



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

2020 環境、社會及管治報告



報告說明

時間範圍

2020年1月1日—2020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《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/>)及香港聯合交易所有限公司網站(<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	3	3. 綠色運營－低碳源自行動	43
ESG管理	5	3.1 優化資源使用	44
ESG管理機制	5	3.2 排放物管理	47
利益相關方溝通	6	4. 不忘初心－共榮源自擔當	50
實質性議題分析	7	4.1 保障員工權益	51
專題：齊心戰「疫」，共享呷哺味	9	4.2 提升員工幸福感	54
落實防控，守護健康	9	4.3 助力員工成長	58
可靠採購，穩定供應	14	4.4 感恩回饋社會	62
支援社區，守望相助	19	展望	64
1. 關於我們	22	支持聯合國可持續發展目標	65
1.1 公司簡介	23	ESG指標索引	67
1.2 合規經營	25	GRI Standards指標索引	73
1.3 業績回顧	28	讀者反饋表	75
1.4 獎項與榮譽	28		
1.5 引領行業發展	29		
1.6 擴大品牌影響力	30		
2. 「自橙一派」－品質源自堅持	32		
2.1 匯集優質食材	33		
2.2 締造獨特美味	37		
2.3 愉悅用餐體驗	41		



賀光啓先生
董事長



董事長致辭

2020年，突如其來的新型冠狀病毒肺炎疫情對社會經濟造成衝擊，餐飲行業面臨重大挑戰，餐飲企業堂食被迫按下「暫停鍵」。面對疫情，呷哺呷哺展示了自身臨危不亂、隨機應變的企業韌性。我們在積極響應疫情防控政策、做好防護措施、保障顧客和員工健康安全的同時，時刻保持敏銳的行業洞察意識。疫情之下，是對我們日常生產運營機制的新考驗，更是以外送服務為代表的「隔離經濟」加速發展的新機遇。在餐飲行業機遇與挑戰並存的市場環境中，我們始終堅守「讓更多的人享受健康、營養、美味與時尚」的使命，堅信「品質源自堅持，陪伴初心不變」的成功法則，致力於為顧客提供營養美味的產品、典雅愉悅的環境以及賓至如歸的用餐體驗，堅持綠色運營，推動行業發展，踐行員工關愛，投身社會公益，推動實現經濟、社會、環境可持續發展，保持穩健發展速度，永無止境追求卓越，最終成長為「遍佈中國、走向世界的民族餐飲領導者」。

截至2020年底，本集團於中國24個省份及自治區的130個城市以及3個直轄市（北京、天津及上海）擁有及經營1,061間呷哺呷哺餐廳；本集團亦於中國18個省份的30個城市、3個直轄市（北京、天津及上海）以及中國香港擁有及經營140間湊湊餐廳。2020年，我們抓住機遇，迎接挑戰，在疫情爆發的情況下，呷哺呷哺門店及湊湊門店仍實現逆勢增長，新開張91間呷哺呷哺餐廳及38間湊湊餐廳，同時湊湊也迎來了與世界優質樂園品牌迪士尼的合作，成為了第一家開進迪士尼的火鍋品牌。截至報告期末，呷哺呷哺收入仍達到人民幣5,455百萬元。



董事長致辭

協力攻堅疫情，洞察行業機遇。面對疫情帶來的影響，我們第一時間依據國家頒布的疫情防控政策切實制定多項防疫舉措，溯源採購，保質保量確保穩定供應，守護員工和顧客的健康安全。為發揮餐飲抗疫功能，讓抗擊疫情的一線人員安心作戰，呷哺呷哺積極捐款、捐物、配送愛心餐，用實際行動貢獻企業力量，展現當代餐飲人的責任與擔當。同時，我們敏銳洞察到以外送服務為代表的「隔離經濟」時代已經到來，呷哺呷哺提供的品質外送服務，不僅能夠充分保證隔離政策，而且能夠廣泛拓展銷售空間，使公司在疫情之下實現了逆勢發展。

品質源自堅持，陪伴初心不變。呷哺呷哺對食品的情懷始終不變，用嚴苛標準與不懈追求保障食材品質、締造獨特美味、昇華用餐體驗。我們始終嚴選優質供應商，堅持執行從農場到餐桌環環把控的「農餐對接」工程，致力於從源頭把控產品質量。同時以食品安全國家標準、呷哺呷哺產品質量標準監管食品加工過程，依托TMS系統實現全國範圍內的直營配送，成功打造引領行業升級的「呷哺品質」。呷哺呷哺在秉持創業初心的同時，積極探索創新，報告期內，我們對品牌進行升級優化，更加聚焦於年輕消費客群，更新了以陽光橙為主色調的品牌Logo、推出LIGHT-POT新店型，並通過電商平台直播帶貨、各類主題店開幕、與年輕化手遊品牌合作、交換娛樂資源等方式，擴大品牌影響力與知名度，傳播品牌年輕化理念。

低碳源自行動，建設生態文明。呷哺呷哺積極落實綠色發展理念，開展節能制度與節能設備的持續更新升級。我們以雲端結構化管理取代人工紙質化管理，在門店裝修時優選綠色材料，嚴格執行垃圾分類，逐步替換塑料製品，力行開源節流，持續加強減排管理，堅持走環保、生態、效益相結合的發展之路。

貫徹「以人為本」，營養普惠萬家。我們深諳員工是企業寶貴的財富，一直以來都充分保障員工的基本權益和身心健康，積極推行民主管理，設置完備的招聘、培訓、晉陞機制，助力員工成長發展，實現自我價值。同時開展形式多樣的員工活動，踐行企業人文關懷，打造和諧團結、互愛互助的團隊氛圍。作為社會公民，我們飲水思源，除了給予企業內部員工關懷，亦踴躍參與社會公益活動，響應國家戰略號召，實現精準扶貧、生態扶貧。而在2020這個特殊的年份，我們投身抗擊疫情的系列愛心活動，惠及真正有需要的人群，持續推動公司與社會共同發展。

回望2020年，呷哺呷哺與社會各界共克時艱、勇戰疫情，在疫情之下大膽尋求突破，升級品牌形象，但品質堅守初心不變。在今後的發展進程中，呷哺呷哺將繼續踐行企業社會責任，危難之時勇擔重任，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。

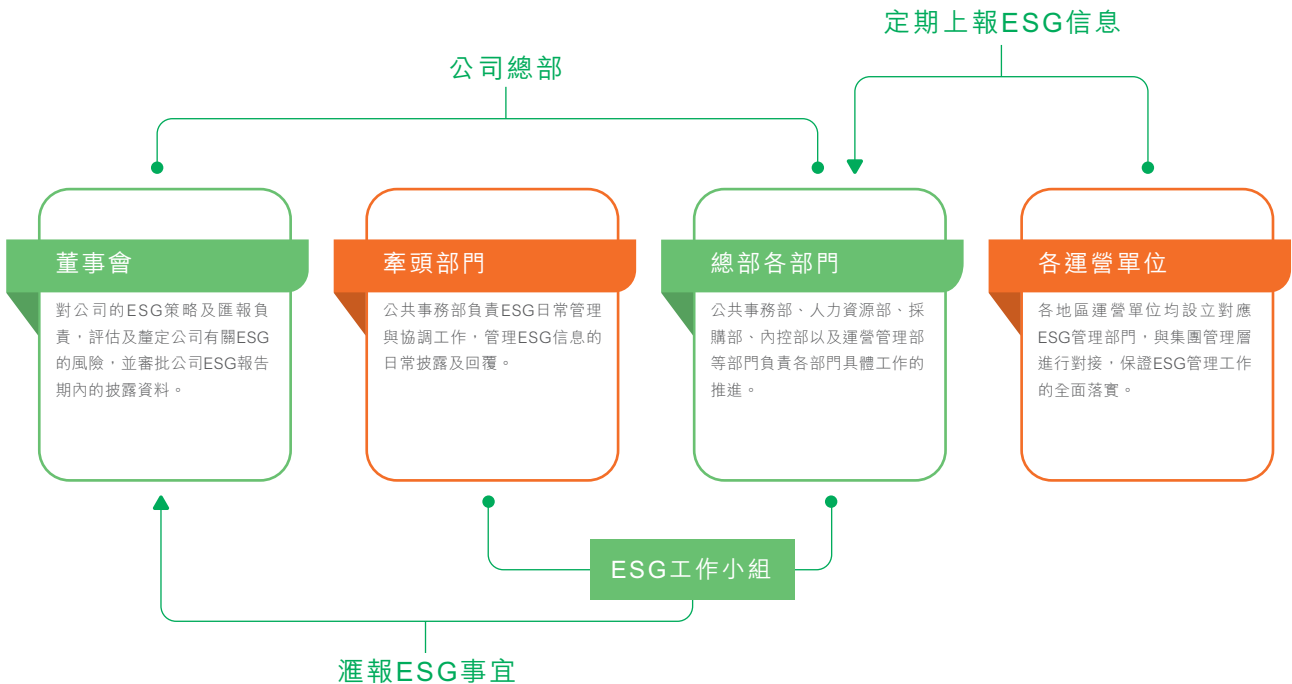
ESG管理

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。我們了解公司內部訴求並將其作為實質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。

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，並設立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，形成整體聯動協同的完善體系。



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 	<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 • 加強企業風險管理 • 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 • 客戶滿意度調查 	<ul style="list-style-type: none"> • 食品安全 • 高效優質的服務 • 營養健康多樣的產品選擇 • 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 • 提升就餐環境 • 保障消費者權益
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 • 廚餘垃圾產生量 • 能源使用量 • 節約資源 • 堅持綠色可持續發展道路 	<ul style="list-style-type: none"> • 堅持推進餐廳環保低碳 • 餐廚垃圾嚴格管理 • 堅持倡導綠色辦公

ESG管理

利益相關方	溝通方式	期望與訴求	我們的回應
員工	<ul style="list-style-type: none"> 培訓交流 績效管理機制 	<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 通暢職業發展渠道 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"> 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 堅持綠色運營 	<ul style="list-style-type: none"> 開設社區餐廳 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《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄27《環境、社會及管治(ESG)報告指引》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社會、環境及管治議題評估分析，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。

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、專家在內的利益相關方發放了問卷，並得到了382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，與董事會、公司高管等管理人員溝通調查的結果則作為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。

ESG管理



專題：齊心戰「疫」，共享呷哺味

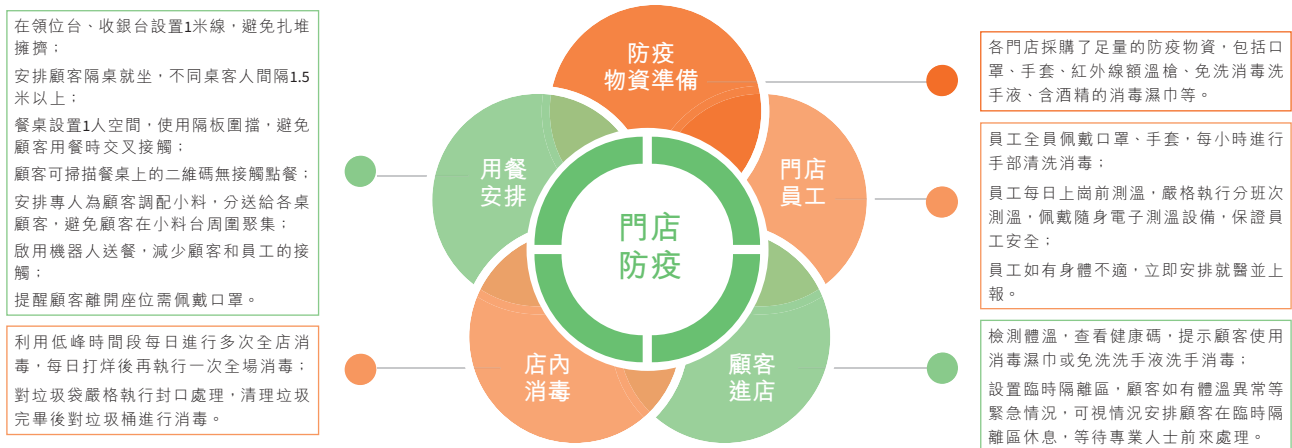
2020年，新型冠狀病毒肺炎疫情突如其來，面對疫情所帶來的衝擊，呷哺呷哺沉著應對。我們制定了周密的疫情防控方案，覆蓋門店、外送、辦公場所、員工宿舍，全力守護員工和顧客的健康；同時，我們加強了對供應鏈的管控，確保食材品質可靠且供應穩定。疫情期間，在保證疫情期間自身穩定運營的前提下，呷哺呷哺積極捐款捐物、提供餐食保障、參與志願服務，通過各種形式支持、支援社區和一線工作者，展現了呷哺呷哺作為餐飲企業的韌性、責任與擔當。

落實防控，守護健康

十七年前的「非典」經歷，讓呷哺呷哺對公共衛生事件極為敏感，也讓呷哺呷哺在應對此類突發事件時極具敏銳度。2020年1月17日，呷哺呷哺成立了應對湖北武漢地區疫情領導小組，在當時物資相對充裕的情況下，提前採購了消毒防護用品，快速指揮完成了湖北地區所有門店的防疫準備工作。1月19日，綜合疫情發展態勢，呷哺呷哺成立了集團最高疫情防疫指揮領導小組，統籌部署集團內部的各項防疫工作。

保障顧客健康

一直以來，呷哺呷哺主打「一人一鍋」的分餐制，為顧客提供「貼心不貼身」的服務。在疫情期間，由於高度契合了防疫需求，呷哺呷哺更加衛生、更少接觸的分餐制及服務特色得以凸顯。疫情期間為了進一步保障顧客的健康，我們採取了多項措施對服務進行了升級。



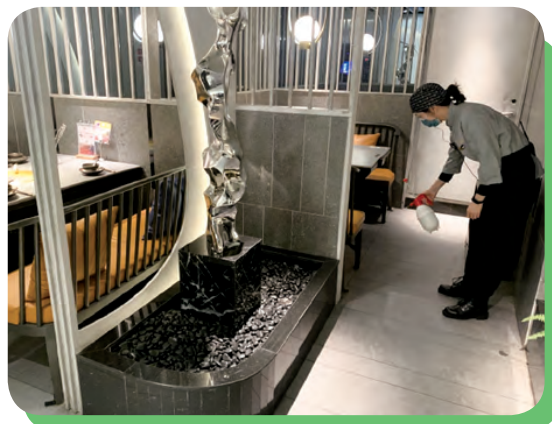
專題：齊心戰「疫」，共享呷哺味



呷哺呷哺將疫情期間的安全服務承諾印製在門店使用的餐墊上



門店員工為進店顧客測量體溫



門店員工利用低峰時段進行店內消毒

針對疫情期間的特殊情況，呷哺外送於2020年2月份推出「無接觸配送」，並迅速實現全國覆蓋。呷哺外送履行「七大安全服務承諾」，即：全員佩戴口罩，每日2次測溫；後廚區早晚2次消毒；食材原產地供應；每一鍋都是獨立煮制（呷煮呷燙）；外送員進店手腳及送餐箱消毒；外送餐品密封派送；配送員與顧客約定交餐方式，保持安全距離。讓顧客享用到更安心、衛生的餐品。

專題：齊心戰「疫」，共享呷哺味



呷哺呷哺外送七大安全服務承諾



湊湊外賣餐點附有「外賣安心卡」

湊湊餐廳也在疫情期間開通了外賣服務。為了讓顧客吃得放心，要求外送員進店取餐前首先要經過體溫測量和手部消毒，並附上「外賣安心卡」，標註餐飲製作人、配餐員和外送員的姓名和體溫測量結果，全程安全可追溯。

專題：齊心戰「疫」，共享呷哺味

守護員工健康

辦公區域

- 通過內部的健康上報系統每日一次收集員工的實時健康狀況、核酸檢測結果、密切接觸史以及中、高風險地區旅居史等，為公司的疫情防控響應機制提供及時、準確的信息基礎；
- 要求員工乘坐班車須佩戴口罩，並接受體溫檢測，班車負責人每日對班車進行消毒；
- 進入辦公區域前須測溫登記，體溫高於37.2℃的人員不得進入辦公區域；
- 為員工發放口罩，並設置專門的防護用品棄置處，對棄置處進行消毒；
- 每日對中央空調進行消毒作業。對辦公區內高傳播風險的區域/設施進行重點消毒，如人員車輛出入口、洗手間、門把手、公用物品等；
- 積極開展防疫宣傳，普及防疫知識。

公司食堂

- 員工在接受體溫檢測和個人信息登記後方可進入食堂，在食堂內排隊須間隔1米；
- 控制用餐人數，座位朝向一側，每人一桌；
- 餐具嚴格消毒，提倡自帶餐具。

員工宿舍

- 每日對員工宿舍進行消毒；
- 安排外地返程的住宿人員進行為期14天的隔離觀察，期間每日進行體溫檢測；
- 在員工宿舍內規劃隔離區域，住宿員工如有身體不適，可視情況安排臨時隔離，降低聚集性傳播的風險。

專題：齊心戰「疫」，共享呷哺味



呷哺呷哺為員工製作的疫情宣傳海報



食堂座位朝向一側，一人一桌



辦公區中央空調日常消毒

專題：齊心戰「疫」，共享呷哺味

可靠採購，穩定供應

呷哺呷哺從衛生檢疫、供應途徑等方面入手，對食材供應嚴格把關，嚴防供應鏈疫情輸入，保障食品安全。同時緊跟疫情進展及防疫政策變化，靈活應對疫情期間供應鏈的突發事件，確保供應不中斷。疫情期間，呷哺呷哺供應鏈高效運轉，不僅滿足了自身的運營需求，還兼顧提供便民服務，保障民生所需。

• 保證產品質量

➤ 冷鏈產品全程可追溯

呷哺呷哺採購的進口冷凍產品信息均已上傳至追溯平台，產品外包裝上附有平台生成的電子追溯碼，只要掃碼即可查閱冷鏈產品的規格、批次、產地、檢驗檢疫、核酸檢測、消毒證明等追溯信息。

➤ 研判供應鏈疫情風險

面對進口冷鏈食品的疫情輸入風險，呷哺呷哺密切關注全球疫情發展，避免從疫情嚴重的國家進口產品，並從疫情防控能力的角度對海外供應商進行評估，選擇與有疫情防控能力的大公司合作，嚴防供應鏈疫情輸入。

呷哺呷哺持續追蹤業內信息，緩解疫情造成的食材風險。例如，呷哺呷哺得知合作的厄瓜多爾白蝦供應商不同批次的產品外包裝可能存在疫情風險後，第一時間轉換了供應商，規避了供應鏈風險。報告期內，未出現進口產品或包裝核酸檢測陽性的情況。

➤ 食材全鏈條管理

疫情期間，呷哺呷哺為保證冷鏈食材的品質，針對疫情制定了《進口冷鏈食品新冠防控應急管理制度》並嚴格遵循。通過統籌規劃和供應鏈上各方聯動協調，嚴格落實各地的進口冷鏈監管政策，在供應商-質檢-物流-餐廳各關鍵節點均設有各項防控措施，優化食材供應鏈全鏈條管理。

專題：齊心戰「疫」，共享呷哺味

供應商

- 要求供應商嚴格落實疫情防控要求，按照批次／品名，對產品進行雙核酸檢測；
- 供應商須簽署「食品安全承諾書」，保證採購渠道合規合法。

質檢

- 設專人嚴格按照到貨驗收標準對進口冷鏈食品進行查驗，只有出入境檢驗檢疫證明、核酸檢測證明、消毒證明三證合格的原料才可進入公司的物流倉儲庫。

物流儲運

- 發放防疫用品，包括口罩、手套、體溫計、消毒液等，並監督員工規範佩戴防護用具；每日檢測員工體溫並進行登記，員工如有身體不適須立即上報；
- 對所有自有、三方倉庫的月台、設備、外圍等位置以及所有運輸車輛的外表面、車輪、駕駛室、車廂內壁、地板等部位進行每日消毒；
- 為出庫、卸貨環節設置清晰的防疫操作流程，要求員工規範出車、妥善交接。

餐廳

- 嚴格按照國家餐飲疫情防控指南的要求規範操作；
- 如需緊急替換進口物料，可根據公司內部的相應指引進行操作。



消毒倉庫設備



消毒產品運輸車輛車廂內部

專題：齊心戰「疫」，共享呷哺味

• 保證穩定供應

2020年，疫情造成的市場停滯給呷哺呷哺的經營帶來了巨大挑戰。面臨困境，呷哺呷哺依然選擇恪守誠信經營的理念，在遵循防疫要求的同時，堅持供應不漲價。疫情期間，市面缺貨，餐廳用量不穩定，全球疫情蔓延使得跨境採購亦受到疫情傳播風險的影響。在此背景下，如何保證食材的穩定供應成為了難題。呷哺呷哺採取了靈活的應對方式，密切關注各營業部門的食材使用量以及各地的疫情管控要求，通過隨時調整備貨數量、配送方案、選取替代／候補供應商、替代／候補產品等方式，避免了斷貨和庫存積壓的情況出現。

在保證自身經營需求的同時，呷哺呷哺也關注疫情期間的民生保障。疫情最緊張的時期，呷哺呷哺配合國家疫情防控政策，及時關閉了大部分門店。但為了照顧醫院和居民區在特殊時期的用餐需要，其週邊的門店仍支持外賣業務。儘管單店不足以覆蓋店端運營成本，呷哺呷哺超越經營考量，保證餐廳在困難時期為一線工作者和社區居民亮一盞燈，為抗擊疫情貢獻企業的力量。

受疫情影響，為了方便居民採購生鮮食品，呷哺呷哺在北京地區的總部及部分餐廳向市民開放銷售公司採購的各種食材，包括肉類、海鮮、主食、調味品等。疫情期間，呷哺外送開放了線上生鮮銷售渠道，通過美團、餓了麼、外送小程序等平台將惠民生鮮送到家。

專題：齊心戰「疫」，共享呷哺味



週邊市民前來購買呷哺呷哺採購的各類食材



呷哺外送上線惠民菜

在全國上下團結一心抗擊疫情之時，呷哺呷哺主動參與市場監管總局發起的「三保行動」。同時，在2020年3月復工復產之際推出「一人食 食滿分」的低價優質套餐，以價格不漲、質量不降、供應不斷的實際行動回饋消費者，為抗擊疫情做出貢獻。

案例：呷哺呷哺積極參與「三保行動」

2020年疫情發生以來，呷哺呷哺根據防控需要採取了關閉餐廳、開放外賣、加強防疫投入等多項措施，同時，由於疫情帶來的市場停滯，經營也承受著巨大挑戰。儘管面對多重困境，企業依然選擇克服困難，恪守企業誠信經營的理念，主動積極回應市場監管總局倡議，參與「三保行動」，即「保價格、保質量、保供應」。疫情期間不漲價、遵循防疫要求，嚴守出餐品質，很好地穩定了市場價格，保障了民生所需。

專題：齊心戰「疫」，共享呷哺味

呷哺呷哺通過加強行業自律，根據市場需求，加快恢復產能，保證產品質量，提升服務水平，確保安全防護，保持價格穩定，豐富市場供給，堅持誠信經營，承擔社會責任，展示企業在疫情期間的韌性與擔當。



供應鏈副總裁承諾呷哺呷哺加入「三保行動」



「一人食 食滿分」低價優質套餐

專題：齊心戰「疫」，共享呷哺味

支援社區，守望相助

2020年疫情突襲，為了讓抗疫一線人員安心作戰，呷哺呷哺捐款捐物、送愛心餐，用實際行動傳遞愛心，利用自身優勢抗擊疫情。我們的員工也以志願者的身份加入到抗擊疫情的隊伍之中，在危急時刻不辭辛勞，為抗擊疫情貢獻自己的一份力量。

案例：呷哺呷哺為抗擊新冠肺炎疫情捐款捐物

為支援抗疫前線，2020年1月31日呷哺呷哺向北京春苗慈善基金會「抗擊疫情，眾志成城」項目捐款100萬元人民幣，用於購買製氧機、血氧儀等當時湖北急需的醫療物資。2月12日，呷哺呷哺同錫林郭勒盟政府一道向湖北提供了250噸牛羊肉的物資援助。



北京春苗慈善基金會授予呷哺呷哺「愛心企業」的榮譽稱號



使用呷哺呷哺捐款購買的製氧機運抵武漢

專題：齊心戰「疫」，共享呷哺味

案例：呷哺呷哺為一線工作者免費供應愛心餐

作為餐飲企業，呷哺呷哺在疫情期間為醫護人員、環衛工人、社區工作者、交警等堅守在抗疫一線的工作者免費提供愛心餐。呷哺呷哺分佈在全國各地的門店都自發地參與其中，希望盡己所能為戰鬥在一線的抗疫工作者帶去溫暖。據不完全統計，僅2020年2月-3月期間，呷哺呷哺就免費送出了近8,000份煮燙和茶飲。



呷哺北京市場為黃村鎮社區防疫人員提供愛心餐



湊湊上海分店為一線醫護人員準備的愛心餐



呷哺東北市場向長春市的疾控工作者送上愛心餐



湊湊大南區深圳門店向環衛工人送去愛心餐

專題：齊心戰「疫」，共享呷哺味

案例：呷哺呷哺員工參與抗疫一線志願服務

2020年6月，呷哺呷哺總部所在地北京市大興區黃村鎮升級為疫情高風險地區，疫情防控人手不足。呷哺呷哺在了解到這一情況後，來自公共事務部、人力資源部、行政後勤部、物流部的13名員工臨時組成了志願者小分隊，主動參與到抗擊疫情的行動中。

呷哺呷哺志願者小分隊根據黃村鎮政府的組織需要，分別在兩個不同的核酸檢測點負責核酸檢測的人員登記、試劑盒發放、分組調配、秩序維護等工作，以實際行動詮釋了呷哺人勇於擔當的精神。



呷哺員工參與核酸檢測志願服務



呷哺員工在抗疫志願服務一線

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日在香港聯合交易所主板上市。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的目的性消費。

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2020年底，本集團於中國24個省份及自治區的130個城市以及3個直轄市(北京、天津及上海)擁有及經營1,061間呷哺呷哺餐廳；本集團亦於中國18個省份的30個城市、3個直轄市(北京、天津及上海)以及中國香港擁有及經營140間湊湊餐廳。2020年，新開張91間呷哺呷哺餐廳及38間湊湊餐廳。

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！

關於我們

呷哺呷哺品牌歷程

1998

呷哺呷哺在中國創立吧檯式小火鍋，用「一人一鍋」就餐模式為奮鬥在繁華都市的顧客提供更新鮮、更有價值感、更快速方便的餐飲產品與服務

1999

呷哺呷哺第一家餐廳—北京西單明珠餐廳開業

2003

呷哺呷哺以獨具特色的「一人一鍋」火爆京城

2008

發展迅速，受到投資者的關注，於當年獲得全球新興市場私募基金英聯投資的資金支持

2009

呷哺呷哺開始進入快速成長階段，並成為中國餐飲百強企業之一

2010

呷哺呷哺進入上海市場，企業規模增長迅速

2013

呷哺呷哺總店鋪超過400家，成為全國大型連鎖餐飲企業之一

2014

呷哺呷哺集團成功在香港上市，成為中國連鎖火鍋首家上市品牌

2016

開創中高端聚會餐廳—湊湊，從北京拓展到上海、深圳

2017

推出呷哺呷哺家用調味品產品線，搶登超市電商

2019

啟動「火鍋+茶憩」雙引擎戰略

2020

戰勝疫情並開啟品牌升級，推出全新品牌形象及主張，啟動時尚活力新店型，升級產品品質，用「火鍋+茶憩」的雙引擎組合，佈局個性鮮明、特立獨行、注重即時享樂的95後新消費主力

關於我們

呷哺呷哺品牌矩陣

呷哺呷哺食品

匠心調製經典美味，秘製醬料、蘸料、鍋底成就涮肉絕妙口感。



湊湊

以「火鍋+茶憩」的新業態引領行業變革，主打台式有料火鍋和正宗台式現搖茶，新中式設計風格刷新火鍋店固有印象。



呷哺呷哺餐廳

堅持「一人一鍋」就餐模式，滿足口味差異化的同時吸引更多注重品質、追求個性化的年輕客群。



新中式店型



中高端品牌
in xiabu xiabu



LIGHT-POT
輕時尚店型



LIGHT-POT
升級版店型

呷哺火鍋外送

品質外送突破門店商圈，為更多火鍋愛好者帶來物超所值、方便靈活的火鍋體驗。



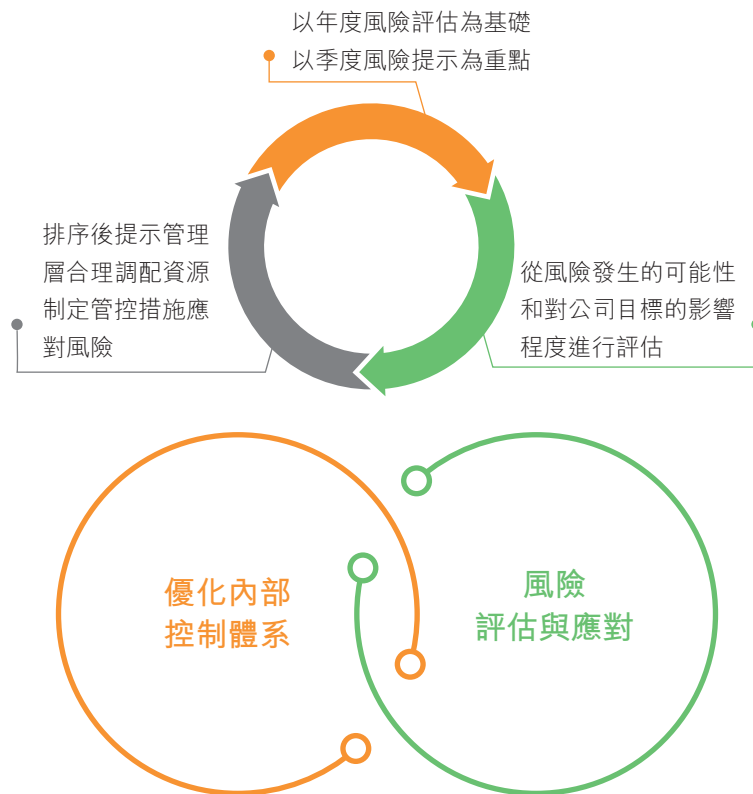
1.2 合規經營

合規管理是公司穩健運營、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，不斷完善內部管理體系，設置權責分明的治理結構，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。

關於我們

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。



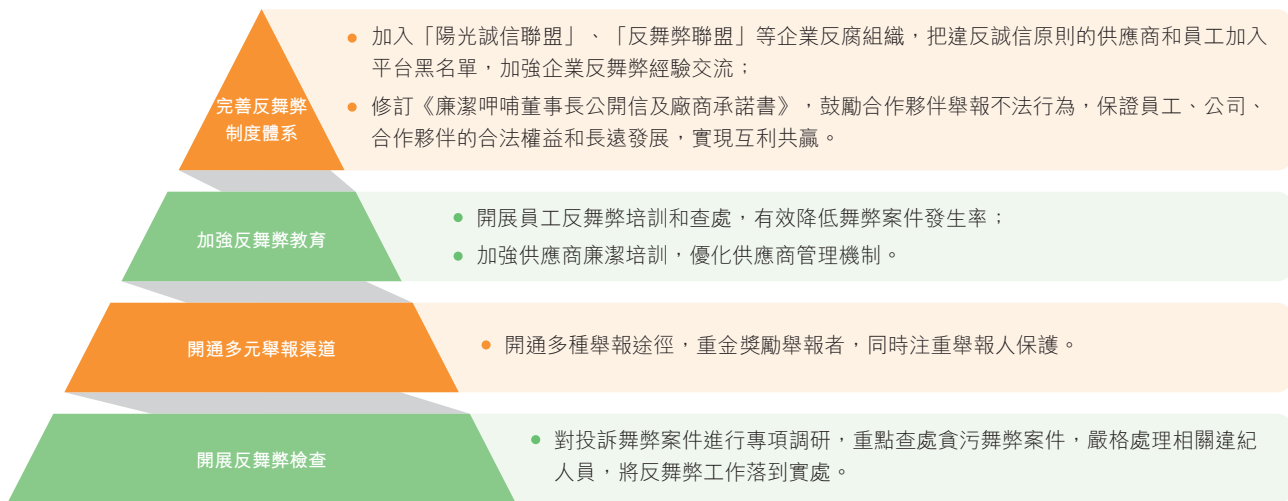
梳理評估公司重點業務環節的管理標準和控制流程，完善內部制度體系建設，提高公司營運效率，有效規避風險，最終實現健康平穩發展：

- 梳理整改湊湊公司OA系統流程
- 監控優化公司重點招採項目；
- 針對職能部門進行專項審計工作，包括：《上海開店效益審計》、《行政後勤部審計》、《物流倉儲審計及改進》、《湊湊上海淨菜採購審計》、《東北市場專項審計》、《呷哺呷哺工程審計》等。

關於我們

• 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，內部建立以風險為導向，決策、執行、監督三權分立的獨立監控體系，提升主動識別舞弊風險的能力，加強員工廉潔意識培養，優化舉報獎勵政策，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，本公司開展反貪污培訓5場，共計200餘人次參與。同時，我們與外部供應商開展反舞弊合作，建立起有效的貪污舞弊防範機制。2020年，本公司未發生進入訴訟程序的貪污案件。



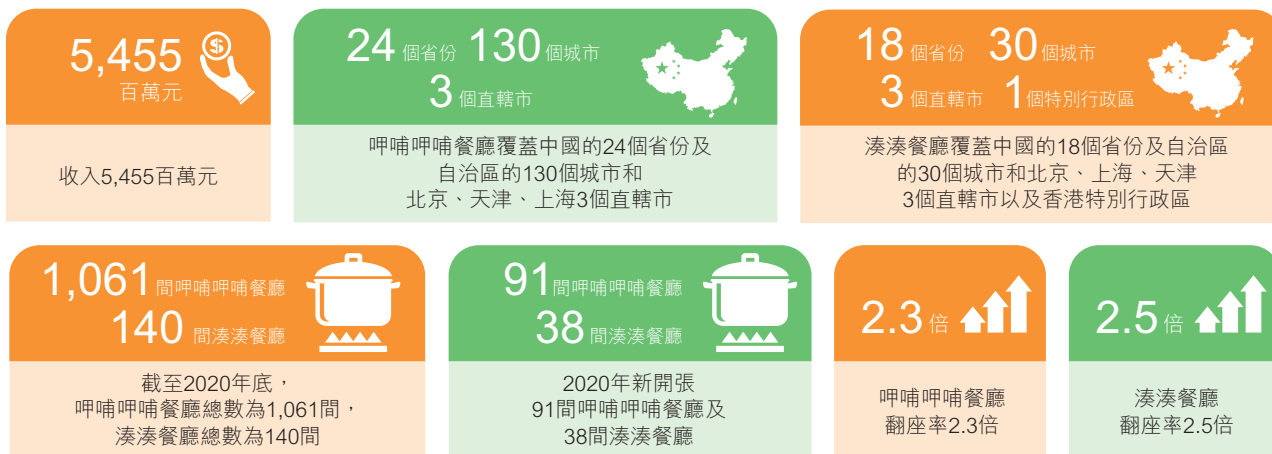
• 知識產權保護

呷哺呷哺嚴格遵守《中華人民共和國商標法》、《中華人民共和國專利法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》、《商標法實施條例》、《專利法實施細則》等法律法規，高度重視知識產權保護，並對各類知識產權侵權行為積極採取維權措施，通過向侵權方發送侵權告知函等手段維護公司的合法權益，若警告無效，公司將通過非訴與訴訟結合的方式進行維權。2020年，本公司立足於健康發展自身品牌、嚴懲侵權案件的管理理念，主要針對經濟市場中蓄意模仿公司品牌的惡性競爭，通過起訴的形式主動打擊侵權行為，有效維護品牌形象。例如，呷哺呷哺針對惡意模仿公司品牌的「呷哺啍」商標進行維權，最終「呷哺啍」商標被國家知識產權局決定不予註冊，呷哺呷哺品牌權益得以保障。

關於我們

1.3 業績回顧

2020年，在公司總體戰略規劃和經營目標的指導下，我們勇戰疫情並開啟品牌升級，推出全新品牌形象及主張，啟動時尚活力新店型，佈局個性鮮明、特立獨行，大力提升產品品質，發展「火鍋+茶憩」的雙引擎戰略，穩健發展的同時推進創新，為各利益相關方持續創造價值。

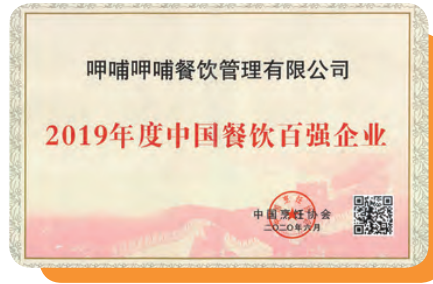


1.4 獎項與榮譽

經過二十餘年對品質的不懈堅持，呷哺呷哺在贏得廣大消費者青睞的同時，也獲得了業界的肯定，連續十年位列「中國餐飲百強企業」。從2010年起，呷哺呷哺榮獲「中國最具投資價值企業50強」、「中國企業社會責任峰會一傑出企業」、「中國十大火鍋品牌」、「北京餐飲企業(集團)50強」、「北京十大商業品牌」、「北京百強餐飲企業(集團)」、「京城特色佳餚」等諸多榮譽稱號。



關於我們



獎項稱號 ¹	頒發機構
金百合連鎖品牌：呷哺呷哺創新最佳實踐五星案例	中國連鎖經營協會
2019-2020年中國火鍋影響力品牌	中國烹飪協會
呷哺呷哺餐飲管理有限公司2019年度北京餐飲百強企業	北京烹飪協會
湊湊餐飲管理有限公司2019年度北京餐飲百強企業	北京烹飪協會
呷哺呷哺餐飲管理有限公司2019年度中國餐飲百強企業	中國烹飪協會
湊湊餐飲管理有限公司2019年度中國餐飲百強企業	中國烹飪協會
呷哺呷哺餐飲管理有限公司2019年度中國火鍋百強企業	中國烹飪協會
湊湊餐飲管理有限公司2019年度中國火鍋百強企業	中國烹飪協會

1.5 引領行業發展

作為中國烹飪協會、中國連鎖經營協會的常務理事單位以及北京烹飪協會、北京餐飲行業協會的副會長單位，呷哺呷哺積極參與團標《餐飲業中央廚房食品標籤指南》的編寫以及相關政策建議的編寫和修訂工作，獲得中國烹飪協會高度認可。疫情期間，我們借助協會的平台，將連鎖企業面臨的困難和問題以及相關的建議呈報給相關的國家部委，從而為疫情期間出台的各项幫扶政策提供了大量的基礎信息。我們大力發揮行業領導者的創新變革能力，成功打造出引領行業品質升級的「呷哺味道」，並致力於創建公平和諧的餐飲行業運營環境，充分提供深化行業交流的機會，為行業的規範經營和可持續發展助力。

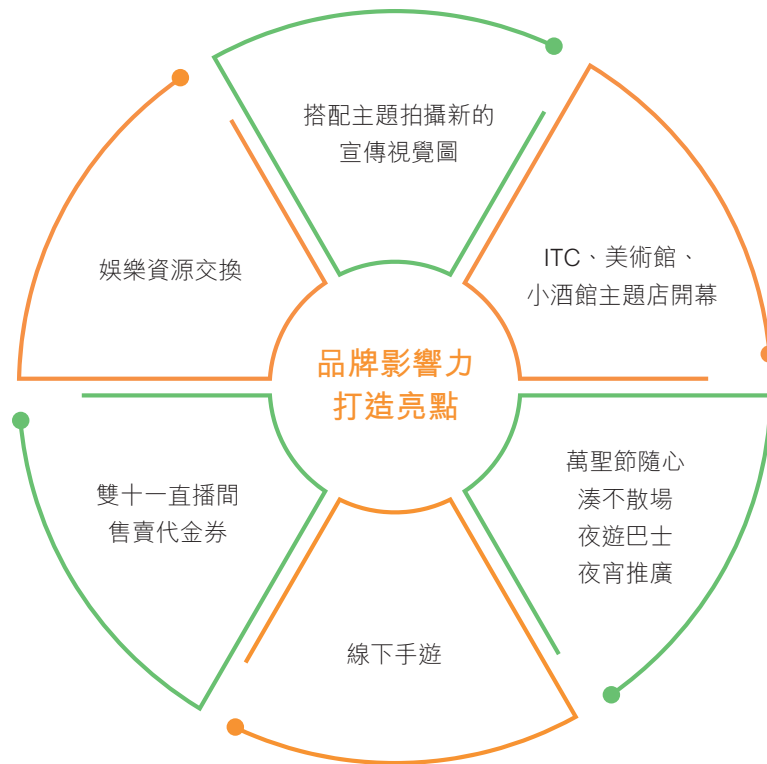
協會名稱	協會職務
中國烹飪協會	常務理事單位
中國連鎖經營協會	常務理事單位
北京烹飪協會	副會長單位
北京餐飲行業協會	副會長單位

¹ 表格中2019年度的獎項均為2020年頒發，因此涵蓋在本年度報告中。

關於我們

1.6 擴大品牌影響力

企業的品牌影響力與品牌開拓市場、佔領市場、獲得利潤的能力密切相關，因此呷哺呷哺一直以來都十分重視品牌影響力的打造，通過創新、多元的宣傳活動，持續提升品牌知名度，幾十年如一日的品質堅守，保障消費者的品牌忠誠度，鞏固行業領先地位。當前，消費者的品牌消費習慣正在形成，發行和廣告資源不斷向強勢品牌媒體集中，為順利實施品牌戰略，打造品牌影響力，呷哺呷哺在為消費者提供健康美食的同時，借助多種新媒體運營手段，與其他行業的知名品牌跨界聯動，廣泛吸引潛在消費者。



關於我們

案例：呷哺初嘗電商直播推介模式

2020年，新冠病毒席捲全球，在全國各地消費者閉門不出的情況下，電商直播全面開花。直播帶貨因其便捷、靈活、受眾廣等特點能夠短時間內幫助品牌打響知名度，呷哺呷哺也瞄準時機，積極嘗試電商直播推介新模式，圍繞主流直播陣地，探索頭部主播、美食類主持人、明星等意見領袖的帶貨宣傳能力。截至2020年底本公司共開放直播20次以上，累計觀看人數過億，成功搶佔品牌高地，搭建品牌壁壘，擴大品牌影響力。

案例：湊湊攜手迪士尼創新門店設計

2020年11月，湊湊最新主題店－「凱旋湊湊」在迪士尼小鎮隆重開幕，以影音與藝術裝飾展現隋唐風采，述說關於愛與勇氣的故事，這是迪士尼小鎮首次引入中式火鍋品牌。作為全球第一家進駐迪士尼的火鍋店，「凱旋湊湊」的在售產品除了湊湊原有的高人氣「台式麻辣鍋」和「大紅袍珍珠奶茶」，還有根據迪士尼消費者特點特別推出的限定口味鍋底。



2 「自橙一派」 — 品質源自堅持



「自橙一派」——品質源自堅持

呷哺呷哺遵照《中華人民共和國食品安全法》等法律法規，建有嚴格的供應商管理和質檢體系，堅持直營配送，保障食品安全。同時，不斷提升餐品品質，搜羅來自世界各地的美味食材，研發新菜式、新產品，並通過店舖升級、服務升級等手段不斷優化顧客體驗，讓更多的人享受新鮮營養、健康放心的美食以及高效周到、親切溫馨的服務。

2.1 匯集優質食材

在遴選優質供應商時，呷哺呷哺採取標準化集中採購的方式，以便從源頭把控產品質量。公司設有嚴格的供應商管理體系，擁有完善的供應商准入及退出機制，根據公司制定的相關標準對供應商進行審核。若發現供貨商資質發生重大變動或供應產品出現嚴重質量問題，則立即停止該供貨商的供貨，確保食品安全；採取內部專業質檢團隊與第三方檢驗結合的方式對各類食材產品進行抽檢，嚴格把控質量；部署直屬產地，建立標準化的冷鏈倉儲，提高配送效率，保證食材新鮮。

• 嚴選優質供應

標準化採購流程

本著公開、公平、公正的原則，呷哺呷哺通過招標平台、微信公眾號、官網等渠道公開招標。根據產品分類建立價格招標審議機制，以競價、議價、核算成本明細等方式確定採購價格，採取年度招標採購、多方競價、季度議價、月度議價、週議價等多種模式。報告期內，呷哺呷哺共舉行招標五十餘場，涉及食材、蔬菜、乾菜、外送等各類產品。

供應商篩選審核

呷哺呷哺堅持嚴格的供應商准入標準，在選擇供應商時優先考慮國際一流、國內一流、行業一流的供應商，且供應商必須同時滿足資質合格、樣品合格、現場審核合格的條件才能夠被納入考量範圍。

- **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、動物防疫條件合格證；
- **樣品合格**：要求供應商提供樣品，以便公司按照呷哺呷哺的產品標準進行測試。對於訂製品，除樣品合格外還要求供應商進行中試，中試樣品合格才可算作樣品合格；
- **現場審核合格**：公司根據相關法律法規，結合呷哺呷哺產品的質量特點，編製了《呷哺供應商審核標準》，由公司的專職驗廠人員按標準對供應商進行現場審核，審核合格後才可獲得准入資格。

「自橙一派」— 品質源自堅持

2020年，公司修訂和完善了針對國內供應商的質量管理程序和現場審核細則，建立了針對海外供應商的前期引入制度和後期管理制度；根據疫情情況對業內一流水平的供應商靈活調整審核方案，適時選擇線上審核；持續優化供應商結構，配合營運佈局開發地採供應商，同時減少單一供應商數量，共完成了167家供應商的開發和優化工作。截至2020年12月31日，公司合作供應商總數597家。

供應商走訪及考察

呷哺呷哺每年對供應商進行定期與不定期的走訪，深入供應商生產一線，對供應商的風險進行全面評估，實地考察供應商的供應和服務能力，實現從源頭把控品質。報告期內，公司採購部走訪了合作中的供應商103家，新供應商113家；品質管理部走訪了合作中的供應商79家，新供應商114家。公司共進行了蔬菜基地巡查28次，生產廠家巡查102次，市場情況調研62次。



蔬菜基地巡查

案例：走訪錫盟羊肉源頭供應商

每年的錫盟羊肉採購工作是呷哺呷哺的重要戰略採購項目，需要提前2-3個月前往錫盟對各個供應商進行走訪，由採購團隊與品質管理團隊共同確定可選供應商。季度屠宰開始後，呷哺呷哺團隊進駐各供應商工廠監督生產，同時對其供應和服務能力進行評估，根據評估結果從中挑選常規供應商。

「自橙一派」— 品質源自堅持

報告期內，呷哺呷哺團隊歷時3個多月，選定錫盟、呼盟共計10家羊肉屠宰生產企業(包括1家自有工廠)作為供應商，安排監宰人員駐廠，監督從羊源管控(品種、體重、月齡、飼養方式)、屠宰、分割、成型到速凍的生產全過程，每日進行成品檢測，確保生產產品符合呷哺呷哺的產品質量標準。



供應商評價

公司根據供應產品的類別制定了不同的管理措施 — 所有食材類產品依據其風險水平進行分類管理，判定風險水平的依據為產品特性、行業特性以及供應商的質量管理水平；在對供應商進行考核時，公司會從供貨及時率、交貨準確率、品質異常率等多個維度進行全面的評價；對於發生客訴、質量異常的供應商，公司會通過約談的方式了解情況、分析原因，以便後續採取有針對性的改善措施。報告期內，呷哺呷哺還通過以下舉措完善供應商評價標準，加強對於食品安全風險的管控：

- 疫情期間關注進口食品冷鏈相關政策法規的更新情況，在公司內部進行通報，同時更新公司對於進口冷鏈食品供應商的資質管理要求，在對到貨的進口冷鏈食品進行驗收時查驗相關追溯信息，如CIQ、核酸檢測報告、消毒證明等；
- 收集政府或媒體公開發佈的食品安全信息，若發現與公司採購同類別的產品出現食品安全問題，立即對相關產品的供應商發出預警。

「自橙一派」— 品質源自堅持

可持續採購

隨著大眾可持續消費意識的提升，呷哺呷哺也越來越關注供應鏈可持續性。我們在選擇合作夥伴時充分考慮其環境與社會風險，優先選擇社會責任意識高的供應商。呷哺呷哺現有的海外供應商在可持續養殖、捕魚等方面均符合甚至高於行業標準 — 我們從海外採購的養殖類海鮮產品都具備「最佳水產養殖規範」認證²，保證生產過程中在環境和社會責任、動物福利、食品安全、可追溯性方面執行了最佳實踐；海捕類海鮮產品都擁有海洋管理委員會的認證³，意味著產品來源於可持續漁業。

嚴控質檢體系

呷哺呷哺嚴格遵守《食品安全法》和《食品安全法實施條例》，並建立了完善的進貨查驗記錄製度。同時，公司計劃對中央廚房新廠區進行ISO 22000食品安全管理體系認證，為此，於報告期內對已有的《食品安全管理手冊》、《HACCP手冊》等流程制度進行了梳理優化，開展了食品安全知識培訓，有效地推動了中央廚房食品安全管理體系的建設。

食品安全 抽檢流程

- 2020年，公司食品安全質量檢查涉及700餘種單品，包括主食、肉類、水產魚糜、鍋底調料、餐具等。抽檢比例按照產品種類和風險級別確定，一般介於3-10%之間。檢測指標包括感官、理化、微生物等；
- 按批次進行取樣檢測後，若檢測結果不符合驗收標準，公司將拒收相關產品。對於抽檢結果不穩定或風險等級較高的產品，將通過加倍抽樣的方式進行重點監控。嚴控質檢流程，切實保障食品安全。

專業質檢 團隊

- 公司質檢實驗室的工作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的培訓；團隊有食品專業碩士研究生3名、本科生7名；9名持有食品檢驗員證書，1人持有北京市食品檢驗高級工程師證書。

第三方 檢測

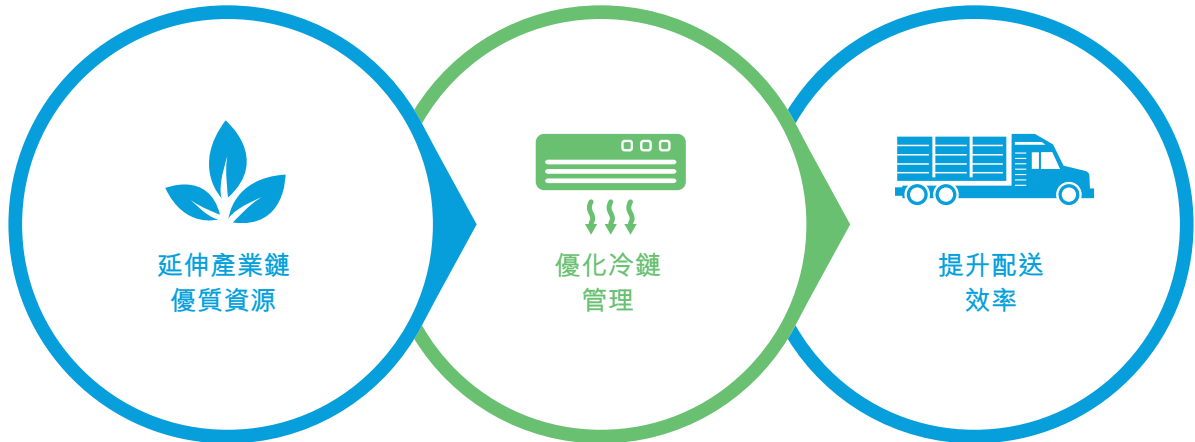
- 2020年，呷哺呷哺在食材風險監控方面投入近71萬元。根據國家、地方食藥局等抽檢項目，結合食品安全風險評估，將主食、肉類、蔬菜、水產魚糜、鍋底調料、中央廚房調料等各類重點物料送往SGS、譜尼、北京質檢院等多家具有國際公信力的檢測機構進行了第三方檢測，保證質檢結果的真實性和及時性。

² 最佳水產養殖規範 (Best Aquaculture Practices, BAP) 認證是由全球水產養殖聯盟 (Global Aquaculture Alliance) 制定的水產養殖設施自願性認證方案，是海鮮養殖和加工領域有關供應安全和可持續性實踐最嚴格的認證之一。

³ 海洋管理委員會 (Marine Stewardship Council, MSC) 的認證是世界範圍內最具權威性的可持續漁業認證，通過認證的漁業可在其漁獲物上使用MSC的藍色生態標籤，代表其在捕撈過程中保證了目標種群的可持續性和最小化的環境影響。

「自橙一派」— 品質源自堅持

堅持直營配送



- 在錫林郭勒建立羊肉屠宰加工廠，嚴格把控羊肉生產加工各個環節，實現了從生產到消費的全鏈條質量把關；
- 呷哺呷哺堅持執行「農餐對接」工程，建立蔬菜基地，堅持產地直送，保證新鮮健康。
- 在全國配送中心推廣TMS系統，實時監控各配送中心冷凍庫房及運輸過程中的溫度，確保冷凍品品質；
- 冷凍海鮮、肉類均存放在-18℃以下的冷庫中，所有自有以及外租的配送車輛均配備符合標準的製冷設備。
- 淨菜系統經過一年的試點後已在部分地區上線，保證新鮮食材及時供應到門店；
- 通過物流、採購、供應商／中央廚房聯動的工作流程，提高各類產品運送至餐廳門店的速度，可實現餐廳無果蔬庫存運營。

2.2 締造獨特美味

呷哺呷哺對美食的情懷始終如一，精心配製各式調料熬製美味鍋底，爭做國民好火鍋。我們採取國際化採購政策，甄選來自世界各地的優質食材，不斷推陳出新，開發新品類、新產品，讓顧客可以在傳統與現代、中式與異域的口味中自由選擇。同時，我們順應顧客需求，不斷探索新業態，與時俱進，對品牌進行優化升級。

多元食材

呷哺呷哺採購的食材來自於荷蘭、巴西、澳大利亞、泰國等十多個國家。我們的採購團隊遍歷全球搜羅優質食材，讓顧客可以在呷哺呷哺旗下的門店品嚐到來自世界各地的美味。2020年，採購團隊為了更深入地了解產品知識，參加了美國牛肉協會組織的肉類產品知識培訓，還前往上海參加了中國進口博覽會，努力尋找各產地最優質的產品。報告期內，我們新上市的荷蘭奶飼小牛肉、俄羅斯谷飼安格斯牛肉、德國豬頸肉、泰國黑虎蝦、加拿大冰山蚌等全球採購的食材均獲得了顧客的好評。與此同時，我們繼續通過「呷哺×錫盟羊」戰略採購項目將錫林郭勒的美味與新鮮帶給顧客。

「自橙一派」— 品質源自堅持

多元產品

2020年，呷哺呷哺不斷提升優化現有產品，加大新品開發的力度，將更美味、性價比更高的產品帶給顧客。報告期內，呷哺呷哺推出了柔麻籐椒鍋底，錫盟羊系列產品，人氣涮品粉墨雙拼雞、黑魚片、原切牛厚裙、雪花豬頸肉等，新飲品桂花米釀，冬季特飲芒橙枸、茉莉柚子茶，以及其他節日禮品等季節性產品，豐富產品品類，打造全時段產品線。

湊湊對原有的7版菜單進行了區域以及價格梯度方面的優化，形成了新的9版菜單，並在此基礎上對夏季、冬季的菜單進行了更新。新增了豬肚雞鍋底，精選豬頸肉、伊比利亞黑豬肉等爆款涮品，荔枝蝦球、鈴鈴卷等網紅菜品，以及大紅袍燕麥奶茶、梁辰梅景、桃啤一下等廣受歡迎的飲品，使得菜品品類更加豐富。在開發新品的過程中，多以食材原味或天然成分進行調和，兼顧餐品的美味與健康，並綜合不同地區的產品元素，開發多元化產品，來滿足不同地區顧客的喜好。

呷哺外送為滿足顧客的不同需求，新增了米線品類，推出了三款開運牛米線。



呷哺呷哺錫盟羊系列產品 — 羔羊大滿貫



湊湊新推出的「似夢非夢」系列飲品

「自橙一派」— 品質源自堅持



湊湊新鍋底 — 胡椒豬肚雞鍋底



湊湊新菜品 — 荔枝蝦球

• 多元模式

呷哺呷哺成立22年以來，在火鍋市場以「一人一鍋」的商業模式獨樹一幟，始終「自橙一派」。2020年，呷哺呷哺秉持創業初心，繼續創新，緊隨市場潮流，將目標聚焦於年輕消費客群，對品牌進行了全面升級。呷哺呷哺的logo也隨品牌升級更新優化，新logo以陽光橙為主色調，在保持原有橙色識別度的基礎上，更加凸顯呷哺呷哺青春朝氣的年輕化品牌形象。Logo下半部的半圓象徵著火鍋的特色屬性，上半部上揚的兩個扇形既代表了火鍋本身熱氣騰騰、令人愉悅的煙火氣，也傳達了呷哺呷哺希望消費者自在享食的品牌理念。



呷哺呷哺新logo

年輕化的概念不僅體現在新的品牌logo上，還融入了日益多元的業務模式。報告期內，呷哺呷哺推出了LIGHT-POT新店型—除了「一人一鍋」的「LIGHT」輕量感之外，在裝修上也採用了年輕人喜歡的「LIGHT」模式—大方明亮的輕奢風格使得用餐體驗更具儀式感，更符合時下年輕消費群體的喜好。

「自橙一派」— 品質源自堅持



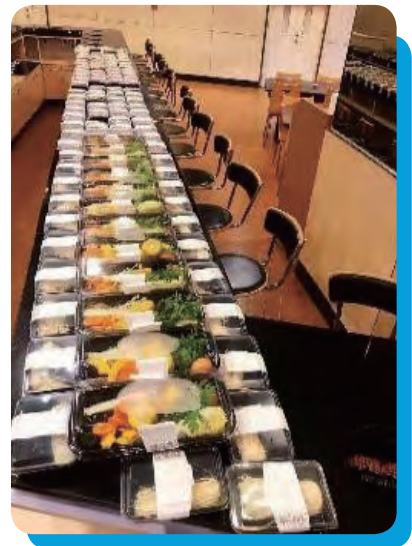
LIGHT-POT升級版店型

呷哺呷哺集團旗下的湊湊品牌也在歷經4年的高速發展後，成長為具有一定規模的中高端火鍋連鎖品牌，實現全球擴張。湊湊開發踐行與優質地產商的緊密合作，迅速取得中高端餐飲市場的紅利，持續深耕潛力區域的拓展，提升品牌價值的同時獲得商業地產方的關注，憑藉快速發展的動能，目前已佈局香港市場，2021即將進軍海外市場，實現國際化的佈局藍圖。2020年，在逆境之下，湊湊依然擴張迅猛，在上海青春湊湊、湊湊2049主題店模式獲得成功的基礎之上又先後在北京湊湊小酒館、北京藝術湊湊和上海迪士尼樂園開幕了新的主題店，以更貼合年輕群體的形象來表達品牌驚喜、體驗、玩味、寵愛的四大面相。

除堂食外，旗下還擁有品質外送品牌呷哺外送，囊括了呷哺火鍋、呷煮呷燙及茶米茶的外送業務，通過線上線下一體化的服務滿足顧客更多場景的用餐需求：呷哺外送2020年營收突破3.6億，對比19年環比增長28.6%，並且打破單日外送單量最高紀錄，突破4萬單以上；本年度完成了呷煮呷燙的品牌升級；下半年呷哺外送積極拓展團餐新業務，實現增收520萬元以上。



呷煮呷燙品牌升級



呷哺外送團餐

「自橙一派」— 品質源自堅持

2.3 愉悅用餐體驗

為了讓顧客可以自在愜意地用餐，呷哺呷哺從細節著手提升服務質量，並注意從各個渠道收集顧客的反饋，作為進一步改善服務體驗的努力方向。我們遵守《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》、《中華人民共和國廣告法》等法律法規，進行合理的廣告宣傳，同時，採取各種手段保護會員和外賣顧客的個人信息，防止因隱私洩露給顧客帶來困擾。

提升客戶體驗

完善服務細節

- **電子發票系統升級：**為方便顧客開具電子發票，我們對電子發票系統進行了升級。升級後的系統支持多稅率，同一張發票可以混合多稅率開票，顧客通過結賬二維碼或「桌邊付」即可自助開票。
- **外賣打包升級優化：**呷哺外賣升級產品打包袋設計，以無紡布替代塑料袋，減少塑料製品使用，並在包裝外增加封貼，確保食品安全。
- **門店服務升級：**呷哺呷哺以提供「細膩、周到、有人情味」的台式服務為理念，要求門店服務人員充分體察客戶需求，但不過多地打擾顧客。以此為出發點，報告期內湊湊餐廳採取了一系列舉措為顧客提供貼心服務，包括為顧客免費提供頭繩、手機支架、充電線等用品，向帶小孩的顧客贈送寶寶套餐，為專屬會員提供特定的冷飲與甜品等。

聆聽顧客聲音

- **加強服務稽核：**報告期內，湊湊成立了專門的營運管理中心，針對包括顧客滿意度在內的各項營運指標進行深入化稽核，開展規範性文件學習，內部稽核自檢日自查自檢，外部稽核抽查月再次抽查，確保服務質量。同時，通過對大眾點評、外賣平台、CRM顧客滿意度調研以及400呼叫中心數據進行分析、復盤，精準跟進各市場現狀，及時調整運營服務要點。
- **規範客訴處理：**呷哺呷哺非常重視客訴的處理，旗下各餐廳及運營部門在收到顧客投訴後須第一時間核實現場狀況、聯絡顧客，並及時上報。為提高客訴解決效率，各市場嘗試了不同的解決方案，如成立客訴專案小組，每週召開服務案例分享會，搜集客訴案例製作培訓材料等。報告期內，呷哺餐廳與湊湊餐廳客訴解決率為100%。

「自橙一派」— 品質源自堅持

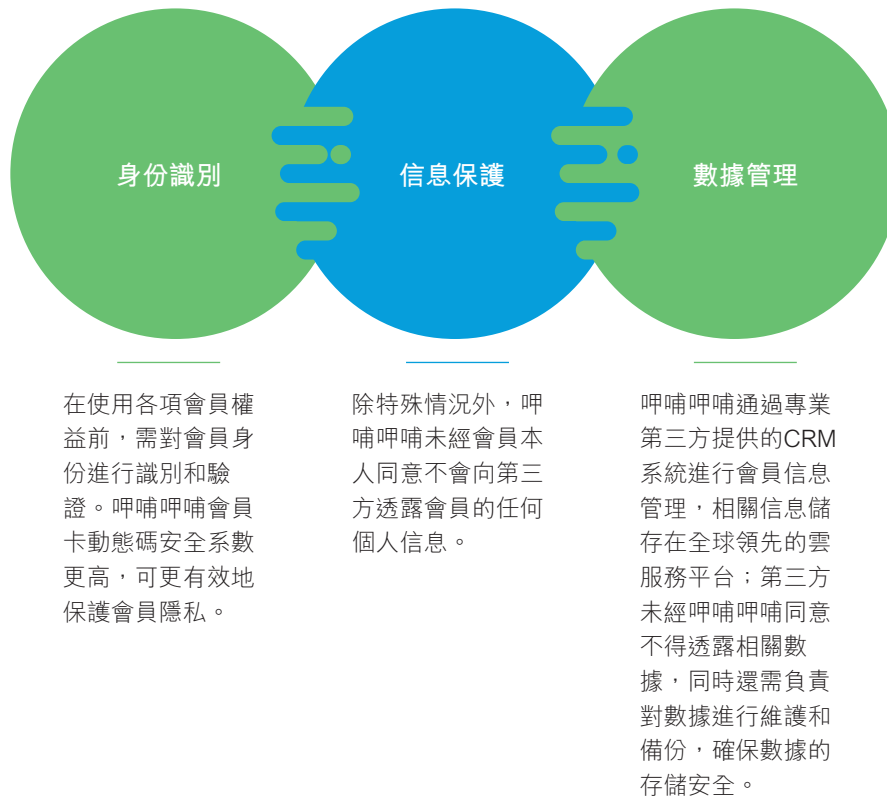
- **點評量化管理**：對各門店的CRM系統好評率以及大眾點評星級進行量化管理，加入各門店的考核項目，通過制度手段提高門店對顧客滿意度的重視程度，在運營過程中時時關注顧客的反饋。

基本權益保護

合理廣告宣傳

呷哺呷哺嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》等法律法規進行對外宣傳，杜絕誇大、虛假宣傳。根據我們的內部規範，廣告、菜單、新聞稿等在對外發佈前須經過法務、品控等多個部門的專業審核，以保證其真實性和客觀性。

顧客隱私保護



對於外賣顧客，呷哺呷哺主要通過聯合外賣平台的方式進行隱私保護— 訂單展示的顧客電話為虛擬號碼，且有效期僅有24小時，過期無法聯繫，防止因訂單處理不當等原因造成顧客個人信息洩露的風險。

3 綠色運營 — 低碳源自行動



綠色運營 — 低碳源自行動

呷哺呷哺嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》、《固體廢物污染環境防治法》等法律法規，堅持環境友好運營。關注資源節約，在生產、辦公、餐廳運營等各個環節貫徹綠色運營的宗旨；重視排放物管理，響應國家政策，積極踐行垃圾分類、「限塑令」，減少廢棄物產生，推動企業與環境的和諧發展。2020年，公司未發生因環境問題違規而導致的訴訟及相應處罰。

3.1 優化資源使用

呷哺呷哺以低碳運營作為經營原則，高度重視能源、資源管理。公司早在2014年就成立了能源管理小組，小組成員來自公共事務、營運、後勤等多個部門，多年來一直致力於協同推進公司的節能管理工作。報告期內，能源管理小組負責編寫了公司年度能源利用狀況報告，該報告將作為公司今後優化能源結構、加強精細化能源管理的重要依據。

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示：

指標	單位	2020年度
耗電總量	千瓦時	165,925,711.73
單位營業收入耗電量	千瓦時／百萬元	30,417.18
汽油消耗量	公升	31,300.09
單位營業收入汽油消耗量	公升／百萬元	5.74
市政用水消耗量	立方米	2,204,374.00
單位營業收入市政用水消耗量	立方米／百萬元	404.10
餐飲污水排放量	立方米	1,873,717.90
單位營業收入餐飲污水排放量	立方米／百萬元	343.49
天然氣消耗量	立方米	941,102.64
單位營業收入天然氣消耗量	立方米／百萬元	172.52
範圍一：溫室氣體直接排放量	噸二氧化碳當量	2,127.88
範圍二：溫室氣體間接排放量	噸二氧化碳當量	109,504.22
溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	111,632.10
單位營業收入溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量／百萬元	20.46

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(2019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系數手冊》；
3. 上表基礎能耗數據口徑涵蓋：呷哺呷哺餐飲管理有限公司、呷哺呷哺餐飲管理(上海)有限公司、呷哺呷哺餐飲管理(天津)有限公司、湊湊餐飲管理有限公司、湊湊(天津)餐飲管理有限公司。

綠色運營 — 低碳源自行動

節約能源



總部

- 控制室內溫度，要求長時間離開或下班後一定要關閉電源，做到人走燈關、人走機關，盡可能減少電力消耗；
- 將光源由高壓鈉燈替換為LED燈具。



廠區

- 照明、設備用畢後及時關閉，防止因設備空轉造成電力浪費；
- 鍋爐實現低氮燃燒系統分離，每月約節省2,500立方天然氣；
- 宿舍安裝太陽能熱水器，2020年4-9月實現熱水供應零耗能；
- 2020年節能目標為較2019年水電氣消耗量減少10%，最終以16%超額完成。



門店

- 控制門店空調溫度，保證夏季不低於26℃；
- 非高峰時段盡量安排顧客集中用餐，以集中使用照明、空調，節約能源；
- 顧客用餐期間，服務人員隨時根據需要調節電磁爐溫度，待顧客用餐完畢後及時關閉電源，避免空燒；
- 定期為冰箱、冷凍庫除霜，減少非必要的電能損耗；
- 定期清洗空調過濾隔塵網和外機散熱翅片，保證通風空調系統高效運作，可節省耗電量約9%；
- 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，牆體增加了保溫岩棉，並要求門窗生產廠家加裝密封條，改造後的門窗和牆體保溫效果提升，可節省能耗約60%；
- 遠程智能監控系統已完成初步測試，節能效果顯著，計劃在2021年繼續測試，收集更多數據進行整理；
- 空調能量回收系統計劃將於2021年進行測試，根據使用效果繼續調整；
- 根據使用年限以及耗能情況對空調設備進行評估，安排專業人員逐步更換為變頻空調；
- 將門店目前使用的1,500W電磁爐逐步替換為1,200W電磁爐；
- 光源替換為LED燈具，並在滿足照明質量的前提下將6W燈具換成5W，節電約16%。

節約用水

呷哺呷哺非常注重水資源的節約，在總部、廠區以及各門店號召節約用水，提倡循環用水。在進行新店裝修時合理設計給排水系統，採用節水龍頭、節水潔具等新型設施，同時在日常使用時加強管理檢修，防止跑、冒、滴、漏，以降低水資源的損耗。

廚房是節水的重點部位，為減少廚房耗水量，湊湊各餐廳規定了洗碗、洗菜的標準流程，區分清洗池、沖洗池、洗滌池以提高水資源利用率；同時在進行設備更新時，注意提高感應式水龍頭、踏板式水龍頭的使用率，減少水資源浪費。

綠色運營 — 低碳源自行動

• 節約物料

推行電子化辦公：呷哺呷哺提倡營銷溝通在線化、品宣曝光電子化，以電子優惠券替代傳統紙質優惠券、以門店LED海報取代傳統文宣印刷品，減少紙張使用；報告期內，公司上線了OMC營運管理系統，支持各門店每日巡查質檢，可取代紙質值班手冊，大幅減少巡查質檢過程中紙質單據的產生量，節約用紙。

減少一次性用品使用：持續推行可重複使用的週轉箱、保溫箱，減少紙箱和聚氨酯泡沫箱的使用；報告期內，華北區湊湊餐廳在保證安全衛生的前提下對垃圾袋進行重複利用，通過該舉措全年共減少廢棄垃圾袋800多個。

報告期內，公司主要使用紙箱、紙杯、塑料杯、蛇皮袋、打包袋、吸管、調料卷材、鍋底袋、複合袋作為包裝材料。上述包裝材料消耗總量為4,344.41噸，每百萬元營業收入包裝材料耗用量為0.80噸。

• 綠色施工

宣貫綠色施工理念：注重施工標準、施工質量，與規範的、技術先進的裝修施工單位合作，由項目工程師對施工人員進行技術能力和節能降耗相關知識的培訓，落實節能降耗相關措施。

減少建築垃圾：做好建築材料的預算，避免因建築材料過剩而產生建築垃圾；優化施工工藝，以装配式代替現場製作、選用綠色建材等方式減少現場建築垃圾產生；實施現場監管，做好各道工序的驗收，避免因返工等原因產生建築垃圾。

案例：使用可回收金屬組合牆板

此前，在裝修門店廚房區域時，通常使用砌塊、水泥、沙子、瓷磚等砌築牆體。2020年，湊湊優化了施工工藝，使用可回收的金屬組合牆板替代原有的砌築式牆面。組合牆板的龍骨、面板均為可回收金屬材質，拆除時可全部回收再利用，能夠大幅減少建築垃圾的產生。

綠色運營 — 低碳源自行動



組合牆板骨架



組合牆板裝配完成後

3.2 排放物管理

呷哺呷哺按照《北京市生活垃圾管理條例》等國家相關法律法規進行排放物管理，對排放量進行持續監測，並靈活調整工作重點。報告期內，公司以垃圾分類、一次性塑料製品替換、廢水廢氣排放為落腳點，減少廢棄物產生量、提高廢棄物回收率，保證廢水廢氣達標排放。

垃圾分類管理

呷哺呷哺內部設有《餐廳垃圾管理制度》，要求門店全員接受培訓，掌握垃圾分類知識，按照運營所在地政府的要求嚴格執行垃圾分類政策。對於垃圾分類政策尚未覆蓋的運營地，各門店按照呷哺呷哺內部要求自行進行垃圾分類管理。

作為餐飲企業，餐廚垃圾一直是呷哺呷哺排放物管理的重點。報告期內，華北區湊湊餐廳除貫徹「光盤行動」、引導顧客合理點餐外，還要求後廚每日進行廢棄食材登記，查找食材廢棄原因進行整改，同時對後廚員工進行培訓考核，全面提升後廚操作標準，通過加強後廚管理的方式有效降低了餐廚垃圾產生量。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，各地呷哺呷哺餐廳及湊湊餐廳共產生前廳生活垃圾及後廚廚餘垃圾約4.21萬噸⁴。

⁴ 隨著湊湊餐廳餐廚垃圾統計機制的不斷完善，2020年起，餐廚垃圾總量統計加入湊湊餐廳，因此數值較往年有所增長。

綠色運營 — 低碳源自行動

案例：積極配合北京市垃圾分類

2020年5月1日，北京市開始實施新版《北京市生活垃圾管理條例》，呷哺呷哺積極響應政府號召，按照「廚餘垃圾」、「可回收物」、「其他垃圾」、「有害垃圾」四分類要求在條例實施前進行了充分準備工作，包括更替容器、製作垃圾分類標識與指引、修訂垃圾分類制度、門店全員培訓等。

為提高廚餘垃圾回收率，呷哺呷哺還設置了專門的垃圾分類管理台賬，對廚餘垃圾實行溯源管理。同時引導顧客合理點餐，少點勤加，避免食物浪費，從源頭上減少廚餘垃圾的產生。



此外，報告期內，因原有的垃圾處理供應商無法滿足中央廚房的回收需求，呷哺呷哺中央廚房更換了垃圾處理供應商。更換供應商後，中央廚房產生的無害垃圾回收率可達100%。

綠色運營 — 低碳源自行動

• 替換一次性塑料製品

2020年1月19日,《關於進一步加強塑料污染治理的意見》將不可降解塑料袋、一次性塑料餐具、快遞塑料包裝等納入禁止、限制使用的塑料製品範圍,以降低塑料對環境的污染。呷哺呷哺響應國家號召,及時停用了塑料杯、塑料吸管、塑料袋等一次性塑料用品,將飲料杯蓋、飲料吸管更換為紙質產品,塑料袋升級為環保可降解材質。據估算,2020年全年,呷哺呷哺通過以上措施減少了約273.8噸塑料廢棄物的產生。



呷哺呷哺將塑料杯、塑料吸管、塑料袋替換為環保可降解材質

• 廢水廢氣管理

報告期內,中央廚房對老廠區的廢水廢氣處理設備進行了更新,重新鋪設了污水管道並更換了新的油煙淨化器。為確保廢水廢氣排放達標,呷哺呷哺與環境監測技術服務機構簽訂了廢水廢氣監測合同,定期對排放的廢水廢氣進行監測,目前中央廚房廠區所產生廢水廢氣的排放指標達標率遠高於國家標準。

4 不忘初心 — 共榮源自擔當



不忘初心 — 共榮源自擔當

呷哺呷哺秉承「以人為本」的基本理念，促進人企共進。我們不僅通過多種措施充分保障員工基本權益和身心健康發展，推行員工民主管理，而且設置了完備的招聘、培訓、晉升機制，助力員工成長發展，實現自我價值。除了給予企業內部員工關懷，我們亦投身社區，踴躍參與社會公益活動，堅持以實際行動回饋社會，積極開展公益慈善活動，惠及有需要的人群。

4.1 保障員工權益

員工是我們最寶貴的財富，是公司不斷成長的實踐者和受益者，員工的素質和活力是企業變革發展的根本動力。我們嚴格遵循《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《禁止使用童工規定》等相關法律法規，平衡內外部人才發展，吸引更多國際化人才加盟，保證公平合規招聘，注重每一位員工的權益保護。同時制定完備的人力資源管理機制，保障內部優秀人才能夠脫穎而出，用清晰透明的職業發展路徑和公平統一的薪酬福利體系，促進員工將個人價值的實現與公司的發展結合起來，激勵員工與公司共同進步。報告期內，未發生僱傭童工、強制勞工的相關訴訟案件。

• 公平合規招聘

呷哺呷哺基於「打造人才梯隊，保障戰略性人才供給，傾向業務一線，縮減中後台招聘編制」的招聘理念，秉持「公平、公開、平等」的用工原則，完善員工招聘體系，明確各環節招聘流程，保證杜絕一切由於年齡、性別、地域、宗教等因素引起的歧視，嚴禁強制勞工、僱傭童工，實現平等合規僱傭。

招聘政策

杜絕童工及 強制勞工

- 面試時嚴格核實員工實際年齡，公司人力系統E-HR禁止未滿18周歲員工錄入，從源頭切斷僱傭童工的可能性；
- 不定期對餐廳進行人事稽核，將用工風險與門店績效掛鉤。截至目前，入職員工滿18周歲人數達100%，且未出現強制勞工現象。

平等競聘

- 提供制度保障和物質激勵鼓勵員工內部競聘，保障內部優秀人員享有平等競爭的機會；
- 崗位資源向業務一線傾斜，持續縮減或凍結中後台崗位。呷哺品牌事業部營運經理崗位採用內部競聘，優化人力資源配置，提高工作效率。

多元化僱傭

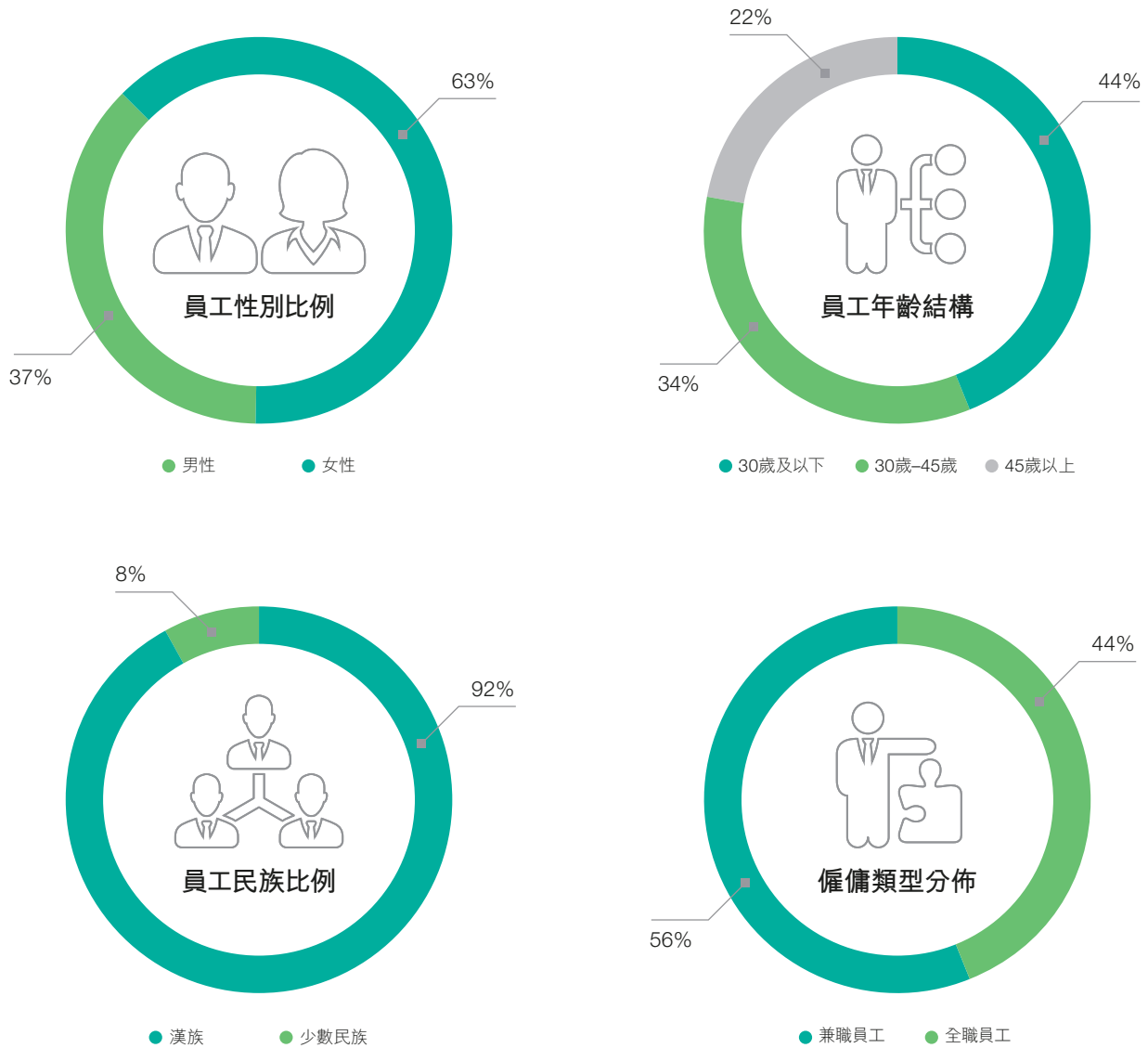
- 為提升公司核心競爭力，呷哺認同多元化僱傭理念，杜絕因年齡、性別、地域、宗教等因素產生的歧視，強化品牌營銷與業務拓展人才的引進，為公司業務持續發展提供良好保障。

開展線上招聘

- 公司嚴格執行國家頒布的疫情政策，減少外出招聘次數，充分利用網絡進行線上招聘，在疫情基本穩定後，開展線下招聘。截至目前，店長直聘APP線上招聘直播流量約39,200人次，收到簡歷900份，線上溝通230人次。

不忘初心 一榮源自擔當

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，呷哺呷哺共有員工31,371名，員工分佈結構如下：



不忘初心 — 共榮源自擔當

• 薪酬與福利

我們始終堅信員工是公司發展的根本，合理規範員工薪酬體系、保障員工物質基礎、解決員工後顧之憂才能使公司更好地發展。因此，我們按照「效益優先，兼顧公平」的原則，建立了統一的薪酬體系，在崗位價值和績效表現的基礎上，依法確定企業內部工資分配制度和分配形式，合理拉開收入差距。一方面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；另一方面依據員工定位和從事崗位序列發放月度、季度、年度獎金。綜合崗位、績效、能力三大薪酬要素，短期、長期激勵結合，靈活合理的薪酬體繫在激發員工工作能動性的同時，促進企業效益增長，達到企業與員工雙贏。同時，我們實行人工預算管理，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，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》中的工時規定； • 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。

案例：開展市場薪酬調研，優化激勵政策

2020年我們與權威的調研機構合作開展市場薪酬調研，了解行業薪酬水平，結合公司經營狀況及員工個人績效進行年度整體薪酬調整，保障內部公平性和外部競爭性，優化績效考核制度，將員工個人績效與組織績效進行一定程度的綁定，確保員工與公司目標一致，最終實現年度業績目標。

疫情期間根據國家相關規定，我們為全部員工投保僱主責任險，為全職員工繳納社保，經理職級以上投保補充醫療保險，並調整多項長短期激勵制度，使得完成公司目標的同時盡可能提高員工收入，保持激勵政策的有效性，保障員工生活。2020年，在公司業績受疫情影響極大的情況下，激勵政策適時的調整，既使得員工保持持續前進的動力，也讓公司的人力成本處於可控的狀態，踐行企業為團隊的理念，做到企業留人，公司與個人共同發展，共渡難關。

不忘初心 — 共榮源自擔當

• 考核與晉陞

呷哺呷哺為員工提供公平、公正、公開的職業發展環境，重視員工考核和長期激勵，關注後備人才培養，為員工搭建職業發展通道。2020年公司依然延續人才盤點，在識別人才、發展人才、保留人才方面有了更全面的發展。我們重視員工績效管理和激勵，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，定期對員工績效目標完成情況進行跟蹤分析。在考察評估員工的過程中，我們不僅關注員工的業務能力，也同樣重視員工的行為考量，對表現不合格的員工予以免職，對表現優異、德才兼備的員工進行晉級提升。此外，公司還推出了內部競聘政策，優先將機會提供給內部員工，旨在讓人才流動起來，讓員工得到多元的發展機會。

4.2 提升員工幸福感

呷哺呷哺以員工為本，時刻把員工的身心健康與安全放在第一位，致力於為員工創建安全、舒適的工作環境，努力營造溫馨、和諧的工作氛圍。同時，通過制度保障和關懷舉措全面提升員工的幸福感以及對企業的認同感。

• 關注安全健康

呷哺呷哺嚴格遵守《中華人民共和國消防法》、《中華人民共和國安全法》、《生產安全事故應急預案管理辦法》、《中華人民共和國職業病防治法》、《中華人民共和國特種設備安全法》、《危險化學品安全管理條例》等法律法規，按照國家標準定期進行安全設施的配置和維護，並制定多項舉措保障員工的健康與安全，維護員工的根本利益。報告期內，本公司未出現重大生產責任事故及因安全檢查疏忽導致安全問題，並經三方機構認證為安全生產標準化三級企業。

不忘初心 — 共榮源自擔當

完善員工
基本保障

- 為保障生產安全和環境達標，嚴格按照國家安全生產相關法律法規，制定相應的安全生產規章制度；
- 為員工購買僱主責任險、繳納社保，經理職級以上購買補充醫療保險；
- 與消防專業機構簽訂消防維保合同，完善安全質量體系文件。

健康與安全
日常舉措

- 餐廳值班人員日常巡視時會時刻提醒餐廳員工注意滑倒、摔傷等安全事宜；
- 提供員工餐，嚴控原料質量、加工衛生，餐具清洗、消毒抽檢合格率100%；
- 提供健康證辦理業務，報銷定期體檢費用；
- 嚴格管理員工用水質量，每季度對開水器進行一次水垢清理、更換過濾器。

開展健康
安全培訓

- 制定員工安全健康教育培訓計劃，按照計劃開展正規授課培訓活動，講解用電安全、防火安全等相關知識；
- 充分利用宣傳欄、橫幅、微信群、班前班後會等靈活多變的形式積極進行工餘時間的安全知識宣教活動；
- 開展應急救援演練，對特種作業人員、特種設備操作人員進行專業的取證培訓。

定期檢修
安全設備

- 定期對食堂燃氣閥門、滅火器、廠區製冷設備、配電室、消防水泵、消防栓、安全出口應急燈等設施進行巡視檢查，及時更換過期滅火器；
- 成立安全生產檢查組織，完善安全生產檢查及隱患排查整改治理制度，開展安全生產專項檢查活動，堅持周檢、月檢行動。

不忘初心 — 共榮源自擔當

案例：公司老廠宿舍消防改造

本公司原老廠房修建已久，僅設置一個消防疏散出口，不符合現行建築物消防設計規範中關於「同一建築物不少於兩個安全出口且不處於同一疏散方向」的規定。2020年9月，為使老廠宿舍滿足消防疏散要求，避免一旦出現問題，因疏散不及時造成人員傷亡等嚴重後果，為員工的生命健康安全保駕護航，本公司積極開展消防安全隱患全方位排查及整改行動，完成老廠宿舍室外消防樓梯的安裝工作。



• 平衡工作生活

呷哺呷哺提倡踐行讓員工快樂工作，傾心聆聽員工訴求，重視人文關懷。2020年，本公司秉承「感恩相伴」的人員管理理念，感謝員工在特殊時期與公司共克時艱，在為員工提供正常工作機會和基礎生活保障的同時，根據國家防疫防控政策要求通過線上線下結合的方式組織各類活動，在活動中加強員工之間的了解，營造積極努力的團隊氛圍，增強員工團隊凝聚力和歸屬感，提高工作敬業度，激勵團隊朝著更高更遠的目標發展。

不忘初心 — 共榮源自擔當

開展員工活動	<ul style="list-style-type: none">➤ 餐廳每月組織民主生活會，提供員工之間交流機會並為本月生日員工慶生，增進了員工之間的感情，使餐廳形成向心力；➤ 組織年度尾牙線上直播活動，表彰績優團隊及個人，公司領導與員工齊聚一堂，攜手歡笑，激勵員工努力達成2020年度目標；➤ 組織菁英團隊到內蒙古進行學習考察，使員工見證食材的加工過程，切身體驗公司「品質源自堅持」的成功法則，使員工切實體會公司成為聚會餐飲行業全球領跑者的願景；➤ 組織「守初心·創未來」系列徒步活動，讓員工離開工作崗位，親身體驗大自然，放鬆身心，激勵員工的積極性和拓展性，提升員工的忠誠度及凝聚力；➤ 組織「最美湊湊人」活動，發現工作夥伴的美麗身影與愛崗敬業、熱心服務等優秀品質，聘請獲獎員工為公司文化大使，加強企業文化學習。
傳遞問候祝福	<ul style="list-style-type: none">➤ 為婚喪嫁娶員工發放公司慰問福利金；➤ 在炎熱夏季為員工提供清涼福利；➤ 在傳統節日、婦女節、呷哺520、員工生日等特殊日子為員工送去感恩祝福和禮品。
提供舒適環境	<ul style="list-style-type: none">➤ 對相關工作設備以及空調、生活熱水等宿舍生活設施進行定期升級、維修和改造，嚴格管理廠區員工宿舍，滿足員工住宿需求，保持宿舍整潔；➤ 不定期更換辦公區域綠植，各種節日增加節日氛圍佈置，讓員工在緊張忙碌的工作氛圍中保持身心舒暢；➤ 讓員工參與管理公司的工作、生活各個方面，鼓勵推行民主管理，增加公司員工參與感和凝聚力。

不忘初心 — 共榮源自擔當



員工內蒙古草原徒步活動



「最美湊湊人」主題活動

4.3 助力員工成長

員工的職業技能決定公司未來的發展方向和變革進程。因此，我們致力於推動員工和公司的共同成長，通過積極完善培訓體系、搭建學習平台、豐富培訓活動形式，為員工提供豐富的學習資源和便捷的學習渠道，助力公司內部人才發展，培養高素質職業人才增強公司核心競爭力，使得員工在實現個人價值的同時也為公司創造價值。

• 完善培訓體系

呷哺呷哺重視員工培養，根據員工職業發展的不同階段，提供員工豐富的學習渠道，不斷創新有針對性的學習內容，增強員工工作、管理等技能，促進工作效率提升和關鍵人才培養機制的完善與優化，精準賦能員工、驅動組織成長、補足能力缺口。

疫情期間我們堅持「停工不停學」，積極開展線上線下相結合的培訓方式，豐富員工企業文化、工作技能、疫情防控制等相關知識。我們設置有青銅、白銀、黃金三級管理課程，通過學習平台生成OMO培訓項目，上線相關課程，由總部統一分發學習任務，並進行定期追蹤與反饋。

不忘初心 — 共榮源自擔當

多元模式

- 學習資料網絡化，線上、線下同步開展制式課程培訓；
- 標化制度約束和案例教學並行。

因材施教

- 針對不同區域、崗位、職級人員定制個性化培訓課程。

持續培訓

- 以員工入職培訓為起點，後續根據業務需要進行崗位技能培訓、管理培訓、心態激勵培訓等，將員工培訓貫穿整個職業生涯週期進行。

定期考核

- 區域督導定期輪訓及校準，給予營運高管不斷「回爐」，更新強化操作標準。

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，更好地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，以賽代練提升員工水平；
- 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。

不忘初心 — 共榮源自擔當

2020年，公司整體培訓數據如下。其中，公司在報告期內積極使用「呷哺大學堂」線上培訓平台，通過該平台開展線上培訓30場，覆蓋84,079人次，培訓總時數為71,748小時。

維度	專業類	管理類	新員工	總計
培訓員工總場次(場)	61	38	1,749	1,848
培訓員工總人次(人次)	4,384	84,409	1,984	90,777
培訓員工總時數(小時) ^(註)	31,728	44,310	4,583	80,622

註：2020年受疫情影響以及「呷哺大學堂」的全面投入使用，大多數課程轉入線上培訓，線上課程參與的員工數量與線下覆蓋人員相比有大幅提升，因此相較2019年培訓數據大幅增長。

案例：打造《呷哺營運學院》學習平台

本公司為提供便捷有效的學習平台，讓員工能夠輕鬆學習，與公司共同進步，打造了《呷哺營運學院》這一呷哺營運人的專屬學習平台。《呷哺營運學院》收錄線上課程共計264個，均為自產內容，課程總瀏覽115萬餘次，總學習47萬餘次，點讚4萬餘次，評論數1.6萬餘次。自產內容的業務貼合度及趣味性較高，吸引大量學員利用碎片化時間學習，極大提升員工自主學習意願，使得員工自主學習產生的數據佔比達70%以上。《呷哺營運學院》榮獲「在線教育資訊網」2020年度「博奧獎」中的《優秀教學設計獎》，以及「中歐商業評論」2020年度「雲圖獎」中的《組織績效助力獎》，同時也作為優秀案例在中國《培訓》雜誌2020年8月期刊中進行刊登。



不忘初心 — 共榮源自擔當

案例：推出《案例學院》第二季節目

呷哺呷哺重視培訓的針對性和實用性，《案例學院》在此背景下應運而生。在實際營運管理中，存在很多無法用一個標準流程去套用的場景，這就要求管理者具備相當的經驗以及對此類事件的洞察力，傳統培訓內容無法解決這一實操難題。

為此我們開發了《案例學院》培訓內容，我們深度加工真實發生在企業中的案例，將它變為有利於學員吸收的形式，快速增加餐廳管理者們對於客訴處理這件事的認知，為管理者賦能。同時鼓勵學員發現案例中的閃光點和機會點，並假設自己是當事人模擬處理現場，定期收集學員的精彩回覆編輯排版，將這些回饋再變成培訓內容，使用「大家幫助大家，內容滾雪球」的形式，持續輸出對一線管理者有價值的培訓內容。



新員工入職培訓



榮耀呷哺技能大賽和羊羊快閃活動

案例：呷哺呷哺集團金種子(校園MT)集中培訓

關鍵崗位的人才培養與發展是企業成功的關鍵制勝因素。一直以來，呷哺呷哺集團對於人才的引進、培養、提升及保留非常重視，對於營運一線的人才梯隊建設更是尤為關注。金種子(校園MT)項目作為校招管培生培訓項目以及營運一線人才培訓的重要延續性互動項目，每年通過豐富的形式開展，以幫助「金種子」們了解集團高層對於後備人才的重視和期望。

2020年10月28日至30日，90名朝氣蓬勃的管培生齊聚北京，參加了本年度的集中培訓。培訓課程內容設置十分豐富，涵蓋了市場品牌、供應鏈、品質管理、財務數據、公共事務管理、營運訓練、設計工程、內部控制等各個方向，並邀請諸多部門「大咖」主講，生動有趣。此外，本次集中培訓還增加了團隊建設、參觀總部及新模式的內容，旨在通過知識學習、訓練拓展、遊歷感悟，讓「金種子」們得以學習企業內部知識、傳承企業文化內涵，增強對於公司的了解、認同以及榮譽感和歸屬感。

不忘初心 — 共榮源自擔當



員工帶領管培生參觀總部



金種子(校園MT)培訓學員合影

4.4 感恩回饋社會

企業發展與國家發展、社會進步息息相關。呷哺呷哺作為一家深具社會責任感的企業，我們在保證穩健運營的同時，以回饋社會、助推社區活動為願景，追求企業與社會的共生共榮，熱心參與公益事業，通過積極參與和支持慈善捐贈、志願活動來積極履行社會責任。

我們聚力抗擊疫情、精準扶貧、生態扶貧領域，開展各慈善項目。報告期內，我們為甘肅廣河及新疆扶貧項目分別捐贈人民幣20萬元和8萬元。

案例：「幸福家園 — 西部綠化行動」愛心枸杞林果實回收，項目圓滿收官

呷哺呷哺聯手中國綠化基金會開展的生態扶貧項目「幸福家園 — 西部綠化行動」聚焦寧夏中寧，開展生態扶貧。該公益項目旨在扶持寧夏中寧地區枸杞產業，形成「捐贈-種植-採摘-收購-傳播」的完整鏈條，不僅停留在企業「做公益」的環節，也為扶貧探索了一種新模式。同時，向消費端形成傳播，塑造企業公益的品牌形象，播撒奉獻精神，賦能當地枸杞產業發展。

報告期內，我們對2018年為寧夏地區捐贈的「呷哺愛心林」枸杞樹產出的第一年果實進行了採購回收，歷時三年的呷哺公益項目，在2020年圓滿收官。

不忘初心 — 共榮源自擔當



展望

展望2021年，隨著國內新型冠狀病毒肺炎疫情逐步得到控制，但全球疫情風險仍威脅著公眾的健康與安全。因此，餐飲業需逐步找到更多預防、應對、自保、抗壓措施，從而適應新冠肺炎疫情新常態，以保障企業在突如其來危機關頭的韌性。呷哺呷哺將從「發力中高端市場，覆蓋更廣消費群體」以及「疫情應對常態化，助力升級國民健康」兩方面實現企業對各利益相關方及社會的責任承諾。

在「發力中高端市場，覆蓋更廣消費群體」層面，呷哺呷哺將始終延續「永無止境地追求卓越」這一管理理念，以嚴控食材質量為基礎，優選質檢達標供應商、優化冷鏈直營配送，力求高級品質、綠色健康。同時餐廳風格隨年輕客群消費者喜好不斷升級迭代，讓顧客在多元風格「隨食隨享」的空間舒適用餐，持續升級顧客用餐體驗。旗下高端品牌湊湊將進一步進軍海外市場，實現集團的國際化佈局。基於呷哺呷哺集團的質量保障及其品牌自身的國民度，湊湊是集團幾架馬車齊頭並進的重要驅動力之一。未來在商業地產的談判、供應商的採購聯手、消費者對品牌的認知和認可度等方面，湊湊將會走在前列，引領集團多品牌開拓新市場。呷哺呷哺堅信並踐行「品質源自堅持」這一成功法則，用食材去打造品牌形象，努力成為城市餐飲的代表，成為中國餐飲對外的名片。

在「疫情應對常態化，助力升級國民健康」層面，呷哺呷哺不僅要做到危情之下能夠轉危為安，更要具備健康防疫常態化的能力，嚴格遵守門店食品安全衛生標準、豐富線上預約渠道，在節能環保、綠色運營的同時充分供應顧客消毒衛生用品，為員工和消費者提供安全衛生的環境。呷哺呷哺「一人一鍋」的就餐模式不僅能夠滿足顧客口味差異，在疫情防控常態化的背景下，還能最大程度地滿足消費者健康飲食的需求。「呷煮呷燙」提供的品質外送服務也讓消費半徑突破門店商圈的同時實現無接觸安心送。

未來，我們將一如既往地履行企業社會責任，聚焦食品質量與安全，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，積極推動可持續消費，為員工謀發展，為社會謀福祉，成長為民族餐飲的領導者。

支持聯合國可持續發展目標

目標	行動	目標	行動
 <p>1 無貧窮</p>	開展生態扶貧項目	 <p>11 可持續 城市和社區</p>	積極響應所在地城市廢物管理措施，減少廢棄物產生
 <p>3 良好 健康與福祉</p>	提供健康、安全的產品，關注員工身心健康	 <p>12 負責任 消費和生產</p>	減少食物浪費，通過預防、減排、回收、再利用減少廢棄物產生
 <p>5 性別平等</p>	平等僱傭，關愛女性員工	 <p>13 氣候行動</p>	節能減排措施
 <p>7 經濟適用的 清潔能源</p>	提升能源使用效率	 <p>14 水下生物</p>	採購兼顧目標種群的可持續性和最小化環境影響的可持續漁獲物
 <p>8 體面工作和 經濟增長</p>	禁止僱傭童工及強制勞工，創造多元、包容的工作環境，提供合理的薪酬福利	 <p>16 和平、正義與 強大機構</p>	依法合規經營，禁止舞弊、賄賂行為
 <p>10 減少不平等</p>	平等僱傭，杜絕針對年齡、地域、宗教等的歧視		

支持聯合國可持續發展目標

關於聯合國可持續發展目標

可持續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs) 誕生於2012年在里約熱內盧舉行的聯合國可持續發展大會，旨在指導2015-2030年的全球發展工作，通過協同行動應對當今世界所面臨的嚴峻的環境、政治和經濟挑戰。可持續發展目標包含了17個可衡量的、被普遍認可的目標，包括消除貧困、預防致命疾病、應對氣候變化、減少不平等、發展可持續消費等。



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	p44, p47-p49
A1 排放物	A1.1 排放物種類及相關排放數據。	披露	p44, p47
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	p44
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	p47

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	A1.5 描述減低排放量的措施及所得成果。	披露	p44, p47-p49
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	p47-p49
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	p44-p47
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	p44
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	p44
A2 資源使用	A2.3 描述能源使用效益計劃及所得成果。	披露	p45
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的成果。	披露	p45
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	p46
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	p47-p49

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
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	p47-p49
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	p51-p54
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	p52
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	p54-p56
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	-

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
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	p54-p56
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	p58-p62
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	p60
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	p51
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	p51
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	p51

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	一般披露 管理供應鏈的環境及社會風險政策。	披露	p14-p16, p33-p36
B5 供應鏈管理	B5.1 按地區劃分的供應商數目。	計劃於未來披露	-
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	p33-p36
B6 產品責任	一般披露 有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	披露	p36-p42
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	p41
B6 產品責任	B6.3 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	披露	p27
B6 產品責任	B6.4 描述質量檢定過程及產品回收程序。	披露	p36-p37

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
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	p42
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	p26-p27
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	p27
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	p27
B8 社區投資	<p>一般披露</p> <p>有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。</p>	披露	p9-p21, p62-p63
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	p9-p21, p62-p63
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	p9-p21, p62-p63

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	p23
102-2	活動、品牌、產品和服務	披露	p23-p25
102-3	總部位置	披露	p16, p21, p23
102-4	經營位置	披露	p3, p23
102-5	所有權與法律形式	披露	p23
102-6	服務的市場	披露	p3, p23
102-7	組織規模	披露	p3, p23, p28, p52
102-8	關於員工和其他工作者的信息	披露	p52
102-9	供應鏈	披露	p33-p36
102-10	組織及其供應鏈的重大變化	披露	p28, p34
102-13	協會成員資格	披露	p3-p4, p64
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, p64
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
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	p6-p7
102-29	經濟、環境和社會影響的識別和管理	披露	p7-p8
102-30	風險管理流程的效果	披露	p26
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	p6-p8
102-46	界定報告內容和議題邊界	披露	報告說明
102-47	實質性議題列表	披露	p8
102-49	報告變化	披露	報告說明
102-50	報告期	披露	報告說明
102-51	最近報告的日期	披露	報告說明
102-52	報告週期	披露	報告說明
102-53	可回答報告相關的問題的聯繫人信息	披露	p75
102-55	GRI內容索引	披露	p73-p74

GRI STANDARDS 指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
201-1	直接產生和分配的經濟價值	披露	p3, p28
205-2	反腐敗政策和程序的傳達及培訓	披露	p27
301-1	所用物料的重量或體積	披露	p46
302-1	組織內部的能源消耗量	披露	p44
302-3	能源強度	披露	p44
302-4	減少能源消耗量	部分披露	p44-p45
302-5	降低產品和服務的能源需求	披露	p44-p45
305-1	直接(範疇1)溫室氣體排放	披露	p44
305-2	能源間接(範疇2)溫室氣體排放	披露	p44
305-4	溫室氣體排放強度	披露	p44
306-1	按水質及排放目的地分類的排水總量	披露	p44
306-2	按類別及處理方法分類的廢棄物總量	披露	p47
307-1	違反環境法律法規	披露	p44
401-2	提供給全職員工(不包括臨時或兼職員工)的福利	披露	p53, p56-p57
401-3	育兒假	披露	p53
404-2	員工技能提升方案和過渡協助方案	披露	p58-p61
414-2	供應鏈對社會的負面影響以及採取的行動	披露	p34-p36
416-2	涉及產品和服務的健康與安全影響的違規事件	披露	p14

讀者反饋表

感謝您閱讀《呷哺呷哺2020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，我們衷心歡迎您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的回應？

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！