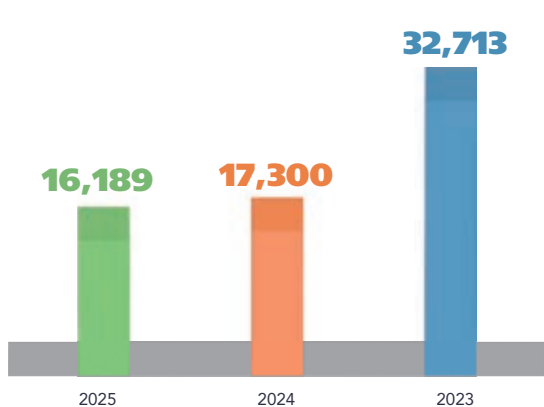
總直接能源消耗(兆瓦時)



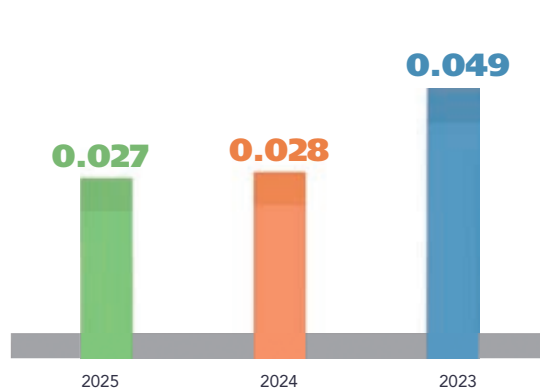
總間接能源消耗(兆瓦時)



總能源消耗(兆瓦時)



能源密度
(兆瓦時 / 1,000港元收益)



²⁰ 開平廠房自二零二三年十二月起開始從當地電力供應商購買的蒸汽取代天然氣作為主要能源。

提升能源效益的措施

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

物流

- 調整運輸路線，以避免不必要的燃料消耗。

辦公室

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

香港零售店

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



廠房

香港

- 採用24小時全天候能源監察系統，不斷監察及優化能源效益。
- 定期保養冷凍倉、鍋爐、蒸汽層鍋、蒸櫃及循環清洗系統等生產設備。
- 蒸汽鍋爐及壓力容器均已依據《鍋爐及壓力容器條例》取得合格證書。
- 安排員工檢查，確保於非生產時間沒有任何閒置電器。
- 自二零二零年在天台安裝太陽能板後，本集團於二零二五年成功產生182兆瓦時的可再生能源，並全數供給中電的「可再生能源上網電價」計劃。

開平

- 於二零二二年年初，本集團在其開平廠房安裝太陽能板（面積約25,000平方米）。該裝置產生了2,138兆瓦時的可再生能源，並用於營運，共減少了1,219.4公噸二氧化碳當量的溫室氣體排放。
- 安裝超過100台設備以實時監控能源使用。
- 採用被動式採光的建築物設計，並於窗戶旁安裝獨立燈掣開關，盡量採用自然光並提升能源效益。

鴻福堂已設定遠大目標，於二零五零年前其大部分營運中將使用可再生能源。這計劃涉及使用可再生能源進行生產，以及投資於技術先進的設備。藉著過渡至可再生能源，鴻福堂旨在減少因生產過程所產生的廢氣排放。本集團已設定減少碳排放密度（以每1,000港元收益的公噸二氧化碳當量計算）的目標，與二零一九年的基準比較，到二零二五年及二零三零年分別減少35%及40%。此外，鴻福堂承諾與二零一九年的基準比較，能源密度（以每1,000港元收益的兆瓦時計算）到二零二五年及二零三零年分別減少18%及28%。本集團已達到二零二五年的目標，並正向着二零三零年的目標邁進。

我們的社區

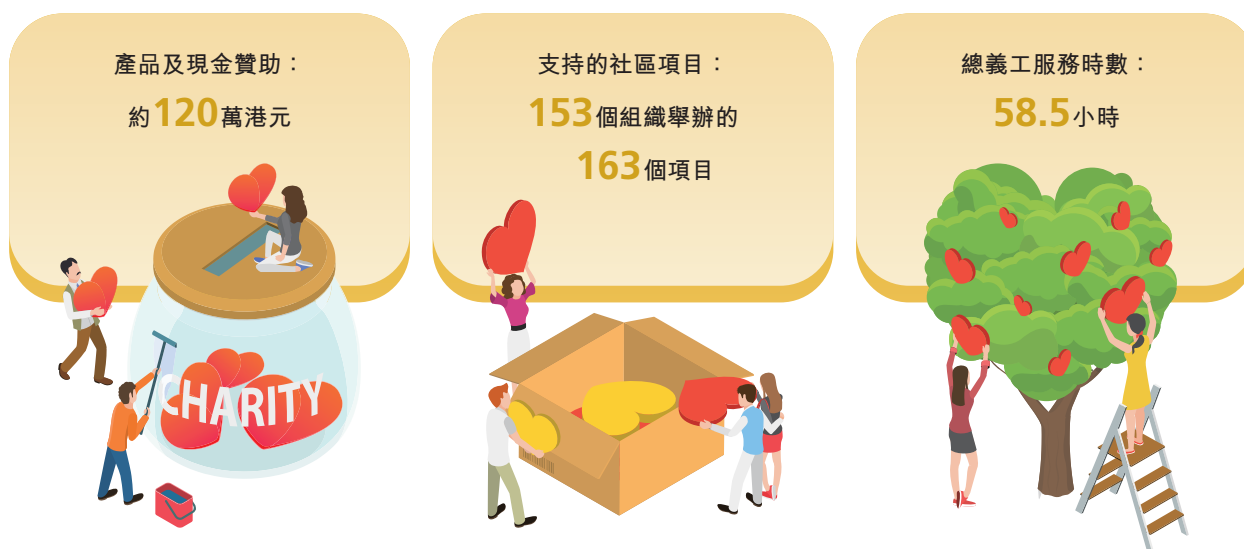
我們明白到社區的支持對我們業務長遠發展至關重要。因此，我們致力透過投資於各項倡議為社區作出貢獻，從而促進健康而充滿正能量的社會。於二零二五年，鴻福堂社區投資的重點在於透過與本地組織及合作夥伴的協作，向員工及廣大社群推廣綠色和可持續生活方式。

我們關注的重點

鴻福堂的社區投資策略主要關注以下範疇：



於二零二五年：



僱員義工服務

鴻福堂義工隊組織多項義工活動，以支持社區及宣揚環保。

為鼓勵僱員參與義工服務，本集團為在非辦公時間參與公益活動的僱員，提供每年最多兩天的公益假。於二零二五年，鴻福堂僱員參與義工服務共58.5小時，體現對社區作出正面影響的承諾。

贊助及捐贈

鴻福堂透過產品贊助（產品及套券）及現金捐款，支持不同非政府組織及社區項目。本集團亦於約60間零售店設置籌款箱協助不同機構籌款。於二零二五年，透過籌款箱為香港公益金、樂餉社、綠色力量、香港失明人協進會及香港婦女中心協會等非牟利機構籌得約104,000港元善款。



聯繫社區

本集團仍努力參與社區活動，透過各種方式支持不同界別的持份者。

打造充滿關愛的社區

支持二零二五年公益行善「折」食日

鴻福堂連續第16年支持由香港公益金舉辦的公益行善「折」食日。本集團贊助12,000張產品券，為香港公益金籌得接近800,000港元。

每位善長捐款港幣38元或以上，均獲贈鴻福堂產品券1張，可於特定期間於所有鴻福堂分店換領指定草本飲品或龜苓膏。善長亦可選擇將產品券捐贈予有需要的基層市民。所有捐款已轉交「露宿者、籠屋及板間房居民服務」，當中並無收取行政費用。



義工活動

鴻福堂義工隊舉辦「半日回收員體驗」活動，邀請來自不同部門的同事及其家人參與由The Loops主辦的回收活動。參加者獲得有關廢物分類的實務知識，並探討如何將廚餘轉化為有機肥料、動物飼料及環保產品，將廢料轉化為價值。

向受重視的社群提供折扣

鴻福堂向長者、學生以及長者和殘疾人士的照顧者提供特別折扣和推廣會員計劃，體現其對社會的承諾。本公司於「長者日」及新學期開學時提供最優惠價格，以支持這些社群。此外，鴻福堂亦支持社會福利署的「沙田商戶全程撐您」照顧者友善計劃，為長者及殘疾人士的照顧者提供獨家折扣。

為「宏福苑火災支援基金」籌款

於二零二五年十一月二十六日，大埔宏福苑發生火災，影響當區居民。鴻福堂迅速展開緊急社區支援行動，並與教會關懷貧窮網絡合作，為「宏福苑火災支援基金」籌款，同時為有需要居民提供膳食，協助受影響家庭恢復生活。

我們動員零售網絡推動籌款活動，並於指定分店設置捐款箱，方便市民透過電子及店內渠道捐款。所有籌得款項全數用於救援工作，不扣除任何行政費用，確保善款直接有效地送達受災居民。



保育文化遺產

鴻福堂獲港鐵邀請參與「香港故事」企劃，於落馬洲站設立「落馬洲鴻福堂」展覽。透過懷舊展品及展板，遊客可探索涼茶的歷史及其文化傳承。

展覽重點介紹涼茶於二零零七年被列入國家級非物質文化遺產代表性項目名錄，以及鴻福堂有8款涼茶配方獲得認證。透過呈現歷史背景、專有配方及傳統製作技藝，展覽加強涼茶作為健康智慧的文化遺產，並促進跨世代傳承。此舉將我們的品牌定位由產品供應者提升為文化守護者，彰顯在保育與傳承上的角色。



推廣健康及福祉

健康N鏵飯系列

我們推出精心設計的健康餐計劃（健康N鏵飯系列），以支持均衡生活方式。每份餐點均包含優質蛋白質、含膳食纖維的新鮮蔬菜及碳水化合物主食。此計劃針對特定健康目標而設計，例如瘦身、增肌及均衡營養，確保每餐均符合顧客的營養需求及期望成果。餐點更精心配搭鴻福堂自家湯或涼茶，為顧客提供充實而富營養的用餐體驗。

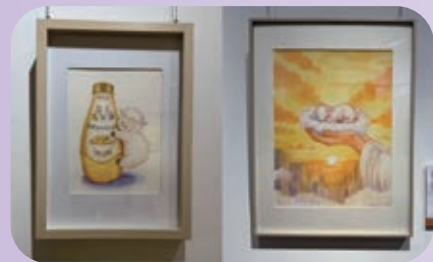


推廣低糖／無糖飲品

於二零二五年，我們於30間指定分店舉辦「無糖真挑戰」活動，透過有趣問答遊戲與顧客互動，推廣低糖及無糖飲品。參加者如能正確回答健康相關問題，即可獲贈低糖或無糖飲品，藉此鼓勵公眾養成更健康的的生活習慣，同時提升減糖意識。

HFT Life文創藝術巡禮

透過HFT Life文創藝術巡禮企劃，鴻福堂將藝術融入日常空間，讓公眾在享用我們的健康自家製產品之餘也可欣賞藝術作品。我們將視覺藝術、營養食品與心靈片刻結合，為參加者營造充滿藝術氣息的环境，使視覺和身心都得到全方位體驗。在日常環境中經常接觸藝術，有助促進精神與情緒健康，讓顧客感到舒緩、愉悅並得到心靈慰藉，同時培養日常生活中對創意與內在平衡的更深層欣賞。



推動共融

以廣東話凝聚社群

於二零二五年，鴻福堂於30間指定分店展開宣傳活動，透過社交媒體的互動宣揚粵語文化。參加者獲邀在社交平台以粵語發佈宣傳口號「鴻福堂，幾乎有阿媽咁好！」，營造別開生面的跨世代網上交流。透過鼓勵社交分享與集體參與，活動不僅加強了品牌與社區的聯繫，亦推廣廣東話的日常使用，從而培養歸屬感並支持文化保育與跨代傳承。凡於小紅書、抖音或其他網上平台使用指定標籤發佈有關內容的參加者，可獲贈芒果椰子甘露及電子折扣券。



「鴻貓」遊踪

鴻福堂推出「鴻貓」遊踪活動，透過互動謎語及拍照打卡活動，鼓勵顧客及遊客探索不同地區的独特風貌。該計劃推廣低碳出行，鼓勵參加者以港鐵作為主要交通工具，並步行至本地商店及街坊社區，以支持社區經濟。該計劃融合休閒、環保意識及社會共融，不僅提倡可持續旅遊，亦加強社區連繫，令公眾更懂得欣賞各區的獨有特色，並鼓勵負責任及綠色消費。

愛惜環境

地球一小時2025

我們積極支持全球氣候行動，參與每年一度遍及190個國家的環保運動「地球一小時」。於二零二五年三月二十二日晚上八時三十分，我們鼓勵全體員工關閉非必要的燈光及電器1小時。此舉旨在推動員工養成可持續生活習慣，並展現對環保的共同承諾。我們相信，團結一致的行動能為地球的未來帶來有意義的改變。

中電消費券計劃

於本年度，鴻福堂成為中電社區節能基金「中電消費券計劃」的參與商戶。該計劃向約580,000個合資格家庭派發港幣100元消費券，以支持本地消費及推動節能。合資格家庭可於任何指定鴻福堂分店使用該等消費券。

膠樽回收

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

教育與職場聯繫

透過業界合作支持學生職涯探索

鴻福堂於二零二五參與香港中華廠商聯合會舉辦的「商校合作計劃2025」，為參加學生提供為期兩星期的零售實習機會，並由店長擔任導師，協助學生探索個人興趣，規劃未來學業及職涯方向，同時向學生灌輸企業社會責任及可持續發展價值。



青年職業發展的行業體驗

鴻福堂支持青年城的管理培訓生／畢業培訓生計劃，為約20名香港教育大學的學生安排公司實地參觀，讓他們親身接觸職場環境。參觀期間，鴻福堂介紹了其組織架構及部門職能，並安排學生與業界專業人士直接交流，分享職業路向及行業發展的見解。此舉有助學生加深對職場現實的理解，拓展職業視野，並探索以往未曾考慮的潛在職業選項。





績效總覽

環境績效

指標	單位	二零二五年	二零二四年	二零二三年
廢氣排放				
氮氧化物	公噸	17.3	22.0*	32.3*
硫氧化物	公噸	1.1	1.4*	2.1*
懸浮粒子	公噸	1.2	1.6*	2.3*
溫室氣體排放				
範圍1：直接排放	公噸二氧化碳當量	1,853	1,924*	3,546*
範圍2：能源間接排放	公噸二氧化碳當量	5,509	5,932	5,553
範圍3：其他間接排放	公噸二氧化碳當量	51	65	776
總溫室氣體排放量(範圍1、2及3)	公噸二氧化碳當量	7,413	7,921	9,875
溫室氣體密度 ²¹	公噸二氧化碳當量／ 1,000港元收益	0.012	0.013	0.015
廢棄物²²				
有害廢棄物	公噸	0.20	0.30	0.46
有害廢棄物密度	公噸／100億港元收益	3.33	4.83	6.84
無害廢棄物	公噸	593	482	1,118
無害廢棄物密度	公噸／1,000港元收益	0.001	0.001	0.002
能源消耗				
直接能源(非再生)				
柴油	兆瓦時	3,143	3,805*	4,710*
天然氣	兆瓦時	0	0	14,866
汽油	兆瓦時	64	29	51
液化石油氣	兆瓦時	27	85	20
煤氣	兆瓦時	1,266	1,372	1,447
蒸汽 ²³	兆瓦時	0	2	不適用
總直接能源用量	兆瓦時	4,500	5,293	21,094
間接能源				
電力	兆瓦時	11,689	12,007	11,619
總間接能源用量	兆瓦時	11,689	12,007	11,619
總能源消耗	兆瓦時	16,189	17,300	32,713
能源密度	兆瓦時／1,000港元收益	0.027	0.028	0.049
耗水量				
總耗水量	立方米	258,943	272,654	272,005
耗水量密度	立方米／1,000港元收益	0.43	0.44	0.40
包裝[^]				
總包裝材料用量	公噸	2,772.0	2,804.8	3,001.1
包裝材料密度	公噸／1,000港元收益	0.0046	0.0045	0.0045

* 因流動燃燒的更新數據而重列。

[^] 二零二三年財政年度及二零二四年財政年度的包裝數據已更新為修訂後的數字。

²¹ 溫室氣體密度乃基於本集團年報所呈列之總收益計算。

²² 包括來自香港廠房以及開平辦公室及開平廠房的數據。

²³ 開平廠房的蒸汽消耗量。

社會績效

員工總數

僱員²⁴

	二零二五年	二零二四年	二零二三年
按性別劃分			
男性	204	219	202
女性	549	554	590
按年齡組別劃分			
30歲以下	86	79	84
30至40歲	174	176	182
41至50歲	252	283	288
50歲以上	241	235	238
按僱員類別劃分			
經理及以上	55	63	57
副經理及助理經理	76	73	77
高級主任及主任	121	120	135
助理主任及一般僱員	501	517	523
按僱傭類別劃分			
全職	712	731	725
兼職	22	21	56
合約	19	21	11
按地區劃分			
香港	567	605	634
中國內地	186	168	158
員工總數	753	773	792

其他員工²⁵

	二零二五年	二零二四年	二零二三年
按員工類別劃分			
清潔工	0	1	4
資訊科技支援	1	3	4
會計	1	2	2
總數	2	6	10

²⁴ 根據於二零二五年十二月三十一日的僱員數目計算。

²⁵ 其他員工指本集團聘用在本集團所控制的工作場所中履行工作的代理／承辦商／供應商。



新入職及流失率

新入職僱員²⁶

	二零二五年		二零二四年		二零二三年	
	人數	比率	人數	比率	人數	比率
按性別劃分						
男性	105	51%	125	57%	43	21%
女性	215	39%	145	26%	125	21%
按年齡組別劃分						
30歲以下	82	95%	66	84%	31	37%
30至40歲	66	38%	68	39%	31	17%
41至50歲	70	28%	73	26%	53	18%
50歲以上	102	42%	63	27%	53	22%
按地區劃分						
香港	270	48%	212	35%	152	24%
中國內地	50	27%	58	35%	16	10%
總數	320	42%	270	35%	168	21%

僱員流失²⁷

	二零二五年		二零二四年		二零二三年	
	人數	比率	人數	比率	人數	比率
按性別劃分						
男性	89	44%	115	53%	73	36%
女性	185	34%	198	36%	301	51%
按年齡組別劃分						
30歲以下	71	83%	65	82%	68	81%
30至40歲	50	29%	76	43%	82	45%
41至50歲	69	27%	74	26%	88	31%
50歲以上	84	35%	98	42%	136	57%
按地區劃分						
香港	244	43%	267	44%	361	57%
中國內地	30	16%	46	27%	13	8%
總數	274	36%	313	40%	374	47%

職業健康與安全

僱員傷亡人數

	二零二五年	二零二四年	二零二三年
因工作關係而死亡的人數	0	0	0
因工作關係而死亡的比率(每1,000名員工) ²⁸	0	0	0
因工傷損失工作日數	124.0	154.0	351.0
工傷記錄	14	11	11
工傷率(每1,000名員工) ²⁹	18.6	14.2	13.9

²⁶ 新入職僱員比率=本報告期間新入職僱員總數/本報告期末僱員總數。

²⁷ 僱員流失率=本報告期間離職僱員總數/本報告期末僱員總數，涵蓋再次入職的僱員及需要不斷替換的合約僱員。

²⁸ 因工作關係而死亡的比率(每1,000名員工)=因工作關係而死亡的個案總數/於報告期末僱員總數x1,000。

²⁹ 工傷率(每1,000名員工)=工傷個案總數/於報告期末僱員總數x1,000。

培訓及發展³⁰

接受培訓僱員人數³¹

	二零二五年		二零二四年		二零二三年	
	接受培訓僱員人數	接受培訓僱員百分比	接受培訓僱員人數	接受培訓僱員百分比	接受培訓僱員人數	接受培訓僱員百分比
按性別劃分						
男性	171	84%	191	87%	221	100%
女性	379	69%	525	95%	723	100%
按僱員類別劃分						
經理及以上	54	98%	55	87%	63	100%
副經理及助理經理	75	99%	76	100%	90	100%
高級主任及主任	128	100%	134	100%	156	100%
助理主任及一般僱員	293	58%	451	87%	635	100%
總數	550	73%	716	93%	944	100%

受訓時數³²

	二零二五年		二零二四年		二零二三年	
	受訓時數	每名僱員平均受訓時數	受訓時數	每名僱員平均受訓時數	受訓時數	每名僱員平均受訓時數
按性別劃分						
男性	897.0	5.2	1,088.0	5.7	1,491.0	6.8
女性	2,639.0	7.0	4,127.5	7.9	7,168.0	9.9
按僱員類別劃分						
經理及以上	861.5	16.0	821.0	14.9	1,353.0	21.5
副經理及助理經理	707.5	9.4	990.5	13.0	1,389.5	15.4
高級主任及主任	1,088.0	8.5	1,814.0	13.5	2,390.5	15.3
助理主任及一般僱員	879.0	3.0	1,590.0	3.5	3,526.0	5.6
總數	3,536.0	6.4	5,215.5	7.3	8,659.0	9.2

供應鏈管理

按地區劃分的供應商數目

	二零二五年	二零二四年	二零二三年
香港	94	119	207
中國內地	101	100	80
其他地區	2	3	11
總數	197	222	298
本集團已向其實施相關ESG慣例的供應商百分比	100%	100%	96%

³⁰ 包括於報告期間已離開本公司而曾接受培訓的僱員。接受培訓僱員百分比及每名僱員的平均受訓時數僅供參考。

³¹ 接受培訓僱員百分比=指定類別的接受培訓僱員總數／指定類別的僱員總數。

³² 每名僱員平均受訓時數=指定類別的總受訓時數／指定類別的僱員總數。



內容索引

主要範疇	內容	頁次 / 備註
強制披露規定		
管治架構		
董事會聲明	披露董事會對ESG事宜的監管。	9, 11-12
	董事會的ESG管理方針及策略，包括評估、優次排列及管理重要的ESG相關事宜（包括對發行人業務的風險）的過程。	13-16
	董事會如何按ESG相關目標檢討進度，並解釋它們如何與發行人業務有關連。	13-14
報告原則		
應用報告原則的描述	重要性 ：ESG報告應披露：(i)識別重要ESG因素的過程及選擇這些因素的準則；(ii)如發行人已進行持份者參與，已識別的重要持份者的描述及發行人持份者參與的過程及結果。	7-8, 17-21
	量化 ：有關匯報排放量／能源耗用（如適用）所用的標準、方法、假設及／或計算工具的資料，以及所使用的轉換因素的來源應予披露。	7-8
	一致性 ：發行人應在ESG報告中披露統計方法或KPI的任何變更（如有）或任何其他影響有意義比較的相關因素。	7-8
匯報範圍		
描述	解釋ESG報告的匯報範圍，及描述挑選哪些實體或業務納入ESG報告的過程。	7-8
不遵守就解釋條文		
A. 環境		
A1 排放		
一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	21, 36-38, 43
A1.1	排放物種類及相關排放數據。	52
A1.2	於二零二五年一月一日刪除	不適用
A1.3	所產生有害廢棄物總量及（如適用）密度。	36-38, 52
A1.4	所產生無害廢棄物總量及（如適用）密度。	36-38, 52
A1.5	描述減排措施及達到的結果。	14, 43
A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法、減廢措施及達到的目標。	14, 36-38

主要範疇	內容	頁次／備註
A2資源使用		
一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。	39-46
A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源總耗量及密度。	44, 52
A2.2	總耗水量及密度。	41, 52
A2.3	描述能源使用效益的措施及達到的結果。	45-46
A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題、用水效益的措施及達到的結果。	求取水源並無問題
A2.5	製成品所用包裝材料的總量及(如適用)每生產單位佔量。	39-41
A3環境及天然資源		
一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	36-46
A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	36-46
B. 社會		
B1僱傭		
一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	21, 28-30
B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	28, 53
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	54
B2健康與安全		
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	21, 31-33
B2.1	因工亡故的人數及比率。	54
B2.2	因工傷損失工作日數。	32, 54
B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	31-33



主要範疇	內容	頁次／備註
B3發展及培訓		
一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	34-35
B3.1	按性別及僱員類別劃分的受訓僱員百分比。	35, 55
B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	35, 55
B4勞工準則		
一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	21, 30
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	30
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	30
B5供應鏈管理		
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	27
B5.1	按地區劃分的供應商數目。	55
B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及相關執行及監察方法。	27
B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	27
B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	27
B6產品責任		
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	21, 22-26
B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	23
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	23, 26
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	23-24
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	22-23
B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	23-24

主要範疇	內容	頁次／備註
B7反貪污		
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	21, 24-25
B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	24-25
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	24-25
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	24-25
B8社區投資		
一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	47-51
B8.1	專注貢獻範疇。	47-51
B8.2	在專注範疇所動用資源。	47-51

聯交所報告指引內容索引的D部分		
聯交所ESG守則	披露描述	備註
	氣候相關披露	
	(I) 管治	
19 (a)	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。	9, 11-12, 42 鴻福堂定期向董事會成員匯報可持續發展及氣候相關事宜，並提供必要的技能與專業培訓，使其能有效監督氣候相關風險與機遇。
19 (b)	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	
20	發行人須披露其資訊，以讓人理解其合理預期可能在短期、中期或長期影響其現金流量、融資渠道或資本成本的氣候相關風險和機遇。	16, 42
	業務模式和價值鏈	
21	發行人須披露讓人了解氣候相關風險和機遇對其業務模式和價值鏈的當前和預期影響的資訊。	16, 42
	策略和決策	
22	發行人須披露讓人了解氣候相關風險和機遇對其策略和決策的影響的資訊。	42-46
23	發行人須披露有關先前各匯報期內按照第22(a)段所披露計劃的進度的資訊。	13-14, 16



聯交所報告指引內容索引的D部分		
聯交所ESG守則	披露描述	備註
	財務狀況、財務表現及現金流量	
	當前財務影響	
24	<p>發行人須披露以下定性和量化資料：</p> <p>(a) 氣候相關風險和機遇如何影響發行人在匯報期的財務狀況、財務表現及現金流量；及</p> <p>(b) 當存在將導致下一匯報年度相關財務報表中的資產和負債賬面價值發生重要調整的重大風險時，關於第24(a)段中識別的氣候相關風險和機遇的資訊。</p>	我們認識到氣候相關風險與機遇對我們營運可能帶來的財務影響。根據已識別的定性財務影響－例如供應鏈中斷以及客戶偏好轉向低碳產品－我們計劃在未來進一步深入探討這些影響，以支持加強披露。
	預期財務影響	
25	<p>發行人須披露以下定性和量化資料：</p> <p>(a) 發行人經考慮其管理氣候相關風險和機遇的策略後，並考慮到以下各項，預期其財務表現在短期、中期及長期內將如何變化：</p> <p>(i) 其投資及出售計劃；及</p> <p>(ii) 其計劃執行策略所需資金來源；及</p> <p>(b) 基於發行人管理氣候相關風險和機遇的策略，其預計其財務業績及現金流量在短期、中期及長期的變化。</p>	我們認識到氣候相關風險與機遇對我們營運可能帶來的財務影響。根據已識別的定性財務影響－例如供應鏈中斷以及客戶偏好轉向低碳產品－我們計劃在未來進一步深入探討這些影響，以支持加強披露。
	氣候韌性	
26	在考慮發行人已識別的氣候相關風險和機遇後，發行人須披露資訊，使他人了解發行人的策略及業務模式對氣候相關變化、發展或不確定性的韌性。發行人須按與其情況相稱的做法，使用與氣候相關的情景分析來評估其氣候韌性。提供量化資訊時，發行人可披露單一數額或區間範圍。	13-14, 42 整體上，氣候尚未對我們的營運或價值鏈造成重大影響。於未來，我們可能採用情景分析方法，以評估預期影響，並支持前瞻性的規劃。
	(III) 風險管理	
27	<p>發行人須披露以下資訊：</p> <p>(a) 發行人用於識別、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；及</p> <p>(b) 發行人用於識別、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（包括發行人可有及如何使用氣候相關情景分析來確定氣候相關機遇的資訊）；及</p> <p>(c) 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。</p>	15-16, 42 當氣候變化對鴻福堂造成更大影響時，本公司可能會考慮進行更全面的氣候相關風險與機遇評估，以支持監測與管理。若這些風險變得顯著，鴻福堂亦可能將氣候相關風險納入企業風險管理(ERM)框架之中。

聯交所報告指引內容索引的D部分		
聯交所ESG守則	披露描述	備註
	(IV) 指標及目標	
	溫室氣體排放	
28	發行人須披露匯報期內的溫室氣體絕對總排放量（以公噸二氧化碳當量表示），並分為： (a) 範圍1溫室氣體排放； (b) 範圍2溫室氣體排放；及 (c) 範圍3溫室氣體排放。	43, 52
29	發行人須： (a) 除非管轄機關或發行人上市之另一交易所另有要求，否則發行人須根據《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準（2004年）》計量其溫室氣體排放； (b) 披露其用於計量溫室氣體排放的方法； (c) 就根據第28(b)段披露的範圍2溫室氣體排放，披露其以地域為基準的範圍2溫室氣體排放，並提供有助於了解該排放的任何所需合約文書的資訊；及 (d) 就根據第28(c)段披露的範圍3溫室氣體排放，根據《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）》所述的範圍3類別披露發行人計量範圍3溫室氣體排放中包含的類別。	43, 52
	氣候相關轉型風險	
30	發行人須披露容易受氣候相關轉型風險影響的資產或業務活動的金額及百分比。	在既定的報告範圍內，鴻福堂的資產及業務活動目前並未受到氣候相關轉型風險或物理風險的影響。
	氣候相關物理風險	
31	發行人須披露容易受氣候相關物理風險影響的資產或業務活動的金額及百分比。	在機遇方面，鴻福堂已採用可再生能源，並在營運中引入電動車。
	氣候相關機遇	
32	發行人須披露涉及氣候相關機遇的資產或業務活動的金額及百分比。	
	資本運用	
33	發行人須披露用於氣候相關風險和機遇的資本開支、融資或投資的金額。	我們現時已在營運中投資可再生能源及電動車，而本集團正計劃進一步加大在氣候韌性方面的投資，並提供更詳細的財務披露。



聯交所報告指引內容索引的D部分		
聯交所ESG守則	披露描述	備註
	內部碳定價	
34	<p>發行人須披露如下：</p> <p>(a) 闡釋發行人可有及如何在決策中應用碳定價（例如投資決策、轉移定價及情景分析）；及</p> <p>(b) 發行人用於評估其溫室氣體排放成本的每公噸溫室氣體排放量定價；或適當的否定聲明，確認發行人沒有在決策中應用碳定價。</p>	在現階段，內部碳定價並非我們的主要策略考量。然而，我們將定期檢視是否需要引入此做法，以回應未來營運需求。
	薪酬	
35	發行人須披露氣候相關考慮因素可有及如何納入薪酬政策，或提供適當的否定聲明。這可能構成根據第19(a)(iv)段作出的披露的一部分。	本集團尚未將氣候相關因素納入薪酬政策，但因應氣候風險日益加劇，我們將評估是否有必要建立此種聯繫。
	行業指標	
36	鼓勵發行人披露與一項或多項特定的業務模式和活動有關的行業指標，或與參與有關行業常見特徵有關的行業指標。在發行人釐定所披露的行業指標時，鼓勵發行人參考《國際財務報告可持續披露準則第S2號實施氣候相關披露之行業指南》及其他國際環境、社會及管治報告框架規定的行業披露要求所述的與披露主題相關的行業指標，並考慮其是否適用。	14
	氣候相關目標	
37	<p>發行人須披露(a)其為監察實現其策略目標的進展而設定的與氣候相關的定性及量化目標；及(b)法律或法規要求發行人達到的任何目標，包括任何溫室氣體排放目標。發行人須就每個目標逐一披露：</p> <p>(a) 用以設定目標的指標；</p> <p>(b) 目標的目的（例如減緩、適應或以科學為基礎的舉措）；</p> <p>(c) 目標所適用的發行人部份（例如目標是適用於發行人整個集團還是部份（如僅適用於某個業務單位或地理區域））；</p> <p>(d) 目標的適用期間；</p> <p>(e) 衡量進度的基準期間；</p> <p>(f) 階段性目標或中期目標（如有）；</p> <p>(g) 如屬量化目標，其屬絕對目標還是強度目標；及</p> <p>(h) 最新氣候變化國際協議（包括該協議產生的司法承諾）如何有助設定目標。</p>	14, 42-44

聯交所報告指引內容索引的D部分		
聯交所ESG守則	披露描述	備註
38	<p>發行人須披露其設定及審核每項目標的方針，以及其如何監察達標進度，包括：</p> <p>(a) 目標本身及設定目標的方法是否經第三方驗證；</p> <p>(b) 發行人審核目標的流程；</p> <p>(c) 用於監察達標進度的指標；及</p> <p>(d) 任何修訂目標的內容及原因。</p>	14, 42-44
39	<p>發行人須披露有關每項氣候相關目標的績效的資訊以及對發行人績效的趨勢或變化分析。</p>	14, 43
40	<p>就根據第37至39段披露的每一項溫室氣體排放目標，發行人須披露：</p> <p>(a) 目標所涵蓋的溫室氣體；</p> <p>(b) 目標是否涵蓋範圍1、範圍2或範圍3溫室氣體排放；</p> <p>(c) 此目標是溫室氣體排放總量目標，還是溫室氣體排放淨額目標。如發行人披露溫室氣體排放淨額目標，發行人亦須另外披露相關的溫室氣體排放總量目標；</p> <p>(d) 目標是否是採用行業脫碳方法得出的；及</p> <p>(e) 發行人計劃使用碳信用抵銷溫室氣體排放以實現任何溫室氣體排放淨額目標。於使用碳信用的計劃時，發行人須披露：</p> <p>(i) 依賴使用碳信用以實現任何溫室氣體排放淨額目標的程度及方式；</p> <p>(ii) 該碳信用將由哪些第三方計劃驗證或認證；</p> <p>(iii) 碳信用的類型，包括相關抵消是否是基於自然還是基於科技性碳消除，以及相關抵消是透過減碳還是碳消除實現；及</p> <p>(iv) 為讓人了解發行人計劃使用的碳信用的可信度和完整性所必需的任何其他重要因素（例如：對碳抵消效果的假設）。</p>	14, 43
	跨行業指標及行業指標的適用性	
41	<p>在編製披露內容以符合第21至26及37至38段的規定時，發行人須參考(i)跨行業指標（見第28至35段）及(ii)行業指標（見第36段）並考慮其是否適用。</p>	14



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

www.hungfooktong.com

