



**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

**2022**

**Environmental, Social and Governance Report**

**環境、社會及管治報告**



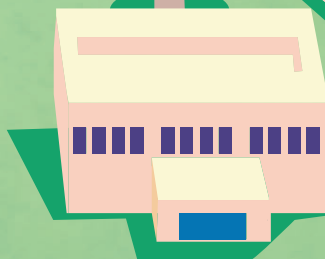
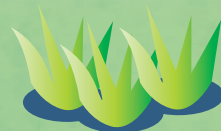
真心製造  
Naturally Made  
Wholeheartedly Good  
自然流露



# 目錄

二零二二年重點一覽	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
願景及使命聲明	10
我們的可持續發展方針	11
我們的營運	20
我們的員工	26
我們的環境	34
我們的社區	45
績效總覽	49
內容索引	53

JIKA  
自家 ON!





## 二零二二年重點一覽

### 我們的營運



- 我們於二零二二年接獲 **0** 宗有關產品健康及安全的投訴

- 因工傷而損失的工作日數  
減少 **59.3%**



- 63.6%** 的鴻福堂鮮製飲品為無糖或低糖成份

- 357** 名主要供應商



### 我們的員工



- 864** 名僱員 –  
**713** 名香港僱員，**151** 名中國內地僱員

- 培訓時數 **3,178** 小時，  
共有 **572** 名僱員參與培訓



- 培訓了 **66%** 僱員，  
每名僱員平均受訓 **3.68** 小時





## 我們的環境

- 產生了 **12,026** 公噸 二氧化碳當量 溫室氣體 排放，  
溫室氣體密度為 **0.016**
- 溫室氣體 排放 減少 **7.0%**
- 能源消耗為 **31,242** 兆瓦時，減少 **7.3%**
- 已回收 **957.7** 公噸 廚餘，  
減少 **204.0** 公噸 二氧化碳當量 溫室氣體 排放



## 我們的社區



- 貢獻 **302** 個小時的社區服務



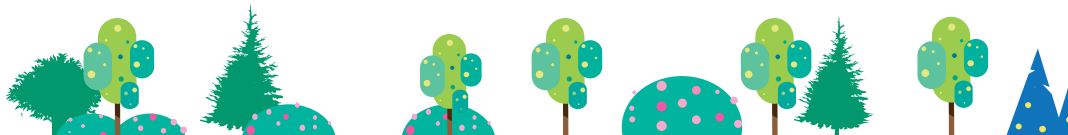
- 支持超過 **159** 個社區項目及 **198** 間機構



- 贊助價值超過 **210** 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」或「我們」）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。鴻福堂於一九八六年成立，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（股份代號：1446）。屹立市場超過35年，我們一直提倡健康理念，由一間傳統中式涼茶店蛻變成現代餐飲企業。我們更於二零二一年推出揉合中西飲食文化的café概念店「HFT Life」。

本集團在香港及中國內地自設廠房，生產各款產品。我們的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。而位於廣東省開平市的生產廠房則主要向香港、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主要渠道銷售產品。

於二零二二年，鴻福堂的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%。現時本集團在香港擁有約120間零售店，按零售網絡規模計算，本集團仍然是香港最大的中式草本產品零售商。透過各種會籍推廣活動，截至二零二二年底，鴻福堂擁有超過1,258,000名自家CLUB會員。於二零二一年推出的鴻福堂網購平台「自家ON！」提供種類繁多的產品，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），鴻福堂的樽裝飲品於便利店、超市、百貨公司、雜貨店及電商平台有售。





## 獎項及嘉許

本集團在環保、勞工慣例、提升顧客體驗及社區投資方面的努力備受肯定，於報告年度內榮獲下列獎項：

### 環保及管治方面的表彰

GO 綠色機構  
green.org



香港環境卓越大獎  
Hong Kong Awards for Environmental Excellence

- 香港環境卓越大獎2021－商舖及零售業（銀獎）
- 香港綠色機構  
環境運動委員會
- 綠色辦公室5+標誌及健康工作間標誌2022  
世界綠色組織
- 低碳關懷星級標籤
- 低碳關懷ESG標籤（第四級）  
低碳想創坊
- 2022年「最佳年報獎」：  
環境、社會及管治資料報告卓越獎
- 2022年「最佳年報獎」：  
最佳新參賽年報獎－「工商企業」類  
香港管理專業協會



### 人才發展方面的表彰



- 開心工作間－開心企業10年  
香港提升快樂指數基金
- ERB人才企業嘉許計劃：人才企業(2011-2022)  
僱員再培訓局
- 運動友善計劃－嘉許企業  
香港中華基督教青年會



## 品牌管理及顧客服務方面的表彰



香港卓越名牌

- **2022香港名牌**  
香港品牌發展局及香港中華廠商聯合會

- **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

- **GS1「貼心企業嘉許計劃」十年賞**  
香港貨品編碼協會

- **店舖防疫措施認證**  
香港零售管理協會

- **2022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

- **至「惠」你賞超級品牌大獎：  
至人氣品牌－飲品類**  
香港惠康超級市場

- **百佳超卓品牌大賞2021－星級超市品牌（健康食品）**  
百佳超級市場

- **7-ELEVEN最喜愛便利品牌2022－  
貨品類別銷售傑出表現大獎（飲品類）**  
7-Eleven便利店

- **「信譽品牌」2022－金獎（中式湯水／涼茶類別）**  
讀者文摘



2022 健康同行夥伴大獎  
Health Partnership Awards 2022

## 社區投資方面的表彰



- **15年Plus「商界展關懷」標誌2006-2022**  
香港社會服務聯會

- **社會資本動力標誌獎2020-2022**  
勞工及福利局－社會投資共享基金

- **2021/2022年度公益嘉許獎**  
香港公益金

- **支持社企機構2022**  
豐盛社企學會





## 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二零二二年的全部收益來源。本報告涵蓋本集團由二零二二年一月一日至二零二二年十二月三十一日之財政年度(「二零二二年」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。 披露量化資料時，已隨附說明，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指導委員會審閱及確認，並獲董事會於二零二三年四月二十七日批核。

## 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，歡迎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](mailto:enquiry@hungfooktong.com.hk)  
電話：(852) 3651 2000  
傳真：(852) 3651 2265





## 董事會聲明

鴻福堂成立超過三十多年來，秉承一貫傳統，推廣保健理念及傳承草本文化。本著這個宗旨，我們訂立了願景和使命，採取更著重可持續發展的路向。於二零二二年，面對氣候變化、新型冠狀病毒疫情以至經濟不穩定所帶來的全球挑戰，我們以員工和環境為首要考慮因素，以實現我們的核心價值。不論是開發更有益健康的產品、與各方合作減少廚餘，抑或是支持慈善團體，對社區作出貢獻，鴻福堂均相信群策群力和關愛就是力量。社會正從疫情中恢復，我們作為一間關心員工的企業，會繼續推廣保健的重要，並推出健康的飲食選擇以提升社會的生活質素。

## 健全的管治架構

作為負責任的企業，鴻福堂深知健全有效的管治對追求卓越的可持續發展十分重要。鴻福堂董事會引領本集團擬定可持續發展議程，旨在為僱員、顧客及其他持份者創造價值。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的管理與企業願景保持一致。ESG議題會定期向董事會匯報，以確保董事會作出明智決定。

## 對重大可持續發展層面的有效管理

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。為配合本地和國家的氣候行動計劃，我們透過在營運中實施能源效益措施、採用可再生能源、優化物流規劃、減少包裝物料，以及考慮到可持續性的負責任採購方針，盡量在整個價值鏈中減少碳排放。為響應香港政府於二零五零年實現碳中和的承諾，鴻福堂已考慮研究牽涉到供應鏈的範圍3碳排放，為我們設定科學為本的目標做好準備。

此外，我們明白持份者對於產品安全及品質的關注，因此我們致力生產安全可靠的產品。我們的生產設施嚴格遵守國際認可的標準，並對產品質素實施更為嚴格的監控程序。因此，我們於二零二二年得以將平均每月接獲有關產品健康及安全的投訴宗數降低至零宗。

關心我們僱員的福祉一直是鴻福堂的核心價值之重。在後疫情時代，人才招聘及保留對於零售商來說越來越具挑戰。我們因應疫情後的「新常態」，推出遙距工作等彈性安排，照顧到不同僱員、不斷轉變的需要。我們會繼續營造理想的工作環境，保障我們僱員的健康和安全，並留住人才。同時，我們透過員工訓練及發展計劃以推動及團結同事，確保鴻福堂為未來做好準備。

## 目的和目標

雖然本集團已達到部份現有目標(如：產品質素投訴宗數及廚餘回收等)，我們仍會繼續發展和加強可持續發展策略。我們經已著手設定多項量化目標，包括減少電力、化石燃料及水的消耗，以及減少廢物等量化目標，以便日後更有效地計量本集團的ESG績效。



## 願景及使命聲明

### 我們的願景

我們的願景是成為可持續的領先飲食生產企業，推廣健康生活方式，提升社會大眾的福祉。

### 我們的使命

我們的使命是憑藉我們的工業實力和專業知識，為企業可持續發展創造長遠價值。我們矢志傳承草本傳統，同時以現代化和創新的方式生產，為顧客帶來健康和優質的食品和飲品。作為零售商和生產商，鴻福堂於生產及經營業務時努力保護資源，以助確保未來一代享有可持續的環境。

我們亦相信，一個正向社會旨在促進社群福祉。我們將身體力行，關愛我們的員工，並推出更多健康的餐飲選擇以提升社會生活質素。

### 我們的核心價值

我們的核心價值是努力實現可持續發展願景，邁向積極美好的未來。

#### 秉持傳統的經營

以正宗而創新的方式保留傳統

#### 可持續的環境

為下一代保護資源

#### 關愛社群

關心社會大眾的福祉

#### 健康的社區

促進健康和生活的質素



## 我們的可持續發展方針

### 可持續發展管治

鴻福堂可持續發展的成功建基於健全的管治。於二零二二年，本集團嚴格遵循ESG政策，維持高水平的透明度、問責性、責任及公平性。該政策著重展示鴻福堂對環保表現、甄選供應商、企業社會責任、營運原則及企業管治所承擔的責任。

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

本集團深明要有效實施ESG管理方針，需要鴻福堂各員工在不同層面通力合作。作為最高決策層，董事會對可持續發展的管理承擔整體責任，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。在董事會的監督下，我們的ESG指導委員會負責落實可持續發展策略，並根據所訂立的目標及目的監察本集團的表現。我們的審核委員會負責監察本公司的整體風險管理，包括ESG風險。本集團定期檢討其ESG表現及進度，並向董事會呈報成果。

### 未來計劃

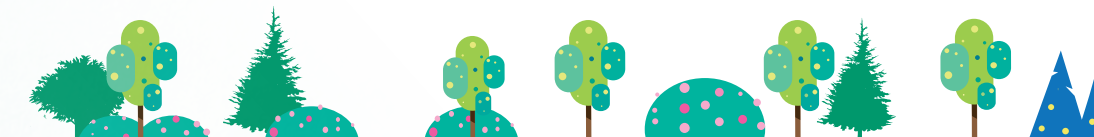
“

鴻福堂於二零二一年就制訂可持續發展策略及可量化目標，訂立了3年計劃。本集團已成立ESG指導委員會，就可持續發展行動計劃的管理和執行給予指引。於本年度，本集團就可持續發展進程制訂了願景及使命聲明。展望未來，本集團將繼續收集持份者意見，探討將聯合國可持續發展目標(「UNSDG」)融入業務中的方法。這些舉措將作為本集團可持續發展策略的基礎。

”







## 董事會層面

### 董事會

- 監督整體ESG管理，以確保其符合國際及本地法規
- 為本集團確立策略性ESG管理方針
- 推動將可持續發展概念融入日常營運



## 委員會

### ESG指導委員會

- 評估及監察本集團的ESG績效
- 審閱ESG目標及目的之進展及成效
- 審閱及評定對本集團屬重要的ESG風險
- 向董事會匯報ESG議題

### 審核委員會

- 審閱及批准內部審核計劃
- 審閱由本公司委聘的獨立內部監控顧問所編製的審核報告
- 檢討風險管理（包括ESG風險）及內部監控系統
- 監督本公司的企業管治職能，包括審閱及監察本公司的政策及慣例，以符合法律及監管規定



## 工作小組

### ESG工作小組

- 確保各個營運部門及地區之間緊密溝通，將可持續發展概念融入日常營運
- 輔助ESG指導委員會執行政策及行動計劃



## 可持續發展風險管理


鴻福堂確立了完善的ESG風險管理架構。本集團已制定一套風險管理政策及措施，並已匯編成政策文件以供採納。ESG指導委員會及審核委員會負責評估、識別及管理風險，協助董事會管理相關可持續發展風險。

所有營運部門負責識別及分析與各自職能相關的ESG風險、擬備風險減緩計劃、計量有關風險減緩計劃的有效性，並匯報風險管理的情況。內部審核部門負責協調本集團風險管理及企業管治事項並提供意見，而審核委員會以至董事會最終將監督本集團風險管理政策及措施的執行。

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. 實施風險管理措施
5. 監察及檢視管理措施的成效

透過持續運用有效的風險管理流程，本集團可更靈活應對ESG風險，而已確認的ESG風險已納入本集團的風險管理清單。





為全面運用既有的風險管理流程以透徹了解營運環境及本集團的準備情況，本集團於二零二二年就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、後果及緩解措施：

### 環境合規風險

對鴻福堂帶來的風險：

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。

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，已安排定期審核以查找及修正任何潛在的違規風險。



### 選用包裝物料的風險

對鴻福堂帶來的風險：

隨著公眾對環保的意識提高，顧客更在意我們產品選用的包裝物料，並因而影響消費決定。

同時，政府已就塑膠飲料容器生產者責任計劃（「PPRS」）的本地立法於二零二一年開始進行公眾諮詢。社會各界普遍對建議反應正面。經考慮收集到的意見及其他地方的相關經驗，政府現正就PPRS制訂合適的規管框架，並研究所需的法例修訂，於日後就規管框架的細節進一步諮詢相關業界。

鴻福堂的回應：

- 於二零二二年已採用回收的包裝物料（rPET，回收的聚對苯二甲酸乙二醇酯）生產部份飲品膠樽。
- 積極探討減少使用即棄塑膠餐具。自二零二三年一月一日起，鴻福堂在香港全部120多間鴻福堂分店及HFT Life門店逐步取締塑膠餐具，轉用紙製或木製的餐具，包括紙湯杯、紙餐盒、木匙羹、木叉及小竹叉等。



### 氣候風險

對鴻福堂帶來的風險：

實質氣候風險包括因水災、颱風及熱浪（這些現象已更頻繁出現）而導致我們零售業務的營運、供應及存貨受到干擾。過渡風險包括與低碳經濟轉型相關的風險，例如當局為減少氣候變化的影響而實施排放限制、碳定價／徵稅等規定的監管壓力增加；以及因科技及／或顧客較傾向購買低碳產品而導致需求／供應變化。

鴻福堂的回應：

- 在營運中貫徹執行本集團於二零二一年訂立的氣候變化政策。
- 該政策涵蓋有關氣候相關議題的管治、緩減、適應、抵禦及披露
- 氣候變化政策的詳情載於「應對氣候變化」一節。



## 持份者參與

本集團明白持份者參與可幫助鴻福堂緊貼市場趨勢和發展，並且回應持份者持續變化的期望。每位顧客、僱員、供應商、合作夥伴及股東都是我們成功的關鍵，並可推動我們改善環境、社會及管治績效。

為確保全面了解社區的整體需求，鴻福堂收集並考慮來自內部持份者（如管理團隊及員工），以及外部持份者（顧客及供應商等）等不同界別的反饋和意見。



### 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不同部門僱員對本集團可持續發展策略的反饋。



### 客戶

本集團主要透過「自家CLUB」會員計劃與寶貴客戶溝通。本集團透過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、電郵、公司網站及社交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

本集團主要透過參與各類慈善活動、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。





與往年一樣，我們舉辦了持份者焦點小組。我們將收集的意見反饋，按相關程度、重要性及緊急性分先後次序處理。持份者意見反饋的重點及本集團的回應披露如下：

### 持份者意見反饋

### 本集團回應

建議盡量減少使用即棄餐具及包裝物料，或採用更為環保的產品包裝物料替代。

- 我們一直尋求更為環保的包裝物料。鴻福堂自二零二年起已開始採用再生塑料rPET(回收的聚對苯二甲酸乙二醇酯)生產部份飲品膠樽，並計劃日後增加含rPET的包裝比例。
- 自二零二三年一月一日起，在本集團全部120多間鴻福堂分店及「HFT Life」café概念店逐步取締塑膠餐具，轉用木製或紙製的餐具。

建議加強對前線員工的支援和關懷。

- 為確保前線員工取得工作和生活平衡，本集團推出多項彈性工作安排，例如增加假期和調整工作時數。
- 在香港天文台發出寒冷、酷熱或霜凍警告時，向所有前線員工提供飲品。
- 為面對緊急情況的前線員工提供緊急支援和輔導。

建議推出更多無糖或低糖飲品。

- 因應大眾越來越關注過度攝入糖分對健康的影響，鴻福堂於二零二二年推出無糖涼茶系列，大受顧客歡迎。





## 重要性評估

根據上述活動的結果，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、同業表現、本地及國際報告標準等，識別出20個與其營運相關的可持續發展議題。



# 2

### 參與

我們透過網上問卷、管理層訪談及焦點小組，向持份者收集反饋。在參與過程中，我們鼓勵持份者就已識別的可持續發展議題發表意見，並審視每項議題對鴻福堂的重要性。於二零二二年，鴻福堂收到317份有效問卷反饋（二零二一年：217份）。



### 驗證

# 4

ESG指導委員會及董事會審閱及批核重要性評估的結果及結論。



# 3

### 按優先排序

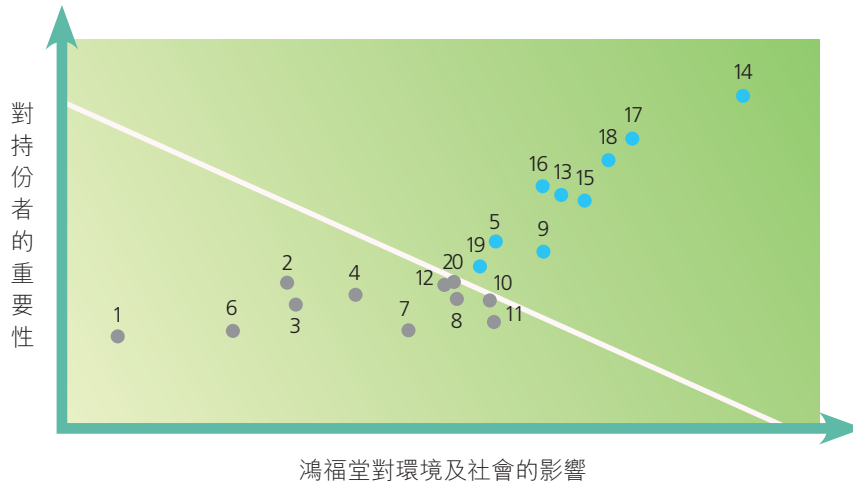
在完成上述持份者參與過程後，於二零二二年，有9個可持續發展議題被認為屬重要。





## 重要性矩陣圖

重要性矩陣圖向我們的持份者展示影響我們業務成功的首要可持續發展議題。鴻福堂在整個價值鏈中謹慎管理該等議題。由於保障顧客的健康及安全是我們首要任務，我們努力確保維持最高的產品質量，以達到持份者的期望。



所識別的20個可持續發展議題在下表按4個重點範疇分類排列。9個屬於重要的可持續發展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
有效使用包裝資源	鴻福堂積極尋找可循環再用的包裝方案，例如減少包裝的塑膠含量、採用其他包裝物料，以及推動膠樽回收。
考慮社區的需要及利益	鴻福堂一直尋求社區投資機會，並對不同的有需要社群提供支援和贊助。
產品質量及銷售服務責任管理	鴻福堂擁有健全的質量管理系統及產品回收程序，以確保我們提供的產品維持最高標準的質量。
僱員福利及福祉	鴻福堂旨在透過不斷聆聽僱員的需要及關注，打造公平及多元化的工作環境，促進僱員健康及福祉。

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





## 我們的營運

為實現鴻福堂的長遠願景，我們的使命是憑藉我們的工業實力和專業知識，為企業可持續發展創造長遠價值。我們矢志保留正宗的草本傳統，同時以現代化和創新的方式生產產品。我們決心秉承「真心製造，自然流露」的理念，保障產品安全及質量、維護顧客權益、恪守商業道德，並提升顧客的體驗。

### 保障產品安全及質量

作為負責任的飲品和食品製造商，鴻福堂一直非常著重於確保產品的質量及安全。從原材料採購至包裝，本集團力求為顧客提供安全可靠的產品。

#### 質量管理系統

我們位於香港及開平的廠房均嚴格遵守國際標準化組織（「ISO」）22000食品安全管理系統以及危害分析和關鍵控制點（「HACCP」）等國際認可標準。香港廠房亦獲得良好製造規範（「GMP」）認證。我們的質量管理系統由食品安全委員會負責監督，並須接受第三方的年度獨立審核。委員會亦負責檢討及執行有關措施，並監察系統的成效。



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。

食品安全及質量管理的主要角色	工作範圍
工場經理	<ul style="list-style-type: none"> <li>監督對人員、程序及工廠營運的管理。</li> <li>協調不同部門，並為工場人員舉辦培訓。</li> <li>與政府部門代表聯絡，並處理有關食品安全的事項。</li> <li>執行ISO22000標準及指引。</li> </ul>
食品安全委員會主席	<ul style="list-style-type: none"> <li>確保執行、維持及更新已確立的食品安全系統。</li> <li>管理食品安全委員會，並確保食品安全委員會成員的勝任能力。</li> <li>向最高管理層匯報食品安全系統的成效。</li> </ul>
品質管理經理	<ul style="list-style-type: none"> <li>質量控制系統的負責人，處理有關產品質量的投訴、檢查原材料及安排測試樣本。</li> <li>確保符合國際及本地食品質量標準及規定，並根據抽查結果採取跟進行動。</li> </ul>

鴻福堂的目標是每月接獲少於10宗有關產品健康及安全的投訴。由於實施更嚴格的控制程序以提高產品質量，於二零二二年並無收到有關產品健康及安全的投訴。本集團於年內制定更嚴格措施，例如就定期監察和匯報生產質量提供更全面的指引，並改善產品溫度控制、運輸及倉儲環境。

指標	目標	二零二二年	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	0宗 (達標)	1.33宗	1.83宗



## 產品回收

### 零售產品的回收程序

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的措施及指引。本集團的「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

當供應鏈發現任何食品安全問題的潛在源頭時，會通知危機管理小組。

#### 2. 調查

危機管理小組會展開調查，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

記錄案例以評估及提出改善方案。

### 批發產品的回收程序

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。若發現產品可能危害公眾健康，鴻福堂會將該產品全面下架。

於本報告年度，概無零售或批發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，以恪守商業誠信。鴻福堂在其網站上列明私隱政策，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有關人士的同意。

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需保障客戶私隱，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。於二零二二年，我們已更新員工手冊內的數據使用守則，訂明了僱員應如何運用和存取公司資料，以及僱員就保障客戶資料需負的責任。僱員亦須遵循守則，在辦公室以外地方存取公司資料前必須以VPN登入。

### 負責任的市場推廣及產品標籤

我們透過一套標準化程序，確保我們的市場推廣、宣傳及產品標籤屬真實且無誤導成份。該等程序確保我們的市場推廣策略及宣傳材料準確如實地展示我們的產品信息。我們的市場推廣部門選擇可靠的渠道並檢視市場推廣信息，以確保與本公司的核心價值一致。我們在產品標籤上提供清晰可靠的產品資料，包括有關致敏原、安全食用建議及保質期等資料。

產品標籤的設計易於理解，能夠清晰反映產品信息。產品標籤上的營養內容均由獨立專業人士根據食品安全及質量的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」。隨著本集團於二零二二年推出全新無糖涼茶系列後，現時有63.6%（二零二一年：51.6%）的鴻福堂鮮製飲品標明為低糖或無糖。

## 秉持商業準則

鴻福堂致力維持商業誠信及企業道德的最高標準。我們的行為守則及員工手冊清楚列明本集團每名僱員及營運場所必須遵守的業務行為恰當標準及所有適用法律法規。我們絕不容忍任何形式的欺詐、賄賂、不守信或濫用權力。鴻福堂遵守本地反貪污法例及條例，避免任何形式的利益衝突，並要求我們所有董事及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關係，本集團的採購行為守則列明如何處理供應商及業務夥伴的款待及禮品。

## 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。我們鼓勵僱員舉報嚴重關切的問題，例如欺詐、財務違規、賄賂或其他非法付款、歧視或騷擾、不遵守法律或監管義務、危及我們僱員健康及安全的行為以及蓄意隱瞞任何嚴重關切的事項。所有舉報均會保密處理，不會容忍任何人因忠誠舉報潛在違反行為守則的事項而遭到報復。本集團的審核委員會定期監察及檢討舉報政策，並負責監督調查程序。

## 反貪污培訓

我們定期舉辦由廉政公署進行的反貪污培訓，以確保及提高僱員對工作場所的潛在貪污事例的認知水平。

於二零二二年，

接受反貪污培訓的僱員總數：

**43名僱員**

反貪污培訓總時數：

**172小時**



## 提供更有益健康的產品選擇

現今的消費者越來越注重作出明智的購買決定。我們也了解到，人們越來越關注過量攝取糖份和鹽份對健康的影響。為了向顧客提供更多元化的產品選擇以迎合不同口味，本集團一直積極開發更多健康產品。

### 多元化產品選擇

鴻福堂樂於聆聽客戶的需要，並不斷改良我們的產品配方以迎合市場需求。我們一直增加不同產品類別中的產品選項，將無糖／低糖、低鹽或低熱量和和其他綠色產品納入我們的產品系列。

### 無糖、低糖或低鈉產品

無糖、低糖及低鈉產品乃根據「預先包裝食品『鹽／糖』標籤計劃」概述的定義來標籤。於二零一九年，本集團訂立目標，於三年內有50%的產品為低鈉或低糖成分。截至二零二二年，63.6%的鴻福堂鮮製飲品屬無糖或低糖，而20.8%的食品屬低鈉。我們於二零二二年推出13款全新鮮製飲品，當中包括7款無糖飲品及4款低糖飲品。



### 低熱量的少糖產品



含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顧客（例如糖尿病患者）而設計。與去年一樣，鴻福堂提供兩款低熱量的稀少糖產品，佔所有鮮製飲品的4.5%。

### 其他產品

我們亦於二零二二年擴大產品系列，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以及養生保健產品。於二零二二年，共有19款新產品屬於綠色產品。





## 提升顧客體驗

現今社會，尤其在後疫情時代，數碼化技術已更為成熟，因此鴻福堂一直透過推出網上及電子服務和渠道，以提升顧客體驗。「自家CLUB」會員計劃是本集團與客戶保持溝通的主要平台之一。截至二零二二年十二月三十一日，香港自家CLUB的登記會員人數已超過1,258,000名。

### 客戶服務

於二零二二年，我們接獲合共336宗主要有關質量及服務條款的客戶投訴。客戶服務部透過各種客戶服務渠道（包括客戶服務熱線、電郵、WhatsApp短訊、網上表格及社交媒體）收取、記錄及處理投訴。所有個案均會被調查並向相關部門報告，以便採取跟進行動或制定補救措施。相關部門亦已根據既定程序迅速瞭解事件及回覆客戶。視乎所報告事件的嚴重程度，鴻福堂承諾於兩個工作天內透過電郵或電話跟進客戶的查詢。個別需要其他部門協助的個案，一般會於三至五個工作天內處理。

### 創新服務

<p><b>鴻福堂手機應用程式 （「APP」）</b></p>	<p>為提升顧客體驗，鴻福堂手機應用程式的界面及功能已完成一連串升級，包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 推出新的電子表格以供新會員登記，加快賬戶處理流程；及</li> <li>2. 於二零二二年第三季度推出電子折扣券，以鼓勵客戶下載和使用APP。</li> </ol>
<p><b>自家ON！網上平台</b></p>	<p>自家ON！網上平台於二零二一年底登場，提供各式各樣迎合家庭需要的產品。於二零二二年，鴻福堂已推行下列計劃，以加強自家ON！網上平台的服務：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 擴大產品種類：推出各式各樣的健康食品、進口食品及寵物用品，以吸引注重健康及家庭生活的顧客。</li> <li>2. 焦點小組：與持份者舉行多次焦點小組，討論有關自家ON！用戶體驗的改善建議。</li> <li>3. 神秘顧客計劃：邀請鴻福堂顧客參與神秘顧客計劃，以評估購買流程，並就產品或服務收集反饋。</li> </ol>



**自家CLUB JIKA CLUB**

**會員消費 電子印花優惠**

憑電子會員卡消費滿\$20（單一交易計算），可獲取電子印花1個！

儲滿3個印花送 自家涼茶買1送1

**JIKA 自家ON!**

與家人開心分享的消費平台  
自家CLUB會員專享優惠

立即註冊

## 負責任採購

鴻福堂致力在整個生產過程中向負責任的供應商採購原材料。按本集團的ESG政策所述，鴻福堂鼓勵商業道德的實踐，並在整個供應鏈中推行可持續發展理念，其中包括新鮮食材、海味、其他原材料及草本原料供應商。本集團亦優先與獲世界貿易組織認為公平貿易慣例或獲其他ESG認證的供應商合作。截至二零二二年十二月三十一日，鴻福堂有357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

鴻福堂根據既定程序及準則，甄選、委聘及評估供應商。新委聘及現有供應商均須遵守本集團的環境及社會責任政策。

### 供應商甄選及溝通流程

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。
2. 本集團就甄選新供應商訂立一套風險評分系統，要求潛在供應商識別風險因素並提出控制措施。
3. 本集團評估供應商在產品品質、運送時間及合作程度等方面的表現。在整個生產周期，本集團會定期進行盡職審查或現場評估，以確保符合鴻福堂的標準及規定。如供應商未能通過質量檢測或違反誠信要求，我們會暫停與供應商合作並從本集團的獲批核供應商名單中剔除。

本集團盡可能使用可持續的原材料來源。同時，本集團關注獲供應的原材料是否含有任何人工添加劑，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。

”







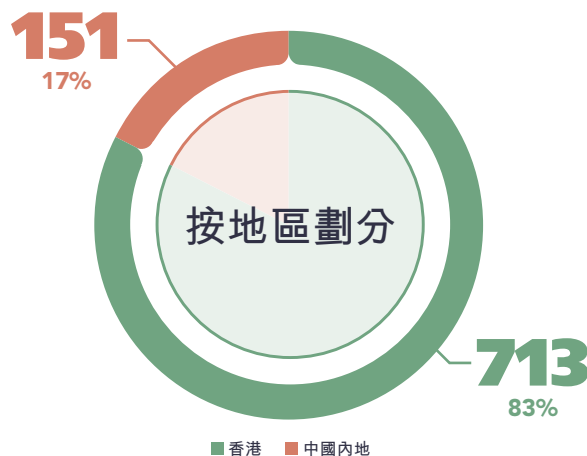
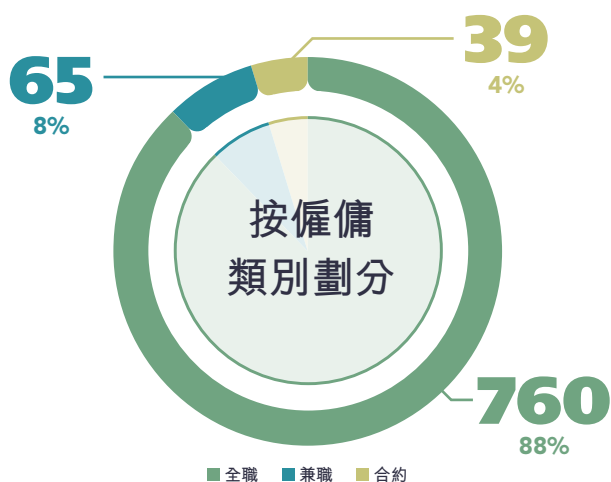
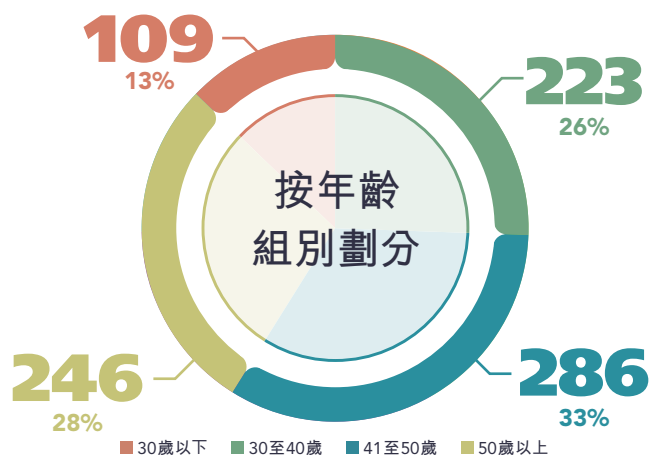
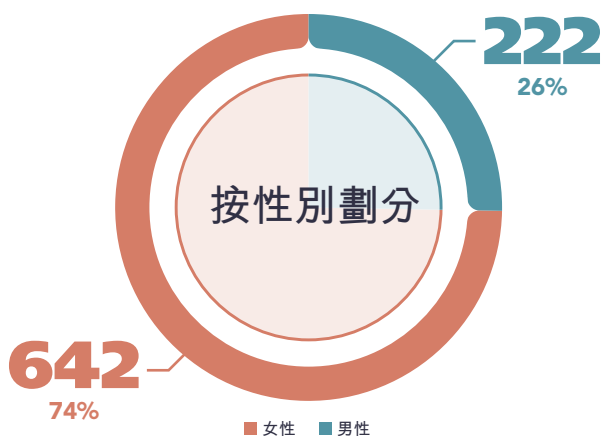
## 我們的員工

我們的僱員是我們最寶貴的資產。我們密切留意市場趨勢，定期檢討人力資源政策，從而制訂合適且可行的方案，以改善工作環境，提升僱員的滿意度。我們相信，以人為本的職場文化可加強員工對公司的歸屬感，從而提高工作效率，達致雙贏。

### 營造理想的工作環境

作為聘有超過864名僱員<sup>1</sup>的企業，鴻福堂一直為僱員及其他人員<sup>2</sup>營造公平、理想、安全及健康的工作場所。鴻福堂遵循本集團ESG政策、員工手冊及工場安全指引等規定，致力維持平等和共融的工作環境，當中列明有關僱傭慣例、僱員健康與安全、培訓及發展以及勞工標準的指引。我們已建立健全的人力資源管理系統，藉此定期監察僱員薪酬及福利政策的實施情況。我們的員工手冊詳細載列工作時數、假期、反歧視、待遇、福利及終止僱用等所有人力資源相關資料。

員工總數：**864**人<sup>1</sup>



<sup>1</sup> 於二零二二年十二月三十一日，鴻福堂共有901名僱員，其中713名僱員位於香港及188名僱員位於中國內地。在中國內地的188名僱員中，151名位於開平辦公室及廠房的僱員屬於本報告範圍內。因此，本報告所匯報的員工總數為864人。

<sup>2</sup> 其他人員指本集團聘用在本集團所控制的工作場所中履行工作的代理／承辦商／供應商。

二零二二年實施的措施或政策：

### 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。鴻福堂鼓勵僱員可於年度表現評估時，表達個人抱負，並向管理層提供反饋。
- 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

- 於二零二二年，鴻福堂為香港辦公室僱員引入更具彈性和家庭友善的工作安排：
  - 彈性上班時間（員工最早可於下午4:30下班），並享有「輕鬆星期五」，即是逢星期五可提早一小時下班。
  - 所有辦公室僱員可每周一天選擇遙距在家工作。
  - 「返工放暑假」計劃讓員工於暑假期間自由帶同子女回辦公室。另外，「貓奴、狗奴」一族也可選擇在「人寵同樂日」攜同寵物一同上班，營造和諧的工作環境。
- 為前線員工提供新福利，包括公益假及子女接種疫苗假。
- 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
年三十、中秋節及冬至的半日有薪假	接種新冠病毒疫苗假及子女接種疫苗假 <sup>3</sup>	
入職週年假	照顧子女假（在幼稚園開學日協助子女適應）	



<sup>3</sup> 接種新冠病毒疫苗假及子女接種疫苗假（就新型冠狀病毒而言）是有薪假，可於員工或其子女接種疫苗時申請。



## 公平、包容及多元的工作環境

- 鴻福堂過去數年與匡智會等機構合作，為殘疾人士提供工作機會。雖然二零二二年因疫情暫停合作，我們相信會在日後繼續合作。
- 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。

## 僱員福利

- 為僱員提供全面的福利計劃，包括：

為全體僱員		
長期服務獎	生日福利	
醫療保險	結婚禮物	鴻福堂產品購物折扣
為大埔廠房僱員		
來往大埔工業邨及市區不同地點的免費穿梭巴士服務		
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

- 我們保證僱員有足夠休息時間，以防止任何形式的強制勞工。
- 人力資源部在招聘過程中特別著重核實僱員年齡，杜絕任何聘用童工的機會。

## 未來計劃

“

於二零二三年，鴻福堂有意邀請不同職級的僱員參與由生活委員會及外部顧問進行的問卷調查，讓本集團更了解僱員所需，藉此進一步改善工作環境。

”





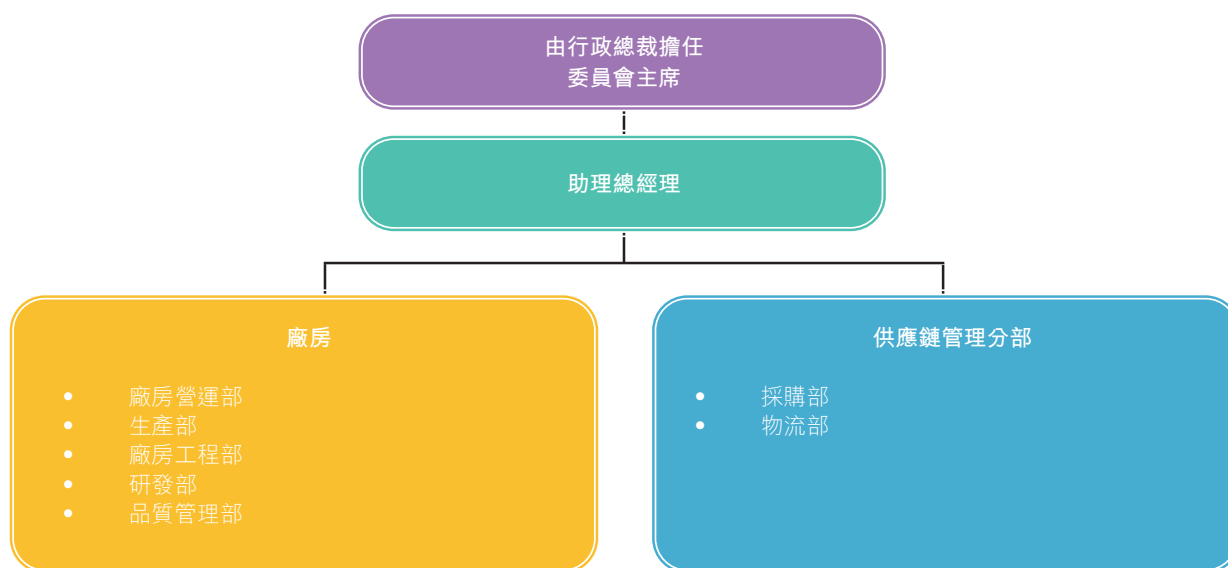
## 保障僱員的健康與安全

鴻福堂對營運過程中所有環節，由辦公室運作至採購、生產、物流到零售店運營，均致力避免僱員受傷。我們盡全力防止所有類型的工作意外、工傷、風險及身心疾病。我們已根據本集團的ESG政策採取一切有關行動，務求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（由來自不同部門的代表組成，並由本集團行政總裁擔任主席）監察整體健康及安全管理。我們已制訂工作場所安全指引，並在員工手冊中清楚列明，以監察文職員工及非文職員工的工作場所。透過安全委員會與僱員（包括文職及非文職僱員）之間的溝通，加上有關健康及安全的明文政策，本集團的職業健康及安全系統得以有效實施。於開平及香港的生產廠房乃完全遵守健康及安全規定以及地方安全法例營運。

### 鴻福堂的安全委員會





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。於二零二二年，香港廠房取得90%的審核分數。本集團迅速根據審核師的建議，改善廠房環境。

指標	二零二二年	二零二一年	二零二零年
因工傷損失工作日數	<b>226.0</b>	555.0	506.5
錄得工傷個案	<b>7</b>	15	24
工傷率(每1,000名員工)	<b>8.1</b>	17.3	28.8

所有差點出意外或與工傷有關的事故，均須於24小時內以書面報告形式向高級管理層匯報。安全委員會成員負責調查事故及釐定適當補救措施。自二零一七年起的六年內，本集團並無發現任何與工作相關的死亡事故。於二零二二年，本集團記錄到7宗工傷事故，大部分工傷均是因安全意識不足，在人手處理和搬運貨物時發生。本集團確保所有受傷員工均接受適當治療，並詳細調查每宗受傷個案的原因，從而就同類工傷事故加強補救和預防措施，並改善現有安全培訓。

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，以加強職安健習慣。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接受安全培訓。



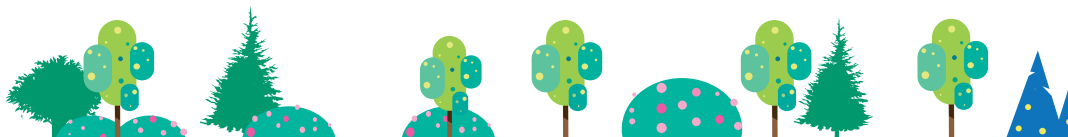
## 僱員福祉

本集團一直支持僱員保持工作與生活平衡。我們舉辦各種僱員活動，以提升員工的身心健康。於二零二二年，鴻福堂已為僱員實行多項福利計劃，例如以下各項：

返工放暑假	員工可於暑假帶同子女回辦公室，令家長在暑假更容易照顧子女。子女可參加手工藝班，同時可認識父母的工作環境。
HFT Life 的網上健康分享會	前線同事透過ZOOM會議接受培訓，加深了解HFT Life的健康生活概念，同時進一步提升他們的健康意識。
身體檢查	我們關注員工的身體健康，為前線及辦公室員工進行簡單身體檢查，提醒他們注意健康，維持健康生活習慣和定期運動。
健身及康樂設施	香港辦公室已設置健身器材、桌球檯、夾公仔機等設施，供僱員在工餘時間使用。
人寵同樂日	讓同事攜同寵物一同上班，營造人寵共融的工作間。
前線員工本地遊	為前線員工組織本地旅行團，讓員工享受輕鬆和有意義的周末。
店長會	店長可在會內互相認識和分享工作點滴，有利於交流工作經驗並建立具凝聚力的群體。
鴻福堂電影會	特別挑選宣揚家庭、愛和健康等正面訊息的電影。員工可放鬆心情享受電影，同時吸收電影的重要訊息，向身邊人傳遞正能量。







## 培育人才

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。僱員獲裝備其專業及個人發展所必需的知識與技術，為事業機遇及挑戰做好準備。鴻福堂鼓勵所有員工持續進修，以提升個人能力及知識。

### 培訓課程

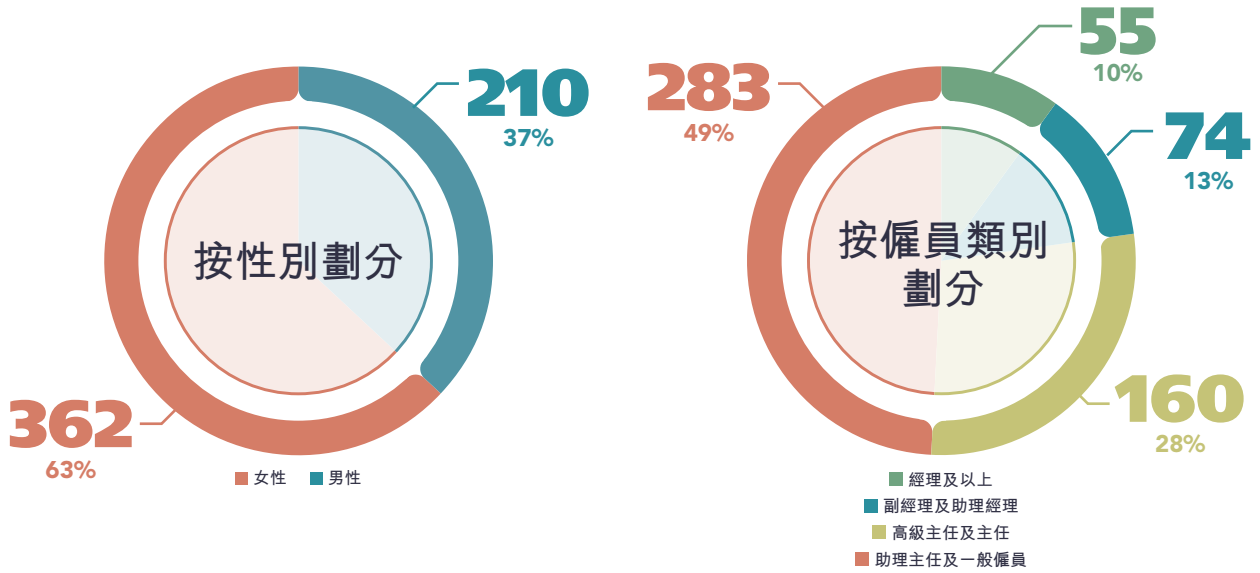
鴻福堂向同事收集意見，設計符合個人需要的課程以發展僱員技能。鴻福堂管理學院已於報告年度內為文職及非文職僱員舉辦多個培訓活動。例如，「鴻福堂靜修(Retreat)」活動邀請外來的專業講者，與不同部門的經理分享領導才能及其他技能，讓同事可反思公司的組織效能。另外，「關鍵時刻」計劃讓文職僱員體驗零售店的日常工作。

<b>HFT Life培訓</b>	「HFT Life」café概念店的僱員接受有關café營運、食材準備技巧及客戶服務的培訓。
<b>食物安全培訓</b>	為確保香港及開平廠房的員工充份了解潛在風險及製造程序中訂明的合適生產規範，我們定期舉辦食物安全培訓。
<b>電子學習手機應用程式</b>	電子學習手機應用程式於二零二一年推出，當中載有各種學習材料，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，讓僱員可進行虛擬學習。

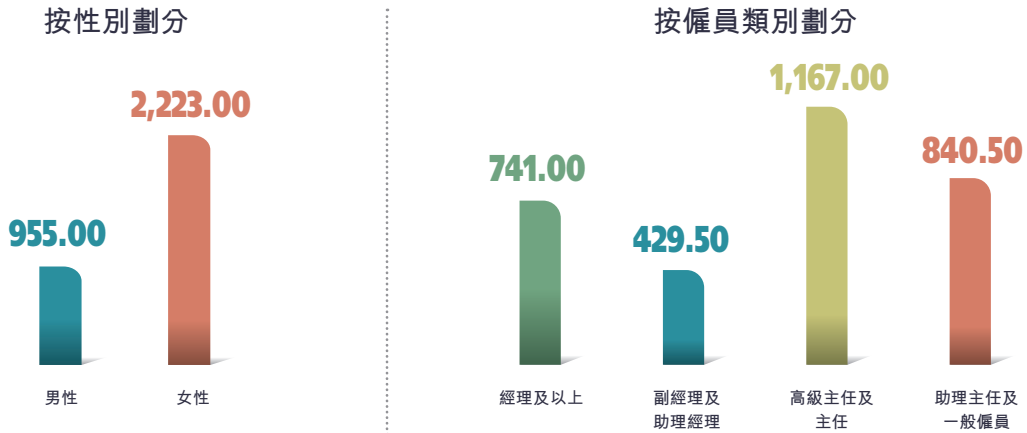


於二零二二年，本集團為約572名僱員提供培訓，總受訓時數超過3,000小時。每名僱員的平均受訓時數為3.68小時（二零二一年：4.89小時）。

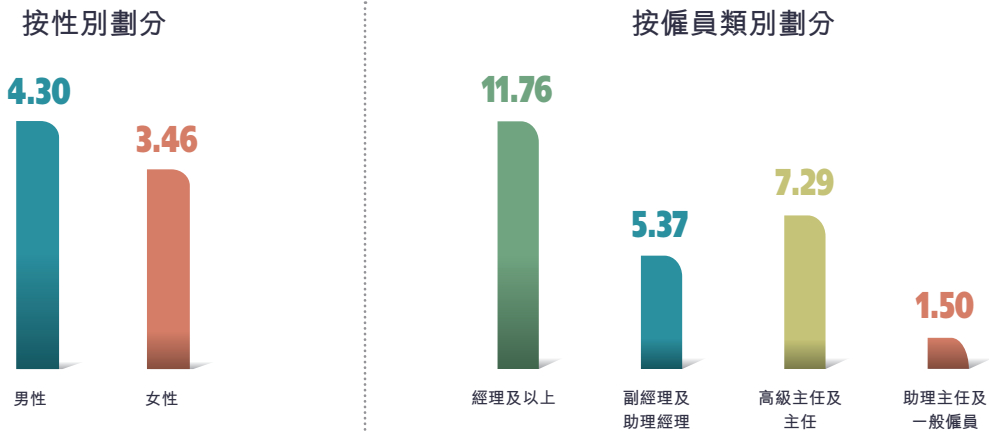
已接受培訓的僱員人數：572人



總受訓時數：3,178小時



每名僱員的平均受訓時數<sup>4</sup>：3.68小時



<sup>4</sup> 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

鴻福堂深知其營運對環境造成的潛在影響，尤其在生產過程及最後包裝程序中產生的污染，以及使用及棄置原材料產生的碳足跡。為更有效應對及緩和氣候變化造成的影響，鴻福堂致力提倡使用綠色能源和提升資源效益，藉此推動減碳、減少空氣污染物排放和廢棄物的產生。

### 管理及減少廢棄物

作為食物及飲品製造商，本集團由提取原材料至包裝階段均難免會產生廢棄物。為邁向零廢棄物的未來，鴻福堂專注研究循環包裝、材料再用和回收等方法，盡量減少送往焚化、堆填區及自然環境的廢物數量。我們決心與所有業務夥伴合作，減少營運中產生的廢物，以支持零廢棄物的目標。

本集團將產生的廢棄物分類，並採取相應的處理策略：

#### 廚餘

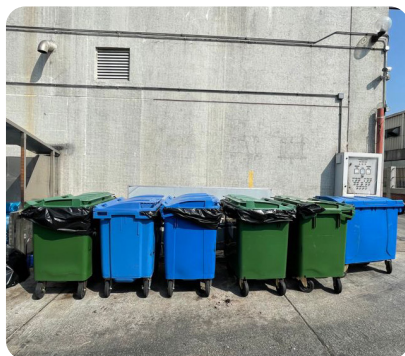
- 向非政府組織捐贈剩餘食物
- 送至有機資源回收中心第一期
- 加工成堆肥

#### 可回收廢棄物

- 委聘合資格回收商回收紙張、金屬、塑膠，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，於二零二二年，鴻福堂欣然繼續實現零廚餘棄置於堆填區的目標。

### 於廠房內：

為更有效處理廚餘，鴻福堂已設定有關分類、儲存及預先處理廚餘的程序，然後運送至第三方。

#### 環境保護署的「廚餘、污泥共厭氧消化」試驗計劃

鴻福堂將891.6<sup>5</sup>公噸湯渣預先進行處理，送至污水處理廠作共厭氧消化。在此過程中，廚餘轉化為生物氣發電，為大埔的污水處理廠提供能源。

#### 有機資源回收中心第一期（「O•PARK 1」）<sup>6</sup>

鴻福堂收集香港廠房產生的大部份廚餘（包括湯渣、涼茶渣及蛋殼等），進行分類並運送至O•PARK 1處理。

於報告年度，908.4公噸廚餘運送至O•PARK 1，當中包括891.6公噸送至「廚餘、污泥共厭氧消化試驗計劃」的廚餘。

回收數量減少，是由於二零二二年初爆發第五波新型冠狀病毒疫情，廠房產量下跌，導致廚餘減少。

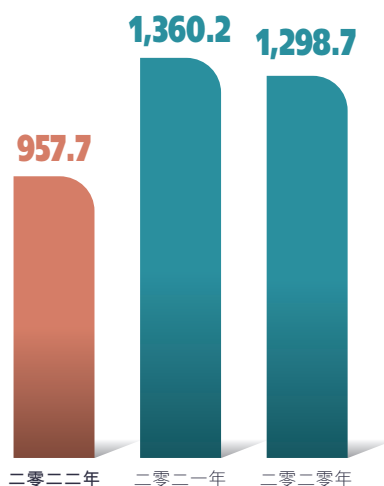
#### 與FoodCycle+合作

鴻福堂將部份廚餘（主要是涼茶渣）運送至FoodCycle+（一間綠色社企），轉化為有機堆肥「加樂泥」。

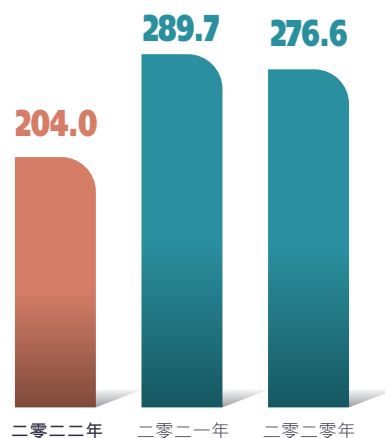
於報告年度，FoodCycle+共回收了49.3公噸廚餘並轉化為有機堆肥。



回收廚餘量  
(公噸)



減少溫室氣體排放  
(公噸二氧化碳當量)



<sup>5</sup> 已送往O•PARK 1的98%廚餘亦在「廚餘、污泥共厭氧消化」試驗計劃中預先處理

<sup>6</sup> O•PARK 1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•PARK 1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。



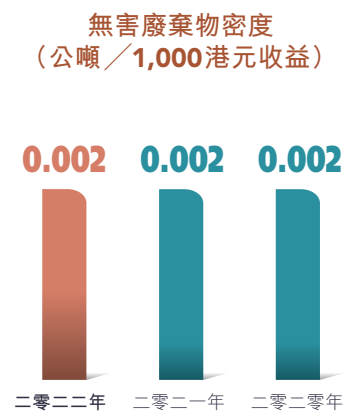
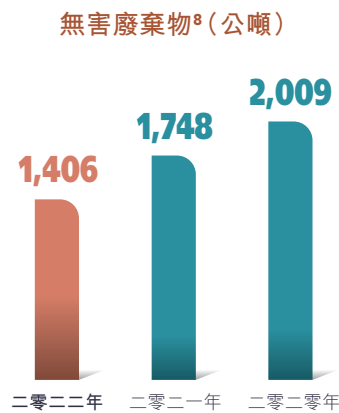
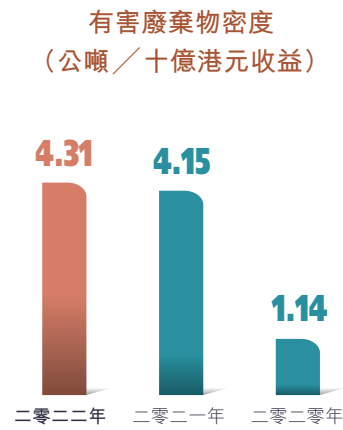
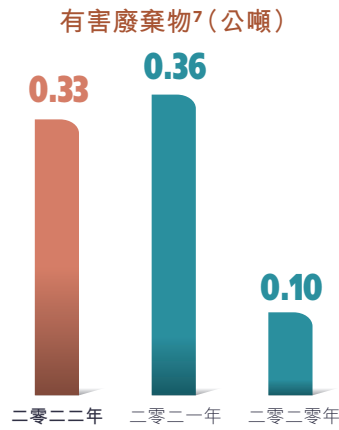
## 其他廢棄物

無害廢棄物包括塑膠廢物、木卡板、紙箱及金屬廢料，由合資格承辦商收集並於堆填區處置。於二零二二年，我們已更新鴻福堂辦公室的減廢指引，提醒員工在辦公室採用的綠色措施。例如，我們已在辦公室設置鋁罐、膠樽及廢紙三色回收箱。在影印機旁邊亦設有放置單面紙及信封的回收盒，以鼓勵僱員盡量循環再用紙張。

為進一步減少其他廢物，我們力求在所營運的社區提倡減廢意識。本集團自二零二三年一月起逐步取締即棄塑膠餐具，轉用紙製或木製的餐具代替。未來，在減廢方面，鴻福堂將繼續尋求更多與回收組織或服務供應商的合作機會。

鴻福堂的有害廢棄物包括熒光燈及LCD背光燈管。我們知道洩漏會造成的污染後果以及對我們僱員的健康造成影響。因此，我們嚴格遵守內部廢物管理規章，並聘請合資格收集商處理和處置有害廢棄物。

此外，為達到二零三零年減少電子廢棄物的目標，鴻福堂將以合法合規、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、回收並安排處置IT設備及電子產品。



<sup>7</sup> 主要來源：香港辦公室、香港廠房及開平廠房產生的LCD顯示器、廢棄電池、廢棄熒光燈及LCD背光燈管等。

<sup>8</sup> 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：生產廢物、家居廢物、紙張、塑膠及金屬廢料。

## 資源效益

隨著各國政府、企業及民間社會越來越關注天然資源的使用、環境影響、材料價格和供應鏈安全，提高資源效益是當今世界的要務。

## 包裝

我們了解到，消費者及投資者對可持續包裝的期望越來越高。隨著香港政府已就塑膠飲料容器生產者責任計劃進行公眾諮詢，鴻福堂積極加快採用可持續包裝的步伐，並響應政府的塑膠廢物管理策略。

### 目前採取的措施

#### 在飲品樽身使用rPET物料

- 自二零二年起，我們採用再生塑料rPET生產部份凍檸茶飲品的膠樽。據估算，相比起使用全新塑膠，每使用一公噸rPET可減少3.2公噸碳排放。即是每個500毫升鴻福堂再生樽可節省相等於約開10分鐘一匹冷氣機的碳排放。



#### 逐步取締塑膠餐具

- 於二零二二年十二月，鴻福堂宣佈將自二零二三年一月一日起於香港120多間鴻福堂分店及HFT Life門店逐步取締膠製的叉、匙羹、湯杯和杯蓋以及餐盒等餐具，並轉用紙製或木製的餐具。
- 實行新政策後，預計每年可減少使用40公噸的即棄塑膠，相等於按年減少94%塑膠用量。



#### 分送產品時的包裝

- 使用可重用膠箱取代紙箱，以分送其大部份產品。

#### 在零售店回收膠樽

- 本集團在位於數碼港及屯門醫院的分店安裝了兩部膠樽回收機，鼓勵顧客回收已清洗的飲品膠樽。兩部回收機於二零二二年共回收了約180公斤膠樽，相當於減少約215公斤二氧化碳當量的碳排放。
- 與V Cycle合作，在三間指定鴻福堂分店設置膠樽回收箱，於二零二二年共回收了超過100公斤的飲品膠樽。
- 由於第五波新型冠狀病毒疫情導致店舖人流減少，尤其二零二二年第一季最受影響，因此回收的膠樽數量比二零二一年少。



#### 支持膠樽回收計劃

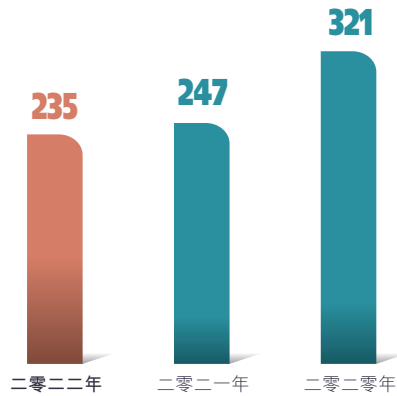
- 鴻福堂繼續支持由再生資源科技有限公司管理的「交」樽減碳回收行動，贊助折扣券以鼓勵市民使用設於香港90多個地點的回收機。
- 於二零二二年，這批回收機共回收了超過765,000個膠樽或鋁罐，送往海外市場處理和轉化為rPET產品。







在香港廠房消耗的  
塑膠包裝物料(公噸)



未來計劃

“

我們正積極研究，透過重新設計產品及採用像rPET這些更環保的包裝物料，嘗試從源頭減廢。

”

無紙化營運

鴻福堂堅持以各項措施，務求長遠做到無紙化辦公及無紙化零售。

<p><b>無紙化辦公</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>僱員可使用鴻福堂的ec-Work(易做好)手機應用程式處理行政工作，包括申請休假、查閱糧單及報稅表，因此大大減少紙張消耗。</li> <li>所有用於辦公打印的紙張均獲FSC認證。本集團的辦公室減廢指引鼓勵員工減少用紙，包括遵循電子化營運流程、採用安全列印和使用再生紙進行打印。</li> </ul>
<p><b>無紙化零售</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>我們透過獎賞及特別優惠來推廣鴻福堂手機應用程式。會員可透過APP使用電子會員卡及電子e券，從而促進無紙化零售。</li> <li>年內APP的下載量按年增加42%，並有超過30%的會員交易宗數是透過APP完成，大大減少紙張及會員卡的消耗量。</li> <li>在分店採用電子推廣渠道(例如電子屏幕)，藉此減少印製宣傳物料的需要。</li> </ul>



### 辦公室紙張購買量 (公斤)



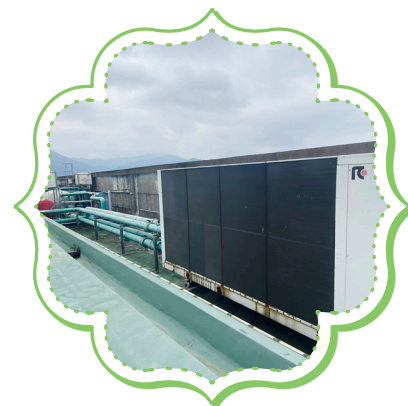
### 未來計劃

“ 展望未來，鴻福堂將探討和加強 ec-Work APP 的功能，例如使用電子系統預訂辦公資源和發出電子通告，以減少用紙印刷。 ”

### 用水效益

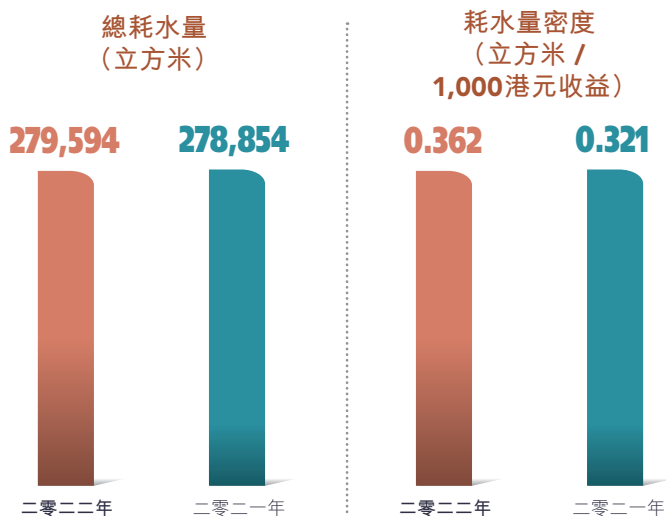
水是鴻福堂產品的主要成份。為了減少不必要浪費和提升用水效益，鴻福堂已在生產廠房採取下列措施：

- 鴻福堂定期檢查香港及開平廠房的蒸汽冷凝水回收系統<sup>10</sup>，以確保我們的系統在高用水效率下運行。
- 採用多種方法減少用水量：採用萃取流程，有助在煮食過程中有效用水；在香港及開平廠房安裝穩定器控制水質，延長循環水的保質期；以及採用無需用水的膠樽消毒系統，該系統估計每年減少了超過2,300立方米的用水。
- 鴻福堂承諾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。於二零二二年，我們的用水量已減少至平均每日約226立方米。



### 未來計劃

“ 為達到二零五零年前減少水足印的目標，鴻福堂正制定用水效益計劃，目標是改善供應鏈的用水效益，並保障水源風險偏高地區的水供應。 ”



<sup>10</sup> 生產用水可再用於清潔及產品冷卻用途。

<sup>11</sup> 2021年的紙張購買量由5,571公斤更新為5,665公斤，以反映經調整的紙張消耗量。



## 應對氣候變化

氣候變化不僅對我們營運產生實質及過渡風險，亦會對我們業務帶來重大財務影響。幾乎可以肯定的是，未來十年極端氣候事件將越趨頻繁。為作出應對，鴻福堂已制定氣候變化政策，涵蓋關於氣候相關議題管理的管治、緩解、適應、抵禦及披露。

鴻福堂氣候變化政策摘要	
<b>管治</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>董事會對氣候相關議題涉及的所有風險及機遇的決策負整體責任，並監察所有氣候相關事項。</li> <li>ESG指導委員負責支援董事會執行氣候變化相關政策及相應措施。</li> </ul>
<b>緩解</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>設定切合實際的減排目標，從而制定除碳路徑。</li> <li>了解在整個價值鏈中的業務活動所涉及的溫室氣體排放情況。</li> <li>在採購過程中以氣候變化作為關鍵考慮，並促進低碳產品的採購。</li> <li>鼓勵僱員及供應商於日常業務活動中減少碳排放。</li> </ul>
<b>適應</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>密切監察初現的氣候相關風險，聽取持份者（包括員工及價值鏈合作夥伴）的見解，並適時將氣候相關風險納入本集團的風險管理體系。</li> <li>改良緊急應變計劃，以應對氣候相關影響。</li> </ul>
<b>抵禦</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>就廠房進行氣候抵禦能力評估，並要求我們的生產設施遵守國際標準。</li> </ul>
<b>披露</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>於本集團的ESG報告中披露我們的方針、措施及進度。</li> <li>加強氣候相關披露，以便更有效向投資者傳達信息。</li> </ul>

## 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。

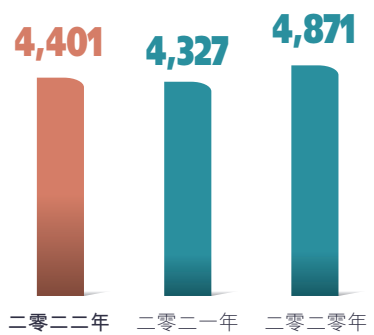
為監察及評估各項措施的成效，鴻福堂已計量及估算溫室氣體排放量。溫室氣體排放的量化已參考香港環境保護署及機電工程署編製的指引<sup>12</sup>、中華人民共和國國家發展和改革委員會發佈的指引<sup>13</sup>及ISO 14064-1及溫室氣體盤查議定書 (GHG Protocol)等國際標準。

<sup>12</sup> 《香港建築物（商業、住宅或公共用途）的溫室氣體排放及減除的核算和報告指引》。

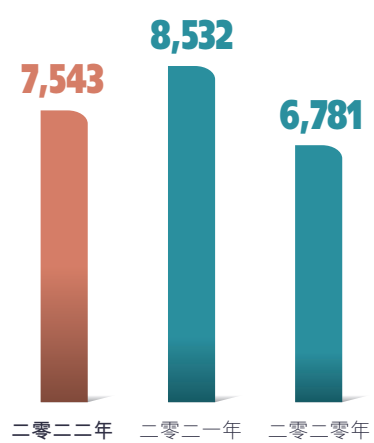
<sup>13</sup> 《中國食品、煙草及酒、飲料和精製茶企業溫室氣體排放核算方法和報告指南（試行）》。



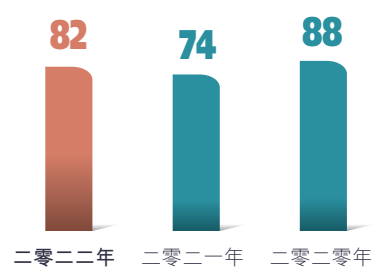
**範圍1：直接溫室氣體排放<sup>14</sup>**  
(公噸二氧化碳當量)



**範圍2：能源間接溫室氣體排放<sup>15</sup>**  
(公噸二氧化碳當量)



**範圍3：其他間接溫室氣體排放<sup>16</sup>**  
(公噸二氧化碳當量)



總溫室氣體排放 (公噸二氧化碳當量)			溫室氣體密度 <sup>17</sup> (公噸二氧化碳當量 / 1,000港元收益)		
二零二二年	二零二一年	二零二零年	二零二二年	二零二一年	二零二零年
<b>12,026</b>	<b>12,933</b>	<b>11,740</b>	<b>0.016</b>	<b>0.015</b>	<b>0.014</b>

為達到二零五零年碳中和的目標，鴻福堂正考慮對供應鏈的範圍3碳排放進行研究，以準備好設定科學為本目標。同時，我們於年內繼續與不同地區市場及職能的團隊接觸，以加強他們對氣候相關風險及機遇、以及相應應對措施的理解。

**支持植樹 抵銷部份碳排放**

“ 為減少碳排放，本集團於二零二二年支持基督教香港信義會恩青營的「植樹在礦山－郊野公園植林優化計劃」。鴻福堂義工隊在馬鞍山郊野公園的鹿巢山種植了20多棵樹苗。 ”



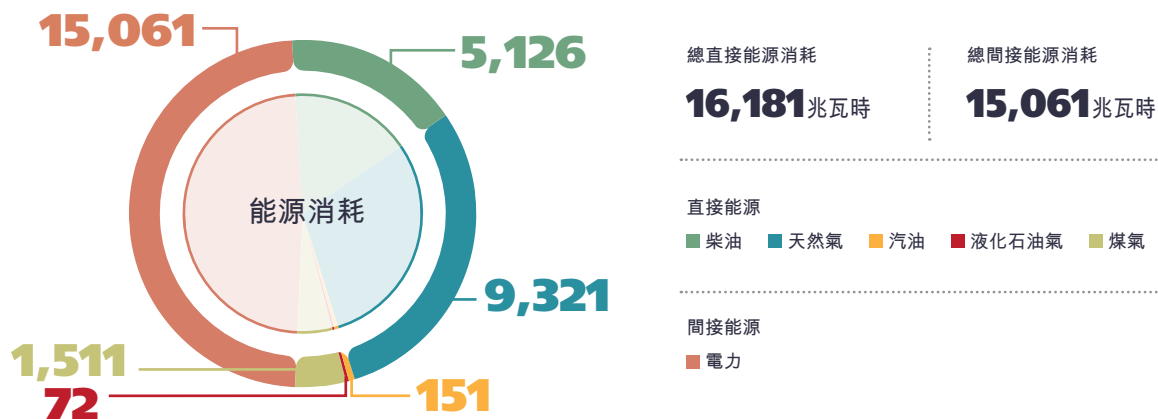
<sup>14</sup> 範圍1的排放指由本集團擁有或控制的營運所產生的直接溫室氣體排放，涵蓋固定來源燃燒、流動來源燃燒以及製冷劑消耗產生的逸散排放。儘管制冷設備中使用的製冷劑R22不在《京都議定書》所涵蓋的六個溫室氣體之內，其排放量亦包括在此評估中，以提供真實及公正的溫室氣體相關資料。  
<sup>15</sup> 範圍2的排放涵蓋從電力公司購買的電力及外購煤氣。  
<sup>16</sup> 範圍3的排放涵蓋廢紙處理、使用淡水、香港營運所產生的家用及飲食業用途的污水排放，以及在香港及中國內地業務出差所乘搭的客機排放。  
<sup>17</sup> 溫室氣體密度乃基於年報所呈列之本集團總收益計算，而年報所涵蓋範圍較本報告範圍略為廣泛。



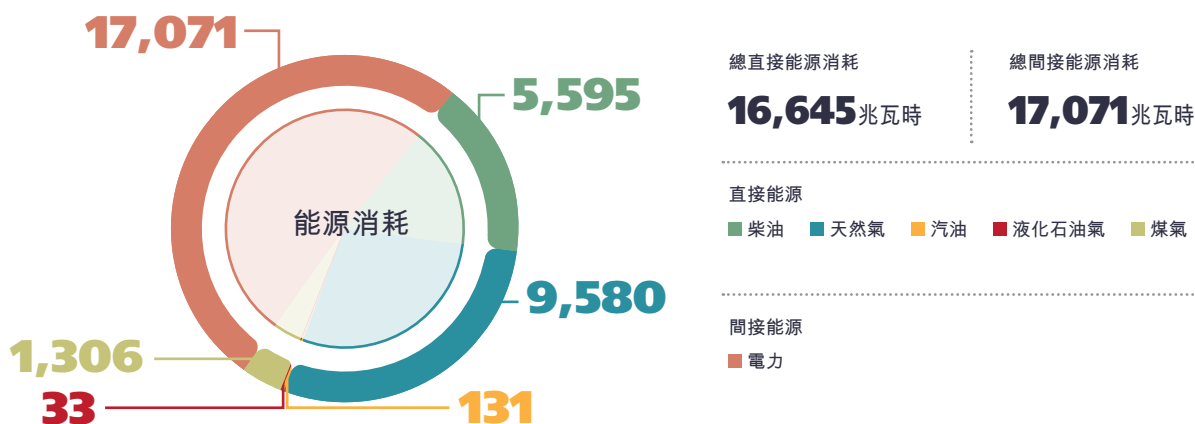
## 有效管理天然資源

### 能源消耗及效益

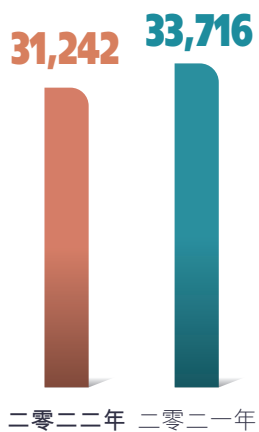
二零二二年按類別劃分的能源消耗 (兆瓦時)



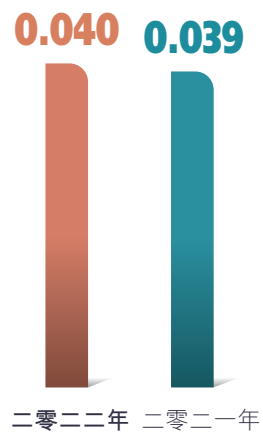
二零二一年按類別劃分的能源消耗 (兆瓦時)



總能源消耗 (兆瓦時)



能源密度 (兆瓦時/1,000 港元收益)

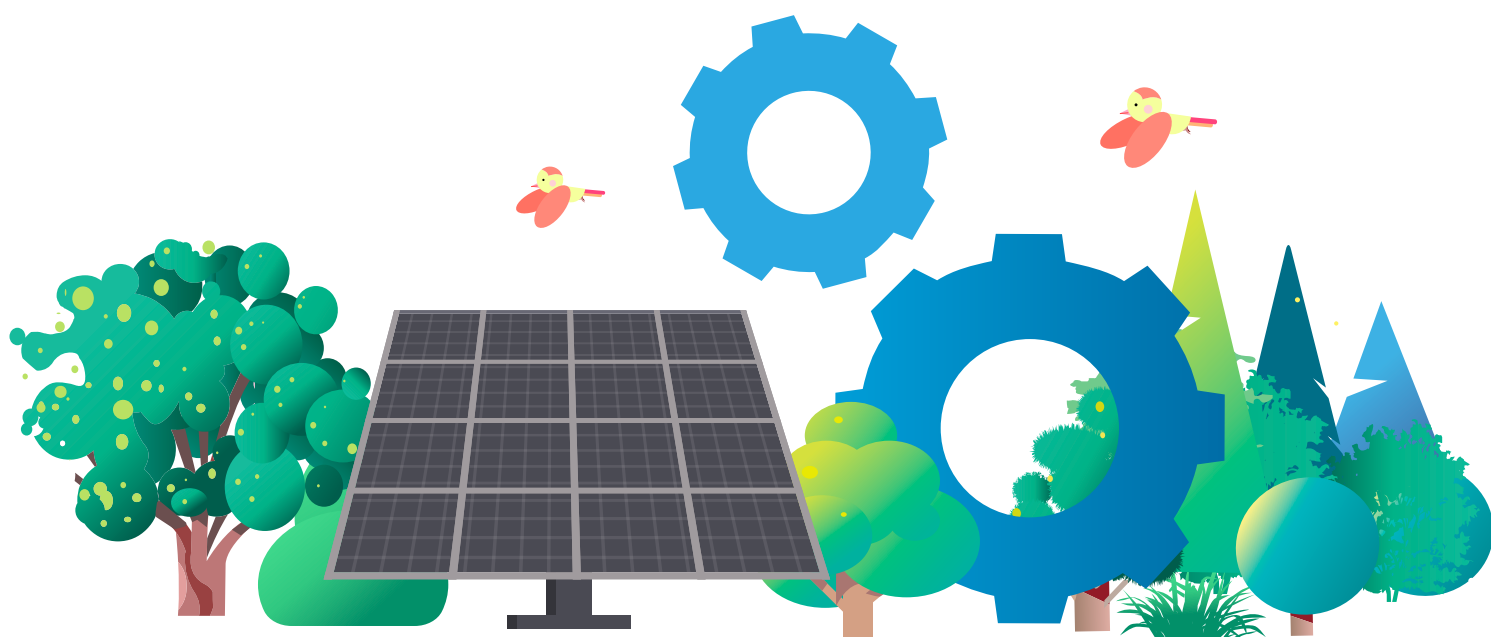




## 提升能源效益的措施

本集團不同生產階段及營運均會消耗能源。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：

<b>物流</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>調整運輸路線，以減少燃料消耗</li></ul>
<b>辦公室</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>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</li><li>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</li><li>設立清晰有效的燈光分區及空調分區系統，避免過度耗電</li><li>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</li><li>於開平辦公室安裝恆溫器以監控溫度</li></ul>
<b>香港零售店</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>於大部分零售店使用有門雪櫃或已加裝膠簾的雪櫃，減少冷氣和能源消耗</li><li>午夜後關掉戶外燈光</li><li>盡可能使用LED燈</li></ul>





## 廠房

### 香港

- 採用24小時全天候能源監察系統以跟蹤能源效率
- 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，本集團於二零二二年已產生約195兆瓦時的可再生能源，並全數供給中電的上網電價計劃。



### 開平

- 於二零二二年，本集團已在其開平廠房安裝太陽能板（面積約25,000平方米）。二零二二年，產生了1,339兆瓦時的可再生能源，部份用於營運，最多可減少778<sup>18</sup>公噸二氧化碳當量的碳排放。
- 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



## 未來計劃

“

於二零五零年前，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。我們正在設定量化目標，以減少電力及化石燃料消耗。

”

<sup>18</sup> 根據國家標準：企業溫室氣體排放核算方法與報告指南—發電設施（2021年修訂版）

## 我們的社區

社區的支持是我們業務可持續發展的關鍵，因此我們矢志投放於有益社區健康並帶來正面影響的範疇，從而回饋社區。二零二二年鴻福堂社區投資的重點是向員工及社區推廣綠色和可持續生活方式，我們透過與社區團體合作以實踐此目標。

### 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：



於二零二二年：



### 僱員義工服務

鴻福堂義工隊組織多項義工活動，以支持社區及宣揚環保。

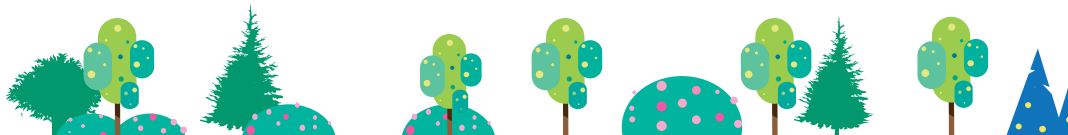
為鼓勵僱員參與義工服務，本集團為在非辦公時間參與公益活動的僱員，提供每年最多兩天的公益假。於二零二二年，在疫情下鴻福堂僱員仍為社區服務共302小時。

### 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。本集團亦於約70間零售店設置籌款箱協助不同機構籌款。於二零二二年，透過籌款箱為包括香港海洋公園保育基金、基督教勵行會及阿棍屋等非牟利機構籌款。







## 聯繫社區

儘管新型冠狀病毒疫情於二零二二年繼續影響著社會各界，但本集團仍努力參與社區活動，透過各種方式支持不同界別的持份者。

### 打造充滿關愛的社區

#### 抗疫支援

作為負責任的企業公民，本集團與多間慈善團體合作，向基層家庭、長者及長期病患者捐贈快速抗原測試劑及健康食品等抗疫物資。該等慈善團體包括香港小童群益會、香港基督教女青年會及香港復康會。

為感謝前線醫護人員及教職員謹守崗位，本集團亦向他們送贈數萬支草本飲品。



#### 2022年公益行善「折」食日

鴻福堂連續第13年支持由香港公益金舉辦的公益行善「折」食日，贊助多達20,000張產品券。二零二二年共有約270間公司及機構參與活動，為香港公益金籌得接近800,000港元。



#### 支持社企及本地企業

為向員工推廣可持續生活模式，同時支持本地企業，鴻福堂與豐盛社企學會合作，舉辦以「綠色及可持續發展」為主題的員工市集，合共有10間社企（如：Hello Cocoa、Dress Green、二澳雜貨及好夠薑等）參與或舉辦工作坊。



#### 鴻福堂捐血日

我們鼓勵僱員捐血以拯救生命。於二零二二年，共有10名員工參加了捐血日。

#### 開平義工活動

明白到新型冠狀病毒疫情對醫療系統帶來沉重負擔，鴻福堂向開平市中心醫院及開平市交通運輸局捐贈物資，全力支持前線人員。

同時，鴻福堂在開平組織了「五一國際勞動節—致敬最美勞動者義工服務」及「炎炎夏日送冷飲」等3場義工活動，以支持前線醫務人員並向他們表達謝意。





## 愛惜環境

### 支持植樹活動

為減少碳足跡並提升員工的綠色意識，本集團支持由基督教香港信義會恩青營主辦的「植樹在礦山－郊野公園植林優化計劃」。

鴻福堂義工隊於二零二二年六月在馬鞍山郊野公園的鹿巢山種植了20多棵樹苗。鴻福堂亦以現金資助該計劃的發展。



### 捐贈剩食

鴻福堂多年來一直與民社服務中心等不同食物銀行合作，由食物銀行到指定零售店及香港廠房收集剩食。於二零二二年，在我們的分店或廠房共收集了114,000件食品和飲品。



### 涼茶渣升級再造

鴻福堂與本地綠色社企FoodCycle+合作，於二零二二年底安排鴻福堂員工參觀FoodCycle+的環保基地，以提升員工對廚餘回收的認識。鴻福堂自二零一九年起將部份涼茶渣捐贈予FoodCycle+，以用作生產有機堆肥「加樂泥」。



## 推動共融

### 支持弱勢社群

鴻福堂致力支持及關愛社會弱勢社群。本年度，鴻福堂支持香港復康會舉辦的「無障行者」2022活動，並成為「翡翠贊助」機構，旨在提升大眾對社會共融的意識。

年內，鴻福堂與社企縫補寶合作，在HFT Life門店舉辦工作坊以宣揚共融意識。縫補寶專門為長者及殘疾人士設計和製作康健服裝。





## 推廣健康及福祉

### HFT Life 健康工作坊系列

全新的café概念店「HFT Life」宣揚健康飲食，同時提供輕鬆的環境以調劑身心。我們相信，保持身心健康是達致健康和富足生活的關鍵。

於二零二二年，我們在HFT Life舉辦了一系列以身心靈健康為主題的小型工作坊（例如頌鉢舒壓、日本和諧粉彩等），活動時數超過100小時。這些工作坊由我們聯同不同的非政府組織或社企合辦，如香港家庭福利會及豐盛社企學會。



### 僱員福祉

隨著新型冠狀病毒疫情相關限制解除，大型體育活動陸續恢復舉辦。鴻福堂派隊參與了二零二二年「樂施毅行者 Virtually Together」等慈善體育活動。



## 未來計劃

“

鴻福堂將繼續重視社區的需求及利益。我們著重與本地社區、非政府組織及政府合作，創造可讓鴻福堂回饋社會的渠道，為社區帶來更多正面影響。

”

## 績效總覽

### 環境績效

指標	單位	二零二二年	二零二一年	二零二零年
<b>廢氣排放</b>				
氮氧化物	公噸	<b>34.0</b>	36.0	37.9
硫氧化物	公噸	<b>2.2</b>	2.4	2.4
懸浮粒子	公噸	<b>2.3</b>	2.5	2.6
<b>溫室氣體排放</b>				
範圍1：直接排放	公噸二氧化碳當量	<b>4,401</b>	4,327	4,871
範圍2：能源間接排放	公噸二氧化碳當量	<b>7,543</b>	8,532	6,781 <sup>19</sup>
範圍3：其他間接排放	公噸二氧化碳當量	<b>82</b>	74	88
溫室氣體總排放量（範圍1、2及3）	公噸二氧化碳當量	<b>12,026</b>	12,933	11,740
溫室氣體密度 <sup>20</sup>	公噸二氧化碳當量／ 1,000港元收益	<b>0.016</b>	0.015	0.014
<b>廢棄物<sup>21</sup></b>				
有害廢棄物	公噸	<b>0.33</b>	0.36	0.10
有害廢棄物密度	公噸／十億港元收益	<b>4.31</b>	4.15	1.14
無害廢棄物	公噸	<b>1,406</b>	1,748	2,009
無害廢棄物密度	公噸／1,000港元收益	<b>0.002</b>	0.002	0.002
<b>能源消耗</b>				
<b>直接能源（非再生）</b>				
柴油	兆瓦時	<b>5,126</b>	5,595	5,333
天然氣	兆瓦時	<b>9,321</b>	9,580	10,072
汽油	兆瓦時	<b>151</b>	131	89
液化石油氣	兆瓦時	<b>72</b>	33	43
煤氣	兆瓦時	<b>1,511</b>	1,306	1,728
總直接能源用量	兆瓦時	<b>16,181</b>	16,645	17,265 <sup>22</sup>
<b>間接能源</b>				
電力 <sup>23</sup>	兆瓦時	<b>15,061</b>	17,071	13,281
總間接能源用量	兆瓦時	<b>15,061</b>	17,071	13,281
總能源消耗	兆瓦時	<b>31,242</b>	33,716	30,546
能源密度	兆瓦時／1,000港元收益	<b>0.040</b>	0.039	0.035
<b>耗水量</b>				
總耗水量	立方米	<b>279,594</b>	278,854	270,782
耗水量密度	立方米／1,000港元收益	<b>0.362</b>	0.321	0.313
<b>包裝</b>				
總包裝材料用量 <sup>24</sup>	公噸	<b>520.1</b>	558.9	572.2
包裝材料密度	公噸／1,000港元收益	<b>0.0007</b>	0.0006	0.0007

<sup>19</sup> 二零二零年的用電量是根據已付電費總額計算，政府補貼的用電量並無計算在內。

<sup>20</sup> 溫室氣體密度乃基於本集團年報所呈列之總收益計算，而年報所涵蓋範圍較本報告範圍略為廣泛。

<sup>21</sup> 包括來自香港廠房以及開平辦公室及廠房的數據。

<sup>22</sup> 由於可再生能源消耗修訂，二零二零年的直接能源消耗已更新。

<sup>23</sup> 包括自二零二零年起開平廠房的吹瓶廠耗電量。

<sup>24</sup> 包括紙箱及塑膠。





## 社會績效

### 員工總數

#### 僱員<sup>25</sup>

	二零二二年	二零二一年	二零二零年
<b>按性別劃分</b>			
男性	222	228	248
女性	642	637	643
<b>按年齡組別劃分</b>			
30歲以下	109	123	158
30至40歲	223	238	252
41至50歲	286	286	287
50歲以上	246	218	194
<b>按僱員類別劃分</b>			
經理及以上	63	31	33
副經理及助理經理	80	51	70
高級主任及主任	160	124	99
助理主任及一般僱員	561	659	689
<b>按僱傭類別劃分</b>			
全職	760	798	824
兼職	65	13	59
合約	39	54	8
<b>按地區劃分</b>			
香港	713	717	695
中國內地	151	148	196
<b>員工總數</b>	<b>864</b>	<b>865</b>	<b>891</b>

#### 其他員工<sup>26</sup>

	二零二二年	二零二一年	二零二零年
<b>按員工類別劃分</b>			
清潔工	2	4	4
資訊科技支援	4	5	4
會計	2	4	3
財務顧問	0	1	1
<b>總數</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>12</b>

<sup>25</sup> 根據於相應年度的十二月三十一日的僱員數目計算（以本報告涵蓋的報告範圍為準）。

<sup>26</sup> 其他員工指本集團聘用的代理／承辦商／供應商以在本集團所控制的工作場所中履行工作。

## 新入職及流失率

### 新入職僱員<sup>27</sup>

	二零二二年		二零二一年		二零二零年	
	人數	比率	人數	比率	人數	比率
按性別劃分						
男性	90	41%	83	36%	70	32%
女性	296	46%	193	30%	194	32%
按年齡組別劃分						
30歲以下	96	88%	79	64%	101	77%
30至40歲	75	34%	63	26%	60	26%
41至50歲	102	36%	67	12%	68	25%
50歲以上	113	46%	67	31%	35	17%
按地區劃分						
香港	368	52%	252	35%	239	35%
中國內地	18	12%	24	16%	25	16%
<b>總數</b>	<b>386</b>	<b>45%</b>	<b>276</b>	<b>32%</b>	<b>264</b>	<b>32%</b>

### 僱員流失<sup>28</sup>

	二零二二年		二零二一年		二零二零年	
	人數	比率	人數	比率	人數	比率
按性別劃分						
男性	100	45%	75	33%	103	47%
女性	294	46%	265	42%	221	36%
按年齡組別劃分						
30歲以下	105	96%	119	97%	108	82%
30至40歲	74	33%	100	42%	83	36%
41至50歲	112	39%	65	23%	77	29%
50歲以上	103	42%	56	26%	56	28%
按地區劃分						
香港	370	52%	284	40%	285	42%
中國內地	24	15%	56	37%	39	25%
<b>總數</b>	<b>394</b>	<b>46%</b>	<b>340</b>	<b>39%</b>	<b>324</b>	<b>39%</b>

## 職業健康與安全

### 僱員傷亡人數

	二零二二年	二零二一年	二零二零年
因工作關係而死亡的人數	0	0	0
因工作關係而死亡的比率(每1,000名員工) <sup>29</sup>	0.0	0.0	0.0
因工傷損失工作日數	226.0	555.0	506.5
工傷記錄	7	15	24
工傷率(每1,000名員工) <sup>30</sup>	8.1	17.3	28.8

<sup>27</sup> 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。

<sup>28</sup> 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。

<sup>29</sup> 因工作關係而死亡的比率(每1,000名員工)=因工作關係而死亡的個案總數/於報告期末僱員總數x1,000。

<sup>30</sup> 工傷率(每1,000名員工)=工傷個案總數/於報告期末僱員總數x1,000。



## 培訓及發展<sup>31</sup>

### 接受培訓僱員人數<sup>32</sup>

	二零二二年		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	接受培訓僱員人數	接受培訓僱員百分比
按性別劃分						
男性	210	95%	108	47%	151	69%
女性	362	56%	443	70%	326	53%
按僱員類別劃分						
經理及以上	55	87%	79	255%	42	131%
副經理及助理經理	74	93%	97	190%	64	119%
高級主任及主任	160	100%	160	129%	188	219%
助理主任及一般僱員	283	50%	215	33%	183	28%
總數	572	66%	551	64%	477	57%

### 受訓時數<sup>33</sup>

	二零二二年		二零二一年		二零二零年	
	受訓時數	每名僱員平均受訓時	受訓時數	每名僱員平均受訓時	受訓時數	每名僱員平均受訓時
按性別劃分						
男性	955.00	4.30	881.25	3.83	1,250.00	5.73
女性	2,223.00	3.46	3,356.00	5.27	1,706.75	2.78
按僱員類別劃分						
經理及以上	741.00	11.76	634.50	20.47	238.00	7.44
副經理及助理經理	429.50	5.37	892.50	17.50	350.00	6.48
高級主任及主任	1,167.00	7.29	1,613.50	13.01	1,028.00	11.95
助理主任及一般僱員	840.50	1.50	1,096.75	1.66	1,340.75	2.03
總數	3,178.00	3.68	4,237.25	4.89	2,956.75	3.55

## 供應鏈管理

### 按地區劃分的供應商數目

	二零二二年	二零二一年	二零二零年
香港	180	150	148
中國內地	139	134	139
其他地區	38	38	37
總數	357	322	324
本集團已向其實施相關ESG慣例的供應商百分比	93%	92%	93%

<sup>31</sup> 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。

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

<sup>33</sup> 每名僱員平均受訓時數=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
<b>強制披露規定</b>		
<b>管治架構</b>		
董事會聲明	披露董事會對ESG事宜的監管	9-13
	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	9-14
	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	9-13
<b>報告原則</b>		
應用報告原則的描述	<b>重要性</b> ：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, 17-18
	<b>量化</b> ：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
	<b>一致性</b> ：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
<b>匯報範圍</b>		
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
<b>不遵守就解釋條文</b>		
<b>A. 環境</b>		
<b>A1 排放</b>		
一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	19, 34
A1.1	排放物種類及相關排放數據。	49
A1.2	溫室氣體總排放量及（如適用）密度。	41, 49
A1.3	所產生有害廢棄物總量及（如適用）密度。	36, 49
A1.4	所產生無害廢棄物總量及（如適用）密度。	36, 49
A1.5	描述減排措施及達到的結果	43-44
A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法、減廢措施及達到的目標	34-36





主要範疇	內容	頁次／備註
<b>A2資源使用</b>		
一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。	34, 43
A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源總耗量及密度。	41, 49
A2.2	總耗水量及密度。	39, 49
A2.3	描述能源使用效益的措施及達到的結果。	42-44
A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題、用水效益的措施及達到的結果。	求取水源 並無問題
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。	37-38, 49
<b>A3環境及天然資源</b>		
一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	34
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。	34, 42-44
<b>A4氣候變化</b>		
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。	40
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。	40
<b>B. 社會</b>		
<b>B1僱傭</b>		
一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	19, 26-28
B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	26, 50
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	51
<b>B2健康與安全</b>		
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	19, 29-31
B2.1	因工亡故的人數及比率。	30, 51
B2.2	因工傷損失工作日數。	30, 51
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。	29-31



主要範疇	內容	頁次／備註
<b>B3發展及培訓</b>		
一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	32-33
B3.1	按性別及僱員類別劃分的受訓僱員百分比。	33, 52
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。	33, 52
<b>B4勞工準則</b>		
一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	19, 28
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	28
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	28
<b>B5供應鏈管理</b>		
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	25
B5.1	按地區劃分的供應商數目。	52
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。	25
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。	25
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。	25
<b>B6產品責任</b>		
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	19-25
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。	21
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	24
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	22
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	20-21
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。	22



主要範疇	內容	頁次／備註
<b>B7反貪污</b>		
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	19, 22
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。	19
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	22
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	22
<b>B8社區投資</b>		
一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	45-48
B8.1	專注貢獻範疇。	45-48
B8.2	在專注範疇所動用資源。	45-48



**HUNG FOOK TONG**

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

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