YANGGUOFU
楊國福



2025

环境、社会与治理报告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL, AND GOVERNANCE REPORT

杨　国　福　集　团

CONTENTS

目录

管理层致辞 01

关于本报告 03

走进杨国福 05

附录

GRI指引 52



01

守正固本 行稳致远

可持续发展策略 09

重点议题与利益相关方沟通 11

商业道德 13

风险内控 14



02

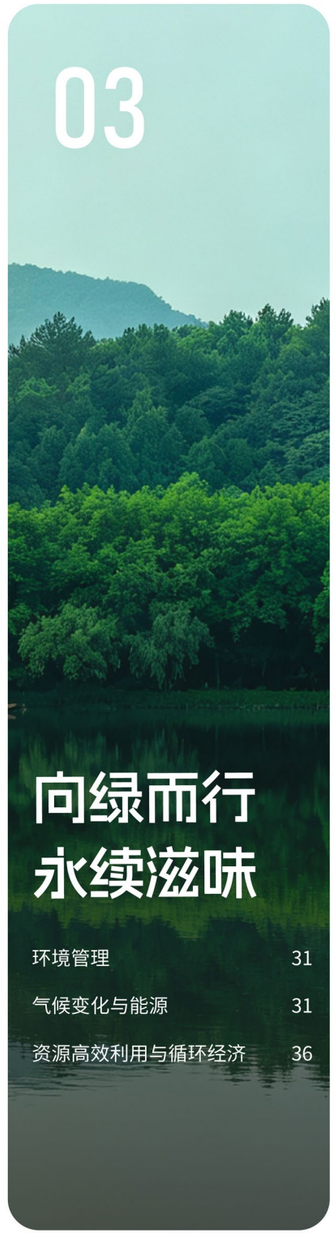
安心至上 匠心臻品

食品安全与质量 17

产品理念与创新 21

服务保障 23

可持续采购 26



03

向绿而行 永续滋味

环境管理 31

气候变化与能源 31

资源高效利用与循环经济 36



04

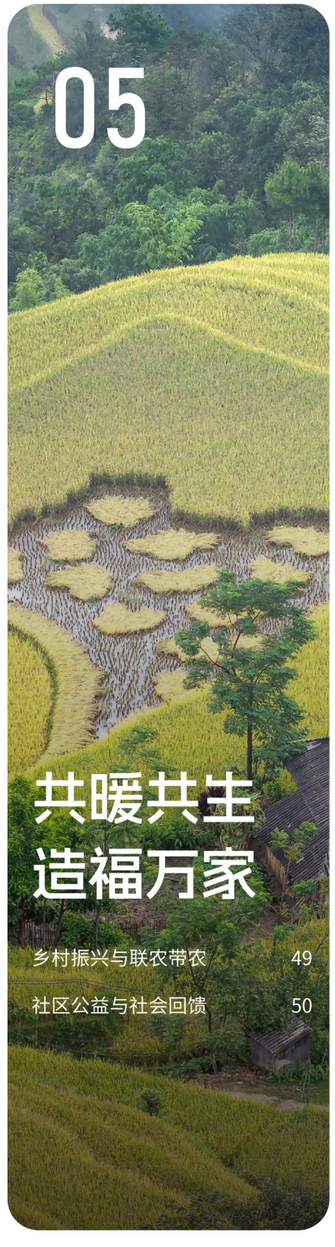
以人为本 同心同行

合法雇佣与多元包容 41

薪酬福利与员工关爱 42

职业发展与人才培育 44

职业健康与安全生产 45



05

共暖共生 造福万家

乡村振兴与联农带农 49

社区公益与社会回馈 50

管理层致辞

从 2003 年起步，到如今业务覆盖全球 20 多个国家和地区、拥有近 7,000 家门店，杨国福集团走过了一段不平凡的历程。回望二十余年的发展，我们愈发深刻地认识到，可持续发展是集团发展使命与愿景的内在要求，是集团与社会、与环境、与时代之间建立长期信任关系的根本所在。

“从街边到全球，让每一碗杨国福都成为健康安心的选择”，这不仅是集团的核心使命，更是我们一切经营活动的出发点。食品安全是餐饮行业的立身之本，也是我们对“健康安心”这一承诺的最直接兑现。我们将这份承诺贯穿于全链条食品安全管控体系之中——从供应链源头到生产加工、物流配送、门店运营，每一个环节都设有明确的标准与严格的监督。智能工厂按照欧盟 BRC 及制药级洁净标准进行建设管理，确保每一份食材从入库到出品的安全可控。我们深知，食品安全管理的提升永无止境，唯有持续精进，方能不负消费者的信任与托付。

在坚守安全底线的同时，我们致力于让每一碗麻辣烫都成为连接健康生活与美好生活的载体，践行“无需翻译的鲜美，做世界胃的通用语言”这一美好愿景。集团率先在国内连锁餐饮行业公开承诺“2025 年实现 60% 植物性菜品供应”并如期达成，推出“草本穹顶菌汤”等全素新品，倡导“五色食养”理念。这些举措既是响应“健康中国”战略的积极行动，也是对消费者日益增长的健康饮食需求的务实回应。我们希望通过产品创新，让美味与健康在同一碗麻辣烫中找到平衡。

在环境责任方面，集团将可持续发展理念贯穿于运营全过程。智能工厂采用高度自动化的“黑灯”生产模式实现无人化作业，并通过 ISO 14001 环境管理体系认证，通过优化生产流程和设备运行管理，在保障产品品质的同时，持续提升能源利用效率。我们系统识别气候变化带来的物理风险与转型机遇，将气候因素纳入运营决策。我们推动环保可降解包装材料的替代，严格落实垃圾分类举措，倡导“光盘行动”，鼓励消费者合理点餐，从方方面面探索低碳运营路径。

员工是集团最宝贵的财富，也是我们实现可持续发展的核心力量。我们始终坚持以人为本的理念，为员工营造安全、健康、平等的工作环境。我们通过“小橙宇”高潜人才选拔项目、多元化培训体系以及持续优化的薪酬激励机制，为员工提供清晰的成长路径与发展空间。

集团积极承担企业社会责任，致力于通过自身实践为社会带来更积极的影响。在乡村振兴领域，我们通过自建原料种植基地带动地方农户提高收益。在社会公益方面，我们加入美团青山计划，通过每笔订单的微小捐赠支持自然保护地建设，员工志愿者走进湛江红树林国家级自然保护区参与生态修复。集团 2023 年加入美团乡村儿童操场公益计划，累计建成 17 座多功能操场，让健康与善意从餐桌走向更广阔的土地。

稳健的治理是可持续发展的根基。集团建立由董事会统筹的三级 ESG 治理架构，全面强化集团整体 ESG 治理流程。我们秉持反腐败、反舞弊、反洗钱与反不正当竞争的“零容忍”原则，畅通举报渠道，建立独立调查与举报人保护机制，以系统化、常态化的治理实践为集团行稳致远保驾护航。

面向下一个二十年，杨国福将持续完善 ESG 战略与治理架构，让可持续发展理念在组织的每一个层级落地生根。我们将继续以“持续健康、共赢共享、感恩担当”为核心价值观，携手全球伙伴，让承载东方智慧的麻辣烫，成为连接不同文化与味蕾的桥梁，为世界呈现一碗值得信赖的美味。



朱冬波

杨国福集团联合创始人

集团副董事长

首席可持续发展官



关于本报告

本报告为杨国福集团（以下简称“杨国福”“集团”“我们”）发布的首份环境、社会及治理（简称“ESG”）报告（简称“本报告”）。本报告展示了杨国福贯彻可持续发展理念的积极行动及成果，主要包括公司治理、产品健康营养与品质、环境保护、社会责任等方面的可持续发展管理进展，以及对于投资者、政府及其相关管理部门、员工、客户、产业链、行业等利益相关方的履责实践。

报告范围与边界

报告主体：本报告涵盖杨国福集团及其全资、控股子公司及加盟体系在 ESG 相关议题上的管理与实践。报告中涉及的财务数据来源于本集团的财务报表，ESG 数据覆盖范围在相关章节中予以说明。

报告边界：本报告数据主要涵盖本集团海内外直营门店、自营智能工厂及自有物流体系。若有特殊情况，将在相关章节中予以说明。

报告时间：本报告为年度报告，时间跨度为 2025 年 1 月 1 日起至 2025 年 12 月 31 日止（“本年度”）。为增强报告的可比性和信息完整性，部分内容可能涉及 2025 年前后的相关事项。

编制依据

本报告编写参考（with reference to）全球可持续发展标准委员会《GRI 可持续发展报告标准》，力求符合业界同行的 ESG 披露相关标准。本报告附有 GRI 内容索引，列于报告附录部分。索引中清晰标注了各披露项在报告中的对应位置，便于利益相关方查阅。对于部分因商业保密或数据暂不可得而省略的披露项，索引中亦附有相应说明。

联系与反馈

本报告提供中文版本及英文版本供读者阅读，报告电子版可在杨国福集团官网以查阅获取。如中英文版本有不一致陈述，请以中文版本为准。

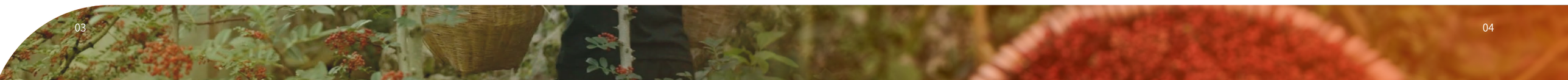
我们重视利益相关的意见与建议，并欢迎读者通过以下联络方式与我们联系，您的意见或建议将协助我们进一步提升集团整体环境、社会及治理表现。

杨国福集团 ESG 工作小组

地址：上海市闵行区联航路 1650 号

邮箱：esg@yangguofu.global

感谢各位利益相关方对杨国福集团的关注与支持。我们期待与您携手，共同推动企业的可持续发展。



走进杨国福

公司简介

杨国福集团创立于 2003 年，是深耕中式快餐、布局全球市场的连锁餐饮龙头企业，核心运营“杨国福”麻辣烫主品牌，同步覆盖餐饮门店服务与食品零售两大核心业务板块，致力打造兼具市场竞争力与社会担当的中式餐饮品牌。

使命

从街边到全球，让每一碗杨国福都成为健康安心的选择

愿景

无需翻译的鲜美，做世界胃的通用语言

价值观

持续健康
共赢共享
感恩担当

集团创新打造“可以喝汤的麻辣烫”，采用单人单锅、百余种食材自选模式，依托标准化轻加盟模式实现规模化扩张，同时零售端搭建线上线下全渠道分销网络，布局天猫、京东等线上平台。

全球连锁门店总数
近 7,000 家

覆盖全球
20+ 个国家及地区

国际总部设立
新加坡



集团投入 5 亿元建成成都智能化生产研发基地，搭建食品安全数字化管控体系，依托自研供应链保障全球门店与零售产品品质；同步孵化差异化子品牌、丰富即食底料等零售产品线。多年来斩获中国餐饮百强、快餐小吃 TOP10、出海先锋品牌等行业权威荣誉。

面向未来，集团将持续拓展海内外门店网络，完善多元产品矩阵，以可持续经营理念平衡产业发展、消费者健康、伙伴共赢与社会责任，向全球传递中式餐饮的匠心风味。

发展历程

杨国福在规模扩张的同时，持续推进食安管控、智能制造与全球化布局，一步步夯实可持续经营根基。

规范化

- 2003 杨国福麻辣烫第一家直营店在哈尔滨永和街 52 号成立，取名杨记麻辣烫
- 2005 杨记麻辣烫正式更名为杨国福麻辣烫，开出第一家加盟店
- 2009 业内率先倡导斤式自选麻辣烫的经营方式，加盟店总数突破 1,500 余家

全国化

- 2010 在哈尔滨人和街开设第一家直营店，为提升品牌一致性和标准化，进行内部整顿，停止加盟一年
- 2013 9 月 6 日，在哈尔滨滨河街开出第三家直营店，开业当天现任董事长杨兴宇亲自上阵服务顾客
- 2014 首次参加广州国际餐饮连锁加盟展览会；12 月 29 日在南京希尔顿酒店举办年会，启动全国化战略
- 2015 事业总部正式坐落于中国金融中心 - 上海；9 月 2 日，上海第一家直营店在陕西南路 141 号开业

标准化 + 国际化 + 零售化

- 2016 成都研发基地奠基仪式；在上海参加国际餐饮连锁加盟展览会
- 2017 国际事业部正式成立；成都智能工厂建成封顶，加拿大温哥华店正式营业，全国加盟店突破 5,000 余家
- 2019 在新疆天山与中粮合作，打造优质番茄口味产品；在汉源“贡椒”发源地清溪建设专属产业基地
- 2020 与贵州大方县政府合作，建立辣椒种植基地；杨国福之歌《麻辣传奇》正式发布；杨国福商学院建成并投入使用
- 2021 推出全新零售产品：休闲食品、调味食品，扩展品牌产品丰富度
- 2024 全面开启品牌升级，签下首位全球品牌代言人李雪琴，IP 凤凰福娃诞生
- 2025 加入由美团与联合国世界粮食计划署（WFP）共同发起的“吃动平衡·健康生活”行动倡议；“小橙宇”高潜人才项目首期启动

守正固本
行稳致远

杨国福始终将ESG理念贯穿于公司治理的各个层级，确保可持续发展目标与业务战略同频共振。我们构建覆盖全流程的风险识别与防控体系，同时恪守商业道德，坚持诚信经营，规范各类商业往来行为，为长期可持续发展奠定坚实基础。

- 可持续发展策略 09
- 重点议题与利益相关方沟通 11
- 商业道德 13
- 风险内控 14

01

可持续发展策略

集团围绕可持续发展价值导向，搭建适配自身业务实际的 ESG 管理模式。我们以清晰的顶层设计明确发展方向，通过可持续发展策略确定重点实践步骤，依托完整的 ESG 治理架构落实各层级管理分工，实现战略方向与执行主体有效衔接，为集团各项 ESG 相关工作有序落地提供体系化支撑。

ESG 战略

集团以绿色低碳、社会价值共创与全链路合规治理为核心支柱，覆盖从田间到餐桌的每一个环节，将可持续发展理念深度融入企业运营，打造兼具文化底蕴与可持续发展担当的餐饮品牌典范。

从田间到餐桌

全链路可持续发展

构建美好食光

E 环境 · 绿色低碳

- 绿色公益：投身生态公益，以实际行动践行绿色承诺
- 低碳运营：推进智能工厂节能与门店环保改造
- 绿色采购：严选绿色食材，践行科学种植与产地生态保护

S 社会 · 价值共创

- 伙伴共生：赋能小微商户与员工，共建共荣生态
- 健康倡导：设定健康产品目标，引导消费者践行健康饮食方式
- 儿童关怀：开展公益捐助，守护下一代健康成长
- 乡村赋能：深耕农业源头，带动农户与乡村增收，助力乡村振兴

G 治理 · 合规致远

- 合规基石：完善内控体系，严守合规经营底线
- 品质溯源：搭建全链路数字化追溯，确保透明可查与精准管控

以绿色低碳筑牢生态根基，以价值共创回馈社会发展，以合规治理保障长远经营，
让可持续发展理念融入从田间到餐桌的每一个环节。

ESG 治理

为了全面强化可持续发展治理，集团建立以董事会牵头的三级 ESG 治理架构，各层级职责清晰、权责明确、报告路径畅通。

集团董事会对集团 ESG 治理承担最终监督责任，涵盖 ESG 战略、环境与气候相关风险管理及可持续发展绩效等重点事项。董事会下设可持续发展委员会，由首席可持续发展官担任主席，负责将董事会批准的 ESG 战略转化为可执行计划。可持续发展委员会下设可持续发展工作组作为执行机构，工作组成员包括各重点业务部门负责人，负责落实委员会决议、推动具体 ESG 举措在各业务单元的落地。

董事会

董事会负责批准集团可持续发展战略与中长期目标，监督 ESG 风险（含气候风险）的识别、评估与管理，审议重大风险应对策略，监督气候转型计划实施进展，定期审查 ESG 目标达成情况与绩效表现，批准 ESG 报告、管理制度等。

可持续发展委员会

根据 ESG 战略与目标设定向董事会提出建议，制定年度目标、KPI 及行动方案，统筹 ESG 风险与机遇管理，审议气候转型计划并监督落实，协调各业务团队推动运营层面 ESG 举措落地组织编制 ESG 报告，跟踪评级表现并回应利益相关方问询，更新内部管理制度，组织 ESG 培训与能力建设。

可持续发展工作组

在各业务单元执行 ESG 举措，将可持续发展要求融入日常运营，负责 ESG 数据收集、核验与汇总，跟踪目标进展并识别执行障碍、提出解决方案，支持 ESG 报告编制，每季度向可持续发展委员会汇报工作进展，协调利益相关方参与活动并收集反馈。

此外，为了推动集团 ESG 战略的有效执行，进一步明确可持续发展治理责任与要求，集团将温室气体减排、能源效率提升等 ESG 关键绩效指标与董事及高级管理人员的浮动薪酬与中长期激励进行挂钩，将可持续发展深度融入管理层责任导向。

重点议题与利益相关方沟通

利益相关方沟通

集团建立并持续完善多元化利益相关方沟通机制，搭建常态化的对话渠道，及时响应不同利益相关方的诉求。我们充分倾听政府及监管机构、客户与消费者、员工、合作伙伴、社区、媒体的意见建议，将各方反馈纳入经营与 ESG 管理的考量范畴。

利益相关方	核心关注内容	集团回应	主要沟通渠道
政府及监管机构	• 合规经营 • 产品质量与食品安全 • 带动就业 • 环境保护	• 严格遵守法律法规和监管要求 • 提供就业岗位	• 信息报送 • 参加专题会议 • 日常工作会议
客户与消费者	• 产品质量与食品安全 • 客户服务 • 食品营养与健康 • 负责任营销	• 保障产品质量 • 提供优质服务 • 创新研发 • 遵守营销规定	• 定期沟通 • 满意度调查 • 社交媒体沟通
员工	• 员工权益 • 职业发展 • 健康舒适工作环境	• 遵守法律法规 • 组织员工培训 • 推进职业健康保护	• 员工沟通会 • 员工培训与发展规划 • 关爱活动
合作伙伴	• 诚信经营 • 公平交易 • 协同发展 • 加盟商管理	• 公开透明的采购与合作机制 • 加盟商全生命周期管理与能力提升	• 公开透明招采程序 • 加盟商培训 • 行业交流
社区	• 乡村振兴 • 支持社区发展与建设 • 社会公益	• 助力乡村振兴事业 • 参与社会公益服务	• 助农活动 • 公益活动 • 志愿者服务
媒体	• 可持续发展信息披露	• 信息披露	• 新闻发布 • 媒体交流

重要性议题

在推进集团可持续发展实践的过程中，我们立足自身业务运营实际，围绕环境、社会及治理三大维度开展议题梳理与识别工作。我们综合考量集团实际发展规划、行业特征、利益相关方需求等多重因素，梳理形成 16 项与经营活动密切相关的可持续发展关键议题，以此作为集团开展 ESG 管理、落实责任实践的重要指引，支撑集团可持续发展工作有序推进。

环境	社会	治理
• 应对气候变化 • 能源管理 • 水资源管理 • 包装物管理 • 废弃物与排放管理	• 食品安全与产品质量 • 消费者与客户服务 • 食品营养与健康 • 供应链与加盟商管理 • 员工权益与发展 • 创新研发 • 支持乡村振兴与社会公益 • 信息安全与隐私保护	• 商业道德 • 公司治理 • 风险管理



商业道德

杨国福集团秉持高标准商业道德，持续规范商业运营活动。我们对任何形式的腐败、舞弊、洗钱及不正当竞争行为坚持零容忍态度，持续完善制度约束与监督机制。同时，我们全面推动廉洁文化的形成，通过常态化宣导与培训，引导全体员工及合作伙伴自觉遵守商业道德准则，共同构建公开透明的商业生态。

集团严格遵守《中华人民共和国公司法》等有关法律法规，积极响应《联合国反腐败公约》等国际倡议，制定《集团商业道德与廉洁从业管理制度》《商业道德行为规范》等有关规章制度，我们在《员工手册》等相关指引性文件中纳入职业道德要求，将反商业贿赂与反贪腐要求深度融入业务运营的各个环节。

此外，我们通过在《加盟合同模板》《设备采购合同模板》等文件中添加反商业贿赂条款，保障与加盟商、供应商等合作伙伴建立起阳光透明的合作关系。我们建立并持续完善内部反洗钱与反不正当竞争相关的管理机制，坚决抵制虚假宣传、侵犯商业秘密以及垄断等不正当竞争行为，确保所有经营活动均在合法合规的框架内开展。

我们高度重视监察举报对于树立良好商业道德的促进作用，面向员工及外部合作伙伴提供多元举报渠道，举报渠道支持实名举报和匿名举报，并通过《内部举报管理制度》《举报专项调查机制》等有关规定，严格实施信息保密，举报材料仅限调查人员知悉，严禁向被举报人泄露举报人身份，确保调查取证过程不暴露举报人信息。同时，我们明确禁止任何针对举报人的刁难、调岗、排挤、恶意处分等打击报复行为，一经查实从重追责。对于实名举报且查证属实的，按规定予以奖励，举报人可申请反馈办理进展，其信息未经本人书面同意不得对外公开。报告期内，集团未发生任何贪污腐败案件。

杨国福集团反腐败举报渠道

- 船长信箱——向集团董事长直接投诉
- 廉洁举报邮箱：jubao@ ygfchina.com
- 线下门店实体举报二维码：

杨国福信箱

- 飞书举报匿名问卷

杨国福集团举报受理与调查处理机制

举报受理

渠道接获举报线索后 3 个工作日内完成初审，根据初审结果进行事件分级

举报调查

建立由法务、审计、风控等专业人才组成的独立调查组进行核查与取证，进行事实认定并出具报告

事件处理

查实违规事件，依据制度给予警告、降职、解除劳动关系、追缴不当所得等处理，涉嫌违法犯罪事件，固定证据后移送司法机关处理。所有案件要求形成整改建议，推动业务流程完善

为进一步强化全员合规意识，集团持续深化反腐败培训体系建设。我们通过线上课程、各级专题会议等形式组织开展覆盖反贪腐与反商业贿赂、利益冲突申报、职业道德与廉洁从业等多个核心模块的培训课程，深入剖析了行业内外及公司内部的典型违规案例，确保集团全体员工清晰掌握合规底线与红线要求。2025 年，集团合规及反贪腐培训覆盖三位董事、管理层及各部门员工（包括实习生），累计参与培训 230 人次，在职人员培训覆盖率达 61.8%。此外，我们在 2025 年建立了舞弊案件警示通报机制，对经查实的违规舞弊事件，在集团范围内进行合规公告通报，切实发挥警示作用，引导全体员工持续规范商业道德行为。

风险内控

集团致力于构建覆盖全业务、全流程的全面风险管理体系，同时以独立客观、合规鉴证、提质增效、赋能治理为核心战略定位开展内部审计工作，坚守审计独立性、公正性与专业性，立足集团治理全局，构建全覆盖、常态化、专业化的内部审计监督体系，以此作为风险管理和内部审计工作的战略与主张，并依托常态化的内部审计与动态的风险评估机制，对运营全流程进行持续监督与优化，确保各项管理制度有效落地。

风控合规

集团已建立覆盖全业务场景的风险管理框架，制定《风险管理制度》《出海合规管理体系建设与运营指南》等内部制度，明确各类风险管理原则及各层级职责。我们形成由董事会统一领导、管理层统筹落实的风险管理与汇报机制，集团风险管理部门牵头执行风险识别、监控与评估，各业务部门作为第一道防线常态化开展风险自查与信息报送，实现风险工作自上而下部署、自下而上反馈的全周期管控。我们打造专业与稳定的风控合规与审计业务团队，截至报告期末，相关专职人员共计 11 人，平均入职时长 2 年。

2025 年，集团进一步优化业务流程，将关键风险控制点前置嵌入，围绕食品安全、供应链、加盟商运营等重点风险，对 10 余个核心业务部门开展风险诊断，提出提升建议 100 余项并推动整改落地，形成“识别—整改—评价—优化”的管理闭环；海外业务方面，我们重点关注属地化合规风险，建立重大法律事项跟踪台账，实施动态管理与风险预警。同时，集团定期开展风险培训，2025 年共组织风险合规培训 7 场，覆盖员工 45 人，培训时长 12 小时，持续提升全员风险识别与应对能力。

内控内审

集团制定《内部控制管理制度》《内部审计管理制度》等内部政策，持续完善权责清晰、制衡有效的内部控制体系，本年度系统性审阅并优化业务部门制度 30 余项，提出制度修订建议超 100 条。内部审计工作严格恪守独立审计原则，实行审计委员会垂直领导的专属汇报条线，审计部门日常工作、审计结果及内控缺陷均直接上报审计委员会，同时向管理层通报进展。2025 年，集团推动内控体系数字化升级，运用数据分析工具逐步实现从“事后审计”到“事中监控”的转变，全年完成采购与供应链管理审计、IT 系统专项审计等重点项目 10 余个，提出审计建议 100 余条，持续推动问题整改闭环。

安心至上
匠心臻品

在长期的发展与运营过程中，集团以“让每一碗杨国福都成为健康安心的选择”为使命，坚持保障食品安全与产品质量，在口味创新与营养健康之间寻求平衡，通过优化服务流程，致力于为全球消费者提供健康安心的餐饮和服务体验，并与合作伙伴共创长期价值。

- 食品安全与质量 17
- 产品理念与创新 21
- 服务保障 23
- 可持续采购 26

02

食品安全与质量

杨国福集团严格遵守《中华人民共和国食品安全法》以及其他运营所在地的法律法规，例如英国《食品安全法》（Food Safety Act 1990）《食品卫生条例》（Food Hygiene Regulations 2006）及《娜塔莎法》(Natasha's Law）等，制定《食品安全动态风险管控清单》《质量管理手册》《食品安全自查制度》等内部制度与规范，严格管理供应链、仓储物流、智能工厂、门店运营等各个环节的全生命周期食品安全与产品质量。我们搭建起职责清晰的食品安全管理体系，由集团总经理担任食品安全管理最高负责人，副总经理担任食品安全总监，下设食品安全员，整体负责食品安全相关制度制定、风险防控、拟定应急预案以及培训考核等工作。

截至目前，集团智能工厂已经通过 ISO 9001 质量管理体系认证、ISO 22000 食品安全管理体系认证、FSSC 22000 食品安全管理体系认证、BRCGS 全球标准认证、危害分析与关键控制点（HACCP）体系认证、美国 FDA 食品设施注册、有机产品认证、IFS 国际食品标准认证、国际清真（HALAL）认证等食品安全与质量相关认证和标准。



ISO 9001 质量管理体系认证



ISO 22000 食品安全管理体系认证



FSSC 22000 食品安全管理体系认证



危害分析与关键控制点（HACCP）体系认证



BRCGS 全球标准认证



美国 FDA 食品设施注册



IFS 国际食品标准认证



有机产品认证





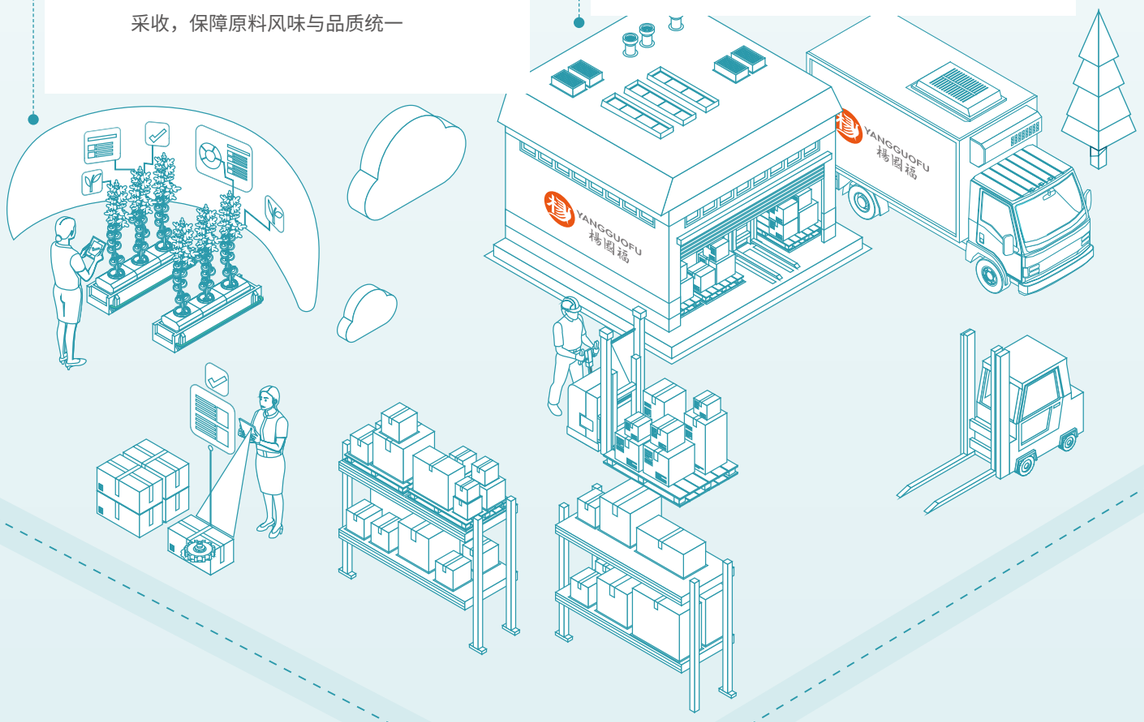
国际清真（HALAL）认证

集团建立多维度、高频率的食品安全与质量审核机制，针对国内门店采用飞行稽核、线上稽核、专项稽核相结合的方式，重点聚焦过期食材、发霉食材、违禁品等红线问题，对于稽核产生的问题要求在规定期限内完成整改并提供整改报告，形成检查、反馈、整改、复核的闭环管理，全年累计完成各类稽核 10,442 次，有效保障了门店运营的食品安全水平。我们针对海外门店设立专职运营督导团队，定期开展现场巡查，围绕食材品质、出餐品质、食品安全、门店环境及服务质量等重点内容进行综合检查，各直营门店每季度接受一次巡检。

全周期食品安全与质量管理

供应链

- 针对供应商定期开展现场评审，进行品控打分
- 针对供应商提供的原材料进行抽检，确保物料质量的持续监管和保障
- 针对农产品及香辛料等原材料，优先选择“基地合作社、农产品初加工企业、当地原料供货主体供应商”，建立该供应商管理（一企一档）台账，审核供应商各类种植、生产资质，同时进行实地考察，确保生产环境、标准、质量的稳定持续性，保障原材料质量
- 部分原材料建立长期定向直采模式，执行统一标准，杜绝生青采收、过熟腐烂采收，保障原料风味与品质统一



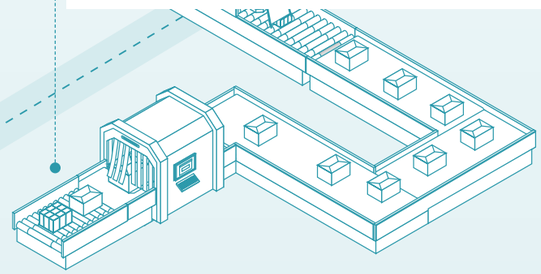
仓储物流

- 运输车辆要求配备食品级防护膜、篷布等防护用品，搬运人员使用鞋套等卫生防护用品，防止运输过程中造成撒漏及污染
- 保障运输设备的温度等条件，防止产品或原材料变质
- 出口集装箱使用前必须经检验检疫部门进行卫生检查及卫生处理
- 存储仓库采取严格的虫害、鼠害等管控措施、严格执行卫生清洁标准



智能工厂

- 厂区规划建设阶段充分评估周边潜在污染源，从源头避免污染
- 制定《良好生产规范》《清洁和消毒控制程序》等多项控制程序，严格执行生产标准和工艺，避免程序上的交叉污染，确保用水、原材料、设备等关键的因素的卫生与清洁，对于设备、工具等定期进行消毒
- 对于制成品进行质量检验，不合格产品进行退货或销毁处理
- 物料、半成品、成品等均进行相关标识，确保依据标识可进行全周期追溯



门店

- 加盟门店执行品牌统一原料采购渠道，杜绝三无原料、过期原料、不合格食材流入终端门店
- 每日对于到货食材进行核验，统一冷藏、冷冻、常温食材分区存放标准，明确储存温度、存放期限、杜绝食材变质、交叉污染
- 后厨执行标准化操作流程，保证出餐品质统一
- 门店每日班前检查食材状态、班中规范操作、班后清洁消杀，形成品控闭环
- 100% 落实外卖餐品一次性防拆封签（封口贴）制度，杜绝配送途中被拆动或污染的风险，同时严格控制外卖餐品的出餐与配送时效，防止变质

在建立全周期食品安全与质量管理规定的基础上，我们进一步完善了食品安全事件的应急响应与整改预案，形成统一化、标准化、可追溯的食品安全与质量问题闭环处置与整改机制，为防范食品安全风险提供重要保障。2025 年，集团未发生重大食品安全及质量事件。

食品安全事件应急处理与整改流程

问题发现

- 门店发现食品安全或品质问题后，须第一时间通过系统登记上报，确保问题有据可查
- 立即停止相关产品销售，封存涉及原材料或食品样品

原因分析

- 区域管理团队针对问题开展复盘分析，分析发生问题的环节或因素，定位根本原因

整改验证

- 针对问题制定个性化整改方案，包含现场整改、物料清理、人员培训、流程修正、环境消杀等，限时完成落地
- 督导人员核验整改效果，确认问题彻底整改

持续改进

- 搭建长效预防机制，同类问题全域复盘，纳入门店警示案例，更新 SOP 标准，开展全员专项培训，纳入常态化巡检重点项

集团围绕食品安全管理要求，分层级、分岗位组织开展常态化食品安全培训。我们针对加盟商、门店员工、智能工厂生产员工等不同岗位提供针对性的培训课程，内容覆盖食品安全法律法规学习、食材管理、操作规范、品控要点、质量文化建设等核心内容进行知识宣导。为保障培训效果，部分课程还配备了专题考试以检验员工的知识掌握能力，同时我们为海外门店提供了双语培训资料，确保培训内容有效传达。

产品理念与创新

集团坚持以品牌创新作为保持发展活力的重要驱动，我们积极响应健康饮食的有关倡议和号召，以消费者需求为导向，持续加大研发投入，探索低油减盐、营养均衡等健康化产品方向，在口味创新与膳食结构优化之间寻找平衡，为消费者提供更多元的健康选择。同时，集团高度重视自主知识产权的保护，建立健全商标、专利、配方及核心技术成果的管理机制，确保每一项创新成果都能得到有效确权与维护。

产品健康

集团始终以“健康”“美味”为核心，积极推进产品创新健康化与菜单搭配科学化，同时积极参加外部有关合作或倡议，贡献自身力量。为了满足消费者对于健康、营养、低脂的关注和需求，呼应国家卫健委提出的“三年减重行动”号召，我们承诺 2025 年实现 60% 的植物性菜品供应，成为国内首家率先做出植物性餐食发展承诺的连锁餐饮品牌，并已顺利实现了我们的目标。

产品创新健康化

以“东方食养文化”为内核，将“挑五色、养五气”的传统饮食智慧转化为产品创新的底层逻辑。在产品研发端，集团突破传统麻辣烫“重油重盐”的固有印象，制作口感更平衡、更健康的汤底。2025 年，集团研发新品菌汤底料及金汤酸辣底料均以植物性原材料为主。





菜单搭配科学化

基于消费者不同年龄段的健康需求，建立科学化的产品架构体系构建差异化的汤底矩阵。菜单宣传方面，推出减脂、养生等不同场景的搭配方案，传递健康饮食理念。此外，集团持续丰富植物性菜品供给，通过食材的多样性选择和科学配比，为消费者提供更多元、更健康的用餐选择。

案例

杨国福集团加入“吃动平衡·健康生活”倡议行动，推动健康生活新风尚

2025 年 10 月 15 日，在世界粮食日前夕，杨国福集团作为首批倡议伙伴，正式加入由美团与联合国世界粮食计划署（WFP）共同发起的“吃动平衡·健康生活”行动倡议，并参与“一起开动 Healthy Together”主题活动，与多方力量一道推动全民健康生活方式的普及与实践。根据行动方案，集团将推出更多健康生活产品，倡导营养均衡、低负担的饮食方式，引导更多消费者以“可持续的美味”践行健康生活理念。



2025 年健康饮食亮点产品研发

菌汤底料

- 汤底脂肪含量仅 0.972g/100ml，符合国际低脂标准，口感清爽不油腻，清汤状态下无需额外添加油脂，整体能量密度低，适合轻负担饮食需求
- 总糖及可消化碳水化合物含量低，升糖指数属于低值范围，适合血糖管理人群
- 含真菌多糖及多种活性成分，膳食纤维以水溶性纤维为主，有助于肠道健康；同时富含硒、铁、叶酸、锌及 B 族维生素等多种微量元素
- 不额外添加动物脂肪及高钠调味品，盐分控制在清淡范围内，菌种属性偏温润，汤液清润不燥热，符合低盐、低糖、低油的现代饮食趋势



知识产权保护

集团高度重视自主知识产权的保护，围绕品牌商标、核心配方及技术成果建立基础管理机制。集团建立了常态化知识产权保护机制，通过海内外商标监测预警及门店打假巡查等方式，及时发现并处理侵权线索，坚决打击、抵制各类侵犯集团知识产权的行为，切实维护集团品牌资产与合法权益。我们持续完善境内外商标维护、授权使用、广告审核及侵权处置机制，确保核心商标有效、品牌使用规范。集团已经上线知识产权管理平台，开展重点商标风险培训，制定商标管理及境内外宣传物料审核流程，并对侵权线索实行统一登记、证据留存和分类处置。针对汤底配方等核心商业秘密，我们明确接触权限，强化生产环节管控，定期排查泄露风险。截止 2025 年末，集团总计注册成功及正在申请注册中的商标 1,012 件，拥有著作权 54 件，拥有专利权作品 40 件，其中 2025 年新增注册成功商标 96 件，新增著作权 10 件。

服务保障

杨国福秉持“持续健康、共赢共享、感恩担当”核心价值观，践行负责任营销，规范产品营养健康相关宣称。集团切实维护消费者合法权益，畅通客户沟通反馈渠道，强化信息安全与个人隐私保护，健全数据管理机制，持续优化服务品质，致力于为广大消费者提供安全可靠、体验优良的餐饮服务。

客户服务体系

杨国福高度重视维护消费者权利，严格遵循《中华人民共和国消费者权益保护法》，建立规范化客户诉求管理机制，搭建覆盖消费者、加盟商的多元化投诉反馈渠道，保障各类诉求得到及时受理、调查与妥善处置。

我们设立监督热线、黑猫投诉平台、船长信箱、线上 APP 等沟通方式，不断提高服务品质，构建覆盖线上与线下的立体化客户沟通与反馈机制，提升诉求反馈渠道的便捷性与可及性，兼顾消费者与加盟商的诉求表达需求。

我们设立部门专门受理消费者投诉相关事宜，所有投诉均于第一时间转至投诉处理责任人进行对接处理，完成登记建档并开展问题核实处置。同时，集团在规定时间内对消费者的投诉进行反馈与处理，对于暂未办结的投诉持续追踪直至办结，并在处理过程中持续向客户反馈进展，保障投诉处理的及时性与透明度。对于已办结的投诉，我们进行消费者回访，针对所反馈的问题进行复盘，同步提出整改措施进行优化，做到事事有回应、件件有闭环。

杨国福集团客诉处理流程



负责任营销

杨国福严格遵守《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国食品安全法》等法律法规，构建负责任营销体系，规定营销和宣传中各类信息的表述要求，严格限制夸张性、绝对化用语，杜绝虚假承诺和误导性表述。

集团坚守健康饮食导向，我们始终以健康美味为核心开展产品营销，依托东方食养文化推动产品创新，优化汤底配方，改善传统麻辣烫重油重盐问题；结合不同消费群体需求搭建科学化菜单架构，推出减脂、养生等场景化菜品搭配方案，丰富植物类菜品供给，向消费者传递科学膳食理念，践行负责任营销，引导消费者理性健康消费。

案例

杨国福“麻辣江湖·香启新章”上新会圆满举办

2025 年，杨国福开展“东方食养，五色食光”线上科普传播活动，以深挖东方食养文化、传递“挑五色、养五气”科学膳食理念为主题，依托集团官方微信公众号面向广大消费者开展线上科普推送。本次活动践行负责任营销理念，摒弃夸大化产品宣传，立足传统饮食智慧科普均衡膳食知识，推介健康菜品搭配方案，引导消费者树立理性健康的餐饮消费观念，传递品牌倡导健康饮食的价值主张。



上新会现场图

信息安全与隐私保护

杨国福严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》等有关法律法规，建立内部信息安全管理制度，配置专职信息安全管理人员，常态化开展漏洞扫描修复、渗透测试、数据负载检测等工作，强化网络基础设施防护。集团同步建立数据安全风险识别管控与应急处置机制，通过数据库安全审计、本地双备份、虚拟网络等多重技术手段保障数据安全。当发生安全事件时，依托异地备份可 30 分钟恢复数据库，镜像重塑 60 分钟完成微服务业务复原。2025 年，杨国福集团获得网络安全等级测评第三级（S3A3）证书。

我们也同样重视全员数字化与信息安全能力建设。2025 年，我们面向全体员工开展各类信息安全专题培训，通过线上 + 线下的方式，宣贯网络安全、数据保密、账号风险识别等方面的安全知识，强化全体员工信息安全合规意识。

案例

杨国福积极参与网络安全培训，筑牢信息安全防线

2025 年，集团安全管理团队积极落实监管要求，组织内部安全管理人员参加市网信办开展的长宁区互联网企业信息安全、“应知应会”网络安全专项培训，团队全员参与，同时加入长宁区虹桥街道网络立法联系点意见征询矩阵。通过外部专业赋能，团队及时掌握网络安全新规与防护技术，有效提升人员专业素养和风险应对能力，夯实集团整体信息安全治理水平。



参加外部培训现场图

可持续采购

杨国福将环境、社会和治理理念融入供应链管理的全流程，通过健全的治理体系、可持续的采购战略、严格的供应商 ESG 风险管理，与价值链伙伴携手构建透明、韧性、共荣的产业生态。

供应链管理

杨国福严格遵守国家法律法规，建立健全供应商管理制度体系，制定了《杨国福集团采购制度》《杨国福集团供应商管理制度》等内部管理政策。由供应链管理中心统筹牵头，采购部、质量管理部、仓储部等相关业务部门协同落地执行，依托供应商资质准入审核、常态化现场核查、年度全维度综合评审、QCDS[1] 量化绩效考核等全周期管理手段，系统性防控供应链风险。

杨国福供应商管理流程

准入阶段

- 实行资质核验、样品检测、现场实地评审三重审核机制，同步核查供应商环保排污处置、员工劳动保障等合规材料；
- 优先选择采用环保生产工艺可循环包装物料、低碳配送模式的供应商；
- 核心食材供应商由采购与质量管理团队联合开展现场审核，依据综合评审得分划分合作等级；

评估阶段

- 以质量、成本、交期、服务为基础考核框架，针对商业诚信履约情况、劳工权益保障水平等方面进行综合评估，依据《实地审核供应商信息汇总表》，得出评估结果并将供货商划分为 A 级、B 级、C 级三个等级；
- 如若出现不达标的供应商，将通知整改并设置整改周期；

淘汰阶段

- 对于不达标以及整改后仍未达标的进行淘汰，并统一纳入合作黑名单，三年内不再受理准入申请；
- 因稀缺战略原料存在合作需求的供应商，也必须完整走完全套全新准入评审流程后方可重启合作；

[1] QCDS: 质量（Quality）、成本（Cost）、交期（Delivery）、服务（Service）

供应链 ESG 风险管理

供应链的长期稳健，是业务实现高质量、可持续发展的基础保障。我们建立供应链 ESG 风险闭环管控机制，将 ESG 风险防控贯穿供应商合作全周期，在风险发生前进行系统性防范，确保供应链始终保持健康、高效的运行状态。

杨国福供应链 ESG 风险管控

环境

- 遵守生态环保法规，排污等资质齐全，排查上游排污、农残等风险，提高高风险供应商现场核查频次；
- 跟踪供应商环保整改成效，对环境不合规方下达整改要求，整改不力则实施配额缩减、暂停合作等约束措施。

社会

- 将食品安全审查嵌入供应商准入及持续合作全流程，按月归集来料验收、门店客诉数据，每季度开展 ESG 绩效复盘；
- 针对存在管理短板的供应商输出定制化改进方案，督促其保障产品供应安全，防范供应链食品安全隐患。

治理

- 将合规守法作为经营基本准则，恪守商业道德，严格排查商业腐败、资质材料造假等治理风险；
- 建立完整整改处置闭环，发生重大 ESG 负面事件的供应商暂停采购，经风险处置评估后方可恢复合作；拒不整改者直接淘汰并纳入黑名单。

本地供应商赋能

杨国福积极推进原料本地化基地直采，缩短运输半径以降低物流碳排放，依托长期采购订单赋能地方农业，构建安全可溯源的上游种植供应链。我们与中粮合作在新疆天山建立番茄基地，在“中国花椒之乡”四川汉源清溪镇建设花椒产业基地，在云南宣威热水镇建立辣椒种植基地，推行订单农业与绿色种植规范，严控化肥农药使用，推动农业废弃物资源化，实现原料全程溯源、带动农户增收，2025 年本地供应商达 257 家。

与此同时，集团将可持续发展延伸至产业链上游，推动标准化管理落地源头，常态化开展供应商赋能培训，为基地农户提供种植指导，并评选星级合作农户激励提质，打造上下游共赢的可持续供应体系。

案例 杨国福举办合作伙伴庆典

2025 年 9 月，杨国福集团以“向杨而行，穿越浪潮”为主题在上海举办成立 22 周年合作伙伴庆典，活动汇聚全国加盟商、种植农户、供应链企业等全产业链伙伴，同步联动全球近 7,000 家门店开展配套周年活动。活动现场设置七大奖项以表彰星级合作农户、战略供应商等优秀合作伙伴，本次活动践行共赢共享的核心价值观，有效激励上游农户与供应商提升种植及品控水平，深化全产业链协同合作，夯实可持续供应链发展根基。



活动庆典现场

向绿而行
永续滋味

杨国福集团在运营与发展的过程中积极承担自身环境责任，将环境管理要求贯穿运营全过程，持续优化生产、门店运营等各环节的能源使用与资源消耗，系统推进废弃物减量与分类管理，积极探索低碳转型路径。我们力求在满足消费者需求的同时，最大限度降低自身运营对环境的影响。

- 环境管理 31
- 气候变化与能源 31
- 资源高效利用与循环经济 36



03

环境管理

杨国福集团严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国固体废弃物污染环境防治法》《中华人民共和国水污染防治法》等有关法律法规，制定《环境与气候变化政策》《能源管理制度》《节能技术进步管理标准》《水资源管理制度》《废弃物处置管理制度》等管理制度，系统开展环境管理。2025 年，集团未发生重大环境相关负面事件。

我们持续推进智能工厂的智能化表现，以提升环境表现。智能工厂引进德国、荷兰、瑞士等国际先进设备，通过高度自动化的“黑灯”生产模式实现无人化作业，同时依托 AI 智能系统精准预测订单、优化物流调度，有效降低食材损耗，真正将智能化与绿色化深度融合，实现能效与品质的双重提升。2025 年，集团智能工厂已通过 ISO 14001 环境管理体系认证以及 ISO 50001 能源管理体系认证。



智能工厂 ISO 14001 环境管理体系认证



智能工厂 ISO 50001 能源管理体系认证

气候变化与能源

集团充分认识到气候变化带来的深远影响，密切关注气候相关政策与市场趋势，将气候风险纳入运营决策考量范畴，稳步推进低碳运营实践，为减缓气候变化贡献力所能及的力量。同时，我们持续关注自身运营过程中的能源消耗，通过设备升级、流程优化以及节能改造，逐步降低能源消耗水平。

气候治理

集团依托可持续发展治理体系全面开展气候变化治理，董事会对环境管理、应对气候变化等事项承担最终监督责任，每年至少审议一次气候变化相关事项，董事长作为董事会层面负责环境以及气候变化议题的最高责任人，确保环境与气候等 ESG 议题纳入董事会常规议程。集团首席可持续发展官作为高管层面负责环境与气候议题的第一责任人，协同可持续发展委员会开展气候相关风险与机遇评估，审议集团气候转型计划及实施路径，并定期向董事会汇报。可持续发展工作组负责数据收集等工作，为气候变化应对工作提供重要支持。

为推动集团气候战略的实现，公司将气候变化相关绩效指标纳入高管薪酬考核体系。年度目标奖金以集团年度经营业绩为基础，结合温室气体减排进度、能源效率提升等 ESG 表现综合核定。在中长期激励方面，限制性股票、股票期权、员工持股计划等工具的归属条件，与集团气候转型路径及阶段性减排目标直接关联，确保管理层利益与集团低碳转型成效紧密关联。

气候变化应对

气候风险与机遇管理

气候变化带来的物理风险与转型风险将对餐饮供应链稳定性、原材料成本及门店运营产生直接影响，同时也催生了绿色消费、低碳运营等新的发展机遇。我们开展气候情景分析，围绕极端天气、政策法规、市场偏好、技术变革等维度，系统识别并评估了气候变化对集团业务的关键影响，梳理形成气候变化风险与机遇清单，并据此制定相应的应对策略，将气候因素融入日常运营决策，持续提升集团的气候韧性。

针对物理风险，我们选取了联合国政府间气候变化专门委员会（IPCC）提出的 RCP8.5 高排放情景进行分析，针对转型风险，我们参考国际能源署（IEA）设定的 2050 年净零排放情景（NZE）开展评估。

风险类别	风险名称	风险描述	应对举措
物理风险	急性物理风险 洪水	洪水可能导致门店进水停业、设备受损、食材报废及重新装修等直接及间接损失。	• 持续关注原料产地环境适应性，在供应商管理中重视产品质量与供应连续性，与上游合作伙伴保持常态化沟通，共同应对极端气候对农副产品供应的影响 • 集团总部、智能工厂及门店严格执行极端天气应急预案，确保在洪水、台风、强降水等灾害下正常经营与食品安全保障能力；将偶发性物流调拨及维修费用纳入常规间接费用管理，通过预算机制统筹安排 • 将水资源使用纳入日常成本监控体系，应对干旱及水资源紧张风险；门店设备更新与日常维护持续关注能效表现，通过设备生命周期管理应对温度变化性带来的能耗波动 • 针对门店因洪水、台风等造成的资产损失与营业中断风险，引入财产保险覆盖，并设立专项应急资金，确保灾后快速恢复运营
	急性物理风险 台风及强风	强风可能对门店建筑外立面、广告招牌、空调外机等设施造成物理损坏，导致维修成本上升及运营中断。	
	急性物理风险 热浪	热浪导致门店及工厂制冷能耗持续上升，制冷设备运行负荷加大、维修频率增加，同时可能影响作业环境及员工舒适度。	
	急性物理风险 强降水	极端降水可能对门店周边排水系统造成压力，引发局部门店进水、屋顶漏水、物流配送延迟等情况，从而影响正常经营。	
	急性物理风险 干旱	干旱可能导致局部区域限水措施，对门店日常运营用水（厨房清洗、饮品制作、卫生清洁等）产生一定影响。	
	慢性物理风险 水资源紧张	水资源紧张可能导致局部区域水费持续上涨，极端情况下可能采取限水措施，影响门店日常运营用水。	
	慢性物理风险 温度变化性	温度变化性增大可能导致门店制冷与采暖需求的季节性波动加剧，设备运行模式调整频率增加，对能耗管理及设备维护提出更高要求。	

风险类别	风险名称	风险描述	应对举措
转型风险	政策与法规风险	碳排放管控政策趋严	各国陆续出台更严格的碳排放管控政策（如碳定价机制、能效标准提升），可能增加集团合规成本及碳成本支出，对运营成本形成渐进性压力。
	市场风险	消费者偏好转变	消费者偏好向绿色产品倾斜，低碳技术渗透率加速上升。若集团未能及时响应市场变化、推动产品与服务的低碳转型，可能面临市场份额下降及竞争力减弱的风险。
	声誉风险	气候相关声誉受损	随着客户及消费者对气候议题的关注度不断提升，若集团在碳排放管理及绿色转型方面表现不足，可能面临品牌声誉受损、客户流失的风险。
	技术风险	低碳技术迭代落后	低碳技术加速迭代，若集团未能及时采纳节能降碳技术及数字化运营工具，可能导致运营效率落后于同行企业，增加长期转型成本及竞争劣势。
	责任风险	气候相关法律责任	未能严格履行气候变化责任，集团可能面临与气候相关的法律诉讼、监管处罚及责任追究风险。

- 持续跟踪各国碳定价机制、能效标准及法规动态，将碳成本纳入运营预算与投资决策，提前布局节能降碳技术，降低合规成本压力
- 紧跟消费者绿色偏好趋势，在研发中将原料可持续获取与低碳属性纳入基本考量维度，优化产品结构（如植物性菜品占比提升），强化品牌绿色形象，防范市场份额下降风险
- 积极引入节能降碳设备及数字化管理系统，通过能耗监控与自动化控制提升运营效率，降低长期转型成本与技术迭代落后风险
- 主动披露碳排放数据、转型目标及进展，回应投资者与消费者关切，参与行业气候倡议，防范声誉损害与气候相关法律责任风险

此外，我们充分认识到，气候变化为集团发展也带来了绿色机遇。节能减排与绿色消费作为行业的重要发展趋势，可能会影响消费者偏好，我们在日常经营中持续推动智能工厂和门店能源使用效率的提升，如采用节能照明设备、合理优化制冷系统运行参数等，打造资源高效的运行模式，助力绿色转型的同时节约运营成本。

能源管理

集团高度重视能源使用效率的提升，持续推进门店及智能工厂的节能改造，优化设备选型与运行参数，以实际行动支持低碳发展。智能工厂在生产活动中，严格遵守既定的能源方针，大力采用节能新技术、新工艺、新材料，降低能源消耗，提高能源利用效率，并建立能源统计台账，为节能降耗工作的推进提供重要参考。

杨国福集团节能降耗举措

· 用电管理 ·

- 门店更换为节能灯具，保证照明效果的同时节约能耗
- 设置分区照明控制，根据不同时段和区域使用需求灵活开关照明，避免不必要的能源浪费
- 定期进行用电设备检修，减少故障、提高运转率，降低能源损耗

· 燃油管理 ·

- 优化运输车辆路线，提高车厢空间利用率和装载率，节约汽油与柴油

· 燃气管理 ·

- 要求操作人员严格按照规程操作，减少浪费

杨国福集团 2025 年能源消耗情况[2][3]

指标	单位	2025 年绩效
天然气	立方米	527,290.00
汽油	升	17,250.58
柴油	升	3,049.20
外购电力	千瓦时	4,819,755.72
综合能耗	千瓦时	10,214,758.89
综合能耗强度	千瓦时 / 万元营收	1,316.78

[2] 能源消耗数据涵盖杨国福集团总部、智能工厂以及直营门店。其中，集团总部仅统计汽油和外购电力，直营门店仅统计外购电力。

[3] 汽油、柴油和天然气的能源消耗转换系数分别为：汽油 8.68 kWh/L，柴油 9.96 kWh/L，天然气 9.89 kWh/m^3。

杨国福集团 2025 年温室气体排放情况 [4]

指标		单位	2025 年绩效
范围一温室气体排放量 [5]		吨二氧化碳当量	1,185.91
范围二温室气体排放量 [6]		吨二氧化碳当量	1,055.35
范围三温室气体排放	范围三排放总量	吨二氧化碳当量	354,954.77
	类别 1 外购商品和服务	吨二氧化碳当量	87,654.67
	类别 2 资本商品	吨二氧化碳当量	300.67
	类别 3 燃料和能源相关活动	吨二氧化碳当量	988.99
	类别 4 上游运输和配送	吨二氧化碳当量	4,449.50
	类别 5 运营中产生的废弃物	吨二氧化碳当量	387.46
	类别 6 商务差旅	吨二氧化碳当量	117.49
	类别 7 雇员通勤	吨二氧化碳当量	311.51
	类别 9 下游运输和配送	吨二氧化碳当量	2,624.95
	类别 12 处理寿命终止的售出资产	吨二氧化碳当量	40.17
	类别 14 特许经营	吨二氧化碳当量	258,079.37
温室气体排放总量（范围一 + 范围二 + 范围三）		吨二氧化碳当量	357,196.03
温室气体排放强度（范围一 + 范围二 + 范围三）		吨二氧化碳当量 / 万元营收	46.05

[4] 温室气体排放数据涵盖杨国福集团总部、智能工厂以及直营门店。范围一排放包括集团总部使用的天然气和汽油，以及智能工厂使用的天然气、汽油和柴油，直营门店无范围一排放。范围二排放包括所有地点所购电力产生的排放。范围三排放包括外购商品和服务、资本商品、燃料和能源相关活动、上游运输和配送、运营中产生的废弃物、商务差旅、雇员通勤、下游运输和配送、处理寿命终止的售出资产，以及特许经营活动产生的排放，其他未披露类别均为不适用。

[5] 范围一排放计算均依据世界资源研究所（WRI）《能源消耗引起的温室气体排放计算工具指南》（版本 2.1）。

[6] 范围二排放因子来源包括上海市生态环境局发布的《2020-2024 年度上海市公共电网电力、热力二氧化碳排放因子》，生态环境部与国家统计局公告（2025 年第 47 号）中省级电力平均二氧化碳排放因子，英国能源安全与净零排放部发布的《2025 年政府温室气体转换因子》，香港电灯集团有限公司公开的排放因子数据，以及新加坡能源市场管理局发布的《新加坡能源统计 2024》。

资源高效利用与循环经济

集团致力于实现资源的高效利用，积极践行循环经济理念，同时严格落实废弃物分类回收与合规处置，并探索资源化利用的可行路径。

水资源管理

我们针对生产和门店运营过程提出水资源节约要求，高效利用水资源，减少浪费。

杨国福集团节水举措

智能工厂

- 在选择施工工艺过程中，优先考虑水资源消耗较低的工艺技术和环保产品
- 针对用水器具、用水管道进行定期检修，避免跑、冒、滴、漏造成的不必要消耗
- 在施工现场设置废水回收沉淀池，将再生水用于厂区草坪绿地灌溉等

门店运营

- 逐步配备高效节水型商用洗碗设备，通过自动化清洗程序精准控制用水量、水温及清洗时间，相较传统人工清洗方式有效提升清洗效率，减少水资源消耗，降低门店日常运营中的水资源浪费
- 优先选用符合食品加工场所使用要求的环保型无残留洗涤剂，用于餐具、厨房设备及食品加工区域的日常清洁，减少废水产生量

杨国福集团 2025 年水资源使用情况 [7]

指标	单位	2025 年绩效
用水量	立方米	76,915.89
用水强度	立方米 / 万元营收	13.88

[7] 水资源消耗数据涵盖杨国福集团总部、智能工厂以及国内直营门店，不包括海外直营门店。

包装物管理

集团持续推进包装物的减量化与环保化，充分考虑不同场景下的包装物使用需求，结合实际业务运行方式，持续推进包装物的减量化与环保化。

在外卖及门店打包场景中，我们推进包装减量设计，系统优化包装结构，删减多余塑封、冗余配件及非必要包装层，推行轻量化、简约化设计。我们积极探索材料替代，以生物降解可堆肥材料纸碗逐步替代传统一次性塑料容器，门店外卖打包逐步采用“纸基纸碗＋封口膜＋纸垫片＋封口机”组合方案，同步推广纸质环保包装、可降解打包袋及可循环标识包装，外卖餐具方面提供甘蔗渣、竹子等环保材质制品，持续提升环保材料覆盖率。此外我们执行按需配赠机制，结合外卖平台“无需餐具”选项，根据餐品品类与分量合理匹配包装规格，推动外卖包装从“标配浪费”向“精准供给”转型。

在智能工厂的物流配送场景中，我们优化外箱尺寸，缩减纸箱尺寸，提高单件货品饱和率，推行错位筐代替一次性纸箱，提升空间利用率的同时减少包装物的使用。



杨国福集团环保外卖包装

排放管理

集团从生产源头到消费末端，系统推进各类排放物的减量化与规范化管理。我们围绕智能工厂生产、门店运营、新店装修施工等关键环节，分别制定高效的排放物管控措施，将分类收集、合规处置与源头减量贯穿始终，最大限度降低排放物对环境的影响。

杨国福集团排放物管控举措

智能工厂生产

- 针对危险废弃物设置独立防渗危废暂存间，分区存放危险废弃物
- 建立固废智慧管理台账，自动统计废弃物产生、处置数据的同时实现危废等全流程追溯
- 废气活性炭配套脱附再生设备
- 废水严格按照国家处理机制及要求排放

门店运营

- 针对餐厨垃圾、可回收物、有害垃圾、其他垃圾等严格执行垃圾分类收集要求，经预处理后分类存放，并按照有关规定交由有资质的第三方进行清运或处理
- 在门店张贴垃圾分类指南及“光盘行动”标语，引导顾客参与环保行动，减少厨余垃圾产生
- 强化员工垃圾分类、合规处置的意识，定期进行培训与考核
- 每月开展垃圾分类专项检查，开通 24 小时投诉热线，鼓励顾客及员工举报违规行为

门店运营

- 优先采用低噪声、低扬尘、低水耗的施工工艺与设备，最大程度减少排放物的产生与环境影响
- 针对建筑垃圾执行分类收集、资源化利用、合规清运等举措
- 扬尘、噪声等严格遵守有关规定控制
- 含油废水经隔油池处理后达标排放
- 焊接设备配备烟尘净化器，装饰阶段优选环保水性涂料，从源头降低挥发性有机物（VOC）排放
- 危废分类收集至危废暂存间，委托有资质单位进行合规处置
- 优先选用可回收的金属、玻璃材料，推行模块化装修方案，通过标准化构件与可拆卸设计，提升装修材料的复用率，从源头减少装修废弃物的产生

杨国福集团 2025 年排放物情况[8]

指标	单位	2025 年绩效
废水排放总量	吨	38,306.91
废弃物处置总量	吨	620.81
有害废弃物处置量	吨	4.41
无害废弃物处置量	吨	616.40
废弃物排放强度	吨 / 万元营收	0.11
废弃物回收利用量	吨	229.06

[8] 排放物数据涵盖杨国福集团总部、智能工厂以及国内直营门店，不包括海外直营门店。

以人为本
同心同行

杨国福集团始终将员工作为企业最宝贵的财富，坚守“以人为本”理念，筑牢安全发展防线。持续优化人才引进、培养与激励机制，打造多元包容的组织氛围，赋能员工成长与价值实现。依托完善的薪酬福利体系、畅通的职业发展通道与人性化关怀，推动员工价值与企业发展同频共振，凝聚奋进合力，共筑可持续未来。

- 合法雇佣与多元包容 41
- 薪酬福利与员工关爱 42
- 职业发展与人才培育 44
- 职业健康与安全生产 45



04

合法雇佣与多元包容

杨国福严格遵守运营所在国家和地区的雇佣及劳动相关法律法规，同时以《员工手册》等内部制度为执行依据，严禁就业歧视、职场骚扰，全面杜绝童工、强迫劳动等违规行为，构建合法合规、规范有序的雇佣管理体系，切实保障每一位员工的合法权益。

合法雇佣

集团坚持“公平公正、择优录取”的核心原则，从源头杜绝童工、强迫劳动等违规行为。员工入职均依法签订劳动合同，明确薪资待遇、工作时数、福利保障等条款，清晰界定劳资双方权责，所有合同订立、变更、解除及终止均严格遵循国家法律法规。集团招聘实行简历筛选、面试考核、背景核查的标准化流程，严格核验员工身份与年龄信息，全面防范用工风险。

案例 杨国福启动海外管培生项目

2025 年，集团开展海外管培生战略性招聘项目。此项目面向海内外应届生滚动招募，设置三段式分层培养路径，面试重点考察综合能力，并配套薪资、海外补贴等完整福利保障。通过此项目我们为应届生搭建清晰国际化成长通道，拓宽青年人才发展平台，储备海外业务骨干，以不断支撑集团全球化长远布局。



多元包容

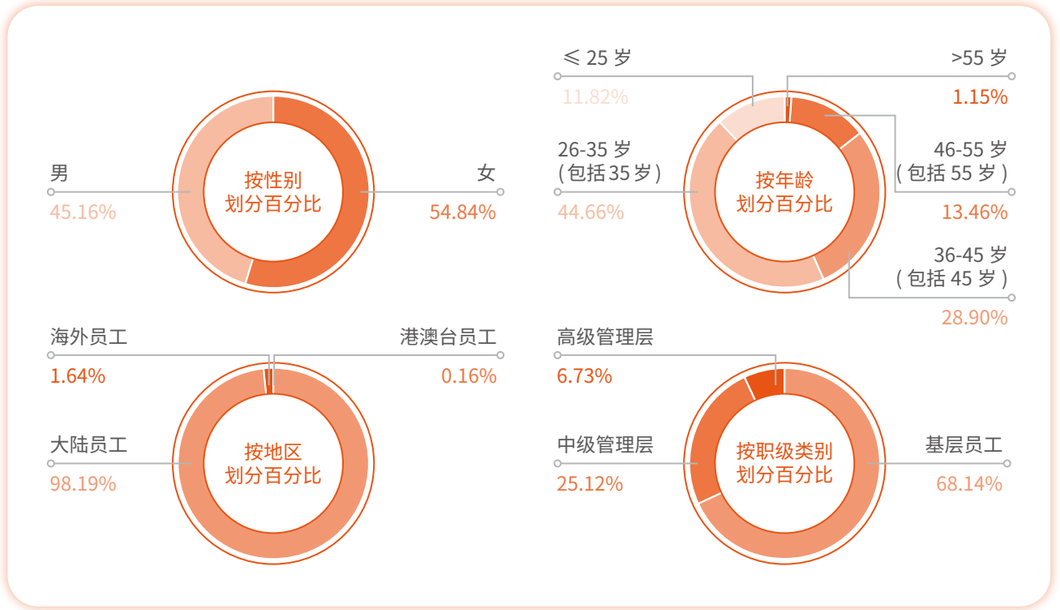
杨国福持续营造包容、多元的职场环境，将平等对待、反歧视、反骚扰原则融入员工管理和日常运营。集团不断完善《员工手册》《多元化、公平和包容性政策》等政策，明确抵制职场歧视与各类不当行为，严禁因民族、宗教、性别、年龄、国籍、残疾等因素产生的歧视性行为或任何形式的强制行为，禁止任何形式的骚扰行为，保障员工在安全、受尊重的环境中工作与发展。在董事会 DEI 治理框架引领下，依托培训与申诉渠道保障制度落地，让员工能够在安全、彼此尊重的氛围内工作成长。

集团创建人力资源信箱、员工申诉专线、举报信箱等多元保密申诉渠道，员工可就职场骚扰、就业歧视及各类违规问题提交诉求。收到申诉后，集团对申诉事项予以保密核查，全程跟进处置并落实整改，切实保障员工合法权益。同时我们每年开展人权、反歧视、反性骚扰主题培训，强化全员合规平等意识。

为提升组织效能，集团常态化开展员工满意度调研工作。2025 年，围绕员工体验与组织效能完成专项调查，针对员工反馈的问题建立整改台账，通过常态化沟通、优化协作流程、完善发展通道、复盘整改成效等举措持续优化管理。

集团招聘坚持多元用工导向，将部分岗位放宽年龄至 25-55 周岁，为下岗职工、退伍军人、残障人士提供专项技能培训，拓宽就业渠道。同时我们也充分兼顾不同地域、文化背景员工的差异化诉求，在海外门店运营中，尊重当地员工宗教习俗与生活习惯，促进多元文化融合，营造相互尊重、包容友善的工作氛围。

2025 年，杨国福集团员工总数为 609 人，其中管理层男女占比分别为 52.5%，47.5%，具体员工按照性别、年龄、地区、职级类别划分如下：



截止 2025 年 12 月 31 日，本集团总流失人数为 202 人，流失率为 32.4%，但同时集团新进人数达 225 人，实现人才有序新陈代谢，为组织发展注入新鲜活力。

薪酬福利与员工关爱

杨国福依据内部管理制度搭建具备行业竞争力的薪酬体系，遵循“以岗定级、易岗易薪”的分配原则，保障员工薪资达标，通过薪酬调研维护内部薪酬公平与性别薪酬均衡。集团薪酬包含基本工资、岗位工资、绩效奖金、各类补贴及年终奖金，实行岗位差异化薪酬策略。同时集团设立核心员工持股激励平台，让员工深度共享企业发展成果，实现个人与企业长期协同发展。此外，我们也提供完善的福利保障，覆盖集团全部员工，在依法足额缴纳五险一金之外，配套商业保险，并设置交通、外派等专项补助，严格按照劳动合同履行地地方政策落实各类休假制度。

在保护女性权益方面，集团严格遵照《女职工劳动保护特别规定》落实产假政策，女职工享受国家法定待遇外，子女未满 1 周岁的女职工每日额外享有哺乳时长，管理层也会结合怀孕、哺乳、育婴需求灵活调整其工作安排，帮助员工兼顾工作与家庭。报告期内，集团开展三八妇女节女性关怀活动，为全体女员工发放定制节日礼包，丰富福利体系，提升女性员工归属感，营造关爱女性的企业氛围。

我们也致力于营造包容、开放且富有归属感的开放工作环境，聚焦员工身心健康与工作生活平衡，比如提供年度健康体检、结婚慰问、丧葬抚慰等人文关怀福利，组织周年表彰、节日福利、生日关怀、团建等员工活动，持续提升员工幸福感。

案例 杨国福举办邮轮大会

2026 年 2 月，集团举办了游轮大会，并同步举办 2025 年度年会与 2026 开工庆典。活动汇聚了全体骨干复盘全年经营、谋划年度新目标，以充分展现企业综合实力。通过本次活动搭建一个员工交流欢聚的平台，以此丰富员工集体生活，传递企业对全体员工的关怀，拉近团队距离，增强员工归属感与团队凝聚力。



案例 杨国福开启团建活动

2025 年 9 月，集团举办了“船载梦想 扬帆起航”为主题的团建活动。活动安排了烟花篝火晚会、烤全羊盛宴等休闲项目。本次团建面向全体参与员工，不仅丰富员工业余生活，舒缓工作压力，还体现了集团人文关怀，增进同事沟通交流，凝聚团队向心力。





团建活动现场

职业发展与人才培育

杨国福尊重每一位员工的独特价值，致力于构建能够充分激发员工潜能的事业平台，为员工提供多元化职业发展通道，助力员工各施所长、实现个人职业目标。通过创建幸福学堂，我们持续丰富培训场景与资源，拓宽员工能力边界，为集团人才的全周期成长提供坚实支撑。

人才发展

我们的人才规划紧密围绕业务战略展开。伴随海内外业务拓展，通过各类人才专项项目挖掘内部骨干、面向海内外吸纳人才，充实全球化业务人才储备，夯实企业可持续发展的人才基础；同步推进人力资源数字化建设，依托幸福学堂数字化学习平台沉淀学习信息，辅助人才评估与人岗匹配，提升人员配置效率，并借助全球化业务先锋计划识别重点岗位储备人员，规划员工成长路径，推动人才内部流动，支撑“培训赋能、管理通道、专项计划、激励认可”四维职业发展体系落地。

案例 杨国福开展“小橙宇”高潜人才计划

2025 年 11 月，杨国福集团启动首期“小橙宇”高潜人才项目，共 35 名骨干参与选拔，经无领导小组讨论、综合面试筛选出 11 人，开展两个月系统化管理培养。项目搭建选拔至晋升全周期人才机制，发掘内部潜力骨干，储备管理人才，完善集团人才梯队，为长期发展提供人力支撑。



“小橙宇”高潜人才计划合影

培训体系建设

集团全方位加强和优化培训体系建设，持续推进数字化学习平台升级完善，由学习中心统筹承担培训职能，配套落实培训相关工作，保障员工可通过多元渠道获取专业知识。集团持续深化培训数字化转型，丰富培训场景，助力组织与员工实现共同成长。

面向集团内部

- 设立学习中心，上线“幸福学堂”线上学习平台，内置考试测评机制，可追踪学习进度；
- 系统具备智能翻译功能，支持外籍员工学习。

面向线下门店及加盟商

- 面向门店员工提供岗位实操培训，提升专业知识；
- 面向加盟店开展食材管理、厨房制作管理培训，厨师团队通过现场演示和实际操作教学，实现加盟店相关环节流程化、标准化管理。

2025 年，杨国福集团按性别和职级划分的受训雇员百分比和平均受训时数情况如下：

按性别划分的受训员工百分比



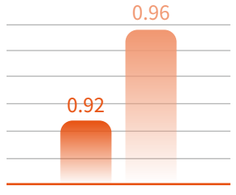
- 男 44%
- 女 56%

按职级划分的受训员工百分比



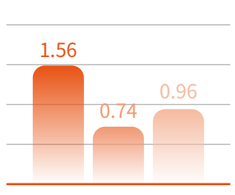
- 高级管理层 11%
- 中级管理层 20%
- 基层员工 69%

按性别统计的人均受训时长 (小时)



- 男 0.92
- 女 0.96

按职级划分统计的人均受训时长 (小时)



- 高级管理层 1.56
- 中级管理层 0.74
- 基层员工 0.96

职业健康与安全生产

杨国福将员工职业安全与健康放在经营发展的重要位置，严格遵守职业健康与安全相关的法律法规，制定完善的职业健康安全管理制度，建立和落实全员安全生产责任制。通过体系化建设、精准化防控、常态化教育，全方位守护每一位员工的作业安全与身心健康，筑牢高质量发展的安全防线。2025 年，杨国福集团过去三年均未发生因工亡故事件，工伤保险覆盖率为 100%。

守牢职安防线

我们严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》等安全管理相关法律法规，以 ISO 45001 职业健康安全管理体系和安全生产标准化为核心，依照内部管理办法，全面推进集团的安全生产管理活动。同时我们还按规定定期为全体员工缴纳工伤保险，并常态化组织员工开展年度常规体检，不断落实基础保障工作，夯实员工职业健康保障机制。2025 年，智能工厂获得 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证证书。

与此同时，针对生产车间噪声、高温等存在职业病危害的岗位，集团全面完成岗位风险识别工作，定期对作业场所各类职业病危害因素开展检测，对接触危害岗位员工落实上岗、在岗全周期职业健康监护，同步建立完整的员工职业健康档案。另外结合各岗位风险差异，集团按需配发防护手套、护目镜、耳塞、劳保鞋等对应劳动防护用品，同步现场监督员工规范佩戴使用，从源头降低职业健康伤害风险。



聚力安全生产

杨国福坚守“安全第一，预防为主，综合治理，全员参与，持续改进”的总体方针，搭建完整系统化安全风险管控体系。日常通过设备设施定时巡检、全域隐患排查、外部合规审核、张贴危险源风险分级管控告知卡多重防控手段，覆盖厂区全部作业点位，对二级、三级、四级风险实施分级管控，针对动火、有限空间、高处、临时用电等高风险作业执行专项作业审批，全流程保障厂区安全稳定运行。

我们还制定完善的消防疏散与常态化安全培训计划，同步推进安全文化建设。定期组织消防理论授课、全员紧急疏散演练等活动，持续提升全体员工应急处置能力，营造全员参与、重视安全的厂区文化氛围。

案例 杨国福开展应急疏散演练

2025 年 11 月，生产车间开展厂区火灾应急疏散实战演练，全厂各车间工作人员参与本次完整预案实操活动。演练依次完成警报发布、有序疏散、人员清点等环节，结束后针对发现的问题进行复盘，并确定增加安全培训频次、升级一键报警系统等改进举措。本次演练检验应急预案可行性，提升全员应急逃生能力，完善厂区应急管理体系。





消防应急演练现场

共暖共生
造福万家

杨国福秉承“取之社会，用之社会”的理念，利用自身资源和优势，将企业发展与社会进步紧密相连。我们持续投入于乡村振兴、慈善公益事业以回馈社会，助力社会发展，贡献企业力量。

- 乡村振兴与联农带农 49
- 社区公益与社会回馈 50



乡村振兴与联农带农

乡村振兴是实现中国式现代化的关键一环，对推动农村经济社会发展、提升农民生活水平具有重要意义。杨国福集团秉持高度的社会责任感，积极响应国家乡村振兴相关号召，依托自身餐饮产业链资源优势，聚焦助农惠农、乡村帮扶等方向，通过供应链带动农户增收、就业赋能等多元实践，为乡村振兴贡献企业力量。

案例

杨国福共建产业食材基地，提升当地农户营收

杨国福集团积极开展“筑牢供应链源头、赋能产地农户”主题产业实践，着力搭建自有种植基地与智能工厂协同全链路供应体系，从原料源头把控食材品质，同时以产业力量助力乡村振兴与联农带农发展。集团深度联动上游产地资源，与中粮合作在新疆天山建立番茄基地，在“中国花椒之乡”四川汉源清溪镇建设花椒产业基地，在云南宣威热水镇建立辣椒种植基地，打通从田间到工厂的原料供给通道。我们组织了种植户开展参访学习，邀请专家开展技术培训提升农户种植水平，依托订单合作保障农产品销路，并向当地村民捐赠物资，切实履行企业社会责任。

在供应链合作模式上，我们推行保价收购、开通食材采购绿色通道，降低农户市场波动风险，同步开展星级合作农户、战略供应链伙伴评选工作，稳固长期产销合作关系。此次实践一方面强化了全链条食材品质管控，保障原料稳定供给与产品品质一致性；另一方面持续深化与产地的深度协作，有效带动原产地农户稳定增收，拓宽当地就业渠道，吸引青年人才返乡创业就业，以产业链带动乡村发展，实现企业发展与农户增收的双向共赢。





社区公益与社会回馈

集团秉承“持续健康、共赢共享、感恩担当”的核心价值观，坚持“取之于社会，回馈于社会”的发展理念。我们在教育帮扶、困难群体帮扶等领域有序开展慈善公益项目，以实际行动践行企业社会责任，助力社会和谐发展。

案例

杨国福参与湛江红树林湿地保护公益行动

集团始终将绿色发展理念贯穿于企业社会责任实践之中。2024 年 11 月，作为青山计划公益商家代表，我们积极参与生态保护行动，在集团首席可持续发展官朱冬波女士的统筹推动下，我们携手中华环境保护基金会走进湛江红树林国家级自然保护区。杨国福志愿者团队与其他公益商家一起深入保护地，亲身体验拔除鱼藤、补充新苗等生态修复工作。在青山公益专项基金的支持下，红树林基金会（MCF）通过科学方案设计，补植白骨壤和红海榄等乡土红树植物共 50000 株，成功修复 40 亩红树林，有效缓解了生态威胁。在公益资金筹措方面，集团依托订单小额捐赠募集善款，资金专项用于红树林湿地植被修复、当地社区生计扶持以及相关生态科研项目，兼顾生态修复与社区发展。

作为餐饮企业，集团深知自身的生存与发展离不开健康的自然环境，而红树林作为“海岸卫士”，其生态价值与餐饮行业的可持续发展息息相关。以此为起点，杨国福集团将持续践行绿色发展承诺，在守护生物多样性、应对气候变化等议题上贡献更多企业力量。





案例

杨国福集团参与“乡村儿童操场”公益项目

2024 年 6 月，集团携手美团公益与壹基金，在黑龙江省巴彦县天增镇落成首座“杨国福乡村儿童操场”。该项目由全国 1,744 家门店爱心汇聚而成，共计 3392 个拼接地板构建起集迷宫探索、交通安全体验、环保教育及球类运动于一体的多功能成长空间。这不仅是基础设施的改善，更是对乡村儿童身心全面发展权利的切实回应。

此次公益实践，是杨国福将商业网络转化为社会善意的创新尝试，也是集团在乡村振兴与儿童发展议题上的长远布局。未来，杨国福将持续深耕儿童公益领域，持续投身该帮扶计划，以系统化、可持续的投入助力乡村教育基础设施提质升级，让更多的孩子在爱与陪伴中自由奔跑。目前，集团已累计助力建成 17 座标准化乡村儿童多功能操场，公益投入金额超 163.11 万元，总铺设面积 7,576.6 平方米。







附录：GRI 指引

指引	描述	章节与说明
GRI 2: 一般披露 2021		
组织及其报告做法		
2-1	组织详细情况	关于本报告
2-2	纳入组织可持续发展报告的实体	关于本报告
2-3	报告期、报告频率和联系人	关于本报告
2-4	信息重述	关于本报告
2-5	外部鉴证	关于本报告
活动和工作者		
2-6	活动、价值链和其他业务关系	走进杨国福
2-7	员工	以人为本·同心同行
治理		
2-9	治理结构和组成	可持续发展策略
2-12	在管理影响方面，最高治理机构的监督作用	可持续发展策略
2-13	为管理影响的责任授权	可持续发展策略
2-14	最高治理机构在可持续发展报告中的作用	可持续发展策略
2-15	利益冲突	商业道德
2-16	关键问题的沟通	可持续发展策略
2-18	最高治理机构绩效评价	可持续发展策略 气候变化与能源
2-19	薪酬政策	详见集团官网
战略、政策和实践		
2-22	关于可持续发展战略的声明	可持续发展策略
2-26	寻求建议和提出关切的机制	
利益相关方参与		
2-29	利益相关方参与的方法	可持续发展策略
GRI 3: 实质性议题 2021		
3-1	确定实质性议题的过程	可持续发展策略
3-2	实质性议题清单	可持续发展策略
3-3	实质性议题的管理	详见各章节

指引	描述	章节与说明
GRI 201: 经济绩效 2016		
3-3	实质性议题的管理	气候变化与能源
201-2	气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇	
GRI 205: 反腐败 2016		
3-3	实质性议题的管理	商业道德
205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	
205-3	经确认的腐败事件和采取的行动	
GRI 206: 不正当行为 2016		
3-3	实质性议题的管理	商业道德
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	
GRI 301: 物料 2016		
3-3	实质性议题的管理	资源高效利用与循环经济
301-1	所用物料的重量或体积	
301-2	所使用的回收进料	
301-3	回收产品及其包装材料	
GRI 302: 能源 2016		
3-3	实质性议题的管理	气候变化与能源
302-1	组织内部的能源消耗	
302-2	组织外部的能源消耗	
302-3	能源强度	
302-4	降低能源消耗量	
302-5	降低产品和服务的能源需求量	
GRI 303: 水资源和污水 2018		
3-3	实质性议题的管理	资源高效利用与循环经济
303-1	组织与水作为共有资源的相互影响	
303-2	管理与排水相关的影响	
303-4	排水	
303-5	耗水	
GRI 305: 排放 2016		
3-3	实质性议题的管理	气候变化与能源
305-1	直接（范围 1）温室气体排放	
305-2	能源间接（范围 2）温室气体排放	
305-3	其他间接（范围 3）温室气体排放	
305-4	温室气体排放强度	

指引	描述	章节与说明
GRI 306: 废弃物 2020		
3-3	实质性议题的管理	资源高效利用与循环经济
306-1	废弃物的产生及废弃物相关重大影响	
306-2	废弃物相关重大影响的管理	
306-3	产生的废弃物	
GRI 308: 供应商环境评估 2016		
3-3	实质性议题的管理	可持续采购
GRI 403: 职业健康与安全 2018		
3-3	实质性议题的管理	职业健康与生产安全
403-1	职业健康安全管理体系	
403-2	危害识别、风险评估和事故调查	
403-3	职业健康服务	
403-5	工作者职业健康安全培训	
403-8	职业健康安全管理体系覆盖的工作者	
403-9	工伤	
GRI 404: 培训与教育 2016		
3-3	实质性议题的管理	职业发展与人才培育
404-1	每名员工每年接受培训的平均小时数	
GRI 405: 多元化与平等机会 2016		
3-3	实质性议题的管理	合法雇佣与多元包容
405-1	治理机构与员工的多元化	
GRI 413: 当地社区 2016		
3-3	实质性议题的管理	共暖共生·造福万家
413-1	有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	
GRI 414: 供应商社会评估 2016		
3-3	实质性议题的管理	可持续采购
414-1	使用社会标准筛选的新供应商	
GRI 416: 客户健康与安全 2016		
3-3	实质性议题的管理	食品安全与质量
416-1	评估产品和服务类别的健康与安全影响	
416-2	涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	



国内总部地址：上海市闵行区联航路 1650 号 杨国福集团

媒体合作：marketing@yangguofu.global