

唐宮
Tang Palace



2020

環境、社會及管治報告

Environmental, Social and
Governance Report



唐宮(中國)控股有限公司

TANG PALACE (CHINA) HOLDINGS LIMITED

(Incorporated in 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: 1181

目錄

引言	03	4. 用心經營	45
1. 報告說明	04	4.1 食品安全	47
2. 有關唐宮	07	4.2 環境安全及健康	48
2.1 集團簡介	08	4.3 產品及服務標準	49
2.2 唐宮使命及價值	10	4.4 廉潔誠信	50
2.3 獎項殊榮	11	4.5 權益維護	50
2.4 唐宮可持續發展	13	5. 心繫社會	51
2.5 利益相關方溝通	15	5.1 僱傭管理	52
2.6 各議題重要性分析	16	5.2 培訓及發展	54
2.7 新冠疫情防控專題	17	5.3 社會公益	59
3. 關心環境	33	6. 相關法律法規	63
3.1 排放物及資源耗用相關數據	34	7. 展望	65
3.2 目標及策略	35	8. ESG 指標索引	66

引言

2020 年是不平凡的一年，新型冠狀病毒肺炎對全球經濟、衛生環境、餐飲市場、企業經營造成嚴重衝擊。面對前所未有的挑戰，我們秉承「利他經營、用心做事、傳遞幸福」的經營理念，從「心」出發，一方面以謹慎正向的心態面對疫情，另一方面持續在關心環境、用心經營、心繫社會三大範疇中，以務實果斷的應變措施面對各種困難與挑戰，靠賴團隊的無限執行力、整合力和創造力邁步向前，努力實現「立幸福餐飲典範，創百年國際品牌」的願景。

愛心同行

鑑於疫情嚴重，集團向湖北省慈善總會捐贈醫療援助金人民幣 100 萬元，唐宮各區各店的員工自發捐款共人民幣 25 萬元予當地慈善機構用於疫情醫療援助，獲得「履行社會責任傑出企業」的嘉許認可。為了員工及顧客的安全，集團中國內地門店於 2020 年 1 月 26 日起暫停堂食服務（於 3 月開始有序恢復），大多數員工在地留守（減少公務及私人出行）共同防疫。集團立即啟動三大愛的行動，設立援助醫療金、最美義工/最佳義工團隊獎項以及總裁獎學金；並且為員工量身設計了集健康、學習、娛樂元素於一身的「唐宮特殊時期生活規範指引」，讓員工能夠以積極樂觀正面的心態面對挑戰。

堂食停業期間，我們參與社區義工服務、為醫護人員提供愛心餐、為不便外出的客人和同事提供安心的出品與服務，繼續以美食傳遞幸福。我們更入選「疫情防控配餐保障單位」，成為社會大眾的安心食堂。

同時，我們持續參與各項公益環保項目，例如：捐款重建洪澇災區、捐贈唐宮愛心月餅、捐助制作愛心年曆、參與印單紙循環再造和月餅盒環保再生、地球一小時等等，積極履行餐飲從業者的社會責任。

關心環境

疫情雖令全球經濟活動頓時慢了下來，但全球暖化仍是各國政府及社會各界關心的主題，疫情的出現更令大眾反思人類只有在與大自然保持和諧平衡的狀態下，社會和企業才得以持續發展。在推動業務發展的過程中，唐宮以貫徹「優品、安心、養生、環保」的品牌形象為宗旨，在滿足消費者對產品和服務期望的同時，通過各種環保策略措施，包括設備效能、包裝設計、菜品研發、活動倡議等不同層面，促進節能減碳，鼓勵員工和顧客携手珍惜資源、愛護地球。

用心經營

認真踏實、守法嚴謹是經營者的基礎責任，用心做事、傳遞幸福是唐宮身為餐飲行業一份子作出的承諾。面對疫情常態化的生活模式，唐宮以保障員工和顧客的安全健康為前提，積極適應及開發餐飲新常態下的各種產品和平台，通過線上線下聯動，加速食品零售化和電商化，以不斷創新的產品與服務，提升用戶體驗，滿足顧客重視快捷便利、食品安全和養生健康的消費取態。

心繫社會

餐飲業與民生息息相關，我們的業務對內涉及數千名受僱員工及其家庭的福祉，對外關乎一眾顧客的健康及用餐體驗。唐宮希望通過積極正向的企業文化及複合型全才培訓，從內至外，由近至遠，將「個人、家庭、工作、社會、環境」串連起來，先讓員工在工作上發展所長，收穫滿足感和成就感，領會幸福人生，再藉感動服務將幸福健康、養生環保的概念傳遞給每位顧客。

唐宮「利他經營、用心做事、傳遞幸福」的經營理念，為集團在業務和企業文化上建立了穩固的基礎，我們深信正是「以人為本，從心出發」的價值觀讓集團在充滿不可控因素的 2020 中仍然穩步向前，在瞬息萬變的市場得以可持續發展。



報告說明

1. 報告說明

1.1 報告時間範圍

本環境、社會及管治報告(下稱本「**本報告**」,「**ESG 本報告**」)的時間範圍為 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日(下稱本「**報告期間**」)。

1.2 發佈週期

本報告為年度報告,按相關法規要求於公司年報發佈後三個月內發佈。

1.3 報告範疇

本報告數據統計主要涵蓋本集團之傳統中式餐飲業務,包括北部地區(北京)、東部地區(上海/蘇州/杭州)、南部地區(深圳/東莞)及西部地區(成都),此部分構成本集團最大的現金流和收入。

本報告之編制按以下原則:

原則要求	報告應用
重要性	當董事會釐定有關環境、社會及管治會對投資者及其他持份者產生重要影響時,發行人就應作出匯報。
量化	有關歷史數據的關鍵績效指標須可予以計量。發行人應訂下減少個別影響的目標(實際數字、方向性或前瞻性的聲明)。
平衡	ESG 報告應當不偏不倚地呈報發行人的表現,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	發行人應使用一致的披露統計方法,令環境、社會及管治數據日後可作有意義的比較。

1.4 相關法規要求

本公司及其附屬公司(下稱本「**集團**」、「**我們**」或「**唐宮**」)的生產及經營點主要位於中華人民共和國(「**中國**」),也有以自營或合營方式於香港特別行政區、台灣及新加坡經營餐飲業務,報告中提及之相關法規之遵守指適用於各地之相關法規要求。

1.5 編制基準及原則

本報告根據聯交所主版上市規則第 13.91 條之要求及附錄 27《環境、社會及管治報告指引》(「**該指引**」)之匯報框架編製,並遵守該指引及企業管治守則。本公司董事會對本集團的環境、社會及管治策略和匯報有整體責任,並負責設立有效機制及流程評估及確定本集團於環境、社會及管治相關之重大議題及風險。

1.6 數據來源

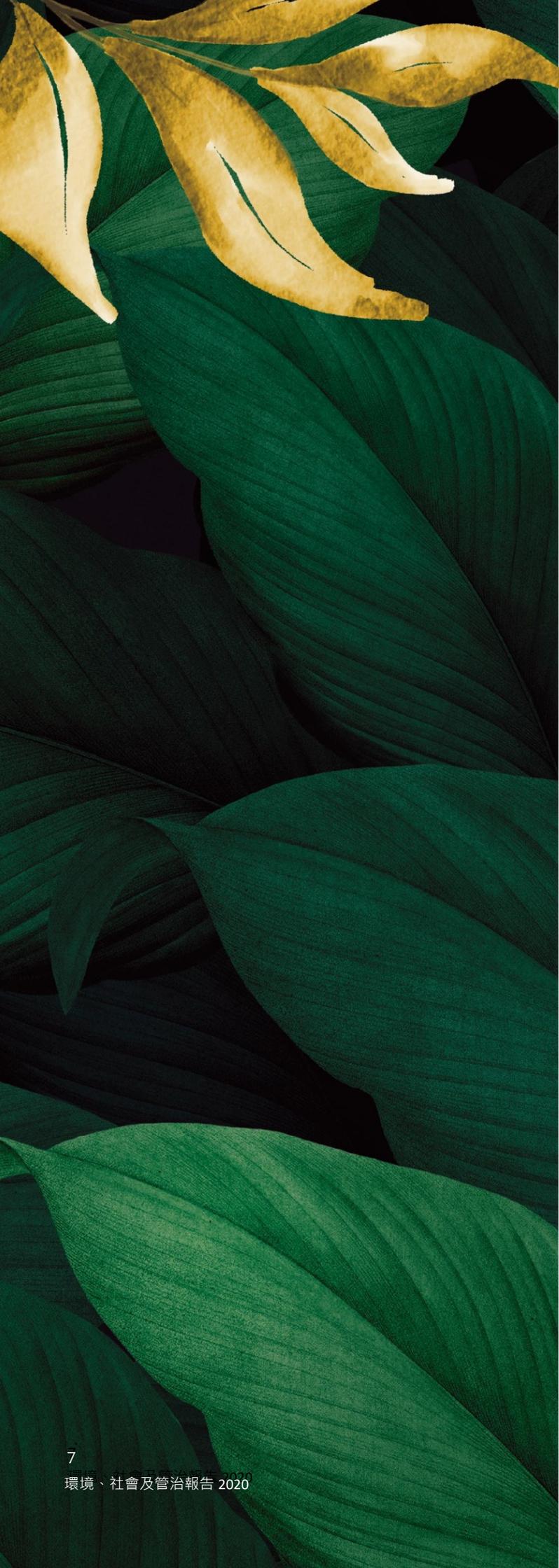
本報告所有數據均來自唐宮（中國）控股有限公司正式文件和統計報告。本公司於報告年度委託低碳亞洲有限公司進行碳評估，以量化其營運產生的溫室氣體排放。量化的過程（採用了營運控制法來彙整數據）參考中華人民共和國國家發展和改革委員會發佈的《食品、煙草及酒、飲料和精製茶企業溫室氣體排放核算與報告指南》及《工業其他行業企業溫室氣體排放核算與報告指南》及國際標準 ISO14064-1 進行，以確保環境關鍵績效指標資料的準確性。

1.7 報告獲取

電子版可在本公司網站

（<http://www.tanggong.cn/>）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出版，在對兩種文本理解發生歧義時，請以中文文本為準。



有關唐宮

2. 有關唐宮

2.1 集團簡介

唐宮(中國)控股有限公司(「唐宮集團」或「本集團」)是一家在中國經營的連鎖餐飲集團。自始創於1992年，本集團堅持以「利他經營，用心做事，傳遞幸福」的經營理念，以達致「以盛唐文化為根，以現代管理為本，立幸福餐飲典範，創百年國際品牌」的四大使命目標，從而提供優質的食品、出色的餐飲服務予顧客。

本集團於2011年在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市，股票代號1181。本集團分別以自營、合營及特許經營方式經營多個品牌，務求迎合不同消費市場，為顧客提供優質的中式佳餚、港式茶點、日式美食及馬來西亞風味等多元化的餐飲服務。截至2020年12月31日，本集團門店數目已有57家自營及特許經營餐廳，另有11家合營餐廳，遍佈北京、天津、成都、上海、蘇州、杭州、深圳、東莞、香港、台灣及新加坡，並在上海自設食品廠。

品牌情況



2. 有關唐宮

發展里程碑

時段	標誌事件	新發展地區	加入品牌	其他發展
2018 ~ 2022 (30週年)	<ul style="list-style-type: none"> 於台灣引入唐點小聚 (2018) 拓展至新加坡 (2019) 加入新董事會成員 (2020) 	新加坡	馬旺子/ 一之傳 	<ul style="list-style-type: none"> 加入新董事會成員 
2013 ~ 2017 (25週年)	<ul style="list-style-type: none"> 引入中國傳統文化 (2013) 合營方式引入馬來西亞品牌金爸爸 (2013) 發展自家休閒餐飲品牌·首家香港唐宮小聚 (2014) 拓展至成都 (2015) 	成都 香港 台灣	唐宮/ 唐宮小聚/ 唐點茶點/ 本家/金爸爸 	<ul style="list-style-type: none"> 品牌整合 引入中國傳統文化 
2007 ~ 2012 (20週年)	<ul style="list-style-type: none"> 食品廠投產 (2008) 特許經營胡椒廚房 (2010) 主板上市 (2011) 	澳門# 蘇州 杭州 天津	胡椒廚房/ 唐宮壹號/ 櫻川# 	<ul style="list-style-type: none"> 設立上海唐宮食品廠 香港聯合交易所主板上市 
2002 ~ 2006 (15週年)	<ul style="list-style-type: none"> 引入 5S 管理 (2003) 	東莞	忍者居#	<ul style="list-style-type: none"> 5S 管理 
1997 ~ 2001 (10週年)	<ul style="list-style-type: none"> 拓展至北京 (1994)、上海 (1998) 	北京 上海	盛世唐宮#	
1992 ~ 1996 (5週年)	<ul style="list-style-type: none"> 首家唐宮海鮮舫 (1992) 	深圳	唐宮海鮮舫/ 唐宮膳# 	

因業務資源及品牌整合，集團已停止有關地區及品牌的經營。

2.2 唐宮使命及價值

中華飲食文化源遠流長，而幸福生活是人心所向，唐宮集團遂以「以盛唐文化為根，以現代管理為本，立幸福餐飲典範，創百年國際品牌」為使命，在管理哲學融入國學精粹，成為企業文化的根基，配合現代化管理系統，將幸福餐飲與幸福人生進行融合，助集團逐步邁向永續經營的願景。

在「利他經營，用心做事，傳遞幸福」的經營理念下，集團將「給客人帶來幸福」作為工作使命，致力創造感恩謙德、誠信利他、精進創新、正念傳承的工作環境，讓團隊在工作中感受幸福，並將這份幸福傳遞給客人。我們通過開源節流、人才培養、社會公益，將經營理念實踐於日常工作並帶入生活及社區當中，努力追求創造最大價值，成為行業典範；激發無限潛能，貫徹感動服務；履行社會責任，鞏固企業形象。



集團將以上的使命、價值及經營理念，透過「優品、安心、養生、環保」的品牌形象結合在業務發展的推動過程，務求為顧客及業務伙伴們提供健康養生、環保安心、高質優品的選擇，並通過「使命卡」有效地向員工傳遞唐宮的工作使命，從不同層面履行「給客人帶來幸福」的承諾。這也是唐宮在回應各「環境、社會及管治」議題並達至可持續發展的關鍵元素。



2. 有關唐宮

2.3 獎項殊榮

唐宮以推動餐飲業的發展為己任，致力提升餐廳環境、出品和服務的專業水平，並且積極履行社會責任，獲得權威機構、行業協會、顧客大眾及合作伙伴對唐宮實力與品牌價值的認同。以下載列唐宮在 2020 年度獲取的部分獎項殊榮。

權威認可

機構

殊榮

《信報財經新聞》

上市公司卓越大獎 2020 (香港)

中國飯店協會

2020 中國粵菜餐飲品牌 TOP30

深圳市零售商業行業協會、
深圳市餐飲商會、深圳市
飯店業協會聯合頒發

深圳餐飲 40 年傑出貢獻企業



品牌認受

機構

殊榮

大眾點評

2020 年大眾點評必吃榜上榜餐廳

拔草·美食攻略

2020 上海美食攻略年度臻選·最佳影響力餐廳

四川省商務廳

天府十大餐飲領軍品牌

四川省旅行社協會及
成都交通文藝廣播

2019 年度全國遊客最喜愛的四川餐飲名店

《U Magazine》

我最喜愛廣東菜館



美食名店

機構

殊榮

蘇州市姑蘇區餐飲業商會

唐宮金獎乳鴿榮獲「南北美食」二十佳

深圳市零售商業行業協會、深圳市餐飲商會、
深圳市飯店業協會聯合頒發

深圳餐飲地標美食名點

深圳市烹飪協會

食全食美名店

社會責任

機構

殊榮

消費日報社消費觀察辦公室

履行社會責任傑出企業

上海市商業聯合會

2020 上海市商貿流通服務業抗擊新冠疫情、
保障城市生活、提振上海市場先進集體

地方相關部門/行業協會

疫情防控配餐保障單位

上海市餐飲烹飪行業協會

上海餐飲業抗疫復市表彰單位

上海市人力資源和社會保障局、
上海市總工會、上海市企業聯合會/上海市企
業家協會、上海市工商業聯合會聯合頒發

上海市和諧勞動關係達標企業

上海市餐飲烹飪行業協會

上海餐飲業綠色餐廳，
上海餐飲業綠色餐廳示範店

廣東輕工職業技術學院

2020 年示範性大學生校外實踐教學基地

誠信企業

機構

殊榮

公眾在綫 (gzzx123.cn)

公眾信任企業

中國烹飪協會

2020 年北京市品質餐飲示範店

上海市精神文明建設委員會辦公室及
上海市餐飲烹飪行業協會聯合頒授

上海市文明餐廳

中共上海市長寧區委政法委員會

2019 年度上海市長寧區平安單位

2. 有關唐宮

2.4 唐宮可持續發展

為達致「以盛唐文化為根、以現代管理為本、立幸福餐飲典範、創百年國際品牌」的使命，實現**永續經營的願景**，優良務實的企業文化與持續精進的管理體系均不可或缺。早在 2003 年集團已引入五常法概念於業務管理上，並在獨立管理顧問機構（源全學會）的指導下持續完善，形成源全管理體系：

源全管理體系

核心範疇	目標	管理工具 / 內容	推動方式	
資源增值 安全健康	簡單環保 持續改善	源全 5S 原則	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 組織 ▪ 培訓 ▪ 監控 ▪ 報告 ▪ 統計 ▪ 應變計劃 ▪ 內外審核 ▪ 比賽 ▪ 互訪 ▪ 宣傳 ▪ 安健計劃 	
		環境資源與 業務收入比例		業務收入 <ul style="list-style-type: none"> > 產品結構 > 人員安排 > 物品配置 > 環境佈局
		安全風險分析		危害分析關鍵控制點 (食品安全、職業安全及健康、 消防安全)

管治架構

為更有效管理及遵守上市規則就 ESG 報告不時更新的要求，集團持續審視現行的管理架構並於 2021 年初加入可持續發展委員會管理，有關委員會獲董事會授權全面監督集團 ESG 報告編制及相關管理工作。

管理組織	成員	主要職能
董事會	執行董事：6 位 獨立非執董：3 位	<ul style="list-style-type: none"> 設立管理架構進行有效監管 訂立 ESG 策略 就 ESG 報告內容承擔責任
可持續發展委員會	3 位 (董事會主席，行政總裁及首席財務官)	<ul style="list-style-type: none"> 制定及檢討政策及管理框架 訂立主要績效指標並監督成效 檢視 ESG 議題的重要性評估 監督集團社會責任及可持續發展工作 審批 ESG 報告並彙報至董事會
ESG 工作小組	合規內審部、投資者關係部及行政部代表	<ul style="list-style-type: none"> 監察集團社會責任及可持續發展工作執行情況 收集相關數據，複核並進行有系統記錄及分析 編制 ESG 報告
5S 管理委員會	合規內審部及各區營運代表	<ul style="list-style-type: none"> 按集團 ESG 政策及管理框架，制定具體營運管理標準及制度 定期現場巡查執行情況
地區營運管理部門	地區營運部、出品部及工程部負責人	<ul style="list-style-type: none"> 收集現場營運數據 推動相關 ESG 具體操施
功能管理部門	採購部、人力資源部、財務部及資訊科技部	<ul style="list-style-type: none"> 反饋實際情況

2. 有關唐宮

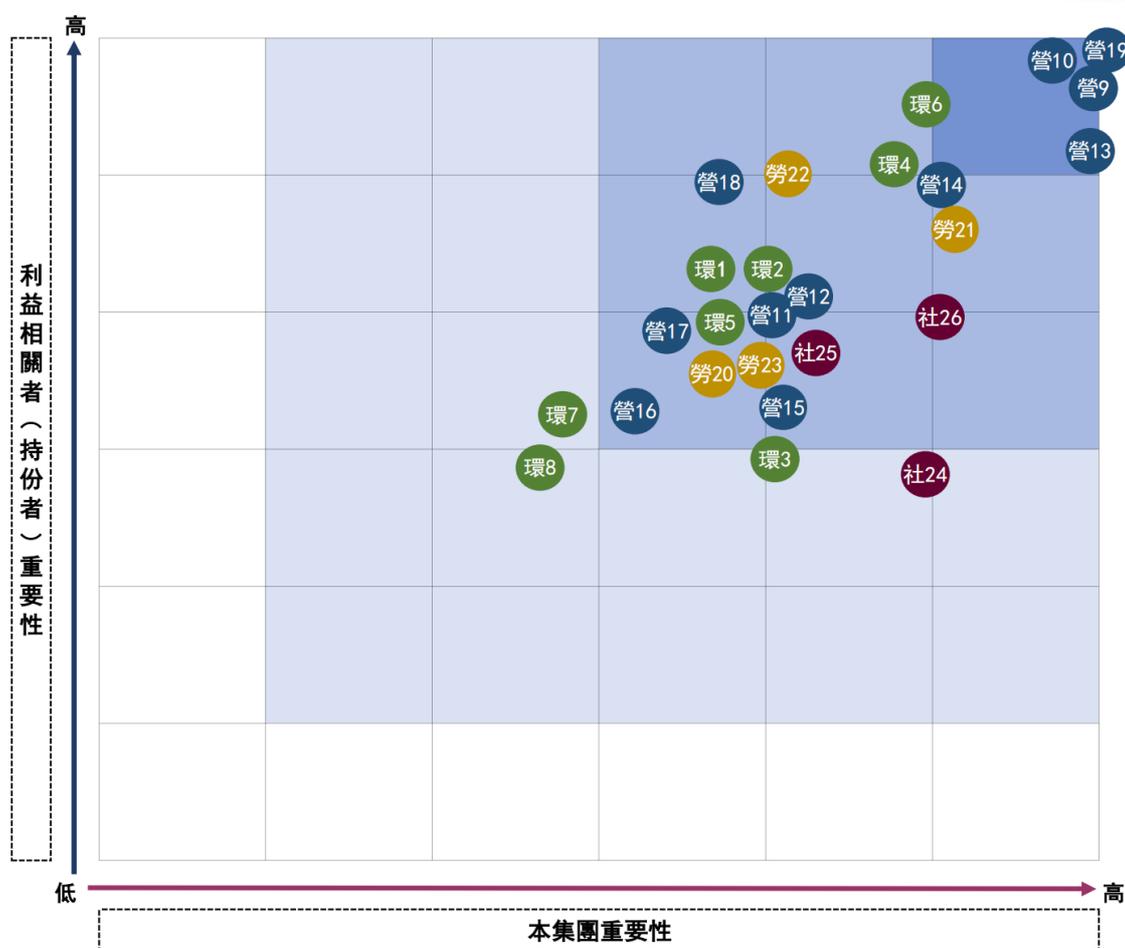
2.5 利益相關方溝通

各持份者 (利益相關方)	關注議題 / 期望	溝通方式				 唐宮的回應
		會議 / 即時雙向溝通	訊息 發放 / 報送	其他溝通 平台 / 機制	其他資訊 獲取 / 參與	
政府及監管 機構 	<ul style="list-style-type: none"> 合規經營(食品安全 / 環保法規) 有效內部控制及風險管理 	實地考察	訊息報送		座談會 / 調研	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 加強合規意識 ✓ 了解最新要求 ✓ 積極跟進回應
投資者 	<ul style="list-style-type: none"> 穩健業績及派息 持續增長 廉潔透明營運 	業績後溝通會 / 股東大會	定期訊息披露	官方網站 / 電郵		<ul style="list-style-type: none"> ✓ 提供穩定可持續回報 ✓ 透明公開的訊息披露 ✓ 多元及時溝通渠道 ✓ 提升風險管理
消費者 	<ul style="list-style-type: none"> 食品安全 優質服務 / 環境 · 高性價比 消費者權益保障 產品多元健康 	客服熱線 / 門店服務溝通	網上平台	官方電郵 / 網上平台		<ul style="list-style-type: none"> ✓ 嚴控食材採購 ✓ 保障消費者權益 ✓ 舒適用餐環境 ✓ 提供感動服務
自然環境 	<ul style="list-style-type: none"> 節能減排 減少垃圾及浪費 節約資源 / 能源耗用 垃圾分類 		環境訊息披露		相關團體倡議 / 相關條例更新	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 有效管理垃圾 ✓ 內外提倡及推動環保 ✓ 推動環保節能清涼廚房
員工 	<ul style="list-style-type: none"> 保障員工安全 / 合法權益 有競爭力的薪酬福利 平等就業 成長學習機會 	培訓交流 / 定期會議	公司電郵	公司內部微信 / 勞動合同 / 培訓寶 流動培訓程式		<ul style="list-style-type: none"> ✓ 提供多元化員工培訓 ✓ 平衡員工工作生活 ✓ 建立良好發展平台
供應商 / 合作夥伴 	<ul style="list-style-type: none"> 公平採購，誠信履約 保障食品質量及安全 支持地方採購 	實地考察		供應商評估 / 合同協議		<ul style="list-style-type: none"> ✓ 加強採購管理 ✓ 遵守合作協議 ✓ 重視源頭了解食材質量
社區團體 	<ul style="list-style-type: none"> 安全合規經營 社區公益 / 和諧 				社區活動 / 服務	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 關注社會公益 ✓ 推動愛心文化 ✓ 舉辦義工隊

2.6 各議題重要性分析

報告期內，集團透過訪談及現有之溝通渠道向內外持份者進行意見收集，並由公司董事會、高管人員及 ESG 工作小組的溝通協作下，就相關議題的重要性進行判斷，梳理出 ESG 議題之重要性排序並於以下矩陣進行披露。

與上期報告相約，食品及環境安全、優質服務及用餐環境、多元健康的優質出品、職業安全健康及廉潔誠信的營商仍然為主要的重大 ESG 議題，並作為本報告的重點披露議題。



勞

勞工責任

- 20. 平等就業 / 反歧視
- 21. 員工職業健康 / 環境安全
- 22. 員工權益保障
- 23. 員工培訓 / 晉升

社

社會責任

- 24. 推動行業發展
- 25. 參與公益慈善 / 社區關懷
- 26. 員工關懷

營

營運責任

- 9. 食品安全及質量管理
- 10. 環境安全 (消防及營運)
- 11. 供應商貨源位置
- 12. 供應商資質 / 服務評估
- 13. 優質服務 / 用餐環境
- 14. 廉潔誠信營商手法
- 15. 尊重保護知識產權
- 16. 保障客戶資訊及私隱
- 17. 客戶意見跟進
- 18. 防止賄賂及反貪管理
- 19. 新冠疫情應對

環

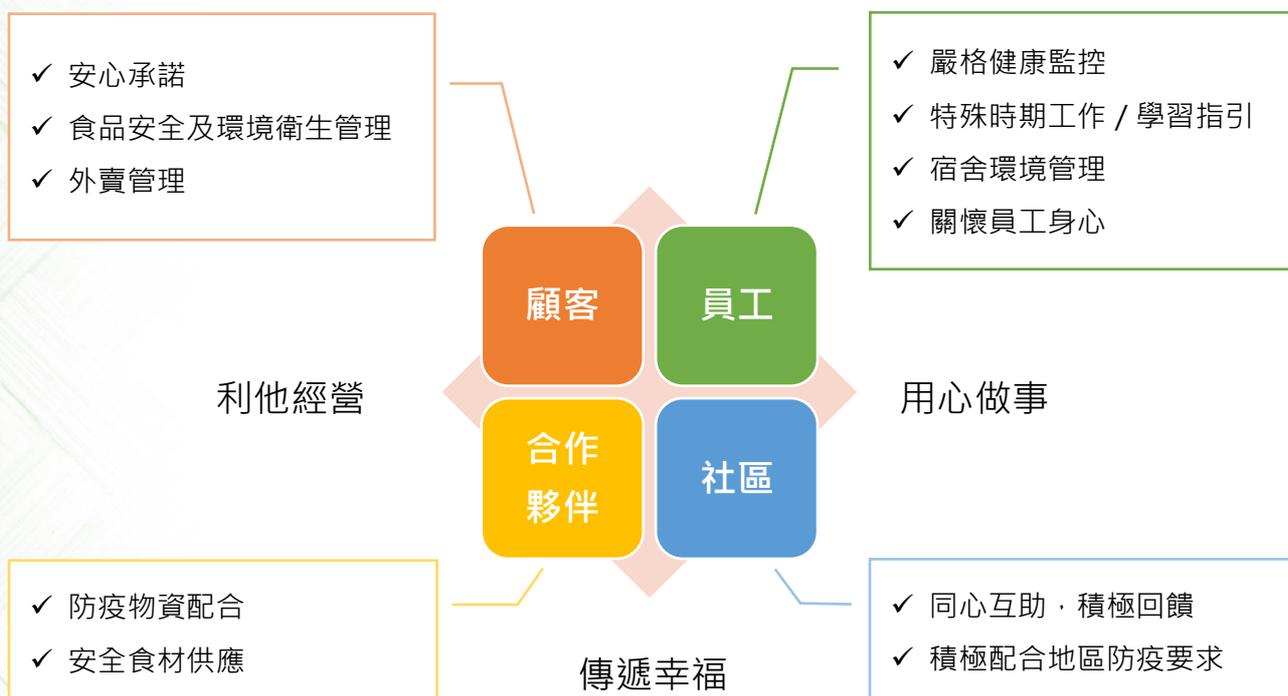
環境責任

- 1. 節約能源及水資源管理
- 2. 污水處理
- 3. 空氣污染及溫室氣體排放管理
- 4. 固體廢棄物處理
- 5. 產品 / 外賣包裝設計的環保性
- 6. 減少食材浪費措施
- 7. 參加環保倡議活動
- 8. 供應商環保評估

2. 有關唐宮

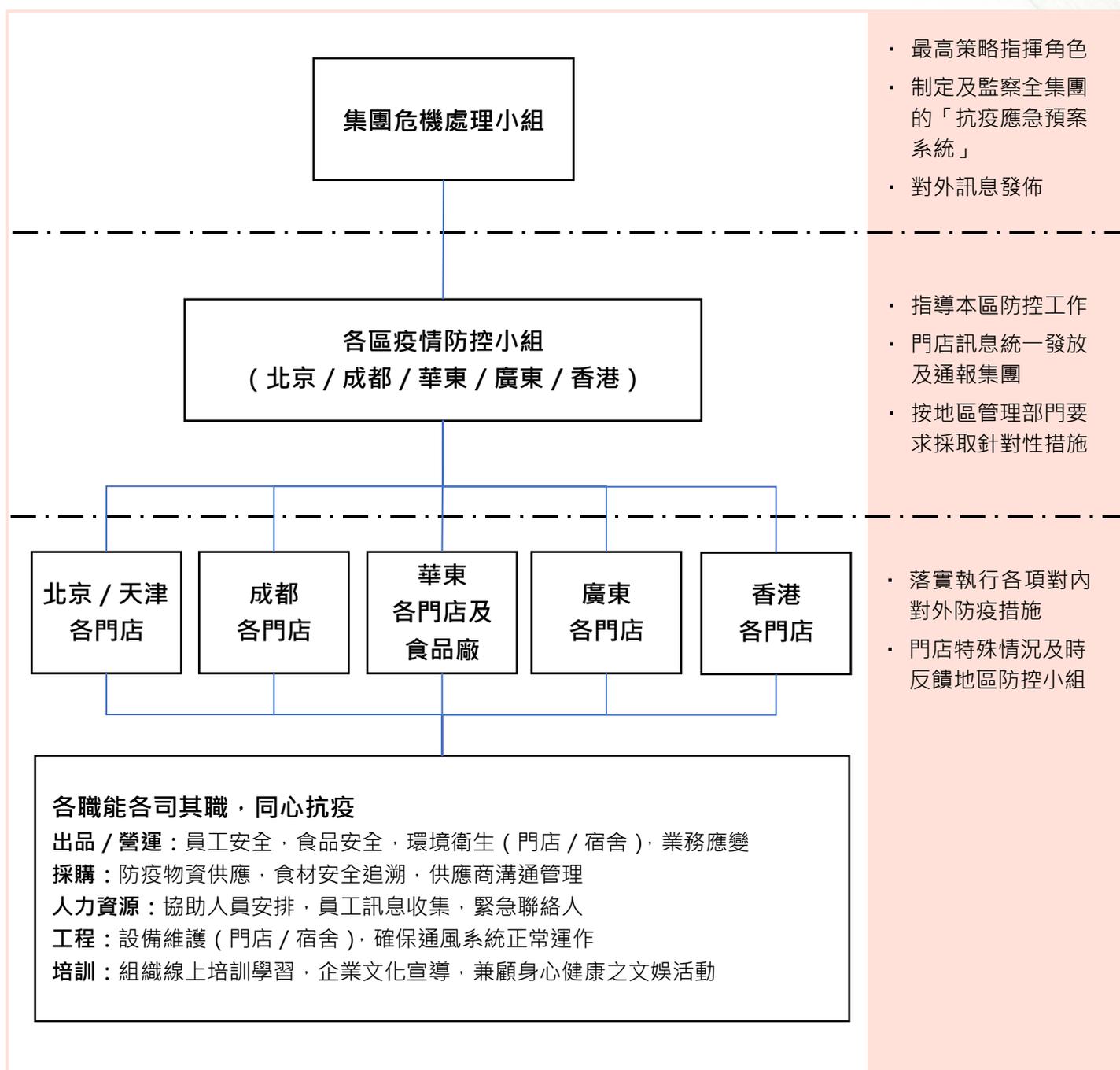
2.7 新冠疫情防控專題 – 全心守護，團結戰「疫」

突如其來的新型冠狀病毒肺炎，挑戰著我們的業務創新能力、營運應變能力及危機處理能力，集團堅持以「利他經營·用心做事·傳遞幸福」的經營理念為主軸，圍繞顧客、員工、合作夥伴、社會四大群體，以顧客和員工的安全健康為首要前提，制定了一系列的疫情防控措施和應急預案；與多年來建立了良好關係的合作夥伴發揮互相精神，共度時艱；在力所能及之處參與各種社會公益活動，支援一綫醫護工作者，展現了餐飲企業的社會責任與擔當。



危機處理架構

自 2020 年 1 月出現新冠疫情，集團立即啟動由「集團-地區-門店」連動組成的危機處理系統：



2. 有關唐宮

規章制度

集團危機處理小組審視當下需要發出各式手冊指引，以有效應對當前疫情形勢，全力保障公司全體員工、顧客安全。例如：防疫危機應急手冊、防疫安全培訓手冊、新型冠狀病毒肺炎防控知識手冊、新冠疫情防控提示、供應商在疫情期間的防控要求、唐宮無憂餐飲保障、清潔消毒指引手冊、員工個人關鍵基本防疫須知等等。





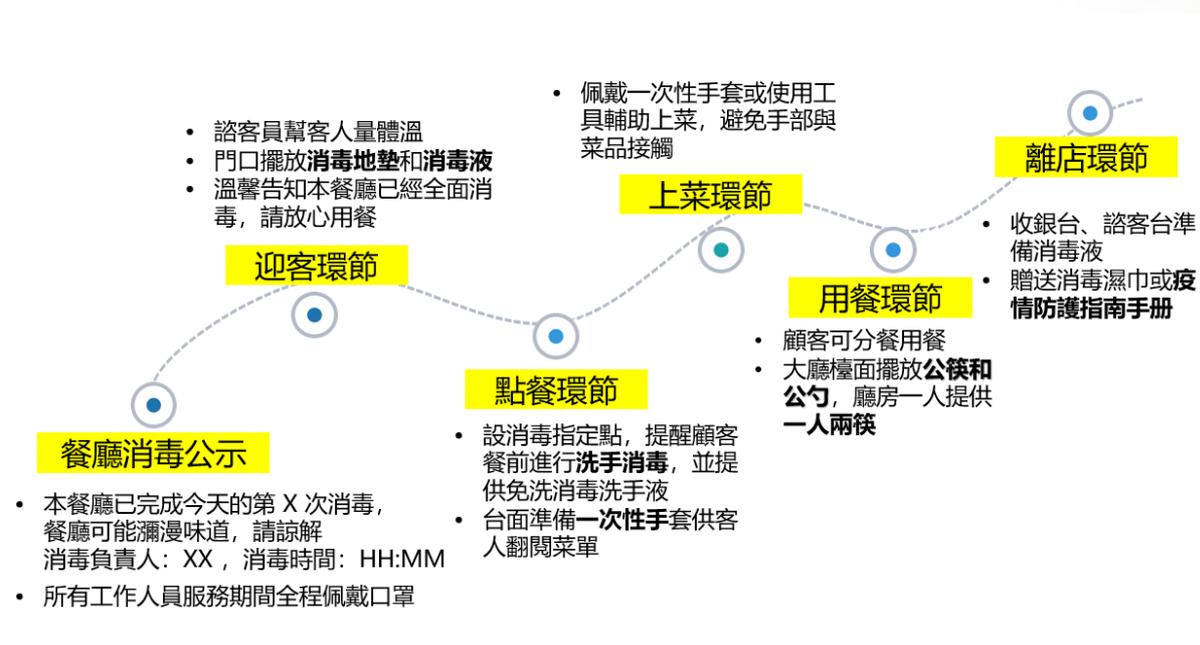
有關顧客 - 安心承諾

集團積極配合國家病毒防控工作，為了保障顧客和員工的健康安全，中國內地門店於 2020 年 1 月 26 日起暫停堂食服務。期間，在確保食品安全和員工安全的情況下，集團持續為顧客提供外帶服務及唐宮方便菜等等，為未能外出用膳的顧客提供安心美味的出品。期後，我們更入選「疫情防控配餐保障單位」，為復工企業提供集體用餐安全保障，滿足其對有效減少外出和避免人員密集就餐的需求，成為社會大眾的安心食堂。



針對疫情，我們從不同維度進行管理升級，在出品、服務和環境三方面全面關注門店的衛生安全，恪守規範，營造安全、舒適、可視化的用餐環境，提供安心、安全的就餐體驗。

明確各環節及位置具體操作指引，加強規範、推動及跟進：



2. 有關唐宮

顧客
員工
合作夥伴
社區

有關顧客 - 食品安全及環境衛生管理

所有餐具，2次高溫消毒

全員佩戴口罩、手套

嚴謹出品，食物 100%熟透

環境加強消毒，增加頻次

唐宮恪守規範
用心守護您的健康

傳菜加蓋，過程隔離保護

食材有源可溯，具檢驗報告

員工健康上崗，每日嚴格監測

安心外賣，無接觸配送

門店環境安全管理圖解：落地執行每個服務環節



2. 有關唐宮



有關員工 - 嚴格健康監察

配備一套工具 (口罩佩戴、消毒、測溫、晨檢表等): 所有員工每日進行晨檢，兩次測量體溫，嚴格監測員工身體狀況並登記存檔。



專業形象展示：著裝整潔齊全，口罩、手套佩戴正確，提升員工形象，強化安全印象。



張貼衛生防護圖解：

有助員工理解，落實執行。





有關員工 - 特殊時期工作 / 學習指引

香港唐宮飲食集團
HONG KONG TANG PALACE FOOD & BEVERAGE GROUP

香港 Hong Kong
中國 China

日期: 唐宮特殊時期持續加強員工宿舍管理及學習 20200217 第 1 頁, 共 2 頁

唐宮特殊時期“持續加強員工宿舍管理及學習”

為積極配合新型冠狀病毒防疫, 保障員工和顧客的健康和安全, 唐宮中國內地全線分店暫定營業(上海浦東機場店除外), 營業時間根據疫情變化和國家規定另行通知。

疫情之下, 我們首要關心唐宮人的身心健康, 持續加強對員工宿舍管理及學習, 具體安排如下:

一、員工宿舍的安全管理	
人員範圍	居住在宿舍所有員工, 居住在家里的所有員工
安全管理	1. 消毒: 每天 1-2 次 2. 體溫: 每天 2 次, 早晚測量(有溫度過高過低, 及時汇报) 3. 口罩: 外出值班人員需帶口罩; 在進行宿舍集體活動需帶口罩 4. 定期安全知識學習-視上平台培訓室 5. 安全配給工具: 消毒水、口罩、體溫計
負責人員	門店管理團隊, 店長、廚師長、總宿舍長、小宿舍長

二、員工基本的生活保障	
人員範圍	居住在宿舍所有員工
生活保障	1. 水電保障: 水電費正常繳納, 不斷水停電, 保證水電正常供應 2. 用餐保障: 匹配正常餐食, 如水果、醬料等 3. 員工宿舍設備保障: 如洗衣機、WiFi 等 4. 生活必需品保障: 定期采購, 人員出入記錄, 安排人員協助等
負責人員	門店管理團隊, 店長、廚師長、正副宿舍長

香港唐宮飲食集團
HONG KONG TANG PALACE FOOD & BEVERAGE GROUP

香港 Hong Kong
中國 China

日期: 唐宮特殊時期持續加強員工宿舍管理及學習 20200217 第 2 頁, 共 2 頁

三、員工宿舍的慰問關懷	
人員範圍	居住在宿舍所有員工, 居住在家里的所有員工
慰問關懷	1. 實地關懷: 管理層走進宿舍了解員工情況, 每週至少 1 次 2. 電話/視頻關懷: 在家里的員工, 定期微信電話形式關心
負責人員	門店管理團隊, 樓面部管理層, 出品部管理層

四、作息時間的調整	
人員範圍	居住在宿舍所有員工
作息時間	1. 依據“唐宮特殊時期生活規範指引”為基礎 2. 可根據地區和門店特殊性調整作息時間
負責人員	門店管理團隊, 店長、帶教團隊, 出品部管理層, 宿舍長

五、宿舍學習娛樂活動	
人員範圍	居住在宿舍所有員工, 居住在家里的所有員工
學習娛樂	1. 線上課堂: 公司培訓平台、演說春風行動直播課等 2. 觀影學習: 勵志電影學習(如: 舌尖上中國、考司之神等) 3. 個人學習: 每位同事可以有個人學習計劃(如業務知識培訓、考證等) 4. 在家陪伴學習重點: “父母恩孝”“子女共杯”“生活陪伴”; 分享心得/照片/小視頻/案例 5. 娛樂活動: 唱歌、跳舞、瑜伽、健身、手語舞、下棋、折紙等活動, 勞逸結合
負責人員	門店管理團隊, 店長、帶教團隊, 出品部管理層, 宿舍長

我們堅信:
唐宮人不斷精進, 獲得幸福人生的心沒有變
在疫情一下, 我們一起保護好自己, 保護好伙伴, 共同迎接春暖花開!

香港唐宮飲食集團
2020年02月17日

《員工上下班注意事項》(節選部分內容)

- 1、上班途中如何做**
正確佩戴一次性醫用口罩。儘量不乘坐公共交通工具, 建議步行、騎行或乘坐私家車、班車上班。如必須乘坐公共交通工具時, 務必全程佩戴口罩。途中儘量避免用手觸摸車上物品。
- 2、入樓工作如何做**
進入公司樓前自覺接受體溫檢測, 體溫正常可入樓工作, 並到衛生間洗手。若體溫超過 37.2°C, 請勿入樓工作, 並回家觀察休息, 必要時到醫院就診。
- 3、入室辦公如何做**
保持辦公區環境清潔, 建議每日通風 3 次, 每次 20-30 分鐘, 通風時注意保暖。人與人之間保持 1 米以上距離, 多人辦公時佩戴口罩。保持勤洗手、多飲水, 堅持在進食前、如廁後按照六步法嚴格洗手, 接待外來人員雙方佩戴口罩。
- 4、參加會議如何做**
建議佩戴口罩, 進入會議室前洗手消毒。開會人員間隔 1 米以上, 減少集中開會, 控制會議時間, 會議時間過長時, 開窗通風 1 次, 會議結束後場地、家具須進行消毒。茶具用品建議開水浸泡消毒。
- 5、食堂進餐如何做**
採用分餐進食, 避免人員密集。餐廳每日消毒 1 次, 餐桌椅使用後進行消毒, 餐具用品須高溫消毒, 操作間保持清潔乾燥, 嚴禁生食和熟食用品混用, 避免肉類生食。建議營養配餐, 清淡適口。
- 6、下班路上如何做**
洗手後佩戴一次性醫用口罩外出, 回到家中摘掉口罩後首先洗手消毒。手機和鑰匙使用消毒濕巾或 75% 酒精擦拭。居室保持通風和衛生清潔, 避免多人聚會。
- 7、公務採購如何做**
須佩戴口罩出行, 避開密集人群, 與人接觸保持 1 米以上距離, 避免在公共場所長時間停留。

【上班期間】員工個人關鍵基本防疫

- 回到辦公室後、下班前須以消毒洗手液洗手;
進食前、如廁後及進行其他有機會的工作後也應立刻洗手(請參考專業洗手 7 步驟)
- 每人上班前必須測體溫
- 如有以下情況請及時就醫、回家觀察, 并由部門主管/區區人專部進行記錄, 關注情況:
甲、體溫(≧)攝氏 37.2 度
乙、持續出現呼吸困難
- 必須配帶適合口罩(請留意正確配帶口罩及弃置方法)
- 用餐時儘量少說話, 用餐地方避免面對面或大擠擁
- 如廁後, 必須立刻離開上廁後沖廁



[以上為最基本的個人防疫措施, 請不時留意地區管理部門發出的參考信息及指引]

個案呈報

- 每天呈報個人健康情況(透過傳真表格), 如體溫過高、出現呼吸困難等, 再由 IT 及人事專部進行匯總及地區分發, 供區總每天掌握情況
- 地區如發現疑似感染武漢肺炎、區總應立刻通報集團總管及副總裁, 如有確診情況, 需額外通知香港辦公室

公司內部詳細參考文件

- 唐宮無塵餐飲保障(工作組則)-2020年1月14日
- 唐宮集團應急管理-疫情預防知識手冊-2020年1月30日

2. 有關唐宮



有關員工 - 宿舍環境管理

1、員工宿舍環境管理“五要點”

- 1) 加強管理和宣傳（宿舍通告欄張貼、培訓寶學習、微信學習）
每個宿舍指定位置作為公告欄，《正確洗手圖》《個人防護指南》《正確帶口罩》《集團學習與生活規範指引》
- 2) 提供防護所需品（口罩、體溫檢測設施）
配置宿舍一站式防護用品站：洗手液/口罩/體溫槍或針，洗手液保持充足
- 3) 員工宿舍被褥要定期清洗，勤打掃宿舍衛生
確認宿舍值日輪值表，被褥每周輪換清洗排列表
- 4) 每天使用消毒水進行地面消毒和空間噴灑消毒（每日消毒3次，早10:00，下午4:00，晚9:00）
做消毒記錄，并拍照上傳門店疫情小組）
店鋪制訂每個宿舍消毒記錄表，每日實施登記，并每日拍圖上群檢查落實
- 5) 保持通風狀況良好
有條件的宿舍，由當日值日每天早/中/晚安排開窗通風，每次不少於半小時，宿舍長督導到位

2、員工保持良好個人衛生習慣，勤洗手，個人毛巾清潔，保持通風掛曬。

3、注意均衡飲食，定期運動，充足休息，身心愉悅，避免吸煙，增強身體的抵抗力。

4、避免前往空氣流通不暢、人口密集的公共場所，減少聚會。

5、有計劃備足各種材料配件、減少不必要的外出機會。





有關員工 - 關懷員工身心，疫境奮發自強

疫情、停業、在家 / 宿舍抗疫，各種未可預見的不可控因素為身心、為工作、為家庭、為生活帶來巨大壓力與考驗。

有見及此，集團啟動**三大愛的行動**：設立援助醫療金，為唐宮困難家庭提供支援；設立最美義工和最佳義工團隊獎項，鼓勵員工在疫情期間投入義工服務，支援社區及醫療團體；設立總裁獎學金，鼓勵員工積極學習，儲備更多知識與技能。



此外，集團為員工量身訂做「唐宮特殊時期生活規範指引」；落實及帶動宿舍安全管理，確保員工身體健康、宿舍清潔衛生；保障生活必需品的正常使用與供應；烹調美味與營養兼備的愛心餐食；組織學習小組及各種活動比賽，助員工跨過並進一步善用這段獨特的餘暇日子。

「唐宮特殊時期生活規範指引」融合了強身健體、學習成長、休閒娛樂的元素，讓員工保持健康規律的宿舍生活，持續學習，在積極樂觀的氛圍下，為下一步前進積蓄更大能量。



2. 有關唐宮



我行我宿·宿舍清潔大賽

融合了唐宮 5S 管理理念，鼓勵及推動員工在疫情期間提升宿舍的整潔、安全和規範，發揮創意，善用空間，讓宿舍變得更溫馨美好。

唐宮星舞臺才藝大賽

為員工提供展現才華天賦的舞臺，豐富文娛生活，實現自我價值，發揮團隊合作精神，傳遞正向企業文化，活出樂在工作、享受工作的豐盛人生。



唐宮代言人

邀請員工成為唐宮的宣傳大使，成為最自信、最美麗、最熟悉唐宮產品的最佳代言人。



學習精進

建設**心靈**品質

提升**格局**境界



漢源名師網路課程

- 漢源眾多名師分享防疫知識、趁勢分析、應對策略，給予餐飲人滿滿的信心與力量！



行動成功哲學

行動成功哲學創始人李踐老師分享《差異化戰略》、《做事先做人》。



稻盛哲學之旅

稻盛哲學是中國古聖先賢文化與現代企業經營實踐結合而產生的經營哲學，周韻雯老師帶著唐宮人學習《活法》、《幹法》。



蝠說《道德經》

跟隨智然老師走進古聖先賢的智慧殿堂，通過《道德經》反觀疫情帶來的生命啟示。

網絡課堂

疫情期間，集團組織了一系列不同主題的網絡課堂，讓員工持續保持學習的熱情、越分享越富足的氛圍，在經營哲學、理論知識、專業技能、心靈品質、格局境界方面不斷精進，煉就卓越餐飲團隊。

- 漢源名師網絡課程：分享防疫知識、趁勢分析、應對策略等等。
- 稻盛哲學之旅：學習結合中國古聖先賢文化與現代企業經營實踐的經營哲學。
- 行動成功哲學：學習差異化戰略、做事先做人。
- 蝠說《道德經》：通過《道德經》反觀疫情帶來的生命啟示。



2. 有關唐宮



有關供應商 - 食品安全源頭管理



杜絕野味/活禽

- 嚴格執行國家公文標準不買賣，不烹飪、不食用非家禽的野生動物

供應鏈整合

- 與供應商形成一個緊密無縫的合作流程，減少中間環節

食材來源驗證

- 供應商合法，三證齊全
- 食材源頭安全、健康、綠色環保
- 收貨做好記錄，每批收貨索證存檔

收貨標準

- 嚴格按照公司收貨標準執行，三方驗收（對於供應商送貨人員的安全驗證，消毒、測體溫，做好記錄存檔）



有關供應商 - 防疫物資配置

確保防疫物資配備穩妥供應：分區指定安排配置





有關社區 - 同心互助，積極回饋

集團與合作夥伴多年來建立了牢固的友好合作關係，在疫情期間，集團獲得供應商們的大力支持，收到多封無償贈送口罩、消毒液、大米、生鮮食材等等的捐贈信，同舟共濟，共渡時艱。



愛心慈善捐款

取之社會，用之社會。在社會各界投入支持抗疫救治工作之際，集團善盡企業社會責任捐贈人民幣 100 萬元予湖北省慈善總會用於醫療援助，各區員工也紛紛自發捐款，募集合共人民幣 25 萬元援助當地慈善機構，為社會獻上綿薄之力。



2. 有關唐宮

唐宮義工團 · 志願支援

因疫情停業期間，集團近千名員工積極投身於義工行列，每天在不同崗位服務同事、服務客人、服務社會，無私奉獻，傳遞正能量，為團隊和大眾帶來溫暖和信心。

擔任社區防疫義工，協助社區居民量體溫及登記。



手語歌寄情意，傳遞祝福與希望。



不放棄



明天會更好



愛



愛與關懷



和你一樣



厚德載物

唐宮愛心餐

集團為前綫醫護人員、社區防疫一綫人員送上安全、安心、美味、健康的唐宮愛心餐，聊表慰問與關懷，藉此向他們的無私奉獻致以崇高敬意。

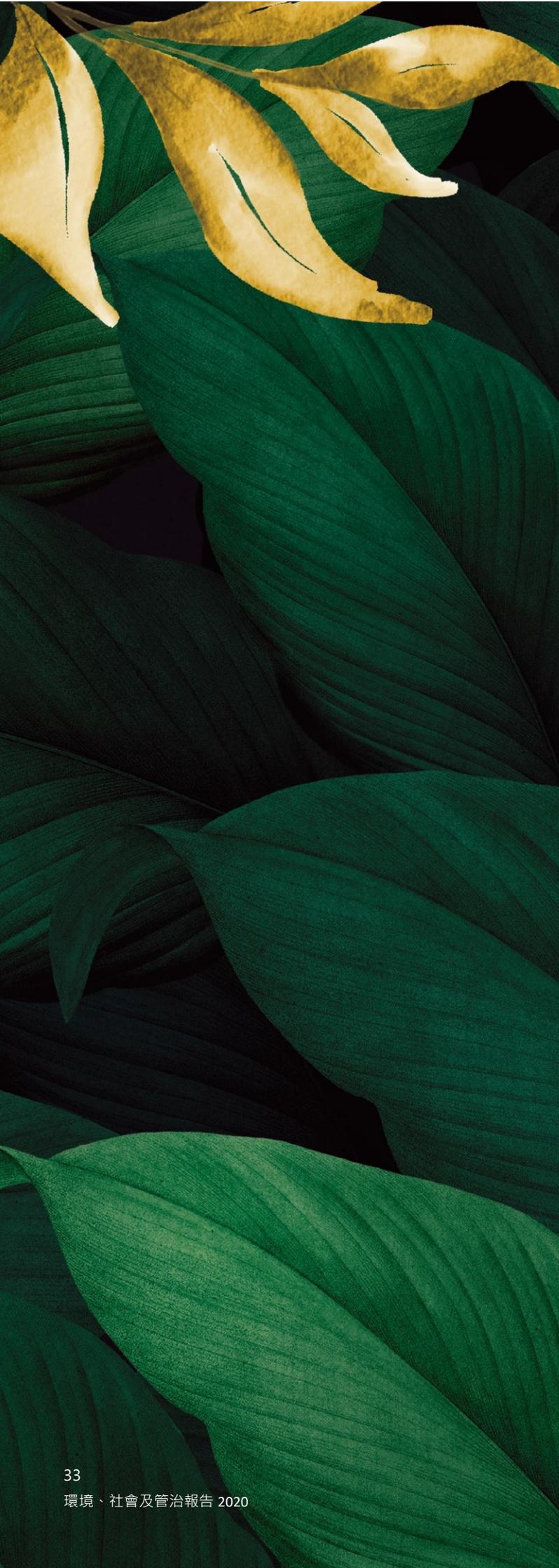


履行社會責任傑出企業

消費日報社消費觀察辦公室於 2020 年 4 月開展「2020 中國企業社會責任」專題報道，以「履行社會責任，彰顯民族擔當」為主題，結合市場調研和消費者的意見反饋，重點展示在疫情期間積極履行社會責任，維護消費者利益，以及為疫情做出突出貢獻的優秀企業及個人。

香港唐宮飲食集團榮獲「履行社會責任傑出企業」，並於 4 月 14 日在《消費日報》「2020 中國企業社會責任」活動展示中刊出。





關心環境

3. 關心環境

3.1 排放物及資源耗用相關數據

溫室氣體排放	排放源	單位	排放量
二氧化碳當量	直接排放 - 擁有或控制的設備和車輛所使用的化石燃料，以及制冷劑（主要用於冰箱）的逸散性排放	公噸	8,155
	能源間接排放 - 購入的電力及熱力	公噸	11,706
	其他間接排放 - 飛機商務航程	公噸	155

總排放：20,016 公噸二氧化碳當量

密度：0.02 公噸（即 21 公斤二氧化碳當量）/千元人民幣收益

廢氣類別	排放源	單位	排放量
硫氧化物	燃油車輛及煮食爐具	千克	46
氮氧化物	燃油車輛及煮食爐具	千克	5,569
顆粒物	燃油車輛及煮食爐具	千克	107

廢棄物	來源	單位	重量	總重量	密度
無害廢棄物	餐廚垃圾	公噸	3,638	5,338 公噸	5.6 公斤 / 千元人民幣收益
	其他垃圾	公噸	1,231		
	可回收垃圾	公噸	435		
	廢油	公噸	34		
有害廢棄物	含化學物質的清潔劑及滅蟲劑容器	公噸		15 公噸	0.015 公斤 / 千元人民幣收益

資源耗用	來源	單位	重量 / 用量	總重量 / 用量	密度
包裝物料	內部醬料	公噸	6.4	171.1 公噸	0.2 公斤 / 千元人民幣收益
	成品外賣	公噸	89.4		
	年糕 / 糰	公噸	22.7		
	月餅	公噸	52.6		
能源 / 水 使用	直接能源 - 汽油	吉焦耳	966	56,072 兆瓦時	0.059 兆瓦時 / 千元人民幣收益
		兆瓦時	268		
	直接能源 - 柴油	吉焦耳	741		
		兆瓦時	206		
	直接能源 - 天然氣	吉焦耳	130,895		
		兆瓦時	36,360		
	間接能源 - 外購熱力	吉焦耳	527		
		兆瓦時	146		
	間接能源 - 外購電力	兆瓦時	19,092	492,285 立方米	0.52 立方米 / 千元人民幣收益
	水資源	立方米			

3. 關心環境

3.2 目標及策略

世界各地政府對全球暖化的問題日益關注，並不時訂立減排目標。於 2020 年 9 月舉行的第七十五屆聯合國大會一般性辯論上，中國更表示會提高國家自主貢獻力度，採取更加有力的政策和措施，二氧化碳排放力爭於 2030 年前達到峰值，並力爭於 2060 年前實現碳中和。另就水資源管理，按中國水利部發佈 2020 年度《中國水資源公報》指出，中國的蓄水總體穩定，加上全國用水量比 2019 年有所減少，用水效率進一步提升，用水結構不斷優化。集團於報告期內在取得用水上並無遇到任何問題，我們會持續監察用水量及採取節約用水措施。

作為負責任的企業，而主要業務更是位於中國國內，我們務必把環保議題加入集團可持續發展的長遠目標之內，而我們在早年亦已將環保定為品牌形象的四大元素之一。餐飲業為較高排放及能耗的行業，而營運過程中產生的固體廢物、污水及油煙對環境會造成一定影響，因此我們時刻保持高度警覺意識，並不斷檢視運作流程，就不同的環保目標採取多項策略及具體措施並不時檢討。

圖 3a - 環保措施-目標及策略

策略 / 具體措施		目標	減低運作上對空氣的污染 (溫室氣體/廢氣排放)	控制固體廢物 (無害及有害)	有效使用能源 (電, 天然氣)	節約用水	減低運作上對水資源的污染	提高客人/員工的環保意識
提升設備效能	✓ 門店前廳及廚房全面使用節能 LED 燈				😊			
	✓ 廚房灶台節水閥					😊		
	✓ 熱能回收轉換熱水設備				😊			
	✓ 新店/翻新時全面使用風冷式雪櫃，舊式直冷式雪櫃會進行及時清洗				😊			
	✓ 廚房智能化通風系統 案例 1		😊		😊			
菜品制定考慮環保	✓ 盡用食材不同部分制作菜式，減少廚餘			😊				
	✓ 餐牌菜式標明份量，提示客人適度點餐，如有餘鼓勵打包以免浪費			😊				😊
	✓ 增加素食菜式選擇，減少用肉		😊					😊

策略 / 具體措施	目標	減低運作上對空氣的污染 (溫室氣體/廢氣排放)	控制固體廢物 (無害及有害)	有效使用能源 (電·天然氣)	節約用水	減低運作上對水資源的污染	提高客人/員工的環保意識
改變業務溝通模式	✓ 善用電子開會設備·減少交通需求 案例 2	☺					
	✓ 善用網上培訓平台·減少紙張使用 案例 2	☺	☺				
包裝設計考慮環保	✓ 外賣及時令產品器皿及包裝用可重用物料·以精美設計鼓勵重用 案例 3		☺				
	✓ 紙質包裝使用森林可持續發展(FSC)認證的紙張	☺					
日常運作考慮	✓ 不主動提供一次性餐具 案例 3		☺				☺
	✓ 使用能被分解的擦手紙及衛生紙		☺				
	✓ 使用節水水龍頭及調整出水量				☺		
	✓ 定時清洗隔油設備					☺	
主動外部宣傳及倡議	✓ 參與地球一小時活動 案例 4	☺		☺			☺
	✓ 月餅盒、印單紙回收活動 案例 5	☺	☺				☺
	✓ 提倡鼓勵珍惜食物的措施 案例 6	☺	☺				☺
	✓ 青山公益商家 (每份外賣進行捐款) 案例 7	☺	☺				☺
	✓ 提升內部環保意識 (如世界環境日·世界地球日訊息分享)						☺

3. 關心環境

案例 1. 廚房智能化通風系統

餐廳能耗大部分來自廚房，而當中通風系統更是其中一項高耗電量的設備，傳統通風一般會長期開動，確保廚房有合適溫度及良好空氣質素，造成持續能源消耗。即使有節能考慮，要求員工於廚房較空間時關掉部分風量閥，但由於人為的主觀判斷不同或疏忽，效果始終不理想。



圖 3c – 變頻器及系統監測儀

報告期內，東莞店率先試用廚房智能化通風系統，採用芯片管理技術於各烹飪設備上安裝傳感器 (圖 3b) 進行數據收集，並通過核心算法整合控制變頻器 (圖 3c)、風機及可變風量閥，讓通風系統持續自動按需求以不同風量進行排煙，並在廚房持續沒使用時停止運行。有關模擬運算技術及電動風量閥的切分 (圖 3d)，能有效造出不同的風量應付不同環境條件的廚房，兼顧了節約能源及廚房工作舒適度的需求。按初步估算，對比全天全力開動通風系統，智能化通風系統試用後有效減低耗電量約 50%，粗略估算該店 1 年可節省用電量 168,000 千瓦特 (kwh)，如使用效果良好，將會推廣至全國其他門店。



圖 3b – 安裝於爐頭上的傳感器監測排風需求

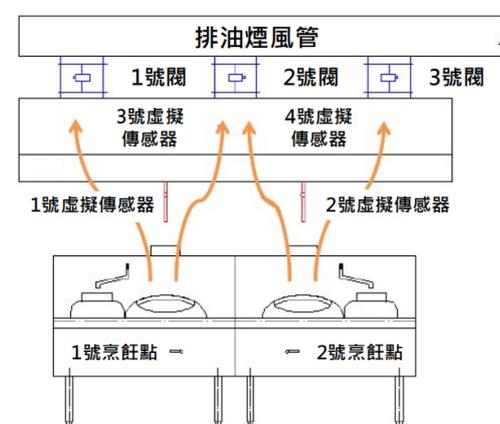


圖 3d – 智能排煙系統示意圖

案例 2. 善用電子通訊設備

報告期內由於疫情影響，門店員工以至管理層均減少出行，並善用通訊軟件（如釘釘電話會議、騰訊視訊會議等）進行不同的跨地區會議及培訓，既可節省交通時間，也可減少交通工具使用造成的溫室氣體排放。

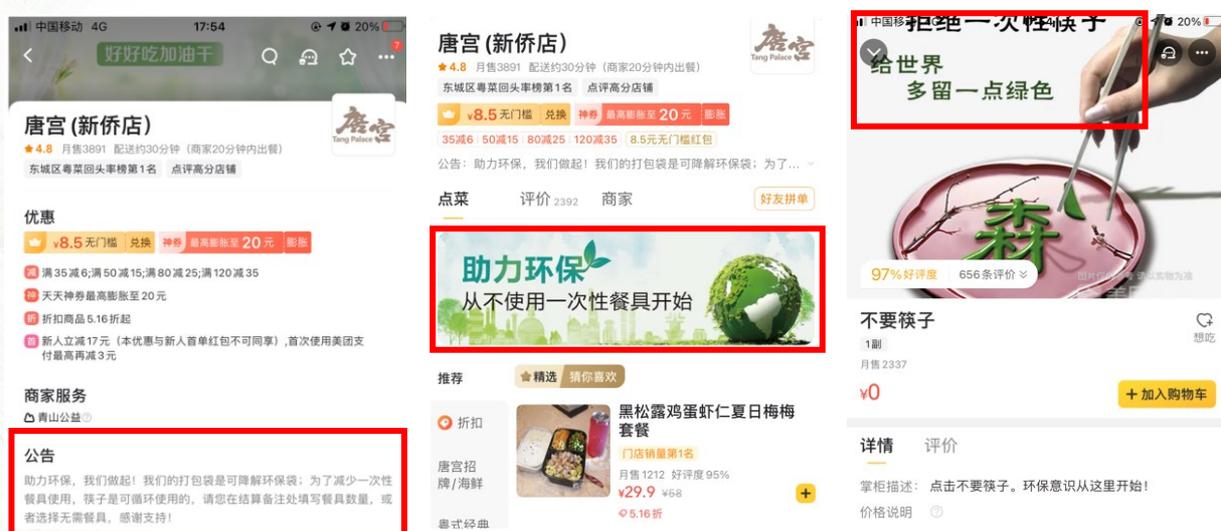


3. 關心環境

案例 3. 外賣及時令產品包裝的環保考慮

疫情嚴重影響人們外出用膳，外賣的大幅增加令包裝材料及餐具需求使用量大增，隨之而來的固體廢物對環境造成重大壓力。為減低對環境的影響，我們早年已引入可降解的打包袋及採用可重用的竹筷子，另外我們亦在外賣平台上加入環保訊息，鼓勵客人不使用一次性餐具（圖 3e）。

圖 3e – 外賣平台環保訊息



此外，我們也致力設計簡便而精美的包裝袋款式，用於時令產品及一般外帶產品上，希望大大鼓勵客人重用的意願。另我們也持續採用森林可持續發展委員會(FSC)認證的紙材作為紙質包裝的材料。



糴及月餅包裝設計



一般外賣產品包裝設計

案例 4. 地球一小時活動

上期報告北京區門店率先響應世界自然基金會(WWF)發起的「地球一小時活動」，受到顧客高度支持及認同。因此在本報告期內集團進一步推廣至華東、廣東、成都以及香港的中餐及休閒餐門店，並一同於指定日子晚上的 8 時 30 分，停止非必要的照明一小時，讓門店與顧客一同為環保盡一分力量，是次參與之門店超過 40 間，反應良好。



3. 關心環境

案例 5. 推動回收活動

印單紙回收

自 2020 年 11 月開始，唐宮與慈濟^{注 1}攜手合作，在深圳、東莞開展「垃圾減量、資源回收」行動，回收唐宮已使用的印單紙（收銀紙、樓面和出品看單紙）循環再造，活動開始後 1 個多月來廣東區 7 家門店合共收集得 431.3 斤（即約 215 公斤）印單紙。收到印單紙後，慈濟會將印單紙交由回收廠商製成再生紙，這不但能減少垃圾量，讓資源得以循環再造，而回收資源變賣的款項會用於慈濟振災或幫助社會弱勢群體，讓環保與慈善相得益彰。



注 1：慈濟慈善事業基金會是於 2008 年 1 月在民政部登記註冊的全國性基金會。2012 年及 2017 年接受民政部評估，皆獲得全國性基金會 4A 等級殊榮，因應慈善法頒佈，2017 年獲認定為「慈善組織」。慈濟致力推動四大項目：精準脫貧 鄉村振興；生態環保 美麗中國；里仁為美 揚善勵志；傳承文明 弘揚人文。

月餅盒回收

我們除一如既往地以時尚且實用的月餅包裝袋設計宣導顧客循環利用外；亦同時鼓勵顧客將不用的唐宮月餅盒交回唐宮，由唐宮統一交給環保組織用於環保再生，與此同時唐宮回贈感恩券給顧客，以感謝顧客對環保公益的支持。



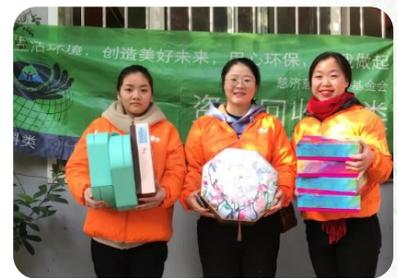
廣東唐宮

義工團將月餅盒送到慈濟環保收集點，再交由回收廠商製成再生紙，而回收資源變賣的款項用於慈濟振災或幫助社會弱勢群體。



華東唐宮

月餅盒送到慈濟環保站後會被分類再用，唐宮義工團身體力行，參與了垃圾分類實踐、資源回收和環保宣導活動。



北京唐宮

唐宮義工團先將月餅盒拆卸分類，送到慈濟靜思書軒轉交廠商製成再生紙。運用再生紙能減少對林木的砍伐和污染物的排放，有效保護環境。



成都唐宮

唐宮義工團將月餅盒送到慈濟華西區成都市新華社區環保宣導點回收中心循環再用；通過推動資源回收和環保宣導，將愛與善不斷向外循環，把小愛聚成大愛。



3. 關心環境

案例 6. 提倡鼓勵珍惜食物的措施

食物浪費一直是各環保關注中的一個極具挑戰的議題，其衍生問題不但包括溫室氣體排放、固體廢物的產生及環境衛生，更重要是失控的食物浪費將會加劇糧食短缺的問題。報告期內中國政府更作出重要指示，強調「堅決制止餐飲浪費行為切實培養節約習慣，在全社會營造浪費可恥節約為榮的氛圍」（中華人民共和國中央人民政府，2020年8月11日，來源：新華社）。

儘管中式餐飲及請客文化一直令人有容易造成浪費的感覺，我們在早年將傳統文化導入管理之後，就開始強調珍惜食物是尊重大自然的良好品德，並透過員工培訓及門店提示標語把惜食美德體現在日常營運當中。於報告期內，四區門店更是同步推動「光盤行動」，更制定「愛惜糧食，空盤行動服務標準指引」，讓門店各員工瞭解及掌握公司在推動珍惜食物上的決心。

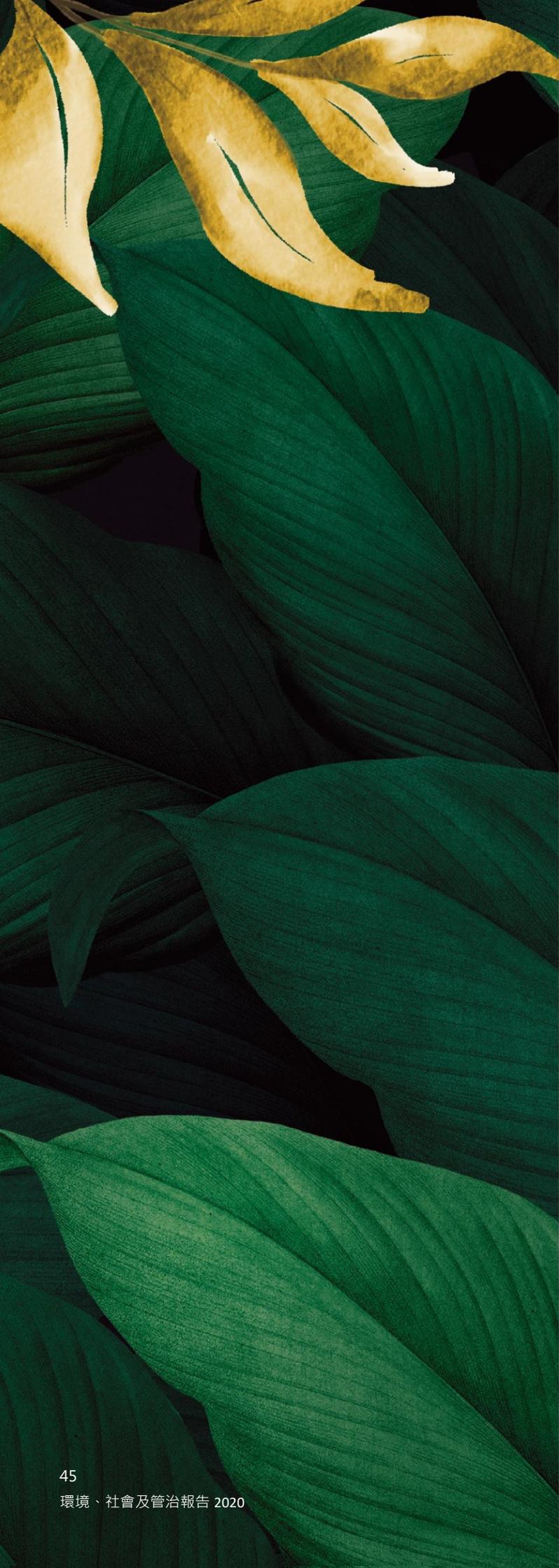


案例 7. 青山公益商家

集團自 2018 年開始參與中華環境保護基金會設立之「青山計劃專項基金」，報告期內各區門店均已響應這個具有意義的活動，並在每一份外賣進行定額捐款，用於支持青山計劃環保行動項目。

「青山計劃專項基金」是餐飲外賣行業首個綠色環保公益專項基金，基金設立以來，開展了一系列綠色環保公益活動，如正式對外發佈綠色外賣行業公約（綠色十條），舉辦了「外賣環保大家談——互聯網外賣行業綠色與可持續發展研討會」，支持了外賣垃圾智慧垃圾桶開發推廣項目，發佈了「美麗中國 我是行動者」大型公益廣告，也持續宣導外賣餐具減量化。



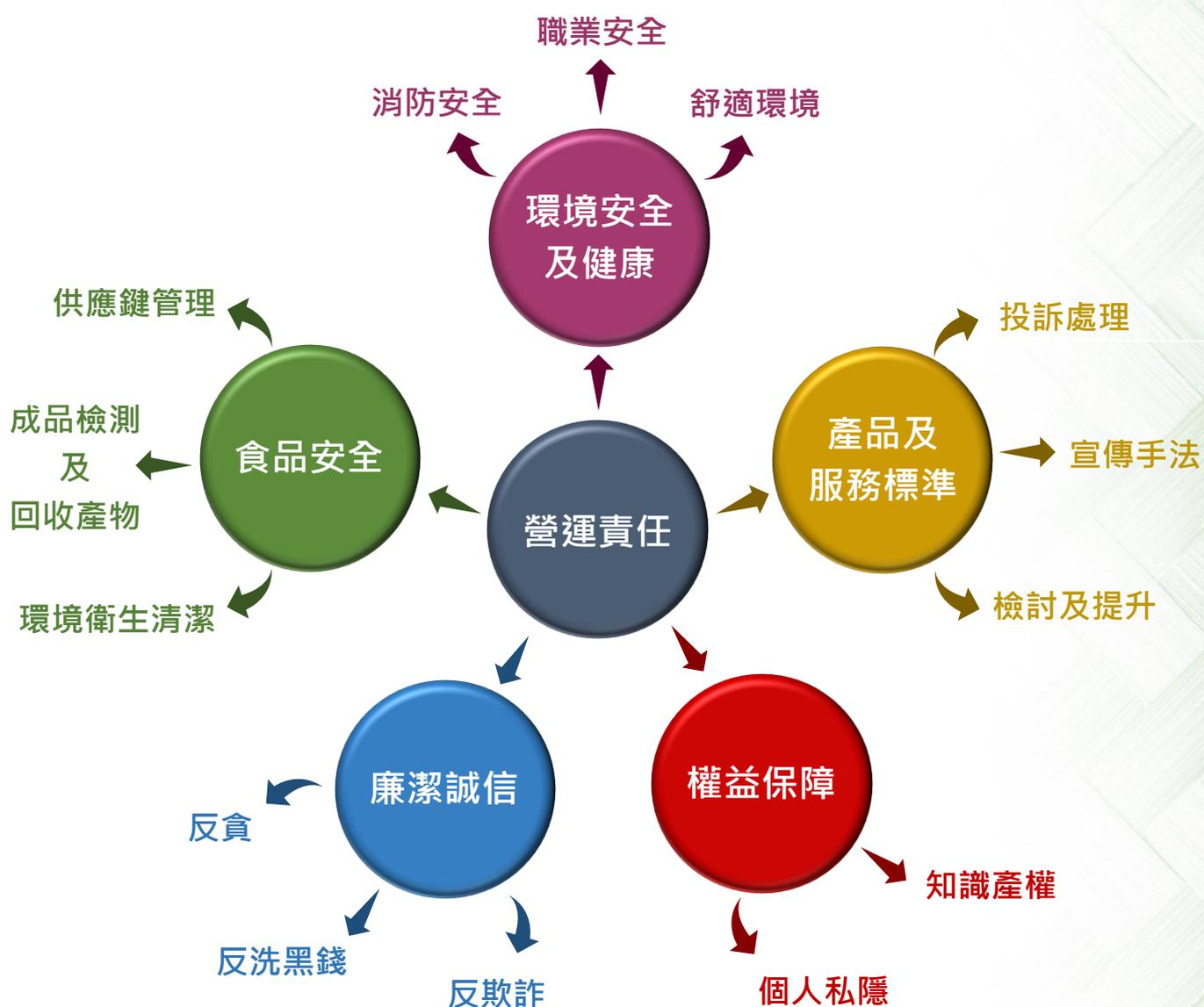


用心經營

4. 用心經營

作為聘用近 4 千名員工的民生企業，我們帶著「利他經營、用心做事及傳遞幸福」的經營理念，對內我們務求為員工提供良好安全的工作環境；對外我們爭取為客人提供優質的用餐體驗，從而帶出「優品」、「安心」及「養生」的品牌價值。

經營責任涉及不同範疇，按上市規則相關指引的要求，綜合整理如下：



4. 用心經營

4.1 食品安全

主要相關法規	《中華人民共和國食品安全法》，香港法例第 612 章《食物安全條例》																										
目標	為客人提供安全優質的食品																										
主要策略	<ul style="list-style-type: none"> 集團審批供應商引入，定期現場考核主要供應商，做好源頭監控 食品廠對重要食材（如進口急凍食材）進行集中檢測 落實每月地區檢查機制及年終集團考核，確保設備及環境衛生清潔 嚴肅及時跟進顧客意見及政府部門巡查反饋，有效的事務呈報管理機制 																										
期內情況	<p>報告期內，集團約有供應商 467 個，當中北部地區（北京）約佔 63 個、東部地區（上海 / 蘇州 / 杭州）約佔 188 個、南部地區（深圳 / 東莞 / 香港）約佔 190 個、西部地區（成都）約佔 26 個。由於疫情防控要求，期內沒進行供應商現場考核及舉行優質供應商表揚會，但門店及食品廠的收貨負責人均嚴格遵守食物檢疫要求，確保相關檢疫、消毒報告及核酸檢測報告齊備才容許有關食材入庫。</p> <p>期內食品廠就同對象所進行之檢測如下：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>檢測對象</th> <th>檢測內容</th> <th>結果時間</th> <th>報告期內檢測次數</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>生鮮蔬菜</td> <td>農藥殘留</td> <td>10 分鐘</td> <td>169 次</td> </tr> <tr> <td>生鮮肉類</td> <td>水分及瘦肉精</td> <td>5 分鐘</td> <td>144 次</td> </tr> <tr> <td>食用油</td> <td>過氧化值 / 酸價</td> <td>1 分鐘</td> <td>132 次</td> </tr> <tr> <td>時令產品</td> <td>大腸菌群 / 菌落數</td> <td>48 小時</td> <td>347 次</td> </tr> <tr> <td>手部及器皿</td> <td>菌群</td> <td>15 秒</td> <td>72 次</td> </tr> </tbody> </table> <p>以上檢測均可通過。報告期內沒有發生因質量問題而需要停用的食材，也沒有發生食品需要回收的情況。</p> <p>期內集團 5S 管理委員會就各地區 28 間主要門店（北京 10 間、成都 2 間、廣東 5 間、華東 11 間）進行審查，審查項目主要為食品安全及防疫安全，各門店均能通過審核，當中有 19 家門店更得到優異成績，獲「源全 5S 典範店」稱號（下圖為集團 5S 管理委員會於門店考核）。</p>			檢測對象	檢測內容	結果時間	報告期內檢測次數	生鮮蔬菜	農藥殘留	10 分鐘	169 次	生鮮肉類	水分及瘦肉精	5 分鐘	144 次	食用油	過氧化值 / 酸價	1 分鐘	132 次	時令產品	大腸菌群 / 菌落數	48 小時	347 次	手部及器皿	菌群	15 秒	72 次
檢測對象	檢測內容	結果時間	報告期內檢測次數																								
生鮮蔬菜	農藥殘留	10 分鐘	169 次																								
生鮮肉類	水分及瘦肉精	5 分鐘	144 次																								
食用油	過氧化值 / 酸價	1 分鐘	132 次																								
時令產品	大腸菌群 / 菌落數	48 小時	347 次																								
手部及器皿	菌群	15 秒	72 次																								
																											

4.2 環境安全及健康

<p>主要相關法規</p>	<p>《中華人民共和國消防法》，《中華人民共和國職業病防治法》，《中華人民共和國安全生產法》，香港法例第 95 章《消防條例》，香港法例第 509 章《職業安全及健康條例》</p>
<p>目標</p>	<p>有效管理及減少各類安全事故 提高員工就環境、業務操作及消防上的安全健康意識</p>
<p>策略</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 落實定期地區及集團檢查機制，檢視工作環境的安全隱患並作出預防 · 管理機制加強各類型事故（如工傷）的呈報、分析、記錄及總結 · 開市前例會、定期培訓（包括新員工入職培訓）、安全知識案例分享及參加演習 · 與地區法規管理部門保持良好溝通，了解最新法規要求並積極配合定期巡查
<p>期內情況</p>	<p>針對疫情，各營運單位包括門店、辦公室、員工宿舍及食品廠均加強環境及個人之衛生防疫措施（詳見本報告 2.7 部新冠疫情防控制專題）。門店亦持續做好職業安全及健康之恆常培訓及檢視，於報告期內及過往二年，均沒有發生因工亡故的事件。</p> <p>另外，疫情下各單位加強清潔消毒，部分消毒液帶有酒精成份，造成消防隱患，我們除加強相關指引提示外（如嚴禁於廚房使用含酒精的噴霧式消毒液），同時亦積極參與大廈物業管理的消防演習及安排消防知識培訓。</p> <div data-bbox="357 1066 865 1447" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="876 1066 1383 1447" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="357 1460 1010 1841" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="1019 1460 1383 1841" data-label="Image"> </div>

4. 用心經營

4.3 產品及服務標準

主要相關法規	《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》，香港法例第 362 章《商品說明條例》，香港法例第 457 章《服務提供（隱含條款）條例》
目標	藉感動服務並持續提升的服務水平，為客人帶來幸福
策略	<ul style="list-style-type: none">定期線上線下培訓，讓員工掌握服務標準及保持良好心態派發使命卡，透過具體提示，讓每位員工於日常工作中體現公司使命及核心價值聘請神秘顧客，按既定標準進行客觀評估有系統跟進客戶不同渠道之意見，採用與服務水平掛鈎的激勵機制專責部門審視菜牌及宣傳品用字，並不時了解最新法規要求，避免對消費者造成誤導
期內情況	<p>突如其來的疫情令餐飲從業者面對前所未有的心理負擔，一方面緊張業務成績，另一方面也為自身及客人的健康感憂慮。為讓各員工在這充滿挑戰的時期更能聚焦做好每日的工作，我們除謹慎做好門店的基本防疫措施外，於報告期內更開啟了「唐宮使命卡發佈」及「金牌服務師」表揚計劃，讓每位員工均能在這艱難時期堅持為客人提供感動服務，傳遞幸福的初心。</p> <p>唐宮使命卡發佈</p> <p>集團營運部與培訓部共同組織了「傳承使命，傳遞幸福」唐宮使命卡宣講暨發佈會，於北京、上海、蘇州、杭州、成都、深圳、東莞七個城市進行了 34 場宣講，全體近 4 千多位員工出席參加。</p> <p>通過工作使命的發佈，唐宮人對工作使命有了深刻的理解，同時更加明確了使命傳承的重要性，立下「不忘初心，牢記使命」的決心。</p>  <p>金牌服務師</p> <p>為鼓勵員工持續做好服務，門店管理人員會向表現良好的員工予以「金牌服務師」的表揚並在門店例會分享獲表揚案例，並分別於每月及每年向累計最多表揚的員工，在每月員工大會及春節晚會上頒發胸章及證書作為獎勵。</p> <p>此外，期內由於疫情未能安排神秘顧客到訪門店，我們自下半年開始深化餐飲平台（大眾點評）網上評語的分析，並安排專人就好評及差評制作分析報告，歸納出重點提示訊息後以線上會議的方式直接與門店進行反饋交流。這方式讓門店管理人員可以及時獲取第一手資訊並快速制定改善策略，令門店在有關平台的好評率得以大幅度改善。</p> 

4.4 廉潔誠信

主要相關法規	《中華人民共和國反貪污賄賂法》，香港法例第 201 章《防止賄賂條例》
目標	締造公平業務環境，提高員工職業道德及對不正當行為之警覺性
策略	<ul style="list-style-type: none"> 員工守則明確禁止違反誠信及損害公司利益的行為 有效職能分割及流程管理（如合同加入拒收非法回佣條款） 定期文化培訓提高員工個人操守 設立內部舉報告密機制，專責內審部門跟進個案 與反貪部門保持良好溝通，了解最新資訊及培訓資源
期內情況	<p>於報告期內，並沒有針對集團或旗下員工並已審結的貪污訴訟案件，內部也沒有接獲需要呈報董事會的舉報告密事宜。</p> <p>我們一直與香港廉政公署保持聯繫，以便獲取最新的防貪資訊並安排針對餐飲業的防貪講座。報告期內，於香港安排了 2 場防貪講座，參加管理層員工合共超過 40 人。同時，我們亦按公署提供的參考模版更新香港員工的廉潔聲明。</p>

4.5 權益維護

主要相關法規	《中華人民共和國商標法》，《中華人民共和國著作權法》，香港法例第 559 章《商標條例》
目標	做好自身商標維護，尊重第三方權益及私隱
策略	<ul style="list-style-type: none"> 完善商標註冊及維護機制，保障自身及尊重他人商標 與正版軟件供應商保持良好溝通，制定合適企業方案，禁止員工下載盜版軟件 不取不必要客戶資訊，謹慎處理並只讓需要的員工接觸資料 要求系統供應商做好數據加密處理，並禁止使用客戶資料作其他用途 / 向第三方透露
期內情況	<p>針對門店播放音樂需要，與專業背景音樂服務公司洽談，按門店格調需要配備適合背景音樂，並確保有關音樂已獲合法版權。</p> <p>集團旗下門店使用的商標均已合法註冊並按需要及時續展，然而我們早年已發現市面上有個別餐廳使用近似我們已註冊的商標，這對市場造成混淆或已構成侵權。另外，更有互聯網站假冒以本集團旗下品牌的名義，使用疑似代表本集團餐廳及食物出品的圖片及商標，或 / 及引用本集團的公司資料向大眾作出加盟邀請。以上均對本集團及大眾均造成損害。</p> <p>集團已分別在 2018 年 3 月 14 日及 2020 年 9 月 4 日於香港聯交所及本集團網站作出自願公告提醒市場大眾審慎識別，以防受騙，並在需要時採取必要的法律行動，追究侵權人的法律責任。</p>

心繫社會

5. 心繫社會

5.1 僱傭管理

作為一家重視出品及服務的餐飲企業，人才絕對是不可或缺的成功元素，而要成為一家能傳遞幸福的百年企業，我們必須先讓內部員工能感受到幸福。儘管近年環球經濟及疫情令企業面對不穩定的經營前境，我們仍然持守「立幸福餐飲典範，創百年國際品牌」的使命，並透過以下人力資源管理策略，務求達到員工、顧客及企業三贏的局面。



校企合作專題

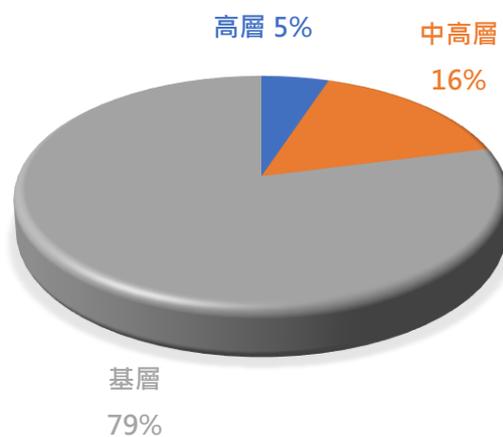
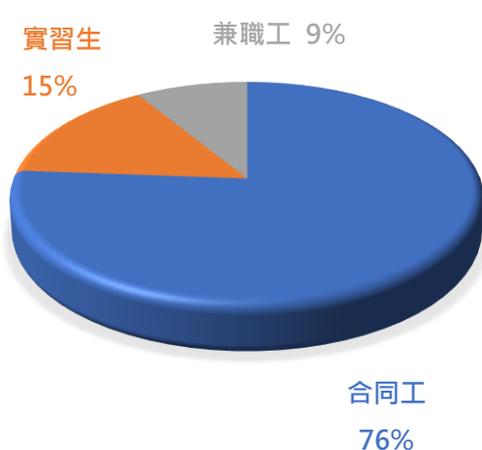
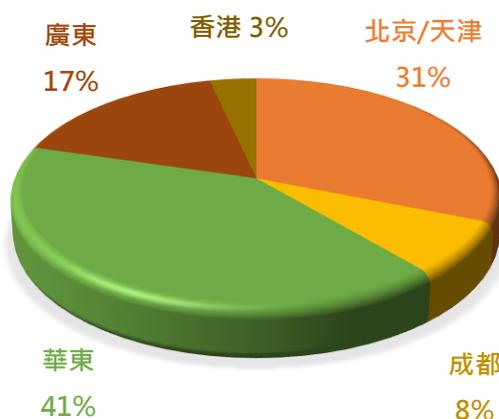
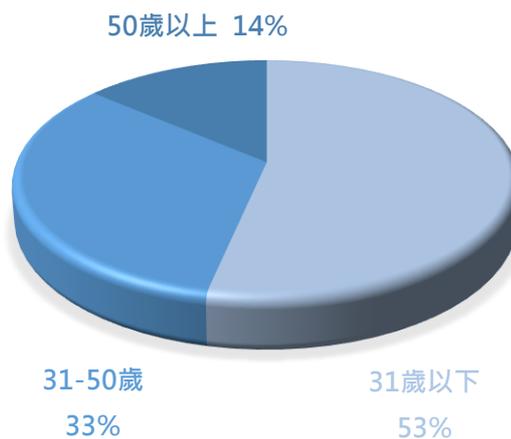
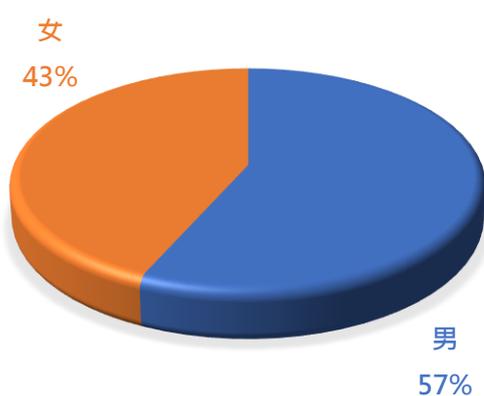
集團自 2006 年開始於中國推行校企合作，早年更與國家示範院校廣東輕工職業技術學院建立了戰略合作關係，成立香港唐宮酒店管理學院，至今已連續合作近 15 年，培養了近 2400 名學生，近 950 名學生來到唐宮實習，獲得快速的晉升發展平臺。由於成效獲校方高度認可，經過校企合作辦公室組織專家的評選，獲得廣東輕工職業技術學院 2020 年「示范性大學生校外實踐教學基地」榮譽。於報告期內，唐宮一共與 22 家院校合作，涉及帶教的學生有 725 人。



5. 心繫社會

期內集團就業情況

截至 2020 年 12 月 31 日，集團員工總數約為 3,800 人。以下為按不同層面的就業情況分析。



5.2 培訓及發展

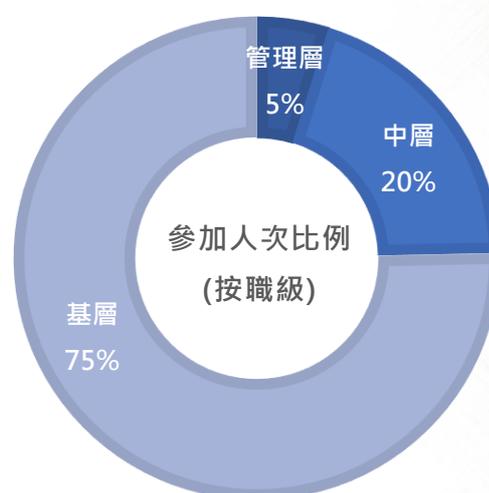
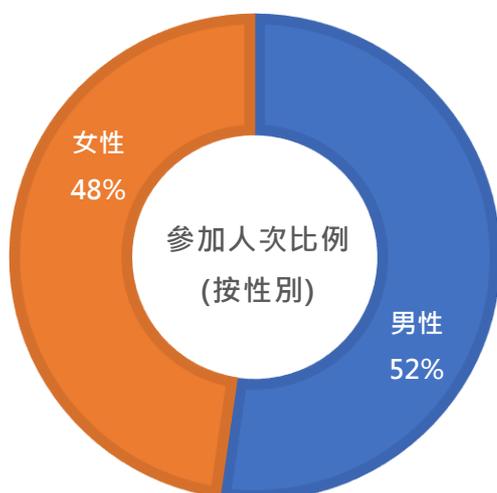
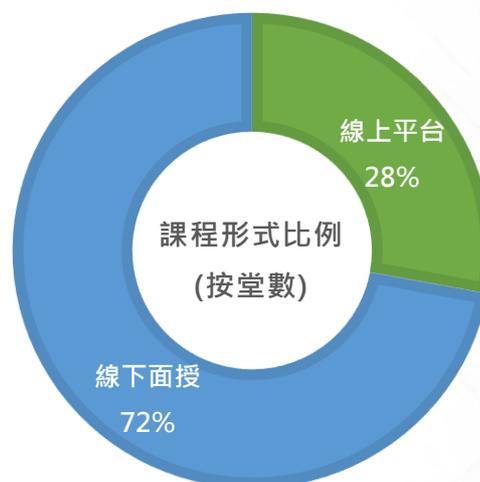
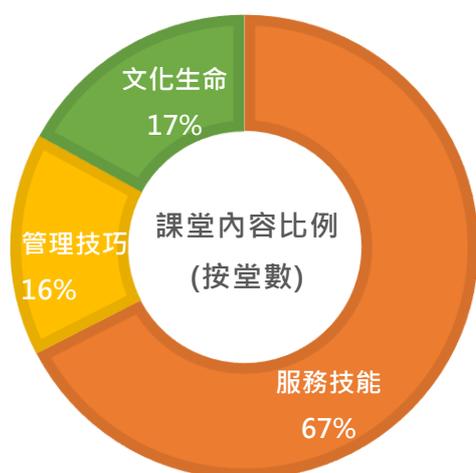
期內培訓課堂情況

作為學習形的企業，我們每年均會為集團不同員工提供多元化及適切的培訓，一方面希望讓員工能在這急速變化的經營環境中，在管理技術及思維上均能與時並進；另一方面期望員工於文化學習中能保持正面的心態，從而積極面對市場上的挑戰，並與企業一同成長。

報告期內企業雖持續在疫情的陰霾下，但我們透過善用線上平台，提供更多可於不同地點進行的培訓課程（期內有近三成為線上課程）。報告期內，我們共安排 1,892 堂不同種類的培訓課堂，涉及總時數 2,330 小時，參加者多達 68,694 人次。

	服務技能	管理技巧	文化生命	總計
培訓場次 / 堂數	1,276	294	322	1,892
課堂參與人次 (人次)	12,862	44,303	11,529	68,694
培訓時數 (小時)	1,642	453	236	2,330

	管理層	中層	基層	男性	女性
參加者 (人次)	3,306	13,639	51,749	35,896	32,798
每名員工平均受訓時間(小時)	105	133	497	276	615



5. 心繫社會

培訓寶移動學習平台

誠如上一部分提及，疫情讓線上學習平台更加普及使用，上期報告提及的培訓寶移動學習平台在期內獲廣泛使用，現時所有門店員工均已安裝有關手機應用程式，實現可隨時隨地的視頻教學，報告期內培訓寶已有 76 條教學視頻，培訓部及營運部門將持續協作並按業務管理需要新增更多視頻：

範疇	視頻數量	課程例子
產品知識	8	《酒水如何搭配食物》·《喝葡萄酒的好處》
國學文化	7	《力行弟子規》·《利他智慧》
社交禮儀	9	《中餐禮儀-座次》·《持杯、搖杯的姿勢》
經營管理	9	《從「新冠」到新冠·如何重構商業模式》·《做事先做人》
客人互動	17	《服務標準之處理異議》·《服務標準之招呼客人入座、奉茶及準備》
基礎課程	2	《集團介紹》·《食品安全》
操作技能	24	《中餐傳菜技能》·《外賣運營管理技能》

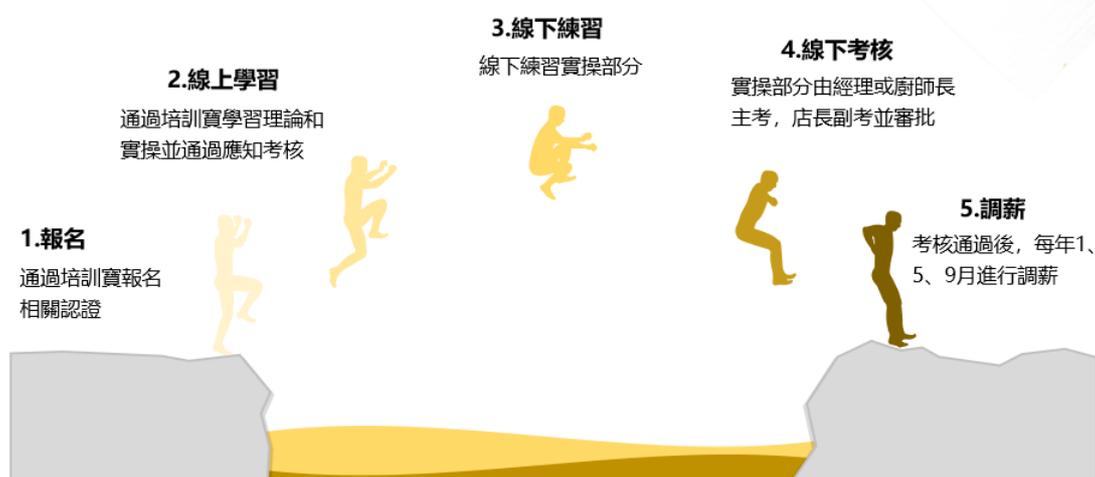


多元人才發展計劃

通崗全才培養計劃

隨著經營環境及人力資源市場的持續變化，傳統的用人模式不但已不足以應付企業的精益化管理要求，同時也不能滿足員工個人的發展及晉升。為有效突破當下處境，集團於期內開始以崗位互通的方式推動多元人才發展計劃（簡稱「通崗全才」）。

通崗全才培養無論對公司及員工個人均有好處，對比傳統的人才培養路徑，新模式可讓員工按能力獲得更多調薪的機會，同時令企業能更有彈性的管理人手，提升人員效益。



5. 心繫社會

唐宮寶貝發展平台

我們的員工多才多藝，為鼓勵員工在工作場景中展現一技之長，集團在報告期內推出「唐宮寶貝」發展平台計劃，在特定的節日舉辦才藝表演大會，讓公司在推廣銷售的同時為員工提供展示才藝的平台，下圖為期內員工以中秋節為主題表演繪畫、功夫及舞蹈，並獲得嘉許。



期內晉升情況

2020 年雖然是充滿挑戰的一年，但各員工仍緊守崗位，堅持用心做事，傳遞幸福的信念，在工作上自強不息，最終能通過公司的考核機制，獲得晉升。

見習管理人員計劃

自 2004 年設立的「見習管理人員計劃」(Management Trainee Program，簡稱 MT 計劃)，是唐宮培育未來管理人才的重要專案。我們為有志於投身餐飲業發展，積極上進，主動熱誠，富有團隊精神的唐宮人設立人才培養快速通道，提供更廣闊、更快捷、更多元的發展舞臺，同時為公司儲備有潛質的優秀人才。突如其來的疫情雖延緩了 MT 的正常計劃，但並沒有阻止 MT 持續學習的決心，期內有 20 位 MT 成員經過 9 個月的訓練及成功通過畢業答辯，最終獲得晉升或調任，在新崗位上各展所長。



部長及主管晉升

此外，於報告期內，另有 45 位員工成功通過考核晉升為部長或主管，繼續與公司一同成長。



5. 心繫社會

5.3 社會公益

唐宮希望通過積極正向的企業文化，從內至外，由近至遠，為員工提供積極多元的發展舞台，讓員工在工作中收穫滿足感和成就感，領會幸福人生，再將「幸福」普及至家庭、工作、社會和環境，通過各種社會公益實踐「傳遞幸福」的經營理念。

和諧家庭，感念親恩

由於不同地區的文化和發展差異，內地員工大都離鄉別井到外地工作，不能時刻陪伴在父母和子女身邊。集團感恩員工對餐飲業的付出與擔當，感恩員工家人們在背後的默默支持，鼓勵員工不忘養育恩、親子情，倡導和諧家庭生活，特設黃金老人慰問金、優秀員工感恩禮、節日感恩禮及感恩信、念親恩生日會、母親節 / 父親節感恩活動等等。

黃金老人慰問金

於農曆新年為員工 70 歲以上的父母親送上黃金老人慰問金。

優秀員工感恩禮

子女成材，離不開父母的教育與培養。集團提倡年度優秀員工將其一半獎金孝敬雙親，企業即給予相同金額組成感恩禮，藉此將得獎的榮譽與孝心送呈給獲獎員工的家人。

節日感恩禮

在農曆新年和中秋節，集團為員工家人寄送年糕和月餅，並且附上員工親手撰寫的感恩卡，以感謝家人們對餐飲從業員堅守崗位的 support，傳遞衷心的節日祝福和每一份想家的心情。

母親節 / 父親節及感恩活動

顧客來店慶祝之際，集團不忘為身為父母親的員工們送上禮物與祝福，感恩他們在專屬節日裏堅守崗位、傳遞幸福。



助力業界發展，傳揚粵菜文化

集團獲行業協會、政府等單位邀請，擔任業界委員會職務，參與各種美食節與論壇，助力業界發展，傳揚粵菜文化。



2020 創意美食早茶文化發展論壇

集團應邀於 2020 中國揚州淮揚菜美食節暨第二屆中國揚州早茶文化節「2020 創意美食早茶文化發展論壇暨揚州食品產業招商推介會」中，分享港式早茶文化、早茶產品創新及早茶運營系統，由集團行政總裁及華東區營運總經理代表出席。

論壇於 2020 年 9 月 26 日舉行，由中國飯店協會、江蘇省商務廳支持，揚州市人民政府主辦，市商務局承辦，市委宣傳部、揚州廣電總台、揚州報業傳媒集團、市烹飪餐飲行業協會、市淮揚菜廚師協會等協辦。



成都國際川菜廚師節

集團獲邀參加「傳承匠心 共享味來」首屆成都國際川菜廚師節，展現匯粹經典與時尚的粵菜精品。廚師節於 2020 年 11 月 15 日在成都中鐵鸞島藝術城舉行開幕儀式，來自全國各地的數百位餐飲同仁、多位國寶級川菜大師、川菜名店掌門人和大廚等彙聚一堂，召開峰會。在「天府盛宴」上，唐宮帶來十多種名菜美點，無論是歷久不衰的傳統經典，還是融合了新潮時尚元素的新派精品，都充分展現了粵菜精緻鮮味、色香味俱全的飲食風格。

青年企業家專業委員會

集團行政總裁陳志雄先生於 2020 年 10 月 25 日獲委任為深圳市烹飪協會青年企業家專業委員會常務副主席，為搭建餐飲行業年輕一代管理者的交流平臺，促進餐飲企業迎接新理念、新科技、新資本、大數據賦能傳統餐飲作出貢獻。



5. 心繫社會

關心社區，善慈捐助

聚沙成塔，集腋成裘。集團通過不同活動，鼓勵顧客一同參與公益慈善，倡導員工在不同範疇投入社會服務，播撒愛心，廣種福田，成為幸福的傳遞者。（新冠疫情期間的社會公益活動，請參閱 2.7 新冠疫情防控專題）

攜手顧客，重建洪澇災區

在中秋團圓之際，集團邀請大眾一同攜手救災，承諾將唐宮國內分店於 2020 年 8 月 31 日前預售的月餅券，按照每盒捐出 5 元的方式捐贈予上海市慈善基金會，最終獲得顧客大力支持，整合捐贈人民幣 12 萬元協助重建洪澇災區。



愛心紅桌布

2020 年 9 月，集團響應由深圳市關愛辦、深圳市烹飪協會等推動的「深圳宴·愛心桌」愛心約飯活動，鼓勵顧客「為愛點桌菜」。唐宮為愛心之士頒發愛心證書，並將該次餐費全部捐贈給深圳市關愛行動公益基金會的愛心紅桌布項目，幫助疫情防控期間的困難家庭。



愛心月餅，溫暖社區

2020 年秋，香港唐宮小聚攜手曙光計劃、智行基金、暖心族、惜食堂等接近 20 間本地慈善機構合共捐贈 1750 盒芳華四喜月餅，以愛心回饋社會，溫暖有需要人士。



此外，唐宮義工團到訪敬老院與慈濟靜思書院，為長者及熱心公益的志工送上唐宮愛心月餅與祝福。

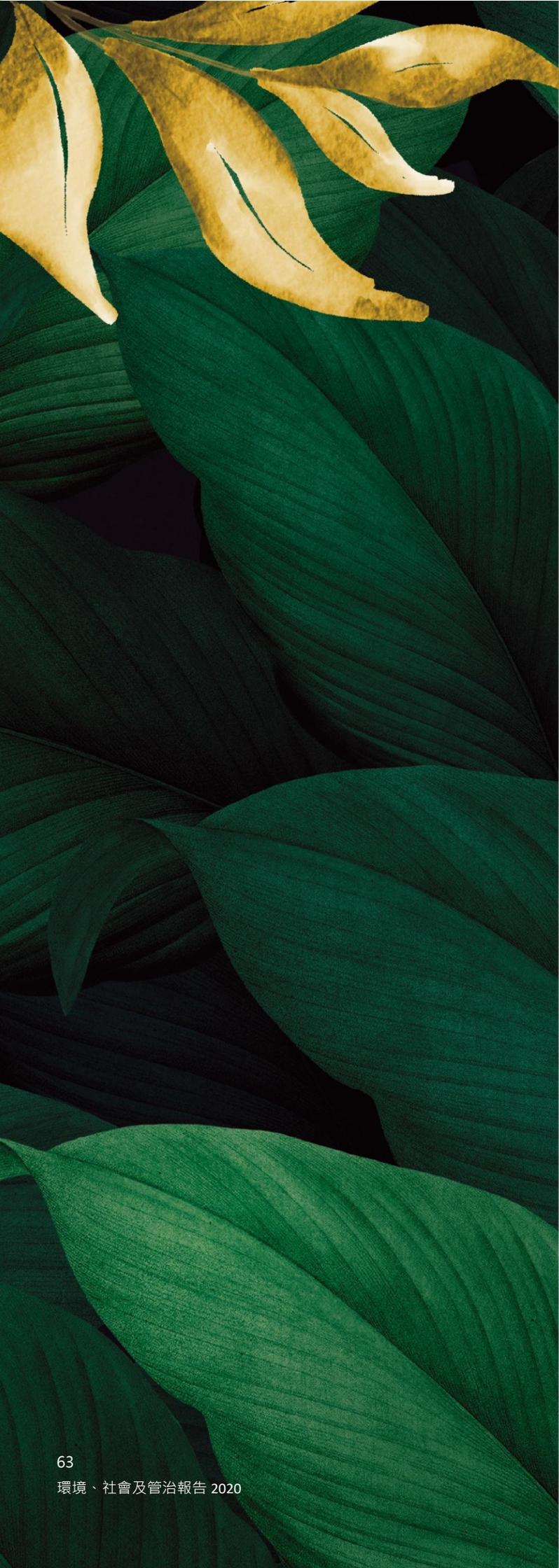


唐宮愛心年曆

唐宮與香港智行基金會攜手，以基金會受助兒童創作的畫作製成精美月曆，在各家門店推廣派發，旨在傳播正能量，讓更多人關注弱勢群體，參與公益。

智行基金會是香港註冊的慈善機構，專注在內地提供助學及心理發展等服務，服務人群以受愛滋病影響家庭的學生為主，包括受貧窮、疾病、歧視影響的學生。





相關法律法規

6. 相關法律法規

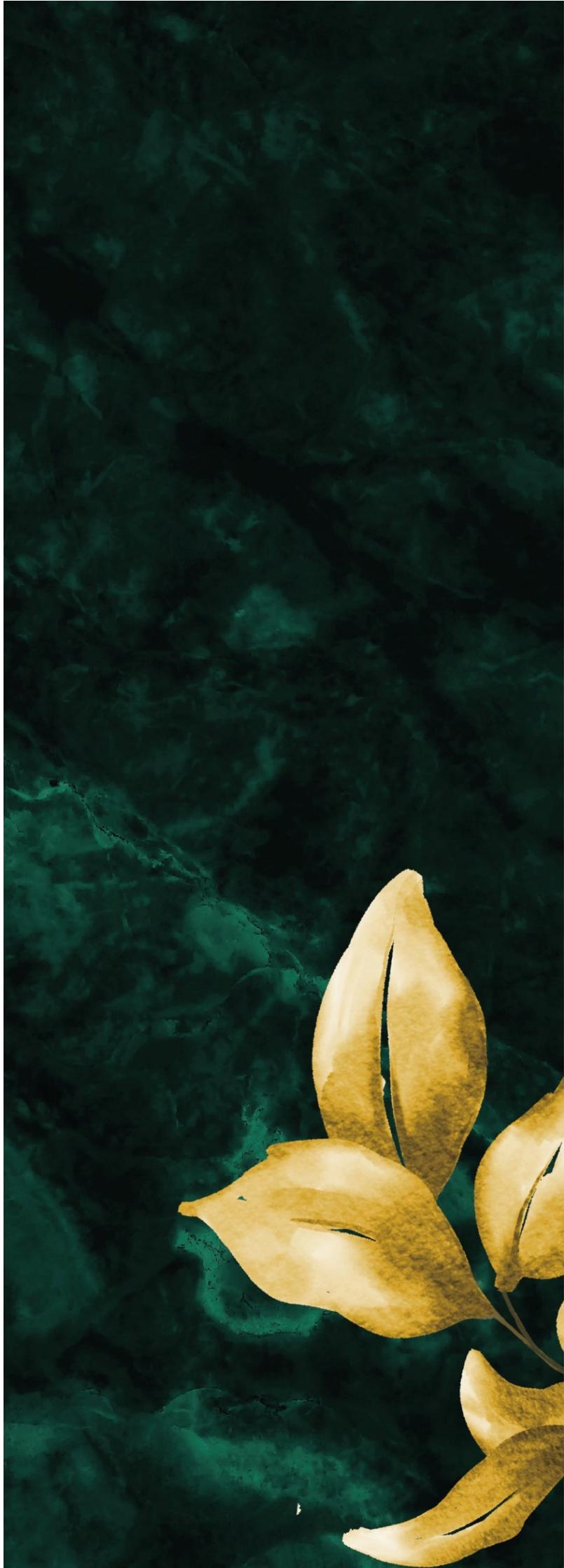
本集團的業務營運恪守中國及香港有關環境、營運及社會等不同層面的法例、規則及政策，以下列出在各層面對唐宮有重大影響的法例及規則。

地區	中國大陸	香港特區
環境安全及健康	《中華人民共和國職業病防治法》 《中華人民共和國安全生產法》 	香港法例第 132 章《公眾衛生及市政條例》 香港法例第 282 章《僱員補償條例》 香港法例第 509 章《職業安全及健康條例》 香港法例第 599F 章《預防及控制疾病（規定及指示）（業務及處所）規例》
食品安全	《中華人民共和國食品安全法》 《餐飲服務食品安全操作規範》 《中華人民共和國食品衛生法》 《食品生產通用衛生規範》 《食品添加劑的使用標準》 《網絡餐飲服務食品安全監督管理辦法》 《網絡食品安全違法行為查處辦法》 《食品生產加工企業質量安全監督管理辦法》 	香港法例第 612 章《食物安全條例》 《食物及藥物（成分組合及標籤）規例》 
廉潔誠信	《中華人民共和國不正當競爭法》 《中華人民共和國刑法》 《中華人民共和國公司法》 《中華人民共和國反貪污賄賂法》 《中華人民共和國反洗黑錢法》	香港法例第 201 章《防止賄賂條例》 
產品及服務	《中華人民共和國產品品質法》 《食品容器、包裝材料衛生標準》 《食品標識管理規定》 《預包裝食品標籤通則》 《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》 《中華人民共和國價格法》	香港法例第 26 章《貨品售賣條例》 香港法例第 362 章《商品說明條例》 香港法例第 457 章《服務提供（隱含條款）條例》 
其他權益保障	《中華人民共和國商標法》 《中華人民共和國著作權法》	香港法例第 486 章《個人資料（私隱）條例》 香港法例第 559 章《商標條例》
僱傭管理	《中華人民共和國勞動法》 《中華人民共和國勞動合同法》 《中華人民共和國社會保險法》 《中華人民共和國未成年人保護法》 《中華人民共和國工會法》 《中華人民共和國婦女權益保障法》 《中華人民共和國殘疾人保障法》 《中華人民共和國勞動爭議調解仲裁法》 《中華人民共和國企業勞動爭議處理條例》 《工傷保險條例》 	香港法例第 57 章《僱傭條例》 香港法例第 480 章《性別歧視條例》 香港法例第 485 章《強制性公積金計劃條例》 香港法例第 487 章《殘疾歧視條例》 香港法例第 608 章《最低工資條例》 
環境保護	《中華人民共和國環境保護稅法》 《中華人民共和國環境保護法》 《中華人民共和國水污染防治法》 《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》 《中華人民共和國大氣污染防治法》 《中華人民共和國環境噪聲污染防治法》 《中華人民共和國清潔生產促進法》 《中華人民共和國節約能源法》 《中華人民共和國海洋環境保護法》 《城市節約用水管理規定》	香港法例第 311 章《空氣污染管制條例》 香港法例第 354 章《廢物處置條例》 香港法例第 358 章《水污染管制條例》 香港法例第 400 章《噪音管制條例》 香港法例第 499 章《環境影響評估條例》 

7. 展望

2020 年，餐飲業面對有史以來最大的挑戰，面對如此逆境，集團一方面主動配合政府部門的防控工作，出台各項管理應變措施，堅持在衛生環境、食品及生產安全上保持高標準；另一方面適時調整業務策略，致力培育高效全才，在餐飲新常態中尋求各種機遇。積極迎接挑戰的態度，讓我們得以欣然面對疫情帶來的各種不確定因素。同時再次印證企業與週遭環境是一個互為影響的共同體。

2021 年，唐宮邁向三十年。在這個不平凡的第六個五年之中，面對全球市場和餐飲業仍然受著經濟環境與疫情帶來的影響，我們將繼續遵行「以盛唐文化為根，以現代管理為本，立幸福餐飲典範，創百年國際品牌。」的使命，實踐「利他經營，用心做事，傳遞幸福」的經營理念，因應市場變化與顧客訴求積極重新審視業務及可持續發展策略，不斷優化內部管理。同時，我們持續貫徹「優品，安心，養生，環保」為宗旨的品牌形象，把節能減排的環保概念融入日常營運管理當中，向員工及顧客推廣及提供健康養生、環保安心、高質優品的選擇，為員工幸福、顧客幸福、股東幸福、社會幸福、環境幸福作出貢獻。



ESG

指標索引

8. ESG 指標索引

報告相關披露指引	相關披露內容描述	披露要求	披露情況	報告相關位置
層面A1： 排放物	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。 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。 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。 有害廢棄物指國家規例所界定者。	不遵守 就解釋	披露	P.35-36, 64
層面A1： 排放物	指標A1.1 - 排放物種類及相關排放數據	不遵守 就解釋	披露	P.34
層面A1： 排放物	指標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）	不遵守 就解釋	披露	P.34
層面A1： 排放物	指標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）	不遵守 就解釋	披露	P.34
層面A1： 排放物	指標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）	不遵守 就解釋	披露	P.34
層面A1： 排放物	指標 A1.5 - 描述減低排放量的措施及所得成果	不遵守 就解釋	披露	P.37-38, 40
層面A1： 排放物	指標 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	不遵守 就解釋	披露	P.36, 39 P.41-43
層面A2： 資源使用	一般披露 有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。 註：資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。	不遵守 就解釋	披露	P.37-44
層面A2： 資源使用	指標 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）	不遵守 就解釋	披露	P.34
層面A2： 資源使用	指標 A2.2 - 總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）	不遵守 就解釋	披露	P.34
層面A2： 資源使用	指標 A2.3 - 描述能源使用效益計劃及所得成果	不遵守 就解釋	披露	P.35-40
層面A2： 資源使用	指標 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	不遵守 就解釋	披露	P.35-36
層面A2： 資源使用	指標 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	不遵守 就解釋	披露	P.34
層面A3： 環境及天然資源	一般披露 減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策	不遵守 就解釋	披露	P.35-36
層面A3： 環境及天然資源	指標 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	不遵守 就解釋	披露	P.37-44

報告相關披露指引	相關披露內容描述	披露要求	披露情況	報告相關位置
層面B1： 僱傭	<u>一般披露</u> 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	不遵守 就解釋	披露	P52, 64
層面B1： 僱傭	<u>指標</u> B1.1 - 按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數	建議 披露	披露	P53
層面B1： 僱傭	<u>指標</u> B1.2 - 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	建議 披露	暫未 披露	-
層面B2： 健康與安全	<u>一般披露</u> 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	不遵守 就解釋	披露	P46, 48, 64
層面B2： 健康與安全	<u>指標</u> B2.1 - 因工作關係而死亡的人數及比率	建議 披露	披露	P48
層面B2： 健康與安全	<u>指標</u> B2.2 - 因工傷損失工作日數	建議 披露	暫未 披露	-
層面B2： 健康與安全	<u>指標</u> 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。	建議 披露	披露	P48
層面B3： 發展及培訓	<u>一般披露</u> 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。 註：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。	不遵守 就解釋	披露	P54-58
層面B3： 發展及培訓	<u>指標</u> 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	建議 披露	披露	P54
層面B3： 發展及培訓	<u>指標</u> 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	建議 披露	披露	P54
層面B4： 勞工準則	<u>一般披露</u> 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	不遵守 就解釋	披露	P.52, 64
層面B4： 勞工準則	<u>指標</u> B4.1 - 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工	建議 披露	披露	P52
層面B4： 勞工準則	<u>指標</u> B4.2 - 描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟	建議 披露	披露	P52
層面B5： 供應鏈管理	<u>一般披露</u> 管理供應鏈的環境及社會風險政策	不遵守 就解釋	披露	P46, 47
層面B5： 供應鏈管理	<u>指標</u> B5.1 - 按地區劃分的供應商數目	建議 披露	披露	P47
層面B5： 供應鏈管理	<u>指標</u> 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	建議 披露	披露	P47

報告相關披露指引	相關披露內容描述	披露要求	披露情況	報告相關位置
層面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	不遵守 就解釋	披露	P.49, 64
層面B6： 產品責任	指標 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	建議 披露	披露	P.47
層面B6： 產品責任	指標 B6.2 - 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法	建議 披露	披露	P.49
層面B6： 產品責任	指標 B6.3 - 描述與維護及保障知識產權有關的慣例	建議 披露	披露	P.50
層面B6： 產品責任	指標 B6.4 - 描述質量檢定過程及產品回收程序	建議 披露	披露	P.47
層面B6： 產品責任	指標 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	建議 披露	披露	P.49, 50
層面B7： 反貪污	一般披露 有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	不遵守 就解釋	披露	P.64
層面B7： 反貪污	指標 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	建議 披露	披露	P.50
層面B7： 反貪污	指標 B7.2 - 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法	建議 披露	披露	P.50
層面B8： 社區投資	一般披露 有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策	不遵守 就解釋	披露	P.59-62
層面B8： 社區投資	指標 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）	建議 披露	披露	P.52, 59-62
層面B8： 社區投資	指標 B8.2 - 在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）	建議 披露	披露	P.59-62

感謝您閱讀《唐宮環境、社會及管治報告》，為使本報告內容更臻完善並為各持份者提供更有價值訊息，並提升唐宮履行企業社會責任的水平，我們歡迎您透過電郵或郵寄方式對本報告內容提出意見。我們地址為：香港九龍尖沙咀科學館道一號康宏廣場南座 10 樓 1003 室，電郵：report@tangong.cn



唐宮
Tang Palace