



唐宮(中國)控股有限公司

TANG PALACE (CHINA) HOLDINGS LIMITED

(Incorporated in the Cayman Islands with limited liability)

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

Stock Code 股份代號: 1181

唐宮
Tang Palace

HONG KONG
TANG PALACE
FOOD & BEVERAGE
GROUP

香港唐宮飲食集團



2018

環境、社會及管治報告

目錄

引言	03		
1. 報告說明	04	5. 社會責任	29
2. 有關唐宮	06	5.1 尊重員工，用人唯才	30
2.1 集團簡介	07	5.2 多元培訓，儲備人才	32
2.2 唐宮使命及價值	07	5.3 人文關懷，回饋社會	36
2.3 獎項殊榮	08	6. 相關法律法規	38
2.4 唐宮可持續發展	09	7. 展望	39
2.5 利益相關方溝通	12	8. ESG 指標索引	40
2.6 各議題重要性分析	13		
3. 環保責任	14		
3.1 碳排放物相關數據	15		
3.2 資源耗用相關數據	15		
3.3 各項環保策略措施	16		
4. 經營責任	21		
4.1 優質出品，安心享受	23		
4.2 用心服務，感動顧客	27		
4.3 合規經營，廉潔透明	28		



引言

本集團於二零一八年年報中以「定長遠持續發展策略 抱使命傳承工匠精神」為集團總結了本年度的工作。近年中國內地的急速發展使餐飲市場面對各項巨大的挑戰，從國家政策的逐步完善到商界自發的提高企業管治，企業於承擔社會責任方面越來越受到重視。集團一直堅持初衷，深信要成為百年國際品牌必須透過良好的核心價值及經營理念進而落實至管理、操作制度，而我們亦特別關注食品安全、環保、環境安全、服務等管理政策。

食品安全在近年成為業界首要關注目標，隨著國家於 2018 年內修訂執行針對食品安全的操作規範，集團也適時檢視現有管理制度並且特別建構其獨立管理體系，務求更清晰細化的專責把控，同時透過多年持續管理供應鏈，包括內部標準系統評估供應商，確保其合規性及質量、內部定期檢測保持食品的高規格水平，也透過完善的採購系統讓集團從源頭管控食材、從流程把控質量、從審核監察提升水準。集團於本年度深化提升環境保護的細緻管理措施，從營運流程著手，由研發、製作、包裝到銷售服務等逐一深化管理，同時透過不斷引進、更新廚房設備、煮食設備節能減排，甚至於新店廚房設計上亦以環保考量適當地進行規劃。整體系統性的維護均為達到體現「匠心·安心·用心」的目標。

企業持續發展及社會的推動均依靠人才，我們的社會責任從關顧好內部顧客開始，再推廣至外部顧客。我們深信只有幸福的員工才会有滿意的顧客，我們亦相信員工及顧客的身心健康是社會及企業「永續承傳」的關鍵。我們藉著體制實踐唐宮的經營理念及價值觀，本年度我們除了持續優化培訓人才的制度，透過滲透性增加不同職級部門等的各種身心培訓，讓員工加強自我提升能力外，也完善細化不同職級的領袖培訓、晉升考核制度，讓員工於工作中持續獲得提升。我們同時關懷員工的心靈健康，透過努力推廣國學的正念文化不間斷為「傳遞幸福」努力，希望培養員工的「利他」精神，從根本讓員工互助互愛，推己及人地服務顧客。

超過 10 年的校企合作、27 年不斷精進的技巧心靈兼顧培訓機制、持續完善的薪酬晉升制度，以及致力推動企業及社會關愛的努力為唐宮孕育、栽培及感染了無數員工，亦讓唐宮人帶著使命繼續貢獻社會。



報告說明



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 2018 年 1 月 1 日至 2018 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)、東部地區(上海/蘇州/杭州)、南部地區(深圳/東莞)及西部地區(成都)，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。

有關唐宮



有關唐宮

2.1 集團簡介

公司成立地：開曼群島註冊，2011 年於香港聯合交易所上市，
股份代號 1181

業務：餐廳營運及食品生產

主要經營地區：北京、成都、上海、深圳、香港

自營品牌：唐宮、唐宮海鮮舫、唐宮壹號、唐宮小聚、唐宮茶點、忍者居(日本料理)

合營品牌：金爸爸、本家、唐點小聚、馬旺子

特許經營品牌：胡椒廚房

截至 2018 年 12 月 31 日門店數目：59 家自營餐廳及 8 家合營餐廳



2.2 唐宮使命及價值

集團秉承「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」的**使命**，堅守「孝悌仁愛，感恩謙德，誠信利他，精進創新，正念傳承，五福人生」的**核心價值觀**，在不同持份者和範疇中貫徹實踐「用心做事，利他經營，傳遞幸福」的**經營理念**。



唐宮

唐宮 延續大唐盛世之文化
唐宮 傳承中華美食之殿堂

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

核心價值觀

孝悌仁愛 感恩謙德
誠信利他 精進創新
正念傳承 五福人生

經營理念

利他經營
用心做事
傳遞幸福

2. 有關唐宮

2.3 獎項殊榮

唐宮一直致力於建立良好品牌形象，務求獲得客戶、業務伙伴及大眾的信任，在集團各員工的盡心經營下，唐宮在 2018 年度獲取不同的獎項殊榮並部份載列如下，我們將繼續努力爭取各界認同，為我們的持份者作出貢獻。

實力規模

機構	殊榮
香港信報	上市公司卓越大獎 2018
福布斯中國	2018 十大中國上市公司女 CEO
中國烹飪協會	2018 年度中國餐飲百強企業
中國烹飪協會	2018 年度中國餐飲五百強門店

企業信用

機構	殊榮
中國商業聯合會	AAA 企業信用等級
携程商旅	創新合作夥伴獎
深圳市商業聯合會	深圳老字號

品牌認受

機構	殊榮
TimeOut 上海	2018 年新生活大賞 - 年度粵菜餐廳 - 年度茶點
人氣餐廳 Top 100 Best Choice Award	2018 上海美食攻略 Top 100 餐廳大賞
四川電視台《四川味道》	2018 年度舌尖上的四川
成都 YOUNG 榜	2018 年度人氣餐飲品牌
開飯喇 (OpenRice)	最優秀開飯熱店大賞 2018 - 最優秀開飯廣東菜館 - 最優秀中西區開飯熱店
貓途鷹 (Tripadvisor)	卓越獎 2018
大眾點評	年度好評商戶 2018



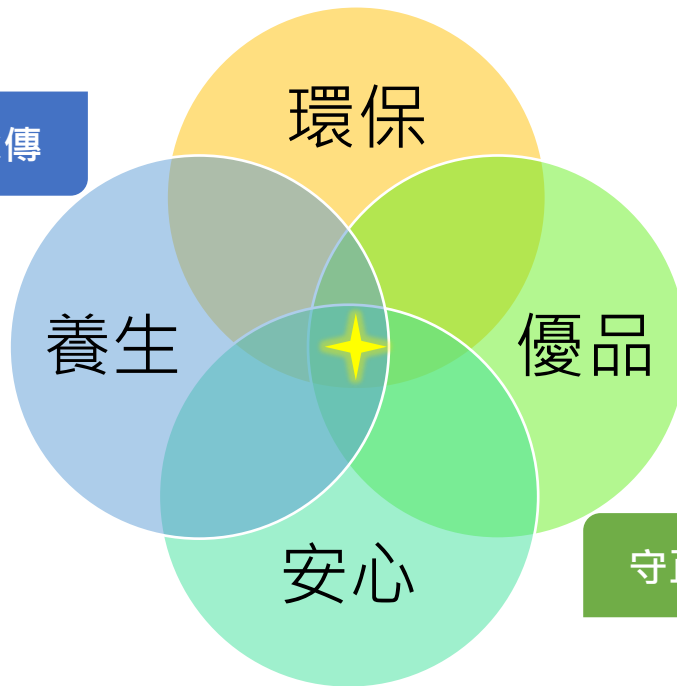
2.4 唐宮可持續發展

為使唐宮成為「百年國際品牌」，我們透過持守核心價值觀及經營理念，為企業打造精進創新、誠信合規、感恩正向的風氣。面對不時轉變及充滿競爭的市場，「環保·優品·安心·養生」正是唐宮回應在「環境、社會及管治」層面上的關鍵詞。



愛護萬物，珍惜資源

健康正面，永續承傳



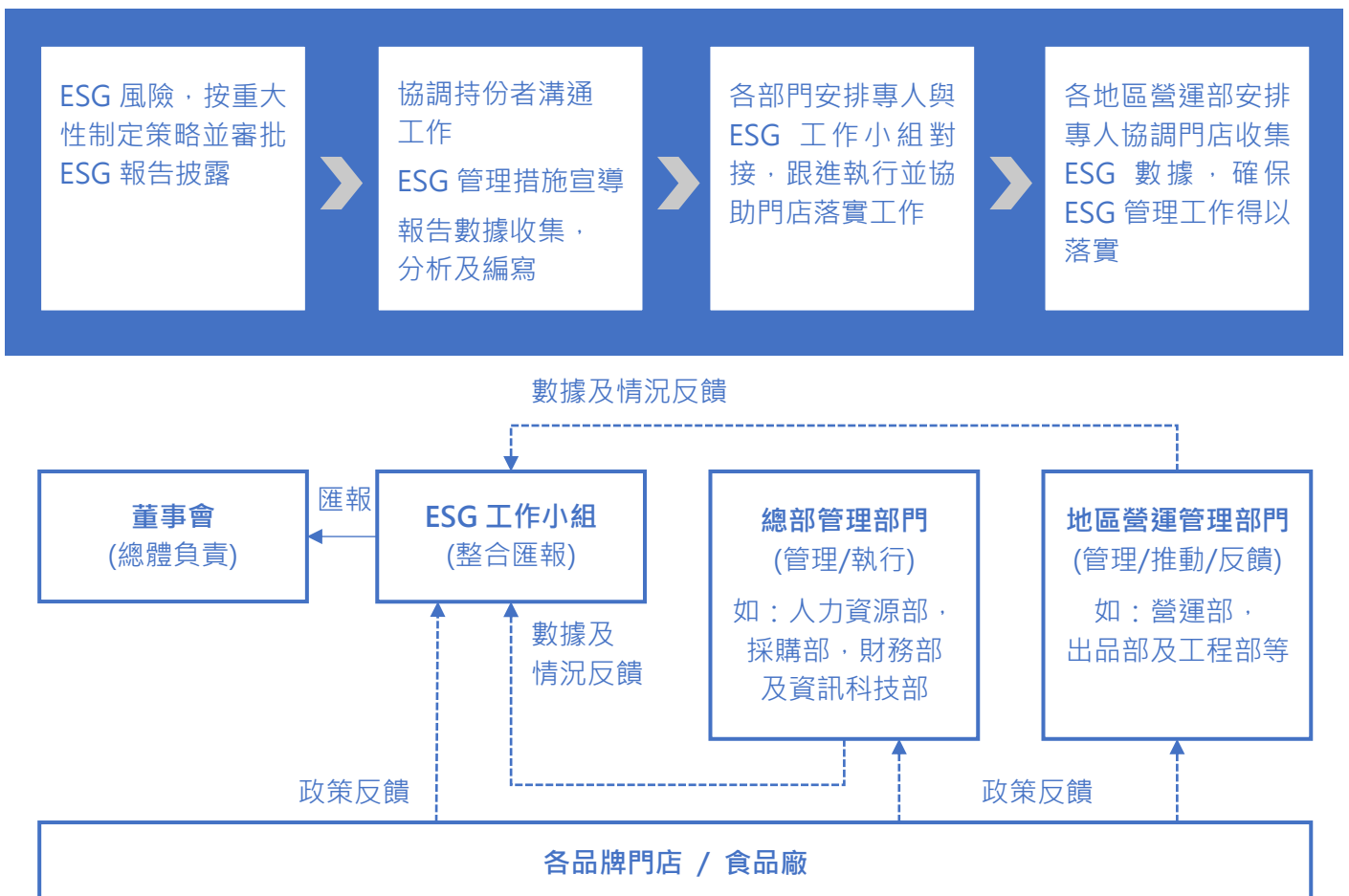
守正出奇，精益求精

堅守誠信，合規營商

2. 有關唐宮

2.4.1 可持續發展小組 (ESG 工作小組) 架構分工

唐宮董事會負責審議重大 ESG 議題，並對 ESG 報告整體披露負責，透過在總部設置的 ESG 工作小組，宣導集團制定之 ESG 策略，並梳理整合各營運區的 ESG 相關工作並收集相關數據及資料。ESG 工作小組同時了解各營運及管理部門之日常工作，與專責人員檢討 ESG 管理工作之執行情況，並反饋董事會以協助不時更新 ESG 風險之評估。



2.4.2 環境資源及安全管理體系

集團於 2009 年在早年引入之五常法管理的基礎上，實施源全學會之環境資源及安全管理體系（「ERS 體系」），每年定期為集團旗下門店進行審核，確保其持續符合 ERS 體系的要求。

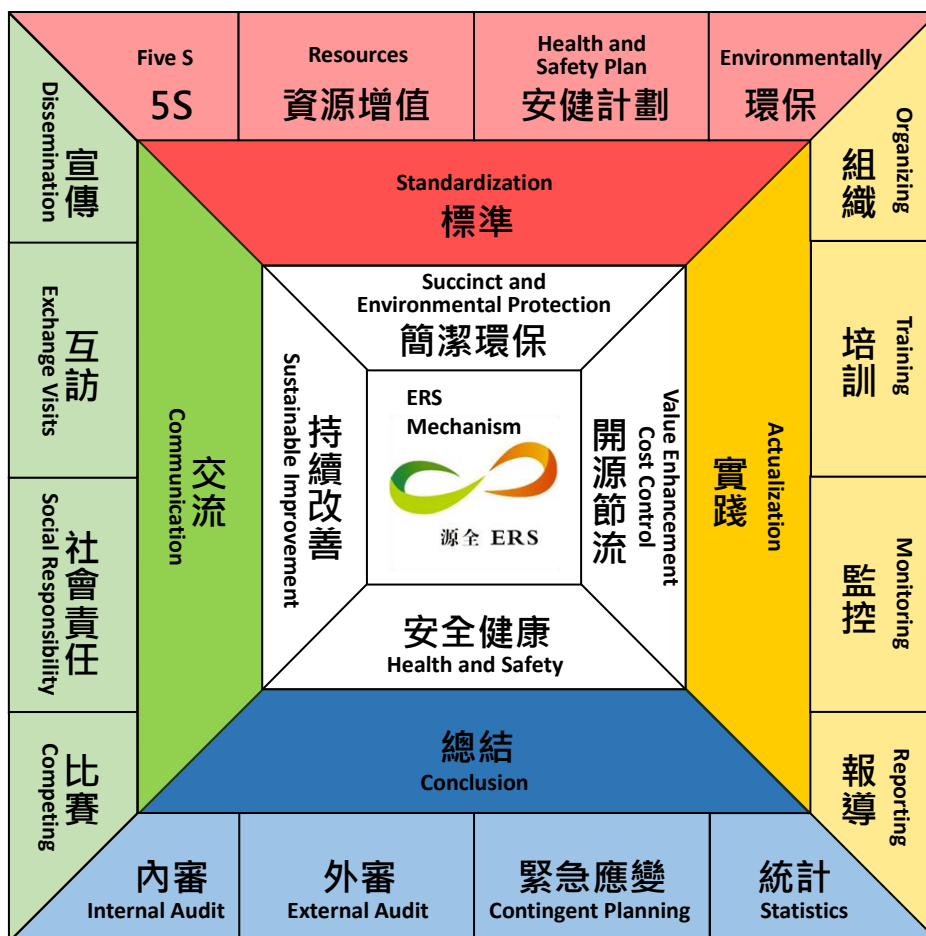
「ERS 體系」負責部門在各重大管理議題上，如食品安全、衛生整潔及職業安全上與 ESG 小組彼此配合工作並資源共享，務求令所辨識的 ESG 議題在現有管理體系下有完善的執行配套（如門店巡視及培訓文件等）。

Environment Resources and Safety Management Mechanism

環境資源及安全管理體系

Extracted from ERS Institute, 5S Mechanism

（取自源全學院·源全 5S 系統）



2. 有關唐宮

2.5 利益相關方溝通

集團藉持續、及時與多元化的溝通渠道，期望各持份者的訴求可獲充分關注，我們將不時更新各溝通渠道的有效性，令有關溝通工作可更完善平衡，從而提升本集團的可持續發展策略及相關工作的全面性。



各持份者之溝通及關注議題

各持份者(利益相關方)	溝通渠道	關注議題 / 期望
政府及監管機構	日常溝通 實地巡查 信息報送 政策座談會/調研	合規經營 (食品安全 / 環保法規) 有效內部控制及風險管理
投資者	定期信息披露 股東大會 日常溝通 官方網站 / 電郵	穩健業績及派息 持續增長 廉潔透明營運
消費者	客服熱線 門店服務溝通 官方電郵 網上平台	食品安全 高效優良服務 產品多元健康 高性價比出品
自然環境	環境信息披露 相關團體倡議 相關條例更新	節能減排 減少垃圾及浪費 節約資源 / 能源耗用 垃圾分類
員工	勞動合同 培訓交流 績效管理 定期會議 公司內部微信	保障員工合法權益 有競爭力的薪酬福利 平等就業 成長學習機會
供應商 / 合作夥伴	供應商評估 合同協議 實地考察	公平採購、誠信履約 保障食品質量及安全 支持地方採購
社區團體	社區活動 / 服務	安全合規經營 社區公益 / 和諧


2.6 各議題重要性分析

		(關鍵性) 6... 5... 4... 3... 2... 1 (較不重要)	
		利益相關者 (持份者)	本集團
		重要性	重要性
環境 責任	1. 節能減排措施 / 管理	4	4
	2. 減少浪費水資源	4	4
	3. 油煙排放管理	4	4
	4. 有害 / 無害廢棄物處理	5	4
	5. 產品包裝 / 外賣配件 / 減塑	4	4
	6. 對杜絕浪費食品的宣傳	5	4
	7. 公司參加環保活動	2	3
營運 責任	8. 食品研發及品質	✓ 重大議題	5
	9. 食品安全	✦ 關鍵議題	6
	10. 供應商管理		4
	11. 客戶服務	✦ 關鍵議題	5
	12. 公司管治 / 制度		4
	13. 廉潔誠信	✓ 重大議題	5
	14. 推廣及市場行銷管理		4
勞工 責任	15. 員工職業健康 / 環境安全	✓ 重大議題	5
	16. 員工權益保障		4
	17. 員工培訓 / 發展		4
社會 責任	18. 推動行業發展		3
	19. 參與公益慈善 / 社區關懷		4
	20. 利益相關者溝通		5

本集團經充分考慮行業特性及長遠發展策略，並透過檢討過往 ESG 工作及與不同持份者溝通，得出以上重要性分析，當中食品安全及客戶服務水準持續為眾多議題中最受關注。

此外，食品研發及品質、廉潔誠信及員工職業健康 / 環境安全亦同樣為本集團特別重視的項目。本集團的高級管理層已對識別的重要性議題進行審視和核實，並確定本報告的重點披露議題。

環保責任



現時無論在國家政策及社會大眾意識對環境保護的訴求均日益提升，我們深信企業就各方面環境議題的積極關注並具體實踐於日常業務運作中對於企業的可持續發展致關重要。集團董事及決策層也將環保定為品牌定位的其中一個重要元素，務求提升各員工及客戶「愛護萬物，珍惜資源」的意識。

環保責任

3.1 碳排放物相關數據

溫室氣體排放	排放源	單位	排放量
二氧化碳當量	直接排放 - 擁有或控制的設備和車輛所使用的化石燃料, 以及制冷劑 (主要用於冰箱) 的逸散性排放	公噸	10,083
	能源間接排放 - 購入的電力及熱力	公噸	14,020
	其他間接排放 - 飛機商務航程	公噸	118

總排放：24,221 公噸二氧化碳當量

密度：0.02 公噸 (即 20 公斤二氧化碳當量) / 千元人民幣收益

廢氣類別	排放源	單位	排放量
硫氧化物	燃油車輛及煮食爐具	千克	66
氮氧化物	燃油車輛及煮食爐具	千克	7,924
顆粒物	燃油車輛及煮食爐具	千克	151

廢棄物	來源	單位	重量	總重量	密度
無害廢棄物	餐廚垃圾	公噸	4,031	6,017 公噸	4.9 公斤 / 千元人民幣收益
	其他垃圾	公噸	1,399		
	可回收垃圾	公噸	522		
	廢油	公噸	65		
有害廢棄物	含化學物質的清潔劑及滅蟲劑容器	公噸		29 公噸	0.023 公斤 / 千元人民幣收益

3.2 資源耗用相關數據

資源耗用	來源	單位	重量 / 用量	總重量 / 用量	密度
包裝物料	內部醬料	公噸	7.9	187.5 公噸	0.2 公斤 / 千元人民幣收益
	成品外賣	公噸	89.7		
	年糕 / 糰	公噸	22.2		
	月餅	公噸	67.7		
能源/水 使用	直接能源 - 汽油	吉焦耳	1,431	76,212 兆瓦時等值	0.061 兆瓦時等值 / 千元人民幣收益
		兆瓦時等值	398		
	直接能源 - 柴油	吉焦耳	956		
		兆瓦時等值	266		
	直接能源 - 天然氣	吉焦耳	188,672		
		兆瓦時等值	52,409		
	間接能源 - 外購熱力	吉焦耳	1,598		
	兆瓦時等值	444			
	間接能源 - 外購電力	兆瓦時	22,695		
水資源		立方米		682,847 立方米	0.55 立方米 / 千元人民幣收益

3. 環保責任

3.3 各項環保策略措施

傳統中式餐飲在烹煮過程會產生巨大能源消耗，而當中對食材的需求（如肉類及海產）也會對自然環境產生不同程度的影響，此外現代科技也令餐飲服務走上互聯網絡，令外賣包裝的需求大幅提高。面對行業特性及市場轉變，我們必須採取積極控制措施，減少業務對自然環境的影響，針對以下不同環境管理目標，我們採取以下策略措施：

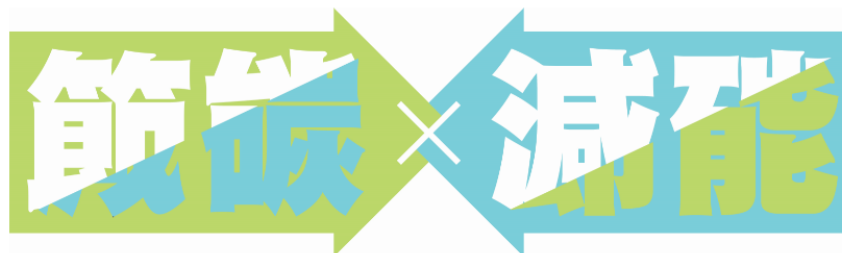
策略措施	目標	控制溫室氣體及廢氣排放	減少廢棄物產生，並妥善處理	更有效能源使用	控制業務對資源耗用及環境之影響
使用節能設備		★		★	★
減少營運中的浪費			★	★	★
簡約包裝			★	★	★
產品研發		★	★		★
內部宣導		★	★	★	★
對外倡議		★	★		★

3.3.1 使用節能設備

餐飲業大部份能源消耗均集中在廚房的運作，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，並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。

此外，環保節能為唐宮提倡清涼廚房概念中的一個核心部份，當中我們希望透過有效使用節能設備達致以下目標：

- 1) 利用蒸汽與冷氣回收循環再用，提高能源效率
- 2) 使用環保節能設備，降低噪音與能源損耗，提高安全性
- 3) 使用節約用水設備，減少污水排放，推動環保



以下為一些節能減排設備的應用例子：

熱能回收轉換熱水設備，將熱能進行回收利用，回收轉化為熱水供粗加工及餐具清洗，溫度可達 60°C-80°C。同時降低洗碗機高功率用電，粗加工減少 1 台開水器。

案例分享：

北京區三家位於酒店的門店早前向物業管理購買熱水，自 2018 年安裝**熱能回收設備**後相繼停止向酒店購買熱水，對比 2017 年用水量，三店於 2018 年合共減少額外熱水 1,932 噸。



冰箱排風罩，冰箱頂設置獨立排風口，排走壓縮機散發出的熱氣，延長冰箱使用年限及降低廚房溫度從而減少空調的能源消耗。

此外，我們也開始在新店將明火爐轉為節能環保無噪音的**電磁爐**（加熱相同體積水，電磁爐可以節約 20 分鐘左右。），同時可幫助降低廚房溫度及減少了火災發生的安全隱患。

3. 環保責任

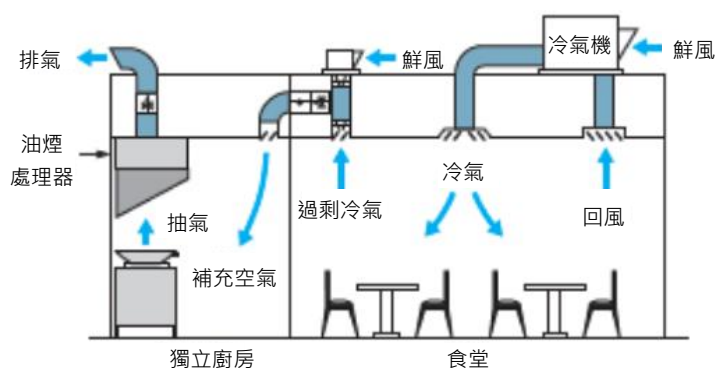
關於水資源管理，2018 年開始我們在新開的門店廚房內均安裝節水閥，炒鍋用水量較大，使用節水閥後可節省水費（爐台節水閥平均可節水約 45%）、排污費，可減少污水排放，保護大自然環境。此外，透過熱能回收轉換熱水設備也可以一定程度減少水資源的消耗。此外，我們也在新開的門店增加使用紅外線感應式水龍頭的比例，並不時檢查門店水龍頭的出水量及立即維修出現滴水的水龍頭，減少水資源流失。

於報告期間，本集團在取得用水上並沒出現問題，也未有發生供水不穩的情況。然而我們意識到水資源管理問題持續為國家重要的環保議題，根據環保組織綠色和平（Greenpeace）2018 年 11 月 20 日發佈的一份報告顯示，中國西部的冰川最近幾十年來加速融化，中國 1/5 的冰川已經消失。中國約 8 成的水在南方，而本集團大部份的營運地點在北京及上海等華中華北等地，因此水資源短缺問題會是集團的隱患。我們會密切留意各地的供水情況，同時做好企業本身的資源管理，並從各方管道（如定期營運會議、文化課堂）提醒集團上下珍惜用水的重要性。



佈局設置

廚房配有空調設備，在不增加空調系統的製冷能力下，鮮風系統是採用循環回收走道多餘空調，變成冷鮮風引入廚房區域進行降溫，減少廚房空調使用率，環保節能。



另外，透過鮮風空調合理設置，一方面改變以往鮮風直吹廚師頭上的情況，關注廚師的職安健，另外也令炒鍋前的鮮風不被排風抽走，保持空間恒溫，達至清涼廚房效果，減低對空調的負荷。

3.3.2 減少營運中的浪費

我們響應地方政府及環保組織的要求，盡量不提供一次性餐具，我們在日常的營運會議中亦不時提醒員工減少營運中的浪費，包括效果不明顯的擺碟裝飾(如乾冰伴碟)，飲品銷售過程的浪費及因大意造成餐具損耗等。

3.3.3 簡約包裝

集團市場部在設計各產品的包裝時，會優先採用簡約、輕便、易分解及可循環再用的設計方案，務求在減少因產品銷售或外賣包裝而產生的廢棄物同時，也把愛護大自然的訊息傳遞給我們的客戶。

唐宮糉子禮袋

外層無紡布、
裡層錫箔珍珠棉保溫層，
可重用，綠色提倡環保生活。



唐宮杏香餅

禮盒以白卡紙彩印，
手袋用白色牛皮紙，
簡約、輕便、易分解。



唐宮盆菜禮盒

外盒材質以簡裝灰卡紙板，
輕便、易分解，棄置時可壓扁。
盆子以優質不銹鋼製造，鼓勵再用。



唐宮年菜禮盒

外層無紡布、
裡層錫箔珍珠棉保溫層，可重用，
產品單包裝以便自由配搭，避免浪費。



3. 環保責任

3.3.4 產品研發

我們在設置菜式時會加入天然養生元素，多研發健康有益的疏類菜式，減少對肉類食材的過份依賴(牲畜養殖過程會產生大量碳排放)，另外善用不同食材的邊角料，務求充分使用食材資源。此外，個別地區出品管理人員正積極研究不向客人主動銷售、或停售影響生態的食材 (如魚翅、個別魚類)，希望為環境多作貢獻。

3.3.5 內部宣導

我們透過不同的場合及環境向員工宣導珍惜資源及減少浪費的意識，以下為部份例子：

- 1) 文化課堂提倡感恩大自然的資源及反思食物得來不易
- 2) 員工飯堂張貼珍惜食物的標語
- 3) 獎勵在環保節能上有創新提議的門店
- 4) 定時門店巡視，如發現不符營運效益的事宜給予及時跟進

3.3.6 對外倡議

我們會教導員工在替客人點菜時進行合適配搭建議，避免過度點菜造成浪費。另在餐廳個別當眼位置也會張貼珍惜食物的標語。另外，地區營運管理也正積極研究不同環保組織的提倡，在門店推行「減塑」及「走塑」的活動，及響應「熄燈 1 小時活動」活動，並計劃於 2019 年在個別門店試行。



經營責任



「優品，安心」

為唐宮品牌定位的兩大元素，

正正反映出品及服務是所有餐飲從業成功關鍵。

4. 經營責任

經營責任

食品安全是每位餐飲從業者的最基本責任，也是眾多管理議題的重中之重，近年來國家對相關規管日益嚴格，要求的標準也越加仔細。於2018年6月22日國家市場監總局修訂發布了《餐飲服務食品安全操作規範》，並於2018年10月1日起實施，標誌了國家的食品安全管理工作進入了一個新里程。

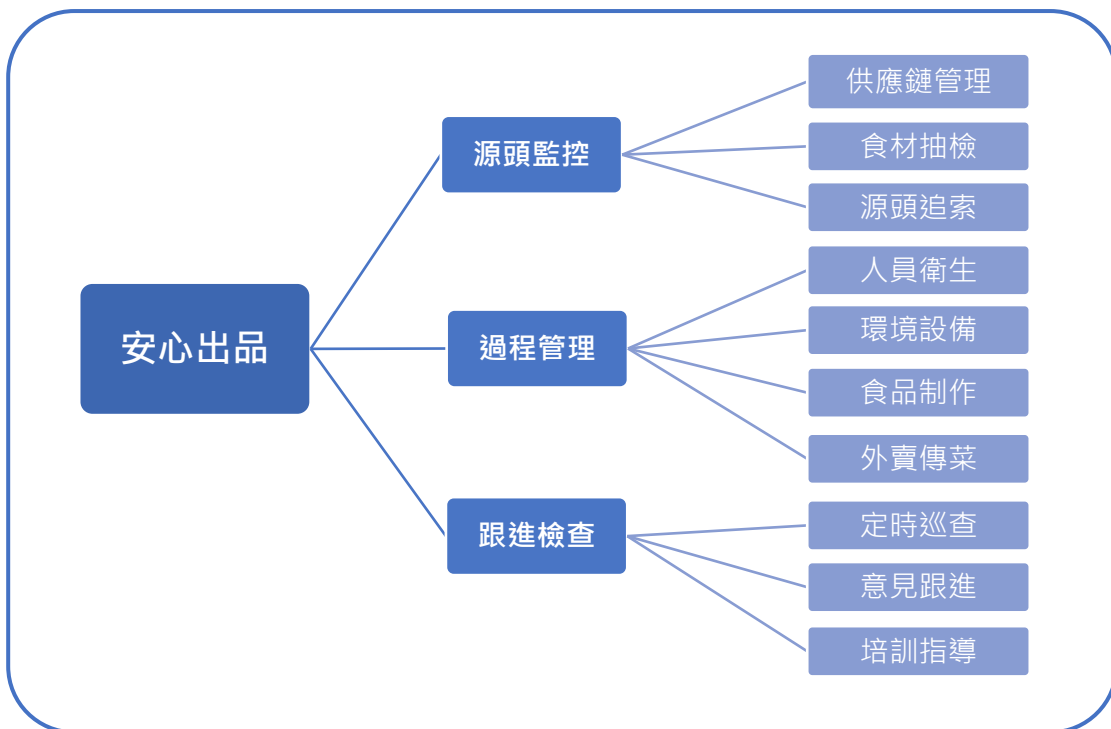


此外，近年來，適應「互聯網+」飛速發展，為加強網絡餐飲服務食品安全監督管理，2018年1月1日起正式實施《網絡餐飲服務安全監督管理辦法》。

4.1 優質出品，安心享受

為更完善推行集團食品安全管理工作，集團在現有 ERS 體系中把食品安全相關管理工作獨立抽出，建立更明確分工的食品安全管理架構，務求上下連動的做好食品安全把關工作。

我們希望藉管理系統的進一步提升，對整個企業價值鏈進行針對性規管（從食材源頭監控，制作流程、環境、人員，服務到個案跟進及定時培訓及檢查），更完善有效做好食品安全的合規工作，同時全面加強全集團員工就食品安全管理的關注度，務求杜絕食品安全事故。於報告期間，沒有發生就違反產品責任相關法規的重大事故及因安全問題需要回收之食品。



食品安全管理架構		
集團環境及 食品安全委員會	地區監控小組	門店執行小組
- 政策，制度 - 培訓方向 - 危機處理	- 組織安全檢查 - 安排培訓 - 事故排查	- 跟進執行具體工作 - 工作自查 - 報告反饋

4. 經營責任

4.1.1 供應鏈管理



一年一度供應商評估，表揚具有規模，在供貨質量、穩定性及服務水平平均表現優秀的供應商，並保持與供應商的良好互信關係。

供應商引入系統

(明確審批流程，杜絕不合資質的供應商)

源頭考察

(確保食材質量，追索源頭)

供應鏈管理

門店進銷存管理

(嚴格遵守檢疫索源要求)

供應商評估

(與優質供應商良性互動)

為讓客人品嚐合時優質食材，集團出品及採購負責人不時到生產源頭視察選購農產品，圖為雲南野生菌場地及急凍蝦仁生產場所的現場視察情況。



集團現時有供應商約 470 個，北部地區（北京）約有 70 個、東部地區（包括上海/蘇州/杭州）約有 200 個、南部地區（包括深圳/東莞）約有 170 個、西部地區（成都）約有 30 個。



4.1.2 定時巡查

每年各區均會按 ERS 體系要求進行審核工作，確保門店嚴格執行環境清潔、運作流程及食品安全等相關管理措施。

審核工作分為：

- 1) 店鋪每月自查審核(管理自查/店鋪間互相審核)
- 2) 集團內部審核 (由集團 ERS 體系管理人負責) 及
- 3) 外部審核 (由源全學院顧問負責)。

2018 年分別有 14 間門店及 7 間門店進行了集團內部及外部審核，審核中並沒有發現重大整改事項，當中各區表視優異的門店更獲源全學院頒贈「源全 5S 管理樣版店」的認可。



4. 經營責任

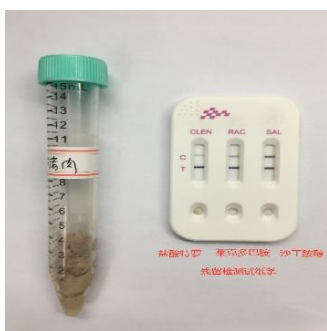
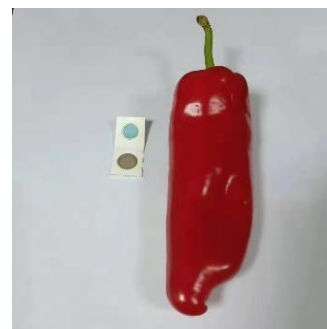
4.1.3 源頭檢測

集團於上海設立食品廠，主要負責時令食品（如月餅、年糕、糰等）生產、醬料調制及個別急凍食材集中收貨及分發等工作。食品廠對員工衛生、環境整潔及各生產工序及工具都有嚴格要求，不單需要達到相關法規要求，也要符合集團 ERS 體系的具體標準。此外，為加強源頭檢測的及時性及有效性，食品廠設有不同檢測設備，針對相關員工及生產過程進行有效到位的檢測，以下為部份例子：



做好各類半成品的自檢措施以及各時令專案產品的每批每檢報告（48 小時出結果。主要檢測大腸菌 / 致病菌 / 菌落總數）

生鮮蔬菜自行快速檢測農殘留（10 分鐘出結果），可以完全避免使用有毒有害蔬菜原料流入生產使用



生鮮肉類當次必須提供有效檢疫證明，並快速做水分及瘦肉精等快檢措施。（瘦肉精 5 分鐘出結果 / 水分 10 秒出結果）



對生產綫上的油炸類用油及醬料加工類用油定期快檢措施（過氧化值 / 酸價 1 分鐘出結果）

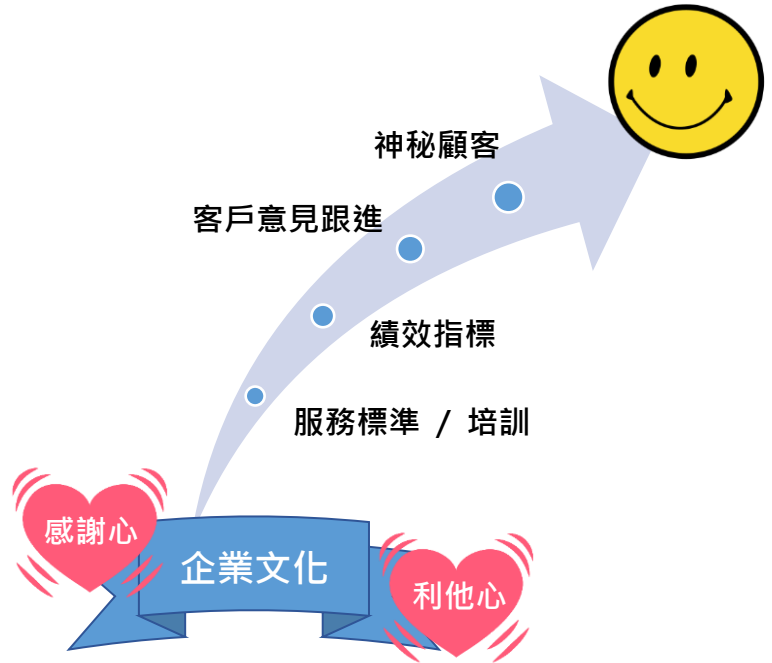
加強生產車間員工手部及器皿等菌群檢測頻率及快檢措施（大腸菌 / 菌落總數 15 秒出結果）



4.2 用心服務，感動顧客

除了令人安心之優質出品，讓客人可享受優質感動的服務也是業務得以持續發展的關鍵。集團透過持續培訓把中華文化中的優良傳統融入企業文化之中，讓各員工從心而發了解並認同「用心做事，利他經營，傳遞幸福」的經營理念。

此外，集團營運管理部門也配套一系列有效的管理工具，透過制定服務標準，跟進不同渠道收集的顧客意見（有專人收集 / 分析 / 跟進客戶在不同網上平台的意見）及神秘顧客的針對性分析評估，並到位的員工激勵機制，實現顧客開心、員工滿足的雙贏。於報告期間，沒有發生未能妥善處理的重大產品及服務的投訴事件。



4. 經營責任

4.3 合規經營，廉潔透明

廉潔誠信作為重大 ESG 議題之一，我們深信這也是餐飲企業做好出品及服務的重要基礎。因此集團一直重視各項業務行為及員工個人操守均是誠信合規，並透過文化宣導及管理機制期望令企業在合規、廉潔、公平及透明的經營環境下得以持續健康發展。於報告期間，集團沒有發生已進入訴訟程序的貪污案件。

文化宣導 - 孝悌仁愛，感恩謙德，誠信利他，精進創新，正念傳承，五福人生

內部舉報機制 / 意見反饋

反貪

- 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
- 與供應商簽訂的合同均加入拒收非法回佣的條款
- 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）

合規經營、廉潔透明

品牌維護 / 尊重知識產權

- 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

廣告 / 定價

- 根據不同地方法例規管業務推廣行為，集團統一管理對外大型推廣宣傳工作，拒絕一齊誇大、誤導及失實的宣傳手法
- 明確合理定價，公開透明讓顧客安心選擇
- 專責部門嚴肅跟進相關投訴，反饋相關業務部門

客戶資料 保密

- 尊重及小心處理客戶資料，不獲取不必要客戶資訊
- 銷售及會員卡系統的數據傳輸接口均有加密處理
- 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

社會責任



作為一家僱用多於四千員工的企業，
我們深明集團的營運決策影響著四千多名員工本身及其家庭的福祉，
普羅大眾是我們的外部顧客，每位員工則是我們的內部顧客，
我們的社會責任從關顧好內部顧客開始，再推廣至外部顧客。
我們深信只有幸福的員工才會有滿意的顧客，
期望以健康正面的企業文化氛圍讓員工及顧客均感受到
我們對「追求養生」(大眾的身心健康)及「永續承傳」(企業的持續發展)的堅持。

5. 社會責任

社會責任

5.1 尊重員工，用人唯才

雖然近年科技發展已減少個別工種對人力的需要，但作為中高端定位的餐飲企業，人才仍然是我們得以持續發展的重要元素，要讓客人享受到從心而發的優質服務，員工需要有一個令其能夠並且願意發揮的平台。唐宮一直透過 i) 尊重員工合法權益，ii) 提供平等多元就業機會，iii) 完善明確的薪酬晉升制度，iv) 全面兼顧的培訓機制及 v) 關愛正面的企業文化，致力建立一個令員工無論在事業發展及個人成長上都可以全面被兼顧的地方，務求令企業可以「健康正面，永續承傳」。

我們也不時檢視集團的人力資源政策，包括招聘、薪酬福利及晉升制度，堅決維護員工平等並反對不同形式的歧視行為，也透過各地的人力資源部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。於本報告期內，集團沒有違反童工及強制勞工的相關法規，也沒有發生其他有關勞工法規的重大違規事件，也未有接獲在現有舉報制度下有關人力資源方面的投訴。

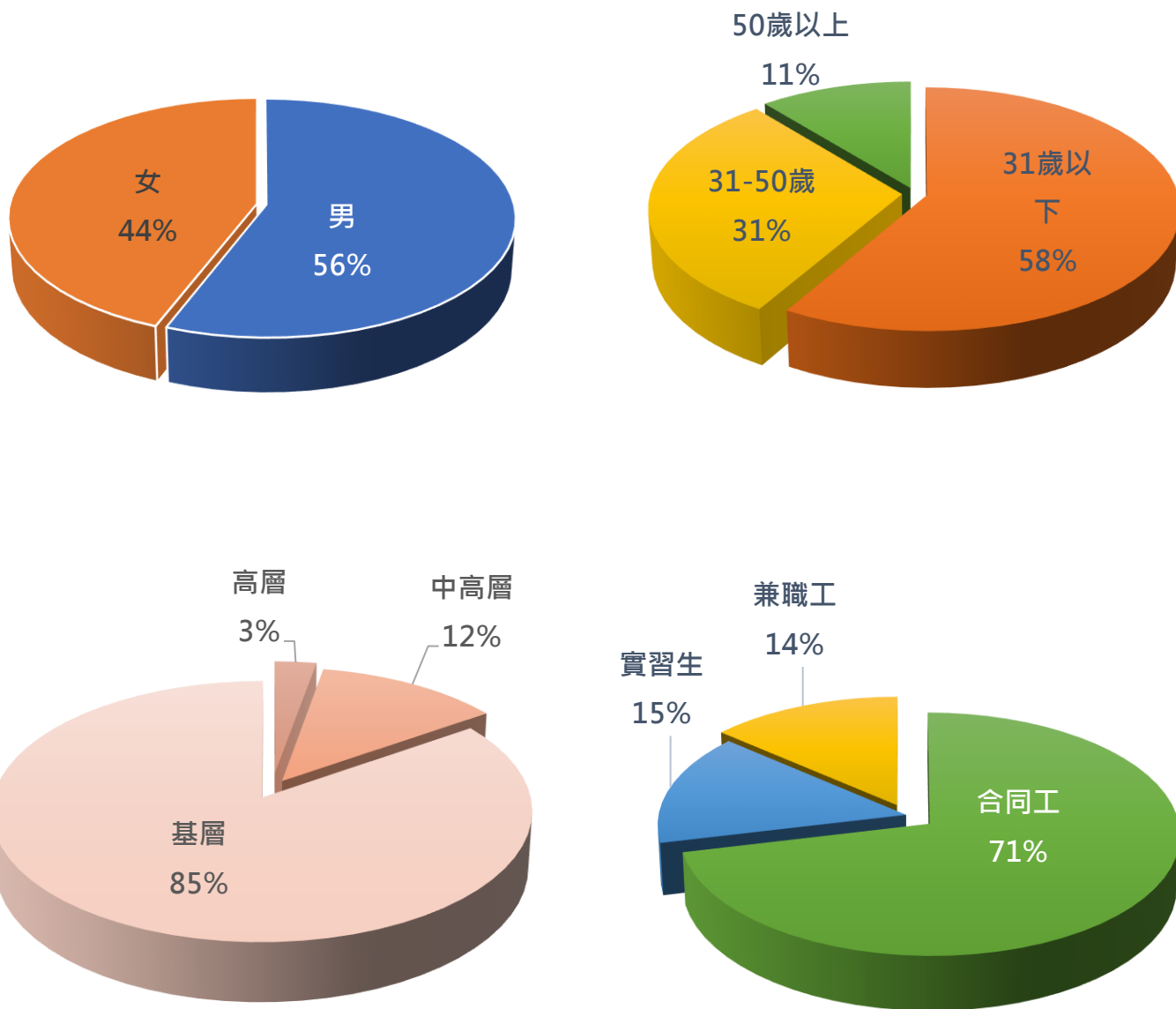


集團深明培養人才的重要性，也抱負著為餐飲業界儲備更多人才的使命，自 2006 年開始於中國積極推行校企合作，發揮企業、學校各自優勢，準確把握企業用人需求，傾力培養餐飲業人才，實現企業、學校、學生的三贏。於 2018 年，唐宮與 28 所院校建立校企合作，成立唐宮班，為上千名實習生提供專業技能實習及職業晉升平台，帶教的學生人數多達 1,157 人。此外，唐宮也為海南省海口旅游職業學校「校企戰略合作單位」及廣東酒店教育聯盟副理事長單位。

為加強與學校的合作互動，我們會積極配合學校的課程需要提供協調，包括就課程設計提供意見，並派培訓部及營運部管理員工親自到學校進行分享講解，提升課程實用性。

5.1.1 多元結構，促進就業

截至 2018 年 12 月 31 日，公司員工（包括中國及香港）總數約為 4,500 人。集團為不同年齡及性別就業者提供大量工作及實習機會，我們也不時檢討市場及行業情況調整最合適企業的用工結構。



5. 社會責任

5.2 多元培訓，儲備人才

為持續提高服務水平，並讓員工在公司得到事業及個人的成長，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。集團於 2018 年報告期間總共安排了 1,302 堂培訓課程，涉及時數 2,130 小時，參與者達 18,415 人次。

	專業技能	管理技巧	文化生命	總計
培訓場次/堂數	1,145	144	13	1,302
受訓人次 (人次)	14,712	2,916	787	18,415
培訓時數 (小時)	1,229	456	445	2,130

	高層	中層	基層	男性	女性
參加者 (人次)	1,387	1,857	15,171	8,249	10,166
每名員工 平均受訓時間 (小時)	128	59	103	73	132

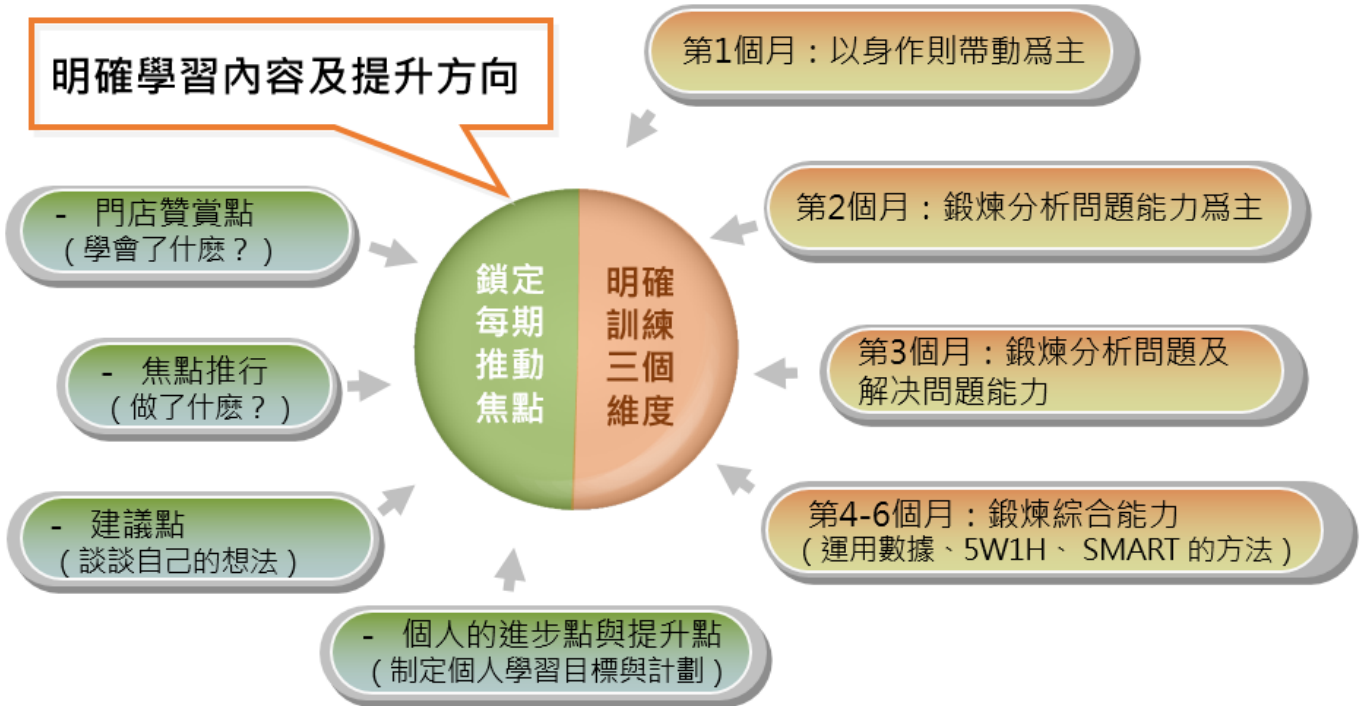
5.2.1 專業技能學習

透過不同形式學習 (實地學習 · 技能學習大賽)，員工能藉著輕鬆、有趣及實用的學習掌握各項技能，並有效營造彼此分享切磋的良好氣氛。



5.2.2 管理人員培訓計劃

為吸引更多年青人加入餐飲行業，並為營運業務培訓更多管理人才，2018 年集團正式啟動管理人員培訓計劃（“MT 項目”），透過全面及有系統的訓練，為員工建立快速事業成長平台。



MT 心聲 (北京麗都店學員): “我有機會帶領 MT 團隊到店鋪，成員充分發揮各人特長去達致我們的目標。我變得更有責任心，也有信心帶領小團隊去完成更大的目標。”

MT 心聲 (北京朝北店學員): “我收獲了非常多，無論是現場服務、客情、銷售，都有了很大的轉變。團隊同心合力推進工作，出色地完成任務，讓我感到非常高興與驕傲。”



5. 社會責任

5.2.3 培訓晉升階梯

培訓期9個月：3+6 模式



5.2.4 文化學習

「要治人、先治心」，我們除了重視職業技能培訓在員工事業發展上的重要性，也關注員工的精神文化學習對其個人心性發展的啟發作用。貫徹「以盛唐文化為根」的使命，集團自 2013 年起每年均會舉辦傳統文化學習課程，透過持續學習傳統經典《弟子規》及《了凡四訓》，令健康正面的價值自然融入員工的工作場景及家庭生活中。



既認真又輕鬆的學習氣氛



一同研讀傳統經典

員工孩子與父母一同參與學習營，學習文化並實踐孝道（下圖為孩子為父母洗腳）



5. 社會責任

5.3 人文關懷，回饋社會

本集團相信「人文關懷」與「幸福餐飲」息息相關，我們一直致力把中國傳統文化中的優良元素實踐在企業的經營理念之中，期望藉此喚起員工及客戶對個人、家庭、社會、環境的關心與重視。通過「修心養生」，培養員工健康正面的價值觀，共享企業永續傳承的願景。

餐飲業作為長工時及高強度工作，其引致意外傷亡及其他病發疾病的機會率比大部份行業高，關注員工的職業安全及身心健康為企業體現人文關懷的最基本體現。於報告期內，集團並沒有發生因工作造成的死亡事故。



專責人員

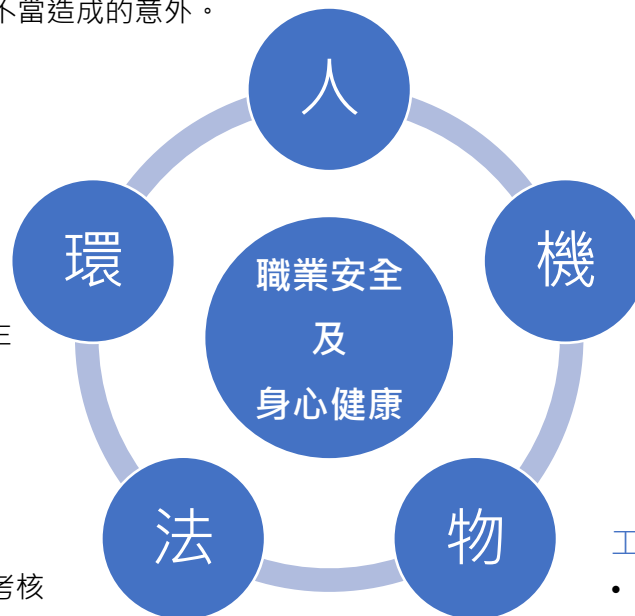
- 集團設有專責培訓部門及崗位帶教師父，讓新舊員工得以定時學習正確的崗位操作及職業安全知識，減低因操作不當造成的意外。

環境設置/氛圍

- 實施「清涼廚房」
- 宿舍消防安全及清潔衛生標準
- 員工食堂環境清潔衛生及員工餐菜品標準

推動方法

- 門店意外事故作為考核門店表現之一
- 職安操比賽
- 鼓勵員工休息時間進行簡易運動（平甩功）
- 舉辦員工旅遊，促進工作與生活間之平衡



管理機制

- 定時進行門店/宿舍巡視，發現潛在問題
- 每月地區意外報告供集團營運管理層檢討
- 提供身體檢查補貼
- 每年防火培訓及演習

工具/物件配套

- 門店存放/張貼有關措施文件供隨時參考
- 危險設備存放位置，加保護罩
- 自動化設備減少重複工作
- 新式爐具減少操作時噪音



本集團以幸福與愛為出發點，結合現代管理和傳統文化，通過不同項目實踐幸福餐飲。



6. 相關法律法規

相關法律法規

本集團的業務營運恪守中國及香港有關環境、營運及社會的法例、規則及政策，以下列出在各層面對唐宮有重大影響的法例及規則。

營運責任

中國

- 《中華人民共和國食品安全法》
- 《餐飲服務食品安全操作規範》
- 《中華人民共和國食品衛生法》
- 《中華人民共和國產品品質法》
- 《食品容器、包裝材料衛生標準》
- 《食品標識管理規定》
- 《預包裝食品標籤通則》
- 《食品生產通用衛生規範》
- 《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》
- 《中華人民共和國廣告法》
- 《中華人民共和國價格法》
- 《網絡餐飲服務食品安全監督管理辦法》
- 《網絡食品安全違法行為查處辦法》

香港

- 香港法例第 612 章《食物安全條例》
- 《食物及藥物（成分組合及標籤）規例》
- 香港法例第 132 章《公眾衛生及市政條例》
- 香港法例第 362 章《商品說明條例》
- 香港法例第 486 章《個人資料（私隱）條例》
- 香港法例第 559 章《商標條例》
- 香港法例第 457 章《服務提供（隱含條款）條例》
- 香港法例第 26 章《貨品售賣條例》

反貪

中國

- 《中華人民共和國刑法》
- 《中華人民共和國公司法》
- 《中華人民共和國反不正當競爭法》
- 《中華人民共和國反貪污賄賂法》
- 《中華人民共和國反洗錢法》

香港

- 香港法例第 201 章《防止賄賂條例》

環境責任

中國

- 《中華人民共和國環境保護稅法》
- 《中華人民共和國環境保護稅法實施條例》
- 《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》
- 《中華人民共和國水污染防治法實施細則》
- 《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》
- 《中華人民共和國環境噪聲污染防治法》
- 《中華人民共和國清潔生產促進法》
- 《中華人民共和國節約能源法》
- 《中華人民共和國海洋環境保護法》
- 《城市節約用水管理規定》

香港

- 香港法例第 311 章《空氣污染管制條例》
- 香港法例第 358 章《水污染管制條例》
- 香港法例第 354 章《廢物處置條例》
- 香港法例第 400 章《噪音管制條例》
- 香港法例第 499 章《環境影響評估條例》

僱傭及職業安全

中國

- 《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》
- 《中華人民共和國未成年人保護法》
- 《中華人民共和國工會法》
- 《中華人民共和國婦女權益保障法》
- 《中華人民共和國殘疾人保障法》
- 《中華人民共和國勞動爭議調解仲裁法》
- 《中華人民共和國企業勞動爭議處理條例》
- 《中華人民共和國職業病防治法》
- 《工傷保險條例》
- 《中華人民共和國安全生產法》
- 《食品生產加工企業質量安全監督管理辦法》

香港

- 香港法例第 57 章《僱傭條例》
- 香港法例第 608 章《最低工資條例》
- 香港法例第 485 章《強制性公積金計劃條例》
- 香港法例第 487 章《殘疾歧視條例》
- 香港法例第 480 章《性別歧視條例》
- 香港法例第 509 章《職業安全及健康條例》
- 香港法例第 282 章《僱員補償條例》

7. 展望

2018年，集團踏入第二個25年。於90年代初在深圳、北京、上海打下的穩紮基礎，讓我們至今仍然能「從心出發，不忘初心，砥礪前行」，將獨特的粵菜佳餚傳名都，將悠久的中餐文化揚各市。

在變化急速的餐飲市場中，挑戰與商機處處可見。集團秉持「定長遠持續發展策略」，通過靈活運用餐飲大數據、科技和電子商貿，在鞏固核心業務外進一步開拓外賣及零售等龐大市場，並且通過合營業務引入更多不同休閒餐品牌，也把自家品牌拓展至不同地區。

在穩健發展的同時，我們亦不忘「抱使命傳承工匠精神」，提供優質安全的食品，並持續完善企業的

質量管理體系，培養優秀人才，推動正向愛心文化，建立誠信企業品牌。我們也會因應企業自行及行業環境的轉變，不時檢視在內部管治及社會責任上的工作，並加強與不同持份者的溝通，希望及時辨識最新「環境、社會及管治」議題並主動回應。

2019年我們將堅守「環保，優品，安心，養生」的品牌定位，並充分體現在唐宮的「環境、社會及管治」責任上。我們希望在做好企業本身實踐的同時，也以身作則的影響同業友好及不同層面的持份者，一方面努力承傳中國飲食文化，並持續提升營運效益受管治水平，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，「立幸福餐飲典範，創百年國際品牌」。



8. ESG 指標索引

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.16, 38
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.15
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.15
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.15
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.15
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.17, 18
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.19, 20
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.17-20
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.15
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.15
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.17, 18
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.18
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）每生產單位佔量	不遵守 就解釋	披露	P.15
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.16-20
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.16-20

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	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	不遵守 就解釋	披露	P29, 30, 38
層面B1： 僱傭	指標 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	P31
層面B1： 僱傭	指標 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	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	不遵守 就解釋	披露	P31, 38
層面B2： 健康與安全	指標 B2.1 - 因工作關係而死亡的人數及比率	建議 披露	披露	P36
層面B2： 健康與安全	指標 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	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。	建議 披露	披露	P36
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。	不遵守 就解釋	披露	P32-35
層面B3： 發展及培訓	指標 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	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	建議 披露	披露	P32
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	不遵守 就解釋	披露	P.30, 38
層面B4： 勞工準則	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	建議 披露	披露	P30
層面B4： 勞工準則	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	建議 披露	披露	P30
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	不遵守 就解釋	披露	P24
層面B5： 供應鏈管理	指標 B5.1 - 按地區劃分的供應商數目	建議 披露	披露	P24
層面B5： 供應鏈管理	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、以及有關慣例的執行及監察方法	建議 披露	披露	P24

8. ESG 指標索引

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.28, 38
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.27
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.28
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, 25, 26
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.28
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.28, 38
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.28
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.28
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.37
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.37
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.37

感謝您閱讀《唐宮環境、社會及管治報告》，為使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@tangong.cn