



YumChina

打造負責任的生態體系

2025年可持續發展報告



目錄

02	百勝中國首席執行官致辭
04	董事會聲明
04	關於本報告
06	2025 年可持續發展亮點績效
08	關於百勝中國
09	可持續發展戰略
14	企業管治
82	附錄



以食為天

至誠 · 安心品質	20
至臻 · 營養健康	25
至遠 · 行業共進	28



以綠為源

聚力 · 氣候轉型	34
致力 · 自然生態	52
協力 · 循環經濟	54



以人為本

關懷 · 人才根本	60
關心 · 合作夥伴	68
關注 · 顧客體驗	70



以愛為先

同頻 · 鄉村發展	74
同行 · 成長護航	76
同心 · 社區共建	78



百勝中國首席執行官致辭

2025 年，感謝團隊的不懈努力與扎實的執行，我們在複雜多變的宏觀環境中實現了強勁增長，並且是門店數、銷售額和利潤率的全面提升。在跨過了 1.8 萬家門店的里程碑之後，我們為未來描繪了一幅宏大的藍圖：到 2030 年，門店總數突破 3 萬家。下一階段的增長將以 **RGM（韌性 - 增長 - 護城河）3.0 戰略** 為錨點，由創新和提效合力驅動。

長期主義的思維方式是我們成功的關鍵，也塑造了我們在可持續發展上的立場。我們的可持續戰略始終圍繞「**食品**」、「**人**」、「**環境**」三大支柱展開，不斷迭代的是我們實現這些目標的方式。藉助科技力量和創新解決方案，我們能夠更好地滿足不斷湧現的需求；透過在價值鏈中開展更廣泛的合作，我們得以創造更為深遠的影響。

引領食品安全與食品創新

食品安全 是公司業務發展的基石。過去 38 年，我們建立起了一套業界領先的食品安全與品質管理體系，覆蓋「從農田到餐桌」的全鏈路，並在供應商、物流和餐廳等環節透過嚴格審核層層把關。

隨著公司規模的擴大和 AI 技術的進步，我們開始更廣泛地採用**數字化和智能工具**來加強食品安全和質量控制。在供

應鏈端，我們部署的預警系統能夠快速追蹤政策動態，乃至社交媒體上的輿情熱點。在餐廳裡，由 AI 賦能的智能攝像頭正推動著我們從抽樣檢查，逐步轉向對大量門店廚房的實時監督。這顯著提升了我們應對不同情況的能力，同時保持了門店在執行上的一致性。

在我們加速拓展加盟業務、把握增量機會時，這些基礎能力顯得尤為重要。根據「**One System**」的理念，每家餐廳 - 無論自營還是加盟 - 都必須遵循同樣嚴格的食物安全和質量標準。數字化系統會賦能加盟夥伴，幫助他們從開業第一天起就達到這些要求，讓我們在規模化運營中保持一致性和有效管控。

與此同時，我們不斷創新，以滿足消費者不斷變化的需求，並解鎖新的用餐場景。2025 年，公司旗下各品牌共推出了約 600 款**全新或升級的產品**，從以經典產品為靈感打造的辣味版吮指原味雞，到輕食類別的穀物能量碗、超級食物酸奶昔等。肯德基的 KPRO（肯律輕食）還嘗試透過熱量標示，為消費者的決策提供更多參考。

傾聽心聲，助力一線

公司超過 90% 的員工在餐廳一線工作。身為一線團隊的領導者，餐廳經理（RGM）要確保門店運轉良好，並在日常點滴中傳遞企業文化。踐行「**以人為本**」的理念，首先要貼近他們的需求，而**主動傾聽**正是這一切的起點。我和管理團隊會定期走訪全國餐廳，直接聆聽餐廳經理們的心聲。為觸達更多一線員工，我們還通過線上平台「RGM Voice」不斷收集反饋，幫助公司及時發現問題並及時處理。

這些來自一線的聲音為我們識別出了不少餐廳工作的痛點。

我們因此進一步簡化了餐廳經理的工作流程，把很多輔助性職能整合到集中化平台上。比如，我們試點的「**一站式服務平台**」把多項支持服務接入一個平台，由專屬的個案經理全程跟進餐廳經理提出的每一項需求。這種「把簡單留給餐廳」的理念，讓餐廳經理能將更多精力放在顧客服務和團隊指導上。我們還把**代理式 AI** 引入餐廳。2025 年，我們試點了輔助餐廳營運的智慧體 Q 睿，讓餐廳經理能更高效地處理日常事務。

這些努力持續贏得外界認可。百勝中國已連續第八年被全球傑出雇主調研機構評為「**傑出雇主**」，並連續第五年蟬聯中國餐飲行業榜首。

共創低碳與可循環的未來

自 2021 年起，我們就力爭於 2050 年實現價值鏈溫室氣體淨零排放。為達成這一目標，我們一方面採用節能技術，另一方面加快向可再生能源轉型。2025 年，我們單店平均用電量同比減少約 5%，整體**可再生能源**使用量同比增加 84%，供應商的**可再生能源**使用量也同比提升 37%。

實現淨零排放，集體行動至關重要。2025 年，我們與 40 多家重點供應商組建「**百勝中國價值鏈綠色低碳聯盟**」，共同承諾，將溫室氣體減排的範圍覆蓋到能源與更廣泛的森林、土地及農業（FLAG）等領域。為提升透明度和落實責任，我們攜手主要供應商制定他們的減排目標，並將從 2026 年起，通過公司開發的數字化管理平台追蹤他們的減排進度。

循環利用領域的創新是我們關注的另一個重點。截至 2025 年底，肯德基的「**食物驛站**」項目已拓展至全國約 1,300

家門店，將店內仍在保質期內的餘量食物免費提供給有需要的社區居民。同時，我們也持續推進廢棄物的回收再利用，包括咖啡渣的再生。約 2.5 萬個含咖啡渣的物流托盤已投入上海南翔物流中心使用，約佔其托盤使用總量的 70%。這展示了創新如何能同時提升效率與支持可持續發展。

深入社區，持之以恆

我們的公益項目聚焦**鄉村振興**、**青少年成長護航**和**社區共建**三大方向。我們之所以堅持長期投入，是因為要在這些領域取得實質性進展，需要各方齊心協力、久久為功。「**捐一元**」公益項目已進入第 18 個年頭，累計籌集善款超 2.8 億元。為幫助鄉村兒童，我們已經提供了超過 6,000 萬份營養餐，為 1,600 多所鄉村學校完成廚房設備煥新升級。

我們也不斷探索新的方式，來加強社區參與。2025 年，必勝客正式啟動青少年志願服務行動「**小紅帽計劃**」，鼓勵青少年參與環保行動、社區服務等志願活動。這些項目不僅拉近了我們品牌與當地社區的距離，也激勵著下一代積極投身有意義的公益事業。

展望未來

面向未來，我們的目標無比清晰：**帶著使命感成長，懷著責任心引領，為我們的生態體系持續創造長期價值**。無論是守護食品安全，賦能公司員工，還是推動價值鏈減排，我們將不斷加固可持續發展與商業成功之間的紐帶。這種相輔相成的關係過去是、未來也將繼續是我們的**核心競爭優勢**。

我們有信心，也有能力，為利益相關方，也為這個社會，帶來更持久而深遠的積極影響。



屈翠容

百勝中國首席執行官

董事會聲明

百勝中國通過推動在「可持續餐廳」、「可持續供應鏈」、「可持續社區」的構建，緊密攜手價值鏈上的利益相關方共同打造負責任的生態體系。

在董事會層面，董事會全面負責監督本公司的風險管理框架。食品安全與可持續發展委員會協助董事會監督本公司有關可持續發展（包括環境與氣候相關事宜、供應鏈及食品營養與健康）的慣例、政策、程序、策略及措施。食品安全與可持續發展委員會亦審閱及監督本公司就其可持續發展措施可能不時制定的目標的發展及實施情況。



本報告已於 2026 年 4 月經董事會審批通過。

關於本報告

本報告是百勝中國發布的第九份可持續發展報告，報告時間範圍以 2025 年 1 月 1 日至 12 月 31 日的信息為主，超出以上時間範圍的部分信息已在文件中特別標注。

報告的邊界包含百勝中國控股有限公司及下屬分、子公司。如無特別聲明，2025 年溫室氣體排放包含百勝中國 2025 年合並財務報告範圍內的所有活動。「百勝中國控股有限公司」還以「百勝中國」「我們」或「公司」表示。僅為本報告之目的，「中國」指中國大陸地區，不包括香港、澳門和台灣。

百勝中國致力於對標國際最佳實踐並提高信息披露質量，本報告遵循《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄 C2《環境、社會及管治報告守則》（以下簡稱「聯交所 ESG 報告守則」）的匯報原則及要求，同時參考全球可持續標準委員會（GSSB）發布的《GRI 可持續發展報告標準》（以下簡稱「GRI 標準」）和可持續發展會計準則委員會（SASB）發布的餐飲業報告框架編制而成。具體請參考報告附錄（P86-P101）。

本報告可在香港交易所網站（<https://www.hkex.com.hk>） 和百勝中國官網可持續發展網站（<https://www.yumchina.com/sustainability/home/Index>） 中查閱。

若對報告有任何建議，請按以下方式聯繫我們：



電子郵箱
CSR@yumchina.com



地址
中國上海市天鑰橋路 20 號
百勝中國大廈 6-16 樓



郵政編碼
200030

* 本報告中除特別注明，財務數據均以人民幣為單位。本報告中，關於「中國最大的餐飲公司」的表述，均是按 2025 年系統銷售額統計。本報告包括 1933 年證券法（經修訂）第 27A 條及 1934 年證券交易法（經修訂）第 21E 條所定義之「前瞻性陳述」。我們擬將所有前瞻性陳述予以涵蓋於 1995 年美國私人證券訴訟改革法案的安全港條文範圍內。您應查閱我們向美國證券交易委員會提交的文件（包括我們的 10-K 表年度報告和後續的 10-Q 表季度報告中「風險因素」和「管理層就財務狀況及經營業績之討論及分析」部分的內容），以了解可能影響到我們財務業績和其它結果的因素的更多細節。

2025 年可持續發展亮點績效

以食為天

100%

食品和食品接觸包裝材料供應商獲得全球食品安全倡議 (GFSI) 認可的食品安全標準認證

100%

全國餐廳卓越經營合規 (OEC) 審核覆蓋率

5 家自有物流倉已完成 BRCGS 認證

KPRO 門店數量累計達 **200+** 家，
「安心好品質，均衡好輕食」
全新品牌主張發布

「百勝和羹發展計劃」

首次發布，携手各方共溯品質源頭，
共筑互信生態，共創產業發展

以綠為源

~70,000 兆瓦時

百勝中國全年可再生能源使用量，較上年增加

~84%

所有新建物流中心的可用屋頂

100% 光伏覆蓋

40+ 家重點供應商加入

「百勝中國價值鏈綠色低碳聯盟」

並簽署減碳承諾

~37 萬兆瓦時

百勝中國分佈式光伏與虛擬綠電採購聯盟全年可再生能源使用量

~99% 紙包裝獲得森林管理委員會 (FSC)

或等效認證

以人為本

90%+ 的肯德基餐廳員工
通過「K豆」激勵計劃獲得表彰與獎勵

通過 RGM Voice 平台反饋的問題

一周內解決率達 **80%+**

累計向 **15,300+** 名
餐廳經理 (RGM) 授予公司股票*

天使餐廳累計拓展至 **70+** 個

城市的 **~80** 家餐廳

100% 關鍵供應商參與百勝

中國全年供應商企業社會責任 (CSR)
審核

以愛為先

「捐一元」項目累計籌集

2.8 億+ 元人民幣善款

「捐一元」項目累計煥新

1,600+ 個愛心廚房

「肯德基小候鳥基金」累計惠及兒童

~650 萬人次

必勝客攜手中國志願服務基金會
共同發起青少年志願服務行動

「小紅帽計劃」

外部認可



標普全球企業可持續發展評估 (CSA) 評分
全球同業第一 (2020-2025 年)

入選《時代》週刊 2025 年
「全球最佳公司」榜單

入選《時代》週刊
「全球最可持續發展企業」500 強
(2024-2025 年)

入選《財富》雜誌 2025 年
「改變世界的公司」榜單

MSCI ESG 全球同業最高評級
「AA」級 (2022-2025 年)

Sustainalytics 全球同業最高評級
「低風險」(2022-2025 年)

中國傑出僱主 (2019-2026 年)
蟬聯餐飲行業第一 (2022-2026 年)



* 限制性股票單位 (RSUs)

注：累計數據統計截至 2025 年底，其餘為報告期內數據。

關於百勝中國

百勝中國是中國最大的餐飲公司，以「讓生活更有滋味」為使命。肯德基和必勝客是西式快餐和西式休閒餐飲領域的領先品牌。百勝中國與百年義大利品牌 Lavazza 合作，在中國探索及發展拉瓦薩咖啡概念。公司旗下還有中式餐飲品牌小肥羊和黃記煌。塔可鐘提供創新墨西哥風味食品。百勝中國擁有世界一流的數字化供應鏈體系，包括覆蓋全國的龐大物流中心網絡和自有供應鏈管理系統。強大的數字化能力和會員計劃讓公司能夠更快觸達顧客，提供更好的服務。作為財富 500 強企業，百勝中國的願景是成為全球最創新的餐飲先鋒。

截至 2025 年 12 月底

全年總收入

118億 美元

在中國

2,500+ 個城鎮

經營六個品牌

18,000+ 家餐廳

使命 讓生活更有「滋味」

願景 全球最創新的餐飲先鋒

我們的價值觀 求真務實的創始人精神

RGM NO.1 提升能力 排憂解難

傾聽聲音 凝聚人心 尊重關愛

守正創新 做對的事 聚焦創新

熱情服務 交付價值 為客瘋狂

Includes images of KFC, Pizza Hut, Lavazza, Little Sheep, Huangji Huang, and Taco Bell.

可持續發展戰略

作為聯合國全球契約組織（UNGC）成員，百勝中國堅定支持聯合國《2030 年可持續發展議程》，在致力於為顧客提供安全高品質食物的同時，持續為食物、飲用水質量的提高和空氣質量的改善做出努力。我們不斷探索可實現經濟效益、環境效益及社會效益等多方共贏的新路徑，努力追求為人類和地球帶來積極的影響。

百勝中國以「打造負責任的生態體系」為可持續發展戰略目標，圍繞「食品、環境、人」三大支柱，積極構建「可持續餐廳」「可持續供應鏈」和「可持續社區」，致力於緊密攜手價值鏈上的利益相關方共同打造負責任的生態體系。



可持續發展管理架構

百勝中國建立了自上而下從董事會到運營團隊的可持續發展管理架構。董事會層面，董事會及食品安全與可持續發展委員會至少每年根據戰略計劃考慮可持續發展相關事宜。2025 年，食品安全與可持續發展委員會舉行了兩次會議，就食品安全及可持續發展相關事宜進行討論。

管理層層面，我們成立可持續發展委員會，通過舉行季度會議來追蹤重大議題的實施情況，評估可持續發展風險以及制定相關風險管理的策略和措施。

我們致力於將 ESG 相關原則融入公司經營決策。自 2021 年起，ESG 措施已被納入關鍵績效指標，用於確定領導團隊成員的個人績效係數。此外，自 2023 年起，ESG 目標已被採納作為適用於領導團隊成員年度績效股票單位 (PSU) 的績效目標之一。

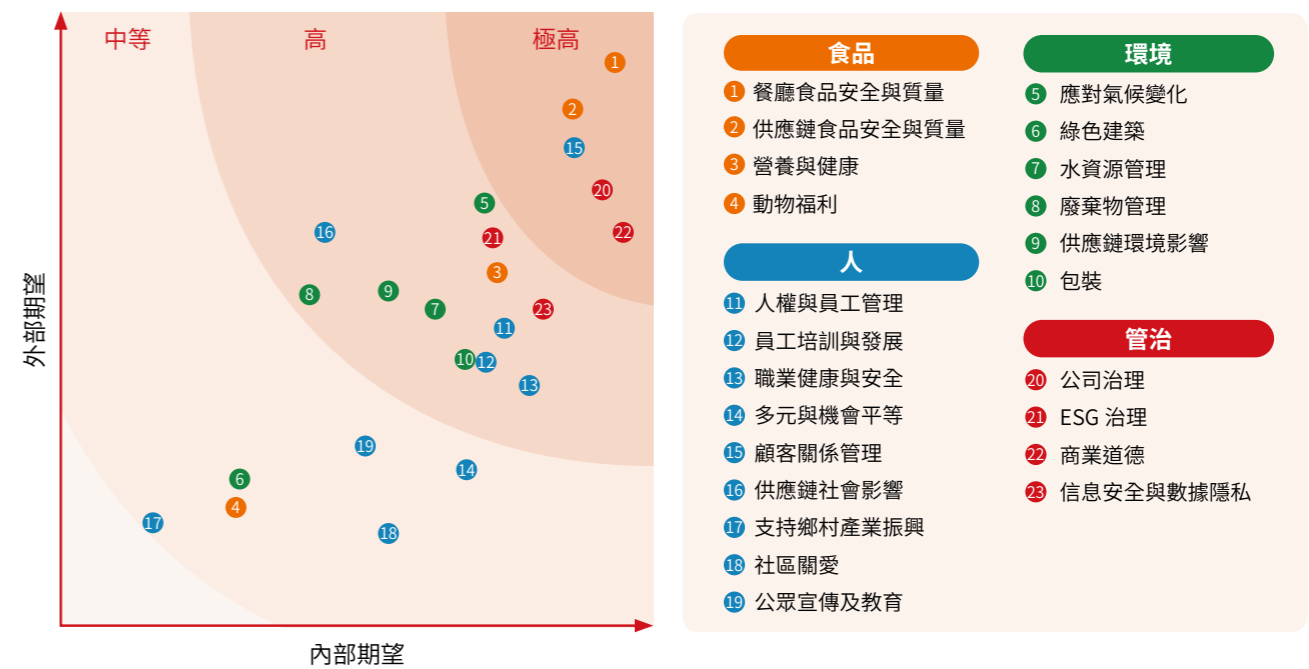
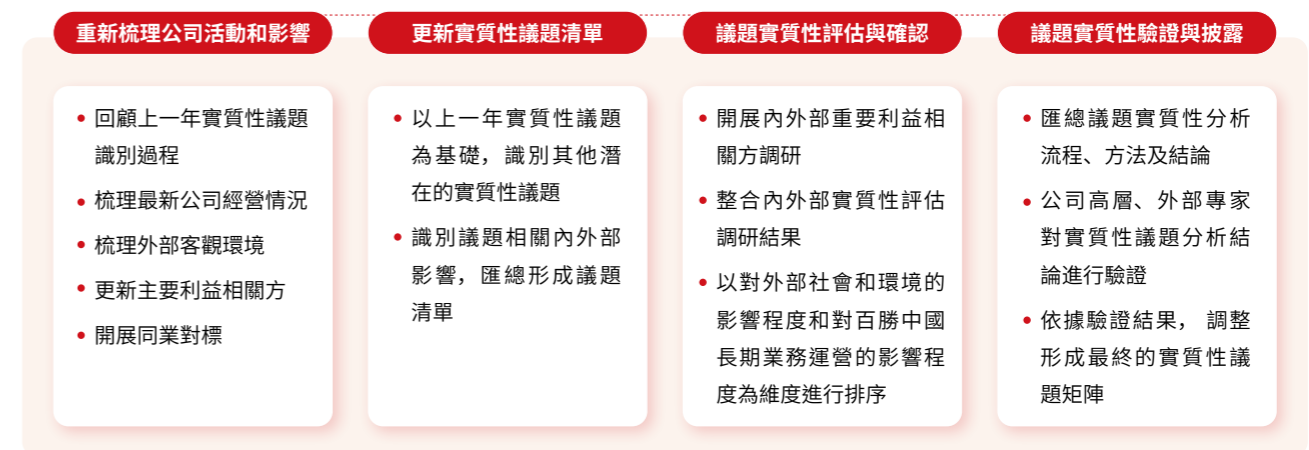
此外，為提升全員的可持續發展意識和實踐能力，百勝中國開展了全面的可持續發展培訓，內容涵蓋 ESG 基礎概念、公司可持續發展目標戰略及進展、能源轉型策略、供應鏈低碳轉型實踐等。



可持續發展實質性議題

百勝中國將可持續發展相關影響、風險和機遇的管理流程融入內部管理流程，並根據年度實質性議題評估結果確定公司可持續發展的重點方向及行動優先級。同時，我們制定《百勝中國利益相關方參與政策》，致力於與各利益相關方群體保持有效互動，將內外部的期望和要求納入考量。

百勝中國於 2017 年首次啟動實質性議題評估工作，並制定「回顧、識別、排序、驗證」的實質性議題評估流程。我們在後續的每一年都會重新審視實質性議題，以確保評估結果反映公司運營情況和利益相關方的考量。2024 年，我們已基於所處行業特點、行業發展階段、自身商業模式、所處價值鏈等因素，結合最新監管政策、行業標準及發展趨勢，開展同業分析，識別出各類潛在的實質性議題，並通過線上問卷形式向內、外部利益相關方收集回覆，確定了 23 項實質性議題的優先排序。2025 年，我們全面審閱評估公司可持續發展實質性議題，認為上一年結果仍適用。



更多利益相關方溝通詳情請點擊 [《百勝中國利益相關方參與政策》](#)

全價值鏈可持續創新提效實踐

百勝中國堅持「創新引領」與「效率提升」雙輪驅動，持續推動全價值鏈可持續創新提效實踐。我們的全鏈路管理策略覆蓋供應商、物流、餐廳、員工、顧客及社區。



企業管治

管治架構

百勝中國董事會下設四個常設委員會，包括審計委員會、薪酬委員會、提名與管治委員會、食品安全與可持續發展委員會，負責從不同方面監察經營管理及所在範疇內的相關事務。

董事會多元化

我們相信擁有多元化背景的董事有助於董事會更好地監督本公司的管理及運營，以及從不同角度評估本公司業務模式的風險及機遇。根據我們的《百勝中國董事會多元化政策》，多元化廣義上被詮釋為不同觀點、技能、個人及專業經驗與背景，以及以可見或不可見的方式呈現的其他特質，包括但不限於年齡、性別、種族及國籍。就本公司目前的董事而言，約百分之四十六的董事為女性。本公司亦受惠於來自董事會成員不同年齡、性別、種族及國籍的多樣性。

[點擊查看《百勝中國董事會多元化政策》](#)

風險管理

風險管理體系

董事會全面負責監督公司的風險管理框架，定期審閱對本公司而言可能屬重大的風險。為促進其職責，董事會已將特定風險相關責任授予審計委員會、薪酬委員會以及食品安全與可持續發展委員會。

審計委員會與管理層就本公司的主要風險及管理層為監控該等風險所採取的措施（包括本公司的風險評估及風險管理政策）進行重要討論。審計委員會亦於委員會會議收到管理層就法律及法規風險提交的相關報告。審計委員會定期向董事會提供風險範疇概要連同於審計委員會會議上討論的任何其他風險相關事項。

同時我們設立一個管理層級別的合規監督委員會，由本公司首席法務官及首席財務官共同領導，由來自多個職能部門的領導組成。合規監督委員會定期召開會議，以監督及審查本公司合規項目的實施情況。

此外，由公司內部審計團隊負責人領導的公司內部審計團隊定期進行獨立的風險評估，包括但不限於審閱管理層的風險評估流程，並據此制定審計計劃。公司內部審計團隊負責人為合規監督委員會的成員，並直接向審計委員會及首席財務官匯報。

在運營層面，一般而言，我們運營的每家餐廳都由一個管理團隊監管，該管理團隊由餐廳經理領導連同一名或多名助理經理組成。餐廳管理團隊負責各餐廳的日常運營以及確保遵守運營標準。

風險管理流程

我們強調從董事會到運營團隊的風險識別和管理的重要性。通過識別公司內外部風險及業務影響，針對所識別的風險，我們積極建立相應的風險管理和合規計劃，以幫助公司有效控制或減輕潛在風險，保障公司的長期穩健運營。

[點擊查看《百勝中國風險管理政策》](#)

合規管理

商業道德

百勝中國《商業行為與道德守則》（以下簡稱《行為準則》）已獲採納以強調本公司致力於最高的商業行為標準。《行為準則》規定了與本公司最為相關的食品安全和產品質量、禮品、及《反海外腐敗法》（FCPA）等領域的具體政策。《行為準則》亦載有員工在保密的情況下申報道德或會計問題、不當行為或違反《行為準則》的資料及程序。《行為準則》適用於本公司全體董事及員工。

[點擊查看《百勝中國商業行為與道德準則》](#)

舉報人機制


我們搭建全面的舉報人機制，為員工及供應商開通了多種投訴舉報途徑，並設專職合規調查部門負責對公司各個層面的商業道德問題進行審閱處理。

我們對舉報人個人信息及其提供的舉報資料嚴格保密，嚴禁任何人對舉報人進行任何形式的報復。一旦調查完成，我們將根據不當行為的嚴重程度採取解決方案和懲戒措施，包括但不限於紀律處分、終止勞動合同以及向司法機關報告。此外，違反《行為準則》的行為也會影響個人績效的評估，對員工的薪酬產生負面影響。

百勝中國合規問題投訴舉報渠道


電話熱線 (24/7)
中國：400-880-1346
美國：1-800-241-5689


網站平台
員工投訴及誠信合規舉報系統（匿名保護）：
www.yumchina.com/compliance
「供應商吹哨人」舉報平台：
www.yumchina.com/chuishaoeren


投訴信
直接向有關部門或
負責人遞交

外部要求

我們每季度開展利益衝突行為檢查，以識別與避免與公司產生利益衝突的不當行為。我們要求所有供應商簽署《百勝中國供應商行為準則》，旨在確保其在與我們進行業務往來時遵守法律規範和商業道德準則。

內部培訓

我們要求所有員工每年完成《百勝中國行為準則問卷》並以書面方式證明其已閱讀並理解《行為準則》。公司每年面向員工開展線上行為規範系列培訓，課程內容涵蓋公司行為準則、禮品政策、信息安全、避免內幕交易、《反海外腐敗法》等核心合規主題。2025 年，培訓覆蓋 100% 的全職員工。

知識產權

我們嚴格遵守知識產權相關法律法規，高度重視知識產權保護。我們打造了具有百勝中國特色的知識產權保護體系，全力維護我們的商譽和品牌形象，及時申請註冊保護知識產權成果，並堅決反對侵犯我們權利的行為。

信息安全

我們的合規監督委員會負責協助董事會和審計委員會監督公司的網絡安全風險，定期舉行會議以討論網絡安全的法律及監管動態，評估本公司新出現的網絡安全風險及緩解計劃，並確定促進網絡安全合規的策略。

我們的信息技術系統通過技術保障及管理措施受到保護。我們採用標準的風險管理方法來檢測、識別、評估和減輕網絡安全風險，該方法根據國際網絡安全管理系統標準 ISO 27001 以及面向資產的風險評估框架開發。為了儘量減少網絡安全事件對業務運營的潛在影響，我們制定了事件響應計劃，並定期進行測試。我們亦建立了數據安全和個人信息保護框架，包括防止數據丟失、檢測及阻止異常帳戶和活動的措施，以及預防、檢測和減少漏洞的系統及流程。我們定期評估為解決網絡安全威脅及事件而設計的該等流程和實踐。

為了確保數據處理過程中的合規性、安全性和可控性，我們針對不同場景構建了一套完整的「數據安全合規評審流程」，並通過發布各類指引幫助員工理解與應用。我們通過線上與線下結合的方式向公司員工及第三方供應商開展數據與信息安全培訓及考核。

2025 年

全體辦公室員工

100%

完成數據安全相關培訓

截至 2025 年底

- 肯德基、必勝客 APP 與官網系統均已獲得
- 國家公安部信息系統安全等級保護認證
- 肯德基和必勝客 APP 均已通過
- 國家工業和信息化部通信網絡安全防護定級備案，安全級別為三級
- 肯德基和必勝客消費者信息安全管理系统均已通過
- ISO/IEC 27001 年度審核



「以食為天」

保障食品安全是百勝中國的第一要務，我們高度重視食品安全文化，持續完善全價值鏈食品安全與質量管理體系，積極聯合供應鏈上下游夥伴協作創新，致力於為消費者提供美味、安全、營養、高品質的餐飲體驗。

本章內容

- 至誠·安心品質
- 至臻·營養健康
- 至遠·行業共進

對可持續發展目標(SDGs)的貢獻



至誠 · 安心品質

食品安全是健康生活的基石，與國家戰略方針及餐飲行業的長遠健康發展緊密相連，消費者對安全、高品質食品的需求也在日益增強。自《中華人民共和國食品安全法》頒佈實施以來，國家不斷加強相關法規政策，以持續強化食品安全監管和企業主體責任，食品安全的重要性日益凸顯。

食品安全也始終是百勝中國對顧客最堅定的承諾。我們將食品安全文化深植於企業基因，構建覆蓋「從農田到餐桌」全價值鏈的食品安全與質量管理體系，確保承諾的切實履行。同時，我們積極擁抱數字化浪潮，依託技術創新，持續推動供應鏈向數字化、智能化轉型，致力於打造透明、高效、可信賴的餐飲行業標杆，讓每一餐都成為安心之選。

百勝中國食品安全承諾



百勝中國食品安全文化—文化築基

百勝中國將食品安全文化融入公司治理，建立了自上而下完善的食品安全管理機制，從董事會及其食品安全與可持續發展委員會到公司各個管理部門，全面監督和保障食品安全管理制度及標準的建立和有效執行。

[點擊了解更多關於食品安全管理機制的信息](#)

食安文化築基

百勝中國高度重視食品安全文化建設，致力於構建覆蓋員工、加盟商及供應商的食品安全文化體系，攜手守護「從農田到餐桌」的食品安全。我們通過面向全體員工和加盟商的系統培訓與嚴格考核，持續提升一線的食品安全意識與執行能力；通過完善的加盟商准入及管理流程強化加盟商及加盟餐廳的主體責任落實；通過積極引導供應商協同共建，全面貫徹百勝中國的質量管理理念。

員工

我們要求所有辦公室員工、餐廳員工至少每年接受一次食品安全培訓和考核。要求新入職的辦公室和餐廳員工學習並簽署《百勝行為準則確認書》和《員工手冊確認書》。要求餐廳員工接受嚴格的崗位培訓，了解並認真執行公司食品安全操作標準。

加盟商

我們要求所有加盟商簽署《特許經營政策手冊》，承諾遵守百勝中國營運手冊以及行為準則、安全和衛生標準，將食品安全培訓考核作為加盟商准入及開店的前置條件，嚴格落實加盟商主體責任相關事項，並持續通過百勝中國定期組織的加盟商食品安全培訓，提升他們的食品安全合規意識與能力。

供應商

我們嚴格推行《百勝中國供應商手冊》和各類食品安全與質量管理體系要求，明確要求所有供應商必須遵守國際公認的食品安全審核標準。同時，我們積極推動供應商建立並持續完善其食品安全文化方案，確保食品安全理念與實踐貫穿其組織各層級。2025年，我們共開展7場質量管理研討會，線上線下參與人次1,300+，食品安全和法規培訓覆蓋230+家供應商。

亮點案例

「食品安全 守正初心」——百勝中國第五屆食品安全文化節

2025年，百勝中國以「食品安全 守正初心」為主題，成功舉辦第五屆食品安全文化節。本屆文化節旨在傳遞食品安全文化理念，構建全員參與、鏈接上下游的信任生態，通過多項活動強化合作夥伴的食安管理意識：

針對供應商開展食品安全培訓宣貫，強化責任意識和食安意識

首次與供應商共同打造尋「味」時刻食安主題遊園會，以趣味互動深化食安共識

在「一站到底」食安挑戰賽的基礎上新增「守正之星」餐廳評選機制，對食安管理表現卓越的餐廳進行表彰和獎勵



本屆食品安全文化節累計開展活動700+場，參與總人次達33萬，其中供應商參與7,000+人次



全鏈食安管理

百勝中國打造並不斷完善先進的數字化供應鏈管理體系，將供應鏈從傳統的食材採購配送流程，升級為產業整合、高效協同的有機整體。百勝中國的強大數字化能力為公司全價值鏈的食品安全與質量管理提供了新的可能性。我們積極探索並廣泛利用先進的數字化和智能化科技，打造引領行業的數智化供應鏈，推動食安管理變革。

例如，我們系統梳理並提煉了百勝中國三十餘年的食品安全與質量管理經驗，打造並持續優化基於 Knowledge Graph (KG) 知識圖譜技術的食安風險評估和預警系統 (iFS)。該系統每日採集並分析上千條國家及地方法律法規、標準更新、監管舉措、輿情熱點及食安科普等信息，實現全網監控、精準預警，從而構建前置化、智能化的食品安全風險防控系統。

2025 年，我們進一步推出一系列遠程智能管理的工具以確保食品安全風險得到實時管控和預警，築牢食品安全防線。

[點擊了解更多關於數智化科技賦能食安的信息](#)

上游供應商

我們從源頭加強食品安全管理，要求供應商建立嚴格的上游供應商審批和監控機制，包括對白羽雞養殖過程進行系統監控，推動果蔬上游供應商全面落實百勝中國良好農業規範 (Yum China GAP)，以全面管控食品安全風險。此外，我們保持對食品行業政策與熱點變化的密切追蹤，包括轉基因、動物福利、獸藥管理等領域，以實現對上游供應商相關風險的動態監控與重點管控，並向上游供應商分享推廣行業良好實踐，致力於提升供應鏈食安品質管理水準。

我們的 Yum China GAP 已實現覆蓋

100%

生菜、茄果類*、檸檬、甜玉米基地

[點擊了解更多關於行業熱點的信息](#)

* 茄果類基地主要種植番茄、櫻桃番茄、青椒和黃瓜。

供應商

我們建立了嚴格的供應商准入機制，涵蓋風險評估、資質審查和工廠審核。新供應商通過百勝中國質量管理研修院的在線學習與考核，是准入流程中的必要一環。我們亦持續推進供應商的食品安全體系和能力建設，要求食品和食品接觸包裝材料供應商獲得 GFSI 認可的食品安全標準認證 (如 BRCGS、FSSC22000 等)。

同時，我們通過技術交流探討、培訓賦能等措施，幫助供應商開展設備優化升級與工藝改進。例如，我們的一家供應商在百勝中國的賦能及支持下實現設備創新改進並成功獲得實用新型專利，在提升食品安全管控水平的同時也提升了生產能力和效率。

2025 年

100%

食品和食品接觸包裝材料供應商獲得 GFSI 認可的食品安全標準認證

300+

次 供應商食品安全與質量審核

3,600+

次 原材料食品安全與質量抽檢

物流

秉持對食品安全的高度責任感，百勝中國構建了全球一流的物流管理體系。從食品入庫保存到在途運輸的每一個環節，均設有嚴格的操作標準和要求，確保食品在整個供應鏈過程中的安全與質量。通過部署智能溫控系統，有效避免因溫濕度波動導致的品質問題；同時依託遠程智能管理平台，並結合 CCTV 抽查系統嚴格規範物流在餐廳的操作流程，實現物流過程的可視化、可追溯化管理。

截至 2025 年底，我們已構建包含 34 家物流中心的高效協同的物流倉儲配送網絡，可覆蓋 5,000 餘個城鎮。我們亦通過倉儲管理標準化建設持續提升服務品質。

2025 年

完成 **5** 家自有物流倉的 BRCGS 認證，以及

160+

次倉儲和運輸服務商食品安全和質量審核，覆蓋所有物流中心，有效管控物流過程的食品安全

餐廳與外送

餐廳及外送是食安管控中的關鍵環節。我們通過不通知式 OEC 審核持續監督餐廳及外送的食品安全、產品質量及服務表現。在外送環節，我們嚴格執行操作流程，同時強化對外送服務團隊等第三方合作夥伴的監督管理。

2025 年

100%

全國餐廳 OEC 審核覆蓋率

針對全年開發的

~600

款 全新或升級產品，開展

9,200+

次 新產品質量評估

加盟業務食品安全管理

為護航集團加盟業務擴展的戰略規劃，我們全面落實「One System」理念，確保加盟與自營餐廳遵循一致的高水平食品安全和質量管理體系以及數字化管控措施，從加盟商准入評估、開店流程、餐廳營運管理、經營考核、加盟商評估體系與退出機制等全生命週期管理，持續強化加盟商的食品安全主體責任和合規意識；同時依託日常督導訓練和全週期賦能，提升其運營管理水平。我們從資金實力、經營能力、公司價值觀等多方位對加盟商進行綜合篩選，確保其符合品牌高標準，共同守護食品安全與質量。

One System 理念 - 加盟商與自營餐廳採用



加盟商食品安全與質量管理措施



至臻·營養健康

隨著我國經濟社會的快速發展，消費者對於營養健康話題的關注度持續提升，對於健康飲食的訴求呈現出具體化與多元化趨勢。百勝中國積極響應聯合國《2030 年可持續發展議程》「改善營養狀況」和「確保健康的生活方式」的目標，以及中國《「健康中國 2030」規劃綱要》《國民營養計劃（2017-2030）》，持續研發並推出更多營養健康選項和膳食均衡產品組配，致力於為顧客提供美味與營養兼備的餐飲體驗，倡導更營養健康的生活方式。

我們通過自主研发的「營養小管家」平台，建立營養數據庫，圍繞能量、蛋白質、碳水化合物等關鍵指標，結合不同消費者群體的多元需求，研發多樣化且營養更為均衡的套餐組合，並持續優化產品減糖減鹽舉措。2025 年，平台融合了多模態大模型及光學字符識別（OCR）技術，可實現產品營養檢測報告中關鍵指標的提取與多重校驗，大幅提升了數據維護的準確率與流轉效率，為科學膳食創新提供堅實的數智支撐。

營養健康承諾

百勝中國制定《百勝中國營養健康政策》，明確四個重點工作領域，作出五大營養健康承諾，並通過定期會議機制回顧目標進程，推動食品營養健康領域的持續創新。

[點擊查看《百勝中國營養健康政策》](#)

[點擊查看《百勝中國營養健康承諾》](#)

百勝中國營養健康重點工作領域

注意均衡膳食持續創新和改良

提供多種選擇滿足差異化需求

開展健康科普倡導健康生活方式

支持餐飲科研發展促進營養改善



多樣營養選擇

我們持續合理搭配豐富多樣的食材，積極拓展產品品類，致力於為消費者提供更加均衡、全面的營養供給，以及更加豐富、健康、多元化的膳食選擇。

減鹽減糖 健康加倍

在保持經典風味的基礎上，基於科學的營養理念，我們積極開發更豐富和多元化的產品選擇。2025 年，我們繼續為消費者提供多款減鹽、減糖產品，滿足不同人群的需求和偏好。

此外，我們也採用多種烹飪方式，肯德基 ~60%、必勝客 ~90% 的全天菜單採用了烤、煮、炒、鐵板烤等方式，促進膳食多樣化。



豐富膳食 均衡發展

我們持續豐富食材組合，通過引入全穀物、蔬菜水果等多種均衡健康選擇，滿足現代消費者對便捷健康飲食的需求，幫助顧客實現「又快又好又健康」的飲食體驗。同時，我們持續推動肉、蛋、海鮮等多品類優質蛋白質的應用，並合理搭配原料、優化烹飪工藝，在保證美味的同時，為不同人群提供所需的蛋白質。

<h4>優質蛋白</h4> <p>肯德基海陸雙享帕尼尼</p> 	<h4>豐富食材</h4> <p>必勝客薄底披薩</p> <ul style="list-style-type: none"> > 全新餅底配方 > 麵團添加虎堅果 > 餅邊使用帕瑪森芝士 	<h4>多樣蔬果</h4> <p>KPRO 超級食物酸奶奶昔</p> <ul style="list-style-type: none"> > 餐廳現制 > 超級食物 > 4 種有益菌 
<h4>必勝客秘制醬烤香骨雞</h4> 	<h4>肯德基至珍七蝦堡</h4> <ul style="list-style-type: none"> > 內含 7 只整蝦 > 經典瑤柱海鮮醬 	<h4>必勝客香濃玉米汁飲料</h4> <ul style="list-style-type: none"> > 全鏈條源頭種植管控 > 48h 脫粒鎖鮮 

亮點案例 KPRO - 安心好品質，均衡好輕食

肯德基旗下 KPRO 肯律輕食品牌以中國烹飪協會《輕食營養配餐設計指南》為指導，依託成熟的供應鏈管理與質量控制體系，將指南落實於具體產品實踐，在產品菜單中試行卡路里信息標注，以穀物能量碗、燜飯能量碗、帕尼尼和卷等能量輕食系列為主打，以煎烤拌為主的烹飪方式兼顧營養與口感。KPRO 亦與中國烹飪協會等機構共同發布倡議，號召「嚴選優質食材，恪守品質管理，讓消費者吃得安心；科學搭配食材，均衡膳食營養，讓消費者吃得健康」，推動行業規範化發展與消費者認知提升。通過嚴格的品質管控和科學的營養搭配，KPRO 致力於為消費者提供安心、多樣、健康的膳食選擇，助力健康生活方式打造。



2025 年，KPRO 發布「安心好品質，均衡好輕食」全新品牌主張，並推出六大安心承諾。截至 2025 年底，KPRO 門店數量已達 200+ 家。

安心六承諾

<p>1 使用可生食雞蛋 更安全，放心吃</p> 	<p>2 果蔬必經三道清洗 果蔬嚴格遵循「清洗、消毒、沖淨」三步法，保證安全衛生</p> 	<p>3 食材四大溫區儲存 食材在門店按照「冷凍、冷藏、常溫、保溫」四大溫區儲存，生熟分區處理，防交叉污染</p> 	<p>4 每個食材有自己的時間管理 每個食材單獨管理，保證食材新鮮和口感</p> 
<p>5 控鹽控糖 用心調味 穀物能量碗 無醬也好吃</p> 	<p>6 「四類六種」均衡搭配 每餐在設計時，遵循品種多樣、合理搭配的原則，至少含有四大類食物，六種及以上食材，符合中國烹飪協會發布的《輕食營養配餐設計指南》</p> 		

小份菜品 合理選擇

考慮到愈發多元的用餐場景，以及不同消費者對營養攝入需求的差異，我們通過合理設計餐品食材搭配，在推出單人套餐的同時，也為單點菜品提供靈活的分量選擇。例如，必勝客推出適合一人享用的小裝披薩，黃記煌提供「一人鍋」，小肥羊則打造了「一人食」回轉火鍋等。這些選項的提供，既滿足多樣化攝入需求，亦助力減少食物浪費，踐行可持續餐飲理念。

至遠·行業共進

作為餐飲行業生態的重要參與力量，百勝中國積極發揮影響力，多方位構建供應鏈協同的高質量發展格局，並依託智能化技術，促進供應鏈質效提升，並將區域特色融入創新實踐，持續引領行業發展，帶動行業生態建設。

協同供應鏈高質量發展

在百勝中國踐行「創新、提效」雙輪驅動戰略的背景下，專業高效的供應鏈服務正日益成為關鍵支撐。我們致力於推動創新產業模式和數字化供應鏈體系，與合作夥伴構建更具韌性的供應鏈生態。

鏈接世界，多元共贏

我們深耕多元化採購戰略，積極參與中國國際供應鏈博覽會等重要行業活動，增加與全球供應商溝通互動的機會，由此「鏈接世界」。我們持續優化線上公開招募平台，面向全球供應商開放，以標準化入駐流程與透明化評估機制，也為中小供應商提供平等參與的機會，拓寬百勝中國的供應商資源。

亮點案例 百勝中國再赴鏈博會詮釋供應鏈協同新生態

2025年7月，百勝中國連續第二年亮相中國國際供應鏈促進博覽會，與80+家優質供應商連袂參展，生動詮釋了「百鏈聚力、勝啟未來」的價值鏈協同發展理念。

展區特別設置肯德基、必勝客品牌專區，通過食材溯源可視化展示，清晰呈現「從農田到餐桌」的全鏈條質量管理體系；借助正在打造中的創新「三合一」產業園模式的動態演示，生動展現集智能倉儲、鮮食加工、烘焙生產於一體的高效供應體系。本屆參展，百勝中國從多維度呈現餐飲行業從食材源頭到餐桌的現代化協同圖景，展現了整合供應鏈各參與方的智慧和力量、打造互信共榮的供應鏈協同新生態的決心。



截至 2025 年底

百勝中國擁有 **850+** 家與餐廳經營相關的獨立供應商。我們已通過線上公開招募平台成功引入 **79** 家供應商，覆蓋多種品類供應商，部分在限時產品（LTO）或區域產品合作中表現優異的中小型供應商，未來可逐步發展為長期合作夥伴。

本地賦能，風味創享

我們深入踐行本地化採購，深度挖掘區域特色食材價值並融入產品創新，既打造出獨特風味體驗，更助力當地供應商發展。肯悅咖啡推出以雲南非遺乳扇搭配普洱 SOE 咖啡豆的玫瑰乳扇風味拿鐵，以及融合東北特色的手搖凍梨美式，通過「咖啡+地域文化」的創意碰撞傳遞地方風情。

截至 2025 年底

我們的供應商網絡中

98%+

的供應商來自中國本土地區



手搖凍梨美式

玫瑰乳扇風味拿鐵

亮點案例 百勝中國和羹計劃——深度協同，生態共生

2025年7月，百勝中國攜手供應商夥伴等各方首次發布「百勝和羹發展計劃」，旨在以供應鏈為產業紐帶，構建政府、企業、科研機構、傳媒及消費者多方對話協同的生態網絡，攜手各方共溯品質源頭，共築互信生態，共創產業發展。

該計劃以「共溯品質源頭」為核心行動，聯合行業專家、媒體及供應商，深度開展全民健康科普實踐。在2025年鏈博會上，肯德基發布《解密一口好雞肉的溯源之旅》科普片，真實記錄專家團隊深入現代化養殖基地的實地探訪過程，將專業的生產管理知識轉化為易懂的食品安全常識，幫助提升公眾食品安全意識與科學判斷力，增強社會整體的消費認知與信任。

「共築互信生態」作為和羹發展計劃的關鍵維度，意在構建以信任為紐帶的產業協同網絡。2025年，在該計劃發布會上，百勝中國攜手供應鏈優質夥伴共同舉辦了一場聚焦供應鏈協同共生的「和羹之友分享會」，來自雞肉、土豆、乳製品等品類的企業代表作為首批「百勝和羹之友」，以「和羹之道——從供應鏈協同到價值共同體的構建」為主題展開討論。與會企業代表分享了多個協同創新案例，例如百勝中國與雞肉供應商通過長期協作，共同推動雞肉品種的自主育種突破和供應的全程可追溯；百勝中國與國產冷凍薯條生產企業合作帶動農戶增收，並與外部專業機構一起應用土豆皮還肥技術減少環境污染，改善土壤結構，為循環農業助力。我們通過技術共享、標準共建、循環農業等合作模式，促進全鏈價值增益，促進釋放兼具商業價值和社會價值的綜合效益。

「共創產業發展」是百勝中國打造供應鏈生態的長期目標。我們致力於推廣供應鏈中的創新產業模式，構建開放、共生、韌性、可持續的供應鏈生態。

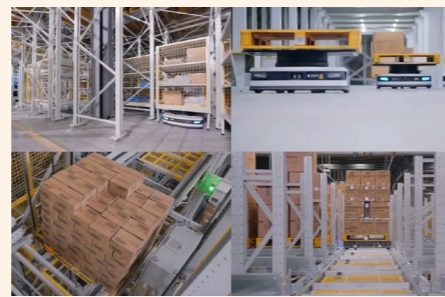


數智賦能 物流增效

物流是供應鏈資源高效配置與流動的命脈。為支撐持續擴大的業務規模，百勝中國依託智能技術提升物流網絡運行效率，以餐廳服務需求為核心紐帶，貫通全國數千城鎮，實現物流體系的高效運轉。

智能倉儲管理

我們積極佈局互聯網 + 技術，試點部署四向車密集存儲系統、自動導向車 (AGV) 智能搬運機器人及自動化立體倉庫 (ASRS) 等先進自動化設備，顯著提升了倉儲分揀操作的效率與準確性。



智能調度系統

我們試點部署基於 AI 的路徑規劃系統，實時融合路況信息、訂單分佈與車輛狀態等多維數據，動態生成優化運輸路徑。通過大幅降低車輛空駛率、壓縮中轉停留時間，有效控制運輸成本，同時確保門店到貨時效性，顯著提升供應鏈整體響應速度與敏捷性。



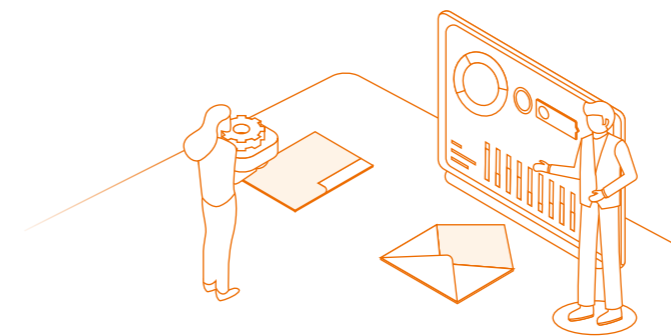
亮點案例 打造百勝中國產業園

在夯實供應鏈效能的方向上，我們持續推進百勝中國產業園的建設，通過高度集約化佈局實現供應鏈協同效應，並實現配送成本極大程度下降。我們已建有配銷中心和小型切配中心，並正在以此為基礎升級打造配銷、蔬菜鮮切工廠、麵包工廠三合一共園模式，能夠實現上游麵包烘焙、鮮切加工兩大短期保質期生產品類生產車間與配備多溫區存儲功能的智慧物流中心在同一產業園區內的聚合，縮短供應鏈半徑，提升產品新鮮度與運營效率。



引領行業生態建設

百勝中國深知行業的發展需要凝聚社會各界力量。我們在中國烹飪協會、中國食品科學技術學會、中國連鎖經營協會、中國畜牧業協會等行業組織中擔任重要角色，積極參與相關研究組、分委會的專項研討工作和行業論壇，聚焦食品安全熱點、為行業法規等建言獻策，共同促進食品和餐飲行業法規標準的健全。2025 年，我們新加入中國肉類協會禽（蛋）業分會，進一步拓展行業協作深度。在國際層面，百勝中國自加入 GFSI 十餘年間，持續引入和推廣國際先進實踐。



2025 年

百勝中國就食品安全國家標準、團體標準和部門規章等法規，共建言

16 項，重點關注食品安全主體責任、產品加工過程控制、餐飲外送操作等法規要點

榮獲 2025 消費品論壇中國日

「2024-2025 年度食品安全創新案例集 - 案例支持單位」

亮點案例 打造共享共贏的供應鏈生態

2025 年 9 月，在中國連鎖經營協會食品安全工作委員會 2025 年工作會暨食品安全與質量促進論壇上，百勝中國以「共享共贏的供應鏈生態」為主題，系統介紹了公司構建更具韌性的供應鏈體系的實踐與創新，涵蓋端到端全價值鏈的食品安全管理、食品安全文化建設、供應商協同與賦能，以及數字化食安平台建設等多個關鍵維度，展現了公司在推動行業共治、提升整體食安水平方面的持續努力與引領作用。

「以綠為源」

百勝中國始終致力於減少自身運營和價值鏈上下游活動的環境足跡,攜手價值鏈夥伴,努力實現碳減排目標,共同應對氣候變化與生態環境危機帶來的挑戰。

本章內容

- 聚力·氣候轉型
- 致力·自然生態
- 協力·循環經濟

對可持續發展目標(SDGs)的貢獻



聚力 · 氣候轉型

聯合國調查顯示，氣候變化會影響我們的健康、糧食種植能力、住房、安全和工作。我們中的一些人已經更容易受到氣候影響，例如生活在小島嶼國家和其他發展中國家的人們。海平面上升和海水入侵等問題已發展到使得一些社區不得不遷移的程度，長期乾旱使部分地區的人們面臨饑荒的風險。未來，因氣候相關事件而流離失所的人數預計將增加。

對此，百勝中國堅定支持《巴黎協定》提出的「努力將全球平均氣溫升幅限制在工業化前水平1.5°C之內」的長期目標，充分響應中國政府「力爭於2030年前實現碳達峰、2060年前實現碳中和」的承諾。我們已於2021年向科學碳目標倡議組織（SBTi）提交《企業雄心助力1.5°C限溫目標承諾函》，承諾力爭於2050年實現價值鏈淨零排放。同時，我們持續關注SBTi發布的最新標準，並與其進行互動與溝通，不斷探索氣候轉型的機會。

我們相信，持續推進氣候行動不僅有助於餐飲行業及其價值鏈夥伴實現低碳轉型，也將為社區和社會的整體可持續發展帶來積極影響，同時契合消費者日益增長的對可持續生活方式的追求。

我們的 2050 淨零之旅



氣候相關披露

百勝中國自 2021 年起首次開展氣候風險與機遇的識別評估工作。基於評估結果，我們依託完善的氣候相關管治架構，將氣候策略及風險管理融入到企業日常經營中，致力於構建氣候韌性，推動企業可持續發展。

報告期內，公司進一步遵循《聯交所 ESG 報告守則》D 部分：氣候相關披露，系統更新了氣候相關風險與機遇的評估，並明確了未來需優先採取行動的關鍵領域。

管治

本報告「可持續發展戰略」章節已詳述百勝中國可持續發展管理架構，氣候相關治理亦納入其中。

作為公司可持續發展實質性議題之一，氣候變化議題相關的監督、管理與執行是可持續發展管理體系的重要組成部分。

在董事會層面，食品安全與可持續發展委員會協助董事會監督公司包括環境與氣候變化在內可持續發展相關的實踐、政策、流程、戰略、以及行動，該委員會在 2025 年度召開了兩次會議。委員會成員通過履行對相關事項的監督職責，逐步積累了氣候相關專業經驗。我們為該委員會成員提供氣候相關主題培訓，以進一步提升其相關專業能力。

在管理層層面，我們設立了可持續發展委員會，負責跟蹤實質性議題的落實情況、評估氣候等可持續發展風險、制定風險應對戰略和措施，並監督關鍵舉措的實施情況，該委員會在 2025 年度召開了五次會議。

策略

百勝中國深知氣候變化為整個價值鏈帶來潛在風險與機遇，這些風險與機遇對我們的業務戰略、運營及財務表現均可能產生影響。我們結合宏觀環境、行業實踐及公司戰略規劃，依據相關性與重要性原則，識別出公司最具影響的氣候風險與機遇清單。同時，參照氣候相關披露標準建議，我們在不同氣候情景及時間維度下，分析氣候風險與機遇在當前及未來的潛在影響，從而分階段、有重點地制定並落實響應相應的氣候應對措施。

氣候情景選取

我們採用聯合國政府間氣候變化專門委員會（IPCC）代表性濃度路徑（RCP）的 RCP1.9*、RCP6.0** 氣候情景評估物理風險，並應用國際能源署（IEA）的 2025 年淨零排放情景（NZE***）、既定政策情景（STEPS****）分析轉型風險和機遇。

物理風險氣候情景選擇		轉型風險和機遇氣候情景選擇	
RCP1.9	到 2100 年輻射強迫為 1.9 W/m ² ，全球氣溫升高被限制在比工業化前水平高不超過 1.5°C，符合實現《巴黎協定》的目標。	NZE	淨零排放情景要求能源部門在不依賴能源領域以外的減排，到 2050 年實現二氧化碳當量淨零排放。各國加大氣候行動力度，到本世紀末將全球變暖限制在 1.5°C 以下。
RCP6.0	到 2100 年輻射強迫為 6.0 W/m ² ，未來溫升約 2.8°C。RCP 6.0（中等偏高排放情景）假設溫室氣體排放持續至 2080 年前後達峰，需依賴中等強度氣候適應措施，極端事件風險仍較高。	STEPS	既定政策情景代表了在不改變當前政策框架的情況下，未來能源和排放的發展趨勢，用於評估現有政策對氣候變化的潛在影響。

*RCP1.9 情景詳細定義與相關假設請見官網：<https://www.ipcc.ch/sr15/chapter/chapter-2/>

**RCP6.0 情景詳細定義與相關假設請見官網：<https://www.ipcc.ch/report/ar5/wg1/>

***NZE 情景詳細定義與相關假設請見官網：<https://www.iea.org/reports/world-energy-outlook-2025/net-zero-emissions-by-2050>

****STEPS 情景詳細定義與相關假設請見官網：<https://www.iea.org/reports/world-energy-outlook-2025/stated-policies-scenario>

時間維度選取

我們結合公司發展戰略與減排規劃，設定了對應時間維度：短期（3 年以內）、中期（3-10 年）、長期（10-25 年）。

百勝中國氣候相關風險與機遇評估結果

氣候相關風險	風險描述	財務影響 *	氣候情景	各時間維度下的影響程度			
				短期	中期	長期	
物理風險  急性風險	颱風 颱風、極端降雨及洪水的發生頻率可能增加，對餐廳、物流中心等基礎設施造成破壞，並導致原材料供應及物流受阻，同時可能引發餐廳運營中斷，造成客流量下降。	<ul style="list-style-type: none"> 可能因基礎設施及設備損壞導致運營成本上升； 可能因原材料供應及餐廳運營中斷導致營收受到影響； 可能因極端天氣發生頻率上升引起保險費用支出增加。 	RCP1.9	低	低	低	
			RCP6.0	低	低	中	
			RCP1.9	低	中	中	
			RCP6.0	低	中	中	
	極端降雨及洪水			RCP1.9	低	中	中
				RCP6.0	低	中	中
慢性風險  慢性風險	平均氣溫升高 平均氣溫升高將增加高溫天氣的頻次與強度。高溫環境可能影響員工舒適度與工作效率，同時影響製冷設備的運行效率。因此，公司需在其餐廳及物流中心的製冷系統上投入更多能源以維持適宜環境。	<ul style="list-style-type: none"> 可能因平均氣溫升高增加製冷系統能耗，導致運營成本上升。 	RCP1.9	低	低	低	
			RCP6.0	低	低	中	
	降水模式改變及水壓力 降水模式改變（如乾旱延長、洪澇突發）可能導致餐廳運營所在地面臨水資源供應壓力，亦可能推高水費或引發限水，從而影響餐廳的日常運營。	<ul style="list-style-type: none"> 運營地可能因水資源供應壓力，或為應對限水而購買替代用水，導致用水成本上升。 	RCP1.9	低	低	低	
			RCP6.0	低	低	低	

* 報告期內，我們對已識別氣候變化相關風險的財務影響進行數據統計，基於對可單獨拆分識別的財務影響進行量化分析，經評估，氣候變化相關風險未對當前匯報期的財務狀況、財務表現及現金流量產生重大影響，並且在不發生極端嚴重的氣候災害、政策及市場不發生重大變化的前提下，預計不存在將導致下一匯報年度相關財務報表中的資產和負債帳面價值發生重要調整的重大氣候相關風險。對於無法單獨拆分識別的財務影響，符合財務影響寬免條件。此外，我們認為轉型及物理風險的預期財務影響將受到應對舉措成本的波動性、技術路線成熟度及供應鏈夥伴轉型速度等多方面因素的複合影響，導致預期財務量化分析結果可參考性較低，符合合理資料寬免相關要求。因此，我們僅披露定性的氣候相關財務影響信息。

氣候相關風險	風險描述	財務影響 *	氣候情景	各時間維度下的影響程度			
				短期	中期	長期	
轉型風險	 <p>政策和法律</p> <p>對產品和服務的要求及監管</p>	<p>政府、非政府機構及其他持份者就氣候變化的公眾關注日益增加。我們正在並可能繼續受到有關環境可持續性事項、相關披露及運營規定方面不斷變化的規則、法規、標準及期望的影響，這已導致並可能繼續導致與滿足該等規則、法規及期望相關的開支、時間及注意力增加。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 公司可能需要投入更多資源以滿足合規要求，導致運營成本上升。 	NZE	低	低	中
	 <p>技術</p> <p>向低排放產品和服務過渡</p>	<p>監管機構可能推出更嚴格的政策，要求公司採取更低排放的技術，此外我們承諾按照 SBTi 標準於 2035 年前實現近期溫室氣體減排目標，以將全球氣溫上升限制在比工業化前水平高 1.5°C。採取行動履行該等承諾及目標可能使我們面臨額外的運營挑戰及執行成本。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 公司可能需要投入更多的低排放技術，導致資本支出及運營成本上升。 	NZE	低	低	中
	 <p>聲譽</p> <p>利益相關方反饋</p>	<p>隨著越來越多的利益相關方（如監管機構、投資人、顧客、及社會公眾等）對氣候變化的關注日益增強，如若公司未能採取恰當的措施開展氣候變化應對及披露工作，則會對公司聲譽造成影響。</p> <p>此外，我們的溫室氣體減排等承諾及目標受不確定性所限，其中眾多並非在我們的控制範圍內，可能較我們預期更為困難且更昂貴。倘若我們無法履行承諾，我們的聲譽或業務可能受到不利影響。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 回應利益相關方關注以及採取行動滿足可持續發展方面的承諾可能導致運營成本上升。若未能採取適當措施就氣候相關事宜回應利益相關方關注，或未能履行我們的減排承諾，可能導致聲譽受損，進而產生對業務和財務表現的不利影響。 	NZE	低	低	中
	 <p>市場</p> <p>原材料成本波動</p>	<p>百勝中國的核心業務高度依賴農產品的穩定供應，氣候變化可能導致的極端天氣頻發，這將導致相關地區的農產品減產，進而引發供應短缺與農產品價格升高的風險。除農產品外，能源的價格也可能隨著氣候變化相關政策的改變而發生變動。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 氣候變化可能導致農產品相關採購成本上升； 趨嚴的氣候相關政策可能導致能源相關運營成本上升。 	NZE	低	低	中
			STEPS	低	低	中	
			STEPS	低	低	低	
			STEPS	低	低	中	

* 報告期內，我們對已識別氣候變化相關風險的財務影響進行數據統計，基於對可單獨拆分識別的財務影響進行量化分析，經評估，氣候變化相關風險未對當前匯報期的財務狀況、財務表現及現金流量產生重大影響，並且在不發生極端嚴重的氣候災害、政策及市場不發生重大變化的前提下，預計不存在將導致下一匯報年度相關財務報表中的資產和負債帳面價值發生重要調整的重大氣候相關風險。對於無法單獨拆分識別的財務影響，符合財務影響寬免條件。此外，我們認為轉型及物理風險的預期財務影響將受到應對舉措成本的波動性、技術路線成熟度及供應鏈夥伴轉型速度等多方面因素的複合影響，導致預期財務量化分析結果可參考性較低，符合合理資料寬免相關要求。因此，我們僅披露定性的氣候相關財務影響信息。

氣候相關機遇		機遇描述	財務影響 *	氣候情景	各時間維度下的影響程度		
					短期	中期	長期
機遇	 <p>能源來源</p>	<p>隨著中國不斷推進能源轉型以及相關技術進步，可再生能源的成本持續優化，供應量持續增加，且綠電交易政策不斷完善。百勝中國可能有更多的機會參與綠電市場化交易或由商場業主代購綠電，並且可以在餐廳與物流資產部署分佈式光伏系統，從而降低對傳統化石能源的依賴，在實現長期經濟效益的同時，減少公司碳足跡，提升其環保形象。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 通過使用更低成本的綠色能源（如光伏自發自用、平價和低價綠電採購），將有可能降低能源相關運營成本。 	NZE	中	中	高
				STEPS	低	中	中
					NZE	中	中
	 <p>資源效率</p>	<p>隨著全球及中國持續推進低碳技術發展，市場上可能會出現更多適用於百勝中國的先進節能減排技術。百勝中國致力於通過智能化、高效的運營管理手段，以及創新的技術和設施設備，提升能 / 資源的使用效率，從源頭持續減少能 / 資源消耗，將效率優化轉化為切實的財務與環境效益。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 通過提高能 / 資源使用效率，將有可能直接降低公司水電等運營成本。 	NZE	中	中	高
				STEPS	低	中	中
	 <p>韌性</p>	<p>公司制定了 2035 年和 2050 年價值鏈減排目標，通過賦能供應商，支持和推進其氣候戰略，以此構築整體供應鏈的氣候韌性。在氣候變化導致極端天氣和自然災害頻發的背景下，供應商若積極推進可再生農業實踐，並採取更高能效、低排放的加工 / 生產 / 運輸方式，可幫助增強其應對氣候衝擊的能力，降低運營中斷風險，並從源頭保障關鍵原材料的質量與長期穩定供應，從而支撐公司業務擴張對高品質產品的需求。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 賦能供應商低碳轉型將可能驅動供應商優化能源使用效率、提升生產效率，實現其自身的運營成本優化。該部分的成本優化將傳導至公司採購端，將有可能為百勝中國帶來長期、穩定的成本優勢。 	NZE	中	高	高
				STEPS	低	中	高

* 報告期內，我們對已識別氣候變化相關機遇的財務影響進行數據統計，基於對可單獨拆分識別的財務影響進行量化分析，經評估，氣候變化相關機遇未對當前匯報期的財務狀況、財務表現及現金流量產生重大影響，並且在不發生極端嚴重的氣候災害、政策及市場不發生重大變化的前提下，預計不存在將導致下一匯報年度相關財務報表中的資產和負債帳面價值發生重要調整的重大氣候相關機遇。對於無法單獨拆分識別的財務影響，符合財務影響寬免條件。此外，我們認為氣候機遇的預期財務影響可能受到應對舉措成本的波動性、技術路線成熟度及供應鏈夥伴轉型速度等多方面不確定因素的複合影響，導致預期氣候機遇分析結果可參考性較低，符合合理資料寬免相關要求。因此，我們僅披露定性的氣候相關財務影響信息。

百勝中國氣候相關風險與機遇應對措施

氣候風險		應對措施
 急性風險	颶風 極端降雨及洪水	<ul style="list-style-type: none"> • 選址過程中將極端天氣納入考量：百勝中國在選址過程中已將極端天氣因素納入考量。例如，在高洪水風險區域選址時，我們會評估餐廳位置的海拔高度； • 建設過程中強化建築氣候抵禦能力：我們在建設過程中採取了強化防洪措施（如設置防水屏障和增壓泵、開展結構安全評估測試等），以確保自有及租賃建築均符合國家建築規範要求（如風荷載標準），並持續根據國家法規調整驗收標準； • 採取預防性措施：在運營層面，公司門店及物流中心密切監控天氣情況，在極端天氣發生前及時開展預防性措施；在供應鏈層面，公司對供應鏈氣候風險進行評估，及時識別潛在的供應中斷風險； • 購置極端天氣相關保險：公司已購買建築物保險，幫助管理極端天氣事件帶來的財務風險。 • 佈局物流管理系統，保障供應穩定性：百勝中國建立了完善的物流管理系統、多元化的供應商資源、及覆蓋面廣的物流網絡，且各個區域之間的供應商及物流網絡互為備份，以及時應對突發的極端天氣，確保供應鏈的穩定性。
	平均氣溫升高 降水模式改變及水壓力	<ul style="list-style-type: none"> • 採購高能效空調設備：公司在空調及製冷設備選型時，將設備能效及其在極端高溫條件下的運行情況納入考量，並開展常態化維護及檢修工作，以確保設備在極端溫度情況下正常運行； • 建築物應用隔熱設計：門店、辦公樓及冷庫採用優化隔熱設計，以確保室內維持適宜的環境溫度。 • 開展水資源風險評估：根據水資源風險評估結果，我們持續升級節水設備。我們已制定節水目標，承諾以 2017 年為基準，到 2025 年將餐廳平均用水量降低 10%，並已於 2021 年提前達成這一目標。
 慢性風險		
實體風險		

氣候風險		應對措施
 政策和法律  技術  聲譽  市場	現有產品和服務的要求及監管	<ul style="list-style-type: none"> • 設立減排目標：百勝中國已設立溫室氣體中期減排目標及長期淨零承諾，並依據減碳計劃開展各項節能減排舉措，將溫室氣體排放控制在部分地方政府配額要求範圍內； • 開展包裝循環經濟舉措：百勝中國制定《百勝中國包裝戰略》，同時發布包裝可持續發展相關承諾，並秉持 4R（減量、回用、替代、循環）原則，積極採取多項舉措，推動承諾的實現； • 完善氣候相關信息披露流程：為應對氣候披露新規要求，公司已經建立了完善的溫室氣體排放統計與核算流程，構建完善的氣候相關信息披露流程，保障信息透明性及合規性。
	向低排放產品和服務過渡	<ul style="list-style-type: none"> • 構建低碳技術評估、推廣及應用流程：百勝中國已建立完善的低碳技術評估、推廣及應用流程，配備有專業的團隊負責低碳技術轉型研究，對新技術開展系統性的評估，並通過小範圍試點降低技術風險； • 推動供應鏈技術轉型：與供應商合作，成立供應鏈低碳聯盟，鼓勵供應商採用節能低碳技術，通過現場指導、技術培訓等方式開展供應商能力建設，推動供應鏈低碳技術轉型。
	利益相關方反饋	<ul style="list-style-type: none"> • 優化消費者可持續餐飲體驗：百勝中國通過餐廳節能管理、包裝的綠色設計及消費者低碳宣傳等多個維度為消費者帶來可持續餐飲體驗，滿足消費者環保偏好，維護綠色可持續品牌形象； • 加強利益相關方溝通：百勝中國致力於與各利益相關方群體保持有效互動，加強低碳轉型信息披露工作，回應各利益相關方關注。
	原材料成本波動	<ul style="list-style-type: none"> • 關鍵原材料簽訂多年期協議，持續監控價格變化：我們通過簽訂關鍵食材的多年期大宗採購協議控制原材料成本，同時相關團隊持續評估市場波動和原材料價格變化趨勢，採用動態的價格管理策略，以應對原材料成本波動； • 多源採購策略：我們積極開發多元化的供應商資源，關鍵原材料實施不同國家及地區、多個供應商的靈活多源採購，以應對原材料成本波動； • 推動供應商構建氣候韌性：詳見本章「氣候相關機遇 - 韌性 - 賦能供應商」🔗

氣候機遇		應對措施
機遇	 <p>能源來源</p>	<p>使用低排放能源</p> <ul style="list-style-type: none"> • 擴大可再生能源使用範圍：我們積極在全國的餐廳以及物流中心尋找可靠、可負擔及可規模化應用的可再生能源的機會，包括綠電交易以及分佈式光伏，持續優化能源結構； • 制定多元化的能源轉型策略：基於全國各省市當地的能源政策和可再生能源可及性，以及我們各個餐廳和物流中心的特點，制定因地制宜的能源轉型策略。
	 <p>資源效率</p>	<p>提升資源使用效率</p> <ul style="list-style-type: none"> • 應用節能降耗技術，優化能源管理：我們持續在新建及既有的餐廳、物流中心應用節能創新設備及技術，例如高效空調設備、排煙變頻控制、熱回收、熱泵熱水器等，淘汰現有的高能耗設備，持續加強餐廳用能設備的管理，以提升資源使用效率。
	 <p>韌性</p>	<p>賦能供應商</p> <ul style="list-style-type: none"> • 供應商低碳轉型策略：我們建立了 3E（Engage - 參與，Educate - 引導，Empower - 賦能）策略，推動不同階段、不同能力的供應商共同參與氣候行動； • 推動供應商能源轉型：我們積極推動供應商能源轉型，成立光伏綠電聯盟與供應鏈低碳聯盟，鼓勵供應商使用可再生能源； • 建立供應商減排機制：我們建立了完善的供應商減排機制，邀請關鍵供應商簽署減排承諾，制定減排路徑，並定期匯報溫室氣體排放和減排進展。

風險管理

百勝中國建立了完善的氣候相關風險與機遇管理機制，並將其納入企業整體風險管理流程。該機制覆蓋風險與機遇的識別、評估、應對與監測四大環節，旨在提升企業對氣候風險的適應能力和業務韌性。

百勝中國氣候風險與機遇管理機制



* WWF 風險過濾工具（WWF Risk Filter Suite）是由世界自然基金會開發的一系列數據工具和知識庫，數據庫內容主要圍繞生物多樣性保護、生態足跡和物種與棲息地信息。

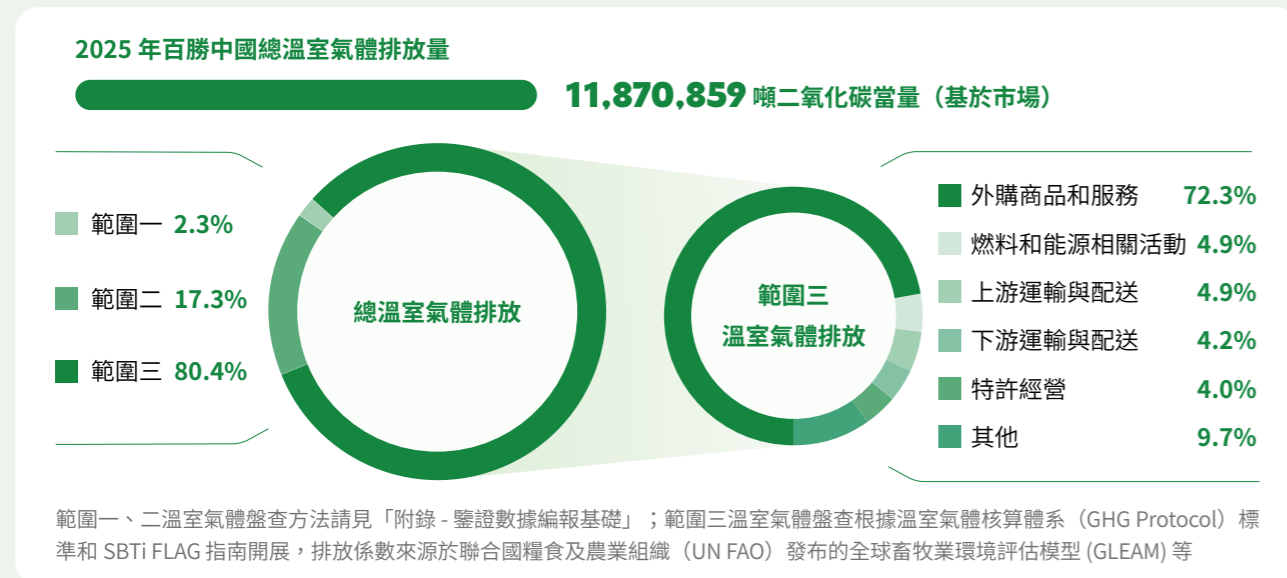
** CLIMADA 是由蘇黎世理工大學天氣與氣候風險組開發及維護，並由歐洲氣候適應平台（Climate-ADAPT）提供的模型工具，其建模方法符合氣候相關財務披露工作組（TCFD）關於物理風險的觀點。

指標及目標

2022 年，百勝中國設立溫室氣體中期減排目標，並成為中國首家溫室氣體中期減排目標獲得 SBTi 批准的餐飲企業。此外，我們還承諾制定長期的淨零排放目標，充分體現了我們對《巴黎協定》1.5°C 溫升目標的響應與長期承諾，即到 2050 年實現價值鏈淨零排放。



我們的碳足跡



更多氣候相關的指標，請見「附錄 - 關鍵績效數據表」

跨行業指標 - 報告期內，我們對已識別氣候變化相關風險與機遇的財務影響進行數據統計，基於對可單獨拆分識別的財務影響進行量化分析。經評估，氣候變化相關風險與機遇未對當前匯報期財務表現產生重大影響，並且在不發生極端嚴重的氣候災害、政策及市場不發生重大變化的前提下，預計不存在將導致下一匯報年度相關財務報表中的資產和負債帳面價值發生重要調整的重大氣候相關風險或機遇。對於無法單獨拆分識別的財務影響，符合財務影響寬免條件。此外，我們認為氣候風險與機遇的預期財務影響存在諸多不確定性，例如：轉型風險與機遇可能受到應對舉措成本的波動性、技術路線成熟度及供應鏈夥伴轉型速度等多方面不確定因素的複合影響，導致預期氣候機遇分析結果可參考性較低，符合合理資料寬免相關要求。因此，我們不披露跨行業指標。

內部碳定價 - 我們在部分地區參與由當地監管機構組織的碳交易市場，在這些地區，我們可能會基於當地公開碳交易市場的碳定價，內部交易各個子公司之間的碳排放權益。除此之外，當我們推進節能減排工作、綠電交易工作時，也會考慮當地的碳定價以及碳交易的規則。

自身低碳運營

我們以提升能源使用效率和推動可再生能源轉型為兩大核心路徑，在餐廳、物流中心及辦公場所開展低碳運營實踐，持續推進自身減排進程。

提升能源使用效率

在餐廳端，我們通過智能化、高效的運營管理、創新的技術和設施設備，從源頭持續減少能源消耗。

2025 年

總節能量 **~70,000** 兆瓦時

2025 年百勝中國餐廳主要節能降耗措施



精細開展運營管理

- 推廣冷庫磁吸報警裝置，實時預警減少能耗
- 系統調優設備運行參數
- 實施冷凍庫風機按需啟停，避免無效運行



提升設備用能效率

- 試點一體熱泵小型機組應對安裝限制
- 製冷系統推廣熱氟除霜與環保冷媒
- 推廣洗碗機餘熱回收，試點冷庫全熱回收制熱水
- 推廣冰箱 R290 節能冷媒

推動可再生能源轉型

我們制定多元化的能源轉型策略，聚焦可靠、可負擔及可規模化應用的可再生能源，通過系統性佈局與多方合作的創新實踐，持續深化可再生能源在全國餐廳與物流中心的應用，以進一步優化能源結構。

為在餐廳系統性開展綠電採購，我們採用雙軌策略：對於可以獨立參與綠電交易的餐廳，我們充分考慮各省綠電交易政策的差異，致力於在不增加用電成本的前提下採購綠電；對於目前尚無法獨立參與綠電交易的餐廳，我們積極與餐廳所在商場業主合作，通過業主為餐廳購買綠電。此外，我們還與政府合作探索新模式。

此外，我們持續推進物流中心能源結構優化工作。一方面，我們在自有物流中心部署屋頂光伏系統並參與綠電市場交易；另一方面，我們與租賃物流中心業主積極探索綠電聯合採購、屋頂光伏共享等多元化合作模式，共同提升可再生能源在物流中心中的使用比例。

2025 年百勝中國可再生能源轉型進展



亮點案例 百勝中國和山西政府共同探索綠電交易新模式

在餐飲行業綠色轉型中，非直供電門店（如商場內餐廳）因無法直接參與綠電交易，需要依賴業主採購綠電。百勝中國一直積極尋找突破方案，以實現非直供電餐廳直接參與綠電交易。2024 年起，在山西省有關部門的支持下，我們與當地部門共同探討制定創新性的非直供電用戶綠電採購方案。2025 年 7 月，山西省能源局下發《關於開展商業綜合體內非直供用戶綠電交易試點的通知》文件，允許包括百勝中國在內的非直供電用戶在山西省內通過虛擬戶號立戶，入市採購綠電，實現山西省內售電規則的突破。

在物流運輸環節，我們積極推進新能源車隊的規模化應用，截至 2025 年底已在全國物流中心投入使用近百台 3-5 噸級電動冷藏車。這批新能源車輛不僅有效減少了溫室氣體與污染物的排放，還通過優化運輸模式進一步提升了運營效率。部分物流中心已啟動中型電動冷藏車的測試工作，為持續推進車隊能源結構轉型、深化百勝中國可再生能源戰略實施提供有力支撐。

供應鏈低碳轉型

百勝中國的溫室氣體排放主要來自範圍三，其中超過三分之二源於採購商品的溫室氣體排放。百勝中國深刻認識到，供應鏈的協同脫碳是我們實現減排目標的核心。為此，我們基於 3E（Engage- 參與，Educate- 引導，Empower- 賦能）策略，與供應商開展緊密的合作。多年以來，我們致力於為供應商提供指導和賦能，逐步提升供應商的溫室氣體排放管理能力，為實現我們的減排目標打下了堅實的基礎。

擴展範圍，設定目標

我們在 2023 年組建了百勝中國分佈式光伏與虛擬綠電採購聯盟，致力於推動供應商的再生能源轉型。通過積極與供應商夥伴分享百勝中國自身的再生能源使用經驗與資源，在過去兩年，我們的供應商夥伴在綠電採購方面取得了大幅度的增長。在 2024 年，我們也首次開展系統性的森林、土地、農業 (FLAG) 相關溫室氣體盤查工作，鎖定雞肉、牛肉、豬肉、奶製品、薯製品及紙包裝六大高排放品類，以重點推動針對性減排工作。

基於過往年度的工作成果，在 2025 年，我們確定了 40 餘家供應商作為百勝中國價值鏈重點排放源，並與他們組建**百勝中國價值鏈綠色低碳聯盟**並共同簽署「價值鏈減排承諾」，將供應商的溫室氣體排放管理從能源相關拓展至包括 FLAG 排在內更廣泛的範圍。我們為選定的重點供應商提供詳細的指導，包括如何計算溫室氣體排放、如何設立與百勝中國一致的減排目標、以及如何制定相應的減排計劃。2025 年內，我們選定的重點供應商均已經設定了減排目標。

搭建平台，數據驅動

為推動供應商溫室氣體排放的標準化可追溯管理，在供應商設定目標和制定計劃的同時，我們也搭建了「供應商溫室氣體排放線上數字化管理平台」。該平台包括針對不同採購品類的溫室氣體排放計算工具，供應商減排進展匯報工具，以及數據分析及對比工具。我們為供應商提供培訓，確保供應商了解如何使用該平台進行匯報。

自 2026 年起，選定的關鍵供應商將使用線上數字化管理平台匯報其年度溫室氣體排放量，以及減排進展。我們可以基於供應商匯報的數據，密切追蹤各供應商的進展，以及百勝中國整體的溫室氣體排放狀況。同時，我們也可以使用收集到的相關數據開展更詳細的分析工作，例如對比供應商的整體排放強度、分項排放強度、再生能源使用比例、減排措施實施狀況等，從而更好地尋找改進機會。

我們計劃逐步擴展供應商參與的數量，推動更多的供應商設定減排目標、制定減排計劃、匯報減排進展。我們相信這將強化對供應商溫室氣體排放的管理，帶動更多合作夥伴共赴低碳發展之旅，更好地助力百勝中國實現減排目標。

2025 年，設定減排目標及制定減排計劃的供應商所佔溫室氣體排放的比例（根據 2020 年基準年排放係數計算）

佔雞肉與牛肉品類溫室氣體排放

~70%

佔百勝中國所有外購商品的溫室氣體排放

~50%

持續追蹤，推動落地

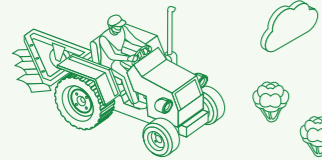
除了搭建統一的溫室氣體排放平台，我們也積極推動供應商落地減排實踐，包括供應商的再生能源轉型，以及可再生農業相關的實踐。在 2024 年，我們編制了百勝中國基於自然的解決方案框架，涵蓋各品類國內外先進的減排技術案例，旨在指導供應商實施有效的農業及生產相關減排活動。2025 年度，我們與供應商合作，推動落地相關可再生農業的減排實踐，這些實踐涵蓋「種植管理、飼養管理、能源使用、廢棄物處置」。

我們著力為供應商打造開放的交流平台，百勝中國除開展減排經驗共享、對減排表現優秀的供應商開展表彰外，亦鼓勵供應商互相開展最佳實踐分享與交流，希望帶動更多合作夥伴共赴低碳發展之旅，將減排挑戰轉化為創新機遇，在低碳轉型之路上不斷突破。

種植管理

部分薯製品供應商

- 在種植管理上通過智能節水灌溉、水肥一體化與沼液利用、數字農場建設等舉措，構建了高效、精準的現代農業運作模式



能源使用

部分雞肉供應商

- 建設先進的能源管理系統，構建統一監測與調度平台，實現各環節的精細化管理
- 與售電公司簽訂協議，確保全年綠電供應比例
- 在養殖場屋頂安裝太陽能光伏系統
- 推廣水源熱泵系統和高溫熱泵系統，有效減少能源消耗

部分薯製品供應商

- 開展空壓機熱回收、沼氣發電、餘熱回收供暖、降膜改造等項目，減少能源消耗與溫室氣體排放
- 評估自建分佈式光伏及儲能設施的可行性，計劃逐步減少外購電力

飼養管理

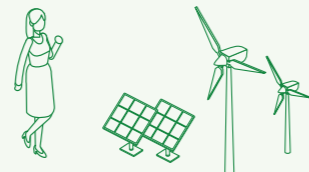
部分雞肉供應商

- 通過優化飼料配方、提升飼料利用效率等方式顯著降低肉雞的料肉比
- 依託父母代種雞飼養、商品雞雛孵化等技術和管理一體化佈局，縮短飼養週期，實現飼養過程的標準化和資源高效利用
- 在養殖場開展節能改造，有效減少能源使用量

能源轉型

百勝中國分佈式光伏與虛擬綠電採購聯盟

- 已經有 40+ 家供應商加入聯盟
- 持續推進供應商安裝分佈式光伏系統以及採購綠電
- 與供應商共享相關綠電資源



廢棄物處置

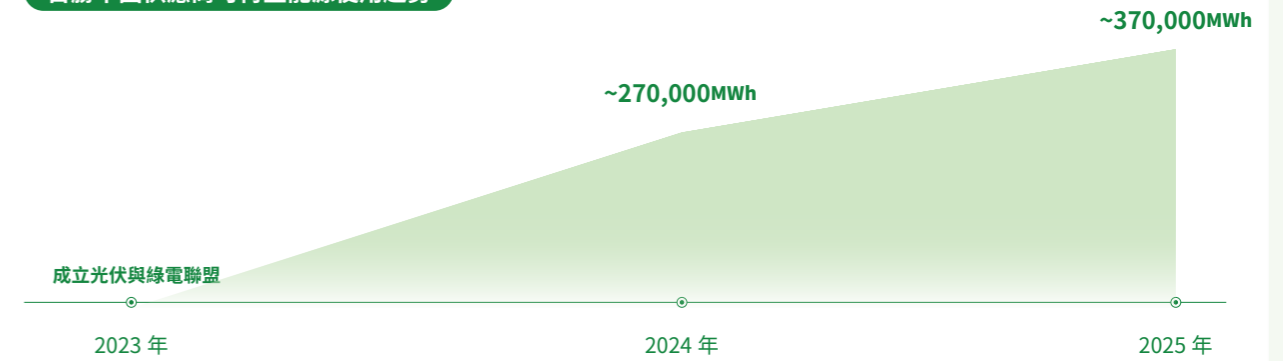
部分雞肉供應商

- 將雞糞和污泥進行厭氧處理，轉化為沼氣作為熱能來源，實現了廢棄物的資源化利用

部分薯製品供應商

- 將沼渣、沼液轉化為有機肥，重新投入農田種植，減少氮素化肥使用的同時，提升單位面積產量

百勝中國供應商可再生能源使用趨勢



低碳理念倡導

依託與消費者緊密的線上和線下連接，百勝中國也在持續向消費者傳遞綠色低碳理念。我們通過肯德基線上「小綠店」與「自然自在」系列主題活動，鼓勵顧客參與可持續消費實踐，將環保理念融入日常餐飲選擇，共同推動低碳生活方式的普及與深化。

自 2021 年上線至 2025 年底

線上「小綠店」累計帶動打卡參與用戶

帶動用戶完成減碳任務

~3,000萬人次

6,700萬+次



致力 · 自然生態

百勝中國承諾構築「零毀林」供應鏈，制定並發布《百勝中國生物多樣性聲明》及《百勝中國零毀林聲明》，持續加強上游供應鏈可追溯性，並主動識別和分析供應鏈潛在環境風險，致力於降低對自然帶來的負面影響。

點擊查看 [《百勝中國生物多樣性聲明》](#) [《百勝中國零毀林聲明》](#)

自然和森林

百勝中國原材料獲取與自然生態系統高度關聯。我們聯合重點供應商開展可再生農業實踐，通過百勝中國基於自然的解決方案框架緩解與自然相關的風險及其影響。同時，我們聯合價值鏈夥伴共同承諾自身的經營活動不涉及非法毀林，並積極探索價值鏈無毀林解決方案。

同時，我們通過原材料的可追溯性管理，加強對價值鏈自然相關風險的監測。我們針對上游供應鏈開展溯源調查，截至 2025 年底，我們的雞肉與牛肉供應商已經可以提供大豆（雞飼料成分）以及牛肉原產國的信息。我們也聯合供應商積極與上游的大豆及牛肉的貿易商開展溝通，探討完善供應鏈追溯體系的方案。除此之外，我們的「供應商溫室氣體排放線上數字化管理平台」也支持重點供應商在線上提供大豆及牛肉的追溯信息，從而更好的開展管理工作。對於採購的原材料，我們繼續推動供應商取得相關可持續認證。

2025 年百勝中國可持續原材料認證情況

棕櫚油



100% 所採購的棕櫚油獲得可持續棕櫚油圓桌會議（RSPO）認證，並可追溯至棕櫚油加工廠

紙製品



100% 採購零毀林風險供應商所提供的紙製品
~99%**FSC 或等效認證的紙包裝比例（截至 2025 年底）

大豆



100% 豆漿粉的大豆原材料可追溯

牛肉



100% 牛肉原材料獲得外部質量或可持續相關認證 *

其他產品相關認證



我們鼓勵供應商獲得可持續漁業相關認證，包括海洋管理委員會（MSC）認證、水產養殖管理委員會（ASC）認證以及最佳水產養殖規範（BAP）認證

水

餐飲行業運營涉及食材處理、烹飪、清潔等環節，需大量用水。氣候變化加劇了區域性水資源壓力，也使百勝中國的價值鏈面臨更為顯著的水風險挑戰。我們積極推動節水實踐，與世界資源研究所合作開展運營地水資源風險評估，優先對高水資源風險地區的餐廳進行節水設施改造與設備升級，持續減少餐廳平均用水量。

截至 2025 年底

我們已在全國餐廳部署無水解凍櫃共

~1,000 台

和新型餐廳洗碗機

~13,000 台

* 包含 ISO9000/ISO22000/HACCP/FSSC22000/BRCGS/Global G.A.P 認證。

** 數據基於包裝重量統計。

協力 · 循環經濟

百勝中國秉承 4R 原則，建立從源頭減量到末端循環再生的資源循環體系，持續探索餐飲場景下的循環經濟新模式。我們圍繞包裝、食物浪費與廢棄物管理制定戰略與目標，通過全鏈路資源優化與循環再生技術，最大化提升資源使用效率，攜手合作夥伴共建資源節約、環境友好的產業生態。

可持續包裝

我們將可持續包裝視為推動綠色轉型與業務韌性協同發展的重要路徑之一，制定並遵循《百勝中國包裝戰略》，同時發布了包裝可持續發展相關承諾，並圍繞包裝減量、循環回用和材料替換三大方向，積極採取多項舉措落實相關承諾，持續降低包裝環節的環境足跡。

[點擊查看《百勝中國包裝戰略》](#)

百勝中國可持續包裝承諾

到 2025 年，不可降解塑料包裝重量與 2019 年基線相比降低 **30%**

所有面向顧客的塑料包裝可回收利用

到 2025 年，**100%** 紙包裝獲得 **FSC** 認證

2025 年進展

✓ 已完成

✓ 已完成

~99%* FSC 或等效認證的紙包裝比例 (截至 2025 年底)

2025 年，我們重點圍繞取消非必要包裝、包裝設計及材質優化兩大方向繼續深化包裝可持續實踐。

取消非必要包裝

以保障消費者體驗為前提，建立常態化包裝評估機制，通過取消非必要包裝層，從源頭減少資源消耗與環境足跡。

包裝設計及材質優化

將部分門店杯蓋材質從 PS（聚苯乙烯）升級為可回收性更優的 PP（聚丙烯），並結合推廣直飲蓋設計以減少吸管使用，在提升包裝可回收率的同時，同步實現門店包裝材料減少與運營提效。

2025 年

包裝總節約量

~35,000 噸

其中年度紙包裝節約量

~17,000 噸

年度塑料包裝節約量

~18,000 噸

* 由於少量低使用頻率的紙包裝尚有庫存，我們計劃在這些庫存完全使用完以後，再尋找合適時機替換為 FSC 或等效認證的產品。

食物損耗與浪費

從實施反食品浪費法到大力開展「光盤行動」，減少「舌尖上的浪費」已逐漸成為社會共識。百勝中國積極響應國家推廣《糧食節約和反食品浪費行動方案》的號召，貫穿執行減少食物損耗與浪費的理念。

我們基於科學的管理方法，不斷探索和應用創新技術和模式，將食物減損實踐進一步融入餐廳的日常運營中，持續提升營運效率。通過實時監測產品銷售數據，我們及時優化系統設置，靈活調整售賣時間，讓更多產品在最佳時機奉客。針對季節性或限時產品，我們運用先進算法精準預測食材使用量及監測剩餘庫存情況，並配合促銷策略實現加速售賣，實現庫存的高效管理。

亮點案例 肯德基食物驛站

2020 年，肯德基以「珍惜糧食、減少浪費」為初衷，結合自身餐廳經營特點，開創餐飲行業「食物驛站」公益模式，旨在將店內超過最佳賞味期但仍在保質期內的餘量食物免費提供給有需要的社區居民，不僅讓社區居民感受到了來自百勝中國的溫暖，更在潛移默化中讓「餘量美味不浪費」的理念深入人心。

經過五年的發展，肯德基不斷完善食物驛站的運營模式，從制定標準化的運營手冊到對員工進行系統化培訓，確保食物從收集、包裝封口到速凍儲存、轉移領取等各环节都規範有序。2025 年地球日，肯德基推出「千站同行，五載自然」主題活動，通過線上線下互動提升社區居民的節糧意識。

截至 2025 年底

肯德基食物驛站已覆蓋全國

190+ 座城市

覆蓋門店數量

~1,300 家

實現了「五年千站」的跨越式發展



2025 年 9 月

百勝中國憑藉肯德基食物驛站項目，榮登《財富》雜誌

「**改變世界的公司**」榜單

2025 年 12 月

肯德基食物驛站項目喜獲雙獎：
南方週末 2025 築夢者公益大會

「**年度公益案例**」

澎湃新聞責任中國 2025 責任踐行優秀案例
「**年度責任踐行公益項目**」



廢棄物回收

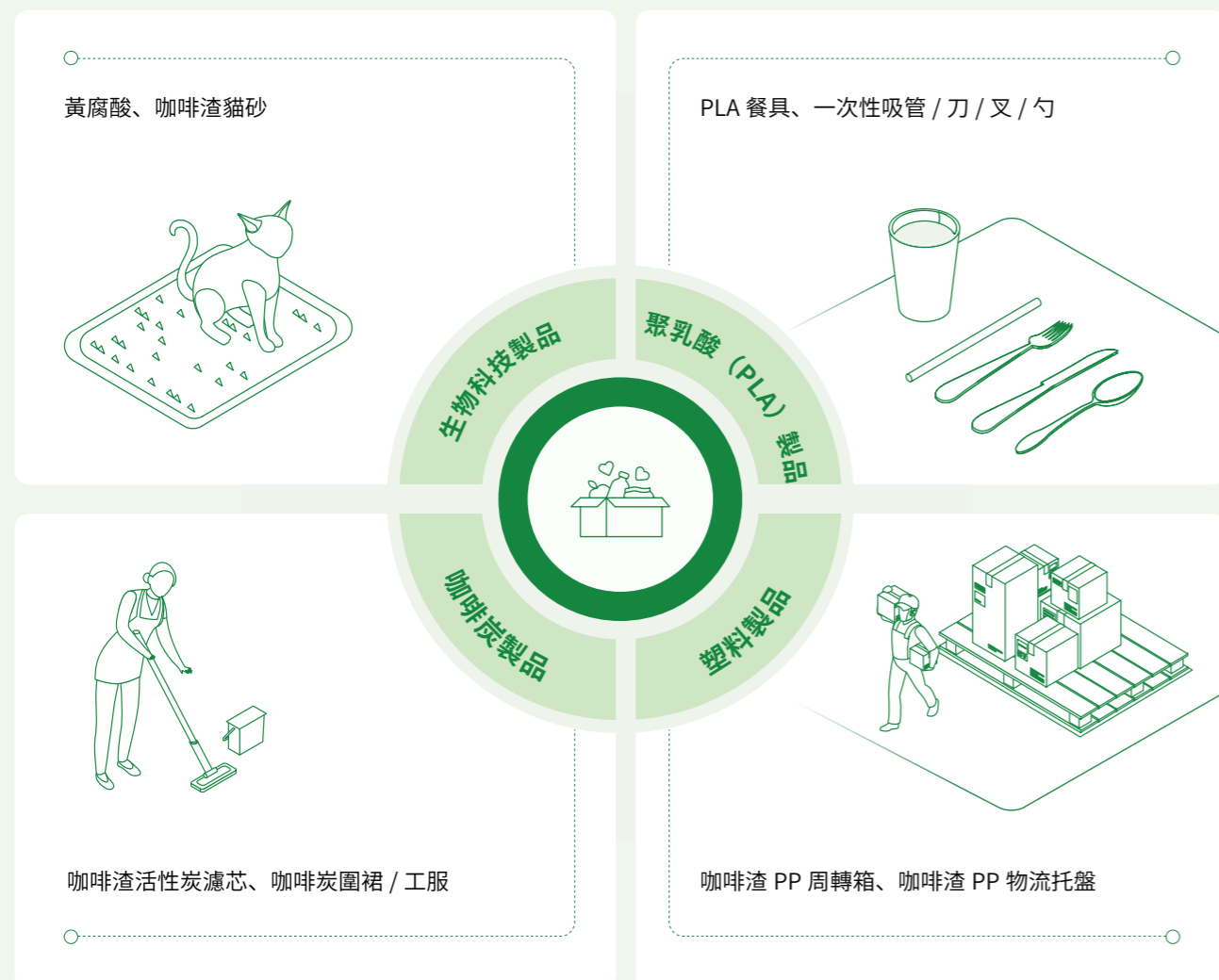
百勝中國從餐廳日常運營中產生的食物殘渣與廚餘垃圾入手，積極探索資源化利用路徑。我們致力於提升咖啡渣、廢棄油脂等廢棄物的再生價值，通過創新方案推動「變廢為寶」，助力廢棄物資源化利用產業的發展。

咖啡渣

2025 年，百勝中國在咖啡渣資源化利用領域取得重要進展。我們通過建設專業化收運與預處理體系、拓展多類高附加值終端應用場景。

在總結往年項目經驗的基礎上，我們持續改進優化咖啡渣回收網絡。報告期內，我們推動合作夥伴完成咖啡渣預處理裝置建設，同步啟動終端製品研發。截至 2025 年底，我們成功將 **~25,000** 個含咖啡渣的物流托盤投入南翔物流中心使用，佔該物流中心托盤使用總量的 **~70%**。該舉措不僅有效提升資源循環效率，也為公司實現了成本節約。

在產業鏈夥伴的協同創新下，我們成功開發咖啡渣在多種終端場景和領域的資源化利用。



亮點案例 百勝中國完成首例廢棄物資源化賦能可持續農業實踐

為積極響應國家「雙碳」戰略對農林廢棄物資源化利用的號召，百勝中國不斷探索咖啡渣在填充材料之外的高價值應用路徑。2025 年，我們聯合價值鏈上的合作夥伴，成功完成將咖啡渣轉化為植物源黃腐酸的創新實踐，並推動其在商用馬鈴薯種植中開展應用測試，在部分替代化肥、降低環境影響的同時提升馬鈴薯產量。我們還聯動薯製品供應商採購這些馬鈴薯用以生產，初步構建了「餐廳廢棄物 - 資源化再生 - 生態農業 - 閉環應用（薯條）」的可持續閉環模式。

未來，百勝中國將持續深化與產業鏈夥伴的協同合作，有序推進咖啡渣黃腐酸在上游作物的應用與產能體系建設等工作，為餐飲行業循環經濟模式的構建提供實踐範本。



餐廚廢油

為應對餐飲行業廢棄油脂所帶來的環境挑戰，百勝中國持續推動餐廚廢油的資源化利用。自 2019 年起，我們逐步擴大餐廚廢油轉化生物柴油的試點範圍，並積極探索其在可持續航空燃料（SAF）、船用燃料等高附加值領域的應用路徑，提升廢油資源的循環價值。

在支持國家生物燃料產業鏈建設方面，我們繼續參與國家能源局在北京開展的 B10 車輛生物柴油試點項目，其中部分試點原料來自於肯德基及必勝客餐廳回收的餐廚廢油。

2025 年，我們繼續開展餐廚廢油規範化回收與資源化利用，部分餐廚廢油被轉化為生物柴油，其餘部分也被用於生產潤滑油、工業用油等其他產品。目前，該成熟模式正逐步推廣至更多省市，進一步擴大項目的環境效益與示範效應。

「以人為本」

作為負責任的餐飲企業，百勝中國秉持「以人為本」的理念，通過覆蓋全國的業務網絡，為數十萬員工提供優質的就業與發展平台，也支持了價值鏈上數百萬勞動者的就業機會。我們專注於為員工構建尊重關愛的工作環境，也關注供應鏈員工合法權益保障。我們致力於為顧客提供更加卓越的用餐體驗，攜手夥伴共創價值，為行業可持續發展與社會民生進步貢獻積極力量。

本章內容

- 關懷·人才根本
- 關心·合作夥伴
- 關注·顧客體驗

對可持續發展目標 (SDGs) 的貢獻



關懷 · 人才根本

深耕企業文化

進入中國市場 38 年以來，百勝中國深信企業文化對組織發展的引領作用，積極順應時代趨勢與戰略演進，不斷推動文化迭代。2025 年，我們以全新迭代的企業文化「求真務實的創始人精神」為企業價值觀，強調「RGM (餐廳經理) No.1」「尊重關愛」「守正創新」「為客瘋狂」的核心理念，以企業文化滋養組織土壤，提升組織韌性，凝聚全員發展共識，為百勝中國的蓬勃發展保駕護航，向著成為「全球最創新的餐飲先鋒」願景持續前行。

圍繞這一全新迭代的企業文化，我們開展了一系列宣傳與落地活動，通過對話交流、激勵創新、認同鼓勵三大形式推動企業文化深植一線，鼓勵每一位員工成為企業文化的代言人。

對話交流

促進文化理解和交流，將「求真務實的創始人精神」從文化理念轉化為行為共振。我們在 2025 年開展多地巡迴的文化對話活動，通過「文化內核解讀」「文化會客廳」「榜樣案例分享」等形式多樣的環節，從理念層面闡釋企業文化內涵，也聚焦一線業務場景展開務實研討，用企業文化推動組織效能。

激勵創新

通過「守正創新」「為客瘋狂」文化，依託致力於推動技術創新的「黑客松大賽」、推動業務創新的「盟芽計劃」等活動，引導員工主動解決業務難題，樹立一線創新標杆，助力一線洞察轉化為可落地的創新變革，賦能業務可持續發展。

認同鼓勵

鼓勵「尊重關愛」「RGM No.1」文化，給予員工即時、可感知的激勵和認可，增強組織凝聚力與文化認同。百勝中國各品牌構建起契合自身特色的一線激勵體系，以「能者多勞、多勞多得」為原則，有效激發員工自驅力。2025 年，肯德基推出「K 豆」積分激勵計劃，鼓勵員工在日常行為中踐行企業文化；必勝客則通過「Hero」餐廳效能激勵方案，覆蓋多崗位並設置透明考核指標，推動企業文化落地與效能提升。

截至 2025 年底

90%+

的肯德基餐廳員工已通過「K 豆」激勵計劃獲得表彰與獎勵

「K 豆」發放數量突破

4,000 萬

亮點案例 激勵創新——百勝中國首屆黑客松大賽

2025 年，百勝中國成功舉辦首屆全國黑客松大賽，該大賽通過系統性開放技術資源、構建協同實戰平台，激活內部創新生態，助力員工將創意轉化為可落地的業務解決方案。大賽共收到來自全國各市場的近 200 份提案，覆蓋營運、營銷、供應鏈等核心業務場景。表現突出的項目可獲得公司設立的「一線員工創新基金」專項支持，並進入落地試點階段，實現從概念驗證到落地推廣的全鏈路賦能。

未來，黑客松大賽將成為年度項目，持續挖掘一線智慧，助力每一位一線夥伴將日常業務場景中的實戰洞察轉化為可落地的創新變革，賦能業務高效發展。

聚焦一線化繁為簡

百勝中國超過 90% 的員工服務於餐廳一線，構成了公司長期發展的基石。我們堅持踐行「RGM No.1」的宗旨，主動深入一線洞察員工心聲，以其作為管理改進的重要驅動，通過有效回應、解決一線員工切實的工作痛點和難題，為員工和餐廳減輕負擔、提升質效，從而為員工創造更優質的工作環境，為顧客帶來更卓越的服務體驗。

認真傾聽員工心聲

我們致力於構建上下貫通、雙向互動的員工溝通體系，通過多元化渠道及時傾聽並回應員工心聲，打造以解決問題為核心的開放式溝通文化。在常態化機制方面，公司依託每兩年一度的敬業度調研，結合職工代表大會、工會溝通等渠道，收集員工反饋並推動閉環改進。截至 2025 年底，已有超過 90% 的員工自願加入工會。在形式創新方面，我們推出並持續升級「與 Joey 同行」、RGM Voice 等溝通機制，進一步拓寬深化與一線員工的直接對話，確保各級員工的訴求都能被充分傾聽、及時響應。

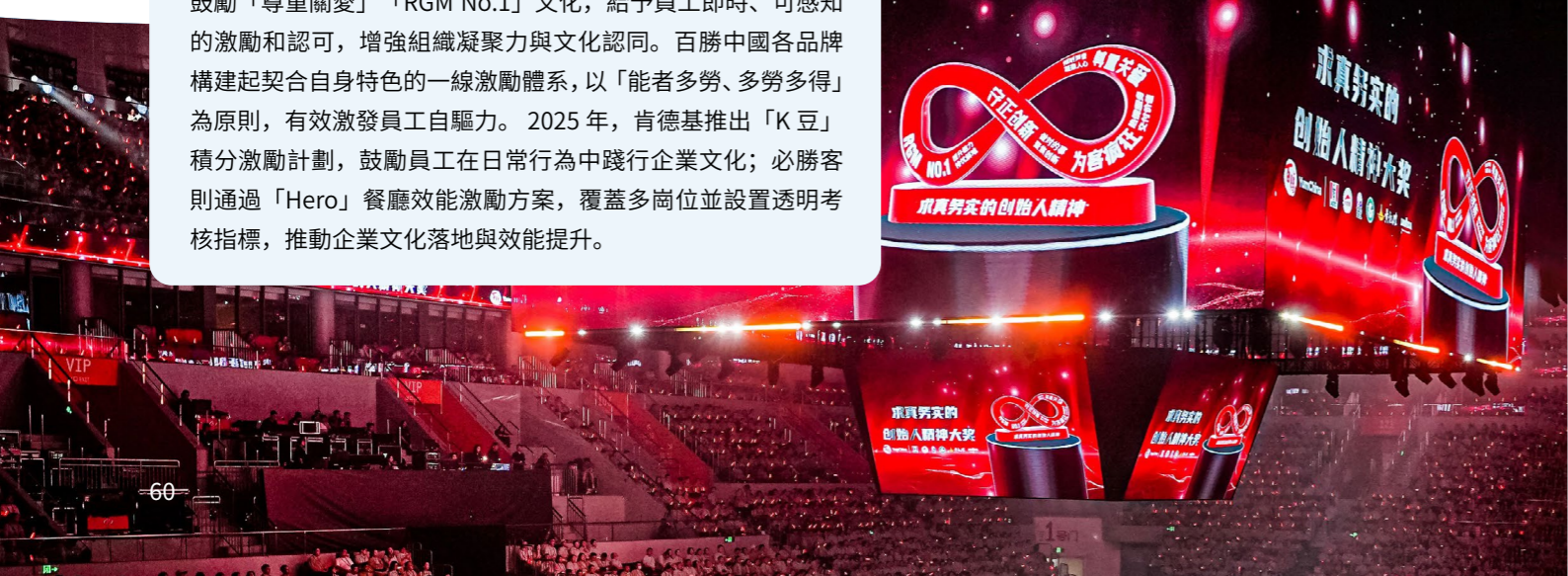
2025 年

公司的敬業度調研評分為

90%+

亮點案例 與 Joey 同行

在 2025 年「與 Joey 同行」系列活動中，百勝中國首席執行官屈翠容 (Joey) 和管理層團隊通過深入多地餐廳一線，與餐廳經理及品牌團隊開展多場面對面交流，認真傾聽員工心聲與訴求。在重慶站活動現場，Joey 與管理層團隊共同回應了員工關心的問題，並聽取員工建議。「與 Joey 同行」系列活動充分體現了百勝中國對基層員工心聲的高度重視與及時回應，有效建立了管理層與一線團隊之間的無障礙溝通橋樑，為持續優化員工體驗、推動組織協同發展奠定了堅實基礎。



亮點案例 RGM Voice

RGM Voice 作為肯德基與必勝客餐廳經理的重要溝通平台，始終秉持「傾聽聲音、解決問題，協作高效」的服務理念，通過 AIGC 技術和數字化系統管理賦能，全渠道收集並高效響應一線聲音，致力於構建高效、閉環的管理機制。

2025 年
通過 RGM Voice 平台反饋的問題
一周內解決率達
80%+



科技賦能助力一線

餐廳經理是連接公司戰略與一線執行的關鍵角色，也是餐廳健康高效運行的中樞。2025 年，我們聚焦餐廳經理工作關鍵節點，秉持「把簡單留給餐廳」的理念，在餐廳試點「一站式服務平台」，為餐廳經理端到端閉環解決問題，幫助餐廳經理得以更專注於餐廳的經營與顧客體驗的提升。

亮點案例 百勝中國「一站式服務平台」

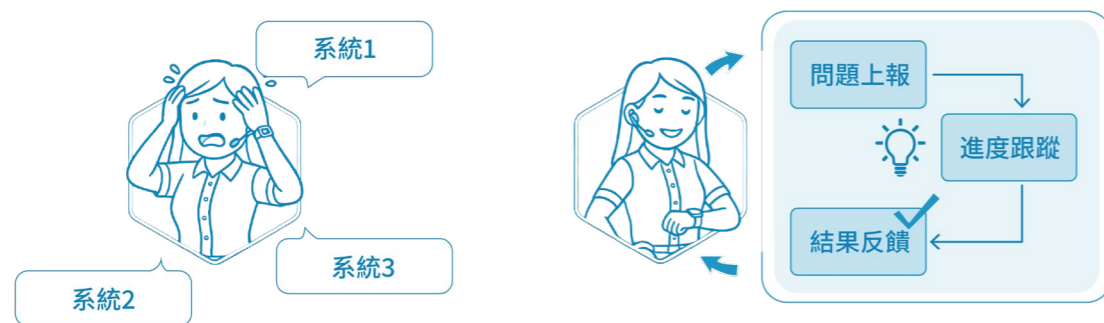
面對業務規模持續擴大帶來的管理複雜度提升，百勝中國精準洞察一線工作難點，創新打造「一站式服務平台」，簡化餐廳操作。

平台以數字化升級為核心，通過「一站式」服務集成，餐廳可在一個平台完成問題上報、進度跟踪與結果反饋，減少多端口對接；部門則借助數據看板掌握服務狀況，優化協同效率。

報告期內，該平台已試點完成四個市場 2,700+ 家餐廳的接入和首批功能上線。基於試點成效，公司將持續優化迭代平台功能，深化跨系統協同與數智化賦能，實現「讓餐廳更簡單、讓部門更高效、讓組織更透明」的目標，致力於成為可以隨時隨地提供給餐廳專業支持的夥伴。

從多端口對接

到「一站式」服務



培養創新先鋒人才

百勝中國廣納優秀人才，為員工提供完善的培訓體系和清晰的職業發展路徑，持續投資並托舉員工成長，激勵每一位員工不斷超越自己，成為推動業務創新的重要力量，與公司共同成長，共創價值。

人才儲備與技能提升

我們向每一位有志於餐飲行業的人士開放機會，在夯實企業人才儲備的同時，促進就業助力社會發展。

亮點案例 第三屆「百勝創星杯」食品創新大賽

2025 年，百勝中國與上海市食品學會共同主辦第三屆「百勝創星杯」食品創新大賽。本屆大賽聚焦肯德基、必勝客線下用餐場景，以「飲品 + 小食」套餐為命題，吸引了全國 45 所高校的 390 支團隊參與。

該賽事已連續舉辦三屆，已成為鏈接高校與企業的產學研實踐平台，激勵學生融合專業知識和商業思維，將創意轉化為可落地、具有市場競爭力的產品。往屆大賽中的部分優秀選手已通過實習、管培生項目加入百勝中國，成長為公司研發團隊的創新力量之一，為行業創新發展不斷輸送新生力量。



為鼓勵員工持續增強自身的可僱傭力，我們每年在各品牌和供應鏈等業務線舉辦冠軍挑戰賽，致力於夯實員工基礎技能，提高職業素養。

亮點案例 2025 年肯德基冠軍挑戰賽

作為品牌夯實營運基礎、提升員工專業能力的重要賽事，2025 年肯德基冠軍挑戰賽以「線上+線下」融合形式開展，旨在通過全員參與，夯實基礎，全面提升顧客體驗。線上將餐廳實景融入「模擬訓練」，將輔導人教學採用數字化「智能教練」進行人機互動和實施反饋，線下設定重要崗位實戰比拼，全面覆蓋餐廳運營全流程。2025 年度比賽自 4 月啟動，貫穿全年，通過層層選拔形成「以賽代訓、以訓促學」的閉環。該賽事是百勝中國持續投入員工培訓、夯實操作標準，提升員工榮譽感的重要實踐。

市場團隊在賽事中共同展現了「肯家弟子」的高標準技藝與服務熱忱，更湧現出一批專業技能扎實的優秀員工榜樣，生動詮釋了肯德基「永遠美味」「永遠陪伴」「永遠美好」的品牌承諾。



此外，公司還通過「圓夢計劃」為員工提供繼續教育的機會，支持他們獲得更高學歷，並對符合資格的員工發放獎學金，為更多員工鋪就通往夢想的階梯。

截至 2025 年底

圓夢計劃已推廣至全國

~20 個市場

3,300+

名員工獲得了繼續教育補助，並取得了高等教育學歷證書

獲得職業技能認證員工

4,000+ 名

員工培訓與賦能

百勝中國視員工為企業發展的核心動力，堅持以體系化、前瞻性的人才培養機制，為不同職業發展階段的員工提供持續成長的支持。我們推出百勝中國人才全職業生涯培養體系，圍繞員工從新入職到發展為高層主管的全週期路徑，構建覆蓋各層級的能力提升方案，全面賦能員工職業競爭力的持續增強。

我們的人才全職業生涯培養體系基於各職業發展階段所需具備的核心能力，從「成功轉型」「累積訣竅」「突破創新」三大層面為不同梯隊的員工設計差異化、定制化的學習路徑。基於該培養體系，百勝中國在線學習平台「魔百優學」圍繞五大核心能力模塊，打造涵蓋 14 項課程模塊、超過 40 門課程的資源庫，通過「線上學習+線下研討」的混合模式，確保培訓內容與實際崗位需求緊密銜接。

亮點案例 百勝中國人才全職業生涯培養體系全面升級

為增強員工的可僱傭能力，我們持續完善人才全職業生涯培養體系的課程和項目配置，以系統支持員工在不同職業階段的成長與發展。

2025 年，我們推出多項創新課程，包括精準賦能中層與高層管理者的管理課程等，注重訓練結合與工具實操，獲得了員工高度評價。同期，我們也對現有課程進行了全面迭代升級，持續提升全員學習的針對性與實效性。

我們高度重視高潛人才與中層幹部的培養，設有「SEED 項目」（跨界實戰，提升策略思考）、「PIONEER 項目」（綜合提升，培養領導人才）、「Mentoring 項目」（認知突破，加速轉型）等專項人才發展項目，聚焦戰略視野、跨界實戰與領導力突破等領域，加速塑造具備全局觀和突破性思維的未來行業領袖，為公司戰略性業務的落地與創新提供支持。其中，SEED 與 PIONEER 項目 2025 年進一步迭代升級為行動學習與實踐學習項目，緊密圍繞公司戰略、品牌發展與供應鏈等重點方向開展，推動人才成長與業務發展深度融合。此外，公司新推出外部教練職業發展輔導項目，與內部「Mentoring 項目」互補，為承擔新角色、應對新挑戰的人才提供跨職能、多維度的支持，助力其實現自我突破與持續成長。

截至 2025 年底

線上及線下相關培訓累計覆蓋

112,000+ 人次

面授課程滿意度

~99%

晉升與發展

以人才培養體系為基礎，我們建立科學嚴謹的績效管理機制，持續培養具備行業競爭力的員工隊伍。在公司有高層職位空缺時，我們堅持優先考慮內部員工，100% 餐廳經理、區經理、區域經理、市場總經理為內部晉升。我們為員工提供了清晰的晉升通道，不同職能不同職級的員工，都可以通過階梯式的培訓計劃獲得明確的晉升路徑。例如，面向營運團隊推出的「接力棒計劃」，以及為營銷、供應鏈團隊等定制的為期 2-3 年的管理培訓生快速發展計劃，均已成功培養出眾多優秀管理者，為業務持續發展儲備了堅實領導力量。



打造健康幸福職場

百勝中國通過全面福利關愛項目、有競爭力的薪酬、切實的健康保障與平等包容的環境，構建起全方位的員工支持體系，持續提升員工幸福感與歸屬感。

薪酬與福利

我們秉持「以績效結果和業務影響付薪」的理念，為員工提供具有競爭力的薪酬待遇，肯定和獎勵員工的辛勤付出和傑出表現。

我們始終致力於提升員工福利體驗，從「身體」「心理」「財務」「社交」四個維度出發，持續升級「YUMC Care」福利項目，全面呵護廣大員工及其家人的健康及福祉。

截至 2025 年底

累計向

15,300+ 名

餐廳經理授予公司股票*

一線員工及家庭關懷

- 除基礎的醫療保險、重疾保險等健康保障，特別為萬名餐廳經理提供「百萬醫療保險」以及面向餐廳管理組和服務組長的「愛心互助基金」
- 啟動「安心計劃」，向超過 20,000 位餐廳樓面經理提供全面、便捷、經濟實惠且覆蓋面廣的健康保障選項，包含「意外傷害」「住院醫療」「在線問診」等保障選項；該計劃已進一步拓展至「值班組長」，並向兼職群體開放，覆蓋範圍逐步擴大
- 定制化自選「百勝專屬父母意外險」，為員工父母提供意外險保障。此外，「RGM 全家福」計劃為餐廳經理父母提供額外的重大疾病保險和重疾醫療險保障

日常關懷

- 提供個性化體檢福利方案選項，2025 年升級核心體檢套餐，新增單項選擇，呵護員工健康
- 不定期推出健康系列講座，包括多項主題
- 開展「健康日」活動，打造沉浸式健康之旅

心靈關懷

延續開展員工心靈關愛福利項目（EAP），開通 7*24 小時諮詢熱線，通過「答心」線上平台的諮詢、測試、正念、課程等功能守護員工心理健康

假期關懷

員工參與公司組織的公益及志願者活動均可獲得相應調休假期，與法定假期、公司假期共同構成完善的休假體系

亮點案例 健康與關愛同行——百勝中國「健康日」活動

2025 年 5 月，百勝中國以「職場創新奮進，健康關愛隨行」為主題舉辦員工「健康日」活動。活動以暖心禮包開啟，核心環節設定六大健康主題體驗站，圍繞肩頸理療、心理健康、肌膚檢測、眼科諮詢、血糖監測等辦公室人群的核心健康需求，由專業團隊提供個性化解決方案。本次「健康日」活動將百勝中國「尊重關愛」的企業文化轉化為切實行動，獲得了員工的廣泛好評，也彰顯了百勝中國作為傑出僱主，在構建健康、可持續職場環境方面的持續努力與創新。



* 限制性股票單位 (RSUs)

職業健康與安全

百勝中國深知保障員工職業健康與安全是企業義不容辭的責任。我們將守護員工的健康和安全放在首要位置，為其打造健康、安全的工作環境。

為系統推進職業健康安全管理，我們成立職業健康安全管理委員會監督相關目標的達成情況，並設立工作小組推動管理體系的高效執行與持續改善，預先識別安全風險，制定標準化的安全規範，明確線性化的安全責任，確保每個成員都成為公司職業健康安全管理的責任人。

在餐廳運營中，我們採取嚴格的保障措施，定期檢查升級員工防護設備，開展工作場所安全審查，並為餐廳員工提供一系列操作培訓，充分保障餐廳員工及顧客的健康與安全。同時，公司建立了完善的工傷事故處理流程，切實保障員工權益。在辦公區域，我們持續加強安全建設，為員工配備 AED 除顫設備並組建內部志願者團隊，定期組織 AHA 急救技能培訓，助力員工取得專業認證。此外，我們定期開展消防演習，不斷提升員工應急逃生能力，並驗證應急預案的可行性與有效性。

點擊查看《百勝中國職業健康與安全政策》

從 2020 年起

已實現餐廳管理組及辦公室員工年度健康體檢覆蓋率

100%

餐廳員工健康證明覆蓋率

100%



維護多元平等

我們堅信多元化且包容的團隊可以為百勝中國注入持續創新的活力，致力於營造無歧視、平等包容的工作場所。公司人力資源部門主導制定並持續完善相關制度，通過定期開展多元化主題培訓，提升全員包容意識，助力每位員工實現自我價值。

作為聯合國「賦權予婦女原則」(WEFs) 簽署企業成員，我們堅持為每一名員工提供平等的工作和晉升機會，踐行同工同酬原則，每年對薪酬和福利系統進行審查，確保員工作出的貢獻獲得平等的回報。

我們始終致力於為殘障人士提供平等的就業與發展機會，為他們打造無障礙且友善包容的工作環境。肯德基推出的「天使餐廳」公益助殘模式，持續為全國各地的殘障人士提供平等發展的就業機會。在 2025 年底，百勝中國在職殘障人士超過 1,500 人。同時，我們設立「天使圓夢計劃」，為「天使員工」提供職業技能提升與高等教育資助，支持他們實現個人成長與職業發展。

點擊查看《百勝中國人權政策》、《百勝中國零容忍政策》、《以人為本 - 多元化與平等機會政策》

關心·合作夥伴

在支持數十萬名餐廳員工的同時，百勝中國也通過自身以及價值鏈夥伴帶動了產業上下游數百萬的就業機會，持續為社區、行業乃至社會注入發展活力。我們高度關注供應鏈中勞動者的權益保障，致力於與供應商夥伴共同推動構建安全、健康、公正、受尊重的工作環境，以實際行動促進社會穩定，助力地方經濟可持續發展。

為履行負責任採購承諾，我們要求所有供應商在與公司開展業務前，簽署《百勝中國供應商行為準則》，承諾遵守一切適用的法律法規，並自覺履行企業社會責任和環保責任。參考國家相關法律法規以及國際標準，我們制定了百勝中國供應商 CSR 審核評價標準，對供應商在童工 / 未成年工、強迫勞動、工時、薪酬福利、健康安全、安保、環境管理等方面的表現提出要求，並通過第三方專業審核機構每年進行現場審核，從而有效管理供應鏈風險。此外，我們也鼓勵供應商參與國際主流的供應鏈可持續性評估，以提升他們的可持續發展表現。

[點擊查看《百勝中國供應商行為準則》、《百勝中國供應商行為準則 - ESG》](#)



百勝中國供應商 CSR 審核流程



關注·顧客體驗

作為深耕中國多年的餐飲領軍企業，百勝中國始終將提升顧客體驗和滿意度作為所有工作的出發點。我們致力於通過系統化的洞察、閉環化的管理與前沿技術的賦能持續優化顧客服務體驗，並恪守負責任的營銷承諾，助力企業實現可持續增長。

踐行「為客瘋狂」

我們以「為客瘋狂」為服務理念，通過構建「聆聽 - 洞察 - 優化」的完整閉環，將顧客反饋轉化為持續改進的行動。

多元聆聽，深度洞察

我們通過消費者洞察平台、客戶體驗調查系統（GES）、客戶服務平台（CSP）等多元化體系，系統性收集並分析顧客需求與反饋，持續深化對消費者的理解。

為提升洞察效率與精準度，我們積極運用 AI 技術，例如在消費者洞察平台部署生成式人工智能（GenAI），可高效提煉海量顧客留言的核心信息，助力業務部門快速定位問題並制定優化措施。2025 年，我們進一步拓展了消費者的反饋渠道與互動模式，不僅在私域社群與消費者建立溝通機制，還圍繞新興業務形態定制專項調研問卷，以精準捕捉細分需求。

優化響應，加強管理

我們構建並持續優化顧客投訴處理機制，強化全渠道負面反饋的收集與根因分析，並通過增設問題分類標識、精簡處置步驟等措施，加強投訴反饋的閉環管理。

報告期內，為提升線上渠道顧客反饋處理效率、優化響應時效，同時減輕一線員工負擔、釋放線下服務精力，我們在部分市場肯德基門店開展專項試點：運用 AI 技術提升客服處理效率，賦予客服更多的處理權限，完善分級處理機制，以及時回應顧客多樣化的訴求，實現在線快速響應與閉環解決，減少線下門店的承接能力，使一線員工能夠更專注於門店運營與現場服務。依託數據反哺持續推動運營能力提升，後續我們將持續完善中台功能與處理流程，逐步全國推廣。



技術賦能體驗革新

我們持續以科技創新推動 AI 與顧客服務全鏈路融合。在 AI 技術賦能下，我們已形成「點餐 - 履約送餐 - 餐後反饋」的全鏈路智能服務體系，用數智化手段重塑便捷、可靠的用餐體驗。

智能質控

必勝客推出 AI 視覺品質管理系統（即 i-Kitchen 系統），通過 AI 視覺判斷確保送到消費者手中的披薩在外觀、配料分布等維度符合品牌標準，保障產品品質的一致性，有效提升消費者滿意度。



智能點餐

肯德基逐步推出全流程語音交互的 AI 點餐服務（即 AI 點餐智能體小 K），成為首批引入語音點餐 AI 的西式快餐品牌之一。該服務可基於用戶歷史偏好與當前點餐時間自動生成個性化推薦，並提供自動選店、自動使用優惠、便捷開票等全流程便捷功能。實際應用顯示，其平均下單速度相比傳統點餐方式實現顯著提升。



智能客服

百勝中國 AI 客服系統每天處理超過 **15 萬** 次消費者諮詢，其中客服機器人的問題解決率高達 **90%**。在輔助人工方面，AI 客服能夠快速歸納總結消費者訴求，輔助人工客服更快速、更精準地回復，整體服務效率提升 **10%**。



堅持負責任營銷

我們制定並遵守《百勝中國負責任營銷政策》，承諾始終堅守誠信原則，絕不誇大我們的產品及服務對社會和環境的正向影響。我們成立了營銷傳播委員會，由食品創新、食品安全、法務、市場營銷等多職能團隊組成，負責審查我們的營銷傳播內容，以確保符合法律法規與百勝中國政策。此外，我們定期針對相關員工開展負責任營銷培訓，以確保員工及時知曉最新的審核要求及法律法規的變更。

[點擊查看《百勝中國負責任營銷政策》](#)



「以愛為先」

百勝中國充分發揮在餐飲運營、供應鏈管理和社區聯結方面的核心優勢，系統性開展多元特色公益實踐。通過聚焦鄉村發展、兒童與青少年成長、社區福祉三大方向，我們持續將企業核心能力與社會需求緊密結合，切實回饋社會，傳遞企業溫度與擔當。

本章內容

- 同頻·鄉村發展
- 同行·成長護航
- 同心·社區共建

對可持續發展目標 (SDGs) 的貢獻



同頻 · 鄉村發展

百勝中國始終與國家鄉村振興戰略同頻共振，通過系統性公益行動與產業創新實踐，以可持續模式構建長效賦能機制，為鄉村發展貢獻百勝力量。

助力鄉村兒童成長

「捐一元」公益項目由百勝中國與中國鄉村發展基金會（原中國扶貧基金會）聯合發起，自 2008 年啟動以來，始終關注鄉村發展與兒童營養健康，通過系統性、可持續的公益模式，將企業優勢資源、核心能力與社會需求深度融合，成為連接城市與鄉村、企業與公眾的公益橋樑。



以專業能力回應鄉村真實需求

隨著國家鄉村振興戰略的深入推進，2025 年，百勝中國公益行動順應這一趨勢邁入新階段，正式啟動「捐一元村校廚房煥新」計劃。依託多年在餐飲行業積累的廚房管理經驗，百勝中國攜手中國鄉村發展基金會將標準化廚房設備及營養知識引入鄉村學校，助力改善部分鄉村校園現有的硬件缺失與營養意識薄弱的雙重困境。2025 年，我們為近百所學校煥新廚房設備，涵蓋電磁灶、蒸飯車、消毒櫃等，改善鄉村校園廚房硬件條件，促進餐食製作高效、安全。同時為部分鄉村學校教師和學生提供營養知識培訓及宣教工具包，支持學校開展營養主題活動，提升師生對科學飲食與營養的認知，將科學飲食理念融入校園日常。

以互動化實踐啟動社會公益生態

我們構建了多元的參與生態，通過餐廳主題活動、線上互動及鄉村學校探訪等形式，全面展示村校廚房煥新與營養宣教成果，提升公眾對科學飲食與食品安全標準的認知。2025 年，項目在約 30 個城市開展近 50 場「以愛煥新廚」活動，吸引 600 多名兒童走進餐廳後廚，通過廚房探秘、營養課堂及 DIY 實踐等沉浸式體驗，在趣味互動中傳遞科學飲食理念。孩子們以「愛心助力官」身份積極參與公益實踐，通過錄製愛心視頻及音訊、動員公眾捐款等行動，成為公益理念的主動傳播者與踐行者。多渠道、多形式的全民參與機制，使善意得以凝聚落地，讓鄉村學校廚房煥新行動成為連接愛心的橋樑。



截至 2025 年 12 月底

百勝中國與中國鄉村發展基金會合作的「捐一元」公益項目已累計籌集善款

2.8 億+ 元

為欠發達地區兒童提供

6,000 萬+ 份營養餐

煥新

1,600+ 個愛心廚房

參與人次總計

1.5 億+

扶持鄉村產業振興

在全面推進鄉村振興的戰略背景下，百勝中國積極響應國家號召，於 2023 年啟動山西大同黃花菜產業助農項目，致力於推動鄉村特色農業與現代化供應鏈的有機結合。大同黃花菜有 600 多年的種植史，是全國聞名的「黃花之鄉」。我們通過與大同當地農產品企業建立合作，將黃花菜引入百勝中國供應體系，並協助合作企業升級產業鏈。

合作初期，合作企業仍以初級加工為主。為此，百勝中國圍繞產業鏈關鍵環節為其提供賦能支持：食品安全與質量專家走進產區，協助落地深加工技術，並助力提升其管理能力；研發團隊則結合餐飲使用場景，為黃花菜開發提出多樣化應用建議，協助延伸產品價值。

項目開展以來，百勝中國已將大同黃花菜納入產品創新研發體系，推出以該食材為配料的「潮汕風味黃花牛丸粥」季節性產品，初步探索地域特色食材的餐飲轉化路徑。2025 年，我們進一步拓寬黃花菜醬的應用場景，並在限時產品中開展黃花菜拌飯醬的創新嘗試，並探索文化賦能的路徑——在大同當地肯德基門店推出黃花菜主題文創產品，借助品牌資源傳遞鄉村農產品的文化故事。

通過持續的技術輔導與穩定的採購合作，該項目不僅促進了相關企業生產工藝升級和產品多元化發展，也為產業上下游創造了可持續的增收機會，逐步形成了「以銷促產、以產助農」的良性循環。



同行 · 成長護航

百勝中國以守護兒童與青少年的健康成長為己任，通過情感關懷與心靈支持陪伴留守、流動及困境兒童。我們踐行長期、深入的公益陪伴，助力新一代社會責任感的培育與自我價值的實現，成為他們成長道路上堅定的同行者。

關愛留守困境兒童

肯德基小候鳥基金是由中國兒童少年基金會與百勝中國肯德基品牌於 2016 年聯合發起的一項專項公益基金，旨在為全國範圍內的留守、流動及困境兒童（又稱「小候鳥」）提供成長支持與心靈關愛。小候鳥基金匯聚肯德基員工以及社會各界愛心人士，組成「小候鳥好友團」，通過開展閱讀、藝術、體育等多元化活動，持續為孩子們傳遞溫暖與陪伴。

2025 年新春佳節之際，小候鳥基金在全國包括北京、深圳、長沙、重慶等 23 個城市同步開展了「小候鳥新春繪幸福」公益關愛活動。活動以國家級非物質文化遺產——農民畫為創意載體，在各地肯德基主題餐廳內，孩子們在「好友團」愛心志願者的陪伴下共繪農民畫、製作手工藝品、體驗非遺項目。各地活動深度融合當地文化特色，鼓勵親子協作互動，部分地區特邀非遺傳承人現場指導，讓孩子們在團圓喜慶的氛圍中感受傳統文化魅力，同時也為留守兒童與父母創造了美好的親子時光。

截至 2025 年底

「肯德基小候鳥基金」已累計捐贈

4,600 萬+ 元

捐贈童書

125 萬+ 冊

惠及兒童

~650 萬 人次

肯德基小候鳥基金

關愛青少年發展

我們積極搭建青少年實踐成長平台，培養青少年的社會責任、團隊協作精神，探索以創新模式推動教育與公益實踐融合，為新時代青少年全面發展注入可持續的成長動力。

必勝客「小紅帽計劃」

2025 年 11 月，在必勝客進入中國 35 周年暨門店突破 4,000 家之際，必勝客中國攜手中國志願服務基金會共同發起必勝客青少年志願服務行動「小紅帽計劃」。該計劃旨在為青少年搭建一個參與公益、奉獻愛心的溫暖平台，助力培養有責任感、有擔當的新時代青年。

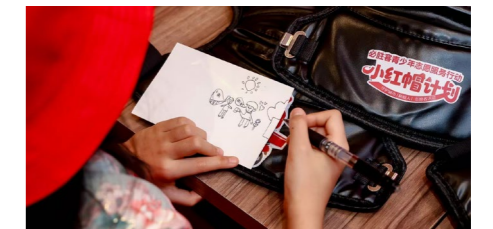
首期「小紅帽計劃」率先在北京、上海等城市展開試點，未來將逐步推廣至全國。項目將依託必勝客廣泛的門店網絡設立志願服務站點，整合社區公益資源，打造社企協同推廣志願服務體系化的標杆。圍繞青少年的興趣點和需求，「小紅帽計劃」設計了適配的公益崗位，涵蓋環保行動、社區服務等多個生活化的公益場景，引導青少年在輕鬆參與中傳遞愛心，在志願服務實踐中實現自我成長，同時促進公益服務與青少年發展。



亮點案例 守護城市「新超人」——「小紅帽計劃」北京、上海首站活動

2025 年 12 月，在「國際志願者日」到來之際，必勝客青少年志願服務行動「小紅帽計劃」在北京、上海發起首站活動。以「守護城市『新超人』」為主題，活動積極響應政策號召與社會需求，組織青少年志願者化身溫暖使者，聚焦新就業群體——外賣騎手的實際需求，為穿梭於城市街巷的騎手們送上了冬日暖心服務。通過親身實踐，青少年志願者在服務中學習協作、踐行感恩，深刻體悟了「奉獻、友愛、互助、進步」的志願精神。

從守護城市「新超人」出發，未來「小紅帽計劃」將以必勝客全國門店為紐帶，將這份對社區與青少年的承諾持續傳遞，讓更多城市見證這份由美味聯結的善意。



肯德基中國中學生 3X3 籃球聯賽

肯德基三人籃球賽自 2004 年創辦以來，以推動青少年體育健康發展為目標，深耕「體教融合」實踐，搭建低門檻、廣覆蓋的參賽平台，21 年間累計吸引 300 萬+ 人次青少年參與，既倡導了運動健康理念，也推動了三人籃球運動普及，為青少年體教融合事業添磚加瓦做出了貢獻。

2025 年，賽事以「肯拼！青春才夠味」為主題，賽期從 9 月持續至 12 月，全國總決賽匯聚 32 支高中三籃頂尖隊伍同台競技，不僅為青少年提供了切磋球技、揮灑汗水的賽場，更傳遞了拼搏向上、團結協作的體育精神，助力青少年在運動中強健體魄、收穫成長。



同心 · 社區共建

百勝中國將餐廳作為社區公共生活空間的延伸，積極投入社區建設，通過開展健康科普、推動殘健共融、加強安全教育等方式，助力構建安全、健康、包容、和諧的社區環境，切實推動多元的社區發展。

全民健康科普

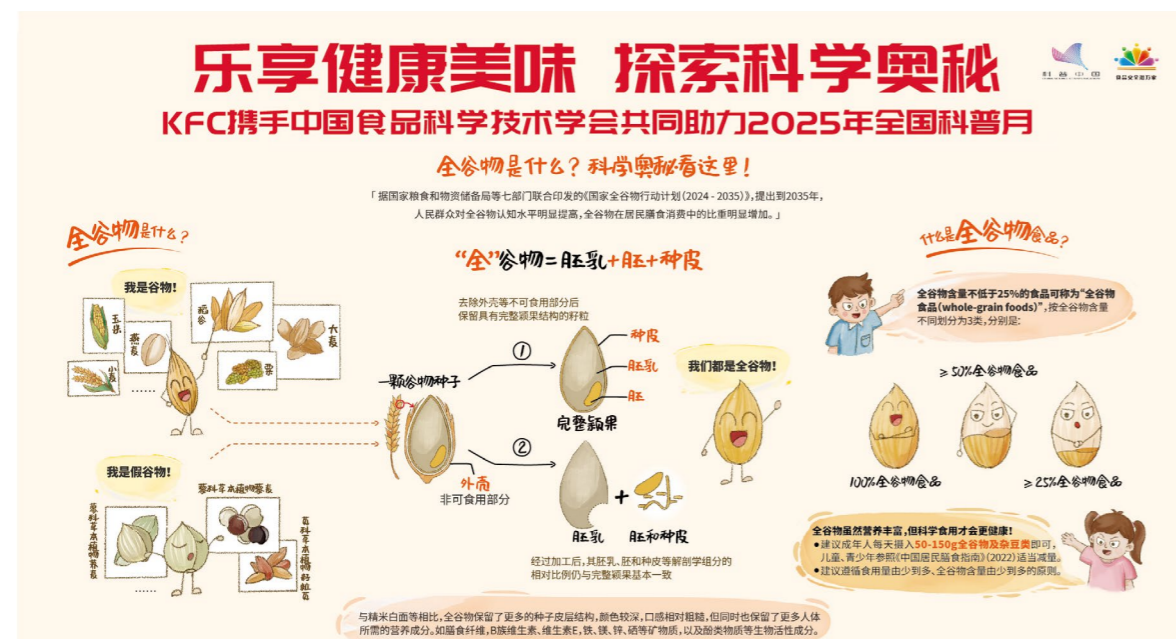
我們通過多元化的創新平台與長期的戰略投入，系統性開展全民健康科普工作，將專業的食品安全與營養健康知識融入消費者日常生活，以促進公眾健康意識的提升與健康生活方式的普及。

亮點案例 肯德基餐盤墊紙傳遞健康理念

百勝中國連續七年攜手中國食品科學技術學會，共同助力全國科普月活動。公司以肯德基餐盤墊紙為載體，持續向消費者宣傳食品安全與營養健康知識。

2025 年，為積極響應國家發展和改革委員會等七部委聯合印發的《國家全穀物行動計劃（2024-2035）》的號召，百勝中國聚焦全穀物主題，通過餐盤墊紙向廣大消費者系統介紹全穀物及其製品的營養價值、科學食用方法等實用知識，發放相關主題科普墊紙 2,100 萬+ 張。

截至 2025 年底，公司已累計發放的科普墊紙已突破 1.2 億張，有助於全民健康飲食理念的普及。



全穀物餐盤墊紙

亮點案例 百勝餐飲健康專項基金

中國營養學會科研基金—百勝餐飲健康專項基金由中國營養學會與百勝中國共同設立，致力於推動平衡膳食理念的普及與中國居民餐飲行為的改善。該基金已發展成為國內餐飲健康領域規模領先、具有廣泛影響力的專項研究基金，為膳食營養科學研究及健康飲食生活方式推廣提供了持續助力。

該基金持續資助以「餐飲營養健康」為前提，與「在外就餐」「健康餐廳建設」「城市居民健康」相關聯的科學研究項目或健康調查研究項目。2025 年，該基金的支持方向包括輕食消費行為與健康影響研究、咖啡消費科學與健康應用研究、以及肉類品鑒與烹飪優化研究。

截至 2025 年底

資助金額

2,700萬+ 元

科研基金資助項目

100+ 個

助力友好共融

百勝中國作為社區好鄰居，依託於龐大的門店基數與品牌影響力，多年來通過「天使餐廳」助殘模式，為殘障青年提供平等就業和職業發展機會，鼓勵他們挖掘自身潛能。自 2012 年首家天使餐廳在深圳成立以來，項目已擴展至廣州、北京、上海等 70+ 個城市，開設 ~80 家肯德基天使餐廳。2025 年，該項目為 300+ 名殘障人士提供就業平台，全面促進平等、友愛、共融的社會氛圍。



亮點案例 湖南多城聯動打造「天使餐廳」區域助殘新模式

在湖南，肯德基通過株州、吉首、邵陽三地同步開設「天使餐廳」，構建助殘就業網絡。項目創新融合科技與公益實踐，在株州餐廳攜手合作夥伴共建全國首個遠程視頻手語翻譯平台，通過實時翻譯設備實現無障礙溝通。同時聯合長沙市社區公益節打造沉浸式殘健共融專區，開展無聲點餐挑戰、手語教學和咖啡義賣活動，促進公眾對共融理念的深度認知。



推廣安全教育

作為消防安全教育的積極推動者，百勝中國依託旗下遍佈全國的餐廳網絡，持續開展消企共建活動，通過消防主題餐廳建設、應急知識講解、設備操作演示及公眾疏散演練等多種形式普及安全知識。2025 年，百勝中國作為唯一一家企業方代表，受邀參與國家消防救援局組織的全國連鎖餐飲企業消防安全培訓班，並分享其在消防安全管理、員工培訓和公眾教育方面的創新實踐，為推動行業消防安全標準化建設提供了重要示範。

亮點案例 肯德基多地聯動打造消防科普新陣地

2025 年 11 月全國消防月期間，肯德基充分發揮品牌網絡優勢，聯合多地消防救援部門創新推出消防主題公益活動。河南、濟南、青島、長沙等市場同步行動，通過「消防體驗餐廳」「安全科普基地」等形式，打造了各具特色的消防科普陣地。這些活動通過「教育一個孩子，帶動一個家庭，影響整個社會」的模式，不僅提升了公眾的火災防控意識和自救能力，更彰顯了百勝中國踐行社會責任、助力社區安全的企業擔當。

各地活動各具特色，通過創新形式將消防安全知識融入日常生活場景。

濟南打造消防科普主題餐廳，通過圖文展示和互動裝置普及消防知識



青島開展「消防奇遇記」活動，設置情景課堂和消防車手工製作環節

長沙設立消防安全體驗基地，配備消防服體驗區和安全兒歌教學



河南創新融合非遺面塑技藝，讓青年在傳統文化體驗中掌握消防技能

附錄

可持續發展承諾與進展

目標與承諾	2025 年進展			
<p>以食為天</p> <ul style="list-style-type: none"> 餐廳與物流中心的食品安全和質量審核覆蓋率達 100% 辦公室、餐廳和物流中心員工的食品安全和質量培訓覆蓋率達 100% 食品和食品接觸包裝材料供應商的食品安全風險評估覆蓋率 100% <p>百勝中國營養健康承諾</p> <ul style="list-style-type: none"> 肯德基、必勝客和塔可鐘的兒童餐 100% 符合中國營養學會發布的《餐飲業提供學齡兒童正餐營養指導原則》 肯德基、必勝客和塔可鐘的輕食餐 100% 符合中國烹飪協會發布的《輕食營養配餐設計指南》 肯德基、必勝客和塔可鐘的產品 100% 不含源自氫化和部分氫化植物油的反式脂肪 以 2020 年為基準年，於 2030 年將薯條、番茄醬、冷凍芝士減鹽 700+ 噸 以 2020 年為基準年，於 2030 年減糖 4,500+ 噸 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 已完成 ✓ 已完成 ✓ 已完成 <p>開展中</p>			
	<p>以綠為源</p> <p>力爭實現 2050 年價值鏈淨零排放</p> <p>科學碳目標中期減排目標</p> <ul style="list-style-type: none"> 以 2020 年為基準年，於 2035 年前將範圍一及二的絕對溫室氣體排放量減少 63% 以 2020 年為基準年，於 2035 年前將範圍三中每噸外購商品的溫室氣體排放量減少 66.3% 	<p>開展中</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 已完成 ✓ 已完成 ✓ 已完成 開展中 ✓ 已完成 ✓ 已完成 ✓ ~99%FSC 或等效認證的紙包裝比例 * (截至 2025 年底) ✓ 已完成 		
		<p>以人為本</p> <ul style="list-style-type: none"> 女性員工比例不低於 50% 女性聘用、培養、晉升、保留比例不低於 50% 殘障人士安置比例保持全職員工人數的 1.5% 以上 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 已完成 ✓ 已完成 開展中 符合國家相關法規要求 	
			<p>以愛為先</p> <ul style="list-style-type: none"> 關鍵供應商的 CSR 審核覆蓋率達 100% 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 已完成
			<ul style="list-style-type: none"> 鼓勵員工參與志願者服務 	<p>開展中</p>

* 由於少量低使用頻率的紙包裝尚有庫存，我們計劃在這些庫存完全使用完以後，再尋找合適時機替換為 FSC 或等效認證的產品。

關鍵績效數據表

指標	單位	2025	2024	2023
以食為天				
供應商食品安全與質量審核	次	300+	300+	500+
主要原物料食品安全抽檢	次	400+	390+	400+
餐廳食品安全與質量審核 (OEC 審核)	次	34,000+	27,700+	22,000+
餐廳微生物抽樣檢測	次	120,000+	120,000+	100,000+
以綠為源				
直接溫室氣體排放 (範圍一)	噸二氧化碳當量	275,017	220,101	187,156
能源間接溫室氣體排放 (範圍二) (基於位置)	噸二氧化碳當量	2,091,079	2,057,158	2,024,512
能源間接溫室氣體排放 (範圍二) (基於市場)	噸二氧化碳當量	2,053,957	2,036,762	2,020,460
單店平均能源間接溫室氣體排放 (基於市場)	噸二氧化碳當量	130	139	153
其他間接溫室氣體排放 (範圍三)	噸二氧化碳當量	9,541,885	10,235,998	10,102,062
總用電量	兆瓦時	3,923,796	3,813,885	3,528,788
可再生能源使用量	兆瓦時	69,961	38,009	7,932
單店平均用電量	兆瓦時	248	260	269
總用水量	噸	27,242,229	26,086,762	25,598,144
單店平均用水量	噸	1,744	1,801	1,967
包裝材料使用量 (塑料包裝及紙包裝)	噸	178,507	153,792	130,017
塑料包裝使用量 *	噸	51,779	41,206	24,805
紙包裝使用量	噸	126,728	112,586	105,212
包裝使用量強度 (以百萬人民幣銷售額計)	噸	2.2	2.0	1.8
包裝總節約量 (塑料包裝及紙包裝)	噸	~35,000	~31,000	~30,000
採購具有 RSPO 認證的棕櫚油比例	%	100	100	100
以人為本				
員工總人數	人	~290,000	350,000+	430,000+
全職員工	%	45	40	36
兼職員工	%	55	60	64
男性員工	%	31	33	33
女性員工	%	69	67	67
30 周歲及以下	%	46	50	53
31~40 周歲	%	24	23	23
41~50 周歲	%	24	22	20
50 周歲以上	%	6	5	4
餐廳經理流失率 **	%	7.8	9.7	9.3

* 塑料包裝增量主要來自於報告期內新增使用可重複利用的無紡布袋。

**2021-2023 年，流失率的計算口徑為：報告期內該類別員工的年度流失總人數 / 報告期內該類別員工的年底在職總人數。自 2024 年起，我們更新計算口徑為：報告期內該類別員工的年度流失總人數 / 報告期內該類別員工的年度平均在職人數 (即期初在職總人數 + 期末在職總人數的平均數)。

指標	單位	2025	2024	2023
以人為本				
管理層 (初級、中級、高級) 中女性比例	%	63	61	61
初級管理層女性比例	%	64	62	60
高級管理層女性比例	%	51	53	53
創收業務板塊女性管理層比例	%	63	63	63
理工科崗位女性比例 *	%	17	19	18
新員工女性比例	%	56	56	59
晉升員工女性比例	%	59	68	66
離職員工女性比例	%	57	58	58
服務組男性與女性員工小時收入平均數差異	%	0	0	0
服務組男性與女性員工小時收入中位數差異	%	0	0	0
天使餐廳涉及城市數量	個	70+	60	42
天使餐廳數量	家	~80	66	46
天使餐廳聘用殘障員工數量	人	300+	300+	200+
扶持就業的殘障人士數量	人	1,500+	1,700+	1,800
培訓發展總投入	億元	2.69	3.63	3.95
全時工作量 (FTE) 人均培訓成本	元	1,662	1,960	1,837
整體培訓發展時長	萬小時	780	1,110	970
全時工作量人均培訓時長	小時	49	60	45
全職員工培訓人數	人	127,000+	139,000+	155,000
兼職員工培訓人數	人	157,000+	211,000+	277,000
男員工受訓比例	%	31	33	33
女員工受訓比例	%	69	67	67
餐廳管理組及辦公室員工健康體檢覆蓋率	%	100	100	100
餐廳員工健康證覆蓋率	%	100	100	100
員工百萬工時損工事故率 **	次數 / 百萬工時	1.11	1.09	1.03
因工死亡人數 **	人	0	0	0
關鍵供應商 CSR 審核比例	%	100	100	100
中國本土供應商比例	%	98.8	99.2	99.2
以愛為先				
慈善捐款	萬美元	~300	~100	~200

* 理工科：科學、技術、工程與數學。

** 不包括非工作原因導致的傷亡，如因非工作原因導致的突發疾病或上下班途中交通事故。

聯交所 ESG 報告守則索引表

B 部分 強制披露規定		
方面	強制披露指標	2025 年回應
管治架構	董事會發出的聲明，其中包含以下內容： (i) 披露董事會對環境、社會及管治事務的監管情況； (ii) 董事會的環境、社會及管治管理方針及策略，包括評估、優先排序及管理重要的環境、社會及管治相關事務（包括對發行人業務的風險）的流程；以及 (iii) 董事會如何依據環境、社會及管治相關目標檢討進展情況，並解釋這些目標與發行人業務的關聯。	企業管治, P14
	描述或解釋在編備環境、社會及管治報告時如何應用下列匯報原則： 重要性： 環境、社會及管治報告應披露：(i) 識別重要環境、社會及管治因素的過程及選擇這些因素的準則；(ii) 如發行人已進行持份者參與，已識別的重要持份者的描述及發行人持份者參與的過程及結果。 量化： 有關匯報排放量 / 能源耗用（如適用）所用的標準、方法、假設及 / 或計算工具的資料，以及所使用的轉換因素的來源應予披露。 一致性： 發行人應在環境、社會及管治報告中披露統計方法或關鍵績效指標的變更（如有）或任何其他影響有意義比較的相關因素。	關於本報告, P04
報告範圍	解釋環境、社會及管治報告的匯報範圍，及描述挑選哪些實體或業務納入環境、社會及管治報告的過程。若匯報範圍有所改變，發行人應解釋不同之處及變動原因。	關於本報告, P04

C 部分 不遵守就解釋條文		
層面	描述	回應
A 環境		
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。	百勝中國遵守的法律法規包括但不限於： • 《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》 我們嚴格遵守中國地區所有與環境相關的法律法規，制定《百勝中國環境管理體系》等內部環境管理政策。
	A1.1 排放物種類及相關排放數據。	廢水總量：23,790,403 噸 廢水排放強度：1,523 噸 / 店 廢氣：公司在經營活動中的廢氣排放主要來自於後廚烹飪產生的油煙。我們設立管理標準，並遵守國家及地方相關法律法規要求，使油煙達標排放。
關鍵績效	A1.3 所產生有害廢棄物總量及密度。	作為一家餐飲企業，由於業務特性，我們不產生危險廢棄物。
	A1.4 所產生無害廢棄物總量及密度。	無害廢棄物總量：425,508 噸 無害廢棄物密度：27 噸 / 店 回收及回用廢棄物總量：169,582 噸 處置廢棄物總量：255,926 噸
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	以綠為源 > 聚力·氣候轉型, P46-51
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。	以綠為源 > 協力·循環經濟, P54-57

C 部分 不遵守就解釋條文		
層面	描述	回應
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。	以綠為源, P32-57
關鍵績效	A2.1 按類型劃分的直接及 / 或間接能源總耗量及密度。	附錄 > 關鍵績效數據表, P84
	A2.2 總耗水量及密度。	附錄 > 關鍵績效數據表, P84
	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。	以綠為源 > 聚力·氣候轉型, P46-51
	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。	公司在求取水源上並無遇到任何問題。 以綠為源 > 致力·自然生態, P53 附錄 > 可持續發展承諾與進展, P82
	A2.5 製成品所用包裝材料的總量及每生產單位佔量。	附錄 > 關鍵績效數據表, P84
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。	以綠為源, P32-57
關鍵績效	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。	以綠為源, P32-57
B 社會		
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。	百勝中國遵守的法律法規包括但不限於： • 《中華人民共和國勞動法》 • 《中華人民共和國勞動合同法》 • 《禁止使用童工規定》 以人為本 > 關懷·人才根本, P60-67
關鍵績效	B1.1 按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	僱員總數：~290,000 僱員佔比： • 按性別劃分： 女性：69% 男性：31% • 按僱傭類型劃分： 全職：45% 兼職：55% • 按年齡組別劃分： 30 周歲及以下：46% 31-40 周歲：24% 41-50 周歲：24% 50 周歲以上：6% • 按地區劃分： 中國大陸：99.99825% 港澳台地區：0.00105% 其他地區：0.00070%
	B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率 *	餐廳經理流失比率：7.8% • 按性別劃分： 女性：4.2% 男性：3.6% • 按地區劃分： 中國大陸：7.8% 港澳台地區：0.0% 海外其他地區：0.0% • 按年齡組別劃分： 30 周歲及以下：2.2% 31-40 周歲：4.6% 41-50 周歲：0.9% 50 周歲以上：0.1%

*2021-2023 年，流失率的計算口徑為：報告期內該類別員工的年度流失總人數 / 報告期內該類別員工的年底在職總人數。自 2024 年起，我們更新計算口徑為：報告期內該類別員工的年度流失總人數 / 報告期內該類別員工的年度平均在職人數（即期初在職總人數 + 期末在職總人數的平均數）。

C 部分 不遵守就解釋條文		
層面	描述	回應
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。	百勝中國遵守的法律法規包括但不限於： • 《中華人民共和國安全法》 • 《中華人民共和國職業病防治法》 • 《中華人民共和國消防法》 以人為本 > 關懷·人才根本， P67
關鍵績效	B2.1 過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。 B2.2 因工傷損失工作日數。 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。	2018-2025 年，百勝中國因工死亡人數持續為 0。 2025 年，我們因工傷損失工作日數為 10,960 天* 以人為本 > 關懷·人才根本， P67
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。	以人為本 > 關懷·人才根本， P64-65
關鍵績效	B3.1 按性別及僱傭類別（如高級管理層、中級管理層等）劃分的受訓僱員百分比。 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。	員工受訓比例：100% • 按性別劃分： 女性：69% 男性：31% • 按僱傭類別劃分： 非管理者：93% 管理者：7% 全時工作量人均培訓時長：49 小時 每名僱員完成受訓的平均時數**： • 按性別劃分： 女性：17 男性：31 • 按僱傭類別劃分： 非管理者：22 管理者：16
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。	百勝中國嚴格遵守的法律法規包括但不限於： • 《中華人民共和國勞動法》 • 《中華人民共和國勞動合同法》 • 《禁止使用童工規定》 以人為本 > 關懷·人才根本， P67
關鍵績效	B4.1 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。 B4.2 描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	以人為本 > 關懷·人才根本， P67 以人為本 > 關懷·人才根本， P67
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。	以人為本 > 關心·合作夥伴， P68
關鍵績效	B5.1 按地區劃分的供應商數目。	截至 2025 年底，按地區（供應商所屬國家）劃分的供應商（食品與包裝等主要商品）數目為： 全部：854 中國：844 海外：10

* 不包括非工作原因導致的傷亡，如因非工作原因導致的突發疾病或上下班途中交通事故。

**2022 年，我們按類別劃分的每名僱員平均受訓時數統計範圍包含辦公室員工及餐廳經理。自 2023 年起，我們擴大數據統計範圍至全體員工，包含餐廳服務組、餐廳管理組、餐廳經理及辦公室員工。每名僱員完成受訓的平均時數 = 該類別員工受訓總時數 / 該類別總 FTE。

C 部分 不遵守就解釋條文		
層面	描述	回應
關鍵績效	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相關執行及監察方法。 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。 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。	以人為本 > 關心·合作夥伴， P68-69 以人為本 > 關心·合作夥伴， P68-69 以人為本 > 關心·合作夥伴， P68-69
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。	百勝中國遵守的法律法規包括但不限於： • 《中華人民共和國食品安全法》 • 《中華人民共和國廣告法》 • 《中華人民共和國商標法》 • 《中華人民共和國消費者權益保護法》 • 《中華人民共和國數據安全法》 • 《中華人民共和國個人信息保護法》 以食為天 > 至誠·安心品質， P20-24 以人為本 > 關注·顧客體驗， P70-71
關鍵績效	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。 B6.2 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。 B6.3 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。 B6.4 描述質量檢定過程及產品回收程序。 B6.5 描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	報告期內，百勝中國未發生已售或已運送產品因安全與健康理由而須回收的事件。 2025 年，公司未收到任何關於產品及服務的重大投訴。 企業管治 > 合規管理， P16 我們亦關注食品召回工作，制定相關食品召回制度，規範食品召回流程，明確涉及的部門及職責。 企業管治 > 合規管理， P16
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。	百勝中國嚴格遵守： • 《中華人民共和國公司法》 • 《中華人民共和國刑法》 • 《中華人民共和國反洗錢法》 等法律法規，對貪污腐敗行為採取「零容忍」態度。 企業管治 > 合規管理， P15
關鍵績效	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。 B7.2 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。 B7.3 描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	企業管治 > 合規管理， P15 企業管治 > 合規管理， P15 企業管治 > 合規管理， P15
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。	以愛為先， P72-81
關鍵績效	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）。 B8.2 在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	以愛為先， P72-81 附錄 > 關鍵績效數據表， P85

D 部分 氣候相關披露	
氣候相關披露要求	對應章節
19. 發行人須披露有關以下方面的資料：	
(a) 負責監督氣候相關風險和機遇的治理機構（可包括董事會、委員會或其他同等治理機構）或個人的資訊。具體而言，發行人須指出有關機構或個人及披露以下資訊：	
(i) 該機構或個人如何釐定當前或將來是否有適當的技能和勝任能力來監督應對氣候相關風險和機遇的策略	以綠為源 > 氣候相關披露，P35
(ii) 該機構或個人獲悉氣候相關風險和機遇的方式和頻率	可持續發展戰略，P10 以綠為源 > 氣候相關披露，P35
(iii) 該機構或個人在監督發行人的策略、重大交易決策和風險管理程序及相關政策的過程中，如何考慮氣候相關風險和機遇，包括該機構或個人是否有考慮與該等氣候相關風險和機遇相關的權衡評估	可持續發展戰略，P10 以綠為源 > 氣候相關披露，P35
(iv) 該機構或個人如何監督有關氣候相關風險和機遇的目標制定並監察達標進度，包括是否將相關績效指標納入薪酬政策以及如何納入	可持續發展戰略，P10
(b) 管理層在用以監察、管理及監督氣候相關風險和機遇的管治流程、監控措施及程序中的角色，包括以下資訊：	
(i) 該角色是否被委託給特定的管理層人員或管理層委員會以及如何對該人員或委員會進行監督	可持續發展戰略，P10 以綠為源 > 氣候相關披露，P35
(ii) 管理層可有使用監控措施及程序協助監督氣候相關風險和機遇；如有，這些監控措施及程序如何與其他內部職能部門進行整合	可持續發展戰略，P10 以綠為源 > 氣候相關披露，P35
氣候相關風險和機遇	
20. 發行人須披露其資訊，以讓人理解其合理預期可能在短期、中期或長期影響其現金流量、融資渠道或資本成本的氣候相關風險和機遇。具體而言，發行人須：	
(a) 描述合理預期可能在短期、中期或長期影響發行人的現金流量、融資渠道或資本成本的氣候相關風險和機遇	以綠為源 > 氣候相關披露，P36-41
(b) 就發行人已識別的每項氣候相關風險，解釋發行人是否認為該風險是與氣候相關物理風險或與氣候相關轉型風險	以綠為源 > 氣候相關披露，P36-41
(c) 就發行人已識別的每項氣候相關風險和機遇，具體說明其合理預期可能影響發行人的時間範圍（短期、中期或長期）	以綠為源 > 氣候相關披露，P36-41
(d) 解釋發行人如何定義短期、中期及長期，以及這些定義如何與其策略決定規劃範圍掛鉤	以綠為源 > 氣候相關披露，P35-36
業務模式和價值鏈	
21. 發行人須披露讓人了解氣候相關風險和機遇對其業務模式和價值鏈的當前和預期影響的資訊。具體而言，發行人須作如下披露：	
(a) 描述氣候相關風險和機遇對發行人的業務模式和價值鏈的當前和預期影響	以綠為源 > 氣候相關披露，P36-41
(b) 描述在發行人的業務模式和價值鏈中，氣候相關風險和機遇集中的地方（例如，地理區域、設施及資產類型）	以綠為源 > 氣候相關披露，P36-41

D 部分 氣候相關披露	
氣候相關披露要求	對應章節
策略和決策	
22. 發行人須披露讓人了解氣候相關風險和機遇對其策略和決策的影響的資訊。具體而言，發行人須披露：	
(a) 有關發行人已經及將來計劃在其策略和決策中如何應對氣候相關風險和機遇的資訊，包括發行人計劃如何實現任何其所設定的氣候相關目標，以及任何法律或法規要求達到的目標。具體而言，發行人須披露以下資訊：	
(i) 因應氣候相關風險和機遇而在當前及預期將來對發行人業務模式（包括資源配置）作出的變動	以綠為源 > 氣候相關披露，P42-44
(ii) 已經或預期將進行的任何適應或減緩工作（直接或間接）	以綠為源 > 氣候相關披露，P42-44
(iii) 發行人任何與氣候相關轉型計劃（包括制定轉型計劃時使用的主要假設的資訊，以及該計劃所依賴的因素），或若發行人並未有這樣的計劃，則作適當的否定聲明	以綠為源 > 氣候相關披露，P42-44
(iv) 發行人計劃如何實現第 37 至 40 段所述的任何氣候相關目標（包括任何溫室氣體排放目標（如有））	以綠為源 > 氣候相關披露，P42-44
(b) 有關發行人當前及將來計劃如何為根據第 22(a) 段披露的行動提供資源	以綠為源 > 氣候相關披露，P42-44
23. 發行人須披露先前各匯報期內按照第 22(a) 段所披露計劃的進度	以綠為源 > 氣候相關披露，P42-44
財務狀況、財務表現及現金流量	
當前財務影響	
24. 發行人須披露以下定性和量化資料：	
(a) 氣候相關風險和機遇如何影響發行人在匯報期的財務狀況、財務表現及現金流量	以綠為源 > 氣候相關披露，P36-41
(b) 當存在將導致下一匯報年度相關財務報表中的資產和負債帳面價值發生重要調整的重大風險時，關於第 24(a) 段中識別的氣候相關風險和機遇的資訊	以綠為源 > 氣候相關披露，P36-41
財務狀況、財務表現及現金流量	
預期財務影響	
25. 發行人須披露以下定性和量化資料：	
(a) 發行人經考慮其管理氣候相關風險和機遇的策略後，並考慮到以下各項，預期其財務狀況在短期、中期及長期內將如何變化：	
(i) 其投資及處置計劃	以綠為源 > 氣候相關披露，P36-44
(ii) 其為實施策略所需的資金的計劃資金來源	以綠為源 > 氣候相關披露，P36-44
(b) 基於發行人管理氣候相關風險和機遇的策略，其預計其財務業績及現金流量在短期、中期及長期的變化	以綠為源 > 氣候相關披露，P36-41
氣候韌性	
26. 在考慮發行人已識別的氣候相關風險和機遇後，發行人須披露資訊，使他人了解發行人的策略及業務模式對氣候相關變化、發展或不確定性的韌性。發行人須按與其情況相稱的做法，使用與氣候相關的情景分析來評估其氣候韌性。提供量化資訊時，發行人可披露單一數額或區間範圍。具體而言，發行人須披露：	

D 部分 氣候相關披露	
氣候相關披露要求	對應章節
(a) 發行人截至匯報日對其氣候韌性的評估，其有助於了解：	
(i) 發行人的分析結果對其策略和業務模式的影響（如有），包括發行人需要如何應對氣候相關情景分析中確定的影響	以綠為源 > 氣候相關披露，P35-44
(ii) 發行人對氣候韌性的評估中考慮的重大不確定因素的範疇	以綠為源 > 氣候相關披露，P36-41
(iii) 發行人根據氣候發展調整其短期、中期和長期策略和業務模式的能力	以綠為源 > 氣候相關披露，P42-44
(b) 如何及何時進行氣候相關情景分析，包括：	
(i) 使用的輸入數據，包括：	
(1) 發行人在分析中使用的氣候相關情景及其來源	以綠為源 > 氣候相關披露，P35
(2) 分析是否涵蓋多種不同的氣候相關情景	以綠為源 > 氣候相關披露，P35-41
(3) 分析所使用的氣候相關情景是否與氣候相關轉型風險或氣候相關物理風險有關	以綠為源 > 氣候相關披露，P35-41
(4) 發行人在其情景中是否使用了與最新氣候變化國際協議相一致的情景	以綠為源 > 氣候相關披露，P35
(5) 發行人為何認為所選擇的氣候相關情景與評估其氣候相關變化、發展或不確定性的韌性相關	以綠為源 > 氣候相關披露，P35
(6) 發行人在分析中所使用的時間範圍	以綠為源 > 氣候相關披露，P36
(7) 發行人分析所涵蓋的營運範圍（例如分析所涵蓋的營運地點及業務單位）	以綠為源 > 氣候相關披露，P35-41
(ii) 發行人在分析中所作的關鍵假設	以綠為源 > 氣候相關披露，P35-41
(iii) 進行氣候相關情景分析的匯報期	以綠為源 > 氣候相關披露，P35-41
27. 發行人須披露以下資訊：	
(a) 發行人用於識別、評估氣候相關風險，以及釐定當中輕重緩急並保持監察的流程及相關政策，包括有關以下方面的資訊：	
(i) 發行人使用的輸入數據及參數（例如資料來源及程序所涵蓋的業務範圍）	以綠為源 > 氣候相關披露，P45
(ii) 發行人可有及如何使用氣候相關情景分析來識別氣候相關風險	以綠為源 > 氣候相關披露，P35、45
(iii) 發行人如何評估有關風險的影響的性質、可能性及程度（例如發行人可有考慮定性因素、量化門檻或其他所用標準）	以綠為源 > 氣候相關披露，P45

D 部分 氣候相關披露	
氣候相關披露要求	對應章節
(iv) 發行人可有及如何就氣候相關風險相對於其他類型風險的優次排列	以綠為源 > 氣候相關披露，P45
(v) 發行人如何監察其氣候相關風險	以綠為源 > 氣候相關披露，P35、45
(III) 風險管理	
(vi) 與上一個匯報期相比，發行人可有及如何改變其使用的流程	以綠為源 > 氣候相關披露，P45
(b) 發行人用於識別、評估氣候相關機遇，以及釐定當中輕重緩急並保持監察的流程（包括發行人可有及如何使用氣候相關情景分析來確定氣候相關機遇的資訊）	以綠為源 > 氣候相關披露，P45
(c) 氣候相關風險和機遇的識別、評估、優次排列和監察流程，是如何融入發行人的整體風險管理流程，以及融入的程度如何	以綠為源 > 氣候相關披露，P45
溫室氣體排放	
28. 發行人須披露匯報期內的溫室氣體絕對總排放量（以公噸二氧化碳當量表示），並分為：	
(a) 範圍 1 溫室氣體排放	以綠為源 > 氣候相關披露，P46 附錄 - 關鍵績效數據表
(b) 範圍 2 溫室氣體排放	以綠為源 > 氣候相關披露，P46 附錄 - 關鍵績效數據表
(c) 範圍 3 溫室氣體排放	以綠為源 > 氣候相關披露，P46 附錄 - 關鍵績效數據表
29. 發行人須：	
(a) 除非管轄機關或發行人上市之另一交易所另有要求，否則發行人須根據《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準（2004 年）》計量其溫室氣體排放	
(b) 披露其用於計量溫室氣體排放的方法，包括：	
(i) 發行人用於計量其溫室氣體排放的計量方法、輸入資料及假設	以綠為源 > 氣候相關披露，P46
(ii) 發行人為何選擇該計量方法、輸入資料及假設計量溫室氣體排放	以綠為源 > 氣候相關披露，P46
(iii) 發行人匯報期對計量方法、輸入資料及假設進行的任何變更以及變更原因	不適用
(c) 就根據第 28(b) 段披露的範圍 2 溫室氣體排放，披露其以地域為基準的範圍 2 溫室氣體排放，並提供有助於了解該排放的任何所需合約文書的資訊	以綠為源 > 氣候相關披露，P46 附錄 - 關鍵績效數據表
(d) 就根據第 28(c) 段披露的範圍 3 溫室氣體排放，根據《溫室氣體核算體系：企業價值鏈（範圍 3）核算與報告標準（2011 年）》所述的範圍 3 類別披露發行人計量範圍 3 溫室氣體排放中包含的類別	以綠為源 > 氣候相關披露，P46 附錄 - 關鍵績效數據表
(IV) 指標及目標	

D 部分 氣候相關披露	
氣候相關披露要求	對應章節
<p>氣候相關轉型風險</p> <p>30. 發行人須披露容易受氣候相關轉型風險影響的資產或業務活動的金額及百分比</p>	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
<p>氣候相關物理風險</p> <p>31. 發行人須披露容易受氣候相關物理風險影響的資產或業務活動的金額及百分比</p>	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
<p>氣候相關機遇</p> <p>32. 發行人須披露涉及氣候相關機遇的資產或業務活動的金額及百分比</p>	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
<p>資本運用</p> <p>33. 發行人須披露用於氣候相關風險和機遇的資本開支、融資或投資的金額</p>	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
<p>內部碳定價</p> <p>34. 發行人須披露如下:</p>	
(a) 闡釋發行人可有及如何在決策中應用碳定價 (例如投資決策、轉移定價及情景分析)	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
(b) 發行人用於評估其溫室氣體排放成本的每公噸溫室氣體排放量定價; 或適當的否定聲明, 確認發行人沒有在決策中應用碳定價	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
<p>薪酬</p> <p>35. 發行人須披露氣候相關考慮因素可有及如何納入薪酬政策, 或提供適當的否定聲明。這可能構成根據第 19(a)(iv) 段作出的披露的一部分</p>	可持續發展戰略, P10
<p>行業指標</p> <p>36. 本交易所鼓勵發行人披露與一項或多項特定的業務模式和活動有關的行業指標, 或與參與有關行業常見特徵有關的行業指標。在決定披露哪些行業指標時, 本交易所鼓勵發行人參考《〈國際財務報告可持續披露準則 S2 號〉行業披露指南》和其他國際環境、社會及管治報告框架規定的行業披露要求所述的與披露主題相關的行業指標, 並考慮其是否適用</p>	不適用
<p>氣候相關目標</p> <p>37. 發行人須披露 (a) 其為監察實現其策略目標的進展而設定的與氣候相關的定性及量化目標; 及 (b) 法律或法規要求發行人達到的任何目標, 包括任何溫室氣體排放目標。發行人須就每個目標逐一披露:</p>	
(a) 用以設定目標的指標	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
(b) 目標的目的 (例如減緩、適應或以科學為基礎的舉措)	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
(c) 目標的適用範圍 (例如目標是適用於發行人整個集團還是部分 (如僅適用於某個業務單位或地理區域))	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
(d) 目標的適用期間	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
(e) 衡量進度的基準期間	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
(f) 階段性目標或中期目標 (如有)	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
(IV) 指標及目標	

D 部分 氣候相關披露	
氣候相關披露要求	對應章節
(g) 如屬量化目標, 其屬絕對目標還是強度目標	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
(h) 最新氣候變化國際協議 (包括該協定產生的司法承諾) 如何幫助發行人設定目標	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
38. 發行人須披露其設定及審核每項目目標的方法, 以及其如何監察達標進度, 包括:	
(a) 目標本身及設定目標的方法是否經第三方驗證	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
(b) 發行人審核目標的程序	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
(c) 用於監察達標進度的指標	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
(d) 任何修訂目標的內容及原因	不適用
39. 發行人須披露有關每項氣候相關目標的績效的資訊以及對發行人績效的趨勢或變化分析	
40. 就按第 37 至 39 段披露的每一項溫室氣體排放目標, 發行人須披露:	
(a) 目標涵蓋哪些溫室氣體	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
(b) 目標是否涵蓋範圍 1、範圍 2 或範圍 3 溫室氣體排放	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
(c) 此目標是溫室氣體排放總量目標還是溫室氣體排放淨額目標。如為溫室氣體排放淨額目標, 發行人須另外披露相關的溫室氣體排放總量目標	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
(d) 目標是否是採用行業脫碳方法得出的	以綠為源 > 氣候相關披露, P46
(e) 發行人計劃使用碳信用抵消溫室氣體排放以實現任何溫室氣體排放淨額目標。關於使用碳信用的計劃, 發行人須披露	
(i) 依賴使用碳信用以實現任何溫室氣體排放淨額目標的程度及方式	不適用
(ii) 該碳信用將由哪些第三方計劃驗證或認證	不適用
(iii) 碳信用的類型, 包括相關抵消是否是基於自然還是基於科技的碳消除, 以及相關抵消是通過減碳還是碳消除實現	不適用
(iv) 為讓人了解發行人計劃使用的碳信用的可信度和完整性所必需的任何其他重要因素 (例如, 對碳抵消效果的假設)	不適用
<p>跨行業指標及行業指標的適用性</p> <p>41. 在編制披露內容以符合第 21 至 26 及 37 至 38 段的規定時, 發行人須參考 (i) 跨行業指標 (見第 28 至 35 段) 及 (ii) 行業指標 (見第 36 段) 並考慮其是否適用</p>	不適用
(IV) 指標及目標	

GRI 索引表

GRI 標準	披露項	回應
GRI 2: 一般披露	2-1 組織詳細情況	關於百勝中國, P08
	2-2 納入組織可持續發展報告的實體	關於本報告, P04
	2-3 報告期、報告頻率和聯繫人	關於本報告, P04
	2-4 信息重述	附錄 > 關鍵績效數據表, P84
		附錄 > 聯交所 ESG 報告守則索引表, P87-88
		附錄 > SASB 索引表, P101
	2-5 外部鑒證	鑒證報告, P102-105
	2-6 活動、價值鏈和其他業務關係	關於百勝中國, P08 可持續發展戰略, P12-13
	2-7 員工	附錄 > 關鍵績效數據表, P84
	2-8 員工之外的工作者	附錄 > 關鍵績效數據表, P84
	2-9 管治架構和組成	可持續發展戰略, P10
	2-10 最高管治機構的提名和遴選	企業管治, P14
	2-11 最高管治機構的主席	企業管治, P14
	2-12 在管理影響方面, 最高管治機構的監督作用	可持續發展戰略, P10
	2-13 為管理影響的責任授權	可持續發展戰略, P10
	2-14 最高管治機構在可持續發展報告中的作用	可持續發展戰略, P10
	2-15 利益衝突	企業管治, P14
	2-16 重要關切問題的溝通	可持續發展戰略, P11
	2-17 最高管治機構的共同知識	企業管治, P14
	2-18 對最高管治機構的績效評估	可持續發展戰略, P10
	2-19 薪酬政策	企業管治, P14
	2-20 確定薪酬的程序	企業管治, P14
	2-22 關於可持續發展戰略的聲明	可持續發展戰略, P09
	2-23 政策承諾	以人為本 > 關懷·人才根本, P67
2-24 融合政策承諾	企業管治, P14	

GRI 標準	披露項	回應
GRI 2: 一般披露	2-25 補救負面影響的程序	企業管治, P15
	2-26 尋求建議和提出關切的機制	企業管治, P15
	2-27 遵守法律法規	企業管治, P15-16
	2-28 協會的成員資格	以食為天 > 至遠·行業共進, P31
	2-29 利益相關方參與的方法	可持續發展戰略, P11
GRI 3: 實質性議題	3-1 確定實質性議題的過程	可持續發展戰略, P11
	3-2 實質性議題清單	可持續發展戰略, P11
	3-3 實質性議題的管理	可持續發展戰略, P11
GRI 201: 經濟績效	201-2 氣候變化帶來的財務影響以及其他風險和機遇	以綠為源 > 聚力·氣候轉型, P36-41
	201-3 固定福利計劃義務和其他退休計劃	以人為本 > 關懷·人才根本, P66
GRI 203: 間接經濟影響	203-1 基礎設施投資和支持性服務	以愛為先, P72-81
	203-2 重大間接經濟影響	以人為本 > 關懷·人才根本, P60-67 以人為本 > 關心·合作夥伴, P68-69 以愛為先 > 同頻·鄉村發展, P74-75
GRI 205: 反腐敗	205-2 反腐敗政策和程序的傳達及培訓	企業管治, P15
GRI 206: 不正當行為	206-1 針對不當競爭行為、反托拉斯和反壟斷實踐的法律訴訟	企業管治, P15
GRI 301: 物料	301-1 所用物料的重量或體積	附錄 > 關鍵績效數據表, P84
	301-2 所用循環利用的進料	以綠為源 > 協力·循環經濟, P54
	301-3 再生產品及其包裝材料	以綠為源 > 協力·循環經濟, P54
GRI 302: 能源	302-1 組織內部的能源消耗量	附錄 > 關鍵績效數據表, P84
	302-2 組織外部的能源消耗量	附錄 > 關鍵績效數據表, P84
	302-3 能源強度	附錄 > 關鍵績效數據表, P84
	302-4 降低能源消耗量	以綠為源 > 聚力·氣候轉型, P47-51
	302-5 降低產品和服務的能源需求	以綠為源 > 聚力·氣候轉型, P47-51
GRI 303: 水資源	303-1 組織與水作為共有資源的相互影響	以綠為源 > 致力·自然生態, P53

GRI 標準	披露項	回應
GRI 303: 水資源	303-2 管理與排水相關的影響	以綠為源 > 致力·自然生態, P53
	303-3 取水	附錄 > 關鍵績效數據表, P84
	303-4 排水	廢水總量: 23,790,403 噸
	303-5 耗水	附錄 > 關鍵績效數據表, P84
GRI 304: 生物多樣性	304-2 活動、產品和服務對生物多樣性的重大影響	以綠為源 > 致力·自然生態, P52-53
GRI 305: 排放	305-1 直接 (範圍一) 溫室氣體排放	附錄 > 關鍵績效數據表, P84
	305-2 能源間接 (範圍二) 溫室氣體排放	附錄 > 關鍵績效數據表, P84
	305-3 其他間接 (範圍三) 溫室氣體排放	附錄 > 關鍵績效數據表, P84
	305-4 溫室氣體排放強度	附錄 > 關鍵績效數據表, P84
	305-5 溫室氣體減排量	以綠為源 > 聚力·氣候轉型, P47-51
GRI 306: 廢棄物	306-1 廢棄物的產生及廢棄物相關重大影響	以綠為源 > 協力·循環經濟, P54-57
	306-2 廢棄物相關重大影響的管理	以綠為源 > 協力·循環經濟, P54-57
	306-3 產生的廢棄物	以綠為源 > 協力·循環經濟, P54-57
	306-4 從處置中轉移的廢棄物	以綠為源 > 協力·循環經濟, P54-57
	306-5 進入處置的廢棄物	以綠為源 > 協力·循環經濟, P54-57
GRI 308: 供應商環境評估	308-1 使用環境標準篩選的新供應商	以人為本 > 關心·合作夥伴, P69
GRI 401: 僱傭	401-1 新進員工和員工流動率	以人為本 > 關懷·人才根本, P63 附錄 > 關鍵績效數據表, P84
	401-2 提供給全職員工 (不包括臨時或兼職員工) 的福利	以人為本 > 關懷·人才根本, P66
	401-3 育兒假	以人為本 > 關懷·人才根本, P66
GRI 403: 職業健康與安全	403-1 職業健康安全管理體系	以人為本 > 關懷·人才根本, P67
	403-2 危害識別、風險評估和事故調查	以人為本 > 關懷·人才根本, P67
	403-3 職業健康服務	以人為本 > 關懷·人才根本, P67
	403-4 職業健康安全事務: 工作者的參與、意見徵詢和溝通	以人為本 > 關懷·人才根本, P67
	403-5 工作者職業健康安全培訓	以人為本 > 關懷·人才根本, P67

GRI 標準	披露項	回應
GRI 403: 職業健康與安全	403-6 促進工作者健康	以人為本 > 關懷·人才根本, P67
	403-7 預防和減緩與業務關係直接相關的職業健康安全影響	以人為本 > 關懷·人才根本, P67
	403-8 職業健康安全管理體系覆蓋的工作者	以人為本 > 關懷·人才根本, P67
	403-9 工傷	附錄 > 關鍵績效數據表, P85
	403-10 工作相關的健康問題	附錄 > 關鍵績效數據表, P85
GRI 404: 培訓與教育	404-1 每名員工每年接受培訓的平均小時數	附錄 > 關鍵績效數據表, P85
	404-2 員工技能提升方案和過渡協助方案	以人為本 > 關懷·人才根本, P64-65
	404-3 定期接受績效和職業發展考核的員工百分比	以人為本 > 關懷·人才根本, P65
GRI 405: 多元化與平等機會	405-1 管治機構與員工的多元化	以人為本 > 關懷·人才根本, P67
	405-2 男女基本工資和報酬的比例	以人為本 > 關懷·人才根本, P67
GRI 406: 反歧視	406-1 歧視事件及採取的糾正行動	以人為本 > 關懷·人才根本, P67
GRI 408: 童工	408-1 具有重大童工事件風險的運營點和供應商	以人為本 > 關懷·人才根本, P67
GRI 409: 強迫或強迫勞動	409-1 具有強迫或強制勞動事件重大風險的運營點和供應商	以人為本 > 關心·合作夥伴, P68-69
GRI 413: 當地社區	413-1 有當地社區參與、影響評估和發展計劃的運營點	以愛為先 > 同心·社區共建, P78-81
	413-2 對當地社區有實際或潛在重大負面影響的運營點	以愛為先 > 同心·社區共建, P78-81
GRI 414: 供應商社會評估	414-1 使用社會標準篩選的新供應商	以人為本 > 關心·合作夥伴, P68-69
	414-2 供應鏈對社會的負面影響以及採取的行動	以人為本 > 關心·合作夥伴, P68-69
GRI 416: 客戶健康與安全	416-1 評估產品和服務類別的健康與安全影響	以食為天 > 至誠·安心品質, P20-24
	416-2 涉及產品和服務的健康與安全影響的違規事件	以食為天 > 至誠·安心品質, P20-24
GRI 417: 營銷與標識	417-1 對產品和服務信息與標識的要求	以人為本 > 關注·顧客體驗, P71
	417-2 涉及產品和服務信息與標識的違規事件	以人為本 > 關注·顧客體驗, P71
	417-3 涉及市場營銷的違規事件	以人為本 > 關注·顧客體驗, P71
GRI 418: 客戶隱私	418-1 與侵犯客戶隱私和遺失客戶資料有關的經證實的投訴	企業管治, P16

SASB 索引表

議題	計量指標	章節名稱
能源管理	(1) 可再生能源使用比例	以綠為源 > 聚力·氣候轉型, P46-48 附錄 > 關鍵績效數據表, P84
	(2) 電網用電佔總能耗的比例	
	(3) 能源消耗總量	
水資源管理	(1) 總取水量	以綠為源 > 致力·自然生態, P53 附錄 > 關鍵績效數據表, P84
	(2) 高到極高基線水壓力地區的耗水百分比	
食品及包裝 廢棄物管理	(1) 廢棄物總重	廢棄物總量: 425,508 噸 廢棄物轉化比例: 40% 以綠為源 > 協力·循環經濟, P54
	(2) 食品廢棄物佔比	
	(3) 廢棄物轉化比例	
	(1) 總包裝用量	總包裝材料使用量: 178,507 噸 以綠為源 > 協力·循環經濟, P54
	(2) 由回收和 / 或可再生材料製成的包裝的百分比	
	(3) 可回收、可重複使用和 / 或可堆肥的包裝的百分比	
食品安全	(1) 食源性疾病確診數量	不適用
	(2) 食源性疾病受到美國疾控中心 (CDC) 調查的比例	
食品安全	(1) 餐廳中接受食安監管機構檢查的百分比	百勝中國始終將保障食品安全作為第一要務, 致力於為廣大顧客提供美味、安全、營養、高品質的食品。我們建立並有效執行貫穿全價值鏈的食品安全與質量管理體系, 覆蓋從上游供應商、物流中心到餐廳和外送的每個環節, 履行「從農田到餐桌」的食品安全承諾。我們建立了全方位的管理架構, 從百勝中國董事會食品安全與可持續發展委員會到各相關部門, 全面監督各項管理制度、措施和標準的落實。
	(2) 餐廳中受到嚴重違規處分的百分比	

議題	計量指標	章節名稱
營養成分	(1) 符合國家膳食指南的食品百分比	不適用
	(2) 符合國家膳食指南的食品收入	
營養成分	(1) 符合國家膳食指南的兒童營養膳食百分比	不適用
	(2) 符合國家膳食指南的兒童營養膳食收入	
營養成分	針對兒童製作的廣告數量, 促銷產品符合國家兒童膳食指南的百分比	附錄 > 可持續發展承諾與進展, P82
	(1) 餐廳員工自願離職率 *	餐廳經理自願離職率: 6.3%
勞工管理	(2) 非自願離職率	餐廳經理非自願離職率: 1.5%
	(1) 按地區劃分的平均小時工資	我們發布了《百勝中國人權政策》, 承諾提供無歧視無騷擾的工作場所, 保障員工獲得合理報酬。我們堅持「以績效結果和業務影響付薪」的理念, 為員工提供合理且具有競爭力的薪酬福利待遇。我們為員工提供的薪酬福利一般高於各地區法律法規要求的最低薪酬標準。 以人為本 > 關懷·人才根本, P66
(2) 按地區劃分的餐廳員工獲得最低工資的百分比		
勞工管理	因與 (1) 違反勞動法和	以人為本 > 關懷·人才根本, P67
	(2) 就業歧視有關的法律訴訟而造成的經濟損失總額	
供應鏈管理 及食品採購	(1) 符合環境和社會採購標準	以人為本 > 關心·合作夥伴, P68-69
	(2) 符合第三方環境和未披露或社會標準認證的食品百分比	
供應鏈管理 及食品採購	討論供應鏈內的環境和社會風險管理策略, 包括動物福利等	以綠為源 > 聚力·氣候轉型, P42-44 以人為本 > 關心·合作夥伴, P68 以食為天 > 至誠·安心質量, P22
	(1) 無籠雞蛋及	不適用
(2) 不使用妊娠板條箱養殖豬肉的百分比		

*2021-2023 年, 流失率的計算口徑為: 報告期內該類別員工的年度流失總人數 / 報告期內該類別員工的年底在職總人數。自 2024 年起, 我們更新計算口徑為: 報告期內該類別員工的年度流失總人數 / 報告期內該類別員工的年度平均在職人數 (即期初在職總人數 + 期末在職總人數的平均數)。

鑒證報告

中文翻譯僅供參考

獨立執業會計師的有限保證鑒證報告

畢馬威華振滬通字第 2600077 號

致百勝中國控股有限公司董事會：

關於截至 2025 年 12 月 31 日止年度百勝中國控股有限公司可持續發展報告中選定資訊的報告結論

我們對百勝中國控股有限公司 (以下簡稱“公司”) 截至 2025 年 12 月 31 日止年度可持續發展報告中的以下資訊 (以下簡稱“鑒證的可持續發展資訊”) 執行了有限保證的鑒證業務：

鑒證的可持續發展資訊
1. 直接溫室氣體排放 (範圍一)
2. 能源間接溫室氣體排放 (範圍二)
3. 總用電量
4. 單店平均用電量
5. 可再生能源使用量
6. 總用水量
7. 單店平均用水量
8. 實質性議題評估流程
9. 採購具有可持續認證 (RSPO) 的棕櫚油比例
10. 關鍵供應商企業社會責任審核比例
11. 女性員工比例
12. 員工百萬工時損工事故率
13. 因工亡故人數
14. 供應商數量

第 1 頁, 共 4 頁

獨立執業會計師的有限保證鑒證報告 (續)

畢馬威華振滬通字第 2600077 號

基於已實施的程式及獲取的證據, 我們沒有注意到任何事項使我們相信截至 2025 年 12 月 31 日止年度的鑒證的可持續發展資訊未能在所有重大方面按照本報告後附的標準 (以下簡稱“編制基礎”) 編制。

我們對鑒證的可持續發展資訊形成的結論不涵蓋隨附或包含鑒證的可持續發展資訊及本報告的其他資訊 (以下簡稱“其他資訊”)。其他資訊不作為本次鑒證業務的一部分, 我們沒有對其他資訊執行任何程式。

結論的基礎

我們按照國際審計與鑒證準則理事會 (IAASB) 發佈的《國際鑒證業務準則第 3000 號 (修訂版) ——歷史財務資訊審計或審閱以外的鑒證業務》以及《國際鑒證業務準則第 3410 號——溫室氣體報告鑒證業務》的規定執行了鑒證工作。本報告的“註冊會計師的責任”部分進一步闡述了我們在這些準則下的責任。

我們遵守了國際會計師職業道德準則理事會 (IESBA) 發佈的《國際會計師職業道德守則 (包括國際獨立性準則)》中的獨立性和其他職業道德的要求。該職業道德守則以誠信、客觀、專業勝任能力及應有的關注、保密和良好的職業行為為基本原則。

本所運用 IAASB 發佈的《國際品質管制準則第 1 號 (ISQM 1) ——會計師事務所對執行財務報表審計或審閱、其他鑒證或相關服務業務實施的品質管制》。該準則要求會計師事務所設計、實施和運行品質管制體系, 包括與遵守職業道德要求、執業準則和適用的法律法規要求相關的政策和程式。

我們相信, 我們獲取的證據是充分、適當的, 為形成結論提供了基礎。

其他事項

以前年度的資訊不屬於有限鑒證內容, 因此, 我們不對這些資訊發表結論或提供任何保證。我們的結論並無就此作出修訂。

使用目的

本報告僅供百勝中國控股有限公司董事會使用。除此之外, 本報告不可用作其他目的。我們對任何其他人士使用本報告產生的一切後果概不承擔任何責任或義務。本段內容不影響已形成的結論。

第 2 頁, 共 4 頁

独立执业会计师的有限保证鉴证报告 (续)

毕马威华振沪通字第 2600077 号

公司对鉴证可持续发展信息的责任

贵公司的管理层负责：

- 设计、执行和维护与编制鉴证的可持续发展信息有关的内部控制, 以使鉴证的可持续发展信息不存在由于舞弊或错误导致的重大错报;
- 选择或制定用于编制鉴证的可持续发展信息的适当标准, 并适当地提及或描述所使用的标准; 和
- 按照编制基础编制鉴证的可持续发展信息。

编制经鉴证可持续发展信息的固有限制

在确定用以折算各类气体排放的排放系数和数值方面尚缺乏完备的科学知识, 温室气体的量化具有内在不确定性。我们无法量化这对 2025 年度可持续发展报告中选定的关键数据的披露的潜在影响。因此, 我们的报告仅与贵公司已向我们披露的以及已向我们提供的账簿和记录中披露的选定的关键数据相关。

此外, 我们提请使用者注意, 针对选定的关键数据中的非财务数据尚无公认的评价和计量标准体系, 因此存在不统一的计量方法, 这可能会影响公司间数据的可比性。

注册会计师的责任

我们负责：

- 计划和实施鉴证工作, 以对鉴证的可持续发展信息是否存在由于舞弊或错误导致的重大错报获取有限保证;
- 基于我们已实施的程序及获取的证据形成独立结论; 及
- 向董事会报告我们的结论。

第 3 页, 共 4 页

獨立執業會計師的有限保證鑒證報告 (續)

畢馬威華振滬通字第 XXXXX 號

我們已執行工作的概述, 以作為形成結論的基礎

在執行鑒證工作的過程中, 我們運用了職業判斷, 並保持了職業懷疑。我們設計並實施了相關程式, 以對鑒證的可持續發展資訊獲取充分、適當的證據, 作為形成結論的基礎。選擇的鑒證程式取決於我們對鑒證的可持續發展資訊和其他業務情況的瞭解, 以及我們對能出現重大錯報的領域的考慮。在實施鑒證工作時, 我們實施的程式主要包括：

- 評估公司使用的標準作為編制經鑒證可持續發展資訊的基礎是否合適;
- 詢問公司負責編制經鑒證可持續發展資訊的相關人員, 瞭解公司與編制經鑒證可持續發展資訊的控制環境、流程和資訊系統, 但並未評估特定控制活動的設計, 亦未獲取有關控制執行的證據或測試控制運行有效性;
- 在適用的情況下, 就有限樣本檢查支援記錄;
- 在適用的情況下, 對經鑒證可持續發展資訊實施分析程式, 比較預期結果和報告的實際結果, 並詢問管理層, 以獲得對我們發現的任何重大差異的解釋;
- 重新計算經鑒證可持續發展資訊中的選定資料; 及
- 考慮經鑒證可持續發展資訊的列報及披露。

有限保證鑒證業務所實施程式的性質和時間較合理保證鑒證業務有所不同, 且範圍較小。因此, 有限保證鑒證業務的保證程度遠低於合理保證鑒證業務。

畢馬威華振會計師事務所 (特殊普通合夥) 上海分所

中國上海南京西路 1266 號
恒隆廣場 2 號樓 25 樓
郵遞區號 200040, 中國

2026 年 04 月 08 日

第 4 頁, 共 4 頁

鑒證數據編報基礎

編號	指標	編報基礎
01	直接溫室氣體排放 (範圍一)	2025 年百勝中國的直接溫室氣體排放 (範圍一) 是指 2025 年百勝中國旗下肯德基、必勝客、塔可鐘、小肥羊、黃記煌和 Lavazza 品牌直營餐廳、百勝中國自營物流中心、自營工廠以及自有車輛的直接溫室氣體排放量。直接溫室氣體排放 (範圍一) 主要來源於需要添加製冷劑的設備和設施的安裝、使用和處置, 使用溫室氣體核算體系 (GHG Protocol) 的製冷和空調設備計算工具計算獲得。其中設備和設施 (除冷庫和空調以外) 使用的製冷劑種類和填充量來自實際填充記錄, 冷庫和空調使用的製冷劑種類來自實際填充記錄, 填充量來自於維修預估填充量。製冷劑的全球變暖潛勢採用政府間氣候變化專門委員會第五次評估報告 (IPCC AR5) 以及 2017 美國採暖、製冷與空調工程師學會 (ASHRAE) 手冊 - 基礎中的 100 年全球變暖潛勢值。2025 年百勝中國剩餘少部分的直接溫室氣體排放 (範圍一) 來自小肥羊和黃記煌品牌直營餐廳和自營工廠的天然氣和液化石油氣使用消耗, 以及各市場辦公室、物流中心 and 自營工廠自有車輛和移動設備的汽油及柴油使用消耗。剩餘直接溫室氣體排放量通過燃料使用量乘以對應排放因數得到。天然氣和液化石油氣的排放因數採用中國國家發展和改革委員會發布的《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 (試行)》。天然氣用量來源於各餐廳天然氣帳單上顯示的數值。汽油及柴油缺省排放因子及碳氧化率來自《2006 年 IPCC 國家溫室氣體清單指南 2019 修訂版》, 熱值來自國際能源署《能源統計手冊》, 全球變暖潛勢採用政府間氣候變化專門委員會第六次評估報告 (IPCC AR6) 中的 100 年全球變暖潛勢值。其他燃料使用量來源於各市場辦公室、物流中心和工廠燃料費用報銷憑證上顯示的數值。
02	能源間接溫室氣體排放 (範圍二)	2025 年百勝中國的能源間接溫室氣體排放 (範圍二) 是指 2025 年百勝中國旗下肯德基、必勝客、塔可鐘、小肥羊、黃記煌和 Lavazza 品牌直營餐廳以及百勝中國辦公室、自營物流中心和自營工廠的能源間接溫室氣體排放量。2025 年百勝中國的能源間接溫室氣體排放 (範圍二) 分別採用基於位置和基於市場兩種方法進行計算與報告。根據世界資源研究所發布的《溫室氣體核算體系》(含 2015 年 1 月的《範圍二指南》), 基於位置的方法根據指定地理位置 (包括地方、區域或國家範圍) 的平均能源生產排放係數計算相關排放量; 基於市場的方法用於計算報告機構按合同購買與合同工具捆綁的電力或自行購買合同工具時, 相關發電機所排放的溫室氣體。能源間接溫室氣體排放 (範圍二) 主要來源於外購電力消耗, 外購電力消耗通過各個餐廳的用電量乘以全國電網平均二氧化碳排放因子計算得到。全國電網平均二氧化碳排放因子採用生態環境部和國家統計局發布的《關於發布 2023 年電力二氧化碳排放因子的公告》文件中 2023 年全國電力平均二氧化碳排放因子。剩餘少部分來自於餐廳、辦公室和工廠外購熱力消耗, 外購熱力消耗通過餐廳、辦公室和工廠的年度外購熱力量乘以熱力供應二氧化碳排放因子計算得到。熱力供應二氧化碳排放因子採用中國國家發展和改革委員會發布的《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 (試行)》。
03	總用電量	2025 年百勝中國的總用電量是指 2025 年百勝中國旗下肯德基、必勝客、塔可鐘、小肥羊、黃記煌和 Lavazza 品牌直營餐廳、百勝中國辦公室、自營物流中心和自營工廠的總用電量。用電量來源於各個餐廳、辦公室、自營物流中心、工廠電費帳單上顯示的用電量數值。
04	單店平均用電量	2025 年百勝中國的單店平均用電量是指 2025 年百勝中國旗下肯德基、必勝客、塔可鐘、小肥羊、黃記煌和 Lavazza 品牌直營餐廳的平均單店用電量。用於計算單店平均用電量的總用電量為 2025 年百勝中國旗下肯德基、必勝客、塔可鐘、小肥羊、黃記煌和 Lavazza 品牌直營餐廳的總用電量。
05	可再生能源使用量	2025 年可再生能源使用量是指 2025 年百勝中國旗下餐廳和物流中心的綠電交易量和光伏環境權益量。綠電交易量來自於多種方式, 如國家可再生能源管理中心出具的綠色電力證書交易憑證和北京電力交易中心出具的綠色電力消費憑證中的綠色電力認購量, 電費結算單, 售電公司提供的綠電交易系統截圖, 綠電購買合同, 以及合作商業主體出具的綠色電力環境權益轉讓聲明中的權益轉讓數量。自營物流中心的光伏環境權益來自於自營物流中心的分佈式光伏電量計量系統數據。租賃物流中心的光伏環境權益來自於租賃物流中心營運方簽署的光伏用電環境權益轉讓協議。

編號	指標	編報基礎
06	總用水量	2025 年百勝中國的總用水量是指 2025 年百勝中國旗下肯德基、必勝客、塔可鐘、小肥羊、黃記煌和 Lavazza 品牌直營餐廳的總用水量。各個餐廳的用水量通過餐廳的水費除以百勝中國定義的各省平均水價得到。水費來源於各個餐廳的水費帳單上顯示的費用。百勝中國定義的各省平均水價由綜合各地方實際水價後計算得出。
07	單店平均用水量	2025 年百勝中國的單店平均用水量是指 2025 年百勝中國旗下肯德基、必勝客、塔可鐘、小肥羊、黃記煌和 Lavazza 品牌直營餐廳的單店平均用水量。
08	實質性議題評估流程	百勝中國於 2017 年首次啟動實質性議題評估工作, 並制定「回顧、識別、排序、驗證」的實質性議題評估流程。我們在後續的每一年都會重新審視實質性議題, 以確保評估結果反映公司營運情況和利益相關方的考量。2024 年, 我們已基於所處行業特點、行業發展階段、自身商業模式、所處價值鏈等因素, 結合最新監管政策、行業標準及發展趨勢, 開展同業分析, 識別出各類潛在的實質性議題, 並透過線上問卷形式向內、外部利益相關方收集回覆, 確定了 23 項實質性議題的優先排序。2025 年, 我們全面審閱評估公司可持續發展實質性議題, 認為上一年結果仍適用。
09	採購具有可持續認證 (RSPO) 的棕櫚油比例	2025 年百勝中國採購具有可持續認證 (RSPO) 的棕櫚油比例是指 2025 年百勝中國採購的所有含棕櫚油產品中使用具有 RSPO 認證的棕櫚油比例。
10	關鍵供應商企業社會責任審核比例	2025 年百勝中國關鍵供應商企業社會責任審核比例是指 2025 年百勝中國開展了企業社會責任審核的關鍵供應商佔所有關鍵供應商的比率。其中, 百勝中國有創新能力供應商和重要供應商 (除了純服務類供應商、海外供應商、年採購額小於一百五十萬人民幣的小額採購供應商、IT 服務供應商及不直接供貨的集團總部供應商) 為百勝中國的關鍵供應商。
11	女性員工比例	2025 年百勝中國的女性員工比例是指 2025 年末百勝中國女性員工數佔員工總數的比例。其中, 員工總數是指 2025 年末由百勝中國直接僱傭、包括辦公室員工和餐廳員工在內的所有全職或兼職的員工人數; 女性員工數是指 2025 年末由百勝中國直接僱傭、包括辦公室員工和餐廳員工在內的所有全職或兼職的女性員工人數。
12	員工百萬工時損工事故率	2025 年百勝中國員工百萬工時損工事故率是指 2025 年百勝中國員工每一百萬工時發生工傷的次數。其中, 工時是指 2025 年全年百勝中國直接僱傭、包括辦公室員工和餐廳員工在內的所有全職或兼職的員工總工作小時數; 員工工傷次數是指 2025 年百勝中國直接僱傭、包括辦公室員工和餐廳員工在內的所有全職或兼職的員工的工傷假次數。損失工時是指因工傷而損失的生產力。以下事件不視為因工作原因造成的工傷: 1) 在工作時, 因無關工作之情況致基礎疾病 (如心臟病、癲癇、腦梗等) 發作; 2) 開車上下班, 在交通事故中受傷 (駕駛並非工作的一部分, 且交通並非由百勝中國安排)。因工作相關事件的定義來自於 GRI 標準 - GRI 403: 職業健康與安全 2018。
13	因工亡故人數	2025 年百勝中國因工亡故人數是指 2025 年百勝中國員工因工作原因造成的死亡人數。其中, 因工作原因造成的死亡人數指 2025 年百勝中國直接僱傭、包括辦公室員工和餐廳員工在內的所有全職或兼職的員工在百勝中國工作場所因職業病引起的或在工作中受傷而導致的死亡人數。以下事件不視為因工作原因造成的工傷: 1) 在工作時, 因無關工作之情況致基礎疾病 (如心臟病、癲癇、腦梗等) 發作; 2) 開車上下班, 在交通事故中受傷 (駕駛並非工作的一部分, 且交通並非由百勝中國安排)。因工作相關事件的定義來自於 GRI 標準 - GRI 403: 職業健康與安全 2018。
14	供應商數量	2025 年百勝中國供應商數量係以百勝中國食品、包裝及設備小件等主要類別供應商為口徑進行統計。



YumChina