



YumChina

打造负责任的生态体系

2025年可持续发展报告



目录

02	百胜中国首席执行官致辞
04	董事会声明
04	关于本报告
06	2025 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
82	附录



以食为天

至诚·安心品质	20
至臻·营养健康	25
至远·行业共进	28



以绿为源

聚力·气候转型	34
致力·自然生态	52
协力·循环经济	54



以人为本

关怀·人才根本	60
关心·合作伙伴	68
关注·顾客体验	70



以爱为先

同频·乡村发展	74
同行·成长护航	76
同心·社区共建	78



百胜中国首席执行官致辞

2025 年，感谢团队的不懈努力与扎实的执行，我们在复杂多变的宏观环境中实现了强劲增长，并且是门店数、销售额和利润率的全面提升。在跨过了 1.8 万家门店的里程碑之后，我们为未来描绘了一幅宏大的蓝图：到 2030 年，门店总数突破 3 万家。下一阶段的增长将以 **RGM（韧性 - 增长 - 护城河）3.0 战略** 为锚点，由创新和提效合力驱动。

长期主义的思维方式是我们成功的关键，也塑造了我们在可持续发展上的立场。我们的可持续战略始终围绕“**食品**”、“**人**”、“**环境**”三大支柱展开，不断迭代的是我们实现这些目标的方式。借助科技力量和创新解决方案，我们能够更好地满足不断涌现的需求；通过在价值链中开展更广泛的合作，我们得以创造更为深远的影响。

引领食品安全与食品创新

食品安全是公司业务发展的基石。过去 38 年，我们建立起了一套行业领先的食品安全与质量管理体系，覆盖“从农田到餐桌”的全链路，并在供应商、物流和餐厅等环节通过严格审核层层把关。

随着公司规模的扩大和 AI 技术的进步，我们开始更广泛地采用**数字化和智能工具**来加强食品安全和质量控制。在供

应链端，我们部署的预警系统能够快速追踪政策动态，乃至社交媒体上的舆情热点。在餐厅里，由 AI 赋能的智能摄像头正推动着我们从抽样检查，逐步转向对大量门店厨房的实时监督。这显著提升了我们应对不同情况的能力，同时保持了门店在执行上的一致性。

在我们加速拓展加盟业务、把握增量机会时，这些基础能力显得尤为重要。根据“**One System**”的理念，每家餐厅 - 无论自营还是加盟 - 都必须遵循同样严格的食品安全和质量标准。数字化系统会赋能加盟伙伴，帮助他们从开业第一天起就达到这些要求，让我们在规模化运营中保持一致性和有效管控。

与此同时，我们不断创新，以满足消费者不断变化的需求，并解锁新的用餐场景。2025 年，公司旗下各品牌共推出了约 600 款**全新或升级的产品**，从以经典产品为灵感打造的辣味吮指原味鸡，到轻食类别的谷物能量碗、超级食物酸奶昔等。肯德基的 KPRO（肯律轻食）还尝试通过热量标注，为消费者的决策提供更多参考。

倾听心声，助力一线

公司超过 90% 的员工在餐厅一线工作。身为一线团队的领导者，餐厅经理（RGM）要确保门店运转良好，并在日常点滴中传递企业文化。践行“**以人为本**”的理念，首先要贴近他们的需求，而**主动倾听**正是这一切的起点。我和管理团队会定期走访全国餐厅，直接聆听餐厅经理们的心声。为触达更多一线员工，我们还通过线上平台“RGM Voice”不断收集反馈，帮助公司及早发现并处理。

这些来自一线的声音为我们识别出了不少餐厅工作的痛点。

我们因此进一步简化了餐厅经理的工作流程，把很多辅助性职能整合到集中化平台上。比如，我们试点的“**一站式服务平台**”把多项支持服务接入一个平台，由专属的个案经理全程跟进餐厅经理提出的每一项需求。这种“把简单留给餐厅”的理念，让餐厅经理能将更多精力放在顾客服务和团队指导上。我们还把**代理式 AI**引入餐厅。2025 年，我们试点了辅助餐厅营运的智能体 Q 睿，让餐厅经理能更高效地处理日常事务。

这些努力持续赢得外界认可。百胜中国已连续第八年被全球杰出雇主调研机构评为“**杰出雇主**”，并连续第五年蝉联中国餐饮行业榜首。

共创低碳与可循环的未来

自 2021 年起，我们就力争于 2050 年实现价值链温室气体净零排放。为达成这一目标，我们一方面采用节能技术，另一方面加快向可再生能源转型。2025 年，我们单店平均用电量同比减少约 5%，整体**可再生能源**使用量同比增加 84%，供应商的可再生能源使用量也同比提升 37%。

实现净零排放，集体行动至关重要。2025 年，我们与 40 多家重点供应商组建“**百胜中国价值链绿色低碳联盟**”，共同承诺，将温室气体减排的范围覆盖到能源与更广泛的森林、土地及农业（FLAG）等领域。为提升透明度和落实责任，我们携手主要供应商制定他们的减排目标，并将从 2026 年起，通过公司开发的数字化管理平台追踪他们的减排进度。

循环利用领域的创新是我们关注的另一个重点。截至 2025 年底，肯德基的“食物驿站”项目已拓展至全国约 1,300

家门店，将店内仍在保质期内的余量食物免费提供给有需要的社区居民。同时，我们也持续推进废弃物的回收再利用，包括咖啡渣的再生。约 2.5 万个含咖啡渣的物流托盘已投入上海南翔物流中心使用，约占其托盘使用总量的 70%。这展示了创新如何能同时提升效率与支持可持续发展。

深入社区，持之以恒

我们的公益项目聚焦**乡村振兴、青少年成长护航和社区共建**三大方向。我们之所以坚持长期投入，是因为要在这些领域取得实质性进展，需要各方齐心协力、久久为功。“**捐一元**”公益项目已进入第 18 个年头，累计筹集善款超 2.8 亿元。为帮助乡村儿童，我们已经提供了超过 6,000 万份营养餐，为 1,600 多所乡村学校完成厨房设备焕新升级。

我们也不断探索新的方式，来加强社区参与。2025 年，必胜客正式启动青少年志愿服务行动“**小红帽计划**”，鼓励青少年参与环保行动、社区服务等志愿活动。这些项目不仅拉近了我们品牌与当地社区的距离，也激励着下一代积极投身有意义的公益事业。

展望未来

面向未来，我们的目标无比清晰：**带着使命感成长，怀着责任心引领，为我们的生态体系持续创造长期价值**。无论是守护食品安全，赋能公司员工，还是推动价值链减排，我们将不断加固可持续发展与商业成功之间的纽带。这种相辅相成的关系过去是、未来也将继续是我们的核心竞争优势。

我们有信心，也有能力，为利益相关方，也为这个社会，带来更持久而深远的积极影响。



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 2026 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九份可持续发展报告，报告时间范围以 2025 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，2025 年温室气体排放包含百胜中国 2025 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、社会及管治报告守则》（以下简称“联交所 ESG 报告守则”）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”）和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（P86-P101）。

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：

 <p>电子邮箱 CSR@yumchina.com</p>	 <p>地址 中国上海市天钥桥路 20 号 百胜中国大厦 6-16 楼</p>	 <p>邮政编码 200030</p>
---	---	---

* 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“中国最大的餐饮公司”的表述，均是按 2025 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。

2025 年可持续发展亮点绩效

以食为天

100%

食品和食品接触包装材料供应商获得全球食品安全倡议 (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

5 家自有物流仓已完成 BRCGS 认证

KPRO 门店数量累计达 200+ 家，“安心好品质，均衡好轻食”

全新品牌主张发布

“百胜和羹发展计划”

首次发布，携手各方共溯品质源头，共筑互信生态，共创产业发展

以绿为源

~70,000 兆瓦时

百胜中国全年可再生能源使用量，较上年增加

~84%

所有新建物流中心的可用屋顶

100% 光伏覆盖

40+ 家重点供应商加入

“百胜中国价值链绿色低碳联盟”

并签署减碳承诺

~37 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

~99% 纸包装获得森林管理委员会 (FSC) 或等效认证

以人为本

90%+ 的肯德基餐厅员工

通过“K豆”激励计划获得表彰与奖励

通过 RGM Voice 平台反馈的问题

一周内解决率达 80%+

累计向 15,300+ 名

餐厅经理 (RGM) 授予公司股票*

天使餐厅累计拓展至 70+ 个

城市的 ~80 家餐厅

100% 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

2.8 亿+ 元人民币善款

“捐一元”项目累计焕新

1,600+ 个爱心厨房

“肯德基小候鸟基金”累计惠及儿童

~650 万人次

必胜客携手中国志愿服务基金会共同发起青少年志愿服务行动

“小红帽计划”

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 (2020-2025 年)

入选《时代》周刊 2025 年“全球最佳公司”榜单

入选《时代》周刊“全球最可持续发展企业”500 强 (2024-2025 年)

入选《财富》杂志 2025 年“改变世界的公司”榜单

MSCI ESG 全球同业最高评级“AA”级 (2022-2025 年)

Sustainalytics 全球同业最高评级“低风险” (2022-2025 年)

中国杰出雇主 (2019-2026 年) 蝉联餐饮行业第一 (2022-2026 年)



* 限制性股票单位 (RSUs)

注：累计数据统计截至 2025 年底，其余为报告期内数据。

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，在中国探索及发展拉瓦萨咖啡概念。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 2025 年 12 月底

全年总收入

118亿 美元

在中国

2,500+ 个城镇

经营六个品牌

18,000+ 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

守正创新 做对的事 聚焦创新

倾听声音 凝聚人心 尊重关爱 为客疯狂

热情服务 交付价值

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的生态体系。

打造负责的生态体系

食品

我们为顾客提供安全营养的食品

环境

我们保护环境努力减少环境足迹

人

我们以“公平、关爱、自豪”关心所有人

可持续餐厅

- 餐厅食品安全与质量
- 营养与健康
- 应对气候变化
- 绿色建筑
- 水资源管理
- 包装
- 人权与员工管理
- 员工培训与发展
- 职业健康与安全
- 多元与机会平等
- 顾客关系管理

可持续供应链

- 供应链食品安全与质量
- 动物福利
- 供应链环境影响
- 供应链社会影响

可持续社区

- 支持产业振兴
- 废弃物管理
- 支持乡村发展
- 社区关爱
- 公众宣传与教育

企业文化及管治

- 公司治理
- ESG 治理
- 商业道德
- 信息安全与数据隐私

可持续发展管理架构

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计划考虑可持续发展相关事宜。2025 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，自 2023 年起，ESG 目标已被采纳作为适用于领导团队成员年度绩效股票单位 (PSU) 的绩效目标之一。

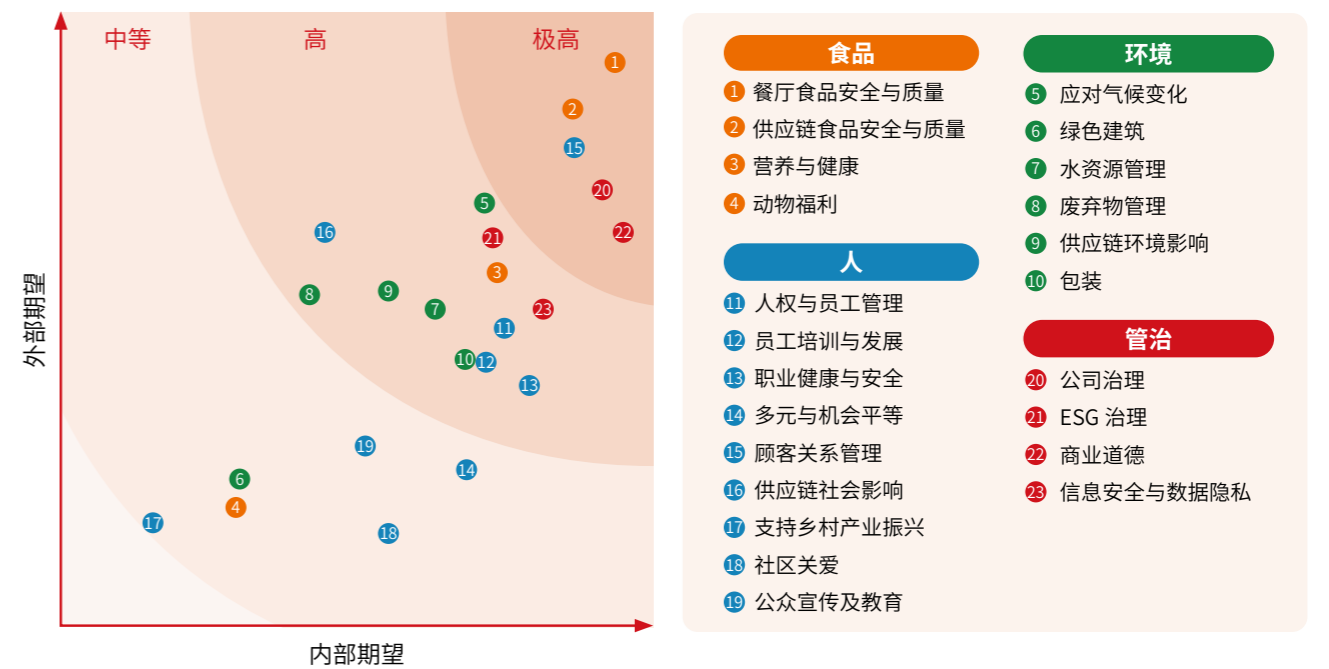
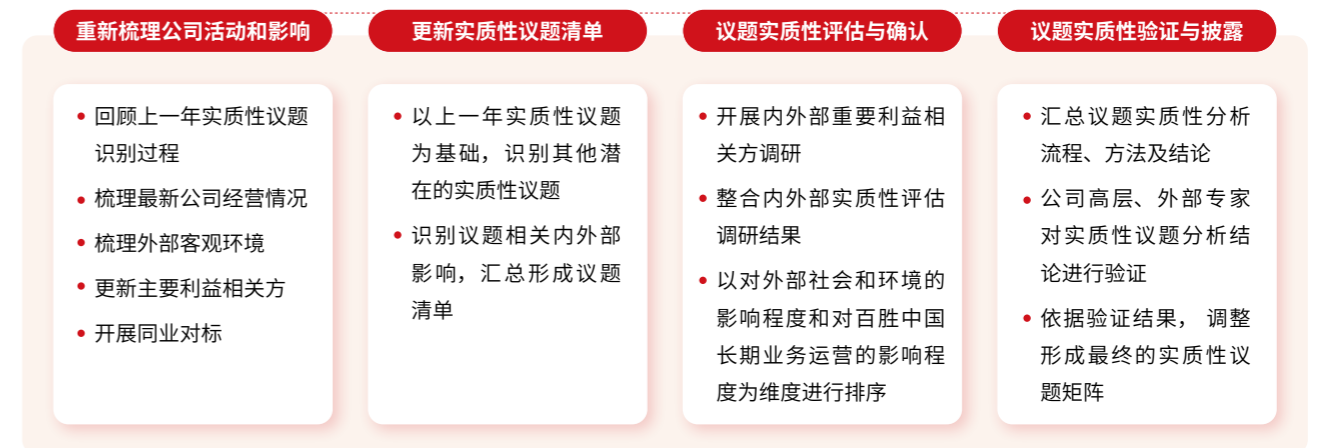
此外，为提升全员的可持续发展意识和实践能力，百胜中国开展了全面的可持续发展培训，内容涵盖 ESG 基础概念、公司可持续发展目标战略及进展、能源转型策略、供应链低碳转型实践等。



可持续发展实质性议题

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，我们已基于所处行业特点、行业发展阶段、自身商业模式、所处价值链等因素，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，并通过线上问卷形式向内、外部利益相关方收集回复，确定了 23 项实质性议题的优先排序。2025 年，我们全面审阅评估公司可持续发展实质性议题，认为上一年结果仍适用。



更多利益相关方沟通详情请点击 [《百胜中国利益相关方参与政策》](#)

全价值链可持续创新提效实践

百胜中国坚持“创新引领”与“效率提升”双轮驱动，持续推动全价值链可持续创新提效实践。我们的全链路管理策略覆盖供应商、物流、餐厅、员工、顾客及社区。



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，约百分之四十六的董事为女性。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。

[点击查看《百胜中国董事会多元化政策》](#)

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


网络平台
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/chuishaoeren


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》，旨在确保其在与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。2025 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相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。

2025 年

全体办公室员工

100%

完成数据安全相关培训



截至 2025 年底

肯德基、必胜客 APP 与官网系统均已获得

肯德基和必胜客 APP 均已通过

肯德基和必胜客消费者信息安全管理系统均已通过

国家公安部信息系统安全等级保护认证

国家工业和信息化部通信网络安全防护定级备案，安全级别为三级

ISO/IEC 27001 年度审核





「以食为天」 FOOD

保障食品安全是百胜中国的第一要务，我们高度重视食品安全文化，持续完善全价值链食品安全与质量管理体系，积极联合供应链上下游伙伴协作创新，致力于为消费者提供美味、安全、营养、高品质的餐饮体验。

本章内容

- 至诚·安心品质
- 至臻·营养健康
- 至远·行业共进

对可持续发展目标(SDGs)的贡献

<p>2 零饥饿</p> 	<p>3 良好健康与福祉</p> 	<p>9 产业、创新和基础设施</p> 	<p>12 负责任消费和生产</p> 
--	--	---	--



至诚 · 安心品质

食品安全是健康生活的基石，与国家战略方针及餐饮行业的长远健康发展紧密相连，消费者对安全、高品质食品的需求也在日益增强。自《中华人民共和国食品安全法》颁布实施以来，国家不断加强相关法规政策，以持续强化食品安全监管和企业主体责任，食品安全的重要性日益凸显。

食品安全也始终是百胜中国对顾客最坚定的承诺。我们将食品安全文化深植于企业基因，构建覆盖“从农田到餐桌”全价值链的食品安全与质量管理体系，确保承诺的切实履行。同时，我们积极拥抱数字化浪潮，依托技术创新，持续推动供应链向数字化、智能化转型，致力于打造透明、高效、可信赖的餐饮行业标杆，让每一餐都成为安心之选。

百胜中国食品安全承诺



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

百胜中国高度重视食品安全文化建设，致力于构建覆盖员工、加盟商及供应商的食品安全文化体系，携手守护“从农田到餐桌”的食品安全。我们通过面向全体员工和加盟商的系统培训与严格考核，持续提升一线的食品安全意识与执行能力；通过完善的加盟商准入及管理流程强化加盟商及加盟餐厅的主体责任落实；通过积极引导供应商协同共建，全面贯彻百胜中国的质量管理理念。

员工

我们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准则、安全和卫生标准，将食品安全培训考核作为加盟商准入及开店的前置条件，严格落实加盟商主体责任相关事项，并持续通过百胜中国定期组织的加盟商食品安全培训，提升他们的食品安全合规意识与能力。

供应商

我们严格推行《百胜中国供应商手册》和各类食品安全与质量管理体系要求，明确要求所有供应商必须遵守国际公认的食品审核标准。同时，我们积极推动供应商建立并持续完善其食品安全文化方案，确保食品安全理念与实践贯穿其组织各层级。2025年，我们共开展7场质量管理研讨会，线上线下参与人次1,300+，食品安全和法规培训覆盖230+家供应商。

亮点案例

“食品安全 守正初心”——百胜中国第五届食品安全文化节

2025年，百胜中国以“食品安全 守正初心”为主题，成功举办第五届食品安全文化节。本届文化节旨在传递食品安全文化理念，构建全员参与、链接上下游的信任生态，通过多项活动强化合作伙伴的食安管理意识：

针对供应商开展食品安全培训宣贯，强化责任意识 and 食安意识

首次与供应商共同打造寻“味”时刻食安主题游园会，以趣味互动深化食安共识

在“一站到底”食安挑战赛的基础上新增“守正之星”餐厅评选机制，对食安管理表现卓越的餐厅进行表彰和奖励



本届食品安全文化节累计开展活动700+场，参与总人次达33万，其中供应商参与7,000+人次



全链食安管理

百胜中国打造并不断完善先进的数字化供应链管理体系，将供应链从传统的食材采购配送流程，升级为产业整合、高效协同的有机整体。百胜中国强大的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。

例如，我们系统梳理并提炼了百胜中国三十余年的食品安全与质量管理经验，打造并持续优化基于 Knowledge Graph (KG) 知识图谱技术的食安风险评估和预警系统 (iFS)。该系统每日采集并分析上千条国内外及地方法律法规、标准更新、监管举措、舆情热点及食安科普等信息，实现全网监控、精准预警，从而构建前置化、智能化的食品安全风险防控系统。

2025 年，我们进一步推出一系列远程智能管理的工具以确保食品安全风险得到实时管控和预警，筑牢食品安全防线。

[点击了解更多关于数智化科技赋能食安的信息](#)

上游供应商

我们从源头加强食品安全管理，要求供应商建立严格的上游供应商审批和监控机制，包括对白羽鸡养殖过程进行系统监控，推动果蔬上游供应商全面落实百胜中国良好农业规范 (Yum China GAP)，以全面管控食品安全风险。此外，我们保持对食品行业政策与热点变化的密切追踪，包括转基因、动物福利、兽药管理等领域，以实现对上游供应商相关风险的动态监控与重点管控，并向上游供应商分享推广行业良好实践，致力于提升供应链食安品质管理水准。

我们的 Yum China GAP 已实现覆盖

100%

生菜、茄果类*、柠檬、甜玉米基地

[点击了解更多关于行业热点的信息](#)

* 茄果类基地主要种植番茄、樱桃番茄、青椒和黄瓜。

供应商

我们建立了严格的供应商准入机制，涵盖风险评估、资质审查和工厂审核。新供应商通过百胜中国质量管理研修院的在线学习与考核，是准入流程中的必要一环。我们亦持续推进供应商的食品安全体系和能力建设，要求食品和食品接触包装材料供应商获得 GFSI 认可的食品安全标准认证 (如 BRCGS、FSSC22000 等)。

同时，我们通过技术交流探讨、培训赋能等措施，帮助供应商开展设备优化升级与工艺改进。例如，我们的一家供应商在百胜中国的赋能及支持下实现设备创新改进并成功获得实用新型专利，在提升食品安全管控水平的同时也提升了生产能力和效率。

2025 年

100%

食品和食品接触包装材料供应商获得 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

3,600+

次 原材料食品安全与质量抽检

物流

秉持对食品安全的高度责任感，百胜中国构建了全球一流的物流管理体系。从食品入库保存到在途运输的每一个环节，均设有严格的操作标准和要求，确保食品在整个供应链过程中的安全与质量。通过部署智能温控系统，有效避免因温湿度波动导致的品质问题；同时依托远程智能管理平台，并结合 CCTV 抽查系统严格规范物流在餐厅的操作流程，实现物流过程的可视化、可追溯化管理。

截至 2025 年底，我们已构建包含 34 家物流中心的高效协同的物流仓储配送网络，可覆盖 5,000 余个城镇。我们亦通过仓储管理标准化建设持续提升服务品质。

2025 年

完成 5 家自有物流仓的 BRCGS 认证，以及

160+

次 仓储和运输服务商食品安全和质量审核，覆盖所有物流中心，有效管控物流过程的食品安全

餐厅与外送

餐厅及外送是食安管控中的关键环节。我们通过不通知式 OEC 审核持续监督餐厅及外送的食品安全、产品质量及服务表现。在外送环节，我们严格执行操作流程，同时强化对外送服务团队等第三方合作伙伴的监督管理。

2025 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

9,200+

次 新产品质量评估

加盟业务食品安全管理

为护航集团加盟业务扩展的战略规划，我们全面落实“**One System**”理念，确保加盟与自营餐厅遵循一致的高水平食品安全和质量管理体系以及数字化管控措施，从加盟商准入评估、开店流程、餐厅营运管理、经营考核、加盟商评估体系与退出机制等全生命周期管理，持续强化加盟商的食品安全主体责任和合规意识；同时依托日常督导训练和全周期赋能，提升其运营管理水平。我们从资金实力、经营能力、公司价值观等多方位对加盟商进行综合筛选，确保其符合品牌高标准，共同守护食品安全与质量。

One System 理念 - 加盟与自营餐厅采用



加盟商食品安全与质量管理措施



至臻·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话题的关注度持续提升，对于健康饮食的诉求呈现出具体化与多元化趋势。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）》，持续研发并推出更多营养健康选项和膳食均衡产品组合，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。

我们通过自主研发的“营养小管家”平台，建立营养数据库，围绕能量、蛋白质、碳水化合物等关键指标，结合不同消费者群体的多元需求，研发多样化且营养更为均衡的套餐组合，并持续优化产品减糖减盐举措。2025 年，平台融合了多模态大模型及光学字符识别 (OCR) 技术，可实现产品营养检测报告中关键指标的提取与多重校验，大幅提升了数据维护的准确率与流转效率，为科学膳食创新提供坚实的数智支撑。

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，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

注意均衡膳食持续创新和改良

提供多种选择满足差异化需求

开展健康科普倡导健康生活方式

支持餐饮科研发展促进营养改善



多样营养选择

我们持续合理搭配丰富多样的食材，积极拓展产品品类，致力于为消费者提供更加均衡、全面的营养供给，以及更加丰富、健康、多元化的膳食选择。

减盐减糖 健康加倍

在保持经典风味的基础上，基于科学的营养理念，我们积极开发更丰富和多元化的产品选择。2025 年，我们继续为消费者提供多款减盐、减糖产品，满足不同人群的需求和偏好。

此外，我们也采用多种烹饪方式，肯德基 ~60%、必胜客 ~90% 的全天菜单采用了烤、煮、炒、铁板烤等方式，促进膳食多样化。



丰富膳食 均衡发展

我们持续丰富食材组合，通过引入全谷物、蔬菜水果等多种均衡健康选择，满足现代消费者对便捷健康饮食的需求，帮助顾客实现“又快又好又健康”的饮食体验。同时，我们持续推动肉、蛋、海鲜等多品类优质蛋白食材的应用，并合理搭配原料、优化烹饪工艺，在保证美味的同时，为不同人群提供所需的蛋白质。

优质蛋白	丰富食材	多样蔬果
<p>肯德基海陆双享帕尼尼</p>	<p>必胜客薄底披萨</p> <ul style="list-style-type: none"> 全新饼底配方 面团添加虎坚果 饼边使用帕玛森芝士 	<p>KPRO 超级食物酸奶昔</p> <ul style="list-style-type: none"> 餐厅现制 超级食物 4 种有益菌
<p>必胜客秘制酱烤香骨鸡</p>	<p>肯德基至珍七虾堡</p> <ul style="list-style-type: none"> 内含 7 只整虾 经典瑶柱海鲜酱 	<p>必胜客香浓玉米汁饮料</p> <ul style="list-style-type: none"> 全链条源头种植管控 48h 脱粒锁鲜

亮点案例 KPRO - 安心好品质，均衡好轻食

肯德基旗下 KPRO 肯律轻食品牌以中国烹饪协会《轻食营养配餐设计指南》为指导，依托成熟的供应链管理与质量控制体系，将指南落实于具体产品实践，在产品菜单中试行卡路里信息标注，以谷物能量碗、焖饭能量碗、帕尼尼和卷等能量轻食系列为主打，以煎烤拌为主的烹饪方式兼顾营养与口感。KPRO 亦与中国烹饪协会等机构共同发布倡议，号召“严选优质食材，恪守品质管理，让消费者吃得安心；科学搭配食材，均衡膳食营养，让消费者吃得健康”，推动行业规范化发展与消费者认知提升。通过严格的品质管控和科学的营养搭配，KPRO 致力于为消费者提供安心、多样、健康的膳食选择，助力健康生活方式打造。



2025 年，KPRO 发布“安心好品质，均衡好轻食”全新品牌主张，并推出六大安心承诺。截至 2025 年底，KPRO 门店数量已达 200+ 家。

安心六承诺

<p>1 使用可生食鸡蛋 更安全，放心吃</p>	<p>2 果蔬必经三道清洗 果蔬严格遵循“清洗、消毒、冲净”三步法，保证安全卫生</p>	<p>3 食材四大温区储存 食材在门店按照“冷冻、冷藏、常温、保温”四大温区存储，生熟分区处理，防交叉污染</p>
<p>4 每个食材有自己的时间管理 每个食材单独管理，保证食材新鲜和口感</p>	<p>5 控盐控糖 用心调味 谷物能量碗 无酱也好吃</p>	<p>6 “四类六种” 均衡搭配 每餐在设计时，遵循品种多样、合理搭配的原则，至少含有四大类食物，六种及以上食材，符合中国烹饪协会发布的《轻食营养配餐设计指南》</p>

小份菜品 合理选择

考虑到愈发多元的用餐场景，以及不同消费者对营养摄入需求的差异，我们通过合理设计餐品食材搭配，在推出单人套餐的同时，也为单点菜品提供灵活的分量选择。例如，必胜客推出适合一人享用的小装披萨，黄记煌提供“一人锅”，小肥羊则打造了“一人食”回转火锅等。这些选项的提供，既满足多样化摄入需求，亦助力减少食物浪费，践行可持续餐饮理念。

至远·行业共进

作为餐饮行业生态的重要参与力量，百胜中国积极发挥影响力，多方位构建供应链协同的高质量发展格局，并依托智能化技术，促进供应链质效提升，并将区域特色融入创新实践，持续引领行业发展，带动行业生态建设。

协同供应链高质量发展

在百胜中国践行“创新、提效”双轮驱动战略的背景下，专业高效的供应链服务正日益成为关键支撑。我们致力于推动创新产业模式和数字化供应链体系，与合作伙伴构建更具韧性的供应链生态。

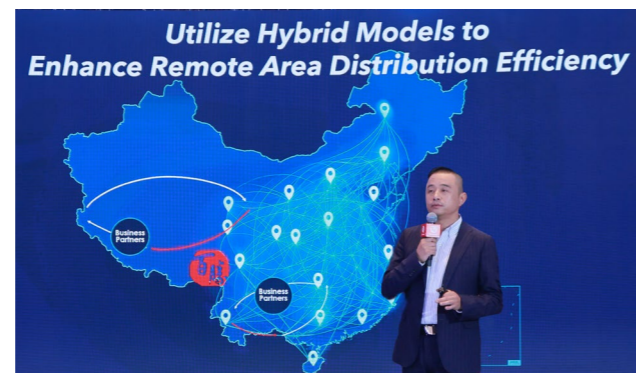
链接世界，多元共赢

我们深耕多元化采购战略，积极参与中国国际供应链博览会等重要行业活动，增加与全球供应商沟通互动的机会，由此“链接世界”。我们持续优化线上公开招募平台，面向全球供应商开放，以标准化入驻流程与透明化评估机制，也为中小供应商提供平等参与的机会，拓宽百胜中国的供应商资源。

亮点案例 百胜中国再赴链博会诠释供应链协同新生态

2025年7月，百胜中国连续第二年亮相中国国际供应链促进博览会，与80+家优质供应商联袂参展，生动诠释了“百链聚力、胜启未来”的价值链协同发展理念。

展区特别设置肯德基、必胜客品牌专区，通过食材溯源可视化展示，清晰呈现“从农田到餐桌”的全链条质量管理体系；借助正在打造中的创新“三合一”产业园模式的动态演示，生动展现集智能仓储、鲜食加工、烘焙生产于一体的高效供应链体系。本届参展，百胜中国从多维度呈现餐饮行业从食材源头到餐桌的现代化协同图景，展现了整合供应链各参与方的智慧和力量、打造互信共荣的供应链协同新生态的决心。



截至 2025 年底

百胜中国拥有 **850+** 家与餐厅经营相关的独立供应商。我们已通过线上公开招募平台成功引入 **79** 家供应商，覆盖多种品类供应商。部分在限时产品（LTO）或区域产品合作中表现优异的中小型供应商，未来可逐步发展为长期合作伙伴。

本地赋能，风味创享

我们深入践行本地化采购，深度挖掘区域特色食材价值并融入产品创新，既打造出独特风味体验，更助力当地供应商发展。肯悦咖啡推出以云南非遗乳扇搭配普洱 SOE 咖啡豆的玫瑰乳扇风味拿铁，以及融合东北特色的手摇冻梨美式，通过“咖啡+地域文化”的创意碰撞传递地方风情。

截至 2025 年底

我们的供应商网络中

98%+

的供应商来自中国本土地区



手摇冻梨美式

玫瑰乳扇风味拿铁

亮点案例 百胜中国和羹计划——深度协同，生态共生

2025年7月，百胜中国携手供应商伙伴等各方首次发布“百胜和羹发展计划”，旨在以供应链为产业纽带，构建政府、企业、科研机构、传媒及消费者多方对话协同的生态网络，携手各方共溯品质源头，共筑互信生态，共创产业发展。

该计划以“共溯品质源头”为核心行动，联合行业专家、媒体及供应商，深入开展全民健康科普实践。在2025年链博会上，肯德基发布《解密一口好鸡肉的溯源之旅》科普片，真实记录专家团队深入现代化养殖基地的实地探访过程，将专业的生产管理知识转化为易懂的食品安全常识，帮助提升公众食品安全意识与科学判断力，增强社会整体的消费认知与信任。

“共筑互信生态”作为和羹发展计划的关键维度，意在构建以信任为纽带的产业协同网络。2025年，在该计划发布会上，百胜中国携手供应链优质伙伴共同举办了一场聚焦供应链协同共生的“和羹之友分享会”，来自鸡肉、土豆、乳制品等品类的企业代表作为首批“百胜和羹之友”，以“和羹之道——从供应链协同到价值共同体的构建”为主题展开讨论。与会企业代表分享了多个协同创新案例，例如百胜中国与鸡肉供应商通过长期协作，共同推动鸡肉品种的自主育种突破和供应链的全程可追溯；百胜中国与国产冷冻薯条生产企业合作带动农户增收，并与外部专业机构一起应用土豆皮还肥技术减少环境污染，改善土壤结构，为循环农业助力。我们通过技术共享、标准共建、循环农业等合作模式，促进全链价值增益，促进释放兼具商业价值和社会价值的综合效益。

“共创产业发展”是百胜中国打造供应链生态的长期目标。我们致力于推广供应链中的创新产业模式，构建开放、共生、韧性、可持续的供应链生态。

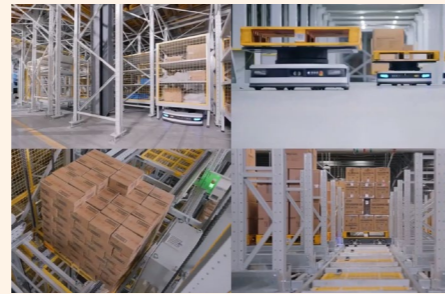


数智赋能 物流增效

物流是供应链资源高效配置与流动的命脉。为支撑持续扩大的业务规模，百胜中国依托智能技术提升物流网络运行效率，以餐厅服务需求为核心纽带，贯通全国数千城镇，实现物流体系的高效运转。

智能仓储管理

我们积极布局互联网+技术，试点部署四向车密集存储系统、自动导向车（AGV）智能搬运机器人及自动化立体仓库（ASRS）等先进自动化设备，显著提升了仓储分拣操作的效率与准确性。



智能调度系统

我们试点部署基于 AI 的路径规划系统，实时融合路况信息、订单分布与车辆状态等多维数据，动态生成优化运输路径。通过大幅降低车辆空驶率、压缩中转停留时间，有效控制运输成本，同时确保门店到货时效性，显著提升供应链整体响应速度与敏捷性。



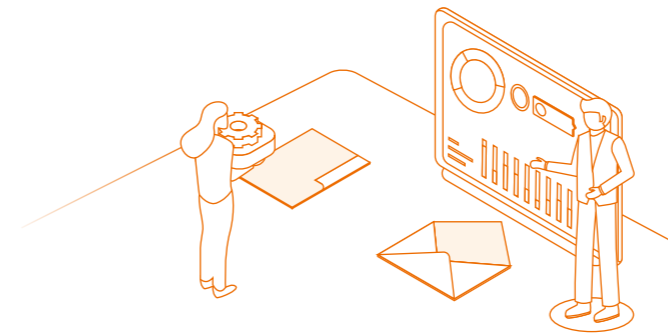
亮点案例 打造百胜中国产业园

在夯实供应链效能的方向上，我们持续推进百胜中国产业园的建设，通过高度集约化布局实现供应链协同效应，并实现配送成本极大程度下降。我们已建有配销中心和小型切配中心，并正在以此为基础升级打造配销、蔬菜鲜切工厂、面包工厂三合一共园模式，能够实现上游面包烘焙、鲜切加工两大短期保质期生产品类生产车间与配备多温区存储功能的智慧物流中心在同一产业园区内的聚合，缩短供应链半径，提升产品新鲜度与运营效率。



引领行业生态建设

百胜中国深知行业的发展需要凝聚社会各界力量。我们在中国烹饪协会、中国食品科学技术学会、中国连锁经营协会、中国畜牧业协会等行业组织中担任重要角色，积极参与相关研究组、分会的专项研讨工作和行业论坛，聚焦食品安全热点、为行业法规等建言献策，共同促进食品和餐饮行业法规标准的健全。2025 年，我们新加入中国肉类协会禽（蛋）业分会，进一步拓展行业协作深度。在国际层面，百胜中国自加入 GFSI 十余年间，持续引入和推广国际先进实践。



2025 年

百胜中国就食品安全国家标准、团体标准和部门规章等法规，共建言

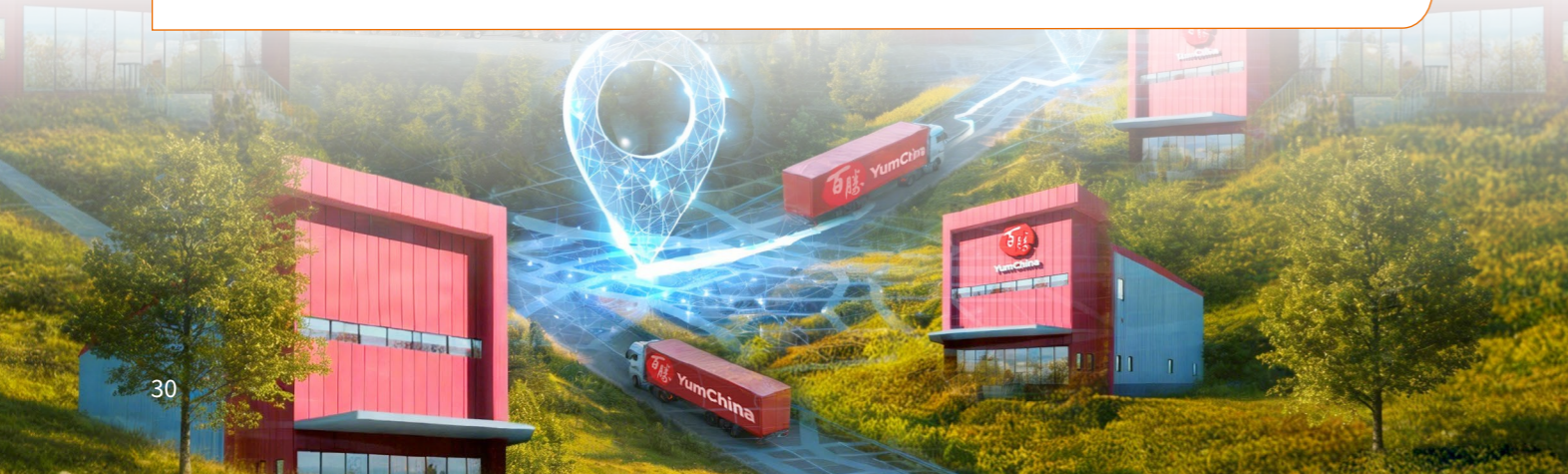
16 项，重点关注食品安全主体责任、产品加工过程控制、餐饮外送操作等法规要点

荣获 2025 消费品论坛中国日

“2024-2025 年度食品安全创新案例集 - 案例支持单位”

亮点案例 打造共享共赢的供应链生态

2025 年 9 月，在中国连锁经营协会食品安全工作委员会 2025 年工作会暨食品安全与质量促进论坛上，百胜中国以“共享共赢的供应链生态”为主题，系统介绍了公司构建更具韧性的供应链体系的实践与创新，涵盖端到端全价值链的食品安全管理、食品安全文化建设、供应商协同与赋能，以及数字化食安平台建设等多个关键维度，展现了公司在推动行业共治、提升整体食安水平方面的持续努力与引领作用。



「以绿为源」 GREEN

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

- 聚力·气候转型
- 致力·自然生态
- 协力·循环经济

对可持续发展目标(SDGs)的贡献



聚力 · 气候转型

联合国调查显示，气候变化会影响我们的健康、粮食种植能力、住房、安全和工作。我们中的一些人已经更容易受到气候影响，例如生活在小岛屿国家和其他发展中国家的人们。海平面上升和海水入侵等问题已发展到使得一些社区不得不迁移的程度，长期干旱使部分地区的人们面临饥荒的风险。未来，因气候相关事件而流离失所的人数预计将增加。

对此，百胜中国坚定支持《巴黎协定》提出的“努力将全球平均气温升幅限制在工业化前水平1.5°C之内”的长期目标，充分响应中国政府“力争于2030年前实现碳达峰、2060年前实现碳中和”的承诺。我们已于2021年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。同时，我们持续关注SBTi发布的最新标准，并与其进行互动与沟通，不断探索气候转型的机会。

我们相信，持续推进气候行动不仅有助于餐饮行业及其价值链伙伴实现低碳转型，也将为社区和社会的整体可持续发展带来积极影响，同时契合消费者日益增长的对可持续生活方式的追求。

我们的 2050 净零之旅



气候相关披露

百胜中国自 2021 年起首次开展气候风险与机遇的识别评估工作。基于评估结果，我们依托完善的气候相关管治架构，将气候策略及风险管理融入到企业日常经营中，致力于构建气候韧性，推动企业可持续发展。

报告期内，公司进一步遵循《联交所 ESG 报告守则》D 部分：气候相关披露，系统更新了气候相关风险与机遇的评估，并明确了未来需优先采取行动的关键领域。

管治

本报告“可持续发展战略”章节已详述百胜中国可持续发展管理架构，气候相关治理亦纳入其中。

作为公司可持续发展实质性议题之一，气候变化议题相关的监督、管理与执行是可持续发展管理体系的重要组成部分。

在董事会层面，食品安全与可持续发展委员会协助董事会监督公司包括环境与气候变化在内可持续发展相关的实践、政策、流程、战略、以及行动，该委员会在 2025 年度召开了两次会议。委员会成员通过履行对相关事项的监督职责，逐步积累了气候相关专业经验。我们为该委员会成员提供气候相关主题培训，以进一步提升其相关专业能力。

在管理层层面，我们设立了可持续发展委员会，负责跟踪实质性议题的落实情况、评估气候等可持续发展风险、制定风险应对战略和措施，并监督关键举措的实施情况，该委员会在 2025 年度召开了五次会议。

策略

百胜中国深知气候变化为整个价值链带来潜在风险与机遇，这些风险与机遇对我们的业务战略、运营及财务表现均可能产生影响。我们结合宏观环境、行业实践及公司战略规划，依据相关性与重要性原则，识别出公司最具影响的气候风险与机遇清单。同时，参照气候相关披露标准建议，我们在不同气候情景及时间维度下，分析气候风险与机遇在当前及未来的潜在影响，从而分阶段、有重点地制定并落实相应的气候应对措施。

气候情景选取

我们采用联合国政府间气候变化专门委员会（IPCC）代表性浓度路径（RCP）的 RCP1.9*、RCP6.0** 气候情景评估物理风险，并应用国际能源署（IEA）的 2025 年净零排放情景（NZE***）、既定政策情景（STEPS****）分析转型风险和机遇。

物理风险气候情景选择		转型风险和机遇气候情景选择	
RCP1.9	到 2100 年辐射强迫为 1.9 W/m ² ，全球气温升高被限制在比工业化前水平高不超过 1.5°C，符合实现《巴黎协定》的目标。	NZE	净零排放情景要求能源部门在不依赖能源领域以外的减排，到 2050 年实现二氧化碳当量净零排放。各国加大气候行动力度，到本世纪末将全球变暖限制在 1.5°C 以下。
RCP6.0	到 2100 年辐射强迫为 6.0 W/m ² ，未来温升约 2.8°C。RCP6.0（中等偏高排放情景）假设温室气体排放持续至 2080 年前后达峰，需依赖中等强度气候适应措施，极端事件风险仍较高。	STEPS	既定政策情景代表了在不改变当前政策框架的情况下，未来能源和排放的发展趋势，用于评估现有政策对气候变化的潜在影响。

* RCP1.9 情景详细定义与相关假设请见官网：<https://www.ipcc.ch/sr15/chapter/chapter-2/>

** RCP6.0 情景详细定义与相关假设请见官网：<https://www.ipcc.ch/report/ar5/wg1/>

*** NZE 情景详细定义与相关假设请见官网：<https://www.iea.org/reports/world-energy-outlook-2025/net-zero-emissions-by-2050>

**** STEPS 情景详细定义与相关假设请见官网：<https://www.iea.org/reports/world-energy-outlook-2025/stated-policies-scenario>

时间维度选取

我们结合公司发展战略与减排规划，设定了对应时间维度：短期（3 年以内）、中期（3-10 年）、长期（10-25 年）。


百胜中国气候相关风险与机遇评估结果

气候相关风险	风险描述	财务影响 *	气候情景	各时间维度下的影响程度		
				短期	中期	长期
物理风险 急性风险	台风	<ul style="list-style-type: none"> 可能因基础设施及设备损坏导致运营成本上升； 可能因原材料供应及餐厅运营中断导致营收受到影响； 可能因极端天气发生频率上升引起保险费支出增加。 	RCP1.9	低	低	低
	极端降雨及洪水		RCP6.0	低	低	中
			RCP1.9	低	中	中
	RCP6.0		低	中	中	
慢性风险	平均气温升高	<ul style="list-style-type: none"> 可能因平均气温升高增加制冷系统能耗，导致运营成本上升。 	RCP1.9	低	低	低
	RCP6.0		低	低	中	
	降水模式改变及水压力	RCP1.9	低	低	低	
		RCP6.0	低	低	低	

* 报告期内，我们对已识别气候变化相关风险的财务影响进行数据统计，基于对可单独拆分的财务影响进行量化分析，经评估，气候变化相关风险未对当前汇报期的财务状况、财务表现及现金流量产生重大影响，并且在不发生极端严重的气候灾害、政策及市场不发生重大变化的前提下，预计不存在将导致下一汇报年度相关财务报表中的资产和负债账面价值发生重要调整的重大气候相关风险。对于无法单独拆分的财务影响，符合财务影响豁免条件。此外，我们认为转型及物理风险的预期财务影响将受到应对举措成本的波动性、技术路线成熟度及供应链伙伴转型速度等多方面因素的复合影响，导致预期财务量化分析结果可参考性较低，符合合理资料豁免相关要求。因此，我们仅披露定性的气候相关财务影响信息。

气候相关风险	风险描述	财务影响*	气候情景	各时间维度下的影响程度			
				短期	中期	长期	
转型风险	 <p>政策和法律</p>	<p>对产品和服务的要求及监管</p> <p>政府、非政府机构及其他持份者就气候变化的公众关注日益增加。我们正在并可能继续受到有关环境可持续性事项、相关披露及运营规定方面不断变化的规则、法规、标准及期望的影响，这已导致并可能继续导致与满足该等规则、法规及期望相关的开支、时间及注意力增加。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 公司可能需要投入更多资源以满足合规要求，导致运营成本上升。 	NZE	低	低	中
	 <p>技术</p>	<p>向低排放产品和服务过渡</p> <p>监管机构可能推出更严格的政策，要求公司采取更低排放的技术，此外我们承诺按照 SBTi 标准于 2035 年前实现近期温室气体减排目标，以将全球气温上升限制在比工业化前水平高 1.5°C。采取行动履行该等承诺及目标可能使我们面临额外的运营挑战及执行成本。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 公司可能需要投入更多的低排放技术，导致资本支出及运营成本上升。 	NZE	低	低	中
	 <p>声誉</p>	<p>利益相关方反馈</p> <p>随着越来越多的利益相关方(如监管机构、投资人、顾客、及社会公众等)对气候变化的关注日益增强，如若公司未能采取恰当的措施开展气候变化应对及披露工作，则会对公司声誉造成影响。</p> <p>此外，我们的温室气体减排等承诺及目标受不确定性所限，其中众多并非在我们的控制范围内，可能较我们预期更为困难且更昂贵。倘若我们无法履行承诺，我们的声誉或业务可能受到不利影响。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 回应利益相关方关注以及采取行动满足可持续发展方面的承诺可能导致运营成本上升。若未能采取适当措施就气候相关事宜回应利益相关方关注，或未能履行我们的减排承诺，可能导致声誉受损，进而产生对业务和财务表现的不利影响。 	NZE	低	低	中
	 <p>市场</p>	<p>原材料成本波动</p> <p>百胜中国的核心业务高度依赖农产品的稳定供应，气候变化可能导致极端天气频发，这将导致相关地区的农产品减产，进而引发供应短缺与农产品价格升高的风险。除农产品外，能源的价格也可能随着气候变化相关政策的改变而发生变动。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 气候变化可能导致农产品相关采购成本上升； 趋严的气候相关政策可能导致能源相关运营成本上升。 	NZE	低	低	中

* 报告期内，我们对已识别气候变化相关风险的财务影响进行数据统计，基于对可单独拆分识别的财务影响进行量化分析，经评估，气候变化相关风险未对当前汇报期的财务状况、财务表现及现金流量产生重大影响，并且在不发生极端严重的气候灾害、政策及市场不发生重大变化的前提下，预计不存在将导致下一汇报年度相关财务报表中的资产和负债账面价值发生重要调整的重大气候相关风险。对于无法单独拆分识别的财务影响，符合财务影响豁免条件。此外，我们认为转型及物理风险的预期财务影响将受到应对举措成本的波动性、技术路线成熟度及供应链伙伴转型速度等多方面因素的复合影响，导致预期财务量化分析结果可参考性较低，符合合理资料豁免相关要求。因此，我们仅披露定性的气候相关财务影响信息。

气候相关机遇	机遇描述	财务影响 *	气候情景	各时间维度下的影响程度			
				短期	中期	长期	
机遇	 <p>能源来源</p>	<p>使用低排放能源</p> <p>随着中国不断推进能源转型以及相关技术进步，可再生能源的成本持续优化，供应量持续增加，且绿电交易政策不断完善。百胜中国可能有更多的机会参与绿电市场化交易或由商场业主代购绿电，并且可以在餐厅与物流资产部署分布式光伏系统，从而降低对传统化石能源的依赖，在实现长期经济效益的同时，减少公司碳足迹，提升其环保形象。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 通过使用更低成本的绿色能源（如光伏自发自用、平价和低价绿电采购），将有可能降低能源相关运营成本。 	NZE	中	中	高
	 <p>资源效率</p>	<p>提升资源使用效率</p> <p>随着全球及中国持续推进低碳技术发展，市场上可能会出现更多适用于百胜中国的先进节能减排技术。百胜中国致力于通过智能化、高效的运营管理手段，以及创新的技术和设施设备，提升能 / 资源的使用效率，从源头持续减少能 / 资源消耗，将效率优化转化为切实的财务与环境效益。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 通过提高能 / 资源使用效率，将有可能直接降低公司水电等运营成本。 	NZE	中	中	高
	 <p>韧性</p>	<p>赋能供应商</p> <p>公司制定了 2035 年和 2050 年价值链减排目标，通过赋能供应商，支持和推进其气候战略，以此构筑整体供应链的气候韧性。在气候变化导致极端天气和自然灾害频发的背景下，供应商若积极推进可再生农业实践，并采取更高效、低排放的加工 / 生产 / 运输方式，可帮助增强其应对气候冲击的能力，降低运营中断风险，并从源头保障关键原材料的质量与长期稳定供应，从而支撑公司业务扩张对高品质产品的需求。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 赋能供应商低碳转型将可能驱动供应商优化能源使用效率、提升生产效率，实现其自身的运营成本优化。该部分的成本优化将传导至公司采购端，将有可能为百胜中国带来长期、稳定的成本优势。 	NZE	中	高	高
			STEPS	低	中	中	
			STEPS	低	中	中	
			STEPS	低	中	高	
			STEPS	低	中	高	

* 报告期内，我们对已识别气候变化相关机遇的财务影响进行数据统计，基于对可单独拆分识别的财务影响进行量化分析，经评估，气候变化相关机遇未对当前汇报期的财务状况、财务表现及现金流量产生重大影响，并且在不发生极端严重的气候灾害、政策及市场不发生重大变化的前提下，预计不存在将导致下一汇报年度相关财务报表中的资产和负债账面价值发生重要调整的重大气候相关机遇。对于无法单独拆分识别的财务影响，符合财务影响豁免条件。此外，我们认为气候机遇的预期财务影响可能受到应对举措成本的波动性、技术路线成熟度及供应链伙伴转型速度等多方面不确定因素的复合影响，导致预期气候机遇分析结果可参考性较低，符合合理资料豁免相关要求。因此，我们仅披露定性的气候相关财务影响信息。

百胜中国气候相关风险与机遇应对措施

气候风险		应对措施
 急性风险	台风	<ul style="list-style-type: none"> 选址过程中将极端天气纳入考量：百胜中国在选址过程中已将极端天气因素纳入考量。例如，在高洪水风险区域选址时，我们会评估餐厅位置的海拔高度； 建设过程中强化建筑气候抵御能力：我们在建设过程中采取了强化防洪措施（如设置防水屏障和增压泵、开展结构安全评估测试等），以确保自有及租赁建筑均符合国家建筑规范要求（如风荷载标准），并持续根据国家法规调整验收标准； 采取预防性措施：在运营层面，公司门店及物流中心密切监控天气情况，在极端天气发生前及时开展预防性措施；在供应链层面，公司对供应链气候风险进行评估，及时识别潜在的供应中断风险； 购置极端天气相关保险：公司已购买建筑物保险，帮助管理极端天气事件带来的财务风险； 布局物流管理系统，保障供应稳定性：百胜中国建立了完善的物流管理系统、多元化的供应商资源、及覆盖面广的物流网络，且各个区域之间的供应商及物流网络互为备份，以及时应对突发的极端天气，确保供应链的稳定性。
	极端降雨及洪水	
 慢性风险	平均气温升高	<ul style="list-style-type: none"> 采购高效空调设备：公司在空调及制冷设备选型时，将设备能效及其在极端高温条件下的运行情况纳入考量，并开展常态化维护及检修工作，以确保设备在极端温度情况下正常运行； 建筑物应用隔热设计：门店、办公楼及冷库采用优化隔热设计，以确保室内维持适宜的环境温度。
	降水模式改变及水压力	<ul style="list-style-type: none"> 开展水资源风险评估：根据水资源风险评估结果，我们持续升级节水设备。我们已制定节水目标，承诺以 2017 年为基准，到 2025 年将餐厅平均用水量降低 10%，并已于 2021 年提前达成这一目标。

气候风险		应对措施
 政策和法律	现有产品和服务的要求及监管	<ul style="list-style-type: none"> 设立减排目标：百胜中国已设立温室气体中期减排目标及长期净零承诺，并依据减碳计划开展各项节能减排举措，将温室气体排放控制在部分地方政府配额要求范围内； 开展包装循环经济举措：百胜中国制定《百胜中国包装战略》，同时发布包装可持续发展相关承诺，并秉持 4R（减量、回用、替代、循环）原则，积极采取多项举措，推动承诺的实现； 完善气候相关信息披露流程：为应对气候披露新要求，公司已经建立了完善的温室气体排放统计与核算流程，构建完善的气候相关信息披露流程，保障信息透明性及合规性。
	向低排放产品和服务过渡	<ul style="list-style-type: none"> 构建低碳技术评估、推广及应用流程：百胜中国已建立完善的低碳技术评估、推广及应用流程，配备有专业的团队负责低碳技术转型研究，对新技术开展系统性的评估，并通过小范围试点降低技术风险； 推动供应链技术转型：与供应商合作，成立供应链低碳联盟，鼓励供应商采用节能低碳技术，通过现场指导、技术培训等方式开展供应商能力建设，推动供应链低碳技术转型。
 声誉	利益相关方反馈	<ul style="list-style-type: none"> 优化消费者可持续餐饮体验：百胜中国通过餐厅节能管理、包装的绿色设计及消费者低碳宣传等多个维度为消费者带来可持续餐饮体验，满足消费者环保偏好，维护绿色可持续品牌形象； 加强利益相关方沟通：百胜中国致力于与各利益相关方群体保持有效互动，加强低碳转型信息披露工作，回应各利益相关方关注。
	原材料成本波动	<ul style="list-style-type: none"> 关键原材料签订多年期协议，持续监控价格变化：我们通过签订关键食材的多年期大宗采购协议控制原材料成本，同时相关团队持续评估市场波动和原材料价格变化趋势，采用动态的价格管理策略，以应对原材料成本波动； 多源采购策略：我们积极开发多元化的供应商资源，关键原材料实施不同国家及地区、多个供应商的灵活多源采购，以应对原材料成本波动； 推动供应商构建气候韧性：详见本章“气候相关机遇 - 韧性 - 赋能供应商”[4]
 市场		

气候机遇		应对措施
气候机遇	 <p>能源来源</p>	<p>使用低排放能源</p> <ul style="list-style-type: none"> • 扩大可再生能源使用范围：我们积极在全国的餐厅以及物流中心寻找可靠、可负担及可规模化应用的可再生能源的机会，包括绿电交易以及分布式光伏，持续优化能源结构； • 制定多元化的能源转型策略：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，制定因地制宜的能源转型策略。
	 <p>资源效率</p>	<p>提升资源使用效率</p> <ul style="list-style-type: none"> • 应用节能降耗技术，优化能源管理：我们持续在新建及既有的餐厅、物流中心应用节能创新设备及技术，例如高效空调设备、排烟变频控制、热回收、热泵热水器等，淘汰现有的高能耗设备，持续加强餐厅用能设备的管理，以提升资源使用效率。
机遇	 <p>韧性</p>	<p>赋能供应商</p> <ul style="list-style-type: none"> • 供应商低碳转型策略：我们建立了 3E (Engage - 参与, Educate - 引导, Empower - 赋能) 策略，推动不同阶段、不同能力的供应商共同参与气候行动； • 推动供应商能源转型：我们积极推动供应商能源转型，成立光伏绿电联盟与供应链低碳联盟，鼓励供应商使用可再生能源； • 建立供应商减排机制：我们建立了完善的供应商减排机制，邀请关键供应商签署减排承诺，制定减排路径，并定期汇报温室气体排放和减排进展。

风险管理

百胜中国建立了完善的气候相关风险与机遇管理机制，并将其纳入企业整体风险管理流程。该机制覆盖风险与机遇的识别、评估、应对与监测四大环节，旨在提升企业对气候风险的适应能力和业务韧性。

百胜中国气候风险与机遇管理机制



识别

基于气候变化现状与趋势、公司业务布局与经营状况、外部监管要求、市场发展趋势、以及利益相关方期望等因素，识别并常态化更新百胜中国气候风险与机遇清单

评估

通过模拟短、中、长期时间维度下的不同升温情景，评估气候相关风险与机遇的潜在影响。具体包括结合公司实际运营数据与外部权威数据库（如 WWF Risk Filter Suite*、CLIMADA** 等）进行实体风险量化评估。采用案头分析、外部专家咨询与管理层访谈等方式开展转型风险与机遇评估，从而研究风险与机遇产生影响的性质、可能性，并基于对公司当前以及将来的量化财务影响预估，确定气候风险与机遇的影响程度与排序

应对

依据评估结果建立应对措施，并联合相关部门将这些应对措施融入到公司的日常业务经营过程中，以降低气候风险财务影响，同时把握气候机遇

监测

由可持续发展团队统筹，协同各部门开展持续监测工作，并定期汇总信息，依托公司可持续发展管理架构进行相关的汇报与评估，持续优化管理成效

* WWF 风险过滤工具 (WWF Risk Filter Suite) 是由世界自然基金会开发的一系列数据工具和知识库，数据库内容主要围绕生物多样性保护、生态足迹和物种与栖息地信息。

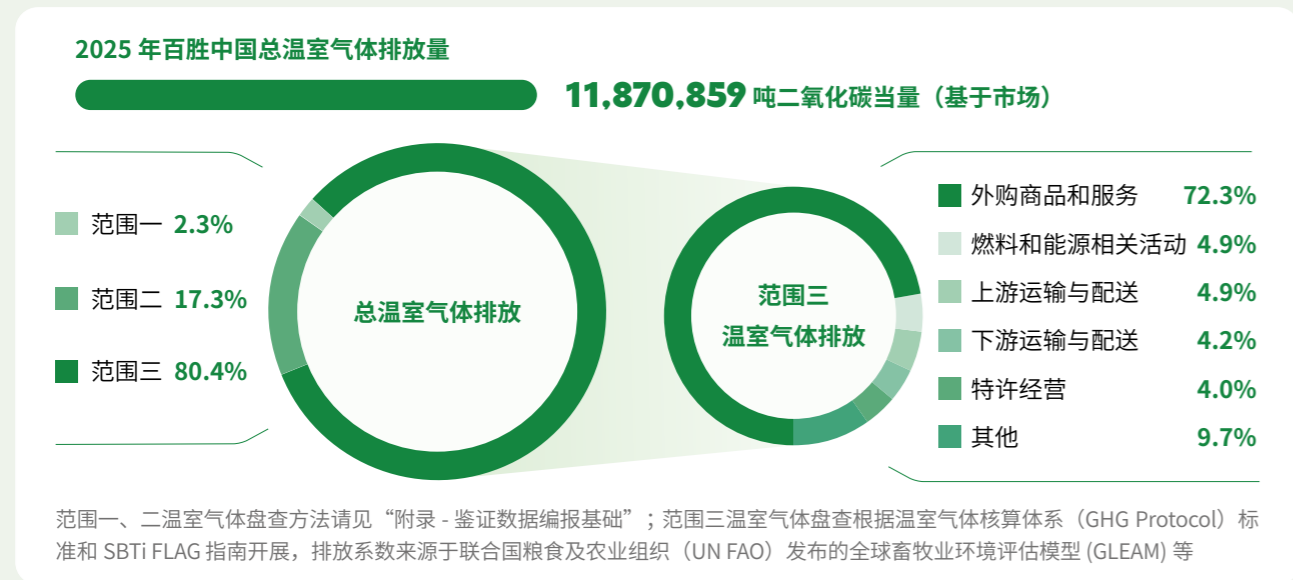
** CLIMADA 是由苏黎世理工大学天气与气候风险组开发及维护，并由欧洲气候适应平台 (Climate-ADAPT) 提供的模型工具，其建模方法符合气候相关财务披露工作组 (TCFD) 关于物理风险的观点。

指标及目标

2022 年，百胜中国设立温室气体中期减排目标，并成为中国首家温室气体中期减排目标获得 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。



我们的碳足迹



更多气候相关的指标，请见“附录 - 关键绩效数据表”

跨行业指标 - 报告期内，我们对已识别气候变化相关风险与机遇的财务影响进行数据统计，基于对可单独拆分的财务影响进行量化分析。经评估，气候变化相关风险与机遇未对当前汇报期财务报表产生重大影响，并且在不发生极端严重的气候灾害、政策及市场不发生重大变化的前提下，预计不存在将导致下一汇报年度相关财务报表中的资产和负债账面价值发生重要调整的重大气候相关风险或机遇。对于无法单独拆分的财务影响，符合财务影响豁免条件。此外，我们认为气候风险与机遇的预期财务影响存在诸多不确定性，例如：转型风险与机遇可能受到应对举措成本的波动性、技术路线成熟度及供应链伙伴转型速度等多方面不确定因素的复合影响，导致预期气候机遇分析结果可参考性较低，符合合理资料豁免相关要求。因此，我们不披露跨行业指标。

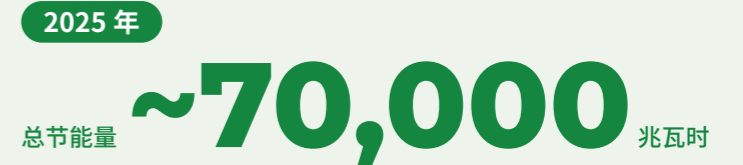
内部碳定价 - 我们在部分地区参与由当地监管机构组织的碳交易市场，在这些地区，我们可能会基于当地公开碳交易市场的碳定价，内部交易各个子公司之间的碳排放权益。除此之外，当我们推进节能减排工作、绿电交易工作时，也会考虑当地的碳定价以及碳交易的规则。

自身低碳运营

我们以提升能源使用效率和推动可再生能源转型为两大核心路径，在餐厅、物流中心及办公场所开展低碳运营实践，持续推进自身减排进程。

提升能源使用效率

在餐厅端，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。



2025 年百胜中国餐厅主要节能降耗措施



精细开展运营管理

- 推广冷库磁吸报警装置，实时预警减少能耗
- 系统调优设备运行参数
- 实施冷冻库风机按需启停，避免无效运行



提升设备用能效率

- 试点一体热泵小型机组应对安装限制
- 制冷系统推广热氟除霜与环保冷媒
- 推广洗碗机余热回收，试点冷库全热回收制热水
- 推广冰箱 R290 节能冷媒

推动可再生能源转型

我们制定多元化的能源转型策略，聚焦可靠、可负担及可规模化应用的可再生能源，通过系统性布局与多方合作的创新实践，持续深化可再生能源在全国餐厅与物流中心的应用，以进一步优化能源结构。

为在餐厅系统性开展绿电采购，我们采用双轨策略：对于可以独立参与绿电交易的餐厅，我们充分考虑各省绿电交易政策的差异，致力于在不增加用电成本的前提下采购绿电；对于目前尚无法独立参与绿电交易的餐厅，我们积极与餐厅所在商场业主合作，通过业主为餐厅购买绿电。此外，我们还与政府合作探索新模式。

此外，我们持续推进物流中心能源结构优化工作。一方面，我们在自有物流中心部署屋顶光伏系统并参与绿电市场交易；另一方面，我们与租赁物流中心业主积极探索绿电联合采购、屋顶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 年百胜中国可再生能源转型进展

绿电交易

- 11 个省市共 177 家餐厅参与绿电交易
- 5 个物流中心参与绿电交易

光伏部署

- 实现所有新建物流中心的可用屋顶 100% 光伏覆盖

外部合作

- 推动 39 家餐厅的业主参与绿电交易，与杭州物流中心业主合作使用屋顶光伏能源
- 和山西政府共同探索绿电交易新模式

2025 年

~70,000 兆瓦时

可再生能源使用量

较 2024 年增长

~84%

其中

~61,000 兆瓦时

绿电交易量

~8,800 兆瓦时

光伏环境权益量

百胜中国可再生能源使用趋势

~70,000 MWh

~38,000 MWh

~8,000 MWh

2023 年 2024 年 2025 年

亮点案例 百胜中国和山西政府共同探索绿电交易新模式

在餐饮行业绿色转型中，非直供电门店（如商场内餐厅）因无法直接参与绿电交易，需要依赖业主采购绿电。百胜中国一直积极寻找突破方案，以实现非直供电餐厅直接参与绿电交易。2024 年起，在山西省有关部门的支持下，我们与当地部门共同探讨制定创新性的非直供电用户绿电采购方案。2025 年 7 月，山西省能源局下发《关于开展商业综合体内非直供用户绿电交易试点的通知》文件，允许包括百胜中国在内的非直供电用户在山西省内通过虚拟户号立户，入市采购绿电，实现山西省内售电规则的突破。

在物流运输环节，我们积极推进新能源车队的规模化应用，截至 2025 年底已在全国物流中心投入使用近百台 3-5 吨级电动冷藏车。这批新能源车辆不仅有效减少了温室气体与污染物的排放，还通过优化运输模式进一步提升了运营效率。部分物流中心已启动中型电动冷藏车的测试工作，为持续推进车队能源结构转型、深化百胜中国可再生能源战略实施提供有力支撑。

供应链低碳转型

百胜中国的温室气体排放主要来自范围三，其中超过三分之二源于采购商品的温室气体排放。百胜中国深刻认识到，供应链的协同脱碳是我们实现减排目标的核心。为此，我们基于 3E（Engage - 参与，Educate - 引导，Empower - 赋能）策略，与供应商开展紧密的合作。多年以来，我们致力于为供应商提供指导和赋能，逐步提升供应商的温室气体排放管理能力，为实现我们的减排目标打下了坚实的基础。

扩展范围，设定目标

我们在 2023 年组建了百胜中国分布式光伏与虚拟绿电采购联盟，致力于推动供应商的可再生能源转型。通过积极与供应商伙伴分享百胜中国自身的可再生能源使用经验与资源，在过去两年，我们的供应商伙伴在绿电采购方面取得了大幅度的增长。在 2024 年，我们也首次开展系统性的森林、土地、农业 (FLAG) 相关温室气体盘查工作，锁定鸡肉、牛肉、猪肉、奶制品、薯制品及纸包装六大高排放品类，以重点推动针对性减排工作。

基于过往年度的工作成果，在 2025 年，我们确定了 40 余家供应商作为百胜中国价值链重点排放源，并与他们组建**百胜中国价值链绿色低碳联盟**并共同签署“价值链减排承诺”，将供应商的温室气体排放管理从能源相关拓展至包括 FLAG 排在内更广泛的范围。我们为选定的重点供应商提供详细的指导，包括如何计算温室气体排放、如何设立与百胜中国一致的减排目标、以及如何制定相应的减排计划。2025 年内，我们选定的重点供应商均已设定了减排目标。

搭建平台，数据驱动

为推动供应商温室气体排放的标准化可追溯管理，在供应商设定目标和制定计划的同时，我们也搭建了“供应商温室气体排放线上数字化管理平台”。该平台包括针对不同采购品类的温室气体排放计算工具，供应商减排进展汇报工具，以及数据分析及对比工具。我们为供应商提供培训，确保供应商了解如何使用该平台进行汇报。

自 2026 年起，选定的关键供应商将使用线上数字化管理平台汇报其年度温室气体排放量，以及减排进展。我们可以基于供应商汇报的数据，密切追踪各供应商的进展，以及百胜中国整体的温室气体排放状况。同时，我们也可以使用收集到的相关数据开展更详细的分析工作，例如对比供应商的整体排放强度、分项排放强度、可再生能源使用比例、减排措施实施状况等，从而更好地寻找改进机会。

我们计划逐步扩展供应商参与的数量，推动更多的供应商设定减排目标、制定减排计划、汇报减排进展。我们相信这将强化对供应商温室气体排放的管理，带动更多合作伙伴共赴低碳发展之旅，更好地助力百胜中国实现减排目标。

2025 年，设定减排目标及制定减排计划的供应商所占温室气体排放的比例（根据 2020 年基准年排放系数计算）

占鸡肉与牛肉品类温室气体排放

~70%

占百胜中国所有外购商品的温室气体排放

~50%

持续追踪，推动落地

除了搭建统一的温室气体排放平台，我们也积极推动供应商落地减排实践，包括供应商的可再生能源转型，以及可再生农业相关的实践。在 2024 年，我们编制了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。2025 年度，我们与供应商合作，推动落地相关可再生农业的减排实践，这些实践涵盖“种植管理、饲养管理、能源使用、废弃物处置”。

我们着力为供应商打造开放的交流平台，百胜中国除开展减排经验共享、对减排表现优秀的供应商开展表彰外，亦鼓励供应商互相开展最佳实践分享与交流，希望带动更多合作伙伴共赴低碳发展之旅，将减排挑战转化为创新机遇，在低碳转型之路上不断突破。

种植管理

- 部分薯制品供应商**
 - 在种植管理上通过智能节水灌溉、水肥一体化与沼液利用、数字农场建设等举措，构建了高效、精准的现代农业运作模式



能源使用

- 部分鸡肉供应商**
 - 建设先进的能源管理系统，构建统一监测与调度平台，实现各环节的精细化管理
 - 与售电公司签订协议，确保全年绿电供应比例
 - 在养殖场屋顶安装太阳能光伏系统
 - 推广水源热泵系统和高温热泵系统，有效减少能源消耗
- 部分薯制品供应商**
 - 开展空压机热回收、沼气发电、余热回收供暖、降膜改造等项目，减少能源消耗与温室气体排放
 - 评估自建分布式光伏及储能设施的可行性，计划逐步减少外购电力

饲养管理

- 部分鸡肉供应商**
 - 通过优化饲料配方、提升饲料利用效率等方式显著降低肉鸡的料肉比
 - 依托父母代种鸡饲养、商品鸡雏孵化等技术和一体化布局，缩短饲养周期，实现饲养过程的标准化和资源高效利用
 - 在养殖场开展节能改造，有效减少能源使用量

能源转型

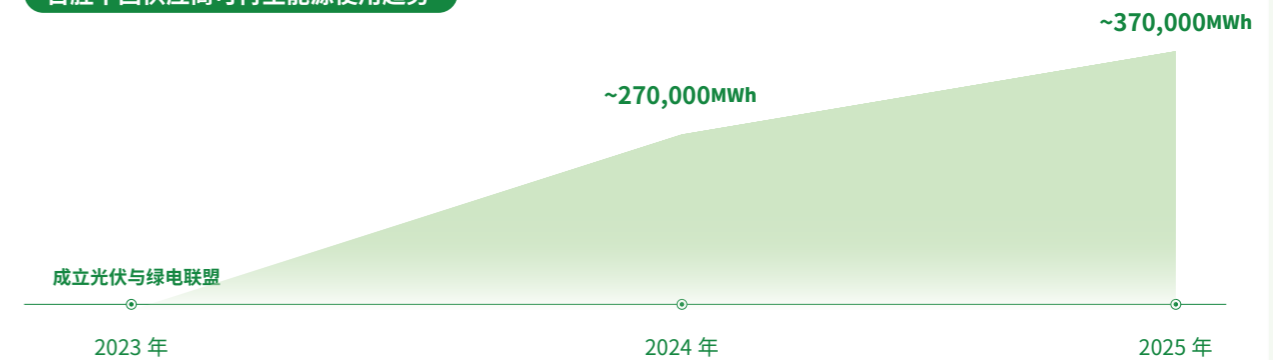
- 百胜中国分布式光伏与虚拟绿电采购联盟**
 - 已经有 40+ 家供应商加入联盟
 - 持续推进供应商安装分布式光伏系统以及采购绿电
 - 与供应商共享相关绿电资源



废弃物处置

- 部分鸡肉供应商**
 - 将鸡粪和污泥进行厌氧处理，转化为沼气作为热能来源，实现了废弃物的资源化利用
- 部分薯制品供应商**
 - 将沼渣、沼液转化为有机肥，重新投入农田种植，减少氮素化肥使用的同时，提升单位面积产量

百胜中国供应商可再生能源使用趋势



低碳理念倡导

依托与消费者紧密的线上和线下连接，百胜中国也在持续向消费者传递绿色低碳理念。我们通过肯德基线上“小绿店”与“自由自在”系列主题活动，鼓励顾客参与可持续消费实践，将环保理念融入日常餐饮选择，共同推动低碳生活方式的普及与深化。

自 2021 年上线至 2025 年底

线上“小绿店”累计带动打卡参与用户

带动用户完成减碳任务

~3,000万 人次

6,700万+ 次



致力 · 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，致力于降低对自然带来的负面影响。

[点击查看《百胜中国生物多样性声明》](#) [《百胜中国零毁林声明》](#)

自然和森林

百胜中国原材料获取与自然生态系统高度关联。我们联合重点供应商开展可再生农业实践，通过百胜中国基于自然的解决方案框架缓解与自然相关的风险及其影响。同时，我们联合价值链伙伴共同承诺自身的经营活动不涉及非法毁林，并积极探索价值链无毁林解决方案。

同时，我们通过原材料的可追溯性管理，加强对价值链自然相关风险的监测。我们针对上游供应链开展溯源调查，截至 2025 年底，我们的鸡肉与牛肉供应商已经可以提供大豆（鸡饲料成分）以及牛肉原产国的信息。我们也联合供应商积极与上游的大豆及牛肉的贸易商开展沟通，探讨完善供应链追溯体系的方案。除此之外，我们的“供应商温室气体排放线上数字化管理平台”也支持重点供应商在线上提供大豆及牛肉的追溯信息，从而更好的开展管理工作。对于采购的原材料，我们继续推动供应商取得相关的可持续认证。

2025 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

纸制品



100% 采购零毁林风险供应商所提供的纸制品
~99%**FSC 或等效认证的纸包装比例 (截至 2025 年底)

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 *

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，包括海洋管理委员会 (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。气候变化加剧了区域性水资源压力，也使百胜中国的价值链面临更为显著的水风险挑战。我们积极推动节水实践，与世界资源研究所合作开展运营地水资源风险评估，优先对高水资源风险地区的餐厅进行节水设施改造与设备升级，持续减少餐厅平均用水量。

截至 2025 年底

我们已在全国餐厅部署无水解冻柜共

~1,000 台

和新型餐厅洗碗机

~13,000 台

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

** 数据基于包装重量统计。

协力 · 循环经济

百胜中国秉承 4R 原则，建立从源头减量到末端循环再生的资源循环体系，持续探索餐饮场景下的循环经济新模式。我们围绕包装、食物浪费与废弃物管理制定战略与目标，通过全链路资源优化与循环再生技术，最大化提升资源使用效率，携手合作伙伴共建资源节约、环境友好的产业生态。

可持续包装

我们将可持续包装视为推动绿色转型与业务韧性协同发展的重要路径之一，制定并遵循《百胜中国包装战略》，同时发布了包装可持续发展相关承诺，并围绕包装减量、循环回用和材料替换三大方向，积极采取多项举措落实相关承诺，持续降低包装环节的环境足迹。

[点击查看《百胜中国包装战略》](#)

百胜中国可持续包装承诺

到 2025 年，不可降解塑料包装重量与 2019 年基线相比降低 **30%**

所有面向顾客的塑料包装可回收利用

到 2025 年，**100%** 纸包装获得 **FSC 认证**

2025 年进展

✓ 已完成

✓ 已完成

~99%* FSC 或等效认证的纸包装比例
(截至 2025 年底)

2025 年，我们重点围绕取消非必要包装、包装设计 & 材质优化两大方向继续深化包装可持续实践。

取消非必要包装

以保障消费者体验为前提，建立常态化包装评估机制，通过取消非必要包装层，从源头减少资源消耗与环境足迹。

包装设计 & 材质优化

将部分门店杯盖材质从 PS（聚苯乙烯）升级为可回收性更优的 PP（聚丙烯），并结合推广直饮盖设计以减少吸管使用，在提升包装可回收率的同时，同步实现门店包装材料减少与运营提效。

2025 年

包装总节约量
~35,000 吨

其中，年度纸包装节约量
~17,000 吨

年度塑料包装节约量
~18,000 吨

* 由于少量低使用频率的纸包装尚有库存，我们计划在这些库存完全使用完以后，再寻找合适时机替换为 FSC 或等效认证的产品。

食物损耗与浪费

从实施反食品浪费法到大力开展“光盘行动”，减少“舌尖上的浪费”已逐渐成为社会共识。百胜中国积极响应国家推广《粮食节约和反食品浪费行动方案》的号召，贯穿执行减少食物损耗与浪费的理念。

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，将食物减损实践进一步融入餐厅的日常运营中，持续提升营运效率。通过实时监测产品销售数据，我们及时优化系统设置，灵活调整售卖时间，让更多产品在最佳时机奉客。针对季节性或限时产品，我们运用先进算法精准预测食材使用量及监测剩余库存情况，并配合促销策略实现加速售卖，实现库存的高效管理。

亮点案例 肯德基食物驿站

2020 年，肯德基以“珍惜粮食、减少浪费”为初衷，结合自身餐厅经营特点，开创餐饮行业“食物驿站”公益模式，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，不仅让社区居民感受到了来自百胜中国的温暖，更在潜移默化中让“余量美味不浪费”的理念深入人心。

经过五年的发展，肯德基不断完善食物驿站的运营模式，从制定标准化的运营手册到对员工进行系统化培训，确保食物从收集、包装封口到速冻储存、转移领取等各环节都规范有序。2025 年地球日，肯德基推出“千站同行，五载自然”主题活动，通过线上线下互动提升社区居民的节粮意识。

截至 2025 年底

肯德基食物驿站已覆盖全国

190+ 座城市

覆盖门店数量

~1,300 家

实现了“五年千站”的跨越式发展



2025 年 9 月

百胜中国凭借肯德基食物驿站项目，再次荣登《财富》杂志“**改变世界的公司**”榜单

2025 年 12 月

肯德基食物驿站项目喜获双奖：
南方周末 2025 筑梦者公益大会“**年度公益案例**”
澎湃新闻责任中国 2025 责任践行优秀案例“**年度责任践行公益项目**”



废弃物回收

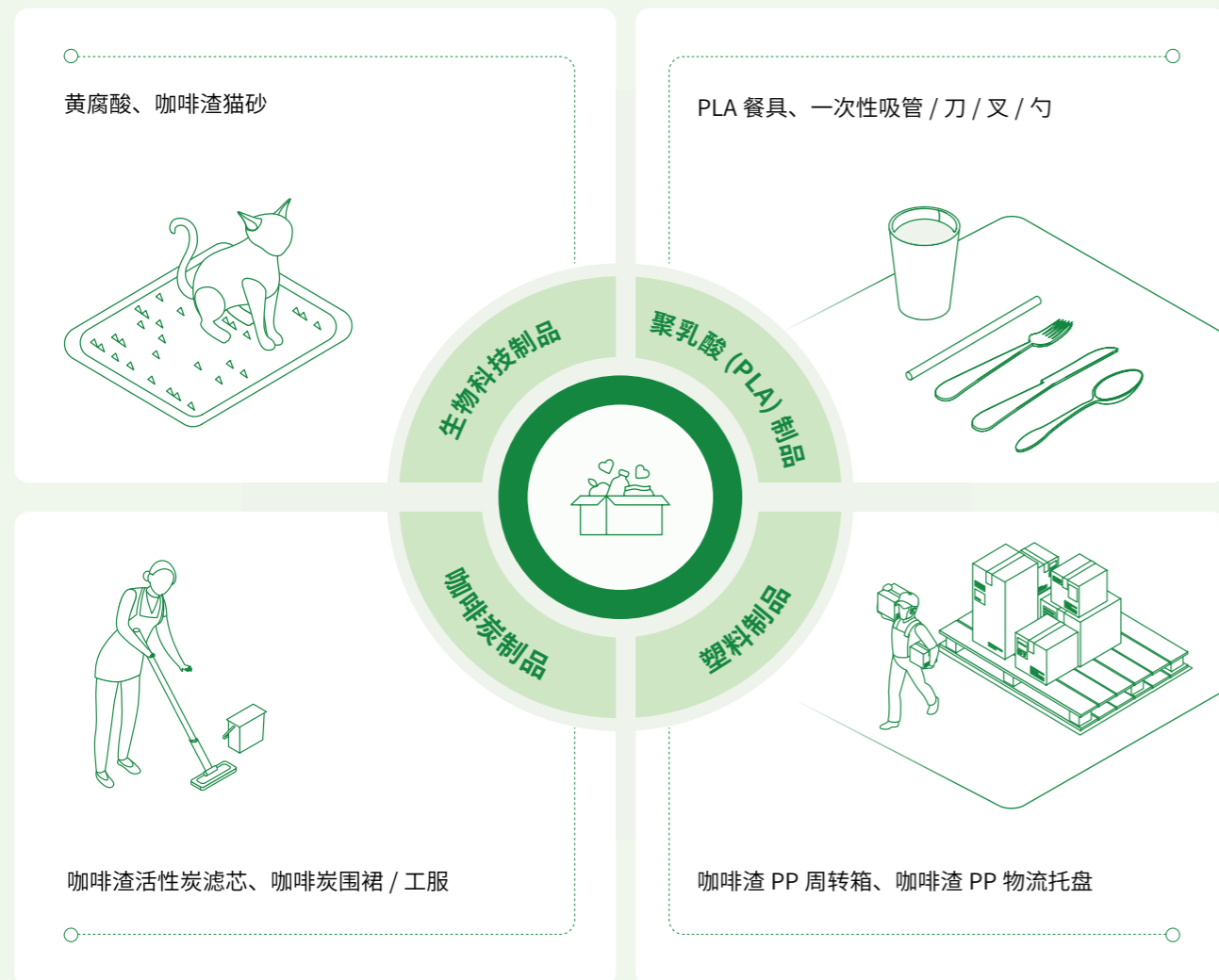
百胜中国从餐厅日常运营中产生的食物残渣与厨余垃圾入手，积极探索资源化利用路径。我们致力于提升咖啡渣、废弃油脂等废弃物的再生价值，通过创新方案推动“变废为宝”，助力废弃物资源化利用产业的发展。

咖啡渣

2025 年，百胜中国在咖啡渣资源化利用领域取得重要进展。我们通过建设专业化收运与预处理体系、拓展多类高附加值终端应用场景。

在总结往年项目经验的基础上，我们持续改进优化咖啡渣回收网络。报告期内，我们推动合作伙伴完成咖啡渣预处理装置建设，同步启动终端制品研发。截至 2025 年底，我们成功将 **~25,000** 个含咖啡渣的物流托盘投入南翔物流中心使用，占该物流中心托盘使用总量的 **~70%**。该举措不仅有效提升资源循环效率，也为公司实现了成本节约。

在产业链伙伴的协同创新下，我们成功开发咖啡渣在多种终端场景和领域的资源化利用。



亮点案例 百胜中国完成首例废弃物资源化赋能可持续农业实践

为积极响应国家“双碳”战略对农林废弃物资源化利用的号召，百胜中国不断探索咖啡渣在填充材料之外的高价值应用路径。2025 年，我们联合价值链上的合作伙伴，成功完成将咖啡渣转化为植物源黄腐酸的创新实践，并推动其在商用马铃薯种植中开展应用测试，在部分替代化肥、降低环境影响的同时提升马铃薯产量。我们还联动薯制品供应商采购这些马铃薯用以生产，初步构建了“餐厅废弃物 - 资源化再生 - 生态农业 - 闭环应用（薯条）”的可持续闭环模式。

未来，百胜中国将持续深化与产业链伙伴的协同合作，有序推进咖啡渣黄腐酸在上游作物的应用与产能体系建设等工作，为餐饮行业循环经济模式的构建提供实践范本。



餐厨废油

为应对餐饮行业废弃油脂所带来的环境挑战，百胜中国持续推动餐厨废油资源化利用。自 2019 年起，我们逐步扩大餐厨废油转化生物柴油的试点范围，并积极探索其在可持续航空燃料（SAF）、船用燃料等高附加值领域的应用路径，提升废油资源的循环价值。

在支持国家生物燃料产业链建设方面，我们继续参与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。

2025 年，我们持续开展餐厨废油规范化回收与资源化利用，部分餐厨废油被转化为生物柴油，其余部分也被用于生产润滑油、工业用油等其他产品。目前，该成熟模式正逐步推广至更多省市，进一步扩大项目的环境效益与示范效应。

「以人」PEOPLE为本

作为负责的餐饮企业，百胜中国秉持“以人为本”的理念，通过覆盖全国的业务网络，为数十万员工提供优质的就业与发展平台，也支持了价值链上数百万劳动者的就业机会。我们专注于为员工构建尊重关爱的工作环境，也关注供应链员工合法权益保障。我们致力于为顾客提供更加卓越的用餐体验，携手伙伴共创价值，为行业可持续发展与社会民生进步贡献积极力量。

本章内容

- 关怀·人才根本
- 关心·合作伙伴
- 关注·顾客体验

对可持续发展目标(SDGs)的贡献



关怀 · 人才根本

深耕企业文化

进入中国市场 38 年以来，百胜中国深信企业文化对组织发展的引领作用，积极顺应时代趋势与战略演进，不断推动文化迭代。2025 年，我们以全新迭代的企业文化“求真务实的创始人精神”为企业价值观，强调“RGM (餐厅经理) No.1”“尊重关爱”“守正创新”“为顾客疯狂”的核心理念，以企业文化滋养组织土壤，提升组织韧性，凝聚全员发展共识，为百胜中国的蓬勃发展保驾护航，向着成为“全球最创新的餐饮先锋”愿景持续前行。

围绕这一全新迭代的企业文化，我们开展了一系列宣传与落地活动，通过对话交流、激励创新、认同鼓励三大形式推动企业文化深植一线，鼓励每一位员工成为企业文化的代言人。

对话交流

促进文化理解 and 交流，将“求真务实的创始人精神”从文化理念转化为行为共振。我们在 2025 年开展多地巡回的文化对话活动，通过“文化内核解读”“文化会客厅”“榜样案例分享”等形式多样的环节，从理念层面阐释企业文化内涵，也聚焦一线业务场景展开务实研讨，用企业文化推动组织效能。

激励创新

通过“守正创新”“为顾客疯狂”文化，依托致力于推动技术创新的“黑客松大赛”、推动业务创新的“盟芽计划”等活动，引导员工主动解决业务难题，树立一线创新标杆，助力一线洞察转化为可落地的创新变革，赋能业务可持续发展。

认同鼓励

鼓励“尊重关爱”“RGM No.1”文化，给予员工即时、可感知的激励和认可，增强组织凝聚力与文化认同。百胜中国各品牌构建起契合自身特色的一线激励体系，以“能者多劳、多劳多得”为原则，有效激发员工自驱力。2025 年，肯德基推出“K 豆”积分激励计划，鼓励员工在日常行为中践行企业文化；必胜客则通过“Hero”餐厅效能激励方案，覆盖多岗位并设置透明考核指标，推动企业文化落地与效能提升。

截至 2025 年底

90%+

的肯德基餐厅员工已通过“K 豆”激励计划获得表彰与奖励

“K 豆”发放数量突破

4,000万

亮点案例 激励创新——百胜中国首届黑客松大赛

2025 年，百胜中国成功举办首届全国黑客松大赛，该大赛通过系统性开放技术资源、构建协同实战平台，激活内部创新生态，助力员工将创意转化为可落地的业务解决方案。大赛共收到来自全国各市场的近 200 份提案，覆盖营运、营销、供应链等核心业务场景。表现突出的项目可获得公司设立的“一线员工创新基金”专项支持，并进入落地试点阶段，实现从概念验证到落地推广的全链路赋能。

未来，黑客松大赛将成为年度项目，持续挖掘一线智慧，助力每一位一线伙伴将日常业务场景中的实战洞察转化为可落地的创新变革，赋能业务高效发展。

聚焦一线化繁为简

百胜中国超过 90% 的员工服务于餐厅一线，构成了公司长期发展的基石。我们坚持践行“RGM No.1”的宗旨，主动深入一线洞察员工心声，以其作为管理改进的重要驱动，通过有效回应、解决一线员工切实的工作痛点和难题，为员工和餐厅减轻负担、提升质效，从而为员工创造更优质的工作环境，为顾客带来更卓越的服务体验。

认真倾听员工心声

我们致力于构建上下贯通、双向互动的员工沟通体系，通过多元化渠道及时倾听并回应员工心声，打造以解决问题为核心的开放式沟通文化。在常态化机制方面，公司依托每两年一度的敬业度调研，结合职工代表大会、工会沟通等渠道，收集员工反馈并推动闭环改进。截至 2025 年底，已有超过 90% 的员工自愿加入工会。在形式创新方面，我们推出并持续升级“与 Joey 同行”、RGM Voice 等沟通机制，进一步拓宽深化与一线员工的直接对话，确保各级员工的诉求都能被充分倾听、及时响应。

2025 年

公司的敬业度调研评分为

90%+

亮点案例 与 Joey 同行

在 2025 年“与 Joey 同行”系列活动中，百胜中国首席执行官屈翠容 (Joey) 和管理层团队通过深入多地餐厅一线，与餐厅经理及品牌团队开展多场面对面交流，认真倾听员工心声与诉求。在重庆站活动现场，Joey 与管理层团队共同回应了员工关心的问题，并听取员工建议。“与 Joey 同行”系列活动充分体现了百胜中国对基层员工心声的高度重视与及时回应，有效建立了管理层与一线团队之间的无障碍沟通桥梁，为持续优化员工体验、推动组织协同发展奠定了坚实基础。



亮点案例 RGM Voice

RGM Voice 作为肯德基与必胜客餐厅经理的重要沟通平台，始终秉持“倾听声音、解决问题，协作高效”的服务理念，通过 AIGC 技术和数字化系统管理赋能，全渠道收集并高效响应一线声音，致力于构建高效、闭环的管理机制。

2025 年
通过 RGM Voice 平台反馈的问题
一周内解决率达
80%+



科技赋能助力一线

餐厅经理是连接公司战略与一线执行的关键角色，也是餐厅健康高效运行的中枢。2025 年，我们聚焦餐厅经理工作关键点，秉持“把简单留给餐厅”的理念，在餐厅试点“一站式服务平台”，为餐厅经理端到端闭环解决问题，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。

亮点案例 百胜中国“一站式服务平台”

面对业务规模持续扩大带来的管理复杂度提升，百胜中国精准洞察一线工作难点，创新打造“一站式服务平台”，简化餐厅操作。

平台以数字化升级为核心，通过“一站式”服务集成，餐厅可在一个平台完成问题上报、进度跟踪与结果反馈，减少多端口对接；部门则借助数据看板掌握服务状况，优化协同效率。

报告期内，该平台已试点完成四个市场 2,700+ 家餐厅的接入和首批功能上线。基于试点成效，公司将持续优化迭代平台功能，深化跨系统协同与数智化赋能，实现“让餐厅更简单、让部门更高效、让组织更透明”的目标，致力于成为可以随时随地提供给餐厅专业支持的伙伴。

从多端口对接



到“一站式”服务



培养创新先锋人才

百胜中国广纳优秀人才，为员工提供完善的培训体系和清晰的职业发展路径，持续投资并托举员工成长，激励每一位员工不断超越自己，成为推动业务创新的重要力量，与公司共同成长，共创价值。

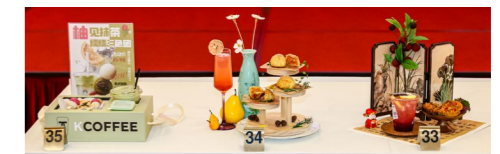
人才储备与技能提升

我们向每一位有志于餐饮行业的人士开放机会，在夯实企业人才储备的同时，促进就业助力社会发展。

亮点案例 第三届“百胜创星杯”食品创新大赛

2025 年，百胜中国与上海市食品学会共同主办第三届“百胜创星杯”食品创新大赛。本届大赛聚焦肯德基、必胜客线下用餐场景，以“饮品+小食”套餐为命题，吸引了全国 45 所高校的 390 支团队参与。

该赛事已连续举办三届，已成为链接高校与企业的产学研实践平台，激励学生融合专业知识和商业思维，将创意转化为可落地、具有市场竞争力的产品。往届大赛中的部分优秀选手已通过实习、管培生项目加入百胜中国，成长为公司研发团队的创新力量之一，为行业创新发展不断输送新生力量。



为鼓励员工持续增强自身的可雇佣力，我们每年在各品牌和供应链等业务线举办冠军挑战赛，致力于夯实员工基础技能，提高职业素养。

亮点案例 2025 年肯德基冠军挑战赛

作为品牌夯实营运基础、提升员工专业能力的重要赛事，2025 年肯德基冠军挑战赛以“线上+线下”融合形式开展，旨在通过全员参与，夯实基础，全面提升顾客体验。线上将餐厅实景融入“模拟训练”，将辅导人教学采用数字化“智能教练”进行人机互动和实施反馈，线下设置重要岗位实战比拼，全面覆盖餐厅运营全流程。2025 年度比赛自 4 月启动，贯穿全年，通过层层选拔形成“以赛代训、以训促学”的闭环。该赛事是百胜中国持续投入员工培训、夯实操作标准，提升员工荣誉感的重要实践。

市场团队在赛事中共同展现了“肯家弟子”的高标准技艺与服务热忱，更涌现出一批专业技能扎实的优秀员工榜样，生动诠释了肯德基“永远美味”“永远陪伴”“永远美好”的品牌承诺。



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 2025 年底

圆梦计划已推广至全国

~20 个市场

3,300+

名员工获得了继续教育补助，并取得了高等教育学历证书

获得职业技能认证员工

4,000+ 名

员工培训与赋能

百胜中国视员工为企业发展的核心动力，坚持以体系化、前瞻性的人才培养机制，为不同职业发展阶段的员工提供持续成长的支持。我们推出百胜中国人才全职业生涯培养体系，围绕员工从新入职到发展为高层主管的全周期路径，构建覆盖各层级的能力提升方案，全面赋能员工职业竞争力的持续增强。

我们的人才全职业生涯培养体系基于各职业发展阶段所需具备的核心能力，从“成功转型”“累积诀窍”“突破创新”三大层面为不同梯队的员工设计差异化、定制化的学习路径。基于该培养体系，百胜中国在线学习平台“魔百优学”围绕五大核心能力模块，打造涵盖 14 项课程模块、超过 40 门课程的资源库，通过“线上学习+线下研讨”的混合模式，确保培训内容与实际岗位需求紧密衔接。

亮点案例 百胜中国人才全职业生涯培养体系全面升级

为增强员工的可雇佣能力，我们持续完善人才全职业生涯培养体系的课程和项目配置，以系统支持员工在不同职业阶段的成长与发展。

2025 年，我们推出多项创新课程，包括精准赋能中层与高层管理者的管理课程等，注重训战结合与工具实操，获得了员工高度评价。同期，我们也对现有课程进行了全面迭代升级，持续提升全员学习的针对性与实效性。

我们高度重视高潜人才与中层干部的培养，设有“SEED 项目”（跨界实战，提升策略思考）、“PIONEER 项目”（综合提升，培养领导人才）、“Mentoring 项目”（认知突破，加速转型）等专项人才发展项目，聚焦战略视野、跨界实战与领导力突破等领域，加速塑造具备全局观和突破性思维的未来行业领袖，为公司战略性业务的落地与创新提供支持。其中，SEED 与 PIONEER 项目 2025 年进一步迭代升级为行动学习与实践学习项目，紧密围绕公司战略、品牌发展与供应链等重点方向开展，推动人才成长与业务发展深度融合。此外，公司新推出外部教练职业发展辅导项目，与内部“Mentoring 项目”互补，为承担新角色、应对新挑战的人才提供跨职能、多维度的支持，助力其实现自我突破与持续成长。

截至 2025 年底

线上及线下相关培训累计覆盖

112,000+ 人次

面授课程满意度

~99%

晋升与发展

以人才培养体系为基础，我们建立科学严谨的绩效管理机制，持续培养具备行业竞争力的员工队伍。在公司有高层职位空缺时，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，面向营运团队推出的“接力棒计划”，以及为营销、供应链团队等定制的为期 2-3 年的管理培训生快速发展计划，均已成功培养出众多优秀管理者，为业务持续发展储备了坚实领导力量。



打造健康幸福职场

百胜中国通过全面福利关爱项目、有竞争力的薪酬、切实的健康保障与平等包容的环境，构建起全方位的员工支持体系，持续提升员工幸福感与归属感。

薪酬与福利

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。

我们始终致力于提升员工福利体验，从“身体”“心理”“财务”“社交”四个维度出发，持续升级“YUMC Care”福利项目，全面呵护广大员工及其家人的健康及福祉。

截至 2025 年底
累计向
15,300+ 名
餐厅经理授予公司股票*

一线员工及家庭关怀

- 除基础的医疗保险、重疾保险等健康保障，特别为万名餐厅经理提供“百万医疗保险”以及面向餐厅管理组和服务组长的“爱心互助基金”
- 启动“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，包含“意外伤害”“住院医疗”“在线问诊”等保障选项；该计划已进一步拓展至“值班组长”，并向兼职群体开放，覆盖范围逐步扩大
- 定制化自选“百胜专属父母意外险”，为员工父母提供意外险保障。此外，“RGM 全家福”计划为餐厅经理父母提供额外的重大疾病保险和重疾医疗险保障

日常关怀

- 提供个性化体检福利方案选项，2025 年升级核心体检套餐，新增单项选择，呵护员工健康
- 不定期推出健康系列讲座，包括多项主题
- 开展“健康日”活动，打造沉浸式健康之旅

心灵关怀

延续开展员工心灵关爱福利项目（EAP），开通 7*24 小时咨询热线，通过“答心”线上平台的咨询、测试、正念、课程等功能守护员工心理健康

假期关怀

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，与法定假期、公司假期共同构成完善的休假体系

亮点案例 健康与关爱同行——百胜中国“健康日”活动

2025 年 5 月，百胜中国以“职场创新奋进，健康关爱随行”为主题举办员工“健康日”活动。活动以暖心礼包开启，核心环节设置六大健康主题体验站，围绕肩颈理疗、心理健康、肌肤检测、眼科咨询、血糖监测等办公室人群

的核心健康需求，由专业团队提供个性化解决方案。本次“健康日”活动将百胜中国“尊重关爱”的企业文化转化为切实行动，获得了员工的广泛好评，也彰显了百胜中国作为杰出雇主，在构建健康、可持续职场环境方面的持续努力与创新。



* 限制性股票单位（RSUs）

职业健康与安全

百胜中国深知保障员工职业健康与安全是企业义不容辞的责任。我们将守护员工的健康和安全放在首要位置，为其打造健康、安全的工作环境。

为系统推进职业健康安全管理，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。

在餐厅运营中，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。同时，公司建立了完善的工伤事故处理流程，切实保障员工权益。在办公区域，我们持续加强安全建设，为员工配备 AED 除颤设备并组建内部志愿者团队，定期组织 AHA 急救技能培训，助力员工取得专业认证。此外，我们定期开展消防演习，不断提升员工应急逃生能力，并验证应急预案的可行性与有效性。

[点击查看《百胜中国职业健康与安全政策》](#)

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%



维护多元平等

我们坚信多元化且包容的团队可以为百胜中国注入持续创新的活力，致力于营造无歧视、平等包容的工作场所。公司人力资源部门主导制定并持续完善相关制度，通过定期开展多元化主题培训，提升全员包容意识，助力每位员工实现自我价值。

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。

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。肯德基推出的“天使餐厅”公益助残模式，持续为全国各地的残障人士提供平等发展的就业机会。在 2025 年底，百胜中国在职残障人士超过 1,500 人。同时，我们设立“天使圆梦计划”，为“天使员工”提供职业技能提升与高等教育资助，支持他们实现个人成长与职业发展。

[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》](#)

关心·合作伙伴

在支持数十万名餐厅员工的同时，百胜中国也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，持续为社区、行业乃至社会注入发展活力。我们高度关注供应链中劳动者的权益保障，致力于与供应商伙伴共同推动构建安全、健康、公正、受尊重的工作环境，以实际行动促进社会稳定，助力地方经济可持续发展。

为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，我们制定了百胜中国供应商 CSR 审核评价标准，对供应商在童工 / 未成年工、强迫劳动、工时、薪酬福利、健康安全、安保、环境管理等方面的表现提出要求，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。

[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》](#)



百胜中国供应商 CSR 审核流程



关注 · 顾客体验

作为深耕中国多年的餐饮领军企业，百胜中国始终将提升顾客体验和满意度作为所有工作的出发点。我们致力于通过系统化的洞察、闭环化的管理与前沿技术的赋能持续优化顾客服务体验，并恪守负责任的营销承诺，助力企业实现可持续增长。

践行“为顾客疯狂”

我们以“为顾客疯狂”为服务理念，通过构建“聆听 - 洞察 - 优化”的完整闭环，将顾客反馈转化为持续改进的行动。

多元聆听，深度洞察

我们通过消费者洞察平台、客户体验调查系统（GES）、客户服务平台（CSP）等多元化体系，系统性收集并分析顾客需求与反馈，持续深化对消费者的理解。

为提升洞察效率与精准度，我们积极运用 AI 技术，例如在消费者洞察平台部署生成式人工智能（GenAI），可高效提炼海量顾客留言的核心信息，助力业务部门快速定位问题并制定优化措施。2025 年，我们进一步拓展了消费者的反馈渠道与互动模式，不仅在私域社群与消费者建立沟通机制，还围绕新兴业务形态定制专项调研问卷，以精准捕捉细分需求。

优化响应，加强管理

我们构建并持续优化顾客投诉处理机制，强化全渠道负面反馈的收集与根因分析，并通过增设问题分类标识、精简处置步骤等措施，加强投诉反馈的闭环管理。

报告期内，为提升线上渠道顾客反馈处理效率、优化响应时效，同时减轻一线员工负担、释放线下服务精力，我们在部分市场肯德基门店开展专项试点：运用 AI 技术提升客服处理效率，赋予客服更多的处理权限，完善分级处理机制，以及时回应顾客多样化的诉求，实现在线快速响应与闭环解决，减少线下门店的承接压力，使一线员工能够更专注于门店运营与现场服务。依托数据反哺持续推动运营能力提升，后续我们将持续完善中台功能与处理流程，逐步全国推广。



技术赋能体验革新

我们持续以科技创新推动 AI 与顾客服务全链路融合。在 AI 技术赋能下，我们已形成“点餐 - 履约送餐 - 餐后反馈”的全链路智能服务体系，用数字化手段重塑便捷、可靠的用餐体验。

智能质控

必胜客推出 AI 视觉品质管理系统（即 i-Kitchen 系统），通过 AI 视觉判断确保送到消费者手中的披萨在外观、配料分布等维度符合品牌标准，保障产品品质的一致性，有效提升消费者满意度。



智能客服

百胜中国 AI 客服系统每天处理超过 **15 万** 次消费者咨询，其中客服机器人的问题解决率高达 **90%**。在辅助人工方面，AI 客服能够快速归纳总结消费者诉求，辅助人工客服更快速、更精准地回复，整体服务效率提升 **10%**。



智能点餐

肯德基逐步推出全流程语音交互的 AI 点餐服务（即 AI 点餐智能体小 K），成为首批引入语音点餐 AI 的西式快餐品牌之一。该服务可基于用户历史偏好与当前点餐时间自动生成个性化推荐，并提供自动选店、自动使用优惠、便捷开票等全流程便捷功能。实际应用显示，其平均下单速度相比传统点餐方式实现显著提升。



坚持负责任营销

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》](#)



「以爱为先」 LOVE

百胜中国充分发挥在餐饮运营、供应链管理和社区联结方面的核心优势，系统性开展多元特色公益实践。通过聚焦乡村发展、儿童与青少年成长、社区福祉三大方向，我们持续将企业核心能力与社会需求紧密结合，切实回馈社会，传递企业温度与担当。

本章内容

- 同频 · 乡村发展
- 同行 · 成长护航
- 同心 · 社区共建

对可持续发展目标 (SDGs) 的贡献



同频 · 乡村发展

百胜中国始终与国家乡村振兴战略同频共振，通过系统性公益行动与产业创新实践，以可持续模式构建长效赋能机制，为乡村发展贡献百胜力量。

助力乡村儿童成长

“捐一元”公益项目由百胜中国与乡村发展基金会（原中国扶贫基金会）联合发起，自 2008 年启动以来，始终关注乡村发展与儿童营养健康，通过系统性、可持续的公益模式，将企业优势资源、核心能力与社会需求深度融合，成为连接城市与乡村、企业与公众的公益桥梁。



以专业能力回应乡村真实需求

随着国家乡村振兴战略的深入推进，2025 年，百胜中国公益行动顺应这一趋势迈入新阶段，正式启动“捐一元村校厨房焕新”计划。依托多年在餐饮行业积累的厨房管理经验，百胜中国携手乡村发展基金会将标准化厨房设备及营养知识引入乡村学校，助力改善部分乡村校园现有的硬件缺失与营养意识薄弱的双重困境。2025 年，我们为近百所学校焕新厨房设备，涵盖电磁灶、蒸饭车、消毒柜等，改善乡村校园厨房硬件条件，促进餐食制作高效、安全。同时为部分乡村学校教师和学生提供营养知识培训及宣教工具包，支持学校开展营养主题活动，提升师生对科学饮食与营养的认知，将科学饮食理念融入校园日常。

以互动化实践激活社会公益生态

我们构建了多元的参与生态，通过餐厅主题活动、线上互动及乡村学校探访等形式，全面展示村校厨房焕新与营养宣教成果，提升公众对科学饮食与食品安全标准的认知。2025 年，项目在约 30 个城市开展近 50 场“以爱焕新厨”活动，吸引 600 多名儿童走进餐厅后厨，通过厨房探秘、营养课堂及 DIY 实践等沉浸式体验，在趣味互动中传递科学饮食理念。孩子们以“爱心助力官”身份积极参与公益实践，通过录制爱心视频及音频、动员公众捐款等行动，成为公益理念的主动传播者与践行者。多渠道、多形式的全民参与机制，使善意得以凝聚落地，让乡村学校厨房焕新行动成为连接爱心的桥梁。



截至 2025 年 12 月底

百胜中国与乡村发展基金会合作的“捐一元”公益项目已累计筹集善款

2.8 亿+ 元

为欠发达地区儿童提供

6,000 万+ 份营养餐

焕新

1,600+ 个爱心厨房

参与人次总计

1.5 亿+

扶持乡村产业振兴

在全面推进乡村振兴的战略背景下，百胜中国积极响应国家号召，于 2023 年启动山西大同黄花菜产业助农项目，致力于推动乡村特色农业与现代化供应链的有机结合。大同黄花菜有 600 多年的种植史，是全国闻名的“黄花之乡”。我们通过与大同当地农产品企业建立合作，将黄花菜引入百胜中国供应体系，并协助合作企业升级产业链。

合作初期，合作企业仍以初级加工为主。为此，百胜中国围绕产业链关键环节为其提供赋能支持：食品安全与质量专家走进产区，协助落地深加工技术，并助力提升其管理能力；研发团队则结合餐饮使用场景，为黄花菜开发提出多样化应用建议，帮助延伸产品价值。

项目开展以来，百胜中国已将大同黄花菜纳入产品创新研发体系，推出以该食材为配料的“潮汕风味黄花牛丸粥”季节性产品，初步探索地域特色食材的餐饮转化路径。2025 年，我们进一步拓宽黄花菜酱的应用场景，并在限时产品中开展黄花菜拌饭酱的创新尝试，并探索文化赋能的路径——在大同当地肯德基门店推出黄花菜主题文创产品，借助品牌资源传递乡村农产品的文化故事。

通过持续的技术辅导与稳定的采购合作，该项目不仅促进了相关企业生产工艺升级和产品多元化发展，也为产业上下游创造了可持续的增收机会，逐步形成了“以销促产、以产助农”的良性循环。



同行 · 成长护航

百胜中国以守护儿童与青少年的健康成长为己任，通过情感关怀与心灵支持陪伴留守、流动及困境儿童。我们践行长期、深入的公益陪伴，助力新一代社会责任感的培育与自我价值的实现，成为他们成长道路上坚定的同行者。

关爱留守困境儿童

肯德基小候鸟基金是由中国儿童少年基金会与百胜中国肯德基品牌于 2016 年联合发起的一项专项公益基金，旨在为全国范围内的留守、流动及困境儿童（又称“小候鸟”）提供成长支持与心灵关爱。小候鸟基金汇聚肯德基员工以及社会各界爱心人士，组成“小候鸟好友团”，通过开展阅读、艺术、体育等多元化活动，持续为孩子们传递温暖与陪伴。

2025 年新春佳节之际，小候鸟基金在全国包括北京、深圳、长沙、重庆等 23 个城市同步开展了“小候鸟新春绘幸福”公益关爱活动。活动以国家级非物质文化遗产——农民画为创意载体，在各地肯德基主题餐厅内，孩子们在“好友团”爱心志愿者的陪伴下共绘农民画、制作手工艺品、体验非遗项目。各地活动深度融合当地文化特色，鼓励亲子协作互动，部分地区特邀非遗传承人现场指导，让孩子们在团圆喜庆的氛围中感受传统文化魅力，同时也为留守儿童与父母创造了美好的亲子时光。

截至 2025 年底

“肯德基小候鸟基金”已累计捐赠

4,600万+ 元

捐赠童书

125万+ 册

惠及儿童

~650万 人次

关爱青少年发展

我们积极搭建青少年实践成长平台，培养青少年的社会责任、团队协作精神，探索以创新模式推动教育与公益实践融合，为新时代青少年全面发展注入可持续的成长动力。

必胜客“小红帽计划”

2025 年 11 月，在必胜客进入中国 35 周年暨门店突破 4,000 家之际，必胜客中国携手中国志愿服务基金会共同发起必胜客青少年志愿服务行动“小红帽计划”。该计划旨在为青少年搭建一个参与公益、奉献爱心的温暖平台，助力培养有责任感、有担当的新时代青年。

首期“小红帽计划”率先在北京、上海等城市展开试点，未来将逐步推广至全国。项目将依托必胜客广泛的门店网络设立志愿服务站点，整合社区公益资源，打造社企协同推广志愿服务体系化的标杆。围绕青少年的兴趣点和需求，“小红帽计划”设计了适配的公益岗位，涵盖环保行动、社区服务等多个生活化的公益场景，引导青少年在轻松参与中传递爱心，在志愿服务实践中实现自我成长，同时促进公益服务与青少年发展。



亮点案例 守护城市“新超人”——“小红帽计划”北京、上海首站活动

2025 年 12 月，在“国际志愿者日”到来之际，必胜客青少年志愿服务行动“小红帽计划”在北京、上海发起首站活动。以“守护城市‘新超人’”为主题，活动积极响应政策号召与社会需求，组织青少年志愿者化身温暖使者，聚焦新就业群体——外卖骑手的实际需求，为穿梭于城市街巷的骑手们送上了冬日暖心服务。通过亲身实践，青少年志愿者在服务中学习协作、践行感恩，深刻体悟了“奉献、友爱、互助、进步”的志愿精神。

从守护城市“新超人”出发，未来“小红帽计划”将以必胜客全国门店为纽带，将这份对社区与青少年的承诺持续传递，让更多城市见证这份由美味联结的善意。

肯德基中国中学生 3X3 篮球联赛

肯德基三人篮球赛自 2004 年创办以来，以推动青少年体育健康发展为目标，深耕“体教融合”实践，搭建低门槛、广覆盖的参赛平台，21 年间累计吸引 300 万+ 人次青少年参与，既倡导了运动健康理念，也推动了三人篮球运动普及，为青少年体教融合事业添砖加瓦做出了贡献。

2025 年，赛事以“肯拼！青春才够味”为主题，赛期从 9 月持续至 12 月，全国总决赛汇聚 32 支高中三篮顶尖队伍同台竞技，不仅为青少年提供了切磋球技、挥洒汗水的赛场，更传递了拼搏向上、团结协作的体育精神，助力青少年在运动中强健体魄、收获成长。



同心 · 社区共建

百胜中国将餐厅作为社区公共生活空间的延伸,积极投入社区建设,通过开展健康科普、推动残健共融、加强安全教育等方式,助力构建安全、健康、包容、和谐的社区环境,切实推动多元的社区发展。

全民健康科普

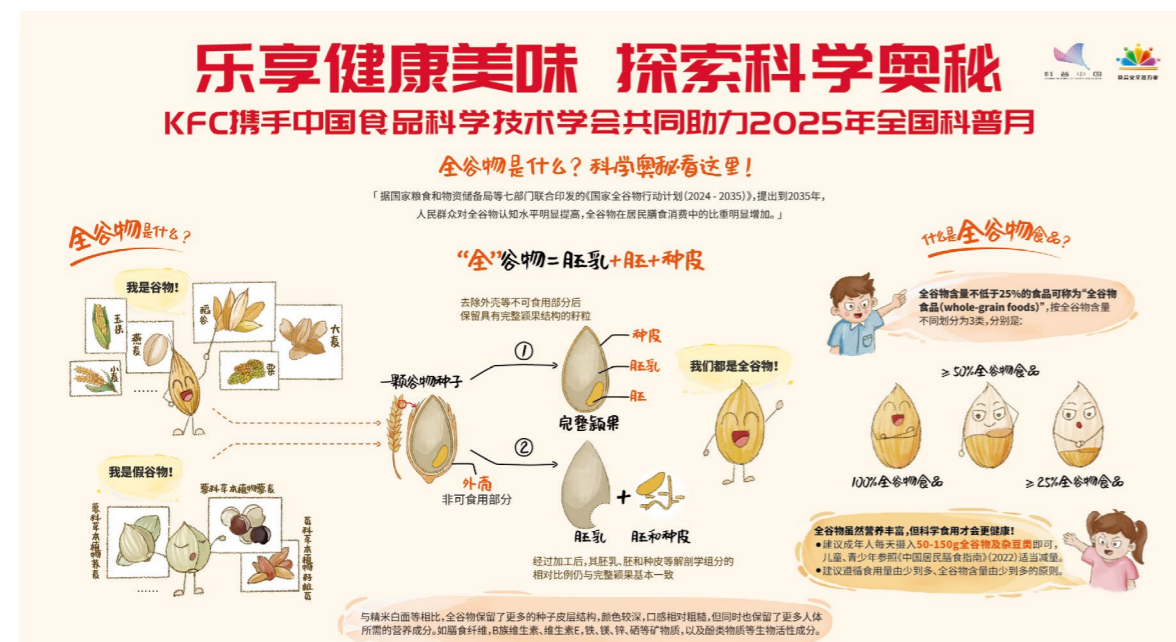
我们通过多元化的创新平台与长期的战略投入,系统性开展全民健康科普工作,将专业的食品安全与营养健康知识融入消费者日常生活,以促进公众健康意识的提升与健康生活方式的普及。

亮点案例 肯德基餐盘垫纸传递健康理念

百胜中国连续七年携手中国食品科学技术学会,共同助力全国科普月活动。公司以肯德基餐盘垫纸为载体,持续向消费者宣传食品安全与营养健康知识。

2025年,为积极响应国家发展和改革委员会等七部委联合印发的《国家全谷物行动计划(2024-2035)》的号召,百胜中国聚焦全谷物主题,通过餐盘垫纸向广大消费者系统介绍全谷物及其制品的营养价值、科学食用方法等实用知识,发放相关主题科普垫纸 2,100万+张。

截至 2025 年底,公司已累计发放的科普垫纸已突破 1.2 亿张,有助于全民健康饮食理念的普及。

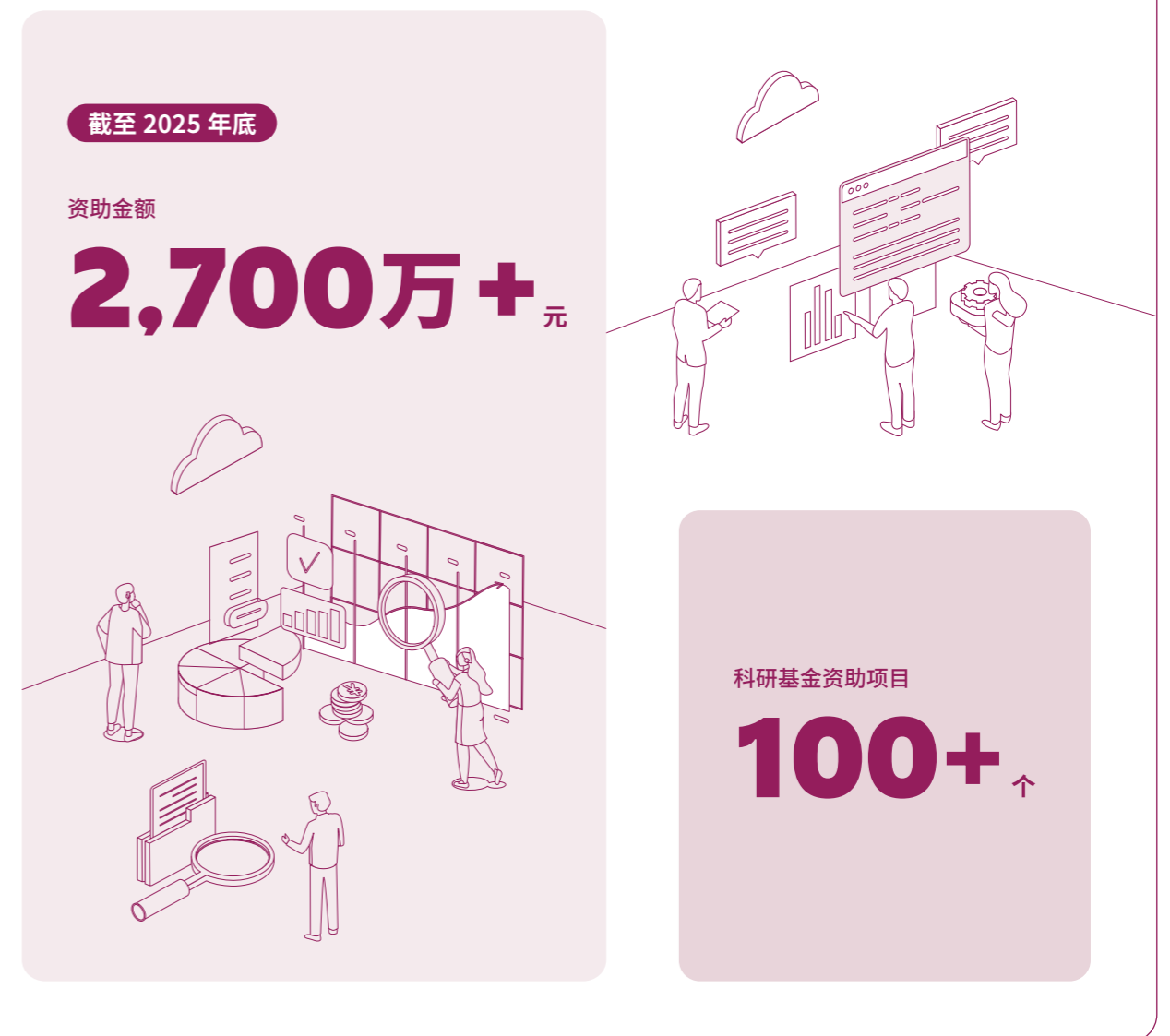


全谷物餐盘垫纸

亮点案例 百胜餐饮健康专项基金

中国营养学会科研基金—百胜餐饮健康专项基金由中国营养学会与百胜中国共同设立,致力于推动平衡膳食理念的普及与中国居民餐饮行为的改善。该基金已发展成为国内餐饮健康领域规模领先、具有广泛影响力的专项研究基金,为膳食营养科学研究及健康饮食生活方式推广提供了持续助力。

该基金持续资助以“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。2025年,该基金的支持方向包括轻食消费行为与健康影响研究、咖啡消费科学与健康应用研究、以及肉类品鉴与烹饪优化研究。



助力友好共融

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，为残障青年提供平等就业和职业发展机会，鼓励他们挖掘自身潜能。自 2012 年首家天使餐厅在深圳成立以来，项目已扩展至广州、北京、上海等 70+ 个城市，开设 ~80 家肯德基天使餐厅。2025 年，该项目为 300+ 名残障人士提供就业平台，全面促进平等、友爱、共融的社会氛围。



亮点案例 湖南多城联动打造“天使餐厅”区域助残新模式

在湖南，肯德基通过株洲、吉首、邵阳三地同步开设“天使餐厅”，构建助残就业网络。项目创新融合科技与公益实践，在株洲餐厅携手合作伙伴共建全国首个远程视频手语翻译平台，通过实时翻译设备实现无障碍沟通。同时联合长沙市社区公益节打造沉浸式残健共融专区，开展无声点餐挑战、手语教学和咖啡义卖活动，促进公众对共融理念的深度认知。



推广安全教育

作为消防安全的积极推动者，百胜中国依托旗下遍布全国的餐厅网络，持续开展消企共建活动，通过消防主题餐厅建设、应急知识讲解、设备操作演示及公众疏散演练等多种形式普及安全知识。2025 年，百胜中国作为唯一一家企业方代表，受邀参与国家消防救援局组织的全国连锁餐饮企业消防安全培训班，并分享其在消防安全管理、员工培训和公众教育方面的创新实践，为推动行业消防安全标准化建设提供了重要示范。

亮点案例 肯德基多地联动打造消防科普新阵地

2025 年 11 月全国消防月期间，肯德基充分发挥品牌网络优势，联合多地消防救援部门创新推出消防主题公益活动。河南、济南、青岛、长沙等市场同步行动，通过“消防体验餐厅”“安全科普基地”等形式，打造了各具特色的消防科普阵地。这些活动通过“教育一个孩子，带动一个家庭，影响整个社会”的模式，不仅提升了公众的火灾防控意识和自救能力，更彰显了百胜中国践行社会责任、助力社区安全的企业担当。

各地活动各具特色，通过创新形式将消防安全知识融入日常生活场景。

济南打造消防科普主题餐厅，通过图文展示和互动装置普及消防知识



青岛开展“消防奇遇记”活动，设置情景课堂和消防车手工制作环节

长沙设立消防安全体验基地，配备消防服体验区和安全儿歌教学



河南创新融合非遗面塑技艺，让青年在传统文化体验中掌握消防技能

附录

可持续发展承诺与进展

目标与承诺	2025 年进展	
以食为天	<ul style="list-style-type: none"> 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
	<ul style="list-style-type: none"> 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
	<ul style="list-style-type: none"> 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 100% 	✓ 已完成
	百胜中国营养健康承诺	
	<ul style="list-style-type: none"> 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》 	
	<ul style="list-style-type: none"> 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》 	开展中
	<ul style="list-style-type: none"> 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 	
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	开展中
	<ul style="list-style-type: none"> 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% 	
	<ul style="list-style-type: none"> 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% 	
	<ul style="list-style-type: none"> 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
	<ul style="list-style-type: none"> 到 2025 年底，实现所有新建物流中心的可用屋顶 100% 光伏覆盖 	✓ 已完成
	<ul style="list-style-type: none"> 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
	<ul style="list-style-type: none"> 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
	<ul style="list-style-type: none"> 到 2025 年，不可降解塑料包装重量与 2019 年基线相比降低 30% 	✓ 已完成
	<ul style="list-style-type: none"> 所有面向顾客的塑料包装可回收利用 	✓ 已完成
以人为本	<ul style="list-style-type: none"> 到 2025 年，100% 纸包装获得 FSC 认证 	✓ ~99%FSC 或等效认证的纸包装比例*（截至 2025 年底）
	<ul style="list-style-type: none"> 100% 所采购的棕榈油获得 RSPO 认证 	✓ 已完成
	<ul style="list-style-type: none"> 女性员工比例不低于 50% 	✓ 已完成
	<ul style="list-style-type: none"> 女性聘用、培养、晋升、保留比例不低于 50% 	✓ 已完成
以爱为先	<ul style="list-style-type: none"> 残障人士安置比例保持全职员工人数的 1.5% 以上 	开展中 符合国家相关法规要求
	<ul style="list-style-type: none"> 关键供应商的 CSR 审核覆盖率达 100% 	✓ 已完成
<ul style="list-style-type: none"> 鼓励员工参与志愿者服务 	开展中	

* 由于少量低使用频率的纸包装尚有库存，我们计划在这些库存完全使用完以后，再寻找合适时机替换为 FSC 或等效认证的产品。

关键绩效数据表

指标	单位	2025	2024	2023
以食为天				
供应商食品安全与质量审核	次	300+	300+	500+
主要原物料食品安全抽检	次	400+	390+	400+
餐厅食品安全与质量审核 (OEC 审核)	次	34,000+	27,700+	22,000+
餐厅微生物抽样检测	次	120,000+	120,000+	100,000+
以绿为源				
直接温室气体排放 (范围一)	吨二氧化碳当量	275,017	220,101	187,156
能源间接温室气体排放 (范围二) (基于位置)	吨二氧化碳当量	2,091,079	2,057,158	2,024,512
能源间接温室气体排放 (范围二) (基于市场)	吨二氧化碳当量	2,053,957	2,036,762	2,020,460
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	130	139	153
其他间接温室气体排放 (范围三)	吨二氧化碳当量	9,541,885	10,235,998	10,102,062
总用电量	兆瓦时	3,923,796	3,813,885	3,528,788
可再生能源使用量	兆瓦时	69,961	38,009	7,932
单店平均用电量	兆瓦时	248	260	269
总用水量	吨	27,242,229	26,086,762	25,598,144
单店平均用水量	吨	1,744	1,801	1,967
包装材料使用量 (塑料包装及纸包装)	吨	178,507	153,792	130,017
塑料包装使用量 *	吨	51,779	41,206	24,805
纸包装使用量	吨	126,728	112,586	105,212
包装使用量强度 (以百万人民币销售额计)	吨	2.2	2.0	1.8
包装总节约量 (塑料包装及纸包装)	吨	~35,000	~31,000	~30,000
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	~290,000	350,000+	430,000+
全职员工	%	45	40	36
兼职员工	%	55	60	64
男性员工	%	31	33	33
女性员工	%	69	67	67
30 周岁及以下	%	46	50	53
31~40 周岁	%	24	23	23
41~50 周岁	%	24	22	20
50 周岁以上	%	6	5	4
餐厅经理流失率 **	%	7.8	9.7	9.3

* 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。

**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。自 2024 年起, 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)。

指标	单位	2025	2024	2023
以人为本				
管理层 (初级、中级、高级) 中女性比例	%	63	61	61
初级管理层女性比例	%	64	62	60
高级管理层女性比例	%	51	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 *	%	17	19	18
新员工女性比例	%	56	56	59
晋升员工女性比例	%	59	68	66
离职员工女性比例	%	57	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	70+	60	42
天使餐厅数量	家	~80	66	46
天使餐厅聘用残障员工数量	人	300+	300+	200+
扶持就业的残障人士数量	人	1,500+	1,700+	1,800
培训发展总投入	亿元	2.69	3.63	3.95
全时工作量 (FTE) 人均培训成本	元	1,662	1,960	1,837
整体培训发展时长	万小时	780	1,110	970
全时工作量人均培训时长	小时	49	60	45
全职员工培训人数	人	127,000+	139,000+	155,000
兼职员工培训人数	人	157,000+	211,000+	277,000
男员工受训比例	%	31	33	33
女员工受训比例	%	69	67	67
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	1.11	1.09	1.03
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	%	98.8	99.2	99.2
以爱为先				
慈善捐款	万美元	~300	~100	~200

* 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 报告守则索引表

B 部分 强制披露规定		
方面	强制披露指标	2025 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：23,790,403 吨 废水排放强度：1,523 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	A1.3 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：425,508 吨 无害废弃物密度：27 吨 / 店 回收及回用废弃物总量：169,582 吨 处置废弃物总量：255,926 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 > 聚力·气候转型，P46-51
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 > 协力·循环经济，P54-57

C 部分 不遵守就解释条文		
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，P32-57
	A2.1 按类型划分的直接及 / 或间接能源总耗量及密度。	附录 > 关键绩效数据表，P84
	A2.2 总耗水量及密度。	附录 > 关键绩效数据表，P84
	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 > 聚力·气候转型，P46-51
	A2.4 描述获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。	公司在获取水源上并无遇到任何问题。 以绿为源 > 致力·自然生态，P53 附录 > 可持续发展承诺与进展，P82
A2.5 制成品所用包装材料的总量及每生产单位占量。	附录 > 关键绩效数据表，P84	
A3 环境与天然资源		
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，P32-57
关键绩效	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，P32-57
B 社会		
B1 雇佣		
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 > 关怀·人才根本，P60-67
	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：~290,000 雇员占比： • 按性别划分： 女性：69% 男性：31% • 按雇佣类型划分： 全职：45% 兼职：55% • 按年龄组别划分： 30 周岁及以下：46% 31-40 周岁：24% 41-50 周岁：24% 50 周岁以上：6% • 按地区划分： 中国大陆：99.99825% 港澳台地区：0.00105% 其他地区：0.00070%
关键绩效	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：7.8% • 按性别划分： 女性：4.2% 男性：3.6% • 按地区划分： 中国大陆：7.8% 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：2.2% 31-40 周岁：4.6% 41-50 周岁：0.9% 50 周岁以上：0.1%

*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。自 2024 年起，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）。

C 部分 不遵守就解释条文		
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： <ul style="list-style-type: none"> • 《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 > 关怀·人才根本， P67
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。	2018-2025 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。	2025 年，我们因工伤损失工作日数为 10,960 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 > 关怀·人才根本， P67
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 > 关怀·人才根本， P64-65
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% <ul style="list-style-type: none"> • 按性别划分： 女性：69% 男性：31% • 按雇佣类别划分： 非管理者：93% 管理者：7%
	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：49 小时 每名雇员完成受训的平均时数**： <ul style="list-style-type: none"> • 按性别划分： 女性：17 男性：31 • 按雇佣类别划分： 非管理者：22 管理者：16
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： <ul style="list-style-type: none"> • 《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 > 关怀·人才根本， P67
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 > 关怀·人才根本， P67
	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 > 关怀·人才根本， P67
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 > 关心·合作伙伴， P68
关键绩效	B5.1 按地区划分的供应商数目。	截至 2025 年底，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：854 中国：844 海外：10

* 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。自 2023 年起，我们扩大数据统计范围至全体员工，包含餐厅服务组、餐厅管理组、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。

C 部分 不遵守就解释条文		
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 > 关心·合作伙伴， P68-69
	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 > 关心·合作伙伴， P68-69
	B5.4 描述在挑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 > 关心·合作伙伴， P68-69
B6 产品责任		
一般披露	百胜中国遵守的法律法规包括但不限于： <ul style="list-style-type: none"> • 《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》 有关所提供产品和服务的健康与安全、广告、标签及隐私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。 以食为天 > 至诚·安心品质， P20-24 以人为本 > 关注·顾客体验， P70-71	
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。	2025 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， P16
	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隐私政策，以及相关执行及监察方法。	企业管治 > 合规管理， P16
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： <ul style="list-style-type: none"> • 《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 > 合规管理， P15
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， P72-81
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， P72-81
	B8.2 在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）。	附录 > 关键绩效数据表， P85

D 部分 气候相关披露	
气候相关披露要求	对应章节
19. 发行人须披露有关以下方面的资料：	
(a) 负责监督气候相关风险和机遇的治理机构（可包括董事会、委员会或其他同等治理机构）或个人的资讯。具体而言，发行人须指出有关机构或个人及披露以下资讯：	
(i) 该机构或个人如何厘定当前或将来是否有适当的技能和胜任能力来监督应对气候相关风险和机遇的策略	以绿为源 > 气候相关披露，P35
(ii) 该机构或个人获悉气候相关风险和机遇的方式和频率	可持续发展战略，P10 以绿为源 > 气候相关披露，P35
(iii) 该机构或个人在监督发行人的策略、重大交易决策和风险管理程序及相关政策的过程中，如何考虑气候相关风险和机遇，包括该机构或个人是否有考虑与该等气候相关风险和机遇相关的权衡评估	可持续发展战略，P10 以绿为源 > 气候相关披露，P35
(iv) 该机构或个人如何监督有关气候相关风险和机遇的目标制定并监察达标进度，包括是否将相关绩效指标纳入薪酬政策以及如何纳入	可持续发展战略，P10
(b) 管理层在用以监察、管理及监督气候相关风险和机遇的管治流程、监控措施及程序中的角色，包括以下资讯：	
(i) 该角色是否被委托给特定的管理层人员或管理层委员会以及如何对该人员或委员会进行监督	可持续发展战略，P10 以绿为源 > 气候相关披露，P35
(ii) 管理层可有使用监控措施及程序协助监督气候相关风险和机遇；如有，这些监控措施及程序如何与其他内部职能部门进行整合	可持续发展战略，P10 以绿为源 > 气候相关披露，P35
气候相关风险和机遇	
20. 发行人须披露其资讯，以让人理解其合理预期可能在短期、中期或长期影响其现金流量、融资渠道或资本成本的气候相关风险和机遇。具体而言，发行人须：	
(a) 描述合理预期可能在短期、中期或长期影响发行人的现金流量、融资渠道或资本成本的气候相关风险和机遇	以绿为源 > 气候相关披露，P36-41
(b) 就发行人已识别的每项气候相关风险，解释发行人是否认为该风险是与气候相关物理风险或与气候相关转型风险	以绿为源 > 气候相关披露，P36-41
(c) 就发行人已识别的每项气候相关风险和机遇，具体说明其合理预期可能影响发行人的时间范围（短期、中期或长期）	以绿为源 > 气候相关披露，P36-41
(d) 解释发行人如何定义短期、中期及长期，以及这些定义如何与其策略决定规划范围挂钩	以绿为源 > 气候相关披露，P35-36
业务模式和价值链	
21. 发行人须披露让人了解气候相关风险和机遇对其业务模式和价值链的当前和预期影响的资讯。具体而言，发行人须作如下披露：	
(a) 描述气候相关风险和机遇对发行人的业务模式和价值链的当前和预期影响	以绿为源 > 气候相关披露，P36-41
(b) 描述在发行人的业务模式和价值链中，气候相关风险和机遇集中的地方（例如，地理区域、设施及资产类型）	以绿为源 > 气候相关披露，P36-41

D 部分 气候相关披露	
气候相关披露要求	对应章节
策略和决策	
22. 发行人须披露让人了解气候相关风险和机遇对其策略和决策的影响的资讯。具体而言，发行人须披露：	
(a) 有关发行人已经及将来计划在其策略和决策中如何应对气候相关风险和机遇的资讯，包括发行人计划如何实现任何其所设定的气候相关目标，以及任何法律或法规要求达到的目标。具体而言，发行人须披露以下资讯：	
(i) 因应气候相关风险和机遇而在当前及预期将来对发行人业务模式（包括资源配置）作出的变动	以绿为源 > 气候相关披露，P42-44
(ii) 已经或预期将进行的任何适应或减缓工作（直接或间接）	以绿为源 > 气候相关披露，P42-44
(iii) 发行人任何与气候相关转型计划（包括制定转型计划时使用的主要假设的资讯，以及该计划所依赖的因素），或若发行人并未有这样的计划，则作适当的否定声明	以绿为源 > 气候相关披露，P42-44
(iv) 发行人计划如何实现第 37 至 40 段所述的任何气候相关目标（包括任何温室气体排放目标（如有））	以绿为源 > 气候相关披露，P42-44
(b) 有关发行人当前及将来计划如何为根据第 22(a) 段披露的行动提供资源	以绿为源 > 气候相关披露，P42-44
23. 发行人须披露先前各汇报期内按照第 22(a) 段所披露计划的进度	以绿为源 > 气候相关披露，P42-44
财务状况、财务表现及现金流量	
当前财务影响	
24. 发行人须披露以下定性和量化资料：	
(a) 气候相关风险和机遇如何影响发行人在汇报期的财务状况、财务表现及现金流量	以绿为源 > 气候相关披露，P36-41
(b) 当存在将导致下一汇报年度相关财务报表中的资产和负债账面价值发生重要调整的重大风险时，关于第 24(a) 段中识别的气候相关风险和机遇的资讯	以绿为源 > 气候相关披露，P36-41
预期财务影响	
25. 发行人须披露以下定性和量化资料：	
(a) 发行人经考虑其管理气候相关风险和机遇的策略后，并考虑到以下各项，预期其财务表现在短期、中期及长期内将如何变化：	
(i) 其投资及处置计划	以绿为源 > 气候相关披露，P36-44
(ii) 其为实施策略所需的资金的计划资金来源	以绿为源 > 气候相关披露，P36-44
(b) 基于发行人管理气候相关风险和机遇的策略，其预计其财务业绩及现金流量在短期、中期及长期的变化	以绿为源 > 气候相关披露，P36-41
气候韧性	
26. 在考虑发行人已识别的气候相关风险和机遇后，发行人须披露资讯，使他人了解发行人的策略及业务模式对气候相关变化、发展或不确定性的韧性。发行人须按与其情况相称的做法，使用与气候相关的情景分析来评估其气候韧性。提供量化信息时，发行人可披露单一数额或区间范围。具体而言，发行人须披露：	

D 部分 气候相关披露	
气候相关披露要求	对应章节
(a) 发行人截至汇报日对其气候韧性的评估，其有助于了解：	
(i) 发行人的分析结果对其策略和业务模式的影响（如有），包括发行人需要如何应对气候相关情景分析中确定的影响	以绿为源 > 气候相关披露，P35-44
(ii) 发行人对气候韧性的评估中考虑的重大不确定因素的范畴	以绿为源 > 气候相关披露，P36-41
(iii) 发行人根据气候发展调整其短期、中期和长期策略和业务模式的能力	以绿为源 > 气候相关披露，P42-44
(b) 如何及何时进行气候相关情景分析，包括：	
(i) 使用的输入数据，包括：	
(1) 发行人在分析中使用的气候相关情景及其来源	以绿为源 > 气候相关披露，P35
(2) 分析是否涵盖多种不同的气候相关情景	以绿为源 > 气候相关披露，P35-41
(3) 分析所使用的气候相关情景是否与气候相关转型风险或气候相关物理风险有关	以绿为源 > 气候相关披露，P35-41
(4) 发行人在其情景中是否使用了与最新气候变化国际协议相一致的情景	以绿为源 > 气候相关披露，P35
(5) 发行人为何认为所选择的气候相关情景与评估其气候相关变化、发展或不确定性的韧性相关	以绿为源 > 气候相关披露，P35
(6) 发行人在分析中所使用的时间范围	以绿为源 > 气候相关披露，P36
(7) 发行人分析所涵盖的营运范围（例如分析所涵盖的营运地点及业务单位）	以绿为源 > 气候相关披露，P35-41
(ii) 发行人在分析中所作的关键假设	以绿为源 > 气候相关披露，P35-41
(iii) 进行气候相关情景分析的汇报期	以绿为源 > 气候相关披露，P35-41
27. 发行人须披露以下资讯：	
(a) 发行人用于识别、评估气候相关风险，以及厘定当中轻重缓急并保持监察的流程及相关政策，包括有关以下方面的资讯：	
(i) 发行人使用的输入数据及参数（例如数据源及程序所涵盖的业务范围）	以绿为源 > 气候相关披露，P45
(ii) 发行人可有及如何使用气候相关情景分析来识别气候相关风险	以绿为源 > 气候相关披露，P35、45
(iii) 发行人如何评估有关风险的影响的性质、可能性及程度（例如发行人可有考虑定性因素、量化门坎或其他所用标准）	以绿为源 > 气候相关披露，P45

D 部分 气候相关披露	
气候相关披露要求	对应章节
(iv) 发行人可有及如何就气候相关风险相对于其他类型风险的优先排列	以绿为源 > 气候相关披露，P45
(v) 发行人如何监察其气候相关风险	以绿为源 > 气候相关披露，P35、45
(III) 风险管理	
(vi) 与上一个汇报期相比，发行人可有及如何改变其使用的流程	以绿为源 > 气候相关披露，P45
(b) 发行人用于识别、评估气候相关机遇，以及厘定当中轻重缓急并保持监察的流程（包括发行人可有及如何使用气候相关情景分析来确定气候相关机遇的资讯）	以绿为源 > 气候相关披露，P45
(c) 气候相关风险和机遇的识别、评估、优先排列和监察流程，是如何融入发行人的整体风险管理流程，以及融入的程度如何	以绿为源 > 气候相关披露，P45
温室气体排放	
28. 发行人须披露汇报期内的温室气体绝对总排放量（以公吨二氧化碳当量表示），并分为：	
(a) 范围 1 温室气体排放	以绿为源 > 气候相关披露，P46 附录 - 关键绩效数据表
(b) 范围 2 温室气体排放	以绿为源 > 气候相关披露，P46 附录 - 关键绩效数据表
(c) 范围 3 温室气体排放	以绿为源 > 气候相关披露，P46 附录 - 关键绩效数据表
29. 发行人须：	
(a) 除非管辖机关或发行人上市之另一交易所另有要求，否则发行人须根据《温室气体核算体系：企业核算与报告标准（2004 年）》计量其温室气体排放	
(b) 披露其用于计量温室气体排放的方法，包括：	
(i) 发行人用于计量其温室气体排放的计量方法、输入数据及假设	以绿为源 > 气候相关披露，P46
(ii) 发行人为何选择该计量方法、输入数据及假设计量温室气体排放	以绿为源 > 气候相关披露，P46
(iii) 发行人在汇报期对计量方法、输入数据及假设进行的任何变更以及变更原因	不适用
(c) 就根据第 28(b) 段披露的范围 2 温室气体排放，披露其以地域为基准的范围 2 温室气体排放，并提供有助于了解该排放的任何所需合约文书的资讯	以绿为源 > 气候相关披露，P46 附录 - 关键绩效数据表
(d) 就根据第 28(c) 段披露的范围 3 温室气体排放，根据《温室气体核算体系：企业价值链（范围 3）核算与报告标准（2011 年）》所述的范围 3 类别披露发行人计量范围 3 温室气体排放中包含的类别	以绿为源 > 气候相关披露，P46 附录 - 关键绩效数据表
(IV) 指标及目标	

D 部分 气候相关披露	
气候相关披露要求	对应章节
<p>气候相关转型风险</p> <p>30. 发行人须披露容易受气候相关转型风险影响的资产或业务活动的金额及百分比</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46
<p>气候相关物理风险</p> <p>31. 发行人须披露容易受气候相关物理风险影响的资产或业务活动的金额及百分比</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46
<p>气候相关机遇</p> <p>32. 发行人须披露涉及气候相关机遇的资产或业务活动的金额及百分比</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46
<p>资本运用</p> <p>33. 发行人须披露用于气候相关风险和机遇的资本开支、融资或投资的金额</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46
<p>内部碳定价</p> <p>34. 发行人须披露如下:</p>	
<p>(a) 阐释发行人可有及如何在决策中应用碳定价 (例如投资决策、转移定价及情景分析)</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46
<p>(b) 发行人用于评估其温室气体排放成本的每吨温室气体排放量定价; 或适当的否定声明, 确认发行人没有在决策中应用碳定价</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46
<p>薪酬</p> <p>35. 发行人须披露气候相关考虑因素可有及如何纳入薪酬政策, 或提供适当的否定声明。这可能构成根据第 19(a)(iv) 段作出的披露的一部分</p>	可持续发展战略, P10
<p>(IV) 指标及目标</p> <p>行业指标</p> <p>36. 本交易所鼓励发行人披露与一项或多项特定的业务模式和活动有关的行业指标, 或与参与有关行业常见特征有关的行业指标。在决定披露哪些行业指标时, 本交易所鼓励发行人参考《〈国际财务报告可持续披露准则 S2 号〉行业披露指南》和其他国际环境、社会及管治报告框架规定的行业披露要求所述的与披露主题相关的行业指标, 并考虑其是否适用</p>	不适用
<p>气候相关目标</p> <p>37. 发行人须披露 (a) 其为监察实现其策略目标的进展而设定的与气候相关的定性及量化目标; 及 (b) 法律或法规要求发行人达到的任何目标, 包括任何温室气体排放目标。发行人须就每个目标逐一披露:</p>	
<p>(a) 用以设定目标的指针</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46
<p>(b) 目标的目的 (例如减缓、适应或以科学为基础的举措)</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46
<p>(c) 目标的适用范围 (例如目标是适用于发行人整个集团还是部分 (如仅适用于某个业务单位或地理区域))</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46
<p>(d) 目标的适用期间</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46
<p>(e) 衡量进度的基准期间</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46
<p>(f) 阶段性目标或中期目标 (如有)</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46

D 部分 气候相关披露	
气候相关披露要求	对应章节
<p>(g) 如属量化目标, 其属绝对目标还是强度目标</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46
<p>(h) 最新气候变化国际协议 (包括该协议产生的司法承诺) 如何帮助发行人设定目标</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46
<p>38. 发行人须披露其设定及审核每项目标方法, 以及其如何监察达标进度, 包括:</p>	
<p>(a) 目标本身及设定目标的方法是否经第三方验证</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46
<p>(b) 发行人审核目标的程序</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46
<p>(c) 用于监察达标进度的指针</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46
<p>(d) 任何修订目标的内容及原因</p>	不适用
<p>39. 发行人须披露有关每项气候相关目标的绩效的资讯以及对发行人绩效的趋势或变化分析</p>	
<p>40. 就按第 37 至 39 段披露的每一项温室气体排放目标, 发行人须披露:</p>	
<p>(a) 目标涵盖哪些温室气体</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46
<p>(b) 目标是否涵盖范围 1、范围 2 或范围 3 温室气体排放</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46
<p>(c) 此目标是温室气体排放总量目标还是温室气体排放净额目标。如为温室气体排放净额目标, 发行人须另外披露相关的温室气体排放总量目标</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46
<p>(d) 目标是否是采用行业脱碳方法得出的</p>	以绿为源 > 气候相关披露, P46
<p>(e) 发行人计划使用碳信用抵消温室气体排放以实现任何温室气体排放净额目标。关于使用碳信用的计划, 发行人须披露</p>	
<p>(i) 依赖使用碳信用以实现任何温室气体排放净额目标的程度及方式</p>	不适用
<p>(ii) 该碳信用将由哪些第三方计划验证或认证</p>	不适用
<p>(iii) 碳信用的类型, 包括相关抵消是否是基于自然还是基于科技的碳消除, 以及相关抵消是通过减碳还是碳消除实现</p>	不适用
<p>(iv) 为让人了解发行人计划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, 对碳抵消效果的假设)</p>	不适用
<p>跨行业指标及行业指标的适用性</p> <p>41. 在编制披露内容以符合第 21 至 26 及 37 至 38 段的规定时, 发行人须参考 (i) 跨行业指标 (见第 28 至 35 段) 及 (ii) 行业指标 (见第 36 段) 并考虑其是否适用</p>	不适用

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, P84
		附录 > 联交所 ESG 报告守则索引表, P87-88 附录 > SASB 索引表, P101
	2-5 外部鉴证	鉴证报告, P102-105
	2-6 活动、价值链和其他业务关系	关于百胜中国, P08 可持续发展战略, P12-13
	2-7 员工	附录 > 关键绩效数据表, P84
	2-8 员工之外的工作者	附录 > 关键绩效数据表, P84
	2-9 管治架构和组成	可持续发展战略, P10
	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, P10
	2-13 为管理影响的责任授权	可持续发展战略, P10
	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, P10
	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, P11
	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, P10
	2-19 薪酬政策	企业管治, P14
	2-20 确定薪酬的程序	企业管治, P14
	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 > 关怀·人才根本, P67
	2-24 融合政策承诺	企业管治, P14

GRI 标准	披露项	回应
GRI 2: 一般披露	2-25 补救负面影响的程序	企业管治, P15
	2-26 寻求建议和提出关切的机制	企业管治, P15
	2-27 遵守法律法规	企业管治, P15-16
	2-28 协会的成员资格	以食为天 > 至远·行业共进, P31
	2-29 利益相关方参与的方法	可持续发展战略, P11
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, P11
	3-2 实质性议题清单	可持续发展战略, P11
	3-3 实质性议题的管理	可持续发展战略, P11
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 > 聚力·气候转型, P36-41
	201-3 固定福利计划义务和其他退休计划	以人为本 > 关怀·人才根本, P66
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, P72-81
	203-2 重大间接经济影响	以人为本 > 关怀·人才根本, P60-67 以人为本 > 关心·合作伙伴, P68-69 以爱为先 > 同频·乡村发展, P74-75
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, P15
GRI 206: 不正当行为	206-1 针对不当竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	企业管治, P15
GRI 301: 物料	301-1 所用物料的重量或体积	附录 > 关键绩效数据表, P84
	301-2 所用循环利用的进料	以绿为源 > 协力·循环经济, P54
	301-3 再生产品及其包装材料	以绿为源 > 协力·循环经济, P54
GRI 302: 能源	302-1 组织内部的能源消耗量	附录 > 关键绩效数据表, P84
	302-2 组织外部的能源消耗量	附录 > 关键绩效数据表, P84
	302-3 能源强度	附录 > 关键绩效数据表, P84
	302-4 降低能源消耗量	以绿为源 > 聚力·气候转型, P47-51
	302-5 降低产品和服务的能源需求	以绿为源 > 聚力·气候转型, P47-51
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 > 致力·自然生态, P53

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 > 致力·自然生态, P53
	303-3 取水	附录 > 关键绩效数据表, P84
	303-4 排水	废水总量: 23,790,403 吨
	303-5 耗水	附录 > 关键绩效数据表, P84
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 > 致力·自然生态, P52-53
GRI 305: 排放	305-1 直接 (范围一) 温室气体排放	附录 > 关键绩效数据表, P84
	305-2 能源间接 (范围二) 温室气体排放	附录 > 关键绩效数据表, P84
	305-3 其他间接 (范围三) 温室气体排放	附录 > 关键绩效数据表, P84
	305-4 温室气体排放强度	附录 > 关键绩效数据表, P84
	305-5 温室气体减排量	以绿为源 > 聚力·气候转型, P47-51
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 > 协力·循环经济, P54-57
	306-2 废弃物相关重大影响的管理	以绿为源 > 协力·循环经济, P54-57
	306-3 产生的废弃物	以绿为源 > 协力·循环经济, P54-57
	306-4 从处置中转移的废弃物	以绿为源 > 协力·循环经济, P54-57
	306-5 进入处置的废弃物	以绿为源 > 协力·循环经济, P54-57
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 > 关心·合作伙伴, P69
GRI 401: 雇佣	401-1 新进员工和员工流动率	以人为本 > 关怀·人才根本, P63 附录 > 关键绩效数据表, P84
	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 > 关怀·人才根本, P66
	401-3 育儿假	以人为本 > 关怀·人才根本, P66
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 > 关怀·人才根本, P67
	403-2 危害识别、风险评估和事故调查	以人为本 > 关怀·人才根本, P67
	403-3 职业健康服务	以人为本 > 关怀·人才根本, P67
	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 > 关怀·人才根本, P67
	403-5 工作者职业健康安全培训	以人为本 > 关怀·人才根本, P67

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 > 关怀·人才根本, P67
	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 > 关怀·人才根本, P67
	403-8 职业健康安全管理体系覆盖的工作者	以人为本 > 关怀·人才根本, P67
	403-9 工伤	附录 > 关键绩效数据表, P85
	403-10 工作相关的健康问题	附录 > 关键绩效数据表, P85
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	附录 > 关键绩效数据表, P85
	404-2 员工技能提升方案和过渡协助方案	以人为本 > 关怀·人才根本, P64-65
	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 > 关怀·人才根本, P65
GRI 405: 多元化与平等机会	405-1 管理机构与员工的多元化	以人为本 > 关怀·人才根本, P67
	405-2 男女基本工资和报酬的比例	以人为本 > 关怀·人才根本, P67
GRI 406: 反歧视	406-1 歧视事件及采取的纠正行动	以人为本 > 关怀·人才根本, P67
	GRI 408: 童工	408-1 具有重大童工事件风险的运营点和供应商
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 > 关心·合作伙伴, P68-69
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 > 同心·社区共建, P78-81
	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 > 同心·社区共建, P78-81
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 > 关心·合作伙伴, P68-69
	414-2 供应链对社会的负面影响以及采取的行动	以人为本 > 关心·合作伙伴, P68-69
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 > 至诚·安心品质, P20-24
	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 > 至诚·安心品质, P20-24
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 > 关注·顾客体验, P71
	417-2 涉及产品和服务信息与标识的违规事件	以人为本 > 关注·顾客体验, P71
	417-3 涉及市场营销的违规事件	以人为本 > 关注·顾客体验, P71
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, P16

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 > 聚力·气候转型, P46-48 附录 > 关键绩效数据表, P84
	(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 > 致力·自然生态, P53 附录 > 关键绩效数据表, P84
	(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: 425,508 吨 废弃物转化比例: 40% 以绿为源 > 协力·循环经济, P54
	(2) 食品废弃物占比	
	(3) 废弃物转化比例	
	(1) 总包装用量	总包装材料使用量: 178,507 吨 以绿为源 > 协力·循环经济, P54
	(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	
食品安全	(1) 食源性疾病的确诊数量	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	(1) 餐厅中接受食安监管机构检查的百分比	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、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。
	(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
营养成分	(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	
营养成分	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	附录 > 可持续发展承诺与进展, P82
	(1) 餐厅员工自愿离职率 *	餐厅经理自愿离职率: 6.3%
劳工管理	(2) 非自愿离职率	餐厅经理非自愿离职率: 1.5%
	(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 > 关怀·人才根本, P66
(2) 按地区划分的餐厅员工获得最低工资的百分比		
劳工管理	因与 (1) 违反劳动法和	以人为本 > 关怀·人才根本, P67
	(2) 就业歧视有关的法律诉讼而造成的经济损失总额	
供应链管理 及食品采购	(1) 符合环境和社会采购标准	以人为本 > 关心·合作伙伴, P68-69
	(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	
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 > 聚力·气候转型, P42-44 以人为本 > 关心·合作伙伴, P68 以食为天 > 至诚·安心品质, P22
	(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。自 2024 年起, 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 2600077 号

致百胜中国控股有限公司董事会：

关于截至 2025 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 2025 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. 实质性议题评估流程
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. 因亡故人数
14. 供应商数量

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 2600077 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 2025 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保证内容, 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。

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。

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 2600077 号

公司对鉴证可持续发展信息责任

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 2600077 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鉴证可持续发展信息的基础是否合适;
- 询问公司负责编制鉴证可持续发展信息的相关人员, 了解公司与编制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

2026 年 04 月 08 日

第 4 页, 共 4 页

鉴证数据编报基础

编号	指标	编报基础
01	直接温室气体排放 (范围一)	2025 年百胜中国的直接温室气体排放 (范围一) 是指 2025 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) 主要来源于需要添加制冷剂的设备和设施的安装、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。其中设备和设施 (除冷库和空调以外) 使用的制冷剂种类和填充量来自实际填充记录, 冷库和空调使用的制冷剂种类来自实际填充记录, 填充量来自于维修预估填充量。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 年美国采暖、制冷与空调工程师学会 (ASHRAE) 手册 - 基础中的 100 年全球变暖潜势值。2025 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。
02	能源间接温室气体排放 (范围二)	2025 年百胜中国的能源间接温室气体排放 (范围二) 是指 2025 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。2025 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 2023 年电力二氧化碳排放因子的公告》文件中 2023 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力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)》。
03	总用电量	2025 年百胜中国的总用电量是指 2025 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。
04	单店平均用电量	2025 年百胜中国的单店平均用电量是指 2025 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 2025 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。
05	可再生能源使用量	2025 年可再生能源使用量是指 2025 年百胜中国旗下餐厅和物流中心的绿电交易量和光伏环境权益量。绿电交易量来自于多种方式, 如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, 电费结算单, 售电公司提供的绿电交易系统截图, 绿电购买合同, 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环境权益来自于自营物流中心的分布式光伏电量计量系统数据。租赁物流中心的光伏环境权益来自于租赁物流中心运营方签署的光伏用电环境权益转让协议。

编号	指标	编报基础
06	总用水量	2025 年百胜中国的总用水量是指 2025 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。
07	单店平均用水量	2025 年百胜中国的单店平均用水量是指 2025 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。
08	实质性议题评估流程	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, 我们已基于所处行业特点、行业发展阶段、自身商业模式、所处价值链等因素, 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, 并通过线上问卷形式向内、外部利益相关方收集回复, 确定了 23 项实质性议题的优先排序。2025 年, 我们全面审阅评估公司可持续发展实质性议题, 认为上一年结果仍适用。
09	采购具有可持续认证 (RSPO) 的棕榈油比例	2025 年百胜中国采购具有可持续认证 (RSPO) 的棕榈油比例是指 2025 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	2025 年百胜中国关键供应商企业社会责任审核比例是指 2025 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、年采购额小于一百五十万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	2025 年百胜中国的女性员工比例是指 2025 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 2025 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 2025 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	2025 年百胜中国员工百万工时损工事故率是指 2025 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 2025 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 2025 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	2025 年百胜中国因工亡故人数是指 2025 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 2025 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	供应商数量	2025 年百胜中国供应商数量是以百胜中国食品、包装和设备小件等主要类别供应商为口径进行统计。



YumChina