

環境、社會及管治報告

2019



呷哺呷哺

Xiabuxiabu Catering Management (China) Holdings Co., Ltd.
呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號：520



報告說明

時間範圍

2019年1月1日—2019年12月31日，部分內容及數據適當追溯以往年份，超出上述範圍。

發佈週期

本報告為年度報告。

組織範圍

報告範圍參見呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司組織架構圖。

編寫依據

報告編製參考香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)《環境、社會及管治報告指引》(「ESG指引」)，同時參考全球可持續發展標準委員會(GSSB)發佈的《GRI可持續發展報告標準》(GRI Sustainability Reporting Standards)。

ESG匯報原則

重要性：本報告遵循聯交所重要性原則規定，在報告中披露董事會及ESG工作小組審議ESG事宜，利益相關方溝通、實質性議題識別過程及實質性議題矩陣，具體遵循情況詳見後文對應部分。

量化：本報告中定量關鍵績效指標的統計標準、方法、假設及／或計算工具，以及轉換因素的來源，均在報告釋義中進行說明。

平衡：本報告不偏不倚地呈報本集團報告期內的表現，避免可能會不恰當地影響報告讀者決策或判斷的選擇、遺漏或呈報格式。

一致性：本報告披露數據所使用的統計方法均保持一致。

數據說明

所有數據均來自呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司正式文件和統計報告。

指代說明

為了便於表述和方便閱讀，「呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司」在本報告中以「呷哺呷哺」、「公司」或「我們」表示。非特殊說明，報告中貨幣單位「元」即「人民幣元」。

報告獲取

電子版可在本公司網站(<http://www.xiabu.com/>)及聯交所網站(<http://www.hkexnews.hk>)查閱。

本報告以中英文兩種文字發佈，在對兩種文本理解發生歧義時，請以中文文本為準。

目錄

董事長致辭	2	3.以匠心打造美食	21
ESG管理	5	3.1 放心享食	22
ESG管理機制	5	3.2 美味享食	26
利益相關方溝通	6	3.3 悠然享食	28
實質性議題分析	7	4.以綠色貫穿運營	30
專題：錫盟農牧到餐桌引領食材新革命	9	4.1 優化資源使用	31
帶動當地經濟發展	9	4.2 排放物管理	35
助推縱向一體化	10	4.3 傳播綠色理念	36
引領食材「品質革命」	11	5.以關懷踐行責任	37
1.關於我們	13	5.1 保障權益	38
1.1 公司簡介	14	5.2 營造幸福	41
1.2 獎項與榮譽	15	5.3 助力成長	44
2.經營與發展	16	5.4 回饋社會	48
2.1 公司治理	17	未來展望	50
2.2 運營業績回顧	18	ESG指標索引	51
2.3 助力行業發展	19	GRI Standards指標索引	57
2.4 擴大品牌影響力	19	讀者反饋表	59



董事長致辭



賀光啓先生
董事長



董事長致辭

2019年，中國餐飲行業整體規模持續擴大，品牌企業領跑趨勢顯著。呷哺呷哺在餐飲行業機遇與風險並存的市場環境中保持穩健發展速度，我們相信「品質源自堅持，陪伴初心不變」，不斷奮進，努力為廣大顧客提供卓越品質服務，致力於為顧客打造優雅舒適的用餐環境，賓至如歸的用餐體驗以及豐富美味、營養健康的多元菜品。2019年，呷哺呷哺門店及湊湊門店數量不斷增加，實現了2016年提出的「到2019年實現一千家呷哺呷哺門店」的目標。

截至2019年底，本集團於中國22個省份及自治區的125個城市以及三個直轄市（北京、天津及上海）擁有及經營1,022間呷哺呷哺餐廳；於江蘇、湖北、湖南、河南、河北、山東、山西、福建、陝西、浙江、雲南、安徽及廣東省、北京及上海市以及香港特別行政區擁有102間湊湊餐廳。2019年本集團全年新開張189間呷哺呷哺餐廳及54間湊湊餐廳，其中湊湊餐廳首次走出中國大陸，開啟了香港首店的落地。2019年，呷哺呷哺收入達人民幣6,030.2百萬元，較2018年增長27.4%。

在推動主營業務發展的同時，我們積極踐行企業社會責任，保障食品安全，加強產品創新，推行綠色發展，關愛員工成長，熱心公益慈善，努力實現企業經濟發展與社會價值的統一。



董事長致辭

安全保障，嚴控食品質量。呷哺呷哺作為營養食材的匯集者，堅持為顧客提供安全健康、新鮮營養的優質食材。我們嚴格篩選供應商並加強管理，完善優化質檢流程，堅持直營配送，為顧客提供精選優質食材，力求保障食品的安全與高品質。

探索創新，提升產品服務。創新是呷哺呷哺贏得未來的動力源泉。我們變革創新、勇於實踐，積極進行全球化採購，豐富食材品類；打造多元菜品，滿足個性化用餐需求；開展多樣運營模式，優化升級呷哺小鮮、呷煮呷燙等，為顧客創造新的價值。

綠色發展，踐行環保理念。呷哺呷哺大力落實綠色低碳運營，加強節能環保管理。我們開展節能技改、推廣節能設備使用，持續推進綠色施工，嚴格實行垃圾分類，積極向大眾宣傳綠色生活理念，共同攜手建立可持續發展的綠色家園。

關愛員工，注重人文關懷。呷哺呷哺堅持以人為本的理念，致力建立團結和諧、務實上進的多元化優質人才團隊。我們堅持平等合規僱傭，保障員工合法權益；加強員工食品安全及運營場地安全管理，注重員工身心健康；完善培訓與考核，通過多元模式、因材施教、持續培訓的方式助力員工成長發展；組織開展員工文體活動、節日問候等，增強團隊交流溝通，實現公司與員工的共同發展。

聚焦公益，實現社會價值。呷哺呷哺不忘初心，積極投身愛心助學、環保公益等慈善活動，回饋奉獻社會。報告期內，我們為大興區黃村鎮三所幼兒園的孩子們帶去關愛和美好的祝福；參與中國綠化基金會生態扶貧枸杞項目的採摘及探訪活動，共同見證生態保護與扶貧開發相結合的公益探索新模式。

回望2019年，呷哺呷哺秉承匠人精神，探索創新，將打造精品火鍋與優質服務作為不懈追求而勤勉奮進。呷哺呷哺將繼續牢記企業使命，踐行企業社會責任，在公司業務增長的同時，實現企業社會價值。



ESG管理

呷哺呷哺不斷推進ESG管理，在公司治理層面增加ESG管理工作內容，不斷完善ESG管理機制。我們瞭解公司內部訴求並將其作為重要性議題分析的重要依據，加強實質性議題的重點管控，降低公司運營風險。同時，我們保持與利益相關方的密切溝通，不斷探索並精進自身在環境、社會及管治方面的戰略及表現，倡導可持續發展理念，積極回應各相關方期望，為投資者帶來更多可持續的價值，促進公司與社會的可持續發展。

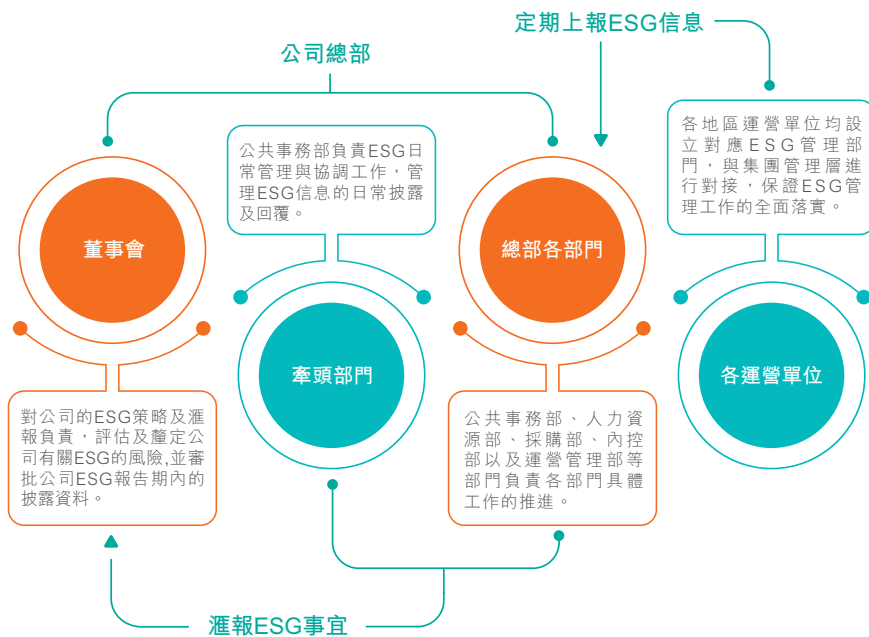
案例：呷哺呷哺董事參加ESG培訓與研討

呷哺呷哺董事積極跟進聯交所ESG事宜動態，適時研討聯交所發佈的ESG政策與動態。2019年11月，呷哺呷哺聘請第三方專業諮詢機構，就2019年5月聯交所發佈的ESG報告指引諮詢文件、資本市場對ESG關注、ESG優秀企業實踐等議題給予董事會成員進行培訓。助推董事會切實參與ESG管理，賦能本公司可持續發展。

ESG管理機制

呷哺呷哺建立了上下聯動的ESG工作機制，確保ESG工作的有序開展。公司董事會對ESG策略及匯報負責，並負責審議、決策公司ESG重大事項；ESG工作小組負責向董事會報告ESG事宜，ESG工作小組覆蓋員工、食品安全、公益等ESG議題涉及部門。

總部公共事務部為ESG工作小組牽頭部門，負責ESG工作的協調和統籌；總部其他部門負責具體工作的推進與本部門分管議題的年度ESG信息維護與報送，協調各運營單位工作推進與信息上報，並在各部門設立兼職的ESG工作聯絡人，負責進行本部門議題的協調和管理工作；各地運營單位的相關部門按照總部要求，進行具體工作的落地推進，並定期上報ESG信息。



ESG管理

利益相關方溝通

呷哺呷哺持續保持與利益相關方的溝通，建立多元化溝通渠道，持續聆聽利益相關方期望與訴求，並對利益相關方的意見及時做出回應，在依法合規運營的同時，履行社會責任，為利益相關方創造價值。

公司從可持續發展的角度，整理並形成利益相關方溝通情況表，為公司實質性議題識別工作提供基礎。

利益相關方	溝通方式	期望與訴求	我們的回應
政府及監管機構	<ul style="list-style-type: none"> • 日常溝通 • 信息報送 • 座談會與調研 	<ul style="list-style-type: none"> • 合規經營 • 嚴格的內部控制和風險管理 	<ul style="list-style-type: none"> • 加強合規運營 • 依法納稅 • 加強風險管理
投資者	<ul style="list-style-type: none"> • 定期信息披露 • 股東大會 • 日常溝通 • 官方網站 	<ul style="list-style-type: none"> • 優異的業績 • 持續穩定的增長 • 廉潔透明的運營 	<ul style="list-style-type: none"> • 持續提高價值創造能力 • 穩健經營 • 透明公開的信息披露 • 強化投資者管理
消費者	<ul style="list-style-type: none"> • 投訴熱線 • 微博、微信 • 客戶滿意度調查 • 客服郵箱 	<ul style="list-style-type: none"> • 食品安全 • 高效優質的服務 • 營養健康多元的產品 • 多品牌塑造 	<ul style="list-style-type: none"> • 嚴控食材採購 • 堅持直營配送 • 精心配置材料 • 創新菜品種類 • 提升就餐環境 • 保障消費者權益

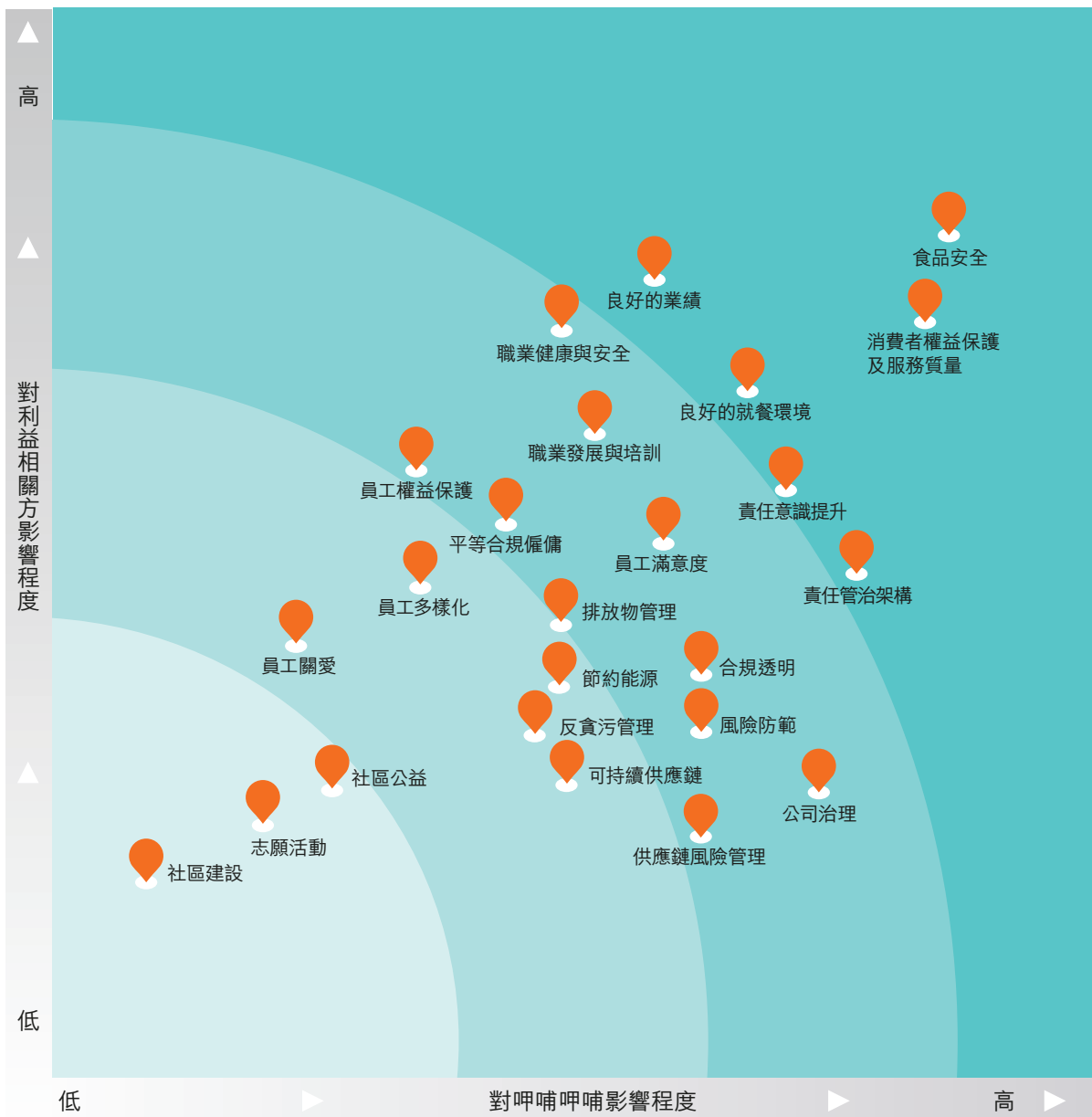
利益相關方	溝通方式	期望與訴求	我們的回應
環境	<ul style="list-style-type: none"> • 倡導環保理念 • 堅持可持續發展 • 環境信息披露 	<ul style="list-style-type: none"> • 支持節能減排，提倡低碳生活 • 溫室氣體排放量 • 餐廚垃圾排放量 • 能源使用量 • 節約資源 • 堅持綠色發展道路 	<ul style="list-style-type: none"> • 建設綠色餐廳 • 餐廚垃圾嚴格管理 • 堅持倡導綠色辦公
員工	<ul style="list-style-type: none"> • 勞動合同 • 培訓交流 • 績效管理機制 • 呷哺人網上溝通平台 	<ul style="list-style-type: none"> • 保障員工合法權益 • 薪酬福利 • 提供公平、平等的就業機會 • 提供多元化成長、晉陞機會 	<ul style="list-style-type: none"> • 堅持公平招聘 • 開展多元化員工培訓和學習 • 暢通職業發展渠道 • 開展員工活動，平衡工作生活
供應商與合作夥伴	<ul style="list-style-type: none"> • 供應商評估 • 合作協議 • 定期走訪 	<ul style="list-style-type: none"> • 公平採購，誠信履約 • 保障食品質量與安全 • 本地採購 	<ul style="list-style-type: none"> • 完善採購政策 • 加強採購管理 • 堅持「農餐對接」 • 堅持公平公開的採購
社區	<ul style="list-style-type: none"> • 社區活動 • 社區服務 	<ul style="list-style-type: none"> • 安全合規運營 • 開展社區公益，促進和諧 	<ul style="list-style-type: none"> • 加強餐廳安全管理 • 開展社會公益

實質性議題分析

呷哺呷哺參照ESG指引和國際標準，從議題對利益相關方的重要性及對公司本身的重要性兩個維度出發，由ESG工作小組牽頭通過問卷調查、訪談溝通等形式進行ESG議題評估分析，篩選排序形成ESG實質性議題矩陣如下。識別出的ESG重大議題相關管理事項將於本報告中進行披露。

ESG管理

報告期內，本集團一方面梳理在日常工作中各個部門利益相關方對於本公司關注點；另一方面，向包含政府及監管機構、投資者／股東、董事會、員工、消費者、供應商、合作夥伴、同業公司、公眾、非政府組織、媒體、專家在內的利益相關方發放了問卷，並得到了127份有效問卷，由與外部利益相關方溝通調查的結果形成了利益相關方關注議題的排序依據，由董事會、公司高管等管理人員溝通調查的結果則用於判斷對公司而言重要議題的排序依據。通過議題的評估、識別、排序，形成了本集團ESG重大議題矩陣，並加以重點披露。



圖：呷哺呷哺ESG重要性議題矩陣

專題：錫盟農牧到餐桌引領食材新革命

隨著消費的不斷升級，中國餐飲行業迅速發展，據《餐飲產業藍皮書：中國餐飲產業發展報告2019》顯示，2018年中國餐飲收入突破4萬億元，各細分領域表現亮眼，尤其是火鍋行業，繼續保持了高速增長，消費結構持續優化，品質消費需求凸顯。為更好地應對這一發展趨勢，呷哺呷哺2019年啟動「呷哺X錫盟羊」推廣項目，有效保證食材的高品質，深度打通「錫盟羊肉」和錫盟地區的供應鏈。在引領食材新革命的同時，帶動當地經濟發展，深化企業社會責任，倡導可持續生活。



帶動當地經濟發展

錫盟擁有牛羊肉、乳製品等優質畜產品，百餘種藥用植物、油料科植物等天然無污染的自然資源以及元上都遺址、那達慕景區、馬博會等文旅資源。受限於銷售渠道和傳播聲量，錫盟的農牧業、旅遊業品牌價值均有待提升。因此，呷哺呷哺攜手錫盟政府，積極探索「呷哺品質」與生態保護、扶貧開發相結合的綠色發展新模式，以實際行動踐行企業社會責任，依托呷哺呷哺在銷售渠道與冷鏈物流等多方面的優勢，以及錫林郭勒得天獨厚的農畜產品資源，打造呷哺錫盟羊品牌的同時，助力錫盟特色農畜產業發展。

專題：錫盟農牧到餐桌引領食材新革命

隨著「呷哺X錫盟羊」項目的深度推廣，將借力呷哺呷哺千家門店潛在的新零售資源和獨特優勢，更好地推動錫盟羊肉產品在全渠道的拓展，並以此為切入點，助力當地一、二、三產業深度融合發展。



圖：呷哺呷哺X錫盟羊項目現場



圖：呷哺呷哺錫盟牧場

助推縱向一體化

• 整合延伸產業鏈

近年來呷哺呷哺不斷推動產品優化升級，對全球採購、原料品質、生產加工工藝、品控管理等各環節均實施嚴格把控，實現了從生產到消費的全鏈條質量把關，成功打造了引領行業升級的「呷哺品質」，同時利用自身優勢，整合延伸產業鏈資源，在錫林郭勒當地建立了羊肉加工廠，在為消費者提供錫盟羊餐品的同時，推出冷鏈產品—羊肉禮盒系列產品，將遠在錫林郭勒的美味與新鮮帶給全國各地消費者。



圖：呷哺呷哺X錫盟羊冷鏈產品—三種羊肉禮盒

專題：錫盟農牧到餐桌引領食材新革命

• 食材穩定供應

為滿足消費者需求，呷哺呷哺提出「一人一鍋涮全球」的品牌主張，在全球包括烏拉圭、巴西、阿根廷、厄瓜多爾、澳洲、新西蘭等地尋找食材，在上游採購渠道上做延伸，實行全球化採購。作為這其中的重要一環，今年秋季，呷哺呷哺展開新一輪菜品攻勢，包括錫盟手切羊肉、錫盟手切羊上腦在內的突破性新品推出市場，拓展穩定食材供應源頭。



圖：呷哺呷哺全球採購地圖

引領食材「品質革命」

呷哺呷哺憑藉自身的規模優勢、品牌影響力以及持續完善的供應鏈體系獲得錫林郭勒草原上游優質穩定的資源，深入源頭和地方合作，獲得持續穩定的錫盟羊肉供應。公司已在錫盟設立專屬的牧場，同時已經建立兩個產業基地，合計年屠宰量達100萬隻，同時建有上萬噸容量的大型冷庫，在存儲與供應鏈條上確保產品品質與安全。



圖：呷哺呷哺錫盟羊餐品

專題：錫盟農牧到餐桌引領食材新革命

呷哺呷哺一直遵循「從牧場到餐桌」的理念，通過不斷的監督，在整個羊肉的生產過程中，嚴格實施出生 - 飼養 - 屠宰 - 加工 - 包裝 - 運輸的可追溯體系。為此，呷哺呷哺在錫林郭勒當地建立羊肉加工廠，並嚴格把控羊肉生產加工各個環節，制定生產、加工工藝，產品質量的規範化標準，從宰殺到入庫設置48道生產工序；利用-35℃的瞬時鎖鮮技術延續鮮肉特點，實現無損耗肉質。除此之外，公司還制定了原料審核標準，比如出廠產品中心溫度必須保持-18℃以下等，確保食材的高品質供應。



圖：呷哺呷哺錫盟羊肉加工廠

1

關於我們



關於我們

1.1 公司簡介

呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司主要品牌包括「呷哺呷哺」和「湊湊」。呷哺呷哺品牌源自台灣，是深受消費者喜愛的時尚小火鍋。1998年創立於北京，是中國十大火鍋品牌及中國餐飲百強企業之一，並於2014年12月17日在聯交所主板上市。呷哺呷哺始終堅持以滿足消費者需求為核心，順應消費形態及餐飲市場的改變，聚焦朋友聚餐和家庭聚餐為主的目的地消費。

為適應市場及消費者需求變化，呷哺呷哺於2016年6月30日在北京三里屯推出中高端品牌「湊湊」，湊湊將台式麻辣鍋與台式現搖茶完美組合，這一創新模式一經推出就深受廣大消費者青睞。同期，呷哺呷哺成立了食品公司主要在電商平台、商超等渠道銷售呷哺呷哺的調料、鍋底和蘸料等系列產品，滿足消費者佐餐的需要。2019年8月呷哺呷哺全資收購錫林郭勒盟伊順清真肉類有限責任公司，開啟上游供應鏈佈局，為集團的快速發展提供核心食材的穩定供應保障。

截至2019年底，本集團於中國22個省份及自治區的125個城市以及三個直轄市(北京、天津及上海)擁有及經營1,022間呷哺呷哺餐廳；於江蘇、湖北、湖南、河南、河北、山東、山西、福建、陝西、浙江、雲南、安徽及廣東省、北京及上海市以及香港特別行政區擁有102間湊湊餐廳。2019年本集團全年新開張189間呷哺呷哺餐廳及54間湊湊餐廳，其中湊湊餐廳首次走出中國大陸，開啟了香港首店的落地。

呷哺呷哺一如既往，用嚴苛標準與不懈追求，做出國民好火鍋。呷哺呷哺多年來堅持數十道工序，打造獨家秘製調料；堅持甄選二十餘種香料，精心熬製美味鍋底；堅持產地直送鮮蔬、採購優質肉品，帶給顧客獨特的味蕾享受；堅持順應時節及消費者需求，不斷引進高品質新品。

呷哺呷哺「品質源自堅持」，陪伴初心不變！



1.2 獎項與榮譽

經過20餘年的不斷努力以及對品質的不懈堅持，呷哺呷哺得到了廣大消費者的青睞，獲得了業界肯定。

呷哺呷哺連續十年位列「中國餐飲百強企業」，從2011年起，呷哺呷哺榮獲「北京十大商業品牌」、「北京餐飲十大品牌」、「北京餐飲企業(集團)50強」等諸多榮譽稱號，先後榮獲「改革開放40年中國餐飲行業創業發展突出貢獻企業」、「中國火鍋產業紅鼎獎」、「中國快餐50強」、「中國最具投資價值企業50強」等諸多榮譽；呷哺呷哺火鍋及呷哺調料等系列產品被評為「北京特色名火鍋」和首批「京城特色佳餚」等榮譽稱號。



獎項稱號	頒發機構
2019年中國火鍋十大品牌	世界中餐聯合會
2019年度北京餐飲企業(集團)50強	北京烹飪協會
2019中國火鍋連鎖好項目TOP50	中國烹飪協會
呷哺呷哺2019年度餐飲十大品牌金獎	中國烹飪協會
2019CCFA連鎖餐飲創新獎	中國連鎖經營協會
2019品類創新十大品牌	中國烹飪協會
2018年度中國餐飲百強企業	中國烹飪協會
中烹協《餐飲業中央廚房食品標籤指南》團體標準的感謝狀	中國烹飪協會
2018年度(第十屆)北京餐飲十大品牌評選-年度暢銷菜品	北京烹飪協會
2019中國火鍋產業品牌創新案例: 時尚品類創新十大品牌-呷煮呷燙	中國烹飪協會
中國滿意品牌證書	中國企業評價協會
改革開放40年中國餐飲行業創業發展突出貢獻企業	中國烹飪協會
2018年度(第十屆)北京餐飲十大品牌評選-北京餐飲十大品牌	北京烹飪協會

2 經營與發展



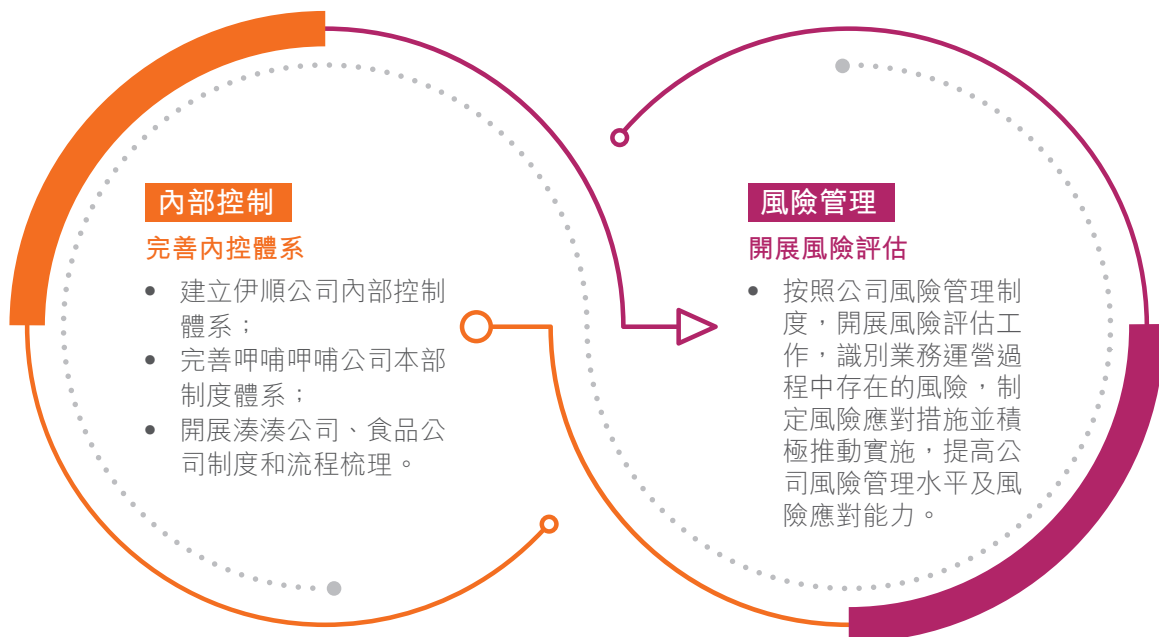
經營與發展

2.1 公司治理

公司治理是公司穩健運營、有效防範化解風險，強化內部控制，維護企業品牌和聲譽，提升競爭力及企業價值的必然要求和重要保障。呷哺呷哺嚴格遵循《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國證券法》、《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》以及境內外證券監管機構的有關規定，完善公司治理結構，提升公司治理水平，加強風險管理及反貪污管理，不斷推動各項經營管理提質增效。

• 風險管理

報告期內，公司不斷完善內部控制體系，實現內部控制與風險管理相結合，逐步搭建全面風險管理體系，降低組織風險、提升組織價值。



經營與發展

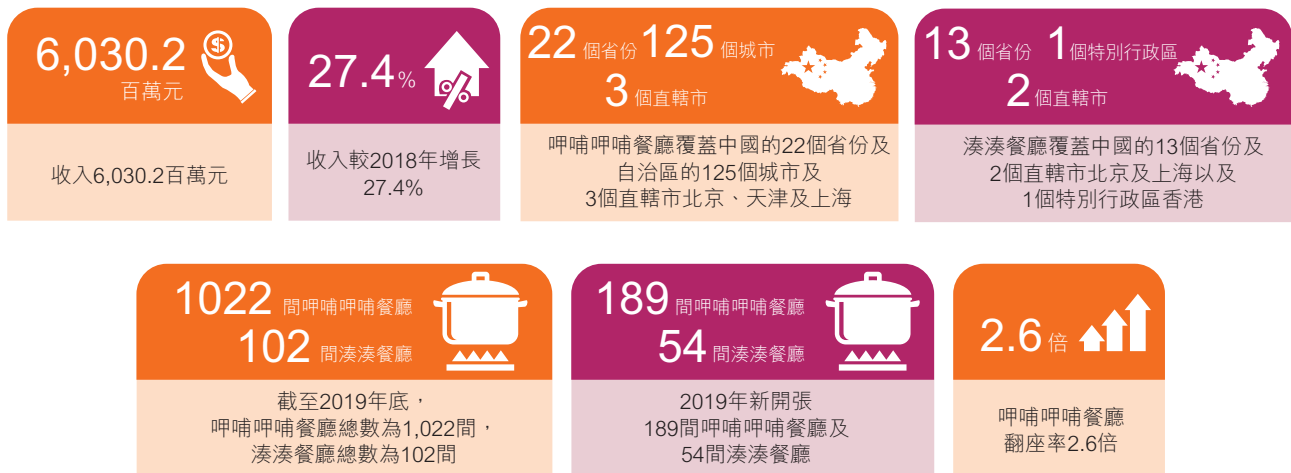
• 反貪污

公司嚴格遵守《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國刑法》、《中華人民共和國刑事訴訟法》、《中華人民共和國反洗錢法》等國家法律法規，同時完善公司內部管理制度，加強廉潔文化體系建設，優化舉報獎勵政策，加強內外部反舞弊合作，主動識別舞弊風險，嚴格調查舉報事項，預防為主，打擊為輔，對貪污舞弊零容忍。報告期內，開展反貪污培訓14場，共計70人次參與。2019年度，本公司未發生進入訴訟程序的貪污案件。



2.2 運營業績回顧

2019年依據呷哺呷哺總體戰略規劃和經營目標，公司管理層和全體員工共同努力，積極應對內外部環境變化，挖潛增效，穩健發展的同時推進創新，為各利益相關方持續創造價值。



2.3 助力行業發展

作為中國烹飪協會、中國連鎖經營協會、北京烹飪協會、北京餐飲行業協會的理事單位或會員單位，呷哺呷哺在成功打造引領行業升級的「呷哺品質」，展現行業領導者創新實力的同時，積極創建公平和諧的餐飲行業運營環境，參與《餐飲業中央廚房食品標籤指南》的編寫並獲得中國烹飪協會的認可。同時積極參與各項政策的修訂意見徵詢工作，為行業的規範經營和可持續發展助力。

協會名稱	協會職務
中國烹飪協會	理事單位
中國連鎖經營協會	常務理事單位
北京烹飪協會	副會長單位
北京餐飲行業協會	副會長單位

2.4 擴大品牌影響力

品牌力、創新力是企業品牌影響力的源泉，而品牌力是品牌影響力的基礎。當前，消費者的品牌消費習慣正在形成，發行和廣告資源形成向強勢品牌媒體集中的趨勢，實施品牌戰略，打造品牌影響力成為影響力營造的關鍵點。近年來，呷哺呷哺在為消費者提供健康美食的同時，積極與相關單位合作，不斷擴大公司品牌影響力。

案例：呷哺呷哺1217上市紀念日活動

結合品牌特殊節日，推出「我是呷哺老用戶」和「呷哺老故事有獎徵集」，「老員工專訪」等系列活動；借呷哺首家店90年代風格，網絡紅人(KOL)探店系列活動，喚醒潛在年輕消費者對品牌認同和好感；通過1,000家店點亮儀式和50元(起)套餐推出，感恩用戶，回饋用戶，加強消費者對品牌記憶，實現品牌與用戶互動，增加品牌價值感。



經營與發展

案例：呷哺食品公司參加亞洲美食節

按照亞洲文明對話大會籌委會的統一工作部署，北京市於2019年5月舉辦「亞洲美食節」活動。呷哺食品公司參與到本次美食節活動當中，作為國家主場外交活動的一項重要內容，對宣傳和展示企業形象具有十分重要的意義。



3 以匠心打造美食



以匠心打造美食

二十一年來，公司始終將食品安全保障視為企業的生命，秉承「品質源自堅持」的信念，遵循《中華人民共和國食品安全法》等法律法規，從食材源頭把控、堅持直營配送兩大層面保證食材安全。通過嚴選供應商、嚴控質檢流程、堅持直營配送，確保食材的安全與高品質；通過菜品搭配、口味創新等方式，持續為顧客提供美味、營養、高品質的產品，不斷提高顧客滿意度；通過店舖升級、服務升級以及拓展顧客購買渠道，不斷優化顧客用餐體驗。

3.1 放心享食

呷哺呷哺致力於讓每位顧客享受美味的同時，感受健康時尚，把「始終堅持將傳統飲食文化與現代健康理念完美結合，用專業品質打造健康、營養、美味、時尚餐飲品牌」作為企業發展的歷史使命。

呷哺呷哺始終堅信「品質源自堅持」，嚴格執行生產運營各個環節的食品安全及品質控制標準及措施，嚴格把控供應鏈、物流、食品加工過程到餐廳每個節點的食材質量，確保食材的安全與新鮮。

• 嚴選優質供應商

呷哺呷哺建有符合自身特色的供應商管理體系，確保嚴選優選供應商。公司制定《採購招標管理制度》、《地區採購管理制度》等制度明確供應商管理標準及管理程序，通過嚴格審查供應商准入條件，確保准入供應商資格合格；通過對供應商進行過程監督與優化改進溝通，確保供應商供貨的及時性及供應品質；開展供應商後評價工作，從供貨質量、供貨價格、供貨及時性等維度進行評價，不斷提升供應商供貨水平，形成供應商供貨的良性循環，促進公司與供應商的共同進步與發展。

呷哺呷哺明確供應商准入標準並嚴格執行，優先選擇行業一流供應商，在資質合格、樣品合格、現場審核合格的前提下，可考慮與供應商合作。報告期內，公司合作供應商總數591個，開發和優化供應商144個，退出合作供應商66個。同時2019年加強了對茶飲原料和餐飲具供應商的管理，對這兩類供應商也實施准入審核，以確保供應商的質量保證能力。

資質合格：要求供應商提供營業執照、生產許可證、第三方全項檢測報告，特殊行業還需要取得行業要求的資質證書，如牛羊肉會要求供應商提供定點屠宰許可證、動物條件防疫合格證；

以匠心打造美食

樣品合格：要求供應商提供樣品，我公司按照呷哺的產品標準進行測試，如是按照我公司特製的產品，除樣品合格外針對呷哺的訂製品還要求供應商進行中試，中試樣品合格方可准入；

現場審核合格：品管部根據相關法規，結合呷哺產品質量特點，編製了呷哺供應商審核標準，經我公司專職驗廠人員審核合格後方可准入。

<p>供應商監管</p>	<p>分級管理：所有食材根據食品安全風險等級劃分為四類，風險等級的判定根據產品特性、行業特性和供應商質量管理水平劃分，針對不同類別的產品制定不同的管理措施。</p> <p>實地考察：走入供應商生產第一線，全面且深度的瞭解供應商質量管理情況，審核供應商的生產質量控制的同時，對主要原料的來源和風險進行全面評估，確保供應商能夠穩定持久的提供合格產品。</p> <p>巡查監督：對現有供應商進行飛行檢查103次，針對容易發生質量問題的重點項目進行溝通，對供應商的改進進行驗證審核。</p>	<p>駐廠監管：2019年，公司新增新品553個，對重點供應商實施駐廠管理。報告期內，對錫盟呼盟共計8家羊肉屠宰企業進行了從收羊到成品全過程的駐廠監督，並且鎖定草原羔羊品種、體重、月齡，及整個加工過程的管控，成品的檢測，全程受控可追溯，確保產品優質；對於進口原料生產的羔羊肉，如新西蘭羔羊肉，為確保原料質量和可追溯，生產時派駐供應商質量工程師駐廠監督生產40餘次。</p> <p>質量改進：對發生客訴、質量異常的供應商進行約談，確保充分了解質量異常情況，並對異常進行原因分析，有針對的進行改善。</p> <p>安全預警：收集媒體或政府公開發佈的食安信息，對同類食品安全問題向供應商提出預警，確保食材的安全性。</p>
---------------------	--	---

公司建立了供應商到貨情況及品質考核管理機制並嚴格執行。通過考核供應商到貨及時性、品質異常率，提高了產品供貨的及時性、產品周轉率及供貨質量，實現了去劣存優，保證了長期供應商的長期穩定合作。

以匠心打造美食

嚴控質檢體系

呷哺呷哺設有完善的產品質檢體系，保障到貨食品安全。公司嚴格落實《中華人民共和國食品安全法》和《中華人民共和國食品安全法實施條例》建立了完善的進貨查驗記錄製度，以「嚴格、準確、快速、高效」為原則，以食品安全國家標準、呷哺呷哺產品質量標準為依據不斷完善原料驗收過程、中央廚房質量控制體系，定期進行質檢人員的培訓和考核管理，提高實驗室管理水平和檢測能力，提升質檢水平。

第三方檢測， 保證檢測結果 真實性

2019年，公司在食材風險監控方面投入近70萬元，識別食材和食品相關產品的食品安全風險指標，將待檢食材送到第三方檢測機構進行檢測，確保餐桌上的食材安全。2019年1-12月依據到貨種類，根據國家、地方食藥局等抽檢項目，結合食品安全風險評估，對日常、肉類、水產魚糜、鍋底調料、蔬菜、中央廚房調料、食品相關等種類，委托SGS、北京質檢院等多家有國際公信力的檢測機構進行了第三方檢測。

按照產品種類和風險級別，統一確定抽檢比例，按批次進行檢驗，其中現場內外標識及感官檢驗，抽檢比例3-10%。需要理化、微生物檢測的產品，按批次進行取樣，對檢測不符合驗收標準的產品，進行拒收處理。對連續抽檢質量不穩定或風險等級較高的產品，經風險評估，適當加倍抽樣比例。2019年1-12月共到貨600多種單品，涉及肉類、日常(主食)、水產魚糜、鍋底調料、食品相關等種類。檢測指標包括感官、理化、微生物指標等。

分級分類抽檢， 確保質檢覆蓋率

加強質檢人員管理， 保障檢測專業性

公司質檢人員具有食品檢驗相關的工作經驗，並接受過食品檢驗技術和檢測技能相關培訓，質檢人員包含食品專業碩士研究生5名、本科生8名，8名持有食品檢驗員證書，並有1人持有北京市食品檢驗高級工程師證書。

報告期內公司不斷增加產品質檢投入，有效確保食材的安全性。2019年公司在質量檢測方面投入包含實驗室設備、抽檢成本、第三方質檢機構費用、質檢人員成本在內的資金約890萬元。

加大質檢資金投入， 提高質檢水平

堅持直營配送

呷哺呷哺始終堅持直營配送，根據公司運營發展需求，不斷優化物流佈局，提高物流效率，確保食材的安全與新鮮。物流配送採用全程冷鏈，實現呷哺呷哺所有分店各個環節均達到統一的高標準、高質量，保證為客戶提供精選新鮮食材。

產品加工屬地化

- 在錫林郭勒當地建立羊肉屠宰加工廠，嚴格把控羊肉生產加工的各個環節，制定生產、加工工藝，產品質量的規範化標準；
- 大力推行淨菜項目，在石家莊、上海等地門店推進淨菜試點，有效降低食安風險。

保障運輸設備

- 全部採用符合冷鏈要求的車輛進行產品運輸、配送；
- 全部車輛符合食品安全衛生標準；
- 使用保溫箱、周轉箱等物流設備，保障產品品質；
- 要求所有車輛加裝溫度監控裝置。

冷鏈倉儲標準化

- 食材倉儲環節嚴格執行食品衛生安全標準；
- 需冷鏈存儲的產品嚴格執行冷凍、冷藏存儲溫度要求；
- 自有冷鏈及外租冷鏈均符合品管標準；
- 制定倉儲作業規範，保證現場合規操作；
- 實時監控各配送中心冷凍庫房溫度，每日車次發運簽收進度及配送任務，確保冷凍品品質。

優化物流佈局

- 依年度計劃超預期完成濟南、西安、長春、南京、太原、華南倉以及輻射海外保稅倉的網絡布建；
- 降低配送半徑，讓物料在最短的時間內到達餐廳，確保食材新鮮；
- 整合倉配，確保物料直入，減少物料重複，有效節省調撥成本。

以匠心打造美食

3.2 美味享食

呷哺呷哺主打「全世界美食小火鍋」核心理念，十餘種高湯，融合新中式、日式風格、泰國、歐式古典等火鍋特色，搭配成不一樣特色的套餐內容需求，將口感與健康養生並舉。呷哺呷哺不斷開發新品類產品，可滿足不同消費層級的需求，並通過菜品優化經典、推陳出新等方式，為顧客提供更多選擇方案。

• 多元食材

呷哺呷哺食材實行全球化採購，在全球包括烏拉圭、巴西、阿根廷、厄瓜多爾、澳洲、新西蘭等地尋找食材，如阿根廷的深海紅蝦，秘魯及厄瓜多爾的南美白蝦，澳大利亞的谷飼牛肉，新西蘭的青口貝等。為進一步獲取優質營養美味的羊肉，呷哺呷哺與錫林郭勒盟政府簽署合作協議，確保了錫盟羊肉的長期穩定供應。

全球採購食材給顧客提供了更優質的食材選擇，同時，有利於呷哺呷哺打造差異化品牌，給公司多元發展帶來了更多可能性。

• 多元產品

為吸引消費者重購、保持品牌煥新，迎合當下年輕化群體精細化的用餐場景和社交需求，呷哺呷哺在保持食材本身特有風味及口感的同時，不斷推出各類新口味、新元素、新品類，滿足年輕新生代「好吃、好看、好玩」個性化用餐需求。同時呷哺呷哺根據不同地區消費者口味差異，建立區域性菜單，增加地域特色產品，滿足了不同地區人群的口味需求及不同的價格梯度。

報告期內，呷哺呷哺總部統一推出新單品20款，推出13種新品火鍋料和調味料。湊湊門店優化形成7個版本的菜單，菜品進行區域性劃分，滿足了不同地區人群的口味需求及不同的價格梯度；在此基礎上，完成了夏季、冬季菜單的更新，且餐後甜點根據節日特點進行更換，菜品品類豐富並不斷優化，打造出多款適合涮食火鍋後的甜食和涮煮食材與可愛時尚元素結合品，同時集美貌與美味於一身的產品，包括企鵝形狀墨魚丸、龍蝦鍋底、各類海鮮(如：大龍蝦、黑虎蝦、羅氏沼蝦、西班牙紅魔蝦)及多種原塊牛肉等產品，為客戶提供更多種類與口味選擇。

以匠心打造美食



圖：呷哺呷哺新菜品 - 爆料芝士蝦球



圖：呷哺呷哺新菜品 - 順滑嫩雞卷



圖：湊湊新鍋底 - 龍蝦鍋底



圖：湊湊新菜品 - 企鵝形狀墨魚丸

• 多元模式

為滿足客戶不同的用餐需求，持續增加營業收入，公司在呷哺呷哺、湊湊火鍋餐廳運營基礎之上，持續為顧客提供隨時隨地可以享用與餐廳品質一致的火鍋外送。呷哺呷哺推出了外送生食的呷哺小鮮和外送熟食的呷煮呷燙兩個業務模塊，並不斷拓展配送渠道，拓展銷售領域。2019年呷哺小鮮仍高速發展，在與餓了麼、美團合作的基礎上，與某藥企平台達成合作並上線300餘家餐廳，更好的為消費者送去了新鮮的火鍋食材，可以隨時隨地享用美味、新鮮的呷哺食品。

呷煮呷燙因其食用的方便性，可以不受空間的限制。在報告期內不斷優化升級，伴隨外送業務的增長迅速，消費需求量不斷增加，門店產能受限。在此背景下，呷煮呷燙在現有設備上做升級，重新調整操作動線、操作標準，從而在保持原有「獨一單鍋煮制、口味標準化、包裝精美」的基礎上，突破原先產能限制，並通過優化套餐類產品等舉措，達成高效高質的製作。2019年繼續受到廣大消費者的青睞，外送單日單店最高紀錄達到413單。

以匠心打造美食

3.3 悠然享食

呷哺呷哺致力於提升顧客用餐體驗，提高僱員服務效率，為顧客打造溫馨、方便、快捷的用餐環境。同時，公司注重消費者權益保護，傾聽顧客訴求並定期檢視回應，充分維護顧客權益，提升顧客滿意度。我們在日常經營過程中嚴格遵循國家《中華人民共和國食品安全法》《中華人民共和國消費者權益保護法》，密切關注行業內外部消費者管理規定，杜絕虛假廣告，同時非常重視消費者隱私保護。從渠道、規則、信息保護、數據管理等多角度關注會員隱私，承諾盡合理義務保管會員隱私資料；此外嚴格保護外賣消費者隱私信息，保護消費者基本權益。

提升客戶體驗

- ✓ 力推新台式服務，要求門店服務人員觀察客戶服務需求，不過分打擾客戶，始終保持微笑，為客戶帶來熱情、耐心、細緻、周到的服務；
- ✓ 員工正式上班前參加員工培訓，並指定一位訓練員專職帶訓，訓練員在帶訓完員工崗位標準後，會有訓練員和餐廳經理的雙重考核，確保員工掌握該標準；
- ✓ 湊湊餐廳協助導入台籍大學餐飲專業科系的實習生，協調人資部共同推行台籍和管培生制度，透過台籍實習生的現場演示台式服務，起到示範的作用，使員工對台式服務能夠有更深刻的體驗，並能具體實施。

1 台式服務升級

2 優化用餐環境

- ✓ 不斷進行門店升級，為客戶提供輕鬆、自在、方便的就餐環境；
- ✓ 推廣雙通保鮮櫃，提高傳菜環節員工的工作效率，確保蔬菜產品的新鮮度；推出製冷式調料台，減少料台更換碎冰的頻次，確保調料的保鮮度從而提升顧客滿意度；
- ✓ 餐廳新增智能送餐機器人設備，使用送餐機器人傳菜，在吸引客流提高就餐率的同時，在一定程度上緩解高峰期取餐口菜品積壓問題，減少顧客等待時間。

- ✓ 制定完善的客戶投訴流程，及時處理客戶問題投訴，設有400客服電話、客服郵箱、公司郵箱、微信、微博、大眾點評等多個客戶投訴渠道；
- ✓ 每周執行服務案例分享，透過顧客對餐廳正面及負面評價的處理，讓員工體會優質服務的精神，不斷優化服務方案；
- ✓ 報告期內呷哺餐廳與湊湊餐廳客戶投訴解決率為100%。

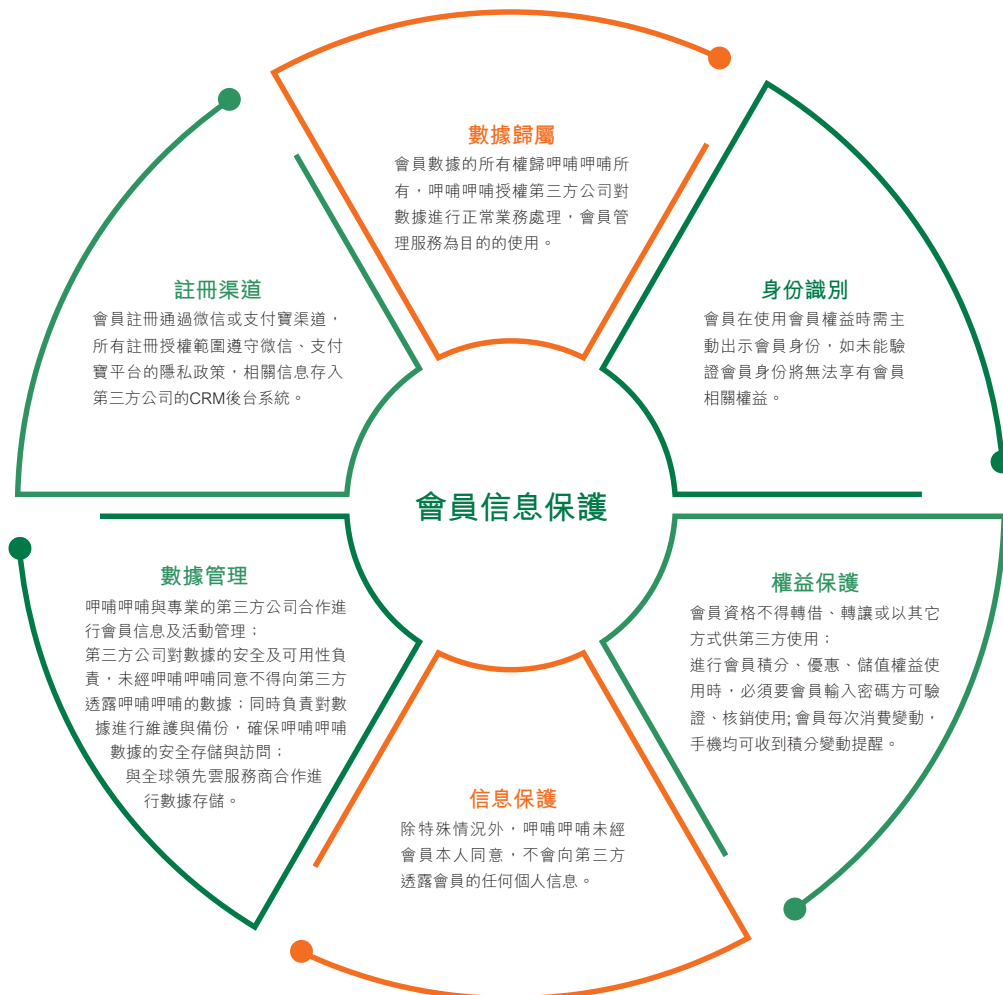
3 聆聽客戶需求

杜絕虛假廣告

公司嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》等國家法律法規，真實客觀的在自媒體及其他媒介直接或者間接的介紹呷哺呷哺所能提供的食材和就餐環境及服務，同時嚴格遵守公司對外廣告宣傳審批流程，發佈內容經業務執行部門、市場部、品管部以及法務部分別審核通過後方可對外發佈。

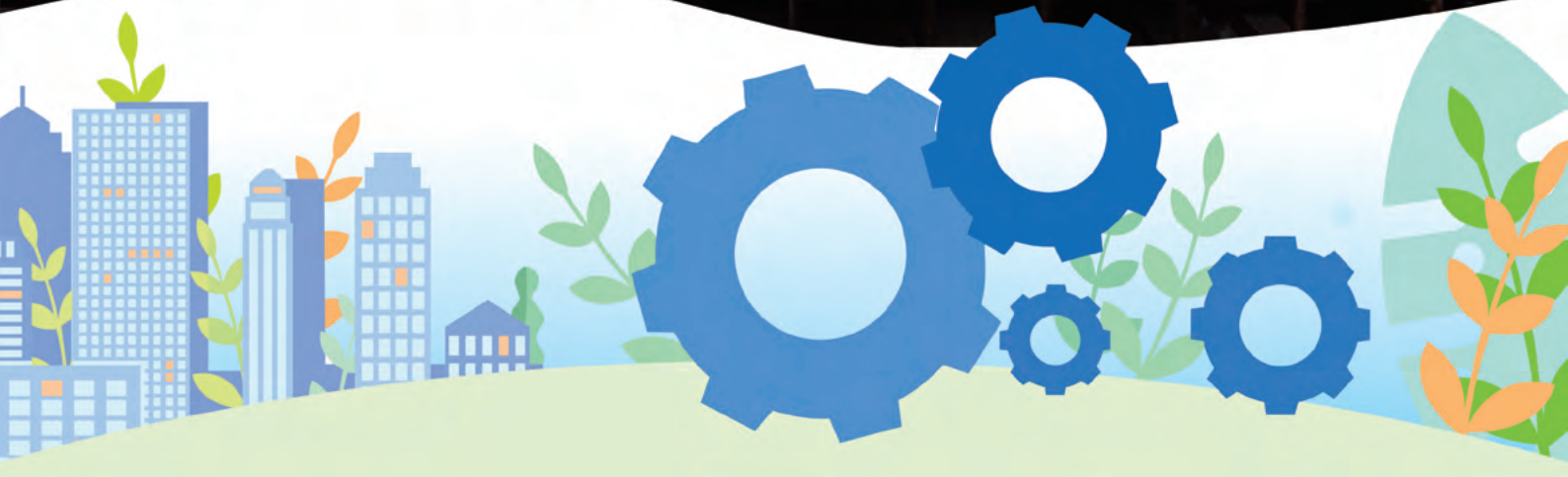
消費者隱私保護

呷哺呷哺嚴守消費者隱私保護底線，在消費者會員個人信息保護層面，從渠道、規則及數據管理等多角度進行關注，切實保障信息安全。



在外賣客戶隱私信息保護層面，我們與外賣平台通過信息時效性限制及外賣單據隱藏部分信息保護較為敏感的個人信息。呷哺小鮮為保護消費者隱私，聯合外賣平台一起為這份安全保駕護航，讓消費者不僅在食品方面放心，更在個人信息安全方面放心。目前，呷哺小鮮外賣平台訂單均實現了顧客隱私保護，外賣騎手只有在下單3小時內可通過隱私號碼聯繫消費者，超過有效時間隱私號碼作廢，同時顧客姓名中的部分信息被隱藏，切實做到了保護消費者信息安全。

4 以綠色貫穿運營



以綠色貫穿運營

呷哺呷哺重視綠色運營，關注節能環保，嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等法律法規，制定節能減排措施，進行綠色辦公環境及餐廳運營環境改造，逐年加大環保投入；加強環境保護宣傳，積極響應國家低碳發展政策，降低廢氣和廢水排放，減少廢棄物產生，保持低碳綠色運營，踐行綠色環保社會責任，促進公司與社會的可持續發展。2019年，公司未發生因環境問題違規而導致的訴訟及相應處罰。

4.1 優化資源使用

呷哺呷哺始終以低碳運營為經營原則，積極響應國家號召，秉持節能減耗理念，提高天然資源利用率，優化能源結構，持續加強精細化管理，積極引入先進環保節能技術，鼓勵開展節能減排項目，不斷優化資源使用。

呷哺呷哺的溫室氣體排放主要產生於運營、生產和行政辦公過程中消耗的各種能源，主要包括汽油、柴油、天然氣和電能。

報告期內各排放及資源使用數據如下表所列示：

指標	單位	2019年度
耗電總量	千瓦時	157,334,066.01
單位營業收入耗電量	千瓦時／人民幣百萬元	26,091.02
汽油消耗量	公升	29,886.10
單位營業收入汽油消耗量	公升／人民幣百萬元	4.96
市政用水消耗量	立方米	2,029,690.70
單位營業收入市政用水消耗量	立方米／人民幣百萬元	336.59
餐飲污水排放量	立方米	1,725,237.10
單位營業收入餐飲污水排放量	立方米／人民幣百萬元	286.10
天然氣消耗量	立方米	1,241,129.00
單位營業收入天然氣消耗量	立方米／人民幣百萬元	205.82
範圍一：溫室氣體直接排放量	tCO ₂ e	2,781.34
範圍二：溫室氣體間接排放量	tCO ₂ e	108,771.79
溫室氣體排放總量	tCO ₂ e	111,553.13
單位營業收入溫室氣體排放量	tCO ₂ e／人民幣百萬元	18.50

以綠色貫穿運營

- 註： 1. 溫室氣體排放量計算方法參考世界資源研究所(WRI)和世界可持續發展工商理事會(WBCSD)發佈的《溫室氣體核算體系企業核算與報告標準》、政府間氣候變化專門委員會(IPCC)發佈的《第五次評估報告》；用於範圍二計算的電網排放因子參考中國生態環境部應對氣候變化司最新發佈的中國區域電網排放因子(2017年)及發改委公佈的全國統一電網排放因子(2017年)；
2. 餐飲污水排放量計算方法參考《第一次全國污染源普查城鎮生活源產排污係數手冊》；
3. 上表基礎能耗數據與提報國家統計局口徑一致，包含呷哺呷哺餐飲管理有限公司、呷哺餐飲管理(上海)有限公司及湊湊餐飲管理有限公司；
4. 2019年起已經不再使用物流柴油車，因此不再有柴油消耗。

• 節能運營

節能管理

- 總部加強人走燈關，人走機關；控制室內溫度，採用地源熱泵新型節能技術；
- 門店由專人引導，盡量讓顧客集中用餐，照明、空調能集中使用；
- 用餐期間，服務人員隨時根據需要調節電磁爐溫度，降低能源消耗；
- 服務人員隨時關注顧客用餐，顧客用餐完畢，隨時關電源，避免空燒；
- 重點關注廚房、衛生間等主要用水部位，在日常使用和管理中防止跑、冒、滴、漏，以降低資源的損耗。

節能技改

- 改造門窗和牆體的保溫性能，將門窗由單層普通玻璃窗改為中空玻璃窗，牆體增加岩棉保溫措施，並要求生產廠家門窗加裝密封條，提高保溫效果；
- 餐廳定期清洗空調過濾隔塵網和室外機的散熱翅片，通風空調系統可節省電能消耗約9%；根據空調使用年限以及耗能情況評估，安排專業人員逐步將空調更換為變頻空調；
- 合理設計排水系統，同時採用新型設施，如節水龍頭、節水潔具等。

以綠色貫穿運營

- 節能設備更替**
- 積極採用節能燈具，在滿足照明質量的前提下，將燈具6W換成5W，照明節電率約16%，降低電能消耗；
 - 餐廳排煙系統使用油煙淨化器，降低對大氣環境的污染；
 - 逐步通過門店改造將電磁爐更換為節能型電磁爐。
- 物料節約**
- 全面停止使用一次性筷子，直接減少其他垃圾排放量共計約379.08噸；
 - 推行保溫箱、周轉箱使用，減少紙箱和聚氨酯泡沫箱的使用量；
 - 報告期內，公司主要包裝材料包括：紙箱、紙杯、塑料杯、蛇皮袋、打包袋、調料卷材、鍋底袋及複合袋。上述包裝材料消耗總量為5,757.77噸，每人民幣百萬元營業收入包裝材料耗用量為0.95噸。

• 綠色施工

- **嚴管工程施工**：在施工中減少建築垃圾，做好對各施工廠商的技術交底，實施現場監管，做好各道工序的驗收，做好建築材料的預算，減少由於過剩的建築材料轉化為建築垃圾概率。
- **優化施工工藝**：採用装配式代替現場製作，採用綠色建材等方式減少現場建築垃圾的產生。
- **傳播節能減排理念**：在進行施工技術交底的同時，項目工程師對施工人員進行節能降耗相關知識學習，並貫徹落實節能降耗的相關措施，在施工場地懸掛節能降耗宣傳標語。

案例：製冰機冷卻水回收利用

湊湊門店在運營過程中發現原先餐廳製冰機運轉時排出的水全部直排到了下水道，造成了水資源浪費。後經團隊人員創新研究，將製冰機的冷卻水輸送到了水景池重複再利用。

此方案既保證了製冰機正常運轉，又保證水景池水源自然流通，避免了因長時間水不流通而導致的有害物質增生，既乾淨又衛生。有效保障了顧客、員工的身心健康，滿足了顧客對優質就餐環境的需求，減少了內部維修設備故障頻率。

以綠色貫穿運營



圖：湊湊門店使用的製冰機



圖：湊湊門店水景池

案例：門店採用電熱油水分離器

由於火鍋餐廳運營特徵，廚餘回收殘渣和廢油相對其他餐飲業態形勢更為嚴峻，傳統的隔油池回收效率低，實際處理效果差，還會影響主路和支路下水道，引起堵塞，嚴重甚至要進行管道更換，影響營運的正常運行。同時，從環保角度出發，傳統隔油池處理後的污水可能會給市政污水處理帶來潛在風險。

鑒於以上情況，同時結合環保局關於使用電熱油水分離器的環保要求，湊湊各餐廳將逐步使用電熱油水分離器。電熱油水分離器帶加熱功能，能處理達到85%至95%的油水分離效果，遠超普通油水分離器及普通隔油池設備，為廚餘垃圾後續處置提供了更高效、環保的方式。截止報告期末，新店建設中已對現場排水進行了相關檢測。



4.2 排放物管理

根據國家相關法律政策及政府部門監督管理垃圾分類、運輸、消納的要求，同時提前適應2020年5月1日即將實行的《北京市生活垃圾管理條例》新要求，呷哺呷哺於報告期內修訂公司內部《餐廳垃圾管理制度》，營運檢核部在餐廳稽核過程中檢查是否按要求執行。指導餐廳將原有「餐廚垃圾」、「生活垃圾」、「其他垃圾」標識進行優化細分為「廚餘垃圾」、「可回收物」、「其他垃圾」、「有害垃圾」四種。



公司要求所有不同種類垃圾應交由有收集、運輸資質的單位負責清運處理，且每日產生、清運的垃圾需在《垃圾管理台賬》中登記、建檔備查。呷哺呷哺的無害廢棄物主要來源於餐廳前廳生活垃圾及後廚廚餘垃圾，報告期內，各地呷哺呷哺餐廳共產生前廳生活垃圾及後廚廚餘垃圾約3.78萬噸。

同時，呷哺呷哺積極管控一次性材料使用及污水排放，報告期內，公司全面停止使用一次性筷子，改為重複使用消毒筷子；建造完成污水處理站，開展水質檢測工作，有效解決生活污水、生產污水排放不合格問題，確保出水水質達到國家要求。

以綠色貫穿運營

4.3 傳播綠色理念

呷哺呷哺在注重自身節能減排的同時，積極向大眾宣傳低碳、環保、節約的生活理念，通過擺放「不剩飯、不剩菜」桌牌提醒顧客適量點餐、參與持續消費宣傳周綠色消費等活動，將低碳、環保、可持續發展理念傳遞給更多的人。

案例：呷哺呷哺積極響應「可持續消費宣傳周」倡議

2019年8月1日，由中國連鎖經營協會(CCFA)、世界自然基金會(中國)等共同主辦的「2019綠色可持續消費宣傳週」在北京正式啟動，本次活動邀請了來自政府、媒體、國際組織、學術機構、可持續標準制定方、非政府組織、企業及藝術家代表，聚焦「如何定義可持續消費」、「可持續消費與生物多樣性保護」以及「可持續消費與創新」等主題，開展了研討和交流與倡議。

呷哺呷哺積極參與並響應此次可持續消費宣傳週活動的倡議，設計了可持續消費週專版餐墊紙在餐廳使用。旨在向消費者宣傳可持續消費理念，與消費者共同倡議「厲行節儉杜絕浪費，追求綠色消費主張」。



圖：呷哺呷哺可持續消費宣傳標誌



圖：呷哺呷哺可持續消費宣傳餐墊紙

5 以關懷踐行責任



以關懷踐行責任

呷哺呷哺堅持以人為本的理念，切實維護員工的合法權益，關注員工職業發展，關心員工身心健康，努力實現企業與員工共同發展。同時，公司積極履行社會責任，投身社區公益；響應國家戰略，落實精準扶貧。

5.1 保障權益

公司嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中國人民共和國勞動合同法》等國家法律法規要求，制定完善的人力資源管理制度，建立健全薪酬福利體系，在員工招聘、解僱、工作時長、假期等方面充分保障員工權益，保障所有員工享有平等的就業機會，堅決杜絕任何性別、年齡等因素的歧視，打造平等、多元化的員工團隊。

• 公平合規招聘

呷哺呷哺視員工為公司的寶貴財富，重視員工的多元化構成，致力於為員工打造公平、公正的工作環境，建立和諧多元團隊。公司本著「打造人才梯隊，保障戰略性人才供給，傾向業務一線，縮減中後台招聘編製」的招聘理念及公平、公開、平等的用工原則，在招聘過程中堅決反對童工、強制勞動等行為，杜絕一切由於年齡、性別、文化等因素引起的不平等現象發生。

招聘政策

01

堅決反對童工、強制勞動，確保用工合法

公司通過E-HR系統禁止不符合國家規定用工年齡的員工的錄入，從源頭切斷了僱傭童工的可能性；同時公司會不定期對餐廳進行人事稽核，對用工風險的監控尤為嚴格和重視，並與績效掛鉤，截至目前並未出現強制勞務工和童工現象。

02

加強校企合作，強化和提升僱主品牌建設

2019年，與10所本科院校簽署了合作協議，同時在全國範圍內參與了100多所高校的校園雙選會與宣講會，為一線門店補充了大量所需人員。

03

堅定執行強化品牌營銷與業務拓展人才的引進

通過有效的宣傳與渠道建設，吸引與招募了一批優秀的營運人才，有效提升了一線營運人員的綜合素質，為公司業務持續發展提供了很好的保障。

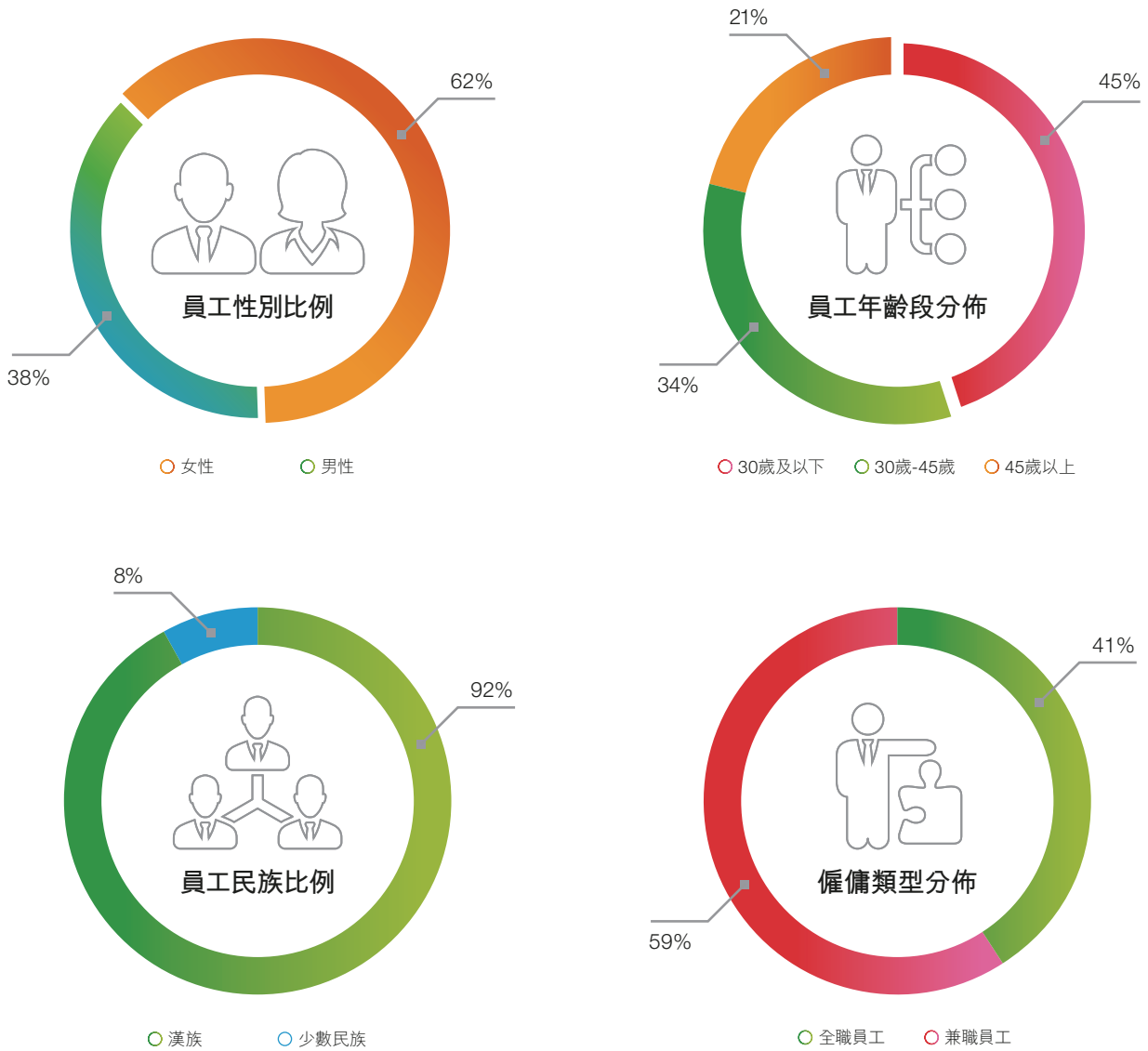
04

嚴格遵照招聘制度，確保招聘的公平性

推動人才輪崗制度、海外人才派遣與招募政策及統一的選撥標準的執行與落地。

以關懷踐行責任

報告期內呷哺呷哺堅持平等僱傭，不斷優化人員結構，截至報告期末，公司共有31,373名員工，員工分佈結構如下：



以關懷踐行責任

• 薪酬與福利

呷哺呷哺按照國家法律法規要求，堅持發展依賴員工，發展惠及員工的原則，合理規範員工薪酬、工作事件及各項福利政策，不斷優化薪酬體系，保障員工合法權益，提升員工工作效率，促進員工及公司的共同發展。

公司按照「效益優先，兼顧公平」的原則，建立了統一的薪酬體系，並在崗位價值和績效表現基礎上，依法確定企業內部工資分配製度和分配形式，合理拉開收入差距。既結合企業經濟效益的實際達成情況，提升在職員工薪酬水平，同時又依據員工定位和所從事崗位序列的不同，實行月度獎金、季度獎金、年度獎金。多種方式相結合，有效體現崗位、績效、能力三大薪酬要素，並做到了短期與長期激勵相結合，激發員工工作能動性的同時，同步增長企業效益，達到企業與員工雙贏。同時，實行人工預算管理，每年對員工的收入狀態進行分析，工資總額與企業效益聯動，並積極穩妥地開展增資工作，制定年度增資方案，調整薪資政策，提高員工薪酬福利待遇。

工時及假期	<ul style="list-style-type: none"> • 遵循《中華人民共和國勞動法》規定的工時規定； • 保障員工在國家法定節假日休息、婚假、喪假、探親假、產假、計劃生育假和帶薪年休假的權利。
五險一金	<ul style="list-style-type: none"> • 為員工提供養老、工傷、生育、失業、醫療五大社會保險及公積金； • 為餐廳職工辦理僱主責任險，全面覆蓋全國所有餐廳。
員工補助	<ul style="list-style-type: none"> • 為全體員工提供免費工作午餐或餐費補助； • 為特定需要的崗位員工提供交通、電話、出差等補助。

• 考核與晉陞

公司為員工提供公平、公正、公開的職業發展環境，重視員工考核和長期激勵，重視後備人才培養，為員工搭建職業發展通道。

為確保可持續為企業提供一線管理骨幹，公司每年校招管培生，建立了後備人才庫，實現後備人才梯隊培養，進行人才盤點；同時，在原有管理人員人才盤點的基礎上進一步增加了中層及一線人員，在識別人才、發展人才、保留人才方面有了更全面的發展。

公司建立了科學的人才考核體系，採用月度考核、季度考核、年度考核、專項考核等多種方式進行績效評估，並定期對員工績效目標完成情況進行跟蹤和分析。在員工考察評估中，公司在注重考核員工業務能力的同時，也重視員工的行為考量。公司每年對表現不合格員工予以免職，對表現優異、德才兼備的員工進行晉級提升。

5.2 營造幸福

呷哺呷哺注重安全經營，關注員工身心健康，從員工安全健康保障、平衡工作生活等層面實施多項措施，致力於為員工創造良好的工作和生活環境，打造健康向上、團結友善的工作氛圍。

關注安全健康

呷哺呷哺關注食堂食品安全及運營場地安全，努力打造安全、安心、舒適的辦公環境；關心員工身心健康，不斷增強團隊和員工家庭的和諧穩定，增加員工的幸福感。

員工食品安全

有效提升員工的食品安全意識，保證員工食堂供應員工餐的食品安全：

- 參照《中華人民共和國食品安全法》，嚴格控制食堂原材料品質，嚴把食品質量、衛生、出品環節，保障食品衛生安全；
- 品質管理部每月對員工共用餐具及出餐間器具進行塗抹檢驗，食堂負責人每天早班對食堂燃氣的閥門及主要鏈接部位進行塗抹檢驗，員工共用餐具及出餐間器具衛生情況全年檢驗合格率100%；
- 嚴格管理桶裝水及現燒開水，保障員工飲用水的安全性；
- 規範食堂員工日常食堂操作流程，增加員工配合默契度，提升工作效率。

公司不斷完善安全制度、加強安全檢查、落實安全培訓，充分做好安全風險防控、保障運營場所的安全及員工職業健康：

- 嚴格按照國家安全生產相關法律法規，制定相應安全生產規章制度，有效保障生產安全和環境達標；
- 與消防專業機構、環境監測技術服務專業機構簽訂消防維保合同、廢水廢氣檢測合同，完善安全質量體系及環境體系文件，保障公司安全生產的進行；
- 針對消防安全進行專項檢查，安排中控人員每天對消防水泵、消防栓等設備進行檢查和測試，並進行檢查登記，消防專員每周進行一次復檢，追蹤檢查。結果保證整檢查結果有效性；
- 每日對廠區進行安全巡視檢查，及時排除安全隱患確保廠區安全；
- 對進入廠區的訪客和出入車輛進行逐一登記，杜絕閒雜人等、車輛進入廠區，確保廠區安全；
- 組織消防安全培訓及演練提高員工消防安全意識、逃生的能力及應對突發事件的能力。

運營場地安全

定期安排員工體檢，不定期開展團建活動，不斷優化辦公環境，有效保證員工健康工作：

- 不定期更換辦公區域綠植，過節時增加節日氛圍佈置，讓員工在緊張忙碌的工作氛圍中保持身心舒暢；
- 班車每天接送員工上下班，全年安全行駛無交通事故及晚點現象，保障了員工上下班出行安全；
- 秋冬季組織全體員工進行廠區成熟果實的採摘，增加員工之間的溝通力及凝聚力；
- 開展公司食堂員工身體健康檢查，最大程度的保障公司全體員工免受惡性傳染疾病侵害；
- 為使員工工作更加舒適，行政後勤維修對相關空調設備、生活熱水設備、宿舍設施進行了一系列升級、維修和改造。

員工身心健康

以關懷踐行責任

案例：公司消防演練

2019年11月9日，公司開展了消防演練工作，旨在增強員工消防安全意識，提高應對突發事件的能力。

演練過程中，通訊組、疏散組、應急處置組、負責報告組、警戒組、救護保障組各司其職，各應急救援小組緊密有序配合，有效確保了消防演練工作的順利開展。消防演練提升了員工整體安全意識、消防常識以及緊急應對消防事故的能力。



• 平衡工作生活

呷哺呷哺秉承「以人為本」的基本用人理念，讓員工快樂工作，不斷增強員工幸福感指數，提升團隊凝聚力。公司傾心聆聽員工訴求、切實關懷員工的工作與生活、重視人文關懷，積極舉辦了多項活動增進員工間的溝通交流，進而營造良好的工作氛圍，平衡員工工作與生活。

- **注重員工溝通：**定期組織季度、月度員工溝通會，在會上對公司重要事項進行告知、聽取員工的建議與想法；
- **組織文體活動：**開展拔河比賽、員工採摘、員工團建活動，年度尾牙晚會，加強員工之間的瞭解，增強團隊的凝聚力，讓員工感受到公司的關愛，在繁忙的工作之外得到放鬆；
- **關愛女性員工：**在公司設立母嬰室，為上班族媽媽們提供便利；在女神節為女職工送上鮮花等節日禮物；
- **開展節日問候：**公司在傳統文化節日和適應時期組織各種活動，如：聖誕節期間，公司為員工準備願望卡及聖誕樹；元宵節時，組織猜燈謎與品嚐元宵活動；女神節時，公司高管為女職工送上鮮花等節日禮物，體現對女性職工的關懷等。

以關懷踐行責任



圖：公司及餐廳管理者走進餐廳給一線員工送節日祝福



圖：女神節慶祝活動



圖：員工生日會



圖：員工參加拔河比賽

以關懷踐行責任

5.3 助力成長

呷哺呷哺高度重視員工成長發展，通過制定員工培訓計劃、完善培訓體系、豐富培訓內容、明確考核要求、提供公平透明的晉陞渠道等措施，深度挖掘員工潛能，幫助員工成長，促進員工實現自我價值。

• 員工培訓

呷哺呷哺重視員工培訓，不斷完善公司培訓方式與培訓渠道，建立完善的培訓體系，促進員工不斷進步成長，實現企業與員工共同進步。



以關懷踐行責任

報告期內，呷哺呷哺與湊湊根據業務運營特點不同，針對性的開展員工培訓工作，不斷提升員工各項技能。

呷哺呷哺

- 統一全國營運標準，保證連鎖企業的一致性；
- 統一公司各職能部門對營運標準的出口，保證營運標準的唯一性和準確性；
- 持續優化更新餐廳管理課程體系，更好的幫助營運端做好人才培養；
- 開展各級別員工活動，提升員工企業凝聚力；
- 開展各級別員工競賽，以賽代練提升員工標準；
- 整理全新管理人員學習手冊和系統手冊，幫助餐廳管理人員學習；
- 建立線上課程學院，製作多媒體視頻課程，實現更直觀的視頻培訓。



湊湊

- **完成全系列課程設置、開發及推廣：**繼新人訓、訓練員、初中級管理課程後，新增餐廳經理高級課程、區域經理課程、設備維護保養系列課程及餐廳經理人特訓營、優質五常管理課程等16項課程，夯實餐廳營運管理基礎；
- **研發五常管理：**自主研發和推廣餐廳五常管理，從培訓推廣到稽核輔導，全方位幫助餐廳提升五常管理水平；
- **完善管理手冊：**完成餐廳食品安全手冊、五常管理手冊、設備維護保養手冊、危機管理手冊等，為營運部門的夥伴提供整套系統化的培訓模式。

2019年公司開始正式使用「呷哺大學堂」線上培訓平台，報告期內線上培訓開展2,171人次，培訓員工總時數為2,452小時。另一方面，報告期內公司員工線下培訓開展情況如下：

維度	線下培訓			
	專業類	管理類	新員工	總計
培訓員工總場次(場)	73	59	715	847
培訓員工總人次(人次)	1,315	1,704	1,157	4,176
培訓員工總時數(小時)	4,182	4,529	3,457	12,168

註：由於呷哺呷哺及湊湊品牌的運營不斷擴張，人員招聘擴張以及人員發展需求提升，故培訓數據整體與以往年度相比有所增長。同時，由於新員工培訓已由定期開展模式變為定期開展與「隨入職隨培訓」結合的模式，故新員工培訓類數據有顯著增長。

以關懷踐行責任

案例：項目管理實踐培訓

公司資訊技術部及工程部業務多以階段性項目為主，部門人員對於項目管理相關專業知識有較為強烈的需求，針對此類需求，結合公司實際業務需求，2019年一季度為資訊技術部、工程部進行了項目管理專項培訓。

通過項目管理專業知識學習，員工將知識和方法運用到實際工作所管理的項目中，使公司內的項目管理接近統一化，利於項目順利進行。此次培訓還激發了部分學員的進一步研修興趣，公司也為他們提供了項目管理實踐(PMP)學習報考通道，一年內5人報考，其中3人通過PMP考試，獲得證書。



案例：第二屆花樣湊湊崗位技能競賽

秉承公司對品牌發展的定位及目前營運工作「創新、人才培養及系統性建設」的原則，2019年6月-10月，公司舉辦第二屆花樣湊湊崗位技能競賽。



圖：花樣湊湊活動 - 總決賽裁判群



圖：花樣湊湊活動 - 選手風采



圖：菁英餐廳經理人特訓營



圖：第一期區域經理課程

以關懷踐行責任

5.4 回饋社會

企業的發展離不開社會的支持，呷哺呷哺追求企業與社會的共生共榮，和諧發展。呷哺呷哺堅信社區的良好發展，會再次反饋給企業更優良的發展空間，繼而形成一種健康的循環。多年來呷哺呷哺攜手學校、公益組織、社區等合作夥伴，堅持不懈地參與助學、扶貧、急難救助、環境保護等公益事業。

案例：以愛之名，築夢未來 - 呷哺呷哺六一愛心之旅

2019年5月31日，呷哺呷哺集團工會聯合北京市大興區黃村鎮總工會，為大興區黃村鎮三所幼兒園的孩子們送上六一節日禮物 - 共計約1,700個愛心小書包。呷哺呷哺員工在給孩子們分發禮物的同時與他們進行有趣的遊戲互動，為期三天的活動充滿了歡聲笑語，小小的書包裡承載了呷哺呷哺集團對孩子們深切的關愛和美好的祝福，也裝下了孩子們對知識的渴望和對未來的憧憬。



正如董事長賀光啓先生所表示的：「公司每年都會率先積極投身有益的社會活動，回饋社會，踐行企業的社會責任。」呷哺呷哺作為餐飲行業的領先品牌，多年來一直積極主動的利用自身優勢盡企業所能回饋社會。

案例：「見證幸福，杞能沒你」呷哺呷哺參與中國綠化基金會生態扶貧項目地探訪

作為餐飲行業領先企業的呷哺呷哺，致力於在為消費者提供高品質美味食材的同時，更將社會責任視為己任，積極投身於各類社會公益活動，以實際行動踐行企業社會責任。

2019年7月13日，中國綠化基金會2019年「幸福家園—西部綠化行動」生態扶貧(寧夏中寧)項目地採摘及探訪活動在寧夏中寧展開，來自全國各地的公益體驗官，以及中國綠化基金會項目負責人、項目地政府部門領導、枸杞種植農戶等一起在探訪交流中聚焦生態扶貧，見證生態保護與扶貧開發相結合的公益探索新模式。

呷哺呷哺這次探訪活動既是對項目實施情況的調研，也是對枸杞產業延伸深入瞭解。活動現場，呷哺呷哺與各位公益體驗官代表，一起探訪了2019年4月落種的呷哺呷哺愛心林，並參與枸杞採摘體驗，深入枸杞加工車間瞭解枸杞生產流程；調研中寧枸杞大數據平台，瞭解枸杞產品質量追溯項目實施情況。

公益體驗官、呷哺呷哺集團董事長特別助理張艷梅女士表示，通過全天的探訪，更深入瞭解到了枸杞的產業發展情況，讓我們看到了社會各界人士在枸杞產業推動上所付出的努力。在公益的道路上，呷哺呷哺一直在踐行和努力，也將積極與中國綠化基金會等機構聯動，通過公益的多元方式參與生態扶貧。



呷哺呷哺公益體驗官在捐贈枸杞樹苗現場



「幸福家園—西部綠化行動」生態扶貧(寧夏中寧)

未來展望

2020年，受到新型冠狀病毒(COVID-19)的影響，餐飲行業增速放緩，危中有機，連鎖餐飲行業定將遭遇洗牌局面。呷哺呷哺將通過「穩運營、行關愛」實現企業對各利益相關方及社會的責任承諾。

在「穩運營」層面，呷哺呷哺將繼續以質量為基礎，以創新為引領，以顧客的核心利益為第一考慮，秉承「永不滿足，持續改進，敢為人先」的企業精神，不斷追求卓越質量，為消費者提供高質量的食物。同時，積極配合運營地餐飲門店停止營業的要求，靈活機動應對疫情導致的運營限制，一方面挖掘多級外賣渠道，利用服務模式多元優勢，運用「呷哺呷哺外送」及「呷煮呷燙」提供外賣服務；另一方面增加火鍋優質食材等產品，通過微信小程序、直播平台、社群等形式進行銷售，在減少損失和浪費中尋找業務新的增長點，同時也推動了便民服務，助力抗擊疫情。疫情過後，呷哺呷哺線下門店將逐步恢復正常運營狀態，業務發展將回歸正軌。

在「行關愛」層面，呷哺呷哺將一如既往的履行企業社會責任。在產品責任方面，聚焦食品安全，堅守品質防線，持續為顧客提供安全、安心的產品，提振消費者信心。在環境責任層面，將積極踐行環保責任，推動綠色、可持續消費，在自身層面推進低碳運營發展，同時向消費者倡導低碳綠色生活方式。在員工責任層面，堅持以人為本，保障員工基本權益，杜絕歧視，倡導多元化僱傭；關注員工健康與安全，提升員工幸福感；繼續推進員工發展與培訓，實現人企共進。同時，投身公益慈善，提升社會福祉是我們不變的初心。我們將發揮企業自身優勢，從抗擊疫情、社區便民服務、公益慈善捐助、助力脫貧、志願者活動參與等多層面回饋社會，為運營地社區奉獻愛心，切實履行企業社會公民的責任。

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
A1 排放物	<p>一般披露</p> <p>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：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p> <p>註：廢氣排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受國家法律及規例規管的污染物。</p> <p>溫室氣體包括二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、氫氟碳化合物、全氟化碳及六氟化硫。</p> <p>有害廢棄物指國家規例所界定者。</p>	披露	P31, P35-P36
A1 排放物	A1.1 排放物種類及相關排放數據。	披露	P31-P32, P35
A1 排放物	A1.2 溫室氣體總排放量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	披露	P31
A1 排放物	A1.3 所產生有害廢棄物總量(以重量或體積計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算、每位正式僱員)。	不適用	—
A1 排放物	A1.4 所產生無害廢棄物總量(以重量或體積計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算、每位正式僱員)。	披露	P35
A1 排放物	A1.5 描述減低排放量的措施及所得成果。	披露	P35-P36
A1 排放物	A1.6 描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果。	披露	P35-P36

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
A2 資源使用	<p>一般披露</p> <p>有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。</p> <p>註：資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。</p>	披露	P31-P34
A2 資源使用	A2.1 按類型劃分的直接及／或間接能源(如電、氣或油)總耗量(以每千秒千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	披露	P31
A2 資源使用	A2.2 總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	披露	P31
A2 資源使用	A2.3 描述能源使用效益計劃及所得成果。	披露	P31-P34
A2 資源使用	A2.4 描述求取使用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計劃的成果。	披露	P32-P34
A2 資源使用	A2.5 製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位估量。	披露	P33
A3 環境及天然資源	<p>一般披露</p> <p>減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。</p>	披露	P36
A3 環境及天然資源	A3.1 描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	披露	P36

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
B1 僱傭	<p>一般披露</p> <p>有關薪酬及解僱、招聘及晉陞、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：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	披露	P38, P40
B1 僱傭	B1.1 按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	披露	P39
B1 僱傭	B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	計劃於未來披露	—
B2 健康與安全	<p>一般披露</p> <p>有關提供安全工作環境及保護僱員避免職業性危害的：</p> <p>(a) 政策，及；</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	披露	P41-P43
B2 健康與安全	B2.1 因工作關係死亡的人數及比率。	計劃於未來披露	—
B2 健康與安全	B2.2 因工傷損失工作日數。	計劃於未來披露	—
B2 健康與安全	B2.3 描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	披露	P41-P43

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
B3 發展及培訓	<p>一般披露</p> <p>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。</p> <p>註：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。</p>	披露	P44-P47
B3 發展及培訓	B3.1 按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層等)劃分的受訓僱員百分比。	計劃於未來披露	—
B3 發展及培訓	B3.2 按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	披露	P45
B4 勞工準則	<p>一般披露</p> <p>有關防止童工或強制勞工的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	披露	P38
B4 勞工準則	B4.1 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	披露	P38
B4 勞工準則	B4.2 描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	披露	P38
B5 供應鏈管理	<p>一般披露</p> <p>管理供應鏈的環境及社會風險政策。</p>	披露	P22-P23
B5 供應鏈管理	<p>供應鏈管理</p> <p>B5.1 按地區劃分的供應商數目。</p>	計劃於未來披露	—

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
B5 供應鏈管理	B5.2 描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及有關慣例的執行及監察方法	披露	P22-P23
B6 產品責任	<p>一般披露</p> <p>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：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	披露	P24-P29
B6 產品責任	B6.1 已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	不適用	—
B6 產品責任	B6.2 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	部分披露	P28
B6 產品責任	B6.3 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	計劃於未來披露	—
B6 產品責任	B6.4 描述質量檢定過程及產品回收程序。	披露	P24
B6 產品責任	B6.5 描述消費資料保障及隱私政策，以及相關執行及監察方法。	披露	P29
B7 反貪污	<p>一般披露</p> <p>有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	披露	P17-P18

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
B7 反貪污	B7.1 於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	披露	P18
B7 反貪污	B7.2 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法	披露	P17-P18
B8 社區投資	一般披露 有關以社區參與來瞭解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	披露	P48-P49
B8 社區投資	B8.1 專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	披露	P48-P49
B8 社區投資	B8.2 在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	披露	P48-P49

GRI STANDARDS 指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
102-1	組織名稱	披露	P14
102-2	活動、品牌、產品和服務	披露	P14
102-3	總部位置	披露	P14
102-4	經營位置	披露	P14
102-5	所有權與法律形式	披露	P14
102-6	服務的市場	披露	P3, P14
102-7	組織規模	披露	P3, P14
102-8	關於員工和其他工作者的信息	披露	P3-P4, P39
102-9	供應鏈	披露	P22-P23
102-10	組織及其供應鏈的重大變化	披露	P9-P12
102-13	協會成員資格	披露	P15
102-14	高級決策者的聲明	披露	P3-P4
102-15	關鍵影響、風險和機遇	披露	P3-P4
102-16	價值觀、原則、標準和行為規範	披露	P3-P4
102-20	行政管理層對於經濟、環境和社會議題的責任	披露	P5-P8
102-21	就經濟、環境和社會議題與利益相關方進行的磋商	披露	P5-P8
102-29	經濟、環境和社會影響的識別和管理	披露	P8
102-30	風險管理流程的效果	披露	P17
102-31	經濟、環境和社會議題的評審	披露	P8
102-32	最高管治機構在可持續發展報告方面的作用	披露	P5
102-40	利益相關方群體列表	披露	P6-P7
102-43	利益相關方參與方針	披露	P6-P7
102-44	提出的重要議題和關切問題	披露	P8
102-46	界定報告內容和議題邊界	披露	Piii
102-47	實質性議題列表	披露	P8
102-49	報告變化	披露	Piii
102-50	報告期	披露	Piii

GRI STANDARDS 指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
102-51	最近報告的日期	披露	Piii
102-52	報告週期	披露	Piii
102-53	可回答報告相關的問題的聯繫人信息	披露	P59
102-55	GRI內容索引	披露	P57-P58
201-1	直接產生和分配的經濟價值	披露	P18
205-2	反腐敗政策和程序的傳達及培訓	披露	P18
301-1	所用物料的重量或體積	披露	P33
302-1	組織內部的能源消耗量	披露	P31
302-3	能源強度	披露	P31
302-4	減少能源消耗量	部分披露	P33-P34
302-5	降低產品和服務的能源需求	披露	P32-P34
305-1	直接(範疇1)溫室氣體排放	披露	P31
305-2	能源間接(範疇2)溫室氣體排放	披露	P31
305-4	溫室氣體排放強度	披露	P31
306-1	按水質及排放目的地分類的排水總量	披露	P31
306-2	按類別及處理方法分類的廢棄物總量	披露	P35
307-1	違反環境法律法規	披露	P31
401-2	提供給全職員工(不包括臨時或兼職員工)的福利	披露	P40, P42-P43
401-3	育兒假	披露	P40
404-2	員工技能提升方案和過渡協助方案	披露	P44-P47
414-2	供應鏈對社會的負面影響以及採取的行動	披露	P22-P23
416-1	對產品和服務類別的健康與安全影響的評估	披露	P24-P25



讀者反饋表

感謝您閱讀《呷哺呷哺2019年環境、社會及管治報告》。為了向您及其他利益相關方提供更有價值的信息，促進本公司提升履行企業環境、社會及管治的能力和水平，我們衷心的歡迎您能夠對報告提出真知灼見，並通過以下方式反饋給我們：

地址：香港灣仔軒尼詩道303號協成行灣仔中心12樓1201室

電話：(852) 2952 3566

電郵：Godfrey@xiabu.com

1、您屬於以下哪類利益相關方？_____

A 政府 B 監管機構 C 股東 D 客戶 E 員工 F 供應商和合作夥伴 G 社區 H 公眾與媒體

2、您認為本報告是否完整覆蓋了您對本公司的期望？_____

A 是 B 否，您認為您還有哪些期望在本報告中沒有反映？

3、您認為本公司是否很好地回應了您的期望？_____

A 是 B 否，您認為您的哪些期望沒有得到很好地回應？

4、您認為本報告的內容安排和版式設計是否方便閱讀？_____

A 好 B 較好 C 一般 D 差

5、您對本公司社會責任工作和本報告還有哪些意見和建議？

再次感謝您的參與！