



Xiabuxiabu Catering Management (China) Holdings Co., Ltd.

呷哺呷哺餐飲管理（中國）控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

股份代號：520

2023

環境、社會及
管治報告



報告說明

時間範圍

2023年1月1日－2023年12月31日，部分內容及數據適當追溯以往年份，超出上述範圍。

發佈周期

本報告為年度報告。

組織範圍

報告範圍參見呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司

編寫依據

報告編制參考香港聯合交易所《環境、社會及管治報告指引》(「ESG指引」)，同時參考全球可持續發展標準委員會(GSSB)發佈的《GRI可持續發展報告標準》(GRI Sustainability Reporting Standards)及中國連鎖經營協會(CCCA)發佈的《實體連鎖企業／互聯網消費平台社會責任實施指南》(2021年版)。

ESG彙報原則

重要性：本報告遵循聯交所重要性原則規定，在報告中披露董事會及ESG工作小組審議ESG事宜，利益相關方溝通、實質性議題識別過程及實質性議題矩陣，具體遵循情況詳見後文對應部分。

量化：本報告中定量關鍵績效指標的統計標準、方法、假設及／或計算工具，以及轉換因素的來源，均在報告釋義中進行說明。

平衡：本報告不偏不倚地呈報本集團報告期內的表現，避免可能會不恰當地影響報告讀者決策或判斷的選擇、遺漏或呈報格式。

一致性：本報告披露數據所使用的統計方法均保持一致。

數據說明

所有數據均來自呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司正式文件和統計報告。

指代說明

為了便於表述和方便閱讀，「呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司」在本報告中以「呷哺呷哺」、「公司」或「我們」表示。非特殊說明，報告中貨幣單位「元」即「人民幣元」。

報告獲取

電子版可在本公司網站(<http://www.xiabu.com>)及香港聯合交易所有限公司網站(<http://www.hkexnews.hk>)查閱。

本報告以中英文兩種文字發佈，在對兩種文本理解發生歧義時，請以中文文本為準。

董事會聲明

呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司承諾，本公司嚴格遵守香港聯合交易所《環境、社會及管治報告指引》的披露要求進行報告的編制。經董事會授權，公司開展2023年度ESG信息收集和披露工作，本報告經董事會審議後發佈。2024財年，公司董事會將進一步完善ESG治理體系，推動公司ESG水平不斷提升。



目錄

董事長致辭	03	2. 永不滿足，締造匠心品質	27
ESG管理	05	2.1 嚴控食品品質	28
ESG管理機制	05	2.2 持續多元創新	31
聯合國可持續目標貢獻	06	2.3 完善供應體系	37
利益相關方溝通	07	2.4 堅持顧客為本	40
實質性議題分析	09	3. 敢為人先，引領低碳行業	42
專題1：綠色設計，打造環境友好餐廳	10	3.1 堅持低碳運營	43
專題2：數字化，助力餐飲高質量發展	13	3.2 優化排放管理	50
1. 關於我們	17	3.3 智護環保行動	51
1.1 公司簡介	18	4. 持續改進，踐行社會責任	53
1.2 企業管治	20	4.1 員工權益保障	54
1.3 合規經營	20	4.2 推進員工關愛	59
1.4 業績回顧	24	4.3 賦能員工發展	62
1.5 獎項榮譽	25	4.4 踐行社會責任	66
1.6 行業發展	26	未來展望	69
		ESG指標索引	70
		GRI STANDARDS指標索引	77
		讀者反饋表	80





賀光啓先生
董事長



董事長致辭

2023年是聚焦中心工作奮進關鍵之年，面對不確定的市場變化及激烈的競爭格局，呷哺集團依然堅持初心不改，砥礪前行，在變革中尋找機遇，在機遇中謀求發展，不斷突破，謀劃業務新佈局，探索業務新方向。截至2023年12月31日，呷哺呷哺實現年營業收入人民幣5,917.96百萬元，較2022年增長25.25%。

多品牌齊頭並進，助力業務增長。2023年，呷哺呷哺「回歸初心」改革經過三年的穩步推進已取得顯著成效，充分發揮高品質小火鍋的優勢，落地了「輕資產、高回報」餐廳新模型，集團旗下呷哺、湊湊、趁燒、茶米茶等品牌在激烈的競爭中齊頭並進，成為集團發展和擴張的基石。其中，湊湊高速擴張穩步發展，精細化管理挖掘盈利增長點；趁燒持續測試和打磨，提升市場競爭力；茶米茶作為「火鍋+」的創新，強化新品上新策略聯動系統內各品牌提供強勁助力。

打造全方位智能化供應鏈，服務全球化戰略。供應鏈的強弱將決定集團發展的步伐，在供應鏈智能化層面，經過集團多年的投入和佈局，已經完成了國內倉、保稅倉、海外供應商聯動的模式。通過投資分析，完成供應鏈打造的資金規劃，借助大數據分析，完善餐位佈局、設計及租賃。錫盟伊順工廠調整到位後，承載了集團羊肉的供應，以及其他肉類以及輔料類深加工業務的支持。2023年我們還成立了國際事業部，滿足國內市場需求的同時，開拓國際市場，更好地服務全球化戰略。

佈局數字化營銷，護航高質量發展。在完成集團多品牌會員系統打通後，集團總體會員數已超3500萬。為進一步增加顧客的粘性以及為忠實客戶提供更好的用餐體驗，2023年集團携五大品牌聯合打造的超級會員暢吃卡正式上線，上線半年累積銷售近百萬張，實現收入1.5億元。



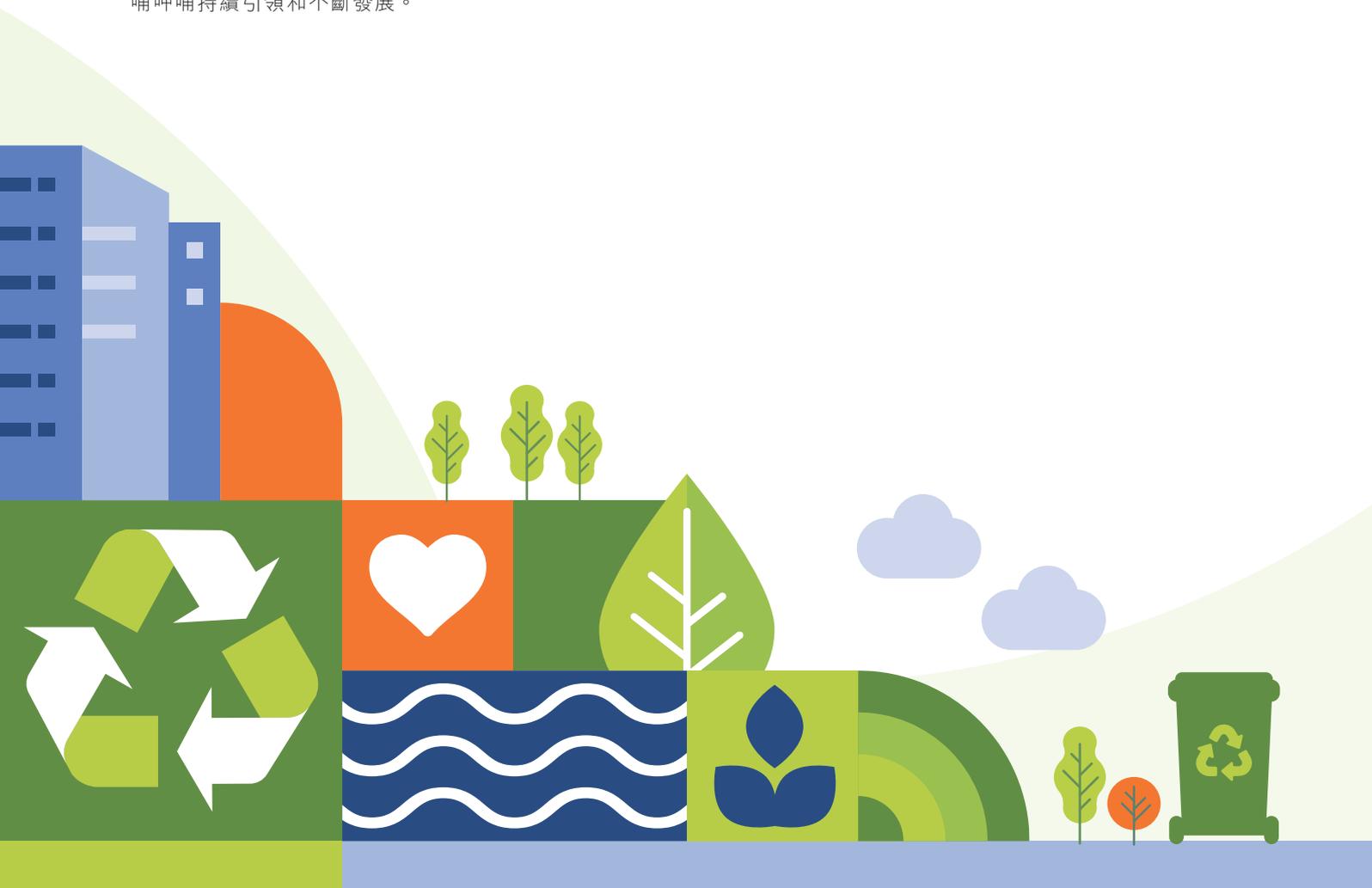
董事長致辭

嚴抓食品安全管理，盡心服務消費者。迄今為止我們一直在堅持直營連鎖，嚴控食材採購，堅持集中配送，不斷研發新菜品，提升就餐環境，開發新品牌。在落實食品安全管理方面，我們真抓實幹，嚴控採購源頭供應商的管理，利用飛行檢查等手段確保產品符合公司的標準。同時，每年耗資百萬，聘請外部第三方專業檢測機構進行產品檢測，保證食品的安全與健康。

堅持以可持續發展為主旨，踐行綠色低碳轉型。我們堅持以可持續發展為主旨，進行餐飲全方位、全產業鏈的綠色轉型，積極響應國家「雙碳目標」「限塑令」「反食品浪費」等政策，積極發揮品牌傳播優勢。我們通過門店的宣傳、集團的發聲等方式，將節約糧食反對浪費的新風尚理念傳遞給我們的消費者。在核心商業模型「一人一鍋」基礎上，通過產品研發與菜單設計，實現營養搭配和減少食物浪費。我們運用技術改革和設備更新，提高資源利用效率，減少碳排放，強化低碳綠色運營管理理念，將綠色轉型和降本增效相結合。

投身各類公益活動，不忘責任與擔當。我們在不斷發展的同時，始終不忘企業的責任與擔當，積極投身到各類公益活動中。2023年京津冀水災牽動人心，災難面前彰顯呷哺人的擔當與勇氣，我們捐贈現金100萬元，緊急調撥羔羊肉100噸馳援災區；營運伙伴們更是盡己所能深入救災一線，將500份熱氣騰騰的愛心火鍋餐通過衝鋒舟、皮划艇幾經周折送到災民手中。

呷哺呷哺已經迎來了25周年，這麼多年以來我們始終堅持夢想、堅守初心，以永不言棄的精神不斷攀登，才取得今天的成績。我們也深知市場、環境、消費者都在不斷的變化和迭代中，面對新的形勢，我們更要保持冷靜的思考、做出準確的判斷，在充滿挑戰的環境中，謀求新的發展機遇，挖掘自身優勢，與各利益相關方一起共同努力，讓呷哺呷哺持續引領和不斷發展。

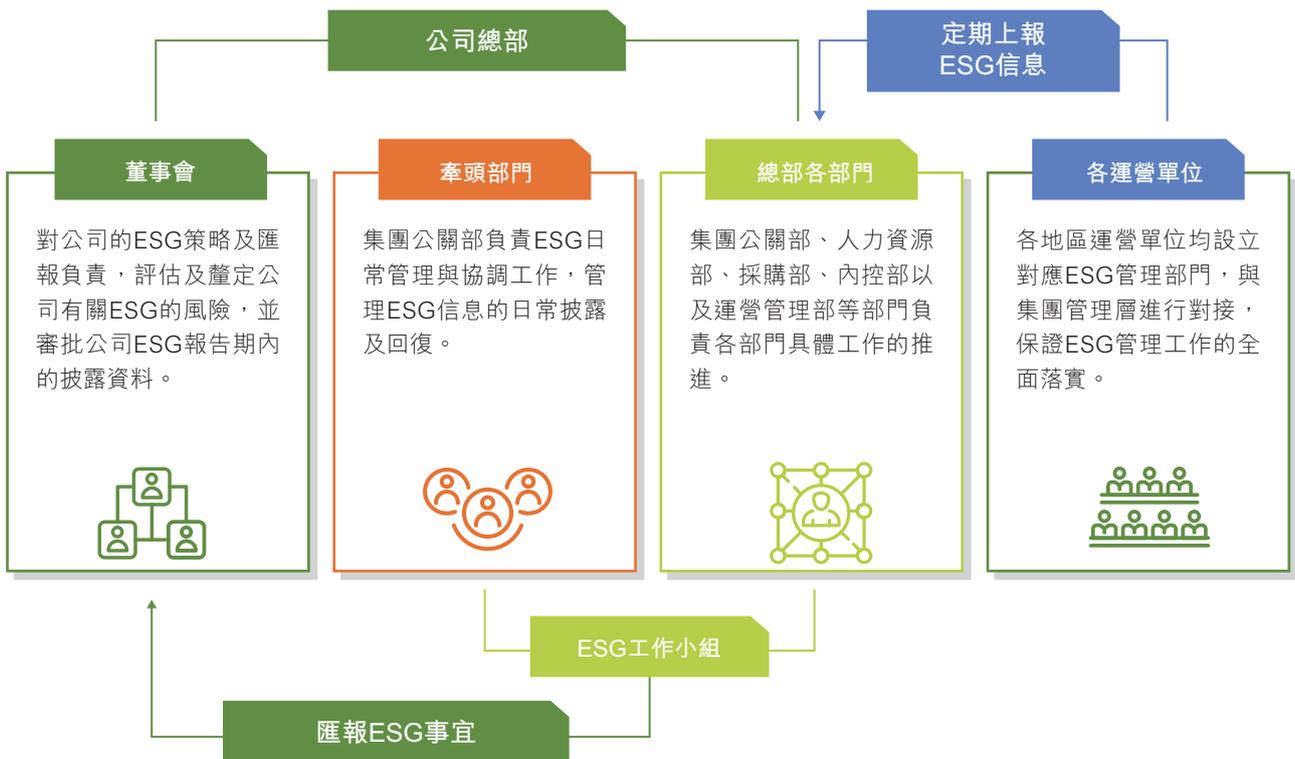


ESG管理

ESG管理機制

呷哺呷哺建立了上下聯動的ESG工作機制，確保ESG工作的有序開展。公司董事會對ESG策略及彙報負責，並負責審議、決策公司ESG重大事項；ESG工作小組負責向董事會報告ESG事宜，ESG工作小組覆蓋員工、食品安全、公益等ESG議題涉及部門。

總部公關部為ESG工作小組牽頭部門，負責ESG工作的協調和統籌；總部其他部門負責具體工作的推進與本部門分管議題的年度ESG信息維護與報送，協調各運營單位工作推進與信息上報，並設立ESG工作聯絡人，負責進行本部門議題的協調和管理工作；各地運營單位的相關部門按照總部要求，進行具體工作的落地推進，並定期上報ESG信息，形成整體聯動協同的完善體系。



ESG管理

聯合國可持續目標貢獻

聯合國提出了17個可持續發展目標，這些目標既描繪了人類美好未來的藍圖，也揭露了目前全球所面臨的挑戰。呷哺呷哺以聯合國的可持續發展目標發展為引領，在無貧窮、零饑餓、良好健康與福祉等14個目標上，貢獻屬於呷哺呷哺的力量，體現一個負責任企業的社會價值，與社會各界共同創造更美好的未來。

呷哺呷哺對可持續目標的回應：



ESG管理

利益相關方溝通

與利益相關方保持溝通、積極回應利益相關方的訴求是呷哺呷哺開展ESG管理的重要基石。我們積極考慮各利益相關方的建議，始終保持多元化的溝通渠道，與政府及監管機構、投資者、消費者等利益相關方保持溝通，持續聆聽利益相關方期望與訴求，並及時做出回應，在依法合規運營的同時，履行社會責任，共創可持續價值。

公司從可持續發展的角度，整理並形成利益相關方溝通情況表，為公司實質性議題識別工作提供基礎。

利益相關方	溝通方式	期望與訴求	我們的回應
政府及監管機構	<ul style="list-style-type: none"> • 日常溝通 	<ul style="list-style-type: none"> • 政府及監管機構 	<ul style="list-style-type: none"> • 日常溝通
投資者	<ul style="list-style-type: none"> • 定期信息披露 • 股東大會 • 日常溝通 • 官方網站 • 投資者關係專用聯繫方式 	<ul style="list-style-type: none"> • 優異的業績 • 持續穩定的增長 • 廉潔透明的運營 	<ul style="list-style-type: none"> • 持續提高價值創造能力 • 加強企業風險管理 • 透明公開的信息披露 • 強化投資者管理
媒體及非政府組織	<ul style="list-style-type: none"> • 社交媒體 • 新聞發佈會 • 座談會 • 官方網站 	<ul style="list-style-type: none"> • 對外傳播公司戰略計劃 • 獲取公眾對公司及品牌的認知 • 建立與公眾方便、暢通、合理的交流機制 	<ul style="list-style-type: none"> • 建立國內外媒體矩陣 • 定期開展新聞發佈會 • 定期發佈公司戰略信息 • 定期參加座談會等進一步拉進與公眾的聯繫

ESG管理

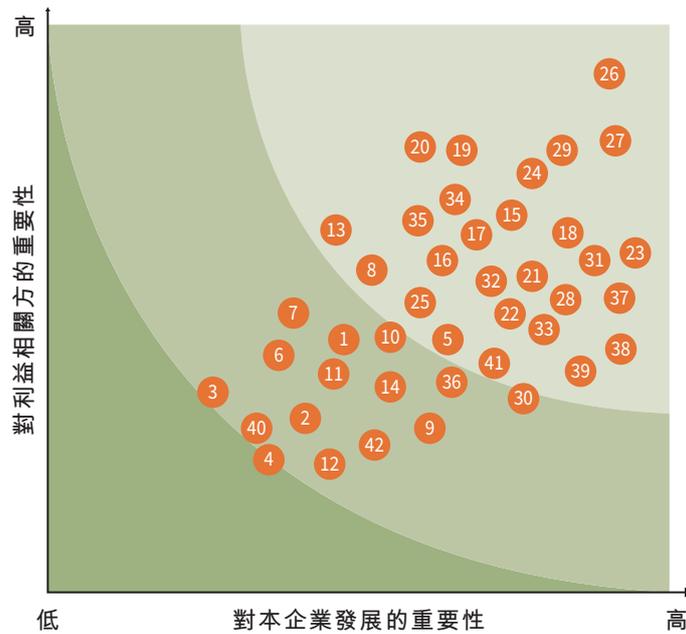
消費者	<ul style="list-style-type: none"> • 客服專線官博、官微留言互動 • 客戶滿意度調查 • 餐廳溝通交流 	<ul style="list-style-type: none"> • 食品安全 • 高效優質的服務 • 營養健康多樣的產品選擇 • 新品牌塑造 	<ul style="list-style-type: none"> • 直營連鎖 • 嚴控食材採購 • 堅持集中配送 • 精心搭配食材 • 研發新產品 • 開發適應市場的全新品牌 • 提升就餐環境 • 保障消費者權益
環境	<ul style="list-style-type: none"> • 倡導環保理念 • 堅持可持續發展 • 環境信息披露 	<ul style="list-style-type: none"> • 支持節能減排，提倡低碳生活 • 溫室氣體排放量 • 餐廚垃圾排放量 • 能源使用量 • 節約資源 • 堅持綠色可持續發展運營 	<ul style="list-style-type: none"> • 堅持推進餐廳環保低碳運營 • 餐廚垃圾嚴格管理 • 垃圾分類 • 減塑降廢 • 積極倡導綠色辦公
員工	<ul style="list-style-type: none"> • 培訓交流 • OA平台公告與反饋 • 團建活動 • 定期新員工溝通會 • 績效管理機制 	<ul style="list-style-type: none"> • 保障員工合法權益 • 薪酬福利 • 提供公平、平等的就業機會 • 提供多元化成長、晉升機會 	<ul style="list-style-type: none"> • 堅持公平招聘 • 開展多元化員工培訓和學習 • 通暢職業發展渠道 • 開展員工活動，平衡工作生活
供應商與合作夥伴	<ul style="list-style-type: none"> • 供應商評估 • 合作協議 • 定期走訪 	<ul style="list-style-type: none"> • 公平採購，誠信履約 • 保障食品質量與安全 • 產地採購 	<ul style="list-style-type: none"> • 加強採購管理 • 堅持「農餐對接」 • 全球採購 • 堅持公平公開的採購
社區	<ul style="list-style-type: none"> • 社區活動 • 社區服務 	<ul style="list-style-type: none"> • 安全合規運營 • 開展社區公益，促進和諧 • 堅持綠色運營 	<ul style="list-style-type: none"> • 開設社區餐廳 • 加強餐廳安全管理 • 開展社會公益

ESG管理

實質性議題分析

呷哺呷哺參照香港聯合交易所有限公司《證券上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告指引》和國際標準，從議題對利益相關方的重要性及對公司本身的重要性兩個維度出發，由ESG工作小組牽頭通過問卷調查、訪談溝通等形式進行社會、環境及管治議題評估分析，篩選排序形成ESG實質性議題矩陣如下。

報告期內，本集團一方面梳理在日常工作中各個部門利益相關方對於本公司關注點；另一方面，向包含政府及監管機構、投資者／股東、董事會、員工、消費者、供應商、合作夥伴、同業公司、公眾、媒體、非政府組織、專家在內的利益相關方發放了問卷。與內部和外部利益相關方溝通調查的結果形成了利益相關方關注議題的排序依據，通過議題的評估、識別、排序，形成了本集團ESG重大議題矩陣。2023年，集團共識別42個議題，發放並回收有效問卷300份，形成的重要性議題矩陣如下圖所示。



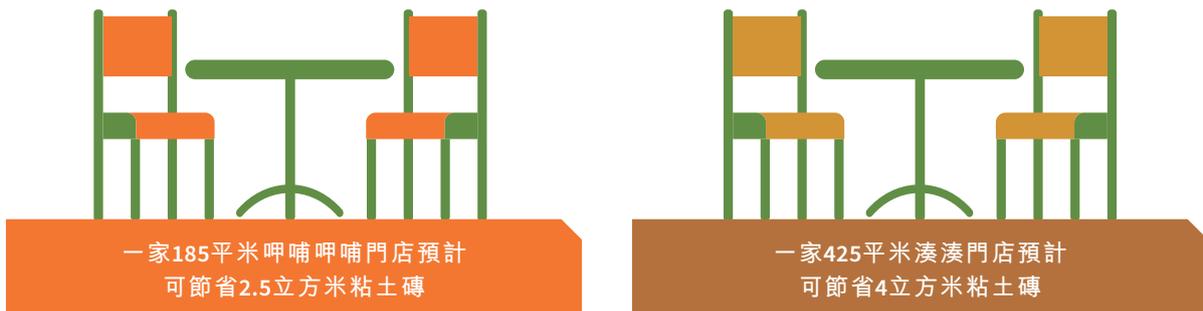
- | | | |
|---------------|-------------|-------------|
| 1. ESG理念與戰略 | 15. 員工健康與安全 | 29. 消費者滿意度 |
| 2. ESG管治架構 | 16. 員工權益與保障 | 30. 合理宣傳 |
| 3. 董事會參與ESG管理 | 17. 員工福利與關愛 | 31. 產品研發與創新 |
| 4. 利益相關方參與情況 | 18. 員工發展與培訓 | 32. 數據安全與私隱 |
| 5. 商業道德 | 19. 杜絕使用童工 | 33. 知識產權保護 |
| 6. 溫室氣體管理 | 20. 杜絕強制勞工 | 34. 食品營養與健康 |
| 7. 排放物管理 | 21. 公平公開採購 | 35. 食品浪費 |
| 8. 環保合規 | 22. 供應商篩選 | 36. 數字化轉型 |
| 9. 環境目標設立及完成 | 23. 供應鏈風險管理 | 37. 反貪污監督管理 |
| 10. 能源與資源管理 | 24. 負責任食品採購 | 38. 反貪污舉報 |
| 11. 環境及天然資源保護 | 25. 綠色採購 | 39. 反貪污培訓 |
| 12. 氣候變化風險緩釋 | 26. 食品安全 | 40. 鄉村振興 |
| 13. 包裝材料與廢物 | 27. 產品及服務質量 | 41. 公益活動 |
| 14. 多元化僱傭 | 28. 舒適就餐環境 | 42. 志願活動 |

專題1：綠色設計，打造環境友好餐廳

為了更美好的未來，呷哺呷哺希望聯合上下游合作夥伴一起提升節能減排意識，給顧客帶來安心、舒適、可持續的用餐體驗，以綠色低碳的方式擁抱生活，從踏進門店的一刻起，將環境友好的體驗貫穿顧客用餐的全部旅程。

技術突破

2023年公司持續推行節能技術改進，將綠色理念融入餐廳設計中，從新技術、新工藝和新材料等方面進行突破，提升顧客就餐環境的同時，傳遞環境友好的信息，樹立品牌形象。以往店面裝修時，通常採用粘土磚壘砌導牆基層，隨著以低碳為目標的理念的不斷深入，考慮到粘土磚的製造過程對環境的影響較大，公司決定採用模板預製定型，現拌、現澆細石混凝土的方式進行替代。據估計：



環境小百科：粘土磚的危害

由於粘土磚主要靠開挖的土壤燒結而成，製作一塊粘土磚通常需要消耗2.25公斤粘土，因此易造成土壤和植被的破壞，引起水土流失等嚴重的環境問題。其燒制過程會消耗大量的化石，產生的廢氣會進一步對環境造成污染。

為實現實木資源的節約和替代，維護生態平衡，促進森林資源可持續利用，同時滿足裝修需求，公司計劃增加合成木及複合飾面板運用，減少實木的使用。相較於實木，合成複合木克服了實木熱脹冷縮變形的特性，同時具有更高的穩定性和耐久性。其生產過程合理利用了廢舊木料，提高資源的使用效率，並減少森林資源的消耗，進一步助力綠色低碳發展。

專題1：綠色設計，打造環境友好餐廳

設備升級

餐廳日常運營過程中涉及各類設備，以節能降碳為核心，公司大力發展設備的更新改造，來降低運營過程中的能源消耗的碳排放。

燈

LED燈功率低光效高，相較於傳統燈具可以節省較多能源，並且不含汞和氙氣等有害元素，不產生電磁輻射，環境污染小，因此公司正逐步推進LED燈具對傳統燈具的替換。

- 公司總部採用LED光源替代原有傳統格栅燈盤
- 湊湊採用LED裝飾吊燈替代傳統金鹵、斗盞裝飾燈

每家湊湊門店每年可節省用電量約15,417KW.h



湊湊餐廳LED燈

變頻空調

公司也在改造門店的空調設備，逐步採用變頻空調系統替代定頻空調系統，並使用R410A冷媒替換氟利昂冷媒。通過內置變頻器調節空調壓縮機運轉速度，使壓縮機保持穩定的工作狀態，因此較定頻空調，變頻空調可節能達30%以上，並且振動和噪聲小，還可以降低噪音污染，提升就餐環境的舒適度。傳統空調中的氟利昂冷媒氣化時會破壞臭氧層，替換後使用的R410A冷媒不具燃燒傳播性且傳熱效率高，在減少環境污染的同時提高資源使用效率。

在水資源節約方面，公司計劃將餐廳外場水龍頭替換為節水型水龍頭，利用增加出水壓力，分散水流，從而減少用水量的效果。節水型龍頭較普通水龍頭節水約30%，據估算，替換後每家店每天節水約27.3升。為大力推進節能降耗，實現低碳目標，公司廣泛使用冷凍庫，公司測試用節能冷凍庫替代傳統冷凍庫，運用先進的製冷技術，根據冷凍庫的實際情況對製冷、化霜進行調節，實現降低能耗，提供能源利用率。

專題1：綠色設計，打造環境友好餐廳

裝配式裝修

綠色、低碳、節能始終是公司在可持續道路上追求的目標，裝配式裝修為綠色餐廳設計和施工提供了標準的框架。

設計標準化、生產工業化、預製批量化、施工模塊化和落地集成化是公司採用裝配式裝修的底層邏輯。在設計階段，我們的團隊力求減少廢棄物，採用定制化設計和自動數控的生產線，同時運用定制的專用接口、型材和龍骨等配件工藝，以減少現場砂石料等物料的運送和切割、焊接拼裝等工作。定制化的裝配式裝修減少了餐廳現場施工時間和施工垃圾，並有效控制了環境污染，是我們對環境友好餐廳的又一步邁進。

以綠色設計施工為起點，呷哺呷哺不斷探索環境友好綠色餐廳的新模式，並逐步推廣至所有新開門店及改造升級門店，為餐飲行業的低碳發展路徑做出持續貢獻，為餐飲消費賦予更多綠色的意義。



圖 裝配式裝修



專題2：數字化，助力餐飲高質量發展

中國烹飪協會副會長：「數字經濟已經成為實現經濟復蘇，推動可持續發展的關鍵之舉。頭部餐飲企業率先探索最新的數字化舉措，助力餐飲消費復蘇增長的同時，也將有效推動行業高質量發展。」

北京烹飪協會會長雲程：「呷哺呷哺此次聚焦會員數字化營銷，可有效提升企業在行業的競爭優勢，增強後疫情時代抗風險的能力，同時極大滿足時下消費者多樣化和個性化的就餐需求，帶來更高的複購率、品牌忠誠度和粘性，為企業帶來新的收入來源和增長動力，是數字化助力餐飲消費復蘇很好的實踐與探索。」

聚焦數字化發展

呷哺呷哺作為餐飲行業頭部企業，重視顧客的核心利益，用創新思想引領行業數字化整合營銷的全新增長，發起數字化轉型升級。

自2022年起，呷哺呷哺打造全新集團會員體系，覆蓋集團五大品牌會員等級、會員權益、會員資產互通互享，實現單品牌及多品牌的流量共增共享，首創餐飲行業集團跨品牌整合營銷模式。同時，我們強化公司內部數字化發展，推動高效、可持續的管理。自此，呷哺呷哺進入了數字化引領餐飲全產業鏈發展的新時代。

數字化體系建設

呷哺呷哺逐步建立以ERP系統為核心的數字化體系，打通了端到端的數據鏈路。公司優化內部人、財、物數字化管理，重構了e-HR系統、BOH系統，為業務發展提供穩定的基礎支撐，並實現統一入口管理，做到讓數據多跑路、人少跑腿。2023年，公司建設了合同管理系統，將一切業務都基於合同管理系統進行管控，降低業務管控風險，預留合同電子簽章能力，為未來實現合同電子化做好準備。在供應鏈端，呷哺呷哺通過WMS系統實現倉儲管理精細化，做到先進先出，批次化管理，真正做到貨品可追溯。



E-HR系統

專題2：數字化，助力餐飲高質量發展

公司致力於打造更加立體和高效的，人、貨、場業務場景。我們基於全球化戰略，制定了全球統一的聚合多品牌會員體系，基於小程序、app觸達消費者，通過構建私域運營體系，不斷壯大私域流量池，並通過數倉的能力，以及BI工具的數據分析，不斷提供業務強有力的決策支持。為提高顧客體驗，我們持續優化小程序點餐系統，未來將實現電子發票，方便顧客開具發票的同時，也實現紙張節約。



APP首頁



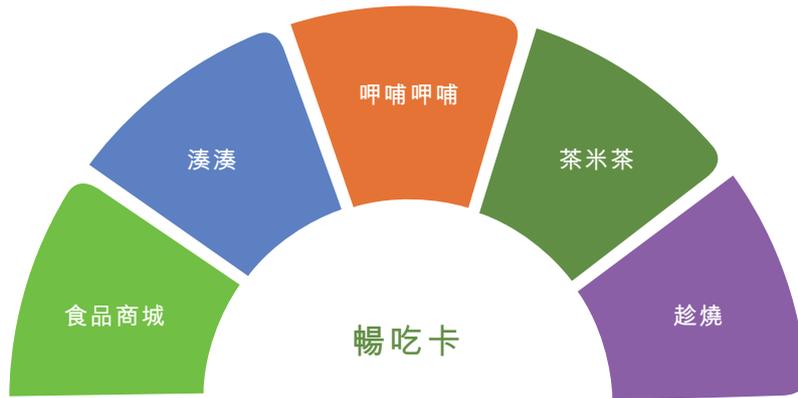
APP活動頁

我們逐步推進信息體系建設，科學、有效地應對數字化發展路程中的挑戰和機遇。公司重視人員理念的改變，構建大項目評審機制，依據科學的論證判斷做出決定，在考核業務績效中加入IT項目指標，推動員工積極性。為達到系統間穩定可靠的數據交互，我們謀劃各系統間的建設次序，強化內部系統的標準API建設，避免多數據源造成數據的差異化，確保業務信息流的通暢流轉，提供準確及時的反饋。為推進數據的標準化和系統的可持續性，我們建立系統運維制度，堅持規範化管理，推進知識庫體系建設，持續不斷的校準和維護數據質量，為業務決策提供正確的指引。暢吃卡的推出和智慧物流體系的建立標誌著呷哺呷哺進入數字化發展的新階段。

專題2：數字化，助力餐飲高質量發展

暢吃卡

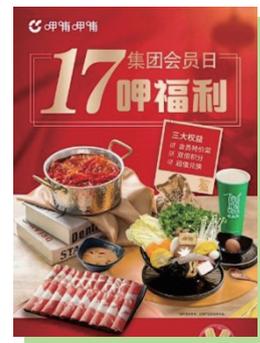
2023年5月20日，呷哺呷哺重磅推出了聚合旗下五大品牌呷哺呷哺、湊湊、趁燒、茶米茶、食品商城的跨品牌通用超級權益卡—暢吃卡，區別於行業現有的單品牌會員卡，暢吃卡彙集產品、體驗、性價比於一體。暢吃卡會員用餐福利更完善、消費體驗更尊享。呷哺呷哺以極具吸引力的價格，更精準的服務策略回饋用戶，滿足時下用戶的就餐需求，深度聚焦鎖定高淨值用戶，帶來用戶複購、品牌忠誠度和粘性保證。



暢吃卡採用統一主題、統一推廣、統一視覺對外進行集團整合營銷，首創餐飲行業集團整合營銷先例，探索數字化整合營銷的全新增長引擎，代表著呷哺集團數字化轉型的戰略決心。

**2023年完成售卡72萬張，
實現會費超人民幣1.5億。**

經過半年多的數字化運營，培養了一批高價值會員。



專題2：數字化，助力餐飲高質量發展

智慧物流

呷哺呷哺重視智慧物流體系建設，將智慧物流作為呷哺呷哺數字化的最佳入口。我們通過TMS運輸管理系統，數字化管控一年保障至少15萬噸的新鮮食材進入消費者的餐桌。

TMS運輸管理系統

- 對物流作業中的車輛只能調度、綫路優化、人員管理、費用預估和結算、溫控預警，全稱管理，提高物流作業效率。

GPS監控系統

- 運用北斗星定位系統，隨時掌控車輛運行狀況，在綫查詢車輛軌迹、實時位置。

運輸車輛溫度監控系統

- 為保障冷鏈運輸溫控達標，呷哺呷哺供應鏈全部冷鏈運輸服務車輛均已安裝車輛溫控系統。



未來的發展中，呷哺集團將以更加開放和創新的姿態迎接市場變化和消費者需求，並為推動餐飲行業的數字化、智能化和高質量發展做出更多的貢獻。

1 關於我們



關於我們

1.1 公司簡介

呷哺呷哺於1998年11月在北京創立，並於2014年12月17日在香港聯合交易所主板上市，經過20餘年的發展，已成為多品牌經營，全產業鏈佈局的餐飲集團公司，被業內譽為「連鎖火鍋第一股」。業務內容覆蓋品牌餐飲經營、肉品加工、供應鏈流通、渠道銷售、工程設計、商業地產等餐飲全產業鏈。餐廳全部採用直營連鎖發展，版圖佈局遍及中國25個省份，包括中國香港、中國台灣等，並開拓新加坡等國際市場。目前，呷哺集團餐廳門店總數近1200家，年營收規模近60億元，員工近3萬名。

在品牌餐飲領域，集團相繼推出台式小火鍋「呷哺呷哺」，輕奢台式有料火鍋「湊湊」，歡樂燒肉「趁燒」，新式茶飲「茶米茶」等；在新零售領域推出「呷哺食品」「壹心廚」，聚焦火鍋底料、蘸料、預製菜、方便食品等。基於20餘年餐飲設計裝修經驗，呷哺集團於2021年5月成立了設計工程公司，入局千億餐飲業裝修設計工程賽道，目前已服務多家知名餐飲品牌。

集團位列「中國餐飲百強企業」前列，連續榮獲「北京十大商業品牌」「北京餐飲十大品牌」「北京餐飲企業(集團)50強」等榮譽稱號。呷哺呷哺始終以「讓更多的人享受健康、營養、美味與時尚」為使命，始終秉持著「永無止境的追求卓越」的企業精神，腳踏實地邁好每一步。我們始終踐行「團結、務實、誠信、敬業、創新」的核心價值觀，朝著「有華人的地方就有呷哺呷哺」的目標而努力奮鬥，迎接未知和不斷前行，讓中國的飲食文化走向世界。

關於我們

集團發展歷程

- 1998年** ▶ 推出臺式小火鍋品牌「呷哺呷哺」，首創「一人一鍋」快餐小火鍋商業模型
- 1999年** ▶ 呷哺呷哺第一家餐廳北京西單明珠餐廳正式開業
- 2003年** ▶ 呷哺呷哺以獨具「一人一鍋」的商業模型火爆京城
- 2008年** ▶ 引入機構資本加速擴張，首次獲得全球新興市場私募基金英聯投資的資金支持
- 2009年** ▶ 集團開始進入快速成長階段，並成為中國餐飲百強企業之一
- 2013年** ▶ 集團門店數超400家，成為全國大型連鎖餐飲企業之一
- 2014年** ▶ 集團成功在香港主板掛牌上市，成為港交所中國連鎖火鍋首家上市企業
- 2016年** ▶ 創立輕奢臺式有料火鍋品牌「湊湊」，正式入局餐飲中高端賽道，啟動多品牌戰略
- 2017年** ▶ 佈局新零售賽道，相繼推出「呷哺食品」「壹心廚」等品牌
- 2019年** ▶ 佈局上游供應鏈產業，全資收購國家級農業產業化企業—錫林郭勒盟伊順清真肉類有限責任公司
- 2021年** ▶ 啟動「東擴南進」擴張戰略，加速國際化、數字化轉型，並成立呷哺(上海)設計工程有限公司，正式入局餐飲裝修千億賽道
- 2022年** ▶ 推出全新品牌歡樂燒肉「趁燒」，佈局中高端燒烤賽道
▶ 多品牌會員系統上線，數字化引領餐飲全產業鏈發展
▶ 啟動「京滬雙總部」管理模式，助力南下和海外擴張
- 2023年** ▶ 全年計劃擴張186家餐廳
▶ 成立港澳臺及國際事業部，啟動全球擴張
▶ 呷哺呷哺新加坡首店、中國臺灣首店正式亮相
▶ 率先推行跨品牌付費會員模式，聚焦會員數字化營銷

關於我們

1.2 企業管治

呷哺呷哺建立全面的組織架構，滿足合規要求基礎上，按照自身發展需求，適時進行必要調整。董事會負責指導及監督公司整體業務的發展，下設審核委員會、提名委員會及薪酬委員會。除總部職能部門外，公司還成立呷哺事業部、湊湊事業部、趁燒事業部等，專項負責各自品牌的運營與管理。



• 董事會多元化

呷哺呷哺相信董事會層面的多元化是公司保持競爭力和實現可持續發展的必要元素，因此我們制定並採納董事會成員多元化政策，在設定董事會組成時從多個方面考慮董事會成員多元化，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、行業經驗、技術及專業技能、資格、知識以及服務年期及擔任本公司董事投入的時間。為董事會保持並實現董事的性別平衡，女性董事佔比為50%。董事擁有經濟、工商管理以及法律等不同教育背景，涉及餐飲、會計及財務管理等多種行業。多元化的董事背景為公司提供了不同角度治理與發展建議。

1.3 合規經營

呷哺呷哺始終堅持依法合規經營，建立和維持適當有效的風險管理體系及內部控制系統，確保各管理流程環環相扣、良性循環發展，恪守商業道德，不斷加強反舞弊體系建設，積極開展反貪污培訓，推動各項經營管理提質增效。同時我們也注重自身品牌形象的樹立與維護，保護公司知識產權不受侵犯，維護自身合法利益。

• 商業道德

呷哺呷哺嚴格遵守《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國刑事訴訟法》《中華人民共和國反洗錢法》等國家法律法規，不斷加強反舞弊體系建設，完善和修訂內部管理制度，加強員工廉潔意識，開通反舞弊檢查，形成以風險為導向，決策、執行和監督三權分立為體系，預防為主，打擊為輔的獨立內部監控體系。公司識別舞弊風險，對貪污舞弊零容忍，報告期內，未發生進入訴訟程序的貪污案件。

關於我們



完善反舞弊體系

呷哺呷哺公開發布《反貪腐及廉潔自律聲明》，並要求合作供應商簽署《反商業賄賂協議》和《供應商誠信廉潔承諾書》。同時通過「陽光誠信聯盟」及「反舞弊聯盟」等企業反腐組織，把違反誠信原則的供應商和員工加入平臺黑名單，推進資源共享，加強企業反舞弊經驗交流，分享和學習。



修訂反舞弊制度

公司修訂《廉潔呷哺舉報獎勵制度》，為進一步加大反腐倡廉的監督力度，拓寬監督渠道，及時發現和掌握及其他工作人員違法違紀綫索，確保公司項目的公平、公正、廉潔。我們鼓勵員工積極舉報不法行為，舉報不法供應商及不法主管，保護公司合法權益不受損害。



加強員工廉潔意識

新員工入職時全部學習並簽署《員工手冊》和《商業行為及道德準則》，在職全職員工通過呷哺大學堂完成廉潔課程，同時均參與線上答題考試。2023年，更新反貪污廉潔培訓課件及配套視頻、試題。節慶假期期間，內部平臺進行了廉潔主體海報宣傳，加強宣教工作，讓員工主動拒絕供應商禮品/禮金。



開通反舞弊檢查

對貪污舞弊案件進行專項調研，重點查處貪污舞弊案件，嚴格處理相關違紀人員，將反舞弊工作落地實處。

關於我們

本年度開展反貪污培訓情況如下：

	單位	2023年
開展反貪污培訓次數	次	3
參與反貪污培訓受訓人次	人次	5,294

• 風險管理

建立以風險管理為導向的內控管理

我們從關鍵環節、重點業務領域入手，監控生產經營管理過程中高危地帶，定期分析和評估重大風險，避免實質性缺陷的發生。對已發生的事件或潛在的重大風險及重要風險進行分析，制定應對、解決或改良措施，逐步推進內控管理與風險管理的有機融合，進一步提升風險防範和抵禦能力。

2023年我們結合公司發展策略及風險偏好、業務板塊、組織架構、財務重要性水平等搭建風險管理框架，開展固有風險識別及評估、控制措施有效性評估、剩餘風險評估及持續監督工作，共覆蓋公司層面、供應鏈管理、研發管理、品質管理、門店開發及市場運營等9大模塊；密切參與資產請購、採購相關、工程管理、合同及知識產權、新址續簽閉店、市場活動管理、研發管理、制度／特批等關鍵業務領域流程47項，緊隨業務開展，評估、監督控制措施的有效性，尤其對於涉及操作風險的相關流程進行及時監督、預警、干預和控制措施優化。

完善以內控為依托的經營管理機制

呷哺呷哺一直重視內控體系建設，並不斷地完善與提升，進行縱深發展。2023年度，我們從制度體系建設和 workflows 兩大板塊入手，進一步健全內控體系，完善經營管理機制。

關於我們

完善制度建設

公司按照內控體系基本框架和總體要求，結合生產經營實際情況，建設符合自身實際情況的制度體系，使其更具可行性和可操作性。2023年，我們進行了26項制度的制定與修改，包括降本增效類5項、合規營運類5項、品質管理類7項。

理順工作流程

我們對業務流程實施符合性檢查工作以及全過程跟蹤，對發現的問題進行優化和簡化，進一步理順業務關係，統一和規範工作程序，提升工作效率。2023年，我們共開展247項OA流程梳理，352項流程優化。

開展貫穿全程的內審工作

呷哺呷哺將內審工作不僅只是局限於事後，同樣重視對事前和事中的審查。內審人員事前參與部門組織的各種採購、議價競爭性談判會議，行使內審監督權。在審計過程中，注重對問題的深入分析，提出切實有效的審計建議，並定期檢查審計建議落實情況和跟蹤整改情況，以鞏固審計成果。2023年，根據內部監標指引，公司進行370多例採購監標，22項合規介入，開展內控專案34個，發現問題58項，已完成整改及處置42項，預計明年整改完成16項。同時綜合運用結算審計、審核以及專項梳理多種手段在工程審計方面開展相關工作。

• 知識產權保護

呷哺呷哺嚴格遵守《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《商標法實施條例》《專利法實施細則》等法律法規，高度重視知識產權保護，立足於健康發展自有品牌、嚴懲侵權案件的管理理念，加強集團品牌商標註冊管理，擴大商標的使用範圍及影響力，加強商標等知識產權保護力度。針對各類侵犯知識產權行為積極採取維權措施，通過提起商標異議申請、商標無效宣告申請，向侵權方發送侵權告知函等手段打擊侵權行為，必要時通過訴訟手段保護知識產權，維護公司合法權益。

報告期內，公司持續加強商標註冊管理水平，成功申請多個自有品牌商標，擴充集團公司商標儲備。我們主動打擊侵犯知識產權的行為，通過商標權無效宣告成功打擊惡意註冊近似商標的侵權行為。針對「甲哺」「申哺」「呷哺」「甲哺」「呷哺呷哺」及「洽哺呷哺」等眾多惡意註冊行為，我們主動進行維權行動，最終前述商標均被國家知識產權局定義為無效商標，使公司品牌權益得以保障。

為進一步提升品牌影響力，增加品牌識別度，2023年公司更加注重對著作權的保護，對打造自身IP做出有益規劃。我們選擇已被大眾喜愛的卡通形象「呷哺小虎」擬進行整體知識產權佈局，着力打造專屬呷哺的IP。通過對卡通形象的深度加工，從著作權、商標、專利、數字化產品等多維度進行規劃，全面實現知識產權的全方位保護，提升集團品牌整體軟實力。

關於我們

1.4 業績回顧

2023年，呷哺呷哺創建全新的品牌與商業模式，進一步落地集團多品牌、多業態的擴張戰略。縱觀20餘年的發展歷程，呷哺呷哺始終以「讓更多的人享受健康、營養、美味與時尚」為使命，始終秉持著「永無止境的追求卓越」的企業精神，腳踏實地的邁好每一步。

收入5,917.96百萬元

截止2023年12月31日，呷哺呷哺旗下餐廳共計1,098間

2023年，

呷哺呷哺餐廳總數為境內828家，門店覆蓋118個城市

湊湊餐廳總數境內243家，門店覆蓋52個城市

趁燒餐廳總數為8家，門店覆蓋4個城市

海外餐廳19家，門店覆蓋3個城市

2023年，新開張131家呷哺呷哺餐廳，48家湊湊餐廳，7家趁燒餐廳

關於我們

1.5 獎項榮譽

「品質源自堅持」是座右銘，也是集團一直以來做事的態度。我們在不斷發展自身的同時，亦獲得了業界的肯定及廣大消費者的喜愛與青睞，連續十餘年位列「中國餐飲百強企業」等多項榮譽。從2010年起，公司及旗下各大品牌先後榮獲「中國十大火鍋品牌」「北京餐飲企業(集團)50強」「北京百強餐飲企業」等諸多榮譽獎項及稱號。在追求品質的同時，我們也積極承擔社會責任，開展公益事業，榮獲「餐飲業優秀ESG案例」等榮譽。我們始終以更高的標準要求自己，在追求卓越的道路上永無止境。

獎項稱號	頒發機構
呷哺呷哺餐飲管理有限公司2022年度中國餐飲企業TOP100	中國烹飪協會
湊湊餐飲管理有限公司2022年度中國餐飲企業TOP100	中國烹飪協會
呷哺呷哺餐飲管理有限公司2022年度中國火鍋TOP100	中國烹飪協會
湊湊餐飲管理有限公司2022年度中國火鍋TOP100	中國烹飪協會
2022-2023餐飲業領跑企業—火鍋TOP10	中國飯店協會
2023年促進餐飲業高質量發展優秀會員表彰—創新成就獎	中國烹飪協會
2023年度餐飲品牌力百強—呷哺呷哺	第五屆中國餐飲紅鷹獎評審委員會
2023年度餐飲品牌力百強—湊湊火鍋	第五屆中國餐飲紅鷹獎評審委員會
2022年數字經營典範品牌	美團、大眾點評
2022-2023北京餐飲企業(集團)50強	北京烹飪協會、北京商報社
2022-2023北京餐飲門店100強	北京烹飪協會、北京商報社
2023北京餐飲品牌活力之星	中國國際服務貿易交易會
2023中國餐飲業ESG優秀案例	世界中餐業聯合會
「新品質新賦能」2023國民品牌優秀案例	新華網
京津冀、東北等地洪澇災害救援愛心捐贈企業	中國鄉村發展基金會

關於我們

1.6 行業發展

作為中國持續高速發展的餐飲集團之一，呷哺呷哺擔任中國烹飪協會、中國連鎖經營協會、北京烹飪協會、北京市餐飲行業協會的常務理事單位或副會長單位。我們積極參與行業政策的制定，分享和學習行業領先的管理理念與管理方法，開展資源整合、商業協調等方面的工作，在不斷提升自我的同時，持續推動餐飲行業的蓬勃發展。

協會名稱	協會職務
全國台灣同胞投資企業聯誼會	副會長單位
中國烹飪協會	常務理事單位
中國連鎖經營協會	常務理事單位
北京市餐飲行業協會	副會長單位
北京烹飪協會	副會長單位
北京台資企業協會	副會長單位
天津市台資企業協會	常務理事單位

2 永不滿足，締造匠心品質



永不滿足，締造匠心品質



在閩南語中，「呷」為一口一口吃，「哺」為安全進食，「呷哺」即食用健康、滋養。「品質源自堅持」是我們的經營宗旨，堅守食品安全發展戰略，堅持以為顧客提供健康、營養、美味、信賴食物為己任，將顧客滿意作為企業經營第一要事。

2.1 嚴控食品品質

• 產品可持續管理

呷哺呷哺一直關注食材的可持續管理，包括使用國際廣泛採用認證標準，以及追溯產品全價值鏈，努力為客戶提供全程可持續的食品，為海洋資源、林地資源的保護，生物多樣性的支持貢獻一份力量。

呷哺呷哺食材可持續管理標準：

指標	國內食材	國際食材
產品認證	必須是生產資質證件齊全的正規工廠，經過食品安全體系認證的企業優先選擇。	必須在國內依法註冊備案的准入工廠，經過食品安全體系認證的企業優先選擇。
原產地追溯	可追溯到產地和養殖信息。	追溯到原產地國以及工廠註冊號。
供應商要求	必須是來自通過二方審核通過的工廠，經過內部產品標準要求的對接溝通，供貨索證索票，索取針對原料的全套合規手續。	必須是在國內依法註冊備案的准入工廠，經過內部產品標準要求的對接溝通，供貨索證索票，索取針對原料的全套合規手續。

海產品

呷哺呷哺提供的菜品中有豐富的海產品種類，包括魷魚類、章魚類、鱈魚類、海帶類、螺類、貝類等，因此我們十分重視對海洋資源的保護，確保其來源水域及捕撈方式符合可持續管理規範，不會對自身及周邊生態產生危害，保護生物多樣。我們要求和鼓勵水產品供應商具備在行業和國際上認可度高的相關認證和標準，如國際海洋理事會(MSC)和水產養殖管理委員會(ASC)的認證標準，及最佳水產養殖規範(BAP)的認證等，提高產品質量和安全可靠性的同時，促進海洋資源和生態環境的保護。

牛肉

為客戶提供優質蛋白是我們一直的目標，保證來源可靠和全程追溯是我們堅持的方法。隨著全球肉牛產業的擴張，肉牛養殖已成為全球毀林的一個重要因素，如何在滿足顧客大量需求的同時，避免對生態環境造成的負面影響，是我們探索的方向。我們要求牛肉供應商需有食品生產許可證或者定點屠宰許可證和動物防疫條件合格證，以證明所供肉品符合衛生標準和食品安全的資質要求。同時供應商還應通過質量管理體系認證，如ISO 22000或HACCP等，以確保供應商有系統規範的食品安全管理。

永不滿足，締造匠心品質

• 食品質檢體系

品質源於堅持，食品安全與質量是呷哺呷哺發展的命脈和基石，健全體系控食安是呷哺呷哺不斷追求的目標。我們嚴格遵守《中華人民共和國食品安全法》《餐飲服務食品安全操作規範》等相關法律法規以及海外各區域法律法規，落實企業食品安全主體責任。一直以來我們持續不斷在供應商管理、源頭採購、驗收檢測、倉儲配送、餐廳管理、央廚與工廠管理、基礎建設等供應鏈的全鏈條各個環節進行管理強化、體系搭建等基礎工作，全方位進行食品安全治理和監督。2023年，在市場監管機構行食品安全風險檢查的抽檢中，未出現產品不合格的情況。



永不滿足，締造匠心品質

在產品質量安全認證體系方面，呷哺呷哺採用了HACCP體系認證，ISO22000和FSSC22000食品安全管理體系，並保證相關認證資質的定期更新與真實性驗證。我們通過對食品生產過程中潛在危害的分析，確定關鍵控制點，並制定相應的控制措施，科學並系統地對風險點進行預防，以確保食品在生產、加工、儲存、運輸等環節的安全。2023年，我們對中央廚房軟硬件進行升級改造，並通過ISO22000食品安全管理體系認證。

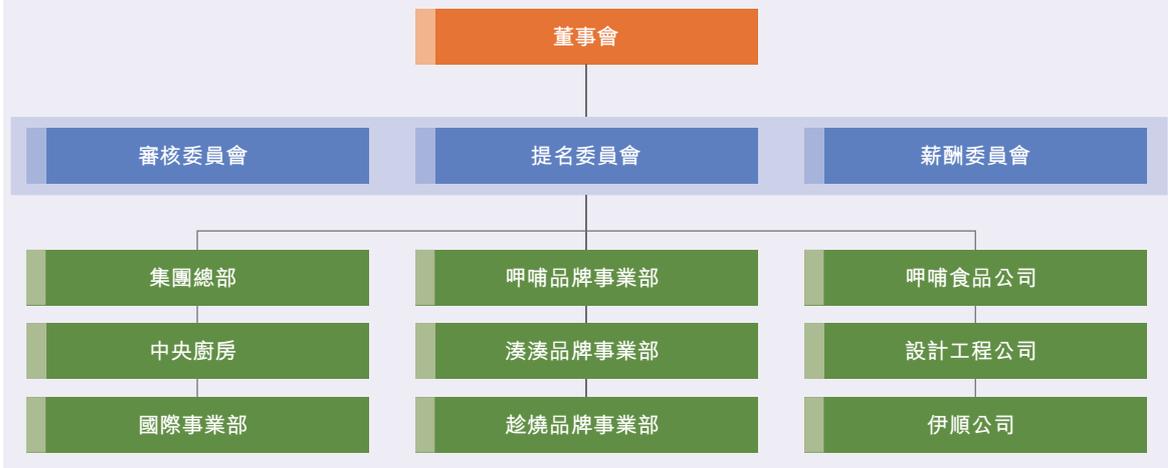
在食品安全檢查方面，呷哺呷哺不斷優化和完善人員配置和質檢體系。我們配備了專業的實驗室質檢人員，針對每一批到貨產品，批批檢測，保證每批次原料品質的一致性。在抽樣質檢環中，感官檢測每批次抽檢3%以上，並隨機抽樣進行破壞性檢測；針對不同種類的產品，我們設定了不同的指標進行安全檢查。2023年我們為嚴控品質，在生產車間新增多名質檢員，要求每天對每位員工生產的產品進行抽檢，從而保證產品穩定的高品質。

品類	指標
食材	感官指標、理化指標、淨含量等
果蔬	農藥殘留等
接觸食品材料	感官指標、二氧化硫、規格、淨含量等

專欄：湊湊—「廚匠出品，必是精品」

湊湊火鍋一直秉承並堅持「廚匠出品，必是精品」的精神，對每款產品嚴格執行選品立項、初試、調整、終試、資質審核、驗廠、海關備案、制定原料規格書等步驟，確保原料安全。同時通過原料到貨驗收、定期抽查等流程，確定到貨品質。通過嚴格的選品制度及規範化管理，食品標籤準確、透明，配料、添加劑正確標示，對上游工廠嚴格驗廠，物料原料可追溯，湊湊從最大程度上保證了產品品質，確保了食材的新鮮、衛生和安全。

為規範化出餐，湊湊制定標準化SOP、組織數字化教學培訓、制定食材效期表、標準化後台系統維護，對每一位顧客負責。標準化的出餐，豐富合理的菜單結構，合理的膳食搭配，助力湊湊做「新食尚」的推行者和建設者。



永不滿足，締造匠心品質

2.2 持續多元創新

呷哺呷哺密切關注顧客需求，時刻關注市場環境變化，持續改進，不斷在食材、產品和模式上探索，為客戶提供遠超期待的營養健康的美食。

• 營養健康

營養、健康、節約一直以來是呷哺呷哺的理念及社會責任，呷哺呷哺作為火鍋的行業先鋒，應市場環境客人消費習慣，開發出不同的產品。2023年，我們推出有機蔬菜產品系列，包括水培羅馬生菜、格林生菜、紅綠奶油生菜等，主打有機健康無污染的理念。4月份有機蔬菜在華中市場進行了試點，在22家餐廳進行了推廣，自食材上市以來平均月銷售量1,100份，平均點擊率為3.4%，受到了食客的一致好評。

在套餐設計方面，我們根據營養膳食指南設計套餐，採用肉蛋蔬等20餘種食物進行組合拼盤，推出雙拼菜、任意拼菜等菜品。豐富菜單結構的同時，合理膳食搭配，滿足顧客個性化需求，提供健康營養菜品，做「新食尚」的推行者和建設者。

• 多元產品

呷哺呷哺堅持匠心理念，從消費者需求出發，依托新資源、新模式，顛覆傳統觀念，堅持優勢產品的深度發掘與維護，打造智能型、實幹型和服務型的研發管理，不斷優化菜單結構，為顧客帶來綠色、營養、健康、安全、美味的火鍋產品。我們對現有產品進行持續性的口味優化公測及客戶端測試調研等，使產品升級更加公開化、透明化，提升顧客滿意度。同時，新產品搭配季節、區域和節日限定上新，為消費者提供更多選擇性。2023年呷哺品牌全年含茶米茶類上新86款，覆蓋11個大品類；湊湊品牌總計上新69款，覆蓋19個大品類。

呷哺品牌堂食類新品隆重推出了霸氣牛羊大滿貫、呷哺精選大米龍、羊三寶烤串；鍋底類新品韓式泡菜鍋、濃醇香辣鍋；季節限定推出呷葡1號、時令香椿；區域特色推出草原羔羊羊肝、瀑布土豆絲。同時結合傳統節日需求，按季節推出粽子、月餅、呷哺醬料禮盒等限定產品。

永不滿足，締造匠心品質

案例：超霸氣牛羊大滿貫

呷哺鉅獻，限量上市「超霸氣牛羊大滿貫」產品。「超霸氣牛羊大滿貫」突破了傳統餐具模型設計，採用兩個半圓拼接整圓，超強視覺衝擊。該菜品配有人氣臻選牛眼肉300g和呷哺人氣草原羔羊肉250g大克重肉食材出品，一盤內物料既有羊又有牛。現全國已超500家餐廳上線該產品。



超霸氣牛羊大滿貫

案例：呷哺精選羊三寶



呷哺精選羊三寶

繼2022年羔羊肉串爆品上市後，呷哺品牌繼續拓寬串類產品線上市。2023年串品製作工藝由炸變烤，豐富更多串類產品供應。羊三寶產品現推出了呷哺精選羊鞭烤串、呷哺精選羊腰烤串，不膻不膩，外焦裏嫩，營養美味；肉質飽滿、口感細嫩、嚼勁十足、營養美味。羊三寶串品全部物料原產地來自於呷哺伊順工廠，草地羊副屬性產品，讓消費者吃的放心、安心。

永不滿足，締造匠心品質

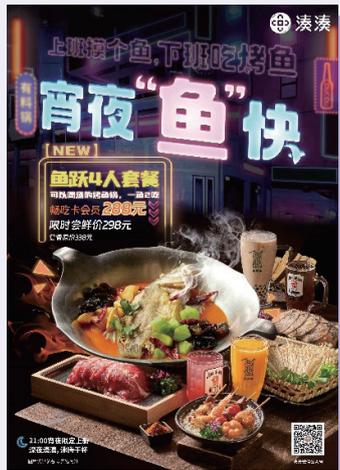
案例：花開富貴蝦仁福袋

為豐富火鍋經典涮品產品線，呷哺品牌精選深海優質魚糜製作外皮，內餡包裹大顆粒蝦仁，研製「花開富貴蝦仁福袋」。「花開富貴蝦仁福袋」外皮Q彈，鮮美可口，搭配田園西紅柿鍋和珍鮮菌湯鍋味道更上一層。獨特且美觀的產品造型，吉祥寓意的產品名稱，產品一經上市，點擊率一直保持平穩，深受消費者喜愛。



花開富貴蝦仁福袋

案例：湊湊夜宵魚躍鍋



烤魚鍋

在地域特色方面，進行產品的地域性開發，迎合區域市場口味。今年，我們在一些地域開展夜宵試點，開發「一魚兩吃」烤魚鍋，等其它性價比超高的夜宵烤魚套餐。

永不滿足，締造匠心品質

茶米茶下午茶產品線升級，多款造型甜品推陳出新，豐富下午茶套餐，同時新下午茶餐廳覆蓋至機場等交通樞紐餐廳，非餐期更多時段為消費者營造用餐場景。茶米茶新品覆蓋了奶味茶、果味茶、冷泡茶多類別，同時與可口可樂聯名推出酷兒系列飲品；除上述產品外，還推出了多款甜品、季節限定產品，例如「錢」兔似錦甜點、一顆奶香小鳳梨、粽子、月餅等。上新茶飲的同時對舊有茶基底進行優化升級，優化龍井茶，新增了烏龍茶、東方美人茶為新茶基底。茶飲創新推行月度更新，迎合時令，使我們的產品有質感、有溫度、更有新意。



蒼蘭美人雪山&蒼蘭生椰拿鐵



青梅椰萃茉香威士忌
青梅椰萃龍井
青梅紫蘇茉莉



雲朵絲絨美人烏龍&
美人烏龍珍珠奶茶



寶石紅櫻桃茉香雲朵&
紅寶石櫻桃茉香茶



開心果珍珠茉香奶綠&
大紅袍開心果燕麥DIRTY



芝士南瓜紅茶拿鐵

永不滿足，締造匠心品質

• 創新模式

以顧客感受為中心，我們不斷優化提升，只為帶給顧客更美味、更高性價比的產品。

2023年呷哺品牌共三次全國性調整菜單，不斷優化升級菜單模型。新菜單模型升級後，匹配呷哺呷哺暢吃卡會員進行定價，暢吃卡會員套餐中茶米茶飲品免費升杯。考慮到以往套餐數量較多，客戶在選擇上存在困難，我們在數量上進行了削減，拉大每個套餐間的差距，為客戶選擇提供便利。在套餐內容上，我們觀察分析了以往顧客的用餐情況，並結合顧客反饋，調整了套餐中肉品和蔬菜的份量大小，加大了肉品的份量，對蔬菜拼盤進行了減肥，在減少浪費的同時，更加突出性價比。



永不滿足，締造匠心品質

為打造輕奢聚會品牌，中心思想環扣消費者升級，透過模式、產品、服務、環境四大構面，全鏈條串接。2023年，湊湊品牌以全新姿態進行6大亮點打造，以多元模式服務客戶。

融合有料鍋物	潮流革新茶飲	國潮特色茶點
以台式麻辣鍋作為經典主打，但突破台式鍋體系，應對後疫情時代的客群需求，不定期分區引入異域鍋底及產品體驗，社交屬性之外兼具健康感。	保有原有經典奶茶、果茶之外，創造更多人氣茶、茶酒、茶咖、養生茶、茶禮，從產品構成到包裝呈現均作創新。	結合經典產品矩陣化經營，強化品牌關聯利用同類物料多維度豐滿同一產品線，緊跟目前國潮烘焙、特色冰品的拔草特性。
廚房革命預製菜	創新品質周邊	數字化虛擬產品
利用主打鍋物與菜品組合出到家湊湊禮盒，創建後疫情時代懶人經濟催生的有別於堂食、外賣的第三業務渠道。	深挖品牌特色形象及IP打造，結合時下「潮玩經濟」、「辦公室經濟」等吸引顧客購買創收或買贈、積分兌換等體驗。	打造湊湊元宇宙交互空間，利用集團會員數據賦能，增加顧客虛擬社區的體驗與消費。

永不滿足，締造匠心品質

2.3 完善供應體系

• 規範供應商准入流程

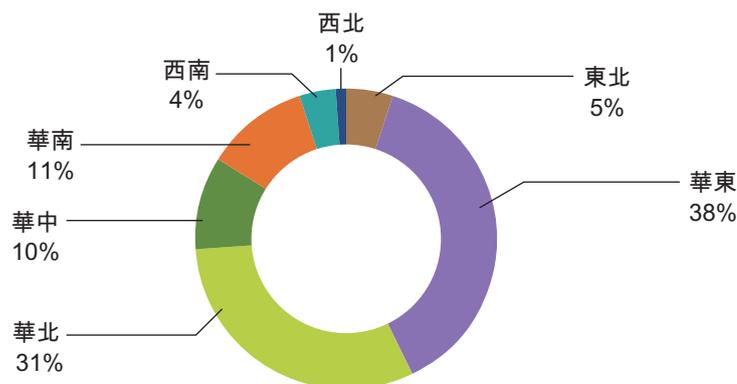
呷哺呷哺始終秉承公開、公平、公正，合法、合規、合理的原則開展採購工作，甄選優質供應商。依據招標管理制度的要求，選擇對應的招標方式，並在多部門參與、多家供應商多輪比價議價、招標議價組複審評估、再次評標議價等流程後決定中標結果。最終方案還需提報相關部門審批，進行最終引入的確認。

為規範供應商管理，確保供應產品或服務符合法律法規要求並滿足公司需求，建立質量可靠、供貨穩定、服務優質的供應商體系，同時選擇優秀且適合的供應商，協助提升供應鏈核心競爭力，呷哺呷哺制定《供應商質量准入管理準則》，多維度綜合評價和篩選，嚴格供應商准入，保障食品安全。

呷哺呷哺建立了系統完善的供應商篩選體系，在供應商入庫前，對供應商的資質、產品質量、應急能力、規模及風險進行評估，保證產品源頭品質。對供應商的評估採用現場考場為主，線上線下相結合的方式，確認供應商的實際管理情況，進行風險排查。

資質審核	對供應商資質進行評估，考察其資質是否齊全，優先考慮具備各種體系認證證書的企業
產品質量	對供應商產品質量評估，是否有食品安全問題；同時對供應商歷年產品抽檢不合格等負面新聞風險排查
應急能力	對供應商供貨應急能力評估，特別是針對臨時突發大事故
公司規模	對供應商的規模進行評估，優先考慮大型連鎖客戶合作經驗的供應商，首選行業龍頭或排名靠前企業
經營風險	對供應商存在的法律糾紛、財務糾紛等進行評估，是否可能影響生產和供應

截至報告期末，與公司合作供應商共計692家，分布如下：

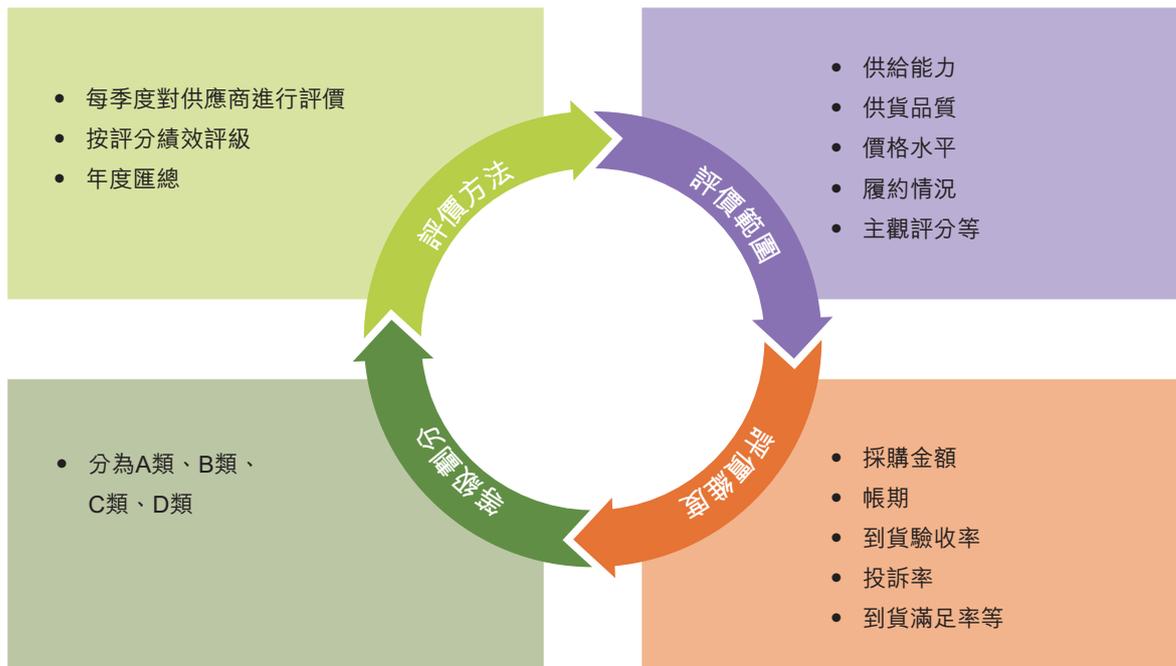


永不滿足，締造匠心品質

• 供應商管理

呷哺呷哺時刻關注供應商的到貨質量和餐廳質量反饋，如發現異常品質，及時進行追責並敦促供應商進行整改。我們定期會對供應商的潛在風險進行評估，每年1-2次食品潛在風險指標送檢，對供應商食品安全進行排查。針對質量不穩定的供應商會實施飛行檢查，並進行現場走訪，確認供應商的日常管理狀態，及時排除風險，保證供貨質量。

2023年全年因質量風險停用供應商12家，無重大食品安全事故或批量召回事件。截至報告期末，我們已完成全部供應商的評價，並計劃在2024年第一季度開展供應商的績效面談，促進供應商改善，提升供應商管理水平。我們通過完善對供應商的後評價體制，對供應商進行有效的獎懲，激勵優秀供應商，同時識別問題並採取相應的管理動作，培養供應商成為符合公司要求的合作夥伴。

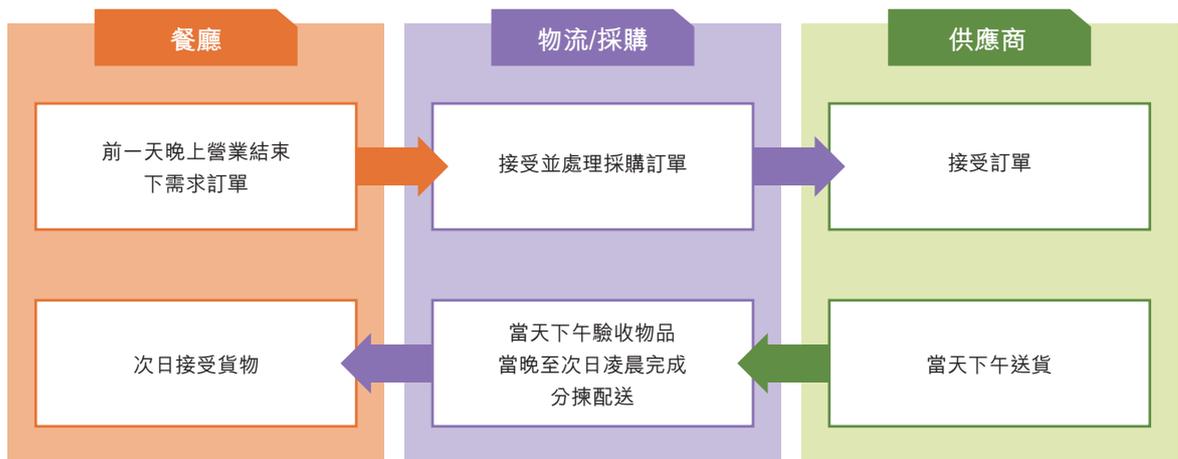


永不滿足，締造匠心品質

• 高效物流配送

果蔬

為第一時間給客戶呈送當日新鮮的水果蔬菜，集團一直堅持無庫存的果蔬運輸方式。餐廳在前一天晚上營業結束後預估果蔬需求，並向物流採購部門下需求訂單。物流採購部門需在當天接受並處理餐廳下達的訂單，並向供應商下達採購訂單。供應商在接受訂單後需在當天完成送貨，物流部門進行驗收後，於當晚至次日凌晨進行分揀配送至各家餐廳。



冷凍食品

公司配備專業冷凍倉庫和冷藏車對需要冷凍的海鮮、肉類食品進行儲存和運輸，自有冷庫及外租所有冷庫均符合標準，確保商品品質。冷凍倉庫存配備符合要求的控溫設備，儲環境溫度控制在 -18°C 及以下，進出庫作業時維持在 -16°C 及以下，確保食品新鮮。冷藏車在運輸過程中要求壓縮機全程正常運轉：裝車前廂內溫度在 0°C 以下；運輸中冷凍車廂溫度不得高於 -18°C ，冷凍產品溫度不得高於 -12°C ，冷藏產品溫度控制在 0°C 到 8°C 質檢。所有冷鏈配送車輛均需配備隔溫板，車廂門均需安排門簾。此外，所有冷鏈配送車輛還需配備固定式雙探針溫控設備，並完成授權和對接，確保TMS系統正常工作，監測運輸過程中的定位和溫度。

永不滿足，締造匠心品質

2.4 堅持顧客為本

• 提升客戶體驗

客戶的滿意度對呷哺呷哺而言至關重要，因此我們十分重視對客戶的投訴處理。通過尊重顧客、傾聽與理解、積極解決、持續改進、透明與誠信、跟蹤反饋、記錄與分析等七個方面的工作，我們更加高效和妥當地處理客戶意見和建議，提升客戶體驗。開通郵箱、客服熱線、媒體郵箱、微博、大眾點評等客戶反饋渠道，積極聆聽客戶需求，保證客戶投訴第一時間得到反饋和到百分百的解決。2023年，呷哺呷哺投訴總數目為38件，湊湊投訴總數目為8件，趁燒投訴數目為0件，客戶投訴解決率均為100%。



呷哺呷哺從大數據、員工培訓和績效考核等方面入手，進一步了解客戶需求，從而具有針對性地提升服務品質。我們要求旗下各餐廳及營運管理部門針對大眾點評，美團，口碑，微博等各大互聯網平台，開展客戶滿意度情況調查分析，精準跟進市場狀況，客戶用餐體驗情況。在此基礎上，餐廳定期召開服務案例分享會，搜集案例進行培訓分享，及時調整服務技巧，確保服務質量。同時在運營過程中時時關注顧客就餐反饋，對服務的校驗和改善提供參考依據，尋找需要進一步提升改進的地方，並將其融入到常規地員工培訓當中。為進一步激勵員工地服務表現，將客戶滿意度加入績效考核指標，進行量化管理。

永不滿足，締造匠心品質

• 基本權益保障

合理廣告宣傳

呷哺呷哺嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》等法律法規，借助各類自媒體平台，聯合品牌的媒體進行對外宣傳，杜絕虛假廣告與宣傳。公司任何廣告、文案、宣傳圖片等在公共渠道發佈之前必須前置走公司內部流程審批，該流程由提報人發起，經相關部門從各自角度，專業審核宣發內容的價值意義，並判定其是否合規，均審核批准後才可對外發佈，確保消費者接受到真實合理的廣告宣傳。報告期內，未收到監管部門有關不合理宣傳的處罰。

保護客戶隱私

呷哺呷哺十分重視對客戶的隱私保護，採取嚴格的信息安全保護措施，通過系統管理、技術支持及物理保護等手段，來保護個人信息不被未經授權的訪問、使用或泄露；同時積極響應監管機構的要求，配合調查和數據提供工作，保證用戶信息的安全和合法。

• 小程序

集團設置《會員協議》和《隱私政策條款》，確保用戶信息的合理獲取。用戶使用小程序，系統會以彈框半屏的形式，顯著提示《會員協議》及《隱私政策條款》，並設置拒絕或同意選項。用戶用餐或下單不受是否開啓定位或授權手機號或關注公眾號等操作限制，若用戶拒絕授權，將以遊客身份使用小程序，平台不獲取個人信息。除法規或用戶參與活動必要條件限制外，集團均不獲取和餐飲服務無關的個人敏感信息。後台會員系統查詢頁面，也均實現了手機號脫敏展示。

• 第三方平台

對於第三方平台，我們使用平台加密技術，同時嚴格控制信息共享。我們對消費者信息進行加密處理，確保信息在傳輸和存儲過程中不被竊取或篡改。第三方平台在與我們共享用戶信息時，須經過用戶明確同意，且只能共享必要的信息，避免不必要的個人信息泄露。

• 外送業務

在外送業務方面，我們對客戶信息在內部的流通範圍作出嚴格限定，遵循非必要不「共享」的原則。在管理時，針對每位員工所負責的業務模板拆分對應的賬號權限，嚴禁賬號共享，防止用戶信息被更改、被泄露，同時，定期對管理賬號密碼進行修改，確保信息高度安全性。

呷哺呷哺嚴格實行用戶信息監管制度，保證用戶信息隱私的安全性，2023年末未泄露過任何會員信息，未接到過任何有關信息泄露的投訴。

3 敢為人先，引領低碳行業



Tea
me
tea



敢為人先，引領低碳行業



呷哺呷哺以可持續發展為主旨，進行餐飲全產業鏈全方位、全產業鏈的綠色轉型，嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《固體廢物污染環境防治法》《中華人民共和國反食品浪費法》等法律法規，積極響應國家「雙碳目標」「限塑令」「反食品浪費」等政策，強化低碳綠色運營管理理念。本年度公司堅持在生產、辦公、物流、餐廳運營等各個環節開展節能減排工作，堅持低碳綠色運營，提升資源使用效率，減少各類廢棄物產生、踐行垃圾分類，宣傳推動反食品浪費。呷哺呷哺從多層面著手，為減緩氣候變化做出積極行動，推動企業與環境和諧發展，為共建綠色生態做出應有貢獻。2023年，公司未發生因環境問題造成的違規、訴訟及處罰等情況。

能源	以2020年為基準年，到2025年底湊湊餐廳店均耗電量減少5%。 以2020年為基準年，到2025年底呷哺呷哺中央廚房能耗總量減少10%。
用水	以2020年為基準年，到2025年底湊湊餐廳店均耗水量減少5%。 以2020年為基準年，到2025年底呷哺呷哺單店用水比例進一步下降。
循環利用	到2025年底，全國100%物流倉庫實現食材運輸保溫箱循環利用。 到2025年底，呷哺呷哺外送實現100%使用可回收餐盒包裝。

3.1 堅持低碳運營

呷哺呷哺本着「資源有限，節約無限」的管理理念，高度重視節能降耗管理以及水資源的高效節約利用，堅持節能與技術進步、加強管理相結合，開發和推廣應用節能技術，加強內部管理，強化節約意識。我們持續完善環境管理體系建設，明確公司級各部門環保負責人，進一步減少能耗，減少能源浪費，開展內部環保培訓，從多層面著手，為減緩氣候變化做出積極行動，減少公司生產和運作過程中對環境的影響，推動企業與環境和諧發展。

敢為人先，引領低碳行業

呷哺呷哺的溫室氣體排放主要產生於運營、生產和行政辦公過程中消耗的各種能源，主要包括汽油、柴油、天然氣和電能。報告期內各排放及資源使用數據如下表所示：

指標	單位	2023財年
耗電總量	千瓦時	216,562,229.49
單位營業收入耗電量	千瓦時／百萬元	36,594.06
汽油消耗量	升	12,267.94
單位營業收入汽油消耗量	公升／百萬元	2.07
市政用水消耗量	立方米	1,343,163.51
單位營業收入市政用水消耗量	立方米／百萬元	226.96
餐飲污水排放量	立方米	1,780,090.40
單位營業收入餐飲污水排放量	立方米／百萬元	300.79
生活垃圾及廚餘垃圾	噸	63,540.83
天然氣消耗量	立方米	830,114.63
單位營業收入天然氣消耗量	立方米／百萬元	140.27
範圍一：溫室氣體直接排放	tCO ₂ e	1,845.81
範圍二：溫室氣體間接排放	tCO ₂ e	123,505.44
溫室氣體排放總量	tCO ₂ e	125,351.25
單位營業收入溫室氣體排放量	tCO ₂ e／百萬元	21.18

敢為人先，引領低碳行業

- 註： 1. 溫室氣體排放量計算方法參考世界資源研究所(WRI)和世界可持續發展工商理事會(WBCSD)發佈的《溫室氣體核算體系企業核算與報告標準》、政府間氣候變化專門委員會(IPCC)發佈的《2006年IPCC國家溫室氣體清單指南》；用於範圍二計算的電網排放因子參考生態環境部發佈的《企業溫室氣體排放核算方法與報告指南(2022年修訂版)》中的全國平均電網因子；
2. 餐飲污水排放量計算方法參考《第一次全國污染源普查城鎮生活源產排污係數手冊》。

• 優化資源利用

本年度，呷哺呷哺進行全面節能降耗活動，持續推行節能技術改進工作，著重新技術、新工藝、新材料的應用，同時增強全員節能降耗及環保意識，全年完成確定的節能目標，達到行業能耗標準。此外，公司提倡循環經濟，推行可降解包材，加強包材回收利用。公司主要使用紙箱、紙杯、塑料杯、蛇皮袋、打包袋、塑料吸管、打包盒、外賣打包包材、可降解包材。上述包裝材料消耗總量為11,787.64噸，每百萬元營業收入包裝材料耗用量為1.99噸。

能源管理

- 為加強公司節能管理，提高能源利用效率，呷哺呷哺制定《節約能源管理制度》；
- 成立了以集團副總裁為首的、多部門參與的節能管理小組，並確定了小組成員的職責及工作目標。節能管理小組成員跨公司多個部門，為節能工作的開展提供了堅強的後盾；
- 能源管理小組負責搜集並傳遞節能環保相關政策，組織相關培訓，組織公司節能環保計劃、能源、核查各部門節能情況數據統計等工作。同時負責編寫各類年度能源利用狀況報告，積極上報相關政府主管部門。

節能技術改造

- 廣泛採用LED光源代替原有格燈盤和造型燈；
- 空調設備逐步採用變頻空調替換定頻空調；
- 使用帶有驅動控制器、探霜傳感器和電子膨脹閥的節能冷凍庫測試替代傳統冷凍庫。

敢為人先，引領低碳行業

日常節能管理

- 合理使用照明，根據餐廳的營業時間和天氣情況，調整照明設備的開關時間，選擇高效節能的照明設備；
- 控制電器使用，在非營業時間或客人少的時候，減少電器的使用，如關閉空調、電視等。推廣使用節能電器，如節能型烤箱、微波爐等；
- 使用智能電力監測系統，實時監測電器設備的能耗情況，定期檢查和維護電器設備，及時更換損壞的電器元件，優化電器使用方案，避免能源浪費，降低電能消耗；
- 對物流作業中車輛智能調度、線路優化等方面實現全程一體化管理提高整體物流作業效率；
- 推動辦公室綠色節能行動，在開關處張貼節約用電等標識，提高員工節能意識；
- 鼓勵員工低碳通勤，選擇綠色出行方式，提倡線上會議。

水資源管理

- 推行依法管水、科學用水、自覺節水，積極倡導員工用水完畢及時關閉水龍頭；
- 加強用水管理，及時做好管道維護工作，杜絕跑冒滴漏現象；
- 推進洗菜機、洗碗機的使用，大幅度提高水資源利用效率；
- 食材清洗盡量使用循環水，避免一次性大量用水。根據食材的特點選擇合適的清洗方式，減少用水量；
- 避免水資源浪費，嚴禁用水沖刷不必要的牆面。

節約物料

- 推行無紙化辦公，打印紙推行正反兩面使用，採用線上提交電子發票等方式，推動了辦公用紙的節約；
- 採用無紙化電子發票系統，實現顧客自助掃碼開票；
- 組合牆板使用可回收金屬材料，進一步減少砂石、水泥、瓷磚等需要使用大量能源和自然資源的材料；
- 減少一次性用品使用，持續推行保溫箱、周轉箱、冰磚的使用，減少紙箱和聚氨酯泡沫箱的使用。呷哺呷哺下屬品牌湊湊、茶米茶、呷哺呷哺所使用的單杯袋、雙杯袋、四杯袋全部改為可降解的PLA材質。

敢為人先，引領低碳行業

案例：設備更新和系統搭建助力資源高效利用

可回收金屬組合牆板



200平米呷哺呷哺餐廳預計約節省11m³建築砌塊，節省197m²瓷磚；500平米湊湊餐廳預計約節省16m³建築砌塊，節省275m²瓷磚。

節能智能冷庫



增加冷庫智能控制箱和設備後，冷庫平均每天耗電量降低約1/3即27-30度左右，預計一個冷凍庫全年可節電4,000度左右。

洗菜機



提高水資源利用效率，從源頭處減少水資源的使用。每台洗菜機每年可以節約用水約127.75噸。

物流運輸系統



加強物流車輛調度，配送車次減少約7,200次，碳排放減少約34萬噸。

敢為人先，引領低碳行業

• 應對氣候變化

呷哺呷哺持續關注氣候相關問題，積極推動氣候變化應對行動，持續向低碳經濟轉型。為落實《聯合國2030年可持續發展議程》並嚴格遵循《中國應對氣候變化國家方案》，我們識別可能或已經對公司產生重大影響的氣候變化風險，全面加強氣候變化風險管理，並在各運營地有序開展節能減排工作，減少溫室氣體排放。同時，我們積極完善碳排放信息披露，將氣候變化與集團未來緊密相連，以最大努力為應對氣候變化。

氣候相關風險	風險類別	潛在影響	應對舉措
轉型風險	政策與法規風險	氣候變化相關的監管與披露要求日益嚴格，公司推動全球化業務需要滿足更多合規要求；	積極關注政策動向，設立專門工作組及人員跟踪國內國外法規動態，按照規定的管理企業的環境問題，避免合規風險，助力國際化業務發展；
		隨著碳中和等環境政策的出台，未及時調整公司戰略、制定應對措，可能會導致公司業務面臨額外的成本壓力；	將環境治理納入公司長期規劃，評估履約成本；
		不遵守法律會造成訴訟風險及罰款損失。	按照國家法律規定的標準管理企業的環境問題，避免訴訟風險罰款損失。
市場風險	市場風險	由於氣候變化造成原材料、倉儲、物流等費用上漲，帶來公司成本上升的風險；	持續關注氣候變化對市場的影響，提前制定應對舉措。加強供應鏈一體化建設，提高供應鏈韌性，共同加強應對氣候風險的能力；
		顧客對可持續發展的關注度持續上升，可能更傾向於提供低碳、環保服務的企業，未能及時調整公司戰略可能導致市場份額下降的風險。	制定可持續發展戰略。加強自身環境管理能力建設，加大公司的環保投入，以滿足顧客對公司的期待。
技術風險	技術風險	未能及時識別並採用節能、數字化技術會導致公司運營、倉儲、物流的能耗使用增長，以及成本的上漲。	積極採用低碳技術，逐步淘汰高排放設備，同時積極推進公司數字化體系建設。

敢為人先，引領低碳行業

氣候相關風險	風險類別	潛在影響	應對舉措
	聲譽風險	投資者和利益相關方對氣候風險的披露和透明度持續提高，未能披露及時、全面地提供氣候相關信息，將有可能使投資者喪失信心，公司喪失更多融資的可能。	公司積極響應各個利益相關方訴求，加強氣候相關信息的披露，提升公司信息透明度。
物理風險	急性風險	原材料生產地、菜品運輸途中受到颱風、洪澇、乾旱、極寒、極熱等天氣的影響，可能會造成供應鏈中斷、原材料質量受到影響等問題。	充分識別及評估氣候變化帶來的急性風險，關注極端天氣預警，制定應急預案及應急演練計劃，全面提升公司及相關人員應急救援處置能力。
	慢性風險	全球氣候變暖，海平面上升等極端氣候增加，沿海地區的生產基地可能受到影響； 氣候變化導致城市基礎設施脆弱，物流運輸可能受到影響。	制定全面的氣候風險管理戰略，確保在公司整體戰略中充分考慮氣候風險。

氣候相關機遇	機遇類別	機遇影響	機遇把握
數字化減碳解決方案	產品和服務	數字化發展可能給公司帶來新的節能減碳機遇。	公司推進智慧物流解決方案，推進高效物流。
節能舉措應用	能源	識別並採用節能措施可以減少能源消耗，從而降低經營支出。	積極採用低碳技術，推進節能舉措的實施。
吸引市場投資	市場	積極應對氣候變化，在資本市場維持良好聲譽，有助於吸引投資，降低融資成本。	持續完善氣候管理戰略、舉措，積極開展行動，加強氣候相關披露，成為氣候對應的領導者。

敢為人先，引領低碳行業

3.2 優化排放管理

呷哺呷哺將廢棄物排放管理作為環境管理的重點內容，嚴格遵循《固體廢物污染環境防治法》等國家相關法律法規，高度重視不同種類的排放物管理，制定相應管理制度，對排放量進行持續監測，嚴控污染物排放，積極開展垃圾分類等減排舉措，減少排放物對環境的影響。

• 排放物管理

呷哺呷哺與資質單位簽訂定期檢測協議，持續追蹤並掌握污染物排放水平，出現超標及時修正，確保污染物合規、達標排放。本年度，呷哺呷哺廢水、廢氣、噪聲等環境污染物達標排放。同時，為更好的履行減少環境污染，節省土地資源的社會責任，我們持續執行做好垃圾分類，推廣淨菜，減少餐廚垃圾的產生。中央廚房產生的無害可回收垃圾100%由專業的回收公司回收。

餐廚垃圾處理

分類處理 垃圾分類是餐廳日常運營中的重要環節，根據垃圾的性質將其分為有機、無機和有害垃圾，以便進行後續的專業處理，有機垃圾可進行生物處理，轉化為肥料或生物燃氣；無機垃圾可用於回收或填埋；有害垃圾需專業處理，避免對環境造成污染。

回收利用 餐廳內的紙製品、塑料、玻璃等可回收物品，應定期收集並交給專業的回收機構，實現資源的循環利用，飲料瓶、食品包裝等可回收物品，鼓勵顧客將其留在餐廳內指定的回收箱內，方便後續的回收工作。

生物處理 對於有機垃圾，如廚餘垃圾，可以引入微生物菌劑進行堆肥或厭氧發酵，轉化為肥料或生物燃氣，用於園藝、烹飪等。生物處理不僅解決了垃圾的處理問題，還能實現資源的循環利用，降低對環境的負擔。

焚燒處理 對於不能進行回收或生物處理的垃圾，如塑料、紙張等，可以進行焚燒處理，焚燒產生的熱量可以用於發電或供熱，實現能源的回收利用。焚燒處理應配備先進的煙氣處理設備，以減少對大氣的污染。

填埋處理 對於一些無法回收、生物處理和焚燒的垃圾，如建築垃圾等，可以進行填埋處理。填埋場應嚴格按照相關規定進行建設和管理，防止對地下水和周圍環境造成污染。

深挖減少廢棄物潛力：仿真竹葉代替鮮竹葉

呷哺呷哺門店使用的鮮竹葉為一次性產品，使用完畢直接廢棄，因材質原因無法再次使用，經測試，仿真竹葉可以完全替換鮮竹葉，保證門店可以重覆使用。報告期內，呷哺呷哺尊享版門店將使用的鮮竹葉更換為仿真竹葉，減少一次性使用，變為重覆使用，減少垃圾產生。



敢為人先，引領低碳行業

3.3 智護環保行動

呷哺呷哺始終秉持「人人參與保護生態環境，擁有碧水藍天」的公司理念，通過開展多項環保活動，落實環保要求，積極培養員工的環保意識，同時，重視綠色餐飲，致力於向顧客傳播杜絕浪費、珍惜食物、保護環境的綠色理念。

• 環保綠色活動

公司以制度為抓手，從小事做起，人人參與，提升全員環保的責任感、使命感。公司開展全員垃圾分類宣導，在垃圾點張貼垃圾分類宣傳圖，落實垃圾分類要求。此外，我們開展了「4·22地球日」、「6·5世界環境日」環保宣傳工作，張貼環保宣傳標語。

• 反對食品浪費

在反食品浪費方面，呷哺呷哺從餐飲全產業鏈進行全方位綠色轉型，減少食物浪費，積極創造可持續價值。同時，公司推出「光盤行動」「節約糧食」「減少浪費」的理念，在產品出品上進行了調整，推出半份菜品、小份菜品、蔬菜拼盤精減營養合理搭配，向顧客提倡適量點餐，對於剩餘的食物，鼓勵顧客打包帶走，減少食物浪費。

全產業鏈反食品浪費轉型：

產品端

- 推出套餐、雙拼菜、小份菜，在營養均衡的搭配上也保障減少食物浪費。

供應鏈端

- 採用“農餐對接”模式，就根莖類的產品進行淨菜採購的測試；
- 進行數字化改革減少食材浪費，通過TMS運輸管理系統數字化管控。

門店端

- 使用餐廳“營運大腦”——BOH日店後廚管理數字化平台，實現訂貨、庫存、損耗、水電等方面數字化管理，損耗率大大降低。

敢為人先，引領低碳行業

提倡顧客適量點餐

- 呷哺呷哺2023年推出小份菜產品，目前在全國311家店進行推廣，涵蓋華東、華南、華中、東北、西北市場；
- 全國蔬菜拼盤精簡瘦身收到了成效也得到了好評，保留食客喜愛的食材，優化其它的食材，經過餐廳現場觀察基本做到食材不浪費或者打包帶走，落實了「光盤行動」理念。
- 有機蔬菜上市以來平均月銷售量1,100份，平均點擊率為：3.4%；
- 小份菜合計點擊率為：55.8%，平均單品點擊率：3.88%；



員工餐廳減少食物浪費

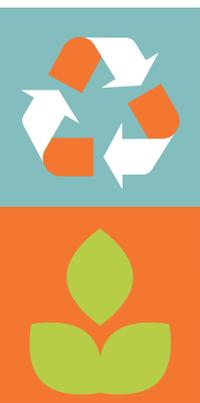
供餐方式調整，提升節約效率：

中午用餐人數集中即採用問詢式的打餐形式，根據員工食量提供；晚餐用餐人數減少即採用自助取餐形式，鼓勵員工適度取餐，取後用盡，光盤行動。平均每餐廚余垃圾由原來25KG降低到10KG，極大減少食物浪費，降低了廚餘垃圾的排放量。

建立懲戒機制，對浪費行為進行公示公告：

企業在辦公區、員工餐廳等多個場所，大力宣傳節約糧食、反對浪費標語，倡導節約精神。委派專人在用餐期間進行管理和抽查監督，針對食物浪費行為進行勸導，多次造成浪費的進行公示，將反食物浪費真正上升到企業管理高度。

4 持續改進，踐行社會責任



持續改進，踐行社會責任



「以人為本」是呷哺呷哺始終秉承的基本理念，我們將員工視為企業發展的重要資源，堅信只有切實保障員工利益，關注員工身心健康，助力員工成長發展才能支持企業長遠發展。此外，公司積極履行社會責任，投身公益事業，展開多種公益慈善活動，惠及有需要的人群，推動社會共榮。

4.1 員工權益保障

呷哺呷哺嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《禁止使用童工規定》等相關法律法規，持續優化人力資源管理機制。我們尊重人權，堅持平等合規僱傭，反對任何形式的歧視行為，建立公平統一的薪酬福利體系，明確並切實保障每一位員工的基本權益，激勵員工與公司共同進步。此外，公司暢通民主管理渠道，建立健全職工反饋與溝通機制，整合內外部人才資源，致力於打造多元、包容的人才隊伍。

報告期內，未發生僱傭童工、強制勞工的相關訴訟案件。

• 公平合規招聘

呷哺呷哺本著「公平、公開、平等」的用工原則，堅持「任人唯賢，擇優錄用」的用工理念，致力於打造值得信賴的僱主品牌，吸引多元化適崗人才，為公司擴大經營規模和調整結構提供可靠保證。公司建立健全勞動保障制度，保障全體員工依法享有的權利，杜絕各類歧視，堅決反對童工、強制勞動等行為，致力實現多元、平等、合法合規的僱傭。

持續改進，踐行社會責任



招聘政策

確保合規僱傭，反對童工、強制勞工

公司通過E-HR系統強制限制不符合國家規定用工年齡的員工的錄入，從源頭切斷了僱傭童工的可能性；同時公司會不定期對餐廳進行人事稽核，對用工風險的監控尤為嚴格和重視，並與績效掛鉤。

深化校企合作，開拓招聘渠道

進一步加強並拓寬國內招聘渠道建設，深化校企合作，整合線上線下招聘資源，創新多種在線招聘方式，內外結合確保招聘效率與質量。同時積極拓展海外招聘渠道，以吸引更多有國際化視野優秀人才加盟。

強化公平競爭激勵內部招聘

合理運用內部招聘資源，梳理內部崗位劃分，優化組織架構，加大宣傳內部推薦、重新聘用等內部招聘激勵政策，保障內部優秀人員享有平等競爭的機會，在縮短招聘周期的同時保障了員工的穩定性。

堅持多元僱傭，倡導包容理念

堅持男女平等的用工原則，持續推動員工多元化，倡導多元及包容的職場氛圍，採取多種方式吸引並留住多元適崗人才。杜絕因年齡、性別、地區、文化背景、宗教等因素造成的歧視行為，實現員工合理分布，保障多元、平等、包容的工作氛圍。



2023年工作重點

拓展海外招聘渠道

2023年集團積極開拓海外招聘通道，共開拓新加坡等東南亞區域渠道近10個。

加強國際化視野

2023年總監級人員有海外留學或工作經歷背景人員位比增加近20%，有效幫助集團國際BU事業部的設立與工作落地開展。

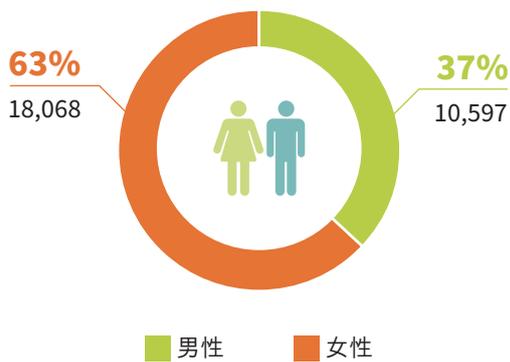
推動上海辦公室招聘

集團2022年在上海設立第二總部，2023年集團總部上海辦公室崗位招聘達成率為98%，保障了集團上海總部各項工作的順利開展。

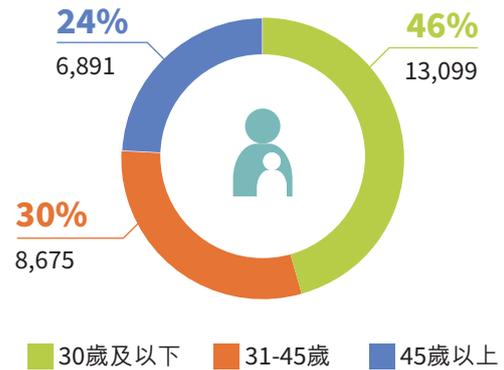
持續改進，踐行社會責任

呷哺呷哺堅持平等僱傭，不斷優化人員結構。截至報告期末，呷哺呷哺共有員工28,665名，員工分布結構如下：

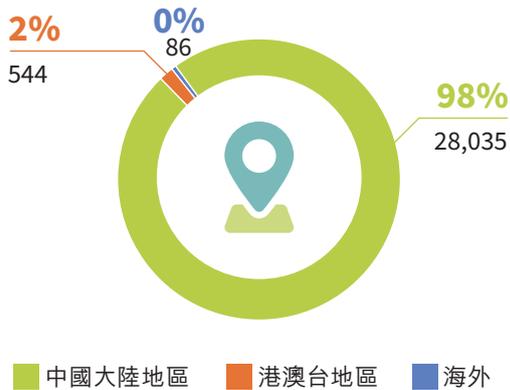
按性別劃分的雇員數目



按年齡組別劃分的雇員數目



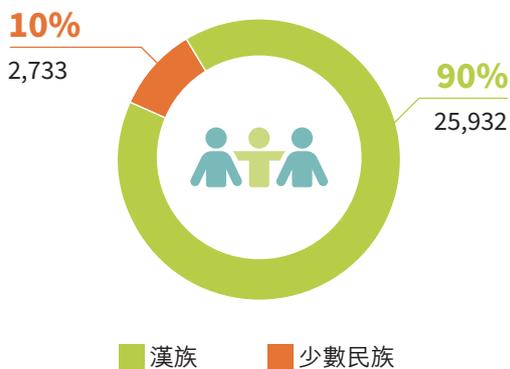
按地區劃分的雇員數目



按雇傭類型劃分的雇員數目



按民族劃分的雇員數目



持續改進，踐行社會責任

指標	單位	2023財年
員工流失		
員工流失率	%	127.64%
男性員工流失率	%	159.01%
女性員工流失率	%	109.15%
30歲及以下員工流失率	%	286.00%
31歲-45歲員工流失率	%	91.00%
45歲以上員工流失率	%	17.00%
中國大陸員工流失率	%	127.00%
中國港澳台地區員工流失率	%	140.00%
海外地區員工流失率	%	127.00%
工傷數據		
2021財年因工死亡人數	人	0
2021財年因工死亡比例	%	0%
2022財年因工死亡人數	人	0
2022財年因工死亡比例	%	0%
2023財年因工死亡人數	人	0
2023財年因工死亡比例	%	0%
因工傷損失工作日數	天	6.33

持續改進，踐行社會責任

• 薪酬與福利

呷哺呷哺嚴格遵守《勞動法》《勞動合同法》等相關法律法規，按照「效益優先，兼顧公平」的原則，建立了統一的薪酬體系，並在崗位價值和績效表現基礎上，依法確定企業內部工資分配制度和分配形式，合理拉開收入差距。公司結合企業經濟效益的實際達成情況，提升在職員工薪酬水平，針對不同業務和發展階段的員工制定不同的薪酬和激勵機制，實行利潤分紅，月度獎金、季度獎金、年度獎金。通過崗位、績效、能力三大薪酬要素，做到短期與長期激勵相結合，激發員工工作能動性，同時增長企業效益，實現公司和員工的共贏。此外，公司實行人工預算管理，每年對員工的收入狀態進行分析，工資總額與企業效益聯動，並積極穩妥地開展增資工作，制定年度增資方案，調整薪資政策，提高員工薪酬福利待遇。

2023年，公司持續推動營運激勵及職能考核機制的健全和完善，引導業務端更加專注經營，職能端盡全力做好支持工作。同時，公司重新修訂限制性股票激勵機制，完善針對業務單位的激勵規則，量視各單位業績貢獻，充分體現多勞多得的原則，激勵員工進取。

工時及假期	<ul style="list-style-type: none"> • 遵循《中華人民共和國勞動法》規定的工時規定； • 保障員工在國家法定節假日休息的權利； • 提供婚假、喪假、探親假、產假、計劃生育假等帶薪假期。
五險一金	<ul style="list-style-type: none"> • 為員工提供養老、工傷、生育、失業、醫療五大社會保險及公積金； • 為餐廳職工辦理僱主責任險，覆蓋全國所有餐廳。
員工關懷	<ul style="list-style-type: none"> • 為全體員工提供免費工作午餐或餐費補助； • 為特定需要的崗位員工提供交通、電話、出差等補助。

持續改進，踐行社會責任

4.2 推進員工關愛

呷哺呷哺始終堅持「以人為本、誠信務實」的原則，作為負責任的僱主，重視保障員工安全與身心健康，將安全生產與職業健康放在工作的首位，通過制度保障及各項舉措全面打造安全、舒適的工作環境。同時，我們重視對員工的關懷，為員工提供暢通的溝通渠道，舉辦各類員工關愛活動，鼓勵員工在工作與生活之間取得平衡，致力於提高員工幸福感與歸屬感，提高企業的凝聚力。

• 員工健康與安全

呷哺呷哺嚴格遵守《中華人民共和國消防法》《中華人民共和國安全法》《生產安全事故應急預案管理辦法》《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國特種設備安全法》《危險化學品安全管理條例》等法律法規，秉持「反違章、堵漏洞、查隱患、保安全」的管理理念，及時更新管理機構人員，及時修訂安全生產相關責任制、規章制度，配備專職人員定期進行安全設施的配置和維護，多措並舉，為員工提供安全、無害的工作環境。報告期內，隱患整改率達到100%，本公司未出現重大生產責任事故及因安全檢查疏忽導致的安全問題。

加強風險 防控

- 安排專員對公司區域內滅火器、消火栓進行定期點檢，並填寫點檢記錄表。同時與消防資質單位簽訂維保協議，定期對消防報警滅火系統及各類消防器材進行維護保養，保證消防設施、器材完整有效；
- 加強重點區域、重點部位的監管監控，包括特種設備登記、年檢；特種作業人員複審、取證；配電室、充電間日常巡查等；
- 開展安全生產月安全檢查專項活動，堅持日檢、周檢、月檢行動，督促隱患及時整改。

安全應急 演練

- 開展應急救援體系建設，及時更新應急救援預案；
- 依照預案定期進行應急救援演練，包括滅火、疏散、急救等內容。

持續改進，踐行社會責任

健康安全
培訓

- 嚴格做好新員工「三級安全教育」，確保新員工「三級教育」覆蓋率100%；
- 制定安全教育培訓計劃，並按照計劃開展授課培訓活動；
- 對特種作業人員、特種設備操作人員進行專業的取證培訓；
- 充分利用宣傳欄、橫幅、社交軟件、班前班後會等靈活多變的形式積極進行工余時間的安全知識宣教活動。

員工食品
安全

- 食堂參照食品安全法，嚴格控制食堂原材料品質，及質量環節、衛生環節、出品環節，餐具清洗、消毒抽檢合格率为100%，同時，每月對員工共用餐具及出餐間器具進行塗抹檢驗，充分保障了就餐員工的食品衛生安全；
- 要求食堂負責人每天早班對食堂燃氣的閥門及主要鏈接部位進行塗抹檢驗，檢查是否有燃氣泄漏，並填寫檢驗記錄；
- 行政人員嚴格管理桶裝水及現燒開水，使全體工作人員都喝上安全健康的飲用水。此外，每季度對所有開水器進行一次水垢清理。淨水器過濾器檢測更換。

保障身心
健康

- 定期開展員工身體健康體檢；
- 行政後勤維修對空調設備、生活熱水設備、宿舍設施進行了一系列升級、維修和改造，提高員工工作舒適度；
- 公司班車每日按時到達指定地點，有效保障員工的正常上下班；
- 對公司內的咖啡機、自動售賣機進行管理、維護，最大限度保證公司員工需求；
- 不定期的更換辦公區域綠植、各種節日增加節日氛圍布置，讓員工在緊張忙碌的工作氛圍中保持身心舒暢；
- 嚴格管理廠區員工宿舍，滿足員工住宿需求，保持宿舍整潔，無消防安全隱患。

持續改進，踐行社會責任

員工關愛

呷哺呷哺高度重視人文關懷，致力於為員工打造民主、舒適的工作氛圍。我們積極推行各類員工活動，提供暢通的溝通，豐富員工日常生活，尊重並傾聽員工心聲，滿足員工切實需求，表彰先進並建立學習標杆，鼓勵員工在工作與生活之間保持平衡，提升員工歸屬感和幸福感，增進團隊融洽，營造積極、和諧、溫馨的團隊氛圍。

組織員工活動

- 組織新員工座談會，部門團建、新春晚會等活動，凝聚向心力，讓員工體驗到家的感覺，提高員工企業文化認同感。

重視員工關懷

- 在傳統節日組織各種活動，為員工送去感恩祝福與禮品；
- 為婚喪嫁娶的員工發放公司慰問福利金；
- 給公司生日員工發放生日禮物補貼金；
- 關愛女性員工，保障女性員工的相關權益，持續維護母嬰室，為上班族媽媽提供便利；
- 在炎熱夏季為員工提供清涼福利。

加強員工溝通

- 各門店定期召開民主生活會，組織企業文化學習，並及時了解員工心聲；
- 組織新晉員工溝通交流會，聽取建議及建立溝通交流平台。



部門團建

新員工溝通

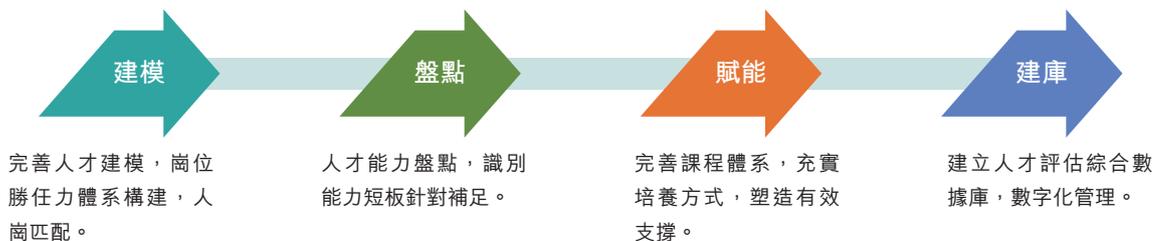
持續改進，踐行社會責任

4.3 賦能員工發展

呷哺呷哺堅信人才成長是企業長遠發展的中堅力量。我們高度重視人才培養，進一步完善健全《公司員工培訓與發展管理制度》，持續優化培訓學習平台，制定年度培訓計劃，為員工提供豐富的學習資源和便捷的學習渠道，打通個性化職業晉升通道，並制定明確的考核要求，提高員工綜合素質，更好地適應市場需求和公司戰略。

• 多元化培訓機制

呷哺呷哺高度重視人才培養，堅信人才是公司發展的第一要素，督促員工學以致用，知行合一。我們加速建設標準化透明化人才認證體系，針對不同層級、不同業務單元的員工定制針對性的培訓計劃，通過提供專業、豐富、多元的培訓內容，增強員工工作、管理等技能，不斷激發員工的潛力，促使員工更好地發揮團隊協作精神，提高公司整體績效、公司的品牌聲譽和競爭力。



持續改進，踐行社會責任

呷哺營運訓練「TTT」培訓

呷哺呷哺「TTT」培訓針對各BU訓練端專職講師進行賦能，旨在提高講師課程開發、授課等專業技巧，幫助培訓師獨立開發成熟課程，課後針對講授內容，自主開發擬定課題，並通過OMO方式完成線上課程作業提交和線下課程講授工作。訓練營提升了營運訓練端專職講師的課程萃取、總結、課件製作的技巧，保障輸出課程的實用性、全面性與趣味性，有效打造有競爭力的培訓師隊伍。



持續改進，踐行社會責任

湊湊菁英經理訓練營

湊湊菁英經理訓練營面向餐廳的第一負責人，凝聚各餐廳負責人的力量，突破門店經營的各項難題。訓練營幫助經理提升專業管理知識，填補人才能力缺口；深度了解集團出台的各項制度規範，達到前台中台深度共識。本年度，菁英經理訓練營全國培訓4場次，有220位餐廳負責人參加培訓。



持續改進，踐行社會責任

趁燒人才技能培育

趁燒規劃兩條人才技能培育路線，幫助品牌快速展店策略與人才儲備池的快速積累：

服務與生產崗位：主要以崗位標準操作檢查表，搭配崗位操作視頻，來快速的規範烤肉的技能，並且藉由大量的模擬實操演練來加強夥伴的肌肉記憶，以全真模擬的環境來創造開業前有利於夥伴服務實操的培訓環境，而後廚夥伴則是現場採購相似肉品，依據培訓教學文件與實操視頻每日不斷的進行實操演練。

營運與管理崗位：主要以(SOP)標準操作手冊，搭配每天1小時的面對面課程，藉由不斷的進行思想溝通與管理觀念的導入，鞏固並且統一新進管理人員的管理方式與思維，並且藉由每日筆試與快速提問之間，來檢驗管理能力與合格程度，為開店的核心管理人員進行篩選與規劃。



指標	單位	2023財年
女性員工受訓百分比	%	62.77%
女性員工平均受訓時數	小時	4.03
男性員工受訓百分比	%	37.23%
男性員工平均受訓時數	小時	4.49
經理級別以上員工受訓百分比	%	2.09%
經理級別以上平均受訓時數	小時	7.35
其他級別員工受訓百分比	%	97.91%
其他級別員工平均受訓時數	小時	6.44

持續改進，踐行社會責任

• 考核與晉升

呷哺呷哺不斷加強人才庫儲備力量，致力於為員工提供公平、公正、公開的職業發展環境，重視員工考核和長期激勵，打通員工縱向、橫向職業發展通道，鼓勵優秀員工合理晉升，增強員工在公司內的職業認同感。2023年，公司建立年度人才盤點及述職機制，員工更加專注自身工作效率及質量的提升。

人才考核體系

公司建立完善的人才考核體系，保證考核結果的公平性與科學性，採用月度考核、季度考核、專項考核等多種方式進行績效評估，並定期對員工績效目標完成情況進行跟踪與分析。

內部競聘政策

公司建立完善的內部競聘政策，梳理內部崗位劃分，為內部員工提供更多的晉升機會，盤活內部人才庫，讓員工得到多元的發展機會。

4.4 踐行社會責任

呷哺呷哺堅信企業的發展得益於社會的進步，推動良好的社會發展是企業可持續發展的重要一環。我們重視企業社會責任，持續關注社區需求，堅定不移地以實際行動履行社會責任。在保證穩健運營的同時，公司積極服務回饋社會，助力產業、生態扶貧與地區經濟發展，參與支持公益事業、慈善捐贈以及志願活動，與社會各界共同努力，共建美好社會。

2023年，呷哺呷哺共參與公益活動、慈善義舉21場次，有效提升品牌溫度，極大彰顯了企業社會責任。

守護青春「女生不簡單」線上消費捐項目

呷哺呷哺全國千店加入「守護青春—女生不簡單」公益項目線上消費捐活動。公司鄭重承諾：每一個來店消費的顧客使用支付寶付款完成後，呷哺呷哺就為「守護青春—女生不簡單」線上消費捐項目捐贈1分愛心。這不僅僅是為公益項目注入了新的力量，也為困境青春女生提供有尊嚴的生活提供了堅實的資金支持，更為愛心人士參與社會公益搭建了愛的橋梁，讓每一位呷哺呷哺的消費者，都成為支持守護青春「女生不簡單」關愛青春女生公益的參與者，成為中國公益隊伍的愛心力量。



持續改進，踐行社會責任

呷哺呷哺暖心驛站

呷哺呷哺設立16家暖心驛站，暖心驛站主要面向顧客、外賣小哥及內部員工等群體提供暖心服務。暖心驛站配有專門的服務人員管理，在門店服務區醒目位置懸掛標牌，內部設有配備桌椅、飲用水、空調、一次性紙杯、應急醫藥箱、等日常用品。為大家免費提供飲水供給、納涼取暖、餐食加熱、休息如廁等工作中的不時之需。

小小的暖心驛站，不僅傳遞了呷哺工會對外賣小哥的關心，更營造了濃濃關懷和愛的文化氛圍，使外賣小哥切實感受到「家」的溫暖。



持續改進，踐行社會責任

協力京津冀防汛救災，共度難關

受颱風「杜蘇芮」影響，京津冀多地出現極端降雨天氣，造成重大損失，災情牽動人心。2023年8月4日，呷哺呷哺緊急援助京津冀地區的防汛救災工作，集團携旗下呷哺呷哺、湊湊、趁燒、茶米茶、壹心厨、呷哺食品等品牌及公司，通過中國鄉村發展基金會捐贈100萬元人民幣，同時，我們向北京房山的村民贈送五百份愛心餐食，通過救生艇、衝鋒舟送到村民手上。此外，應內蒙古當地政府的需求，我們在錫林郭勒盟的伊順工廠緊急調撥了100噸羊肉用於馳援北京。洪水無情，但人間有愛，呷哺呷哺持續關注賑災進展，提供力所能及的幫助，協助災區人民共度難關。



伊順工廠調撥100噸羊肉馳援北京



500份熱乎飯送達房山琉璃河小南洛村受災村民手中



「星星的孩子」自閉症兒童關愛活動



「城市馬拉松賽」設茶飲加油點

未來展望

展望2024年，面對大環境不斷的變化，面對新的消費形式的涌現，面對Z時代消費的新觀念等等一系列的外部變化，呷哺呷哺始終堅持「團結、務實、誠信、敬業、創新」的核心價值觀，在變化中謀求發展新機遇，在新機遇面前充分發揮我們的優勢，保持持續的引領和不斷的發展。

在未來，我們將在聚焦品牌建設、數字引領、優化開發佈局、供應鏈升級、優化人員結構等方面發力，以此來保障集團實現業務發展合理化、佈局科學化、費用管理精細化等目標。呷哺呷哺將持續以台式文化特色，打造呷哺呷哺、湊湊、趁燒、茶米茶、呷哺食品五大品牌的差異化，透過提供獨有的產品、服務和場景氛圍，讓品牌成為消費者心目中的社交歡聚第一選擇，並發揮品牌效應赋能業務發展。五大品牌將繼續戰略聚焦超級會員暢吃卡，會員數字營銷要成為引領品牌及業務增長的第一動能。

在未來，我們將加大與優質地產商的規模合作，加密佈局潛力城市並穩定探索下沉市場利潤空間，透過出海戰略持續打造全球化火鍋品牌效應。集團將持續推進為期五年的數智化供應鏈體系，借助集團全球業務佈局的優勢，實現高效可持續的全球化供應鏈體系，持續為各大品牌的發展赋能。

在未來，我們將以可持續發展為主旨，積極響應國家各項政策，履行企業責任，重視綠色餐飲，強化低碳綠色運營管理理念。我們將持續通過核心商業模型「一人一鍋」，結合產品研發與菜單設計減少食物浪費，同時通過技術改革、設備更新等舉措，堅持綠色可持續發展運營，並向顧客傳播杜絕浪費、珍惜食物、保護環境的綠色理念。

在未來，呷哺呷哺將優化內部人才培養策略，關注人才挖掘與成長，提升人才效能，持續增強人員的專業及技能，全面赋能並助力營運一線，打造能上能下、極具競爭力的組織及績效文化。此外，我們將持續積極投身於各類公益活動，在綠化、產業扶貧、鄉村振興、災情捐款方面，履行負責企業應盡的社會責任，實現社會共榮。

新篇將展，奮鬥為先。我們發揮呷哺人團結一心的優良作風，越是艱難時刻越要彰顯擔當和有為，始終不忘初心使命、篤定信心、頑強拼搏、勇毅前行，為「有人的地方就有呷哺呷哺」的偉大夢想而努力奮鬥。

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
A1排放物	<p>一般披露</p> <p>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：</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>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。</p> <p>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。</p> <p>有害廢棄物指國家規例所界定者。</p>	披露	
A1.1	排放物種類及相關排放數據。	披露	P44-45
A1.2	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)。	披露	P44-45
A1.3	所產生有害廢棄物總量(以重量或體積計算)及(如適用)密 度(如以每產量單位、每項設施計算、每位正式僱員)。	不適用	由於企業主營業 務性質，運營過 程中未產生顯著 有害廢棄物，因 此不適用。

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
A1 排放物	A1.4 所產生無害廢棄物總量(以重量或體積計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算、每位正式僱員)。	披露	P44-45
	A1.5 描述減低排放量的措施及所得成果。	披露	P50
	A1.6 描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果。	披露	P50
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。	披露	P43, P45-47
	A2.1 按類型劃分的直接及／或間接能源(如電、氣或油)總耗量(以每千秒千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	披露	P44-45
	A2.2 總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	披露	P44-45
	A2.3 描述能源使用效益計劃及所得成果。	披露	P43, P45-47

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
A2 資源使用	A2.4 描述求取使用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計的成果。	披露／部分不適用	由於企業主營業務性質，水源使用未市政供水，未出現求取使用水源上的問題。 P46-47
	A2.5 製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位估量。	披露	P45
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。	披露	P28, P51-52
	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。	披露	P28, P51-52
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。	披露	P48-49
	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。	披露	P48-49

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
B1僱傭	一般披露	披露	P54-55, P58
	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。		
B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	披露	P56
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	披露	P57
B2健康與安全	一般披露	披露	P59-60
	有關提供安全工作環境及保護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。		
	B2.1	因工作關係死亡的人數及比率。	披露
B2.2	因工傷損失工作日數。	披露	P57
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。	披露	P59-60

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
B3發展及培訓	一般披露	披露	P62-66
	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。		
	B3.1 按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層等)劃分的受訓僱員百分比。	披露	P65
B4勞工準則	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。	披露	P65
	一般披露	披露	P55
	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。		
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	披露	P55
	B4.2 描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	披露	P55

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
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。	披露	P37-38
	B5.1 按地區劃分的供應商數目。	披露	P37
	B5.2 描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及有關慣例的執行及監察方法	披露	P37-38
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。	披露	P28-31, P35, P40
	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。	披露	P29
	B6.2 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	披露	P40
	B6.3 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	披露	P23
	B6.4 描述質量檢定過程及產品回收程序。	披露	P29-30
	B6.5 描述消費資料保障及隱私政策，以及相關執行及監察方法。	披露	P41

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
B7反貪污	一般披露	披露	P20-22
	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。		
	B7.1 於彙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。	披露	P20
	B7.2 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法	披露	P21
	B7.3 描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	披露	P22
B8社區投資	一般披露	披露	P66-68
	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。		
	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)。	披露	P66-68
	B8.2 在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	披露	P66-68

GRI STANDARDS指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
2-1	組織詳細情況		
2-2	納入組織可持續發展報告的實體		
2-3	報告期、報告頻率和連絡人		
2-4	信息重述		
2-5	外部鑒證		
2-6	活動、價值鏈和其他業務關係		
2-7	員工		
2-8	員工之外的工作者		
2-9	管治架構和組成		
2-10	最高管治機構的提名和遴選		
2-11	最高管治機構的主席		
2-12	在管理影響方面，最高管治機構的監督作用		
2-13	為管理影響的責任授權		
2-14	最高管治機構在可持續發展報告中的作用		
2-15	利益衝突		
2-16	重要關切問題的溝通		
2-17	最高管治機構的共同知識		
2-18	對最高管治機構的績效評估		
2-19	薪酬政策		
2-20	確定薪酬的程序		
2-21	年度總薪酬比率		
2-22	關於可持續發展戰略的聲明		

GRI STANDARDS指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
2-23	政策承諾		
2-24	融合政策承諾		
2-25	補救負面影響的程序		
2-26	尋求建議和提出關切的機制		
2-27	遵守法律法規		
2-28	協會的成員資格		
2-29	利益相關方參與的方法		
2-30	集體談判協議		
3-1	確定實質性議題的過程		
3-2	實質性議題清單		
3-3	實質性議題的管理		
201-1	直接產生和分配的經濟價值		
205-2	反腐敗政策和程序的傳達及培訓		
301-1	所用物料的重量或體積		
302-1	組織內部的能源消耗量		
302-3	能源強度		
302-4	減少能源消耗量		
302-5	降低產品和服務的能源需求		
305-1	直接(範疇1)溫室氣體排放		
305-2	能源間接(範疇2)溫室氣體排放		
305-4	溫室氣體排放強度		
306-1	按水質及排放目的地分類的排水總量		

GRI STANDARDS指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
306-2	按類別及處理方法分類的廢棄物總量		
307-1	違反環境法律法規		
401-2	提供給全職員工(不包括臨時或兼職員工)的福利		
401-3	育兒假		
404-2	員工技能提升方案和過渡協助方案		
414-2	供應鏈對社會的負面影響以及採取的行動		
416-1	對產品和服務類別的健康與安全影響的評估		
416-2	涉及產品和服務的健康與安全影響的違規事件		

讀者反饋表

感謝您閱讀《呷哺呷哺2023年環境、社會及管治報告》。為了向您及其他利益相關方提供更有價值的信息，促進本公司提升履行企業環境、社會及管治的能力和水平，我們衷心歡迎您對報告提出真知灼見，並通過以下方式反饋給我們：

地址：香港灣仔軒尼詩道303號協成行灣仔中心12樓1201室

電話：(852) 2952 3566

電郵：Godfrey@xiabu.com

1 您屬於以下哪類利益相關方？____

A 政府 B 監管機構 C 股東 D 客戶 E 員工 F 供應商和合作夥伴 G 社區 H 公眾與媒體

2 您認為本報告是否完整覆蓋了您對本公司的期望？____

A 是 B 否，您認為您還有哪些期望在本報告中沒有反映？

3 您認為本公司是否很好地回應了您的期望？____

A 是 B 否，您認為您的哪些期望沒有得到很好的回應？

4 您認為本報告的內容安排和版式設計是否方便閱讀？____

A 好 B 較好 C 一般 D 差

5 您對本公司社會責任工作和本報告還有哪些意見和建議？

再次感謝您的參與！