



YumChina

打造負責任的生態體系

2024年可持續發展報告



目錄 CONTENTS



以食為天

- 02 首席執行官致辭
- 04 董事會聲明
- 04 關於本報告
- 06 2024年可持續發展亮點績效
- 08 關於百勝中國
- 09 可持續發展戰略
- 14 企業管治
- 76 附錄

20 享·安心品質

25 享·營養健康

28 享·行業共進



以綠為源

33 護·氣候藍圖

39 護·自然生態

40 護·循環經濟



以人為本

49 築·關懷職場

59 築·品質服務

60 築·責任採購



以愛為先

68 促·鄉村振興

70 促·美好社區

73 促·文明健康





首席執行官致辭



2024 年，在提效與創新戰略的雙輪驅動下，公司的營收和利潤再創新高。面對多變的消費市場，公司全年總收入創歷史新高，核心經營利潤實現雙位數增長，門店數量達到 16,395 家，並穩步朝着 2026 年開設 20,000 家門店的目標邁進。這份成就的背後，凝聚着每一位百勝人的汗水與智慧。

在可持續發展方面，我們同樣秉持雙輪驅動策略：在推進可持續發展舉措的同時，實現業務增長目標，並為股東創造卓越價值，緊緊圍繞「人」、「環境」、「食品」這三大戰略支柱，不斷夯實根基，開拓前行。今年，我們進一步通過人工智能（AI）技術和培訓賦能一線員工，通過先進技術加強了食品安全風險監測，並擴大可再生能源採購規模。

堅定踐行「以人為本」

員工是百勝中國最寶貴的財富，是我們保持強勁發展勢頭的關鍵所在。作為中國最大的餐飲企業，我們通過自身以及價值鏈夥伴帶動了產業上下游數百萬的就業機會。

餐廳經理（RGMs）作為一線的關鍵領導者，在我們的可持續發展進程中扮演着至關重要的角色。我們通過優化運營和數字工具為一線門店經理賦能，使他們能夠更高效地處理日常事務，專注於服務消費者。例如，我們利用人工智能進行簡歷初篩和面試安排，輔助集中招聘，不僅提升了餐廳的招聘效率，還為餐廳經理節省了大量寶貴的時間。

如今，人工智能浪潮正在席捲職場，為了幫助員工更好地適應未來的工作變化，我們迅速反應，積極行動。2024 年，我們推出了一系列精心打磨的新課程，旨在提高員工使用 AI 工具的能力。這些課程深受員工歡迎，讓他們受益匪淺，目前已有數萬人完成學習。除了在職培訓，我們也積極支持員工接受繼續教育，幫助他們實現職業目標。截至目前，我們已資助超過 6,800 名員工獲得更高的學歷文憑、學位和專業認證，為他們的職業發展之路添磚加瓦。

傾聽員工心聲，是讓他們感受到公司關懷與支持的關鍵。為此，我們特別注重保持公司高層領導與一線員工的直接溝通。這一年，我和各品牌總經理走訪了全國各地的餐廳，與一線員工們圍坐在一起，大家面對面坦誠交流，認真傾聽他們的想法，確保他們的每一條反饋和建議都能得到妥善處理。

最後，但同樣重要的是，我們希望每一位與公司拼搏奮鬥的餐廳經理都能共享成功。截至 2024 年底，我們已向超過 14,700 名餐廳經理授予公司限制性股票。

我們對「以人為本」理念的執着堅守，也贏得了外界的廣泛認可。2024 年，我們連續第七年被傑出僱主調研機構（Top Employers Institute）評為「中國傑出僱主」。

保護生態系統，推進低碳轉型

作為行業領導者，我們深知肩負與價值鏈合作伙伴共同努力，減少碳足跡方面的重任。自 2022 年設定中期減排目標以來，我們始終朝着這個方向堅定前行，全力推進經營過程中的低碳轉型。

我們採取雙管齊下的策略——在節能的同時，儘可能採用經濟高效、可規模化可再生能源解決方案。2024 年，我們的可再生能源使用量同比增長 370%，每家餐廳的平均碳足跡同比降低約 8%。

在餐廳運營層面，我們對洗碗機、烤箱等常用設備實施節能升級改造。實現了餐廳能源節約。與此同時，我們積極與房東、當地

政府開展合作，讓更多門店用上綠色能源。

在行業協作方面，我們於 2023 年發起分布式光伏及虛擬綠電採購聯盟，旨在鼓勵供應商使用可再生能源。我們向聯盟內主要供應商分享綠色能源轉型的寶貴經驗，提供轉型所需的各類資源。2024 年，該聯盟實現可再生能源使用量達 270,000 兆瓦時。

在可持續發展的道路上，我們始終堅持創新驅動，秉承 4R（減量，回用，替代，循環）原則，積極探索應用循環經濟新模式。自 2023 年起，我們啟動咖啡渣回收計劃，邁出資源循環利用的重要一步。到 2024 年，我們大力拓展咖啡渣收集網絡，將覆蓋範圍擴大至約 8,700 家餐廳，成功回收約 2,000 噸咖啡渣。不僅如此，我們積極與供應商合作，探索將回收咖啡渣應用於多個領域，例如製造餐盤、吸管以及服裝、物流托盤等產品。

始終聚焦食品安全、質量與創新

在百勝中國，每一位員工都懷揣着對美食的熱愛，以成為「全球最創新的餐飲先鋒」為共同願景。2024 年，我們在食品創新的道路上繼續大步邁進，共推出了約 600 款新品或升級菜品，不斷滿足消費者持續變化的口味。

確保食品安全和質量始終是我們工作的重中之重。2024 年，我們進一步強化了食品安全風險預警系統。該系統採用尖端的知識圖譜和生成式 AI 技術，使我們能夠更全面地了解並降低潛在的食品安全風險。百勝中國自豪地成為國內首批將該技術應用於食品安全的餐飲企業之一。

作為中國餐飲行業的龍頭企業，我們也始終關注消費者的健康需求，努力成為健康飲食的引領者。2024 年，我們響應《「健康中國 2030」規劃綱要》和《國民營養計劃（2017 - 2030）》，憑藉領先的食品創新能力和廣泛的供應商資源，開發了一系列低糖、低鹽的美味菜品，如肯德基的減鹽版原味雞漢堡、必勝客的能量碗和塔可鐘的慢燉牛肉活力碗等，讓消費者享受美食的同時，吃得更健康。

回饋社區

「長期主義」不僅體現在我們的經營中，也是我們踐行社會責任的行動指南。我們聚焦於鄉村振興、健康倡導和社區關懷這三個核心領域，既着眼於實質性的進展，又致力於社區福祉的長遠發展。

近二十年來，我們深度參與並全力支持中國鄉村發展。我們的旗艦項目「捐一元」已經進入了第 17 年，截至 2024 年底，累計籌集超過 2.7 億元人民幣，為欠發達地區兒童提供了超過 5,800 萬份營養加餐，並為 1,500 多所農村學校升級了廚房設施，改善了孩子們的學習和生活條件。

2024 年，肯德基中國三人籃球賽迎來了 20 週年。這一賽事是中國規模最大的三人籃球賽事之一。我們以體育為橋梁，通過舉辦這項賽事，向廣大年輕人傳遞積極健康的生活方式。

與此同時，我們不斷拓展 2020 年啟動的食物驛站項目。這個項目將餐廳未售出但仍在保質期內的食物分發給有需要的社區居民，既減少了食物浪費，又傳遞了溫暖與關愛。截至 2024 年底，肯德基的食物驛站項目已覆蓋中國 150 多個城市，約 1,000 家餐廳。

全方位積極參與

可持續發展是一項複雜而艱鉅的工程，需要創新的解決方案，以平衡員工、顧客、合作伙伴、股東和其他所有利益相關方的需求。展望未來，百勝中國將繼續與利益相關方緊密合作，並肩前行，為實現可持續發展目標而不懈努力。在追求發展機遇、為股東創造價值的同時，我們將始終堅守道德和責任，致力於打造一個更可持續的未來。

屈翠容
百勝中國首席執行官



董事會聲明

百勝中國通過推動在「可持續餐廳」、「可持續供應鏈」、「可持續社區」的構建，緊密攜手價值鏈上的利益相關方共同打造負責任的生態體系。

在董事會層面，董事會全面負責監督本公司的風險管理框架。食品安全與可持續發展委員會協助董事會監督本公司有關可持續發展（包括環境與氣候相關事宜、供應鏈及食品營養與健康）的慣例、政策、程序、策略及措施。食品安全與可持續發展委員會亦審閱及監督本公司就其可持續發展措施可能不時制定的目標的發展及實施情況。

本報告已於 2025 年 4 月經董事會審批通過。

關於本報告

本報告是百勝中國發布的第八份可持續發展報告，報告時間範圍以 2024 年 1 月 1 日至 12 月 31 日的信息為主，超出以上時間範圍的部分信息已在文件中特別標注。

報告的邊界包含百勝中國控股有限公司及下屬分、子公司。如無特別聲明，2024 年溫室氣體排放包含百勝中國 2024 年合並財務報告範圍內的所有活動。「百勝中國控股有限公司」還以「百勝中國」「我們」或「公司」表示。僅為本報告之目的，「中國」指中國大陸地區，不包括香港、澳門和臺灣。

百勝中國致力於對標國際最佳實踐並提高信息披露質量，本報告遵循《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》（以下簡稱「聯交所 ESG 報告指引」）的匯報原則及要求，同時參考全球可持續標準委員會（GSSB）發布的《GRI 可持續發展報告標準》（以下簡稱「GRI 標準」）以及可持續發展會計準則委員會（SASB）發布的餐飲業報告框架編制而成。具體請參考報告附錄（P80-P89）。更多關於報告的說明請參考備註信息¹。

本報告可在香港交易所網站（<https://www.hkex.com.hk>）和百勝中國官網可持續發展網站（<https://www.yumchina.com/sustainability/home/Index>）中查閱。

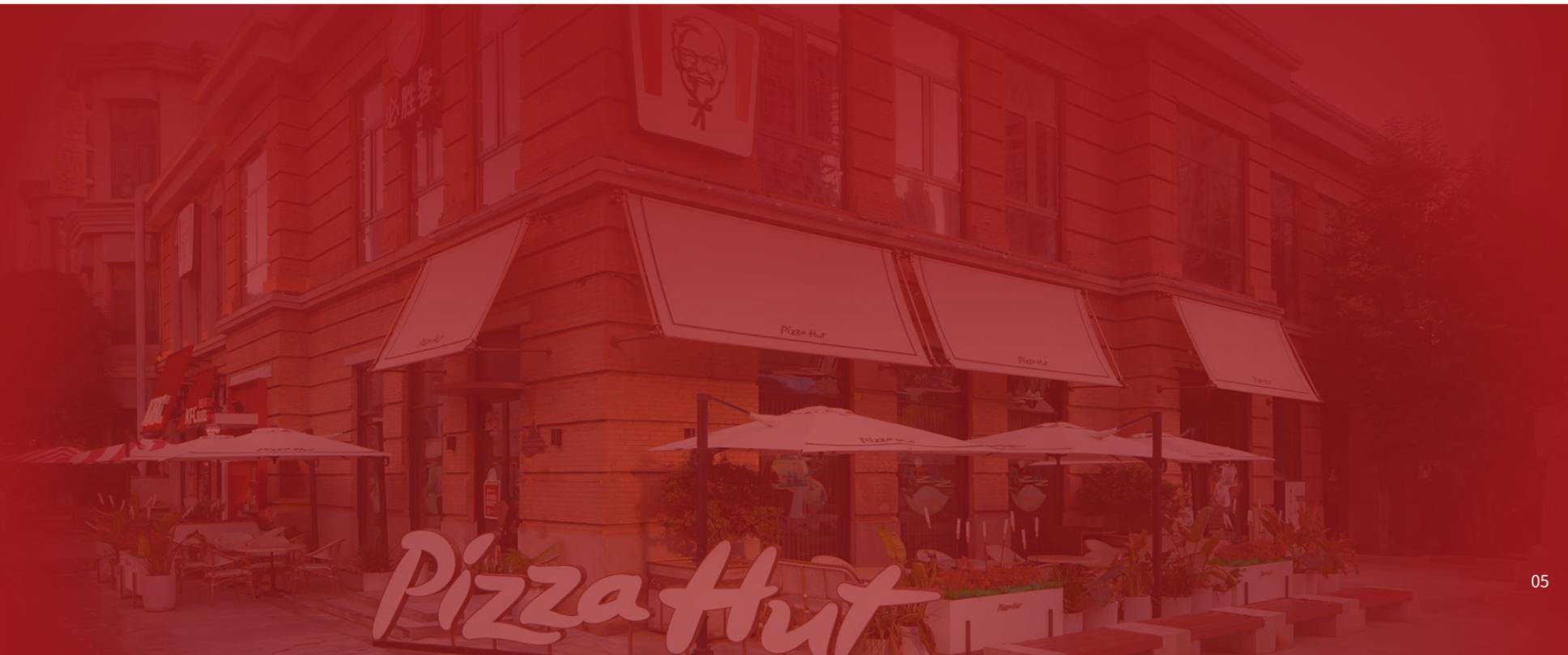
若對報告有任何建議，請按以下方式聯繫我們：

電子郵件：CSR@yumchina.com

地址：中國上海市天鑰橋路 20 號百勝中國大廈 6-16 樓

郵政編碼：200030

¹本報告中除特別注明，財務數據均以人民幣為單位。本報告中，關於「中國最大的餐飲企業」的表述，均是按 2024 年系統銷售額統計。本報告包括 1933 年證券法（經修訂）第 27A 條及 1934 年證券交易法（經修訂）第 21E 條所定義之「前瞻性陳述」。我們擬將所有前瞻性陳述予以涵蓋於 1995 年美國私人證券訴訟改革法案的安全港條文範圍內。您應查閱我們向美國證券交易委員會提交的文件（包括我們的 10-K 表年度報告和後續的 10-Q 表季度報告中「風險因素」和「管理層就財務狀況及經營業績之討論及分析」部分的內容），以了解可能影響到我們財務業績和其它結果的因素的更多細節。



2024 年可持續發展亮點績效

以食為天

>80%

食品和包材供應商獲得了全球食品安全倡議 (GFSI) 認可的食品安全標準認證

100%

全國餐廳卓越經營合規 (OEC) 審核覆蓋率

全年開發 ~600 款

全新或升級產品

全年開展 10,000+ 次

新產品質量評估

以綠為源

首次

開展並完成價值鏈森林、土地和農業 (FLAG) 相關溫室氣體排放盤查

>370%

百勝中國全年可再生能源使用量較上年增加

~27 萬兆瓦時

百勝中國分布式光伏與虛擬綠電採購聯盟全年可再生能源使用量

肯德基通過線上「小綠店」累計帶動

2,900 萬 + 人次

參與減碳行動

以人為本

累計向

14,700+ 名

餐廳經理 (RGM) 授予公司股票

為員工提供

全職業生涯培訓體系

並全面升級在線學習平臺

天使餐廳累計拓展至全國

60 個城市的 66 家餐廳

100%

的關鍵供應商

參與百勝中國全年供應商企業社會責任 (CSR) 審核

以愛為先

「捐一元」項目累計籌集

2.7 億 +

元人民幣善款

「捐一元」項目累計為欠發達地區兒童提供

5,800 萬 + 份

營養加餐

「肯德基小候鳥基金」累計惠及

600 萬 + 人次

流動、留守和城鄉困境兒童

必勝客「扶業計劃」累計為農戶開展

90+ 場培訓

注：累計數據統計截至 2024 年底，其餘為報告期內數據。

外部認可



標普全球企業可持續發展評估 (CSA) 評分
全球同業第一 (2020-2024 年)

入選道瓊斯可持續發展世界指數 (DJSI World)
和新興市場指數 (DJSI Emerging Markets)

中國大陸唯一被納入 DJSI World
的消費服務行業公司

入選《時代》雜誌
「全球最可持續發展企業」500 強
位列第 142 位

MSCI ESG 同業最高評級
「AA」 (2022-2024 年)

Sustainalytics 同業最高評級
「低風險」 (2022-2024 年)

中國傑出僱主 (2019-2025 年)
全中國排名第二 (2025 年)

入選《財富》中國 ESG 影響力榜
(2022-2024 年)

關於百勝中國

百勝中國是中國最大的餐飲公司，以「讓生活更有滋味」為使命。肯德基和必勝客是西式快餐和西式休閒餐飲領域的領先品牌。百勝中國與百年意大利品牌 Lavazza 合作，在中國探索及發展 Lavazza 咖啡概念。公司旗下還有中式餐飲品牌小肥羊和黃記煌。塔可鐘提供創新墨西哥風味食品。百勝中國擁有世界一流的數字化供應鏈體系，包括覆蓋全國的龐大物流中心網絡和自有供應鏈管理系統。強大的數字化能力和會員計劃讓公司能夠更快觸達顧客，提供更好的服務。作為財富 500 強企業，百勝中國的願景是成為全球最創新的餐飲先鋒。

截至 2024 年 12 月底

全年總收入

113 億 美元

在中國

2,200+ 個城鎮

經營六個品牌

16,000+ 家餐廳

使命：讓生活更有「滋味」

願景：全球最創新的餐飲先鋒

我們的價值觀：求真務實的創始人精神

RGM NO.1 提升能力 排憂解難

傾聽聲音 凝聚人心 **尊重關愛**

做對的事 聚焦創新 **守正創新**

熱情服務 交付價值 **為客瘋狂**

Vertical strip of restaurant photos: 肯德基, 必勝客, TACO BELL, 小肥羊·回转火鍋, 黃記煌, LAU ALTA



可持續發展戰略

作為聯合國全球契約組織（UNGC）成員，百勝中國堅定支持聯合國《2030 年可持續發展議程》，在致力於為顧客提供安全高品質食物的同時，持續為食物、飲用水質量的提高和空氣質量的改善做出努力。我們不斷探索可實現經濟效益、環境效益及社會效益等多方共贏的新路徑，努力追求為人類和地球帶來積極的影響。

百勝中國以「打造負責任的生態體系」為可持續發展戰略目標，圍繞「食品、環境、人」三大支柱，積極構建「可持續餐廳」「可持續供應鏈」和「可持續社區」，致力於緊密攜手價值鏈上的利益相關方共同打造負責任的生態體系。





我們的管理架構

百勝中國建立了自上而下從董事會到運營團隊的可持續發展管理架構。董事會層面，董事會及食品安全與可持續發展委員會至少每年根據戰略計劃考慮可持續發展相關事宜。2024 年，食品安全與可持續發展委員會舉行了兩次會議，就食品安全及可持續發展相關事宜進行討論。

管理層層面，我們成立可持續發展委員會，通過舉行季度會議來追蹤重大議題的實施情況，評估可持續發展風險以及制定相關風險管理的策略和措施。

我們致力於將 ESG 相關原則融入公司經營決策。自 2021 年起，ESG 措施已被納入關鍵績效指標，用於確定領導團隊成員的個人績效系數。此外，ESG 目標已被採納作為適用於領導團隊成員 2023 及 2024 年年度績效股票單位（PSU）的績效目標之一。

百勝中國可持續發展管理架構



我們的實質性議題

百勝中國將可持續發展相關影響、風險和機遇的管理流程融入內部管理流程，並根據年度實質性議題評估結果確定公司可持續發展的重點方向及行動優先級。同時，我們制定《百勝中國利益相關方參與政策》，致力於與各利益相關方群體保持有效互動，將內外部的期望和要求納入考量。

百勝中國於 2017 年首次啟動實質性議題評估工作，並制定「回顧、識別、排序、驗證」的實質性議題評估流程。我們在後續的每一年都會重新審視實質性議題，以確保評估結果反映公司運營情況和利益相關方的考量。



2024 年，我們全面審視公司可持續發展實質性議題。我們基於所處行業特點、行業發展階段、自身商業模式、所處價值鏈等因素，在上一年實質性議題的基礎上，結合最新監管政策、行業標準及發展趨勢，開展同業分析，識別出各類潛在的實質性議題，並對標聯合國 17 項可持續發展目標（SDGs），確保公司行動方向與 2030 年全球可持續發展願景一致。

為確保評估的廣泛性和代表性，我們通過線上問卷形式向內、外部利益相關方收集了超過 3,700 份有效回覆，經過詳盡分析和嚴格驗證，最終確定了涵蓋「食品、環境、人和管治」四大層面下的 23 項實質性議題的優先排序。



全價值鏈可持續發展策略與實踐



企業管治

管治架構

百勝中國董事會下設四個常設委員會，包括審計委員會、薪酬委員會、提名與管治委員會、食品安全與可持續發展委員會，負責從不同方面監察經營管理及所在範疇內的相關事務。

董事會多元化

我們相信擁有多元化背景的董事有助於董事會更好地監督本公司的管理及運營，以及從不同角度評估本公司業務模式的風險及機遇。根據我們的《百勝中國董事會多元化政策》，多元化廣義上被詮釋為不同觀點、技能、個人及專業經驗與背景，以及以可見或不可見的方式呈現的其他特質，包括但不限於年齡、性別、種族及國籍。就本公司目前的董事而言，約百分之四十二的董事為女性。本公司亦受惠於來自董事會成員不同年齡、性別、種族及國籍的多樣性。

風險管理

風險管理體系

董事會全面負責監督公司的風險管理框架，定期審閱對本公司而言可能屬重大的風險。為促進其職責，董事會已將特定風險相關責任授予審計委員會、薪酬委員會以及食品安全與可持續發展委員會。

審計委員會與管理層就本公司的主要風險及管理層為監控該等風險所採取的措施（包括本公司的風險評估及風險管理政策）進行重要討論。審計委員會亦於委員會會議收到管理層就法律及法規風險提交的相關報告。審計委員會定期向董事會提供風險範疇概要連同於審計委員會會議上討論的任何其他風險相關事項。

同時我們設立一個管理層級別的合規監督委員會，由本公司首席法務官及首席財務官共同領導，由來自多個職能部門的領導組成。合規監督委員會定期召開會議，以監督及審查本公司合規項目的實施情況。

此外，由公司內部審計團隊負責人領導的公司內部審計團隊定期進行獨立的風險評估，包括但不限於審閱管理層的風險評估流程，並據此制定審計計劃。公司內部審計團隊負責人為合規監督委員會的成員，並直接向審計委員會及首席財務官匯報。

在運營層面，一般而言，我們運營的每家餐廳都由一個管理團隊監管，該管理團隊由餐廳經理領導連同一名或多名助理經理組成。餐廳管理團隊負責各餐廳的日常運營以及確保遵守運營標準。

風險管理流程

我們強調從董事會到運營團隊的風險識別和管理的重要性。通過識別公司內外部風險及業務影響，針對所識別的風險，我們積極建立相應的風險管理和合規計劃，以幫助公司有效控制或減輕潛在風險，保障公司的長期穩健運營。

● 點擊查看 [《百勝中國風險管理政策》](#)



合規管理

商業道德

百勝中國《商業行為與道德守則》（以下簡稱《行為準則》）已獲採納以強調本公司致力於最高的商業行為標準。《行為準則》規定了與本公司最為相關的食品安全和產品質量、禮品、及《反海外腐敗法》（FCPA）等領域的具體政策。《行為準則》亦載有員工在保密的情況下申報道德或會計問題、不當行為或違反《行為準則》的資料及程序。《行為準則》適用於本公司全體董事及員工。

● 點擊查看 [《百勝中國商業行為與道德準則》](#)



舉報人機制

我們搭建全面的舉報人機制，為員工及供應商開通了多種投訴舉報途徑，並設專職合規調查部門負責對公司各個層面的商業道德問題進行審閱處理。

我們對舉報人個人信息及其提供的舉報資料嚴格保密，嚴禁任何人對舉報人進行任何形式的報復。一旦調查完成，我們將根據不當行為的嚴重程度採取解決方案和懲戒措施，包括但不限於紀律處分、終止勞動合同以及向司法機關報告。此外，違反《行為準則》的行為也會影響個人績效的評估，對違反《行為準則》的員工的薪酬產生負面影響。

百勝中國合規問題投訴舉報管道

 電話熱線 (24/7) 中國: 400-880-1346 美國: 1-800-241-5689	 網站平臺 員工投訴及誠信合規舉報系統 (匿名保護): www.yumchina.com/compliance 「供應商吹哨人」舉報平臺: www.yumchina.com/chuishaoren	 投訴信 直接向有關部門或 負責人遞交
---	--	--

外部要求

我們每季度開展利益衝突行為檢查，以識別與避免與公司產生利益衝突的不當行為。我們要求所有供應商簽署《百勝中國供應商行為準則》，旨在確保其在與我們進行業務往來時遵守法律規範和商業道德準則。

內部培訓

我們要求所有員工每年完成《百勝中國行為準則問卷》並以書面方式證明其已閱讀並理解《行為準則》。公司每年面向員工開展線上行為規範系列培訓，課程內容涵蓋公司行為準則、禮品政策、信息安全、避免內幕交易、《反海外腐敗法》等核心合規主題。2024 年，培訓覆蓋 100% 的全職員工。

知識產權

我們嚴格遵守知識產權相關法律法規，高度重視知識產權保護。我們打造了具有百勝中國特色的知識產權保護體系，全力維護我們的商譽和品牌形象，及時申請註冊保護知識產權成果，並堅決反對侵犯我們權利的行為。

信息安全

我們的合規監督委員會負責協助董事會和審計委員會監督公司的網絡安全風險，定期舉行會議以討論網絡安全的法律及監管動態，評估本公司新出現的網絡安全風險及緩解計劃，並確定促進網絡安全合規的策略。

我們的信息技術系統通過技術保障及管理措施受到保護。我們採用標準的風險管理方法來檢測、識別、評估和減輕網絡安全風險，該方法根據國際網絡安全管理系統標準 ISO 27001 以及面向資產的風險評估框架開發。為了盡量減少網絡安全事件對業務運營的潛在影響，我們制定了事件響應計劃，並定期進行測試。我們亦建立了數據安全和個人信息保護框架，包括防止數據丟失、檢測及阻止異常賬戶和活動的措施，以及預防、檢測和減少漏洞的系統及流程。我們定期評估為解決網絡安全威脅及事件而設計的該等流程和實踐。

為了確保數據處理過程中的合規性、安全性和可控性，我們針對不同場景構建了一套完整的「數據安全合規評審流程」，並通過發布各類指引幫助員工理解與應用。我們通過線上與線下結合的方式向公司員工及第三方供應商開展數據與信息安全培訓及考核。2024 年，全體辦公室員工 100% 完成數據安全相關培訓。



截至 2024 年底，
肯德基、必勝客 APP 與官網系統均已獲得
**國家公安部信息系統安全
等級保護認證**

肯德基和必勝客 APP 均通過
**國家工信部通信網絡安全防護
定級備案
安全級別為三級**

肯德基和必勝客消費者信息
安全管理系統均已通過
ISO/IEC 27001 年度審核



以食為天

對SDGs的貢獻



保障食品安全是百勝中國的第一要務，我們着力於建立完善的食品安全和質量管理體系，持續貫徹食品安全文化，致力於為廣大顧客提供美味、安全、營養與高品質的餐飲體驗。

本章內容

- 🛡️ 享·安心品質 20
- 💓 享·營養健康 25
- 🤝 享·行業共進 28



享·安心品質

打造安心品質，嚴守食品安全，提供高品質產品是每一位百勝人對顧客的鄭重承諾。我們以食品安全文化為基石，建立覆蓋全價值鏈的食品安全與質量管理體系，履行「從農田到餐桌」的食品安全承諾，並依托科技創新不斷迭代升級，打造引領行業的數智化供應鏈。



黃多多
百勝中國首席供應鏈官

「我們堅信食品安全和質量是百勝中國全員的首要職責，也是我們獲得顧客信賴的基礎。」

百勝中國食品安全承諾



食品安全和質量是百勝中國頭等重要的大事，是企業發展的命脈。



全力打造先進的食品安全體系，為消費者提供食品安全保障。



盡最大努力，主動承擔更多的社會責任，在行業發揮引領和標杆作用。

全價值鏈食品安全與質量管理

上游供應商

- 追溯系統
- 上遊管理規範
- 上遊評價體系
- 農場備案制度
- 養殖用藥備案制度

供應商

- 供應商準入管理
- 供應商培訓
- 食品安全與質量審核
- 原材料標準
- 供應商績效評估
- 食品安全抽檢

物流

- 進貨查驗
- 綜合蟲害管理
- 食品安全與質量審核
- 冷鏈管理
- 員工培訓

餐廳 / 外送

- 操作標準
- 食品安全與質量審核
- 外送平臺和騎手管理
- 員工培訓
- 食品防護封簽

百勝中國食品安全文化—文化築基

百勝中國將食品安全文化融入公司治理，建立了自上而下完善的食品安全管理機制，從董事會及其食品安全與可持續發展委員會到公司各個管理部門，全面監督和保障食品安全管理制度及標準的建立和有效執行。

● 點擊了解更多關於食品安全管理機制的信息



食安文化築基

百勝中國積極踐行食品安全文化，致力於讓價值鏈上的每一位夥伴高度重視和認同食品安全核心價值。我們通過對所有員工和加盟商開展食品安全培訓和考核，持續強化食

品安全意識。同時，我們推動和指導供應商的食品安全文化建設，向供應商宣貫百勝中國食品安全和質量管理理念，共築行業食品安全生態圈。

員工

公司要求所有辦公室員工、餐廳員工至少每年接受一次食品安全培訓和考核。要求新入職的辦公室和餐廳員工學習並簽署《百勝行為準則確認書》和《員工手冊確認書》。要求餐廳員工接受嚴格的崗位培訓，了解並認真執行公司食品安全操作標準。

加盟商

我們要求所有加盟商簽署《特許經營政策手冊》，承諾遵守百勝中國營運手冊以及行為、安全和衛生標準，並要求加盟商每年參加百勝中國組織的食品安全培訓。

供應商

我們制定《百勝中國食品安全審核》及《百勝中國供應商手冊》，要求供應商建立食品安全文化方案，實施和維護各層級的食品文化。2024年，我們共開展 19 場品質管理研討會，參與人次超 1,300，食品安全和法規培訓覆蓋超 180 家供應商。

亮點案例

「食品安全，同心共護」——百勝中國第四屆食品安全文化節

2024 年，百勝中國以「食品安全，同心共護」為主題，用豐富多彩的食安活動，聯動辦公室員工、餐廳員工、加盟商和供應商共同參與百勝中國第四屆食品安全文化節。活動包括 QA 食安金牌講師爭霸賽、「一站到底」食安知識競賽、「廚房之道」知識科普等。本屆食品安全文化節共舉辦 500 餘場活動，發文 110 餘篇，聯動 50 萬人次參與了解。

QA 食安金牌講師爭霸賽

爭霸賽採用線上加線下模式，從人氣、專業兩個維度評估，總計 34 位專家參與評選，超過 4,500 位員工觀看。

「一站到底」企業食安知識競賽

2024 年，「一站到底」食安知識競賽緊密圍繞食安法規、管理和操作等多個領域展開，旨在強化全體員工的食品安全意識。該競賽吸引了廣大員工的踴躍參與，總參與挑戰人次突破 34 萬人次。

「廚房之道」定期知識科普

2024 年起推出「廚房之道」系列科普活動，通過辦公區域的多媒體向員工科普食品安全和營養知識。其中，我們以「百味廚房 食材致勝」為主題，聚焦員工日常生活中最常見的食材，持續推出六期熱門話題，讓員工在工作休憩之餘輕鬆了解身邊的科學常識，將食品安全和營養健康理念融入日常生活。



全鏈食安管理

百勝中國秉承匠心精神，對價值鏈的每個環節實施全面監督，涵蓋從種養殖、加工、運輸、餐廳和外送的全過程，以保障食品安全和質量。同時，我們密切關注食品行業的政策動態，以確保管理策略和標準的及時更新和優化。



上游供應商

我們從源頭踐行食品安全承諾，要求供應商建立嚴格的上遊供應商審批流程和監控機制，如：持續監控白羽雞的養殖過程，推動果蔬上遊供應商遵循百勝中國良好農業規範（Yum China GAP），以全面評估和控制食品安全風險。

我們的 Yum China GAP 已實現覆蓋

100%

生菜、茄果類*、橙子、檸檬、蘋果、西蘭花、甜玉米基地

* 茄果類基地主要種植番茄、櫻桃番茄、青椒、紅椒和黃瓜。

供應商

我們建立了嚴格的供應商準入機制，包括風險評估、資質審查及工廠準入審核，並開放百勝中國質量管理研修院學習平臺，要求新供應商在線完成審核標準的學習並通過考核才能進入準入流程。

2024 年，我們持續推進供應商的食品安全體系和能力建設，接受 GFSI 認可的認證標準（如 BRCGS、FSSC 22000 等），其效力與百勝中國食品安全審核等同。

2024 年

>80%

食品和包材供應商獲得了 GFSI 認可的食品安全標準認證

300+

 次

供應商食品安全與質量審核

3,300+

 次

原材料食品安全與質量抽檢

物流

百勝中國通過量身定制的全球一流物流管理體系，為餐廳提供高效、可靠的物流服務以保障食品安全。截至 2024 年底，我們利用 33 個物流中心將供應物資派送至我們的自營餐廳和加盟店。

2024 年

170+

 次

倉儲和運輸服務商食品安全和質量審核

餐廳與外送

餐廳和外送的食品安全管理直接影響消費者的健康與安全，是全價值鏈食品安全與質量把控的重要環節。我們定期對每家餐廳進行不通知式 OEC 審核，涵蓋食品安全、產品質量和顧客服務等方面，確保食品在送達消費者之前的每一環節均達到質量和安全標準。我們建立了行業領先的操作標準和流程，並對外送服務團隊及第三方合作夥伴嚴格管理，確保食品安全操作規程的貫徹執行。

2024 年

100%

 全國餐廳 OEC 審核覆蓋率

針對全年開發的

~600

 款全新或升級產品，開展

10,000+

 次新產品質量評估



行業熱點

我們持續監測食品行業的法規政策變化，聚焦轉基因、動物福利、獸藥管理等行業熱點，根據食品安全相關風險的重要性和緊迫性調整管控重點。在回應各界關切的同時，積極傳播科學理念，分享推廣行業最佳實踐。



我們尊重和支持中國的農業發展政策，遵守中國關於轉基因農產品的安全評價、審批和管理等相關法規，並要求我們的供應商所提供的原料符合國家規定，持續密切關注相關主題國際研究的新進展以及中國相關法規和標準變化。

● 點擊查看 [《百勝中國轉基因政策》](#)



百勝中國致力於推動「五大自由」動物福利原則，保障動物健康成長，促進農業可持續發展。我們制定了一系列百勝中國動物福利政策並實施肉雞養殖和屠宰的動物福利審核。同時，我們還搭建協作平臺以促進多方交流，持續推動行業動物福利管理水平提升。

● 點擊了解更多關於動物福利的信息



對於肉雞飼料中促生長、對人類重要的抗菌藥，我們率先制定逐步去除使用計劃。百勝中國已依據農業農村部所制定的相關國家計劃，指導國內雞肉供應商 100% 提前達標。此外，我們為國內肉雞供應商制定和持續優化其他抗菌藥逐步減少使用的控制方案，並指導供應商有序實施。

科技護航食安

百勝中國的強大數字化能力為公司全價值鏈的食品安全與質量管理提供了新的可能性。我們積極探索並廣泛利用先進的數字化和智能化科技，打造引領行業的數智化供應鏈，推動食安管理變革。

精準及時的食安風險防控

我們深度整合百勝中國 30 多年來在食品安全與質量管理領域積累的豐富經驗，構建起內外聯通的食品安全大數據生態體系。運用知識圖譜、自然語義處理等前沿機器學習與深度學習技術及算法，自 2020 年起精心打造食品安全風險評估與預警管理系統。歷經四年持續研發與迭代升級，該系統已成功構建風險預警、風險評估等八大功能模塊，各模塊效能持續優化提升。

嚴格的食物追溯與在途監管

我們持續運用 IoT 冷鏈監控體系保障物過程中的食安管理，並於報告期內擴展至原料供應商負責的進向物流在途運輸監控，探索人工智慧生成內容 (AIGC) 在後臺人工監控過程中的替代和助力，實現高效的供應鏈管理、嚴格的食物追溯體系和在途監管。



享·營養健康

隨着我國經濟社會的快速發展，消費者對於營養健康的關注度持續提升，對於飲食的訴求也由「吃得好」向「吃得健康」轉變。百勝中國積極響應聯合國《2030 年可持續發展議程》「改善營養狀況」和「確保健康的生活方式」的目標，

以及中國《「健康中國 2030」規劃綱要》《國民營養計劃（2017-2030）》，投入研發更營養的產品配方和更均衡的產品套餐，致力於為顧客提供美味與營養兼備的餐飲體驗，倡導更營養健康的生活方式。

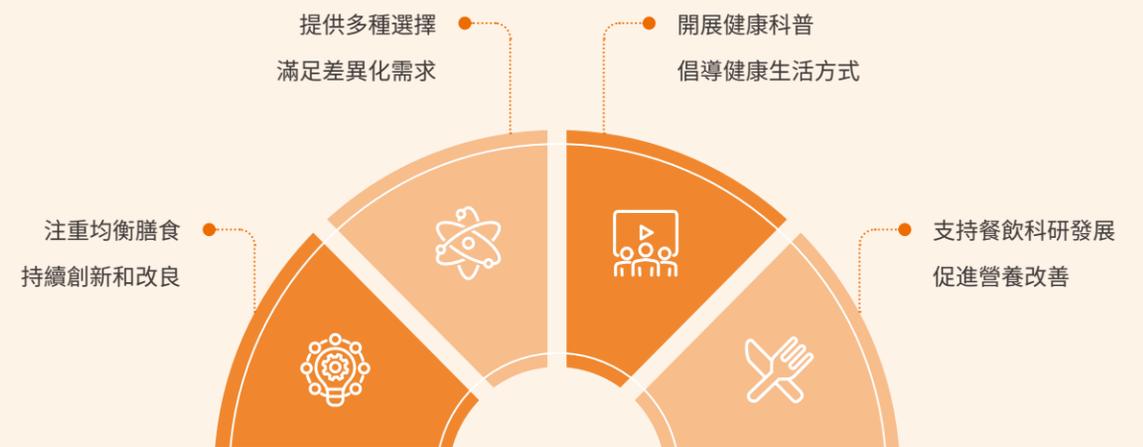
營養健康承諾

百勝中國制定《百勝中國營養健康政策》，明確四個重點工作領域，作出五大營養健康承諾，並通過定期會議機制回顧目標進程，並推動食品營養健康領域的持續創新。

● 點擊查看 [《百勝中國營養健康政策》](#)

● 點擊查看 [《百勝中國營養健康承諾》](#)

百勝中國營養健康重點工作領域



亮點案例

營養健康數智化管理

百勝中國持續致力於通過自動化、數字化和智能化科技手段，不斷升級營養健康管理系統。

2024 年，我們自主研發營養線上管理平臺「營養小管家」，通過系統的數據分析，實現百勝中國營養健康承諾的數字化管理。我們根據消費者的需求反饋，基於百勝中國旗下品牌及行業同類產品的基礎營養數據，如能量、蛋白質、碳水化合物等關鍵指標，在平衡消費者口感風味需求的同時，快速組配出更多樣化的膳食，更高營養價值的套餐，持續致力於減糖、減鹽產品的不斷迭代，以推動健康飲食趨勢。

多樣營養選擇

我們致力於合理搭配豐富多樣的食材，不斷拓寬產品品類，升級產品營養配方，為消費者提供更全面、均衡的營養供給，並以更加豐富、健康、多元化的產品選擇滿足不同人群的飲食需求。

減鹽減糖
健康加倍

在確保產品口味的同時，百勝中國基於科學的營養理念，積極開發更健康 and 美味的食物。2024 年，我們持續優化產品配方，推出一系列減鹽減糖版創新產品。



減鹽版原味雞漢堡



肯德基低糖、高蛋白、低膽固醇版帕尼尼



豐富膳食
均衡發展

為了給提供顧客均衡的飲食選擇，我們不斷拓寬產品原料使用種類，為顧客提供更豐富、健康和多元的產品組合，持續致力於促進中國居民膳食結構的均衡發展。

豐富食材，助力膳食營養改善

2024 年，我們持續為顧客提供多樣化的食材組合，例如在產品中運用多種均衡食材、為產品搭配豐富的穀物和蔬菜，從而滿足現代消費者在快節奏生活中對便捷與健康飲食的需求，確保他們能夠吃得「又快又好又健康」。



- 1 肯德基葷素多多卷
- 2 塔可鐘慢嫩牛肉活力碗
- 3 肯德基 KPRO 能量碗
- 4 Lavazza 全新植物奶基底的多重濃醇堅果系列咖啡

優質蛋白，兼顧美味與健康

優質蛋白對於兒童成長和成人健康至關重要，肉、蛋、海鮮等產品均是優質蛋白的重要來源。我們通過合理的產品原料搭配和烹飪，滿足消費者對於美味食品追求的同時得到優質的蛋白補充。2024 年，我們持續推動多種類別、優質的肉類和海鮮在多款產品中的應用。



肯德基 KPRO 和牛堡 肯德基 KPRO 帕尼尼 必勝客能量碗

小份菜品
合理選擇

隨着健康飲食意識的提升，消費者在追求營養均衡的同時，常面臨點多份菜品導致的能量過剩或浪費問題。對此，我們為消費者提供合理的份量選擇，在有限的菜品量內提供豐富且均衡營養的美食體驗，以滿足消費者對熱量控制、營養多樣性和減少浪費的需求。



必勝客適合一人食用的經典夏威夷風情披薩 黃記煌「一人鍋」 小肥羊「一人食」回轉火鍋

亮點案例

肯德基和 LAVAZZA 產品榮登上海市健康早餐「十佳套餐」榜單

2024 年，為落實《健康早餐指南》，上海市衛健委和市商委聯合開展了 2023 年度健康早餐套餐標準推廣和套餐評選工作，根據指南中對於營養、口味、價格和受歡迎程度等指標，肯德基和 LAVAZZA 分別有一款早餐套餐上榜 2023 年度上海市健康早餐「十佳套餐」。



享·行業共進

我們長期致力於推動食品安全的社會共識，通過促進行業交流，與監管機構、行業協會和學術界緊密合作，共同營造可持續的食品安全治理環境。同時，積極助力全民食品安全及營養知識普及，攜手社會各界，為建設健康中國貢獻力量。

促進行業食安

作為行業領軍企業，百勝中國在中國食品科學技術學會、科信食品與健康信息交流中心、中國烹飪協會、中國連鎖經營協會以及上海市食品安全工作聯合會等多個有影響力的行業組織中擔任重要職務，推進食品安全相關工作。我們積極發揮影響力，聯合行業力量，對公開征求意见的食品安全相關法律法規、標準提供專業意見。

與此同時，我們與協會緊密合作，在行業會議中分享食品安全管理經驗，致力於食品行業的持續發展。

2024 年

百勝中國參與提供建議的
國家法規標準和行業標準共

20+ 個

亮點案例 齊頭並進，積極推動行業發展

2024 年，我們在中國食品科學技術學會與國際食品科技聯盟共同主辦的 2024 年國際食品安全與健康大會分享了「貫穿全價值鏈的數字化食安實踐」，介紹百勝中國 30 多年從農田到餐桌的食品安全系統管理經驗，助力行業攜手推進食品安全新發展。

報告期內，我們還支持了國家動物健康與食品安全創新聯盟主辦的第八屆中國動物健康與食品安全大會，共同推進全鏈條的食品高質量發展，食安共治。



全民食安科普

我們致力於食品安全知識的傳播，助力提升全民食品安全意識。

亮點案例 食安科普進校園

2024 年，百勝中國支持上海市市場監督管理局開展食品安全「你點我檢」走進愛心暑托班活動。活動通過知識講解、問答、開放實驗室等多種形式普及食品安全知識，提升公眾特別是青少年的食品安全意識和社會實踐活動能力，同時鼓勵他們積極參與食品安全監管，推動食品安全社會共治格局建設。

亮點案例 食安科普進餐廳

2024 年全國科普日期間，百勝中國攜手中國食品科學技術學會通過餐盤墊紙的形式，持續向公眾傳遞合理膳食與健康生活方式科學知識。延續「樂享健康美味 探索科學奧秘」主題，結合深受消費者喜愛的明星產品，講述了原味雞美味的奧秘。讓顧客在享受酥脆、鮮香的同時，了解食物營養成分在烹飪過程中的變化，體會食品科學無處不在。



截至 2024 年底，
肯德基食品安全科普餐盤墊紙累計觸達消費者

1億+ 人次



以綠為源

對SDGs的貢獻



百勝中國始終致力於減少自身運營和價值鏈上下游活動的環境足跡，攜手價值鏈夥伴，努力實現碳減排目標，共同應對氣候變化與生態環境危機帶來的挑戰。

本章內容

-  護·氣候藍圖 33
-  護·自然生態 39
-  護·循環經濟 40



我們的環境行動戰略



護·氣候藍圖

我們積極開展氣候行動，力爭實現 2050 年價值鏈淨零排放。基於價值鏈溫室氣體排放盤查結果，結合業務特性和發展戰略，我們確定了減排目標和策略，致力於推動自身及供應鏈低碳轉型以增強氣候韌性，收獲新的增長動力。

氣候風險管理

根據氣候相關財務披露工作組 (TCFD) 框架，我們主動識別與氣候相關的風險和機遇，包括政策法規、市場變化等轉型風險，平均氣溫上升、水資源短缺等實體風險，並圍繞這些風險開展氣候相關情景分析。基於分析結果，我們

更有效地識別了優先氣候行動領域，並針對性制定相應的目標和行動策略。同時，我們還將氣候相關風險管理工作納入企業整體風險管理流程中，不斷提高企業對氣候變化及自然風險的適應能力和業務韌性。

更多氣候相關披露信息，詳見《百勝中國 2021 年 TCFD 報告》

我們的 2050 淨零之旅



我們的目標

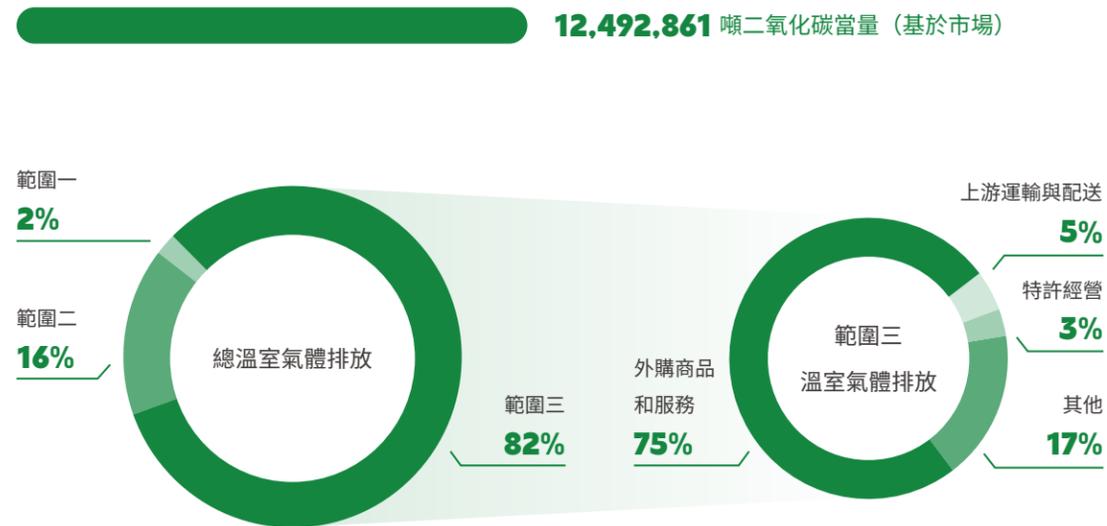
2022 年，百勝中國設立溫室氣體中期減排目標，並成為中國首家中期減排目標獲得 SBTi 批准的餐飲企業。此外，我們還承諾制定長期的淨零排放目標，充分體現了我們對《巴黎協定》1.5°C 溫升目標的響應與長期承諾，即到 2050 年實現價值鏈淨零排放。



2024 年，我們根據 SBTi FLAG 指南和溫室氣體核算體系 (GHG Protocol) 標準，完成公司價值鏈中的 FLAG 相關溫室氣體排放的盤查工作，掌握了上游 FLAG 相關溫室氣體排放的熱點及減排機會，為後續進一步減少 FLAG 相關溫室氣體排放打下基礎。

我們的碳足跡

2024 年百勝中國總溫室氣體排放量：



我們的策略

百勝中國將提升能源使用效率、推動可再生能源轉型、打造低碳供應鏈作為實現 2050 年淨零承諾的三大戰略支柱，並通過設置系統性的機制促進目標達成。



自身低碳運營

溫室氣體排放佔比：範圍一 2%、範圍二 16%、範圍三 82%



我們通過智能化、高效的運營管理、創新的技術和設施設備，從源頭持續減少能源消耗。

百勝中國餐廳節能降耗措施

加強運營管理手段

- 夜間息屏
- 設備用時管理
- 智能電表（肯德基測試店）
- 新風按需控制

提升設備用能效率

- 淘汰高耗能設備
- 熱泵熱水器
- 洗碗機增加熱回收裝置
- 新型環保冷媒運用
- 排煙變頻控制
- 烤爐加強保溫

2024 年總節能量 **~20 萬兆瓦時**

我們積極在全國 16,000 餘家餐廳和 33 個物流中心，不斷探索並應用可靠、可負擔及可規模化應用的可再生能源，持續優化能源結構。

基於全國各省市當地的能源政策和可再生能源可及性，以及我們各個餐廳和物流中心的特點，我們制定了多元化的能源轉型策略：

- 對於可以獨立參與綠電交易的餐廳，我們充分考慮各省綠電交易政策的差異，致力於在不增加用電成本的前提下推動其積極開展綠電採購。
- 對於無法獨立參與綠電交易的餐廳，我們積極推動與餐廳所在商場業主的合作，由業主為我們的餐廳購買綠電。此外，我們還與各地政府合作探討參與綠電交易的新模式。
- 在餐廳之外，我們還積極探索自建物流中心的屋頂光伏部署及綠電交易，以及租賃物流中心與業主在綠電聯合交易或光伏共享上的合作模式。

百勝中國可再生能源轉型進展

綠電採購

- 8 個省市共 138 家餐廳使用綠電
- 3 個物流中心參與綠電交易

光伏部署

- 2 個自有物流中心的屋頂光伏已建成並投用

業主合作

- 推動 40 家餐廳及杭州物流中心的業主參與綠電交易或光伏鋪設

2024 年，
~38,000 兆瓦時
 可再生能源使用量
>370%
 較上年增加

其中，
~37,000 兆瓦時
 綠電交易量
~1,000 兆瓦時
 光伏用電量

供應鏈低碳轉型

溫室氣體排放佔比



百勝中國範圍三溫室氣體排放中，有超過三分之二來源於供應商提供商品的溫室氣體排放。因此，我們深知供應商的低碳發展是我們實現價值鏈淨零承諾的關鍵。然而我們擁有多元化的原材料需求，上游供應鏈條複雜且長，並

且各類供應商的低碳意識和執行水平存在差異。為了促進供應商全面低碳轉型，我們建立了 3E（Engage- 參與，Educate- 引導，Empower- 賦能）策略，推動不同階段、不同能力的供應商共同參與氣候行動。

百勝中國供應商低碳轉型 3E 管理策略

參與 - Engage

- 號召 50 家頭部供應商加入百勝中國供應鏈減碳倡議

引導 - Educate

- 開展供應商溫室氣體排放現狀盤查
- 應用供應商碳足跡積分卡
- 實行供應商分級管理

賦能 - Empower

- 舉辦供應商年度峰會，整合最佳實踐、促進知識分享
- 提供品類減排手冊與金融轉型工具，助力供應商開展有效的減排策略

促進供應商用能轉型

針對用能相關碳減排，百勝中國基於供應商能源效率提升實踐，提供專業的技術建議，助力其系統化轉型。同時，我們積極分享我們試點分布式光伏和綠電交易的成功經驗，並聯合更多供應商，共享優質資源和經驗，共同開展能源綠色轉型，以推動全價值鏈的低碳發展。

截至 2024 年底

已經有 **40+** 家供應商

加入百勝中國分布式光伏與虛擬綠電採購聯盟

聯盟供應商已實現

~27 萬兆瓦時 可再生能源使用量

推動供應商再生農業實踐

我們的供應鏈合作夥伴大多屬於土地密集型行業，這使得在供應商所提供商品的溫室氣體排放中，有約 80% 與 FLAG 相關。

2024 年，我們開展了系統性的 FLAG 相關溫室氣體盤查工作，並積極探尋減排機會點。通過採購數據估算，我們鎖定了六大熱點品類，包括雞肉、牛肉、豬肉、奶制品、薯制品、紙包裝。在這六大品類中，我們篩選出各品類排放佔比超過八成的 40 餘家供應商，並通過一手數據收集，結合實地走訪審核，進一步了解供應商減排現狀，並提升數據的可靠性，從而首次建立了百勝中國 FLAG 相關溫室氣體排放清單。

基於上述盤查結果，我們識別出 FLAG 相關排放熱點品類及代表性供應商，並對其各環節的排放進行了細緻拆解。以此為基礎，我們編制並正在完善百勝中國基於自然的解

決方案框架，涵蓋各品類國內外先進的減排技術案例，旨在指導供應商實施有效的農業及生產相關減排活動。

同時，我們將 FLAG 減排表現作為考量因素納入供應商碳足跡積分卡機制中，針對「種植管理、飼養管理、能源使用、廢棄物處置」四個重點管理環節，開發了一套再生農業實踐成熟度評估工具，用作供應商開展再生農業實踐的現狀診斷、優化指南及最佳實踐參考。例如，對於種植類供應商，評估維度包括農場管理模式、輪作制度、覆蓋作物、肥料管理以及能源和廢棄物管理措施；對於養殖類供應商，評估維度包括養殖物理空間、飼料投喂方式以及能源與廢棄物管理措施。目前，這一框架正在選定的供應商中進行試點應用，以驗證其有效性和可行性，並計劃根據試點回饋進一步完善和推廣。



護·自然生態

百勝中國承諾構築「零毀林」供應鏈，制定並發布《百勝中國生物多樣性聲明》及《百勝中國零毀林聲明》，持續加強上游供應鏈可追溯性，並主動識別和分析供應鏈潛在環境風險。

● 點擊查看《百勝中國生物多樣性聲明》和《百勝中國零毀林聲明》

自然和森林

我們的原材料獲取依賴於自然生態系統。為了減少這種依賴帶來的影響，我們通過百勝中國基於自然的解決方案框架鼓勵並指導供應商積極開展再生農業實踐，並強調提升原材料的可追溯性以降低上游毀林風險，從而減少 FLAG 相關溫室氣體排放，助力促進自然生態保護和生物多樣性恢復。

2024 年，百勝中國對上游供應鏈開展溯源調查，重點關注了牛肉和大豆（雞飼料成分）的來源，評估了存在潛在毀林風險的原料。基於調查結果，我們制定了有針對性的零毀林策略，將在完成可行性評估後展開實施。

2024 年百勝中國可持續原材料認證情況

棕櫚油

100% 所採購的棕櫚油獲得可持續棕櫚油圓桌會議（RSPO）認證，並可追溯至棕櫚油加工廠



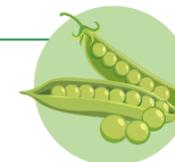
紙製品

100% 採購零毀林風險供應商所提供的紙製品
~33%** 森林管理委員會（FSC）認證的紙包裝比例



大豆

100% 豆漿粉的大豆原材料可追溯



其他產品相關認證

我們鼓勵供應商獲得可持續漁業相關認證，包括海鮮管理委員會（MSC）認證、水產養殖管理委員會（ASC）認證以及最佳水產養殖規範（BAP）認證



牛肉

100% 牛肉原材料獲得外部質量或可持續相關認證*



水

餐飲行業運營涉及食材處理、烹飪、清潔等環節，需大量用水。我們與世界資源研究所（WRI）合作，對運營地水資源風險程度進行評估。基於評估結果，我們在高水資源風

險的運營地優先開展節水設施設備的更新和升級，持續減少餐廳平均用水量。截至 2024 年底，我們已在全國餐廳部署共約 830 台無水解凍櫃和約 12,000 台新型餐廳洗碗機。

* 包含 ISO9000/ISO22000/HACCP/FSSC22000/BRCGS/Global G.A.P 認證。

** 數據基於包裝重量統計。

護·循環經濟

百勝中國秉承 4R（減量，回用，替代，循環）原則，積極探索應用循環經濟新模式，致力於打造「零廢餐廳」。我們制定包裝、食物浪費與廢棄物管理的目標與戰略，並通過從「源頭高效利用」和「末端循環再生」的方式，最大

程度實現「物盡其用」。此外，我們將綠色循環的理念融入供應鏈管理與消費場景，發動更多價值鏈上的夥伴開展循環實踐，助力構建更加可持續的生態體系。

可持續包裝

我們認為推廣可持續包裝方案不僅能夠減少資源消耗，還有利於成本節約與效率提升。為此，百勝中國制定《百勝中國包裝戰略》，同時發布了包裝可持續發展相關承諾，

並從包裝減量、循環回用和材料替換三個方式着手，積極採取多項舉措，推動承諾的實現，以減少相關環境足跡。

● 點擊查看 [《百勝中國包裝戰略》](#)

百勝中國可持續包裝承諾	2024 年進展
到 2025 年，不可降解塑膠包裝重量與 2019 年基線相比降低 30%	開展中
所有面向顧客的塑膠包裝可回收利用	已完成
到 2025 年，100% 紙包裝獲得 FSC 認證	開展中，~33%

2024 年，我們從取消非必要包裝、最大化包裝功能兩大方向，採取多種方式持續推動包裝可持續性。

取消非必要包裝

公司對所有產品的包裝需求進行了全面評估，在不影響消費者體驗的前提下，取消了不必要的包裝層，從而減輕環境負擔。

最大化包裝功能

為了提升資源利用效率，我們設計並推廣多用途包裝解決方案，致力於實現「一物多用」，即同個包裝組件能在不同場景下使用或承擔多種功能，避免局限於單一固定用途。

報告期內，肯德基和必勝客成功優化並減少了約 20% 的包裝品類，其他品牌的包裝品類也實現了不同程度的優化。這些改進顯著提升了包裝使用的效率，在追求環境效益的同時也為公司帶來了更高效的供應鏈管理和運營效益。

年度總包裝節約量

~31,000 噸

其中，年度紙包裝節約量

~19,000 噸

年度塑膠包裝節約量

~12,000 噸



食物損耗與浪費

當今社會，糧食浪費問題正在受到廣泛的關注。作為行業的領導者，百勝中國正積極應對這一挑戰，將食物損耗與浪費管理貫穿於從源頭採購到末端處置的每一個環節。

我們基於科學的管理方法，不斷探索和應用創新技術和模式，力求最大限度地減少食物損耗和浪費，並不斷發掘成本節約與效率提升的機會。2024 年，我們啟動了兩項旨在減少食物損耗和浪費的創新項目試點。通過實時監測產品銷售數據，我們能夠迅速調整系統規則，靈活延長售賣時間，避免因超出預定銷售時段而導致的食物浪費；針對季節性或限時產品，我們採用先進的算法預測下架時的食材餘量，並結合促銷活動，確保盡可能消耗剩餘庫存，進一步降低食物浪費的可能性。

亮點案例

肯德基食物驛站

秉承「珍惜糧食，物盡其用」的理念，我們於 2020 年開創餐飲行業「食物驛站」公益模式。該模式旨在將店內超過最佳賞味期但仍在保質期內的餘量食物免費提供給有需要的社區居民，旨在向大眾普及節約糧食理念，並助力提升有需要的人群的生活品質，展現了我們應對食物浪費的承諾。

2024 年世界糧食日，百勝中國旗下品牌肯德基在中國消費者協會指導下，聯合供應鏈夥伴在全國逾 100 座城市超 160 家食物驛站無償派送 20,000 份餘量食物禮包。

2024 年 11 月，在鳳凰網行動者聯盟 2024 公益盛典中，肯德基中國憑借「食物驛站」項目，被評選為「年度十大公益企業」。



截至 2024 年底

肯德基食物驛站已累計拓展至

150+ 座城市

覆蓋 **~1,000** 家餐廳

廢棄物回收

在餐廳的日常運營中不可避免會產生食物殘渣和廚餘垃圾。我們積極倡導並實踐創新有效的廢棄物管理模式，不斷提升咖啡渣、廢棄油脂等餐飲廢棄物的資源化利用水平，致力於構建閉環應用的循環再生產業鏈，助力廢棄物資源化利用產業的發展。

咖啡渣

為了有效處理咖啡渣，我們致力於構建一套從餐廳前端回收後端資源化利用的高效咖啡渣回收處置體系。我們在全國範圍內的肯德基餐廳開展了系統性的咖啡渣回收工作，並在後端建設專業的咖啡渣處置中心，負責將收集來的咖啡渣進行資源化處理。2024 年，我們的咖啡渣資源化回收體系在國際包裝創新論壇「藍星計劃」可持續發展包裝大賽中榮獲「回收循環利用方案獎-金獎」。



在建立回收體系的基礎上，我們積極探索咖啡渣在多個領域的創新應用，將其轉化為具有市場價值的產品。報告期內，我們成功開發含咖啡渣成分的圍裙並推廣至全部肯悅咖啡門店。此外，我們將咖啡渣作為部分原料，回用於生產一次性生物可降解塑膠吸管和餐具。同時，我們正在進行試點測試，研究如何將咖啡渣用於製造塑膠物托盤和周轉箱，以期在未來實現更廣泛的工業應用。未來，我們還將繼續深入探索咖啡渣作為環保材料在餐飲、酒店、航空、商超和便利店等多個行業的應用機會。

截至 2024 年底

咖啡渣收運網絡已覆蓋

~8,700 家肯德基餐廳

共收運咖啡渣

~2,000 噸



百勝中國咖啡渣資源化應用



吸管餐具



咖啡炭
服裝



周轉箱



活性炭
濾芯



物流
托盤

餐廚廢油

餐飲行業在日常運營中會產生大量廢棄油脂，若處理不當，會對環境造成嚴重污染。我們積極開展餐廚廢油資源化利用項目，自 2019 年以來逐步擴大餐廚廢油轉化為生物柴油的試點範圍，並持續探索廢油在可持續航空燃料（SAF）、船運燃料領域的應用。



我們積極助力國家建立生物燃料產業鏈。報告期內，我們參加了國家能源局在北京開展的 B10 車輛生物柴油試點項目，其中部分試點原料來自於肯德基及必勝客餐廳回收的餐廚廢油。此外，我們計劃於 2025 年參與國家能源局在上海的 B24 船燃生物柴油試點。

2024 年，我們繼續回收餐廚廢油，其中近 50% 的餐廚廢油被轉化為生物柴油。此外，其餘餐廚廢油還會被轉化為潤滑油、工業用油、以及其他用途。自我們四川生物柴油試點項目成立以來，截至 2024 年底項目已累計將約 5,700 噸餐廚廢油轉化為生物柴油，同時我們也正逐步將該項目推廣至其他省市。

其他廚餘廢棄物

我們同樣在其他廚餘廢棄物處置方面積極尋求資源化利用的創新方案。2024 年，我們啟動了廚餘廢棄物飼養黑水虻以作為水產飼料的試點項目，並同步研發將廚餘廢棄物轉化為水溶性肥料的技術以用於蔬菜種植，致力於實現廚餘廢棄物在農業領域的高效循環利用。



可持續消費倡導

我們認為倡導可持續消費推動了企業可持續發展和消費者可持續意識與生活方式發展的雙贏。它不僅順應了消費者對可持續生活方式增長的關注，彰顯了企業的積極行動，同時也激勵企業持續推進可持續轉型。

百勝中國致力於搭建覆蓋從原材料採購、物流運輸、生產、消費以及循環利用的全鏈條可持續消費達成路徑。在供應端減少因自身運營產生的環境影響，在需求端向消費者普及並引領更可持續的消費及生活方式，從而推進供需兩端雙輪驅動，加速打造可持續生態體系。

我們致力於推動企業內外部可持續消費意識提升。對內，我們積極開展綠色辦公實踐，通過低碳環保主題培訓提高員工綠色低碳意識，啟發員工依托公司和品牌的影響力帶動更多消費者和社會公眾共同參與氣候行動。對外，我們上線了肯德基「自然自在」系列活動等多樣豐富的綠色低碳主題活動和產品，向公眾倡導可持續的生活方式。

自然自在 此刻正好



亮點案例

開展環保共創，助力公眾隨手擁抱循環生活

作為在中國擁有超四億會員的餐飲品牌，肯德基不僅自身踐行低碳環保，更把綠色理念融入產品研發和各類消費場景，發動更多人一起輕鬆擁抱可持續的生活方式。

肯德基推出線上小綠店，通過攢碳豆換優惠券和碳豆排名等方式，激勵消費者開展「線上自助點餐」「選擇不需要一次性餐具」「學習低碳用餐和垃圾分類知識」等低碳的餐飲消費行為，助力品牌減少溫室氣體排放。

自 2021 年上線至 2024 年底，

線上「小綠店」累計帶動打卡參與用戶

2,900 萬+

 人次

帶動用戶完成減碳任務

~6,700 萬

 次

為地球減少溫室氣體排放

~150

 噸

2024 年，肯德基推出又一款「零碳」產品——滿杯生椰拿鐵。該產品在全生命週期產生的溫室氣體排放會通過「肯德基『自然自在』碳中和林」中和。此外，肯德基在世界地球日聯名潮流品牌 GOODBAI 推出環保時尚的背包周邊，並號召和鼓勵消費者用廢棄物製作背包的搭配飾品以及紙巾盒等日常用品。



以人為本

對SDGs的貢獻



百勝中國始終秉持「以人為本」的理念，時刻關注企業價值鏈所牽動的每個利益相關方，將「人」的需求視為企業發展立足的核心，與員工攜手同行、關愛相伴，為顧客提供卓越的用餐體驗，與供應商共建高質量產業鏈，持續推動企業的可持續發展，創造社會價值。

本章內容

- 🔗 築·關懷職場 49
- 🔗 築·品質服務 59
- 🔗 築·責任採購 60

Yum China



我們的「以人為本」企業理念

以人為本

為企業發展
保駕護航



員工

- 科技賦能
- 人才培養
- 員工關愛
- 多元、平等與包容
- 職業健康與安全



顧客

- 提升顧客體驗
- 負責任營銷



供應商

- 創新供應商管理
- 智能物流體系
- 負責任採購



築·關懷職場

作為中國餐飲行業的領軍企業，百勝中國擁有龐大的員工基數——35 萬餘名，其中約 90% 為餐廳一線員工，我們始終秉持「以人為本」的理念，將公司的經營戰略與員工的期望相結合，打造公平、關愛和自豪的工作環境。我們重視員工的發展與成長，為每一位員工提供平等的發展機會，為他們及其家庭提供全面的關懷和保障，使他們為自己的工作感到自豪，與公司共同成長。同時，我們也致力於為門店所在的社區、經營的價值鏈乃至社會創造廣泛的就業機會。

餐廳經理（RGM）是服務顧客的一線核心人員，他們的工作直接影響到顧客體驗，並且更直接了解顧客的想法和市場的動態。百勝中國始終堅持「RGM No.1」的宗旨，我們重視傾聽餐廳經理的需求，並圍繞他們的問題推進各項工作，積極為餐廳經理解決實際問題，增強他們對公司的認同感，從而更好地響應市場需求，提升顧客體驗。

Top Employer 中國傑出僱主（2019-2025 年）

連續第七年榮獲「中國傑出僱主」稱號，

行業第一，全國第二



前程無憂

2024 年「中國大學生喜愛僱主」



屈翠容

百勝中國首席執行官

「我們的目標就是要服務好一線員工，跟一線員工的鏈接無比重要。我們要確保可以感受到、也努力地聽到一線的聲音，幫助餐廳經理解決問題，提供全方位一站式的支持服務。」



丁時彥

百勝中國首席人力資源官

「百勝中國的 35 萬餘名員工築起了公司戰略的護城河，使公司業務具備韌性和增長能力。在構建未來人才戰略的過程中，我們將始終以可持續發展為願景，用科技賦能，堅定對員工的關愛承諾，並為行業樹立卓越的標杆。」

構建可持續高效人才隊伍

百勝中國通過科技賦能和戰略性人才培養，構建了一支可持續高效的人才隊伍，以應對市場多變的挑戰。我們利用人工智慧和數字化工具優化運營，減輕一線員工負擔，提升工作效率。同時，我們通過特色招聘項目和校企合作，加強人才儲備，滿足業務發展需求。此外，我們建立了系統的培訓體系，為員工提供全方位的培訓資源，支持員工在各個階段的發展，確保百勝中國在激烈的市場競爭中保持人才優勢。

科技創新賦能員工

百勝中國擁有龐大的一線員工隊伍，這為我們規模化利用數字工具提供了巨大潛力，同時，我們的經營戰略也促使我們積極探索科技創新賦能員工的機遇，快速回應一線的需求，簡化餐廳經理的工作流程，減少部分繁瑣工作的負荷。作為數字化轉型的先鋒，我們深知科技創新能夠有效幫助員工提升工作效率，進而推動業務和人才的可持續發展。我們積極投資建設數字化基礎設施，實現了多流程的集中化和模組化管理，支持餐廳實現高效運營。

數字化基礎設施賦能一線員工

員工招聘

我們的每個職位常常收到上萬甚至數萬份的簡歷投遞，餐廳經理過去需要花費大量時間篩選簡歷以及面試候選人，為減少餐廳經理招聘工作負荷，我們將這部分職責通過集中招聘平臺轉移至後臺支持部門。不僅通過 AI 工具對簡歷進行初篩，而且上線了人機協同面試功能，簡化招募流程，節省了大量的招聘時間，提升門店招聘效能。



員工培訓

我們將大多數的培訓工作轉移至線上，通過「K-learning」和「魔百優學」在線學習平臺為員工提供崗位培訓及其它豐富的在線學習資源。



AI 工具

超級大腦是一套智能化的分析工具，包含 AI 數據分析以及 AI 決策功能，通過抓取門店的相關經營數據，由超級大腦進行分析與決策，為門店的日常經營提供更準確的指導。例如通過人工智慧進營銷售預測、庫存管理和人力資源調度，不僅幫助門店快速決策，還能識別成本節約與更多效率提升的機會。



亮點案例

基於 AI 的集中招聘與流程優化

我們在 2023 年底上線了門店集中招聘流程，旨在集中處理分散於各個門店的日常招募工作，減少餐廳經理的工作負擔。同時，我們將數字化工具嵌入集中招聘平臺，增加 AI 簡歷篩選、AI 候選人溝通、AI 面試等功能，提高整體招聘效率。報告期內，近 80% 的餐廳招募需求已通過集中招聘平臺完成。此外，我們進一步將集中招聘平臺的功能及 AI 應用延展至入職到培訓的全流程支持。AI 賦能的集中作業有效提升了人員到崗效率，持續為一線員工減負，幫助餐廳經理得以更專注於餐廳的經營與顧客體驗的提升。

集中招募人事流程



系統亮點

- 搭建人力池，提供人力資源盤活、推薦工具，特別在人才匱乏區域提升簡歷檢索效能
- 滿足人才內推和外推需求，最大程度激發候選人資源
- 優化系統工具，配合集中化流程落地，釋放餐廳管理組工時
- 利用 AI 工具優化流程提升效率：候選人投遞簡歷後兩小時內即完成面試安排

遠程門店管理

我們通過遠程門店管理系統提升餐廳經理同時管理多家門店的效率，使其不必往返於各個門店之間，而是直接通過線上即可了解不同門店的實時經營狀況，提高管理效率，確保門店運營的一致性和質量。



智能穿戴設備

我們為部分員工提供智能手錶等智能穿戴設備，使他們可以高效管理餐廳的實時點餐及服務流程，從而確保服務質量。



經營管理工具

除了以上的這些數字化基礎設施，我們還為餐廳經理及一線員工提供一系列的數字化經營管理工具，涵蓋了銷售、外送、倉儲、設備及人力等各類餐廳涉及到的日常經營工作，充分簡化餐廳經理的工作流程，提升管理效率。



培養行業先鋒人才

夯實人才儲備

我們深知就業是民生之本，也是建設富裕繁榮社會的重要組成部分。百勝中國主動擔當，以為年輕一代提供就業成長機會為己任，每年走進校園，為心懷夢想的學子們提供就業指引與崗位機會。



百勝中國 2024 餐廳招聘季線下活動

走進 **85** 個城市

開展 **100+** 場宣講

吸引 **40,000+** 名學生參與

亮點案例 第二屆「百勝創星杯」

2024 年 9 月，百勝中國舉辦第二屆「百勝創星杯」食品創新大賽，旨在為學生們提供一個實踐研發培訓平臺。在專家的指導下，參賽者們從消費者需求、食材、包裝、營銷等多維度進行食品研發的思考，研發出了一系列獨特的創新產品，進一步培養學生的創新創業思維與技能。

本次大賽吸引全國 **31** 所高校
380 組參賽團隊參與



培育員工能力

百勝中國重視員工的成長與發展，支持每一位員工不斷追求更高的職業夢想。我們持續投資員工能力，以前瞻視角為員工構建全職業生涯人才培養體系，賦能員工不斷提升職業競爭力，在助力員工實現個人價值的同時，為企業可持續發展注入持久動能。



亮點案例 百勝中國人才全職業生涯培養體系

2024 年，我們基於最新人才戰略打造並推出百勝中國人才全職業生涯培養體系，旨在幫助員工主動思考自我發展，提升個人僱傭力，同時進一步推動了公司高潛人才的加速培養。

該培養體系基於各職業發展階段所需具備的核心能力，為不同梯隊的員工制定高匹配度的人才培養和學習發展策略和計劃。基於該培養體系，我們全面升級了在線學習平臺「魔百優學」，圍繞五大核心能力，覆蓋四個職業發展階段，結合線上學習和線下研討的方式，打造 14 項課程模塊下超過 40 門課程，確保在不同職業階段的員工能夠根據自身發展需求找到合適的學習資源，支持員工在各個職業階段的成長。報告期內，共有 91,280 人次參與相關培訓。



為了幫助員工更好地適應數智化浪潮下不斷變化的市場需求，2024 年，我們定制化了 AI 相關學習課程，通過 15 場專項培訓賦能超過 30,000 人次員工學習並應用 AI 工具，幫助他們持續增強自身的可僱傭能力，助力公司把握數字化轉型機遇。

此外，公司還通過「圓夢計劃」為員工提供繼續教育的機會，支持他們獲得更高學歷，並對符合資格的員工發放獎學金，為更多員工鋪就通往夢想的階梯。

截至 2024 年底

圓夢計劃已推廣至全國

~20 個市場

3,800+

名員工獲得職業技能認證

3,000+

名員工獲得了繼續教育補助，並取得了高等教育學歷證書

百勝中國旗下肯德基品牌憑藉人才培養方面的創新實踐
榮膺中歐商業在線「2023-2024 未來管理人才培養卓越獎」



提升員工幸福感與自豪感

百勝中國通過有競爭力的薪酬制度和精細化的福利保障機制，確保員工得到支持和保障。

員工福祉

百勝中國始終致力於提升員工福利體驗，為員工提供全方位的福利保障。「YUMC Care」福利項目提供全面的員工關懷。2024 年該項目持續圍繞個人健康、家庭健康、財務健康和社會健康四大福利範疇，推出了一系列新舉措，為員工提供多層次、全方位的福利保障。

福利假期

- 員工參與公司組織的公益及志願者活動均可獲得相應調休假期。

日常關懷

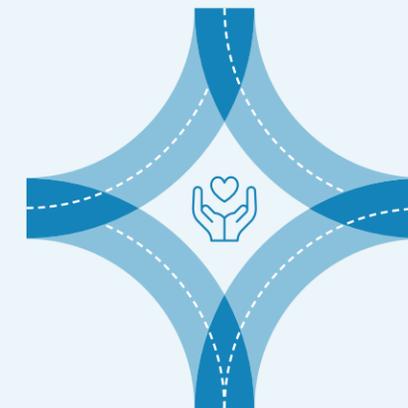
- 「Fruit Day」福利活動，定期為員工提供豐富多樣的下午茶。
- 在原有的自費體檢升級套餐基礎上，另外新增了單項自費選擇，以滿足員工的個性化體檢需求，同時全面實現個人健康告知和保險核銷流程的線上化，提升了核保流程效率。

家庭關懷

- 「百勝專屬父母意外險」保障範圍從員工的父母拓展至其配偶的父母，為員工提供更全面的家庭保障。同時開展了針對員工子女的「暑期少年品格成長營」活動，關愛員工子女。

心靈關懷

- 員工幫助計劃 (EAP) 線上平臺「答心」於 3 月正式上線，員工可以通過預約心理諮詢、學習心理課程、了解身心信息等功能為工作和生活賦能助力。



亮點案例

關愛一線：共享成長與回報

我們持續深化對一線員工的關懷，致力於為員工及其家人提供更高質量的福利保障。我們優化了餐廳管理團隊的醫療保險福利，不僅為餐廳經理提供了高達 100 萬元人民幣的醫療保障，還將這份關懷延伸至他們的父母，並為他們提供重大疾病保險。

除此之外，我們不斷擴展福利覆蓋範圍，於 2025 年初啟動的「安心計劃」，向超過 20,000 位餐廳樓面經理提供全面、便捷、經濟實惠且覆蓋面廣的健康保障選項。同時，我們仍在持續探索更大的福利覆蓋範圍，努力守護好每一位餐廳夥伴。

薪酬激勵

我們秉持「以績效結果和業務影響付薪」的理念，為員工提供具有競爭力的薪酬待遇，肯定和獎勵員工的辛勤付出和傑出表現。

截至 2024 年底

累計向 **14,700+**
名餐廳經理授予公司股票

發展晉升

依托於完善的培訓體系及績效管理，我們得以培養出行業領先的員工。在公司有高層職位時，我們堅持優先考慮內部員工，100% 餐廳經理、區經理、區域經理、市場總經理為內部晉升。我們為員工提供了清晰的晉升通道，不同職能不同職級的員工，都可以通過階梯式的培訓計劃獲得明確的晉升路徑。例如，我們為營運團隊打造了「接力棒計劃」人才發展項目，並為營銷和供應鏈團隊定制了為期二至三年的管理培訓生快速發展計劃，這些項目均培養出眾多優秀的行業領袖。

傾聽心聲

我們提供多元、暢通的員工溝通渠道，公司每兩年開展一次員工敬業度調研活動，同時也不定期通過多種形式接收員工的建議並予以反饋，確保每位員工的需求和意見都能得到充分表達與尊重。

2024 年，公司多次通過職工代表大會接受職工代表們的審議，聽取建議，對人力資源管理的具體規章制度和政策進行制定和修改。工會在表達員工訴求方面也發揮重要作用，截至 2024 年底，已有超過 90% 的員工自願加入工會。除上述溝通渠道外，公司也在行為決策過程中積極傾聽員工聲音。報告期內，我們邀請員工參與討論百勝中國企業價值觀的迭代，並認真聽取他們對公司發展的建議。



亮點案例

聆聽一線：回應每一份期待

我們致力於構建一個開放的溝通環境，確保每位員工，包括一線員工的意見都能被聽見和重視。報告期內，我們為一線員工搭建了直接對話的平臺。百勝中國首席執行官屈翠容與管理層團隊深入各地餐廳，與員工進行面對面交流，傾聽他們的心聲，了解並幫助他們解決在工作中遇到的實際問題。



這些交流涵蓋了優化運營流程、提升顧客體驗以及增強員工關懷等多個方面。通過這種深入的一線互動，我們不僅加強了上下級之間的理解與聯繫，也展現了公司對員工意見的高度重視。

亮點案例

致敬奮鬥：不負每份努力

榮譽是對努力的最好見證，也是激勵前行的動力源泉。11 月，一年一度的冠軍盛典在中國三亞舉行，我們為 2024 年最優秀的餐廳經理和區經理分別頒發了「冠軍俱樂部」「金哨獎」榮譽，並邀請獲獎夥伴的家人們一起見證這個榮耀時刻。

12 月，以「聚能創新，篤行致遠」為主題的 2024 年百勝中國餐廳經理年會在中國香港盛大舉行，11,000 餘名來自全國各地的餐廳經理和區經理歡聚一堂。百勝中國首席執行官屈翠容和各品牌總經理均對餐廳經理過去一年的努力和成就給予肯定，並為做出傑出貢獻的餐廳夥伴進行頒獎。



營造平等包容的企業氛圍

百勝中國為員工提供平等包容的工作場所，鼓勵每一位員工實現其個人價值，並將守護員工的健康和安全放在首要位置。

保障健康與安全

我們深知保障員工職業健康與安全是企業義不容辭的責任。我們始終致力於打造健康、安全的工作環境，通過完善的保障措施為員工的職業發展和幸福生活保駕護航。

我們成立職業健康安全管理委員會監督相關目標的達成情況，並設立工作小組推動管理體系的高效執行與持續改善，預先識別安全風險，制定標準化的安全規範，明確線性化的安全責任，確保每個成員都成為公司職業健康安全管理的責任人。在餐廳運營的公共場所，我們採取嚴格的保障措施，定期檢查升級員工防護設備，開展工作場所安全審查，並為餐廳員工提供一系列操作培訓，充分保障餐廳員工及顧客的健康與安全。在工傷事故處理方面，我們建立了完善的處理流程與指引，全面保護員工權益。

在辦公場所中，我們不斷強化安全保障措施。2024 年 4 月，我們為約 30 名持有美國心臟協會 (AHA) 頒發的相關急救證書的員工，開展了複訓活動，同時，我們通過辦公室消防演習提升員工的逃生技能，並檢驗應急方案的可行性。

關愛殘障人士

我們始終致力於為殘障人士提供平等的就業與發展機會，為他們打造無障礙且友善包容的工作環境。肯德基的「天使餐廳」公益助殘模式，為全國各地的殘障人士提供平等發展的就業機會。截至 2024 年底，百勝中國扶持就業的殘障人士 1,700 餘人。我們還通過「天使圓夢計劃」為「天使員工」提供一系列資助政策，幫助他們提升職業技能、接受高等教育。

維護性別平等

我們堅信多元背景的員工能夠激發組織活力，因此積極打造多元、包容、無歧視的工作環境，提供平等機會，讓所有員工都能夠實現個人價值。人力資源部門主導制定相關政策並監督實施情況。同時，我們定期開展相關培訓課程，幫助所有員工在多元包容與平等的工作環境中成長。

作為聯合國「賦權予婦女原則」(WEPIs) 簽署企業成員，我們堅持為每一名員工提供平等的工作和晉升機會，踐行同工同酬原則，每年對薪酬和福利系統進行審查，確保員工作出的貢獻獲得平等的回報。

● 點擊查看《百勝中國人權政策》《百勝中國零容忍政策》《以人為本 - 多元化與平等機會政策》

從 2020 年起，
已實現餐廳管理組及辦公室
員工年度健康體檢覆蓋率

100%

餐廳員工健康
證明覆蓋率

100%

截至 2024 年底，
天使餐廳落地全國

60 城

66 家餐廳

2024 年百勝中國服務組
員工性別 (小時) 收入平均
數及中位數差異為

0

● 點擊查看《百勝中國職業健康與安全政策》



築·品質服務

百勝中國秉持「為客瘋狂」的服務理念，始終將提升顧客體驗作為所有工作的出發點，不斷超越顧客期待，驅動持續增長。為此，百勝中國建立內部工作機制，通過月會定期探討並推動顧客體驗優化。

提升顧客體驗

作為中國最大的餐飲企業，百勝中國每年服務超過 20 億人次的消費者。我們始終將顧客滿意度放在第一位，用心聆聽顧客心聲。我們將顧客評分結果作為考核門店績效的重要標準之一，並設立多層級的顧客投訴處理機制，明確投訴處理責任人和處理的用時標準；同時，積極運用 AI 技術，致力於實現及時有效地處理消費者反饋。此外，為了更好地服務顧客，我們通過簡化、集中和自動化餐廳運營關鍵流程，減輕餐廳經理的負擔，使他們能夠專注於提供卓越服務。



亮點案例

百勝中國消費者洞察平臺

我們致力於通過數字化創新技術更快洞悉消費、及時響應消費者需求。在自行研發客戶體驗調查系統 (GES)、客戶服務平臺 (CSP) 之外，我們於 2024 年打造百勝中國消費者洞察平臺，進一步拓寬顧客的反饋收集渠道。該平臺利用生成式人工智能 (GenAI) 高效總結顧客留言，在品牌活動上市當天進行小時級更新，幫助業務部門及時發現問題和採取措施調優改善，實現「疾速洞察」。

目前，AI 客服每天能夠為百勝中國處理超過 15 萬次消費者溝通。在輔助人工方面，AI 客服能夠快速歸納、總結消費者訴求，輔助客服更快速、更精準地回覆，整體效率提高 10%。

堅守負責任營銷

我們制定並遵守《百勝中國負責任營銷政策》，承諾始終堅守誠信原則，絕不誇大我們的產品及服務對社會和環境的正向影響。我們成立了營銷傳播委員會，由食品創新、食品安全、法務、市場營銷等多職能團隊組成，負責審查我們的營銷傳播內容，以確保符合法律法規與百勝中國政策。此外，我們定期針對相關員工開展負責任營銷培訓，以確保員工及時知曉最新的審核要求及法律法規的變更。

● 點擊查看《百勝中國負責任營銷政策》

築·責任採購

我們相信互惠共贏的供應鏈生態系統是百勝中國實現穩健增長的重要保障。我們持續強化供應鏈的韌性，確保穩定、可靠的商品供應，為提升顧客體驗夯實基礎。我們踐行責任採購理念，在關注價值鏈每一個人的權益和福祉的同時，持續推動供應商合規水平提升。我們堅持本地採購，全方位賦能供應商發展，並助力產業升級和地方經濟增長。

百勝中國供應鏈管理重點

全面的 食品安全管理

- 涵蓋上游供應商、供應商、物流、餐廳、外送的端到端食品安全管理（具體請見「[以食為天](#)」章節）

創新的 供應商管理

- 擁有超過 800 家獨立供應商，採取集中採購模式，不斷提升供應鏈韌性
- 積極發展本地採購，提升供應鏈效率，助力地方經濟增長
- 全面賦能供應商，提升產品供應質量，並促進產業升級

智能化的 物流體系

- 物流網絡涵蓋 33 個物流中心，車隊規模超過 40,000 輛，服務超過 2,200 個城鎮，16,000 餘家餐廳
- 應用自動化及智能化技術，提高運輸管理效率，打造低碳物流體系，同時保障食品安全與質量

負責任的 採購實踐

- 制定《百勝中國供應商行為準則》並要求所有供應商簽署
- 對所有重要供應商開展 CSR 審核，確保其符合百勝中國的責任採購標準
- 與供應商合作開展節能減排工作（具體請見「[以綠為源](#)」章節）



創新的供應商管理

保障穩健供應

為了保障供應鏈的穩定性和多樣性，我們致力於構建多元化、高質量的供應商體系，確保大部分採購產品有多家供應商可供選擇，並對關鍵食材簽訂長期批量協議，從而降低供應中斷的風險。我們嚴格執行供應商資格認證流程，設定詳細的採購要求，並通過集中採購的模式提升供應鏈的可靠性和穩定性，以進一步增強業務韌性。

亮點案例

百勝中國發布供應商線上公開招募平臺

為構建更具韌性的供應鏈生態，百勝中國推行創新採購策略，於報告期內上線了供應商公開招募管理平臺，向優質企業發出合作邀請。該平臺簡化了傳統供應商的招募流程，提升了透明度與公平性，為更多供應商提供了合作機會。

自推出以來，該平臺已吸引了來自不同地區的 30 多個品類的供應商申請，覆蓋現有品類的三分之一以上，進一步豐富了百勝中國供應商資源庫，助力提升供應鏈穩定性。

扶持產業發展

作為餐飲行業領軍者，百勝中國憑借領先的管理經驗和豐富的資源優勢，積極帶動上下遊企業共同發展，引領行業迭代升級，構建互利共贏的供應鏈生態系統。

我們積極與中國本土供應商開展合作。截至 2024 年底，我們的供應商網絡中有超過 99% 的供應商來自中國本土地區，為當地經濟增長和就業帶來正面影響。除了為供應商提供業務機會之外，我們在管理方法、技術支持、市場推廣等方面積極向供應商分享資源和經驗。與此同時，供應商也以高質量產品反哺給我們，雙方形成互惠共贏的合作關係。

亮點案例

推動中國白羽雞行業升級

禽類是我們最主要採購的原材料之一。巨大的需求量意味着我們能夠獲得對中國禽類產業產生積極影響的獨特機會。

我們推動供應商將具有更短生長周期的優質品種——白羽雞引入中國市場，並為中國白羽雞養殖提供建設性意見。我們與一家本土戰略供應商緊密合作，支持他們成功開發了白羽雞「曾祖代」種雞，並推動該供應商白羽雞由作坊式的生產逐步升級到自動化的一條龍產業。

智能化的物流體系

智能化的物流體系是百勝中國供應鏈的重要支撐。我們持續推動數字化和智能化技術應用，致力於提供一站式全鏈路物流服務，以實現庫存合理化、智能運輸網絡規劃、創新採購管理以及食品安全風險評估，從而在提升供應鏈管理效能的同時，降低員工工作負荷，並減少物流體系的环境足跡。

庫存與倉儲管理的智慧化轉型

我們致力於利用先進的數字化手段革新庫存與倉儲管理，實現產品、物料及原材料的自動化實時庫存監測，並借助 AI 技術優化庫存補充策略。我們的西安物流中心已在 2023 年實現完全自動化運營，採用自動導引車 (AGV)、自動搬運機器人、自動化立體倉庫 (ASRS) 和貨到人揀選 (goods-to-person picking) 等先進的技術，使存儲空間增加 55%，揀選效率提升 70%，顯著提升物流效率並簡化人工操作。



物流路徑規劃的智能化升級

在物流運輸規劃方面，我們正在進行 AI 驅動的智能網絡規劃，旨在通過該技術提出最有效的物流解決方案。目前，該試點網絡模型已經覆蓋了 60 個倉庫、100 多個發貨點、近 400 個收貨城市，提供超過 300 萬條的運輸路線選擇，實現貨物的高效配送，同時減少物流運輸的碳排放。



亮點案例

百勝中國最大自建供應鏈中心啟用

2024 年 9 月，百勝中國正式啟用了其位於上海嘉定的自建供應鏈管理中心。該中心集成了自動化物流系統、先進的自動化存儲和檢索系統，以及屋頂分布式光伏等前沿技術，致力於打造一個高效、智能且環保的運營典範。該中心不僅滿足了百勝中國旗下品牌在華東地區的供應鏈服務需求，更為百勝中國在全國範圍內的冷鏈整合提供了重要支點。



負責任的採購實踐

百勝中國堅定履行負責任採購承諾。我們要求所有供應商在與公司開展業務前，簽署《百勝中國供應商行為準則》，承諾遵守一切適用的法律法規，並自覺履行企業社會責任和環保責任。

參考國家相關法律法規以及國際標準，我們制定百勝中國供應商 CSR 審核評價標準，並通過第三方專業審核機構每年進行現場審核，從而有效管理供應鏈風險。

此外，我們也鼓勵供應商參與國際主流的供應鏈可持續性評估，以提升他們的可持續發展表現。

百勝中國供應商 CSR 審核流程

	步驟1	步驟2	步驟3	步驟4	步驟5
評估流程	卷面自我評估	線上培訓	獨立第三方現場 CSR 審核 - 初審	糾正預防行動計劃提交	獨立第三方現場 CSR 審核 - 復審
2024年結果	100% 關鍵供應商參與	參與 CSR 審核的供應商 100% 培訓參與率	<ul style="list-style-type: none"> 428 家供應商接受 CSR 審核，較去年增加 10% 覆蓋了 100% 的關鍵供應商 初審通過率 97% 	100% 審核後的糾正預防行動計劃提交率	未通過初審且仍繼續合作的供應商 100% 完成復審

● 點擊查看《百勝中國供應商行為準則》《百勝中國供應商行為準則-ESG》



以愛為先

扎根中國37年來，百勝中國始終不忘回饋社會的使命，從未停下公益慈善的步伐，迄今已打造了一系列獨特、持久、暖心的公益項目。

本章內容

-  促·鄉村振興 68
-  促·美好社區 70
-  促·文明健康 73

對SDGs的貢獻





「仁心正行」 核心價值觀與社會共享共贏

鄉村振興

- 營養** 改善偏遠鄉村兒童的營養健康
- 教育** 推動鄉村數字化教育發展
- 扶業** 助力鄉村產業振興



社區關愛

我們用愛回饋社區，長期支持青少年健康成長，為有需要的群體提供力所能及的關愛，為公眾普及安全教育，構建和諧友愛社區友鄰



健康倡導

我們開展各類營養科普活動，支持運動賽事，倡導「吃動平衡」的健康生活方式，並以產品和門店為載體，積極弘揚傳統文化，推動文化自信



在全社會助力推廣「隨手公益」理念，用力所能及的方式踐行公益，
與時俱進地用創新方式傳遞愛心和善行



百勝中國始終秉持「仁心正行」的價值觀，致力於在鄉村振興、社區關愛、以及健康倡導三大領域產生積極和深遠的影響，以向善之心積極回饋社會，用己所長為社會發展貢獻更多力量。

「長期主義」是百勝中國公益體系的核心理念之一。旗艦公益項目「捐一元」已邁入第 17 年；肯德基連續 20 年舉辦中國中學生 3×3 籃球聯賽；肯德基「天使餐廳」「小候鳥基金」「食物驛站」、必勝客「扶業計劃」等公益項目也都持續開展超過五年。此外，百勝中國持續探索創新的公益參與形式，通過打造系統的平臺提升公益參與的便利性，開展豐富的活動提升公益參與的積極性，致力於實現「人人公益」「隨手公益」。



屈翠容
百勝中國首席執行官

「好的公益始於善意，但長於創新，需要持之以恆才能聚沙成塔。」



2024 年責任 100
「最佳責任企業品牌」



2024 年《公益時報》社
第八屆中國公益年會
「年度中國公益企業」



2024 年慈善大典
「年度慈善榜樣」

促·鄉村振興

基於對不同地區受助者需求和不同時代背景下社會問題的精準洞察，百勝中國也在不斷推動公益項目模式的創新，從「捐一元」到「扶業計劃」，全方位提供針對性的解決方案。

關愛鄉村兒童福祉

為彌合城鄉發展差距，全面推動鄉村兒童發展事業，百勝中國與中國鄉村發展基金會（原中國扶貧基金會）連續 17 年深耕「捐一元」項目，不斷拓寬參與渠道、鏈接多方愛心力量、深化幫扶維度，打造了一套覆蓋線上和線下，既便捷又靈活，兼具儀式感和趣味性的公益參與體系。

拓寬參與渠道

2024 年，肯德基、必勝客、塔可鐘、Lavazza 品牌特別推出愛心套餐為「捐一元」助力，顧客每購買一份愛心套餐，我們就會捐贈一元錢支持「捐一元」；通過肯德基和必勝客的在線點餐渠道參與「隨餐捐」，消費者可力所能及為鄉村兒童獻愛心；百勝中國旗下小肥羊、黃記煌品牌，繼續通過餐廳互動的形式，邀約顧客參與獻愛心；百勝中國全國各大市場通過開展「公益市集」等創意創新活動，持續推廣全民公益精神。



鏈接多方力量

同時，今年項目以「致敬捐一元背後的你」為主題，向愛心鏈條上超過 1.5 億人次「一元俠」們致謝。這其中，也包含了百勝中國的 35 萬餘名員工。每年夏天的「捐一元」全國募捐季，也是百勝中國的「全員公益月」，員工們秉持「隨手公益」的理念，充分發揮向善心與凝聚力，從自身輻射到家庭，再到更廣泛的社會群體，幫助項目匯聚了更強大的公益力量。

深化幫扶維度

作為「捐一元」的另一重要幫扶板塊，數字化課堂自開設以來不僅為鄉村學校提供了電腦設備等硬件上的支持，更重要的是通過開展編程培訓課推動編程教育普及，旨在激發鄉村孩子們對數字化的興趣，讓他們也有機會參與到數字化變革的新時代，探索人生更多無限可能。2024 年，在「捐一元」數字化課堂項目的幫助下，來自甘肅省鄉村地區的五名小學生在第六屆 ICode 國際青少年編程競賽中國區決賽中取得了一金三銀一銅的好成績，「科技之光」正在照亮鄉村。



截至 2024 年 12 月底

- 「捐一元」項目累計募款 **2.7 億+** 元
- 吸引消費者參與募捐 **1.5 億+** 人次
- 為欠發達地區兒童提供 **5,800 萬+** 份營養加餐，並為 **1,500+** 所鄉村學校 配備現代化愛心廚房設備，並在 **620+** 所鄉村學校，為 **780+** 名教師提供編程培訓
- 累計覆蓋 **17** 省（自治區）
- 受益兒童 **100 萬+** 人次

項目於 2024 年榮獲南方日報「年度十大公益品牌獎」「南方公益傳播獎」和 2024 蒲公英獎「第十一屆中國創新傳播大獎 - 可持續發展類」

扶持鄉村產業振興

百勝中國始終秉持「授人以漁」的理念，支持鄉村發展，發揮行業引領作用。必勝客自 2018 年推出「扶業計劃」以來，通過精準扶業模式，為當地農戶提供完善的培訓與實踐平臺，因地制宜地解決種植地問題，有力促進農民增收，助力當地鄉村產業發展。

2024 年，必勝客「扶業計劃」持續推進「產學研」模式，在貴州施秉火龍果種植專屬地塊，升級「扶業小屋」，設置標準化火龍果種植培訓室、鄉村振興賦能項目培訓中心，以及必勝客新零售餐食體驗專區，在拓寬農產品銷售渠道的同時，也成為帶動當地文旅業發展的創新契機。

通過充分發揮農業專家常年駐村的優勢，「扶業計劃」截至 2024 年底，為農戶開展了 90 餘場培訓，覆蓋 700 多名參與者，並分享了詳細實施方案和技術，幫助農戶提升火龍果的產量與品質。在推動火龍果標準化種植的同時，「扶業計劃」敏銳捕捉到互聯網時代農業營銷的新趨勢，將農戶直播培訓納入扶業體系，提升農戶的網絡銷售能力，為當地農戶帶來了實實在在的經濟收益。





促·美好社區

百勝中國及旗下品牌結合自身遍布全國的門店特點和優勢，將企業經營發展和公益慈善事業深度融合，探索可持續的公益模式，助力打造美好社區。

關愛青少年與兒童

由百勝中國肯德基攜手中國兒童少年基金會共同創立的「肯德基小候鳥基金」持續關注並致力於提升流動、留守及困境兒童的生活狀態。2023 年項目啟動「小候鳥基金困境兒童關愛升級計劃」，將關愛半徑延伸至城鄉困境兒童群體。2024 年，項目進一步攜手各級婦聯組織，共向全國 14 個省份的 1,000 名困境兒童發放關愛基金，並動員愛心志願者組成「小候鳥好友團」，進一步為孩子們構築龐大堅實的關愛網絡。此外，項目推出「小候鳥家長親子學院」，由心理、教育等行業專家定制系列線上課程，幫助提升家長與子女間的溝通方式，引領親子雙方共同成長。



截至 2024 年底「肯德基小候鳥基金」

已累計捐贈

4,000 萬+ 元

捐贈童書

110 萬+ 冊

惠及

600 萬+ 人次

流動、留守和城鄉困境兒童



南方周末築夢者公益大會
「2024 年度公益貢獻獎」



新周刊 2024 中國年度新銳榜榮譽盛典
「優化生活·社會責任踐行獎」

此外，肯德基和必勝客利用餐廳網絡化優勢，為公眾提供免費的公益閱讀資源，如為兒童餐隨餐派發童書的肯德基「小書迷王國」；在餐廳打造公益閱讀空間的必勝客「悅讀食光」等，由點及面地將關愛輻射至一個個具體的社區和個人。

致敬「她力量」

百勝中國不僅在職場中支持和促進性別平等，同時致力於推動全社會女性的多元化發展，促進女性力量在全社會範圍內被更廣泛地「看見」。2024 年婦女節期間，肯德基、必勝客在多地餐廳以美食為媒介，開展女性主題沙龍、獻禮祝福等特別策劃的活動，致敬來自公安、交警、教育、醫護、新聞等各行各業的女性，傳播「她力量」精神。

助融無障礙社會

百勝中國作為社區好鄰居，依託於龐大的門店基數與品牌影響力，多年來通過「天使餐廳」助殘模式，鼓勵殘障群體挖掘自身潛能，以更優質的服務融入社會、回饋社會。2024 年，肯德基天使餐廳進駐 18 座新城市，累計為數百位殘障人士提供工作機會和成長空間，為殘障群體打造了一片發揮個人潛力的廣闊舞臺，全面促進平等、友愛、共融的社會氛圍。



尊重每一個生命

百勝中國始終秉持善待動物的理念，倡導動物與人自然和諧共生發展。2024 年，必勝客繼續深化與「它基金」的合作，在全國 18 座城市落地了 21 家「必勝客 x 它基金動物友好公益主題餐廳」，開展多場「為愛伸出圓手」公益活動，推出萌宠愛心套餐、宣傳科學養寵知識，致力於通過品牌影響力帶動更多消費者關注動物保護話題。同時，通過套餐捐款等方式持續支持「必勝客 x 它基金流浪動物關愛計劃」，倡導「領養代替購買」的理念，為流浪動物保護公益事業貢獻愛心。



普及安全教育

2024 年，百勝中國繼續支持開展「安全科普知識進萬家」互聯網主題宣傳活動。截至 2024 年底，項目已在上海、北京、廣州、杭州、鄭州等 19 個城市，累計打造了 41 家應急 / 消防科普主題餐廳，開展應急科普活動超過 600 場，加強全社會對消防安全的認識和參與。

亮點案例 消防日：安全科普

山東省消防救援總隊聯合百勝中國旗下肯德基和必勝客品牌，於 2024 年 11 月 9 日——全國第 33 個消防日，在山東 16 地市的部分餐廳開展了一場別開生面的消防安全科普宣傳活動，通過多種創新形式使消防安全知識變得觸手可及。雙方還舉辦了「開學第一課」等消防安全體驗營，致力於提高全民的消防安全意識和自防自救能力，助力創建和諧穩定的消防安全社會。



促·文明健康

百勝中國通過倡導均衡膳食和支持運動賽事，持續向公眾倡導均衡膳食、吃動平衡的健康生活方式，並在精心打造更多元的餐飲體驗的同時，巧妙融入傳統文化元素，為消費者帶來別具一格的文化體驗。

推廣營養科普

百勝中國結合自身的餐飲實踐經驗，持續積極助力全民健康教育科普推廣工作和營養健康的創新實踐。

2024 年

190 篇公益科普推文 / 視頻

1,700 萬+

流覽總閱讀量



亮點案例

百勝餐飲健康專項基金

為促進平衡膳食和改善中國城市居民餐飲行為，百勝中國建立中國營養學會科研基金——百勝餐飲健康專項基金，持續資助以「餐飲營養健康」為前提，與「在外就餐」「健康餐廳建設」「城市居民健康」相關聯的科學研究項目或健康調查研究項目。2024 年，該基金針對符合當下發展趨勢的三大主題開展優先支持，包括餐飲數智化相關研究、《中國學齡兒童膳食指南》在餐飲行業的宣教與效果評估、以及城市居民在外早餐的調查研究。

截至 2024 年底，資助金額

2,600 萬+ 元

100+ 個

科研基金資助項目

亮點案例

肯德基專屬全民營養周餐盤墊紙

2024 年，第十屆全民營養周以奶豆添營養，少油更健康為主題，回應《中國居民膳食指南 2022》平衡膳食準則第三條多吃蔬果、奶類、全穀、大豆和第五條少鹽少油，控糖限酒。活動期間，肯德基設計專屬餐盤墊紙，向消費者科普營養健康相關知識，助力全民營養周，同時將營養議題與低碳議題連接，協同推進人與自然的和諧、健康發展。



肯德基專屬全民營養周餐盤墊紙



亮點案例

青少年食品安全與營養健康科普教育活動

百勝中國結合自身公益資源，積極提供支持，提升青少年食安鑑別能力，養成健康的生活習慣。我們攜旗下肯德基品牌與中國關心下一代工作委員會教育中心、中國健康教育中心、中國教育報共同舉辦青少年食品安全與營養健康科普教育活動。

2024 年，活動升級模式為「校園多樣化科普+實踐」，聯動全國各地中小學資源，進一步拓寬項目的社會化普及面，相繼走進了南京、重慶、福州等 10 個城市的近 70 所學校，並深化城市校園主題日巡回活動質量，全新推出「食安營養科普角」，升級「青少年食品安全與營養健康科普作品征集」評判標準，評優作品在主辦單位中國關工委教育中心網站上進行展示。

活動自 2016 年啟動至 2024 年底，

已累計在全國

87 個城市

舉辦科普教育活動總計

830+ 場

線下活動累計直接參與

46 萬+ 人次



推動文化自信

百勝中國一直秉持着弘揚中國傳統文化的使命，不斷通過升級產品、豐富餐廳體驗以及文化周邊的打造等多種維度，借品牌影響力讓年輕一代參與到中國文化傳承事業中來，堅定文化自信、助力文化發展。2024 年，肯德基和必勝客以餐廳門店為媒介，結合非遺文化，推出「西餐廳裏的中國年」、龍舟快閃店、「博物蘇州 自在江南」主題餐廳、故宮主題店與主題包裝等特色活動和創新消費場景，豐富消費者的文化體驗，弘揚中國傳統文化的魅力。



倡行運動健康

我們通過舉辦體育主題活動和贊助體育賽事，帶動更多顧客與社會公眾參與體育運動，助力全民健身事業發展。

亮點案例

肯德基三人籃球賽

2024 年，肯德基三籃迎來 20 周年。從 2004 年初創時的摸索前行，到如今成為人們談及國內青少年三人籃球運動時繞不開的名字，肯德基三人籃球賽用 20 年的時間為超 300 萬籃球少年提供自我展示與成長的舞臺，助力着中國體教結合事業的發展。憑借三籃項目，百勝中國肯德基獲得了 2024 年度南風窗社會價值年度盛典之「年度社會價值企業獎」。

今年，肯德基三人籃球賽自 9 月啟航，歷經城市賽、分區賽的層層篩選，最終匯聚於西安進行全國總決賽的巔峰對決，整個賽事跨度近三個月，覆蓋了全國 25 個省、直轄市，36 座城市，吸引了超過 1,500 所學校、近 14,000 支隊伍的積極參與。



亮點案例

必勝客「揚帆必勝」帆船賽事

2024 年，必勝客連續七年攜手青島國際帆船周·青島國際海洋節，探索「餐飲+體育」模式的無限可能，以餐飲為媒介，傳遞積極健康的生活態度。9 月第十六屆青島國際帆船周·青島國際海洋節期間，「揚帆必勝」項目通過參與帆船比賽賽事、提供餐飲支持、開展「揚帆必勝」環遊記活動等多元化舉措，全方位為賽事注入活力，推動帆船文化的普及與發展，全面弘揚體育精神。





附錄

可持續發展承諾與進展

目標與承諾	2024年進展
<ul style="list-style-type: none"> 餐廳與物流中心的食品安全和質量審核覆蓋率達 100% 辦公室、餐廳和物流中心員工的食品安全和質量培訓覆蓋率達 100% 食品和食品接觸包裝材料供應商的食品安全風險評估覆蓋率達 100% 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 已完成 ✓ 已完成 ✓ 已完成
<p>以食為天</p> <p>百勝中國營養健康承諾</p> <ul style="list-style-type: none"> 肯德基、必勝客和塔可鐘的兒童餐 100% 符合中國營養學會發布的《餐飲業提供學齡兒童正餐營養指導原則》 肯德基、必勝客和塔可鐘的輕食餐 100% 符合中國烹飪協會發布的《輕食營養配餐設計指南》 肯德基、必勝客和塔可鐘的產品 100% 不含源自氫化和部分氫化植物油的反式脂肪 以 2020 年為基準年，於 2030 年將薯條、番茄醬、冷凍芝士減鹽 700+ 噸 以 2020 年為基準年，於 2030 年減糖 4,500+ 噸 	<p>開展中</p>
<p>以綠為源</p> <p>力爭實現 2050 年價值鏈淨零排放</p> <p>科學碳目標中期減排目標</p> <ul style="list-style-type: none"> 以 2020 年為基準年，於 2035 年前將範圍一及二的絕對溫室氣體排放量減少 63% 以 2020 年為基準年，於 2035 年前將範圍三中每噸外購商品的溫室氣體排放量減少 66.3% 以 2020 年為基準年，於 2025 年前將自營餐廳單店平均能源間接溫室氣體排放量減少 20% 到 2025 年底，實現所有新建物流中心的可用屋頂 100% 光伏覆蓋 到 2025 年，餐廳的單店平均用水量與 2017 年基線相比降低 10% 到 2030 年，餐廳的單店平均食物損耗與 2020 年基線相比降低 10% 到 2025 年，不可降解塑膠包裝重量與 2019 年基線相比降低 30% 所有面向顧客的塑膠包裝可回收利用 到2025年，100%紙包裝獲得FSC認證 100%所採購的棕櫚油獲得RSPO認證 	<ul style="list-style-type: none"> 開展中 ✓ 已完成 開展中 ✓ 已完成 開展中 開展中 ✓ 已完成 開展中 ~33%所用紙包裝獲得FSC認證 ✓ 已完成
<p>以人為本</p> <ul style="list-style-type: none"> 女性員工比例不低於 50% 女性聘用、培養、晉升、保留比例不低於 50% 殘障人士安置比例保持全職員工人數的 1.5% 以上 關鍵供應商的 CSR 審核覆蓋率達 100% 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 已完成 ✓ 已完成 開展中 100%符合國家相關法規要求 ✓ 已完成
<p>以愛為先</p> <ul style="list-style-type: none"> 鼓勵員工參與志願者服務 	<p>開展中</p>



關鍵績效數據表

指標	單位	2024	2023	2022
以食為天				
供應商食品安全與質量審核	次	300+	500+	470+
主要原物料食品安全抽檢	次	390+	400+	350+
餐廳食品安全與質量審核 (OEC 審核)	次	27,700+	22,000+	21,200+
餐廳微生物抽樣檢測	次	120,000+	100,000+	89,000+
以綠為源				
直接溫室氣體排放 (範圍一)	噸二氧化碳當量	220,101	187,156	165,197
能源間接溫室氣體排放 (範圍二) (基於位置)	噸二氧化碳當量	2,057,158	2,024,512	1,740,134
能源間接溫室氣體排放 (範圍二) (基於市場)	噸二氧化碳當量	2,036,762	2,020,460	1,740,134
單店平均能源間接溫室氣體排放 (基於市場)	噸二氧化碳當量	139	153	148
其他間接溫室氣體排放 (範圍三)	噸二氧化碳當量	10,235,998	10,102,062	8,198,807
總用電量	兆瓦時	3,813,885	3,528,788	3,029,361
可再生能源使用量	兆瓦時	38,009	7,932	/
單店平均用電量	兆瓦時	260	269	259
總用水量	噸	26,086,762	25,598,144	24,961,986
單店平均用水量	噸	1,801	1,967	2,149
包裝材料使用量 (塑膠包裝及紙包裝)	噸	153,792	130,017	110,485
塑膠包裝使用量	噸	41,206*	24,805	20,076
紙包裝使用量	噸	112,586	105,212	90,409
包裝使用量強度 (以百萬人民幣銷售額計)	噸	2.0	1.8	1.8
包裝總節約量 (塑膠包裝及紙包裝)	噸	~31,000	~30,000	~19,400
採購具有 RSPO 認證的棕櫚油比例	%	100	100	100
以人為本				
員工總人數	人	350,000+	430,000+	400,000+
全職員工	%	40	36	36
兼職員工	%	60	64	64
男性員工	%	33	33	34
女性員工	%	67	67	66
30 周歲及以下	%	50	53	53
31~40 周歲	%	23	23	25
41~50 周歲	%	22	20	19
50 周歲以上	%	5	4	3

* 塑膠包裝增量主要來自於報告期內新增使用可重複利用的無紡布袋。

指標	單位	2024	2023	2022
以人為本				
餐廳經理流失率*	%	9.7	9.3	9.0
管理層 (初級、中級、高級) 中女性比例	%	61	61	61
初級管理層女性比例	%	62	60	61
高級管理層女性比例	%	53	53	53
創收業務板塊女性管理層比例	%	63	63	63
理工科崗位女性比例 **	%	19	18	23
新員工女性比例	%	56	59	59
晉升員工女性比例	%	68	66	67
離職員工女性比例	%	58	58	58
服務組男性與女性員工小時收入平均數差異	%	0	0	0
服務組男性與女性員工小時收入中位數差異	%	0	0	0
天使餐廳涉及城市數量	個	60	42	27
天使餐廳數量	家	66	46	30
天使餐廳聘用殘障員工數量	人	300+	200+	~200
扶持就業的殘障人士數量	人	1,700+	1,800	~2,000
培訓發展總投入	億元	3.63	3.95	3.38
全時工作量 (FTE) 人均培訓成本	元	1,960	1,837	1,673
整體培訓發展時長	萬小時	1,110	970	880
全時工作量人均培訓時長	小時	60	45	44
全職員工培訓人數	人	139,000+	155,000	140,000
兼職員工培訓人數	人	211,000+	277,000	260,000
男員工受訓比例	%	33	33	34
女員工受訓比例	%	67	67	66
餐廳管理組及辦公室員工健康體檢覆蓋率	%	100	100	100
餐廳員工健康證覆蓋率	%	100	100	100
員工百萬工時損工事故率 ***	次數 / 百萬工時	1.09	1.03	1.07
因工死亡人數 ***	人	0	0	0
關鍵供應商 CSR 審核比例	%	100	100	100
中國本土供應商比例	%	99.2	99.2	98.7
以愛為先				
慈善捐款	萬美元	~100	~200	~400

*2021-2023 年，流失率的計算口徑為：報告期內該類別員工的年度流失總人數 / 報告期內該類別員工的年底在職總人數。2024 年，我們更新計算口徑為：報告期內該類別員工的年度流失總人數 / 報告期內該類別員工的年度平均在職人數 (即期初在職總人數 + 期末在職總人數的平均數)。

** 理工科：科學、技術、工程與數學。

*** 不包括非工作原因導致的傷亡，如因非工作原因導致的突發疾病或上下班途中交通事故。

聯交所 ESG 報告指引索引表

B部分 強制披露規定		
方面	強制披露指標	2024年回應
管治架構	<p>董事會發出的聲明，其中包含以下內容：</p> <p>(i) 披露董事會對環境、社會及管治事務的監管情況；</p> <p>(ii) 董事會的環境、社會及管治管理方針及策略，包括評估、優先排序及管理重要的環境、社會及管治相關事務（包括對發行人業務的風險）的流程；以及</p> <p>(iii) 董事會如何依據環境、社會及管治相關目標檢討進展情況，並解釋這些目標與發行人業務的關聯。</p>	企業管治, P14
報告原則	<p>描述或解釋在編備環境、社會及管治報告時如何應用下列匯報原則：</p> <p>重要性： 環境、社會及管治報告應披露：(i) 識別重要環境、社會及管治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。</p> <p>量化： 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。</p> <p>一致性： 發行人應在環境、社會及管治報告中披露統計方法或關鍵績效指標的變更（如有）或任何其他影響有意義比較的相關因素。</p>	關於本報告, P04
報告範圍	解釋環境、社會及管治報告的匯報範圍，及描述挑選哪些實體或業務納入環境、社會及管治報告的過程。若匯報範圍有所改變，發行人應解釋不同之處及變動原因。	關於本報告, P04
C部分 不遵守就解釋條文		
層面	描述	回應
A環境		
A1	排放物	
一般披露	<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>百勝中國遵守的法律法規包括但不限於：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 《中華人民共和國環境保護法》 • 《中華人民共和國水污染防治法》 • 《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》 <p>我們嚴格遵守中國地區所有與環境相關的法律法規，制定《百勝中國環境管理體系》等內部環境管理政策。</p>
A1.1	排放物種類及相關排放數據	<p>廢水總量：22,762,735噸</p> <p>廢水排放強度：1,571噸/店</p> <p>廢氣：公司在經營活動中的廢氣排放主要來自於後廚烹飪產生的油煙。我們設立管理標準，並遵守國家及地方相關法律法規要求，使油煙達標排放。</p>
A1.2	直接（範圍一）及能源間接（範圍二）溫室氣體排放量及密度。	以綠為源 > 護·氣候藍圖, P33
A1.3	所產生有害廢棄物總量及密度。	作為一家餐飲企業，由於業務特性，我們不產生危險廢棄物
關鍵績效	A1.4 所產生無害廢棄物總量及密度。	<p>無害廢棄物總量：428,740 噸</p> <p>無害廢棄物密度：30 噸 / 店</p> <p>回收及回用廢棄物總量：161,711噸</p> <p>處置廢棄物總量：267,029噸</p>
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。	以綠為源 > 護·氣候藍圖, P33
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。	以綠為源 > 護·循環經濟, P40

層面	描述	回應
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。	以綠為源, P30
A2.1	按類型劃分的直接及 / 或間接能源總耗量及密度。	以綠為源 > 護·氣候藍圖, P33
A2.2	總耗水量及密度。	以綠為源 > 護·自然生態, P39
關鍵績效	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。	以綠為源, P30
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。	公司在求取水源上並無遇到任何問題。以綠為源 > 護·自然生態, P39
A2.5	製成品所用包裝材料的總量及每生產單位佔量。	以綠為源 > 護·循環經濟, P40
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。	以綠為源, P30
關鍵績效	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。	以綠為源, P30
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。	以綠為源 > 護·氣候藍圖, P33
關鍵績效	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。	以綠為源 > 護·氣候藍圖, P33
B 社會		
B1	僱傭	
一般披露	<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>百勝中國遵守的法律法規包括但不限於：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 《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》 <p>以人為本 > 築·關懷職場, P49</p>
B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	<p>僱員總數：350,000+</p> <p>僱員佔比：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 按性別劃分： <ul style="list-style-type: none"> 女性：67% 男性：33% • 按僱傭類型劃分： <ul style="list-style-type: none"> 全職：40% 兼職：60% <p>按年齡組別劃分：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 30 周歲及以下：50% 31-40 周歲：23% 41-50 周歲：22% 50 周歲以上：5% <p>按地區劃分：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 中國大陸：99.99800% 港澳臺地區：0.00143% 其他地區：0.00057%
關鍵績效	B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率*。	<p>餐廳經理流失比率：9.7%</p> <ul style="list-style-type: none"> • 按性別劃分： <ul style="list-style-type: none"> 女性：5.4% 男性：4.3% • 按地區劃分： <ul style="list-style-type: none"> 中國大陸：9.7% 港澳臺地區：0.0% 海外其他地區：0.0% <p>按年齡組別劃分：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 30 周歲及以下：3.3% 31-40 周歲：5.5% 41-50 周歲：0.9% 50 周歲以上：0.0%

*2021-2023 年，流失率的計算口徑為：報告期內該類別員工的年度流失總人數 / 報告期內該類別員工的年底在職總人數。2024 年，我們更新計算口徑為：報告期內該類別員工的年度流失總人數 / 報告期內該類別員工的年度平均在職人數（即期初在職總人數 + 期末在職總人數的平均數）。



層面	描述	回應
B2 健康與安全		
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	百勝中國遵守的法律法規包括但不限於： •《中華人民共和國安全法》 •《中華人民共和國職業病防治法》 •《中華人民共和國消防法》 以人為本 > 築·關懷職場， P49
關鍵 績效	B2.1 過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率**。	2020-2024 年，百勝中國因工死亡人數持續為 0。
	B2.2 因工傷損失工作日數。	2024年，我們因工傷損失工作日數為10,954 * 天。
	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。	以人為本 > 築·關懷職場， P49
B3 發展及培訓		
一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。 描述培訓活動。	以人為本 > 築·關懷職場， P49
關鍵 績效	B3.1 按性別及僱傭類別（如高級管理層、中級管理層等）劃分的受訓僱員百分比。	員工受訓比例：100% • 按性別劃分： 女性：67% 男性：33% • 按僱傭類別劃分： 非管理者：94% 管理者：6%
	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。	全時工作量人均培訓時長：60小時 每名僱員完成受訓的平均時數**： • 按性別劃分： 女性：22 男性：29 • 按僱傭類別劃分： 非管理者：24 管理者：30
B4 勞工準則		
一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例。	百勝中國嚴格遵守的法律法規包括但不限於： •《中華人民共和國勞動法》 •《中華人民共和國勞動合同法》 •《禁止使用童工規定》 以人為本 > 築·關懷職場， P49
關鍵 績效	B4.1 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	以人為本 > 築·關懷職場， P49
	B4.2 描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	以人為本 > 築·關懷職場， P49
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。	以人為本 > 築·責任採購， P60
關鍵 績效	B5.1 按地區劃分的供應商數目。	截至 2024年 12月，按地區（供應商所屬國家）劃分的供應商（食品與包裝等主要商品）數目為： 全部：848 中國：841 海外：7

* 不包括非工作原因導致的傷亡，如因非工作原因導致的突發疾病或上下班途中交通事故。

**2022 年，我們按類別劃分的每名僱員平均受訓時數統計範圍包含辦公室員工及餐廳經理，2023 年我們擴大數據統計範圍至全體員工，包含餐廳服務組、管理組、餐廳經理及辦公室員工。每名僱員完成受訓的平均時數 = 該類別員工受訓總時數 / 該類別總 FTE。

層面	描述	回應
關鍵 績效	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。	以人為本 > 築·責任採購， P60
	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。	以人為本 > 築·責任採購， P60
	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。	以人為本 > 築·責任採購， P60
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。	百勝中國遵守的法律法規包括但不限於： •《中華人民共和國食品安全法》 •《中華人民共和國廣告法》 •《中華人民共和國商標法》 •《中華人民共和國消費者權益保護法》 •《中華人民共和國數據安全法》 •《中華人民共和國個人信息保護法》 以食為天 > 享·安心品質， P20 以人為本 > 築·品質服務， P59
關鍵 績效	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。	報告期內，百勝中國未發生已售或已運送產品因安全和健康理由而須回收的事件。
	B6.2 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	2024 年，公司未收到任何關於產品及服務的重大投訴。
	B6.3 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	企業管治 > 合規管理， P15
	B6.4 描述質量檢定過程及產品回收程序。	我們亦關注食品召回工作，制定相關食品召回制度，規範食品召回流程，明確涉及的部門及職責。
	B6.5 描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	以人為本 > 築·品質服務， P59 企業管治 > 合規管理， P15
B7 反貪污		
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	百勝中國嚴格遵守： •《中華人民共和國公司法》 •《中華人民共和國刑法》 •《中華人民共和國反洗錢法》等法律法規，對貪污腐敗行為採取「零容忍」態度。 企業管治， P14
關鍵 績效	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。	企業管治 > 合規管理， P15
	B7.2 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	企業管治 > 合規管理， P15
	B7.3 描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	企業管治 > 合規管理， P15
B8 社區投資		
一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	以愛為先， P64
關鍵 績效	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）。	以愛為先， P64
	B8.2 在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	以愛為先， P64



GRI 索引表

GRI標準	披露項	回應
	2-1 組織詳細情況	關於百勝中國, P08
	2-2 納入組織可持續發展報告的實體	關於本報告, P04
	2-3 報告期、報告頻率和聯系入	關於本報告, P04
	2-4 信息重述	附錄>關鍵績效數據表, P78 附錄>聯交所 ESG 報告指引索引表, P80 附錄>SASB索引表, P88
	2-5 外部鑑證	鑑證報告, P90
	2-6 活動、價值鏈和其他業務關係	關於百勝中國, P08
	2-7 員工	關於百勝中國, P08
	2-8 員工之外的工作者	關於百勝中國, P08
	2-9 管治架構和組成	可持續發展戰略, P09
	2-10 最高管治機構的提名和遴選	企業管治, P14
	2-11 最高管治機構的主席	企業管治, P14
GRI 2: 一般披露	2-12 在管理影響方面, 最高管治機構的監督作用	可持續發展戰略, P09
	2-13 為管理影響的責任授權	可持續發展戰略, P09
	2-14 最高管治機構在可持續發展報告中的作用	可持續發展戰略, P09
	2-15 利益沖突	企業管治, P14
	2-16 重要關切問題的溝通	可持續發展戰略, P09
	2-17 最高管治機構的共同知識	企業管治, P14
	2-18 對最高管治機構的績效評估	可持續發展戰略, P09
	2-19 薪酬政策	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	2-20 確定薪酬的程序	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	2-22 關於可持續發展戰略的聲明	可持續發展戰略, P09
	2-23 政策承諾	以人為本, P46
	2-24 融合政策承諾	企業管治, P14
	2-25 補救負面影響的程序	企業管治, P14

GRI標準	披露項	回應
	2-26 尋求建議和提出關切的機制	企業管治, P14
	2-27 遵守法律法規	企業管治, P14
GRI 2: 一般披露	2-28 協會的成員資格	以食為天 > 享·行業共進, P28
	2-29 利益相關方參與的方法	可持續發展戰略, P09
	3-1 確定實質性議題的過程	可持續發展戰略, P09
GRI 3: 實質性議題	3-2 實質性議題清單	可持續發展戰略, P09
	3-3 實質性議題的管理	可持續發展戰略, P09
	201-2 氣候變化帶來的財務影響以及其他風險和機遇	以綠為源 > 護·氣候藍圖, P33
GRI 201: 經濟績效	201-3 固定福利計劃義務和其他退休計劃	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	203-1 基礎設施投資和支持性服務	以愛為先, P64
GRI 203: 間接經濟影響	203-2 重大間接經濟影響	以人為本 > 築·關懷職場, P49 以人為本 > 築·責任採購, P60 以愛為先 > 促·鄉村振興, P68
GRI 205: 反腐敗	205-2 反腐敗政策和程序的傳達及培訓	企業管治, P14
	206-1 針對不當競爭行為、反托拉斯和反壟斷實踐的法律訴訟	企業管治, P14
GRI 206: 不正當行為		
	301-1 所用物料的重量或體積	以綠為源 > 護·循環經濟, P40
GRI 301: 物料	301-2 所用循環利用的進料	以綠為源 > 護·循環經濟, P40
	301-3 再生產品及其包裝材料	以綠為源 > 護·循環經濟, P40
	302-1 組織內部的能源消耗量	以綠為源 > 護·氣候藍圖, P33
	302-2 組織外部的能源消耗量	以綠為源 > 護·氣候藍圖, P33
GRI 302: 能源	302-3 能源強度	以綠為源 > 護·氣候藍圖, P33
	302-4 降低能源消耗量	以綠為源 > 護·氣候藍圖, P33
	302-5 降低產品和服務的能源需求	以綠為源 > 護·氣候藍圖, P33
GRI 303: 水資源	303-1 組織與水作為共有資源的相互影響	以綠為源 > 護·自然生態, P39

GRI標準	披露項	回應
GRI 303: 水資源	303-2 管理與排水相關的影響	以綠為源 > 護·自然生態, P39
	303-3 取水	以綠為源 > 護·自然生態, P39
	303-4 排水	廢水總量: 22,762,735噸
	303-5 耗水	以綠為源 > 護·自然生態, P39
GRI 304: 生物多樣性	304-2 活動、產品和服務對生物多樣性的重大影響	以綠為源 > 護·自然生態, P39
	304-1 直接 (範圍一) 溫室氣體排放	以綠為源 > 護·氣候藍圖, P33
GRI 305: 排放	305-2 能源間接 (範圍二) 溫室氣體排放	以綠為源 > 護·氣候藍圖, P33
	305-3 其他間接 (範圍三) 溫室氣體排放	以綠為源 > 護·氣候藍圖, P33
	305-4 溫室氣體排放強度	以綠為源 > 護·氣候藍圖, P33
	305-5 溫室氣體減排量	以綠為源 > 護·氣候藍圖, P33
	306-1 廢棄物的產生及廢棄物相關重大影響	以綠為源 > 護·循環經濟, P40
GRI 306: 廢棄物	306-2 廢棄物相關重大影響的管理	以綠為源 > 護·循環經濟, P40
	306-3 產生的廢棄物	以綠為源 > 護·循環經濟, P40
	306-4 從處置中轉移的廢棄物	以綠為源 > 護·循環經濟, P40
	306-5 進入處置的廢棄物	以綠為源 > 護·循環經濟, P40
	308-1 使用環境標準篩選的新供應商	以人為本 > 築·責任採購, P60
GRI 308: 供應商環境評估	401-1 新進員工和員工流動率	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	401-2 提供給全職員工 (不包括臨時或兼職員工) 的福利	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	401-3 育兒假	以人為本 > 築·關懷職場, P49
GRI 401: 僱傭	403-1 職業健康安全管理體系	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	403-2 危害識別、風險評估和事故調查	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	403-3 職業健康服務	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	403-4 職業健康安全事務: 工作者的參與、意見征詢和溝通	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	403-5 工作者職業健康安全培訓	以人為本 > 築·關懷職場, P49
GRI 403: 職業健康與安全	403-6 促進工作者健康	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	403-7 預防和減緩與業務關係直接相關的職業健康安全影響	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	403-8 職業健康安全管理體系覆蓋的工作者	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	403-9 工傷	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	403-10 工作相關的健康問題	以人為本 > 築·關懷職場, P49
GRI 404: 培訓與教育	404-1 每名員工每年接受培訓的平均小時數	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	404-2 員工技能提升方案和過渡協助方案	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	404-3 定期接受績效和職業發展考核的員工百分比	以人為本 > 築·關懷職場, P49
GRI 405: 多元化與平等機會	405-1 管治機構與員工的多元化	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	405-2 男女基本工資和報酬的比例	以人為本 > 築·關懷職場, P49
GRI 406: 反歧視	406-1 歧視事件及採取的糾正行動	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	408-1 具有重大童工事件風險的運營點和供應商	以人為本 > 築·關懷職場, P49
GRI 408: 童工	409-1 具有強迫或強制勞動事件重大風險的運營點和供應商	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	413-1 有當地社區參與、影響評估和發展計劃的運營點	以愛為先 > 促·美好社區, P70
GRI 413: 當地社區	413-2 對當地社區有實際或潛在重大負面影響的運營點	以愛為先 > 促·美好社區, P70
	414-1 使用社會標準篩選的新供應商	以人為本 > 築·責任採購, P60
GRI 414: 供應商社會評估	414-2 供應鏈對社會的負面影響以及採取的行動	以人為本 > 築·責任採購, P60
	416-1 評估產品和服務類別的健康與安全影響	以食為天 > 享·安心品質, P20
GRI 416: 客戶健康與安全	416-2 涉及產品和服務的健康與安全影響的違規事件	以食為天 > 享·安心品質, P20
	417-1 對產品和服務信息與標識的要求	以人為本 > 築·品質服務, P59
GRI 417: 營銷與標識	417-2 涉及產品和服務信息與標識的違規事件	以食為天 > 享·安心品質, P20
	417-3 涉及市場營銷的違規事件	以食為天 > 享·安心品質, P20
	418-1 與侵犯客戶隱私和丟失客戶資料有關的經證實的投訴	企業管治, P14
GRI 418: 客戶隱私		



GRI標準	披露項	回應
GRI 403: 職業健康與安全	403-6 促進工作者健康	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	403-7 預防和減緩與業務關係直接相關的職業健康安全影響	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	403-8 職業健康安全管理體系覆蓋的工作者	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	403-9 工傷	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	403-10 工作相關的健康問題	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	404-1 每名員工每年接受培訓的平均小時數	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	404-2 員工技能提升方案和過渡協助方案	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	404-3 定期接受績效和職業發展考核的員工百分比	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	405-1 管治機構與員工的多元化	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	405-2 男女基本工資和報酬的比例	以人為本 > 築·關懷職場, P49
GRI 406: 反歧視	406-1 歧視事件及採取的糾正行動	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	408-1 具有重大童工事件風險的運營點和供應商	以人為本 > 築·關懷職場, P49
GRI 408: 童工	409-1 具有強迫或強制勞動事件重大風險的運營點和供應商	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	413-1 有當地社區參與、影響評估和發展計劃的運營點	以愛為先 > 促·美好社區, P70
GRI 413: 當地社區	413-2 對當地社區有實際或潛在重大負面影響的運營點	以愛為先 > 促·美好社區, P70
	414-1 使用社會標準篩選的新供應商	以人為本 > 築·責任採購, P60
GRI 414: 供應商社會評估	414-2 供應鏈對社會的負面影響以及採取的行動	以人為本 > 築·責任採購, P60
	416-1 評估產品和服務類別的健康與安全影響	以食為天 > 享·安心品質, P20
GRI 416: 客戶健康與安全	416-2 涉及產品和服務的健康與安全影響的違規事件	以食為天 > 享·安心品質, P20
	417-1 對產品和服務信息與標識的要求	以人為本 > 築·品質服務, P59
GRI 417: 營銷與標識	417-2 涉及產品和服務信息與標識的違規事件	以食為天 > 享·安心品質, P20
	417-3 涉及市場營銷的違規事件	以食為天 > 享·安心品質, P20
	418-1 與侵犯客戶隱私和丟失客戶資料有關的經證實的投訴	企業管治, P14
GRI 418: 客戶隱私		

SASB 索引表

議題	計量指標	章節名稱
能源管理	(1) 可再生能源使用比例 (2) 電網用電佔總能耗的比例 (3) 能源消耗總量	以綠為源 > 護·氣候藍圖, P33
水資源管理	(1) 總取水量 (2) 高到極高基線水壓力地區的耗水, 百分比	以綠為源 > 護·循環經濟, P40
食品及包裝廢棄物管理	(1) 廢棄物總重 (2) 食品廢棄物佔比 (3) 廢棄物轉化比例	廢棄物總量: 428,740噸 廢棄物轉化比例: 38% 以綠為源 > 護·循環經濟, P40
	(1) 總包裝用量 (2) 由回收和 / 或可再生材料制成的包裝的百分比 (3) 可回收、可重複使用和 / 或可堆肥的包裝的百分比	總包裝材料使用量: 153,792 噸 以綠為源 > 護·循環經濟, P40
	(1) 食源性疾病確診數 (2) 食源性疾病受到美國疾控中心 (CDC) 調查的比例	不適用
食品安全	(1) 餐廳中接受食安監管機構檢查的百分比 (2) 餐廳中受到嚴重違規處分的百分比	百勝中國始終將保障食品安全作為第一要務, 致力於為廣大顧客提供美味、安全、營養、高品質的食品。我們建立並有效執行貫穿全價值鏈的食品安全與質量管理體系, 覆蓋從上游供應商、供應商、物流中心到餐廳和外送的每個環節, 履行「從農田到餐桌」的食品安全承諾。我們建立了全方位的管理架構, 從百勝中國董事會食品安全與可持續發展委員會到各相關部門, 全面監督各項管理制度、措施和標準的落實。



議題	計量指標	章節名稱
	(1) 符合國家膳食指南的食品百分比 (2) 符合國家膳食指南的食品收入	不適用
營養成分	(1) 符合國家膳食指南的兒童營養膳食百分比 (2) 符合國家膳食指南的兒童營養膳食收入	不適用
	針對兒童制作的廣告數量, 促銷產品符合國家兒童膳食指南的百分比	以人為本 > 築·品質服務, P59
	(1) 餐廳員工自願離職率* (2) 非自願離職率 *	餐廳經理自願離職率: 8.4% 餐廳經理非自願離職率: 1.2%
勞工管理	(1) 按地區劃分的平均小時工資 (2) 按地區劃分的餐廳員工獲得最低工資的百分比	我們發布了《百勝中國人權政策》, 承諾提供無歧視無騷擾的工作場所, 保障員工獲得合理報酬。我們堅持「以績效結果和業務影響付薪」的理念, 為員工提供合理且具有競爭力的薪酬福利待遇。我們為員工提供的薪酬福利一般高於各地區法律法規要求的最低薪酬標準。 以人為本 > 築·關懷職場, P49
	因與 (1) 違反勞動法和 (2) 就業歧視有關的法律訴訟而造成的經濟損失總額	以人為本 > 築·關懷職場, P49
	(1) 符合環境和社會採購標準 (2) 符合第三方環境和未披露或社會標準認證的食品百分比	以綠為源 > 護·氣候藍圖, P33 以人為本 > 築·責任採購, P60 以食為天 > 享·安心品質, P20
供應鏈管理及食品採購	討論供應鏈內的環境和社會風險管理策略, 包括動物福利等	以綠為源 > 護·氣候藍圖, P33 以人為本 > 築·責任採購, P60 以食為天 > 享·安心品質, P20
	(1) 無籠雞蛋及 (2) 不使用妊娠板條箱養殖豬肉的百分比	不適用

*2021-2023 年, 流失率的計算口徑為: 報告期內該類別員工的年度流失總人數 / 報告期內該類別員工的年底在職總人數。2024 年, 我們更新計算口徑為: 報告期內該類別員工的年度流失總人數 / 報告期內該類別員工的年度平均在職人數 (即期初在職總人數 + 期末在職總人數的平均數)。

鑒證報告

中文翻譯僅供參考

獨立執業會計師的有限保證鑒證報告

畢馬威華振通字第 2500040 號

致百勝中國控股有限公司董事會：

關於截至 2024 年 12 月 31 日止年度百勝中國控股有限公司可持續發展報告中選定資訊的報告

結論

我們對百勝中國控股有限公司 (以下簡稱“公司”) 截至 2024 年 12 月 31 日止年度可持續發展報告中的以下資訊 (以下簡稱“鑒證的可持續發展資訊”) 執行了有限保證的鑒證業務：

鑒證的可持續發展資訊	
1.	直接溫室氣體排放 (範圍一)
2.	能源間接溫室氣體排放 (範圍二)
3.	總用電量
4.	單店平均用電量
5.	可再生能源使用量
6.	總用水量
7.	單店平均用水量
8.	四川生物柴油項目轉化為生物柴油的餐厨廢油量
9.	採購具有可持續認證 (RSPO) 的棕櫚油比例
10.	關鍵供應商企業社會責任審核比例
11.	女性員工比例
12.	員工百萬工時損工事故率
13.	因工亡故人數
14.	包裝材料使用量

第 1 頁，共 4 頁

獨立執業會計師的有限保證鑒證報告 (續)

畢馬威華振通字第 2500040 號

基於已實施的程式及獲取的證據，我們沒有注意到任何事項使我們相信截至 2024 年 12 月 31 日止年度的鑒證的可持續發展資訊未能在所有重大方面按照本報告後附的標準 (以下簡稱“編制基礎”) 編制。

我們對鑒證的可持續發展資訊形成的結論不涵蓋隨附或包含鑒證的可持續發展資訊及本報告的其他資訊 (以下簡稱“其他資訊”)。其他資訊不作為本次鑒證業務的一部分，我們沒有對其他資訊執行任何程式。

結論的基礎

我們按照國際審計與鑒證準則理事會 (IAASB) 發佈的《國際鑒證業務準則第 3000 號 (修訂版)——歷史財務資訊審計或審閱以外的鑒證業務》以及《國際鑒證業務準則第 3410 號——溫室氣體報告鑒證業務》的規定執行了鑒證工作。本報告的“註冊會計師的責任”部分進一步闡述了我們在這些準則下的責任。

我們遵守了國際會計師職業道德準則理事會 (IESBA) 發佈的《國際會計師職業道德守則 (包括國際獨立性準則)》中的獨立性和其他職業道德的要求。該職業道德守則以誠信、客觀、專業勝任能力及應有的關注、保密和良好的職業行為為基本原則。

本所運用 IAASB 發佈的《國際品質管制準則第 1 號 (ISQM 1) ——會計師事務所對執行財務報告審計或審閱、其他鑒證或相關服務業務實施的品質管制》。該準則要求會計師事務所設計、實施和運行品質管制體系，包括與遵守職業道德要求、執業準則和適用的法律法規要求相關的政策和程式。

我們相信，我們獲取的證據是充分、適當的，為形成結論提供了基礎。

其他事項

以前年度的資訊不屬於有限保證內容，因此，我們不對這些資訊發表結論或提供任何保證。我們的結論並無就此作出修訂。

第 2 頁，共 4 頁



獨立執業會計師的有限保證鑒證報告 (續)

畢馬威華振通字第 2500040 號

使用目的

本報告僅供百勝中國控股有限公司董事會使用。除此之外，本報告不可用作其他目的。我們對任何其他人士使用本報告產生的一切後果概不承擔任何責任或義務。本段內容不影響已形成的結論。

公司對鑒證可持續發展資訊的責任

貴公司的管理層負責：

- 設計、執行和維護與編制鑒證的可持續發展資訊有關的內部控制，以使鑒證的可持續發展資訊不存在由於舞弊或錯誤導致的重大錯報；
- 選擇或制定用於編制鑒證的可持續發展資訊的適當標準，並適當提及或描述所使用的標準；和
- 按照編制基礎編制鑒證的可持續發展資訊。

編制鑒證可持續發展資訊的固有限制

在確定用以折算各類氣體排放的排放係數和數值方面尚缺乏完備的科學知識，溫室氣體的量化具有內在的不確定性。我們無法量化這對 2024 年度可持續發展報告中選定的關鍵資料的披露的潛在影響。因此，我們的報告僅與貴公司已向我們披露的以及已向我們提供的帳簿和記錄中披露的選定的關鍵資料相關。

此外，我們提醒使用者注意，針對選定的關鍵資料中的非財務資料尚無公認的評估和計量標準體系，因此存在不統一的計量方法，這可能會影響公司間資料的可比性。

註冊會計師的責任

我們負責：

- 計畫和實施鑒證工作，以對鑒證的可持續發展資訊是否存在由於舞弊或錯誤導致的重大錯報獲取有限保證；
- 基於我們已實施的程式及獲取的證據形成獨立結論；及
- 向董事會報告我們的結論。

第 3 頁，共 4 頁

獨立執業會計師的有限保證鑒證報告 (續)

畢馬威華振通字第 2500040 號

我們已執行工作的概述，以作為形成結論的基礎

在執行鑒證工作的過程中，我們運用了職業判斷，並保持了職業懷疑。我們設計並實施了相關程式，以對鑒證的可持續發展資訊獲取充分、適當的證據，作為形成結論的基礎。選擇的鑒證程式取決於我們對鑒證的可持續發展資訊和其他業務情況的瞭解，以及我們對能出現重大錯報的領域的考慮。在實施鑒證工作時，我們實施的程式主要包括：

- 評估公司使用的標準作為編制鑒證可持續發展資訊的基礎是否合適；
- 詢問公司負責編制鑒證可持續發展資訊的相關人員，瞭解公司與編制鑒證可持續發展資訊的控制環境、流程和資訊系統，但並未評估特定控制活動的設計，亦未獲取有關控制執行的證據或測試控制運行有效性；
- 在適用的情況下，就有限樣本檢查支援記錄；
- 在適用的情況下，對鑒證可持續發展資訊實施分析程式，比較預期結果和報告的實際結果，並詢問管理層，以獲得對我們發現的任何重大差異的解釋；
- 重新計算鑒證可持續發展資訊中的選定資料；及
- 考慮鑒證可持續發展資訊的列報及披露。

有限保證鑒證業務所實施程式的性質和時間較合理保證鑒證業務有所不同，且範圍較小。因此，有限保證鑒證業務的保證程度遠低於合理保證鑒證業務。

畢馬威華振會計師事務所 (特殊普通合夥) 上海分所

中國上海南京西路 1266 號
恒隆廣場 2 號樓 25 樓
郵遞區號 200040，中國

2025 年 04 月 07 日

第 4 頁，共 4 頁

鑒證數據編報基礎

編號	指標	編報基礎
1	直接溫室氣體排放（範圍一）	2024年百勝中國的直接溫室氣體排放（範圍一）是指2024年百勝中國旗下肯德基、必勝客、塔可鐘、小肥羊、黃記煌和Lavazza品牌直營餐廳、百勝中國自營物流中心、自營工廠以及自有車輛的直接溫室氣體排放量。直接溫室氣體排放（範圍一）主要來源於制冷設備和空調設備的安裝、使用和處置，使用溫室氣體核算體系（GHG Protocol）的制冷和空調設備計算工具計算獲得。制冷設備使用的制冷劑種類和填充量來自設備銘牌。空調設備的制冷劑種類來自設備銘牌，填充量為百勝中國根據餐廳面積和制冷劑填充量定義的肯德基和必勝客餐廳單店平均空調設備制冷劑填充量。制冷劑的全球變暖潛勢採用政府間氣候變化專門委員會第五次評估報告（IPCC AR5）以及2017美國采暖、制冷與空調工程師學會（ASHARE）手冊-基礎中的100年全球變暖潛勢值。2024年百勝中國剩餘少部分的直接溫室氣體排放（範圍一）來自小肥羊和黃記煌品牌直營餐廳和自營工廠的天然氣和液化石油氣使用消耗，以及各市場辦公室、物流中心和工廠自有車輛和移動設備的汽油及柴油使用消耗。剩餘直接溫室氣體排放量通過燃料使用量乘以對應排放因子得到。天然氣和液化石油氣的排放因子採用中國國家發展和改革委員會發布的《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（試行）》。天然氣用量來源於各餐廳天然氣賬單上顯示的數值。汽油及柴油缺省排放因子及碳氧化率來自《2006年IPCC國家溫室氣體清單指南2019修訂版》，熱值來自國際能源署《能源統計手冊》，全球變暖潛勢採用政府間氣候變化專門委員會第六次評估報告（IPCC AR6）中的100年全球變暖潛勢值。其他燃料使用量來源於各市場辦公室、物流中心和工廠燃料費用報銷憑證上顯示的數值。
2	能源間接溫室氣體排放（範圍二）	2024年百勝中國的能源間接溫室氣體排放（範圍二）是指2024年百勝中國旗下肯德基、必勝客、塔可鐘、小肥羊、黃記煌和Lavazza品牌直營餐廳以及百勝中國辦公室、自營物流中心和自營工廠的能源間接溫室氣體排放量。2024年百勝中國的能源間接溫室氣體排放（範圍二）分別採用基於位置和基於市場兩種方法進行計算與報告。根據世界資源研究所發布的《溫室氣體核算體系》（含2015年1月的《範圍二指南》），基於位置的方法根據指定地理位置（包括地方、區域或國家範圍）的平均能源生產排放系數計算相關排放量；基於市場的方法用於計算報告機構按合同購買與合同工具捆綁的電力或自行購買合同工具時，相關發電機所排放的溫室氣體。能源間接溫室氣體排放（範圍二）主要來源於外購電力消耗，外購電力消耗通過各個餐廳的用電量乘以全國電網平均二氧化碳排放因子計算得到。全國電網平均二氧化碳排放因子採用生態環境部和國家統計局發布的《關於發布2022年電力二氧化碳排放因子的公告》文件中2022年全國電力平均二氧化碳排放因子。剩餘少部分來自於餐廳、辦公室和工廠外購熱力消耗，外購熱力消耗通過餐廳、辦公室和工廠的年度外購熱力量乘以熱力供應二氧化碳排放因子計算得到。熱力供應二氧化碳排放因子採用中國國家發展和改革委員會發布的《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（試行）》。
3	總用電量	2024年百勝中國的總用電量是指2024年百勝中國旗下肯德基、必勝客、塔可鐘、小肥羊、黃記煌和Lavazza品牌直營餐廳、百勝中國辦公室、自營物流中心和自營工廠的總用電量。用電量來源於各個餐廳、辦公室、自營物流中心、工廠電費賬單上顯示的用電量數值及光伏用電量。
4	單店平均用電量	2024年百勝中國的單店平均用電量是指2024年百勝中國旗下肯德基、必勝客、塔可鐘、小肥羊、黃記煌和Lavazza品牌直營餐廳的平均單店用電量。用於計算單店平均用電量的總用電量為2024年百勝中國旗下肯德基、必勝客、塔可鐘、小肥羊、黃記煌和Lavazza品牌直營餐廳的總用電量。
5	可再生能源使用量	2024年可再生能源使用量是指2024年百勝中國旗下餐廳和物流中心的綠電交易量和光伏用電量。綠電交易量來自於國家可再生能源管理中心出具的綠色電力證書交易憑證和北京電力交易中心出具的綠色電力消費憑證中的綠色電力認購量，以及合作商業主體出具的綠色電力環境權益轉讓聲明中的權益轉讓數量。自營物流中心的光伏用電量來自於自營物流中心的分布式光伏電量計量系統數據。

編號	指標	編報基礎
6	總用水量	2024年百勝中國的總用水量是指2024年百勝中國旗下肯德基、必勝客、塔可鐘、小肥羊、黃記煌和Lavazza品牌直營餐廳的總用水量。各個餐廳的用水量通過餐廳的水費除以百勝中國定義的各省平均水價得到。水費來源於各個餐廳的水費賬單上顯示的費用。百勝中國定義的各省平均水價由綜合各地方實際水價後計算得出。
7	單店平均用水量	2024年百勝中國的單店平均用水量是指2024年百勝中國旗下肯德基、必勝客、塔可鐘、小肥羊、黃記煌和Lavazza品牌直營餐廳的單店平均用水量。
8	四川生物柴油項目轉化為生物柴油的餐廚廢油量	2024年百勝中國四川生物柴油項目轉化為生物柴油的餐廚廢油量是指2024年百勝中國四川省肯德基和必勝客餐廳開展的生物柴油項目中轉化為生物柴油的餐廚廢油量。轉化為生物柴油的餐廚廢油量源於各餐廳與廢油收運商的交付單據。
9	採購具有可持續認證（RSPO）的棕櫚油比例	2024年百勝中國採購具有可持續認證（RSPO）的棕櫚油比例是指2024年百勝中國採購的所有含棕櫚油產品中使用具有RSPO認證的棕櫚油比例。
10	關鍵供應商企業社會責任審核比例	2024年百勝中國關鍵供應商企業社會責任審核比例是指2024年百勝中國開展了企業社會責任審核的關鍵供應商佔所有關鍵供應商的比率。其中，百勝中國有創新能力供應商和重要供應商（除了純服務類供應商、海外供應商、年採購額小於2百萬人民幣的小額採購供應商、IT服務供應商及不直接供貨的集團總部供應商）為百勝中國的關鍵供應商。
11	女性員工比例	2024年百勝中國的女性員工比例是指2024年末百勝中國女性員工數佔員工總數的比例。其中，員工總數是指2024年末由百勝中國直接僱傭、包括辦公室員工和餐廳員工在內的所有全職或兼職的員工人數；女性員工數是指2024年末由百勝中國直接僱傭、包括辦公室員工和餐廳員工在內的所有全職或兼職的女性員工人數。
12	員工百萬工時損工事故率	2024年百勝中國員工百萬工時損工事故率是指2024年百勝中國員工每一百萬工時發生工傷的次數。其中，工時是指2024年全年百勝中國直接僱傭、包括辦公室員工和餐廳員工在內的所有全職或兼職的員工總工作小時數；員工工傷次數是指2024年百勝中國直接僱傭、包括辦公室員工和餐廳員工在內的所有全職或兼職的員工的工傷假次數。損失工時是指因工傷而損失的生產力。以下事件不視為因工作原因造成的工傷：1) 在工作時，因無關工作之情況致基礎疾病（如心臟病、癱瘓、腦梗等）發作；2) 開車上下班，在交通事故中受傷（駕駛並非工作的一部分，且交通並非由百勝中國安排）。因工作相關事件的定義來自於GRI標準-GRI 403：職業健康與安全2018。
13	因工亡故人數	2024年百勝中國因工亡故人數是指2024年百勝中國員工因工作原因造成的死亡人數。其中，因工作原因造成的死亡人數指2024年百勝中國直接僱傭、包括辦公室員工和餐廳員工在內的所有全職或兼職的員工在百勝中國工作場所因職業病引起的或在工作中受傷而導致的死亡人數。以下事件不視為因工作原因造成的工傷：1) 在工作時，因無關工作之情況致基礎疾病（如心臟病、癱瘓、腦梗等）發作；2) 開車上下班，在交通事故中受傷（駕駛並非工作的一部分，且交通並非由百勝中國安排）。因工作相關事件的定義來自於GRI標準-GRI 403：職業健康與安全2018。
14	包裝材料使用量	2024年百勝中國包裝材料使用量是指2024年百勝中國所有面向顧客的紙包裝和塑膠包裝使用量的總和。紙包裝使用量由供應商原紙用量加上紙漿模塑包裝總重量計算得到，塑膠包裝使用量由單件塑膠包裝材料克重乘以2024全年總塑膠包裝袋數或箱數和每單位件數計算得到。



YumChina