



YumChina

打造负责任的生态体系

2024年可持续发展报告



目录 CONTENTS



以食为天

02 首席执行官致辞

04 董事会声明

04 关于本报告

06 2024 年可持续发展亮点绩效

08 关于百胜中国

09 可持续发展战略

14 企业管治

76 附录

20 享·安心品质

25 享·营养健康

28 享·行业共进



以绿为源

33 护·气候蓝图

39 护·自然生态

40 护·循环经济



以人为本

49 筑·关怀职场

59 筑·品质服务

60 筑·责任采购



以爱为先

68 促·乡村振兴

70 促·美好社区

73 促·文明健康





首席执行官致辞



2024 年，在提效与创新战略的双轮驱动下，公司的营收和利润再创新高。面对多变的消费市场，公司全年总收入创历史新高，核心经营利润实现双位数增长，门店数量达到 16,395 家，并稳步朝着 2026 年开设 20,000 家门店的目标迈进。这份成就的背后，凝聚着每一位百胜人的汗水与智慧。

在可持续发展方面，我们同样秉持双轮驱动策略：在推进可持续发展举措的同时，实现业务增长目标，并为股东创造卓越价值，紧紧围绕“人”、“环境”、“食品”这三大战略支柱，不断夯实根基，开拓前行。今年，我们进一步通过人工智能（AI）技术和培训赋能一线员工，通过先进技术加强了食品安全风险监测，并扩大可再生能源采购规模。

坚定践行“以人为本”

员工是百胜中国最宝贵的财富，是我们保持强劲发展势头的关键所在。作为中国最大的餐饮企业，我们通过自身以及价值链伙伴带动了产业上下游数百万的就业机会。

餐厅经理（RGMs）作为一线的关键领导者，在我们的可持续发展进程中扮演着至关重要的角色。我们通过优化运营和数字工具为一线门店经理赋能，使他们能够更高效地处理日常事务，专注于服务消费者。例如，我们利用人工智能进行简历初筛和面试安排，辅助集中招聘，不仅提升了餐厅的招聘效率，还为餐厅经理节省了大量宝贵的时间。

如今，人工智能浪潮正在席卷职场，为了帮助员工更好地适应未来的工作变化，我们迅速反应，积极行动。2024 年，我们推出了一系列精心打磨的新课程，旨在提高员工使用 AI 工具的能力。这些课程深受员工欢迎，让他们受益匪浅，目前已有数万人完成学习。除了在职培训，我们也积极支持员工接受继续教育，帮助他们实现职业目标。截至目前，我们已资助超过 6,800 名员工获得更高的学历文凭、学位和专业认证，为他们的职业发展之路添砖加瓦。

倾听员工心声，是让他们感受到公司关怀与支持的关键。为此，我们特别注重保持公司高层领导与一线员工的直接沟通。这一年，我和各品牌总经理走访了全国各地的餐厅，与一线员工们围坐在一起，大家面对面坦诚交流，认真倾听他们的想法，确保他们的每一条反馈和建议都能得到妥善处理。

最后，但同样重要的是，我们希望每一位与公司拼搏奋斗的餐厅经理都能共享成功。截至 2024 年底，我们已向超过 14,700 名餐厅经理授予公司限制性股票。

我们对“以人为本”理念的执着坚守，也赢得了外界的广泛认可。2024 年，我们连续第七年被杰出雇主调研机构（Top Employers Institute）评为“中国杰出雇主”。

保护生态系统，推进低碳转型

作为行业领导者，我们深知肩负与价值链合作伙伴共同努力，减少碳足迹方面的重任。自 2022 年设定中期减排目标以来，我们始终朝着这个方向坚定前行，全力推进经营过程中的低碳转型。

我们采取双管齐下的策略——在节能的同时，尽可能采用经济高效、可规模化可再生能源解决方案。2024 年，我们的可再生能源使用量同比增长 370%，每家餐厅的平均碳足迹同比降低约 8%。

在餐厅运营层面，我们对洗碗机、烤箱等常用设备实施节能升级改造。实现了餐厅能源节约。与此同时，我们积极与房东、

当地政府开展合作，让更多门店用上绿色能源。

在行业协作方面，我们于 2023 年发起分布式光伏及虚拟绿电采购联盟，旨在鼓励供应商使用可再生能源。我们向联盟内主要供应商分享绿色能源转型的宝贵经验，提供转型所需的各类资源。2024 年，该联盟实现可再生能源使用量达 270,000 兆瓦时。

在可持续发展的道路上，我们始终坚持创新驱动，秉承 4R（减量，回用，替代，循环）原则，积极探索应用循环经济新模式。自 2023 年起，我们启动咖啡渣回收计划，迈出资源循环利用的重要一步。到 2024 年，我们大力拓展咖啡渣收集网络，将覆盖范围扩大至约 8,700 家餐厅，成功回收约 2,000 吨咖啡渣。不仅如此，我们积极与供应商合作，探索将回收咖啡渣应用于多个领域，例如制造餐盘、吸管以及服装、物流托盘等产品。

始终聚焦食品安全、质量与创新

在百胜中国，每一位员工都怀揣着对美食的热爱，以成为“全球最创新的餐饮先锋”为共同愿景。2024 年，我们在食品创新的道路上继续大步迈进，共推出了约 600 款新品或升级菜品，不断满足消费者持续变化的口味。

确保食品安全和质量始终是我们工作的重中之重。2024 年，我们进一步强化了食品安全风险预警系统。该系统采用尖端的知识图谱和生成式 AI 技术，使我们能够更全面地了解并降低潜在的食品安全风险。百胜中国自豪地成为国内首批将该技术应用用于食品安全的餐饮企业之一。

作为中国餐饮行业的龙头企业，我们也始终关注消费者的健康需求，努力成为健康饮食的引领者。2024 年，我们响应《“健康中国 2030”规划纲要》和《国民营养计划（2017 - 2030）》，凭借领先的食物创新能力和广泛的供应商资源，开发了一系列低糖、低盐的美味菜品，如肯德基的减盐版原味鸡汉堡、必胜客的能量碗和塔可钟的慢炖牛肉活力碗等，让消费者享受美食的同时，吃得更健康。

回馈社区

“长期主义”不仅体现在我们的经营中，也是我们践行社会责任的行动指南。我们聚焦于乡村振兴、健康倡导和社区关怀这三个核心领域，既着眼于实质性的进展，又致力于社区福祉的长远发展。

近二十年来，我们深度参与并全力支持中国乡村发展。我们的旗舰项目“捐一元”已经进入了第 17 年，截至 2024 年底，累计筹集超过 2.7 亿元人民币，为欠发达地区儿童提供了超过 5,800 万份营养加餐，并为 1,500 多所农村学校升级了厨房设施，改善了孩子们的学习和生活条件。

2024 年，肯德基中国三人篮球赛迎来了 20 周年。这一赛事是中国规模最大的三人篮球赛事之一。我们以体育为桥梁，通过举办这项赛事，向广大年轻人传递积极健康的生活方式。

与此同时，我们不断拓展 2020 年启动的食物驿站项目。这个项目将餐厅未售出但仍在保质期内的食物分发给有需要的社区居民，既减少了食物浪费，又传递了温暖与关爱。截至 2024 年底，肯德基的食物驿站项目已覆盖中国 150 多个城市，约 1,000 家餐厅。

全方位积极参与

可持续发展是一项复杂而艰巨的工程，需要创新的解决方案，以平衡员工、顾客、合作伙伴、股东和其他所有利益相关方的需求。展望未来，百胜中国将继续与利益相关方紧密合作，并肩前行，为实现可持续发展目标而不懈努力。在追求发展机遇、为股东创造价值的同时，我们将始终坚守道德和责任，致力于打造一个更可持续的未来。

屈翠容
百胜中国首席执行官



董事会声明

百胜中国通过推动在“可持续餐厅”、“可持续供应链”、“可持续社区”的构建，紧密携手价值链上的利益相关方共同打造负责任的生态体系。

在董事会层面，董事会全面负责监督本公司的风险管理框架。食品安全与可持续发展委员会协助董事会监督本公司有关可持续发展（包括环境与气候相关事宜、供应链及食品营养与健康）的惯例、政策、程序、策略及措施。食品安全与可持续发展委员会亦审阅及监督本公司就其可持续发展措施可能不时制定的目标的发展及实施情况。

本报告已于 2025 年 4 月经董事会审批通过。

关于本报告

本报告是百胜中国发布的第八份可持续发展报告，报告时间范围以 2024 年 1 月 1 日至 12 月 31 日的信息为主，超出以上时间范围的部分信息已在文件中特别标注。

报告的边界包含百胜中国控股有限公司及下属分、子公司。如无特别声明，2024 年温室气体排放包含百胜中国 2024 年合并财务报告范围内的所有活动。“百胜中国控股有限公司”还以“百胜中国”“我们”或“公司”表示。仅为本报告之目的，“中国”指中国大陆地区，不包括香港、澳门和台湾。

百胜中国致力于对标国际最佳实践并提高信息披露质量，本报告遵循《香港联合交易所有限公司证券上市规则》附录 C2《环境、社会及管治报告指引》（以下简称“联交所 ESG 报告指引”）的汇报原则及要求，同时参考全球可持续标准委员会（GSSB）发布的《GRI 可持续发展报告标准》（以下简称“GRI 标准”）以及可持续发展会计准则委员会（SASB）发布的餐饮业报告框架编制而成。具体请参考报告附录（P80-P89）。更多关于报告的说明请参考备注信息¹。

本报告可在香港交易所网站（<https://www.hkex.com.hk>）和百胜中国官网可持续发展网站（<https://www.yumchina.com/sustainability/home/Index>）中查阅。

若对报告有任何建议，请按以下方式联系我们：

电子邮箱：CSR@yumchina.com

地址：中国上海市天钥桥路 20 号百胜中国大厦 6-16 楼

邮政编码：200030

¹ 本报告中除特别注明，财务数据均以人民币为单位。本报告中，关于“中国最大的餐饮企业”的表述，均是按 2024 年系统销售额统计。本报告包括 1933 年证券法（经修订）第 27A 条及 1934 年证券交易法（经修订）第 21E 条所定义之“前瞻性陈述”。我们拟将所有前瞻性陈述予以涵盖于 1995 年美国私人证券诉讼改革法案的安全港条文范围内。您应查阅我们向美国证券交易委员会提交的文件（包括我们的 10-K 表年度报告和后续的 10-Q 表季度报告中“风险因素”和“管理层就财务状况及经营业绩之讨论及分析”部分的内容），以了解可能影响到我们财务业绩和其它结果的因素的更多细节。



2024 年可持续发展亮点绩效

以食为天



>80%

食品和包材供应商获得了全球食品安全倡议（GFSI）认可的食品安全标准认证

100%

全国餐厅卓越经营合规（OEC）审核覆盖率

全年开发 ~600 款

全新或升级产品

全年开展 10,000+ 次

新产品质量评估

以绿为源



首次开展并完成价值链森林、土地和农业（FLAG）相关温室气体排放盘查

>370%

百胜中国全年可再生能源使用量较上年增加

~27万兆瓦时

百胜中国分布式光伏与虚拟绿电采购联盟全年可再生能源使用量

肯德基通过线上“小绿店”累计带动

2,900万+ 人次

参与减碳行动

以人为本



累计向 14,700+ 名餐厅经理（RGM）授予公司股票

为员工提供全职业生涯培训体系并全面升级在线学习平台

天使餐厅累计拓展至全国 60 个城市的 66 家餐厅

100% 的关键供应商参与百胜中国全年供应商企业社会责任（CSR）审核

以爱为先



“捐一元”项目累计筹集 2.7亿+ 元人民币善款

“捐一元”项目累计为欠发达地区儿童提供 5,800万+ 份营养加餐

“肯德基小候鸟基金”累计惠及 600万+ 人次流动、留守和城乡困境儿童

必胜客“扶业计划”累计为农户开展 90+ 场培训

注：累计数据统计截至 2024 年底，其余为报告期内数据。

外部认可



标普全球企业可持续发展评估（CSA）评分
全球同业第一（2020-2024 年）

入选道琼斯可持续发展世界指数（DJSI World）
和新兴市场指数（DJSI Emerging Markets）

中国大陆唯一被纳入 DJSI World
的消费服务行业公司

入选《时代》杂志
“全球最可持续发展企业” 500 强
位列第 142 位

MSCI ESG 同业最高评级
“AA”（2022-2024 年）

Sustainalytics 同业最高评级
“低风险”（2022-2024 年）

中国杰出雇主（2019-2025 年）
全中国排名第二（2025 年）

入选《财富》中国 ESG 影响力榜
（2022-2024 年）

关于百胜中国

百胜中国是中国最大的餐饮公司，以“让生活更有滋味”为使命。肯德基和必胜客是西式快餐和西式休闲餐饮领域的领先品牌。百胜中国与百年意大利品牌 Lavazza 合作，在中国探索及发展 Lavazza 咖啡概念。公司旗下还有中式餐饮品牌小肥羊和黄记煌。塔可钟提供创新墨西哥风味食品。百胜中国拥有世界一流的数字化供应链体系，包括覆盖全国的庞大物流中心网络和自有供应链管理系统。强大的数字化能力和会员计划让公司能够更快触达顾客，提供更好的服务。作为财富 500 强企业，百胜中国的愿景是成为全球最创新的餐饮先锋。

截至 2024 年 12 月底

全年总收入

113 亿美元

在中国

2,200+ 个城镇

经营六个品牌

16,000+ 家餐厅

使命

让生活更有“滋味”

愿景

全球最创新的餐饮先锋

我们的价值观

求真务实的创始人精神

RGM NO.1

提升能力 排忧解难

倾听声音 凝聚人心

尊重关爱

守正创新 做对的事 聚焦创新

热情服务 交付价值

为顾客疯狂

肯德基

必胜客

TACO BELL

小肥羊·回转火锅

黄記煌

三汁焖锅

LAU ALTA



可持续发展战略

作为联合国全球契约组织（UNGC）成员，百胜中国坚定支持联合国《2030 年可持续发展议程》，在致力于为顾客提供安全高品质食物的同时，持续为食物、饮用水质量的提高和空气质量的改善做出努力。我们不断探索可实现经济效益、环境效益及社会效益等多方共赢的新路径，努力追求为人类和地球带来积极的影响。

百胜中国以“打造负责任的生态体系”为可持续发展战略目标，围绕“食品、环境、人”三大支柱，积极构建“可持续餐厅”“可持续供应链”和“可持续社区”，致力于紧密携手价值链上的利益相关方共同打造负责任的生态体系。





我们的管理架构

百胜中国建立了自上而下从董事会到运营团队的可持续发展管理架构。董事会层面，董事会及食品安全与可持续发展委员会至少每年根据战略规划考虑可持续发展相关事宜。2024 年，食品安全与可持续发展委员会举行了两次会议，就食品安全及可持续发展相关事宜进行讨论。

管理层层面，我们成立可持续发展委员会，通过举行季度会议来追踪重大议题的实施情况，评估可持续发展风险以及制定相关风险管理的策略和措施。

我们致力于将 ESG 相关原则融入公司经营决策。自 2021 年起，ESG 措施已被纳入关键绩效指标，用于确定领导团队成员的个人绩效系数。此外，ESG 目标已被采纳作为适用于领导团队成员 2023 及 2024 年年度绩效股票单位（PSU）的绩效目标之一。

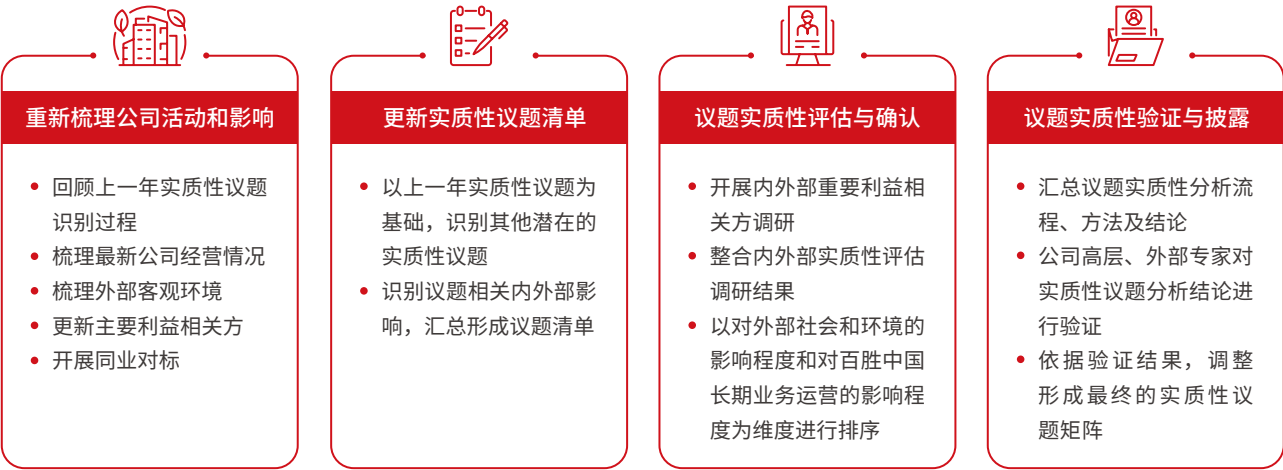
百胜中国可持续发展管理架构



我们的实质性议题

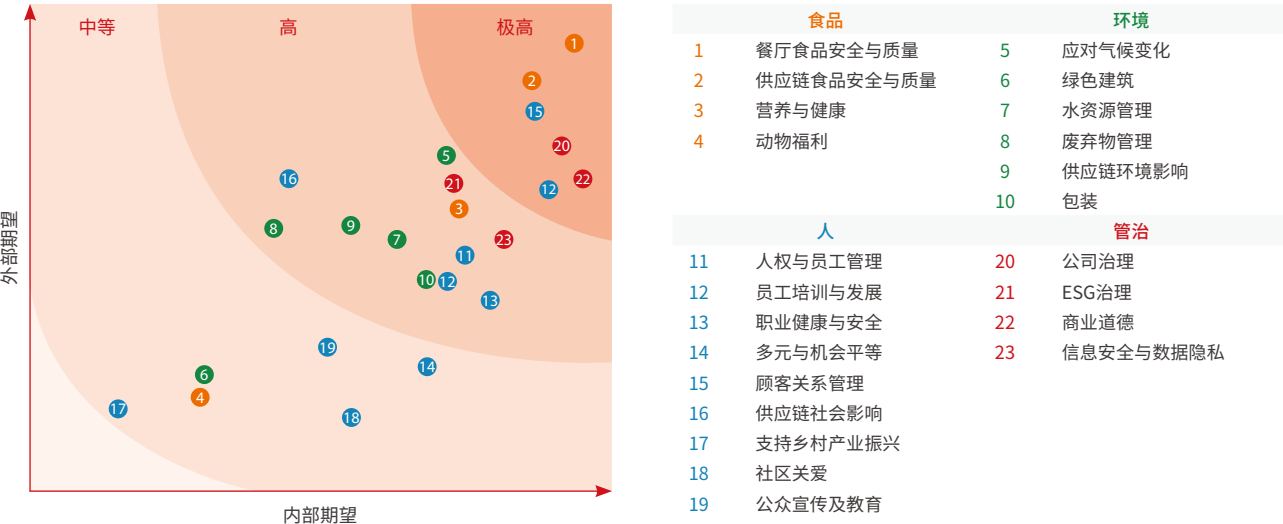
百胜中国将可持续发展相关影响、风险和机遇的管理流程融入内部管理流程，并根据年度实质性议题评估结果确定公司可持续发展的重点方向及行动优先级。同时，我们制定《百胜中国利益相关方参与政策》，致力于与各利益相关方群体保持有效互动，将内外部的期望和要求纳入考量。

百胜中国于 2017 年首次启动实质性议题评估工作，并制定“回顾、识别、排序、验证”的实质性议题评估流程。我们在后续的每一年都会重新审视实质性议题，以确保评估结果反映公司运营情况和利益相关方的考量。



2024 年，我们全面审视公司可持续发展实质性议题。我们基于所处行业特点、行业发展阶段、自身商业模式、所处价值链等因素，在上一年实质性议题的基础上，结合最新监管政策、行业标准及发展趋势，开展同业分析，识别出各类潜在的实质性议题，并对标联合国 17 项可持续发展目标（SDGs），确保公司行动方向与 2030 年全球可持续发展愿景一致。

为确保评估的广泛性和代表性，我们通过线上问卷形式向内、外部利益相关方收集了超过 3,700 份有效回复，经过详尽分析和严格验证，最终确定了涵盖“食品、环境、人和管治”四大层面下的 23 项实质性议题的优先排序。



全价值链可持续发展策略与实践



企业管治

管治架构

百胜中国董事会下设四个常设委员会，包括审计委员会、薪酬委员会、提名与管治委员会、食品安全与可持续发展委员会，负责从不同方面监察经营管理及所在范畴内的相关事务。

董事会多元化

我们相信拥有多元化背景的董事有助于董事会更好地监督本公司的管理及运营，以及从不同角度评估本公司业务模式的风险及机遇。根据我们的《百胜中国董事会多元化政策》，多元化广义上被诠释为不同观点、技能、个人及专业经验与背景，以及以可见或不可见的方式呈现的其他特质，包括但不限于年龄、性别、种族及国籍。就本公司目前的董事而言，约百分之四十二的董事为女性。本公司亦受惠于来自董事会成员不同年龄、性别、种族及国籍的多样性。

风险管理

风险管理体系

董事会全面负责监督公司的风险管理框架，定期审阅对本公司而言可能属重大的风险。为促进其职责，董事会已将特定风险相关责任授予审计委员会、薪酬委员会以及食品安全与可持续发展委员会。

审计委员会与管理层就本公司的主要风险及管理层为监控该等风险所采取的措施（包括本公司的风险评估及风险管理政策）进行重要讨论。审计委员会亦于委员会会议收到管理层就法律及法规风险提交的相关报告。审计委员会定期向董事会提供风险范畴概要连同于审计委员会会议上讨论的任何其他风险相关事项。

同时我们设立一个管理层级别的合规监督委员会，由本公司首席法务官及首席财务官共同领导，由来自多个职能部门的领导组成。合规监督委员会定期召开会议，以监督及审查本公司合规项目的实施情况。

此外，由公司内部审计团队负责人领导的公司内部审计团队定期进行独立的风险评估，包括但不限于审阅管理层的风险评估流程，并据此制定审计计划。公司内部审计团队负责人为合规监督委员会的成员，并直接向审计委员会及首席财务官汇报。

在运营层面，一般而言，我们运营的每家餐厅都由一个管理团队监管，该管理团队由餐厅经理领导连同一名或多名助理经理组成。餐厅管理团队负责各餐厅的日常运营以及确保遵守运营标准。

风险管理流程

我们强调从董事会到运营团队的风险识别和管理的重要性。通过识别公司内外部风险及业务影响，针对所识别的风险，我们积极建立相应的风险管理和合规计划，以帮助公司有效控制或减轻潜在风险，保障公司的长期稳健运营。

 点击查看 [《百胜中国风险管理政策》](#)



合规管理

商业道德

百胜中国《商业行为与道德守则》（以下简称《行为准则》）已获采纳以强调本公司致力于最高的商业行为标准。《行为准则》规定了与本公司最为相关的食品安全和产品质量、礼品、及《反海外腐败法》（FCPA）等领域的具体政策。《行为准则》亦载有员工在保密的情况下申报道德或会计问题、不当行为或违反《行为准则》的资料及程序。《行为准则》适用于本公司全体董事及员工。

 点击查看 [《百胜中国商业行为与道德准则》](#)



举报人机制

我们搭建全面的举报人机制，为员工及供应商开通了多种投诉举报途径，并设专职合规调查部门负责对公司各个层面的商业道德问题进行审阅处理。

我们对举报人个人信息及其提供的举报资料严格保密，严禁任何人对举报人进行任何形式的报复。一旦调查完成，我们将根据不当行为的严重程度采取解决方案和惩戒措施，包括但不限于纪律处分、终止劳动合同以及向司法机关报告。此外，违反《行为准则》的行为也会影响个人绩效的评估，对违反《行为准则》的员工的薪酬产生负面影响。

百胜中国合规问题投诉举报渠道



电话热线（24/7）

中国：400-880-1346
美国：1-800-241-5689



网站平台

员工投诉及诚信合规举报系统（匿名保护）：
www.yumchina.com/compliance
“供应商吹哨人”举报平台：
www.yumchina.com/chuishaooren



投诉信

直接向有关部门或
负责人递交



外部要求

我们每季度开展利益冲突行为检查，以识别与避免与公司产生利益冲突的不当行为。我们要求所有供应商签署《百胜中国供应商行为准则》，旨在确保其在我们进行业务往来时遵守法律规范和商业道德准则。



内部培训

我们要求所有员工每年完成《百胜中国行为准则问卷》并以书面方式证明其已阅读并理解《行为准则》。公司每年面向员工开展线上行为规范系列培训，课程内容涵盖公司行为准则、礼品政策、信息安全、避免内幕交易、《反海外腐败法》等核心合规主题。2024 年，培训覆盖 100% 的全职员工。

知识产权

我们严格遵守知识产权相关法律法规，高度重视知识产权保护。我们打造了具有百胜中国特色的知识产权保护体系，全力维护我们的商誉和品牌形象，及时申请注册保护知识产权成果，并坚决反对侵犯我们权利的行为。

信息安全

我们的合规监督委员会负责协助董事会和审计委员会监督公司的网络安全风险，定期举行会议以讨论网络安全的法律及监管动态，评估本公司新出现的网络安全风险及缓解计划，并确定促进网络安全合规的策略。

我们的信息技术系统通过技术保障及管理措施受到保护。我们采用标准的风险管理方法来检测、识别、评估和减轻网络安全风险，该方法根据国际网络安全管理系统标准 ISO 27001 以及面向资产的风险评估框架开发。为了尽量减少网络安全事件对业务运营的潜在影响，我们制定了事件响应计划，并定期进行测试。我们亦建立了数据安全和个人信息保护框架，包括防止数据丢失、检测及阻止异常账户和活动的措施，以及预防、检测和减少漏洞的系统及流程。我们定期评估为解决网络安全威胁及事件而设计的该等流程和实践。

为了确保数据处理过程中的合规性、安全性和可控性，我们针对不同场景构建了一套完整的“数据安全合规评审流程”，并通过发布各类指引帮助员工理解与应用。我们通过线上与线下结合的方式向公司员工及第三方供应商开展数据与信息安全培训及考核。2024 年，全体办公室员工 100% 完成数据安全相关培训。

截至 2024 年底，
肯德基、必胜客 APP 与官网系统均已获得

**国家公安部信息系统安全
等级保护认证**

肯德基和必胜客 APP 均通过

**国家工信部通信网络安全防护
定级备案**
安全级别为三级

肯德基和必胜客消费者信息
安全管理系统均已通过

ISO/IEC 27001 年度审核



以食为天

对SDGs的贡献



保障食品安全是百胜中国的第一要务,我们着力于建立完善的食品安全和质量管理体系,持续贯彻食品安全文化,致力于为广大顾客提供美味、安全、营养与高品质的餐饮体验。

本章内容

- 🛡️ 享·安心品质 20
- 💓 享·营养健康 25
- 🤝 享·行业共进 28



享·安心品质

打造安心品质，严守食品安全，提供高品质产品是每一位百胜人对顾客的郑重承诺。我们以食品安全文化为基石，建立覆盖全价值链的食品安全与质量管理体系，履行“从农田到餐桌”的食品安全承诺，并依托科技创新不断迭代升级，打造引领行业的数智化供应链。



黄多多
百胜中国首席供应链官

“我们坚信食品安全和质量是百胜中国全员的首要职责，也是我们获得顾客信赖的基础。”

百胜中国食品安全承诺



食品安全和质量是百胜中国头等重要的大事，是企业发展的命脉。



全力打造先进的食品安全体系，为消费者提供食品安全保障。



尽最大努力，主动承担更多的社会责任，在行业发挥引领和标杆作用。

全价值链食品安全与质量管理

上游供应商

- 追溯系统
- 上游管理规范
- 上游评价体系
- 农场备案制度
- 养殖用药备案制度

供应商

- 供应商准入管理
- 供应商培训
- 食品安全与质量审核
- 原材料标准
- 供应商绩效评估
- 食品安全抽检

物流

- 进货查验
- 综合虫害管理
- 食品安全与质量审核
- 冷链管理
- 员工培训

餐厅 / 外送

- 操作标准
- 食品安全与质量审核
- 外送平台和骑手管理
- 员工培训
- 食品防护封签

科技创新

百胜中国食品安全文化—文化筑基

百胜中国将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机制，从董事会及其食品安全与可持续发展委员会到公司各个管理部门，全面监督和保障食品安全管理制度及标准的建立和有效执行。

点击了解更多关于食品安全管理机制的信息



食安文化筑基

百胜中国积极践行食品安全文化，致力于让价值链上的每一位伙伴高度重视和认同食品安全核心价值。我们通过对所有员工和加盟商开展食品安全培训和考核，持续强化食

品安全意识。同时，我们推动和指导供应商的食品安全文化建设，向供应商宣贯百胜中国食品安全和质量理念，共筑行业食品安全生态圈。

员工

公司要求所有办公室员工、餐厅员工至少每年接受一次食品安全培训和考核。要求新入职的办公室和餐厅员工学习并签署《百胜行为准则确认书》和《员工手册确认书》。要求餐厅员工接受严格的岗位培训，了解并认真执行公司食品安全操作标准。

加盟商

我们要求所有加盟商签署《特许经营政策手册》，承诺遵守百胜中国营运手册以及行为、安全和卫生标准，并要求加盟商每年参加百胜中国组织的食品安全培训。

供应商

我们制定《百胜中国食品安全审核》及《百胜中国供应商手册》，要求供应商建立食品安全文化方案，实施和维护各层级的食品安全文化。2024年，我们共开展 19 场质量管理研讨会，参与人次超 1,300，食品安全和法规培训覆盖超 180 家供应商。

亮点案例

“食品安全，同心共护”——百胜中国第四届食品安全文化节

2024 年，百胜中国以“食品安全，同心共护”为主题，用丰富多彩的食安活动，联动办公室员工、餐厅员工、加盟商和供应商共同参与百胜中国第四届食品安全文化节。活动包括 QA 食安金牌讲师争霸赛、“一站到底”食安知识竞赛、“厨房之道”知识科普等。本届食品安全文化节共举办 500 余场活动，发文 110 余篇，联动 50 万人次参与了解。

QA 食安金牌讲师争霸赛

争霸赛采用线上加线下模式，从人气、专业两个维度评估，总计 34 位专家参与评选，超过 4,500 位员工观看。

“一站到底”企业食安知识竞赛

2024 年，“一站到底”食安知识竞赛紧密围绕食安法规、管理和操作等多个领域展开，旨在强化全体员工的食物安全意识。该竞赛吸引了广大员工的踊跃参与，总参与挑战人次突破 34 万人次。

“厨房之道”定期知识科普

2024 年起推出“厨房之道”系列科普活动，通过办公区域的多媒体向员工科普食品安全和营养知识。其中，我们以“百味厨房 食材致胜”为主题，聚焦员工日常生活中最常见的食材，持续推出六期热门话题，让员工在工作休憩之余轻松了解身边的科学常识，将食品安全和营养健康理念融入日常生活。



全链食安管理

百胜中国秉承匠心精神，对价值链的每个环节实施全面监督，涵盖从种养殖、加工、运输、餐厅和外送的全过程，以保障食品安全和质量。同时，我们密切关注食品行业的政策动态，以确保管理策略和标准的及时更新和优化。



上游供应商

我们从源头践行食品安全承诺，要求供应商建立严格的上游供应商审批流程和监控机制，如：持续监控白羽鸡的养殖过程，推动果蔬上游供应商遵循百胜中国良好农业规范（Yum China GAP），以全面评估和控制食品安全风险。

我们的 Yum China GAP 已实现覆盖

100%

生菜、茄果类*、橙子、柠檬、苹果、西兰花、甜玉米基地

* 茄果类基地主要种植番茄、樱桃番茄、青椒、红椒和黄瓜。

供应商

我们建立了严格的供应商准入机制，包括风险评估、资质审查及工厂准入审核，并开放百胜中国质量管理研修院学习平台，要求新供应商在线完成审核标准的学习并通过考核才能进入准入流程。

2024 年，我们持续推进供应商的食品安全体系和能力建设，接受 GFSI 认可的认证标准（如 BRCGS、FSSC 22000 等），其效力与百胜中国食品安全审核等同。

2024 年

>80%

食品和包材供应商获得了 GFSI 认可的食品安全标准认证

300+ 次

供应商食品安全与质量审核

3,300+ 次

原材料食品安全与质量抽检

物流

百胜中国通过量身定制的全球一流物流管理体系，为餐厅提供高效、可靠的物流服务以保障食品安全。截至 2024 年底，我们利用 33 个物流中心将供应物资派送至我们的自营餐厅和加盟店。

2024 年

170 + 次

仓储和运输服务商食品安全和质量审核

餐厅与外送

餐厅和外送的食物安全管理直接影响消费者的健康与安全，是全价值链食品安全与质量把控的重要环节。我们定期对每家餐厅进行不通知式 OEC 审核，涵盖食品安全、产品质量和顾客服务等方面，确保食品在送达消费者之前的每一环节均达到质量和安全标准。我们建立了行业领先的操作标准和流程，并对外送服务团队及第三方合作伙伴严格管理，确保食品安全操作规程的贯彻执行。

2024 年

100% 全国餐厅 OEC 审核覆盖率

针对全年开发的

~600 款全新或升级产品，开展

10,000+ 次新产品质量评估

行业热点

我们持续监测食品行业的法规政策变化，聚焦转基因、动物福利、兽药管理等行业热点，根据食品安全相关风险的重要性和紧迫性调整管控重点。在回应各界关切的同时，积极传播科学理念，分享推广行业最佳实践。

转基因

我们尊重和支持中国的农业发展政策，遵守中国关于转基因农产品的安全评价、审批和管理等相关法规，并要求我们的供应商所提供的原料符合国家规定，持续密切关注相关主题国际研究的新进展以及中国相关法规和标准变化。

● 点击查看 [《百胜中国转基因政策》](#)

动物福利

百胜中国致力于推动“五大自由”动物福利原则，保障动物健康成长，促进农业可持续发展。我们制定了一系列百胜中国动物福利政策并实施肉鸡养殖和屠宰的动物福利审核。同时，我们还搭建协作平台以促进多方交流，持续推动行业动物福利管理水平提升。

● 点击了解更多关于动物福利的信息

兽药管理

对于肉鸡饲料中促生长、对人类重要的抗菌药，我们率先制定逐步去除使用计划。百胜中国已依据农业农村部所制定的相关国家计划，指导国内鸡肉供应商 100% 提前达标。此外，我们为国内肉鸡供应商制定和持续优化其他抗菌药逐步减少使用的控制方案，并指导供应商有序实施。

科技护航食安

百胜中国的强大数字化能力为公司全价值链的食品安全与质量管理提供了新的可能性。我们积极探索并广泛利用先进的数字化和智能化科技，打造引领行业的数智化供应链，推动食安管理变革。



精准及时的食安风险防控

我们深度整合百胜中国 30 多年来在食品安全与质量管理领域积累的丰富经验，构建起内外联通的食品安全大数据生态体系。运用知识图谱、自然语义处理等前沿机器学习与深度学习技术及算法，自 2020 年起精心打造食品安全风险评估与预警管理系统。历经四年持续研发与迭代升级，该系统已成功构建风险预警、风险评估等八大功能模块，各模块效能持续优化提升。



严格的食品追溯与在途监管

我们持续运用 IoT 冷链监控体系保障物流过程中的食安管理，并于报告期内扩展至原料供应商负责的进向物流在途运输监控，探索人工智能生成内容（AIGC）在后台人工监控过程中的替代和助力，实现高效的供应链管理、严格的食品追溯体系和在途监管。



享·营养健康

随着我国经济社会的快速发展，消费者对于营养健康的关注度持续提升，对于饮食的诉求也由“吃得好”向“吃得健康”转变。百胜中国积极响应联合国《2030 年可持续发展议程》“改善营养状况”和“确保健康的生活方式”的目标，

以及中国《“健康中国 2030”规划纲要》《国民营养计划（2017-2030）》，投入研发更营养的产品配方和更均衡的产品套餐，致力于为顾客提供美味与营养兼备的餐饮体验，倡导更营养健康的生活方式。

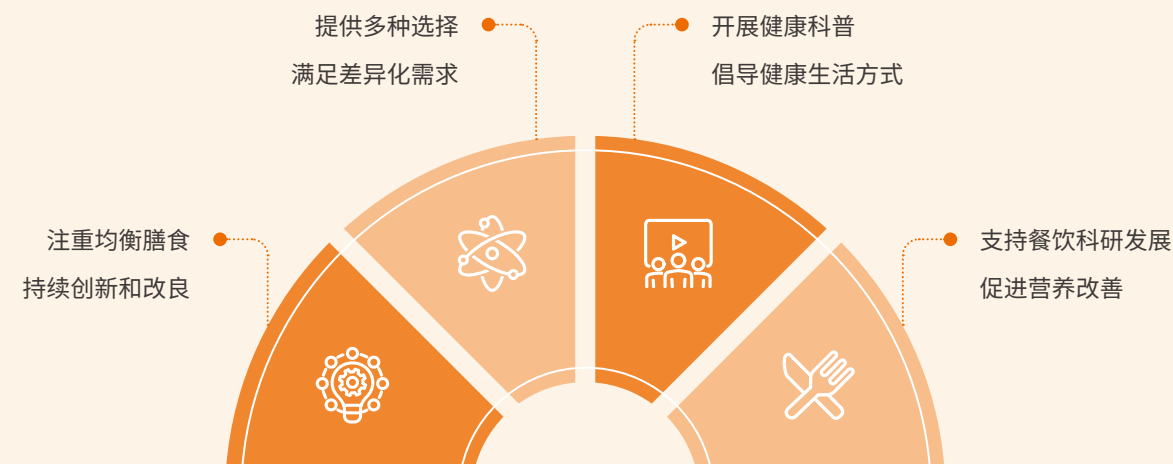
营养健康承诺

百胜中国制定《百胜中国营养健康政策》，明确四个重点工作领域，作出五大营养健康承诺，并通过定期会议机制回顾目标进程，并推动食品营养健康领域的持续创新。

● 点击查看 [《百胜中国营养健康政策》](#)

● 点击查看 [《百胜中国营养健康承诺》](#)

百胜中国营养健康重点工作领域



亮点案例

营养健康数智化管理

百胜中国持续致力于通过自动化、数字化和智能化科技手段，不断升级营养健康管理系统。

2024 年，我们自主研发营养线上管理平台“营养小管家”，通过系统的数据分析，实现百胜中国营养健康承诺的数字化管理。我们根据消费者的需求反馈，基于百胜中国旗下品牌及行业同类产品的基础营养数据，如能量、蛋白质、碳水化合物等关键指标，在平衡消费者口感风味需求的同时，快速组配出更多样化的膳食，更高营养价值的套餐，持续致力于减糖、减盐产品的不断迭代，以推动健康饮食趋势。

多样营养选择

我们致力于合理搭配丰富多样的食材，不断拓宽产品品类，升级产品营养配方，为消费者提供更全面、均衡的营养供给，并以更加丰富、健康、多元化的产品选择满足不同人群的饮食需求。

减盐减糖
健康加倍

在确保产品口味的同时，百胜中国基于科学的营养理念，积极开发更健康 and 美味的食物。2024 年，我们持续优化产品配方，推出一系列减盐减糖版创新产品。



减盐版原味鸡汉堡



肯德基低糖、高蛋白、低胆固醇版帕尼尼



丰富膳食
均衡发展

为了给提供顾客均衡的饮食选择，我们不断拓宽产品原料使用种类，为顾客提供更丰富、健康和多元的产品组合，持续致力于促进中国居民膳食结构的均衡发展。

丰富食材，助力膳食营养改善

2024 年，我们持续为顾客提供多样化的食材组合，例如在产品中运用多种均衡食材、为产品搭配丰富的谷物和蔬菜，从而满足现代消费者在快节奏生活中对便捷与健康饮食的需求，确保他们能够吃得“又快又好又健康”。



- 1 肯德基萃素多多卷
- 2 塔可钟慢炖牛肉活力碗
- 3 肯德基 KPRO 能量碗
- 4 Lavazza 全新植物奶基底的多重浓醇坚果系列咖啡

优质蛋白，兼顾美味与健康

优质蛋白对于儿童成长和成人健康至关重要，肉、蛋、海鲜等产品均是优质蛋白的重要来源。我们通过合理的产品原料搭配和烹饪，满足消费者对于美味食品追求的同时得到优质的蛋白补充。2024 年，我们持续推动多种类别、优质的肉类和海鲜在多款产品中的应用。



肯德基 KPRO 和牛堡



肯德基 KPRO 帕尼尼



必胜客能量碗

小份菜品
合理选择

随着健康饮食意识的提升，消费者在追求营养均衡的同时，常面临点多份菜品导致的能量过剩或浪费问题。对此，我们为消费提供合理的份量选择，在有限的菜品量内提供丰富且均衡营养的美食体验，以满足消费者对热量控制、营养多样性和减少浪费的需求。



必胜客适合一人食用的经典夏威夷风情披萨



黄记煌“一人锅”



小肥羊“一人食”回转火锅

亮点案例

肯德基和 LAVAZZA 产品荣登上海市健康早餐“十佳套餐”榜单

2024 年，为落实《健康早餐指南》，上海市卫健委和市商委联合开展了 2023 年度健康早餐套餐标准推广和套餐评选工作，根据指南中对于营养、口味、价格和受欢迎程度等指标，肯德基和 LAVAZZA 分别有一款早餐套餐上榜 2023 年度上海市健康早餐“十佳套餐”。



享·行业共进

我们长期致力于推动食品安全的社会共识，通过促进行业交流，与监管机构、行业协会和学术界紧密合作，共同营造可持续发展的食品安全治理环境。同时，积极助力全民食品安全及营养知识普及，携手社会各界，为建设健康中国贡献力量。

促进行业食安

作为行业领军企业，百胜中国在中国食品科学技术学会、科信食品与健康信息交流中心、中国烹饪协会、中国连锁经营协会以及上海市食品安全工作联合会等多个有影响力的行业组织中担任重要职务，推进食品安全相关工作。我们积极发挥影响力，联合行业力量，对公开征求意见的食品安全相关法律法规、标准提供专业意见。

与此同时，我们与协会紧密合作，在行业会议中分享食品安全管理经验，致力于食品行业的持续发展。

亮点案例

齐头并进，积极推动行业发展

2024 年，我们在中国食品科学技术学会与国际食品科技联盟共同主办的 2024 年国际食品安全与健康大会分享了“贯穿全价值链的数字化食安实践”，介绍百胜中国 30 多年从农田到餐桌的食品安全系统管理经验，助力行业携手推进食品安全新发展。

报告期内，我们还支持了国家动物健康与食品安全创新联盟主办的第八届中国动物健康与食品安全大会，共同推进全链条的食品高质量发展，食安共治。



2024 年

百胜中国参与提供建议的
国家法规标准和行业标准共

20+ 个



全民食安科普

我们致力于食品安全知识的传播，助力提升全民食品安全意识。

亮点案例

食安科普进校园

2024 年，百胜中国支持上海市市场监督管理局开展食品安全“你点我检”走进爱心暑托班活动。活动通过知识讲解、问答、开放实验室等多种形式普及食品安全知识，提升公众特别是青少年的食品安全意识和社会实践能力，同时鼓励他们积极参与食品安全监管，推动食品安全社会共治格局建设。

亮点案例

食安科普进餐厅

2024 年全国科普日期间，百胜中国携手中国食品科学技术学会通过餐盘垫纸的形式，持续向公众传递合理膳食与健康生活方式科学知识。延续“乐享健康美味 探索科学奥秘”主题，结合深受消费者喜爱的明星产品，讲述了原味鸡美味的奥秘。让顾客在享受酥脆、鲜香的同时，了解食物营养成分在烹饪过程中的变化，体会食品科学无处不在。

截至 2024 年底，
肯德基食品安全科普餐盘垫纸累计触达消费者

1亿+ 人次



以绿为源

对SDGs的贡献



百胜中国始终致力于减少自身运营和价值链上下游活动的环境足迹，携手价值链伙伴，努力实现碳减排目标，共同应对气候变化与生态环境危机带来的挑战。

本章内容

- 护·气候蓝图 33
- 护·自然生态 39
- 护·循环经济 40



我们的环境行动战略



护·气候蓝图

我们积极开展气候行动，力争实现 2050 年价值链净零排放。基于价值链温室气体排放盘查结果，结合业务特性和发展战略，我们确定了减排目标和策略，致力于推动自身及供应链低碳转型以增强气候韧性，收获新的增长动力。

气候风险管理

根据气候相关财务披露工作组 (TCFD) 框架，我们主动识别与气候相关的风险和机遇，包括政策法规、市场变化等转型风险，平均气温上升、水资源短缺等实体风险，并围绕这些风险开展气候相关情景分析。基于分析结果，我们更有效地识别了优先气候行动领域，并针对性制定相应的目标和行动策略。同时，我们还将气候相关风险管理工作纳入企业整体风险管理流程中，不断提高企业对气候变化及自然风险的适应能力和业务韧性。

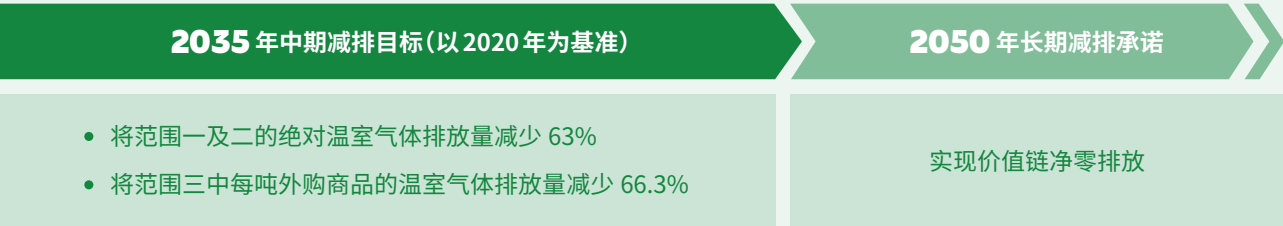
更多气候相关披露信息，详见《百胜中国 2021 年 TCFD 报告》

我们的 2050 净零之旅

2020 年 厘清基线	2021 年 作出承诺	2022 年 设定目标	2023 年 落实举措	2024 年 细分领域
首次开展范围一 / 二 / 三温室气体排放盘查，承诺构筑“零毁林”供应链	正式宣布签署并向科学碳目标倡议组织 (SBTi) 提交《企业雄心助力 1.5°C 限温目标承诺函》，承诺力争于 2050 年实现价值链净零排放	科学碳目标 (SBT) 中期减排目标获批，制定碳转型路线图，发布《百胜中国生物多样性声明》及《百胜中国零毁林声明》	推进低碳减排战略，成立百胜中国分布式光伏及虚拟绿电采购联盟	首次开展 FLAG 相关温室气体排放盘查

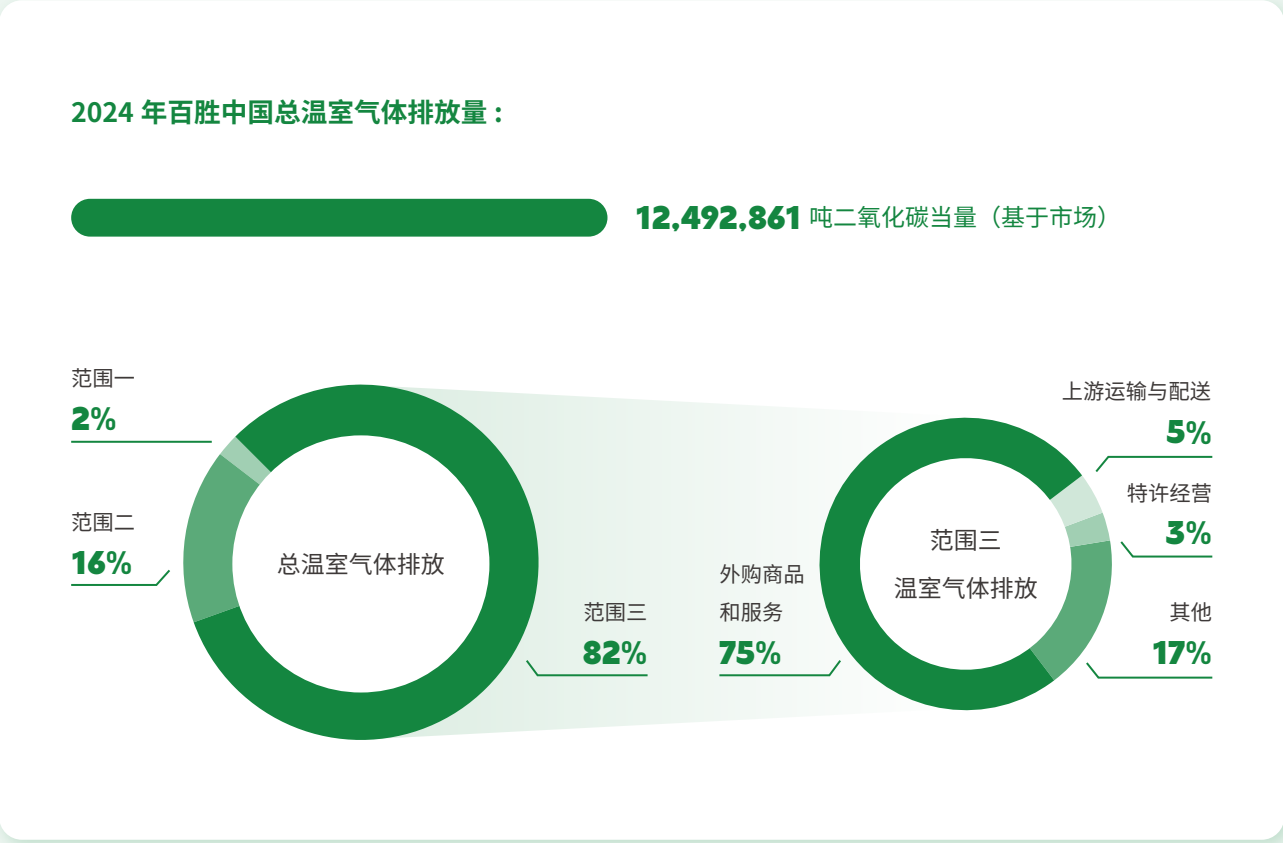
我们的目标

2022 年，百胜中国设立温室气体中期减排目标，并成为中国首家中期减排目标获得 SBTi 批准的餐饮企业。此外，我们还承诺制定长期的净零排放目标，充分体现了我们对《巴黎协定》1.5° C 温升目标的响应与长期承诺，即到 2050 年实现价值链净零排放。



2024 年，我们根据 SBTi FLAG 指南和温室气体核算体系（GHG Protocol）标准，完成公司价值链中的 FLAG 相关温室气体排放的盘查工作，掌握了上游 FLAG 相关温室气体排放的热点及减排机会，为后续进一步减少 FLAG 相关温室气体排放打下基础。

我们的碳足迹



我们的策略

百胜中国将提升能源使用效率、推动可再生能源转型、打造低碳供应链作为实现 2050 年净零承诺的三大战略支柱，并通过设置系统性的机制促进目标达成。

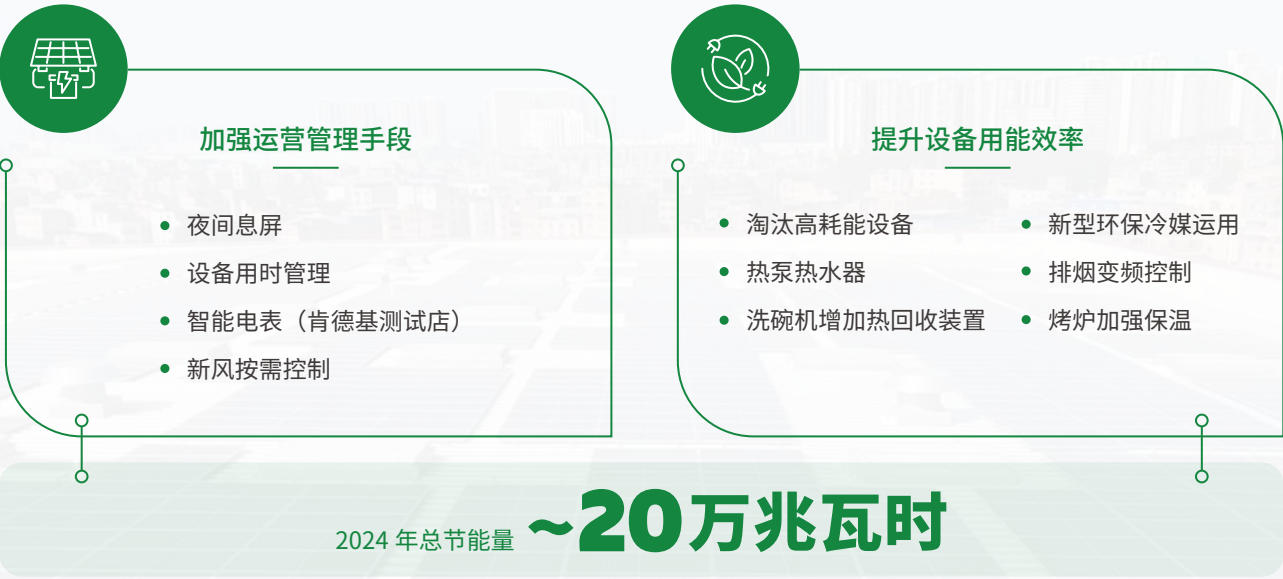


自身低碳运营



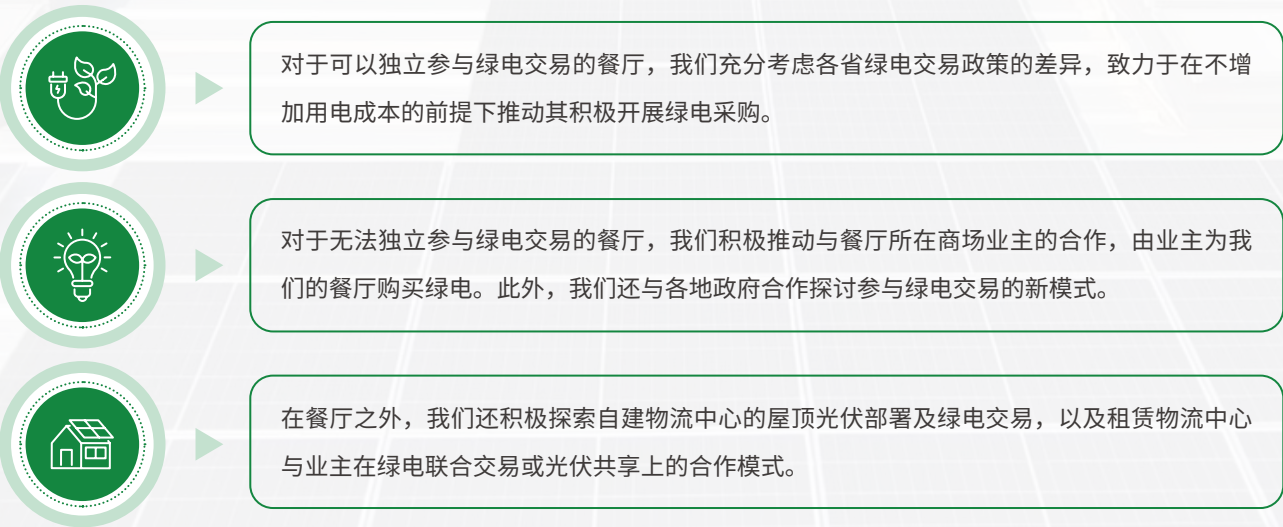
我们通过智能化、高效的运营管理、创新的技术和设施设备，从源头持续减少能源消耗。

百胜中国餐厅节能降耗措施



我们积极在全国 16,000 余家餐厅和 33 个物流中心，不断探索并应用可靠、可负担及可规模化应用的可再生能源，持续优化能源结构。

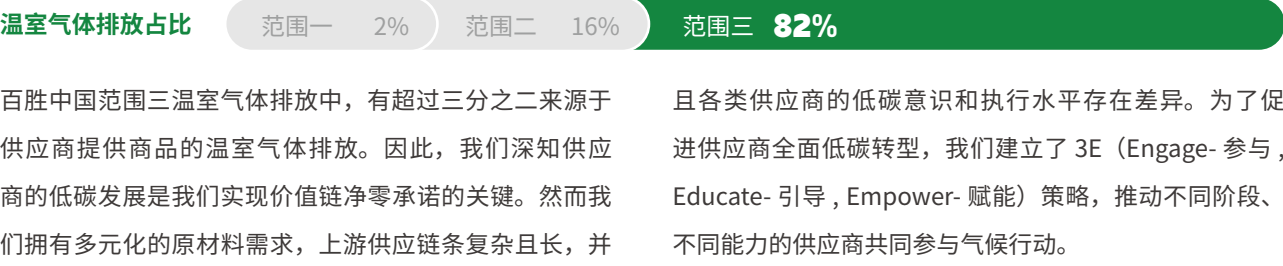
基于全国各省市当地的能源政策和可再生能源可及性，以及我们各个餐厅和物流中心的的不同特点，我们制定了多元化的能源转型策略：



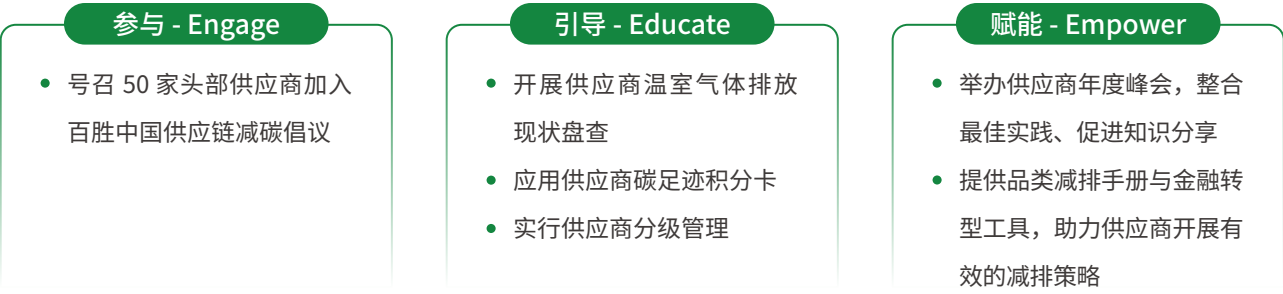
百胜中国可再生能源转型进展



供应链低碳转型



百胜中国供应商低碳转型 3E 管理策略



促进供应商用能转型

针对用能相关碳减排，百胜中国基于供应商能源效率提升实践，提供专业的技术建议，助力其系统化转型。同时，我们积极分享我们试点分布式光伏和绿电交易的成功经验，并联合更多供应商，共享优质资源和经验，共同开展能源绿色转型，以推动全价值链的低碳发展。

截至 2024 年底

已经有 **40+** 家供应商

加入百胜中国分布式光伏与虚拟绿电采购联盟

联盟供应商已实现

~27 万兆瓦时 可再生能源使用量

推动供应商再生农业实践

我们的供应链合作伙伴大多属于土地密集型行业，这使得在供应商所提供商品的温室气体排放中，有约 80% 与 FLAG 相关。

2024 年，我们开展了系统性的 FLAG 相关温室气体盘查工作，并积极探寻减排机会点。通过采购数据估算，我们锁定了六大热点品类，包括鸡肉、牛肉、猪肉、奶制品、薯制品、纸包装。在这六大品类中，我们筛选出各品类排放占比超过八成的 40 余家供应商，并通过一手数据收集，结合实地走访审核，进一步了解供应商减排现状，并提升数据的可靠性，从而首次建立了百胜中国 FLAG 相关温室气体排放清单。

基于上述盘查结果，我们识别出 FLAG 相关排放热点品类及代表性供应商，并对其各环节的排放进行了细致拆解。以此为基础，我们编制并正在完善百胜中国基于自然的解

决方案框架，涵盖各品类国内外先进的减排技术案例，旨在指导供应商实施有效的农业及生产相关减排活动。

同时，我们将 FLAG 减排表现作为考量因素纳入供应商碳足迹积分卡机制中，针对“种植管理、饲养管理、能源使用、废弃物处置”四个重点管理环节，开发了一套再生农业实践成熟度评估工具，用作供应商开展再生农业实践的现状诊断、优化指南及最佳实践参考。例如，对于种植类供应商，评估维度包括农场管理模式、轮作制度、覆盖作物、肥料管理以及能源和废弃物管理措施；对于养殖类供应商，评估维度包括养殖物理空间、饲料投喂方式以及能源与废弃物管理措施。目前，这一框架正在选定的供应商中进行试点应用，以验证其有效性和可行性，并计划根据试点反馈进一步完善和推广。



护·自然生态

百胜中国承诺构筑“零毁林”供应链，制定并发布《百胜中国生物多样性声明》及《百胜中国零毁林声明》，持续加强上游供应链可追溯性，并主动识别和分析供应链潜在环境风险。

点击查看《百胜中国生物多样性声明》和《百胜中国零毁林声明》

自然和森林

我们的原材料获取依赖于自然生态系统。为了减少这种依赖带来的影响，我们通过百胜中国基于自然的解决方案框架鼓励并指导供应商积极开展再生农业实践，并强调提升原材料的可追溯性以降低上游毁林风险，从而减少 FLAG 相关温室气体排放，助力促进自然生态保护和生物多样性恢复。

2024 年，百胜中国对上游供应链开展溯源调查，重点关注了牛肉和大豆（鸡饲料成分）的来源，评估了存在潜在毁林风险的原料。基于调查结果，我们制定了有针对性的零毁林策略，将在完成可行性评估后展开实施。

2024 年百胜中国可持续原材料认证情况

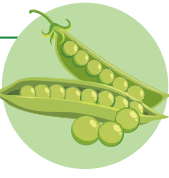
棕榈油

100% 所采购的棕榈油获得可持续棕榈油圆桌会议（RSPO）认证，并可追溯至棕榈油加工厂



大豆

100% 豆浆粉的大豆原材料可追溯



牛肉

100% 牛肉原材料获得外部质量或可持续相关认证 *



纸制品

100% 采购零毁林风险供应商所提供的纸制品
~33%** 森林管理委员会（FSC）认证的纸包装比例



其他产品相关认证

我们鼓励供应商获得可持续渔业相关认证，包括海鲜管理委员会（MSC）认证、水产养殖管理委员会（ASC）认证以及最佳水产养殖规范（BAP）认证



水

餐饮行业运营涉及食材处理、烹饪、清洁等环节，需大量用水。我们与世界资源研究所（WRI）合作，对运营地水资源风险程度进行评估。基于评估结果，我们在高水资源风

险的运营地优先开展节水设施设备的更新和升级，持续减少餐厅平均用水量。截至 2024 年底，我们已在全国餐厅部署共约 830 台无水解冻柜和约 12,000 台新型餐厅洗碗机。

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

** 数据基于包装重量统计。

护·循环经济

百胜中国秉承 4R（减量，回用，替代，循环）原则，积极探索应用循环经济新模式，致力于打造“零废餐厅”。我们制定包装、食物浪费与废弃物管理的目标与战略，并通过从“源头高效利用”和“末端循环再生”的方式，最大

程度实现“物尽其用”。此外，我们将绿色循环的理念融入供应链管理与消费场景，发动更多价值链上的伙伴开展循环实践，助力构建更加可持续的生态体系。

可持续包装

我们认为推广可持续包装方案不仅能够减少资源消耗，还有利于成本节约与效率提升。为此，百胜中国制定《百胜中国包装战略》，同时发布了包装可持续发展相关承诺，

并从包装减量、循环回用和材料替换三个方式着手，积极采取多项举措，推动承诺的实现，以减少相关环境足迹。

点击查看《百胜中国包装战略》

百胜中国可持续包装承诺	2024 年进展
到 2025 年，不可降解塑料包装重量与 2019 年基线相比降低 30%	开展中
所有面向顾客的塑料包装可回收利用	已完成
到 2025 年，100% 纸包装获得 FSC 认证	开展中，~33%

2024 年，我们从取消非必要包装、最大化包装功能两大方向，采取多种方式持续推动包装可持续性。

取消非必要包装

公司对所有产品的包装需求进行了全面评估，在不影响消费者体验的前提下，取消了不少必要的包装层，从而减轻环境负担。

最大化包装功能

为了提升资源利用效率，我们设计并推广多用途包装解决方案，致力于实现“一物多用”，即同一个包装组件能在不同场景下使用或承担多种功能，避免局限于单一固定用途。

报告期内，肯德基和必胜客成功优化并减少了约 20% 的包装品类，其他品牌的包装品类也实现了不同程度的优化。这些改进显著提升了包装使用的效率，在追求环境效益的同时也为公司带来了更高效的供应链管理和运营效益。



食物损耗与浪费

当今社会，粮食浪费问题正在受到广泛的关注。作为行业的领导者，百胜中国正积极应对这一挑战，将食物耗损与浪费管理贯穿于从源头采购到末端处置的每一个环节。

我们基于科学的管理方法，不断探索和应用创新技术和模式，力求最大限度地减少食物损耗和浪费，并不断发掘成本节约与效率提升的机会。2024 年，我们启动了两项旨在减少食物损耗和浪费的创新项目试点。通过实时监测产品销售数据，我们能够迅速调整系统规则，灵活延长售卖时间，避免因超出预定销售时段而导致的食物浪费；针对季节性或限时产品，我们采用先进的算法预测下架时的食材余量，并结合促销活动，确保尽可能消耗剩余库存，进一步降低食物浪费的可能性。

亮点案例

肯德基食物驿站

秉承“珍惜粮食，物尽其用”的理念，我们于 2020 年开创餐饮行业“食物驿站”公益模式。该模式旨在将店内超过最佳赏味期但仍在保质期内的余量食物免费提供给有需要的社区居民，旨在向大众普及节约粮食理念，并助力提升有需要的人群的生活品质，展现了我们应对食物浪费的承诺。

2024 年世界粮食日，百胜中国旗下品牌肯德基在中国消费者协会指导下，联合供应链伙伴在全国逾 100 座城市超 160 家食物驿站无偿派送 20,000 份余量食物礼包。

2024 年 11 月，在凤凰网行动者联盟 2024 公益盛典中，肯德基中国凭借“食物驿站”项目，被评选为“年度十大公益企业”。



截至 2024 年底

肯德基食物驿站已累计拓展至

150+ 座城市

覆盖 **~1,000** 家餐厅

废弃物回收

在餐厅的日常运营中不可避免会产生食物残渣和厨余垃圾。我们积极倡导并实践创新有效的废弃物管理模式，不断提升咖啡渣、废弃油脂等餐饮废弃物的资源化利用水平，致力于构建闭环应用的循环再生产业链，助力废弃物资源化利用产业的发展。

咖啡渣

为了有效处理咖啡渣，我们致力于构建一套从餐厅前端回收后端资源化利用的高效咖啡渣回收处置体系。我们在全国范围内的肯德基餐厅开展了系统性的咖啡渣回收工作，并在后端建设专业的咖啡渣处置中心，负责将收集来的咖啡渣进行资源化处理。2024 年，我们的咖啡渣资源化回收体系在国际包装创新论坛“蓝星计划”可持续发展包装大赛中荣获“回收循环利用方案奖-金奖”。

在建立回收体系的基础上，我们积极探索咖啡渣在多个领域的创新应用，将其转化为具有市场价值的产品。报告期内，我们成功开发含咖啡渣成分的围裙并推广至全部肯悦咖啡门店。此外，我们将咖啡渣作为部分原料，回用于生产一次性生物可降解塑料吸管和餐具。同时，我们正在进行试点测试，研究如何将咖啡渣用于制造塑料物流托盘和周转箱，以期在未来实现更广泛的工业应用。未来，我们还将继续深入探索咖啡渣作为环保材料在餐饮、酒店、航空、商超和便利店等多个行业的应用机会。



截至 2024 年底

咖啡渣收运网络已覆盖

~8,700 家肯德基餐厅

共收运咖啡渣

~2,000 吨



百胜中国咖啡渣资源化应用



吸管
餐具



咖啡炭
服装



周转箱



活性炭
滤芯



物流
托盘

餐厨废油

餐饮行业在日常运营中会产生大量废弃油脂，若处理不当，会对环境造成严重污染。我们积极开展餐厨废油资源化利用项目，自 2019 年以来逐步扩大餐厨废油转化为生物柴油的试点范围，并持续探索废油在可持续航空燃料（SAF）、船运燃料领域的应用。

我们积极助力国家建立生物燃料产业链。报告期内，我们参加了国家能源局在北京开展的 B10 车辆生物柴油试点项目，其中部分试点原料来自于肯德基及必胜客餐厅回收的餐厨废油。此外，我们计划于 2025 年参与国家能源局在上海的 B24 船燃生物柴油试点。

2024 年，我们继续回收餐厨废油，其中近 50% 的餐厨废油被转化为生物柴油。此外，其余餐厨废油还会被转化为润滑油、工业用油、以及其他用途。自我们四川生物柴油试点项目成立以来，截至 2024 年底项目已累计将约 5,700 吨餐厨废油转化为生物柴油，同时我们也正逐步将该项目推广至其他省市。

其他厨余废弃物

我们同样在其他厨余废弃物处置方面积极寻求资源化利用的创新方案。2024 年，我们启动了厨余废弃物饲养黑水虻以作为水产饲料的试点项目，并同步研发将厨余废弃物转化为水溶性肥料的技术以用于蔬菜种植，致力于实现厨余废弃物在农业领域的高效循环利用。

可持续消费倡导

我们认为倡导可持续消费推动了企业可持续发展和消费者可持续意识与生活方式发展的双赢。它不仅顺应了消费者对可持续生活方式增长的关注，彰显了企业的积极行动，同时也激励企业持续推进可持续转型。

百胜中国致力于搭建覆盖从原材料采购、物流运输、生产、消费以及循环利用的全链条可持续消费达成路径。在供应端减少因自身运营产生的环境影响，在需求端向消费者普及并引领更可持续的消费及生活方式，从而推进供需两端双轮驱动，加速打造可持续生态体系。

我们致力于推动企业内外部可持续消费意识提升。对内，我们积极开展绿色办公实践，通过低碳环保主题培训提高员工绿色低碳意识，启发员工依托公司和品牌的影响力带动更多消费者和社会公众共同参与气候行动。对外，我们上线了肯德基“自然自在”系列活动等多样丰富的绿色低碳主题活动和产品，向公众倡导可持续的生活方式。

自然自在
此刻正好

亮点案例

开展环保共创，助力公众随手拥抱循环生活

作为在中国拥有超四亿会员的餐饮品牌，肯德基不仅自身践行低碳环保，更把绿色理念融入产品研发和各类消费场景，发动更多人一起轻松拥抱可持续的生活方式。

肯德基推出线上小绿店，通过攒碳豆换优惠券和碳豆排名等方式，激励消费者开展“线上自助点餐”“选择不需要一次性餐具”“学习低碳用餐和垃圾分类知识”等低碳的餐饮消费行为，助力品牌减少温室气体排放。

自 2021 年上线至 2024 年底，

线上“小绿店”累计带动打卡参与用户

2,900万+ 人次

带动用户完成减碳任务

~6,700万 次

为地球减少温室气体排放

~150 吨



2024 年，肯德基推出又一款“零碳”产品——满杯生椰拿铁。该产品在全生命周期产生的温室气体排放会通过“肯德基‘自然自在’碳中和林”中和。此外，肯德基在世界地球日联名潮流品牌 GOODBAI 推出环保时尚的背包周边，并号召和鼓励消费者用废弃物制作背包的搭配饰品以及纸巾盒等日常用品。



以人为本

百胜中国始终秉持“以人为本”的理念，时刻关注企业价值链所牵动的每个利益相关方，将“人”的需求视为企业发展立足的核心，与员工携手同行、关爱相伴，为顾客提供卓越的用餐体验，与供应商共建高质量产业链，持续推动企业的可持续发展，创造社会价值。

对SDGs的贡献

3

良好
健康与福祉

4

优质教育

5

性别平等

8

体面工作和
经济增长

本章内容

- 筑·关怀职场 49
- 筑·品质服务 59
- 筑·责任采购 60

Yum China



我们的“以人为本”企业理念

以人为本

为企业发展
保驾护航



员工

- 科技赋能
- 人才培养
- 员工关爱
- 多元、平等与包容
- 职业健康与安全



顾客

- 提升顾客体验
- 负责任营销



供应商

- 创新供应商管理
- 智能物流体系
- 负责任采购



筑·关怀职场

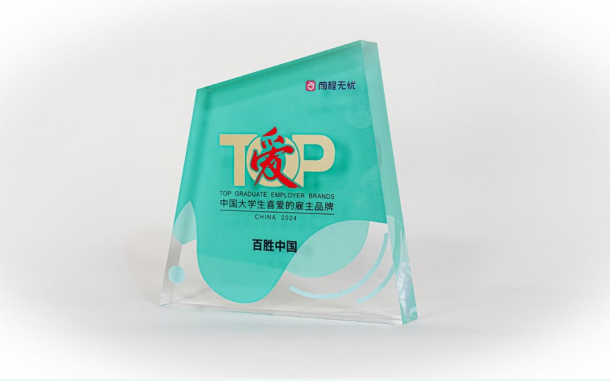
作为中国餐饮行业的领军企业，百胜中国拥有庞大的员工基数——35 万余名，其中约 90% 为餐厅一线员工，我们始终秉持“以人为本”的理念，将公司的经营战略与员工的期望相结合，打造公平、关爱和自豪的工作环境。我们重视员工的发展与成长，为每一位员工提供平等的发展机会，为他们及其家庭提供全面的关怀和保障，使他们为自己的工作感到自豪，与公司共同成长。同时，我们也致力于为门店所在的社区、经营的价值链乃至社会创造广泛的就业机会。

餐厅经理（RGM）是服务顾客的一线核心人员，他们的工作直接影响到顾客体验，并且更直接了解顾客的想法和市场的动态。百胜中国始终坚持“RGM No.1”的宗旨，我们重视倾听餐厅经理的需求，并围绕他们的问题推进各项工作，积极为餐厅经理解决实际问题，增强他们对公司的认同感，从而更好地响应市场需求，提升顾客体验。

Top Employer 中国杰出雇主（2019-2025 年）
连续第七年荣获“中国杰出雇主”称号，
行业第一，全国第二



前程无忧
2024 年“中国大学生喜爱雇主”



屈翠容
百胜中国首席执行官

“我们的目标就是要服务好一线员工，跟一线员工的链接无比重要。我们要确保可以感受到、也努力地听到一线的声音，帮助餐厅经理解决问题，提供全方位一站式的支持服务。”



丁时彦
百胜中国首席人力资源官

“百胜中国的 35 万余名员工筑起了公司战略的护城河，使公司业务具备韧性和增长能力。在构建未来人才战略的过程中，我们将始终以可持续发展为愿景，用科技赋能，坚定对员工的关爱承诺，并为行业树立卓越的标杆。”

构建可持续高效人才队伍

百胜中国通过科技赋能和战略性人才培养，构建了一支可持续高效的人才队伍，以应对市场多变的挑战。我们利用人工智能和数字化工具优化运营，减轻一线员工负担，提升工作效率。同时，我们通过特色招聘项目和校企合作，加强人才储备，满足业务发展需求。此外，我们建立了系统的培训体系，为员工提供全方位的培训资源，支持员工在各个阶段的发展，确保百胜中国在激烈的市场竞争中保持人才优势。

科技创新赋能员工

百胜中国拥有庞大的一线员工队伍，这为我们规模化利用数字工具提供了巨大潜力，同时，我们的经营战略也促使我们积极探索科技创新赋能员工的机遇，快速响应一线的需求，简化餐厅经理的工作流程，减少部分繁琐工作的负荷。作为数字化转型的先锋，我们深知科技创新能够有效帮助员工提升工作效率，进而推动业务和人才的可持续发展。我们积极投资建设数字化基础设施，实现了多流程的集中化和模块化管理，支持餐厅实现高效运营。

数字化基础设施赋能一线员工

员工招聘

我们的每个职位常常收到上万甚至数万份的简历投递，餐厅经理过去需要花费大量时间筛选简历以及面试候选人，为减少餐厅经理招聘工作负荷，我们将这部分职责通过集中招聘平台转移至后台支持部门。不仅通过 AI 工具对简历进行初筛，而且上线了人机协同面试功能，简化招募流程，节省了大量的招聘时间，提升门店招聘效能。



员工培训

我们将大多数的培训工作转移至线上，通过“K-learning”和“魔百优学”在线学习平台为员工提供岗位培训及其它丰富的在线学习资源。



AI 工具

超级大脑是一套智能化的分析工具，包含 AI 数据分析以及 AI 决策功能，通过抓取门店的相关经营数据，由超级大脑进行分析与决策，为门店的日常经营提供更准确的指导。例如通过人工智能进行销售预测、库存管理和人力资源调度，不仅帮助门店快速决策，还能识别成本节约与更多效率提升的机会。



亮点案例

基于 AI 的集中招聘与流程优化

我们在 2023 年底上线了门店集中招聘流程，旨在集中处理分散于各个门店的日常招募工作，减少餐厅经理的工作负担。同时，我们将数字化工具嵌入集中招聘平台，增加 AI 简历筛选、AI 候选人沟通、AI 面试等功能，提高整体招聘效率。报告期内，近 80% 的餐厅招募需求已通过集中招聘平台完成。此外，我们进一步将集中招聘平台的功能及 AI 应用延展至入职到培训的全流程支持。AI 赋能的集中作业有效提升了人员到岗效率，持续为一线员工减负，帮助餐厅经理得以更专注于餐厅的经营与顾客体验的提升。

集中招募人事流程



系统亮点

- 搭建人力池，提供人力资源盘活、推荐工具，特别在人才匮乏区域提升简历检索效能
- 满足人才内推和外推需求，最大程度激发候选人资源
- 优化系统工具，配合集中化流程落地，释放餐厅管理组工时
- 利用 AI 工具优化流程提升效率：候选人投递简历后两小时内即完成面试安排

远程门店管理

我们通过远程门店管理系统提升餐厅经理同时管理多家门店的效率，使其不必往返于各个门店之间，而是直接通过线上即可了解不同门店的实时经营状况，提高管理效率，确保门店运营的一致性和质量。



智能穿戴设备

我们为部分员工提供智能手表等智能穿戴设备，使他们可以高效管理餐厅的实时点餐及服务流程，从而确保服务质量。



经营管理工具

除了以上的这些数字化基础设施，我们还为餐厅经理及一线员工提供一系列的数字化经营管理工具，涵盖了销售、外送、仓储、设备及人力等各类餐厅涉及到的日常经营工作，充分简化餐厅经理的工作流程，提升管理效率。



培养行业先锋人才

夯实人才储备

我们深知就业是民生之本，也是建设富裕繁荣社会的重要组成部分。百胜中国主动担当，以为年轻一代提供就业成长机会为己任，每年走进校园，为心怀梦想的学子们提供就业指引与岗位机会。



百胜中国 2024 餐厅招聘季线下活动

走进 **85** 个城市

开展 **100+** 场宣讲

吸引 **40,000+** 名学生参与

亮点案例 第二届“百胜创星杯”

2024 年 9 月，百胜中国举办第二届“百胜创星杯”食品创新大赛，旨在为学生们提供一个实践研发培训平台。在专家的指导下，参赛者们从消费者需求、食材、包装、营销等多维度进行食品研发的思考，研发出了一系列独特的创新产品，进一步培养学生的创新创业思维与技能。

本次大赛吸引全国 **31** 所高校

380 组参赛团队参与



培育员工能力

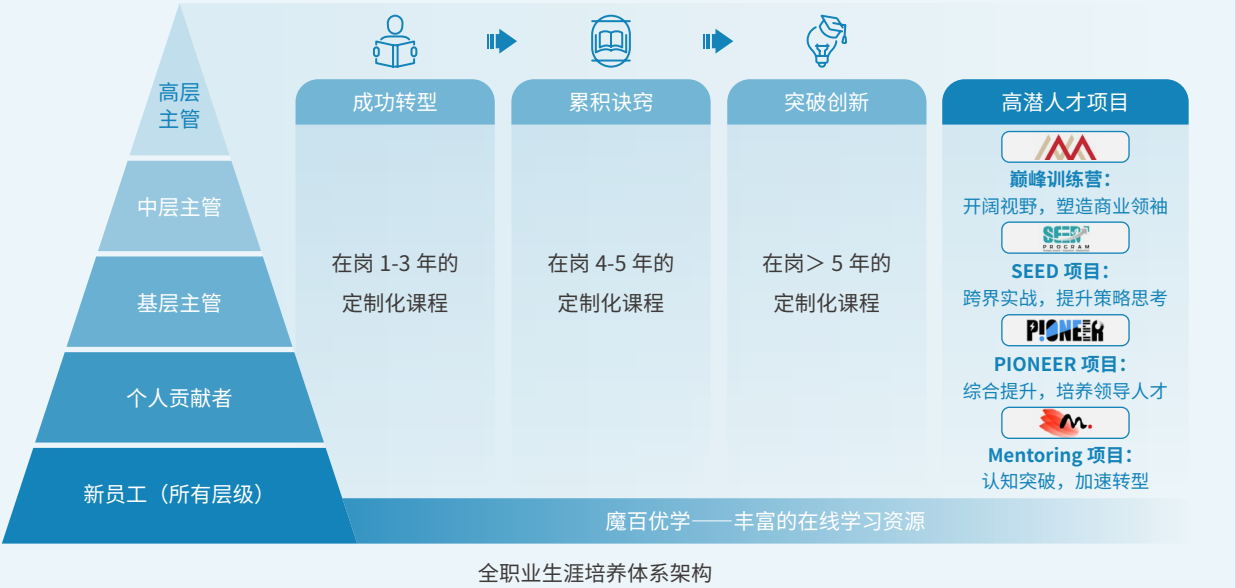
百胜中国重视员工的成长与发展，支持每一位员工不断追求更高的职业梦想。我们持续投资员工能力，以前瞻视角为员工构建全职业生涯人才培养体系，赋能员工不断提升职业竞争力，在助力员工实现个人价值的同时，为企业可持续发展注入持久动能。



亮点案例 百胜中国人才全职业生涯培养体系

2024 年，我们基于最新人才战略打造并推出百胜中国人才全职业生涯培养体系，旨在帮助员工主动思考自我发展，提升个人雇佣力，同时进一步推动了公司高潜人才的加速培养。

该培养体系基于各职业发展阶段所需具备的核心能力，为不同梯队的员工制定高匹配度的人才培养和学习发展策略和计划。基于该培养体系，我们全面升级了在线学习平台“魔百优学”，围绕五大核心能力，覆盖四个职业发展阶段，结合线上学习和线下研讨的方式，打造 14 项课程模块下超过 40 门课程，确保在不同职业阶段的员工能够根据自身发展需求找到合适的学习资源，支持员工在各个职业阶段的成长。报告期内，共有 91,280 人次参与相关培训。



为了帮助员工更好地适应数智化浪潮下不断变化的市场需求，2024 年，我们定制化了 AI 相关学习课程，通过 15 场专项培训赋能超过 30,000 人次员工学习并应用 AI 工具，帮助他们持续增强自身的可雇佣能力，助力公司把握数字化转型机遇。

此外，公司还通过“圆梦计划”为员工提供继续教育的机会，支持他们获得更高学历，并对符合资格的员工发放奖学金，为更多员工铺就通往梦想的阶梯。

截至 2024 年底

圆梦计划已推广至全国

~20 个市场

3,800+

名员工获得职业技能认证

3,000+

名员工获得了继续教育补助，并取得了高等教育学历证书

百胜中国旗下肯德基品牌凭借人才培养方面的创新实践
荣膺中欧商业在线“2023-2024 未来管理人才培养卓越奖”



提升员工幸福感与自豪感

百胜中国通过有竞争力的薪酬制度和精细化的福利保障机制，确保员工得到支持和保障。

员工福祉

百胜中国始终致力于提升员工福利体验，为员工提供全方位的福利保障。“YUMC Care”福利项目提供全面的员工关怀。2024 年该项目持续围绕个人健康、家庭健康、财务健康和社会健康四大福利范畴，推出了一系列新举措，为员工提供多层次、全方位的福利保障。

福利假期

- 员工参与公司组织的公益及志愿者活动均可获得相应调休假期。

日常关怀

- “Fruit Day”福利活动，定期为员工提供丰富多样的下午茶。
- 在原有的自费体检升级套餐基础上，另外新增了单项自费选择，以满足员工的个性化体检需求，同时全面实现个人健康告知和保险核销流程的线上化，提升了核保流程效率。



家庭关怀

- “百胜专属父母意外险”保障范围从员工的父母拓展至其配偶的父母，为员工提供更全面的家庭保障。同时开展了针对员工子女的“暑期少年品格成长营”活动，关爱员工子女。

心灵关怀

- 员工帮助计划 (EAP) 线上平台“答心”于 3 月正式上线，员工可以通过预约心理咨询、学习心理课程、了解身心资讯等功能为工作和生活赋能助力。

亮点案例

关爱一线：共享成长与回报

我们持续深化对一线员工的关怀，致力于为员工及其家人提供更高质量的福利保障。我们优化了餐厅管理团队的医疗保险福利，不仅为餐厅经理提供了高达 100 万元人民币的医疗保障，还将这份关怀延伸至他们的父母，并为他们提供重大疾病保险。

除此之外，我们不断扩展福利覆盖范围，于 2025 年初启动的“安心计划”，向超过 20,000 位餐厅楼面经理提供全面、便捷、经济实惠且覆盖面广的健康保障选项。同时，我们仍在持续探索更大的福利覆盖范围，努力守护好每一位餐厅伙伴。

薪酬激励

我们秉持“以绩效结果和业务影响付薪”的理念，为员工提供具有竞争力的薪酬待遇，肯定和奖励员工的辛勤付出和杰出表现。

发展晋升

依托于完善的培训体系及绩效管理，我们得以培养出行业领先的员工。在公司有高层职位时，我们坚持优先考虑内部员工，100% 餐厅经理、区经理、区域经理、市场总经理为内部晋升。我们为员工提供了清晰的晋升通道，不同职能不同职级的员工，都可以通过阶梯式的培训计划获得明确的晋升路径。例如，我们为营运团队打造了“接力棒计划”人才发展项目，并为营销和供应链团队定制了为期二至三年的管理培训生快速发展计划，这些项目均培养出众多优秀的行业领袖。

倾听心声

我们提供多元、畅通的员工沟通渠道，公司每两年开展一次员工敬业度调研活动，同时也不定期通过多种形式接收员工的建议并予以反馈，确保每位员工的需求和意见都能得到充分表达与尊重。

2024 年，公司多次通过职工代表大会接受职工代表们的审议，听取建议，对人力资源管理的具体规章制度和政策进行制定和修改。工会在表达员工诉求方面也发挥重要作用，截至 2024 年底，已有超过 90% 的员工自愿加入工会。除上述沟通渠道外，公司也在行为决策过程中积极倾听员工声音。报告期内，我们邀请员工参与讨论百胜中国企业价值观的迭代，并认真听取他们对公司发展的建议。

截至 2024 年底

累计向 **14,700+**
名餐厅经理授予公司股票

聚能创新 笃行致远



亮点案例

聆听一线：回应每一份期待

我们致力于构建一个开放的沟通环境，确保每位员工，包括一线员工的意见都能被听见和重视。报告期内，我们为一线员工搭建了直接对话的平台。百胜中国首席执行官屈翠容与管理层团队深入各地餐厅，与员工进行面对面交流，倾听他们的心声，了解并帮助他们解决在工作中遇到的实际问题。

这些交流涵盖了优化运营流程、提升顾客体验以及增强员工关怀等多个方面。通过这种深入的一线互动，我们不仅加强了上下级之间的理解与联系，也展现了公司对员工意见的高度重视。



亮点案例

致敬奋斗：不负每份努力

荣誉是对努力的最好见证，也是激励前行的动力源泉。11 月，一年一度的冠军盛典在中国三亚举行，我们为 2024 年最优秀的餐厅经理和区经理分别颁发了“冠军俱乐部”“金哨奖”荣誉，并邀请获奖伙伴的家人们一起见证这个荣耀时刻。

12 月，以“聚能创新，笃行致远”为主题的 2024 年百胜中国餐厅经理年会在中国香港盛大举行，11,000 余名来自全国各地的餐厅经理和区经理欢聚一堂。百胜中国首席执行官屈翠容和各品牌总经理均对餐厅经理过去一年的努力和成就给予肯定，并为做出杰出贡献的餐厅伙伴进行颁奖。



营造平等包容的企业氛围

百胜中国为员工提供平等包容的工作场所，鼓励每一位员工实现其个人价值，并将守护员工的健康和安全放在首要位置。

保障健康与安全

我们深知保障员工职业健康与安全是企业义不容辞的责任。我们始终致力于打造健康、安全的工作环境，通过完善的保障措施为员工的职业发展和幸福生活保驾护航。

我们成立职业健康安全管理委员会监督相关目标的达成情况，并设立工作小组推动管理体系的高效执行与持续改善，预先识别安全风险，制定标准化的安全规范，明确线性化的安全责任，确保每个成员都成为公司职业健康安全管理的责任人。在餐厅运营的公共场所，我们采取严格的保障措施，定期检查升级员工防护设备，开展工作场所安全审查，并为餐厅员工提供一系列操作培训，充分保障餐厅员工及顾客的健康与安全。在工伤事故处理方面，我们建立了完善的处理流程与指引，全面保护员工权益。

在办公场所中，我们不断强化安全保障措施。2024 年 4 月，我们为约 30 名持有美国心脏协会（AHA）颁发的相关急救证书的员​​工，开展了复训活动，同时，我们通过办公室消防演习提升员工的逃生技能，并检验应急方案的可行性。

关爱残障人士

我们始终致力于为残障人士提供平等的就业与发展机会，为他们打造无障碍且友善包容的工作环境。肯德基的“天使餐厅”公益助残模式，为全国各地的残障人士提供平等发展的就业机会。截至 2024 年底，百胜中国扶持就业的残障人士 1,700 余人。我们还通过“天使圆梦计划”为“天使员工”提供一系列资助政策，帮助他们提升职业技能、接受高等教育。

维护性别平等

我们坚信多元背景的员工能够激发组织活力，因此积极打造多元、包容、无歧视的工作环境，提供平等机会，让所有员工都能够实现个人价值。人力资源部门主导制定相关政策并监督实施情况。同时，我们定期开展相关培训课程，帮助所有员工在多元包容与平等的工作环境中成长。

作为联合国“赋权予妇女原则”（WEPs）签署企业成员，我们坚持为每一名员工提供平等的工作和晋升机会，践行同工同酬原则，每年对薪酬和福利系统进行审查，确保员工作出的贡献获得平等的回报。

点击查看《百胜中国人权政策》《百胜中国零容忍政策》《以人为本 - 多元化与平等机会政策》

从 2020 年起，
已实现餐厅管理组及办公室
员工年度健康体检覆盖率

100%

餐厅员工健康
证明覆盖率

100%

截至 2024 年底，
天使餐厅落地全国

60 城
66 家餐厅

2024 年百胜中国服务组
员工性别（小时）收入平均
数及中位数差异为

0

点击查看《百胜中国职业健康与安全政策》



筑·品质服务

百胜中国秉持“为顾客疯狂”的服务理念，始终将提升顾客体验作为所有工作的出发点，不断超越顾客期待，驱动持续增长。为此，百胜中国建立内部工作机制，通过月会定期探讨并推动顾客体验优化。

提升顾客体验

作为中国最大的餐饮企业，百胜中国每年服务超过 20 亿人次的消费者。我们始终将顾客满意度放在第一位，用心聆听顾客心声。我们将顾客评分结果作为考核门店绩效的重要标准之一，并设立多层级的顾客投诉处理机制，明确投诉处理责任人和处理的用时标准；同时，积极运用 AI 技术，致力于实现及时有效地处理消费者反馈。此外，为了更好地服务顾客，我们通过简化、集中和自动化餐厅运营关键流程，减轻餐厅经理的负担，使他们能够专注于提供卓越服务。



亮点案例

百胜中国消费者洞察平台

我们致力于通过数字化创新技术更快洞悉消费、及时响应消费者需求。在自行研发客户体验调查系统（GES）、客户服务平台（CSP）之外，我们于 2024 年打造百胜中国消费者洞察平台，进一步拓宽顾客的反馈收集渠道。该平台利用生成式人工智能（GenAI）高效总结顾客留言，在品牌活动上市当天进行小时级更新，帮助业务部门及时发现问题和采取措施调优改善，实现“疾速洞察”。

目前，AI 客服每天能够为百胜中国处理超过 15 万次消费者沟通。在辅助人工方面，AI 客服能够快速归纳、总结消费者诉求，辅助客服更快速、更精准地回复，整体效率提高 10%。

坚守负责任营销

我们制定并遵守《百胜中国负责任营销政策》，承诺始终坚守诚信原则，绝不夸大我们的产品及服务对社会和环境的正向影响。我们成立了营销传播委员会，由食品创新、食品安全、法务、市场营销等多职能团队组成，负责审查我们的营销传播内容，以确保符合法律法规与百胜中国政策。此外，我们定期针对相关员工开展负责任营销培训，以确保员工及时知晓最新的审核要求及法律法规的变更。

点击查看《百胜中国负责任营销政策》

筑·责任采购

我们相信互惠共赢的供应链生态系统是百胜中国实现稳健增长的重要保障。我们持续强化供应链的韧性，确保稳定、可靠的商品供应，为提升顾客体验夯实基础。我们践行责任采购理念，在关注价值链每一个人的权益和福祉的同时，持续推动供应商合规水平提升。我们坚持本地采购，全方位赋能供应商发展，并助力产业升级和地方经济增长。

百胜中国供应链管理重点

全面的
食品安全管理

- 涵盖上游供应商、供应商、物流、餐厅、外送의端到端食品安全管理（具体请见“[以食为天](#)”章节）

创新的
供应链管理

- 拥有超过 800 家独立供应商，采取集中采购模式，不断提升供应链韧性
- 积极发展本地采购，提升供应链效率，助力地方经济增长
- 全面赋能供应商，提升产品供应质量，并促进产业升级

智能化的
物流体系

- 物流网络涵盖 33 个物流中心，车队规模超过 40,000 辆，服务超过 2,200 个城镇，16,000 余家餐厅
- 应用自动化及智能化技术，提高运输管理效率，打造低碳物流体系，同时保障食品安全与质量

负责任的
采购实践

- 制定《百胜中国供应商行为准则》并要求所有供应商签署
- 对所有重要供应商开展 CSR 审核，确保其符合百胜中国的责任采购标准
- 与供应商合作开展节能减排工作（具体请见“[以绿为源](#)”章节）



创新的供应链管理

保障稳健供应

为了保障供应链的稳定性和多样性，我们致力于构建多元化、高质量的供应商体系，确保大部分采购产品有多家供应商可供选择，并对关键食材签订长期批量协议，从而降低供应中断的风险。我们严格执行供应商资格认证流程，设定详细的采购要求，并通过集中采购的模式提升供应链的可靠性和稳定性，以进一步增强业务韧性。

亮点案例

百胜中国发布供应商线上公开招募平台

为构建更具韧性的供应链生态，百胜中国推行创新采购策略，于报告期内上线了供应商公开招募管理平台，向优质企业发出合作邀请。该平台简化了传统供应商的招募流程，提升了透明度与公平性，为更多供应商提供了合作机会。

自推出以来，该平台已吸引了来自不同地区的 30 多个品类的供应商申请，覆盖现有品类的三分之一以上，进一步丰富了百胜中国供应商资源库，助力提升供应链稳定性。

扶持产业发展

作为餐饮行业领军者，百胜中国凭借领先的管理经验和丰富的资源优势，积极带动上下游企业共同发展，引领行业迭代升级，构建互利共赢的供应链生态系统。

我们积极与中国本土供应商开展合作。截至 2024 年底，我们的供应商网络中有超过 99% 的供应商来自中国本土地区，为当地经济增长和就业带来正面影响。除了为供应商提供业务机会之外，我们在管理方法、技术支持、市场推广等方面积极向供应商分享资源和经验。与此同时，供应商也以高质量产品反哺给我们，双方形成互惠共赢的合作关系。

亮点案例

推动中国白羽鸡产业升级

禽类是我们最主要采购的原材料之一。巨大的需求量意味着我们能够获得对中国禽类产业产生积极影响的独特机会。

我们推动供应商将具有更短生长周期的优质品种——白羽鸡引入中国市场，并为中国白羽鸡养殖提供建设性意见。我们与一家本土战略供应商紧密合作，支持他们成功开发了白羽鸡“曾祖代”种鸡，并推动该供应商白羽鸡由作坊式的生产逐步升级到自动化的一条龙产业。

智能化的物流体系

智能化的物流体系是百胜中国供应链的重要支撑。我们持续推动数字化和智能化技术应用，致力于提供一站式全链路物流服务，以实现库存合理化、智能运输网络规划、创新采购管理以及食品安全风险评估，从而在提升供应链管理效能的同时，降低员工工作负荷，并减少物流体系的环境足迹。

库存与仓储管理的智慧化转型

我们致力于利用先进的数字化手段革新库存与仓储管理，实现产品、物料及原材料的自动化实时库存监测，并借助 AI 技术优化库存补充策略。我们的西安物流中心已在 2023 年实现完全自动化运营，采用自动引导车（AGV）、自动搬运机器人、自动化立体仓库（ASRS）和货到人拣选（goods-to-person picking）等先进的技术，使存储空间增加 55%，拣选效率提升 70%，显著提升物流效率并简化人工操作。



物流路径规划的智能化升级

在物流运输规划方面，我们正在进行 AI 驱动的智能网络规划，旨在通过该技术提出最有效的物流解决方案。目前，该试点网络模型已经覆盖了 60 个仓库、100 多个发货点、近 400 个收货城市，提供超过 300 万条的运输路线选择，实现货物的高效配送，同时减少物流运输的碳排放。



亮点案例

百胜中国最大自建供应链中心启用

2024 年 9 月，百胜中国正式启用了其位于上海嘉定的自建供应链管理中心。该中心集成了自动化物流系统、先进的自动化存储和检索系统，以及屋顶分布式光伏等前沿技术，致力于打造一个高效、智能且环保的运营典范。该中心不仅满足了百胜中国旗下品牌在华东地区的供应链服务需求，更为百胜中国在全国范围内的冷链整合提供了重要支点。



负责任的采购实践

百胜中国坚定履行负责任采购承诺。我们要求所有供应商在与公司开展业务前，签署《百胜中国供应商行为准则》，承诺遵守一切适用的法律法规，并自觉履行企业社会责任和环保责任。

参考国家相关法律法规以及国际标准，我们制定百胜中国供应商 CSR 审核评价标准，并通过第三方专业审核机构每年进行现场审核，从而有效管理供应链风险。

此外，我们也鼓励供应商参与国际主流的供应链可持续性评估，以提升他们的可持续发展表现。

百胜中国供应商 CSR 审核流程

	步骤1	步骤2	步骤3	步骤4	步骤5
评估流程	卷面自我评估	线上培训	独立第三方现场 CSR 审核 – 初审	纠正预防行动计划提交	独立第三方现场 CSR 审核 – 复审
2024年结果	100% 关键供应商参与	参与 CSR 审核的供应商 100% 培训参与率	428 家供应商接受 CSR 审核，较去年增加 10% - 覆盖了 100% 的关键供应商 - 初审通过率 97%	100% 审核后的纠正预防行动计划提交率	未通过初审且仍继续合作的供应商 100% 完成复审

点击查看《百胜中国供应商行为准则》《百胜中国供应商行为准则 -ESG》



以爱为先

扎根中国37年来，百胜中国始终不忘回馈社会的使命，从未停下公益慈善的步伐，迄今已打造了一系列独特、持久、暖心的公益项目。

本章内容

-  促·乡村振兴 68
-  促·美好社区 70
-  促·文明健康 73

对SDGs的贡献





“仁心正行”
核心价值观与社会共享共赢

乡村振兴

- 营养** 改善偏远乡村儿童的营养健康
- 教育** 推动乡村数字化教育发展
- 扶业** 助力乡村产业振兴



社区关爱

我们用爱回馈社区，长期支持青少年健康成长，为有需要的群体提供力所能及的关爱，为公众普及安全教育，构建和谐友爱社区友邻



健康倡导

我们开展各类营养科普活动，支持运动赛事，倡导“吃动平衡”的健康生活方式，并以产品和门店为载体，积极弘扬传统文化，推动文化自信



在全社会助力推广“随手公益”理念，用力所能及的方式践行公益，与时俱进地用创新方式传递爱心和善行



百胜中国始终秉持“仁心正行”的价值观，致力于在乡村振兴、社区关爱、以及健康倡导三大领域产生积极和深远的影响，以向善之心积极回馈社会，用己所长为社会发展贡献更多力量。

“长期主义”是百胜中国公益体系核心理念之一。旗舰公益项目“捐一元”已迈入第 17 年；肯德基连续 20 年举办中国中学生 3×3 篮球联赛；肯德基“天使餐厅”“小候鸟基金”“食物驿站”、必胜客“扶业计划”等公益项目也都持续开展超过五年。此外，百胜中国持续探索创新的公益参与形式，通过打造系统的平台提升公益参与的便利性，开展丰富的活动提升公益参与的积极性，致力于实现“人人公益”“随手公益”。



屈翠容
百胜中国首席执行官

“好的公益始于善意，但长于创新，需要持之以恒才能聚沙成塔。”



2024 年责任 100
“最佳责任企业品牌”



2024 年《公益时报》社
第八届中国公益年会
“年度中国公益企业”



2024 年慈善大典
“年度慈善榜样”



促·乡村振兴

基于对不同地区受助者需求和不同时代背景下社会问题的精准洞察，百胜中国也在不断推动公益项目模式的创新，从“捐一元”到“扶业计划”，全方位提供针对性的解决方案。

关爱乡村儿童福祉

为弥合城乡发展差距，全面推动乡村儿童发展事业，百胜中国与中国乡村发展基金会（原中国扶贫基金会）连续 17 年深耕“捐一元”项目，不断拓宽参与渠道、链接多方爱心力量、深化帮扶维度，打造了一套覆盖线上和线下，既便捷又灵活，兼具仪式感和趣味性的公益参与体系。



拓宽参与渠道

2024 年，肯德基、必胜客、塔可钟、Lavazza 品牌特别推出爱心套餐为“捐一元”助力，顾客每购买一份爱心套餐，我们就会捐赠一元钱支持“捐一元”；通过肯德基和必胜客的在线点餐渠道参与“随餐捐”，消费者可力所能及为乡村儿童献爱心；百胜中国旗下小肥羊、黄记煌品牌，继续通过餐厅互动的形式，邀约顾客参与献爱心；百胜中国全国各大市场通过开展“公益市集”等创新活动，持续推广全民公益精神。





链接多方力量

同时，今年项目以“致敬捐一元背后的你”为主题，向爱心链条上超过 1.5 亿人次“一元侠”们致谢。这其中，也包含了百胜中国的 35 万余名员工。每年夏天的“捐一元”全国募捐季，也是百胜中国的“全员公益月”，员工们秉持“随手公益”的理念，充分发挥向善心与凝聚力，从自身辐射到家庭，再到更广泛的社会群体，帮助项目汇聚了更强大的公益力量。



深化帮扶维度

作为“捐一元”的另一重要帮扶板块，数字化课堂自开设以来不仅为乡村学校提供了电脑设备等硬件上的支持，更重要的是通过开展编程培训课推动编程教育普及，旨在激发乡村孩子们对数字化的兴趣，让他们也有机会参与到数字化变革的新时代，探索人生更多无限可能。2024 年，在“捐一元”数字化课堂项目的帮助下，来自甘肃省乡村地区的五名小学生在第六届 ICode 国际青少年编程竞赛中国区决赛中取得了一金三银一铜的好成绩，“科技之光”正在照亮乡村。



截至 2024 年 12 月底

“捐一元”项目累计募款

2.7 亿+ 元

吸引消费者参与募捐

1.5 亿+ 人次

为欠发达地区儿童提供

5,800 万+ 份营养加餐，并为

1,500+ 所乡村学校

配备现代化爱心厨房设备，并在

620+ 所乡村学校，为

780+ 名教师提供编程培训

累计覆盖

17 省（自治区）

受益儿童

100 万+ 人次

项目于 2024 年荣获南方日报
“年度十大公益品牌奖”“南方公益传播奖”
和 2024 蒲公英奖
“第十一届中国创新传播大奖 - 可持续发展类”

扶持乡村产业振兴

百胜中国始终秉持“授人以渔”的理念，支持乡村发展，发挥行业引领作用。必胜客自 2018 年推出“扶业计划”以来，通过精准扶业模式，为当地农户提供完善的培训与实践平台，因地制宜地解决种植地问题，有力促进农民增收，助力当地乡村产业发展。

2024 年，必胜客“扶业计划”持续推进“产学研”模式，在贵州施秉火龙果种植专属地块，升级“扶业小屋”，设置标准化火龙果种植培训室、乡村振兴赋能项目培训中心，以及必胜客新零售餐食体验专区，在拓宽农产品销售渠道的同时，也成为带动当地文旅业发展的创新契机。

通过充分发挥农业专家常年驻村的优势，“扶业计划”截至 2024 年底，为农户开展了 90 余场培训，覆盖 700 多名参与者，并分享了详细实施方案和技术，帮助农户提升火龙果的产量与品质。在推动火龙果标准化种植的同时，“扶业计划”敏锐捕捉到互联网时代农业营销的新趋势，将农户直播培训纳入扶业体系，提升农户的网络销售能力，为当地农户带来了实实在在的经济收益。





促·美好社区

百胜中国及旗下品牌结合自身遍布全国的门店特点和优势，将企业经营发展和公益慈善事业深度融合，探索可持续的公益模式，助力打造美好社区。

关爱青少年与儿童

由百胜中国肯德基携手中国儿童少年基金会共同创立的“肯德基小候鸟基金”

持续关注并致力于提升流动、留守及困境儿童的生活状态。2023 年项目启动“小候鸟基金困境儿童关爱升级计划”，将关爱半径延伸至城乡困境儿童群体。2024 年，项目进一步携手各级妇联组织，共向全国 14 个省份的 1,000 名困境儿童发放关爱基金，并动员爱心志愿者组成“小候鸟好友团”，进一步为孩子们构筑庞大坚实的关爱网络。此外，项目推出“小候鸟家长亲子学院”，由心理、教育等行业专家定制系列线上课程，帮助提升家长与子女间的沟通方式，引领亲子双方共同成长。



截至 2024 年底 “肯德基小候鸟基金”

已累计捐赠

4,000 万+ 元

捐赠童书

110 万+ 册

惠及

600 万+ 人次

流动、留守和城乡困境儿童



南方周末筑梦者公益大会

“2024 年度公益贡献奖”



新周刊 2024 中国年度新锐榜荣誉盛典

“优化生活·社会责任践行奖”

此外，肯德基和必胜客利用餐厅网格化优势，为公众提供免费的公益阅读资源，如为儿童餐随餐派发童书的肯德基“小书迷王国”

；在餐厅打造公益阅读空间的必胜客“悦读食光”

等，由点及面地将关爱辐射至一个个具体的社区和个人。

致敬“她力量”

百胜中国不仅在职场中支持和促进性别平等，同时致力于推动全社会女性的多元化发展，促进女性力量在全社会范围内被更广泛地“看见”。2024 年妇女节期间，肯德基、必胜客在多地餐厅以美食为媒介，开展女性主题沙龙、献礼祝福等特别策划的活动，致敬来自公安、交警、教育、医护、新闻等各行各业的女性，传播“她力量”精神。

助融无障碍社会

百胜中国作为社区好邻居，依托于庞大的门店基数与品牌影响力，多年来通过“天使餐厅”助残模式，鼓励残障群体挖掘自身潜能，以更优质的服务融入社会、回馈社会。2024 年，肯德基天使餐厅进驻 18 座新城市，累计为数百位残障人士提供工作机会和成长空间，为残障群体打造了一片发挥个人潜力的广阔舞台，全面促进平等、友爱、共融的社会氛围。



尊重每一个生命

百胜中国始终秉持善待动物的理念，倡导动物与人自然和谐共生发展。2024 年，必胜客继续深化与“它基金”的合作，在全国 18 座城市落地了 21 家“必胜客 x 它基金动物友好公益主题餐厅”，开展多场“为爱伸出圆手”公益活动，推出萌宠爱心套餐、宣传科学养宠知识，致力于通过品牌影响力带动更多消费者关注动物保护话题。同时，通过套餐捐款等方式持续支持“必胜客 x 它基金流浪动物关爱计划”，倡导“领养代替购买”的理念，为流浪动物保护公益事业贡献爱心。



普及安全教育

2024 年，百胜中国继续支持开展“安全科普知识进万家”互联网主题宣传活动。截至 2024 年底，项目已在上海、北京、广州、杭州、郑州等 19 个城市，累计打造了 41 家应急 / 消防科普主题餐厅，开展应急科普活动超过 600 场，加强全社会对消防安全的认识和参与。

亮点案例

消防日：安全科普

山东省消防救援总队联合百胜中国旗下肯德基和必胜客品牌，于 2024 年 11 月 9 日——全国第 33 个消防日，在山东 16 地市的部分餐厅开展了一场别开生面的消防安全科普宣传活动，通过多种创新形式使消防安全知识变得触手可及。双方还举办了“开学第一课”等消防安全体验营，致力于提高全民的消防安全意识和自防自救能力，助力创建和谐稳定的消防安全社会。



促·文明健康

百胜中国通过倡导均衡膳食和支持运动赛事，持续向公众倡导均衡膳食、吃动平衡的健康生活方式，并在精心打造更多元的餐饮体验的同时，巧妙融入传统文化元素，为消费者带来别具一格的文化体验。

推广营养科普

百胜中国结合自身的餐饮实践经验，持续积极助力全民健康教育科普推广工作和营养健康的创新实践。

2024 年

190 篇公益科普推文 / 视频

1,700万+

浏览总阅读量



亮点案例

百胜餐饮健康专项基金

为促进平衡膳食和改善中国城市居民餐饮行为，百胜中国建立中国营养学会科研基金——百胜餐饮健康专项基金，持续资助以“餐饮营养健康”为前提，与“在外就餐”“健康餐厅建设”“城市居民健康”相关联的科学研究项目或健康调查研究项目。2024 年，该基金针对符合当下发展趋势的三大主题开展优先支持，包括餐饮数智化相关研究、《中国学龄儿童膳食指南》在餐饮行业的宣教与效果评估、以及城市居民在外早餐的调查研究。

截至 2024 年底，资助金额

2,600万+ 元

100+ 个

科研基金资助项目

亮点案例

肯德基专属全民警养周餐盘垫纸

2024 年，第十届全民警养周以奶豆添营养，少油更健康为主题，响应《中国居民膳食指南 2022》平衡膳食准则第三条多吃蔬果、奶类、全谷、大豆和第五条少盐少油，控糖限酒。活动期间，肯德基设计专属餐盘垫纸，向消费者科普营养健康相关知识，助力全民警养周，同时将营养议题与低碳议题连接，协同推进人与自然的和谐、健康发展。



肯德基专属全民警养周餐盘垫纸



亮点案例

青少年食品安全与营养健康科普教育活动

百胜中国结合自身公益资源，积极提供支持，提升青少年食安鉴别能力，养成健康的生活习惯。我们携旗下肯德基品牌与中国关心下一代工作委员会教育中心、中国健康教育中心、中国教育报共同举办青少年食品安全与营养健康科普教育活动。

2024 年，活动升级模式为“校园多样化科普+实践”，联动全国各地中小学资源，进一步拓宽项目的社会化普及面，相继走进了南京、重庆、福州等 10 个城市的近 70 所学校，并深化城市校园主题日巡回活动质量，全新推出“食安营养科普角”，升级“青少年食品安全与营养健康科普作品征集”评判标准，评优作品在主办单位中国关工委教育中心网站上进行展示。

活动自 2016 年启动至 2024 年底，

已累计在全国

87

个城市

举办科普教育活动总计

830+

场

线下活动累计直接参与

46万+

人次



推动文化自信

百胜中国一直秉持着弘扬中国传统文化的使命，不断通过升级产品、丰富餐厅体验以及文化周边的打造等多种维度，借品牌影响力让年轻一代参与到中国文化遗产事业中来，坚定文化自信、助力文化发展。2024 年，肯德基和必胜客以餐厅门店为媒介，结合非遗文化，推出“西餐厅里的中国年”、龙舟快闪店、“博物苏州 自在江南”主题餐厅、故宫主题店与主题包装等特色活动和创新消费场景，丰富消费者的文化体验，弘扬中国传统文化的魅力。



倡行运动健康

我们通过举办体育主题活动和赞助体育赛事，带动更多顾客与社会公众参与体育运动，助力全民健身事业发展。

亮点案例

肯德基三人篮球赛

2024 年，肯德基三篮迎来 20 周年。从 2004 年初创时的摸索前行，到如今成为人们谈及国内青少年三人篮球运动时绕不开的名字，肯德基三人篮球赛用 20 年的时间超 300 万篮球少年提供自我展示与成长的舞台，助力着中国体教结合事业的发展。凭借三篮项目，百胜中国肯德基获得了 2024 年度南窗社会价值年度盛典之“年度社会价值企业奖”。

今年，肯德基三人篮球赛自 9 月启航，历经城市赛、分区赛的层层筛选，最终汇聚于西安进行全国总决赛的巅峰对决，整个赛事跨度近三个月，覆盖了全国 25 个省、直辖市，36 座城市，吸引了超过 1,500 所学校、近 14,000 支队伍积极参与。



亮点案例

必胜客“扬帆必胜”帆船赛事

2024 年，必胜客连续七年携手青岛国际帆船周·青岛国际海洋节，探索“餐饮+体育”模式的无限可能，以餐饮为媒介，传递积极健康的生活态度。9 月第十六届青岛国际帆船周·青岛国际海洋节期间，“扬帆必胜”项目通过参与帆船比赛赛事、提供餐饮支持、开展“扬帆必胜”环游记活动等多元化举措，全方位为赛事注入活力，推动帆船文化的普及与发展，全面弘扬体育精神。





附录

可持续发展承诺与进展

目标与承诺		2024年进展
以食为天	餐厅与物流中心的食品安全和质量审核覆盖率达 100%	✔ 已完成
	办公室、餐厅和物流中心员工的食品安全和质量培训覆盖率达 100%	✔ 已完成
	食品和食品接触包装材料供应商的食品安全风险评估覆盖率达 100%	✔ 已完成
	百胜中国营养健康承诺 - 肯德基、必胜客和塔可钟的儿童餐 100% 符合中国营养学会发布的《餐饮业提供学龄儿童正餐营养指导原则》 - 肯德基、必胜客和塔可钟的轻食餐 100% 符合中国烹饪协会发布的《轻食营养配餐设计指南》 - 肯德基、必胜客和塔可钟的产品 100% 不含源自氢化和部分氢化植物油的反式脂肪 - 以 2020 年为基准年，于 2030 年将薯条、番茄酱、冷冻芝士减盐 700+ 吨 - 以 2020 年为基准年，于 2030 年减糖 4,500+ 吨	开展中
以绿为源	力争实现 2050 年价值链净零排放 科学碳目标中期减排目标 - 以 2020 年为基准年，于 2035 年前将范围一及二的绝对温室气体排放量减少 63% - 以 2020 年为基准年，于 2035 年前将范围三中每吨外购商品的温室气体排放量减少 66.3%	开展中
	以 2020 年为基准年，于 2025 年前将自营餐厅单店平均能源间接温室气体排放量减少 20%	✔ 已完成
	到 2025 年底，实现所有新建物流中心的可用屋顶 100% 光伏覆盖	开展中
	到 2025 年，餐厅的单店平均用水量与 2017 年基线相比降低 10%	✔ 已完成
	到 2030 年，餐厅的单店平均食物损耗与 2020 年基线相比降低 10%	开展中
	到 2025 年，不可降解塑料包装重量与 2019 年基线相比降低 30%	开展中
	所有面向顾客的塑料包装可回收利用	✔ 已完成
	到2025年，100%纸包装获得FSC认证	开展中 ~ 33% 所用纸包装获得FSC认证
	100%所采购的棕榈油获得RSPO认证	✔ 已完成
以人为本	女性员工比例不低于 50%	✔ 已完成
	女性聘用、培养、晋升、保留比例不低于 50%	✔ 已完成
	残障人士安置比例保持全职员工人数的 1.5% 以上	开展中 100% 符合国家相关法规要求
	关键供应商的 CSR 审核覆盖率达 100%	✔ 已完成
以爱为先	鼓励员工参与志愿者服务	开展中

关键绩效数据表

指标	单位	2024	2023	2022
以食为天				
供应商食品安全与质量审核	次	300+	500+	470+
主要原物料食品安全抽检	次	390+	400+	350+
餐厅食品安全与质量审核（OEC 审核）	次	27,700+	22,000+	21,200+
餐厅微生物抽样检测	次	120,000+	100,000+	89,000+
以绿为源				
直接温室气体排放（范围一）	吨二氧化碳当量	220,101	187,156	165,197
能源间接温室气体排放（范围二）（基于位置）	吨二氧化碳当量	2,057,158	2,024,512	1,740,134
能源间接温室气体排放（范围二）（基于市场）	吨二氧化碳当量	2,036,762	2,020,460	1,740,134
单店平均能源间接温室气体排放（基于市场）	吨二氧化碳当量	139	153	148
其他间接温室气体排放（范围三）	吨二氧化碳当量	10,235,998	10,102,062	8,198,807
总用电量	兆瓦时	3,813,885	3,528,788	3,029,361
可再生能源使用量	兆瓦时	38,009	7,932	/
单店平均用电量	兆瓦时	260	269	259
总用水量	吨	26,086,762	25,598,144	24,961,986
单店平均用水量	吨	1,801	1,967	2,149
包装材料使用量（塑料包装及纸包装）	吨	153,792	130,017	110,485
塑料包装使用量	吨	41,206*	24,805	20,076
纸包装使用量	吨	112,586	105,212	90,409
包装使用量强度（以百万人民币销售额计）	吨	2.0	1.8	1.8
包装总节约量（塑料包装及纸包装）	吨	~31,000	~30,000	~19,400
采购具有 RSPO 认证的棕榈油比例	%	100	100	100
以人为本				
员工总人数	人	350,000+	430,000+	400,000+
全职员工	%	40	36	36
兼职员工	%	60	64	64
男性员工	%	33	33	34
女性员工	%	67	67	66
30 周岁及以下	%	50	53	53
31~40 周岁	%	23	23	25
41~50 周岁	%	22	20	19
50 周岁以上	%	5	4	3

* 塑料包装增量主要来自于报告期内新增使用可重复利用的无纺布袋。



指标	单位	2024	2023	2022
以人为本				
餐厅经理流失率*	%	9.7	9.3	9.0
管理层（初级、中级、高级）中女性比例	%	61	61	61
初级管理层女性比例	%	62	60	61
高级管理层女性比例	%	53	53	53
创收业务板块女性管理层比例	%	63	63	63
理工科岗位女性比例 **	%	19	18	23
新员工女性比例	%	56	59	59
晋升员工女性比例	%	68	66	67
离职员工女性比例	%	58	58	58
服务组男性与女性员工小时收入平均数差异	%	0	0	0
服务组男性与女性员工小时收入中位数差异	%	0	0	0
天使餐厅涉及城市数量	个	60	42	27
天使餐厅数量	家	66	46	30
天使餐厅聘用残障员工数量	人	300+	200+	~200
扶持就业的残障人士数量	人	1,700+	1,800	~2,000
培训发展总投入	亿元	3.63	3.95	3.38
全时工作量（FTE）人均培训成本	元	1,960	1,837	1,673
整体培训发展时长	万小时	1,110	970	880
全时工作量人均培训时长	小时	60	45	44
全职员工培训人数	人	139,000+	155,000	140,000
兼职员工培训人数	人	211,000+	277,000	260,000
男员工受训比例	%	33	33	34
女员工受训比例	%	67	67	66
餐厅管理组及办公室员工健康体检覆盖率	%	100	100	100
餐厅员工健康证覆盖率	%	100	100	100
员工百万工时损工事故率 ***	次数 / 百万工时	1.09	1.03	1.07
因工死亡人数 ***	人	0	0	0
关键供应商 CSR 审核比例	%	100	100	100
中国本土供应商比例	%	99.2	99.2	98.7
以爱为先				
慈善捐款	万美元	~100	~200	~400

*2021-2023 年，流失率的计算口径为：报告期内该类别员工的年度流失总人数 / 报告期内该类别员工的年底在职总人数。2024 年，我们更新计算口径为：报告期内该类别员工的年度流失总人数 / 报告期内该类别员工的年度平均在职人数（即期初在职总人数 + 期末在职总人数的平均数）。

** 理工科：科学、技术、工程与数学。

*** 不包括非工作原因导致的伤亡，如因非工作原因导致的突发疾病或上下班途中交通事故。

联交所 ESG 报告指引索引表

B部分 强制披露规定		
方面	强制披露指标	2024年回应
管治架构	董事会发出的声明，其中包含以下内容： (i) 披露董事会对环境、社会及管治事务的监管情况； (ii)董事会的环境、社会及管治管理方针及策略，包括评估、优先排序及管理重要的环境、社会及管治相关事务（包括对发行人业务的风险）的流程；以及 (iii)董事会如何依据环境、社会及管治相关目标检讨进展情况，并解释这些目标与发行人业务的关联。	企业管治，P14
	描述或解释在编备环境、社会及管治报告时如何应用下列汇报原则： 重要性： 环境、社会及管治报告应披露：(i)识别重要环境、社会及管治因素的过程及选择这些因素的准则；(ii) 如发行人已进行持份者参与，已识别的重要持份者的描述及发行人持份者参与的过程及结果。 量化： 有关汇报排放量／能源耗用（如适用）所用的标准、方法、假设及／或计算工具的资料，以及所使用的转换因素的来源应予披露。 一致性： 发行人应在环境、社会及管治报告中披露统计方法或关键绩效指标的变更（如有）或任何其他影响有意义比较的相关因素。	关于本报告，P04
报告范围	解释环境、社会及管治报告的汇报范围，及描述挑选哪些实体或业务纳入环境、社会及管治报告的过程。若汇报范围有所改变，发行人应解释不同之处及变动原因。	关于本报告，P04
C部分 不遵守就解释条文		
层面	描述	回应
A环境		
A1	排放物	
一般披露	有关废气及温室气体排放、向水及土地的排污、有害及无害废弃物的产生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	百胜中国遵守的法律法规包括但不限于： •《中华人民共和国环境保护法》 •《中华人民共和国水污染防治法》 •《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》 我们严格遵守中国地区所有与环境相关的法律法规，制定《百胜中国环境管理体系》等内部环境管理政策。
	A1.1 排放物种类及相关排放数据	废水总量：22,762,735吨 废水排放强度：1,571吨/店 废气：公司在经营活动中的废气排放主要来自于后厨烹饪产生的油烟。我们设立管理标准，并遵守国家及地方相关法律法规要求，使油烟达标排放。
关键绩效	A1.2 直接（范围一）及能源间接（范围二）温室气体排放量及密度。	以绿为源 > 护·气候蓝图，P33
	A1.3 所产生有害废弃物总量及密度。	作为一家餐饮企业，由于业务特性，我们不产生危险废弃物
	A1.4 所产生无害废弃物总量及密度。	无害废弃物总量：428,740 吨 无害废弃物密度：30 吨/ 店 回收及回用废弃物总量：161,711吨 处置废弃物总量：267,029吨
	A1.5 描述所订立的排放量目标及为达到这些目标所采取的步骤。	以绿为源 > 护·气候蓝图，P33
一般披露	A1.6 描述处理有害及无害废弃物的方法，及描述所订立的减废目标及为达到这些目标所采取的步骤。	以绿为源 > 护·循环经济，P40

百胜中国				以食为天	以绿为源	以人为本	以爱为先	附录
层面	描述			回应				
A2	资源使用							
关键绩效	一般披露	有效使用资源（包括能源、水及其他原材料）的政策。			以绿为源，P30			
	A2.1	按类型划分的直接及 / 或间接能源总耗量及密度。			以绿为源 > 护·气候蓝图，P33			
	A2.2	总耗水量及密度。			以绿为源 > 护·自然生态，P39			
	A2.3	描述所订立的能源使用效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。			以绿为源，P30			
	A2.4	描述求取适用水源上可有任何问题，以及所订立的用水效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。			公司在求取水源上并无遇到任何问题。 以绿为源 > 护·自然生态，P39			
	A2.5	制成品所用包装材料的总量及每生产单位占量。			以绿为源 > 护·循环经济，P40			
A3	环境及天然资源							
关键绩效	一般披露	减低发行人对环境及天然资源造成重大影响的政策。			以绿为源，P30			
	A3.1	描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动。			以绿为源，P30			
A4	气候变化							
关键绩效	一般披露	识别及应对已经及可能会对发行人产生影响的重大气候相关事宜的政策。			以绿为源 > 护·气候蓝图，P33			
	A4.1	描述已经及可能会对发行人产生影响的重大气候相关事宜，及应对行动。			以绿为源 > 护·气候蓝图，P33			
B 社会								
B1	雇佣							
关键绩效	一般披露	有关薪酬及解雇、招聘及晋升、工作时数、假期、平等机会、多元化、反歧视以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。			百胜中国遵守的法律法规包括但不限于： •《中华人民共和国劳动法》 •《中华人民共和国劳动合同法》 •《禁止使用童工规定》 以人为本 > 筑·关怀职场，P49			
	B1.1	按性别、雇佣类型、年龄组别及地区划分的雇员总数。			雇员总数：350,000+ 雇员占比： • 按性别划分： 女性：67% 男性：33% • 按雇佣类型划分： 全职：40% 兼职：60% 按年龄组别划分： • 30 周岁及以下：50% 31-40 周岁：23% 41-50 周岁：22% 50 周岁以上：5% 按地区划分： • 中国大陆：99.99800% 港澳台地区：0.00143% 其他地区：0.00057%			
	B1.2	按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率*。			餐厅经理流失比率：9.7% • 按性别划分： 女性：5.4% 男性：4.3% • 按地区划分： 中国大陆：9.7% 港澳台地区：0.0% 海外其他地区：0.0% 按年龄组别划分： • 30 周岁及以下：3.3% 31-40 周岁：5.5% 41-50 周岁：0.9% 50 周岁以上：0.0%			

*2021-2023 年，流失率的计算口径为：报告期内该类别员工的年度流失总人数 / 报告期内该类别员工的年底在职总人数。2024 年，我们更新计算口径为：报告期内该类别员工的年度流失总人数 / 报告期内该类别员工的年度平均在职人数 (即期初在职总人数 + 期末在职总人数的平均数)。

层面	描述	回应
B2	健康与安全	
一般披露	有关提供安全工作环境及保障雇员避免职业性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。	百胜中国遵守的法律法规包括但不限于： •《中华人民共和国安全法》 •《中华人民共和国职业病防治法》 •《中华人民共和国消防法》 以人为本>筑·关怀职场， P49
关键绩效	B2.1 过去三年（包括汇报年度）每年因工亡故的人数及比率**。	2020-2024 年，百胜中国因工死亡人数持续为 0。
	B2.2 因工伤损失工作日数。	2024年，我们因工伤损失工作日数为10,954 *天。
	B2.3 描述所采纳的职业健康与安全措施，以及相关执行及监察方法。	以人为本>筑·关怀职场， P49
B3	发展及培训	
一般披露	有关提升雇员履行工作职责的知识及技能的政策。 描述培训活动。	以人为本>筑·关怀职场， P49
关键绩效	B3.1 按性别及雇佣类别（如高级管理层、中级管理层等）划分的受训雇员百分比。	员工受训比例：100% • 按性别划分： 女性：67% 男性：33% • 按雇佣类别划分： 非管理者：94% 管理者：6%
	B3.2 按性别及雇员类别划分，每名雇员完成受训的平均时数。	全时工作量人均培训时长：60小时 每名雇员完成受训的平均时数**： • 按性别划分： 女性：22 男性：29 • 按雇佣类别划分： 非管理者：24 管理者：30
B4	劳工准则	
一般披露	有关防止童工或强制劳工的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例。	百胜中国严格遵守的法律法规包括但不限于： •《中华人民共和国劳动法》 •《中华人民共和国劳动合同法》 •《禁止使用童工规定》 以人为本>筑·关怀职场， P49
关键绩效	B4.1 描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。	以人为本>筑·关怀职场， P49
	B4.2 描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	以人为本>筑·关怀职场， P49
B5	供应链管理	
一般披露	管理供应链的环境及社会风险政策。	以人为本>筑·责任采购， P60
关键绩效	B5.1 按地区划分的供应商数目。	截至 2024年 12 月，按地区（供应商所属国家）划分的供 应商（食品与包装等主要商品）数目为： 全部：848 中国：841 海外：7

* 不包括非工作原因导致的伤亡，如因非工作原因导致的突发疾病或上下班途中交通事故。

**2022 年，我们按类别划分的每名雇员平均受训时数统计范围包含办公室员工及餐厅经理，2023 年我们扩大数据统计范围至全体员工，包含餐厅服务组、管理组、餐厅经理及办公室员工。每名雇员完成受训的平均时数 = 该类别员工受训总时数 / 该类别总 FTE。



百胜中国		以食为天	以绿为源	以人为本	以爱为先	附录
层面	描述			回应		
关键绩效	B5.2	描述有关聘用供应商的惯例，向其执行有关惯例的供应商数目以及相关执行及监察方法。		以人为本 > 筑·责任采购， P60		
	B5.3	描述有关识别供应链每个环节的环境及社会风险的惯例，以及相关执行及监察方法。		以人为本 > 筑·责任采购， P60		
	B5.4	描述在拣选供应商时促使多用环保产品及服务的惯例，以及相关执行及监察方法。		以人为本 > 筑·责任采购， P60		
B6	产品责任					
一般披露		有关所提供产品和服务的健康与安全、广告、标签及私隐事宜以及补救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		百胜中国遵守的法律法规包括但不限于： • 《中华人民共和国食品安全法》 • 《中华人民共和国广告法》 • 《中华人民共和国商标法》 • 《中华人民共和国消费者权益保护法》 • 《中华人民共和国数据安全法》 • 《中华人民共和国个人信息保护法》 以食为天 > 享·安心品质， P20 以人为本 > 筑·品质服务， P59		
关键绩效	B6.1	已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比。		报告期内，百胜中国未发生已售或已运送产品因安全与健康理由而须回收的事件。		
	B6.2	接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。		2024 年，公司未收到任何关于产品及服务的重大投诉。		
	B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例。		企业管治 > 合规管理， P15		
	B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序。		我们亦关注食品召回工作，制定相关食品召回制度，规范食品召回流程，明确涉及的部门及职责。		
	B6.5	描述消费者数据保障及私隐政策，以及相关执行及监察方法。		以人为本 > 筑·品质服务， P59 企业管治 > 合规管理， P15		
B7	反贪污					
一般披露		有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料。		百胜中国严格遵守： • 《中华人民共和国公司法》 • 《中华人民共和国刑法》 • 《中华人民共和国反洗钱法》等法律法规，对贪污腐败行为采取“零容忍”态度。 企业管治， P14		
关键绩效	B7.1	于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。		企业管治 > 合规管理， P15		
	B7.2	描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法。		企业管治 > 合规管理， P15		
	B7.3	描述向董事及员工提供的反贪污培训。		企业管治 > 合规管理， P15		
B8	社区投资					
一般披露		有关以社区参与来了解营运所在社区需要和确保其业务活动会考虑社区利益的政策。		以爱为先， P64		
关键绩效	B8.1	专注贡献范畴（如教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育）。		以爱为先， P64		
	B8.2	在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）。		以爱为先， P64		

GRI 索引表

GRI标准	披露项	回应
GRI 2：一般披露	2-1 组织详细情况	关于百胜中国，P08
	2-2 纳入组织可持续发展报告的实体	关于本报告，P04
	2-3 报告期、报告频率和联系人	关于本报告，P04
	2-4 信息重述	附录>关键绩效数据表，P78 附录>联交所 ESG 报告索引索表，P80 附录>SASB索引表，P88
	2-5 外部鉴证	鉴证报告，P90
	2-6 活动、价值链和其他业务关系	关于百胜中国，P08
	2-7 员工	关于百胜中国，P08
	2-8 员工之外的工作者	关于百胜中国，P08
	2-9 管治架构和组成	可持续发展战略，P09
	2-10 最高管治机构的提名和遴选	企业管治，P14
	2-11 最高管治机构的主席	企业管治，P14
	2-12 在管理影响方面，最高管治机构的监督作用	可持续发展战略，P09
	2-13 为管理影响的责任授权	可持续发展战略，P09
	2-14 最高管治机构在可持续发展报告中的作用	可持续发展战略，P09
	2-15 利益冲突	企业管治，P14
	2-16 重要关切问题的沟通	可持续发展战略，P09
	2-17 最高管治机构的共同知识	企业管治，P14
	2-18 对最高管治机构的绩效评估	可持续发展战略，P09
	2-19 薪酬政策	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
	2-20 确定薪酬的程序	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
	2-22 关于可持续发展战略的声明	可持续发展战略，P09
	2-23 政策承诺	以人为本，P46
	2-24 融合政策承诺	企业管治，P14
	2-25 补救负面影响的程序	企业管治，P14



GRI标准	披露项	回应
GRI 2：一般披露	2-26 寻求建议和提出关切的机制	企业管治，P14
	2-27 遵守法律法规	企业管治，P14
	2-28 协会的成员资格	以食为天 > 享·行业共进，P28
	2-29 利益相关方参与的方法	可持续发展战略，P09
GRI 3：实质性议题	3-1 确定实质性议题的过程	可持续发展战略，P09
	3-2 实质性议题清单	可持续发展战略，P09
	3-3 实质性议题的管理	可持续发展战略，P09
GRI 201：经济绩效	201-2 气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇	以绿为源 > 护·气候蓝图，P33
	201-3 固定福利计划义务和其他退休计划	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
GRI 203：间接经济影响	203-1 基础设施投资和支持性服务	以爱为先，P64
	203-2 重大间接经济影响	以人为本 > 筑·关怀职场，P49 以人为本 > 筑·责任采购，P60 以爱为先 > 促·乡村振兴，P68
GRI 205：反腐败	205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	企业管治，P14
GRI 206：不正当行为	206-1 针对不正当竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	企业管治，P14
GRI 301：物料	301-1 所用物料的重量或体积	以绿为源 > 护·循环经济，P40
	301-2 所用循环利用的进料	以绿为源 > 护·循环经济，P40
	301-3 再生产品及其包装材料	以绿为源 > 护·循环经济，P40
GRI 302：能源	302-1 组织内部的能源消耗量	以绿为源 > 护·气候蓝图，P33
	302-2 组织外部的能源消耗量	以绿为源 > 护·气候蓝图，P33
	302-3 能源强度	以绿为源 > 护·气候蓝图，P33
	302-4 降低能源消耗量	以绿为源 > 护·气候蓝图，P33
	302-5 降低产品和服务的能源需求	以绿为源 > 护·气候蓝图，P33
GRI 303：水资源	303-1 组织与水作为共有资源的相互影响	以绿为源 > 护·自然生态，P39

GRI标准	披露项	回应
GRI 303：水资源	303-2 管理与排水相关的影响	以绿为源 > 护·自然生态，P39
	303-3 取水	以绿为源 > 护·自然生态，P39
	303-4 排水	废水总量：22,762,735吨
	303-5 耗水	以绿为源 > 护·自然生态，P39
GRI 304：生物多样性	304-2 活动、产品和服务对生物多样性的重大影响	以绿为源 > 护·自然生态，P39
GRI 305：排放	305-1 直接（范围一）温室气体排放	以绿为源 > 护·气候蓝图，P33
	305-2 能源间接（范围二）温室气体排放	以绿为源 > 护·气候蓝图，P33
	305-3 其他间接（范围三）温室气体排放	以绿为源 > 护·气候蓝图，P33
	305-4 温室气体排放强度	以绿为源 > 护·气候蓝图，P33
	305-5 温室气体减排量	以绿为源 > 护·气候蓝图，P33
GRI 306：废弃物	306-1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响	以绿为源 > 护·循环经济，P40
	306-2 废弃物相关重大影响的管理	以绿为源 > 护·循环经济，P40
	306-3 产生的废弃物	以绿为源 > 护·循环经济，P40
	306-4 从处置中转移的废弃物	以绿为源 > 护·循环经济，P40
	306-5 进入处置的废弃物	以绿为源 > 护·循环经济，P40
GRI 308：供应商环境评估	308-1 使用环境标准筛选的新供应商	以人为本 > 筑·责任采购，P60
GRI 401：雇佣	401-1 新进员工和员工流动率	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
	401-2 提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
	401-3 育儿假	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
GRI 403：职业健康与安全	403-1 职业健康安全管理体系	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
	403-2 危害识别、风险评估和事故调查	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
	403-3 职业健康服务	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
	403-4 职业健康安全事务：工作者的参与、意见征询和沟通	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
	403-5 工作者职业健康安全培训	以人为本 > 筑·关怀职场，P49



GRI标准	披露项	回应
GRI 403：职业健康与安全	403-6 促进工作者健康	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
	403-7 预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
	403-8 职业健康安全管理体系覆盖的工作者	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
	403-9 工伤	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
	403-10 工作相关的健康问题	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
GRI 404：培训与教育	404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
	404-2 员工技能提升方案和过渡协助方案	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
	404-3 定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
GRI 405：多元化与平等机会	405-1 管治机构与员工的多元化	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
	405-2 男女基本工资和报酬的比例	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
GRI 406：反歧视	406-1 歧视事件及采取的纠正行动	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
GRI 408：童工	408-1 具有重大童工事件风险的运营点和供应商	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
GRI 409：强迫或强迫劳动	409-1 具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
GRI 413：当地社区	413-1 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	以爱为先 > 促·美好社区，P70
	413-2 对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点	以爱为先 > 促·美好社区，P70
GRI 414：供应商社会评估	414-1 使用社会标准筛选的新供应商	以人为本 > 筑·责任采购，P60
	414-2 供应链对社会的负面影响以及采取的行动	以人为本 > 筑·责任采购，P60
GRI 416：客户健康与安全	416-1 评估产品和服务类别的健康与安全影响	以食为天 > 享·安心品质，P20
	416-2 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	以食为天 > 享·安心品质，P20
GRI 417：营销与标识	417-1 对产品和服务信息与标识的要求	以人为本 > 筑·品质服务，P59
	417-2 涉及产品和服务信息与标识的违规事件	以食为天 > 享·安心品质，P20
	417-3 涉及市场营销的违规事件	以食为天 > 享·安心品质，P20
GRI 418：客户隐私	418-1 与侵犯客户隐私和丢失客户资料有关的经证实的投诉	企业管治，P14

SASB 索引表

议题	计量指标	章节名称
能源管理	(1) 可再生能源使用比例	以绿为源 > 护·气候蓝图，P33
	(2) 电网用电占总能耗的比例	
	(3) 能源消耗总量	
水资源管理	(1) 总取水量	以绿为源 > 护·循环经济，P40
	(2) 高到极高基线水压力地区的耗水，百分比	
食品及包装废弃物管理	(1) 废弃物总重	废弃物总量：428,740吨
	(2) 食品废弃物占比	废弃物转化比例：38%
	(3) 废弃物转化比例	以绿为源 > 护·循环经济，P40
	(1) 总包装用量	总包装材料使用量：153,792 吨
	(2) 由回收和 / 或可再生材料制成的包装的百分比	
	(3) 可回收、可重复使用和 / 或可堆肥的包装的百分比	
	(1) 食源性疾病确诊数	不适用
	(2) 食源性疾病受到美国疾控中心（CDC）调查的比例	
食品安全		百胜中国始终将保障食品安全作为第一要务，致力于为广大顾客提供美味、安全、营养、高品质的食品。我们建立并有效执行贯穿全价值链的食品安全与质量管理体系，覆盖从上游供应商、供应商、物流中心到餐厅和外送的每个环节，履行“从农田到餐桌”的食品安全承诺。我们建立了全方位的管理架构，从百胜中国董事会食品安全与可持续发展委员会到各相关部门，全面监督各项管理制度、措施和标准的落实。
	(1) 餐厅中接受食安监管机构检查的百分比	
	(2) 餐厅中受到严重违规处分的百分比	



议题	计量指标	章节名称
	(1) 符合国家膳食指南的食品百分比	不适用
	(2) 符合国家膳食指南的食品收入	
营养成分	(1) 符合国家膳食指南的儿童营养膳食百分比	不适用
	(2) 符合国家膳食指南的儿童营养膳食收入	
	针对儿童制作的广告数量，促销产品符合国家儿童膳食指南的百分比	以人为本 > 筑·品质服务，P59
	(1) 餐厅员工自愿离职率*	餐厅经理自愿离职率：8.4%
	(2) 非自愿离职率 *	餐厅经理非自愿离职率：1.2%
劳工管理	(1) 按地区划分的平均小时工资	我们发布了《百胜中国人权政策》，承诺提供无歧视无骚扰的工作场所，保障员工获得合理报酬。我们坚持“以绩效结果和业务影响付薪”的理念，为员工提供合理且具有竞争力的薪酬福利待遇。我们为员工提供的薪酬福利一般高于各地区法律法规要求的最低薪酬标准。 以人为本 > 筑·关怀职场，P49
	(2) 按地区划分的餐厅员工获得最低工资的百分比	
	因与 (1) 违反劳动法和	以人为本 > 筑·关怀职场，P49
	(2) 就业歧视有关的法律诉讼而造成的经济损失总额	
	(1) 符合环境和社会采购标准	以绿为源 > 护·气候蓝图，P33
	(2) 符合第三方环境和未披露或社会标准认证的食品百分比	以人为本 > 筑·责任采购，P60 以食为天 > 享·安心品质，P20
供应链管理及食品采购	讨论供应链内的环境和社会风险管理策略，包括动物福利等	以绿为源 > 护·气候蓝图，P33 以人为本 > 筑·责任采购，P60 以食为天 > 享·安心品质，P20
	(1) 无笼鸡蛋及	不适用
	(2) 不使用妊娠板条箱养殖猪肉的百分比	

*2021-2023 年，流失率的计算口径为：报告期内该类别员工的年度流失总人数 / 报告期内该类别员工的年底在职总人数。2024 年，我们更新计算口径为：报告期内该类别员工的年度流失总人数 / 报告期内该类别员工的年度平均在职人数 (即期初在职总人数 + 期末在职总人数的平均数)。

鉴证报告

中文翻译仅供参考
独立执业会计师的有限保证鉴证报告
毕马威华振沪通字第 2500040 号
致百胜中国控股有限公司董事会：
关于截至 2024 年 12 月 31 日止年度百胜中国控股有限公司可持续发展报告中选定信息的报告
结论
我们对百胜中国控股有限公司 (以下简称“公司”) 截至 2024 年 12 月 31 日止年度可持续发展报告中的以下信息 (以下简称“鉴证的可持续发展信息”) 执行了有限保证的鉴证业务：
鉴证的可持续发展信息
1. 直接温室气体排放 (范围一)
2. 能源间接温室气体排放 (范围二)
3. 总用电量
4. 单店平均用电量
5. 可再生能源使用量
6. 总用水量
7. 单店平均用水量
8. 四川生物柴油项目转化为生物柴油的餐厨废油量
9. 采购具有可持续认证 (RSPO) 的棕榈油比例
10. 关键供应商企业社会责任审核比例
11. 女性员工比例
12. 员工百万工时损工事故率
13. 因工亡故人数
14. 包装材料使用量
第 1 页，共 4 页

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 2500040 号
基于已实施的程序及获取的证据，我们没有注意到任何事项使我们相信截至 2024 年 12 月 31 日止年度的鉴证的可持续发展信息未能在所有重大方面按照本报告后附的标准 (以下简称“编制基础”) 编制。
我们对鉴证的可持续发展信息形成的结论不涵盖随附或包含鉴证的可持续发展信息及本报告的其他信息 (以下简称“其他信息”)。其他信息不作为本次鉴证业务的一部分，我们没有对其他信息执行任何程序。
结论的基础
我们按照国际审计与鉴证准则理事会 (IAASB) 发布的《国际鉴证业务准则第 3000 号 (修订版)——历史财务信息审计或审阅以外的鉴证业务》以及《国际鉴证业务准则第 3410 号——温室气体报告鉴证业务》的规定执行了鉴证工作。本报告的“注册会计师的责任”部分进一步阐述了我们在这些准则下的责任。
我们遵守了国际会计师职业道德准则理事会 (IESBA) 发布的《国际会计师职业道德守则 (包括国际独立性准则)》中的独立性和其他职业道德的要求。该职业道德守则以诚信、客观、专业胜任能力及应有的关注、保密和良好的职业行为为基本原则。
本所运用 IAASB 发布的《国际质量管理准则第 1 号 (ISQM 1)——会计师事务所对执行财务报表审计或审阅、其他鉴证或相关服务业务实施的质量管理》。该准则要求会计师事务所设计、实施和运行质量管理体系，包括与遵守职业道德要求、执业准则和适用的法律法规要求相关的政策和程序。
我们相信，我们获取的证据是充分、适当的，为形成结论提供了基础。
其他事项
以前年度的信息不属于有限鉴证内容，因此，我们不对这些信息发表结论或提供任何保证。我们的结论并无就此作出修订。
第 2 页，共 4 页

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 2500040 号
使用目的
本报告仅供百胜中国控股有限公司董事会使用。除此之外，本报告不可用作其他目的。我们对任何其他人士使用本报告产生的一切后果概不承担任何责任或义务。本段内容不影响已形成的结论。
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 2024 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估和计量标准体系，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

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 2500040 号
我们已执行工作的概述，以作为形成结论的基础
在执行鉴证工作的过程中，我们运用了职业判断，并保持了职业怀疑。我们设计并实施了相关程序，以对鉴证的可持续发展信息获取充分、适当的证据，作为形成结论的基础。选择的鉴证程序取决于我们对鉴证的可持续发展信息和其他业务情况的了解，以及我们对能出现重大错报的领域的考虑。在实施鉴证工作时，我们实施的程序主要包括：
• 评估公司使用的标准作为编制经鉴证可持续发展信息的基础是否合适；
• 询问公司负责编制经鉴证可持续发展信息的相关人员，了解公司与编制经鉴证可持续发展信息的控制环境、流程和信息系统，但并未评估特定控制活动的设计，亦未获取有关控制执行的证据或测试控制运行有效性；
• 在适用的情况下，就有限样本检查支持记录；
• 在适用的情况下，对经鉴证可持续发展信息实施分析程序，比较预期结果和报告的实际结果，并询问管理层，以获得对我们发现的任何重大差异的解释；
• 重新计算经鉴证可持续发展信息中的选定数据；及
• 考虑经鉴证可持续发展信息的列报及披露。
有限保证鉴证业务所实施程序的性质和时间较合理保证鉴证业务有所不同，且范围较小。因此，有限保证鉴证业务的保证程度远低于合理保证鉴证业务。
毕马威华振会计师事务所 (特殊普通合伙) 上海分所
中国上海南京西路 1266 号 恒隆广场 2 号楼 25 楼 邮政编码 200040，中国
2025 年 04 月 07 日
第 4 页，共 4 页

鉴证数据编报基础

编号	指标	编报基础
1	直接温室气体排放（范围一）	2024年百胜中国的直接温室气体排放（范围一）是指2024年百胜中国旗下肯德基、必胜客、塔可钟、小肥羊、黄记煌和Lavazza品牌直营餐厅、百胜中国自营物流中心、自营工厂以及自有车辆的直接温室气体排放量。直接温室气体排放（范围一）主要来源于制冷设备和空调设备的安装、使用和处置，使用温室气体核算体系（GHG Protocol）的制冷和空调设备计算工具计算获得。制冷设备使用的制冷剂种类和填充量来自设备铭牌。空调设备的制冷剂种类来自设备铭牌，填充量为百胜中国根据餐厅面积和制冷剂填充量定义的肯德基和必胜客餐厅单店平均空调设备制冷剂填充量。制冷剂的全球变暖潜势采用政府间气候变化专门委员会第五次评估报告（IPCC AR5）以及2017美国采暖、制冷与空调工程师学会（ASHARE）手册-基础中的100年全球变暖潜势值。2024年百胜中国剩余少部分的直接温室气体排放（范围一）来自小肥羊和黄记煌品牌直营餐厅和自营工厂的天然气和液化石油气使用消耗，以及各市场办公室、物流中心和工厂自有车辆和移动设备的汽油及柴油使用消耗。剩余直接温室气体排放量通过燃料使用量乘以对应排放因子得到。天然气和液化石油气的排放因子采用中国国家发展和改革委员会发布的《食品、烟草及酒、饮料和精制茶企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》。天然气用量来源于各餐厅天然气账单上显示的数值。汽油及柴油缺省排放因子及碳氧化率来自《2006年IPCC国家温室气体清单指南2019修订版》，热值来自国际能源署《能源统计手册》，全球变暖潜势采用政府间气候变化专门委员会第六次评估报告（IPCC AR6）中的100 年全球变暖潜势值。其他燃料使用量来源于各市场办公室、物流中心和工厂燃料费用报销凭证上显示的数值。
2	能源间接温室气体排放（范围二）	2024年百胜中国的能源间接温室气体排放（范围二）是指2024年百胜中国旗下肯德基、必胜客、塔可钟、小肥羊、黄记煌和Lavazza品牌直营餐厅以及百胜中国办公室、自营物流中心和自营工厂的能源间接温室气体排放量。2024年百胜中国的能源间接温室气体排放（范围二）分别采用基于位置和基于市场两种方法进行计算与报告。根据世界资源研究所发布的《温室气体核算体系》（含2015年1月的《范围二指南》），基于位置的方法根据指定地理位置（包括地方、区域或国家范围）的平均能源生产排放系数计算相关排放量；基于市场的方法用于计算报告机构按合同购买与合同工具捆绑的电力或自行购买合同工具时，相关发电机所排放的温室气体。能源间接温室气体排放（范围二）主要来源于外购电力消耗，外购电力消耗通过各个餐厅的用电量乘以全国电网平均二氧化碳排放因子计算得到。全国电网平均二氧化碳排放因子采用生态环境部和国家统计局发布的《关于发布2022年电力二氧化碳排放因子的公告》文件中2022年全国电力平均二氧化碳排放因子。剩余少部分来自于餐厅、办公室和工厂外购热力消耗，外购热力消耗通过餐厅、办公室和工厂的年度外购热量乘以热力供应二氧化碳排放因子计算得到。热力供应二氧化碳排放因子采用中国国家发展和改革委员会发布的《食品、烟草及酒、饮料和精制茶企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》。
3	总用电量	2024年百胜中国的总用电量是指2024年百胜中国旗下肯德基、必胜客、塔可钟、小肥羊、黄记煌和Lavazza品牌直营餐厅、百胜中国办公室、自营物流中心和自营工厂的总用电量。用电量来源于各个餐厅、办公室、自营物流中心、工厂电费账单上显示的用电量数值及光伏用电量。
4	单店平均用电量	2024年百胜中国的单店平均用电量是指2024年百胜中国旗下肯德基、必胜客、塔可钟、小肥羊、黄记煌和Lavazza品牌直营餐厅的平均单店用电量。用于计算单店平均用电量的总用电量为2024年百胜中国旗下肯德基、必胜客、塔可钟、小肥羊、黄记煌和Lavazza品牌直营餐厅的总用电量。
5	可再生能源使用量	2024年可再生能源使用量是指2024年百胜中国旗下餐厅和物流中心的绿电交易量和光伏用电量。绿电交易量来自于国家可再生能源管理中心出具的绿色电力证书交易凭证和北京电力交易中心出具的绿色电力消费凭证中的绿色电力认购量，以及合作商业主体出具的绿色电力环境权益转让声明中的权益转让数量。自营物流中心的光伏用电量来自于自营物流中心的分布式光伏电量计量系统数据。



编号	指标	编报基础
6	总用水量	2024年百胜中国的总用水量是指2024年百胜中国旗下肯德基、必胜客、塔可钟、小肥羊、黄记煌和Lavazza品牌直营餐厅的总用水量。各个餐厅的用水量通过餐厅的水费除以百胜中国定义的各省平均水价得到。水费来源于各个餐厅的水费账单上显示的费用。百胜中国定义的各省平均水价由综合各地方实际水价后计算得出。
7	单店平均用水量	2024年百胜中国的单店平均用水量是指2024年百胜中国旗下肯德基、必胜客、塔可钟、小肥羊、黄记煌和Lavazza品牌直营餐厅的单店平均用水量。
8	四川生物柴油项目转化为生物柴油的餐厨废油量	2024年百胜中国四川生物柴油项目转化为生物柴油的餐厨废油量是指2024年百胜中国四川省肯德基和必胜客餐厅开展的生物柴油项目中转化为生物柴油的餐厨废油量。转化为生物柴油的餐厨废油量源于各餐厅与废油收运商的交付单据。
9	采购具有可持续认证（RSPO）的棕榈油比例	2024年百胜中国采购具有可持续认证（RSPO）的棕榈油比例是指2024年百胜中国采购的所有含棕榈油产品中使用具有 RSPO认证的棕榈油比例。
10	关键供应商企业社会责任审核比例	2024年百胜中国关键供应商企业社会责任审核比例是指2024年百胜中国开展了企业社会责任审核的关键供应商占所有关键供应商的比例。其中，百胜中国有创新能力供应商和重要供应商（除了纯服务类供应商、海外供应商、年采购额小于2百万人民币的小额采购供应商、IT服务供应商及不直接供货的集团总部供应商）为百胜中国的关键供应商。
11	女性员工比例	2024年百胜中国的女性员工比例是指2024年末百胜中国女性员工数占员工总数的比例。其中，员工总数是指2024年末由百胜中国直接雇佣、包括办公室员工和餐厅员工在内的所有全职或兼职的员工人数；女性员工数是指2024年末由百胜中国直接雇佣、包括办公室员工和餐厅员工在内的所有全职或兼职的女性员工人数。
12	员工百万工时损工事故率	2024年百胜中国员工百万工时损工事故率是指2024年百胜中国员工每一百万工时发生工伤的次数。其中，工时是指2024年全年百胜中国直接雇佣、包括办公室员工和餐厅员工在内的所有全职或兼职的员工总工作小时数；员工工伤次数是指2024年百胜中国直接雇佣、包括办公室员工和餐厅员工在内的所有全职或兼职的员工的工伤假次数。损失工时是指因工伤而损失的生产力。以下事件不视为因工作原因造成的工伤：1）在工作时，因无关工作之情况致基础疾病（如心脏病、癫痫、脑梗等）发作；2）开车上下班，在交通事故中受伤（驾驶并非工作的一部分，且交通并非由百胜中国安排）。因工作相关事件的定义来自于GRI 标准-GRI 403：职业健康与安全2018。
13	因工亡故人数	2024年百胜中国因工亡故人数是指2024年百胜中国员工因工作原因造成的死亡人数。其中，因工作原因造成的死亡人数指2024年百胜中国直接雇佣、包括办公室员工和餐厅员工在内的所有全职或兼职的员工在百胜中国工作场所因职业病引起的或在工作中受伤而导致的死亡人数。以下事件不视为因工作原因造成的工伤：1）在工作时，因无关工作之情况致基础疾病（如心脏病、癫痫、脑梗等）发作；2）开车上下班，在交通事故中受伤（驾驶并非工作的一部分，且交通并非由百胜中国安排）。因工作相关事件的定义来自于GRI标准-GRI 403：职业健康与安全2018。
14	包装材料使用量	2024年百胜中国包装材料使用量是指2024年百胜中国所有面向顾客的纸包装和塑料包装使用量的总和。纸包装使用量由供应商原纸用量加上纸浆模塑包装总重量计算得到，塑料包装使用量由单件塑料包装材料克重乘以2024全年总塑料包装袋数或箱数和每单位件数计算得到。



YumChina