



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

做良心食品創百年企業

2025

環境、社會 及管治報告



目錄

管理層致辭	2
關於本報告	4
2025年企業亮點	6

01 以責固本， 行穩致遠

1.1 企業管治	10
1.2 商業道德	10
1.3 ESG治理	13

02 食安為本， 質領未來

2.1 食品質量與安全	17
2.2 創新驅動	25
2.3 責任供應鏈	32
2.4 客戶服務至上	34

03 低碳運營， 綠色未來

3.1 應對氣候變化	43
3.2 環境管理	54
3.3 資源利用	58

04 廣納賢才， 合力致遠

4.1 員工僱傭	62
4.2 員工培訓與發展	68
4.3 員工關愛	72
4.4 健康與安全	75

05 社會關懷， 善意延續

5.1 社區共建	80
5.2 善行實踐	81

附錄

附錄一 聯交所《環境、社會及管治報告守則》 內容索引	83
附錄二 法律法規清單	99



管理層致辭

2025年對周黑鴨而言，是充滿挑戰與機遇、變革與突破的一年。在全球經濟環境複雜多變、消費市場持續演進的背景下，周黑鴨始終堅守「美味、健康、責任」的理念，積極應對市場變化，推動戰略升級，在品牌年輕化、產品創新、渠道優化及供應鏈增效等方面取得了顯著成果。

與此同時，周黑鴨始終秉持商業價值與社會責任並重的發展理念，將可持續發展深植於企業基因，以匠心產品服務消費者，與行業夥伴共創未來。

以責固本，築牢企業發展根基

周黑鴨始終將完善的公司治理視為企業持續健康發展的重要支撐。我們通過強化董事會治理、健全風險控制機制、堅守商業道德規範等，不斷提升治理效能與透明度。與此同時，我們積極推進ESG理念與日常經營的深度融合，將可持續發展要求轉化為企業文化和運營實踐的重要組成部分。

食安為本，守護舌尖上的安全

周黑鴨將食品安全理念作為企業發展的根本遵循，在原材料採購、生產加工、倉儲物流等各環節嚴格執行食品安全標準。我們持續完善質量管理體



系，推動產品配方優化，並運用數字化手段提升客戶服務效率，確保產品品質與消費體驗的同步提升。

低碳運營，踐行可持續發展承諾

周黑鴨積極響應國家「雙碳」戰略，將綠色運營理念深度融入企業可持續發展體系。我們通過優化生產能耗、減少水資源使用、推廣環保包裝等措施，系統降低運營環節的環境影響。在生產和物流過程中持續推行節能降碳方案，不斷挖掘各運營環節的能效提升潛力，穩步推進全價值鏈的低碳轉型。

廣納賢才，攜手共創卓越未來

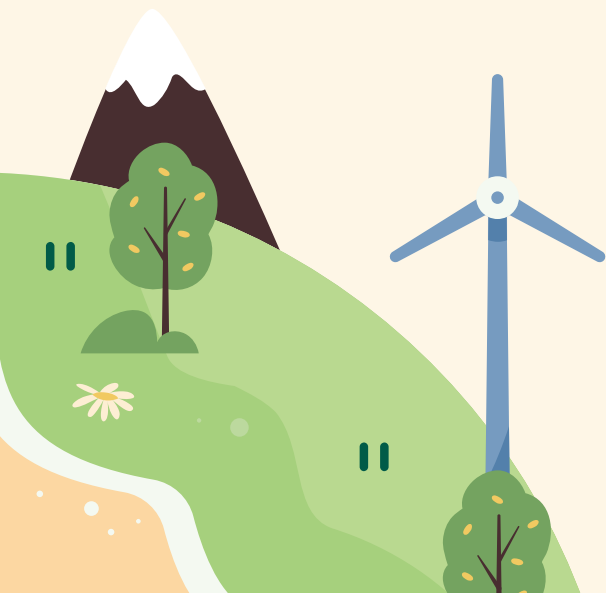
周黑鴨堅持以員工發展為核心，積極構建開放包容、權責清晰的工作氛圍。我們完善培訓體系與晉升機制，

為各類人才提供成長空間，並通過建立雙向溝通渠道及時回應員工關切。公司持續開展團隊建設活動，增強組織凝聚力，促進員工與企業共同成長。

初心為楫，匯聚向善力量

周黑鴨積極履行企業社會責任，推動企業與社會的協同發展。我們打造了「周黑鴨涵文化體驗中心」，將工業參觀轉化為具有教育價值與社會意義的品牌體驗，助力傳播本土特色工業文化。同時，公司與高校共建實訓基地，為學生提供了解現代食品工業與管理實踐的平台。在公益慈善方面，我們持續攜手多方力量，推動社區發展，以實際行動踐行企業公民的責任擔當。

展望未來，周黑鴨將始終秉持敬畏之心，以卓越品質為立身之本，以持續創新為發展動力，以社會責任為永恆擔當，在堅守中砥礪前行，在變革中開創未來。我們願與各利益相關方攜手並進，共同譜寫中國食品行業高質量發展新篇章！



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」)發佈的第十份環境、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「周黑鴨」)在經濟、社會和環境等方面表現的相關信息，時間跨度為2025年1月1日至2025年12月31日(即「報告期內」)，部分信息涉及2025年以前。

編制依據

本報告參照香港聯合交易所有限公司(以下簡稱「聯交所」)發佈的《香港聯合交易所證券上市規則》附錄C2之《環境、社會及管治報告守則》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，本年度本集團審閱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、完整地披露本集團運營管理相關信息。

量化原則：本報告依據《香港聯合交易所證券上市規則》附錄C2之《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2023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，同時對未進行披露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2025年ESG工作成效及實踐，報告內容均來自本集團內部管理文件、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公司及其附屬公司並與本集團年度報表一致，相對往年無重大調整，披露時間範圍為2025年全年(即2025年1月1日至2025年12月31日)，部分信息涉及2025年以前。

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公司及其附屬公司。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。

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集團統計報告和相關文檔。本集團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2026年3月26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

2025年企業亮點

三十而立再出發 周黑鴨品牌煥新啟新程

從堅守「匠心滴製」的品質底線，持續打造高品質產品，到鎖鮮包裝技術突破，打破地域限制拓展全國市場，到如今的品牌年輕化、全球化戰略，周黑鴨三十年來持續引領滷味行業升級，始終與行業變革同頻共振。

2025年，周黑鴨正式啟動品牌煥新升級，三大核心色「滋味黃」「滷味棕」「黑鴨黑」構成視覺錨點；IP形象「小周周」以靈動的兩點勾勒眼睛，原本筆直的肩膀化作柔和弧度，彷彿在熱情擁抱每一位消費者；「中國滷味周黑鴨」的毛筆字也突破傳統束縛，筆劃間的弧度賦予整體視覺獨特韻律，極具辨識度。



作為休閒滷製品行業的領軍企業，周黑鴨將「門店+渠道」雙輪驅動確立為核心戰略，堅定運營線下基本盤，深度應對市場變化。在經營場景與會員運營方面，公司順應新消費趨勢，深化商超合作以拓寬觸達場景，推行店員直播實現線上線下雙向賦能；同時，持續推進會員運營升級，通過系統迭代與權益更新，深度挖掘存量客戶價值，年內我們的新增會員超500萬，會員銷售佔線下比重穩步提升。

截止報告期末，周黑鴨門店覆蓋中國21個省、3個自治區及4個直轄市內的214個城市

- 線下門店3,019(間)
- 特許經營門店1,214(間)
- 自營門店1,805(間)

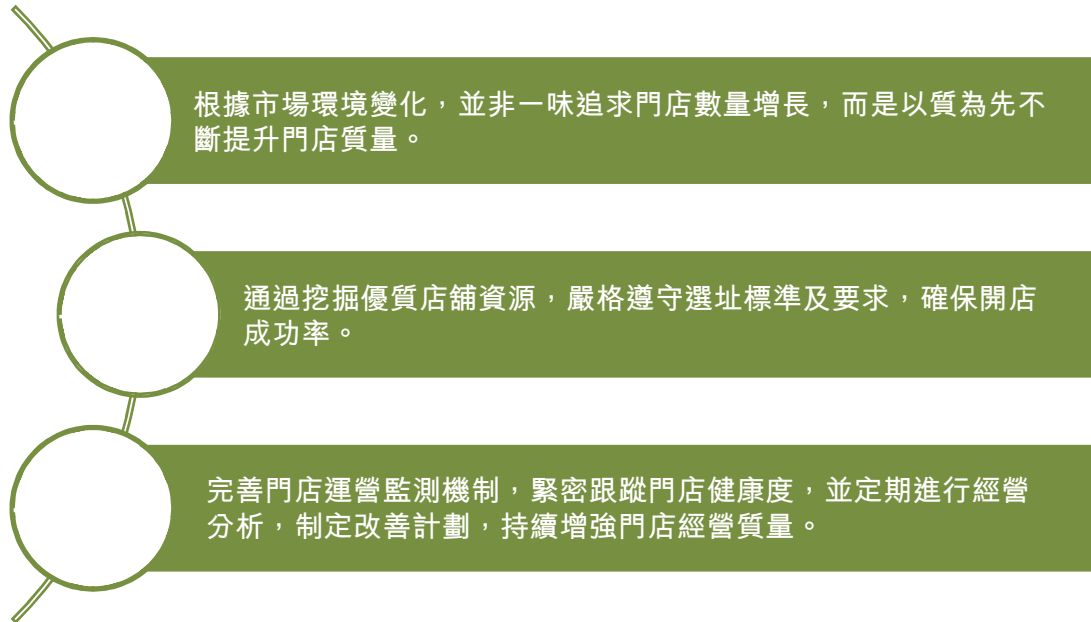
2025年，周黑鴨3A景區以工業旅遊為平台，全面開展社會責任實踐，全年共組織研學、參觀等各類活動555場，累計接待社會各界人士23,363人次。景區不僅向公眾開放智能化生產線及沉浸式品牌體驗空間，更重在活動中融入文化傳承與情感教育。例如，在特色研學課程中設置「孝心傳遞」環節，引導青少年親手製作滷味產品贈與家人，潛移默化地傳遞「孝心」與「分享」的價值理念。

作為連接企業、社區與公眾的橋樑，景區通過可感知、可參與的工業旅遊體驗，將生產線轉化為傳播媒介，增強了公眾對本土工業文化的認知與認同。此舉不僅提升了周黑鴨的品牌溫度，也推動了區域工業文化傳播與社區共融，切實履行了企業在社區參與與文化推廣方面的社會責任。




面對未來，周黑鴨提出兩大戰略：

- 鍛造「挑戰不可能」的「鐵軍」團隊，錨定「走向世界的美味締造者」方向。
- 與海外夥伴共建戰略生態圈，讓「中國味道」香飄全球。



周黑鴨市場發展戰略

從長江畔的煙火氣到世界舞台的「中國味」，周黑鴨以三十年堅守品質初心，更以少年姿態擁抱變革。正如周黑鴨創始人、董事長周富裕所說：「真誠是鑄就百年品牌的根基，創新是回應時代需求的答案。周黑鴨的目標，是成為全球滷味文化的開創者，而不是追隨者。」



以責固本， 行穩致遠

1.1
企業管治

1.2
商業道德

1.3
ESG治理

周黑鴨將合規經營視為企業長遠發展的基石。我們嚴格遵守公司治理相關法律法規，恪守商業道德準則，推動董事會多元化與專業化進程，並落實全面風險管理體系。同時，我們將ESG理念深度融入公司運營的各個環節，以系統化、常態化的治理實踐推動企業可持續發展。

1.1 企業管治

周黑鴨嚴格遵守《中華人民共和國公司法》及聯交所《企業管治守則》等法律法規與監管要求，構建了以董事會為核心、權責清晰、分工明確的治理架構。董事會現有六名成員，包括三名執行董事、三名獨立非執行董事，並下設審核、提名、薪酬與策略發展四個專業委員會。各委員會嚴格依據授權範圍獨立運作，其具體職權範圍可於本公司及聯交所網站查閱。

董事會多元化是公司治理現代化、實現可持續戰略目標的關鍵要素。本公司高度重視董事會成員的多元構成，在提名與任命過程中，系統考量性別、年齡、文化與教育背景、地域分佈、專業經驗、技能知識、任期合規等多維因素，以促進董事會決策的科學性與全面性。截至報告期末，周黑鴨共有女性董事1名，佔比為17%。

1.2 商業道德

周黑鴨嚴格遵守《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，並通過《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》《周黑鴨集團紀檢監察管理辦法》等一系列內部制度持續完善廉潔管理體系。報告期內，本集團新頒佈《審計監察人員行為規範》等制度，進一步規範紀律監督機制。

報告期內，我們進一步健全商業道德管理架構，明確由紀律監察委員會履行監督職責，由風險管理委員會統籌風險控制工作。

紀律監察委員會

為承接本集團發展戰略，深入開展紀律監察工作，建立監察體系，監督本集團經營和管理的合法性和規範性，為本集團創建風清氣正的環境。

風險管理委員會

2025年3月建設該管理委員會，旨在建立健全風險管理體系，提升風險識別、評估、控制和應對能力，確保風險管理與公司戰略目標緊密結合。

我們始終堅持對腐敗行為及侵害消費者權益問題「零容忍」，致力於營造風清氣正的經營環境。我們通過優化監察與舉報機制，建立了舞弊事件反饋與監督渠道，並承諾對每一起舉報快速響應、嚴格保密、深入調查，切實保護舉報人合法權益。

為進一步強化全員監督意識，公司還設立了舉報獎勵機制，對提供有效線索的人員予以表彰和獎勵。報告期內，本集團受理投訴舉報11件，處理相關人員9人。

2025年，周黑鴨在已有的投訴舉報渠道的基礎上，進一步在辦公場所公示相關舉報渠道，確保內外部利益相關方可及時、安全的提交意見與舉報事項。

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

周黑鴨舉報途徑





周黑鴨工廠大門處公示

為強化警示震懾作用，營造風清氣正的廉潔氛圍，合規中心審計監察部在2025年8月以「監督即愛護」為主題建設有廉潔文化牆。



周黑鴨廉潔文化牆

2025年，周黑鴨持續推進全員合規能力建設，圍繞關鍵業務領域和重點崗位開展多形式、分層級的合規培訓。周黑鴨全年共組織各類合規培訓3次，培訓頻率保持常態化、週期性開展。

報告期內，周黑鴨組織開展的商業道德相關培訓累計參訓3,310人次，整體參訓率達90%，董事與高級管理人員100%參訓。培訓內容涵蓋法律法規、公司規章制度、反舞弊與廉潔從業、商業行為準則等重點領域。

1.3 ESG治理

周黑鴨深刻認識到可持續發展不僅關乎企業的長遠經營，也與企業文化的塑造密不可分。我們始終將可持續發展視為公司穩健前行和持續成長的重要基石。為此，本集團持續深化與各利益相關方的溝通交流，系統推進ESG議題的目標化管理，不斷優化內部治理結構，切實將ESG理念融入企業運營的各個環節。

1.3.1 ESG管理

為實現ESG工作的系統化推進，周黑鴨建立了由董事會整體統籌、審核委員會日常管理、ESG工作小組具體執行的三層協同管理架構。該架構權責清晰、銜接順暢，保障了ESG治理機制的有效落地與持續優化。



董事會ESG聲明

董事會責任

周黑鴨董事會直接監督並對本集團ESG表現負最終責任，負責定期討論及審查本集團的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

本集團的業務性質及營運所在環境令本集團面臨各種潛在風險，可能會對本集團的可持續發展構成影響。本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。周黑鴨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

本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。

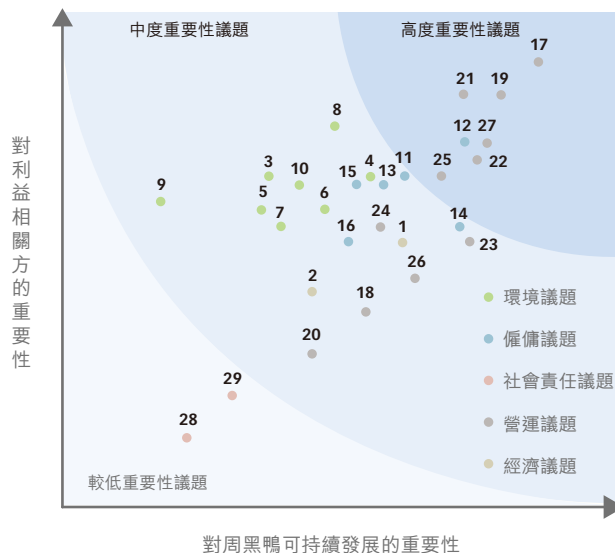
1.3.2 利益相關方溝通

周黑鴨積極圍繞ESG相關議題，與股東／投資者、政府部門、供貨商、員工、媒體、消費者六大利益相關方開展常態化溝通。我們通過現場調研、深度訪談、問卷調查等形式，結合定期與不定期機制，持續深入了解各方在ESG領域的切實關注與期望，並將相關反饋納入運營決策，採取針對性措施及時回應利益相關方的關切。

1.3.3 重大性評估

周黑鴨通過定期開展利益相關方問卷調查，系統收集各方對公司ESG相關議題的意見與期望。基於調研結果，我們及時更新ESG重大性議題矩陣，並將對公司可持續發展具有重要影響的議題納入重點關注範疇，在ESG報告中進行詳細闡述。報告期內，我們共識別並梳理出29項ESG議題，其中7項被確定為本報告重點披露的主要議題。

周黑鴨2025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	ESG 治理
3	能源消耗
4	廢水的處理排放
5	溫室氣體的排放
6	廢氣的排放處理
7	固體廢棄物處置
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
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	供貨鏈食品安全
20	供貨商環境社會影響
21	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	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
29	參與社區貢獻及相關的投入



食安為本， 質領未來

2.1

食品質量與安全

2.2

創新驅動

2.3

責任供應鏈

2.4

客戶服務至上



周黑鴨堅持質量優先，從源頭到終端嚴控食品安全，同步加大研發投入、優化服務，為消費者提供更健康美味的產品與貼心體驗。同時，我們強化產業鏈協同，完善供應鏈管理，攜手夥伴共探可持續發展長期路徑。

2.1 食品質量與安全

我們持續優化產品質量與食品安全管理體系，逐步構建覆蓋研發、生產與流通等全流程的質量管理機制。同時，公司通過系統推進質量文化建設，不斷提升員工的質量意識與責任意識，將質量管理要求真正融入日常運營與具體工作中。

2.1.1 質量與安全管理體系

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》《企業落實食品安全主體責任監督管理規定》等相關法律法規，並按照《GB 2762-2022 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》等國家標準開展生產經營，確保食品在生產、加工、儲存、運輸和銷售等各環節的安全。

我們堅持質量先行，持續完善食品質量與安全管理體系及制度。報告期內，周黑鴨總部圍繞食安與質量要求修訂及新增制度文件220份：隨法規更新完善制度，新增《集中用餐單位食品安全主體責任落實管理制度》等，夯實合規基礎；結合業務實際識別風險，新增《高鐵合作業務風險評估及管控方案》《渠道客戶投訴處理作業流程》《對外宣傳物料合規管理程序》，更新《監督抽檢風險預防管理流程》，完善風險管控；支持新品上市，針對長保、瓶裝醬等制定工藝規範、保質期評估等技術文件。

同時，本集團高度重視產品召回管理，定期開展召回演練，不斷檢驗和優化召回流程。報告期內，本集團發生0起因安全與健康理由而須召回產品的事件。

截至報告期末，周黑鴨五大工廠均通過FSSC 22000、HACCP、ISO 9001食品安全和質量管理體系認證，覆蓋率達100%。其中，湖北工業園在上述認證基礎上，持續保持BRCGS認證、FSMA認證、出口產品FCE¹認證。

¹ 由U.S. FDA(美國食品藥物管理局)頒發的Food Canning Establishment(FCE)註冊認證。



報告期內，公司組織開展覆蓋研發、採購、生產、銷售等關鍵環節的全鏈條食品安全體系審查，系統識別各環節食品安全風險點並落實針對性管控措施，有效降低潛在風險。報告期內，公司對工廠開展5次專項審核及5次體系與專項聯合審核，對中、北、南、東四大戰區的戰部及門店實施4次體系審核，並對總部採購、研發及電商職能開展1次體系審核，相關整改事項均實現100%閉環落實。

2025年，周黑鴨整合更新了門店巡檢表，並有序組織並開展由商貿自查、零售中心和質量中心監督飛檢的三級巡檢。

總部質量保障部門

- 統籌組織商貿環節食品安全專項自查工作，2025年1月實現所有門店食品安全自查全覆蓋，重點關注質量紅線、不合格品、臨期產品、日常記錄管理及蟲鼠害管控等關鍵風險。
- 2025年3月啟動門店非營業時間到貨管理、不合格品管理及蟲鼠害管理專項整改，並開展總部抽查驗證；截至報告期末，非營業時間到貨管理及不合格品管理抽查合格率高達100%。
- 引入專業蟲害服務公司，對門店蟲鼠害風險實施統一分級管理，相關管控水平較年初明顯提升。
- 2025年4月組織開展門店冰櫃異常專項排查及維護，提前保障夏季高溫條件下產品儲存安全。

商貿綜合巡檢督導組

- 成立門店飛行檢查督導組，每月開展重點市場的監督飛檢，對各商貿區域實施季度飛行檢查，實現商貿全覆蓋。
- 對檢查發現的問題實行現場糾正與跟蹤整改，相關問題整改率高達100%。

商貿自查

- 各大區商貿持續落實門店食品安全自查要求，針對區域門店每月開展至少1-2次綜合自查，圍繞質量紅線、不合格品管理、蟲鼠害防控等重點事項開展日常排查。
- 針對發現的共性问题，持續推進整改與專項改善，提升門店食品安全管理水平。

倉儲物流與電商管理

- 組織物流倉儲庫房及電商庫房開展食品安全自查，重點排查質量紅線、蟲鼠害、庫存產品效期及製冷設備運行情況。
- 對發現問題持續跟進整改，強化倉儲物流與電商環節食品安全風險管控。



2025年周黑鴨食品安全和質量飛檢

2.1.2 全流程質量管理

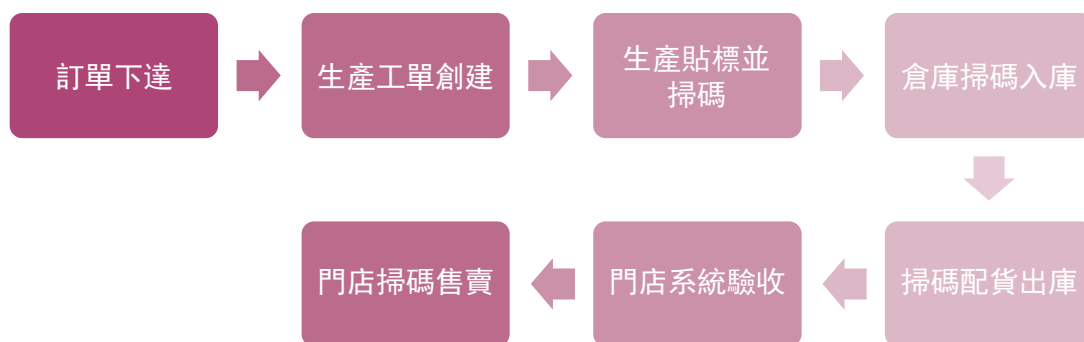
為不斷強化食品安全管理水平，周黑鴨構建並實施覆蓋全流程的產品質量管控體系。從供應商准入、生產加工到物流運輸與門店運營，各環節嚴格執行統一的質量管理標準，為消費者提供安全、可靠、高品質的食品保障。

生產前	生產中	生產後
源頭管控與原料保障 <ul style="list-style-type: none"> • 建立完善的供應商管理、新品驗證、產品上市監測及驗收制度，並配套異常更控與批次追溯機制。 • 堅持「源頭直採」，與國內頭部養殖及屠宰企業建立長期戰略合作，減少中間環節，保障脖、翅、鎖、掌、舌等核心原料的穩定供應。 • 對供應商實施嚴格准入審核，覆蓋養殖環境、飼料標準、檢驗檢疫等關鍵環節，從源頭防控食品安全風險。 • 配套建立高標準原料檢測體系，設立專業化驗實驗室，對原料開展藥殘等多項指標檢測。 • 原料運輸統一採用「冷鏈運輸+全程溫控」模式，降低運輸過程中的品質波動風險。 	過程控制與風險管理 <ul style="list-style-type: none"> • 制定並實施食品安全管理手冊、質量紅線制度、內部審核程序及應急預案。 • 從人員、設備、物料、方法及環境等維度系統識別生產風險，並按照品控與監控制度頻次開展巡檢與抽檢。 • 對採用創新工藝的產品實施批批全檢，對成熟穩定產品執行高覆蓋率統計抽樣檢測，確保出廠產品符合國家標準與內控要求。 • 由總部每月組織各工廠召開質量會議，聚焦產品質量問題。 • 通過飛檢機制，總部不定期對各工廠開展現場檢查。 	責任落實與閉環管理 <ul style="list-style-type: none"> • 建立食品安全主體責任制度，明確食品安全第一責任人及食品安全三級責任制。 • 系統推進「日管控、周排查、月調度」的食品安全管理機制，強化生產後端的持續監督與問題整改。 • 由本集團質量中心統籌，各生產基地協同開展流通環節質量監測與監督抽檢。 • 構建「生產—流通—反饋」的質量追蹤閉環，及時識別並預警潛在風險。

周黑鴨全流程質量質量把控

周黑鴨高度重視產品全生命週期管理，基於生產、流通與銷售各環節建立掃碼追溯體系，實現「一物一碼、全鏈可查」。我們通過系統化監控與異常攔截機制，確保問題產品可被精準識別、快速處置。報告期內，掃碼溯源系統保持穩定運行，並通過年度模擬演練驗證追溯功能的可靠性。

周黑鴨全鏈掃碼追溯系統	
信息追溯	<ul style="list-style-type: none"> 每件產品對應唯一追溯碼，關聯產品代碼、保質期、生產線別、生產日期與時間、流水號及原料供應商代碼等關鍵信息，確保產品身份清晰、信息完整。
運行機制	<ul style="list-style-type: none"> 生產環節自動生成並賦碼； 物流環節通過TMS(運輸管理系統)和GPS(全球定位系統)實時追蹤，冷鏈溫控(2-6°C)數據同步記錄； 門店收貨掃碼核驗，異常產品即時攔截； 售後掃碼追溯，快速定位問題環節並鎖定產品流向，不良溯源時效縮短至小時級，召回範圍可精準至單盒。
異常攔截	<ul style="list-style-type: none"> 對異常產品設置黑名單，系統自動識別並攔截，掃碼提示異常，禁止進入銷售流程。
過期產品管控	<ul style="list-style-type: none"> 門店銷售環節中，POS系統對過期產品掃碼自動禁止銷售，並明確提示原因，防止問題產品流入消費者端。



周黑鴨全鏈掃碼追溯系統

2.1.3 質量文化建設

周黑鴨積極建設食品安全文化，打造了管理端、門店端、工廠端相結合的質量文化管理體系，全方位保障食品安全文化的廣泛傳播與深入實踐，提升員工質量意識，鼓勵各級員工參與到本集團產品質量管控中，從細節把控產品質量。

管理端

2025年，周黑鴨質量相關部門開展質量與食品安全培訓共計30場次，圍繞食品安全法律法規、公司流程制度、崗位專業技能及質量管理方法四大模塊系統推進。培訓主題涵蓋食品標籤新規、銷售與倉儲物流合規要求、門店抽檢風險預防、質量月專項及原輔料抽樣等內容。

報告期內，累計參與人數超6,000餘人次，覆蓋品牌、研發、採購、生產、物流、電商及售後等關鍵業務條線。



案例：周黑鴨開展食品安全專項培訓

本集團圍繞《GB 7718-2025食品安全國家標準預包裝食品標籤通則》《GB 28050-2025食品安全國家標準預包裝食品營養標籤通則》《食品標識監督管理辦法》及《GB 14881-2025食品生產通用衛生規範》開展系統培訓，解讀主要修訂要點與合規風險。通過系統解讀新標準監管邏輯、合規風險，與落地要求，強化生產環節衛生管理意識，推動新規範在生產全流程中的規範應用。

門店端

為培養和提升巡店人員能力，夯實商貿食安管理主體責任落實，保障門店運管的食品安全和合規性，2025周黑鴨制定了門店巡檢人員現場帶教管理方案，賦能周黑鴨門店食品安全和質量管理。

我們根據帶教方案開展《門店質量巡店技巧》理論培訓，及門店質量與經營培訓，並現場一對一進行演練考核，進一步強化了門店食安人員的巡店技能。



門店巡檢人員帶教管理

案例：周黑鴨開展門店質量與經營培訓

周黑鴨面對商貿門店主管、店長及一線員工，圍繞門店質量管理紅線要求開展專題培訓，重點解讀紅線內容、典型違規案例及對應處罰措施。此外，我們針對門店經營相關法律法規開展專項培訓，結合實際案例解讀常見違規情形、合規要求及法律後果。

工廠端

為貫徹全員質量意識，激發團隊質量活力，周黑鴨聚焦工廠重點質量問題和改善方向，堅持開展員工培訓，並組織開展工廠單元質量獎激勵活動。活動設置「現場質量改善獎」「質量護航·風控先鋒獎」「質量護航·真空突破獎」等獎項，引導員工通過跨部門協作、系統分析和創新實踐，推進生產過程質量提升與流程優化。

2025年周黑鴨全環節產品標準化舉措

現場監督與PDCA閉環	通過工廠質量控制(QC)團隊高頻現場監督、稽查，結合總部飛檢與指導，深化「目標設定－執行－檢查－糾偏－提升」的PDCA循環，推動作業標準內化為日常操作習慣。
作業標準體系完善	聚焦關鍵工段，系統梳理並細化真空內包、殺菌及外包等環節的作業標準與操作要點，同步推進作業符合度的監督與評價。
專項提升與標準固化	圍繞產品形態與包裝良率開展專項調研與測試，期間進行周度品評取樣、異常閉環管理及氣調包裝隔油板改造。
標準化能力建設	組織開展工廠標準化PK、個人技能PK及知識競賽等活動，營造良好的作業標準化氛圍，強化全員執行意識。

案例：周黑鴨開展「工廠活動質量月」活動

2025年10月至11月，周黑鴨在湖北、河北、廣東、江蘇及四川五大工業園開展以「防微杜漸，共築防線」為主題的質量月活動，聚焦微生物交叉污染控制，營造「人人重視質量、人人守護質量」的良好氛圍。活動覆蓋生產、設備及品控人員，各工廠成立改善小組推進自查整改，培訓考核通過率達100%。經綜合評估，河北工廠獲評「質量月活動卓越工廠」，並評選多支標桿與先鋒團隊，推動「一次性做對」質量文化落地。

案例：周黑鴨開展冷鏈流通合規與溫控保障專項培訓

周黑鴨圍繞冷鏈流通環節的合規管理與溫控要求，系統解讀《電商倉庫SOP》核心內容及冷鏈運輸、倉儲相關法律法規，強化冷鏈溫控在食品安全中的關鍵作用。參訓人員覆蓋供應鏈管理人員、電商倉儲團隊、倉庫管理人員及運輸司機等，進一步明確冷鏈操作標準，有效降低因溫度異常引發的食品安全風險。

2.2 創新驅動

周黑鴨以新品研發迭代、產品線拓展和風味創新為核心抓手，持續推動產品創新升級，在強化產品特色的同時，為消費者提供更加豐富的產品選擇。

獲獎主體	獎項／榮譽
周黑鴨、華南農業大學、寧波大學	中國商業聯合會科學技術獎—商業科技進步獎—一等獎 省科學技術獎網評—二等獎
周黑鴨、華南農業大學	湖北健康醬滷製品質量控制與加工技術—企校聯合創新中心省級—備案通過

2025年周黑鴨產品榮譽



2.2.1 研發創新

周黑鴨始終堅持以消費者為核心的產品研發導向，通過持續深入的市場調研，精準把握並回應消費需求。在不斷推進口味創新、產品形態優化及氣調產品品類拓展的同時，積極進行製造工藝及生產能力方面的創新，持續獲得消費者認可。

2025年周黑鴨產品創新概覽

<p>常溫休閒零食</p>	<p>圍繞鴨脖、鴨翅、鴨鎖骨、鴨掌及鴨舌等核心真空產品完成口感與口味升級，並新增真空甜辣鴨翅根，持續優化常溫產品結構。</p> <p>推進素食品類佈局，完成海帶、虎皮豆乾及魔芋類產品的前期研發儲備。</p> <p>推動充氮包裝與輻照殺菌技術應用，充氮包裝醬板鴨、雞翅根及辣子雞實現轉產上市，輻照中保產品累計上市8款。</p>	 <p>The image displays three distinct product packages from the Zhou Hei Ya brand, all featuring a vibrant orange background. The top package is labeled '辣子鸡' (Spicy Chicken) with a net weight of 120g. The middle package is '醬板鴨' (Sauce Duck) with a net weight of 60g. The bottom package is '鴨翅根' (Duck Wing Root) with a net weight of 90g. Each package prominently displays the '周黑鴨' (Zhou Hei Ya) logo and a circular seal celebrating '30th Anniversary' (新禧30年).</p>
---------------	--	---

2025年周黑鴨產品創新概覽

<p>複合調味料</p>	<p>面向山姆渠道開發滷料包與鴨肉醬，實現新增品類量產並完成上市。</p> <p>通過工藝與配方優化，完成半固體滷料包定量包裝設計，並提升鴨肉醬罐裝過程的穩定性。</p>	
<p>氣調鎖鮮產品</p>	<p>新增香辣土豆片、醬板鴨(巴氏殺菌)、醬板鴨翅根、五香滷豬蹄、魚豆腐、乾煸麻辣豆脯及滷鵪鶉蛋等產品，持續豐富氣調產品矩陣。</p> <p>對氣調滷魷魚完成工藝優化並重新上市，按計劃完成年度開發目標。</p>	
<p>散裝產品</p>	<p>針對胖東來、永輝等商超客戶，定向開發滷鵪、滷鵪翅、滷鴨及醬板鴨等產品，提升渠道適配度。</p>	
<p>速凍產品</p>	<p>通過生產線調整，啟動餐飲定制化速凍產品開發，黑鴨煲類產品已上市。</p>	



2025年周黑鴨製造工藝與生產能力創新概覽

滴水標準化處理	對滴水開展集中化、週期性的口味標準化處理，提升產品風味一致性與穩定性。
生產線自動化與半自動化升級	在生產環節引入自動汙水線、自動油炸線及自動包裝設備，提升生產效率與作業規範化水平。
自動化滷鍋技術應用測試	推進自動化滷鍋進入車間測試階段，為後續規模化應用奠定基礎。
充氮包裝產品研發與投產	完成充氮辣子雞的研發並實現投產，拓展充氮包裝產品應用場景。

案例：周黑鴨應用電位分析法優化循環植物油檢測

2025年，周黑鴨在湖北工廠對循環使用的植物油檢測方式進行優化。針對手撕雞脖產品油炸用油更換頻率偏高的問題，公司依據《GB 5009.229-2016食品安全國家標準食品中酸價的測定》，引入冷溶劑自動電位滴定法開展檢測。該方法受人為因素影響較小，檢測結果更加穩定、準確，為生產現場判斷用油狀態提供了更可靠依據。目前，該檢測方式已應用於醬板鴨翅根、雞蛋、辣子雞及手撕雞脖等油炸產品。

案例：周黑鴨兩步灌裝工藝助力鴨肉醬新品順利上市

2025年，周黑鴨推出鴨肉醬新品，並同步開發「兩步灌裝法」，對固體香辛料與液體原料進行分步下料，有效解決混合灌裝穩定性與外觀一致性問題。該工藝不僅滿足新品上市要求，也填補了市場同類包裝形式的空白。在山姆渠道工期緊、標準高、物料灌裝難度大的情況下，本集團快速完成鴨肉醬生產線導入與調試，保障穩定供貨並實現順利投產。



報告期內，周黑鴨結合前端市場調研結果，對產品研發體系進行系統優化，進一步完善從立項、小試、策劃輸入評審、中試、驗證、整改到上市準備與上市跟進的全流程研發管理機制，提升新品開發的規範性與可控性。

風險識別與驗證前置	上市前工藝與安全覆核	上市初期穩定性監測
在新品驗證階段引入系統化文件審核，重點識別化學、物理及微生物等潛在風險，強化研發初期的安全管控。	產品上市前再次開展工藝可行性審核與現場驗證，形成驗證報告並落實整改措施，同時同步進行產品保質期測試，保障產品安全。	在新品上市初期，持續監督工廠對批量生產產品開展保質期及口味穩定性監測，確保產品品質穩定一致。

周黑鴨產品研發體系

周黑鴨持續踐行健康、天然、綠色的發展理念，致力於為消費者提供更安心的食品選擇。報告期內，我們穩步推進輔料清潔與配方優化工作，已完成不含三氯蔗糖、山梨酸鉀的蠔油替換，並根據實際庫存情況逐步切換使用；在確保食品安全的前提下，對現有輔料中的防腐劑進行精簡，目前已減少2款防腐劑的使用。同時，公司積極與華中農業大學、寧波大學等高校開展科研合作，在科研成果轉化方面取得階段性進展。

案例：華中農業大學、寧波大學聯合開展研發工作

與華中農業大學、寧波大學聯合針對工業化滷鴨製品風味難以定量標準化的難題，解析了滷鴨製品特徵風味的形成機制和香辛料主效成分滷煮釋放規律，構建了在線風味檢測—糾偏系統，實現工業化製品風味的標準化。

2.2.2 知識產權保護

周黑鴨高度重視知識產權保護，制定並嚴格執行《知識產權管理辦法》等內部管理制度，對本集團商標、專利等知識產權實施規範化管理，切實維護公司無形資產。2025年，合規中心審計監察部持續推進制度體系建設，全年共新建5項制度，分別為《審計監察人員行為規範》《關於集團證照管理辦法的建議》《審計監察部飛行檢查管理辦法》《審計監察部六大IT工單流程》及《周黑鴨項目招投標規範監督管理制度》，覆蓋人員行為、證照管理、監督檢查、流程管控及項目合規等重點領域，進一步夯實本集團合規治理基礎，提升規範化運營水平。

黑鴨系統推進商標確權與維權工作，報告期內完成商標註冊申請**171**件、評審案件**119**件，以及續展和轉讓**144**件。

圍繞創新成果的法律保護需求，周黑鴨針對產品包裝、設計等核心領域開展專利與著作權佈局，報告期內申請專利**7**件、完成著作權登記**39**件。

針對市場侵權行為，周黑鴨持續加大打假維權力度，通過民事和刑事手段依法維權，報告期內辦理民事案件**366**件、結案**55**件，推動刑事立案**2**起，形成有效震懾。

2025年周黑鴨知識產權保護舉措

案例：周黑鴨參與中國國際商標品牌節，系統提升品牌保護認知

2025年，周黑鴨參加《第十五屆中國國際商標品牌節》，圍繞商標品牌的註冊、保護、運用、管理與服務等全鏈條議題開展學習交流。活動期間，公司重點關注AI與知識產權保護、文物文旅知識產權、非物質文化遺產及老字號與地理標誌融合發展等新興議題，持續拓展對前沿趨勢與行業熱點的理解。

案例：周黑鴨跟進商標審查動態，規範註冊與管理實踐

為準確把握商標審查審理最新要求，周黑鴨參加《商標審查審理事務最新動態》專題培訓與交流活動，系統了解商標審查工作的政策動向與實務標準。通過學習最新審查口徑，公司進一步規範商標註冊申請行為，提升商標註冊效率與整體質量。

案例：周黑鴨聚焦快消行業特點，深化知識產權實踐交流

2025年，周黑鴨參加《第三屆快消品知識產權服務大會》，圍繞快消品行業在商標品牌、外觀專利及不正當競爭等方面的重點議題開展交流。活動通過專家演講與專題對話等形式，促進企業間經驗分享與深度討論，助力公司結合行業特性優化知識產權管理思路。



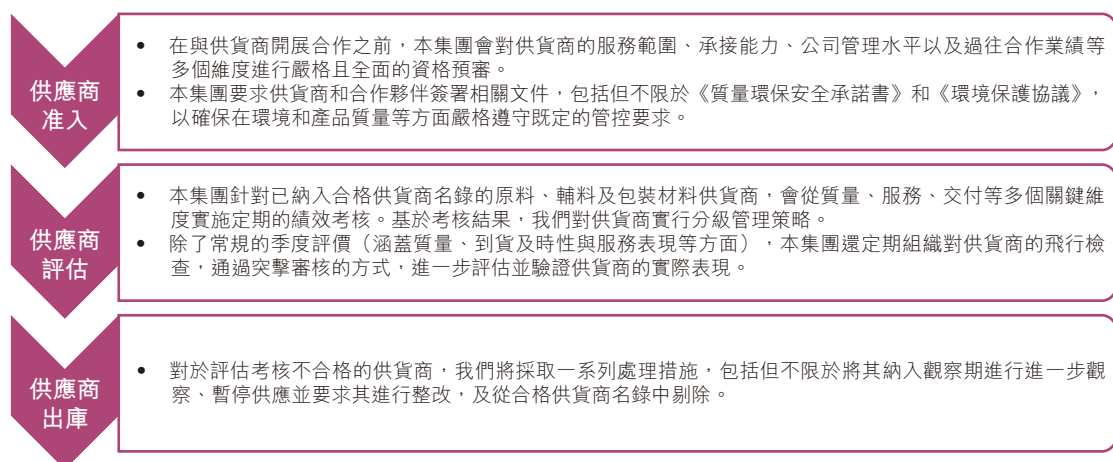
2.3 責任供應鏈

周黑鴨秉持合作共贏理念，遵循公平、透明原則，持續推進可持續供應鏈建設。公司與供應商夥伴在產品質量管理、ESG表現等方面開展深度協作，共同促進行業健康發展。

報告期內，本集團與268家原料、輔料及包材供應商建立合作關係，其中本地供應商93家、非本地供應商175家，本地供應商佔比為34.7%。同時，公司與93家供應商簽署環境保護協議，較2024年增長11.2%，並組織開展10場供應商培訓與賦能活動，攜手各方共建健康、穩健的產業生態。

2.3.1 供貨商管理體系

周黑鴨以負責任與可持續發展為導向，構建了系統化的供應商管理機制。我們已建立覆蓋供應商准入、績效評估、考核及退出等環節的全生命週期管理體系，並通過分類、分級管理策略，甄選具備合作意願、履約能力、產品質量與服務水平突出的供應商，持續深化協同合作，推動價值鏈各方實現協同發展與良性共贏。

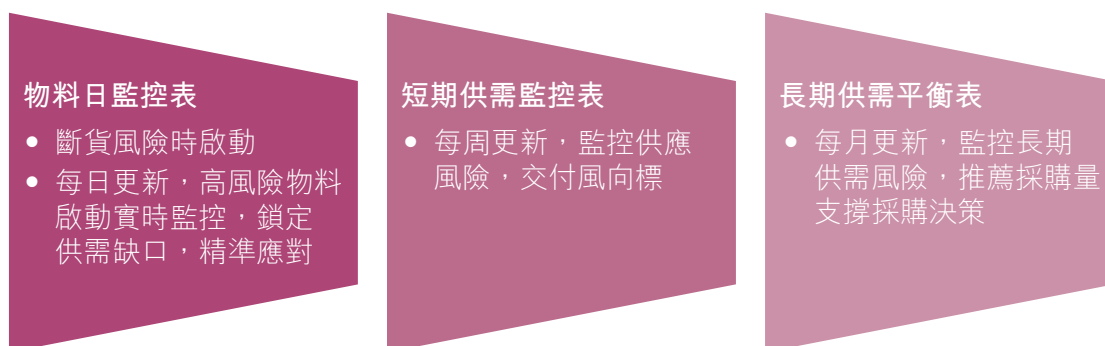


周黑鴨供貨商管理體系

指標	單位	2025年數據
供貨商總數量	家	268
本地供貨商數量	家	93
外地供貨商數量	家	175
簽訂環境保護協議的供貨商數量	家	93
為供貨商提供的培訓數量	次	10

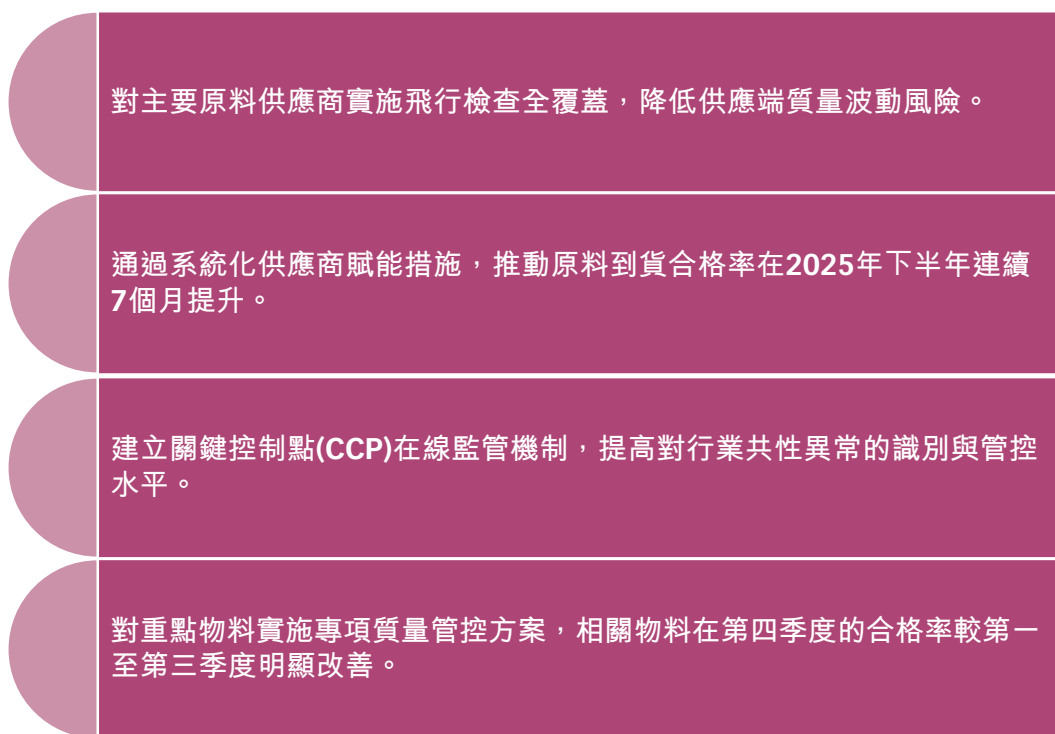
2.3.2 供應鏈風險識別與管控

為提升供應鏈穩定性與供應商風險應對能力，周黑鴨建立了系統化的供應風險管理機制。周黑鴨通過制定《緊急採購處理制度》，並配套構建三階段供需平衡保障體系，對原輔料的短期、中期及長期供應狀況進行持續監測。公司同步建立風險監控表，對斷供風險、質量波動、產能瓶頸、單一來源依賴及需求穩定性等關鍵風險進行評估與預警，前置化防範潛在供應鏈風險。



三階段供需平衡保障體系

我們基於對風險進行科學的等級劃分，實施了一系列有效的管理和控制措施，旨在確保供應鏈的順暢運行，維護企業的穩定發展，進而提升整體競爭力。



周黑鴨供貨商風險管理舉措

2.4 客戶服務至上

本集團始終以產品質量與口感為基礎，將客戶服務視為品牌發展的重要支撐。在嚴格遵循合規營銷要求的同時，周黑鴨持續深化品牌建設，穩步提升品牌價值，拉近與消費者之間的情感連接。同時，我們不斷完善客戶服務體驗，力求讓每一位顧客在細節中感受到周黑鴨的用心與誠意。

2.4.1 合規營銷

周黑鴨通過完善制度與流程，持續規範營銷與宣傳行為，確保各類營銷活動依法合規、信息真實準確。公司統一執行《宣傳物料管理制度》，規範宣傳標準，並結合《對外宣傳數據審核流程》對宣傳內容進行嚴格審核，同時依據《廣告投放管理規定》規範廣告投放管理，確保產品信息準確無誤，有效避免誤導消費者的情況發生。在電商營銷推廣方面，本集團尊重消費者的知情權與選擇權，僅在消費者同意的前提下開展自動化營銷，提供明確的營銷關閉選項，且不基於個人特徵進行差異化設置，確保營銷過程公正透明。

報告期內，周黑鴨進一步聚焦渠道營銷合規建設，從制度、管控與內容三個層面系統推進相關舉措。同時，公司配套開展合規營銷專項培訓，持續強化員工合規意識，確保渠道營銷各環節符合監管要求與公司規範，實現合規管理與業務發展的協同推進。

2025年周黑鴨渠道營銷合規舉措		
制度	管控	內容
<ul style="list-style-type: none"> 制定《營銷費用管理制度》，對費用申請、執行及核銷實行全流程合規管理； 明確憑證標準與審核要求，從源頭降低費用管理風險。 	<ul style="list-style-type: none"> 完善價盤及統一管理辦法； 規範渠道價格體系，防範低價傾銷、價格混亂等不正當競爭行為，維護市場秩序。 	<ul style="list-style-type: none"> 聯合品牌部更新產品手冊及產品介紹； 嚴格按照廣告法等法規要求規範賣點表述； 確保所有產品信息真實、可追溯，杜絕虛假宣傳與誇大表達。

在堅持合規營銷的前提下，我們持續以消費者為中心推進品牌建設，強化與消費者之間的情感連接。通過電商平台的重點營銷節點，我們將產品優勢與品牌理念轉化為可感知、可互動的消費體驗，在提升品牌認知度的同時，推動品牌價值與市場影響力的持續釋放。

案例：天貓618活動

2025年天貓618活動期間，周黑鴨在牛肉乾、豬肉脯及滷味零食搶先購全週期成交店鋪榜中位列第10名。「鴨脖鴨翅大禮包」登頂滷肉類熱銷榜，鴨翅進入同類榜單前五，顯著高於同行同層表現。活動期間，全店成交金額達人民幣702萬元，支付買家數10萬人，支付件數21萬件。

案例：淘寶雙11活動

2025年淘寶雙11期間，周黑鴨實現銷售規模顯著提升，累計支付金額超過700萬元，為去年雙11全期的1.2倍。同時，用戶規模持續擴大，活動期間新客實收金額達人民幣8萬元，新增會員超6,000人，新增粉絲超3,000人。

案例：京東雙11活動

在京東平台雙11大促中，周黑鴨位居行業排名第二。我們通過京東PLUS會員專享價、返豆及專屬券包等方式，提升會員轉化效率；同時針對加購未成交用戶開展定向觸達，增強成交轉化。在履約與體驗層面，重點強化「211限時達」及「小時達」等物流服務優勢，滿足消費者對大促期間快速收貨的需求，進一步提升整體消費體驗與品牌口碑。

案例：拼多多雙12活動

在拼多多雙12活動中，周黑鴨進入鴨肉品類排行榜前十。公司積極參與平台「百億補貼」項目，通過年度低價及組合優惠吸引價格敏感型消費者。同時，結合多人拼團、分享砍價等社交玩法，實現以較低獲客成本帶動銷量增長；並針對平台用戶偏好，推出限定規格及專屬口味組合，增強渠道差異化與產品吸引力。



2.4.2 客戶體驗提升

周黑鴨堅持以「顧客至上」為經營理念，踐行「客戶為先」的企業文化，將消費者體驗作為服務管理的重要內容，並以客戶中心理念引領長期服務實踐，持續豐富增值服務內涵，讓品牌在用心服務中不斷積累信任與認可。

優質服務

秉承著「服務創造價值」的核心信念，周黑鴨一直致力於為消費者提供優質服務。報告期內，我們通過數字化賦能、包裝視覺升級、提升客服素養等形式不斷提升客戶體驗。

案例：客服知識庫建設，夯實服務能力基礎



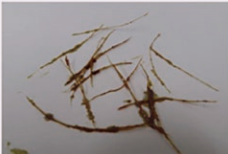
圍繞客服端需求，周黑鴨系統編撰並持續完善《客服知識庫》，內容涵蓋基礎層、業務層與經驗層三大板塊，將分散的個體經驗沉澱為可複用的企業知識資產。通過對客服聊單內容進行日維度覆盤，持續優化知識庫應用效果，年度內多次在關鍵平台達成「金牌客服」指標。

案例：高頻問題清單對應風險等級，高效處理客戶意見

周黑鴨通過動態更新常見產品投訴及消費誤解問題清單，對食品異物、口感偏差、保質期爭議等高頻問題進行系統梳理，明確問題成因，並配套標準化佐證圖片，幫助處理人員快速識別問題類型、提升核實效率。同時，我們制定分級清晰的風險判定清單，並匹配相應處置標準，減少流程延誤。

案例：原材料信息庫建設，提升信息透明度

周黑鴨建立原材料信息庫，系統整理滷料滷前與滷後狀態等關鍵資料，幫助客服人員更準確地向消費者解釋產品特性，減少因認知偏差引發的誤投訴，提升溝通效率與消費者理解度。

名称	卤制前	卤制后
生姜		
		

解说：生姜带有大量姜丝，卤制后容易被误认为是丝带和编织袋类异物。

案例：升級電商物流包裝，強化品牌第一觸點

報告期內，周黑鴨對電商物流包裝在顏色與材質方面進行全面升級，在提升視覺識別度的同時，向消費者清晰傳遞「風味獨特、品質可靠」的品牌信號，提升品牌好感與信任積累。



案例：搭建投訴數據分析體系，推動持續優化

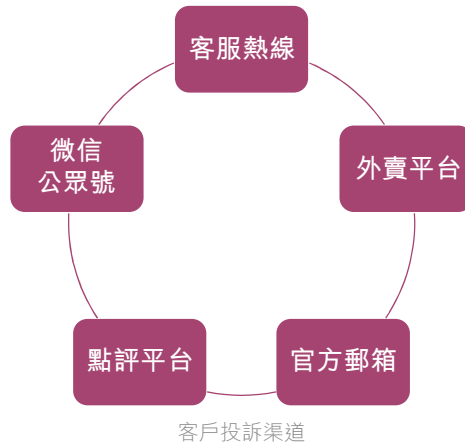
周黑鴨按月對銷售環節消費者反饋進行系統拆分，細化至工廠、分倉及快遞服務商等維度，覆蓋包裝、微生物、異物等主要問題類型。針對新品，進一步開展日維度反饋追蹤，將消費者意見及時反饋至生產與供應鏈環節，進行快速調整與優化。



客訴反饋

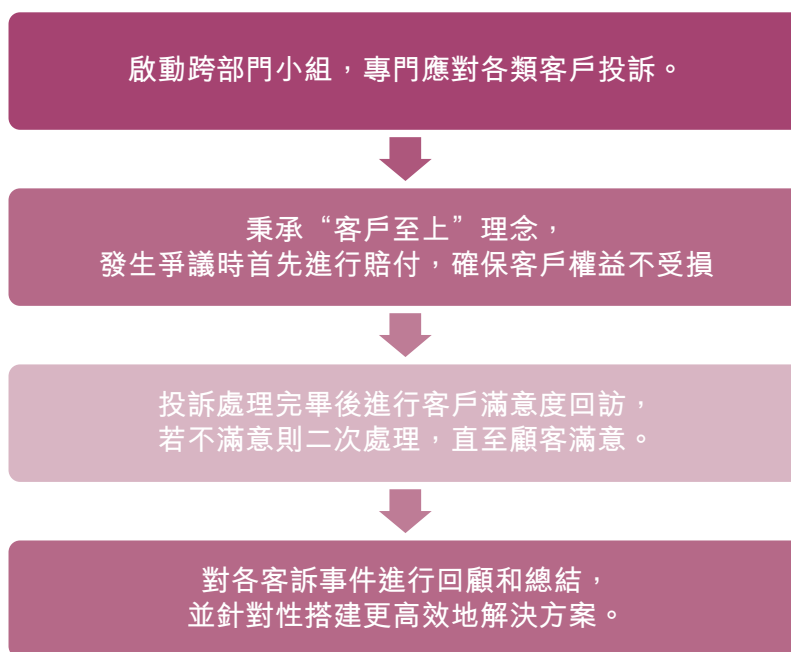
周黑鴨嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》《中華人民共和國食品安全法》等相關法律法規，制定並實施《客戶投訴處理與輿情管理規範》等制度，明確投訴受理渠道及分類標準，保障消費者訴求得到規範、及時的處理。本集團已建立覆蓋線上與線下的投訴處理流程，確保各類投訴能夠高效響應。

為提升服務效率並改善客戶體驗，周黑鴨在電話與微信兩大核心渠道全面引入人工智能技術，構建「智能+人工」協同的客戶服務模式。針對高頻、標準化問題，系統可實現自動識別與快速響應；對複雜或專業性較強的訴求，則由人工客服精準承接，確保問題得到有效解決。



報告期內，周黑鴨通過本集團400客服熱線共接收593起投訴，投訴完結率98.99%。

本集團以數據分析替代傳統經驗式排班，通過對近90天全渠道投訴數據的系統分析，識別服務高峰與低谷時段，實施「高峰加密、低谷優化」的排班策略。在保障高峰期服務能力的同時，合理安排低谷時段用於員工培訓與知識庫更新，持續提升團隊專業能力。通過優化輪班機制，減少連續夜班與過度加班情況，進一步保障客服人員工作狀態，提升團隊穩定性。



周黑鴨客訴響應處理流程

報告期內，周黑鴨客訴平均處理完結時間在36小時內。

為提升客戶投訴處理能力與客戶滿意度，周黑鴨持續推進客服團隊的系統化培訓，圍繞投訴處理流程、相關法律法規、產品知識及溝通技巧等重點內容，全面提升團隊的專業能力與服務水平，持續優化消費者的反饋體驗。



案例：周黑鴨通過多維培訓提升客訴處理能力

周黑鴨圍繞客訴處理核心需求開展多維度培訓，實現相關人員能力全覆蓋。全年共組織4場客訴處理專項培訓，覆蓋903人次，重點聚焦特殊時期客訴應對、產品知識、疑難投訴處理等關鍵場景，系統提升一線人員的實操能力。同時，圍繞服務意識與服務技巧，組織3場定向培訓，並同步開展2場典型案例分享會，覆盤優秀處置案例、分析共性問題。

案例：設立客訴專班，提升協同處理效率

在已有「原料誤投訴信息庫」、「輔料滷前滷後狀態資料庫」的基礎上，周黑鴨著手建立「客訴專班」，對渠道客訴實行扁平化管理，並配套制定《質量管理響應辦法》，顯著提升一線客服與品控團隊之間的溝通效率，加快問題響應與處置速度。

為持續提升服務質量並規範客服服務行為，周黑鴨2025年建立以「回訪核查、過程抽檢、績效綁定」為核心的客服滿意度抽查體系。

2025年周黑鴨客服滿意度抽查體系

400電話渠道	<ul style="list-style-type: none"> 實行「客訴閉環後24小時內電話回訪」制度，由專人開展滿意度核查，確保客戶反饋真實、可追溯
日常電話接線與微信服務	<ul style="list-style-type: none"> 將服務質量納入核心績效考核，通過「日常抽檢+月度覆盤優化」的方式，加強對服務過程與結果的雙重管理
客服考核	<ul style="list-style-type: none"> 以「客訴處理及時率」和「客戶滿意度」為核心指標，結合服務規範性、問題一次性解決率等輔助指標進行綜合評價，兩項核心指標合計佔客服績效考核權重的50% 抽查中，依據統一評分標準，對電話服務重點核查問候規範、情緒疏導與答覆準確性，對微信服務重點關注回覆時效、話術規範性與解決方案完整性 對回訪中收集的不滿意反饋，本集團在24小時內完成內部反饋，並制定整改措施跟蹤落實

2.4.3 隱私保護與信息安全


周黑鴨制定並嚴格執行《數據安全管理辦法》，明確數據治理委員會、信息數據中心及各業務部門在數據管理中的職責分工，遵循合規性、最小化、保密性、完整性和可用性原則，實施數據分類分級管理，持續強化數據治理體系。

在個人信息與隱私保護方面，周黑鴨依據《中華人民共和國個人信息保護法》要求，制定並持續完善《隱私保護規範》等內部管理制度，明確員工在處理客戶敏感信息時的職責邊界與法律義務，構建覆蓋信息收集、使用、存儲與傳輸等環節的全流程客戶隱私管理體系。

2025年周黑鴨保護客戶隱私與數據安全舉措	
小程序註冊環節管理	在用戶首次註冊時，明確展示個人信息收集說明，清晰告知收集內容、使用目的及授權選項，並支持用戶隨時撤回同意，增強透明度與用戶控制權。
第三方數據傳輸與備份機制	與外賣平台、電商等第三方合作時，簽署嚴格的數據處理協議，對訂單數據中的客戶隱私信息(如姓名、手機號等)進行脫敏處理，採用技術加密並進行異地多點備份，保障數據安全可控。

此外，周黑鴨建立了數據安全事件閉環管理機制，涵蓋預警、處置與整改等環節，持續強化數據安全防護。報告期內，本集團發生0起數據安全與客戶隱私洩露事件，亦未收到相關投訴。





低碳運營， 綠色未來

3.1

應對氣候變化

3.2

環境管理

3.3

資源利用

周黑鴨作為中國滷味行業領先企業，始終致力於構建環境友好型生產體系，通過系統開展環境管理、節能降碳與資源高效利用等行動，積極響應國家「雙碳」目標，為推動行業綠色低碳轉型貢獻自身智慧與力量。

3.1 應對氣候變化

周黑鴨深入貫徹可持續發展理念，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。在著力防範未來風險的同時，周黑鴨亦積極推進低碳轉型，持續提升本集團應對氣候變化的整體能力。

3.1.1 治理

我們將氣候變化管理職能全面融入公司ESG三級治理體系，由董事會作為最高責任機構，建立健全常態化溝通與改進機制，持續提升氣候變化治理的實效。

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 戰略

周黑鴨以科學方法論為基礎構建氣候變化管理策略，通過開展氣候情景分析，系統識別並評估氣候變化帶來的潛在風險與機遇，明確區分實體風險與轉型風險，並評估其對公司的影響程度。

針對物理風險，本集團選取聯合國政府間氣候變化專門委員會(IPCC)提出的升溫1.5攝氏度情景(SSP2-4.5)與升溫3攝氏度情景(SSP5-8.5)進行分析；針對轉型風險，則參考國際能源署(IEA)設定的淨零排放情景(NZE)與宣佈承諾情景(APS)展開評估。



情景假設	氣候情景	情景介紹
實體風險	SSP2-4.5	SSP2-4.5屬於中等排放情景，該情境預設在實施部分減排措施的條件下，全球溫室氣體排放將在本世紀中葉達到峰值後逐步下降。在此路徑下，預計到2100年全球平均氣溫升幅約為2.4°C至3.0°C。
	SSP5-8.5	SSP5-8.5屬於高排放情景，通常被視為「一切照舊」路徑，即假設未來不實施額外的減排政策，全球溫室氣體排放將持續上升。
轉型風險	NZE 50	淨零排放情景(NZE)旨在為實現將全球溫升控制在1.5°C以內的目標，規劃出一條技術上可行、成本效益最優的路徑，確保全球能源和工業系統二氧化碳排放於2050年達到淨零。
	APS	宣佈承諾情景(APS)基於各國政府已公佈的氣候政策與承諾，構建出與之對應的未來能源與排放發展路徑，同時評估了這些政策對能源需求、價格及排放的潛在影響。

針對已識別的風險，我們將氣候變化應對措施全面融入現有風險管理體系，制定具體緩解與適應舉措，以務實行動應對相關挑戰。同時，本集團積極把握能效提升、綠色產品創新及低碳市場拓展等氣候機遇，推動企業在可持續發展道路上穩健前行。根據風險識別和評估制定風險應對措施。我們將氣候風險的時間範圍設定為：短期為一年內(至2026年)，中期為2026年至2030年，長期為2030年至2060年。

風險類別	風險子類別	風險名稱	時間範圍	風險描述
實體風險	急性風險	洪水(包括風暴、降雨量上升、河水溢流)	短期	<ul style="list-style-type: none"> 暴雨和洪水導致運營場所、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，從而導致了運營活動的暫停、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，進而增加了運營成本，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。
		乾旱	短期	<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運營成本。
		強風／氣旋／颱風	短期	<ul style="list-style-type: none"> 颱風由於其預報的複雜性和不確定性，對運營場所、工廠以及店面的基礎設施和相關設備造成破壞，從而導致運營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，還會對運營效率產生不利影響，進而增加企業的運營成本。



風險類別	風險子類別	風險名稱	時間範圍	風險描述
實體風險	急性風險	極熱	短期	<ul style="list-style-type: none"> 極端高溫天氣可能會對上游供應鏈中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，最終造成企業運營成本的上升。
		極寒	短期	<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	長期	<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，而造成銷售價格的劇烈波動。
		海平面上升	長期	<ul style="list-style-type: none"> 現有門店主要分佈於中國東南沿海地區，包括廣東和江蘇的運營中心。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，可能導致運營場所和門店遭受淹沒的風險。
		氣溫上升	長期	<ul style="list-style-type: none"> 運營所涉及的地域內，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

報告期內，周黑鴨南部商貿受到颱風影響預計造成財務影響約人民幣100萬元²。在不同氣候情景中，實體風險對公司財務的影響程度有所差異：在SSP2-4.5情景下，其財務影響總體較低；而在SSP5-8.5情景下，隨著溫升加劇，颱風、極端高溫等事件導致的財務影響在中長期顯著上升，整體風險等級達中風險。

為此，周黑鴨制定並實施了以下針對性舉措：

- 完善應急體系：針對不同實體風險制定專項應急預案，並引入國家預警12379及中國氣象官方平台，提升響應效率，縮短「預警－響應」時間。
- 強化屬地響應：推行極端天氣「屬地管理」機制，總部提前10天發佈中期預警提示，各運營地根據實際情況靈活調整物流、營業及員工通勤安排，同步開展安全預警與季節性專項培訓，保障運營秩序穩定。
- 優化供應鏈韌性：對各類原輔材料均保持兩家以上合格供應商，並對主要原料推行多地域、多來源供應策略，增強供應鏈穩定與多樣性。
- 明確氣候目標：積極響應全球氣候挑戰，設定清晰的溫室氣體減排目標，落實節能減排舉措，持續降低運營碳足跡。
- 嚴控產品質量：針對極端高溫天氣，明確氣調包裝產品的外包裝與保鮮冰袋標準，確保產品運輸與儲存安全。
- 前瞻物資儲備：針對東北地區冬季大雪封路風險，提前開展屬地化原料採購與儲備，保障生產連續性與項目進度。

² 颱風影響財務影響包括對銷售額的影響，貨品損失的影響與固定資產損失。



風險類別	風險子類別	風險名稱	時間範圍	風險描述
轉型風險	政策、法律及法規	現有產品和服務的要求與監管	短期，中期	<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運營過程中面臨成本增加的挑戰。
		提高溫室氣體排放定價	短期，中期	<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。 目前，周黑鴨湖北工業園已經被納入試點碳交易市場，周黑鴨通過購買碳配額完成碳排放履約
		強化排放量報告義務	短期，中期	<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	短期	<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	短期	<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。

風險類別	風險子類別	風險名稱	時間範圍	風險描述
轉型風險	市場風險	客戶行為變化	長期	<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。
		市場信號不確定	長期	<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。 替代產品的湧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	短期	<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	長期	<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。 倘若本集團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桿，那麼現有客戶可能會選擇與其他競爭對手建立合作關係。這種情況將導致本集團客戶基礎流失。
		持份者對負面反饋日益關切	中期	<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，若周黑鴨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



報告期內，周黑鴨湖北工業園已經被納入試點碳交易市場，周黑鴨通過購買碳配額完成碳排放履約，共購買碳配額677噸二氧化碳當量，花費人民幣25,049元。在不同氣候情景中，轉型風險對公司財務的影響程度有所差異：在APS情景下，其財務影響總體較穩定，政策、法律及法規風險帶來的影響較低；在NZE 50情景下，政策、法律與監管風險持續增加，碳配額逐步收緊，碳價格呈上升趨勢，將推動周黑鴨提升自身減碳技術水平。在此轉型過程中，氣候變化轉型風險對周黑鴨造成的財務影響預計將達到中高水平。

周黑鴨制定了一系列應對轉型風險的措施，我們嚴格遵守國家和地方相關的法規與標準，定期對溫室氣體排放數據進行公開披露，並設定明確的溫室氣體減排目標，承諾在2060年實現碳中和。同時，我們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。

能源管理

我們嚴格遵守《中華人民共和國節約能源法》等能源管理相關法律法規，持續完善《能源資源管理程序》與《能源考核機制》。為規範能源管理，我們明確了各部門及相關人員的職責，嚴格執行本集團對各運營環節的能源使用管理要求，不斷提升能源效率。

本集團建立了能源管理矩陣模型，重點監測電能與熱能消耗數據。報告期內，基於該模型，我們對生產、倉儲物流、辦公運營等環節進行了更精細的能耗統計分析。通過深入識別用能差異原因，各工業園已採取運營優化、設備改造、清潔能源替代等一系列節能措施，持續推進節能減排與能源效率提升。

能耗識別

- 對生產、行政後勤、供應鏈等區域的能耗數據進行了全面收集與統計分析。通過對比不同時間段、不同區域的能耗數據，找出了能耗差異的主要原因。

能源管理

- 我們實施了嚴格的檢查和稽核機制。經理與主管主持稽核工作，執行監督任務，並參與數據系統管理(DMS)研討。
- 設備操作等關鍵崗位的員工，其10%的績效與能耗成本控制相關。

周黑鴨賦能能源管理矩陣模型

生產環節

2025年，武漢工廠對車間節能燈改造項目進行了擴建。項目全面完成後，預計年耗電量將降低17.34萬kwh，節能效果顯著。該成果被武漢市節能監察中心採納，並入選《武漢市節能降碳技術應用典型案例匯編》。

洗盤機、洗框機
更換為外網蒸汽項目

- 團隊自主研製了一套適配外網蒸汽並與清洗設備結合的加熱池及自動控制系統。經過為期三個月的數據比對驗證，切換後的外網蒸汽及自製加熱系統完全滿足生產和質量標準。改進後每年節約天然氣費用約人民幣38萬元，鍋爐房得以停用，二氧化碳減排量約為911千克每年。

二期冷卻塔
清洗節能項目

- 通過系統性清洗，冷卻塔換熱效率得到恢復，運行能耗顯著降低，在滿足車間工藝降溫需求的同時，實現了可觀的經濟效益與碳減排效益。報告期內，二氧化碳減排量約為14.5噸。

光伏發電
節能項目持續收益

- 湖北工業園2025年光伏發電384萬kwh，使用量267萬kwh，消納量約70%，減碳量超2,000噸二氧化碳當量。

武漢工廠節能減碳舉措

為了響應本集團環保與節能降耗的號召，廣東工業園於本年度開展了系列節能改造：將生產與倉儲區域的30W傳統燈具全面更換為9.5W LED節能燈；同時在生產區域樓梯間加裝光控感應裝置，實現無人時自動熄滅，並通過對製冷管道進行並管優化，在夏秋季節減少一台機組運行，年節約用電約24萬度。

倉儲與物流環節

物流部門全年累計優化調整運輸線路4條，推行共同配送9條，承接外部配送業務線路1條，並開通4個快遞直達區域，預計全年減少運輸里程約16.7萬公里，相應節約燃油消耗約2.17萬升。

在湖南區域，物流部門自有的4輛新能源配送車服務約110家門店，月均行駛里程約1.96萬公里，月均節約油費約人民幣1萬元。全年累計運輸里程約23.5萬公里，共節省燃油費用約人民幣12萬元。

物流承運商在2025年完成13條線路的新能源車輛替換，全國範圍內新能源配送線路總數已達60條。覆蓋範圍在原有七個省份基礎上，新增廣西、海南、重慶、廣東、貴州等區域部分線路，預計全年新增新能源配送里程約19.8萬公里，相較於傳統燃油車，可減少燃油消耗約2.57萬升。

辦公運營環節

辦公樓公共區域全部採取安裝使用人體感應燈，人來既亮，人走既滅，減少電力損耗。

3.1.3 風險管理

周黑鴨參考國際主流風險管理指南與框架，將氣候變化因素系統融入企業風險管理體系，構建了完整的氣候相關風險與機遇管理流程。

基於權威公開氣象數據與歷史氣候事件影響分析，我們結合本集團運營地域分佈及相應業務與資產佈局，全面評估了不同氣候情境下我們可能面臨的風險影響程度及風險發生概率。

針對已識別的潛在氣候風險，我們制定了覆蓋基礎設施、能源管理及供應鏈韌性的專項應對方案，並將氣候風險應對工作全面納入相關部門常態化工作計劃。

3.1.4 指標與目標

我們積極應對氣候變化挑戰，把握低碳轉型機遇，持續推進溫室氣體排放的監測與評估工作，致力於降低全業務及供應鏈碳排放，並已設定2060年實現碳中和的長期目標。

報告期內，周黑鴨依據各工業園歷史能耗數據，為電、氣等關鍵能源的噸均消耗量設定了目標值，包括在穩定生產的情況下每噸產品月度平均耗電量低於1,850度及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。

為確保目標落實，我們建立了能耗管理矩陣，設定關鍵控制點，並每月覆盤能耗目標完成情況，同時組織各工廠開展節能改善實踐交流與學習。報告期內，我們的能源消耗及碳排放數據如下所示：

能源消耗	單位	2023	2024	2025
外購電力	千瓦時	53,860,168	47,479,381	45,665,639
外購蒸汽	立方米	29,008	27,915	33,532
天然氣	立方米	2,144,911	1,980,090	2,175,286
汽油	升	51,752	20,233	15,813
柴油	升	515,933	337,193	351,175
直接能源消耗	噸標準煤	3,046	2,612	2,840
間接能源消耗	噸標準煤	8,858	7,989	7,766
能源消耗總量	噸標準煤	11,904	10,602	10,606
萬元(人民幣)收益能源消耗量	噸標準煤/萬元 (人民幣)	0.04	0.04	0.04

溫室氣體排放 ³	單位	2023	2024	2025
範疇一 ⁴ 溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	5,194	5,202	5,666
範疇二 ⁵ 溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	39,451	33,589	33,493
範疇三 ⁶ 溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	/	300	969
溫室氣體排放總量(範疇一、二)	噸二氧化碳當量	44,645	38,791	39,159
萬元(人民幣)收益溫室氣體排放 (範疇一、二)	噸二氧化碳當量/ 萬元(人民幣)	0.16	0.16	0.15

³ 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)》。

⁴ 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。

⁵ 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。

⁶ 範疇三：涵蓋商務差旅產生的溫室氣體排放。



3.2 環境管理

周黑鴨以綠色發展為引領，持續完善環境管理體系，以開放創新的姿態踐行可持續發展戰略，積極履行企業生態責任，共同守護綠色地球家園。

3.2.1 環境目標

為系統引領本集團環境管理工作，我們結合自身發展與行業特點，設立了多維度的長期環境目標。為動態追蹤目標實施進展與成效，我們建立了目標覆盤機制並將其納入績效考核體系，在持續監測各項指標完成情況的同時，確保環境管理工作得到有效監督與動態優化，從而推動本集團穩步邁向可持續發展目標。

水耗目標	廢棄物目標
<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"> • 固體廢棄物合規處置率達到100% • 紙箱回收率達到100%

周黑鴨水資源使用及廢棄物管理目標

3.2.2 環境管理體系

本集團嚴格遵守中華人民共和國《環境保護法》《大氣污染防治法》《水污染防治法》《固體廢物污染環境防治法》《環境影響評價法》等環境法律法規。報告期內，我們對適用法律法規及標準清單進行了重新識別，並將外部監管要求全面融入公司管理制度，持續完善《公司綠化與環境管理體系制度》《危險廢物管理制度》《環境應急預案》等內部政策，從制度層面系統規範本集團環境管理及排放行為。

我們持續推進環境管理體系的認證與審核工作，不斷提升環境績效水平。2024年，湖北工業園與四川工廠相繼通過環境管理體系審核。截至報告期末，本集團湖北、河北、廣東、江蘇、四川的全部工廠均已獲得ISO 14001環境管理體系認證。



3.2.3 廢氣管理

本集團嚴格遵守《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》《餐飲業油煙污染物排放標準(徵求意見稿)》等法規與標準，持續完善內部管理體系，優化《廢水、廢氣及噪聲控制程序》。

報告期內，我們針對廢氣治理設施和在線監測系統開展排查，加強管理漏洞整改，提升現場精細化管控水平。本集團全年廢氣排放總量為450,459,600立方米，所有排放指標均符合國家標準。

3.2.4 廢水管理

本集團嚴格遵循《中華人民共和國水污染防治法》及《肉類加工工業水污染物排放標準》(GB 13457-92)等法律法規與標準要求，通過系統性提升污水處理設施與管理水平，有效保障了廢水處理的合規性與穩定性。

為強化廢水治理能力，報告期內，我們對《污水站操作規範》進行了更新，明確工作職責、設備管理、細化日常巡檢內容等方面的要求。同時，我們完成了污水處理站的技術改造，並同步開展了針對性的操作規程培訓，以提升運營效率與操作規範性。報告期內，所有外排廢水均符合標準限值，未發生任何水源污染事件或相關行政處罰。

污水洩露突發事件應急演練培訓

為提升公司應對突發環境事件的能力，EHS部門聯合設備管理部、後勤保障部共同組織開展了一次污水洩漏突發事件應急演練培訓。本次演練模擬污水處理站管道破裂導致廢水洩漏的場景，共有8名相關崗位員工參與。



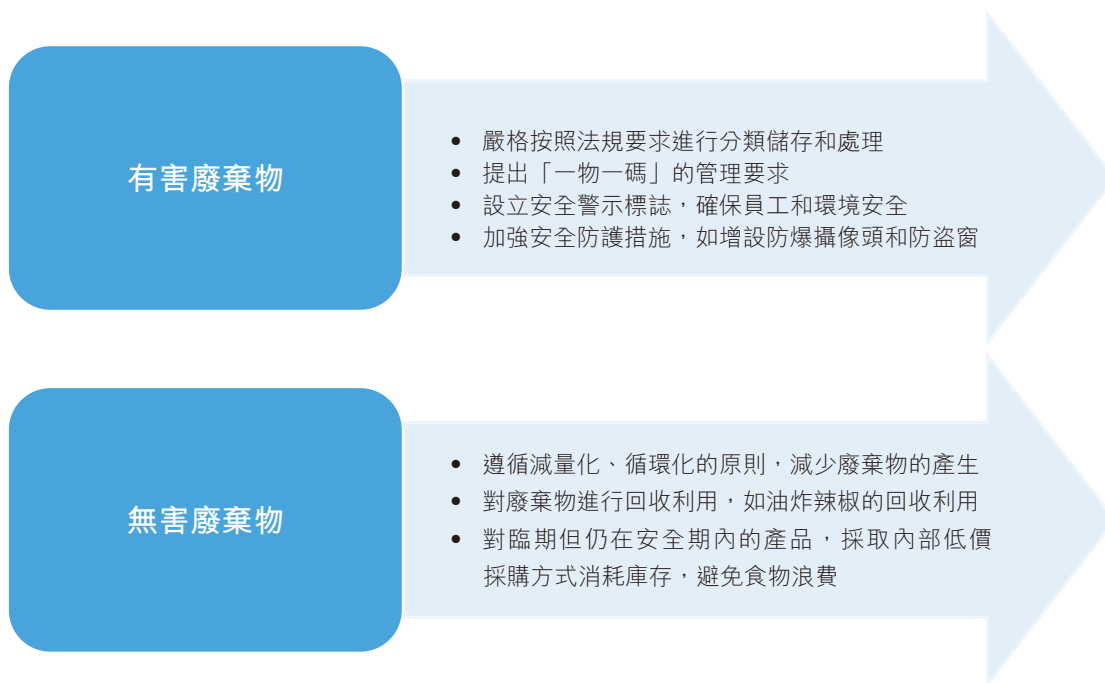
廢水及污染物排放	單位	2023	2024	2025
廢水排放總量	噸	435,836	438,406	514,819
化學需氧量 (COD) 排放總量	噸	51.59	41.01	47.53
氨氮排放總量	噸	1.37	1.43	1.20

3.2.5 廢棄物管理

本集團在生產運營中嚴格執行固體廢物「減量化、資源化、無害化」原則，並依據《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《危險廢物貯存污染控制標準》(GB 18597-2023)以及《危險廢物識別標誌設置技術規範》(HJ 1276-2022)等最新法規與標準要求，系統完善了廢棄物全過程管控體系。

為提升管理精度，我們修訂了《固體廢棄物管理方法》《廢棄物管理程序》等內部制度，並更新了《危險廢棄物管理制度》，進一步細化分類收集、規範貯存、合法轉移與合規處置各環節操作規範，明確危險廢物與其他廢棄物的分區、分級管控要求，強化防揚散、防流失、防滲漏措施，切實防範環境風險。

對生產過程中產生的固體廢棄物，各工廠實施集中收集，每日運送至指定站點進行定點壓縮，隨後由具備資質的第三方機構統一外運處置，確保全鏈條閉環管理。報告期內，所有廢棄物均依法依規分類處置，未發生環境洩露或安全事故。



廢棄物分類管理

有害廢棄物事故應急培訓

2025年6月，EHS部門聯合設備部、後勤保障部門共同組織了危險廢物意外事故應急培訓，本次培訓以實戰演練的方式開展，共有10名員工參與，旨在提升團隊對危險廢物突發狀況的應急處置能力。

固體廢棄物	單位	2023	2024	2025
不可回收工業固體廢棄物	噸	917	499	529
可回收工業固體廢棄物	噸	2,607	2,573	2,729
生活垃圾	噸	1,415	1,275	471
無害廢棄物總量	噸	6,584	5,966	4,975
萬元收益無害廢棄物的量	噸／萬元(人民幣)	0.02	0.02	0.02
產生的危險廢棄物總量	千克	26,380 ⁷	2,544	3,868
萬元收益危險廢棄物的量	克／萬元(人民幣)	96.15	10.38	15.25

3.3資源利用

為踐行綠色低碳轉型戰略，本集團將國家「雙碳」政策要求內化為具體行動。我們致力於提升全員節能意識，並重點聚焦生產運營環節，通過推行工藝節水、強化水資源循環利用及包材回收等舉措，全面提高資源使用效率，實現企業與價值鏈的協同可持續發展。

3.3.1水資源管理

本集團嚴格遵循《中華人民共和國水法》等法律法規，秉持合規取水與可持續用水原則，系統化管理水資源。我們建立了以用水效益目標為導向、全過程監管為支撐的管理體系，要求各生產單位每日記錄取水、排水及循環水量，並持續對用水工藝、設備和流程進行技術改造與升級，以提升用水效率。

⁷ 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。

報告期內，本集團取水全部來源於市政供水，運營合規、無取水爭議。我們通過定期監測與報告機制，動態評估水資源風險與機遇，致力於不斷提升水資源利用效率與循環利用率，切實履行水資源保護責任。

制水工藝優化

- 通過系統性優化制水工藝（包括軟化水處理、純水製備流程及設備清洗參數），並依據出水指標動態調整清洗週期，最終實現月度沖洗用水量減少20噸。

冷凝水回用

- 通過改進滴製工序的蒸汽冷凝水回收系統，有效提升了冷凝水回收率。回收的冷凝水作為鍋爐補給水源，減少了外部新鮮水取用量，實現了源頭節水。同時，在污水藥劑配置與設施平台沖洗環節，引入處理達標的中水進行替代，促進終端排水資源化利用。上述措施合計使月度取水量降低約10噸，取得了顯著的節水成效。

專班清潔活動優化

- 通過專項治理優化了衛生清潔流程，並針對設備設施衛生死角，推廣使用專用工具刷洗以替代傳統高壓水沖洗，有效降低了水耗。同時，對車間臭氧發生器實施節水改造，將冷卻水系統升級為循環利用模式，此舉全年可節約自來水1,500噸。

加裝水錶精準監測

- 為解決二期車間主要設備用水量無法單獨計量的問題，我們為6個生產用水池和3台清洗設備的進水端加裝了獨立水錶，並建立了每日專人抄錶制度，實現了對各設備用水量的精準管理。

周黑鴨水資源管理舉措

報告期內，本集團共計消耗自來水658,496.63噸，人民幣每萬元產值耗水量為2.6噸。

3.3.2 包材管理

本集團將綠色包裝理念深度融入產品生命週期管理，積極響應《深入推進快遞包裝綠色轉型行動方案》等國家政策指引。我們系統性地從材料創新、工藝優化、生態設計及精益生產四大維度切入，全面落實包裝的減量化、輕量化與可再生材料替代策略，並積極探索廢棄包材的回收與循環利用模式，致力於構建從源頭減量到末端循環的綠色供應鏈。

報告期內，公司紙箱回收再利用網絡在原有省份基礎上，成功拓展至湖南、陝西等新區域，回收網絡持續擴大。全年累計回收紙箱約174萬個，回收再利用率超過90%，預計節約相關成本近400萬元。

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	2023	2024	2025
包裝膜使用量	噸	2,818	2,502	2,530
真空包裝袋使用量	噸	595	649	694
包裝材料使用總量	噸	3,413	3,151	3,224
每噸銷售產品的包裝材料使用量	噸	0.11	0.12	0.11

廣納賢才， 合力致遠

4.1

員工僱傭

4.2

員工培訓與發展

4.3

員工關愛

4.4

健康與安全



周黑鴨堅信人才是可持續發展的根本動力，我們珍視每一位成員，通過營造包容環境、搭建成長平台、健全溝通機制，激發員工潛能，旨在實現個人價值與本集團永續發展的共贏。

4.1 員工僱傭

周黑鴨嚴格遵守《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，將合規僱傭要求全面融入企業治理體系。報告期內，公司持續完善用工管理機制，對《招聘管理制度》進行更新，進一步夯實合規僱傭的制度基礎。

周黑鴨嚴格禁止使用童工及任何形式的強迫勞動。在僱傭階段，我們對所有自主招聘員工及勞務派遣員工依法進行身份資格審查，確保從源頭杜絕不符合用工規範的行為，堅決維護勞動力市場的合法秩序。本集團倡導合理工時制度，堅決反對任何形式的強迫勞動行為，報告期內，本集團無任何僱傭童工及強迫勞動事件發生。

入職審核

- 已於《招聘管理制度》明確規定嚴禁錄用未滿18週歲的員工，如有違反並成功錄用，該招聘環節的直接責任人(HR)將予以辭退處理。
- 對應聘者(含全職員工、兼職員工、短期工)實行強制性的入職年齡核查，必須核驗其身份證原件；對疑似未成年者，需通過「國家政務服務平台」進行驗證，以確保合規。

補救措施

- 一旦發現誤用童工，立即終止其全部工作安排，並由HR專人陪同至安全區域，確保其脫離工作場景。
- 事發1小時內聯繫童工監護人，說明情況並明確公司責任，協商護送其返回原居住地，相關交通及食宿費用由周黑鴨全額承擔

防止僱傭童工舉措及誤用補救措施

周黑鴨秉承多元化用工原則，堅定維護職場平等。本集團抵制一切基於性別、年齡、種族、民族、疾病、婚姻家庭狀況、宗教信仰等因素的歧視行為，在員工招聘、晉升、培訓及職業發展等各環節，我們致力於為全體員工提供平等機會與公正待遇，嚴格杜絕職場歧視與騷擾現象，積極構建尊重包容的工作環境。報告期內，周黑鴨累計錄用殘疾員工6人，並向他們提供簡單、易操作崗位。

本年度，周黑鴨在人力資源體系建設方面取得顯著成效，先後獲得「中企聯合最佳僱主獎」等多項權威獎項，體現了業界對我們的高度認可。



中國人才管理卓越典範獎



獵聘2025年湖北最佳非凡僱主



中企聯合最佳僱主獎

周黑鴨持續優化員工招聘機制，本年度，我們圍繞核心業務崗位補招、區域擴張需求及短期用工儲備三大方向制定招聘計劃，並通過校園招聘與社會招聘等渠道廣泛吸納優秀人才。

走進校園：周黑鴨高校畢業生雙選會活動

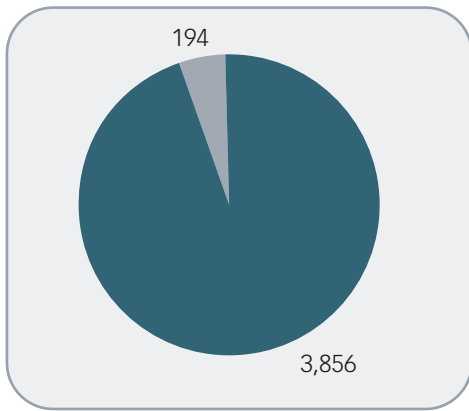
周黑鴨面向食品、營銷等專業應屆生精準開展人才儲備，通過提供含食宿與帶教的實習崗位，並明確「優秀實習生—正式員工—基層管理」的快速晉升通道，提前鎖定專業人才。2025年雙選會共收到簡歷200餘份，初步達成實習意向53人，其中15人進入企業實習，為門店運營及管培生梯隊建設補充了新生力量。



本年度，周黑鴨圍繞「本地用工需求匹配、區域就業共建」核心策略，通過生產端與門店端協同推進本地化僱傭。在工廠端，我們聯合地方人社局開展專項招聘；在門店端，通過社區推廣、村級信息推送及專項激勵項目「四季戰歌」，多措並舉提升本地招聘效率與員工留存率。

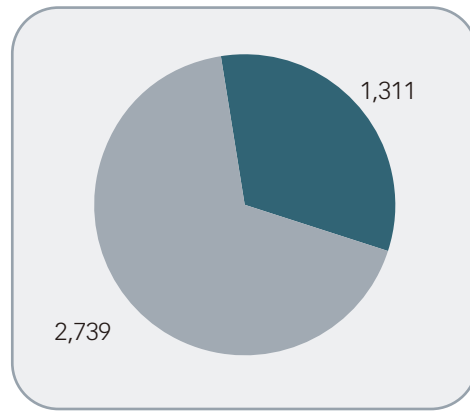
截至報告期末，周黑鴨累計僱傭員工4,050人，新進僱員1,757人，具體僱傭情況如下：

2025年本集團按僱傭類型劃分的員工人數



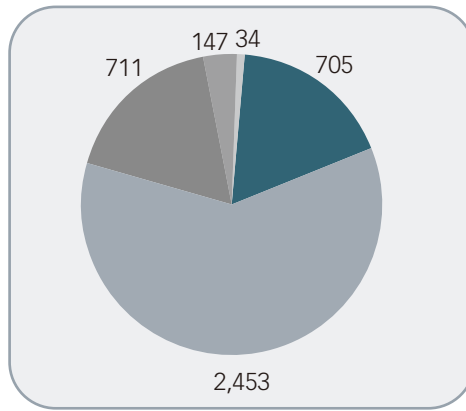
■ 全職員工 ■ 兼職員工

2025年本集團按性別劃分的員工人數



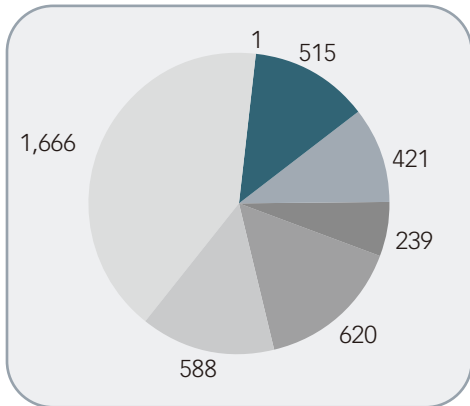
■ 男員工 ■ 女員工

2025年本集團按年齡劃分的員工人數



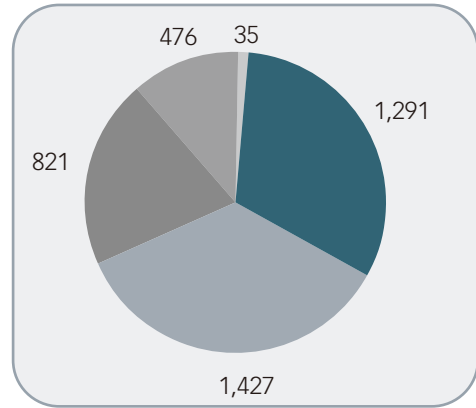
■ 28歲及以下 ■ 29-40歲 ■ 41-48歲
■ 49-55歲 ■ 56歲以上

2025年本集團按地區劃分的員工人數



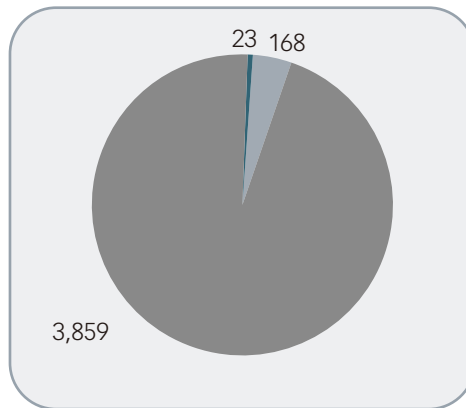
■ 華北 ■ 華中 ■ 西北 ■ 境外(含香港)
■ 南方 ■ 華東 ■ 湖北

2025年本集團按學歷劃分的員工人數



■ 初中及以下 ■ 中專/高中 ■ 大專
■ 本科 ■ 研究生及以上學歷

2025年本集團按職級劃分的員工人數

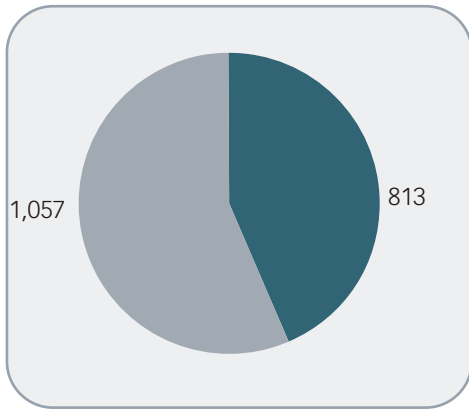


■ 總監及以上 ■ 中層管理崗 ■ 一般員工



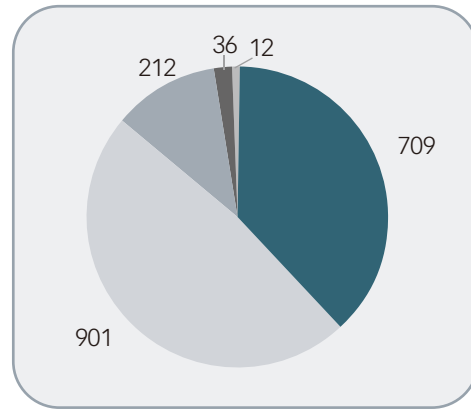
截至報告期末，周黑鴨流失員工總人數為1,870人，按照不同性別、年齡和地區的分情況如下：

2025年本集團按性別劃分的
員工流失人數(人)



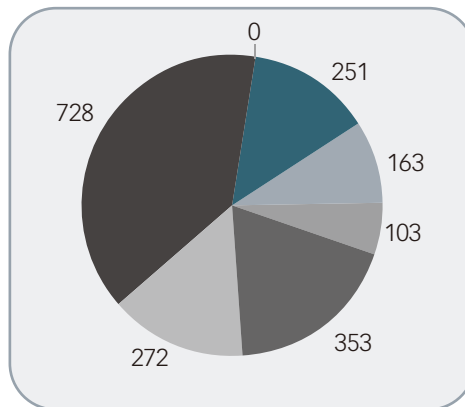
■ 男員工 ■ 女員工

2025年本集團按年齡劃分的
員工流失人數(人)



■ 28歲及以下 ■ 29-40歲 ■ 41-48歲
■ 49-55歲 ■ 56歲以上

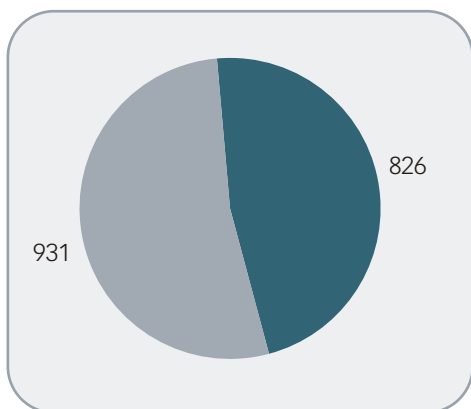
2025年本集團按地區劃分的
員工流失人數(人)



■ 華北 ■ 華中 ■ 西北
■ 南方 ■ 華東 ■ 湖北
■ 境外(含香港)

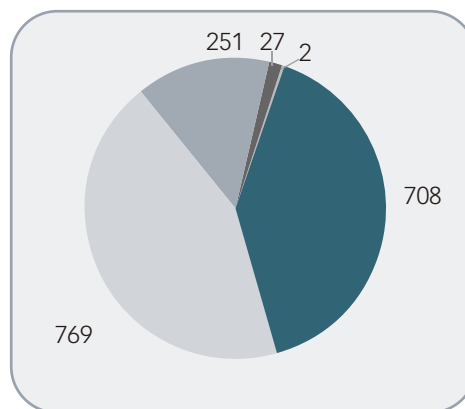
截至報告期末，周黑鴨新進員工總人數為1,757人，按照不同性別、年齡和地區的劃分情況如下：

2025年本集團按性別劃分的新入職員工人數(人)



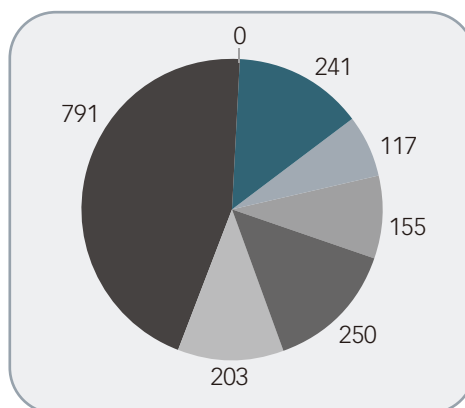
■ 男員工 ■ 女員工

2025年本集團按年齡劃分的新入職員工人數(人)



■ 28歲及以下 ■ 29-40歲 ■ 41-48歲
■ 49-55歲 ■ 56歲以上

2025年本集團按地區劃分的新入職員工人數(人)



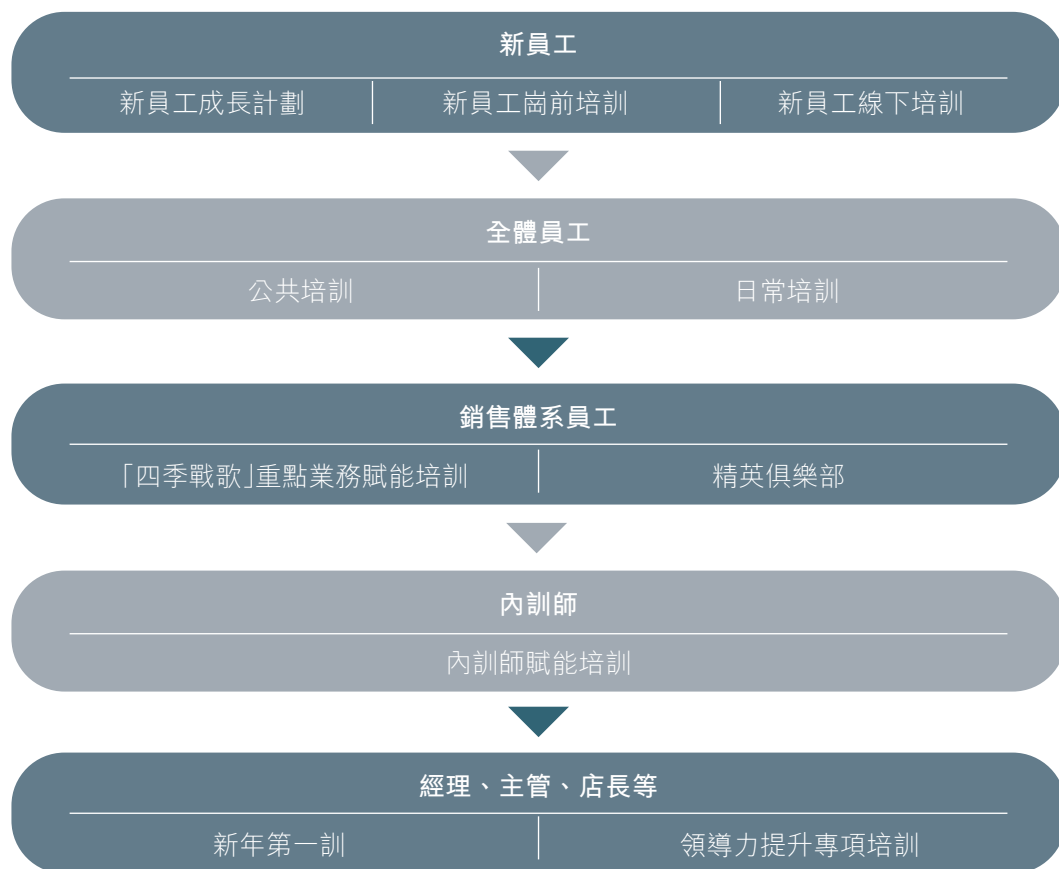
■ 華北 ■ 華中 ■ 西北
■ 南方 ■ 華東 ■ 湖北
■ 境外(含香港)

4.2 員工培訓與發展

周黑鴨已建立覆蓋員工全職業週期的培養與發展體系，通過不斷完善培訓機制、搭建多元化晉升通道，為不同崗位員工提供持續成長和能力提升的平台，助力員工實現職業理想。

4.2.1 員工培訓

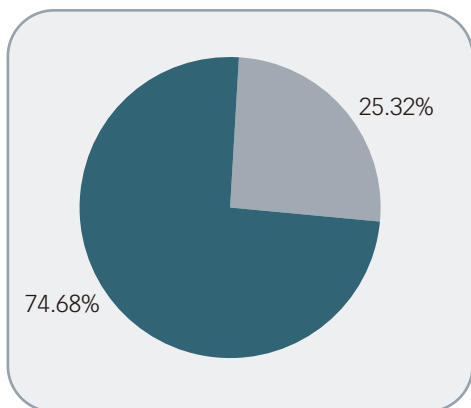
周黑鴨積極踐行「人才驅動發展」核心戰略，已制定並實施《培訓管理制度》《培訓學分管理制度》《零售終端人員發展手冊》《員工手冊》等內部政策，規範培訓流程。我們已構建標準化、分層級的培養體系，根據員工不同成長階段提供針對性發展計劃，致力於實現即時技能提升與長期職業發展的有機結合，從而為企業可持續發展提供堅實支撐。



周黑鴨針對不同層級的人才發展培訓計劃

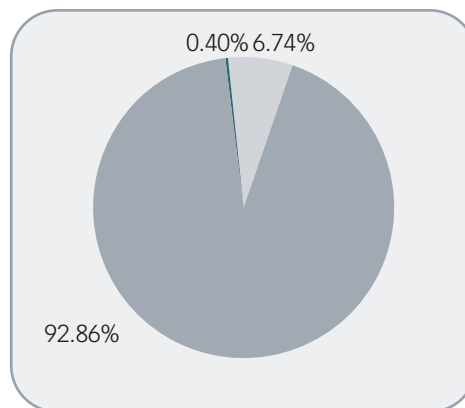
報告期內，周黑鴨年度受訓總人數達5,712人，年度培訓投入金額達人民幣184.75萬元，全體員工受訓總時長達153,440小時，員工培訓滿意度達99%，按照不同性別、職級的員工平均受訓時數和員工受訓比例如下：

2025年本集團按性別劃分的員工受訓比例



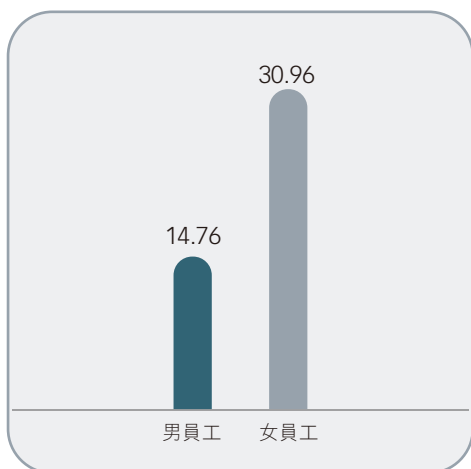
■ 男員工 ■ 女員工

2025年本集團按職級劃分的員工受訓比例



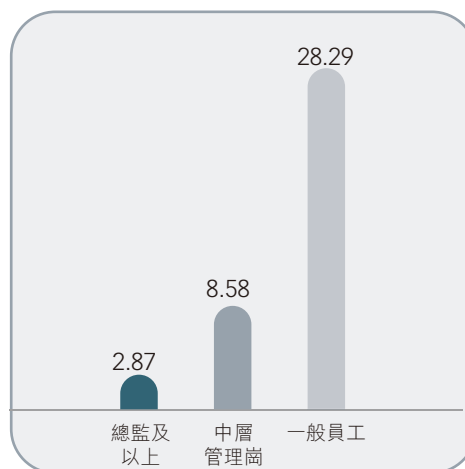
■ 總監及以上 ■ 中層管理崗 ■ 一般員工

2025年本集團按性別劃分的員工平均受訓時數(小時)



男員工 女員工

2025年本集團按職級劃分的員工平均受訓時數(小時)



總監及以上 中層管理崗 一般員工

「星火·破繭」：新員工成長計劃

周黑鴨面向全國新員工推行「星火·破繭」成長計劃，通過系統化線下課程，圍繞企業文化、品牌產品、運營實務等內容開展培訓，旨在加深新員工對公司的認知與文化認同，為其快速融入與成長奠定基礎。



四季戰歌業務發展賦能培訓

周黑鴨定期開展四季戰歌業務發展賦能培訓，通過復盤季度業績、成本、質量等維度的PK結果，梳理各維度標杆，組織經驗推廣學習，並制定下階段進步行動計劃，以激勵員工、提升組織活力，推動年度經營目標達成。



四季戰歌精英俱樂部

周黑鴨全國銷售精英匯聚本集團總部，在參加表彰的同時，也通過本集團提供的多元培訓賦能成長。本次培訓形式多樣、師資強大，包括團隊戶外拓展、外訓目標管理等多門乾貨課程，以寓教於樂的方式助力精英們提升職場能力。



4.2.2 員工發展

周黑鴨始終堅持同工同酬原則，尊重每位員工的勞動價值，確保員工獲得公平合理的薪酬待遇。我們已制定《薪酬管理制度》《績效管理制度》《激勵管理制度》等內部制度，為績效考核提供制度依據。此外，我們建立了完善的薪酬與績效掛鉤機制，有效增強了企業凝聚力與競爭力。

公司以年度經營計劃為起點，通過戰略解碼形成公司級2025年指標庫，並進行逐級拆解，確保員工考核目標與戰略對齊。我們通過季度考核、經營分析會及績效報告等方式跟蹤績效目標達成進度，結合財務與非財務指標進行動態調整。

我們針對不同層級員工制定了差異化的績效考核制度，同時針對考核為C/D級員工啟動績效改進計劃，每月績效輔導面談覆蓋率不低於團隊人數30%，季度覆蓋100%。

周黑鴨定期開展人才盤點，全面評估人才結構，為人才的精準任用與培養提供關鍵依據。本集團遵循能上能下的用人機制，已制定《員工晉升降職管理制度》，為員工提供清晰的制度保障。我們將根據實際經營情況及部門人員配置，進行人才的合理提拔任用。

報告期內，周黑鴨一線員工職級晉升46人，職等晉升101人。

4.3 員工關愛

周黑鴨致力於關懷員工福祉，構建了多元化的員工關懷體系。公司通過優化溝通機制、完善福利保障、豐富文化活動，全方位提升員工的歸屬感與幸福感，促進其身心健康發展。

4.3.1 員工薪酬福利與關懷

周黑鴨嚴格依據《中華人民共和國社會保險法》等法律法規及地方政策，為員工足額繳納養老保險、醫療保險、失業保險、工傷保險、生育保險及住房公積金，切實保障員工法定權益。在此基礎上，公司額外為全體員工(含兼職員工)配置商業保險，以增強意外保障。針對長期異地工作的員工，公司設有專項住房補貼制度。此外，公司還提供多項普惠性福利，涵蓋健康、生活與職業發展等多方面，包括帶薪年假、節日慰問、團建經費等。



周黑鴨薪酬激勵體系

報告期內，周黑鴨對在技術研發、生產運營、市場營銷、戰略管理等關鍵領域承擔重要職責的員工實施了股權激勵計劃。該計劃顯著增強了核心人才的歸屬感與忠誠度，不僅有效穩定了現有骨幹團隊，也提升了公司在行業內對優秀人才的吸引力，為可持續發展奠定了堅實的人才基礎。

周黑鴨始終重視員工業餘文化生活，通過定期舉辦各類文體活動與團隊建設，有效增強員工凝聚力與企業向心力，營造積極和諧的組織氛圍。同時，我們持續加強對女性員工的關懷，於辦公區域設置母嬰室，以保障女性員工在特殊時期的權益。

情暖中秋·樂聚人心：周黑鴨舉辦「月滿中秋」主題活動並發放節日福利

為弘揚傳統文化、增進員工認同，公司在9月25日中秋之際舉辦「月滿中秋·尋寶闖關」活動。活動將趣味遊戲與團隊協作相結合，全體行管人員熱情參與，現場氣氛歡快熱烈。此次活動不僅幫助員工放鬆身心，更在遊戲互動中增進了同事間的了解與企業文化的認同，有效打破了部門壁壘，讓大家感受到公司大家庭的溫暖與活力。



值此中秋佳節，公司為全體在職員工精心準備了暖心的節日福利，以感謝大家一直以來的辛勤付出與不懈努力，願各位員工與家人共享團圓甜蜜，共度美好時光。



賡續紅色血脈，共擔時代使命：周黑鴨組織觀看抗戰勝利 80 周年閱兵儀式

9月3日，周黑鴨組織黨員及群眾集中觀看抗戰勝利80週年閱兵儀式，共同感受國家崛起的磅礴力量，重溫民族抗戰精神。此次活動是一堂生動的愛國主義教育課，增強了團隊凝聚力，激勵大家以紮實行動為公司發展與國家建設貢獻力量。



4.3.2 員工溝通

周黑鴨始終重視內部溝通機制的完善，通過建立多維度、常態化的員工溝通渠道，積極聽取並認真研究員工提出的各項意見與建議。公司鼓勵員工圍繞工作環境優化、職業發展路徑及企業文化提升等議題踴躍建言，確保信息雙向傳遞順暢，為企業管理優化與創新發展提供持續支撐。

人才盤點訪談環節
測評問卷

新員工座談會
績效溝通
部門座談會
非正式走訪
總經理信箱

企業文化社區

員工溝通渠道

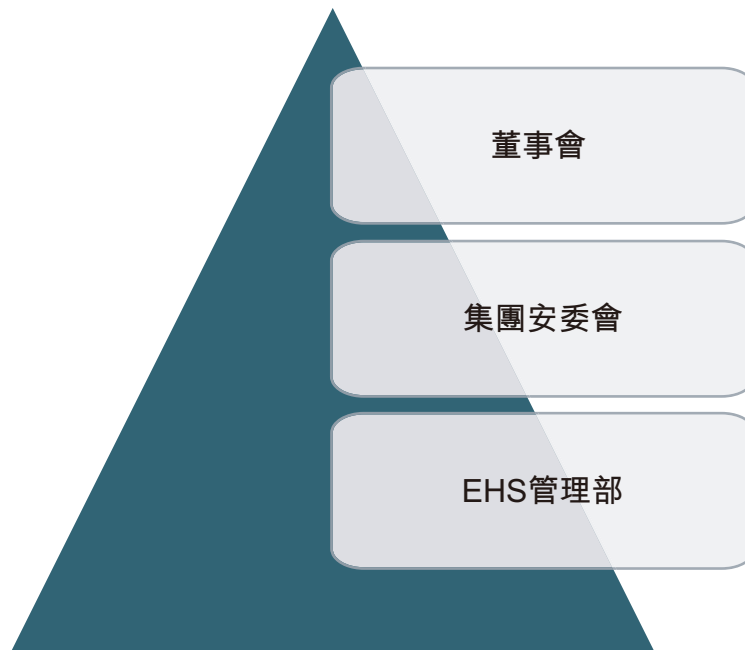
周黑鴨始終高度關注員工體驗，深度了解員工的期望與需求。2025年，公司開展了HR系統滿意度調查，系統性地收集員工反饋並推進整改。

4.4 健康與安全

周黑鴨始終將職業健康與安全置於企業發展的首位，通過建立科學完善的安全防控體系，系統化推進安全生產標準化建設，為員工營造安全可靠的工作環境，切實保障員工職業健康與生命安全。

4.4.1 生產安全

周黑鴨嚴格遵守《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》等法律法規要求，建立了權責清晰、運行高效的安全管理架構。



周黑鴨EHS管理架構

周黑鴨嚴格遵循安全生產標準，構建了系統的職業健康安全管理體系。公司依據《安全事故管理辦法》《安全管理檢查辦法》《安全管理紅線制度》《應急救援及演練管理制度》等文件要求，建立了覆蓋全流程、全方位的風險識別、評估與管控機制。2025年，我們對原《全員安全生產責任制》進行全面修訂，形成並下發《安全環保責任管理辦法》細化了責任，將安全環保目標分解至各部門、崗位及個人，構建起「橫向到邊、縱向到底」的責任體系。本集團連續三年未發生工亡時間，報告期內因工傷損失小時數3,504小時，約為438個工作日。

指標名稱	目標	2025年數據	是否達成
三、四級安全事故 ⁸	0	0	是
政府處罰安全環保事件	0	0	是
百萬工時傷害率	≤2.27	≤1.8	是
隱患按期整改率	0.98	0.982	是

周黑鴨2025年健康與安全目標

周黑鴨將定期安全檢查作為安全管理的重要抓手，通過建立系統化的巡檢機制，持續排查和治理各類安全隱患，切實筑牢企業安全生產防線。報告期內，周黑鴨已獲得湖北省安全生產標準化二級企業認證。

優化檢查機制，提升自查成效

- 2025年公司建立總經理帶隊、職能部門專業檢查、部門及崗位自查的四級安全檢查制度，全年自查隱患3,568項，較2024年增長約130%，其中主動檢查佔比達43.7%。

全面落實整改，閉環外部檢查問題

- 各工廠全年接受外部檢查77次，所指出的147項問題均已全部完成整改並回覆，形成有效管理閉環。

聚焦標準更新，強化門店安全管控

- 於2025年7月優化門店安全檢查標準，刪除不適用條目，明確模糊內容，並補充消防、用電等關鍵要求，使標準更聚焦、可操作。

周黑鴨安全檢查舉措

⁸ 三、四級安全事故定義來源公司《安全事故報告和調查處理管理辦法》

為有效應對極端惡劣天氣，周黑鴨建立了多維度預警響應機制，通過企業微信群、內部社區等渠道實時發佈預警信息，並聯動門店運營部門同步開展物資儲備、設備檢查及員工安全教育等預防性工作，全面提升極端天氣下的應急保障能力。

周黑鴨致力於強化員工安全生產意識，通過定期開展應急演練、實施常態化安全巡檢以及組織系統性培訓教育等措施，提升員工安全防護能力。報告期內，周黑鴨健康與安全培訓覆蓋率達100%。

開展體系化安全培訓，通過雙線融合模式全面提升員工安全素養

2025年，公司全面推進職業健康安全教育培訓，全年共開展培訓329場次，其中線下授課325場次、線上4場次，累計覆蓋34,353人次。線下培訓注重現場互動與技能指導，線上培訓則利用企業線上學習平台擴大覆蓋範圍，實現靈活學習。培訓內容聚焦實用性與針對性，涵蓋消防疏散逃生、交通安全知識、滅火器操作要領、安全操作規程及安全基礎知識等核心模塊，通過理論講解、實操演練與案例分析相結合的方式，強化員工風險防範意識與應急能力。

「鴨鴨學堂」開展線上安全教育

周黑鴨通過「鴨鴨學堂」平台，以安全小常識短視頻結合考題驗收的形式開展常態化安全教育。系列視頻涵蓋消防、用電等實用主題，通過「觀看+測試」的閉環學習模式，有效提升了員工的安全意識和風險防範能力。



4.4.2 職業病防治

周黑鴨始終堅持以人為本的理念，將保障員工職業健康放在首要位置。公司構建了以預防為主、防治結合的職業健康管理體系，並採取多項舉措系統推進相關工作。

全體職工

- 每年組織崗中職業健康體檢，動態監測員工身體狀況


噪聲崗位員工

- 配發降噪耳塞，並開展使用培訓與監督

高溫作業崗位員工

- 採取分時段配發防暑用品（如藿香正氣液、人丹）、優化作業時段、設置中途休息區等措施

周黑鴨職業病安全保障舉措



社會關懷， 善意延續

5.1
社區共建

5.2
善行實踐



周黑鴨積極履行企業社會責任，在力所能及的範圍內回饋社會、傳遞溫暖，推動企業發展與社會價值的協同共進。

5.1 社區共建

周黑鴨扎根社會、服務社會，依託自身產業與品牌優勢，積極探索工業資源與社會教育的融合路徑。公司以國家3A級旅遊景區－周黑鴨滷文化體驗中心為載體，通過將工業參觀轉化為具有教育意義與社會價值的品牌體驗，有效促進本土特色工業文化的傳播，切實履行企業在社區參與與文化推廣方面的社會責任。

報告期內，周黑鴨滷文化體驗中心持續發揮工業旅遊與科普教育平台作用，全年組織研學、參觀等各類活動555場，累計接待社會各界人士23,363人次。體驗中心向公眾開放現代化智能製造工廠與品牌體驗空間，研學內容涵蓋生產工藝參觀、車間實踐等環節，並在特色課程中融入文化傳承與情感教育，引導青少年親手製作產品贈予家人，傳遞「孝心」與「分享」的價值理念。同時，我們面向大學生及MBA等群體設置高管現場分享環節，並與高校共建實訓基地，開展研發方向的項目合作。周黑鴨通過將工業參觀轉化為具有教育意義與社會價值的品牌體驗，有效促進本土特色工業文化的傳播，切實履行企業在社區參與與文化推廣方面的社會責任。

5.2 善行實踐

周黑鴨積極聯動社會各方，以實際行動回饋社會，持續支持公益慈善事業發展，展現企業的社會責任與擔當。本年度，本集團通過產品捐贈等形式開展多項公益行動，重點用於福利院養老院慰問、退役軍人關懷，及學校空調捐贈等項目，切實改善受助群體的生活與學習環境。報告期內，周黑鴨累計慈善金額投入達人民幣23.59萬元。

案例：周黑鴨為盧作孚學校捐贈空調，改善校園學習環境

2025年9月，周黑鴨向合川區盧作孚小學、中學及幼兒園捐贈22台格力晶弘空調，分別安裝於教學教室及活動場所。此次捐贈結合不同學齡段學生的實際需求，在季節轉換階段為師生提供更加穩定的學習與活動環境。設備投入使用後，將覆蓋多個學習與功能空間，有效改善室內溫控條件，提升校園整體舒適度。



案例：周黑鴨深度參與退役軍人公益，踐行社會責任

2025年7月，周黑鴨攜手武漢市退役軍人長江衛士志願服務隊舉辦「長江衛士2025慶八一友誼賽」，為參與賽事的300餘名退役軍人提供600份周黑鴨產品支持。公司為參賽人員提供600份周黑鴨產品支持。此外，周黑鴨還與武漢市慈善總會簽訂捐贈協議，向「致敬功臣·關愛軍屬」主題活動捐贈1,500份「周遊武漢」禮盒，總價值人民幣119,400元，表達對軍人群體長期貢獻的尊重與關注。



案例：周黑鴨養老院慰問活動

2025年7月，周黑鴨創始人周富裕先生赴養老院進行慰問，攜周黑鴨大禮包為老人們送溫暖。



附錄

附錄一 聯交所《環境、社會及管治報告守則》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。	低碳運營，綠色未來—環境管理 低碳運營，綠色未來—資源利用
	關鍵績效指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	低碳運營，綠色未來—環境管理
	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)。	低碳運營，綠色未來—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)。	低碳運營，綠色未來—環境管理
	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)。	低碳運營，綠色未來—環境管理
	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。	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化 低碳運營，綠色未來—環境管理
	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。	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化 低碳運營，綠色未來—環境管理



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
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。	低碳運營，綠色未來－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)。	低碳運營，綠色未來－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)。	低碳運營，綠色未來－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。	低碳運營，綠色未來－應對氣候變化 低碳運營，綠色未來－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。	低碳運營，綠色未來－應對氣候變化 低碳運營，綠色未來－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。	低碳運營，綠色未來－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。	低碳運營，綠色未來－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。	低碳運營，綠色未來－環境管理
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。	廣納賢才，合力致遠－員工僱傭
	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。	廣納賢才，合力致遠－員工僱傭
	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。	廣納賢才，合力致遠－員工僱傭

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
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。	廣納賢才，合力致遠－健康與安全
	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。	廣納賢才，合力致遠－健康與安全
	關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	廣納賢才，合力致遠－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。	廣納賢才，合力致遠－健康與安全
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。	廣納賢才，合力致遠－員工培訓與發展
	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。	廣納賢才，合力致遠－員工培訓與發展
	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。	廣納賢才，合力致遠－員工培訓與發展
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。	廣納賢才，合力致遠－員工僱傭
	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。	廣納賢才，合力致遠－員工僱傭
	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。	廣納賢才，合力致遠－員工僱傭



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
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。	食安為本，質領未來－責任供應鏈
	關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。	食安為本，質領未來－責任供應鏈
	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。	食安為本，質領未來－責任供應鏈
	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。	食安為本，質領未來－責任供應鏈
	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。	食安為本，質領未來－責任供應鏈
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。	食安為本，質領未來－食品質量與安全 食安為本，質領未來－客戶服務至上
	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。	食安為本，質領未來－食品質量與安全 食安為本，質領未來－客戶服務至上
	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。	食安為本，質領未來－客戶服務至上
	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。	食安為本，質領未來－創新驅動
	關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	食安為本，質領未來－食品質量與安全
	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。	食安為本，質領未來－客戶服務至上

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
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。	以責固本，行穩致遠－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。	以責固本，行穩致遠－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。	以責固本，行穩致遠－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。	以責固本，行穩致遠－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。	社會關懷，善意延續
	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)。	社會關懷，善意延續－社區共建
	關鍵績效指標B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	社會關懷，善意延續－善行實踐



氣候相關披露要求		所在章節
(I) 管治	1. 發行人應披露以下信息：	
	(a) 負責監督氣候相關風險和機遇的治理機構(可包括負責治理的董事會、委員會或其他同等治理機構)或個人的資訊。具體而言，發行人須指出有關機構或個人及披露以下資訊：	
	(i) 該機構或個人如何釐定當前或將來是否有適當的技能和勝任能力來監督應對氣候相關風險和機遇的策略；	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
	(ii) 該機構或個人獲悉氣候相關風險和機遇的方式和頻率；	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
	(iii) 該機構或個人在監督發行人的策略、重大交易決策和風險管理程序及相關政策的過程中，如何考慮氣候相關風險和機遇，包括該機構或個人是否有考慮與該等氣候相關風險和機遇相關的權衡評估；	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
	(iv) 該機構或個人如何監督有關氣候相關風險和機遇的目標制定並監察達標進度(見第19段至第22段)，包括是否將相關績效指標納入薪酬政策以及如何納入(見第17段)；及	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
	(b) 管理層在用以監察、管理及監督氣候相關風險和機遇的管治流程、監控措施及程序中的角色，包括以下資訊：	
	(i) 該角色是否被委託給特定的管理層人員或管理層委員會以及如何對該人員或委員會進行監督；及	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
(ii) 管理層可有使用監控措施及程序協助監督氣候相關風險和機遇；如有，這些監控措施及程序如何與其他內部職能部門進行整合。	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化	

氣候相關披露要求		所在章節
(II) 策略	氣候相關風險和機遇 2. 發行人須披露其資訊，以讓人理解其合理預期可能在短期、中期或長期影響其現金流量、融資渠道或資本成本的氣候相關風險和機遇。具體而言，發行人須：	
	(a) 描述合理預期可能在短期、中期或長期影響發行人的現金流量、融資渠道或資本成本的氣候相關風險和機遇；	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
	(b) 就發行人已識別的每項氣候相關風險，解釋發行人是否認為該風險是與氣候相關物理風險或與氣候相關轉型風險；	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
	(c) 就發行人已識別的每項氣候相關風險和機遇，具體說明其合理預期可能影響發行人的時間範圍(短期、中期或長期)；及	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
	(d) 解釋發行人如何定義短期、中期及長期，以及這些定義如何與其策略決定規劃範圍掛鉤。	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
	業務模式與價值鏈 3. 發行人須披露能夠讓人了解氣候相關風險和機遇對其業務模式和價值鏈的當前和預期影響的資訊。具體而言，發行人須作如下披露：	
	(a) 描述氣候相關風險和機遇對發行人業務模式和價值鏈的當前和預期影響；及	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
	(b) 描述在發行人的業務模式和價值鏈中，氣候相關的風險和機遇集中的地方(例如，地理區域、設施及資產類型)。	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化



氣候相關披露要求	所在章節
<p>策略和決策</p>	
<p>4. 發行人須披露讓人了解氣候相關風險和機遇對其策略和決策的影響的資訊。具體而言，發行人須披露：</p>	
<p>(a) 有關發行人已經及將來計劃在其策略和決策中如何應對氣候相關風險和機遇的資訊，包括發行人計劃如何實現任何其所設定的氣候相關目標，以及任何法律或法規要求達到的目標。具體而言，發行人須披露以下資訊：</p>	
<p>(i) 因應氣候相關風險和機遇而在當前及預期將來對發行人業務模式(包括資源配置)作出的變動；</p>	<p>低碳運營，綠色未來－應對氣候變化</p>
<p>(ii) 已經或預期將進行的任何適應或減緩工作(直接或間接)；</p>	<p>低碳運營，綠色未來－應對氣候變化</p>
<p>(iii) 發行人任何與氣候相關轉型計劃(包括制定轉型計劃時使用的主要假設的資訊，以及該計劃所依賴的因素)，或若發行人並未有這樣的計劃，則作適當的否定聲明；</p>	<p>低碳運營，綠色未來－應對氣候變化</p>
<p>(iv) 發行人計劃如何實現第19至22段所述的任何氣候相關目標(包括任何溫室氣體排放目標(如有))。</p>	<p>低碳運營，綠色未來－應對氣候變化</p>
<p>(b) 有關發行人當前及將來計劃如何為根據第4(a)段披露的行動提供資源。</p>	<p>低碳運營，綠色未來－應對氣候變化</p>
<p>5. 發行人須披露先前各匯報期內按照第4(a)段所披露計劃的進度。</p>	<p>低碳運營，綠色未來－應對氣候變化</p>



氣候相關披露要求	所在章節
財務狀況、財務表現和現金流量 當前財務影響 6. 發行人須披露以下定性和量化資料：	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
(a) 氣候相關風險和機遇如何影響發行人在匯報期的財務狀況、財務表現及現金流量；及	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
(b) 當存在將導致下一匯報年度相關財務報表中的資產和負債賬面價值發生重要調整的重大風險時，關於第6(a)段中識別的氣候相關風險和機遇的資訊。	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
預期財務影響 7. 發行人須披露以下定性和量化資料： (a) 發行人經考慮其管理氣候相關風險和機遇的策略後，並考慮到以下各項，預期其財務狀況在短期、中期及長期內將如何變化：	
(i) 其投資及處置計劃；及	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
(ii) 其為實施策略所需的資金的計劃資金來源；及	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
(b) 基於發行人管理氣候相關風險和機遇的策略，其預計其財務業績及現金流量在短期、中期及長期的變化。	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化



氣候相關披露要求	所在章節
<p>氣候韌性</p> <p>8. 在考慮發行人已識別的氣候相關風險和機遇後，發行人須披露資訊，使他人了解發行人的策略及業務模式對氣候相關變化、發展或不確定性的韌性。發行人須按與其情況相稱的做法，使用與氣候相關的情景分析來評估其氣候韌性。提供量化資訊時，發行人可披露單一數額或區間範圍。具體而言，發行人須披露：</p> <p>(a) 發行人截至匯報日對其氣候韌性的評估，其有助於了解：</p>	
<p>(i) 發行人的分析結果對其策略和業務模式的影響(如有)，包括發行人需要如何應對氣候相關情景分析中確定的影響；</p>	<p>低碳運營，綠色未來—應對氣候變化</p>
<p>(ii) 發行人對氣候韌性的評估中考慮的重大不確定因素的範疇；及</p>	<p>低碳運營，綠色未來—應對氣候變化</p>
<p>(iii) 發行人根據氣候發展調整其短期、中期和長期策略和業務模式的能力。</p>	<p>低碳運營，綠色未來—應對氣候變化</p>
<p>(b) 如何及何時進行氣候相關情景分析，包括：</p>	
<p>(i) 使用的輸入數據，包括：</p> <p>(1) 發行人在分析中使用的氣候相關情景及其來源</p> <p>(2) 分析是否涵蓋多種不同的氣候相關情景</p> <p>(3) 分析所使用的氣候相關情景是否與氣候相關轉型風險或氣候相關物理風險有關</p> <p>(4) 發行人在其情景中是否使用了與最新氣候變化國際協議相一致的情景</p> <p>(5) 發行人為何認為所選擇的氣候相關情景與評估其氣候相關變化、發展或不確定性的韌性相關</p> <p>(6) 發行人在分析中所使用的時間範圍</p> <p>(7) 發行人分析所涵蓋的營運範圍(例如分析所涵蓋的營運地點及業務單位)</p>	<p>低碳運營，綠色未來—應對氣候變化</p>
<p>(ii) 發行人在分析中所作的關鍵假設；及</p>	<p>低碳運營，綠色未來—應對氣候變化</p>
<p>(iii) 進行氣候相關情景分析的匯報期。</p>	<p>低碳運營，綠色未來—應對氣候變化</p>

氣候相關披露要求	所在章節
9. 發行人須披露以下資訊：	
(a) 發行人用於識別、評估氣候相關風險，以及釐定當中輕重緩急並保持監察的流程及相關政策，包括有關以下方面的資訊：	
(i) 發行人使用的輸入數據及參數(例如資料來源及程序所涵蓋的業務範圍)；	低碳運營，綠色未來－應對氣候變化
(ii) 發行人可有及如何使用氣候相關情景分析來識別氣候相關風險；	低碳運營，綠色未來－應對氣候變化
(iii) 發行人如何評估有關風險的影響的性質、可能性及程度(例如發行人可有考慮定性因素、量化門檻或其他所用標準)；	低碳運營，綠色未來－應對氣候變化
(iv) 發行人可有及如何就氣候相關風險相對於其他類型風險的優次排列；	低碳運營，綠色未來－應對氣候變化
(v) 發行人如何監察其氣候相關風險；及	低碳運營，綠色未來－應對氣候變化
(vi) 與上一個匯報期相比，發行人可有及如何改變其使用的流程。	低碳運營，綠色未來－應對氣候變化
(b) 發行人用於識別、評估氣候相關機遇，以及釐定當中輕重緩急並保持監察的流程(包括發行人可有及如何使用氣候相關情景分析來確定氣候相關機遇的資訊)；及	
(c) 氣候相關風險和機遇的識別、評估、優次排列和監察流程，是如何融入發行人的整體風險管理流程，以及融入的程度如何。	

(III) 風險管理



氣候相關披露要求		所在章節
(IV) 指標及目標	溫室氣體排放	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
	10. 發行人須披露匯報期內的溫室氣體絕對總排放量(以公噸二氧化碳當量表示)，並分為：	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
	(a) 範圍1溫室氣體排放；	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
	(b) 範圍2溫室氣體排放；及	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
	(c) 範圍3溫室氣體排放。	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
	11. 發行人須：	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
	(a) 除非管轄機關或發行人上市之另一交易所另有要求，否則發行人須根據《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準(2004年)》計量其溫室氣體排放；	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
	(b) 披露其用於計量溫室氣體排放的方法，包括：	
	(i) 發行人用於計量其溫室氣體排放的計量方法、輸入數據及假設；	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
	(ii) 發行人為何選擇該計量方法、輸入數據及假設計量溫室氣體排放；及	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
(iii) 發行人在匯報期對計量方法、輸入資料及假設進行的任何變更以及變更原因；	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化	
(c) 就根據第10(b)段披露的範圍2溫室氣體排放，披露其以地域為基準的範圍2溫室氣體排放，並提供有助於了解該排放的任何所需合約文書的資訊；及	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化	
(d) 就根據第10(c)段披露的範圍3溫室氣體排放，根據《溫室氣體核算體系：企業價值鏈(範圍3)核算與報告標準(2011年)》所述的範圍3類別披露發行人計量範圍3溫室氣體排放中包含的類別。	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化	



氣候相關披露要求	所在章節
<p>氣候相關轉型風險</p> <p>12. 發行人須披露易受氣候相關轉型風險影響的資產或業務活動的金額及百分比。</p>	<p>低碳運營，綠色未來—應對氣候變化</p>
<p>氣候相關物理風險</p> <p>13. 發行人須披露易受氣候相關物理風險影響的資產或業務活動的金額及百分比。</p>	<p>低碳運營，綠色未來—應對氣候變化</p>
<p>氣候相關機遇</p> <p>14. 發行人須披露涉及氣候相關機遇的資產或業務活動的金額及百分比。</p>	<p>低碳運營，綠色未來—應對氣候變化</p>
<p>資金運用</p> <p>15. 發行人須披露用於氣候相關風險和機遇的資本支出、融資或投資的金額。</p>	<p>低碳運營，綠色未來—應對氣候變化</p>
<p>內部碳定價</p> <p>16. 發行人須披露如下：</p>	
<p>(a) 闡釋發行人可有及如何在決策中應用碳定價(例如投資決策、轉移定價及情景分析)；及</p>	<p>周黑鴨暫未應用碳定價</p>
<p>(b) 發行人用於評估其溫室氣體排放成本的每公噸溫室氣體排放量定價；或適當的否定聲明，確認發行人沒有在決策中應用碳定價。</p>	<p>周黑鴨暫未應用碳定價</p>
<p>薪酬</p> <p>17. 發行人須披露氣候相關考慮因素可有及如何納入薪酬政策，或提供適當的否定聲明。這可能構成根據第1(a)(iv)段作出的披露的一部分。</p>	<p>周黑鴨暫未將氣候相關考慮因素納入薪酬政策</p>
<p>行業指標</p> <p>18. 本交易所鼓勵發行人披露與一項或多項特定的業務模式和活動有關的行業指標，或與參與有關行業常見特徵有關的行業指標。在決定披露哪些行業指針時，本交易所鼓勵發行人參考《〈國際財務報告可持續披露準則S2號〉行業披露指南》和其他國際環境、社會及管治報告框架規定的行業披露要求所述的與披露主題相關的行業指標，並考慮其是否適用。</p>	<p>不涉及</p>



氣候相關披露要求	所在章節
<p>氣候相關目標</p> <p>19. 發行人須披露(a)其為監察實現其策略目標的進展而設定的與氣候相關的定性及量化目標；及(b)法律或法規要求發行人達到的任何目標，包括任何溫室氣體排放目標。發行人須就每個目標逐一披露：</p>	
<p>(a) 用以設定目標的指標；</p>	<p>低碳運營，綠色未來－應對氣候變化</p>
<p>(b) 目標的目標(例如減緩、適應或以科學為基礎的舉措)；</p>	<p>低碳運營，綠色未來－應對氣候變化</p>
<p>(c) 目標的適用範圍(例如目標是適用於發行人整個集團還是部分(如僅適用於某個業務單位或地理區域))；</p>	<p>低碳運營，綠色未來－應對氣候變化</p>
<p>(d) 目標適用期間；</p>	<p>低碳運營，綠色未來－應對氣候變化</p>
<p>(e) 衡量進度的基準期間；</p>	<p>低碳運營，綠色未來－應對氣候變化</p>
<p>(f) 階段性目標或中期目標(如有)；</p>	<p>低碳運營，綠色未來－應對氣候變化</p>
<p>(g) 如屬量化目標，其屬絕對目標還是強度目標；及</p>	<p>低碳運營，綠色未來－應對氣候變化</p>
<p>(h) 最新氣候變化國際協議(包括該協議產生的司法承諾)如何幫助發行人設定目標。</p>	<p>低碳運營，綠色未來－應對氣候變化</p>



氣候相關披露要求	所在章節
20. 發行人須披露其設定及審閱每項目標的方法，以及其如何監察達標進去，包括：	
(a) 目標本身及設定目標的方法是否經第三方驗證；	低碳運營，綠色未來－應對氣候變化
(b) 發行人審核目標的程序；	低碳運營，綠色未來－應對氣候變化
(c) 用於監察達標進度的指標；及	低碳運營，綠色未來－應對氣候變化
(d) 任何修訂目標的內容及原因。	低碳運營，綠色未來－應對氣候變化
21. 發行人須披露有關每項氣候相關目標的績效的資訊以及對發行人績效的趨勢或變化分析。	低碳運營，綠色未來－應對氣候變化



氣候相關披露要求	所在章節
22. 就按第19至21段披露的每一項溫室氣體排放目標，發行人須披露：	
(a) 目標涵蓋哪些溫室氣體；	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
(b) 目標是否涵蓋範圍1、範圍2或範圍3的溫室氣體排放；	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
(c) 此目標是溫室氣體排放總量目標還是溫室氣體排放淨額目標。如為溫室氣體排放淨額目標，發行人須另外披露相關的溫室氣體排放總量目標；	低碳運營，綠色未來—應對氣候變化
(d) 目標是否是採用行業脫碳方法得出的；及	不涉及
(e) 發行人計劃使用碳信用抵銷溫室氣體排放以實現任何溫室氣體排放淨額目標。關於使用碳信用的計劃，發行人須披露：	
(i) 依賴使用碳信用以實現任何溫室氣體排放淨額目標的程度及方式；	不涉及
(ii) 該碳信用將由哪些第三方計劃驗證或認證；	不涉及
(iii) 碳信用的類型，包括相關抵銷是否是基於自然還是基於科技的碳消除，以及相關抵銷是通過減碳還是碳消除實現；及	不涉及
(iv) 為讓人了解發行人計劃使用的碳信用的可信度和完整性所必需的任何其他重要因素(例如，對碳抵銷效果的假設)。	不涉及
跨行業指標及行業指標的適用性	不涉及
23. 在編制披露內容以符合第3至8及19至20段的規定時，發行人須參考(i)跨行業指標(見第10至17段)及(ii)行業指標(見第18段)並考慮其是否適用。	

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.《中華人民共和國合同法》
- 3.《中華人民共和國反壟斷法》
- 4.《中華人民共和國反不正當競爭法》
- 5.《中華人民共和國環境保護法》
- 6.《中華人民共和國大氣污染防治法》
- 7.《中華人民共和國水污染防治法》
- 8.《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》
- 9.《中華人民共和國食品安全法實施條例》
- 10.《排污許可管理條例》
- 11.《中華人民共和國節約能源法》
- 12.《武漢市餐廚廢棄物管理辦法》
- 13.《中華人民共和國勞動法》
- 14.《中華人民共和國勞動合同法》
- 15.《中華人民共和國未成年人保護法》
- 16.《中華人民共和國婦女權益保障法》
- 17.《中華人民共和國安全生產法》
- 18.《中華人民共和國消防法》
- 19.《中華人民共和國職業病防治法》
- 20.《中華人民共和國突發事件應對法》
- 21.《中華人民共和國社會保險法》
- 22.《生產安全事故應急預案管理辦法》
- 23.《企業落實食品安全主體責任監督管理規定》
- 24.《GB 2762-2022食品安全國家標準》
- 25.《GB 5749-2022生活飲用水衛生標準》
- 26.《GB 16297-1996大氣污染物綜合排放標準》
- 27.《GB 18483-2001飲食業油煙排放標準(試行)》
- 28.《GB 13271-2014鍋爐大氣污染物排放標準》
- 29.《肉類加工工業水污染物排放標準》



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.《知識產權管理辦法》
- 6.《供應商准入資質要求明細表》
- 7.《供應商調查初審表》
- 8.《合作夥伴安全協議書》
- 9.《合作夥伴保密承諾書》
- 10.《質量環保安全承諾書》
- 11.《環境保護協議》
- 12.《供應商管理制度》
- 13.《2021年供應商績效考核標準》
- 14.《採購業務結算流程》
- 15.《緊急採購處理制度》
- 16.《客訴輿情預防控制規範》
- 17.《公司綠化環境和環境管理體系制度》
- 18.《危險廢物管理制度》
- 19.《環境應急預案》
- 20.《能源資源管理程序》
- 21.《能源考核機制》
- 22.《GB16297-1996大氣污染物綜合排放標準》
- 23.《GB18483-2001飲食業油煙排放標準(試行)》
- 24.《GB13271-2014鍋爐大氣污染物排放標準》
- 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.《紀檢監督檢查工作條例》

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》

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滷制素菜系列製品
13. Q/HZHY0002S-2017滷制魷魚製品
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滷制素菜系列食品
19. Q/HZHY0008S-2016滷雞蛋乾
20. Q/HZHY0009S-2016熟制小龍蝦
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