



# 2016

## 環境、社會及管治報告 周黑鴨國際控股有限公司

做良心食品 創百年企業



# 目錄

管理層致辭.....	02
關於本報告.....	04
2016年ESG績效重點摘要.....	05
「食」的事業.....	06
1.1 公司簡介.....	07
1.2 財務績效.....	09
1.3 公司治理.....	10
責任鴨鴨--與權益人的溝通.....	12
2.1 ESG發展背景.....	13
2.2 行業責任.....	14
2.3 權益人溝通.....	17
2.4 ESG重大議題.....	18
民族鴨鴨--振興民族產業.....	20
3.1 發展理念.....	21
3.2 發展規劃.....	22
良心鴨鴨--恪守食品安全.....	23
4.1 食品安全.....	24
4.2 持續創新.....	28
4.3 食之健康.....	29
4.4 消費者溝通.....	30
綠色鴨鴨--踐行環境保護.....	33
5.1 加強環境管理.....	34
5.2 減少資源使用.....	34
5.3 降低排放物.....	36
溫馨鴨鴨--構建和諧關係.....	38
6.1 員工概況.....	39
6.2 員工福利.....	40
6.3 員工培訓.....	41
6.4 健康安全.....	42
「食」之貢獻--提升社會價值.....	45
7.1 會娛樂 更快樂.....	46
7.2 回饋社會.....	47
附錄 ESG內容索引.....	49
8.1 聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引.....	49

## 管理層致辭

「經營企業，逐利則敗，逐產品精進則得人心。」從最初的一間創業小店，到今天中國領先的休閒鹵製品品牌和零售企業，周黑鴨在過去十幾年的成長歷程中始終堅持「顧客為先」的核心價值，一心一意做「良心食品」，從產品品質、品牌內涵、運營標準和管理模式四個方面打造競爭優勢，追求成為全球頂尖的休閒食品品牌。

在周黑鴨的發展歷程中，2016年是里程碑式的一年。2016年11月11日，周黑鴨在香港聯合交易所有限公司（下文簡稱「聯交所」）主板成功上市，實現與國際資本市場的充分對接。這不僅為我們帶來了更加廣闊的發展空間，也為我們的成長注入了更加強勁的動力，鞭策我們不斷完善公司治理結構，專注提升產品和服務品質，持續投入研發和創新，同時加強對環境、社會及管治（簡稱「ESG」）責任的履行和利益相關方溝通，致力於追求企業的長遠、健康及可持續發展。

為此，周黑鴨積極關注運營中的環境、社會及管治風險，建立了ESG工作委員會，將環境、社會及管治方面的履責要求融入企業運營的全過程。在此基礎上，周黑鴨根據聯交所《環境、社會及管治（ESG）報告指引》發佈首份ESG報告，重點就以下四個方面的履責資訊進行披露。



## 堅持品質第一，守護食品安全。

自創始至今，周黑鴨始終秉信「食」字理論，堅守食品生產者的「良心」，將「守護食品安全」作為全體周黑鴨人的道德底線、從業守則及事業基礎。為此，我們採用了一套行業領先的品質管理模式，建立了從原材料供應到門店銷售及服務全過程的品質保障體系，打造最嚴格的品質操作規程，嚴控生產、配送、銷售的每一個環節，從而實現從原材料到成品的全程可追溯。目前，我們的兩個加工工廠都已經獲得ISO9001:2008品質管理體系認證和ISO22000:2005食品安全管理體系認證，僅2016年在保障食品安全方面的總投入就達到人民幣565萬元。與此同時，我們亦不斷對產品和服務進行優化，提升配方的健康性能，全面引入MAP包裝技術，並提出「會娛樂 更快樂」的品牌理念，讓消費者更加放心地享用美食，並從中體驗到更多的樂趣。

## 推進節能減排，保護生態環境。

生態環境是周黑鴨可持續發展的基礎性條件，為此，我們從多個方面入手，踐行「綠色生產」的準則。在取得環境管理體系認證和清潔生產認證的基礎上，我們嚴格落實環境管理制度，在2016年實現了廢水、廢氣、噪聲管理的全面達標。同時，我們持續加大對環境保護的投入，通過採用新裝置、新技術來不斷降低生產過程對環境的影響，採用可循環利用的包裝材料，並制定了節能降耗的總目標，要求天然氣、電力等能源消耗量每年下降0.1%。

## 協助員工發展，成就事業夢想。

我們重視每一位員工的事業夢想，並努力使之融合成為周黑鴨發展之夢的一部分。為此，我們秉持「以人為本」的理念，為員工營造具有歸屬感和內聚力的事業環境，提供優質的學習機會和廣闊的成長空間，讓所有員工都有機會在周黑鴨逐夢成真。

## 踐行公益慈善，深入紮根社會。

周黑鴨的「樹根」文化時刻告誡我們「根深方能葉茂」，而企業的「根」就深深存在於廣闊的社會之中。基於此，周黑鴨多年堅持以踐行公益慈善的方式回饋社會，從賑災救災、定點扶貧到愛心助學、關愛老人，都有我們周黑鴨人活躍的身影。

面向未來，我們將一如既往，不忘艱苦創業的初心，恪守食品安全的良心，堅持綠色發展的恒心，保持關懷員工的貼心，奉獻回饋社會的愛心，發揚振興民族產業的雄心，將周黑鴨打造成為可持續發展的「百年企業」和「世界品牌」。

主席  
周富裕

# 關於本報告

## 概覽

本報告是周黑鴨國際控股有限公司發佈的首份環境、社會及管治(以下簡稱「ESG」)報告，重點披露本公司的經濟、社會和環境等方面表現的相關資訊，時間跨度為2016年1月1日至2016年12月31日，部分資訊溯及2016年以前相關績效。

## 編制依據

本報告主要參考香港聯交所於2015年12月公佈經修訂的《環境、社會及管治報告指引》。本報告內容是按照一套有系統的程式而釐定的。有關程式包括：識別和排列重要的權益人、識別和排列ESG相關重要議題、決定ESG報告的界限、收集相關材料和數據、根據資料編制報告、對報告中的資料進行檢視等。

## 報告範圍及邊界

本報告中的政策、聲明、資料等基本覆蓋本公司總部及其附屬公司(「本集團」)。

## 稱謂說明

為了方便表述和閱讀，本報告中的「周黑鴨」、「本公司」、「我們」均指代「周黑鴨國際控股有限公司」。

## 資料來源及可靠性保證

本報告的資料和案例主要來源於本公司統計報告、相關文檔。本公司承諾本報告不存在任何虛假記載、誤導性陳述，並對其內容真實性、準確性和完整性負責。

## 確認及批准

建議內容：本報告經管理層確認後，於2017年5月31日獲董事會通過。

## 獲取及回應本報告

本報告提供繁體中文版本和英文版供讀者參閱，報告電子版可在聯交所網站周黑鴨「財務報表/環境、社會及管治資料」類別內或本公司網站獲取。

我們十分重視權益人的意見，並歡迎讀者通過以下聯絡方式與我們聯繫。您的意見將協助我們進一步完善本報告以及提升周黑鴨整體的環境、社會及管治表現。

聯繫電話：400-1717-917

電郵地址：IR@zhouheiya.cn

地址：湖北省武漢市東西湖區走馬嶺匯通大道8-1號

## 2016年ESG績效重點摘要

### 經濟

- ◎ 總收益為人民幣**2,816.5**百萬元，較2015年增加約**15.8%**
- ◎ 納稅合計人民幣**247.8**百萬元
- ◎ **0**起貪污腐敗事件
- ◎ 收穫榮譽與獎項共計**27**項
- ◎ 參與制定**1**項行業標準
- ◎ 進行權益人的ESG調研，共獲得超過**500**份有效問卷、與超過**30**位來自不同界別的權益人進行電話訪談或面談

### 產品

- ◎ 2016年全公司保障食品安全總投入達到人民幣**565**萬元
- ◎ 與**100%**的供應商簽訂環境保護協議
- ◎ **115**家供應商參加了我們舉辦的供應商大會
- ◎ **0**起產品召回事件
- ◎ 投入研發人員**11**人，累計資金投入總計人民幣**165**萬元
- ◎ 擁有專利**36**件，被授權著作權**18**件，申請商標**228**個

### 環境

- ◎ 2016年總耗電量為**31,201,546**千瓦時，每萬元收益綜合電耗為**110.78**千瓦時/萬元
- ◎ 2016年溫室氣體（範疇一）合計**12,610**噸，溫室氣體（範疇二）排放合計**20,675**噸；每萬元收益溫室氣體排放為**0.118**噸/萬元
- ◎ 2016年總耗水量為**467,454.57**噸，每萬元收益耗水量為**1.65**噸/萬元
- ◎ 廢水廢氣排放**0**次超標

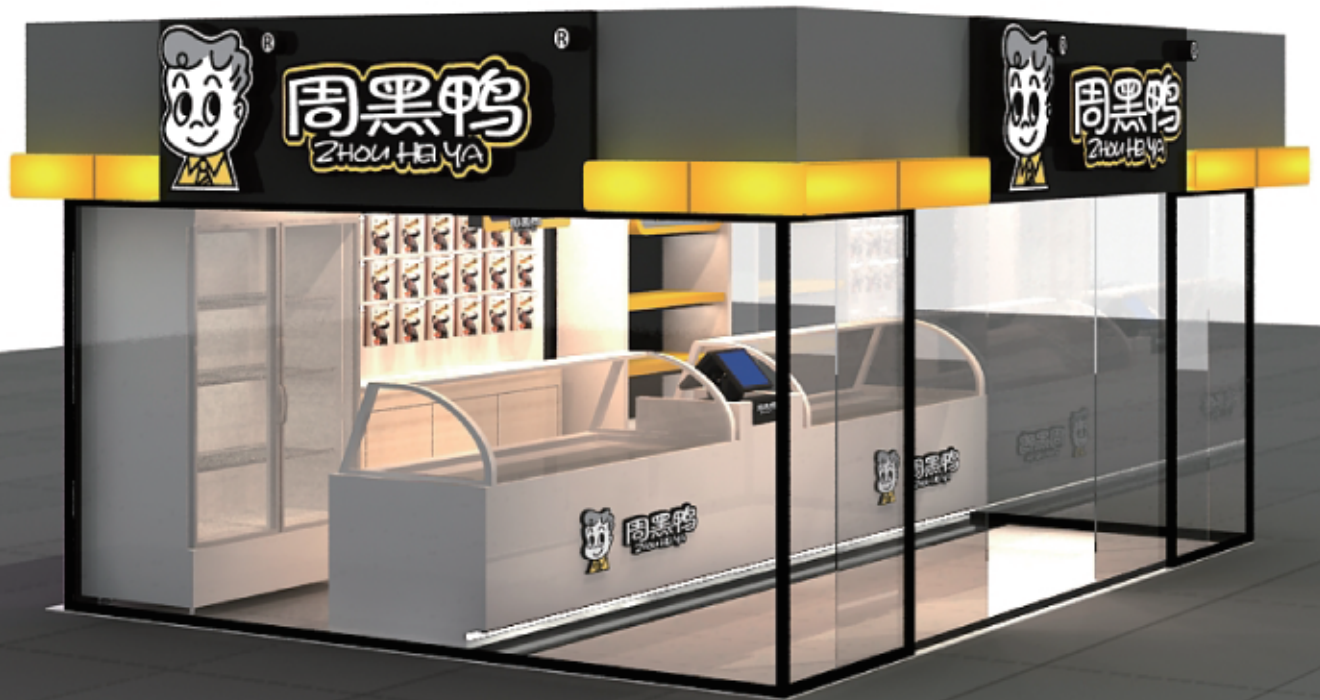
### 員工

- ◎ 截止至2016年12月31日，共有員工**3,998**人
- ◎ 2016年員工離職率為**17.25%**
- ◎ 2016年年內，共參加培訓總人次為**24,512**，總培訓時數合計**67,913**小時
- ◎ 共舉辦安全演習**6**次，參與安全演習人次**1,350**，安全培訓覆蓋率為**100%**

### 社區

- ◎ 2016年對外捐贈人民幣**390,000**元
- ◎ 517吃貨節，共**311,350**人次參與抽獎，媒體閱讀量達**1,549.4**餘萬，互動數約**5**萬
- ◎ 「一帶一路全球行」歷時**3**個月，經過**12**個境外國家，**2**萬餘公里西行行程，向世界各國展示中國傳統美食文化
- ◎ 「校企合作鼓勵創新」活動共舉辦**12**場高校巡講，共影響**5,000**餘人左右

# 「食」的事業



## 投資者說

「周黑鴨走自營店模式，現在只有700多家門店，看起來還有比較大的空間，並且利潤高，估值低，值得關注。」

——新華財經

「優秀商業模式+品牌護城河+渠道加速擴張，周黑鴨長期增長具備廣闊的想像空間。」

——中證網

## 重點績效



人民幣**2,816.5**  
百萬元總收益



**247.8**百萬元  
納稅合計人民幣



**15.8%**  
收益較2015年增加約



**0**起  
貪污腐敗事件



**778**家  
直營門店

**周黑鴨祖訓：**經營企業，逐利則敗；逐產品精進，則得人心。管理逐身先則得擁護，逐放逸則失愛戴。

**企業綱領：**為振興中華民族產業而努力奮鬥！

**企業價值觀：**顧客第一，團隊第二，股東第三。

**企業使命：**用產品讓顧客生活的更健康，用服務讓顧客生活的更快樂。

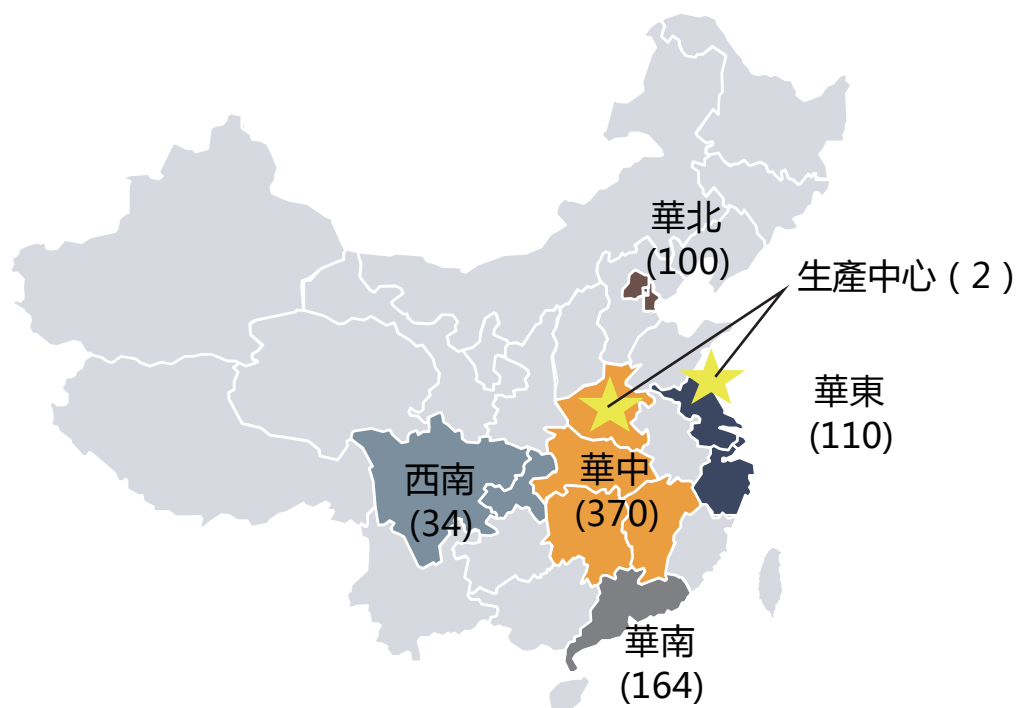
## 1.1 公司簡介

### 公司發展歷程

創辦人周氏家族於2002年在武漢開設首間門店，經過十多年間的成長，周黑鴨由創業早期成長為穩健發展的企業，並於2016年11月11日在聯交所主板成功上市，標誌著公司歷史上的重大里程碑。







截至2016年12月31日，我們共擁有778家直營門店，遍佈北京、上海、天津、重慶、武漢、廣州、長沙、杭州、鄭州、南京、南昌等省會城市。同時，我們分別在湖北省武漢及上海擁有兩個大型現代化生產中心。為支持不斷擴充的零售店鋪網路及不斷發展的網上管道，我們正規劃建設新增華中地區及華南地區生產中心。

## 產品分類

周黑鴨專門從事生產、行銷及零售休閒鹵製品，尤其是鹵鴨及鴨副。我們的鴨副產品主要包括鴨脖、鴨翅、鴨鎖骨、鴨舌、鴨掌及其他。我們亦供應其他產品，主要包括鹵制紅肉、鹵制蔬菜產品及其他鹵制家禽。產品按包裝分類，分為鎖鮮盒裝、顆粒裝和休閒裝。除此之外，我們還銷售自製罐裝風味醬。

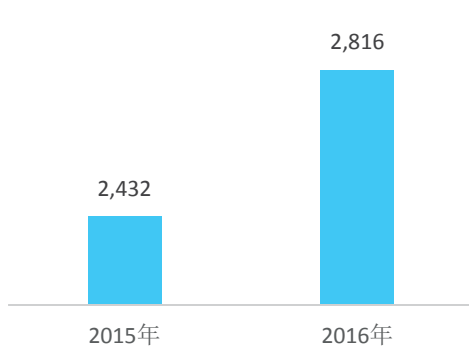


## 1.2 財務績效

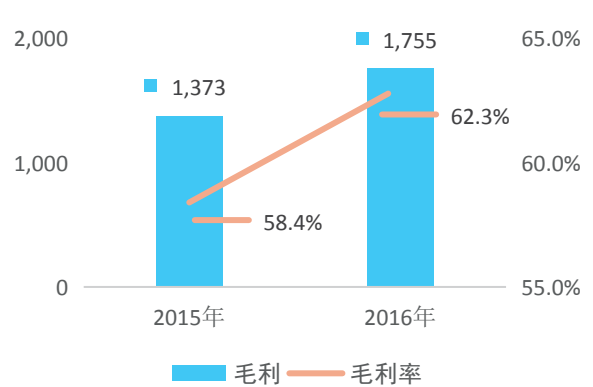
2016年，對於周黑鴨來說是意義非凡的一年，我們在聯交所成功上市，為我們的發展創造了更廣闊的空間。在中國整體消費品行業持續疲軟的情況下，我們通過品質穩定的產品、穩健擴張的銷售網絡、穩步提升的品牌影響力等，使2016年的收益再創新高。

2016年，本集團的總收益為人民幣2,816.5百萬元，較2015年的人民幣2,432.0百萬元增加約15.8%。毛利和年度全面收入分為為人民幣1,755.10百萬元和766.22百萬元，較2015年分別增加約27.8%和36.7%。

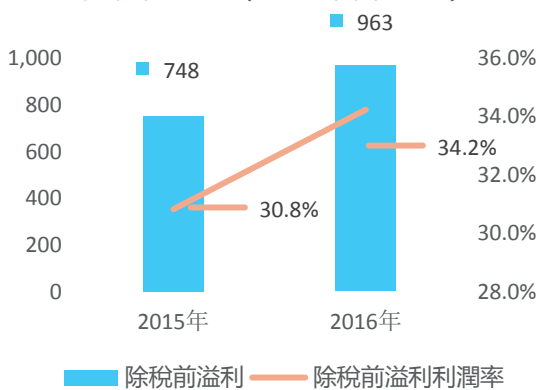
收益（人民幣百萬元）



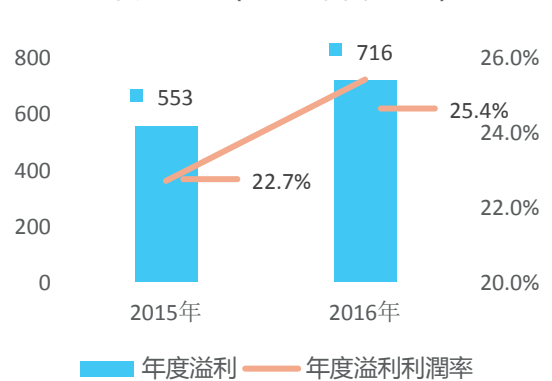
毛利（人民幣百萬元）



除稅前溢利（人民幣百萬元）

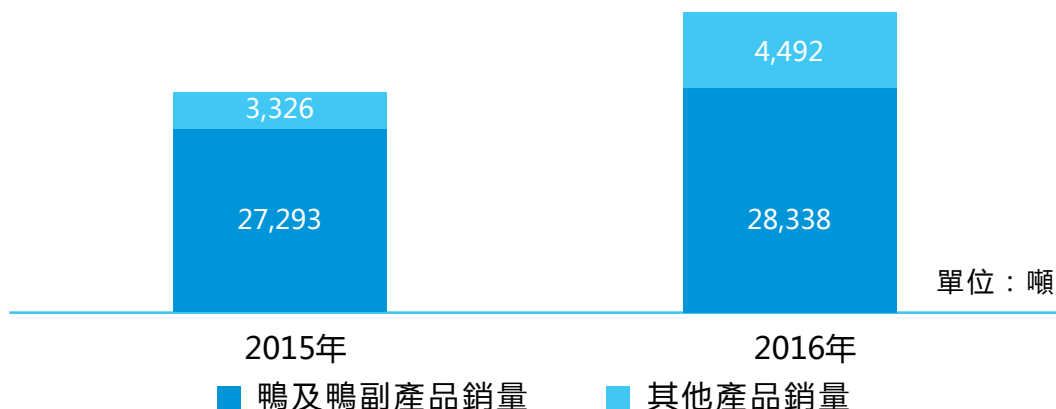


年度溢利（人民幣百萬元）



於2016年在實現銷量不斷增長的同時，我們繼續實施擴大產能計劃。武漢加工工廠二期於2016年年底開展商業營運，並開始帶來額外產能。武漢加工工廠二期的設計年產能約為每年88,300,800盒或22,000噸。

### 近兩年周黑鴨產品銷量



在維持行業領先的商業營運能力和資本運作能力的同時，我們亦不忘積極盡我們所能為社會做出貢獻。2016年度，我們共捐款人民幣390,000元以幫助有需要的群體，並按要求納稅合計人民幣247,755,000元。



人民幣 390,000元

捐款



人民幣 247.8百萬元

納稅

## 1.3 公司治理

2016年我們的成功上市，為我們注入了更大的動力，鞭策我們不斷完善公司的治理結構，為公司長遠健康發展奠定良好基礎。

### 企業管治

周黑鴨一直認為只有透過專注於持正、問責、透明、獨立、盡責及公平原則，才能達到高水準的企業管治。本公司已制定及實行良好的管治政策及措施，而董事會負責履行有關企業管治職責。董事會將參考上市規則附錄十四所載企業管治守則(「該守則」)，持續檢討及監督本公司的企業管治狀況，以維持本公司高水準的企業管治。

更詳盡的企業管治披露，請參閱周黑鴨2016年報內的企業管治報告。

## 反貪腐

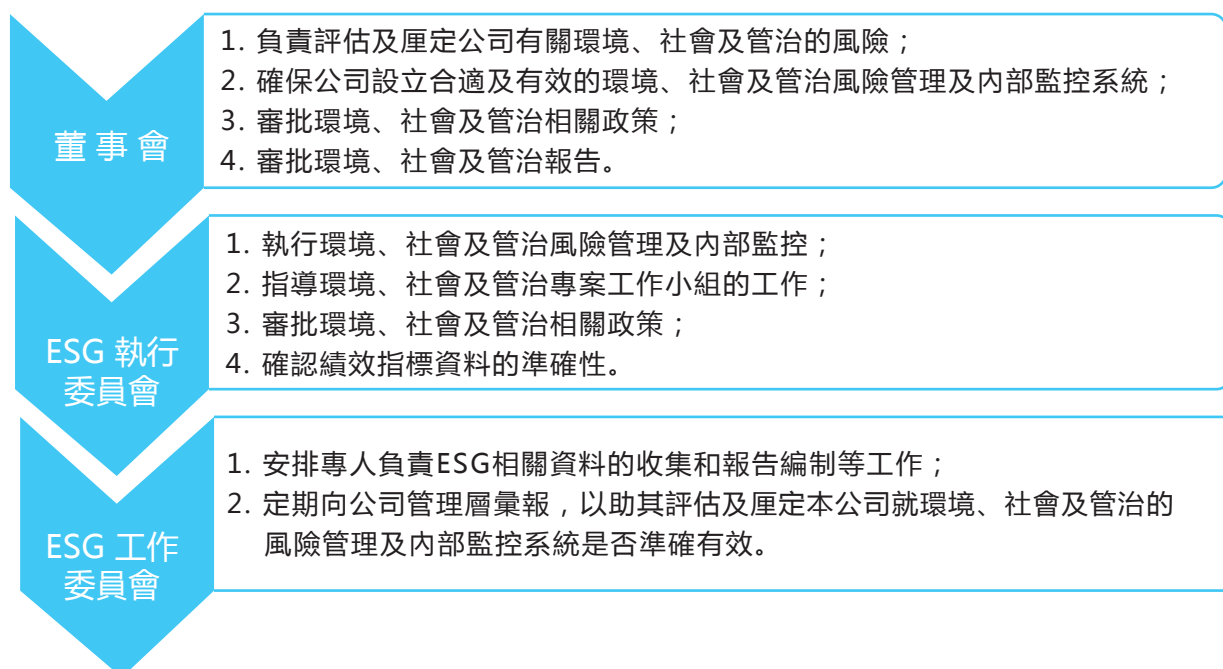
為扎實推進商業活動的反腐敗和反賄賂工作，加強企業內控機制，我們特製定了《反腐敗工作制度》，從而強化制度監督，推進制度反腐，加強對易發多發腐敗的重點環節、重點部位崗位人員的監督、管理力度，確保治理商業賄賂承諾制，嚴格遵循公平競爭規則，引導公司管理人員及相關利益團體（如客戶、供應商等）依法辦事，誠實守信，自覺抵制受賄行賄、欺騙欺詐等消極腐敗現象。

紀律檢查委員會作為預防商業賄賂承諾制的監督管理部門，遵照國家有關政策、法律、法規和規章制度開展公司內的治理商業賄賂相關工作，依法行使紀檢監察的職責，加強對重要部門、重要環節人員廉潔從業的監督與管理，貫徹落實《周黑鴨紀檢委章程》，加強從源頭上預防和治理，堅持標本兼治，完善制度建設，對重要部位、重要環節人員廉潔從業情況進行真實記錄，並負責對公司執行相關制度的情況進行跟蹤監督檢查。

周黑鴨於報告期內未有貪污腐敗等事件發生。

## ESG治理

報告期內，周黑鴨成立了ESG工作委員會，由相關部門組成並安排專人負責ESG相關數據的收集和報告編制等工作。ESG工作委員和定期向執行委員會進行彙報，以助其評估及厘定本公司就環境、社會及管治的風險管理及內部監控系統是否合適及有效。其角色和職責分佈範圍如下：



# 責任鴨鴨——與權益人的溝通



## 媒體說

「對於品質，周黑鴨有著近乎瘋狂的執著。不論是精選食材、秘制滷方，還是先進的氣調保鮮技術和專用冰袋+保溫箱的運輸，都是為了保證食品到消費者手中的那份鮮香，正如周黑鴨包裝盒上的大字所寫——鎖鮮。」

——華聲晨報

「將娛樂的種子賦予周黑鴨，定位休閒零食類，定位最具娛樂精神的年輕群體是周黑鴨的品牌選擇。周黑鴨的成功在於其品牌的成功塑造。優秀的品牌需要在產品定位、渠道建設和品牌宣傳上進行有效的協調和配合。周黑鴨在產品上有清晰的定位。」

——騰訊財經

## 重點績效



**27**項  
收穫榮譽與獎項



超过**500**份  
權益人ESG調研有效問卷



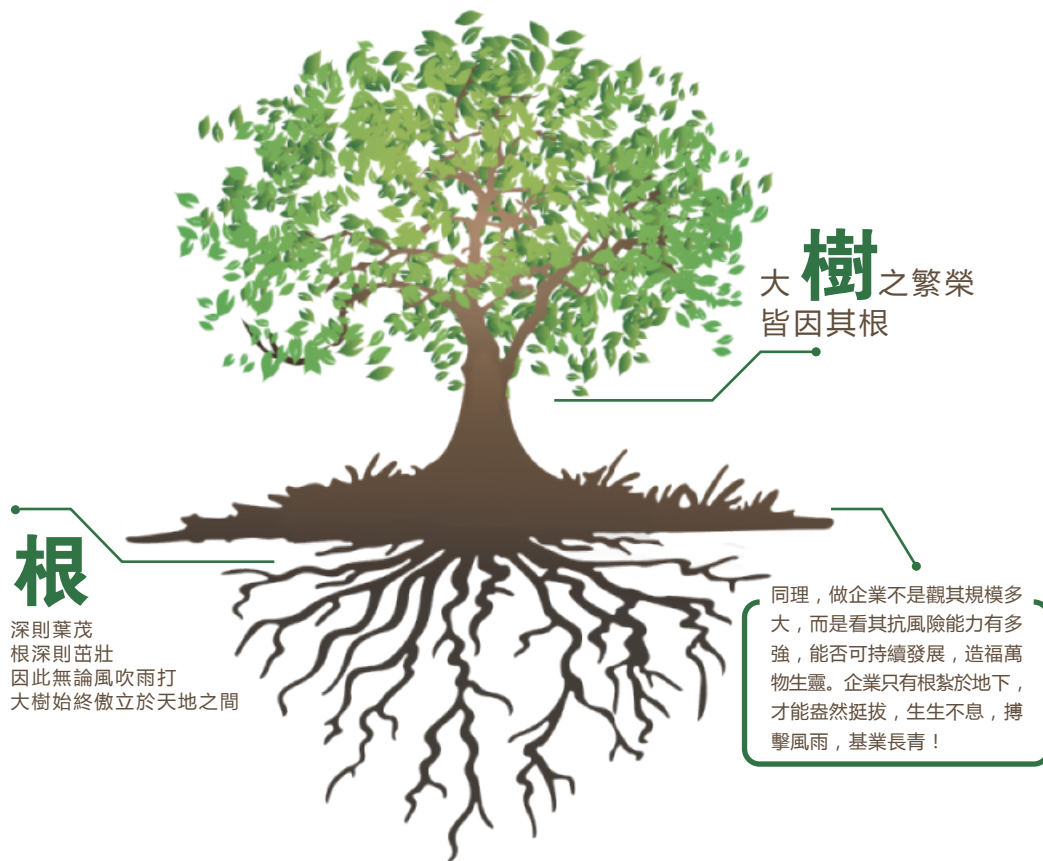
**1**項  
參與制定行業標準



超过**30**位  
電話訪談或面談的權益人

## 2.1 ESG發展背景

周黑鴨的主席暨創始人周富裕先生說：「古人造字用意非常深刻，一個『食』字，上面是『人』，下面是『良心』的『良』，理解為做食品的人要講良心，不能為了賺錢幹昧良心的事。」



基於這一認識，周黑鴨形成了我們獨特的企業文化理論即「食字理論」，進而由此衍生出周黑鴨「樹根文化」。即樹不在於有多高，而在於其根紮的有多深。唯有根深的大樹才有可能形成繁茂的枝葉，才能經得住狂風和暴雨。我們認為做企業如此，做人亦如此。

秉持著這樣的信念，我們在公司的發展策略中持續加強對食品安全、環境保護及社會責任的融入，實現企業規模與社會責任的同步成長，從而確保企業的可持續發展。

## 2.2 行業責任

### 休閒鹵製品領導者

周黑鴨是具有行業領導地位的休閒鹵製品品牌和零售商，致力於引領中國休閒鹵製品行業的變革和轉型。

#### 我們的成果

- ◎推動零售模式向品牌連鎖零售業態的升級
- ◎行業內首家將散裝品牌產品完全升級為MAP產品的企業
- ◎引入先進的加工和包裝技術，規模化發展
- ◎推動鹵製品從餐桌食品向休閒食品升級
- ◎將單純產品銷售提升到「會娛樂、更快樂」的文化推廣

#### 我們的領導地位

- ◎收入排名中國第二的休閒鹵製品公司
- ◎零售額排名中國第二的休閒鹵製品品牌
- ◎擁有中國休閒鹵製品行業規模第二的自營門店網路
- ◎線上收入排名中國最大的休閒鹵製品公司

\*注：根據弗若斯特沙利文行業報告及基於中國20個城市2,000多個消費者的訪談，為截止到2016年6月30日之前的前12個月獲得的資訊。

### 參與制定行業標準

作為行業領導者，我們積極參與鹵製品行業各項行業標準的制定。我們制定了湖北省食品安全地方標準《DBS42 008—2015 熟鹵製品氣調包裝要求》，該標準已於2015年12月15日實施，標準對熟鹵製品廠房、氣調包裝設備、包裝前物料、產品的要求以及對於熟鹵製品氣調包裝貯運、銷售的推薦要求進行了詳細的規範及說明。通過參與標準的制定，將我們的行業經驗和標準要求進行推廣，從而帶動整個行業的發展與進步。

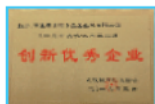
## 榮譽與獎項

2016年周黑鴨碩果累累，收穫榮譽與獎項共計27項，受到多方肯定，具體如下：

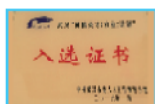
### 2016年1月



2015年度納稅過億企業紀念



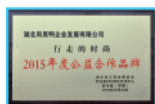
2015年度武漢市輕工業創新優秀企業



武漢「黃鶴英才（農業）計劃」入選證書

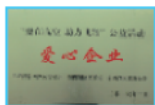


中國連鎖經營協會團體會員證書CCFA

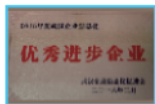


「行走的時尚」2015年度公益合作品牌

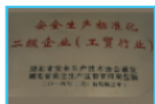
### 2016年2月



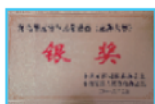
「愛在臨空，助力飛翔」愛心企業



2015年武漢企業資訊化優秀進步企業



安全生產標準化二級企業（工貿行業）



第九屆元宵節民俗踏街「龍獅大賽」銀獎

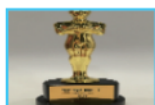
### 2016年3月



2015年度中國兩化融合傑出應用獎（品質管理領域）



武漢市農業產業化經營市級重點龍頭企業



2015非常雇主最具潛力企業

### 2016年4月



武漢市五四紅旗團委



## 2016年7月



「光彩事業」捐贈證劃（十萬元，全部用於抗震救災）



百度信譽2016資信認證



「洪水無情人有情，奉獻愛心見真情」錦旗，洪湖市婦聯、民政局贈



「心系災區，情系人民」錦旗，麻城市順河鎮黨委、人民政府贈



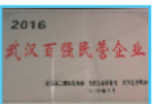
「心系災區，情系人民」錦旗，三溪鎮黨委、人民政府贈



「心系災區，情系人民」錦旗，蘄春縣大同鎮黨委、人民政府贈

---

## 2016年8月



2016武漢百強民營企業

---

## 2016年10月



第23屆中國國際廣告節2016年度中國廣告長城獎廣告主獎



中國廣告協會年度品牌塑造案例



農業產業化國家重點龍頭企業

---

## 2016年11月



城市軌道交通資源經營卓越合作獎



絲路勳章



「一帶一路全球行」授權劃

## 2.3 權益人溝通

我們始終致力於與權益人建立多方面的溝通渠道，並相信雙向、具透明度及定期的溝通有助於與各方人士保持和諧關係、加強互信及尊重，同時也為周黑鴨的可持續發展奠定堅實的基礎。我們識別出對周黑鴨具有決策權或影響力、與公司關係密切的幾個主要權益人，包括如下組別：

- ➔ 股東/投資者
- ➔ 政府部門
- ➔ 供應商
- ➔ 員工
- ➔ 社區人士
- ➔ 媒體
- ➔ 消費者

我們積極與不同的權益人進行溝通，以了解他們所關心的議題，並定期檢討有關行動的成效，以完善溝通渠道及更全面反映權益人的意見。下表列出報告期內不同權益人組別所關注的議題。

權益人組別	權益人關注的主要議題	溝通渠道/回饋方式	頻率/次數
股東/投資者	- 經營業績 - ESG治理理念	- 股東大會 - 投資者見面會 - 業績發佈會 - 新聞稿/公告 - 現場調研	- 每年舉行一次股東大會 - 若有特殊情況舉行臨時股東大會 - 不定期舉行投資者見面會及現場調研
政府部門	- 綠色生產 - 食品安全	- 現場調研 - 會談 - 實地抽查 - 業務辦理	- 不定期
供應商	- 供應鏈管理 - 食品安全	- 現場調研 - 供應商考核 - 品質溝通會議 - 電話/書面來往	- 每年一次供應商大會 - 每季度原料、輔料、包材會召開品質溝通會
員工	- 僱傭及勞工 - 薪酬福利	- 培訓報告書 - 滿意度調查表 - 課堂面談 - 電話面談 - QQ會議	- 每月1-2次 - 每堂課1次 - 不定期 - 培訓開發專案期間每週一次 - 培訓開發專案期間每月一次
社區人士/組織/非政府組織	- 綠色生產 - 食品安全	- 現場調研 - 會談	- 不定期
媒體	- 社區投資 - 食品安全	- 新聞稿/公告 - 採訪 - 會議	- 不定期
消費者	- 食品安全 - 綠色生產	- 線上推廣發佈 - 線下展銷會、推廣活動 - 電話 - 微信/微博	- 不定期

## 2.4 ESG重大議題

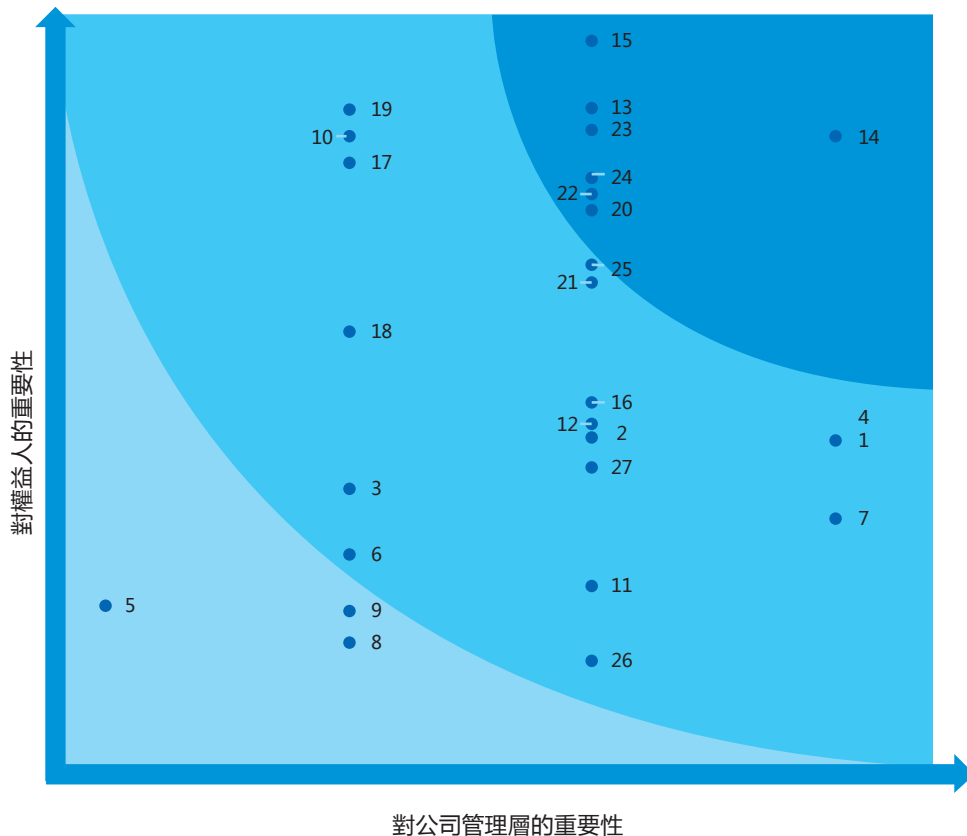
報告期內，我們制定了相關ESG調查問卷，並進行權益人訪談，以了解各層面的權益人對周黑鴨在應對及披露環境、社會及管治議題的意見及期望，為公司制定長遠的ESG戰略提供有力依據。共回收超過500份有效問卷及與超過30位來自不同界別的權益人進行電話訪談或面談。

我們的重大性評估主要分成四個階段執行。如下圖顯示，我們先識別各項可能對周黑鴨業務或權益人造成影響的環境、社會及管治上的重大性議題，然後對潛在重大性議題進行排序，並與管理層驗證結果，最後對重大性評估流程進行檢討。

### 重大性評估過程

1	識別潛在重大性議題	透過詳細檢閱包括內部刊物、媒體分析、同行對標分析及其他相關檔後，識別能夠反映周黑鴨業務對經濟、環境和社會的影響，或影響權益人對周黑鴨評估和決策的潛在重要議題。
2	對潛在重要議題進行排序	我們制定了權益人溝通計劃，進行全面的問卷調研及訪談，了解各權益人所關注的優先議題，最後得出重大性矩陣，由矩陣分析辨別真正具有重大性的議題。
3	管理層驗證結果	將重大性矩陣結果呈交管理層，確認已識別議題的重大性及其影響屬周黑鴨內部或公司以外。我們將會在報告中如實反映周黑鴨在相關議題上的表現。
4	回顧	檢查報告內容是否提供了關於周黑鴨的影響和可持續發展表現的合理描述，以及編制報告內容的流程是否反映了報告原則的意圖。我們會邀請各權益人就這方面提供意見。

通過以上評估過程識別出對於周黑鴨最重要的7項ESG議題，中度重要的17項ESG議題，以及次重要的3項ESG議題，其中最重要的議題構成本報告內容的重點部分，我們將會在本報告內詳細披露有關內容。



## 重大性評估過程

1	業務表現	15	童工及強迫勞力
2	公司治理	16	供應商的環境、社會篩選準則
3	水、電消耗	17	供應商的食品安全管理
4	廢水處理	18	食品營養
5	溫室氣體排放	19	食品安全
6	廢氣排放處理	20	產品追溯
7	固體廢棄物處理	21	食品召回
8	物料使用	22	客戶服務和溝通
9	包裝材料的使用	23	客戶資訊及隱私
10	員工薪酬福利	24	知識產權
11	員工背景多元化及平等機會	25	反貪污、反賄賂
12	員工流失	26	社區貢獻
13	安全舒適的工作環境	27	慈善公益
14	員工發展與培訓		

通過了解並關注相關權益人對周黑鴨在應對及披露環境、社會及管治議題的期望，並實施重大性議題調查，我們將針對權益人所關注的議題（權益人的訴求，履行相關的環境、經濟和社會責任等）展開回應，並將以此作為為企業制定長遠戰略的有力依據。

# 民族鴨鴨—— 振興民族產業

# PK



## 對話管理層

「周黑鴨追求的是什麼？」

「周黑鴨不一意的追逐利潤，而是專注產品和服務，追求的是不斷改良產品，不斷滿足消費者日益增長的消費需求，振興民族產業。」

「周黑鴨如何看待同行之間的競爭？」

「真正的競爭不來自同行，而來自消費者對行業的信任。周黑鴨和同行應該共同努力去掉行業在消費者心中的印象污點，讓消費者對整個行業有信心，只有這樣，這個市場的潛力才會更加巨大。」

——主席 周富裕

## 重點績效



**1**項綱領  
為振興中國民族產業而努力奮鬥！



**1**項價值觀  
顧客第一，團隊第二，  
股東第三！



**1**項使命  
用產品讓顧客生活的更健康，  
用服務讓顧客生活的更快樂！



**8**項理念  
品牌|經營|服務|品質  
成本|人才|學習|安全



**5**個層面  
戰略規劃

## 3.1 發展理念

在十餘年的發展歷程中，周黑鴨人始終踐行「食」字理論和「樹根」文化，為振興中國民族產業而努力奮鬥，矢志實現「百年品牌，走向世界」的夢想。為此，周黑鴨始終堅持連鎖經營管理模式和「品質第一，信譽至上，保持特色，持續發展」的經營理念，運用現代科技與行銷手段，令中國傳統的美食文化與技藝成為新的流行，讓年輕人領略中國美食文化之美，增強民族文化自豪感。

近年來，我們進一步推動品牌的年輕化，確定了「會娛樂更快樂」的品牌理念，努力成為年輕、有活力同時兼具文化底蘊和生活品味的民族品牌。憑藉可口、衛生、方便的產品，周黑鴨為消費者不斷奉上更大的樂趣和更好的體驗，已經在消費者心目中贏得一定的美譽度和知名度，並尤其受到年輕白領和學生一族的喜愛。

### 企業綱領

為振興中華民族產業而努力奮鬥！

### 企業價值觀

顧客第一，團隊第二，股東第三！

### 品牌理念

會娛樂，更快樂！

### 企業使命

用產品讓顧客生活的更健康，  
用服務讓顧客生活更快樂！

### 經營理念

品質第一，信譽至上，  
保持特色，持續發展！

### 服務理念

服務創造價值！

### 品質理念

品質鑄就品牌！

### 成本理念

一分一厘來之不易！

### 人才理念

能者上，平者讓，庸者下！

### 學習理念

持之以恆，學以致用，提升自我！

### 安全理念

安全就是生產力！

## 3.2 發展規劃

我們根據公司的運營情況以及權益人對於周黑鴨的整體意見和期望，針對5個方面制定了我們未來的戰略發展。我們仍然會繼續加強自營門店的區域佈局，推廣我們「會娛樂，更快樂」的品牌理念，不斷根據消費者的需求增加新產品的投入，擴大網上銷售渠道以及提升我們自身的運營效率。希望通過我們的努力，可以將周黑鴨品牌和中國傳統鹵製品帶向世界市場，成就中國民族品牌的驕傲。



進一步滲透現有市場及策略性地擴展至新地區

進一步增強我們的品牌權益，宣傳我們特有文化及生活方式形象

開發新產品及引入新技術，持續提升消費者滿意度

進一步擴大我們的網上渠道，吸引年輕客戶

提升人力資源投資，改善運營效率

# 良心鴨鴨——恪守食品安全



## 對話消費者

「您對周黑鴨的產品和服務有什麼評價？」

「周黑鴨的產品種類多樣，味道鮮美，辣度可選擇，而且無添加劑，安全健康，我和我的朋友們都很愛。周黑鴨的門店和網店的服務態度也很好，官方微博也很活躍，會很積極回答我們的問題，我們年輕人都很喜歡。」

「您覺得周黑鴨的特別之處在哪？」

「周黑鴨產品的味道獨一無二，氣調鎖鮮包裝也使得食品更安全，攜帶便利，品牌形象可愛生動，推廣效果非常好！」

## 重點績效



人民幣**565**萬元  
2016年全公司保障食品安全總投入



**100%**  
與供應商簽訂環境保護協議



**115**家  
供應商參加我們舉辦的供應商大會



**0**起  
產品召回事件



**11**人|人民幣**165**萬  
研發人員|資金投入



**36**件|**18**件|**228**個  
專利|授權著作權|申請商標



## 4.1 食品安全

「食」字可以拆分為「人」和「良」，這樣的「食」字理論告誡我們：良心，是每一個食品生產者所必須擁有的，良心缺失的人不配做食品。周黑鴨作為一家良心食品企業，守護食品安全是全體周黑鴨人的道德底線，從業守則及理論基礎。我們堅守「品質鑄就品牌」的品質理念，將保障食品品質作為我們的重點工作，2016年全公司保障食品安全總投入達到人民幣565萬元。

為了保障食品安全，我們採用先進的品質管理模式，建立了從原材料供應到門店銷售及服務的全過程質量保證體系。我們嚴控原材料供應，細抓生產配送銷售的每一個環節，打造最嚴格的質量操作規程。我們現有的兩個加工工廠都已經獲得ISO9001:2008質量管理體系認證和ISO22000:2005食品安全管理體系認證，全方位確保食品安全與質量。

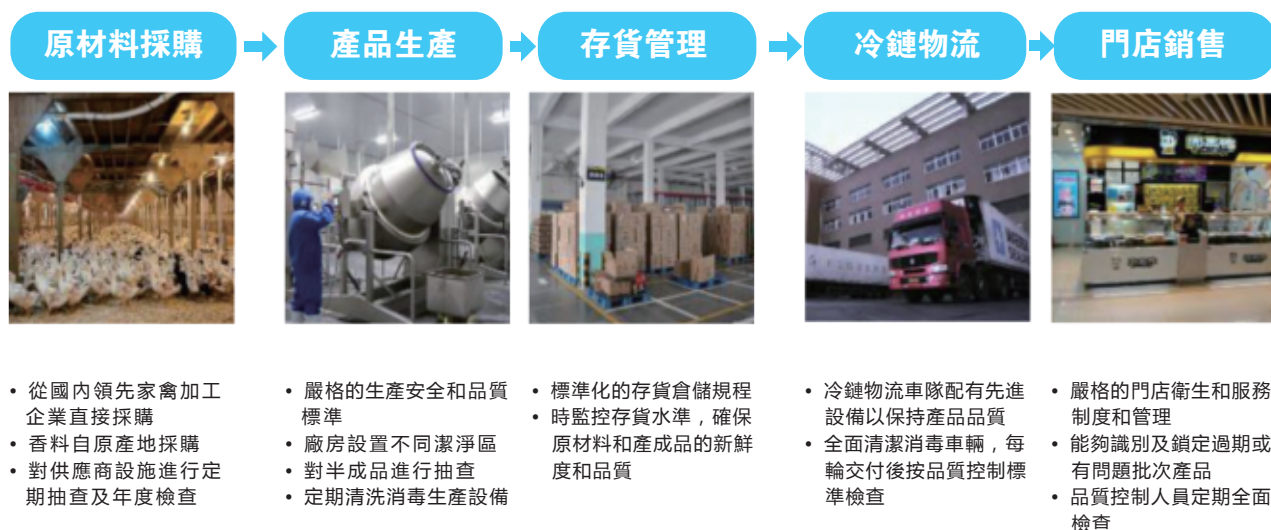


質量管理體系認證證書



食品安全管理體系認證證書

### 全過程質量保證體系



## 全面食品質量檢測

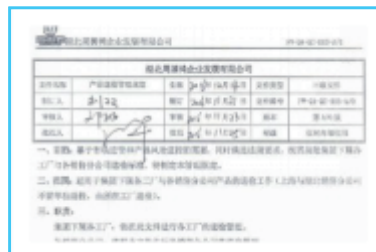
為了明確原材料和產品的驗收標準，周黑鴨制定了《原輔料驗收標準》、《包材驗收標準》、《產品送檢管理規定》，明確了外部的原輔料、包材供應商，內部的集團下屬各工廠與各銷售分公司產品送檢標準的要求，對原輔料、包材及產品的送檢計劃、送檢週期、送檢標準、送檢機構、送檢產品、送檢樣品的要求和送檢工作及檔的管理亦做了詳細的規定。



原輔料驗收質量標準



包裝材料驗收標準



產品送檢管理規定

### 原輔料

#### 保障原輔料的採購、檢驗和質量監控

- ◎設立了由採購部採購員、採購部經理、QC檢驗員、QC主管、品質保障中心經理組成的責任者體系

### 包裝材料

#### 保證產品包裝材料的品質符合國家相關的工藝技術要求

- ◎嚴格監控包裝材料的採購標準、來料驗收、檢驗及供方品質
- ◎設立了由QC經理、QC主管、來料檢驗主管、品控專員、生產運營中心經理、採購經理、採購專員組成的責任者體系

### 產品

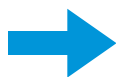
#### 嚴格管理產品送檢

- ◎工廠每年12月20號前提交下一年的工廠《送檢計劃》至品質保障中心、各銷售分公司每年12月20日前提交下一年分公司《送檢計劃》至巡店品控
- ◎總部依據各工廠與各銷售分公司送檢計劃，制定集團《送檢計劃》，並於當年2月上旬發佈集團《送檢計劃》至各工廠與各銷售分公司

## 強化食品安全管控

在總體的食品安全管理上，制度保障是保障食品安全標準化的基礎。為了強化管控水準，我們還從工藝和設備層面進行升級改造。通過採用先進的現代化生產設施和安全防護措施，提升品質和效率，進而強化食品安全管控。

## 技術升級



- 引進微波解凍隧道對產品進行解凍，與傳統浸泡式解凍相比，縮短了解凍時間，減少了微生物的繁殖
- 鹵煮過後的產品採用快速冷卻設備，縮短了微生物繁殖的時間
- 引進氣調鎖鮮裝包裝機，在包裝盒內抽完真空再充入氮氣，提升了保質期的時間
- 採用真空滾揉機，使產品在低溫真空環境下進行滾揉醃制，抑制微生物的繁殖

## 安全防護



- 保持氣調產品溫度控制在2-10°C，氣調產品全部放入冰櫃中
- 真空產品、耗品等放在託盤或者墊板上
- 制定門店突發情況應急措施
- 所有職工入職時均需提供健康證，保證食品生產安全
- 加強食品安保，制定一系列舉措杜絕外來安全隱患



周黑鴨生產線

## 安全採購

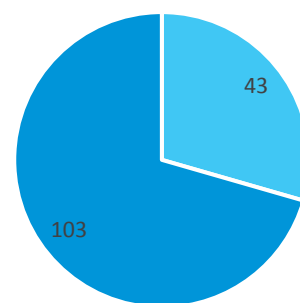
周黑鴨的供應鏈管理體系將採購、加工、物流、存貨以及門店銷售所有重大運營數據進行統一中央管理。我們的ERP及POS系統即時追蹤門店存貨水準，通過智能補貨系統及時調整門店產品供應。我們堅持從源頭開始保障產品安全和質量，安全合規地從國內領先家禽加工企業直接採購，所用香料自原產地採購，對包裝材料、豆幹等鮮食則儘量進行本地化採購。我們制定《供應商管理程式》和《外部供應產品和服務的控制程式》，由供應鏈中心負責組織對新進供應商評審，確保供應商選擇、評價和再評價的公正客觀，加強對供應商的日常管理和質量考核，每年對合格供應商進行一次復審工作，保證其提供產品的品質及交付、服務等符合要求。



周黑鴨在選擇供應商時將其社會責任表現納入考核指標，要求並督促供應商做好環境保護、勞工合規等方面的工作，我們與100%的供應商簽訂環境保護協議，要求供應商必須遵守環境保護有關的法律法規，對環境污染採取積極預防並不斷改進的措施，確保排放達標，減小服務交付過程中對環境帶來的消極影響。

我們的供應商主要來自生產產品所需的原輔料。在保障原輔材料品質的前提下，盡可能的採用本地化採購。報告期內，周黑鴨共有原材料供應商146家，其中位於生產基地所在的供應商43家，非本地供應商103家。

供應商數目



■ 本地供應商 ■ 非本地供應商

我們會定期舉辦供應商大會，感謝各合作夥伴長期以來的友好合作。2016年4月，115家供應商參加了我們舉辦的供應商大會，供應商涵蓋湖北、上海、廣深、北京。我們對供應商對本公司的長效發展提供夯實基礎和保障表示感謝，並借此向供應商宣導廉潔意識，保持當前良好廉潔局面的同時仍需提高反腐防範措施，排除可能引發破壞廉潔採購的隱患。我們的年度合作供應商，包括未到達供應商大會現場的供應商，均會簽署反腐倡廉書。



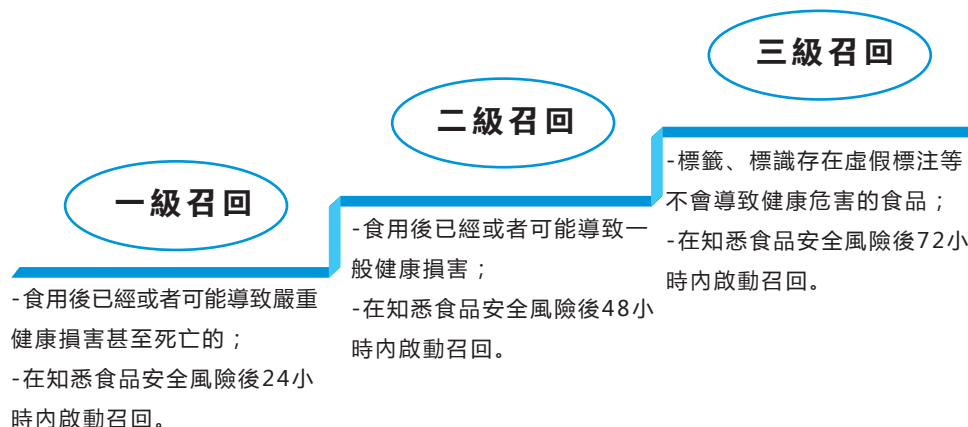
## 食品安全應急措施

各門店針對可能預測到的突發情況制定了相應的應急措施，以積極應對例如停電導致的溫度異常等情況。具體保障措施如下：門店停電半小時內可以恢復的，相關人員需立即將冰櫃上面的氣調產品全部移到冰櫃下的冷藏櫃（無冷藏櫃的門店需將產品調到附近門店）；停電半小時以上的，需與相關部門溝通，在半小時內將發電設備運至門店。

## 食品追溯召回

周黑鴨是國內少數實現成品可追溯至主要原材料的休閒食品公司之一。通過公司內的《產品標識與追溯控制程式》，管理產品的追溯實現從銷售端、供應商處發現問題能追溯到相關成品及其相關原料、輔料、包材等的庫存、使用或銷售情況的相關數據，並通過模擬演練撤回，驗證追溯和撤回系統的充分與有效。

為了避免對消費者健康的傷害，明確對不安全產品實施撤回所需的控制，我們特製定了《不安全產品撤回程式》，對各部門的職責分工明確，對撤回產品的種類、撤回過程與評審處置、召回計劃的制定、實施和評審處置做了明確的規定。根據食品安全風險的嚴重和緊急程度，周黑鴨將食品召回分為三級：



此外，我們每年展開一次模擬召回，及時檢測我們的召回程式是否足夠完善。並了解我們自身對於應急情況的處理能力，定期評估我們在應對食品召回事件上與公眾協調溝通處理的能力。

截至2016年12月31日，周黑鴨從未發生過因食品安全問題而導致的產品召回事件。亦無任何違反相關廣告、標籤法律法規之事宜。

## 4.2 持續創新

我們秉持「持之以恆，學以致用，提升自我」的學習理念，堅信技術和創新是推動周黑鴨持續前進的原動力。我們擁有一支專業的研發團隊，致力於產品的革新和口味升級，在產品品類拓展、包裝技術改良創新、擴大線上電子會員和生產技術改良創新四個維度上不斷創新。近兩年內，公司積極從事產品技術研發，人員投入達11人，包括研發工程師、研發主管、研發專員等。購置檢測儀器及設備，投入資金累計總計達人民幣165萬元。



### 產品品類拓展

- ◎不斷進行產品優化及開發新產品，在鴨類產品基礎上，進一步開發其他類別產品（如其他肉類產品、蔬菜、豆干、蛋類及海鮮等）



### 包裝技術改良創新

- ◎率先在鹵製品行業引入MAP包裝技術，影響省級地方標準的建立
- ◎持續提升產品包裝的自動化程度，從而優化成本結構及生產效率



### 擴大線上電子會員

- ◎引進了移動支付，提升服務品質，提升消費頻次



### 生產技術改良創新

- ◎引進了微波解凍技術，相較于之前的水解凍工藝更加有效的鎖住產品的營養成分
- ◎不斷提升設備的自動化程度，包括採用全自動化的出入庫系統以及生產管理系統的自動化與資訊化

## 知識產權保護

周黑鴨高度重視創新成果轉化和應用以及知識產權的保護，截至目前，周黑鴨已累計申請專利62件，被授權專利36件，包括6個重點專利專案；申請著作權18件，被授權著作權18件；擁有的商標達228個。

### 重點專利專案

一種微波解凍裝置

一種鹵製品加工的預處理系統及預處理方法

拉伸膜氣調包裝機

鹵製品自動包裝裝箱碼垛包裝線

一種延長熟鹵製品保質期的包裝方法

一種通過 MicroGARD 730 延長熟鹵製品保質期的方法

公司一直以來努力進行打假活動和建立防護門檻，進行品牌維護。我們通過三種手法不同程度打擊假冒周黑鴨：

- ◎與當地行政部門積極溝通
- ◎對侵權者侵權行為進行起訴
- ◎請當地公安部門配合進行行政處罰

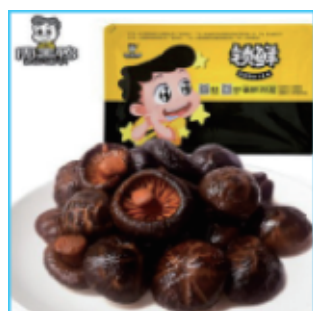
## 周黑鴨維權在行動

2016年，與湖北省工商局開展保護「周黑鴨」商標權專項行動，排查門店1700多家，立案查處侵權假冒門店107家。假冒山寨周黑鴨的有效打擊使得周黑鴨消費者投訴數量由每月80餘次降為每月20餘次。

## 4.3 食之健康

周黑鴨相信在中國休閒食品行業繼續快速增長的同時，消費者對健康休閒食品的需求日趨增大。我們在滿足消費者對口味多樣需求的同時，亦關注食品健康，我們的產品不含有任何添加劑，並且所用的原料與藥食同源，雖然辛辣，但是滋補健康。我們一直努力為消費者提供低糖低鈉無任何添加的健康食品，為消費者的健康飲食提供更多選擇。

我們在不改變口味的情況下，不斷研發降辣措施，降低產品中的含鈉量及含糖量，從而吸引更多廣大的消費群體。近幾年我們不斷推出素食系列產品，包括香菇、豆幹、藕片、花生等。希望消費者飲食均衡，營養搭配，宣導更加健康的生活方式。



## 4.4 消費者溝通

周黑鴨作為零售業務營運商，消費者是我們的核⼼價值。我們一直提倡及培育客戶至上的企業文化，以了解客戶的喜好及滿足客戶不斷變化的需求及預期，在滿足新時期消費者對於休閒食品在品質、美味、便捷等傳統消費訴求時，更好的適應和滿足消費者在情感消費上的訴求。

### 借力社交媒體

本集團已通過主流互聯網社交媒體平台上建立據點包括微博、微信等平⼾，並積極與客戶進行互動，亦推出專設的行銷計劃及提供多項創新店內活動，藉此增加客戶忠誠度。深入洞悉消費者偏好，精確地把握市場需求。



### 全新會員計劃

在2016年推出電子會員卡，連同現有會員計劃，幫助我們進一步整合線上線下資源，建立綜合客戶資料庫。我們設有專門的會員中心，負責會員中心的搭建與擴大，會員活動策劃和會員資訊管理，藉此加強客戶忠誠度及進一步便利我們收集客戶數據，也為我們掌握客戶需求和開展精確行銷提供了重要的基礎。

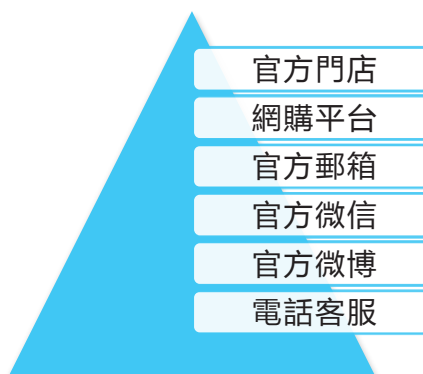


我們積極開展與消費者線下的溝通交流活動。2016年9月「周黑鴨尋味武漢之旅」活動在廣深地區拉開序幕，通過門店及當地媒體共計招募28名會員客戶，邀請他們到武漢工廠參觀，深入了解品牌和食品安全監管。讓客戶在了解周黑鴨工廠及產品製作流程同時，傳播周黑鴨品牌文化。

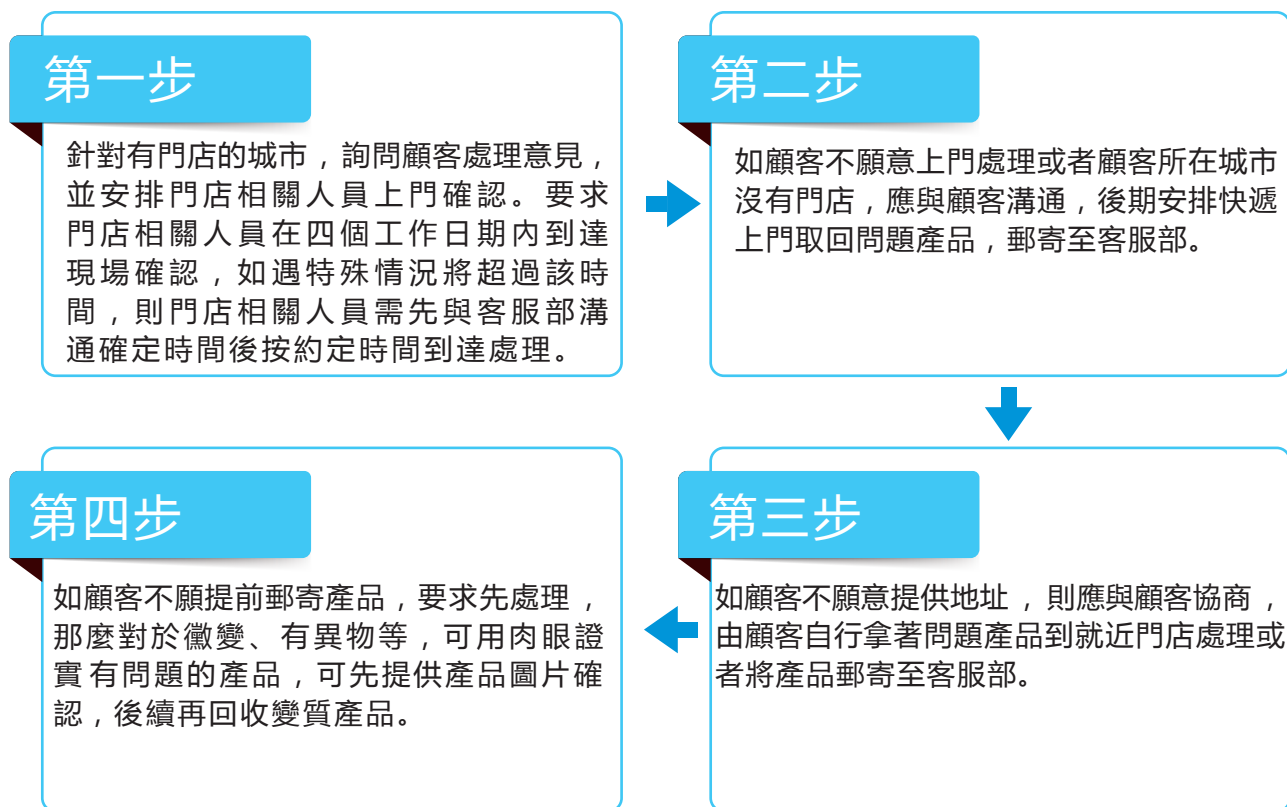


## 傾聽客戶意見

我們通過電話、郵件以及網上輿情監測全渠道接受消費者意見和投訴信息，第一時間與消費者溝通，了解詳細訴求並跟進處理。根據投訴類型，我們將投訴分為服務投訴、品質投訴、活動投訴、內部投訴四大類，並針對不同的投訴類型劃分了主要處理部門和協助部門，按照規範中相應類型的投訴處理步驟妥善處理客戶投訴。消費者可通過以下幾種方式對我們提供意見和投訴：



### 門店對於處理客戶投訴的處理流程





周黑鴨一直致力於為消費者提供優質的門店服務，為此我們對門店員工進行多種理論及實踐培訓，加強門店服務流程理論、服務意識及實際操作能力。我們定期組織研討會針對頻繁發生的服務問題討論適合的解決方案，針對服務問題制定有效的績效管理體系，有問題及時發現解決，一步步提升門店服務能力與消費者消費體驗。根據弗若斯特沙利文於2015年在中國20個城市進行的一項消費者調查，周黑鴨在知名度及客戶滿意度方面在所有休閒鹵製品品牌中均排名首位。

根據2016年我們內部的統計，共接獲投訴數量669起。其中服務類投訴232起；品質類投訴437起。其中品質投訴率為2.56ppm，服務投訴率為4.62ppm。

注：品質投訴率取值是品質投訴總數占總產量比例；

服務投訴率取值是服務投訴占總客單數比例；

ppm：百萬分之一

## 私隱保護

周黑鴨建立了一套完善的會員體系管理辦法，配合客戶服務部其他會員管理相關報告及文件的執行，保障會員顧客私人資訊及會員卡的使用等相關安全，保證所有會員顧客私人資訊僅作公司內部使用，嚴禁外泄甚至作為商業用途。同時，我們嚴禁未經領導或公司批准擅自複印檔案資料、為同行業和客戶提供業務、技術資料和服務的行為，任何洩露客戶資訊等公司商業機密的員工，我們將予以解除勞動合同。

本集團認真做好消費者投訴數據保密工作，如數據外泄，將由部門負責人及投訴負責人承擔全部責任。若分公司需要投訴數據，需出具聯絡函並由部門長簽字確認。客戶服務部為避免顧客資料外泄，在發送投訴數據中顧客聯繫方式以\*號代替。

# 綠色鴨鴨——踐行環境保護



## 對話供應商

「您認為周黑鴨是一個怎樣的客戶？」

「周黑鴨是我們的具有魄力和前瞻性的大客戶，率先採用氣調包裝，消除過去散裝的食品安全隱患。對包裝材料高要求、高標準、高性能是畢瑪時和周黑鴨共同的追求，也是我們之間長期穩定合作的驅動力。我們和周黑鴨之間有著很好的形式多樣的溝通和交流，並且有著良好的友誼和合作基礎。我們將借力周黑鴨，加快在中國的本土化發展，並與周黑鴨一起努力推動包材標準規範和品質提升，加強研發創新和環保升級，推動產業鏈進步。」

——Bemis畢瑪時 華東區域銷售總監 冷先生

## 重點績效



**31,201,546** 千瓦時

**110.78** 千瓦時/萬元

2016年耗電量與每萬元人民幣收益  
綜合電耗



**12,610** 噸（範疇一）

**20,675** 噸（範疇二）

**0.118** 噸/萬元

2016年溫室氣體排放合計

與每萬元人民幣收益溫室氣體排放



**467,454.57** 噸

**1.65** 噸/萬元

2016年耗水總量及每萬元人民幣  
收益耗水量



**0** 次

2016年廢水廢氣排放超標

## 5.1 加強環境管理

我們在確保企業發展的同時，高度重視履行環保責任，推動環境可持續發展。公司從總部層面建立了環境管理體系，並制定了環境管理方案、環境目標指標管理方案等制度，要求各加工工廠和門店嚴格執行。其中，我們的武漢加工工廠已通過ISO14001:2004環境管理體系認證和清潔生產認證。

我們通過多種措施加強環境管理，提升員工節約意識並實現降本增效。在辦公區域內，使用節能型照明器具，下班前，做到人走燈滅。要求各部門按空調使用管理規定進行實施，夏天室溫應在28°C以上才可開啟，冬天室溫應在10°C以下才可開啟；生產部門的空調使用按相關溫度控制要求進行控制。



環境管理體系認證證書

## 5.2 減少資源使用

### 降低能耗

為了加強公司內的能源管理，合理利用能源，降低能耗，我們建立了企業能源管理組織機構，由節能管理組織機構對企業能源計量、統計、管理工作進行統一管理，設置企業能源管理目標並將目標細化分解至各環境，推進節能降耗工作的開展。

我們的工廠在設計之初便融入了節能理念。周黑鴨武漢廠區由東南-西北呈「一」字型設計，可將各個工序有效結合，從而減少原材料、產品在場內的搬運距離，減少無效轉運，降低能源消耗。此外，公司採取多種措施降低能源消耗，包括在生產區域使用LED燈，定期對用電及用天然氣設備進行維護保養，提高產品一次合格率以降低內部消耗等，實現節能降耗目標。

本報告期內，公司能源使用情況如下：

### 電力使用情況

電力	單位	華北區	華中區	華南區	華東區
耗電量	千瓦時	1,331,821	25,129,909	295,326	4,444,490
合計	千瓦時	31,201,546			
萬元人民幣收益綜合電耗為	千瓦時/萬元	110.78			

注：華中區和華東區分別包括了上海和武漢加工工廠，其餘耗電量來自門店。

## 汽油、柴油、天然氣使用情況

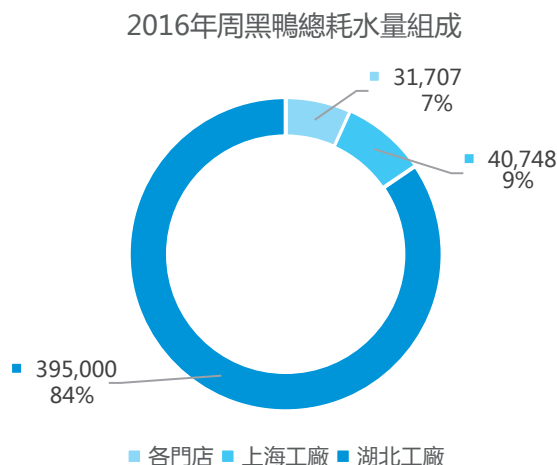
能源使用	單位	武漢加工工廠	上海加工工廠	合計
汽油	升	997,763	109	997,872
柴油	升	62,614	96,000	158,614
天然氣	噸	3012	331	3,343

2016年周黑鴨因直接化石燃料燃燒產生溫室氣體（範疇一）排放合計12,610噸，因電力消耗產生的溫室氣體（範疇二）排放合計20,675噸。每萬元人民幣收益溫室氣體排放為0.118噸/萬元。

## 水資源管理

我們高度重視水資源管理。為了降低水資源消耗，我們一方面加強節水改造，嚴禁跑、漏、滴現場，另一方面強化車間考核，實現生產過程中用水控制，杜絕浪費。公司設定了單位產品水消耗量下降目標，並細化分解落實開展。

本報告期內，周黑鴨總耗水量為467,454.57噸，每萬元人民幣收益耗水量為1.65噸/萬元。耗水量組成占比如下所示：



## 包裝材料的使用

包裝材料的使用及管理是周黑鴨資源管理的重要環節。我們使用的包裝材料主要有氣調膜、真空內包、真空外包包材、薄膜、紙箱、塑膠箱等。我們一直努力開發環保包裝材料，並採取多項措施以減少包裝材料的浪費，全面促進資源節約和環境保護。以產品周轉為例，在公司內部真空產品內部周轉、存儲環節大部分使用周裝箱代替紙箱。在湖北省內、湖南省範圍內的鎖鮮運輸及儲存環節均通過循環利用塑膠箱從而減少紙箱使用。

2016年周黑鴨上海加工工廠和武漢加工工廠共使用薄膜2,577.94噸。

2016年兩處加工工廠包裝材料使用情況：

	單位	薄膜使用量
上海工廠	噸	2,003.02
武漢工廠	噸	574.92
合計	噸	2,577.94

## 5.3 降低排放物

### 廢水排放管理

兩處加工工廠的廢水主要包括生產廢水、生活污水及消防用水。生產廢水經過局部預沉澱處理後進入廠區內污水處理站，食堂污水經過隔油處理後排放污水處理站，企業污水全部經廠內污水處理站處理並執行《肉類加工工業水污染物排放標準》（GB13457—92）中一級標準的要求後，污水進入市政管網。

從2014年底我們開始對污水處理站進行改造，在原有工藝的基礎上強化COD、動植物油和磷的處理。污水處理站改造工程投入運行後，具有高效的污染物去除效果和較強的抗衝擊負荷能力，污水水質可以穩定達標排放，在一定程度上減少了污染物的排放量，減輕了對環境的危害，進一步改善企業所處區域水質，環境效益非常明顯。

2016年武漢工廠投入使用了專用於廢水厭氧處理的BIOPAQ IC(內循環)反應器，在處理廢水COD的同時產生沼氣。IC厭氧反應器對COD的處理能力達到了90%以上，每天產生的沼氣由2,000m<sup>3</sup>，IC厭氧出水穩定在700mg/L左右，在處理污染物的同時也產生了能源。



我們定期委託第三方進行廢水排放監測，根據2016年的檢測結果顯示，所有指標均未出現超標情況。

2016年兩處加工工廠的廢水排放情況如下：

廢水排放量	單位	武漢工廠	上海工廠	合計
廢水排放總量	噸	326,700	65,700	392,400
COD排放量	噸	16.34	2.63	18.96
氨氮排放量	噸	0.33	0.23	0.56

### 廢棄物管理

我們嚴格按照法律法規的要求，開展廢棄物管理工作。我們制定了《固體廢棄物管理程式》明確處理方法、流程及權責劃分。

我們對固體廢棄物實施分類收集，統一管理，根據廢棄物的性質進行回收利用或其他處置。我們在各車間分類設置廢棄物存放箱（桶），並集中收集交由有資質的處理商處理。針對危險廢棄物如廢油、廢藥劑等將由品質保障中心統一回收暫存危險廢物間，然後定期交由具有資質的危險廢物處理單位進行處理。本報告期內，公司內廢棄物均按照要求進行了妥善處理。

2016年兩處加工工廠的固體廢棄物產生情況如下：

排放物種類		武漢工廠	上海工廠	合計
工業固體廢棄物（非危險）	包裝廢料（噸）	135	370	505
產生總量	其他工業廢棄物（噸）	3.6	2.0	5.6

## 廢氣管理

周黑鴨高度重視廢氣污染物排放管理。生產中工藝廢氣主要為鍋爐廢氣、污水處理站廢氣、鹵制過程產生的香氣，及廠區內的食堂油煙。針對每一種廢氣排放，我們均制定了相應的控制措施以減少對周邊環境的影響。我們遵循監管機構要求控制污染物排放總量，並嚴格執行《飲食業油煙排放標準》（試行）GB18483-2001、《鍋爐大氣污染物排放標準》等廢氣排放標準等控制污染物排放濃度。在2016年上半年、下半年排污申報監測中，檢測結果均達標。

### 廢氣排放控制措施

鍋爐廢氣	採用天然氣作為燃料，通過9m高的煙囪對鍋爐煙氣進行排放
污水處理站廢氣	污水處理站厭氧處理池體設蓋板，蓋板上留通氣孔，污水處理站周邊設置綠化隔離帶，產生的惡臭氣體通過通氣溢出後經周邊植物進行淨化吸收
鹵制香氣	採用機械通風排放
食堂油煙	通過油煙淨化設備處理，然後通過排煙豎井到食堂頂樓排放

# 溫馨鴨鴨—— 構建和諧關係



## 對話員工

「談談您在周黑鴨的工作感受吧！」

「我是一名普通的周黑鴨門店員工，公司為我們提供很多福利，作為一名來大城市打工的普通人，我很感動，很踏實。」

「周黑鴨是一家年輕充滿朝氣、強調團隊協作的國際化公司，我很幸運能夠在周黑鴨這個國際平臺上學習到很多國際化的先進管理經驗。」

「公司重視我們生產第一線人員的安全，每年都有很多次安全培訓，公司這幾年的生產技術越來越先進，而且大大減小了我們的安全風險。」

## 重點績效



**3,998**人

截至2016年12月31日的員工人數



**17.25%**

2016年員工離職率



**24,512**人次，**67,913**小時

年內參與培訓的人次與時間



**6**次，**1,350**人次，**100%**

年內參與安全培訓的次數、人次與覆蓋率

夢想成真的過程就是公司團隊相互信任、相互契合、共同奮鬥的過程。周黑鴨堅持「能者上，平者讓，庸者下」的人才理念，積極、耐心的培養人才和團隊。周黑鴨願與所有員工一起努力，創造出一個擁有健康、安全工作環境的「溫馨鴨鴨」。

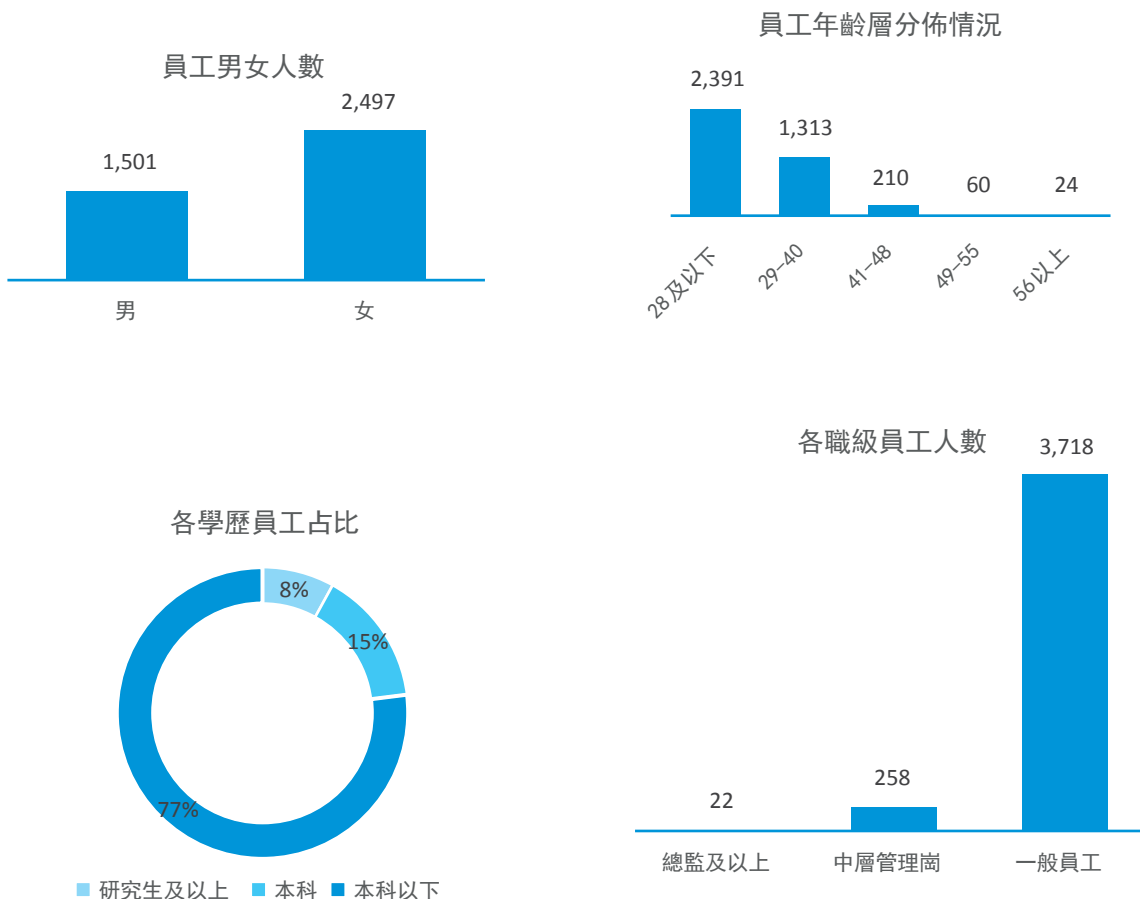
## 6.1 員工概況

在招聘和在職人員的管理中，周黑鴨嚴格執行公司人力資源管理制度與國家相關法律法規，促進和諧勞資關係的建立，保障員工及企業的合法權益。周黑鴨堅決禁止使用童工及強迫性勞動等違法行為，我們所有的員工都符合中國相關的法律法規所規定的最低工作年齡要求。

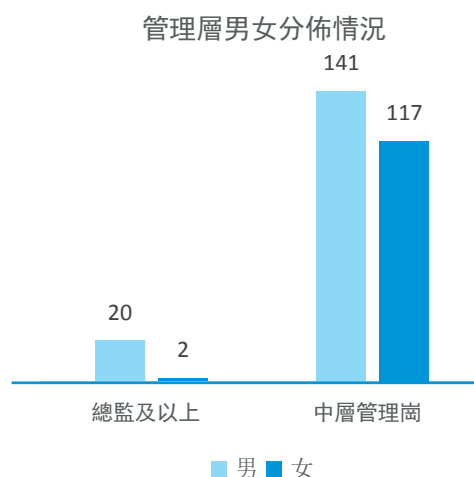
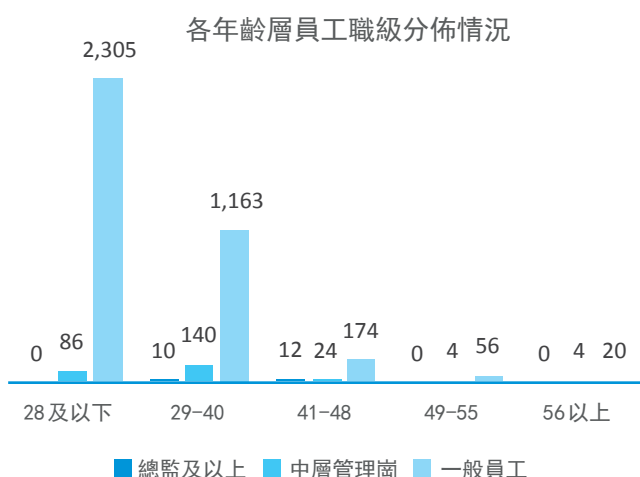
在內部員工的管理上，周黑鴨堅信多元化、不歧視的理念，這樣才能使我們團隊的競爭力最大化。周黑鴨珍視與尊重個人的差異性，包括員工不同的背景、教育程度、性別、種族、國籍、所屬世代、年齡、工作與思維方式、宗教背景等，員工不會因為這些差異而受到不平等的對待。

截至2016年12月31日，公司共有員工3,998人，其中在崗合同制員工3,959人，2016年新入職員工1,413人，少數民族員工81人。本年度員工流動比例正常，離職率為17.25%。

### 公司員工結構







## 6.2 員工福利

周黑鴨始終把增進對員工的關懷，增加員工對公司的認同感、歸屬感及忠誠度，提升員工的工作心態作為公司人力工作的重中之重。為了使員工與公司共同成長和發展，周黑鴨為員工提供了一系列福利：

假期	公司福利	社會保障
<ul style="list-style-type: none"> <li>事假</li> <li>病假</li> <li>法定假期</li> <li>帶薪年休假</li> <li>婚假</li> <li>產假</li> <li>喪假</li> <li>工傷假</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>員工宿舍</li> <li>自助餐</li> <li>健身設施</li> <li>內部網吧</li> <li>不定期舉辦各種文體活動</li> <li>專門班車接送員工</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社會保險</li> <li>醫療保險</li> <li>住房公積金</li> </ul>

此外，公司還推出了「孝心福利卡」活動，這是公司為感謝所有周黑鴨家人對周黑鴨作出的貢獻而制定的一項福利政策，所有已轉正的員工都可以享有這項福利待遇，既是為了回饋社會、履行社會責任，也是企業關愛員工，「孝」感天下的善行。

## 6.3 員工培訓

周黑鴨致力於實現員工和企業共同發展，建立了部門導師制度、內訓師制度和周黑鴨商學院，多層面為員工提供各類與工作內容貼近的培訓專案。

### 部門 導師制度

- 幫助新員工迅速融入集團文化，了解工作環境，熟悉工作流程，掌握企業制度，學會使用各種工具，促進新員工的成長。
- 幫助崗位異動的老員工儘快熟悉新崗位工作，提升崗位技能。
- 帶動員工學習的積極性，開發員工潛能、激發員工工作熱情，提升導師帶隊伍的能力，便於培養並選拔團隊領導人才。
- 說明需要成為初級內訓師的員工儘快熟悉輔導工作。

### 內訓 師制度

- 加強企業內部知識和經驗的傳播和交流，促進學習型組織的建設。
- 讓員工與他人交流和溝通，為員工提供更多的自我發展空間，並有利於公司內部良好工作氛圍的形成，促進內部知識和經驗的積累和沉澱，進一步升級周黑鴨內訓師管理制度，為公司的長遠人才培訓與發展奠定基礎。

### 周黑鴨 商學院

- 周黑鴨商學院成立於2010年，通過專業的課程設計、課時安排、師資選擇，承載著傳道授業解惑的功能，更為企業發展不斷輸出新思維、新視野和新對策，周黑鴨商學院著力於讓學員求得商業智慧，破企業難題，通過體系化、專業化、效果最大化的教育模式，開啟員工的智慧之門。

2016年年內，參加培訓總人次為24,512，總培訓時數合計67,913小時。

#### 公司員工參與培訓情況

層級	單位	合計
高級管理層	人次	110
普通管理人員	人次	861
基層員工	人次	23,541
總培訓時數	小時	67,913

## 6.4 健康安全

周黑鴨注重員工職業健康和生產安全。我們是生產安全標準化二級企業，擁有完善的安全生產管理系列規範，包括57項安全管理規章制度,13個大項139個小項的安全管理記錄。

安全生產管理系列規範內容涵蓋了以下方面：



在建立健全安全生產制度的同時,周黑鴨還為潛在的生產安全事故做了各類應急預案。具體包括了綜合應急預案和含11項具體潛在事故在內的專項應急預案。



為了落實應急預案的要求，周黑鴨人力資源中心根據預案實施情況聯合安全管理部制定並負責每年度的應急培訓工作，並對培訓結果進行相應的評估和考核。

應急培訓包含多種形式的應急知識或應急技能，主要內容有：

## 應急人員 培訓內容

- 如何識別危險；
- 各種事故的控制措施；
- 如何啟動緊急警報系統；
- 各種應急設備的使用方法；
- 如何安全疏散人群等基本操作；
- 防護用品的配戴。

## 公眾培訓 內容

- 潛在的重大危險事故及其後果；
- 撤離的組織、方法和程式；
- 事故警報與通知的規定；
- 在各種事故發生時必須遵守的規則；
- 滅火器的使用以及滅火步驟的訓練；
- 自救與互救的基本常識。
- 基本防護知識；

### 本年度舉辦的安全生產培訓

培訓名稱	培訓日期	培訓內容
緊急救護培訓	2016年4月	通過培訓，使員工對心肺復蘇、創傷救護、常見的急症及意外傷害知識有所了解，知道基本的生活急救常識。
消防安全知識培訓	2016年5月	通過消防知識培訓，使員工對消防法有基本的了解，對燃燒基礎知識、防火一般常識、滅火逃生技巧及園區存在哪些消防安全隱患有所認識。參訓人員對消防安全知識有了基本了解，會使用手提滅火器。
安全生產標準化貫標培訓	2016年6月	通過對安全生產標準化基本內容、企業安全管理問題分析、基本規範及評分細則的分析與解讀等知識的學習，大家對安全管理知識有了新的認識，利於園區安全生產標準化體系的貫徹和執行。
職業健康培訓	2016年8月	通過職業健康知識的學習，提高了員工對職業健康方面的認識，了解了職業衛生相關的法律法規，學會佩戴勞動防護用品。
廠區安全管理培訓	2016年10月	此次培訓的主要內容包括安全管理基礎知識，廠區安全管理辦法及存在的安全隱患，上下班交通安全知識這三個方面。通過培訓，提高了員工的安全意識，員工熟悉了工作場所存在的安全隱患及預防措施，上下班乘坐交通工具應該注意的事項。
消防安全培訓	2016年11月	通過培訓，使員工瞭解國家的消防工作方針政策，對燃燒基礎知識、防火常識、滅火逃生技巧、火災事故等級及園區存在的消防安全隱患有所認識。
三級安全教育培訓	不定期舉行	針對所有新員工舉辦，所有參訓人員通過考試的形式對安全教育成果進行考核，只有考試合格才能正式上崗。

### 本年度安全生產相關數據

事項	單位	2016年合計
安全生產事故	起	1
安全演習	起	6
參加安全演習	人次	1,350
安全培訓覆蓋面	%	100
工傷事件	起	5
工傷損失	小時	1,824

本年度發生的5起工傷事件，公司積極的進行了審視和檢討，查找安全事故原因。並組織了安全生產方面的培訓，加強員工的安全生產的意識。



消防培訓



職業健康培訓



安全生產標準化貫標培訓

### 用鴨脖切割機取代人工切割

周黑鴨原先在生產中使用人力進行切割鴨脖，切割過程中，一方面存在衛生隱患，容易產生落地產品，另一方面容易增加人員工傷的風險。為提高產品生產環節的安全、衛生保障，減少人員接觸產品的次數和時間，降低人員工傷風險，改善員工作業環境，我們引進並改良了鴨脖切割機，有效解決了上述問題。

# 「食」之貢獻——提升社會價值



## 對話社區

「我們科農村人口多，底子薄，一直以來就是湖北省的貧困村。現在情況慢慢好轉了，不僅僅是黨和國家精準扶貧的政策好，而且社會上也有很多企業幫助我們一起加快脫貧致富，改善村民的生活，特別是我們本省的著名企業周黑鴨，不僅僅捐資用於我們美麗村灣的建設專案，而且在暴雨洪水的天災面前第一時間來慰問我們，給我們提供食物和水，幫助我們災後重建。很感謝像周黑鴨一樣關心幫助我們貧困鄉村的企業，希望我們科農村和周黑鴨一起越來越好。」

——湖北省湖泗鎮科農村 村長

## 重點績效



人民幣**390,000**元  
2016年對外捐贈資金



**5,000**餘人次，**12**場

「校企合作鼓勵創新」高校巡講活動

「一帶一路全球行」期間：



**3**個月 **12**個國家 **20,000**餘公里

「一帶一路全球行」期間

「517吃貨節」期間：



**311,350**人次

參與抽獎



**1,549.4**餘萬

媒體閱讀量



**5**萬次

互動

周黑鴨努力推廣「會娛樂 更快樂」的品牌理念，讓更多年輕消費者品嚐到周黑鴨產品的美味，並將快樂傳播給更多的消費者，直至整個社會。

## 7.1 會娛樂，更快樂！

周黑鴨的客戶群多數為15-35歲的愛挑戰、有品位的年輕人，為了更好地服務這個群體，我們努力使周黑鴨在他們的生活場景中出現，通過進一步整合線上和線下資源，利用社交媒體，與高鐵鐵路和城市軌道交通合作，並通過舉辦各類年輕化娛樂化的活動，讓「會娛樂 更快樂」的品牌理念向最具娛樂精神的年輕群體傳播。

### 「517吃貨節」

2016年4月27日至5月17日，吃貨節活動正式在全國（除四川分公司）開展。為了回饋和感謝消費者的支持，活動針對使用支付寶付款的客戶，凡支付寶客戶消費滿51.7元，即有機會贏取出境遊大獎。為期十天的口令紅包領取活動，客戶共領取近20萬個，使用約5萬個，核銷率達26%；為期二十天的滿額抽獎活動，滿足條件的客單數為422,772筆，共計311,350人次參與抽獎，活動參與度為73.64%。活動期間，媒體閱讀量達1,549.4餘萬，互動數約5萬次。



### 「一帶一路全球行」

新華社「一帶一路全球行」活動是新華社聯合中國外交部、中國貿促會、國家旅遊局等多部委，為落實國家「一帶一路」戰略舉辦的大型跨國活動。以採訪車隊為載體，在絲路沿途我國各省份及海外各國開展「行進式報道」，實地探訪、全程記錄沿途國家和地區的經濟社會發展情況，深度考察互聯互通基礎設施建設和投資發展需求。



2016年6月17日活動啟程於洛陽，歷時3個月，經過12個境外國家，2萬餘公里西行行程，向世界各國展示中國傳統美食文化，於2016年10月12日抵達終點荷蘭。周黑鴨以「中國之禮」形象踏上古老的絲綢之路，向世界呈現具有「中國風、國際範」的中國傳統食品，是中國傳統食品走出國門，走向世界的一次積極探索。

## 「校企合作鼓勵創新」

第十四屆中國大學生廣告藝術節學院獎，是以企業的實際需求為出發點發佈命題，讓命題品牌和產品與高校學生真實接觸為宗旨組織校園活動。周黑鴨通過在巡講現場的帶有周黑鴨logo的入場券，海報、策略單命題及策略單內頁廣告、現場產品堆頭搭建、現場講解命題，掃描公眾號互動等形式進行品牌曝光。在巡講互動中穿插周黑鴨假店識別方法，不加盟全部直營的運作模式，深度了解周黑鴨的品牌調性，鼓勵高校學子為周黑鴨品牌創作，增強校企聯合。12場高校巡講每場影響400人左右，共影響5,000餘人左右，周黑鴨收穫高校學生創意作品19,859組，為此次學院獎秋季賽在高校巡講中收穫作品最多的品牌。



## 7.2 回饋社會

周黑鴨認為企業之強盛和大樹之繁榮一樣，皆因其根。根深則葉茂，則茁壯，企業只有紮根於社會，才能昂然挺拔，生生不息，搏擊風雨，基業長青。十餘年，我們始終踐行著「樹根」文化，努力回饋社會，履行社會責任，支持地方經濟發展，依法納稅。

本集團認真貫徹公益慈善戰略，不管是從賑災救災到愛心助學、從關愛老人到定點扶貧，還是從慈善基金到公益贊助、文藝下鄉，周黑鴨的身影都活躍在第一線。我們每年都制定公益慈善規劃。

2016年共對外捐贈人民幣390,000元。

### 賑災捐贈

2016年7月，湖北省遭遇持續性大暴雨和特大暴雨降水，造成湖北省大部分地區嚴重受災，很多村落人群被迫遷移。周黑鴨回應政府號召，積極展現和履行社會責任，向江夏區湖泗鎮科農村受災群眾捐贈水、麵包、泡麵等物資，送去周黑鴨的溫暖。





## 定點精準扶貧

脫貧攻堅、改善民生是國之大計。周黑鴨聯合福州商會為江夏區湖泗鎮科農村提供扶貧專案捐款，本著節約、經濟、實用、耐用的原則，重點修建溝渠、房前花壇綠化、路燈鋪設、部分路面硬化等，打造美麗村灣、文明鄉村。



## 「給文明加油」

2015年「給文明加油」大型公益活動在漢口江灘落幕。周黑鴨食品股份有限公司董事長朱於龍代表企業，現場向武漢7萬名的哥的姐贈送價值人民幣350萬元的周黑鴨新年大禮包。同時，周黑鴨所有門店將在營業時間內，為的哥的姐提供免費茶水。



## 「光明與知識同行」

「光明與知識同行」公益活動是由新華網聯合艾格眼科醫院發起為湖北安陸貧困中小學學生和教育工作者送去教育、醫療資源的公益活動，周黑鴨心系貧困地區教育，作為贊助方之一，周黑鴨贊助了價值3,000元的相關物資。



# 附錄 ESG 內容索引

## 8.1 聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引

指標	詳情	引用	備註
<b>A. 環境</b>			
<b>層面A1: 排放物</b>			
<b>一般披露</b>	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排汙、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	5.1加強環境管理 5.3降低排放物	
<b>關鍵績效指標 A1.1</b>	排放物種類及相關排放數據	5.3降低排放物	
<b>關鍵績效指標 A1.2</b>	溫室氣體總排放量及密度	5.2減少資源使用	
<b>關鍵績效指標 A1.3</b>	所產生有害廢棄物總量及密度	-	生產經營活動中有害廢物的產生量較少
<b>關鍵績效指標 A1.4</b>	所產生無害廢棄物總量及密度	5.3降低排放物	
<b>關鍵績效指標 A1.5</b>	減低排放量的措施及所得成果	5.3降低排放物	
<b>關鍵績效指標 A1.6</b>	處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果	5.3降低排放物	
<b>層面A2: 資源使用</b>			
<b>一般披露</b>	有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。	5.2減少資源使用	
<b>關鍵績效指標 A2.1</b>	按類型劃分的直接及/或間接能源總耗量及密度	5.2減少資源使用	
<b>關鍵績效指標 A2.2</b>	總耗水量及密度	5.2減少資源使用	
<b>關鍵績效指標 A2.3</b>	能源使用效益計劃及所得成果	5.2減少資源使用	
<b>關鍵績效指標 A2.4</b>	提升用水效益計劃及所得成果	5.2減少資源使用	
<b>關鍵績效指標 A2.5</b>	製成品所用包裝材料的總量及每生產單位占量	5.2減少資源使用	

### 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。	5.1加強環境管理 5.2減少資源使用	
關鍵績效指標 A3.1	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。		生產經營活動未有對環境及天然資源的重大影響

## B. 社會

### 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： (a) 政策；及 (b) 對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	6.1員工概況	
關鍵績效指標 B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	6.1員工概況	
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。	-	

### 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： (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。	6.4健康安全	
關鍵績效指標 B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率	-	
關鍵績效指標 B2.2	因工傷損失工作日數	6.4健康安全	
關鍵績效指標 B2.3	所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法	6.4健康安全	

### 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。培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。	6.3員工培訓	
關鍵績效指標 B3.1	按性別及僱員類別劃分的受訓僱員百分比。	6.3員工培訓	披露內容為受訓僱員人次數
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。	6.3員工培訓	披露內容為受訓的總時數

### 層面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的資料。	6.1員工概況	
關鍵績效指標 B4.1	檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	6.1員工概況	
關鍵績效指標 B4.2	在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。		未有相關事件發生

### 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。	4.1 食品安全	
關鍵績效指標 B5.1	按地區劃分的供貨商數目。	4.1 食品安全	
關鍵績效指標 B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	4.1 食品安全	

### 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、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。	4.1 食品安全 4.3 食之健康	
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	4.1 食品安全	
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	4.4 消費者溝通	
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	4.2 持續創新	
關鍵績效指標 B6.4	描述品質檢定過程及產品回收程式	4.1 食品安全	
關鍵績效指標 B6.5	消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法	4.4 消費者溝通	

### 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： (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。	1.3 公司治理	
關鍵績效指標 B7.1	於彙報期內對發行人或其雇員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果	1.3 公司治理	
關鍵績效指標 B7.2	防範措施及舉報程式，以及相關執行及監察方法	1.3 公司治理	

### 層面B8: 社區投資

一般披露	有關以參與來瞭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。	7.1 會娛樂 更快樂 7.2 回饋社會	
關鍵績效指標 B8.1	專注貢獻範疇	7.2 回饋社會	
關鍵績效指標 B8.2	在專注範疇所動用資源	7.2 回饋社會	