



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

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE REPORT

唐宮
Tang Palace
HONG KONG 香港
TANG PALACE 唐宮
FOOD & BEVERAGE 飲食
GROUP 集團

2023

環境、社會及管治報告





引言	03	4. 幸福經營	26
1. 報告說明	05	4.1 供應鏈管理	27
2. 有關唐宮	08	4.2 食品安全	29
2.1 集團簡介及重要發展階段	08	4.3 環境安全與健康	30
2.2 公司文化及價值	09	4.4 銷售與服務	31
2.3 獎項殊榮	10	4.5 權益維護	32
2.4 可持續發展及風險管理	11	4.6 廉潔誠信	33
2.5 持份者溝通	13	5. 幸福社群	34
2.6 各議題重要性分析	14	5.1 僱傭情況	34
3. 幸福環境	15	5.2 培訓及發展	37
3.1 排放物相關數據	15	5.3 社會公益	39
3.2 資源耗用相關數據	16	6. 展望	43
3.3 目標及策略	17	7. ESG 指標索引	44

Introduction

引言

唐宮 30⁺年，經典與創新相遇

企業得以可持續發展，有賴各持分者的參與。正是「以餐飲傳遞幸福」的信念連繫着彼此，讓唐宮集團跨越精彩三十年，並且在這重要歷史性時刻重塑使命、願景、價值觀，進入 30⁺年的時代。

守鮮有道鑄匠心，精進篤行持恆心

三十多年來，唐宮始終專注於粵菜，用足匠心，傳承粵式經典。我們秉持「好食材，真鮮味」的品牌理念，嚴格堅守粵菜對食材的高標準，竭力追求粵菜的清鮮至味，希望讓每一位來到唐宮的客人都能感受到粵菜最本真的魅力。

在傳統和經典的穩固基礎上，我們不忘尋求品牌升級與創新的空間，與時並進，致力為客人提供兼具創意與健康美味的出品，以及有溫度的專屬服務，以專業的服務和出品貫徹唐宮「安心、親切、體貼、捨得」的價值觀，把人情味帶給客人，成就屬於唐宮的幸福味道。

與此同時，我們持續發掘新的商業模式和具潛力的合營企業，通過發揮集團多品牌運營和與合作夥伴強強聯手的優勢，拓展集團的餐飲版圖，向「創百年國際幸福品牌」的願景邁進。

傳遞幸福守初心，育德育人秉真心

員工是企業發展的重要組成部分，「讓員工幸福」正是唐宮持守的使命，我們深信，只有幸福的員工，才能把人情味和幸福傳遞給更多的客人。

從晉升帶教到複合性全才發展，從用愛心做事到幸福故事，從唐宮義工團到幸福人文部.....，我們希望通過不同維度的人文關懷項目讓員工幸福成長，成為「以餐飲傳遞幸福」的一員。

自 2022 年 6 月開始推行的唐宮「幸福故事·幸福積分」，至今 (2024 年 3 月) 已收集到超過 59 萬件由唐宮夥伴們分享的幸福故事，其中 189 個精選故事被攝製成影片，沉澱為唐宮寶貴的文化資產，進一步傳遞及傳承幸福的力量。

我們深信，在市場不穩與變化頻繁的時代，助力員工身心健康成長，是讓員工在工作和生活中獲得幸福的重要元素。2023年，我們為員工安排了4,727堂不同種類的培訓課堂，參加者達48,557人次。我們定期舉辦創新分享會，推動內部創新改革，為員工提供展現成果及學習優化的平台。我們又組織不同主題的考察交流活動，包括：星級服務與出品、企業文化與經營之道、用使命打造幸福餐飲、餐飲同業深度交流會等等。

隨着防疫措施全面解封，2023年我們重啟面向員工子女的福慧少年國學集訓營，並且首次舉辦面向大眾的大型弘揚中國傳統文化公益課程，推廣孝道文化，期望為社會帶來正面影響。

公益環保傾愛心，榮譽滿載燃信心

唐宮的人情味和家文化，組建出擁有幸福感和歸屬感的團隊。這份愛與幸福，不僅存在於集團內部，我們同時把得到的溫暖回饋社會，讓愛流動。

集團携手免費午餐基金助力鄉村學童健康成長的「唐宮圓月計劃」；携手智行基金會派發傳播正能量的「唐宮愛心年曆」；我們邀請客人携手參與地球一小時；我們的唐宮義工團為敬老院長者送上愛心月餅與祝福；集團成為國際培幼會年度鉑金夥伴等等。我們希望通過帶動員工與顧客參與環保公益，履行企業責任，惠澤社群。

有賴唐宮大家庭的每一位成員與唐宮一同成長，携手前行，讓集團進入30⁺年的時代。同時，感謝客人、員工家人、餐飲同業、合作夥伴、社會大眾等等，一直以來對唐宮的認同和支持。進入30⁺年，我們將繼續保持「讓員工幸福，讓顧客幸福」的初心，履行餐飲人在環境、社會及管治上的義務，在多變的大環境下保持彈性，樂於創新，勇於成長，共創精進，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，携手共創百年國際幸福品牌。

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 2023 年 1 月 1 日至 2023 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出日同步發佈。

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（共 28 間門店），包括北部地區（北京）、東部地區（上海 / 杭州）、南部地區（深圳 / 東莞）及西部地區（成都）。統計涵蓋之門店已構成本集團超過 80% 的主要收入來源。

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**」）內地，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

本報告根據香港聯合交易所有限公司（「**聯交所**」）及證券上市規則（「**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。	<p>董事會按既定的管理架構及流程評估，根據業務方向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。</p> <p>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」。</p>
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）。	<p>ESG 工作小組負責向各業務及後勤部門以指定表格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（現為香港生產力促進局）根據中國及國際認可的指引 / 標準進行碳排放核算。</p> <p>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。</p>
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。

About This Report

1. 報告說明

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方法與報告指南》、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方法與報告指南》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>）及聯交所網站（<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。

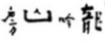
About Tang Palace

2. 有關唐宮

2.1 集團簡介及重要發展階段

我們是一家主要在中國經營的連鎖餐飲集團，源於 1992 年，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，並以讓企業得以健康及可持續的發展、成為百年幸福企業為願景。

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。本集團分別以自營及合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、歐、馬來西亞風味等多元化的餐飲服務。截至 2023 年 12 月 31 日，本集團經營 35 家餐廳，另以合營方式經營 16 家餐廳，遍佈北京、上海、深圳、成都、杭州、蘇州、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 杭州 蘇州	深圳 東莞	成都	香港 台灣	新加坡
傳統中餐 / 粵菜	核心自營	 Tang Palace		 TANG PALACE SEAFOOD RESTAURANT			
		 和園		 唐宮壹號 TANG'S CUISINE			
新派中餐 / 休閒餐	核心自營 / 授權合營		 唐宮(茶)館 CANTON TEA ROOM			 唐宮小聚 SOCIAL PLACE	 唐宮小聚 SOCIAL PLACE
其他: 川菜 / 淮揚菜 / 馬來西亞菜 / 日本菜 / 歐陸菜	合營		 長山	 馬旺子 巴蜀風		 一町傳 Kyoto ICHINDEN  肌肉新堂 MUSSEIS  UNIQ KAPPO JIRO	

集團於二十世紀 90 年代進軍內地餐飲市場，以一線城市為目標，先後在深圳、北京和上海開設餐廳，經過多年深耕，獲得當地食客及業界認同，建立美譽，餐廳數目日增。進入第 2 個十年，集團逐步將版圖擴展至二線城市，位於東莞、蘇州和杭州的餐廳相繼開業。同時，集團明白員工是企業得以持續發展的關鍵元素，遂以愛心文化為基調，逐步建立富有唐宮特色的人才培養體系。2008 年，集團推動企業化建設，並在上海開設食品廠，最終成功於第 2 個十年發展期內在香港聯交所主板上市。

About Tang Palace

2. 有關唐宮

進入第3個十年，因應市場環境的變化，集團明白多元化對企業持續發展之重要性，故此通過管理哲學與國學精粹的學習與融合運用，打造內外兼備的多元人才團隊。同時，集團在不同領域和範疇尋找多元發展空間，當中包括：拓展餐廳版圖、創建新品牌、進行品牌升級、跨品牌合作、擴闊業務內容與營銷渠道等等，以更穩健之勢向成為百年幸福企業的願景邁進。

進入 30+ 年，我們將繼續保持「讓員工幸福，讓顧客幸福」的初心，履行餐飲人在環境、社會及管治上的義務，在變化迅速、充滿挑戰的時代，保持彈性，樂於創新，共創精進，尋求更多拓展業務和餐飲版圖的空間，向「創百年國際幸福品牌」的願景邁進。



2.2 公司文化及價值

中華飲食文化源遠流長，飲食不僅為了果腹，更是人文文化的體現。因此，唐宮集團一直奉行「利他經營，用心做事，傳遞幸福」的經營原則，期望通過利他經營，為顧客帶來幸福；提倡用心做事，激發員工的潛能和自我修養；以傳遞幸福為榮，積極履行社會責任，傳遞唐宮精神。

2022 年，我們以唐宮三十週年為契機，把企業文化進行重塑及提煉，堅持秉承「用餐飲傳遞幸福」的信念，以「讓員工幸福」為使命，通過讓員工幸福，進而把這份幸福和人情味傳遞給客人。我們遵循「安心、親切、體貼、捨得」的價值觀，通過「關懷、連結、稱讚、成長」四大機制，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，為員工創造能夠發揮天賦和潛能的環境，提升夥伴的自我幸福力，共同學習、共同成長、共創幸福。

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 2023 年度獲取的部分獎項殊榮。



頒發機構

殊榮

企業認受

《信報財經新聞》	上市公司卓越大獎 2023 (香港) 榮耀大獎 第 6 年獲《信報財經新聞》嘉許
中國烹飪協會	2022 年度中國餐飲企業 TOP 100 連續 13 年獲獎
中國烹飪協會	2022 年度中國餐飲門店 TOP 500 第 8 年獲獎
第五屆中國餐飲紅鷹獎評審委員會	2023 年度餐飲品牌力百強 連續 2 年獲獎
全國酒家酒店等級評定委員會	鑽級酒家示範店 自 2007 年多家門店先後獲得
北京烹飪協會、北京商報社	北京餐飲門店 100 強 (2022-2023)

美食名店

鳳凰網	2023 金梧桐中國餐廳指南·一星餐廳 及 二星餐廳 連續 2 年獲獎
攜程集團	攜程美食林金牌餐廳
招商銀行	2023 年度招牌餐廳必享榜
深圳市餐飲商會	2023 羅湖餐飲城市地標名店
成都市食品工業協會·紅星新聞	中國餐飲玉盤獎·品質餐廳

人文愛心

國際培幼會	年度鉑金夥伴大獎
-------	----------

2.4 可持續發展及風險管理

為更有效對 ESG 關鍵議題予以重點關注及管理，集團已成立可持續發展委員會（「可持續委員會」），由本公司董事會（「董事會」）主席督導帶領，透過與現行管理架構的有效結合，讓相關 ESG 策略在日常運作中獲有效推行。

以下為現行的管治架構：

管治架構



董事會聲明

董事會對本集團環境、社會及管治的策略及匯報承擔責任，確保集團的長期發展策略、企業文化、目的及價值一致，並在日常業務中落實執行。為使策略訂立過程盡量考慮到環境、社會及管治的相關元素，董事會透過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，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。

此外，ESG 小組在收集及檢視相關數據及資料的過程中，與不同業務運作部門、監督管理小組（如風險管理及內部監控委員會及源全系統管理委員會）進行溝通探討，透過日常營運異常情況辨識 ESG 相關風險外，也發掘能提升管理效益的機會，以協助可持續委員會根據業務方向及策略進行優次排列及管理。ESG 小組同時亦透過與內外持份者之訪談及專家顧問之意見，了解企業各 ESG 關鍵議題上之狀況及機遇，並制定相關項目的推行優次及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。

2.5 持份者溝通

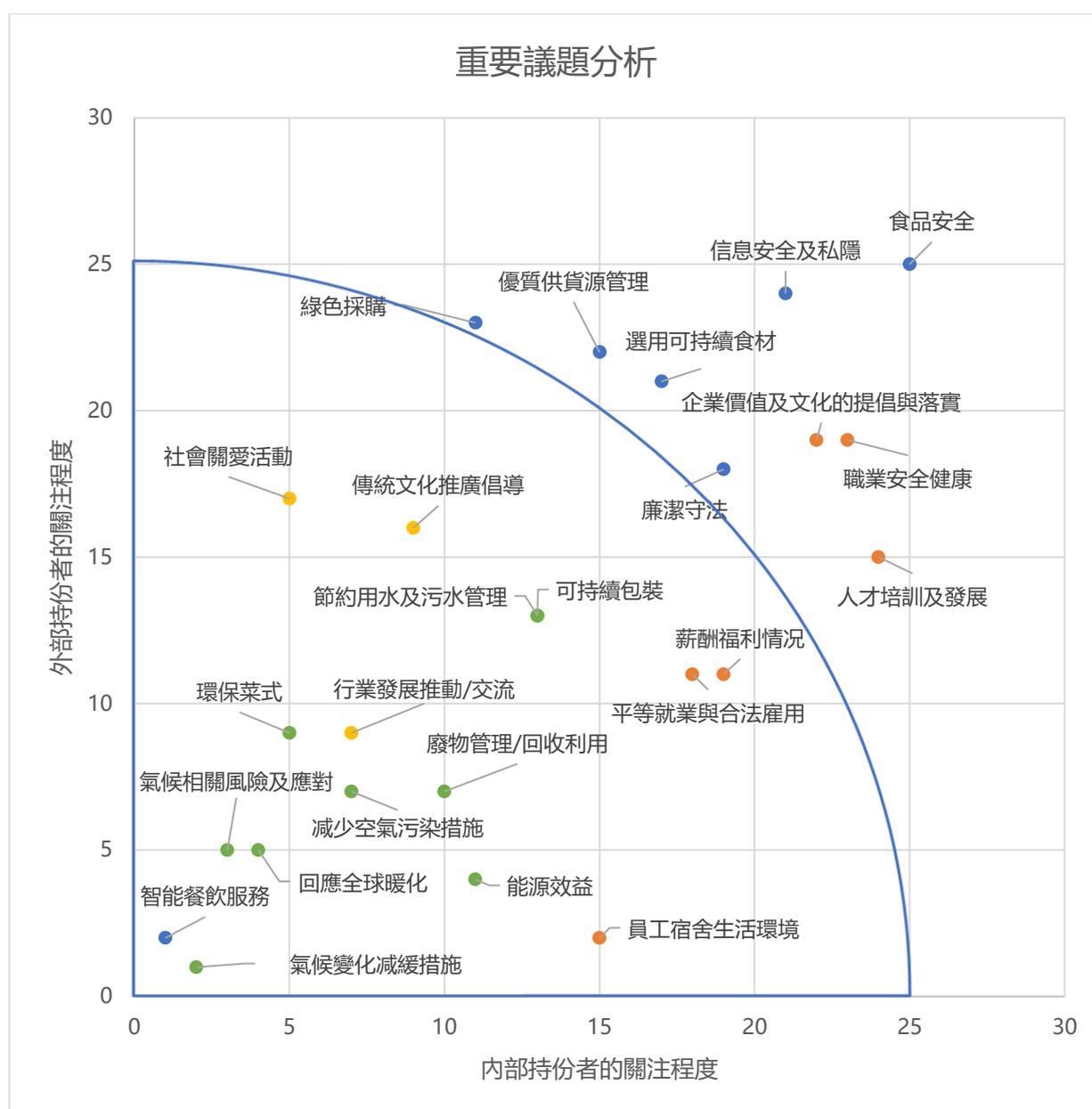
集團透過以下不同的溝通方式及渠道，了解各持份者的關注及期望，並以實際行動回應：

持份者	健康及可持續發展，為社會創造價值		溝通渠道		
	關注 / 期望	我們的行動回應	1 互動溝通	2 指定 信息報送	3 其他 溝通方式
政府及 監管機構	<ul style="list-style-type: none"> - 守法合規（生產安全 / 食品安全 / 環保法規 / 依法納稅） - 有效內部控制及風險管理 - 廉潔誠信 	<ul style="list-style-type: none"> - 加強合規意識 - 了解最新要求 - 積極跟進回應 	✓	✓	✓
投資者	<ul style="list-style-type: none"> - 穩健業績及派息 - 持續增長 - 廉潔透明營運 	<ul style="list-style-type: none"> - 提供穩定可持續回報 - 透明公開的信息披露 - 多元及時溝通渠道 - 提升風險管理 	✓	✓	✓
客人	<ul style="list-style-type: none"> - 食品安全 - 優質服務 / 環境，高性價比 - 消費者權益保障 - 產品多元健康 	<ul style="list-style-type: none"> - 嚴控食材採購 - 清楚消費信息 - 舒適用餐環境 - 提供感動服務 	✓	-	✓
員工	<ul style="list-style-type: none"> - 保障員工安全 / 合法權益 - 有競爭力的薪酬福利 - 就業穩定及平等 - 成長學習機會 	<ul style="list-style-type: none"> - 提供多元化員工培訓 - 平衡員工工作生活 - 建立良好發展平台 	✓	✓	✓
供應商 / 合作夥伴	<ul style="list-style-type: none"> - 公平採購，誠信履約 - 保障食品質量及安全 - 支持地方採購 	<ul style="list-style-type: none"> - 加強採購管理 - 遵守合作協議 - 重視源頭了解食材質量 	✓	✓	✓
社區團體	<ul style="list-style-type: none"> - 安全合規經營 - 社區公益 / 和諧 - 環境保護 	<ul style="list-style-type: none"> - 關注社會公益 - 推動愛心文化 - 舉辦義工隊 - 有效管理垃圾 / 排放 - 內外提倡及推動環保 	✓	-	✓

1. 互動溝通（如）：實地考察 / 股東大會 / 業績後溝通會 / 客服熱線 / 培訓交流 / 微信群 / 晚會 / 義工活動
2. 指定信息報送（如）：公告 / 披露 / 考核評估表 / 廉潔聲明
3. 其他溝通方式（如）：政策研討會 / 官方網站 / 電郵 / 微信群

2.6 各議題重要性分析

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 165 份問卷並收回 115 份，回收率約為 69.7%。回覆者中以內部員工、客人及供應商佔大多數，分別佔總回覆者的 43%、17%及 14%。下圖為有關結果分析：



Happy Environment

3. 幸福環境

報告期內環境相關數據如下

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	3,931.62
硫氧化物	燃油車輛及煮食爐具	千克	2.45
顆粒物	燃油車輛及煮食爐具	千克	114.82

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	7,186.00 ²
	能源間接排放 - 購入的電力及熱力	公噸	10,687.69 ³
	其他間接排放 - 飛機商務航程	公噸	268.53

總排放：18,142.22 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	2,920.25	4,441.62 公噸	4.646 公斤 / 千元人民幣收益
	其他垃圾	公噸	1,116.87		
	可回收垃圾	公噸	376.86		
	廢油	公噸	27.64		
有害廢棄物	含化學物質的清潔劑及滅蟲劑容器	公噸		20.66 公噸	0.022 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	1,242.70	52,552.16 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	345.19		
	直接能源 -	吉焦耳	647.78		
	柴油 ⁵	兆瓦時等值	179.94		
	直接能源 -	吉焦耳	119,280.71		
	天然氣 ⁶	兆瓦時等值	33,133.56		
	間接能源 -	吉焦耳	1,365.46		
	外購熱力 ⁷	兆瓦時等值	379.29		
	間接能源 - 外購電力	兆瓦時	18,514.18		
	水資源	立方米		427,777.8 立方米	0.447 立方米 / 千元人民幣收益
包裝物料	內部醬料	公噸	8.60	280.18 公噸	0.293 公斤 / 千元人民幣收益
	成品外賣	公噸	176.34		
	年糕 / 糰	公噸	42.57		
	月餅	公噸	52.67		

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》，及中華人民共和國生態環境部公佈的年度全國電網平均排放因子（2022：0.5703t CO₂/mWh）；
4. 實際汽油消耗量為 35,618.74 公升；
5. 實際柴油消耗量為 16,811.53 公升；
6. 實際天然氣消耗量為 3,063,900.44 立方米；
7. 實際外購熱力以熱水計算為 6,498.00 立方米。

3.3 目標及策略

世界氣象組織發出的報告指出，2023 年打破多項氣候記錄，全球正在以前所未有的速度升溫，2023 年應為有記錄以來最熱的一年（而 2015 年至 2023 年的過去 9 年也是平均溫度最熱的 9 年）全球平均氣溫比工業化前水平已高出 1.4 度。隨着相關國際組織的持續呼籲及資金市場的助力，世界各地的企業共同意識到關注及管理好業務對環境的影響不單是企業社會責任問題，更是關係到企業市場定位、風險管理及資源分配的長期策略問題。此外，世界各地的不同匯報體系亦不停演進，在披露的深度（更具體/量化）及廣度（涉及上/下游業務鏈）上持續提升對企業的要求，也令企業更有需要加強相關內部管理機制。

透過企業之價值鏈分析，我們有系統地持續檢視不同環節的業務對環境的影響，包括溫室氣體排放、能源/資源耗用及廢棄物的產生，並持續做好及完善相關管理措施。

對業務的主要影響						
氣候事件	禽畜類食材 供應及價格	農作類食材 供應及價格	海鮮類食材 供應及價格	生產/ 員工安全	設備損耗	客人消費
極端 高溫 	畜類繁殖週期， 牲畜染病/死亡率			高溫工作環境		影響客流
極端 低溫 	影響禽類生長 牲畜染病/死亡率	穀物凍壞	海水溫度 影響漁獲		管道結冰 / 爆裂	
極端 降雨 		農作物浸壞				影響客流 ^(註1)
乾旱 		農作物不能生長	水位影響養殖			
颱風 			影響漁民捕魚	員工交通風險， 額外補貼		影響客流或 需暫時停業
應對行動						
<ul style="list-style-type: none"> 嚴格控制儲存及生產過程 避免高風險菜式 開發不同供應渠道 多研發素食類菜式 			<ul style="list-style-type: none"> 加強極端天氣下的檢修 拓展堂食外的其他收入渠道 購買保險轉移風險 制定極端天氣下的工作指引 			

企業經營與其所在的環境互為影響，我們透過價值鏈分析業務對外在環境的影響的同時，也持續審視環境及氣候變化對經營構成的不同層面影響，以便作出更有效的風險應對及機遇把握。集團持續檢討價值鏈中的不同環節，在相應管理範疇多思考自然環境的「幸福」並採取適當策略措施改善「轉化」現有操作，盡力減低業務對自然環境的影響，務求幸福與大自然和諧共存：

		基本活動					
		食材採購	備料加工	菜品烹制	用餐/ 接待服務	其他銷售	收拾清理
配套活動	營銷企劃				🍴	🛍️	
	設備管理			🍲			♻️
	員工培訓		🍲	🍲	🍴	🛍️	
	菜品研發	🐟	🍲	🍲	🍴		♻️
	環境管理				🍴		♻️
	物流交通	🐟					🛍️
對環境影響	廢氣排放	🏭		🏭			
	廢棄物產生		🗑️	🗑️	🗑️	🗑️	🗑️
	廢油污水		💧	💧	💧		💧
	水資源耗用		🚰	🚰	🚰		🚰
	能源消耗	💡		💡	💡		

註1：於報告期內，中華人民共和國廣東省、廣西壯族自治區、香港、澳門一帶均受到強颱風殘餘環流帶來的惡劣天氣、暴雨及水災。相關事件引發的水浸、物業停電及交通停頓嚴重影響相關地區的營業，造成收入上的損失。

廢氣排放管理

主要相關業務環節：

食材採購運輸過程、差旅交通、菜品烹制過程

策略措施：

- 支持本地就近採購，減少運輸需求
- 盡量使用電子通訊及會議設備進行跨區會議，減少非必要車輛/航班使用
- 定期檢查清洗運水煙罩等相關設備，確保油煙淨化功能正常
- 平衡菜品類，多引進健康菜式，有助減少烹制過程中的油煙廢氣
- 使用環保炒爐，減少烹制過程的天然氣耗用及相關之廢氣排放

目標：

蘇州門店引入使用7個環保型號炒爐，目標於2024年可以減少燃氣用量約22,000立方米與相關爐具之廢氣排放。

包裝物料及廢棄物管理

相關業務環節：

食材加工過程的剩餘物、菜品烹制過程的邊角廚餘、用餐後剩餘、外賣及零售物品包裝、辦公室/菜牌/印單紙產生之廢紙

策略措施：

- 採購已經處理的食材，即開即用以減少加工時間及過程產生的剩餘物
- 善用食材中的邊角廚餘，用於員工餐之製作
- 餐廳及員工食堂當眼位置擺放提倡珍惜食物之海報及標語，另培訓員工點菜技巧時要求注意份量需恰到好處
- 門店長期推行外賣煲仔飯煲仔回收計劃，以現金代用券鼓勵循環回收

助力环保 延续物命
唐宫外卖“煲仔”环保回收
回收的“煲仔”经专业清洗和消毒后，循环使用，减少浪费。

每个回赠代金券5元
代金券可叠加，无条件使用，与其它优惠共享。门店堂食、自提外卖、微商城通用。
每次回收数量不限，煲仔越多，回赠越多。

回收时间：即日起长期回收
回收地点：唐宫各门店
回收要求：煲仔、煲盖完好、无破损



- 時令產品包裝加入使用環保主材料（如 FSC 森林可持續發展認證的卡紙板）及可降解輔助材料、另鼓勵顧客循環使用
- 從 2022 年開始餐廳已全面陸續使用可回收循環的鋁箔或玉米纖維材質之外賣盒
- 盡量減少不必要的打印、要求雙面用紙、線上培訓資料
- 2020 年開始於廣東區推行門店印單紙、舊菜牌、舊點心單及月餅紙盒等回收（2023 年廣東區全年回收約 2,911 公斤）

目標：

2024 年計劃將部分伴手禮包裝改為更耐用的物料如鐵製盒，可鼓勵客人循環使用，目標當年可更換 20,000 盒伴手禮包裝盒。



唐宮與慈濟合作，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、樓面和出品單紙等等）循環再造。

廢油污水管理

相關業務環節：

食材清洗後之污水、烹制後廢油、剩餘飲料、餐具清洗後之污水、清潔場所/設備操作過程產生之污水

策略措施：

- 使用合資格的廢油回收商，妥善處理廢油
- 使用較優質耐用的煮食用油，減少廢油的產生量
- 平衡研發不同烹煮方式的菜品，控制食油用量
- 提供不同飲料份量選擇，避免過多剩餘造成浪費
- 逐步研究使用新型號洗碗機，清洗每筐碗碟的耗水量由 1.75 升減至 1.6 升

節水管理

相關業務環節：

清洗/清潔過程、飲料及菜式制作過程、洗手間

策略措施：

- 條件許可之門店會回收洗碗機中帶有清潔液的水，用於預洗較髒的餐具
- 可行情況下餐廳洗手間盡量採用紅外線感應式水龍頭及安裝節水裝置
- 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
- 相應位置內貼上鼓勵珍惜用水的標貼



目標：

儘管集團在報告期內在求取水源上未有遇上問題，但世界各地普遍仍面對水資源短缺問題，加上食水供應及污水處理均會對環境生態及碳排放構成壓力，我們仍會在日常節水管理上持續努力。

現時仍有約 43%的門店沒有使用感應式水龍頭，另有近半門店的使用在 10%以下。我們會持續監察食水使用情況，做好日常管理措施，目標把耗水密度控制在每千元人民幣收益 0.50 立方平至 0.55 立方平之間。

節能管理

相關業務環節：

照明、空調、排煙、冰箱、烹煮設備（如蒸爐/炒爐）、洗碗機

策略措施：

- 門店用餐位置及後廚全面使用 LED 照明，並採用有效分區照明以便因應需要進行開關
- 按照門店營運情況，制定分區照明及空調開關時間指引並由專人負責
- 室內空調設定在攝氏 25 度至 27 度之間
- 在條件許可下（如門店大型翻新時或新開店），安裝不同的節能設備（如環保型炒爐、智能通風系統、節能洗碗機、環保蒸櫃及熱能回收系統），詳見以下：

節能設備	環保型炒爐	節能洗碗機	智能通風系統
節能概念	新環保炒爐每小時耗電 0.13 千瓦時（傳統 0.25 千瓦時），另外安全性及減噪音上均有提升。	設熱回收功能，配電功率減至 28.7 千瓦（傳統約 40 千瓦）。	感應炒爐情況，按用量自動調整風機強度，精準控制用電量。對比沒設備下的運作，平均可減少 50% 耗電。
2023 年 (報告期內) 實行情況	報告期內北京及上海第 3 季均有門店因翻新更換環保型炒爐，而 2023 年關閉了一些效益不達標的門店，使用環保型炒爐的門店比例由 2022 年的 45% 上升至 75%。	報告期內北京有 2 家門店於第 3 季使用節能洗碗機，預計減少耗電約 14,000 千瓦時。	2023 年共有 10 家門店在使用智能排煙系統，新增了 3 家門店使用。2023 年新投入設備額外節省電力共約 136,000 千瓦時，所有設備合共節省電力共 899,000 千瓦時。 (上期報告目標為：689,000 千瓦時)。
2024 年 計劃	蘇州門店引入使用 7 個環保型號炒爐，預計進一步提升門店使用比例至 76%，並可減少耗電約 3,100 千瓦時。	北京預計有 1 家門店可於第 1 季使用節能洗碗機，預計減少耗電約 41,000 千瓦時。	預計於北京有多 3 家門店使用智能通風系統，13 家門店於 2024 年預計合共減少耗電約 920,000 千瓦時。
總節能 目標	透過以上節能設備，集團 2024 年目標於相關環節可減少耗電合共約 964,100 千瓦時。		

其他減碳環保提倡

內部溝通平台環保資訊分享：

集團在內部溝通平台中設有環保專題，不時與全集團員工分享環保資訊。

幸福家園

唐宮人

唐宮2024“地球一小时”回顧 | 獻出一小時, 共護...

爱心传递 绿色环保 幸福家庭 健康人生

唐宮2024“地球一小时”回顧 | 獻出一小時, 共護一個地球

3.23 讓我們一起, 為地球獻出一小時!

幸福餐飲 | 唐宮2023“地球一小时”, 獻出一小時, 共護一個地球

幸福餐飲 | 唐宮2023“地球一小时”, 獻出一小時, 共護一個地球

唐宮綠色環保紀事

地球一小时 60

為地球獻出一小時

唐宮人 >

行動! 共創未來

受氣候變化、自然衰退和全球疫情的影響, 以人為本、以地球為先需要成為“新常態”, 我們需要建設一個公平的、碳中和的、自然向好的未來。

選擇環保購物

衣

分享不用的衣物給需要的人 絕不浪費每一克

自己動手升級改造 舊服裝 體現創意

60+

合理採購 善用食材

食

這道菜暫 請勿光盘

行動! 共創未來

三食 不奢侈

餐食堆盤 不浪費

內部 5S 管理培訓：

集團源全 5S 委員會的 5S 管理負責人舉辦「節能降耗」專題課堂，講解能源管控及減廢管控，合共約 850 人次參加。課堂幫助門店管理層針對本店情況有序地就「節能降耗」項目進行分析及管理，進一步加強日常工作與 ESG 相關管理工作的連繫。



持續響應環保公益活動

青山公益專項基金：

自 2018 年起持續參與美團外賣發起的青山公益行動，集團會在每一筆完成的外賣單上捐贈 0.01 元-0.02 元人民幣予「青山公益專項基金」（由美團外賣聯合中華環境保護基金會於 2017 年成立，前稱為「青山計劃專項基金」）。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。



地球一小時：

集團自 2019 年起每年響應世界自然基金會 (WWF) 發起的「地球一小時」活動，2023 年 3 月 25 日晚上 8:30，我們一如既往，邀請顧客一起響應參與並分享活動意義。

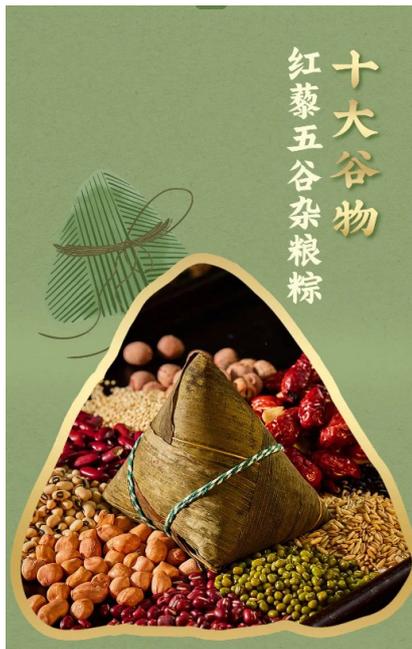


3. 幸福環境



研發菜品時考慮環保健康元素：

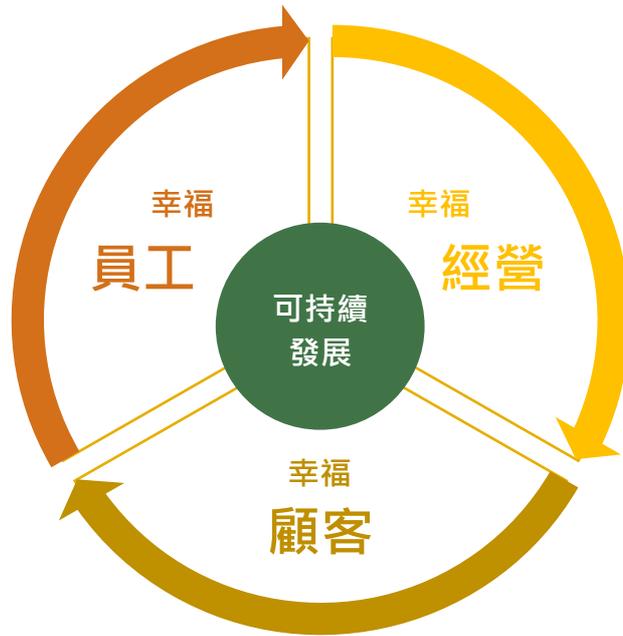
集團除了在設計大菜牌的過程考慮素菜的比例外，在推出特色菜牌和節日產品時亦會加入健康、創新、有獨特性的綠色元素，例如：農曆新年期間的特色素食口味年糕（黑珍珠奶皇、陳皮紅豆、薑糖棗皇），端午節的特色素糉（咸蛋黃堅果素肉糉、紅藜五谷雜糧糉、金桔豆沙枳水糉）、中秋節的素有心月餅禮盒（欖仁紫薯月餅、抹茶紅豆月餅、核桃杞子月餅）、雲南菌系列菜式等等。



Happy Operation

4. 幸福經營

所有營運管理及策略均通過員工落實執行，我們深信持續、合規及優質的「幸福」經營有賴於一班正向「幸福」的員工，並透過優質的出品及感動的服務將這幸福感傳遞給客人，而客人的支持認同更是員工幸福的重要來源之一，形成良性循環並生生不息。



在價值鏈不同環節下的主要管理議題綜合如下：

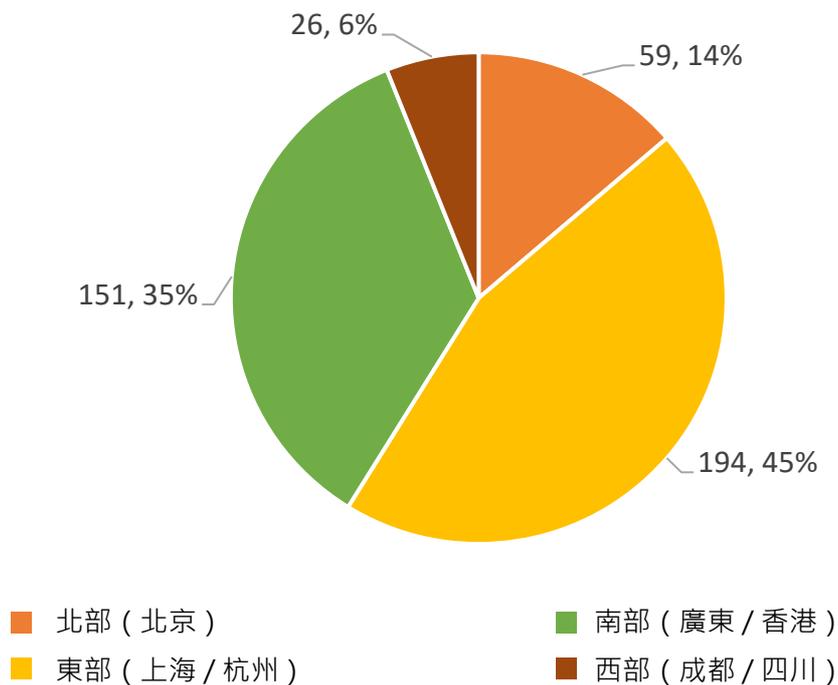
		食材採購	備料加工	菜品烹制	用餐 / 接待服務	其他銷售	收拾清理
主要管理議題	供應鏈管理	🐟	👑				
	食品安全	🐟	👑	👑	🍴	🛍️	♻️
	環境安全與健康		👑	👑	🍴		♻️
	銷售與服務				🍴	🛍️	
	權益維護				🍴	🛍️	
	廉潔誠信	🐟		👑	🍴	🛍️	♻️

4.1 供應鏈管理

目標	主要相關法規
<ul style="list-style-type: none">• 尋找供應質量及數量均穩定的食材供應商• 尋找廉潔、合規及有良好管治的供應商• 做好倉存及配送管理，門店供應不間斷• 獲得高性價比之食材	<ul style="list-style-type: none">• 《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》
主要策略	
<ul style="list-style-type: none">• 供應商引入統一由集團審批，並進行週期性市場詢價及價格審批，期內就相關流程及文字制度進行了檢討及進一步完善，供應商合同列明廉潔陽光條款• 主要食材（如乳鴿及貴價海鮮）由集團統一採購以保障品質及降低成本• 明確現場供應商考察的主要項目：如環境衛生、人員衛生防護意識、設備狀況及衛生安全規章制度，並以指定表格記錄考察結果• 食材進入門店由多部門共同驗收品質及數量• 支持本地採購，減低運輸需求（降低成本、車輛碳排及其他不確定性）	
期內關鍵風險	應對
<ul style="list-style-type: none">• 期內沒有發生重大供應鏈相關風險事故• 現行供應商管理及考核中仍未有重視環境相關層面的表現，或對業務進行低碳轉型造成限制	<ul style="list-style-type: none">• 計劃與主要供應商進行更深入的持份者溝通，讓雙方更了解彼此在低碳轉型大趨勢中的準備及所需協作• 持續與專業顧問保持良好溝通互動，了解最新的市場關注及報告要求

期內情況更新：

報告期內，集團約有恆常供應商共 430 個，按地區分佈如下：



另外，食品廠於期內透過有資格的食品檢測員已對生產之時令產品進行抽檢，沒有發生任何食品因安全與健康理由需要回收的情況，食品廠期內已採取一切必要的環境衛生及防疫措施，沒出現任何違規事宜，食品廠已取得危害分析與關鍵控制點(HACCP)體系認證證書。此外，門店亦依法遵守各項食材購入的檢疫要求，並積極配合當地執法部門的檢查要求，期內相關檢查均能通過或已滿足所要求的完善措施。

4.2 食品安全

目標		主要相關法規	
<ul style="list-style-type: none"> 為顧客提供安心、優質及健康的菜品 提升員工意識，防範一切食品安全事故 		<ul style="list-style-type: none"> 《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》 	
主要策略			
<ul style="list-style-type: none"> 做好源頭監控之供應鏈管理，集團嚴格供應商引入。商品檔案，源頭追溯 食品廠對重要食材（如進口急凍食材）進行集中測檢 各區設立出品質量部門，落實每月每季地區檢查機制及年終集團考核，確保生產設備及環境衛生清潔 5S 管理負責人定時進行門店培訓，更新提醒門店操作人員食品安全的相關要求 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 			
期內關鍵風險		應對	
<ul style="list-style-type: none"> 食材感染風險 操作人員個人衛生及健康 全面環境衛生管理 報告期內中國內地政府對食品添加劑的管制作出明確的指引，餐飲行業應配合並加以管理、規範 		<ul style="list-style-type: none"> 源頭追溯：設立食材商品案，記錄廠家資料以配合源頭追溯，確保供應商資質合法合規，禁止使用不合格原材料 抽檢食材：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，確保安全 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 集團對處理食品廠員工之服飾及衛生有明確要求（員工健康證管理，出品員工晨檢標準、個人衛生及操作規範） 門店、分區、集團 5S 內審評核，定期進行 5S 執行情況門店內審 集團、分區 5S 負責人於報告期內以線上培訓方式向各區管理人員提醒有關食品安全的關鍵控制點，務求降低食品製作過程的相關風險 食品添加劑五專管理（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） 	

期內情況更新：

期內集團 5S 管理委員會就各地區 24 間主要門店（北京 6 間、華東 9 間、成都 4 間、廣東 5 間）進行審查，審查項目主要為食品安全及環境安全，各門店均能通過審核，當中有 17 家門店更得到優異成績，獲「源全 5S 典範店」稱號。

另報告期內各區均組織跨部門質檢團（包括當區的營運管理部、出品質量部、培訓部及後勤部門代表），根據與集團高級管理層共同制定的檢查重點，制定用於門店績效考核的質檢表。當中食品安全為首要檢查範疇，並分為不同製作部門（中廚、燒味、涼菜及點心）以便仔細跟進。

4.3 環境安全與健康

目標		主要相關法規	
<ul style="list-style-type: none"> 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 		<ul style="list-style-type: none"> 《中華人民共和國安全生產法》 《中華人民共和國職業病防治法》 《中華人民共和國消防法》 香港法例第 509 章《職業安全及健康條例》 香港法例第 95 章《消防條例》 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》 	
主要策略			
<ul style="list-style-type: none"> 確保現行環境安全政策符合法規及市場現況 檢視工作環境的安全隱患並作出預防 透過定期培訓加強員工的安全意識 			
期內關鍵風險		應對	
<ul style="list-style-type: none"> 安全策略措施恆常化 		<ul style="list-style-type: none"> 瞭解最新法規要求並積極配合定期巡查，與地區法規管理部門保持良好溝通 定期落實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 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；開市前例會強調安全生產及加強現場安全操作規範及檢查 	

期內情況更新：

門店持續做好職業安全及健康之恆常培訓及檢視，務求從不同層面持續提醒員工安全防護的重要性。集團、分區 5S 負責人亦就職業安全、消防安全、疫情防控安全及急救安全進行綜合培訓，提升員工安全意識及事故應急能力。

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 9 人，涉及損失之工作日數為 432 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。



4.4 銷售與服務

目標	主要相關法規
<ul style="list-style-type: none">集團願景、使命及價值觀的重塑及推廣普及基層員工藉感動及專業的服務水平，讓客人感受幸福的用餐過程實現出品及服務升級轉型的差異化向公眾推廣中國傳統文化	<ul style="list-style-type: none">《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》
主要策略	
<ul style="list-style-type: none">定期線上線下培訓及以使命卡具體提示，讓員工掌握服務標準及保持良好心態聘請神秘顧客，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	

期內情況更新：

期內集團共安排了 375 次神秘顧客到訪，覆蓋 32 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。另外，為配合集團於服務升級的策略，於本報告期內，委託了第三方顧問為整理服務進行了全面評估、重新定位以及進行專業培訓。

集團亦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，有關部門均在合理時間內聯絡客人、進行內部調查並作出回覆。另外，相關部門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並沒有接獲有關食品質素及員工服務的重大投訴。

此外，為配合集團餐廳品牌升級的方向，跨部門質檢團隊亦為餐廳環境及服務體驗制定專項質檢表，務求在優質出品之外，亦令客人全方位得到愉悅難忘的餐飲體驗。

4.5 權益維護

目標	主要相關法規
<ul style="list-style-type: none"> 做好自身商標維護，尊重第三方權益及私隱 	<ul style="list-style-type: none"> 《中華人民共和國商標法》 《中華人民共和國著作權法》 《中華人民共和國個人信息保護法》 香港法例第 559 章《商標條例》 香港法例第 528 章《版權條例》 香港法例第 486 章《個人資料（私隱）條例》
主要策略	
<ul style="list-style-type: none"> 完善商標註冊及維護機制，保障自身及尊重他人商標 定期了解各部門就不同辦公軟件的需求，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 	

期內情況更新：

為保障知識產權及保障消費者，期內集團在商標顧問及律師的協助下，進行了以下不同層面的商標維護工作：

措施	頻率	描述	期內情況
近似商標註冊監控	每月	透過系統程式檢索國家知識產權局網站中已進入初審的近似商標註冊（針對 43 類餐飲類別，註冊名中有唐宮一詞）	期內於恆常監控中發現三個近似商標，並判斷為可能構成侵權
就較近似商標實體店之申訴行動	需要時	如發現第三方使用較近似的商標（有實體店/近似菜系），為免造成市場混淆，會因應情況採取相應行動，包括向工商部門投訴、法律行動，或向商標局提出無效申請（如對方已註冊）	2023 年 9 月及 10 月對上述三宗商標作出了無效宣告申請並已獲受理跟進中
主要城市大眾點評檢查	每季	行政部專人負責檢索集團主要經營城市的大眾點評（如京/深/滬/蓉/杭等），如餐廳在餐種及商號上近似「唐宮」，會向平臺作出維權檢舉	期內共發現 18 家近似商標餐廳，全部均在跟進中

4.6 廉潔誠信

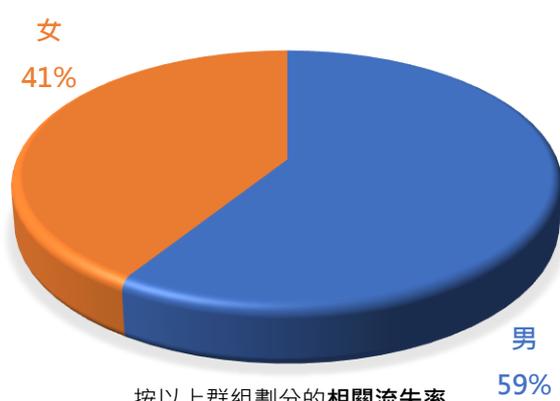
目標	主要相關法規
<ul style="list-style-type: none">締造公平工作業務環境，提高員工職業道德及對不正當行為之警覺性	<ul style="list-style-type: none">《中華人民共和國反貪污賄賂法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國刑法》香港法例第 201 章《防止賄賂條例》
主要策略	
<ul style="list-style-type: none">員工守則明確禁止違反誠信及損害公司利益的行為持續檢視職能分割及流程管理有效性（如合同加入拒收非法回佣條款）定期文化培訓提高員工個人操守設立內部舉報機制，內容保密並由專責內審部門跟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：

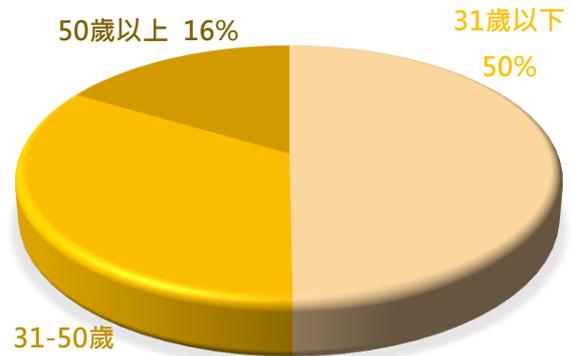
於報告期內，並沒有針對集團或旗下員工並已審結的貪污訴訟案件。報告期內，集團的審核委員會就《舉報政策》進行第三版修訂，內審部就《廉潔陽光與利益衝突政策》進行第三版修訂，並向全體員工公告，藉此提醒全體人員現有的企業文化、員工手冊、舉報機制及利益衝突政策均已明確集團對守法廉潔的重視，並進一步重申相關要求。

5.1 僱傭情況

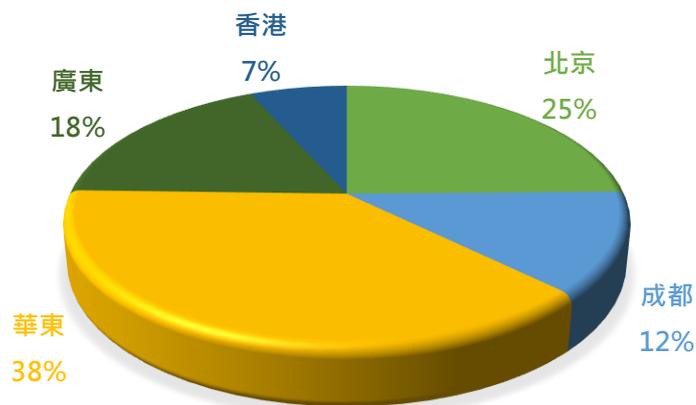
截至 2023 年 12 月 31 日，集團員工總數約為 3,000 人。以下為按不同層面（包括性別、年齡、地區、職級與合約性質）的就業人數分析，及按個別群組劃分的流失率情況。



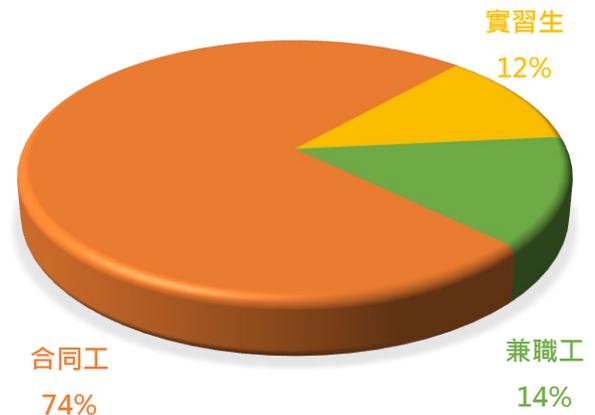
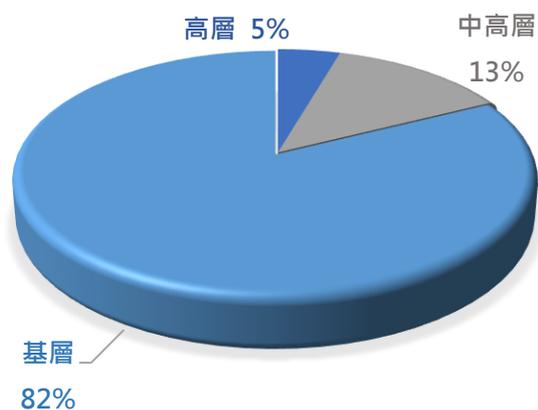
按以上群組劃分的相關流失率
(男：29.8% / 女：27.8%)



按以上群組劃分的相關流失率
(<31 : 32.1% / 31-50 : 22.7% / >50 : 27.3%)



按以上群組劃分的相關流失率
(北京 28.1% / 華東 32.5% / 廣東 21.4% / 成都 23.4% / 香港 42.5%)



連結

關懷

感恩



作為重視員工幸福感的企業，我們除了尊重員工的基本法定權益^{註1}外，亦持續透過不同措施讓員工感受到被認可、關懷及重視，從而親身體會並與身邊的工作夥伴、顧客及親友分享這份幸福感：



註1：期內主要僱傭法規包括（但不限於）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。此外，集團人力資源部也會關注平等機會、用工多元化及職場反歧視的相關僱傭情況，並嚴肅處理相關舉報。

註2：公司於農曆新年為員工70歲以上的父母親送上黃金老人慰問金；另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；此外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。

註3：公司於員工生日時會送上生日餐飲禮券供員工及其家人使用，另在母親節/父親節時會為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。

另外，為提供更多年輕人工作機會，集團自2006年起持續與不同學校合作，與國家示範院校廣東輕工職業技術學院合作成立香港唐宮酒店管理學院，並於2020年獲校方頒授「示範性大學生校外實踐教學基地」榮譽。於報告期內，集團一共與17間學校合作，提供了696個實習崗位。

5.2 培訓及發展

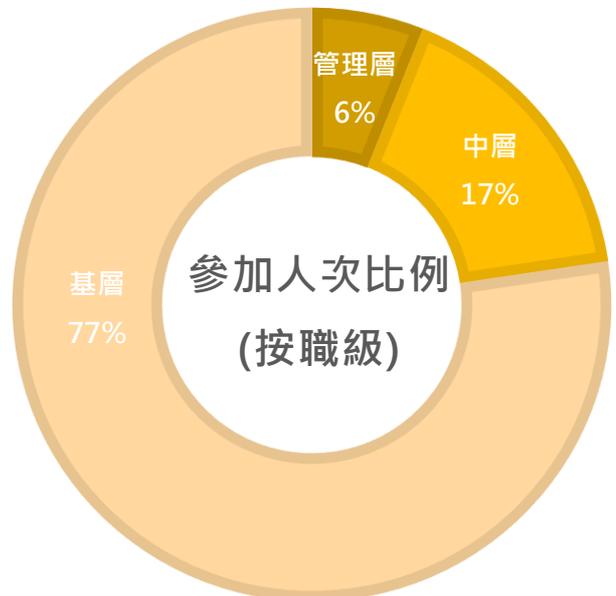
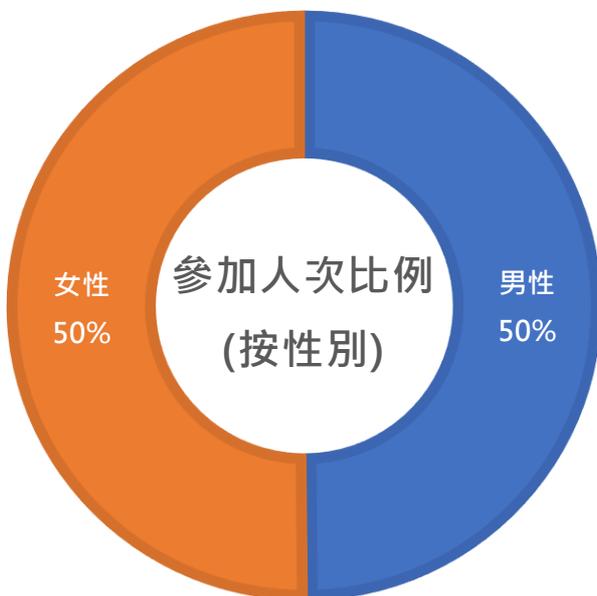
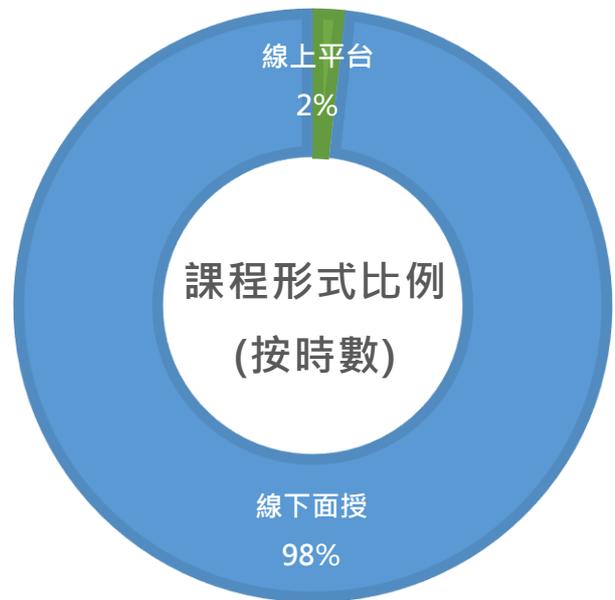
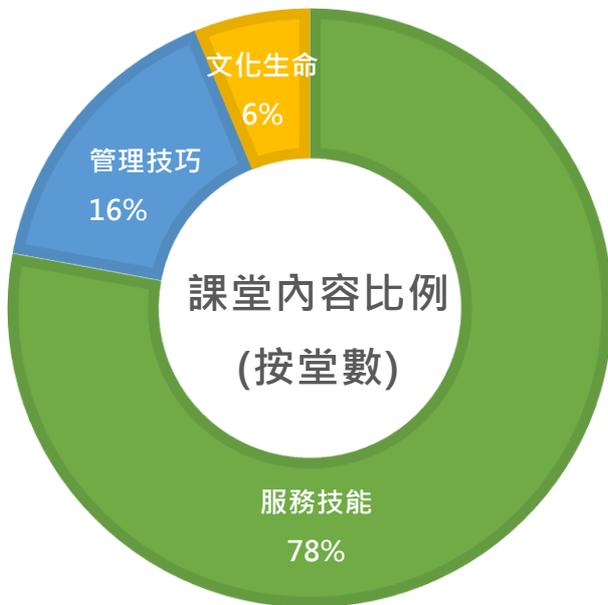
期內培訓課堂情況

報告期內我們共安排 4,727 堂不同種類的培訓課堂，涉及總時數 7,029 小時，參加者多達 48,557 人次。

	服務技能	管理技巧	文化生命	總計
培訓場次 / 堂數	3,683	751	293	4,727
課堂參與人次 (人次)	32,034	7,640	8,883	48,557
培訓時數 (小時)	4,809	1,510	710	7,029

	管理層	中層	基層	男性	女性
參加者 (人次)	2,937	8,060	37,560	24,477	24,080
每名員工平均受訓時間 (小時)	344	382	994	703	1,166





為配合集團品牌升級轉型的業務方向，培訓部聯同專責的出品及營運負責人，專門安排一系列有關高品質職業素養、服務標準體系建設、產品知識及介紹方式，與點菜配單技巧的實地培訓，務求全面提升團隊專業水平。

5.3 社會公益

唐宮的人情味和家文化，組建出擁有幸福感和歸屬感的團隊。這份愛與幸福，不僅存在於集團內部，我們同時把得到的溫暖分享給客人、給商業夥伴、給大眾，以有溫度的服務、匠心的出品、力所能及的關懷回饋社會，讓愛流動，幸福傳承。



免費午餐愛心公益

携手顧客，提供免費午餐，助力鄉村學童健康成長

唐宮集團在中秋前夕開展「唐宮圓月計劃」，邀請顧客携手行善，只要顧客於指定日期前在唐宮國內分店購買月餅，每售出一盒唐宮便捐贈 5 元予慈善團體。

自 2021 年，唐宮集團每年將「唐宮圓月計劃」的善款捐贈予中國社會福利基金會「免費午餐基金」，幫助鄉村學童享用免費午餐，健康成長。2023 年捐款善款為 15 萬元，至今已累計捐贈 462,120 元。

中秋節社區探訪

愛心月餅，傳遞幸福

唐宮義工團為敬老院長者送上愛心月餅與茶點，用溫暖美味送上祝福和謝意，傳承孝道，傳遞幸福。香滑的月餅，溫暖的關懷，承載着唐宮人的敬意與孝心；有緣相聚，共話中秋，絲絲暖意甜入心頭。



培幼合作夥伴 促進兒童權益與成長

唐宮集團榮獲國際培幼會頒發「年度鉑金夥伴大獎」，以答謝及表揚集團對國際培幼會的長期支持，在促進兒童及女孩權益方面作出貢獻。



唐宮自 2013 年參與國際培幼會的「培幼兒童成長計劃」（前稱「助養兒童計劃」），每月捐助支持 20 位兒童直至 18 歲，在教育、技能訓練、青年促進改變等範疇，幫助孩子、其家庭及社區，長遠改善他們的整體生活質素，讓他們得以脫貧自立。至今，唐宮通過國際培幼會共捐助了 52 位孩子。

陽光助學 培養孩子成爲棟樑之材

集團第三年參與北京同心圓慈善基金會《陽光助學計劃》，資助 10 名「因病致貧、因貧失學」的孩子重返校園，接受平等教育，完成大學學業。

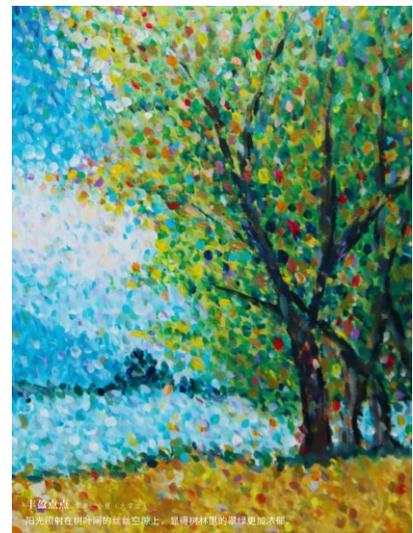
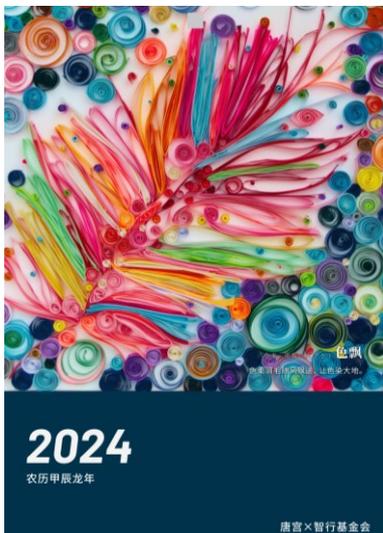
北京同心圓慈善基金會是在北京市民政局註冊的非公募基金會，業務範圍包括：獎教助學、支持醫療救助和康復關懷；支持教育事業的發展；資助賑災及災後重建；支持促進生態環境保護等。爲讓因病致貧家庭學生享受平等的教育機會，繼續完成學業，進而自立並協助家庭脫困，同心圓從 2020 年起開展了「陽光助學」項目，通過最基礎的生活所需學習費用的幫扶到通過長期的心理陪伴、悅讀欣賞、夏令營文化交流等多方位文化互動，幫助學生在得到愛、給予愛、傳遞愛中培養正確的人生觀與價值觀。



唐宮愛心年曆 繪出美麗色彩

唐宮連續五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。

智行基金會是香港注册的合法慈善機構，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，也包括受貧窮、疾病、歧視影響的學生。



助力鄉村振興 鄂倫春

唐宮義工團參與「鄉村振興——鄂倫春旅遊攝影展暨民族特色產品推廣展」志願活動，協助接待及後勤工作，助力鄉村振興。



孝道文化公益課堂 了凡四訓·養老傳家學習班

唐宮集團首次舉辦大型弘揚中國傳統文化的公益課程，將孝道文化推廣至社會層面，期望為社會帶來正面的影響。



福慧少年國學集訓營 認識人生，知恩感恩

唐宮集團於 2013 年導入傳統文化，於 2014 年進一步延展到員工子女，開辦「福慧少年國學集訓營」福利課程，至今已舉辦 11 期，參與孩子達 331 人次。2023 年的福慧少年營於 8 月舉行，為期五天，共有 56 位孩子參加。





Outlook

6. 展望

受世界政經不穩定、餐飲消費市場多變的影響，餐飲企業的存亡充滿挑戰，同時亦出現新的機遇。企業的可持續發展，有賴以企業文化為基石，加上一群懷抱初心、團結一致、富有彈性、樂於創新的團隊成員，發掘更多的可能性。

踏入第 4 個十年，我們將不負多年累積而成的顧客信任度與行業美譽度，繼續保持「讓員工幸福，讓顧客幸福」的初心，制定符合市場變化、顧客所需和「環境、社會及管治」倡議的持續發展策略，携手向成為百年幸福企業的願景邁進。

讓我們在冬天裏，像春天一樣綻放。

ESG Index

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： 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。	P.17-25
	指標 A1.1 - 排放物種類及相關排放數據	P.15
	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.15
	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.15
	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.15
	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.19
	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.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。	P.21-25
	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.16
	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.16
	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.22-25
	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.21
	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	P.16
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	P.17-18
	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.18-25
層面A4： 氣候變化	一般披露 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.17
	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.17

ESG Index

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.36
	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.34
	指標 B1.2 - 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	P.34
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.30
	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.30
	指標 B2.2 - 因工傷損失工作日數	P.30
	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.30
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.23, 30, 38
	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.37-38
	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.37-38
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.36
	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.36
	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.36
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.27
	指標 B5.1 - 按地區劃分的供應商數目	P.28
	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.27
	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.27
	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.27, 19-20

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.29-32
	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.28
	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.31
	指標 B6.3 - 描述與維護及保障知識產權有關的慣例	P.32
	指標 B6.4 - 描述質量檢定過程及產品回收程序	P.28
	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.32
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.33
	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.33
	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.33
	指標 B7.3 - 描述向董事及員工提供的培訓與資訊	P.33
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.39-42
	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.39-42
	指標 B8.2 - 在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）	P.39-42

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