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

2024
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
2024年企業亮點 6

01 責任領航，穩健前行

1.1 企業管治 10
1.2 商業道德 11
1.3 ESG治理 13

02 食品安全，品質卓越

2.1 食品質量與安全 18
2.2 創新驅動 26
2.3 責任供應鏈 29
2.4 客戶服務至上 31

03 綠色生態，和諧共生

3.1 應對氣候變化 42
3.2 環境管理 48
3.3 資源利用 52

04 人才濟濟，多元並進

4.1 員工僱傭 59
4.2 員工培訓與發展 65
4.3 員工關愛 72
4.4 健康與安全 76

05 公益善行，溫暖傳遞

5.1 社區參與 82
5.2 公益投入 83

附錄
附錄一 聯交所《環境、社會及管治報告守則》內容索引 84
附錄二 法律法規清單 89

管理層致辭

2024年，食品行業在健康轉型、技術革新與可持續發展的浪潮中迎來深刻變革。周黑鴨作為中國滷製食品行業的引領者，始終秉持「美味、健康、責任」的核心價值觀，在追求商業價值的同時，將可持續發展理念融入企業戰略，致力於以高品質產品與服務踐行社會責任，推動行業進步。

周黑鴨續深化「直營+特許」雙輪驅動模式，在鞏固交通樞紐、商超及社區等線下渠道的同時，我們積極擁抱數字化浪潮，外賣服務、傳統電商平台、生鮮電商平台、內容電商平台及私域小程序等線上渠道全面觸達Z世代消費群體，為消費者提供多場景、高品質的滷味體驗。

以治理為綱，築牢發展根基

周黑鴨堅信穩健的治理是公司長期穩定進步與發展的保障。為打造透明度高、可追溯、權責清晰的企業治理結構，我們積極推動董事會多元化與專業化進程，強化風險管理機制，並恪守高標準的商業道德原則。同時，我們深知可持續發展對企業經營發展與企業文化的意義和價值，努力將ESG理念融入公司運營的各個環節。

以品質為本，堅守食品生命線

周黑鴨將「食」=「人」+「良」的核心理念貫穿全產業鏈。我們嚴格把控食品安全，持續升級質量管理體系，通過研發創新推出健康化、天然化的產品線，滿足消費者對美味與健康的雙重

需求。集團聚焦新產品迭代研發與風味創新，優化產品組合，並依託數字化技術提升客戶服務體驗，確保消費者在多元場景中享受便捷、安心的滷味產品。

以綠色為基，守護生態未來

周黑鴨積極響應國家「雙碳」戰略，將環境保護和綠色運營作為可持續發展管理的關鍵因素之一。通過優化生產環節的能耗管理、減少水資源消耗、推動包裝材料環保化升級等舉措，系統降低運營對環境的影響。我們持續探索低碳轉型路徑，在生產、物流等環節實施節能降碳措施，不斷探索辦公、生產等運營環節中的節能機遇，推動價值鏈可持續發展。

以員工為核，凝聚發展動力

周黑鴨始終秉持以人為本的理念，努力營造平等、包容、多元、安全的工作環境，尊重每位員工的合法權益。我們注重人才培養，通過健全的培訓機制與職業發展通道，為員工的職業發展搭建廣闊平台。同時，集團建立了多維溝通渠道，傾聽員工訴求，並通過暖心舉措增強團隊凝聚力，以實現企業與員工的共同發展。

以共益為責，傳遞溫暖力量

周黑鴨致力於實現企業與社會共同發展。我們扎根社會、心系社會，不斷發揮自身優勢，打造「周黑鴨滷文化科普教育基地」，通過與各類學校合作開展研學活動等方式，助力學生瞭解現代食品工業和企業管理實踐，為學生提供寶貴學習機會。我們積極聯動各方，助力公益慈善事業發展，持續用實際行動回饋社會，展現企業的社會擔當。

展望未來，周黑鴨將持續以品質為根基、以創新為動力，深化全渠道佈局與綠色轉型，推動「直營+特許」模式高質量發展。我們堅信，通過堅守可持續發展理念，周黑鴨不僅能為消費者創造美味體驗，更將為行業進步與社會福祉貢獻長遠價值。

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」)發佈的第九份環境、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2024年1月1日至2024年12月31日(即「報告期內」)，部分信息涉及2024年以前。

編製依據

本報告參照香港聯合交易所有限公司(以下簡稱「聯交所」)於2019年12月發佈的《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》編製。

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、根據數據編製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2022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2024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2024年全年(即2024年1月1日至2024年12月31日)，部分信息涉及2024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。若無特別説明，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2025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

2024年企業亮點

作為全國領先的休閑熟滷製品企業，周黑鴨持續推進「直營+特許」雙輪驅動模式，牢牢抓住交通樞紐、商圈、商業體、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，在外賣業務、社區生鮮、直播平台等線上渠道斬獲佳績。報告期內，周黑鴨開展了餓了麼超級IP、美團7.27奧運免單、公域到店等一系列線上營銷活動，取得亮眼成果，為企業長遠發展奠定基礎。

餓了麼超級IP

餓了麼站內累計曝光1353萬次；小紅書等站外渠道累計曝光225萬次，總互動1.6萬；累計銷售額302萬，其中4.30創造餓了麼年度峰值192萬銷售額。

美團7.27日奧運免單

美團站內累計曝光312萬次，累計銷售額265萬，創造美團年度第二峰值銷售額。

公域到店

2024年利用抖音&美團點評團購到店平台，為線下門店帶來422萬+單，年同比增長52%，核銷金額年同比增長57%，商品曝光2.9億次。

為不斷提升周黑鴨會員權益，進一步擴大儲值規模，周黑鴨加強會員體系及私域運營建設，並開展一系列活動帶動會員儲值。2024年，集團結合超級星期三活動，上線每周三餘額支付88折、儲值199元額外加贈商品券等活動。報告期內，會員儲值規模同比增幅超過600%，儲值有效訂單數同比增長超450%。

系統升級	權益升級	運營升級
• 小程序成功集成到家、到店、到貨等多元場景	• 打造會員權益體系、提升會員活躍度、複購率	• 擴大流量池入口，私域沉澱效率提升

周黑鴨加強會員體系及私域運營建設

周黑鴨始終牢記「開明務實、誠實守信」的企業價值觀，致力於弘揚中國滷味，矢志於打造百年品牌，使中國滷味「周黑鴨」成為走向世界的美味締造者，報告期內，周董事長來到武漢大學與武漢輕工大學分享創業歷程與周黑鴨文化，為學生帶來前沿的思考和啟發。

走進校園：「國滷文化的傳承與創新－周黑鴨的創變之道」系列講座

2024年6月，「周黑鴨」董事長、「周黑鴨」品牌創始人周富裕先生來到武漢大學與武漢輕工大學，開展了一場面向大學生，主題為《國滷文化的傳承與創新－周黑鴨的創變之道》的行業發展前沿講座。

周董事長講述了自1997年起，如何將周黑鴨從一個小型門面店鋪發展成為滷味行業龍頭企業的奮鬥歷程。此外，周董事長深入討論了周黑鴨在品牌重塑、市場定位和營銷戰略上的創新舉措和戰略性調整，凸顯了建立強大品牌影響力對於企業長遠發展的重要性。

責任領航，
穩健前行

1.1
企業管治

1.2
商業道德

1.3
ESG治理

我們持續優化公司治理架構，推動董事會多元化與專業化進程，強化風險管理機制，恪守高標準的商業道德原則，將ESG理念融入公司運營的各個環節。

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》等法律法規與監管指引要求，建立了由董事會領導的職責清晰、分工明確的治理體系。

公司董事會由六名董事組成，包含三名執行董事、三名獨立非執行董事。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。

董事會多元化

董事會成員多元化是維持良好公司治理水平、實現可持續發展、達到戰略目標的重要因素。周黑鴨在甄選、提名、確立董事會成員時，全面考量董事會成員多元化因素，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、地區、專業經驗、技能、知識、服務任期以及符合監管要求等，以確保董事會整體運作的高效與全面。報告期內，集團董事會新委任王亞利女士為執行董事，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，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》等內部政策不斷加強廉潔建設。報告期內，集團新頒佈《周黑鴨集團廉政合規巡查制度》。

周黑鴨致力於維護廉潔經營環境，對任何貪污腐敗及侵害消費者權益的行為採取零容忍態度。我們持續優化相關監察與舉報體系，建立舞弊事件反饋、監督及舉報途徑，承諾對每一起舉報迅速響應，在保護舉報人隱私信息的基礎上及時跟進並開展詳盡調查。

此外，為激勵更多人員積極參與監督，我們設立了舉報獎勵機制，對有效舉報給予表彰與獎勵。依託於嚴格的防控措施與高效的監督體系，報告期內本集團未發生貪腐案件。

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

周黑鴨舉報途徑

作為企業反舞弊聯盟理事成員，我們與會員單位開展多次深度交流學習活動，提升本集團紀檢監察辦案能力。同時，我們積極開展員工職業道德培訓，覆蓋全體董事及員工，加強遵紀守法和廉潔從業意識，提高反舞弊思想水平和技能。

- 線下定期組織反貪腐的培訓活動，範圍覆蓋董事會層面。
- 利用在線公眾號進行反貪腐宣傳，每個月至少會推送兩篇主題推文。
- 開展《周黑鴨十大高壓線》培訓，營造風清氣正的環境。
- 通過企業微信以通告的形式宣傳周黑鴨投訴舉報途徑，讓全員知悉周黑鴨投訴舉報途徑。
- 加入「反舞弊聯盟」，通過在反舞弊聯盟與同行交流學習，優化體系建設。

周黑鴨廉潔文化建設

「反舞弊聯盟」理事單位

1.3 ESG治理

周黑鴨深知可持續發展對企業經營發展與企業文化的意義和價值。我們堅信可持續發展是公司長期穩定進步與發展的保障。本集團持續加強與各利益相關方的溝通與交流，開展ESG議題目標管理，不斷完善內部管理，讓ESG管治切實融入到公司運營過程中。

1.3.1 ESG管理

為實現ESG工作的有效進行，周黑鴨建立並不斷完善由董事會整體統籌、審核委員會日常管理、ESG工作小組支持執行的三級管理架構，各級職責分工明確，協調統一。

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彙報及提出建議。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。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

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、供貨商、員工、媒體、消費者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。溝通旨在深入瞭解利益相關方於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響應利益相關方的有關要求。

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	• 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	• 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	• 現場調研 • 重大會議 • 情況彙報 • 實地抽查 • 業務辦理	• 不定期舉辦
供貨商	供應鏈管理 食品安全 反貪腐	• 現場調研 • 供貨商考核 • 質量溝通會議 • 供貨商大會 • 供貨商反腐教育 • 電話／書面來往	• 每季度聯合原料、輔料、包材供貨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	• 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	• 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	• 新聞稿／公告 • 採訪 • 會議	• 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	• 在線推廣發佈 • 線下展銷會 • 線下推廣活動 • 客戶服務電話 • 微信／微博	• 不定期舉辦

1.3.3 重大性評估

周黑鴨定期進行利益相關方問卷調查，全面瞭解各利益相關方對公司ESG議題的意見及期望，據此對重大性議題矩陣進行更新，並將對公司可持續發展具有重大影響的議題列入重點關注領域，在ESG報告中進行重點描述。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。

周黑鴨2024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

食品安全，
品質卓越

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

「食」=「人」+「良」。本集團相信食品安全是企業的「生命線」，我們秉承品質至上的原則，嚴格保障食品安全，持續推動研發創新，不斷提升客戶服務，力求為消費者創造更健康、更美味的休閑食品，帶來更便捷、更美好的服務體驗。同時，我們持續賦能產業上下游共建，加強供應鏈管理，與各方夥伴共繪可持續發展的美好藍圖。

2.1 食品質量與安全

周黑鴨相信，可口、衛生、方便的產品，能夠為消費者帶來更大的樂趣和更好的體驗。我們不斷優化產品質量與安全管理體系，構建覆蓋全流程的質量管理機制，並積極推進質量文化建設，全面提升員工的質量意識和責任意識。

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》等法律法規，並依據《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，保障食品生產、加工、儲存、運輸和銷售過程中的安全。

周黑鴨堅持品質先行的發展目標，搭建了完善的食品質量與安全管理體系。我們持續優化食品安全管理制度，報告期內周黑鴨總部及各工業園食品安全與質量相關文件修訂(含新增)315份，包含散滷外購產品質量管理要求、散滷產品品質異常處置流程、電商倉儲操作、工廠專班清潔規程等。

我們高度重視產品召回機制建設，定期進行召回演練，以檢驗和提升召回流程的效率和準確性。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。

截至報告期末，周黑鴨五大工廠均獲得FSSC 22000、HACCP、ISO 9001食品安全和質量管理體系認證，其中四川工業園首次獲得以上認證。湖北工業園除以上認證外，還保持BRCGS認證、FSMA認證、出口產品FCE[1]認證、「武漢名品」產品認證，報告期內，湖北工業園新增「湖北精品」認定證書。

[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。

四川工業園獲得FSSC 22000、HACCP、ISO 9001食品安全和質量管理體系認證

湖北工廠獲得「湖北精品」認定證書

2024年9至10月，周黑鴨組織了全面的全鏈條食品安全體系審查，覆蓋從研發到銷售的所有關鍵環節。本次審查系統性地識別了各環節食品安全的風險點，並制定了應對舉措，降低潛在的食品安全風險。報告期內，周黑鴨分別針對原輔包供應商、工廠、門店開展食品安全審核113次、15次、469家。

總部質量保障部門

- 針對各大區商貿重點市場開展涵蓋食品安全與質量的綜合監督抽查工作。
- 覆蓋了19個商貿469家門店，發現問題現場糾正並跟進整改結果。
- 每月總結門店共性和重點問題，開展專項改善，護航門店運行與服務質量。

商貿綜合巡檢督導組

- 督導組對19個商貿337家門店開展了綜合監督管理抽查工作，發現問題現場糾正並跟進整改結果量。

商貿自查

- 各大區商貿積極落實「日排查、周管控、月調度」工作。
- 各區域管理人員每月開展覆蓋所有門店的監督檢查，發現問題現場糾正並跟進整改結果。
- 對商貿區域共性和重點問題進行總結、培訓和專項改善。

商貿門店綜合監督檢查

- 蟲害管理
- 食品安全自查
- 「一次性做對」項目執行情況檢查
- 採購及供應商管理
- 產品追溯管理
- 門店蟲鼠害管理
- 落實企業食品安全主體責任自查

食品安全和質量飛檢

在完成對供應商的食品安全與質量審查後，為進一步提升供應商的產品質量，周黑鴨實施了一系列賦能供應商食品安全與質量管理的舉措。我們建立並完善了供應商評價體系，除了常規對供應商質量問題進行批次追踪閉環管理之外，並對10個重點原料供應商現場進行專項賦能及異常識別培訓，確保供應鏈的質量和食品安全水平得到顯著提升。

2.1.2 全流程質量管理

為持續提升食品安全管理水平，周黑鴨實施全流程產品質量管控體系。從供應商篩選、生產加工、物流運輸到門店運營，各環節均嚴格執行周黑鴨質量管理標準，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
• 建立了供應商管理、新品驗證、產品上市監測、產品驗收及異常處置、變更控制等規範制度。 • 對原料供應商賦能，並針對重點質量問題批次追蹤閉環管理。	• 制定了食品安全管理手冊、質量紅線制度、內部審核程序、管理評審程序、應急預案等管理程序。 • 從人員、機器、物料、方法、環境等環節進行風險識別，按照品控監控制度頻次進行巡檢和抽檢。 • 由總部每月組織各工廠開展質量會議，聚焦產品質量問題。 • 通過飛檢形式，總部不定期對各工廠進行檢查，促進質量持續改進。	• 建立食品安全主體責任的規章制度，明確食品安全第一責任人，食品安全總監及食品安全員三級責任制，積極開展「日管控、周排查、月調度」的食品安全管理工作。

周黑鴨全流程質量品質把控

周黑鴨注重產品生產的每一個環節，我們建立了掃碼追溯系統，實現了全鏈條掃碼監控，針對異常產品可通過創建黑名單，掃碼時提示異常而無法售賣。

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集團產品質量管控中，從細節把控產品質量。

管理端

2024年，周黑鴨質量相關部門開展質量與食品安全培訓共計27場次，包含食品安全法律法規、公司流程制度、專業技能、質量管理方法四大模塊，覆蓋4,305人次。

管理端培訓內容模塊

《殺菌原理及程序》專題培訓

周黑鴨特邀殺菌領域專家開展專項培訓，提升員工對食品殺菌原理的認知水平，強化殺菌技術應用與微生物風險管控能力，保障真空產品品質。本次培訓涵蓋殺菌技術原理、殺菌設備操作規範、殺菌程序開發流程、殺菌效能驗證及設備維護等核心內容，系統性提升生產環節的標準化管理水平。

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，2024年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，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。報告期內，《門店質量巡店技巧》培訓及現場帶教共覆蓋158人次。

門店巡檢人員帶教管理

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：門店店員在產品銷售前對產品進行最終質量把關，挑選出來的不合格品按照標準進行相應獎勵。此舉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比較大的促進作用。

工廠端

為貫徹全員質量意識，激發團隊質量活力，我們聚焦工廠重點質量問題及改善點，組織開展食安文化活動，引導員工自發提升整體產品質量，積極踐行「食」字文化。

工廠質量專項PK競賽

我們在工廠開展質量專項PK競賽，評比項目包含異物含量、氣調封口不良、工器具消毒方式升級、衛生管理系統化等。同時，我們設置工廠單元年度質量金銀獎、現場質量改善獎等一系列質量相關的獎項，激發員工保障食品安全，提升產品質量的意識。

2.2 創新驅動

周黑鴨聚焦新產品迭代研發、產品線拓展及風味創新三大核心領域，通過持續性的產品創新為消費者打造獨特味覺體驗，同時提供更豐富的產品選擇組合。

2.2.1 研發創新

周黑鴨堅持以消費者為核心的產品研發原則，不斷深入調研並滿足消費者需求。我們專注於滷鴨脖、滷鴨翅、滷鴨鎖骨、滷鴨掌及滷鴨舌等傳統經典風味回歸，並在此基礎上持續創新口味、模式及氣調產品種類，贏得了廣大消費者的好評。

口味創新

- 開展散裝產品上新
- 合計開發牛副產品4個，豬副產品5個，雞副產品7個，素菜產品5個，以及完成20個現有周黑鴨經典產品系列散裝上新。

模式創新

- 為滿足不同消費者的需求，我們開發了熱鹵模式，新增熱鹵海帶，蓮藕、雞翅中等10個品類。

氣調品類上新

- 甜辣蝦球，真空醬板鴨上新，收獲了良好的外部反饋。

2024年周黑鴨產品創新概覽

周黑鴨致力於滿足廣大消費者多樣化的口味需求，通過智能化的研發手段，實現對滷製品口味的精確調控。同時，我們組織開展了一系列專業培訓，激勵團隊成員在日常工作中不斷實踐與創新，進一步優化滷製品的口感與風味。

醬滷製品特徵風味及品質的智能檢測方法	• 開展醬滷製品特徵風味及品質的智能檢測方法，研製醬鹵中多種香辛料成分的同步檢測。 • 通過智能化在線監測設備將關鍵風味數字化，利於車間口味精準把控。
香辛料提取關鍵技術研發	• 分析22種香辛料的主要風味物質成分及含量，研發4種香辛料的較佳提取方法和工藝參數，為企業生產和投放市場提供技術支撐。 • 目前已識別辣椒、花椒、八角的超臨界提取的工藝參數，提高關鍵成分利用率，整體上可減少香辛料使用量。

2024年與高校或研究所合作開展的研發項目

周黑鴨口味敏感度提升培訓

2024年7月，周黑鴨開展了聚焦滷製品口味敏感度提升的培訓。培訓內容涵蓋鹹、鮮、甜、酸四味在滷製品中的作用、調節技巧及過量影響。我們通過分享口味敏感度提升方法，增強團隊認知。

培訓過程中，我們將實操與培訓內容相結合，進行口味識別測試，提升團隊識別能力。最後，我們分析結果，提出改進建議，並強調口味敏感度在產品研發中的重要性，鼓勵團隊成員在日常工作中持續實踐探索，以優化滷製品口感與風味。

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。報告期內，我們進行了部分輔料的替換，降低輔料中的食品添加劑的帶入。同時我們積極與高校合作，研究植物資源，挖掘關鍵風味功能性成分、構建以物理輔助提取和酶促增效為主的綠色製備技術體系，探索植物源風味功能性基料在醬滷加工中的應用，實現滷製食品風味標準化和配方設計精準化。

2.2.2 知識產權保護

我們注重保護知識產權，制定並遵守《知識產權管理辦法》等內部管理制度，規範管理本集團商標、專利等知識產權，保護公司無形資產。

- **為保障公司產品多元化，2024年周黑鴨針對公司新品，完成商標註冊申請10件。**
- **為保障公司特許經營業務工作的開展，2024年周黑鴨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22件。**
- **針對公司自行設計產品包裝、產品研發工藝流程、設備，周黑鴨申請專利保護共計12件，授權專利3件。**
- **為了維護公司品牌形象、保護消費者合法權益，2024年周黑鴨辦理打假維權案件497件，結案99件，獲賠總額151.1萬元。**

2024年周黑鴨知識產權保護舉措

2.3 責任供應鏈

周黑鴨堅持合作共贏的理念，依照公平透明原則，打造可持續供應鏈。我們與供應商夥伴在產品質量、ESG表現等諸多方面展開緊密合作，共同推動行業發展。

報告期內，本集團與279家原、輔料及包材供應商建立了合作關係，其中本地供應商86家，非本地供應商193家，本地供應商佔比30.8%。我們與83家供應商簽訂了環境保護協議，並為供應商提供培訓賦能15場，攜手各方打造健康的產業生態。

2.3.1 供應商管理體系

為構建負責任且可持續發展的供應鏈，本集團建立了全面的供應商管理體系，並不斷對《供應商管理制度》及《供應商績效考核標準》等規章制度進行優化。

周黑鴨已建立了涵蓋供應商准入、績效考核、評估、出庫等的供應商全生命周期管理體系。通過實施分類、分級的管理策略，我們篩選出有意願、有能力、有優質產品、有良好服務的供應商，並加大與他們的合作力度，形成價值鏈共同進步的良性循環。

供應商准入

- 在與供應商開展合作之前，本集團會對供應商的服務範圍、承接能力、公司管理水平以及過往合作業績等多個維度進行嚴格且全面的資格預審。
- 本集團要求供應商和合作夥伴簽署相關文件，包括但不限於《質量環保安全承諾書》和《環境保護協議》，以確保在環境和產品質量等方面嚴格遵守既定的管控要求。

供應商評估

- 本集團針對已納入合格供應商名錄的原料、輔料及包裝材料供應商，會從質量、服務、交付等多個關鍵維度實施定期的績效考核。基於考核結果，我們對供應商實行分級管理策略。
- 除了常規的季度評價（涵蓋質量、到貨及時性與服務表現等方面），本集團還定期組織對供應商的飛行檢查，通過突擊審核的方式，進一步評估並驗證供應商的實際表現。

供應商出庫

- 對於評估考核不合格的供應商，我們將採取一系列處理措施，包括但不限於將其納入觀察期進行進一步觀察、暫停供應並要求其進行整改，及從合格供應商名錄中剔除。

周黑鴨供應商管理體系

指標	單位	2024年數據
供應商總數量	家	279
本地供應商數量	家	86
外地供應商數量	家	193
簽訂環境保護協議的供應商數量	家	83
為供應商提供的培訓數量	次	15

2.3.2 供應鏈風險識別與管控

為了確保供應鏈的穩定性，增強供應商的風險應對能力，降低供應鏈的潛在風險，本集團制定了《緊急採購處理制度》，並搭建了三階段供需平衡保障體系。我們針對短中長期的原輔料供應情況建立了監控表，評估並預防斷貨、質量、產能瓶頸、獨家供應、需求穩定性等風險。

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。

我們採取了提前採購和儲備原料的策略，以此來減少原材料供應商在交貨時間、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，輔料及包材供應商，我們維持與兩家以上的合作夥伴進行合作，以此分散生產和運營風險，如供應中斷、質量問題或價格上漲等。

周黑鴨供應商風險管理舉措

2.4 客戶服務至上

本集團高度重視產品的品質與口感，始終將客戶服務置於核心位置。在確保合規營銷的基礎上，周黑鴨持續提升品牌價值，加深消費者對品牌的認知與喜愛。與此同時，我們不斷優化並升級客戶服務體驗，旨在讓每一位顧客都能深切感受到周黑鴨的專注與誠意。

2.4.1 合規營銷

周黑鴨通過制定並執行《宣傳物料管理制度》來統一宣傳標準，並借助《對外宣傳資料審核流程》嚴格把關宣傳內容，同時遵循《廣告投放管理規定》來規範廣告投放行為，確保所有營銷活動均符合法律法規要求，產品詳情準確無誤，從而有效避免誤導消費者的情況發生。

在電商營銷推廣層面，我們充分尊重消費者的知情權和選擇權，僅在消費者同意的情況下進行自動化營銷，提供便捷清晰的關閉營銷選項，營銷活動中不設置針對個人特徵的選項，符合公正透明的自動化營銷規則。

合規營銷培訓

報告期內，周黑鴨開展合規運營類培訓5場，培訓內容為營銷工具運用、店務運營、推廣投放運營、公域到店運營、企微社群運營。合規運營培訓覆蓋人群為商貿外賣運營、策劃，鞏固了自身的合規文化，還增強了團隊在複雜市場環境中的競爭力與可持續發展能力。

在合規營銷的基礎上，為進一步塑造中部滷味周黑鴨品牌形象，增強消費者對品牌的喜愛與忠誠度，我們通過全渠道的宣傳推廣活動，深入傳遞集團產品特定和品牌理念，與消費者建立深度互動，全面提升品牌價值與影響力。

周黑鴨聯名彩虹糖

報告期內，周黑鴨與彩虹糖開展了聯名活動，取得亮眼表現。

新媒體渠道話題搜索效果卓越：活動在新媒體平台引發了廣泛關注和熱烈討論。抖音平台的話題搜索指數高達95萬，播放量更是突破了1.18億次，展現了極高的用戶參與度和話題熱度。在小紅書平台上，活動累計閱讀量超過54萬次，曝光量達到270萬次，互動量也達到了7,743次，進一步擴大了品牌影響力。

公域外賣平台聯合營銷成果顯著：在公域外賣平台方面，通過三場聯合營銷活動，交易額和新客數量均實現了大幅增長。美團818神券節期間，交易額月同比增長33.5%，下單新客月同比增長25.3%；美團超品日活動則使得交易額增長11.1%，下單新客增長18.8%；餓了麼飯搭子活動中，參與城市的交易額和下單新客數分別增長了21.5%和22.9%。

小程序銷售額及新會員增長迅猛：活動結束後，小程序日均交易額增長了37.4%，日均新會員增長超過500人，反映了消費者對品牌的認可和喜愛。

2.4.2 客戶體驗提升

周黑鴨秉承「顧客至上」的經營理念，推崇「客戶為先」的企業文化，高度重視消費者體驗環節的管理，將客戶中心理念作為長期服務指導思想，致力於為客戶提供多元化的增值服務，持續塑造一個充滿溫情且負責任的品牌形象。

優質服務

本集團始終堅守「服務創造價值」的核心信念，致力於為消費者提供優質服務，確保客戶服務的品質。報告期內，我們通過數字化賦能，優化物流服務，提供定制化服務等形式不斷提升客戶體驗。

- 搭建BI數據分析系統，記錄客戶真實評價以及反饋的各類問題，從客戶角度查漏補缺不斷優化服務體系並對供應鏈進行數據賦能，增強客戶體驗感。
- 通過對標優秀商家，模擬顧客身份訪問高評分店舖學習並優化自身，線上客服滿意度相較23年上漲2個百分點。
- 氣調盒裝產品優化了物流服務，針對各地區物流運轉情況進行月度分析，及時優化調整，提高客戶購物鏈路體感。
- 團購訂單專項1V1對接，提供定製化運輸和物流大件配送到家服務。

2024年周黑鴨提升客戶體驗

周黑鴨舉辦全國工廠口味大賽

報告期內，周黑鴨成功舉辦全國工廠口味大賽，以全國工廠為單位，寄樣品至總部，由總部專家進行評審，發掘優秀口味與工藝。賽後，我們對前三名的工廠進行了獎勵，促進了各工廠間的技術交流，進一步鞏固了周黑鴨產品口味的穩定性，提升客戶體驗。

原輔料資料庫培訓提升客服團隊專業度

周黑鴨客服團隊建立周期性案例學習機制，通過培訓持續提升專業服務能力。團隊系統構建「原料誤投訴信息庫」和「輔料滷前滷後狀態資料庫」，並由客服團隊培訓學習後，融入與消費者的日常溝通中，幫助消費者深入瞭解產品特性與生產工藝。在去中心化平台快速發展的市場環境下，該計劃顯著提升了服務效能，有效維護了品牌形象與消費者信任。

客訴反饋

本集團嚴格遵守《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，制定了《客戶投訴處理與輿情管理規範》等相關規章制度，明確界定了投訴渠道及分類判斷標準。我們通過已制定的線上與線下投訴處理流程，確保消費者的投訴能夠迅速高效地得到解決。

為全方位、精準地聆聽消費者心聲，2024年在保留傳統的電話、微信等客戶服務交互渠道的基礎上，進一步拓展信息源，將外賣平台、點評平台的投訴信息也全面納入投訴管理範疇。

客戶投訴渠道

2024年，我們進一步完善周黑鴨客訴處理流程，在確保客訴得到及時妥善解決的同時對客戶關懷機制進行升級，針對不同客戶場景採取有針對性的解決方案。

周黑鴨客訴響應處理流程

為了更好地應對客戶投訴，提升客戶滿意度，我們針對客服團隊組織開展了系列培訓，包括投訴管理流程、法律法規專業知識、產品知識、溝通技巧等內容，提升客服團隊專業性，為客戶提供更加優質的反饋體驗。

客服團隊培訓

報告期內，周黑鴨共接收到645起投訴，投訴完結率99.38%。

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、信息數據中心及各部門職責，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。

周黑鴨依據《中華人民共和國個人信息保護法》的要求，制定並持續升級《隱私保護規範》等內部管理制度，明確員工處理客戶敏感信息時的權責邊界與法律義務，構建全流程客戶隱私管理體系。

- 實施核心數據異地備份，定期將關鍵數據複製到遠程備份中心，確保災難時快速恢復，保障業務連續和數據完整。
- 執行嚴格的訪問控制：基於角色分配數據權限，防止未授權訪問；使用多因素認證提升賬戶安全；記錄訪問日誌，便於追溯和審計。
- 對存儲在數據庫中的敏感數據進行了加密處理，並在數據傳輸過程中，使用了TLS/SSL協議進行加密。
- 部署數據安全監控系統，實時監測數據的安全狀態。
- 根據數據的敏感程度、重要性和業務影響，將數據進行分級管理。

周黑鴨保護客戶隱私與數據安全舉措

周黑鴨構建了覆蓋數據安全事件全生命周期的閉環管理體系，包含預警監測、應急處置、根因分析、整改優化等核心環節，通過標準化流程確保安全事件的快速響應與有效處置，最大限度降低事件影響，持續提升數據安全防護能力。報告期內，本集團未收到客戶隱私相關的投訴，未發生數據安全與客戶隱私泄露事件。

為進一步提升全體員工對信息安全和隱私保護的意識，周黑鴨在企業文化傳播網站發佈了四期網絡安全知識宣傳，主題包括提防郵件詐騙，防範釣魚網站等。我們通過網絡安全知識宣傳建立起全員參與信息安全與隱私保護的文化，避免數據安全事件的發生。

周黑鴨網絡安全知識宣傳

綠色生態，
和諧共生

3.1
應對氣候變化

3.2
環境管理

3.3
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，高度重視自身活動對環境的影響，始終將環境保護和綠色運營作為本集團可持續發展管理的關鍵因素之一，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應對氣候變化

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，周黑鴨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，以董事會作為最高負責機構，建立並不斷完善溝通機制，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

- 審查和批準與氣候相關的目標，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

周黑鴨採用科學嚴謹的方法論構建氣候變化管理策略，進行氣候情景分析，系統地識別並評估氣候變化所帶來的潛在風險與機遇，明確區分本集團面臨的實體風險與轉型風險。

針對這些已識別的氣候變化風險，我們充分融合了現有的風險管理框架，制定緩解及適應舉措，旨在通過具體可行的措施有效應對氣候變化挑戰。同時本集團積極把握氣候變化帶來的機遇，如能源效率提升、綠色產品創新及市場拓展等，從而確保周黑鴨在可持續發展的道路上穩步前行。

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)	• 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。	• 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)預警提示各運營地，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，降低自身運營對環境的影響； • 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；
		乾旱	• 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	• 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。	
		極熱	• 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，最終造成企業運營成本的上升。	

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	• 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。	• 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。
	慢性風險	天氣模式極端波動和降雨模式變化	• 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。	
		海平面上升	• 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	• 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℃。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	• 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。	• 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。
		提高溫室氣體排放定價	• 各國政府在《巴黎協定》框架下持續致力於減排承諾的兑現。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。	
		強化排放量報告義務	• 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	• 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	• 「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	風險描述	緩解及適應舉措
轉型風險	市場風險	客戶行為變化	• 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	• 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	• 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	• 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。這種情況將導致本集團客戶基礎流失。	

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	聲譽風險	持份者對負面反饋日益關切	• 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

3.1.3環境目標

為有效指引本集團環境管理工作，我們根據自身及行業特點，制定了多維度的長期環境管理目標。為了動態跟踪目標的實施進度與成效，我們引入了目標複盤機制與績效考核體系，在持續監測各項指標完成情況的同時，還確保了我們的環境管理工作得到有效監督與適時調整，從而推動集團朝著既定的可持續發展目標穩步邁進。

溫室氣體排放目標	水耗目標	能耗目標	廢棄物目標
• 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	• 污水在線監測日均值合格率達到100%	• 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	• 固體廢棄物合規處置率達到100% • 紙箱回收率達到100%

周黑鴨環境目標

報告期內，周黑鴨基於各工業園能耗歷史數據，針對水、電、氣噸均用量設定了目標值。我們通過搭建能耗管理矩陣、設定能耗關鍵控制點、每月進行能耗目標達成情況複盤分析、工廠間能源改善亮點交流分享學習等方式確保目標達成，報告期內，集團能耗指標均達成。

3.2環境管理

周黑鴨以綠色發展為重要目標，不斷完善環境管理制度和體系，以開放、創新的姿態踐行可持續發展戰略，積極履行企業守護綠色地球生態的責任。

3.2.1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》《中華人民共和國大氣污染人民共和國水污染防治法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《中華人民共和國環境影響評價法》等環境管理相關的國家法律法規，報告期內對法律法規及標準清單進行重新識別，並將外部監管要求與公司的管理制度相融合，不斷完善《公司綠化環境與環境管理體系制度》《危險廢物管理制度》《環境應急預案》等環境管理內部政策，從制度層面約束並規範本集團環境管理工作與排放行為。

我們持續推進環境管理體系認證及審核工作，不斷提升環境管理水平。2024年完成了湖北工業園與四川工廠的環境管理體系審核，截至報告期末，本集團ISO 14001環境管理體系認證已覆蓋湖北、河北、廣東、江蘇、四川的全部工廠。

DNV

管理体系认证证书

证明

湖北周黑鸭食品工业园有限公司

ISO 14001:2015标准

此证书对下列范围有效:

熟加工熟肉制品、熟制米产品、卤制蔬菜、卤制豆制品、卤制麒芋制品和真空包装杂粮产品（豆制品、蔬菜、蛋制品和肉制品）的开发和生产

ISO 14001環境管理體系認證證書

本集團制定年度環保培訓計劃，包含法律法規、固廢、清潔生產、污水操作規程、應急預案、管理制度等6次理論培訓和3次應急演練。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。

3.2.2廢氣管理

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》《餐飲業油煙污染物排放標準(徵求意見稿)》等法律法規及廢氣排放標準，持續完善《廢水、廢氣及噪聲控制程序》等內部管理程序。報告期內，我們對廢氣治理設施和在線監測系統可能存在的管理漏項進行改進，提高工廠現場管理要求。

報告期內，本集團的廢氣排放總量[2]為342,572,557立方米，所有廢氣均達標排放。

3.2.3廢水管理

本集團嚴格遵守《中華人民共和國水污染防治法》《肉類加工工業水污染物排放標準》等法律法規及標準要求，報告期內通過改造污水處理站、開展污水處理站操作規程培訓等管理舉措，合規處理生產過程中所產生的廢水，確保達標排放。報告期內，我們未發生水源污染或相關罰款事件。

污水處理站改造

湖北工廠污水處理站氣浮池使用時間較長，出現無法對污水中污泥和水進行有效的泥水分離的情況，導致污泥和水一起進入後端IC系統，無法污水排放指標的同時造成電耗浪費。

2024年上半年，設備組投入近23.5萬，對污水處理站的氣浮系統中溶氣罐、刮渣系統進行整體更換，保證污水正常排放處理，降低環保風險。項目完工後，有效降低污水中污染物的排放量，同時實現節約用電35,026度。

[2] 2024年度廢氣排放數據涵蓋湖北工廠、廣東工廠、江蘇工廠、四川工廠及河北工廠。

江蘇工廠廢水管理舉措

江蘇工廠明確污水管理職責，每周由污水班長進入車間進行巡查，污水站管理人員進行不定期巡查，對異常點進行評估。與此同時，每季度由有資質的第三方單位定期對隔油池進行清理，每周四進行氨氮、總氮、總磷、COD的覆核人工檢測，確保在線檢測的正確性及排放水質合格達標。

廢水人工覆核檢測

廢水及污染物排放	單位	2022	2023	2024
廢水排放總量	噸	427,848	435,836	438,406
化學需氧量 (COD) 排放總量	噸	44.49	51.59	41.01
氨氮排放總量	噸	1.64	1.37	1.43

3.2.4廢棄物管理

針對生產運營活動所產生的廢棄物，本集團實施了科學、安全的分類管理機制。我們制定了《固體廢棄物管理方法》《廢棄物管理程序》等廢棄物管理相關制度，規範了不同廢棄物的收集、儲存及回收流程，並嚴防危險廢物泄露，確保生產安全。

報告期內，我們根據最新《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》《危險廢物貯存污染控制標準》《危險廢物識別標志設置技術規範》等相關要求，及時更新了集團各工廠廢棄物管理要求，更加規範地管理廢棄物。

有害廢棄物

- 嚴格按照法規要求進行分類儲存和處理。
- 設立安全警示標誌，確保員工和環境安全。
- 加強安全防護措施，如增設防爆攝像頭和防盜窗。

無害廢棄物

- 遵循減量化、循環化的原則，減少廢棄物的產生。
- 對廢棄物進行回收利用，如油炸辣椒的回收利用。
- 對臨期但仍在安全期內的產品，採取內部低價採購方式消耗庫存，避免食物浪費。

廢棄物分類管理

固體廢棄物	單位	2022	2023	2024
不可回收工業固體廢棄物	噸	880	917	499
可回收工業固體廢棄物	噸	1,901	2,607	2,573
生活垃圾	噸	7,534	1,415	1,275
無害廢棄物總量	噸	12,699	6,584	5,966
萬元收益無害廢棄物的量	噸／萬元(人民幣)	0.05	0.02	0.02
產生的危險廢棄物總量	千克	3,171	26,380[3]	2,544
萬元收益危險廢棄物的量	克／萬元(人民幣)	13.53	96.15	10.38

[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。

3.3資源利用

在穩步推進自身生產與經營的同時，本集團積極響應國家「雙碳」政策相關倡議及要求，不斷探索辦公、生產等運營環節中的節能機遇，強化員工節能減排意識，通過工藝節水、水資源循環利用、包材回收等關鍵舉措，最大限度提高資源使用效率，推動價值鏈可持續發展。

3.3.1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，嚴格落實本集團對各運營環節能源使用及管理的要求，不斷提升能源使用效率。

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，我們依託能耗管理矩陣模型，對生產環節、倉儲與物流環節、辦公運營環節等進行了更細化的能耗數據統計分析。通過深入分析能耗差異原因，各工業園採取了運營管理優化、設備升級改造、清潔能源等一系列有效的節能降耗舉措，以期實現節能減排、提高能源利用效率的目標。

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

冷庫隔斷處理	• 報告期內湖北工廠對3號凍庫採取隔斷措施，減少能耗浪費，隔斷改善後，共節約用電57,142度。
鍋爐運行參數調整	• 經過自主反覆試驗，各工業園對一號鍋爐的運行參數進行了優化調整。通過調整目標壓力、啟動壓力和停止壓力，在保障車間用氣的同時，實現降低用氣量，節約天然氣資源使用。

運營管理優化

油炸鍋設備升級	製冷系統升級優化	蒸汽鍋爐的改造
• 各工業園對油炸鍋進行更換，設備內徑尺寸適中，每月換油量和班次油炸添油量均有所減少。在滿足產量的同時，降低了設備功率能耗，提高了能源利用效率。	• 通過對製冷管道加裝控制閥，並在製冷管道和水冷機組設備中充入乙二醇製冷劑，各工業園實現了在每年5-9月份化冰、滷製、分選貨、氣調同時使用時，只需開一臺水冷空調機組供冷的目標，大大降低了製冷能耗，減少溫室氣體排放。	• 周黑鴨江蘇工廠將鍋爐聯排及排污的熱水通過排污膨脹器後回收輸入鍋爐軟水水箱，使水箱內水升溫以達到能耗節約的目的。

設備升級改造

江蘇工廠蒸汽鍋爐改造

清潔能源使用

報告期內，周黑鴨江蘇工廠新增光伏發電。新增0.5kWM光伏後，2024年全年實際光伏用電噸均466.15kWh，全年新增20.5萬度光伏用電。

江蘇工廠光伏發電

報告期內，本集團針對倉儲與物流環節制定了節能減排策略。通過使用新能源車、優化運輸路線、對冷庫進行改造等舉措促進綠色倉儲物流，降低倉儲物流環節能耗。與此同時，我們開展綠色辦公舉措，提升公司整體環境績效表現。

綠色辦公舉措

2024年下半年辦公樓公共區域全部採取安裝使用人體感應燈，人來即亮，人走即滅，減少電力損耗。

報告期內，我們的能源消耗總量同比下降10.9%，範疇一、二溫室氣體排放總量同比下降13.1%，具體數據如下所示：

能源消耗[4]	單位	2022	2023	2024
外購電力	千瓦時	47,612,661	53,860,168	47,479,381
天然氣	立方米	3,628,349	2,144,911	1,980,090
汽油	升	56,725	51,752	20,233
柴油	升	578,677	515,933	337,193
直接能源消耗	噸標準煤	5,594	3,046	2,612
間接能源消耗	噸標準煤	5,852	8,858	7,989
能源消耗總量	噸標準煤	11,446	11,904	10,602
萬元(人民幣)收益能源消耗量	噸標準煤／萬元(人民幣)	0.05	0.04	0.04

溫室氣體排放[5]	單位	2022	2023	2024
範疇一[6]溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	9,470	5,194	5,202
範疇二[7]溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	27,154	39,451	33,589
範疇三[8]溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	／	／	300
溫室氣體排放總量(範疇一、二)	噸二氧化碳當量	36,624	44,645	38,791
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	0.16

4 能源消耗計算參照《綜合能耗計算通則》(GB2589-2020)。

5 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、菸草及酒、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)》。

6 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。

7 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。

8 範疇三：涵蓋商務差旅產生的溫室氣體排放。

3.3.2水資源管理

本集團遵守《中華人民共和國水法》等法律法規，按照合規取水和可持續用水的原則進行水資源管理，建立水資源使用效益目標和水資源使用監管體系，要求各生產單位記錄每日用水量、排水量及循環水量，並對用水工藝、設備及流程進行改造升級，提升用水效率及可持續用水表現。周黑鴨定期監測並報告水資源使用情況，識別水資源對公司的影響，致力於進行水資源管理，提高水資源使用效率和回收比例，保護水資源。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。

衛生清潔專班推行	報告期內，各工業園衛生清潔專班團隊使用統一設計、高效的清潔工具和清潔方法對車間班後進行衛生清潔，降低此前操作人員各自清潔過程中出現的水資源浪費。湖北工廠引入外部清潔公司的專業經驗和技術，制定適合周黑鴨的清洗消毒SOP，並逐步複製推廣至集團其他各個工廠。
清洗消毒間水龍頭改造	清洗消毒間水龍頭直噴進行手部及工器具消毒造成較大的浪費，設計改造戈為節能增壓水龍頭，節約水資源。
選框機節水改造	洗框機清洗後的水直排至下水管網，存在浪費現象。我們購買增壓沖洗機，在生產結束後使用水質質量較好的洗框機後2段水箱內余水對洗盤機間地面進行清潔打掃，水資源循環利用，實現水資源節約4噸／日。
冷凝水回用	江蘇工廠車間鹵制、化冰等區域使用的蒸汽設備產生的蒸汽高溫冷凝水進行收集後，回收至鍋爐水箱進行重複利用，促進水資源循環利用。

報告期內，本集團共計消耗自來水572,752.52噸，人民幣每萬元產值耗水量為2.34噸。

3.3.3包材管理

本集團在包裝策略中考慮環境影響，遵循《深入推進快遞包裝綠色轉型行動方案》《關於加快推進快遞包裝綠色轉型的意見》等政策要求，從包裝的材料、工藝、設計、生產管理等角度推進產品包裝的減量化、輕量化及替代化，同時積極開展包材的回收利用，推動循環經濟發展。

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	2022	2023	2024
包裝膜使用量	噸	2,635	2,818	2,502
真空包裝袋使用量	噸	507	595	649
包裝材料使用總量	噸	3,142	3,413	3,151
每噸銷售產品的包裝材料使用量	噸	0.11	0.11	0.12

人才濟濟，
多元並進

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

周黑鴨始終秉持以人為本的理念，致力於營造平等、包容、多元、安全的工作環境，保障員工權益，注重人才培養，為員工的職業發展搭建廣闊平台。我們著力構建高效的溝通機制與多維反饋渠道，通過常態化傾聽與暖心舉措體現人文關懷，與全體員工同心協力擘畫集團永續發展的美好藍圖。

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。報告期內，我們進一步更新了《招聘管理制度》《人事管理制度》等員工僱傭相關的內部制度。

作為一家有責任感的企業，我們努力創造公平公正的工作環境，尊重每位員工的合法權益。截止報告期末，周黑鴨未出現僱傭童工及強制勞工現象。

合規僱傭	• 我們嚴格遵循《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，本集團對於自主招聘的員工以及派遣公司派遣的員工，均依據法律法規進行身份審查，禁止錄用不符合用工規範的員工。
多元化僱傭	• 我們反對並抵制任何關於種族、膚色、性別、宗教、國籍、殘疾狀況的不平等對待，確保所有人在僱傭、晉升、獎勵、培訓及日常工作中享有平等機會與公正待遇，杜絕職場歧視、騷擾等損害員工權益的行為。

周黑鴨合規及多元化僱傭舉措

為進一步提升人力資源管理能力，周黑鴨通過構建一體化HR系統，實現招聘、考勤、績效、薪酬一體化管理，提升人才管理效率，優化員工體驗，助力企業戰略目標達成。

一體化HR系統賦能人力資源管理

2024年，本集團啟動人力資源數字化升級工程，分階段部署實施一體化HR系統核心模塊。通過組織人事、智能考勤、績效、薪酬四大模塊的系統集成，成功構建人力資源全流程數據貫通體系，實現招聘配置、組織發展、績效評估與薪酬激勵的業務閉環。

報告期內，周黑鴨榮獲「2024大中華區卓越僱主品牌」獎。

截至2024年底，周黑鴨員工總人數為4,371人，按照不同僱傭類別、性別、年齡、地區、學歷和職級的劃分情況如下：

2024年本集團按僱傭類型劃分的員工人數

2024年本集團按性別劃分的員工人數

2024年本集團按年齡劃分的員工人數

2024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

2024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

2024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2024年底，周黑鴨流失員工總人數為2,706人，按照不同性別、年齡和地區的劃分情況如下：

2024年本集團按性別劃分的員工流失人數（人）

2024年本集團按年齡劃分的員工流失人數（人）

2024年本集團按地區劃分的員工流失人數（人）

截至2024年底，周黑鴨新進員工總人數為2,248人，按照不同性別、年齡和地區的劃分情況如下：

2024年本集團按性別劃分的新入職員工人數（人）

2024年本集團按年齡劃分的新入職員工人數（人）

2024年本集團按地區劃分的新入職員工人數（人）

4.2 員工培訓與發展

我們始終將員工的發展和培養置於重要位置，依託健全的內部培訓體系，為員工打造暢通的職業發展與晉升通道，助力員工提升工作績效和個人能力，實現個人與企業的共同成長與發展。

4.2.1員工培訓

周黑鴨高度重視人才隊伍建設，為員工提供多樣化的培訓和廣闊的職業發展空間。報告期內，本集團進一步完善了《培訓管理制度》，並通過《培訓學分管理制度》《零售終端人員發展手冊》《員工手冊》等制度和規定督促員工積極參與培訓。

周黑鴨建立了完善的培訓管理體系，針對不同層次員工開展通用類、文化類、管理類、專業類培訓計劃，旨在提升員工綜合能力，促進公司發展與文化傳承。報告期內，本集團總計開展培訓項目223個，人均培訓小時數為33.5小時。

周黑鴨針對不同人才發展的培訓計劃

報告期內，我們對零售類培訓與管理類培訓提出了進一步的要求，為員工提供完善的培訓內容，使得員工的職業技能和專業素養得到全面的提升。

零售類

- 根據員工層級需求制定並實施針對性必修計劃，並在學習的過程中結合實操。
- 零售類員工入職轉正前需完成必修課有12門、並要求店員、店長和主管完成特定培訓內容。

管理類

- 中高層管理人員開展績效飛輪，通過訓戰結合的方式，提升管理層績效管理工具運用能力，促進公司業績目標達成。

2024年周黑鴨員工培訓體系提升舉措

區域主管訓練營

區域主管訓練營主要聚焦門店業績改善，採用訓戰結合的方式，提升區域主管區域業績經營能力，在培訓實施過程中，我們建立了」標杆引領－經驗萃取－複製推廣」的案例分享體系，通過嚴格的評選機制，從各區域甄選優秀實踐案例並在全國進行推廣轉化，本次項目覆蓋94位區域主管，共產出16份金點子案例。

儲備店長訓練營

為系統強化儲備人才梯隊建設，本年度開展兩期儲備店長專項培養計劃。項目通過「學、練、考、評」的閉環培養體系，針對 53 名儲備店長實施階段式賦能，與分區聯動圍繞店長角色認知、團隊溝通、門店招聘與帶教、數據分析四個維度開展培訓，經過系統的培訓和任務實踐，最終 47 人通過崗位勝任力認證，通過率 88.7%。

「繁星計劃」內訓師培養項目

為切實提升員工業務能力，周黑鴨於 4 月－7 月開展了為期 4 個月的「繁星計劃」內訓師培養項目，針對全國 76 位報名成功的學員分批開展授課呈現以及課程開發技能培訓，通過內訓師現場評審認證，最終共計 63 位夥伴完成內訓師培訓及認證，成功加入內訓師的隊伍，內訓師隊伍活躍率較 23 年同比提升 20%。

報告期內，我們的內訓師體系，鴨鴨學堂在線學習平台，以及部分培訓項目榮獲外部獎項，得到了社會各界的認可。

內訓師體系升級項目榮獲
「CSTD第九屆企業學習設計大賽銀獎」

鴨鴨學堂在線學習平台榮獲
「第六届雲圖獎－數字化企業學習助力業務獎卓越獎」

專業培訓生項目榮膺中歐商業在線
「2023-2024最佳數字化學習項目創新獎」

榮膺中歐商業在線
「2023-2024 未來管理人才培養卓越獎」

報告期內，周黑鴨總受訓人數為5,904人，總受訓時數為193,661小時，員工培訓總投入為391.45萬元，員工培訓滿意度為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：

2024年本集團按性別劃分的員工受訓比例

2024年本集團按職級劃分的員工受訓比例

2024年本集團按性別劃分的員工平均受訓時數(小時)

2024年本集團按職級劃分的員工平均受訓時數(小時)

4.2.2 員工發展

周黑鴨堅定執行同工同酬，尊重每位員工的勞動價值，確保每位員工都能享受到公平合理的薪酬待遇。我們修訂了了《薪酬管理制度》《績效管理制度》《激勵管理制度》，明確了績效考核流程，建立了薪酬與績效掛鈎的機制，增強公司的凝聚力和競爭力。

我們針對不同層級的員工制定了不同的績效考核制度，針對普通一線員工，我們以月為單位進行考核兑現；針對經理及以上員工，我們劃分了不同的崗位，制定了對應的考核指標，進一步完善績效考核體系。

銷售管理類	• 主要包括銷售管理、綫上運營、供應鏈管理 • 80%業績類指標+20%崗位指標
業務職能類	• 主要包括零售業務管理、計劃、倉儲、物流、採購、生產、質量保障、研發、客戶服務、人力資源、財務、信息、行政、法務、審計、公關等 • 20%業績類指標+80%崗位指標

周黑鴨經理及以上不同崗位績效考核指標

通過績效考核體系，我們將員工的績效分為90分以上、80-90分、70-80分以及70分以下四個層級，並建立了高效的績效溝通反饋渠道，保障績效考核的公平公正，並積極助力員工提升與優化其工作技能與能力。

績效面談

- 針對非一綫員工，管理上級有必要每季度和下屬員工進行一次面談，可按每月30%覆蓋。面談內容包含員工當前階段的工作反饋、原因分析，解決方案和行動計劃的討論。

績效改進

- 針對績效低於80分的員工，開啓績效改進流程。通過績效改進目標的制定，行動計劃，績效評估等方式，幫助員工找到方法提升工作能力和工作成果。

周黑鴨績效反饋機制

周黑鴨遵循能上能下的用人機制，進一步修訂了《員工晉升降職管理制度》，當員工績效考核達到相關標準，可納入選拔晉升考察名單，根據本集團實際經營情況以及所在部門人員配置情況進行合理提拔任用。

報告期內，周黑鴨一線員工職級晉升35人，職等晉升396人。

4.3 員工關愛

周黑鴨始終以員工感受為出發點，高度重視每一位員工在公司的體驗。我們深切關心員工身心健康，通過構建科學、有競爭力的薪酬福利體系，提升員工的滿足感與幸福感。我們積極聆聽員工聲音，通過形式多樣、內容豐富的文體活動多維度增強員工的幸福感，為員工打造良好的職場環境。

4.3.1 員工福利與關懷

周黑鴨建立了完善的員工福利體系，提高員工的幸福感和歸屬感。我們嚴格遵循《中華人民共和國社會保險法》等法律法規及當地政府部門的要求，依法為員工提供社會保險、住房公積金等法定福利。此外，本集團注重員工的工作時長管理，確保員工享有帶薪年假、病假、婚假、產假等法定假期。

周黑鴨員工福利體系

報告期內，我們進一步完善員工福利體系，為不同層級、不同年齡的員工購買了額外的身故保險金，全方位保障員工的權益，構築多層次的保障。

周黑鴨關心員工生活，組織員工開展各類文化體育活動，如員工生日會、員工晨會、節假日活動等，豐富員工業餘生活，融洽勞資關係。

員工生日會

周黑鴨每個月都會策劃並組織一場溫馨的員工生日會，為當月恰逢生辰的員工而設，體現了周黑鴨對員工的關懷與重視，營造了一個充滿歸屬感的團隊氛圍。

員工晨會

周黑鴨組織員工開展晨會活動，並設置多樣的運動活動，如健身操、拔河等，提升員工體質，激發團隊活力。

「做不被定義的自己」三八婦女節活動

周黑鴨在 2024 年國際婦女節之際，以」做不被定義的自己」為主題發起女性成長賦能活動，通過沉浸式體驗活動深化性別平等實踐。活動期間我們為女性員工發放了慰問品，並組織女性員工前往影院觀影，進一步激發她們對自我價值的認同與探索，彰顯企業的溫度與關懷。

「月灑金秋、中秋雅集」活動

2024 年 9 月，周黑鴨以「月滿金秋，中秋雅集」為主題，精心策劃了一場別開生面的中秋游園活動，渲染了濃厚的節日氛圍，促進了員工與企業，企業與商家之間的和諧共融，共同編織了一幅溫馨美好的中秋畫卷。

4.3.2 員工溝通

周黑鴨致力於搭建起一座高效、暢通的員工溝通橋梁，積極傾聽並充分考慮員工的意見和建議。我們建立了多樣化的員工溝通途徑，鼓勵員工就工作環境、職業發展、企業文化建設等多方面提出寶貴意見與建議，有效促進信息的雙向流通，為本集團的持續改進與創新管理提供不竭動力。

2024年周黑鴨員工溝通渠道

新員工線下座談會

針對新入職的員工，我們會定期組織新員工線下座談會，通過新員工座談會瞭解新員工對本集團整體的滿意度情況及改善建議，並將員工提出的改善建議及時同步給相關責任人跟進處理。

4.4 健康與安全

周黑鴨始終將員工的健康與生命安全置於首位，明確其在生產經營過程中的重要地位。本集團嚴格遵守《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，並建立了完善的安全管理架構，保障員工職業安全健康。

周黑鴨EHS管理架構

4.4.1 生產安全

周黑鴨始終遵循生產安全標準，構建了全面的職業健康安全管理體系，我們按照《安全事故管理辦法》《安全管理檢查管理辦法》《安全管理紅線制度》《應急救援及演練管理制度》等相關要求，建立了全流程和全方位的風險識別、評估和管控機制，以達到消除隱患，杜絕事故，達成年度健康與安全目標的目的。

指標	目標	2024年數據	是否達成目標
重傷、死亡、火災爆炸等人員傷亡及嚴重財產損失事故	0	0	是
百萬工時傷害率	<=2.35	1.36	是
安全隱患按期整改率	0.985	0.9882	是
確診職業病人數	0	0	是

周黑鴨2024年健康與安全目標

為保障相關管理制度的有效落實，我們按照《全員安全責任管理辦法》，全面落實全員安全生產責任制。

在執行方面，周黑鴨將預防視作風險管理的第一道防線，對各個工廠提供健康安全管理要求和指導，確保其通過預案演練、日常巡檢、宣貫教育等主要途徑，有效把控健康安全風險。

安全演練活動

2024 年，周黑鴨各工廠在集團的統籌下組織開展了安全演練活動，對演練成效進行了全面的評價，並制定了針對性的整改措施。演練的參與者涵蓋與危險源接觸較為頻繁的崗位操作人員以及相關責任部門的負責人。為確保演練資料的完整性和可追溯性，工廠將簽到表、演練方案、演練總結報告及演練現場照片等五項關鍵內容進行了系統歸檔，進一步完善了安全管理可追溯體系。

江蘇工廠安全演練現場

我們將持續加強安全意識的宣貫，修訂了《安全教育培訓管理規範》，通過多元途徑幫助員工掌握安全生產知識。報告期內，周黑鴨江蘇工廠制定了安全培訓計劃，組織開展了安全日活動，確保安全生產理念深入人心。

安全月活動

2024 年安全月活動由 EHS 部門主導並牽頭組織，邀請一線代表及班組長以上層級的管理人員共同參與活動的啟動儀式，並同步開展了一系列專項培訓。此次安全月活動的主題包括：

抓三違：嚴格排查現場的三違行為，將隱患遏制在萌芽初期。

多培訓：借助安全月活動，對員工的行為及公司的相關 EHS 要求，反覆做培訓，加強員工的安全意識。

重演練：緊扣安全月主題「人人講安全、個個會應急」開展全員疏散演練活動，培訓事故應急處置措施。

江蘇工廠安全月活動現場

報告期內，周黑鴨共開展安全演練52次，參與1,653人次。本集團連續三年未發生工亡事件，2024年集團因工傷損失小時數6,748小時，約為843.5個工作日。報告期內，集團累計開展52次安全演習，健康與安全相關培訓25,235小時，覆蓋100%員工。

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，並已採取防範舉措降低職業病危害因素對員工健康造成的影響。我們為員工提供相關職業病體檢，保障員工健康。

- 針對涉及噪聲危害崗位，為員工配備防護耳塞
- 針對消毒液配置崗位，為員工配備全套個人防護裝備（服、面罩、手套等）
- 針對車間重點崗位，升級防砸防滑水鞋
- 注重化學品危害，配備護目設備

周黑鴨職業病安全保障舉措

邀請醫院專家為員工提供健康諮詢服務

2024 年 7 月，我們特邀口腔醫院專家莅臨湖北工業園，為員工提供免費的口腔義診服務；11 月，我們邀請協和醫院專家，為員工免費提供多項全面的健康體檢服務，為員工的健康保駕護航。

公益善行，
溫暖傳遞

5.1
社區參與

5.2
公益投入

周黑鴨勇於承擔企業社會責任，於每一個力所能及之處獻上我們的愛心與溫暖，實現企業與社會共同發展。

5.1 社區參與

我們紮根社會、心繫社會，不斷發揮自身優勢，打造「周黑鴨滷文化科普教育基地」，通過與各類學校合作開展研學活動等方式，助力學生瞭解現代食品工業和企業管理實踐，為學生提供寶貴學習機會的同時，也展示了企業在社會責任和可持續發展方面的積極努力。報告期內，湖北周黑鴨滷文化體驗中心景區被確定為國家3A級旅遊景區，接待總人數超27,000人。

探秘漢味美食　感知智能魅力

2024年11月，武漢輕工大學機械工程學院學生前往周黑鴨工業園開展研學活動。講解員結合公司發展歷程、企業價值觀、既往成就等方面，詳細解釋了周黑鴨的「食」字理論和「樹根」文化，加深了同學們對周黑鴨的品牌精神的理解。通過參觀生產基地，周黑鴨解凍、醃製、滷煮、包裝等全過程的全自動化生產工藝盡收眼底，同學們感受到了完善的清潔消毒的嚴格要求，體驗了「車輛跟踪，產品追溯」的全物流監控系統。

5.2 公益投入

周黑鴨積極聯動各方，持續用實際行動回饋社會，助力公益慈善事業發展，展現企業的社會擔當。報告期內，本集團捐贈物資折合6,700餘元。

「志願有約，愛在武展」520主題志願文化活動

2024年5月18日，湖北省志願者協會在武漢國際會展中心前廣場上開展了2024年「志願有約，愛在武展」520主題志願文化活動，周黑鴨捐贈「謝謝你」禮盒100盒。

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。	綠色生態，和諧共生－環境管理 綠色生態，和諧共生－資源利用
	關鍵績效指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	綠色生態，和諧共生－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)。	綠色生態，和諧共生－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)。	綠色生態，和諧共生－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)。	綠色生態，和諧共生－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。	綠色生態，和諧共生－應對氣候變化 綠色生態，和諧共生－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。	綠色生態，和諧共生－應對氣候變化 綠色生態，和諧共生－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。	綠色生態，和諧共生－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)。	綠色生態，和諧共生－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)。	綠色生態，和諧共生－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。	綠色生態，和諧共生－應對氣候變化 綠色生態，和諧共生－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。	綠色生態，和諧共生－應對氣候變化 綠色生態，和諧共生－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。	綠色生態，和諧共生－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。	綠色生態，和諧共生－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	綠色生態，和諧共生－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。	人才濟濟，多元並進－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。	人才濟濟，多元並進－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	人才濟濟，多元並進－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。	人才濟濟，多元並進－健康與安全
	關鍵績效指標B2.1	過去三年(包括彙報年度)每年因工亡故的人數及比率。	人才濟濟，多元並進－健康與安全
	關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	人才濟濟，多元並進－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。	人才濟濟，多元並進－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。	人才濟濟，多元並進－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。	人才濟濟，多元並進－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。	人才濟濟，多元並進－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。	人才濟濟，多元並進－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。	人才濟濟，多元並進－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。	人才濟濟，多元並進－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。	食品安全，品質卓越－責任供應鏈
	關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。	食品安全，品質卓越－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。	食品安全，品質卓越－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。	食品安全，品質卓越－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。	食品安全，品質卓越－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，標簽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。	食品安全，品質卓越－食品健康與安全 食品安全，品質卓越－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。	食品安全，品質卓越－食品健康與安全 食品安全，品質卓越－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。	食品安全，品質卓越－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。	食品安全，品質卓越－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。	食品安全，品質卓越－食品健康與安全
	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。	食品安全，品質卓越－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。	責任領航，穩健前行－商業道德
	關鍵績效指標B7.1	於彙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。	責任領航，穩健前行－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	責任領航，穩健前行－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。	責任領航，穩健前行－商業道德
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。	公益善行，溫暖傳遞
	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)	公益善行，溫暖傳遞－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)。	公益善行，溫暖傳遞－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.《武漢市餐厨廢棄物管理辦法》
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.《預包裝食品標簽通則》
2.《預包裝食品營養標簽通則》
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滷雞蛋幹
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