



ZHOU HEI YA

周黑鴨國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號：1458

2023 環境、 社會及管治報告

做良心食品創百年企業

目錄

目錄	1
管理層致辭	2
關於本報告	4
2023年周黑鴨亮點	6

01 責任治理， 舵穩行遠	
1.1 企業管治	8
1.2 商業道德	9
1.3 ESG治理	11

02 食安為先， 顧客至上	
2.1 食品安全與質量	16
2.2 產品創新	22
2.3 供應鏈管理	25
2.4 客戶服務	27

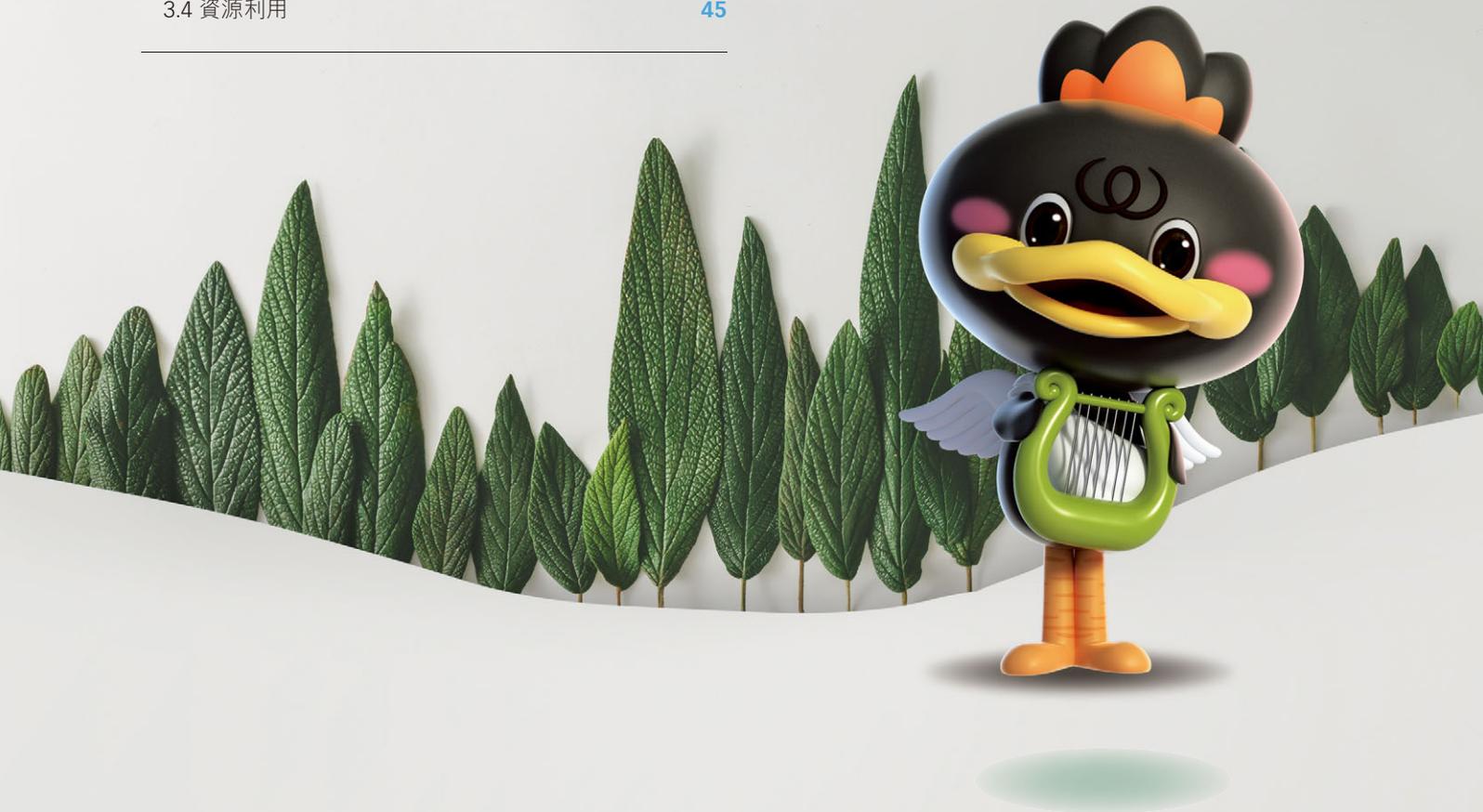
03 綠色發展， 共生自然	
3.1 氣候變化風險	35
3.2 環境管理	40
3.3 綠色營運	41
3.4 資源利用	45

04 英才雲集， 夢想啟航	
4.1 員工概況	51
4.2 員工發展	58
4.3 員工關懷	63
4.4 健康安全	66

05 善舉無疆， 溫暖人間	
5.1 社區投入	70
5.2 公益投入	71

附錄

附錄一 聯交所《環境、社會及管治報告指引》 內容索引	73
附錄二 法律法規清單	77



管理層致辭

2023年，在經歷了諸多挑戰之後，消費復甦態勢逐步明朗，消費企業受益明顯。在行業回暖的大趨勢下，周黑鴨穩健拓展市場、積極進行產品創新，以滿足不斷增長的消費需求，在保障產品品質的同時，為消費者提供更加優質的服務體驗。

產能方面，周黑鴨以全國五大生產中心為整體佈局，目前在華北、華中、華南及華東設有四個空間潔淨度為十萬級標準的高度自動化生產中心。同時，華西工廠也即將投入營運，屆時五大生產中心共同覆蓋全國，足夠支撐公司前端業務需求，並可實現靈活調配，提升門店送達效率。

報告期內，周黑鴨積極完善線上、線下多渠道協同的戰略佈局，實現全渠道觸達更多年輕消費者。此外，公司抓住行業復甦機遇，多措並舉積極謀發展。本集團的門店總數達3,816間，已覆蓋中國28個省、自治區及直轄市內的331個城市。

責任治理

周黑鴨深知誠信是商業經營的基石，始終秉持「無誠不合，無信難行」的原則，積極打造透明度高、可追溯、權責清晰的優化企業治理結構，以推動公司的可持續發展。我們致力於建立健全的公司管治架構，通過提升董事會的多元化和專業化程度，加強風險管理和防控，嚴格遵守商業道德規範，持續提升公司治理效能。



品牌培育

周黑鴨集團重視產品品質與口感，在合規營銷的基礎上，不斷提升品牌價值，增強消費者認知與喜愛。公司積極開展產品多樣化佈局，利用新品研發體系以及線上大數據分析系統洞察消費者需求，對市場變化做出快速響應。同時，我們採用跨界營銷等創新策略，以全渠道的宣傳推廣活動深入傳遞集團的產品特點和品牌理念。

綠色發展

周黑鴨始終緊跟國家雙碳戰略與綠色生態政策的步伐，視環境保護為企業可持續發展的核心要素。我們深入踐行可持續發展理念，持續完善環境管理體系，構建系統化的環境管理目標並開展相關舉措，積極應對氣候變化所帶來的風險。此外，我們通過減少水資源使用、優化包裝材料和推動能耗管理體系建設等一系列措施，提高資源的使用效率。在生產環節，周黑鴨始終將減少三廢的排放作為核心任務，最大限度地減少生產營運對環境的影響。

以人為本

周黑鴨堅信企業不斷前行離不開員工的不懈努力與持續創新。因此，我們重視人才管理，通過提供具有吸引力的薪酬福利，建立完善的培訓體系，營造良好的職業發展空間以及包容多元的文化氛圍。我們期望與員工共同成長，通過不斷加強人才培養，激發員工的潛能，助力員工自我價值的實現。

社會公益

周黑鴨始終將參與公益活動視為積極履行社會責任、傳播正能量的重要方式。我們不僅為社會提供了實質性的援助，而且利用現有廠區資源結合主體業務，打造了「周黑鴨滷文化科普

教育基地」，期望為中國科普教育貢獻屬於自己的力量，傳遞企業的核心價值觀和良好形象，對構建和諧共融的社會環境、推動可持續發展具有深遠影響。

展望未來，周黑鴨將延續可持續發展的核心戰略，通過在渠道、產品、供應鏈等多維度不斷創新和改進，努力實現經濟、社會和環境的和諧發展，為構建美好未來貢獻自己的力量。

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(以下簡稱「本公司」或「周黑鴨」)發佈的第八份環境、社會及管治(以下簡稱「ESG」)報告，重點披露本公司及其附屬公司(「本集團」或「我們」)在經濟、社會和環境等方面表現的相關信息，時間跨度為2023年1月1日至2023年12月31日(即「報告期內」)，部分信息涉及2023年以前或2024年。

編制依據

本報告根據香港聯合交易所有限公司(以下簡稱「聯交所」)上市規則附錄C2《環境、社會及管治報告指引》(以下簡稱「ESG報告指引」)編制。

本報告內容是按照一套有系統的程序而釐定的。有關程序包括：識別和排列重要的持份者、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、根據數據編制報告和對報告中的資料進行檢視等。

重要性原則：為進一步明確企業環境、社會及管治實踐及信息披露的重點領域，提升報告的針對性與響應性，本年度本公司再次開展了重大性議題識別程序，依據董事會釐定的對投資者及其他持份者產生重要影響的環境、社會及管治事宜，按照實質性原則對其重要性水平進行判定，最終確定議題披露程度和邊界，保證更準確、完整地披露本公司營運管理相關信息。

量化原則：本報告依據聯交所上市規則附錄C2《環境、社會及管治報告指引》中「關鍵披露指標」要求，制定減小個別影響的目標，對量化指標及指標計算方法、標準及假設進行披露並附帶說明，對部分指標披露自2021年起連續三年數據，以確保環境、社會及管治政策及管理系統的效益可被評估及驗證，同時對未進行解釋的條文提供經過審慎考慮的理由。

平衡原則：本報告努力實現客觀、公正，真實地反映本集團2023年ESG工作成效及實踐，報告內容均來自集團內部管理文件、統計及公開披露信息，以及公眾媒體報道，無不正當修改。

一致性原則：報告遵循一致的信息統計範圍和方法，所覆蓋主體範圍為本集團，相對往年無重大調整。

報告範圍及邊界

本報告中的政策、聲明、資料和數據等覆蓋本集團並與本集團年度報表一致。若無特別說明，本報告中所有涉及資金貨幣種類均指人民幣。報告期為2023年全年(2023年1月1日至12月31日)，與財政年度一致，部分信息來源於2023年之前或2024年。

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和相關文檔。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

本報告經管理層確認後，於2024年3月27日獲董事會審批通過。

獲取及回應本報告

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

本公司十分重視持份者的意見，並歡迎讀者通過以下聯絡方式與本公司聯繫。您的意見將協助本公司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：+86 400-1717-917

郵件地址：IR@zhouheiya.cn

郵件地址：中國湖北省武漢市東西湖區走馬嶺匯通大道8-1號

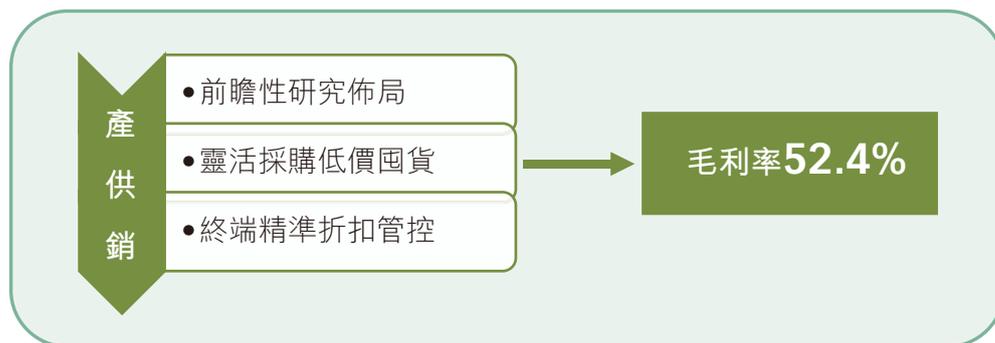
2023年周黑鴨亮點

作為全國領先的休閒熟滷製品企業，周黑鴨2023財年保持著強勁的增長勢頭。這一年，周黑鴨在門店、渠道、供應鏈、產品四方面部署戰略，各項業務逐步恢復，盈利能力明顯改善，降本增效措施卓有成效。

2023年，周黑鴨本集團審時度勢，聚焦確定性較強的交通樞紐渠道重點佈局，穩健拓展。報告期內，我們持續推進「直營+特許」雙輪驅動模式，不斷增加線下門店數量，提高周黑鴨在全國範圍的滲透率和品牌可見度。

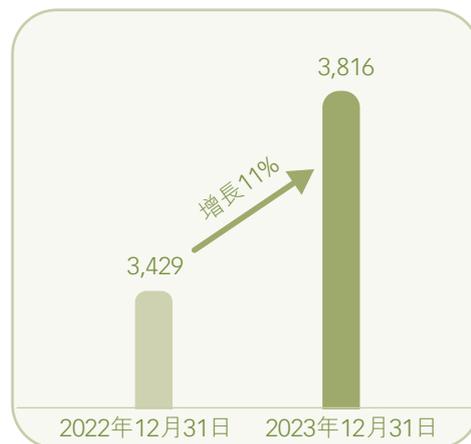
周黑鴨著眼長遠，致力於拓展各個銷售渠道，以增強企業銷售抗壓能力，保持穩健發展態勢。2023年，我們牢牢扎住交通樞紐、商超、社區等線下渠道，同時高度重視線上銷售，力求全面觸達Z世代人群¹，在外賣業務、社區生鮮、直播平台等線上渠道斬獲佳績，為企業長遠發展奠定基礎。

在供應鏈層面，周黑鴨持續創新，完善供應鏈全流程的管理。我們創造性地提出產供銷協同戰略，以期克服原材料成本挑戰。面對難以預測的鴨脖原料市場價格，我們前瞻性地部署整體經營戰略，靈活採購，並通過調整終端折扣，精準控制零售價格，在銷量與利潤之間實現平衡。報告期內，周黑鴨通過供應鏈全鏈路整合協同，有效對沖原材料價格上漲帶來的成本壓力，毛利率維持在52.4%。



對於產品研發層面，周黑鴨持續優化產品結構，通過全生命週期新品研發體系推出了多價格帶、多品類、適合多渠道的產品，不斷挖掘更多消費需求，提升周黑鴨市場滲透率。本年度我們重點研發新口味，推出新品類，覆蓋新價格帶，實現銷售增長。

門店數量



¹ Z世代人群是指於1995年至2009年間出生的人群。

責任治理， 舵穩行遠

1.1

企業管治

1.2

商業道德

1.3

ESG治理



周黑鴨深知「無誠不合，無信難行」的經商之道，不斷完善企業治理，致力於可持續發展。我們不斷完善公司管治架構，深化董事會多元化和專業化，加強風險防控，恪守商業道德，持續提升公司治理水平。

1.1 企業管治

周黑鴨積極構建透明、可溯、權責分明的企業管治體系，打造多元化的管治架構。本公司專注於持正、問責、透明、獨立、盡責及公平原則，不斷完善的組織管理能力，增強企業的抗風險能力，致力達到高水平的企業管治，從而提升企業形象和品牌知名度。

1.1.1 管治架構

周黑鴨嚴格遵守《中華人民共和國公司法》及聯交所主版上市規則附錄C1《企業管治守則》等法律法規及相關監管部門規定要求，建立了責分明、各司其職的科學治理架構，並由董事會領導，致力於持續推進企業價值增值和透明化管理，打造完善、透明、健康的企業管治環境。

本公司董事會包含三名執行董事、三名獨立非執行董事，以及一名非執行董事，設有四個董事委員會，分別為審核委員會、提名委員會、薪酬委員會及策略發展委員會。各個董事委員會均按其職權範圍運作，具體董事委員會之職權範圍於本公司及聯交所網站可供查閱。

1.1.2 董事會多元化

周黑鴨認為高效的治理需要確保董事會層面的多元化。因此，在甄選、提名、確立董事會的過程中，充分考慮了不同候選人的差異。我們所考慮到的因素包括但不限於性別、年齡、文化和教育背景、行業經驗、技術及專業技能及／或資格、知識、服務期限長短以及投入的時間等，以實現在項目決策時克服彼此思想的趨同性，對項目做出更全面、徹底的評估，提升決策的科學性和有效性。在甄選董事會候選人的過程中將擇機增加女性成員的比例，為決策制定提供不同的觀點和視角。董事會希望不遲於2024年12月31日委任一名女性董事，並以達至性別均等為最終目標。

1.2 商業道德

周黑鴨嚴格遵守《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國合同法》《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國反壟斷法》《中華人民共和國反不正當競爭法》等法律法規，並且不斷完善修訂《反腐敗工作制度》《周黑鴨紀檢委章程》《紀檢監察舉報實施辦法》等內部政策文件，旨在加強周黑鴨的廉潔建設。

周黑鴨堅決打擊任何貪污腐敗及侵犯消費者權益的行為，不斷完善相關查驗與舉報機制，設立多種舞弊案件投訴、監督、舉報渠道，如舉報郵箱、舉報電話、舉報平台等，保證吹哨人可以從不同渠道反映問題，並對所反映的問題及時跟進及調查。我們亦設立舉報獎勵機制以鼓勵大家舉報所發現的不當行為。報告期內，集團並未發生貪腐案件。

舉報郵箱

- hegui@zhouheiya.cn

舉報平台

- 合規周黑鴨微信公眾號

舉報電話

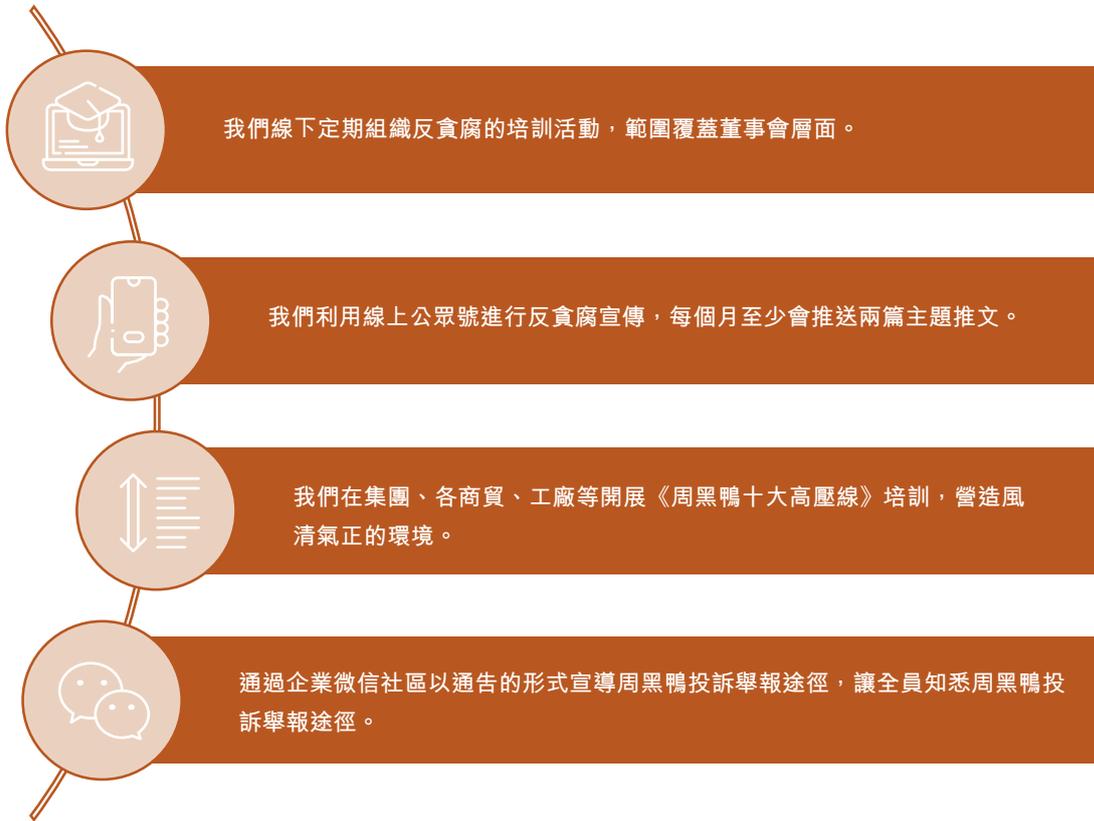
- 13707134832

舉報地址

- 湖北武漢市東西湖區走馬嶺匯通大道8-1號法律合規部紀檢組

周黑鴨的舉報途徑

本集團對任何違反商業道德以及貪腐行為採取零容忍的態度，積極實施反貪腐舉措。首先，我們持續完善反貪腐相關監察機制。其次，我們與企業反舞弊聯盟協會的會員單位開展了多次深度交流學習活動，提升了我們紀檢監察辦案能力。最後，我們利用線上、線下等多種渠道開展有關反貪腐的宣傳和培訓。



周黑鴨廉潔文化



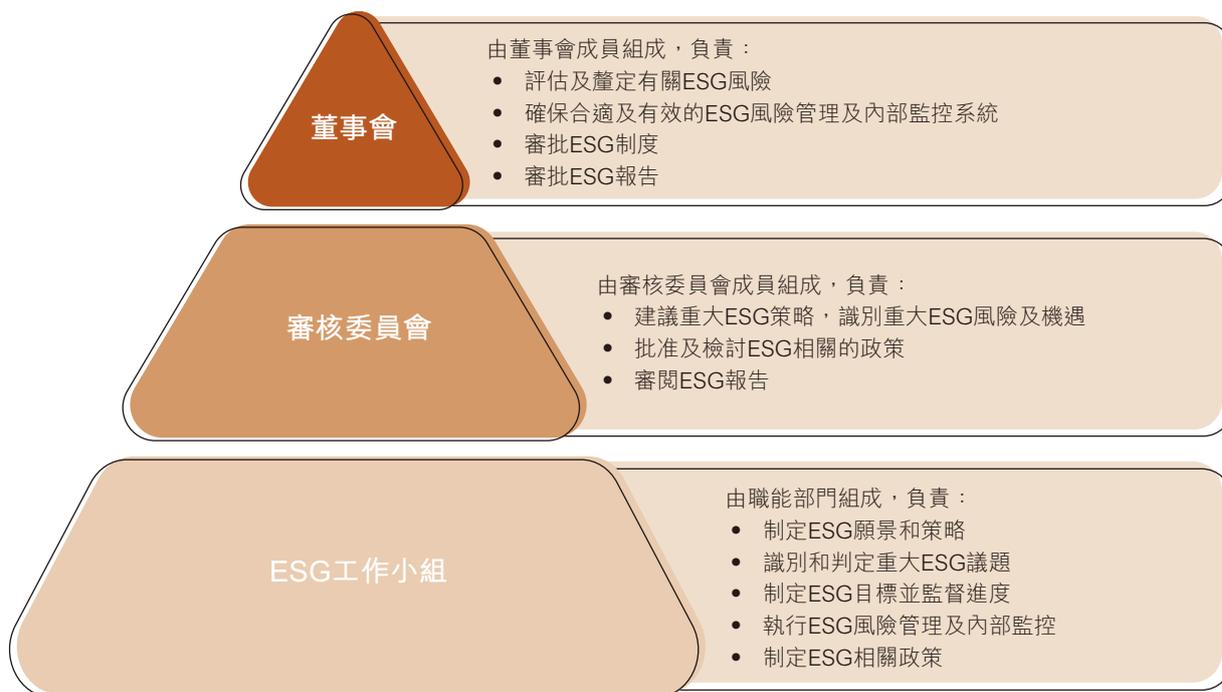
《周黑鴨十大高壓線》場景培訓

1.3 ESG治理

周黑鴨對ESG策略和方針予以高度重視，將可持續發展理念貫穿於生產經營的各個環節，同時與利益相關方密切溝通交流，以便ESG理念可以高效精準地落地實施。周黑鴨將繼續履行社會職責，助推綠色發展，為共建可持續發展社會貢獻自己的力量。

1.3.1 ESG風險管理

為了切實保證可持續發展理念與相關政策的落地和實施，周黑鴨建立了完善的三級ESG治理架構，涵蓋董事會、審核委員會和ESG工作小組，使ESG理念滲透於企業日常營運的各個環節中。



周黑鴨的ESG治理架構

董事會ESG聲明：

董事會責任

周黑鴨董事會直接監督並對集團ESG表現負最終責任，負責定期討論及審查集團的ESG風險和機遇、表現及進度，確保本集團設立健全及有效的ESG管理和內部控制系統。董事會下設審核委員會及ESG工作小組負責監管和執行本集團的環境、社會及管治的工作計劃。

日常實施

審核委員會成員由董事會在非執行董事中委任，負責建議本集團的ESG策略、識別重大風險及機遇、監督和審閱ESG相關目標的制定，定期回顧檢討其與公司發展的適宜性並跟進ESG目標達成進度、審閱ESG報告等。ESG工作小組的職責涵蓋制定ESG願景和策略、識別和判斷重大ESG議題、制定ESG目標以及監督目標完成情況、執行ESG風險管理及內部監控、制定ESG相關政策，並保證ESG工作的執行。審核委員會定期向董事會匯報及提出建議。報告期內，審核委員會共召開會議3次。

ESG風險機遇識別

本公司的業務性質及營運所在環境令本公司面臨各種潛在風險，可能會對本集團的可持續發展構成影響。集團董事會負責監督重要的ESG議題，包括相關風險和機遇。審核委員會和ESG工作小組負責評估環境和社會風險，並在報告期內針對氣候變化相關的風險和機遇開展梳理分析，就具有策略意義的風險向董事會提供建議，制定未來風險應對及緩和計劃。我們將相關重大風險也納入企業風險管理框架，並採取積極措施緩解相關影響。

重大性分析

集團定期舉辦內外部活動，保持與利益相關方緊密地交流，持續識別和評估ESG議題，釐定有關議題的重要程度。我們的重大性議題排序經過第三方重要性評估而決定，並已通過審核委員會討論和審批。

1.3.2 利益相關方溝通

周黑鴨積極與各界利益相關方針對ESG相關議題進行深度溝通，主要包含股東／投資者、政府部門、供應商、員工、媒體、消費者等6類利益相關方，通過現場調研、訪談、問卷等多元化形式進行定期和不定期溝通。溝通旨在深入了解持份者等利益相關方於ESG方面切實關注的具體問題，以便在營運過程中納入相關反饋，採取精準的措施及時回應利益相關方的有關訴求。

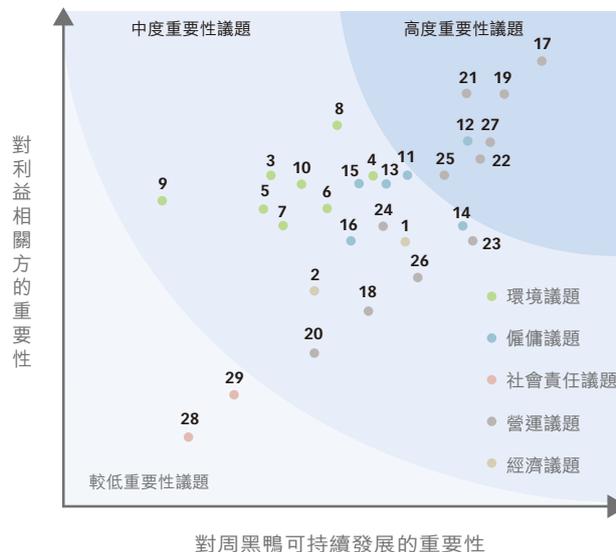
持份者組別	主要關注議題	溝通渠道／反饋方式	頻率／次數
股東／投資者	經營業績 企業管治 員工福利	<ul style="list-style-type: none"> － 股東大會 － 年報、中報及ESG報告 － 投資者見面會 － 業績發佈會 － 新聞稿／公告 － 現場調研 	<ul style="list-style-type: none"> － 股東大會每年舉辦 － 每年於規定時間內發佈年報、中報及ESG報告 － 每年度定時召開年度及中期業績發佈會 － 其餘活動不定期舉辦
政府部門	食品安全 消費者溝通 環境管理 合規營運	<ul style="list-style-type: none"> － 現場調研 － 重大會議 － 情況匯報 － 實地抽查 － 業務辦理 	<ul style="list-style-type: none"> － 不定期舉辦
供應商	供應鏈管理 食品安全 反貪腐	<ul style="list-style-type: none"> － 現場調研 － 供應商考核 － 質量溝通會議 － 供應商大會 － 供應商反腐教育 － 電話／書面來往 	<ul style="list-style-type: none"> － 每季度聯合原料、輔料、包材供應商共同召開質量溝通會 － 其他活動不定期舉辦
員工	薪酬福利 員工穩定性 培訓與發展	<ul style="list-style-type: none"> － 培訓報告書 － 滿意度調查表 － 課堂面談 － 電話面談 － 交流培訓活動 － 視頻會議 	<ul style="list-style-type: none"> － 培訓項目開發期間，每月公佈一次培訓報告書 － 其他項目不定期舉辦
媒體	食品安全 社區投資 綠色生產	<ul style="list-style-type: none"> － 新聞稿／公告 － 採訪 － 會議 	<ul style="list-style-type: none"> － 不定期舉辦
消費者	食品安全 食品營養與健康 綠色生產 溝通服務	<ul style="list-style-type: none"> － 線上推廣發佈 － 線下展銷會 － 線下推廣活動 － 客戶服務電話 － 微信／微博 	<ul style="list-style-type: none"> － 不定期舉辦

1.3.3 重大性評估

報告期內，周黑鴨與各大利益相關方保持緊密的交流，定期舉辦問卷調查、電話採訪、實地考察等內外部活動，以便及時獲取並更新相關信息，從而識別和評估ESG議題。同時，我們多方收集意見和訴求，釐定有關議題的優先次序，經過深入分析形成重大性議題矩陣。

報告期內，本公司識別並總結了29條ESG議題，其中7個是本報告重點關注的主要ESG議題，構成重點披露部分。本公司將在本報告中詳細闡述相關信息。

周黑鴨2023年ESG重大議題矩陣



序號	議題名稱
1	業務表現和經濟績效
2	制定有關環境、社會的治理理念和管理方式
3	電、氣、油等能源的消耗情況
4	廢水的處理排放情況
5	溫室氣體的排放情況
6	廢氣的排放處理情況
7	固體廢棄物(生產和生活垃圾)的處置情況
8	食物垃圾處理
9	應對氣候變化風險
10	包裝材料消耗與可持續包裝
11	合規用工，防止童工和強迫勞動
12	員工薪酬與福利
13	員工多元化及平等機會
14	職業健康與安全

序號	議題名稱
15	職業發展與培訓
16	員工關愛與溝通
17	產品的質量與安全管理
18	產品的營養健康價值
19	供應商對食品安全的管理
20	供應商對環境和社會的影響
21	供應鏈和食品追溯管理
22	消費者服務與溝通
23	消費者信息及隱私保護
24	自身、合作夥伴及其他相關方的知識產權
25	商業道德及反貪腐
26	負責任營銷
27	研發與創新
28	參與公益慈善活動及相關的投入 (如金錢、時間等)
29	參與社區貢獻 (帶動地方就業、採用當地供貨商等)

食安為先， 顧客至上

2.1

食品安全與質量

2.2

產品創新

2.3

供應鏈管理

2.4

客戶服務



周黑鴨始終堅持品質至上的經營理念。我們深信，只有秉持初心、堅守原則，才能為消費者帶來更大的樂趣和更好的體驗，才能確保企業的長久發展。

2.1 食品安全與質量

周黑鴨堅持品質先行的發展目標，為搭建完善食品安全管理體系，本集團通過持續優化食品安全管理制度、搭建食品檢測體系等方式，多途徑保障食品安全。周黑鴨產品從原材料採購階段到終端銷售全流程可溯，確保每一批產品均符合食品安全標準。

2.1.1 食品質量與安全體系

周黑鴨嚴格遵守各項食品安全法律法規和國家標準，以確保食品安全與產品質量可靠。本集團嚴格遵守《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》《中華人民共和國產品質量法》等法律法規，以及中華人民共和國國家市場監督管理總局令第60號《企業落實食品安全主體責任監督管理規定》等法律法規，以及《GB2762-2022食品安全國家標準食品中污染物限量》《GB 5749-2022生活飲用水衛生標準》等國家標準，確保食品的生產、加工、儲存、運輸和銷售等環節符合法律法規及各方監管的要求。

周黑鴨已搭建完善的食品安全管理體系和質量管理體系，已確立《全鏈食品安全員監督管控制度》《商貿單元食品安全主體責任自查規範》，在生產和經營各單元分別任命食品安全總監、食品安全員對生產、銷售等環節監督管控。我們亦通過定期自查、內部審核和外部審核等方式，不斷優化和完善管理體系，提高食品安全和質量管理水平。

為進一步完善質量防禦體系和產品召回管理程序，集團積極開展產品召回演練。報告期內，本集團開展了產品追溯演練，各工廠共開展8場產品召回演練，模擬召回的有效率達100%，確保產品召回流程完整性和產品召回高效性。報告期內，本集團未發生因安全與健康理由而須召回產品的事件。

門店營運質量管理系列培訓

周黑鴨對食品安全員開展門店食品安全培訓，以增強門店食安風險管控能力。通過培訓有效幫助商貿食品安全員提升食品安全管控能力，以及發現食品安全問題風險的能力，從而進一步保障周黑鴨食品安全。



周黑鴨門店營運質量管理系列線上培訓課件

周黑鴨在食品安全管理體系建設所做的努力，得到了來自行業的廣泛認可。



湖北工業園體系認證證書



河北工業園體系認證證書



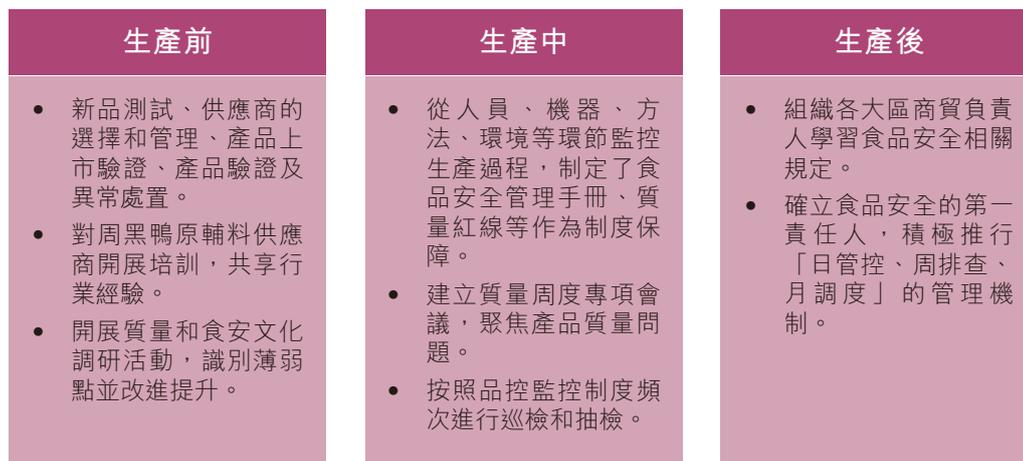
廣東工業園體系認證證書



江蘇工業園體系認證證書

2.1.2 全流程質量管控

為了不斷提升食品安全管理水平，周黑鴨對產品質量進行全流程管控。從供應商篩選、生產環節、物流運輸到門店營運和臨期產品處理，我們均嚴格遵循周黑鴨質量管控標準及目標。報告期內，我們升級優化了產品品質把控流程、嚴格把控產品生產流程，保障食品質量安全。



周黑鴨全流程質量品質把控

周黑鴨始終相信食品安全無小事，我們注重產品生產每一環節。目前，周黑鴨已搭建掃碼追溯系統，保障產品全鏈條可溯源，實現產品從生產貼標、生產掃碼、統計掃碼入庫，到成品庫掃碼入庫、分揀機掃碼出庫或人員掃碼出庫，再到門店掃碼售賣的追溯管理。

2.1.3 質量文化建設

集團持續優化質量文化培訓體系，通過多途徑，提升員工質量意識。報告期內周黑鴨繼續沿用質量守門員機制並設立工廠單元年度質量獎、生產過程異物控制獎勵，鼓勵各級員工參與到集團產品質量管控中，從細節把控產品品質。

周黑鴨質量守門員機制

為了提升顧客體驗，減少產品問題產生的不良影響，周黑鴨自2021年開始設立質量守門員獎勵機制，由門店店員在產品銷售前對產品進行最終質量把關，針對挑選出來的不合格品按照標準進行相應獎勵。

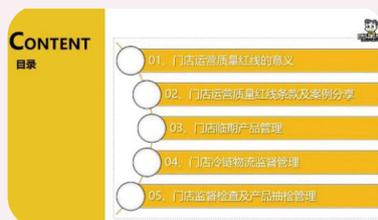
這一舉措大大激勵了前端銷售人員對於產品質量控制的熱情，對銷售端產品質量提升起到了促進作用。

保障食品安全是公司的生命線，也是公司對消費者的莊嚴承諾。我們加強員工質量的培訓，提高各級員工對食品安全的重視程度，保障周黑鴨產品的高安全標準、高品質標準。

質量培訓綜合賦能

周黑鴨開展315專題培訓活動。我們從產品開發設計到銷售、售後業務等多領域開展培訓，提升各業務部門對315相關知識的了解，增強了專業人員質量知識的運用能力。

同時，我們組織食品安全總監及食品安全員進行線上模擬考試，督促公司食品安全管理人員不斷學習和進步，以達到持續提升人員食品安全意識、食品安全風險控制水平「雙能力」的目的。



商貿食品安全員培訓

為提升各商貿落實食品安全主體責任監督管理及改進的能力，我們針對商貿食品安全員制定了培訓計劃，分別舉辦了《商貿食品安全員基礎培訓》《門店食安風險管控及檢查技巧培訓》《門店營運質量紅線管理培訓》及《門店監督抽檢風險預防管理培訓》多場次培訓，提升食品安全員安全素養。



質檢員專業素養提升營

為提升周黑鴨質檢員的專業素養，本集團聯合湖北省產品質量監督檢驗研究院制定了系列針對性的培訓和技能考核計劃，組織開展了「質檢員專業素養提升營」系列培訓與考核活動，為質檢員的專業成長提供了持續的支持和動力。



2.2 產品創新

周黑鴨專注於新產品開發的迭代研究、產品線延伸及新口味創新這三個核心領域，旨在通過產品創新為消費者帶來全新味覺體驗，為消費者提供更加多元的產品選擇。

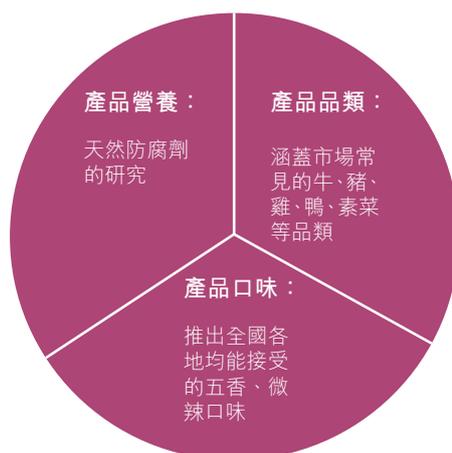
2.2.1 產品開發

周黑鴨秉持以消費者為導向的產品開發理念，通過技術工具等手段，準確洞察消費者的需求，從而確定產品研發的方向，保持產品對消費者的吸引力。

周黑鴨建立新品商機洞察模型，準確洞察消費者需求

2023年，周黑鴨首次建立了「新品商機洞察模型」。我們藉助線上平台的數據工具，從「市場商機側」「流量結構側」「需求供給側」等3個不同維度，對有意向開發的新品進行評分。我們通過運用該模型並結合線上平台數據工具功能，為企業選擇更優的藍海趨勢賽道，助力品牌用戶資產持續增長。

周黑鴨進一步豐富產品類目，從產品營養、產品品類、產品口味等維度出發，滿足多樣化消費需求，提升消費者體驗。



2023年周黑鴨產品創新概覽

我們不斷追求健康、天然、綠色的理念，努力為消費者提供健康的食品。周黑鴨已制定《原輔料及成品添加劑風險監測計劃》從產品開發角度，對原輔料自身食品添加劑進行監控管理。我們對食品添加劑中化學、生物、天然防腐劑進行抑菌測試等研究，探究其對於大腸桿菌等優勢菌群的抑菌能力，研發出與化學防腐劑同等抑菌能力和抑菌範圍的天然防腐劑。

周黑鴨不斷擴展產品品類，豐富消費者的選擇。隨著燒烤蝦球產品的開發和上市，極大提升了蝦球產品的豐富度，增強消費者可選性。此外，周黑鴨圍繞鳳爪這一深受消費者喜愛產品進行深度研發，推出川西地區的創新風味糊辣椒鳳爪，受到了消費者的喜愛與認可。



周黑鴨蝦球產品

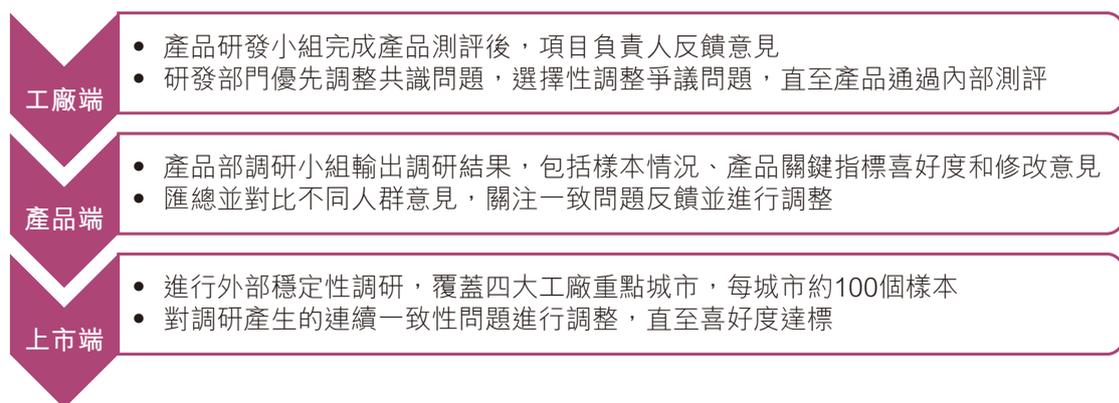


周黑鴨鳳爪產品

周黑鴨努力滿足不同消費者對口味的需求，推出五香、微辣新口味。「小辣解小饞」系列推出後在線上引起了較大的反響，在小紅書平台相關話題討論超過269萬、抖音平台話題討論超過1.2億。



此外，為了提升產品口味，讓產品更加美味，我們在工廠端嚴格把控原料與工藝，產品端不斷創新調味配方，上市端則積極收集消費者反饋，全方位提升產品口味，讓消費者能品嚐到更加美味的周黑鴨產品。



周黑鴨升級口味舉措

2.2.2 知識產權保護

周黑鴨致力於保護公司產品專利，並採取系列措施以實現知識產權保護。本集團嚴格遵守營運所在地法律法規，制定並持續優化《知識產權管理辦法》進一步保障產品的多元化和創新研發的開展。

報告期內，集團針對新品申請商標註冊52件；為全國商貿公司辦理「周黑鴨」「鎖鮮」「周小伴」等商標許可使用合同備案53件；針對自行設計產品包裝、產品研發工藝流程、設備等申請專利保護共計16件。

對於被侵權事件，我們堅決使用法律手段，保障自身的權益。2023年，集團辦理維權案件749件，結案212件，知識產權相關案件累計獲賠224.2萬元。

2.3 供應鏈管理

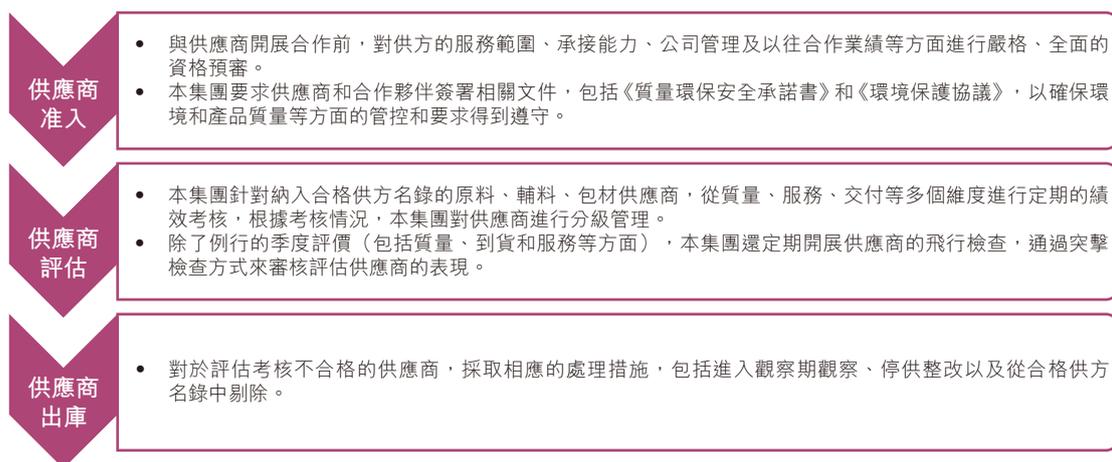
與供應商合作夥伴攜手共進，打造可持續和廉潔的價值鏈始終是周黑鴨的重要關注與願景。我們秉承公平、公正、公開原則，致力於將可持續與廉潔理念融入企業的供應商管理體系中，協同上下游供應商共同承擔ESG責任，打造健康的產業生態。

報告期內，本集團與260家原、輔料及包材供貨商建立了合作關係，其中本地供貨商82家，非本地供貨商178家，本地供貨商佔比31.54%。

2.3.1 供應商管理體系

為打造負責任及可持續發展的供應鏈，本集團建立了完善的供應商管理體系，並持續優化《供應商管理制度》及《供應商績效考核標準》等管理制度。

周黑鴨構建了覆蓋供應商准入、績效考核、評估、出庫等環節的供應商全生命週期管理體系，通過分類、分級管理的策略，篩選有意願、有能力、有產品、有服務的供應商加大合作力度，形成價值鏈共進的良性循環。



周黑鴨供應商管理體系

周黑鴨供應商飛檢

在2023年，我們對原料、輔料及包材的主要供應商進行了全面的半年度飛行檢查。飛檢覆蓋了90%的供應商，檢查過程中涉及到異物管理，記錄異常，生產不符合規定等情況。

針對不同的異常情況，周黑鴨出具整改意見報告，逐條制定針對性整改措施，並追責到人。同時，我們會對出現問題的供應商進行長期的監察，後期進行不定時抽查。供應商需在要求期限內，出具相關的整改報告並回傳。



2.3.2 供應鏈風險管理

為了確保供應鏈的穩定性和增強供應商的風險應對能力，降低供應鏈的潛在風險，本集團在報告期內進一步對《緊急採購處理制度》等制度文件進行了升級。我們針對不同採購場景，通過風險等級劃分來進行有效的管理和控制。



採取了提前採購和儲備原料的措施，以此降低原材料供應商的交貨時間、質量等方面可能存在的不確定性，從而有效管理供應商風險。

對於主要原料及原輔包供應商，我們保持與兩家以上的合作商進行合作，以此來分散生產和營運風險，如供應中斷、質量問題或價格上漲。

周黑鴨供應商風險管理舉措

此外，我們也注重供應商的食品安全風險，我們嚴格執行工廠驗收標準，針對未通過驗收，存在安全隱患的供應商產品將直接退貨。同時，我們的中心檢測室對產品的重金屬、藥物殘留等關鍵指標進行全面檢測，以確保採購風險得到有效控制。

2.4 客戶服務

本集團注重產品的品質和口感，將客戶服務放在首位。在保證合規營銷的前提下，周黑鴨不斷提升品牌價值，加深消費者對品牌的認知和喜愛。同時，我們不斷優化和升級客戶服務體驗，讓每一位顧客都能感受到周黑鴨的用心和誠意。

2.4.1 合規營銷

周黑鴨通過制定和實施《宣傳物料管控制度》來統一宣傳標準，通過《對外宣傳資料審批流程》嚴格審查宣傳內容，並通過《廣告投放管理規定》規範廣告投放，確保所有營銷活動均符合法規要求，產品詳情內容準確，避免誤導客戶。

在合規營銷的基礎上，為了進一步塑造品牌形象，增強消費者對品牌的喜愛和忠誠度，本集團在報告期內積極採用跨界營銷和內容營銷等創新策略，致力於構建更加新奇、個性化且富有情感共鳴的消費場景。通過全渠道的宣傳推廣活動，我們深入傳遞集團的產品特點和品牌理念，與消費者建立深度互動，特別注重與年輕人群的溝通連接，從而全面提升品牌的市場價值和影響力。



周黑鴨聯名王者榮耀活動

在品牌營銷方面，基於集團多元化產品戰略、年輕化的品牌營銷策略，本集團聯合用戶高度重合的王者榮耀，通過王者榮耀聯動蝦球產品。



暑假、樂刮卡促銷

暑期促銷推出9.9元小雞腿和39.9元3盒任選等低價優惠，第四季度通過樂刮卡增強顧客參與感。



解饞超自由系列

隨著後疫情時代的消費變遷，周黑鴨推出9.9元甜辣小雞腿、乾煸辣子雞等超自由產品，把握暑期及中秋國慶假期推廣上市。



周黑鴨超級星期三，驚喜買一送一

品牌精細化營運，促銷資源集中、節奏集中，打造品牌日專屬活動「周黑鴨超級星期三」。

周黑鴨活力營銷舉措

報告期內，周黑鴨榮獲2023年度餐飲品牌力百強獎，並且多項產品榮獲全球美味獎。



2023年度餐飲品牌力百強獎



ISEE微辣鴨脖—全球美味獎5星



ISEE微辣多肉鴨鎖骨—全球美味獎3星



ISEE微辣鴨翅—全球美味獎2星



ISEE香辣小龍蝦蝦球、蒜蓉小龍蝦蝦球—全球美味獎2星

2.4.2 服務提升

優質服務

周黑鴨秉持「顧客第一」的經營理念，崇尚「客戶至上」的企業文化，重視消費者體驗環節的管理，把堅持以客戶為中心作為服務的長期指導思想，為客戶提供多樣化的增值服務，持續打造有溫度、負責任的品牌形象。

本集團始終堅守服務創造價值的核心信念，全心全意服務消費者，確保優質的客戶服務。報告期內，我們從客戶服務以及物流配送效率兩個方面不斷提升消費者的服務體驗。

客戶服務專業化

- 定期為客服提供案例培訓，提升其解決問題的能力
- 分析客戶評價，從客戶角度出發不斷優化服務流程，提升服務質量和客戶體驗
- 對比同行評分、模擬顧客體驗等方式，不斷發現並學習最佳實踐

物流配送效率化

- 通過月度分析各地區物流情況，及時調整策略以提高攬件和配送效率，保障線上用戶下單後48小時左右送達
- 為團購等特殊訂單提供定制化運輸和配送服務，以滿足不同客戶的需求

周黑鴨服務提升重點

全明星服務大賽

為激發一線員工的工作熱情並進一步提升服務質量，我們在2023年進行月度、季度全明星服務大賽，得到廣大員工積極響應，累計27,810人次參加比賽，參與率高達97.5%。通過激烈的角逐和專業的評比，一線員工們不僅增強了服務意識，更在實戰中錘鍊了服務技能，顯著提升了整體服務質量，有效降低了客戶投訴率。



為了不斷提升服務質量，我們開展了多場以服務提升為主題的培訓活動。報告期內，本集團共組織56期服務類培訓，主題包含門店營運標準，門店服務技巧等，參訓總人次達14,874人次。

周黑鴨門店銷售服務培訓

通過周黑鴨門店銷售服務培訓，我們致力於讓每一位員工都能熟練掌握產品知識，提升溝通技巧，以真誠的笑容和專業的服務，贏得更高的顧客的滿意度與忠誠度。



2023年，周黑鴨始終致力於提升服務質量，多次開展客戶滿意度調研，獲得了客戶廣泛的好評。同時，針對調研中出現的問題，周黑鴨積極開展整改措施，滿足客戶的多樣化需求，努力讓每一位顧客都能享受到滿意的購物體驗。

調研產品	調研結果	提升方向
微辣系列產品	<ul style="list-style-type: none"> • 華北廠共開展11輪調研，平均總體喜好度92% • 武漢廠共開展14輪調研，平均總體喜好度88% • 華東廠共開展14輪調研，平均總體喜好度86% • 華南廠共開展16輪調研，平均總體喜好度81% 	<ul style="list-style-type: none"> • 外觀：形態、濕潤度等 • 口味：辣度、鹹度等
蝦球系列產品	<ul style="list-style-type: none"> • 麻辣蝦球開展2輪調研，綜合整體喜好度87% • 燒烤蝦球開展3輪調研，綜合整體喜好度87% • 香辣蝦球開展4輪調研，綜合整體喜歡度87% • 蒜蓉蝦球開展3輪調研，綜合整體喜好度85% 	

客訴反饋

為確保顧客滿意度和購物體驗的持續提升，本集團已制定並實施《客戶投訴處理與輿情防控規範》等相關規範，明確了相應的投訴渠道及分類判斷標準。結合已制定的線上和線下投訴防控流程，確保消費者的投訴能夠得到迅速而有效的解決。

報告期內，本集團著重提升了客戶投訴處理的效率和準確性。我們對投訴問題進行了細緻的分類處理，深入分析了各類投訴的成因，並制定了針對性的解決方案，旨在為客戶提供更加優質的購物體驗。

全方位投訴渠道

- 為保證顧客投訴渠道便利性與即時性，我們通過客戶服務熱線、微信公眾號、微博、企業官方郵箱以及線上線下門店等多渠道接收投訴和受理

優化投訴處理流程

- 制定了專門的投訴處理流程，並對流程文件實時更新優化
- 建立跨部門協作團隊分權處理各類投訴
- 秉持「顧客第一」原則，實行先行賠付機制
- 投訴處理完畢後進行顧客滿意度回訪，對不滿意顧客進行再次處理，提升顧客滿意度

分析投訴原因並改進

- 針對顧客投訴問題進行定期匯總，對投訴產生原因進行分析，涉及產品或服務問題的，聯繫責任部門進行整改，並跟進整改結果，促進產品及服務持續優化，提升消費體驗

周黑鴨投訴管理機制

報告期內，本集團400客服熱線接收到的投訴數量625起；投訴處理完結率99.04%；已售或已運送產品中未發生因安全與健康理由而須回收的事件。

2.4.3 隱私保護

為確保所有員工在處理客戶敏感數據時明確自身的職責與法律義務，我們已制定了《周黑鴨隱私協議》。同時我們根據《中華人民共和國個人信息保護法》的最新要求，對該政策進行了及時的更新與調整。此外，我們開展了對客戶隱私保護的舉措，保障全方位的數據安全。報告期內，本集團未收到客戶對隱私保障的投訴。

部署先進的安全技術

- 我們投資了最新的安全技術，包括端到端加密、防火牆、入侵檢測系統和安全事件管理系統，以保護公司的數據資產不受網絡攻擊和未經授權的訪問。

執行嚴格的訪問控制

- 我們實行了基於角色的訪問控制 (RBAC) 系統，確保員工只能訪問其工作所需的最低限度的數據。此外，所有對敏感數據的訪問都會被記錄和監控。

建立數據泄露應急預案

- 我們已制定並測試了一套詳盡的數據泄露和隱私事件響應計劃，以便在數據安全事件發生時能夠迅速採取行動，減少損失。

周黑鴨隱私保護舉措

為了提升全體員工對信息安全和隱私保護的意識，周黑鴨在報告期內3次開展關於數據安全與隱私保護的培訓，主題包括正確處理個人信息和敏感數據，網絡安全最佳實踐和防護措施，隱私合規和法律規定更新培訓。開展相關培訓有助於建立起全員參與的數據保護文化，為避免數據安全事件的發生提供堅實的基礎。

周黑鴨網絡安全最佳實踐和防護措施培訓

2023年5月16日，周黑鴨開展了網絡安全最佳實踐和防護措施培訓，該培訓涵蓋了密碼管理、防病毒措施、防止釣魚攻擊等網絡安全基礎知識，以及如何使用安全工具來保護數據，數據泄露的識別、通報流程、應對措施以及數據泄露後的修復工作。



綠色發展， 共生自然

3.1

氣候變化風險

3.2

環境管理

3.3

綠色營運

3.4

資源利用



周黑鴨積極響應國家的雙碳戰略和綠色生態政策，將環境保護視為其業務可持續發展的關鍵支撐，深入實踐可持續發展理念，穩步推進節能降碳增效的各項舉措，確保綠色理念貫穿於公司整體戰略和食品生產銷售的全過程。

3.1 氣候變化風險

在推動綠色發展的進程中，本集團堅決響應國家的雙碳目標，將氣候變化風險的識別工作視為企業管理的核心環節。本集團遵循TCFD(氣候相關財務披露工作組)的指導原則，全面評估並識別了氣候變化帶來的風險與機遇，並據此制定了具體的應對策略。在努力降低未來潛在風險的同時，我們積極尋求低碳轉型的路徑，不斷增強集團在應對氣候變化方面的實力。

3.1.1 氣候變化治理

我們將氣候變化相關的管理職能納入本公司ESG三級管理架構，建立了透明的溝通機制，高效拉通各管理層級，持續提高氣候變化治理的有效性。

董事會

- 制定有關氣候風險和機遇的管理策略
- 監督並審查管理方法的有效性

審計委員會

- 審查和批准與氣候相關的目標，並跟蹤相關績效目標的執行和實施情況
- 確定並管理用於識別、緩解和監測氣候相關問題的預算、資源和投資情況

ESG工作小組

- 識別與氣候變化相關的風險和機遇
- 促進氣候變化風險管理和氣候相關管理策略的實施和執行

3.1.2 氣候變化策略

周黑鴨採用科學的方法建立氣候變化管理策略。基於氣候情景分析識別和評估氣候變化風險和機遇，識別出了公司的實體風險和轉型風險，以及與能源、產品與服務相關的機遇。其中，實體風險包括急性和慢性風險，轉型風險包括政策和法律、技術、市場和聲譽風險。同時，我們制定了管理策略與實施方案，並根據識別出的風險敞口以及現有的風險管理規劃，制定公司應對氣候變化的管理策略。

風險類別	風險子類別	風險名稱	風險描述	緩解及適應舉措
實體風險	急性風險	洪水(包括風暴、降雨量上升、河水溢流)	<ul style="list-style-type: none"> 暴雨和洪水導致營運場所、工廠以及店面的基礎設施和相關設備遭受了嚴重損毀。電力供應中斷，需要立即撤離人員，從而導致了營運活動的暫停、資產的重大損失以及銷售收入的減少。 暴雨和洪水對物流及供應鏈造成了不利影響，阻礙了產品向店面的正常運送。這不僅使產品質量受損，還引發了庫存的積壓，進而增加了營運成本，並導致了銷售收入的減少。 暴雨和洪水對原材料供應鏈也產生了破壞性的影響，造成了原材料供應的嚴重不足和短缺，這將限制企業銷售規模的擴大，推高採購成本，降低企業的盈利能力。 	<ul style="list-style-type: none"> 針對不同實體風險，制定詳盡的應急預案； 引入國家《預警12379》平台及《中國氣象》平台，縮短「預警—應急」反應時間落實屬地管理措施； 引入極端天氣預警「屬地管理」管理概念，總部進行中期(10天)預警提示各營運地，根據實際極端天氣情況，靈活調整物流配送時間、門店營業時間和員工通勤時間，同時提前發佈安全預警通知、開展季節性專項培訓等措施，以降低事故發生率並確保生產經營秩序的穩定； 為確保供應鏈的穩定性和多樣性，原輔材料供應商各類均保持至少兩家以上的合作夥伴，並針對主要原料實施多地域、多家供應商供應策略； 積極響應全球氣候變化挑戰，制定明確的溫室氣體減排目標； 採取有效的節能減排措施，降低自身營運對環境的影響； 針對極熱天氣條件，設立嚴格的氣調裝產品包裝標準，對外包裝和保鮮冰袋的數量、規格等均作出明確規定，以確保產品質量和安全； 考慮到東北地區臨近寒冬時可能出現的大雪封路風險，本集團將提前進行當地原料的採購儲備工作，以保障生產項目的順利推進。
	急性風險	乾旱	<ul style="list-style-type: none"> 乾旱可能引發供水短缺，進而導致用水成本上升，此外，水資源供應不足將增加整體營運成本。 	
	急性風險	強風/氣旋/颱風	<ul style="list-style-type: none"> 颱風由於其預報的複雜性和不確定性，經常對營運場所、工廠以及店面的基礎設施和相關設備造成破壞，從而導致營運活動的持續中斷和資產的重大損失。 在極端天氣條件下，員工往往無法在戶外進行工作，同時他們的通勤也可能受到嚴重阻礙。這不僅給員工的安全和健康帶來風險，還會對營運效率產生不利影響，進而增加企業的營運成本。 	
	急性風險	極熱	<ul style="list-style-type: none"> 極端高溫天氣可能會對鴨子的健康產生不良影響，包括引發中暑和疾病等，進而降低其繁殖率。這不僅會影響產品的質量，還可能對企業的盈利能力造成損害。 在極端高溫條件下，運輸過程中的產品變質風險會顯著增加。這將導致企業面臨更高的運輸成本，並加大食物浪費的風險，最終造成企業營運成本的上升。 	

風險類別	風險子類別	風險名稱	風險描述	緩解及適應舉措
實體風險	急性風險	極寒	<ul style="list-style-type: none"> 極端寒冷天氣有可能對鴨子的養殖產生不利影響，進而引發原材料供應的緊缺和成本的顯著上升。 極寒天氣經常引發大雪封路的情況，原材料的運輸往往會遭受延誤，從而導致供應鏈的中斷。 	
	慢性風險	天氣模式極端波動和降雨模式變化	<ul style="list-style-type: none"> 天氣模式的不穩定性極有可能對原材料和產品的種類與數量產生深遠影響。例如，它可能會導致養殖量的顯著減少，進而造成銷售價格的劇烈波動。 	
	慢性風險	海平面上升	<ul style="list-style-type: none"> 現有門店主要分佈於中國東南沿海地區，包括廣東和江蘇的營運中心。然而，根據預測，在21世紀末(2081-2100年)這些地區將面臨海平面上升的嚴重威脅，可能導致營運場所和門店遭受淹沒的風險。 	
	慢性風險	氣溫上升	<ul style="list-style-type: none"> 營運所涉及的地域內，預計到21世紀末(即2081年至2100年)，平均氣溫將上升4-6°C。這種氣溫的顯著升高將對生產設備、製冷系統、人力資源以及產品等多方面產生不可忽視的影響。 	

氣候變化實體風險與應對措施

風險類別	風險子類別	風險名稱	風險描述	緩解及適應舉措
轉型風險	政策、法律及法規	現有產品和服務的要求與監管	<ul style="list-style-type: none"> 湖北省「十四五」控制溫室氣體排放實施方案通知中，明確強調將圍繞綠色產品、綠色工廠以及綠色園區等核心領域，積極推動構建綠色製造體系。隨著國家和地方政策對產品和工廠環境績效的要求與監管日益嚴格，預計未來相關政策還將進一步收緊，這很可能導致企業在營運過程中面臨成本增加的挑戰。 	<ul style="list-style-type: none"> 嚴格遵守國家和地方相關的法規與標準； 設定明確的溫室氣體減排目標，並承諾在2060年實現碳中和； 定期對溫室氣體排放數據進行公開披露； 積極推進綠色低碳產品的研發與創新； 採取有效的節能減排措施，致力於降低整個業務鏈和供應鏈中的溫室氣體排放。
	政策、法律及法規	提高溫室氣體排放定價	<ul style="list-style-type: none"> 各國政府在《巴黎協定》框架下持續致力於減排承諾的兌現。在此背景下，中國已正式推出了全國性的碳排放權交易市場。隨著更多行業和企業逐步被納入這一交易體系，預計超出配額的碳排放成本將持續上升。 	
	政策、法律及法規	強化排放量報告義務	<ul style="list-style-type: none"> 隨著碳排放管理、碳交易機制等不斷完善並付諸實施，國家和地方層面對本集團在排放報告方面的要求也日益嚴格。 	
	技術風險	低碳排放技術轉型的前端費用	<ul style="list-style-type: none"> 為了滿足政府減排要求和消費者對環保產品的需求，本集團需積極控制產品碳排放，並可能需增加研發新技術和更新生產設備。這些舉措短期可能增加成本。 	
		對新技術的失敗投資	<ul style="list-style-type: none"> 「十四五」規劃強調綠色轉型，政府嚴格控制碳排放，推動本集團轉向低碳技術並投資節能減排。但技術開發與應用的時機和結果不確定，可能影響技術投資的回報。 	
	市場風險	客戶行為變化	<ul style="list-style-type: none"> 氣候變化促使消費者更關注綠色食品，對畜牧業和工業的溫室氣體排放及養殖業的環境影響表示關切。這可能影響客戶選擇，甚至推動他們選擇植物蛋白，對本集團收入構成威脅。 為滿足客戶對低碳服務和綠色產品的需求，加速碳中和過渡，本集團可能增加研發和經營費用。 	

風險類別	風險子類別	風險名稱	風險描述	緩解及適應舉措
轉型風險	市場風險	市場信號不確定	<ul style="list-style-type: none"> 氣候變化有可能對原材料的品質和數量產生不利影響，進而無法保證產品的品質穩定及持續供應，從而對企業的收入造成潛在威脅。 替代產品的涌現以及上下游合作夥伴、消費者依賴關係的不確定性，都可能對本集團的業務發展帶來不可預見的影響。 	
		原材料成本上漲	<ul style="list-style-type: none"> 氣溫上升可能對動物產生嚴重影響，超過其耐受極限將導致熱應激，增加能量和水分需求，影響體重增長和繁殖能力，進而推高原材料成本。 極端氣候可能導致供應鏈和物流中斷，造成原材料緊缺和成本上漲，從而影響企業收入。 	
	聲譽風險	客戶偏好轉變	<ul style="list-style-type: none"> 消費者可能會傳播對周黑鴨的不利觀點，這有可能損害周黑鴨的品牌聲譽。 倘若本公司在節能降耗等可持續發展領域無法滿足客戶期望，未能成為行業的低碳標杆，那麼現有客戶可能會選擇與其他競爭對手建立合作關係。這種情況將導致公司客戶基礎流失。 	
		持份者對負面反饋日益關切	<ul style="list-style-type: none"> 假如本集團在環境績效和信息公開方面表現不足，投資者和客戶可能會傾向於選擇我們的競爭對手，這將對本集團的收入產生不利影響。 投資者正日益關注公司在新能源和可再生能源利用方面的表現，並提出了相應的要求。 隨著客戶和投資者對環保績效的關注度不斷提升，若公司未能遵循相關法規要求，可能會面臨合同丟失和投資撤離的風險。 	

氣候變化轉型風險與應對措施

3.1.3 環境目標

為了貫徹可持續發展理念並加強環境管理，本集團已建立了一套目標導向型的管理機制。我們設定了四大核心環境目標，包括溫室氣體排放管理、水資源管理、能源管理和廢棄物管理。為實現這些目標，我們針對工廠和營運環節設定了具體細化的目標，並且我們還建立了目標覆盤和績效考核體系，以持續監測目標完成情況，確保目標得到有效追蹤和監管。

溫室氣體排放目標	水耗目標	能耗目標	廢棄物目標
<ul style="list-style-type: none"> 致力於減少所有業務和供應鏈中的溫室氣體排放 2060年實現碳中和 	<ul style="list-style-type: none"> 污水排放抽檢合格率大於99% 污水在線監測日均值合格率達到100% 	<ul style="list-style-type: none"> 每噸產品月度平均耗電量低於1,850度 每噸產品月度平均耗氧量(包括天然氣和蒸汽)低於450立方米 	<ul style="list-style-type: none"> 固體廢棄物合規處置率達100% 紙箱回收率達100%

周黑鴨環境目標

3.2 環境管理

為確保合法合規經營，本集團嚴格遵守營運所在地的法律法規，主動跟蹤並識別環境保潔、能源節約、清潔生產、大氣及水污染等相關法規的變化，積極開展合規性評估，並據此優化更新環境管理制度。為保障高效的環境管理，本集團不斷修訂和優化《公司綠化環境與環境管理體系制度》《危險廢物管理制度》和《環境應急預案》等環境管理制度，為本集團的可持續發展提供強有力的政策支持。

為了深入貫徹環境保護和可持續發展的理念，我們持續推進環境管理體系認證工作，以確保環保工作的高標準和高質量，本集團位於湖北、河北、廣東、江蘇的四大工業園均成功獲得了ISO 14001環境管理體系認證證書。



ISO 14001環境管理體系認證證書

本集團在報告期內不僅完善了內部環境管理體系，同時通過升級環保設備、提高生產設備效率等多項舉措，積極推進環保事業的穩步發展。報告期內，本集團在環境保護方面的總投入約為人民幣56萬元，展現了我們對環保事業的高度重視和大力支持。

在報告期內，本集團未對環境和自然資源產生重大影響，未發生任何突發環境事件，也未受到任何與環保相關的行政處罰。

3.3 綠色營運

本集團堅決貫徹國家法規，始終將減少三廢的排放作為綠色營運的核心任務。我們嚴格落實責任制，不斷探索創新管理方法，將「深化污染防治攻堅戰」作為工作重心，致力於提升綠色生產能力，最大限度地減少生產營運對環境的影響。

3.3.1 廢氣管理

為確保企業營運的合規性，本集團始終嚴格遵守《中華人民共和國大氣污染防治法》《GB 13271-2014鍋爐大氣污染物排放標準》《GB 18483-2001飲食業油煙排放標準(試行)》等法律法規及廢氣排放標準。為進一步規範內部管理，本集團持續更新並優化《廢水、廢氣及噪聲控制程序》等內部管理程序。在此基礎上，本集團持續開展綠色舉措以降低廢氣排放量，從而為實現更加環保的企業營運目標努力。

污水處理站異味處理

我們採用碱洗塔+活性炭吸附的廢氣淨化工藝，將廢氣通過碱洗塔、多級除霧、活性炭吸附對廢氣進行吸附淨化，最後將處理後的廢氣通過煙囪高空排放，處理量達到15,000立方米/小時。通過這套設備將污水處理站的無組織廢氣收集處理，我們有效控制了廢水異味。



報告期內，本集團的廢氣排放總量為7,845,533立方米，較2022年下降64%²，所有廢氣均達標排放。

² 2023年武漢工廠能源使用由天然氣改為外購蒸汽，廢氣排放大幅下降。

3.3.2 廢水管理

在營運過程中，本集團嚴格遵守《中華人民共和國水污染防治法》以及《肉類加工工業水污染物排放標準》等法律法規及標準要求，針對各廠區產生的廢水採取針對性的處理，並實時監控污染物類型和濃度，確保合規排放。報告期內，我們未發生水源污染或相關罰款事件。

源頭處理

- 建立隔油設施，統一搜集廢棄油脂，並聯繫專業第三方單位進行回收處理，以此降低污水處理工作的負擔

工藝優化

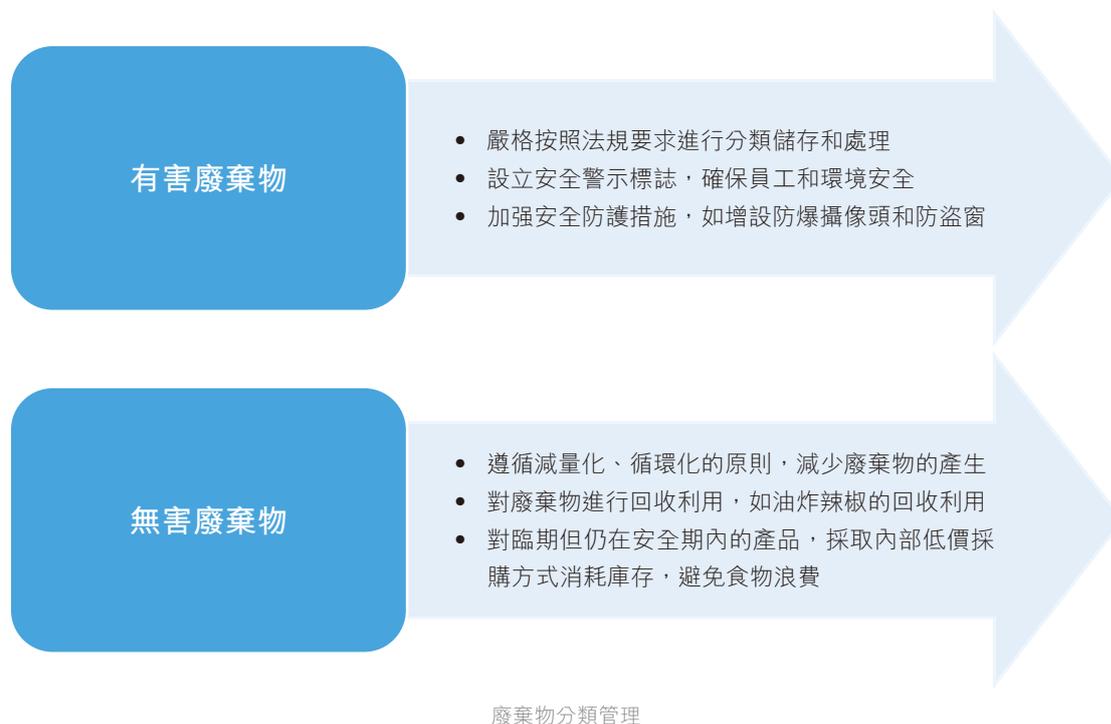
- 細化了生產車間滷水回收作業規程，加強了滷水的回收與利用
- 優化了生產工藝，將生產過程中使用的醬油進行回收再利用，而不是直接排放

2023年廢水優化處理舉措

廢水及污染物排放	單位	2021	2022	2023
廢水排放總量	噸	479,280	427,848	435,836
化學需氧量(COD)排放總量	噸	96.02	44.49	51.59
氨氮排放總量	噸	1.30	1.64	1.37

3.3.3 固體廢棄物管理

在營運過程中，本集團嚴格遵守《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》、《中華人民共和國環境保護法》等法律法規。為適應業務發展和合規性要求的變化，我們制定了《固體廢棄物管理方法》和《廢棄物管理程序》，進一步優化廢棄物管理措施，降低廢棄物的產生和排放。2023年10月，周黑鴨獲得武漢市首批「無廢工廠」榮譽。



報告期內，我們的廢棄物產生數據如下表所示：

固體廢棄物	單位	2021	2022	2023
不可回收工業固體廢棄物	噸	1,024	880	917
可回收工業固體廢棄物	噸	2,691	1,901	2,607
生活垃圾	噸	1,707	7,534	1,415
無害廢棄物總量	噸	8,234	12,699	6,584
萬元收益無害廢棄物的量	噸／萬元(人民幣)	0.03	0.05	0.02
產生的危險廢棄物總量	千克	3,298	3,171	26,380 ³
萬元收益危險廢棄物的量	克／萬元(人民幣)	11.49	13.53	96.15

³ 2023年危險廢棄物總量增加是由於2022年底將導熱油鍋爐拆除，2023年產生一批導熱油。

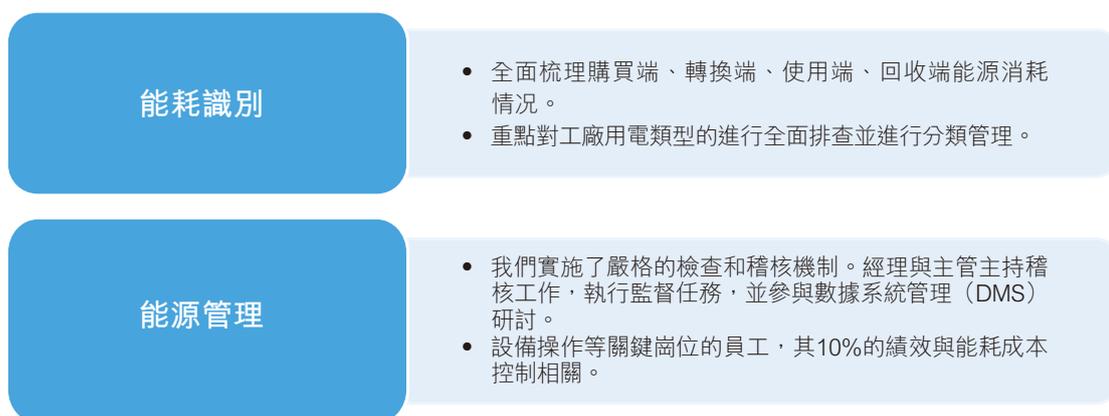
3.4 資源利用

本集團承諾高效利用資源，重視環保與節約。通過減少水資源使用、優化包裝材料和採用先進的能源技術等一系列措施，提高了資源的使用效率，為綠色未來貢獻力量。

3.4.1 能源管理

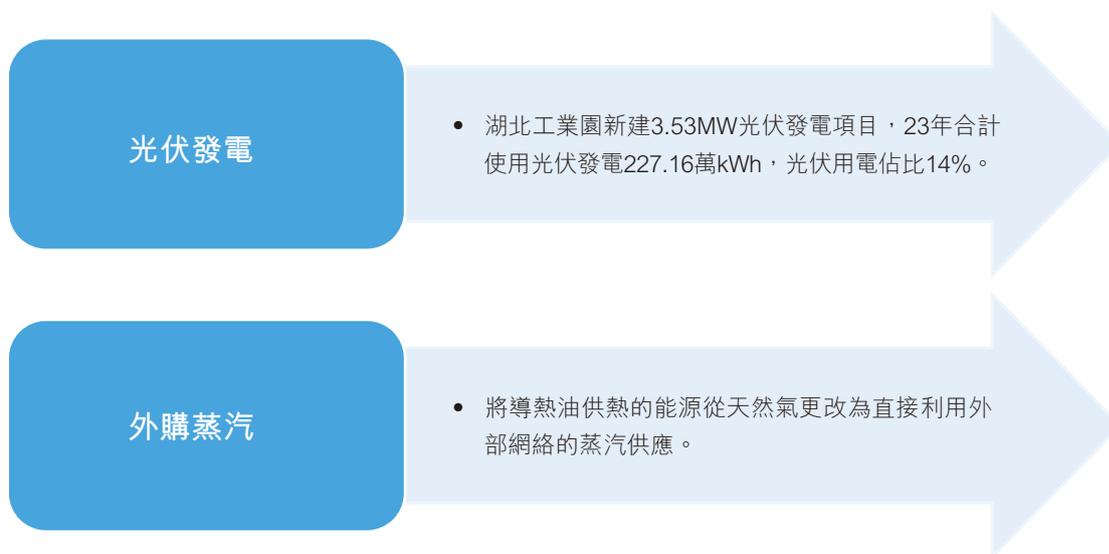
在能源管理方面，本集團嚴格遵守《中華人民共和國節約能源法》等相關法律法規，持續優化《能源資源管理程序》和《能源考核機制》等管理機制。為確保能源管理工作的規範化，我們明確了各部門及能源管理人員的職責，進一步優化和完善了能源管理機制。

本集團已建立能源管理矩陣模型，重點關注電能和熱能的能耗數據。報告期內，我們從能耗識別、能耗管理兩個維度，賦能能源管理矩陣模型，持續推動能耗運行體系的建設工作。



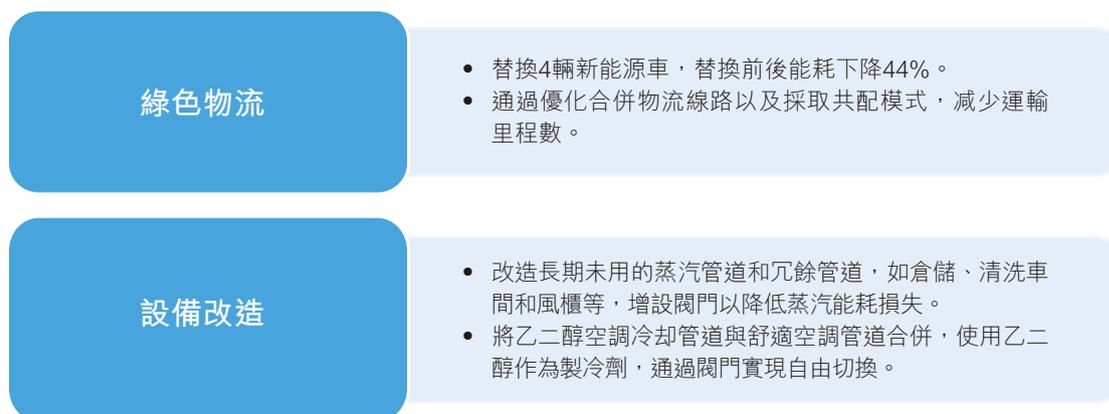
周黑鴨賦能能源管理矩陣模型

在建設能耗矩陣管理體系的帶動上，周黑鴨也積極開展一系列的能源替代措施。我們在工廠開展光伏的建設，有效減少傳統電力所產生的碳排放。同時，我們通過外購蒸汽、購置新能源車輛的形式，替換碳排放高的能源，減少溫室氣體的排放。



周黑鴨能源升級舉措

在報告期內，本集團針對不同的生產運輸環節制定了有針對性的節能減排策略。通過使用新能源車，優化運輸路線和對老舊設備進行改造等方式，我們持續提升了能源使用效率，降低了能源消耗，顯著減少了溫室氣體的排放。



節能降碳措施

報告期內，我們的能源消耗及二氧化碳排放數據如下所示：

能源消耗	單位	2021	2022	2023
外購電力	千瓦時	57,704,019	47,612,661	53,860,168
天然氣	立方米	5,267,266	3,628,349	2,144,911
汽油	升	78,049	56,725	51,752
柴油	升	661,625	578,677	515,933
直接能源消耗	噸標準煤	7,898	5,594	3,046
間接能源消耗	噸標準煤	7,092	5,852	8,858
能源消耗總量	噸標準煤	14,990	11,446	11,904
萬元(人民幣)收益能源消耗量	噸標準煤/萬元(人民幣)	0.05	0.05	0.04

溫室氣體排放 ⁴	單位	2021	2022	2023
範疇一 ⁵ 溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	13,275	9,470	5,194
範疇二 ⁶ 溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	35,134	27,154	39,451
溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	48,409	36,624	44,645
萬元(人民幣)收益溫室氣體排放 (範圍一、二)	噸二氧化碳當量/ 萬元(人民幣)	0.17	0.16	0.16

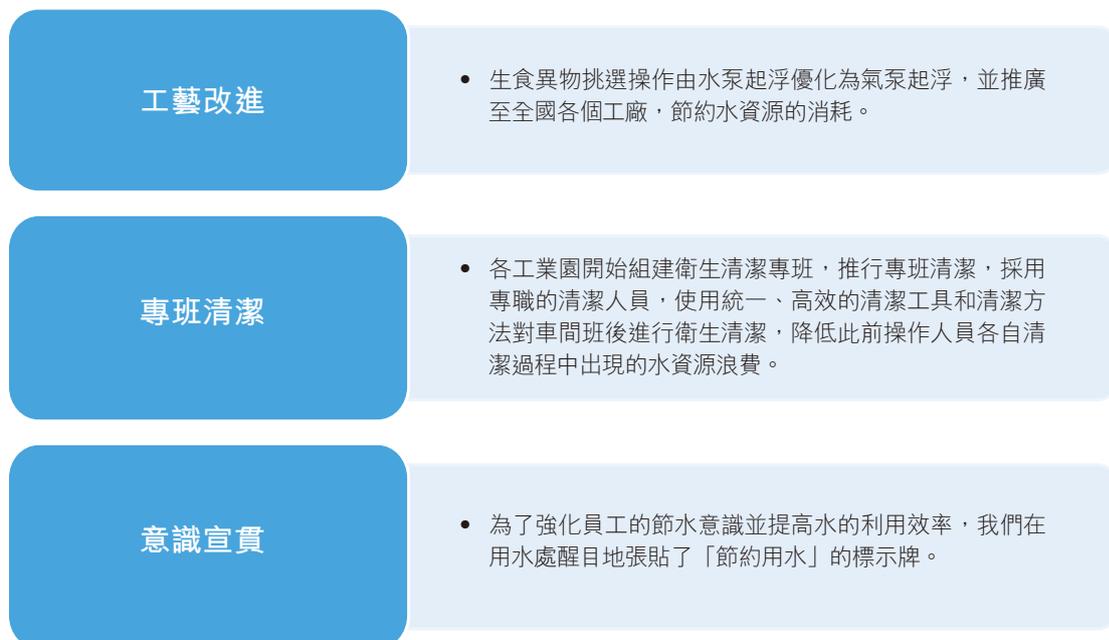
⁴ 溫室氣體排放量計算參照中華人民共和國國家發展和改革委員會發佈的《食品、煙草及酒、飲料和精製茶企業溫室氣體排放核算方法與報告指南(試行)》。

⁵ 範疇一：涵蓋本集團天然氣、無鉛汽油和柴油燃燒產生的溫室氣體排放。

⁶ 範疇二：涵蓋本集團因使用外購電力、外購蒸汽而間接產生的溫室氣體排放。

3.4.2 水資源管理

本集團致力於減少取水量、提高用水效率，通過重複利用和合理規劃水資源，從源頭減少使用並通過回收再利用。我們加強維護和檢修，防止浪費，持續提升水資源利用效率。報告期內，本集團取水全部來源於市政用水，無取水、用水問題。



水資源管理舉措

報告期內，本集團共計消耗自來水544,968.30噸，人民幣每萬元產值耗水量為1.99噸。

3.4.3 包材管理

包裝材料的可持續性管理對提升資源使用效率至關重要。本集團的包裝材料消耗主要涉及對外銷售產品的包裝和物流包裝。為了提升包裝材料的使用效率，我們不斷推進產品包裝的減量化、輕量化及替代化。此外，我們還通過包裝改良和回收利用等措施，積極探索低碳、可循環的綠色包裝應用。

改進包裝	紙張重複利用
<ul style="list-style-type: none"> 本集團採用小盒包裝後，優化了氣調膜包材，將厚度從450微米降至350微米，使塑料包裝材料耗用降低22%，全年耗用量減少約6% 	<ul style="list-style-type: none"> 監控各工廠紙箱回收使用，提升紙箱使用效率，每月覆盤各工廠實際回收率，督促改善。截至報告期末，紙箱回收率上漲顯著，較22年提升約50%

包材管理舉措

報告期內，我們的包材使用量如下表所示：

資源使用類別	單位	2021	2022	2023
包裝膜使用量	噸	3,264	2,635	2,818
真空包裝袋使用量	噸	581	507	595
包裝材料使用總量	噸	3,845	3,142	3,413
每噸銷售產品的包裝材料使用量	噸	0.11	0.11	0.11

英才雲集， 夢想啟航

4.1

員工概況

4.2

員工發展

4.3

員工關懷

4.4

健康安全



周黑鴨視員工為公司最寶貴的財富。我們始終相信人才是推動企業不斷發展、持續創新的重要驅動力。我們為員工提供機遇與挑戰並存的工作環境、為其提供富有競爭力的薪酬福利、制定完善培訓體系、創建廣闊職業發展空間以及開放包容的文化範圍。我們希望人才與企業共同成長，不斷加大人才培養力度，助力人才自我價值的實現。

4.1 員工概況

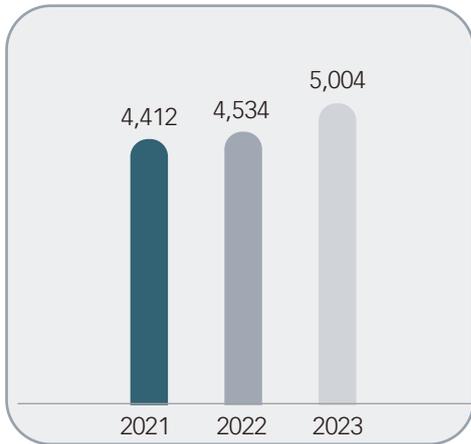
本集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國未成年人保護法》《中華人民共和國婦女兒童權益保護法》等法律法規。我們內部制定了包含《招聘管理制度》《招聘管理制度（商貿）》《校園招聘管理制度》《招聘渠道管理辦法》等僱傭與勞動準則管理政策。

作為一家有責任感的企業，周黑鴨反對並抵制任何關於性別、年齡、種族、民族、宗教信仰的歧視和不平等對待。我們將積極推動平等機會的政策和實踐，並倡導包容和多元的企業文化，集團總計錄用殘疾員工13人，並盡可能向他們提供簡單、易操作崗位。

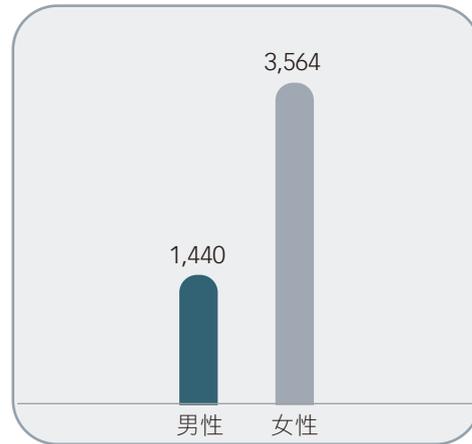
周黑鴨嚴格遵循《中華人民共和國國務院令(第364號)禁止使用童工規定》，在企業經營全流程中，我們堅決反對任何形式的僱傭童工。無論是自主招聘的新入職員工，還是由派遣公司派遣的員工，均依據法律規範進行身份審查。對於不符合用工規範的員工堅決不予錄用，對於惡意提供違規勞工的派遣公司，即刻終止合作，並報告政府相關部門。同時，我們反對任何形式的勞工剝削和濫用。截止報告期末，周黑鴨未出現僱傭童工及強制勞工現象。

報告期內，周黑鴨共有僱員5,004人，下列圖表列載我們僱員的詳細情況。

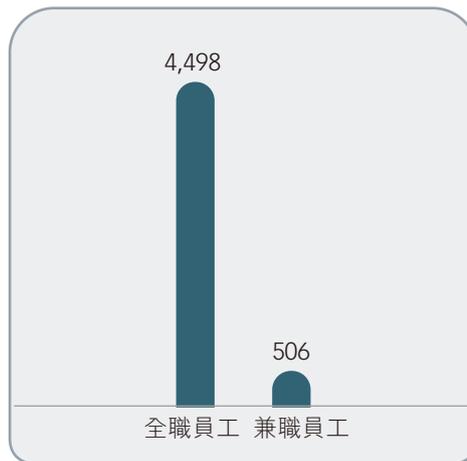
本集團總員工人數變化趨勢



2023年本集團男女員工人數



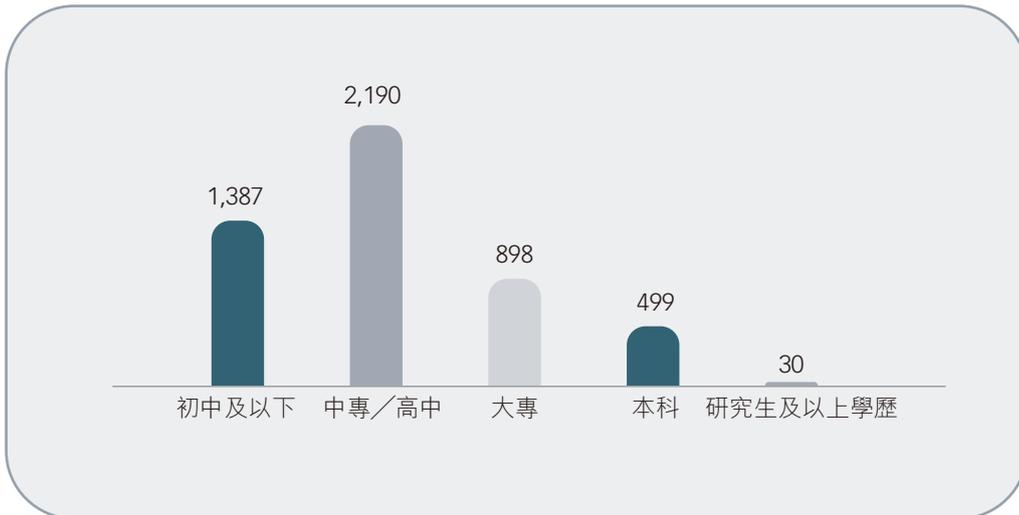
2023年本集團各僱傭類型人數



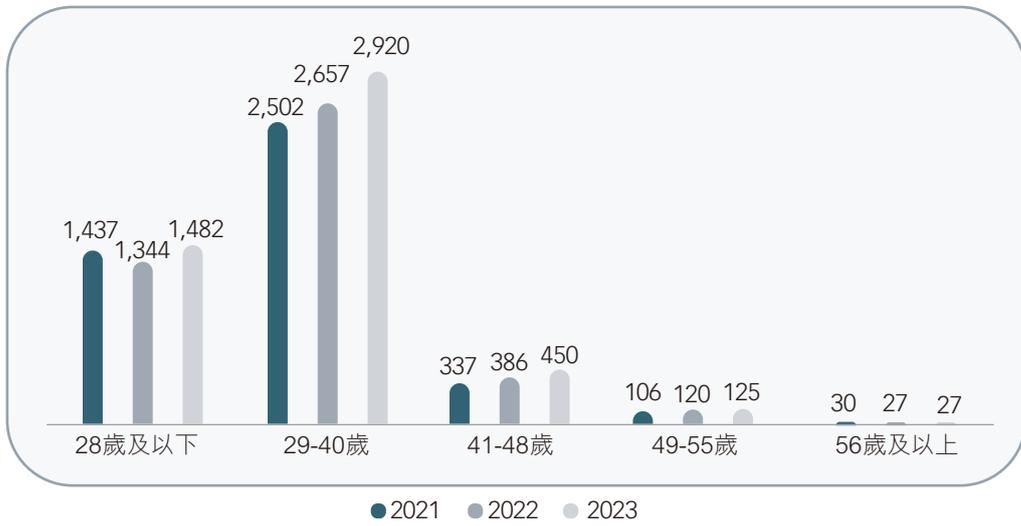
2023年本集團員工各地區人數



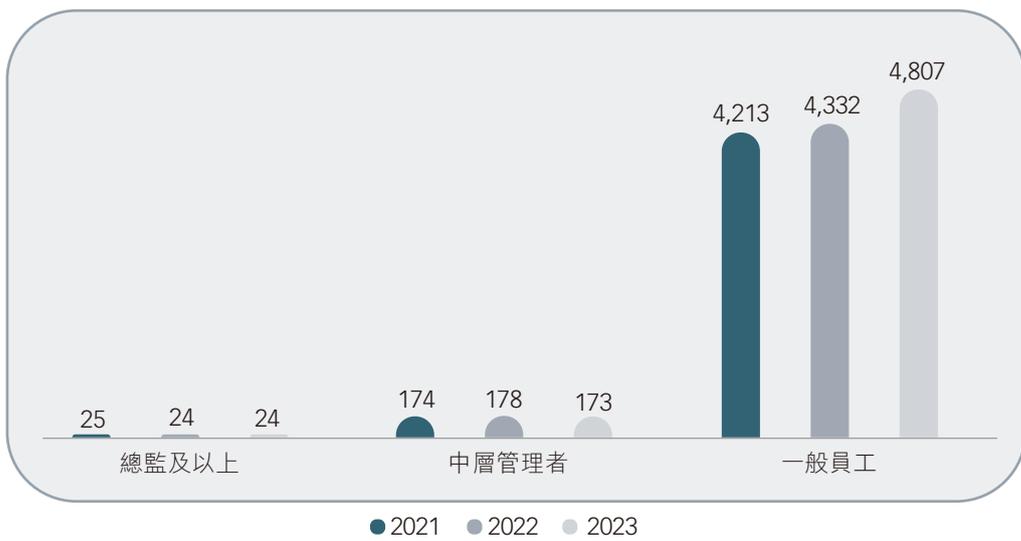
2023年本集團員工各學歷人數



各年齡員工人數變化趨勢

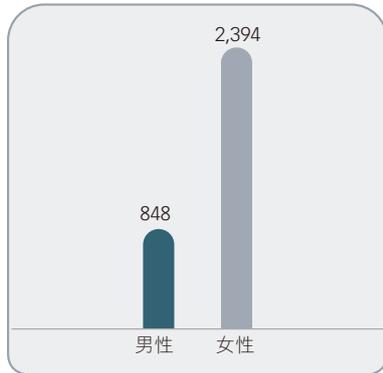


各職級員工人數變化趨勢

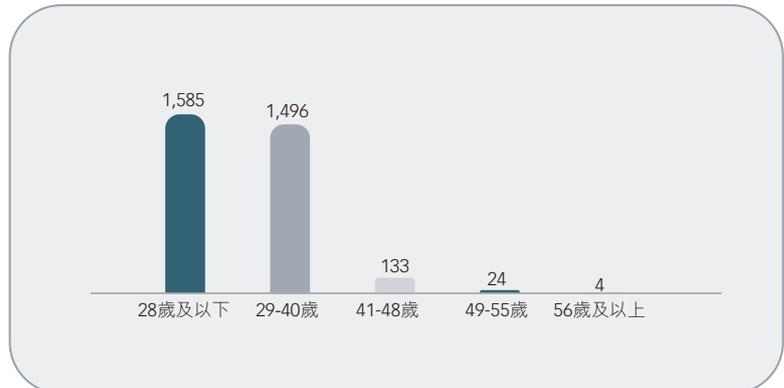


本集團的員工流失情況如下列圖表所示：

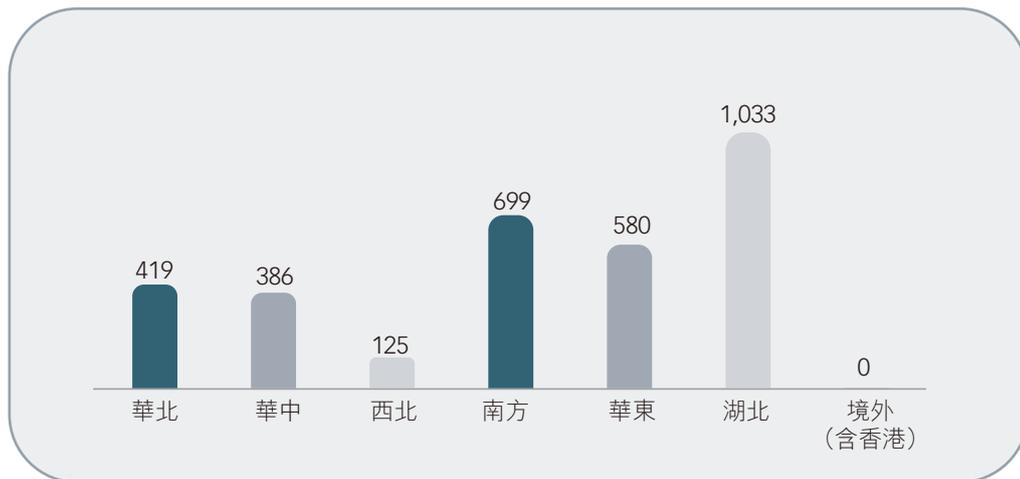
2023年本集團按性別劃分員工流失人數



2023年本集團按年齡劃分的員工流失情況



2023年本集團按地區劃分的員工流失情況



獲獎情況

報告期內，周黑鴨在人力資源管理、僱主品牌建設等領域獲得表彰認證。

• 周黑鴨人力資源獲獎情況



榮獲2023年度「大中華區卓越僱主品牌」獎



榮獲「2023大中華卓越女性HR經理人」



榮獲2023年度「中國人才管理卓越典範」獎





榮獲第十八屆僱主品牌促進大會「2023年度最佳僱主」獎



呂冰然總獲得2023年第十八屆僱主品牌「2023年度傑出經理人」獎



獲得「獵聘2023湖北年度非凡僱主」稱號



獲得「金掌櫃—區域主管合夥人項目2023年11月獲得CSTD第八屆企業學習設計大賽銀獎」

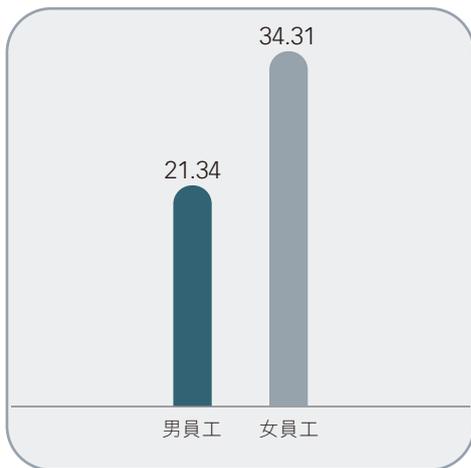
4.2 員工發展

我們高度重視人才的可持續發展和培養，為員工搭建培訓體系。通過提供豐富培訓課程，我們助力員工提升工作績效和個人能力，最終實現員工與周黑鴨共同成長。

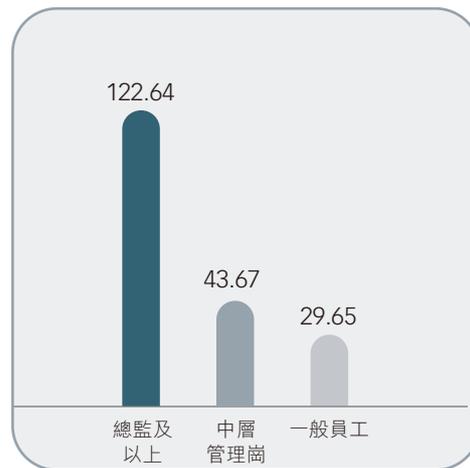
4.2.1 員工培訓

人才是周黑鴨最寶貴的資源，我們致力於持續培養高品質、高潛力的頂尖人才。為了幫助員工實現個人職業夢想，集團為員工提供了豐富的培訓機會。我們相信，通過持續的學習和發展，員工能夠不斷提升自身知識儲備，實現個人職業夢想。

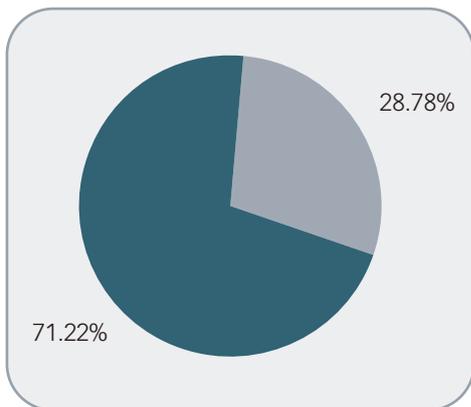
2023年按性別劃分的
員工平均受訓時數(小時)



2023年按職級劃分的
員工平均受訓時數(小時)

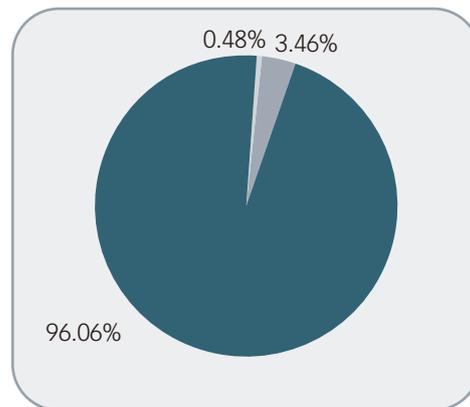


2023年按性別劃分的
員工受訓比例



■ 男員工 ■ 女員工

2023年按職級劃分的
員工受訓比例



■ 總監及以上 ■ 中層管理層 ■ 一般員工

本集團內部編制完善了《培訓學分管理制度》《零售終端人員發展手冊》《員工手冊》等政策制度，以規範培訓行為。我們制定以新員工培訓計劃、全體職工培養計劃、優秀內訓師培養計劃、經理主管店長培養計劃為核心的培訓體系，為員工提供科學完善的培訓內容，使員工的職業技能和專業素養得到全面提升，實現人才的可持續發展。



周黑鴨針對不同人才開展不同培訓計劃

2023年，周黑鴨更新了內訓師管理制度，增加了積分授予和禮物兌換的內訓激勵機制。我們通過授予積分的方式，鼓勵內訓師積極地開發課程與授課。此舉，既保障了集團師資力量不斷壯大，又增強了內訓師分享的活躍度。

內訓師訓練營

2023年10月30日－11月1日，我們在集團總部開展了為期3天2晚的「師課共建」內訓師成長訓練營。本次項目共有54位內訓師參與。在檢驗項目戰果環節評選出21位優秀講師，16門優秀課程。截至報告期末，內訓師隊伍為308人，講師總積累計13,690積分。



為了適應不同人才隊伍的特點，本集團設立了主管訓練營、儲備店長訓練營等訓練模式，針對不同崗位、不同職級定制化地搭建培訓體系，並依據專業技能需要開發不同的培訓標準，為各個階段的員工提供符合其自身特點的培訓課程。

主管訓練營

2023年，集團開展主管訓練營培訓項目，為一星區域主管 66 人以及二星區域主管 56 人提供門店營運管理相關培訓。本次培訓累計輸出合格的一星區域主管 23 名、二星區域主管 61 名。



儲備店長訓練營

2023年4月，本集團在全國五個大區開展儲備店長訓練，共有 103 人參加。通過培養店長人員管理、商品管理、業績管理、團隊管理四個關鍵能力提升儲備店長綜合能力及管理水平。我們亦安排導師對學院進行一對一輔導及覆盤，提高培訓效率。



電商業務專題賦能培訓

為提升電商業務營運能力，周黑鴨圍繞電商增量思維、用戶營運、渠道營運、財務分析等領域對數字零售相關人員開展6期電商業務培訓賦能，合計131人。我們圍繞用戶、產品、渠道三個核心要素，賦能員工掌握不同電商渠道的特性並定制宣傳策略。



周黑鴨電商業務專題賦能培訓海報

4.2.2 員工發展

集團充分尊重員工個人發展意願，重視員工綜合素養，已形成由管理通道和專業通道構成的員工晉升渠道。在員工晉升時，我們將綜合考量員工的價值觀、工作經驗、內訓師目標達成度、文化認同感等因素，並將這些因素作為員工發展晉升的參考標準。我們亦注重員工晉升的公平性，並在集團內積極倡導公平競爭。

周黑鴨以「開明務實，誠實守信」的企業文化作為各級管理幹部的職業道德準則，以「周黑鴨十大高壓線」作為幹部任用紅線。集團已制定《周黑鴨管理序列能力模型》《周黑鴨管理序列任職資格》作為管理人員任用的參照標準。本集團通過輪崗計劃、內部代理計劃、職業導師計劃、在職培訓計劃等培養模式培養和選拔幹部人才。集團為拓寬核心管理人員思維視野、提升全局思維，開展EMBA培訓項目，助力業務關鍵人員核心能力提升。

EMBA 項目培訓

2023年12月，集團組織各業務部門關鍵人員參加EMBA培訓，培訓內容涉及24年集團關鍵業務在內的多項戰略，以提升學員戰略設計、績效管理、營銷管理、財務管理等多項核心能力。

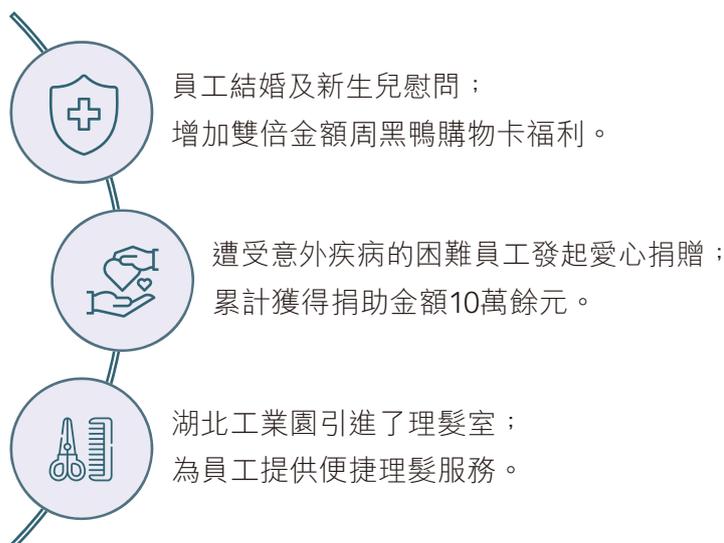


4.3 員工關懷

周黑鴨以員工的感受為基礎，高度重視每一位員工的在公司的感受。集團深切關心員工身心健康，通過為員工提供有競爭力的薪酬福利、聆聽員工聲音、舉辦文體活動等途徑增強員工幸福感。

4.3.1 福利與關愛

周黑鴨嚴格遵守《中華人民共和國社會保險法》等法律法規及所在地政府部門要求，依法為員工提供社會保險、住房公積金等法定福利。本集團為員工提供富有競爭力的薪酬福利，增強員工幸福感，並倡導工作與生活相結合，為員工提供帶薪年假、婚假、產假、病假等假期福利。我們將持續優化福利體系，升級福利待遇。



2023年周黑鴨新增員工福利

周黑鴨關注女性員工的福利與關懷，舉辦婦女節團建活動，進一步豐富女性員工生活。每逢重大節日，我們定期舉辦多樣化的團建活動，與員工共慶佳節、在提升企業凝聚力的同時幫助員工緩解緊張的工作壓力。

周黑鴨婦女節團建活動



周黑鴨六一兒童節活動



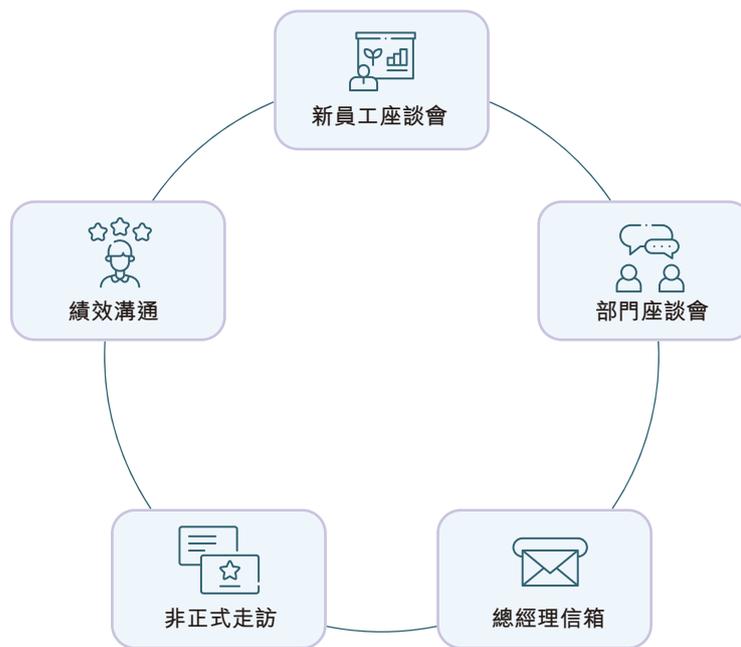
周黑鴨退伍軍人團建活動



4.3.2 員工溝通

為了創造更為舒適溫馨的工作環境、深入研究員工的需求和想法，周黑鴨從員工的角度出發，主動聆聽員工聲音，積極響應並處理員工訴求。本集團開展了多項員工關愛活動，積極傳遞關愛文化。我們歡迎並鼓勵員工對於公司的各項工作建言獻策。

我們歡迎並鼓勵員工對於公司的各項工作建言獻策。集團定期以面對面溝通形式召開座談會，在幫助員工融入集體的同時，及時了解員工真實需求，並對員工提出問題進行回應。我們亦定期開展敬業度溝通調研，在暢通溝通路徑同時亦能充分調動員工積極性，提升員工愛崗敬業精神。



2023年周黑鴨員工溝通形式

4.4 健康安全

周黑鴨高度重視員工職業安全，集團嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國消防法》《中華人民共和國職業病防治法》等法律法規及監管標準。我們已建立起高效完善的安全管理架構，保障員工職業健康安全。

4.4.1 生產安全

周黑鴨已制定並持續優化《消防安全管理制度》《安全紅線》等管理政策及規範，參照《2023年度安全培訓、演練指南》指示，持續完善生產安全體系。截至報告期末，周黑鴨河北工業園、江蘇工業園已通過ISO 45001職業健康安全管理体系認證，湖北工業園、廣東工業園已獲得安全標準化認證(二級)，江蘇工業園獲得安全標準化認證(三級)。



周黑鴨作為唯一一家民企的代表，榮獲湖北省消防大使單位

成立了消防志願服務隊（榮獲湖北省消防救援總隊授旗）

2023年周黑鴨消防安全保障獲得榮譽

周黑鴨為保障安全生產，已制定應對極端天氣舉措。在商貿端，我們引入極端天氣預警屬地管理概念，依托國家預警12379等平台，不斷縮短從預警到應急反應時間，助力屬地管理概念的落地推行。

我們將持續加強安全意識的宣貫，通過多元途徑幫助員工掌握安全生產知識。我們定期開展安全培訓、安全演練與技能訓練，確保安全生產理念深入人心。本集團連續三年未發生工亡事件，2023年集團因工傷損失小時數3,176小時，約為397個工作日。報告期內，集團累計開展71次安全演習，健康與安全相關培訓16,816小時，覆蓋全體員工。

鍋爐超壓事故演練



食物中毒演練



車間夜間消防疏散演練



車間夜間消防疏散演練



4.4.2 職業病防治

周黑鴨高度重視職業病防治工作，對各生產運行環節的職業病危害因素開展識別。本集團已採取防範舉措降低職業病危害因素對員工健康造成影響，並按照《中華人民共和國職業病防治法》等相關法律規定與要求，對員工開展職業健康體檢，保障員工健康。



雜訊崗位PPE（防護耳塞）的配備



眼部灼燒崗位PPE（防護面罩）的配備



安裝車間地漏蓋防滑爪釘

周黑鴨職業病安全保障措施

善舉無疆， 溫暖人間

5.1
社區投入

5.2
公益投入



作為負責任的企業公民，本集團積極承擔社會責任，始終關注和支持社會公益事業，深度關切社區發展，向社會持續付出愛心，承擔公益責任。

5.1 社區投入

結合目前我國教育的發展，國家對於中小學科普基地需求正在逐漸增大。研學這種方式能夠加強中小學生的科學素養，培養對自然環境的關注和保護意識，也能促進兒童思維能力的發展。周黑鴨作為一家有責任心的公民企業，利用現有廠區資源結合主體業務，打造了「周黑鴨滷文化科普教育基地」，期望能夠為中國科普教育貢獻一份屬於自己的力量。

周黑鴨滷文化科普教育基地開展研學旅遊接待

「周黑鴨滷文化科普教育基地」基地打造花費近億元，內設傳統滷味香辛料花園、中華傳統滷文化館、傳統滷製DIY體驗館、5D尋味之旅、3D互動拍照館等。通過別樣、生動、豐富的全方面的觀感體驗，我們讓每一位進入周黑鴨研學的孩子都能感受中國傳統滷文化的魅力。2023年「周黑鴨滷文化科普教育基地」總計接待參訪人數達1.7萬人。



工業園接待研學同學們



研學中小學生參與滷制DIY體驗

5.2 公益投入

周黑鴨積極參與公益活動是積極踐行社會責任、傳遞正能量的重要方式。我們參與公益活動，不僅為社會提供了實質性的幫助，還傳遞了企業的核心價值觀和良好形象，對於構建和諧社會、推動可持續發展具有重要意義。報告期內，本集團員工總計參與志願服務896小時，捐贈物資折合69,000餘元。

參與公益活動

2023年5月17日參與「華中農業大學公益嘉年華活動」，捐贈8,000元周黑鴨免品卡；2023年9月11日參與「志願有約&世界清潔日活動」，捐贈2,720元周黑鴨產品；2023年12月5號國際志願者日，參與「致敬西部計劃志願者」活動，捐贈56,500元周黑鴨免品卡。



捐贈物資接收確認函

周黑鴨消防志願活動

2023年11月14日，周黑鴨消防志願服務隊授旗儀式在周黑鴨活動中心舉行。湖北省消防救援總隊新聞宣傳處負責人董鉅鋼，湖北消防宣傳公益使者、周黑鴨集團首席執行官張宇晨、周黑鴨集團行政總監周坤及近300名周黑鴨消防安全志願者參加了本次授旗儀式。本次活動落實了周黑鴨的消防宣傳主體責任。



消防志願授旗儀式

附錄

附錄一 聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在章節
環境			
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： (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。	綠色發展，共生自然－綠色營運 綠色發展，共生自然－資源利用
	關鍵績效指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	綠色發展，共生自然－綠色營運
	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，共生自然－資源利用
	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，共生自然－綠色營運
	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，共生自然－綠色營運
	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。	綠色發展，共生自然－綠色營運 綠色發展，共生自然－氣候變化風險－環境目標
	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。	綠色發展，共生自然－綠色營運

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在章節
環境			
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，共生自然－資源利用
	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，共生自然－資源利用
	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，共生自然－資源利用
	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。	綠色發展，共生自然－資源利用
	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。	綠色發展，共生自然－資源利用
	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，共生自然－資源利用
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，共生自然－環境管理
	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，共生自然－環境管理
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，共生自然－氣候變化風險
	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，共生自然－氣候變化風險
社會			
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) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	英才雲集，夢想起航－員工概況
	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。	英才雲集，夢想起航－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。	英才雲集，夢想起航－員工概況

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在章節
社會			
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。	英才雲集，夢想起航－健康安全
	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。	英才雲集，夢想起航－健康安全
	關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	英才雲集，夢想起航－健康安全
	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。	英才雲集，夢想起航－健康安全
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。	英才雲集，夢想起航－員工發展
	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。	英才雲集，夢想起航－員工發展
	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。	英才雲集，夢想起航－員工發展
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。	英才雲集，夢想起航－員工概況
	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。	英才雲集，夢想起航－員工概況
	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。	英才雲集，夢想起航－員工概況
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。	食安為先，顧客至上－供應鏈管理
	關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。	食安為先，顧客至上－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。	食安為先，顧客至上－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管理，以及相關執行及監察方法。	食安為先，顧客至上－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。	食安為先，顧客至上－供應鏈管理

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在章節
社會			
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。	食安為先，顧客至上—食品安全與質量 食安為先，顧客至上—客戶服務
	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。	食安為先，顧客至上—食品安全與質量
	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。	食安為先，顧客至上—客戶服務
	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。	食安為先，顧客至上—產品創新
	關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	食安為先，顧客至上—食品安全與質量
	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。	食安為先，顧客至上—客戶服務
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。	責任治理，舵穩行遠—商業道德
	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。	責任治理，舵穩行遠—商業道德
	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。	責任治理，舵穩行遠—商業道德
	關鍵績效指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	責任治理，舵穩行遠—商業道德
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。	善舉無疆，溫暖人間—
	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)。	善舉無疆，溫暖人間—社區投入
	關鍵績效指標B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	善舉無疆，溫暖人間—公益投入

附錄二 法律法規清單

法律法規

- 1.《中華人民共和國公司法》
- 2.《中華人民共和國刑法》
- 3.《中華人民共和國民法典》
- 4.《中華人民共和國反壟斷法》
- 5.《中華人民共和國反不正當競爭法》
- 6.《中華人民共和國環境保護法》
- 7.《中華人民共和國大氣污染防治法》
- 8.《中華人民共和國水污染防治法》
- 9.《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》
- 10.《中華人民共和國食品安全法》
- 11.《中華人民共和國食品安全法實施條例》
- 12.《中華人民共和國產品質量法》
- 13.《GB2762-2022食品安全國家標準食品中污染物限量》
- 14.《排污許可管理條例》
- 15.《中華人民共和國節約能源法》
- 16.《武漢市餐廚廢棄物管理辦法》
- 17.《中華人民共和國勞動法》
- 18.《中華人民共和國勞動合同法》
- 19.《中華人民共和國未成年人保護法》
- 20.《中華人民共和國婦女權益保障法》
- 21.《中華人民共和國安全生產法》
- 22.《中華人民共和國消防法》
- 23.《中華人民共和國職業病防治法》
- 24.《中華人民共和國突發事件應對法》
- 25.《中華人民共和國社會保險法》
- 26.《生產安全事故應急預案管理辦法》
- 27.《企業落實食品安全主體責任監督管理規定》
- 28.《GB 5749-2022生活飲用水衛生標準》
- 29.《GB 18483-2001飲食業油煙排放標準(試行)》
- 30.《GB 13271-2014鍋爐大氣污染物排放標準》
- 31.《肉類加工工業水污染物排放標準》
- 32.《中華人民共和國個人信息保護法》

政策、條例及規章

- 1.《預包裝食品標籤通則》
- 2.《預包裝食品營養標籤通則》
- 3.《食品添加劑使用標準》
- 4.《新品開發管理制度》
- 5.《全鏈食品安全員監督管控制度》
- 6.《商貿單元食品安全主體責任自查規範》
- 7.《知識產權管理辦法》
- 8.《供應商准入資質要求明細表》
- 9.《供應商調查初審表》
- 10.《合作夥伴安全協議書》
- 11.《合作夥伴保密承諾書》
- 12.《質量環保安全承諾書》
- 13.《環境保護協議》
- 14.《供應商管理制度》
- 15.《2021年供應商績效考核標準》
- 16.《採購業務結算流程》
- 17.《緊急採購處理制度》
- 18.《客戶投訴處理與輿情防控規範》
- 19.《周黑鴨隱私協議》
- 20.《公司綠化環境與環境管理體系制度》
- 21.《危險廢物管理制度》
- 22.《環境應急預案》
- 23.《能源資源管理程序》
- 24.《能源考核機制》
- 25.《廢水、廢氣及噪聲控制程序》

- 26.《工業園污水處理站運行及監控操作規範》
- 27.《固體廢棄物管理方法》
- 28.《廢棄物管理程序》
- 29.《招聘管理制度》
- 30.《校園招聘管理制度》
- 31.《招聘渠道管理辦法》
- 32.《集團疫情防控措施》
- 33.《培訓學分管理制度》
- 34.《員工績效管理制度》
- 35.《正式員工慰問管理辦法》
- 36.《團建活動管理辦法》
- 37.《通訊員投稿制度》
- 38.《反腐敗工作制度》
- 39.《周黑鴨紀檢委章程》
- 40.《紀檢監察舉報實施辦法》
- 41.《紀檢監察舉報辦法》
- 42.《質量問題8D分析報告》
- 43.《新品驗證管理規定》
- 44.《宣傳物料管控制度》
- 45.《對外宣傳資料審批流程》
- 46.《周黑鴨廣告投放管理規定》

產品標準

1. GB/T 20940-2007肉類製品企業良好操作規範
2. GB/T 22210-2008肉與肉製品感官評定規範
3. GB/T23586-2009醬滷肉製品
4. GB10136-2015食品安全國家標準動物性水產製品
5. GB/T22106-2008非發酵豆製品
6. GB2714-2015醬腌菜
7. GB/T23970-2009滷蛋
8. GB2749-2015蛋與蛋製品
9. GB2712-2014食品安全國家標準豆製品
10. GB7096-2014食品安全國家標準食用菌及其製品
11. GB10133-2014食品安全國家標準水產調味品
12. Q/HZHY0001S-2017滷製素菜系列製品
13. Q/HZHY0002S-2017滷製魷魚製品
14. Q/HZHY0003S-2018調料粉
15. Q/HZHY0004S-2018食品調香料
16. Q/HZHY0005S-2017氣調包裝熟滷肉製品
17. Q/HZHY0006S-2017半固態調味料
18. Q/HZHY0007S-2016滷製素菜系列食品
19. Q/HZHY0008S-2016滷雞蛋乾
20. Q/HZHY0009S-2016熟製小龍蝦
21. DBS42/008-2021食品安全地方標準熟滷製品氣調包裝要求
22. 其他適用的相關產品標準



周黑鴨國際控股有限公司
(於開曼群島註冊成立的有限公司)
股份代號：1458