

呷哺呷哺

Xiabuxiabu Catering Management (China) Holdings Co., Ltd.
呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之公司)

股票代號: 520

環境、社會及管治報告

2016



報告說明

○ 時間範圍

2016年1月1日—2016年12月31日，部分內容及數據適當追溯以往年份，超出上述範圍。

○ 發佈週期

本報告為年度報告。

○ 組織範圍

報告範圍參見呷哺呷哺餐飲管理（中國）控股有限公司組織架構圖。

○ 編寫依據

報告編製參考香港聯合交易所《環境、社會及管治報告指引》（「ESG指引」），同時參照全球報告倡議組織GRI可持續發展報告指引及其食品加工行業補充指引要求的披露指標，符合國際通用的可持續發展報告/企業社會責任報告披露標準。

○ 數據說明

所有數據均來自呷哺呷哺餐飲管理（中國）控股有限公司正式文件和統計報告。

○ 指代說明

為了便於表述和方便閱讀，「呷哺呷哺餐飲管理（中國）控股有限公司」在本報告中以「呷哺呷哺」、「公司」或「我們」表示。非特殊說明，報告中貨幣單位「元」即「人民幣元」。

○ 報告獲取

電子版可在本公司網站 (<http://www.xiabu.com/>)及香港聯合交易所有限公司網站(<http://www.hkex.com.hk>)查閱。

本報告以中英文兩種文字出版，在對兩種文本理解發生歧義時，請以中文文本為準。



目錄

董事長致辭	02	5. 不忘初心 攜手共贏	30
1. 關於我們	04	5.1 建設多元團隊	31
1.1 公司簡介	05	5.2 保障安全健康	32
1.2 合規經營	08	5.3 助力成長成才	33
1.3 數說呷哺	10	5.4 平衡工作生活	34
1.4 利益相關方溝通	12	5.5 積極回饋社會	37
1.5 實質性議題分析	13	6. 展望	38
2. 湊湊：當茶遇到火鍋（專題）	14	7. ESG指標索引	39
3. 堅持品質 健康享食	21	8. GRI指標索引	43
3.1 嚴控供應體系，保障採購源頭	22	9. 讀者反饋表	47
3.2 堅持直營配送，保證品質新鮮	23		
3.3 精心配製材料，保證口味獨特	24		
3.4 重視客戶體驗，打造優質服務	25		
4. 低碳運營 綠色生活	27		
4.1 關注氣候變化	28		
4.2 排放物管理	29		



董事長致辭

呷哺呷哺 xiabu xiabu

賀光啓
董事長

2016年，客群變化引發的餐飲品類變革、新技術應用帶來的模式創新，加劇了餐飲行業的競爭，面對機遇與挑戰並存的外部環境，我們銳意進取，加速變革。這一年，我們在原有的業務上繼續開疆擴土，新進駐寧夏銀川、內蒙古呼和浩特市和烏海、河南三門峽、山東濱州、黑龍江齊齊哈爾、佳木斯和牡丹江、吉林延吉等多個新城市，將品牌知名度及市場佔有率進一步提升。這一年，我們創新推出新品牌「湊湊」，將台式火鍋與台式茶飲進行完美融合。這一年，獨立呷哺外送事業部，成立呷哺食品公司。這一系列的變革給予呷哺呷哺更廣闊的發展空間。截止2016年底，我們實現門店總數639間，收入2,758,137千元，收入同比增長13.8%，餐廳層面經營利潤639,830千元，餐廳層面經營利潤同比增長29.2%。

作為企業公民，在企業快速發展的過程中，我們時刻不忘社會責任，在推進食品安全、節能環保、員工成長、社會公益等方面持續發力。

食品安全作為餐飲企業的生存之本，也一直貫穿於我們「品質源自堅持」的經營理念，從供應商選擇、基地和實驗室建設、品管隊伍搭建、門店管理，我們將食品安全融於日常工作的每一細節。為了更好的指導和保障食品安全的落實，我們專門成立了食品安全委員會，並赴外請教專家結合內部實際業務運作進行更好的指導。

在環保和節能減碳方面，我們最小化企業運營對環境的影響，一方面加強管理經營過程中能源資源使用及排放物，使用具有資質的第三方公司回收餐廚垃圾，持續優

化和更新技術和設備，採用節能環保的燈具和電磁爐，逐步取消一次性筷子的使用；另一方面，積極推進綠色辦公，全面上線辦公系統。2016年，我們在180家門店更新1.6萬台更節能的電磁爐，每年共計可節約140.16萬度電力消耗，相當於減少約1,000噸溫室氣體的排放。

員工作為企業的核心資源，呷哺呷哺一直以來非常重視員工的發展和培養。建立公平合理的晉升培養機制，根據擬培養人員的特質制定針對性的培養計劃。積極開展員工關愛，為重病員工送去溫暖和幫扶，讓其順利度過難關；舉辦呷哺文體活動、技能競賽，幫助員工平衡工作與生活。截至2016年底，我們共有員工15,544名，共開展專業類培訓、管理類培訓、新員工培訓共68場次、覆蓋504人次、共計4,427小時。我們的努力也獲得外部認可，2016年公司榮獲58HRG特授予「2016年度中國卓越僱主——全國餐飲行業十強」和「2016年度中國卓越僱主——全國百強」稱號。

常懷感恩之心，積極投身到社會公益活動之中，以實際行動回饋社會。在參與社區發展、投身公益的行動中，捐助失學兒童、捐建貧困學校食堂設備、捐助災區等都能看到我們的身影，我們的志向是成為陽光、空氣、水一樣的存在，參與和助力和諧社會構建。

功崇惟志，業廣唯勤。2017年，呷哺呷哺將繼續秉持「一切以顧客的核心利益為考量」的經營理念，持續提升企業價值創造能力，為利益相關方創造更多的價值。





關於我們

1.1 公司簡介

呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司所擁有品牌「呷哺呷哺」於1998年在北京創立。「呷哺呷哺」源於閩南語,也是涮涮鍋或小火鍋的代名詞。自創立以來,公司創造性地把新穎吧檯式就餐形式和傳統火鍋完美結合,開創了時尚吧檯小火鍋的新業態。2014年12月17日,呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司於香港聯合交易所有限公司主板隆重上市,股份代號520,這次上市被業內譽為「連鎖火鍋第一股」。

截止2016年底,呷哺呷哺在中國13個省份(含直轄市),57個城市,擁有639家直營餐廳。2016年度,公司在「開發拓展新區域,鞏固加密成熟市場」的管理理念引領下,不斷拓寬市場選擇優勢商圈,華北區新開店面100家,與大型商業合作店面多達50%,其中萬達合作18家,同時,成功進駐西北及東北區域,新進駐了銀川、烏海、三門峽、呼市、山東濱州、牡丹江、延吉、齊齊哈爾、佳木斯等多個新城市,品牌知名度及市場佔有率進一步提升。

18年來,公司始終秉持「一切以顧客的核心利益為考量」的經營理念,堅持不懈。從2009年起,公司一直位列「中國餐飲百強企業」;從2011年起,公司連續多年榮獲「北京十大商業品牌」、「北京餐飲十大品牌」、「北京餐飲企業(集團)50強」等諸多獎項。



關於我們

發展歷程



關於我們



2011-2013

呷哺呷哺在各地迅速擴張，獲得與大西洋資本的戰略合作，總店鋪數超過400家，成為全國大型連鎖餐飲企業之一。

呷哺呷哺餐飲管理（中國）控股有限公司於香港聯合交易所有限公司主板隆重上市。

2014



2015-2016

呷哺呷哺繼續快速發展。

關於我們

1.2 合規經營

呷哺呷哺強調企業的長遠發展，始終居安思危，在高速成長中對企業風險進行有效控制，不斷強化公司治理和企業透明廉潔建設，嚴格遵守國家法律法規，嚴守制度章程，堅持合規誠信經營，保護市場公平競爭，維護消費者權益和社會公共利益，保障公司規範可持續發展。

合規運營

- 呷哺呷哺嚴格按照《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國證券法》、《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》以及境內外證券監管機構的有關規定，完善公司的治理結構，提升公司治理水平，努力實現公司成長與股東利益的協調發展；
- 呷哺呷哺嚴格實行審核、審計、監察工作；合法用工，維護員工權益；各項經濟合同、規章制度和重大經營決策通過法律合規審核。

風險管理

- **風險制度**：為指導及規範化公司的風險管理工作，公司編製了《內部控制基本準則（試行）》，明確了公司風險管理組織體系、崗位及職責、工作方法及步驟等；
- **風險體系**：呷哺呷哺建立了合理的風險管理組織體系和管理模式，對公司所面臨的主要風險進行管理，並對其中的重大風險進行重點應對和監控；
- **風險識別**：公司內控部每季度根據公司發展目標、重要經營活動及業務流程、公司過往年度經營活動中發生的重大問題與公司過往年度的重大風險，對重大風險進行識別；
- **風險評估**：公司內控部每季度對識別出的重大風險從風險發生的可能性和風險發生後對公司目標的影響程度兩方面進行風險評價，進行排序並向管理層進行提示，以促使公司合理調配資源對風險進行應對。公司2016年四個季度識別並向管理層提示風險153個，進一步完善了公司風險數據庫；
- **風險應對**：風險責任人為識別出的重大風險制定風險應對方案，方案實施完成後，風險責任人向管理層報告方案實施總結；
- **風險監控**：呷哺呷哺從風險預警及內部審計兩個角度，以開發、工程、資產、市場、財務、法務、品管等業務流程為重點進行風險監控，以確保公司能及時識別重大風險，並採取糾正措施。

反貪污

- 呷哺呷哺嚴格遵照國家法律法規及公司有關制度規定，貫徹內部廉政建設制度規範。公司建立以風險為導向，決策、執行和監督三權分立體系下的獨立內部監控體系，識別舞弊風險，調查舉報事項，預防為主，打擊為輔，對貪污舞弊零容忍；
- 公司制定了《舉報政策指引》，並於內控部設立反舞弊監察崗位，通過開通總裁投訴郵箱及官網投訴郵箱、設立投訴專線等多種渠道鼓勵全體員工參與監督，及時發現、報告公司內部營運缺陷或各類違規行為，嚴格遏制賄賂、詐騙、貪污等各類違法經營行為的發生，將監察工作落到實處。2016年度公司沒有已經進入訴訟程序的貪污案件；
- 開展反腐倡廉教育，推進預防腐敗工作，加強員工廉潔意識。新員工入職時全部學習並簽收員工手冊和商業行為及道德準則，全年總部層面共舉辦4次職業道德培訓會，參會120人。
- 在與所有供應商簽訂的合同中均加入反商業賄賂協議，對採購部所有人員進行了廉政訪談，協助採購部更換全體採購人員的手機號碼。2016年度公司採購成本大幅下降。



關於我們

1.3 數說呷哺



收入2,758,137千元



收入同比增長13.8%



餐廳層面經營利潤639,830千元



餐廳層面經營利潤同比增長29.2%



業務覆蓋中國11個省份·2個自治區的58個
城市及三個直轄市北京·天津及上海



截至2016年底·餐廳總數639間



2016年新開張餐廳112間



翻座率3.4倍

關於我們



2016年獲得中烹協北京餐飲十大品牌



2016年獲得中烹協火鍋五十強



2016年獲得中烹協企業信用評級證書



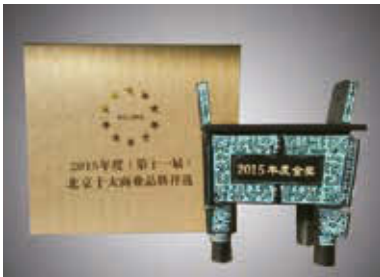
2016年獲得中國餐飲百強企業



2016年獲得中飯協中國火鍋50強



2016年獲得中飯協中國十大火鍋品牌



北京十大商業品牌金獎-鼎



2016年獲得2015年度北京餐飲十大品牌(火鍋類)



2016年度榮獲2015年度中烹協-十大火鍋代言品牌



2016年度中烹協火鍋代言品牌



2016中飯協中國十大火鍋品牌



常務理事單位



理事單位



副會長單位



副會長單位



常務理事單位

關於我們

1.4 利益相關方溝通

相關方	溝通方式	期望與訴求	我們的回應
政府及監管機構	<ul style="list-style-type: none"> ○ 日常溝通； ○ 信息報送； 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 合規經營； ○ 嚴格的內部控制和風險管理； 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 加強合規運營； ○ 依法納稅； ○ 加強安全管理；
投資者	<ul style="list-style-type: none"> ○ 定期信息披露； ○ 股東大會； ○ 日常溝通； ○ 官方網站； 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 優異的業績； ○ 持續穩定的增長； ○ 廉潔透明的運營； 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 持續提高價值創造能力； ○ 加強企業風險管理； ○ 透明公開的信息披露； ○ 強化投資者管理；
消費者	<ul style="list-style-type: none"> ○ 投訴熱線； ○ 客戶滿意度調查； 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 食品安全； ○ 高效優質的服務； ○ 營養健康多樣的產品選擇； ○ 第二品牌塑造； 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 嚴控食材採購； ○ 堅持直營配送； ○ 精心配置材料； ○ 提升就餐環境； ○ 保障消費者權益；
環境	<ul style="list-style-type: none"> ○ 倡導環保理念； ○ 堅持可持續發展； 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 支持節能減排，提倡低碳生活； ○ 溫室氣體排放量； ○ 餐廚垃圾排放量； ○ 節約能源、資源； ○ 堅持綠色、可持續發展道路； 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 堅持推進餐廳環保低碳； ○ 改進天然煤氣爐； ○ 餐廚垃圾嚴格管理； ○ 堅持倡導綠色辦公；
員工	<ul style="list-style-type: none"> ○ 培訓交流； ○ 績效管理機制； ○ 內刊宣傳平台； 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 保障員工合法權益； ○ 薪酬福利； ○ 提供公平、平等的就業機會； ○ 提供多元化成長、晉升機會； 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 堅持公平招聘； ○ 開展內容豐富的員工培訓和學習； ○ 通暢職業發展渠道； ○ 開展員工活動，助力平衡工作生活；
供應商與合作夥伴	<ul style="list-style-type: none"> ○ 供應商評估； ○ 合作協議； ○ 定期走訪； 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 公平採購，誠信履約； ○ 保障食品質量與安全； ○ 本地採購； 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 加強採購管理； ○ 堅持「農餐對接」； ○ 堅持公平公開的採購；
社區	<ul style="list-style-type: none"> ○ 社區活動； ○ 社區服務； 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 安全合規運營； ○ 開展社區公益，促進和諧； ○ 堅持綠色運營； 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 開設社區餐廳； ○ 加強餐廳安全管理； ○ 開展社會公益；

1.5 實質性議題分析

公司建立由董事會領導、高級管理層負責、公共事務部牽頭、各部門共同協作的社會責任組織體系。公司積極開展利益相關方溝通，建立了多元的溝通渠道，並根據議題對利益相關方的影響以及對公司影響角度進行綜合排序，識別呼嘯呼嘯重大議題。





湊湊：
當茶遇到火鍋
(專題)

湊湊：當茶遇到火鍋（專題）

現代都市，吃飯所承載的意義已不僅僅是滿足吃飽的需求，更承載了與朋友、家人及合作夥伴在情感交流、商務溝通等方面的需求。為滿足客戶不斷增長的高檔休閒用餐體驗要求，呷哺呷哺在原本一人一鍋經典模式的基礎上，於2016年創新推出「湊湊」品牌。「湊湊」，力圖引領火鍋的「3.0時代」，在以產品、口味和優質服務基礎上，深耕火鍋文化，深挖情感元素，施展獨特的台式風範。

為聚會提供全面解決方案。

作為呷哺呷哺的新創子品牌，湊湊做的仍然是火鍋，採用引領潮流的新穎業務模式，在產品、口味和優質服務的基礎上，深耕火鍋文化，深挖情感元素，力求為顧客提供一個融合人文與美食的聚會空間。一方面，湊湊不斷追求菜品的質量新鮮，讓客戶在得到味蕾和視覺享受的同時，品味文化的盛宴。另一方面，湊湊店內設計邀請了台灣著名餐飲設計工作室，主打新中式風格，意在給客人提供更適合休憩閒聊的舒適環境；餐桌之間採用屏風隔開，適合朋友、家人和商務小型聚餐，提供私密空間並保證空間利用率，為都市的朋友、家人及商務聚餐提供全面解決方案。

勵志鍋		勵志鍋：台式麻辣鍋 ——它取四川火鍋之精髓，融合台灣養生之經驗。精熬8小時，台式老肉鴨血，胶质厚凝，飽含湯水； unlimited 驚喜供應。
表白鍋		表白鍋：番茄牛膝骨 ——熱情探戈，舌尖起舞。新疆番茄帶着一絲夜然味，遇上阴山青草滋潤長成的雪白小牛膝骨，便真正實現了風情萬種與溫婉高貴的融合。
逆襲鍋		逆襲鍋：松茸羊蝎子 ——菌王鮮王，味當兼備二王匯聚，琴瑟相合。這是一鍋金黃靛湯，菌中之王松茸，鮮中之王羊蝎子。
聚會鍋		聚會鍋：菌菇鍋 ——菌林空鮮，鮑魚眾生一葉一菩提，一鍋一宇宙。牛肝菌、白玉菇、香菇、蟹味菇，在火焰與沸水間，實現了菌鮮的重組，融合，自成一派。
治愈鍋		治愈鍋：老四川麻辣鍋 ——麻辣老味，為了傳承經典的同時，讓美味更加清爽健康，換換大廚減少了牛油用量，色澤紅潤，鮮美獨特，厚味老道，回味悠長。



湊湊：當茶遇到火鍋（專題）

融合火鍋與茶文化，多樣化飲食服務。

火鍋解決親朋好友聚餐的需求，茶飲則滿足休閒聚會的需求，這兩種業態嫁接在一起，發揮出1+1>2的效應。湊湊餐廳的入口處設有湊湊茶鋪，供應台式手搖鮮茶，每一款茶都是基於開發團隊數十年開發研製的經驗，讓焦糖與茶融合出奇妙的口感。而湊湊火鍋與茶的大膽融合與探索，力圖為火鍋賦予新的含義，使火鍋又不僅是火鍋，「讓火鍋不僅僅停留於唇齒之間，而是深挖火鍋背後的文化內涵、社交屬性、養生理念，並借助『互聯網+』手段，把品嚐火鍋這種物質消費昇華為富有文化儀式感的享受。



黃金鮮橘茶

每一杯桔茶，都蘊含十顆新鮮青桔汁，鮮果汁與原味茶，搖出怡人芬芳。



大紅袍珍珠奶茶

健康木薯珍珠剔透彈牙，大紅袍茶湯醇厚化身珍珠奶茶將經典滋味升級，馥郁潤喉。



大紅袍鮮奶蓋茶

茶葉的醇+鮮奶的純，相得益彰。每個分子緊密糅合，奶香不膩，茶甜不澀。



冬瓜檸檬茶

把酒桑麻，把瓜入茶。台式冬瓜糖磚，讓淡雅玉瓜，變幻出濃濃焦糖香氣。

湊湊：當茶遇到火鍋（專題）

📍 文化融入與傳承。



在提供健康美味的火鍋及茶飲之餘，湊湊將中國傳統文化融入品牌與就餐的細節，在傳遞美味的同時，也傳遞文化。湊湊選用了中國傳統的茶品，力求傳播中國茶文化；同時，湊湊本身的名字來源於《說文》和《廣韻》，湊字本義都是指人們在水上相會；而文化的融入還顯現在湊湊中國園林的佈局，更是融入了就餐的細節，餐廳用的鍋不是一般的鍋，而是請台灣文創大師在打造了19個版本後最終敲定的「鼎」。《韓詩外傳》記載，古代祭祀或慶典要「擊鍾列鼎」而食，即眾人圍在鼎的周邊，將牛羊肉等食物放入鼎中煮熟分食，這就是火鍋最早的雛形。

從口味1.0，到服務2.0，再到消費場景創新與消費體驗的優化的火鍋3.0，湊湊以創新、周到、品質為顧客提供全面的就餐與情感交流需求，也必然會與商業綜合體一起，打造成超級都市人群休閒、生活的一個首選之地。

📍 湊湊門店



2016年6月

湊湊三里屯店



2016年12月

湊湊六里橋店



2017年初

湊湊海澱黃莊店



2017年3月

湊湊王府井店

湊湊：當茶遇到火鍋（專題）

📍 湊湊首家門店：三里屯店

湊湊三里屯店位於南三里屯路通盈中心三樓，處於北京東三環年輕人集中的CBD地區。這家店作為湊湊在北京的首家門店，傾注大量心血，力求呈現出一個年輕、時尚的用餐環境給消費者。

三里屯店開店至今，一年時間內，成功推出了首家「火鍋+茶憩」的餐飲商業模式，並被消費者接納和喜愛，由於生意火爆，晚餐高峰時期都造成排隊現象，並且其中無論是台式麻辣鍋還是帝都第一杯大紅袍珍珠奶茶，都給嘗鮮的顧客留下深刻的印象。



湊湊：當茶遇到火鍋（專題）

媒體看湊湊



呷哺呷哺是快火鍋消費領域的王者，現在，它又準備拉開一場「屌絲襲擊白富美」的大劇—進軍中高端火鍋市場。這場注定波瀾壯闊的大劇的主角就是湊湊。

* 鳳凰網·2016年2月27日報道《湖南文創助力「湊湊」火鍋入駐北京三里屯》



中國食品產業評論員朱丹蓬認為，呷哺呷哺推出湊湊，能夠與之前的市場定位形成差異，讓品牌矩陣富有層次感。

* 《北京商報》，2016年3月16日報道《呷哺呷哺的「湊湊」實驗》



「湊湊」火鍋力圖引領火鍋的「3.0 時代」—在以產品、口味和優質服務基礎上，深耕火鍋文化，深挖情感元素、獨特的台式文創風格和顧客之間的情感鏈接。

* 《火鍋星觀察》，2016年3月2日報道《專訪 | 呷哺二品牌轉向：丟掉孤獨感，放大火鍋社交需求》

湊湊：當茶遇到火鍋（專題）

顧客看湊湊



推薦人：老魏

荔枝FM 聯合創始人、副總裁

推薦理由：以前去台灣，總是喜歡吃台式麻辣鍋與夜市的丸類。這家號稱帝都第一家正宗麻辣鍋開業前就有朋友告訴我。一看，環境不錯，很舒服的一家店，適合三五好友，吃吃喝喝，聊一聊。

推薦理由：以前在上海，土豪朋友請吃飯，想吃特別的就叫他請去台灣明星最愛的麻辣鍋太和殿、輝哥，想不到在飲食以「接地氣」為特色的帝都，竟然有如此雅致的店，菜品不遜於那些超貴的火鍋店，特別他們家的鴨血無限量供應，又好吃又嫩滑，真是吃了還想吃！配上米飯，恍如人間天堂。



推薦人：袁復生

書評人、七分文化傳媒（上海）有限公司CEO



推薦人：蘇更生

作家、口袋地陪聯合創始人、首席內容官

推薦理由：我住日本的時候，發現餐廳都十分有格調，火鍋店也是如此，但我在北京生活的火鍋店，口味是刺激，但氛圍卻總覺得有點土有點LOW，好閨蜜推薦了這家地道台灣風味，設計品味棒棒的。真是沒想到，台式麻辣鍋熬了8小時，依舊如此鮮嫩。

推薦理由：我自小在茶區喝好茶長大，近年也自己做咖啡館、茶吧，但將大紅袍這種高端茶品，做成奶蓋茶，還是真是特別！當然，滿足我少女心的還是——號稱復刻全宇宙第一杯珍珠奶茶的台式珍珠奶茶真是爽滑冰甜，讚爆啊！



推薦人：董大牙

微博紅人、「牙印生活」品牌創始人



堅持品質
健康享食

堅持品質 健康享食

2016年6月4日，呷哺呷哺作為中國餐飲業最具實力的火鍋品牌，榮獲中國餐飲百強、中國餐飲業火鍋十大品牌、中國500強門店和中國火鍋50強企業四項殊榮。

公司成立18年以來，一直堅持「讓更多的人享受健康、營養、美味、時尚」的企業使命，從採購源頭管控、直營配送、食材精心配製、優質服務體驗等多個層面共同致力品質保障。

3.1 嚴控供應體系，保障採購源頭

公司秉承「品質源自堅持」的品牌精神，採取標準化的集中採購方式，優選優質供應商，始終堅持與一流的供應商合作，從源頭上保障產品的質量。

公司設有嚴格的供應商監管體系，根據國家法律要求及公司標準，定期對供應商質量系統、工廠環境、產品控制、工藝控制、員工管理進行質量審核，擁有完整的供應商准入及退出機制，若發現供貨商資質發生重大變動或供應產品出現嚴重質量問題，立即停止該供貨商的供貨，必要時取消其合格供貨商資格，確保食品質量安全。

 嚴格供應商選擇	 加強供應商管理	 保證採購公開透明
<ul style="list-style-type: none">○ 修訂審核標準，提高准入門檻，優先選擇與知名度高、管理先進、同時具有一定規模的供應商合作；○ 2016年，公司接洽了正大、中糧、京糧等優質供應商；○ 2016年，開發和優化供應商67家，優良供應商數量達23家；○ 2016年，公司重新審核供應商177次，其中包含新供應商56個。	<ul style="list-style-type: none">○ 對合作的供貨商進行長期質量監控及定期評審。通過定期對供應商進行實地走訪和考察，從源頭上保障我們的供應商一直符合企業的高標準，為顧客提供安全、放心的食材；○ 走入供應商生產第一線，全面深入瞭解供應商質量管理情況，2016年，公司總計對蔬菜基地巡查15次，對生產廠家巡查10次，對市場供應情況瞭解60次；○ 從選擇供應商開始，到資質的準備索取驗證、實地考察檢驗廠家的現場情況，再到來貨驗收檢測，採購質檢人員均遵循嚴格的操作流程和標準；○ 對各物流分倉的食品和物流車輛進行安全檢查，對市場餐廳進行地採蔬菜驗收，保證供應鏈端口與餐廳的正常對接及食品安全品質的把控。	<ul style="list-style-type: none">○ 公司遵循公平公正的採購原則，建立健全三方比價及議價等招標制度；○ 對產品進行分類，建立價格招標審議機制；○ 嚴格按照招標議價機制組織招投標和議價；○ 全年參加招標33場，涉及項目包括：低值、蔬菜、服裝、乾菜、宣傳品、物流、工程、消殺、維修、外送等。

🍌 案例：「農餐對接」工程

近年來，食品安全問題層出不窮，為了保證食物的安全健康，公司堅持執行「農餐對接」工程，通過建立訂單式的「農餐對接」基地，打造了屬於呷哺呷哺獨特而具有原材料優勢的供應鏈體系。針對新鮮蔬菜的採購，綜合考慮合作方的地理位置、生產環境（土壤、水質無污染）、是否具有有關部門經評測發放的安全無公害農產品證書、是否具有一定種植傳統優勢和能力、是否符合交通便利以及基地周邊環境無污染等條件，與農民合作社簽署長期種植合同，保證貨源的穩定和可追溯。

從種植、施肥、打藥到採摘都有文字記錄，採購質檢人員隨時不定期抽查並對農民進行指導，所有的原材料根據不同的檢測指標分別分批次進行化驗，保證食品的安全品質。



○ 蔬菜種植基地收穫



○ 固安蔬菜種植基地

3.2 堅持直營配送，保證品質新鮮

公司秉承「讓更多的人享受健康、營養、美味與時尚」的使命，堅持直營配送，呷哺呷哺的物流部門在全國進行倉儲佈局，服務於各地獨具特色的配送方式。公司投資億元，自建13,000平方米的冷鏈物流加工配送中心，同時與基地供應和物流企業合作，實現了蔬菜基地採摘後散去田間地熱、運輸、冷鏈儲存加工、冷藏進店的冷鏈運作系統，同時着力打造生鮮食材冷鏈物流系統，並建立了程序監管、突擊監管、重點監管3個層次的監管體系，覆蓋所有生鮮供應體系，從源頭上保證食材能夠在我們的監督下，新鮮、安全，準時地送達各個門店。



堅持品質 健康享食

公司投入百萬元打造兩線檢測系統，在自有冷鏈物流中心建設了具有農殘、微生物等檢測能力的質量檢測室，同時與產地合作社合作，建立了基地地塊檢測、農產品地頭檢測、農產品基地加工檢測的多種形式的快速檢測流程，進行農殘等微生物的化驗。從地頭的生產種植到店鋪加工和上餐桌的過程，包括了食材來源、採購、物流、店鋪操作等，都建立了全面質量安全體系。



💡 案例：創新的快送方式 — 「呷哺外送」



在過去，火鍋由於不便於外送，無法讓喜好者隨時隨地享受美食，2016年，為方便顧客點餐，呷哺創新推出「呷哺外送」服務，開啟火鍋直送上門創新外賣模式，將高品質、新鮮的產品快速、準確、安全地送達到顧客手中，顧客足不出戶也能享受新鮮食材與地道鍋底。

自2016年1月的70家外送餐廳在北京上線後，同年5月及6月相繼在天津、上海市場開設外送餐廳，截至2016年6月全國外送餐廳達到115家，12月底全年全國訂單量達到73萬多單。

目前，「呷哺外送」已經逐漸成為呷哺營業額增長最大貢獻之一，我們將持之以恆地為顧客提供高品質專業送餐服務，在火鍋餐飲行業樹立傑出的品牌形象。

3.3 精心配製材料，保證口味獨特

公司嚴格遵守《中國人民共和國食品安全法》等法律法規的要求，從客戶實際需求出發，在食材選擇、鍋底配料、菜單搭配等多個方面保證產品的口味、營養和品質。在國內首創吧檯式涮鍋，以一人一鍋的就餐形式，獨樹一幟且引領潮流，讓廣大顧客吃得更健康、更衛生。公司提供的吧檯式火鍋與傳統火鍋相比，消費更低、性價比更高、重要的是具有傳統火鍋所無法比擬的便利性；與中西快餐相比，消費可以有更多選擇，花一樣的錢可以吃到更豐富的產品組合，更營養的健康體驗。



○ 嚴格檢測產品，保證食材安全健康

 <p>食材選擇</p>	 <p>鍋底配料</p>	 <p>菜單搭配</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ 公司在全國範圍內採購最適合涮鍋用的食材，嚴格執行採購管理標準，為廣大顧客甄選種類豐富的優質食材，保證送上餐桌的食材新鮮營養、安全放心。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 聘請台灣著名食品營養專家精心配製具有獨特口味的各式調料、鍋底，既有傳統的也有現代的，既有中式的也有異域的，滿足消費者的不同口味和喜好； ○ 由公司統一調配調料，中央廚房統一生產鍋底，並進行全國統一配送，保證產品的口味。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 不斷研發更新新產品，2016年連續推出6檔新品組合； ○ 2016年，公司在升級門店推出了澳洲牛肉粒、北美特選上腦、小餛飩、自助調料、有料鍋底等，並升級滑類產品，使其更美觀方便。

3.4 重視客戶體驗，打造優質服務

呷哺呷哺作為國內首創、規模最大的吧檯式火鍋品牌，承諾給顧客更好的消費體驗。公司一直秉持「讓更多的人享受健康、營養、美味、時尚」的企業理念，秉承「一切以顧客的核心利益為考量」的經營理念，全面優化餐廳佈局，提升顧客滿意度。通過高性價比的產品搭配、親切溫馨的面對面服務和營造充滿時尚元素的环境，為顧客帶來全新的用餐體驗。

公司遵循《消費者權益保護法》、《食品安全法》等法律規定，將保障消費者權益置於企業服務的重要位置，進一步規範品牌傳播，正確傳遞產品信息，建立通暢的反饋渠道，不斷完善消費者權益解決機制和流程。



○ 為客戶提供優質服務



○ 優質的就餐環境

堅持品質 健康享食

公司嚴格保護客戶隱私，餐廳端無法查詢獲取客戶信息，為了保障客戶在支付時的信息安全，公司對接口數據加密傳輸，避免明文傳輸被黑客盜用的風險；針對外賣客戶建立獨立運營鏈接，不斷完善分級建立制度，設定僅主管同級別及以上級別及客戶方賬號有導出訂單明細權限，並與員工簽訂保密協議。同時，公司通過防火牆保護，服務器接入限制，密碼策略、服務器敏感端口進行屏蔽等強化「網絡安全」的舉措，全方位保障客戶隱私與信息安全。



提升服務質量

- 建立和完善各項標準流程制度，檢查追蹤管理團隊的執行力度，聘請第三方專業公司進行神秘顧客的調查，加強對餐廳的運營管理；
- 合理優化領位與點單兩個崗位，大幅縮短顧客等位時間，提升客戶滿意度；
- 為餐廳服務人員開展豐富多彩的培訓工作，提高餐廳服務水平，樹立模範服務榜樣；
- 建立完善的運營稽核體系，推動呷哺呷哺餐廳營運團隊在管理技巧上的提升，使餐廳營運更加順暢，提升顧客滿意度；
- 通過微信平台調研顧客滿意達90%。



打造舒適就餐環境

- 中式傳統涮鍋與現代吧檯就餐形式完美結合，既考慮中國人傳統飲食習慣和口味，又適應了現代人講究營養追求快捷的飲食理念；
- 聘請專業設計師，優化餐廳設計風格，使餐廳更加時尚美觀。



保障消費者權益

- 建立多種投訴渠道，通過呷哺呷哺郵箱、客服郵箱、媒體郵箱、客服電話、微博、微信、大眾點評等傾聽顧客的聲音；
- 完善投訴解決機制與流程，首問負責制，1小時內反饋溝通結果，24小時內解決完畢；
- 客訴解決率100%；
- 合理的廣告宣傳，遵守國家法律法規，從消費者需求的出發，正確傳遞企業和產品信息。



低碳運營
綠色生活

低碳運營 綠色生活

除了以優異的經營業績回報投資者、為社會經濟發展做出貢獻外，作為一個有責任、能擔當的企業，呷哺呷哺在運營過程中時刻關注自身的運營對自然環境帶來的影響，積極採取措施減少能源消耗和溫室氣體排放，有效管控餐廚垃圾、餐飲廢水和其他污染物的排放，努力將自身運營對環境帶來的影響降至最低。

4.1 關注氣候變化

氣候變化已成為全球共同關注的環境問題，呷哺呷哺的溫室氣體排放主要產生於生產和行政辦公過程中消耗的各種能源，包括汽油、柴油、天然氣和電能。為了減少能源消耗和溫室氣體的排放，呷哺呷哺在運營過程中制定了一系列用能管理制度，採取了各種措施，包括：合理安排公務用車使用，提倡公交出行，優化自營物流車輛運輸路線，減少汽柴油消耗；中央廚房使用加熱效率更高的灶具，減少天然氣消耗；新建、改造門店時選用價格較高，但節能效能顯著的照明設備，門店更換火鍋電磁爐時，使用節能效果更優異的電磁爐；積極參與碳排放交易市場等工作。2016年度內，呷哺呷哺共進行了180家門店的節能電磁爐更替工作，共計1.6萬台，每年共計可節約140.16萬度電力消耗，相當於減少了約1,000噸溫室氣體的排放。

案例：綠色餐廳

隨著人們生活品質的提升，低碳、健康的生活方式成為潮流，綠色、個性的就餐環境成為食客們評價好餐廳的重要要素之一。呷哺呷哺作為企業公民，積極探索綠色低碳的發展模式，推進綠色餐廳建設，不斷更新改進設施，讓就餐更加節能環保。

2016年11月，呷哺中央廚房完成了燃氣鍋的更新換代工作。將原有使用的單層鍋全部更換為燃氣高粘度攪拌夾層鍋，相較於原有單層鍋，新設備增大了鍋內受熱面積，提高了熱效率；同時採用更換了夾層內的導熱油，定期清潔鍋內積碳，從而提升了鍋內物料升溫速度，在保證生產穩定的同時，節省了5%的天然氣用量。

北京上地華聯分店2016年度內更新了28台新型節能電磁爐，以平均每天翻檯5次計算，相較於替換之前，新電磁爐每天可節電11.2度，全年可節電4088度。



○ 呷哺呷哺餐廳



○ 中央廚房

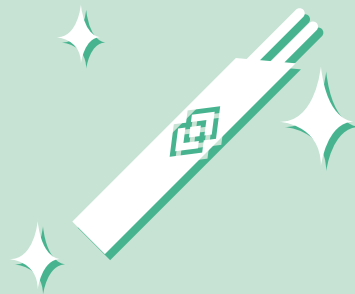
4.2 排放物管理

作為餐飲企業，有效管理門店經營過程中產生的垃圾和廢水是呷哺呷哺環保工作的重點。呷哺呷哺在運營過程中嚴格按照國家和地方法規要求，從提升低碳用餐意識、垃圾分類及回收利用、減少一次性物品使用等層面，通過管理實現門店廚餘垃圾、生活垃圾減量減排，同時對廢水排放進行管理與合理削減，有效管理排放物，推進綠色運營。2016年，公司未發生因環境違法違規情況。



提倡「光盤行動」

公司在餐廳顯著位置張貼宣傳標語，提倡「適量點餐、光盤行動」減少食物垃圾產生。



減少一次性餐具使用

門店逐步增加可重複使用餐具的比例，減少一次性餐具垃圾的產生，升級版餐廳顧客用餐時只提供循環消毒餐具。



門店垃圾分類

根據門店垃圾的構成，按種類劃分為生活垃圾、餐廚垃圾、其它垃圾，分類進行存放、收集、運輸，其中140家試點門店產生的生活垃圾通過與專業清運公司合作，通過分揀實現資源化利用，變廢為寶，門店每年直接減少了352.8噸生活垃圾的排放。



降低廢水排放

在門店推廣使用節水型龍頭，在保證餐具和食材清洗合格達標前提下，減少水資源消耗，並對廢水進行隔油預處理，處理達標後方可排入市政管網。

呷哺呷哺 xiabu



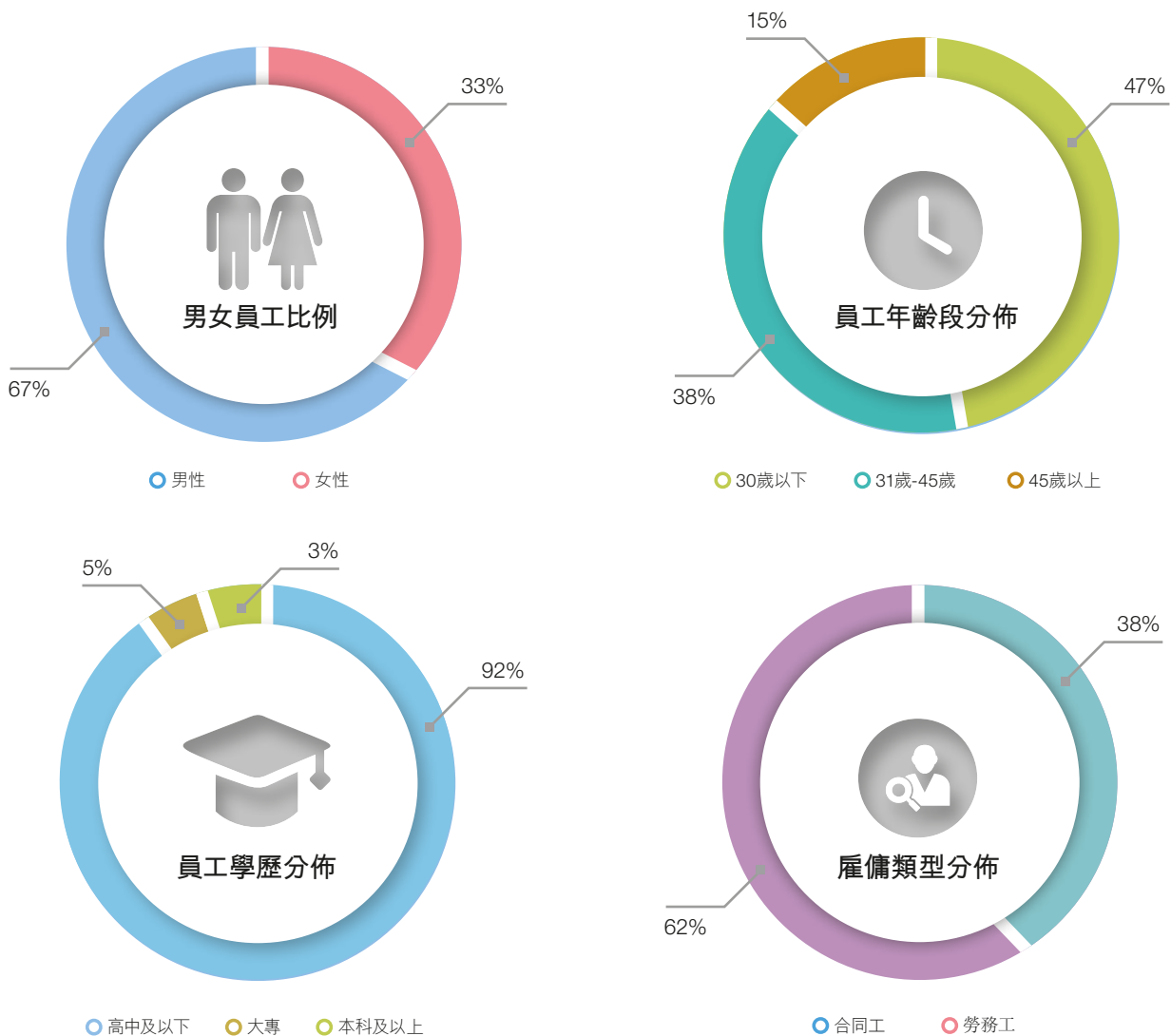
不忘初心
攜手共贏

公司堅持「以人為本」的用人理念，建立完善的培訓體系，幫助員工制訂詳細的職業發展規劃，讓每一位員工感受到公司的關心、幫助和溫暖，增強員工凝聚力和對公司的認同感，不斷提升員工滿意度和幸福感。

5.1 建設多元團隊

公司認同多元化員工結構是維持公司長久競爭優勢的重要元素之一，人才是公司的核心競爭力。在招聘錄用過程中，公司嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《工傷保險條例》等相關勞動法律、法規，杜絕強制勞工及童工，堅持平等僱傭的原則，反對因性別、年齡、地域、宗教、種族、身體狀況等造成的歧視，維護員工平等。公司保障員工基本合法權益，設有完善、多渠道的招聘制度，擁有透明平等的晉升流程及薪酬激勵體系。在2016年報告期內，公司未出現違反童工及強制勞工相關準則的情況。

截至2016年12月31日止，公司共有員工15,544名。2014年-2016年連續3年公司男女僱用比例高達1:2，向社會提供了大量適合女性就業的崗位。公司有少數民族共1,603人，少數民族僱傭率達到10%以上。2016年公司榮獲58HRG特授予「2016年度中國卓越僱主-全國餐飲行業十強」和「2016年度中國卓越僱主-全國百強」稱號。



不忘初心 攜手共贏

5.2 保障安全健康

員工是公司最重要的財富和資源，呷哺呷哺以員工為本，始終把員工的健康與安全放在首位，致力於為員工提供安全、健康及受保障的工作環境。



完善人員安全保障體系

○ 公司定期對生產及辦公場所進行安全檢查，做到全覆蓋、零死角；整治安全薄弱環節，及時處理安全隱患，做到全消除、零容忍；有效減少了人身傷亡和生產事故；同時，為餐廳勞務服務人員購買僱主責任險，保障員工利益，近三年內未發生重大安全生產責任事故。



做好員工職業健康維護措施

○ 公司為員工提供健康營養免費餐飲，不僅解決了員工的午餐及晚餐問題，也在一定程度上避免了外部用餐的潛在風險，並針對辦公室員工提供430人次的健康體檢，針對餐廳員工，嚴格遵循餐飲行業工作者要求，提供15,000餘人次的健康證辦理。



加強員工安全宣傳教育

○ 在日常工作中，強化安全宣傳教育和職工應知應會知識學習，強化崗位技能和資格培訓，定期開展一系列安全培訓，讓職工想安全、會安全、能安全的意識和能力有了新的提升。並針對火災等突發事件以及其他危機事件做好應急預案，定期進行消防演習和相關責任人簽訂消防安全責任書。



○ 呷哺呷哺員工

5.3 助力成長成才

公司堅持「關心員工成長」理念，與符合「團結、務實、誠信、敬業、創新」企業核心價值觀的人才建立起最親密的連接，注重人才開發及培養，致力於充分激發員工的發展潛力。公司圍繞發展戰略，結合員工發展需求，遵循統一管理、分級培訓的原則，建立多層次、多形式的培訓體系，為員工提供各種培訓機會，其中包括：針對新員工培訓的消防安全知識、食品安全知識、產品知識、有效人際溝通培訓、管理層的高效能人士七個習慣領導力培訓、內控、開發和財務等專業類培訓，讓員工及時掌握專業技術要求及最新管理資訊，不斷提升人員能力，以滿足公司長期發展的人力資源需求的同時，為員工實現自身價值提供支持。

2016年度，公司共開展專業類培訓、管理類培訓、新員工培訓共68場次、504人次、4,427小時。各類培訓具體開展情況如下：

維度	專業類	管理類	新員工	總計
培訓員工總場次(場)	20	10	56	68
培訓員工總人次(人次)	56	252	196	504
培訓員工總時數(小時)	392	1,764	2,271	4,427

♥ 2016年，公司特色培訓項目

 領導力培訓	 新員工「一次/二次簡介」培訓項目	 新員工「二次簡介」培訓項目
<ul style="list-style-type: none"> 2016年共計開展《高效能人士七個習慣》和《經理人角色定位》培訓項目10場，覆蓋員工252人次，覆蓋總部多部門，上海辦公室體系、營運體系營運經理、湊湊新員工及管理層，學員滿意度平均分96.09%。 	<ul style="list-style-type: none"> 2016年共計開展50場，覆蓋員工131人次，達成率100%。應用在新員工入職第1天至30天內，促使新員工及時地瞭解企業文化和日常規章制度，幫助新員工快速瞭解公司，更好的融入工作。 	<ul style="list-style-type: none"> 2016年共計開展6場，覆蓋員工65人次。應用在新員工入職第1個月至6個月內，一方面增強員工凝聚力，提升榮譽感和歸屬感；另一方面有效的激發了員工工作熱情，增強工作信心，更好地為組織創造價值。

不忘初心 攜手共贏



○ 員工培訓



○ 高效能人士的七個習慣

5.4 平衡工作生活

公司堅持以人為本，為員工提供健康快樂的工作環境及廣闊的發展平台，做到互利、雙贏，達到「共建和諧企業、共謀企業發展、共享發展成果」目標。公司不斷加強企業文化建設，將員工視作企業文化建設的主體，並以此為精神旗幟，充分挖掘員工潛力，提高員工創造力，在不斷推進企業文化繁榮發展的同時，全方位增強企業綜合實力。

♥ 員工溝通

優秀員工表彰

每年歲末尾牙，公司對年度工作表現優異員工進行表彰，激發員工士氣，鼓勵和感謝員工在工作中出色的表現。



○ 2016年歲末尾牙

♥ 員工溝通

呷哺人雜誌

為弘揚呷哺企業文化，更加透明的展現企業發展成果，展示新入職員工和新開業門店風采，2016年度呷哺呷哺出版《呷哺人》雜誌共計3期，每期印刷6000餘冊，覆蓋公司總部及所有門店餐廳。

員工溝通會

各區域市場每月舉辦，為員工慶祝生日並積極聽取員工的意見和建議。



困難員工幫扶

公司建立並完善困難職工檔案制度建設，對特別困難的員工，多渠道進行幫扶，除公司內部進行幫扶外，公司還通過工會申請困難幫扶資金支持。2016年共計發放慰問款187,000元。



不忘初心 攜手共贏

♥ 豐富多彩的員工活動

• 校園慶典

2016年，舉辦針對校園管理培訓生的「校園慶典」活動，北京、上海、天津和瀋陽四個市場組織共計147名大學生參與活動，幫助管培生由學生過渡到職業人，更快地融入呷哺工作。



○ 應屆畢業生參觀

• 呷哺明星遊

組織在工作中表現優異的員工旅遊，2016年，30多位優秀明星員工到廣西桂林旅遊，更好地激發員工歸屬感和工作幸福感。

• 文體活動

公司開展豐富多彩的文體活動，幫助員工更好的平衡工作和生活，活動也得到員工積極的響應，呷哺呷哺歌詠比賽近千人參與，秋季運動會近700多人參加，邀請全國區域市場2015年新晉升的餐廳經理及經理助理呷哺一日參觀等。



○ 呷哺呷哺歌詠比賽



○ 呷哺呷哺運動會

♥ 豐富多彩的員工活動

• 技能競賽

公司定期開展全體一線員工的競賽—全明星崗位大賽。2015年10月的技能競賽作為有史以來參賽人員最多，地域最廣的一屆，歷時三個月，共有一萬兩千多名員工參加，覆蓋全國38個城市。

5.5 積極回饋社會

作為企業公民，呷哺呷哺將經營發展與社會發展、人們需求相結合，公司期望為更多人帶去幸福的滋味，無論是提供美味食物，還是提供熱心幫助，公司憑借龐大的分店網絡，集中資源為所在社區帶來正面影響。公司積極投身到社會公益活動之中，以實際行動回饋社會。在參與社區發展、投身公益的行動中，我們的志向是成為陽光、空氣、水一樣的存在。

♥ 公司積極參與公益，為和諧社會共建貢獻力量。

- 為愛心扶貧江西廣昌貧困學校蓋食堂和設備捐贈款50,000元；
- 為台灣地震捐助10,000元；
- 為中國兒童少年基金會音樂之聲我要上學共計捐贈49,200元；
- 積極參與北京市大興區紅十字會「愛在新區，我們在行動」公益活動和「博愛在京城，共圓人道夢」活動；
- 向北京市紅十字會捐款6萬元用於天津港「8·12」重大火災事救人道救助。



○ 公司參與中國兒童少年基金會「音樂之聲 我要上學」捐贈證明



○ 公司為「8·12」火災捐款感謝狀

展望

展望2017

2017年，呷哺呷哺集團將繼續秉持「品質源自堅持」的經營理念，一如既往的快速推進業務發展，不斷創新，提升企業可持續發展能力。持續在保證食品安全的基礎上全面提升質量安全，提升服務體驗，維護消費者權益，讓顧客享受到更加安全、優質的餐食及服務。

從自身做起，積極倡導低碳綠色生活，在環境保護、節能減碳方面積極探索，發揮企業的創新意識，通過技術的不斷革新、設備的持續優化，降低企業運營對環境的影響。

始終貫徹人才培養戰略，從人才選拔、培養、激勵等方面不斷出台相關的政策，以助力員工成長，提升員工的幸福感。營造「敬業、樂業」的工作氛圍。積極開展扶貧和各項公益活動，讓需要幫助的人受益。

2017年呷哺呷哺集團將繼續為「有華人的地方就有呷哺呷哺」的夢想而努力，不斷提高企業的經營效益，提升企業的管理水平，繼續履行企業的社會責任，為顧客、員工、股東、社區等利益相關方創造更大的價值。

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
A1 排放物	<p>一般披露</p> <p>有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的：</p> <p>(a)政策；及</p> <p>(b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p> <p>註：廢氣排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受國家法律及規例規管的污染物。</p> <p>溫室氣體包括二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、氫氟碳化合物、全氟化碳及六氟化硫。</p> <p>有害廢棄物指國家規例所界定者。</p>	披露	P28, P29
A1 排放物	A1.1 排放物種類及相關排放數據。	部份披露	P28, P29
A1 排放物	A1.2 溫室氣體總排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	計劃於2017財年披露	-
A1 排放物	A1.3 所產生有害廢棄物總量（以重量或體積計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算、每位正式僱員）。	計劃於2017財年披露	-
A1 排放物	A1.4 所產生無害廢棄物總量（以重量或體積計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算、每位正式僱員）。	計劃於2017財年披露	-
A1 排放物	A1.5 描述減低排放量的措施及所得成果。	披露	P28, P29
A1 排放物	A1.6 描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果。	披露	P29
A2 資源使用	<p>一般披露</p> <p>有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。</p> <p>註：資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。</p>	披露	P28
A2 資源使用	A2.1 按類型劃分的直接及/或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以每千秒千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	計劃於2017財年披露	-

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
A2 資源使用	A2.2 總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	計劃於2017財年披露	-
A2 資源使用	A2.3 描述能源使用效益計劃及所得成果。	披露	P28
A2 資源使用	A2.4 描述求取使用水源上可有任何問題，以及提升水效益計劃的成果。	計劃於2017財年披露	-
A2 資源使用	A2.5 製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位估量。	計劃於2017財年披露	-
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。	披露	P28, P29
A3 環境及天然資源	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。	披露	P28, P29
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。	披露	P31
B1 僱傭	B1.1 按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	披露	P31
B1 僱傭	B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	計劃於2017財年披露	-
B2 健康與安全	一般披露 有關提供安全工作環境及保護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。	披露	P32
B2 健康與安全	B2.1 因工作關係死亡的人數及比率。	披露	P32
B2 健康與安全	B2.2 因工傷損失工作日數。	計劃於2017財年披露	-
B2 健康與安全	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。	披露	P32

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
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。 <i>註：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。</i>	披露	P33
B3 發展及培訓	B3.1 按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層等）劃分的受訓僱員百分比。	計劃於2017財年披露	-
B3 發展及培訓	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。	披露	P33
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。	披露	P31
B4 勞工準則	B4.1 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	披露	P31
B4 勞工準則	B4.2 描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	不適用	-
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。	披露	P22
B5 供應鏈管理	B5.1 按地區劃分的供應商數目。	計劃於2017財年披露	-
B5 供應鏈管理	B5.2 描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	披露	P22
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。	披露	P21-P26
B6 產品責任	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。	不適用	-
B6 產品責任	B6.2 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	部份披露	P26

ESG指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
B6 產品責任	B6.3 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	計劃於2017財年披露	-
B6 產品責任	B6.4 描述質量檢定過程及產品回收程序。	披露	P22-P25
B6 產品責任	B6.5 描述消費資料保障及隱私政策，以及相關執行及監察方法。	披露	P25, P26
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。	披露	P8, P9
B7 反貪污	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。	披露	P9
B7 反貪污	B7.2 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	披露	P9
B8 社區投資	一般披露 有關以社區參與來瞭解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	披露	P37
B8 社區投資	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）。	披露	P37
B8 社區投資	B8.2 在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	披露	P37

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
戰略與分析			
G4-1	機構最高決策者的聲明	披露	P2, P3
機構概括			
G4-3	機構名稱	披露	P5
G4-4	主要品牌、產品和服務	披露	P5
G4-5	機構總部的位址	披露	P5
G4-6	機構在多少個國家運營，在哪些國家有主要業務，或哪些國家與報告所述的可持續發展主題特別相關	披露	P5
G4-7	所有權的性質及法律形式。	披露	P5
G4-8	機構所服務的市場（包括地區細分、所服務的行業、客戶/受益者的類型）	披露	P5
G4-9	機構規模，包括：員工人數、運營地點數量、淨銷售額或淨收入、按債務和權益細分的總市值、所提供的產品或服務的數量。	披露	P10, P31
G4-10	按僱傭合同和性別劃分的員工總人數；按僱傭類型和性別劃分的固定員工總人數；按正式員工、非正式員工和性別劃分的員工總數；按地區和性別劃分的員工總數；機構的工作是否有一大部分由法律上認定為自雇的人員承擔，或由非員工及非正式員工的個人（包括承包商的員工及非正式員工）承擔；僱傭人數的重大變化。	披露	P31
G4-11	集體談判協議涵蓋的員工總數百分比。	未披露	-
G4-12	描述機構的供應鏈情況。	披露	P22
G4-13	報告期內，機構規模、架構、所有權或供應鏈的重要變化。	披露	P5
G4-14	機構是否及如何按預警方針及原則行事。	披露	P8, P9
G4-15	機構參與或支持的外界發起的經濟、環境、社會公約、原則或其他倡議。	未披露	-
G4-16	機構加入的協會（行業協會）和全國或國際性倡議機構，並且在治理機構佔有席位、參與項目或委員會、除定期繳納會費外，提供大額資助、視成員資格具有戰略意義。	披露	P11

GRI指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
確定的實質性方面與邊界			
G4-17	列出機構的合併財務報表或同等文件中包括的所有實體;說明在合併財務報表或同等文件包括的任何實體中,是否有未納入可持續發展報告的實體。	披露	報告說明
G4-18	說明界定報告內容和方面邊界的過程;說明機構如何應用「界定報告內容的報告原則」。	披露	P13
G4-19	列出在界定報告內容的過程中確定的所有實質性方面。	披露	P13
G4-20	對於每個實質性方面,說明機構內方面的邊界。	未披露	-
G4-21	對於每個實質性方面,說明機構外方面的邊界。	未披露	-
G4-22	說明重訂前期報告所載信息的影響以及重訂的原因。	不適用	-
G4-23	說明範圍、方面邊界與此前報告期間的重大變動。	不適用	-
利益相關方參與			
G4-24	機構的利益相關方列表。	披露	P12
G4-25	就所選定的利益相關方,說明識別和選擇的根據。	披露	P12
G4-26	利益相關方參與的方法,包括按不同的利益相關方類型及組別的參與頻率,並指明是否有任何參與是專為編製報告而進行。	披露	P12
G4-27	利益相關方參與的過程中提出的關鍵主題及顧慮,以及機構回應的方式,包括以報告回應。說明提出了每個關鍵主題及顧慮的利益相關方組別。	披露	P12
報告概況			
G4-28	所提供信息的報告期(如財務年度或日曆年度)。	披露	報告說明
G4-29	上一份報告的日期(如有)。	不適用	-
G4-30	報告週期(如每年一次、兩年一次)。	披露	報告說明
G4-31	關於報告或報告內容的聯絡人。	披露	報告說明

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
G4-32	說明機構選擇的「符合」方案（核心或全面）；說明針對所選方案的GRI內容索引；如報告經過外部鑒證，引述外部鑒證報告。	披露	P43-P46
G4-33	機構為報告尋求外部鑒證的政策和目前的做法；如未在可持續發展報告附帶的鑒證報告中列出，則需說明已提供的任何外部鑒證的範圍及根據；說明報告機構與鑒證服務方之間的關係；說明最高治理機構或高級管理人員是否參與為可持續發展報告尋求鑒證。	未披露	-
治理			
G4-34	機構的治理架構，包括最高治理機構下的各個委員會。說明負責經濟、環境、社會影響決策的委員會。	未披露	-
商業倫理與誠信			
G4-56	說明機構的價值觀、原則、標準和行為規範，如行為準則和道德準則。	披露	P8, P9
管理方法披露			
G4-DMA	說明為什麼該方面具有實質性。說明使該方面成為實質性方面的影響。說明機構如何管理實質性方面或其影響。說明管理方法的評估。	未披露	-
經濟			
經濟績效			
G4-EC1	機構產生和分配的直接經濟價值。	披露	P10
環境			
G4-EN6	減少的能源消耗量。	披露	P28
G4-EN7	產品和服務所需能源的降低。	披露	P28
廢氣排放			
G4-EN19	減少的溫室氣體排放量。	披露	P28

GRI指標索引

序號	指標描述	披露情況	在報告中的位置
污水和廢棄物			
產品和服務			
G4-EN27	降低產品和服務環境影響的程度。	披露	P28
合規			
G4-EN29	違反環境法律法規被處重大罰款的金額，以及所受非經濟處罰的次數。	披露	P29
勞工實踐和體面工作			
僱傭			
G4-LA1	按年齡組別、性別及地區劃分的新進員工和離職員工總數及比例。	披露	P31
培訓與教育			
G4-LA9	按性別和員工類別劃分，每名員工每年接受培訓的平均小時數。	披露	P33
G4-LA10	為加強員工持續就業能力及協助員工管理職業生涯終止的技能管理及終生學習計劃。	披露	P33
勞工問題申訴機制			
人權			
反腐敗			
G4-SO4	反腐敗政策和程序的傳達及培訓	披露	P8, P9

讀者反饋表

感謝您閱讀《呷嘍呷嘍2016年企業社會責任報告》。為了向您及其他利益相關方提供更有價值的信息，促進呷嘍呷嘍提升履行企業社會責任的能力和水平，我們衷心的歡迎您能夠對報告提出真知灼見，並通過以下方式反饋給我們：

地址：香港灣仔軒尼詩道303號協成行灣仔中心12樓1201室

電話：(852) 29523566

電郵：Godfrey@xiabu.com

1 您屬於以下哪類利益相關方？ ()

A 政府 B 監管機構 C 股東 D 客戶 E 員工 F 供應商和合作夥伴 G 公眾與媒體

2 您認為本報告是否完整覆蓋了您對本公司的期望？ ()

A 是 B 否，您認為您還有哪些期望在本報告中沒有反映？

3 您認為本公司是否很好地回應了您的期望？ ()

A 是 B 否，您認為您的哪些期望沒有得到很好地回應？

4 您認為本報告的內容安排和版式設計是否方便閱讀？ ()

A 是 B 否，您認為內容與設計應如何改進？

5 您對本公司社會責任工作和本報告還有哪些意見和建議？

再次感謝您的參與！