

上海 | 小南国

SHANGHAI XNG HOLDINGS LIMITED

Shanghai XNG Holdings Limited

上海小南国控股有限公司

於開曼群島註冊成立的有限公司
股份代號: 3666

1987
SINCE.

上海 | 小南国

SHANGHAI MIN

2024 環境、社會及管治報告

1987

SINCE.

上海 | 小南国

SHANGHAI MIN

目錄

2	關於本報告
4	主席寄語
6	上海小南国簡介
7	可持續發展管理
11	安全為先
14	質量為本
18	合規運營
19	人才管理
25	綠色發展
34	成果共用
35	《環境、社會及管治報告指引》內容索引表

關於本報告

本報告為上海小南國控股有限公司（「上海小南國」或「本公司」），及其附屬公司（統稱「本集團」或「我們」）刊發的第九份《環境、社會及管治報告》，旨在提供上海小南國於截至二零二四年十二月三十一日止年度的環境表現和社會表現，主要包括持份者所關注與可持續發展有關的環境及社會議題，本報告應與年報「企業管治報告」章節一併閱覽，以便各主要持份者更好地了解關於上海小南國可持續發展的理念、措施及相關表現等。本報告以中文繁體以及英文兩種語言發佈。報告內容如有任何歧義，以中文繁體版為準。電子版報告可通過上海小南國官方網站以及香港聯合交易所有限公司網站進行閱讀和下載。

除單獨說明，本報告中涉及詞彙具有以下含義：

- 「聯交所」指香港聯合交易所有限公司
- 「環境、社會及管治」指環境、社會及管治
- 「《環境、社會及管治報告指引》」指聯交所發佈的《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》
- 「本報告」指上海小南國二零二四年《環境、社會及管治報告》
- 「報告期間」、「二零二四年」指二零二四年一月一日至二零二四年十二月三十一日
- 「二零二三年」指二零二三年一月一日至二零二三年十二月三十一日
- 「中國」指中華人民共和國，僅就本報告而言及僅供地區參考之用，不包括香港、澳門及台灣
- 「市場監管總局」指中國國家市場監督管理總局
- 「國家食藥監局」指原中國國家食品藥品監督管理總局，已於二零一八年四月整合入市場監管總局
- 「SOP」指標準作業程序(Standard Operating Procedures)，是指在有限時間與資源內，為了執行複雜的事務而設計的內部程序

關於本報告

報告期間

本報告詳述本集團於二零二四年取得的環境、社會及管治方面的成績、所面臨的挑戰和採取的措施。

匯報範圍

本報告範圍主要涵蓋上海小南国在中國內地的總部以及直接經營管理的門店。此範圍乃根據本集團是否擁有該實體的營運控制權及其對本集團業績或資產有否重大影響而定。除了特別列明以外，本集團通過營運控制機制取得環境、社會及管治關鍵績效指標（「關鍵績效指標」）資料。其中，環境數據資訊範圍僅涵蓋上海小南国在上海的總部以及在上海地區直接經營管理的上海小南国及南小館門店，而社會相關數據則會涵蓋上海小南国在上海及香港的總部以及本集團在中國內地直接經營管理的門店。具體數據信息的統計範圍將在有關章節進行對應解釋。本集團會持續評估不同業務或主要附屬公司的重大環境、社會及管治範疇，以決定是否需納入環境、社會及管治報告範圍內。

匯報標準

本集團遵循《環境、社會及管治報告指引》編製本報告，並遵守了重要性、量化、一致性與平衡匯報原則以及有關強制披露規定和「不遵守就解釋」披露項。本集團所採用的匯報原則，如下所示：

重要性：本集團已於報告期間進行重要性評估以識別重大議題，並將已確認的重大議題作為本報告的編製重點。議題的重要性已由本公司董事會（「董事會」）及環境、社會及管治工作小組審閱及確認。有關進一步詳情，請參閱「持份者參與」及「重要範疇評估」兩節。

量化：計算關鍵績效指標數據所使用的標準和方法以及適用的假設均已於註釋補充。

一致性：於報告期間，本集團部分門店已搬遷、調整及停止營運。除此以外，除非另有說明，本報告的編製方法與二零二三年一致，以便進行比較。如披露範圍及計算方法有任何變化，並可能影響與過往報告的比較，本集團將對相應的數據進行解釋。

平衡：本報告不偏不倚地呈現本集團的環境、社會及管治表現。

本報告對於《環境、社會及管治報告指引》的具體依循情況總結於《環境、社會及管治報告指引》內容索引表章節。

意見反饋

持份者的意見和提議，有助本集團於未來建立更仔細和健全的可持續發展策略，本集團歡迎閣下對本報告的內容及匯報形式或其在可持續發展方面的表現有任何疑問或建議，可通過以下聯絡方式與本集團聯絡：

地址：中國上海市長寧區遵義路100號虹橋南豐城A座1603-1605室（郵編：200051）

電話：+86 (21) 5283 0775

主席寄語

二零二四年，隨著市場環境的改善，國內消費市場迎來了恢復和發展。本集團近幾年的經營方針調整已顯示出成效，逐步走向新的發展階段。本集團堅定秉承「以食為天，讓天下盡享美食的幸福」的使命，積極打造可持續發展的業務形態，確保產品的高質量，為顧客、環境及社會建立良好的餐飲文化及作業，為社會建立和諧的幸福生活環境。

隨著消費場景的變化，消費者的習慣也發生了不可逆的轉變。面對日益競爭激烈的餐飲市場，我們的經營也隨之進行了相應的策略調整，提前佈局中小型新業態，穩中求發展。主打的晶晶南國和星星南國品牌，專注於提供江浙地區精選特產食材加持的上海菜正餐。通過提供高品質、健康、美味的食品，滿足消費者對於中餐的需求，同時也注重創造年輕時尚的氛圍，吸引更多的年輕消費者。這兩個品牌也兼顧商務和中端家庭消費需求。從環境保護的角度出發，南小館品牌注重為消費者提供優質的一人食帶回家消費場景，強調快捷、方便、美味和環保。同時，我們也利用其研發優勢，深度挖掘供應鏈的潛力，推動品牌的持續發展。

在可持續發展的推動下，本集團積極實施小店模式與靈活經營的策略，以減少大型營運對能源與資源的依賴，並有效控制食物浪費。我們同步推出季節性健康菜單，選用當季食材，不僅降低碳足跡，也支持本地農業發展，實踐永續飲食理念。為了深化健康餐飲文化，本集團將健康導向貫穿至菜單設計與產品研發中，積極響應現代消費者對於飲食安全與健康的高度關注。營運層面，我們亦推進科技賦能與數字化轉型，透過智能庫存管理與精準預測系統，有效提升效率、減少資源浪費。此外，我們持續優化供應鏈結構，實踐負責任採購，同時拓展多元通路與業態，包括線上點餐與外送平台，以提高經營韌性與市場滲透率。透過打造沉浸式顧客體驗並強化品牌建設，我們致力於打造兼顧經濟效益與永續價值的餐飲品牌。

我們還在儲備孵化高度個性化的高端中餐品牌，這將成為今後中餐研發的實驗室。通過佈局相應的重點原料供應鏈，以及孵化飲品輕餐模型作為下一代的主力品牌，將不斷創新，為消費者提供更多元化、更高品質的中餐選擇，努力創建節約、環保、健康的綠色餐飲。

作為中國地區經營精品特色滬菜的始祖，到迄今經營各個中高端中國美饌品牌，本集團的成功不僅體現本集團為顧客追求色、香、味的體驗，還體現本集團在新的經濟環境下不斷追求創新及可持續發展。為追求更高的企業社會責任，推廣綠色節能及低碳排放以及關愛員工及社會已成為本集團短期、中期及長期發展的重要目標。這亦是在多變及艱巨的宏觀經濟下實現長遠發展的重要戰略。於二零二一年，本集團更設立為期五年的環境目標，以二零二一年為基準年，將上海小南國的溫室氣體（「溫室氣體」）排放、能源消耗、耗水和無害廢棄物產生密度逐步下降。有關二零二四年的在各方面的進展，請參閱「綠色發展」一節。

主席寄語

除了改善營運效率，以提升經濟效益和投資者回報外，本集團將業務對社會及環境的影響視為首要關注點。本集團對食物的品質、健康及安全性極為重視，從食品研發(「研發」)、菜單設計、食物儲存及整理，從生產到廢棄物處置的過程及標準均一絲不苟。除了產品質量，本集團深知員工的利益同樣重要。通過培養一支具有魄力及對工作具熱誠的工作團隊，本集團希望對本集團的服務質素及品牌聲譽有正面的提升作用。因此本集團非常重視員工的健康、安全及培訓，積極以公平及多元的原則聘請員工，並努力建設安全及健康的工作環境。

最後，我謹代表董事會和管理層對各同仁、客戶、合作夥伴、供應商及專業中介機構的支持表示衷心的謝意。全賴各界與本集團協力為業務、環境及社會的可持續發展作出貢獻，才能讓本集團在充滿挑戰的環境下，仍然能為客戶提供健康美滿的飲食體驗，以實現更長遠目標。

主席

顧桐山

上海，二零二五年四月二十九日

上海小南国簡介

上海小南国在中國擁有逾30年的餐飲經營歷史，於二零一二年於聯交所主板成功上市。本集團具備品牌集成、標準供應鏈、人才及組織競爭力等多重優勢，並經營中餐、西餐、休閒餐飲、飲品等多元餐飲業務，旗下眾多知名餐飲品牌有上海小南国、南小館、慧公館、及Wolfgang Puck。

2022年	更名為上海小南国控股有限公司
2021年	顧桐山先生加入了董事會，並為董事會主席、執行董事
2020年	重塑旗下「南小館」品牌模型，開發上海點心Plus的品牌模式
2019年	Baixuan Tiffany Wang女士加入了董事會，並為董事會主席及執行董事
2018年	出售MRL(百佳香港)(原名：Pokka HK)全部已發行股本之65%，MRL不再為上海小南国附屬公司
2017年	更名為國際天食集團有限公司 引進日本最大的咖啡連鎖品牌DOUTOR COFFEE
2016年	旗下品牌入駐上海迪士尼樂園之小鎮
2015年	在上海新天地開設ORENO「俺の法意餐廳」大陸首店 在上海新天地開設北美知名餐廳品牌WolfgangPuck大陸首店
2014年	收購Pokka HK 65%股權，進軍咖啡及大眾化西式休閒餐飲業務 攜手俺の株式會社引進風靡東京的高人氣品牌系列餐廳 引入「米芝蓮」奶茶品牌，直營管理並逐步開放加盟
2013年	在上海開設「南小館」大陸首店
2012年	2012年7月4日在聯交所成功上市，募資5.12億港元 在香港推出旗下第三個休閒點心品牌「南小館」
2011年	Shining Capital進一步參與對本集團的投資；EFG Atlantis首次參與投資
2010年	在上海開設首家高端餐廳品牌「慧公館」 CSI Capital L.P.參與對本集團的投資
2008年	Shining Capital參與對本集團的投資
2001年	進入香港市場，開設首家「上海小南国」品牌餐廳
1987年	在上海開設第一家「上海小南国」品牌餐廳

可持續發展管理

董事責任

董事會通過評估跟本集團環境、社會及管治相關的風險及機遇，制定環境、社會及管治相關管理方針、策略、優次及目標，並確定了環境、社會及管治報告的匯報範圍。同時，董事會由具有相關專業知識或技能的成員組成，確保上海小南國設有適當及有效的風險管理及內部監控系統、審批本報告的披露內容，對上海小南國環境、社會及管治承擔整體責任。為了能更完善地管理本集團於環境、社會及管治方面的表現、相關問題和潛在風險，董事會在環境、社會及管治工作小組協助下至少每年舉行一次會議，以評估及釐定本集團的環境、社會及管治事宜的優次、風險和機遇，並就環境、社會及管治所設立相關目標檢討其進度及表現。在適當情況下，本集團將聘請外部顧問為本集團的環境、社會及管治管理流程提供專業知識和建議。董事會將按照相關目標的達成進度，審視本集團的業務，並於必要及適用時調整業務方針，以提升企業聲譽，全力響應國家「雙碳」(碳达峰及碳中和)目標。

環境、社會及管治工作小組

為優化本集團管理可持續發展的相關事宜，本集團建立環境、社會及管治工作小組，至少每年一次向董事會匯報環境、社會及管治工作。在負責統籌及協調環境、社會及管治報告編寫工作的基礎上，環境、社會及管治工作小組負責組織開展持份者參與重要性評估問卷，以及搜集已由各部門負責人審核確認的環境、社會及管治相關資料。環境、社會及管治工作小組亦會檢查和評估本集團在環境、社會及管治範疇內環境、健康與安全、勞工標準、產品責任等不同方面的表現，以及協助辨識和評估本集團的環境、社會及管治風險以及內部控制機制的有效性。

持份者參與

了解各持份者的期望對本集團的可持續發展十分重要。上海小南國重視持份者及其對業務及環境、社會及管治事宜的反饋意見，期望聆聽不同持份者(包括對其業務有重大影響，或會受業務影響的群體和個人)的聲音，以幫助本集團評估自身環境、社會及管治決策及內部控制機制的影響並調整自身發展方向，同時真正了解、廣泛考慮並及時回應不同持份者的需求。本集團的主要持份者包括投資者及股東、政府及監管機構、員工、顧客、供應商與合作夥伴、社區與大眾媒體等。

本集團透過多樣化的管道與平台，與持份者維持良好的溝通，以了解其在可持續發展過程中需關注的主要議題。本集團與主要持份者之聯繫管道及其對本集團可持續發展的期望和考慮因素如下：

持份者	溝通渠道	對本集團可持續發展的期望和考慮因素
投資者及股東	- 投資者關係電話與郵箱 - 股東大會 - 業績會及路演 - 定期資訊披露 - 官方網站	- 合規經營 - 業務增長 - 企業管治及透明度 - 投資回報

持份者	溝通渠道	對本集團可持續發展的期望和考慮因素
政府及監管機構	• 日常溝通 • 信息報送	• 繳納稅款 • 合規經營 • 職工安全 • 食品安全
員工	• 定期培訓 • 部門主管、內部審查相關部門 • 團隊建設活動 • 企業文化培訓活動、課程	• 員工健康與安全 • 員工發展與培訓 • 保障員工利益 • 公平及多元化招聘
顧客	• 門店意見收集 • 微信公眾號 • 顧客服務熱線與郵箱 • 官方網站	• 食品安全 • 產品及服務質素 • 產品選擇 • 營銷誠信 • 產品健康及衛生
供應商與合作夥伴	• 定期考察與走訪 • 供應商評估與審核 • 會議、郵件與電話溝通 • 參與行業協會	• 公平和公開的採購 • 供應鏈的可持續發展 • 誠信履約 • 合作共贏
社區與大眾媒體	• 社區服務 • 公益活動 • 媒體關係服務電話與郵箱 • 官方網站 • 新聞稿	• 安全合規 • 社區服務 • 實踐公益 • 透明的資訊披露

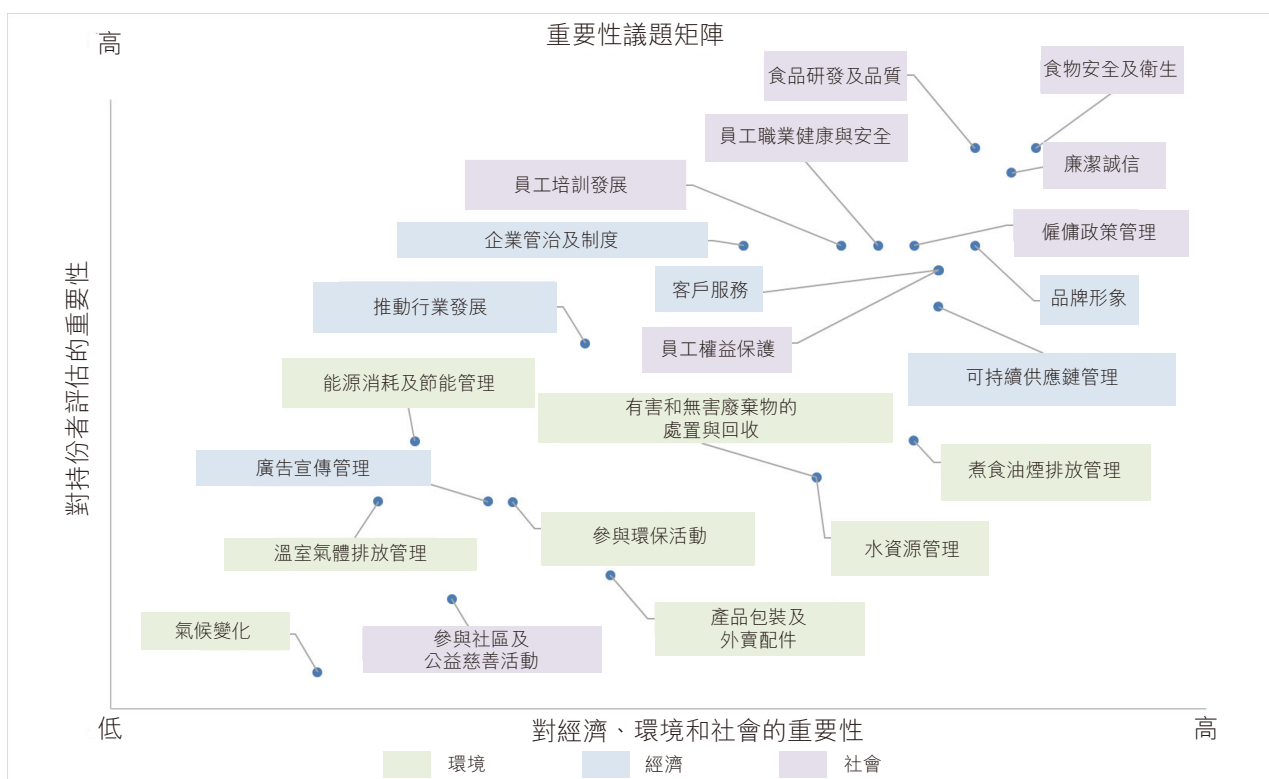
在制定營運策略及環境、社會及管治措施時，本集團會考慮持份者的期望，透過彼此合作使本集團不斷改善其表現，為社會締造更大價值。

重要範疇評估

為了解持份者關注範疇，識別現時或日後對業務至關重要的議題，以制定可持續發展策略及方針，本集團以線上問卷調查的形式邀請各持份者參與本報告的重要性議題評估工作。參與人員包括但不限於本集團決策層、員工、顧客、股東或投資者、供應商、合作夥伴、公眾、媒體及政府或監管機構等。

參考《環境、社會及管治報告指引》，結合餐飲行業的特點，識別出與上海小南國有關的22項環境、社會及管治議題，並根據該指引及行業特點將此22項議題歸類於四個層面，分別為環境責任、運營責任、勞工責任及其他。問卷調查中，本集團邀請參與者對各層面議題在「對持份者評估的重要性」及「對經濟、環境和社會的重要性」兩個維度進行重要性排序。重要性評估的結果已編製成矩陣圖，並已由本集團管理層審閱及確認。本集團將定期進行重要性議題調查，以確保能在矩陣中準確反映各層面議題於不同持份者的重要性。

本集團的重要環境、社會及管治議題矩陣圖如下：



根據持份者對各層面議題在「對經濟、環境和社會的重要性」及「對持份者評估的重要性」兩個維度的排序，本集團知悉持份者相對關注的環境、社會及管治議題圍繞以下各項：

	視為對本集團最重要的議題	其他對本集團重要的議題
社會	食物安全及衛生 食品研發及品質 廉潔誠信 僱傭政策管理 員工職業健康與安全	參與社區及公益慈善活動 員工權益保障 員工培訓發展
環境	煮食油煙排放管理 水資源管理 有害和無害廢棄物的處置與回收 能源消耗及節能管理	參與環保活動 產品包裝及外賣配件 溫室氣體排放管理 氣候變化
經濟	品牌形象 客戶服務 可持續供應鏈管理	企業管治及制度 推動行業發展 廣告宣傳管理

根據以上重要性評估結果，本報告會於以下各章節重點披露本集團於報告期間與各重要議題相關的策略及績效。於報告期間，本集團確認已就環境、社會及管治事宜設立合適及有效的管理政策及內部監控系統，並確認所披露內容符合《環境、社會及管治報告指引》的要求。

安全為先

食物安全及衛生

一如既往，食物安全及衛生在二零二四年仍是本集團持份者所關注的最重要議題，亦是餐飲企業長足發展的穩定基石。本集團設有食品安全管理領導小組及相關政策和流程，嚴格把關食品質量與安全，致力於為顧客提供優質健康的食物。

本集團嚴格遵守營運所在地與安全相關的國家法律、行政法規以及地方法規，其中包括但不限於《中華人民共和國食品安全法》、《中華人民共和國食品安全法實施條例》、《食品召回管理辦法》、《餐飲服務食品安全操作規範》、《餐飲服務明廚亮灶工作指導意見》、《網絡餐飲服務食品安全監督管理辦法》、《上海市食品安全條例》、《上海市食品安全資訊追溯管理辦法》等。於報告期間，本集團並未發現任何違反食品安全相關法律法規的重大事宜。

食品安全管理領導小組

為加強運營管理，落實安全生產責任制，本集團特成立以首席執行官為組長、各部門負責人為組員的食品安全管理領導小組，負責指揮和協調本集團食品安全管理體系的相關工作。其主要職責如下：

- 定期召開例行會議，商討和制定本集團應該採取的食品安全政策，跟進各部門在各自工作項目中的進度；
- 對本集團現有的食品原料、輔料及包裝材料進行調查、梳理和研究；在採購、生產、門店烹飪使用和品質控制的日常工作中，嚴格杜絕可能危害食品安全的原輔材料；
- 對特定食品安全事件中出現的不安全食品原料，從專業角度和公眾角度進行分析、評估，討論事件可能對本集團造成的風險及影響，以建立相應的監測機制及應對措施；
- 配合監管機構，對本集團日常食品安全業務進行監督；貫徹執行國家在食品安全方面的法律法規；密切關注門店及輿情反映的食品安全事故，及時控制及制定應對策略；及
- 參與制定本集團的食品安全戰略，並定期對本集團食品安全管理體系運行情況進行評估。

除此之外，食品安全管理領導小組還須負責建立並維持與外部的溝通渠道，包括但不限於電話、電子郵件、會議、文件、傳真、信函、研討會、座談等，以了解食品供應鏈中其他組織控制範圍下的潛在風險及已知危害並傳遞新的法律法規要求、突發或新的食品安全危害及其處理方法的新知識。與食品安全管理領導小組保持溝通的外部相關方包括供應商、顧客、監管部門及其他組織等。所涵蓋的溝通內容包括(i)原料、輔料與食品接觸材料資訊；(ii)產品資訊問詢及顧客反饋，產品和服務需求資訊、產品和服務效果評價資訊(包括顧客投訴等)；(iii)技術發展資訊、法律法規變化、食品安全事件資訊；及(iv)對食品安全管理體系的有效性或更新會產生影響或將被影響的其他組織溝通相關資訊。

在保持有效外部溝通的同時，本集團亦建立有效的內部溝通機制，鼓勵不同崗位的員工按新法律法規，新食品安全危害的新知識及其新處理方法，就如何實現管理目標及工作的協調配合進行充分的內部溝通。

食品安全內部控制

本集團視保證食品安全為其使命，並致力為消費者提供健康安全的食品。本集團對資源管理、食品供應鏈安全管理、門店食品安全管理、食品安全監管、不合格產品召回與食品安全追溯等主題下的各環節均制定了明確的操作及管理規範。其中資源管理包括人員培訓及考核、新店選址裝修標準、門店設施保養及維修計劃；食品安全管理涵蓋了從採購、驗收、準備到餐具消毒等多環節的關鍵過程控制，並要求將全部過程記錄在案以便監管執行情況；不合格產品召回包括食材原料退貨和投訴等有效處理措施。此外，根據上海市人民政府《上海市食品安全資訊追溯管理辦法》要求，本集團制定了《食品安全追溯SOP》，並設有專用線上平台，供各門店負責人員在原料及產品入庫、出庫時實時記錄來源資訊、規格、生產日期、生產批號等資訊，規範了產品追溯的具體實施方案與操作流程，以應對突發情況。本集團還擁有一套完整的食品安全事故應急處理系統，規範了食品安全事故的分類、處理及報告流程，同時，本集團設有《食品安全事故應急處理預案》，並於每年組織食品安全事故應急演練。通過應急演練，加強食品安全管理領導小組的指揮能力和各部門應對突發食品安全事故的處理、協作能力。

本集團通過定期修訂《食品安全法規清單》，及時了解及跟進國家法律、行政法規、及地方法規中對食品安全及質量的監管趨勢。本集團不斷檢討及優化與食品安全相關的公司政策及管理模式。本集團已依據《GB/T 27306-2008食品安全管理體系餐飲業要求》、《DB31/2015-2013食品安全地方標準餐飲服務單位食品安全管理指導原則》，將本集團既有食品安全管理規定整合及優化，修訂了《食品安全管理手冊》，並將其作為本集團的食品安全管理體系的指引文件及運行準則。《食品安全管理手冊》包含一系列系統性的檔案，對食品安全的相關環節、本集團分支機構、合作夥伴進行統一、有序的風險管控。

安全為先

本集團於每年度組織食品安全管理體系評審，評價食品安全管理體系改進的機會和變更的需要，確保食品安全管理體系的適應性、充分性和有效性。本集團將評審結果匯總為《管理評審報告》，分發於各部門用於工作檢討及改進。於報告期間，本集團已售或已運送產品中未有因安全與健康理由而須回收的情況。

案例：「明廚亮灶」工程

本集團積極響應國家食藥監局推行的「明廚亮灶」工程。本集團在門店加工烹飪間、專用操作區域、清洗消毒間等均安裝有攝像設備，以對整體加工環節進行實時監控。我們全面接受消費者以及監管部門的監督，從而保障所提供飲食的質量與安全。

員工職業健康與安全

本集團高度重視員工的健康與安全，堅信員工的健康是保證食品安全中不可或缺的元素。於報告期間，本集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國安全生產法》、《中華人民共和國職業病防治法》、《工作場所職業衛生監督管理規定》、《中華人民共和國消防法》等相關國家及地方性的法律法規，為員工提供安全可靠的工作環境。於報告期間，本集團並未發現任何違反與提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害相關法律法規至重大事宜，亦未有因工傷損失工作日數（二零二三年：無）。此外，於過去三年（包括報告期間），本集團並未發現因工作關係而死亡的事故，因此因工亡故比率為0%。

為保障廚房員工的安全，本集團規定廚房及餐廳地面保持清潔，防止員工滑倒，消防通道嚴禁擺放任何障礙物。此外，本集團於每年度在辦公場所以及各門店舉辦火警演習，以確保在緊急情況發生時，員工具備應對能力。本集團在所有營業及工作場所配備消防設備，並於顯眼處張貼使用說明以及宣傳緊急情況下的逃生技巧。另外，本集團按照《門店人員健康管理制度》等政策定期對員工進行安全意識培訓。於平時工作中，亦積極宣傳健康生活模式，避免職業危害。

本集團的《門店人員健康管理制度》要求門店所有的工作人員養成良好的衛生習慣並規定工作服裝的清洗頻率。新員工必須進行健康檢查，取得健康證明後方可開始工作。各門店須建立《人員健康證明管理台賬》，並於每日工作開始前測量體溫，填寫《員工晨檢表》，掌握員工自身健康安全狀況的同時，對食品安全進行進一步的保障。除健康管理制度之外，本集團還對所有門店的後廚器具操作規定了對應的操作規範以及存放區域，並對廚房設備及電器進行定期維護，防止廚房員工的刀傷、燙傷及扭傷，以保障門店員工的日常工作安全。

質量為本

食品研發及品質

本集團注重新品的研發，並專門設有研發部門，從原料特點、SOP、門店經營許可三個角度考量菜肴的品質及安全風險，定期研發新菜肴。此外，為確保本集團所提供食品及服務符合質量管理的要求，本集團還設有詳盡的《食品安全管理程序》及《食品安全責任書》以規範食品處理、安全檢查、投訴處理及召回流程，從而避免各層級、各環節食品安全事故的發生。

檢查制度

為保障收貨環節的食品質量及安全，防止不合規的產品進入門店，本集團制定了《物料中心原輔料質量驗收流程》及針對各類原料的《原料質量驗收標準》，用於指導驗收部門、使用部門的日常監督及質量檢定工作。針對採購量較多的原料，本集團委託第三方機構對其加工製作程序進行檢驗。

除從源頭抓起之外，上海小南国各門店亦堅持以嚴謹的態度採取多重措施以保障所提供產品是優質及安全。本集團在日常檢查中按照《門店原物料驗收規範》、《門店原物料驗收規範及不合格反饋》、《食品安全飛行檢查制度》等對食品的質量進行檢驗。《食品安全飛行檢查制度》要求食品安全管理領導小組定期進行飛行檢查。飛行檢查方式分為現場審核檢查和菜肴抽樣檢驗兩種方式進行。現場審核檢查內容主要包括門店廚房人員衛生、操作衛生、環境衛生及設施設備衛生等；菜肴抽樣檢查則根據抽樣方案，將樣本儲藏、運輸至委託的第三方檢驗機構檢測。

食品安全管理領導小組將所有門店廚房的檢查結果分別進行月度、年度匯總分析，形成全國廚房食品安全分析報告。以客觀公正的結果反映各門店廚房對食品安全相關法律法規及規章制度的執行情況，促進門店廚房不斷提升食品安全意識和管理水準。總廚辦亦會依據評估報告，有針對的改進並持續提升食品的安全與質量管理水準。

產品回收

本集團針對外部及內部不合格品的召回制定了應對政策。針對外部召回（來自政府相關部門或由供應商發起的召回），由食品安全保障部及採購部協調並安排召回工作的執行；針對內部召回（顧客在用餐過程中、銷售後發現不合格產品），門店應根據投訴情況，評估影響範圍，必要時按照《原材料及產品召回計劃》執行相應召回操作流程。另外，本集團規定各部門需在退貨操作中保留退貨表格、退貨單據，並將所退貨品做好標識及保存，確保退貨的一切操作在本集團以及供應商處均得到妥善記錄。於報告期間，本集團並無已售或已運送產品須因健康及安全理由回收的重大事件（二零二三年：無）。

質量為本

可持續供應鏈管理

上海小南国堅持嚴格的供應商選擇標準，對有嚴重食安問題和嚴重違法失信問題的供應商堅決不予准入，從食材源頭做好品質把關，並完善進貨質檢、物流儲運、餐廳出品等全鏈條質量管理保證食材的安全。

公平公開採購

本集團就挑選供應商已制定《供應商管理程序》、《新供應商開發流程》及《採購合同管理流程》，並建立《合格供應商名錄》，以規範供應商的評審流程、標準及要求，不斷尋找潛在供應商，確保採購的食材均達到本集團的要求。

本集團採購過程嚴格參照《中華人民共和國招標投標法》等相關規定，在公開、公平、公正的條件下進行，不會對任何供應商有歧視性待遇，不允許任何貪污賄賂行為。與相關供應商有利益關係的員工及其他個人不會被允許參與相關採購活動。本集團在《食品安全管理程序》明確了原輔料採購的要求，除了將食品安全作為首要條件之一，本集團還關注供應商及合作夥伴的誠信。所有供應商均須簽署《年度供貨框架協議》，確認遵守反貪腐相關法律的法規，並遵守《年度供貨框架協議》所列的反貪腐規定。於報告期間，本集團沒有任何嚴重違規或違反商業道德行為的供應商及合作夥伴。

於報告期間，本集團共有60名供應商（二零二三年：90名），均位於中國。供應商數目維持不變主要乃由於本集團二零二四年業務並無重大變更。所有供應商乃根據上述慣例聘用及評估慣例。

供應鏈中的環境及社會風險管理

本集團高度重視供應鏈中潛在環境和社會風險的管理，亦致力與供應商發展互利互惠的合作關係。本集團持續與源頭供應商共同開展更積極的合作研發、SOP規範及採購供應服務，同時考察供應商在法律及監管層面的合規情況及商業道德等方面的表現。這旨在全面保障食品安全及質量的基礎上，有效掌控供應鏈成本，最大限度的減少供應鏈中潛在的環境及社會風險。

為建立安全、穩定的供應商隊伍，確保正常運行，本集團設有《供應商管理程序》以明確供應商的審核要求和評估流程。該程序要求指定部門先根據供應商所供應原料的食品安全風險及採購金額進行分級，制定並定期更新適用於所有供應商的《供應商分級表》，再從多維度考核及評價合作供應商。評分項目涵蓋供應商的HACCP1計劃管理，質量管理體系、工廠環境、生產控制、衛生控制、人員管理等維度。根據評分結果對優秀供應商實施《供應商激勵管理辦法》中的獎勵政策，對不合格供應商進行限期整改或替換。實施的激勵方法包括但不限於：

- 輔導供應商建立質量安全管理體系，提升產品品質；
- 優先合作：優先簽訂下一年度採購合同；

- 擴大合作：增多採購份額及供應更多區域或門店；及
- 長期合作：長期供應合作，建立戰略聯盟。

本集團力求與當地供應商合作，盡可能促進當地經濟發展及推動綠色採購。為減少運輸產生的溫室氣體排放，本集團將優先考慮本地供應商。在二零二四年，本集團所有供應商均位於中國，主要位於上海。本集團亦積極推進供應鏈上下游資訊的快速流轉，以減少供應鏈「牛鞭效應」，使得整個供應鏈的整體庫存水準降低，從而減少本集團及上游供應鏈在庫存管理中所需消耗的能源、水資源、製冷劑等材料，在節約資源的同時減少在能源生產、製冷劑使用過程中造成的直接及間接污染物及溫室氣體排放。

品牌形象

本集團通過良好的就餐環境、多樣化的美食選擇、以及對客戶私隱高度保密的標準，旨在為消費者和客戶帶來優質而溫馨的服務體驗。本集團的《食品安全管理程序》，明確規定所有工作人員須嚴格衛生操作，門店設施、設備及器具須按要求清洗消毒以避免異常而影響本集團的正常運營。除此之外，本集團嚴格遵守與保密與私隱安全相關的法律及規例，包括但不限於《中華人民共和國消費者權益保護法》。本集團還訂有內部政策以實行高度安全及保密標準保護客戶資料私隱，以嚴守有關資料私隱的監管規定向資料當事人收集個人資料及處理該等資料。除非經客戶書面同意，本集團不會將個人資料用於推廣用途，或將個人資料提供予任何人士作該等用途。

於報告期間，本集團嚴格遵守《中華人民共和國商標法》、《中華人民共和國專利法》、《中華人民共和國廣告法》及《中華人民共和國消費者權益保護法》等法律法規，並未發現任何違反與知識產權、廣告、標籤及私隱相關法律法規的重大事宜。

知識產權

本集團合理規管知識產權，根據《中華人民共和國商標法》、《中華人民共和國專利法》等相關規例，委託第三方專業機構對本集團的專利、商標與知識產權進行統一管理，並制定《商標總覽綜合版》對商標管理與使用進行規範。在此基礎上，本集團與第三方專業律師事務所簽訂合作協議，對侵犯本集團知識產權的行為進行追查及維權。

客戶投訴與處理

為提供優質的顧客服務體驗，本集團認為與顧客保持良好溝通非常重要的一環。通過熱線電話、交流平台（如微信公眾號）、第三方反饋（如大眾點評、美團）等多種溝通平台，以及問卷調查、客戶滿意度調查等方式積極了解顧客對於產品與服務的建議及滿意程度。本集團規定如有投訴出現，各門店或部門的指定人員將負責接待和處理顧客的投訴案件。於報告期間，本集團並未接獲顧客有關產品及服務的重大投訴（二零二三年：無）。

質量為本

廣告宣傳管理

本集團重視廣告宣傳所存在的風險，根據《中華人民共和國廣告法》等相關規例制定產品廣告相關制度，並對產品資訊進行嚴格規管及檢查，以確保產品廣告及標籤上的說明及資料與產品的實際情況相符。本集團亦要求員工必須向客戶提供準確、完整的資訊。

本集團的《集團廉政管理制度》規定了與客戶、供應商及競爭者公平交易是所有員工的義務。員工須與本集團一起致力於公平、公正、誠實地進行廣告及營銷宣傳。員工不得因客戶從其他供應商處購買產品而拒絕向其銷售、服務或維修本集團生產的產品；不得超出合理和業務管理的範圍招待客戶；亦不得向客戶提供可能被認為是誘導或獎勵客戶購買決策的娛樂或其他利益。員工應當避免發生《中華人民共和國反壟斷法》等競爭管制法的違法行為，包括挪用和(或)濫用競爭對手機密信息、虛報競爭對手的業務及商務狀況等。

保密與私隱安全

本集團以實行高度安全及保密標準保護個人資料私隱，特別設有《集團廉政管理制度》以規定本集團禁止一切操縱、隱瞞、濫用特權資訊、誤傳重要事實或其它與保密及私隱安全相關的違法違規行為。員工應當遵守以下要求(包括但不限於)：

- 顧客在辦理會員時，相關部門以及門店會留取顧客的聯絡方式以及個人資料，本集團要求與該業務相關的負責員工簽署保密協議，妥善管理及保護顧客個人資料，不得泄露或提供給無關人員；
- 本集團的經營、銷售、策略、產品及個人資料、獎金方案、期權方案、訓練資料及操作手冊等均為機密資訊，員工在職期間或離任後均不得與他人談論或泄露。如有違反，應承擔相關的法律及經濟責任；及
- 員工在職期間或離職後，所有通訊文稿、記錄、刊物、客戶名片、傳真、由員工撰寫並在本集團內部發佈的手冊和訓練資料等內容正副本均為本集團財產，不得私自佔有或未經授權使用。

於報告期間，本集團並未發現任何重大的保密與私隱安全事宜。

合規運營

廉潔誠信

誠信是本集團員工最基本的行為準則。誠信亦是本集團對顧客、對合作夥伴、對投資者秉持的商業道德之根本。因此，本集團整合既有內部相關政策，設立《集團廉政管理制度》，以誠信為基準，指導員工在工作中遵循法律法規及商業道德，防治賄賂、勒索、欺詐、洗黑錢、不正當宣傳、騷擾和歧視等違法違規行為。該制度明確規定員工須主動向主管及人力資源部門匯報極可能引起利益衝突的情況，並明確定義了各種利益，以養成本集團正直廉政的道德風氣。此外，該制度還進一步規定，本集團與其供應商的關係是基於價格、質量、服務、信譽等因素。員工不得接受或要求來自供應商或潛在供應商的利益，從而對供應商保持客觀性。

本集團嚴格遵守與防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢相關的法律及規例，包括但不限於《中華人民共和國刑法》、《中華人民共和國反洗錢法》、《中華人民共和國公司法》。於報告期間，本集團並未發現任何違反與防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢相關的法律規例的重大事宜，亦未有任何對本集團或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件(二零二三年：無)。

公司管治及制度

為促進本集團的可持續發展及員工個人發展的需要，本集團遵循其價值觀和企業文化，設立了員工手冊《小南國與你》，以明確闡述了本集團對員工的期望和行為規範的要求。作為培訓內容的一部份，其中包括但不限於保密制度、反舞弊政策、商業道德守則、遵守紀律及違紀處理的原則和程序及錯誤行為分類。本集團希望員工的行為與本集團的原則保持一致，維持誠信、負責、攜手的商業道德風氣。

為提高反貪腐意識，除了為新入職員工提供反貪腐相關入職培訓，本集團亦向董事和員工提供每年至少一次的反貪腐相關培訓及教育。董事和員工通過參與講座、工作坊等培訓或閱覽政策和程序，全面了解本集團的相關反貪腐政策以及有關賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的相關法律及法規。於報告期間，本集團已向所有員工分發有關廉政制度的資訊，共有5個董事和63名員工透過閱覽反貪腐政策和程序參加了反貪腐培訓(二零二三年：7個董事和61名員工)。

舉報及監督

在制定並實施合規運營管理政策的基礎上，本集團設立了適當及有效的舉報程序，鼓勵員工揭發不合規行為。參照《集團廉政管理制度》的規定，員工可通過電郵、信函、電話、直接匯報等形式，向直屬主管、人力資源部舉報違法或違反本集團制度的不合規行為。舉報對象可包括全職員工、兼職員工、第三方勞務人員、顧問、董事會成員等。舉報人有責任在舉報後與本集團授權的調查員協作，並盡其最大努力提供有關舉報事項的證據和具體資訊，以支援本集團在執行反違規行動前，進行必要的調查及判斷。本集團承諾保護舉報人的個人資訊，並對提供重要線索及重要協作的舉報人給予獎勵。於報告期間，本集團沒有收到任何不合規行為的舉報。

人才管理

僱傭政策

為確保本集團僱傭政策的公平、公正性以及相關執行流程得到高效率、標準化及系統化的實施，本集團嚴格遵守的與僱傭相關的法律及規例，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》、《中華人民共和國未成年人保護法》、《禁止使用童工規定》。於報告期間，本集團並未發現任何違反有關人力資源的法例和法規的重大事宜，亦未發現任何違反防止童工及強制勞工相關法律法規的重大事宜。

本集團在遵守相關法律法規的基礎上，嚴格執行《招聘流程》以持續促進組織架構的健康成長和業務的良好發展。該流程詳細規範了本集團總部各職能部門、各門店在招聘需求申請、招聘管道選擇、申請人考核及評估流程等方面所需遵守的制度以及管理責任。於報告期間，本集團組織人力資源及行政部門參照《招聘流程》，執行年度編製管理、門店編製管理、現有招聘流程檢視及修訂等工作。本集團制定以上的措施，避免強制勞工以及聘用童工，保證營運合規。

除此之外，本集團針對門店人員及辦公室人員分別制定《門店員工入職、試用期轉正及離職流程》以及《辦公室員工入職、試用期轉正及離職流程》。其中，在入職、試用期及離職管理中強調以下內容：

入職

員工在正式入職前需向本集團提供身份及履歷證明檔，證實其年齡高於十六歲，以符合《中華人民共和國勞動法》及《禁止使用童工規定》等法律法規中對禁止招用未成年人的規定。本集團對正式錄用的員工一律實行勞動合同制，與員工簽訂書面合同並按合同規定履行雙方義務。一經發現可能存在童工或強制勞工的情況，本集團將立即開展相關調查，一旦涉及違法事件，將移交有關司法機構處理。經審核身份資訊後，員工需簽署勞動合同、保密協議及其他相關規章。此外，本集團為新員工安排職前簡介，包括公司簡介、公司政策、員工責任及福利等內容，旨在幫助新員工快速融入到工作崗位中。

試用期

按照勞動合同的約定，新員工的試用期為3個月或6個月。試用期期間，員工的直屬上級需對該員工的試用期表現評估並完成《試用期評估表》，員工亦需進行自評。試用期結束前，根據雙方的評估結果及決定，人力資源及行政部門將為員工辦理轉正手續或合同終止手續。

辭職

試用期員工應提前3天（香港區域為提前7天）、正式員工應提前30天以書面形式提交辭職申請並註明辭職生效日期。員工的直接上級在同意員工辭職後，在辭職申請檔中簽署確認並將檔移交至人力資源及行政部門。針對特定職級以上的員工離職，本集團需在其離職前開展離職面談與離職會簽等流程，根據《員工離職會簽單》上的項目進行物品移交並經由相關負責人簽署。員工亦需在辭職生效日期前休完其有薪假期，或根據休假政策將假期兌現。

解僱

當本集團決定解僱員工時，人力資源部門須覆核導致本集團做出這一決定的因由，以確保聘用關係的解除符合國家勞動法律法規的有關規定及本集團政策。本集團將根據離職情況對應流程為員工辦理離職手續，確保員工的合法權益以及本集團資訊與資產安全均得到保障。於二零二四年十二月三十一日，本集團於中國內地及香港共有233名員工(二零二三年十二月三十一日：544名，同比減少約57.2%)，其中門店員工123名，職能部門員工110名。按性別、年齡組別、地區及僱傭類型劃分的員工總數如下：

員工人數	二零二四年 十二月三十一日	二零二三年 十二月三十一日
按性別劃分		
男	122	301
女	111	243
按年齡組別劃分		
30歲以下	8	99
30-50歲	171	306
50歲以上	54	139
按地區劃分		
中國	199	453
香港	34	91
按僱傭類型劃分		
全職	222	519
兼職	11	25

於二零二四年，共有459名員工離開了本集團(二零二三年：475名)，平均僱員流失率約為99.03%¹(二零二三年：約76.74%¹)。流失率上升主要由於二零二四年部分門店的關閉，影響到僱員的工作安排及其留任意願。按性別、年齡及地區劃分的僱員流失率如下：

僱員流失率 ²	二零二四年	二零二三年
按性別劃分		
男	110.85%	80.29%
女	84.18%	72.19%
按年齡組別劃分		
30歲以下	404.00%	156.02%
30-50歲	52.10%	52.88%
50歲以上	87.93%	83.91%
按地區劃分		
中國	92.46%	58.24%
香港	141.18%	172.14%

人才管理

備註：

1. 平均僱員流失率=僱員總流失人數÷僱員總平均人數(年初及年末人數平均值)×100%。
2. 該類別僱員流失率=該類別的僱員流失人數÷該類別僱員平均人數(年初及年末人數平均值)×100%。

員工權益保護

本集團重視員工的切實權益，並希望每位員工能充分了解自己作為上海小南国一員的具體權益，以及如何尊重及維護同事、顧客、供應商、合作夥伴的權益。因此，本集團特將薪酬政策、福利政策、工作時間、假期制度、績效管理原則、培訓、行為規範及紀律等內容編製入《小南国與你》員工手冊，並確保所有員工都收到該手冊並簽字承諾已清楚理解和遵守手冊內容。

上海小南国希望為每位員工提供合理平等的薪酬待遇及晉升機會，幫助有潛力的員工實現職業理想。本集團已為門店的前廳員工、廚房員工以及辦公室不同部門及崗位的員工分別訂立清晰明確的晉升條件以及透明公開的升遷制度，並在員工手冊《小南国與你》中解釋與說明晉升標準與職業發展途徑。當員工工作表現優秀且能力符合更高級別職位的要求時，並通過考核和評估之後，本集團將按照職位需求安排晉升計劃。

薪酬總體原則

本集團薪酬總體原則符合「外部可比性」及「內部公平性」兩個原則。本集團願意提供在同行業同地區範圍內具有競爭力的薪酬及福利，以吸引、激勵和保留優秀人才來實現本集團的業務發展目標，同時不斷地將本集團的薪酬架構與專業薪酬報告匹配，維護薪酬架構公平合理並維持競爭力。此外，本集團根據員工的個人工作業績實行崗位等級工資制。員工在工作中的表現及工作成績將會在薪金上有所體現，即在現薪資水準相同的前提下，工作表現評級越佳，可得到的加薪幅度越大。於二零二四年，本集團繼續使用專職工、小時工及培訓生的立體化用工結構，並與國內多家院校進行了長期合作計劃。本集團繼續執行已制定的多項激勵考核政策，提升員工綜合收入，以實現本集團與員工利益共享，提高員工工作積極性。

假期制度

為積極吸引新員工加入本集團的人才隊伍，本集團員工均享有的假期制度包括國家公眾假期、年度休假、病假、事假、婚假、產假、護理假、哺乳假、喪假、工傷假等。但為能在節假日時為顧客提供高效、優質的餐飲服務，門店員工或需要在法定節假日上班。《假期與加班規章》規定，相關管理人員需根據門店的營業額狀況，合理安排上班人員。遇法定節假日月份前一個月的25號前，店總與廚師長需要將法定節假日排班表上交至本集團的區域運營經理審核，以確保排班計劃在遵守法律要求的基礎上同時兼顧人力成本及員工的勞逸結合。本集團根據《中華人民共和國勞動法》，對獲得批准在法定節假日上班的員工發放其基本薪資三倍的加班薪資。如有特殊情況須申請休假，員工均需要遵守《假期與加班規章》中對申請日期、證明檔、休假時長等的規定。

針對辦公室員工，本集團遵守《中華人民共和國勞動法》中對工作時間和休息休假的規定，執行《總部員工考勤管理試行制度》記錄員工的上下班時間。本集團的每日工作時間為8小時。《假期與加班規章》中亦言明本集團不鼓勵員工加班，因此員工加班需具備充足的理由並事先得到部門負責人的書面批准，本集團將採取調休的方式對加班員工進行補償。

員工福利

本集團為員工提供國家法律規定內的一系列社會保險，包括養老保險、失業保險、生育保險、工傷保險、醫療保險、住房公積金。在基礎保險之上，員工還享有本集團提供的僱主責任保險、團體意外保險、補充醫療保險等商業保險。為幫助員工及時了解自己身體狀況，本集團為辦公室員工安排年度體檢，為門店員工辦理健康證。

同時，辦公室員工可享受本集團免費午餐，門店員工在當班時間內亦可享受免費工作餐及夜宵。此外，本集團會為員工生日當月送上蛋糕一個以提升員工滿意度。本集團還以展示員工才華、增進員工溝通、有益員工身心健康為主題，積極組織各類員工活動，鼓勵員工在工作與生活之間取得平衡。詳細福利均在員工手冊《小南國與你》中有具體說明，以供員工隨時查閱。

案例：大廚駕到

為了豐富門店員工的娛樂生活，並促進同事間的溝通，增強團隊凝聚力，增強員工對本集團和門店的認同感和歸屬感，每月一次的「大廚駕到」門店聚餐活動已經成為本集團文化之一。活動中，各門店的廚師長每月親自下廚，為門店工作員工準備美味佳肴，讓員工們在緊張繁忙的工作之餘享受集體活動的樂趣。

案例：店總慰問員工宿舍活動

為加強管理層和員工的溝通，使本集團對員工的關懷能真切反映，並讓員工體會到大家庭的溫暖，餐廳主管會不定時慰問員工宿舍，以了解和收集其關於工作和生活方面的各項意見，從而增強員工的歸屬感。

案例：員工活動

為進一步增強員工的歸屬感，並加強同事之間的溝通及交流，本集團會不定時舉行包括但不限於員工聚餐、團建以及節日慶祝等不同活動。店長亦會不定時利用下班時間和員工培訓與員工談心或下班後帶員工出去唱歌放鬆，聯絡感情。

員工守則

在了解並合理享受自身權益的同時，本集團要求員工知悉並維護其他同事、顧客、合作夥伴的權益。因此，在《小南國與你》中同樣陳述了本集團員工所需遵守的紀律及守則，並說明了各類違紀行為所需承擔的後果。對於違反平等機會、多元化、反歧視等原則的相關行為，均要接受本集團懲罰。處罰視情節輕重而定，分為口頭警告、書面警告及解除勞動合同。

人才管理

員工培訓發展

上海小南国注重每一位員工的成長和發展，同時亦十分明白出色的業務成績和高品質的顧客服務有賴於優秀的員工付出。因此，員工培訓為本集團的重要投資之一。本集團為所有員工提供公平的培訓和發展機會以及相關的教育資源，使員工在富有競爭力的同時維持出色的工作水準。

培訓體系

本集團有一整套完善的培訓和晉升體系，旨在幫助有潛力的員工實現職業理想和助力本集團的可持續發展。該培訓體系涵蓋了不同職能和不同職級員工的培訓內容及透明公開的晉升條件和路徑，其中包括但不限於門店的前廳員工、廚房員工以及辦公室不同部門及崗位的員工。其培訓內容主要分為三大類，分別是新員工入職培訓、崗位技能培訓和管理能力培訓。本集團定期根據員工和各層級管理者的不同工作需求，安排對應的培訓以幫助提升技能，充分發揮潛能。此外，本集團還從業務結果和個人核心能力兩大方面每年對所有全職員工進行一次工作績效評估以幫助制定下一年度的績效目標和相應的行動計劃。如若因為某種原因，員工的工作表現為「不符合期望」，本集團會就《工作表現改進計劃》安排其主管幫助其克服困難，提高工作效率。相反，如若員工工作表現優秀且能力符合更高級別職位的要求時，本集團將通過績效考核和評估，按照職位需求安排晉升計劃。

新員工入職培訓

新員工入職培訓是幫助新員工了解並融入本集團的重要管道。培訓內容不僅涵蓋本集團的企業文化、人力資源等政策，還對餐飲行業食品安全保障的標準法規、本集團廉政內審內控等內容進行了深入的解讀，使員工了解本集團的要求和發展目標。

基礎素質及管理培訓

本集團針對現有空缺崗位開展企業員工晉級培訓，制定了《營運管理培訓生管理制度》。培訓期間，員工根據自身職級參與對應課程。課程內容涉及企業員工基礎素質培訓及管理培訓，完成課程並且在績效考核中取得優秀成績的員工將獲得晉升機會。

健康管理及職業安全培訓

本集團遵守上海市的健康管理及職業安全的相關規定。新員工必須接受食品安全法律法規和食品安全知識培訓，且考核合格者方可上崗。除此之外，各門店每月須組織兩次店內食品安全培訓活動，包括但不限於食品安全知識、職業道德和法制教育等。同時，廚師長負責建立《從業人員食品安全知識培訓檔案》，將培訓時間、培訓內容、考核結果歸檔，以備查驗。於二零二四年，本集團有約69.53%³的受訓僱員，人均培訓時數約為16.69小時⁴(二零二三年分別為約72.06%³和約17.29小時⁴)。按性別和僱員類別劃分的受訓僱員百分比和每位僱員的平均受訓時數如下：

指標	受訓僱員百分比(%) ⁵		每位僱員的平均受訓時數(小時) ⁶	
	二零二四年	二零二三年	二零二四年	二零二三年
按性別劃分				
男	54.94	46.43	17.51	14.51
女	45.06	53.57	15.78	20.74
按僱員類別劃分				
高層管理層	6.17	3.06	12.63	28.80
中層管理層	40.12	11.48	17.14	12.71
基層員工	53.70	85.46	16.98	17.91

備註：

- 總受訓僱員百分比=年內受訓僱員總人數÷年末僱員總人數×100%。
- 每位僱員的平均受訓時數=年內總受訓時數÷年末僱員總人數。
- 該類別受訓僱員百分比=年內該類別受訓僱員人數÷年內受訓僱員總人數×100%。
- 該類別每位僱員的平均受訓時數=年內該類別僱員受訓時數÷年末該類別僱員人數。

綠色發展

本集團重視良好的環境管理及努力保護環境，以履行本集團應承擔的社會責任。因業務性質特點，本集團主要消耗的資源為各門店在日常運營中所使用的水、電及天然氣。於報告期間，本集團各門店執行相應的能源資源節約政策，並配合實施節水節能措施，在合理控制營運成本的同時，減少運營過程中對天然資源的消耗及影響。本集團嚴格遵守《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》及其他有關環境保護的法律法規。於報告期間，本集團並沒有任何就空氣及溫室氣體、排放物、水以及有害及無害廢棄物產生對其有重大影響的相關環境法律法規之違規事件。

能源消耗及溫室氣體排放管理

本集團主要的溫室氣體排放源為交通運輸所消耗的汽油以及煮食時消耗的天然氣引致的直接溫室氣體排放(範圍一)和外購電力造成的能源間接溫室氣體排放(範圍二)。本集團致力減碳，在二零二一年訂立了為期五年逐步降低每平方米的溫室氣體排放總量密度及總能源消耗量密度的目標。雖然客流量增多導致增加了能源消耗總量，本集團仍能透過節能減排的措施以降低與二零二三年相比的每平方米的總能源消耗量密度及溫室氣體排放總量密度。於二零二三年，本集團增訂了來年的短期目標，以二零二一作為基準年，於二零二四年分別降低每平方米的溫室氣體排放總量密度及總能源消耗量密度1%，本集團並未達成相關目標。為了節約能源及有效使用電力，並積極鼓勵僱員在節能管理方面承擔責任，本集團制定並持續實施以下措施：

- 加強車隊管理；
- 透過視像會議和微信會議等電子溝通方式減少出差次數；
- 對照明、空調開關的分區及功能做出清晰標識，便於在不同客流量時段做分區操作及管理，避免非必要用電；
- 合理並集中安排每日低峰時間顧客用餐區域，減少低峰時段開啟的用電設備；
- 根據午市及晚市繁忙程度合理安排使用蒸箱數目，集中加工菜品，在不影響菜品質量與服務速度的前提下節約天然氣；及
- 在用電開關與空調控制板附近張貼節電標識，鼓勵員工及顧客適當調節空調溫度。

水資源管理

本集團的用水主要是煮食和清潔的生活用水。本集團業務所在地點並不屬於水源短缺地區，且本集團總部與各門店用水取自市政管網，所以並沒有提取適用水源相關的問題。本集團致力減少耗水，積極鼓勵所有員工和客戶養成自覺節約用水的習慣。本集團在二零二一年訂立了為期五年逐步降低每平方米的耗水密度的目標。除為期五年的減少耗水的目標以外，本集團亦於二零二三年增訂了來年的短期目標，以二零二一作為基準年，於二零二四年降低每平方米的總耗水量密度1%。但因運營面積減少，本集團並未達成相關目標。本集團將持續實施節水節能措施，具體措施如下：

- 在確保正常使用的情況下，安排工程人員調小流動水開水位；
- 將大小餐具分類至不同的清洗池進行清洗，小餐具清洗池無需多次沖洗就可完成，從而節省用水；
- 循環用水，利用洗菜水沖洗地面；
- 解凍食物流水呈梯向，同時可解凍多種食物；及
- 在用水區域附近張貼節水標識及節水案例宣傳，提醒員工養成節水習慣。

煮食油煙排放管理

本集團的主要排放物包括各門店的煮食油煙、煮食用天然氣燃燒產生的溫室氣體以及大氣污染物等。於報告期間，本集團已遵守《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》、《中華人民共和國大氣污染防治法》、《中華人民共和國水法》等與排放物相關的法律及規例。此外，本集團嚴格按照《上海市大氣污染防治條例》以及《上海市餐飲業油煙排放標準》的要求，在所有門店安裝餐飲油煙淨化設施，並於正式開業前對油煙污染物進行檢測，確保符合相關國家及地方標準。同時，本集團僱用具有相關資質的第三方，每三個月對所有門店的集煙罩、油煙管道進行清洗；對排煙風機、淨化器、靜電除味器進行保養。本集團定期接受有關監管部門的檢測，確保合規的同時將煮食油煙及氣味排放物降到最低，避免影響鄰近居民。

有害和無害廢棄物的處置與回收

本集團堅守廢棄物管理原則，致力以可持續發展的原則及減少、重用、回收及取代的方式處理及處置業務活動產生的所有廢棄物。除控制大氣排放物外，本集團亦通過相關措施來管理餐廚污水及廢棄物。本集團在各門店安裝無需動力、無能耗、低運行成本的油水分離器，對餐廚污水進行油水分離，保障處理後污水的油脂含量符合《污水綜合排放標準》(GB8978-1996)的三級標準。本集團制定並實施《廚房用油管理制度》，規範烹飪用油的使用。《廚房用油管理制度》中規定，門店廚房須將老油統一收集至專用的回收桶，並由持專業資質的廢棄油脂回收商進行回收處理，並在食品追溯系統中進行記錄。另外，按照城市生活垃圾分類原則，在門店後廚設置不同顏色的垃圾桶，將餐廚垃圾與生活垃圾(包括可回收垃圾、幹垃圾、濕垃圾及有害垃圾)進行分類收集以便於回收管理。

鑒於本集團的業務性質，並不會產生重大有害廢棄物，所產生的廢棄物為廢燈泡及其他電子產品，而本集團亦已制定管理及處置相關有害廢棄物的指引。本集團亦會委託合資格的危廢處理單位對有害廢棄物進行棄置。

為培養員工踐行可持續發展的意識和知識，本集團要求員工在各門店向顧客宣傳適量點餐、避免浪費及良好的點餐及用餐習慣，並在要求員工以身作則的基礎上，進一步鼓勵顧客參與到減少廚餘垃圾產生的行動當中。本集團致力減廢，在二零二一年訂立了為期五年逐步降低每平方米的無害廢棄物產生密度的目標。因門店數量減少，本集團的每平方米的無害廢棄物產生密度較二零二三年有下降。除為期五年的減廢目標以外，本集團於二零二三年亦增訂了來年的短期目標，以二零二一作基準年，於二零二四年降低每平方米的無害廢棄物排放總量密度1%，本集團已達成相關目標。除此之外，於報告期間，本集團各門店執行相應的資源節約及減廢政策，旨在合理控制營運成本的同時，減少運營過程中對天然資源的消耗及影響，相關具體措施如下：

- 門店設置低值易耗品負責人，負責保管申購並記錄。每日各部門對低值易耗品的使用進行盤點，每周匯總使用情況，並按存量進行補貨；及
- 鼓勵員工採用雙面列印。

產品包裝及外賣配件

近年來，隨著電商、快遞、外賣等新業態發展，塑膠餐具製品的消耗量快速上升。本集團致力於以可持續發展的原則降低塑膠產品對環境及天然資源造成壓力。本集團門店應政府要求提倡不主動提供一次性餐具，從而減少一次性用品使用量。自二零一八年十月，餓了麼外賣點餐平台發佈了《藍色星球商戶標準》，設定餐飲行業內對外賣的可持續包裝材料設定標準。上海小南国作為標準的聯合發起方，承諾遵循《藍色星球商戶標準》的以下三個倡議：

1. 減少過度包裝及一次性餐具使用；
2. 提升現有包裝材料的可重複使用性；及
3. 提倡替代性材料在總體外賣包裝解決方案中的應用。

為響應這些倡議，本集團進行了光盤行動，鼓勵食客珍惜糧食、吃光盤子中的食物，減少打包一次性餐具的使用。於報告期間，本集團共消耗包裝材料約7.00噸(二零二三年：約11.18噸)，人均(按服務顧客人數計算)消耗約5.80克(二零二三年：約7.93克)。

氣候變化

氣候變化正在發生，並呈上升趨勢，且對世界各地造成破壞性影響。作為負責任的企業，上海小南国如前文所述致力減少環境影響，亦深明氣候變化對其業務的潛在影響。因此，我們積極收集持份者意見，並已制定相關政策以識別及應對潛在的重大氣候相關事宜。本集團會定期更新和實施相關政策，並在風險管理過程中，將氣候相關的風險納入考量範圍，以更妥善緩解有關影響，維持可持續的商業模式。

實體風險

極寒或極熱、風暴、暴雨及颱風等極端天氣事件日益嚴重，可能導致本集團電力短缺、供應鏈中斷及資產損毀的風險增加，干擾本集團營運，為本集團的財務業績帶來不利影響，而修復或恢復受損場地的成本亦會增加。該等事件亦可能會干擾僱員工作，甚至造成人員傷亡。因此，在發生極端天氣事件且將對本集團產生影響時，本集團將因應實際情況成立危機領導小組，且可以視情況需要，指定法務部、公共事務部、營銷部、財務部、外部律師、人事部、運營部及本集團任何部門人員組成危機處理小組，由董事會執行委員會領導。危機處理小組的員工負責制定和執行危機處理方案，以便在極端天氣事件影響本集團的經營場所時減少或避免損失，且縮短本集團恢復業務營運所需的時間。同時，當當地政府發佈極端天氣事件訊號時，本集團會根據情況實施保障員工安全的措施，比如調整工作時間或關店。

轉型風險

隨著社會對氣候變化意識的增強以及相關政策的實施或收緊，本集團的運營成本可能會增加，以滿足監管預期並遵守相關的環境法律法規。例如，聯交所要求上市公司在其環境、社會及管治報告中加強與氣候相關的披露，導致相關合規成本可能會因而增加。倘本集團未能達到社會對其環境、社會及管治表現的期望或未能遵守相關法律法規，可能對其聲譽產生負面影響，導致客戶流失並面臨訴訟風險。有見及此，本集團將定期監察現有和新出現的氣候相關趨勢、政策與法規，避免因反應遲緩而令聲譽面臨風險。此外，為減少本集團對環境的影響，並遵守聯交所的規定，本集團已制定減少能源消耗和溫室氣體排放的目標。本集團會繼續評估其應對氣候變化的行動的有效性，加強對氣候相關問題的抵禦能力。

綠色發展

環境績效

於報告期間，本集團通過記錄、計算並分析本集團總部與門店的各項排放、資源使用數據以加強管理本集團的環境表現。於報告期間，本集團成功收集並計算了本集團總部、南小館位於上海的1家門店以及上海小南国位於上海18家門店的環境績效數據。未來，本集團將穩步推進環境績效管理工作。

於報告期間，本報告統計範圍內本集團總部的大氣污染物排放量較二零二三年增加，溫室氣體排放總量及能源消耗總量則較二零二三年稍微減少。本集團會積極於本集團總部推行節約用電的措施。

指標	單位	本集團總部	本集團總部
		二零二四年環境績效	二零二三年環境績效
		二零二四年績效值	二零二三年績效值
大氣污染物排放 ⁷			
氮氧化物	千克	46.56	33.44
硫氧化物	千克	0.08	0.06
顆粒物	千克	4.46	3.20
溫室氣體排放			
溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	45.99	49.05
溫室氣體排放密度	噸二氧化碳當量／平方米	0.13	0.07
直接溫室氣體排放量(範圍一) ⁸	噸二氧化碳當量	13.99	10.05
能源間接溫室氣體排放量(範圍二) ⁹	噸二氧化碳當量	32.00	39.00
資源使用			
能源消耗總量	千瓦時	102,562.30	105,003.70
能源消耗密度	千瓦時／平方米	287.71	140.19
直接能源－汽油消耗量 ¹⁰	千瓦時	50,991.08	36,621.70
間接能源－耗電量	千瓦時	51,571.22	68,382.00
耗水量	噸	6,399.96	不適用
耗水密度	噸／平方米	17.95	不適用

於報告期間，本報告統計範圍內南小館門店的大氣污染物排放量、溫室氣體排放總量、能源消耗總量、耗水量、無害廢棄物產生總量及有害廢棄物產生總量較二零二三年減少。本集團會繼續積極推行各方面的環保措施。

指標	單位	南小館門店	南小館門店
		二零二四年環境績效 ¹¹	二零二三年環境績效 ¹¹
		二零二四年績效值	二零二三年績效值
大氣污染物排放 ¹²			
氮氧化物	千克	406.22	509.61
二氧化硫	千克	16.25	20.38
顆粒物	千克	0.04	0.05
溫室氣體排放			
溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	233.37	312.63
溫室氣體排放密度	千克二氧化碳當量／顧客	0.69	1.10
直接溫室氣體排放量(範圍一) ¹³	噸二氧化碳當量	86.07	107.96
能源間接溫室氣體排放量(範圍二) ¹⁴	噸二氧化碳當量	147.30	204.67
資源使用			
能源消耗總量	千瓦時	662,257.88	891,884.44
能源消耗密度	千瓦時／顧客	1.97	3.13
直接能源－天然氣消耗量 ¹⁵	千瓦時	424,860.98	532,995.44
間接能源－耗電量	千瓦時	237,396.90	358,889.00
耗水量	萬噸	1.43	1.26
耗水密度	噸／顧客	0.04	0.04
無害廢棄物			
無害廢棄物產生總量	千克	30,600.00	32,925.00
無害廢棄物產生密度	千克／顧客	0.09	0.12
老油產生量	千克	1,700.00	2,175.00
餐廚垃圾產生量	千克	23,300.00	23,950.00
生活垃圾產生量	千克	5,600.00	6,800.00
有害廢棄物			
有害廢棄物產生總量	千克	—	—
有害廢棄物產生密度	克／顧客	—	—
廢燈泡產生量	千克	—	—

綠色發展

於報告期間，本報告統計範圍內上海小南国門店的大氣污染物排放量、溫室氣體排放總量、能源消耗總量、耗水量及無害廢棄物產生總量較二零二三年減少，有害廢棄物產生總量則較二零二三年增加。本集團會繼續積極推行各方面的環保措施。

指標	單位	上海小南国門店	上海小南国門店
		二零二四年環境績效 ¹⁶	二零二三年環境績效 ¹⁶
		二零二四年績效值	二零二三年績效值
大氣污染物排放 ¹⁷			
氮氧化物	千克	5,008.60	7,839.16
二氧化硫	千克	200.34	313.57
顆粒物	千克	0.50	0.78
溫室氣體排放			
溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	3,611.60	4,835.04
溫室氣體排放密度	千克二氧化碳當量／顧客	4.15	4.30
直接溫室氣體排放量(範圍一) ¹⁸	噸二氧化碳當量	1,061.28	1,660.76
能源間接溫室氣體排放量(範圍二) ¹⁹	噸二氧化碳當量	2,550.32	3,174.28
資源使用			
能源消耗總量	千瓦時	9,348,546.49	13,764,875.52
能源消耗密度	千瓦時／顧客	10.74	12.23
直接能源－天然氣消耗量 ²⁰	千瓦時	5,238,439.09	8,198,886.16
間接能源－耗電量	千瓦時	4,110,107.40	5,565,989.36
耗水量	萬噸	9.10	11.70
耗水密度	噸／顧客	0.10	0.10
無害廢棄物			
無害廢棄物產生總量	千克	96,368.00	196,279.06
無害廢棄物產生密度	千克／顧客	0.11	0.17
老油產生量	千克	13,418.00	17,574.06
餐廚垃圾產生量	千克	68,614.00	130,204.00
生活垃圾產生量	千克	14,336.00	48,501.00
有害廢棄物			
有害廢棄物產生總量	千克	103.92	87.69
有害廢棄物產生密度	克／顧客	0.12	0.08
廢燈泡產生量	千克	72.42	52.19
其他電子產品產生量	千克	31.50	35.50

備註：

7. 總部大氣污染物排放來自於本集團擁有及控制的車輛的尾氣以及天然氣燃燒造成的污染物排放。計算方法參考包括但不限於聯交所發佈的《如何準備環境、社會及管治報告—附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》；
8. 總部範圍一溫室氣體排放來自於本集團擁有及控制的車輛的汽油消耗造成的溫室氣體排放。計算方法參考包括但不限於世界資源研究所及世界可持續發展工商理事會刊發的《溫室氣體盤查議定書：企業會計與報告標準》、聯交所發佈的《如何準備環境、社會及管治報告—附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》及政府間氣候變化專門委員會（「IPCC」）發佈的《第六次評估報告》的全球升溫潛能值；
9. 總部範圍二溫室氣體排放來源於本集團外購電力在生產過程中所產生的能源間接溫室氣體排放。計算方法參考包括但不限於世界資源研究所及世界可持續發展工商理事會刊發的《溫室氣體盤查議定書：企業會計與報告標準》及《2023年全國電力碳足跡因子》；
10. 總部實際汽油消耗量為約5,261.50公升（二零二三年：約3,778.80公升）；
11. 此表格內統計了本集團於上海的1家南小館門店的環境績效表現（二零二三年：1家）；
12. 南小館大氣污染物排放來自於門店所使用的天然氣在燃燒過程中產生的污染物排放。計算方法包括但不限於《第一次全國污染源普查城鎮生活源產排污系數手冊》；
13. 南小館範圍一溫室氣體排放來自於統計範圍內門店所使用的天然氣在燃燒過程中產生的溫室氣體排放。計算方法包括但不限於世界資源研究所及世界可持續發展工商理事會刊發的《溫室氣體盤查議定書：企業會計與報告標準》、聯交所發佈的《如何準備環境、社會及管治報告—附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》、IPCC發佈的《二零零六年IPCC國家溫室氣體列表指南》及《第六次評估報告》的全球升溫潛能值；
14. 南小館範圍二溫室氣體排放來源於統計範圍內門店所外購的電力在生產過程中所產生的能源間接溫室氣體排放。計算方法參考包括但不限於世界資源研究所及世界可持續發展工商理事會刊發的《溫室氣體盤查議定書：企業會計與報告標準》及《2023年全國電力碳足跡因子》；
15. 南小館實際天然氣消耗量為來自1家門店的約40,622.00立方米（二零二三年：來自1家門店的約50,961.00立方米）。消耗量的下降乃主要由於節能措施的實施；
16. 此表格內統計了本集團於上海的18家上海小南国門店的環境績效表現（二零二三年：21家）；
17. 上海小南国大氣污染物排放來自於門店所使用的天然氣在燃燒過程中產生的污染物排放。計算方法參考包括但不限於《第一次全國污染源普查城鎮生活源產排污系數手冊》；

綠色發展

18. 上海小南國範圍一溫室氣體排放來自於統計範圍內門店所使用的天然氣在燃燒過程中產生的溫室氣體排放。計算方法參考包括但不限於世界資源研究所及世界可持續發展工商理事會刊發的《溫室氣體盤查議定書：企業會計與報告標準》、聯交所發佈的《如何準備環境、社會及管治報告—附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》、IPCC發佈的《二零零六年IPCC國家溫室氣體列表指南》及《第六次評估報告》的全球升溫潛能值；
19. 上海小南國範圍二溫室氣體排放來源於統計範圍內門店所外購的電力在生產過程中所產生的能源間接溫室氣體排放。計算方法參考包括但不限於世界資源研究所及世界可持續發展工商理事會刊發的《溫室氣體盤查議定書：企業會計與報告標準》及《2023年全國電力碳足跡因子》；及
20. 上海小南國實際天然氣消耗量為約500,860.00立方米(二零二三年：約783,915.60立方米)。

成果共用

推動行業發展

本集團積極加入各類行業協會，力爭拓寬自身資訊獲取管道、加深與合作夥伴及供應商等持份者溝通，為推動行業發展貢獻自身力量。上海小南國所參與行業協會包括：

- 上海市餐飲烹飪行業協會；
- 上海市食品安全工作聯合會；及
- 上海市楊浦區外商投資企業協會。

參與社區及公益慈善活動

教育及人才培養是社區及餐飲行業一直以來的關注重點。上海小南國利用自身的行業特性及優勢，專注投資及助力教育事業的發展。於報告期間，本集團延續「校企合作」的合作模式，促進學校與企業的資源、資訊共用。此舉有助於為餐飲行業培養人才，為社區創造就業機會，亦可以為上海小南國規劃及儲備人才資源，達成互利互惠的合作成果。

於二零二四年，本集團致力踐行社會責任，並鼓勵員工參與公益慈善活動。展望未來，本集團將積極探索和參與各種公益慈善活動，以鼓勵和支持公眾。

《環境、社會及管治報告指引》內容索引表

強制披露規定		章節／聲明
管治架構		董事責任，環境、社會及管治工作小組
匯報原則		匯報標準
匯報範圍		匯報範圍

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標			章節／聲明
層面A1：排放物			
一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的：		綠色發展
	(a) 政策；及		
	(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。		
	註：廢氣排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受國家法律及規例規管的污染物。		
	溫室氣體包括二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、氫氟碳化物、全氟化碳及六氟化硫。		
	有害廢棄物指國家規例所界定者。		
關鍵績效指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。		綠色發展－環境績效
關鍵績效指標A1.2	直接(範圍1)及能源間接(範圍2)溫室氣體排放量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。		綠色發展－環境績效
關鍵績效指標A1.3	所產生有害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。		綠色發展－環境績效
關鍵績效指標A1.4	所產生無害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。		綠色發展－環境績效
關鍵績效指標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。	主席寄語；綠色發展－能源消耗及溫室氣體排放管理	
關鍵績效指標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。	主席寄語；綠色發展－有害和無害廢棄物的處置和回收	

主要範疇、層面、 一般披露及關鍵績效指標	描述	章節／聲明
層面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。	綠色發展
	註：資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。	
關鍵績效指標A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源(如電、氣或油)總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	綠色發展－環境績效
關鍵績效指標A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	綠色發展－環境績效
關鍵績效指標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。	主席寄語；綠色發展－能源消耗及溫室氣體排放管理
關鍵績效指標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。	主席寄語；綠色發展－水資源管理
關鍵績效指標A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位佔量。	綠色發展－產品包裝及外賣配件
層面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。	綠色發展
關鍵績效指標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。	綠色發展－煮食油煙排放管理
層面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。	綠色發展－氣候變化
關鍵績效指標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。	綠色發展－氣候變化

《環境、社會及管治報告指引》內容索引表

主要範疇、層面、 一般披露及關鍵績效指標	描述	章節／聲明
層面B1：僱傭		
一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的：	人才管理－僱傭政策、員工權益保護
	(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。	
關鍵績效指標B1.1	按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	人才管理－僱傭政策
關鍵績效指標B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	人才管理－僱傭政策
層面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：	安全為先－員工職業健康與安全；人才管理－員工培訓發展
	(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。	
關鍵績效指標B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	安全為先－員工職業健康與安全
關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	安全為先－員工職業健康與安全
關鍵績效指標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。	安全為先－員工職業健康與安全；人才管理－員工培訓發展

主要範疇、層面、 一般披露及關鍵績效指標	描述	章節／聲明
層面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。	人才管理－員工培訓發展
	註：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。	
關鍵績效指標B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層)劃分的受訓僱員百分比。	人才管理－員工培訓發展
關鍵績效指標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。	人才管理－員工培訓發展
層面B4：勞工準則		
一般披露	有關防止童工或強制勞工的：	人才管理－僱傭政策
	(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。	
關鍵績效指標B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	人才管理－僱傭政策
關鍵績效指標B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	人才管理－僱傭政策
層面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。	質量為本－可持續供應鏈管理
關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。	質量為本－可持續供應鏈管理
關鍵績效指標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。	質量為本－可持續供應鏈管理
關鍵績效指標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。	質量為本－可持續供應鏈管理
關鍵績效指標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。	質量為本－可持續供應鏈管理

《環境、社會及管治報告指引》內容索引表

主要範疇、層面、 一般披露及關鍵績效指標	描述	章節／聲明
層面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：	質量為本－食品研發及品質，品牌形象；安全為先－食物安全及衛生
	(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。	
關鍵績效指標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。	質量為本－食品研發及品質
關鍵績效指標B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	質量為本－品牌形象
關鍵績效指標B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	質量為本－品牌形象
關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	質量為本－食品研發及品質；安全為先－食物安全及衛生
關鍵績效指標B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	質量為本－品牌形象
層面B7：反貪污		
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：	合規運營－廉潔誠信
	(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。	
關鍵績效指標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。	合規運營－廉潔誠信
關鍵績效指標B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	合規運營－廉潔誠信
關鍵績效指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	合規運營－廉潔誠信

《環境、社會及管治報告指引》內容索引表

主要範疇、層面、 一般披露及關鍵績效指標	描述	章節／聲明
層面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。	成果共用－推動行業發展，參與社區及公益慈善活動
關鍵績效指標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)。	成果共用－推動行業發展，參與社區及公益慈善活動
關鍵績效指標B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	成果共用－推動行業發展，參與社區及公益慈善活動