



Jiumaojiu International Holdings Limited  
九毛九国际控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)  
股份代號：9922

九毛九  
山西菜館

新太二  
| 鮮 | 料 | 川 | 菜 |

怂  
重慶火鍋  
SUNG HOT-POT

山  
的山外面  
貴州酸湯火鍋

潮那  
邊  
潮汕烤鮮牛肉

賞鮮悅木  
FRESH WOOD  
牛肉火鍋

BIG  
WAY  
HOT POT

韧

2025

環境、社會及  
管治報告

# 目錄

關於本報告	2	「優」以鑄品，精以立質	36
主席致辭	5	產品營養健康與多元化	37
關於我們	7	顧客權益保護	40
		責任營銷與宣傳	41
可持續發展管理	10	用餐環境與顧客服務	41
企業文化與可持續發展	10		
ESG策略及方針	11	「愛」以育人，和以聚人	44
ESG管治架構	12	合規僱傭與薪酬福利	45
利益相關方參與	13	員工健康與安全	49
ESG議題重要性分析	15	員工培訓與發展	52
		員工關懷與溝通	55
「誠」以立信，「勇」以擔當	18		
企業管治與風險管控	19	「儉」以護境，善以利群	57
商業道德與反貪腐	21	應對氣候變遷與碳排放	58
投資人關係與股東權益保障	23	資源管理	63
食品品質與安全	24	包裝物及廢棄物管理	67
負責任供應鏈管理	29	排放物管理	70
知識產權保護	34	貢獻行業發展	71
數字化轉型	34	鄉村振興	72
		社區公益	74
		附錄	75
		ESG政策及法律法規清單	75
		關鍵績效表格	79
		聯交所ESG報告守則索引表	84
		餐飲行業商業向善倡議索引	97

## 關於本報告

---

本報告以中文及英文編製，如有差異，請以中文文本為準。本報告是九毛九国际控股有限公司(HK.09922)及其附屬公司(統稱「本集團」或「我們」)發佈的環境、社會及管治(「ESG」)報告(「報告」)，秉持客觀全面、規範透明的原則，詳細闡述2025年度本集團環境、社會及管治工作的管理理念、亮點實踐及年度績效。

### 報告範圍

除特別說明外，本報告重點披露2025年1月1日至2025年12月31日本集團在履行ESG責任方面的資訊和關鍵績效，當中包括集團各地辦公室、品牌自營餐廳(包括九毛九、太二、愆火鍋、賴美麗、賞鮮悅木、山外面、潮那邊等)及供應中心等。於2025年12月，本集團新品牌潮那邊正式開業，故本年度報告範圍新增了該品牌。截至2025年12月31日，集團旗下自營餐廳共606間，加盟／合作模式餐廳共38間。除加盟／合作模式餐廳的關鍵績效外，本集團的所有自營餐廳的營運資訊和關鍵績效均包含於本報告的報告範圍內。對於合資養殖項目環境、社會及管治責任方面的關鍵績效，本集團正在積極構建有關匯報架構及方法，故本報告中所披露的數據暫未包含相關營運。

### 參考標準

本報告主要參照香港聯合交易所有限公司頒佈的《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告守則》(「ESG守則」)進行編製，並根據《ESG守則》中重要性、量化、平衡及一致性原則進行匯報。報告亦參考明晟(「MSCI」)ESG評級及由長江商學院頒佈的《餐飲行業商業向善倡議》(「倡議」)進行編製，有關《倡議》內容主要從五個維度出發，包括食品安全、供應鏈管理、員工發展與福利、優質產品與服務及環境改善。《ESG守則》與《倡議》的內容索引載於本報告「附錄」章節中。

### 報告原則

#### 重要性

我們持續與利益相關方溝通，定期檢視各個可持續發展範疇的重要性，進行重要性評估以釐定重要ESG事宜，且評估結果獲董事會批准。有關進一步詳情，請參閱「可持續發展管理」章節。

#### 量化

本報告闡述相關資料計算的標準和方法，以及相關假設，關鍵績效指標由解釋性說明補充，以在可行的情況下建立基準。

#### 平衡

我們委任外部可持續發展顧問準備報告，不偏不倚地披露我們的所有正面及潛在負面數據，公正描述本集團ESG績效，確保大眾能接獲準確資料以及所呈列之資料數據並無不恰當使用影響讀者決策或判斷的選擇、遺漏或其他形式的操縱。

#### 一致性

除特別說明外，本報告使用一致的方法編製及呈列ESG資料，以便進行有意義的比較。

### 資料說明及可靠性保證

本報告的數據和案例主要來源於集團統計報告、內部文件等。集團承諾本報告不存在任何虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏，並對其內容真實性、準確性和完整性負責。

### 確認及批准

本報告經管理層確認後，於2026年4月29日獲董事會通過。

## 關於本報告

---

### 稱謂說明

為了方便表述和閱讀，本報告中的「九毛九集團」「本集團」「集團」「本公司」「公司」和「我們」均指代九毛九国际控股有限公司及其附屬公司。同時，本報告中集團旗下品牌的簡稱定義如下：

九毛九                    指                    我們的九毛九品牌

---

太二                      指                      我們的太二品牌

---

愆火鍋                  指                      我們的愆火鍋品牌

---

賴美麗                  指                      我們的賴美麗烤魚品牌

---

賞鮮悅木                指                      我們的賞鮮悅木牛肉火鍋品牌

---

山外面                  指                      我們的山的山外面酸湯火鍋品牌

---

潮那邊                  指                      我們的潮那邊潮汕烤鮮牛肉品牌

除特別說明外，本報告中所有涉及資金貨幣種類均指人民幣。

2025年，九毛九集團迎來三十週年。三十而立，不僅是時間的里程碑，更是責任的新起點。回望三十年發展歷程，我們深知：企業的長久成功，從來不只取決於規模或利潤，而在於是否對員工、顧客、供應商、社區與環境負起責任。這正是ESG的核心，也是我們「誠、愛、勇、優、儉」五大價值觀的實踐根基。

「誠」以立信，是我們治理與營運的基石。作為中國連鎖餐飲先行者，我們將誠信貫穿於公司治理、風險管控與日常經營：嚴守法規，確保食品安全；選用優質食材，堅持透明溯源；強化反貪腐機制，保障股東權益；推動負責任供應鏈與知識產權保護，在數字轉型中維護合規與數據安全。唯有誠信，才能贏得信任，築牢可持續發展的底座。

「愛」以育人，和以聚人，始終是我們踐行社會責任的初心。員工是九毛九集團最寶貴的資產。今年，我們持續深化「愛」的實踐：不僅完善公平僱傭機制與具市場競爭力的薪酬福利體系，更升級一體化學習平台，推動系統化職業發展路徑，讓每位夥伴在成長中看見未來；同時，我們進一步強化全面健康保障，從身心健康到工作環境優化，全方位守護員工福祉。更重要的是，我們堅持以有溫度的溝通、真誠的關懷與開放的對話，營造尊重、信任與歸屬感的文化土壤。正因先愛員工，員工才能以真心服務顧客——切實落實「用美食創造美好一小時」的承諾：好吃、不貴、環境好、服務好，遇問題即時響應、妥善解決，絕不讓顧客吃虧。

秉持「勇」的核心價值觀，我們敢於創新、勇於擔當，致力實現企業與社會的共贏。今年，我們積極推動餐飲產業的可持續轉型：全面落實可持續採購政策，優先選用有機、本地及當季食材，減少供應鏈碳足跡；同時，深化與供應商的夥伴關係，拒絕壓榨式成本控制，堅持公平合作、品質共創，共建長期、穩定、互信的產業生態。此外，我們繼續拓展社會責任的邊界，將「勇」的行動延伸至鄉村振興——通過技術賦能與資源對接，支持農戶提升養殖效率與產品品質，助力其增收致富。我們相信，唯有以愛築基、以勇開路，方能與員工、顧客、夥伴及社區攜手，共同邁向一個更健康、更公平、更可持續的未來。

## 主席致辭

---

「優」以鑄品，精以立質，是我們對品質的極致追求。好吃不只是口味，更是責任。我們聚焦營養健康與菜品多元性，堅持真實透明的營銷，嚴格保障消費者權益，並持續升級用餐體驗。為確保品質，我們堅持使用新鮮食材，寧可接受更高的管理成本與效率妥協；通過優化產品線，在提升菜品種類多樣性的同時，降低資源浪費與運營複雜度——這既是對顧客負責，也是對環境負責。

「儉」以護境，善以利群，是我們對地球與社區的承諾。節儉已融入企業文化：我們持續提升能源與水資源使用效率，推進廢棄物回收與減排，打造綠色餐廳；廣泛採用可降解及環保包裝，大幅減少一次性塑料。同時，透過社區投資、環保教育與公益行動，關懷弱勢、促進共融，實現環境、經濟與社會價值的協同發展。

2025年是全力以赴的一年，2026年則是築基提質的關鍵之年。我們始終相信，真正的韌性不在於規模多大，而在於每一家門店是否紮實、每一位夥伴是否安心、每一口食物是否值得信賴。因此，面對不確定的環境，我們選擇回歸根本——只專注把每一件小事做到位。

邁向2026年，我們會在「保持堅韌」與「提升效率、控制成本」之間尋找平衡。這絕不是以犧牲品質或壓縮投入為代價的節省，而是透過三大基礎建設，讓增長更有底氣、更有溫度：打造可複製的單店盈利模型、構建穩定可追溯的供應鏈體系、建設以人工智能（「AI」）與資訊科技（「IT」）為支撐的智慧運營平台。

這些努力背後，藏著我們對人的承諾：一個健康的單店模型，意味著前線夥伴不用擔心突然關店，能踏實工作、穩定收入，甚至看到自己成長的路；一條透明可信的供應鏈，不只是為了食品安全，更是為了與農戶、供應商建立長久互信的合作關係，讓鄉村的好食材有出路，讓誠實勞動的人有回報；而AI與智能系統的引入，也不是取代人力，而是幫忙減輕重複瑣碎的負擔，讓員工少些疲憊、多些時間專注於服務顧客、精進技藝——同時也減少浪費、降低出錯，對環境和食安都更負責。

對我們來說，效率與責任從來不是二選一。真正的高質量增長，是既對股東負責，也對員工、顧客、社區和地球負責。這條路或許慢一點，但走得穩，也走得遠。

三十而立，堅韌生長。

只要方向正確、腳踏實地，明天開始，一切美好都會發生！

九毛九集團主席  
管毅宏

### 公司簡介

1995年，九毛九集團發軔於海口，深耕中式餐飲領域三十載，憑藉多品牌、多概念的發展策略，逐步成長為知名連鎖餐飲集團。集團秉持「用美食創造美好一小時」的使命，致力為顧客提供好吃、不貴、安全的優質用餐體驗。

集團創立並運營「九毛九」、「太二」、「湊火鍋」、「山外面」及「潮那邊」五大細分領域品牌，門店數量逾600家，覆蓋全國並拓展至東南亞及美加等海外市場。

### 九毛九集團品牌概覽



穩健發展  
**30年**



門店  
**600+**



員工  
**16,500+**

### 九毛九

九毛九深耕三十載，如今以「一碟醋，一碗麵，一盤鮮活山西菜」重新出發，以手工、鮮活、現做為核心，融合非遺技藝與南北風味，打造兼具傳統與創新之山西菜體驗。



### 太二

太二創立於2015年，主打潛心研究的老罈子酸菜魚，2025年陸續推出全新鮮活升級門店，主張夠鮮活，才太二。另開闢鮮料川菜模式，嚴選五大核心鮮活食材，構建起以「鮮活」與「川味」為主的產品矩陣。



## 關於我們

### 愆火鍋

愆火鍋希望每個人在這裡吃得放心，吃得開心。秉持著對產品高要求的原則，提供招牌好辣鍋，鮮活好食材。以讓大家度過開心的一小時為目標，還提供開心放鬆的用餐環境和獨特有趣的體驗互動。



### 山外面

主打來自貴州山裡的好酸湯，以「山裡來的酸」作為品牌標語，將山裡的好酸湯好食材帶給食客。



### 潮那邊

潮那邊主打潮汕鮮牛與「烤鮮牛•更鮮甜」理念，結合AI虛擬服務員「椰比Yebit」，打造融合智能科技、藝術審美與自由治癒體驗的數字烤肉空間。



## 九毛九集團2025年的可持續發展重點及成就

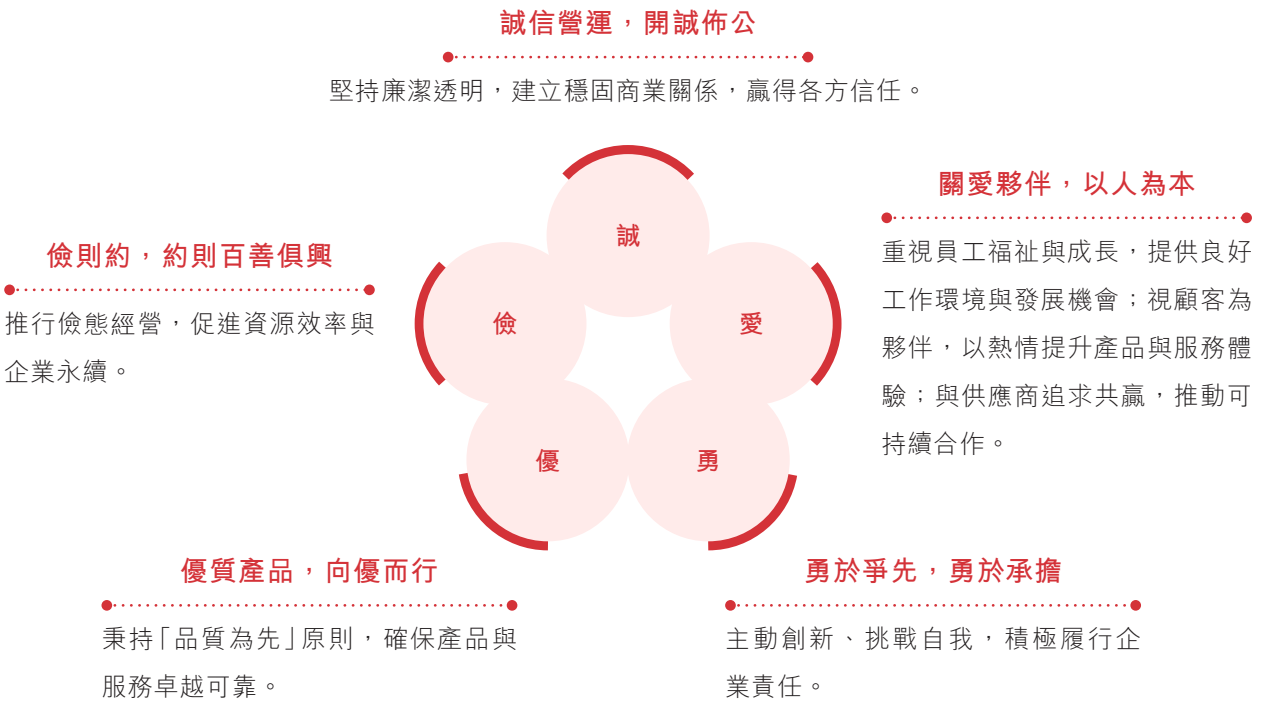
 <p>牽頭制定行業標準</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>作為核心起草單位，聯合深圳市烹飪協會、美团、餓了麼等機構，共同制定團體標準《無堂食外賣食品安全規範》(2025年9月實施)，推動外賣業態標準化與透明化</li> </ul>
 <p>產業賦能型鄉村振興</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>推動粵黔協作，將貴州毛辣果納入供應鏈，貫通「種植－研發－營銷」全鏈條</li> <li>在廣東落地12個聯農帶農水產項目，創造逾2,000萬元產值</li> <li>鄉村直接採購金額達人民幣246.6萬元</li> </ul>
 <p>動物福利與可持續養殖</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自有鱸魚養殖基地獲全球水產養殖聯盟(GAA)BAP(最佳水產養殖規範)認證</li> <li>建立「總部第三方稽查+集團季度稽查+基地自檢」三級聯動稽查體系</li> <li>實現從育苗、飼料、用藥到可追溯的全流程動物福利管理</li> </ul>
 <p>推動餐飲透明化</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>太二品牌於2025年率先在正餐業界推行「全菜單透明分類制度」，按食材新鮮度與處理方式標示A-D四類</li> <li>該制度已推廣至集團所有品牌，樹立行業信任重建典範</li> </ul>
 <p>AI智能體餐廳與數位轉型</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>落地首間「AI智能體餐廳」，實現AI美食家、AI店長、AI後廚經理協同服務</li> <li>提升顧客體驗與營運效率，同時減少人為錯誤與資源浪費</li> </ul>
 <p>綠色供應鏈與減塑實踐</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025年環保包裝採購額達人民幣335萬元(佔包裝總採購5.21%)</li> <li>全面停用不可降解一次性塑膠吸管，不主動提供一次性餐具</li> <li>推廣可重複使用外賣保溫袋(九毛九品牌)及鋁箔可回收餐盒</li> </ul>
 <p>社區公益創新行動</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>太二「送流浪貓一套房」公益行動：於全國10所高校落地貓屋，結合公眾設計與專業執行，關懷流浪動物</li> <li>「亮堂護眼計劃」：在貴州、甘肅等地建成超600間護眼教室，惠及逾25,000名學生</li> <li>「鄉村兒童操場捐助計劃」及「愛心援助山區女童計劃」：分別籌款約5.6萬元與5.5萬元，改善鄉村教育與衛生條件</li> </ul>
 <p>員工關懷與共富實踐</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>成立Nathan基金會，年度援助127名員工及家屬，發放約189萬元</li> <li>舉辦「十年遊」家庭活動，強化長期服務員工歸屬感</li> <li>推行職業雙通道發展體系，支持專業深耕與管理晉升</li> </ul>

# 可持續發展管理

## 企業文化與可持續發展

九毛九集團將可持續發展理念融入日常經營，積極呼應聯合國可持續發展目標，聚焦氣候行動、可持續城市與社區、以及責任創新等領域，致力為顧客、股東、員工、社區及合作夥伴創造長期價值。

九毛九集團以「誠」、「愛」、「勇」、「優」、「儉」五大核心價值觀為文化基石，貫穿ESG實踐與業務決策：



為深化價值觀落地，集團透過每月企業文化考試、必修課程及學習包，系統性推動員工理解與實踐，培育價值一致、積極協作的組織文化，支撐企業與員工的共同長期發展。

### 案例 年度文化榜樣—踐行價值，共創可持續未來

九毛九集團將「誠、愛、勇、優、儉」五大核心價值觀融入日常營運與可持續發展實踐。2025年高管晚宴上，集團表彰9位一線運營夥伴為「年度文化榜樣」，肯定其以行動落實核心價值、推動團隊與業務成長的卓越表現。他們現場分享實踐心得與對未來的信心，展現價值驅動下員工與企業共同成長的典範。



## ESG策略及方針

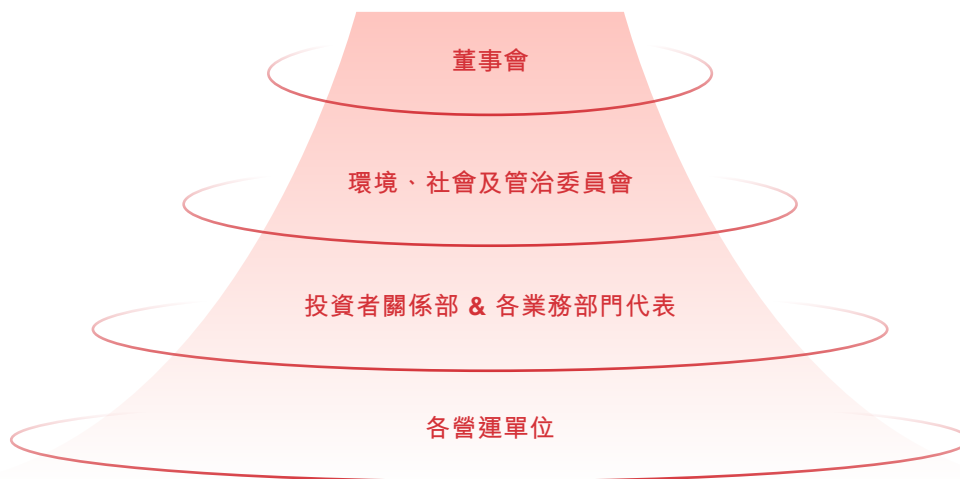
本集團將ESG理念深度融入「誠」、「愛」、「勇」、「優」、「儉」五大核心價值觀，不僅用以優化經營管理模式，更聚焦提升員工、顧客、社區等利益相關方的福祉，強化社會責任履行，並有效降低營運風險與成本。

在策略執行上，由領導層率先倡導，確保ESG考量系統性嵌入各業務流程與決策環節，築牢可持續發展根基。集團致力讓全體員工清晰理解企業對環境、社會及管治議題的重視，並積極參與相關行動，從而增強歸屬感與自豪感，提升工作投入度，同時培育更高層次的可持續發展意識與責任擔當。

## 可持續發展管理

### ESG管治架構

本集團建立清晰的ESG管治架構，由董事會、環境、社會及管治委員會（「ESG委員會」）、投資者關係部及各業務部門代表協同推動可持續發展工作。



董事會作為最高管治機構，全面監督集團ESG事務，負責確立ESG發展方向、倡導可持續發展文化、制定戰略規劃，並審議相關目標與政策。董事會確保ESG考量融入業務決策，識別並應對影響可持續性的風險，審批ESG報告與預算，並評估、修訂主要可持續發展績效指標。每年，董事會根據內外部環境變化及營運狀況，審閱利益相關方關注議題的評估與優先排序結果，並檢討ESG目標進展，確保其與集團長期戰略一致性、具可行性與前瞻性。

在董事會授權下，ESG委員會負責擬定、監察及推進集團ESG戰略、目標與政策，定期評估實施成效。ESG委員會持續追蹤內外部ESG趨勢與資訊，向董事會匯報並提出應對措施；同時監控目標落實情況，評估相關風險，制定緩解方案，並檢討ESG報告內容，確保其準確性與透明度。

投資者關係部及各業務部門代表則在執行層面協調ESG報告管理，落實可持續發展目標與策略，監督措施進度，識別風險並提出解決方案。各營運單位須遵守集團ESG政策，支援可持續發展目標，並提供相關績效數據以支持整體評估與披露。



為強化ESG表現，集團亦聘請獨立顧問公司，負責收集與分析數據，提供專業建議，助力策略優化與績效提升。此多層次管治架構確保ESG工作全面覆蓋、有效執行，推動集團實現負責任且可持續的發展。

## 利益相關方參與

集團視顧客、員工、股東／投資者、政府／監管機構、供應商／合作夥伴及社區等利益相關方為發展同行者，重視其訴求，並透過多元溝通渠道深入理解其意見與期望，以迅速調整策略、聚焦可持續發展重點，全面提升可持續發展水準。

利益相關方	關注議題	溝通渠道	訴求回應
 <p>股東／投資者</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>集團經營戰略</li> <li>合規廉潔營運</li> <li>保障投資者權益</li> <li>穩定的投資回報</li> <li>資訊披露準確透明</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>資訊披露</li> <li>股東大會</li> <li>投資者會議和路演</li> <li>投資者郵箱</li> <li>官方網站</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>透明公開的資訊披露</li> <li>加強企業風險管理</li> <li>加強價值創造能力</li> <li>提升品牌價值</li> </ul>
 <p>政府／監管機構</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>合法合規經營</li> <li>食品安全及衛生</li> <li>職業健康及安全</li> <li>完善的內部控制和風險管理</li> <li>節能減排</li> <li>促進經濟發展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期走訪</li> <li>常規巡查</li> <li>政策溝通</li> <li>合規報告</li> <li>參與座談會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>依法納稅</li> <li>加強合規營運</li> <li>加強安全管理</li> <li>綠色辦公</li> <li>開展各種環保活動</li> <li>持續擴大信息化運營</li> </ul>

## 可持續發展管理

利益相關方	關注議題	溝通渠道	訴求回應
 <p>顧客</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 食品安全及衛生</li> <li>• 餐品品質及多元化</li> <li>• 顧客隱私保護</li> <li>• 顧客服務體驗</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 門店服務溝通</li> <li>• 投訴信箱／熱線</li> <li>• 官方微信</li> <li>• 滿意度調查</li> <li>• 品牌行銷活動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 嚴控食材採購</li> <li>• 優化產品質量</li> <li>• 煮食流程標準化</li> <li>• 門店恆常消毒清潔</li> <li>• 擴大研發團隊</li> <li>• 提升顧客體驗</li> <li>• 保障顧客權益</li> </ul>
 <p>員工</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 保障員工合法權益</li> <li>• 職業健康及安全</li> <li>• 平等就業機會</li> <li>• 員工薪酬福利</li> <li>• 多元化發展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 勞動合同</li> <li>• 績效管理機制</li> <li>• 培訓交流</li> <li>• 董事長信箱</li> <li>• 職工代表大會</li> <li>• 內部溝通平台</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 保障員工權益</li> <li>• 開展員工培訓</li> <li>• 多元職業發展</li> <li>• 豐富員工活動</li> </ul>
 <p>供應商／ 合作夥伴</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 公平招採</li> <li>• 誠信履約</li> <li>• 產品質量保證</li> <li>• 建立可持續合作關係</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 供應商評估</li> <li>• 合作協議</li> <li>• 實地考察</li> <li>• 供應商會議</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 公平公正採購</li> <li>• 加強供應鏈管理</li> <li>• 促進可持續合作關係</li> </ul>
 <p>社區</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 開展社會公益</li> <li>• 促進社區關係</li> <li>• 綠色營運</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 社區活動</li> <li>• 社區服務</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 開展公益和志願活動</li> <li>• 加強餐廳安全管理</li> <li>• 堅持推進餐廳環保低碳</li> <li>• 餐廚垃圾嚴格管理及資源化</li> </ul>

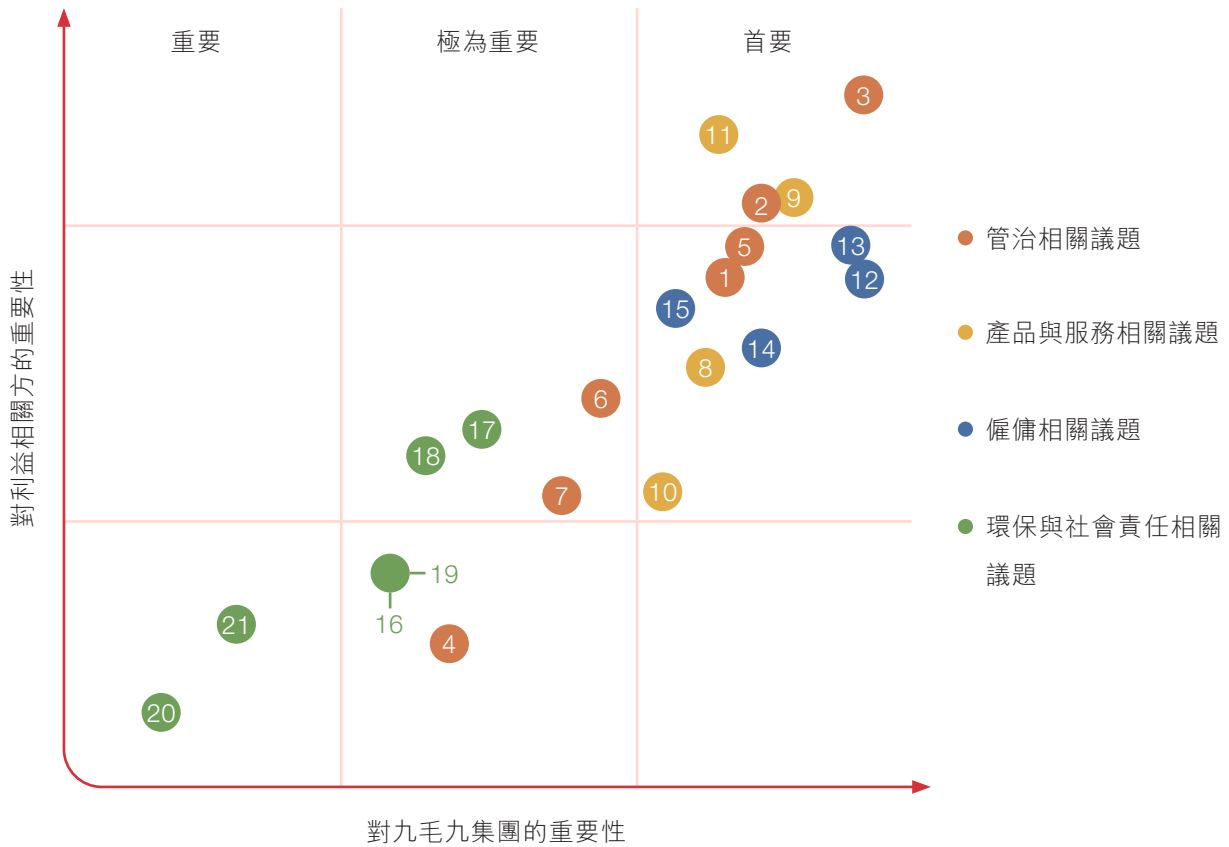
### ESG議題重要性分析

2025年，本集團委聘ESG顧問開展利益相關方調查，進行客觀的重要性評估，以掌握其對集團ESG工作的觀點與訴求變化。我們將ESG議題歸納為四大類別，並依據利益相關方對各議題的表現評價與期望，釐定優先次序，有序優化ESG策略與管理政策。



# 可持續發展管理

2025年ESG議題重要性分析矩陣圖



「誠」與「勇」 管治相關議題	「優」 產品與服務相關議題	「愛」 僱傭相關議題	「儉」 環保與社會責任相關議題
<ol style="list-style-type: none"> <li>企業管治與風險管控</li> <li>商業道德與反貪腐*</li> <li>食品質量與安全*</li> <li>投資者關係與股東權益保障</li> <li>負責任供應鏈管理</li> <li>知識產權保護</li> <li>數字化轉型</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>產品營養健康與多元化</li> <li>顧客權益保護*</li> <li>責任營銷與宣傳</li> <li>用餐環境與顧客服務*</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>合規僱傭與薪資福利</li> <li>員工健康與安全</li> <li>員工培訓與發展</li> <li>員工關懷與溝通</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>應對氣候變遷與碳排放</li> <li>資源管理（能源及水資源）</li> <li>包裝物及廢棄物管理</li> <li>貢獻行業發展</li> <li>鄉村振興</li> <li>社區公益</li> </ol>

\* 2025年度首要ESG議題。

本報告所採用之ESG議題重要性評估方法，主要基於「對九毛九集團的重要性」與「對利益相關方的重要性」兩個維度，透過問卷調查與內部審核釐定優先議題。此方法側重反映利益相關方的感知與期望，有助於聚焦當前可持續發展管理重點。

然而，鑒於國際可持續披露準則（如ISSB S1準則）日益強調「雙重重要性」原則，即同時考量「財務重要性」（ESG議題對企業現金流、融資渠道及資本成本的影響）與「影響重要性」（企業營運對環境與社會所產生的正面或負面影響），本集團認知到現行評估框架尚有完善空間。

為此，我們承諾將於2026年度ESG報告中全面導入雙重重要性評估方法，系統性整合財務影響與外部影響兩大維度，以更全面、透明地識別與披露重大ESG議題，並與國際最佳實踐接軌。

# 「誠」以立信，「勇」以擔當

誠信是營運的基石，我們秉持開誠佈公的態度，堅持「以誠為本」的經營理念。邁向2026年「築基提質」之年，集團將「穩定可追溯的供應鏈體系」作為三大基礎建設之一，不僅是商業韌性的支撐，更是對誠信與責任的深化實踐。作為中國連鎖餐飲先行者，我們將誠信融入公司治理與風險管控，嚴格遵守法規，選用優質食材，確保食品安全；同時透過公正決策強化反貪腐機制，保障股東權益，推動負責任供應鏈、知識產權保護與數字化轉型，營造透明合規的營商環境，贏得顧客信任，並穩步邁向可持續發展目標。

## 此章節回應ESG議題



商業道德與反貪腐



食品質量與安全



知識產權保護



數字化轉型



企業管治與風險管控



負責任供應鏈管理



投資人關係與股東  
權益保障

## 對聯合國可持續發展目標的貢獻



## 企業管治與風險管控

### 企業管治

本集團嚴格遵守《中華人民共和國公司法》及《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》，恪守合規底線，持續優化治理結構與內部管控機制。集團已制定《企業管治制度》，建立涵蓋管理層、總部及品牌職能部門、附屬公司的科學治理架構與議事規則，明確決策、執行與監督權責，強化反貪腐與風險管理體系，推動廉潔建設與營運效能提升。

2025年度董事會議數量  
**14**

董事會由四名執行董事及三名獨立非執行董事組成，在主席領導下有效履行戰略指導、整體監督及定期檢討職責，保障集團與利益相關方的長期利益。董事會下設審核委員會、薪酬委員會及提名委員會，提升專業監督效能。有關董事會構成、履職情況、股權結構及控股股東等詳情，請參閱《九毛九国际控股有限公司2025年度報告》。

董事會議出席率  
**100%**

### 獨立性與有效性

本集團致力維持高水準企業管治，確保董事會的獨立性與有效性。審核委員會及薪酬委員會均由獨立非執行董事擔任主席，且獨立董事佔比均達67%或以上，確保決策獲得客觀、獨立的意見。集團定期為董事提供持續簡報、職責相關閱讀材料及專業培訓，內容涵蓋監管發展、董事責任等議題，強化其履職能力。

董事會獨立董事佔比  
**67%**

董事參與公司培訓百分比  
**100%**

女性董事會成員佔比  
**57%**

## 「誠」以立信，「勇」以擔當

### 董事會多元化

本集團重視董事會及僱員多元化，深信多元背景能提升管理效能並創造新機遇。董事會已採納多元化政策，由提名委員會監督實施，並在董事任命時考量性別、年齡、文化與教育背景及專業經驗等可計量目標。提名委員會定期檢討政策成效並向董事會提出建議，確保組成符合最佳實踐。截至2025年12月31日，女性董事佔比達57%（4名），集團堅持用人唯才、多元共融原則，持續打造具競爭力的董事會。

董事會多元化指標						
姓名	性別	年齡	董事會／工作職責	任期 年長	學歷背景／領域	經驗／技能
管毅宏先生	男	56	董事會主席	7年	企業管理	行業專家、公司管治
何成效先生	男	48	執行董事／集團行政總裁	6年	國際金融	行業專家
崔弄宇女士	女	51	執行董事、集團副總裁／ 供應鏈及人力資源管理	7年	秘書及公共關係	行業專家、人才管理
蘇淡滿先生	男	38	執行董事、 首席財務官及授權代表	3年	經濟學及管理學／ 註冊會計師	財務專家
唐智暉女士	女	57	獨立非執行董事	5年	文學	人才管理
朱睿女士	女	51	獨立非執行董事	5年	工商管理／教育	行業專家、 企業社會責任
王曉梅女士	女	47	獨立非執行董事	1年	經濟學／註冊會計師	財務專家

除在董事會層面推動多元化，本集團亦在僱員層面積極實踐多元化政策，支持宗教、文化及民族多樣性，推動包容共融的企業文化，促進不同領域與技術的交流協作，增強員工認同感與集團凝聚力。

### 風險管理及內部控制

董事會全面負責評估並確定集團為實現戰略目標所願承擔的風險性質與程度，制定並維護有效風險管理及內部監控系統，以保障股東投資與資產安全；審核委員會協助監督該系統的設計與執行。

集團已建立《風險管理政策與程序》，系統涵蓋風險識別、評估、監控與報告全週期，並配套風險預警、防範及控制措施。集團每年定期開展內部風險評估，檢視政策執行情況，為高級管理層決策提供依據。

總部設有獨立審計部門，負責對各部門及業務流程進行審計，評估內部控制與風險管理成效，並提出改進建議。透過實施《九毛九集團內部審計章程》，集團進一步規範審計職責與工作流程，審計部於本年度已圓滿完成年度計劃，有效支撐風險管理與內部控制體系的穩健運作。具體內容詳見《九毛九國際控股有限公司2025年度報告》。

### 商業道德與反貪腐

#### 反貪污

本集團致力於建立廉潔和公平競爭的商業環境，內部持續宣導誠信廉潔文化，秉持高標準的商業道德，對所有形式的舞弊、行賄、損害公司利益等行為持「零容忍」態度。

集團嚴格遵循《中華人民共和國反不正當競爭法》等相關法律法規，制定《防止貪污政策》《廉潔行為規範》及《九毛九集團員工舉報獎勵制度》，並要求所有供應商在准入階段簽署《供應商廉潔承諾書》，明確禁止任何形式的商業賄賂或違反誠信原則的行為。同時，全面推行《廉潔告知函》，規定員工在與供應商接觸前後、審廠或考察時須傳送或取得簽字確認，確保雙方清楚知悉並遵守廉政要求。報告期內，除極少數因特殊原因無法簽署者（已通過口頭確認）外，簽署率達100%。集團亦於重要節日前透過供應商微信管理平台及審計部公眾號推送廉潔公告，強化合規意識。

## 「誠」以立信，「勇」以擔當

審計部作為反貪污工作的主責部門，負責制度建設、風險監測、宣導培訓及違規處理。報告期內，審計部積極開展多渠道廉潔宣導，組織工程、基建、採購及物資等關鍵部門參與線下廉潔培訓，並安排職能新員工觀看廉潔教育視頻。同時透過企業微信公眾號發佈相關內容，累計觸達逾萬人次，有效提升全員誠信合規意識。

報告期內集團未發生任何貪污、賄賂、勒索、欺詐或洗黑錢相關訴訟案件，體現了集團對高標準企業管治與道德操守的堅定承諾。

發生報復舉報人事件(宗)

**0**

反貪培訓員工覆蓋率(含全職及兼職)

**100%**

反貪污培訓／宣導的總參與人次(包含員工／董事會／供應商)

**39,780**

### 舉報政策與舉報人保護制度

本集團鼓勵員工及供應商積極舉報營私舞弊、貪污受賄、違反集團憲法及其他違規行為，並透過《九毛九集團員工舉報獎勵制度》明確設立多樣化舉報渠道，相關資訊亦於日常培訓與宣導中持續傳達。所有舉報由審計部統一受理：涉及運營管理的事項轉交相關部門處理，涉嫌舞弊或賄賂等問題則由審計部直接調查，並向董事長及首席執行官匯報以決定後續處置。

為確保舉報機制有效運作，審計部建立舉報登記台賬，完整記錄舉報內容、證據及調查結果，並嚴格執行保密措施，防止未經同意洩露舉報人身份或發生任何形式的報復行為。一旦查實違規，相關人員將依規受到紀律處分。

報告期內，集團共收到21宗違規事件的舉報，均經查證屬實。其中19宗涉及員工違反行為守則但不構成貪污；另2宗為供應商為避免投訴而向員工行賄，已對該供應商作出懲處，並向舉報員工發放獎金。期間未發生任何報復舉報人的情況，舉報人保護機制有效落實。

### 舉報渠道

如知曉或懷疑出現貪污行為的情況，請透過以下渠道舉報，我們將對有關情況進行深入調查，調查結果將會向您適時溝通。

檢舉受理郵箱：[jubao@jiuaojiu.com](mailto:jubao@jiuaojiu.com)

檢舉受理電話：18594026929（微信同號）

### 反洗錢政策

本集團已制定《資金管理制度》及《資金賬戶管理細則》等內部反洗錢制度，由財務部門統一負責資金籌集、運用、平衡與調配。集團持續監控門店資金流動，定期分析異常消費數據，及時啟動預警機制。同時，嚴格監督全體員工及供應商遵守反洗錢、反恐怖融資及反不當獲利等合規要求，堅守合法經營底線，以保障財務穩健、防範風險，維護企業聲譽與長期穩定發展。

### 投資人關係與股東權益保障

本集團致力保障股東及投資者權益，確保資訊披露的準確性、完整性與可及性。集團已制定《股東通信政策》，並公開《股東提名人士參選董事的程序》，明確股東可於股東大會提名董事候選人；根據組織章程細則，持有不少於公司附帶投票權實繳股本10%的股東，有權以書面要求召開股東特別大會處理特定事務。

集團秉持透明原則，定期發佈財務業績報告，詳述營收、利潤等關鍵指標，並提供業務回顧與未來策略。針對大宗交易、股權變動等重大事項，集團亦及時作出公告，確保資訊公開與時效性。投資者關係部門作為主要溝通平台，透過官方網站及投資者活動接收提問與建議，並在符合法規要求的前提下妥善處理，嚴格保護投資者隱私及敏感資訊。

## 「誠」以立信，「勇」以擔當

為強化關聯交易管理，集團已制定《關連交易管理制度》，明確定義關聯人士與關聯交易，建立基於規模測試的分級審批機制，由首席財務官、董事會或股東大會按交易規模分別審批，並嚴格執行關聯方在相關表決或決策中的迴避原則，以有效控制風險，保障公司、全體股東及利益相關方的合法權益。該制度已通過財務中心組織的專項培訓及指引材料，全面覆蓋董事會及財務團隊，確保落實到位。

## 食品品質與安全

### 食品安全管理體系

九毛九集團嚴格遵守《中華人民共和國食品安全法》《中華人民共和國食品安全法實施條例》等相關法規，以ISO22000食品安全管理體系和HACCP體系為基準，建立《九毛九集團食品安全管理體系－餐飲業制度文件》及《食品安全手冊》，內容涵蓋人員管理、物料管理、清潔要求、程序控制、風險管控、安全管理、文件記錄和環境設備八大模組。集團獲廣州市市場監督管理局評定為餐飲服務食品安全A級。

截至2025年4月，集團位於南沙的供應鏈中心已開始試運行。佛山及南沙的供應鏈中心均已取得全球食品安全倡議(GFSI)認可的FSSC22000食品安全管理體系認證，標誌著集團的食品安全管理達至國際水平。

\* FSSC22000食品安全管理系統認證內容已涵蓋ISO22000食品安全管理體系和HACCP體系。GFSI是由來自當前國際領先的零售商，生產商，食品服務商以及食品供應鏈上相關服務提供者的食品安全專家組成的國際合作平台，倡議宗旨是確保世界各地的人們獲得安全的食品。

食品安全管理體系／  
質量體系認證供應中  
心認證率  
**67%**

員工完成年度食安培訓  
**100%**

生產不安全食品及產  
品召回事故  
**0**

員工簽署《食品安  
全承諾書》  
**100%**

### 食品安全方針與目標

集團制定並頒佈年度食品安全方針，並據此設定可量化的目標，按各部門在體系中的職責分解落實至相關職能單位。

#### 決心

毫不鬆懈做好食品安全工作，我們用心，顧客吃得開心，吃得放心。

#### 使命

食品安全是集團始終堅守的責任，食品品質、就餐環境和服務品質亦是集團不變的追求。我們堅持創新研發和改進，力臻為顧客提供新鮮、美味、高品質的產品與服務。

#### 榮譽

我們將再接再厲，進一步增強守法意識、自律意識和誠信意識，不斷提高食品安全管理水準，為保障公眾飲食安全，促進餐飲行業健康發展做出全新的貢獻。

### 重點食品安全目標達成情況

供應商審核合格率  
**86.50%**

物資部食品安全稽查平均分  
**88.28%**

食品原料驗收合格率  
**98.30%**

中央廚房品質稽查食品安全平均分  
**93.36%**

品牌質量稽查食品安全平均分  
**87.77%**

供應中心產品送第三方測檢合格率  
**99.12%**

## 「誠」以立信，「勇」以擔當

### 食品安全管理架構

集團於2022年正式落實食品安全主體責任，由集團食品安全主要負責人擔任集團食品安全委員會主任，委員會任命食品安全總監，並在各品牌及供應中心設置專職食品安全管理人員，建立「企業主要負責人—食品安全總監—食品安全員」三級責任體系，確保管理層級清晰、責任到人。集團食品安全與質量部統管：

供應商質量管理	<ul style="list-style-type: none"><li>物料及供應商准入和現場審核</li><li>OEM自有品牌合規審核</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>鱸魚全鏈條風險監控</li></ul>
實驗室檢測	<ul style="list-style-type: none"><li>原料、生產過程風險監測</li><li>成品檢測</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>內控驗證測試</li></ul>
駐廠食安管理	<ul style="list-style-type: none"><li>新品上市／變更合規審批</li><li>生產／倉配日常監管</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>食品安全知識培訓</li></ul>
門店食品安全管理	<ul style="list-style-type: none"><li>門店食品安全標準修訂和校準</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>門店食品安全相關制度的更新</li></ul>
技術法規和體系	<ul style="list-style-type: none"><li>食品安全法律法規更新及培訓</li><li>食品安全體系維護</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>食品安全文化建設</li><li>技術法規支持</li></ul>

### 食品安全文化建設

集團深知強大的食品安全文化是保障產品質量與顧客健康的核心。為此，要求所有辦公室及餐廳員工、供應商、加盟商每年至少接受一次食品安全培訓與考核，並簽署《食品安全承諾書》，明確個人職責，預防違規行為，持續強化全鏈條食品安全意識。

### 全鏈條食品安全管控

為確保食品品質與安全，九毛九集團持續構建覆蓋「從產地到餐桌、從食材到餐品」的全鏈條食品安全體系，並建立完善的品質監測機制，通過全面、規範且科學的檢測方法保障產品安全。為進一步強化供應鏈各環節的食品安全管理，集團制定《供應鏈食品安全獎懲規則（試運行版）》，明確供應鏈員工及食品安全與質量部在生產、倉儲等環節的責任與彙報對象，並對表現優異或違反食品安全規定的行為實施相應獎勵或處罰，以推動全鏈條食品安全管理的持續優化。



食材來源  
及檢驗

- 推動負責任採購，關注食材生產來源與質量檢驗
- 針對不同食材篩選優質供應渠道，保障質量與新鮮度
- 制定《原輔料及物料驗收管理制度》《半成品驗收管理制度》，明確各類產品驗收標準
- 設置專職檢驗部門，對入庫產品進行標籤、氣味、色澤等初步檢驗
- 對水產品、果蔬等關鍵原料開展農藥及化學殘留檢測，確保符合國家標準



倉儲及物流  
管理

- 為食材設置適宜儲存環境
- 要求供應商在運輸中控制溫濕度，禁止與有害化學品同車，並於合同中明確條款
- 食材到貨後依標準程序儲存，填寫記錄日誌，確保可追溯性
- 建立三個自營供應中心與中央廚房，實現就近生產、加工與配送
- 按食品生產許可證標準建設新供應中心，優化供應鏈網絡，保障菜品新鮮度與品質



食品加工  
管控

- 制定《食品添加劑管理制度》《車間衛生管理制度》，規範添加劑使用與衛生標準
- 供應中心研發部門制定新產品標準操作程序(SOP)及操作指導書，定期優化現有流程
- 培訓部門組織餐廳員工學習標準程序，鼓勵提出優化建議，推動全面標準化
- 食品安全與質量部依據《餐飲服務食品安全操作規範》及GB14881《食品生產通用衛生規範》，對中央廚房與調味品車間實施駐廠品控
- 定期檢查SOP執行、食品安全管理及員工健康狀況
- 將日常檢查結果與車間及負責人績效考核掛鉤，確保集中生產安全與品質



餐廳管理

- 制定詳細食品製作程序及《食品安全指引手冊》，涵蓋清潔消毒、食品保存與衛生要求
- 每家門店配備至少一名持政府認證的食品安全管理人員
- 持續開展員工培訓，確保嚴格遵守標準程序與食品安全規定
- 聘請外部食品安全諮詢公司，對設備、衛生、蟲害、危機管理等進行實地評估，依國標制定提升方案
- 食品安全與質量部建立稽核體系，制定《食品安全稽查表》《產品品質稽查表》等審核清單
- 實施「餐廳每週自查、品牌每月巡查、集團不定期抽查」機制，及時發現並解決潛在問題



外賣餐品管理

- 在經營許可證中增加網絡經營項目，確保合規
- 根據菜品特性(如湯汁防漏)設計實用外賣餐盒
- 要求餐廳粘貼食品安全封簽，強化外賣餐品安全與質量管控
- 組織專職團隊收集外賣質量投訴，及時向品牌與餐廳反饋以持續改進



產品標識和  
可追溯性

- 嚴格遵守《食品召回管理辦法》，制定《產品標識和可追溯性控制程序》《產品撤回控制程序》《不合格品控制程序》
- 在原料入庫、生產、產品入庫、配送至顧客端等環節實施標識與追溯機制
- 透過批次號、記錄及單據追蹤，實現問題產品源頭追查與分析
- 依據自檢、顧客反饋、投訴、供應商違規或監管通知等啟動分類召回
- 食品安全與質量部每年至少組織一次召回演練，驗證程序有效性
- 若回收率低於90%，將重新制定召回程序

## 「誠」以立信，「勇」以擔當

### 養殖與外加工管理

集團積極監控養殖及委外加工過程，確保原材料符合食品安全與質量標準，並保障供貨的穩定性。自2025年起，集團對自有鱸魚養殖場實施以季度飛行檢查為核心的動態監管機制，並同步執行季度第三方抽樣檢測；酸菜加工廠則依循年度審核框架，結合風險評估開展合規性驗證。對鱸魚和酸菜實施出廠食品安全檢測，重點檢查藥品殘留是否超標、是否使用非食用物質或超量添加劑、以及輔料與包裝材料是否合規。同時，不定期將樣品送第三方檢測，結果符合標準後方可使用，從源頭保障供應安全。

集團工業化循環水養殖基地獲得多項權威認證，包括出境水生動物養殖場／中轉場認證（供港資質）及灣區農產品認證，彰顯品質管控實力。針對鱸魚養殖安全，集團建立「三級聯動稽查體系」：由總部特邀第三方機構深度審核、食品安全與質量部季度常態化稽查、各基地全面自檢，構建立體化、多層次的風險防控機制。

#### 1. 培育優質魚苗

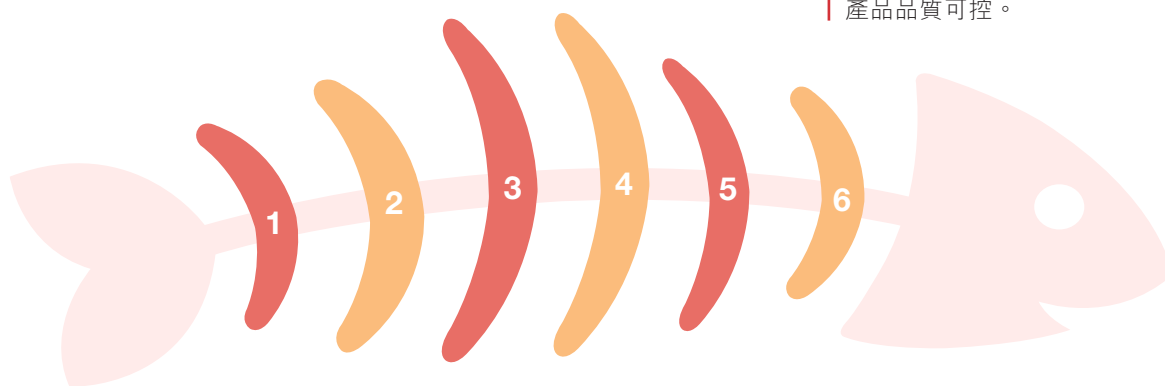
建設4,500平方米標準化鱸魚育苗車間，採用工廠化循環水繁育技術，確保魚苗品質穩定、無病毒攜帶；設立苗種檢疫實驗室，強化病害檢測與防治，提升養殖成功率。

#### 3. 安全飼料

嚴格執行《飼料及飼料添加劑管理條例》，僅採用經監管部門備案、具備生產許可證、審查合格證及產品標準文號的飼料，並定期送第三方抽檢，確保飼料安全。

#### 5. 安全檢測

基地實驗室對各養殖階段抽樣檢測，並定期送第三方機構驗證是否符合國家標準；所有檢測報告及登記表由食品安全與質量部統一歸檔；同時建立車輛資訊管理制度，追蹤鱸魚市場流向，確保產品品質可控。



#### 2. 安全養殖環境

遵循水產養殖標準規範，建立智慧漁業生產管理系統，持續監測養殖環境並定期抽檢水質，保障水質安全與魚類飼養舒適度。

#### 4. 用藥管理

依《水產養殖品質安全管理規定》，所有漁藥均來自用藥白名單，嚴控投入，嚴禁採購「三無」、假冒偽劣或過期藥品。

#### 6. 全程可追溯性

建構覆蓋原料採購、養殖、加工、物流配送等全鏈條的可追溯系統，詳盡記錄每批次水產品的完整生命歷程，實現來源可查、去向可追。

### 動物福利

隨著水產養殖業向綠色、可持續轉型，動物福利已成為產業高質量發展的關鍵議題。九毛九集團循環水養殖基地已順利通過全球水產養殖聯盟(GAA)的「最佳水產養殖規範」(BAP)認證，嚴格遵循國際標準，將動物福利理念融入生產各環節，積極實踐可持續養殖模式，力求經濟效益與生態效益的平衡。

為持續對標國際先進標準，集團建立常態化質量監控體系，每年邀請國際權威第三方機構，依據公認的動物福利準則與行業最佳實踐，對養殖基地進行全面審核評估，並據結果優化管理策略、養殖工藝及福利保障機制。

在實際養殖過程中，集團聚焦生理、心理、環境和衛生四大核心指標，運用大數據、物聯網與人工智能等技術，制定科學可行的干預措施，全方位提升鱸魚福祉。此舉不僅有助於生產更高品質、更安全的動物源性蛋白產品，亦回應市場對高品質水產品的多元需求，推動行業邁向高質量發展。

### 負責任供應鏈管理

#### 供應商質量管理

食材採購是食品價值鏈的首要環節，九毛九集團對供應商實施全流程、制度化管理，由採購中心主導品質把控，並制定《供應商管理制度》《供應商審核管理規範》《供應商尋源與認證操作規範》及《供應商績效管理規範》等內部政策，確保供應商符合國家食品安全標準，同時提升風險識別與管控能力。

集團建立《供應商食品安全評估准入制度》，對新供應商實行多重審查機制，確保其提供的原輔料在食品安全與品質方面達標，從源頭降低供應風險。現有供應商亦納入動態管理，通過集中採購、嚴格品質驗收及冷鏈強化等措施保障原料品質。

## 「誠」以立信，「勇」以擔當

供應商年度評估由採購中心及食品安全與質量部聯合執行，依據《非食品類供應商工廠評審表》《農產品加工類供應商工廠評審表》《食品類供應商工廠評審表》及《水產養殖類供應商工廠評審表》，從法規合規、質量管理體系、環境與人員衛生、蟲害控制、車間佈局、產品檢測、運輸管理到追溯與召回體系等維度進行綜合評分，並劃分為A、B、C、D四個等級，按等級實施差異化審核頻次，確保優質供應商持續納入合格名單，維護供應穩定性。針對評估中發現的問題，集團明確整改要求與時限，必要時終止與不達標供應商的合作。

在質量審核方面，集團對候選供應商開展現場評估，重點審查其質量管理體系、第三方認證、供貨能力、資金狀況及商業信譽，並覆蓋資質證照、生產與檢測能力、技術與質管水準等關鍵指標，同時進行抽樣檢驗，要求簽訂《質量保證協議》，明確質量責任。所有審核結果均形成報告並存檔備查，確保供應產品符合高品質標準。

於報告期內，本集團的採購中心與食品安全與質量部共同對157名新供應商進行多方面評估並納入集團的合格供應商名單；並對163名供應商進行年度供應商審核，合格率達86.5%。截至報告期末，本集團共有537名合格供應商，共481名於中國境內，其餘56名供應商位於其他地區（含港澳台）。135名食品類供應商持有有效食品安全體系認證ISO22000。

### 原材料追溯

集團建立完善的原材料追溯系統，實現對供應鏈的全方位監控與動態管理。該系統整合多部門協作審核、食品安全及ESG評估，並通過信息化工具實時更新供應商合規性與績效記錄，確保在發生食品安全或合規疑慮時能迅速定位並有效召回相關產品。此外，門店端設有供應商資質證照查詢系統，可即時調閱原料供應商的資質信息，大幅提升供應鏈可視化與管理效率，為長期合作奠定信任基礎。這些舉措顯著強化了原材料追溯能力，切實保障產品安全與品質，為顧客和社會提供可靠保障。

區域／品類	海鮮	豆製品類	肉類	蔬菜
香港			2.42%	
中國內地	100%	100%	66.66%	60%
亞洲其他國家			17.10%	19%
澳洲和新西蘭			1.21%	
北美洲和南美洲			12.09%	21%
歐洲			0.52%	

### 可持續供應鏈管理

集團將可持續發展融入業務核心，積極推進可持續供應鏈管理，以降低對環境與社會的影響，並促進行業長期健康發展。集團透過建立完善的供應商管理政策，確保合作夥伴在道德、環境標準及勞工人權等方面合規，並實施持續監測與評估，保障產品與服務的可追溯性與可持續性。

為提升供應鏈治理效能，集團實行多部門協作機制，將供應商尋源與評估職責分配至不同部門，確保各環節嚴格審核，有效防範評估過程中的不當行為；同時建立完整的合格供應商名單，保障供應鏈高效透明運行。

在減輕供應鏈環境影響方面，集團採取多項具體行動：一方面透過電話或線上會議替代面對面溝通，有效減少差旅所產生的碳排放；另一方面與供應商協調調整產品包裝規格，並推動大批量採購，從而降低一次性包裝廢物的產生。同時，集團優先選擇使用電動車的物流合作夥伴，進一步減少範圍三碳排放。此外，集團持續與供應商保持定期溝通，透過審核與評估，監測其在環境保護、勞工權益保障及業務運營等方面的可持續表現，確保其管理實踐與集團的ESG目標保持一致。

### 可持續採購

集團致力於推動可持續採購，將環境保護與社會責任融入核心運營策略，並制定明確政策與長期目標，以創造對地球、社會及顧客的積極價值。

#### 我們的可持續採購承諾



##### 保護森林與生物多樣性

承諾零森林砍伐，通過選擇負責任的供應商，避免因原材料需求而導致森林退化或生態系統破壞。



##### 減少魚類養殖溫室氣體排放

與農場及供應商合作，採用創新技術和可持續的養殖管理方式，降低魚類養殖過程中的溫室氣體排放，支持低碳飲食文化。



##### 推動農場層面的可追溯性

確保原材料來源可追溯至農場層面，滿足合規和可持續標準，為顧客提供安心的產品。

## 「誠」以立信，「勇」以擔當

### 我們的可持續採購長期目標

#### 100% 認證原材料

實現所有關鍵原材料（包括但不限於肉類）100%通過可持續認證的採購。

#### 降低碳足跡

與供應商合作，將供應鏈的碳足跡減少，支持中國的碳中和目標。



#### 農業與社會影響改善

透過培訓、技術支持及合作項目，促進農場層面的可持續發展，提升農民的收入和生活水平，實現經濟與環境效益的雙贏。

### 我們的可持續採購政策與行動

#### 可持續大豆油採購

與供應商持續合作，採用非轉基因大豆油，積極確保產品及供應鏈的環境友好性。

**100%**

採購的大豆油可為非轉基因大豆油

#### 可持續牛肉採購

牛肉原材料採購自獲得外部品質或可持續相關認證的供應商，確保為顧客提供高品質且環境友好的牛肉產品。

**25%**

採購的牛肉通過品質或可持續相關的認證

#### 可持續海鮮採購

採購通過ASC認證、MSC認證、BAP認證或同等認證的可持續海鮮，確保為顧客提供高品質且環境友好的海鮮產品。

**66.6%**

採購的海鮮通過ASC/MSC/BAP認證

#### 本地化採購與減少碳排放

優先選擇本地供應商，減少長距離運輸帶來的碳排放。同時推動批量採購和減少包裝廢棄物，以降低供應鏈對環境的影響。

**89.6%**

供應商位於中國內地

### 加盟商管理

自2024年起，九毛九集團推進多元化商業模式，正式開放旗下主要品牌—九毛九、太二及山外面的加盟／合作經營，以進一步擴張餐廳網絡。為確保加盟餐廳在食品品質與安全方面與自營門店保持一致，集團建立完善的加盟商管理機制。潛在合作方可透過微信小程序「大頭有智合作平台」獲取詳盡的加盟資訊，包括合作條件、優勢及集團提供的支持措施。

在加盟商風險管理方面，集團制定《經營違規條例》，從食品安全、供應鏈、日常運營、資金安全、人事規範等11個維度明確違規行為及相應處罰標準，並通過微信公眾號、小程序、官網及郵件等渠道動態發佈修訂內容；同時設立舉報通道，接受對涉嫌違規事項的監督。此外，集團要求加盟商參與品牌統一行銷活動，並嚴禁同城市或區域內惡意打折競爭，以維護市場秩序與良性發展。截至報告期末，集團共與加盟商合作開設38間餐廳，未發現任何違反適用法律法規或《經營違規條例》的情況。

為確保加盟／合作餐廳營運與本集團的食品安全標準保持一致，食品安全與質量部於報告期內共為太二加盟門店提供品控校準培訓共12次，覆蓋率100%；組織進行113次稽查，食品安全平均分77.58分。而山外面品牌的合作模式門店提供品控校準培訓共5次，覆蓋率100%；組織共進行153次稽查，食品安全平均分82.88分。

## 「誠」以立信，「勇」以擔當

### 知識產權保護

集團嚴格遵守《中華人民共和國民法典》《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國專利法》及《中華人民共和國反不正當競爭法》等法律法規，堅持依法維權並尊重他人知識產權，致力樹立誠信合規的行業標桿。集團實施系統化知識產權管理：

#### 規範管理



對商標、專利及著作權進行統一管控，聯合第三方專業機構組建知識產權保護團隊，確保權利取得與維護的合法性與持續性

#### 多渠道維權



透過網絡監測主動識別侵權行為，並綜合運用平台投訴、行政舉報、訴訟等手段有效打擊侵權

#### 外部合規支持



必要時聘請外部顧問對第三方內容使用進行雙重合規審查，平衡保障自身權益與尊重他人權利，促進公平競爭

截至報告期末，集團在中國內地擁有900項註冊商標，其他國家和地區143項，另持有7項專利及110項著作權。報告期內未發生任何違反知識產權法律的事件。

### 數字化轉型

數字化是優化管理、降本增效的核心工具，並支撐流量運營與商業模式創新，構築未來競爭優勢。本集團積極推動餐飲數字化轉型，通過內外協同提升運營效率與顧客體驗，為此，集團成立全資軟件技術公司—大頭（廣州）軟件技術有限公司（「大頭軟件」）。大頭軟件於2024年1月獲廣東省工業和信息化廳認定為2023年「專精特新」企業，並通過ISO90001質量管理體系認證。

大頭軟件已完成自主研發SaaS系統對第三方軟件的全面替代，推出涵蓋點餐、收銀、外賣平台對接、排隊管理、供應鏈、人力中台及大數據分析等模組的一體化餐飲管理解決方案，填補國內連鎖餐飲企業在管理系統領域的外購空白，技術成果處於行業領先地位。

## 「誠」以立信，「勇」以擔當

其中，大頭有智加盟管理系統專為加盟商與總部管理者設計，集成門店管理、銷售監控、庫存與財務管理等功能，支持即時查閱門店基本資料、營運狀況、員工排班及銷售數據。系統內建培訓模組，提供操作指南、產品知識與行銷策略等資源，並設有客服支援通道，確保問題即時響應。該平台不僅幫助加盟商提升運營能力、節省管理成本，亦使總部可基於實時數據與報告作出精準決策，在競爭中保持優勢。

2025年，大頭軟件新增5項軟件著作權及發明專利，進一步彰顯集團在技術創新與數字化解決方案上的實力，為行業樹立更高標準，注入智慧化發展動能。

集團高度重視信息安全與數據治理，持續完善網絡安全防護體系。報告期內，集團信息系統順利通過國家網絡安全等級保護三級測評，標誌著集團在網絡安全、數據保護、系統運維等方面達到國家權威標準，為業務穩健運營與用戶信息安全提供堅實保障。

### 案例 推動數字化轉型，打造AI智能體餐廳與無紙化供應鏈

九毛九集團積極推進數字化轉型，於2025年落地首間「AI智能體餐廳」，實現從「人管店」到「AI輔助管店」的升級。該餐廳透過感測器、業務系統與AI大腦，全天候感知顧客需求與現場營運狀態，並由AI美食家、AI店長及AI後廚經理協同員工，提供個性化推薦、實時風險預警、智能訂貨與上菜追蹤等服務，全面提升顧客體驗與運營效率。



同時，集團全面推行供應鏈與門店無紙化，覆蓋全國直營門店，電子驗貨單使用率達100%。透過統配合單、自動化退貨及電子檔案留存，收貨效率提升75%，月度紙質驗貨單據量降幅達69.33%。此舉不僅強化風險管控，更實現降本提效與可持續營運的雙贏。

# 「優」以鑄品，精以立質

集團秉承「向優而行」的理念，將對產品與服務的極致追求融入經營各環節。在「築基提質」戰略下，我們以「AI與IT驅動的智慧運營平台」提升標準化與精準度，使品質管理更科學、資源配置更高效，從而減少浪費、降低風險，讓「優」與「精」不僅體現於口味，更落實於對顧客、環境與社會的責任。我們透過營養健康且多元的菜品研發、透明負責任的營銷宣傳、嚴格的顧客權益保障，以及持續升級的用餐環境與服務體驗，踐行對顧客的品質承諾，並以創新與細緻回應不斷變化的消費需求，築牢品牌信譽與長期價值。

## 此章節回應ESG議題



產品營養健康與多元化



顧客權益保護



責任營銷與宣傳



用餐環境與顧客服務

## 對聯合國可持續發展目標的貢獻



## 產品營養健康與多元化

### 產品多元化與營養健康

九毛九集團以顧客健康為核心，精選天然綠色食材，確保菜品安全與營養價值，並結合健康與可持續發展理念，推出多元餐點，滿足現代人對均衡飲食的需求。透過多樣化的健康選項與科學營養搭配，集團致力為顧客帶來更安心、美好的用餐體驗。



太二積極推動產品結構升級，推出全新店型「新太二•鮮料川菜」，標誌著品牌從單品聚焦邁向多元鮮活的新階段。新店型不再僅以酸菜魚為唯一招牌，而是圍繞「活魚、活蝦、鮮牛、鮮雞、鮮豬」五大鮮活食材，打造豐富且具營養價值的川菜菜單，滿足消費者對口味多樣性與飲食健康的雙重需求。

集團堅持「用鮮活食材，做鮮料川菜」的核心理念，所有主食材均嚴格篩選、當日配送、現點現做，最大限度保留營養成分與天然風味。同時，烹調過程中注重減少油、鹽、糖的使用，避免過度加工，確保菜品在呈現地道川味的同時，兼顧均衡與健康。此舉不僅拓展了產品矩陣，更體現九毛九集團對營養健康飲食趨勢的積極回應，持續為顧客提供安全、新鮮、美味且富有營養的用餐選擇。



太二積極推動產品結構多元化，並將營養健康理念融入兒童餐開發。2025年推出「全鮮牛肉燜飯」及「全鮮番茄雞蛋卷」兩款兒童餐，嚴選新鮮食材，科學配比蛋白質、蔬果與乳製品，並採用現做工藝與趣味設計，兼顧營養均衡與用餐體驗。所有兒童餐堅持「全鮮」標準—水果當日切配、蛋卷現製保溫，確保品質與營養。此舉是品牌「5.0鮮活模式」在健康飲食細分領域的深化實踐，體現太二從單一爆品向多元、高品質、營養導向產品體系的轉型，持續回應消費者對安全、新鮮與均衡膳食的訴求。

## 「優」以鑄品，精以立質

### 健康飲食承諾

集團積極推行健康飲食理念，嚴格甄選無添加麵粉、非轉基因大豆油及綠色無公害蔬果等優質食材，確保來源純淨與安全。在菜品研發中貫徹低糖、低脂、低鹽原則，嚴控人工添加劑，並推出富含維生素與礦物質的營養餐點。同時，倡導時令飲食文化，將本地應季食材融入菜單，保留最佳風味與營養。集團亦透過門店活動與社交平台普及營養知識，鼓勵顧客在享受美食之餘關注健康，打造「放心餐桌」。



集團在全國範圍內正式上線「透明菜單」，率先推動實體餐飲邁入透明化時代。該舉措針對門店現售菜品所使用的原料狀態，包括全鮮、冷凍、預處理及熟制四類，一在菜單上清晰標示，讓消費者一目了然地了解食材來源與處理方式。此舉不僅強化了對食品安全與品質的責任擔當，更以實際行動回應顧客對「吃得安心、放心」的核心訴求，進一步深化集團打造「放心餐桌」的健康飲食承諾。

愆火鍋率先在行業內推動鍋底透明化與配方淨化，致力打造「讓人開心，更吃得放心」的火鍋體驗。愆火鍋自發提升鍋底標準，在嚴格遵循國家《食品安全國家標準食品添加劑使用標準》(GB 2760-2024)的前提下，主動去除非必要添加，確保風味純正與食用安全。同時，品牌敢於公開承諾：所有鍋底配料表完全透明，消費者可清晰查閱每一項成分。



### 產品研發創新

集團擁有跨領域的專業研發團隊，涵蓋烹飪、食品營養與品質控制，成員包括國家級川菜烹飪大師、國際美食促進會評委、特三級中式烹調師及四級中式麵點師等，具備紮實技術與行業認可。研發流程涵蓋原材料尋找、菜品試造、品鑒、入庫、配料卡製作、打樣至新品上市，確保產品品質與標準化。同時，集團積極推動產學研合作，聯合高校、研究機構及行業協會，融合科學技術與傳統烹飪技藝，持續探索創新路徑，將健康與營養深度融入每一道菜品。

### 多樣化產品選擇

九毛九集團秉持「手工、鮮活、現做」的核心理念，以創新與市場適應力打造多元餐飲體驗，滿足不同顧客的口味偏好與健康需求。

九毛九深耕山西飲食文化三十載，以「一碟醋、一碗麵、一盤鮮活山西菜」重新出發，將國家級非遺刀削麵技藝與山野珍鮮融入南方餐桌。九毛九堅持手工現做，推出「九毛九鮮雞二吃」、「年糕燒活鱸魚」、「沙蔥現爆當日吊龍」三大鮮活招牌，並以晉菜為骨、融合南法風韻，呈獻「山西過油肉」、「現爆當日吊龍蓋麵」、「山西鐵鍋燜麵」、「門店現做羊肉燒麥」、「忻州街頭攤黃兒」等特色菜餚，在保留地道實在風味的同時，創造南北共賞的新滋味。



慇火鍋秉持「鮮食應時、食材溯源」的理念，按四季節令精選優質食材，持續豐富鍋物體驗。品牌定期推出多元化新鮮品類，包括手工黑豆老豆腐、非遺廣式小臘腸、嫩滑耗兒魚、彈牙鵝鶉蛋、翠綠萵筍尖及從化檳榔芋頭等特色時令食材。同時嚴選高品質肉類與海鮮，如秦川牛毛肚、脆豬黃喉、雲南黑牛肝菌及乳山生蠔，兼顧口感層次與風味地道，滿足顧客對新鮮、多元與品質的追求。



## 「優」以鑄品，精以立質

### 顧客權益保護

集團嚴格遵守《中華人民共和國個人信息保護法》《中華人民共和國消費者權益保護法》《中華人民共和國網絡安全法》等法律法規，制定《九毛九集團隱私政策》《九毛九集團數據安全管理制度》《數據分類分級管理辦法》《數據安全事件應急管理辦法》等系列內部制度，全面規範個人信息的收集、處理、儲存與銷毀流程，並依法保障顧客隱私。

用戶可透過有效溝通渠道管理個人資料，申請註銷賬號及相關信息。集團亦確保旗下小程序在設置、隱私政策及數據處理方面符合法定要求。面向顧客，集團通過微信登錄的身份驗證機制保障賬戶安全，註冊前須閱讀會員須知以明確個人權責，並承諾未經同意不向第三方披露會員個人信息（特殊法定情形除外），切實履行數據合規與隱私保護責任。

在人員管理方面，集團除定期開展信息安全培訓外，亦推進《保密協議》《競業協議》簽署，並發佈《員工隱私政策》，明確員工對公司機密及用戶數據的保密義務。具體措施包括：

- 上崗前完成風險防範與保密培訓，定期接受保密檢查；
- 按業務需求申請系統權限，離職後即時收回；
- 強化密碼管理，定期更新工作電腦、郵箱及辦公系統密碼；
- 信息技術中心定期進行病毒查殺，並指引員工及時安裝安全補丁；
- 要求員工定期備份數據，防止因硬件故障導致資料遺失。

### 責任營銷與宣傳

本集團秉持負責任的營銷原則，嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》及內部《危機管理指引》中的品牌宣傳文案管理制度，堅守文案自查十大原則，確保所有對外內容誠實、客觀，杜絕虛假廣告，並避免違反各地廣告限制。所有宣傳素材須至少提前三天提交公共事務部門審核，經嚴格把關後方可發佈。

我們尊重顧客的知情權，在點餐菜單中清晰標示每道菜品所用食材，彰顯對食品安全與品質的承諾，亦為建立顧客信任奠定基礎。同時，集團積極運用社交媒體與數據分析工具，探索創新、生動的數字化營銷方式，精準觸達目標受眾，提供個性化服務與優惠，持續提升顧客體驗。

報告期內，集團未因行銷或宣傳活動受到任何罰款或行政處罰，亦無對業務營運造成重大不利影響的情況。

### 用餐環境與顧客服務

集團旗下品牌餐廳致力打造舒適、溫馨且富有創意的用餐環境，從店舖設計到燈光佈置均注重細節，營造貼合品牌個性又令人放鬆愉悅的氛圍。秉持「顧客至上」原則，集團推行標準化與個性化並重的服務體系，透過持續培訓提升服務人員專業素養，確保每位顧客享受細緻周到的服務。

集團積極運用智慧排隊系統、線上預訂平台等數字化工具，並通過多渠道收集顧客回饋，持續優化運營與服務流程，簡化就餐體驗，於每一次互動中傳遞溫度，為顧客帶來優質的用餐享受。

### 用餐環境升級

九毛九集團致力於調整和升級餐廳內部設計，以滿足顧客不斷變化的品味需求並優化用餐體驗。集團根據各品牌的文化調性，從店舖裝修、燈光設計到服務人員著裝，細緻打造獨特風格，全面提升就餐環境的質感與品牌辨識度。

## 「優」以鑄品，精以立質

### 案例 太二持續升級餐廳空間體驗，以文化與五感融合重塑就餐環境

廣州嶺南新世界分店融入皮影紋樣與光影設計，透過燈影搖曳與庭院佈局，將川味溫度織入空間肌理，重現川蜀老街的煙火氣與東方美學，營造錯落有致、富有敘事感的用餐氛圍。



廣州琶洲保利店以「川式宅院」為靈感，將川菜的热辣鮮香與家庭親密感巧妙結合，打造隱逸市井的沉浸式院落，讓用餐成為一場文化與味覺共融的體驗。



### 案例 打造親子友好空間——九毛九兒童體驗店升級用餐環境

九毛九於廣州推出「九毛九兒童體驗店」，以「讓所有孩子快樂用餐，讓每位家長自在用餐」為使命，重新定義親子用餐體驗。店內以「超級番茄」為核心視覺符號，營造充滿活力與童趣的空間氛圍，不僅是餐廳，更是一個融合餐飲與互動娛樂的親子樂園。

品牌圍繞兒童成長需求，精心設計多款營養均衡的兒童專屬餐點，並搭配「好好吃飯遊戲」、「番茄Happy Time」等互動環節，透過集章打卡、舞蹈互動及兒童會員體系，激發孩子自主用餐興趣，培養良好習慣。同時，全面配備兒童圍兜、專用餐具、餐椅、洗手池、母嬰室及圖文並茂的兒童菜單，打造安全、貼心、有趣的用餐環境，讓家長安心享受美食，見證孩子在歡樂中成長。



### 加強顧客互動

集團注重服務品質，透過多元活動強化顧客互動與體驗。九毛九舉辦品牌月活動及創新直播推廣；山外面於節日期間透過官方線上頻道介紹貴州傳統節日美食與獨特吃法，傳承文化並深化顧客連結；愆火鍋則為顧客提供店內生日慶祝，包括贈送禮物與專屬舞蹈表演，創造難忘回憶。這些線上線下結合的創意舉措，展現對顧客多元需求的深刻洞察，持續提升品牌曝光與忠誠度。

### 完善的投訴處理機制

集團始終將顧客滿意度置於首位，建立標準化、全流程的顧客投訴處理機制，切實落實「以顧客為中心」的核心理念。各品牌均設有專屬客服部門，透過現場反饋、餐後滿意度問卷、熱線電話、點餐評價系統、第三方評價平台、電子郵件、微信官方賬號、會員小程序及粉絲團等多元渠道，廣泛收集顧客意見與投訴。

所有投訴嚴格依據《危機管理指引》等內部制度，進行分類、定級，並明確處理流程、管理權限與關閉時限，確保每宗投訴得到迅速回應與妥善解決。

集團定期統計投訴數據，分析顧客滿意度變化趨勢，即時向餐廳反饋體驗痛點，並基於門店上報的處理報告，持續完善常見問題清單與應對策略。同時，投訴處理成效已納入餐廳員工績效考核，以顧客滿意度為驅動力，推動服務水準不斷提升。

透過「接獲投訴→識別類別→判斷級別→分級處理→投訴分析→改進提升→全程追蹤→上報報告」的閉環管理，集團持續優化產品與運營流程，強化服務品質，鞏固品牌信譽與顧客信任。

# 「愛」以育人，和以聚人

集團始終堅持「以人為本」，將對員工的關愛與尊重融入企業經營的各個層面。我們聚焦「可複製的單店盈利模型」，其核心意義不僅在於財務可持續，更在於為前線夥伴創造穩定就業、清晰發展路徑與尊嚴勞動的環境。我們透過合規公平的僱傭政策、具競爭力的薪酬福利、全面的健康安全保障、系統化的培訓與發展體系，以及有溫度的關懷與溝通機制，踐行對員工的承諾，並以細緻與誠意回應多元需求，凝聚人才向心力，築牢可持續發展的人本根基。

## 此章節回應的ESG議題



合規僱傭與薪資福利



員工健康與安全

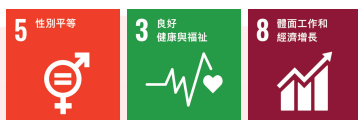


員工培訓與發展



員工關懷與溝通

## 對聯合國可持續發展目標的貢獻



### 合規僱傭與薪酬福利

#### 合規僱傭

人權是每個人應享有的基本權利，體現人類尊嚴與價值。集團秉持「以人為本」的核心價值觀，將尊重和保障人權視為實現可持續發展、促進企業與社會共同繁榮的關鍵。在嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》等法律法規的同時，集團積極遵循聯合國《世界人權宣言》及國際人權公約精神，並將相關原則融入人力資源管理實踐。

集團的人事政策全面體現對人權與勞工益的尊重，並明確涵蓋多項核心原則：不僅保障員工的結社自由及組織權利，也支持集體談判權力；在薪酬方面確保公平工資，同時嚴格禁止任何形式的就業歧視，積極促進多元與包容。此外，集團堅決反對強迫勞動，嚴格遵守法定工作時間，並高度關注工業安全與衛生，提供必要的福利設施，亦兼顧員工在住房與業餘時間方面的合理需求。

#### 案例 第九屆集團職工代表大會

2025年12月，九毛九集團召開第九屆職工代表大會，彰顯公司對員工權益及利益相關方溝通的重視。作為民主管理的重要機制，大會由全體員工選舉產生的代表組成，有效保障員工在企業決策中的參與與監督權利。本年度會議審議通過《食品安全承諾書》及《員工手冊》，進一步強化員工權益保障與企業治理透明度。

#### 平等僱傭

本集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》等法律法規，全面推行平等僱傭原則，並在人事管理中積極遵循國際勞工準則。集團在招聘與用工安排中嚴格依據《員工手冊》執行，為避免利益衝突、維護用人公平性，集團明確規定管理層員工的親屬不得在集團內任職。此外，所有正式員工均簽訂勞動合同，實習生及臨時工簽訂勞務合同，簽訂率達100%，切實保障各類員工的合法權益。

集團亦致力打造包容性職場，特別為女工、老年員工及殘障人士提供平等就業機會與專屬福利，積極拓展多元招聘渠道，推動性別、年齡、地域等維度的合理分佈，消除對弱勢群體及少數群體的就業障礙。無論性別、年齡、性取向、種族或國籍，均不得成為歧視或騷擾的理由。

## 「愛」以育人，和以聚人

---

為保障政策有效執行，集團設有暢通的舉報渠道，鼓勵員工向組織發展部門反映任何涉及歧視或不公的行為；相關部門將及時評估、處理並記錄，對查實案件採取紀律處分。透過制度化、透明化的管理，集團確保每位員工在尊重、公平且共融的環境中發揮潛能，實現個人與企業的共同成長。

### 嚴禁強制勞工和童工

本集團嚴格遵守《中華人民共和國禁止使用童工規定》《中華人民共和國未成年人保護法》等法律法規，堅決禁止僱用童工或任何形式的強迫勞工，包括囚工、合同勞工及債務勞工，並要求所有合作單位同樣遵守此原則。

在招聘環節，集團核對應聘者身份證明文件，確保其達到法定勞動年齡，並對擬錄用人選進行背景調查。一旦發現童工，將立即終止合約、展開調查，並對相關責任人員採取紀律處分。為杜絕強迫勞工，集團堅持在平等自願基礎上與員工簽訂勞動合同，入職不收取任何費用，絕不扣留員工工資、福利、財產或身份證件，亦嚴禁體罰、暴力、搜身、侮辱或以威脅手段限制人身自由。所有加班均須經員工同意，並依法支付相應補償。

報告期內，集團未發生任何涉及童工或強迫勞工的糾紛或違規事件，持續維護安全、合法、尊重人權的僱傭環境。

### 人才培養與吸納

集團將人才培養與吸納視為長遠發展的關鍵，致力打造具競爭力的薪酬福利體系與令人嚮往的工作環境，為員工提供公平報酬、全方位支援及清晰的職業發展路徑。

為吸引優質人才，集團積極推行中後台專業化、年輕化策略，並設立多類管培生崗位，包括運營、綜合及供應中心方向，覆蓋太二、九毛九、愆火鍋等品牌，以及門店運營、品牌後勤、IT、財務、法務、人力資源、原料倉儲、食材加工與生產管理等多元領域，讓應屆畢業生可依專業與興趣選擇適合發展路徑。同時，集團深化校企合作，透過「畢業生校招+定向委培+合作研發+品牌獎學金」四位一體模式，精準甄選與培育潛力人才，持續強化人才儲備，為組織注入創新動能。

### 薪酬福利

我們依法遵從國家及集團所制定的薪酬福利政策，務求為員工提供合理的薪酬和優越的福利保障，尊重每一位員工為集團辛勞的付出。

### 薪酬體系

集團致力於建立完善的薪酬管理體系與多元激勵機制，推行「越勤力越幸運」政策，確保為企業創造更高效益的個人與團隊獲得相應獎勵。我們持續優化激勵政策，針對不同部門與職位實施差異化措施，包括全勤獎、週末加班津貼及績效獎金等，靈活結合短期與長期激勵，激勵員工持續提升、追求卓越。同時，集團統一調整薪資結構，提升整體薪酬競爭力，以有效吸引並保留優秀人才。

#### 人才培養激勵

於主管／經理級別設人才培養提成，鼓勵資深員工指導新人，強化歸屬感、知識傳承與團隊整體能力。

#### 績效評估

依公正、透明原則評核員工表現，除固定月薪外，按評估結果發放績效獎金，以認可與激勵高績效貢獻。

#### 股權激勵

推行「購股權計劃」，針對董事、高管及核心人員提供長期激勵；2025年9月24日向158名員工授出共31,286,000份購股權。<sup>1</sup>

附註：

1. 詳細有關本年度的購股權計劃的資料，請參閱本集團於2025年9月24日所發佈的公告「授出購股權」。

## 「愛」以育人，和以聚人

集團開展績效管理旨在幫助員工持續提升業績與勝任能力，培養契合戰略發展的關鍵人才，進而強化整體運營效能與競爭力，有效推動集團目標的實現。集團實行「以工作表現決定薪酬」的原則，對辦公室職能員工及前線品牌運營員工均採用績效評估系統，從兩大維度衡量表現：(1)運營成果與年初設定的關鍵考核指標達成情況；(2)價值觀行為指標，根據月度／季度／年度績效評估等級結果進行加薪或獎勵。

### 目標管理



#### 1. 制定目標

在目標管理系統按層級自上而下制定目標



#### 2. 員工自評

目標制定好直接上級進行審核

### 評估反饋



#### 1. 員工自評

HR發起績效活動，員工在績效待辦中進行自評



#### 2. 直接主管評價

直接主管對員工進行評價及打分



#### 3. 隔級主管審核

隔級主管對員工的績效結果進行審核



#### 4. HR審核

HR對審核結果進行審核，審核通過後結果確認並開放給個人



#### 5. 績效反饋

直接主管對員工進行績效反饋，績效為「待改進」的員工在系統編寫改善計劃



#### 6. 直接主管審核

直接主管對員工改善方案進行審核

### 福利待遇

除具競爭力的薪酬外，集團嚴格遵守當地勞動與社會保障法規，為員工全額繳納養老、醫療、失業、工傷、生育保險及住房公積金，並提供僱主責任險與補充商業醫療保險；對退休返聘及兼職人員亦安排意外保險。

集團依法提供年假、病假、婚假、產假、陪產假、哺乳假、喪假及獨生子女護理假等多類有薪假期，並配套年終雙薪、生日會、長期服務獎(五年及十年)、員工用餐折扣、內購商城、高溫補貼及電話費補貼等多元福利，全面保障員工基本權益與生活品質。

在此基礎上，集團針對不同品牌、崗位及員工發展階段，設計特色化激勵與福利措施。部分品牌更設置與經營表現、管理水準掛鈎的比拼激勵獎金，促進門店間健康競爭與經驗互鑒。此外，集團致力打造平等、無障礙的工作環境，配備休閒設施並舉辦豐富活動，讓員工在尊重與關懷中實現個人價值與企業共贏。

## 員工健康與安全

### 安全管理架構

集團積極推行安全培訓、考核及獎勵計劃，持續提升員工職業安全意識，致力打造安全、無害的工作環境。集團嚴格遵守《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》等法規，並落實《安全生產責任制》《企業安全管理制度》《消防安全管理制度》及《施工安全管理制度》等內部規範，全面保障員工職業健康與安全。



## 「愛」以育人，和以聚人

---

本集團高度重視員工健康與安全，致力預防和避免職業性危害，嚴格遵守當地安全生產法律法規。集團已建立安全管理委員會及完善的組織架構，推行安全生產責任制度，要求各級管理層與員工明確自身安全職責，逐級簽訂安全生產責任書並切實履責。

為貫徹「安全第一、預防為主、綜合治理」方針，供應中心制定《生產安全事故應急預案》，持續更新危險因素清單、職業衛生管理台賬及危險化學品管理台賬，並每年開展風險辨識與應急資源調查，已取得「安全生產標準化三級企業」認證。針對門店營運特性，集團亦制定《危機管理手冊》，有效應對各類突發安全事故，全面提升風險防範與應急處置能力。

2025年，集團共記錄工傷964起，累計損失工作日約7,108天，所有受傷員工均已透過公司保險獲得相應保障。2023至2025年期間，集團維持零工亡事故的安全紀錄，體現對安全生產的堅定承諾。

### 安全工作環境

本集團致力為員工提供安全的工作環境，通過專職人員定期排查各生產崗位的安全隱患，尤其聚焦高風險環節。一旦發現隱患，專職人員會立即向管理層報告，相關工序及人員須暫停作業，待整改完成並驗收後方可恢復運作。所有隱患均記錄於安全風險隱患台賬，實現全程追蹤與閉環管理。

集團嚴格遵守安全法規，強制要求員工在工作期間正確佩戴合規的個人防護裝備。工程部門負責中央廚房及餐廳設備的維護，每年制定設備保養計劃，並透過物聯網技術即時監控關鍵設備運行狀態，確保故障及時處理。

此外，集團定期委託第三方機構對中央廚房開展職業病危害因素檢測，重點評估噪音、高溫及粉塵等風險，以科學識別潛在職業危害，保障員工健康與安全。

### 安全培訓及考核機制

集團將各類安全培訓納入年度培訓計劃，並於年末檢視實施成效及業務變化所衍生的新風險，為來年規劃提供依據。新員工須接受實操訓練，熟悉工作流程、設施操作及部門安全規範，同時持續參與安全思想、知識與技術的常態化培訓。集團亦定期組織崗位技術培訓、安全考核及班組安全活動，確保員工在思想、知識與技能三方面均達到安全履職標準。為加強風險防控，關鍵設備張貼操作規程二維碼，以避免因誤操作引發事故，而各部門則依據《安全生產責任管理考核細則》接受年度考核，從而全面提升安全意識與執行力。

為提升整體應急能力，集團制定《公司安全生產應急演習方案》，定期組織消防演練，檢驗消防設施維護與使用狀況，增強員工逃生自救能力及應急小組處置火災的協同效率，確保緊急事件得以快速、有序、高效控制，最大限度降低事故損失。

## 「愛」以育人，和以聚人

---

### 員工培訓與發展

集團重視員工的個人成長，深知人才是企業長期成功的關鍵，因此建立了系統化、全覆蓋的培訓體系，結合線上與線下資源，為各級員工提供量身定制的學習機會。總部特設員工培訓中心，並打造「線上集團學習平台」，整合各品牌原有學習資源，全面推進學習型組織建設。

平台提供豐富課程內容，涵蓋崗位技能、企業文化、門店操作標準、菜品更新及職能專屬培訓等，支持員工隨時搜索、學習與下載資料，營造貫穿前中後台的濃厚學習氛圍。同時，平台累積員工學習數據，生成個人學習報告，作為晉升與任用的重要參考依據。

線上學習平台總上線課程

**971** 個

總學習人次

**721,812**

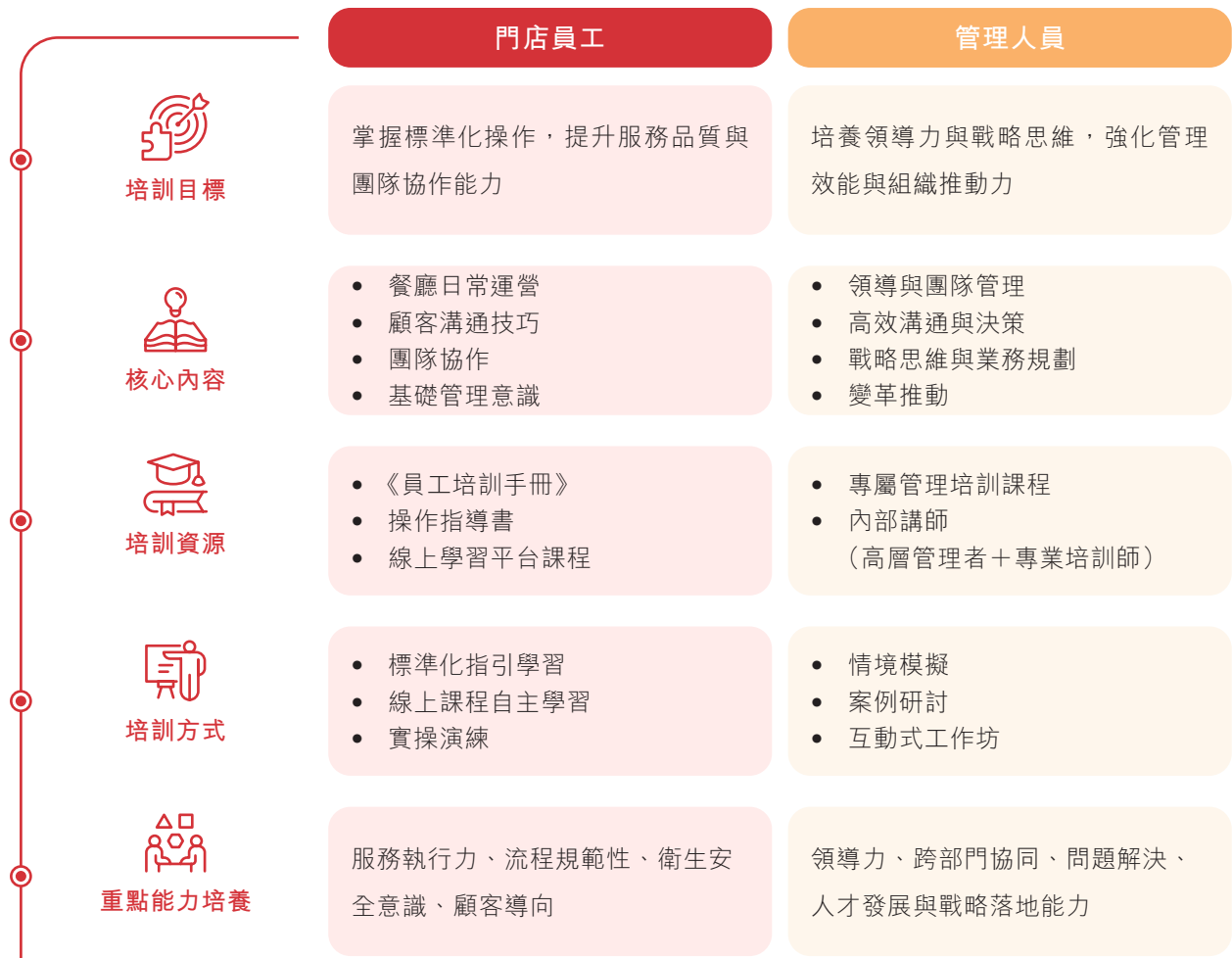
課程點閱量

**2,144,485** 次

總學習時長

**129,576** 小時

我們完備的培訓體系確保管理團隊到一線餐廳員工都具備足夠的人才儲備，以配合集團未來的發展計劃。



集團本年度聚焦分層領導力發展，針對不同管理層級設計專屬培訓課程，強化戰略執行與團隊領導能力。



總監級培訓  
《從戰略定位到價值貢獻》



經理級培訓  
《成果導向的領導力》



主管級培訓  
《卓有成效的管理者》

## 「愛」以育人，和以聚人

集團以人才為核心資源，構建多元、透明且可持續的職業發展體系，全面支持員工成長與組織能力建設。針對門店員工，集團建立行政管理類、前廳類及後廚類三條獨立成長通道，鼓勵多元發展，並以專業能力及六項關鍵領導力，作為晉升評估的核心標準，確保晉升機制公正公開，讓每位員工享有公平可及的發展機會。同時，為強化中層管理隊伍建設，集團制定《集團中層管理崗競聘管理方案》，明確競聘資格與程序，通過資格審查、演講答辯及競聘委員會綜合評議等環節，嚴謹遴選具備潛力與實績的人才，有效提升組織執行力與領導連續性。

集團全面實施「職業雙通道發展體系」，適用於全體職能編製員工，旨在提供清晰、多元的成長路徑，強化專業深耕與管理效能並行的人才發展機制。



### 員工關懷與溝通

作為負責任的僱主，集團高度重視員工的安全、健康與整體福祉，積極推行合理排班及多元關愛活動，支持員工平衡工作與生活，增強團隊凝聚力與歸屬感。

為促進和諧發展、關懷員工家庭，集團於2014年成立Nathan基金會。基金會資金由董事長及管理層每年捐贈不少於100萬元人民幣，用於援助連續服務滿一年的員工及其直系親屬（包括配偶、子女、父母、配偶父母及兄弟姐妹）在重大疾病、嚴重意外或教育入學等方面所面臨的經濟困難。符合資格員工自動成為會員，享有幫扶服務。

員工獲得Nathan基金會的援助

**127**名

援助金額共約人民幣

**1,890,000**元

平台共收到超過建議

**1,372**條

當中採納

**212**條

集團亦重視員工聲音，積極打造及優化建議收集渠道，設立「好點子」意見收集平台，鼓勵員工就運營提出建議，積極發現並解決問題。透過開放式溝通機制，集團持續了解員工需求與評價，優化員工體驗，激發參與感，推動企業靈活應變、持續創新與穩健發展。

為增強員工的團隊意識和歸屬感，集團定期舉辦豐富多彩的團建活動，讓員工在工作之餘放鬆身心、享受快樂。這些活動不僅傳遞集團大家庭的溫暖與支持，也促進員工間的協作與團隊精神，深化對公司的認同感，為集團發展奠定堅實基礎。

## 「愛」以育人，和以聚人

### 案例 「十年遊」—以家庭共遊深化關懷與認同

為踐行「愛」的企業價值觀，九毛九集團全年舉辦六期「十年遊」活動，專為長期服務員工及其家人打造。活動規劃上海—杭州、西安兩條文化路線，融合自然與歷史元素，提供多元選擇。全年共71名員工及家屬參與，透過親子互動與團隊文化體驗，在輕鬆氛圍中強化歸屬感、幸福感與企業認同，切實將價值觀融入員工生活。



### 案例 30週年慶典—凝聚共識，深化關懷

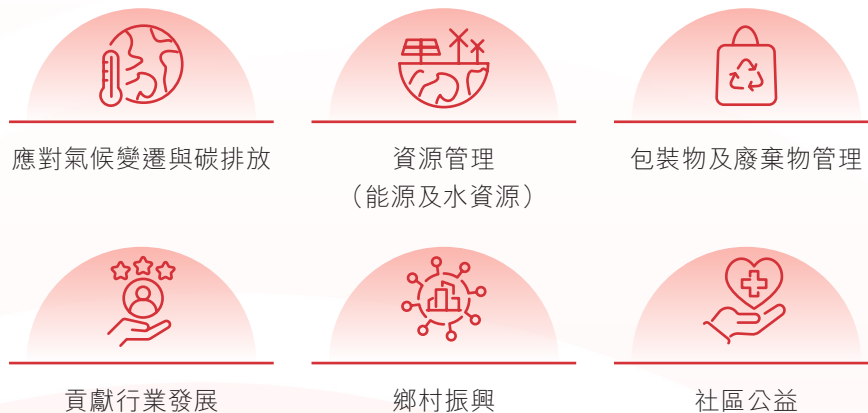
為傳遞信心與韌性，九毛九集團以品牌煥新發佈會形式舉辦三十週年大會，面向中高層管理者及職能員工代表，會後調研顯示信心指數達95.4%。活動期間，透過「三十週年，一起『拼』」線上小遊戲，將主題「韌」廣泛傳播並惠及一線夥伴，吸引逾2,500人參與；同步於辦公室設置「AI照相館」，提升員工體驗，獲350餘人踴躍參與。此外，集團精心策劃多元下午茶，提供醉蟹、糕點、熟食及飲品等，進一步強化日常關懷與歸屬感。



# 「儉」以護境，善以利群

集團將「儉」的精神融入企業文化，貫徹節儉經營理念，積極推動可持續發展與社會回饋。在2026年「築基提質」框架下，三大基礎建設，尤其是智慧運營平台與可追溯供應鏈，正成為實現資源效率與環境責任的關鍵引擎。我們持續提升能源與水資源使用效率，推行廢棄物回收與減排措施，降低營運對環境的影響；打造綠色餐廳，提供低碳、健康的餐飲選擇，並廣泛採用可降解及環保包裝，減少一次性塑料使用。同時，透過社區投資與公益行動，支持環保教育、資源共享，關懷弱勢群體，促進社區共融。集團以「儉」為道，融合環境責任、經濟效益與社會價值，致力實現三者的協同發展，攜手各方共創美好未來。

## 此章節回應的ESG議題



## 對聯合國可持續發展目標的貢獻



## 「儉」以護境，善以利群

---

### 應對氣候變遷與碳排放

作為負責任的餐飲企業，集團將氣候變化議題納入可持續發展核心，積極支持《巴黎協定》1.5°C目標，並致力於提升食品系統韌性與低碳轉型，為中國「雙碳」目標貢獻力量。

#### 氣候管治

九毛九集團已將氣候相關風險與機遇納入現有ESG管治架構，由董事會作為最高管治機構全面監督。董事會在其職權範圍內明確承擔氣候事務的最終責任，確保其具備適當的技能與勝任能力。為此，董事會定期參與可持續發展及氣候議題的培訓，審閱專業機構報告，並結合外部顧問意見，持續提升對氣候變遷趨勢、物理風險與轉型風險的理解與判斷能力。

董事會至少每年審議氣候相關風險與機遇的識別結果，並在制定或修訂集團戰略、重大投資決策及風險管理政策時，系統性考量氣候因素，包括評估減碳路徑、供應鏈韌性及營運適應性等權衡取捨。

在目標監督方面，董事會負責審批與氣候相關的關鍵績效指標，例如範疇一及範疇二溫室氣體排放強度和能源效率提升目標，並定期檢視達標進度。集團目前正研究將氣候相關績效納入高級管理層考核與薪酬評估的可行方案，以進一步強化問責機制與執行力。

在董事會授權下，環境、社會及管治委員會作為專責管理層機構，具體負責氣候相關風險與機遇的日常監察與管理。該委員會每季度向董事會匯報氣候議題進展，內容包括情景分析結果、減排措施成效及法規合規狀況，並協調跨部門資源推動減碳行動。

為支援決策，管理層運用內部數據監控系統，例如能源使用與碳排放追蹤平台，並將氣候監控程序與財務、營運及風險管理職能整合，確保資訊流暢與行動一致。獨立顧問公司亦提供技術支援，協助進行基準測算、目標設定及披露合規審查，進一步強化氣候管治的專業性與有效性。

## 氣候策略

為提升業務韌性並應對氣候變化，集團與第三方ESG顧問共同開展氣候風險評估。評估顯示，集團門店多位於一線及二線城市購物中心，當地在雨水疏導、樓宇結構、通信及電網等基礎設施方面對颱風、暴雨等極端天氣具備較高韌性，因此實體風險對門店營運影響有限。

然而，氣候變化(如降雨模式改變、環境溫度上升)可能透過供應鏈傳導，影響食材供應穩定性、品質及成本，構成中長期營運風險。截至報告期末，集團業務及財務業績未因氣候相關事件受到重大影響。針對因政策、法規、技術或市場轉型所引致的過渡風險，集團已識別相關風險並制定相應緩解措施：

風險	風險描述	緩解措施
<b>過渡風險</b>		
關於氣候變化的更嚴格的監管披露要求	<ul style="list-style-type: none"> <li>更加嚴格的ESG披露要求將增加集團未能遵守相關法律和法規的風險，使集團面臨法律或監管行動、業務中斷、聲譽和／或財務損失，或資本投資和合規成本增加。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期監測與氣候有關的現有和新出現的趨勢、政策和法規，並準備在必要時提醒最高管理層，以避免因反應遲緩而導致成本增加、違規罰款或聲譽風險。</li> <li>聘請第三方ESG專業人士提供ESG服務，以確保集團ESG報告內容的品質和準確性，並遵守相關法規。</li> <li>定期與ESG專業人士會面，了解最新的ESG新聞和法規更新，以便及時採取適當措施。</li> </ul>
利益相關方對可持續性成就的期望越來越高	<ul style="list-style-type: none"> <li>利益相關方對可持續發展成就的期望越來越高，增加集團的風險，即不能滿足對集團ESG表現的日益關注，使集團面臨聲譽和／或財務損失，或資本投資和行銷成本增加。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續於線上線下宣傳集團的可持續發展努力。</li> <li>透過利益相關方參與工作，了解相關方對集團要求與觀點的變化，除了於每年ESG報告中，作出對應內容的披露，亦會透過不同的溝通渠道，與各相關方對話。</li> <li>積極開展不同環保與社區投資項目，例如「太二垃圾俠」、「何英俊公益貓糧」、「亮堂計劃」等等。</li> </ul>

## 「儉」以護境，善以利群

風險	風險描述	緩解措施
<b>實體風險</b>		
極端天氣或導致集團業務停運	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 颱風、風暴和暴雨等極端天氣的頻率和嚴重程度增加，可能會破壞電網、通信基礎設施或造成洪水，妨礙和傷害我們員工的工作與安全，導致能力下降和生產率降低，或使本集團面臨與不履約和延遲履約有關的風險，導致業務中斷、財務損失或員工受傷。</li> <li>• 極端天氣還可能對集團的資產、貨物和設備造成損害，導致設施維護和維修費用增加。保險費亦可能增加，保險範圍的可用性可能會受到影響，特別是對於極端天氣發生頻率且較低抗禦力的營運地點，例如鱸魚養殖基地。</li> </ul>	<p><b>前期選址</b></p> <p>在建設前均委託第三方專業機構進行環境影響評價分析，當中亦包含項目地周邊環境的分析，讓集團更了解周邊環境或會發生的環境風險，例如：洪澇災害、山泥傾斜等，在工程建設時能夠作出相應防範及應變建設。</p> <p><b>營運中</b></p> <p>為了最大限度地減少對員工潛在的風險和危險，本集團在惡劣或極端天氣條件下採取靈活的工作安排和預防措施，制定應急計劃；恆常進行疏散培訓和演習。</p>
極端天氣頻發與慢性的氣候狀況變化或會影響集團供應鏈穩定	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 極端天氣條件也可能導致我們的物流、供應鏈中斷、集團養殖鏈受損，影響原材料供應和產品交付服務的穩定性、質素及對集團採購成本構成影響。而氣候狀況的變化可導致水資源短缺，嚴重影響養殖基地的水源供應，可能對生產造成影響，如減產、生產停擺等。</li> </ul>	<p><b>供應鏈防線</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 每1種主要材料至少兩個供應商</li> <li>• 恆常進行供應鏈中斷演練</li> </ul> <p><b>供應中心</b></p> <p>(詳細參考下表「集團供應中心應對極端天氣的措施」)</p>

集團供應中心應對極端天氣的措施		
極端天氣	影響	應對措施
颱風	<ul style="list-style-type: none"> <li>可能會造成狂風、暴雨，從而導致戶外建築物受損、基建設施受破壞等情況。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>颱風期間會啟動即時天氣監測機制，由安全主任每天跟蹤準備生成和已生成的颱風，及時研判颱風影響，必要時會疏散員工，第一時間確保員工生命安全。</li> <li>加固門窗，日常安全巡查會重點關注玻璃窗的穩固程度，發現損壞立即報修維修，確保颱風來臨時門窗緊固。</li> <li>颱風來臨前供應中心會停止室內外大型集會和高空等戶外危險作業。</li> </ul>
洪澇災害	<ul style="list-style-type: none"> <li>極端的大雨、暴雨或長期降雨量過於集中而產生大量的積水和徑流（廠區外珠江），如排水不及時，則可致使土地、建築物等漬水、受淹而造成災害。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>汛期會啟動即時水位監測，通過政府水利部門、應急部門等渠道獲悉最新流域水位，及時監控周邊流域水位高度，並配合政府部門開展相關防汛應急工作。</li> <li>倉庫與地面有一定距離（約1.5米），能有效防止積水入侵。且生產車間位於3、4、5樓，不會受到洪澇災害影響。</li> </ul>

## 「儉」以護境，善以利群

集團供應中心應對極端天氣的措施		
極端天氣	影響	應對措施
極端高溫	<ul style="list-style-type: none"><li>極端高溫可以造成人員健康受損或電氣受損，溫度持續升高可能導致人員脫水、中暑、昏迷；同時可能會造成電路溫度上升，負荷過高，造成停電。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>在生產區域或辦公區域均配備空調或足夠的通風設備，確保員工能在舒適的環境下工作，同時配備足夠的防中暑藥物和藥油等相關應急藥材。</li><li>配備獨立的柴油發電機，並儲備足夠的柴油，可在遇到主電停電時立即切換至備用電源，使用柴油發電機發電，能基本滿足一天的基本用電和倉庫供電。</li></ul>

### 氣候風險管理

為提升業務韌性，九毛九集團已建立風險管理體系並制定相關政策與程序。參照氣候相關財務披露工作組(TCFD)的建議，集團聯合第三方ESG顧問開展氣候相關風險與機遇的初步篩查。該評估綜合考量了行業氣候趨勢、集團業務運營特點、長期發展戰略，以及內外部利益相關方所關注的議題，系統識別潛在影響，為後續深化氣候韌性管理奠定基礎。

### 資源管理

#### 能源管理

九毛九集團嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》等法規，持續提升電力、天然氣、汽油、水、紙品及外賣包裝材料等資源使用效率，減少浪費與環境影響。集團透過制度建設、技術升級與行為引導相結合，全面推動能源使用精細化、智能化與可持續化。

2025年，集團聚焦供應倉儲、中央廚房、品牌餐廳及辦公場所四大場景，系統推進節能減碳措施：

##### 中央廚房

- 試點部署物聯網裝置，實時監控設備運行狀態
- 透過數據分析挖掘節能潛力，強化設備維保，確保高效穩定運作

##### 供應倉儲

- 建立三級能耗管理架構，設置能耗管理小組與專員，定期召開節能例會並實施季度考核
- 全面替換為節能LED燈具，降低照明能耗
- 優化配送路線，提升物流效率；全程監控車輛溫度，避免重複製冷
- 冷藏庫加裝溫度自動調節裝置，減少出入頻次，降低能源與製冷劑消耗
- 優先選擇使用電動車的外包物流商，減少範圍三碳排放

##### 品牌餐廳

- 嚴格執行《設備開啟色點管理指引》，控制消毒櫃等高耗能設備使用時間
- 採用節能LED照明、配備具冷凝器蒸汽熱回收功能的洗碗機
- 定期保養用電設備，實施區域性照明，減少無效能耗

##### 辦公室

- 發佈《能源智慧管理指南》，指導員工合理調整設備運行時間、啟用節能模式、減少非必要用電
- 提升全員節能意識，推動綠色辦公轉型
- 集團透過制度建設、技術升級與行為引導相結合，全面推動能源使用精細化、智能化與可持續化

## 「儉」以護境，善以利群

### 水資源管理

九毛九集團將節水理念融入日常營運，即使集團的營運在尋找水源上沒有任何重大的問題，仍積極推行多項高效、可持續的水資源管理措施，以減少用水浪費並提升使用效率。集團透過設施升級、流程優化與日常監管相結合，系統性提升水資源使用效率，切實履行可持續發展承諾。



#### 門店設施優化

- 設置獨立用水管道閥門，便於開展針對性洩漏檢查與維護
- 在廚房水槽加裝節水閥，當水位達設定高度時自動關閉水龍頭
- 全面推廣使用節水型水龍頭及潔具



#### 日常運營管理

- 選用易清潔的洗滌用品，降低清洗用水量
- 定期開展用水巡檢，及時關閉未使用的用水設備，防止無效耗水



#### 供應倉儲及中央廚房

- 循環利用設備冷卻水進行地面清潔，實現水資源再利用

### 物資管理

九毛九集團積極推行「無紙化辦公室」與無紙化營運，全面減少紙張使用並提升資源效率。集團推動文件電子化、員工及供應商合同電子簽署，並在門店廣泛應用智能點餐系統與第三方線上排隊等位系統，有效降低日常運營中的紙張消耗。

對於必要紙品，集團優先採用森林管理委員會(FSC)認證紙張印製年報等正式文件，並配套實施廢紙回收措施，由合規回收商統一處理，實現紙張資源的循環利用與高效管理。

## 指標及目標

本集團的碳排放主要來自供應中心及各品牌餐廳營運所使用的電力。為此，我們制定並實施能源管理制度，在關鍵用電環節推行節能設備、流程優化、智能監控及員工節能培訓等多層次措施，全面提升能源效率，降低運營成本與碳排放。詳細的能源管理方針及措施請見「能源管理」一章。

我們的目標	2025年進展
<b>溫室氣體排放 (範圍二)</b>	以2023年作為基準年，2024年至2025年期間，平均每 年單店溫室氣體排放量(範圍二)持平或升幅不高於5% (2023年：172.19噸二氧化碳當量／每餐飲品牌門店 <sup>^</sup> )。
<b>排放物</b>	有關排放物(如：餐飲污水及油煙廢氣)均符合國家及當 地環境部門的排放標準進行排放。
<b>廢棄物 (廚餘及廢油)</b>	以2023年作為基準年，2024年至2025年期間，平均每 年單店無害廢棄物產生量持平或升幅不高於5%(2023 年：32.49噸／每餐飲品牌門店 <sup>^</sup> )。

<sup>^</sup> 於2023年，餐飲品牌門店數量包含九毛九、太二、那末大叔是大廚、賴美麗、愆火鍋及賞鮮悅木等6個品牌共計736家門店(包括於2023年度內關閉的10家餐廳)。

\* 於2025年，餐飲品牌門店數量包含九毛九、太二、賴美麗、愆火鍋、山外面、賞鮮悅木及潮那邊7個品牌共計797家自營門店(包括於2025年度內180家關閉及11家轉為加盟餐廳的自營門店)。

## 「儉」以護境，善以利群

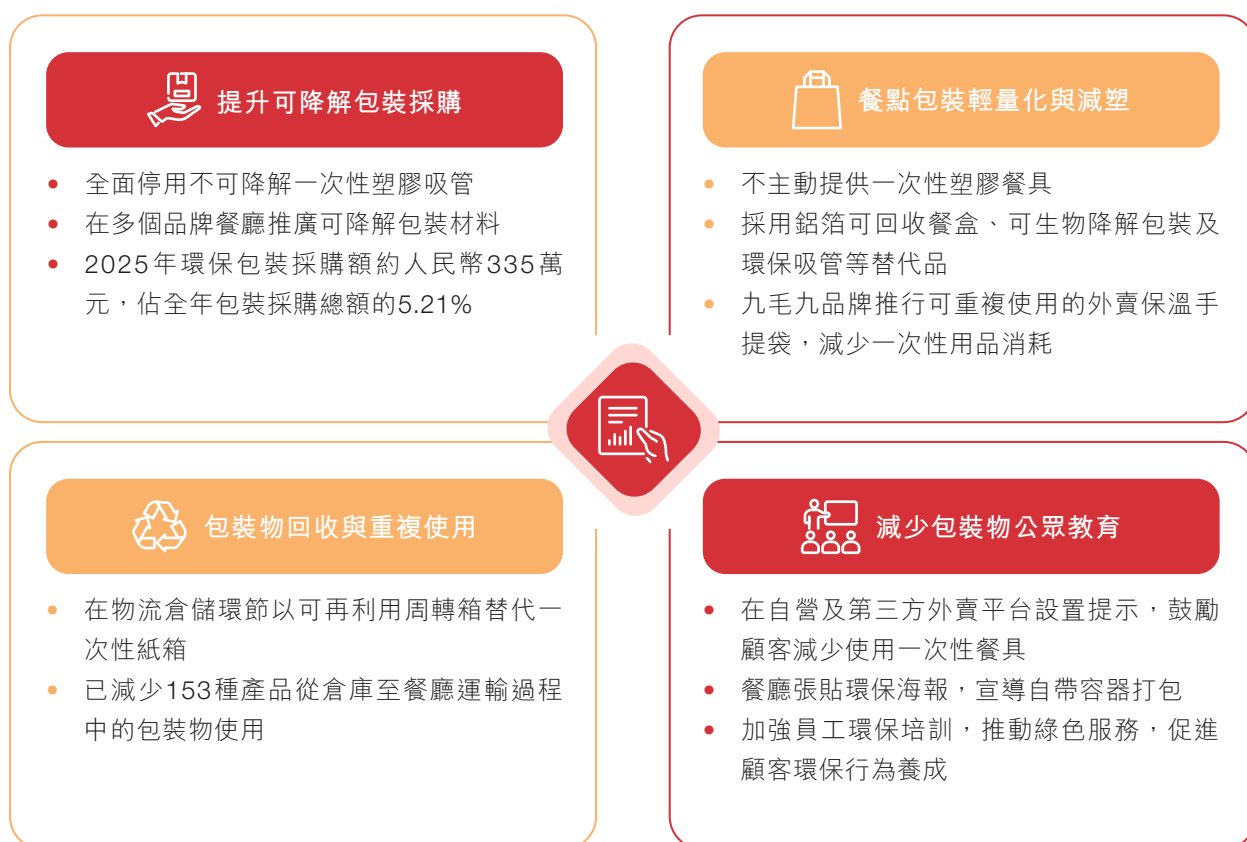
為進一步對齊國際標準並強化長期影響力，本集團現就以下關鍵領域設定2030年里程碑目標：

可持續採購	<ul style="list-style-type: none"><li>• 持續擴大時令、有機及具地理標誌特性的本地食材應用，優先選用符合環境與社會責任標準的供應商</li><li>• 深化「鮮活食材」策略，堅持主食材當日配送、現場處理、門店現做，將「鮮活」從口號轉化為貫穿供應鏈的運營慣例</li></ul>
包裝減塑與循環設計	<ul style="list-style-type: none"><li>• 持續推進外賣包裝綠色升級，逐步減少複合材質使用，提升可回收、可降解材料比例</li><li>• 探索可重複使用包裝的商業化路徑，在可控場景中開展試點，累積經驗、驗證模式</li></ul>
供應鏈透明度與認證	<ul style="list-style-type: none"><li>• 持續完善核心食材（魚、酸菜、五常大米等）的全程追溯能力，確保從產地到門店的關鍵節點可查、可驗、可溯</li><li>• 支持更多供應商邁向ISO 22000或同等食品安全管理體系認證，透過技術協作與能力建設，推動品質共創</li></ul>
員工留任與發展	<ul style="list-style-type: none"><li>• 透過單店盈利模型與系統化培訓體系，持續優化前線員工職業體驗與穩定性</li><li>• 深化主管領導力培育，確保新晉管理者具備價值引導力與團隊賦能力，讓「愛」的企業文化在日常管理中落地生根</li></ul>
範疇三碳管理	<ul style="list-style-type: none"><li>• 穩步推進範疇三溫室氣體排放的識別與盤查，涵蓋上游原料採購、物流運輸與下游包裝環節，為科學減排奠定基礎</li></ul>
健康營養產品開發	<ul style="list-style-type: none"><li>• 持續加強營養健康導向的菜品創新，以兒童餐及時令菜單為重點，讓「安心、均衡、好味道」成為消費者可感知的日常體驗</li></ul>

## 包裝物及廢棄物管理

### 可持續包裝

為減少包裝物使用及其對環境的負面影響，九毛九集團制定系統性措施，涵蓋採購、設計、使用及公眾教育等環節，並設立明確減塑與可持續包裝目標。集團嚴格遵守《固體廢物污染環境防治法》《關於進一步加強塑膠污染治理的意見》等法規，積極推進綠色包裝轉型。主要舉措如下：



集團將持續優化包裝策略，提升環保材料比例，並深化全鏈路減塑實踐，助力綠色餐飲發展。

## 「儉」以護境，善以利群

### 廢棄物管理

九毛九集團秉持「減量化、再使用、再循環」原則，系統性推動源頭減廢、分類回收、資源重用與員工教育，有效管控運營廢棄物，助力綠色餐飲發展。



#### 減量化

##### 採購管理

- 採購前核對庫存與生產計劃，避免過量囤貨
- 推行大批量採購，減少運輸頻次及碳排放
- 選用大包裝調料，降低包裝材料消耗

##### 食材利用

- 推行「一料多菜、一菜多味」烹飪方式，提升食材利用率
- 制定標準化食材用量，避免過量使用
- 提供小份菜、套餐選項，減少顧客剩餘

##### 智慧倉儲

- 實時監控庫存狀態，防止食材過期浪費

##### 廚餘處理

- 嚴格遵守政府規定，杜絕廚餘非法流向
- 對餐廚垃圾進行壓縮脫水與油水分離，實現減量



#### 再使用

##### 食材多元部位利用

- 開發基於食材多元部位利用的創新菜品，提升高品質食材整體利用率

##### 內部資源消化

- 將中央廚房多餘食材製作成員工餐，或以低價提供給員工，確保食材資源在內部充分使用



#### 再循環

##### 包裝與物料回收

- 保留潔淨包裝材料二次使用
- 在供應中心、門店及辦公室嚴格執行內地固體廢物分類法規
- 委託合資格回收商處理分類廢物，促進資源再造

### 案例 綠色餐廳：綠色工程至綠色經營

集團將可持續理念貫穿於餐廳全生命週期，從裝修工程到日常營運，全面推動綠色實踐：



#### 設備重用

對閉店門店的可移動設備進行全面評估，分為可直接再利用、經翻新後再使用及需報廢處理三類，有效提高資源重複利用率，降低新材料需求，並節省工程投入成本。



#### 可回收建材應用

在裝修中優先選用FRP板、模組化利室板等可循環材料，其强度高、耐久性好，施工過程幾乎不產生廢料；同時採用成品櫥櫃，提升工程標準化與通用性，減少木材等天然資源消耗，實現節能環保目標。



#### 智能環境監測

在門店部署物聯網環境溫度監測系統，對雙門冷凍冰箱等關鍵設備進行實時溫控，確保食品儲存環境符合標準，有效降低食品變質與浪費風險，同時提升食品安全與品質管理水平。

透過工程設計與營運管理的協同優化，九毛九集團持續打造高效、低碳、可持續的綠色餐廳模式。

### 廢油脂管理

集團在餐廳建設階段即按規範設置並優化隔油隔渣池設計，以確保廢油脂有效分離；所有廢油脂均交由具備資質的第三方機構進行回收與處理，並建立完整台帳實現全流程可追溯。此舉不僅強化了餐廚廢棄物的規範管理，降低環境風險，同時通過資源化利用減少碳排放、節省處置成本，並支持廢油脂回收產業發展，助力構建「從餐廚到藍天」的可持續循環經濟模式。

### 污水管理



集團嚴格管控污水排放，確保合規並減輕環境影響。各門店按廢水產生情況及物業要求設置污水預處理設施，確保排放達標；同時落實排污備案與定期監測，部分門店試點使用垃圾處理器，實現污水與油渣分離處理。集團亦對員工開展資源使用培訓，嚴禁將廢油脂等廢棄物倒入污水管網，防止管道堵塞與水體污染。

## 「儉」以護境，善以利群

### 排放物管理

集團的排放物主要來自食物加工、運輸及差施用車等環節。2025年，行政辦公室、餐廳及中央廚房日常運營產生的廢氣污染物包括硫氧化物、氮氧化物、懸浮粒子、油煙廢氣及溫室氣體；同時產生生活垃圾、辦公垃圾、廚餘垃圾、廢油脂與污水等一般廢棄物。項目施工階段可能產生噪音、粉塵及建築廢物。基於餐飲業務特性，集團營運不涉及危險廢物。

集團以環保為核心，建立目標導向的環境管理體系，嚴格遵守《中華人民共和國大氣污染防治法》《固體廢物污染環境防治法》及《水污染防治法》等法規。所有新建或裝修項目均完成環保備案，同步優化廢氣、噪音及排水工程設計；新開門店須通過第三方環保監測，確保排放合規。

管理領域	主要措施
 油煙廢氣管理	<ul style="list-style-type: none"><li>• 餐廳建設階段規範設計與安裝淨化設備，要求提供環保驗收文件</li><li>• 專責部門定期維護檢查，確保持續達標排放</li><li>• 供應中心配備靜電油煙吸附裝置，油煙經專用煙道高空排放</li><li>• 備用發電機廢氣經噴淋塔處理，符合《大氣污染物排放限值》</li><li>• 所有門店標準化配置高效淨化系統（物理、化學、生物技術），排放指標符合或優於國家標準</li><li>• 建立淨化器清洗保養計劃與常態化監測機制</li><li>• 每年委託第三方機構進行排放檢測與環境影響評估，動態優化治理方案</li></ul>
 車輛廢氣管理	<ul style="list-style-type: none"><li>• 制定車輛管理制度，推行定期保養與「停車熄匙」措施</li><li>• 鼓勵員工綠色出行（公共交通、步行）</li><li>• 優化行駛路線，降低使用頻次與溫室氣體排放</li></ul>

## 貢獻行業發展

九毛九集團積極發揮行業影響力，致力於引領餐飲業可持續發展方向，推動地區經濟增長、宣導食品安全標準，並促進綠色餐飲實踐。公司通過參與地方政府政策制定會議及行業協會交流活動，主動參與行業標準研討與國家政策建言。在相關會議中，九毛九集團分享實務經驗與專業見解，提出具體建議，助力行業規範化與可持續轉型。2025年，集團共參與政府會議30餘次、行業會議20餘次。

同時，九毛九集團亦透過顧客教育推動行業進步。透過舉辦講座、培訓課程、發佈資訊及開展主題活動，提升公眾對食品安全與綠色餐飲的認知。此舉不僅強化消費者對食品品質與安全的關注，亦有助於普及和落實綠色、可持續的消費理念。

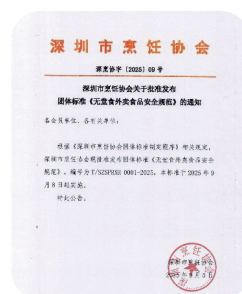
### 案例 推動餐飲透明化，引領行業信任重建

2025年12月，太二率先在正餐業內全面推行「全菜單透明分類制度」，以食材新鮮度為核心，將菜品按主料鮮活程度與預處理方式明確標示為A至D四類，並承諾100%門店現做。此舉回應消費者對「預製菜」知情權的訴求，打破資訊壁壘，為正餐領域樹立透明化標桿。該制度已同步推廣至九毛九集團旗下所有品牌，提供可複製的行業實踐範本。



### 案例 參與制定團體標準，規範無堂食外賣安全

九毛九集團作為核心起草單位，聯合深圳市烹飪協會、美团、餓了麼等機構，共同制定團體標準《無堂食外賣食品安全規範》，於2025年9月8日正式實施。該標準首次明確定義「無堂食外賣」，並涵蓋加工製作、食安封簽、「互聯網+明廚亮灶」、智慧配送及全鏈條追溯等要求，推動外賣業態向標準化、智能化發展，強化消費者保障。



## 「儉」以護境，善以利群

### 鄉村振興

集團秉持「九毛九共同富裕」的價值觀，積極響應國家鄉村振興戰略，致力推動企業與社會的共同發展與繁榮。通過創新聯農帶農合作模式，如「公司+村集體經濟+農戶+基地」和「公司+專業村+農戶+基地」，集團有效整合資源，助力農村產業發展，為實現共同富裕貢獻力量。

鄉村直接採購金額達人民幣  
**2,465,923.42元**

#### 案例 九毛九品牌「鄉村兒童操場捐助計劃」

為支持鄉村教育基礎設施建設，九毛九品牌發起「鄉村兒童操場捐助計劃」。活動期間，通過銷售愛心套餐共籌得善款約人民幣5.6萬元，全數用於為廣東省湛江市遂溪縣黃略鎮源水小學幼兒園建造一座安全、多功能的愛心操場。該項目有效提升了鄉村學前教育環境品質，促進兒童身心健康發展，以實際行動支持鄉村振興、推動教育資源均衡配置的長期承諾。



案例 九毛九品牌「愛心援助山區女童計劃」

九毛九品牌發起「愛心援助山區女童計劃」，活動期間籌得善款約人民幣5.5萬元，用於為廣東省韶關市乳源縣大布鎮中心小學女童採購衛生及學習用品，切實支持其健康成長，助力鄉村教育公平與振興。



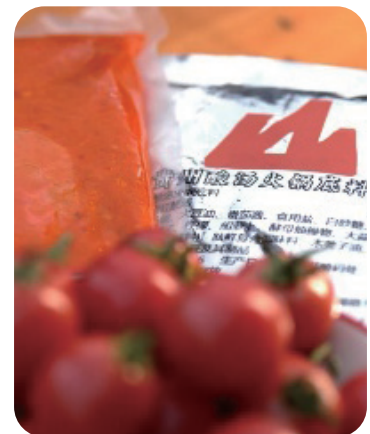
案例 亮堂護眼計劃—以公益守護鄉村教育希望

九毛九集團響應國家兒童青少年近視防控政策，發起「亮堂護眼計劃」，透過安裝符合國家標準的護眼燈具，切實改善偏遠地區教學環境。截至當年，項目已在貴州畢節、甘肅隴南及安順關嶺累計建成超600間「亮堂護眼教室」，覆蓋逾25,000名學生，以實際行動築牢鄉村教育基礎，傳遞社會溫度。



案例 深耕毛辣果產業—以產業賦能激活鄉村內生動力

依託粵黔協作機制，九毛九集團將貴州毛辣果納入供應鏈體系，聚焦中下游環節發力：聯合合作夥伴研發健康酸湯新品，並透過主題營銷與文化推廣激活終端消費。此舉與政府主導的上游種植扶持形成互補，貫通全產業鏈，強化產業「造血」功能。集團同步在廣東推動12個聯農帶農水產項目，創造逾2,000萬元產值，探索出一條「產業+公益」雙輪驅動、可複製的鄉村振興路徑。



## 「儉」以護境，善以利群

### 社區公益

九毛九集團積極履行企業社會責任，關注社會需求，致力於改善當地居民生活條件、推動社會和諧發展。多年來，集團與公益組織、社區及其他合作夥伴緊密協作，透過多元渠道參與公益活動，聚焦籌款、教育及環保推廣等領域，回應社會核心議題。作為餐飲服務供應商，集團善用行業特色，將公益理念融入日常運營：

#### 推廣節約意識

透過「光碟行動」等倡議，向顧客傳遞珍惜食物、避免浪費的理念；餐廳服務員在點餐環節主動建議合理點餐，協助培養節約習慣。

#### 宣導環保生活方式

發起「太二垃圾俠」活動，揭示塑膠廢料對海洋生態的危害，鼓勵大眾減少一次性包裝使用，支持可持續發展。

集團亦發揮品牌影響力與公眾平台優勢，廣泛傳播環保與公益知識。透過組織員工與顧客共同參與社區環保及關愛行動，倡導健康、綠色的生活方式。同時，持續投入資源支援弱勢群體，提供物資援助或技能培訓，提升其生活水準，並資助社區文化活動，豐富居民精神生活。

#### 案例 送流浪貓一套房——太二攜手高校共建溫暖庇護所

太二於2025年發起「送流浪貓一套房」公益行動，回應高校流浪貓寒冬生存挑戰。項目創新結合公眾參與與專業執行，透過徵集消費者設計的貓屋方案，並於全國十所高校實體落地，為流浪貓提供遮風避寒的庇護所。此舉不僅切實改善動物福祉，更以品牌影響力推動年輕群體關注生命關懷，展現企業以創意賦能社區公益的責任實踐。



ESG政策及法律法規清單

聯交所ESG指標	法律法規 / 政策	內部政策
環境	<p>《中華人民共和國環境保護法》</p> <p>《中華人民共和國水污染防治法》</p> <p>《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》</p> <p>《中華人民共和國大氣污染防治法》</p> <p>《中華人民共和國噪聲污染防治法》</p> <p>《中華人民共和國清潔生產促進法》</p> <p>《中華人民共和國海洋環境保護法》</p> <p>《中華人民共和國環境影響評價法》</p> <p>《中華人民共和國節約能源法》</p> <p>《關於進一步加強塑料污染治理的意見》</p>	<p>《廢棄物管理制度》</p> <p>《供應中心能耗管理制度》</p> <p>《設備開啟色點管理指引》</p> <p>《關於集團辦公室用電設備的管理規定》</p> <p>《能源智慧管理指南》</p> <p>《門店廢棄物處置管理制度》</p> <p>《廢棄物管理制度》</p>
僱傭	<p>《中華人民共和國勞動法》</p> <p>《中華人民共和國勞動合同法》</p> <p>《中華人民共和國就業促進法》</p> <p>《中華人民共和國社會保險法》</p> <p>《禁止使用童工規定》</p> <p>《中華人民共和國未成年人保護法》</p>	<p>《人事管理實務操作手冊》</p> <p>《辦公室員工手冊》</p> <p>《門店員工手冊》</p> <p>《員工架構調薪指引》</p>

## 附錄

聯交所ESG指標	法律法規／政策	內部政策
健康與安全	<p>《中華人民共和國勞動法》</p> <p>《中華人民共和國消防法》</p> <p>《中華人民共和國安全生產法》</p> <p>《中華人民共和國職業病防治法》</p> <p>《食品生產經營監督檢查管理辦法》</p> <p>《安全生產許可證條例》</p> <p>《工作場所職業衛生管理規定》</p>	<p>《企業安全管理制度》</p> <p>《安全生產責任制》</p> <p>《安全生產責任考核獎懲制度》</p> <p>《安全生產獎懲制度》</p> <p>《隱患排查、治理、建檔和監控制度》</p> <p>《生產安全事故應急預案》</p> <p>《消防安全管理制度》</p> <p>《職業衛生管理制度》</p> <p>《九毛九集團辦公室安全防護措施》等28個安全生產相關管理制度</p> <p>《九毛九集團供應中心安全生產管理制度》等28個安全生產相關管理制度</p>
發展及培訓	<p>《中華人民共和國勞動法》</p>	<p>《安全教育培訓制度》</p> <p>《集團中層管理崗競聘管理方案》</p>
勞工準則	<p>《中華人民共和國勞動法》</p> <p>《中華人民共和國勞動合同法》</p> <p>《中華人民共和國社會保險法》</p> <p>《禁止使用童工規定》</p> <p>《中華人民共和國未成年人保護法》</p> <p>《中華人民共和國工會法》</p> <p>《中華人民共和國婦女權益保障法》</p> <p>《中華人民共和國勞動爭議調解仲裁法》</p>	<p>《人事管理實務操作手冊》</p>

聯交所ESG指標	法律法規／政策	內部政策
供應鏈管理(含加盟商)	《中華人民共和國招標投標法》	《供應商管理制度》 《供應商審核管理規範》 《供應商履約考核制度》 《供應商績效管理規範》 《供應商尋源與認證操作規範》 《採購行為準則》 《採購操作流程(細則)》 《原料質量管理規範》 《質量保證協議》 《供應商食品安全評估准入制度》 《經營違規條例》
產品責任	《中華人民共和國產品質量法》 《中華人民共和國食品安全法》 《中華人民共和國農產品質量安全法》 《中華人民共和國進出口商品檢驗法》 《食品經營許可和備案管理辦法》 《網絡餐飲服務食品安全監督管理辦法》 《商業特許經營信息披露管理辦法》 《中華人民共和國民法典》 《中華人民共和國商標法》 《中華人民共和國廣告法》 《中華人民共和國專利法》 《互聯網域名管理辦法》 《中華人民共和國網絡安全法》 《餐飲服務食品安全操作規範》 《中華人民共和國消費者權益保護法》	《食品安全手冊》 《安全管理系統》 《食品安全應急預案》 《食品安全管理制度》 《食品安全承諾書》 《自有品牌產品品質管制制度》 《原輔料及物料驗收管理制度》 《供應中心原物料驗收管理制度》 《半成品驗收管理制度》 《制程品控巡檢規範》 《食品原料、物料驗收作業指導書》 《進口冷鏈食品採購防疫管理臨時指引》 《蔬菜原料驗收標準》 《食品添加劑管理制度》 《車間衛生管理制度》 《車間品質績效考核管理辦法(試行)》 《品控檢查扣分管理規定》

## 附錄

聯交所ESG指標	法律法規／政策	內部政策
		<ul style="list-style-type: none"> <li>《食品召回管理辦法》</li> <li>《產品標識和可追溯性控制程序》</li> <li>《產品撤回控制程序》</li> <li>《不合格品控制程序》</li> <li>《實驗室管理制度》</li> <li>《實驗室檢測不合格處理流程》</li> <li>《門店食品及食品相關產品儲存管理制度》</li> <li>《門店清潔消毒管理制度》</li> <li>《門店蟲害控制管理制度》</li> <li>《門店食品安全自查制度》</li> <li>《門店食品加工過程管理制度》</li> <li>《門店從業人員培訓管理制度》</li> <li>《門店食品安全管理員制度》</li> <li>《客訴處理管理辦法》</li> <li>《危機管理指引》</li> <li>《集團信息安全管理制度》</li> <li>《信息系統風險防範制度》</li> <li>《集團數據備份安全管理制度》</li> <li>《數據合規制度》</li> <li>《數據分類分級管理辦法》</li> <li>《數據安全事件應急管理辦法》</li> <li>《九毛九集團隱私政策》</li> </ul>
反貪污及反洗錢	<ul style="list-style-type: none"> <li>《中華人民共和國公司法》</li> <li>《中華人民共和國反洗錢法》</li> <li>《中華人民共和國反壟斷法》</li> <li>《中華人民共和國反不正當競爭法》</li> <li>《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>《防止貪污政策》</li> <li>《九毛九集團員工舉報獎勵制度》</li> <li>《廉潔行為規範》</li> <li>《關於嚴禁收受禮品、商業賄賂的通知》</li> <li>《供應商廉潔承諾書》</li> <li>《廉潔告知函》</li> <li>《資金管理制度》</li> <li>《資金賬戶管理細則》</li> </ul>

## 關鍵績效表格

環境指標	單位	2025 <sup>a</sup>	2024 <sup>b</sup>
排放			
餐飲污水 <sup>c</sup>			
餐飲污水	噸	3,265,215.31	3,495,177.98
餐飲污水密度	噸／百萬元營業收入	623.97	575.47
溫室氣體排放			
溫室氣體排放(範圍一) <sup>d</sup>	噸	3,968.16	3,317.04
溫室氣體排放(範圍二) <sup>e</sup>	噸	130,211.30	141,676.98
溫室氣體排放(範圍三) <sup>f</sup>	噸	3,235.02	N/A
溫室氣體總排放	噸	137,414.48	144,994.02
溫室氣體排放密度	噸／百萬元營業收入	26.26	23.87
廢棄物			
無害廢棄物			
廢舊燈管／燈泡	個	10,036	11,470
廢舊燈管／燈泡密度	個／百萬元營業收入	1.92	1.89
廚餘垃圾產生量	噸	17,072.80	20,985.54
餐飲廢油產生量	噸	1,684.04	1,834.71
無害廢棄物總量	噸	28,792.84	22,820.25
無害廢棄物密度	噸／百萬元營業收入	3.58	3.76
資源使用			
能源耗量 <sup>g</sup>			
汽油耗量	升	506.00	1,591.00
天然氣消耗量	立方米	1,834,906.61	1,532,655.32
直接能耗消耗量	兆瓦時	18,140.04	15,166.06
總耗電量	千瓦時	245,962,833.85	249,303,686.14
間接能耗消耗量	兆瓦時	245,962.83	249,303.69
能源總耗量	兆瓦時	264,102.87	264,469.75
能源耗量密度	兆瓦時／百萬元營業收入	50.47	43.54
水耗量			
總耗水量	立方米	4,310,642.01	4,546,161.22
耗水密度	立方米／百萬元營業收入	823.74	748.51
包裝材料 <sup>h</sup>			
餐盒	噸	813.32	747.42
塑膠包裝袋	噸	327.73	234.87
包裝材料使用總量	噸	1,141.05	982.29
包裝材料使用密度	噸／百萬元營業收入	0.22	0.16

## 附錄

附註：

- a. 2025年度全年環境關鍵績效指標數據收集範圍為：3間辦公室、4家自營供應中心及中央廚房，以及由本集團經營的797家自營門店（包括於2025年度內180家關閉前及11家由自營轉為加盟/合作模式前的餐廳數據）。
- b. 2024年度全年環境關鍵績效指標數據收集範圍為：4間辦公室、3家自營供應中心及中央廚房，以及由本集團經營的849間自營門店（包括於2024年度內69家關閉或出售給第三方前的餐廳，及1家由自營轉為加盟／合作模式前的餐廳數據）。
- c. 基於本集團的業務內容，其在運作過程中所產生的廢氣排放，包括氮氧化物、硫氧化物及其他受國家法律及規例規管的污染物排放並不顯著。
- d. 溫室氣體排放量（範圍一）包括汽油、天然氣、製冷劑等產生的直接二氧化碳排放。
- e. 溫室氣體排放量（範圍二）包括外購電力產生的間接二氧化碳排放。
- f. 溫室氣體排放量（範圍三）包括燃料及能源相關活動、營運產生的廢棄物、商務旅行、僱員通勤。
- g. 能源總耗量包括汽油、柴油、天然氣及外購電力等產生的能源消耗總量。
- h. 包裝材料使用總量包含來自供應中心及中央廚房、門店及外賣業務所使用的餐盒及塑膠包裝袋。

數據計算標準：

1. 使用汽油、天然氣、製冷劑等所產生的溫室氣體排放（範圍一）計算主要參考中國國家發展和改革委員會發佈的《食品、煙草及酒、飲料和精製茶企業溫室氣體排放核算方法與報告指南（試行）》，聯交所發佈的《如何準備環境、社會及管治報告－附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》中的排放系數計算所得。
2. 外購電力產生溫室氣體排放（範圍二）的計算方法主要參考國家發展和改革委員會辦公廳發佈的《食品、煙草及酒、飲料和精製茶企業溫室氣體排放核算方法與報告指南（試行）》，由聯交所發佈的《如何準備環境、社會及管治報告－附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》計算。

中國與其他主要營運地區的排放系數參考如下：

- a) 中國大陸地區參考生態環境部所發佈的2023全國電網平均排放系數；
  - b) 香港特別行政區參考中華電力《2023年度可持續發展報告》中披露的售電量二氧化碳排放強度；
  - c) 澳門特別行政區參考澳門電力股份有限公司《2023澳電可持續發展報告》中披露的二氧化碳排放系數；
  - d) 加拿大溫哥華地區參考「Greenhouse Gas Industrial Reporting and Control Act, GREENHOUSE GAS EMISSION REPORTING REGULATION」, B.C.Reg. 249/2015；
  - e) 新加坡地區參考新加坡能源市場管理局《2024年度新加坡能源統計》章節二能源轉型的2023年新加坡平均電網排放系數；
  - f) 馬來西亞地區參考由馬來西亞能源資訊中心所發佈的《馬來西亞電網排放因子(GEF)·2017-2021》的2023年馬來西亞半島電網排放系數。
3. 能源總耗量參考中國標準《GB/T 2589-2020綜合能耗計算通則》進行電力當量值折算。

社會指標		單位	2025	2024
僱傭 <sup>a</sup>				
員工				
員工總人數		人	16,517	20,735
性別 <sup>b</sup>	男性	人	10,677	13,549
	女性	人	5,682	7,186
僱員類型	管理層	人	156	164
	非管理層	人	16,361	20,571
年齡組別	29歲及以下	人	13,120	16,460
	30-49歲	人	2,305	2,844
	50歲及以上	人	1,092	1,431
地區	中國內地	人	15,597	19,868
	港澳台	人	206	185
	海外	人	714	682
員工流失率 <sup>1</sup>				
僱員總流失比率		百分比	200%	211%
性別	男性	百分比	212%	227%
	女性	百分比	182%	180%
年齡組別	29歲及以下	百分比	231%	238%
	30-49歲	百分比	78%	98%
	50歲及以上	百分比	85%	128%
地區	中國內地	百分比	207%	216%
	港澳台	百分比	101%	208%
	海外	百分比	86%	55%
健康與安全				
因工作關係而死亡的人數 <sup>c</sup>		人	0	0
死亡率 <sup>c</sup>		百分比	0	0

## 附錄

社會指標		單位	2025	2024
因工傷損失工作日數		日	7,108	9,356
工傷次數		次	964	1,085
發展及培訓				
受訓僱員百分比 <sup>2</sup>		百分比	84%	100%
性別	男性	百分比	57%	65%
	女性	百分比	27%	35%
僱員類型	管理層	百分比	1.02%	0.79%
	非管理層	百分比	82.98%	99.21%
僱員平均受訓時長 <sup>3</sup>		小時	7.21	4.36
性別	男性	小時	8.35	4.37
	女性	小時	5.25	4.35
僱員類型	管理層	小時	13.05	11.05
	非管理層	小時	7.15	4.31
供應鏈管理				
供應商總數		個	537	558
華南地區		個	316	398
中國大陸其他地區(除華南地區外)		個	165	112
其他地區(含港澳台)		個	56	48
產品責任				
食品安全投訴數量		次	448	464
服務投訴數量		次	1,552	2,130
就餐環境投訴數量		次	88	56
菜品投訴數量		次	827	720

社會指標	單位	2025	2024
反貪污			
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			
貪污訴訟案件的數目 <sup>a</sup>	件	0	1
反貪污培訓			
面向董事	場	4	3
面向員工	場	16	24
面向供應商	場	2	2
社區投資			
公益慈善捐款	百萬元	2.37	0.6

## 附註：

- 員工數據的統計包含合同工、勞務派遣、退休返聘、外包、靈活用工及兼職等僱傭種類。
- 依據美國法規，性別分類的員工統計數據中未包含158名選擇保密性別的員工。
- 本集團於2019-2025年期間均未發生任何員工死亡事故。
- 2024年度與2023年度的貪污訴訟案件為同一宗案件，因為該案件仍在刑事審訊當中，故繼續於2024年度進行披露（有關該案件的詳情，請參閱2023年ESG報告內「反貪污」章節中的內容）。本集團報告期內未發生任何涉及貪污、賄賂、勒索、欺詐和洗黑錢的訴訟案件。

## 數據計算標準：

- 僱員流失比率=該類別僱員流失人數／該類組別僱員總人數。
- 受訓僱員百分比=該類別僱員受訓人數／受訓僱員總人數。
- 僱員受訓的平均時數=該類別僱員受訓時數／該類別僱員總人數。

## 附錄

### 聯交所ESG報告守則索引表

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(KPIs)		章節
層面A1：排放物		
一般披露		應對氣候變遷與碳排放；資源管理；包裝物及廢棄物管理；排放物管理
KPI A1.1	排放物種類及相關排放數據。	關鍵績效表格
KPI A1.3	所產生有害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度。	由於餐飲業務特性所致，我們營運不產生危險廢物，故A1.3不適用
KPI A1.4	所產生無害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度。	關鍵績效表格
KPI 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。	應對氣候變遷與碳排放；資源管理；包裝物及廢棄物管理；排放物管理
KPI 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。	包裝物及廢棄物管理
層面A2：資源使用		
一般披露		資源管理；包裝物及廢棄物管理
KPI A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源總耗量(以千個千瓦時計算)及密度。	關鍵績效表格
KPI A2.2	總耗水量及密度。	關鍵績效表格
KPI 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	資源管理
KPI A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	資源管理
KPI 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。	關鍵績效表格

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(KPIs)		章節
層面A3：環境及天然資源		
一般披露		對氣候變遷與碳排放；資源管理；包裝物及廢棄物管理；排放物管理
KPI 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。	應對氣候變遷與碳排放；資源管理；包裝物及廢棄物管理；排放物管理
層面B1：僱傭		
一般披露		合規僱傭與薪酬福利；員工健康與安全；員工培訓與發展；員工關懷與溝通
KPI 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。	關鍵績效表格
KPI B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	關鍵績效表格
層面B2：健康與安全		
一般披露		員工健康與安全
KPI B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。	關鍵績效表格
KPI B2.2	工傷損失工作日數。	關鍵績效表格
KPI 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。	員工健康與安全

## 附錄

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(KPIs)		章節
層面B3：發展及培訓		
一般披露		員工培訓與發展
KPI 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。	關鍵績效表格
KPI 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。	關鍵績效表格
層面B4：勞工準則		
一般披露		合規僱傭與薪酬福利
KPI B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	合規僱傭與薪酬福利
KPI B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	合規僱傭與薪酬福利
層面B5：供應鏈管理		
一般披露		負責任供應鏈管理
KPI B5.1	按地區劃分的供應商數目。	關鍵績效表格
KPI 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。	負責任供應鏈管理
KPI 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。	負責任供應鏈管理
KPI 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。	負責任供應鏈管理
層面B6：產品責任		
一般披露		食品品質與安全；負責任供應鏈管理；知識產權保護；顧客權益保護；用餐環境與顧客服務

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(KPIs)		章節
KPI 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。	關鍵績效表格
KPI B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	關鍵績效表格；用餐環境與顧客服務
KPI 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
KPI B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	食品品質與安全；負責任供應鏈管理
KPI 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。	用餐環境與顧客服務
層面B7：反貪污		
一般披露		商業道德與反貪腐
KPI 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。	關鍵績效表格
KPI B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	商業道德與反貪腐
KPI B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	關鍵績效表格；商業道德與反貪腐
層面B8：社會投資		
一般披露		鄉村振興；社區公益
KPI B8.1	專注貢獻範疇。	鄉村振興；社區公益
KPI B8.2	在專注範疇所動用資源。	鄉村振興；社區公益；關鍵績效表格

## 附錄

TCFD組成部分	披露要求	章節
管治		
目的	<p>發行人須披露有關以下方面的資料：</p> <p>(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）或個人的資訊。具體而言，發行人須指出有關機構或個人及披露以下資訊：</p>	氣候管治
技能及勝任能力	<p>(i) 該機構或個人如何釐定當前或將來是否有適當的技能和勝任能力來監督應對氣候相關風險和機遇的策略；</p>	氣候管治
方式及頻率	<p>(ii) 該機構或個人獲悉氣候相關風險和機遇的方式和頻率；</p>	氣候管治
董事會的角色及職責	<p>(iii) 該機構或個人在監督發行人的策略、重大交易決策和風險管理程序及相關政策的過程中，如何考慮氣候相關風險和機遇，包括該機構或個人是否有考慮與該等氣候相關風險和機遇相關的權衡評估；</p>	氣候管治
監察進度	<p>(iv) 該機構或個人如何監督有關氣候相關風險和機遇的目標制定並監察達標進度，包括是否將相關績效指標納入薪酬政策以及如何納入；及</p>	<p>氣候管治</p> <p>目前薪資指標尚未納入氣候相關考量。集團正積極推動將氣候相關考量納入其薪酬架構，並考量其氣候策略、治理安排及適當且可衡量指標的可用性。</p>

TCFD 組成部分	披露要求	章節
管理層的角色及職責	<p>(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，包括以下資訊：</p> <p>(i) 該角色是否被委託給特定的管理層人員或管理層委員會以及如何對該人員或委員會進行監督；及</p> <p>(ii) 管理層可有使用監控措施及程序協助監督氣候相關風險和機遇；如有，這些監控措施及程序如何與其他內部職能部門進行整合。</p>	氣候管治
策略		
氣候相關風險和機遇	(a) 描述合理預期可能在短期、中期或長期影響發行人的現金流量、融資渠道或資本成本的氣候相關風險和機遇；	氣候策略
	(b) 就發行人已識別的每項氣候相關風險，解釋發行人是否認為該風險是與氣候相關物理風險或與氣候相關轉型風險；	氣候策略
	(c) 就發行人已識別的每項氣候相關風險和機遇，具體說明其合理預期可能影響發行人的時間範圍（短期、中期或長期）；及	氣候策略
	(d) 解釋發行人如何定義短期、中期及長期，以及這些定義如何與其策略決定規劃範圍掛鉤。	氣候策略
業務模式和價值鏈	(a) 描述氣候相關風險和機遇對發行人的業務模式和價值鏈的當前和預期影響；及	氣候策略
	(b) 描述在發行人的業務模式和價值鏈中，氣候相關風險和機遇集中的地方（例如，地理區域、設施及資產類型）。	氣候策略

## 附錄

TCFD組成部分	披露要求	章節
策略和決策	<p>(a) 有關發行人已經及將來計劃在其策略和決策中如何應對氣候相關風險和機遇的資訊，包括發行人計劃如何實現任何其所設定的氣候相關目標，以及任何法律或法規要求達到的目標。具體而言，發行人須披露以下資訊：</p> <p>(i) 因應氣候相關風險和機遇而在當前及預期將來對發行人業務模式(包括資源配置)作出的變動；</p> <p>(ii) 已經或預期將進行的任何適應或減緩工作(直接或間接)；</p> <p>(iii) 發行人任何與氣候相關轉型計劃(包括制定轉型計劃時使用的主要假設的資訊，以及該計劃所依賴的因素)，或若發行人並未有這樣的計劃，則作適當的否定聲明；及</p> <p>(iv) 發行人計劃如何實現任何氣候相關目標(包括任何溫室氣體排放目標(如有))；及</p>	<p><b>氣候策略</b></p> <p>集團正在制定與氣候相關的轉型規劃。部分細節仍在開發中，且在某些情況下具有商業敏感性。如適用，集團已實施商業敏感性救濟，並將於每個報告日重新評估其適用性。隨著計劃成熟，披露將進一步加強。</p>
	<p>(b) 有關發行人當前及將來計劃如何為根據以上(a)段披露的行動提供資源。</p>	
	<p>(c) 發行人須披露先前各匯報期內按照以上(a)段所披露計劃的進度。</p>	
財務狀況、財務表現及現金流量	<p>發行人須披露關於當前財務影響的定性和量化資料：</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>氣候策略</b></p> <p>根據報告日可取得的合理且可支持的資訊，集團未識別對其財務狀況、績效或現金流的可單獨衡量氣候相關影響。評估將持續精進。</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，關於以上(a)段中識別的氣候相關風險和機遇的資訊。</p>	<p>根據集團截至報告日的評估，尚未識別出預期將於下一年度報告期內對資產或負債持有金額作出重大調整的氣候相關風險或機會。</p>

TCFD 組成部分	披露要求	章節
	<p>發行人須披露關於預期財務影響的定性和量化資料：</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，預期其財務狀況在短期、中期及長期內將如何變化：</p> <p>(i) 其投資及處置計劃；及</p> <p>(ii) 其為實施策略所需的資金的計劃資金來源；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>	<p><b>氣候策略</b></p> <p>預期財務影響的量化估算存在重大不確定性，且無法利用合理且可支持的資訊在報告期內無需過度成本或努力即可確定。隨著分析能力與資料可用性提升，揭露將進一步強化。</p>
氣候韌性	<p>(a) 發行人截至匯報日對其氣候韌性的評估，其有助於了解：</p> <p>(i) 發行人的分析結果對其策略和業務模式的影響（如有），包括發行人需要如何應對氣候相關情景分析中確定的影響；</p> <p>(ii) 發行人對氣候韌性的評估中考慮的重大不確定因素的範疇；及</p> <p>(iii) 發行人根據氣候發展調整其短期、中期和長期策略和業務模式的能力；</p>	<p><b>氣候策略</b></p> <p>氣候相關情境分析已根據報告日可取得的合理且可支持的資訊進行，反映集團目前的能力與資源。隨著方法論與內部專業知識的持續發展，範圍、假設與細節層級將隨時間提升。</p>

## 附錄

TCFD組成部分	披露要求	章節
	<p>(b) 如何及何時進行氣候相關情景分析，包括：</p> <p>(i) 使用的輸入數據，包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 發行人在分析中使用的氣候相關情景及其來源；</li> <li>(2) 分析是否涵蓋多種不同的氣候相關情景；</li> <li>(3) 分析所使用的氣候相關情景是否與氣候相關轉型風險或氣候相關物理風險有關；</li> <li>(4) 發行人在其情景中是否使用了與最新氣候變化國際協議相一致的情景；</li> <li>(5) 發行人為何認為所選擇的氣候相關情景與評估其氣候相關變化、發展或不確定性的韌性相關；</li> <li>(6) 發行人在分析中所使用的時間範圍；及</li> <li>(7) 發行人分析所涵蓋的營運範圍（例如分析所涵蓋的營運地點及業務單位）；</li> </ol> <p>(ii) 發行人在分析中所作的關鍵假設；及</p> <p>(iii) 進行氣候相關情景分析的匯報期。</p>	<p><b>氣候策略</b></p> <p>氣候相關情境分析已根據報告日可取得的合理且可支持的資訊進行，反映集團目前的能力與資源。隨著方法論與內部專業知識的持續發展，範圍、假設與細節層級將隨時間提升。</p>
風險管理		
<p>風險管理</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，包括有關以下方面的資訊：</p> <p>(i) 發行人使用的輸入資料及參數（例如資料來源及程序所涵蓋的業務範圍）；</p> <p>(ii) 發行人可有及如何使用氣候相關情景分析來識別氣候相關風險；</p> <p>(iii) 發行人如何評估有關風險的影響的性質、可能性及程度（例如發行人可有考慮定性因素、量化門檻或其他所用標準）；</p> <p>(iv) 發行人可有及如何就氣候相關風險相對於其他類型風險的優次排列；</p> <p>(v) 發行人如何監察其氣候相關風險；及</p> <p>(vi) 與上一個匯報期相比，發行人可有及如何改變其使用的流程；</p>	<p><b>氣候風險管理</b></p>

TCFD 組成部分	披露要求	章節
風險監察	(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	氣候風險管理
風險整合	(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。	氣候風險管理
指標及目標		
溫室氣體排放	(a) 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： <ul style="list-style-type: none"> <li>(i) 範圍1溫室氣體排放；</li> <li>(ii) 範圍2溫室氣體排放；及</li> <li>(iii) 範圍3溫室氣體排放。</li> </ul>	關鍵績效表格
	(b) 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；	關鍵績效表格
	(c) 披露其用於計量溫室氣體排放的方法，包括： <ul style="list-style-type: none"> <li>(i) 發行人用於計量其溫室氣體排放的計量方法、輸入資料及假設；</li> <li>(ii) 發行人為何選擇該計量方法、輸入資料及假設計量溫室氣體排放；及</li> <li>(iii) 發行人在匯報期對計量方法、輸入資料及假設進行的任何變更以及變更原因；</li> </ul>	關鍵績效表格
	(d) 就根據範圍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	關鍵績效表格
	(e) 就根據披露的範圍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。	關鍵績效表格

## 附錄

TCFD組成部分	披露要求	章節
跨行業指標	(a) 發行人須披露受影響的資產或業務活動的金額及百分比，包括： <ul style="list-style-type: none"> <li>(i) 氣候相關轉型風險；</li> <li>(ii) 氣候相關物理風險；及</li> <li>(iii) 氣候相關機遇。</li> </ul>	<b>氣候策略</b> 鑒於本公司目前尚未取得足夠合理且有依據的數據，且內部尚無能力對此類跨維度、高複雜性指標進行可靠量化，故本年度未就上述三類跨行業指標進行披露。
	(b) 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。	氣候相關資本支出、融資與投資的識別與追蹤，正持續發展內部定義與系統。在報告期內，鑒於集團現有能​​力，此類資訊並非在無故取得時付出過多成本或努力。隨著系統與流程的進一步發展，揭露將進一步加強。
內部碳定價	(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 (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。	集團目前在決策中未採用內部碳定價。集團積極監控法規發展及市場實務，以指導其碳相關考量的策略。
薪酬	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。	目前尚未將氣候相關考量納入薪酬指標。集團積極推動氣候相關考量納入薪酬架構，並與氣候策略及不斷演進的治理實務相契合。

TCFD 組成部分	披露要求	章節
行業指標	<p>本交易所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。在決定披露哪些行業指標時，本交易所鼓勵發行人參考《〈國際財務報告可持續披露準則S2號〉行業披露指南》和其他國際環境、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。</p>	關鍵績效表格
氣候相關目標	<p>發行人須披露：</p> <p>(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> <ul style="list-style-type: none"> <li>(i) 用以設定目標的指標；</li> <li>(ii) 目標的目的（例如減緩、適應或以科學為基礎的舉措）；</li> <li>(iii) 目標的適用範圍（例如目標是適用於發行人整個集團還是部分（如僅適用於某個業務單位或地理區域））；</li> <li>(iv) 目標的適用期間；</li> <li>(v) 衡量進度的基準期間；</li> <li>(vi) 階段性目標或中期目標（如有）；</li> <li>(vii) 如屬量化目標，其屬絕對目標還是強度目標；及</li> <li>(viii) 最新氣候變化國際協議（包括該協議產生的司法承諾）如何幫助發行人設定目標。</li> </ul>	指標及目標
	<p>(b) 發行人須披露其設定及審核每項目標的方法，以及其如何監察達標進度，包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(i) 目標本身及設定目標的方法是否經第三方驗證；</li> <li>(ii) 發行人審核目標的程序；</li> <li>(iii) 用於監察達標進度的指標；及</li> <li>(iv) 任何修訂目標的內容及原因。</li> </ul>	指標及目標
	<p>(c) 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>	指標及目標

## 附錄

TCFD組成部分	披露要求	章節
	<p>(d) 就按(a)-(c)披露的每一項溫室氣體排放目標，發行人須披露：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(i) 目標涵蓋哪些溫室氣體；</li> <li>(ii) 目標是否涵蓋範圍1、範圍2或範圍3溫室氣體排放；</li> <li>(iii) 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。如為溫室氣體排放淨額目標，發行人須另外披露相關的溫室氣體排放總量目標；</li> <li>(iv) 目標是否是採用行業脫碳方法得出的；及</li> </ul>	<p>指標及目標</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。關於使用碳信用的計劃，發行人須披露：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(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；</li> <li>(ii) 該碳信用將由哪些第三方計劃驗證或認證；及</li> <li>(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的碳消除，以及相關抵消是通過減碳還是碳消除實現；及</li> <li>(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）。</li> </ul>	<p>集團目前不使用碳信用，也不參與碳抵消計劃。我們持續關注碳市場的發展及法規指引，以指導我們的排放管理策略。</p>

餐飲行業商業向善倡議索引

披露議題／披露項	行動概述	章節索引	頁碼索引
核心議題			
1. 食品安全－確保食品安全，堅守餐飲企業的立足之本			
1) 建立、完善食品安全檢測標準體系	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 建立ISO22000與HACCP雙認證的食品安全管理體系</li> <li>• 設立食品安全與質量部，依據《GB31654-2012餐飲服務通用衛生標準規範》制定《九毛九集團餐飲服務衛生通用規範》</li> <li>• 推動食品安全內部審核與專項檢查，提升檢測標準</li> </ul>	食品品質與安全	P. 24-29
2) 建立溯源機制，保證食材來源	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 建立全程可追溯系統，記錄每批次食材的完整生產與流通數據</li> <li>• 供應鏈管理涵蓋從養殖、加工、物流到門店的全環節食安監控</li> </ul>	食品品質與安全；負責任供應鏈管理	P. 24-29, 29-33
3) 披露食品安全監管相關資訊	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 定期發佈食品安全報告，披露內部監管、檢測與稽核結果</li> <li>• 舉辦食品安全突發事件應急演練，提升危機應對能力</li> <li>• 供應鏈食品安全獎懲制度明確管理標準，確保透明度</li> </ul>	食品品質與安全	P. 24-29

## 附錄

披露議題／披露項	行動概述	章節索引	頁碼索引
2. 供應鏈管理－關注供應鏈的協同發展，推動產業鏈上下游共同履行社會責任			
1) 創新採購模式，提高產品品質	<ul style="list-style-type: none"> <li>採取集中採購模式，降低成本並確保品質一致性</li> <li>強化冷鏈管理，提升食材保鮮與安全標準</li> <li>供應鏈品質監測體系確保食品從產地到餐桌的安全</li> </ul>	食品品質與安全；負責任供應鏈管理	P. 24-29, 29-33
2) 推動公平貿易，陽光誠信採購	<ul style="list-style-type: none"> <li>制定《供應商廉潔承諾書》，要求所有供應商簽署，確保誠信經營</li> <li>建立關聯交易管理制度，確保供應鏈交易透明</li> <li>審計部定期審查供應商廉潔與合規經營情況</li> </ul>	負責任供應鏈管理	P. 29-33
3) 用ESG標準審核供應商，推動供應鏈履責	<ul style="list-style-type: none"> <li>依據ISO22000標準對供應商進行食品安全評估</li> <li>設立年度供應商評估制度，根據環境、社會與治理(ESG)標準分類管理</li> </ul>	負責任供應鏈管理	P. 29-33

披露議題／披露項	行動概述	章節索引	頁碼索引
3. 員工的發展與福利－餐飲業是勞動密集型行業，人才培養至關重要			
1) 以人為本的員工關懷	<ul style="list-style-type: none"> <li>成立Nathan基金會，為員工及其家庭提供醫療與經濟援助</li> <li>定期舉辦團建活動與員工關懷活動，提高員工幸福感</li> <li>設立「好點子」建議平台，鼓勵員工參與企業發展</li> </ul>	員工關懷與溝通	P. 55-56
2) 通過制度創新，為員工和合作夥伴提供更好的發展平台	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立「J星計劃」及運營管培生計劃，提供員工晉升與專業培養機會</li> <li>設置職業雙通道發展機制，涵蓋專業與管理雙向發展路徑</li> <li>創建「線上集團學習平台」，推動員工持續學習與技能提升</li> </ul>	員工培訓與發展	P. 52-54
3) 多元化與平等僱傭，融合用工	<ul style="list-style-type: none"> <li>確保性別、年齡、文化背景多元化，並定期檢視多元化政策成效</li> <li>禁止童工與強迫勞動，確保公平勞動條件</li> <li>推動女性員工職業發展，提供平等晉升與薪酬機會</li> </ul>	合規僱傭與薪酬福利	P. 45-49

## 附錄

披露議題／披露項	行動概述	章節索引	頁碼索引
4. 優質的產品與服務－努力為顧客提供優質的產品與服務			
1) 通過創新，為顧客提供美味、營養均衡的食品	<ul style="list-style-type: none"> <li>研發新品，提供低鹽、低脂、營養均衡的健康餐飲選擇</li> <li>設立專業研發團隊，優化菜品配方，符合健康飲食趨勢</li> <li>推出新店型，聚焦當日配送、現點現做的鮮活食材，提供多元且營養均衡的餐飲選擇</li> </ul>	產品營養健康與多元化	P. 37-39
2) 通過人性化設計，提升顧客體驗	<ul style="list-style-type: none"> <li>提升門店裝潢與就餐環境，打造舒適用餐體驗</li> <li>採用智慧點餐與數字化服務，縮短顧客等候時間</li> </ul>	用餐環境與顧客服務	P. 41-43
3) 對個人隱私的保護	<ul style="list-style-type: none"> <li>建立數據保護制度，確保顧客個人資料安全</li> <li>門店收集顧客資訊前須經過明確告知與授權</li> </ul>	用餐環境與顧客服務	P. 41-43
4) 確保向顧客宣傳的信息真實可靠，進行合理行銷	<ul style="list-style-type: none"> <li>恪守廣告誠信原則，確保宣傳資訊真實可靠</li> <li>避免虛假或誇大廣告，維護顧客權益</li> </ul>	責任營銷與宣傳	P. 41
5. 環境改善－節能減排，減少浪費，持續改善環境			
1) 通過創新，提升水、電、能源的使用效率，節能減排	<ul style="list-style-type: none"> <li>實施節能設備改造，提高門店與中央廚房的能源利用率</li> <li>建立水資源管理機制，降低廚房與加工過程的用水量</li> </ul>	資源管理	P. 63-66
2) 通過技術創新和流程改進，減少食物浪費	<ul style="list-style-type: none"> <li>設立廚餘管理制度，推動可持續食品消費模式</li> <li>倡導門店精準備餐，減少食材損耗</li> </ul>	包裝物及廢棄物管理	P. 67-69
3) 在門店設計、裝修、產品包裝等方面凸顯環保理念	<ul style="list-style-type: none"> <li>採用環保材料設計門店裝潢，減少碳排放</li> <li>減少一次性塑料使用，推動可降解與可回收包裝方案</li> </ul>	包裝物及廢棄物管理	P. 67-69

Jiumaojiu International Holdings Limited  
九毛九国际控股有限公司