



Zhou Hei Ya International Holdings Company Limited

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



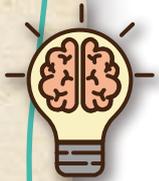
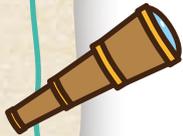
做良心食品 創百年企業

2019

環境、社會及管治報告

目錄

管理層致辭	2
關於本報告	6
1. 根深基穩 責任治理	8
1.1 關於我們	9
1.2 經營績效	15
1.3 企業管治	16
1.4 ESG治理	18
2. 枝繁葉茂 食安為本	22
2.1 品質先行	23
2.2 健康創新	28
2.3 責任供應	30
2.4 用心服務	32
3. 生生不息 環境永續	38
3.1 環境管理	39
3.2 資源使用	41
3.3 能源管理	42
3.4 排放控制	45
4. 搏擊風雨 人才積蓄	50
4.1 員工概況	51
4.2 健康安全	53
4.3 員工發展	57
4.4 員工關懷	59
5. 基業長青 點滴傳遞	63
5.1 社區助力	64
5.2 共同戰疫	65
附錄1 聯交所《環境、社會及管治報告指引》	67
附錄2 法律法規及標準清單	70



管理層致辭

2019年中國經濟表現總體平穩，國民收入持續改善，經濟結構不斷優化升級。人們的消費觀念和品牌意識得到了雙重提升，在消費升級的帶動下，行業的馬太效應越來越強，產業集中度越來越高。同時，休閒食品行業亦面臨著電商紅利的消失，新興零食品類的大量湧現，交通樞紐資源競爭加劇等諸多挑戰。面對激烈的行業競爭及日新月異的市場趨勢，企業在運營過程中需要保持創新，不斷檢視自身與市場需求的匹配度，根據市場調整戰略，加速渠道拓展與融合，保持自身核心優勢，才能在行業加速整合的局勢中提高競爭力。

2019年對周黑鴨來說，是具有里程碑意義的一年。這一年，我們對公司核心管理團隊進行了優化和補充，為公司注入了新的發展源動力。通過總結反思過去的經驗和教訓，審視當前公司及行業面臨的挑戰，結合市場發展趨勢，積極轉變發展思路，重整經營佈局，大膽變革，制定了新的六大發展戰略以支持公司的長遠發展，至此我們開啟了周黑鴨第三次創業之路。第三次創業階段，我們的使命就是開創一條屬於周黑鴨的改革開放之路，通過不斷的變革與創新，打好周黑鴨的六大硬仗，把握休閒鹵製品行業先機，努力打造中國最受歡迎的休閒鹵製品品牌，使周黑鴨真正成為百年品牌，走向世界的美味。

2019年，我們根據公司長期發展戰略，逐步進行全國五大區工廠的佈局和建設，並基於市場需求和門店佈局的節奏持續釋放新產能，於2019年上半年順利投產華南生產中心；基於產能的釋放以及公司一直以來的強大品牌辨識度、堅持嚴苛的供應鏈全流程食品安全管理等，都為我們戰略發展奠定了一定的基礎。正因為有了這樣的沉澱和底氣，我們在今年啟動了特許經營業務，力圖以更迅捷的方式打開新區域市場。而在探索多元化渠道上，我們致力於實現全渠道覆蓋消費者，更加便捷的觸達更多消費者並通過不斷的創新以滿足不同消費場景的需求，增強品牌的可見性和便利性。通過品牌的整合營銷，回歸周黑鴨的零食屬性，品牌宣傳更加的貼近產品和銷售前端。同時，我們針對90後、00後核心消費群體，簽約年輕偶像明星代言人，加強在高勢能區域的廣告投放，增加品牌在年輕社群中的知名度和影響力。



產品創新

我們堅信產品創新是集團業務快速成長的關鍵所在，在新的戰略體系下，公司檢視並重構了新品研發體系，搭建了一個貫穿市場洞察、立項、研發、測試、營銷的全周期管理流程，從體系和制度上保證產品創新符合市場趨勢和客戶需求，並進行全生命周期的管控和考核。在新流程的驅動下，為了吸引有不同口味偏好的消費群體，公司於2019年下半年推出了不辣口味系列，上市以來表現良好。未來，公司將持續改善和加快開發新口味和新品類以滿足更多消費客群的需求。

品質服務

食品的安全和質量是我們的立業之根，也是公司得以長久發展之本。我們始終堅持質量第一的經營理念，嚴控食品安全標準，在產品配送和售賣終端通過SAP系統，實現了從原料採購到銷售端全流程可追溯，同時我們也在不斷的加大生產設備的投入力度，增加工廠的科技化智能化水準，一切只為給消費者帶來更加安全的食品 and 更加優質的購物體驗。

同時，我們積極探索新的服務模式，開展與消費者各種形式的互動與溝通，通過提升服務質量，保證周黑鴨的高品質服務。為了順應年輕一代消費者的崛起，我們開始對原有標準化店鋪進行升級，並開展多樣跨界合作活動，將「品質第一，信譽至上，保持特色，持續發展」的經營理念貫穿到企業的運營中，滿足消費者日益提升的對品質、服務和體驗的需求。

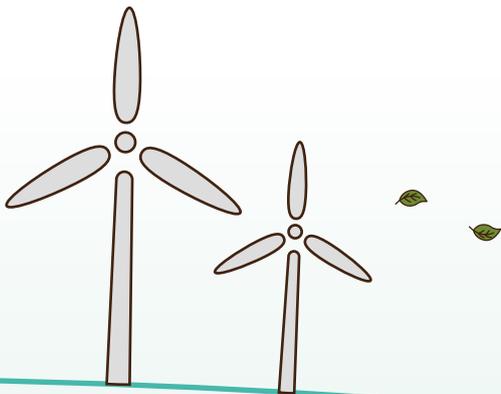


環境保護

周黑鴨堅持可持續發展的「樹根」文化，以強大的抗風險能力為根，不斷提升綠色生產運營水準。我們嚴格遵守運營所在地的環境保護相關法律法規，以ISO 14001環境管理體系的要求為基礎，注重生產製造過程中的環境保護，並推行綠色低碳的辦公方式，降低生產經營活動對環境造成的影響。報告期內，我們持續完善環境管理體系，將能源和資源使用目標納入關鍵績效考核，提升能源和資源的耗用效率；持續加強產品生產過程管理，提高包裝材料的利用效率；同時，亦開展固體廢棄物分類處置與回收的細化管理，推行循環經濟，減少廢棄物的產生，致力於提高公司的環境績效和經濟效益。

員工關懷

周黑鴨堅守「以人為本」的不變信念，努力為員工提供健康安全的工作環境、有競爭力的薪酬福利、公平晉升機會以及完善的培訓體系。報告期內，基於新的戰略框架，公司持續對組織架構進行了調整、優化和精簡，強化各部門的戰略職能，提升執行和協作能力，加強人才的培養任命及賦能並重新構建新的績效管理體系，增強了全員的考核及績效兌現。更加注重效益和公平，充分落實能者上、平者讓、庸者下的人才管理模式。同時，我們持續完善僱員培訓和發展體系，不斷吸引、挽留及激勵員工。我們在持續優化安全生產管理程序，加強公司自主安全生產管理的同時，不定期舉辦豐富多彩的員工活動，暢通員工的溝通渠道，致力增強員工凝聚力。



社區公益

周黑鴨秉持著「做快樂的傳播者和締造者」的企業理念，積極參與社區建設，為社會傳遞幸福與溫暖。2019年，我們繼續關注留守兒童並開展世界讀書日捐書公益活動，同時，亦積極為生產運營當地人民提供就業機會。2020年，新冠病毒來勢汹汹，為了支持武漢抗擊新型冠狀病毒疫情，幫助一線醫療機構採購急需的醫療防護物資及檢測設備，我們向武漢市慈善總會捐款1,000萬元，用行動詮釋周黑鴨的責任和擔當。

日日行，不怕千萬裏；常常做，不怕千萬事。面對浩蕩蕩的時代潮流，面對百年品牌走向世界的美好期待，我們周黑鴨人沒有絲毫的自滿，也沒有絲毫的懈怠。只爭朝夕，不負韶華。未來的日子，我們將不忘初心，牢記身上的責任與擔當，下定決心，排除萬難，共赴明日榮光。最後，我謹代表董事會衷心的感謝周黑鴨顧客的信賴，感激全體員工的付出以及業務合作夥伴和股東長久以來的支持與幫助。希望在我們一道努力之下，將周黑鴨的品牌和文化繼續傳遞下去，周黑鴨將於未來承擔更多的企業社會責任，繼續保障食品安全，推動環保事業，加強員工關懷，踐行公益慈善，將點滴溫暖回饋大眾，與社會共同前進，讓周黑鴨遍佈世界的每一個角落，願健康、安全、美味的產品能夠傳遞到每一個人手中。

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」)發佈的第四份環境、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在經濟、社會和環境等方面表現的相關信息，時間跨度為2019年1月1日至2019年12月31日(即「報告期內」)，部分信息涉及2019年以前或2020年。

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(以下簡稱「本集團」、「我們」、「周黑鴨」)。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。

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」)《香港聯合交易所證券上市規則》附錄二十七之《環境、社會及管治報告指引》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：識別和排列重要的權益人、識別和排列ESG相關重要議題、決定ESG報告的界限、收集相關材料和數據、根據資料編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，本年度我們再次開展了重大性議題識別程序，並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：本集團依據《香港聯合交易所證券上市規則》附錄二十七之《環境、社會及管治報告指引》中「關鍵披露指標」要求，對「環境」範疇量化指標進行披露，對不具有重要性的指標進行解釋；「社會」範疇量化指標最大程度進行披露，並將在未來逐步實現全部披露。

平衡原則：本報告努力實現客觀、公正，真實地反映本集團2019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，所覆蓋主體範圍為本公司及其附屬公司，相對往年無重大調整，披露時間範圍為2019年全年(即2019年1月1日至2019年12月31日)，部分信息涉及2019年以前或2020年，並對部分指標披露自2017年起連續三年數據。

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。我們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2020年3月31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、社會及管治資料」類別內或本公司網站獲取。

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

聯繫電話：+86 400-1717-917

郵件地址：IR@zhouheiya.cn

郵寄地址：中國湖北省武漢市東西湖區走馬嶺匯通大道8-1號



根深基穩 責任治理

1.1

關於我們

1.2

經營績效

1.3

企業管治

1.4

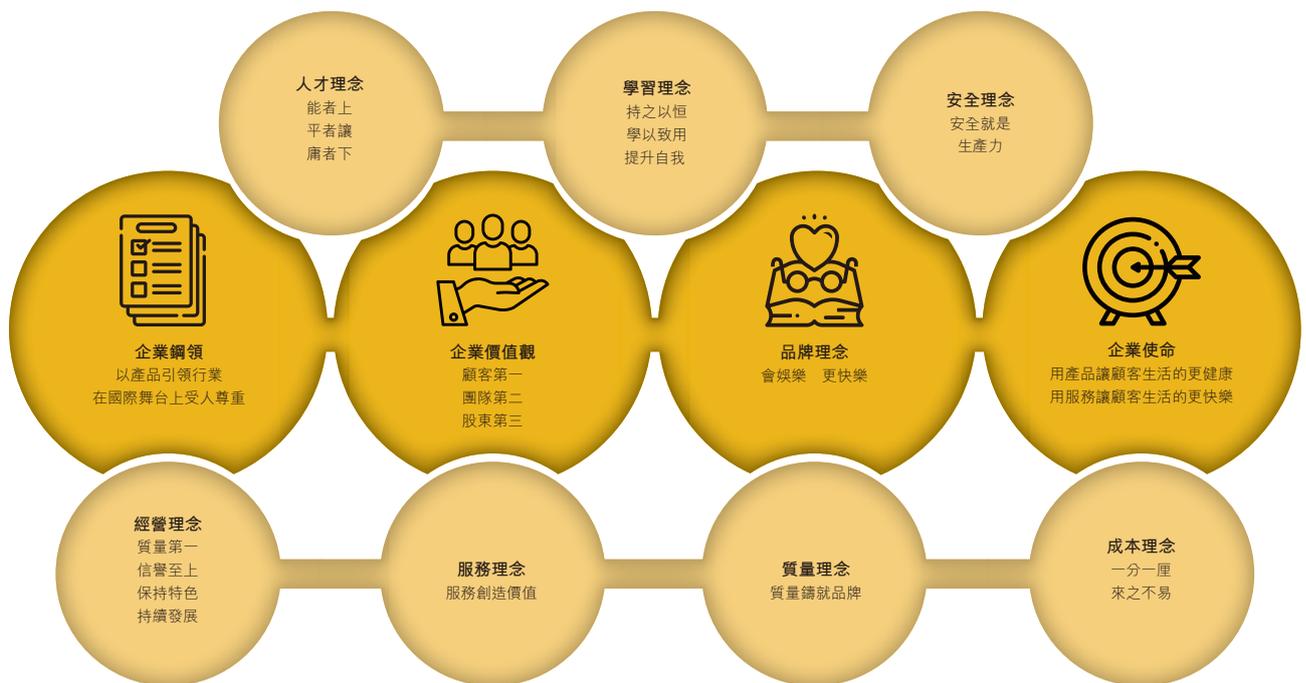
ESG治理



百年樹木，始於根須。周黑鴨將企業責任治理視為實現「創百年企業」這一願景的發展之基，銘記「經營企業，逐利則敗」的祖訓，恪守商業道德，與各方權益人一同努力，探索企業在社會、環境及管治領域的可持續發展道路，打造負責任的良心企業。

1.1 關於我們

自創始人周富裕先生創立周黑鴨以來，周黑鴨全體員工秉承「食」字理論和「樹根」文化，努力讓這家專門從事生產、營銷及零售休閒熟鹵製品企業為大眾提供持續不斷的美味食物和快樂體驗，並為實現百年老店的夢想而不斷奮鬥和成長。



周黑鴨的企業文化

為了更好的應對複雜多變的市場環境，我們於報告期內佈局了六大戰略，以幫助我們迎接不斷加劇的行業競爭，爭取最佳表現。



六大戰略模式

商業模式升級－開放特許經營，滿足全國擴張需求

為了進一步將周黑鴨的產品力、品牌力與各地資源進行優勢互補，我們秉持「穩健開拓」、「確保質量」、「共創價值」的發展原則開放特許經營，滿足全國擴張需求。我們將利用五大生產基地的高效產能、國際領先的包裝技術、先進設備以及強大的數據系統，大幅增強周黑鴨向更深更廣市場的輻射能力，為消費者帶去更高品質和更美味的產品。截至2019年12月31日，我們登陸4個城市，簽約3家特許經營方，開出5家特許經營門店。





周黑鴨·南寧特許經營簽約現場



南寧特許經營門店開業現場



周黑鴨特許經營培訓交流會

全渠道覆蓋消費者—提升品牌可見性

我們秉持「會娛樂更快樂」為品牌理念，致力於打造一個年輕、有活力兼具文化底蘊、生活品味的品牌，為消費者帶來更大的樂趣和更好的體驗。報告期內，我們持續貫徹線上線下全覆蓋模式，深化電商營銷戰略，電商全年增長17.8%；繼續加大外賣推廣力度，外賣與電商業務合計佔公司總業務比例為23.8%；同時，我們積極開拓便利店、商超合作機會提升品牌可見性。

同時，為了進一步打造周黑鴨品牌年輕化形象，我們開展了一系列提升消費者體驗的舉措，增強品牌影響力。



年輕化門店氛圍營造措施

報告期內，周黑鴨成功進入中國商報社評選的「中國商業消費服務企業綜合影響力100強」，並在「2019百度品牌之夜—熱AI湖北·星光時刻」盛典中，綜合網絡票選、百度指數、搜索關鍵詞等大數據分析結果，榮獲了「百度湖北年度網民喜愛品牌」獎項，充分體現了廣大消費者對我們品牌的認可。



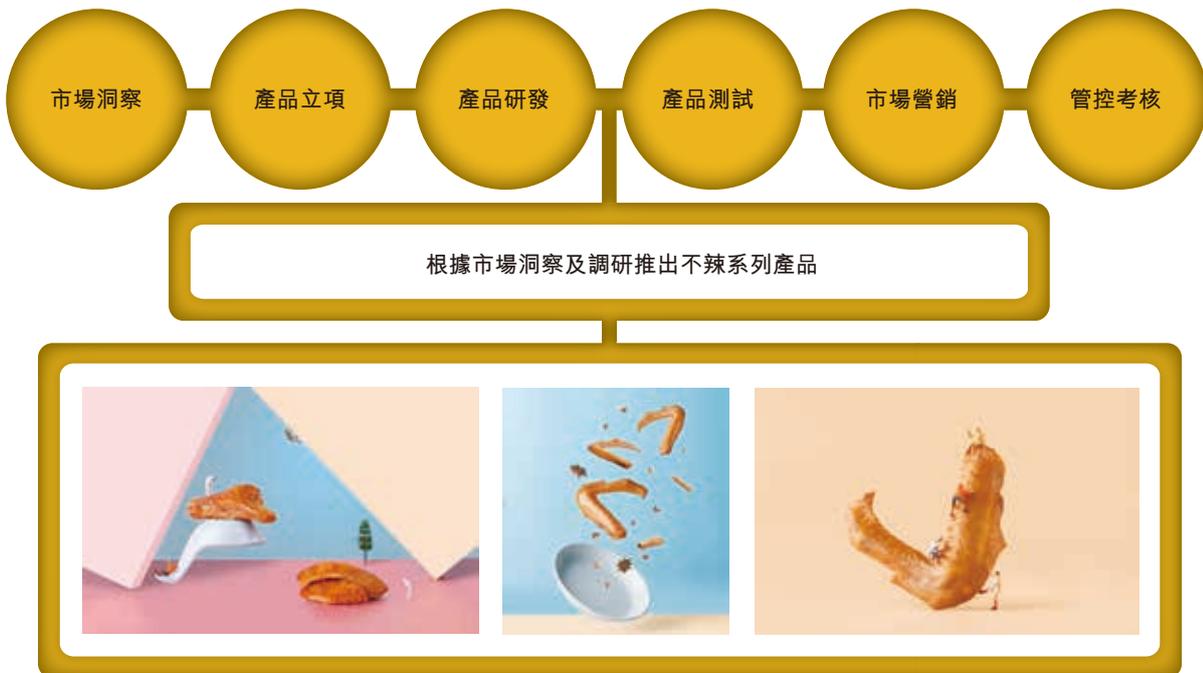
百度湖北年度網民喜愛品牌



中國商業消費服務企業綜合影響力100強

產品多樣性—順應市場趨勢，滿足消費者需求

周黑鴨始終致力於為消費者提供多樣化、且營養均衡與美味兼顧的休閒食品。報告期內，我們重建了新品研發體系，梳理產品全周期管理流程，不遺餘力地為消費者提供多樣化的產品口味選擇，滿足了不同消費場景下消費者的需求偏好。2019年10月，我們上綫了不辣產品系列，自上綫以來，僅四個單品的全綫銷售超5,000萬元，單月銷售佔比約9%，獲得了消費者良好的市場反饋。





整合品牌營銷－統一組織及營銷主題，精準定位加強互動

周黑鴨於報告期內梳理優化營銷中心職能與組織架構，構建了全國統一的品牌營銷主題及策略，借助大數據精準定位年輕消費群體並加強線上互動溝通，提升會員活躍度。我們整合了品牌營銷的前中後端，統一投放資源統一發聲；通過偶像代言人合作，全渠道統一投放廣告，統一宣傳主題；通過與年輕消費群體活躍的社群深度合作，精準定位目標消費者；通過加強消費者線上互動溝通，進一步提升會員的活躍度及轉化率。



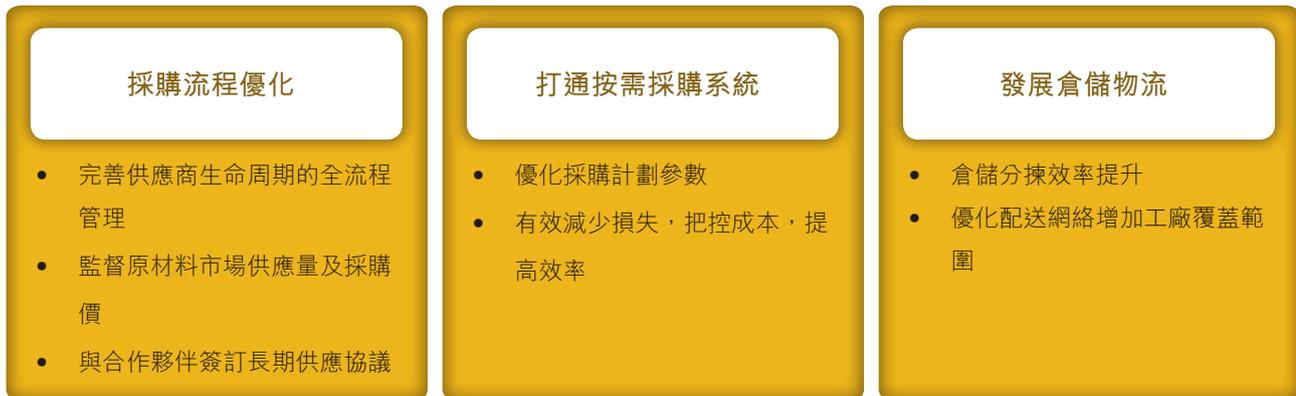
提升組織動力－優化組織架構，強化績效導向

報告期內，我們優化調整了組織架構，完成職能梳理，重構了績效導向的考評體系，建立系統化培訓體系，進一步調動及提升了組織的效能。



優化供應鏈能力－有效支持前端業務拓展

為進一步優化供應鏈能力，我們優化採購流程，建立戰略採購體系，並通過搭建供應商採購平台，借助大數據優化配送網絡，提高效率，管控成本。

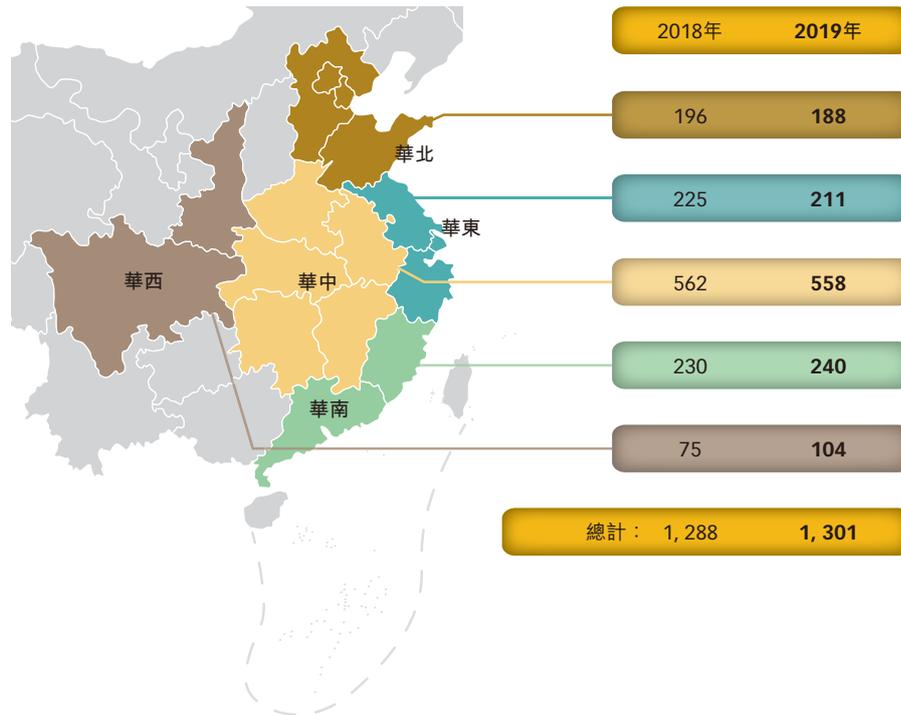




1.2 經營績效

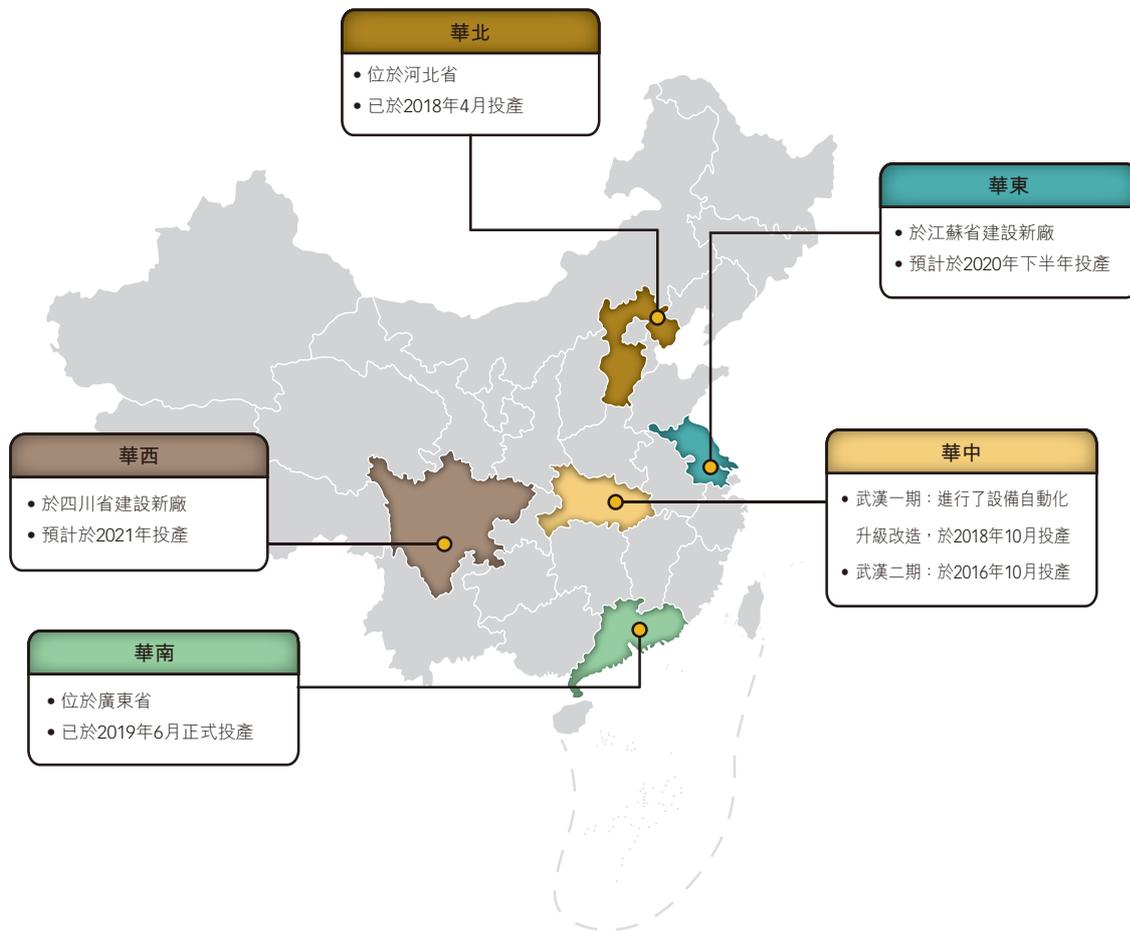
報告期內，我們繼續堅持以消費者為核心，聚焦產品創新，整合在綫綫下資源及供應鏈，佈局全渠道的零售場景，探索多元化渠道策略，致力為客戶打造更好的消費體驗。報告期內，我們的總收入達3,186.04百萬元。

截至2019年12月31日，周黑鴨擁有1,301間自營門店，覆蓋17個省和直轄市、100個城市。報告期內，我們的新開門店達229家，較2018年增長1.0%。



自營門店數量對比(單位：家)

隨著本集團在新區域市場的深化佈局，為提升配送效率，優化顧客體驗，我們基於市場需求和門店佈局的節奏持續拓展新產能，並於2019年上半年投產華南工業園。我們根據公司長期的發展戰略，佈局全國五大區工廠建設。此外，本集團正在江蘇及四川建設兩個新加工工廠。



1.3 企業管治

多年來，周黑鴨堅持恪守持正、問責、透明、獨立、盡責及公平的原則，致力達到高水平的企業管治。我們已制定及實行良好的管治政策及措施，而董事會負責履行有關企業管治職責，持續檢討及監督本公司的企業管治狀況，以維持本公司高水平的企業管治。

投資者關係

我們重視維護良好的投資者關係，持續構建和完善與投資者之間的溝通渠道。我們按照聯交所對上市公司信息披露的規定，基於真實、準確、完整的原則，向股東及投資者及時、準確的披露公司相關信息。報告期內，為了進一步加強公司信息披露的透明度，保護各投資人權益，我們共開展投資者交流活動366次。



周黑鴨獲評「湖北最佳新銳上市公司」及「湖北最佳消費行業上市公司」

在2019年首屆湖北最佳上市公司的評選活動中，周黑鴨憑藉良好的企業市場表現及管治水平獲評「湖北最佳新銳上市公司」及「湖北最佳消費行業上市公司」兩項榮譽稱號。



* 更詳盡的企業管治信息，請參閱周黑鴨2019年報內的「企業管治報告」章節

反貪腐管理

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，持續優化包括《反腐敗工作制度》和《周黑鴨紀檢委章程》在內的反貪腐制度文件，明確公司反賄賂政策，防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢等違法行為。此外，我們要求長期採購供應商簽署《湖北周黑鴨企業發展有限公司與主合同不可分割之反腐承諾附件》以及《致供貨商反腐函》，要求供貨商不得以任何形式對周黑鴨任何員工進行商業賄賂，若發現違規情況，周黑鴨將停止與相關供應商的所有商業合作關係並向相關司法機構舉報，確保採購流程的公正透明。報告期內，周黑鴨未發生貪污腐敗訴訟案件。

報告期內，我們持續健全公司紀律檢查委員會，優化內部員工檢舉渠道，保證渠道反映問題能得到及時跟進及調查，並聘請外部專職法紀教育培訓師配合《周黑鴨十大高壓綫》開展反貪腐培訓與貫宣，提高員工的反貪腐意識，報告期內，參與反貪腐相關培訓的員工人數達4,698人，覆蓋率達94.6%。

2019年度《周黑鴨十大高壓綫》反貪腐培訓

為了給員工提供一個公平、誠信、健康、有序的工作環境及發展平台，2019年7月，我們在集團及各附屬公司組織開展了關於《周黑鴨十大高壓綫》的培訓工作，貫徹落實最新的員工行為規範準則。報告期內，我們聘請專職培訓師先後赴華東、華南、華北大區以及湖北、湖南、江西、安徽等分公司對店長以上管理人員及部分員工進行培訓，共開展專題培訓教育課程10場。



1.4 ESG治理

為了優化公司ESG風險管控，本集團已於2016年建立了由董事會、ESG執行委員會及ESG工作委員會為核心的三層ESG治理架構。我們的ESG執行委員會和工作委員會定期向董事會進行彙報，以協助其評估及釐定本集團就環境、社會及管治的風險管理及內部監控系統是否合適及有效。

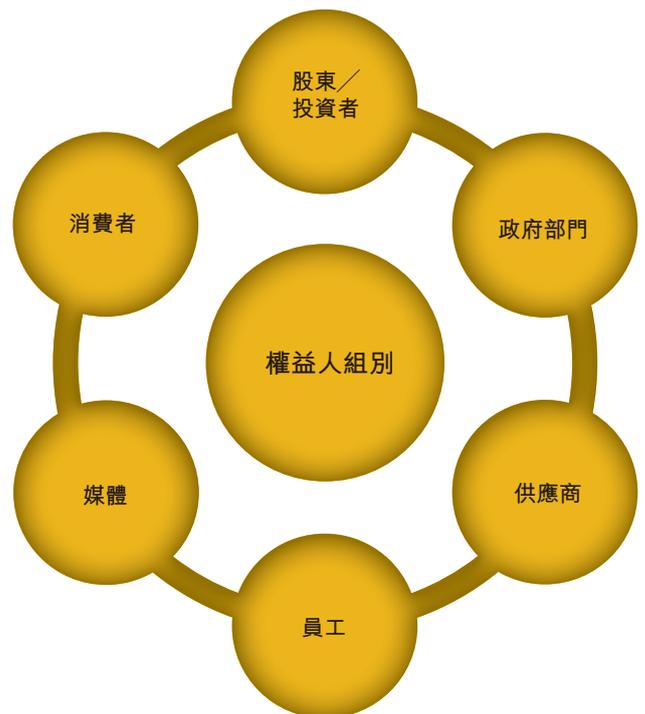
為了更好地落實公司ESG風險管控工作，報告期內，我們的ESG委員會積極參與針對聯交所ESG報告指引和其他國內外先進的社會責任與可持續發展經驗分享的外部培訓，並將培訓成果和理念歸納總結，對內部員工展開了ESG相關工作的指導宣講和ESG理念的廣泛宣導。



權益人溝通

周黑鴨致力於與各方權益人建立長期有效的溝通機制，獲知各權益人的核心需求，並及時對我們在環境、社會及公司管治方面的工作進行調整和精進，以滿足各方權益人對周黑鴨的期待。

報告期內，為了解各方權益人對周黑鴨的期待與訴求，本集團開展了權益人溝通和實質性議題審視工作，分析對本集團具有決策力和影響力的主要內外部權益人所重點關注的ESG議題，並分別針對各方權益人關注的議題開展定期溝通：





股東／投資者

主要關注議題

- 經營業績
- 企業管治
- 員工福利

溝通渠道／反饋方式

- 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

頻率／次數

- 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

主要關注議題

- 食品安全
- 消費者溝通
- 合規運營

溝通渠道／反饋方式

- 現場調研
- 重大會議
- 情況彙報
- 實地抽查
- 業務辦理

頻率／次數

- 不定期舉辦



供應商

主要關注議題

- 供應鏈管理
- 食品安全
- 反貪腐

溝通渠道／反饋方式

- 現場調研
- 供應商考核
- 質量溝通會議
- 供應商大會
- 供應商反腐教育
- 電話／書面來往

頻率／次數

- 每年一次供應商大會
- 每季度針對原料、輔料、包材供應商召開質量溝通會
- 其他活動不定期舉辦



員工

主要關注議題

- 薪酬福利
- 員工穩定性
- 培訓與發展

溝通渠道／反饋方式

- 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

頻率／次數

- 每月一次培訓報告書（培訓項目開發期間）
- 其他項目不定期舉辦



媒體

主要關注議題

- 食品安全
- 社區投資
- 綠色生產

溝通渠道／反饋方式

- 新聞稿／公告
- 採訪
- 會議

頻率／次數

- 不定期舉辦



消費者

主要關注議題

- 食品安全
- 綠色生產
- 溝通服務

溝通渠道／反饋方式

- 線上推廣發佈
- 線下展銷會
- 線下推廣活動
- 客戶服務電話
- 微信／微博

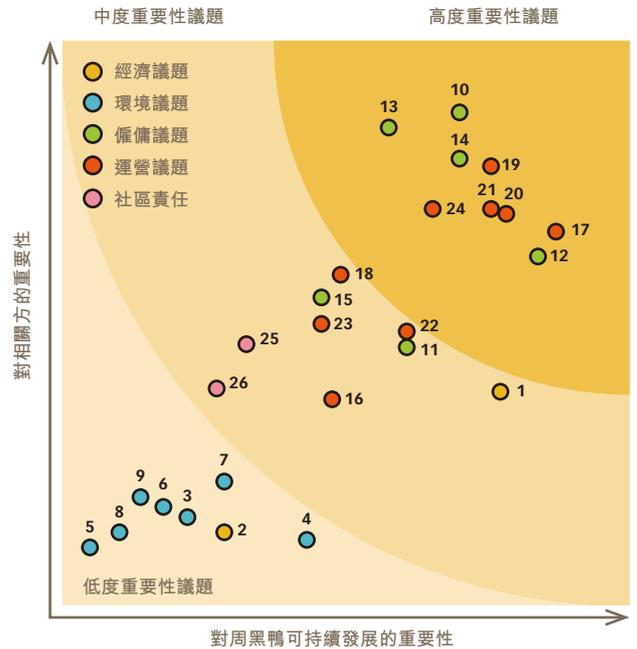
頻率／次數

- 不定期舉辦



ESG重大議題

報告期內，我們基於上一年權益人問卷調查及訪談獲取的重大性評估結果，通過與權益人深度溝通獲知其對周黑鴨在披露環境、社會及管治信息的意見及期望。結果顯示，相比2018年，管理層及各方權益人對本集團的關注方向無較大變化，在與公司管理層進行充分討論後，我們分析得出2019年度周黑鴨ESG重大性議題矩陣：



序號	ESG議題名稱
1.	業務表現和經濟績效
2.	制定有關環境、社會的治理理念和管理方式
3.	水資源和電、氣、油等能源的消耗情況
4.	廢水的處理排放情況
5.	溫室氣體的排放情況
6.	廢氣的排放處理情況
7.	固體廢棄物(生產和生活垃圾)的處置情況
8.	包裝材料的消耗情況
9.	原物料的使用效率情況
10.	為員工提供合理的薪酬福利
11.	員工背景(如性別、年齡、地域、民族等)多元化及能夠獲得平等機會
12.	員工穩定性

序號	ESG議題名稱
13.	為員工提供安全舒適的工作環境
14.	員工的職業發展與培訓
15.	防止使用童工及強迫勞動的舉措
16.	考慮到供應商對環境和社會的影響
17.	考慮到供應商對食品安全的管理
18.	周黑鴨產品的食品營養價值
19.	食品安全管理流程和舉措
20.	食品追溯管理
21.	消費者溝通
22.	消費者信息及隱私
23.	自身、合作夥伴及其他相關方的知識產權
24.	反貪污、反賄賂
25.	參與公益慈善活動及相關的投入(如金錢、時間等)
26.	參與社區貢獻(帶動地方就業、採用當地供貨商等)

圖中的高度重要議題構成本報告內容的重點部分，我們將在報告內詳細介紹針對這些議題的管理舉措。



枝繁葉茂 食安為本

2.1

品質先行

2.2

健康創新

2.3

責任供應

2.4

用心服務

民以食為天，食以安為先。食品安全關係將近14億國人的身體健康和生命安全，是人們對於美好生活最基本的需要，是企業、社會乃至國家的共同追求。周黑鴨作為食品行業民族品牌，積極響應國家政策，以食品安全為立身之本，以成為行業標杆為目標，在保障食品質量和安全的基礎上，堅持創新、開發更加健康和營養的產品，並致力於攜手合作夥伴，共同為消費者提供高品質的產品和優良的服務體驗，將「品質第一，信譽至上，保持特色，持續發展」的經營理念貫穿到企業的運營中，矢志實現「做良心食品，創百年企業」的願景。

2.1 品質先行

周黑鴨始終相信，質量鑄就品牌。值得信賴的品牌形象和品牌影響力來源於公司對產品質量的不懈追求。通過質量標準與體系的建立，全過程的食品質量與安全管控，再到質量與安全宣貫與培訓，全面管理產品質量，回饋消費者的信任。

質量體系

周黑鴨將食品安全作為工作的重中之重。我們不斷完善食品質量與安全的管理體系，開展各工業園食品質量和安全管理自查活動，並積極完善質量管理體系。截至2019年12月31日，本集團擁有的體系認證情況如下：





湖北工業園體系認證證書



河北工業園體系認證證書

食安保障

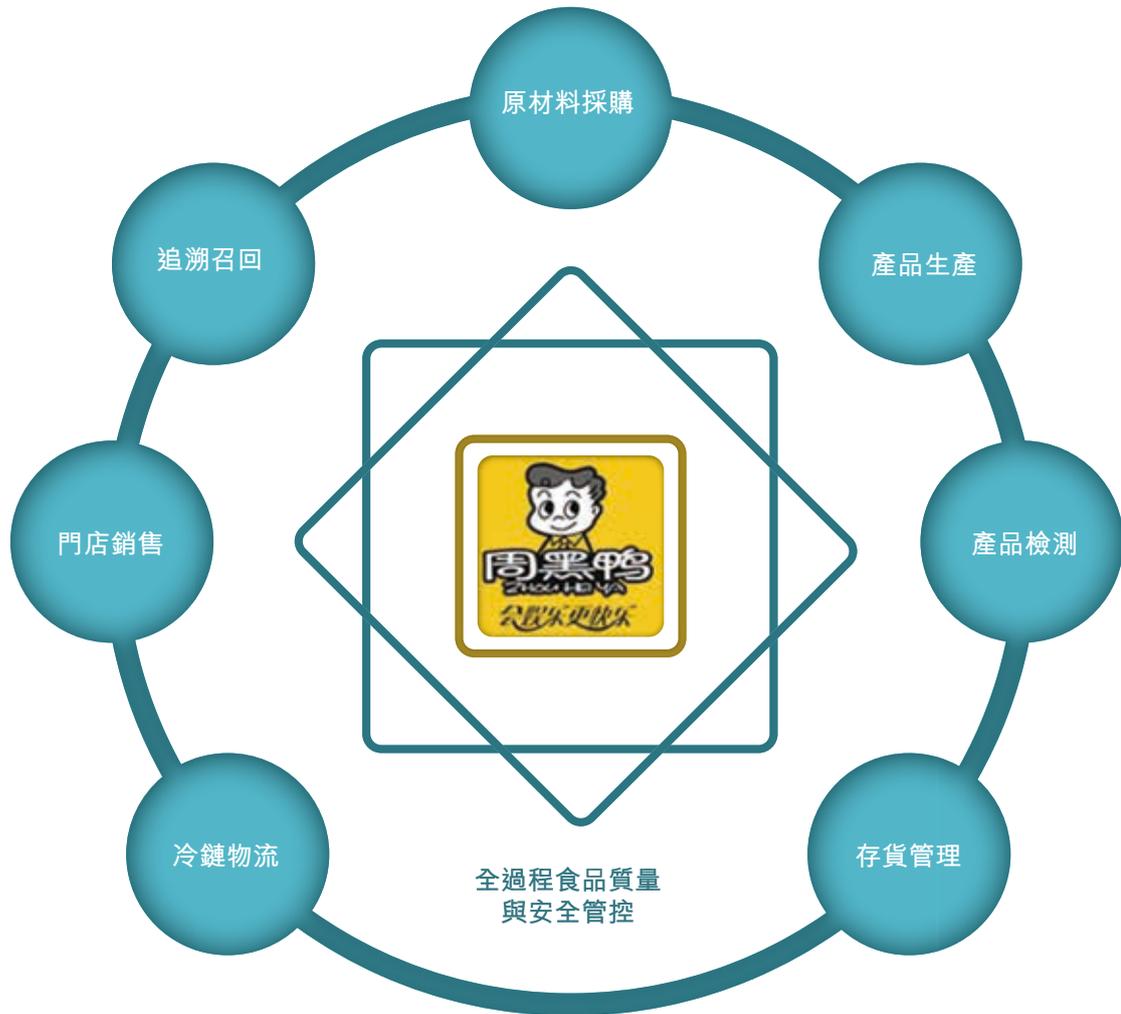
周黑鴨不斷督促自身食品安全管理水平的提升，我們實時追蹤國家及地方監管機構發佈的法律法規，對《中華人民共和國食品安全法》、《中華人民共和國食品安全法實施條例》、《中華人民共和國產品質量法》等適用於本集團的質量和食品安全相關法律法規進行分析和解讀，將相關條款落實在體系文件中，並及時下發至相關的部門執行。報告期內，周黑鴨根據法律法規標準及工作需要下發新標準文件27份，保證了生產和運營過程中食品安全操作和管控手段的適宜性、充分性。



周黑鴨食品安全總投入達

1,559 萬元

我們不斷完善自上而下的食品安全監控體系，針對每個關鍵控制點建立監視系統，以確保關鍵控制點處於受控狀態，從而持續、穩定地提供符合食品質量與安全要求的產品。





周黑鴨全過程食品質量與安全管控措施

原材料採購

- 制定並落實供應商的管理制度，系統地管理供應商的選擇、淘汰、監督檢查；
- 制定並落實自己的物料技術標準，嚴把進貨檢驗。

產品生產

- 系統的良好生產規範(即GMP, Good Manufacturing Practice)管理體系，10萬級潔淨度包裝車間；
- 已經實現化冰、鹵製、攤涼、包裝各環節的標準化生產；
- 運用製造企業生產過程執行系統(即MES, Manufacturing Execution System)，實現過程追溯信息化。

產品檢測

- 制定並落實成品檢驗放行管理體系；
- 形成系統的過程接觸面及半成品監控風險評估管控體系；
- 產品實施抽檢、送檢等外部監督檢測評估管控體系。

存貨管理

- 採取企業管理解決方案(即SAP, System Applications and Products)和拉式、數字、敏捷(即PDA, Pull, Digital, Agile)的供應鏈數據化管理；
- 完善倉儲管理操作規範。

冷鏈物流

- 全車輛的全球定位系統(即GPS, Global Positioning System)和在綫溫度監控系統；
- 完善的車輛清潔消毒管理規範。

門店銷售

- 銷售點終端(即POS, Point of Sales)系統實現短保產品的系統化在綫臨期管控；
- 實施營運管理抽查及總部飛行檢查雙重監督；
- 每年實施審計全面評估。

追溯召回

- 實現從採購到銷售信息化追溯；
- 氣調產品實現一盒一碼精準追溯；
- 建立了並演練食品召回管理體系。

同時，我們於報告期內重新對《產品標籤標識管理制度》進行了修訂，增加出口產品標籤的制定流程，優化公司氣調和真空醬類產品的標籤制定、審批、下發流程，使標籤管理工作開展有據可依。在產品召回方面，我們貫徹落實《不安全產品撤回程序》的規定，根據食品安全風險的嚴重和緊急程度，將食品召回分為三級，充分保護消費者健康安全。同時，我們結合召回演習，不斷審視召回程序是否足夠完善，應急情況的處理能力是否足夠。



周黑鴨產品召回事件為
零



產品品質信息化監控

報告期內，周黑鴨通過對MES和SAP系統的運用，實現了物料的追溯和鎖定管控，當出現質量可疑或問題時，根據質量鎖定指令，可快速鎖定從原料到成品入庫中間環節物料，不允許進行後續相關環節的流轉，對於已出庫氣調成品可設置黑名單，禁止售賣，做到快速截停，防止不安全產品的非預期使用。

此外，我們建立了質量培訓制度，加大對員工質量意識的宣傳和培訓工作。報告期內，周黑鴨按照年初制定的培訓計劃，從食品安全、食品防護、崗位技能培訓、微生物相關知識、法律法規五個方面對生產、品控、倉儲物流環節人員進行培訓和宣貫。

食品質量與 安全培訓

- 食品安全反恐要求培訓
- 蟲鼠害防控基礎知識培訓
- 《食品生產企業食品安全管理人員必備知識考試》培訓
- 質量意識培訓
- 致敏原管理培訓
- 《電商、倉儲、物流作業指導書》培訓
- 樣品的管理與放行培訓
- 原輔包質量標準及供應商證件管理培訓
- 零缺陷培訓
- 「通過QC(質量控制)七大手法解決品質難題」培訓
- 軟包材生產工藝流程培訓
- 車間新員工質量培訓
- 致病菌知識培訓
- 應急及法規培訓

報告期內，憑藉體系化、全過程的食品質量和安全管理，周黑鴨被中國質量檢驗協會授予「全國產品和服務質量誠信示範企業」、「全國食品行業質量領先企業」和「全國質量檢驗穩定合格產品」稱號，讓我們更加堅定了深耕產品質量，實現食安願景的決心。



全國產品和服務質量誠信示範企業



全國食品行業質量領先企業



全國質量檢驗穩定合格產品

2.2 健康創新

創新研發

我們致力於持續為消費者提供多元化的產品口味選擇，滿足了不同消費場景下消費者的需求偏好。報告期內，本集團梳理產品全生命周期管理流程，重建了新品研發體系。我們基於消費者需求，對未來市場進行研究，圍繞公司戰略目標，整合、組建相應的團隊，對產品立項、研發、測試、市場營銷和管控考核等綜合體系進行優化，並以市場為導向策略性地推出新品，有效提升了新品收入貢獻率。同時，我們已初步形成以品牌中心為統籌，整合研發、生產、供應鏈等部門，貫穿前、中、後台的产品研發流程，並在實踐中不斷優化更新，提高新品開發效率和上市成功率。

2019年10月，我們上線了不辣產品系列，自上線以來，僅四個單品的全綫銷售超5,000萬元，單月銷售佔比約9%，獲得了消費者良好的市場反饋。

此外，我們積極推進產學研合作，聚集各方智慧，推動行業發展。

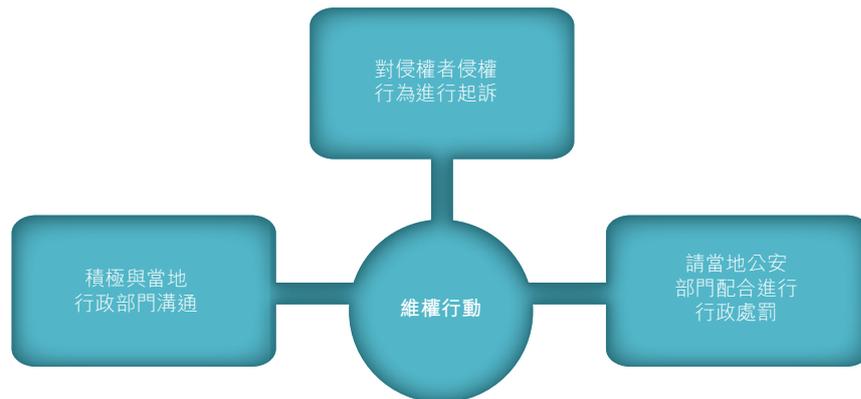
攜手高校與科研院所，推動行業創新與發展

- 高校合作：與華中農業大學合作研究醬鹵氣調鎖鮮產品保鮮項目；與湖北輕工大學開展冷凍過程中的產品品質變化及機制研究；
- 周黑鴨參與國家水禽產業技術體系加工研究室，該研究室還組織寧波大學、浙江省農科院、湖北省農科院等專家，集結多方智慧，共同試驗研究禽類產品開發以及深加工過程中原料、產品品質改良等事項。

知識產權

周黑鴨高度重視創新成果轉化和應用以及知識產權的保護，截至2019年12月31日，周黑鴨已累計申請專利94件，被授權專利71件；申請著作權67件，被授權著作權67件；擁有有效註冊商標數量344個。

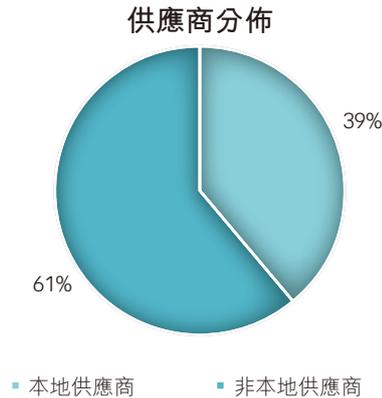
為維護周黑鴨品牌形象，避免消費者因誤食假冒產品而引起健康問題，本集團從未停止打假活動並建立了有效的防護門檻。我們通過三種方式多角度打擊假冒周黑鴨：



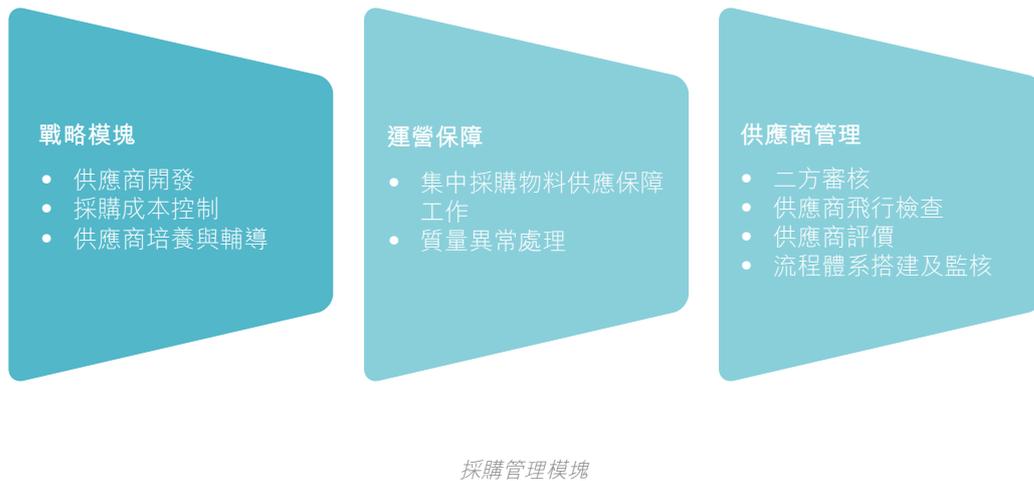
報告期內，本集團在雲貴地區、兩廣地區以及東三省等地與律師事務所及專業知識產權維權機構簽訂了知識產權維權協議，對涉及區域開展知識產權民事維權工作。截至2019年12月31日，全國民事維權立案254件，結案92件，獲賠2,170,571元，投訴涉嫌侵權的商戶共368家，已經處理侵權商戶238家。

2.3 責任供應

穩定且優質的供應商資源能夠助力我們從源頭保障產品的安全及質量，周黑鴨不斷完善供應鏈管理，針對不同類型的供應商分別採取不同的管理策略，從而優化供應商資源和結構。報告期內，周黑鴨與150家原、輔料及包材供應商建立了合作關係，包括本地(湖北省、河北省和廣東省內)供應商58家，非本地供應商92家，本地供應商佔比39%。



借助於已上線的供應鏈關係管理協同平台，周黑鴨打造了集靈活、透明、動態於一體的供應鏈體系，報告期內，我們進一步優化了採購流程，建立戰略採購體系，打通按需採購系統，將採購管理活動劃分為三個模塊，旨在降低採購成本的同時，實現權責分離及供應商的高效協同管理。



供應商風險管控

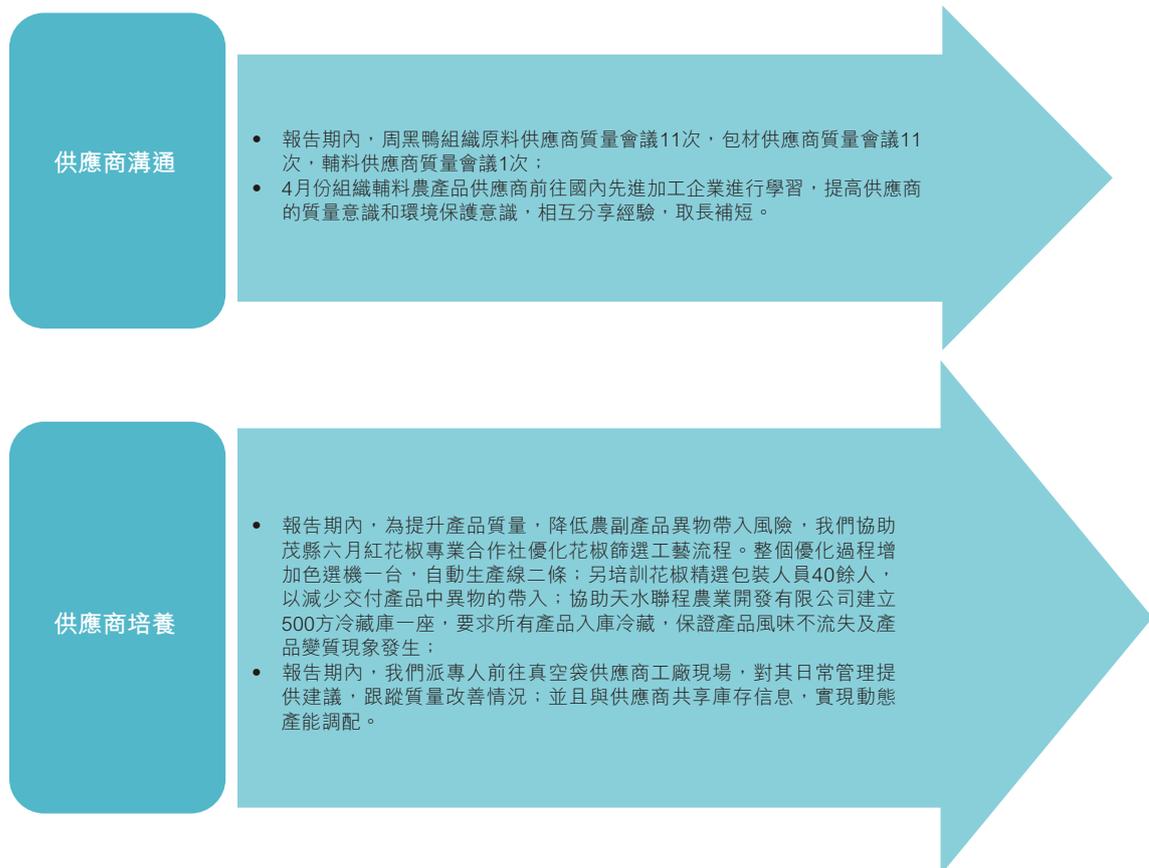
為了最大程度地管控供應商風險，周黑鴨按照《供應商管理制度》、《供應商准入制度》、《供應商風險防控細則》等管理制度和操作流程的要求，跨部門成立供應商評審小組，對供應商開發、准入和分級管理工作進行全面的風控審核。

在針對質量、到貨和服務等例行季度評價的基礎上，我們於2019年4月和7月，啟動了供應商飛行檢查，通過突擊檢查方式來審核評估供應商。報告期內，我們共計飛行檢查原料供應商21家、包材供應商4家；此外，我們組織相關職能部門對12家原料供應商進行年度二方審核，針對供應商的養殖源頭、加工過程等環節的食品安全、環境衛生及質量管理進行全面評審，並根據評審結果對供應商進行級別調整或淘汰。

此外，周黑鴨關注供應商在ESG方面的風險管控。為進一步完善本集團在環境及社會方面的良好管治，我們一直將供貨商的社會責任表現納入供貨商的考核指標。在供應商開發階段，我們於供應商初審表中增加兩項環境指標，並確認其環境體系認證的通過情況，如若供應商受到環保部門相關行政處罰，則考慮不與其進行合作；供應商社會責任方面落實完稅記錄、員工社保、未使用童工等信息。在准入階段，我們與合作供應商簽署《環境保護協議》，要求供應商必須遵守環境保護有關的法律法規，對環境污染採取積極預防並不斷改進的措施，確保排放達標，減少對環境帶來的消極影響。

供應商溝通與培養

與供應商保持良好、有效的日常溝通對周黑鴨來說至關重要，我們通過邀請供應商參觀周黑鴨工業園區，讓其直觀了解周黑鴨的企業文化、生產流程與要求。同時，對於需要幫扶的供應商給予專項培養，努力打造共贏的協作生態。



供應商溝通與培養舉措



2.4 用心服務

周黑鴨視消費者為最寶貴的核心價值，崇尚「客戶至上」的企業文化。在不斷優化消費者溝通和服務的基礎上，我們積極探索新的服務模式，開展各種形式的互動模式，拉進與消費者的距離，努力做到「用產品讓顧客生活的更健康，用服務讓顧客生活的更快樂」。

意見傾聽與處理

溝通渠道的搭建是保證周黑鴨可以及時獲取消費者反饋的關鍵。我們開放多種溝通方式，包括官方門店、網購平台、官方郵箱、官方微信、官方微博、電話客服等，及時了解消費者的建議及訴求，不斷提升產品品質，完善服務流程。

周黑鴨嚴格按照所制定的《投訴處理規範》、《顧客建議處理流程》相關規定，將消費者的投訴、建議反饋進行分類，並針對不同類別制定清晰的處理流程和方案，確保消費者反饋和投訴得到妥善處理。報告期內，周黑鴨質量及服務類投訴基於產量佔比為2.4ppm(百萬分之一)。

此外，為了確保我們的服務質量，我們的客戶體驗部在投訴接入之後30分鐘內會對投訴類型進行判定，並將投訴具體信息轉交至相關責任部門處理；相關責任部門則須將服務類、建議類投訴在12小時內處理完畢，質量類、活動類、危機公關類應在24小時內處理完畢。若重要投訴或因客觀原因無法在規定時間內處理完畢的，須持續跟進，直至完全解決。進入自媒體時代，輿情信息的來源四面八方，本集團成立了輿情監測小組，通過優化《輿情工作相關流程》和《輿情監測及處理流程》，規範輿情監控範圍和機制，明確了針對「投訴類」、「微信虛假消息類」、「假店類」、「建議類」、「特殊輿情類」的反饋及處理措施，確保輿情監測工作的完整性和及時性。輿情反饋機制的有效性，使相關輿情信息能得到及時有效正確的處理，將相關損失降到最低，提升公司的品牌形象。

服務質量保證

為保證對消費者提供的服務質量，報告期內，本集團針對客服人員開展了包括食品安全專業知識、溝通服務技巧等方面培訓和輔導工作。同時，我們為客服人員制定了完善的服務流程和技術考核機制，嚴格把控服務規範化。



本集團嚴格遵循《中華人民共和國廣告法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》、《中華人民共和國消費者權益保護法》相關法律，制定了對外宣傳資料審批流程和自媒體上綫審批流程，對相關資料進行多部門專業會審，保證對外傳遞信息的真實性、準確性。

此外，報告期內，周黑鴨修訂了《系統權限管理及數據安全管理辦法》，確保企業軟件系統權限得到有效管理，並從流程和技術層面嚴格把控公司數據安全。在客戶隱私保護方面，我們建立了一套完善的會員體系管理辦法，保障周黑鴨會員私人信息及會員卡使用信息的安全，嚴禁外泄甚至作其他商業用途。同時，本集團認真做好消費者投訴資料保密工作，若需要查閱投訴資料，需出具聯絡函並由部門長簽字確認；為避免消費者資料外泄，我們在內部傳遞投訴資料時，將消費者聯繫方式以*號代替。此外，我們對任何泄露消費者信息和本集團商業機密的員工，將予以解除勞動合同的處理。

活力互動

周黑鴨注重與消費者的互動與溝通，報告期內，我們在延續以往會員活動的基礎上，積極獲取消費者對周黑鴨產品口味及服務的意見建議，以及「周黑鴨」品牌在目標消費者心目中的地位與形象，幫助我們在產品研發、服務提供以及品牌宣傳方面進一步提升。

消費者溝通與調研

- 2019年11月5日至25日，周黑鴨分別在北京、上海、廣州、武漢四個城市組織消費者調研。本次調研以「焦點小組討論」的形式展開，並針對部分消費者進行「深度訪談」，深入挖掘其對品牌的看法與觀點。了解影響消費者購買的原因以及品牌的獨特性。
- 每月分公司專人組織VIP會員在當地進行消費者調研和產品品鑒活動，調研內容包括但不僅限於消費者對口味評價、觸媒習慣、差異化的生活形態、對活動的建議等。



同時，為了應對年輕一代消費者漸漸崛起，原有的門店裝修應用標準系統面臨新消費者升級浪潮的挑戰，報告期內，周黑鴨嘗試對原有標準化店鋪裝修方案進行升級，使之能更加符合年輕消費者的取向。報告期內，周黑鴨受邀請進駐來福士，開設西南地區首家品牌形象店。



重慶來福士形象店



江漢路萬達店



周黑鴨體驗店－豐盈客戶體驗

圍繞2019年品牌年輕化的目標，我們打破傳統的終端銷售模式，將周黑鴨工廠店進行全新的概念包裝升級，我們以開放式的購物體驗與全新的IP(Intellectual Property，知識產權)形象進行融合，從年輕目標消費群體的眼光去構造全新的空間佈局，產品包裝以及衍生品等多項目功能輸出。讓大家從更多維度看到新鮮有趣的周黑鴨，讓周黑鴨的品牌IP形象成為大眾生活的一部分。





此外，周黑鴨以主流互聯網社交媒體平台為據點，建立包括微博、微信等官方平台，精準把握市場熱點動向，定期推送行銷推廣活動，提升消費者的關注度和參與度。

「女孩，耀出彩」— 線上綫下跨界營銷

為了增強與女性消費者的聯繫與好感，周黑鴨與韓國美妝品牌謎尚攜手，在3月女神季的時間節點共同開展了「女孩，耀出彩」活動。

- 於武漢市洪山區街道口銀泰創意城廣場舉辦了以「情緒美術館」為主題的快閃店，該快閃店日均接待人數達600人。
- 推出聯名彩妝禮盒，引發線上話題，倡導現代女性獨立自信的生活態度，提升消費者對品牌的好感度。報告期內，線上話題「女孩耀出彩」閱讀量達88.6萬。



將心比心

周黑鴨的發展壯大，得益於消費者多年來的喜愛和支持。在新型肺炎疫情的特殊時期，我們啟動了系列「安心」計劃，與消費者一起共渡難關。「安心」計劃包括門店「安心」防護，出台《2020肺炎疫情防護指引》，要求門店員工按要求執行防護措施；推出「安心」點外賣，在不便出門的特殊時期，提供覆蓋全國的無接觸配送，守護外賣騎手和消費者的健康安全；對於沒有外賣服務的地區，啟動「安心」線上購物，讓消費者吃上安心、健康又美味的滷味。

「安心」計劃，周黑鴨社區團購

疫情期間，為了解決湖北地區周黑鴨門店暫停營業，消費者採購難的情況，2020年2月14號，周黑鴨開啟了「安心」計劃之社區團購，作為對線上無接觸外賣的一種補充。以小區為單位，從工廠直接配貨並送往指定領取點，幫助減少人員接觸，降低潛在感染風險。



周黑鴨全鏈品質安全保障 陪您安心宅在家

周黑鴨
ZHOUHEIYA

周黑鴨開團啦!

同呼吸共命運，众志成城抗疫情。在這個特殊時期，我們想將熟悉的味道送到您的身邊，陪您安心宅在家。即日起，我們將限時限量供應社區團購套餐，和您一起等待好春光。

- 優質原料
全國各地採購
- 肉煮熟透
100度高溫燙煮
- 噴淋灭菌
10万級潔淨車間
- 自动生产
减少人为接触



生生不息 環境永續

3.1

環境管理

3.2

資源使用

3.3

能源管理

3.4

排放控制

周黑鴨堅持可持續發展的「樹根」文化，以強大的抗風險能力為根，不斷提升綠色生產運營水準。作為休閒鹵製品業的領導品牌，周黑鴨最大限度保護環境與資源，探索節能降耗機遇，投入專項資金用於綠色生產設備的升級改造，助力國家生態文明建設。

3.1 環境管理

周黑鴨在運營生產過程中嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國大氣污染防治法》、《中華人民共和國水污染防治法》及《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等環境保護法律法規，此外，本集團湖北工業園及河北工業園還按照ISO 14001環境管理體系的要求，完善內部環境管理水平，減少經營活動對環境造成的影響。報告期內，我們在不斷完善環境管理體系的同時，也投入大量專項資金用於環保設備的升級改造，提高設備生產效率，為企業未來的可持續發展提供基礎。



湖北工業園
ISO 14001 環境管理體系
認證證書



河北工業園
ISO 14001 環境管理體系
認證證書



周黑鴨環境保護方面總投入約
1,268萬元



周黑鴨
突發環境事件以及
環保處罰為**零起**



綠色生產

周黑鴨在生產活動中採用目標管理機制，每年末根據上期工作情況制定下一年的能源資源耗用目標，以便做到持續控制。報告期內，周黑鴨湖北工業園和河北工業園均設置了水、電、氣的耗用密度指標，並將其納入關鍵績效考核，每月進行考評，每季度對完成情況進行回顧和分析。此外，新建華南工業園也在不斷實踐過程中設置科學合理的目標。2019年，湖北工業園和河北工業園各項指標均較目標超額完成。

湖北工業園

水耗超額完成**31.4%**

電耗超額完成**21.9%**

氣耗超額完成**14.6%**

河北工業園

水耗超額完成**17.4%**

電耗超額完成**13.7%**

氣耗超額完成**21.4%**

綠色辦公

周黑鴨不僅注重生產製造過程中的環境保護、致力於綠色工廠的搭建，也倡導綠色低碳的辦公方式，引導並帶動全體員工形成節能降耗的良好習慣。



- 在用水處張貼「節約用水」標示牌，強化員工節約用水的環境意識



- 推廣無紙化辦公，鼓勵電腦共享、郵件發送、U盤傳遞信息資料，必要時進行雙面打印



- 定期維護保養用水管道及辦公設備設施，鼓勵報告設備損壞和不正常現象



- 遵守「人走關機、人走關燈」制度，並對辦公和宿舍空調使用溫度進行控制

3.2 資源使用

水資源的使用

周黑鴨在食品加工和銷售過程中使用的水資源主要為自來水。為了提升水資源的使用效益，避免水資源的浪費，我們在對各個車間的用水量進行監控，每周對生產車間用水情況進行分析，進而控制車間的用水量。在行政管理和技術改造兩方面進一步發力，推進一步系列管理措施與改造方案。報告期內，我們共計消耗自來水797,328噸，每萬元收益自來水消耗量為2.50噸。

車間清洗流程優化，節約水資源

- 生產過程中禁止使用水管對地面和設備進行沖洗，地面上的鹵水及殘渣使用刮子進行清潔。
- 工業園生熟食車間改進清洗設備，新購置高壓水槍設備，提高清洗消毒效率及用水量。
- 有效利用工業園純水設備運行過程中產生的濃水對車間地面進行沖洗。

包裝材料的使用

本集團持續加強產品過程管理，提高各工序的合格率，降低材料損耗，尤其重視包裝材料的有效利用。我們與包材供應商建立緊密的合作關係，通過定期反饋與溝通，力求採用既保證產品質量又減少環境影響的包裝材料。報告期內，我們優化包裝材料的使用，在保障產品質量不受影響的前提下，將部分產品塑料包裝材料的厚度成功降低5%，減少了塑料的消耗量；在包裝設備方面，我們成立了專項攻關小組，對包裝設備存在的包裝機跑膜、封口不良等問題與設備廠家積極溝通，協作解決設備問題，規避不必要的包材消耗。

報告期內，我們的包裝材料使用具體情況如下：

資源使用類別		單位	2017年	2018年	2019年
主要產品包裝材料 ¹	包裝膜使用量	噸	4,362	2,958	2,685
	真空包裝袋使用量	噸	553	560	914
	每噸銷售產品的包裝材料使用量	噸	0.13	0.09	0.10

3.3 能源管理

本集團高度重視節能管理工作，在遵守《中華人民共和國能源節約法》及其他相關法律法規的同時，嚴格按照所制定的《能源資源管理程序》，梳理管控主體的職責，推動落實節能減排舉措，減少不必要的能源浪費，提升能源利用效率，提高公司的環境績效和經濟效益。



¹ 產品包裝材料主要指生產環節直接接觸食材的包裝材料，不包括消費後的手提包裝袋和包裝盒。

報告期內，在工藝流程方面，我們改進了顆粒產品的鹵製工藝環節，縮短了25%的鹵製時間，降低能耗。在生產管理方面，我們在車間專門建立了設備停機溝通群，使生產人員能夠實時與設備人員對接生產情況，設備人員依據車間生產情況第一時間對外圍大型設備(製冷機組、空壓機、制氮機等)進行停機，最大限度減少能源消耗。此外，我們積極探索能源使用結構的優化機遇，報告期內，湖北工業園廠區門口已經鋪設完成了蒸汽主管道，預計2020年可以利用周邊發電廠鍋爐的蒸汽餘熱，實現能源的梯級利用。

新建華南工業園節能降耗舉措

2019下半年，華南工業園成立了節能降耗小組，每周組織內部檢查，將能耗指標完成情況列入關鍵績效考核範疇，落實各部門車間負責人為節能降耗第一責任人。

- 控制夜間照明時間，禁止長明燈和視綫好的時候亮燈，要做到人走燈關，並在夜間安排專人巡檢。
- 製冷機組開機運行確保達到最佳的效率狀態，合理開機停機。進一步降低車間濕度，合理加長非生產製冷機組的停機時間。
- 提升生產效率，不僅減少設備運行時間，設備總故障率減少了42%，實現能耗降低。

本集團報告期內能源使用情況如下表：

能源消耗	單位	2017年	2018年	2019年
外購電力	千瓦時	44,867,610	44,614,735	55,392,504
天然氣	立方米	5,606,274	6,453,107	7,239,270
汽油	升	670,371	387,366	292,412
柴油	升	132,371	210,976	488,505
直接能源消耗	噸標準煤	7,662	8,512	9,705
間接能源消耗	噸標準煤	5,514	5,483	6,808
能源消耗總量	噸標準煤	13,176	13,995	16,513
萬元收益能源消耗量	噸標準煤／萬元	0.04	0.04	0.05

報告期內，溫室氣體排放情況如下：

溫室氣體排放	單位	2017年	2018年	2019年
範疇一 ² 溫室氣體排放量	噸二氧化碳	13,903	15,323	17,543
範疇二 ³ 溫室氣體排放量	噸二氧化碳	24,541	26,156	33,468
溫室氣體排放總量	噸二氧化碳	38,444	41,479	51,011
萬元收益溫室氣體排放(範疇一、二)	噸二氧化碳／萬元	0.12	0.13	0.16

² 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

³ 範疇二：涵蓋本集團因使用外購電力而間接產生的溫室氣體排放

3.4 排放控制

廢水管理

本集團的廢水排放主要包括生產廢水和生活污水。在湖北工業園，我們擁有一期和二期兩座污水處理站，用於廠內廢水處理，經處理的污水在檢測達標後匯至市政管網，出水水質能達到肉製品加工行業三級排放標準。我們同時貫徹落實《廢水、廢氣及噪聲控制程序》和《工業園污水處理站運行及監控操作規範》的要求，嚴格執行污水排放的監測和記錄。報告期內，本集團污水排放指標均未出現超標情況。

報告期內，廢水排放情況如下：

廢水及污染物排放總量	單位	2017年	2018年	2019年
廢水	噸	352,196	465,046	506,883
COD	噸	40.65	36.02	43.53
氨氮	噸	1.99	2.03	0.56

污水處理站改造升級，提升污水處理能力

報告期內，湖北工業園經處理的污水全部納入污水市政管網進入市政污水處理廠進行再次處理，由於污水排放標準的變更，生活污水與生產污水被分開進行處理，從而做到減少污水處理的負荷與成本，達到減少排放的目的。改造升級以後污水處理站預計一年降低300餘萬元成本，污水處理能力增加至2,000立方米／天。

升級污水站預計成本節約超過

300萬元

污水處理能力增加至

2,000 立方米／天

廢棄物管理

為積極響應國家及地方法律法規和監管部門對廢棄物管理的要求，周黑鴨制定了《固體廢棄物管理方法》和《廢棄物管理程序》，不斷優化不同種類廢棄物的處理程序。報告期內，本集團廢棄物均根據廢棄物的性質合規地實施分類投放、儲存、搬運以及處置。

可回收廢棄物	不可回收廢棄物	危險廢棄物
<ul style="list-style-type: none"> 如原料及產品的包裝紙皮、塑料等，定期交由垃圾回收機構進行回收利用 	<ul style="list-style-type: none"> 如報廢產品、勞保易損品、辦公垃圾等投放至不可回收垃圾箱，由環衛清運處理 	<ul style="list-style-type: none"> 如廢礦物油、實驗室廢液等，統一回收至危廢間，定期轉運至具有資質的危險廢物處理單位處置，並按照環保局的要求網上申報和填寫轉移聯單

周黑鴨廢棄物處置方式

我們對固體廢棄物的分類和處置回收方法進行了細化管理，將無害廢棄物分為不可回收工業固體廢棄物、可回收工業固體廢棄物以及生活垃圾，其中不可回收工業固體廢棄物主要包括辣椒渣、帶油脂的包裝材料等，可回收的工業固體廢棄物主要包括紙皮、膠袋等。具體排放情況如下：

固體廢棄物	單位	2017年	2018年	2019年
不可回收工業固體廢棄物	噸	2,349	2,419	2,111
可回收工業固體廢棄物	噸	2,886	2,955	2,568
生活垃圾	噸	344	320	2,410
無害廢棄物總量	噸	5,579	5,694	7,089
萬元收益無害廢棄物的量	噸／萬元	0.02	0.02	0.02
產生的危險廢棄物總量	千克	622	732	1,367 ⁴
萬元收益危險廢棄物的量	克／萬元	1.91	2.28	4.29

⁴ 報告期內，危險廢棄物總量較2018年增幅的原因主要為部分2018年產生的危險廢棄物在報告期內處置。

此外，我們在產品開發和裝貨運輸環節大力推行循環經濟，提高資源的利用效率，減少廢棄物的產生。

產品開發與配方升級，減少輔料廢棄物產生

- 報告期內共計開發4款以現有辣椒基料為原料的風味醬類產品，不僅豐富了現有醬類產品的種類，也增加了現有辣椒基料的利用率。
- 報告期內，我們改進產品配方，合理化鹵製過程，減少了鹵料的廢棄量，降低對環境的影響。

裝貨運輸材料的循環利用

- 擴大膠框供貨門店的範圍和數量，覆蓋到全武漢及其二級市場，每日對膠框進行回收清洗循環使用。
- 營運紙箱全面推行舊紙箱回收利用，安排專人進行舊紙箱的回收整理及每日紙箱回收率統計。
- 在真空倉庫增加木托盤使用比例，截至2019年12月31日，木托盤使用比例已達到70%。





針對消費後的垃圾處理情況，周黑鴨倡導幹濕垃圾分類，增強消費者垃圾分類意識，最大限度的實現垃圾資源利用，減少垃圾處置量，改善生存環境質量。

垃圾分類培訓

- 為響應武漢市實行垃圾分類活動的號召，2019年9月4日我們聯合城管舉辦《垃圾分類和燃氣》培訓，主要指導員工「什麼是垃圾分類」，「為什麼要實行垃圾分類」，並介紹垃圾分類標識。



倡導全民垃圾分類

- 報告期內，周黑鴨積極在微博中宣傳垃圾分類。同時通過異業合作舉辦垃圾分類小遊戲的形式，吸引公眾參與其中。相關微博累計閱讀量達到11萬，互動積極。



外表光鮮里有料
垃圾分類愛環保



廢氣與噪聲管理

周黑鴨高度重視廢氣排放管理工作，我們嚴格遵循《GB16297-1996大氣污染物綜合排放標準》、《GB18483-2001飲食業油煙排放標準(試行)》、《GB13271-2014鍋爐大氣污染物排放標準》等廢氣排放標準，按照所制定的《廢水、廢氣及噪聲控制程序》保證廢氣達標排放。



為減少生產活動對地域環境及人員健康的不利影響，我們嚴格遵守《GB12348-2008工業企業廠界噪聲標準》中三類標準，對工業園內的噪聲採取了工程管控舉措，如對排放噪聲大的設備設施進行隔聲防震，同時在車間噪聲超出勞動保護有關要求時，對員工提供必要的聽覺保護措施。



搏擊風雨 人才積蓄

4.1
員工概況

4.2
健康安全

4.3
員工發展

4.4
員工關懷

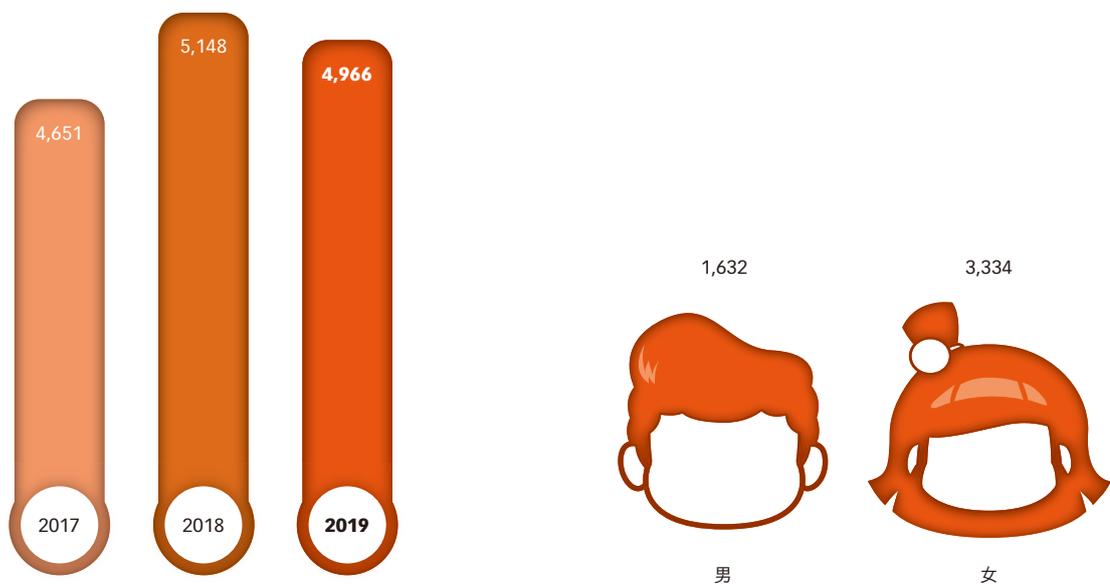
「人」是企業經營的載體，「以人為本」是周黑鴨在二十餘年經營歷程中的不變信念。我們努力為員工打造良好的職場環境，提供多樣的職業發展機會，不斷積蓄力量，組建堅實的周黑鴨團隊，與所有周黑鴨人一起，搏擊風雨，一路前行。

4.1 員工概況

本集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》等法律法規，結合自身發展需要，不斷優化人力資源管理制度，充分尊重並保證每一位員工的合法權益，為他們提供公平競爭機會並規定合理的工作時數。同時，我們嚴格遵守國務院《禁止使用童工規定》，在招聘過程中嚴格審核求職者資料，杜絕使用童工或強制勞動，對於擬引進人員，進行身份驗證核實並本著自願原則簽署勞動合同，若發現違規情況將立即停止相關人員工作。報告期內，我們引入了人力資源大數據管理系統，幫助高效地進行人員信息管理，避免出現不必要的用工風險。報告期內，本集團未發生使用童工和強制勞工的情況。

2019年，我們向員工開放全部崗位，以個人意願與部門考核相結合的方式鼓勵員工進行內部流動，並積極同各外部獵頭合作，引進部分中高端崗位。同時，我們堅持校招加社招、網絡招聘結合現場招聘的多渠道招聘方式引進外部人才，對一線生產員工採用多種靈活用工方式，確保各崗位人員及時得到補充。報告期內，周黑鴨華南工業園與當地人力資源局合作，每月在麻涌公眾號上發佈招聘信息，助力當地人員就業。截至2019年12月31日，通過麻涌公眾號渠道招聘的當地員工且在職人數已達到18人。

報告期內，我們進一步優化人員結構，截至2019年12月31日，本集團共有員工4,966人，其中男性員工佔比33%，女性員工佔比67%。

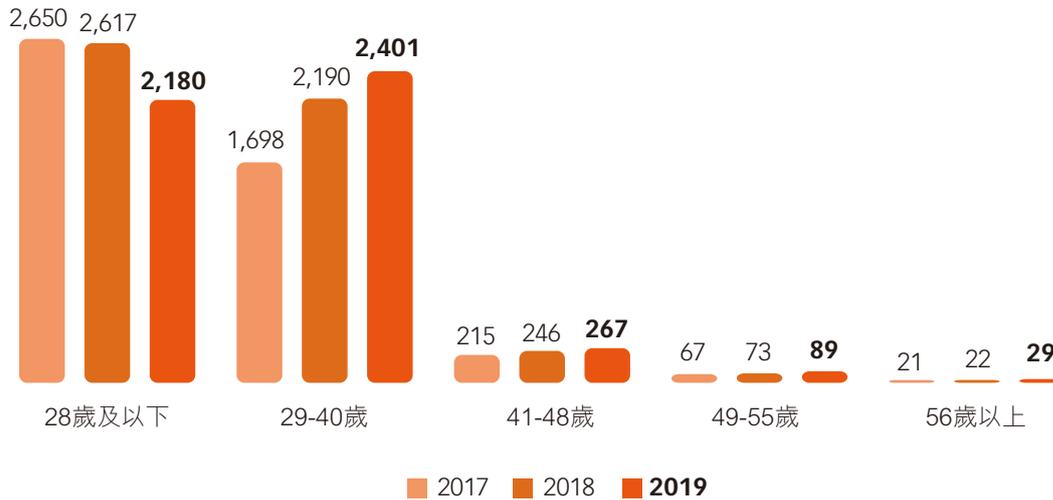


本集團總員工人數變化趨勢

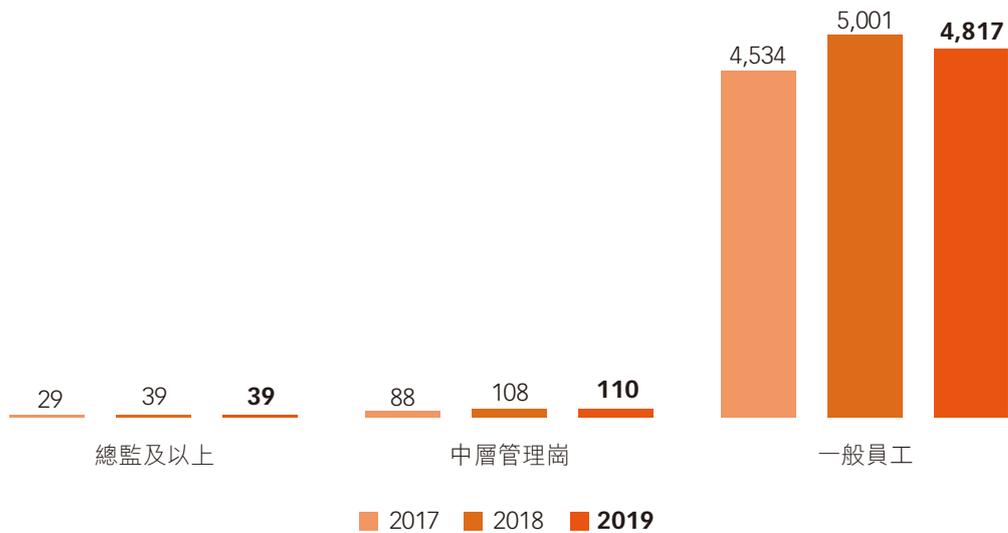
2019年本集團員工男女人數

為順應本集團當下對於富有工作經驗人才的需求，同2018年相比，本集團29-40歲員工人數增加22%。

各年齡層員工人數變化趨勢



各職級員工人數變化趨勢⁵



⁵ 2017年和2018年中層管理崗類別和一般員工類別數量經調整，「主管級別員工」數量由中層管理崗類別調整至一般員工類別。

4.2 健康安全

保障員工的生命安全和職業健康是本集團日常生產運營中的重點工作。我們嚴格遵守《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》、《職業健康檢查管理辦法》、《用人單位職業健康監護監督管理辦法》及《職業健康監護技術規範》等關於職業健康的法律法規及標準，制定了一系列安全生產管理規範，設立安全管理架構，並在工廠和分公司增配安全管理人員，以切實保障員工的健康與安全。

安全生產管理

在安全生產管理方面，我們積極落實《中華人民共和國突發事件應對法》和《生產安全事故應急預案管理辦法》等相關法律法規，同時，為了加強公司自主安全生產管理，我們從多個層面入手，持續優化安全生產管理程序，制定了一系列安全事故應急預案，以保護員工人身安全，避免財產損失。在加強管理力度的同時，我們設立相應的獎懲制度，制定有《安全目標考核獎懲實施辦法》，並要求所有分公司簽署2019年度安全生產責任書。

安全事故應急預案

報告期內，周黑鴨華南工業園根據《生產經營單位安全事故應急預案編製導則》(GB/T29639-2013)的要求標準編製了《廣東周黑鴨食品工業園有限公司安全事故應急預案》，確保園區處置突發事故的應急救援能力，組織應急救援隊伍的建設並落實救援物資的準備。

批准令

為貫徹《中華人民共和國突發事件應對法》、《中華人民共和國安全生產法》、《生產安全事故應急預案管理辦法》及其他相關法律法規的要求，保護企業員工的人身安全，減少財產損失，使事故發生後能夠迅速、有效、有序地實施應急救援工作，依據《生產經營單位生產安全事故應急預案編製導則》(GB/T29639-2013)的要求，特編制了《廣東周黑鴨食品工業園有限公司生產安全事故應急預案》。

《廣東周黑鴨食品工業園有限公司生產安全事故應急預案》包括綜合應急預案、专项應急預案和現場處置方案，事故應急預案採統一領導、分級負責、各級負責、區域為主的原則，同屬地區一律按政府安全生產事故應急預案相的標。

為確保處置突發事故的能力，應做好應急救援隊伍的建設，落實好應急救援物資的準備，按照規定定期組織人員培訓和演練，使每一個員工都熟悉應急預案的相關內容，公司各部門負責人、員工均應嚴格遵守執行。

廣東周黑鴨食品工業園有限公司於2019年12月29日批准發布《廣東周黑鴨食品工業園有限公司生產安全事故應急預案》，自發布之日起正式實施。

報告期內，武漢工業園微型消防站整體完成搬遷及重建，深入強化了企業兼職消防隊體能、操法、專業技能等。同時，我們繼續優化包括門崗管理制度、電氣安全管理制度在內的共13項安全管理制度，同時開展一系列安全事故應急演練活動，幫助員工提高安全防範意識及事故應對能力，降低生產過程中的潛在隱患與健康安全風險。



電路火災消防演練



氣體泄露應急演練



特種設備演練



食物中毒演練

報告期內，我們共開展21次安全演習，參與人次數達到1,770人次，並達成全年安全生產零事故。截至2019年12月31日，本集團未發生因工死亡事件，百萬工時工傷事故率為0.71，因工傷損失工作時數為3,736小時，較上一年下降27%。



健康安全培訓

我們在各工廠設立安全文化宣傳看板，開展各類安全生產主題培訓，不斷提高員工安全意識和技能操作水平，並通過提高員工的安全素質來防止和減少各類事故及職業危害。



安全生產培訓



現場急救知識培訓



新員工消防安全培訓



安全用電知識培訓



交通安全培訓



地方公安系統安全講座

職業病防治

本集團認真落實《中華人民共和國職業病防治法》中的相關要求，確保職業病防護設施設計專篇及職業健康預評價及職業健康驗收評價的落地實施。我們進一步優化了PPE(個人防護設備)及安全警示張貼管理，並於報告期內進行生產車間職業健康「三同時」檢測項目，識別年度職業病危害因素，並組織員工進行年度職業健康體檢活動，幫助診斷及預防潛在職業病徵兆。



安全警示



安全防護



健康關懷



報告期內，我們進一步排查職業病危害區域，優化生產環境，力圖為員工提供更加安全友好的工作環境。

真空車間改造，改善員工工作環境

報告期內，我們為一期及二期真空車間分別增設了多扇大型正壓風扇及新的排送風系統，幫助降低真空車間室內溫度，增加室內新風送風量，並改善二期鹵製、化冰解凍、清洗等崗位作業人員工作環境，降低其職業健康危害強度。此外，我們還將鍋爐房原本的普通門窗更換為多層防爆型玻璃，有效隔絕生產現場的高溫及噪聲。

生產設備改造

報告期內，我們對一期車間進行改造擴建，將設備老化且存在噪聲過大等安全隱患的原老式剝鴨脖機更換為無雜音且結構簡單穩定的新式剝鴨脖機設備。新設備更加符合作業人員的人體工程學，且能進一步隔離和限制潛在的職業病危害因素。

4.3 員工發展

「能者上，平者讓，庸者下」是本集團一以貫之的用人策略。周黑鴨致力於通過提供多樣化的培訓，搭建科學的培訓及激勵機制，提升員工能力。同時為員工提供多渠道發展機會，堅持把合適的人放在合適的崗位上，提高公司整體的工作效能，實現員工與企業的共生共贏。

為了進一步完善公司的人員任用標準，我們於報告期內啟動了人才盤點項目，引入外部顧問團隊，協助梳理並建立了周黑鴨領導力模型，包括周黑鴨員工通用能力模型，領導力模型以及供應鏈、整合營銷等專業序列能力模型，完善了公司的人員任用標準，助力員工制定合理的、個性化的發展計劃，同時，亦強化了公司的人員培訓體系和人員發展體系。此外，我們還開展組織績效分解和績效體系建設工作，完成了2020年一級部門戰略地圖、平衡積分卡、組織績效與個人業績制訂等工作。

考核與晉升

我們將員工視為可持續發展最重要的因素之一，堅信本集團的發展與進步離不開員工的努力和奮鬥，我們在《人力資源管理制度》中明確績效考核管理方法，對普通員工，基層管理人員和中高層管理人員，制定合理且差異化的考核內容、形式及周期，將考核結果作為培訓、薪資調整、年度優評優、崗位調整、考核辭退的參考依據。

報告期內，我們新增並更新了《職級職能崗位序列》和《晉升管理制度》等集團人力資源管理制度文件，為員工提供公開的晉升管理渠道及透明的職業發展路徑，助力公司培養優秀人才。

員工培訓

周黑鴨非常注重員工的發展及培訓，秉承著受眾員工普遍化、培訓形式多樣化、培訓內容多元化、內部講師與外部講師相結合四項原則，積極開展針對提升員工專業知識及管理技能方面的培訓。為了進一步健全完善企業人才發展體系，為集團內不同崗位類型的員工提供系統的學習解決方案，周黑鴨商學院開辦周黑鴨大講堂，致力於搭建一個開放的知識交流平臺，為所有員工跨領域的知識拓展提供幫助。報告期內，周黑鴨大講堂舉辦了一系列如《信心促增長》、《移動互聯時代如何與消費者互聯》、《高效敏捷的供應鏈》等主題培訓。

報告期內，周黑鴨商學院亦組織了一期高管訪談、三期高管戰略工作坊和一期小範圍研討會，幫助員工對經營者及核心管理者的高層戰略意識、戰略決策作出正確解讀，確保公司戰略得到高效的落地執行。



周黑鴨大講堂培訓現場



高管戰略工作坊一期



高管戰略工作坊二期



高管戰略工作坊三期



報告期內，本集團受訓員工總人次數達24,338人次，受訓時數達94,432小時，較上一年增長26%，人均受訓時數達19小時。

4.4 員工關懷

本集團貫徹以人為本的管理理念，尊重員工並珍視員工為本集團帶來的價值。為了依法有效管理員工的薪酬福利，並提供更為良好的福利條件，我們在《人力資源管理制度》中明確了薪酬與員工福利管理制度，基於員工專業知識、專業技能、工作績效等指標綜合考慮及時調整員工薪酬水平。我們在依法保障全體員工常規福利的同時，用心傾聽員工需求和意見，因地制宜為不同人員提供更多人性化的福利，增強員工對企業的歸屬感和認同感，確保人才的穩定性。

常規福利

- 社會保險和住房公積金等福利
- 帶薪年假、病假、婚假、產假等假期
- 外派津貼、交通津貼、伙食津貼、夜班津貼、加班補貼等津貼

其他福利

- 為員工配備優質的生活配套設施
- 孝心福利卡等
- 生日福利、高溫福利、節假日福利等員工額外福利

本集團高度重視企業文化建設，定期發佈員工內刊，充分發揮內刊的橋梁作用，促進管理層與員工之間、員工與員工之間的意見交流與反饋。同時，我們秉承「會娛樂，更快樂」的理念，不定期舉辦員工活動，通過多層次、多方位的集體活動，增強員工凝聚力，加強部門間的互動與交流，提升員工對企業文化的認同與融合。

員工焦點訪談

為了更好地了解員工對於公司的意見及建議，提升公司管理效率，我們在新員工入職、轉正、離職過程中均安排有固定的面談環節。報告期內，我們舉辦了兩期焦點訪談以詳細了解中高層管理人員對於本集團的各項發展建議。

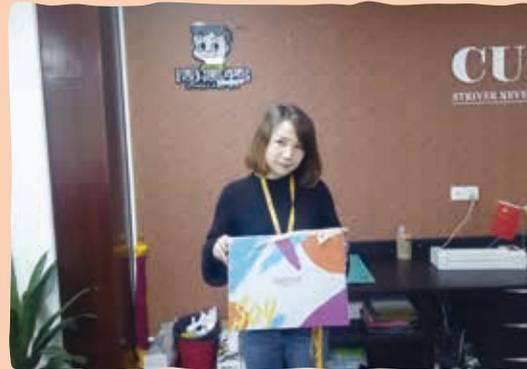


營造學習型文化氛圍

為加強企業文化主題性建設，豐富員工個人文化生活，我們於報告期內舉辦了「文化踐行者」、「周黑鴨徵文」及「綫上讀書」等一系列文化活動。



為了幫助員工形成良好的讀書學習習慣，我們持續開展內部員工綫上讀書活動，活動運營至今，吸引了總部及分公司500多名員工的關注和參與，報告期內，堅持每天參與讀書的學員保持在70至100餘人，幫助培養員工堅持每日一讀的良好習慣。





多彩節日

為豐富員工生活，增強團隊凝聚力，報告期內，周黑鴨華南工業園在端午節及中秋節舉辦了包粽子及猜燈謎等趣味活動，組織大家一同歡度佳節。



春季戶外拓展

為了培養高度的團隊凝聚力和強大的團隊協作精神，同時，讓成員在歡愉的遊戲互動中體會團隊的力量，2019年3月，我們組織員工乘坐公司大巴車一路向東，抵達中國地質大學拓展基地，進行了一整天的春季戶外拓展活動。



趣味運動會

2019年4月13日，周黑鴨第一季春季運動會拉開帷幕。本次趣味運動競技旨在豐富員工的業餘文化生活、促進員工溝通、加強聯繫、增強團隊凝聚力，以提高工作熱情和效率，同時鼓勵員工鍛煉身體，在運動中陶冶情操。



疫情當前「安心」防護

為應對突入襲來的新冠疫情，周黑鴨及時出台《2020肺炎疫情防護指引》呼籲所有員工戴口罩、測體溫、勤洗手，每日按要求對門店進行消毒殺菌，按要求執行防護措施，保護好自己、保護好家人。





基業長青 點滴傳遞

5.1
社區助力

5.2
共同戰疫



「取之於人，用之於人」是周黑鴨作為民族企業所堅守的信條。我們將可持續發展融入企業文化，積極參與社區建設，踐行社會公益，將點滴溫暖回饋大眾，與社會共同前進，共築長青願景。

5.1 社區助力

本集團秉持「做快樂的傳播者和締造者」的企業理念，致力於為社會傳遞幸福與溫暖。報告期內，我們舉辦了捐書公益活動，並通過自媒體及當地電台幫助社會了解留守兒童課外閱讀情況，呼籲社會各方關注留守兒童。同時，華南工業園結合麻涌政府相關政策，為當地「4050群體⁶」提供就業機會並幫助申領就業補貼。2019年8月，周黑鴨榮獲「2019年度湖北公益創新榜樣」稱號。

2019周黑鴨世界讀書日捐書公益活動

為了關愛留守兒童，豐富貧困學子的課外讀物。2019年4月23日世界讀書日，周黑鴨向武漢市江夏區湖泗小學捐贈包括小學生新課標必讀叢書和字帖在內的共606冊圖書，總計人民幣7,206元，同時本集團還帶去了100份周黑鴨產品作為禮物送給孩子們。



⁶ 「4050群體」：指50歲以上的下崗男子和40歲以上的女性弱勢群體。



5.2 共同戰疫

2020年新年伊始，隨著新型冠狀病毒疫情的蔓延，不計其數的無名「英雄」冒著被傳染的危險，晝夜不分地在一線與疫情之間展開較量。疫情期間，我們在公司內部積極開展防疫行動的同時，靈活調配全國產能，投入社區和線上營銷，發揮「鎖鮮安全有保障」的產品優勢，確保優質產品的持續供應。

與此同時，作為企業公民，我們深知肩負的社會責任。為了幫助一線醫療機構採購急需的醫療防護物資及檢測設備，支持武漢抗擊新型冠狀病毒疫情，2020年1月25日，周黑鴨向武漢市慈善總會捐款1,000萬元。





共克時艱，周黑鴨人深入一線



為了讓更少的人出門，奔走一線的周黑鴨人，在各自的崗位上默默堅守，用行動詮釋著周黑鴨人的責任和擔當。

疫情期間，原本負責春節期間員工大巴值班的吳師傅毅然決定奔向一線運送物資。在防疫工序增加、配送困難的情況下，吳師傅每天至少要送30個小區的貨，早上7點出發，很晚才收工，有時訂單太多需要忙到晚上12點。

截止至2020年2月21日，在勇敢逆行的周黑鴨人的努力下，周黑鴨已向7家醫院、7支醫療隊、2所方艙醫院，以及東西湖區部分隔離點運送並捐贈超過85萬元的物資。

「社區的訂單還有醫院的捐贈
都是我們在配送，
不覺得辛苦，覺得我們是
和公司一起在努力。」

——吳師傅

附錄1 聯交所《環境、社會及管治報告指引》

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		2019年ESG報告
A. 環境		
層面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。	3. 生生不息 環境永續
A1.1	排放物種類及相關排放數據。	3.4 排放控制
A1.2	溫室氣體總排放量(以噸計算)及(如適用)密度。	3.3 能源管理
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)。	3.4 排放控制
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)。	3.4 排放控制
A1.5	描述減低排放量的措施及所得成果。	3.4 排放控制
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。	3.4 排放控制
層面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。 註：資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。	3.1 環境管理 3.2 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(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	3.3 能源管理
A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	3.2 資源使用
A2.3	描述能源使用效益計劃及所得成果。	3.3 能源管理
A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計劃及所得成果。	3.2 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。	3.2 資源使用
層面A3	環境及天然資源	
一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	3. 生生不息 環境永續
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。	3. 生生不息 環境永續

附錄1 聯交所《環境、社會及管治報告指引》

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		2019年ESG報告
B. 社會		
僱傭及勞工常規		
層面B1	僱傭	
一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	4. 搏擊風雨 人才積蓄
B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	4.1 員工概況
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	本公司就此議題於未來展開精細化管理
層面B2	健康與安全	
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	4.2 健康安全
B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率。	4.2 健康安全
B2.2	因工傷損失工作日數。	4.2 健康安全
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。	4.2 健康安全
層面B3	發展及培訓	
一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。 註：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。	4.3 員工發展
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。	本公司就此議題於未來展開精細化管理
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。	已披露本公司總平均受訓時數，就此議題於未來展開精細化管理
層面B4	勞工準則	
一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	4.1 員工概況
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	4.1 員工概況
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	4.1 員工概況

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		2019年ESG報告
營運慣例		
層面B5	供應鏈管理	
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	2.3 責任供應
B5.1	按地區劃分的供應商數目。	2.3 責任供應
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、以及有關慣例的執行及監察方法。	2.3 責任供應
層面B6	產品責任	
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤、私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	2 枝繁葉茂 食安為本
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。	2.1 品質先行
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	2.4 用心服務
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	2.2 健康創新
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	2.1 品質先行
B6.5	描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	2.4 用心服務
層面B7	反貪污	
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	1.3 企業管治
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。	1.3 企業管治
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	1.3 企業管治
社區		
層面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。	5 基業長青 點滴傳遞
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)。	5 基業長青 點滴傳遞
B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	5 基業長青 點滴傳遞

附錄2 法律法規及標準清單

法律

中華人民共和國憲法
中華人民共和國食品安全法
中華人民共和國產品質量法
中華人民共和國標準化法
中華人民共和國計量法(修正版)
中華人民共和國動物防疫法(修正版)
中華人民共和國農產品質量安全法
中華人民共和國廣告法
中華人民共和國商標法
中華人民共和國刑法
中華人民共和國反不正當競爭法
中華人民共和國合同法
中華人民共和國環境保護法
中華人民共和國環境保護稅法
中華人民共和國大氣污染防治法
中華人民共和國水污染防治法
中華人民共和國環境噪聲污染環境防治法
中華人民共和國固體廢物污染環境防治法
中華人民共和國土壤污染防治法
中華人民共和國清潔生產促進法
中華人民共和國環境影響評價法
中華人民共和國節約能源法
中華人民共和國知識產權法
中華人民共和國勞動法
中華人民共和國勞動合同法
中華人民共和國職業病防治法
中華人民共和國安全生產法
中華人民共和國消防法
其他適用的相關法律

法規、條例及規章

中華人民共和國食品安全法實施條例(2016年修正本)
中華人民共和國工業產品生產許可證管理條例
中華人民共和國工業產品生產許可證管理條例實施辦法
中華人民共和國商標法實施條例
食品生產許可管理辦法(2017年修正版)
食品標識管理規定
食品召回管理辦法
網絡食品安全違法行為查處辦法
建設項目環境保護管理條例
環境保護主管部門實施按日連續處罰辦法
環境保護主管部門實施查封、扣押辦法
環境保護主管部門實施限制生產、停產整治辦法
突發環境事件調查處理辦法
企業事業單位突發環境事件應急預案備案管理辦法(試行)
國務院辦公廳關於加強地溝油整治和餐廚廢棄物管理的意見
用人單位職業健康監護監督管理辦法
職業健康監護技術規範
職業健康檢查管理辦法
禁止使用童工規定
其他適用的相關法規、條例及規章

附錄2 法律法規及標準清單

產品標準

GB2726-2016食品安全國家標準熟肉製品
GB/T23586-2009醬鹵肉製品
GB10136-2015食品安全國家標準動物性水產製品
GB/T22106-2008非發酵豆製品
GB2714-2015醬腌菜
GB/T23970-2009鹵蛋
GB2749-2015蛋與蛋製品
GB2712-2014食品安全國家標準豆製品
GB7096-2014食品安全國家標準食用菌及其製品
GB10133-2014食品安全國家標準水產調味品
Q/HZHY0001S-2017鹵製素菜系列製品
Q/HZHY0002S-2017鹵製魷魚製品
Q/HZHY0003S-2018調料粉
Q/HZHY0004S-2018食品調香料
Q/HZHY0005S-2017氣調包裝熟鹵肉製品
Q/HZHY0006S-2017半固態調味料
Q/HZHY0007S-2016鹵製素菜系列食品
Q/HZHY0008S-2016鹵雞蛋乾
Q/HZHY0009S-2016熟製小龍蝦
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