



YumChina



# 2021

## 可持续发展报告

打造负责任的生态体系



# 目录

## 百胜中国

- 02 百胜中国首席执行官致辞
- 04 2021 年亮点
- 06 关于我们
  - 07 使命
  - 07 愿景
  - 07 核心价值观
  - 07 我们的价值链
- 08 企业管治
  - 08 管治架构
  - 09 董事会多元化
  - 09 商业道德
- 10 可持续发展战略
  - 11 可持续发展管理机制
  - 12 利益相关方参与
  - 13 实质性评估



14

### 以食为天



- 17 文化引领，构建食品安全价值链
- 26 智能先行，科技赋能助力食品安全
- 28 产品创新，丰富均衡营养膳食选择
- 31 齐头并进，促进行业交流与全民科普

34

### 以绿为源



- 37 理念先行，持续筑牢管理根基
- 38 气候行动，铸就韧性生态圈
- 48 创新引领，积极探索循环经济
- 54 携手伙伴，共筑可持续供应链

56

### 以人为本



- 59 以人为本，打造可持续发展职场
- 81 为顾客疯狂，数字驱动提升体验
- 84 责任采购，打造负责任供应链

86

### 以爱为先



- 89 心系乡村，助力实现共同富裕
- 94 心念教育，积极提供公平机会
- 96 心怀社区，携手共建友爱邻里
- 103 心牵文体，促进活动蓬勃开展

### 110 关于本报告

### 112 附录

- 112 关键绩效数据
- 114 贡献联合国可持续发展目标
- 118 GRI 索引表
- 122 鉴证报告
- 124 鉴证数据编报基础

# 百胜中国 首席执行官致辞



面对复杂多变的外部环境，尤其是新冠肺炎疫情暴发给全球经济和社会带来的长期影响，百胜中国始终坚守可持续发展的长期承诺，以打造负责任的生态体系为核心，持续推动公司在可持续发展领域的重要变革。

应对气候变化需要立即采取切实行动，化挑战为机遇。为助力中国和世界向低碳转型，2021 年我们迈出了重要的一步，加入“科学碳目标倡议” (SBTi) 并公开承诺在 2050 年前实现价值链温室气体“净零排放”。我们已经建立了全价值链的温室气体排放清单，制定了低碳转型路线图以指导全价值链减排行动，并于 2022 年 6 月初向 SBTi 正式提交了百胜中国的中期减排目标。

我们于 2022 年 4 月“世界地球日”在北京、杭州两地推出首批“创绿先锋店”，以彰显我们为“净零排放”而作出的切实行动。在“创绿先锋店”，我们首次应用可再生能源及其他低碳技术，进一步减少自身运营碳排放。同时，创绿先锋店也为消费者打造了一个全方位体验环保理念的绿色餐厅空间，向顾客推广可持续的生活方式。

此外，我们首次参照气候相关财务信息披露工作组 (TCFD) 建议，审视并深入评估自身运营及价值链中的气候相关风险及机遇，以更有效地确保业务的可持续性。

我们携手价值链上的利益相关方，积极探索循环经济发展，构建餐饮行业绿色、可持续的消费模式。2021 年，我们将食物驿站项目拓展至全国 27 个城市的 120 余家餐厅，向有需要的社区居民提供未售完的食物以减少食物浪费。与此同时，我们在更为广泛的餐厅进一步推广了废油资源化项目，并积极探索物流车队使用废油转化而成的生物柴油。截至 2021 年底，四川省肯德基、必胜客和塔可贝尔三个品牌旗下共计 325 家餐厅成功获得了 ISCC 认证。我们也致力于通过创新包装设计以及环保材料的使用以进一步

减少食品包装对环境带来的影响，2021 全年我们减少了约 9,300 吨塑料包装。

越是艰难时刻，企业的温度愈显弥足珍贵。我们积极承担企业公民的责任，支持和关爱我们的员工，以爱回馈社区。

秉持“以人为本”的核心价值观，我们发布了百胜中国人权政策和职业健康与安全政策，进一步打造“公平、关爱、自豪”的职场环境。为感谢及激励疫情期间坚守在餐厅一线的员工，2021 年我们为符合条件的餐厅经理、管理组和服务组组长全面升级了医疗保障计划。升级后的福利计划将惠及 10 万名一线员工及其家庭成员。我们坚持为员工打造行业领先的可持续发展的职场环境，不断得到外部认可。百胜中国已连续四年被杰出雇主调研机构评为“中国杰出雇主”，且是 20 强中唯一的餐饮企业。

我们始终致力于打造多元、包容的工作环境，助力员工实现个人价值。2021 年，百胜中国的“天使餐厅”助残模式持续为更多有特殊需要人士提供无障碍的工作机会。值得骄傲的是，八位来自肯德基天使餐厅的员工代表百胜中国支持冬奥，用热情和专业的服务迎接世界各地的运动员，展现奥运风采和百胜中国品牌活力。

我们坚持以点滴善举给所在社区和需要帮助的人送去温暖和力量。疫情期间，我们尽力保障餐厅营业，为顾客提供不间断的饮食保障和贴心服务。无论是给奋战在抗疫最前线的医务工作者、社区志愿者持续送去热腾腾的餐食，还是为被困在暴雨中的居民提供一处可供休憩的爱心驿站，我们的员工志愿者始终用行动与社区守望相助。

关爱儿童是我们一直坚守的社会责任。2021 年，我们坚持 14 年守护乡村儿童健康成长的“捐一元”项目拓展了公益网店，带动数以亿计的顾客用更新颖有趣的方式走近

公益，把公益变成更多人的生活方式。此外，我们正式启动了“数字化课堂”公益项目，用数字化赋能乡村教育，助力乡村振兴。我们为偏远地区有需要的学校配备“电教室”，开展编程培训，让乡村的孩子们也能获得优质的教育，拥有一个更美好的未来。

作为中国最大的餐饮企业，保障食品安全始终是百胜中国的第一要务。强大而可靠的供应链对于确保食品安全至关重要，并成为了疫情期间我们赖以生存的基础保障。我们持续加大对数字化和创新解决方案的投入力度，以提升“从农田到餐桌”每一环节上的食安可视化及可溯源性。我们于 2021 年启动供应链数据中台 (SCDI)，通过人工智能 (AI) 等先进的数字化科技手段推进食品安全管理变革。我们也积极响应顾客对营养和美味的不断追求，2021 年我们发起“蔬果 100+ 行动计划”营养健康倡议，以多品牌联动的方式，提供更为丰富的蔬果产品，以倡导均衡膳食、吃动平衡的健康生活方式。

过去的一年里，我们始终保持敏捷创新，凭借强韧的业务模式克服了新冠疫情带来的多重短期挑战。面对未来的不确定性，我们将与各利益相关方更坚定、更紧密地携手同行，勇于探索创新变革的可持续解决方案，一起迈向更可持续的未来！

屈翠容  
百胜中国首席执行官

# 2021 年亮点

## > 可持续发展承诺与进展

重点	目标与承诺	进展
 以食为天	餐厅与物流中心的食品安全和质量审核覆盖率达 100%	已达成目标
	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%	已达成目标
	食品和食品接触包装材料供应商的食品安全风险评估覆盖率达 100%	已达成目标
 以绿为源	遵照 SBTi* 要求, 设定科学碳目标	已于 2022 年 6 月 8 日向 SBTi 提交中期目标
	力争实现 2050 价值链净零排放	开展中
	所有新建餐厅均按照百胜中国绿色建筑标准设计建造	已达成目标
	到 2025 年, 餐厅的单店平均用水量与 2017 年基线相比降低 10%	已达成目标
	到 2030 年, 餐厅的单店平均食物损耗与 2020 年基线相比降低 10%	开展中
	到 2025 年, 不可降解塑料包装重量与 2019 年基线相比降低 30%	开展中
	所有面向顾客的塑料包装可回收利用	已达成目标
	2025 年 100% 纸包装获得 FSC** 认证	开展中
	仅采购具有可持续认证 (RSPO***) 的棕榈油	已达成目标
	女性员工比例不低于 50%	已达成目标
 以人为本	女性聘用、培养、晋升、保留比例不低于 50%	已达成目标
	残障人士安置比例保持全职员工人数的 1.5% 以上	已达成目标
	关键供应商的企业社会责任 (CSR) 审核覆盖率达 100%	已达成目标
 以爱为先	员工志愿者服务时间不低于 150 万小时	已达成目标

\* 科学碳目标倡议  
\*\* 森林管理委员会  
\*\*\* 可持续棕榈油圆桌会议组织

## > 卓越可持续发展表现

Member of  
**Dow Jones Sustainability Indices**  
Powered by the S&P Global CSA

- 百胜中国在 2021 年标普全球企业可持续发展评估中获得餐饮和休闲行业最高评分
- 百胜中国连续两年被纳入道琼斯可持续发展世界指数 (DJSI World) 和道琼斯可持续发展新兴市场指数 (DJSI Emerging Markets), 是中国大陆唯一一家被纳入道琼斯可持续发展世界指数的公司
- 百胜中国在标普全球发布的《2022 可持续发展年鉴》中荣获金奖

---

**MSCI ESG RATINGS** A

- 百胜中国在明晟 (MSCI) 2021 年最新环境、社会及管治 (ESG) 评级中荣升“A”级, 是全球仅有的两家获得“A”评级的餐饮企业之一

---



- 百胜中国连续四年入选彭博性别平等指数, 是中国大陆三家入选的公司之一

---

**top EMPLOYER** 中国杰出雇主 CHINA 2022  
CERTIFIED EXCELLENCE IN EMPLOYEE CONDITIONS

- 百胜中国连续四年被杰出雇主调研机构评为“中国杰出雇主”, 并成为 20 强中唯一的餐饮企业

---



- 百胜中国首次参与全球环境信息研究中心 (CDP) 气候变化、森林和水问卷



## 关于我们

百胜中国控股有限公司是 Yum! Brands 在中国内地的特许经营商，获授肯德基、必胜客及（待达成若干协定的里程碑后）塔可贝尔在中国内地的独家运营和授权经营权。肯德基是中国领先的快餐品牌；必胜客是中国领先的休闲餐饮品牌；塔可贝尔是源自加州、专业提供墨西哥风味

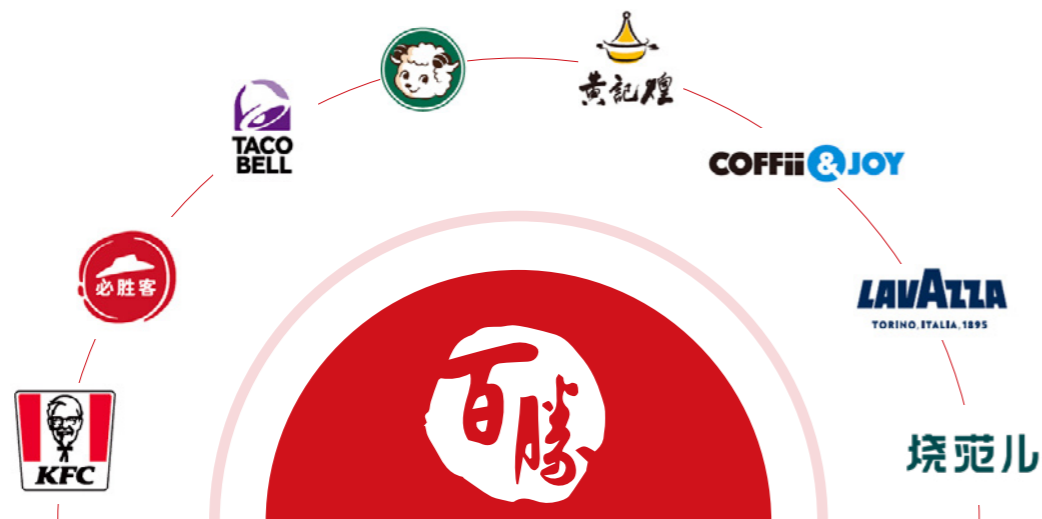
食品的连锁餐饮品牌。百胜中国还完全拥有小肥羊、黄记煌和 COFFii & JOY 餐饮品牌。与此同时，百胜中国亦与 Lavazza 合作，在中国探索和发展 Lavazza 咖啡店品牌概念。截至 2022 年 3 月底，公司拥有 12,117 家餐厅，覆盖中国超过 1,700 个城镇。



拥有  
**12,117** 家餐厅  
截至 2022 年 3 月 31 日



覆盖中国超过  
**1,700** 个城镇  
截至 2022 年 3 月 31 日



使命

# 让生活更有**滋味**

愿景

## 全球最**创新的** 餐饮**先锋**

核心价值观

# 创始人精神

- 仁心正行—坚持做对的事情
- 为顾客疯狂—热情服务，为品牌代言
- 餐厅经理第一—让贴近顾客的人做决定

- 求知若渴—不断升级自我
- 敏捷创新—打造成长的驱动力
- 攻坚致胜—为共同的目标一起奋斗

## > 我们的价值链

我们积极关注利益相关方群体以及我们在整个价值链中的影响。



# 企业管治

## > 管治架构

本公司的业务及事务由董事会管理。董事会相信良好的企业管治对业务成功及履行董事会对股东的责任尤为关键。董事会相信其实践符合管理层及股东利益。



企业管治政策及惯例摘要阐述如下：

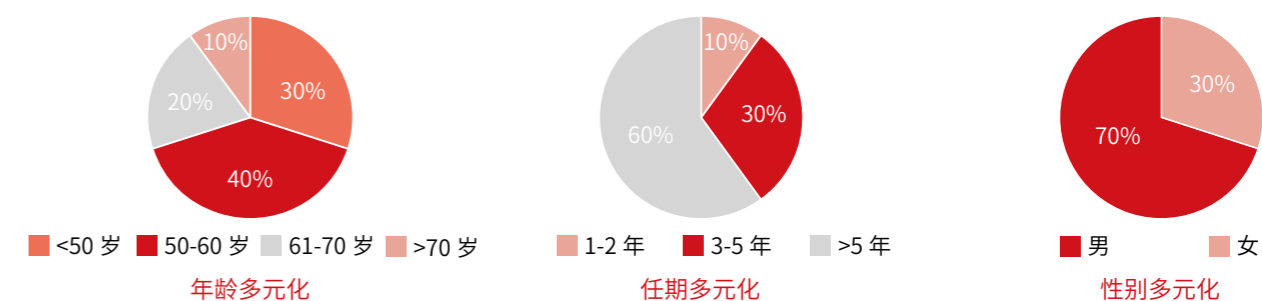
<b>董事独立性</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 独立董事长</li> <li>• 十名董事当中九名为独立董事</li> </ul>
<b>董事选举及会议出席情况</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 每年重新选举全体董事</li> <li>• 非竞争性选举中，董事选举采用多数投票政策</li> <li>• 股东可以提名董事候选人</li> <li>• 2021 年董事会及委员会会议的董事出席率达 99%</li> </ul>
<b>董事会更新及董事会成员多元化</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 董事会多元化政策</li> <li>• 董事拥有广泛的上市公司和私营公司经验、资历和技能</li> <li>• 董事会构成反映年龄、性别、种族及国籍的多样性</li> <li>• 董事平均年龄为 56 岁（2022 年 4 月 14 日）</li> <li>• 独立及非管理层董事于 75 岁后一般不再连任</li> </ul>
<b>其他公司治理实践</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 持有本公司不少于 25% 发行在外股份的股东有权召集特别股东大会</li> <li>• 积极的股东参与</li> <li>• 无股东权利计划（又称毒丸计划）</li> <li>• 董事及高级管理人员持股政策</li> <li>• 政策禁止对本公司股份进行对冲或其他投机买卖</li> <li>• 任何董事的职业角色及职责有重大改变情况下的相关辞任政策</li> <li>• 董事会可以接触高级管理层及独立顾问</li> </ul>

## > 董事会多元化

提名与管治委员会寻求向董事会推荐可以为董事会带来独特观点的候选人以确保董事会的整体多元化。董事会认为，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。作为董事提名程序的一部分，提名与管治委员会考虑多个因素以确保董事会整体融汇各式各样的特质。各被提名董事人选一般将展示不同且不同程度的特质。就本公司目前的董事而言，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。百分之三十的董事为女性。

下图概述我们董事的多元化



## > 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。

此外，我们每季度开展利益冲突行为检查，旨在识别与避免关联交易等与公司产生利益冲突的不当行为。我们也要求每一家供应商均签署《供应商行为准则》，确保其在我们进行业务往来时遵守法律规范和商业道德准则。

《行为准则》适用于本公司全体董事及员工。全体员工每年须完成《百胜中国行为准则问卷》，并以书面方式证明他们已阅读并理解《行为准则》。此外，百胜中国每年组织员工参与线上行为规范系列培训。行为规范系列培训包括《公司行为规范在线问卷》、《行为准则》、礼品政策、授权政策、《反海外腐败法》、信息安全、预防性骚扰及了解并避免内幕交易等课程。公司要求员工在规定时间内完成相应培训课程。2021 年，所有目标人群员工均完成了相关培训。

我们充分鼓励员工和供应商参与到公司商业道德及合规文化的建设当中。我们搭建了全面的举报人机制，为员工及供应商开通了多种投诉举报途径。我们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，针对各方举报和投诉开展调查，以及时发现和识别不当行为。根据相关法律法规，我们在《行为准则》中要求在每次调查的整个流程中，对举报人个人信息及其提供的举报资料严格保密。严禁任何人对举报人进行任何形式的报复。一旦调查完成，我们将根据不当行为的严重程度采取解决方案和惩戒措施，包括但不限于纪律处分、罚款、终止劳动合同以及向司法机关报告。严重违反《行为准则》的事件将上报至公司管理层和董事会。

<p><b>电话热线 (24/7)</b></p> <p>中国: 400-8-801-346 美国: 1-800-241-5689</p>	<p><b>网站平台</b></p> <p>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/chuishashaoren</p>	<p><b>投诉信</b></p> <p>直接向有关部门或负责人递交</p>
---------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------

百胜中国合规问题投诉举报渠道

# 可持续发展战略

作为中国最大的餐饮企业，百胜中国的业务和运营对经济、社会和环境有重大影响力，社会各界对我们将可持续发展融入业务发展的期望也越来越高。面对气候变化、塑料污染、食品安全、社会责任等全球议题，百胜中国勇于承担企业责任。我们在坚持为顾客提供安全营养食物的基础上，还致力于推动社会和环境的可持续发展，为食物、饮用水质量的提高和空气质量的改善做出努力。

可持续发展战略是百胜中国长期发展战略“打造长期增长的可持续平台”中的核心及重要组成部分。我们从“食品、环境、人”三大层面着手，致力于推动整个行业生态体系的健康可持续发展。



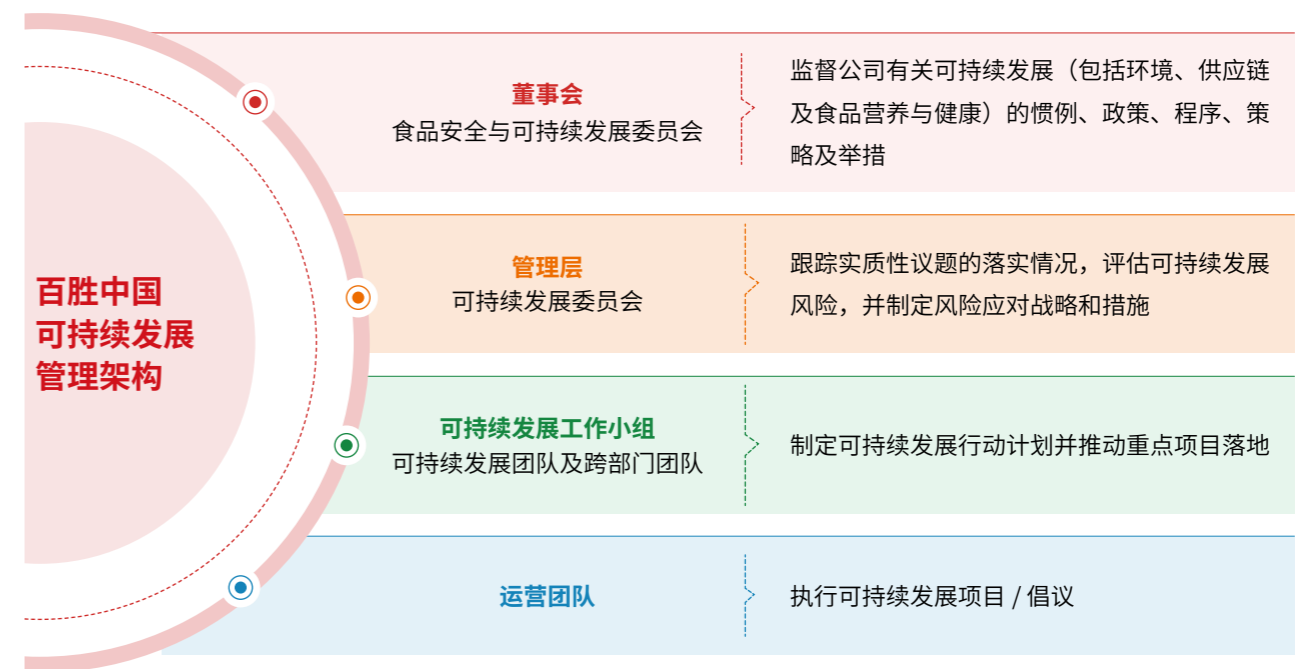
## > 可持续发展管理机制

百胜中国充分认识到，建立一套系统和全面的管理机制是将可持续发展融入公司运营和管理的基石。我们自上而下建立并完善了从董事会到运营团队的可持续发展管理架构，设立了可持续发展官岗位，并组建了专业的可持续发展团队。

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本公司有关可持续发展（包括环境、供应链及食品营养与健康）的相关事项。2021 年，百胜中国管理层及食品安全与可持续发展委员会支持签署《企业雄心助力 1.5°C 限温目标承诺函》，并公开承诺将力争于 2050 年实现全价值链净零排放。2022 年，公司管理层及食品安全与可持续发展委员会批准了百胜中国中期减排目标。

除此以外，百胜中国设立了可持续发展委员会，该委员会由管理层代表、可持续发展官和跨部门团队代表组成，负责评估公司可持续发展风险，监督关键举措的实施情况，并定期向食品安全与可持续发展委员会汇报。可持续发展委员会成员举行季度会议，以追踪实质性议题的实施，评估可持续发展风险以及制定风险管理策略及措施。

为协助可持续发展委员会推进相关举措的实施，百胜中国成立了由可持续发展团队和跨部门团队组成的可持续发展工作小组，负责推动公司在食品、环境和人三大层面的可持续发展目标的实现。工作小组关注气候相关法规动态，制定可持续行动计划，并推动重点可持续发展项目的执行。运营团队负责围绕可持续餐厅、可持续供应链和可持续社区三大领域，执行相关项目及倡议的落地实施工作，全面支持百胜中国的可持续发展战略。



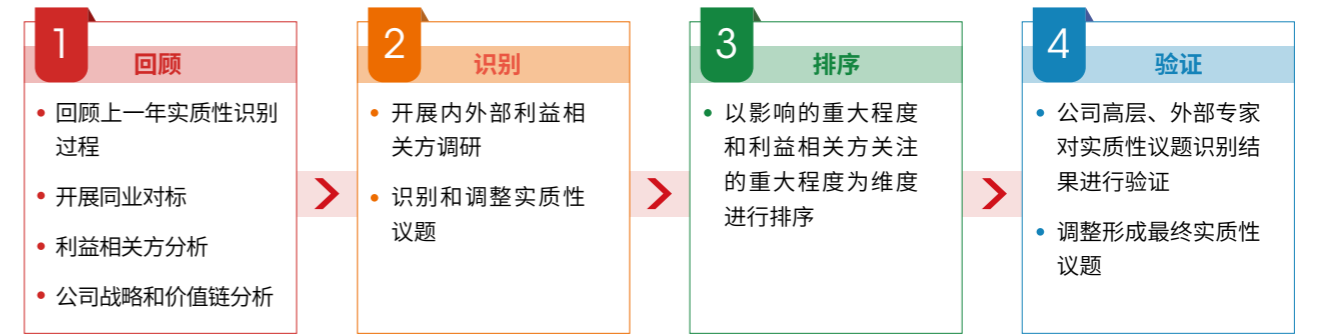
## > 利益相关方参与

利益相关方参与是百胜中国得以及时采纳各方建设性意见和建议的重要方式。我们与不同利益相关方群体保持密切对话，通过形式多样的沟通和参与机制，充分回应利益相关方的期望和要求，进而协助公司确定可持续发展工作的优先顺序，共同明确未来可持续发展的重点方向。

利益相关方群体	沟通和参与机制	期望与关注点
<b>授权商、股东和投资人</b> Yum! Brands、机构投资者、ESG 评级机构等	<ul style="list-style-type: none"> <li>年度股东大会</li> <li>年度和季度报告</li> <li>新闻发布</li> <li>投资者会议</li> <li>电话和邮件问询</li> <li>投资人调研</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>投资回报</li> <li>信息披露</li> <li>ESG 管理和绩效</li> </ul>
<b>政府和监管部门</b> 食品监督部门、中央和地方政府等	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期工作会议</li> <li>研讨会</li> <li>公众咨询的书面回复</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>食品安全与质量</li> <li>环境合规</li> <li>健康中国建设</li> <li>支持精准扶贫</li> <li>行业发展带动</li> <li>弱势群体帮扶</li> </ul>
<b>董事会、管理层、员工</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>董事局会议</li> <li>管理层会议</li> <li>员工沟通和反馈平台</li> <li>员工敬业度调查</li> <li>餐厅经理年会</li> <li>创始人大会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>可持续发展综合表现</li> <li>公平的职场环境</li> <li>能力提升和发展机会</li> <li>福利和保障</li> <li>弹性的工作时间</li> </ul>
<b>顾客</b> 购买百胜中国旗下品牌产品的机构和个人	<ul style="list-style-type: none"> <li>店面直接沟通</li> <li>顾客满意度调查和反馈</li> <li>客户服务中心</li> <li>社交媒体</li> <li>在线服务</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>美味、安全可靠的食品</li> <li>优质的用餐体验、餐食服务</li> </ul>
<b>供应链伙伴</b> 供应商、物流供应商、建设承包商等	<ul style="list-style-type: none"> <li>业务回顾会议</li> <li>高层会晤</li> <li>供应商拜访</li> <li>供应商大会</li> <li>可持续供应链研讨会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>业务发展</li> <li>管理能力提升</li> <li>带动供应链发展</li> <li>供应链可持续发展支持</li> </ul>
<b>加盟商</b> 加盟百胜中国旗下品牌的商业机构	<ul style="list-style-type: none"> <li>业务回顾会</li> <li>年度特许经营大会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>能力提升和发展支持</li> <li>品牌建设</li> </ul>
<b>协会、非政府组织</b> 行业协会、科研院所、大学、公益组织等	<ul style="list-style-type: none"> <li>工作委员会、小组和会议</li> <li>研讨会、讲座</li> <li>协会担任职务</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>行业发展带动</li> </ul>
<b>社区</b> 包括运营地所在地区、媒体等	<ul style="list-style-type: none"> <li>社区拜访</li> <li>定期对话</li> <li>志愿者活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>贡献社区发展</li> <li>员工志愿者</li> </ul>

## > 实质性评估

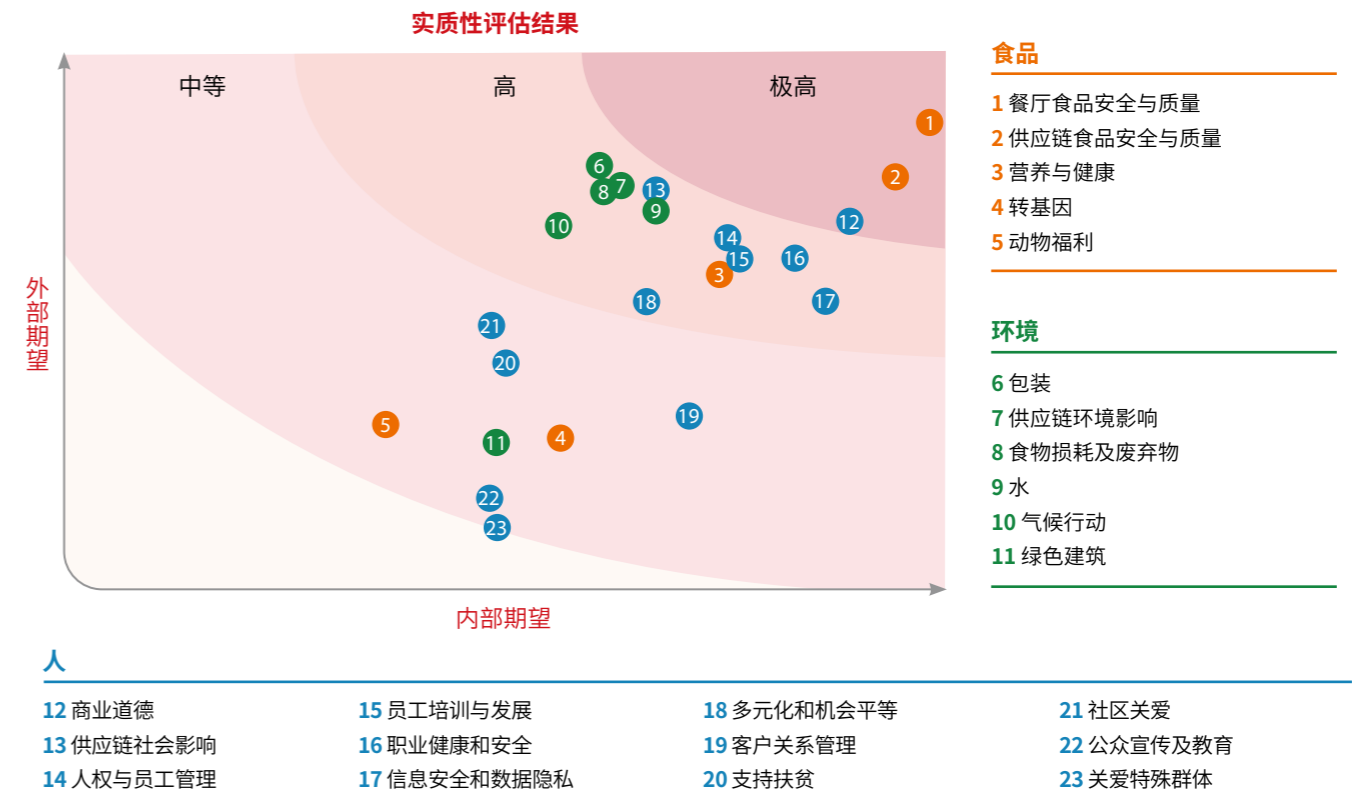
实质性评估是百胜中国开展可持续发展工作的首要步骤。我们于 2017 年启动此项工作，并根据“回顾、识别、排序、验证”实质性议题评估流程，识别并排序了 28 个实质性议题。在后续的每一年，我们都会根据同样的方法，重新审视实质性议题，以确保评估结果反映我们的运营情况和利益相关方的考量。



百胜中国实质性议题评估流程

2020 年，我们继续采用实质性评估方法，进一步完善了关键议题。我们通过线上发放问卷的形式，向各利益相关方收集了超过 4,400 份有效回复，从而更加深入地了解各利益相关方的期望和需求。通过对结果的分析验证，我们综合确定了“食品、环境和人”三大层面下的 23 项重点实质性议题，以及每个实质性议题的内容和边界。有关实质性评估的更多详细信息，请参阅《百胜中国 2020 可持续发展报告》。

2021 年，我们回顾了上一年度的实质性评估结果，认为其结果仍适用于百胜中国，故继续沿用。

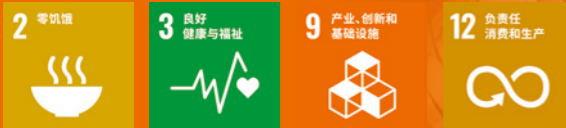




# 以食为天

三十年来百胜中国不改初心，以保障食品安全作为第一要务，始终致力于为广大顾客提供美味、安全、营养、高品质的食品。我们将食品安全文化融入公司治理，贯穿从农田到餐桌的全价值链管理。通过持续探索科技创新，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，赋能食品安全管理。我们积极响应国家营养健康政策，把推动饮食健康作为企业义不容辞的责任，通过不断的产品创新，为顾客平衡膳食提供更多产品选择。我们秉持开放和共赢的态度，积极开展行业交流与沟通，促进食品安全和营养健康社会共治，提升顾客认知，携手行业伙伴为打造健康安全的食品生态圈做出积极贡献。

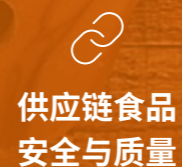
## 高关联度



## 中关联度



### 我们的主要关注点



## 机遇与挑战

- 食品安全受到国内外普遍关注，《食品安全法》强化食品安全监管，落实企业主体责任
- 《“健康中国 2030”规划纲要》《国民营养计划（2017 - 2030 年）》《中国居民膳食指南科学研究报告（2021）》等健康建设的政策和指引均倡导均衡膳食和推进全民健康生活方式
- 投资人对于食品安全和质量、营养方面的信息披露和透明度提出更多期望
- 顾客对安全、健康和营养均衡食物的要求与日俱增

## 目标和承诺

- 餐厅与物流中心的食品安全和质量审核覆盖率达 100%
- 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%
- 食品和食品接触包装材料供应商的食品安全风险评估覆盖率达 100%

## 关键行动

- 每家餐厅执行一致的食品 safety 标准
- 确保所有供应商遵循相关法律法规要求以及百胜中国食品安全标准
- 不断丰富餐厅菜单，提供美味、营养的多样化食品选择
- 推动行业食品安全管理提升，支持餐饮健康科研，普及食品安全和营养健康知识

# 文化引领，构建食品安全价值链

百胜中国三十年如一日地关注着食品安全与质量，这既是我们企业文化的基石，也是每位员工的首要责任。我们不忘初心，始终如一地坚守企业价值观，坚持做对的事情，致力于打造行业最高标准。除了百胜中国的 32 个物流中心和 11,000 多家餐厅\*，我们的价值链还包含数百家供应商及其上游养殖和种植基地，每一个环节的食品安全风险都将对顾客的信心和业务的发展带来潜在的重大影响。

为了履行我们“从农田到餐桌”的食品安全承诺，百胜中国建立了全方位的食品安全与质量管理体系，从上游供应商、供应商、物流中心到餐厅和外卖管理，贯穿全价值链，保障食品安全。在此基础上，我们始终持开放和共赢的态度，与行业上下游伙伴通力合作，积极促进食品安全和营养健康方面的社会共治，为食品行业健康发展和可持续生态圈的建设做出贡献。

## 百胜中国食品安全承诺

**食品安全和质量是百胜中国头等重要的大事，是企业发展的命脉。**

**全力打造先进的食品安全体系，为消费者提供食品安全保障。**

**尽最大努力，主动承担更多的社会责任，在行业发挥引领和标杆作用。**

\* 数据截止至 2021 年底

## 食品安全治理

百胜中国建立了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各个管理部门，全方位监督和保障食品安全管理制度及标准的建立和有效执行，确保食品的安全性与合规性。



百胜中国打造了一支业内领先的供应链管理团队，包括食品安全、品质管理、工程、采购管理、物流管理、供应链系统管理等部门，为全链条食品安全管理提供切实保障。截至 2021 年底，这个团队已超过 1,400 人。



## 食品安全文化

高度重视食品安全是百胜中国的企业核心价值。对我们的员工和加盟商，我们通过开展食品安全培训、考核、设立奖惩激励机制等措施，提升他们的食品安全意识。对供应商，我们推动供应商建立食品安全文化，将食品安全价值观融入其全体员工的行为，为食品安全管理奠定坚实的基础。

2020 年，百胜中国质量管理研修院成立，旨在打造一个全面和系统化的食品安全和质量培训平台，丰富员工、供应商和业界同行的食品安全知识，按需提供技术输出和专业的管理咨询，促进供应商和业界同行的质量管理能力提升，共同守护食品安全。

### 建设百胜中国食品安全文化

对于办公室员工，百胜中国要求每位新入职员工必须学习并签署《百胜行为准则确认书》。我们开设了食品安全在线课程，帮助员工熟悉国家食品安全法律法规、百胜中国食品安全政策和食品安全管理相关要求。对于餐厅员工，我们要求新入职员工必须学习并签署《员工手册确认书》，通过在线完成百胜中国食品安全培训，学习百胜中国员工遵纪守法培训片，熟悉国家食品法律法规、百胜中国食品安全政策和食品安全管理相关要求。通过接受严格的岗位培训，深入学习公司食品安全操作标准并认真执行。

加盟商是百胜中国的重要合作伙伴，我们要求并指导其进行食品安全文化建设。所有加盟商须签署《特许经营政策手册》，承诺遵守百胜中国营运手册以及行为、安全和卫生标准。2021 年，我们更新了针对加盟商的食品安全培训内容，进一步强化供应商对国家食品安全法律法规、百胜中国食品安全政策和行业热点问题的相关内容的认识。所有办公室员工、餐厅员工和加盟商每年都会再次接受食品安全培训和考核，持续强化食品安全意识。

案例

百胜中国首届食品安全文化节

2021年6月，百胜中国举办了首届食品安全文化节，共开展170多场丰富多彩食品安全宣贯活动，包括食品安全知识讲座、午餐学习交流、食品安全辩论赛、食品安全知识竞赛及“我与食品安全”征文比赛等。每一位员工在食品安全文化节的积极参与都展现了百胜人对食品安全文化的坚守，以及对传播分享食品安全知识的热情。



推动供应商食品安全文化的建立与发展

百胜中国将食品安全文化融入《百胜中国食品安全审核》及《百胜中国供应商手册》，要求供应商建立食品安全文化方案，持续巩固供应链食品安全文化建设，并承诺实施和维护各层级食品安全文化。为进一步向供应商宣贯百胜中国的食品安全和质量管理理念，我们举办供应商质量管理研讨会，解读最新法规标准，分享最佳实践和热点话题，

如智能化及自动化质量管理、创新管理等。我们通过培训指导供应商应用科学的工具和方法将食品安全文化纳入自身的食品安全管理中，推动供应商创造一种鼓励全员积极参与的工作环境。2021年，百胜中国开展了28次质量管理研讨会，帮助供应商提高综合管理能力，促进生产力高效提升。



贯穿全价值链的食品安全与质量管理



> 上游供应商管理

为从源头确保食品安全与产品合规，我们要求供应商制定有效的上游供应商审批及监控程序，对其原材料食品安全风险进行全面识别，有效管控。

鸡肉是百胜中国最重要的原料品类之一，我们强化源头管理，持续打造从养殖到屠宰加工的全链条食品安全和质量管控体系。我们运用电子化农场信息系统进行动态管理及追踪，实现对兽药及百胜指定养殖场的电子化信息备案和监控。同时，我们对养殖场进行飞行检查和原料食品安全检测，对其绩效进行评估，推动源头管理升级。


针对果蔬类原料，百胜中国携手供应商，持续改进农场管理体系，共建可持续发展农业。我们推动果蔬基地落实百胜中国良好农业规范（Yum China GAP），要求种植者和生产商以谨慎、负责的科学态度，从种植开始进行系统化管理，有效预防食品安全问题。截至2021年底，百胜中国良好农业规范已经覆盖100%生菜基地和茄果类基地\*。


\* 茄果类基地主要种植番茄、樱桃番茄、青椒、红椒和黄瓜。


## > 供应商管理


百胜中国实行严格的新供应商准入机制，包括风险评估、资质审查及工厂准入审核。我们定期审核供应商的食品安全和质量管理体系，确保其持续符合百胜中国的要求。我们也鼓励供应商取得食品安全和质量管理体系类的认证。

我们建立了供应商综合绩效评估体系，定期对供应商进行食品安全和质量绩效评估。我们按季度对供应商进行绩效评估，并制定改进措施，推动供应商持续改进。根据评估结果，我们将供应商分为 T1、T2、T3、T4 四类。T1 类为最佳供应商。针对 T2、T3 类供应商，我们提供辅导和支持，引导其提升管理水平。针对 T4 类供应商，我们暂停或者终止其供应合约，这类供应商须经过整改、重新通过新供应商评估与审核后才能再次进入百胜中国供应商系统。对于食品安全风险较低的供应商，我们鼓励其获得 GFSI 认可认证，确保食品安全及合规。

 我们借鉴全球食品安全倡议（GFSI）认可的标准，提炼百胜中国各审核要求的精髓，整合各品类供应商管理规范 and 特殊管控要求，对供应商追踪评估和认可（STAR）审核标准完成了整体优化升级。

 我们举办供应商 STAR 培训，帮助供应商了解和遵守百胜中国的最新相关要求。

 我们通过 STAR 审核验证供应商的食品安全和质量管理体系符合我们的要求。2021 年，我们对供应商进行了 200 多次食品安全审核和 200 多次飞行检查。

 除了供应商对其产品的自检，我们还制定了原材料年度抽检计划，定期对供应商产品进行抽样检查，确保符合标准要求。2021 年，我们对 300 多种关键原材料进行了食品安全抽样检测，涉及 162 家供应商。




## > 物流管理

百胜中国通过量身定制的全球一流物流管理体系为餐厅提供高效、可靠的物流服务以保障食品安全。截至 2021 年底，我们利用 32 个物流中心将供应物资派送至我们的自营餐厅及加盟店以及第三方客户。我们与供应商的多方合作以及庞大的物流网络，使我们在单个供应商或物流中心无法供应的情况下，仍可继续供应产品。

每个物流中心均配备一名专职品质管理专员对仓储、收货、配送、卸货进行检查。我们对物流服务商（包括仓储和运输服务）实行定期审核和日常检查制度，以验证服务商的食品安全和质量管理体系符合百胜中国的要求。2021 年度，我们对仓储和运输服务商进行了约 191 次食品安全和质量审核，以及 2,300 多次例行检查。




## > 餐厅与外送管理

 **餐厅运营管理**  
百胜中国建立了行业领先的餐厅营运操作标准及流程，对原料接收、贮存、原料解冻和烹饪、效期管理、个人卫生，以及餐具和设备清洁消毒等环节进行严格管控，确保每家餐厅执行一致的食品卫生标准，提供相同品质和口味的食物。我们定期对餐厅进行风险评估，识别潜在食品安全及质量风险，并采取有效措施，降低风险、消除隐患。我们对新产品、新店布局、新设备和店铺运营进行前瞻性风险评估，确保符合食品安全与质量要求。

品质管理团队定期对每家餐厅进行不通知式卓越经营合规（OEC）审计，涵盖食品安全、产品质量和顾客服务等方面。我们还对关键菜单产品定期进行质量评估，对餐厅使用的工器具、餐具、水、冰等辅料及产品进行微生物抽样检测，确保符合标准要求。2021 年，品质管理团队共计实施了 19,400 多次 OEC 审计；开展了约 4,500 次主要产品的质量评估；对 111,000 多个样品进行微生物抽样检测。

 **稽核和检查**

 **外送管理**  
我们已为肯德基及必胜客建立外卖服务团队。我们要求所有第三方外卖合作伙伴签署并严格执行关于外卖食品的食品卫生及质量操作的承诺书，当中对监管合规性、员工管理、餐饮、外卖设施、设备及严格管理第三方平台食品作出明确的规定。

## 食品行业热点

我们持续关注食品行业的政策法规变化和行业热点问题的  
发展趋势。针对动物福利、转基因 (GMO)、食源性疾病、  
食品添加剂、兽农药管理等领域出现的行业问题，我们密

切关注新的行业挑战，根据食品安全相关风险的紧迫性和  
重要性调整管控重点。

### 动物福利

- 搭建协作平台，促进多方交流，持续推动行业动物福利管理水平
- 制定一系列《百胜中国动物福利政策》，推动“五大自由”动物福利原则
- 实施针对肉鸡养殖和屠宰的动物福利审核

- 供应商须提供资料说明其使用的食品添加剂符合相关标准，以此强化法规意识和自查机制
- 及时提醒供应商最新的食品法律、法规和标准，以确保其对于新规的合规性
- 对相关食品原料中的添加剂进行合规性抽样检测

### 食品添加剂

### 转基因政策

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



- 从 2016 年开始，百胜中国率先制定了肉鸡饲料中作为促生长作用，对人类重要的抗菌药逐步去除使用计划。2020 年根据农业农村部发布的关于除中药外的所有促生长类药物饲料添加剂品种停止使用的国家计划，百胜中国指导国内肉鸡供应商已 100% 提前完成此项工作
- 推广科学养殖、合理用药，同时为国内肉鸡供应商制定了其他抗菌药在肉鸡养殖端逐步减少使用的控制方案，有序推进

### 兽药管理

### 食源性疾病

- 发布《环境致病菌监控标准》，指导和规范供应商建立预防性方案，实施环境致病菌监控和预警计划
- 将危害分析的重点从成品检测前移到对环境的主动监测，防止致病微生物污染产品

- 推动上游蔬菜基地实施百胜中国良好农业规范 (Yum China GAP)
- 建立严格的农药残留监测体系，定期检测农药残留

### 农药管理



## 智能先行，科技赋能助力食品安全

百胜中国的愿景是成为全球最创新的餐饮先锋。在完善的体系化食安管理基础上，我们通过自动化、数字化和智能化科技手段，升级食品安全管理方式，打造了行业领先的

数智化供应链管理系统。我们将前沿科技赋能于传统管理模式，实现数据实时采集和分析，关键环节可见、及时纠偏，更敏捷高效地提升百胜中国食品安全管理的效率和及时性。

### > iFS 食品安全风险评估和预警系统，升级食安风险防控

百胜中国全面抽提了 30 多年的食品安全和品质管理经验，连通内外部食品安全大数据，基于知识图谱、自然语义处理、命名实体识别等机器学习和深度学习技术与算法，打造并上线了食安风险评估和预警系统 (iFS)。食安风险评估和预警系统包括风险预警、风险评估、食安百科等 8 大功能模块。该系统作为一个设计科学、有强大人工智能、机器学习和推理逻辑的工具，在多变的外部环境与快速创新发展中，高效地进行风险扫描和智能评估，识别潜在风险，提前预防。

iFS 荣获中餐科技进步奖“科技创新一等奖”



中餐科技进步奖“科技创新一等奖”获奖证书

### > eQA/QA Time 从农田到餐桌的食品安全与质量电子化管理平台

百胜中国通过 eQA 实现了从农田到餐桌全程食品安全和质量流程在线管控。eQA 在同一平台上整合了上游供应商、供应商、物流中心和餐厅的全价值链食品安全与质量的电子化管理。行业内领先实现了原料添加剂合规性自动校验，保证新品添加剂使用合规。作为食品安全与质量管理的数据集成平台，该系统极大地提升了我们对品项管理的能力和效率。

2021 年，我们推出了移动端应用 QA Time，完成了从物流到餐厅的智能化管理，实现了高效沟通，团队协作，数据整合，资讯互动，从而快速有效地解决问题，驱动效率提升，让工作更加简单。



### > iQA 端到端质量数字化，串联业务场景，驱动效率升级

作为百胜中国供应链智能管控的重要一环，iQA 系统将生产过程分成 7 大数据模块，定义每个模块的控制点，在生产过程中实时传送数据，实现了供应商工厂数据与百胜中国系统的端到端对接。由此，我们完成了供应链数据的

互联性和可视性、智能实时数据收集、及时纠偏以及对原料的高效追溯。截至 2021 年，超过 200 家供应商工厂接入 iQA 系统。

### > IoT 冷链全天候实时监测与全网化管理

冷链物流环节的实时温控对保障产品的食品安全和质量至关重要。百胜中国物流建立了一个全面的实时冷链监控系统，对从仓库和压缩机到运输产品和车辆状况进行实时温度监控。温度的偏差将自动传送至数字呼叫中心 (DSC)，

DSC 通过实时的 GPS 定位，联系司机或操作员解决相关问题。我们的 7x24 小时全天候数字化冷链管理系统整合物联网、大数据、云计算和其他尖端技术，以保障食品安全。



### > SCDI 供应链数据集成管理平台

百胜中国广泛应用数智化技术，上线了多个电子化业务系统。2021 年，我们打造了供应链数据中台 (SCDI)，用于整合供应链各业务系统间的多元异构数据，打破各业务系统之间的数据壁垒，建立供应链统一的数据语言。凭借 SCDI，百胜中国能够实现数据层面持续整合优化，融合多业务、多系统数据，提高数据有效性和准确性。SCDI 成功打通了供应链上下游数据，提升供应链端到端可视化，帮助我们实现了供应链端全渠道批次追溯，保障上游原料

信息的透明度。通过数据的整合及可视化分析，管理团队可以更好地利用数字化工具，及时应对业务场景需求的变化。

SCDI 通过在线可视化的供应链关键指标管理，实现了更高效准确的风险管理。同时借助供应链管理预警平台，提升供应链风险预判和感知能力，实现对于多元化业务场景的“快速响应”，从而建立高效且敏捷的供应链体系。

# 产品创新，丰富均衡营养膳食选择

百胜中国不遗余力地为顾客提供美味食品的同时，以平衡的膳食模式为基准，提供富含多重营养的均衡膳食，让顾客在美味中汲取健康。我们推出了众多美味的产品，丰富的菜单选择，从而满足平衡膳食的多样化需求。在保证产

品口味的同时，我们坚持不断创新，优化配方、食材以及烹饪方法。在儿童营养搭配方面，我们持续丰富儿童餐的营养搭配，将提供美味与营养兼备的食品作为我们不懈的追求。

## > 产品创新与多样化膳食选择

为满足顾客日益增长的膳食需求，我们以“全球最创新的餐饮先锋”为愿景，以顾客需求和健康理念为导向不断推陈出新，力求为顾客提供更多营养美味的膳食选择。结合市场研究和反馈，我们的食品研发团队（FIT）从食材挑选、烹饪方式和产品规格等方面进行优化。

我们推陈出新，根据消费者的反馈和需求，不断丰富菜单选择，帮助消费者合理搭配平衡膳食。同时，我们开发时令性产品，根据节令、地区、主题的不同，推出特色限时新品，不断丰富产品类别，给顾客带去不一样的体验。我们也提供多样化的产品规格，满足不同顾客和不同消费场景的用餐需求。比如必胜客的披萨有9寸、10寸和12寸并提供单人套餐。

## > 三减：减盐、减糖、减油

百胜中国积极在满足顾客口味需求的同时，探索产品营养改善的方法。以“三减”理念作为基本原则，尽量减少食盐、糖和油的使用。此外，我们持续关注顾客的反馈，通过咸度、甜度的感官测试，确保食物口感满足顾客期望。



- 减盐**
  - 配方升级
    - ▶ 通过升级面包等配方，进行减盐
- 减糖**
  - 提供更多低糖产品选择
    - 例如：
      - ▶ 不加糖的牛奶
      - ▶ 无糖加纤维可乐
- 减油**
  - 通过多种烹饪方式
    - ▶ 肯德基超过 90% 的早餐菜单和 60% 的全天菜单以及必胜客超过 90% 的全天菜单采用了烤、煮、炒、铁板烤等方式，提高膳食多样化和营养价值
  - 推出更多低脂产品选择
    - ▶ 推出零脂冰淇淋
    - ▶ 以低脂酸奶替代传统奶盖

## > 均衡营养的食材搭配

百胜中国注重均衡膳食和丰富的食材搭配。我们为顾客提供多种优质蛋白质选择，如牛排、海鲜、鸡肉、香肠等，并积极增加谷物、果蔬、豆类、坚果等优质食材。在我们

所有的品牌菜单中，蔬菜和水果被广泛使用。2021 年，百胜中国采购了 4.4 万多吨果蔬，包括生菜、黄瓜、土豆、芹菜、青圆椒、番茄、洋葱等 60 多个果蔬品类。

### 案例

#### 倡导健康生活方式，百胜中国鼓励消费者选择更多蔬果

2021 年，百胜中国旗下肯德基、必胜客和塔可贝尔品牌全国近 6,000 家餐厅同步发起“蔬果 100+ 行动计划——为平衡膳食加菜”的线上线下活动，为消费者提供更多蔬果菜品选择的同时，大力倡导均衡膳食，吃动平衡的健康生活方式。我们结合旗下品牌不同特点推出多款蔬果菜品，推荐消费者在点餐时增加一份 100 克左右的蔬果。

此外，百胜中国和旗下品牌还推出一系列面向消费者的膳食营养科普活动，持续强化均衡膳食，吃动平衡的健康生活理念。例如，联合科普性营养信息平台“中国好营养”进行专场直播，为不同人群提供更好、更科学的饮食习惯和健康生活方式指导，助力共建国民营养计划。



蔬果 100+ 行动计划——为平衡膳食加菜





2021 年由中国营养学会发布的《中国居民膳食指南科学研究报告》提倡合理膳食，鼓励国民食用谷物、纤维和植物性食品。百胜中国一直以来从食材入手，丰富谷物等优质食材的搭配。肯德基和必胜客的面条、粟米棒，无糖加纤维可乐等，广受顾客欢迎。肯德基携手 OATLY 推出了燕麦饮品。这款燕麦饮是适合乳糖不耐症人群的牛奶替代品，相比牛奶也有着更少的温室气体排放。

此外，我们注意到植物肉产品的增长趋势，积极回应顾客的需求。百胜中国是业内最早将植物肉产品引入中国的公司之一。自 2020 年以来，肯德基、必胜客和塔可贝尔在菜单中添加了各种植物性产品和饮料，包括 OATLY 燕麦拿铁，植世代牛肉汉堡，植世代黄金鸡块和鱼香植物肉塔可脆。在 2021 年，肯德基共计销售 250 万份植物性肉类产品。



## > 丰富多样的烹饪方法

我们还通过采用多种烹饪方法如炸、烤、煮、炒、铁板烤等来提高膳食多样化和营养价值。这些烹饪方式将现代食品烹调技术与传统烹饪方式相结合，锁住食材本味，为顾客带去始终如一的优质美味。

## > 用心关注儿童营养

依据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》的建议，我们为儿童提供营养均衡的食品。肯德基推出的儿童餐精心搭配了鸡蛋、番茄、粟米棒、牛奶等各种食材，增加儿童在外用餐时，对膳食纤维、维生素和矿物质的摄入。



# 齐头并进，促进行业交流与全民科普

## > 行业深度交流

百胜中国积极推动食品安全的社会共治，提高公众的健康意识。我们与监管机构、行业协会和学术界密切合作，致力于推动食品行业发展，携手社会各界提升行业食品安全管理水平。同时，百胜中国还在食品安全科普和营养健康教育中发挥重要作用。

百胜中国在中国食品科学技术学会、科信食品与健康信息交流中心、中国烹饪协会、中国连锁经营协会以及上海市食品安全工作联合会等多个有影响力的行业组织中担任重要职务。我们积极与协会合作，在行业交流会议中分享我们的成熟管理经验和技术创新知识，促进食品安全的标准制定。

### 案例

#### 中国连锁经营行业高质量发展论坛在京召开

2021 年 6 月，百胜中国出席了在中国连锁经营行业高质量发展论坛。论坛上，我们与同行就企业高质量发展实践及餐饮连锁经营进行深入对话，并展示了我们在食品安全数字化管理方面的成果，如食品安全风险评估和预警管理系统 iFS。

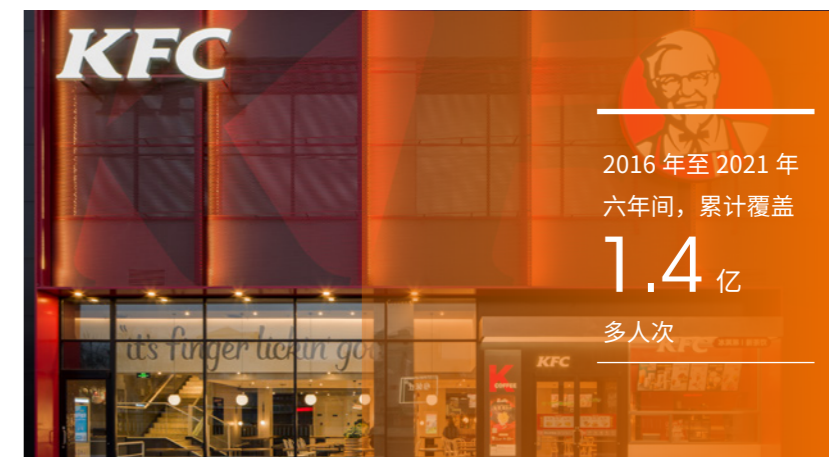
百胜中国联合行业力量，对公开征求意见的食品相关法律法规提供专业意见，对食品安全相关标准积极建言。另外，百胜中国还积极参与相关行业团体标准的制定，提升行业管理

水平。2021 年，百胜中国参与提供建议的法律法规、国家标准共计 11 个，覆盖食品安全相关标准、食品检测、冷链物流等行业、团体标准共计 10 个，涵盖外卖、营养、运营管理等方面。

## > 全民科普

### 全民营养周

“全民营养周”是由中国营养学会联合中国疾病预防控制中心营养与健康所等机构发起的全国营养宣传活动。自 2016 年该活动推出以来，百胜中国一直积极支持这一宣传活动的开展。为支持这一年度倡议，百胜中国在全国肯德基餐厅推出营养知识主题的餐盘垫纸，并已在六年间累计覆盖超过 1.4 亿人群。该项目也是《国民营养计划（2017-2030 年）》的重要内容，助力新时代建设健康中国。



### 百胜杯

自 2017 年起，百胜中国定期组织“百胜杯”知识竞赛。“百胜杯”是针对食品安全与营养健康知识的比赛，包括线上和线下知识竞赛，以增进大学生和公众对营养科学与健康的了解和认识。

2021 年，“百胜杯”由百胜中国、中国市场监管报、中国食品科学技术学会及“支付宝答题星球”联合举办，旨在进一步提升大学生食品安全素养，引导大学生养成健康生活方式。仅在这一年的练习赛环节，就有超过 460 万人次通过大赛平台参与了知识问答，覆盖 16 个城市的 140 多所高校。

2021 年

460 万人次

通过大赛平台参与了知识问答

竞赛共覆盖全国

16 个城市

140 多所高校



### 全国青少年食品安全宣传教育专项活动

全国青少年食品安全宣传教育专项活动围绕青少年的健康成长，开展了有关食品安全与营养健康知识的各类宣传教育活动。自 2016 年启动以来，已在全国 47 个城市举办了 470 余场科普教育活动，超过 30 万人次直接参与线下活动。百胜中国团队积极支持着各类公众教育与宣传活动，例如，带领孩子们参观肯德基餐厅、物流中心和上游供应商基地，帮助孩子们了解食物从源头到加工的全过程，提升他们的食品安全意识，并以寓教于乐的方式帮助他们养成健康的生活习惯。

2021 年，在中国健康教育中心的技术指导和中国教育报的媒体支持下，项目规模迅速扩大，专项活动走进了北京、上海、大连、天津等 10 个城市的 100 多所学校，在全国范围内开展中小学生科普教育活动，倡导均衡饮食和运动的健康生活方式。

### 餐盘垫纸科学日科普教育活动

2021 年 8 月 30 日至 9 月 19 日期间，百胜中国与食品科学技术学会联合举办全国科普日系列活动之“食品安全进万家——进餐饮”餐盘垫纸科普教育活动。活动期间，在全国 5,000 家餐厅共发放 1,551 万份餐盘垫纸。围绕“科技，守护舌尖上的安全”主题，餐盘垫纸上生动的图片和精炼的文字让顾客感受到了科技从农田到餐桌守护食品安全的力量。

技，守护舌尖上的安全”主题，餐盘垫纸上生动的图片和精炼的文字让顾客感受到了科技从农田到餐桌守护食品安全的力量。

### “百食百步”

为提升健康营养意识，百胜中国于 2017 年正式推出公益科普微信公众号“百食百步”，以贴近生活的科普推文推广膳食营养知识及健康生活方式。百食百步抖音账号在 2020 年 5 月开通，以生动有趣的短视频方式向公众传播营养健康科学知识，倡导健康生活方式。



扫码关注百食百步抖音账号和微信公众号，了解更多信息



# 以绿为源

加强气候行动正成为全球不同国家、行业和企业共同面临的挑战。百胜中国坚守绿色承诺，在保障全国超过一万家餐厅正常运营的同时，始终致力于持续减少自身运营和价值链上下游活动所带来的环境足迹。我们以“力争实现 2050 净零排放”和“供应链零毁林”为目标，持续打造绿色餐厅，推动供应商低碳转型和负责的原料采购，倡导可持续生活方式。我们也以循环经济理念为驱动，加强废弃物管理与资源化利用，开发可持续包装创新解决方案，持续探索餐饮行业绿色、可持续消费模式。未来，我们将继续携手价值链上的各利益相关方，推动产业变革，化挑战为机遇，共同守护我们赖以生存的地球家园。

## 高关联度



## 中关联度



我们的主要关注点



气候行动



循环经济



供应链环境影响

## 机遇与挑战

- 2021 年发布的《政府间气候变化专门委员会 (IPCC) 第六次评估报告》强调，气候变化将会对当前的食品体系包括供应链及餐厅运营等环节带来影响。与此同时，食品及餐饮行业企业也正通过采取行动减少温室气体排放，向更可持续的生活方式转型，从而为减缓气候变化作出重大贡献
- 在全球发展循环经济的大背景下，中国政府也致力于提高资源综合利用能力，推动企业以“构建循环经济发展体系”为纲要，持续加强废弃物管理，减少对有限资源的过度依赖，并最大程度减少企业运营的环境影响
- 食品及餐饮行业需要更多地关注其上游价值链的可持续发展议题，特别是对生物多样性与森林资源的影响。企业通过实施可持续采购可以有效减缓供应链对环境的负面影响

## 目标和承诺

### 气候行动

- 遵照 SBTi 要求，设定科学碳目标
- 力争实现 2050 价值链净零排放
- 所有新建餐厅均按照百胜中国绿色建筑标准设计建造
- 到 2025 年，餐厅的单店平均用水量与 2017 年基线相比降低 10%

### 循环经济

- 到 2030 年，餐厅的单店平均食物损耗与 2020 年基线相比降低 10%
- 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

### 供应链环境影响

- 2025 年 100% 纸包装获得 FSC 认证
- 仅采购具有可持续认证 (RSPO) 的棕榈油

## 关键行动

- 坚定响应《巴黎协定》，建立温室气体排放清单，设立科学碳目标，力争实现 2050 价值链净零排放
- 已向 SBTi 提交中期减排目标，等待批准
- 首年参与 CDP 问卷，提升公司在气候变化、森林及水领域的信息透明度
- 启动首次气候相关财务信息披露工作组 (TCFD) 报告工作，深入评估自身运营及价值链中的气候相关风险及机遇
- 依托强大的设备创新能力和切实有效的管理手段，提升能源及用水效率
- 积极探索循环经济理念，以应对食物废弃物及包装的可持续性挑战
- 践行可持续原材料采购原则，加强供应链可追溯性管理
- 携手供应商共同推动可持续供应链建设，向顾客倡导低碳生活方式

# 理念先行，持续筑牢管理根基

百胜中国致力于加强环境管理，将其作为可持续发展的长期重点。我们将减量 (Reduce)、回用 (Reuse)、循环 (Recycle)、替代 (Replace) 的“4R”原则作为百胜中国全价值链的绿色行动指南，并依此制定相关环境目标。我们将可持续发展融入公司的日常经营当中，贯穿于包括原材料采购、运输仓储、餐厅运营、配送服务等从农田到餐桌的各个环节，力求降低业务运营对环境造成的影响。

### 4R 原则与行动

减量 (Reduce)	回用 (Reuse)	循环 (Recycle)	替代 (Replace)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 减少能源使用</li> <li>• 减少水资源使用</li> <li>• 减少包装材料使用</li> <li>• 减少食物损耗</li> <li>• 减少废弃物产生</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 设计可重复利用的产品包装</li> <li>• 选用可重复利用的餐厅装修材料</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 选用可循环的包装材料</li> <li>• 餐厨废油转化为生物柴油</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 选用能源节约型设备</li> <li>• 铺设屋顶光伏，使用可再生能源</li> <li>• 生物降解材料替代普通塑料用于一次性包装</li> <li>• 采购可持续棕榈油</li> <li>• 拒绝采购存在破坏雨林风险的供应商提供的纸制品</li> </ul>

## > 夯实环境管理

百胜中国始终坚信商业领域内的领导者同时也应该是环境的守护者。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。我们亦已成立可持续发展委员会，由选定的领导团队成员、可持续发展官及跨职能团队组成。可持续发展委员会成员每季度举行会议，以追踪重大议题的实施，评估可持续发展风险以及制定风险管理策略及措施。

为落实环境管理政策和目标，我们积极与各部门共同努力，践行绿色设计与建造理念，优化运营过程中温室气体排放、能源效率及用水效率方面的管理计划和行动措施。我们携手供应商强化全价值链环境管理，积极推动可再生能源使用，持续探索可持续包装应用。此外，我们深知只有打造绿色文化才能让环境管理政策得到更好的贯彻，2021 年，我们为公司员工提供双碳知识培训，以加强其应对气候变化的意识。

### 案例

#### 碳达峰 & 碳中和午间分享会

2021 年，我们组织主题为“碳达峰 & 碳中和宏观形势与发展趋势”午间分享会，并推出在线课程《双碳目标带来的机遇与挑战》，通过现场参加、直播参与和在线回看等方式，有效提升了员工对碳达峰及碳中和的理解与认知。

本次活动累计吸引了 4,097 人的参与。



午间分享会培训海报

# 气候行动，铸就韧性生态圈

我们携手员工、顾客、供应商伙伴及社区，致力于推动气候变化应对行动，持续向低碳经济转型。我们主动参照 TCFD 框架，积极评估我们的业务在应对气候风险与机遇的短期与长期的抵御能力，加速推进全价值链温室气体减排。

随着我们在应对气候变化领域工作的进一步深化，我们将力争实现 2050 价值链净零排放。百胜中国将继续携手价值链上的各利益相关方，化挑战为机遇，积极推动应对气候变化行动。

——百胜中国首席执行官 屈翠容

## > 气候相关风险与机遇

G20 金融稳定委员会 (FSB) 于 2015 年 12 月成立 TCFD，旨在制定一套国际公认的气候相关财务风险披露框架，并于 2017 年发布了一套自愿披露建议，涵盖治理、战略、风险管理、指标和目标四大要素。

在建立长期气候变化应对能力并推动自身向低碳经济转型的过程中，我们意识到公司在有序开展业务的同时，还需

将气候相关风险与机遇带来的潜在影响融入到公司战略中，以更有效地确保业务的连续性与可持续性。为此，我们全面采纳 TCFD 的建议，于 2021 年启动首份 TCFD 报告编制工作。我们识别评估了在不同气候情景下，对我们业务有重大影响的气候相关风险及机遇，并详细阐明应对策略。详情请参见我们于 2022 年 7 月发布的 TCFD 报告。



## > 科学碳目标制定

作为中国最大的餐饮企业，我们积极采取行动应对气候变化，积极响应中国政府“力争于 2030 年前实现碳达峰、2060 年前实现碳中和”的承诺，助力实现《巴黎协定》“将全球平均气温升幅限制在工业化前水平以上 1.5°C 之内”的长期目标。2021 年 6 月 8 日，百胜中国正式宣布签署并向 SBTi 提交《企业雄心助力 1.5°C 限温目标承诺函》，表明我们设立科学碳目标并力争实现 2050 价值链净零排放的决心与承诺。

建立全面的温室气体排放清单是设立科学碳目标的首要步骤，也是公司识别主要排放源、追踪减排进展的重要数据

基础。2021 年，我们根据最新的《温室气体核算体系》和《科学碳目标设定手册》，系统梳理并确立了百胜中国温室气体排放清单，并基于科学碳目标倡议建议的方法和要求，制定了温室气体减排目标及路线图。

我们已经按照 1.5°C 的减排路径和科学碳目标制定手册的要求，制定了百胜中国中期减排目标。我们非常高兴地宣布，百胜中国已于 2022 年 6 月 8 日向 SBTi 提交了我们的中期减排目标。我们将在目标获得批准后，公开披露百胜中国减碳雄心和覆盖全价值链的温室气体减排战略。

### CO<sub>2</sub> 温室气体盘查组织边界

我们根据运营控制法确定了公司温室气体盘查的组织边界，包括公司自身运营（餐厅、办公楼和自营物流中心）和价值链上下游十五个类别中的十一个相关类别。我们盘查了组织边界内的连续三年的数据，即从 2019 至 2021 年的数据。

### 温室气体盘查方法

全价值链温室气体盘查是一项复杂且具有挑战的工作，我们致力于以系统和科学的方法，更为准确和全面地反映公司的排放情况。2021 年，我们采用混合计量的方式对公司范围一、二、三的温室气体排放进行了计算。针对范围三中排放占比较大的外购商品的排放，我们通过自上而下估算和自下而上校准的方式进行了数据统计，并针对关键供应商进行了数据的现场审核，以进一步提升数据的完整性、可靠性和准确性。

### 数据类型选择

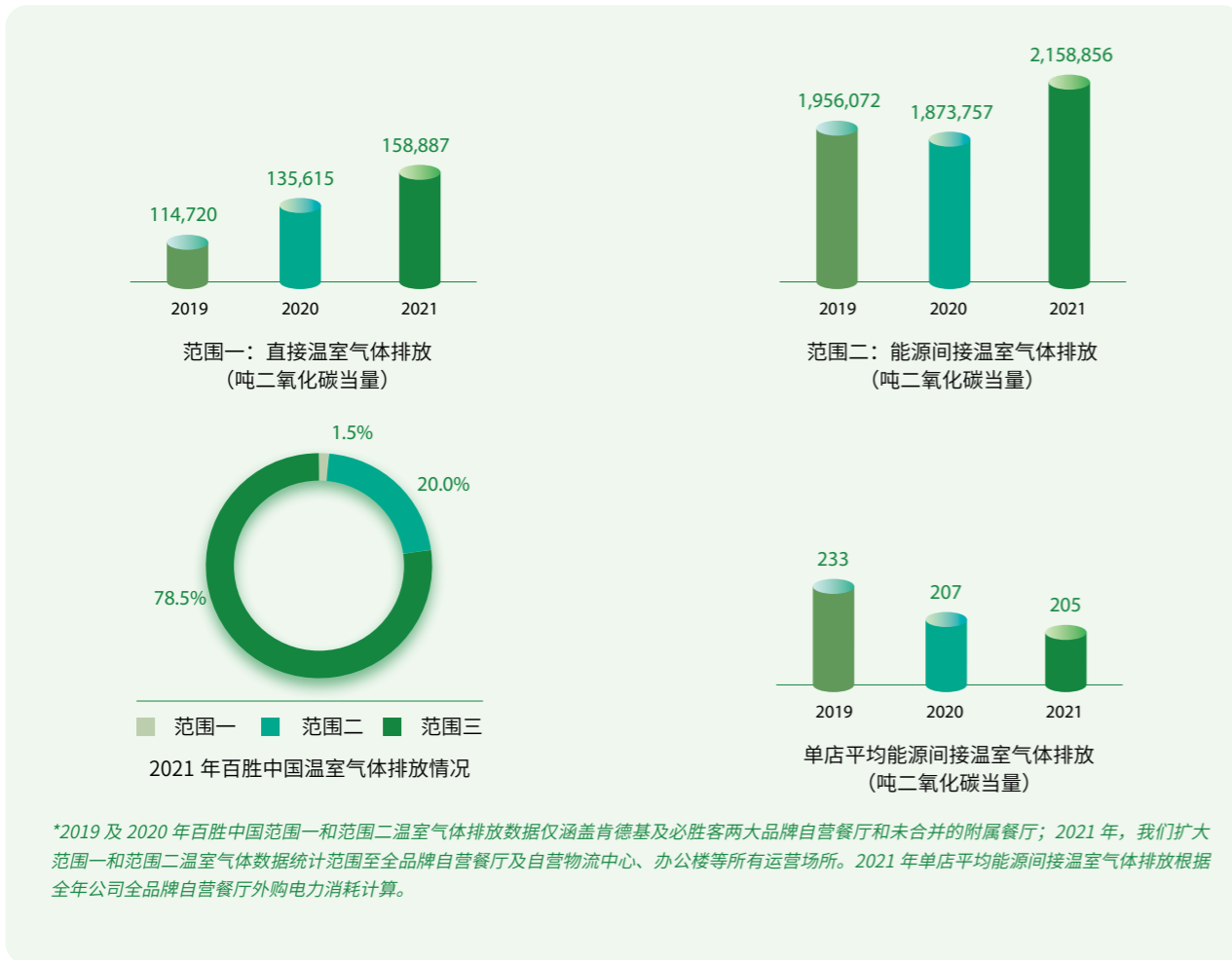
在原始活动数据可得的情况下，我们优先选用了原始活动数据进行温室气体计算；在无法获得原始活动数据的情况下，我们采用其它方法，如通过财务数据进行温室气体计算。

### 排放因子的选择

我们计算全价值链温室气体排放所使用的排放因子和全球变暖潜能值主要来自以下文件：

- 政府间气候变化专门委员会 (IPCC) 第五次评估报告
- 联合国粮食及农业组织 (UN FAO)
- 国家发展和改革委员会发布的中国区域电网平均二氧化碳排放因子
- 其他公开数据库及政府统计数据

百胜中国温室气体排放情况 (2019-2021 年) \*



## > 低碳运营

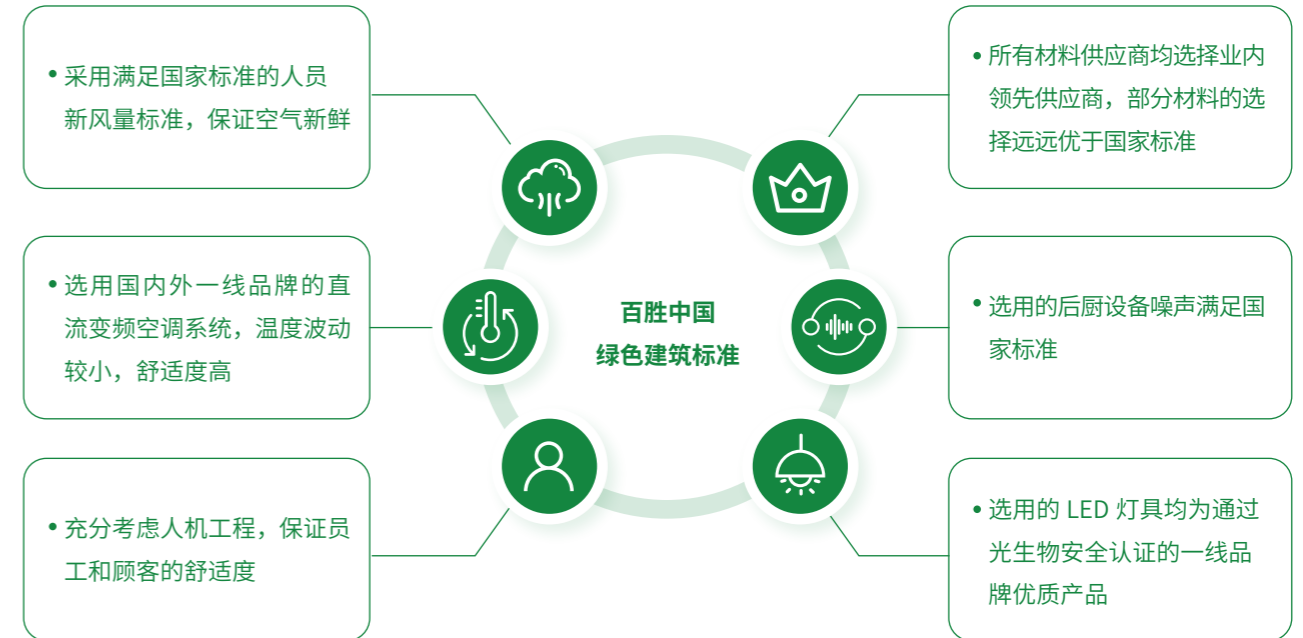
为减少自身运营的碳足迹，百胜中国以身作则，致力于持续提升日常经营活动中用能及用水效率。我们投入大量资金用于配备高效的设备设施，并将其作为打造智能餐厅的

基础，推动所有品牌有序开展能效管理和技术创新工作。此外，我们切实有效的运营管理手段也有助于进一步降低自身运营的温室气体排放。

### 绿色建筑

在餐厅设计环节，我们参照“绿色能源与环境设计先锋 (LEED)”的相关标准制定了百胜中国绿色建筑标准，通过使用环保型建筑材料、能耗控制设施、温度控制系统等，打造高标准的绿色餐厅。2021 年，百胜中国新建及

改造的 1,410 家肯德基和必胜客餐厅均符合百胜中国绿色建筑标准，实现了“新建餐厅 100% 符合百胜中国绿色建筑标准”的目标。我们根据绿色建筑领域的最新国际及国家标准，定期更新百胜中国绿色建筑标准。



在餐厅施工环节，我们主动实施多种噪音和粉尘控制等施工环境管理方案，最大限度减少对于周围社区居民和环境的影响。



## 能源效率

节能减排方面，我们一直将餐厅的节能和低碳运营视为长期首要工作。我们不断升级餐厅设备设施，借助科技手段，打造数字化、自动化、智能化的餐厅。

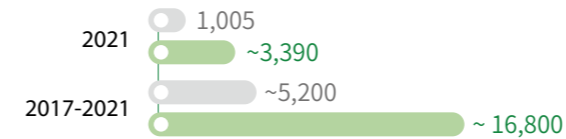
2021 年，百胜中国继续在新建和改造餐厅中推广增值技术应用（VTA）系统，通过实时监测餐厅二氧化碳浓度，自动控制新风系统的运行，在保证餐厅环境舒适度的同时，降低空调能耗。2021 年，超过 1,050 家餐厅新上线 VTA 系统，共计实现年节电量约 12,670 兆瓦时。此外，我们基于物联网（IoT），致力于打造智能餐厅项目，有效提升节能效果，并计划在未来持续推广这一项目。

百胜中国能源消耗情况（2019-2021 年）\*

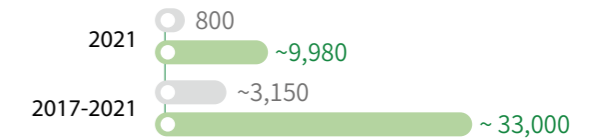


## 节能技术应用成果

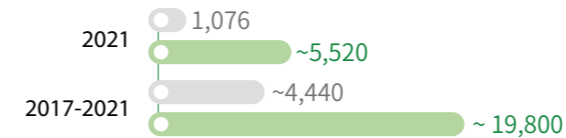
### 高效率的厨房排油烟控制系统



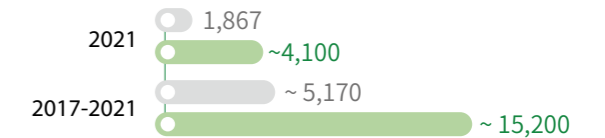
### 高效率的空气源热泵热水器



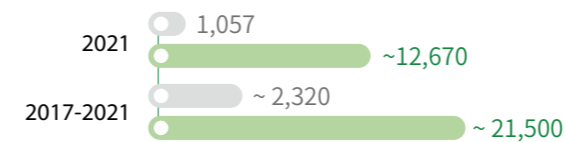
### 高效直流变频空调系统



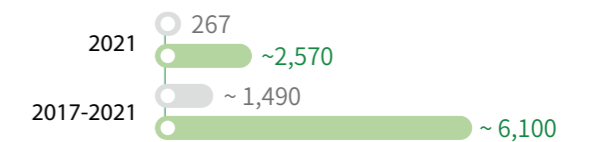
### LED 灯具



### VTA 系统



### 高效能烟罩



■ 安装量 ■ 节电量 (兆瓦时)

百胜中国也高度关注物流运输及仓储环节中的温室气体排放。我们开发运输管理系统（TMS），提升运营效率的同时也降低温室气体排放。为支持庞大的配送系统，我们持续探索新能源车辆的使用，在深圳组建了小规模的新能源车队试点。

百胜中国的减排行动并不局限于我们的餐厅和物流。针对办公室产生的少量直接和间接排放，我们亦积极采取有效的绿色办公举措，减少温室气体排放。

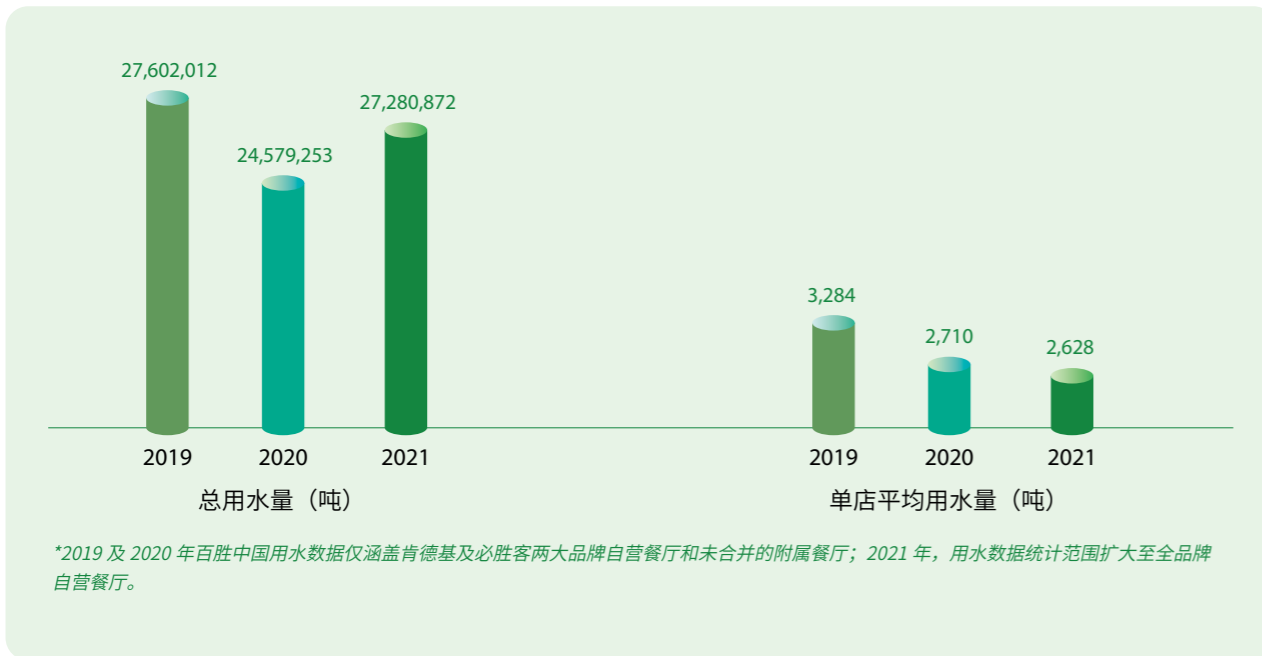


## 用水效率

气候变化将影响水资源，对社会和经济活动造成一定负面影响。我们与世界资源研究所（WRI）合作，对百胜中国运营地水资源风险程度进行评估。基于评估结果，我们持

续在面临较高水资源风险的地区优先开展节水设施设备的更新和升级，如无水解冻柜、新型餐厅洗碗机等。

百胜中国水资源使用情况 (2019-2021 年) \*



## > 推进可再生能源使用

百胜中国相信，可再生能源不仅能提升我们在应对气候变化挑战中的韧性，也在我们实现 2050 价值链净零排放承诺的过程中扮演着至关重要的角色。

在持续提升自身运营能源效率的同时，探索可再生能源投资机会也是我们减少自身运营碳足迹的重要方式之一。我们积极寻找可负担、可靠及可规模化应用的可再生能源利用机会，让全国超过 11,000 家餐厅、32 个物流中心以及各地市场办公室迈向更低的碳排放，使我们离“净零排放”承诺更近一步。

投资可再生能源对于百胜中国，甚至餐饮行业来说，都是一项新课题。我们迈出重要一步，着手推进分布式光伏开发试点工作。2022 年初，百胜中国在北京、杭州两地推出首批肯德基“创绿先锋店”，通过铺设屋顶光伏一年产生约 10,000 度清洁电力供餐厅使用，并计划结合储能技术，进一步提高餐厅能源利用效率。较 2020 年肯德基餐厅单店平均碳排放，创绿先锋店可额外减少约 15% 的碳排放。

百胜中国致力于引领和推动餐饮行业做出重要变革，奔赴净零碳排。创绿先锋店是我们减碳方面的一个重要举措，百胜中国将在餐厅的营建和营运中持续探索利用创新科技，促进可持续发展，为低碳经济做出积极贡献。

——百胜中国首席执行官 屈翠蓉

未来，基于技术发展和试点经验积累，我们将持续评估在运营场所利用可再生能源的可行性，如逐步在合适且具备条件的餐厅、物流中心及办公楼宇开展屋顶光伏的部署。

此外，我们也将不断探索更多可再生能源的采用方式。随着中国政府 2021 年 9 月启动绿色电力交易试点工作，我们正积极携手相关利益相关方，充分了解相关政策并寻求参与绿色电力交易的机会。

### 案例 无水解冻柜

我们开发新型节水解冻柜，利用风循环代替水循环，实现单柜年节水量 1.2 吨。截至 2021 年底，我们已在门店安装 10 台无水解冻柜。未来，我们将在更多餐厅持续推广无水解冻柜。

### 案例 新型餐厅洗碗机

我们在肯德基餐厅配备洗碗机替代人工清洗。经实测，使用洗碗机可帮助餐厅实现单店每日节水约 0.9 吨。截至 2021 年底，已有 2,700 余台设备在全国门店部署，实现年节水量约 400,000 吨。

### 太阳能伞

肯德基杭州创绿先锋店



## 携手供应商低碳转型

在百胜中国全价值链的温室气体排放中，有超过三分之二来自供应商提供的商品。我们的上游供应链复杂且品项繁多，供应商低碳运营能力参差不齐。因此，携手供应商共同推进供应链减排对公司力争实现 2050 价值链净零排放承诺至关重要。

在 2021 年，我们开始将供应商节能减排表现纳入年度供应商社会责任审核的评价标准当中，鼓励供应商建立能源管理体系，追踪记录其自身的能源及资源消耗，采取节能减排设施与技术，进而减少其自身温室气体排放。

伴随着我们首次开展的供应商温室气体盘查工作，我们对供应商进行气候变化相关知识培训，支持供应商开展温室气体排放盘查能力建设。

我们正在计划将供应商碳足迹纳入管理体系，在筛选供应商及制定采购计划时，碳排放在未来也将成为和价格、品质同等重要的评估维度。

我们期望与供应商伙伴携手，驱动各业务环节向更可持续模式的转变，共同提升可持续发展绩效，打造绿色、可持续的供应链生态圈。

——百胜中国首席供应链官 黄多多

### 案例

#### 百胜中国举办首次可持续供应链研讨会，携手供应商低碳转型

2022 年 2 月，百胜中国举办首次可持续供应链研讨会，这是我们向低碳供应链转型所迈出的重要一步。

我们邀请来自食品和包装品类的 50 家重点供应商的最高负责人参与此次研讨会，并特邀外部专家就气候变化相关政策及市场趋势进行深度解读。同时，我们也与供应商分享了百胜中国在气候行动方面，特别是科学碳目标制定的相关经验与最新进展。各品类供应商代表亦分享了其在温室气体减排方面的最佳实践。

更重要的是，所有与会供应商都积极签署百胜中国产业链减碳倡议书以支持百胜中国“净零”目标。

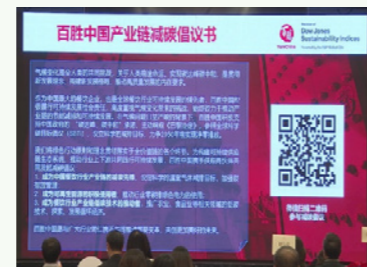
此次研讨会是百胜中国推进供应链低碳转型的重要开端。我们要求重点供应商针对自身碳排放积极采取行动，包括对排放总量进行摸排并设定减排目标。我们同时启动了面向鸡肉与包装品类供应商的试点项目，开发针对供应商的碳足迹积分卡以及品类管理指导手册。未来我们将探索把在试点项目中积累的经验复制、推广应用到对其它所有品类供应商的管理中。



百胜中国可持续供应链研讨会



试点供应商沟通会



百胜中国产业链减碳倡议书

## 倡导低碳生活方式

近年来，随着大众整体消费水平的提升及环保意识的增强，低碳生活方式已被越来越多的顾客所青睐。除了推进自身运营减排及带动供应商实现减排，顾客也是百胜中国应对气候变化的重要力量。我们致力于利用线上线下相结合的方式与顾客互动，通过一系列低碳环保的宣传推广活动，鼓励和奖励更多环境友好的选择，不断加深公众的环保意识，化挑战为机遇。

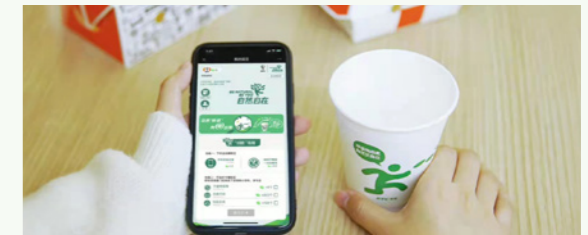
未来，我们将探索更多的创新方式，带动顾客和其他利益相关方与我们一起推动重要的变革，为共建地球可持续未来贡献力量。

### 案例

#### 肯德基发起低碳环保活动，携手顾客践行低碳新生活

2021 年 12 月，为提升顾客的环保意识，肯德基在其超级 APP 正式上线“自然‘侦碳’向零出发”主题的互动板块，向践行手机单到店自取、不使用一次性餐具、光盘行动及垃圾分类等低碳消费行为的顾客提供特别优惠券奖励。该活动面向全国超过 7,900 家门店，致力于带动 3.2 亿会员参与并助力社会与环境的可持续发展。

此外，肯德基创新推出“零碳”早餐燕麦饮。作为首款“零碳”产品，其全生命周期碳足迹由专业第三方机构认证，符合 ISO 14067 标准。为中和早餐燕麦饮产生的温室气体排放量，肯德基与中国绿色碳汇基金会合作植树造林，并在云南省保山市启动“肯德基‘自然自在’碳中和林”项目。



“零碳”早餐燕麦饮

截至 2021 年 12 月 20 日活动结束，在为期三周的活动期间

全国参与减碳行动的肯德基会员超过  
**2,800 万**

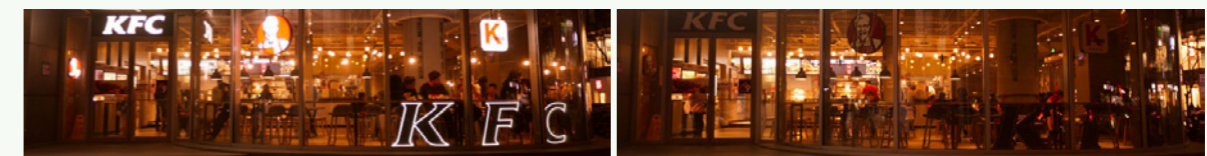
完成打卡减碳行为  
**6,300 万次**

累计为地球减碳  
**145 吨**

### 案例

#### 肯德基连续十三年支持“地球一小时”环保活动

自 2009 年以来，肯德基连续支持世界自然基金会的“地球一小时”活动，呼吁个人和社区采取切实的环保行动。每年 3 月的最后一个星期六，肯德基餐厅都会积极参与“地球一小时”活动。通过关闭门店所有的外部景观灯，倡导公众践行低碳生活方式，构筑绿色未来。



肯德基参与“地球一小时”活动

# 创新引领，积极探索循环经济

在循环经济转型的全球化背景下，百胜中国秉持 4R 可持续行动原则，以构建循环经济体系为驱动，邀请顾客及其他利益相关方，共同应对食物废弃物与包装的可持续性挑战。

在百胜中国运营全流程中，我们关注食物损耗及废弃物管理，从源头减少食物损耗，回收利用餐厅端产生的废弃物。我们持续探索可持续包装创新解决方案以减少对环境的影响。此外，我们与供应商伙伴携手积极开发并应用更加环保的包装材料。

我们遵守国家和地方的相关法律法规，委托符合当地政府资质要求的第三方处理公司对废弃物进行妥善收集及处理。此外，我们为 46 个试点垃圾分类的重点城市餐厅配置分类垃圾箱，引导顾客开展垃圾分类。

为更好地管理固体废弃物，我们开始逐步监测并计量餐厅产生的固体废弃物总量。2021 年，我们试行混合计量方式对废弃物进行统计。我们将持续改进废弃物计量及管理方法，更好地对废弃物进行系统管理。

同时，我们也积极与产业伙伴共同探索废弃物回收并资源化利用，变废为宝。

## 食物损耗及废弃物

据 UN FAO 估计，全球每年食物浪费总量达 13 亿吨，造成的直接经济损失总计约 7,500 亿美元。我们探索创新

举措以减少全价值链食物损耗，努力实现“到 2030 年，餐厅的单店平均食物损耗相比 2020 年降低 10%”的目标。



\* 作为一家餐饮企业，由于业务特性，我们不产生危险废弃物。

### 案例

#### 推进食物驿站项目，进一步强化减少食物浪费承诺

为响应中国政府反对食物浪费的号召，助力实现零饥饿、负责任消费和生产等联合国可持续发展目标，我们自 2020 年起发起肯德基食物驿站项目，在选定的餐厅建立余量食物领取站，将餐厅未售完的食物妥善打包，在每袋食物的包装袋上标明存入日期、食用指引等信息后进行收集冷冻，免费分发给有需要的社区居民。



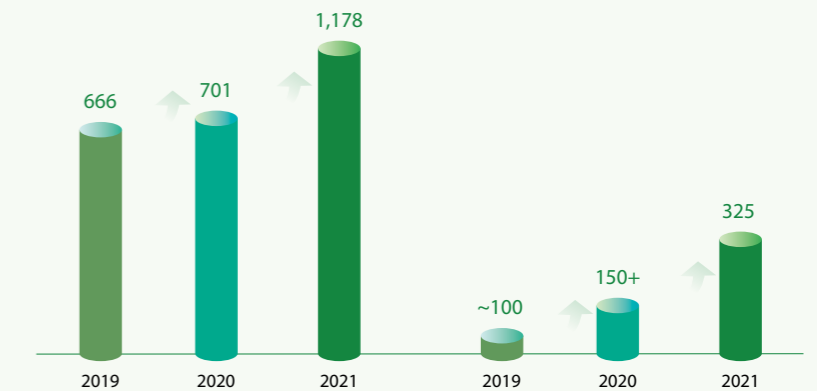
### 案例

#### 废油资源化项目推广

2018 年，百胜中国在成都进行了小规模的餐厨废油转化为生物柴油的项目试点，遵循国际可持续性和碳认证 (ISCC) 的标准建立起了一套全链数据记录和追溯体系。2021 年，我们持续推广该项目，积极探索废油资源化机会。截至 2021 年底，325 家餐厅获得 ISCC 认证，品牌包括肯德基、必胜客和塔可贝尔，其分布范围已从成都市扩大至整个四川省。2019 至 2021 年期间，累计约 2,545 吨餐厨废油被完全转化为生物柴油。



ISCC 认证证书



全部转化为生物柴油的废油量 (吨)

获得 ISCC 认证的餐厅数量

## > 创新可持续包装

一次性包装是餐饮行业共同面临的挑战。百胜中国严格遵守国家关于包装的法律法规，以 4R 原则为指导，制定一系列目标与承诺，并于 2021 年正式发布《百胜中国包装战略》，通过设计优化、材料替换、创新使用方

法等多举措并行的方式，累计优化 91 项包装品项。这些举措有效减轻负面环境影响，也让所有消费者成为百胜中国负责生态系统中的一员，通过可持续包装，共同参与可持续生活方式。

### 百胜中国可持续包装承诺



### 2021 年百胜中国可持续包装推进方法

#### 设计优化

- 通过新包装解决方案、新材料及创新技术，从源头减少纸包装及不可降解塑料包装的使用

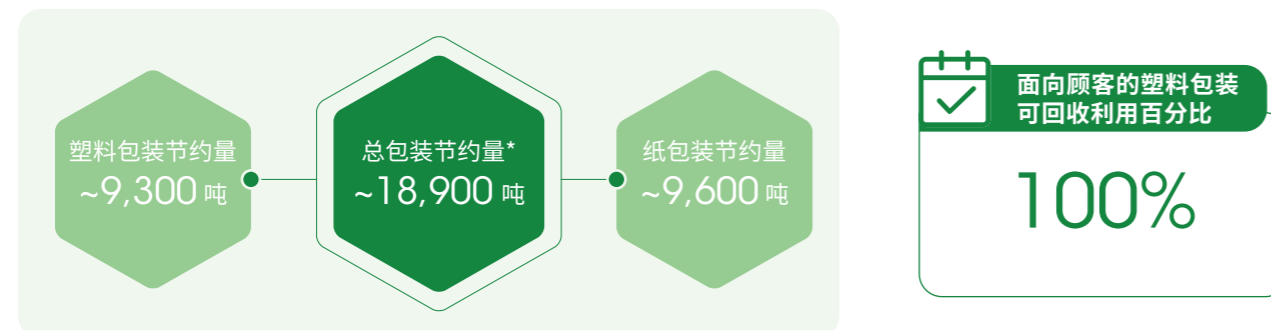
#### 材料替换

- 使用更加环保的材料替代一次性不可降解塑料包装

#### 创新使用方法

- 设计可循环餐篮等可循环利用的产品包装制品对资源进行重复使用

### 2021 年百胜中国可持续包装进展



\* 总包装节约量指 2021 年内包装品项优化前后的包装使用量差值；数据统计范围包括全品牌自营餐厅。

## 持续减塑

塑料污染治理是全球关注的可持续发展议题。我们通过创新设计减少一次性塑料使用，并积极应用环保材料替代塑料，从多个角度践行百胜中国可持续包装承诺，助力推动绿色低碳发展与循环经济建设。

- 替代塑料餐具：**截至 2021 年底，中国大陆超过 90% 的肯德基餐厅已使用木质餐具替换一次性塑料餐具。
- 替代塑料吸管：**截至 2021 年底，百胜中国旗下所有餐厅已使用纸吸管替换塑料吸管。
- 替代不可降解塑料袋：**截至 2021 年底，中国大陆已有约 70% 的肯德基及必胜客餐厅使用纸袋，或全生物降解塑料袋替换不可降解塑料袋。

### 环保材料替换

2021 全年替代塑料餐具及吸管约

# 2,300 吨

2021 全年替代不可降解塑料袋、塑料杯及杯盖约

# 5,800 吨

### 设计优化

2021 全年减少一次性塑料约

# 1,200 吨

**有效减纸**

百胜中国从设计着手，通过创新设计，有效减少纸类包装使用。2021 年，我们进一步在设计简化、材料轻量化、结构优化等方面对纸类包装进行优化，推出环保餐巾纸、纸袋、纸桶及纸盒等项目。此外，我们通过创新使用方法，持续在各品牌推广可循环餐篮的应用，在保障顾客用餐体验的同时，显著减少纸类包装的使用。



2021 年，肯德基使用全压纹单层餐巾纸，减少原纸用量约 **3,430 吨**。



2021 年，肯德基在四款产品中采用高松厚度纸张的纸盘及纸桶，减少原纸用量约 **260 吨**。



2021 年，肯德基使用具有中空瓦楞纸板结构的纸桶盖，减少原纸用量约 **230 吨**。



2021 年，肯德基使用纸张原料轻量化以后的蛋挞盒，减少原纸用量约 **60 吨**。



2021 年，肯德基全国门店开始使用尺寸优化设计后的帕尼尼及大饼纸袋，减少原纸用量约 **410 吨**。



2021 年，肯德基全国门店开始使用尺寸优化后的早餐外带纸袋，减少原纸用量约 **140 吨**。



自 2019 年起，百胜中国率先在肯德基餐厅中持续推广可循环餐篮项目，利用可循环餐篮替代纸盒纸袋等包装材料，显著减少了纸类包装材料用量。该项目是肯德基经过数年研发及门店试验后全面推广的环保举措。2021 年，可循环餐篮项目由 2019 年覆盖 6,000 多家门店到现在覆盖 **7,300 家** 门店。自项目成立以来，累计减少原纸超过 **5,400 吨**。

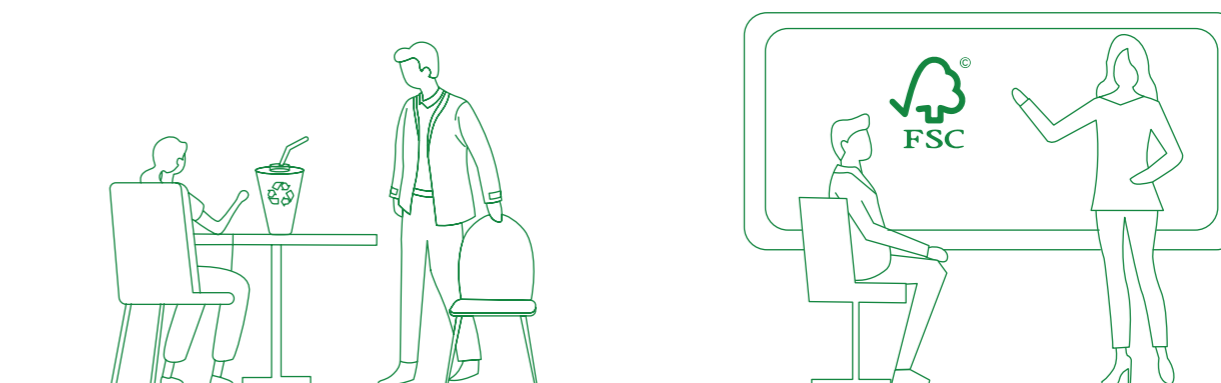
此外，我们进一步将可循环餐篮项目推广至公司旗下其它品牌，并已覆盖 **100%** 塔可贝尔门店。

**推广可持续认证纸张**

在持续减少包装用量和使用更环境友好的包装的同时，百胜中国也深刻意识到纸张的生产和使用会对雨林造成潜在影响。因此，我们拒绝采购存在破坏雨林风险的供应商提供的纸制品。我们制定了“到 2025 年，100% 纸包装获得 FSC 认证”的目标，计划在未来逐步扩大和推广 FSC 可持续认证纸张的应用范围。2021 年，我们已率先在广州市的肯德基餐厅开始使用 FSC 认证纸张的可乐杯，并计划于 2022 年替换全国市场可乐杯为 FSC 认证的纸张，该

计划的成功实施将实现 7.1% 纸类包装转为 FSC 认证纸张；同时，2022 年全国所有门店陆续开始使用具有 FSC 可持续认证的竹浆原料的餐巾纸，以全面替换原有的非 FSC 认证木浆餐巾纸。

未来，我们将持续探索每一个包装可持续性变革的机会点，致力于在更多应用场景和更大应用范围开展包装可持续性创新，进一步履行我们的可持续包装承诺。



# 携手伙伴，共筑可持续供应链

森林在调节生态系统、碳循环、水循环方面发挥着不可替代的作用。为保护地球之肺，我们与供应商伙伴携手，努力实现供应链“零毁林”目标。我们支持森林保护相关法规及倡议，主动分析和识别供应链的潜在毁林风险，致力于在产业链的各个环节最大限度地保护森林资源，以践行我们的可持续发展承诺。

我们将进一步加强上游供应链可追溯性的管理，识别重点农产品及高风险地区，并将携手供应商伙伴，打造绿色上

游生态环境。通过不断巩固上游供应链可追溯性的管理，我们进一步践行棕榈油、大豆、牛肉、木材等农产品原材料的可持续采购。

此外，为了减少对海洋生态系统的影响，我们积极关注海鲜类食品的可持续采购，鼓励供应商参与相关的可持续食品认证，如海鲜管理委员会（MSC）及最佳水产养殖规范（BAP）认证等，助力可持续渔业发展。

## 2021 年可持续原材料采购情况



棕榈油

棕榈油是百胜中国的关键原材料之一，主要用作餐厅的煎炸油。我们于 2017 年加入 RSPO，承诺所采购和使用的棕榈油符合 RSPO 提出的八大原则和标准。

我们致力于与各利益相关方携手，持续对可持续棕榈油的生产带来更积极的影响。

截至 2021 年底，我们已实现采购的棕榈油 100% 拥有 RSPO 认证。



大豆

大豆在百胜中国产业链中主要用于禽类养殖饲料和豆制品食物制作。

我们高度重视上游大豆供应链的环境影响，编制大豆原材料溯源工具，并在部分产品中开展大豆原材料溯源试点工作。此外，我们持续加强与上游供应商、行业专家和合作伙伴的沟通交流，持续赋能上游供应商。我们相信加强原材料溯源工作有助于识别大豆供应链风险和增加相关披露的透明性。

目前，我们餐厅使用的豆浆粉的原料大豆全部产自于中国东北地区，大豆种植、收购由当地农场统一管理，种植收购过程无污染、可追溯。此外，我们敦促供应链中禽肉供应商确保饲料中大豆的生产过程遵守《亚马逊大豆禁令》等国际公约和倡议。



牛肉

我们严格遵守包括《进口肉类境外生产企业注册名单》等在内的中国肉类进口相关法律法规。

我们携手相关供应商，着手现有牛肉原材料的溯源工作，开展牛肉采购的环境风险识别、分析与评估，制定针对性的风险预防和管理方案，为今后实现全面可持续牛肉采购提供保障基础。



木材

为了降低纸包装在采购环节的环境影响，我们承诺优先考虑在保护森林方面能发挥作用的产品，拒绝采购由存在破坏雨林风险的供应商提供的纸制品。2021 年，我们引进 FSC 认证纸包装，计划于 2025 年实现纸包装 100% 获得 FSC 认证的目标。



# 以人为本

作为中国最大的餐饮企业，百胜中国在全国拥有大约45万名员工，每年服务数以亿计人次的顾客。进入中国三十五年来，从员工到顾客，从供应商到社区公众，我们秉持着“以人为本”的核心价值观，关心企业价值链所牵动的每个利益相关方。我们努力为员工打造“公平、关爱、自豪”的工作环境，以“为顾客疯狂”的价值观持续为顾客提供极致的消费体验，鼓励供应商担负社会责任，也为所在社区的可持续发展做出应有的贡献，实现共同成长。

## 高关联度



## 中关联度



我们的主要关注点



以人为本



客户关系管理



供应链社会影响

## 机遇与挑战

- 《2021 年中国连锁餐饮行业报告》强调，人才短缺已成为餐饮行业目前最大的痛点之一，企业应重视薪酬福利政策、同工同酬、多元包容等重要议题。国际劳工组织最新发布的《更加公平的重建》政策简报更是将性别平等与相应的战略放在了疫情复苏努力的核心，希望在劳动市场给予女性更多支持，并着力于改善她们的工作条件
- 《中国连锁经营协会（CCFA）餐饮行业数字化调研报告（2021）》指出，面对新冠疫情等多方影响下的需求端变化，不断预测顾客的偏好、抓准顾客的需求已成为餐饮企业必须面临的挑战。企业推进数字化转型有助于提升顾客体验，增强企业抵御风险的韧性
- 企业在实现可持续发展的过程中需要与供应商伙伴合作共赢，也应对合作的供应商有所要求，要求供应商不仅必须遵守法律法规，也要对“人”的价值有所关怀，对员工、顾客、环境和社会都有所贡献

## 目标和承诺

- 女性员工比例不低于 50%
- 女性聘用、培养、晋升、保留比例不低于 50%
- 残障人士安置比例保持全职员工人数的 1.5% 以上
- 关键供应商的企业社会责任审核覆盖率达 100%

## 关键行动

- 公平公正，保护人权：“以人为本”是百胜中国的核心价值观，我们坚信唯有尊重并保护人权方能保持企业基业长青。公司发布《百胜中国人权政策》，重申我们的承诺，着力打造尊重和保障人权的职场和社区
- 多元包容，机会平等：百胜中国致力于为员工打造多元、包容及不受歧视的工作环境，通过“小候鸟妈妈餐厅”、冬奥餐厅、继续教育奖学金项目等，为所有人提供实现个人价值的舞台
- 多元招聘，科技赋能：公司坚持多元化的人才招募策略，每年吸引上万名海内外各领域优秀人才，为团队注入新生力量。公司开展全国校园创新大赛，塑造多元创新的雇主品牌形象，提升人才吸引力，同时利用科技赋能招募渠道，提升招募效能和候选人体验
- 激发潜能，加速成长：公司积极投资员工成长的每一步，并坚信“以能力为先”。我们致力于让有目标、有能力、有勇气的人才，在百胜中国实现无限发展可能。2021 年，大约 42% 的餐厅管理团队获得了晋升
- 激励表现，共享成功：公司通过有竞争力的薪酬福利和持股计划，激励员工的创始人精神，与员工共享成功。为推动最新加入的咖啡品牌 Lavazza 快速扩张，公司授予主要员工 Lavazza 合资公司的股权奖励，激励员工实现品牌战略目标，共创共享共赢
- 关爱员工，升级保障：围绕个人健康，家庭健康，社交健康，财务健康，公司为员工全面升级“YUMC Care”福利项目。新冠疫情暴发以来，大众对健康安全的关注和担忧程度愈加提升，为更好地关爱员工与家人，2021 年百胜中国快速反应，升级了餐厅经理百万医疗险，为他们的幸福生活保驾护航
- 安全为先，以人为本：为员工、顾客和利益相关方提供一个安全和健康的环境是公司的首要责任之一。为此，公司发布《百胜中国职业健康与安全（OH&S）政策》，携手我们的员工、顾客及合作伙伴，充分了解并共同遵守相关的规章制度、政策和程序
- 为客疯狂，提升体验：公司正式启用百胜中国数字化研发中心，与严格的数据安全管理制度相结合，数字赋能改进客户体验调研系统，持续提升顾客体验
- 打造负责任供应链：公司确保供应商社会责任审核线上培训率达到 100%，践行责任采购，携手供应商伙伴打造负责任供应链

## 以人为本，打造可持续发展职场

进入中国三十五年来，“以人为本”始终是百胜中国秉持的核心价值观。百胜时时刻刻关注企业运行过程中牵动的各利益相关方，从员工到顾客，从供应商到社会公众，始终将“人”的需求作为企业发展立足的核心。我们希望为员工构建公平优质的发展平台，为顾客提供“为客疯狂”的卓越服务体验，并且构建责任供应链，与供应商共同推动行业良性发展。

公司董事会对包容和多元化、管理层继任计划以及员工激励和福利计划等重要人力资源事项进行监督。在董事会的监督下，本公司定期进行人力资源规划审阅，以吸引、保留及培养与我们的价值观和战略相符的员工。

### 案例

#### 百胜中国连续四年蝉联“中国杰出雇主”

2022 年，百胜中国连续四年被杰出雇主调研机构评为“中国杰出雇主”，在人才策略、工作环境、人才招聘、学习、福祉、多元化与包容性等方面均有杰出表现。此次，在全国被认证的 120 多家企业中，百胜中国是 20 强唯一的餐饮企业。在疫情持续影响的 2021 年，公司不断升级员工关爱和发展项目，致力于为员工打造可持续发展的职场环境。



中国杰出雇主奖

员工是百胜中国致胜未来的核心竞争力。疫情暴发以来，我们的伙伴始终奋力向前，在日复一日的工作中持续展现责任和韧性，向顾客和社会传递着百胜的温度！作为杰出雇主，我们十分感谢伙伴们的努力和付出，也必须守护这份珍贵的温度，为他们打造‘公平、关爱、自豪’的可持续发展的职场环境，为他们的未来挡风遮雨！

——百胜中国首席执行官 屈翠容

人才是百胜中国可持续发展策略的三大支柱之一。随着公司启动可持续发展战略和体系，我们也在人力资源方面不断探索可持续发展举措，让员工在‘公平、关爱、自豪’的环境中加速成长，包括培养员工可雇佣能力、打造多元包容的工作环境、提供有竞争力的福利待遇、通过数字化赋能员工体验、注重职场安全和健康等等。我们坚信，这是企业和员工实现长期成功的必由之路。

——百胜中国首席人力资源官 袁耀宗

## > 公平公正，保护人权

### 百胜中国人权政策

“以人为本”是百胜中国的核心价值观，我们坚信唯有尊重并保护人权方能保持企业基业长青。我们严格遵守人权相关的法律、法规和标准，遵循联合国《世界人权宣言》和有关国际人权公约精神，包括但不限于国际劳工组织《关于工作中的基本原则和权利宣言》，打造尊重和保障人权的职场和社区。

我们积极识别和防止企业和价值链中人员面临的人权风险，积极了解利益相关方对人权问题的关注及期望。

### 在百胜中国，我们始终秉持“公平、关爱、自豪”的原则，尽可能实践以下承诺：

#### 提供无歧视无骚扰的工作场所：

我们制定了严格的政策，绝对禁止基于个人种族、宗教、肤色、性别或任何其他类型的歧视和骚扰行为。同时，员工可以匿名拨打合规热线，对相关情况进行质疑或举报，公司会确保对举报者进行有效的保护以杜绝打击报复的行为。

#### 打造安全健康的工作环境：

员工的安全和健康是我们的重中之重。在百胜中国的每一个经营场所内，我们严格遵守当地相关的法律法规，以职业健康安全管理体系执行标准 ISO45001 为指引，树立并持续改善合规的职业健康安全管理体系。

#### 打造可持续的雇佣力：

我们积极投资员工成长的每一步，并坚信“以能力为先”，不断激发员工潜能，打造员工的可雇佣能力，为更具挑战的未来职场做好准备，并追求自我价值的实现。

#### 尊重员工结社自由权利：

在遵守各地区法律法规及公司政策要求的前提下，我们尊重员工自由加入或组建工会的权利。如果员工加入法律认可的工会，我们致力于与员工代表定期开展建设性的友好对话，倾听员工的心声并采取相应改善行动。

#### 保障员工获得合理报酬：

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。我们规范劳动用工行为，保障员工同工同酬，同时遵守当地法律及行业惯例对工作时间的规定。

#### 鼓励多元包容的文化：

我们致力于为员工打造多元包容、不受歧视的文化。不论种族、宗教、肤色、年龄、性别或性别认同、残疾、性取向、公民身份或国籍，每一位员工在招募、雇佣、发展、培训、薪资和晋升中都能得到平等的机会。

#### 杜绝童工及强制劳工：

我们严格遵守各业务运营所在地区的劳工法律及法规，杜绝使用童工的行为、任何形式的强制劳工以及人口贩运。

#### 携手社区和利益相关方：

我们积极参与社区的人权事务，提供就业机会给弱势群体，包括残障人员和在外务工人员，促进社区对人权的尊重。我们要求所有供应商签署《百胜中国供应商行为准则》，并聘请第三方审核机构定期评估供应商在人权领域的表现，审核后要求供应商提交详细的纠正预防措施以持续改进。

员工可通过合规网站 [www.yumchina.com/compliance](http://www.yumchina.com/compliance) 或致电 400-880-1346 报告违反政策的可疑行为。公司将对员工提出的任何疑虑进行调查、解决和回应，并对任何违规行为采取恰当的纠正措施。

此人权政策符合百胜中国《行为准则》，要求员工进行年度必修培训。此人权政策适用于百胜中国控股有限公司、公司所拥有实体、公司持有多数股权的实体以及公司所管理的机构。在开展业务往来的过程中，公司希望供应商及合作伙伴遵守这些原则，并在自己的企业内制定类似政策。

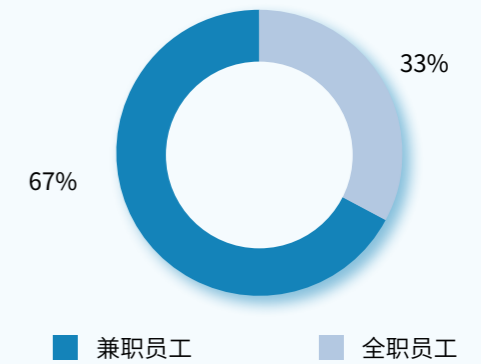
## 2021

### 员工数据

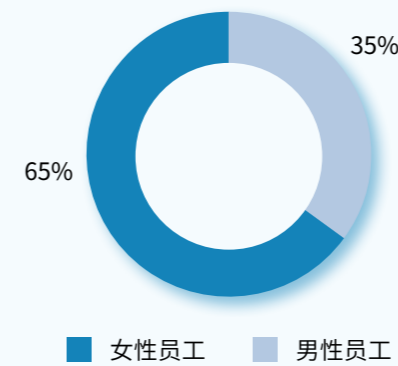
450,000  
员工总人数



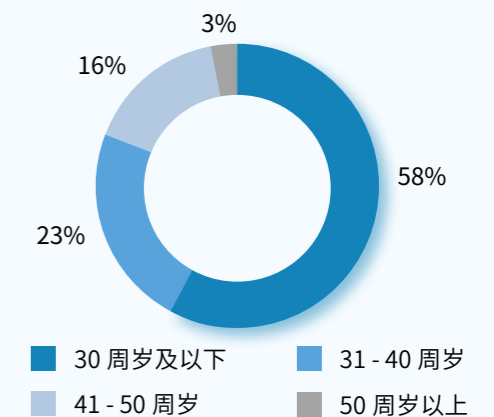
餐厅经理流失率  
10.6%



按员工类型划分的员工人数



按性别划分的员工人数



按年龄划分的员工人数

## > 多元包容，机会平等

在百胜中国，多元、平等与包容是让公司实现“成为全球最创新的餐饮先锋”愿景的基石。我们的经验已经证明，不同背景的员工能为企业带来附加价值并驱动创新。百胜中国致力于为员工打造多元、包容及不受歧视的工作环境，并为所有人提供实现个人价值的舞台。在工作场所中，大家可相互理解、欣赏并鼓励差异，每一位员工，不论种族、

宗教、肤色、年龄、性别或性别认同、残疾、性取向、公民身份或国籍，都能在公司的多元化平台获得平等的机会，并最终实现个人价值。为确保工作环境的多元、平等与包容，人力资源部门主导制定相关政策，并且监督政策的实施。同时，公司定期开展多元、平等、包容议题相关的培训课程，促进该文化深入员工内心。



## 维护性别平等

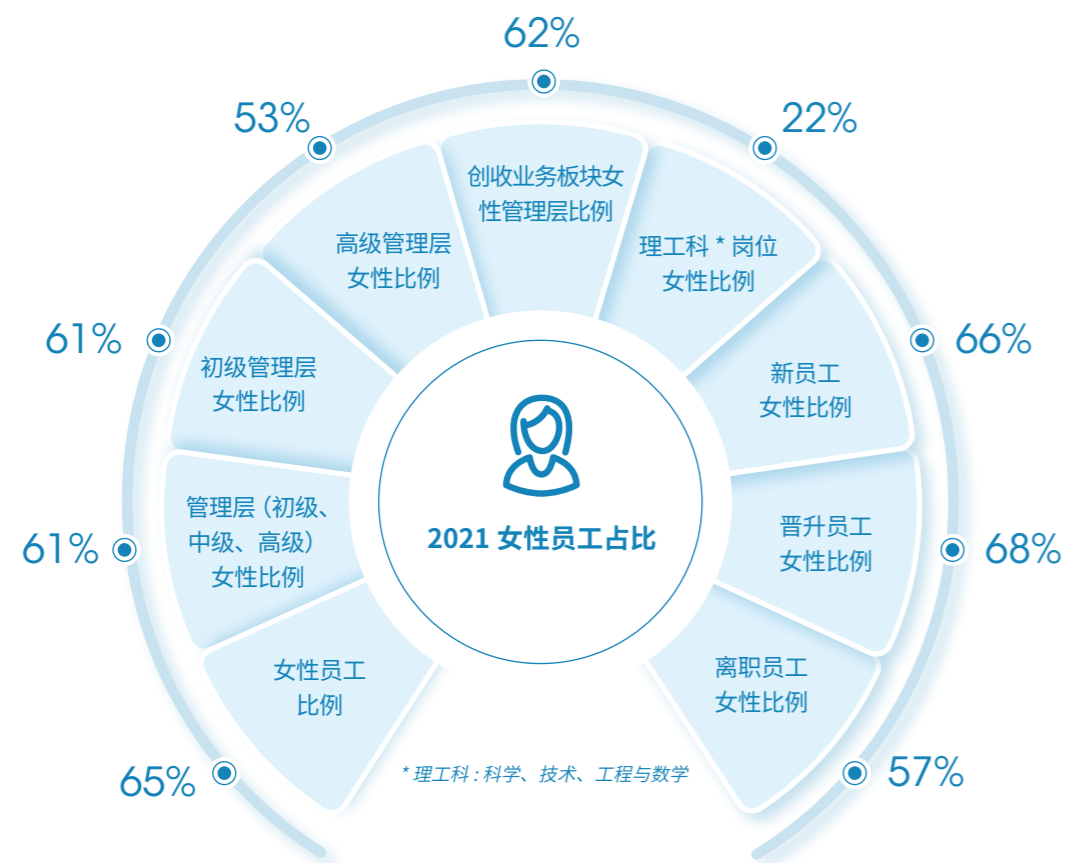
性别平等是企业多元、平等和包容文化的重要组成部分。百胜中国是联合国“赋权予妇女原则”（WEPs）签署企业成员，承诺在工作场所中支持和促进性别平等，为所有员工提供公平招聘、培训和晋升机会。截至 2021 年底，百胜中国女性员工超过 29 万人，占员工队伍总数的 65%。公司持续在各管理级别培育优秀的女性领袖，截至 2021 年底，高级管理层中女性比例达到 53%。

为更好地关爱女性员工，我们依法为女性员工提供孕期和哺乳期的福利与关怀。我们根据国家相关法律更新了产假政策，为女性员工提供最低 98 天的产假，并为难产或多

胎分娩等特殊情况提供延长假。对于男性员工，如果其配偶处在孕期和哺乳期内，也可获得相应的陪产假。公司还在办公室内设置哺乳室，创造保护隐私且舒适的工作环境。

为进一步适应人口形势新变化，公司依据条例规定增设父母护理假政策，同时也增设了育儿假政策。

同时，我们致力于为女性员工提供平等的职业发展机会，并开设女性领导力等一系列提升女性员工职场竞争力的课程，助力她们实现长远的职业发展和个人成长。



公司每年对薪酬和福利系统进行审查，践行同工同酬原则，并努力减小性别收入差距。

### 性别收入差异

0%

百胜中国服务组员工小时收入平均数和中位数差异

### 案例

#### 百胜中国连续第四年入选彭博性别平等指数

2022 年 1 月，百胜中国连续第四年入选彭博性别平等指数（GEI），成为中国大陆仅有的三家入选公司之一。公司持续提升其在性别平等指数的表现，在女性领导力和人才通道、男女同工同酬、反性骚扰政策方面表现尤为出色，得分为 78.2，高于整体 GEI 指数平均值。

在百胜中国，我们认为不同背景的员工将带来更多价值并驱动创新，多元与包容是让公司实现“成为全球最创新的餐饮先锋”愿景的基石。百胜中国连续第四年入选彭博性别平等指数是让我们自豪的成就，展现了我们在工作场所推广平等机会的坚定承诺。

——百胜中国首席执行官 屈翠容

### 案例

#### 百胜中国入选 Equileap 2022 年全球企业性别平等排行榜前 100 位

2022 年 3 月，Equileap 发布 2022 年全球企业性别平等排行榜前 100 位企业名单。百胜中国是唯一一家来自中国的入选该榜单的公司，且是全球 19 家没有性别薪酬差异的公司之一，我们在推动性别平等方面做出的长期努力获得了充分肯定。

### 案例

#### 小候鸟妈妈主题餐厅

2017 年 3 月，肯德基在重庆正式挂牌成立了全国首家“小候鸟妈妈主题餐厅”。截至 2021 年底，“小候鸟妈妈主题餐厅”模式已在湖北、河南、重庆、湖南、安徽等省份中超过 760 家餐厅得到推广，为长期在外务工，愿意回到孩子身边就业的家长提供就业机会。完善的福利保障和灵活的排班，让留守、流动儿童的母亲——“小候鸟妈妈”们做到陪伴与工作两不误。凭借该项目，百胜中国在 2020 年联合国妇女署举办的首届中国“赋权予妇女原则”奖项中荣获社区与行业参与奖。



## 为残障人士提供友善包容的工作环境

百胜中国一直致力于为残障人士提供无障碍且友善包容的工作环境。公司承诺，残障人士安置比例将保持在全职员工人数的 1.5% 以上。截至 2021 年底，百胜中国为约 2,000 位残障人士提供就业。

为持续给全国有特殊需求的残障青年提供平等的就业与发展机会，百胜中国于 2012 年在深圳创立“天使餐厅”助残模式，通过改造餐厅设备、改进操作流程、改变管理模式、提供定制化培训等软硬件结合的方式，协助并培养“天使员工”（有特殊需要的人士）掌握各项工作技能，由此全面融入社会，实现更大的个人价值。截至 2021 年底，肯德基“天使餐厅”公益模式已覆盖全国 22 个城市共 23 家“天使餐厅”，并为 200 名左右有特殊需求的年轻人提供就业岗位。2022 年，肯德基秉持“友爱共融，一起自在”的精神，对全国“天使餐厅”进行全新升级，通过营运标准的优化、可视化设备的更新、为员工定制可视化的学习资料等各个软硬件设施方面的全面提升，力求让“天使员工”的工作更为顺畅便利。本次的升级方案的背后不仅有对残障群体的贴心关爱，更显现品牌积极、先锋又年轻的心态。在全新升级的肯德基“天使餐厅”，更多“天使员工”活出了想象以上的自在模样。



## 案例 百胜中国员工走进冬奥，展现高光时刻

2021 年，百胜中国在北京、延庆、张家口三个冬奥村开设了三家肯德基和必胜客联合餐厅。与此同时，肯德基和必胜客品牌在全国范围内向包括“天使员工”在内的所有员工开放求职申请通道，通过全国海选和层层选拔，凭借员工出色的能力和对冬奥的热爱，最终从 45 万员工中选拔出一批优秀员工代表百胜中国支持冬奥。他们用热情和专业的服务迎接世界各地的运动员和随队官员，展现奥运风采和品牌活力，成为一道亮丽的风景线。

在入选的冬奥村餐厅员工中，有 8 名来自肯德基“天使餐厅”的员工，体现了百胜中国始终秉承的“以人

为本”的核心价值观，为所有人提供公平机会，打造多元化、平等、包容的工作环境，鼓励员工勇敢追逐梦想，实现个人价值。



冬奥组委领导和百胜中国管理层分别为冬奥村餐厅员工颁发纪念版员工证和定制铭牌并合影

## 案例 勇敢追梦，成为冬残奥会火炬手

2017 年，残障青年毛莹经省残联、郑州市二七区残联推荐，成为肯德基首批“天使员工”之一，并通过工作实现自立自强，融入社会。作为一名“天使员工”，以及曾经的全国特奥游泳比赛冠军，在同事的帮助下，毛莹主动通过内部渠道报名参加冬残奥会火炬手选拔，并顺利入选。

毛莹成为 2022 北京冬残奥会火炬手，让她的同事和伙伴们为她高兴，也备受激励，只要心中有梦，奋勇直前，每个人都会未来可期，各有光彩。



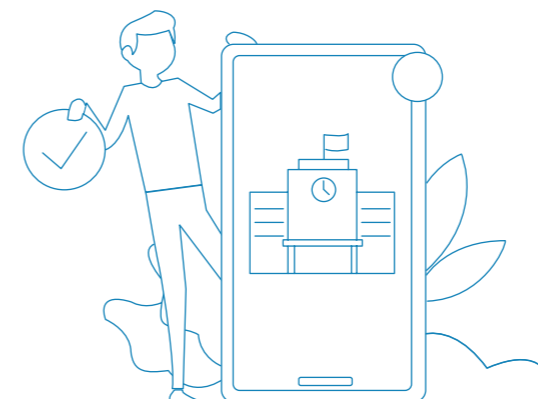
“天使员工”毛莹和百胜中国首席人力资源官袁耀宗传递冬残奥会火炬

## 多元招聘，科技赋能

公司坚持多元化的人才招募策略，相信每个人都有无限潜能，每年吸引上万名海内外各领域优秀人才，为团队注入新生力量。公司开展全国校园招聘活动和创新大赛，塑造多元创新的雇主品牌形象，提升人才吸引力。公司同时利用 AI、VR、LBS 等科技赋能招募渠道，提升招募效能和候选人体验。

## 多元招聘，注入新生力量

公司启动为期三年的“百味市集——就爱你这一味”全国校园招聘活动，跟随开店的步伐，走遍百所高校，吸引不同成长背景、不同性格、不同地域的高校候选人，为百胜运营管理培训生注入新生力量。活动包含沉浸式的路演体验、创新大赛“百分店长”以及全国直播招募巡演。直播巡演吸引近百万人次参与，收集数千份充满创意的“百分店长”竞赛方案，使百胜多元创新的雇主品牌形象深入人心。



“百味市集——就爱你这一味”全国校园招聘活动海报

公司针对不同人群推出了一系列具有百胜中国特色、符合百胜文化和人才理念的招聘项目。



### 营销和供应链管理培训生

营销和供应链是百胜的核心竞争力所在。公司为这两个部门特别定制 2-3 年的管理培训生快速发展计划，吸引富有梦想，激情追梦的海内外学子。他们通过跨品牌、跨部门的轮岗学习、针对性的培训、以及具有挑战性的任务，迅速获得对业务的全方位认知，成为行业领先的专业人才。

### 学生直通车

学生直通车项目旨在发展优秀的营运实习生，为他们提供直通全职岗位的机会。通过接受系统的“冠军发展计划课程”辅导和一对一导师支持，他们在毕业后可直接成为营运管理培训生，并最快在 18 个月内成长为餐厅经理。该项目为公司打造了充裕的年轻人才储备池。

### 活力计划

活力计划旨在鼓励内部员工加入新兴品牌，助力品牌快速发展，盘活内部人力池，并提升组织活力。员工通过自主选择 and 申请，勇于接受具有挑战性的任务，实现个人的跨界多维度发展。



百胜中国管理培训生



## 开展校企合作，助力青年发展

百胜中国积极支持零起点的应届毕业生，与他们共同探索校园职场就业道路。我们致力于搭建校园与职场间的沟通桥梁，积极推行校企合作模式并发展大学生职业技能培训，在为学生提供更多就业选择、助力青年发展的同时，打造企业、学校、高校毕业生之间“良师益友”就业合作关系，从而尽可能实现高校就业需求与企业发展轨道完善对接。

### 案例 百胜中国与北京两所高校携手开启“良师益友”校企合作新篇章

2021 年 9 月，肯德基和必胜客携手北京农学院、北京财贸职业学院，共同制定校企合作计划。公司与两所高校进行深入对话，传递品牌理念的同时，还为大学生提供职业技能培训机会，丰富他们的就业选择。



校企合作



### 案例 商业领导力“百胜班”在深圳职业技术学院启动



“百胜杯”颁奖仪式

2021 年 12 月，我们与深圳职业技术学院联合开办“百胜班”，为同学们带去为期 16 周的商业领导力课程。“百胜班”从四个维度设置 11 门商业课程，全方位助力学生顺利成为一名“职业经理”。



## 科技赋能，优化人才甄选

面对每年上万的招募规模，公司持续拓展招聘渠道、提升招募效能并优化候选人体验。公司将多项创新技术融入招聘流程，包括 AI 简历甄选、VR 游戏化面试和 LBS 等前沿科技，实现招募流程的人机耦合。2021 年，百胜中国凭借在人才招聘中的出色表现在人力资源智享会（HREC）“招聘与任用价值大奖”评选中获得“最佳人才甄选创新奖”和“最佳招聘渠道创新奖”。



## > 激发潜能 加速成长

公司积极投资员工成长的每一步，并坚信“以能力为先”，通过业内首屈一指的培训体系，不断激发员工潜能，打造员工的可雇佣能力，培育行业创新先锋，这是百胜中国可持续发展的关键基石。同时，公司打造了业内领先的运营

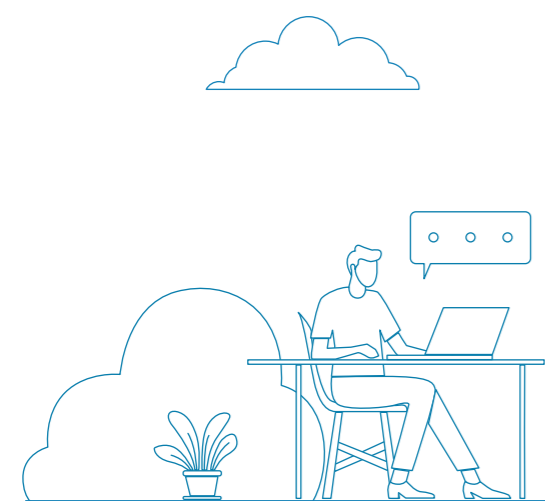
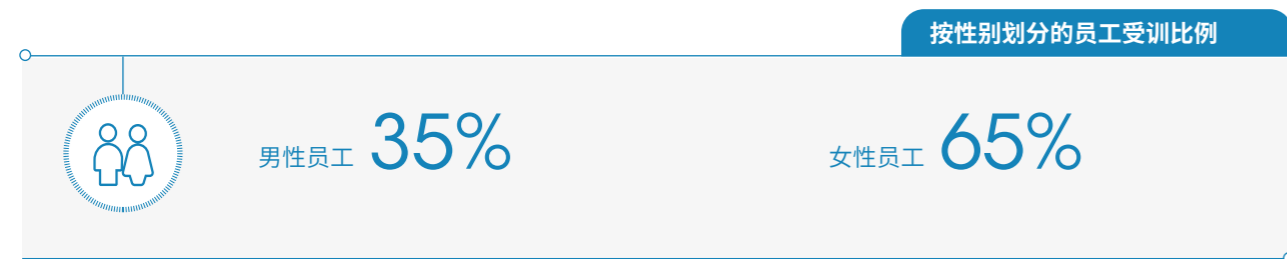
人才发展体系，助力营运管理团队实现近 100% 内部晋升，通过公平清晰的职业发展路径，引导员工在职业生涯的不同阶段进行明确的职业规划，加速成长，最终发展为行业顶尖人才。

## 创新完备的培训体系，培育可雇佣能力



百胜中国培训体系

2021 年



◆ Lavazza 员工

肯德基和必胜客培养体系

肯德基和必胜客培养体系是百胜中国的标志性培训项目，面向餐厅营运体系的员工。旨在为打造营运人才梯队，支持品牌战略发展。通过这些项目，应届毕业生能够最快在 18 个月内，学习餐厅经营所需的运营、财务和管理知识，

完成从新人到餐厅经理的进阶，为未来职业发展打下坚实基础。餐厅经理也可追求进一步的培育，成为全能型的行业领袖。以肯德基学园为例：

- 肯德基菁英预科班**  
为学生量身定制，让学生利用课余碎片时间，配以模块化的智能训练，在校期间就获得更高的薪资起点、更快的晋升路径。
- 餐饮先锋发展计划**  
从储备经理到餐厅经理的发展路径，通过多元化训练模式，数智化科技赋能，助员工快速成为餐厅经理，获得职场核心竞争力。
- 零售经营领袖计划**  
以培育行业精英为核心，让优秀的营运人才迈向更高的职业发展，跨职能、跨品牌、跨业态，打造国际视野，成为全能型的行业领袖。

肯德基学园培养计划

数字化培训平台，助力高效经验萃取

公司提供了丰富多样的培训课程，通过线上线下结合的模式，可以为员工“千人千面”地提供学习资源。其中，“魔百优学”线上移动学习平台充分把握数字化的趋势，帮助员工掌握数字化时代所需的知识及能力。2021 年，公司启动“千萃百炼”项目，旨在沉淀百胜的最佳实践，孵化

内部高品质的培训内容，传承和分享给更多百胜伙伴。结合 70-20-10 原则\*，在项目设计中“以战代练”，每位学员在学习全过程中，边学边做，边做边辅导。项目最终萃取出 24 门适应于百胜伙伴学习的课程，包含营运效能、团队管理、个人效能、数字化和社群营销，助力业务发展。

\*70-20-10 原则是公司组织领导力发展设计的重要准则，即员工的学习成长和能力提升过程中，70% 来自有挑战性的真实工作任务，20% 来自与他人的合作与观察，10% 来自于正式或虚拟的课堂培训。

推进圆梦计划，支持继续教育

百胜中国鼓励员工持续学习，不断增强自身技能。公司与国家开放大学合作推进圆梦计划，为员工提供继续教育的机会，支持他们获得国家认可的大专和本科学历，助力员工职场快速成长。

截至 2021 年底，圆梦计划已陆续解锁 20 个城市。共有 3,800 位百胜中国员工通过圆梦计划获得继续教育补助和高等教育学历证书。此外，百胜中国还为符合资格的员工发放奖学金以资助他们继续攻读硕士学位。

案例 百胜中国“天使圆梦计划”

2021 年 12 月，肯德基在广州和深圳启动百胜中国“天使圆梦计划”。肯德基与众多机构携手，共同探索残障人士融合教育的创新模式，帮助“天使员工”获得高等教育机会，提升职业技能。越来越多的“天使员工”和普通员工一起进行共融互助学习，报读国家开放大学相关专业，今年秋季就将开启大学生活，在更大的舞台，活出梦想中的自在人生。肯德基还为职业学院的特殊学生提供实习和工作机会，助力学生的能力发展，为他们在追逐梦想的道路上添上一对有力的翅膀。



百胜中国“天使圆梦计划” “天使员工”李露拿着入学通知书

公平清晰的发展体系，打造可持续人才梯队

我们致力于让有目标、有能力、有勇气的人才，在百胜中国实现无限发展可能，勇攀事业高峰，而留住人才的最佳途径是为在公司内部为他们提供足够的成长与发展空间。公司的职业发展路径“接力棒计划”广为人知，它使大多数营运领导人才得以从内部成长。

营运员工占公司团队总人数的 90%，是公司的中坚力量。我们为其设计了公平清晰的职业发展路径，展现了员工如何从营运管理培训生成长为餐厅经理乃至市场总经理等更

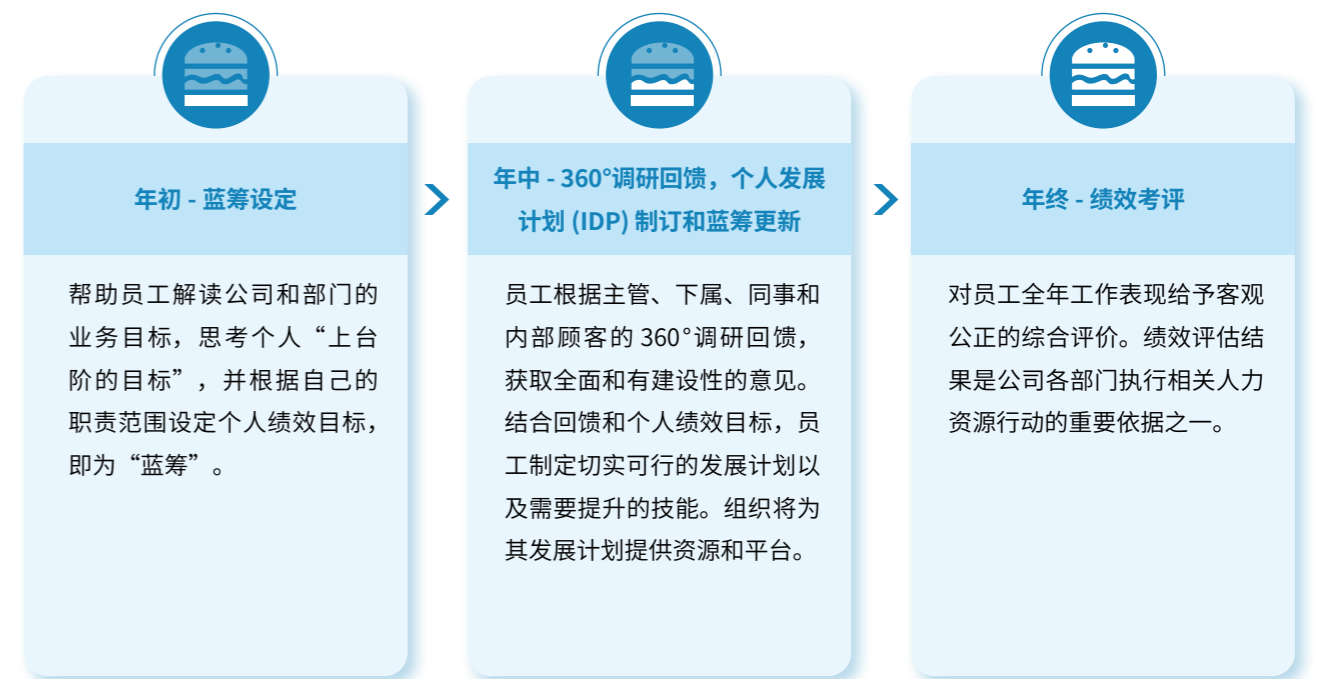
高职位。公司多位高层管理者，包括肯德基中国总经理、首席供应链管理官、首席开发官，以及大多数市场总经理，都是在百胜中国开启他们的职业生涯，并沿着“接力棒计划”的职业发展路径快速成长，最终取得了事业上的成功。我们希望这一职业路径既能满足百胜中国迅速增长的人才需求，又能充分体现我们的人才发展理念，每个人都能不断超越前行。

2021 年，大约 42% 的餐厅管理团队获得了晋升。



提携他人成长，主导自我发展

百胜中国倡导“提携他人成长，主导自我发展”的理念，相信每位员工都应拥有职业目标并得到公正评价和有效反馈，这对公司和员工的可持续发展弥足珍贵。公司通过人员规划流程（PPP）进行绩效管理，使员工在个人目标与公司、部门、团队的核心目标保持对齐的同时，也能不断打造自身能力，以迎接未来更有挑战性的任务和更广泛的工作职责。PPP 通过不同层面的人员盘点，识别核心人才，诊断人才发展现状，并针对性制订后续的发展和跟进计划，为公司人才的可持续发展提供了机制上的保障，流程分为三个阶段：



激励表现，共享成功

百胜中国秉持“以绩效结果付薪”的理念，遵守同工同酬原则，并结合年度市场调研为员工提供合理且具有竞争力的薪酬及福利待遇，肯定和奖励他们的辛勤工作和出色表现。

为了进一步激发员工的创始人精神，共享业务成长所带来的回报，公司推出了诸如“首席执行官奖励”和餐厅经理限制性股票单位（RSUs）等员工股权激励计划。我们坚信，餐厅经理担任着百胜中国最重要的领导职位，并为公司的长远成功作出了重大贡献，而餐厅经理股权激励计划也是百胜中国长期秉承的“餐厅经理第一”企业文化的一部分。2016 年成为独立上市公司后，百胜中国宣布向每位符合

资格的餐厅经理授予价值 2,000 美元的美股 RSUs，截至 2021 年底，共有 10,700 余名餐厅经理通过该计划成为百胜中国股东；此外，继香港第二次上市后，公司于 2021 年 2 月向约 3,500 位餐厅经理授予价值 3,000 美元的美股 RSUs。

为了激励员工的创始人精神和卓越表现，推动咖啡战略和业务计划的实施，包括 2025 年前在中国开设 1000 家 Lavazza 门店，百胜中国与 Lavazza 集团的合资企业制定了员工股权激励计划。

## 关爱员工，升级福利

2020 年起，疫情的暴发对餐饮行业及其从业人员持续造成影响。在此挑战之下，百胜中国始终将员工的健康和生计作为重中之重，持续加码员工福利。2021 年，围绕个人健康，家庭健康，社交健康，财务健康，公司宣布全面升级“YUMC Care”福利项目，为员工及其家人的健康幸福生活保驾护航。该计划是行业内覆盖人数最多的福利项目之一，预计覆盖约 10 万名一线员工及其家庭成员。

### YUMC Care：致力于为员工带来身心灵的呵护。

百胜中国始终严格遵守相关劳动法律法规，为全日制职工缴纳五险，包括养老保险金、医疗保险金、失业保险金、工伤保险金和生育保险金，并在此基础上提供补充商业保险。员工根据劳动法亦可享有带薪年假。

根据员工不同的发展阶段和需求，YUMC Care 提供多种定制化的福利：

#### 餐厅经理

- 新增百万医疗险：涵盖 50 种轻症、103 种重疾，保额最高可达 100 万元，用于抵抗重疾和高额医疗费用所带来的风险。
- 升级全家福计划：为符合条件的餐厅经理的子女、配偶以及父母提供补充保险，即在原有的家人商业综合保险基础上，增加提供子女和配偶意外险，并向其父母提供重大疾病险等福利，其中重疾保额进一步升级至 20 万。
- 房息补贴：为符合条件的餐厅经理提供购房贷款利息补贴，并提供无息贷款，改善住房条件。

#### 餐厅管理组和全职服务组

- 爱心互助基金：公司秉持着“一家有需要，百胜共守护”的原则，成立“餐厅爱心互助基金”，在已有的商业保险基础上，为餐厅管理组员工升级家庭保障，包括父母重疾保障、配偶和子女意外保障。2021 年，公司宣布进一步升级基金，内容包括提升员工和家庭的重疾保障额度至 15 万元、增加员工及家属就医绿色通道等。同时，公司还将项目覆盖范围扩大至服务组组长，为他们本人提供重大疾病保障。

#### 办公室员工

- 2021 年，公司的弹性福利制度“百福荟”覆盖了 6,000 余名办公室员工，他们可以根据需求，选择家庭医疗保险、健康检查、员工活动和员工商城四合一的弹性福利，让他们享受到更加贴心、多样化的健康福利。同时，公司还为办公室员工提供住房补贴计划。

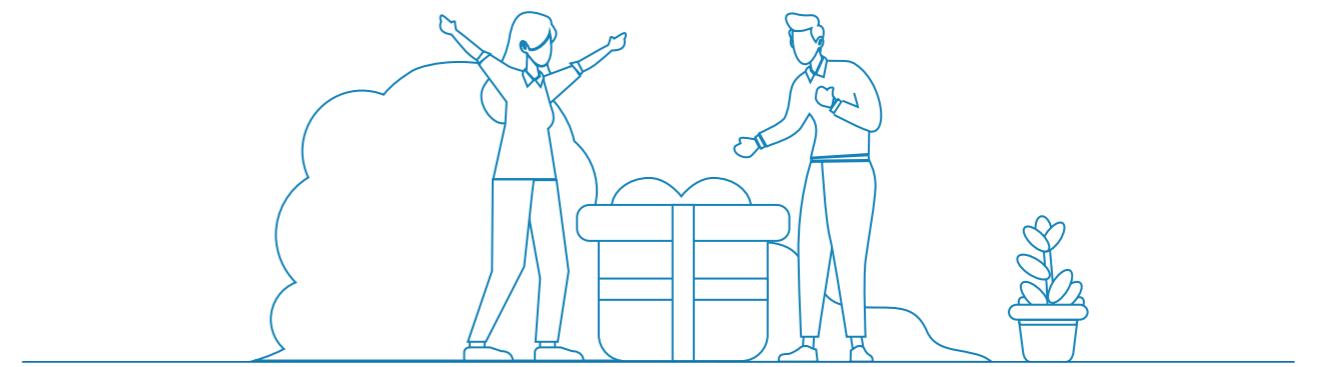
除此以外，公司还为员工定制了丰富的活动：包括百胜俱乐部、全国羽毛球大赛、家庭日活动、餐厅经理大会、餐厅管理组年会、公司年会、市场春茗、百胜少年团子女教育项目、“捐一元”等公益活动。

同时，为缓解员工在疫情期间的焦虑心情，公司特别推出了“员工心理援助计划”（EAP），为员工提供专业咨询和讲座，保护他们的身心健康。公司通过该计划为居家隔离的员工提供压力管理小贴士，帮助员工增强心理免疫力。

2022 年，在上海因疫情封控期间，公司为 10,000 多位全职的上海员工送上爱心食品大礼包，缓解员工切实的饮食需求。同时，公司为确诊和无症状感染的伙伴，定制了贴心的关爱行动，减轻大家的后顾之忧。



百胜中国员工福利计划 "YUMC Care" 员工心理援助计划 (EAP) 百胜中国“携爱战疫”活动



## > 安全为先，以人为本

### 职业健康安全管理体系

#### 愿景：我们致力于打造安全健康的工作环境

对“人”的关怀是百胜中国可持续发展战略的三大支柱之一，保护员工的健康和生命安全更是公司重中之重。为此，公司发布《百胜中国职业健康与安全（OH&S）政策》，提供所需的教育、培训、设备设施和资源，以确保我们的员工、顾客及合作伙伴充分了解并共同遵守相关的监管、政策和程序。

我们对有关职业健康安全组织结构和职责有明确的划分，设立由职业健康安全管理委员会、管理者代表、员工代表组成的工作小组，保证公司每一位成员都能以主人翁的姿态参与职业健康安全管理，推进体系在公司内的高效执行。

公司积极推行职业健康安全管理工作，在提供安全美味的食品的同时，努力为我们的员工、顾客以及合作伙伴提供一个安全健康的环境。为此，我们郑重承诺：

在百胜中国的每一个经营场所内，我们将严格遵守当地相关的法律法规，遵循职业健康安全管理体系执行标准 ISO45001，树立合规且持续改善的职业健康安全管理体系，以确保合规经营。

百胜中国坚持“安全管理，全员参与”的准则。公司积极聆听员工、顾客以及合作伙伴对于职业健康安全管理相关的建议，并鼓励他们以主人翁的身份，通过邮件和热线等方式反馈意见和建议。

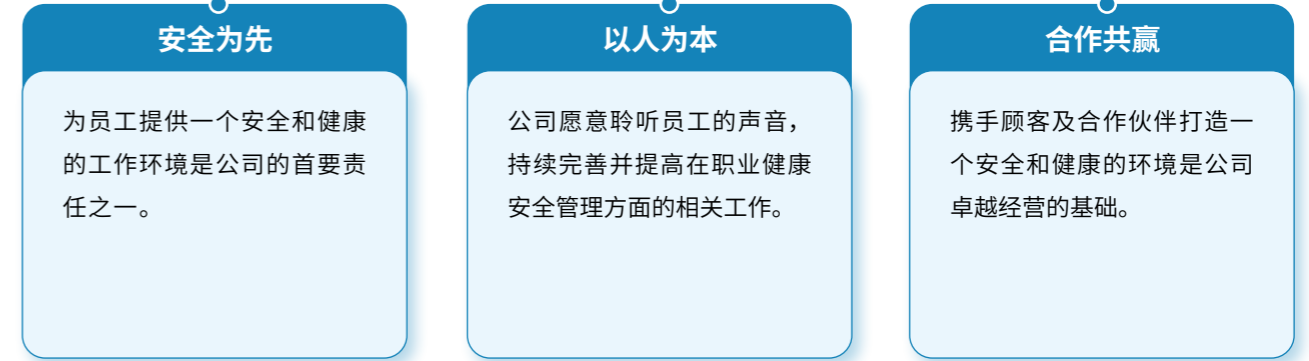


百胜中国全面识别经营场所的职业健康安全相关危险源，并主动采取措施进行风险管理，防止死亡、工伤和职业病问题。这是预防安全事故的重要手段。

百胜中国定期开展多种形式的健康安全文化活动，提高全体员工的职业健康安全意识和技能，使员工在生产和经营活动中自觉防范安全健康风险，减少工伤事故和职业病问题等。

百胜中国建立职业健康安全管理委员会，负责监督并追踪相关目标的达成，包括员工体检覆盖率、员工百万工时损工事故率、员工安全相关培训达成率，以推动安全管理体系和绩效的持续改善。

### 百胜中国 OH&S 方针



注：此项方针和承诺，适用于所有百胜中国相关的经营场所，并应告知并提供给其他各方，如监管机构、员工、顾客以及合作伙伴等。

### 排除消防隐患，保障办公安全

百胜中国深知消防安全对整个组织的重要性，以及其在消防安全法规下公司应当履行的职责。我们会确保为每个控制范围内的工作场所提供火灾风险评估。评估将由指定的人员或组织外部的第三方完成，并将确定为满足法律要求而需要采取的一般防火措施。此外，我们通过日常维护保养，确保所有消防安全设施的可靠性和完整性。公司在我们控制范围内的所有场所内提供：

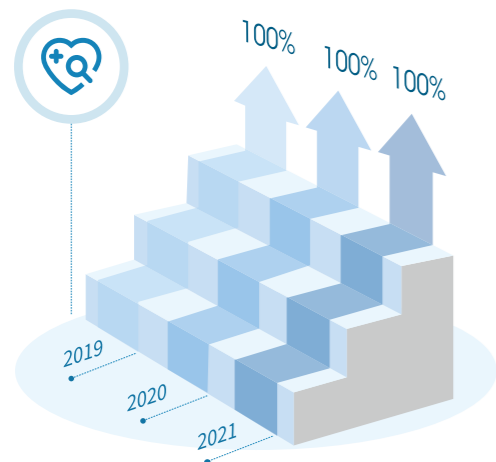


### 保障餐厅运营安全

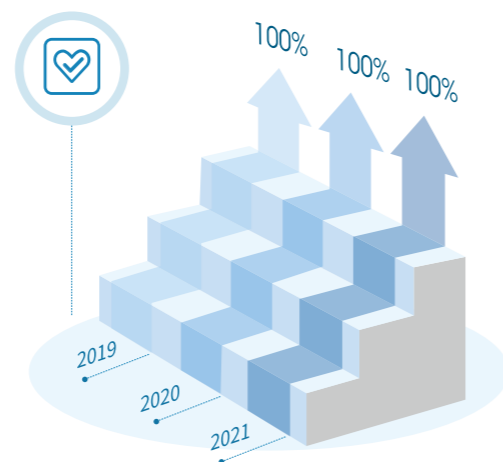
针对餐厅运营过程中风险较高的工作，我们制定严格的健康安全措施，为员工提供充分保护。我们定期检查、升级员工防护设备，开展工作场所安全审查，并为员工提供设备操作程序与安全预防措施培训。

百胜中国各品牌餐厅使用的各类设备均符合国家法律法规的要求。所有设备在全面推广之前均经过百胜中国设备研发测试中心的严格测试并在部分餐厅真实环境下进行试运行，以达到百胜中国设备准入标准。同时，我们为员提供一系列培训，如线上视频培训及设备标准化操作程序（SOP）培训等，确保员工能够熟练操作及维护设备，全力保障餐厅员工及顾客的健康与安全。





餐厅管理组及办公室员工健康体检覆盖率



餐厅员工健康证覆盖率

2018-2021 年，百胜中国因工死亡人数持续为 0\*

2021 年百万工时损工事故率 0.99\*\* 次 / 百万工时

\*\*\* 不包括非工作原因导致的伤亡，如上下班途中交通事故或突发疾病

### 保护个人信息及隐私安全

近年来，百胜中国致力于打造敏捷创新的文化，数字化赋能人力资源管理的同时，保护员工个人信息及隐私安全也是公司应尽的职责和义务。公司根据《中华人民共和国网络安全法》起草了《数据安全规范》，除非经员工明

确同意，公司不会与本公司以外的任何公司、组织或个人分享员工的个人敏感信息。同时，公司还会对员工进行数据安全培训，使员工在日常生活中也能提升安全意识，谨防个人隐私泄露。

#### 案例 数据安全主题日

2021 年 7 月 22 日，百胜中国举办“数据安全十二时辰挑战赛”活动，并为员工提供数据安全培训。此次数据安全主题日活动，让员工在了解日常生活中不同场景的数据安全隐患所在的同时，也提高了日后生活或出行时防范隐私泄露的安全意识。



数据安全十二时辰挑战赛

### > 高效沟通，敬业乐业

百胜中国坚信“了解越多，关心越多”，因此格外重视获得来自员工的意见和反馈。我们为员工提供多样化的沟通渠道，开展了餐厅经理大会、创始人纪念日等活动。此外，员工敬业度调查和职工代表大会也是公司收集员工意见并采取针对性措施调整提升的有效方式。我们通过企业微信、企业 APP“百宝箱”应用程序、内部门户网站等数字平台，确保业务战略及企业信息的有效传达。

员工希望有充分的渠道反馈意见，表达感受，而管理层也希望充分了解员工的诉求，高效解决管理问题。在此基础上，百胜中国每两年采用 Kincentric 模型\* 开展一次员工敬业度调研，主要通过匿名问卷调查的形式进行。调查结束后，我们会进行焦点小组访谈，并针对关键提升领域采取行动，从而有效提升员工敬业度水平。2021 年，员工敬业度成绩达 70%。

#### 案例 必胜客员工心声调研项目

除了两年一次的敬业度调研以外，品牌为了及时获取员工反馈，聚焦一线具体管理问题，提升员工满意度，不定期开展员工心声调研项目，并根据得到的调研结果有针对性地设计改进方法。例如，必胜客进行每半年一次的员工心声调研，并持续根据员工反馈进一步改进问卷设计、调研执行及数据分析与反馈。

\*Kincentric 模型是全球通用的模型，基于该模型，各公司可以将自身与标杆企业进行比较。模型明确了员工体验方面的敬业度驱动因素，其中包括组织敏捷、引领型领导、人才聚焦、基础设施及工作体验，这些驱动因素均会对公司的业绩产生直接或间接的影响。



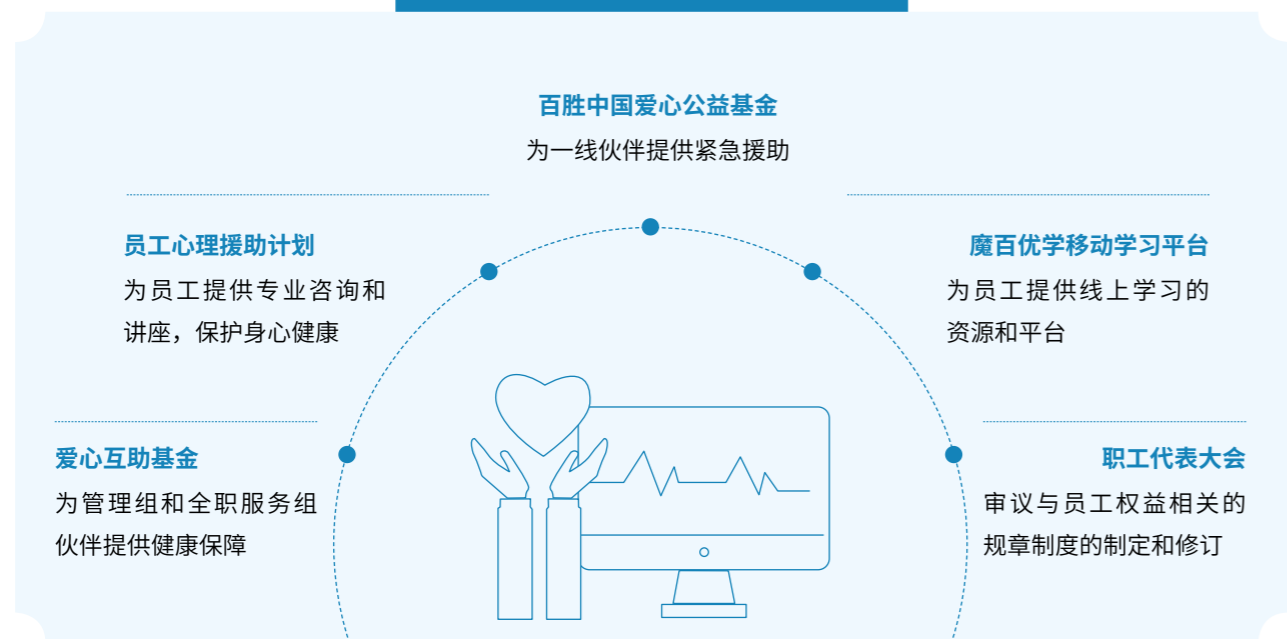
餐厅经理年会

## 促进企业发展，维护职工权益

2010 年，在中华全国总工会的支持下，公司成立了独立工会，旨在促进企业发展，维护职工权益。截止 2021 年底，超过 90% 的员工自愿加入工会。

12 年来，百胜中国始终坚信：工会在员工关爱、劳动关系协调、相关法规程序等方面发挥重要的作用，致力于成为劳资双方的润滑剂，为企业和员工排忧解难。未来，百胜将携手工会进一步为员工打造“公平、关爱、自豪”的工作环境。

### 在工会的支持下，公司先后成立了



### 案例 成功举行第四次职工代表大会

2021 年 11 月 9 日，百胜咨询（上海）有限公司第四次职工代表大会成功举行。此次大会上，职工代表审议并通过了涉及员工重大权益的规章制度的制定和修订，其中包括《人力资源政策》中的个人信息与隐私保护、办公室安全等多项内容。



# 为顾客疯狂，数字驱动提升体验

## > 至诚至精，提升体验

百胜中国始终秉持“为顾客疯狂”的服务理念，不断洞察顾客需求并引领市场，以 Yes 的态度用心服务每一位顾客，为他们带来无限惊喜。我们将美食、科技及文化元素完美融合，不懈追求创新，致力于持续提升顾客体验。

### 开展负责任营销，确保诚实守信

百胜中国深知我们的业务和运营对经济、社会和环境的影响力。我们始终致力于打造负责的生态体系，在为顾客提供均衡多样的膳食选择，支持餐饮健康科研及普及营养健康知识的同时，积极倡导吃动平衡、均衡营养健康的生活方式，持续为全民带来积极有效的影响。

我们亦成立了由食品开发、食品安全质量与营养健康、法务、采购管理、公共事务、市场企划、品牌互动等部门组成的营销传播审核委员会（Marketing Communication Committee），通过各部门专业角度给予评估和审核，以确保宣传物料信息的正确性，合法性，符合《百胜中国负责任营销政策》。此外，我们会定期针对营销相关员工进行负责任营销的培训，以确保员工及时知晓最新的审核要求及法律法规的变更。

为进一步深化和持续加强我们负责的商业模式，我们制定了《百胜中国负责任营销政策》，确保公司在开展利益相关方沟通和营销推广活动时符合相关法律法规和商业道德，并传递百胜中国可持续发展理念。我们的负责任营销政策适用于百胜中国及其旗下品牌所发布的所有传播内容。

### 洞察顾客需求，倾听顾客心声

我们始终将顾客满意作为我们不断完善服务的核心标准，通过多种渠道收集顾客反馈，包括线上问卷调查、线上会员库调研、顾客座谈会、顾客一对一访谈及线下问卷调查。我们对市场趋势进行深入研究并与多个企业及品牌开展广泛合作，推广跨界联名产品，这些产品一经推出，便深受顾客欢迎；为更好地响应快速变化的顾客需求，紧跟最新潮流，我们融入地方口味，推出一系列区域菜单与主题产品，产品上市后也获得各地顾客热捧。

此外，我们通过客户体验调查系统（GES）及时收集顾客意见，并将顾客评分信息反馈至各门店，督促其持续提升改进。2021 年，我们升级了 GES 系统的 AI 智能语意分析功能，使得 AI 系统可以从识别 400 种文字含义升级至超过 600 种文字含义，显著增强了系统从顾客文字留言中获取精确反馈信息的洞察能力，从而优化顾客意见收集流程。

当 GES 系统出现较低评分时，客户服务平台（CSP）将被自动推送至客户端，以进一步跟踪及对接。顾客还可通过扫描餐厅二维码以及 APP 进入 CSP 平台进行投诉。我们针对顾客投诉处理制定了明确的责任人和用时标准，以确保顾客投诉后能够得到及时的反馈及回应；此外，我们面向餐厅员工开展顾客投诉管理相关培训项目，确保顾客投诉的意见能被及时获知并得到专业处理。



跨界联名产品



区域菜单及特色产品

## 数字赋能，智能服务

在过去五年中，数字化趋势推动了餐饮行业的颠覆性发展。百胜中国作为数字化先锋，紧紧把握智能服务带来的机遇。我们早在 2015 年便开始投资于数字化转型，运用大数据、AI 等数字化技术，将智能交互全面落地于智能营销、智能供应链、智能餐厅、智能顾客服务等业务场景中，致力于为顾客提供智能化服务，提升他们的用餐体验。

疫情暴发以来，百胜中国旗下品牌在全国推行“无接触”服务模式，包括“无接触”配送以及“无接触”点取餐服务，我们希望通过智能创新与服务提升为抗击疫情作出贡献，尽可能保障员工和顾客的健康与安全，让公众在疫情期间的仍能安心享受美食。

### 案例

#### 百胜中国启用数字化研发中心，继续夯实数字化战略

2021 年 10 月 20 日，百胜中国宣布正式启用其位于上海、南京和西安三地的数字化研发中心，这是公司打造一个充满活力的数字化生态系统的重要里程碑。数字化研发中心将在多个方面增强百胜中国的数字化能力，进一步推动公司端到端数字化建设。

#### C 端服务和产品

进一步提升超级 App，微信小程序以及会员项目，为顾客提供高品质的服务及消费体验

#### 门店运营

通过系统和工具的升级提升运营和经营决策的效率，例如辅助餐厅经理的数字化工具“口袋经理”和“超级大脑”

#### 智能外送

进一步优化外送订单系统，智能分区以及优化骑手路线

#### 供应链管理

从农田到餐桌，不断加强食品安全，优化运营

消费者行为不断变化，如外卖和外带餐饮增加，和公司的加速发展对现有研发能力提出了更多需求。我们相信研发中心的设立，将极大地加强百胜中国自研数字化能力，通过把先进技术应用于生活中实际需求，支持业务的可持续增长。

——百胜中国首席技术官 张雷



数字化研发中心

### 案例

#### 百胜中国助力第五届世界智能大会

2021 年 5 月 20 日，第五届世界智能大会在天津举办，肯德基和必胜客成为本次大会的重要合作伙伴，与其他企业携手展示 5G 移动餐车和机器人服务员等智慧

应用场景与智能移动设备，使顾客充分感受智能服务新体验与科技赋能餐饮新发展。



机器人服务员



5G 餐车

## 数据安全，保护隐私

步入信息时代，百胜中国也逐步运用数字化技术改善顾客体验并推动业务发展。因此，对百胜中国而言，保护并管理顾客的信息安全与数据隐私是我们保障顾客权益的重中之重。

百胜中国设立了数据合规委员会，由主要职能部门的关键负责人组成，以审核我们的数据合规管理项目。公司根据《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》等相关法律法规，制定了《百胜中国数据安全合规指引》及《数据安全管理制度》，以规范百胜中国各业务部门及第三方供应商在开展相关业务流程中涉及到的数据安全，从而降低数据安全潜在风险。2021 年，我们更新《数据安全管理制度》，并对员工可能涉及敏感数据和资料的行为作出规定。同时，我们加强信息安全培

训，向公司员工及第三方供应商开展线上信息安全培训及相应的考试。所有员工均应具备良好的数据安全保护意识，积极配合公司做好数据安全保护工作，禁止擅自向第三方传输敏感数据和资料。

宙斯平台是百胜中国信息安全管理核心平台。我们还建立了相应的数据安全运营机制，对于可疑行为进行跟踪调查并及时处理。

我们的信息安全管理体系于 2021 年通过了 ISO/IBC 27001:2013 再次认证；同时，肯德基 APP 及官网系统已通过国家公安部信息系统安全等级保护。2022 年 1 月，肯德基 APP 还通过了国家工信部通信网络安全防护定级备案，安全级别为 3 级。

# 责任采购，打造负责任供应链

作为中国最大的餐饮企业，我们深知自身的采购决策对行业产生的影响。我们致力于推进负责任采购，携手供应商伙伴共建负责任供应链。

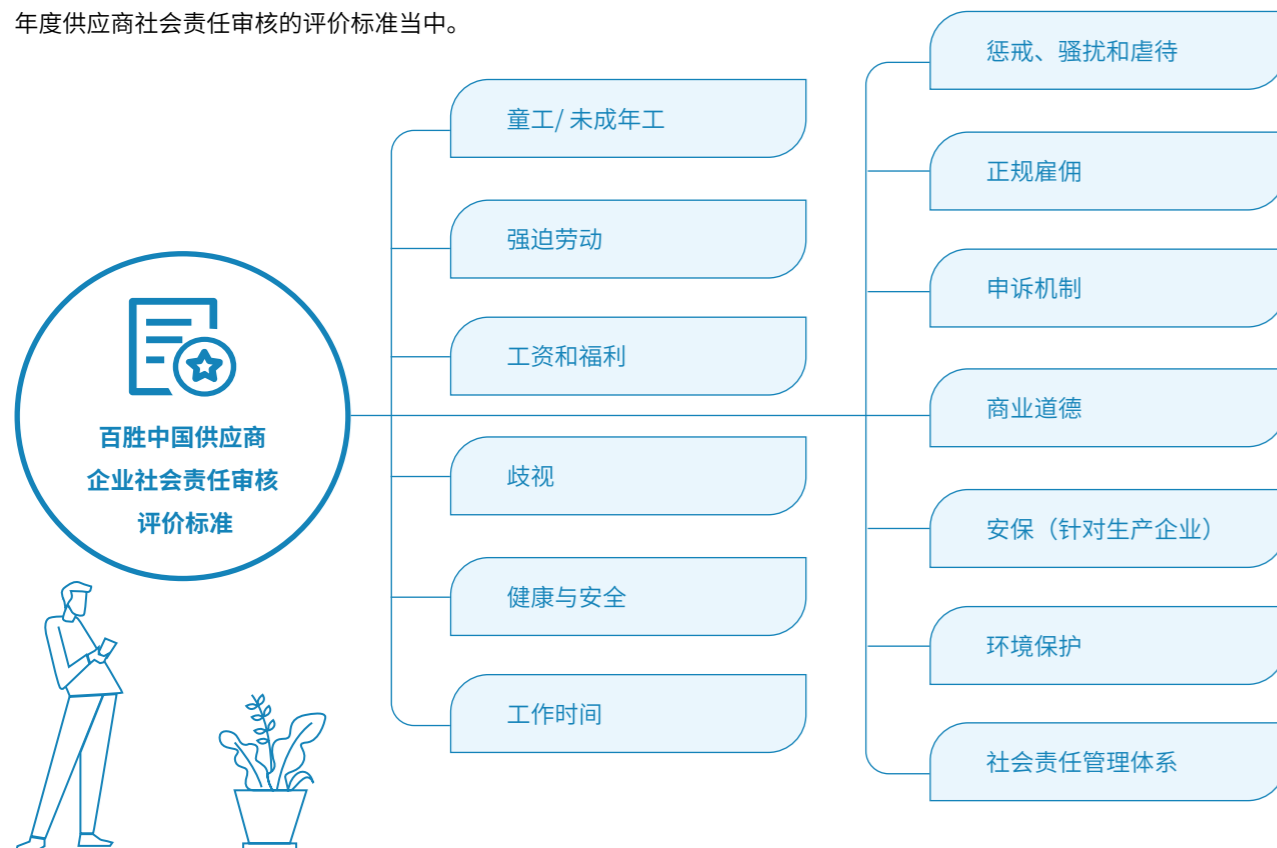
我们要求供应商履行企业社会责任及环保责任。所有供应商与百胜中国开展业务前，必须签署《百胜中国供应商行为准则》，承诺遵守一切适用的法律法规。

## > 企业社会责任审核，预防风险

自 2017 年起，我们着手推进供应商社会责任管理的规范化，建立了社会责任管理和审核要求。我们聘请专业的第三方审核公司进行供应商企业社会责任（CSR）审核。

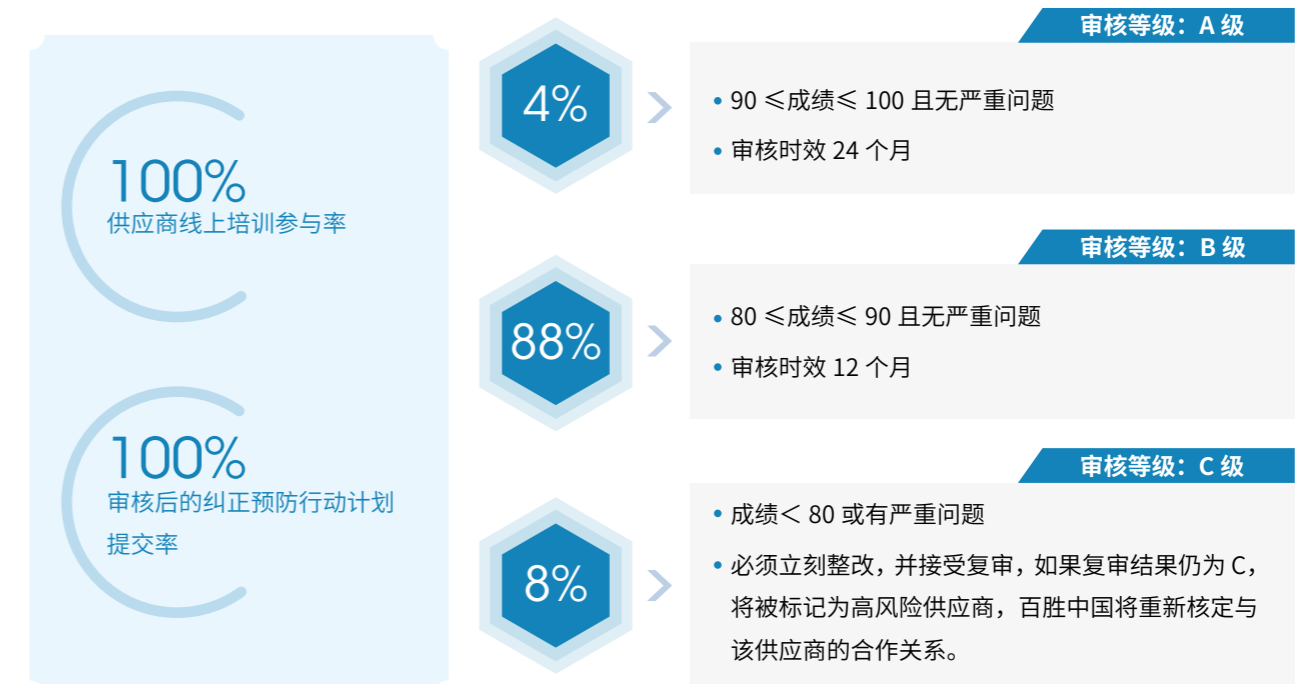
百胜中国供应商企业社会责任（CSR）审核评价标准是参考国家相关法律法规以及国际标准制定，对供应商在童工/未成年工、强迫劳动、工时、薪酬福利、健康安全、安保、环境管理等方面的表现提出要求。我们定期评估并更新审核评价标准。2021 年，我们将供应商节能减排表现纳入年度供应商社会责任审核的评价标准当中。

我们为供应商提供培训帮助他们更好地了解相关合规要求。每次审核之后，我们要求供应商提交详细的纠正预防措施以进行持续改进。2021 年接受审核的供应商 100% 提交了纠正预防行动计划。我们还将供应商的企业社会责任和供应持续性（BCM Business Continuity Management）与创新、成本优化、质量与安全等一并列入供应链管理的关键议题，并在百胜中国的业务回顾会议中进行定期评估和总结。



2021 年 将近 **400** 家供应商接受企业社会责任审核，覆盖了 **100%** 的关键供应商\*。

### 2021 年供应商企业社会责任审核



\* 百胜中国对供应商进行分类管理，根据供应商的创新能力和关键原材料和采购量将所有供应商分为四个类别：有创新能力供应商；重要供应商；合同管理关系和采购关系。其中，有创新能力供应商和重要供应商都是我们的关键供应商，为我们提供关键原材料及服务。

## > 本地采购，支持本土

百胜中国始终坚持构建更加稳定、高效、可持续的供应链，坚持走本地化采购的道路，以应对食品安全及环境方面的风险，并积极履行所肩负的社会责任。

为加快市场响应速度，我们不断寻求与本土供应商的合作机会，并鼓励海外供应商进驻中国建厂生产，以确保全球生产质量的一致性，同时提高我们在本地市场的成本竞争力。

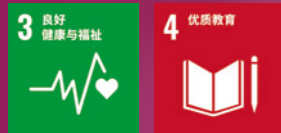
截至 2021 年底 我们的中国本土供应商遍布全国 **21** 个省、**4** 个直辖市及 **4** 个自治区。

**99.1%** 的供应商来自中国本土地区，给当地经济增长、就业和税收带来正向影响。

# 以爱为先

企业作为社会的组成部分，为社会发展贡献持续的正向价值是企业的责任与使命。百胜中国始终秉持“国际视野，中国情怀”，高度重视企业社会责任，并致力于以爱回馈社区、持续助力社区发展。我们14年坚持帮助偏远乡村地区儿童改善营养状况，也通过扶持地方产业发展助力乡村振兴。我们努力促进教育公平，为青少年创造优质的数字化教育机会，为贫困青年学生完成学业带来“曙光”。我们为社区儿童和城市守护者提供温暖的邻里式关爱，营造积极和谐的社区氛围。同时，我们也积极弘扬中华优秀传统文化并倡导健康生活方式。如今，经过百胜中国的持续推动，“人人公益”、“随手公益”理念已深入人心。我们将继续履行作为餐饮行业领军者的社会责任和愿景使命，与社会各界携手共创人类生活的美好未来。

## 高关联度



## 中关联度



## 我们的主要关注点



共同富裕



教育公平



社区关爱



文化与体育

## 机遇与挑战

- 随着中国历史性地实现全面脱贫的宏伟目标，助力实现乡村振兴已成为企业承担社会责任的新议程之一
- 对于中国来说，教育是最重要的战略目标之一，实现教育公平是其中的一个关键方面。企业为加快实现教育公平应该贡献自己的一份力量
- 企业已成为社区治理的重要参与者之一，企业参与城市社区治理有助于社区更好地发展，同时也可以提高企业的社会影响力
- 坚定文化自信、认同历史传统是企业与顾客建立牢固纽带最有效的途径之一；通过多种方式推广体育运动也有助于企业推动体育强国建设、促进国家体育事业不断发展

## 目标和承诺

- 员工志愿者服务时间不低于 150 万小时

## 关键行动

- 持续推进“捐一元”及“扶业计划”，通过提供营养加餐和安全节能的现代化厨房，改善偏远乡村地区儿童的饮食营养；通过打造可持续农业项目，助力地方产业发展，助力实现共同富裕与乡村振兴
- 用数字化赋能乡村教育，为偏远乡村地区小学设立电教室，提供远程编程公益培训，让乡村儿童体验数字化教育，促进教育公平。
- 遍布全国的门店让百胜中国的随手公益到处可见，无论是致敬环卫工人、公交司机、医护人员、公安民警等城市守护者，还是紧急驰援抗疫救灾，为社区提供力所能及的帮助，都在传递百胜“温度”
- 通过我们全国的餐厅网络和数字化优势，通过精选童书随餐派发，搭建亲子阅读平台，让阅读深入社区，推动书香社区的建设
- 持续打造文化主题餐厅融入当地文化，弘扬传统文化；打造安全主题餐厅开展公众安全教育；开展环保主题活动，增强社会各界保护环境的意识，与公众共同创建环境友好型社区
- 响应“健康中国”国家战略，提倡“吃动平衡”的健康理念，支持各类体育赛事和活动，倡导全民运动，传递体育竞技精神

# 心系乡村，助力实现共同富裕

百胜中国积极响应中国政府实现共同富裕的重要目标，持续推进乡村的可持续发展。通过开展“捐一元·献爱心·送营养”（简称“捐一元”）、必胜客“扶业计划”等项目，百胜中国长久如一地持续着力于改善偏远乡村地区儿童的饮食营养，并且努力通过助力地方产业发展，赋能乡村振兴。

## >改善乡村儿童营养

百胜中国携手中国扶贫基金会于 2008 年发起“捐一元”项目，充分利用公司旗下品牌遍布全国的餐厅、网络订餐系统以及近年来不断拓展的筹款新渠道向社会募捐，倡议全社会人人献出一份爱心，为偏远乡村地区儿童改善营养。随着《国民营养计划（2017-2030）》的发布，提高国民整体营养水平逐渐成为健康政策的重点之一，百胜中国始终将“捐一元”项目作为助力乡村的重点公益活动，我们坚信凭借公司和公众坚持不懈的努力和奉献，可以帮助偏远乡村地区儿童更健康地成长。



捐一元：鼓励社会募捐，助力儿童营养改善

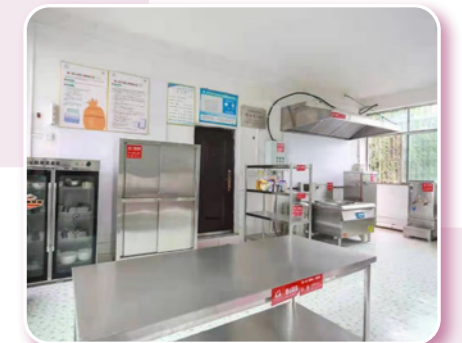
创新是成长的驱动力，百胜中国不仅在产品和商业模式上追求创新，在公益道路上也在持续创新。“捐一元”在十四年的发展历程中，从最初单一的餐厅门店劝捐模式，拓展至多种线上线下互动模式。面对疫情、消费行为改变等外部环境的挑战，项目推出了新颖、互动性更强的参与模式，包括开通腾讯“一起捐”等互联网筹款渠道、在 APP、小程序开通在线点餐“随餐捐”、撬动亿级会员的“V 金献爱心”活动等，努力引导公众用更便捷、更有趣的方式走近公益。2021 年，“捐一元”重磅推出了公益网店的新模式，顾客可以在网店进行捐款，自主选择为偏远乡村地区儿童网购一份、一周或更多的营养加餐，并在爱心动态分享自己的美好故事，让所有的美好被留存，被更多人见证。此外，百胜中国携旗下肯德基、必胜客、塔可贝尔（Taco Bell）、COFFii & JOY 四个品牌均为支持“捐一元”量身定制了爱心套餐：活动期间，顾客每购买一份爱心套餐，公司就会捐出一份爱心用于“捐一元”项目，让更多乡村儿童能吃上香喷喷的营养加餐。



课间孩子开心地吃着营养加餐



“捐一元”公益网店



崭新明亮的“爱心厨房”

十四年的坚持，‘捐一元’推动了‘人人公益’的理念深入人心，让更多人认识到：世间善意的增长，不止依赖于惊天动地的壮举，更依赖于每一个普通人每一次微小的善举。

——百胜中国首席执行官 屈翠容

每一份来自公众捐赠的爱心善款，都会通过“捐一元”项目转化为改善偏远乡村地区儿童营养的力量。每 3 元左右的捐款可以为偏远乡村地区的孩子提供一份“牛奶+鸡蛋”的营养加餐；每积累 5-6 万元的爱心捐款，便可为一所乡村学校配备节能环保的现代化“爱心厨房”。



截至 2021 年底

“捐一元”项目已覆盖  
**14** 省（自治区）

累计筹集善款超过  
**2.3** 亿元

百胜中国及员工捐款超过  
**6,200** 万元

吸引顾客参与  
募捐超过

**1.3** 亿人次

累计为偏远乡村地区的儿童  
提供营养加餐近

**5,300** 万份

配备现代化爱心  
厨房设备的学校

**1,260** 余所



案例

携手奥运冠军，邀公众共同公益

2021 年 8 月 7 日，“捐一元”活动再次在百胜中国旗下的肯德基、必胜客、小肥羊等餐厅启动。多次获得世界冠军的佟文是 2008 年北京奥运会 78 公斤级女子柔道冠军获得者，她在活动启动日当天变身“公益传播官”，先后在肯德基贵宾餐厅和必胜客贵宾餐厅向顾客热情地介绍“捐一元”项目，号召市民在用餐的同时向偏远乡村地区的儿童献出自己的爱心。



捐一元“公益传播官”前奥运冠军佟文



全国开展了丰富多彩的“捐一元”活动

“捐一元”斩获互联网公益领域奖项

2021 年 12 月，百胜中国“捐一元”短视频《有句悄悄话对你说》及系列图文传播荣获腾讯创益计划年终盛典中最重要的奖项 - “年度最受关注公益作品奖”。

“捐一元”公益短视频《有句悄悄话对你说》讲述了海拔 2,000 米的云南大山深处，一所藏在云间的小学的孩子们的故事。孩子们在“捐一元”项目的陪伴下快乐成长，每天走完 2~3 小时的上学山路后，他们可以大快朵颐享用“牛奶+鸡蛋”营养加餐，在学校也能吃上爱心厨房做出的热腾腾的营养午餐。孩子们将想说的千言万语都汇成了一句“谢谢你！”，希望能传达给大山外一直关注并帮助他们的人。这则视频及系列图文故事经各大平台传播后，因其温情治愈的风格收获了一致好评。



“年度最受关注公益作品奖”

## 推动地方产业发展

百胜中国一直将自身发展与社会发展紧密结合，充分发挥企业自身优势支持地区发展，已经实现了云南咖啡、蔬菜等优质农产品的采购，发起公益土豆等农产品的售卖，带动地方经济的发展。

为更好地发挥地区产品特色，挖掘因地制宜的农业发展商机，必胜客在 2018 年推出了“扶业计划”。凭借在供应链管理方面的独有优势，我们努力将“扶业计划”打造为可持续农业项目。经过几年不断摸索，我们已经逐步形成了“拓展产业链、提升价值链、打造供应链”为核心的乡村振兴发展新思路。



必胜客“扶业计划”



“必胜客扶业社”



自 2018 年“扶业计划”推出以来，云南松露、贵州火龙果、陕西苹果等优质产品已先后被制成美味饮品佳肴搬上餐桌，让全国顾客享受到“舌尖上的中国美味”。我们也秉持“授人以渔”的公益理念，为当地农户开展相应的技能培训，通过培训实现农业增效、农民增收的创新模式，促进当地产业及经济的可持续发展。

### 案例

#### “必胜扶业社”

2021 年，必胜客“扶业计划”在贵州施秉“农旅基地”和贞丰“种植基地”分别成立了“必胜客扶业社”。社内成立了以扶业学子为主力军的标准化教材编撰及培训小组，同时邀请国内知名火龙果种植专家常驻，建立全天 24 小时农技服务响应机制。扶业社的成立，着力解决农业产业发展中“缺技缺管”难题，突破农业技术服务“三农”最后一公里瓶颈，进一步提高了地块管理水平，为农业增产农民增收提供技术保障。

依托扶业社，“扶业计划”开展了一系列集中培训，指导基地农户开展春播种植。除了在当地开展火龙果种植标准化的集中培训和技术指导以提高种植效率外，还着力提升农民的种植积极性，尝试在当地打造农业与旅游结合的观光基地，以创造更多青年人返乡就业机会，进一步促进乡村繁荣，带动共同富裕，助力乡村振兴。



扶业学子在“必胜扶业社”交流



贞丰基地火龙果种植培训

2021 年，“扶业计划”走进了陕西省，开启扶持铜川黄土高原苹果产业之路。



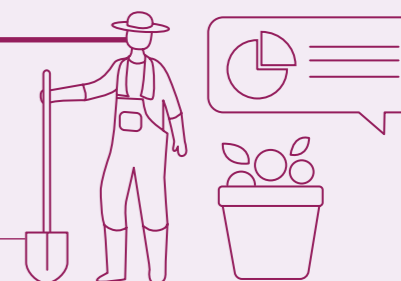
2021 年

必胜客“扶业计划”开展线下培训

22 场

参与培训人数达

1,600 余人





# 心念教育，积极提供公平机会

百胜中国努力为青少年提供平等、优质的教育机会。通过提供经济支持和志愿者活动，我们积极为青少年提供公平优质的教育平台，例如通过为偏远乡村地区的老师和孩子提供编程教学方面的培训，让那里的孩子们能获得数字化学习的机会。

## > 打造乡村数字化课堂

面对未来的数字化社会，孩子们对数字化技能，尤其是计算机编程技能培养和提升的需求也日益迫切。一些偏远乡村地区的小学面临设备缺乏或老旧的问题，亦或因为缺乏具有编程教学经验的教师，孩子们的数字化学习需求难以被满足。为了给偏远乡村地区的孩子们增加数字化学习的机会，在 2019 年，百胜中国携手中国扶贫基金会和立乐教育一起探索“互联网+人工智能教育普及”的新公益模式。

成功试点后，百胜中国捐赠 500 万元人民币用于打造“乡村数字化课堂”项目，给孩子们提供数字化学习机会，并于 2021 年 6 月 1 日在湖南新化县举行了该项目的启动仪式。我们希望通过电脑捐赠与编程课程培训相结合的方式，培养乡村学校编程师资力量，也让乡村儿童获得持续的编程教育与指导。截至 2021 年底，百胜中国已为 5 个省 240 所乡村学校 330 多名教师提供编程培训。



百胜中国希望通过“数字化课堂”将数字化技能带给更多偏远乡村地区的孩子，激发创新精神，让他们拥有一个更具创新力、竞争力的未来。

——百胜中国首席执行官 屈翠蓉

截至 2021 年底



百胜中国已为  
**5**个省



乡村学校  
**240**所



提供编程培训  
**330**多名教师

## > 支持有志青年成才

早在 2002 年百胜中国就已成立“肯德基曙光基金”，常年助力培养品学兼优但家庭经济困难的大学学子，资助他们完成学业。

“肯德基曙光基金”基于“受助-自助-助人”三位一体的帮扶模式，为贫困学生提供奖学金，安排他们参与肯德基餐厅实践和参与公益活动，帮助他们实现由受助、自助到助人的转变，从而也实现他们的自立与个人成长。截至 2021 年底，“肯德基曙光基金”项目已累计投入善款超过 1.2 亿人民币，覆盖全国 30 个城市的 68 所高校，已有超过 20,000 人次的大学生受益。

截至 2021 年底

“肯德基曙光基金”项目  
已累计投入善款超过

**1.2**亿人民币

已资助大学生超过

**20,000**  
人次

覆盖全国

**68**所高校

**30**个城市



# 心怀社区，携手共建友爱邻里

百胜中国一直将构建和谐友爱的社区友邻作为长期目标之一，致力以爱回馈社区。我们深入社区的每个角落，为留守儿童及他们的父母提供支持，以切实行动向城市守护者给予关爱，在自然灾害发生时，伸出援手，为受灾居民提供力所能及的帮助。除此之外，我们还通过一系列环保举措积极推动创建充满活力的绿色社区。

百胜中国一直秉承‘以爱回馈社会’的理念，凭借我们遍布全国的门店，通过员工志愿者的热情投入，以及与广大消费者的深度联结，带动更多人参与进来，倡导随手公益、随处公益，坚持以点滴善举给所在社区和需要帮助的人送去温暖和力量。

—— 百胜中国首席公共事务官 王立志

## > 呵护儿童成长

呵护关爱儿童一直是百胜中国社区公益活动的重点之一。我们开展一系列丰富多彩的活动，希望以独特方式守护孩子们，尤其是偏远地区儿童的健康与快乐的成长，也希望可以充分挖掘他们的潜力，为孩子们创造光明的未来。

### 肯德基小候鸟基金

为关爱留守和流动儿童，肯德基携手中国儿童少年基金会于2016年发起“肯德基小候鸟基金”，面向全国的留守、流动儿童开展阅读、体育、艺术等一系列情感呵护与心灵关怀活动。为更好地助力“小候鸟”们快乐成长，肯德基还设立了“小候鸟妈妈餐厅”，为长期在外务工、愿意回到孩子身边就业的家长提供就业机会，让家长们做到陪伴工作两不误。

截至2021年底，肯德基已累计向“肯德基小候鸟基金”捐赠超过2,400万元，惠及400万留守、流动儿童。面向全国29个省份中留守、流动儿童聚集的社区和学校，肯德基设立了近2,000个图书角，捐出了70万册高质量童书，累计组织读书会30,000余场。肯德基已在全国各个城市的肯德基餐厅为“小候鸟”开展了超过800场的“小候鸟故事会”及各类主题活动，在活动中“故事姐姐”及志愿

者为小候鸟讲故事、提供陪伴关爱，共提供了超过40,000小时的志愿服务时间。“小候鸟妈妈餐厅”公益模式从试点实施到逐步推广，至今已开放湖北、河南、重庆、湖南、安徽等省市超过760家餐厅，让更多的留守、流动儿童享受到了家庭陪伴的温暖。



截至 2021 年底

肯德基已累计向“肯德基小候鸟基金”捐赠超过 **2,400** 万元

惠及 **400** 万留守、流动儿童

设立近 **2,000** 个图书角

累计组织 **30,000** 余场读书会

捐出 **70** 万册高质量童书

面向全国 **29** 个省份

开展超过 **800** 场“小候鸟故事会”及各类主题活动

“小候鸟妈妈餐厅”至今已覆盖超过 **760** 家肯德基餐厅

“故事姐姐”及志愿者共提供志愿服务时间超过 **40,000** 小时



案例 “肯德基小候鸟基金” 五周年

2021 年，不仅是属于“肯德基小候鸟基金”五周年的特别年份，也是属于流动、留守儿童“小候鸟”的快乐年，全国各地的肯德基在全年以不同主题筹办了精彩纷呈的各类活动，用“爱的肯定”鼓励“小候鸟”们自信成长。



- 1 “小候鸟的夏天” 暑期研学营
- 2 “小候鸟” 六一关爱季
- 3 “相约冬日，寻梦未来” 主题冬令营活动



> 致敬城市守护者

百胜中国将社区关爱进一步延伸至城市守护者，将坚守特殊岗位的普通工作者都纳入关爱范畴。我们开展了“梦想早点到”活动，为一线工作者送去爱心早餐。同时，公司携品牌也纷纷行动，持续为全国各地加班值守在抗疫一线的工作者提供温暖，持续为他们送出营养又美味的爱心餐点。

关爱一线工作者

为了向环卫工人、公交司机、医护人员、公安民警等城市守护者和一线工作者传递感谢与敬意，肯德基与必胜客发起了一系列公益关爱活动，每逢寒冬酷暑或遇上节假日，都会为他们送去爱心餐点，希望能通过一份份暖心美食关爱坚守岗位的劳动者，也呼吁公众通过随手公益向“默默无影的身影”致谢。

案例 肯德基 - 无人餐车发放爱心餐点

清晨的广州步行街，除了环卫工人这些“城市唤醒者”勤劳的身影，还有肯德基无人餐车正在为他们送上暖心早餐，广州肯德基将智能科技与公益关爱理念相结合，也让无人餐车化身有爱的智能使者，向这些一线工作者的辛勤劳动表示感谢，为他们加油打气。



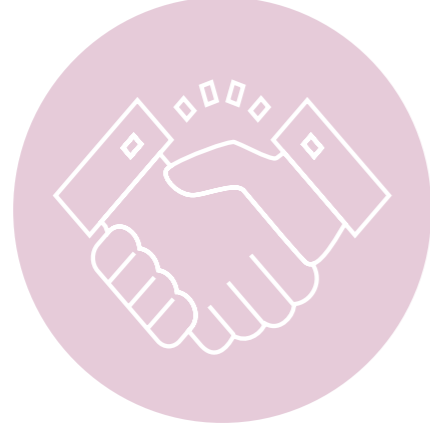
无人餐车

### 关爱抗疫工作者

面对新冠疫情的持续与反复，百胜中国毫不犹豫地肩负起企业的社会责任，用行动与所在社区守望相助，携手共进。2021 年，肯德基和必胜客品牌持续向抗疫一线送出爱心餐食累计超过 70,000 份，在为一线抗疫医护人员们加油鼓劲的同时，更传递了特殊时期的温暖力量，同心抗疫，共克时艰。



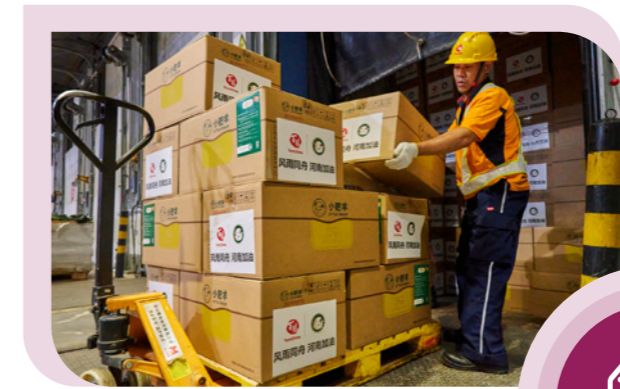
百胜中国为抗疫一线工作者送出爱心餐食



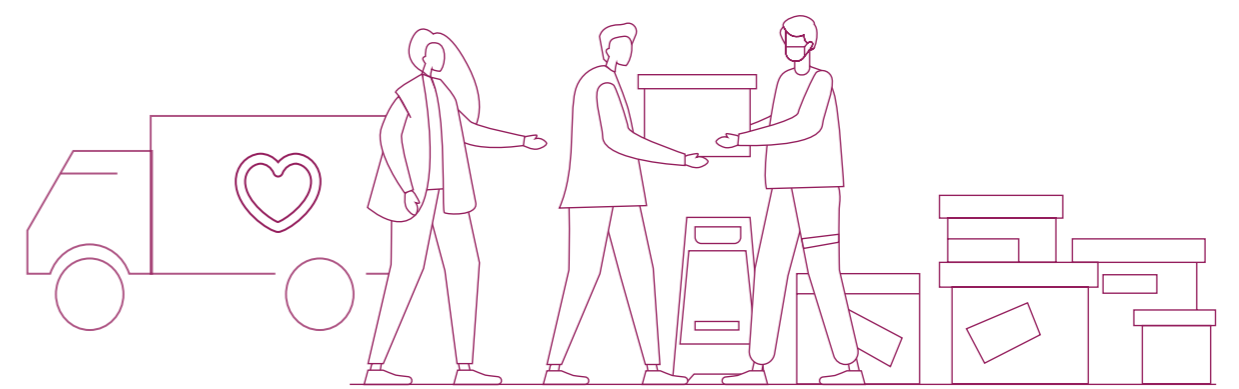
### > 驰援千里助救灾

在重大自然灾害发生时，百胜中国积极响应，提供支援和帮助，给受灾群众和一线救援人员送去温暖与关爱。

2021 年 7 月，河南省遭遇历史罕见的极端特大暴雨天气，百胜中国集结旗下肯德基、必胜客、小肥羊品牌进行爱心餐点接力，累计为受灾地区送出爱心餐点超过 47,000 份。肯德基、必胜客在郑州地区的多家餐厅主动延长营业时间，成为受困市民休息充电的爱心驿站，同时也做好餐饮保障工作。10 月，山西遭受持续暴雨，部分地区受灾严重，山西肯德基和必胜客第一时间为坚守在一线的抗洪抢险人员和被疏散的居民送出爱心餐点，为解决餐食供应助一臂之力，各地的餐厅员工也踊跃报名成为志愿者，积极服务于周边社区居民。



百胜中国各品牌为郑州暴雨受灾地区提供各种帮助



## > 提升公众环保意识

为助力生态文明建设,百胜中国通过开展主题活动,增强社会各界对生态环境保护的意识,与公众共同创建环境友好型社区。

### 案例 肯德基国家公园自然保护公益行动

2021年4月22日世界地球日,肯德基中国携手中国绿化基金会,正式启动“国家公园自然保护公益行动”,助力保护西双版纳国家级自然保护区和三江源国家公园青海可可西里国家级自然保护区内的自然生态环境。

围绕生态保护的主题,肯德基还同步在线上推出“大自然的小食堂”系列公众科普活动,鼓励更多的人关注地球生态环境保护,提升可持续发展意识。未来,肯德基中国将继续秉承“自然自在”的可持续发展理念,立足餐厅、心系自然,助力地球生态环境的保护,带动更多人一起拥抱自然,让未来更自在。



线下科普活动



## 心牵文体, 促进活动蓬勃开展

作为中国最大的餐饮企业,百胜中国通过推出多项文化特色活动,打造相关主题餐厅,支持不同体育活动和赛事的举办,希望营造良好的文化氛围的同时,倡导健康生活方式,助力吃动平衡的全民健康生活。

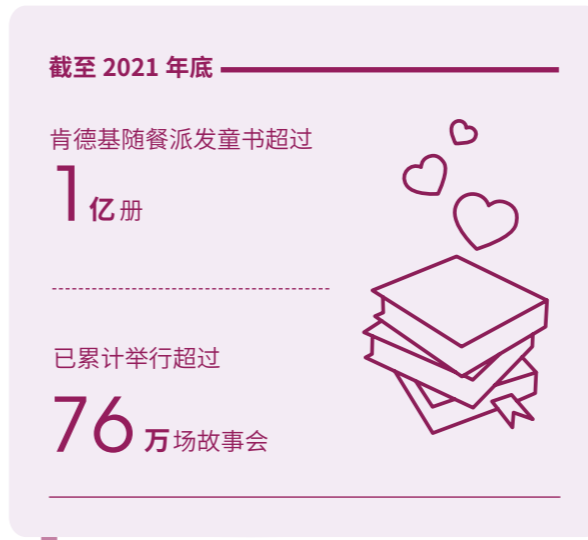
## > 阅读深入社区

百胜中国努力通过多种渠道鼓励公众进行日常阅读,持续开展线上线下的各种阅读活动。公司希望充分利用分布广泛的餐厅门店资源和得天独厚的数字化优势,让阅读深入社区,推动书香社区的建设。

### 肯德基“小书迷王国”

作为孩子们最喜欢的餐厅之一,2015年起,肯德基发起“随餐派发童书”活动,尝试为亲子家庭消费者打开一扇全新的阅读窗口,并于2017年正式启动了“小书迷王国”项目,将精选童书随餐派发,帮助更多孩子在阅读中认识世界、收获成长、享受快乐、分享关爱。肯德基充分利用遍布全国的餐厅网络,定期组织免费的店内故事会,同时将录制的一批优质有声书,通过肯德基手机APP和官方微信、微博号推出,同时面向社会公众推广亲子阅读,进一步增强亲子间的互动,留下美好回忆。

自“小书迷王国”启动至2021年底,肯德基随餐派发童书超过1亿册,举行故事会已累计超过76万场。



## 必胜客“悦读食光”

自 2018 年在全国范围正式启动公益阅读项目“悦读食光”以来，必胜客一直致力于以创新的方式推动全民阅读，响应国家“深入推进全民阅读，建设书香中国”的号召，携手政府、媒体等搭建了全民阅读的平台，让顾客走进餐厅，在品尝美食之余可以品味书香，开展阅读活动，并有机会享受各种以书友会的“知识社交”活动。

2021 年，为倡导家庭亲子阅读，必胜客将“亲子绘本共读沙龙”引入“悦读食光”主题餐厅，邀请亲子家庭共读绘本，通过搭建亲子阅读平台，为父母创造与孩子沟通的机会，在享受下午茶的同时寻觅温馨的亲子时光。除此之外，必胜客为女性顾客打造了特别的“女性朗读沙龙”，让她们在体验精致下午茶的同时，从书香中丰盈心灵。截至 2021 年底，必胜客“悦读食光”主题餐厅店内藏书累计超过 55,000 册，已在深圳、北京、广州等 19 个城市推出近 70 家主题餐厅。

截至 2021 年底

已在深圳、北京、广州等

19 个城市推出近 70 家主题餐厅

必胜客“悦读食光”主题餐厅

店内藏书累计超过

55,000 册



### 案例

#### “悦读食光”主题餐厅 - 推进全民阅读

2021 年，全国各地的必胜客“悦读食光”主题餐厅开展了丰富多彩的主题活动，打造更多的场景化体验，助力营造良好的文化氛围，延展了城市的文化空间，展现出品牌公益的创新性及人文关怀。



成都 - 顾客扫码感受悦读食光餐厅声音图书馆



青岛 - 亲子阅读



沈阳必胜客悦读食光餐厅



天津特色书吧

## > 弘扬传统文化

百胜中国坚信企业的公众宣传与教育对于传承中国传统文化有着不容小觑的力量。公司充分利用自身门店网络与产品独特创新的优势，希望能让更多顾客深入了解传统文化的魅力，从而更好地继承并发扬传统文化。

### 肯德基：助力传统文化传承

作为扎根中国三十多年并深受消费者喜爱的餐饮品牌，肯德基一直将“助力中国传统文化传承”作为己任。近年来，肯德基通过文化 IP 跨界等形式，多次携手故宫、国家博物馆，弘扬中国文物国宝、非遗国技等传统文化元素，让绵延数千年的文化积淀展现出持久的魅力与风采。为展现

我国历史文化遗产，同时兼顾趣味与时尚，在前两年携手国家博物馆成功推出“国宝耀中华”系列活动的基础上，肯德基 2020 年继续与故宫博物院合作，推出系列活动，为消费者打造包括传统文化在内的多元消费场景，丰富顾客消费体验的同时，也为中国传统文化注入新生力量。

### 案例

#### 璀璨宫灯满载祥瑞，千灯万愿闪耀新春

作为中国传统文化的瑰宝之一，千百年来传统节日不仅凝聚着中国人的情感，也承载了人们对幸福生活的期冀。2021 年新春，肯德基再度携手故宫博物院吉祥宫灯，在各个城市推出蕴含传统文化元素的特色主题活动，与顾客共迎传统佳节，致力于让更多人在潜移默化中得到中国传统文化的浸润。在广州，肯德基还邀请了广式红木宫灯非物质文化遗产代表人物，讲解宫灯的起源故事和文化习俗，为受邀的小候鸟亲子家庭们带来了一堂传统文化课。



广州新春活动



五大吉祥宫灯与肯德基推出的金牛满仓新春金桶相映成趣

案例 融入当地文化

肯德基结合各个城市特点，在全国各地打造了结合传统文化和当地特色的主题文化餐厅，同时也推出具有区域特色的主题菜单，在加强顾客对当地社区特色文化认同的同时，也让人们发现传统文化的魅力。



- 1 苏州运河主题餐厅
- 2 湖北楚文化主题餐厅
- 3 山东齐文化主题餐厅、皮影主题餐厅

必胜客：非遗小小传承人

为了加强亲子家庭对非遗文化的重视与了解，必胜客推出“小小传承人”家庭公益项目，除了邀请年轻一辈的非遗传承人代表参加，现场演绎非遗文化及技艺，同时我们也邀请了对非遗文化感兴趣的孩子们及其家人，这些“小小传承人”们通过活动可以了解更多非遗文化背后的故事，切身感受到传统文化和精湛技艺的独特魅力，提升了对中国文化的了解和热爱。

案例 非遗主题餐厅

2021 新春之际，必胜客跨界联合 11 大非物质文化遗产，在全国各地打造了非遗主题餐厅。同时为了传播当地民俗技艺，让顾客更好地了解当地民俗文化，必胜客在各城市举办了非遗科普活动。小朋友和父母共同参加了“小小传承人”体验活动，一起直观感受到源远流长的中国传统文化之美。



广州醒狮活动



沈阳剪纸文化主题餐厅

## 公众安全教育主题餐厅

百胜中国在安全主题餐厅持续开展公众安全教育，围绕网络安全、消防应急安全等主题开展公益活动。通过主题教育与餐厅活动相结合的模式，我们将安全教育推广到日常生活中，在顾客与整个社区群体中弘扬正能量。

百胜中国与各地政府合作，在 2021 年开设了多家网络安全主题餐厅，希望在寓教于乐中激发青少年和市民对网络安全的关注度，并以新颖生动的形式提升公众的网络安全意识。截至 2021 年底，网络安全主题餐厅已经覆盖了上海、广东、江苏、湖南和黑龙江等多个省市。

2021 年，百胜中国持续为社区亲子家庭等公众带来应急与消防安全课程，积极提升全民防灾减灾的意识和自救自救的能力，努力营造全社会关注消防安全的良好氛围。截至 2021 年底，百胜中国已在上海、广州、杭州等 12 个城市累计打造 30 家应急和消防科普主题餐厅，举办了 450 余场应急科普活动。

截至 2021 年底

累计打造

30 家应急和消防科普餐厅

已覆盖上海、广州、杭州等

12 个城市

举办了

450 余场应急科普活动



在内蒙古开展消防安全教育活动



贵州消防安全主题餐厅

## 推广体育运动，倡导健康生活

百胜中国相信体育运动在鼓舞人心的同时，创造了无数令人难忘和兴奋的时刻，也会给社会带来很多正能量。我们积极推广健康的生活方式，推广体育运动，支持勇于挑战新高的运动员们。此外，我们积极投入到各项健身活动和体育赛事中，包括三人篮球赛、城市马拉松等在内的本地赛事，也作为冬奥会、亚运会等大型国际赛事的官方赞助商支持体育事业蓬勃发展，助力体育强国目标实现。

### 燃情冬奥 助力冰雪运动

百胜中国作为 2022 年第 24 届北京冬奥会和冬残奥会的官方赞助商，不仅在冬奥村为各国运动健儿提供冠军套餐，在北京、天津、张家口等地推出冬奥主题餐厅，还积极组织群众性冰雪运动，向顾客普及冬奥知识，激发更多人热爱冰雪运动，为推广奥林匹克运动贡献自己的一份力量。



天津肯德基举办冰雪嘉年华，邀请顾客一起享受冰雪乐趣





# 关于本报告

本报告是百胜中国发布的第 5 份可持续发展报告，报告时间范围以 2021 年 1 月 1 日至 12 月 31 日的信息为主，部分信息超出以上时间范围。

本报告依据全球可持续标准委员会（GSSB）发布的《GRI 可持续发展报告标准》编制而成，

同时参考道琼斯可持续发展指数（DJSI）评级要求、MSCI ESG 评级要求、晨星（Sustainalytics）评级要求、GB/T 36000《社会责任指南》、联合国《2030 年可持续发展议程》等国际国内可持续发展相关标准和指南以及有关监管要求。

## 报告边界

百胜中国控股有限公司及下属分、子公司。

## 指代说明

“百胜中国控股有限公司”还以“百胜中国”“我们”“公司”表示。

本报告中，“中国”指中国大陆地区，不包括香港、澳门和台湾。

## 报告获取与反馈

报告语言为中文和英文。报告以印刷品和电子文档两种方式发布。若对报告有任何建议，请按以下方式联系我们：

- 电子邮箱：CSR@yumchina.com
- 地址：中国上海市天钥桥路 20 号百胜中国大厦 6-16 楼
- 邮政编码：200030

## 备注

在本报告中，除特别注明，财务数据均以人民币为单位。

在本报告中，关于“中国最大的餐饮企业”的描述，均是按 2021 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。

# 附录

## > 关键绩效数据

指标	单位	2021	2020	2019
<b>食品</b>				
供应商食品安全与质量审核	次	400+	600+	590+
主要原物料食品安全抽检	个	300+	300+	680+
餐厅食品安全与质量审核 (卓越经营合规审计)	次	19,400+	16,200+	17,000+
餐厅主要产品质量评估	次	~4,500	3,690+	3,400+
餐厅微生物抽样检测	个	111,000+	71,000+	83,000+
<b>环境</b>				
直接温室气体排放 (范围一)	吨二氧化碳当量	158,887	135,615	114,720
能源间接温室气体排放 (范围二)	吨二氧化碳当量	2,158,856	1,873,757	1,956,072
单店平均能源间接温室气体排放	吨二氧化碳当量	205	207	233
其他间接温室气体排放 (范围三)	吨二氧化碳当量	8,446,963	7,079,379	/
总用电量	兆瓦时	3,165,227	2,760,611	2,870,997
单店平均用电量	兆瓦时	303	304	342
总用水量	吨	27,280,872	24,579,253	27,602,012
单店平均用水量	吨	2,628	2,710	3,284
包装材料使用量 * (塑料包装及纸包装)	吨	111,360	/	/
塑料包装使用量	吨	22,027	/	/
纸包装使用量	吨	89,333	/	/
包装使用量强度 (以百万人民币销售额计)	吨	2.0	/	/
包装总节约量 (塑料包装及纸包装)	吨	~18,900	9,200+	9,000+
采购具有可持续认证 (RSPO) 的棕榈油比例	%	100	100	100
<b>员工</b>				
员工总人数	人	450,000+	400,000+	/
全职员工	%	33	34	/
兼职员工	%	67	66	/
男性员工	%	35	36	/
女性员工	%	65	64	/
30 周岁及以下	%	58	60	/
31~40 周岁	%	23	23	/
41~50 周岁	%	16	15	/
50 周岁以上	%	3	2	/
餐厅经理流失率	%	10.6	9.2	/

\* 包装总使用量涵盖全品牌餐厅。

指标	单位	2021	2020	2019
<b>员工</b>				
管理层 (初级、中级、高级) 女性比例	%	61	60	/
初级管理层女性比例	%	61	61	/
高级管理层女性比例	%	53	54	/
创收业务板块女性管理层比例	%	62	61	/
理工科岗位女性比例	%	22	15	/
新员工女性比例	%	66	59	/
晋升员工女性比例	%	68	62	/
离职员工女性比例	%	57	56	/
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	22	23	/
天使餐厅数量	家	23	24	/
天使餐厅聘用残障员工数量	人	~200	200+	/
扶持就业的残障人士数量	人	~2,000	2,100+	/
培训发展总投入	元	456,000,000	266,000,000	/
全职员工人均培训成本	元	3,000	1,308	/
整体培训发展时长	小时	12,000,000	8,600,000	/
全职员工人均培训时长	小时	54	42	/
全职员工培训人数	人	147,000	136,000	/
兼职员工培训人数	人	303,000	270,000	/
男性员工受训比例	%	35	36	/
女性员工受训比例	%	65	64	/
餐厅管理组员工晋升比例	%	42	36	/
办公室员工晋升比例	%	14	8	/
餐厅管理组及办公室员工健康体检覆盖率	%	100	100	/
餐厅员工健康证覆盖率	%	100	100	/
员工百万工时损工事故率	次数 / 百万工时	0.99	1.34	1.08
因工死亡人数	人	0	0	0
关键供应商企业社会责任审核比例	%	100	100	100
中国本土供应商比例	%	99.1	99.1	98.7
<b>社区</b>				
员工志愿者服务时间	小时	1,800,000+	1,500,000+	1,500,000+

## 贡献联合国可持续发展目标

### 可持续发展目标

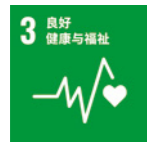
### 我们的影响



#### SDG 2 消除饥饿

消除饥饿，实现粮食安全、改善营养和促进可持续农业

- 百胜中国积极响应中国政府实现共同富裕的重要目标，持续推进乡村的可持续发展。通过开展“捐一元·献爱心·送营养”（简称“捐一元”）、必胜客“扶业计划”等项目，百胜中国长久如一地持续着力于改善偏远乡村地区儿童的饮食营养，并且努力通过助力地方产业发展，赋能乡村振兴。截至 2021 年底，“捐一元”项目已覆盖 14 省（自治区），累计筹集善款超过 2.3 亿元，其中百胜中国及员工捐款超过 6,200 万元，并吸引顾客参与募捐超过 1.3 亿人次，累计为偏远乡村地区的儿童提供营养加餐近 5,300 万份，为 1,260 余所学校配备现代化爱心厨房设备。2021 年，必胜客“扶业计划”开展线下培训 22 场，参与培训人数达 1,600 余人。
- 为响应中国政府反对食物浪费的号召，助力实现零饥饿、负责任消费和生产等联合国可持续发展目标，我们自 2020 年起发起肯德基食物驿站项目，在选定的餐厅建立余量食物领取站，将餐厅未售完的食物妥善打包，在每袋食物的包装袋上标明存入日期、食用指引等信息后进行收集冷冻，免费分发给有需要的社区居民。截至 2021 年底，肯德基食物驿站已拓展至 27 个城市的 120 余家餐厅。



#### SDG 3 良好健康与福祉

确保健康的生活方式、促进各年龄段人群的福祉

- 百胜中国不遗余力地为顾客提供美味食品的同时，以平衡的膳食模式为基准，提供富含多重营养的均衡膳食，让顾客在美味中汲取健康。我们推出了众多美味的产品，丰富的菜单选择，从而满足平衡膳食的多样化需求。在保证产品口味的同时，我们坚持不断创新，优化配方、食材以及烹饪方法。在儿童营养搭配方面，我们持续丰富儿童餐的营养搭配，将提供美味与营养兼备的食品作为我们不懈的追求。
- 百胜中国通过推出多项文化特色活动，打造相关主题餐厅，支持不同体育活动和赛事的举办，希望营造良好的文化氛围的同时，倡导健康生活方式，助力吃动平衡的全民健康生活。我们积极推广健康的生活方式，推广体育运动，支持勇于挑战新高的运动员们。此外，我们积极投入到各项健身活动和体育赛事中，包括三人篮球赛、城市马拉松等在内的本地赛事，也作为冬奥会、亚运会等大型国际赛事的官方赞助商支持体育事业蓬勃发展，助力体育强国目标实现。百胜中国作为 2022 年第 24 届北京冬奥会和冬残奥会的官方赞助商，不仅在冬奥村为各国运动健儿提供冠军套餐，在北京、天津、张家口等地推出冬奥主题餐厅，还积极组织群众性冰雪运动，向顾客普及冬奥知识，激发更多人热爱冰雪运动，为推广奥林匹克运动贡献自己的一份力量。

### 可持续发展目标

### 我们的影响



#### SDG 4 优质教育

确保包容、公平的优质教育，促进全民享有终身学习机会

- 百胜中国努力为青少年提供平等、优质的教育机会。通过提供经济支持和志愿者活动，我们积极为青少年提供公平优质的教育平台，例如通过为偏远乡村地区的老师和孩子提供编程教学方面的培训，让那里的孩子们能获得数字化学习的机会。截至 2021 年底，百胜中国已为 5 个省 240 所乡村学校 330 多名教师提供编程培训。早在 2002 年百胜中国就已成立“肯德基曙光基金”，常年助力培养品学兼优但家庭经济困难的大学学子，资助他们完成学业。截至 2021 年底，“肯德基曙光基金”项目已累计投入善款超过 1.2 亿人民币，覆盖全国 30 个城市的 68 所高校，已有超过 20,000 人次的大学生受益。
- 百胜中国鼓励员工持续学习，不断增强自身技能。公司与国家开放大学合作推进圆梦计划，为员工提供继续教育的机会，支持他们获得国家认可的大专和本科学历，助力员工职场快速成长。截至 2021 年底，圆梦计划已陆续解锁 20 个城市。共有 3,800 位百胜中国员工通过圆梦计划获得继续教育补助和高等教育学历证书。此外，百胜中国还为符合资格的员工发放奖学金以资助他们继续攻读硕士学位。2021 年 12 月，肯德基在广州和深圳启动百胜中国“天使圆梦计划”。肯德基与众多机构携手，共同探索残障人士融合教育的创新模式，帮助“天使员工”获得高等教育机会，提升职业技能。越来越多的“天使员工”和普通员工一起进行共融互助学习，报读国家开放大学相关专业，今年秋季就将开启大学生活，在更大的舞台，活出梦想中的自在人生。肯德基还为职业学院的特殊学生提供实习和工作机会，助力学生们的能力发展，为他们在追逐梦想的道路上添上一对有力的翅膀。



#### SDG 5 性别平等

实现性别平等，为所有妇女、女童赋权

- 百胜中国是联合国“赋权予妇女原则”（WEPs）签署企业成员，承诺在工作场所中支持和促进性别平等，为所有员工提供公平招聘、培训和晋升机会。截至 2021 年底，百胜中国女性员工超过 29 万人，占员工队伍总数的 65%。公司持续在各管理级别培育优秀的女性领袖，截至 2021 年底，高级管理层中女性比例达到 53%。
- 为更好地关爱女性员工，我们依法为女性员工提供孕期和哺乳期的福利与关怀。我们根据国家相关法律更新了产假政策，为女性员工提供最低 98 天的产假，并为难产或多胎分娩等特殊情况提供延长假。对于男性员工，如果其配偶处在孕期和哺乳期内，也可获得相应的陪产假。公司还在办公室内设置哺乳室，创造保护隐私且舒适的工作环境。同时，我们致力于为女性员工提供平等的职业发展机会，并开设女性领导力等一系列提升女性员工职场竞争力的课程，助力她们实现长足的职业生涯和个人成长。
- 2017 年 3 月，肯德基在重庆正式挂牌成立了全国首家“小候鸟妈妈主题餐厅”。截至 2021 年底，“小候鸟妈妈主题餐厅”模式已在湖北、河南、重庆、湖南、安徽等省份中超过 760 家餐厅得到推广。完善的福利保障和灵活的排班，让留守、流动儿童的母亲——“小候鸟妈妈”们做到陪伴与工作两不误。凭借该项目，百胜中国在 2020 年联合国妇女署举办的首届中国“赋权予妇女原则”奖项中荣获社区与行业参与奖。
- 2022 年 1 月，百胜中国连续第四年入选彭博性别平等指数（GEI），成为中国大陆仅有的三家入选公司之一，得分为 78.2，高于整体 GEI 指数平均值。2022 年 3 月，Equileap 发布 2022 年全球企业性别平等排行榜前 100 位企业名单。百胜中国是唯一一家来自中国的入选该榜单的公司，且是全球 19 家没有性别薪酬差异的公司之一。

可持续发展目标

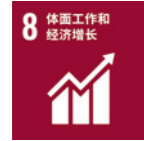
我们的影响



SDG 7 经济和清洁能源

确保人人获得可负担、可靠和可持续的现代能源

- 为支持庞大的配送系统，我们持续探索新能源车辆的使用，在深圳组建了小规模的新能源车队试点。
- 百胜中国相信，可再生能源不仅能提升我们在应对气候变化挑战中的韧性，也在我们实现 2050 价值链净零排放承诺的过程中扮演着至关重要的角色。
- 投资可再生能源对于百胜中国，甚至餐饮行业来说，都是一项新课题。我们迈出重要一步，着手推进分布式光伏开发试点工作。2022 年初，百胜中国在北京、杭州两地推出首批肯德基“创绿先锋店”，通过铺设屋顶光伏一年产生约 10,000 度清洁电力供餐厅使用，并计划结合储能技术，进一步提高餐厅能源利用效率。较 2020 年肯德基餐厅单店平均碳排放，创绿先锋店可额外减少约 15% 的碳排放。
- 未来，基于技术发展和试点经验积累，我们将持续评估在运营场所利用可再生能源的可行性，如逐步在合适且具备条件的餐厅、物流中心及办公楼宇开展屋顶光伏的部署。此外，我们也将不断探索更多可再生能源的采用方式。随着中国政府 2021 年 9 月启动绿色电力交易试点工作，我们正积极携手相关利益相关方，充分了解相关政策并寻求参与绿色电力交易的机会。
- 2018 年，百胜中国在成都进行了小规模的餐厨废油转化为生物柴油的项目试点，遵循国际可持续性和碳认证 (ISCC) 的标准建立起了一套全链数据记录和追溯体系。2021 年，我们持续推广该项目，积极探索废油资源化机会。截至 2021 年底，325 家餐厅获得 ISCC 认证，品牌包括肯德基、必胜客和塔可贝尔，其分布范围已从成都市扩大至整个四川省。2019 至 2021 年期间，累计约 2,545 吨餐厨废油被完全转化为生物柴油。



SDG 8 体面工作和经济增长

促进持久、包容、可持续的经济增长，实现充分和生产性就业，确保人人有体面工作

- “以人为本”是百胜中国的核心价值观，我们坚信唯有尊重并保护人权方能保持企业基业长青。公司发布《百胜中国人权政策》，重申我们的承诺，着力打造尊重和保障人权的职场和社区。我们严格遵守人权相关的法律、法规和标准，遵循联合国《世界人权宣言》和有关国际人权公约精神，包括但不限于国际劳工组织《关于工作中的基本原则和权利宣言》，打造尊重和保障人权的职场和社区。我们积极识别和防止企业和价值链中人员面临的人权风险，积极了解利益相关方对人权问题的关注及期望。
- 百胜中国致力于为员工打造多元、包容及不受歧视的工作环境，通过“小候鸟妈妈餐厅”、冬奥餐厅、继续教育奖学金项目等，为所有人提供实现个人价值的舞台。公司承诺，残障人士安置比例将保持在全职员工人数的 1.5% 以上。截至 2021 年底，百胜中国为约 2,000 位残障人士提供就业。为持续给全国有特殊需求的残障青年提供平等的就业与发展机会，百胜中国于 2012 年在深圳创立“天使餐厅”助残模式，通过改造餐厅设备、改进操作流程、改变管理模式、提供定制化培训等软硬件结合的方式，协助并培养“天使员工”（有特殊需要的人士）掌握各项工作技能，由此全面融入社会，实现更大的个人价值。截至 2021 年底，肯德基“天使餐厅”公益模式已覆盖全国 22 个城市共 23 家“天使餐厅”，并为 200 名左右有特殊需求的年轻人提供就业岗位。在入选的冬运村餐厅员工中，有 8 名来自肯德基“天使餐厅”的员工。
- 公司发布《百胜中国职业健康与安全 (OH&S) 政策》，携手我们的员工、顾客及合作伙伴，充分了解并共同遵守相关的规章制度、政策和程序。2018-2021 年，百胜中国因工死亡人数持续为零，2021 年百万工时损工率为 0.99 次 / 百万工时。

可持续发展目标

我们的影响



SDG 9 工业、创新和基础设施

建设有风险抵御能力的基础设施、促进包容的可持续工业，并推动创新

- 百胜中国通过量身定制的全球一流物流管理体系为餐厅提供高效、可靠的物流服务以保障食品安全。截至 2021 年底，我们利用 32 个物流中心将供应物资派送至我们的自营餐厅及加盟店以及第三方客户。我们与供应商的多方合作以及庞大的物流网络，使我们在单个供应商或物流中心无法供应的情况下，仍可继续供应产品。
- 每个物流中心均配备一名专职品质管理专员对仓储、收货、配送、卸货进行检查。我们对物流服务商（包括仓储和运输服务）实行定期审核和日常检查制度，以验证服务商的食品安全和质量管理体系符合百胜中国的要求。2021 年度，我们对仓储和运输服务商进行了约 191 次食品安全和质量审核，以及 2,300 多次例行检查。
- 百胜中国的愿景是成为全球最创新的餐饮先锋。在完善的体系化食安管理基础上，我们通过自动化、数字化和智能化科技手段，升级食品安全管理方式，打造了行业领先的数智化供应链管理系统。我们将前沿科技赋能于传统管理模式，实现数据实时采集和分析，关键环节可见、及时纠偏，更敏捷高效地提升百胜中国食品安全管理的效率和及时性。



SDG 12 负责任的消费和生产

确保可持续消费和生产模式

- 近年来，随着大众整体消费水平的提升及环保意识的增强，低碳生活方式已被越来越多的顾客所青睐。除了推进自身运营减排及带动供应商实现减排，顾客也是百胜中国应对气候变化的重要力量。我们致力于利用线上线下相结合的方式与顾客互动，通过一系列低碳环保的宣传推广活动，鼓励和奖励更多环境友好的选择，不断加深公众的环保意识，化挑战为机遇。2021 年 12 月，为提升顾客的环保意识，肯德基在其超级 APP 正式上线“自然‘侦碳’向零出发”主题的互动板块，向践行手机单到店自取、不使用一次性餐具、光盘行动及垃圾分类等低碳消费行为的顾客提供特别优惠券奖励。该活动面向全国超过 7,900 家门店，致力于带动 3.2 亿会员参与并助力社会与环境的可持续发展。



SDG 13 气候行动

采取紧急行动应对气候变化及其影响

- 我们携手员工、顾客、供应商伙伴及社区，致力于推动气候变化应对行动，持续向低碳经济转型。我们主动参照 TCFD 框架，积极评估我们的业务在应对气候风险与机遇的短期与长期的抵御能力，加速推进全价值链温室气体减排。
- 在建立长期气候变化应对能力并推动自身向低碳经济转型的过程中，我们意识到公司在有序开展业务的同时，还需将气候相关风险与机遇带来的潜在影响融入到公司战略中，以更有效地确保业务的连续性与可持续性。为此，我们全面采纳 TCFD 的建议，于 2021 年启动首份 TCFD 报告编制工作。我们识别评估了在不同气候情景下，对我们业务有重大影响的气候相关风险及机遇，并详细阐明应对策略。
- 作为中国最大的餐饮企业，我们积极采取行动应对气候变化，积极响应中国政府“力争于 2030 年前实现碳达峰、2060 年前实现碳中和”的承诺，助力实现《巴黎协定》“将全球平均气温升幅限制在工业化前水平以上 1.5°C 之内”的长期目标。2021 年 6 月 8 日，百胜中国正式宣布签署并向 SBTi 提交《企业雄心助力 1.5°C 限温目标承诺函》，表明我们设立科学碳目标并力争实现 2050 价值链净零排放的决心与承诺。



SDG 15 陆地生物

保护、恢复和促进可持续利用陆地生态系统、可持续森林管理、防治荒漠化、制止和扭转土地退化现象、遏制生物多样性的丧失

- 森林在调节生态系统、碳循环、水循环方面发挥着不可替代的作用。为保护地球之肺，我们与供应商伙伴携手，努力实现供应链“零毁林”目标。我们支持森林保护相关法规及倡议，主动分析和识别供应链的潜在毁林风险，致力于在产业链的各个环节最大限度地保护森林资源，以践行我们的可持续发展承诺。
- 我们将进一步加强上游供应链可追溯性的管理，识别重点农产品及高风险地区，并将携手供应商伙伴，打造绿色上游生态环境。通过不断巩固上游供应链可追溯性的管理，我们进一步践行棕榈油、大豆、牛肉、木材等农产品原材料的可持续采购。

## > GRI 索引表

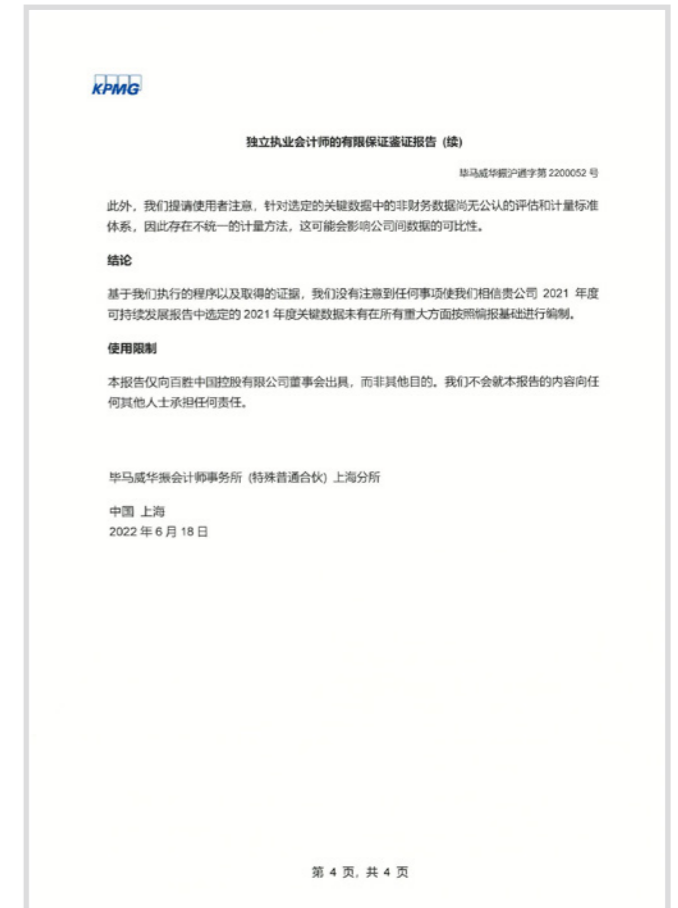
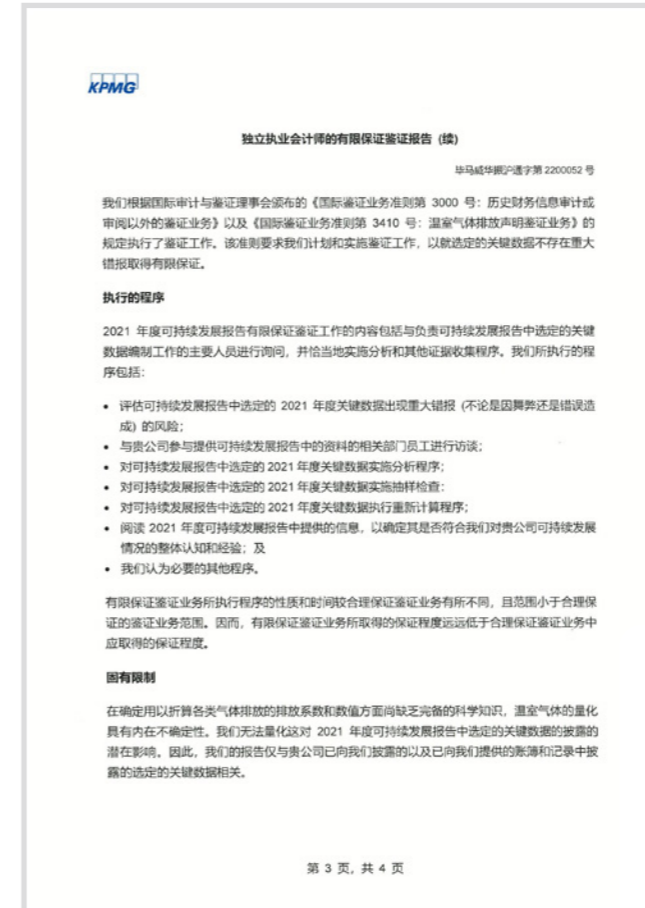
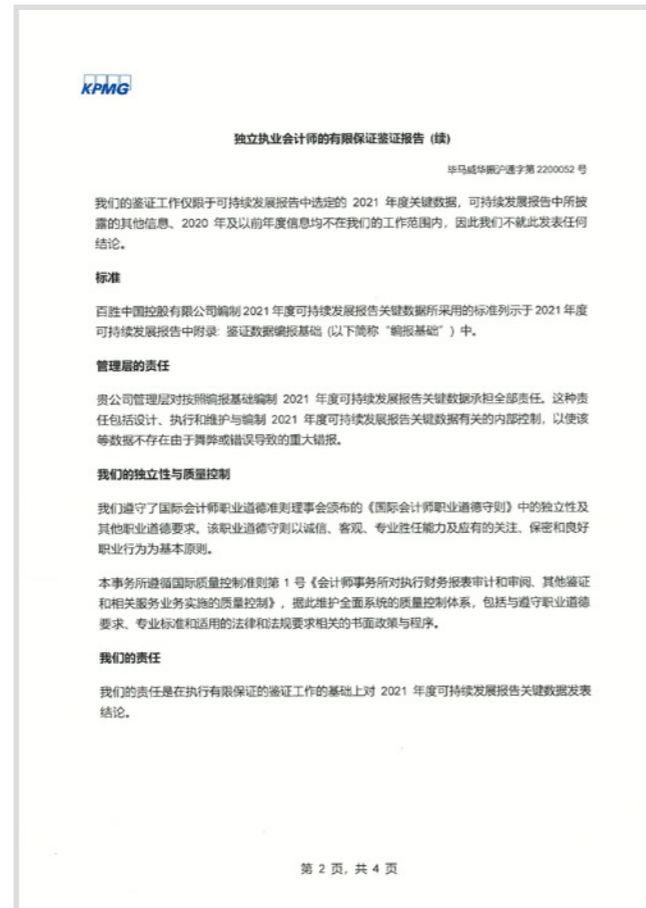
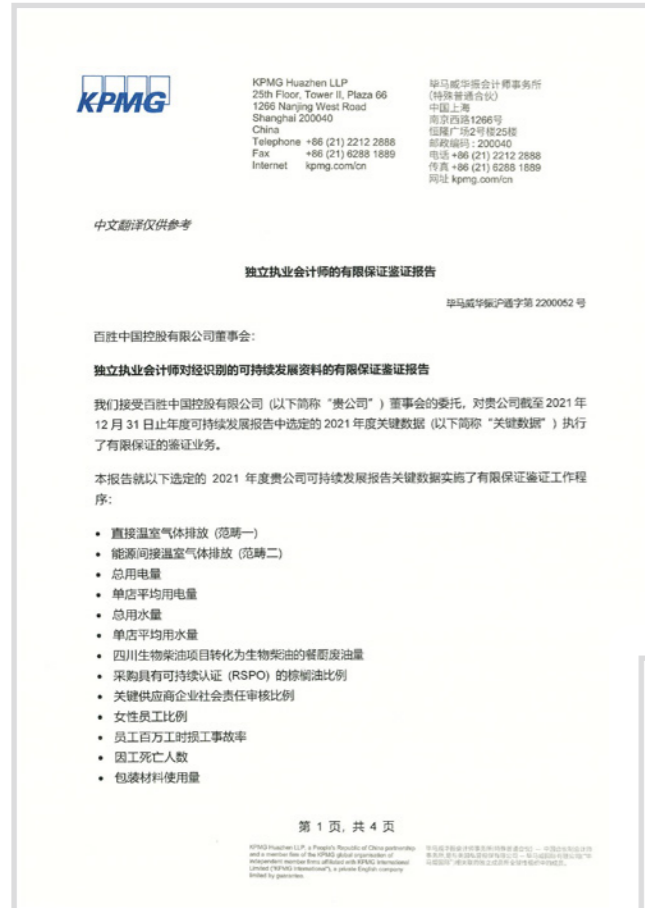
GRI 标准披露项	章节名称	页码	备注
<b>组织概况</b>			
102-1 组织名称	关于我们	P06	
102-2 活动、品牌、产品和服务	关于我们	P06	
102-3 总部位置	/		公司总部位于中国上海
102-4 经营位置	关于我们	P06	
102-5 所有权与法律形式	关于我们	P06	
102-6 服务的市场	关于我们	P06	
102-7 组织规模	关于我们	P06	
102-8 关于员工和其他工作者的信息	关于我们	P06	
102-9 供应链	责任采购, 打造负责任供应链	P84	
102-10 组织及其供应链的重大变化	/		无重大变化
102-11 预警原则或方针	企业管治	P08	
102-12 外部倡议	贡献联合国可持续发展目标	P114	
102-13 协会的成员资格	齐头并进, 促进行业交流与全民科普	P31	
<b>战略</b>			
102-14 高级决策者的声明	百胜中国首席执行官致辞	P02	
102-15 关键影响、风险和机遇	可持续发展战略	P10	
<b>道德和诚信</b>			
102-16 价值观、原则、标准和行为规范	企业管治	P08	
102-17 关于道德的建议和关切问题的机制	企业管治	P08	
<b>管治</b>			
102-18 管治构架	企业管治	P08	
102-19 授权	企业管治	P08	
102-20 行政管理层对于经济、环境和社会议题的责任	可持续发展战略	P10	
102-21 就经济、环境和社会议题与利益相关方进行的磋商	可持续发展战略	P10	
102-22 最高管治机构及其委员会的组成	企业管治	P08	
102-23 最高管治机构主席	企业管治	P08	
102-24 最高管治机构的提名和甄选	企业管治	P08	
102-25 利益冲突	企业管治	P08	
102-26 最高管治机构在制定宗旨、价值观和战略方面的作用	可持续发展战略	P10	
102-27 最高管治机构的集体认识	企业管治	P08	
102-28 最高管治机构的绩效评估	企业管治	P08	
102-29 经济、环境和社会影响的识别和管理	可持续发展战略	P10	
102-30 风险管理流程的效果	可持续发展战略	P10	
102-31 经济、环境和社会议题的评审	可持续发展战略	P10	
102-32 最高管治机构在可持续发展报告方面的作用	可持续发展战略	P10	
102-33 重要关切问题的沟通	可持续发展战略	P10	
102-34 重要关切问题的性质和总数	可持续发展战略	P10	
102-35 报酬政策	以人为本, 打造可持续发展职场	P59	
102-36 决定报酬的过程	以人为本, 打造可持续发展职场	P59	

GRI 标准披露项	章节名称	页码	备注
<b>利益相关方参与</b>			
102-40 利益相关方群体列表	可持续发展战略	P10	
102-42 利益相关方的识别和甄选	可持续发展战略	P10	
102-43 利益相关方参与方针	可持续发展战略	P10	
102-44 提出的主要议题和关切问题	可持续发展战略	P10	
<b>报告实践</b>			
102-45 合并财务报表中所涵盖的实体	关于本报告	P110	
102-46 界定报告内容和议题边界	可持续发展战略	P10	
102-47 实质性议题列表	可持续发展战略	P10	
102-48 信息重述	/		无报告重述
102-49 报告变化	关于本报告	P110	
102-50 报告期	关于本报告	P110	
102-51 最近报告日期	关于本报告	P110	
102-52 报告周期	关于本报告	P110	
102-53 有关本报告问题的联络人信息	关于本报告	P110	
102-54 符合 GRI 标准进行报告的声明	关于本报告	P110	
102-55 GRI 内容索引	GRI 索引表	P118	
102-56 外部鉴证	鉴证报告	P122	
<b>管理方法</b>			
103-1 对实质性议题及其边界的说明	可持续发展战略	P10	
103-2 管理方法及其组成部分	以食为天 以绿为源 以人为本 以爱为先	P14 P34 P56 P86	
103-3 管理方法的评估	可持续发展战略	P10	
<b>GRI 201: 经济绩效</b>			
201-2 气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇	气候行动, 铸就韧性生态圈	P38	
<b>GRI 204: 采购实践</b>			
204-1 向当地供应商采购支出的比例	责任采购, 打造负责任供应链	P84	
<b>GRI 205: 反腐败</b>			
205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	企业管治	P08	
<b>GRI 206: 不正当行为</b>			
206-1 针对不正当竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	/		报告期内未收到相关法律诉讼
<b>GRI 301: 物料</b>			
301-1 所用物料的重量或体积	创新引领, 积极探索循环经济	P48	
301-2 所使用的回收进料	创新引领, 积极探索循环经济	P48	
301-3 回收产品及其包装材料	创新引领, 积极探索循环经济	P48	

GRI 标准披露项	章节名称	页码	备注
<b>GRI 302: 能源</b>			
302-1 组织内部的能源消耗量	气候行动, 铸就韧性生态圈	P38	
302-2 组织外部的能源消耗量	气候行动, 铸就韧性生态圈	P38	
302-3 能源强度	气候行动, 铸就韧性生态圈	P38	
302-4 减少能源消耗量	气候行动, 铸就韧性生态圈	P38	
302-5 降低产品和服务的能源需求	气候行动, 铸就韧性生态圈	P38	
<b>GRI 303: 水资源</b>			
303-1 组织与水 (作为共有资源) 的相互影响	气候行动, 铸就韧性生态圈	P38	
303-2 管理与排水相关的影响	气候行动, 铸就韧性生态圈	P38	
303-5 耗水	气候行动, 铸就韧性生态圈	P38	
<b>GRI 305: 排放</b>			
305-1 直接 (范畴 1) 温室气体排放	气候行动, 铸就韧性生态圈	P38	
305-2 能源间接 (范畴 2) 温室气体排放	气候行动, 铸就韧性生态圈	P38	
305-3 其他间接 (范畴 3) 温室气体排放	气候行动, 铸就韧性生态圈	P38	
305-4 温室气体排放强度	气候行动, 铸就韧性生态圈	P38	
305-5 温室气体减排量	气候行动, 铸就韧性生态圈	P38	
<b>GRI 306: 污水和废弃物</b>			
306-1 废弃物的产生与废弃物相关的重大影响	创新引领, 积极探索循环经济	P48	
306-2 重大废弃物相关影响的管理	创新引领, 积极探索循环经济	P48	
306-3 产生的废弃物	创新引领, 积极探索循环经济	P48	
306-4 废弃物回收处置方式	创新引领, 积极探索循环经济	P48	
306-5 废弃物最终处置	创新引领, 积极探索循环经济	P48	
<b>GRI 307: 环境合规</b>			
307-1 违反环境法律法规	/		报告期内未发生重大违规事件
<b>GRI 308: 供应商环境评估</b>			
308-2 供应链对环境的负面影响以及采取的行动	气候行动, 铸就韧性生态圈	P38	
<b>GRI 401: 雇佣</b>			
401-1 新进员工和员工流动率	以人为本, 打造可持续发展职场	P59	
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, 打造可持续发展职场	P59	
401-3 育儿假	以人为本, 打造可持续发展职场	P59	
<b>GRI 403: 职业健康与安全</b>			
403-1 职业健康安全管理体	以人为本, 打造可持续发展职场	P59	
403-2 危害识别、风险评估和事件调查	以人为本, 打造可持续发展职场	P59	
403-3 职业健康服务	以人为本, 打造可持续发展职场	P59	
403-4 职业健康安全事务: 工作者的参与、协商和沟通	以人为本, 打造可持续发展职场	P59	
403-5 工作者职业健康安全培训	以人为本, 打造可持续发展职场	P59	
403-6 促进工作者健康	以人为本, 打造可持续发展职场	P59	
403-7 预防和减轻与商业关系直接相关的职业健康安全影响	以人为本, 打造可持续发展职场	P59	

GRI 标准披露项	章节名称	页码	备注
403-8 职业健康安全管理体覆盖的工作者	以人为本, 打造可持续发展职场	P59	
403-9 工伤	以人为本, 打造可持续发展职场	P59	
403-10 工作相关的健康问题	以人为本, 打造可持续发展职场	P59	
<b>GRI 404: 培训与教育</b>			
404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	以人为本, 打造可持续发展职场	P59	
404-2 员工技能提升方案和过渡协助方案	以人为本, 打造可持续发展职场	P59	
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, 打造可持续发展职场	P59	
<b>GRI 405: 多元化与平等机会</b>			
405-1 管治机构与员工的多元化	以人为本, 打造可持续发展职场	P59	
405-2 男女基本工资和报酬的比例	以人为本, 打造可持续发展职场	P59	
<b>GRI 406: 反歧视</b>			
406-1 歧视事件及采取的纠正行动	以人为本, 打造可持续发展职场	P59	
<b>GRI 412: 人权评估</b>			
412-2 人权政策或程序方面的员工培训	以人为本, 打造可持续发展职场	P59	
<b>GRI 413: 当地社区</b>			
413-1 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	心怀社区, 携手共建友爱邻里	P96	
413-2 对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点	/		根据现有数据和资料, 目前无存在对社区有负面影响的运营点
<b>GRI 414: 供应商社会评估</b>			
414-1 使用社会标准筛选的新供应商	责任采购, 打造负责任供应链	P84	
414-2 供应链对社会的负面影响以及采取的行动	责任采购, 打造负责任供应链	P84	
<b>GRI 416: 客户健康与安全</b>			
416-1 对产品和服务类别的健康与安全影响的评估	文化引领, 构建食品安全价值链	P17	
416-2 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	/		报告期内未发生相关违规事件
<b>GRI 417: 营销与标识</b>			
417-1 对产品和服务信息与标识的要求	为客疯狂, 数字驱动提升体验	P81	
417-2 涉及产品和服务信息与标识的违规事件	/		报告期内未发生相关违规事件
417-3 涉及市场营销的违规事件	/		报告期内未发生相关违规事件
<b>GRI 418: 客户隐私</b>			
418-1 与侵犯客户隐私和丢失客户数据有关的经证实的投诉	/		报告期内未收到相关投诉
<b>GRI 419: 社会经济合规</b>			
419-1 违反社会与经济领域的法律和法规	/		报告期内未发生重大违规事件

## > 鉴证报告



## 鉴证数据编报基础

编号	指标	编报基础
1	直接温室气体排放（范畴一）	2021 年百胜中国的直接温室气体排放（范畴一）是指2021 年百胜中国旗下肯德基、必胜客、塔可贝尔、小肥羊、黄记煌、东方既白、COFFii & JOY 和Lavazza 品牌直营餐厅以及百胜中国自营物流中心的直接温室气体排放量。直接温室气体排放（范畴一）主要来源于制冷设备和空调设备的安装、使用和处置，使用温室气体核算体系（GHG Protocol）的制冷和空调设备计算工具计算获得。制冷设备使用的制冷剂种类和填充量来自设备铭牌。空调设备的制冷剂种类来自设备铭牌，填充量为百胜中国根据餐厅面积和制冷剂填充量定义的肯德基和必胜客餐厅单店平均空调设备制冷剂填充量。制冷剂的全球变暖潜势采用政府间气候变化专门委员会第五次评估报告（IPCC AR5）以及2017 年美国采暖、制冷与空调工程师学会（ASHARE）手册- 基础中的100 年全球变暖潜势值。2021 年百胜中国剩余少部分的直接温室气体排放（范畴一）来自小肥羊和黄记煌品牌直营餐厅的天然气使用消耗。天然气使用消耗通过各个餐厅的天然气使用量乘以天然气排放因子得到。天然气排放因子采用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。
2	能源间接温室气体排放（范畴二）	2021 年百胜中国的能源间接温室气体排放（范畴二）是指2021 年百胜中国旗下肯德基、必胜客、塔可贝尔、小肥羊、黄记煌、东方既白、COFFii & JOY 和Lavazza 品牌直营餐厅，以及百胜中国办公室和自营物流中心的能源间接温室气体排放量。能源间接温室气体排放（范畴二）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当地区域电网平均二氧化碳排放因子计算得到。区域电网平均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《2011 年和2012 年中国区域电网平均二氧化碳排放因子》文件中2012 年的排放因子数据。剩余少部分来自于餐厅和办公室外购热力消耗，外购热力消耗通过餐厅及办公室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。
3	总用电量	2021 年百胜中国的总用电量是指2021 年百胜中国旗下肯德基、必胜客、塔可贝尔、小肥羊、黄记煌、东方既白、COFFii & JOY 和Lavazza 品牌直营餐厅以及百胜中国办公室和自营物流中心的总用电量。用电量来源于各个餐厅、办公室和自营物流中心电费账单上显示的用电量数值。
4	单店平均用电量	2021 年百胜中国的单店平均用电量是指2021 年百胜中国旗下肯德基、必胜客、塔可贝尔、小肥羊、黄记煌、东方既白、COFFii & JOY 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2021 年百胜中国旗下肯德基、必胜客、塔可贝尔、小肥羊、黄记煌、东方既白、COFFii & JOY 和Lavazza 品牌直营餐厅的总用电量。
5	总用水量	2021 年百胜中国的总用水量是指2021 年百胜中国旗下肯德基、必胜客、塔可贝尔、小肥羊、黄记煌、东方既白、COFFii & JOY 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。
6	单店平均用水量	2021 年百胜中国的单店平均用水量是指2021 年百胜中国旗下肯德基、必胜客、塔可贝尔、小肥羊、黄记煌、东方既白、COFFii & JOY 和Lavazza 品牌直营餐厅的单店平均用水量。

编号	指标	编报基础
7	四川生物柴油项目转化为生物柴油的餐厨废油量	2021 年百胜中国四川生物柴油项目转化为生物柴油的餐厨废油量是指2021 年百胜中国四川省肯德基、必胜客和塔可贝尔餐厅开展的生物柴油项目中转化为生物柴油的餐厨废油量。转化为生物柴油的餐厨废油量源于各餐厅与废油收运商的交付单据。
8	采购具有可持续认证（RSPO）的棕榈油比例	2021 年百胜中国采购具有可持续认证（RSPO）的棕榈油比例是指2021 年百胜中国采购的所有含棕榈油产品中使用的具有RSPO 认证的棕榈油比例。
9	关键供应商企业社会责任审核比例	2021 年百胜中国关键供应商企业社会责任审核比例是指2021 年百胜中国开展了企业社会责任审核的关键供应商占所有关键供应商的比例。其中，百胜中国有创新能力供应商和重要供应商（除了纯服务类供应商、海外供应商、年采购额小于2 百万人民币的小额采购供应商、IT 服务供应商及不直接供货的集团总部供应商）为百胜中国的关键供应商。
10	女性员工比例	2021 年百胜中国的女性员工比例是指2021 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2021 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2021 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。
11	员工百万工时损工事故率	2021 年百胜中国员工百万工时损工事故率是指2021 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2021 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2021 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心脏病发作；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）；3) 在工作时，因无关工作之情况致癫痫症发作。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。
12	因工死亡人数	2021 年百胜中国因工死亡人数是指2021 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2021 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心脏病发作；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）；3) 在工作时，因无关工作之情况致癫痫症发作。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	包装材料使用量	2021 年百胜中国包装材料使用量是指2021 年百胜中国纸包装使用量和塑料包装使用量的总和。纸包装使用量由供应商原纸用量加上纸浆模塑包装总重量计算得到，塑料包装使用量由单件塑料包装材料克重乘以2021 年全年总塑料包装袋数或箱数和每单位件数计算得到。



百胜中国控股有限公司

[www.yumchina.com](http://www.yumchina.com)

