



環境、社會及
管治報告
2023

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

1.	關於本報告	2
2.	董事會聲明	3
	2.1. 董事會角色	3
	2.2. ESG管理方針	3
3.	走進天福	4
	3.1. 關於我們	4
	3.2. 天福三十年	7
	3.3. 茶文化推廣	12
4.	「以茶為略」穩健治理，致力永續經營	18
	4.1. 公司治理	18
	4.2. 合規經營	20
	4.3. 數字化賦能	22
	4.4. ESG治理	23
5.	「以茶為守」品質為先，攜手產業共贏	26
	5.1. 嚴控產品質量	26
	5.2. 優化服務體驗	32
	5.3. 可持續供應鏈	35
6.	「以茶行道」以人為本，促進發展共享	38
	6.1. 深化人才引育	38
	6.2. 守護健康安全	45
	6.3. 匯聚向善力量	48
7.	「以茶深耕」逐綠而行，踐行低碳運營	49
	7.1. 呵護綠色生態	49
	7.2. 合理使用資源	50
	7.3. 強化排放管理	56
8.	附錄	58
	8.1. 香港聯交所《ESG報告指引》索引	58
	8.2. 聯合國可持續目標響應	62
	8.3. 核實聲明	63
	8.4. 讀者意見反饋表	64

1. 關於本報告

天福(開曼)控股有限公司(股份代號：6868.HK)(「本公司」)特此發佈本公司及其附屬公司(統稱「天福」「本集團」或「我們」)2023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。這是本集團連續第八年披露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2023年1月1日至2023年12月31日(「報告期」)。本報告以年度財務報告範圍為基礎，綜合考慮業務實體對本集團環境、社會及管治的影響程度，確定報告披露範圍。報告期內，本集團所有環境範疇關鍵績效指標，以及部分社會範疇關鍵績效指標披露範圍為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、廣西貴港天福茶業有限公司和杭州雲棲天福茶業有限公司，本集團整體數據將於未來年度披露。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C2《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，相應地闡述本集團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：本報告已在編撰過程中納入利益相關方溝通及實質性評估過程，作為釐定重要ESG議題的依據；
- 「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：本報告環境範疇關鍵績效指標的披露統計方法與2022年保持一致；社會範疇關鍵績效指標的編製方法已經確認，並將在後續年度保持一致。

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

2. 董事會聲明

本公司董事會（「董事會」）及本公司董事（「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：

董事會遵循ESG指引要求，持續探索完善ESG管理架構和制度體系，加強董事會在公司ESG管理中的監督和參與力度，積極推動將ESG理念融入公司戰略、重大決策和業務實踐。

2.1. 董事會角色

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治理架構，保障本集團ESG工作的順利開展。

2.2. ESG管理方針

董事會持續關注ESG發展趨勢及同行表現，結合公司戰略發展和利益相關方關注重點，討論並確定公司在環境、社會和公司治理方面的風險和機遇，明確公司ESG管理工作重點，並於必要時更新管理方針及策略，確保ESG相關工作與時俱進。

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。

本報告披露了本集團2023年ESG工作的進展與成效，於2024年3月12日經董事會審議通過。

3. 走進天福

天福茗茶深耕於中式茶產業，自創立以來始終以「香傳全國，茗揚世界」為目標，堅守「取之於茶，用之於茶」的企業精神，傳承弘揚中華民族優秀茶文化，致力推動現代茶產業永續轉型，踐行創辦人對於「二十一世紀是中國人的世紀，也必將是中國茶的世紀」的美好期許。



3.1. 關於我們

3.1.1 天福概況

天福是中國領先的傳統中式茶產品企業，從事各類茶產品的銷售及營銷以及產品理念、口味及包裝設計的開發。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。本集團於2023年度獲得中國茶葉流通協會評選的「2023年度綜合實力引領茶企」以及「2023年度重點茶企」的榮譽稱號。

3.1.2 企業文化

- 品牌使命：發揚光大中國茶品牌
- 企業精神：取之於茶，用之於茶，利之於社會
- 企業發展理念：天然、健康、人情味

環境、社會及管治報告

3.1.3 業務簡介

在營銷模式上，本集團採取多品牌策略，品牌包括「天福」「天福天心」「安可李」「天曦」「彼物BEAU」「JustT匠心茶」「放牛斑」等，以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」和「安可李」主要透過大型綜合超市銷售產品；
- 「天曦」「彼物BEAU」和「JustT匠心茶」等透過電子商務平台銷售商品，以期提供更多消費者購買便利；
- 「放牛斑」主要針對年輕族群，提供即時茶飲商品。

在商品組合策略上，本集團主要經營傳統中式茶產品，整合了中國的茶葉資源，開發出數千種天福系列產品，主要產品包括烏龍茶、綠茶、紅茶、普洱茶、花茶、白茶等包裝茶、袋泡茶，以及茶食品、茶具、茶藝用品、香道等系列產品。

截至2023年，天福已在中國精耕數十寒暑，已成為集茶葉加工、科研、旅遊為一體的大型茶業綜合企業。面向未來，我們將始終秉承「用心做好茶」的信念，以高品質產品和服務滿足人民群眾對美好生活的需要，助力中國茶產業高質量發展，推動中國茶文化永續傳承。

3.1.4 年度榮譽

獎項名稱	頒發單位	獲獎時間
2022年度突出經濟貢獻企業	中共漳浦縣委、漳浦縣人民政府	2023年2月
2022年度茶業百強企業	中國茶葉流通協會	2023年2月
2022年度茶業市場競爭力標桿品牌	中國茶葉流通協會	2023年2月
2022年度(第二屆)漳州市政府質量獎	漳州市政府	2023年11月
2023年度綜合實力引領茶企	中國茶葉流通協會	2023年11月
2023年度重點茶企	中國茶葉流通協會	2023年11月

環境、社會及管治報告



天福榮獲
漳浦縣「2022年度突出經濟貢獻企業」稱號



天福榮獲
「2022年度茶業百強企業」稱號



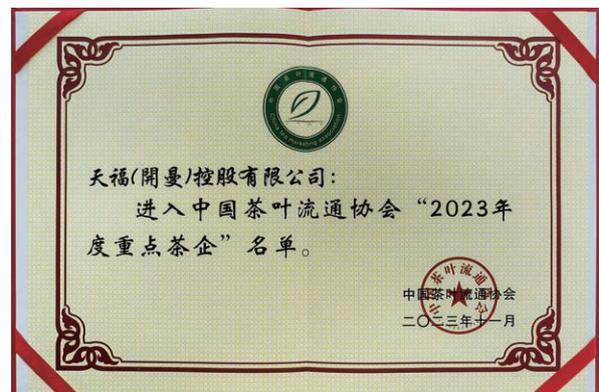
天福榮獲
「2022年度茶業市場競爭力標桿品牌」稱號



天福榮獲
「2022年度(第二屆)漳州市政府質量獎」稱號



天福榮獲
「2023年度綜合實力引領茶企」稱號



天福榮獲
「2023年度重點茶企」稱號

環境、社會及管治報告

3.2. 天福三十年

天福三十，為茶而生。2023年，天福茗茶迎來了三十年的發展里程碑。自1993年天福品牌發展至今，挑戰與機遇並存，苦有時，但甘常在。天福人秉持着「取之於茶，用之於社會」的信條，世代接力，廣續中國茶品牌傳承。



3.2.1 三十年茶路

- 1993：成立閩侯天元茶業有限公司，天福茗茶創辦伊始
- 1994：天福茗茶第一家門店在福州古街開業
- 1997：天福「813茶王」成為溫哥華APEC峰會指定用茶和贈送各國政要禮品
- 1998：天福漳浦食品廠建成投產
- 1999：天福茗茶門店已超100家
- 2001：天福集團產品天福高山茶作為中國上海APEC峰會指定用茶和贈送各國政要禮品
- 2002：天福茶博物院在福建漳州建成開院；四川成樂高速公路夾江天福服務區建成開業
- 2003：漳浦天福服務區及「唐山過台灣」石雕園在廈汕高速公路服務區建成開業
- 2004：四川夾江天福觀光茶園有限公司茶廠、食品廠建成投產
- 2005：天福茗茶門店已超500家；天福集團產品「阿里山烏龍茶、台灣鳳梨酥」作為韓國釜山APEC峰會禮品
- 2006：福建漳州天福新廠房建成投產
- 2009：天福集團產品「茶和天下」作為新加坡APEC峰會禮品
- 2010：天福茗茶門店已超1,000家
- 2011：天福（開曼）控股有限公司（股份代號：6868）在香港聯交所主板成功上市
- 2013：併購浙江新昌茶廠
- 2014：天福集團與北京市政府簽約正式成為APEC峰會贊助單位
- 2015：貴州貴定天福服務區開業
- 2018：杭州雲棲天福茶業有限公司建成投產
- 2019：貴定茶葉加工廠建成投產
- 2020：一品一碼商品防偽追溯系統全面啟用
- 2021：併購安溪鐵觀音茶廠及廣西貴港茉莉花茶廠
- 2022：福州茉莉花茶史館開業
- 2023：截至報告期末，天福茗茶門店已超1,380家

環境、社會及管治報告

3.2.2 三十年回望

一縷回甘，三十如飴。三十年前，創始人李瑞河先生和全體夥伴沖州過府，歷經寒暑，最終於2011年打造了國內第一家茶企上市公司一天福茗茶。歷經三十年的精耕細作，天福已成為茶品牌翹楚，收獲了無數消費者與愛茶之人的認可。而今，三十當立，未來已來。天福希望在這個特別的時間節點，通過更有溫度、更有深度、更多元化的形式和內容，讓大家走近天福、了解天福、相伴天福。

2023年，為慶祝天福三十周年生日，本集團開展了一系列主題活動，製作《等春天》微電影、《天福謠》慶生曲、《回甘》紀念刊等宣傳作品，推出「回甘」紀念壺、紀念帆布包、普洱紀念茶餅等特色主題周邊，並在線下門店舉辦主題展覽，以多樣形式共同為天福三十周年慶生。



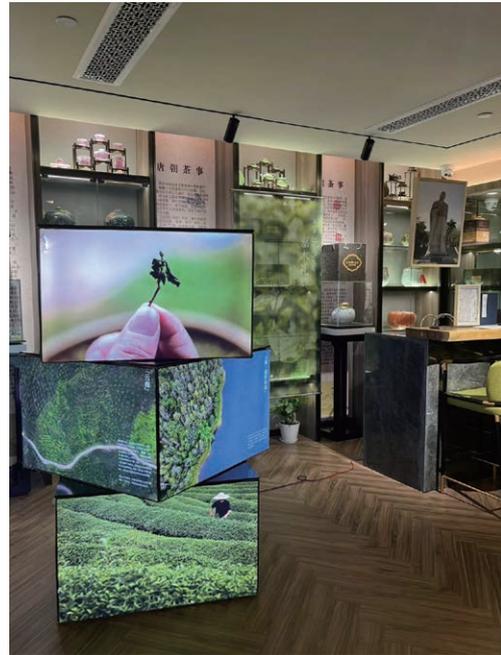
天福三十周年「回甘」紀念壺



天福三十周年普洱茶餅



天福三十周年「回甘」紀念帆布包



天福三十周年線下展覽

[案例]天福30周年微電影——《等春天》

《等春天》微電影改編自創始人李瑞河先生的親身經歷，影片從一位茶農「阿杰」的視角進行展開，講述了茶農與茶商對一葉春茶的期望與約定，展現出天福對原料收購的高標準，亦體現了對茶農辛苦付出的珍惜，通過一句「如約而至」顯露出品牌的陪伴與關懷。



[案例]天福30周年慶生曲——《天福謠》

《天福謠》作為一首慶祝天福成立三十周年的紀念歌曲，既折射了創始人李瑞河先生的心路歷程，也唱響了全體天福人的真摯心願。以溫暖而富有生命力的音樂將天福「天然、健康、人情味」的初心與堅守娓娓道來。



[案例]天福30周年刊物——《回甘》

三十而立，溫故而知新，天福三十周年刊物《回甘》應運而生。綠色封面意為綠意茶山，金色鑲邊擬作金光溪流，《回甘》的裝幀設計意在連接一葉方舟，既品回甘之味，亦是啟程之時。全書共分為四個章節，分別是「嘉木禮贊」「茶路漫漫」「生而為茶」和「未來方舟」，從《茶經》的起源，講述天福的由來與發展。《回甘》是獻給天福的誕辰禮物，也是送給每一位品茗人的茶香溫潤。



[案例]天福30周年特輯——「2023喝茶有歷」

恰逢天福三十周年，為與茶友共品茶之魅力、探尋茶與節氣的關係，我們推出三十周年特輯——「2023喝茶有歷」。日曆內頁以歷代名家壺與天福所售茶壺為創作主體，結合24節氣及相應的節氣植物，呈現古樸典雅的茶器之美。此外，我們於日曆內附有天福三十周年紀念徽章，以期通過其上所繪的天福標誌性「天壺」向公眾傳遞「香傳全國，茗揚世界」的美好願景。



3.3. 茶文化推廣

天福秉承「茶產業要有茶文化做根基」的理念，堅信茶產業的永續經營離不開茶文化的發展。以茶為核心，貫徹落實中國關於統籌發展「茶文化、茶產業、茶科技」的重要精神，充分發揮自身行業影響力，多渠道、多形式開展茶文化推廣與交流活動。

環境、社會及管治報告

3.3.1 天福茶博物院

天福茶博物院作為茶文化推廣窗口，通過舉辦交流茶會、開展茶藝表演、提供茶藝培訓等系列活動，致力打造集學術研究、文化傳承、休閒娛樂於一體的茶藝術平台，助推中華茶文化傳承與發展。

[案例]天福茶博物院成功舉辦2023年「國際茶日」感恩茶會

2023年5月21日，為迎接第四個國際茶日，由天福集團、天福茶博物院主辦的2023年「國際茶日」感恩茶會如期舉行。本次茶會邀請茶友及遊客共同參加，設計了包括「白茶白牡丹」、「金花烏龍茶」及「813人參烏龍茶」在內共10個茶席，營造出「人人喝茶，喝茶健康」的品茗氛圍。茶會不僅詮釋了「國際茶日」精神，弘揚國飲，也進一步發揚了天福倡導快樂喝茶、喝茶快樂的理念及感恩文化。



[案例] 天福茶博物院成功舉辦非遺閩南功夫茶研究匯報茶會

2023年10月6日，非遺閩南功夫茶研究報告茶會在天福茶博物院順利舉行，中共漳浦縣委相關政府部門及業界人士共同參加。茶會上舉行了「閩南功夫茶習俗傳習所」授牌儀式，天福茶博物院、漳州科技學院接受授牌，希望天福茶博物院以功夫茶為載體，加強兩岸文化的交流及合作，促進閩台融合發展，推動中華優秀文化的共享共榮。



3.3.2 「天福杯」海峽兩岸名茶邀請賽

為加強海峽兩岸茶業界交流，推動兩岸茶業發展，天福自2011年起連續舉辦「天福杯」海峽兩岸名茶邀請賽，進一步推動兩岸經濟文化交流。「天福杯」以鬥茶的形式引導茶農發揚工匠精神、提升制茶水平，同時作為天福與茶農間的產銷平台，促進兩岸茶農交流互動，助力兩岸融合發展。

[案例]第十三屆「天福杯」海峽兩岸名茶邀請賽

2023年11月26日，第十三屆「天福杯」海峽兩岸名茶邀請賽頒獎典禮在漳州科技學院成功舉行。漳州市委、海峽兩岸茶業交流協會、天福集團創辦人李瑞河主席、總裁李家麟等出席並為獲獎茶農頒獎。

「天福杯」海峽兩岸名茶邀請賽以茶賽為契機，推動茶產業品種培優、品質提升、品牌打造和標準化生產，促進農業增效、農民增收，已成為海峽兩岸制茶人爭相參與的鬥茶盛會。本年共收到參賽茶樣7,280樣，八大類別涵蓋：鐵觀音、高山烏龍茶、大紅袍、紅茶、白茶、普洱大葉曬青茶、普洱熟茶、茉莉花茶。賽事嚴格按照國家茶葉審評標準，堅持公開、公正、公平原則，由兩岸22位權威茶葉審評專家組成評審團進行篩選，最終八大茶類評出總計363個獎項，獲獎茶葉均由天福收購。通過此賽事，天福推出金質茶、特質茶、優質茶和星質茶，以賽促銷，助力茶農創收致富，同時借助該平台進一步傳播八大茶類的非物質文化屬性，共同推動茶產業高質量發展。



3.3.3 打造「第二客廳」

以茶待客、以茶傳心、客來敬茶，是傳統茶文化中的待客禮節。天福聚焦市場需求與品牌定位，創新提出「第二客廳」的服務理念，將門店打造為適合現代人的三大空間——茶產品展示空間、商務會談空間、茶文化交流空間，以「茶」為載體，為現代都市人打造一個和諧、有愛、健康、舒適的第二客廳，充分發揮人與人之間溝通交流的橋樑作用。

近年來，我們主動迎合消費年輕化的趨勢，從產品、營銷等層面持續發力，推出線下到店體驗和線上粉絲互動的組合式玩法，將品牌流量引導向銷售渠道，既完成了從品牌發聲、流量承接到線下轉化的營銷閉環，也與消費者建立了更緊密的溝通與聯繫，通過創新營銷深度拓展用戶體驗和增強品牌認同，持續提升公司競爭力。



天福門店「第二客廳」室內圖

環境、社會及管治報告

3.3.4 天福茶爺爺

天福茶爺爺IP形象，擷取自天福集團創辦人李瑞河先生，象徵着對茶品質不懈追求、秉持着一顆感恩之心的茶人。天福茶爺爺IP形象的誕生，旨在呈現品牌生動化、形象化，連接新一代消費者，鼓勵更多年輕人體驗茶文化，擴大品牌影響力。

以「天福茶爺爺帶你吃茶去」為主題，天福茶爺爺IP活躍於抖音、B站等各大主流社交平台，以多維度、多場景、多路徑等方式進行創造與輸出「IP+情感」的內容。2023年兔年春節來臨之際，天福茶爺爺推出福氣生肖系列卯兔盲盒手辦，四款不同造型分別對應「平安喜樂」「五福報春」「年年有餘」「大吉大利」四句新春賀詞，期望在弘揚傳統文化的同時讓更多人去接觸與體驗茶文化。



天福茶爺爺福氣生肖系列卯兔盲盒手辦

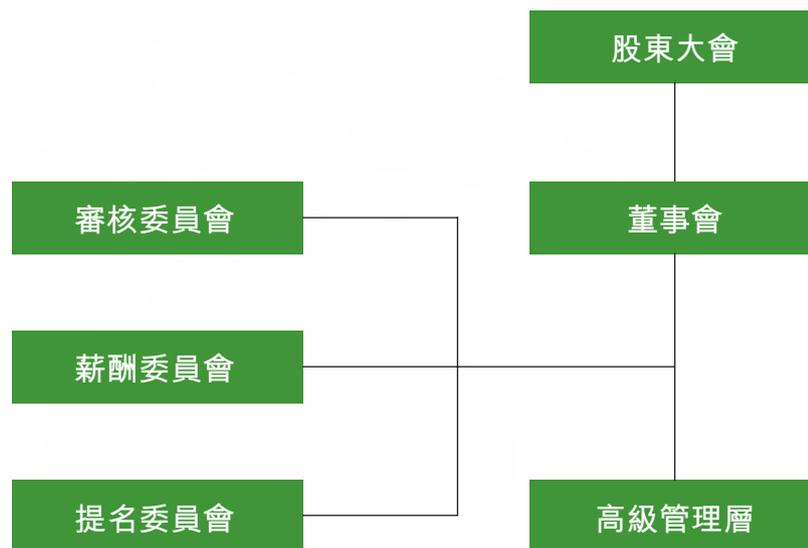
4. 「以茶為略」穩健治理，致力永續經營

天福始終秉承「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。在治理結構搭建、政策制定和利益相關方管理中融入ESG理念，致力於維持高水平的企業治理，為公司的長遠穩健發展提供保障。

4.1. 公司治理

天福嚴格遵循《中華人民共和國公司法》《開曼公司法》及香港聯交所《主板上市規則》附錄C1《企業管治守則》等國家法律法規及境內外監管要求，建立了由股東大會、董事會、監事會及高級管理層構成的法人治理架構，以穩健及高水平的企業管治保障股東權益，持續為利益相關方創造長遠價值。

董事會下設提名委員會、薪酬委員會及審核委員會，各委員會負責監督本集團不同範疇的事務，對重大管理事項提供決策參考意見和建議，確保企業穩定運行。董事會負責制定企業發展戰略，監督本集團的業務運營及財務表現。我們亦規範董事會授權，確保集團內部控制及風險管理的有效性。



天福集團治理結構示意圖

環境、社會及管治報告

o 董事會

董事會負責領導及控制本集團，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。

o 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。

o 薪酬委員會

薪酬委員會主要目標包括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集團表現以及市場慣例及條件後釐定。

o 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。

4.2. 合規經營

4.2.1 風險管理

天福高度重視合規管理，深入推進依法經營，持續建立健全風險管理與內部控制體系，強化應對各類風險的能力，增強企業韌性。本集團建立全面有效的風險管理體系，由董事會作為最高決策機構對風險管理體系進行統籌管控，由授權下設的內部審核部門履行監督職責。董事會定期對本集團的風險管理和內部控制系統的完整性、適宜性、有效性進行檢討，確保其在實踐中切實發揮預期作用。

本集團持續完善風險管理機制，建立風險管理三道防線，明確責任組織，加強風險管理合力。我們逐步形成風險識別、風險評估及風險應對的閉環管理框架。依託已建立的全面風險評估方法，我們對社會宏觀經濟、行業、食品安全、客戶關係、營銷、人力資源、匯率、政策、信息安全等對集團運營有潛在影響因素開展風險識別及分析。依據風險識別及分析結果，形成涵蓋風險產生原因、風險發生可能性、風險影響程度及計劃應對措施的風險清單，並向高級管理層及董事會匯報。最終，根據風險監控現狀、董事會決策結果、用於降低風險的資源投入等考量因素制定風險應對策略。



此外，本集團持續完善處理及傳播內幕消息的政策及程序，披露的數據將由本公司合規部及管理層進行審閱及批准，確保披露信息的準確性。我們亦不斷優化內部監控系統，強化應對重大內部監控瑕疵事件的能力。當重大內部監控事件發生時，我們將評估監控瑕疵事件潛在影響，由監控責任人部門提出糾正措施，並在獲得管理層批准後執行。本公司管理層及內部審核部將監察執行情況，確保監控瑕疵得以妥善解決。

環境、社會及管治報告

4.2.2 反貪腐及商業道德

天福始終堅持廉潔從業，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，建立健全廉潔管理機制，將反貪腐和商業道德融入公司日常運營及決策中。

本集團對貪污腐敗行為採取零容忍態度，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，禁止任何員工利用個人職位之便，謀取不正當利益。為充分發揮全員監督作用，我們設立電話、郵箱等舉報渠道，鼓勵員工就任何已發生或可能發生違反商業道德的行為事件進行舉報。在收到舉報信息後，我們將會在第一時間進行核實，並根據核實結果採取措施。我們嚴格保護舉報人信息，禁止任何對舉報人的打擊報復行為，保障舉報人權益。

2023年，本集團持續開展廉潔文化建設，加強反腐倡廉教育，我們定期面向員工及管理層開展反貪污受賄、反職務侵佔、反洗錢等商業道德培訓，提升全員廉潔意識。報告期內，我們積極開展反貪腐反受賄類培訓，覆蓋員工達170人，其中管理層佔比14%，進一步加強商業道德建設。

[案例] 新員工法律培訓

2023年8月，天福面向42名新進員工組織開展法律知識培訓，課程覆蓋反貪污腐敗、反賄賂、反不正當得利、勞動合同、保密等多項內容，以法規宣導與案例展示相結合的形式，進一步增強員工合規誠信、廉潔從業的意識。



為推進廉潔商業生態的形成，我們將廉潔要求落實到業務合作中，要求合作夥伴簽訂《廉潔從業責任書》，供應商簽署《供應商廉潔誠信承諾書》，採購人員簽署《採購廉潔自律承諾書》，以規範合作夥伴及員工行為。此外，我們在採購合同中明確誠信條款，禁止索賄、行賄及其他不正當的商業行為，保障廉潔經營。

截至報告期末，本集團未有貪污腐敗相關訴訟案件發生。

4.2.3 知識產權保護

天福嚴格遵守《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》等知識產權相關的法律法規，制定並實施《知識產權管理制度》，規範商標、專利、著作權等各類知識產權管理。

我們設立法務部知識產權管理專崗，明確商標、專利或版權的申請流程，確保公司知識產權的有效性。在維護自身知識產權方面，我們積極開展市場監督工作，通過第三方網絡平台、門店及消費者反饋等渠道對假冒侵權事項進行分析研判和協調打擊。

截至報告期末，本集團累計擁有商標權850件，有效專利85件，其中發明專利10件、實用新型專利12件、外觀專利63件，版權420件。

4.3. 數字化賦能

面對新經濟、新業態，天福全面推進數字化管理，積極探索傳統行業數字化轉型的新路徑。本集團以數字化技術賦能各業務板塊，以數據化驅動商業模式創新，依託強大的內生動力，讓傳統茶文化在數字轉型中煥發新活力。

本集團將企業業務能力(EBC)視為核心數字化轉型目標，將數據資產轉化為驅動企業創新的生產力和生產要素。我們已制定「3個面向、3條主線、1個平台」的數字化轉型方案，即以面向連接消費者、激活員工、賦能終端為目標，打造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的集團一體化運營管控平台，滿足縱向業務管控和橫向業務協同升級的需求。

我們全力打造智慧供應鏈，實現採購、生產、經銷、物流的全鏈路數據共享，提升經營管理效率。同時，我們將「一品一碼」的應用範圍從產品拓寬至供應鏈，保障供應產品入庫數據準確性。此外，我們持續推進企業微信、企業流程審批、教學培訓系統等，借助各類數字化平台、工具及手段，賦能員工高效辦公。

環境、社會及管治報告



4.4. ESG治理

4.4.1 ESG治理架構

天福致力將可持續發展理念融入集團戰略中，建立了由董事會、本公司高級管理層和ESG工作小組構成的三級ESG治理架構，明確ESG治理職能，保障ESG管理流程的科學性、有效性及可行性。

- **董事會**：負責評估及釐定ESG管理方針及策略，監管ESG事宜，對本集團的ESG策略及匯報全權負責，定期審閱ESG相關事宜並檢討ESG相關目標進度，審批年度ESG報告。
- **高級管理層**：負責制定ESG管理方針及策略、績效指標，對ESG工作進行年度規劃、管理和監督，評估及釐定有關ESG事項的風險與機遇，確保本集團設立合適及有效的ESG風險管理系統，定期回顧ESG目標和承諾，並向董事會匯報ESG工作進展。
- **ESG工作小組**：由本集團主要職能部門組成，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，致力於推進永續經營、弘揚茶文化。

4.4.2 利益相關方溝通

天福積極踐行企業公民責任，致力於攜手各利益相關方推進可持續發展，為社會提供積極影響。我們不斷完善與利益相關方的溝通機制，通過多元暢通的溝通渠道，了解收集利益相關方在ESG管理策略及實踐中的建議、意見及工作期望，並將其納入集團可持續發展管理中。根據本集團業務特點，及參考優秀同業實踐，我們識別的利益相關方包括政府與監督機構、股東與投資者、客戶、合作夥伴、員工和社區等。

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

環境、社會及管治報告

4.4.3 ESG實質性議題評估

2023年，為釐清本集團ESG工作的重點事宜，我們結合行業動態追蹤、企業運營特徵和戰略方向分析、同業ESG重要關注、利益相關方溝通等多種途徑，基於《ESG報告指引》更新ESG實質性議題清單，分析出21項ESG實質性議題。我們將在報告對應章節中針對重點議題展開針對性響應，以期滿足各利益相關方的關注。

本集團ESG實質性議題評估程序如下：

步驟一：識別ESG議題

- 梳理ESG工作要點與利益相關方反饋
- 對標行業熱點與同業優秀實踐
- 參考《ESG報告指引》要求

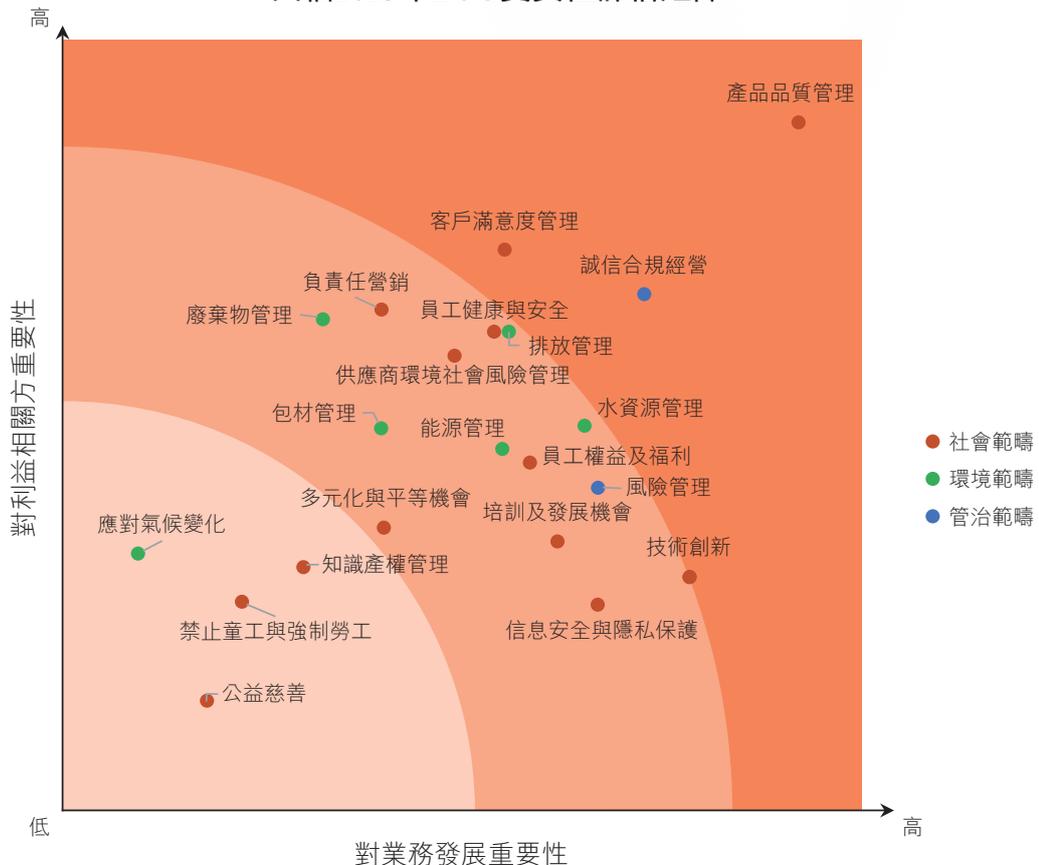
步驟二：利益相關方溝通與調研

- 外部利益相關方溝通
- 內部利益相關方訪談
- ESG實質性議題重要性排序

步驟三：實質性議題評估

- 根據對利益相關方的重要性及對業務發展的重要性兩個維度，對議題重要性進行排序
- 集團管理層及ESG工作小組審閱及確認評估結果

天福2023年ESG實質性評估矩陣



5. 「以茶為守」品質為先，攜手產業共贏

天福堅持貫徹產品質量文化，致力探索並建立貫穿產品全生命周期的食品安全與質量管理體系，秉持「天然、健康、人情味」的經營理念，將現代企業管理模式融入傳統茶行業，以自身為軸心，驅動行業發展與消費教育，共築食品安全可持續生態圈。

5.1. 嚴控產品質量

5.1.1 質量管理體系

天福始終秉承「品質為先」的管控理念，不斷優化質量管理體系，以科學嚴格的質量管理標準，改善提升產品質量，力踐天福「茶葉領航，食在安心」的品質承諾。

本集團嚴格遵循《中華人民共和國食品安全法》《中華人民共和國產品質量法》等相關法律法規，配套建立質量管理體系，完善集團產品質量管理，加強體系認證建設、拓展體系認證覆蓋面。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，確保各項業務符合法律制度和標準。同時據國家市場監管局、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，確保質量和產品安全管理等嚴格符合最新法律規定。本年度，本集團已獲得ISO 9001：2015質量管理體系、ISO 22000：2018食品安全管理體系與危害分析關鍵控制點(HACCP)體系認證證書，並新增美國現行良好操作規範(cGMP)認證證書，進一步強化出口產品質量管控。

2023年，本集團對食品安全管理制度文件進行改進，對包括《生產過程控制制度》《食品安全事故(應急)處置制度》《食品自查與報告制度》《食品安全追溯制度》在內的17份制度文件進行修訂與更新，細化對原輔料檢驗、關鍵點控制、產品追溯與召回等內容的要求，提升質量管理與控制水平。為確保出口茶葉的安全衛生質量，我們新增《出口日本茶葉自檢自控作業指導書》，明確出口產品風險識別、評估與監控流程及要求，以保證出口產品從原料、加工、包裝、儲存、運輸等符合進口國安全質量的規定。

環境、社會及管治報告



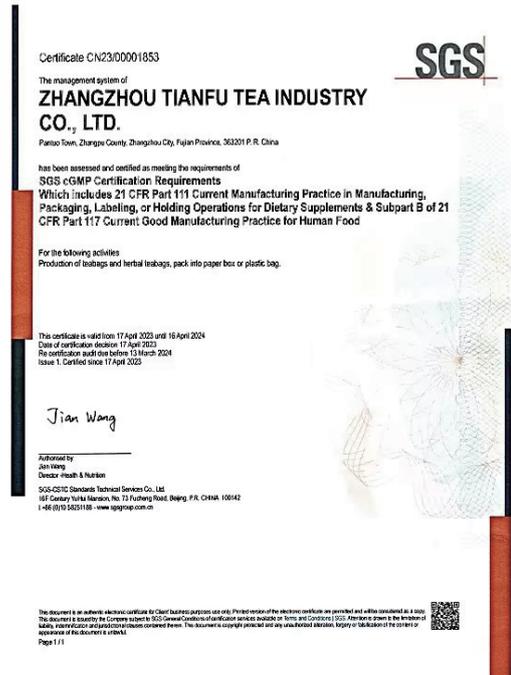
漳州天福茶業有限公司
ISO 9001 : 2015 質量管理體系認證證書



漳州天福茶業有限公司
ISO 22000 : 2018 食品安全管理體系認證證書



漳州天福茶業有限公司
HACCP 體系認證證書



漳州天福茶業有限公司
cGMP 認證證書

[案例]漳州天福茶業有限公司獲評第二屆漳州市政府質量獎

2023年11月29日，漳州天福茶業有限公司被授予2022年度(第二屆)漳州市政府質量獎稱號。該獎項為漳州市質量領域最高榮譽獎項，用於表彰在經濟領域中實行卓越績效管理、經濟社會效益顯著，對漳州市經濟社會發展做出突出貢獻，並具有標桿示範作用的各類企業或組織。

為了不斷保持創新、優化管理，提升品牌的知名度、美譽度，漳州天福茶業有限公司經漳州市市場監督管理局推薦，進一步於2023年3月申報第八屆福建省政府質量獎，2023年10月迎接專家組的現場評審。質量獎的管理體系評審過程，有助於天福進一步完善企業文化、制度、考核系統，把握數字經濟時代的質量變革機遇，促進自身轉型升級，提高市場競爭力。



環境、社會及管治報告

5.1.2 全流程質量管理

天福持續健全質量管理體系建設，從原材料檢驗、生產過程控制、貯存及運輸、銷售及出口、產品追溯及召回等環節層層把控，完善食品安全應急處置流程，對產品全生命周期進行管理與監督。

- **原輔料檢驗階段**：本集團制定《採購和進貨查驗記錄制度》，規範全產業鏈材料准入的標準流程，不斷細化完善食品包裝、生產用水、空氣衛生、工具衛生、手指衛生等原輔料檢驗規程及化驗室管理辦法。我們亦提升原輔料供應商准入門檻，明確供應商產品質量指標，要求供應商提供產品檢驗報告及產品合格證明，強化源頭質量控制。此外，我們高度重視農藥殘留限量，通過制定106項茶葉農藥殘留物檢驗要求，嚴格把控每批物料質量，保障消費者健康與安全。
- **產品質量監測階段**：本集團嚴格遵循《食品生產通用衛生規範》《生活飲用水衛生標準》及《出口食品企業安全衛生要求》等相關標準及法規，強化內部生產質量管控能力。我們制定並執行《食品生產衛生管理辦法》，明確塗抹微生物、空氣沉降率、蟲鼠害控制、食品級油墨／膠水管理、有害化學品管理等生產車間衛生及員工健康衛生管理指標，保障出廠產品質量與安全。同時，我們規範各重要生產節點質量檢測程序，並委託天康檢測中心開展產品逐批檢測，確保出廠產品符合內外部質量要求，為消費者提供有品質保障的產品。



- **產品貯存及運輸階段：**為防止產品在貯存及運輸過程中污染、變質或損壞，我們制定《倉庫管理辦法》《產品貯存和防護管理控制程序》等文件，對貯存及運輸等流程進行標準化管理，並嚴格規範倉庫人員日常工作行為，加強產品出庫管理。為確保產品送達的及時性，依託ERP(企業資源計劃)數字化系統，我們連接倉儲與銷售環節，實現零售數據化、智能化，提高分銷效率。此外，我們將線上、線下與物流進行融合，推動三者一體化，不斷提升配送效率，優化消費者服務體驗。
- **產品銷售及出口：**本集團建立門店稽核工作機制，規範門店產品銷售管理，持續提升產品銷售與客戶服務質量水平。以發揚光大中國茶品牌為使命，我們大力開拓海外市場，致力於將茶文化播撒在世界的每一個角落。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法》等法律法規，制定《出口產品質量管理流程》，規範出口產品質量管理，嚴守出口產品質量底線。我們亦根據出口國要求申請及獲取包括美國國家有機項目(NOP)認證、SGS-cGMP認證和歐盟EC認證等產品質量認證，確保產品符合出口國的技術法規及質量要求。
- **產品追溯及召回：**本集團規範產品召回流程，依據產品回收計劃開展回收操作。同時，我們定期開展模擬追溯，確保產品召回流程的有效性、及時性。截至報告期末，本集團未發生產品召回事件。



嚴格產品質量管控

環境、社會及管治報告

5.1.3 科技護航食品安全

「民以食為天，食以安為先」，天福深知食品安全對消費者的重要性。2019年，本集團率先應用數字化平台，全力打造「一品一碼」商品防偽追溯系統，建立從「田間到茶桌」的全過程追溯體系。我們為茶葉、茶食、茶具等每一款天福出品的產品賦予專屬「二維碼+條形碼」的雙碼（「雙碼」）身份，依託區塊鏈應用技術的可追溯功能，消費者可通過掃碼清晰了解產品原產地、生產許可證、食品安全檢測報告、銷售門店等信息，實現產品全流程管理、信息透明化，切實保障消費者權益。為確保追溯信息的有效性與準確性，我們亦要求地區倉庫掃碼作業，讓「一品一碼」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。此外，我們對於有拆單售賣需求的商品同樣附上「一品一碼」標識，確保本集團所售產品具有一品一碼、一罐一標，使消費者放心購買。

天福持續優化「一品一碼」項目，通過技術升級，增強產品防偽功能，拓寬消費者反饋渠道。我們使用DNA油膜作為產品的防偽標籤，為每一個產品品項配備獨立防偽標籤及法律序列號，消費者可通過查詢該序列號，查驗產品真偽。此外，消費者可通過掃描雙碼直接反饋產品質量及服務問題，業務人員將在第一時間收集到問題後立即完善。未來，我們將積極探索RFID射頻識別等技術，完善產品全生命周期質量的安全追溯體系，強化消費者信任，讓消費者安心享用。



「一品一碼」商品防偽追溯系統

5.2. 優化服務體驗

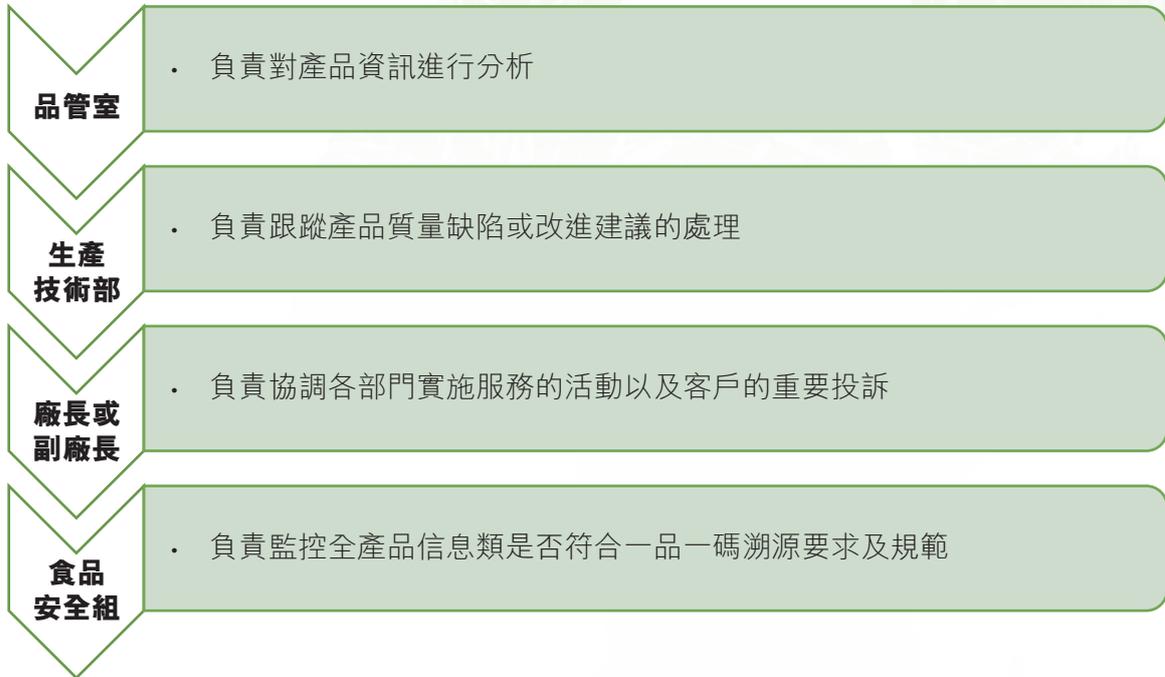
5.2.1 客戶服務管理

天福重視消費者需求，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，致力於為消費者提供高品質的服務體驗。本集團制定《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》，規範客戶意見及投訴管理。以「解決客戶疑問，讓客戶滿意」為宗旨，我們建立電話、郵箱、門店受理、「一品一碼」反饋等多種產品問題反饋及投訴渠道，及時了解客戶問題，並通過專業的方式快速回應。此外，我們不斷收集客戶反饋意見，定期開展數據分析，製作案例匯編，並將此作為優化客戶服務模式的重要依據，提升客戶服務水平。



在提升門店客戶滿意度方面，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，明確組織、部門及個人職責，以進一步了解客戶心聲及期望。

顧客滿意度測量控制程序及各層級職責



截至報告期末，本集團共接獲有關產品及服務的投訴1,783宗，客戶響應率為100%、客戶投訴解決率達100%、客戶滿意度為100%。

5.2.2 負責任營銷

天福積極踐行負責任營銷，嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》《食品標識管理規定》《預包裝食品標識通則》《預包裝食品營養標籤通則》等法律法規和行業準則，確保集團營銷宣傳行為的合規性。本集團持續完善標籤管理，通過多渠道跟蹤有關標籤的法律法規及政策更新情況，以快速響應國家最新標籤規範及合規要求。此外，我們通過將法規解讀與實際案例相結合的方式，定期向茶廠、食品廠等廠務包裝、設計和企劃等相關人員開展食品標識標識法律知識培訓，增強其合規營銷意識。

為加強廣告宣發合規管理，我們制定廣告宣發審核流程，由本公司法務部負責對廣告內容、主旨及說明等宣傳要素進行審核，確保產品營銷宣傳信息的真實性及準確性，避免誤導消費者事件的發生。

截至報告期末，本集團未發生涉及市場營銷的違規事件。



環境、社會及管治報告

5.2.3 消費者權益保障

天福高度重視客戶隱私及數據保護，嚴格遵守《中華人民共和國個人信息保護法》《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國網絡安全法》等法律法規。本集團制定並執行《消費者資料保護及隱私政策》，明確用戶信息收集範圍、使用規則、用戶個人信息披露準則等要求。

在保護客戶信息安全方面，我們使用有信息安全管理體系認證的公有雲服務，增強本地IDC（互聯網數據中心）網絡安全綜合防禦能力。在保護客戶隱私方面，我們對客戶包裹運單信息及後台數據進行加密處理，避免洩露客戶隱私。此外，我們每月對客服員工開展隱私保護培訓，增強其保護意識，保障客戶隱私及數據安全。截至報告期末，本集團未發生任何與隱私洩露相關的事件。

5.3. 可持續供應鏈

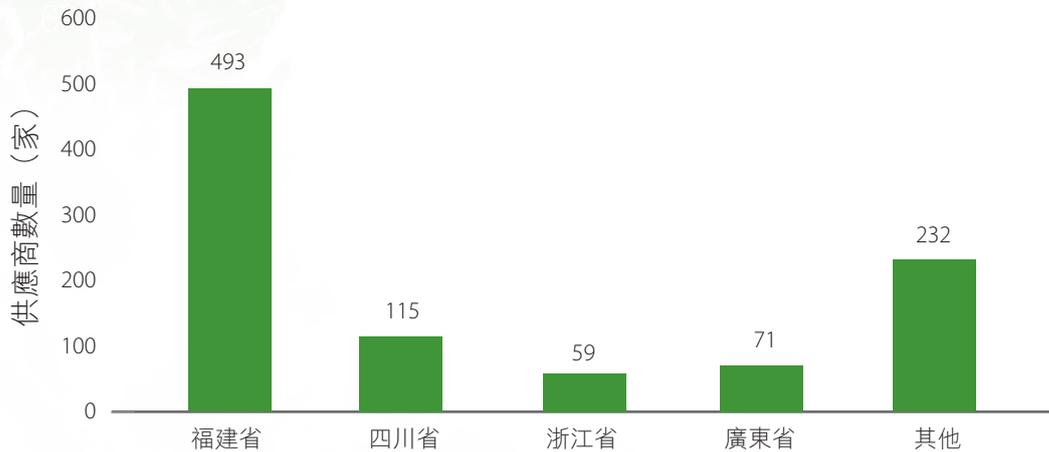
5.3.1 供應商管理

結合自身業務特點及發展需求，天福持續完善供應商管理體系，制定《採購管理制度》《茶葉採購政策及程序》《TC包裝物料採購部採購工作流程》等管理文件，優化准入、日常管理、績效考核及淘汰等各環節的供應商管理，強化產品質量保證。

- **供應商准入**：本集團建立並遵循新供應商導入評價流程，要求新供應商提供註冊資料、生產許可證以及由國家檢測機構出具的相關產品檢測報告等相關材料，並通過BPM線上系統及企業微信平台對其所提供材料的真實性進行審核，對供應商入庫嚴格把關。
- **供應商管理**：建立供應商分級管理標準，依據2022年供應商考核的結果，更新年度合格供方目錄，並對不同類別的供應商執行差異化管理與指導。我們嚴格執行《採購管理制度》，按相關規程對所有供應商進行規範管理。本年度，我們採取集中責任制採購，明確茶葉採購責任人和關鍵標準流程點，加強原材料產品出入庫批次檢測，確保原材料品質。
- **供應商考核**：本集團建立供應商考核機制，定期對供應商的表現進行綜合考評。我們成立專項核價和評定小組，依據《供應商能力調查評價表》，從供貨質量、貨源穩定性、供貨及時性、售後服務等方面對戰略供應商與合格供應商進行年度考核，並敦促表現較差的供應商進行改善。

截至報告期末，本集團共有供應商970家¹，按地域劃分情況如下：

供應商地域分佈



註：

- 2023年供應商數量覆蓋範圍為：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、廣西貴港天福茶業有限公司和杭州雲棲天福茶業有限公司。本集團數據將於未來年度披露。

5.3.2 負責任採購

供應鏈的穩定性、可持續性對天福的生產經營至關重要。為識別及降低供應鏈各環節的ESG風險，我們制定《供應商環境社會風險評估表》，評估供應商在尊重勞工權益、保障勞工健康與安全、建立環境管理體系、保證產品質量、踐行綠色採購等履行社會及環境責任方面的表現。此外，我們通過現場考察的方式，對包材類供應商產生的環境、社會影響進行評估，加強供應鏈風險防控。

本集團大力推行綠色採購，積極履行環境保護責任，促進行業綠色發展。我們通過採購由可降解材料製成的環保包裝袋，努力減少自身消費行為對環境帶來的負面影響。我們亦明確有機綠茶採購細則和條例，優先與環境保護表現良好的有機產品供應商合作。同時，我們加深供應商對綠色採購活動的理解，要求一級供應商將對二級供應商的環保評估納入其供應商環境社會風險評估範疇，提升綠色採購影響力，實現與供應鏈夥伴合作共贏的可持續發展目標。

環境、社會及管治報告

本集團堅守廉潔採購合規底線，與合作夥伴共同抵制商業賄賂，我們在採購合同中明確誠信條款禁止索賄、行賄及其他不正當的商業行為。2023年，我們制定《供應商廉潔誠信承諾書》，進一步強化供應商誠信意識，共建廉潔供應鏈。

5.3.3 供應商交流與合作

天福深信企業的發展離不開供應商的精誠協作，我們重視與供應商的交流與合作，通過多樣化的溝通交流形式，了解雙方企業發展戰略規劃、企業文化等信息，建立長久健康的戰略合作關係。

本集團持續多年堅持本地化採購，通過多維協作，全面助力當地茶農發展。依託天福自有工廠的優勢，我們優先實行茶葉原材料本地化採購，推動當地茶農經濟發展，助力全行業平穩高質量發展。基於自有品牌連鎖門店資源，積極發揮門店作為直接觸達客戶的窗口作用，從門店員工出發，組織開展茶葉知識科普活動，深化員工對於茶葉原產地背景的了解，以銷售帶動茶農經濟發展。

[案例]武夷山茶園參觀活動

2023年4月17日，天福舉辦了為期10天的武夷山茶園參觀活動，共80名員工參加。通過學習武夷岩茶製作工藝及製作過程，增加了員工對岩茶的了解，實現了更好的岩茶推廣及銷量增加，幫助茶農打開銷售渠道。



6. 「以茶行道」以人為本，促進發展共享

與員工共同發展，與社會共享價值，是天福一貫的價值追求。我們始終秉持「以人為本」的價值理念，關愛人才成長與發展，關注社區與大眾訴求，將公司發展置於社會的坐標系中，積極履行自身公民責任，與社會各界共同創造美好和諧生活。

6.1. 深化人才引育

6.1.1 保障員工權益

o 合規僱傭

天福嚴格遵循《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》等相關法律法規，制定《員工手冊》，規範招聘流程和管理程序，保障員工合法權益。

我們積極構建多元、平等的工作環境，反對一切因性別、年齡、民族、種族、國籍、籍貫、宗教、婚姻狀況等因素產生的歧視行為，組織開展反歧視培訓，為員工提供公平、公正的聘用、薪酬分配和晉升平台。

我們禁止僱傭童工和強制勞動，在招聘過程中，我們審核應聘者身份證明文件以確認求職者的實際年齡，避免僱傭童工事件的發生。我們實施標準工時制和綜合工時制，按規定對員工進行加班審核並安排補休或支付津貼，為所有員工提供法定節假日、帶薪年假及病假、喪假、婚假和產假等在內的各類假期，保障員工休息時間。一旦發現僱傭童工和強制勞動等違規情況，我們嚴格按照《員工手冊》對相關違規情況進行嚴肅處置，情節嚴重者將考慮與其解除勞動關係。

報告期內，本集團未發生用工歧視、騷擾等違反勞工準則事件，未發生僱傭童工、強制勞動等員工僱傭相關訴訟事件。

環境、社會及管治報告

人才吸引

為滿足企業發展的人才需求，我們建立社會招聘、校園招聘、內部推薦等多元化的招聘渠道，以吸引不同背景的專業人才。同時，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。此外，我們積極為殘障員工提供就業機會，並為其提供平等及安全的工作場所，支持殘障員工履行其工作職責。

截至報告期末，本集團共有員工3,596人，具體構成如下：

關鍵績效指標	2023年僱員總數(單位：人)	
性別	男性	866
	女性	2,730
年齡組別	35歲以下	1,213
	35-45歲	1,434
	45歲以上	949
地域	中國	3,591
	海外	5
僱傭類型	全職	3,455
	兼職	141
職級	高層管理人員	171
	中層管理人員	467
	基層人員	2,958

薪酬福利

本集團秉持「以勞動分配、鼓勵創造價值和平等公平」的薪酬理念，建立完善績效薪酬體系，提供具有競爭力的薪酬。為調動員工積極性，我們設立與職級、業績、能力等因素相掛鈎的薪酬結構，激發企業活力，同時我們為員工提供體檢、餐食補貼等非薪酬相關的福利，為員工創造更舒適的工作環境。

○ 員工溝通

天福相信良好的員工溝通交流是構建和諧勞工關係的關鍵，我們建立工會、員工月會等反饋溝通渠道，傾聽員工心聲。為提升員工對內反饋的流暢度，我們設立主管領導或人力資源部直接反饋渠道，及時了解員工想法。針對員工的反饋問題，我們將記錄在案，並制定員工滿意的解決方案。

2023年，我們開展員工滿意度調查，進行內部評估，並就調查反饋進行針對性改進，提升員工敬業度和滿意度。面向設計管理、技術、基層不同職能的員工，我們設計三類定制化的調查問卷，並獲得了員工平均滿意度為98.18%的調查結果。通過員工滿意度調查，我們加強了解不同職能員工需求，解決員工問題，增強員工的認同感、歸屬感和信任感。

截至報告期末，本集團員工流失率¹為24.7%，按不同類別劃分的員工流失率結構如下：

關鍵績效指標	2023年員工流失率(%)	
性別	男性	14.3%
	女性	27.9%
年齡組別	35歲以下	39.0%
	35-45歲	13.0%
	45歲以上	24.0%
地域	中國	24.7%
	海外	0.0%

註：

1. 2023年，銷售門店人員流動率較高，不含銷售門店員工的員工流失率為9.7%。

6.1.2 助力員工發展

天福高度重視人才的開發與培育，致力於為不同業務領域的員工提供多元化的職業發展路徑。我們制定透明公平的內部晉升制度，建立完善的職業晉升通道，努力為員工提供發揮其才能的事業平台。本集團亦建立獎金機制，為工作表現優異的員工提供績效獎及達預估獎，以嘉獎及鼓勵其為集團業務做出的貢獻。

本集團持續優化人才培養體系，根據員工發展需求，我們制定年度培訓計劃，開展新進員工培訓、食品安全員培訓、管理培訓、儲備人才培訓、公共類培訓等豐富多樣的培訓項目，提升員工專業技能及管理水平。同時，我們搭建企業微信「魔學院」線上學習平台，並根據業務和服務的發展不斷更新培訓課程，依託員工數字化培訓平台，賦能員工發展。此外，我們積極響應地方政府專業人才技能補貼政策，設置「技能等級認定類」和「專項技能考核類」兩類補貼類型，鼓勵員工進行職業技術能力方面的提升，以滿足行業發展的人才需求。

[案例]儲備人才培養項目

2023年2月至5月，本集團面向23名員工開展了儲備人才培養項目，項目課程覆蓋企業文化、團隊建設、管理、溝通、領導力、執行力、新商業綜合運營實戰、部門事務解決實戰等方面，全面提升儲備人才綜合能力，為集團發展持續提供高質量的人才儲備。



[案例]愛上工作專項培訓——促進生活與工作平衡

2023年5月，本集團邀請專業的第三方培訓機構開展「愛上工作——與工作談戀愛、職工壓力應對與情緒管理」培訓，以增強員工調節情緒的能力，掌握釋放工作壓力的技巧，樹立積極的工作心態，營造良好的工作氛圍。



本集團制定員工創業計劃，鼓勵內部資深員工以經銷的形式，找尋合適的地點開設天福茗茶專賣店，打造集團與員工共創共贏模式。我們積極推行開店優惠政策、紓困政策，為創業員工減輕負擔。

截至報告期末，本集團員工培訓情況如下表所示：

關鍵績效指標	受訓員工百分比(%)	人均培訓時長(小時)
總計	43%	15
職級	高層管理人員	9%
	中層管理人員	11%
	基層人員	80%
性別 ¹	男性	25%
	女性	75%

註：

- 2023年按性別分類的員工培訓關鍵績效指標覆蓋範圍為：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、廣西貴港天福茶業有限公司和杭州雲棲天福茶業有限公司，本集團數據將於未來年度披露。

6.1.3 悉心關愛員工

本集團以「互尊、互愛、互敬」的理念為引領，傾聽員工心聲，關愛員工身心健康，促進營造輕鬆向上的工作環境。為豐富員工的業餘文化生活，我們於報告期內開展了運動競賽、公益講座等多場員工活動。同時，我們通過組織困難員工慰問、開展員工子女暑託班、設立教育基金等一系列舉措，切實將關愛普惠到員工家庭，進一步提升員工幸福感和歸屬感。

環境、社會及管治報告

特色員工活動

[案例]第九屆「飛魚杯」游泳比賽

為向員工傳達健康的生活理念，推廣正能量的生活態度，天福舉辦2023年第九屆「飛魚杯」游泳比賽，員工積極參與自由泳、蛙泳、混合泳、接力賽等各項比賽，強健體魄，樹立健康的生活心態。



[案例]天福放牛斑隊蟬聯「廈門銀行杯」籃球賽三連冠

2023年7月25日至8月5日，天福放牛斑隊受邀參加第三屆「廈門銀行杯」海峽兩岸（廈門）青年企業家籃球邀請賽，並再獲第一，蟬聯三屆冠軍。本集團希望通過本次活動豐富員工業餘生活，展示員工風採，同時以本次比賽為橋樑，加強兩岸青年交流，拉近兩岸青年情感。



[案例]婦產科公益講座活動

天福集團高度重視女性員工健康，於2023年4月20日，天福舉辦「婦產科公益講座」活動，面向集團適齡女性員工開展孕產期科普、女性健康管理、國家政策待遇等保健宣教，增強女性員工保健意識，提升女性員工幸福感。



○ 關愛員工家庭

[案例]困難職工慰問

天福心系困難職工及其家庭，最大程度地為深受疾病困擾或家庭遭受困難的員工提供幫助和慰問，提升其生活質量與幸福感，傳播愛與奉獻精神。



[案例]「福二代」員工子女暑託班

2023年，天福再度開展「福二代」員工子女暑託班活動，暑託班開設採茶、茶道、口才、書畫及戶外拓展等課程，豐富員工子女暑期生活，解決員工子女暑期「看護難」問題。



6.2. 守護健康安全

天福作為有責任感的企業，高度重視員工的健康與安全，本集團嚴格遵循《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》等國家法律法規及要求。我們制定《天福健康與安全管理制度》，全面推進安全生產及職業健康工作，保障員工健康安全。

o 安全風險防控

本集團持續完善安全生產管理體系，制定《安全生產工作應急預案》，建立安全生產管理小組，落實各項安全生產工作，強化安全生產風險防範。我們開展季度安全生產隱患排查工作，並建立排查與防範控制相結合的工作機制，對生產及安全設施進行巡檢與維護，切實加強安全生產防範。

o 職業健康管理

本集團致力於為員工提供安全健康的生產環境，不斷完善安全生產條件和車間環境，為員工提供多方位保障。我們明確物料周轉區、高溫操作區、一般生產區等車間各類生產區設備操作規程及安全健康指引，並要求生產員工嚴格按照規定開展生產活動。同時，我們對新進員工開展生產培訓，培訓合格後，方能上崗。我們亦為員工配備工作服、工作鞋帽、應急照明設備、口罩、耐溫石棉手套等個人防護用品，盡可能降低生產作業風險。此外，我們通過提供年度體檢、配置消防器械及急救包、黏貼警示標識等一系列舉措，持續為員工提供強有力的安全健康保障。



環境、社會及管治報告

o 安全生產教育

為提升員工安全生產意識，營造安全文化氛圍，本集團組織開展多種形式的安全生產教育培訓，強化員工安全素質。我們聯合消防及派出所，開展消防安全知識分享及防詐騙等宣講活動，加強員工對相關專業技能的理解。此外，我們聯合漳浦天福醫院開展員工急救知識普及活動，通過了解心臟復甦急救常識、學習海姆立克急救法等內容，提升員工急救能力。



消防演練活動現場

報告期內，本集團未發生任何員工健康和 safety 相關訴訟事件。截至報告期末，本集團因工傷損失的工作日數共計450天，過去三年，本集團因工亡故情況如下表所示：

關鍵績效指標	因工亡故人數	因工亡故比率
2023年	1	0.03%
2022年	0	0%
2021年	0	0%

6.3. 匯聚向善力量

天福積極開展社會公益，回饋關懷廣大社會群體，履行企業社會責任，傳播和諧與關愛。本集團制定《天福慈善與公益活動管理制度》，規範捐贈及公益活動開展流程，提升本集團公益活動質量。報告期內，我們組織開展了高素質農民培訓、重陽節敬老、天福養生村中秋節等公益活動，努力踐行志願精神。



天福養生村中秋活動現場

此外，我們聚焦醫療、教育、社區等領域，開展了一系列捐贈活動，以實際行動履行企業社會責任。截至報告期末，天福累計捐款人民幣2.28萬元，捐贈分佈如下：

捐贈對象	捐贈金額
盤陀中心幼兒園	人民幣2,000元
象洞小學	人民幣800元
盤陀鎮下阮村老年協會	人民幣5,000元
盤陀鎮官坡村老年協會	人民幣5,000元
盤陀鎮上洞村老年協會	人民幣5,000元
盤陀鎮牛上鋪村老年協會	人民幣5,000元

環境、社會及管治報告

7. 「以茶深耕」逐綠而行，踐行低碳運營

天福積極響應「推動綠色發展，促進人與自然和諧共生」的國家戰略，統籌佈局低碳發展，不斷提高環境管理水平，努力減少能源及資源消耗，持續降低自身生產經營活動對環境的負面影響，努力為價值鏈貢獻環境效益，以實現與生態和諧發展。

7.1. 呵護綠色生態

7.1.1 應對氣候變化

積極應對氣候變化已成為全人類的共同事業，天福作為茶行業領軍企業，高度認同低碳綠色發展的重要性，並將應對氣候變化置於可持續發展的重要位置。天福全面推進氣候變化風險管理，綜合考量轉型風險中的政策法律風險及實體風險中的急性和慢性風險，梳理氣候變化對企業產生的影響，並制定應對計劃，降低氣候風險影響。

作為有擔當責任的大國，中國實施積極應對氣候變化的國家戰略，建立碳達峰碳中和「1+N」政策體系，加快發展方式綠色轉型，落實「雙碳」目標。在此背景下，國家「節能減碳」政策的推廣落實及相關環保監管要求所帶來的政策法律變動，可能造成天福的環境合規成本上升等轉型風險。為有效應對相關風險，我們導入光伏綠色能源項目，優化用能結構，並積極推進節能減碳措施的實施，減少本集團生產運營中的碳排放。

近年來，颱風、洪澇等自然災害事件發生的頻率及嚴重性逐漸升高，導致企業生產經營受到潛在負面影響。為及時應對此類由氣候變化帶來的急性實體風險，我們制定《自然災害類突發公共事件應急預案》，並設置應急領導小組，明確工作組成員應急處置職責，保障員工的生命健康和企業財產的安全穩定。我們亦定期組織開展應急演練，並對演練過程中存在的問題進行整改，強化自然災害事件應對能力。同時，考慮到不可抗力自然因素等急性實體風險導致供應鏈中斷風險，我們建立多樣化的供應商名單，避免單一地區採購，保障生產運營連續性。全球升溫的趨勢已逐漸顯現，持續高溫將會為本公司帶來慢性實體風險，如產品貯存條件變化等，可能影響產品儲存穩定性，增加產品質量風險。為此，我們通過合理評估產品保質期限及儲存環境，有效保障產品質量與安全。

7.1.2 保護自然生態

秉持着「重環境」的發展理念，天福主動擔起環境生態保護責任，本集團制定《天福環境保護管理制度》《天福示範茶園要求與規範》，努力降低自身對生態環境的影響。從自身出發，我們減少茶葉種植過程中所造成的環境污染，積極使用有機肥種植，積極建設無公害茶園，同時我們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，努力維護生態平衡。此外，我們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，攜手合作夥伴共同改善生態環境質量。

7.2. 合理使用資源

7.2.1 能源管理

天福嚴格遵守《中華人民共和國節約能源法》等法律法規，制定科學合理的能源使用效益目標，並將節能減排理念融入生產經營及管理中。我們圍繞優化能源結構、提升能源使用效益兩方面，持續開展節能工作，努力實現本集團所設定的目標。2023年，本集團所使用的光伏電力約1,883.81兆瓦時，相當於減少1,074.34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覆蓋率大於90%

能源管理措施

優化用能結構：

- 推廣光伏停車場及光伏屋頂等項目，增加可再生能源使用量
- 茶園內使用光伏捕蟲器

提升能源使用效率：

- 引進使用節能環保設備，提升能源使用效率
- 加強公用設備用電管理，安排專人巡查，減少能源浪費

[案例] 光伏停車棚項目二期

2023年，天福繼續推進清潔能源建設，進一步增加光伏發電覆蓋面積，積極推進二期光伏停車棚項目。同時，我們通過技術優化等方式，提高光伏發電功率，實現新增光伏發電量容量逾1,000kwp，為集團低碳運營扎實基礎。



環境、社會及管治報告

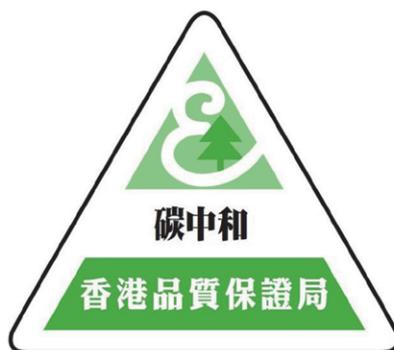
本集團2022年溫室氣體排放數據已獲得香港品質保證局(HKQAA)《碳中和證書計劃：披露碳排放證書》。2023年，本集團能源使用效益目標全面達成，能源使用及溫室氣體關鍵績效指標如下表所示：

能源使用關鍵績效指標	2023年	2022年	2021年
能源消耗			
直接能源消耗(兆瓦時)	5,289.7	5,412.3	6,277.9
其中：天然氣(萬立方米)	38.6	39.5	43.2
其中：柴油(萬升)	3.5	2.9	5.7
其中：汽油(萬升)	8.6	9.7	9.4
間接能源消耗(兆瓦時)	13,882.9	13,089.4	13,939.4
其中：外購電力(兆瓦時)	13,882.9	13,089.4	13,939.4
能源消耗總量(兆瓦時) ¹	19,172.7	18,501.7	20,017.3
能源消耗密度(兆瓦時／人民幣百萬元收入)	11.1	10.8	10.4
溫室氣體			
直接溫室氣體排放(範疇一)(噸二氧化碳當量)	1,113.1	1,137.8	1,287.6
其中：化石燃料燃燒(噸二氧化碳當量)	1,113.1	1,137.8	1,287.6
能源間接溫室氣體排放(範疇二)(噸二氧化碳當量)	7,917.4	8,549.0	9,136.4
其中：外購電力(噸二氧化碳當量)	7,917.4	8,549.0	9,136.4
溫室氣體排放總量 ² (範疇一及範疇二)(噸二氧化碳當量)	9,030.5	9,686.8	10,424.0
溫室氣體排放密度(噸二氧化碳當量／人民幣百萬元收入)	5.2	5.6	5.4

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，2023年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》以及生態環境局《關於做好2023 - 2025年發電行業企業溫室氣體排放報告管理有關工作的通知》進行核算。2022年和2021年溫室氣體核算依據請參考本集團2022年和2021年ESG報告。
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。

證書編號: CR1202



碳排放披露

茲證明

天福(開曼)控股有限公司

管理下

製造過程

依照香港品質保證局碳中和證書計劃註冊手冊中的披露框架
披露 2022 年的碳排放數據

香港品質保證局

總裁

- 註冊地址 香港北角渣華道 191 號嘉華國際中心 19 樓 電話 (852) 2202 9111 傳真 (852) 2202 9222
- 備註 (1) 「香港品質保證局碳中和證書計劃」是香港品質保證局開發的註冊計劃。本註冊計劃旨在提供一個披露框架，協助機構展示在邁向碳中和方面所作出的努力、承諾、成果及進程。此註冊不包括對證書持有者的碳中和計劃所定義的範圍對象邊界內的溫室氣體排放量、破足跡和/或破清單進行審定和/或檢查。
- (2) 證書持有者提供的所有資料/數據/報告，包括但不限於碳中和計劃所定義的範圍對象邊界內的溫室氣體排放、破足跡、破清單，均由證書持有者其指定的單位進行審定/檢查。香港品質保證局不對評定期間評定的資料/數據/報告的真實性和有效性負責。本局不會對任何人士，因此證書而導致任何直接或間接之損失或損害承擔責任。
- (3) 關於證書持有者的碳排放披露範圍及相關資訊，可參閱香港品質保證局網站 (<https://www.hkqaa.org>)。
- (4) 此證書為一張截至當日的證書。本局對證書持有者在本證書所述詳審期以外的任何作為或不作為不發表任何意見。
- (5) 根據香港品質保證局條款及條件，本局毋須就本註冊計劃下對上列機構所提供的產品或服務負任何責任。
- (6) 此證書為香港品質保證局所屬財產，並須於本局要求時歸還。

證書日期 二零二四年三月十四日

修訂日期 二零二四年三月十四日

HKQAA F1448-i Rev 1 TC

香港品質保證局(HKQAA)《碳中和證書計劃：披露碳排放證書》

7.2.2 水資源管理

天福始終堅持「依法管水、科學用水、自覺節水」的理念，深知集團生產經營活動與水資源的緊密性。我們嚴格遵守《中華人民共和國水法》，制定水資源使用效益目標，持續優化取水、用水、節水管理，為創建資源節約型、環境優化型企業不斷努力。



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

節約水資源：

- 對廠區的水壓進行降壓處理，減少水資源浪費
- 加強隱蔽管道排查防漏，防止不必要的水量流失

水資源循環利用：

- 中央空調冷卻水循環再利用
- 雨水收集，再利用於園區綠化灌溉

環境、社會及管治報告

截至報告期末，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	2023年	2022年	2021年
用水量(噸)	239,862.3	214,728.4	229,001.2
用水密度(噸／人民幣百萬元收入)	138.3	125.2	119.0

7.2.3 包材管理

2023年9月1日，《限制商品過度包裝要求食品和化妝品》(GB 23350-2021)國家標準正式實施，天福積極響應並制定《關於茶葉包裝空隙率的解決方案》，優化包裝管理，減少包材使用量。為減少包材對環境的負面影響，我們制定包材管理目標，並通過優化包裝設計、包材減量化、使用環境友好型包材等綠色包裝舉措，持續推進可持續包裝的運用。

包材管理目標

- 新增產品包裝100%選用可循環利用的原材料

包材管理措施

包材減量化：

- 優化包裝設計，在保證產品運輸及儲存的前提下減少包材消耗，持續降低單位包材用量



使用環境友好型包材：

- 使用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」），減少塑料包材使用，降低環境負擔



截至報告期末，本集團包材消耗關鍵績效指標如下表所示：

包裝材料消耗關鍵績效指標	2023年	2022年	2021年
包裝材料用量(噸) ¹	661.2 ²	274.6	378.2
單位產品佔量(噸包裝／噸產品)	18.8%	20.2%	30.4%

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，披露數據選擇本集團8家附屬公司2023年銷量最高的前10款產品進行計量。
2. 2023年度本集團產品類比調整且茉莉花茶等產品銷量較去年顯著增加，故包裝材料用量較2022年度漲幅較大。

7.3. 強化排放管理

7.3.1 廢水管理

天福嚴格遵循《中華人民共和國水污染防治法》等法律法規，並嚴格按照《污水綜合排放標準》(GB8978-1996)及地方環保規定，對生產和生活廢水進行專業處理，確保達標排放。本集團設置污水處理站，不斷強化污水處理能力，改善污水排放質量，減少污水對周邊環境的影響。2023年，我們加裝3台污水在線檢測儀，並定期採樣送檢第三方，準確了解污水排放質量。經檢測，漳州天福茶業有限公司排放廢水已達到《污水綜合排放標準》(GB8978-1996)表4一級排放標準。此外，我們將收集處理後的污水用於園區綠化灌溉，實現廢水循環利用。

截至報告期末，本集團廢水排放關鍵績效指標如下表所示：

廢水排放關鍵績效指標	2023年	2022年	2021年
廢水量(萬噸)	20.4	18.3	16.0

環境、社會及管治報告

7.3.2 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，持續強化源頭治理力度，確保廢氣達標排放，同時積極探索減排技術。本集團茶葉生產過程中產生的廢氣主要為粉塵，運營過程中因公務用車產生的廢氣主要為硫氧化物等。為減少粉塵排放，我們使用布袋除塵器對廢氣處理後排放，切實落實綠色生產。



截至報告期末，本集團公務用車產生的主要廢氣排放關鍵績效指標如下表所示：

廢氣排放關鍵績效指標	2023年
硫氧化物(千克)	1.27

7.3.3 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》，遵循減量化、資源化、無害化的防治原則，嚴格規範各類廢棄物收集、存放和處置的過程，確保廢棄物合法合規處置。本集團已識別的主要有害廢棄物為廢潤滑油、廢油漆等，本年度生產運營無此類廢棄物產生，對於有害廢棄物，本年度數據因統計限制暫未披露其產生量，我們將於未來年度開展細緻識別與管理，確保合規處置。對於廢舊物資、廢紙箱和廢鐵等可回收的無害廢棄物，我們收集後進行外銷綜合利用，實現廢棄物回收再利用。同時，我們通過堆肥處理，將生產過程中產生的廢渣和廢水處理污泥作為有機肥料用於茶園施肥，積極踐行廢棄物資源化利用。此外，對於生活垃圾和其他無害廢棄物，我們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。

截至報告期末，本集團廢棄物關鍵績效指標如下表所示：

廢棄物關鍵績效指標	2023年	2022年	2021年
無害廢棄物			
無害廢棄物總量(噸)	1,426.18	1,310.96	1,494.40
無害廢棄物排放密度(噸／人民幣百萬元收入)	0.82	0.76	0.78

8. 附錄

8.1. 香港聯交所《ESG報告指引》索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標

層面	內容	披露位置
A：環境		
A1：	一般披露：	「以茶深耕」逐綠而行，踐行低碳運營
排放物	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的：	
	(a) 政策；及	
	(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	
	註：廢氣排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受國家法律及規例規管的污染物。溫室氣體包括二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、氫氟碳化物、全氟化碳及六氟化硫。有害廢棄物指國家規例所界定。	
	A1.1 排放物種類及相關排放數據。	
	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）。	
	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）。	
	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）。	
	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。	
	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。	

環境、社會及管治報告

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標

層面	內容	披露位置
A2： 資源使用	<p>一般披露</p> <p>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、存儲、運輸、樓宇、電子設備等。</p> <p>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)。</p> <p>A2.2 總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>A2.5 製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位佔量。</p>	「以茶深耕」逐綠而行，踐行低碳運營
A3： 環境及天然資源	<p>一般披露</p> <p>減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。</p> <p>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。</p>	「以茶深耕」逐綠而行，踐行低碳運營
A4： 氣候變化	<p>一般披露</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	「以茶深耕」逐綠而行，踐行低碳運營
B：社會		
B1： 僱傭	<p>一般披露</p> <p>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：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p> <p>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。</p> <p>B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。</p>	「以茶行道」以人為本，促進發展共享

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標

層面	內容	披露位置
B2： 健康與安全	<p>一般披露</p> <p>有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p> <p>B2.1 過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。</p> <p>B2.2 因工傷損失工作日數。</p> <p>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。</p>	「以茶行道」以人為本，促進發展共享
B3： 發展及培訓	<p>一般披露</p> <p>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。 <i>註：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。</i></p> <p>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。</p> <p>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。</p>	「以茶行道」以人為本，促進發展共享
B4： 勞工準則	<p>一般披露</p> <p>有關防止童工或強制勞工的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p> <p>B4.1 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。</p> <p>B4.2 描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。</p>	「以茶行道」以人為本，促進發展共享
B5： 供應鏈管理	<p>一般披露</p> <p>管理供應鏈環境及社會風險的政策。</p> <p>B5.1 按地區劃分的供應商數目。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	「以茶為守」品質為先，攜手產業共贏

環境、社會及管治報告

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標

層面	內容	披露位置
B6： 產品責任	<p>一般披露</p> <p>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：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p> <p>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。</p> <p>B6.2 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。</p> <p>B6.3 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。</p> <p>B6.4 描述質量檢定過程及產品回收程序。</p> <p>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。</p>	「以茶為守」品質為先，攜手產業共贏
B7： 反貪污	<p>一般披露</p> <p>有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p> <p>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。</p> <p>B7.2 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。</p> <p>B7.3 描述向董事及員工提供的反貪污培訓。</p>	「以茶為略」穩健治理，致力永續經營
B8： 社區投資	<p>一般披露</p> <p>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。</p> <p>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）。</p> <p>B8.2 在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。</p>	「以茶行道」以人為本，促進發展共享

8.2. 聯合國可持續目標響應

聯合國可持續目標	章節名稱	議題
	「以茶為略」穩健治理，致力永續經營	誠信合規經營 風險管理
  	「以茶為守」品質為先，攜手產業共贏	產品質量管理 客戶滿意度管理 信息安全與隱私保護 負責任營銷 知識產權管理 技術創新 供應商環境社會風險管理
  	「以茶行道」以人為本，促進發展共享	禁止童工與強制勞工 員工權益及福利 培訓及發展機會 員工健康與安全 多元化與平等機會 公益慈善
  	「以茶深耕」逐綠而行，踐行低碳運營	應對氣候變化 能源管理 水資源管理 排放物管理 廢棄物管理 包材管理

環境、社會及管治報告

8.3. 核實聲明



核實聲明

範圍及目的

香港品質保證局獲天福（開曼）控股有限公司（股份代號：6868）（下稱「天福控股」）委託對其《2023年環境、社會及管治報告》（下稱「報告」）的內容進行獨立驗證。該報告陳述了天福（開曼）控股有限公司於2023年1月1日至2023年12月31日在中國的主要業務有關經濟、環境和社會方面各項工作的表現。此核實聲明的目的是對報告所記載之內容提供合理保證。報告是根據香港聯合交易所有限公司（「香港聯合交易所」）《證券上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告指引》的要求編製。

保證程度和核實方法

此次驗證工作是依據 International Auditing and Assurance Standards Board（國際審計與核證準則委員會）發布的 International Standard on Assurance Engagements 3000 (Revised), Assurance Engagements Other Than Audits or Reviews of Historical Financial Information（《國際核證聘用準則 3000（修訂版），歷史財務資料審計或審閱以外的核證聘用》）執行。收集核實證據的幅度是參考國際準則所訂定進行合理保證的原則而制定以確保能擬定核實結論。此外，核實的內容是按照香港聯合交易所的《環境、社會及管治報告指引》而定。

核實過程包括核對有關編制報告和管理流程的資料、與持份者溝通的方法及結果、重要的可持續發展範疇、有關可持續發展表現數據的計算方法、記錄和匯報程序與及收集、整理和報告可持續發展表現數據的流程和檢查程序。具代表性的原始數據和支持證據亦於核實過程中經過詳細審閱以確保其計算方法、記錄、整理和報告過程為合理可信。

獨立性

天福控股負責收集和準備報告內陳述的資料。香港品質保證局不涉及收集和計算此報告內的數據或參與編撰此報告。香港品質保證局的核實過程是獨立於天福控股。就提供此核實服務而言，香港品質保證局與天福控股之間並無任何會影響香港品質保證局獨立性的關係。

結論

基於此次核實結果，香港品質保證局對報告作出合理保證並總結：

- 報告按照香港聯合交易所的《環境、社會及管治報告指引》的要求編製；
- 報告平衡、清晰和及時地闡述天福控股的可持續發展表現，包括對所有重要和相關的可持續發展範疇闡述；
- 報告內的數據和資料可靠。

根據核實準則，香港品質保證局沒有發現在報告內闡述的可持續發展表現信息和數據並非公平和如實地按照主要範疇作出披露。總括而言，報告如實地載述了天福（開曼）控股有限公司的可持續發展承諾、方針和表現，並且清晰地披露與其可持續發展情況和重要性相稱的表現。

香港品質保證局代表簽署

丁國滔
運營總監
2024年4月

8.4. 讀者意見反饋表

感謝您閱讀本集團《天福(開曼)控股有限公司2023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，本集團誠摯邀請您對本報告提出寶貴意見和建議。

您可填寫反饋表併發送至以下郵箱：ESG@tenfu.com

您對本集團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

您對本集團履行ESG責任的評價：

經濟責任	<input type="checkbox"/>				
社會責任	<input type="checkbox"/>				
環境責任	<input type="checkbox"/>				

您認為本報告能否反映本集團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

環境、社會及管治報告

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

您對本集團ESG工作及本報告的其他意見和建議：
