



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

2021

Environmental, Social and Governance Report

環境、社會及管治報告

EAT HEALTHY STAY POSITIVE



HFT
Life

Green Living Sustainable Lifestyle

HFT 鴻福堂
Life
智能回收機
Reverse Vending Machine

START

1. 將膠樽放入回收機
2. 掃描 QR 碼
3. 領取獎品

立即下載
Download Now
CARBON

立即領取 Carbon Points 會員禮券
Scan QR Code to receive
Carbon Points reward
Carbon Points can be used to
redeem various rewards.

RECYCLE + REWARD

膠樽回收 即時回禮



REMOVE THE CAP
移除瓶蓋

EMPTY + CLEAN
THE BOTTLES
確保清空

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



JIKA
自家 ON!

真心製造
自然流露



目錄

| | |
|------------|----|
| 二零二一年重點一覽 | 2 |
| 關於鴻福堂 | 4 |
| 獎項及嘉許 | 5 |
| 關於本報告 | 7 |
| 董事會聲明 | 9 |
| 我們的可持續發展方針 | 10 |
| 我們的營運 | 18 |
| 我們的員工 | 23 |
| 我們的環境 | 29 |
| 我們的社區 | 39 |
| 績效總覽 | 42 |
| 內容索引 | 46 |



二零二一年重點一覽

我們的營運



51.6% 的鴻福堂鮮製飲品為低糖成份



322 名主要供應商



我們的員工

865 名僱員

717 名香港僱員，148 名中國內地僱員



551 名僱員接受培訓

受訓時數約 **4,237** 小時



我們的環境 :::

生產了 **12,933** 公噸二氧化碳當量



溫室氣體排放



已回收 **1,360.2** 公噸廚餘，

減少 **289.7** 公噸二氧化碳當量溫室氣體排放

我們的社區 :::



貢獻 **323** 個小時的社區服務



支持超過 **132** 個社區項目及 **104** 個機構



贊助價值超過 **190** 萬港元的現金、套券及產品



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35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。我們於廣東省開平市的生產廠房主要向香港、中國內地及其他市場供應鮮製及保鮮飲品。

本集團透過零售及批發兩大銷售渠道銷售產品。

於二零二一年，零售業務仍為本集團的最大收益來源，佔本集團總收益約75%。按零售網絡規模計算，於二零二一年底，本集團仍然是香港最大的中式草本產品零售商，擁有122間自營零售店，包括揉合中西飲食文化的全新Café概念店「HFT Life」。透過各種推廣會籍的活動，截至二零二一年底，鴻福堂擁有超過1,159,000名自家CLUB會員。於二零二一年，鴻福堂亦推出全新購物平台「自家ON!」，產品種類廣泛，包括健康、美容及家居用品等。

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。於中國內地（主要為廣東省），鴻福堂飲品於便利店、超市、百貨公司、雜貨店及電商平台有售。



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，鴻福堂榮獲的主要獎項載列如下：

環保方面的表彰

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2021
世界綠色組織

低碳關懷ESG標籤（第三級）
低碳想創坊



品牌管理及顧客服務方面的表彰

第二屆領航「9+2」：粵港澳大灣區最具品牌價值大獎
香港大公文匯傳媒集團

香港Q嘜優質服務計劃及Q嘜人氣品牌大獎2021
香港工業總會

2021香港名牌
香港品牌發展局及香港中華廠商聯合會

GS1貼心企業嘉許計劃十年賞
香港貨品編碼協會

「信譽品牌」2021—金獎（中式湯水／涼茶店類別）
讀者文摘

2021健康同行夥伴大獎—傑出現代健康概念中式草本產品企業
經濟通有限公司

百佳超卓品牌大賞2020—至尊家庭品牌
百佳超級市場

2020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



社區投資方面的表彰

15年Plus「商界展關懷」標誌2006-2021

香港社會服務聯會

信心夥伴2021

基督教香港信義會社會服務部

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

2019/20 Y-Care CSR企業夥伴計劃(銅夥伴)

香港中華基督教青年會

2020/2021年度公益優異獎

香港公益金

傑出支持社企機構2021

豐盛社企學會



人才發展方面的表彰

開心工作間5+

香港生產力促進局

《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(2011-2021)

僱員再培訓局

首屆《企業「一」起動》嘉許計劃 – 企業「一」起動標誌

凝動香港體育基金

運動友善計劃 – 企業嘉許狀

香港中華基督教青年會

QF星級僱主

教育局



關於本報告

此乃鴻福堂發表的環境、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

本報告詳述鴻福堂核心業務(零售及批發)的營運情況，該等業務乃本集團於二零二一年的全部收益來源。本報告涵蓋本集團由二零二一年一月一日至二零二一年十二月三十一日之財政年度(「二零二一年」或「本報告年度」)。

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績效。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 | |
|------|--|
| 重要性 | 在識別重大的ESG議題的整個過程中，本集團透過管理層訪談、持份者問卷及焦點小組等方式了解持份者的意見。重大議題已由董事會(「董事會」)任命的ESG指導委員會核實。更多詳情請參閱「持份者參與」一節。 |
| 量化 | 本集團的環境及社會關鍵績效指標(「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參考本地及國際指引進行碳評估。 量化資料則隨附說明，解釋所用標準、方法、假設及／或計算工具。 |
| 平衡 | 本集團致力秉持公正的匯報原則。本集團不僅匯報其取得的成就，亦匯報其面對的挑戰以及本集團的回應。 |
| 一致性 | 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ESG指導委員會審閱及批核，並獲董事會於二零二二年五月二十日批核。

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



董事會聲明



於過去兩年，新型冠狀病毒為人們的生活及連繫帶來莫大的障礙。鴻福堂致力透過在環境及社會方面實現可持續發展以創造價值。作為一家負責任的企業，鴻福堂認識到健全及稱職的管治對於追求卓越可持續發展的重要性。面對全球前所未有的挑戰，例如氣候變化、流行病或人權問題，鴻福堂董事會將帶領本集團按著可持續發展議程發展，為僱員、客戶及其他持份者創造價值。

董事會的監督

董事會全權負責監督本集團的可持續發展議題。在董事會的授權下，本集團的ESG指導委員會及ESG工作小組確保可持續發展議題管理與企業願景保持一致。本集團的ESG管理方針概述由主要持份者識別並經董事會核實的關鍵ESG議題及驅動因素。其奠定了鴻福堂的ESG管理策略的基石，並通過相關政策及措施來實踐。ESG議題會定期向董事會匯報，以確保董事會作出明智決定。

可持續發展的管理

如本集團的ESG管理方針所概述，鴻福堂識別及管理對本集團有重大影響的相關可持續發展風險。例如，氣候變化是近年來環境議程的重中之重，香港已承諾於二零五零年前實現碳中和。這代表香港將轉型至低碳社會，從而將牽涉重大投資及帶來消費者行為的改變。為應對有關風險，本集團已制定政策並聘請第三方專家以保持董事會應對相關議題的能力。

目的及目標

本集團致力設定與其業務相關且有意義的可持續發展目標，而董事會則通過ESG指導委員會及ESG工作小組的支持，監控進度。於本報告年度，本集團邁出了第一步，在重大環境議題方面設定了方向性目標，以了解本集團的主要排放物來源及減少其對環境影響的可行管理方針。

展望將來，本集團將繼續了解本集團可改善的地方，並制訂全面的可持續發展策略，以及在環境及社會方面訂立量化目標，以更好地量化本集團未來的ESG表現。



我們的可持續發展方針

可持續發展管治

健全的管治乃鴻福堂成功達致可持續發展的基石。於鴻福堂，董事會全面負責監督本集團的ESG管理方針及相關執行措施。於二零二一年，本集團已更新其ESG政策，確立鴻福堂的ESG管理方針的方向，涵蓋環境、供應商、客戶及公眾。該政策亦訂明鴻福堂對其企業社會責任、營運原則及企業管治的方針。

| ESG管理方針 | |
|---|--|
| 環境 <ul style="list-style-type: none"> • 節能 • 環保 • 減碳 | 供應商、客戶及公眾 <ul style="list-style-type: none"> • 公平貿易 • 食物安全 • 質量監控 |
| 企業社會責任 僱員 <ul style="list-style-type: none"> • 安全及健康的工作環境 • 人權 • 保留人才 | 社區參與 <ul style="list-style-type: none"> • 對社會的影響力 • 了解並回應弱勢社群的需要 • 生活質素及福祉 |
| 營運原則 <ul style="list-style-type: none"> • 合規營運 • 道德營運 | 企業管治 <ul style="list-style-type: none"> • 透明 • 負責任 |



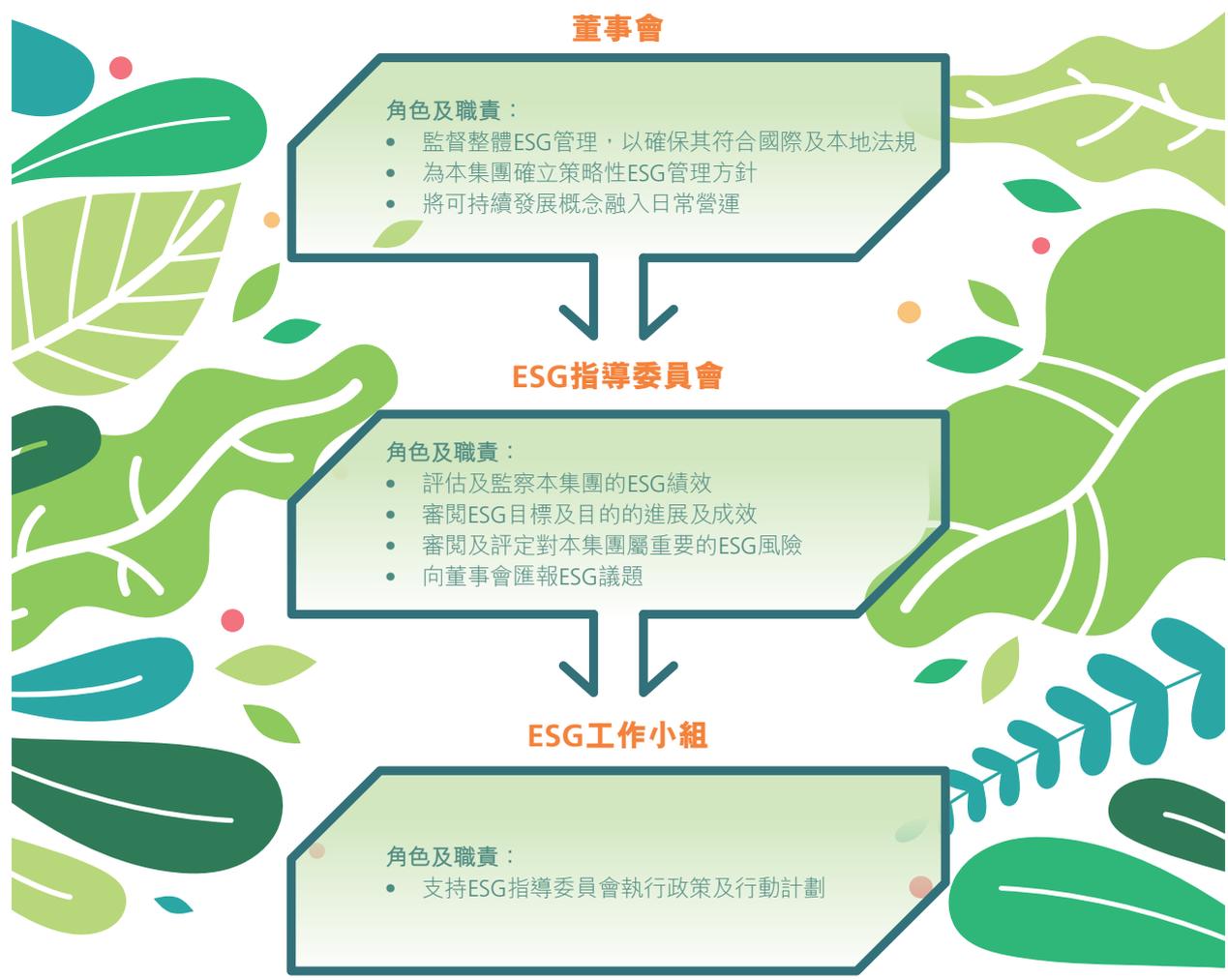
本集團深明要有效實施ESG管理方針，需要鴻福堂各人在不同層面的合作。作為最高決策層，董事會負責監督可持續發展議題，包括制定策略方向、識別、優先考慮及管理重大的可持續發展議題。於二零二一年，我們成立了ESG指導委員會，以落實可持續發展策略，並根據所訂立的目標及目的監察本集團的表現。本集團定期檢討表現及進度，並向董事會呈報成果。

未來計劃

“

於二零二一年，鴻福堂設立了一項三年計劃，以制定可持續發展策略及量化目標。展望將來，本集團將繼續向持份者收集意見，並探索如何將聯合國的可持續發展目標（「聯合國可持續發展目標」）融入業務。此舉將作為本集團可持續發展策略的基礎。

”



可持續發展風險管理

有效的風險管理機制對於適應及減輕潛在的可持續發展風險至關重要。ESG指導委員會及風險管理委員會協助董事會管理相關風險，並負責風險識別、評估及管理潛在的可持續發展風險。

1. 識別對本集團造成影響的潛在可持續發展風險
2. 評估潛在可持續發展風險發生的可能性及對本集團的影響
3. 確認屬重大的可持續發展風險
4. 實施管理措施
5. 監察及檢視管理措施的成效

本集團深明有效的風險管理系統能夠加強應對可持續發展風險的能力，已將經確認的可持續發展風險納入本集團的風險清單。



為了更全面地了解營運環境及準備情況，本集團於二零二一年對多個風險類別進行可持續發展風險評估，確定各風險類別的潛在風險、結果及緩解措施：

環境合規性

對鴻福堂帶來的風險：

其指因不遵守有關防止污染及有害物料／廢物管理的國家及地方法律法規而導致的訴訟、罰款或刑罰風險。其亦指在處理能源及供水、排放管理、固體廢物及廢水質量方面的額外開支。

鴻福堂的回應：

- 設立規範化政策及程序以確保製造及營運過程合規。此外，已安排定期審核以修正任何潛在的違規行為
- 解決影響客戶選擇產品及服務的環境問題

用水風險

對鴻福堂帶來的風險：

該等風險指暴露於缺水地區的風險，導致供水不足以滿足需求，以致可能對業務持續性構成嚴重威脅。其他風險包括供應中斷及失去社會營運牌照。

鴻福堂的回應：

- 透過提高用水效率、回收利用及適當的廢水處理，改善香港及開平廠房的水資源管理

氣候風險

對鴻福堂帶來的風險：

氣候風險包括實質及過渡風險。實質風險包括由於洪水、颶風及高溫導致的供應及庫存運營中斷。過渡風險包括因客戶偏向選擇低碳足跡產品而流失客戶，以及為減少氣候變化影響而日益增加的監管壓力（例如碳定價政策）等合規風險。

鴻福堂的回應：

- 於二零二一年設立氣候變化政策

持份者參與

與持份者的持續對話有助於鴻福堂定義及實現其目標，並於市場趨勢及發展保持領先地位。本集團明白其客戶、僱員及股東乃其成功的主要因素，因此致力通過與該等持份者定期溝通以改善其環境、社會及管治績效。

為顧及持份者的見解，鴻福堂收集各單位的反饋及意見，包括董事及員工等內部持份者以及客戶及供應商等外部持份者，以確保全面了解其社區的需求。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

本集團為僱員提供各類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鴻福堂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。



供應商及業務夥伴

本集團透過實地視察及積極溝通，與供應商及業務夥伴保持緊密聯繫。



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」）及受惠對象）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本集團的最新消息及業績公告。





年內，為了進一步深入收集持份者的反饋，我們舉辦了焦點小組，以下為焦點小組期間收集的部分反饋以及本集團的相應回應：

持份者意見反饋

本集團回應

鼓勵客戶自備餐具並回收包裝物料

於指定的HFT Life分店設置膠樽回收機，以鼓勵客戶回收已清潔的飲品膠樽。

顧客自行攜帶杯／容器盛載飲料或湯水，可在HFT Life店舖享有港幣2元折扣優惠。

為客戶舉辦工作坊以推廣健康生活方式

於二零二一年，已為客戶或會員於HFT Life分店舉辦各種健康活動，例如手工皂工作坊、蠟燭工作坊及健康飲食分享會。





重要性評估

鴻福堂重視其主要持份者的反饋，其有助本集團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。本集團透過線上問卷及焦點小組收集持份者（包括客戶、僱員、股東、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，以識別對其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

鴻福堂回顧過往年度的可持續發展議題，並針對全球飲食業可持續發展趨勢、持份者反饋、本地及國際報告標準等，識別20個與其營運相關的可持續發展議題。



2

參與

我們透過線上問卷、焦點小組及訪談向持份者收集反饋及意見。在問卷中，持份者被邀請根據其對持份者的重要性以及鴻福堂業務對環境及社會的相關影響，就已識別的關鍵可持續發展議題發表意見。

於二零二一年，鴻福堂收到217份有效問卷反饋（二零二零年：185份）。

驗證

ESG指導委員會及董事會審閱及批核重要性評估的結果。



4

按優先排序

鴻福堂考慮其持份者的反饋，就已識別的關鍵可持續發展議題對持份者的重要性及鴻福堂營運對環境及社會的影響，而訂下優先次序。在已識別的關鍵可持續發展議題中，10個議題被認為屬重要。

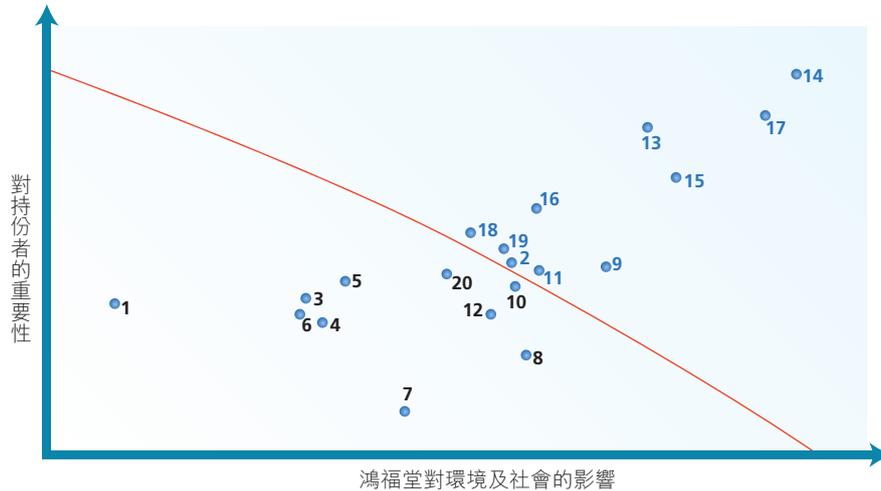


3



重要性矩陣圖

本集團分析線上問卷收集的反饋，製成可持續發展重要性矩陣圖，以展示於報告年度被識別為重要的10個可持續發展議題（以藍色數字標示）。



所識別的10個可持續發展議題在下表按層面排列。10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 |
|-------|------|---------------|------|
| 我們的環境 | 1 | 廢氣及溫室氣體排放管理 | |
| | 2 | 廢棄物管理 | ✓ |
| | 3 | 能源效益 | |
| | 4 | 用水管理 | |
| | 5 | 有效使用包裝資源 | |
| | 6 | 氣候變化 | |
| 我們的員工 | 7 | 全面的僱傭管理系統 | |
| | 8 | 勞工權益 | |
| | 9 | 健康及安全的工作場所 | ✓ |
| | 10 | 僱員福利及福祉 | |
| | 11 | 培訓及發展 | ✓ |
| 我們的營運 | 12 | 供應鏈管理 | |
| | 13 | 產品質量及銷售服務責任管理 | ✓ |
| | 14 | 客戶健康及安全保障 | ✓ |
| | 15 | 問題產品回收 | ✓ |
| | 16 | 客戶投訴處理及應對機制 | ✓ |
| | 17 | 客戶及業務夥伴的權益保障 | ✓ |
| | 18 | 反貪污 | ✓ |
| 我們的社區 | 19 | 考慮社區的需要及利益 | ✓ |
| | 20 | 社區投資 | |



除了本集團對環境及社會的影響，鴻福堂亦就本集團可作出貢獻的範疇向持份者收集反饋：

| 可持續發展議題 | 鴻福堂可如何作出貢獻 |
|---------------|--|
| 客戶健康及安全保障 | 鴻福堂提供更健康的食品及飲品選擇，致力維持產品質量及推廣健康生活方式。 |
| 有效使用包裝資源 | 鴻福堂積極探索更有效使用包裝資源的解決方案，以減少對環境的影響。 |
| 產品質量及銷售服務責任管理 | 鴻福堂一直致力維持最高的產品質量及服務標準。 |
| 僱員福利及福祉 | 鴻福堂旨在透過持續回應僱員的需要及關注，營造公平及多元化的工作環境，促進僱員福利及福祉。 |

法律合規

遵守所有適用的法律法規為鴻福堂日常營運的基礎。本集團已建立管理內部監控及業務風險管理程序的框架。通過有效管理相關政策及措施，盡量減低因不遵守相關法律法規而導致的執法、罰款、刑罰及訴訟等後果的風險。於報告年度，並無發生對鴻福堂營運產生重大影響的相關法律法規的違規事件。

下表列出對鴻福堂營運有重大影響的法律法規，並按範疇分類：

| 層面 | 對本集團營運而言屬重要的相關法律法規 |
|---------|---|
| 排放 | <ul style="list-style-type: none"> 《空氣污染管制條例》(第311章) 《廢物處置條例》(第354章) 《產品環保責任條例》(第603章) 《中華人民共和國環境保護法》 |
| 僱傭及勞工準則 | <ul style="list-style-type: none"> 《僱傭條例》(第57章) 《中華人民共和國勞動法》 《中華人民共和國禁止使用童工規定》 |
| 健康及安全 | <ul style="list-style-type: none"> 《職業安全及健康條例》(第509章) |
| 產品責任 | <ul style="list-style-type: none"> 《個人資料(私隱)條例》(第486章) 《商品說明條例》(第362章) 《不良廣告(醫藥)條例》(第231章) 《中華人民共和國知識產權海關保護條例》 《GB7718-2011預包裝食品標籤通則》 《GB28050-2011預包裝食品營養標籤通則》 |
| 反貪污 | <ul style="list-style-type: none"> 《打擊洗錢及恐怖分子資金籌集條例》(第615章) 《防止賄賂條例》(第201章) |



我們的營運

鴻福堂透過提供優質產品，秉承其企業文化及「真心製造，自然流露」的宗旨。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。為滿足客戶期望，本集團堅持確保產品質量的最高標準，並在產品安全及質量、客戶權益、商業道德及客戶體驗等相關方面制定政策及措施。

保障產品安全及質量

作為食品製造商，保障產品安全及質量一直為鴻福堂的首要任務。本集團致力維持各階段的產品質量，以確保將安全優質的產品送到客戶手中。

質量管理系統

鴻福堂的香港及開平廠房的質量管理系統乃根據國際認可原則（例如國際標準化組織（「ISO」）22000食品安全管理系統以及危害分析和關鍵控制點（「HACCP」））進行管理。此外，香港廠房亦獲得良好製造規範（「GMP」）認證。質量管理系統（包括實施和檢討措施以及監察系統成效）由食品安全委員會監督，並須接受第三方的年度獨立審核。



在本集團食品安全委員會及品質管理部的監督下，本集團嚴格實施質量控制程序。香港及開平廠房會對製成品就質量及微生物含量進行隨機抽查。有關本集團質量管理系統的更多詳情可參閱鴻福堂過往的ESG報告。

我們的目標是每月接獲少於10宗有關產品健康及安全的投訴。於二零二一年，由於加強控制措施以提高產品質量，接獲有關產品健康及安全的投訴數目大幅減少。年內，本集團制定了更嚴格的產品質量監測定期報告要求，並且加強了產品、物流及倉儲環境的溫度監測等措施。

| 指標 | 目標 | 二零二一年 | 二零二零年 |
|----------------------|------|----------------------------|-------|
| 平均每月接獲有關產品健康及安全的投訴宗數 | <10宗 | 1.33宗（目標達成，且較二零二零年減少27.3%） | 1.83宗 |





產品回收

根據本集團零售營運手冊的規定，我們已就所有零售產品設立完善的追蹤系統。手冊亦載列從採購、生產、分銷及零售階段監控食品安全議題的措施及指引。本集團對不合格產品的控制程序載列有關檢查、標示、分隔、處理及記錄未符合客戶期望的產品的程序：

1. 識別

當供應鏈發現任何有關食品安全的潛在源頭時，會通知危機管理小組。

2. 調查

危機管理小組將開展調查，以了解食物安全問題的成因及對其產品的影響。

3. 回收

一旦確認需回收產品，危機管理小組將會啟動危機管理程序，全面停止在零售店及市場上分銷及銷售有關產品。

4. 記錄

記錄案例以供評估及作出改善。

至於香港及中國內地的批發產品，本集團實施一套不同的產品回收程序。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。

保障客戶權益

客戶私隱及知識產權

隨著本集團繼續擴大其自家CLUB的會員基礎，本集團致力保障客戶私隱及知識產權，以遵守商業誠信。鴻福堂在其網站上列明私隱政策，以供客戶及自家CLUB會員查閱。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。

本集團的員工手冊亦載有指引，規定僱員在儲存及取閱客戶個人資料時保障客戶私隱，以及不得侵犯或違反任何第三方的任何專利、商標、版權等，以保障知識產權。

負責任的市場推廣及標籤

我們已制定標準程序，以確保如實執行產品的市場推廣、廣告及標籤。市場推廣部門選擇可靠的媒體，並檢視市場推廣及宣傳信息，以確保誠實及適當地展示有關其產品的信息。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。

產品標籤的設計易於理解，能夠如實反映產品信息。產品標籤上的營養內容均由獨立專業人士根據標準程序制定及核實。此外，鴻福堂支持自願性「預先包裝食品『鹽／糖』標籤計劃」。現時有51.6%的鴻福堂鮮製飲品獲標明為低糖含量。



秉持商業準則

本集團通過執行行為守則及員工手冊所述的政策，堅定不移地維持最高標準的商業誠信。鴻福堂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。為避免任何形式的利益衝突，所有僱員都必須申報與職務構成衝突的事項。為維持業務夥伴之間的公平，供應商及業務夥伴的招待及禮品均以本集團的採購行為守則為指引作處理。

舉報

本集團的舉報政策載列舉報潛在不當及非法行為的處理程序。舉報人受此政策保護，其身份將獲保密並保證免受不公平解僱、傷害或不必要的紀律處分。本集團的審核委員會負責監督調查程序，並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，我們定期舉辦由廉政公署進行的反貪污培訓，以確保僱員對工作場所的潛在貪污案件的認知水平。

於二零二一年，

| | |
|-------------------------------|----------------------------|
| 接受反貪污培訓的僱員總數： 49名僱員 | 反貪污培訓總時數： 72.5小時 |
|-------------------------------|----------------------------|

提供更好及更健康的產品選擇

近年來，尤其是受到新型冠狀病毒疫情所帶動，人們對健康生活方式的追求日益提高。為滿足客戶期望，本集團一直開發不同產品以迎合客戶傾向選購更健康（如低糖、低熱量）產品的趨勢。鴻福堂致力為其客戶提供更多元化的產品選擇。

多元化產品選擇

多年來，本集團開發各種更健康的產品，並一直包括低糖、低鈉或低熱量的產品。

低糖或低鈉產品

低糖及低鈉產品乃根據「預先包裝食品『鹽／糖』標籤計劃」概述的定義貼上標籤。於二零一九年，本集團訂立目標，於三年內將50%的產品改為低鈉或低糖成分。截至二零二一年，51.6%的鴻福堂鮮製飲品屬低糖，而11.7%的產品屬低鈉。



低熱量稀少糖產品

使用稀少糖產品的熱量一般較使用傳統糖的產品為低。稀少糖飲品專為有糖分攝取限制的客戶（例如糖尿病患者）而設計。截至二零二一年，6.5%的鴻福堂鮮製飲品乃採用低熱量的稀少糖。

其他產品

鴻福堂亦於二零二一年擴大其產品系列，以迎合客戶需求，包括但不限於素食選擇、有機產品、零脂肪及零膽固醇產品、養生產品等。於二零二一年，我們提供合共33款綠色產品。



提升顧客體驗

隨著社會不斷發展數碼化技術，鴻福堂一直尋求為客戶帶來創新服務及渠道的方法以提升客戶體驗，本集團與客戶持續溝通的主要平台之一為「自家CLUB」會員計劃。「自家CLUB」於二零零八年成立，提供會員獎勵及優惠。截至二零二一年十二月三十一日，香港自家CLUB會員人數已超過1,159,000名。

客戶服務

於報告年度，我們接獲合共296宗有關健康及安全、質量及服務條款等方面的客戶投訴。所有投訴均透過各種客戶服務渠道(包括客戶服務熱線、電郵、WhatsApp、網上表格及社交媒體)提交。投訴或反饋乃根據內部程序透過客戶服務部處理。客戶服務部會就客戶的關注事項進行調查並向相關部門報告，而各部門亦已根據既定程序迅速採取行動以瞭解事件及回覆客戶。

創新服務

| | |
|--------------|--|
| 自家CLUB手機應用程式 | <ul style="list-style-type: none">會員可使用「自家PAY」電子會員卡、管理會籍及使用電子套券。提供網上增值、分享電子套券及個人化通知等服務。添加電子送禮等新功能。 |
| 自家ON!網上平台 | <ul style="list-style-type: none">於二零二一年末，鴻福堂推出自家ON!網上平台，提供各式各樣關注家庭需要的產品。該平台亦分享有關健康生活的文章。 |





負責任採購

鴻福堂致力在整個生產過程中與可靠的供應商合作並使用其原材料。根據本集團的ESG政策所列明，鴻福堂努力在整個供應鏈中推廣公平貿易及可持續發展文化，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。本集團亦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。截至二零二一年十二月三十一日，鴻福堂有322名主要供應商，分別位於香港、中國內地及其他地區。

採購慣例

本集團透過一套完善的程序及指引甄選、聘請及檢討其供應商。現有及潛在供應商須遵守本集團的環境及社會責任指引。

與供應商溝通流程

1. 鴻福堂要求供應商提供許可證明、質量及安全證書以及第三方檢測報告。合資格供應商將獲列入合資格供應商名單。
2. 本集團已就甄選新供應商訂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。
3. 本集團透過一套評分系統，審視供應商在產品品質、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準則的供應商，將從本集團的合資格供應商名單中剔除。

本集團盡可能使用可持續原材料，並關注獲提供的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

鴻福堂明白環境及社會議題可對營運及供應鏈造成影響。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。



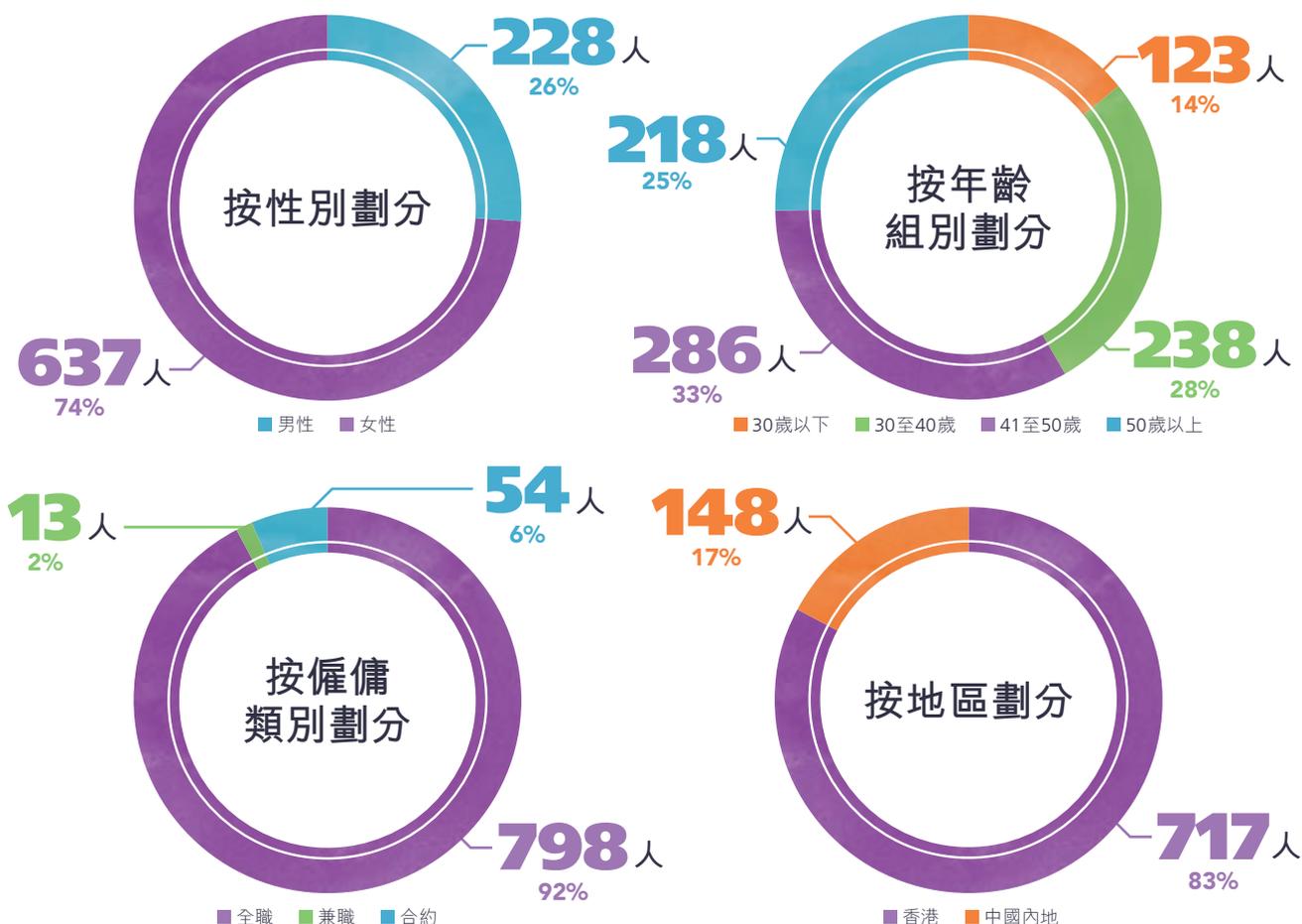
我們的員工

鴻福堂相信，憑藉推廣以人為本的工作文化，本集團可於正面積極且互相尊重的環境下成長及發展。鴻福堂致力依循本集團ESG政策、員工手冊及工作場所安全指引等有關僱傭慣例、僱員健康及安全、培訓及發展以及勞工準則的明文政策規定，維持平等公平的工作環境。

營造理想的工作環境

作為聘有超過850名僱員¹的企業，鴻福堂一直為僱員及其他人員²營造公平、理想、安全及健康的工作環境。本集團建立了穩健完善的僱傭系統，藉此構建工作場所，監察僱員薪酬政策的實施情況。員工手冊詳細載列有關工作時數、假期、反歧視、待遇、福利及終止僱用的政策。

員工總數 865人¹



¹ 於二零二一年十二月三十一日，鴻福堂共有904名僱員，其中717名僱員位於香港及187名僱員位於中國內地。在中國內地的187名僱員中，148名位於開平辦公室及廠房的僱員屬於報告範圍內。因此，本報告所匯報的員工總數為865人。

² 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。



薪酬及補償

- 僱員的薪酬乃根據市價、個人資歷及經驗而釐定。
- 採用「同工同酬」政策，確保相關政策獲公平實施。

招聘、晉升及解僱

- 招聘及晉升決定乃基於僱員的能力及年度表現評估，而不論年齡、性別、性取向或種族。
- 僱員可根據僱傭合約所載條款及細則終止僱傭合約。

工作時數及假期

- 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。
- 為香港文職僱員提供彈性上班時間。
- 除一般法定假期及年假外，僱員亦可享受有其他假期，例如：

| | | |
|-------|---------|-------|
| 婚假 | 14周有薪產假 | 五天侍產假 |
| 持續進修假 | 公益假 | 生日假 |

公平、包容及多元化的工作環境

- 對歧視及騷擾採取零容忍態度。
- 於辦公室設置哺乳室，建立母乳餵哺友善的工作環境。
- 與匡智會等機構合作，為殘疾人士提供工作機會。

僱員福利

- 為僱員提供全面的福利計劃，包括：

| 為全體僱員 | | |
|-------------|-----------|-----------|
| 醫療保險 | 長期服務獎 | 生日福利 |
| 結婚禮物 | 鴻福堂產品購物折扣 | |
| 為開平辦公室及廠房僱員 | | |
| 申請過境簽證 | 提供宿舍 | 免費工作膳食及飲品 |

- 由員工發起的「生活委員會」負責組織各種僱員福利活動。





勞工準則

- 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。

未來計劃

展望未來，鴻福堂計劃鼓勵不同階層的僱員參與生活委員會進行的問卷調查，讓本集團了解僱員所需，以此持續改善工作環境。

保障僱員的健康與安全

從辦公室運作、採購、生產、物流到零售店運營的整個運作過程中，鴻福堂盡力避免所有類型與工作相關的意外、工傷及身心疾病。所有該等活動已根據本集團的ESG政策訂明的規定監察。鴻福堂的目標是為僱員及工人提供安全健康的工作環境。

職業健康與安全管理

本集團的安全委員會（由多個部門組成，並由行政總裁擔任主席）監察整體健康及安全管理，而工作場所安全指引專為監察文職員工及非文職員工的工作場所而設。該等指引載列於員工手冊。安全委員會、文職及非文職僱員之間的溝通，加上健康及安全的明文政策，構成本集團的職業健康及安全系統。舉例而言，於香港及開平的廠房乃根據地方安全法律、法規及營運規定營運。

安全委員會

由行政總裁擔任主席

助理總經理

廠房

- 廠房營運部
- 生產部
- 項目及工程部
- 研發部
- 品質管理部

供應鏈管理分部

- 採購部
- 物流部



為維持行之有效的健康及安全系統，本集團委聘獨立安全審核師，每年就香港廠房進行安全審核。於二零二一年，香港廠房取得89%的分數。本集團迅速根據審核師的建議，改善廠房環境。

| 指標 | 二零二一年 | 二零二零年 |
|----------------|-------|-------|
| 因工傷損失工作日數 | 555 | 506.5 |
| 錄得工傷個案 | 15 | 24 |
| 工傷率(每1,000名員工) | 17.3 | 28.8 |

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。安全主任會負責調查事故及釐定補救措施。於過往三個年度，本集團並無發現任何與工作相關的死亡事故。於二零二一年，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，從而作出改善以防止類似受傷再次發生。

為了加強職安健習慣，鴻福堂為香港辦公室及廠房的僱員舉辦安全培訓課程及火警演習。本集團要求香港廠房及開平廠房的所有新僱員於正式工作前參加安全培訓。

僱員福祉

本集團一直支持工作與生活平衡的生活方式，為僱員安排活動，提高其健康意識，並鼓勵定期運動。鴻福堂已為僱員推出多項健康計劃，若干活動載列如下：

| | |
|-------------------------|---|
| 鴻大夫信箱 | 由專業中醫師解答僱員有關中草藥及健康的提問。 |
| 伸展及按摩時間 | 於辦公室為僱員舉辦伸展及按摩時間，讓大家放鬆及伸展一下。 |
| 步行挑戰(Walk-Life Balance) | 於二零二一年推出鼓勵辦公室僱員多步行的挑戰，推廣健康生活模式之餘，亦宣傳低碳生活。 |
| 健身及遊樂設施 | 於香港辦公室設置健身設施、健身器材、桌球檯、夾公仔機及其他設備，供僱員於午膳時間、工作時間前後等休閒時間使用。 |



人才培養

本集團的培訓及發展策略旨在培育具備才能且積極上進的工作團隊。鴻福堂為僱員裝備才幹與技術，支持他們的事業及個人發展，為未來業務挑戰及機遇做好準備。誠如在ESG政策中所承諾，鴻福堂為僱員提供持續學習機會，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。「關鍵時刻」讓文職僱員體驗零售店的日常工作，已成為本集團的傳統活動。除此之外，於報告年度內，鴻福堂管理學院更為文職及非文職僱員籌辦多個培訓活動。本集團亦推出電子學習手機應用程式，當中載有多種學習材料，包括客戶服務技巧、英語工作坊、綠色生活及健康小貼士、伸展運動教學等，助僱員隨時隨地學習。

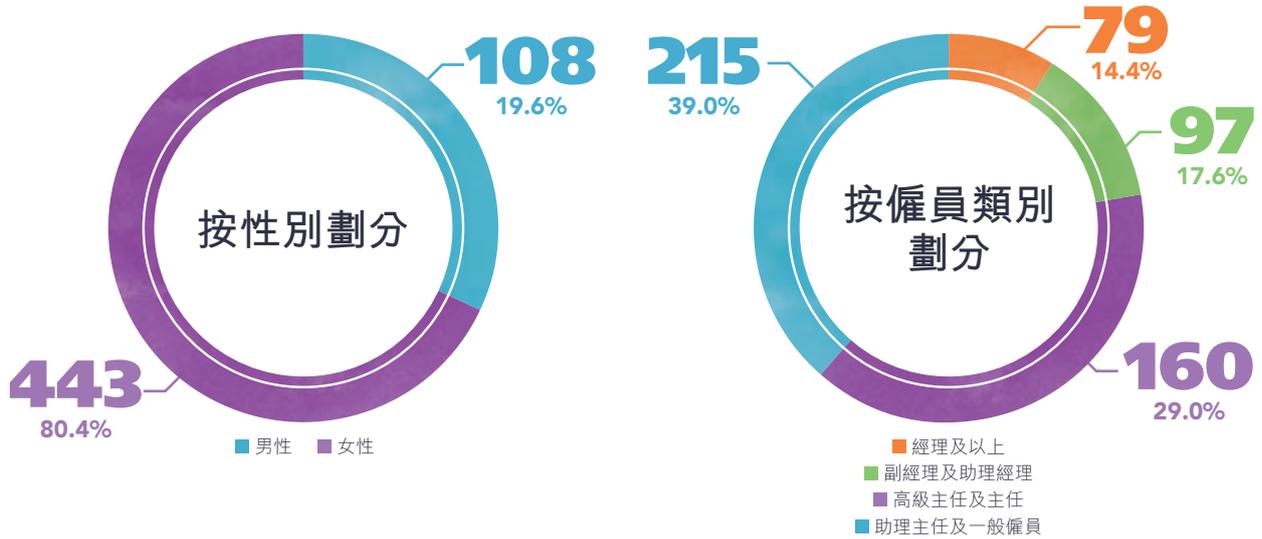
| | |
|------------|---|
| HFT Life培訓 | 隨著café概念店「HFT Life」開幕，本集團為HFT Life僱員提供café營運、食材準備技巧及客戶服務培訓。 |
| 食物安全培訓 | 定期舉辦食物安全培訓，確保香港及開平廠房的僱員了解潛在危險及製造程序當中訂明的良好生產規範。 |



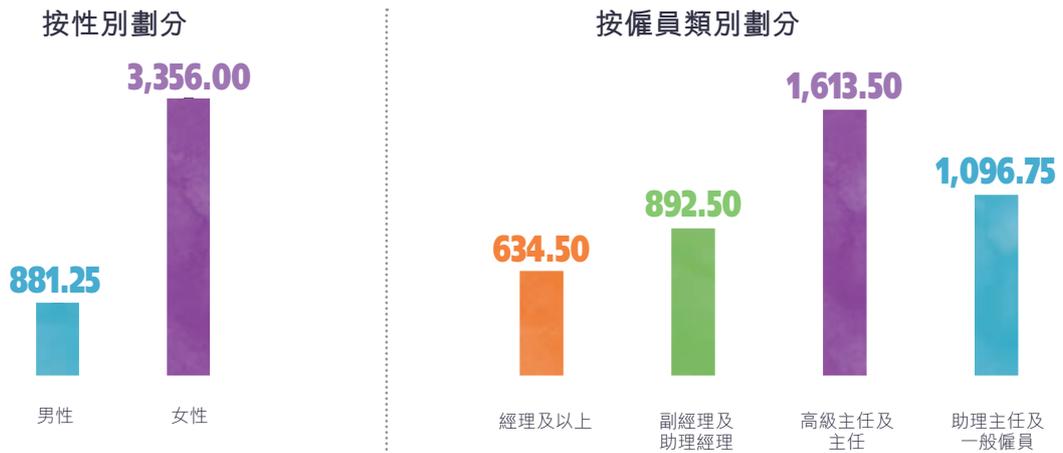


於二零二一年，本集團為約551名僱員提供培訓，總受訓時數超過4,000小時，即較二零二零年的受訓時數增加43%（二零二零年：2,956.75小時）。每名僱員的平均受訓時數為4.89小時（二零二零年：3.55小時）。

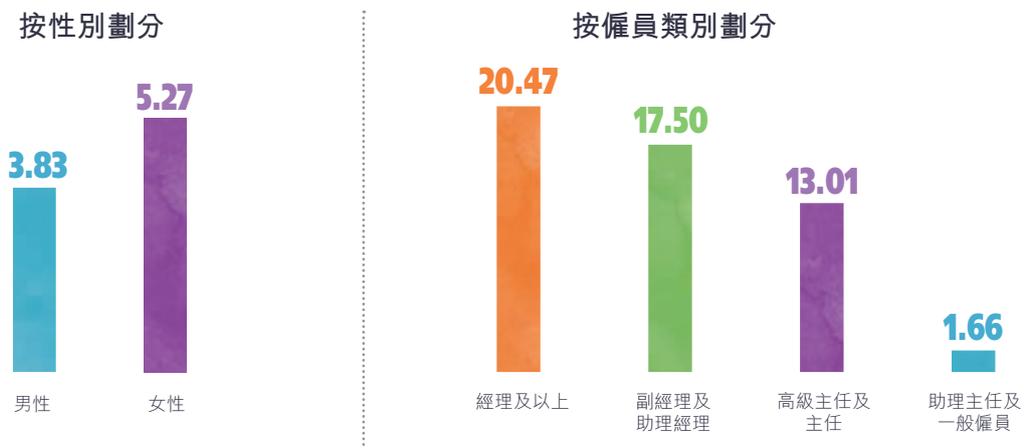
已接受培訓的僱員人數：551人



總受訓時數：4,237.25小時



每名僱員的平均受訓時數³：4.89小時



³ 每名僱員的平均受訓時數 = 指定類別的總受訓時數 / 指定類別的僱員總數



我們的環境

鴻福堂重視其營運對環境造成的潛在影響，包括原材料使用及處置、製造過程產生的污染物、營運的排放物及用家如何棄置包裝等。本集團營運的主要消耗資源包括燃料、電力、水及包裝材料。生產過程可能導致溫室氣體、空氣污染物排放，以及產生廢棄物。

鴻福堂秉持於整個營運過程當中減少影響環境的原則。鴻福堂推廣綠色工作間，於辦公室、零售店及廠房實施多項環保措施。

管理及減少廢棄物

作為食物及飲品製造商，本集團於生產過程使用的原材料(如中草藥)會產生廢棄物。本集團致力減少、再用及回收生產過程所用的材料，盡量減少產生的廢棄物。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。本集團將產生的廢棄物分類，並採取相應的處理策略。

廚餘

- 向非政府組織捐贈剩餘食物
- 送至有機資源回收中心(一期)
- 加工成肥料

可回收廢棄物

- 如紙張、金屬、塑膠
- 經合資格的回收商回收以轉售或再加工

其他一般廢棄物

- 委聘合資格收集商運往堆填區棄置



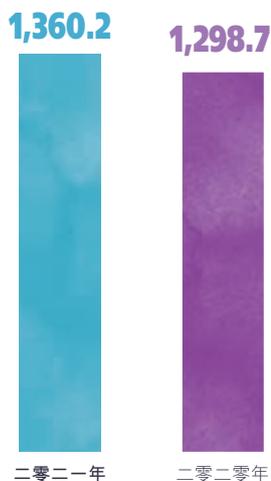


廚餘

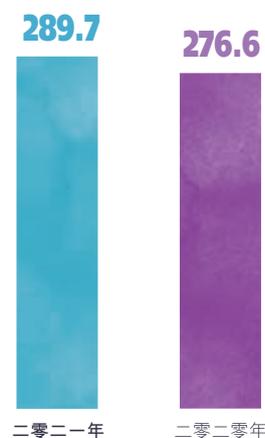
本集團大部份所產生的廢棄物乃廚餘，主要來自生產自家湯及涼茶後的剩餘食材。鴻福堂積極與政府部門及廢棄物處理夥伴合作，令廚餘不會被送往堆填區棄置。透過下列方法及努力，於二零二一年，鴻福堂欣然實現廚餘管理的長期目標—零廚餘棄置於堆填區。



回收廚餘量 (公噸)



減少溫室氣體排放 (公噸二氧化碳當量)



⁴ 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。

⁵ 包括用於「廚餘、污泥共厭氧消化試驗計劃」的31.2公噸廚餘。

為盡力減廢，本集團實現廚餘升級再造，與晴媽媽手工工房合作，推出獨特的涼茶渣手工皂（杏仁露味及五花茶味）。



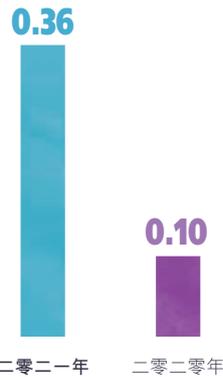
其他廢棄物

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。鴻福堂將維持零廚餘棄置於堆填區，並旨在於長期達致零無害廢棄物棄置於堆填區。

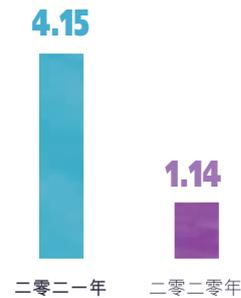
為進一步減廢，本集團於其營運所在的社區推廣環保意識。於報告年度，本集團推出新的減廢計劃，鼓勵客戶自備杯／容器到HFT Life購買咖啡或湯水的客戶，即可享港幣2元折扣優惠。

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，並委聘合資格收集商處理及處置有害廢棄物。鴻福堂透過合法合規、數據安全、可追蹤及環境可持續的方式，安全且負責任地重用及回收IT設備及電子產品，並管理處置，以於二零二零年前減少電子廢棄物總量。

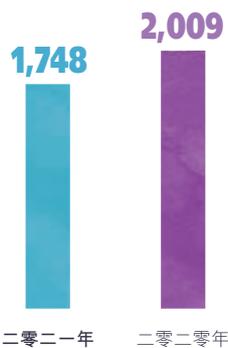
有害廢棄物⁶ (公噸)



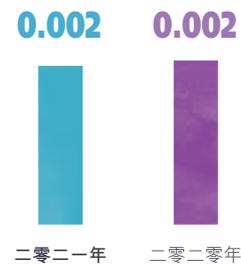
有害廢棄物密度 (公噸／十億港元收益)



無害廢棄物⁷ (公噸)



無害廢棄物密度 (公噸／1,000港元收益)



⁶ 主要來源：香港辦公室及廠房產生的廢棄熒光燈等。

⁷ 包括來自香港廠房以及開平辦公室及廠房的數據。主要來源：家居廢物、生產廢物、廚餘、紙張、塑膠及金屬廢料。



應對氣候變化

人類各項活動引起的氣候變化難免影響鴻福堂的日常營運。極端氣候事件越趨頻繁，可能對本集團的業務帶來多項影響，例如供應鏈中斷。為應對氣候變化的威脅，於二零二一年，本集團制定氣候變化政策，涵蓋關於氣候相關議題的管治、緩解、適應、抵禦及披露。

| 鴻福堂氣候變化政策摘要 | |
|-------------|---|
| 管治 | <ul style="list-style-type: none"> 董事會為氣候相關議題的最高決策層； ESG指導委員負責支援董事會管理政策及相應措施。 |
| 緩解 | <ul style="list-style-type: none"> 制定減少碳足印的長期目標； 於採購時考慮氣候變化，並編製低碳產品名單，有助採購低碳產品； 鼓勵僱員及供應商於日常活動中減少碳排放。 |
| 適應 | <ul style="list-style-type: none"> 定期評估氣候相關的風險及機遇，及時適應氣候變化； 將氣候相關風險納入本集團的風險管理系統； 建立緊急應對計劃，應付氣候相關的影響。 |
| 抵禦 | <ul style="list-style-type: none"> 建立營運程序及措施，減少氣候變化對本集團營運造成的潛在損害； 就廠房進行氣候抵抗能力評估。 |
| 披露 | <ul style="list-style-type: none"> 於本集團的ESG報告中匯報方針、措施及進度。 |

碳管理及排放

作為本集團應對氣候變化的一部分，鴻福堂積極尋求減少溫室氣體排放的方法。鴻福堂一直致力透過下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量。

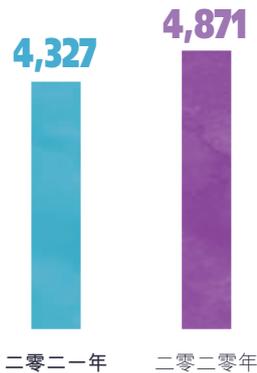
為監察及評估各項措施的成效，鴻福堂已計量及估算溫室氣體排放量。溫室氣體排放的量化已參考香港環境保護署及機電工程署編製的指引⁸、中華人民共和國國家發展和改革委員會發佈的指引⁹及ISO 14064-1及溫室氣體盤查議定書(GHG Protocol)等國際標準。

⁸ 《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》。

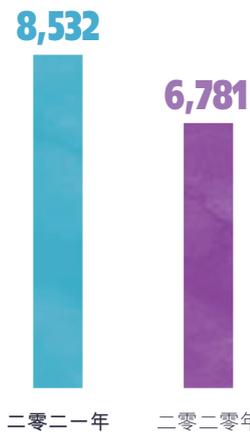
⁹ 《中國食品、煙草及酒、飲料和精製茶企業溫室氣體排放核算方法和報告指南(試行)》。



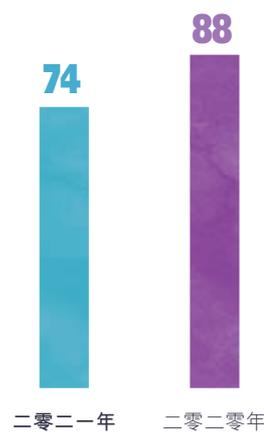
範圍1：直接溫室氣體排放¹⁰
(公噸二氧化碳當量)



範圍2：能源間接溫室氣體排放¹¹
(公噸二氧化碳當量)



範圍3：其他間接溫室氣體排放¹²
(公噸二氧化碳當量)



總溫室氣體排放
(公噸二氧化碳當量)

二零二一年
12,933

二零二零年
11,740

溫室氣體密度¹³
(公噸二氧化碳當量 / 1,000港元收益)

二零二一年
0.015

二零二零年
0.014

為配合政府二零五零年前的碳中和目標，鴻福堂正計劃基於科學準則制定減碳行動計劃，著重減排，並以科技帶動。我們將探索就營運減少碳排放設定量化目標的可行性。

支持植樹 抵銷部份碳排放

雖然年內因社交距離措施而未能舉辦大型植樹活動，但本集團贊助了香港地球之友的「酷森林2021」植樹活動，成為支持機構。活動旨在推動郊野公園的生物多樣性及生態價值。



¹⁰ 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。

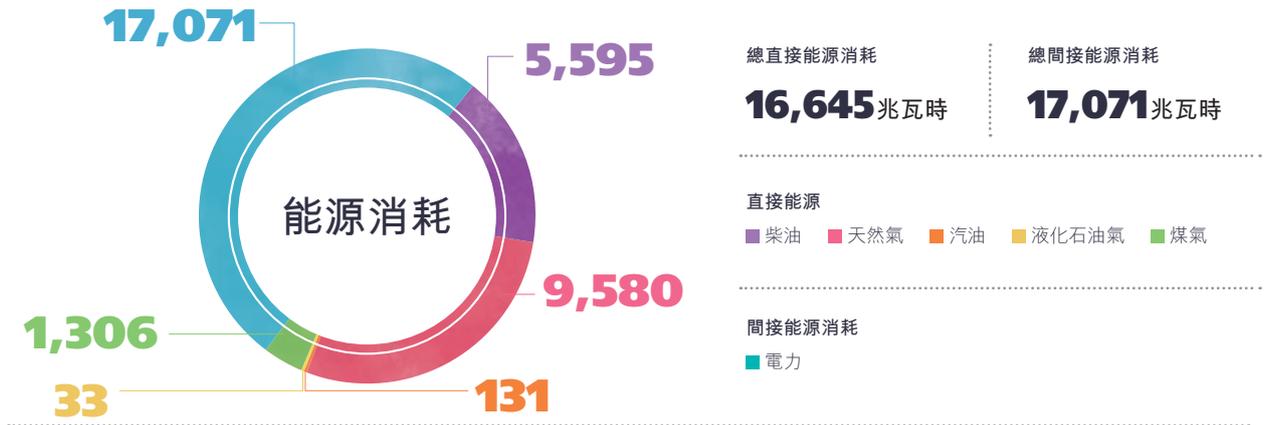
¹¹ 範圍2的排放涵蓋從電力公司購買的電力及外購煤氣。

¹² 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。

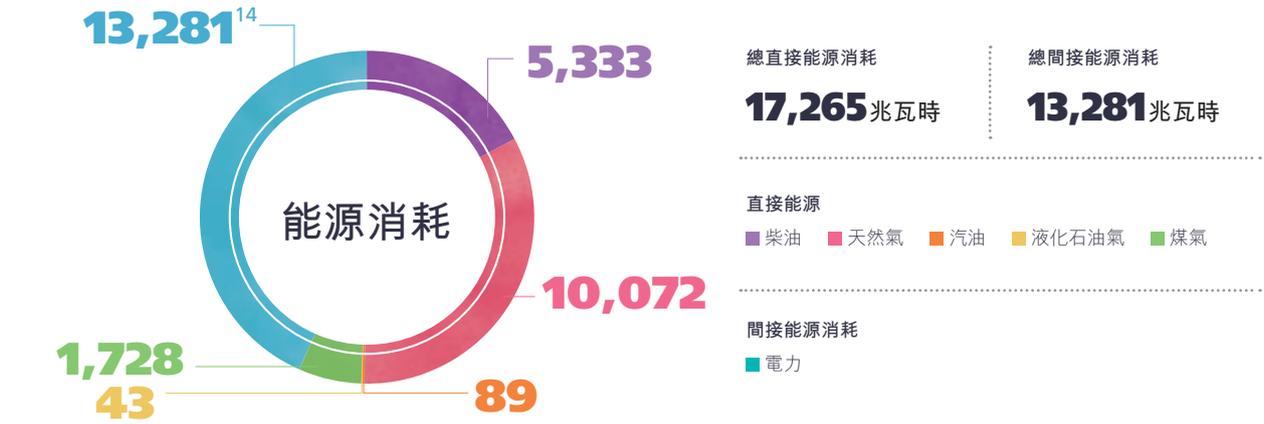
¹³ 溫室氣體密度乃基於年報所呈列之本集團總收益計算，而年報所涵蓋範圍較本報告範圍略為廣泛。

有效管理天然資源
能源消耗及效益
按類別劃分的能源消耗

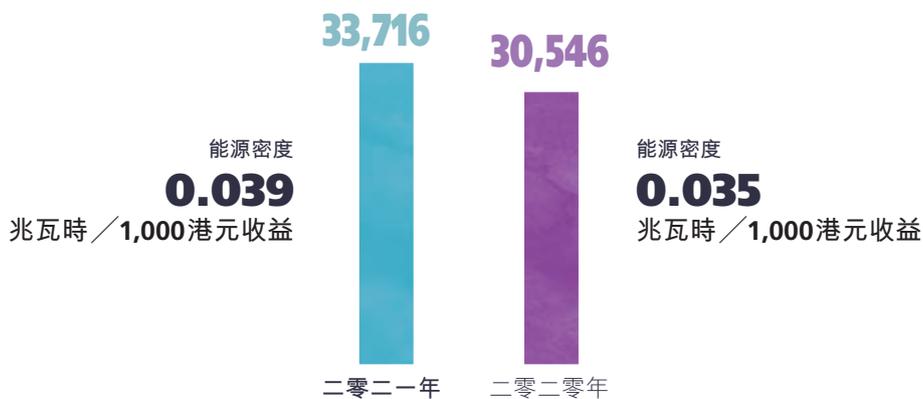
二零二一年按類別劃分的能源消耗 (兆瓦時)



二零二零年按類別劃分的能源消耗 (兆瓦時)



總能源消耗 (兆瓦時)



¹⁴ 二零二零年的用電量乃按支付的總金額入帳，政府補貼的消耗不計算在內。



提升能源效益的措施

不同生產階段及本集團營運均會消耗能源。柴油、天然氣及外購電力為主要消耗的能源種類。為減少耗能，我們已根據本集團的ESG政策框架實施下列措施：

| 辦公室 |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">就燈光、通風設備、空調、辦公室電器提供使用指引，並監察能源指引的執行教育和鼓勵僱員避免長期使用電器，並張貼告示以提高節能意識設立清晰有效的燈光分區及空調分區系統，避免過度耗電安排僱員每天檢查所有電器及電燈在用後是否已妥善關閉於開平辦公室安裝恆溫器以監控溫度 |
| 香港零售店 |
| <ul style="list-style-type: none">於全線零售店使用有門雪櫃或已加裝膠簾的雪櫃，減少冷氣消耗午夜後關掉戶外燈光盡可能使用LED燈 |
| 廠房 |
| <p>香港</p> <ul style="list-style-type: none">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安排員工於非生產時間檢查是否有任何閒置電器自二零二零年在天台安裝太陽能板後，本集團參與了中電的上網電價計劃，於二零二一年為該計劃貢獻約288.5兆瓦時的可再生能源。 |
| <p>開平</p> <ul style="list-style-type: none">安裝超過100台設備以實時監控能源使用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 |

於二零二零年前，鴻福堂將於其大部分營運中使用可再生能源，包括使用可再生能源進行生產，以及投資於技術先進的生產設備。鴻福堂亦旨在以替代能源，減少於製造過程中因使用化石燃料造成的廢氣排放。我們將研究就減少電力及化石燃料消耗，訂立量化目標的可行性。





資源效益

資源效益涵蓋產品設計、盡量減少對環境的影響以至負責任採購等，都是本集團的重要議題。鴻福堂致力提高資源效益，在維持日常生產及營運的同時，減少使用資源。

包裝

隨著公眾日益關注一次性塑膠包裝對環境的影響，本集團不斷尋求替代包裝材料。鴻福堂將透過減少不必要包裝、使用更佳包裝材料及設計，以及在包裝中使用更多回收材料，於二零二零年前大幅減廢。

目前採取的措施

較輕量瓶蓋

- 若干飲品採用新瓶蓋，重量較傳統瓶蓋輕3.5%。

配送包裝

- 本集團已使用膠籃取代紙箱來運送大部分產品。

於店舖回收膠樽

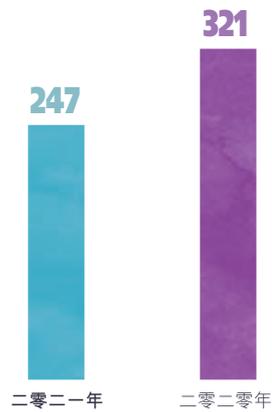
- 與V Cycle合作，於鴻福堂三間指定零售店設置膠樽回收箱。在二零二一年，此舉已收集及回收逾240公斤聚對苯二甲酸乙二酯（「PET」）及聚丙烯（「PP」）膠樽。
- 於數碼港及炮台山的「HFT Life」café概念店設置兩部膠樽回收機，鼓勵客戶回收飲品膠樽。於二零二一年，這兩部回收機已回收約5,200個膠樽。

支持回收機

- 鴻福堂繼續支持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90多個地點的回收機。
- 於二零二一年，這批回收機收集了超過560,000個膠樽及鋁罐。



香港廠房塑膠包裝材料消耗 (公噸)



未來計劃

鴻福堂積極研究採用可減少使用包裝材料的技術，並嘗試重新設計其產品及包裝材料，嘗試從源頭減廢。

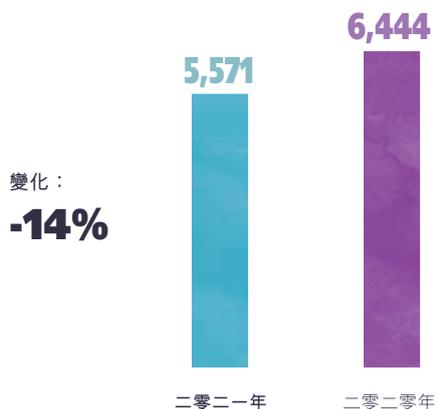
無紙化營運

紙張文件對於鴻福堂運作順暢至關重要。然而，鴻福堂將長期持續推行無紙化辦公及無紙化零售。

| | |
|---------------------|--|
| <p>無紙化辦公</p> | <ul style="list-style-type: none"> 鴻福堂的ec-Work (易做好) 手機應用程式讓僱員透過程式處理行政工作，包括申請休假、審閱糧單及報稅表，減少不必要的紙張使用。 本集團的辦公室減廢指引提供鼓勵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。 鴻福堂已於二零二一年推出電子學習手機應用程式，供全體員工使用。應用程式內載有各種學習材料，助員工隨時隨地學習。 |
| <p>無紙化零售</p> | <ul style="list-style-type: none"> 本集團以折扣及特別優惠，鼓勵客人及會員使用鴻福堂手機應用程式，同時透過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。 本集團亦於店舖採用電子市場推廣渠道 (例如電子顯示屏)，從而減少印刷宣傳材料。 |



辦公室紙張採購量 (公斤)



未來計劃

展望未來，鴻福堂將進一步推行無紙化營運，例如在不影響營運效率的情況下，使用電子營運通告，減少紙張印刷。

用水效益

鴻福堂於生產產品時須大量用水。為了在營運時更好地使用水資源，本集團已於生產廠房、零售店及辦公室實施下列措施，提升用水效益：

- 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用途及冷卻產品。
- 採用萃取流程，有助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。
- 於香港廠房及開平廠房採用穩定器控制水質，延長循環水的保質期。
- 採用膠樽消毒系統，該系統無需用水，估計每年減少了超過2,300立方米的用水。
- 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。

鴻福堂旨在二零五零年前減少水足印。第一步，本集團將制定用水效益計劃，目標是明顯改善供應鏈的用水效益。



我們的社區

與社區建立聯繫對鴻福堂的發展非常重要。同時，鴻福堂亦相信其業務會影響當地社區。因此，本集團致力透過合作計劃、僱員義工服務、贊助及捐款為社區帶來正面影響。

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：



於二零二一年：



僱員義工服務

本集團已成立鴻福堂義工隊，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，提供每年最多兩天的公益假。於二零二一年，本集團僱員為社區服務共323小時。

贊助及捐贈

鴻福堂透過產品贊助（產品及套券）及現金捐款，支持不同非政府組織及社區項目。本集團亦於70多間零售店設置籌款箱協助不同機構籌款。於二零二一年，透過籌款箱為包括麥當勞叔叔之家慈善基金有限公司、匡智會及香港拯救貓狗協會等非牟利機構籌款。





聯繫社區

於二零二一年，雖然樂施毅行者等多個大型慈善活動仍因新型冠狀病毒疫情而暫停舉行，不過鴻福堂已逐步恢復參與較小型義工活動，並與社會企業或非牟利機構共同籌辦小組工作坊，為社區作出貢獻。

推廣健康及福祉

HFT Life – 健康及福祉工作坊系列

HFT Life不僅推廣健康飲食，同時為客人提供一個放鬆的環境，治癒身心。我們相信，身心健康乃達致豐盛生活的關鍵。

於報告年度，本集團與WE+（由香港社會創投基金成立）及香港家庭福利會等機構合作，舉辦一系列小組工作坊及課堂（如瑜珈及正念課堂、親子手工皂班和健康分享會等），推廣健康養生的重要。於二零二一年，於HFT Life舉辦了逾50小時的課程，合共有190人次參與。



打造充滿關愛的社區

年糕捐贈

於農曆新年期間，本集團與WE+合作，捐贈超過400件鴻福堂年糕予北河同行。在鴻福堂義工隊的協助下，年糕已分發予居於深水埗的弱勢社群。

公益行善「折」食日2021

鴻福堂連續第12年支持由香港公益金舉辦的公益行善「折」食日。於二零二一年，鴻福堂贊助多達20,000張產品券，吸引約290間公司及機構參與，合共籌得超過130萬港元。





推動共融

支持本地企業及弱勢社群

於二零二一年，鴻福堂與多個非牟利機構及社會企業合作，包括香港社會創投基金、合廠及晴媽媽手工坊，將涼茶渣升級再造，製成涼茶渣再生手工皂。此項可持續發展項目亦為本地社區的婦女提供發展機會。

此外，鴻福堂亦通過贊助，支持豐盛社企學會及社企縫補寶，提高共融意識。其亦支持 Hello Cocoa (一間聘用有特殊教育需要的年輕人的社會企業)，於指定店鋪出售其朱古力。



愛惜環境

清理紅樹林

於二零二一年十月，本集團與香港基督教女青年會 (YWCA) 合辦義工活動，前往大澳清理紅樹林，並探訪長者。義工隊收集及清理了超過20袋垃圾，重現大澳紅樹林的自然景觀。



剩食捐贈

為回饋社會，本集團於二零二一年繼續與民社服務中心等多家食物銀行合作，收集超過6,300件來自零售店或廠房的剩餘食品。

未來計劃

“

展望未來，鴻福堂將繼續努力顧及社區需要及利益，並透過與更多機構及本地企業合作，進一步將服務社區的願景融入其營商價值中。

”



績效總覽

環境績效

| 指標 | 單位 | 二零二一年 | 二零二零年 |
|-----------------------|--------------------|--------------------------|---------------------|
| 廢氣排放 | | | |
| 氮氧化物 | 公噸 | 36.0 | 37.9 |
| 硫氧化物 | 公噸 | 2.4 | 2.4 |
| 懸浮粒子 | 公噸 | 2.5 | 2.6 |
| 溫室氣體排放 | | | |
| 範圍1：直接排放 | 公噸二氧化碳當量 | 4,327 | 4,871 |
| 範圍2：能源間接排放 | 公噸二氧化碳當量 | 8,532 | 6,781 ¹⁵ |
| 範圍3：其他間接排放 | 公噸二氧化碳當量 | 74 | 88 |
| 溫室氣體總排放量（範圍1、2及3） | 公噸二氧化碳當量 | 12,933 | 11,740 |
| 溫室氣體密度 ¹⁶ | 公噸二氧化碳當量／1,000港元收益 | 0.015 | 0.014 |
| 廢棄物 | | | |
| 有害廢棄物 ¹⁷ | 公噸 | 0.36¹⁸ | 0.10 |
| 有害廢棄物密度 | 公噸／十億港元收益 | 4.15 | 1.14 |
| 無害廢棄物 ¹⁹ | 公噸 | 1,748 | 2,009 |
| 無害廢棄物密度 | 公噸／1,000港元收益 | 0.002 | 0.002 |
| 能源消耗 | | | |
| 直接能源（非再生） | | | |
| 柴油 | 兆瓦時 | 5,595 | 5,333 |
| 天然氣 | 兆瓦時 | 9,580 | 10,072 |
| 汽油 | 兆瓦時 | 131 | 89 |
| 液化石油氣 | 兆瓦時 | 33 | 43 |
| 煤氣 | 兆瓦時 | 1,306 | 1,728 |
| 總直接能源用量 | 兆瓦時 | 16,645 | 17,265 |
| 間接能源 | | | |
| 電力 ²⁰ | 兆瓦時 | 17,071 | 13,281 |
| 總間接能源用量 | 兆瓦時 | 17,071 | 13,281 |
| 總能源消耗 | 兆瓦時 | 33,716 | 30,546 |
| 能源密度 | 兆瓦時／1,000港元收益 | 0.039 | 0.035 |
| 耗水量 | | | |
| 總耗水量 | 立方米 | 278,854 | 270,782 |
| 耗水量密度 | 立方米／1,000港元收益 | 0.321 | 0.313 |
| 包裝 | | | |
| 總包裝材料用量 ²¹ | 公噸 | 558.9 | 572.2 |
| 包裝材料密度 | 公噸／1,000港元收益 | 0.0006 | 0.0007 |

¹⁵ 二零二零年的用電量乃按支付的總金額入賬，政府補貼的消耗不計算在內。

¹⁶ 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。

¹⁷ 僅包括來自香港的數據。

¹⁸ 有害廢棄物的增加乃由於新辦公室更換電子設備。

¹⁹ 包括來自香港廠房以及開平辦公室及廠房的數據。

²⁰ 包括自二零二零年起開平廠房的吹瓶廠耗電量。

²¹ 包括紙箱及塑膠。



社會績效

員工總數

僱員²²

| | 二零二一年 ²³ | 二零二零年 |
|-----------|---------------------|-------|
| 按性別劃分 | | |
| 男性 | 228 | 248 |
| 女性 | 637 | 643 |
| 按年齡組別劃分 | | |
| 30歲以下 | 123 | 158 |
| 30至40歲 | 238 | 252 |
| 41至50歲 | 286 | 287 |
| 50歲以上 | 218 | 194 |
| 按僱員類別劃分 | | |
| 經理及以上 | 31 | 33 |
| 副經理及助理經理 | 51 | 70 |
| 高級主任及主任 | 124 | 99 |
| 助理主任及一般僱員 | 659 | 689 |
| 按僱傭類別劃分 | | |
| 全職 | 798 | 824 |
| 兼職 | 13 | 59 |
| 合約 | 54 | 8 |
| 按地區劃分 | | |
| 香港 | 717 | 695 |
| 中國內地 | 148 | 196 |
| 員工總數 | 865 | 891 |

其他員工²⁴

| | 二零二一年 | 二零二零年 |
|---------|-------|-------|
| 按員工類別劃分 | | |
| 清潔工 | 4 | 4 |
| 資訊科技支援 | 5 | 4 |
| 會計 | 4 | 3 |
| 財務顧問 | 1 | 1 |
| 總數 | 14 | 12 |

²² 根據於二零二一年十二月三十一日的僱員數目計算。

²³ 於二零二一年十二月三十一日，鴻福堂共有904名僱員，其中717名僱員位於香港及187名僱員位於中國內地。在中國內地的187名僱員中，148名位於開平辦公室及廠房的僱員屬於報告範圍內。因此，本報告所匯報的員工總數為865人。

²⁴ 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

新入職僱員²⁵

| | 二零二一年 | | 二零二零年 | |
|-----------|------------|------------|------------|------------|
| | 人數 | 比率 | 人數 | 比率 |
| 按性別劃分 | | | | |
| 男性 | 83 | 36% | 70 | 32% |
| 女性 | 193 | 30% | 194 | 32% |
| 按年齡組別劃分 | | | | |
| 30歲以下 | 79 | 64% | 101 | 77% |
| 30至40歲 | 63 | 26% | 60 | 26% |
| 41至50歲 | 67 | 12% | 68 | 25% |
| 50歲以上 | 67 | 31% | 35 | 17% |
| 按地區劃分 | | | | |
| 香港 | 252 | 35% | 239 | 35% |
| 中國內地 | 24 | 16% | 25 | 16% |
| 總數 | 276 | 32% | 264 | 32% |

僱員流失²⁶

| | 二零二一年 | | 二零二零年 | |
|-----------|------------|------------|------------|------------|
| | 人數 | 比率 | 人數 | 比率 |
| 按性別劃分 | | | | |
| 男性 | 75 | 33% | 103 | 47% |
| 女性 | 265 | 42% | 221 | 36% |
| 按年齡組別劃分 | | | | |
| 30歲以下 | 119 | 97% | 108 | 82% |
| 30至40歲 | 100 | 42% | 83 | 36% |
| 41至50歲 | 65 | 23% | 77 | 29% |
| 50歲以上 | 56 | 26% | 56 | 28% |
| 按地區劃分 | | | | |
| 香港 | 284 | 40% | 285 | 42% |
| 中國內地 | 56 | 37% | 39 | 25% |
| 總數 | 340 | 39% | 324 | 39% |

²⁵ 新入職僱員比率 = 本報告期間新入職僱員總數 / 本報告期末僱員總數。

²⁶ 僱員流失率 = 本報告期間離職僱員總數 / 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

| | 二零二一年 | 二零二零年 |
|--------------------------------------|-------|-------|
| 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) ²⁷ | 0.0 | 0.0 |
| 因工傷損失工作日數 | 555.0 | 506.5 |
| 工傷記錄 | 15 | 24 |
| 工傷率(每1,000名員工) ²⁸ | 17.3 | 28.8 |

培訓及發展²⁹

接受培訓僱員人數³⁰

| | 二零二一年 | | 二零二零年 | |
|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 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 | 108 | 47% | 151 | 69% |
| 女性 | 443 | 70% | 326 | 53% |
| 按僱員類別劃分 | | | | |
| 經理及以上 | 79 | 255% | 42 | 131% |
| 副經理及助理經理 | 97 | 190% | 64 | 119% |
| 高級主任及主任 | 160 | 129% | 188 | 219% |
| 助理主任及一般僱員 | 215 | 33% | 183 | 28% |
| 總數 | 551 | 64% | 477 | 57% |

受訓時數³¹

| | 二零二一年 | | 二零二零年 | |
|-----------|----------|------------|----------|------------|
| | 受訓時數 | 每名僱員平均受訓時數 | 受訓時數 | 每名僱員平均受訓時數 |
| 按性別劃分 | | | | |
| 男性 | 881.25 | 3.83 | 1,250.00 | 5.73 |
| 女性 | 3,356.00 | 5.27 | 1,706.75 | 2.78 |
| 按僱員類別劃分 | | | | |
| 經理及以上 | 634.50 | 20.47 | 238.00 | 7.44 |
| 副經理及助理經理 | 892.50 | 17.50 | 350.00 | 6.48 |
| 高級主任及主任 | 1,613.50 | 13.01 | 1,028.00 | 11.95 |
| 助理主任及一般僱員 | 1,096.75 | 1.66 | 1,340.75 | 2.03 |
| 總數 | 4,237.25 | 4.89 | 2,956.75 | 3.55 |

供應鏈管理

| | 二零二一年 | 二零二零年 |
|------------------------|-------|-------|
| 按地區劃分的供應商數目 | | |
| 香港 | 150 | 148 |
| 中國內地 | 134 | 139 |
| 其他地區 | 38 | 37 |
| 總數 | 322 | 324 |
| 本集團已向其實施相關ESG慣例的供應商百分比 | 92% | 93% |

²⁷ 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 / 於報告期末僱員總數 x 1,000。

²⁸ 工傷率(每1,000名員工) = 工傷個案總數 / 於報告期末僱員總數 x 1,000。

²⁹ 包括於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受訓時數僅供參考。

³⁰ 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。

³¹ 每名僱員平均受訓時數 = 指定類別的總受訓時數 / 指定類別的僱員總數。



內容索引

| 主要範疇 | 內容 | 頁次 / 備註 |
|-----------------|--|----------|
| 強制披露規定 | | |
| 管治架構 | | |
| 董事會聲明 | 披露董事會對ESG事宜的監管 | 9-11 |
| | 董事會的ESG管理方針及策略，包括評估、優次排列及管理重要的ESG相關事宜（包括對發行人業務的風險）的過程 | 9-12 |
| | 董事會如何按ESG相關目標檢討進度，並解釋它們如何與發行人業務有關連 | 9-11 |
| 報告原則 | | |
| 應用報告原則的描述 | 重要性 ：ESG報告應披露：(i)識別重要ESG因素的過程及選擇這些因素的準則；(ii)如發行人已進行持份者參與，已識別的重要持份者的描述及發行人持份者參與的過程及結果。 | 7, 15-16 |
| | 量化 ：有關匯報排放量／能源耗用（如適用）所用的標準、方法、假設及／或計算工具的資料，以及所使用的轉換因素的來源應予披露。 | 7 |
| | 一致性 ：發行人應在ESG報告中披露統計方法或KPI的任何變更（如有）或任何其他影響有意義比較的相關因素。 | 7 |
| 匯報範圍 | | |
| 描述 | 解釋ESG報告的匯報範圍，及描述挑選哪些實體或業務納入ESG報告的過程。 | 7 |
| 不遵守就解釋條文 | | |
| A. 環境 | | |
| A1 排放 | | |
| 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。 | 17, 29 |
| A1.1 | 排放物種類及相關排放數據。 | 42 |
| A1.2 | 直接（範圍1）及能源間接（範圍2）溫室氣體總排放量（以噸計算）及（如適用）密度。 | 33, 42 |
| A1.3 | 所產生有害廢棄物總量及（如適用）密度。 | 31, 42 |
| A1.4 | 所產生無害廢棄物總量及（如適用）密度。 | 31, 42 |
| A1.5 | 描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。 | 32-33 |
| A1.6 | 描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。 | 29-31 |



| 主要範疇 | 內容 | 頁次／備註 |
|------------------|--|-----------|
| 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。 | 29, 35 |
| A2.1 | 按類型劃分的直接及／或間接能源總耗量及密度。 | 34, 42 |
| A2.2 | 總耗水量及密度。 | 42 |
| A2.3 | 描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。 | 34-35 |
| A2.4 | 描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。 | 37 |
| A2.5 | 製成品所用包裝材料的總量及（如適用）每生產單位佔量。 | 36-37, 42 |
| 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。 | 29 |
| 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。 | 29 |
| A4氣候變化 | | |
| 一般披露 | 識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。 | 32 |
| A4.1 | 描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動。 | 32 |
| B. 社會 | | |
| B1僱傭 | | |
| 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。 | 17, 23-24 |
| B1.1 | 按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。 | 23, 43 |
| B1.2 | 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。 | 23, 44 |
| B2健康與安全 | | |
| 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。 | 17, 25-26 |
| B2.1 | 過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。 | 26, 45 |
| B2.2 | 因工傷損失工作日數。 | 26, 45 |
| 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。 | 25-26 |



| 主要範疇 | 內容 | 頁次／備註 |
|----------------|--|--------|
| B3發展及培訓 | | |
| 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。 | 26-27 |
| B3.1 | 按性別及僱員類別劃分的受訓僱員百分比。 | 28, 45 |
| 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。 | 28, 45 |
| B4勞工準則 | | |
| 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。 | 17, 25 |
| B4.1 | 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。 | 25 |
| B4.2 | 描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。 | 25 |
| 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。 | 22 |
| B5.1 | 按地區劃分的供應商數目。 | 45 |
| B5.2 | 描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目以及相關執行及監察方法。 | 22 |
| B5.3 | 描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。 | 22 |
| B5.4 | 描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。 | 22 |
| 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。 | 17-21 |
| 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。 | 19 |
| B6.2 | 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。 | 21 |
| 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。 | 18-19 |
| 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 |



| 主要範疇 | 內容 | 頁次／備註 |
|---------------|---|--------|
| 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。 | 17, 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。 | 17 |
| 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 |
| B7.3 | 描述向董事及員工提供的反貪污培訓。 | 20 |
| 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。 | 39-40 |
| B8.1 | 專注貢獻範疇。 | 39-40 |
| B8.2 | 在專注範疇所動用資源。 | 39-40 |



HUNG FOOK TONG

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



www.hungfooktong.com