



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



2021 環境、社會及管治報告
ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE REPORT

目錄

引言	03	4. 以經營傳遞幸福	33
1. 報告說明	04	4.1 產品責任及供應鏈管理	35
2. 有關唐宮	07	4.2 環境安全及健康	36
2.1 集團簡介及發展里程	08	4.3 服務標準	37
2.2 使命及價值	10	4.4 廉潔誠信	38
2.3 獎項殊榮	11	4.5 權益維護	39
2.4 可持續發展及風險管理	13	5. 向社會分享幸福	40
2.5 持份者溝通	15	5.1 僱傭情況	41
2.6 各議題重要性分析	17	5.2 培訓及發展	43
3. 與環境幸福共存	18	5.3 社會公益	49
3.1 排放物相關數據	19	6. 展望	54
3.2 資源耗用相關數據	20	7. ESG 指標索引	55
3.3 目標及策略	21		



引言

用餐飲傳遞幸福 傳承唐宮人情味

二零二一年，唐宮成立二十九週年。

在集團邁向三十年之際，適逢疫情常態化時代，多變且不穩定的客觀因素，令社會和人心蒙上一層陰霾。面對如斯挑戰，「用餐飲傳遞幸福」的初心成為我們最大的原動力。我們秉承「利他經營、用心做事、傳遞幸福」的經營原則，努力履行餐飲人在環境、社會及管治上的義務，持續將獲得幸福環境、幸福經營、幸福生活作為我們的行事準則，朝著「創百年國際幸福品牌」的願景邁進。

幸福環境

我們深信只有與大自然保持和諧平衡的關係才能成就「幸福餐飲、百年品牌」，綠色膳食、節能減碳，正是餐飲業在環境方面的關注點及長期發展關鍵。我們將「優品、安心、養生、環保」的品牌形象貫穿在集團運營中，鼓勵健康養生的綠色飲食習慣，滿足消費者對高品質健康生活的追求。此外，我們通過設備效能提升、菜品設計、電子通訊應用、環保包裝設計、公益宣傳參與、各項節約和管理措施，達至更有效的廢氣排放管理、廢油污水管理、廢棄物（有害/無害）管理、節水管理、能源管理和提高各持份者的環保意識。

幸福經營

認真踏實、守法嚴謹是經營者的基礎責任。作為累積多年企業文化底蘊、富有人情味的企業，我們更希望顧客及員工能夠通過餐飲獲得幸福。

在顧客方面，我們以「給客人帶來幸福」為工作使命，推崇感動服務，提供各項獨特且富有溫度的增值服務，讓顧客享受不一樣的用餐體驗。

在員工方面，我們以「讓員工幸福」為使命，重視培養德才兼備的夥伴。我們通過傳承國學精粹和各種人文活動創造孝悌仁愛、感恩謙德、誠信利他的工作環境，培養夥伴的文化素養，提升心性成長，喚醒潛能，成就自我。我們提供多元人才發展培訓計劃，持續提升團隊建設，以更有系統、更自主的

方式激發員工內在驅動力，培養複合型人才和新晉管理人員，為有志於餐飲業的人員提供就業及發展平台，以具備競爭力的人才庫，支持集團的長遠發展。

幸福生活

個人、家庭、工作、社會、環境，有著從內至外、由近至遠的互動關係。我們致力通過積極正向的企業文化，先讓員工在工作上發展所長，收穫滿足感和成就感，領會幸福人生，並且進一步惠及其家庭。然後，通過充滿幸福力的員工，藉由感動服務將幸福健康、養生環保的生活模式傳遞給顧客。此外，我們聯合不同慈善團體，為唐宮義工團及顧客提供參與各項愛心公益活動的機會，回饋社會，傳播正能量，促進愛的流動。另一方面，我們與志向相同的餐飲同業築成交流平台，助力行業發展。二零二一年，除了獲頒授源全 5S 管理樣板店和清涼廚房樣板店外（證明相關門店的衛生、安全及效益得到肯定），我們更於「新時代飲食：可持續餐飲與廚藝峰會」分享植物性餐飲的市場商機與營銷。

幸福三十

在積極面對各種挑戰和變化的同時，我們始終堅持唐宮的價值觀——讓我們的員工擁有幸福的人生，並把這份幸福傳遞給我們的客人。

在此，感謝本集團管理層及員工於本年度的貢獻，特別感謝集團所有員工於疫情嚴峻期間堅韌不拔的意志及無私奉獻的精神。同時，向所有支持我們的供應商、業務夥伴、政府機構，以及給予我們信任的客戶與股東致上萬分感激。

二零二二年，唐宮踏入三十週年。三十年再出發，願我們保持初心，用餐飲傳遞幸福，為員工幸福、顧客幸福、股東幸福、社會幸福、環境幸福作出貢獻，攜手共創百年國際幸福品牌。

報告說明

About This Report





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**」，「**ESG 本報告**」）的時間範圍為 2021 年 1 月 1 日至 2021 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財務年度結束後 5 個月內發佈。

1.3 報告範疇

除非報告另有說明，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

唐宮（中國）控股有限公司（「**本公司**」）及其附屬公司（統稱本「**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、台灣及新加坡經營餐飲業務，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 編制基準及原則

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，並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，並負責設立有效機制及流程評估及識別重要環境、社會及管治因素及議題（「**ESG 關鍵議題**」）及相關風險。

本報告之編制按以下原則：

原則要求	報告應用
重要性 當董事會釐定有關環境、社會及管治會對投資者及其他持份者產生重要影響時，發行人就應作出匯報。	董事會已設立管理架構及流程評估，按業務及管理策略梳理出各項 ESG 關鍵議題，作為持份者溝通之基礎。 本集團已識別重要之內外持份者並進行網上問卷調查，詳情及結果請參考本報告 2.5 部份「持份者溝通」。
量化 有關歷史數據的關鍵績效指標須可予以計量。發行人應訂下減少個別影響的目標（實際數字、方向性或前瞻性的聲明）。	ESG 工作小組負責向各業務及後勤部門有系統地收集報告所需數據，在進行檢視後提交專業顧問公司根據中國及國際認可的指引 / 標準進行碳排放核算。 在適用情況下，本集團在本報告中會加入可量化目標及前瞻性聲明，並披露有關敘述採用之假設及計算方式。
平衡 ESG 報告應當不偏不倚地呈報發行人的表現，避免可能會不恰當地影響報告讀者決策或判斷的選擇、遺漏或呈報格式。	本報告盡量客觀持平地呈報集團期內的表現，並交專業顧問公司進行審閱，避免對讀者造成任何可能的誤導。
一致性 發行人應使用一致的披露統計方法，令環境、社會及管治數據日後可作有意義的比較。	本集團使用一致的報告披露方式及統計方法，以便進行比較分析及持續檢視本集團的可持續發展狀況。

1.6 數據來源

本報告所有數據均來自本公司正式文件和統計報告。本公司於報告年度委託香港生產力促進局進行碳評估，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（包括但不限於）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》、中華人民共和國國內貿易行業標準《飯店業碳排放管理規範》、《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

About Tang Palace

唐宮
Tang Palace

2. 有關唐宮

2.1 集團簡介及發展里程

我們是一家主要在中國經營的連鎖餐飲集團。自始創於 1992 年，本集團堅持透過健康美味的食品、專業感動的服務向顧客傳遞幸福（經營原則：利他經營，用心做事，傳遞幸福），並以讓企業得以健康及可持續的發展作為願景。

本集團於 2011 年在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市，股票代號 1181。本集團分別以自營、合營及特許經營方式經營多個品牌，務求迎合不同消費市場，為顧客提供優質的中式佳餚、港式茶點、日式美食及馬來西亞風味等多元化的餐飲服務。截至 2021 年 12 月 31 日，本集團門店數目已有 49 家自營及特許經營餐廳，另有 13 家合營餐廳，遍佈北京、成都、上海、蘇州、杭州、深圳、東莞、香港、台灣及新加坡，並在上海自設食品廠。

種類	經營模式	業務地區					
		北京	上海 / 蘇 / 杭	成都	深圳 / 東莞	港 / 台	新加坡
傳統中餐 / 粵菜 	核心自營						
新派中餐 / 休閒餐 	核心自營 / 授權合營						
其他: 川菜、 馬來西亞、 日式、韓式 	特許經營 / 合營						



唐宮幸福軌跡

粵菜酒樓

粵菜宴會

日本料理

新派高端粵菜 /
DIY日式洋食

時尚休閒粵菜 /
馬來西亞菜 /
韓國料理

精品粵菜 / 家味湯品
川菜 / 歐陸青口料理
懷石料理 / 日式燒肉

菜系 / 品牌

唐宮海鮮舫
TANG PALACE SEAFOOD RESTAURANT

唐宮壹號
TANG'S CUISINE

唐宮
Tang Palace

唐宮壹號
TANG'S CUISINE

唐宮湯品
SOUP DELICE

唐宮山莊

Pepper Wang

唐宮山莊

(唐)宮(茶)點
CANTON TEA ROOM

馬蹄子

唐宮山莊

MUSSELS

茶爸爸

本家

京都 ICHINODEN

七上堂

唐肉而今

發展地區



發展階段 / 標誌事件

1992 ~ 1996
5週年

起步紮根，進軍一線城市

- 首家唐宮海鮮舫 1992
- 拓展至北京 1994

1997 ~ 2001
10週年

穩步發展，累積實力信譽

- 拓展至上海 1998

人才培育，引入系統管理

- 引入5S管理 2003
- 展開唐宮MT計劃 2004
- 推行「用愛心做事」，幸福企業的里程碑 2005
- 捐建唐宮春蕾小學 2005
- 與各大中專院校開展校企合作，設立唐宮班 2006
- 與廣東輕工職業技術學院聯合開辦香港唐宮酒店管理學院 2006

2002 ~ 2006
15週年

2007 ~ 2012
20週年

企業建設，躍升上市公司

- 啓動唐宮企業化建設 2008
- 上海食品廠投產 2008
- 與廣西桂林市商貿旅游技工學校合作成立唐宮酒店管理學校 2008
- 特許經營胡椒廚房 2010
- 香港聯合交易所主板上市 2011
- 獲選中國餐飲百強企業 2011

2013 ~ 2017
25週年

利他精進，管理哲學與國學精粹的融合

- 引入中國傳統文化 2013
- 成立日行一善義工團 2014
- 合營方式引入馬來西亞品牌金爸爸 2013
- 發展自家休閒餐飲品牌，首家香港唐宮小聚 2014
- 拓展至成都 2015
- 獲選傑出上市公司 2017

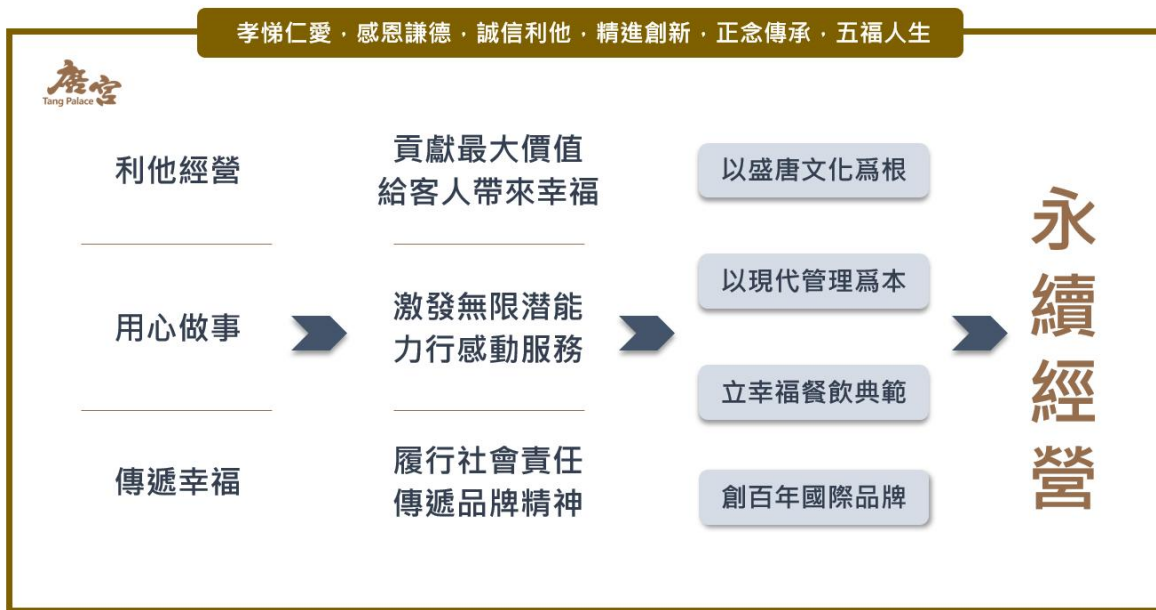
強強聯手，探索國際市場

- 把唐點小聚引入台灣 2018
- 把唐宮小聚引入新加坡 2019
- 與日本米芝蓮一星餐飲品牌合作 2019
- 加入新董事會成員 2020
- 開始歐陸菜業務 2021
- 唐宮壹號品牌升級 2021
- 獲得上市公司卓越大獎 2018 · 2020 · 2021
- 企業文化重塑，用餐飲傳遞幸福 2022

2018 ~ 2022
30週年

2.2 使命與價值觀

中華飲食文化源遠流長，而幸福生活是人心所向。作為與人和文化息息相關的餐飲行業，唐宮集團一直深信並奉行「利他經營，用心做事，傳遞幸福」的經營原則。我們通過利他經營，貢獻自身最大價值，為顧客帶來幸福；倡導用心做事，激發夥伴無限潛能，力行感動服務；以傳遞幸福為榮，積極履行社會責任，傳遞唐宮品牌精神。



人情味，是唐宮實現永續經營的重要基石。我們在管理哲學融入國學精粹，成為企業文化的根基，配合現代化管理系統，將幸福餐飲與幸福人生進行融合，藉著幸福快樂的員工，讓愛與幸福在夥伴和夥伴之間、夥伴和家庭之間、夥伴和客人之間、夥伴和社會之間不斷流動。

二零二二年是唐宮新的三十年，同時成為我們沉澱成果、重塑企業文化的契機。在變化多端的市場中，唐宮集團「用餐飲傳遞幸福」的信念始終如一，將繼續以累積多年的唐宮幸福力，讓員工幸福，把人情味帶給客人，共創百年國際幸福品牌。

2. 有關唐宮

2.3 獎項殊榮

唐宮以推動餐飲業的發展為己任，致力提升餐廳環境、出品和服務的專業水平，培育餐飲人才，履行社會責任，獲得權威機構、行業協會、顧客大眾及合作夥伴的認同。以下載列唐宮在 2021 年度獲取的部分獎項殊榮。

實力企業

機構	殊榮
《信報財經新聞》	上市公司卓越大獎 2021 (香港) 第 4 年獲《信報財經新聞》嘉許
中國烹飪協會	2020 年度中國餐飲百強企業 連續 11 年獲獎
北京烹飪協會、 北京商報社	2021 北京餐飲百強



品牌認受

機構	殊榮
全國酒家酒店 等級評定委員會	國家鑽級酒家示範店，國家五鑽級酒家 自 2007 年獲得國家五鑽級酒家稱號
美團	2020 美團消費者最喜愛品牌
《橄欖畫報》	2021 年度橄欖中國·餐廳大獎 「2021 年度傑出餐飲品牌」第 3 年獲獎
中國烹飪協會	品質餐飲示範店
美團外賣平台	共築青山典範商戶 第 2 年獲獎



美食名店

機構

殊榮

OpenRice 開飯喇 優秀開飯熱店大賞頒獎典禮 2021 最優秀開飯廣東菜館 連續 6 年獲獎

大眾點評 2021 年大眾點評必吃榜 連續 5 年登榜

2021 鳳凰網美食盛典 2021 金梧桐上海餐廳指南·年度餐廳

2021 鳳凰網美食盛典 川渝人氣餐廳

2021 鳳凰網美食盛典 廣東人氣餐廳

北京烹飪協會、北京商報社 2021 京選餐廳

大眾點評、美團 2021 黑珍珠餐廳指南入圍餐廳

《橄欖畫報》 2021 年度橄欖中國·餐廳大獎「2021 年度實力名廚」





2. 有關唐宮

2.4 可持續發展及風險管理

良好管治架構為達致有效 ESG 管理的重要基礎，集團於 2021 年成立可持續發展委員會，一方面希望對 ESG 關鍵議題予以重點關注及管理；另一方面期望有效結合集團現行管理架構，以便相關 ESG 策略在日常運作中獲有效推行。





董事會透過可持續發展委員會（「**可持續委員會**」）及其下所設之環境、社會及管治工作小組（「**ESG 工作小組**」），在外聘專家顧問的指導協助下，專責監管環境、社會及管治事宜相關工作。可持續委員會每年最少召開 2 次會議，聽取 ESG 小組之工作報告及外部專家顧問之意見，參考同業以多角度了解業界就 ESG 關鍵議題的最新動向，並定時向董事會報告涉及重大決策之議題。

董事會一直強調可持續發展，並以「百年企業」為公司方向願景，以下為主要核心策略：

- i) 融入傳統文化之現代管理；
- ii) 重視環保養生之優質出品；及
- iii) 充滿人情味之專業服務。

ESG 小組定期收集相關數據並進行檢視，並與風險管理及內部監控委員會進行連結互動，了解各區在日常營運中發生的異常（如有）情況（如執法部門的重大整改要求），同時亦透過內外持份者之訪談並與專家顧問之溝通，了解企業各 ESG 關鍵議題上之狀況及機遇，以供可持續委員會綜合評估，梳理各項 ESG 關鍵議題之優次排列，以制定相關項目的推行優次並與各管理部門訂立可量化目標，以便在恆常工作會議中進行管理跟進。

以下為在現行的管治架構下，各管理組織的職能及互動關係：

管理組織	性質	成員	溝通頻率	主要職能	
				風險管治	可持續發展
審核委員會	董事委員會	獨立非執董 (3位)	每季 1次	<ul style="list-style-type: none"> 檢討財務及營運監控及風險管理系統有效性 	<ul style="list-style-type: none"> 審閱 ESG 報告 ESG 風險辨識並影響評估
信息共享 可持續發展委員會		 主席、行政總裁及首席財務官 (3位)	按需要 (最少 2次/年)	<ul style="list-style-type: none"> 與各監督 / 管理小組溝通互動，辨識重大 ESG 風險並制定管理策略 	<ul style="list-style-type: none"> 制定及檢討 ESG 政策及管理框架 審閱主要績效指標的目標訂立及監督進程 檢視 ESG 議題的重要性評估 監督集團整體社會責任及可持續發展工作 審批 ESG 報告並匯報至董事會
風險管理及內部監控委員會 (「風險管理委員會」)	監督 / 管理小組	主席、行政總裁、首席財務官、獨立非執董代表、合規經理及律師 (6位)	每年 2次	<ul style="list-style-type: none"> 綜合分析各項呈報之風險事故，檢討營運管理措施有效性 	<ul style="list-style-type: none"> 辨識的風險中涉及 ESG 方面的，會按需要進行分別立項管理 
ESG 工作小組		5S 管理負責人、合規部、投資者關係部及行政部代表	持續按需要溝通	<ul style="list-style-type: none"> 檢視內部數據及最新政策法律，辨識重大風險並呈報風險管理委員會 	<ul style="list-style-type: none"> 監察集團社會責任及可持續發展工作執行情況 數據收集 / 複核，進行有系統記錄分析 協助制定可行目標及跟進機制 編制 ESG 報告
源全系統管理委員會 管理推動		5S 管理負責人、合規部代表及各區營運代表	按需要 (最少 2次/年)	<ul style="list-style-type: none"> 就巡查過程發現之風險進行分析及跟進，重大風險呈報風險管理委員會 	<ul style="list-style-type: none"> 按 ESG 政策及管理框架，制定具體營運管理標準及制度 定期現場巡查執行情況
業務管理部門	具體執行管理	營運部、出品部、食品廠、工程部	持續按需要溝通	<ul style="list-style-type: none"> 每月向集團呈報地區營運發生的異常事故 (如有) 	<ul style="list-style-type: none"> 協調提供現場營運數據 推動相關 ESG 具體措施 反饋實際情況 
功能部門		採購部、人力資源部、財務部及資訊科技部	每季 1次	<ul style="list-style-type: none"> 每季檢討部門相關風險隱患並向集團填報反饋表 	



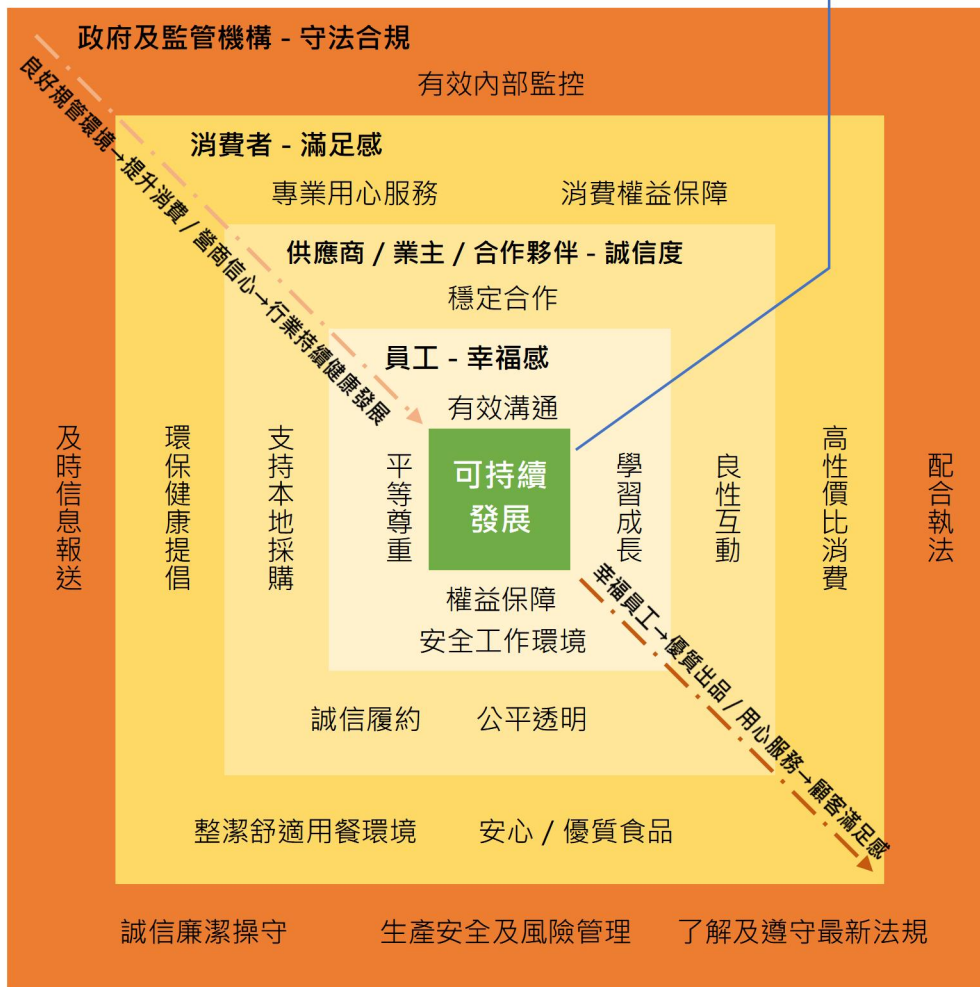
2. 有關唐宮

2.5 持份者溝通

充分了解不同持份者的關注，並在業務決策中予以考慮重視，對企業達致可持續發展尤為重要。我們認為不同持份者的關注縱然有不同，但在長遠發展利益的前題下，各持份者的關注應是相輔相成，有效辨識及平衡關注好各方的合理關注，並綜合成為大家的共同願景，為企業可持續發展的關鍵元素。

共同可持續願景：

- 投資者 - 穩健業績及回報 / 業務增長
- 自然環境 - 減低業務各環節對環境影響，持續提升員工 / 客人環保意識及實踐
- 社區 - 積極回饋社會，提倡人文關懷



我們現透過以下不同渠道與各持份者進行溝通：

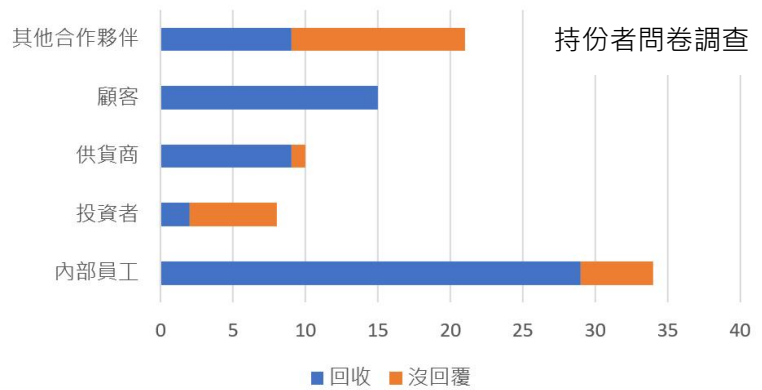
溝通方式 各持份者	互動溝通	指定信息 報送 / 收集	不同溝通機制
政府及監管機構 	現場巡視 	指定表格填報 	政策研討會 
投資者 	股東大會 / 業績後溝通會 	公告 / 披露 	官方網站 / 電郵 
消費者 	客服熱線 / 門店服務溝通 	-	大眾餐飲平台 / 官方微信號 / 電郵 
員工 	培訓 / 春晚 / 交流學習 / 定期會議 / 內部微信群 	員工考核 / 意見收集 	「唐宮人」微信號 / 公告版 
供應商 / 合作夥伴 	實地考察 	供應商評估表 / 廉潔聲明 	優質供應商答謝會 
社區團體 	社區活動 / 服務 (義工團) 	-	聯絡地區慈善組織 
自然環境 / 環保組織 	-	環境信息披露 	了解最新倡議及 條例更新 



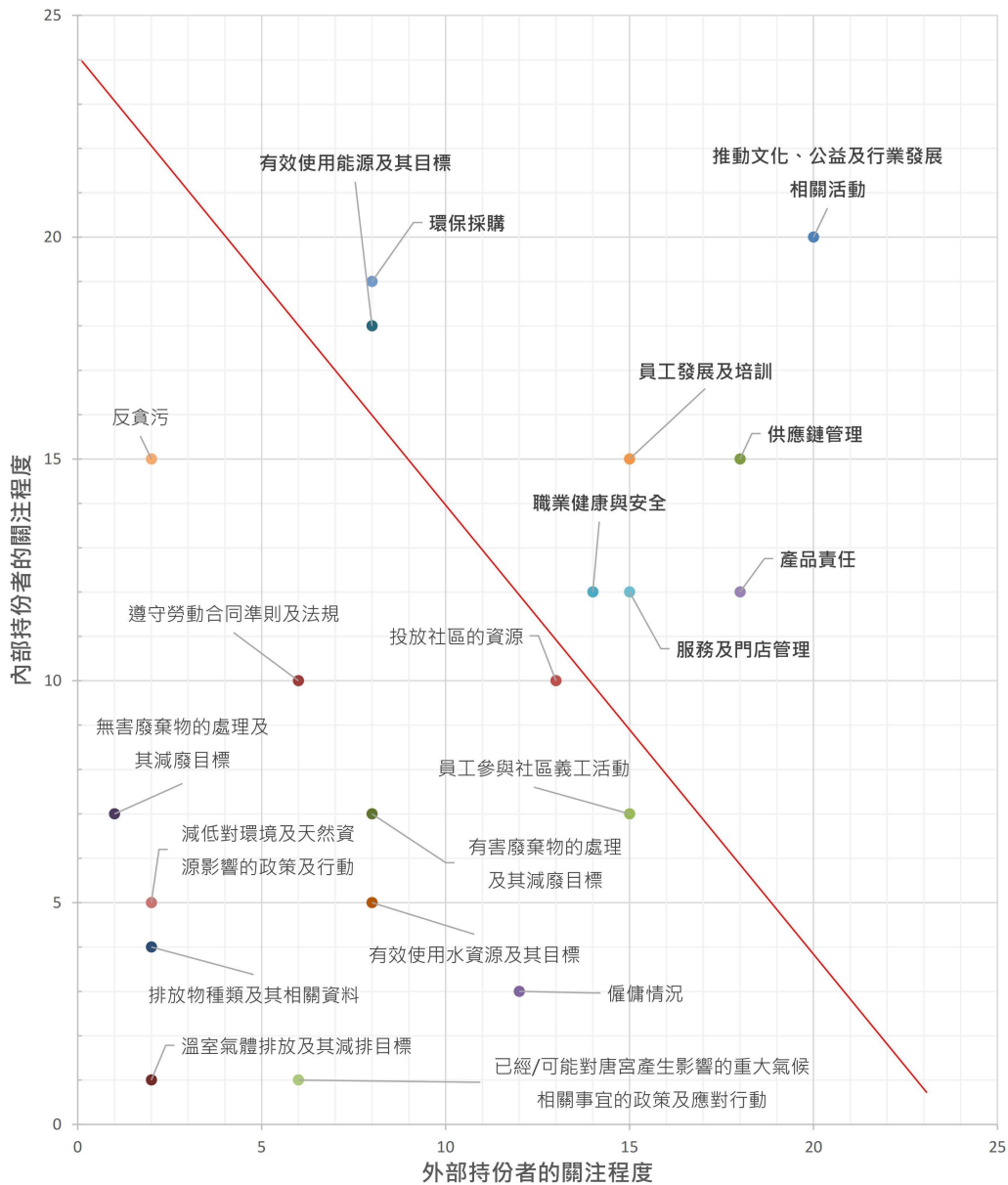
2. 有關唐宮

2.6 各議題重要性分析

除了不同恆常溝通渠道外，我們向所辨識的內外重要持份者進行了網上問卷調查，了解其關注的重要議題。我們一共派發了 88 份問卷並收回 64 份，回收率為 73%。



各議題重要性分析



與環境幸福共存

Harmonious Coexistence
with Environment





3. 與環境幸福共存

3.1 排放物相關數據

廢氣類別	排放源	單位	排放量 ¹
氮氧化物	燃油車輛及煮食爐具	千克	4,883.80
硫氧化物	燃油車輛及煮食爐具	千克	22.00
顆粒物	燃油車輛及煮食爐具	千克	133.33

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，以及製冷劑（主要用於冰箱）的逸散性排放	公噸	9,364.09 ²
	能源間接排放 - 購入的電力及熱力	公噸	13,305.84 ³
	其他間接排放 - 飛機商務航程	公噸	94.84

總排放：22,764.76 公噸二氧化碳當量

密度：0.019 公噸（即 19 公斤二氧化碳當量）/千元人民幣收益

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	4,389.77	6,361.54 公噸	5.416 公斤 / 千元人民幣收益
	其他垃圾	公噸	1461.08		
	可回收垃圾	公噸	471.93		
	廢油	公噸	38.75		
有害廢棄物	含化學物質的清潔劑及滅蟲劑容器	公噸		18.13 公噸	0.015 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
能源 / 水 使用	直接能源 -	吉焦耳	1,305.53	64,416.28 兆瓦時等值	0.055 兆瓦時等值 / 千元人民幣收益
	汽油 ⁴	兆瓦時等值	362.65		
	直接能源 -	吉焦耳	728.05		
	柴油 ⁵	兆瓦時等值	202.24		
	直接能源 -	吉焦耳	152,413.71		
	天然氣 ⁶	兆瓦時等值	42,337.18		
	間接能源 -	吉焦耳	1,904.67		
	外購熱力 ⁷	兆瓦時等值	529.07		
	間接能源 - 外購電力	兆瓦時	21,514.22		
	水資源	立方米		563,876.57 立方米	0.480 立方米 / 千元人民幣收益
包裝物料	內部醬料	公噸	5.77	206.95 公噸	0.176 公斤 / 千元人民幣收益
	成品外賣	公噸	112.83		
	年糕 / 糰	公噸	29.96		
	月餅	公噸	58.39		

1. 計算方法參考包括但不限於《生活污染源產排污係數手冊》·及香港交易所發佈的《如何準備環境、社會及管治報告-附錄二：環境關鍵績效指標彙報指引》；
2. 直接排放的計算方法參考包括但不限於中華人民共和國國內貿易行業標準《飯店業碳排放管理規範》·《城市溫室氣體核算工具指南（測試版 1.0）》·《香港建築物（商業、住宅或公共用途）的溫室氣體排放及減除的核算和報告指引》·及香港交易所發佈的《如何準備環境、社會及管治報告-附錄二：環境關鍵績效指標彙報指引》；
3. 能源間接排放主要源於各門市所外購的電力以及北京地區所外購的熱力在生產過程中所產生的間接溫室氣體排放。計算方法參考但不限於中華人民共和國國內貿易行業標準《飯店業碳排放管理規範》及《2019 年度減排項目中國區域電網基準線排放因數》；
4. 實際汽油消耗量為 37,419.74 公升；
5. 實際柴油消耗量為 18,894.98 公升；
6. 實際天然氣消耗量為 3,914,970.37 立方米；
7. 實際外購熱力以熱水計算為 9,064 立方米。



3. 與環境幸福共存

3.3 目標及策略

疫情令經濟活動和碳排放略減，但仍未扭轉全球暖化趨勢，美國航空及太空總局(NASA)公佈 2021 年是有紀錄以來第六高熱年，並表示已進入新循環，這 10 年可能會是多年來最溫暖的 10 年，氣候持續極端，2021 年 7 月也是人類有紀錄來最熱的月份。

炎熱天氣直接影響健康，亦影響海洋生態，而其引發的極端天氣事件（如暴雨、水災及山火）更會帶來生命及經濟的實質損失。根據中國氣候公報，2021 年，全國共出現 36 次區域性暴雨過程，汛期暴雨過程強度大、極端性顯著，另全國共發生 47 次區域性強對流天氣過程，極端低溫頻現。

我們深明氣候變化引發的極端天氣會對業務帶來不同影響，董事會透過可持續委員會及相關管理架構，在外部專業顧問的協助下識別及管理相關風險及機遇。ESG 工作小組亦會與業務管理部門保持緊密聯繫，把相關策略及管理措施落實到日常營運中並按實際情況進行適時調整，務求盡量減低業務對環境的影響，並提升集團應對氣候變化的風險管理能力。

氣候事件	識別對集團的主要影響	應對行動
極端高溫 	<ul style="list-style-type: none"> • 高溫下造成食品安全風險 • 影響畜牧業及鮮肉供應價格 • 影響海洋生態、漁業及海鮮價格 	<ul style="list-style-type: none"> • 嚴格控制儲存溫度及生產過程，避免高風險菜式（如刺生、奶類） • 開發不同國內 / 外供應渠道 • 多研發素食類菜式，減低肉類依賴
極端低溫 	<ul style="list-style-type: none"> • 影響收成及農作物價格 • 管道結冰 / 爆裂 	<ul style="list-style-type: none"> • 開發不同國內 / 外供應渠道 • 加強極端天氣下的檢修
極端降雨 	<ul style="list-style-type: none"> • 影響收成及農作物價格 • 影響客流 	<ul style="list-style-type: none"> • 開發不同國內 / 外供應渠道 • 拓展堂食外的其他收入渠道
颱風 	<ul style="list-style-type: none"> • 員工交通風險，額外補貼 • 影響客流或需要暫時停業 	<ul style="list-style-type: none"> • 購買保險轉移風險 • 制定極端天氣下的工作指引



在不同的環境管理範疇下，集團持續採取以下策略並不時進行檢討優化：

策略方向 管理範疇	提升 設備效能	菜品設計	善用 電子通訊	環保 包裝設計	參與 公益宣傳	各項節約/ 管理措施
廢氣排放管理 	✓		✓			
廢油污水管理 						✓
廢棄物 (有害/無害)管理 		✓	✓	✓	✓	✓
節水管理 					✓	✓
節能管理 	✓				✓	✓
提倡環保意識 		✓		✓	✓	

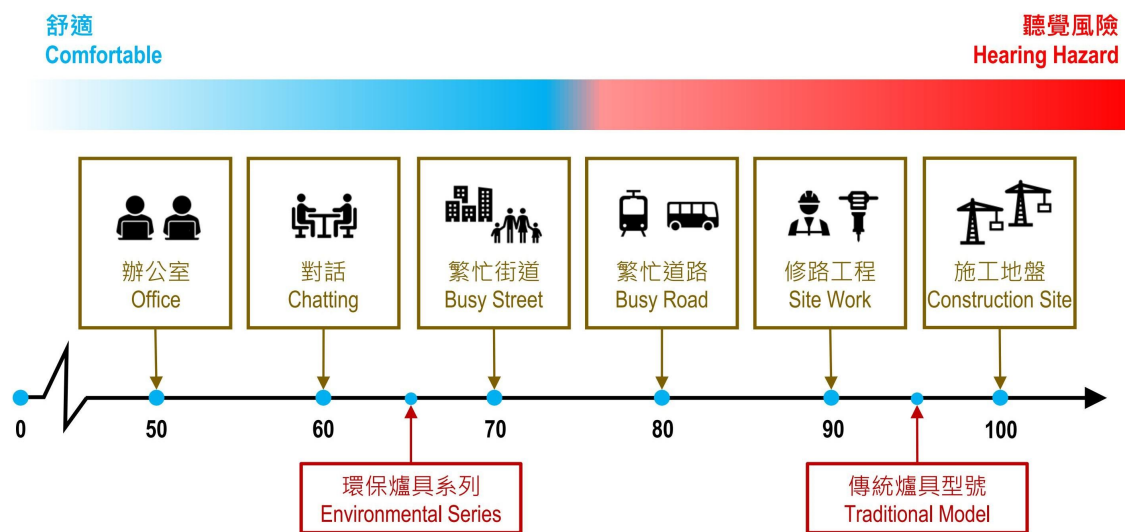


3. 與環境幸福共存

策略一：使用新式環保節能設備

重點 1：新式環保炒爐

集團 2018 年後開設的門店均會安裝新式環保爐具，有關爐具採用專利的燃燒技術及保溫設計，提高熱能轉化效率，比傳統爐具更節能，環保爐頭風機每小時耗電 0.13 千瓦時（傳統為 0.25 千瓦時），節省約 48% 的電力消耗。此外，有關環保爐具操作時的噪音介乎 60 至 70 分貝，較傳統爐具（超過 90 分貝）安靜，減低噪音引發健康問題或工傷意外的風險。



此外，新式環保爐具採用電磁閥熄火保護裝置，通過離子檢查感應替代傳統裝置的溫度感應，火種熄滅時，控制器立即反應並第一時間切斷燃氣供應，有效控制燃氣泄漏風險。另新式爐具的零件壽命較長，減少工業廢物。

	新式環保炒爐	傳統炒爐
原理	離子檢查感應	熱感應線
燃氣切斷時間	2 秒	平均 30~90 秒
零件壽命	大於 2 年	2~3 個月

除新店會採用新式環保爐具外，集團計劃當門店進行翻新時也會把現有爐具更換成新式環保炒爐，2022 年北京區有 1 家門店計劃翻新，屆時改用新式環保炒爐後對比現有爐具目標一年可以減少燃氣用量約 65,900 立方米與相關爐具之廢氣排放，及節省用電量約 2,100 千瓦時（假設整年營運，每天 7 小時）。

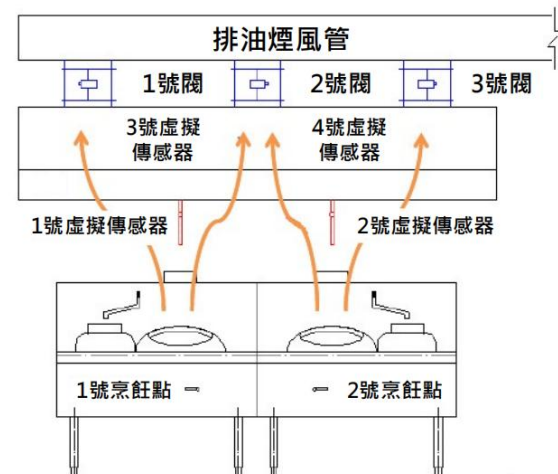


策略一：使用新式環保節能設備

重點 2：智能通風系統

上期報告提及的智能化通風系統，首次在東莞門店使用，由於效果良好，期內進一步在另外 4 間條件符合的門店（分別位於深圳、上海及杭州）進行安裝。有關係統透過安裝在炒爐上方的傳感器收集溫度及進行運算，經智能變風量風閥有效及精細的調整通風設備的運轉強度，並在不需時自動停轉，大大提升能源效益。對比在沒有相關設備下的能源消耗（按設備功率），2021 年 5 間已安裝智能通風系統的門店合共節省約 435,764 千瓦時的能源消耗。

2022 年集團已計劃在另一家深圳門店安裝有關設備，假設這共 6 家門店之業務量與 2021 年相約，集團預期有關設備在 2022 年可達至節省約 734,000 千瓦時的能源消耗的目標（對比在沒有相關設備的情況）。



重點 3：新一代節能洗碗機

期內北京區有門店開始試用 S1 節能洗碗機，透過熱回收裝置及更有效清洗流程，除提升能源效益及減低耗水量外，同時降低洗碗間的溫度，以下是與傳統型號之對比：

	尺寸	洗滌速度（每小時）	熱回收效率	配電功率	標準耗水量
新型號	1105 x 770 x 2150	200 筐	30%	28.7 千瓦	1.6 升/筐
傳統型號	1105 x 770 x 1450		沒有	44.0 千瓦	1.75 升/筐

按每天進行 6 小時清洗推算，一整年該店目標可節省耗電量約 33,500 千瓦時。集團工程部正持續檢討有關節能洗碗機的使用效果，再一併考慮其他門店的環境佈局、現有洗碗機狀態和設備各合約的情況，目標在 2022 年梳理出一個可行及符合經濟效益的中 / 長期計劃。



3. 與環境幸福共存



策略二：推廣綠色餐牌

在全球環保飲食熱潮下，更多人熱衷於健康低碳的生活方式。唐宮一直提倡「優品、安心、養生、環保」，於 2021 年聯手 Green Monday 精心設計「宮匠精神植於心」綠色菜單，以多種植物基產品入饌，製成味道與口感可媲美真肉，同時富含營養、健康又環保的佳餚，為顧客提供更多綠色膳食的選擇。



於 2021 年 9 月及 10 月，我們分別於上海及深圳舉辦「宮匠精神植於心」素食品鑑會，讓賓客親身體驗結合了「環保·天然·養生」與「優品·工藝·安心」的植物飲食概念。同時，品鑑會加入了茶藝、中樂、中國舞等文化藝術元素，為賓客帶來富有唐宮特色的素食文化享受。





3. 與環境幸福共存

策略三：環保包裝設計

重點 1：時令產品設計

集團在不同時令產品的包裝設計上，盡力平衡迎合產品格調及節約環保責任的需要，盡量採用較環保的物料及簡約的設計，另外也會考慮實用性以鼓勵客人循環使用。

時令產品 包裝	例子圖片	簡約優質 鼓勵重用	FSC 認證 紙張	較環保 配套材料 (如吸塑)
糉袋		拉鍊密封， 保溫層， 方便實用	✓	
月餅禮盒			✓	✓
月餅禮袋		款型簡約、 設計古典高雅	✓	
臘味禮盒 及手提袋		優質加厚毛氈料 手提袋	✓	✓
年糕禮盒		採用較易被分解 的 PET 吸塑料	✓	✓
盆菜 / 佛跳牆 禮盒		<ul style="list-style-type: none"> • 厚型食品級 不銹鋼材質 • 珍珠棉保溫層袋 • 大小適中精製 陶瓷煲仔 	✓	✓

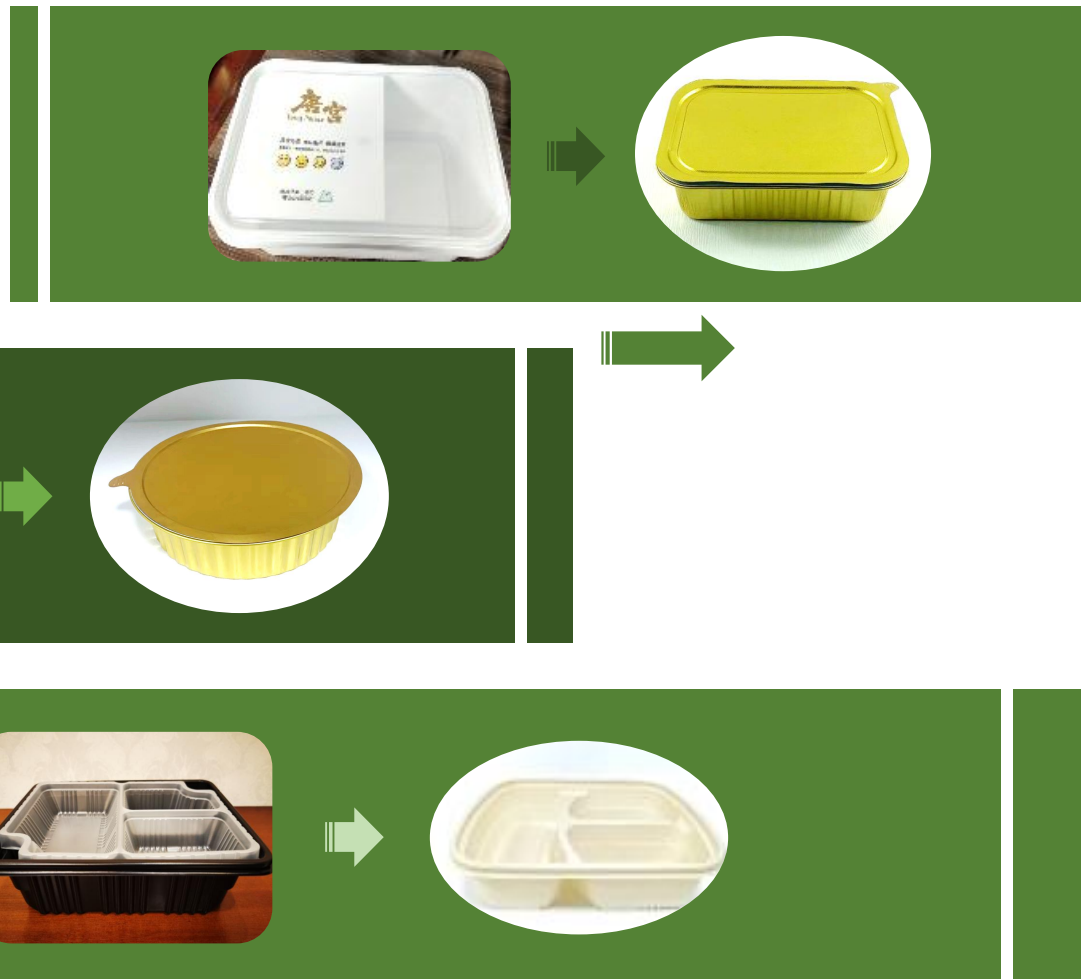


策略三：環保包裝設計

重點 2：梳理統一各區外賣包裝

疫情下令外賣需求提升，因而加大外賣盒及相關配件的用量，近年各地政府對塑膠盒及塑膠袋的生產和使用持續加大管控（如實施膠袋費及禁止使用不可降解塑料袋等）。雖然不同城市的情況有差異，為進一步響應環保及提高效益，集團期內開始就各區的外賣容器進行梳理並進行可行性研究（如操作流程、供應商物色及舊有庫存清理等），希望達致以下目標：

1. 減少全集團現時外賣盒款式，由約 17 款，降低至約 10 款；
2. 2022 年下半年或之前以可回收循環的鋁箔材質或可降解玉米纖維材質全面取代塑膠料，估計全集團每月可以減少約 42 萬個塑膠外賣盒及相關配件。





3. 與環境幸福共存

策略四：積極參與環保公益活動

重點 1：地球一小時

集團已連續三年響應世界自然基金會（WWF）發起的「地球一小時活動」，於每年三月最後一個星期六晚上 8:30，停止門店及宿舍內非必要的照明一小時，喚起顧客和員工對節能減碳的關注，一同為環保盡一分力量。參與「地球一小時活動」已成為唐宮的年度環保活動，並且廣受顧客支持。



策略四：積極參與環保公益活動

重點 2：印單紙回收

上期報告自 2020 年 11 月開始，唐宮與慈濟¹攜手合作，在深圳、東莞開展「垃圾減量、資源回收」行動，回收唐宮已使用的印單紙（收銀紙、樓面和出品看單紙）循環再造。報告期內廣東區 7 家門店繼續此項行動，合共收集得 3,819.7 斤（即約 1,909 公斤）印單紙。收到印單紙後，慈濟會將印單紙交由回收廠商製成再生紙，這不但能減少垃圾量，讓資源得以循環再造，而回收資源變賣的款項會用於慈濟振災或幫助社會弱勢群體，讓環保與慈善相得益彰。



1. 慈濟慈善事業基金會是於 2008 年 1 月在民政部登記註冊的全國性基金會。2012 年及 2017 年接受民政部評估，皆獲得全國性基金會 4A 等級殊榮，因應慈善法頒佈，2017 年獲認定為「慈善組織」。慈濟致力推動四大項目：精準脫貧 鄉村振興；生態環保 美麗中國；里仁為美 揚善勵志；傳承文明 弘揚人文。

3. 與環境幸福共存

策略四：積極參與環保公益活動

重點 3：青山公益商家

集團自 2018 年開始參與由美團外賣發起的青山公益行動，報告期內北京、華東、廣東和成都區門店均已響應這個具有意義的活動，成為青山公益商家。每次在美團外賣完成一筆訂單，集團作為青山公益商家之一會捐贈 0.01 元-0.02 元人民幣予由美團外賣聯合中華環境保護基金會於 2017 成立的「青山計劃專項基金」（2022 年起改名為「青山公益專項基金」）。基金捐款用於支持自然保護地高質量保護與發展、應對氣候變化、生態保育及扶貧、環保公益倡導等環保公益項目。



在美團外賣平台下單時，系統自動默認為「無需餐具」，提倡減少使用一次性餐具。





策略五：其他環境友善措施

為不斷提升員工及顧客的環保意識，我們持續在不同業務環節加入環保考慮及相關提示，以下為部份例子：



節能

- 門店廳房及後廚全面使用 LED 照明並採用分區照明以便有效管理
- 按照門店營運情況，制定分區照明及空調開關時間指引
- 使用熱能回收轉換熱水設備，減少外購熱水造成的能源消耗
- 使用環保蒸櫃（降低 30% 燃氣用量）

- 全面使用培訓、會議及審批軟件，減少文件紙張及交通公具造成的碳排放
- 定期清洗通風、隔油及廚房設備，合法處理污水及廢氣排放
- 堂食不主動提供一次性餐具
- 餐廳當眼位置及員工飯堂擺放珍惜食品提示，提倡「光盤行動」及把提示客人點菜份量加入服務標準之中
- 回收不同容器改裝為存放裝置，回收可食用食材邊角料製作員工餐用點心

減排 / 減廢



珍惜水資源

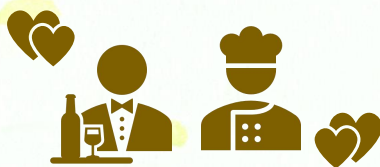
儘管期內集團在求取水源上未有遇上任何問題，集團持續採取以下措施以減少水資源消耗：

- 在可行情況下門店部份採用紅外線感應式水龍頭及廚房節水閥
- 定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
- 回收洗碗機帶有清潔液的水用於首次預洗操作

2021 年集團總耗水量為 563,876.57 立方米（2020：492,285 立方米），平均每千元人民幣為 0.48 立方米（2020：0.52 立方米）。



以經營傳遞幸福
Conveying Happiness
Through Operation





4. 以經營傳遞幸福

作為聘用近 4 千名員工的民生企業，我們本著「利他經營，用心做事，傳遞幸福」的經營原則，對內我們務求為員工提供良好安全的工作環境；對外我們爭取為客人提供優質的用餐體驗，從而帶出「優品」、「安心」及「養生」的品牌價值。

經營責任涉及不同範疇，按上市規則相關指引的要求，綜合整理如下：





4. 以經營傳遞幸福

4.1 產品責任及供應鏈管理

目標：

- 透過安全優質的食品，提倡健康有品位的生活
- 提升員工意識，防範一切食品安全事故

主要策略：

- 集團審批供應商引入，到現場考察主要供應商的生產情況，做好源頭監控
- 食品廠對重要食材（如進口急凍食材）進行集中檢測
- 專責採購部門管理及監督各類進入門店食材的檢疫、消毒及核酸報告要求
- 落實每月地區檢查機制及年終集團考核，確保設備及環境衛生清潔
- 嚴肅及時跟進顧客意見及政府部門巡查反饋，有效的事故呈報管理機制

相關法規：

《中華人民共和國食品安全法》，
香港法例第 612 章《食物安全條例》



關鍵風險	應對
<ul style="list-style-type: none"> • 持續反覆的疫情對食材供應的安全性及穩定性造成重大影響 • 政府部門對個別食材（如進口凍品）有更高的防疫要求 	<ul style="list-style-type: none"> • 因疫情防控要求未能進行供應商現場考核，但採購部門仍以電子聯絡方式與各主要供應商了解其生產經營情況，以獲取最新市場資訊及確保供應穩定性 • 更新供應商現場巡視記錄方式，梳理出主要觀察項目及明確負責人，為日後恢復之現場巡視做好準備 • 門店及食品廠的收貨負責人均會嚴格遵守食物檢疫要求，確保相關檢疫、消毒報告及核酸檢測報告齊備並存檔才容許有關食材入庫

期內情況更新：

報告期內，集團約有恆常供應商 447 個，當中北部地區（北京）約佔 57 個、東部地區（上海 / 蘇州 / 杭州）約佔 193 個、南部地區（深圳 / 東莞 / 香港）約佔 175 個，西部地區（成都）約佔 22 個。

此外，食品廠配有資格的食物檢測員持續為生鮮蔬菜、生鮮肉類、食用油、時令產品、器皿及員工手部衛生進行抽檢，確保源頭衛生。期內有關檢測均可通過，而食品廠亦已有採取一切必要的環境衛生及防疫措施。期內沒發生任何有關食品生產的違規情況，也沒有發生因質量問題而需要停用的食材，或發生任何食品因安全與健康理由需要回收的情況。

期內集團源全系統管理委員會就各地區 29 間主要門店（北京 9 間、廣東 6 間、華東 14 間）進行審查，審查項目主要為食品安全及防疫安全，各門店均能通過審核，當中有 14 家門店更得到優異成績，獲「源全 5S 典範店」稱號。





4.2 環境安全及健康

目標：

- 有效管理及減少各類安全事故
- 提升員工就環境、業務操作及消防上的安全健康意識

策略：

- 落實定期地區及集團檢查機制，檢視工作環境的安全隱患並作出預防
- 管理機制加強各類型事故（如工傷）的呈報、分析、記錄及總結
- 開市前例會、定期培訓（包括新員工入職培訓）、安全知識案例分享及參加演習
- 與地區法規管理部門保持良好溝通，了解最新法規要求並積極配合定期巡查

相關法規：



《中華人民共和國消防法》，
 《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》，
 香港法例第 95 章《消防條例》，
 香港法例第 509 章《職業安全及健康條例》，
 香港法例第 599F 章《預防及控制疾病（規定及指示）（業務及處所）規例》

關鍵風險	應對
<ul style="list-style-type: none"> • 疫情下前線員工的感染風險 • 進出管控下員工之身心健康 	<ul style="list-style-type: none"> • 積極配合及遵守地區之防疫管控措施（如核酸檢測、營業限制及社交距離措施等） • 各區防控小組統籌區內疫情防控管理及聯絡工作 • 就特殊時期之門店營業及宿舍生活作出具體指引，減低感染風險（如上下班注意事宜及作息時間建議） • 培訓部提供針對身心健康的線上學習課堂

期內情況更新：

集團非常重視環境及職業安全健康，此亦為各持份者重點關注議題之一，集團透過早年引入及持續優化之源全管理體系，以可視化的情境倡導（如不同顏色管理，提示標籤）、具體操作指引及公具表格，以及定期巡視評估，確保源全管理體系中的重要原則（如標準化的整理、存放及衛生要求）得以持續執行，並及早辨識安全風險隱患。期內源全管理顧問亦以課堂學習及現場指導方式，向香港門店之員工及管理層教授源全管理體系概念及執行指引。

於報告期內及過往二年，均沒有發生因工亡故的事件。期內全集團工傷事故相關人數為 31 人，涉及損失之工作日數為 604 日。所有需呈報之工傷事故，除按法規要求向政府勞動部門申報外，地區營運管理部門另會按集團指定報告表格，記錄事故原因分析及改善措施，用於內部案例以作預防同類事故。





4. 以經營傳遞幸福

4.3 服務標準

目標：

- 藉感動及專業的服務水平，讓客人感受幸福的用餐過程

策略：

- 定期線上線下培訓，讓員工掌握服務標準及保持良好心態
- 派發使命卡，透過具體提示，讓每位員工於日常工作中體現公司使命及核心價值
- 聘請神秘顧客，按既定標準進行客觀評估
- 有系統跟進客戶不同渠道之意見，不同激勵機制鼓勵表揚傑出服務的員工
- 專責部門審視菜牌及宣傳品用字，積極配合執法部門整改要求（如有）並分享案例，避免對消費者造成誤導

相關法規：



《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》，
香港法例第 362 章《商品說明條例》，
香港法例第 457 章《服務提供（隱含條款）條例》

期內情況更新：

疫情常態化令餐飲業務產生重大轉變，為更好管理日益增加的線上外賣銷售業務，各區營運管理部門均持續完善外賣相關操作流程及環境佈局，以提升外賣操作效率及減低衛生風險。



集團設立專責部門審視不同渠道（如公司郵箱、

Openrice、Facebook 及大眾點評等）的客人意見評語並進行及時回覆，有關部門會在意見評語中綜合總結有關出品 / 服務的提升點，並在每月召開的定期服務檢討會議中提示相關負責人（包括地區營運總經理 / 經理、店長及廚師長等），董事會主席及行政總裁會親自出席有關會議予以重視。此外，期內集團從郵箱及公司網站留言欄等官方渠道共接獲 20 宗有關食品質素及員工服務的投訴，當中有 1 宗來自消費者委員會就客人在優惠詮釋上的差異，本集團均已完成內部調查及回覆客人。

期內集團共安排了 395 次神秘顧客到訪，覆蓋 38 間集團旗下主要的門店，客觀審視門店的出品及服務水平，到訪結果交由專責培訓部門進行總結分析，並按需要進行重點提示 / 培訓作為跟進。此外，因應持續轉變的經營環境，培訓部門會根據經營策略及門店情況每半年檢討一次到訪觀察的內容，令服務得以持續提升。

除進行外部客觀服務檢討，為令各員工能在疫情常態化的環境下有更積極正面的心態，集團持續以傳遞「唐宮使命卡」及表揚「金牌服務師」作為提醒與鼓勵，並在不同的培訓會上分享員工日常工作過程中的感動案例，彼此砥礪前行。





4.4 廉潔誠信

目標：

- 締造公平工作業務環境，提高員工職業道德及對不正當行為之警覺性

策略：

- 員工守則明確禁止違反誠信及損害公司利益的行為
- 有效職能分割及流程管理（如合同加入拒收非法回佣條款）
- 定期文化培訓提高員工個人操守
- 設立內部舉報機制，內容保密並由專責內審部門跟進個案
- 與反貪部門保持良好溝通，了解最新資訊及培訓資源

期內情況更新：

於報告期內，並沒有針對集團或旗下員工並已審結的貪污訴訟案件，內部也沒有接獲需要呈報董事會的舉報告密事宜。

集團一直有關注香港商業道德發展中心向公眾發佈的最新防貪資訊，並會與香港廉政公署相關部門聯絡以便安排針對餐飲業的防貪講座。集團已於 2020 年為香港的前線管理員工安排了 2 場防貪講座，並計劃於 2022 年為集團董事及高管安排廉潔防貪培訓。此外，集團也會持續以傳統文化學習（如了凡四訓）薰陶員工保持個人道德操守，遠離貪念。



相關法規：

《中華人民共和國反貪污賄賂法》，
香港法例第 201 章《防止賄賂條例》，
香港法例第 615 章《打擊洗錢及恐怖
分子資金籌集條例》





4. 以經營傳遞幸福

4.5 權益維護

目標：

- 做好自身商標維護，尊重第三方權益及私隱

策略：

- 完善商標註冊及維護機制，保障自身及尊重他人商標
- 與正版軟件供應商保持良好溝通，制定合適企業方案，禁止員工下載盜版軟件
- 不過度索取客戶資訊，謹慎處理並只讓需要的員工接觸相關資料
- 會員系統註冊過程會展示公司的私隱政策，並供客人選擇是否接受所提供的資訊用於未來推廣用途
- 要求系統供應商做好數據加密處理，並禁止使用客戶資料作其他用途 / 向第三方透露

相關法規：

《中華人民共和國商標法》，
《中華人民共和國著作權法》，
香港法例第 559 章《商標條例》，
香港法例第 528 章《版權條例》

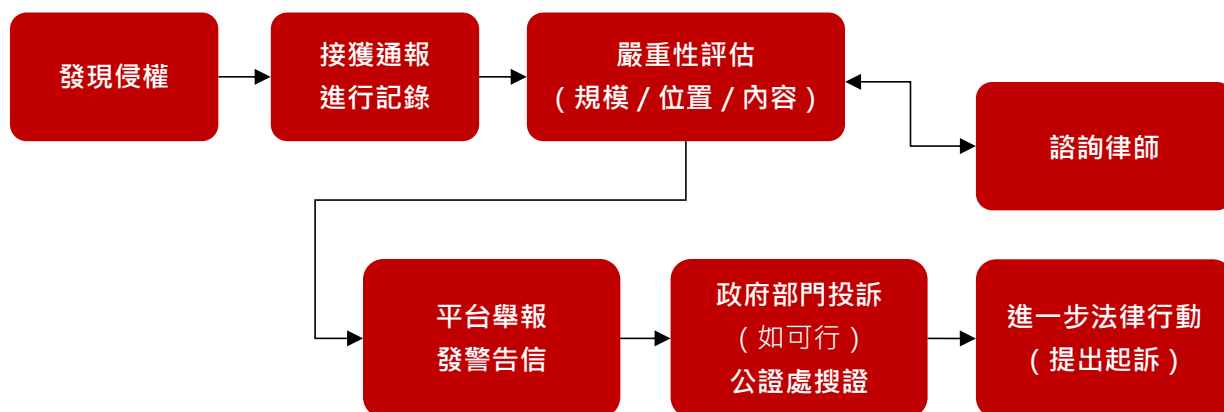


期內情況更新：

針對國內門店播放音樂需要，集團已統一與專業背景音樂服務公司簽訂合同，按門店格調需要配備適合背景音樂，合同條款中已明確服務公司需確保有關音樂已獲合法授權使用。此外，集團資訊科技部門定期了解各部門就不同辦公軟件的需求，按需要購買合法授權軟件。

集團安排專人並在專業商標顧問的協助下，負責統一管理各地的商標註冊及維護事宜，確保業務中使用的商標已合法註冊並按需要及時續展。鑒於有個別餐廳使用近似我們已註冊的商標，對市場造成混淆並對消費者構成誤導，我們除了早前發出自願公告作提醒外，也在本集團網站明確列出旗下門店地址，並澄清市場上其他類似的餐廳或加盟邀請網站一概與本集團無關，以保障公眾利益。

集團在期內進一步與商標顧問商討，完善就發現涉嫌侵權餐廳時的處理機制，務求更有效處理不同涉嫌侵權的案件，維護集團的合法權益。



向社會分享幸福

Sharing Blessing
with Society



5. 向社會分享幸福

5.1 僱傭情況

集團深明積極正面的員工為所有優質出品及服務的開始，因此我們除了尊重員工的基本法定權益¹外，亦重視以不同的員工福利關顧措施（詳見 5.3 部分）及經典文化學習，致力塑造正向友善的工作氛圍，從而提升員工的幸福感，以下為集團主要的僱傭政策：

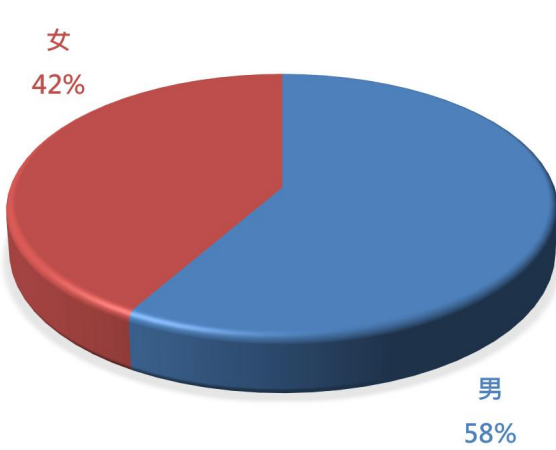
<p>有效招聘/ 離職程序</p> 	<p>系統化入職流程，複核入職者資料，系統禁止未成年入職者錄用</p> <p>入職需簽署書面合同，合同不時按相關勞動法規更新</p> <p>離職表格及訪談了解原因，以持續改善僱傭情況</p>	<p>平等多元 招聘機會</p> 	<p>不論年齡及性別，用人為才</p> <p>持續校企合作²，提供寶貴實習培訓機會，期內一共與 20 間學校合作，提供了 882 個實習崗位</p> <p>董事會多元化政策</p>
<p>友善 工作環境</p> 	<p>禁止任何形式的強制勞工，勞資關係均是自願及互相尊重</p> <p>重視員工生活平衡及作息，提供補假及相關工作津貼</p> <p>提供法定假期、工傷假及其他特定帶薪假期（如婚假、恩恤假等）</p> <p>透過文化學習薰陶鼓勵唐宮人之間互助互愛，禁止任何形式的職場歧視及欺凌行為（設舉報制度）</p> <p>其他福利：醫保、體檢津貼、「日行一善」緊急援助金、生日禮券、員工折扣及節期禮品等</p>	<p>晉升發展/ 全人提升</p> 	<p>平衡重視員工專業技能、管理技巧 / 心態及精神文明</p> <p>提供不同晉升機會（部長考核、見習管理人計劃及通崗全才計劃）</p> <p>內部員工參與培訓視頻拍攝及產品代言</p> <p>提供線上線上下多元化培訓學習課程</p>

1. 主要僱傭法規包括（不限於）中國的《勞動法》、《勞動合同法》及《社會保險法》等；香港特區的《僱傭條例》、《最低工資條例》及《強制性公積金計劃條例》等。我們與地區勞動管理部門保持良好溝通，了解最新法規要求，按需要及時更新人力資源政策。
2. 集團自 2006 年起持續與不同學校合作，更與國家示範院校廣東輕工職業技術學院建立戰略合作關係，成立香港唐宮酒店管理學院，多年來為學校提供實習崗位，讓學生在實踐中發展成長，成就得校方高度認可，於 2020 年獲校方頒授「示範性大學生校外實踐教學基地」榮譽。

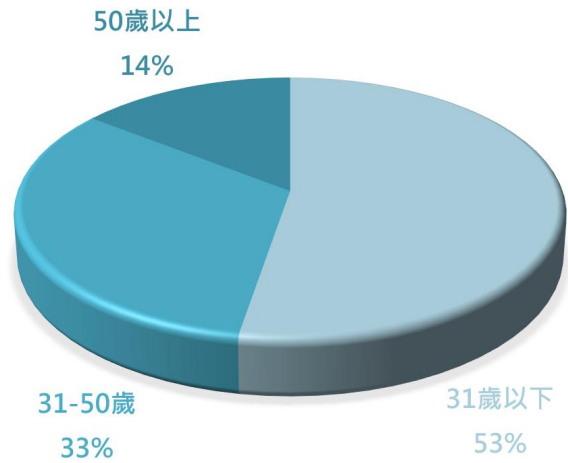


期內集團就業情況

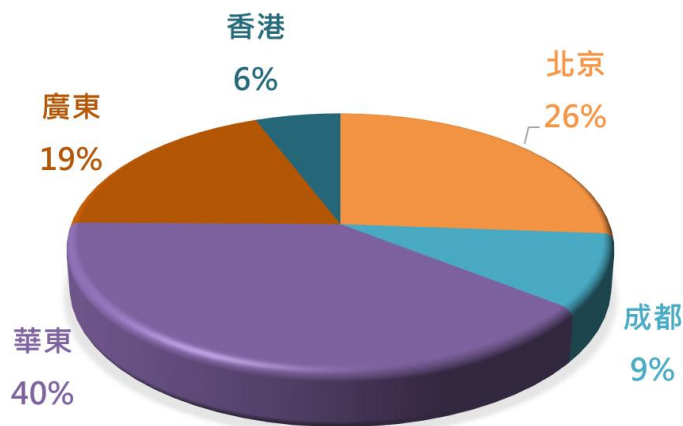
截至 2021 年 12 月 31 日，集團員工總數約為 3,800 人。以下為按不同層面（包括性別、年齡、地區、職級與合約性質）的就業人數分析，及按個別群組劃分的流失率情況。



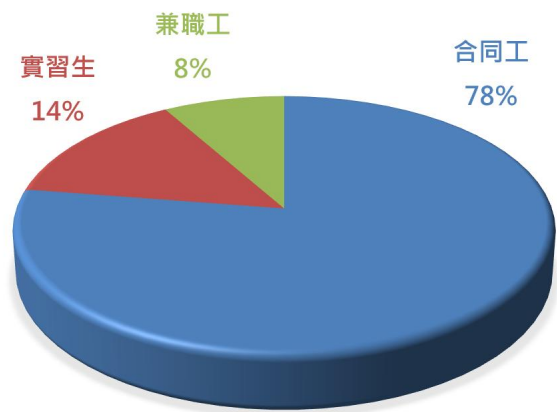
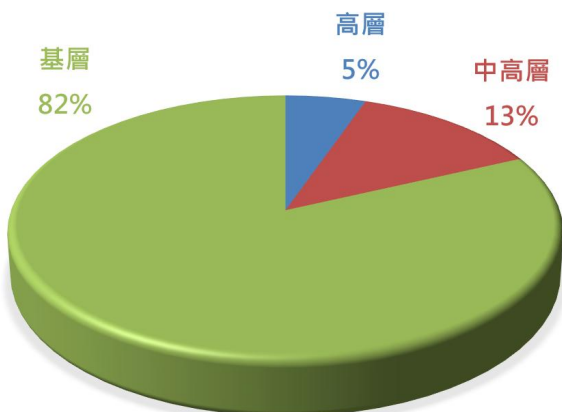
按以上群組劃分的相關流失率
(男 42.8% / 女 33.8%)



按以上群組劃分的相關流失率
(<31 : 44.5% / 31-50 : 31.2% / >50 : 30.3%)



按以上群組劃分的相關流失率
(北京 39.5% / 華東 39.0% / 廣東 34.0% / 成都 38.1% / 香港 56.4%)



5. 向社會分享幸福

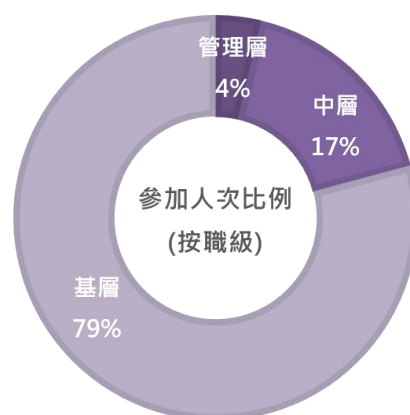
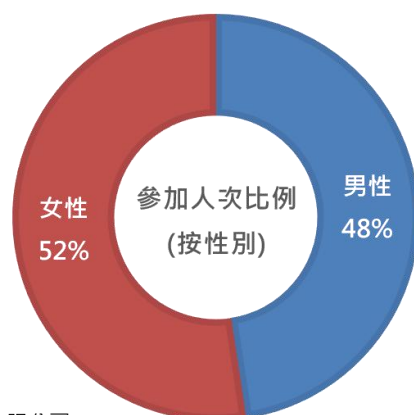
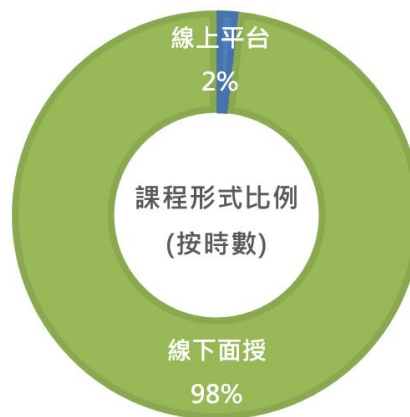
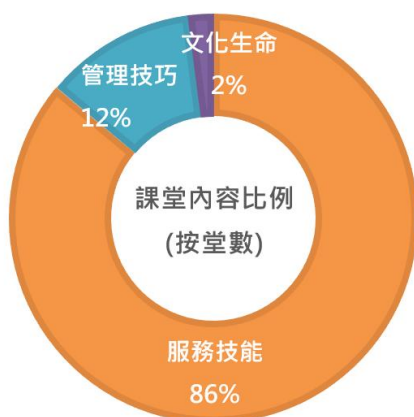
5.2 培訓及發展

期內培訓課堂情況

雖然疫情常態化對企業的日常經營持續構成影響，但這並無阻我們堅持學習精進的決心，員工透過線上線下的不同渠道及內外培訓資源，善用時間進行學習，持續成長及保持積極正面。報告期內，我們共安排 1,992 堂不同種類的培訓課堂，涉及總時數 3,096 小時，參加者多達 32,988 人次。

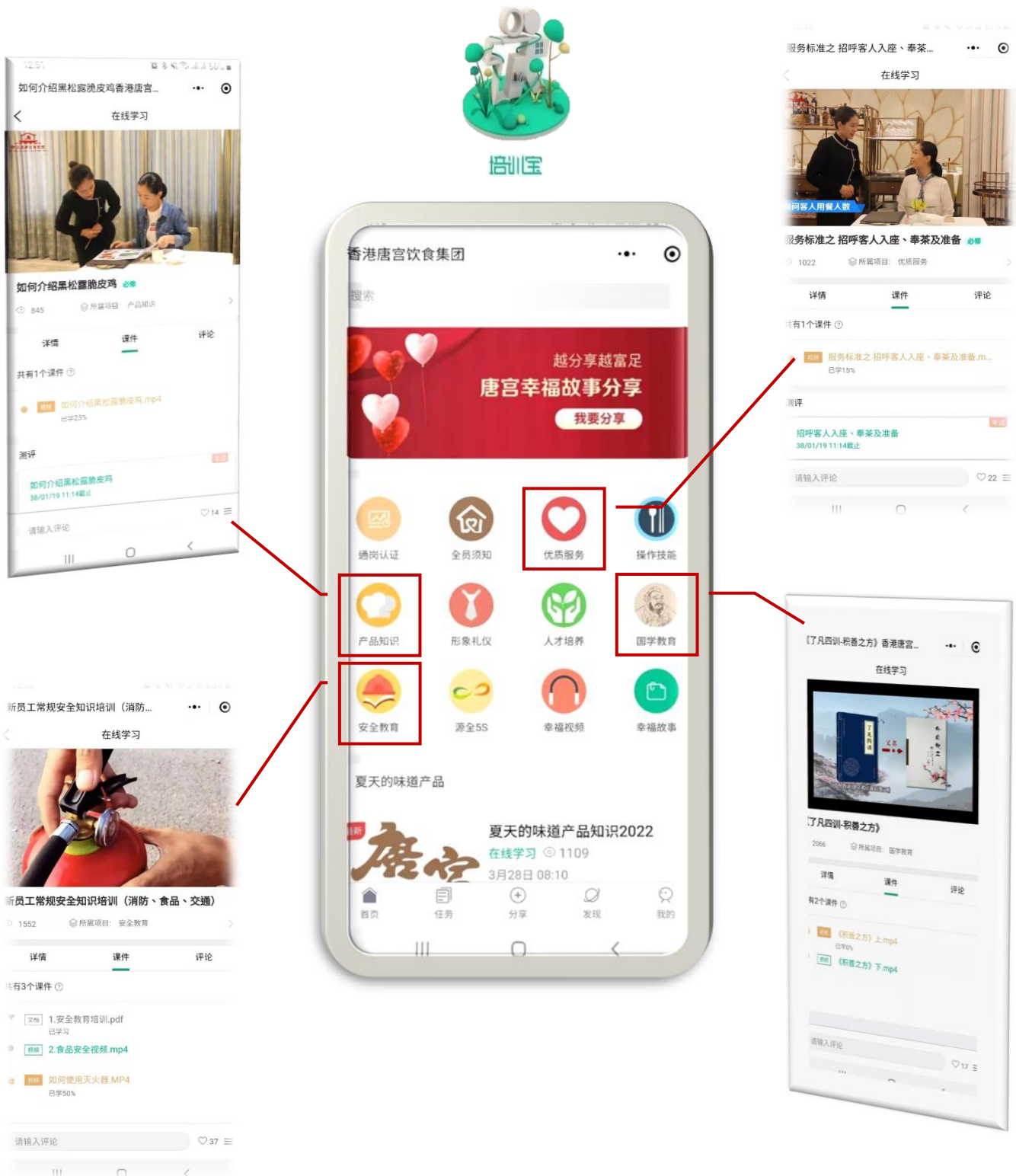
	服務技能	管理技巧	文化生命	總計
培訓場次 / 堂數	1,714	238	40	1,992
課堂參與人次 (人次)	21,436	10,152	1,400	32,988
培訓時數 (小時)	2,315	617	164	3,096

	管理層	中層	基層	男性	女性
參加者 (人次)	1,205	5,661	26,122	15,711	17,277
每名員工平均受訓時間 (小時)	56	294	530	327	719



培訓寶移動學習平台（「培訓寶」）

集團持續全面使用培訓寶向員工提供線上學習資源，期內新增了6條關於經營管理的教學視頻，此外培訓寶亦應用於通崗全才培養計劃的考核認證及不同的門店表揚案列分享上，加強員工及公司之間的互動。



5. 向社會分享幸福

通崗全才培養計劃

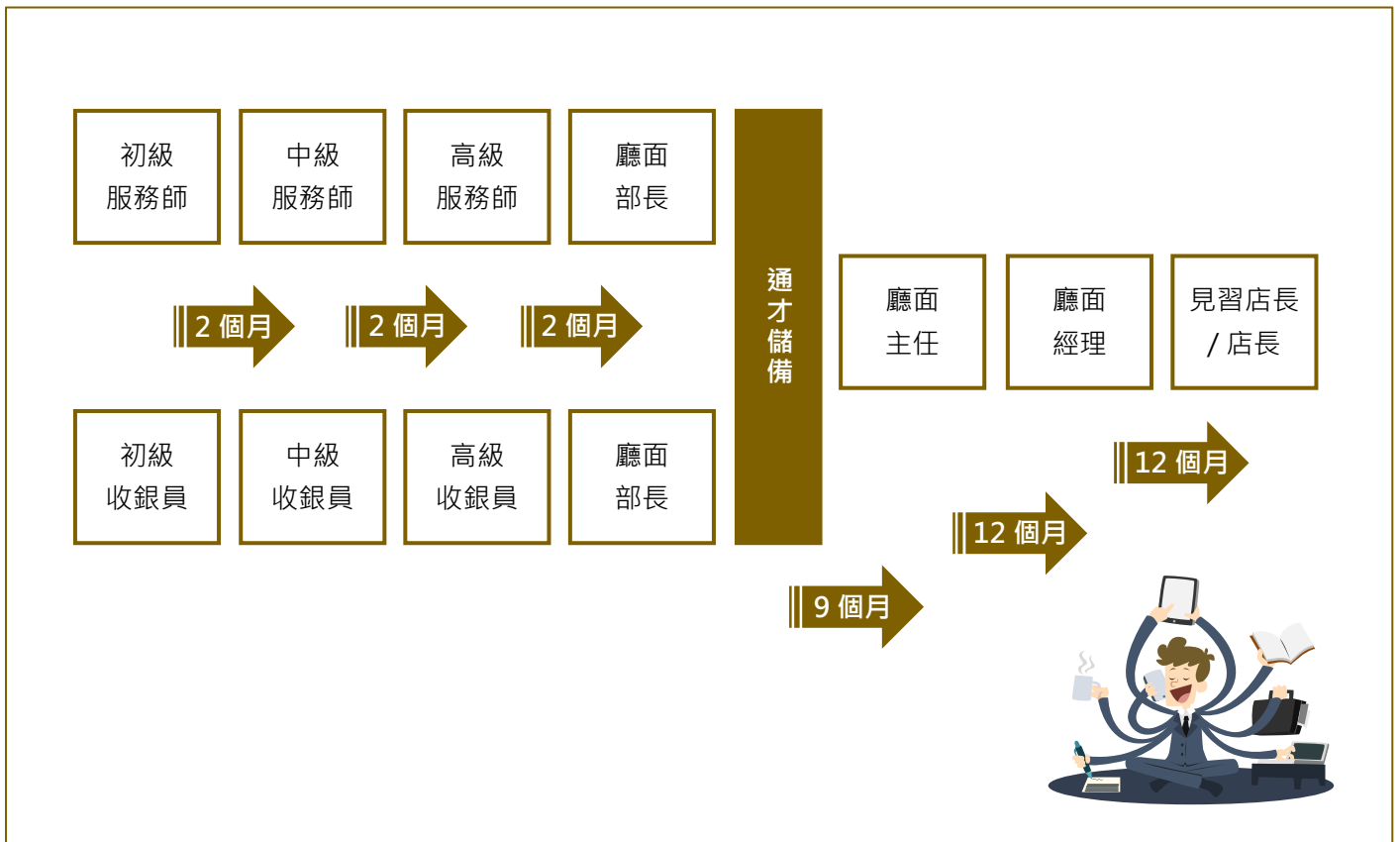
期內培訓部在不同職能部門的協作下，完成現有的崗位技能梳理並標準化為不同的技能認證，以便進行更精準與系統化的考核及崗位管理，員工在通過相關技能認證後可透過調整其職能範圍的內容，從而獲得晉升加薪的機會。



原有崗位	通崗後統稱	技能認證	2021 年參與 (人次)
服務員 / 傳菜員 / 諮客員 / 酒吧員	初級服務師	6	服務師 / 收銀員： 1,457 管事員： 410 部長 / 主管 / 主任： 942 總計：2,809
	中級服務師	6	
	高級服務師	9	
樓面部長 / 傳菜部長 / 諮客主管 / 收銀主管 / 酒吧主管	廳面部長	12	
收銀員	初級收銀員	2	
	中級收銀員	2	
	高級收銀員	7	
保安員 / 舍監 / 看更 / 潔淨員 / 洗碗工 / 練習生 / 布草	初級管事員	3	
	中級管事員	3	
	高級管事員	9	
電工	初級電工	3	
	中級電工	2	
	高級電工	7	
	電工主管	7	
後勤主管	保安主管	7	
	潔淨主管	7	



培訓寶配套通崗技能
線上理論學習+
線下考核認證



5. 向社會分享幸福

期內晉升情況

期內全集團共有 132 名員工成功通過考核，得以晉升為部長或主任，繼續與公司一同成長。此外，為配合集團的發展步伐及業務營運對人才的需求，同時亦給予員工更深度全面的訓練，集團在期內在現有的「見習管理人員計劃」(Management Trainee Program，簡稱 MT 計劃) 基礎上，推行了首屆高階 MT 訓練計劃，為門店管理負責人及集團不同重要職能的管理人員建立「人才庫」。

高階見習管理人員計劃



高階 MT 訓練時間：
2021 年 5-10 月
(為期 6 個月)

1. 對象目標

- 1) 現職經理
- 2) 主任級崗位滿一年

2. 評選機制

上司、平級及下級 360 度
全面打分

3. 選拔條件

溝通能力、管理思維、
企業理念

4. 訓練範疇

集團、分區、門店掌握整
個業務環節

5. 訓練模式

線上線下並用，善用各區
及內外資源展開全方面、
多維度訓練

6. 畢業考核

實踐評分、教練評分、
答辯評分

是次高階 MT 訓練計劃一共有 18 人入選參與，各人的職能崗位均在計劃完成後得到提升，部份將調任為新店負責人(店長)，部份則加入集團的重要策劃部門(如營銷部)。

北京 5

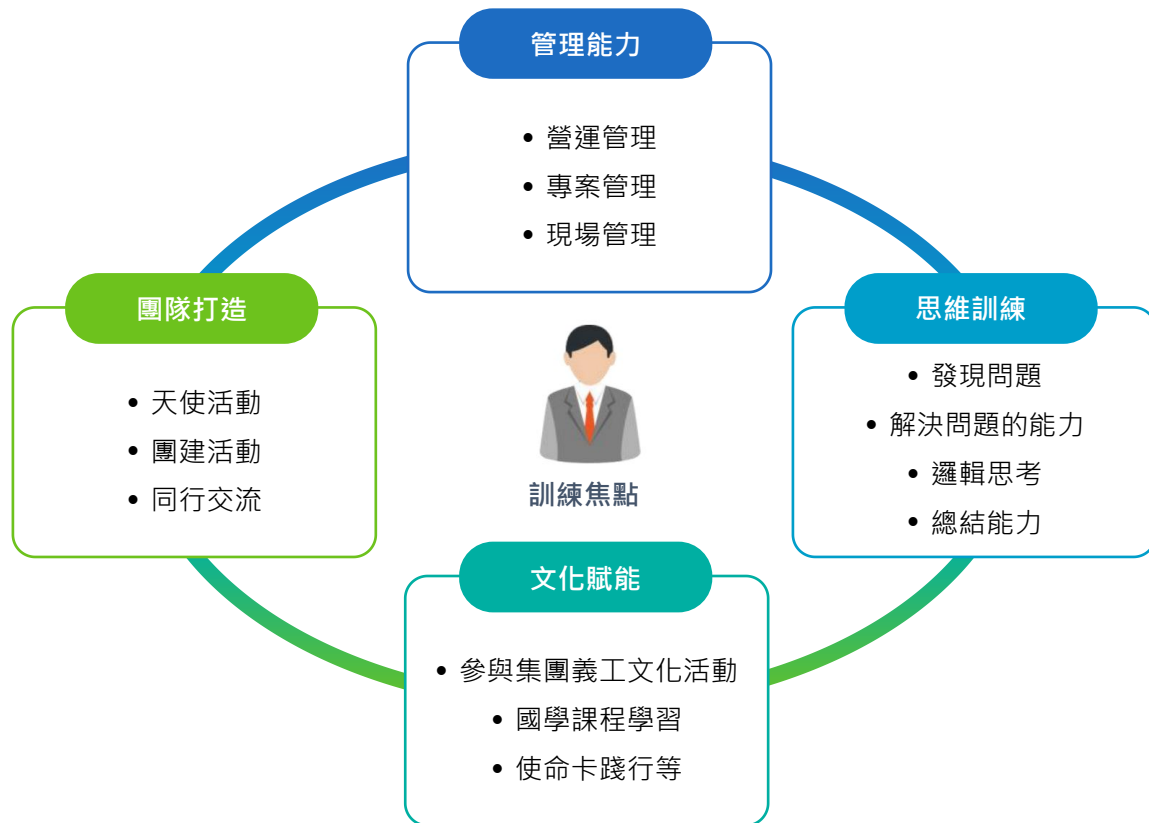
華東 5

廣東 3

成都 5

男 5

女 13



課程匹配

- 主任經理課程
- 專案經驗萃取
- 名師輔導



門店實踐

- 分區域分門店
- 團隊協作形式
- 焦點專案推動



定期總結

- 每月報告
- 辯論賽 / 演講賽
- 心得分享



會議學習

- 集團核心會議
- 集團顧客滿意度會議
- 集團季度帶教團隊考核
- 地區營運會議



活動交流

- 同行交流
- 團建活動
- 義工活動
- 食品廠參觀

5. 向社會分享幸福

5.3 社會公益

個人、家庭、工作、社會、環境，有著從內至外、由近至遠的互動關係。唐宮希望通過積極正向的企業文化，從幸福員工出發，通過各種對內對外活動，讓愛更流動，實踐「傳遞幸福」的經營理念。



從幸福職場，到幸福家庭

內地員工大都到離家較遠的外地工作，與家人聚少離多；而在節慶假日，餐飲人也因為行業特性未能與家人團聚。集團感恩員工對餐飲業的付出與擔當，感恩員工家人們在背後的默默支持，通過不同的內部活動，鼓勵員工感念親恩，重視孩子成長，倡導和諧家庭生活。

黃金老人慰問金

於農曆新年為員工 70 歲以上的父母親送上黃金老人慰問金。

優秀員工感恩禮

子女成材，離不開父母的教育與培養。集團提倡年度優秀員工將其一半獎金孝敬雙親，企業即給予相同金額組成感恩禮，藉此將得獎的榮譽與孝心送呈給獲獎員工的家人。





節日感恩禮

在農曆新年和中秋節，集團為員工家人寄送年糕和月餅，並且附上員工親手撰寫的感恩卡，感謝家人們對餐飲從業員堅守崗位的支持，傳遞衷心的節日祝福和每一份想家的心情。



母親節 / 父親節及感恩活動

顧客來店慶祝之際，集團不忘為亦同為父母親的員工們送上禮物與祝福，感恩他們在節日中堅守崗位，傳遞幸福。



福慧少年訓練營

自 2014 年，集團於暑假為員工子女免費舉辦福慧少年訓練營，培養孩子孝敬父母、尊師重道、自律有禮的美德。2021 年 7 月舉辦的訓練營是第 10 期，也是首次由各區聯合舉辦，共有 43 名孩子從不同城市飛抵北京參加，26 名唐宮義工助教及會務組成員參與完成。



5. 向社會分享幸福

5.3 社會公益

參與環保公益，共創幸福生活

集團通過不同活動，鼓勵員工及顧客一同參與公益，共襄善舉，成為幸福的傳遞者。

携手顧客，為鄉村學童提供免費午餐

繼 2020 年「唐宮圓月計劃」捐助重建洪澇災區，2021 年我們再次在中秋前夕開展「唐宮圓月計劃」，邀請顧客携手行善。我們承諾於 2021 年 8 月 20 日前在唐宮國內分店每售出一盒唐宮月餅，便捐贈 5 元給中國社會福利基金會「免費午餐基金」，最終共捐款 16 萬元，幫助鄉村學童享用免費午餐。

|

唐宮已捐贈16萬元月餅收益
謝謝您請孩子們吃飯!



2011年4月2日，邓飞联合500名记者、国内数十家主流媒体和中国社会福利基金会发起免费午餐基金公募计划，为孩子们提供4元一份有营养的“免费午餐”，助力孩子们健康成长。





唐宮(中國)控股有限公司
您所捐贈的160000元 善款我們將會按照公開、公正、透明的原則實現您的捐贈意願，感謝您對免費午餐基金的信任與支持！
愛孩子，也要愛自己。請孩子們吃免費午餐的同時，我們也希望您好好吃飯，一起陪伴孩子們健康成長！
2011年4月2日，邓飞联合500名记者、国内数十家主流媒体和中国社会福利基金会发起免费午餐基金公募计划，倡议每天捐赠4元，帮助孩子们免于辍学饥饿，享有热腾腾的免费午餐。
MFWC-E-GS-20210911953858
www.mianfeiwucan.org

愛心月餅，傳遞幸福

每年中秋前夕，唐宮義工團都會到訪敬老院、綠洲食物銀行等慈善團體，送上唐宮愛心月餅和節日問候，將溫暖的關懷、甜蜜的祝福帶給長者、志工以及社會上有需要的人，傳承孝福之道，傳遞幸福快樂。



愛心白金贊助《智行·有愛》慈善音樂會

唐宮支持香港慈善機構「智行基金會」用音樂傳遞幸福，愛心白金贊助《智行·有愛》慈善音樂會，表演嘉賓包括：愛心歌唱家陳潔靈小姐和倫永亮先生、著名舞蹈家王廷琳先生、慈善歌唱家楊立門先生、傑青視障歌唱家蕭凱恩小姐、古箏大師吳炳坤先生等等。慈善音樂會收益不扣除任何成本，全數用於中國愛滋遺孤及清貧學生助學及心理發展項目上。



唐宮愛心年曆·繪出美麗色彩

唐宮連續三年與香港智行基金會携手，以基金會受助兒童及青少年創作的畫作製成唐宮愛心月曆，在各家門店推廣派發，旨在喚起大眾對弱勢群體的關注、參與公益，傳播正能量。



智行基金會是香港註冊的慈善機構，專注在內地提供助學及心理發展等服務，服務人群以受愛滋病影響家庭的學生為主，包括受貧窮、疾病、歧視影響的學生。

5. 向社會分享幸福

5.3 社會公益

參與環保公益，共創幸福生活

支持扶貧產品，收獲甜美果實

我們採購產自東庄村的砂糖橘，該村（柑橘）被評為首批省級「一村一品、一鎮一業」專業村，採購的砂糖橘屬於扶貧產品並通過廣東省第一批扶貧產品認證。

支持企業家環保公益項目

我們捐贈支持「北京市企業家環保基金會」的環保公益項目，為生態保護貢獻一分力量。該基金會的業務領域聚焦荒漠化防治、氣候變化與商業可持續、濱海濕地保護、生物多樣性保護、自然教育、長江大保護、綠色供應鏈等環保議題。

推廣綠色飲食，助力業界發展

集團主席翁培禾女士受 ProVeg International 邀請，於杭州舉行的「新時代飲食：可持續餐飲與廚藝峰會」嘉賓論壇中探討植物性餐飲的市場商機與營銷，與業界分享推廣低碳環保健康素食的心得，協助推動環境可持續發展。



6. 展望

唐宮三十 幸福味道

多年來，唐宮致力於經營散發人情味的幸福餐廳。我們對夥伴有情，對顧客有情，對餐飲有情，對社會有情，對環境有情，通過匠心美食與幸福餐飲文化回饋社會，傳播正能量。

唐宮的人情味，是我們最珍惜，也是最重要的味道。在三十週年慶之際，我們持續推出一系列慶祝答謝活動回饋顧客，並且拍攝系列主題紀錄片《幸福味道》，邀請了30位跟唐宮結緣多年的夥伴、顧客、供應商等，講述他們與唐宮滿載人情味的幸福故事。

三十年對於一家企業，有數不盡的難忘時刻，有說不盡的感人情懷。從深圳第一家店到中國一線城市幾十家餐廳，從中國境內到境外，歲月裏的人事物充滿著幸福的味道。唐宮的《幸福味道》記錄了三十年來人與人之間愛的聯繫，反映了餐飲人用餐飲傳遞幸福的真實寫照，每段回憶都是唐宮與夥伴們共同譜寫的珍貴歷史，更是促使我們在未來繼續堅守餐飲人使命、讓愛流動的原動力。

同時，我們以新的三十年為契機，沉澱過往三十年成果，把唐宮的企業文化進行重塑及提煉。我們將繼續秉承「用餐飲傳遞幸福」的信念，以「讓員工幸福」為使命，遵循「安心、親切、體貼、捨得」的價值觀，在孝親感恩文化、利他文化、精進文化的熏陶下，發揚感謝精神、互幫互助精神、匠心精神和創新精神，展現唐宮幸福力，傳遞唐宮人情味。

為向「創百年國際幸福品牌」的可持續願景邁進，我們繼續致力將「優品、安心、養生、環保」的品牌形象貫穿在集團運營中（如多研發健康素菜、在供應商選擇及包裝設計上多考慮環保角度及積極響應環保公益活動等）；為員工提供良好工作環境及發展平台；為顧客提供健康養生、環保安心、高質優品的餐飲選擇，同時履行餐飲人在環境、社會及管治上的企業義務。



7. ESG 指標索引

報告相關披露指引	相關披露內容描述	報告相關位置
層面A1：	一般披露	
排放物	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。	P.21-22
	指標 A1.1 - 排放物種類及相關排放數據	P.19
	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）	P.19
	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）	P.19
	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）	P.19
	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	P.23-24
	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	P.27-28
層面A2：	一般披露	
資源使用	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。	P.22-32
	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）	P.20
	指標 A2.2 - 總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）	P.20
	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	P.22-32
	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	P.32
	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	P.20
層面A3：	一般披露	
環境及天然資源	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策	P.22
	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	P.25-32
層面A4：	一般披露	
氣候變化	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策	P.21
	指標 A4.1 - 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	P.21



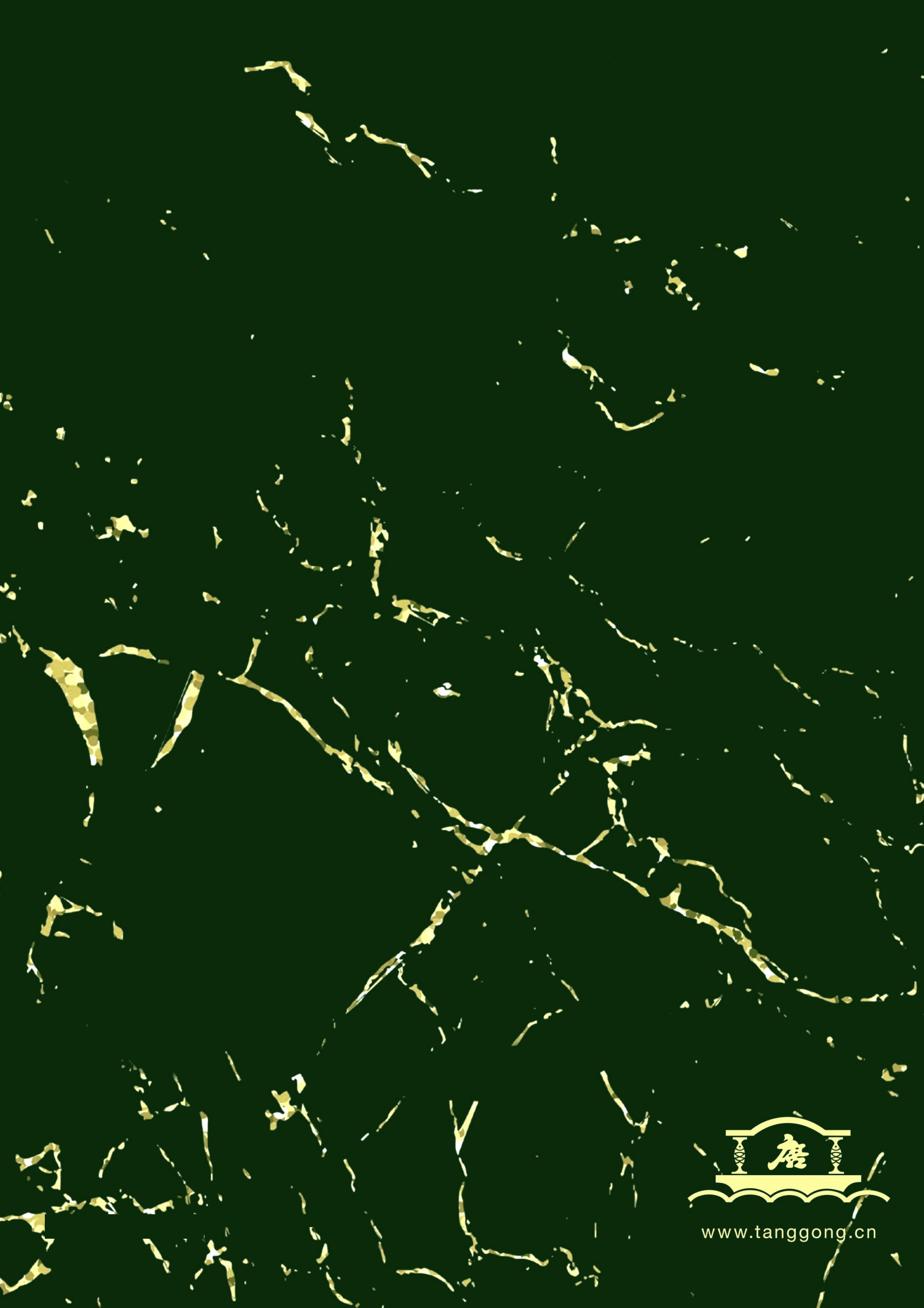
報告相關披露指引	相關披露內容描述	報告相關位置
層面B1： 僱傭	一般披露 有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	P.41
	指標 B1.1 - 按性別、僱傭類型（如全職或兼職）、年齡組別及地區劃分的僱員總數	P.42
	指標 B1.2 - 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	P.42
層面B2： 健康與安全	一般披露 有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	P.36
	指標 B2.1 - 過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率	P.36
	指標 B2.2 - 因工傷損失工作日數	P.36
	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	P.36
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。	P.43-48
	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	P.43
	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	P.43
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	P.41
	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	P.41
	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	P.41
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	P.35
	指標 B5.1 - 按地區劃分的供應商數目	P.35
	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	P.35
	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慣例，以及相關執行及監察方法	P.35
	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	P.23 · 24 · 28



報告相關披露指引	相關披露內容描述	報告相關位置
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	P.39
	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	P.35
	指標 B6.2 - 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法	P.37
	指標 B6.3 - 描述與維護及保障知識產權有關的慣例	P.39
	指標 B6.4 - 描述質量檢定過程及產品回收程序	P.35
	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	P.39
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	P.38
	指標 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	P.38
	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	P.38
	指標 B7.3 - 描述向董事及員工提供的反貪污培訓	P.38
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	P.49-53
	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）	P.49-53
	指標 B8.2 - 在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）	P.49-53

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訊息，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



www.tanggong.cn