



周黑鴨國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)
股份代號：1458



2022

環境、社會及管治報告

目錄

目錄	1
管理層致辭	2
關於本報告	4

01 扎根樹根文化：務實守信

1.1 關於我們	7
1.2 經濟績效	10
1.3 企業管治	10
1.4 ESG治理	13

02 深耕食字文化：食安為本

2.1 品質先行	18
2.2 健康創新	24
2.3 責任供應	28
2.4 用心服務	30

03 守護綠水青山：綠色發展

3.1 環境管理	39
3.2 應對氣候變化	40
3.3 資源使用	44
3.4 排放控制	48

04 成就十步芳草：愛才敬士

4.1 員工概況	52
4.2 健康安全	57
4.3 員工發展	59
4.4 員工關懷	64

05 持續潤物無聲：繁榮社區

5.1 社區投入	67
5.2 公益投入	68

附錄

附錄一 聯交所《環境、社會及管治報告指引》 內容索引	70
附錄二 法律法規清單	75



管理層致辭



2022年是充滿挑戰的一年。中國休閒滷味市場競爭異常激烈，行業內眾多品牌爭相進軍，對企業的經營提出了更高的要求。同時，新冠疫情的延續和不確定性給本集團的發展帶來了巨大的壓力和挑戰。儘管面臨諸多困難和挑戰，作為一家致力於可持續發展的企業，周黑鴨始終堅持以ESG為引領，注重推動經濟、社會和環境的協同發展，不斷在提升企業核心競爭力的同時承擔社會責任。截至報告期末，本集團的門店總數達3,429間，已覆蓋中國28個省、自治區及直轄市內的319個城市。

責任治理

周黑鴨始終強調企業管治的重要性。本公司建立了由董事會為領導的權責分明、各司其職的企業管治架構，致力於促進企業價值增值和透明化管理，並持續推進董事會多元化。在合規廉潔方面，本公司嚴格遵守法律法規和道德規範，注重員工的反貪腐培訓，提升員工的合規意識和責任感。本公司也非常重視與持份者溝通，注重聽取各方反饋和建議，不斷提升透明度和公信力。

品牌培育

周黑鴨一直堅持品質先行，恪守食品安全法律法規和國家標準，制定全方位的質量管理流程，以確保消費者的食品質量和安全。本集團一直秉持「客戶至上」的企業文化，優化服務平台，活力營銷，以最優質的服務來滿足消費者需求。本集團亦注重健康與創新，通過不斷推出創新和健康產品為消費者提供新體驗。同時，本集團認識到責任供應的重要性，通過完善供應商管理、加強與供應商的溝通，打造高質量的食品供應鏈。

綠色運營

周黑鴨一直致力於踐行環保理念。2022年，本集團進一步加強環境管理，構建能源管理模型，強化能源管理工作。同時，本集團根據TCFD指引，結合自身運營地的地理位置和行業特性，完成了氣候變化風險識別工作。報告期內，本集團減少了水資源的使用量，對包裝材料進行了革新優化，並利用先進的能源策略實現了更高效的能源使用。此外，本集團積極進行排放控制和廢棄物管理，用實際行動為社會和環境出了一份力。

以人為本

人才是企業發展的重要基石，是企業可持續發展的重要保障。周黑鴨高度重視人才管理，把員工安全、員工培訓與發展、員工關懷作為重要工作。本集團不斷提升安全管理水平、為員工提供良好的工作環境和生活條件，並推動員工不斷學習進步。同時，本集團致力於為員工提供更好的發展機會和福利待遇，促進員工和企業的共同發展。

社會責任

周黑鴨一直積極履行企業社會責任，關注社區發展和公益事業。本集團注重社區投入，為當地社區發展提供支持。同時，本集團也參與各種公益活動，傳遞社會正能量。在疫情期間，本集團積極響應國家防控要求，落實疫情防控措施。本集團還向疫情重災區捐贈了資金，為疫情防控作出了貢獻。

未來，周黑鴨將繼續秉承可持續發展理念，全面推進綠色發展和轉型，促進業務創新和升級，提高企業競爭力，致力於成為行業領先的企業。本集團將繼續關注人才管理、社區公益和環境保護等方面，推動企業實現更好的經濟、社會和環境效益，為社會創造更多價值。

主席

周富裕

關於本報告

概覽

本報告是周黑鴨國際控股有限公司(以下簡稱「本公司」或「周黑鴨」)發佈的第七份環境、社會及管治(以下簡稱「ESG」)報告，重點披露本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)在經濟、社會和環境等方面表現的相關信息，時間跨度為2022年1月1日至2022年12月31日(即「報告期內」)，部分信息涉及2022年以前或2023年。

編製依據

本報告參照香港聯合交易所有限公司(以下簡稱「聯交所」)發佈的《香港聯合交易所證券上市規則》附錄二十七之《環境、社會及管治報告指引》編製。

本報告內容是按照一套有系統的程序而釐定的。有關程序包括：識別和排列重要的持份者、識別和排列ESG相關重要議題、決定ESG報告的界限、收集相關材料和數據、根據數據編製報告和對報告中的資料進行檢視等。

重要性原則：為進一步明確企業環境、社會及管治實踐及信息披露的重點領域，提升報告的針對性與響應性，本年度本公司再次開展了重大性議題識別程序，依據董事會釐定的對投資者及其他持份者產生重要影響的環境、社會及管治事宜，按照實質性原則對其重要性水平進行判定，最終確定議題披露程度和邊界，保證更準確、完整地披露本集團運營管理相關信息。

量化原則：本報告依據《香港聯合交易所證券上市規則》附錄二十七之《環境、社會及管治報告指引》中「關鍵披露指標」要求，制定減小個別影響的目標，對量化指標進行披露並附帶說明，對部分指標披露自2020年起連續三年數據，以確保環境、社會及管治政策及管理系統的效益可被評估及驗證，同時對未進行解釋的條文提供經過審慎考慮的理由。

平衡原則：本報告努力實現客觀、公正，真實地反映本集團2022年ESG工作成效及實踐，報告內容均來自集團內部管理文件、統計及公開披露信息，以及公眾媒體報道，無不正當修改。

一致性原則：報告遵循一致的信息統計範圍和方法，所覆蓋主體範圍為本集團，相對往年無重大調整。

報告範圍及邊界

本報告中的政策、聲明、資料和數據等覆蓋本集團，與年報範圍一致。若無特別說明，本報告中所有涉及資金貨幣種類均指人民幣。報告期為2022年全年(即2022年1月1日至2022年12月31日)，與財政年度一致，部分信息涉及2022年以前或2023年。

資料來源及可靠性保證

本報告的資料和案例主要來源於本集團統計報告和相關文檔。本公司承諾本報告不存在任何虛假記載、誤導性陳述，並對其內容真實性、準確性和完整性負責。

確認及批准

本報告經管理層確認後，於2023年3月31日獲董事會審批通過。

獲取及回應本報告

本報告提供繁體中文版及英文版供讀者參閱，報告電子版可在聯交所網站周黑鴨「財務報表／環境、社會及管治資料」類別內或本公司網站獲取。

本公司十分重視持份者的意見，並歡迎讀者通過以下聯絡方式與本公司聯繫。您的意見將協助本公司進一步完善本報告以及提升周黑鴨整體的環境、社會及管治表現。

聯繫電話：+86 400-1717-917

郵件地址：IR@zhouheiya.cn

郵件地址：中國湖北省武漢市東西湖區走馬嶺匯通大道8-1號

扎根樹根文化： 務實守信

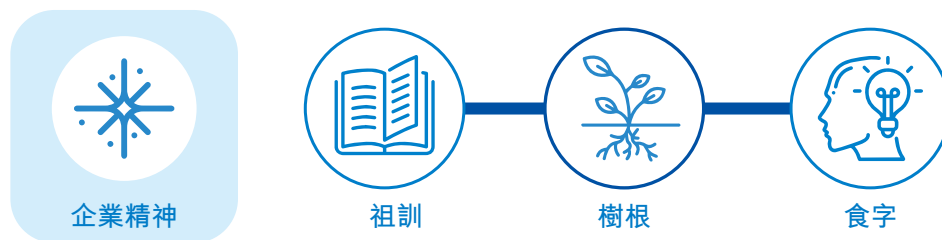
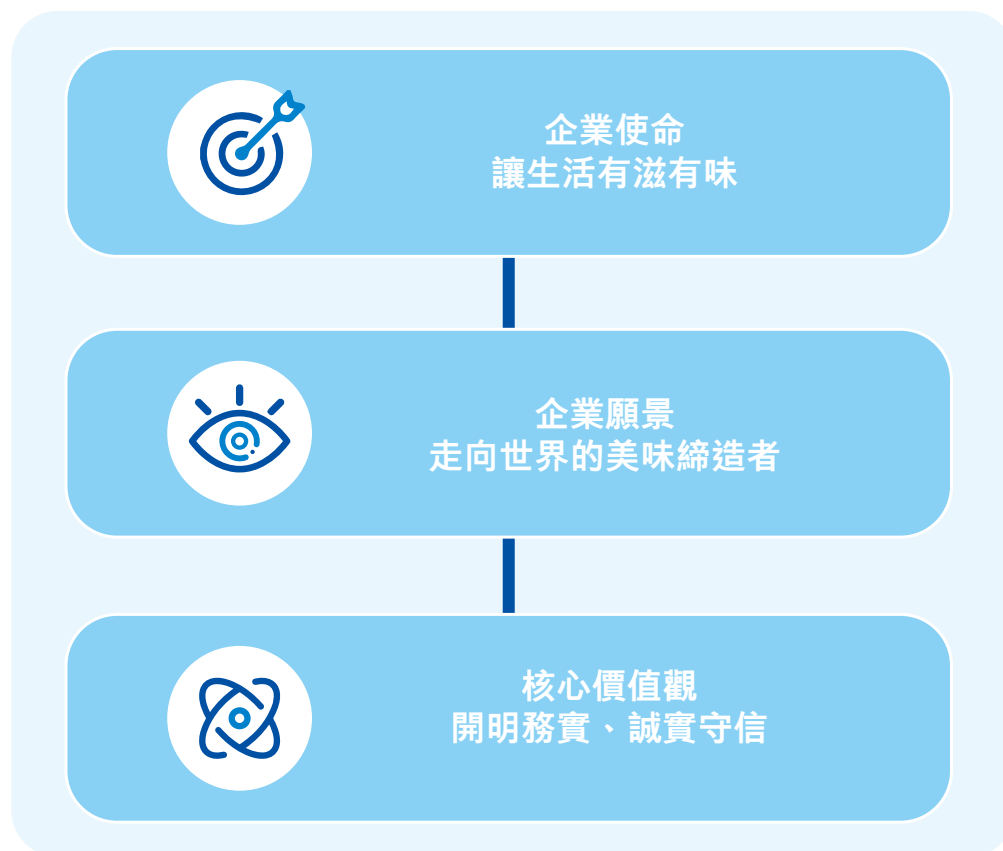
- 1.1 關於我們
- 1.2 經濟績效
- 1.3 企業管治
- 1.4 **ESG**治理



周黑鴨不斷完善企業治理，堅持可持續發展理念，持續踐行「管理逐身先則得擁護，逐放逸則失愛戴」的祖訓，「開明務實誠實守信」的企業核心價值觀。周黑鴨始終踐行「食」字理論和「樹根」文化，矢志實現「百年品牌，走向世界」的夢想。

1.1 關於我們

周黑鴨國際控股有限公司是一家專門從事生產、營銷及零售休閒熟鹵製品企業，主營業務為鹵鴨、鴨副產品，鹵制紅肉、鹵制蔬菜、鹵制家禽及水產類等其他產品。遵循「沒滋味就吃周黑鴨」的品牌理念，努力成為年輕、有活力兼具文化底蘊、生活品味的品牌。周黑鴨相信，可口、衛生、方便的產品，能夠為消費者帶來更大的樂趣和更好的體驗，持續邁向「走向世界的美味締造者」的企業願景。



周黑鴨的企業文化

本集團通過持續創新研發新產品和新口味，致力於給消費者帶來新體驗。2022年，本集團持續聚焦突破小龍蝦賽道，積極探索多元化產品體系，通過開發輕滋味系列，覆蓋更多客群。



本集團通過線上線下多方位佈局，持續夯實新興賽道，通過年輕化營銷，快速觸達和了解消費者需求，加深與消費者的多場景互動交流，將周黑鴨打造成更貼近消費需求、更年輕的品牌。

渠道多元化，持續深耕社區生鮮、精細化運營外賣業務和直播短視頻等渠道，進一步挖掘消費需求



承接超級大單品策略，聚焦資源，通過新營銷、新口味、新玩法和新包裝，集中推廣“小龍蝦蝦球”大單品，2022年單月最高銷量突破100萬盒，躋身第二大單品



通過低本高效的年輕化營銷策略，佈局內容類電商，通過抖音小紅書、外賣等渠道鏈接近店廣告，緊貼線下業務和門店，引爆產品和銷售額，持續提升運營能力和轉化效率



全面升級店面視覺和包裝，打造零食感、年輕化的用戶體驗



積極投身公益事業，彰顯企業責任，回饋社會大眾，打造有溫度的周黑鴨品牌

周黑鴨品牌升級創新舉措

周黑鴨連續4年獲得「農業產業化國家重點龍頭企業」榮譽證書，安全優質的產品受到國內外消費者的一致好評。年輕、休閒的品牌定位，更是贏得了眾多年輕白領和學生一族的喜愛。

1.2 經濟績效

2022年，本集團抵抗疫情壓力，加速推動業務轉型。線下門店板塊加速拓展，通過轉型「輕資產」商業模式，加速滲透下沉市場，賦能萬店計劃。本集團加大擴展特許業務，通過特許費減免等六大支持積極賦能被特許商，特許業務增長快速。同時，本集團加大社區店項目，極大提升門店抗風險能力，助力周黑鴨萬家門店藍圖佈局。

截至2022年12月31日，本集團的門店總數達3,429間，其中直營門店1,446間，特許經營門店1,983間，已覆蓋中國28個省、自治區及直轄市內的319個城市。

產能方面，本集團仍以全國五大生產中心為整體佈局，目前在華北、華中、華南及華東已設有四個空間潔淨度為十萬級標準、高度自動化的生產中心。華東工廠已正式投產，配合動態物流網絡管理，將華東地區配送半徑縮短約500至600公里，提升門店送達效率。同時，本集團正在穩步推進華西工廠投入運營。各生產中心的產能將實現靈活調配，高效協同。報告期內，本集團進一步優化供應鏈，通過精準捕捉採購點、生產端持續降本增效、提升倉儲運輸效率和產供銷協同四個方面深化成本控制，推動企業可持續發展。

1.3 企業管治

周黑鴨積極構建透明、可溯、權責分明的企業管治體系，打造多元化的管治架構。通過合規廉潔的管理理念不斷加強本公司的組織管理水平，助推企業堅持可持續發展理念，進一步提升企業形象和品牌知名度。

管治架構

周黑鴨嚴格遵守《中華人民共和國公司法》及聯交所上市規則附錄十四之《企業管治守則》等法律法規及相關監管部門規定要求，建立權責分明、各司其職的科學治理架構，致力於持續推進企業價值增值和透明化管理，打造完善、透明、健康的企業管治環境。

本公司設有四個主要的董事委員會，分別為審核委員會、提名委員會、薪酬委員會及策略發展委員會。董事會包含三名執行董事、三名獨立非執行董事，以及一名非執行董事。審核委員會成員包括三名獨立非執行董事。各個董事委員會均按其職權範圍運作，具體董事委員會之職權範圍於本公司及聯交所網站可供查閱。

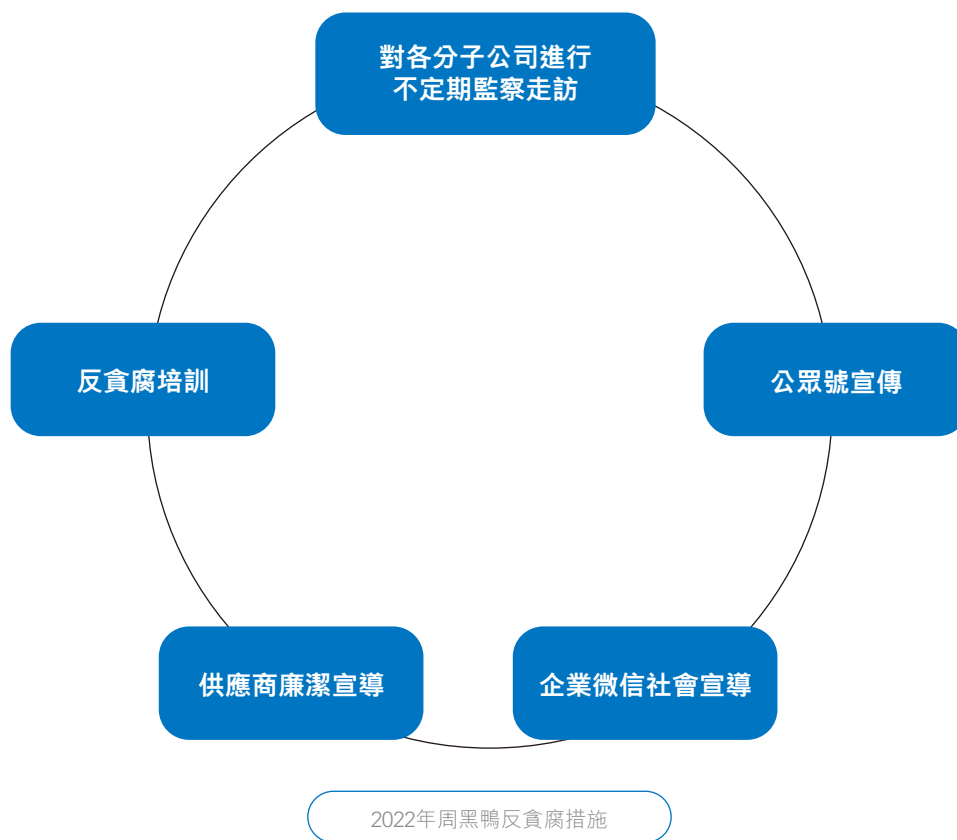
董事會多元化

周黑鴨認識到董事會層面的多元化對於保持競爭力及可持續發展而言至關重要，持續打造多元化的董事會，尋求提高運作效率並努力為持份者創造價值。本公司在甄選、提名、確立董事會的過程中，充分考慮了董事會多元化問題，包括但不限於性別、年齡、文化和教育背景、行業經驗、技術及專業技能及／或資格、知識、服務期限長短以及作為董事將投入的時間等各個方面因素，充分保障董事會決策的合理性與有效性。本公司還將不時考慮其自身業務模式和特殊需要，最終決定將基於指定候選人的長處及可為董事會帶來的貢獻而作出以兼顧董事會的需要。於甄選委任董事的合適候選人及就此作出推薦建議時，董事會將擇機增加女性成員的比例。董事會希望不遲於2024年12月31日委任至少一名女性董事，並以達至性別均等為最終目標。我們將確保在招聘中高層僱員時的性別多元化，並致力於為女性僱員提供職業發展機會，為董事會於該等時限內與未來培養一批潛在繼任者。

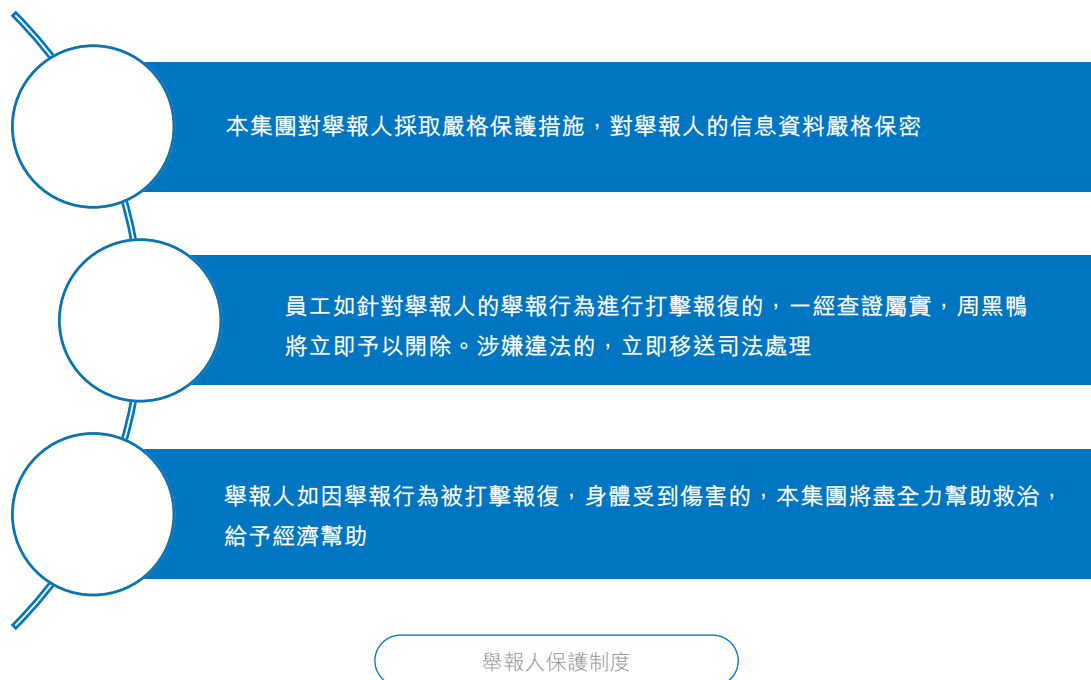
合規廉潔

周黑鴨嚴格遵守《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國民法典》《中華人民共和國反壟斷法》《中華人民共和國反不正當競爭法》等法律法規，並持續修訂和完善《反腐敗工作制度》和《周黑鴨紀檢委章程》，不斷加強周黑鴨的合規管理和廉潔建設。報告期內，本公司發佈了兩個規範性文件《紀檢監督檢查工作條例》和《紀檢監察舉報辦法》，讓周黑鴨全體員工知悉企業廉潔的決心和態度。同時，本公司積極規範供應商的合規廉潔行動，通過簽署反腐承諾附件，雙方共同承諾禁止任何形式的賄賂行為，積極維護雙方的合法權益。報告期內，本集團未有貪污訴訟案件。

報告期內，本公司積極制定反貪腐舉措，致力於通過一系列措施防範反腐行為，貫徹落實反貪腐制度和理念。



本集團根據《紀檢監察舉報辦法》對周黑鴨舉報人予以保護措施，並針對特殊舉報信息進行保密處理。本集團鼓勵舉報人對於反腐行為進行舉報，報告期內，本集團按照舉報獎勵辦法，對積極配合且有效舉報人給予獎金兌現。



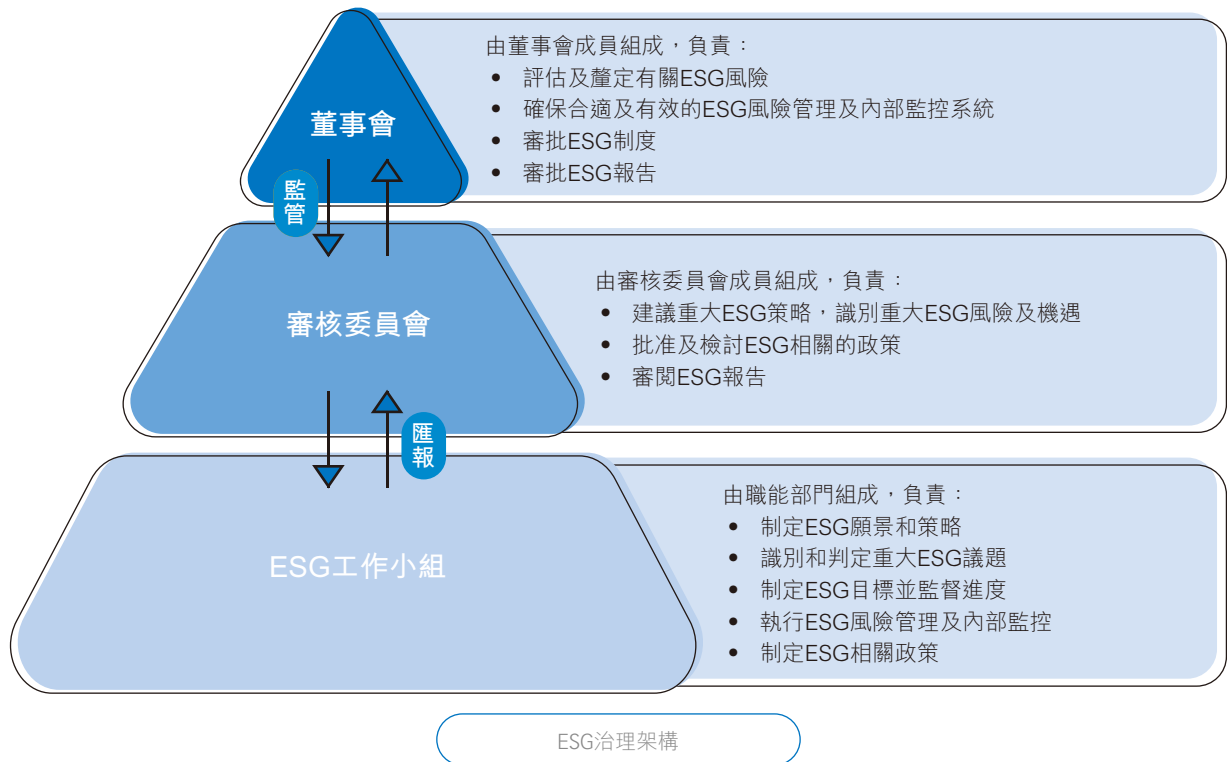
周黑鴨積極開展反貪腐培訓，致力於提升各級員工的反貪腐意識。報告期內，本集團通過線上線下多元化渠道持續貫徹反貪腐理念，強調「周黑鴨十大高壓線」及相關案例，並針對2022年頒發的兩個規範性文件《紀檢監督檢查工作條例》《紀檢監察舉報辦法》和紀律監察機制進行全面解讀。報告期內，本集團共開展三次反貪腐培訓，高管和員工培訓覆蓋率達到95%。

1.4 ESG治理

周黑鴨積極將ESG策略與方針融入企業戰略，積極與利益相關方溝通，在各項行動中踐行和落實可持續發展理念。周黑鴨將持續貫徹ESG理念，積極承擔社會責任，用行動助推行業可持續發展。

ESG治理架構

為推動可持續發展的實施與落地，周黑鴨建立完善的ESG三級治理架構，涵蓋董事會、審核委員會和ESG工作小組，將ESG貫徹落實於企業日常運營中。其中，ESG小組負責制定ESG相關政策、識別ESG風險並執行ESG目標。審核委員會會對於ESG政策、重大議題和目標進行審核及監督，並將結果提交董事會審查。董事會參與審批ESG管理架構、目標、政策和報告，評估及釐定有關ESG的風險，確保內部有相應的應對政策和措施和有效的ESG風險管理及內部監控系統。



董事會ESG聲明

董事會責任

董事會對周黑鴨的ESG管理方針策略、相關目標制定、目標進度檢討以及ESG表現負最終責任，負責評估和釐定本集團有關可持續發展的風險，確保本集團設立健全及有效的ESG管理和內部控制系統。董事會下設審核委員會及ESG工作小組負責監管和執行本集團的環境、社會及管治的工作計劃。

日常實施

審核委員會成員由董事會在非執行董事中委任，負責建議本集團的ESG策略以及重大風險及機遇的識別、批准及檢討相關的政策，以及審閱ESG報告。而ESG工作小組的職責包括制定ESG願景和策略、識別和判斷重大ESG議題、制定ESG目標並監督目標完成進度、執行ESG風險管理及內部監控、制定ESG相關政策，並保證ESG工作的執行。審核委員會定期向董事會匯報及提出建議。

ESG風險機遇識別

本公司的業務性質及營運所在環境令本公司面臨各種潛在風險，可能會對本集團的可持續發展構成影響。董事會負責監督重要的ESG議題，包括相關風險和機遇。審核委員會和ESG工作小組負責評估環境和社會風險，並在報告期內針對氣候變化相關的風險和機遇開展了系統化梳理，就具有策略意義的風險向董事會提供建議，制定未來風險應對及緩和計劃。相關重大風險也會加入企業風險管理框架，與其他業務風險一併監控，並通過採取積極措施來緩解相關影響。

重大性分析

本公司定期舉辦內外部活動與利益相關方緊密交流，從而識別和評估ESG議題，以及釐定有關議題的優先次序。本公司的重大性議題排序經過第三方重要性評估而決定，而有關評估的結果已經過審核委員會討論和審批。

持份者溝通

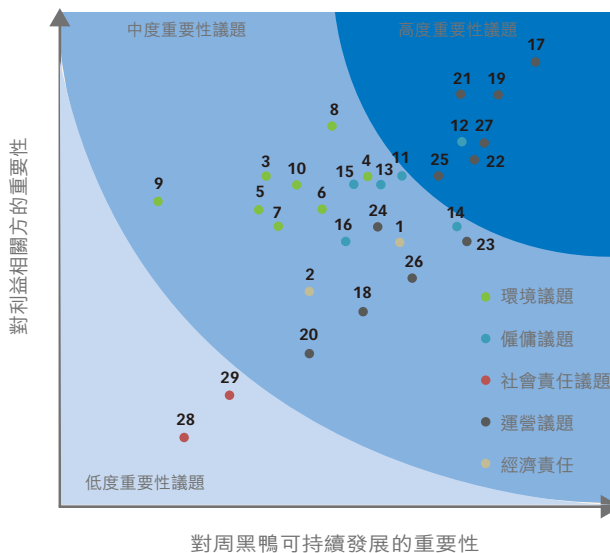
周黑鴨積極與各界利益相關方就ESG相關議題進行深度溝通，主要包含股東／投資者、政府部門、供應商、員工、媒體、消費者等6類利益相關方，通過現場調研、訪談、問卷等多元化形式進行定期和不定期溝通。溝通主要包含了解利益相關方關切的ESG問題，及時回應不同利益相關方的要求和訴求，並在戰略管理和運營過程中納入相關反饋，以滿足各方持份者對周黑鴨的期待，同時通過本報告回應利益相關方的關注。

持份者組別	主要關注議題	溝通渠道／反饋方式	頻率／次數
股東／投資者	經營業績 企業管治 員工福利	<ul style="list-style-type: none"> － 股東大會 － 年報、中報及ESG報告 － 投資者見面會 － 業績發佈會 － 新聞稿／公告 － 現場調研 	<ul style="list-style-type: none"> － 股東大會每年舉辦 － 每年於規定時間內發佈年報、中報及ESG報告 － 每年度定時召開年度及中期業績發佈會 － 其餘活動不定期舉辦
政府部門	食品安全 消費者溝通 環境管理 合規運營	<ul style="list-style-type: none"> － 現場調研 － 重大會議 － 情況匯報 － 實地抽查 － 業務辦理 	<ul style="list-style-type: none"> － 不定期舉辦
供應商	供應鏈管理 食品安全 反貪腐	<ul style="list-style-type: none"> － 現場調研 － 供應商考核 － 質量溝通會議 － 供應商大會 － 供應商反腐教育 － 電話／書面來往 	<ul style="list-style-type: none"> － 每季度針對原料、輔料、包材供應商召開質量溝通會 － 其他活動不定期舉辦
員工	薪酬福利 員工穩定性 培訓與發展	<ul style="list-style-type: none"> － 培訓報告書 － 滿意度調查表 － 課堂面談 － 電話面談 － 交流培訓活動 － 視頻會議 	<ul style="list-style-type: none"> － 每月一次培訓報告書(培訓項目開發期間) － 其他項目不定期舉辦
媒體	食品安全 社區投資 綠色生產	<ul style="list-style-type: none"> － 新聞稿／公告 － 採訪 － 會議 	<ul style="list-style-type: none"> － 不定期舉辦
消費者	食品安全 食品營養與健康 綠色生產 溝通服務	<ul style="list-style-type: none"> － 線上推廣發佈 － 線下展銷會 － 線下推廣活動 － 客戶服務電話 － 微信／微博 	<ul style="list-style-type: none"> － 不定期舉辦

重大議題評估

2022年，周黑鴨與各大利益相關方通過面對面交流、電話採訪、問卷調研、實地考察等形式對於2022年ESG重大性議題進行深入交流，並在此基礎上收集各方意見與訴求，經過深入分析形成重大性議題矩陣。報告期內，本公司識別並總結了29條ESG議題，其中7個是本報告重點關注的主要ESG議題，構成重點披露部分。本公司將在本報告中詳細闡述相關信息。

周黑鴨2022年ESG重大議題矩陣



序號	議題名稱
1	業務表現和經濟績效
2	制定有關環境、社會的治理理念和管理方式
3	電、氣、油等能源的消耗情況
4	廢水的處理排放情況
5	溫室氣體的排放情況
6	廢氣的排放處理情況
7	固體廢棄物(生產和生活垃圾)的處置情況
8	食物垃圾處理
9	應對氣候變化風險
10	包裝材料消耗與可持續包裝
11	合規用工，防止童工和強迫勞動
12	員工薪酬與福利
13	員工多元化及平等機會
14	職業健康與安全

序號	議題名稱
15	職業發展與培訓
16	員工關愛與溝通
17	產品的質量與安全管理
18	產品的營養健康價值
19	供應商對食品安全的管理
20	供應商對環境和社會的影響
21	供應鏈和食品追溯管理
22	消費者服務與溝通
23	消費者信息及隱私保護
24	自身、合作夥伴及其它相關方的知識產權
25	商業道德及反貪腐
26	負責任營銷
27	研發與創新
28	參與公益慈善活動及相關的投入 (如金錢、時間等)
29	參與社區貢獻 (帶動地方就業、採用當地供貨商等)

深耕食字文化： 食安為本

- 2.1 品質先行
- 2.2 健康創新
- 2.3 責任供應
- 2.4 用心服務



本集團堅守連鎖經營管理模式和「質量第一，信譽至上，保持特色，持續發展」的經營理念。本集團相信通過健康、安全和優質的產品與服務，能夠為消費者帶來更大的樂趣和更好的體驗。

2.1 品質先行

本集團始終堅持品牌與品質高度合一，將品質先行作為企業的發展目標。本集團通過規範食品安全體系和踐行食品安全措施，從全產業鏈保障食品的質量與安全，為消費者提供高質量產品。

食安體系

為搭建完善的食品安全管理體系，本集團通過優化食品安全管理制度，健全食品安全質量管理認證，設立質量管理目標和指標等方式，從制度體系層面管控食品安全質量，降低潛在風險，切實保障消費者權益。

為進一步加強食品安全管理體系，報告期內，本集團各工業園在持續保持FSSC 22000、HACCP、ISO 9001、ISO 14001四體系認證的基礎上，湖北工業園新增BRCGS食品安全全球標準認證，為食品安全管理體系保駕護航。同時，本集團持續榮獲「氣調包裝熟肉肉製品」產品「武漢名品」認證，從消費者和行業層面均獲得食品安全質量認可與認證。



湖北工業園體系認證證書



河北工業園體系認證證書



廣東工業園體系認證證書



江蘇工業園體系認證證書



「周黑鴨氣調包裝熟肉製品」產品「武漢名品」認證

本集團嚴格遵循各項食品安全法律法規和國家標準，如國家市場監管總局60號令《企業落實食品安全主體責任監督管理規定》《GB2762-2022食品安全國家標準食品中污染物限量》《GB 5749-2022生活飲用水衛生標準》等，通過管理文件制修訂、管理制度優化和培訓等手段進行宣導和實踐，保障產品安全，確保運營合規。

本集團制定了全方位的質量管理流程，涵蓋原材料採購、產品生產、產品檢測、儲存管理、冷鏈物流、門店銷售和追溯召回環節。報告期內，本集團針對新品上市前進行食品安全風險識別、評估和等級預判，並制定對應可行的預防措施。

為確保本集團各工業園質量與食品安全體系的有效性，2022年本集團開展了多次針對各工廠的專項質量審計活動，對河北、湖北、廣東、江蘇工業園進行了質量審計，對質量審計情況進行審核評級，並針對審核問題發現項及質量審計活動提出了改進方向。

本集團積極針對門店制定食品安全管控程序，建立食品安全日管控、周排查和月調度管理機制，定期組織門店食品安全風險隱患排查，及時解決食品安全潛在問題和降低風險。本集團新增《質量問題8D分析報告》對於質量問題進行全面分析，成立質量問題專項小組快速了解問題情況並制定解決方案。同時，本集團設立食品安全自查指標管理制度，並將關鍵自查管理指標納入相關崗位績效，進一步落實食品安全管理和保障門店食品安全。

本集團進一步完善質量防禦體系和產品召回管理程序，積極開展產品召回演練。報告期內，本集團在10月份統一組織了產品追溯演練，各工廠共開展4場產品召回演練，模擬召回的有效率達100%，確保產品召回流程完整性和產品召回高效性。報告期內，本集團未發生因安全與健康理由而須召回產品的事件。

食安行動

本集團致力於通過一系列質量管理舉措，涵蓋供應商管理、物流運輸管理、門店管控和臨期產品管控等，深入落實質量管理理念和目標。同時，本集團通過打造食品安全培訓體系和食品安全活動，優化質量獎勵機制，進一步提升各層級員工的食品安全意識，從全方位質量管控切實保障產品品質。

供應商管理

- 針對新供方開發與引入，進行現場審查，對產品質量情況、產品標準和合格條件進行評估
- 定期對供應商的新設備以及工藝進行溝通和了解，對於產品質量進行管控

物流運輸管理

- 對於氣調裝產品包裝的溫度和物流運輸時長有嚴格的要求，外包裝和保鮮冰袋的數量和規格均有嚴格的執行要求
- 針對冷鏈進行監控和品控抽查，溫度監控由事後追查變為時時預警，能夠100%追蹤異常溫度
- 與合作的物流公司在合同上對48h的發貨時效進行約定，保證產品運輸的時效

門店質量管理

- 2022年周黑鴨完善各商貿食品安全質量自查管理體系，上線超級導購系統巡店管理模塊，制定統一巡檢表。各商貿每月自查覆蓋所有門店
- 每月制定巡檢計劃，通過線下及遠程視頻方式開展市場門店監督飛檢工作

臨期產品管控

- 針對臨期的產品，本集團會組織內部低價採購的方式消耗庫存，避免食物浪費
- 針對真空臨期一個月內的產品，禁止對外流通，保證消費者的食品安全

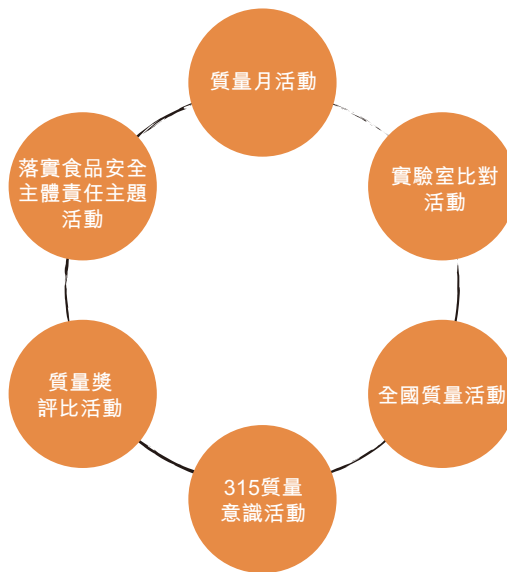
2022年質量管理優化舉措

本集團致力於提升各級員工食品安全管理意識，打造多樣化食品安全和質量相關培訓。報告期內，本集團各工業園及總部組織開展食品安全質量培訓合計100餘場，覆蓋了內部門店、電商、供應鏈(倉儲、物流)、生產、研發、質保等人員，以及外部承運商。



食品安全與質量相關培訓

在優化培訓體系的基礎上，報告期內，本集團舉辦了一系列食品安全與質量相關活動，通過多樣化的方式，讓員工加強食品安全與質量意識。為提升全員工作質量，2022年本集團開展工廠質量獎評選活動，並通過守門員獎勵機制、質量審計、飛行檢查等方式來進行評比和審核，鼓勵各層級員工參與到本集團質量管控中，從細節把控產品品質。



食品安全與質量相關活動

315質量意識活動

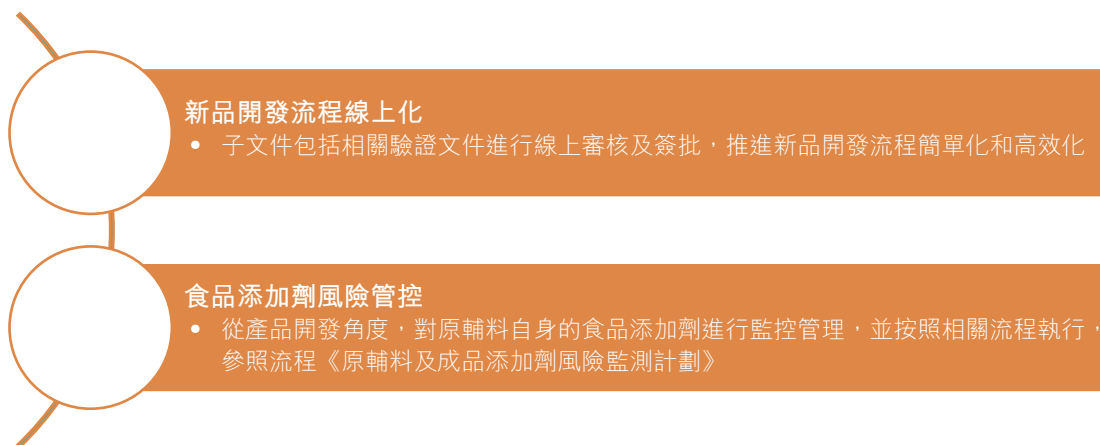
2022年3月15日，江蘇周黑鴨舉辦一年一度的「3.15質量意識活動」，為了進一步服務好本集團的顧客，本集團開展員工宣誓活動、質量紅線宣貫和質量相關游戲活動。江蘇工業園團隊圍繞本集團「食」之理念與「樹根文化」堅持從我做起，保障產品質量和食品安全。本集團激勵大家牢記本集團「食」之文化，嚴格遵守本集團質量紅線，遵守《中華人民共和國食品安全法》，做一個有良心的食品人。

2.2 健康創新

本集團致力於打造創新與健康產品，從制度升級、流程優化和產品技術升級等方面加強產品研發創新，為消費者不斷提供新產品與新體驗。

研發創新

本集團重視研發創新，本集團嚴格遵循《預包裝食品標籤通則》《預包裝食品營養標籤通則》《食品添加劑使用標準》等行業標準，優化升級《新品驗證管理規定》《新品開發管理制度》等創新研發制度。同時，本集團針對新品研發流程進行優化，推動新品開發流程線上化，並重視食品添加劑和新品上市前風險管控，全流程保障新品研發過程中的產品質量，降低食品安全風險，推動新品上市高效化和優質化。



2022年新品研發流程優化

2022年，本集團以六大戰略中的產品多樣化為指導，繼續深耕產品創新和產品開發工作。通過深入研究新品開發迭代，產品線延伸和新口味產品創新三個主要創新研發方向，進一步通過創新新品給消費者帶來新體驗，給消費者提供更多產品新選擇。

新品開發迭代

- 針對21年主導開發的香辣蝦球，不斷進行產品的極致化迭代，在產品的顏色，口味，口感不斷打磨，維護產品品質的穩定性

產品線延伸

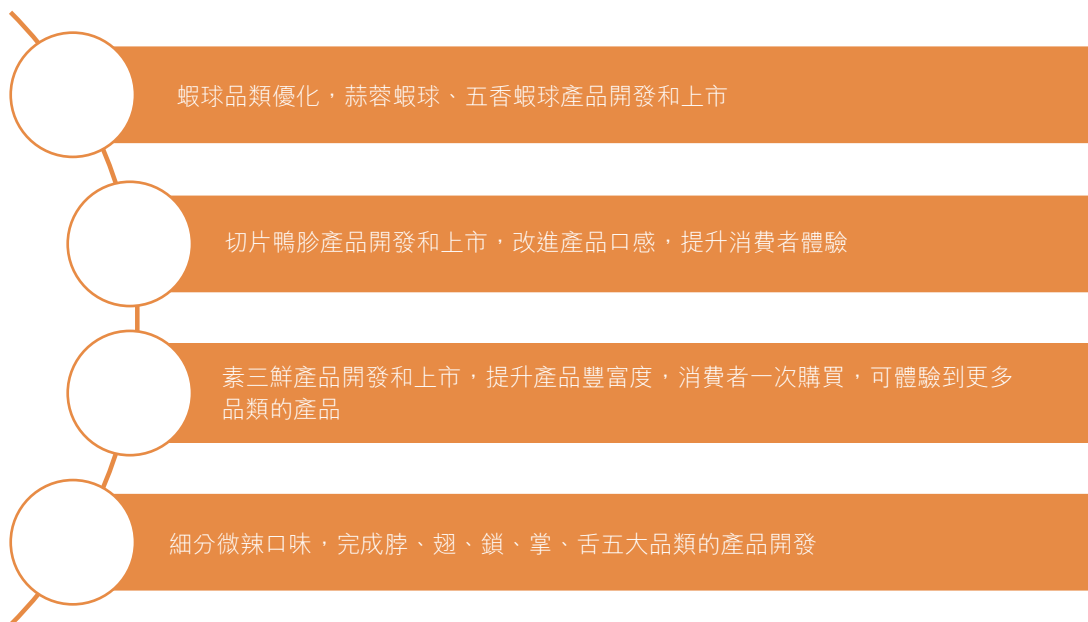
- 五香口味的產品線延伸，開發五香鴨舌，五香雞尖的產品進行儲備和上市準備

新口味產品創新

- 新口味的產品創新，完成青芥魷魚，夫妻肺片的產品開發

2022年產品研發創新方向

報告期內，本集團進一步豐富產品線，從新品類開發優化和細分口味創新兩大維度出發，滿足多樣化消費需求，提升用戶體驗。



2022年新品開發亮點成果

同時，本集團重視與外界機構聯合研發新技術，不斷深化鹵製品研發技術。報告期內，本集團與多所高校聯合開展合作研發項目，推動鹵製品行業創新發展。

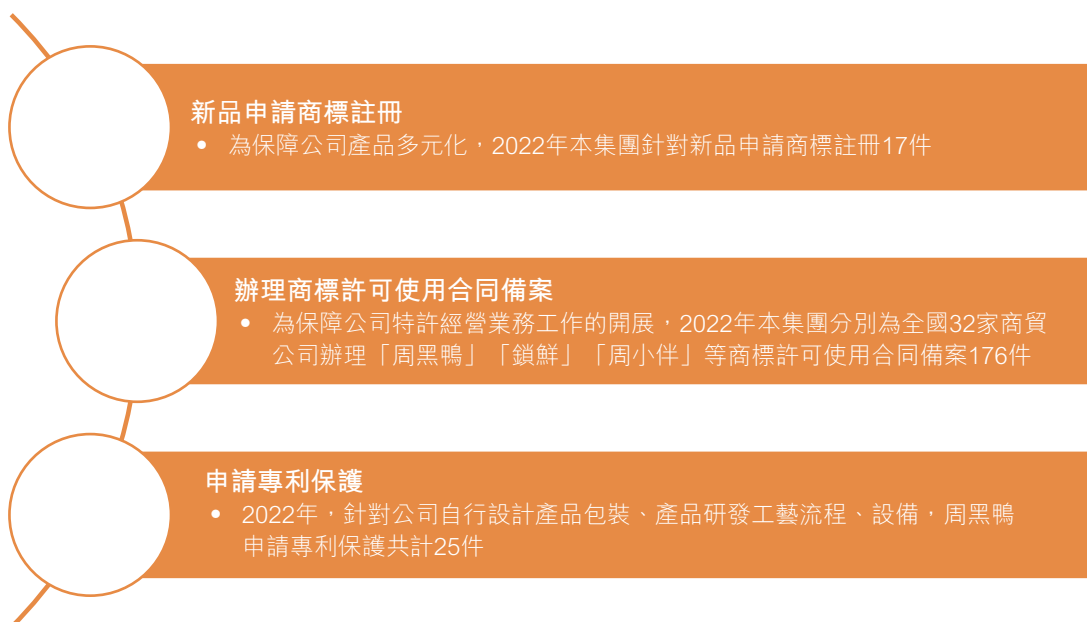
與武漢輕工大學合作的「香辛料提取」項目

- 與武漢輕工大學合作的「香辛料提取」項目，完成了辣椒、花椒、桂皮、八角的提取，確定提取參數。完成了液氮粉碎辣椒，辣椒油樹脂乳化的初步探索。後續會深度研究乳化性能，提供辣椒油樹脂的穩定性，以及在鹵水中的應用

2022年高校聯合研發項目

知識產權

本集團重視知識產權保護，致力於保障公司產品專利。報告期內，本集團進一步優化《知識產權管理辦法》，通過針對新品商標進行申請註冊，辦理商標許可使用合同備案和申請專利保護等舉措，進一步保障產品多元化和創新研發的開展。



知識產權保護舉措

為打擊商標惡意摹仿行為，淨化市場環境，報告期內，本公司法務部辦理商標評審案件合計170件，其中包含委外辦理70件，自行辦理商標異議2件、無效宣告88件等申請共100件。2022年知識產權維權共辦理數量829件，涵蓋辦理立案213件，結案262件，共獲賠金額人民幣316萬元。

2.3 責任供應

本集團不斷加強供應鏈建設，從准入評估、風險管控和供應商溝通幫扶等方面完善供應商管理。本集團致力於與上下游供應商維持長久和緊密的夥伴關係，全力保障責任供應。同時，本集團注重發展本地供貨商，持續扶持戰略供貨商，攜手上下游共同打造高質量的食品供應鏈，落實責任供應。

報告期內，本集團與243家原、輔料及包材供貨商建立了合作關係，其中本地供貨商80家，非本地供貨商163家，本地供貨商佔比32.9%。

供應商准入評估

為保障供應商的各方位能力，本集團持續優化《供應商管理制度》及《2021年供應商績效考核標準》等管理制度。在准入階段，本集團在嚴格規範供應商准入流程的基礎上，要求供應商和合作夥伴簽署《質量環保安全承諾書》及《環境保護協議》等文件，針對環境和產品質量等維度進行管控和要求。報告期內，供應商簽署《環境保護協議》的比例達到100%。

報告期內，本集團對於供應商的績效考核制度進行完善，對納入合格供方名錄的原料、輔料、包材供應商從質量、服務、交付等維度進行定期績效考核。在針對質量、到貨和服務等例行季度評價的基礎上，本集團定期開展供應商飛行檢查，通過突擊檢查方式來審核評估供應商。同時，本集團根據績效考核情況對供應商進行分級管理，對考核不合格的採取「進入觀察期觀察、停供整改、剔除合格供方名錄外」等處理。

供應商風險管控

為保障供應鏈穩定性與供應商的風險應對能力，降低供應鏈潛在風險。報告期內，本集團進一步升級《緊急採購處理制度》等制度文件，針對不同採購場景通過風險等級進行劃分管控。為應對供應異常情況和極端天氣相關情況，本集團積極針對原料採取提前採購和儲備工作，對於原輔包供應商各類大部分保持2家以上的合作商，針對主要原料上更是確保多地域和多家供應商供應。

供應商風險管控

2022年9月，本集團啟動手撕雞脖自產項目，在前期完成產品測試等一系列準備工作中，由於雞脖原料的產品標準要求，僅東北產區原料可以滿足項目要求。本集團考慮到臨近寒冬，東北區域可能發生大雪封路的風險和疫情的不確定性，緊急開展供應商風險管控工作。通過項目組進行報備，提前進行雞脖原料的採購儲備工作，以保證雞脖自產項目的順利進行。

供應商溝通

為保障產品的高品質，本集團積極與供應商進行溝通和現場指導，了解新設備和新工藝，確保原材料高質量生產，幫扶供應商解決生產相關問題。報告期內，本集團給供應商提供共計185次培訓，全方位支持供應商的高質量發展。

供應商現場溝通

針對氣調膜生產國產化技術，報告期內，本集團組織整合供應鏈中心採購部組織質保，研發以及管理層現場對供應商的新設備以及工藝進行了解和溝通，共同推進國產化進度，達到優化成本目標。



供應商現場溝通

2.4 用心服務

本集團遵循「顧客第一」的品牌價值觀和處理原則，崇尚「客戶至上」的企業文化，通過提升客戶服務、創新營銷活動和數字化工具等方式全力提升消費者滿意度。本集團深入加強消費者溝通方式，保障消費者隱私，用心提供優質服務。

服務保障

本集團始終秉持服務創造價值的理念來服務消費者，致力於保障客戶服務質量。本集團通過特許加盟商優化和客戶服務提升兩大層面全力提升客戶服務滿意度。2022年本集團95.5%的客戶參與了滿意度調研，滿意度整體得分為86.8。

特許經營優化

為確保特許商運營過程中的服務質量與安全性，本集團在針對特許商開展的檢查過程中採用三級巡檢模式，通過現場抽查和飛行抽查等形式全面跟蹤和管理安全和質量板塊的工作。

集團總部

- 集團總部團隊對集團所有門店進行現場或飛行抽檢，抽檢門店數不低於集團總門店數的10%

大區職能部門

- 大區職能部門對大區管轄所有門店進行現場抽檢，抽檢門店數不低於所屬區域總門店數的30%

大區運營管理團隊

- 大區運營管理團隊對大區管轄所有門店進行現場巡檢，巡檢區域所有門店

三級巡檢模式

客戶服務提升

為提升消費者粘性，本集團積極通過數字化平台和工具，進一步提升營銷精準度，滿足消費者的不同需求。針對電商平台，本集團通過運營人員每日追蹤評分動態變化，針對性分析多方位評分變化原因，及時調整方案。

「描述」評分優化措施

- 優化產品詳情內容，產品信息準確傳達，並確保產品詳情頁與產品實物相符度，避免虛假宣傳
- 提升營銷及活動推廣效能，活動真實有效，提高顧客品牌信任感
- 針對客戶標籤制定會員專屬活動，提升顧客品牌黏性

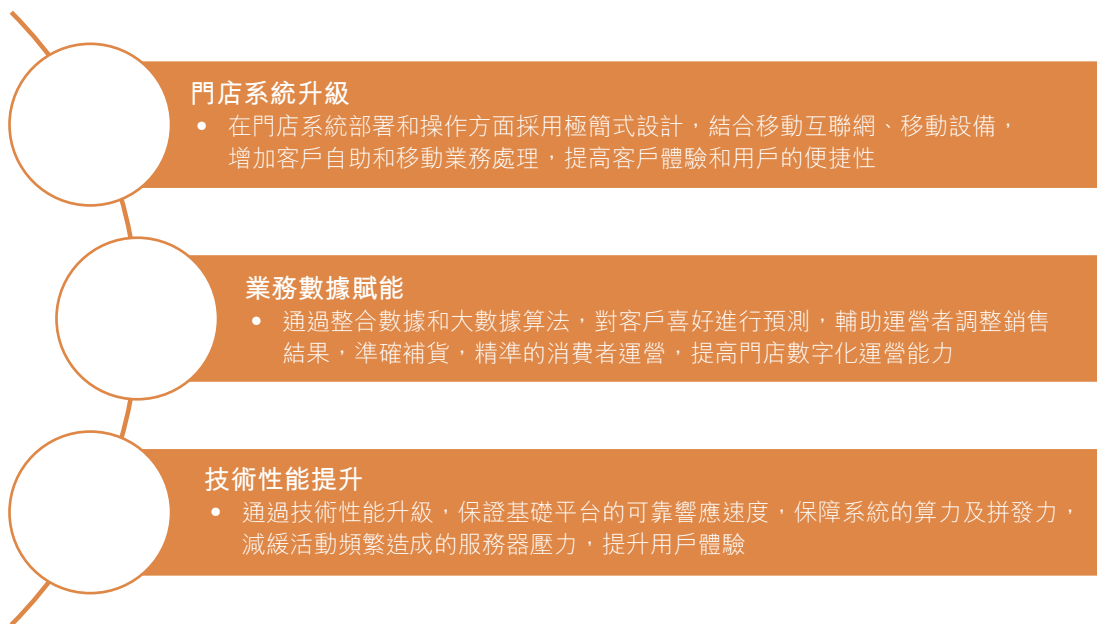
「服務」評分優化措施

- 客服定期接待培訓，採用標兵制度，提高客服專業度
- 分析客戶真實評價，從客戶角度查漏補缺不斷優化服務體系，增強客戶體驗感
- 通過每日記錄同行評分對比，模擬顧客身份訪問高評分店鋪學習並優化自身

「物流」評分優化措施

- 合作多家快遞公司，提高攬件效率及物流時效。針對顧客指定快遞需求，盡可能予以滿足
- 貨架分類科學擺放，提高倉庫打包效率及準確率
- 如遇發貨即將超時，與顧客及時溝通，解釋原因、安撫情緒

為有效解決門店在運營過程中遇到的難點與痛點，2022年本集團攜手嘩啦啦合作推進門店數字化項目。通過解決現有業務在運營過程中碰到的一系列問題，建立自主適配能力強的一體化平台，進一步滿足消費者需求。



門店數字化運營項目

報告期內，本集團通過客服內部服務培訓和零售服務質量培訓等措施，為消費者提供了一個滿意的消費場景，為公司創造了一個良好的經營環境。

零售服務質量培訓

本集團為提高零售服務質量開展了一系列培訓，其中《服務標準》與《微笑服務》培訓全國每月開展三到四次，覆蓋全國直營門店和特許門店店員、店長、主管，2022年參訓人數達11,442人次，人均受訓場次1.83次。



零售服務質量培訓

客訴反饋

為保證顧客滿意度，提升顧客購物體驗，本集團針對投訴處理進行規範，制定《客訴處理與情預防及控制規範》。本集團通過制定線上和線下投訴預防及控制流程圖，將客訴不同情況進行分級管理。本集團針對不同的投訴級別，制定針對性投訴渠道、投訴內容和判斷標準，保障客訴情況快速解決。

為提升客訴問題解決高效性和準確性，報告期內，本集團對於客戶投訴問題實施分類處理，根據不同投訴問題分析原因，並制定針對性解決方案，追溯至工廠和各大區。

報告期內，本集團優化和升級客訴投訴渠道。投訴渠道涵蓋投訴電話、微信公眾號、微博、黑貓平台、市場監督管理局、門店現場、企業郵箱、網購平台等，致力於滿足多渠道消費者需求。同時，本集團加強客服人員管理和提供投訴相關培訓，確保本集團可以及時解決消費者問題，進一步提升消費者滿意度。

投訴渠道升級

- 2022年針對呼叫系統做了移動化辦公升級，在無法至辦公室接線的情況下，將400客服電話轉接至固定移動手機號，員工可居家完成400客服電話的接聽，保證400客服電話的正常運行

客服人員管理優化

- 2022年針對客服滿意度加強管理，由專人抽查員工錄音。每月抽查所有投訴相關錄音，抽查錄音內客服服務態度、客訴處理技巧等
- 為客服人員提供投訴相關培訓，包含《主動服務意識提升》和《投訴處理實操系列》等，參訓人員涵蓋全部客服人員

客訴管理升級舉措

報告期內，本集團400客服熱線收到關於產品及服務投訴合計422件，處理及時率100%。

活力互動

消費者調研

本集團積極與消費者進行互動，在產品全流程階段積極與消費者進行溝通，針對消費者需求持續迭代，致力於滿足消費者各項需求及滿意度。

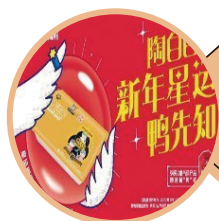
本集團結合數據中台、客戶關係管理(CRM)等企業數字化系列工具，通過對品牌消費者的結構化分析與應用探索，對於品牌消費者畫像分析提煉出不同圈層人群，進一步提升消費者精準營銷。

活力營銷

為進一步打造品牌影響力，提升消費者的喜愛度。報告期內，本集團通過跨界營銷和內容營銷等方式，打造「更新奇、更個性化、更有溫度」的消費場景。通過全渠道宣傳營銷活動，將本集團產品和品牌理念與消費者深度交流，加強與年輕人之間的溝通，全面提升品牌價值。



周黑鴨贊助愛奇藝體育S級綜藝《米盧會客廳》，傳遞吃周黑鴨看球更有滋味的核心信息，門店端也同時配贈消費者活動。抖音平台達人推廣視頻播放量預計完成4,000萬，贊助綜藝播《米盧會客廳》平台播放量破億



周黑鴨聯合「陶白白」「白桃星座」開展「新年星運鴨先知」營銷主題活動，整合全渠道產品聲量，聯名產品全渠道銷售，線下覆蓋4,600萬人次，線上微博話題持續霸榜，曝光量破3.8億



肯德基與周黑鴨的聯名漢堡回歸上線，全國肯德基門店限量上市，一經推出後眾多消費者瘋狂搶購。通過達人資源推薦產品，提升週黑鴨品牌曝光度及知名度

2022年營銷創新

本集團通過互聯網多渠道進行創新營銷，運用爆款活動和視頻等內容創作，與消費者深入溝通，進一步提升用戶對品牌的喜愛度，增強用戶對品牌的粘性。

報告期內，周黑鴨小龍蝦蝦球在營銷方面榮獲多項榮譽，涵蓋「金比特獎」、「金旗獎」、「第29屆中國國際廣告節廣告主盛典」和「TMA移動營銷大獎」等獎項。



金比特獎
「2022年度品效合一標杆案例大獎」



金旗獎
「整合營銷案例金獎」



第29屆中國國際廣告節廣告主盛典
「2022年度整合營銷金獎」



TMA移動營銷大獎
「案例類—效果類品牌傳播銀獎」
「行業類—食品飲料銀獎」

品牌營銷獎項

責任營銷

為履行營銷責任，報告期內，本集團進一步更新和制定責任營銷相關制度和流程，涵蓋《宣傳物料管控制度》《對外宣傳資料審批流程》和《周黑鴨廣告投放管理規定》，全方位保障宣傳方面的責任營銷。

為了做好品牌營銷推廣，本集團邀請法務合規團隊從專業法規視角，針對冬奧會及世界杯兩個大節點，提前進行全員深入培訓，建立合規營銷意識。另外在宣傳培訓後，本集團還通過對內容宣傳進行審查和定期巡檢，檢驗執行是否到位，並建立發現問題能迅速響應的機制。

隱私保護

本集團重視消費者隱私安全保護，本集團在內部通過自主研發商戶平台、數字化合同簽訂和企業數據分析平台，針對企業內部客戶信息、合同安全和經營數據安全進行全方位保障。

客戶信息保障

- 公司技術團隊自主研發商戶平台，打造完善的中台架構，保障客戶從提交資料申請，到審核的信息安全

合同安全保障

- 公司與國內頂級科技公司合作，利用數字身份、電子簽章、數據存證、防偽打印，來保障合同簽訂的安全，可靠，可溯

經營數據安全保障

- 公司技術團隊打造完善的企業數據分析平台，加固內部局域網絡穩定，採用權限分級管理，落實經營數據安全，規避洩露風險

2022年隱私安全內部保護舉措

同時，本集團確保合作平台在各環節均保護消費者的隱私和數據安全。本集團對於涉及消費者資料的軟件和後臺均規範和加密處理，並加設查看和下載驗證步驟。同時，本集團確保各平台積極保護消費者和商家店鋪的數據安全，防止因消費者隱私數據出現洩漏導致消費者和商家造成損失。

本集團與合作夥伴積極簽署數據安全保護協議和保密條款，從數據安全、商業秘密和不可抗拒的人力因素上都進行了明確約束，全方位保障消費者數據安全。

報告期內，本集團未收到客戶對隱私保障的投訴。

守護綠水青山： 綠色發展

- 3.1 環境管理
- 3.2 應對氣候變化
- 3.3 資源使用
- 3.4 排放控制



本集團致力於減少生產與運營環節中的負面環境影響，為環境賦予綠水青山的美好未來。隨著中國提出「雙碳」目標的承諾，推進生態文明體系的建設，本集團作為有擔當的企業，積極參與「雙碳」的行動，全面貫徹綠色發展的新理念，積極部署氣候變化相關舉措，預防和降低生產過程中可能產生的環境影響。

3.1 環境管理

嚴格遵守運營所在地的法律法規，主動跟踪與識別環境保護、節約能源、清潔生產、大氣污染、水污染等方面的法律法規變化，積極開展合規性評價，並依據外部變化優化更新環境保護管理制度。本集團在內部不斷修訂和優化《公司綠化環境和環境管理體系制度》《危險廢物管理制度》《環境應急預案》等環境管理制度，為高效的環境管理建立良好的政策保障。報告期內，本集團未對環境及天然資源產生重大影響。

在完善本集團內部環境管理體系的同時，本集團加大對環境保護的資金投入。本集團通過投入資金升級環保設備、提升生產設備的效率等推進本集團環保事業的發展。本集團持續推進環境管理體系認證工作。報告期內，本集團位於湖北、河北、廣東、江蘇的四大工業園均獲得ISO 14001環境管理體系認證證書。報告期內，本集團環境保護方面總投入約人民幣454.5萬元，較2021年增加52.5%，未發生突發環境事件，未受到環保相關的行政處罰。

為了踐行可持續發展的理念，進一步推動環境管理提升，本集團建立了目標導向式的管理機制。本集團設立了四大環境目標，涵蓋溫室氣體排放管理、能耗管理、資源管理、廢棄物管理。在此基礎上，本集團對目標進行拆分，設立針對工廠及運營的詳細目標。為了對目標進行有效的跟踪監管，本集團亦建立目標複盤、績效考核的模式以持續跟進目標的達成情況。



3.2 應對氣候變化

在推進綠色發展的同時，本集團積極響應國家雙碳目標，將氣候變化風險識別工作納入企業管理的重要部分。本集團依據TCFD(Task Force on Climate-related Financial Disclosures, 氣候相關財務披露工作小組)指南，評估識別了氣候變化風險和機遇，並制定了具有針對性的應對舉措，在降低未來風險的同時主動探索低碳轉型方向，持續提升本集團應對氣候變化的能力。報告期內，本集團識別出的氣候變化風險如下：

風險類別	風險子類別	風險名稱	風險描述	應對舉措
實體風險	急性風險	洪水(包括風暴、降雨量上升、河水溢流)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 暴雨和洪水破壞運營地、工廠和店面基礎設施及相關設施，設備設施斷電，需要人員撤離，導致運營中斷、資產損失和售賣收入減少； 2. 暴雨和洪水破壞物流和供應鏈，產品無法運送到店面，導致產品質量受損和庫存增多，運營成本增加和售賣收入減少； 3. 暴雨和洪水破壞原材料和供應鏈，導致原材料供應不足和短缺，將制約企業的銷售規模擴張，提高企業的採購成本，降低企業的盈利能力。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 針對不同實體風險制定應急預案； 2. 總部負責進行中期預警及應急督導，各運營地根據實際極端天氣程度採取：調整物流配送時間、調整門店開閉店時間和員工通勤時間、提前安全預警通知、季節性專項培訓等方式，降低事故率及保障生產經營秩序； 3. 原輔包供應商各類均保持2家以上的合作商，針對主要原料上確保多地域和多家供應商供應； 4. 致力於減緩全球氣候變化，制定溫室氣體減排目標； 5. 採取節能減排舉措； 6. 對於極熱天氣，設立氣調裝產品包裝要求標準，對外包裝和保鮮冰袋的數量和規格均設立嚴格規定； 7. 臨近寒冬，東北區域可能發生大雪封路的風險，本集團提前進行當地原料的採購儲備工作，以保證生產項目的順利進行。
	急性風險	乾旱	乾旱可能會造成供水量緊缺，導致用水費用增加，甚至水資源供應不足，增加運營成本。	
	急性風險	強風/氣旋/颱風	<ol style="list-style-type: none"> 1. 強風預報難度大，破壞運營地、工廠和店面基礎設施及相關設施，導致運營持續中斷和資產損失； 2. 員工無法在極端天氣下在戶外工作，員工通勤可能受到阻礙，造成人員安全及健康風險及運營效率受影響，增加運營成本。 	
	急性風險	極熱	<p>原材料養殖影響：極熱天氣可能導致鴨子中暑得病，減少繁殖，影響產品的質量，降低企業的盈利能力。</p> <p>對運營的影響：極熱天氣導致運輸過程中產品變質風險增加，導致運輸成本增加，食物浪費風險增加，增加企業成本。</p>	
	急性風險	極寒	<p>原材料養殖影響：極寒天氣可能導致鴨子養殖減少，導致原材料供應不足，成本上漲。</p> <p>對供應鏈的影響：極寒天氣大雪封路現象頻發，導致原材料運輸延誤，造成供應中斷。</p>	
	慢性風險	天氣模式極端波動和降雨模式變化	天氣模式的不穩定性可能會影響原材料和產品的種類和數量，例如可能使養殖量減少，銷售價格發生大幅波動，企業的盈利能力受到影響。	
	慢性風險	海平面上升	本集團目前的門店中位於中國東南部沿海的地區，以及廣東和江蘇運營地，在21世紀末(2081-2100年)將受到海平面上升、運營地和門店淹沒的威脅。	
	慢性風險	氣溫上升	本集團運營地區範圍內，到21世紀末(2081-2100年)，平均氣溫上升在4-6℃之間，氣溫上升對於設備、人工、產品等將會造成影響。平均氣溫上升加大對於辦公室和園區的製冷需求。	

風險類別	風險子類別	風險名稱	風險描述	應對舉措
轉型風險	政策、法律及法規	現有產品和服務的要求與監管	湖北省「十三五」控制溫室氣體排放實施方案的通知，提出重點圍繞綠色產品、綠色工廠和綠色園區，積極打造綠色製造體系。國家和地區的相關政策將對產品和工廠有更加嚴格的要求和監管，未來政策將會進一步收緊，可能導致運營成本提升。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 遵守國家與地區相關要求與規定； 2. 制定溫室氣體排放目標，2060年實現碳中和； 3. 持續披露溫室氣體排放； 4. 積極研發綠色低碳產品； 5. 採取節能減排舉措，致力於減少所有業務和供應鏈中的溫室氣體排放。
	政策、法律及法規	提高溫室氣體排放定價	隨著政府為兌現其在《巴黎協定》下的承諾而不斷努力以及各國對碳排放交易的認識增強，溫室氣體管理政策和監管措施正在不斷完善中。中國已經正式上線全國碳排放權交易市場，隨著越來越多的行業和公司被納入碳交易體系，超額碳排放的成本預計將不斷上漲。	
	政策、法律及法規	強化排放量報告義務	隨著碳排放、碳交易等管理措施的完善及實施，國家和地區對本集團的排放報告提出了更高的要求。	
	技術風險	低碳排放技術轉型的前端費用	為了滿足政府降低溫室氣體排放和消費者對於低排放產品的需求，本集團需要積極控制產品的碳排放，並可能需要增加有效的過程開發以及對新技術的使用。本集團需更新生產設備以滿足低排放產品的生產需求。該過程短期內可能意味著運營成本的增加。	
	技術風險	對新技術的失敗投資	十四五規劃中要求加快發展方式綠色轉型。為了達到這一目標，政府對碳排放量進行整體控制，這將促使本集團向低排放技術轉型，對節能減排技術進行投資，盡可能減少溫室氣體排放。但是技術開發和部署的時機選擇及結果的不確定性將影響本集團對技術投入的收益。	
	市場風險	客戶行為變化	<ol style="list-style-type: none"> 1. 氣候變化使消費者越來越關注並購買綠色食品，尤其是對於畜牧業和一般工業的溫室氣體排放及養殖業產生的糞便、土地使用、佔用耕地與森林退化等，這些負面影響，可能會影響客戶對商家、食品的選擇，甚至會誘生更多消費者選擇植物蛋白，進而損害本集團的收入； 2. 間接(經營)費用增加：客戶對低碳服務、綠色產品的需求增加會加速制定向碳中和過渡的戰略，增加研發費用； 	

風險類別	風險子類別	風險名稱	風險描述	應對舉措
	市場風險	市場信號不確定	<ol style="list-style-type: none"> 1. 氣候變化可能會影響原材料的質量和數量，導致無法確保產品的質量和供應能力，從而影響收入； 2. 隨著在氣候變化風險影響下替代產品的出現，或上下游合作夥伴、消費者的依賴不確定性，本集團業務的發展可能受到影響。 	
	市場風險	原材料成本上漲	<ol style="list-style-type: none"> 1. 動物所處的總體溫度升高可能會對動物造成嚴重影響，如果平均溫度達到動物的最高臨界水平以上，則該動物將遭受熱應激，將需要更多的能量和水分，從而影響動物的體重增加和繁殖能力，從而影響原材料的成本； 2. 極端氣候變化導致供應鏈和物流中斷，使得原材料供應緊缺和成本上漲，從而影響收入。 	
	聲譽風險	客戶偏好轉變	<ol style="list-style-type: none"> 1. 消費者可能將自身對周黑鴨的負面看法進行傳播，從而帶來周黑鴨聲譽受損； 2. 若不能在節能降耗等可持續發展表現方面達到客戶要求，成為行業的低碳引領者，那麼原有的客戶可能會轉而與其他競爭者合作。公司客戶流失，進而帶來收入減少的影響。 	
	聲譽風險	持份者對負面反饋日益關切	<ol style="list-style-type: none"> 1. 若環境績效和披露不充分，那麼投資者和客戶可能會選擇本集團的競爭對手，導致本集團的收入減少； 2. 投資者對公司在新能源／可再生能源的使用方面提出要求； 3. 客戶和投資者對環保表現越來越感興趣。如果不遵守法規規定，那麼可能會失去合同和投資。 	

氣候變化風險識別與應對

3.3 資源使用

本集團不斷踐行高效使用資源的承諾。作為一家有責任感的企業，本集團深知保護環境和節約資源的重要性。因此，本集團持續減少水資源的使用，通過對包裝材料的革新優化實現環境保護，同時本集團利用先進的能源技術來實現更高效的能源使用，始終不懈地為一個更綠色的未來而努力。

水資源使用

為減少取水量，提高用水效率，本集團貫徹重複利用和減少使用的理念，合理規劃與利用水資源。本集團從源頭端減少水資源使用、從回收端推動水資源回用，通過及時維護和檢修避免水資源浪費，持續提升本集團的水資源利用效率。本集團取水來源於市政用水，報告期內沒有取水和用水方面的問題，也沒有發生污染水源和相關罰款事件。

用水回收	強化管理	技術升級	意識宣貫
<ul style="list-style-type: none">對製冷風櫃的冷卻水進行收集，供應給冷卻塔降溫，降低冷卻塔的水耗，日均節約用水40噸改造鍋爐，回收使用冷凝水	<ul style="list-style-type: none">用水管道及時進行檢修和維護對所有容器增加刻度線或者浮球閥，規範管理，從而降低水耗	<ul style="list-style-type: none">某生產線的汙水工藝由人工操作，變成自動操作，並且通過合併共用操作線的方式，降低水量使用	<ul style="list-style-type: none">在用水處張貼「節約用水」標示牌，強化員工節約用水的環境意識

減少水資源使用措施

報告期內，本集團共計消耗自來水528,336噸，較2021年下降27%，人民幣每萬元產值耗水量為2.25噸。

包材優化

包裝材料的可持續性管理對於提升資源使用效率至關重要。本集團包裝材料消耗主要來自於對外銷售的產品包裝和物流包裝。為了提升包裝材料的使用效率，本集團不斷推進產品包裝的減量化、輕量化與替代化。另外，本集團通過技術創新、回收利用等措施，探索低碳、可循環綠色包裝的應用，盡可能降低對環境的影響。

包材減量	技術改進	物流優化	包材回收
<ul style="list-style-type: none">根據特定產品需求，將部分氣調盒包裝調整成包裝袋，減少包材用量	<ul style="list-style-type: none">通過對包裝材質韌性及抗穿強度的改進和提升，降低部分真空產品包裝工序的損耗，減少不必要的包裝浪費優化包材膜使用類型，為包裝減量	<ul style="list-style-type: none">物流紙箱回收使用特定周轉轉運箱，減少紙箱使用優化封箱帶使用方式等	<ul style="list-style-type: none">統一收集車間包材加工後的邊角料，並通過招標的方式進行回收

包材優化措施

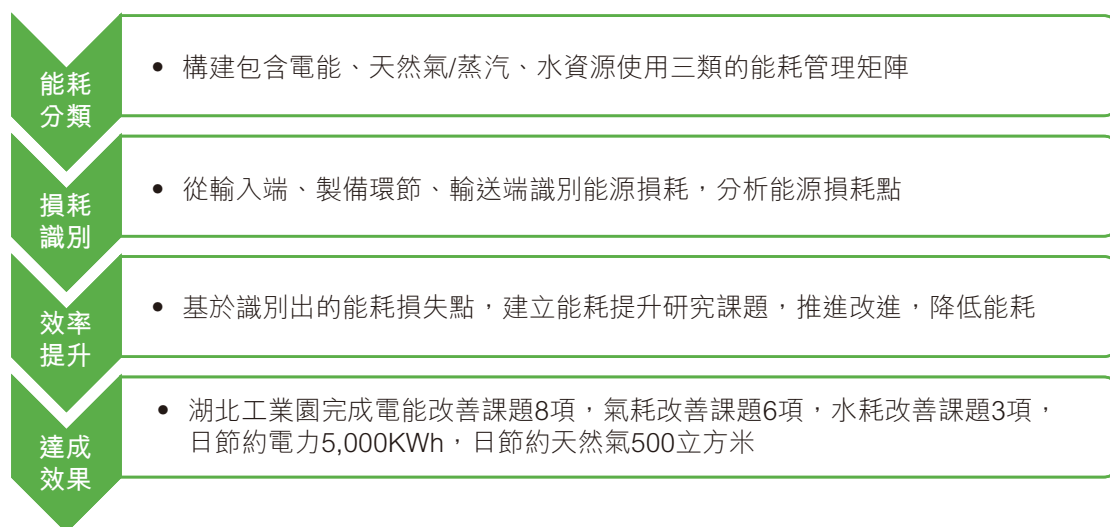
報告期內，本集團包材使用情況如下：

資源使用類別		單位	2020年	2021年	2022年
主要產品包裝材料 ¹	包裝膜使用量	噸	2,771	3,264	2,635
	真空包裝袋使用量	噸	691	581	507
	包裝材料使用總量	噸	3,462	3,845	3,142
	每噸銷售產品的 包裝材料使用量	噸	0.13	0.11	0.11

能源與碳排放

本集團嚴格遵守《中華人民共和國節約能源法》等法律法規，持續優化《能源資源管理程序》及《能源考核機制》等管理機制，明確各部門以及能源管理人員的職責，規範化能源管理工作，從而優化與完善能源管理機制。

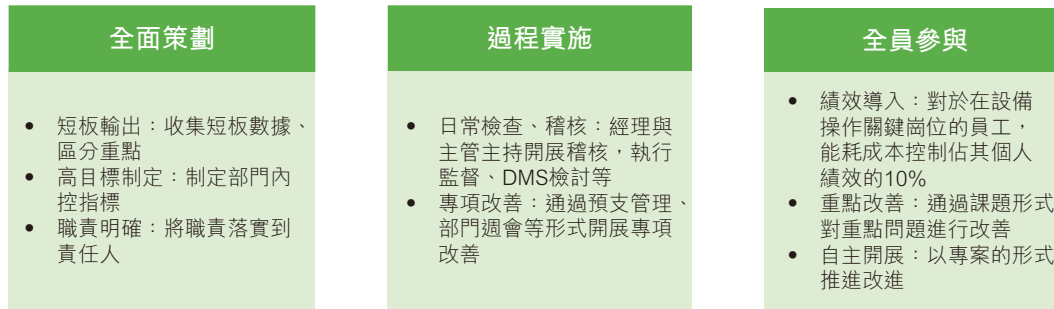
本集團積極探索能源管理新模式，並建立了能源管理矩陣模型，從電能和熱能兩方面重點關注能耗數據，推行能耗矩陣管理方法論，充分識別能夠改善的機會點，在運營和生產過程中提升能源管理表現。



能源管理矩陣及能效提升亮點

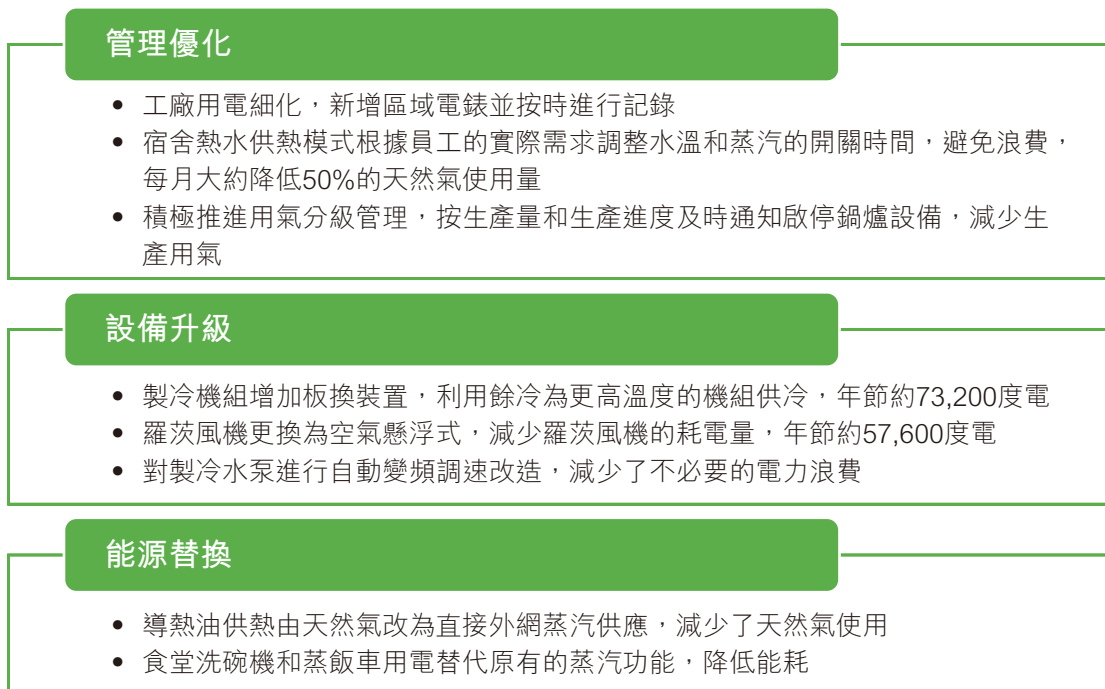
¹ 產品包裝材料主要指生產環節直接接觸食材的包裝材料，不包括消費後的手提包裝袋和包裝盒。

基於全面的能源矩陣管理模型，本集團持續推進能耗運行體系建設工作。本集團通過全面策劃、過程實施、全民參與三個方面構建能耗運行體系，提升單噸電耗、氣耗的控制能力，重點改善薄弱環節及問題節點，打造最低單噸的能耗運行體系。



本集團能耗運行體系

報告期內，本集團針對不同生產製造環節制定不同的節能減排策略。本集團通過運營管理優化、節能設備升級和能源替換的方式，持續提升能源使用效率，降低能源消耗，減少溫室氣體的排放。



本集團節能措施

污水站氣浮循環泵增加變頻器以降低能耗

由於此前污水站氣浮循環泵 24 小時均處於開啟狀態，在氣浮不進水或水質較好時氣浮循環泵流量有富餘，電能消耗較大。為了降低氣浮循環泵電耗，本集團對氣浮循環泵加裝變頻器，精準控制氣浮循環泵流量，在氣浮出水水質較好的情況下降低氣浮循環泵頻率，降低能耗。改善後的設備，2022 年共節約 43,000 度電。



本集團持續推動能源結構的深層優化，積極探索可再生能源的使用，擴大綠色能源使用佔比，加速低碳綠色轉型進度。報告期內，本集團已有多個工廠啟動了光伏發電項目，加快了本集團綠色轉型的步伐。

報告期內，本集團能源使用情況如下：

能源消耗 ²	單位	2020年	2021年	2022年
外購電力	千瓦時	49,547,083	57,704,019	47,612,661
天然氣	立方米	5,460,809	5,267,266	3,628,349
汽油	升	75,332	78,049	56,725
柴油	升	633,726	661,625	578,677
直接能源消耗	噸標準煤	8,099	7,898	5,594
間接能源消耗	噸標準煤	6,089	7,092	5,852
能源消耗總量	噸標準煤	14,188	14,990	11,446
萬元(人民幣)收益能源消耗量	噸標準煤/萬元(人民幣)	0.05	0.05	0.05

² 註：2020、2021年汽油和柴油數據經公司整合統計口徑後做了更新，與2022年以及未來的披露口徑保持一致，本集團對涉及到的能源消耗和溫室氣體排放指標也進行了對應更新。

報告期內，溫室氣體排放情況如下：

溫室氣體排放 ³	單位	2020年	2021年	2022年
範疇一 ⁴ 溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	13,584	13,275	9,470
範疇二 ⁵ 溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	29,644	35,134	27,154
溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	43,228	48,409	36,624
萬元(人民幣) 收益溫室氣體排放 (範疇一、二)	噸二氧化碳當量/ 萬元(人民幣)	0.20	0.17	0.16

3.4 排放控制

本集團十分重視污染物排放的管理工作。本集團始終以貫徹國家法規為基礎，著重落實責任制，將「深化污染防治攻堅戰」作為工作的重心，不斷探索創新管理方法，提升綠色生產能力，努力減少生產運營對環境的影響。

廢氣排放

本集團始終嚴格遵循《中華人民共和國大氣污染防治法》《GB 13271-2014鍋爐大氣污染物排放標準》《GB 18483-2001飲食業油煙排放標準(試行)》等法律法規及廢氣排放標準，持續更新及優化《廢水、廢氣及噪聲控制程序》等內部管理程序，在確保合規排放的基礎上，持續降低污染物排放量。

湖北工廠更換低氮燃燒機

報告期內，本集團的湖北工廠將4噸/小時蒸汽鍋爐燃燒機更換為低氮燃燒機，能有效減少氮氧化物排放。該設備改造前所產生的氮氧化物濃度為106mg/m³，改造後所產生的氮氧化物38mg/m³，氮氧化物濃度下降64%，效果顯著。



低氮燃燒機

報告期內，本集團的廢氣排放總量為21,818,682立方米，較2021年下降29%，所有廢氣均達標排放。

³ 溫室氣體排放量計算參照中華人民共和國國家發展和改革委員會發佈的《公共建築運營企業溫室氣體排放核算方法和報告指南(試行)》。

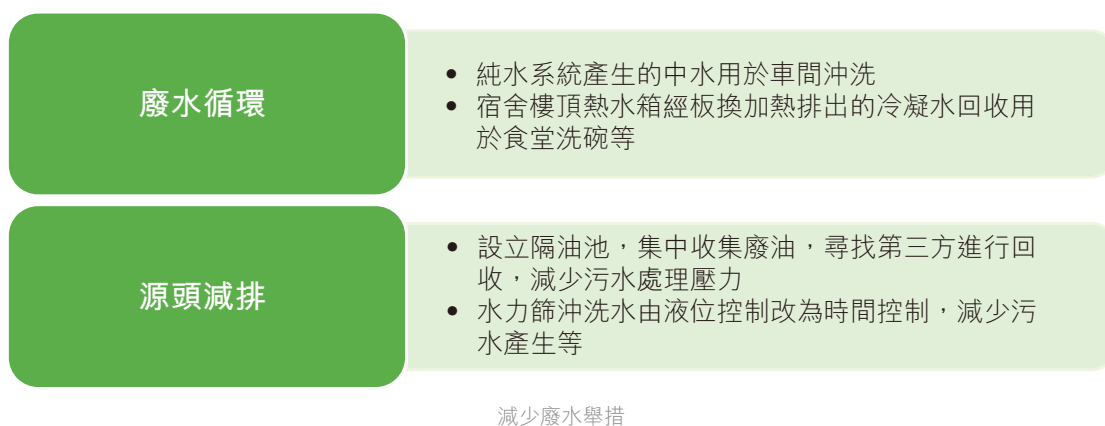
⁴ 範疇一：涵蓋本集團天然氣、無鉛汽油和柴油燃燒產生的溫室氣體排放。

⁵ 範疇二：涵蓋本集團因使用外購電力而間接產生的溫室氣體排放，電力排放因子依據並依據國家發展改革委員會發佈的《企業溫室氣體排放核算方法與報告指南 發電設施(2022年修訂版)》(環辦氣候[2021]111號)進行核算與編制。

廢水排放

本集團在運營過程中嚴格貫徹落實《中華人民共和國水污染防治法》及《肉類加工工業水污染物排放標準》等法律法規及標準要求，基於各廠區產生的廢水污染物類型和濃度，採用針對性的污水處理工藝，並實時監控，保證排放物總量及濃度低於《排污許可證》及相關廢水排放標準限值。

本集團不斷通過不斷優化排污管理，安裝行業領先的廢水處理系統和回收系統，在生產製造過程的不同階段對廢水進行收集與處理，以高效推進廢水污染治理的工作進程，減少廢水的排放。



另一方面，本集團積極探索污水處理新模式，建立污水處理模型。首先本集團通過識別用途及藥劑的各項試驗，選定符合本集團污水的藥劑。其次，本集團制定嚴格的液鹼驗收流程，並根據集水鹼酸鹼值(pH值)實時聯動藥劑添加量，以到達最佳的藥劑配比以處理污水。報告期內，本集團廢水排放數據如下：

廢水及污染物排放	單位	2020年	2021年	2022年
廢水排放總量	噸	411,668	479,280	427,848
化學需氧量 (COD) 排放總量	噸	76.74	96.02	44.49
氨氮排放總量	噸	1.25	1.30	1.64

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》《中華人民共和國環境保護法》《武漢市餐廚廢棄物管理辦法》等法律法規，定期根據業務和合規性要求變化，對自身生產運營所產生的廢棄物處置規則進行了更精細化的修改，落實和提高廢棄物管理效率。報告期內，本集團更新了《固體廢棄物管理方法》和《廢棄物管理程序》，優化廢棄物管理舉措以降低廢棄物的產生和排放。

針對有害廢棄物，本集團嚴格按照法規要求及有害廢棄物管理流程分類存放，同時做好安全警示標示，增加防爆攝像頭、防盜窗。針對無害廢棄物，本集團以減量化、循環化的方式，盡可能的避免廢棄物的產生。例如，本集團對醬料車間油炸辣椒再利用，同時對臨期但尚在安全期的產品，公司組織內部低價採購的方式消耗庫存，避免食物浪費，從而減少無害廢棄物產生。另外，本集團積極開展污水站污泥減量工作，減少污泥從產生與外運。

湖北工廠開展污泥減量工作

2022年本集團的湖北工廠開展了多項改善工作，從而減少污泥的產生與外運。首先，湖北工廠每周集水並清理油渣2次，減少污泥外運量。其次，湖北工廠通過人工清理撈濾液池，防止污泥到好氧後端，減少污泥外運量。最後，湖北工廠定期調整疊螺脫水機壓板，每周清洗疊螺脫水機壓環，減少污泥含水率，減少污泥外運量。改善後噸均產品污泥外運量由0.142噸下降到0.109噸，一年預計少外運污泥462噸。



減少無害廢棄物亮點舉措

報告期內，本集團固體廢棄物排放情況如下：

固體廢棄物	單位	2020年	2021年	2022年
不可回收工業固體廢棄物	噸	2,296	1,024	880
可回收工業固體廢棄物	噸	2,790	2,691	1,901
生活垃圾	噸	2,842	1,707	7,534 ⁶
無害廢棄物總量	噸	7,929	8,234	12,699
萬元收益無害廢棄物的量	噸／萬元(人民幣)	0.04	0.03	0.05
產生的危險廢棄物總量	千克	1,461	3,298 ⁷	3,171
萬元收益危險廢棄物的量	克／萬元(人民幣)	6.70	11.49	13.53

⁶ 2022年由於疫情原因，一次性餐具使用增多。

⁷ 2021年危險廢棄物總量增加，是由於部分2020年產生的危險廢棄物在2021年登記入庫。

成就十步芳草： 愛才敬士

- 4.1 員工概況
- 4.2 健康安全
- 4.3 員工發展
- 4.4 員工關懷



本集團秉承以人為本的理念，以高質量的人才隊伍為持續發展提供重要動力和保障。本集團致力於為員工提供安全、舒適、平等的工作環境，幫助員工與本集團共同成長，實現長遠的發展與進步。

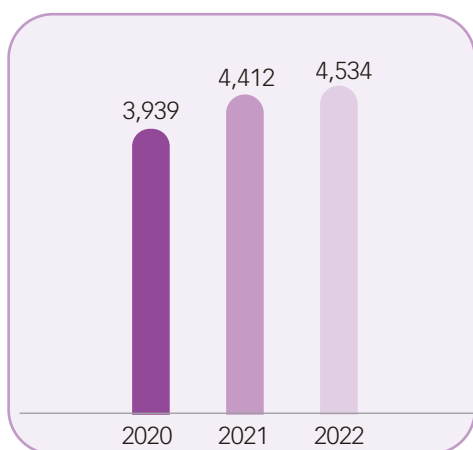
4.1 員工概況

本集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國未成年人保護法》《中華人民共和國婦女權益保障法》等法律法規，制定《招聘管理制度》《校園招聘管理制度》《招聘渠道管理辦法》等管理政策，並持續完善人力資源管理體系。本集團遵循「公開招聘、平等僱傭、擇優錄取、先內後外」的招聘原則，堅持依法合規僱傭。

本集團對於自主招聘的員工及派遣公司派遣的員工，均依據法律規範進行身份審查，禁止錄用不符合用工規範的員工。如發現派遣公司有派遣違規勞工的現象，本集團將立即終止合作並報告上級主管部門。2022年，本集團未發生僱傭童工及強制勞工事件。

本集團堅持打造多元化的員工隊伍，截止2022年12月31日，本集團共有員工4,534人，其中女性佔比約70%，全年新僱傭員工2,751人。員工總人數具體劃分如下：

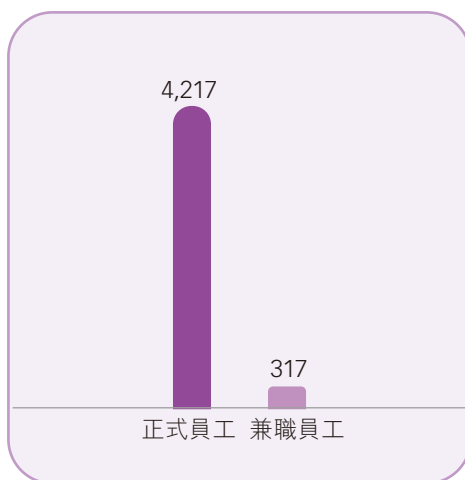
本集團總員工人數變化趨勢



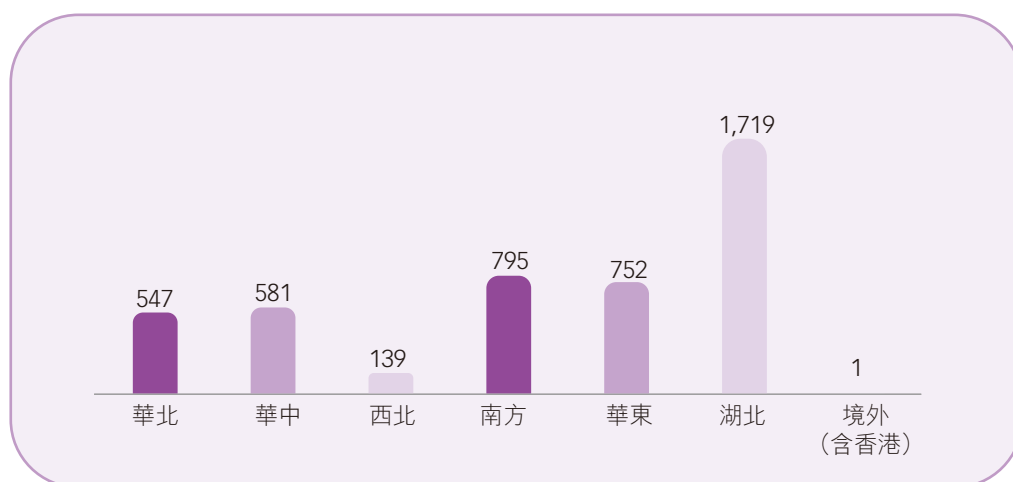
2022年本集團男女員工人數



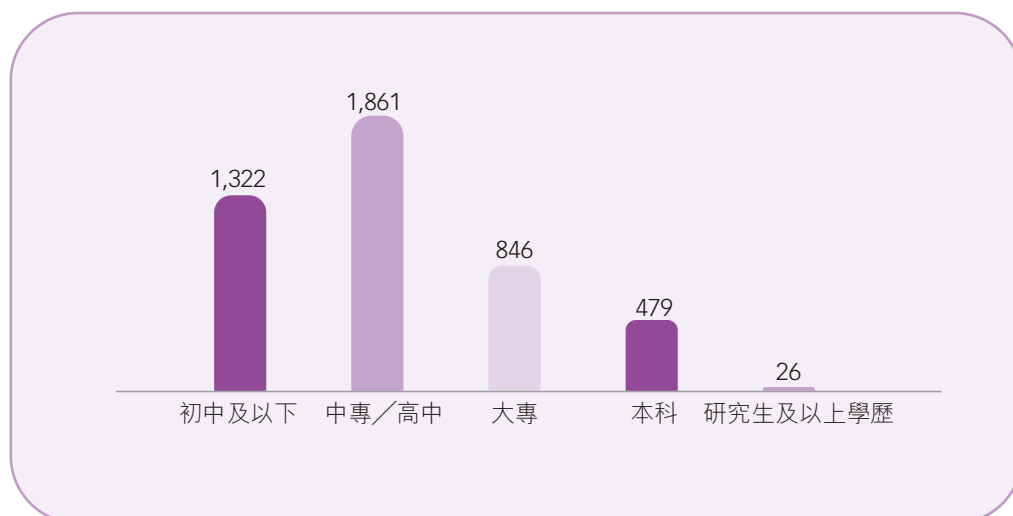
2022年本集團員工各僱傭類型人數



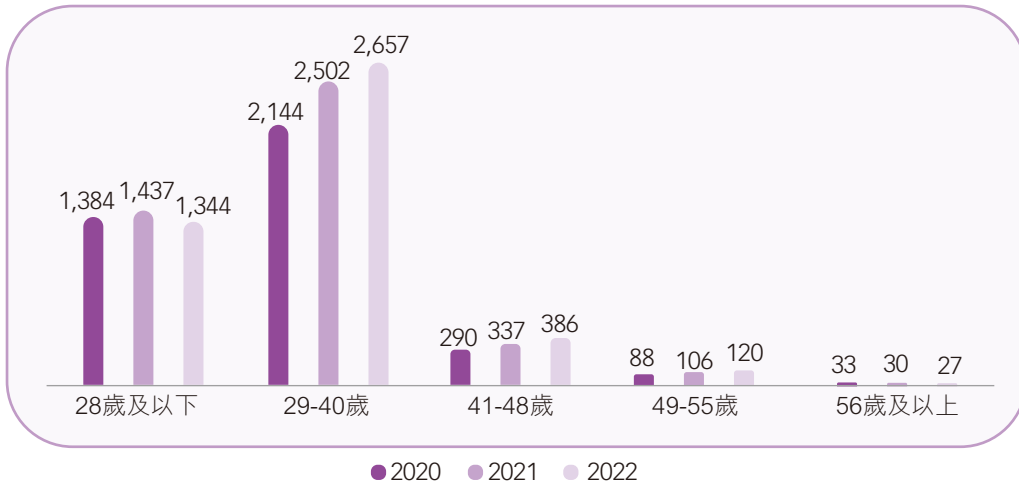
2022年本集團員工各地區人數



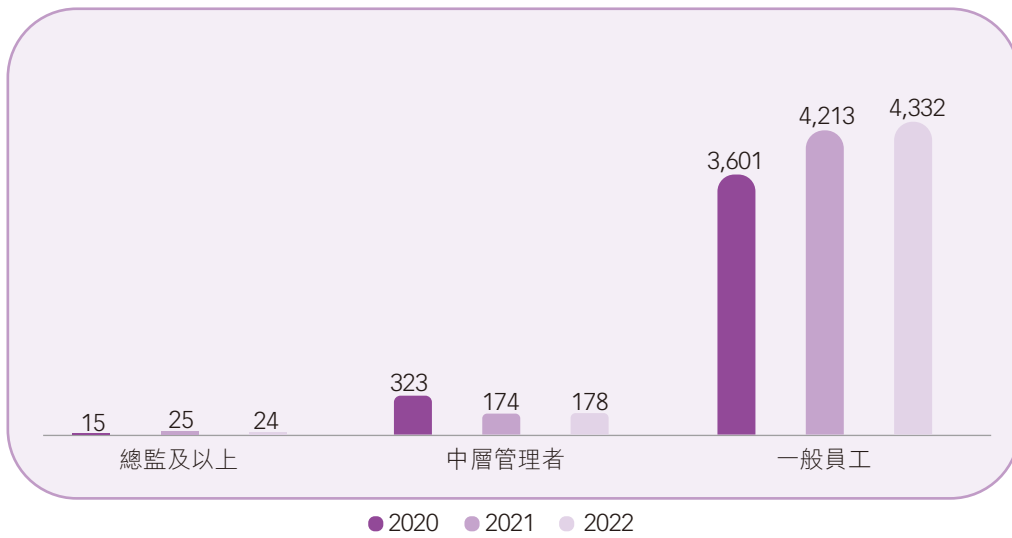
2022年本集團員工各學歷人數



各年齡層員工人數變化趨勢



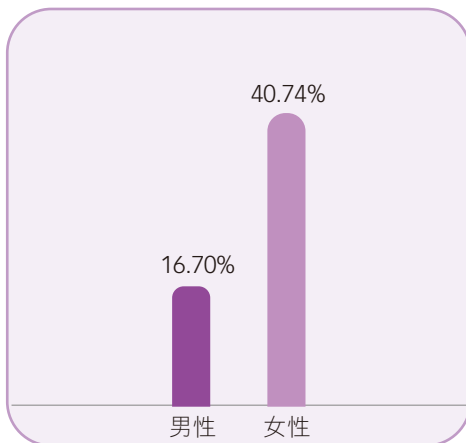
各職級員工人數變化趨勢



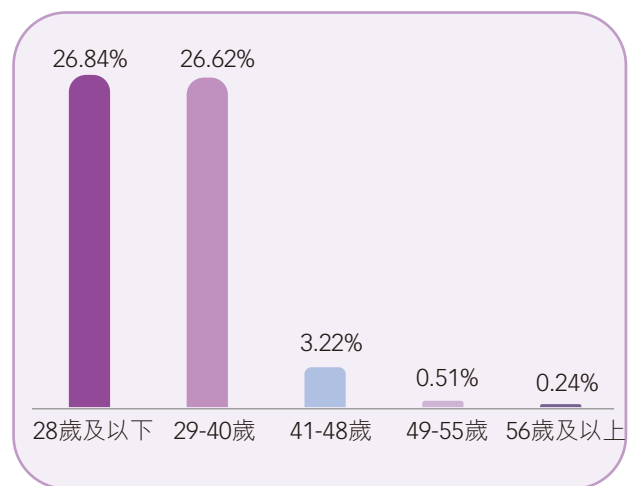
本集團致力於保障並尊重每一位員工的合法權益，堅決反對並抵制基於性別、年齡、種族、民族、疾病、婚姻家庭狀況、宗教信仰等任何因素的歧視和不平等對待。2022年本集團總計錄用殘疾員工13人，盡可能向他們提供簡單、易操作崗位，並進行一對一帶教，對於培訓後仍無法勝任所分配工作的殘疾員工本集團還給予了調整崗位的機會。

本集團鼓勵員工的內部競爭與發展，以「先內後外」為招聘原則對崗位實行內部優先聘用制度，以促進內部人才流動。2022年本集團員工具體流失情況如下：

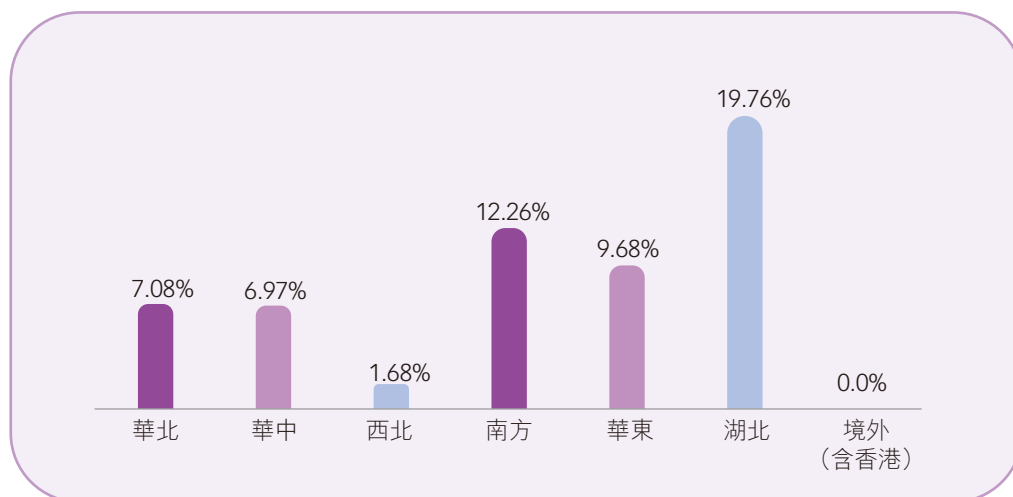
2022年本集團按性別劃分的員工流失情況



2022年本集團按年齡劃分的員工流失情況



2022年本集團按地區劃分的員工流失情況



2022年，憑藉在人力資源管理、僱主品牌、員工關懷等方面的優秀表現，本集團獲得多家外部機構的表彰：

頒獎單位	獲獎名稱	獎項圖片
中國最佳僱主年度 評選組委會	「2022年度中國區最佳僱主」	
中企聯合(CHIRC)	「2022年度中國區疫情期間最暖心企業」	
BOSS直聘	「王者之舟·最愛人才僱主」	

4.2 健康安全

本集團明確員工職業健康與生命安全在生產運營過程中的突出地位，本集團嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國消防法》《中華人民共和國職業病防治法》等法律法規及監管標準建立起高效完善的安全管理架構。本集團安全管理人員持證覆蓋率達100%。

本集團對各生產運行環節的職業病危害因素開展識別，並制定切實有效的防範舉措，為員工免受職業病侵害提供重要保障。

安全生產

本集團遵守《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國突發事件應對法》《生產安全事故應急預案管理辦法》等相關法律法規，制定安全生產管理制度和應急預案，對各門店和特許經營店開展安全檢查，進行統一和規範管理。本集團河北工業園及江蘇工業園已通過ISO 45001職業健康安全管理体系認證、湖北工業園及華南工業園均完成安全標準化認證(二級)。2022年本集團總計接受3次健康與安全風險評估。



本集團全面加強安全管理工作，2022年本集團提出「工亡、重傷『零發生』」的安全管理目標，對領導層以年度考核及安全事故調查處理報告作為雙重管理考核機制，強化管理層對於安全管理的職責。本集團持續加強应急管理能力的提升，制定極端天氣預警機制，下發預警通知做出相應調整以規避影響，保障生產經營安全。2022年本集團總計在健康與安全方面投入超過人民幣200萬元，未發生安全生產事故。

出於預防安全事故的目的，本集團下發《關於周黑鴨安全紅線的通知》，對違反者進行嚴格處罰。本集團成立安全管理委員會，全面負責制定安全生產計劃和舉措，定期開展安全審查和安全培訓，檢查範圍覆蓋所有工廠。本集團積極完善工傷事件處理及上報流程，明確工傷事故評定標準，制定完備的工傷事故及風險防範措施。同時，本集團為員工提供安全帽等勞保用品和意外保險，進一步為安全生產和事故預防提供保障。本集團開通了「安全管理服務」專用賬號，全體員工可通過該賬號對公司安全管理、職業健康安全等方面提出建議，反饋發現的隱患和安全事故等。本集團連續三年未發生工亡事件，2022年因工傷損失小時數3,574小時，約為447個工作日。

本集團持續加強安全意識的宣貫，制定並下發安全生產宣傳材料，通過安全知識競賽、安全培訓等方式使員工掌握安全生產相關知識。本集團持續優化《消防安全管理制度》《電氣安全管理制度》等20項安全管理制度，多次開展事故模擬演練，對發現的問題提出整改措施，有效降低了安全隱患與風險，進一步提升了員工安全防範意識和應急處理能力。2022年，本集團總計開展24次安全演習，覆蓋2,275人次，總計開展13,024小時的健康與安全相關培訓，覆蓋全體員工。

「安全生產月」活動

2022年，本集團組織開展「安全生產月」活動，活動期間，通過組織全員安全生產培訓、全員安全知識競賽等多種方式進一步提升了全員安全生產意識。



周黑鴨安全生產月活動

職業病防治

本集團嚴格遵守《中華人民共和國職業病防治法》，以及政府部門的相關要求，為相關員工提供職業病體檢。本集團識別出的主要職業病危害因素為噪聲、高溫、低溫等危害因素。2022年本集團開展年度職業病日常檢查，新增有毒物標識等常態化職業病管理措施，持續為員工職業健康提供保障。

4.3 員工發展

本集團在發展過程中堅持「能者上，平者讓，庸者下」的人才理念。本集團通過完善的內部培訓體系，建設系統性員工培訓及激勵措施，重視員工專業和技能的培養，暢通員工發展和晉升渠道，以期員工和企業共同成長與進步。

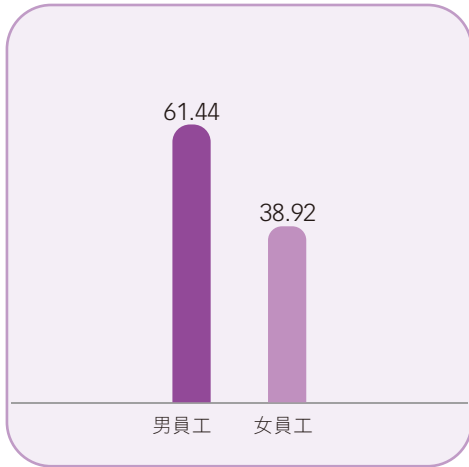
員工培訓

報告期內，本集團進一步健全員工培訓相關制度和要求，通過發佈《培訓學分管理制度》以培訓學分作為培訓考核要求，督促員工參與培訓。本集團為不同崗位制定專項年度學分要求，還針對員工學習情況設定獎懲制度，形成了企業內部良好的學習風氣。

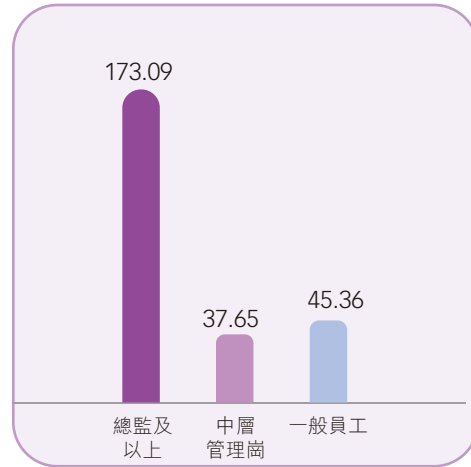


2022年本集團培訓計劃依然圍繞一線員工技能提升，中基層管理能力強化及管理人員儲備發展為主。截止到2022年12月31日，培訓共計207,374小時，員工受訓比例為100%。除常規及項目類培訓外，本集團還開展了多場成功案例的分享會。

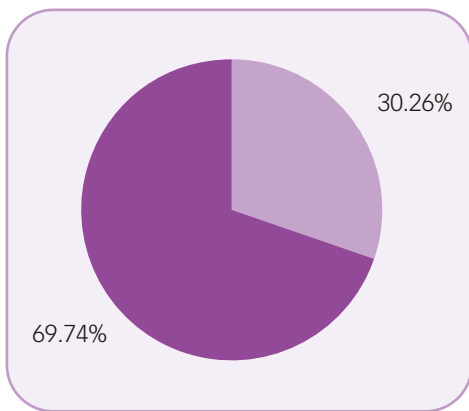
2022年按性別劃分的
員工平均受訓時數(小時)



2022年按職級劃分的
員工平均受訓時數(小時)

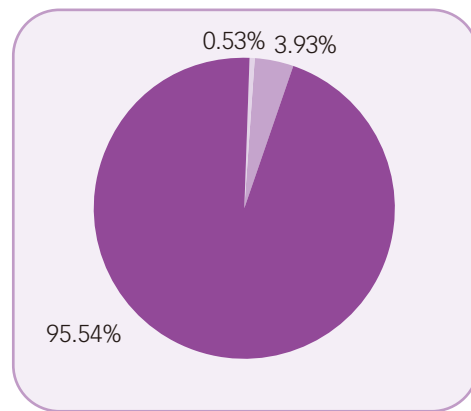


2022年按性別劃分的
員工受訓比例



■ 男員工 ■ 女員工

2022年按職級劃分的
員工受訓比例



■ 總監及以上 ■ 中層管理層 ■ 一般員工

報告期內，本集團積極打造專項培訓項目，通過新人帶教計劃、內訓師能力提升計劃、《零售終端人員發展手冊》輸出與培養等亮點培訓計劃，切實提升各級員工業務能力。



新人帶教計劃

- 本集團通過面試選撥培訓認證合格的帶教訓練員，對新員工進行標準化培訓，加快新員工對於崗位的適應和銷售意識行為的轉變。2022年總計有訓練員人數547人，其中店長級訓練員376人，店員級訓練員171人。



內訓師能力提升計劃

- 本集團開展內訓師能力提升訓練營，幫助鞏固強化了316位內訓師的能力，有利於打造優質內訓師隊伍，支持重點培訓項目實施。



《零售终端人员发展手册》輸出與培養

- 本集團向全體一線員工發佈《零售終端人員發展手冊》，為零售終端員工提供清晰的職業發展路徑，打通知識學習、操作能力與個人發展的聯動。

專項培訓計劃

同時，本集團運用內外部資源，通過商貿區域主管訓練營、商貿店長培養項目、供應鏈班組長能力提升項目和主題培訓積極賦能員工，為員工提供清晰的職業路徑，打造管理型人才，幫助員工全面發展。

商貿區域主管訓練營

- 在內部賦能的基礎上本集團從外部引進到了專業的機構與內部業務專家聯合進行聯合課程開發，從全方位進行能力提升，最終將日常管理事務的督導型主管，打造成具備與消費者和客戶輕鬆應對的複合型經營者。

商貿店長培養項目

- 本集團通過混合式培訓、案例分享、上級輔導、述職述能組成學習發展新模式，通過知識學習運用到實際工作場景，打造管理型新型店長，為本集團未來業務發展做儲備。

供應鏈班組長能力提升項目

- 本集團圍繞自我管理、人員管理、現場管理三個主題進行逐步提升，賦能前置，為中後台基層管理人員的可持續發展賦能助力。

管理類主題培訓

- 本集團聚焦公司發展戰略，開展「危機領導力、降本增效、管理創新」系列管理類主題學習，216位學員通過學習，將學習內容與實際工作的有效結合，提升多維度、多視角的思考能力。

主題培訓項目

發佈《零售終端人員發展手冊》

本集團向全體一線員工發佈《零售終端人員發展手冊》，為零售終端員工提供清晰的職業發展路徑，打通知識學習、操作能力與個人發展的聯動。



《零售終端人員發展手冊》發佈會

2022年，本集團多項培訓計劃在賦能內部員工的同時，獲得外部機構的好評與認可：



員工晉升

本集團堅持以績效管理為核心導向的人才管理機制，綜合價值觀、能力發展和業績成果為核心考核指標，細化崗位晉升體系。2022年本集團將個人績效結合單元組織績效進行考核，提升績效考核的科學性與規範性。

本集團堅持「管理+專業雙通道」的職業發展體系建設，為員工提供專業技術、管理、營銷等發展通道。本集團不斷完善員工晉升的任職資格體系，擬定了《專業序列通用任職資格標準》等制度，為各級人員的職業發展和提升提供制度及標準參照。

本集團按照先培養、後晉升原則，推動其進行職業寬度和深度探索。本集團結合績效考核、人才盤點等機制，對各層級管理幹部實行動態管理。結合業務發展實際情況，本集團加速零售一線管理者向經營者的能力轉型來滿足市場擴張與逆境突圍的業務需要。

報告期內，本集團重點依據崗位能力模型，通過授課培訓、日常業務案例分享、月度一對一導師輔導相結合的方式進行綜合人才培養，最後根據培訓、人力資源、業務的綜合評估輸出合格優秀學員，擴充人才儲備。

4.4 員工關懷

本集團致力於為員工提供完美的職場體驗，深切關注員工的身心健康，通過科學、有競爭力的薪酬福利體系提升員工的滿足感與幸福感。本集團聆聽員工聲音，開展形式豐富的文體活動幫助員工實現生活與工作的平衡。

員工關愛

本集團遵守《中華人民共和國社會保險法》等法律法規及所在地政府部門要求，依法為員工提供社會保險、住房公積金等法定福利。同時本集團關注員工工作時長，員工享有包括帶薪年假、病假、婚假、產假等假期以及交通、飲食、加班等補貼在內補充福利。本集團持續優化員工福利體系建設，提升節日福利、生育福利、工傷慰問及團建活動等多項福利津貼標準，讓員工進一步感受關懷和溫暖。

本集團充分了解員工合理訴求，通過意見徵詢收集員工想法，結合實際需要加強設施建設，本集團在運營場所設置按摩室、電影院、健身房等場所，打造溫馨舒適的工作環境。此外本集團重點關注女性員工的關懷與福利，在婦女節舉辦女性活動、設置母嬰室、班車提供孕婦座椅，進一步豐富了女性員工服務與保障舉措。本集團組織舉辦多樣化的團建活動，提升企業凝聚力的同時幫助員工緩解緊張的工作壓力。



婦女節女性員工活動



婦女節女性員工活動



戶外漂流活動

員工溝通

本集團積極傾聽員工的聲音與反饋，暢通員工溝通與交流渠道，提升企業凝聚力，開展豐富的員工溝通活動。

本集團創新員工溝通方式，打造線上與線下相結合的員工溝通渠道。各地工廠針對新員工、鹵制技師等不同人群年度開展1-2次座談會，本集團不定期舉辦內部座談會，針對特定人群面臨的特定問題或需求提供有針對性的解答和幫助。

本集團利用線上工具高效便捷的特點，採用企業微信、OA(Office Automation, 辦公自動化)線上辦公系統、郵箱、騰訊會議等多種工具與員工進行線上交流。報告期內，本集團全面升級在企業微信平台上開設的再選員工關懷通道，包括福利建設、心理疏導等，任何建議和需求都可通過員工服務通道進行反饋和尋求幫助。

本集團鼓勵員工發揮主人翁意識，提出合理化建議，並重視通過員工反饋促進內部管理提升。本集團整理歸納員工反饋意見，就員工關注的重點領域和問題採取相應的組織改善計劃和分析管理差距，提出整改目標和行動計劃並督促業務部門在規定時間內落實整改工作，取得員工權益保障和公司管治提升的雙重效果。

2022年「鴨哥面對面交心會」

2022年9月，本集團組織開展「鴨哥面對面交心會」員工交流活動。交流會上，本集團創始人與核心生產員工進行面對面交流，為一線員工擘困解難，答疑解惑，並分享了工作經驗。通過活動，本集團進一步了解了員工訴求，並達到了幫助員工解決困難的目的。



周黑鴨「鴨哥面對面交心會」員工交流會

持續潤物無聲： 繁榮社區

5.1 社區投入

5.2 公益投入



作為負責任的企業公民，本集團積極承擔社會責任，始終關注和支持社會公益事業，深度關切社區發展，向社會持續傳遞愛心，承擔公益責任。

5.1 社區投入

長期以來，本集團堅持飲水思源，通過多種方式向社區提供幫扶，持續以公益回饋社會，與社區共同繁榮共同進步。

積極發揮科普教育基地作用

作為武漢市科學技術協會評選的「武漢市科普教育基地」，本集團充分發揮自身優勢，憑藉有利條件開展教育支持工作，聯合多所中小學開展「校企合作工業游」活動，以企業作為生動形象的科普課堂，為青少年提供校園之外的知識和學習機會。

此外本集團還同來訪的教育機構、政府部門等外部夥伴積極展開交流，2022年接待各教育機構研學活動、政府領導調研、創業者參觀共計1.5萬餘人。



周黑鴨接待中小學生研學活動

5.2 公益投入

本集團踐行「己欲立而立人，己欲達而達人」的公益理念，積極傳遞正能量，促進和諧共助社會的形成。2022年本集團員工總計參與志願服務672小時。

本集團積極鼓勵員工開展公益幫扶活動，組織員工清掃園區，為美好環境貢獻力量；多名員工作為義工加入深圳市福田區下沙防疫隊，為社區疫情防控提供幫助。

助力疫情防控

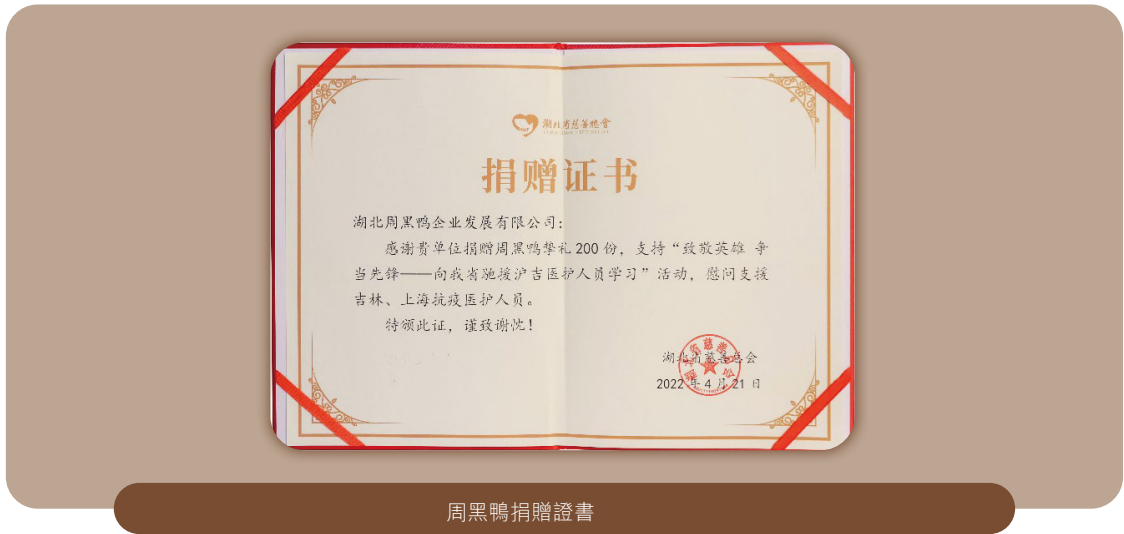
本集團積極承擔社會責任，疫情期間，本集團向紅十字會捐贈疫情防控資金，向援滬醫療隊捐贈資金以示慰問。多名員工參與志願服務，參與社區疫情防控工作。由於在疫情防控工作中的突出表現，本集團被授予「抗疫突出貢獻獎」。



本集團員工積極參與疫情防控志願團隊



本集團向紅十字會、援滬醫療隊捐贈防疫資金



周黑鴨捐贈證書

2022年本集團向社會各界捐款，其中包括抗擊疫情捐贈人民幣20萬元、向白龍寺捐贈人民幣5萬元、向援滬醫療隊捐款人民幣4萬元及其他各項捐贈支出等總計人民幣31萬元。

附錄

附錄一 聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在章節
環境			
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法規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。	3.3資源使用 3.4排放控制
	A1.1	排放物種類及相關排放數據。	3.4排放控制
	A1.2	溫室氣體總排放量及密度直接(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(如以每產量單位、每項設施計算)。	3.3資源使用
	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)。	3.4排放控制
	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)。	3.4排放控制
	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。	3.1環境管理
	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。	3.4排放控制

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在章節
環境			
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。	3.3資源使用
	A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源(如電、氣或油)總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	3.3資源使用
	A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	3.3資源使用
	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。	3.3資源使用
	A2.4	描述求取適用水源可有任何問題，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。	3.3資源使用
	A2.5	製成品所用包材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位估量	3.3資源使用
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。	3.1環境管理
	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。	3.1環境管理
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。	3.2應對氣候變化
	A4.1	描述已影響及可能對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動。	3.2應對氣候變化
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。	4.3員工發展
	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。	4.1員工概況
	B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	4.1員工概況

社會

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。	4.2健康安全
	B2.1	過去三年每年因工亡故的人數及比率。	4.2健康安全
	B2.2	因工傷損失工作日數。	4.2健康安全
	B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	4.2健康安全
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。 註：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。	4.3員工發展
	B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層)劃分的受訓僱員百分比。	4.3員工發展
	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。	4.3員工發展
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。	4.1員工概況
	B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	4.1員工概況
	B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	4.1員工概況
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。	2.3責任供應
	B5.1	按地區劃分的供貨商數目。	2.3責任供應
	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。	2.3責任供應
	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。	2.3責任供應
	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。	2.3責任供應

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在章節
社會			
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。	2.1品質先行
	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。	2.1品質先行
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	2.4用心服務
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	2.2健康創新
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	2.1品質先行
	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。	2.4用心服務
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。	1.3企業管治
	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。	1.3企業管治
	B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	1.3企業管治
	B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	1.3企業管治
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。	5持續潤物無聲： 繁榮社區
	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)。	5持續潤物無聲： 繁榮社區
	B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	5持續潤物無聲： 繁榮社區

附錄二 法律法規清單

法律法規

- 1.《中華人民共和國公司法》
- 2.《中華人民共和國刑法》
- 3.《中華人民共和國民法典》
- 4.《中華人民共和國反壟斷法》
- 5.《中華人民共和國反不正當競爭法》
- 6.《中華人民共和國環境保護法》
- 7.《中華人民共和國大氣污染防治法》
- 8.《中華人民共和國水污染防治法》
- 9.《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》
- 10.《中華人民共和國食品安全法實施條例》
- 11.《排污許可管理條例》
- 12.《中華人民共和國節約能源法》
- 13.《武漢市餐廚廢棄物管理辦法》
- 14.《中華人民共和國勞動法》
- 15.《中華人民共和國勞動合同法》
- 16.《中華人民共和國未成年人保護法》
- 17.《中華人民共和國婦女權益保障法》
- 18.《中華人民共和國安全生產法》
- 19.《中華人民共和國消防法》
- 20.《中華人民共和國職業病防治法》
- 21.《中華人民共和國突發事件應對法》
- 22.《中華人民共和國社會保險法》
- 23.《生產安全事故應急預案管理辦法》
- 24.《企業落實食品安全主體責任監督管理規定》
- 25.《GB2762-2022食品安全國家標準食品中污染物限量》
- 26.《GB 5749-2022生活飲用水衛生標準》
- 27.《GB 18483-2001飲食業油煙排放標準(試行)》
- 28.《GB 13271-2014鍋爐大氣污染物排放標準》
- 29.《肉類加工工業水污染物排放標準》

政策、條例及規章

- 1.《預包裝食品標籤通則》
- 2.《預包裝食品營養標籤通則》
- 3.《食品添加劑使用標準》
- 4.《新品開發管理制度》
- 5.《知識產權管理辦法》
- 6.《供應商准入資質要求明細表》
- 7.《供應商調查初審表》
- 8.《合作夥伴安全協議書》
- 9.《合作夥伴保密承諾書》
- 10.《質量環保安全承諾書》
- 11.《環境保護協議》
- 12.《供應商管理制度》
- 13.《2021年供應商績效考核標準》
- 14.《採購業務結算流程》
- 15.《緊急採購處理制度》
- 16.《客訴輿情預防控制規範》
- 17.《公司綠化環境和環境管理體系制度》
- 18.《危險廢物管理制度》
- 19.《環境應急預案》
- 20.《能源資源管理程序》
- 21.《能源考核機制》
- 22.《廢水、廢氣及噪聲控制程序》
- 23.《工業園污水處理站運行及監控操作規範》
- 24.《固體廢棄物管理方法》
- 25.《廢棄物管理程序》
- 26.《招聘管理制度》
- 27.《校園招聘管理制度》
- 28.《招聘渠道管理辦法》
- 29.《集團疫情防控措施》
- 30.《培訓學分管理制度》
- 31.《員工績效管理制度》

- 32.《正式員工慰問管理辦法》
- 33.《團建活動管理辦法》
- 34.《通訊員投稿制度》
- 35.《反腐敗工作制度》
- 36.《周黑鴨紀檢委章程》
- 37.《紀檢監督檢查工作條例》
- 38.《紀檢監察舉報辦法》
- 39.《質量問題8D分析報告》
- 40.《新品驗證管理規定》
- 41.《宣傳物料管控制度》
- 42.《對外宣傳資料審批》
- 43.《周黑鴨廣告投放管理規定》

產品標準

1. GB/T 20940-2007肉類製品企業良好操作規範
2. GB/T 22210-2008肉與肉製品感官評定規範
3. GB/T23586-2009醬鹵肉製品
4. GB10136-2015食品安全國家標準動物性水產製品
5. GB/T22106-2008非發酵豆製品
6. GB2714-2015醬腌菜
7. GB/T23970-2009鹵蛋
8. GB2749-2015蛋與蛋製品
9. GB2712-2014食品安全國家標準豆製品
10. GB7096-2014食品安全國家標準食用菌及其製品
11. GB10133-2014食品安全國家標準水產調味品
12. Q/HZHY0001S-2017鹵制素菜系列製品
13. Q/HZHY0002S-2017鹵制魷魚製品
14. Q/HZHY0003S-2018調料粉
15. Q/HZHY0004S-2018食品調香料
16. Q/HZHY0005S-2017氣調包裝熟鹵肉製品
17. Q/HZHY0006S-2017半固態調味料
18. Q/HZHY0007S-2016鹵制素菜系列食品
19. Q/HZHY0008S-2016鹵雞蛋乾
20. Q/HZHY0009S-2016熟制小龍蝦
21. DBS42/008-2021食品安全地方標準熟鹵製品氣調包裝要求
22. 其他適用的相關產品標準



周黑鴨國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號：1458