



**HUNG FOOK TONG**

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

(Incorporated in the Cayman Islands with limited liability)

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

Stock Code 股份代號 : 1446

Recycle

Health & Wellness

Eat Healthy

Go Green

HFT 鴻福堂  
Life  
智能回收機  
CARBON

**START**

立即下載  
Download Now  
CARBON

1 2 3

**RECYCLE REWARD**  
膠樽回收  
即時回禮

此回收機 Carbon Colles 會員可以換取積分  
Becomes a member to earn  
Carbon Colles reward  
Carbon Colles calculation  
Technical Partner with SGS

REMOVE THE CAP  
移除瓶蓋

EMPTY + CLEAN  
THE BOTTLES  
確保樽空

DO NOT CRUSH  
請勿壓扁

KEEP THE BARCODE  
保留條碼

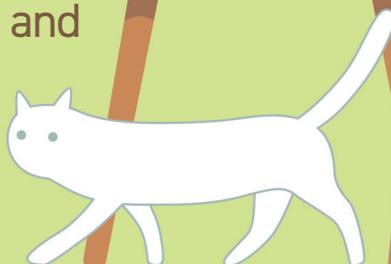
NO. 1 & NO. 5 PLASTIC  
BOTTLES (PETE/PET/PP)

1號及5號膠樽

Bring your Own Bag

# 2020

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





# 真心製造 自然流露





# 目錄

二零二零年重點一覽	2
關於鴻福堂	4
獎項及嘉許	5
關於本報告	7
主席的話	9
我們的可持續發展方針	10
我們的營運	17
我們的員工	25
我們的環境	32
我們的社區	42
關鍵績效指標總覽	45
《環境、社會及管治報告指引》內容索引	49

## 二零二零年重點一覽

### 我們的營運



**51.6%**的鴻福堂飲品  
為低糖成份



**13.0%**的鴻福堂產品  
為素食

**324**個主要供應商



### 我們的員工



**891**名僱員

695名香港僱員, 196名中國內地僱員



**477**名僱員接受培訓

培訓時數約**3,000**小時





## 我們的環境

實現 **零** 廚餘棄置於堆填區

已回收廚餘 **1,299** 公噸

減少 **277** 公噸 二氧化碳當量溫室氣體排放



總溫室氣體排放減少 **22%**

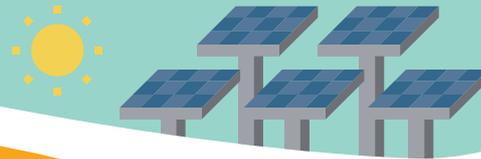


總能源消耗減少 **13%**

總耗水量減少 **17%**



於香港廠房的天台安裝約 **590** 個太陽能板，  
表面面積相等於 **2,300** 平方米



## 我們的社區

支持超過 **100** 個非政府組織、學校及協會

贊助價值超過 **280** 萬港元 的產品及優惠券

現金捐款約 **71** 萬港元

於疫情下提供 **88** 小時義工服務



## 關於鴻福堂

鴻福堂集團控股有限公司（「鴻福堂」或「本公司」）及其附屬公司（統稱為「本集團」）於一九八六年成立，於二零一四年在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市。鴻福堂主要以「鴻福堂」品牌從事各式草本及非草本產品的生產及銷售。屹立市場逾30年，鴻福堂持續開發多元化產品，並由一間傳統中式涼茶店蛻變成推廣現代健康理念的餐飲企業。

本集團在香港及中國內地自設廠房，生產各款產品。其大埔廠房主要生產於香港鴻福堂零售店銷售的鮮製食品及飲品。本集團於廣東省開平市的生產廠房主要滿足香港、中國內地及其他市場對其鮮製及保鮮飲品的需求。

本集團透過零售及批發兩大銷售渠道銷售產品。

於二零二零年，零售業務仍為本集團的最大收益來源，佔本集團總收益約78%。按零售網絡規模計算，於二零二零年底，本集團仍然是香港最大的中式草本產品零售商，擁有119間自營零售店。此外，鴻福堂持續提升及推廣其手機應用程式，令愈來愈多自家CLUB會員使用。

鴻福堂的批發業務主要為銷售及分銷其保鮮飲品及鮮製飲品，包括銷售予香港、中國內地及海外的第三方零售商及分銷商。為擴展香港業務，本集團已引入更多來自台灣及南韓等地的進口食品。於二零二零年，鴻福堂重整中國內地的批發業務流程，優化業務模式，現時產品於超過6,400間主要位於華南地區的便利店有售。



## 獎項及嘉許

鴻福堂獲得多個獎項，以表彰本集團於環保、勞工慣例、提升顧客體驗及社區投資方面作出的努力。於本報告年度，鴻福堂榮獲的獎項載列如下：

### 環保方面的表彰

- ▶ 香港環境卓越大獎2019－商舖及零售業（優異獎）  
環境運動委員會
- ▶ 香港綠色機構  
環境運動委員會
- ▶ 綠色辦公室3+標誌及健康工作間標誌2020  
世界綠色組織
- ▶ 低碳關懷ESG標籤（第三級）  
低碳想創坊
- ▶ InnoESG大獎2020  
社群創客基金



### 品牌管理及顧客服務方面的表彰

- ▶ 香港Q嘜優質服務計劃及Q嘜人氣品牌大獎2020  
香港工業總會
- ▶ 2020香港名牌  
香港品牌發展局及香港中華廠商聯合會
- ▶ GS1「貼心企業」五年+  
香港貨品編碼協會
- ▶ 「信譽品牌」2020－金獎（中式湯水／涼茶店類別）  
讀者文摘
- ▶ 2020健康同行夥伴大獎－傑出中式草本產品企業  
經濟通有限公司
- ▶ 2020優網店  
香港零售管理協會
- ▶ 百佳超卓品牌大賞2019－至尊家庭品牌  
百佳超級市場
- ▶ 2019貨品類別銷售傑出表現大獎－飲品類  
7-11便利店
- ▶ 店舖防疫措施認證  
香港零售管理協會



香港卓越名牌



## 社區投資方面的表彰



▶ 10年Plus「商界展關懷」標誌2006-2020

香港社會服務聯會

社會資本動力獎2020-2022 – 標誌獎

勞工及福利局 – 社會投資共享基金

2018/19 Y-Care CSR企業伙伴計劃 (銀伙伴)

香港中華基督教青年會

2019/2020年度公益嘉許獎

香港公益金



## 人才發展方面的表彰



▶ 開心工作間5+

香港生產力促進局

好僱主約章2020 – 「友」「家」好僱主標誌

勞工處

《有能者•聘之約章》及共融機構嘉許計劃 – 共融機構標誌

勞工及福利局

ERB人才企業嘉許計劃：人才企業(2011-2020)

僱員再培訓局





## 關於本報告

此乃鴻福堂發表的第五份環境、社會及管治（「ESG」）報告（「本報告」）。透過披露本集團在ESG方面的政策、措施及表現，本報告讓持份者可更加了解本集團在可持續發展議題上的進展和發展方向。本報告備有中文及英文版本，並已上載至聯交所網站及本公司網站（www.hungfooktongholdings.com）。

## 報告範圍

本報告詳述鴻福堂於二零二零年一月一日至二零二零年十二月三十一日之財政年度（「二零二零年」或「本報告年

度」）核心業務分部（零售及批發）的主要營運情況，這些分部乃其收益的主要來源。報告範圍涵蓋香港零售店（「香港零售店」）、香港辦公室及廠房（分別稱為「香港辦公室」及「香港廠房」）以及於廣東省開平市的辦公室及廠房（分別稱為「開平辦公室」及「開平廠房」）在營運方面的ESG表現。與上一報告年度相比，報告範圍及界定並無重大變動。

## 報告準則

本報告根據聯交所證券上市規則附錄27所載環境、社會及管治報告指引（「ESG報告指引」）編製。本報告以重要性、量化、平衡及一致性此四個匯報原則為編製基礎。

匯報原則	定義	鴻福堂的回應
重要性	發行人須報告對投資者及其他持份者帶來重大影響的環境、社會及管治議題。	本集團已透過多項正式的持份者參與活動（包括管理層訪談、持份者問卷及焦點小組）識別重要的環境、社會及管治議題。  已識別的重大議題已獲董事會核實。更多詳情請參閱「持份者參與」一節。
量化	歷史數據的關鍵績效指標（「KPI」）須為可計量的。發行人須訂立目標以減少特定影響，以使ESG政策及管理制度的有效性可被評估及驗證。  量化資料須隨附說明，解釋其目的、影響及提供比較數據（如適用）。	本集團各KPI的資料來自相關部門的統計數據。此外，為確保環境KPI的準確性，本集團已委託專業顧問公司低碳亞洲有限公司參考本地及國際指引進行碳評估。  倘適用，本集團將前瞻性陳述納入本報告，而量化資料則隨附說明及所用標準、方法、假設及／或計算工具。



匯報原則	定義	鴻福堂的回應
平衡	發行人須就其表現提供不偏頗的資料，並避免採用可能不當影響本報告讀者決定或判斷的選擇、遺漏或呈列方式。	本集團致力秉持公正的報告原則。本集團不僅報告其取得的成就，亦報告其面對的挑戰。
一致性	發行人應採納一致的披露及統計方法，以確保能隨著時間對ESG數據作出有意義的比較。	本集團採用與過往年度相同的方式編製本報告，確保以一致的方法，將ESG數據與過往數據比較。

## 確認及批核

本集團已制定內部監控及正式審閱程序，以確保本報告所呈列的所有資料盡可能準確可靠。本公司董事會對有關計量及KPI的設定和披露負有整體責任。為確保本報告涵蓋對本集團屬重要的環境及社會議題，本報告已由董事會審閱並於二零二一年六月二十九日獲董事會批核。

## 反饋機制

持份者的意見和建議有助本集團制定更詳盡及全面的可持續發展策略。如閣下對本報告的內容或形式有任何疑問或建議，請透過以下渠道與本公司聯絡：

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

## 主席的話



謝寶達先生

主席兼執行董事

### 各位持份者：

二零二零年正值多事之秋，各地天災不斷、國際局勢緊張，更爆發新型冠狀病毒疫情。面對這些全球性挑戰，企業必須迅速應對危機，而可持續發展已成為管理議程中日益重要的任務。

作為香港最大的中式草本產品零售商，本集團深明推動可持續發展並不僅為了遵守日益嚴格的監管要求。為規劃本集團的可持續發展路向，董事會負責監督本集團的可持續發展。在執行委員會及審核委員會的協助下，董事會評估、檢討及管理重大的可持續發展議題。展望未來，鴻福堂將提升其可持續發展管治架構，以進一步將可持續發展融入業務營運之中。

面對新型冠狀病毒疫情，本集團迅速應對，建立緊急應對程序，並實施一系列防疫措施，以保障僱員及顧客的健康，如在家工作計劃、為辦公室及零售店進行專業消毒等。為與僱員及社區同心抗疫，本集團發起名為「疫境齊自強」的抗疫行動，包括向員工及社區派發醫用口罩及健康飲品，在疫情期間推動更健康的生活方式。

除了疫情帶來的持續挑戰外，氣候變化已經成為政府政策的當務之急－中國內地已訂下於二零六零年前實現碳中和的目標，而香港亦已承諾於二零五零年前實現碳中和。為準備未來的低碳轉型及應對氣候變化的潛在影響，本集團將加強管理氣候變化相關的議題，包括制定政策、評估氣候變化對其營運的潛在影響以及制定環保目標。

作為餐飲業的一份子，鴻福堂深明包裝是社會高度關注的議題。近期，香港政府就推出塑膠飲料容器生產者責任計劃（「塑膠飲料容器生產者責任計劃」）展開公眾諮詢。鴻福堂積極尋求塑膠包裝的替代品，並與機構合作盡力減少棄置塑膠包裝。

二零二零年世界出現巨變，人類面臨前所未有的挑戰，展望二零二一年仍將充滿不確定性。透過專注於「3H」業務模式（包括「健康、草本及家居」三大支柱），本集團相信其可應對這些挑戰並為其持份者創造價值。

主席兼執行董事  
謝寶達

香港，二零二一年六月二十九日

<sup>1</sup> 僅供識別。

## 我們的可持續發展方針

### 可持續發展管治

可持續發展管治使公司能夠在業務中實施可持續發展策略、管理目標設定及報告程序、加強與外部持份者的關係及確保整體問責。

於鴻福堂，董事會負責監督可持續發展議題，包括制定策略方向、識別、優先考慮及管理重大的可持續發展議題。本集團的執行委員會獲董事會授權，負責落實可持續發展策略，並根據所訂立的目標及目的監察本集團的表現。本集團定期檢討表現及進度，並向董事會呈報成果。



### 未來計劃

◎ 鴻福堂深明可持續發展已經是全球、地區及國家層面的首要任務。為更好地將可持續發展融入企業策略之中，鴻福堂探索將聯合國制定的可持續發展目標（「可持續發展目標」）融入業務策略的方法。展望未來，鴻福堂計劃於二零二一年成立ESG指導委員會及ESG工作小組，以提升現有管治架構及確保可持續發展能夠貫徹於業務營運之中。



### 可持續發展風險管理

有效的風險管理是企業管治的重要一環。本集團設有風險管理及內部監控系統，確保本集團可有效識別、監控及應對風險。本集團的審核委員會負責監督本集團的財務監控、風險管理及內部監控程序。本集團定期檢討風險管理及內部監控系統，確保系統有效。

所有業務單位均參與風險管理過程及制定風險應對措施。內部審核部門負責協調有關已識別風險的事宜並就此提出建議。本集團亦已委聘一家內部監控顧問機構，與內部審核部門緊密合作，以達致上述目標。作為風險緩減策略的一部分，本集團已制定舉報機制，讓持份者可就任何風險表達他們的關注。



### 未來計劃

◎ 本集團已委託外部顧問分析未來一年行業及同業的潛在可持續發展風險。展望未來，本集團將檢討現有風險管理及內部監控系統，以全面納入可持續發展風險管理。本集團計劃於風險管理過程中全面考慮可持續發展風險。





## 持份者參與

本集團深明與持份者建立良好關係是公司長遠成功的關鍵。本集團透過日常營運中的溝通收集持份者意見，檢討表現及考慮潛在風險，並持續改善業務策略及管理。本集團的主要持份者及溝通方式載列如下。



### 僱員

本集團為僱員提供多元化的培訓計劃及團隊訓練活動。於本報告年度，本集團透過舉行焦點小組以收集僱員對本集團可持續發展策略的反饋。



### 客戶

本集團透過「自家CLUB」會員計劃與寶貴客戶溝通。本集團透過每月電子通訊及自家CLUB手機應用程式向自家CLUB會員發放最新消息。客戶可透過客戶服務熱線、電子郵件、公司網站及社交媒體平台提出反饋及意見。



### 供應商及業務合作夥伴

本集團透過實地視察及積極溝通，與供應商及業務合作夥伴維持緊密聯繫。



### 社區

本集團透過各類慈善活動、贊助、捐款及義工服務與社區(包括非政府組織(「非政府組織」)及受惠者)聯繫和提供支援。



### 股東及投資者

本集團透過股東週年大會與股東溝通。本集團透過公司網站、媒體訪問及電郵通訊令投資者及股東得知集團的最新消息及業績公告。





### 持份者意見反饋

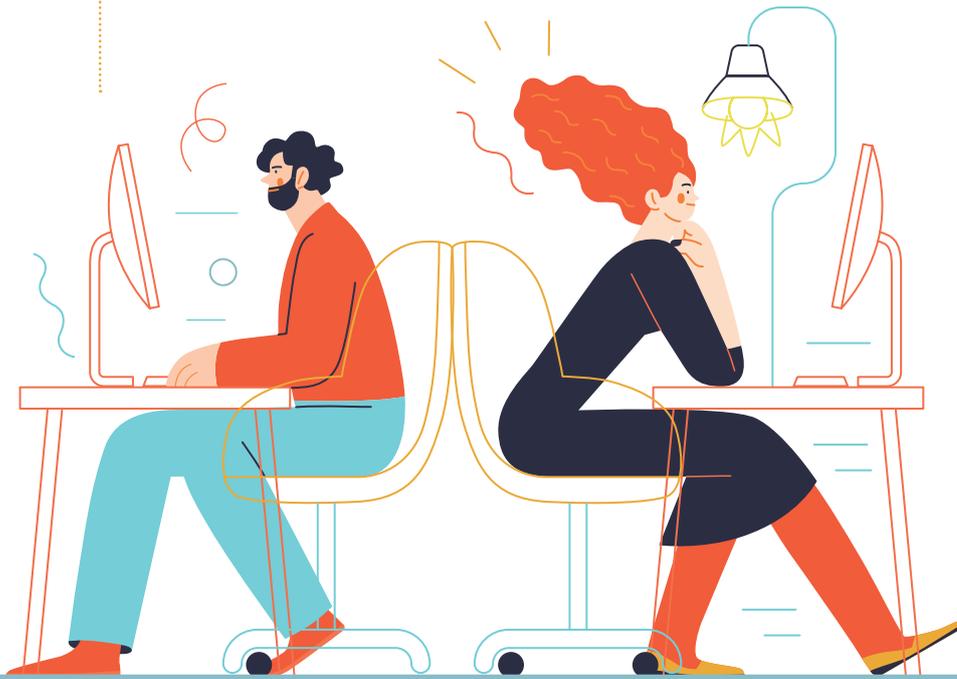
為前線僱員提供手機應用程式培訓，當客戶在使用手機應用程式遇到困難時，能夠為客戶提供指引。

關懷弱勢社群及長者。本集團可為有需要人士提供折扣。

### 本集團回應

鴻福堂一直將相關內容納入定期培訓課程，讓僱員了解手機應用程式的最新更新。

本集團關懷弱勢社群，一直有為他們提供支援，例如向長者提供折扣。此外，考慮到長者可能會較難使用手機應用程式，本集團已經為長者推出有特別優惠的實體禮物卡。



### 未來計劃

◎ 展望未來，本集團正計劃進一步擴大持份者參與活動，以更深入及全面地了解持份者的意見，同時亦計劃讓持份者參與可持續發展的決策過程。

## 重要性評估

本集團的可持續發展工作需專注於解決最重要的議題，才能更具意義及發揮更大影響力。持份者參與重要性評估過程是本集團可持續發展方針的關鍵，有助將重點及資源優先投放於本集團可產生重大影響的範疇，並最終取得進展。在外聘顧問的支持下，本集團透過管理層訪談、線上問卷及焦點小組收集持份者（包括客戶、僱員、業務夥伴及非政府組織）的反饋。根據參與活動的結果，本集團進行重要性評估，以識別對持份者而言及根據本集團對環境及社會的影響方面屬重要的關鍵可持續發展議題。



### 1 識別

鴻福堂透過檢視過往參與結果及行業趨勢，識別出24項可持續發展議題，涵蓋環境、員工、營運及社區。



### 2 收集數據

本集團已透過問卷、焦點小組及訪談接觸不同持份者以收集反饋，共收回185份有效問卷回覆。



### 4 驗證

董事會審閱及驗證重要性評估的結果，確認此為本報告年度的重點範疇。

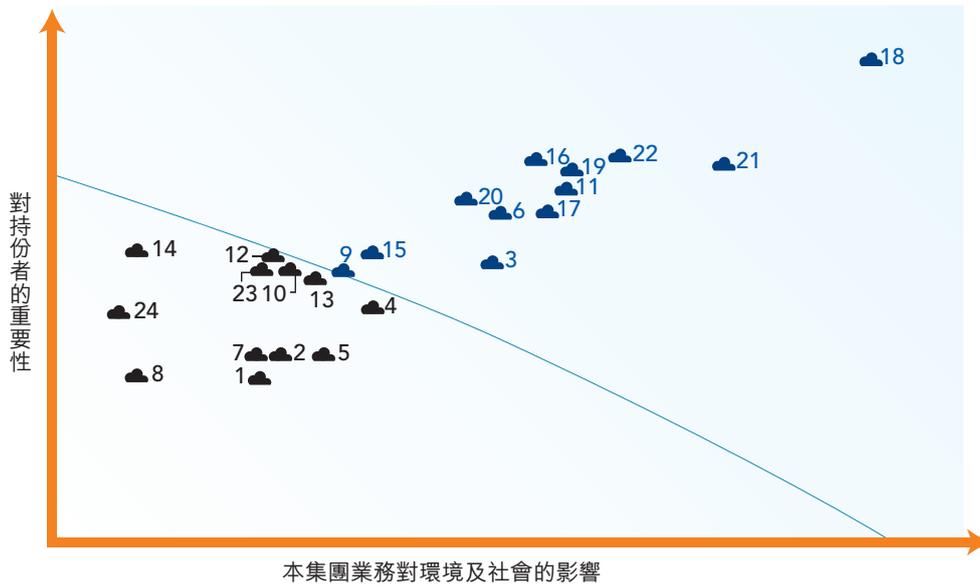


### 3 分析

本集團的外聘顧問根據分析問卷結果得出重要性矩陣圖。總共識別出12項重要的可持續發展議題。

## 重要性矩陣圖

透過問卷收集的所有資料，本集團得出可持續發展重要性矩陣圖。於本報告年度，已識別出12項屬重要的可持續發展議題（以藍色標示）。



所識別的可持續發展議題在下表按層面由最重要開始依序向下排列。12個重要議題在下表以藍色標示。

重點範疇	索引編號	可持續發展議題	重要議題	討論章節
我們的營運	18	客戶健康及安全生產	✓	保障產品安全及質量
	21	客戶及業務夥伴的權益保障	✓	保障客戶權益
	22	反貪污	✓	秉持商業準則
	19	問題產品回收	✓	保障產品安全及質量
	16	產品質量及銷售服務責任管理	✓	保障產品安全及質量、提升顧客體驗
	17	負責任的廣告及標籤管理系統	✓	保障客戶權益
	20	客戶投訴處理及應對機制	✓	提升顧客體驗
	15	供應鏈環境及社會風險管理	✓	負責任採購
我們的員工	11	健康及安全的工作場所	✓	保障僱員的健康及安全
	9	全面的僱傭管理系統	✓	營造理想的工作環境
	12	僱員福利及福祉		營造理想的工作環境、保障僱員的健康及安全
	10	平等及多元化的工作環境		營造理想的工作環境
	13	培訓及發展		人才培養
	14	禁止童工及強制勞工		營造理想的工作環境

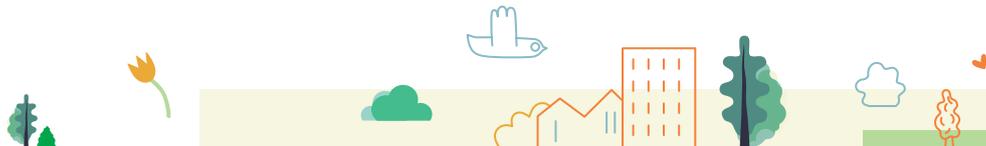


重點範疇	索引編號	可持續發展議題	重要議題	討論章節
我們的環境	6	有效使用其他資源	✓	有效管理天然資源
	3	廢棄物管理	✓	管理及減少廢棄物
	4	能源效益		有效管理天然資源
	5	用水效益		有效管理天然資源
	2	污水管理		管理及減少廢棄物
	7	管理業務營運對環境及天然資源造成的影響		有效管理天然資源、管理及減少廢棄物
	1	廢氣及溫室氣體排放管理		應對氣候變化
	8	應對氣候變化		應對氣候變化
我們的社區	23	考慮社區的需要及利益		聯繫社區
	24	社區投資		聯繫社區

本集團知悉「6)有效使用其他資源」、「9)全面僱傭管理系統」及「15)供應鏈環境及社會風險管理」為新的重大可持續發展議題。

本集團亦留意到，持份者亦對提升僱員福利及福祉、多元化、品牌形象、顧客體驗及社區投資表達意見。





## 法律合規

依循法規為鴻福堂在不同地區持續營運的基礎。本集團致力遵守法律及監管要求。本集團的合規部門會定期審查及監控對其業務有重大影響的法律法規，亦透過定期檢討對本集團營運而言屬重要的政策及措施，以確保日常營運合規。本集團已識別對本集團營運而言屬重大的相關法律法規並列表如下。

本集團明白違反該等法律法規會對鴻福堂聲譽造成損害，並可能因違規而遭罰款或提出訴訟。本集團實施相應措施以確保遵守相關法律法規，並於本報告相關章節闡述。

層面	對本集團的營運而言屬重要的相關法律法規	合規狀況
排放	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 《空氣污染管制條例》(第311章)</li> <li>• 《產品環保責任條例》(第603章)</li> <li>• 《廢物處置條例》(第354章)</li> <li>• 《中華人民共和國環境保護法》</li> </ul>	於本報告年度，概無與相關法律法規有關的違規事件。
僱傭及勞工準則	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 《僱傭條例》(第57章)</li> <li>• 《中華人民共和國勞動法》</li> <li>• 《中華人民共和國禁止使用童工規定》</li> </ul>	於本報告年度，概無與相關法律法規有關的違規事件。
健康與安全	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 《職業安全及健康條例》(第509章)</li> </ul>	於本報告年度，概無與相關法律法規有關的違規事件。
產品責任	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 《競爭條例》(第619章)</li> <li>• 《專利條例》(第514章)</li> <li>• 《個人資料(私隱)條例》(第486章)</li> <li>• 《商品說明條例》(第362章)</li> <li>• 《不良醫藥廣告條例》(第231章)</li> <li>• 《中華人民共和國知識產權海關保護條例》</li> <li>• 《GB7718-2011預包裝食品標籤通則》</li> <li>• 《GB28050-2011預包裝食品營養標籤通則》</li> </ul>	於本報告年度，概無與相關法律法規有關的違規事件。
反貪污	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 《打擊洗錢及恐怖分子資金籌集條例》(第615章)</li> <li>• 《防止賄賂條例》(第201章)</li> </ul>	於本報告年度，概無涉及本集團或僱員的違規事件及貪污訴訟。

## 我們的營運

鴻福堂明白遵守營運標準是與客戶及業務夥伴建立長期穩固關係的關鍵。

### 保障產品安全及質量

消費者在享用我們的產品時都期望產品符合最高標準產品安全及質量。鴻福堂致力為客戶提供安全優質的產品。

#### 質量管理系統

鴻福堂在生產廠房實施國際認可的管理系統。香港廠房及開平廠房均獲國際標準化組織(「ISO」)22000食品安全管理系統以及危害分析和關鍵控制點(「HACCP」)認證。香港廠房亦獲得良好製造規範(「GMP」)認證。該等認證均由第三方進行年度獨立審核。



本集團的食品安全委員會負責監督質量控制系統及標準的遵守情況，包括實施及檢討工作計劃、監察及評估系統的有效性，以及為僱員制定有關食品安全及生產的培訓計劃。

根據該等標準，鴻福堂已於整個營運(包括採購、製造、倉存及分銷)實施嚴格的質量控制程序。該等程序由品質控制部實施及監察。每批製成品會就質量及微生物含量進行隨機抽樣。此外，製成品及原材料的儲存方法及保質期乃根據既定標準及程序而定。

為評估質量管理系統的有效性，本集團已設定每月接獲少於10宗有關產品健康及安全的投訴個案的目標。

指標	目標	二零一九年	二零二零年
平均每月接獲有關食品衛生及安全投訴的宗數	<10宗	1.75宗	1.83宗 (較二零一九年 增加4.6%)

#### 產品回收

為應對潛在的食品安全事件，本集團已為所有產品建立完善的追蹤系統並在本集團零售營運手冊載列處理有關問題的程序。倘發現供應鏈出現任何潛在食品安全問題，本集團亦將立即採取糾正及預防措施，以盡量減少對業務營運的干擾。一旦需要啟動產品回收，危機管理小組將會啟動危機管理程序，全面停止在市場上分銷及銷售有關產品。本集團對不合格產品的控制程序載列有關檢測、標籤、隔離、處理及記錄未符合客戶期望的產品的程序。

至於香港及中國內地的批發產品，本集團已實施一套獨立的產品回收程序。當接獲客戶、第三方零售商或分銷商的投訴後，本集團會對有關產品進行廠房核查及質量檢測。倘產品被視為可能危害公眾健康，鴻福堂會將該產品全面下架。於本報告年度，概無產品因健康及安全理由而須回收。

## 應對新型冠狀病毒疫情

為應對新型冠狀病毒疫情，本集團致力保障客戶健康。本集團密切留意香港政府為防控疫情而頒佈的餐飲業預防措施的條文及建議。鴻福堂於香港零售店及香港廠房實施一系列措施，包括但不限於：

### 香港零售店

- 所有員工於工作前必須量度體溫，並經常清潔雙手。
- 店舖員工獲提供醫用口罩及面罩。
- 零售店配備非接觸式溫度計。顧客於進入店舖前必須測量體溫並佩戴口罩。
- 有需要時聘用專業清潔服務公司為零售店進行全面消毒。
- 定期消毒及清潔櫃檯、雪櫃及用具。
- 所有店舖的入口均貼上「安心出行」二維碼，以便顧客用手機記錄出行地點。

### 香港廠房

- 僅允許相關職能的員工進入廠房。
- 所有員工在乘坐員工穿梭巴士時必須佩戴口罩並記錄體溫。
- 員工用膳區域座位之間已安裝隔板，以盡量減少接觸。
- 廠房不同區域已安裝空氣淨化設備。





## 保障客戶權益

### 客戶私隱及知識產權

本集團擁有龐大的自家CLUB會員，致力保障客戶私隱及知識產權，以維護商業誠信。本集團合法及公平地收集及處理客戶資料。所有的個人資料收集均須獲得會員同意。

鴻福堂的員工手冊載有有關保障客戶私隱及個人資料安全的適當程序的僱員指引。所有客戶資料均儲存於高度安全的亞馬遜網絡服務數據中心，只有指定僱員有權限取閱。鴻福堂透過密碼及定期更新防火牆及防毒軟件等加強網絡安全。倘客戶懷疑被侵犯私隱，可透過鴻福堂熱線、電郵、網上表格及社交平台等客戶服務渠道作出投訴。本集團將馬上就此進行調查。

為保護知識產權，員工手冊已列明指引，規定僱員不得侵犯或違反任何第三方的任何專利、商標、版權等。

### 負責任的市場推廣及標籤

為確保客戶可作出知情的選擇，鴻福堂致力以負責任的態度進行市場推廣及產品標籤。

#### 負責任的市場推廣

本集團已在選擇廣告媒體及廣告內容方面設立標準準則及程序。市場推廣部門會按媒體的信譽及聲譽，確保市場推廣及宣傳訊息於合適渠道發佈。於釐定廣告內容時，鴻福堂確保內容能以誠實及合適的語調及方式向目標客戶提供關鍵好處及產品資料。本集團在產品標籤上提供清晰可靠的產品資料，例如有關致敏原、安全食用建議及保質期等資料。

#### 產品標籤

鴻福堂確保產品標籤提供真實、有意義及易於理解的營養資料。每項產品均由獨立專業人士分析及核實營養內容。相應的營養水平乃根據標準程序制定。

除全面遵守當地法規及規定外，鴻福堂繼續支持由降低食物中鹽和糖委員會、食物及衛生局以及食物環境衛生署食物安全中心聯合推出的自願性「預先包裝食品「鹽／糖」標籤計劃」。現時有51.6%的鴻福堂鮮製飲品貼上此標籤，標明低糖含量。

開發每件產品時，鴻福堂會制定產品規格文件，以記錄原材料、儲存、包裝特點、儲存期限等，旨在確保產品維持最佳品質。

## 秉持商業準則

誠信是與持份者維持互信的關鍵。鴻福堂致力維持公開、誠信及問責的最高標準。本集團絕不容忍任何形式的欺詐、賄賂、不守信或濫用權力。所有董事及僱員均須遵守當地有關反貪污的法律法規。行為守則及相關政策已透過員工手冊向員工妥善傳達。新入職僱員須填寫利益申報及披露表格，披露與職務構成衝突的任何事項，以及他們在衝突事項中擁有的任何金錢或其他個人利益等詳情。此外，本集團要求僱員遵守採購行為守則，避免接受來自供應商或業務夥伴可能導致賄賂或其他形式貪污活動的招待及餽贈。

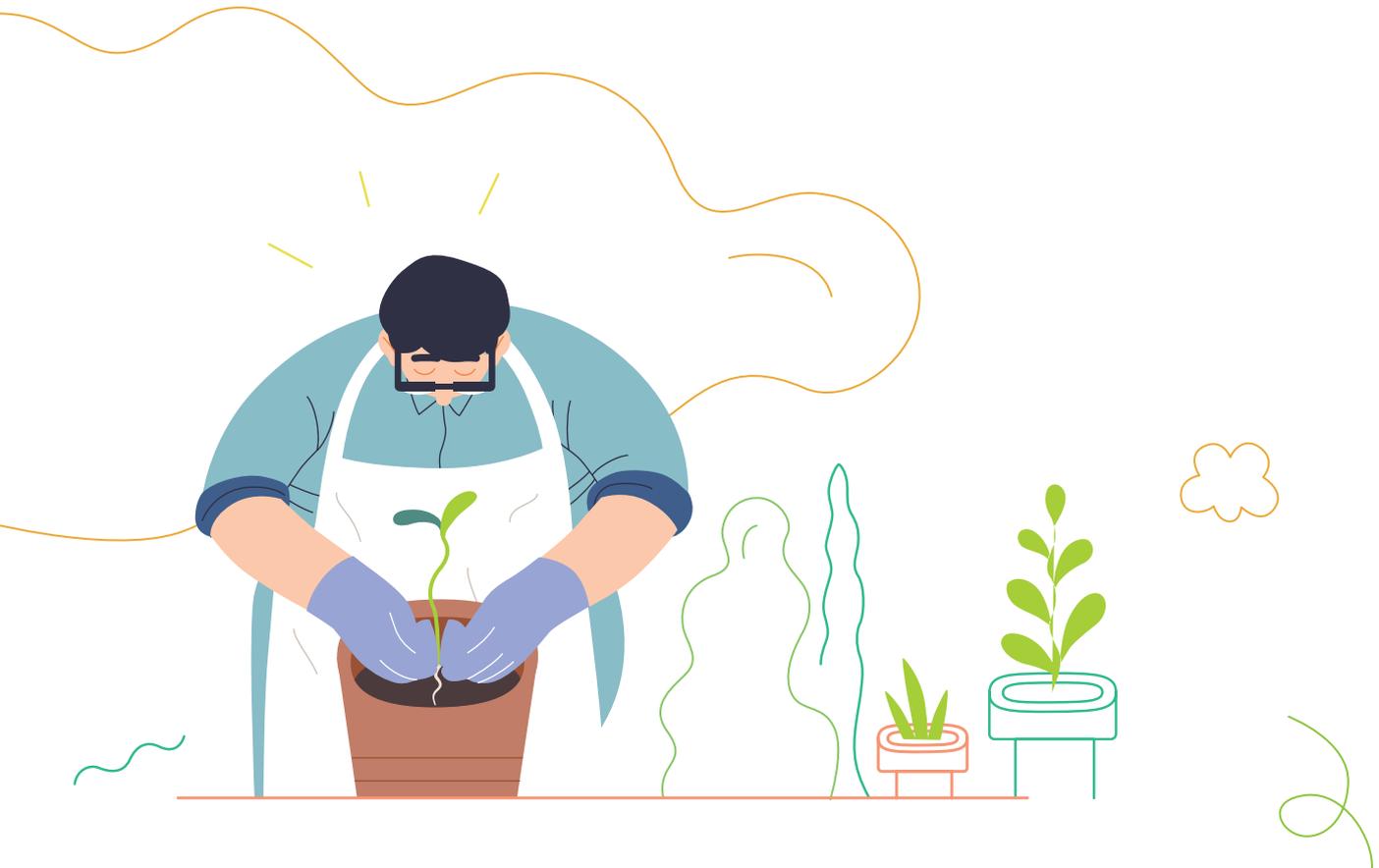
## 舉報

為鼓勵內部持份者舉報任何不當及非法行為，本集團已制定舉報政策，以提供指定的舉報渠道。本集團嚴格保密舉報人身份。即使所提出的事項最終不成立，舉報人亦受到保護，免受不公平解僱、損害或不必要的紀律處分。

本集團的審核委員會監督調查程序，並負責定期監察及檢討舉報政策的有效性。

## 反貪污培訓

為提高僱員的反貪污意識，鴻福堂已與廉政公署接洽，安排召開反貪污講座，但由於爆發新型冠狀病毒疫情，原定於二零二零年舉行的講座已被取消。鴻福堂將於未來恢復相關培訓。



## 提供更好及更健康的產品選擇

隨著客戶對營養及健康日益關注，客戶傾向選購更健康（如低糖、低熱量）的產品。作為一間推廣健康生活方式的現代餐飲企業，鴻福堂一直為客戶提供各種健康飲食產品選擇。

### 多元化產品選擇

#### 更多選擇

隨著客戶開展新的人生階段，鴻福堂了解到他們的不同需要，設計「自家喜慶系列」，為客戶提供由結婚至產後調理所需的健康、無添加及方便的產品選擇。

### 訂婚情侶

#### 嫁囍禮卡

- 客戶可訂製禮卡（加入婚照及個人化訊息）。
- 禮卡可兌換鴻福堂產品或人氣台灣食品－海邊走走蛋卷或杏鳳椰酥。



### 準媽媽

#### 有機滴雞精

- 由於孕婦在懷孕期間需要更多營養，有機滴雞精可幫助其滿足營養需要及補充能量。



### 產後媽媽

#### 自家豬腳薑醋禮卡

- 中國傳統會在於分娩12日後向所有親友派發豬腳薑醋。
- 禮卡更方便新手爸爸媽媽分享嬰兒出生的喜悅。
- 禮卡可用於兌換自家豬腳薑醋。



### 哺乳媽媽

#### 滴虱目魚精

- 此乃二零二零年推出的新產品，為哺乳媽媽補充營養，調理滋補。



## 更健康的選擇

在設計產品時，本集團非常關注產品對消費者健康的益處。



註：「低糖」及「低鈉」說明符合「預先包裝食品「鹽／糖」標籤計劃」所列明的定義

## 提升顧客體驗

鴻福堂一直積極為顧客帶來更多新產品及創新服務，提供舒適環境，並於零售店提供貼心客戶服務，以提升顧客體驗。

## 會員計劃

本集團自二零零八年起推出「自家CLUB」會員計劃，作為與顧客持續溝通、提供會員獎賞及推廣優惠的平台。於二零二零年十二月三十一日，自家CLUB在香港已有超過1,024,000名會員。



## 創新服務

### 自家CLUB手機應用程式

為提升會員的購物體驗，本集團已為自家CLUB會員開發手機應用程式（「APP」），以管理會籍及電子產品券。手機應用程式的設計及功能持續改善，現時提供網上增值、分享電子券及個人化通知。展望未來，鴻福堂將繼續提升手機APP的用戶體驗。本集團正在為該應用程式添加新功能，例如電子優惠券及生物認證。本集團亦明白長者在使用手機應用程式時可能會遇到困難，因此，本集團正推出一項一次性計劃，讓長者以實體禮物卡享受獨家優惠。

## 全方位銷售渠道

### 「鴻家」智能售賣機

為增加傳統零售店以外的曝光及為客戶提供全天候服務，「鴻家」智能售賣機已進駐商業大廈及私人屋苑。於二零二零年十二月三十一日，本集團共有18部鴻家售賣機投入服務。



### 網購平台及電子商務平台

隨著越來越多顧客轉為網上購物，並因為疫情而更趨普及，鴻福堂已開拓更多網上渠道銷售產品券及健康產品。

### 美食速遞服務



本集團與美食速遞服務如foodpanda及戶戶送合作，使顧客不需到訪零售店亦能享用鴻福堂產品。



### 客戶服務

客戶的反饋及意見是改善鴻福堂產品及服務的重要動力。本集團已制定程序指導客戶服務部處理客戶反饋。客戶反饋分為多個類別，即一般查詢、讚揚、投訴及意見。每宗個案均會記錄，並由相關部門即時跟進。



### 未來計劃

◎ 展望未來，鴻福堂將繼續提升手機應用程式的用戶體驗。此外，本集團計劃加強分店員工培訓，以加強員工應對客戶查詢的能力，特別是解答有關使用手機應用程式的疑問。

此外，為方便顧客及員工，鴻福堂將於二零二一年推出「自家On!」網上平台。自家On!初期將主要推廣予員工、企業及慈善團體。



## 負責任採購

負責任的供應鏈對可持續業務增長至關重要。我們的產品及服務質量取決於可持續及負責任的供應鏈。作為鴻福堂環境、社會及管治政策的一部分，鴻福堂鼓勵供應商在採購時支持公平交易。

鴻福堂的主要供應商包括飲品膠樽及其他包裝材料、鮮製食材、海味、其他原材料及草本原料供應商。於二零二零年，本集團擴大供應商數目的披露範圍，將開平廠房納入其中。於二零二零年十二月三十一日，鴻福堂有324名主要供應商位於香港、中國內地及其他地區。

### 採購慣例

鴻福堂已制定甄選供應商的程序及指引。潛在供應商須遵守本集團的環境及社會責任指引。鴻福堂考慮與獲世界貿易組織認可為公平貿易慣例的供應商合作。

### 供應商參與流程

#### 文件審閱

鴻福堂要求供應商提供許可證明、質量及安全證書及第三方檢測報告。合資格供應商將獲列入合資格供應商名單。



#### 風險評分

本集團已就甄選新供應商確立了一套風險評分系統，要求潛在供應商識別風險因素並提出控制措施。



#### 持續評估

本集團透過一套評分系統，檢討供應商在產品品質、運送時間及合作程度等方面的表現。本集團會於生產期間進行盡職審查或現場評估，未能通過檢查或違反可接納誠信水平的供應商將從本集團的合資格供應商名單中除名。



### 可持續及優質材料

由於主要原材料（包裝材料除外）的供應或受收成及天氣狀況影響，本集團有時會按預定價格向供應商下達大宗訂單，以減低價格波動對生產成本的影響。

鴻福堂秉承「真心製造，自然流露」的宗旨，採用「無添加」方針，以優質天然成分生產健康、營養及優質的產品。本集團關注原材料中是否有加入任何人工添加劑，如人工防腐劑、人工色素及味精。



#### 未來計劃

- ◎ 鴻福堂明白供應商的潛在環境及社會風險可能會影響本集團的業務，尤其是氣候變化導致的實質風險，可能會干擾供應鏈。展望未來，本集團將加強供應商管理（如引入供應商風險評估），以全面了解供應商的可持續發展風險，同時計劃制定可持續採購政策。

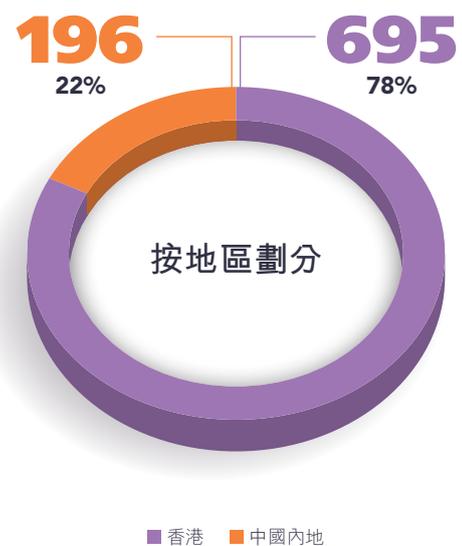
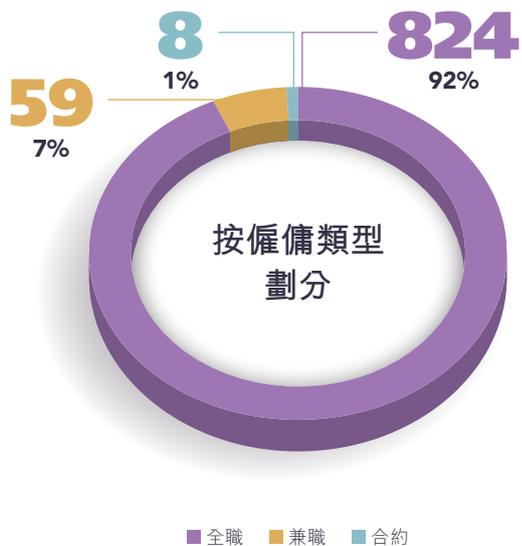
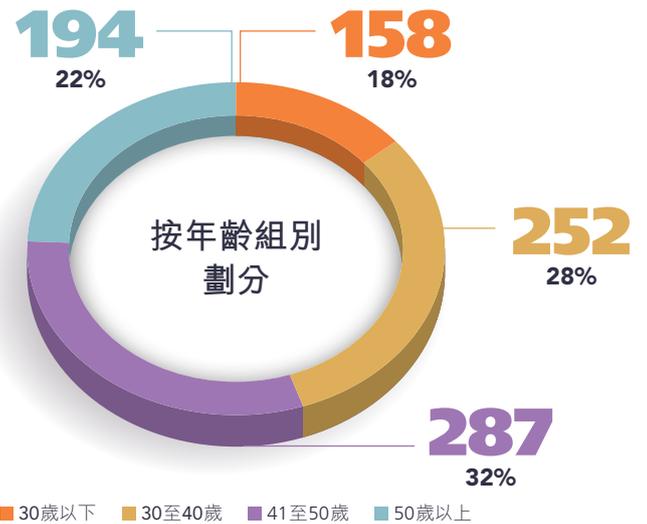
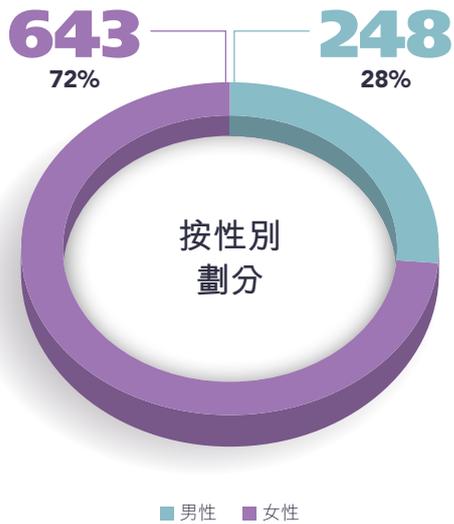
## 我們的員工

員工是本集團持續增長的主要動力。鴻福堂致力創造愉快、積極及「以人為本」的工作環境，讓僱員得以互相尊重及關懷。

### 僱傭概況<sup>2</sup>

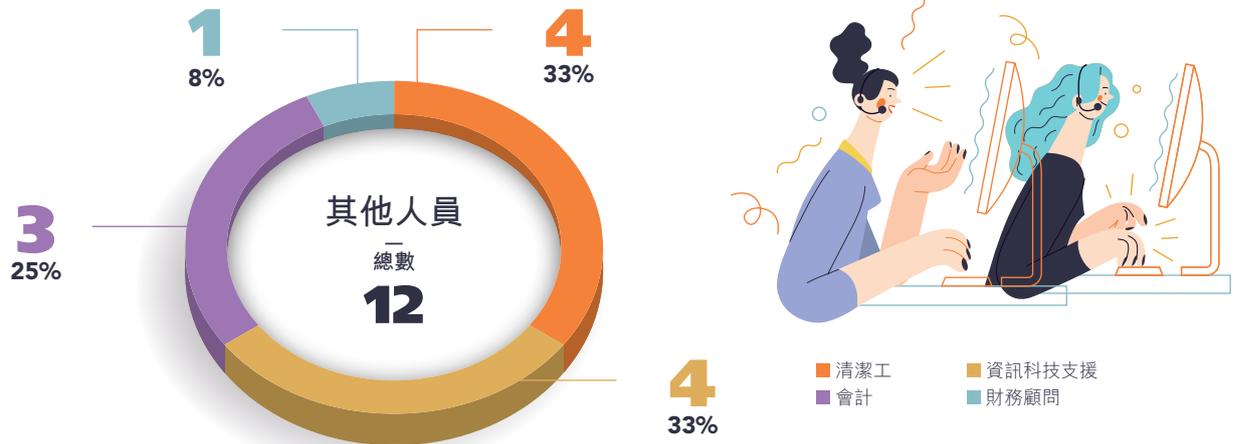
截至二零二零年十二月三十一日，本集團有891名員工。按性別、年齡組別、僱傭類型及地區劃分的僱員明細如下。

## 員工總數 891



<sup>2</sup> 涵蓋香港零售店、香港辦公室及廠房、開平辦公室及廠房。

本集團亦聘用其他人員<sup>3</sup>為本集團提供清潔、資訊科技支援、會計及財務服務。按工作性質劃分的其他人員明細<sup>4</sup>如下。



### 營造理想的工作環境

創造有意義的就業機會是企業為個人及社區生活作出貢獻的最重要方法之一。本集團致力為僱員提供理想的工作環境。本集團有關薪酬、工作時數、假期、反歧視、待遇、福利及終止僱用的政策載於員工手冊。

#### 公平薪酬及補償

鴻福堂致力提供公平薪酬及補償，以吸引、激勵及保留人才。鴻福堂已採用「同工同酬」政策。僱員的薪酬乃根據市價、個人資歷及經驗而釐定，而酌情花紅乃根據服務年資及工作績效來評估。僱員有權根據彼等的職級或職責享有津貼（於僱傭合約中訂明）。

#### 招聘、晉升及解僱

本集團致力實踐公平公正的招聘或晉升。本集團的聘用或晉升決定乃基於候選人的能力及年度表現評估，而不論年齡、性別、性取向或種族。解僱僱員的程序嚴格遵守當地僱傭法律法規。僱員可按自己意願根據僱傭合約所載條款及條件自行終止僱傭合約。

#### 工作時數及假期

本集團致力確保僱員有合理的工作時數，有關詳情載於員工手冊及僱傭合約。鴻福堂自二零二一年起為香港文職僱員實施彈性上班時間。除一般法定假期及年假外，僱員亦可享有婚假、14周產假、五天陪產假、持續進修假、恩恤假、公益假、生日假及其他特別慶祝假等假期。

<sup>3</sup> 其他人員指本集團聘用的代理／承辦商／供應商以在本集團所控制的工作場所中履行工作。

<sup>4</sup> 由於四捨五入，百分比相加後未必等於100%。

## 公平、包容及多元化的工作環境

鴻福堂致力營造一個公平、包容及多元化的環境，重視及包容不同意見。本集團對歧視及騷擾採取零容忍態度。本集團於辦公室設置哺乳室，建立母乳餵哺友善的工作環境。

為幫助殘疾人士融入社會，鴻福堂與多個社會服務機構合作，提供就業機會。例如，本集團聘用匡智會會員為生產部門提供支援。

## 勞工準則

鴻福堂尊重人權，嚴禁任何形式的童工或強制勞工。人力資源部在招聘過程中特別著重核實僱員年齡。員工手冊已列明，鴻福堂確保僱員有足夠休息時間，避免任何形式的強制勞工。

## 僱員福利

鴻福堂致力為僱員提供全面的福利計劃。本集團提供的福利包括醫療保險、長期服務獎、生日福利、結婚禮物及鴻福堂產品的購物折扣。於開平辦公室及廠房，僱員可享受的福利包括申請過境簽證、提供宿舍及免費工作膳食及飲品等。於香港辦公室，鴻福堂為僱員提供購買鴻福堂產品的折扣。本集團亦支持由員工發起的「生活委員會」，負責組織各種僱員福利活動。



## 未來計劃

◎ 展望未來，鴻福堂計劃在以下方面改善人力管理。鴻福堂認為人才多元化可為本公司引入新觀點。為此，鴻福堂計劃聘用更多擁有其他文化背景的僱員。為吸引及保留人才，鴻福堂將持續檢討薪酬待遇，以確保在市場上具有競爭力。



## 保障僱員的健康與安全

本集團秉持道德及商業原則，盡最大努力避免僱員受到傷害。本集團的ESG政策已規定，本集團致力為僱員提供安全及健康的工作環境，防止與工作相關的意外、工傷及身心疾病。

### 職業健康與安全管理

鴻福堂已分別為文職及非文職僱員制定工作場所安全指引，並載列於員工手冊。零售營運手冊為在零售店工作的前線員工提供安全指引。

鴻福堂已根據當地安全法律法規於香港廠房實施職業及健康制度，而開平廠房則按照當地政府的要求管理職業健康及安全事宜。在此制度下，安全委員會（由本集團行政總裁擔任主席）監督安全管理系統，並由高級管理層及部門主管協助實施安全措施及程序。

### 安全審核

為評估及核實安全管理系統的效率是否有效及可靠，鴻福堂已委聘註冊安全審核員對香港廠房進行年度安全審核。本集團亦可從安全審核中識別改善生產廠房安全措施的機會。

### 事故調查

倘發生事故，必須於24小時內以書面報告形式向高級管理層匯報。安全主任負責調查事故及釐定補救措施。於二零二零年，本集團並無發現任何與工作相關的死亡事故。其他安全表現如下所示。

指標	二零二零年	二零一九年
因工傷損失工作日數	506.5	341.5
錄得工傷個案	24	13
工傷率（每1,000名員工）	28.8	14.0

大部分受傷個案為扭傷，部分為擦傷及燒傷，主要是由於新入職員工安全意識不足所致。本集團確保所有受傷員工均接受適當治療，並調查受傷原因，作出改善以防止類似受傷。本集團已加強為員工提供培訓，以增強他們的安全意識。

### 培訓及意識

本集團的培訓及技能發展計劃涵蓋安全及健康的所有方面，包括定期安全簡報、工具包、專門安全培訓以及消防演習。香港及開平生產廠房的新入職僱員於開始工作前必須參加安全培訓。為提高僱員意識，我們已於香港及開平廠房張貼標誌及海報，提醒僱員安全工作程序。



午餐學習會



## 僱員福祉

鴻福堂關心僱員的身心健康，支持工作與生活平衡的生活方式。鴻福堂已為僱員推出多項健康計劃。例如，本集團設立「鴻大夫信箱」，由專業中醫師解答僱員有關草本及健康的提問。



### 於疫情下支援僱員

年內，鴻福堂努力確保僱員在工作場所及家中均保持安全及健康。鴻福堂已於工作場所實施所有必要程序。如發現確診個案，鴻福堂已設立內部程序，指引部門如何處理。本集團亦透過多種渠道（如簡報及電郵）讓僱員知悉最新措施及工作安排。

為確保僱員在工作場所的健康，僱員必須申報是否曾到訪疫情爆發地區。所有僱員在進入工作場所前均須接受體溫檢查。工作場所的多個地點放置酒精搓手液。

為盡量減低疾病傳播的風險，所有僱員均須在工作場所（包括零售店、辦公室及廠房）佩戴口罩。本集團亦已委聘專業清潔公司於辦公室及零售店進行消毒。所有公共空間（包括升降機、食堂及洗手間）均更頻繁地進行消毒。

為保持工作場所的安全社交距離，本集團在營運上作出變動，包括安排員工在家工作及特別輪流值班。此外，本集團實施嚴格的進入管制，所有郵遞及貨品僅可於入口簽收並且必須進行消毒。

鴻福堂亦向僱員免費派發醫用口罩、酒精搓手液、面罩、草本飲品及口罩套等防疫用品。鴻福堂向僱員提供折扣以於一間診所接受新型冠狀病毒測試，並就購買額外醫用口罩提供折扣。

### 企業實例



## 人才培養

鴻福堂提升僱員的技能，支持僱員發揮潛能，並建立靈活的工作團隊，在不斷變化的環境中滿足業務需要。誠如在ESG政策中所承諾，鴻福堂致力為僱員提供終身學習機會，提升僱員的技能及知識以達致成就感。

### 培訓課程

鴻福堂設計特定課程以發展僱員技能。培訓課程包括銷售點系統處理、接待技巧、投訴處理、店舖經理會議以及懷孕及產後膳食培訓等。除入職培訓及專業技能培訓外，本集團亦為辦公室僱員組織「關鍵時刻」活動，讓文職員工體驗零售店的營運。



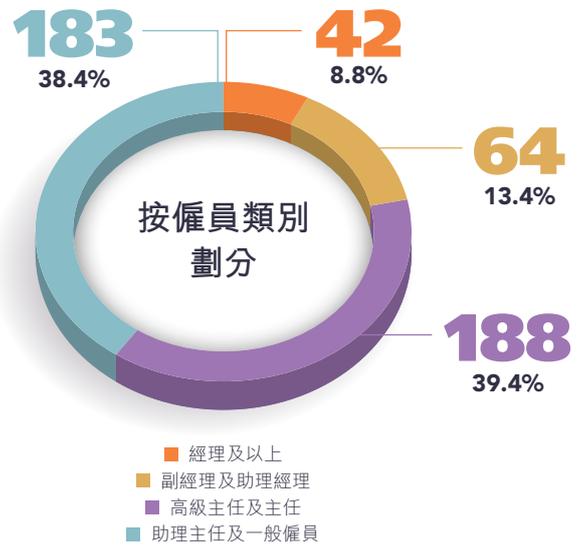
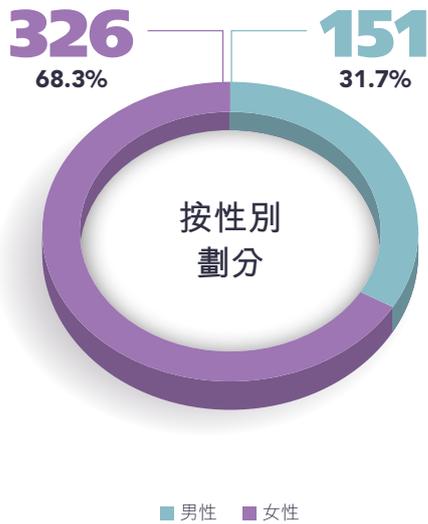
儘管大型培訓及評估因疫情而暫停，本集團仍可進行小型店內培訓及透過電子通訊進行培訓。例如，鴻福堂建立電子學習平台，以確保僱員即使在疫情期間仍可學習及成長。

<p>電子學習平台</p>	<p>該手機應用程式包含各種學習材料，包括但不限於英語工作坊、環保小貼士、健康小貼士、伸展教學，助員工隨時隨地學習。</p> 
<p>關鍵時刻</p>	<p>為更好地了解前線員工在工作中面臨的挑戰及困難，後勤員工（包括執行董事及部門經理）獲安排與零售店的前線員工一同工作。</p> <p>透過該計劃，本集團管理層亦可收集前線員工的反饋意見，以持續改善營運慣例。</p> 

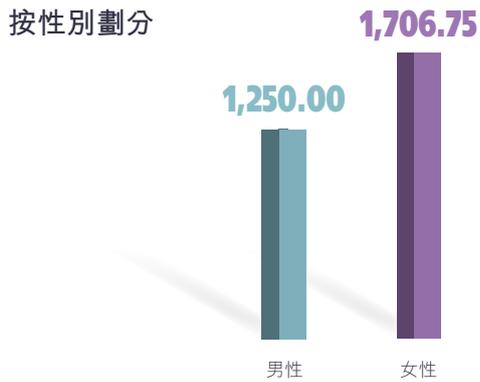
## 培訓規模

於二零二零年，本集團已為約477名僱員提供培訓，培訓時數約3,000小時。

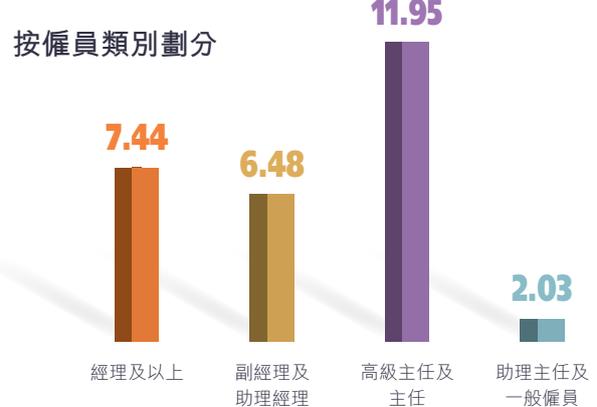
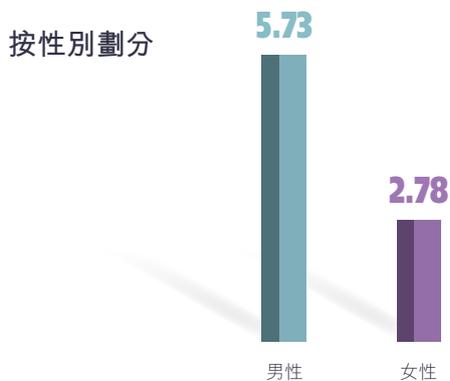
接受培訓僱員人數：477



總培訓時數：2,956.75小時



每名僱員的平均培訓時數<sup>5</sup>：3.55小時



<sup>5</sup> 平均培訓時數 = 指定類別的總培訓時數 / 指定類別的僱員總數。

## 我們的環境

鴻福堂重視如何使用及棄置原材料，因為這關乎資源短缺、污染、生物多樣性減少、土地退化及水質下降以及氣候變化。為盡量減少工作場所對環境的影響，本集團致力實踐綠色辦公室，如鼓勵僱員避免長時間使用辦公室照明及電器、在辦公室放置可循環再用物品及使用電子媒體進行內部及外部溝通等。



本集團亦明白其產品在整個生命週期內會對環境及天然資源產生不同程度的影響。生產及包裝過程會消耗能源、水、塑膠及其他原材料。生產、分銷及處置過程會產生空氣污染物<sup>6</sup>、溫室氣體及廢棄物。為盡量減低對環境的影響，本集團已實施以下章節所述的措施。



### 未來計劃

◎ 為更好地監察其成效，鴻福堂將檢討現有措施，並就對營運及長期可持續發展至關重要的環境範疇設定目標。

<sup>6</sup> 鴻福堂的大部分空氣污染物排放直接來自鍋爐的化石燃料燃燒。我們定期進行檢查以確保鍋爐處於良好狀態。



## 有效管理天然資源

### 能源效益

能源效益與其他重要議題息息相關，例如溫室氣體排放及氣候變化。本集團已實施下文所述的多項措施以提高能源效益。

#### 提升能源效益的措施

<p><b>辦公室</b></p>	<p><b>香港</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>制定涵蓋不同方面的能源政策，包括但不限於燈光、通風設備、空調、辦公室電器等</li> <li>持續監察能源政策的執行情況</li> <li>教育和鼓勵員工避免長期使用電器，並張貼告示以提高節能意識</li> <li>安排員工每天檢查所有不在使用的電器及電燈是否已妥善關閉</li> </ul> <p><b>開平</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>於辦公室安裝恆溫器以監控溫度</li> </ul>
<p><b>香港零售店</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>於全線零售店使用有門雪櫃或已加裝膠簾的雪櫃，減少冷氣消耗</li> <li>午夜後關掉戶外燈光</li> <li>盡可能使用LED燈</li> </ul>
<p><b>廠房</b></p>	<p><b>香港</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>定期保養冷凍倉、鍋爐、蒸汽層鍋、蒸櫃及循環清洗系統等生產設備</li> <li>安排員工於非生產時間檢查是否有任何閒置電器</li> </ul> <p><b>開平</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>安裝超過100台設備以實時監控能源使用</li> <li>採用被動式採光的建築物設計，並於窗戶旁安裝獨立燈掣開關</li> </ul>



#### 採用可再生能源技術



鴻福堂持續尋求替代能源，以進一步減少香港廠房的碳足跡。於二零二零年九月，本集團完成於香港廠房的天台安裝約590個太陽能板，表面面積相等於2,300平方米。截至二零二零年十二月三十一日，太陽能板產生約72兆瓦時的綠色電能。

#### 企業實例

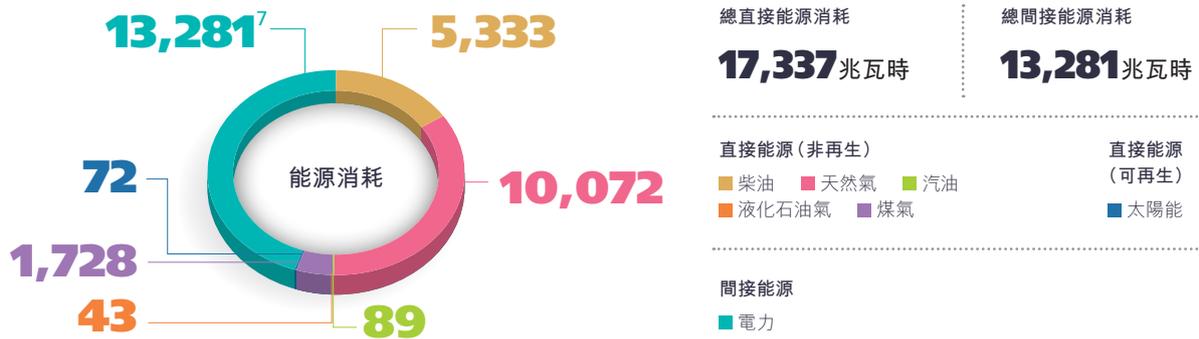


### 能源消耗

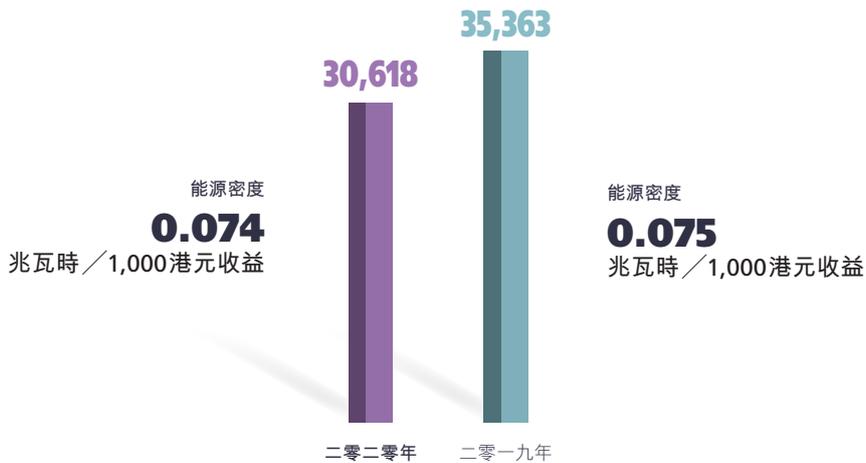
與二零一九年相比，總能源消耗量減少13%，其中直接及間接能源消耗分別減少11%及16%。



二零二零年能源消耗種類 (兆瓦時)



總能源消耗 (兆瓦時)



### 資源效益

從產品設計到盡量減少對環境的影響及負責任採購等，資源效益與本集團的許多重要議題有關。鴻福堂致力提高資源效益，在維持日常生產及營運的同時減少資源使用。

### 包裝

隨著公眾日益關注一次性塑膠包裝對環境的影響，鴻福堂銳意尋找替代包裝以減少使用塑膠包裝。

<sup>7</sup> 包括自二零二零年起開平廠房的吹瓶廠耗電量。



於二零二零年，鴻福堂為香港所生產的部份飲品使用新瓶蓋。新瓶蓋較原來使用的物料輕3.5%，可進一步減少包裝所用塑膠量。此外，為減少配送貨品時產生的廢棄物，本集團已使用膠箱取代紙箱來運送部分產品。同時，本集團一直與多個組織合作，支持膠樽回收。

● **膠樽回收試驗計劃**

自二零一九年起，鴻福堂與珍古德協會（香港）及本地環保社會企業V Cycle共同推行膠樽回收試驗計劃。回收的膠樽送往海外市場加工處理，最終製成聚對苯二甲酸乙二酯（「rPET」）再生產品。我們於四間指定零售店設置膠樽回收箱。於二零二零年，我們透過此試驗計劃收集了超過2,700個PET或聚丙烯（「PP」）膠樽。



● **支持回收機**

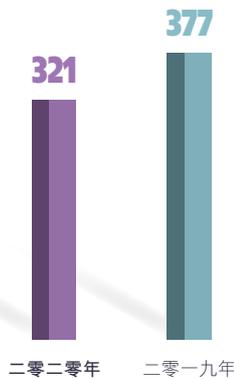
本集團亦繼續贊助由再生資源科技有限公司管理的「交」樽減碳回收行動，提供折扣券以鼓勵市民使用設於香港70多個地點的回收機。二零二零年透過此項有意義的計劃收集及回收了超過830,000個容器，包括膠樽及鋁罐。



**包裝材料消耗**

於報告年度，香港廠房用於生產製成品的包裝材料所使用的塑膠量為321公噸，而開平廠房用於生產製成品的包裝材料所使用的塑膠量則為130公噸。香港廠房於二零二零年的塑膠包裝使用量較二零一九年減少15%，此乃由於部分產品類別產量較少所致。就香港零售店的營運而言，於二零二零年使用膠袋28公噸及塑膠容器10公噸，與二零一九年相比分別減少1%及46%。塑膠容器使用量大幅減少主要是由於爆發疫情，提供較少熱食因而消耗較少塑膠容器。

香港廠房塑膠包裝材料消耗（公噸）



**未來計劃**

◎ 展望未來，鴻福堂正探討更新產品設計的可行性，從源頭上盡量減少使用塑膠包裝材料。

自二零二一年四月起，鴻福堂其中一間分店已安裝膠樽回收機。本集團計劃在更多零售店放置回收機或回收箱，以鼓勵客人回收膠樽。

## 無紙化營運

紙張是另一種在營運中大量消耗的材料。鴻福堂持續推行無紙化辦公及無紙化零售。

### 無紙化辦公

本集團已制定辦公室減廢指引，指導員工減少用紙的方法，包括遵照電子化營運流程、使用安全列印及鼓勵使用FSC認證紙張或再造紙。

於二零二零年，鴻福堂推出人力資源管理的手機應用程式ec-Work（易做好）。僱員可在ec-Work上申請休假、審閱糧單及報稅表。ec-Work簡化及提高申請效率，亦大幅減少紙張的使用。



### 無紙化零售



本集團以折扣及特別優惠提升及推廣鴻福堂手機應用程式。本集團已透過手機應用程式推出電子會員卡及電子優惠券以促進無紙化零售。自推出手機應用程式以來，超過20%的交易以電子形式進行。因此，儘管新會員人數較二零一九年有所增加，但所發出的實體會員卡及紙本產品券數量均有所減少，反映會員的消費已傾向使用電子方式。



### 電子會員卡 • 自家PAY

一機在手，自家PAY讓您購物方便又輕鬆  
同時免除忘記帶備會員卡而錯過任何優惠及獎賞



### 草本e券

輕鬆兌換您的草本e券  
亦可分享給親朋好友，送上窩心驚喜



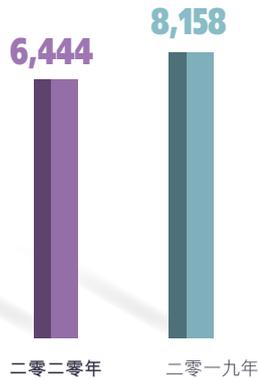
自家CLUB  
JIKA CLUB

		二零二零年相對 二零一九年 (%)
	新會員人數	+4.8%
	發出的實體會員卡(張)	-9.6%

### 辦公室紙張採購量

與二零一九年相比，辦公室紙張採購總量減少21%。這是由於疫情期間在家工作的僱員人數上升，故較多使用電郵及電子版本工作。

辦公室紙張採購量 (公斤)



### 未來計劃

◎ 展望未來，鴻福堂將探索推行無紙化營運的措施，例如在不影響營運效率的情況下，使用電子營運通告代替傳統紙張。本集團亦計劃進一步減少實體會員卡及紙本產品券的印刷，以促進數碼交易。

### 用水效益

水資源短缺經已影響著全世界，並隨著人口增長及氣候變化而加劇。由於水是鴻福堂生產使用的主要天然資源之一，我們旨在提升營運(包括生產廠房、零售店及辦公室營運)的用水效益。

### 提升用水效益的措施

於生產過程中，本集團於香港廠房及開平廠房安裝蒸汽冷凝水回收系統，將生產用水回收再用於清潔及冷卻產品。本集團採用萃取流程，有助於在煮食過程中有效用水，並改善生產流程或技術以減少耗水量。

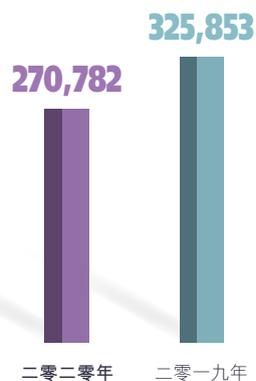
為延長循環水的保質期，本集團採用穩定器控制水質。本集團自二零一九年起採用新的膠樽消毒系統，該系統無需用水，估計每年可減少超過2,300立方米的用水。

自二零一九年起，鴻福堂承諾於香港廠房每日用水不多於260立方米，以響應業主香港科技園公司的呼籲。

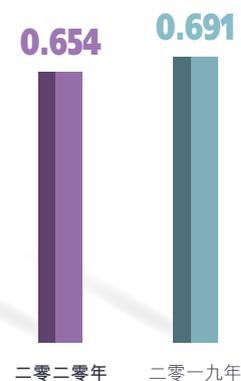
### 耗水量

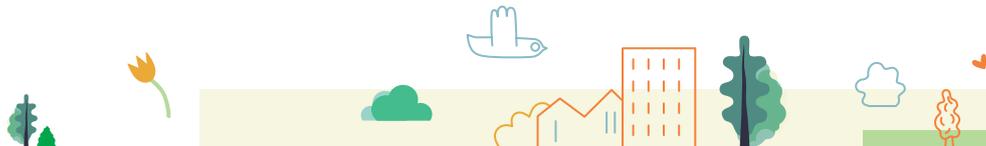
相比二零一九年，總耗水量及耗水密度分別減少17%及5%。耗水量下降主要是由於開平廠房的機器運作效率提高及生產力提升所致。

耗水量 (立方米)



耗水量密度 (立方米 / 1,000 港元收益)





## 管理及減少廢棄物

本集團遵循「3R」(即減廢、再用及回收)原則進行廢棄物管理。鴻福堂積極尋求方法減少將廢物棄於堆填區，並轉化為其他有用物料。

### 廢棄物管理策略

本集團根據廢棄物類別將產生的廢棄物分類，並採取不同的處理策略。

類別	處置策略
廚餘	<ul style="list-style-type: none"> <li>向非政府組織捐贈剩餘食物</li> <li>送至有機資源回收中心一期</li> <li>加工成肥料</li> </ul>
可回收廢棄物 (如紙張、金屬、塑膠)	<ul style="list-style-type: none"> <li>經合資格的回收商回收以轉售或再加工</li> </ul>
其他一般廢棄物	<ul style="list-style-type: none"> <li>委聘合資格收集商運往堆填區棄置</li> </ul>

### 廚餘

廚餘為鴻福堂產生的主要廢棄物。廚餘主要包括生產湯品及草本飲品後的殘留食材。為令廚餘不會被送往堆填區，鴻福堂一直積極尋求其他處理方法。鴻福堂已於香港廠房安裝廚餘處理機。廚餘會被分類、儲存，部分會進行預先加工處理，然後轉交第三方機構作其他用途。

鴻福堂一直與對外機構合作舉辦多項計劃，使廚餘得以再生。

計劃	詳情
廚餘、污泥共厭氧消化試驗計劃	<p>在環境保護署(「環保署」)及渠務署(「渠務署」)的倡議下，鴻福堂自二零一九年起參與「廚餘、污泥共厭氧消化」試驗計劃。廚餘由鴻福堂預先加工處理，然後由環保署轉送至污水處理廠作進一步處理。在此過程中，廚餘轉化為生物氣，為污水處理廠提供能源。</p> <p>於報告年度，送往「廚餘、污泥共厭氧消化」試驗計劃的廚餘共57.2公噸。</p>
支持有機資源回收中心(一期) (「O•PARK1」)	<p>鴻福堂繼續是有機資源回收中心一期O•PARK1<sup>8</sup>的支持機構。鴻福堂收集香港廠房產生的大量廚餘(包括湯渣、涼茶渣及蛋殼)，進行分類並運送至O•PARK1。</p> <p>於報告年度，共1,207.8公噸廚餘送至O•PARK1。</p>
與香港中文大學合作	<p>鴻福堂亦與香港中文大學的團隊合作，收集部分廚餘(主要涼茶渣)，並轉化為有機堆肥供本地農場使用。</p> <p>於報告年度，鴻福堂透過此項目所收集並轉化為有機堆肥的廚餘共33.7公噸。</p>

<sup>8</sup> O•PARK1位於北大嶼山小蠔灣，是香港政府成立的首個有機資源回收中心。O•PARK1將廚餘轉化為可再生能源發電，而加工過程中產生的殘留物可作為堆肥供園林綠化及農業生產之用。

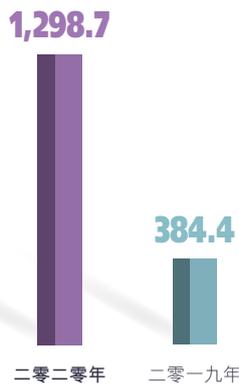


此外，鴻福堂亦與食物銀行合作捐贈剩餘食物。詳情請參閱「聯繫社區」一節。

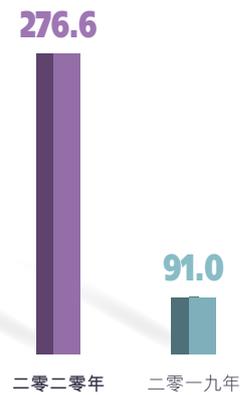
於二零二零年，鴻福堂欣然實現廚餘管理的長期目標 — 零廚餘棄置於堆填區。我們已回收廚餘約1,300公噸，使溫室氣體排放減少超過270公噸二氧化碳當量（「二氧化碳當量」），較二零一九年減排高出204%。



回收廚餘量 (公噸)



減少溫室氣體排放 (公噸二氧化碳當量)



### 其他廢棄物

除廚餘外，鴻福堂於營運過程中亦產生其他廢棄物，包括無害廢物及有害廢棄物。

無害廢棄物包括所收集及於堆填區處置的塑膠廢物、木卡板、紙箱及金屬廢料。本集團的辦公室減廢指引鼓勵員工透過減少使用資源，包括避免非必要使用紙張及即棄餐具，以減少產生廢棄物。

有害廢棄物包括廢棄熒光燈及LCD背光燈管。為防止溢漏及保護僱員的健康與安全，本集團嚴格監控有害廢棄物的儲存及處置。我們委聘合資格收集商處理及處置有害廢棄物。

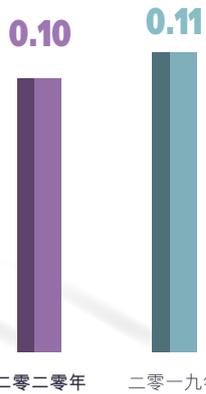


### 未來計劃

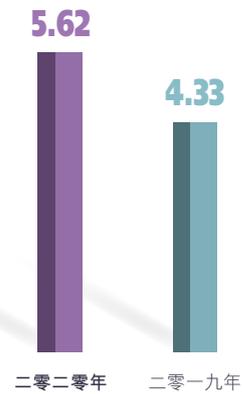
◎ 展望未來，鴻福堂正探索擴大回收計劃，以收集膠樽以外的包裝，包括龜苓膏盅等食品包裝。此外，為減少零售店使用即棄容器，鴻福堂計劃向自攜容器（如咖啡杯）的顧客提供折扣。

## 廢棄物產生

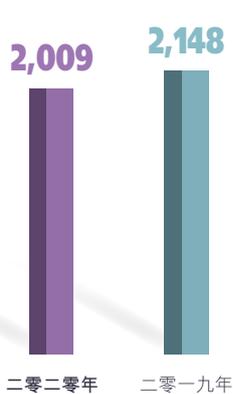
有害廢棄物<sup>9</sup> (公噸)



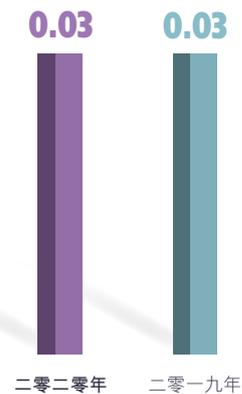
有害廢棄物密度 (公噸 / 十億件產品)



無害廢棄物<sup>10</sup> (公噸)



無害廢棄物密度 (公噸 / 千件產品)



於報告年度，本集團於香港產生0.1公噸有害廢棄物，如廢棄熒光燈。此外，香港及開平辦公室及廠房共產生2,009公噸無害廢棄物，包括家居廢物、生產廢物、廚餘、紙張、塑膠及金屬。與二零一九年相比，有害廢棄物減少9%，而無害廢棄物則減少6%。

## 應對氣候變化

氣候變化一直是全球各地政治議程的重中之重。鴻福堂明白氣候變化會導致更頻繁的極端天氣事件，並為業務帶來各種影響。氣候變化亦會嚴重破壞生態系統、威脅原材料供應及影響餐飲行業。

## 碳管理

溫室氣體是導致氣候變化的重要因素。鴻福堂一直致力透過「能源效益」一節所述的各種提升能源效益措施，減少及控制溫室氣體排放。

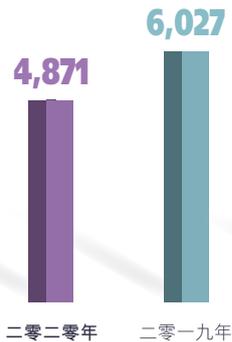
<sup>9</sup> 僅包括來自香港的數據。由於開平辦公室及廠房為新啟用，故並無產生有害廢棄物。

<sup>10</sup> 包括香港廠房及開平辦公室及廠房的數據。

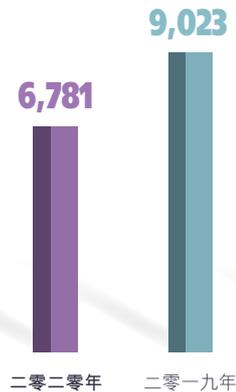
## 碳排放

為監察及評估各項措施的成效，鴻福堂已於年度環境、社會及管治報告中計量及推測溫室氣體排放量。溫室氣體排放的量化已參考香港環境保護署及機電工程署編製的指引<sup>11</sup>、中華人民共和國國家發展和改革委員會發佈的指引<sup>12</sup>及ISO 14064-1及溫室氣體盤查議定書(GHG Protocol)等國際標準。

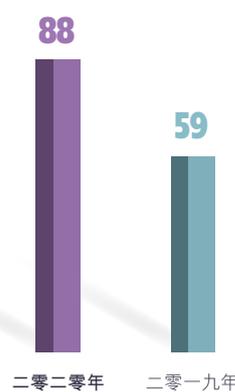
### 範圍1：直接溫室氣體排放<sup>13</sup> (公噸二氧化碳當量)



### 範圍2：能源間接溫室氣體排放<sup>14</sup> (公噸二氧化碳當量)



### 範圍3：其他間接溫室氣體排放<sup>15</sup> (公噸二氧化碳當量)



### 總溫室氣體排放 (公噸二氧化碳當量)

二零二零年  
**11,740**  
二零一九年  
**15,109**

### 溫室氣體密度<sup>16</sup> (公噸二氧化碳當量 / 1,000港元收益)

二零二零年  
**0.028**  
二零一九年  
**0.032**

二零二零年的總溫室氣體排放為11,740公噸二氧化碳當量(較二零一九年減少22%)，而溫室氣體密度為0.028(較二零一九年減少13%)。範圍2排放(即能源間接溫室氣體排放)佔總溫室氣體排放的57.8%。範圍1及範圍3(即直接溫室氣體排放及其他間接溫室氣體排放)分別佔總溫室氣體排放的41.5%及0.7%。

溫室氣體排放減少主要由於範圍2及範圍1溫室氣體排放減少(分別減少約25%及19%)，而範圍3增加49%。

範圍1排放減少的主要原因是開平廠房的機器運作效率提高。於二零一九年，新設備處於運行調試階段，設備測試及試產頻率較高，導致相關的溫室氣體排放較高。經過定期收集能源消耗數據後，生產模式不斷調整，以達致最理想的生產效率。範圍2排放減少乃由於香港零售店的外購電力消耗減少所致。



## 未來計劃

◎ 展望未來，鴻福堂將繼續評估及監察溫室氣體排放，並訂立目標以更有效管理環境表現。本集團亦將更著力研究氣候變化的影響。鴻福堂將制定氣候變化政策，引領本集團在氣候行動中向前邁進。

<sup>11</sup> 《香港建築物(商業、住宅或公共用途)的溫室氣體排放及減除的核算和報告指引》。

<sup>12</sup> 《中國食品、煙草及酒、飲料和精製茶企業溫室氣體排放核算方法和報告指南(試行)》。

<sup>13</sup> 範圍1指由本集團擁有或控制的營運所產生的直接溫室氣體排放，涵蓋固定來源燃燒、流動來源燃燒以及製冷劑消耗產生的逸散排放。儘管製冷設備中使用的製冷劑R22不在《京都議定書》所涵蓋的六個溫室氣體之內，其排放量亦包括在此評估中，以提供真實及公正的溫室氣體相關資料。

<sup>14</sup> 範圍2的排放涵蓋從電力公司購買的電力及外購煤氣。

<sup>15</sup> 範圍3的排放涵蓋廢紙處理、使用淡水、香港營運所產生的家用及飲食業用途的污水排放、以及在香港及中國內地業務出差所乘搭的客機排放。

<sup>16</sup> 溫室氣體密度乃基於年報所呈列之本集團總收益計算，而年報所涵蓋範圍較本報告範圍略為廣泛。

## 我們的社區

與當地社區建立聯繫對鴻福堂的發展至關重要。同時，鴻福堂亦相信其業務會影響當地社區。鴻福堂致力透過合作計劃、僱員義工服務、贊助及捐款為當地社區帶來積極影響。

### 我們關注的重點

鴻福堂的社區投資策略主要關注以下範疇：



### 僱員義工服務

本集團已成立鴻福堂義工隊（「鴻福堂義工隊」）以組織及參與義工活動。為鼓勵鴻福堂僱員投入義工服務，本集團為在非辦公時間參與公益活動的僱員提供每年最多兩個工作天的公益假。

於二零二零年，儘管大部分義工活動被取消，以配合政府制定的防疫措施，年內本集團僱員義工隊仍服務共88小時。二零二零年三月，鴻福堂與香港復康會（「香港復康會」）合辦義工活動，鴻福堂義工隊探訪殘疾或長期病患人士並提供物資支援。

### 贊助及捐贈

鴻福堂透過捐贈產品及捐款支持非政府組織及社區項目。於二零二零年，本集團提供價值超過280萬港元的產品及優惠券贊助，支持超過100個非政府組織、學校及協會。本集團亦於二零二零年捐出約71萬港元現金捐款。

### 籌款箱

本集團於超過70間零售店設置籌款箱進行籌款。於二零二零年，透過籌款箱共為多個非牟利機構籌得約36,700港元，包括香港基督教女青年會、香港地球之友、世界自然基金會香港分會、香港紅十字會及基督教勵行會等。

## 聯繫社區

於二零二零年，儘管在新型冠狀病毒疫情爆發期間實施社交距離措施，鴻福堂仍繼續支持社區活動。

### 二零二零年重點摘要

#### 推廣健康及福祉

#### 鴻福堂與社區齊心抗疫－「疫境齊自強」<sup>17</sup>

為與各持份者及社區同心抗疫，鴻福堂於二零二零年初發起「疫境齊自強」的抗疫行動。活動旨在與社區共同抗疫，並提醒在疫情期間著重健康飲食的重要性。

該活動的重點之一是，鴻福堂透過「自家CLUB」會員換領計劃、街頭攤位及與多個非政府組織合作，向公眾派發最多達100萬支新推出的無添加涼茶「清肺解毒飲」。



#### 打造充滿關愛的社區

#### 公益行善「折」食日

鴻福堂連續第11年支持公益行善「折」食日，贊助最多20,000張產品券。該活動獲得近250個機構支持。透過該活動，香港公益金籌得接近100萬港元善款，以協助露宿者及弱勢社群。



#### 支持殘疾人士或長期病患者

作為「疫境齊自強」活動的一部分，鴻福堂透過香港復康會向殘疾人士或長期病患者捐贈數千個醫用口罩、自家湯包及草本飲品。鴻福堂義工隊探訪有需要人士及提供物資，約1,500個家庭受惠。

此外，鴻福堂贊助最多2,000份有鴻福堂保健產品及消毒搓手液的「抗疫包」，送贈予向香港復康會捐贈若干金額的捐助人。



<sup>17</sup> 僅供識別。

## 二零二零年重點摘要

### 打造充滿關愛的社區

#### 支持弱勢家庭

為支持教會關懷貧窮網絡為低收入人士發起的援助措施，鴻福堂贊助20,000張50港元現金券，旨在為因疫情而面臨經濟困難的弱勢家庭提供援助。



#### 為社區提供物資

於二零二零年，開平廠房向當地社區（包括但不限於地方政府、醫院、保健中心、戒毒及復康中心）捐贈逾36,000支健康飲品。



### 愛惜環境

#### 支持膠樽回收

鴻福堂與珍古德協會（香港）及本地綠色社會企業V Cycle合作，合辦膠樽回收試驗計劃，在四間指定零售店設置膠樽回收箱。於二零二零年，透過試驗計劃收集超過2,700個PET或PP膠樽。

本集團繼續贊助由再生資源科技有限公司發起的「交」樽減碳回收行動，為設於香港超過70個地點的回收機提供折扣券，鼓勵市民參與回收。於二零二零年，透過是項有意義的行動收集及回收了超過830,000個膠樽及鋁罐等容器。

#### 剩食捐贈

為減少廚餘，本集團於二零二零年繼續與民社服務中心等多家食物銀行合作，捐贈超過4,200件來自零售店或廠房的剩餘食品。



## 未來計劃

◎ 展望未來，鴻福堂將繼續致力服務社區，例如投放更多資源於環境保護，並透過推廣正面和健康的生活方式，進一步連繫社區。

## 關鍵績效指標總覽

### 環境績效

指標	單位	二零二零年	二零一九年
<b>廢氣排放</b>			
氮氧化物	公噸	<b>37.9</b>	38.9
硫氧化物	公噸	<b>2.4</b>	2.4
懸浮粒子	公噸	<b>2.6</b>	2.6
<b>溫室氣體排放</b>			
範圍1：直接排放	公噸二氧化碳當量	<b>4,871</b>	6,027
範圍2：能源間接排放	公噸二氧化碳當量	<b>6,781</b>	9,023
範圍3：其他間接排放	公噸二氧化碳當量	<b>88</b>	59
溫室氣體總排放量（範圍1、2及3）	公噸二氧化碳當量	<b>11,740</b>	15,109
溫室氣體密度 <sup>18</sup>	公噸二氧化碳當量 ／1,000港元收益	<b>0.028</b>	0.032
<b>廢棄物</b>			
有害廢棄物 <sup>19</sup>	公噸	<b>0.10</b>	0.11 <sup>20</sup>
有害廢棄物密度	公噸／十億件產品	<b>5.62</b>	4.33
無害廢棄物 <sup>21</sup>	公噸	<b>2,009</b>	2,148
無害廢棄物密度	公噸／千件產品	<b>0.03</b>	0.03
<b>能源消耗</b>			
直接能源（非再生）			
柴油	兆瓦時	<b>5,333</b>	5,428
天然氣	兆瓦時	<b>10,072</b>	12,419
汽油	兆瓦時	<b>89</b>	119
液化石油氣	兆瓦時	<b>43</b>	42
煤氣	兆瓦時	<b>1,728</b>	1,502
直接能源（可再生）			
太陽能	兆瓦時	<b>72</b>	不適用
總直接能源用量	兆瓦時	<b>17,337</b>	19,510
間接能源			
電力	兆瓦時	<b>13,281<sup>22</sup></b>	15,853
總間接能源用量	兆瓦時	<b>13,281</b>	15,853
總能源消耗	兆瓦時	<b>30,618</b>	35,363
能源密度	兆瓦時／ 1,000港元收益	<b>0.074</b>	0.075
<b>耗水量</b>			
總耗水量	立方米	<b>270,782</b>	325,853
耗水量密度	立方米／ 1,000港元收益	<b>0.654</b>	0.691
<b>包裝</b>			
總包裝材料用量 <sup>23</sup>	公噸	<b>572.2</b>	424.6
包裝材料密度	公噸／ 1,000件產品	<b>0.009</b>	0.025

<sup>18</sup> 溫室氣體密度乃基於本集團年報所呈列之總收益計算，而年報所涵蓋範圍較本報告範圍略為廣泛。

<sup>19</sup> 僅包括來自香港的數據。由於開平辦公室及廠房為新啟用，故並無產生有害廢棄物。

<sup>20</sup> 數據已重列以確保一致比較。

<sup>21</sup> 包括來自香港廠房以及開平辦公室及廠房的數據。

<sup>22</sup> 包括自二零二零年起開平廠房的吹瓶廠耗電量。

<sup>23</sup> 包括紙箱及塑膠。



## 社會績效

### 員工總數

#### 僱員<sup>24</sup>

	二零二零年	二零一九年
<b>按性別劃分</b>		
男性	248	251
女性	643	663
<b>按年齡組別劃分</b>		
30歲以下	158	156
30至40歲	252	274
41至50歲	287	297
50歲以上	194	187
<b>按僱傭類別劃分</b>		
全職	824	不適用
兼職	59	不適用
合約	8	不適用
<b>按地區劃分</b>		
香港	695	742
中國內地	196	172
<b>員工總數</b>	<b>891</b>	<b>914</b>

#### 其他員工<sup>25</sup>

	二零二零年	二零一九年
<b>按員工類別劃分</b>		
清潔工	4	未有呈報
資訊科技支援	4	未有呈報
會計	3	未有呈報
財務顧問	1	未有呈報
<b>總數</b>	<b>12</b>	<b>未有呈報</b>

<sup>24</sup> 根據於二零二零年十二月三十一日的僱員數目。

<sup>25</sup> 其他員工指本集團聘用的代理／承辦商／供應商以在本集團所控制的工作場所中履行工作。

## 新入職及流失率<sup>26</sup>

### 新入職僱員<sup>27</sup>

	二零二零年		二零一九年	
	人數	比率	人數	比率
<b>按性別劃分</b>				
男性	70	32%	411	164%
女性	194	32%	476	72%
<b>按年齡組別劃分</b>				
30歲以下	101	77%	280	179%
30至40歲	60	26%	284	104%
41至50歲	68	25%	226	76%
50歲以上	35	17%	97	52%
<b>按地區劃分</b>				
香港	239	35%	486	65%
中國內地	25	16%	401	233%
<b>總數</b>	<b>264</b>	<b>32%</b>	<b>887</b>	<b>97%</b>

### 僱員流失<sup>28</sup>

	二零二零年		二零一九年	
	人數	比率	人數	比率
<b>按性別劃分</b>				
男性	103	47%	299	119%
女性	221	36%	502	76%
<b>按年齡組別劃分</b>				
30歲以下	108	82%	255	163%
30至40歲	83	36%	234	85%
41至50歲	77	29%	190	64%
50歲以上	56	28%	122	65%
<b>按地區劃分</b>				
香港	285	42%	572	77%
中國內地	39	25%	229	133%
<b>總數</b>	<b>324</b>	<b>39%</b>	<b>801</b>	<b>88%</b>

<sup>26</sup> 二零一九年的新入職僱員比率及僱員流失率較高是由於開平辦公室及廠房新啟用所致。

<sup>27</sup> 新入職僱員比率 = 本報告期內新入職僱員總數 / 本報告期末僱員總數。

<sup>28</sup> 僱員流失率 = 本報告期內離職僱員總數 / 本報告期末僱員總數，涵蓋再次入職的僱員及需要不斷替換的合約僱員。

## 職業健康與安全

	二零二零年	二零一九年
因工作關係而死亡的人數	0	0
因工作關係而死亡的比率(每1,000名員工) <sup>29</sup>	0.0	0.0
因工傷損失工作日數	506.5	341.5
工傷記錄	24	13
工傷率(每1,000名員工) <sup>30</sup>	28.8	14.0

## 培訓及發展<sup>31</sup>

### 接受培訓僱員人數<sup>32</sup>

	二零二零年		二零一九年	
	接受培訓僱員人數	接受培訓僱員百分比	接受培訓僱員人數	接受培訓僱員百分比
按性別劃分				
男性	151	69%	234	93%
女性	326	53%	570	86%
按僱員類別劃分				
經理及以上	42	131%	未有呈報	未有呈報
副經理及助理經理	64	119%	未有呈報	未有呈報
高級主任及主任	188	219%	未有呈報	未有呈報
助理主任及一般僱員	183	28%	未有呈報	未有呈報
總數	477	57%	804	88%

### 培訓時數<sup>33</sup>

	二零二零年		二零一九年	
	培訓時數	每名僱員平均培訓時數	培訓時數	每名僱員平均培訓時數
按性別劃分				
男性	1,250.00	5.73	1,175.50	4.68
女性	1,706.75	2.78	3,468.00	5.23
按僱員類別劃分				
經理及以上	238.00	7.44	未有呈報	未有呈報
副經理及助理經理	350.00	6.48	未有呈報	未有呈報
高級主任及主任	1,028.00	11.95	未有呈報	未有呈報
助理主任及一般僱員	1,340.75	2.03	未有呈報	未有呈報
總數	2,956.75	3.55	4,643.50	5.08

## 供應鏈管理

	二零二零年	二零一九年
按地區劃分的供應商數目		
香港	148	160
中國內地	139	42
其他地區	37	30
總數	324	232
本集團已向其實施相關ESG慣例的供應商百分比	93%	81%

<sup>29</sup> 因工作關係而死亡的比率(每1,000名員工) = 因工作關係而死亡的個案總數 / 於本報告期末僱員總數 x 1,000

<sup>30</sup> 工傷率(每1,000名員工) = 工傷個案總數 / 於本報告期末僱員總數 x 1,000

<sup>31</sup> 包括於本報告期間已離開公司而曾接受培訓的僱員。接受培訓僱員百分比及每名僱員的平均培訓時數僅供參考。

<sup>32</sup> 接受培訓僱員百分比 = 指定類別的接受培訓僱員總數 / 指定類別的僱員總數

<sup>33</sup> 每名僱員平均培訓時數 = 指定類別的總培訓時數 / 指定類別的僱員總數

## 《環境、社會及管治報告指引》內容索引

主要範疇、層面及關鍵績效指標	描述	頁次／備註
<b>A. 環境</b>		
<b>A1 排放</b>		
一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	16, 37-41
A1.1	排放物種類及相關排放數據。	45
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）。	41
A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	40
A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	40
A1.5	描述減低排放量的措施及所得成果。	41
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。	38-40
<b>A2 資源使用</b>		
一般披露	有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。	33-37
A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	34
A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	37
A2.3	描述能源使用效益計劃及所得成果。	33-34
A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計劃及所得成果。	37 在求取適用水源上並無任何問題。
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。	34-35
<b>A3 環境及天然資源</b>		
一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	32
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。	32
<b>B. 社會</b>		
<b>B1 僱傭</b>		
一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	16, 26-27
B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	25-26
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	47



主要範疇、層面及關鍵績效指標	描述	頁次／備註
<b>B2 健康與安全</b>		
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	16, 28-29
B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率。	28
B2.2	因工傷損失工作日數。	28
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。	28-29
<b>B3 發展及培訓</b>		
一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	30
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。	31
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。	31
<b>B4 勞工準則</b>		
一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	16, 27
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	27
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	並無發現童工或強制勞工個案
<b>B5 供應鏈管理</b>		
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	24
B5.1	按地區劃分的供應商數目。	48
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、以及有關慣例的執行及監察方法。	24
<b>B6 產品責任</b>		
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。	16, 17-19
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。	17
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	17
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	19
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	17
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。	19
<b>B7 反貪污</b>		
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	16, 20
B7.1	於報告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。	16
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	20
<b>B8 社區投資</b>		
一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	42-44
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）。	42-44
B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	42-44



**HUNG FOOK TONG**

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

[www.hungfooktong.com](http://www.hungfooktong.com)