



環境、社會及  
管治報告  
2022

**天福(開曼)控股有限公司**  
**Tenfu (Cayman) Holdings Company Limited**

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號: 6868

# 環境、社會及管治報告

## 目錄

• 關於本報告	2
• 走進天福	3
• 完善企業管治，堅守合規底線	5
○ 公司治理	5
○ 風險管理	6
○ 商業道德及合規	8
○ 數字化高效管理	10
• 構建責任管理體系，推動永續發展	11
○ ESG管理策略	11
○ 董事會聲明	12
○ 利益相關方溝通	13
○ ESG議題及重要性	14
○ SDG響應	16
• 構築食安基石，傳遞品質服務	17
○ 產品質量與安全	17
○ 知識產權保護	22
○ 貼心服務	23
• 踐行綠色生產，推動低碳轉型	27
○ 助力低碳發展	27
○ 守護自然資源	30
○ 強化排放管理	31
• 關懷員工，厚植成長沃土	35
○ 打造平等多元工作環境	35
○ 聚焦人才培養與發展	38
○ 提升員工幸福感	42
○ 堅守健康安全底線	43
• 攜手合作夥伴，實現共創共贏	46
○ 供應商管理	46
○ 責任採購	47
○ 促進行業發展	49
• 回饋社會，傳遞茶的「人情味」	50
○ 投身慈善公益	50
○ 弘揚傳統茶文化	51
• 附錄	54
○ ESG報告索引	54
○ 讀者意見反饋表	59

### • 關於本報告

天福(開曼)控股有限公司(股份代號：6868)特此發佈本公司及其附屬公司(統稱「天福」、「本集團」或「我們」)2022年環境、社會及管治(「ESG」)報告(「本報告」)，向所有利益相關方介紹本集團在ESG方面的理念和實踐。這是本集團連續第七年披露ESG報告。

### 報告範圍

本報告涵蓋了本集團主營業務，時間範圍為2022年1月1日至2022年12月31日(「報告期」)。報告期內環境範疇和社會範疇的關鍵績效指標披露範圍涵蓋本集團漳州天福茶業有限公司、漳浦天福觀光茶園有限公司、安溪天福茶業有限公司、貴定天福觀光茶園有限公司、浙江天福茶業有限公司、夾江天福觀光茶園有限公司、廣西天福茶業有限公司、杭州雲棲天福茶業有限公司，較2021年度《ESG報告》數據披露範圍新增杭州雲棲天福茶業有限公司。本報告符合「不遵守就解釋」披露要求，並對不適用的披露規則進行了解釋。

### 報告準則

本報告是依照香港聯合交易所有限公司(「香港聯交所」)證券上市規則附錄27《環境、社會及管治報告指引》(「《ESG報告指引》」)編寫，從環境和社會兩個範疇，相應地闡述本公司各類業務及營運活動中產生的環境和社會影響。本報告遵守《ESG報告指引》的「重要性」、「量化」、「平衡」和「一致性」原則。

- 「重要性」原則：本集團通過利益相關方參與及重要性評估，確定重要的ESG議題，利益相關方溝通和實質性評估已披露；
- 「量化」原則：本報告定量匯報了本集團環境和社會範疇的重要關鍵績效指標，附帶量化數據說明，闡述其目的及影響，並提供比較數據；
- 「平衡」原則：本報告不偏不倚地呈報了本集團環境和社會範疇的表現；
- 「一致性」原則：本報告環境及社會範疇關鍵績效指標的披露統計方法與2021年保持一致。

### 報告發佈

本報告以網絡版形式發佈，可在香港聯交所網站(<http://www.hkexnews.hk/>)及本集團官網(<http://www.tenfu.com>)查閱。

## 環境、社會及管治報告

- 走進天福



本集團是中國領先的傳統中式產品企業，從事各類茶產品的銷售及營銷以及發展產品理念、口味及包裝設計業務。經數十載，本集團已發展成為集茶葉加工、銷售、科研、文化、旅遊為一體的全方位茶業品牌。

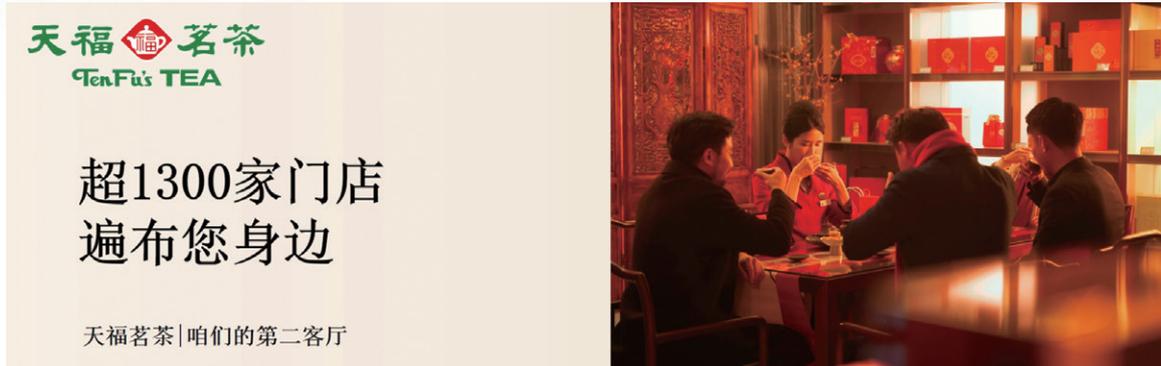
我們的主要產品為茶葉、茶食品及茶具，並通過自有及第三方零售門市及專賣點的全國性網絡出售該等產品。公司於2022年度獲得中國茶葉流通協會評選的「2022年度茶業百強企業」以及「2022年度茶業市場競爭力標桿品牌」的榮譽稱號。

在營銷模式上，公司採取將市場細分的多品牌策略，佔據中國傳統中式茶產品市場的各個細分市場。天福品牌力求為消費者提供度身而設的購物體驗，在消費者中享有較高的品牌知名度：天福天心主要透過大型綜合超市銷售產品；同時彼物BEAU和JustT匠心茶等品牌透過電子商務平台銷售商品，以期給更多消費者提供購買便利；放牛斑主要針對年輕族群，為其提供即時茶飲產品。

## 環境、社會及管治報告

「在商品組合策略上，公司主要經營傳統中式茶產品，整合了中國的茶葉資源，開發出多達1,800多種的天福系列產品，主要包括烏龍茶、綠茶、紅茶、普洱茶、花茶和白茶等包裝茶、袋泡茶，以及茶食品、茶具、茶藝用品和香道等系列產品。」

我們秉承「重品質，重安全，重環境」的發展理念，積極承擔企業社會責任，推動茶產業的可持續發展。



天福茗茶  
TenFu's TEA

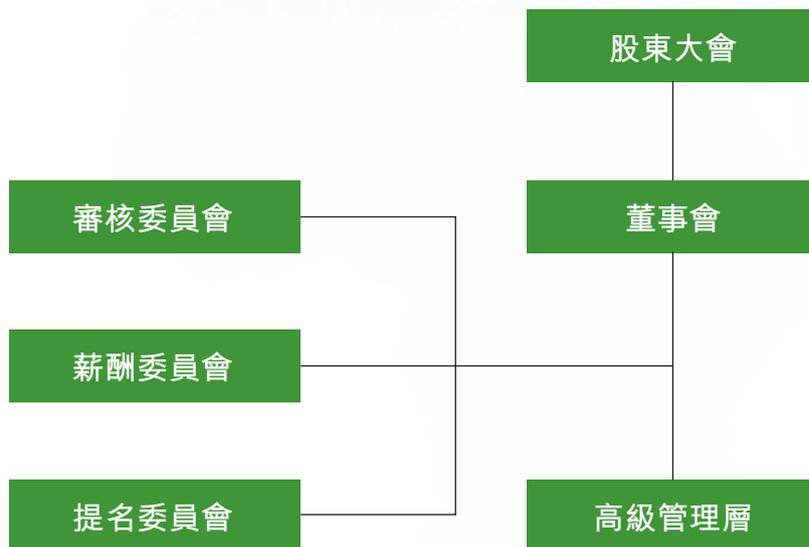
超1300家门店  
遍布您身边

天福茗茶 | 咱们的第二客厅

## 環境、社會及管治報告

- 完善企業管治，堅守合規底線
- 公司治理

本集團致力於維持高水平的企業管治，以提升股東價值及保障股東權益。本集團的企業管治原則著重強調高素質董事會、有效內部控制及對股東負責任的重要性。



### 1) 董事會

董事會負責領導及控制本公司，並監督本集團的業務、戰略決定及表現。董事會已向行政總裁授權而董事亦承擔，並透過行政總裁向高級管理層轉授權力及職責，負責本集團日常管理及運作。此外，董事會亦已成立董事委員會，並向該等董事委員會授予多項職責，有關職責載於其各自的職權範圍內。

### 2) 提名委員會

提名委員會的主要職責包括定期檢討董事會架構、人數及組成、向董事會推薦董事委任及繼任規劃，以及評估獨立非執行董事的獨立性。於履行物色適當的合資格人選為董事會成員之職責時，提名委員會將充分考慮董事會成員多元化政策。董事會所有委任均以用人唯才為原則，並充分顧及董事會成員多元化的裨益。甄選董事會成員人選將按一系列多元化範疇為基準，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、經驗（專業或其他方面經驗）、技能及知識。

### 3) 薪酬委員會

薪酬委員會主要目標包括就薪酬政策與架構及執行董事與高級管理層的薪酬待遇提供推薦意見及批准。薪酬委員會亦負責就有關薪酬政策及架構的發展制定具有透明度的程序，確保董事或其任何聯繫人士將不會參與決定其本身薪酬的決策，有關薪酬將經參考個人及本公司表現以及市場慣例及條件後釐定。

### 4) 審核委員會

審核委員會的主要職責如下：

- 審閱綜合財務報表及報告，以及向董事會提交由內部核數師或外聘核數師提出的任何重大或不尋常事項前，負責審議該等事項；
- 根據外聘核數師的工作、其費用及聘用條款檢討與外聘核數師的關係並就外聘核數師的委任、重新委任及免職向董事會提出推薦建議；
- 檢討本集團財務申報制度、內部監控制度、風險管理制度及相關程序是否充分及有效。

### o 風險管理

董事會明白自身有責任確保本集團建立及維持恰當且有效的風險管理及內部監控系統，並每年檢討該系統的有效性。董事會作為全面風險管理的最高決策機構，對全面風險管理體系的完整性和有效性承擔最終責任。董事會通過授權下設的內部審核部履行其全面風險管理的部份職責，監督全面風險管理體系運行的有效性。

本集團採取三道防線模式管理風險：

- **第一道防線：**營運管理人員是第一道防線的核心，負責識別、報告及初步管理日常營運中存在的風險。
- **第二道防線：**第二道防線旨在推動及監察營運管理人員高效實施風險管理措施，協助風險責任人界定風險敞口及向整個集團報告充足的風險信息。
- **第三道防線：**內部審核功能是第三道防線的核心，主要負責檢查、審核及監察第一及第二道防線的工作。

## 環境、社會及管治報告

根據我們建立的全面風險評估方法，本集團從業務流程出發，進行風險識別。本集團每年會對社會宏觀經濟、行業、食品安全、客戶關係、營銷、人力資源、匯率、政策、信息安全等進行風險評估，同時分析各類風險產生的原因，並做出針對性的風險應對措施等相關明細報告呈報給董事會。我們選擇各個業務流程中的主要負責人作為受訪者，識別流程中的風險，並匯總形成最終風險清單。風險清單中的各風險按發生的可能性及影響的程度評估，並計及目前降低該等風險所採用的內部監控。風險評估結果向高級管理層及董事會匯報，以根據其風險偏好、可用於降低風險的資源及目前已存在的內部監控狀況等因素來確認我們的風險應對策略。

我們及時就所識別的重大內部監控瑕疵進行溝通，並審慎評估潛在影響。身為監控責任人的部門須提出糾正措施，並於實施前獲得管理層批准。管理層及內部審核部門監察實施情況，確保及時妥善解決監控瑕疵。

本集團亦制定處理及傳播內幕消息的政策及程序。將予披露的數據由合規部及管理層妥為審閱及批准，確保合適準確，並於披露後密切監察。本集團打算於有需要時盡全力不斷優化內部監控系統。

- 商業道德及合規
- 反腐敗及商業道德

本集團嚴格遵守《中華人民共和國刑法》、《中華人民共和國反洗錢法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》、《中華人民共和國合同法》和《民法典》等相關法律法規，始終堅持廉潔從業，並不斷推動行業廉潔文化建設。公司擁有完善的廉政制度機制，保證廉潔經營有據可依，我們在《員工手冊》中明確規定員工不得營私舞弊、挪用公款、貪污、收受賄賂，並與商業合作夥伴簽訂廉潔行為規定，要求供應商及客戶亦遵守相關反貪腐要求。我們禁止任何員工利用個人的職業條件參與任何非法行為，包括但不限於營私舞弊、挪用公款、貪污、收受賄賂等行為，若員工發現相關情況，可通過電話、電郵等方式向相關管理人員進行舉報。我們對舉報人信息予以保密，舉報人也可以採用匿名方式舉報。

為保持商務關係的廉潔透明，我們在採購合同中附加誠信條款，規定雙方拒絕索賄、行賄及其他不正當的商業行為。同時，我們要求合作夥伴在簽訂商業合作合同的同時簽署《廉潔從業責任書》，規範合同雙方的商業行為，維護公平競爭，杜絕商務腐敗，推進廉潔建設，為廉潔經營提供保障。

公司不斷豐富廉潔活動，積極開展廉潔培訓，推動行業廉潔文化建設，提高全體員工的廉潔意識和公司的廉潔經營水平。本集團設有法務部，專門指導、支持和監督合規和反貪污工作，主導聯絡各個職責部門，定期開展面向新員工「反貪污、反商業賄賂」等內容的培訓學習，培訓內容包括反貪污受賄、反職務侵佔、反洗錢等商業道德準則及其他有關法律知識，同時會組織員工觀看廉潔宣傳影片。2022年，我們亦為集團董事會及關鍵崗位（財務及倉庫管理）人員開展商業道德培訓，以提升公司管理層廉潔意識。2022年，我們共有167名員工接受了反腐敗及商業道德培訓。

報告期內，本集團未發生重大貪腐事宜。



## 環境、社會及管治報告

### • 標籤管理

本集團嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》、《食品標識管理規定》、《預包裝食品標籤通則》、《預包裝食品營養標籤通則》等法律法規，按照規定進行廣告宣傳，設計產品商標及包裝版面標籤，並隨時跟蹤標準更新。作為漳州市商標協會的重要成員，我們鞏固並推進知識產權管理及保護措施，制定相應的商標授權規範文件及流程單，建立完整的標籤審核流程，對商標等知識產權進行全方位保護。

《預包裝食品標籤通則》及《預包裝食品營養標籤通則》兩則食品安全國家標準徵求意見稿於2019年底公開發佈，其正式標準仍處於制定階段。為提前確保天福能夠高效響應國家的最新標準、滿足合規要求、減少公司包裝材料報損，我們對包裝標籤的變更做了充分的準備工作。

同時，本集團定期對茶廠、食品廠和蜜餞廠等廠務包裝、設計和企劃等相關人員進行食品標籤標識法律知識培訓，通過對預包裝食品標籤通則等法條的解讀，並結合實際案例，提高員工法律意識，預防風險。



### o 數字化高效管理

隨着天福業務版圖的不斷擴大，本集團高度重視數字化轉型投入，構建信息化核心平台，從財務業務一體化的運營管控體系，將數字信息與傳統行業相結合，為公司的核心競爭優勢添磚加瓦。面對新經濟、新模式，我們將以為用戶創造價值為目標，用數據驅動商業模式創新，弘揚中國茶文化。

面對縱向業務管控和橫向業務協同升級的需求，天福確定了「3個面向、3條主線、1個平台」的數字化轉型方案。面向鏈接消費者、激活員工、賦能終端的目標，天福集中力量打造集團一體化的運營管控平台，圍繞分銷供應一體化、工廠運營協同化、財務管控精細化三條主線展開數字化建設。



天福大力推進以企業業務能力(EBC)為核心的數字化轉型，使數據資產轉化為驅動企業創新的生產力和生產要素，重構企業數字戰鬥力，滿足終端、分銷、工廠端到端的人業協同需求，支撐業財一體化，為管理者制定戰略決策、進行業務判斷提供有效支持，實現經營可見、風險可控、高效產出。其中，在運營協同、集團管控、數據賦能等方面成果顯著。

同時，本集團運用泛微、企業微信等辦公軟件，搭建運營人力資源系統、微信審批平台等項目，以創新思路、數字化轉型、節約資源等方向賦能員工高效辦公。

## 環境、社會及管治報告

### • 構建責任管理體系，推動永續發展

#### o ESG管理策略

作為一家知名食品企業，本集團始終不忘探索如何更好地結合商業成功與社會責任，在關注自身發展的同時，將可持續發展融入集團發展戰略讓其成為每一位管理者和員工共同的價值取向。

本集團嚴格控制食品安全及質量，堅持節能減排，為員工提供健康安全的工作環境和制定科學、完善的培養計劃，積極推動建設透明正規的綠色供應鏈和健康的行業環境。

我們建立由董事會、高級管理層和ESG工作小組構成的三級ESG管治架構，明確其對應的ESG管治職能，以實現自上而下的ESG事宜監管，保障本集團ESG工作的順利開展。

- 董事會對本集團的ESG策略及匯報承擔全部責任，負責評估及釐定ESG相關風險及機遇、確保設有適當和有效的ESG風險管理及內部監控系統、制訂ESG管理方針、策略、優次及目標、並就ESG相關目標定期檢討本集團的表現、審批ESG報告內的披露資料。
- 高級管理層負責評估及釐定本集團有關ESG的風險，確保本集團設立合適及有效的ESG風險管理及內部控制系統，向董事會匯報ESG相關的風險與機遇，確保風險管理及內部監控系統的有效運行。
- ESG工作小組由本集團主要部門組成，負責執行經高級管理層批准的ESG管理政策，開展ESG管理和報告的工作，並向本集團高級管理層匯報ESG管理和報告的工作進展。

2023年3月22日，本集團董事會召開董事會會議，審閱2022年本集團的ESG工作總結及ESG報告，並對2023年ESG管理工作提出指導。

其餘治理信息，請參閱《天福（開曼）控股有限公司年度報告2022》。

### o 董事會聲明

本集團董事會及全體董事保證本報告內容不存在任何虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏，並對董事會的ESG監督及管理工作做出如下聲明：

本集團董事會為ESG策略及管理的最高責任機構，定期討論及審查本集團的ESG風險和機遇、表現及進度。為進一步加強對ESG事宜的管理，我們建立三級ESG管治架構，保障本集團ESG工作的順利開展。

我們通過多種渠道與各利益相關方進行了廣泛深入地溝通，匯總關注議題，並持續對重點議題展開響應。針對產品品質管理、客戶滿意度管理、誠信合規經營等重點議題，本集團已開展積極管理，並在本報告內對於上述議題的管理方式進行重點闡述。

本集團已訂立了ESG策略及目標來審視和管理本集團對環境、社會及管治的影響，並將可持續發展理念融入相關營運層面。

展望未來，董事會將持續優化ESG治理，積極響應利益相關方的關切，制定相應的行動計劃，並定期檢討相關目標的進度，推進ESG管理提升。

## 環境、社會及管治報告

### 利益相關方溝通

本集團始終堅信利益相關方的有效參與及持續支持對於本集團的長遠發展有着舉足輕重的作用。因此，本集團積極與各核心利益相關方開展溝通，建立多元暢通的溝通渠道，鼓勵其監督本集團ESG管理策略的實施，表述對可持續性績效與未來發展策略的意見及建議。本集團之利益相關方來自不同範疇及層面，包括股東與投資者、政府與監督機構、客戶、合作夥伴、行業、員工、社區和環境等。

利益相關方	期望與要求	溝通機制
政府與監督機構 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 遵紀守法</li> <li>• 依法納稅</li> <li>• 貢獻社會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 直接溝通</li> <li>• 監督考核</li> <li>• 政企合作</li> <li>• 會議</li> </ul>
股東與投資者 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 持續發展，回報股東</li> <li>• 信息披露</li> <li>• 公司治理</li> <li>• 風險管控</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 公司年報、中報及公告</li> <li>• 股東大會</li> <li>• 會議、路演及實地考察</li> </ul>
客戶 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 優質的服務</li> <li>• 消費者權益保護</li> <li>• 產品質量與安全</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 會員活動</li> <li>• 透明工廠</li> <li>• 服務熱線</li> <li>• 網絡平台</li> </ul>
合作夥伴 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 信守承諾</li> <li>• 公平、公正、公開採購</li> <li>• 共贏發展</li> <li>• 反腐敗</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 項目合作</li> <li>• 日常業務交流</li> <li>• 定期審核和實地考察</li> <li>• 會見洽談</li> </ul>
行業 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 互惠共利</li> <li>• 共同發展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 研究及合作</li> <li>• 溝通大會</li> <li>• 考察互訪</li> <li>• 交流活動</li> </ul>
員工 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 工資及福利保障</li> <li>• 健康安全的工作環境</li> <li>• 公平的晉升和發展機會</li> <li>• 能力提升</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 績效考核</li> <li>• 員工福利活動</li> <li>• 培訓和團隊建設</li> <li>• 內部會議</li> </ul>
社區 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 促進社區和諧發展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 社區活動與合作</li> <li>• 公益慈善活動</li> <li>• 直接溝通</li> <li>• 社交媒體</li> </ul>

- o ESG議題及重要性
- 議題重要性評估程序

### 步驟一：識別ESG議題

我們綜合考慮本集團產業、運營特性及戰略方向，根據本集團ESG戰略目標和香港聯交所《ESG報告指引》選擇了16個ESG議題：

《ESG報告指引》所載的ESG層面		本集團識別的ESG相關議題	
√ 環境	A1. 排放物	A. 排放物管理	B. 廢棄物管理
	A2. 資源使用	C. 水資源管理	D. 能源管理
	A3. 環境及天然資源	E. /	
	A4. 氣候變化	F. 應對氣候變化	
√ 社會	B1. 僱傭	G. 多元化與平等機會	H. 員工權益及福利
	B2. 健康與安全	I. 員工健康與安全	
	B3. 發展與培訓	J. 培訓及發展機會	
	B4. 勞工準則	K. 禁止童工與強制勞工	
	B5. 供應鏈管理	L. 供應商環境社會風險管理	
	B6. 產品責任	M. 產品品質管理	N. 客戶滿意度管理
	B7. 反貪污	O. 知識產權管理	P. 誠信合規經營
	B8. 社區投資	Q. 公益慈善	

### 步驟二：識別關鍵利益相關方

考慮到利益相關方「受我們業務影響」和「影響我們業務」的程度，我們確定了參與實質性評估的利益相關方群體。

### 步驟三：開展利益相關方調研

我們邀請了內部和外部利益相關方代表從「對公司業務的重要性」和「對利益相關者的重要性」兩個角度參與ESG議題的實質性評估問卷調查，以了解利益相關方的期望和關注。

# 環境、社會及管治報告

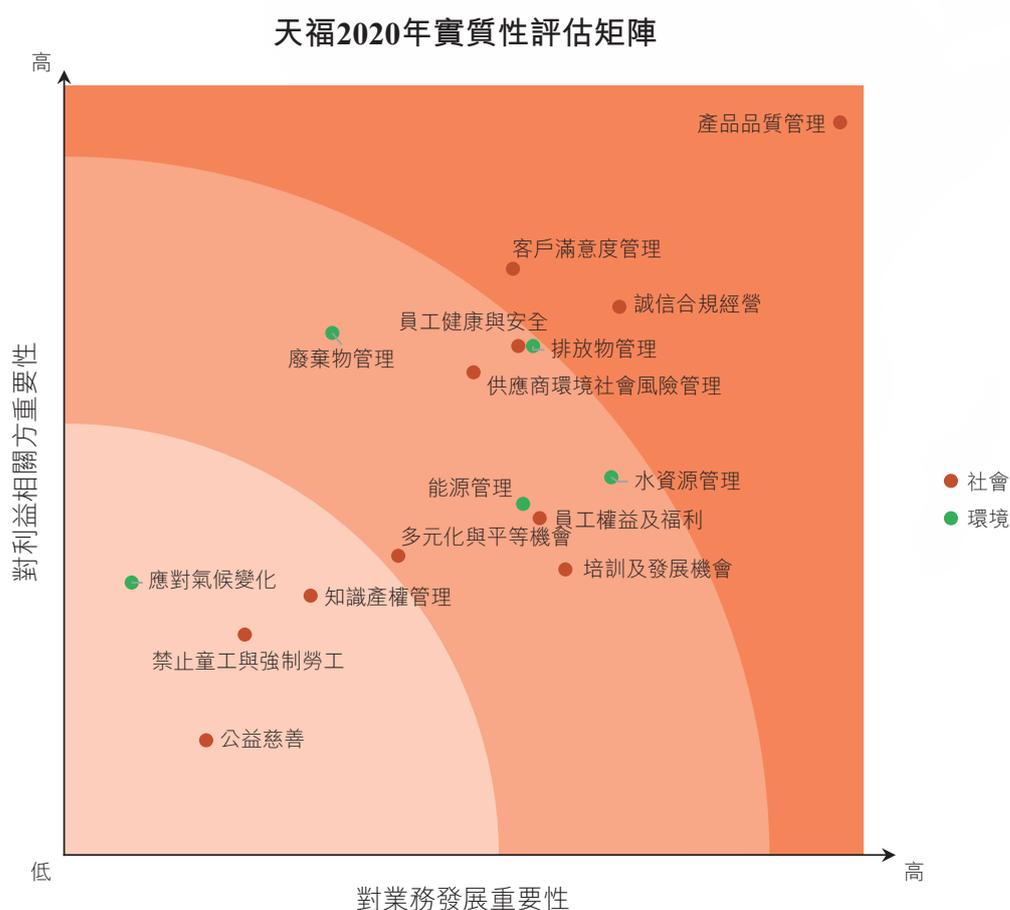
## 步驟四：繪製實質性評估矩陣

我們對內外部利益相關方填寫的重要性評價問卷結果進行分析，確定了各ESG議題的重要性優先級，並繪製了實質性評估矩陣圖。

## 步驟五：內部確認

實質性評估結果由本集團管理層及ESG工作小組進行審核及確認。在編製2022年報告的過程中，本集團管理層與ESG小組對此前評估結果再次討論，確定以上議題仍適用於本集團的ESG管理現狀。

### • 實質性評估結果



- o SDG響應
- 聯合國可持續目標響應

UN SDGs	章節名稱	議題
	走進天福	經濟績效
	完善企業管治，堅守合規底線 構建責任管理體系，推動永續發展	商業道德 規範公司治理 企業風險管理
 	構築食安基石，傳遞品質服務	產品質量與安全 客戶服務與滿意度 信息安全與隱私保護
  	踐行綠色生產，推動低碳轉型	氣候變化 能源管理 水資源管理 排放物管理
  	關懷員工，厚植成長沃土	員工權益與關愛 人才發展 健康安全
 	攜手合作夥伴，實現共創共贏	可持續供應鏈
 	回饋社會，傳遞茶的「人情味」	社區公益

## 環境、社會及管治報告

- 構築食安基石，傳遞品質服務



- 產品質量與安全

天福視產品品質如生命，嚴格管控食品安全、持續保障和提升產品質量，致力於生產安全、天然、高品質的健康中式茶產品，促進茶行業的可持續發展。通過建立卓越的質量管理體系，本集團針對全員、全面、全過程、全產業鏈進行系統化管理，以最嚴謹的標準指導產品的終端呈現。報告期內，本集團未發生產品召回事宜。

- 落實一品一碼，護航食品安全



為確保質量及食品安全風險可控，本集團通過為每件產品的最小銷售單位賦予專屬防偽二維碼標籤，依託區塊鏈應用技術的可追溯功能，實現產品從生產製造到消費者手中全生命週期可查，大幅度增加供應鏈透明度，切實保障消費者權益。產品通過「二維碼+條形碼」的雙碼身份，確保來源可查、去向可追、責任可究，也使消費者能夠通過掃碼直觀了解商品相關資訊。產品交由天康檢測中心逐批檢測，透過追溯系統可直接查看檢測報告等記錄，為消費者提供企業應盡的社會責任。

## 環境、社會及管治報告

2022年，本集團不斷完善產品追溯制度，優化一品一碼項目細節，如在原有防偽和溯源功能下，新增產品問題反饋機制，使消費者能直接將產品相關問題通過掃碼反饋到廠裡，方便業務人員在第一時間得到建議並採取行動。為確保追溯的有效性與成功率，本集團要求強制地區倉庫掃碼作業，讓一品一碼可以追溯落實到門市，確保覆蓋從茶園到終端銷售網點的全過程。二維碼也升級為不可完整撕下的防偽碼，如若破壞將無法掃出相關信息，以防因客戶獲取錯誤信息而產生的客訴。同時，為確保本集團所售產品具有一品一碼、一罐一標，我們要求門市在有拆單售賣需求的商品貼上附有「一品一碼」標識，確保消費者購買到更放心的產品。

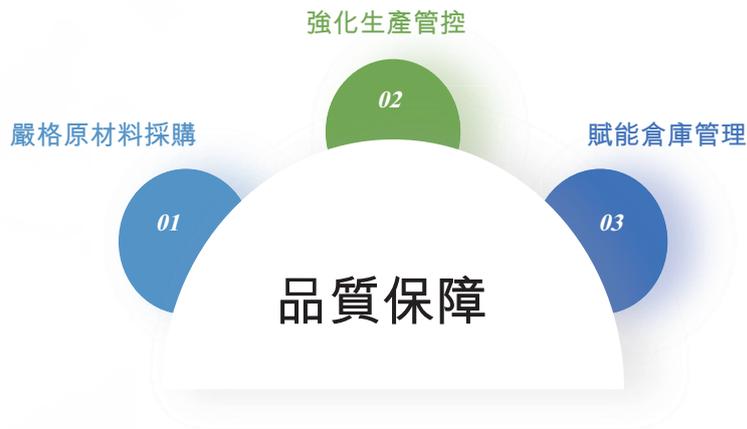
### 防偽標籤升級



### • 食品安全全流程管理

本集團秉承「重品質、重安全、重環境」的發展理念，積極貫徹「預防為主、風險管理、全程控制、社會共治」的食品安全理念。通過採購環節、生產環節、倉庫管理三個方面實施多項食品安全慣例，為食品安全層層把關，防止和解決全環節的食品安全危害。

天福全面落實國家《中華人民共和國食品安全法》、《中華人民共和國產品安全法》、《中華人民共和國產品質量法》、《茶葉生產技術規程》等法律法規及行業標準，不斷強化責任主體合規意識，並制定如《茶葉加工制度》、《茶葉儲存制度》、《食品安全管理制度》及《產品加工作業指導書》等內部食品安全管理制度，嚴格把關產品質量。為提升本集團食品安全合規性，我們成立了專項小組負責食品相關法律法規收集，優化外來文件清單。同時據國家市場監督局、衛生部以及行業協會網站等公開信息，及時更新並應用新的法律法規，確保法規的及時和準確性。



### 嚴格原料採購

本集團制定全產業鏈材料准入的標準流程，並形成原輔料採供全生命週期質量管理框架。我們不斷加強對原物料的檢驗規程，如食品包裝檢驗規程、空氣衛生檢驗規程、工具衛生檢驗規程、手指衛生檢驗規程、生產用水檢驗規程、化驗室管理辦法，定制茶葉106項農藥殘留物進行檢測，以確保其在合理範圍值內；另外，我們新增了對供應商社會和環境的風險管理評估，規範供應商農藥和化肥等要求的考核。

# 環境、社會及管治報告

## 強化生產管控

本集團不斷加強對內部生產的管控能力，不僅嚴格執行《食品生產通用衛生規範》、《生活飲用水衛生標準》及《出口食品生產企業安全衛生要求》等相關標準及法規，制定《食品生產衛生管理辦法》，從生產車間衛生如塗抹微生物、空氣沉降率、蟲鼠害控制、食品級油墨／膠水管理、員工的健康衛生及有害化學品管理等多方面提出具體要求。同時，我們加強生產過程中進行多個質量檢測程序，如化驗支持性專業文件，包括空氣衛生、工器具衛生、人員衛生等檢驗規則以確保符合有關當局頒佈的適用質量規定。此外，我們會在包裝物的明顯位置標注致敏成份的提示信息，以保障消費者的健康。本集團制定《食品安全管理手冊》，旨在提高食品安全管理體系的有效性、適宜性，為客戶提供優質安全的食品。

為了持續提高食品質量安全管理，我們依據ISO9001質量管理體系、ISO22000安全管理證書、HACCP(危害分析關鍵控制點)認證要求，對標市場先進標桿企業，建立了產業鏈安全質量風險管理機制，進一步明確安全質量風險管理的流程和原則，為全面優化本集團風險管理水平提供了堅實保障。



## 賦能倉儲管理

通過制定和實施《倉庫管理辦法》、《產品貯存和防護管理控制程序》及《產品批次溯源管理制度》等文件，我們有效防止原材料在存放過程中污染，過期和損壞，同時提高貨品進出準確性，優化產業效能。日常管理中，我們嚴格指導並規範倉庫人員日常工作行為，提高工作效率，精確庫存數據，保證物資按計劃有序地進行，使倉庫管理工作規範化、制度化、常態化。與此同時，為加強成品庫出庫環節管理，確保產品安全、賬實相符、出入庫的準確性、及時性。

### 進出口貿易質量管理

秉承天福建立之初李瑞河先生「香傳全國，茗揚世界」的企業發展目標，本集團積極開拓其海外業務，希望茶文化播撒在世界的每一個角落。以發揚光大中國茶品牌為使命，保證出口產品的品質，本集團嚴格遵守《中華人民共和國貨物進出口管理條例》、《中華人民共和國對外貿易法》、《中華人民共和國海關法》、《中華人民共和國進出口商品檢驗》等法律法規，制定《出口產品質量管理流程》規範其進出口產品要求，並根據當地情況做相應認證準備，如企業部份出口產品也榮獲美國國家有機項目(NOP)認證美國電商銷售產品需提供SGS-cGMP認證和歐盟EC認證等。

### o 知識產權保護

本集團持續開展對新產品的研發，提供最優品質的產品和服務，普及茶文化知識，傳遞健康積極的生活方式。新產品的研發是企業核心競爭力的重要標誌，知識產權則是新產品研發的重要保障。我們嚴格遵守所有與知識產權相關的法律法規，如《中華人民共和國商標法》、《中華人民共和國專利法》、《中華人民共和國著作權法》等。在知識產權維護方面，若各部門有開發新品，本集團法務部協助提交商標、專利或版權的申請，並從法律層面上進行專業審核並反饋至各業務部門，確保公司知識產權的有效性。



截至2022年12月31日，本集團累計擁有商標約750件，有效專利(包括外觀專利、發明專利及實用新型專利)76件。

## 環境、社會及管治報告

### o 貼心服務

作為一家負責任的社會企業，我們持續遵循《中華人民共和國消費者權益保護法》和《食品召回管理辦法》等法律法規，注重客戶隱私保護並推進合理廣告宣傳。同時我們用心聆聽顧客聲音並提升自身服務水平，注重消費者權益保護，致力於為消費者打造優質的消費環境。

### • 持續優化，打造品質服務

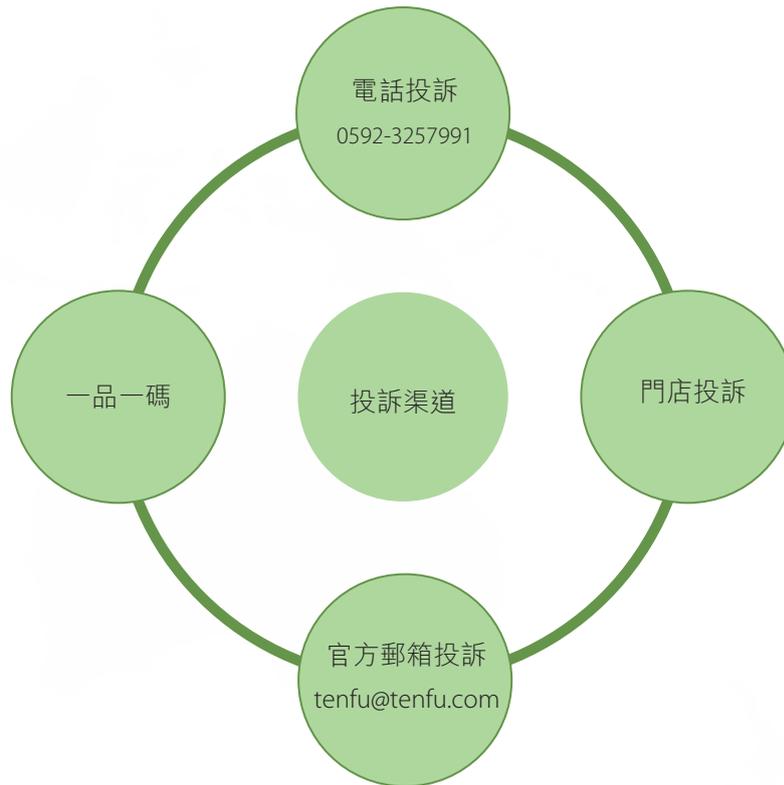
為消費者創造價值是企業成長之源，為致力實現「消費者價值領先」目標，本集團建立稽核工作機制，圍繞集團文化及要求、服務規範與禮儀、茶文化等方面為內部培訓師、店長、青年幹部等提供相關培訓，旨在對門店進行規範化管理。總部稽核室開展區域性培訓，通過「培訓－稽核－考核－再培訓」層層遞進的方式，將培訓內容傳遞到各地區門店，逐步提升門店客戶服務水平；地區培訓人員亦可根據自身需求在線上學習平台「魔學院」上學習相關課程，以及時更新知識儲備。2022年，門店員工稽核輔導參與率為33.65%，各類輔導培訓參與率為32.62%。



此外，我們開發稽核APP，由稽核人員定期開展門店稽核工作，其範圍包含服務規範、食品安全、安全消防、防疫等方面，幫助門店快速對稽核過程中發現的缺失項進行針對性整改。2022年共稽輔20個銷售單位（含所屬門店）、倉庫、1個新業態單位，除傳統茶事業部以外，新業態、生產事業體等集團／事業部總管理處下轄各部門均在稽核覆蓋範圍內，通過稽核輔導，協助各單位更加健康化、標準化的營運管理。2022年，本集團直營門店稽核覆蓋率達20.5%。

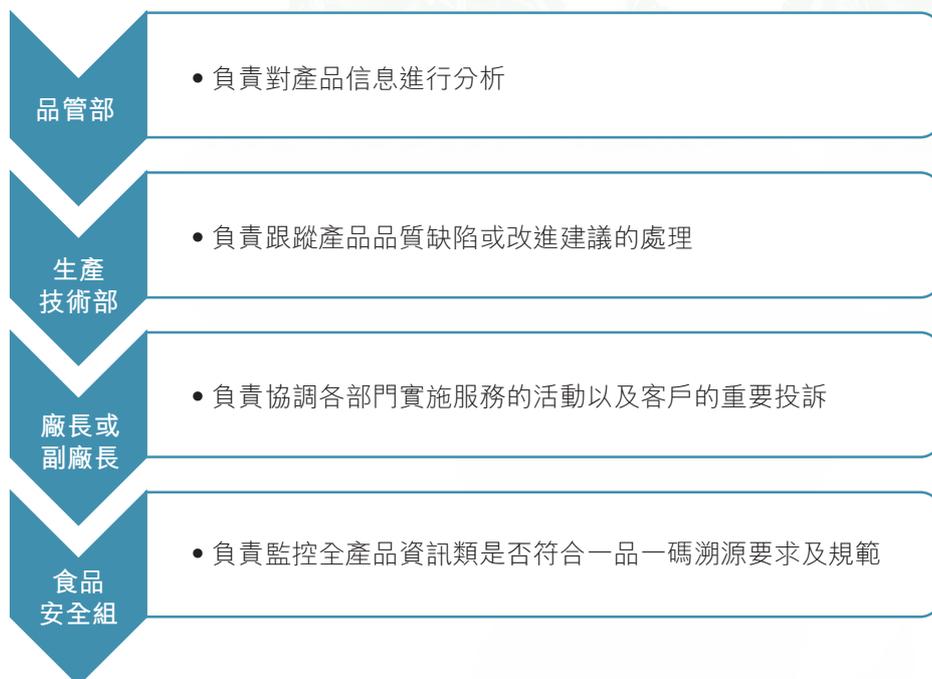
### • 多渠道反饋，提升消費者滿意度

本集團依據《業務部客服電話作業程序》、《客訴抱怨處理流程》及《一品一碼商品防偽標籤－反饋問題程序》對客戶意見及投訴進行管理，始終秉持「以客戶為中心、快速高效、機制保障」的客戶服務理念，持續完善服務戰略目標。報告期內，公司以「解決客戶疑問，讓客戶滿意」為宗旨，致力於優化服務模式，高度重視客戶滿意情況，使客戶的問題得到專業快速的解決。公司高度重視對客戶意見與客戶合理需求的了解，經由多元信息收集平台及方式，及時獲悉顧客需求與期望。客戶可通過電話、郵件等多渠道進行意見反饋及投訴。2022年，客戶亦可通過掃描產品上的防偽標籤直接反饋該產品意見。透過客服中心電話，確保我們能夠第一時間聆聽來自客戶的反饋。我們將接到的所有投訴進行記錄，展開數據分析，以此來監控客戶滿意度，並每半年總結一次，形成具有指導意義的案例匯編，依此對生產活動進行改進。



## 環境、社會及管治報告

針對門店客戶，為了正確理解並滿足客戶當前及未來的需求和期望，不斷提高客戶的滿意程度，本集團依據《顧客滿意度測量控制程序》建立門店滿意度服務體系，明確：



為提升服務效率，我們通過ERP（企業資源計劃）系統收集零售門市的實時銷售及存貨數據，更高效有計劃地管理資源，提高分銷的效率。我們將零售數據化、智能化，將線上、線下與物流進行融合，推動三者一體化。本集團與天貓、京東等線上購物平台長期合作，確保產品能迅速送至客戶手中。



產品召回方面，本集團對不合格產品的發生原因，從生產各環節進行調查，並將不合格批次產品的生產數量、進入銷售環節的數量、銷售區域分佈廣度和企業現存數量等信息，記錄於產品回收計劃中，作為回收操作的執行依據。我們每年進行模擬追溯，確保追溯體系運行良好，召回流程切實有效。報告期內，本集團未發生產品召回事宜。

2022年，本集團共接獲有關產品及服務的投訴1,492起，客戶響應率為100%，客戶投訴解決率達100%，客戶滿意度為100%。

• **多方位佈局，保障隱私安全**

本集團充分尊重客戶權益及隱私，嚴格遵守《中華人民共和國個人信息保護法》等有關隱私的法律法規，將相關保護條款納入《消費者資料保障及隱私政策》中。在該政策中，我們明確了用戶信息收集範圍和使用規則、用戶個人信息的披露規定、用戶權利以及保護用戶隱私的信息保護措施。

**信息保護**

- 恪守對客戶隱私的保護之責，在回覆過程中絕不洩露非該賬號的任何信息，顧客的包裹在運輸過程中也會對面單信息進行加密處理
- 每個月會定期對客服進行培訓，加強員工對顧客隱私保護的重視度，後台系統也對客戶隱私進行加密處理，確保顧客信息的安全保密性

**數據管理**

- 本集團於2021年完成數據化轉型，將本地IDC（互聯網數據中心）轉入公有雲，實現線上線下雙重備份，增加計算資源及網絡安全的彈性，符合系統審計標準。

報告期內，本集團未發生任何與隱私洩露相關的事宜。

## 環境、社會及管治報告

### ● 踐行綠色生產，推動低碳轉型

本集團秉承「重品質，重安全，重環境」的發展理念，積極承擔企業社會責任，強化低碳綠色運營管理理念，推動茶產業的可持續發展。通過制定《天福節能管理制度》，持續開展節能減排工作，提升資源使用效率，堅持低碳綠色運營。同時持續加強環保宣傳，積極響應「國家雙碳目標」、「禁塑令」等政策，加大溫室氣體減排力度，積極踐行垃圾分類，減少廢棄物產生，降低廢氣及廢水排放，為減緩氣候變化做出積極行動，推動經濟效益、社會效益與環境效益同步增長。

#### ○ 助力低碳發展

#### ● 應對氣候變化



中國宣佈二氧化碳排放力爭「2030年前達峰」、力爭「2060年前實現碳中和」的總體目標，隨着碳中和等環境政策的出台，整個經濟社會正在朝綠色低碳轉型。本集團積極響應國家應對氣候變化的號召，我們將應對氣候變化置於可持續發展的重要位置，全面加強氣候變化風險管理，並在各運營地有序開展節能減排工作，減少溫室氣體排放。

本集團深刻地意識到氣候變化將會對自然環境以及企業發展產生巨大的影響，嚴格執行當地政府關於極端天氣的規定和安排，並根據可能的突發天氣情況，制定了《自然災害類突發公共事件應急預案》。根據預案，我們設置應急領導小組，面臨汛情火災情況，應急處置工作組成員根據職責分工，開展應急處置工作。此外，我們定期組織相關演習，並對可能存在的問題進行整改，以保障員工的生命健康和企業財產的安全穩定。同時，考慮到颱風、暴雨等極端天氣會對我們的業務運營帶來潛在影響，本集團建立多樣化的供應商名單，選取來自不同地區的供應商，以減緩不可抗自然因素對業務運營造成的影響，保證生產運營的連續性。此外，我們意識到氣候變化可能造成產品保質期限縮短，從而導致產品質量不合格。因此，我們正確評估保質期限及儲存環境，確保不因質量問題影響消費者口碑及公司品牌形象。

本集團也將持續關注氣候變化所帶來的風險，並在未來制定出有效、可行的管理準則及機制，並積極完善碳排放信息披露，把氣候變化與集團未來緊密相連，為應對氣候變化全力以赴。

### • 推動節能減排

本集團始終堅持綠色環保的可持續發展理念，高度重視環境保護和資源節約，嚴格遵守《中華人民共和國節約能源法》等適用的法律法規，將節能減排的觀念融於生產經營管理之中，在生產經營過程中努力將業務對環境的影響降至最低，如使用節能設備和清潔能源。此外，本集團持續推進光伏項目，優化能源結構，減少溫室氣體排放。2022年，光伏累計發電為19.40萬度，相當於減少136噸二氧化碳排放。

#### 能源使用效益目標

- 倡導使用可再生能源，至少5%的生產生活用電來自光伏發電
- 採購節能環保設備，廠區內節能LED燈覆蓋率大於90%

#### 能源管理措施

- 推廣光伏停車場及光伏屋頂等項目
- 茶園內使用光伏捕蟲器
- 優化採購節能環保設備
- 及時關閉不在使用狀態的電器及設備，並安排專人巡查

## 環境、社會及管治報告

2022年，本集團能源使用效益目標全面達成。報告期內，本報告範圍內的附屬公司能源使用及溫室氣體關鍵績效指標如下表所示：

能源使用關鍵績效指標	2022年	2021年	2020年
<b>能源消耗</b>			
直接能源消耗(兆瓦時)	5,412.3	6,277.9	5,277.0
其中：天然氣(萬立方米)	39.52	43.2	35.4
其中：柴油(萬升)	2.9	5.7	7.2
其中：汽油(萬升)	9.7	9.4	8.1
間接能源消耗(兆瓦時)	13,089.4	13,939.4	12,819.0
其中：外購電力(兆瓦時)	13,089.4	13,939.4	12,819.0
能源消耗總量(兆瓦時) <sup>1</sup>	18,501.7	20,017.3	18,096.0
能源消耗密度(兆瓦時／百萬元人民幣收入)	10.8	10.4	10.6
<b>溫室氣體</b>			
直接溫室氣體排放(範疇一)(噸二氧化碳當量)	1,137.8	1,287.6	1,131.6
其中：化石燃料燃燒(噸二氧化碳當量)	1,137.8	1,287.6	1,131.6
能源間接溫室氣體排放(範疇二)(噸二氧化碳當量)	8,549.0	9,136.4	8,464.9
其中：外購電力(噸二氧化碳當量)	8,549.0	9,136.4	8,464.9
溫室氣體排放總量 <sup>2</sup> (範疇一及範疇二)(噸二氧化碳當量)	9,686.8	10,424.0	9,596.5
溫室氣體排放密度(噸二氧化碳當量／百萬元人民幣收入)	5.6	5.4	5.6

註：

1. 能源消耗總量根據外購電量、天然氣用量、柴油用量、汽油用量及國家發展和改革委員會發佈的《食品、煙草及酒、飲料和精制茶企業溫室氣體排放核算方法與報告指南》附表1化石燃料相關參數缺省值計算及附表2燃油密度缺省值。
2. 溫室氣體核算按二氧化碳當量呈列，並依據國家發展和改革委員會發佈的《食品、煙草及酒、飲料和精制茶企業溫室氣體排放核算方法與報告指南》進行核算。
3. 本集團的加工生產活動為茶葉加工及食品生產，不涉及其他的環境及天然資源，因此A3層面(環境及天然資源)及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)不適用，故本報告內不披露。

- 守護自然資源
- 強化水資源管理

天福重視水資源的節約與高效利用，秉持「依法管水、科學用水、自覺節水」的理念，全面加強用水管理。持續提升公司節能環保生產水平，創建資源節約型、環境優化型企業，確保公司與環境和諧穩定發展。

### 用水效益目標

- 2025年用水量相較於2021年下降5%

### 水資源管理措施

- 對廠區的水壓進行降壓處理，盡量避免不必要的浪費
- 中央空調冷卻水的循環再利用
- 加強隱蔽管道排查防漏，防止不必要的水量流失
- 園區綠化灌溉用水改使用廠區內的池塘水澆灌（雨天收集）



## 環境、社會及管治報告

2022年，報告期內，本集團水資源使用關鍵績效指標如下表所示：

水資源使用關鍵績效指標	2022年	2021年	2020年
用水量(噸)	214,728.4	229,001.2	278,211.8
用水密度(噸／百萬元人民幣收入)	125.2	119.0	162.4

### • 與生態和諧共生

本集團把綠色發展融入企業基因，嚴格遵守法律法規，建立健全內部環境管理體系，頒佈並執行《天福環境保護管理制度》。面對茶葉種植過程中所造成的環境污染和日益嚴峻的食品安全挑戰，公司將致力於探索建立「生產有記錄、信息可查詢、流向可跟蹤、責任可追究、產品可召回」的茶葉質量可追溯體系，並制定《天福示範茶園要求與規範》，限制捕獵或採集野生動植物，禁止採伐原生森林和次生森林。公司將加強和完善供應商管理制度，進一步重視和開展對供應商和農戶的技術培訓和綠色環保理念的宣導，積極響應國家制定的農藥減量目標，使用生物有機肥，努力減少農藥的使用。

### • 強化排放管理

本集團頒佈並執行《天福環境保護管理制度》，高度重視不同種類的排放物管理，持續加強集團對溫室氣體、廢氣、廢水及廢棄品的控制，採取「減量化、無害化、資源化」的積極措施減少排放物對環境的影響，助力國家綠色生態建設的發展。報告期內，公司通過一系列培訓和環保活動，提高員工的環境保護意識，積極開展垃圾分類，積極踐行減排實踐，減少排放物產生量、提高排放物回收率。根據國家法律法規，本集團針對各廠排污環節配備對應的環保設備和專業管理人員，保證廢水廢氣達標排放。

### 減廢目標

- 新增產品包裝100%選用可循環利用的原材料
- 確保所有生產和生活廢水經過污水處理廠處理後符合《污水綜合排放標準》(GB8978-1996)的排放標準

### 廢棄物管理措施

- 根據產品包裝空隙率要求，減少包材使用
- 污水處理站的污泥經過處理和化驗合格後，製作為有機肥回填花草
- 使用廢棄茶毛作為肥料，循環利用
- 使用環保包裝

### 案例：包裝盒環保設計

原使用普通的背心袋，現積極響應國家限塑令的實施，使用更加環保的二合一可降解材料製成的背心袋（可降解標記為「雙JJ標誌」）。



## 環境、社會及管治報告

### • 廢棄物管理



本集團嚴格遵守《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》，嚴格規範廢棄物收集、存放和處置的過程，盡量減少廢棄物的產生，對有害廢棄物與無害廢棄物進行分類管理，設置規範的暫存間。對於有害廢棄物，依據《國家危險廢物名錄》識別出的有害廢棄物委託給有資質的第三方公司進行無害化處理，以減少有害廢棄物對環境的影響；對於具有回收價值的無害廢棄物，如廢舊物資、廢紙箱和廢鐵等，回收後進行外銷綜合利用；生產過程中產生的廢渣和廢水處理污泥經堆肥處理後作為有機肥料用於茶園的施肥；不具備回收價值的生活垃圾和其他無害廢棄物，則交由第三方公司承包運出後進行焚燒和填埋等無害化處理。

廢棄物關鍵績效指標	2022年	2021年	2020年
<b>無害廢棄物</b>			
無害廢棄物總量(噸)	1,310.96	1,494.40	1,319.9
無害廢棄物排放密度(噸/百萬元人民幣收入)	0.76	0.78	0.77
<b>有害廢棄物</b>			
有害廢棄物總量(噸)	0.084	0.018	0.051
有害廢棄物排放密度(噸/百萬元人民幣收入)	$4.90 \times 10^{-5}$	$9.35 \times 10^{-6}$	$3.0 \times 10^{-5}$
<b>包裝材料消耗<sup>1</sup></b>			
包裝材料用量(噸)	274.56	378.2	466.6
單位產品佔量(噸包裝/噸產品)	20.22%	30.4%	32.7%

註：

1. 由於內部統計採用數量單位，暫時無法披露所有包裝的重量，披露數據選擇本報告範圍內的各附屬公司2022年銷量最高的前10款產品進行計量，共70款產品。

### • 廢水管理

本集團嚴格遵守《中華人民共和國水污染防治法》等法律法規，確保所有生產和生活廢水經過污水處理廠處理後符合《污水綜合排放標準》(GB8978-1996)的排放標準。為了響應國家保護環境政策，並進一步提升污水處理能力，漳州天福茶業有限公司建造污水處理站並於2020年1月投入運營，以處理生產生活廢水，其污水處理量最大可達到1,500噸，出水水質均優於國家相關標準要求。

廢水排放關鍵績效指標	2022年	2021年	2020年
廢水量(萬噸)	18.3	16.0	18.8
化學需氧量COD(噸)	18.3	15.0	18.5
氨氮NH <sub>3</sub> -N(噸)	2.7	2.3	3.0
懸浮顆粒物SS(噸)	12.8	10.5	12.0

### • 廢氣管理

本集團嚴格遵守《中華人民共和國大氣污染防治法》等法律法規。作為知名的茶葉品牌，本集團在做出每一個重大商業決策時非常注重環保，追求將合乎道德的產品從工廠帶到貨架，為了可持續發展我們的業務，我們實施嚴格的環境控制，以減少生產過程中的污染。茶葉生產過程中產生的廢氣主要成分為粉塵，經布袋除塵器處理後排放，進而減少粉塵排放量。鍋爐使用天然氣作為燃料，並委託第三方進行定期檢測，保證鍋爐尾氣排放濃度符合《鍋爐大氣污染物排放標準》(GB13271-2014)的排放要求。



## 環境、社會及管治報告

### ● 關懷員工，厚植成長沃土

本集團堅持以人為本的人才理念，堅信員工是企業發展的核心競爭力之一。員工的權益是天福可持續發展的基石，我們持續培養行業優秀人才，建立平等、多元化、和衷共濟的團隊，注重立體化關懷員工，關注員工持續發展，增進員工歸屬感。

### ○ 打造平等多元工作環境

公司嚴格遵守相關法律法規，保障員工的各項權益，包括但不限於《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》及《禁止使用童工規定》等。《員工手冊》幫助集團規範招聘流程和管理程序，同時也幫助員工了解集團政策與自身權益。

截至2022年12月31日，本報告範圍內的附屬公司員工總數1,678人，員工構成如下表所示：

關鍵績效指標	2022年僱員總數(人)	
性別	男性	525
	女性	1,153
年齡組別	35歲以下	400
	35-45歲	686
	45-60歲	592
地域	中國大陸	1,664
	海外	14
僱傭類型	全職	1,678
	兼職	—
職級	高層管理人員	88
	中層管理人員	171
	基層人員	1,419

### • 吸納多元化人才

#### 平等僱傭

本集團嚴格執行國家關於性別、年齡、民族等方面政策，採取多樣化的招聘形式，對所有員工一視同仁。我們為面試官開展反歧視培訓，確保他們不以性別、年齡、民族、種族、國籍、籍貫、宗教、身體素質、政治派別、婚姻狀況、性取向等不同社會身份而歧視任何一位申請者。此外，我們響應當地政府號召，強化本地招聘，持續解決當地就業率問題。

本集團與所有正式員工依法簽訂《勞動合同》，並完全遵照勞動合同的各項條款履行企業應盡的義務，同時也在其中明確規定勞動合同的解除條件，明令禁止任何不公平或不理解僱的情況出現，切實保障所有本集團與離職員工的合法權益。

我們在合適的工作崗位招聘殘疾人員為他們提供就業機會，並在薪資標準、工作時數、假期、培訓與發展等方面給予他們平等機會和額外補貼。

報告期內，本報告範圍內的附屬公司招聘殘疾人員總數為25人，員工本地化佔比89%；僱員流失率為8.8%，按不同類別劃分的僱員流失率結構如下表所示：

關鍵績效指標		2022年僱員流失率(%)
性別	男性	8.0%
	女性	9.1%
年齡組別	35歲以下	15.5%
	35-45歲	3.4%
	45-60歲	10.5%
地域	中國大陸	8.8%
	海外	/
僱傭類型	全職	8.8%
	兼職	/

#### 工作時數與假期

本集團嚴格執行工作時數相關的國家有關法律法規，所有員工除合法享有的國家法定節假日外，帶薪年假也隨員工工齡增長而增加，除此之外帶薪病假、喪假、婚假和產假等假期也同樣屬於員工的合法權益。

## 環境、社會及管治報告

- 構建平等、包容的工作環境



### 平等機會、抵制歧視

本集團為員工提供平等機會，每一位員工在薪酬、工作時數、假期以及其他待遇及福利方面都能夠享受公平待遇，同時嚴格禁止以種族、性別、膚色、年齡、家庭背景、民族傳統、宗教、身體素質和原有國籍等歧視任何一位員工。

### 人權與基本權利保障

我們尊重勞工權益，遵守《中華人民共和國勞動法》和《禁止使用童工規定》等相關法律法規，杜絕童工或強制勞工情況的出現。報告期內，本集團未發生僱傭童工及強制勞工事宜。

人力資源部在招聘時會要求應聘者提供有效的身份證明文件以確認求職者的實際年齡，並確認其符合國家規定的勞動年齡；若發現誤用童工現象，我們會嚴格遵循法律法規立即解除與其的勞動合同並妥善做好後續處理工作。

在法定工作時間內完成工作任務是本集團提倡的工作方式；若無法在法定工作時間內完成，需要加班，則需進行相關審核，並安排補休或依法支付加班津貼。

### 平等溝通

本集團為了營造扁平化、平等的溝通環境並聽取來自員工的聲音，允許員工直接向主管領導或人力資源部進行意見反饋；本集團亦設立工會，旨在鼓勵員工為集團提出建議，幫助集團進行制度改進，實現共同進步。

### o 聚焦人才培養與發展

我們堅信員工培訓是集團發展成功的關鍵。我們為員工搭建多元化、科學的培養體系，鼓勵員工持續學習，提升個人事業發展，滿足自身與集團競爭力。

#### • 完善職業發展路徑

##### 晉升渠道及員工獎勵

本集團建立透明公平的內部晉升制度，構建完善的職業通道，晉升渠道明確，尊重員工多元化職業發展。

本集團設立獎金機制，對於工作表現優異的員工，基於業績情況進行發放。獎金包含績效獎金及達預估獎，員工達到公司業績要求或完成預估規定，可享受相應獎勵。

##### 天福內部員工創業計劃

本集團為員工積極提供創業機會，支持資深從業人員創業，實現共贏。本集團經銷商提供充分技術支援，為員工創業保駕護航，提供在職培訓、溝通答疑等其他發面的指導。同時也提供員工貸款，助力從事天福事業的夥伴實現對於美好生活的嚮往。

## 環境、社會及管治報告

### • 優化能力建設

#### 培訓體系

天福高度重視員工自我成長與綜合素質培養，對於不同業務領域為員工提供更加廣闊的發展，打造線上與線下的培養課程。我們明確集團的統一戰略以及人才評估標準，每年為員工指定對應發展需求的培訓計劃，通過《員工手冊》中的相關章節向員工介紹針對不同部門、領域、層級、分類的培訓體系。此外，集團專業輔導組不定期進行培訓及教學，並制定相應的培訓課程考核、講評以及評級。對於不同職級的員工，我們也會推出不同的培訓項目，鼓勵員工提升企業文化了解以及專業技能培訓。為員工打造良好的成長發展平台，亦為天福的良好運營儲備大量優秀人才。

同時，為加強公司技能人才的培養與儲備，進一步鼓勵員工進行職業技能提升，增強人力資源保障，以適應公司不斷發展的需要，集團鼓勵員工進行職業技能等級認定，並提供補貼和優惠。包含茶藝師、麵點師、美容師等多個職業(工種)及對應等級。技能證書全國通用、含金量高、具有權威性。

報告期內，本報告範圍內子公司員工培訓率100%，培訓總次數達60餘次；人均培訓時長為31.16小時，總培訓時長為52,294小時；具體培訓情況如下表所示：

關鍵績效指標		受訓員工百分比(%)	人均培訓小時數
性別	男性	25%	29.18
	女性	75%	32.07
職級	高層管理人員	4%	39.89
	中層管理人員	15%	45.68
	基層人員	81%	28.87

2022年人才培訓項目



我們結合企業微信「魔學院」線上學習平台，上傳各類教育訓練資料、優化線上學習效果、提高線上學習效率。我們根據業務和服務的發展不斷更新課程，將靜態電子文字資料與語音／視頻等動態效果相結合，拍攝製作短視頻作為規範示範。



總部稽核室開展的綜合類培訓計劃現場照片

## 環境、社會及管治報告

### 2022年員工培訓項目



#### 新進員工綜合培訓：

2022年6月22日至24日，我們開展2022年第一期新進員工培訓，共有35位新進員工參加。本期培訓讓新進員工更全面學習和了解企業文化、管理制度、禮儀禮貌、團隊精神、職場安全、預防保健常識、茶文化知識講座等知識和技能。



#### 企業新型學徒制培訓：

歷時一年（2021年11月至2022年10月）企業新型學徒培訓遵照政府引導、企業為主、院校參與的原則，對內部員工採取「企校雙制、工學一體」的模式（即由企業與學院採取企校雙師帶徒、工學交替培養等模式共同培養學徒），培養符合企業崗位需求的中／高級技術工，包含培訓茶藝師與評茶員兩個工種，培訓內容涵蓋專業知識、操作技能、職業素養、工匠精神的培育。參與學員於10月底通過全部考核，並取得相應的證書。



#### 儲備人才的培養：

為進一步培養儲備人才、為公司可持續發展提供人力資源支持，本集團於2022年11月開展儲備人才培養工作，從內部知識、管理知識和實戰能力三個方面開展培訓。

### ○ 提升員工幸福感

#### • 薪酬福利

本集團堅持「以勞動分配、鼓勵創造價值和平等公平」的薪酬分配理念，在完善的崗位績效薪酬體系下，建立根據職級、業績、能力等相關的競爭性薪酬結構。保障福利的同時，充分調動員工積極性，激發企業活力。

#### • 員工關懷

#### 困難職工幫扶

為了對遭遇疾病或家庭遭受困難的員工進行慰問，傳播關愛與奉獻精神，持續提升員工幸福感。報告期內，我們對困難員工進行慰問關心，累計發放慰問金21,000元整。



#### 「福二代」員工子女暑托班

為解決在職員工子女放假看護難的問題，天福集團於2022年8月首次推出「福二代」員工子女暑托班。集團從用餐、人員配置、課程等方面處處用心，讓64名員工子女共同度過有意義的暑假。

#### 李瑞河茶文化教育基金會獎學金

為了踐行人才培養工作，2022年8月31日，一年一度的李瑞河茶文化教育基金會獎學金頒獎儀式如期舉行。2022年共有24位員工子女獲得漳州市李瑞河茶文化教育基金會的助學和獎學金，發放獎學金5.1萬元整。



#### 第八屆「飛魚杯」游泳比賽

為了豐富集團的文化生活，提高員工們的健康意識，調動工作積極性，增強團隊凝聚力。2022年7月9日，集團舉辦「飛魚杯」游泳比賽，共有124名選手參加，上演了一場精彩紛呈的水上角逐大戰。

## 環境、社會及管治報告

### o 堅守健康安全底線

#### 運營健康安全管理體系

為了確保員工的健康與安全，本集團嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》、《中華人民共和國職業病防治法》、《中華人民共和國消防法》、《生產安全事故應急預案管理辦法》等國家法律法規要求，並組織開展形式多樣的應急演練。

本集團聚焦安全生產與職業健康管理，制定《天福健康與安全管理制度》，對可能產生職業病危害的作業區域開展職業病危害預評價、控制效果評價及防護措施驗收。按照預評價要求採取多重措施來保障作業區域員工的健康與安全，包含配置必要的勞保用品、消防器械、急救包和警示標識等、加強對安全設施的巡檢與維護，完善安全生產標準化管理體系，推進安全生產信息化建設，確保安全生產各項工作落實到位。

本集團在《工傷保險條例》中規定了工傷認定範圍、流程及機制，保證因工作遭受事故傷害或者職業病的員工及時獲得醫療救治和經濟補償。

#### 健康安全風險防控

為妥善處置突發事件，保障公司業務連續性，本集團制定《安全生產工作應急預案》，組建安全生產管理小組，嚴格落實季度安全隱患情況排查工作，建立預防生產安全機制，多舉措並舉築牢安全生產防線。

2022年，本集團安全生產管理小組維護公司員工和財產安全，全面部署公司各項安全檢查工作，並協調、落實和處理應急突發事件；總部稽核人員對各地方門店開展安全及消防檢查並完成2022年度《風險評估報告》

### 健康安全日常管理

本集團堅持員工健康安全生產體系，不斷完善安全生產條件和車間環境，包含將安全注意事項融入各工序操作流程中，生產設備操作人員根據不同生產車間功能（物料周轉區、高溫操作區、一般生產區）需嚴格遵守指定安全健康指引及設備操作規程，實現關口前移、源頭治理：

- 在日常工作中，本集團為員工提供年度體檢，並採取一系列措施保障員工職業健康安全；
- 新進員工上崗前培訓合格後才能上崗，並定期開展對本車間所有員工進行人員安全、生產設備操作規程培訓；
- 原有烘焙工序使用重油燃燒加熱，現全部替換為電加熱，從而避免員工燙傷事故的發生；
- 員工進入生產前需佩戴好個人防護用品，包括工作服、工作鞋帽、應急照明設備、口罩、耐溫石棉手套等；
- 車間內設有風險警示牌，避免造成人員意外損傷。如下圖所示：



## 環境、社會及管治報告

### 2022年安全生產培訓體系

集團組織開展多種形式的安全生產教育培訓，加強員工自主安全意識，形成全員參與的安全生產氛圍，同時確保員工安全素質持續提升。

協助共建平安社區，聯合消防及派出所，開展消防安全知識分享及防詐騙等活動



聯合漳浦天福醫院，開展集團員工急救知識（心臟復甦急救常識、海姆立克急救法等）



2022年，本報告範圍內的附屬公司因工傷損失的工作日數為690天，過去三年，本報告範圍內的附屬公司總因工亡故情況如下表所示：

關鍵績效指標	因工亡故人數	比率
2022年	0	0%
2021年	0	0%
2020年 <sup>1</sup>	1	0.05%

<sup>1</sup> 2020年因工亡故事件是由於員工上班途中發生交通事故導致，本集團也對員工的上下班通勤環節的安全意識加強宣貫。

- **攜手合作夥伴，實現共創共贏**

- **供應商管理**

食品安全是本集團始終堅守的原則和底線，企業長期堅持致力於建立透明、高韌性以及可持續的供應鏈體系。同時，我們積極與供應商及承包商建立有效溝通並實行有效管理機制，以實現長遠互惠的合作夥伴關係建立。

本集團堅守嚴格有效的採購管理體系，積極強化供應鏈管理，對風險點進行嚴格管控，始終將食品安全視作企業賴以生存的基礎。

### 供應商篩選

本集團堅持嚴格的供應商選擇標準，從食材源頭做好品質把關。進行採購控制通過《供應商能力調查評價表》《供方供貨情況記錄表》，根據供應商企業性質嚴格審核其註冊資料、生產許可證以及國家檢測機構出具的相關產品檢測報告，更新《2022年合格供方目錄》。同時依據國家《食品安全管理手冊》，外部過程控制、《前體方案-PRPS》採購控制和年度採購計劃管理文件進行供應商層層篩選和把關。

### 供應商定期評估

本集團定期完善供應商考核機制，持續優化企業《供應商能力調查評價表》《供應商調查評估表》等管理文件。通過原料的質量、貨源穩定性、供貨及時性、售後服務方面進行定期審核供應商能力，實行優勝劣汰篩選原則。

### 加強供應商淘汰機制

本集團成立專項核價和評定小組，根據國家標準和企業標準對茶葉外形和內質進行多次綜合審評和核價。通過加強供應商的考核，有效提高產品交貨及時率、產品品質及交貨準確性，也便於公司對供應商開展去劣存優，建立和優質供應商的長期合作關係。

### 責任採購制度

本集團採取集中責任制採購，強化供應鏈管理體系、落實質量驗收、完善冷鏈管理，保障食品質量。我們加強原材料管控，細化《茶葉採購政策及程序》和《品管室茶葉採購管理制度》等制度，明確茶葉採購責任人和關鍵標準流程點，加強出入庫批次檢測，嚴把原料質量關。

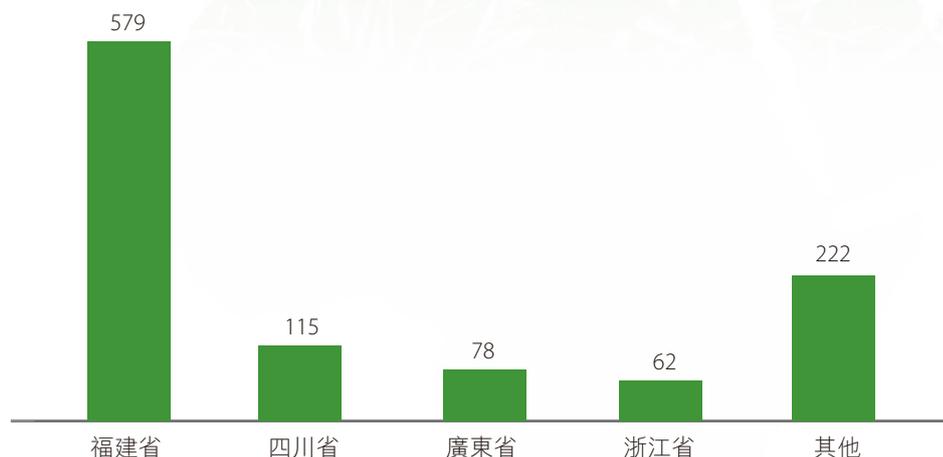
### 可持續供應鏈監管和發展

本集團採用BPM審批流程及企業微信審批流程；針對新品開發、新品定價審核、產品採購等，進行關鍵人員審批監察。將供應鏈相關環境社會風險識別以及發展持續性納入監管重要議題，並展開有效預防和處理措施。

## 環境、社會及管治報告

報告期內，本集團共計供應商1,056家，按地區劃分的供應商數目如下圖所示：

按地區劃分的供應商數量



### ○ 責任採購

#### • 推行綠色供應鏈建設傳遞可持續發展理念

本集團在選擇供應商時，積極將環境與社會等因素納入篩選標準和考量，重視合作的過程中環保理念的實踐，希望通過自身影響力推動全產業鏈的可持續發展。通過推行實施涵蓋環境管理體系建立、綠色採購、產品鑑別與追溯、勞工權益、勞工健康與安全等維度的《供應商環境社會風險評估表》，堅持優先考慮社會責任與可持續發展意識高的供應商。我們鼓勵供應商優先考慮採用環境友好型設備，淘汰國家或地方已禁用或對環境產生負影響的生產工藝。在規避相關環境及社會風險的同時，共同實現互利共贏的可持續發展目標。

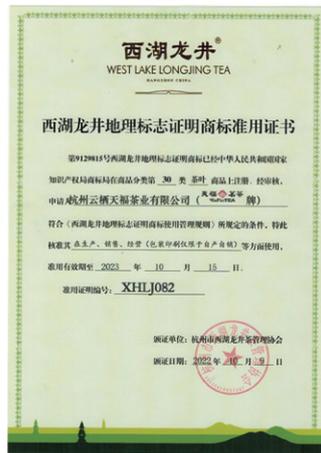
為積極履行環境保護責任，建立綠色供應鏈，推行綠色採購實踐，集團新增有機綠細茶採購細則和條例，優先選擇生產環境有益的有機產品供應商。同時加強茶葉農殘驗收監測力度，對審核發現有超過食品安全國家標準《食品中農藥最大殘留限量》的供應商即刻採取批次拒收並堅決淘汰，積極促進行業實綠色低碳的循環發展。

### • 加強供應商管理嚴守企業廉潔底線

集團持續採購方面的廉政重視，明確採購合同的誠信條款，嚴禁對任何索賄、行賄及其他不正當的商業行為條例，完善企業反貪污與供應鏈風險管理體系建設，恪守合規採購營運底線，持續健全集團治理結構，提升集團治理水平。

### • 堅持本地採摘嚴選助力當地茶農發展

天福心系社會責任，從身邊做起，持續多年堅持本地化採購，在降低供應鏈運輸成本，實現節能減排的同時，更好的推動當地經濟發展，回饋社會各界。利用本地採購各個環節的可控優勢，最大程度保障產品的追溯性和透明性，確保產品的高穩定和高質量。



### ○ 促進行業發展

#### 2022年「天福杯」海峽兩岸名茶邀請賽 — 茗香四海，情牽兩岸

2022年12月27日，「天福杯」海峽兩岸名茶邀請賽圓滿舉行，頒獎典禮在天福集團國際交流中心舉行。本次比賽由18名兩岸權威的茶葉審評專家團，對兩岸茶農選送的7,250個參賽茶樣進行層層評選，選出年度優質好茶。本次比賽樣本量相較去年增長21%，其中來自寶島台灣的茶農茶商參與度也持續上升，參賽數量再創歷史新高。這場延續12年的「跨海」鬥茶賽，持續多年得到兩岸多地茶農認可，吸引眾多茶農制好茶，品茗香，話茶緣，共敘兩岸情。



### • 回饋社會，傳遞茶的「人情味」

天福相信，在追求企業發展的同時，我們亦擁有回饋社會，與社會共同進步的責任。本集團遵循《天福慈善與公益活動管理制度》，積極履行企業社會責任，發揮自身優勢，創新開展茶文化傳播、鄉村振興和社區公益活動等領域，為社會和諧散播關愛。

2022年，本報告範圍內的附屬公司在社區投資、員工發展、茶文化傳播等領域持續投入公益捐贈，累計價值約6.85萬元人民幣整。

### ○ 投身慈善公益

本集團積極參與社會公益，持續組織關愛弱勢群體等公益活動，全面推進慈善事業發展，以實際行動彰顯企業風範。

2022年我們繼續踐行公益，助力防疫。累計捐贈數百件礦泉水、防護服、防護面罩、隔離衣等物資。

### 九九重陽，敬老愛老

2022年10月4日，本集團共度一年一度敬老重陽節，為樹立「尊老、敬老、愛老、助老」的社會風氣，在博物院舉辦敬老活動，為老人進行健康排查、奉茶禮儀及禮品分發的活動，在傳播企業傳統茶文化的同時，也在敬老愛老方面獻上綿薄之力。



## 環境、社會及管治報告

### 媽咪寶貝屋

夾江天福服務區位於成樂高速公路距夾江收費站一公里處，是天福集團投資於中國西部的一個重要基地，公司於2016年4月以來，在樂山市總工會和夾江縣總工會關心和支持下，結合公司地理位置，建立了「媽咪寶貝屋」，旨在通過該平台進一步深入開展婦女兒童關愛行動，推動全社會呵護、關心懷孕期和哺乳女性。

### ○ 弘揚傳統茶文化

#### 弘揚茶文化的集團願景及理念

茶作為開門七件事（柴米油鹽醬醋茶）之一，擁有四千多年的歷史，在中國古代非常普遍，而中華茶文化也博大精深，更富含人情味。作為將茶葉產業「托起夕陽變朝陽」的天福，將茶文化傳播視作己任，融入產品，堅持弘揚茶文化，秉持「人人說茶、人人論茶、人人品茶」的集團願景。



### 多種茶文化傳播方式

#### 天福茗茶以茶文化為企業價值核心

天福貫徹「根植福建、香傳全國、茗揚世界」的理念，通過靜態和動態兩種方式讓大家感知中華茶文化的魅力，同時也為兩岸文化發展做出貢獻。

2022年，我們累計舉辦數十餘次茶文化活動，成功舉辦「5.21國際茶日」、「梅飄何方」賞梅茶會等，除邀請公司各部門員工和兩岸遊客品茗，深入學習茶文化，真正做到「擁抱漳州、牽手兩岸、走向世界」。

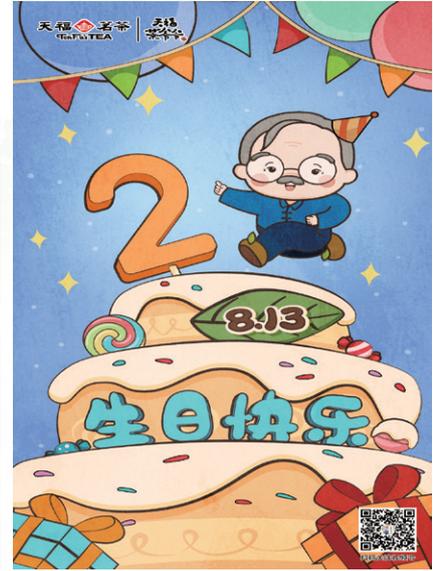


### 茶爺爺IP

天福茶爺爺IP形象，擷取自天福集團創辦人李瑞河先生。通過簡約化、符號化及戲劇性轉化，繪製出獨一無二的「天福茶爺爺」IP形象，旨在呈現品牌生動化、形象化，鏈接新一代消費者，鼓勵更多年輕人去體驗茶文化，擴大品牌影響力。

帶著「如何讓傳播中國茶文化更加接地氣」的問題思考，秉持「有價值、有體驗、有文化」的價值觀，天福茶爺爺IP將從多維度、多場景、多路徑等進行創造並輸出IP內容。天福茶爺爺已入駐抖音、B站等媒體，輸出「IP+情感」內容。我們推出天福茶爺爺微信表情包、關注兒童健康的零食產品、貼近家庭生活場景的周邊和服務、天福文旅項目的結合、跨界／聯名展會等，對茶文化傳播方式進行新探索，希望讓更多人愛上中國茶。

環境、社會及管治報告



- 附錄
- ESG報告索引

KPI	描述	章節名稱
<b>A 環境</b>		
<b>A1 排放物</b>		
A1.1	排放物種類及相關排放數據	踐行綠色生產，推動低碳轉型－強化排放管理
A1.2	直接（範圍1）及能源間接（範圍2）溫室氣體排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）	踐行綠色生產，推動低碳轉型－助力低碳發展
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）	踐行綠色生產，推動低碳轉型－強化排放管理
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）	踐行綠色生產，推動低碳轉型－強化排放管理
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	踐行綠色生產，推動低碳轉型－強化排放管理
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	踐行綠色生產，推動低碳轉型－強化排放管理

## 環境、社會及管治報告

KPI	描述	章節名稱
<b>A2</b>	<b>資源使用</b>	
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）	踐行綠色生產，推動低碳轉型－助力低碳發展
A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）	踐行綠色生產，推動低碳轉型－守護自然資源
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	踐行綠色生產，推動低碳轉型－助力低碳發展
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	踐行綠色生產，推動低碳轉型－守護自然資源
A2.5	製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位估量	踐行綠色生產，推動低碳轉型－強化排放管理
<b>A3</b>	<b>環境及天然資源</b>	
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	不適用
<b>A4</b>	<b>氣候變化</b>	
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	踐行綠色生產，推動低碳轉型－助力低碳發展

KPI	描述	章節名稱
<b>B 社會</b>		
<b>B1 僱傭</b>		
B1.1	按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數	關懷員工，厚植成長沃土－打造平等多元工作環境
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	關懷員工，厚植成長沃土－打造平等多元工作環境
<b>B2 健康與安全</b>		
B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率	關懷員工，厚植成長沃土－堅守健康安全底線
B2.2	因工傷損失工作日數	關懷員工，厚植成長沃土－堅守健康安全底線
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	關懷員工，厚植成長沃土－堅守健康安全底線
<b>B3 發展及培訓</b>		
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	關懷員工，厚植成長沃土－優化能力建設
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	關懷員工，厚植成長沃土－優化能力建設
<b>B4 勞工準則</b>		
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工	關懷員工，厚植成長沃土－打造平等多元工作環境
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟	關懷員工，厚植成長沃土－打造平等多元工作環境

## 環境、社會及管治報告

KPI	描述	章節名稱
<b>B5</b>	<b>供應鏈管理</b>	
B5.1	按地區劃分的供貨商數目	攜手合作夥伴，實現共創共贏－供應商管理
B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目、以及有關慣例的執行及監察方法	攜手合作夥伴，實現共創共贏－供應商管理
B5.3	描述有關識別供應鏈每個環境的環節及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法	攜手合作夥伴，實現共創共贏－責任採購
B5.4	描述在挑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	攜手合作夥伴，實現共創共贏－責任採購
<b>B6</b>	<b>產品責任</b>	
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	構築食安基石，傳遞品質服務－貼心服務
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法	構築食安基石，傳遞品質服務－貼心服務
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例	構築食安基石，傳遞品質服務－產品創新 完善企業管治，堅守合規底線－商業道德及合規
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序	構築食安基石，傳遞品質服務－貼心服務
B6.5	描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法	構築食安基石，傳遞品質服務－貼心服務

KPI	描述	章節名稱
<b>B7</b>	<b>反貪污</b>	
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	完善企業管治，堅守合規底線－商業道德及合規
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法	完善企業管治，堅守合規底線－商業道德及合規
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓	完善企業管治，堅守合規底線－商業道德及合規
<b>B8</b>	<b>社區投資</b>	
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）	回饋社會，傳遞茶的「人情味」－振興中國茶，弘揚茶文化
B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）	回饋社會，傳遞茶的「人情味」－投身慈善公益

## 環境、社會及管治報告

### o 讀者意見反饋表

感謝您閱讀本公司《天福(開曼)控股有限公司2022年環境、社會及管治報告》。為更好地向利益相關方提供有價值的信息，提高履行社會責任的能力和水平，本公司誠摯邀請您對本報告提出寶貴意見和建議。

您可填寫反饋表並發送至以下郵箱：ESG@tenfu.com

您對本公司ESG報告的總體評價：

極其滿意     非常滿意     滿意     不太滿意     不滿意

您對本公司履行ESG責任的評價：

經濟責任     極其滿意     非常滿意     滿意     不太滿意     不滿意

社會責任     極其滿意     非常滿意     滿意     不太滿意     不滿意

環境責任     極其滿意     非常滿意     滿意     不太滿意     不滿意

您認為本報告能否反映本公司的社會責任實踐對經濟、社會、環境的影響？

能很好反映     能較好反映     能一般反映     不太能反映     不能反映

您認為本報告披露的信息、數據、指標的清晰度、準確度及完整性如何？

- |     |                               |                               |                             |                               |                              |
|-----|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| 清晰度 | <input type="checkbox"/> 極其滿意 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | <input type="checkbox"/> 滿意 | <input type="checkbox"/> 不太滿意 | <input type="checkbox"/> 不滿意 |
| 準確度 | <input type="checkbox"/> 極其滿意 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | <input type="checkbox"/> 滿意 | <input type="checkbox"/> 不太滿意 | <input type="checkbox"/> 不滿意 |
| 完整性 | <input type="checkbox"/> 極其滿意 | <input type="checkbox"/> 非常滿意 | <input type="checkbox"/> 滿意 | <input type="checkbox"/> 不太滿意 | <input type="checkbox"/> 不滿意 |

您認為本報告的內容安排及版式設計是否方便閱讀？

- 是     一般     否

您對本公司ESG工作及本報告的其他意見和建議：

---

---

---