

唐宮
Tang Palace

環境、社會及管治報告
Environmental, Social and
Governance Report

2017



唐宮(中國)控股有限公司
TANG PALACE (CHINA) HOLDINGS LIMITED
(HKEX:1181.HK)

目錄

引言	03	5. 員工滿足、傳遞幸福	25
1. 報告說明	04	5.1 多元就業 創造機會	26
2. 有關唐宮	05	5.2 持續學習 激發潛能	28
2.1 集團簡介	06	5.3 五福臨門 身心安康	31
2.2 發展里程	07	5.4 人文關懷 回饋社會	32
2.3 利益相關方溝通	08	6. 展望	36
2.4 唐宮精神	09	7. ESG指標索引	37
2.5 唐宮的可持續發展	11		
2.6 獎項殊榮	12		
3. 感恩創造、取之有道	13		
3.1 節能減碳 提升效能	14		
3.2 珍惜資源 源頭減廢	16		
3.3 環保生活 綠色家園	18		
4. 良好管治、用心做事	21		
4.1 源頭管控 質量為先	22		
4.2 誠信服務 確保安心	23		
4.3 奉公守法 廉潔自守	24		





引言

唐宮於 2017 年邁入 25 週年，多年來一直默默耕耘，堅持專注經營優質餐飲的理念，發展至今擁有的自營及合營分店超過 60 間，版圖擴展至大中華地區合共 10 個城市。集團於截至 2017 年 12 月 31 日止之全年收益達人民幣 13.6 億元，員工人數達 4,500 人。作為一家在中國多個主要城市經營餐飲的香港企業，我們深深相信只有堅持成為「幸福餐飲」才可讓企業持續良好地發展，我們將「利員工、利顧客、利社會」的核心價值深植整個集團的員工，每一個管理政策均以此為出發點。

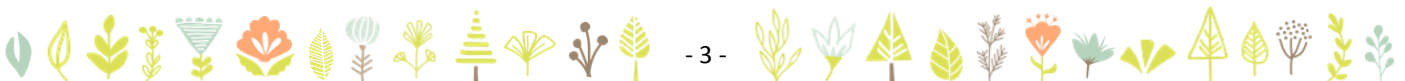
我們是業內率先引入五常法管理系統的先鋒者，2003 年導入系統後一直透過定期內、外審查，並且不斷提升、深化的提煉，讓餐廳的營運環境、廚房管理等持續保持高水平標準。餐飲業主要使用電力及熱能，我們非常關注能源的良好使用，除透過時刻檢視政府發出的指引以達到能源排放的標準，我們近年陸續引入、更換可提升能源效益的廚房設備，亦透過嘉許鼓勵員工提出節能構思、向顧客及員工提倡珍惜食材及素食文化等，將節能減耗的理念全面體現。食品安全是餐飲業最為關注的範疇，我們透過專責的採購團隊，嚴格選取具規模、可提供穩定品質及可追溯源頭之食材供應商，同時透過成立專責品控團隊、專責檢測團隊，並且按集團嚴謹的內部流程、評審標準全面監控食材處理、食品制作等，確保食物的安全性。

讓員工幸福從而向顧客傳遞幸福是我們致力達成的目標，集團實施「清涼廚房」，提升廚房佈局保持運作中的清涼感、定期職業安全培訓、防火演習等提升員工職安健意識，致力打造安全舒適的工作環境。我們關懷員工的身心健康，除定期為員工提供身體檢查補貼，提高員工關注身體健康，同時藉著鼓勵愛心互助文化、組織愛心捐款援助有需要的員工家庭等，提倡關愛互助。我們深信人才培訓的重要性，自 2006 年開始已積極推行校企合作，傾力培養餐飲業人才，每年為數十間院校、過千名學生提供在職培訓及就業機會。集團重視員工的自我提升，2017 年為各階層員工提供了 1,138 堂有關專業技能、管理技巧及文化生命的培訓課程。我們關懷員工的心靈健康，自 2013 年開始逐步引入中國傳統文化，透過文化專家指導，將傳統中國倫理孝福之道結合於工作，並且進一步推廣至員工家庭，期望員工從個人及家庭獲得和諧幸福，共同締造社會國家的人民幸福。

2018 年唐宮將繼續抱著成為「立幸福餐飲典範，創百年國際品牌」的使命，繼續優化提升內部管理效益及勉力推廣中國飲食文化。

唐宮
Tang Palace

25th
anniversary
1992-2017
从心出发





1. 報告說明

1.1 報告時間範圍

本環境、社會及管治報告(下稱本「**本報告**」)的時間範圍為 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日(下稱本「**報告期間**」)。

1.2 發佈週期

本報告為年度報告，按相關法規要求於公司年報發佈後三個月內發佈。

1.3 報告範疇

本報告數據統計主要涵蓋本集團之傳統中式餐飲業務，包括北部地區(北京/天津/成都)、東部地區(上海/蘇州/杭州)及南部地區(深圳/東莞)，此部分構成本集團最大的現金流和收入。

1.4 相關法規要求

本公司及其附屬公司(下稱本「**集團**」、「**我們**」或「**唐宮**」)的生產及經營點主要位於中華人民共和國(「**中國**」)，也有以自營或合營方式於香港特別行政區及台灣經營餐飲業務，報告中提及之相關法規之遵守指適用於各地之相關法規要求。

1.5 編制基準

本報告根據聯交所主版上市規則第 13.91 條之要求及附錄 27《環境、社會及管治報告指引》(「該指引」)之匯報框架編製，為遵守該指引及企業管治守則，本公司董事會對本集團的環境、社會及管治策略和匯報有整體責任，並負責評估及確定本集團於環境、社會及管治相關之風險。

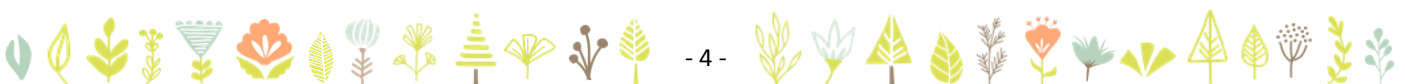
1.6 數據來源

本報告所有數據均來自唐宮(中國)控股有限公司正式文件和統計報告。本公司於報告年度首次委託低碳亞洲有限公司進行碳評估，以量化其營運產生的溫室氣體排放。量化的過程(採用了營運控制法來彙整數據)參考中華人民共和國國家發展和改革委員會發佈的《食品、煙草及酒、飲料和精製茶企業溫室氣體排放核算與報告指南》及《工業其他行業企業溫室氣體排放核算與報告指南》及國際標準 ISO14064-1 進行，以確保環境關鍵績效指標資料的準確性。

1.7 報告獲取

電子版可在本公司網站(<http://www.tanggong.cn/>)及香港聯合交易所有限公司網站(<http://www.hkexnews.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。





我們是

唐宮

延續大唐盛世之文化
傳承中華美食之殿堂





2. 有關唐宮

2.1 集團簡介

唐宮(中國)控股有限公司是一家在中國經營的連鎖餐飲集團，主要經營中式餐飲服務，在 90 年代於深圳開設首家以唐宮海鮮舫為名之餐廳，並成功於數年間進入北京及上海餐飲市場，多年來於中國享負盛名。

為使業務更多元化，集團分別透過自家開發、特許經營及合營之方式逐步進軍不同消費群的餐飲市場，當中包括不同菜系之休閒餐飲。集團於 2011 年 4 月 19 日在香港聯合交易所主板上市，股份代碼：1181。

唐宮集團旗下共經營 10 個品牌，包括唐宮海鮮舫、唐宮壹號、唐宮、唐宮茶點、唐宮小聚、忍者居日本料理、胡椒廚房（特許經營）及金爸爸（合營）、本家及本新村（合營），為顧客提供各種優質的中式佳餚、港式茶點、日式美食、馬來風味美饌及韓國料理。

截止 2017 年 12 月 31 日止，集團合共經營 42 家自營餐廳、14 家特許經營餐廳及 6 家合營餐廳，店鋪遍佈 10 大城市：包括北京、天津、成都、上海、蘇州、杭州、深圳、東莞、香港及臺灣，迎合不同的消費市場，並且在上海自設食品廠。



以盛唐文化為根 創百年國際品牌



1992

創立第一間唐宮餐廳



1998

拓展至上海



2008

興建食品廠



2011

於香港聯合交易所
主板上市



2014

首次創立自家休閒品牌
唐宮小聚及唐宮茶點



2016-2017

- 持續優化內部管理
- 繼續多元化業務發展



1994

拓展至北京



2003

引入5S管理



2010

首次引入
快餐業務
Pepper Lunch



2013

· 首次以
合營模式引入
PappaRich



· 引入中國傳統
文化課程



2015

拓展至成都





有關唐宮

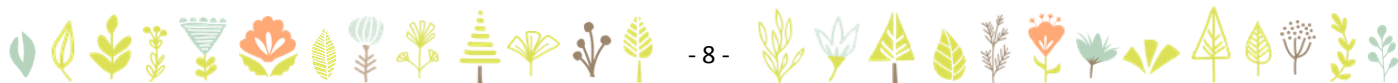
2.3 利益相關方溝通

本公司將繼續透過多元化並及時的溝通，保持與各持份者的良好互動，期望藉著平衡各方的期望與訴求，達致多方共贏。

儘管各持份者均有不同期望，但他們大多數對食品安全、公平誠信及廉潔透明的經營方式有共同訴求，鼓勵我們繼續在重視業務發展的同時也同樣關注有關議題，促進集團的可持續發展。

相關 ESG 報告層面		各利益相關方 (持份者)						
		政府/ 監管 機構	投資者	消費者	自然 環境	員工	供應商	社區 團體
減低 環境影響	層面 A1-A3：排放物 / 資源 使用層面 / 環境及天然資源	V			V			V
就業機會及 晉升待遇	層面 B1：僱傭 層面 B3：發展及培訓					V		V
保障 員工權益	層面 B2：健康與安全 層面 B4：勞工準則	V				V		
食品選擇及 質量	層面 B5：供應鏈管理 層面 B6：產品責任			V			V	
衛生及食物 安全	層面 B5：供應鏈管理 層面 B6：產品責任	V		V			V	V
公平誠信 廉潔透明	層面 B5：供應鏈管理 層面 B7：反貪污	V	V	V			V	
關懷社區 促進和諧	層面 B8：社區投資							V
良好內部控 制/風險管理		V	V				V	
安全合規 經營		V		V				V
營運效益			V			V		
服務質量				V				V
良好 就餐環境				V				V
穩健業績			V			V		

持份者主要期望與訴求





有關唐宮

2.4 唐宮精神

四大使命

「以盛唐文化為根，以現代管理為本，立幸福餐飲典範，創百年國際品牌」為本集團的使命。集團期望以中華文化精粹作為根基，結合現代化管理，迎接時代變遷與挑戰，成就讓人幸福的百年企業。

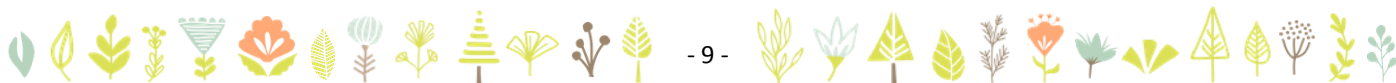


核心價值觀

集團以中華傳統文化為切入點，期望通過正向文化、集團核心價值觀的傳承，塑造員工的良好素質，從而實踐「立幸福餐飲典範，創百年國際品牌」的使命。

集團鼓勵員工以仁愛修心，以謙德立品。在家中，要孝敬父母，兄弟和睦。在企業，要敬愛同事，尊重客戶。尤其在餐飲業，更需要愛護萬物，珍惜資源，取之有道。以感恩的心，賦予食材更高的價值與生命力。

中華傳統文化提倡的誠信、利他、精進，推動集團積極打造健康正面、合規誠信的營商環境，時刻保持競爭力，不斷創新進步，與時並進。





有關唐宮

經營理念

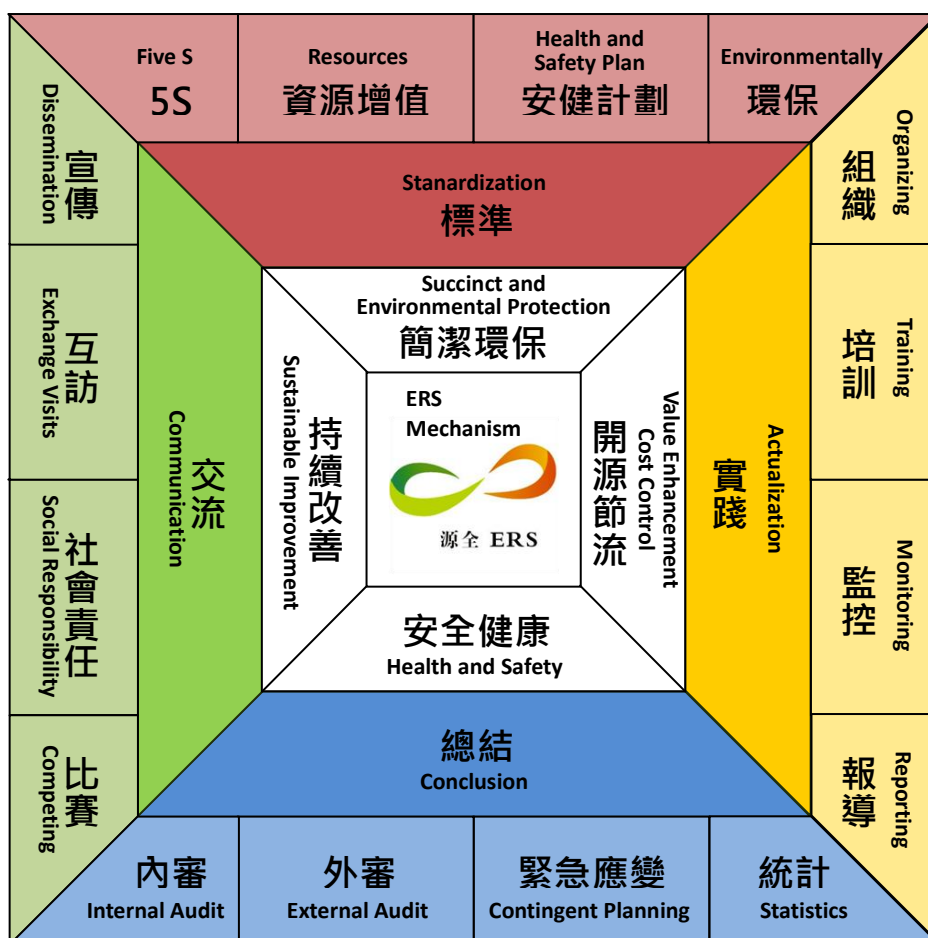
集團倡導員工用心做事，用初心、匠心、精心，讓客人暖心、安心、開心；奉行利他經營，利員工、利顧客、利社會。秉持「不是精品，不見客！」，從而成為人人嚮往的幸福企業，值得一輩子等待的美食殿堂。



管理體系

集團於 2003 年開始引入五常法管理(「5S 管理」，包括整理、存放、清潔、標準及修養)，經數年實施及學習，於 2009 年經源全學會進一步引入環境資源及安全管理體系(「ERS 體系」)。現時集團旗下餐廳營運及廚房管理標準均源於 ERS 體系內原則要求，並由專責部門每年進行 5S 內審，確保有關要求持續執行。

環境資源及安全管理體系 (取自源全學院，源全 5S 系統)





有關唐宮

2.5 唐宮的可持續發展

「創造百年國際品牌」為我們四大重要使命之一，亦是唐宮各持份者的共同期許。要達致可持續發展，我們在維持本身良好的業務運作，為客戶提供優質出品及服務的同時，亦需要與時並進，在品牌發展及業務模式上不斷創新優化，更重要是在發展的過程中，同時平衡各方持份者的訴求。以下經營方針結合了唐宮精神、各持份者關注重點及實質管治要求：

感恩創造
取之有道



良好管治
用心做事



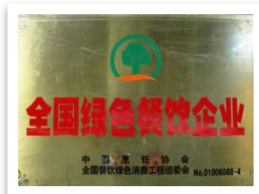
員工滿足
傳遞幸福





有關唐宮

2.6 獎項殊榮





感恩創造

取之有道





3.感恩創造、取之有道

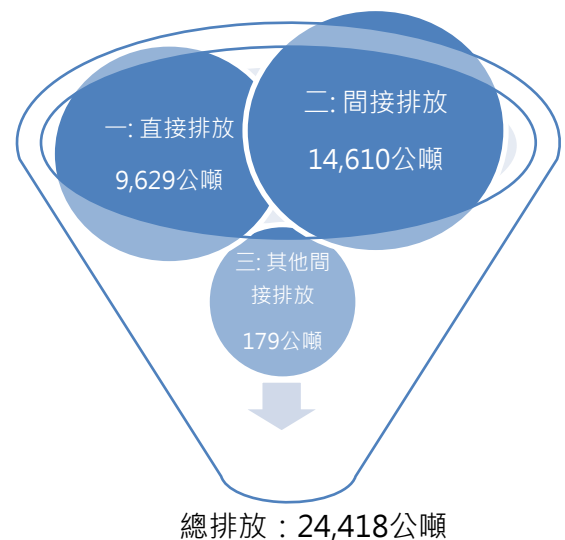
餐飲業作為取材於大自然的行業，與大自然保持和諧平衡之關係並在業務環境中體現尤為關鍵，現時全球暖化問題日益嚴重，各類環境污染問題被受世界各地及社會各界關注，有關法例也日益完善並被貫徹執行。集團管理層深明減輕業務營運對環境之影響有助控制合規風險及提升長遠營運效益。

本集團透過培訓、教育及溝通，提升員工保護環境之意識並鼓勵積極實踐。於報告期間，本集團於中國及中華人民共和國香港特別行政區(「香港」)並無發生任何有關環境法例及規例(如《大氣污染防治法》及《空氣污染管制條例》)的不合規事件。

3.1 節能減碳 提升效能

本集團業務中的溫室氣體排放主要為二氧化碳，可分為三大範圍：1)直接排放源主要來自本集團所擁有或控制的設備和車輛所使用的化石燃料，2)間接排放來自購入的電力及熱力及 3)其他間接溫室氣體排放則來自飛機商務航程。報告期間的總排放量約為 2 萬 4 千公噸(圖一)，平均每千元人民幣收益會產生 0.021 公噸(即 21 公斤)二氧化碳之排放。針對碳排放的主要來源，本集團將繼續評估、紀錄及每年披露其溫室氣體排放及其他環境數據，從而檢討現行措施成效，有助日後制定減排目標。

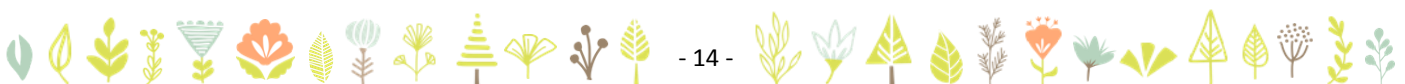
圖一)2017 年溫室氣體排量



此外，本集團在使用燃油車輛及煮食爐具時會產生廢氣，當中主要包括以下(^只包括車輛的廢氣排放)：

廢氣類別	排放量 (千克)
硫氧化物^	151
氮氧化物^	14
顆粒物	136

另外，現時中國主要地市都規定餐飲企業安裝達一定標準的油煙處理設備並不時修正有關要求標準，如 2017 年深圳相關規範文件要求現有和新建飲食業單位油煙排放濃度不可超過 1.0mg/m³，油煙淨化設備去除效率必須為 90%或以上，北京及上海地區也有相關要求，集團工程部門會密切關注最新標準，確保所有門店開業時符合當地最新的標準，同時亦會跟進現有門店的符合情況，考慮合適的更新計劃，當中廣東及北京各門店已全面完成更新。





感恩創造、取之有道

3.1 節能減碳 提升效能 (續)

集團明確要求各營運單位的氣體排放、固體廢物棄置及污水排放均需按國家及相關地區規定之標準。集團也將節能減排定為門店之長期目標，透過引入的 ERS 體系由專責部門定期檢示門店的執行情況，並嘉許在節流減耗上有創新構思的門店。

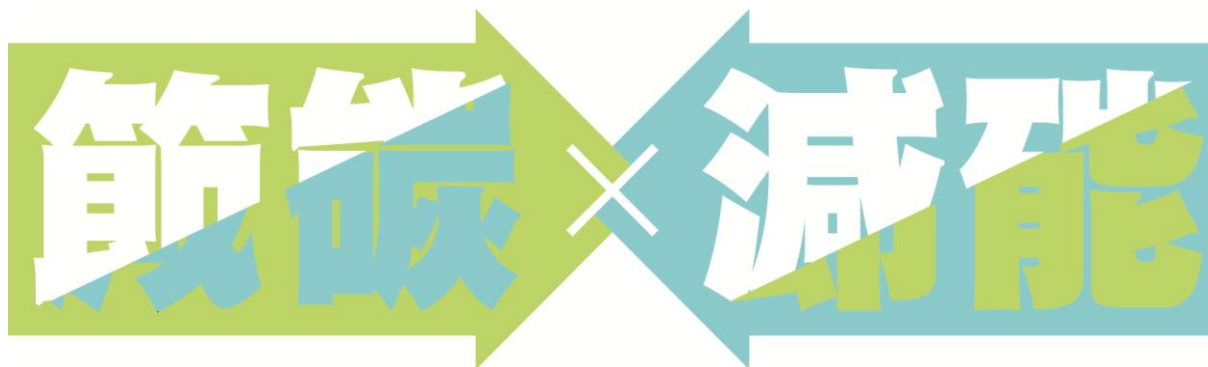
集團出品及廚政負責人不時進行流程檢視及改造以提升效益，如把明火爐轉為電磁爐及制定各蒸櫃的管理時間。此外，亦會與設備供應商保持緊密聯繫，獲取有關節能設備的最新市場資訊。



(管理蒸櫃開關時間，每層獨立開關，減少能源使用)



(壓力煲處理加工扣燉產品，如牛腩原需煲一個多小時縮短至二十多分鐘，節省能源與人力)





感恩創造、取之有道

3.2 珍惜資源 源頭減廢

本集團的餐廳在營運過程中會產生不同的無害廢棄物，包括廚餘、廢油及可回收垃圾等。本集團參照環境管理政策管理日常營運，同時根據廢物的類別，制定專屬的廢物管理措施，以每日統計垃圾棄置量並加以分析檢討。



集團對垃圾進行分類處理，對可回收垃圾會交由回收商收集作循環再用，集團亦嚴格按照中港兩地的法規要求，使用認可的指定回收商回收廢油，嚴禁員工隨處傾倒、重用或將廢油售給非法回收商。

另外，餐廳在處理衛生及清潔的過程中有機會使用含化學物質的清潔劑及滅蟲劑，當中使用完的容器大部分會交回認可的供應商進行回收，但仍有部分的含化學物質的容器需要我們自行處理，因而構成有害廢棄物。於報告期間，該等有害廢棄物的重量約為 1.46 公噸，即平均每 100 萬人民幣收益會產生 1.29 公斤有害廢棄物。

集團之 ERS 體系中有一系列針對在源頭減少污染物產生的措施，向顧客/員工提倡珍惜食物之文化及響應素食潮流（推出素食餐牌、每週提供員工素食餐），並合理利用食材邊角料，提高起成率，在源頭減少生產過程中及因食品過剩而造成的廚餘。此外集團也奉行「4R 原則」即：減少資源使用、廢物重用、再造及代替使用，並制定一系列辦公室及門店環保節能措施，包括使用辦公輔助軟件，減少紙張使用及鼓勵雙面重用。

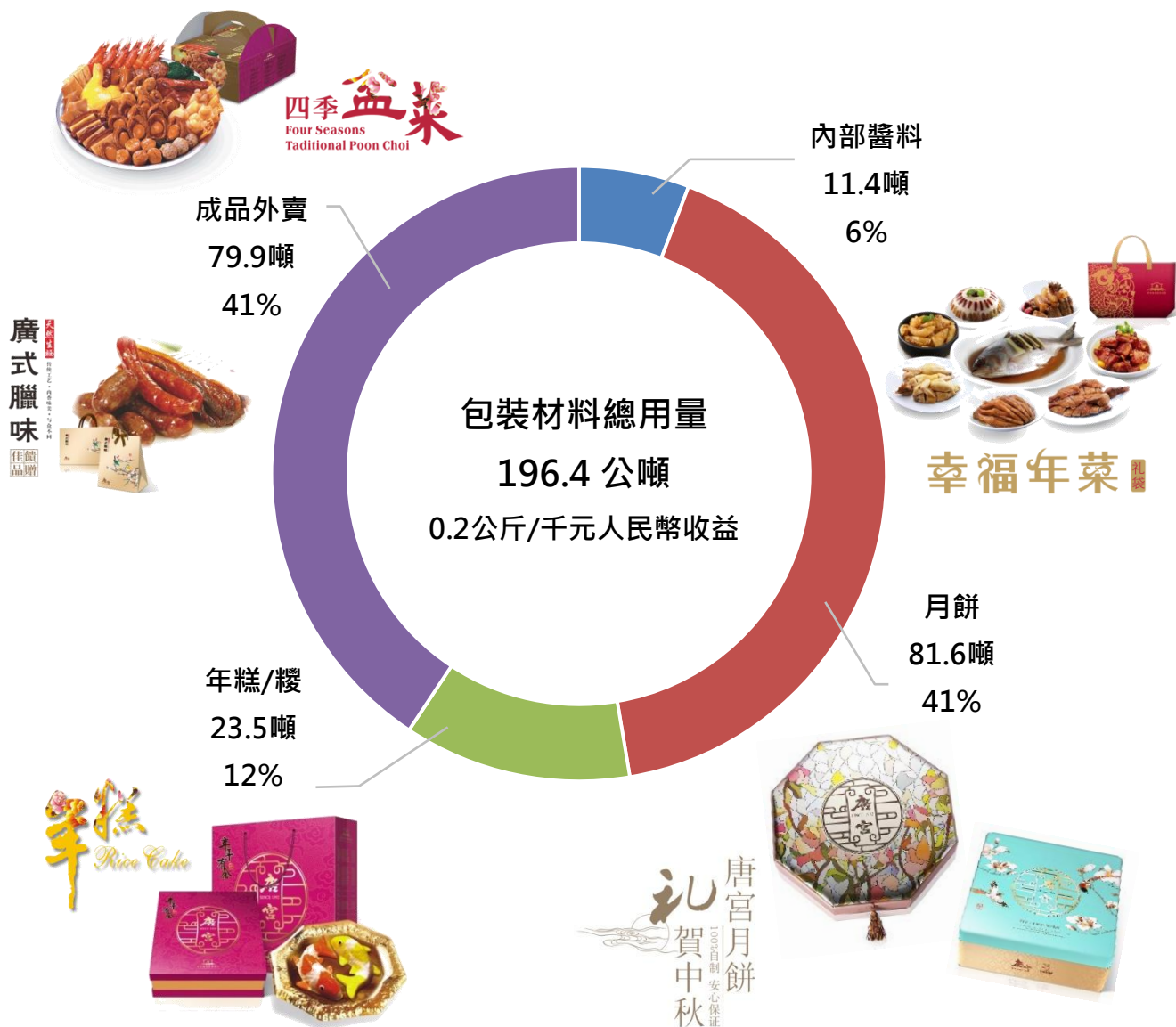
有關有害廢棄物，集團嚴格控制各類清潔劑的使用，必須附合國家或相關地區的安全標準，並由專責部門統一挑選合格並有提供回收服務的供應商，確保有害廢棄物得以妥善處理。另外，集團也在採購各類清潔劑時盡量選擇成份天然，成份對自然及人體無害的品種。



感恩創造、取之有道

3.2 珍惜資源 源頭減廢 (續)

集團在營運及銷售業務中會涉及不同包裝材料的使用，有用於食品廠生產醬料的運送包裝，有用於日常之外帶打包盒，也有特別用於時令食品或禮盒之包裝。於報告期間，各部份包裝材料的使用量(按重量)總數為 196.4 公噸，平均每千元人民幣收益約有 0.2 公斤，如下：



隨著網上外賣日漸普及，有關包裝材料的使用將會有所增加，儘管如此，我們在設計包裝物時，將優先選擇無害、易於重用、能分解或者便於回收利用的方案，從而減低其在生命週期中對人類健康和環境的影響。



感恩創造、取之有道

3.3 環保生活 綠色家園

集團在食物生產及烹調過程中會使用不同資源，其能源消耗主要來自門店的空調、照明及電器運行、車輛及煮食爐具使用的化石燃料及電力，下為報告期間的能源使用量。



直接能源

- 汽油：1,796 吉焦耳 (499 兆瓦時等值)
- 柴油：429 吉焦耳 (119 兆瓦時等值)
- 天然氣：170,613 吉焦耳 (47,392 兆瓦時等值)



間接能源

- 外購熱力：1,930 吉焦耳 (536 兆瓦時等值)
- 外購電力：20,206 兆瓦時



能源總耗量及能源密度

- 總耗量：68,753 兆瓦時等值
- 密度：0.059 兆瓦時等值 / 千元人民幣收益

餐飲行業在烹煮過程中會產生巨大能源消耗，傳統中菜講求火候充足，餐飲企業常具備的燃氣炒鍋、燃氣蒸箱、燃氣煲仔、燃氣燒烤爐及燃氣湯鍋等，都涉及長時間的燃氣供應，若燃氣沒有充分燃燒，不但浪費珍貴的天然氣，同時會產生煙氣、廢氣、粉塵及一氧化碳等污染物質，破壞環境。

鑑於廚房設備在保護環境及提升效益的重要性，集團透過專責工程部門，不繼與設備供應商了解最新的節能設備的市場資訊，並統一管理廚房設的採購及維修，審批並確保門店設備符合能源效益。集團在 2015 年開始陸續淘汰低效能的煮炒鍋並改為能更充分燃燒燃氣的環保型炒鍋，新型炒鍋有相關檢測報告，證明在運作噪音、熱效率及安全性能上均達所需標準。此外，集團亦於 2018 年開始引入蒸氣回收轉熱水設備，充分利用能源並減少供應熱水所需之



(圖：蒸汽回收轉換熱水設備，善用能源，物盡其用)

能源消耗，新設備主要在傳統中餐門店應用(因有較大蒸櫃)，至本報告日有 2 家門店安裝有關設備，其他門店也會在門店進行翻新工程時考慮進行安裝。



感恩創造、取之有道

3.3 環保生活 綠色家園（續）

除了能源消耗，餐飲業在烹調、清洗及衛生清潔的過程會耗用食水資源，於報告期間，集團共消耗用水 741,505 立方米，平均每千元人民幣收益的耗水量為 0.64 立方米。集團的營運點主要位於中國大陸，於各地區均可獲穩定的食水供應，然而根據綠色和平組織於 2017 年 6 月發佈的報告，中國城市的水質危機日益嚴重，由於很多污水沒有處理以及排污標準太低，河流污染到人類不能碰觸的程度。報告發現，31 個省市中有 14 個沒有達到水源品質目標。



隨著水源污染問題日漸嚴重，中國不少城市已執行階梯水價政策，每立方米水價會按用量遞增，集團深信節約用水在成本控制及環境保護上將為日趨重要的議題。集團要求各門店採取節約用水的措施，包括以風冷式冰箱全面取代直冷式冰箱從而減少清洗時的耗水量，另外亦調節門店水龍頭的水量。於 2018 年，我們開始在廚房試用新式灶台節水閥（水滿自停，缺水自補），方便廚師同時亦減少浪費食水的機會。此外，透過本報告定期收集的門店用水量資料，我們可以分析高耗水量門店以作重點管理。



除提升效益，珍惜善用天然資源，我們亦非常重視業務活動對環境的影響。餐飲業作為受規管的污染排放單位，需要遵守於中國及香港的相關環境保護法規，並在開業前取得環保部門相關審批。我們不時留意政府公佈資料及透過餐飲發牌顧問了解最新法例要求，於報告期內，集團並未有發現有關環境排放物、資源使用及天然資源等重大的違規事件（註 1）。

註 1：現行在中國及香港之環保相關法規中，與本集團業務運作較相關之法規有中國的《中華人民共和國環境保護法》、《中華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》、《中華人民共和國大氣污染防治法》、《中華人民共和國海洋環境保護法》及《中華人民共和國節約能源法》；香港的《空氣污染管制條例》、《水污染管制條例》、《廢物處置條例》及《產品環保責任條例》。



感恩創造、取之有道

3.3 環保生活 綠色家園 (續)

除設備及措施上的改良，教育每一位前線員工提升環保意識亦十分重要。集團不但透過 5S 管理做好日常工作管理及年度內審工作，亦於 2017 年 7 月至 8 月期間，於北京、華東及廣東三區舉辦了「資源與環境管理」課堂，讓門店前線員工了解資源與環境管理的重要性，同時學習於門店現場評估檢視造成浪費的情況及行為，以達致持續改善門店之成本效益，5 場課程合共約 300 人參加。



良好管治 用心做事





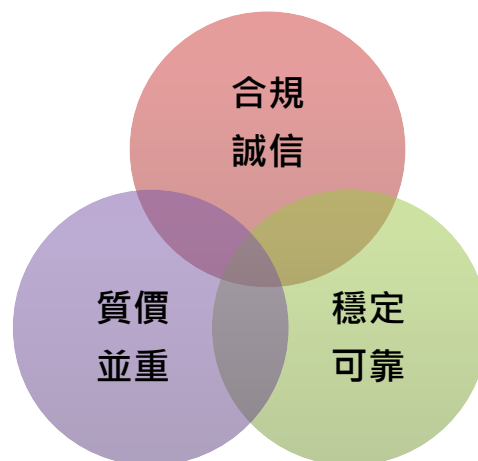
4.良好管治、用心做事

餐飲業作為直接關係民生的行業，社會對我們的信心關乎企業的可持續性，因此我們深明誠信合規的經營與管治是一切的根本。在集團運作上我們不止要求做到合法合規，特別是在被受重視的食品安全議題上，我們更追求把中國傳統文化提倡的仁愛美德推己及人，期望在法規性的基本要求上更能體現對每個人的重視。

4.1 源頭管控 質量為先

優質可靠的食材是餐飲業成功的關鍵，是大眾顧客及監管部門對餐飲企業的信心源頭。為向客戶提供優質及安全的食品，本集團透過系統化管理及專責採購部門，嚴謹選取合適之食材供應商，確保貨源供應的品質、穩定性及可追溯性。

集團對供應商評估有明確的要求，新供應商必須由集團採購部門批准，確保其合規經營方可成正式供應商。我們會優先選取具規模及信譽良好的供應商，並就貨源品質、價格優勢及供應穩定向供應商進行評估。



我們亦與供應商保持良好有效的溝通，包括從現場視察、邀請出席公司年會並答謝嘉許優質供應商，從而締造良好互信的關係及獲取及時的原材料市場資訊。

集團現時共有約 466 個供應商，當中北部地區（包括北京/天津/成都）有 98 個、東部地區（包括上海/蘇杭）有 196 個、南部地區（包括深圳/東莞）有 172 個。





良好管治、用心做事

4.2 誠信服務 確保安心

為使顧客對我們的產品有充足的信心，我們在食品制作過程中的不同階段均採取適當監控管理措施，務求杜絕食品安全事故，並透過感動服務提升顧客滿意度。於報告期間，沒有發生違反產品責任相關法規（註2）的重大事故及因安全問題需要回收之食品，也沒有未能妥善處理的顧客重大投訴事件。

源頭控制

- 1) **抽檢食材，確保安全** - 集團設立專責檢測團隊，就急凍食材及醬料進行有記錄抽檢，禁止使用不合格原材料
- 2) **商品檔案，源頭追索** - 門店設立酒水及包裝食材商品檔案，記錄廠家資料以配合源頭追索
- 3) **廚房整潔及用具要求** - 5S 管理對廚房整潔度及用具標準有明確要求（生：紅色，熟：藍色），減低感染機會（見右圖）



過程管理

- 1) **烹調處理指引** - 出品部門就不同烹調工序制作指引，確保衛生及品質標準
- 2) **個人衛生要求** - 集團對處理食品員工之服飾及衛生有明確要求
- 3) **添加劑嚴格管理** - 按國家要求，受規管之添加劑需要存於有鎖地方，由專責人員負責保管及記錄使用



跟進檢查

- 1) **專責品控團隊** - 集團有專責品控團隊於門店抽檢出品品質，確保品質達標
- 2) **及時投訴處理** - 專人負責跟進於各渠道接獲之投訴事件（包括電話、電郵及社交平台等），務求做到及時有系統的處理，建立案例記錄作事後總結學習
- 3) **現場培訓指導** - 專業外聘顧問作現場指導，提升服務水平
- 4) **5S 內審評核** - 每年度進行 5S 執行情況門店內審（見下圖）



註2：現行在中國及香港之法律中，與本集團產品責任較為相關的法規有中國的《中華人民共和國食品安全法》、《食品添加劑的使用標準》、《中華人民共和國消費者權益保護法》及《廣告法》；在香港有《食物安全條例》及《商品說明條例》。





良好管治、用心做事

4.3 奉公守法 廉潔自守

作為一家重視傳統文化美德的企業，我們務求公司的各項業務行為及員工的個人操守均需誠信合規。於報告期間，集團並沒發生觸犯香港《防止賄賂條例》或中國《刑法》的事故，也沒有已進入訴訟程序的貪污案件，以下為集團採取之相關措施：

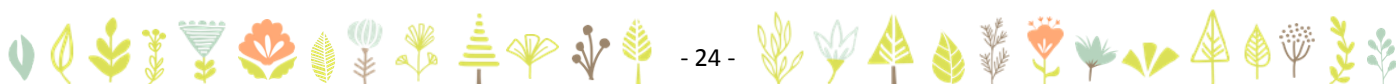
- 客人**
- 尊重及小心處理客戶資料，不獲取不必要客戶資訊，只有讓需要的員工接觸客戶資料（系統不容許大量下載資料）
 - 銷售及會員卡系統的數據傳輸接口均有加密處理，降低資料被黑客盜用的風險
 - 與資訊系統供應商之協議加入保密條款，明確要求供應商不可向第三方透露任何客戶資料

- 供應商**
- 與供應商簽訂的合同均加入拒收非法回佣的條款
 - 鼓勵供應商對不合法/不公平行為進行舉報

- 員工**
- 員工守則明確禁止一切違反職業道德及假公濟私等損害公司利益的行為
 - 內部舉報不當行為的措施，讓各員工就合理懷疑作出舉報時可以有足夠的支援及保護
 - 每年舉辦中國傳統文化課程，鼓勵員工自我檢視，行善自律

- 監管部門**
- 透過公司律師了解最新法規要求，檢視合規情況
 - 與監管部門（如香港廉政公署）保持良好溝通，了解反貪資訊及企業可用資源（如餐飲業防貪務實指南）

- 商標/版權**
- 做好本身品牌商標註冊及維護工作，尊重他人商標註冊
 - 要求使用正版軟件，與正版軟件供應商保持良好溝通，制定合適企業方案



員工滿足

傳遞幸福





5. 員工滿足、傳遞幸福

餐飲業乃以人為本的行業，顧客及員工之忠誠度及信心是企業持續發展的關鍵。我們深信有幸福的員工才有快樂的顧客，我們透過完善到位的薪酬福利、安全便捷的工作環境、全面週到的配套安排、清晰明確的晉升機制及以人為本的培訓課程，致力把唐宮營造成為可讓員工幸福工作的地方。

5.1 多元就業 創造機會

集團嚴格遵守中國及香港兩地不同的勞工相關法規，包括《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《中華人民共和國社會保險法》、《工傷保險條例》及《僱傭條例》等，確保員工基本合法權益得以保障。集團亦與地方勞動相關部門保持良好溝通，從而瞭解相關法規之執行要求及更新，降低相關違規風險。

集團奉行多元及平等的人力資源政策，有完善的招聘、薪酬及晉升制度以保持人力市場上的競爭優勢。集團也定時檢視工時、假期及其他待遇情況，維護員工平等並反對不同形式的歧視行為，並設有舉報制度供員工報告懷疑不正當的行為。於本報告期內，集團未有出現違反童工及強制勞工相關準則的情況發生重大違規事件。

集團深明為餐飲業培養人才極為重要，自 2006 年開始於中國積極推行校企合作，發揮企業、學校各自優勢，準確把握企業用人需求，傾力培養餐飲業人才，實現企業、學校、學生的三贏。於 2017 年，唐宮與 21 所院校建立校企合作，成立唐宮班，為上千名實習生提供專業技能實習及職業晉升平台，帶教的學生人數多達 1,134 人。此外，唐宮也成為海南省海口旅遊職業學校「校企戰略合作單位」及浙江經貿職業技術發展理事會理事單位。

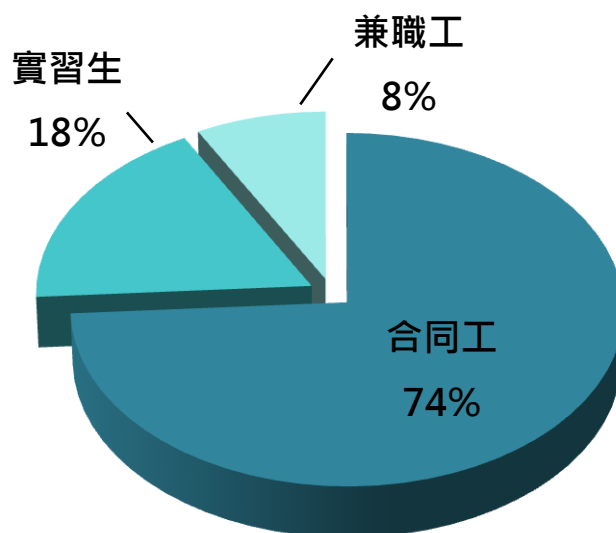
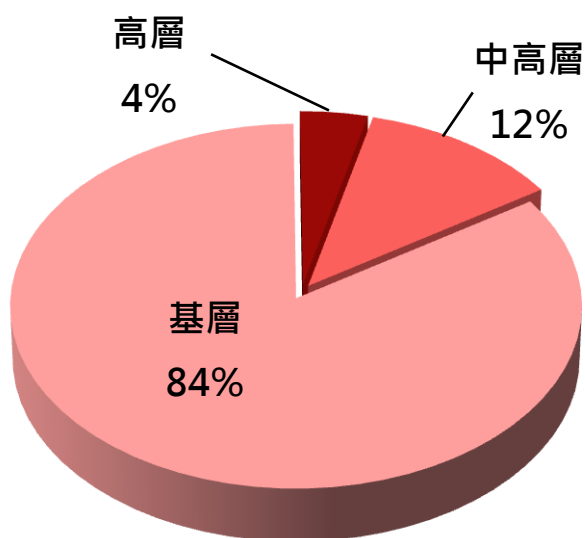
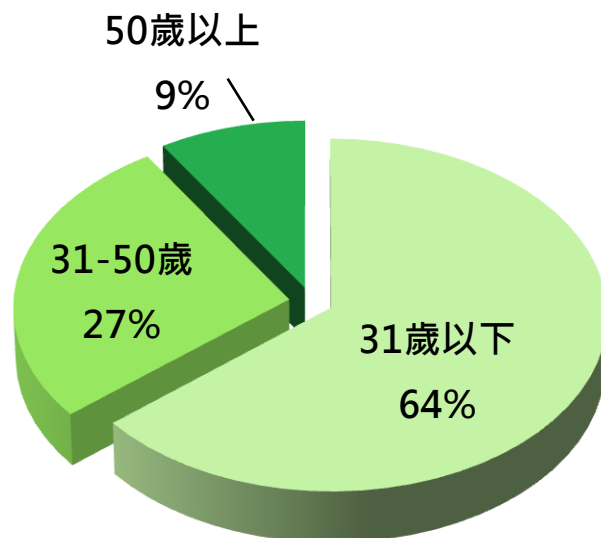
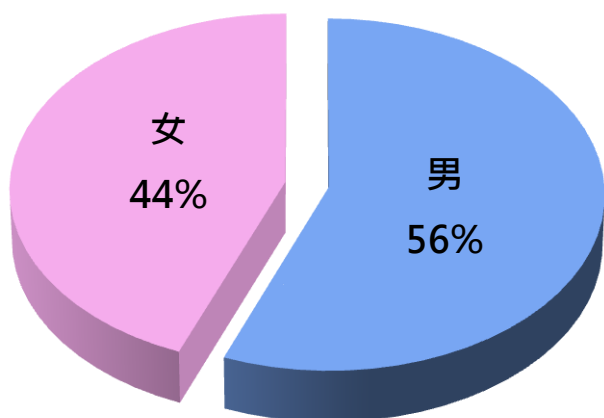




員工滿足、傳遞幸福

5.1 多元就業 創造機會 (續)

截至 2017 年 12 月 31 日，公司員工（包括中國及香港）總數約為 4,500 人，員工男女比例平均，接近 1 比 1。集團為年輕就業者提供大量工作及實習機會，員工當中超過 6 成為 31 歲以下，而實習生佔員工總數約 18%。





員工滿足、傳遞幸福

5.2 持續學習 激發潛能

作為學習型企業及人本管理企業，我們設立專責培訓部門安排公司內外不同型式及全方位的培訓並鼓勵員工終身學習，為集團的持續發展提供適合人才。集團於 2017 年報告期間總共安排了 1,138 堂培訓課程，涉及時數 1,796.5 小時，參與者達 27,488 人次。

	專業技能	管理技巧	文化生命	總計
培訓場/堂數	1,000	47	91	1,138
受訓人次(人次)	12,208	1,916	13,364	27,488
培訓時數(小時)	1,225.5	307.5	263.5	1,796.5

	高層	中層	基層	男性	女性
參加者(人次)	873	6,355	20,260	13,175	14,313
每名員工 平均受訓時間(小時)	54	143	162	133	185



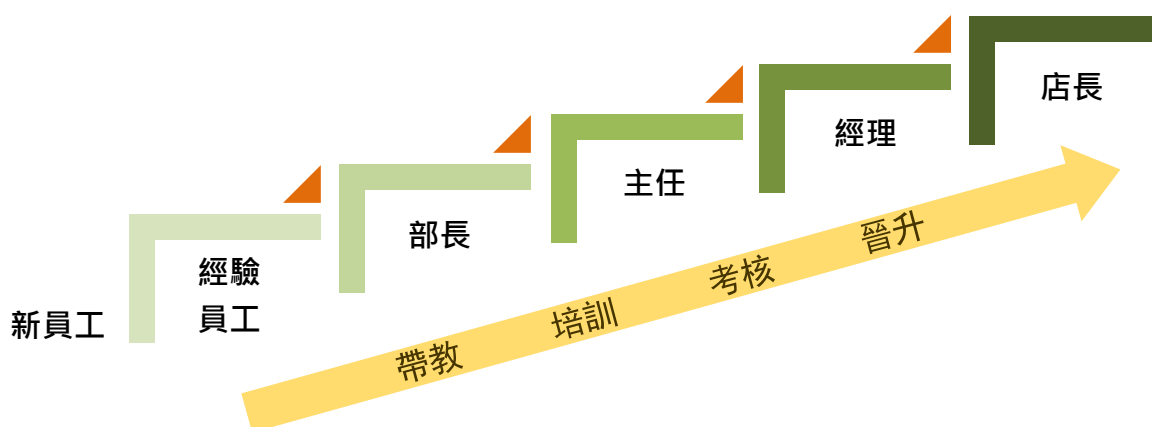


員工滿足、傳遞幸福

5.2 持續學習 激發潛能（續）

專業技能及管理

集團有完善的培訓系統及教練，新員工自入職起即會有 6 週的 1 對 1 帶教，協助員工能獨立展開工作。完成帶教及一定培訓時數後，表現良好，沒有負面記錄的員工均可參加晉升培訓（一般安排在入職後半年）。



晉升培訓包括了運作類、服務類、銷售類、管理類及個人素質 5 大類培訓課程，不但可為晉升作好準備，也可全方位提升員工綜合能力。人力資源部亦會在晉升考核後向員工反饋結果分析，令員工有進一步提升目標。





員工滿足、傳遞幸福

5.2 持續學習 激發潛能 (續)

文化學習及生命成長

貫徹「以盛唐文化為根」的使命，集團自 2013 年開始導入中國傳統文化之學習，透過學習中國傳統經典《弟子規》及《了凡四訓》，讓員工在個人心性上得以被薰陶，不少員工在家庭關係上、工作團隊合作上及個人言行素質上起了明顯的變化，並在生活各層面被受祝福（有個別員工成功戒煙或控制體重）。





員工滿足、傳遞幸福

5.3 五福臨門 身心安康

餐飲業作為高強度勞動工作之一，集團非常關注為僱員提供安全的工作環境及盡量降低職業性危害的風險，集團嚴格遵守中國及香港兩地有關勞工健康及安全的相關條例，包括《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》及《職業安全及健康條例》等。此外，集團之 5S 管理就工作環境亦有明確指引並定期進行內審檢視門店的執行情況。於 2017 年報告期內，集團並沒有發生因工作造成的重大工傷或死亡事故。

集團培訓部門會於每季度進行職業安全及健康培訓，所有新員工在入職後必須參加，了解在日常工作中如何降低勞損及意外受傷之風險。





員工滿足、傳遞幸福

5.4 人文關懷 回饋社會

貫徹「立幸福餐飲典範」的使命，集團推動員工從個人、家庭、社會、環境四方面進行人文關懷，回饋社會。

在個人方面，力行「我幫你」行動，鼓勵員工在工作中互相幫助；組織「日行一善愛心捐款」，援助罹患危疾的員工及其家人；舉辦各種傳統文化課程及比賽，例如：孝福之道學習大會、《弟子規》職業化訓練營、《了凡四訓》與智慧之道、職業幸福人生、《弟子規》文藝表演賽等等。





員工滿足、傳遞幸福

5.4 人文關懷 回饋社會 (續)

在家庭方面，舉辦各種活動，將孝親文化普及至員工家庭，例如：福慧少年營、念親恩生日會、感恩日、春節中秋節日賀禮、年度優秀員工感恩禮等等。





員工滿足、傳遞幸福

5.4 人文關懷 回饋社會 (續)

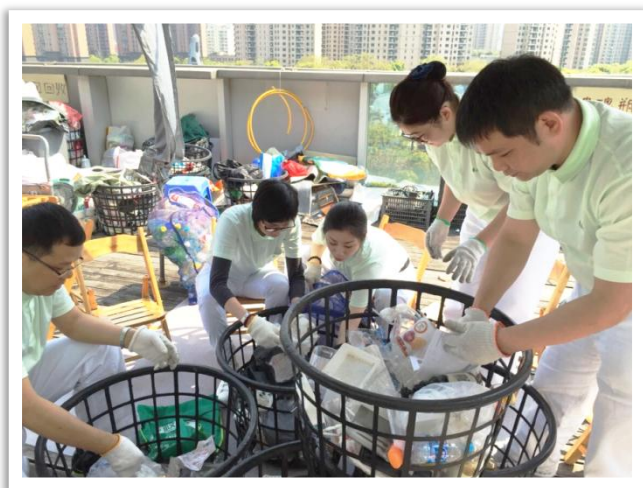
在社會方面，集團贊助慈善百萬行，成立「日行一善義工團」，組織不同類型的慈善和義工活動，例如：探訪老人院、捐贈寒衣、環保站垃圾分類、惜福屋服務、參與行孝音樂手語劇等等。





員工滿足、傳遞幸福

5.4 人文關懷 回饋社會 (續)



在環境方面，集團參與環保減碳，與「低碳亞洲」合作進行碳排放盤查；支持綠色素食，推出素食菜牌、舉辦素食日、舉辦公益素食烹飪班、參與 111 世界蔬醒日連署；組織參與植樹、參觀環保教育站等。





6. 展望

2017 年為集團成立 25 週年的重要里程碑，透過一系列回顧整合工作，務求總結經驗去蕪存菁，期望在因科技發展影響而急速轉變的餐飲市場中，做好持續發展的充分準備。



新科技的應用令傳統餐飲變得更快（電子點菜及新式支付平臺提升業務流轉速度）、更廣（網上銷售更易接觸不同客源）、更精（資訊氾濫需要更精緻出品才可更受客人注目）。然而我們仍需持守傳統餐飲對品質及服務的堅持，本報告的編制，讓我們再一次檢視在內部管治及社會責任上的工作情況並積極完善。

我們將一如既往，透過源頭監控及嚴謹製作流程為食物的安全及質量把好關，努力做到不是精品不見客！透過全方位的員工培訓為客人提供有速度、有態度及有溫度的服務；透過創新設備及教育提倡，令業務運作更具效益，做到節能減排，並加強員工及客人珍惜資源、減少浪費的環保意識。

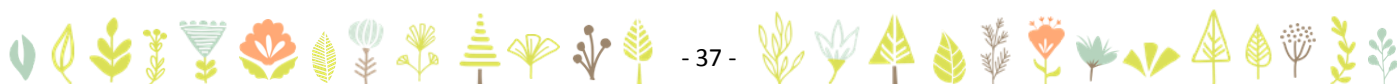
唐宮人勤奮、務實和感恩，深耕細作的作風調和出唐宮獨有醇厚的味道。面對 2018 年的持續轉化的餐飲市場，我們「從心出發，不忘初心，砥礪前行」，不斷自我檢視並向同業友好互相學習，努力承傳中國飲食文化，提升營運效益受管治水平及持續履行社會責任，為顧客、員工、股東及社區等利益相關方創造更大價值，以「愛」及「美食」傳遞幸福！





7.ESG指標索引

報告相關披露指引	相關披露內容描述	披露要求	披露情況	報告相關位置
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。 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。 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。 有害廢棄物指國家規例所界定者。	不遵守 就解釋	披露	P.14
層面A1： 排放物	指標A1.1 - 排放物種類及相關排放數據	不遵守 就解釋	披露	P.14
層面A1： 排放物	指標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）	不遵守 就解釋	披露	P.14
層面A1： 排放物	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）	不遵守 就解釋	披露	P.16
層面A1： 排放物	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）	不遵守 就解釋	披露	P.16
層面A1： 排放物	指標 A1.5 - 描述減低排放量的措施及所得成果	不遵守 就解釋	披露	P.14,15
層面A1： 排放物	指標 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	不遵守 就解釋	披露	P.16,17
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。	不遵守 就解釋	披露	P.18,19
層面A2： 資源使用	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）	不遵守 就解釋	披露	P.18
層面A2： 資源使用	指標 A2.2 - 總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）	不遵守 就解釋	披露	P.19
層面A2： 資源使用	指標 A2.3 - 描述能源使用效益計劃及所得成果	不遵守 就解釋	披露	P.18,20
層面A2： 資源使用	指標 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	不遵守 就解釋	披露	P.19
層面A2： 資源使用	指標 A2.5 - 製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位估量	不遵守 就解釋	披露	P.17
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	不遵守 就解釋	披露	P.14-20
層面A3： 環境及天然資源	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	不遵守 就解釋	披露	P.14-20





ESG指標索引

報告相關披露指引	相關披露內容描述	披露要求	披露情況	報告相關位置
層面B1： 僱傭	<u>一般披露</u> 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	不遵守 就解釋	披露	P.26
層面B1： 僱傭	<u>指標</u> B1.1 - 按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數	建議 披露	披露	P.27
層面B1： 僱傭	<u>指標</u> B1.2 - 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	建議 披露	暫未 披露	-
層面B2： 健康與安全	<u>一般披露</u> 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	不遵守 就解釋	披露	P.31
層面B2： 健康與安全	<u>指標</u> B2.1 - 因工作關係而死亡的人數及比率	建議 披露	披露	P.31
層面B2： 健康與安全	<u>指標</u> B2.2 - 因工傷損失工作日數	建議 披露	暫未 披露	-
層面B2： 健康與安全	<u>指標</u> 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。	建議 披露	披露	P.31
層面B3： 發展及培訓	<u>一般披露</u> 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。	不遵守 就解釋	披露	P.28, 29
層面B3： 發展及培訓	<u>指標</u> 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	建議 披露	暫未 披露	-
層面B3： 發展及培訓	<u>指標</u> 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	建議 披露	披露	P.28
層面B4： 勞工準則	<u>一般披露</u> 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	不遵守 就解釋	披露	P.26
層面B4： 勞工準則	<u>指標</u> B4.1 - 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工	建議 披露	披露	P.26
層面B4： 勞工準則	<u>指標</u> B4.2 - 描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟	建議 披露	披露	P.26
層面B5： 供應鏈管理	<u>一般披露</u> 管理供應鏈的環境及社會風險政策	不遵守 就解釋	披露	P.22
層面B5： 供應鏈管理	<u>指標</u> B5.1 - 按地區劃分的供應商數目	建議 披露	披露	P.22
層面B5： 供應鏈管理	<u>指標</u> 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	建議 披露	披露	P.22



ESG指標索引

報告相關披露指引	相關披露內容描述	披露要求	披露情況	報告相關位置
層面B6： 產品責任	<u>一般披露</u> 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	不遵守 就解釋	披露	P.23
層面B6： 產品責任	<u>指標</u> 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	建議 披露	披露	P.23
層面B6： 產品責任	<u>指標</u> B6.2 - 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法	建議 披露	披露	P.23
層面B6： 產品責任	<u>指標</u> B6.3 - 描述與維護及保障知識產權有關的慣例	建議 披露	披露	P.24
層面B6： 產品責任	<u>指標</u> B6.4 - 描述質量檢定過程及產品回收程序	建議 披露	披露	P.23
層面B6： 產品責任	<u>指標</u> 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	建議 披露	披露	P.24
層面B7： 反貪污	<u>一般披露</u> 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	不遵守 就解釋	披露	P.24
層面B7： 反貪污	<u>指標</u> 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	建議 披露	披露	P.24
層面B7： 反貪污	<u>指標</u> B7.2 - 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法	建議 披露	披露	P.24
層面B8： 社區投資	<u>一般披露</u> 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	不遵守 就解釋	披露	P.32
層面B8： 社區投資	<u>指標</u> 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）	建議 披露	披露	P.32
層面B8： 社區投資	<u>指標</u> B8.2 - 在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）	建議 披露	披露	P.32

感謝您閱讀《唐宮環境、社會及管治報告》，為便本報告內容更臻完善並為各持份者提供更有價值信息，並提升唐宮履行企業社會責任的水平，我們歡迎您透過電郵或郵寄方式對本報告內容提出意見。

我們地址為：香港九龍尖沙咀科學館道一號康宏廣場南座10樓1003室，電郵：report@tanggong.cn

