

S&P Global

康师傅入选标普全球《可持续发展年鉴(中国版)2025》
并荣膺“行业最佳进步企业”称号



扫描上方二维码
关注康师傅官方微信



扫描上方二维码
关注康师傅官方微博



备：纸张使用环保纸张，印刷油墨使用大豆油墨。

KONG | 康师傅控股



自从2021年起，康师傅控股有限公司
承诺将践行联合国全球契约组织的
企业社会责任倡议及其在人权、劳工
标准、环境和反腐败领域的十项原则。

轻旋的风叶，迎着长风伫立，铺展生机的底色。
以初心为源，每缕风中都说说着对绿色未来的向往。

Nature

KONG | 康师傅控股
可持续发展报告 SUSTAINABILITY REPORT

2025 可持续发展报告
SUSTAINABILITY REPORT



目录 | CONTENTS

01	董事长兼可持续发展委员会主席致辞
03	首席执行官兼可持续发展委员会副主席致辞
05	报告说明
06	关于康师傅
07	公司治理
10	品质坚守
11	品牌提升
11	绿色运营
12	员工关怀
12	持续回馈

13	回归Day 1 初心： 满足消费者「欢乐饮食，美好生活」， 实现企业与社会的可持续发展
----	---

15	康师傅可持续发展理念
17	ESG管治架构与行动
18	支持联合国可持续发展目标与倡议
21	可持续发展行动与绩效
29	利益相关方沟通和关键议题重要性评估

35	专题： 聚力可持续，共筑新未来
----	--------------------

39	Day 1 匠心： 守护营养健康， 乐享「欢乐饮食，美好生活」
41	食品安全管控与建设
44	食品安全与质量保证培训宣贯
45	健康营养产品研发与拓展
48	健康理念传播

49	Day 1 同行： 伙伴协同共赢， 共拓「欢乐饮食，美好生活」
----	---------------------------------------

51	服务消费者
52	负责任营销
53	信息与网络安全
54	知识产权管理
55	供应商ESG管理
57	反贪污和职业道德管理
59	品牌力突破

61	Day 1 常青： 拓展绿色足迹， 净享「欢乐饮食，美好生活」
----	---------------------------------------

63	设定环境管理目标
64	节能节水管理
68	减排减碳管理
70	减塑与包装物管理
73	数字化生产管理
75	应对气候变化
81	保护生物多样性
88	可持续原物料采购
89	环境关键绩效指标

91	Day 1 成长： 铸就卓越职场， 共享「欢乐饮食、美好生活」
----	---------------------------------------

93	深耕人力资本，打造卓越职场
97	促进员工成长与发展，打造智慧职场
99	保障员工健康与安全，打造安心职场
102	建设企业文化，打造美好职场
105	人力关键绩效指标

109	Day 1 回馈： 创造服务价值， 汇聚「欢乐饮食，美好生活」
-----	---------------------------------------

112	聚焦社会关怀
115	体育公益
117	食安科普
118	水教育
119	乡村振兴
119	校企合作

121	附录1：2025年度社会认可及获奖情况
123	附录2：GRI可持续发展报告标准索引表
130	附录3：联合国全球契约十项原则
131	附录4：ISO 26000：社会责任指南（2010）索引表



董事长

兼可持续发展委员会主席

致辞

康师傅始终秉承「欢乐饮食，美好生活」的品牌理念，并将「家园常青，健康是福」的可持续发展理念深植于企业基因。我们致力于打造让政府放心、消费者安心、合作伙伴开心的「民族品牌」，严守食安风险底线，为消费者提供营养、健康、美味、多样的产品选择；同时持续深化节能、减排、减塑的广度与深度，携手价值链上下游伙伴共同推进食品行业绿色转型，以长期主义淬炼可持续发展价值。

欢乐饮食 美好生活™
Life+Delicacy

品质坚守



食品安全是康师傅生存发展的基石，更是对消费者的庄严承诺。我们以「零容忍」态度严守食安底线，构建覆盖全产业链管理体系，年质检超350万次。从数字化溯源体系搭建到多项国际权威认证获取，康师傅以高于国家标准的质控要求严把每一环节，精益求精。同时，我们积极践行「三减三健」行动倡议，以研发创新持续优化产品营养健康属性。

品牌提升



康师傅以创新为引擎，构建「政企媒联动、线上线下共振」的全链路营销生态，将品牌发展与国家战略深度绑定；精准捕捉消费趋势和年轻群体偏好，联动体育事件、公益推广等多元矩阵开展品牌传播，提升品牌价值与社会影响力。2025年，康师傅成为行业首个进驻酒泉卫星发射中心的食物品牌，入驻「苏超」官方赞助商行列，创新饮品「冻冻茶」联名《疯狂动物城》实现成功破圈，并举办「食·裳——塑说新生 万象循环」ESG主题时装秀，推动品牌好感度与用户偏好度实现双提升。

绿色运营



康师傅通过系统化环境管理措施减少自身对环境的影响，同时联动产业链上下游伙伴共同推动行业全链条绿色转型。2025年，我们持续推进各项节能节水专案落地，深化生产运营管理数字化升级，有序推进光伏项目建设，持续优化价值链上下游温室气体减排与水资源管理能力，与合作伙伴建立常态化环境友好协作机制；基于「减少、重复使用和回收」的循环经济3R原则制定绿色包装战略，并完成减塑与包装物管理方面的多项关键技术储备。

员工关怀



我们切实保障员工各项合法权益，悉心支持员工发展与成长，持续完善职业健康与安全管理体系建设，并设置「康师傅心理健康关爱大使」，给予员工更多心理关怀。2025年，公司持续以「康师傅之道」(KSF WAY)为指引，以业务发展为核心导向，打造「一主多元，扛责自驱」的生态文化体系，充分发挥企业文化的导向与凝聚作用，助力企业管理效能提升和转型升级。

持续回馈



康师傅始终以服务社会为己任，长期关注社区所需，围绕应急救援、爱心捐赠、体育公益、食安科普、水教育、乡村振兴以及校企合作等多元领域，将社区投资、公益实践与自身业务深度融合，贡献康师傅力量，高质量承担企业社会责任。

「大道至简，实干为要」。我们深知可持续发展是一场没有终点的长跑，康师傅将始终以务实之心践行绿色转型，以创新之力驱动价值共创，在高质量发展的道路上笃行不怠。

魏宏名

董事长



首席执行官 兼可持续发展委员会副主席 致辞

「回归创业第一天的精神」(Back to Day 1)是一种精神回归——回归那份对使命的纯粹、对价值的执着、对长期主义的信仰。对康师傅而言,可持续发展的本质,正是这种精神的延伸与实践。它驱动我们回归初心,以更高标准审视企业与社会、环境、消费者之间的关系,在效率与责任、增长与绿色、创新与传承之间寻找最优解,让自身发展与社会福祉同频共振,让每一次回归都成为更高质量发展的新起点。

欢乐饮食 美好生活™
Life+Delicacy

回归产品本质,以价值创新回应用户需求。康师傅锚定国民健康升级需求,持续推动产品迭代,以航天温控、现代萃取等前沿技术赋能产品研发,打造覆盖多元健康场景的产品矩阵,实现产品从方便到美味再到健康的升级,以更高的品质回应消费者对美好生活的向往。2025年,方便面研发上,我们依托创新的「单釜水煮工艺」推出非油炸面「特别特」系列产品,切入高端零售、航空服务等全新场景。饮品研发上,我们推出中式养生系列新品「无糖决明子大麦饮」、「pH9.0电解碱性水」等,构建无糖茶饮、功能水、草本养生饮品等多元产品矩阵。康师傅用技术创新打通产品升级的新赛道,真正回应用户的切实需求。

回归绿色本源,以低碳实践谋求长期价值。响应国家「双碳」战略目标,康师傅将低碳实践深度嵌入生产运营的全流程细节之中,践行「economic ESG」发展理念,推动环境责任与经济效益有机融合。2017年至2025年,公司每百万元收益综合能耗下降20.91%、碳排放减少29.83%,实现节能与效益双赢;包装端从材料轻量化迭代到回收再造体系建设,年减少塑料、纸材消耗超6,000吨,更将废弃包装再生为时装、文创产品,打造上海时装周首个碳中和衣食跨界案例,让绿色理念真正触达消费端。我们秉持行业共进的格局,于2026年举办了可持续发展生态大会,积极链接跨领域合作伙伴,共同探索食品行业绿色转型模式,推动行业绿色发展体系行稳致远。基于这些实践,我们连续两年入选标普全球《可持续发展年鉴(中国版)》,跻身全球食品行业前10%梯队。

回归组织初心,以机制唤醒创业活力。康师傅将以创业者的坦诚与包容,进一步升级企业文化,以「康师傅之道」(KSF WAY)为指引,以「回归创业第一天的精神」(Back to Day 1)为思想抓手,重燃创业初期的高效敏捷与拼搏精神,打造多劳多得的绩效激励体系,厚植员工「为自己拼」的主人翁意识。2025年,各事业先后举办「康面红人馆」、「非凡之路」、「荣耀之路」等活动,激发员工活力,鼓励员工敢想敢闯。我们始终相信员工是企业最核心的资产,并长期与多家全球顶尖专业培训机构合作,为员工提供前瞻性、系统化的知识技能培训。2025年员工人均受训时间达118.7小时,真正实现员工成长与企业发展同频。当每个个体的创造力都被激活,每份探索的热情都被珍视,康师傅才能永远保持创业第一天的敏锐与冲劲,在变化的市场中始终走在前列。

站在新的发展阶段,回归初心重新审视ESG的核心价值,是康师傅迈向高质量发展,打造长期核心竞争力的必修课。未来,我们将持续推进产品优化与品类创新,深耕绿色产业链,以有温度的人力管理激活组织潜能,与所有合作伙伴携手同行,共同创造更健康、更可持续的美好生活。

魏宏丞
首席执行官

报告说明



康师傅控股有限公司(以下简称「康师傅」「本集团」「本公司」「公司」或「我们」)参考「全球报告倡议组织(Global Reporting Initiative, GRI)可持续发展报告标准(GRI Standards)」和国际标准化组织(International Organization for Standardization, ISO)「《ISO 26000:社会责任指南(2010)》」,综合梳理自身可持续发展的管理状况,主动对内外部主要利益相关方关注的可持续发展议题进行评估,结合公司发展战略,对2025年企业可持续发展工作进展进行检讨、回顾和报告,有关管治部分的内容建议与《康师傅控股有限公司2025年报》所载《企业管治报告》一并阅读。

本报告以康师傅落实联合国可持续发展目标(Sustainable Development Goals, SDGs)的行动为主线,呈现了康师傅在可持续发展领域的持续努力和成果。作为中国食品饮料行业的领军企业,康师傅以「弘扬中华饮食文化」为使命,以「成为受尊崇的企业」为愿景,秉承「家园常青,健康是福(Keep Our Nature Green)」的可持续发展理念,与利益相关方密切沟通,积极履行社会责任。我们认识到自身运营对经济、社会及环境等领域的重要影响,深刻理解只有「可持续发展才是好发展」,不断探索并精进自身在可持续发展领域的绩效表现,致力于将企业价值与广大利益相关方共同分享,提升社会福祉,与利益相关方共同畅享「欢乐饮食,美好生活」。

我们期望通过编制和发布本报告,向社会各界介绍和展示康师傅在可持续发展领域的努力进取和工作绩效,并彰显我们在此领域为社会做出的积极贡献。

报告范围

报告的组织范围:

康师傅控股有限公司在中国的主要办公区域和常规运营工厂,与上一年度无重大变化。

报告的时间范围:

本报告的时间范围为2025年1月1日至2025年12月31日。为保证报告的完整性,涵盖2026年部分相关内容。

报告编制标准

本报告主要参考全球报告倡议组织可持续发展报告标准(GRI Standards)、国际标准化组织《ISO 26000:社会责任指南(2010)》。

报告发布形式

本报告以印刷版及电子版两种形式发布。电子版报告可在本公司网站www.masterkong.com.cn查阅。欢迎您将对我们的可持续发展表现及本报告的意见发送至电邮sustainability@masterkong.com.cn,本报告发布中英文版本,若两版本出现不一致处,以中文版本为准。

关于康师傅



康师傅控股有限公司主要在中国从事生产和销售方便面及饮品,并于1996年2月在香港联合交易所主板上市,公司总部位于中国上海市。截至2025年12月31日,公司市值超693亿港币,为摩根士丹利资本国际(Morgan Stanley Capital International, MSCI)中国指数成份股及恒生指数成份股。作为快消品行业的领导品牌,「康师傅」肩负引领行业食品安全与质量保障的使命。通过不断构建和完善管理体系,建立风险预防管理机制,实施食品安全的全方位控制,康师傅致力于确保产品质量与安全,为广大消费者提供安全、美味、健康的食品。

未来,本集团仍将公司发展聚焦于食品、饮品的生产制造与销售,以「弘扬中华饮食文化」为初心,以「服务消费者」为宗旨,持续落实「家园常青,健康是福」的可持续发展理念,与广大利益相关方密切沟通,积极履行社会责任。

“家园常青
健康是福”



公司治理

康师傅致力于建立及维护完善的公司治理,以确
保让我们的消费者与各利益相关方(包括股东、
员工、合作伙伴及社区等)受惠。

治理架构

本集团董事会全面负责处理公司的各类重大事项,由魏宏
名先生担任董事会主席。董事会有责任领导并控制各部门分
工协作,并通过指导及检视各部门工作的方式,共同为促进
各部门职能的提升及发展而努力,并对此承担相应的责任。

为使董事会保持卓越有效的领导能力并作出独立的判断,
董事会的人员结构已充分考虑到人员技能与经验的平衡。
同时,本集团认可并接受多元化的董事会结构能够提升董
事会能力,董事人选将建立在一系列多元化的考量之上,包
括但不限于性别、年龄、文化水平及教育背景、种族、个人经
验、技能、知识与服务情况等。截至2025年12月31日,董事
会共计9名董事,其中有3名独立非执行董事,1名女性董事。

董事会下设审核委员会与薪酬及提名委员会。审核委员会
负责协助本公司董事会确保财务报告的客观性及可信性,
审核委员会之主要责任包括审阅及监察本集团之财务申报
制度、财务报表、年度及中期报告及账目的完整性、风险管
理及内部监察制度及其有效性以及维持良好的企业管治标
准及常规。审核委员会亦担任董事会与本公司核数师在本
集团审核范围事宜内之重要桥梁。审核委员会获充足资源
履行其职责,并会定期与管理人员、内部审计人员及外聘核
数师开会,以及审阅他们的报告。

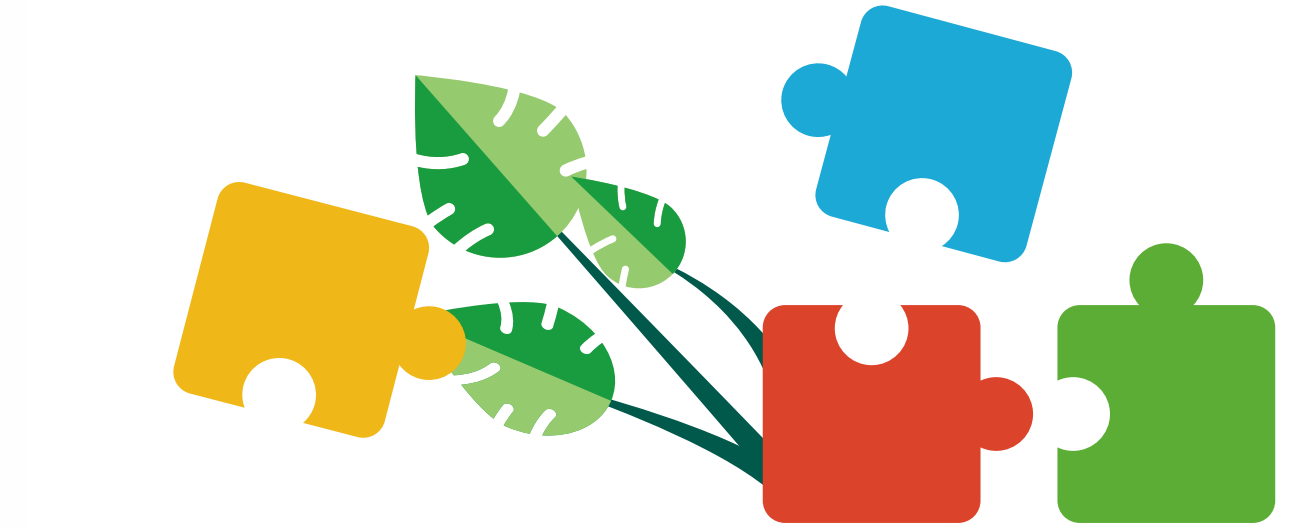
薪酬及提名委员会之成立旨在检核董事会的架构、规模及
成员多元化,对相关人员是否具备担任董事的资格作出判
断,对独立非执行董事的独立性作出评估,向董事会建议个
别执行董事及高级管理人员的薪酬待遇,审批本集团董事
及高阶雇员之薪酬福利组合,包括薪金、花红计划及其他长

期奖励计划。薪酬及提名委员会亦需检讨董事会之架构、规
模及组成,评估执行董事的表现及批准执行董事服务合约
条款,并就董事之委任及董事继任计划向董事会提出建议,
并确保委任及重新委任董事的程序符合公平及具透明度的
原则。有关提名董事的政策,薪酬及提名委员会将考虑提名
者的经验、知识及专业水平,以使他们为董事会带来高效及
有效运作,并促进董事会成员多元化(包括性别多元化)。于
本财政年度内,薪酬及提名委员会开展的工作包括:检讨董
事会之架构、规模及组成;评估执行董事的表现;审议现有
董事会成员多元化的状况及提出建议;审查董事候选人的
简历,并就董事的重新委任向董事会提出建议;向董事会建
议高级管理人员的薪酬待遇。

截至2025年12月31日,本集团共举行八次董事会会议、两
次审核委员会会议、两次薪酬及提名委员会会议。

风险管理与内部监控

本集团所建立的内部监控及风险管理程序主要遵循COSO
(The Committee of Sponsoring Organizations of the
Treadway Commission)架构五元素,分别是控制环境、风
险评估、控制活动、信息及沟通以及监控。风险管理目标是
将本集团整体风险控制在可接受的水平以内,奠定集团长
远发展的良好基础,同时能达到管理架构及权限明确化以
提升营运绩效达成及运作效率、保障资产安全,确保财务报
告可靠性,符合国家法规要求等目标。



本集团所建构的风险管理体系,以「追求永续发展,承担社
会责任」为管理目标,其管理流程包含:风险识别、风险评估
及评价、风险控制和全面监控等环节。首先,通过系统性、科
学化的方法执行风险管理目标的设定。然后,经由与经营阶
层访谈及举行风险研讨会,完成风险识别并确认风险管理框
架。第三,经由高阶领导充分参与讨论完成风险评估,进而拟
订风险应对策略。最后,持续执行风险控制活动及监督。

在董事会监督下,本集团已建立风险管理三道防线的组织
架构及职责权限,审核委员会将协助董事会审查风险管理

和内部监控系统的设计及运作成效。截至2025年12月31
日,本集团持续推动内控自评,建立严谨而有效的自查自检
体系,实现重大管理循环自评全覆盖。每年,我们将会针对
公司重大主要财务风险和非财务风险的内控有效性进行内
部检核,并就发现的问题和涉及的流程与相关人员沟通,提
供改善建议及相应的辅导,持续完善风险管控流程。同时,
集团持续扩大子公司监理作业,优先针对高风险流程制定
管理规范,还持续推展法规监控、反舞弊及内控文化建设等
工作。

第一道防线	各事业行销公司、工厂、营业部、制造部门、 地方所属职能部门等作业部门	为客户提供产品和服务,同时也承担风险管理 职责
第二道防线	控股公司及事业本部的内控、营运中心、供 应链中心、财会单位、法务单位、信息系统 部、研发及食品安全管理等职能部门	协助开展风险管理工作,为风险相关的事务提 供专业知识、支持、监督并提出合理质疑
第三道防线	隶属董事会的稽核部门	对治理机构负责,为治理机构和管理层提供有 关组织活动、成果和未来发展预测等事项的独 立、客观的确认和咨询

基于董事会及经营委员会的指导,集团在2025年度继续聚
焦环境、社会及企业管治三大方面的环境污染风险、食品安
全风险、贪污腐败风险、资讯风险、供应链风险等五项重点风
险开展相关管理工作。同时,我们已将风险管控纳入新产品

开发的全流程,从原物料源头管理、产品配方设计、产品安全
性验证、食安筛查、标签宣称合规性等各环节对产品开发流
程开展风险管控,确保产品合规上市。此外,康师傅重点关注
并持续评估新兴风险,并设置匹配的缓释行动措施。

新兴风险名称：AI技术伦理与虚假信息传播风险	
风险描述	生成式人工智能技术的快速发展,为信息传播带来了新的挑战。在食品饮料行业,近年来已出现利用AI技术伪造企业高管形象、制造不实消费场景等虚假内容,通过短视频平台和社交媒体快速传播,对消费者信任和品牌声誉造成冲击的案例。康师傅作为中国食品饮料行业的代表性企业,品牌知名度高、消费者关注度高,面临被不法分子利用AI技术制造和传播虚假信息的潜在风险。此类虚假信息可能涉及产品质量谣言、伪造高管言论、捏造负面消费体验等,由于AI生成内容逼真度高、传播速度快、溯源难度大,企业若应对不及时,可能面临声誉损害的快速扩散。
潜在影响	该风险对公司业务的潜在影响包括: (1) 品牌声誉受损——AI生成的虚假负面内容在社交媒体上快速传播,可能在短时间内对消费者认知造成大面积负面影响,削弱品牌长期积累的市场信任;(2) 消费者信任下降——涉及食品安全或高管形象的虚假信息可能动摇消费者的购买信心,导致产品销量下滑;(3) 危机应对成本增加——公司需投入额外资源建立AI内容识别和舆情监测能力,增加法务、公关及技术团队的应对成本;(4) 法律维权难度——AI生成内容的匿名性和跨境传播特性,增加了追踪造谣者和法律维权的难度与周期。
缓释措施	公司正采取以下措施应对AI技术伦理与虚假信息传播风险:(1) 建立智能舆情监测体系,利用数字化手段实时监控社交媒体、短视频平台等渠道中与公司产品相关的异常内容,实现虚假信息的早期预警和快速响应;(2) 完善品牌危机应对机制,制定虚假信息的专项应急预案,明确各部门的协同处置流程,确保在发现虚假信息传播时能够在第一时间启动澄清和维权程序;(3) 加强品牌正向沟通,通过航天品质背书、透明工厂参观、食品安全科普等多元化渠道,持续强化消费者对品牌的正面认知,提升品牌信任韧性;(4) 注重法律维权与消费者教育,增强公众的信息辨别能力,对恶意传播虚假信息的行为保留法律追诉权利。

新兴风险名称：地缘冲突与上游原材料供应风险	
风险描述	当前全球地缘局势持续动荡,中东地区冲突升级对国际能源市场、航运通道及全球大宗商品供应链产生连锁影响。国际原油价格波动直接传导至化工产业链,影响PET粒子、塑料薄膜、包装材料油墨等上游原材料的生产成本和供应稳定性。在食品饮料行业,包装材料供应的稳定性对产品正常生产和上市至关重要。近年来,全球已出现因地缘冲突导致化工原料供应紧张、部分食品企业被迫调整产品包装规格或简化外包装的案例。康师傅产品线覆盖多个品类,对PET瓶、塑料薄膜、油墨等包装材料需求量大,地缘冲突引发的供应链波动可能对公司的生产运营和包装一致性带来挑战。
潜在影响	该风险对公司业务的潜在影响包括: (1) 包装材料成本上升——原油及化工衍生品价格上涨将直接推高PET粒子、油墨、标签膜等包装材料的采购成本,对产品毛利率形成挤压;(2) 包装供应不稳定——地缘冲突导致的关键航运通道受阻或生产国出口限制,可能造成包装材料阶段性供应短缺,影响产品正常生产和交付节奏;(3) 品牌视觉一致性风险——若部分包装材料供应中断,短期内采用替代材料可能导致产品外包装颜色、质感出现差异,影响品牌视觉识别的一致性和消费者体验;(4) 供应链重构成本——为降低地缘冲突带来的供应集中度风险,公司需评估和开拓替代供应渠道,产生额外的供应商审核、认证和切换成本。

缓释措施	公司正采取以下措施应对地缘冲突与上游原材料供应风险:(1) 基于「减少、重复使用和回收」的循环经济3R原则制定绿色包装战略,持续推进产品包装轻量化,降低单位产品对包装材料的依赖程度,2025年已完成减塑与包装物管理方面的多项关键技术储备;(2) 深化包装供应链多元化布局,关键包装材料保持多家合格供应商,避免过度依赖单一供应来源;(3) 持续推进可持续包装材料研发,探索可替代传统石化基材料的新型环保包装方案,降低对国际原油及衍生品价格波动的敏感度;(4) 密切关注国际地缘局势及大宗商品市场动态,建立上游原材料价格监测预警机制,及时调整采购策略和成本管控措施。
------	---

董事会每年对本集团的风险管理和内部监控系统进行至少一次检讨。董事会确认其须对本集团的风险管理及内部监控系统负责,并有责任检讨该等制度的有效性。该等系统旨在管理而非消除未能达成本集团业务目标的风险,董事会就不会有重大的失实陈述或损失作出合理而非绝对的保证。

董事会已就截至2025年12月31日的财政年度作出有关风险管理及内部监控系统有效性的检讨。检讨涵盖所有重要的监控方面,包括财务监控,运作监控及合规监控。根据稽核部门的内部审计,未发现风险管理与内部监控上出现重大缺失。故此,董事会与审核委员会认为本集团的风险管理及内部控制制度有效及足够。

为提升员工的风险和内控意识,康师傅组织全体员工定期参与各类风险文化培训宣传活动。公司通过企业微信及飞书平

台面向集团全体员工(含高级管理人员)定期发布内控文化简报,涵盖风险管理知识、案例解析及重要制度宣贯;利用线上 OA 内控学院定期发布风险管理培训课件,供全体员工在线学习;每半年举办一线查核功能专业研讨会,对一线查核/内控体系人员进行风险管理案例、风控知识及业务流程培训;每季度以邮件形式向总部及各事业相关单位发送内控有效性辅导检核报告进行风险预警;邀请外部顾问每年至少开展一次线上/线下风险管理知识培训,内容涵盖风险管理概念、基础理论及互动交流,培训范围涉及总部及各事业相关人员;每年开展一次线上/线下内控总评培训,邀请外部顾问讲解内控自评知识等,促使员工主动识别与报告潜在风险及改进措施;此外,公司还定期向包含非执行董事在内的全体董事发送上市新规、监管要求及董事职责等参阅资料,帮助董事提高履职能力。

品质坚守

作为民族品牌和行业领导者,食品安全是康师傅生存发展的基石,更是对消费者不变的承诺。2025年,我们在遵守各项法律法规的基础上,持续秉承对食品安全风险「零容忍」的态度,加大食品安全领域的投入,加强食安风险监控,每年监测超1,800项风险指标,质检超350万次。康师傅累计投入5亿元设立「创新研发与食品安全研究中心」,并利用国内外优秀研究资源,推动食品安全技术的高端研发和研发成果转化,提升行业食安水平。

康师傅不断优化食品安全管理体系,推动内部各部门密切合作,实现了食安体系的全链条治理和全过程监管;不断提

升数字化等复合型人才比例,强化食安人才梯队培养与储备;开展培训强化员工食安管理能力与技能;积极引入第三方顾问资源,强化食品安全研究管理中心实验室数据权威性和可信度。康师傅在生产过程中注重质量管理,持续完善追溯召回机制,开展召回演练,并引入多个数字化管理系统。公司还与协力厂商¹合作,在专家指导下强化向上向下的可追溯能力并开展试点工作。

2025年,公司持续推进食品安全国际化合作。方便面事业与开市客(Costco)建立合作关系,系统导入其工厂审核食安品质管理体系标准,推动工厂食安管理水平对标国际标准。

¹协力厂商是指利用自身生产设备,由客户提供生产所需的一切物料,专门负责生产加工,将产品交付给客户,且产品使用客户商标、通过客户渠道销售的企业。

品牌提升

品牌理念

欢乐饮食
美好生活

康师傅以创新为引擎,通过精准捕捉消费趋势和年轻群体偏好,构建多元化产品矩阵,借力体育事件、公益推广等营销矩阵,将「欢乐饮食,美好生活」的理念融入营销内容,实现消费认同与品牌价值的共生增长。

绿色运营

「家园常青,健康是福」是康师傅的可持续发展理念,公司通过精细化管理减少资源使用,在生产过程中注重节能减排减塑,优先采购可持续原材料,协同供应链共同行动以减少温室气体排放。

在水资源管理方面,2025年,康师傅工厂继续通过「水平衡测试」了解供水管网及各单元用水现状,确保节水专案已覆盖100%生产工厂,并积极与合作伙伴开展水回补项目,协同守护区域水源生态。本年度内,共有29家工厂再度荣获中国饮料工业协会「节水优秀企业」荣誉称号。

在温室气体管理方面,公司在价值链各阶段开展温室气体减排行动。在原材料生产阶段,联合供应商采用「AI自动化农业」运作模式,在蔬菜种植、收割、加工的全过程中,提升能源和资源使用效率。上游供应商层面,方便面事业的食品原材料供应商已安装屋顶分布式光伏的总装机容量超100兆瓦;生产运营层面,我们推进工厂光伏项目建设并积极参与绿电交易,2025年采购绿电超2,000万度;下游分销层面,积极推动分销中心和商店更换智能且更高能效的冰箱,并与合作伙

2025年,康师傅对接航天标准、对标航天品质,以「天选好面」为核心锚点,构建「政企媒联动、线上线下共振」的全链路营销生态,携手中国航天基金会向酒泉卫星发射基地捐赠「天选好面」,并成为行业首个进驻酒泉卫星发射中心的品牌。在热点传播方面,康师傅入驻「苏超」官方赞助商名列,创新饮品「冻冻茶」联名《疯狂动物城》实现破圈,并深度洞察粉丝兴趣行为,举办了「好面自有好面相 吃面还得康师傅x郭麒麟」、「老母鸡汤面x周深」、「红烧牛肉面x《喜人奇妙夜2》」、「吃辣就找康师傅x《唐诡3》」等一系列品牌营销活动,激发圈层社交传播,实现康师傅品牌好感度与偏好度提升。此外,康师傅举办「食·裳——塑说新生 万象循环」ESG主题时装秀,全网传播量超1,000条,覆盖人群逾1,000万,获得联合国全球契约组织官方认可。

可持续发展理念

家园常青
健康是福

伴共同开发节能现调机。

在减塑与包装物管理方面,康师傅基于「减少、重复使用和回收」的循环经济3R原则,制定绿色包装战略,以减少产品包装带来的环境影响。2025年,在推进多项产品包装降克重、与合作伙伴共同开展PET循环利用等工作的基础上,康师傅还针对减塑与包装物管理完成了一系列关键技术储备和目标制定。

2025年,康师傅达成所设定能耗、水耗、排放物和废弃物方面的减排降耗目标。

员工关怀

康师傅坚决维护员工合法权益,建立全方位的管理制度保障员工职业健康与安全,通过赋能培训塑造「勤、廉、能」的全方位优秀人才,营造良好的企业文化,携手员工共同成长。

公司组建工会,定期发放员工福利,包含年度体检产品、文体用品、休闲娱乐用品、食品等。2025年,公司大幅增加工会福利,在节假日为员工送上生活用品及消费卡等暖心福利。

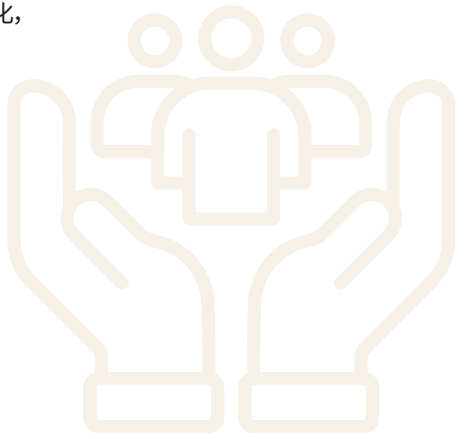
康师傅与外部专业培训机构长期合作,共同打造满足实际需求的提升培训项目,为员工提供具有前瞻性、科学性的知识和技能。本年度康师傅累计培训总时长达715.4万小时,人均受训时长达118.7小时。

公司持续以「康师傅之道」(KSF WAY)为指引,以事业生意为依归,打造「一主多元,扛责自驱」的生态文化体系,在系统性归纳和解读康师傅使命、愿景、经营理念、康师傅人与核心价值的基础上,发挥关键干部文化变革的驱动力,促进企业管理提升和转型升级。在此基础上,我们以「回归创业第一天的精神」(Back to Day 1)为思想抓手,为康师傅重燃创业初期的高效敏捷与拼搏精神,把「客户第一」深植为全员的行动准则,打造多劳多得的绩效激励文化,厚植员工「为自己拼」的主人翁意识。

持续回馈

康师傅始终以服务社会为己任,密切关注社区所需,在应急赈灾、慈善公益、体育支持、食安科普、水教育、乡村振兴、校企合作等方面持续发力,将社区投资、公益实践与自身业务有机结合,通过切实服务社会,创造可持续价值,与社会各界的伙伴同享「欢乐饮食,美好生活」。本年度,康师傅社区投资金额达6,776万元,员工志愿者时长约3,304小时。

2025年,康师傅积极参与应急救灾与爱心捐赠,面对多地自然灾害迅速调集物资,并持续开展关爱基层工作者公益活动。康师傅连续第8年作为「马拉松运动营养膳食合作伙伴」,支持全国多项体育赛事。我们持续开展食安科普,在全国开展242场宣传活动,并邀请公众参观工厂;水教育项目持续进校园,科普动画覆盖近14万所中小学校。公司长期采购大宗农产品并开展「企村结对」帮扶,积极支持乡村振兴事业。康师傅深化与多所顶尖高校的产学研合作,在多所高校设立奖学金与奖教金,捐赠近3,577万元助力人才培养。



回归Day 1 初心： 满足消费者「欢乐饮食, 美好生活」， 实现企业与社会的可持续发展

康师傅以「弘扬中华饮食文化」为使命，以「成为受尊崇的企业」为愿景，践行「家园常青，健康是福 (Keep Our Nature Green)」的可持续发展理念，与利益相关方密切沟通，积极履行社会责任。

康师傅可持续发展理念	15
ESG管治架构与行动	17
支持联合国可持续发展目标与倡议	18
可持续发展行动与绩效	21
利益相关方沟通和关键议题重要性评估	29



康师傅 可持续发展理念



康师傅始终坚守产品品质，推进低碳转型，打造人才队伍，助力社区发展，将「健康经营」的思想与企业可持续发展战略相融合，落实「消费者、社会、伙伴、员工、股东」五大满意策略。本年度，我们以「回归创业第一天的精神（Back to Day 1）」为引领，始终坚守产品品质，推进低碳转型，打造人才队伍，助力社区发展。这是康师傅对环境的责任、对产品的匠心，更是构建透明信任的生态、赋能员工成为创业者、让美好在社区扎根的可持续行动纲领。我们以食品安全和营养健康为根本，以协作创新为驱动力，以「Day 1精神」的纯粹与拼搏，全力推动行业绿色高质量发展，成为持续引领行业的领军企业。我们不断探索并精进自身在ESG领域的绩效表现，坚持长期主义，密切关注利益相关方的诉求并与其密切沟通，将企业价值与其分享，提升社会福祉，与利益相关方共同畅享「欢乐饮食，美好生活」。

康师傅深信「可持续发展才是好发展」。2025年是「十四五」规划的收官之年，也是「十五五」规划的谋篇布局之年，作为民族品牌企业，康师傅在企业行动中融入国家发展大局，让公司发展与消费者利益「同频共振」，紧跟「双碳」战略背景下行业发展趋势，将国家战略势能转化为自身发展效能，加强内外部资源合作协同，持续推动行业绿色低碳发展。

我们不断探索社会的实际需要，将利益相关方的根本诉求与自身产业特征深度结合，将**食安建设**、**产品责任**、**节能环保**、**伙伴共赢**与**企业贡献**作为ESG五大核心任务，继续坚守产品品质，不断推动绿色创新，积极承担社会责任，与社会各界共同探索可持续发展的新路径，为更加绿色、健康、可持续的世界贡献力量。

康师傅ESG 五大核心任务



ESG 管治架构与行动

康师傅设立可持续发展委员会，由公司董事长与CEO担任主任委员，由经营发展委员会成员担任委员，幕僚长总协调，下设饮品资源、方便面资源、产品研发、沟通传播四大工作组。委员会在明确企业ESG战略及发展方向的基础之上，指导工作实施和绩效评估，定期对商业行为、环境管理、健康与安全、供应商管理、员工权益与发展、网络与信息安全等ESG工作目标、报告披露以及相关重大事项进行审议与决策，并向董事会汇报工作进展。各工作组均按照年度工作计划持续推进相关专案的实施并定期向可持续发展委员会及公司高层汇报工作进展。同时，康师傅进一步发挥各事业产业优势，提升ESG管理的针对性与落地性，为落实「家园常青，健康是福」的可持续发展理念持续努力。

饮品资源工作组	专注于可再生能源使用、节能改造及节水、包装物管理及可持续原材料采购，积极推进光伏部署、磁悬浮冰水机使用、热充线冷瓶机热能回收利用等专案，构建高效的资源管理体系。
方便面资源工作组	专注于节水、节能及减排管理，重点推动光伏及绿电采购、油炸及余热回收、冰水机冷却塔升级、包装植物基印刷、减塑轻量化等专案，提升公司能源和环境管理水平。
产品研发工作组	注重包装创新与低碳转型，积极推进包装的轻量化与减纸化，使用绿色材料；减盐、减糖、减脂及营养强化等研究专案，实现经济效益与环境效益协同提升，满足消费者对于营养健康的需求。
沟通传播工作组	聚焦于提升公司可持续发展影响力，协同各工作组引入外部资源，从重视食品安全、健康中国及可持续发展三个方面出发，组织健康饮食宣传及健康科研合作等活动，持续推动全面碳排查专案。同时积极推动国际国内跨行业交流合作，携手深耕可持续发展领域工作。

康师傅制定了相关奖惩办法，主要包括依法合规经营、反贪腐管理、安全生产（包括但不限于安全事故、安全处罚事件）、节能环保（包括但不限于污染物排放、能耗管理、环保处罚事件）等ESG绩效指标。高级管理层的年度薪酬与ESG绩效指标挂钩，ESG绩效指标（包括但不限于食品安全管理、产品责任和温室气体排放及气候变化重要性议题）的完成情况与高管奖金金额直接或间接相关，并对出现贪腐情况或合规经营问题的管理人员采取惩罚措施，将根据情形轻重于当前年度扣除一定金额的绩效薪酬。



支持联合国 可持续发展目标与倡议

康师傅始终以全球性的眼光审视自身发展战略和日常运营管理，积极回应并支持联合国可持续发展目标（Sustainable Development Goals, SDGs），致力于与各利益相关方携手，共同创造更美好的饮食生活。

康师傅作为成员企业正式加入联合国全球契约组织（United Nations Global Compact, 简称 UNGC），承诺履行以联合国公约为基础的涵盖人权、劳工标准、环境和反腐败领域的全球契约十项原则，持续拓展本公司可持续发展影响力。



联合国全球契约组织
UN Global Compact, UNGC

	食安建设	产品责任	节能环保	伙伴共赢	企业贡献
康师傅 可持续发展 核心任务 对应关键SDGs	2 零饥饿 3 良好健康与福祉 6 清洁饮水和卫生设施 9 产业、创新和基础设施 17 促进目标实现的伙伴关系	3 良好健康与福祉 12 负责任消费和生产 16 和平、正义与强大机构	6 清洁饮水和卫生设施 9 产业、创新和基础设施 11 可持续城市和社区 12 负责任消费和生产 13 气候行动	3 良好健康与福祉 8 体面工作和经济增长 9 产业、创新和基础设施 10 减少不平等 17 促进目标实现的伙伴关系	1 无贫困 2 零饥饿 3 良好健康与福祉 4 优质教育 8 体面工作和经济增长 10 减少不平等 11 可持续城市和社区
我们的行动	• 完善内部食安管理体系，推进数字化建设 • 加大食安领域投入，实现全产业链监控 • 食品科普进校园，助力少年儿童食品安全科普工作 • 创新食安技术，提升产品品质 • 重视食安领域人才培养和团队建设 • 建设研究中心，推动食品安全技术研发，加强与外部机构及高校的交流合作，共同提升整体行业食安水平 • 开展食安宣传活动，传播健康理念	• 向消费者提供安全、营养、健康的产品，满足消费者多样化需求 • 全方位保护消费者隐私与信息安全 • 聆听消费者诉求与建议，提升服务质量与效率 • 通过负责任的标签、广告及知识产权管理，塑造产品形象，提升品牌影响力	• 基于自身运营实际，设立环境管理目标 • 严格控制污染物排放，积极开展节能节水工作，推动低碳转型 • 优化、减少产品包装物的消耗和使用，并对废弃包装物进行回收、二次利用 • 关注气候变化风险，建设可持续供应链	• 加强供应商环境与社会风险管理，要求承诺遵守康师傅「十四项必须项要求」 • 推进供应链数字化管理，范围覆盖价值链上下游各环节 • 公司构建供应商信息共享机制，积极推动供应商在ESG领域持续投入与发展 • 打造多元化员工队伍，创造和谐的雇佣关系，保障员工合法权益 • 持续加强健康安全管理体系建设，落实安全生产与职业病防治措施 • 助力员工职业发展，为员工创造学习机会	• 投身社会公益事业，推广可持续发展理念 • 聚焦社会急难事件，积极提供爱心援助 • 服务乡村振兴战略，加大农村经营扶持力度 • 深化校企合作，为社会培养优秀人才
2025年 主要绩效	• 方便面事业全部正常运营工厂通过 FSSC 22000（食品安全认证体系）/ISO 22000（食品安全管理体系）认证,并保持体系良好运行 • 康师傅饮品事业和百事饮品事业全部正常运营工厂均通过 ISO 22000、FSSC 22000 双体系认证 • 持续完善食安追溯系统，实现原料、成品流向的透明化管理，继续推动追溯系统电子信息化转型 • 推动全产业链食安建设，加强供应商食品安全意识，开展多场追溯演练。2025年，方便面事业开展各类食安宣传活动82场，带动45家供应商参与，康师傅饮品事业和百事饮品事业连续4年开展上游供应商食安月活动，覆盖38家重点供应商 • 依托上海方便食品工程技术研究中心，利用国内外学术资源，推动食品安全技术的高端研发和研发成果转化，并与外部专业机构及高校持续开展相关合作 • 连续12年举办食品安全宣传月主题活动 • 康师傅「味来馆」累计吸引5.9万不同年龄段学生参观	• 在公司官网公布《营养健康政策》，不断提高产品健康附加值 • 推出中式养生系列新品「低糖枸杞菊花茶」/「无糖决明子大麦饮」、减糖30%奶茶系列（「经典奶茶」/「炼乳奶茶」/「大红袍奶茶」）等产品，在保留口感和品质的同时，显著提升了产品的健康属性 • 新增多款小规格产品，如康师傅（Premium 优选）方便面（580 mL）、康师傅小饱杯方便面（390 mL）、康师傅「无糖鲜绿茶」（330 mL）、康师傅「经典 / 大红袍 / 炼乳奶茶」（350 mL）等产品，以满足消费者追求「健康饮食，精致生活」的需求 • 依托创新的「单釜水煮工艺」推出非油炸面「特别特」系列产品；凭借「熟化工艺」及「低温锁鲜技术」推出鲜熟煮面系列产品，致力于减少油脂摄入 • 年度客诉满意解决率达97.2% • 积极落实知识产权管理措施，全面开展维权行动，组织开展员工知识产权宣传与培训	• 继续开展涵盖价值链上下游的碳盘查工作，回顾往期的减碳成效，推动各事业进一步了解自身的排放情况以开展有针对性的减碳工作 • 开展节能经验交流分享，推广EMS能耗管理系统 (Energy Management System)应用 • 康师傅全部核心产品的生产工厂均已实施节能降碳管理 • 积极推进污水处理后的中水回用、高耗水设备汰换等重点节水专案，公司节水专案已覆盖100%生产工厂 • 2025年，康师傅饮品事业对约1,800吨PET废料进行加工处理，制成非食品级PET瓶、纤维以及rPET员工工服 • 百事饮品事业将废PET瓶交由具有塑料再生资质的单位进行回收，由其制成再生聚酯切片、工服等环保再生制品，共计减少了21.9吨废弃塑料的产生 • 采购的纸箱、纸盒等纸类供应商100%拥有森林管理委员会（Forest Stewardship Council, FSC）认证证书 • 方便面事业100%的棕榈油供应商已获得可持续棕榈油圆桌倡议组织（Roundtable on Sustainable Palm Oil, RSPO）认证，康师傅饮品及百事饮品事业占总供货比40%的白糖供应商获得可持续白糖Bonsucro认证	• 持续完善《供应商考核作业办法》，加强供应商监管，对各供应商的供货品质、交期、服务、配合度等方面进行考察，定期进行考核定级，并拟定供应商辅导对策，实施奖惩措施 • 2025年，公司女性员工占31.9% • 积极推进人力资源数字化转型，持续优化人事与薪资作业流程，实现线上一站式作业 • 公司工厂ISO 45001职业健康安全管理体系认证覆盖率达95% • 持续推进公司人才培训体系的规范化、体系化，2025 年累计培训总时长达 715.4 万小时，人均受训时长达 118.7 小时	• 社区投资约6,776万元，员工志愿活动时长约3,304小时 • 继续开展食安科普、水教育、乡村振兴等公益活动 • 在应急赈灾、慈善公益等方面及时有效为受灾群众提供帮助，让城市更具温度、社会更加正能量 • 积极响应乡村振兴政策，将乡村振兴计划从「产业扶持」扩展到「工艺传承」，立足本地，服务「三农」 • 与200余所高校不断深化合作，践行产教融合理念，推进校企协同 • 与北京大学元培学院合作开展思政实践，拓展学生社会认知；与清华大学推进海外市场调研(IPP)项目；搭建哈佛大学学生代表团与国内高校的交流桥梁；携手斯坦福大学实施GMIX暑期实习及全球访学项目；纽约大学GFI暑期项目团及上海纽约大学计算学院师生分批参访康师傅，围绕新零售趋势、数字化赋能、AI驱动供应链升级等展开交流 • 康师傅在多所高校设立奖学金及奖教金，并进行捐赠，支持多个领域的研究，以实际行动助力学科发展及科研人才培养

未来,我们也将持续采取多项行动,积极贯彻落实联合国可持续发展目标,为实现个人、家庭、社区、国家和地球的可持续发展而不懈努力,做出更多的贡献。

可持续发展 行动与绩效



2025年,康师傅积极投身外部合作,积极分享公司ESG相关成熟实践与经验。凭借各事业及职能部门在ESG领域的长期积累和扎实耕耘,康师傅在可持续发展方面的绩效与综合表现实现全面提升,各领域均取得长足的进步。尤其是减排减碳、包装物管理、产品营养与健康研发、数字化、社会公

益及外部协作等领域表现突出,赢得了国内外社会的广泛赞誉及高度认可,也推动国际权威ESG评级对康师傅评价的持续提升。未来,我们将继续全力以赴,扎实推进可持续发展各项工作,致力于实现更高质量、更高水平的发展。

环境绩效提升

2025年,公司多项环境关键绩效指标较
2017年环境目标基准年均实现提升:

- 每百万元收益综合能源消耗下降20.91%
- 每百万元收益温室气体(范围一、范围二)排放下降29.83%
- 每百万元收益取水量下降27.21%

亮相联合国高级别会议

- 康师傅受邀参与2025联合国全球契约组织 (United Nations Global Compact, 简称 UNGC) 年会暨机构成立25周年纪念活动,并凭借在产业链绿色转型中的链主作用,成功入选首批「链主联盟优秀案例」。康师傅受邀出席领袖圆桌论坛,并以高层战略视角分享洞察。



▲ 入选首批「链主联盟优秀案例」



受邀出席2025企业家博鳌论坛

- 2025企业家博鳌论坛在海南博鳌举行,康师傅受邀出席。在主论坛上,康师傅代表以「聚焦科创,锻造产业新质能」为主题发表演讲,阐述「食品产业的升级,本质是技术能级的跃升」。未来,康师傅将以「产业链创新」与「绿色转型」作为实现食品行业高质量发展的关键抓手,持续提升竞争力。



▲ 亮相2025企业家博鳌论坛

受邀出席「2025世界品牌莫干山大会」

- 以「品牌引领消费 消费成就未来」为主题的「2025世界品牌莫干山大会」在浙江德清举行,康师傅受邀出席开幕式暨主论坛,在中外品牌高端对话环节结合企业实践分享品牌建设经验,为推动中国品牌走向世界建言献策。

康师傅企业代表 受邀出席食品行业大会并发言

- 本年度,康师傅企业代表受邀出席2026博鳌健康食品科学大会、2025年国际食品安全与健康大会、第二十五届中国方便食品大会暨方便食品展等行业大会并作为企业代表发言,与同业围绕健康食品创新、科技创新、差异化发展、反内卷等方面开展交流,共探行业发展之道。



▲ 出席博鳌健康食品科学大会



▲ 出席「2025国际食品安全与健康大会」



▲ 康师傅在中国方便食品大会暨方便食品展

ESG主题时装秀

- 2025年10月,康师傅携「食·裳——塑说新生 万象循环」ESG主题时装秀亮相上海时装周,利用废弃包装制成时装,创新推广循环经济新生态,探索ESG传播年轻化,号召更多年轻人加入绿色低碳行列。



▲ 该项目获颁碳中和证书



▲ ESG主题时装秀



中国航天事业合作伙伴

- 本年度,康师傅继续以「中国航天事业合作伙伴」的身份,向航天高精尖科技看齐,以「天选好面」为主题揭开助力航天事业发展的新篇章,走进发射基地送去暖心慰问,并举办航天科普巡展活动。未来,康师傅将持续「对接航天标准,对标航天品质」,让航天精神赋能产品质量,以航天品质驱动产品创新。



▲ 中国航天事业合作伙伴

获得权威机构及社会广泛认可

- 2025年,康师傅首次入选标普全球《可持续发展年鉴(中国版)》,并获评食品行业唯一的「行业最佳进步企业」,迎来公司可持续发展征途的新里程碑。



▲ 入选《可持续发展年鉴(中国版)2025》



- 凭借其卓越的创新力、盈利能力和品牌影响力,入选2025年《财富》中国500强,并荣登2025年《财富》中国ESG影响力榜,展现了高质量发展方面的卓越成就。



▲ 入选2025年《财富》中国500强



▲ 荣登2025年《财富》中国ESG影响力榜

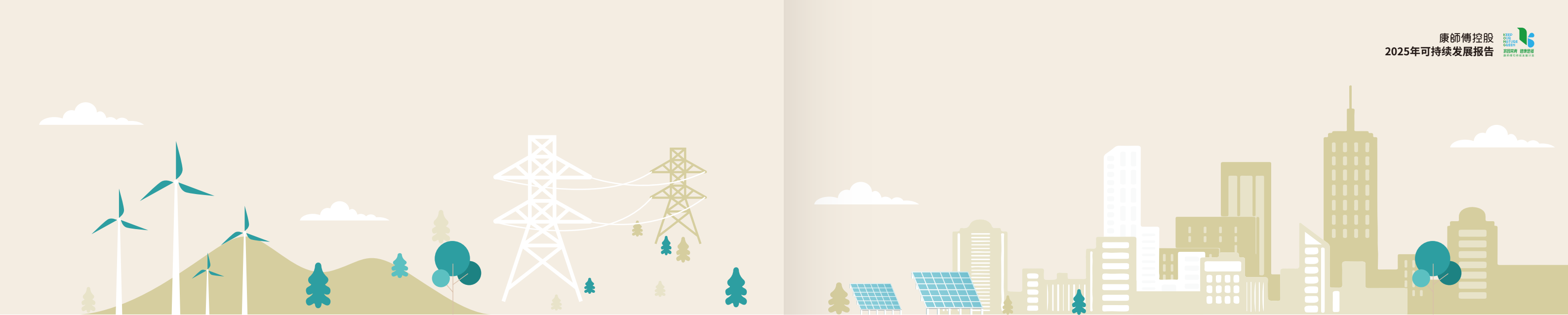


- 凭借二十年深度税务协作与长期战略互信,荣获2025德勤中国税务大会「二十载长伴共进」纪念奖,彰显康师傅在长期合作伙伴关系构建中的卓越价值。



▲ 荣获「二十载长伴共进」纪念奖





- 凭借在产品创新及包装、绿色生产运营及探索可持续发展等方面的硕果, 荣膺「福布斯中国2025 ESG 50强」榜单与「福布斯中国2025 ESG启发案例」。
- 凭借在乡村绿色发展领域的深耕实践, 用「企业+基地+农户」的产业共生模式, 书写了高质量发展与乡村振兴同频共振的生动答卷, 入选「新华网2025乡村振兴实践案例」。
- 积极履行社会责任, 持续满足人民对美好饮食生活的向往, 入选人民日报社「人民美好生活共创共享计划」。
- 凭借卓越的品牌实力和发展智慧, 连续13年位列凯度消费者指数「中国消费者十大首选品牌榜单」前三。
- 凭借持续创新, 为品牌注入新的发展动能, 赢得业界高度认可, 荣膺《人民日报》「2025中国品牌创新案例」称号。
- 入选《商业周刊》彭博绿金「2026值得关注榜」并荣获「ESG领军企业奖」, 彰显了康师傅在环境、社会和公司治理 (ESG) 领域的卓越表现。
- 凭借与海尔集团共同构建的绿色低碳战略合作案例, 入选生态品牌联盟联合其他权威机构发布的「生态品牌认证」榜单, 并获授「突破者」称号。
- 在2025上海国际碳中和技术、产品与成果博览会节能宣传周主题展区积极展示企业绿色低碳成果, 向社会倡导绿色生产生活方式, 被上海市经济和信息化委员会、上海市节能宣传周组委会办公室授予「绿色低碳合作伙伴」称号, 被上海市国际贸易促进委员会授予上海国际碳中和博览会「绿色影响力奖」。



▲ 入选「生态品牌认证」榜单



▲ 荣获「绿色低碳合作伙伴」称号

- 第十三届中国国际饮料工业科技展上, 康师傅旗下多家生产基地获评「绿水青山杯」2025饮料行业节水/节能优秀企业。



▲ 「绿水青山杯」2025饮料行业节水/节能优秀企业



- 凭借在贯彻高质量发展的ESG实践及沟通传播等维度的优秀表现, 荣膺第二十一届中国公共关系行业最佳案例大赛「企业社会责任类金奖」。



▲ 荣膺「企业社会责任类金奖」

- 康师傅在项目创新高度与企业可持续发展深度上，均获得了中国品牌领域权威评审的专业肯定，ESG传播项目荣膺金旗奖最高荣誉「全场大奖」，并入选「企业社会责任品牌50强」。



▲ 荣膺「全场大奖」

▲ 入选「企业社会责任品牌50强」

- 凭借《去瓶空想象岛与万物共生》《万物皆有yuan》《ESG「破壁」计划 请娘娘当「代言人」》等优秀案例，荣获上海市公共关系协会「白玉琮杯」优秀公关案例三项大奖。
- 凭借高质量的ESG信息披露，荣获2025年香港环境、社会及管治报告大奖 (HERA)「优秀新力军奖杯」。
- 荣获《哈佛商业评论》「2025拉姆·查兰管理实践奖」。



产品研发与创新方面已获得广泛认可

- 由中国食品科学技术学会主办的「第二十五届中国方便食品大会」上，康师傅创新产品「合麵」获得了「2024-2025年度中国方便食品行业科技与产业创新趋势代表案例」荣誉，依托创新工艺与深入的市场洞察，产品在方便速食与外卖餐饮之间找到了独特的平衡点，为行业开辟了新的发展方向。



▲ 「合麵」荣获「2024-2025年度中国方便食品行业科技与产业创新趋势代表案例」



- 「PH9.0电解碱性水」等创新产品屡获营养健康与商业创新权威大奖，「鲜绿茶」等产品荣登2025年「So health营养健康创新力TOP榜单」。



▲ 荣登「So health营养健康创新力TOP榜单」



- 康师傅中央研究所上海康识食品科技有限公司凭借全生命周期打造低碳、零碳、减碳产品，荣获「中国节能协会创新奖—节能减排科技进步奖」(碳中和领域)一等奖。



▲ 荣获「中国节能协会创新奖—节能减排科技进步奖」(碳中和领域)一等奖

积极承担社会责任

- 支持2025「送大暑船」民俗活动：康师傅重视非物质文化遗产和民俗活动，为2025年「送大暑船」民俗活动派发喝开水，为推进更高水平乡村振兴贡献力量。
- 开展建军节爱心捐赠活动：2025年8月1日建军节之际，康师傅心系不畏酷暑、坚守一线的消防英雄，迅速组织慰问行动，向多地消防队伍送去清凉消暑物资，以此向在炎炎夏日中仍奋战在救援前线的消防人员致以崇高敬意与真诚关怀，履行企业应尽的社会责任。

利益相关方 沟通和关键议题 重要性评估

康师傅依据有关制度和流程,通过多种渠道与各利益相关方持续沟通,积极了解利益相关方对我们的期望和要求,力求在企业经营业务发展的同时,切实满足利益相关方需求。

	利益相关方说明	沟通与响应
股东及投资者	对康师傅进行合法股权、债券投资的国内外投资人	股东大会、企业年报、业绩公告、路演等
员工	与康师傅签订正式劳动合同及常年服务于康师傅业务的人员	员工活动、职代会、员工培训、员工手册、企业内部刊物等
经销商(含客户)	合法经营康师傅旗下各品牌产品的企业、商铺或个体商户	产品展览、行业调研、客服热线及满意度调查等
供应商	向康师傅合法供应生产物料、辅料及办公必须品等的企业、商铺或个体商户	公开招投标会议、战略合作谈判、交流互访等
政府及监管机构	地方政府部门及食品、税务、环保、安全、证监会等监管机构	考察接待、文件报送、政策执行、信息披露等
媒体	与康师傅建立合法合作关系的报社、电视台、网络公司及其他相关媒介机构	企业经营访谈、文化宣传、特色专题活动等
社区及公众	运营所在地社区、社会公众、非营利组织等	社区活动、员工志愿者活动、公益活动、社会事业支持等
高校及科研机构	与康师傅建立合作关系的大学、学院、研究所等机构	企业招聘宣讲、员工进修、研讨会、学术交流及科研合作项目等

康师傅每年开展一次ESG重要性议题评估,并将ESG重大性议题评估结果纳入企业风险管理(ERM)流程。2025年,我们重新审视了各项ESG关键议题对于公司经营发展及利益相关方的重要性。

- 议题筛选:依据监管政策、公司战略、行业趋势、同业及社会关注热点、公司可能遇到的风险与挑战等标准,我们筛选出16项议题。
- 议题调查:我们编制重大性ESG议题调查问卷,并发放至股东及投资者、员工、经销商、客户等内外部利益相关方,开展问卷调查。
- 议题分析:依据调查结果,我们基于双重实质性原则,通过内外部两个评估维度,建立重大性议题分析矩阵,对ESG议题进行优先排序。



2025年,康师傅已确定对公司发展最重要的三大议题:食品安全管理、产品责任、温室气体排放及气候变化,并对这三个议题进行详尽分析。通过深入剖析这些议题,我们精准制定战略举措,推动公司在产品安全与质量、社会责任履行、可持续发展等方面实现全方位提升。此外,康师傅对公司的业务运营、产品与服务以及供应链对外部利益相关方造成的积极或消极影响进行全面评估,确定对外部利益相关方可能造成重要影响的前两项议题:食品安全管理、产品责任,并针对这两个议题制定了详细的应对策略。

2025年对康师傅发展最重要的三大议题



重大性议题	商业案例	对康师傅业务的影响类型	康师傅在此项议题下的应对策略	康师傅在此议题方面设定的目标和指标	2025 年目标进展
食品安全管理	食品安全是康师傅生存发展的基石。食品饮料行业企业一旦发生食品安全事件,将直接导致产品召回、销售下滑、监管处罚和品牌声誉受损,对收入和运营风险产生重大负面影响。康师傅年质检超350万次,构建覆盖全产业链的食安管理体系,确保消费者信任是维持市场份额和长期收入增长的根本保障。	收入、风险	- 食品安全风险「零容忍」,建立从原料到终端的全链条治理体系; - 累计投入5亿元建设食安研究中心,食安与品控专业团队约1,900人; - 各工厂每年至少两次追溯召回演练; - 与国际企业建立食安品质管理合作; - 持续开展供应商食安培训和飞行检查。	2025年: - 目标1: 食品安全事故零发生; - 目标2: 100%核心生产工厂通过ISO 22000/FSSC 22000食品安全管理体系认证。	- 全年食品安全事故零发生;已售或已运送产品中未出现因安全与健康理由而回收的情况; 100%核心生产工厂通过ISO 22000/FSSC 22000食品安全管理体系认证,食安研究中心获CNAS资格认可。
产品责任	作为中国食品饮料行业领军企业,康师傅年生产销售方便面和饮品数以亿计,产品质量与安全直接关系到消费者健康、品牌声誉和企业生存。任何产品质量问题都可能导致大规模召回、品牌信任危机,直接影响公司收入并增加运营风险。此外,顺应健康消费趋势,公司健康产品营收占比持续提升,正成为新的增长引擎。	收入、风险	- 建立覆盖全产业链的食品安全管理体系,年质检超350万次,监测超1,800项风险指标; - 设立「创新研发与食品安全研究中心」,持续与外部专业机构开展合作,深入研发减盐、无糖、低脂、营养健康产品,推进「三减三健」,推出非油炸面、低GI产品等健康创新产品线; - 建立数字化溯源体系和产品追溯召回机制;食安研究获取CNAS等多项国际权威认证。	2025年: - 目标1: 食品安全事故零发生; - 目标2: 客诉满意解决率超过95%。	- 食品安全事故零发生; - 客诉满意解决率达97.2%。
温室气体排放及气候变化	气候变化带来的政策法规变化(如中国「双碳」目标)、碳定价机制和技术转型要求,对康师傅的生产运营成本、供应链稳定性和长期竞争力构成重大影响。能源成本是食品饮料生产的重要组成部分,极端天气事件可能影响农业原料供应和生产能力。同时,绿色低碳转型有助于提升品牌价值和满足国际客户ESG要求。	成本、机遇	- 建立气候变化治理架构,董事会负最终责任,可持续发展委员会监督管理; - 推进工厂光伏项目建设,2025年采购绿电超2,000万度; - 推动上游供应商安装分布式光伏总装机超100兆瓦; - 推动节能降耗专案,每百万元收益综合能耗较2017年下降20.91%; - 自2022年以来连续开展碳盘查工作; - 举办首届可持续发展生态大会推动全价值链协同减碳。	2025年: - 目标1: 每百万元收益温室气体(范围一、二)排放保持在27.36吨/百万元以下; - 目标2: 每百万元收益综合能源消耗保持在63.18兆瓦时/百万元以下。	- 每百万元收益温室气体排放24.32吨,目标已达成; - 每百万元收益综合能耗59.79兆瓦时,目标已达成。

2025年对康师傅的外部利益 相关方最重大的两大议题

重大性议题	议题所归属的 康师傅业务价值链领域	受议题影响的康师傅外 部利益相关方	议题与康师傅外部利益相 关方的关联性	影响类型	用于衡量康师傅业务活动 外部影响的量化指标	影响力评估	量化影响指标
食品安全管理	产品/服务	消费者/终端用户	康师傅作为中国最大的方便面和饮品生产企业之一，产品覆盖数亿消费者。食品安全是保障消费者基本健康权益的底线。公司通过构建从农田到餐桌的全链条食安管控体系，年实施超350万次质检、监测超1,800项风险指标、每年开展追溯召回演练，系统性防控食安风险，有效降低食源性疾病发生概率，切实保障广大消费者的饮食安全这一基本民生需求。	积极的	• 年度质检次数（350万次以上）； • 食品安全风险指标监测数量（1,800项以上）； • 产品追溯召回演练次数（每年至少两次）。	康师傅严格的食品安全管理通过年超350万次质检和全产业链管控，有效保障数亿消费者的饮食安全，减少食源性疾病和由此产生的社会医疗成本，增强公众对食品行业的信任，对社会产生显著的正面外部效益。同时，公司通过「味来馆」食安科普、工厂开放日等活动，将食安知识传递给社会公众，每年覆盖超万人次，提升社会整体的食品安全意识。	全年食品安全事故零发生；年质检超350万次，覆盖从原物料进货检验、制程检验到成品出厂检验的全产业链各环节。
产品责任	产品/服务	消费者/终端用户	康师傅作为中国食品饮料行业领军企业，年生产销售方便面和饮品数以亿计，产品责任直接关系到数亿消费者的健康福祉。公司通过推进「三减三健」（减盐、减油、减糖），减少添加剂使用量，推出非油炸面、低GI产品、无糖茶饮等健康产品线，积极得回应消费者对健康升级的需求，对消费者营养健康水平提升产生直接且广泛的积极外部影响。	积极的	• 客诉满意解决率（97.2%）； • 健康创新产品线数量（非油炸面、低GI产品、无糖茶饮等）； • 食安宣传活动覆盖场次（242场以上）。	康师傅通过产品健康化升级直接提升数亿消费者的营养健康水平。2025年推出非油炸面系列及无糖茶饮等健康产品线，有效降低消费者过量摄入食品添加剂和油脂的健康风险。公司开展「味来馆」食安科普、全国242场食安宣传活动、水教育项目覆盖近14万所学校，将健康饮食知识传递给广大消费者，提升公众营养健康素养，对社会整体健康水平提升产生显著正面外部效益。	2025年推出非油炸面「特别特」系列、无糖茶饮等健康创新产品线；全国开展食安科普宣传活动242场；水教育项目覆盖近14万所中小学学校；康师傅「味来馆」累计接待5.9万学生参观。



专题： 聚力可持续, 共筑新未来

2026年5月, 康师傅成功举办首届可持续发展生态大会, 大会倡导价值链协同革新, 以全域视野构建食品行业可持续发展新范式。这是康师傅可持续发展征程的重要里程碑, 标志着我们从自身减碳迈向全价值链协同减碳的新阶段。

大会汇聚政府代表、行业专家、合作伙伴等各界力量，共同探讨食品行业绿色转型与高质量发展的新路径，为行业可持续发展贡献「康师傅方案」。其中，联合国全球契约组织代表、全国食品质量控制与管理标准化技术委员会代表、国家发改委中国发展改革报社编委、复旦大学管理学院商业知识发展与传播中心主任、行业专家以及50余家价值链企业莅临本次大会，并发表致辞。

聚焦范围三，协同价值链减碳

在过往工作中，康师傅重点围绕范围一（直接排放）和范围二（能源间接排放）减碳，并取得了显著成效。2025年，公司每百万元收益综合能耗相较2017年下降20.91%、每百万元收益温室气体（范围一、范围二）排放下降29.83%。得益于2022年以来连续开展的碳盘查工作，我们识别出范围三（其它间接排放）约占公司碳排放总量的85%，并充分认识到其治理的复杂性与紧迫性。

涉及范围三的减排工作，通常存在价值链边界难以界定、碳数据难以共享、中小型供应商缺乏低碳转型能力的问题，实现过程往往充满挑战。鉴于此，我们在本次大会上提出「协同减碳、联合创新、生态赋能、健康是福」的行动倡议，计划依据制定的减碳路线图，围绕原材料采购、包装材料、物流



▲ 发布可持续生态伙伴行动倡议

运输、产品使用与废弃等关键环节，联合上下游伙伴开展碳足迹核算与数据共享，打通价值链与跨事业协作，结构性优化价值链碳排放，进一步提升上下游碳排放表现。

发布标准，构建绿色供应链

本次大会首次发布了面向生态伙伴的《康师傅合作伙伴可持续发展评估标准》，这是推动供应链绿色转型的重要抓手。康师傅借鉴凯度 (Kantar) 联合牛津大学与《哈佛商业评论》发布的「生态品牌认证体系」理论框架，结合自身供应链管理实践，从「绿色协同成效、联合创新标杆、长期价值共创、生态赋能贡献」四个维度，形成了可落地的评判标准。该标准旨在用统一「标尺」衡量各方ESG成效，为伙伴提供明确的改进方向，引导产业生态向更高效、更透明的方向协同进化。

康师傅将依据评估结果对供应商进行分级管理，优先采购评级优秀的供应商的产品，并对评级较低的供应商提供能

力建设支持，帮助其提升可持续发展表现。同时，公司将从年度评估的「模范生」中遴选优秀案例，供生态伙伴学习借鉴。这一举措不仅有助于公司自身降低供应链风险，更将带动整个食品行业供应链的绿色升级。

同时，本次大会通过树立典型、分享经验，激励更多合作伙伴加入绿色转型的行列。大会共颁发特别贡献奖4家、卓越奖38家，以表彰在关键领域实现突破性创新、具有行业影响力的标杆案例企业，以及在节能节水、减碳降耗、包装循环等绿色实践中，与康师傅深度协同、实现环境效益与商业共赢的长期战略伙伴。

跨界合作，共建可持续生态

在具体实践中，我们看到了越来越多合作伙伴与我们并肩前行。我们以学习、互鉴、联结为特色，打破传统产业壁垒，将ESG作为凝聚价值链合作伙伴的核心，通过跨界合作，构建多元主体价值共创的可持续生态。

大会期间，国际权威ESG专业机构应邀开展知识宣贯与案例分享，提升合作伙伴低碳转型能力。我们与海康威视云等签署战略合作协议，围绕智慧园区、智能制造、ESG数字化管理等方面展开深度合作；与海尔持续深化交流，在磁悬浮节能方案和消费终端开展跨界共建。百事中国、益海嘉里集团等也展示了各自在可持续发展领域的扎实实践，涵盖智慧农业、新能源、AI应用等领域，切实拓宽了可持续发展与专业技术相结合的新路径。



▲ 康师傅与伙伴企业签署战略合作协议

本次活动亦将低碳环保思路贯穿始终，从用环保再生材料制作奖杯和物料，到会场能耗的精细管控，每个细节都体现了康师傅对绿色发展的坚持，并获碳中和活动认证证书。

从被动合规到主动引领，从自身运营到全价值链，康师傅将以首届可持续发展生态大会为新的起点，携手广大合作伙伴，共同探索一条兼顾商业价值与社会责任的绿色增长之路。我们将继续以自身实践为行业提供范例，不断创造「欢乐饮食，美好生活」新价值，向世界传递中国企业在可持续发展方面的解决方案与创新力量。



▲ 可持续发展生态大会碳中和证书

Day 1 匠心： 守护营养健康， 乐享「欢乐饮食, 美好生活」

康师傅深刻认同「食品安全为企业生存之本」,「确保食品安全」是消费者对品牌的信任基础。我们将食品安全理念融入全产业链条,积极研发健康营养产品,满足消费者对食品安全、营养健康的需求。我们以质量安全为发展根基,以营养健康为创新方向,持续守护消费者餐桌安全,实现行业高质量引领。

食品安全管控与建设	41
食品安全与质量保证培训宣贯	44
健康营养产品研发与拓展	45
健康理念传播	48



食品安全管控与建设

我们遵守《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》等法律法规，以消费者为中心，秉承对食品安全风险「零容忍」的态度，致力于从企业食安文化、员工专业能力、产品全链路管理等多方面提升企业风险管控水平，努力推动「健康中国」建设。为此，我们在下述几方面不断发力，持续优化康师傅食安管理工作水平：

① 加大食安领域投入

康师傅先后投入5亿元人民币设立「创新研发与食品安全研究中心」，其中，食品安全与品质管控专业团队约1,900人。该中心已获得国家认可委员会 (China National Accreditation Service for Conformity Assessment, 简称CNAS) 资格认可。公司通过原物料供应商外检、食安评估检验、原物料进货检验、制程检验、成品出厂检验、产品市场抽检等方式，以高于国家标准的要求开展全产业链食安监控，每年食安风险监控指标超过1,800项，质检超过350万次。康师傅持续升级食品安全检测技术，2025年，我们全面推广大肠菌群快速测试片，将成品微生物检验时间由48小时缩短至18小时，食品安全风险预警能力显著增强。公司重点加强供应商食安管理和工厂产品质量稳定，原物料风险研究(油脂)、原料真实性研究、快检技术开发等方面，同时利用国内外优质研究资源，推动食品安全技术的高端研发和研发成果转化，不断提升行业的食安水平。

② 优化内部食安管理体系

康师傅在公司层面设立了食品安全研究管理中心，构建起涵盖公司总部、各事业部及生产工厂的「三道防线」管理模式。此外，通过检验应用研究组、食安预防组、准入管理组、食安稽核组和系统整合组的密切配合，实现了食安体系全链条治理和全过程监管。公司在工厂端已全面引入FSSC 22000/ISO 22000/HACCP 食品安全管理体系，并结合专家指导与 AIB 审核² 建议，持续优化生产硬件、提升操作规范，强化康师傅自有标准「K-GMP」(Good Manufacturing Practices) 执行与现场管理，有效降低食品安全风险。

²AIB International公司开展的审核，简称AIB审核。

5亿 元人民币
康师傅先后投入5亿元人民币设立
「创新研发与食品安全研究中心」

1,900 人
食品安全与品质管控专业团队
约1,900人

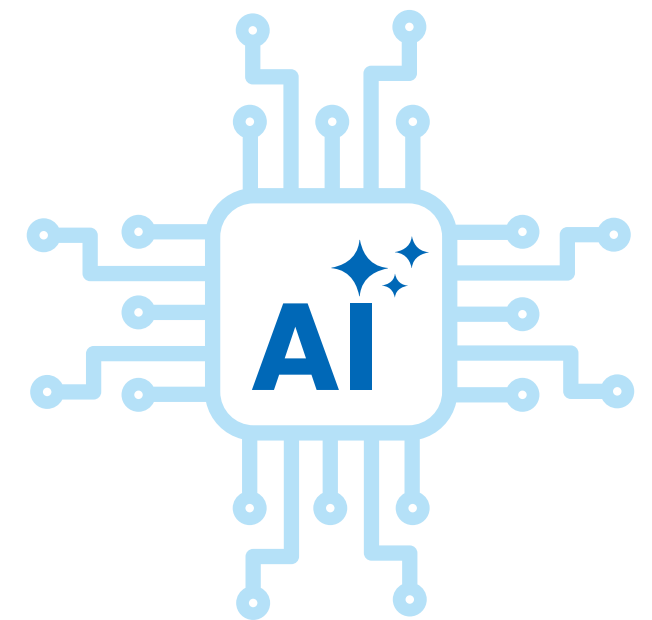


③ 产品追溯与召回管理

康师傅各事业制定《追溯召回/撤回管理办法》，对生产过程中的各类因素进行追溯，及时回收有品质问题的产品并分析原因，制定针对性改善对策以提升产品品质。对于召回或撤回的产品，各事业则按照相关法律要求处理，并向所在地市场监督管理部门报告。公司亦与供应商和客户合作，在专业机构指导下，加强产品追溯撤回管理体系建设。康师傅各工厂每年进行至少两次追溯召回演练，检验跨部门应急响应能力、产品追溯速度和沟通流程的有效性。方便面事业14家工厂已上线物料需求计划 (Material Requirement Planning, 简称MRP) 追溯系统，实现追溯系统电子化。本年度，方便面事业依托生产在线系统、面饼称重统计过

④ 推进食安数字化系统建设

康师傅将数字化技术渗透到工厂运营，建立信息化管理体系，上线质量管理体系 (Quality Management System, 简称QMS)、产品生命周期管理 (Product Lifecycle Management, 简称PLM) 和商业智能 (Business Intelligence, 简称BI) 等数字化信息系统，对厂区及生产过程全程监控，确保食品安全防护有效落实。本年度，公司升级QMS，上线食安大数据预警平台、AI原料感官识别技术等数字化系统，打通检验、预警、判定各环节数据壁垒，食品安全管理迈入智能化新阶段。此外，康师傅与外部专业机构共同开发「利用近红外分析技术检测油槽油」，进一步推进数字化建设，保证生产过程中油的质量控制。



⑤ 开展外部合作，提升社会食安治理水平

康师傅与外部专业机构及高校持续开展食品安全、产品应用开发、工艺优化及食安风险研究等合作，助力社会食安治理水平的提升。公司成立「上海方便食品工程技术研究中心」，承担食品安全检测、研发、科普培训及为社会提供权威、公正的第三方服务等职责。依托这一平台，康师傅利用国内外优质学术资源，推动食品安全技术的高端研发和成果转化，并积极为国家食品安全标准的制订与更新提供有益参考。我们持续与外部专业感官品评公司及实验室开展

程控制 (Statistical Process Control, 简称SPC) 系统与仓库管理系统 (Warehouse Management System, 简称WMS) 集成，实现了从原料批次到成品流向的数字化精准追溯。康师傅饮品事业和百事饮品事业上线追溯信息数字化系统，有效提升产品全生命周期的监控和管理效率。糕饼事业部根据自身产品特点制定了《产品召回控制程序》《产品追溯作业办法》，实现食品安全信息正向可追踪、逆向可溯源、过程可控制、责任可追究。目前，康师傅已实现原料、成品流向透明化。2025年，我们已售或已运送产品中未出现因安全与健康理由而回收的情况。

合作，建立了康师傅茶饮料、水关键异味图谱，每年对康师傅饮品事业的茶饮料、包装饮用水，百事饮品事业的碳酸产品及非碳酸产品生产工厂开展感官与理化熟练测试。我们与外部专业机构开展微生物项目合作，开展变败品微生物菌种鉴定、天然矿泉水厂环境微生物鉴定、微生物能力比对测试、微生物分析人员专业技能培训，不断提升团队微生物检定和分析能力。

6 重视食安人才培养

康师傅在食安人才专业能力建设方面，建立了一套从标准建立到实践培养的完整体系。在专业能力提升层面，我们聚焦于岗位能力和关键技能的培训，不仅涵盖食安管理的全面知识，还重点推行茶叶感官技能培训、国家注册审核员专业认证、六西格玛等专业能力建设，确保员工具备行业领先的专业素养；在干部赋能方面，我们通过绩效激励、管理培训、食安总监考核等方式，强化领导层的食安管理和跨部门协作能力，引导各事业供应链部门与质量部门的人员在工作中落实「食安第一」的理念，以实现全员食安管理的目标。



7 提升产业链食品安全意识

康师傅注重多角度带动上下游伙伴及消费者提升食品安全意识。我们已连续12年开展食品安全宣传月主题活动，本年度主题为「守红线、重执行、食品安全要落实/筑牢食安防线，促进消费活力，好品质就选康师傅」，活动包括新法规宣导解读、生产现场食安问题诊断研讨、食安知识竞赛等活动。我们邀请监管部门、上游供应商等参与食安品质活动，

并联合供应商开展追溯演练，持续强化食安风险排查，亦进入社区、商超、乡村、校园开展食安科普，并持续打造「透明」工厂，让食安品质看得见。本年度，方便面事业累计开展食安科普宣传活动242场，康师傅饮品事业与百事饮品事业开展食安月主题活动共计860余场。

8 食安管理体系认证

2025年，方便面事业全部正常运营工厂³通过FSSC 22000（食品安全认证体系）/ISO 22000（食品安全管理体系）认证、「用好油体系」专项认证，实现了从原料到成品的全流程风险管控。方便面事业持续健全基于美国AIB International公司（简称AIBI）的《前提方案与食品安全程序统一检查标准》。截至报告期末，约90%工厂已获得AIB认证，涵盖数十条制面线、酱包线及粉菜包装机台。方便面事业江门工厂通过危害分析与关键控制点体系（Hazard Analysis Critical Control Point, 简称HACCP）食品安全体系认证，有效识别和控制生产过程中可能存在的危害因素，提高食品安全水平。2025年，方便面事业杭州工厂通过开市客、奥乐齐等客户体系认

证审核，充分验证食品安全管理体系的可靠性、一致性与国际水准。康师傅饮品事业和百事饮品事业全部正常运营工厂均通过ISO 22000、FSSC 22000双体系认证。其中，57家康师傅包装水生产工厂以及34家纯水乐工厂通过美国国家卫生基金会（National Sanitation Foundation, 简称NSF）年度认证，进一步提升了产品的市场公信力与全球竞争力。2025年，43家工厂为百事供货的生产线参与了AIB食品安全检查，包括34家康师傅饮品事业工厂和9家百事饮品事业工厂。糕饼事业部工厂取得ISO 9001（质量管理体系）、ISO 22000认证，2025年工厂质量管理与食品安全管理体系运行正常并通过本年度体系监督审核。

³正常运营工厂为本年度运营达6个月以上且不属于停产/停工状态的工厂。

食品安全与 质量保证培训宣贯

为提高全员食品安全意识，加强质量与食品安全文化建设，我们为全体品质保证员工至少每年开展一次食品安全与质量保证培训，内容涉及食品安全相关法律法规、质量管理技能、食品检验岗位技能、供应商质量审核、产品工艺及品质控制、新品流程管理、食品追溯召回与突发应急管理等方面，并开展食安知识竞赛、岗位技能比武、品质改善提案等活动。

康师傅每年开展覆盖全体供应商的产品安全及质量保证培训，培训形式包括供应商大会、食安宣传月活动、在线视频培训、邮件宣导等。本年度各事业针对细分供应商均开展了品质专项培训，如：

方便面事业	针对13家农产品供应商及34家上游供应商开展建立农产品溯源管理要求和基地良好农业规范（GAP）认证培训，内容涵盖基地筛选、农药管理、原料采收、运输防护、加工过程异物管控的关键控制点、腌制档案管理等，并对供应商驻厂人员开展品质管理等专项培训。食品安全月活动覆盖脱水菜、腌渍菜、生鲜菜、调味品、食用油、食品接触物料等45家供应商，举办食品追溯演练、技能比武、食安知识竞赛、食安隐患排查等各类活动82场次，约1,700人次参与。按照重点原料类别召开6场次供应商大会，回顾2025年度供货品质和审核辅导发现，宣导康师傅最新食安品质管理要求、对异物管控、虫鼠害管理进行专项赋能培训，并邀请标杆企业分享在食安文化建设、AIB落地等领域的领先经验。
康师傅饮品事业及百事饮品事业	以现场培训、在线视频培训、邮件宣导等形式为供应商宣导新出台的食品国家标准、公司新出政策、制度及要求等。2025年针对原料供应商开展食品防御控制计划宣导；针对茶叶供应商宣贯上游供应商管理要求、溯源管理规范、农残检测要求；针对白砂糖、果糖、香精、茶叶、果汁等38家供应商开展AIB基础培训；针对农产品供应商开展虫害管理专项培训；针对罐子供应商进行认可流程及审核共性问题改善培训；针对果糖供应商宣导液态食品散装运输技术规范；针对罐、标、箱、膜供应商开展标签新法规培训等。我们连续4年开展上游供应商食安月活动，2025年覆盖38家重点供应商，实现食安标准全域协同。

2025年，公司持续推进食品安全国际化合作。方便面事业与开市客（Costco）建立合作关系，系统导入其工厂审核食安品质管理体系标准，推动工厂食安管理水平对标国际标准；康师傅饮品事业与英国Flavoractiv感官品评公司开展感官品评项目合作，开展专业培训2场、感官能力测试2场，推动感官品评专业能力与国际接轨。

健康营养产品 研发与拓展



国家高度重视人民群众的健康，把健康置于优先发展的战略地位，明确提出到2035年建成「健康中国」的远景目标。作为中国食品饮料行业领军企业，康师傅致力于满足中国消费者健康饮食需求，通过自身研发技术的突破和创新，不断提高产品健康附加值，实现自身产品从方便到美味再到健康的跨越与升级。

康师傅中央研究所专注于食品安全与质量、健康营养、工艺优化等方面的研发和创新，不断提升在健康营养产品方面的研发投入。康师傅设立「方便面研发中心」、「饮品研发中心」和「基础科学部」，并持续与江南大学、南开大学、浙江中医药大学、中国食品发酵研究院、天津科技大学、河南工业大学等外部专业机构开展合作，深入研发减盐、无糖、低脂、营养健康产品。例如，着重营养健康大数据与消费者对方便面营养健康的需求，聚焦「方便面的营养健康趋势及关键技术研究」；低GI奶茶营养健康升级的原料与工艺技术储备；开发新型缓消化（低GI）产品，储备非油炸/冷冻面类产品。同时我们重视健康营养研发人才的培养，并积极进行人才储备。报告期内，康师傅健康营养相关研发人员约50人，未来研发团队规模也将不断扩大。

康师傅在公司官网公布《营养健康政策》，通过自身研发技术的突破和创新，不断提高产品健康附加值，实现自身产品从方便到美味再到健康的跨越与升级，满足中国消费者高品质、多样化的健康饮食需求。康师傅全面落实研发成果转化，精进改良「经典系列」等百余个产品配方，积极推进产品减糖、减油、减钠，增加天然成分及营养成分。在陕西神木，我们建立「环境友好蔬菜基地」，与原料供应商和农科院合作，利用煤泥生物发酵技术，将废弃煤泥转化为有机肥，提升土壤肥力，减少在农业生产种植过程中对化肥的需求。

在方便面研发方面，康师傅积极响应国家「三减三健」号召，在产品研发中贯彻减盐、低脂、高营养密度的理念，着重提高蛋白质含量，保留更多蔬菜营养和膳食纤维。本年度，我们通过调整油脂配方，可减少方便面酱包中饱和脂肪含量；依托创新的「单釜水煮工艺」推出非油炸面「特别特」系列产品；凭借「熟化工艺」及「低温锁鲜技术」推出鲜熟煮面系列产品，致力于减少油脂摄入。同时，康师傅运用RP锁鲜技术达到对标正餐的食材口感，推出全新产品——「合麵」，被评为中国方便食品行业科技与产品创新趋势代表案例。我们还与合作伙伴共同推动清洁标签产品上市，追求配方的简单与透明。



在饮品研发方面，公司关注健康化与高端化，以及无糖、低脂、功能性等产品的开发，为消费者提供更健康、多元化的饮品。我们进一步优化茶粉工艺以增强产品色泽，改用天然甜味剂替代传统甜味剂，在增加膳食纤维含量的同时全面提升产品健康属性。本年度我们推出中式养生系列新品「低糖枸杞菊花茶」、「无糖决明子大麦饮」、减糖30%奶茶系列（「经典奶茶」、「炼乳奶茶」、「大红袍奶茶」）、「无糖茉莉龙井」、「无糖鲜绿茶」、「茶的传人东方美人」、「凤凰单丛」新口味、「pH9.0电解碱性水」等，这些产品在保留口感和品质的同时，提升了产品的健康属性。

在糕饼研发方面，我们将开展钙元素等营养强化，增加膳食纤维含量，降糖、减脂，保障产品营养均衡。

康师傅致力于开发「小而美」的产品，以满足消费者追求「健康饮食，精致生活」的需求。本年度我们新增多款小规格产品，康师傅（Premium优选）方便面（580mL）、康师傅小饱杯方便面（390mL）、康师傅「无糖鲜绿茶」（330mL）、康师傅「经典/大红袍/炼乳奶茶」（350mL）等产品，让小容量产品需求者在享受康师傅优质产品的同时避免多余能量的摄入，也减少食物浪费。

健康理念传播

康师傅致力于弘扬中华饮食文化，为消费者提供高品质、多样化的食品饮料产品，乐享健康方式，引领美好生活。我们全力支持并积极响应国家营养健康政策，持续联合多家机构开展相关研究，满足不同人群对营养与健康的需求，积极倡导合理膳食和吃动平衡的饮食理念，引导消费者做出适合自己的食物选择，与政府、业界伙伴一起推动实现广大消费人群健康的生活方式。

公司采取「走出去、请进来」的方式，推动本年度食品安全宣传活动，致力于提升全产业链参与者的食品安全意识。「走出去」，即组织专业人员深入社区、校园、商超、乡村及企业，以通俗易懂的方式传播食品安全知识，累计覆盖外部公众超万人次。如方便面长沙工厂主动走访某休闲食品零售公司总部开展深度交流，将食安文化延伸至价值链合作。「请进来」，即邀请政府监管部门、媒体、高校师生、消费者代表及合作伙伴等超百个团体实地参观，通过透明化展示从原料到成品的全链条生产过程，增进外部相关方理解与信任。此外，「请进来」还邀请外部专家老师到工厂开办法律法规、食品安全管理方法等专题知识讲座，不断为康师傅员工更新食品安全管理理念。

2025年3月康师傅受天津市滨海新区市场监督管理局邀请助力「守护合法权益、共筑满意消费」的主题活动，在活动现场通过陈列展示、赠送公司产品、发放宣传手册等方式，向消费者普及食品安全知识。深圳百事可乐饮料有限公司揭东分公司获评「揭阳市饮料产品消费教育家园」称号。

康师傅「味来馆」是国内首家方便面文化科普体验馆，馆内设有全透明自动化生产线、智能泡面机、航天冻干技术展示等十大主题空间，通过沉浸式互动让学生直观感受食品工业科技、了解中华面食文化、学习食品安全知识。康师傅「味来馆」已荣获全国科普教育基地、浙江省科普教育基地、杭州市十佳科普教育基地等各类官方认证称号。本年度，「味来馆」与钱塘区青少年宫开展「劳动实践周」大规模、实践化教育；接待澳大利亚、新加坡等多地的师生，成为集食安科普与工业认知于一体的综合性中小學生校外「第二课堂」，累计吸引5.9万不同年龄段学生参观。



▲ 康师傅(Premium优选)方便面(580mL)



▲ 康师傅小泡杯方便面(390mL)



▲ 康师傅无糖鲜绿茶(330mL)



▲ 康师傅经典/大红袍/炼乳奶茶(350mL)



▲ 茶的传人凤凰单丛/东方美人(330mL)



▲ 康师傅pH9.0电解碱性水(350mL/366mL)



▲ 「味来馆」参访



Day 1 同行： 伙伴协同共赢， 共拓「欢乐饮食, 美好生活」

康师傅始终以消费者为中心，积极践行负责任营销的承诺，构建负责任的供应链生态。同时，我们强化知识产权管理，筑牢反贪污和职业道德防线，以最高标准的合规要求护航企业行稳致远。我们坚信，协同伙伴共赢才能在激烈的市场竞争中提升品牌影响力，实现企业长期高质量发展。

服务消费者	51
负责任营销	52
信息与网络安全	53
知识产权管理	54
供应商ESG管理	55
反贪污和职业道德管理	57
品牌力突破	59



服务消费者

康师傅严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规的要求,高度重视客户和消费者的需求,建立并保持畅通的多元化沟通渠道,以了解其对我们的期望和诉求。公司设立了客服团队以收集和反馈消费者和客户的建议、问询和诉求。客服团队建立了《顾客服务管理程序》等标准化操作流程,与相应责任部门开展协作,共同解决客户问题。

公司已建立多渠道客户支持与反馈体系,具体包括:400热线、企业门户网站、AI智能聊天机器人(在线客服)、电子邮件、新浪微博、微信、电商平台等客户反馈渠道,增设自助服务及智能语音客服功能。公司关注不同客户群体的差异化需求,致力于为特殊客户群体提供适宜的服务保障。对于存在视觉、听觉或其他障碍的客户,公司将根据实际情况灵活调整服务方式,例如为无法使用文字描述的客户提供语音沟通渠道,确保各类客户均能平等、便捷地获得服务支持。

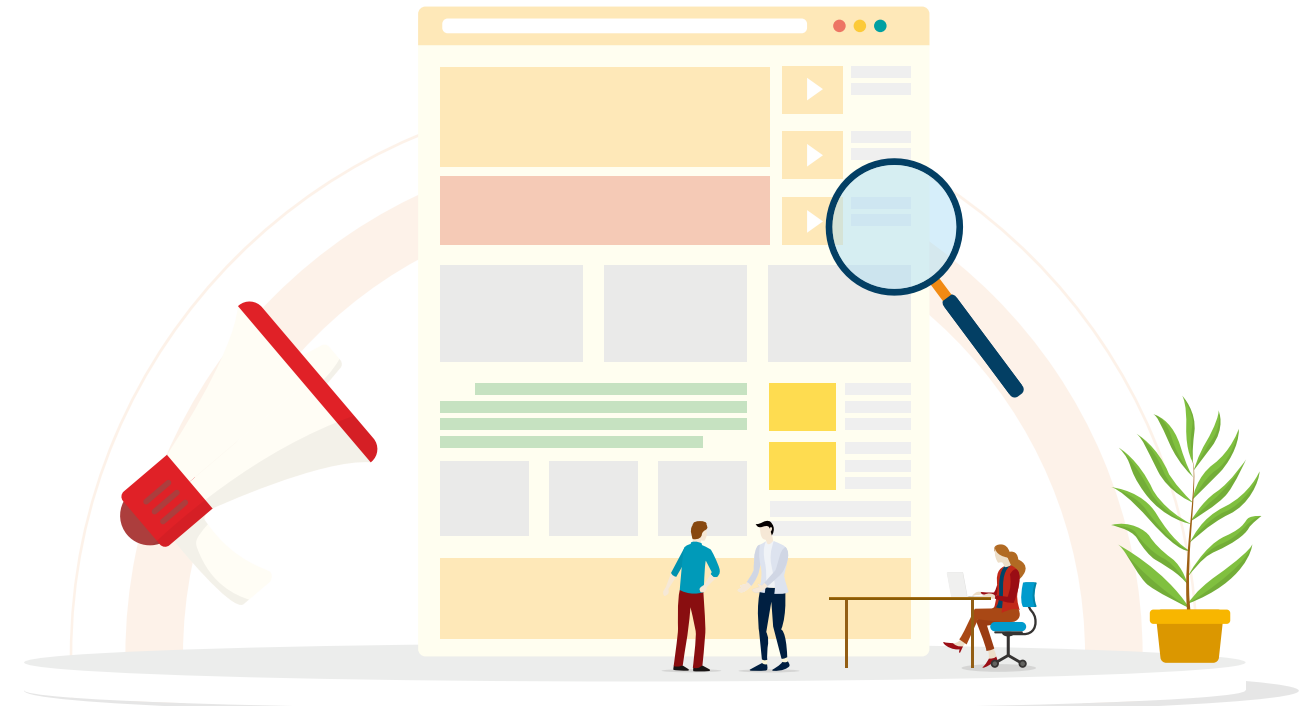


客诉满意解决率达
97.2%

在服务过程中,团队严格按照规定时效回复客户,持续追踪跟进直至结案,并通过客户回访了解其满意度,确保客户提出的问题得以妥善解决。我们对收集到的客户意见与建议进行统一汇总梳理后,同步传达至产品研发、生产运营、客户服务等对应业务部门,推动产品优化和服务升级,提升客户满意度。此外,我们聘请专业机构对客服团队服务能力、沟通效率与效果、合作流畅度、跨部门协作等方面进行客户调研,以持续提升客户服务水平。本年度,康师傅接获客户投诉11,496件,客诉满意解决率达97.2%;线上平台客户占比约2.02%,线上平台销售额占比约10.57%。

我们在与客户和消费者沟通的过程中亦关注信息保护,全方位保障客户的隐私安全。我们执行信息化、流程化管理,设置客户信息访问权限,严格遵守客户信息保密原则。我们会与涉及用户信息的工作人员及第三方公司签署保密协议,并监督协议执行情况,确保公司及用户信息安全。在客户信息获取和记录方面,各事业制定《客诉信息管理作业办法》,只记录客户的基础信息,并定期对重要敏感信息进行清理。在信息访问方面,我们努力保障内部系统的数据安全,通过严格的账号权限管理,约束内部人员对消费者和客户信息的接触场景及使用条件,最大限度保障消费者和客户的信息安全。

负责任营销



康师傅积极践行负责任营销,严格遵守《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国商标法》等法律法规及《GB 7718-2011预包装食品标签通则》等国家标准,在官网公布了《负责任营销政策》,并建立了《产品推广营销手册》,严控广告及标签审核,规范产品宣传营销工作。同时,我们与消费者建立透明的沟通渠道,致力于打造负责任营销的企业形象,提升品牌价值。

公司注重对宣传工作的管理。我们要求合作伙伴及其他广告发布者、经营者诚信履约,公平参与竞争,避免出现夸大、虚假或误导性宣传。为确保宣传内容的真实性与合规性,我们要求任何对外宣传资料及标签设计均需经过法务、研发、品保等多个部门审核,审核无误后方可发布。康师傅的营销政策规定不得在中小学校、幼儿园内开展广告活动,不得利用中小学生和幼儿的教材及教辅工具、校服、校车等渠道发布或者变相发布广告。在品牌推广、产品营销、内容宣传环节,康师傅规定禁止在宣传内容中涉及竞争对手品牌,不得贬低其他生产经营者的商品或者服务,不得对商品作片面的宣传或者对比。

公司每年面向所有市场营销人员组织开展负责任营销相关培训,并定期组织营销策略落地专项培训等活动,提升员工负责任营销意识。康师傅还对市场营销人员及相关合作伙伴进行《热点事件营销指引》培训,剖析不同营销方式的潜在风险和后果,要求广告创意、传播物料、宣传渠道等均需遵守指引,确保营销活动合法合规。

在负责任营销审计方面,我们每年定期对营销工作开展审计自检,排查风险点,持续完善风险管控与监督机制。负责任营销审计内容包括但不限于营销管理制度、广告创意管理、创意媒体代理商管理、监测代理商管理、代言人管理、IP合作项目管理、社交媒体管理、广告内容是否涉及负面宣传和不正当宣传、投放产品包装是否经过审核和审查等。2025年,百事饮品事业开展第三方营销审计,审核范围覆盖上年度投放的全部媒体项目,审查内容包括互联网关键意见领袖(key opinion leaders, KOLs)、广告、IP合作等项目投放、互动数据的真实性和质量等情况。

信息与网络安全

康师傅重视信息与网络安全管理，建立并持续完善信息安全管理体系，制定了信息安全策略，并宣导覆盖全体员工。我们设立信息安全管理委员会为信息与网络安全管理的最高决策机构，信息安全管理委员会为集团跨部门组织，由经营发展委员会成员组成，管理者代表由战略发展室主管担任，负责对公司信息安全总体策略、重大项目及控制措施进行决策及监督，审议信息安全审计报告，听取重大信息安全事件通报并形成处置方案，信息安全管理办公室的项目经理由信息系统部主管担任。为保证信息安全管理体系运行的有效性，我们每年至少组织一次内部评审。康师傅已获得由英国标准协会 (BSI) 颁发的信息安全管理体系 (ISO 27001) 认证证书，并于2025年通过了年度监督审核。



2025年，我们进行了全面的信息安全风险评估，明确可能存在的威胁点和脆弱点；建立了安全指挥平台和应急响应机制，构建标准网络安全威胁预警和应急处置流程，24小时监测网络安全状况，并每年进行一次应急处置测试；强化网络防御、加强数据加密；定期对系统进行技术符合性检查，并采取安全加固措施，以保障信息系统与网络安全；制定《业务连续性管理办法》，针对应用系统和运行环境，已制定应急预案，并对核心业务系统进行业务连续性演练；通过公司内部内审小组进行内部审核，并由第三方专业安全机构，定期对信息安全系统进行全面的检测和改善，有效识别并消除潜在的安全隐患，并通过国家测评机构安全评审。当员工发现可疑情况时，可通过邮件、电话、问题单等方式及时向信息安全治理小组上报，信息安全治理小组接到上报信息后会立即开展检测调查，利用监察工具侦测未获授权或异常活动，最大限度保障信息安全。

我们建立了漏洞全生命周期管理机制，每年制订漏洞扫描计划，每月进行Web漏洞扫描、系统漏洞扫描、数据库漏洞扫描等工作，并对发现的漏洞进行脆弱性分析及验证，根据漏洞等级实施安全策略升级、漏洞补丁等修复加固措施。修复完成后，我们会进行复测，制定漏洞闭环服务报告，并向管理人员进行汇报。此外，我们定期开展模拟黑客攻击的演练活动，以深度剖析安全漏洞，精准评估防护效能。康师傅在网络安全领域积极部署，多措并举强化防护。针对暴露于

外网的核心业务系统，公司实施全天候不间断监测，并对其其他系统开展常规时段检测，处理多次涉及外部攻击、弱密码、系统漏洞等多类情况的威胁预警，且均迅速完成阻断与修复。此外，公司还定期对内部业务系统（如SAP、OA等）进行漏洞扫描与渗透测试，及时发现并妥善处理潜在漏洞，有效提升了公司整体的网络安全防护能力。

我们通过多样的信息安全意识教育、培训及宣传活动提高员工的信息安全防范意识和能力，包括邀请外部的专业讲师向员工讲解信息安全意识的关键点及工作中的防范技巧；拍摄视频宣传短片；每月向全员推送信息安全意识宣传电子长图；制定考试及演练等机制，增强培训效果等。2025年，公司开展了一系列信息安全相关活动，包括信息安全直播、线上课程、线上答题、现场培训、模拟钓鱼邮件演练活动等。公司邀请行业专家为员工介绍信息安全领域的最新动态，并针对员工疑问进行解答。此外，公司还精心制作并发布了12期以信息安全为主题的宣传长图和视频，通过生动有趣的形式助力员工掌握信息安全知识，增强安全防护能力。

2025年，康师傅未发生客户隐私数据泄露等信息安全事件。

知识产权管理

康师傅深刻理解保护知识产权的重要性，我们遵守《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》，积极落实知识产权管理措施，全面开展维权行动，促进公平竞争。我们持续关注行业内知识产权动态，重视知识产权的积累与运用，以更好地发展公司知识产权策略。我们与多家专业机构合作，持续对专利、商标等知识产权进行全方位保护，并于全球多个国家和地区申请注册保护公司核心商标。同时，我们设立海关知识产权监控防线，对重点知识产权进行海关备案，严厉打击侵权产品。我们及时向相关

机构注册备案，在各类新产品上市前检索知识产权信息、开展相关分析、推动新商标注册前置，保证新产品上市前完成包装外观专利申请，完善知识产权监控防线，在保护企业自身知识产权的同时，尊重保护他人的知识产权，严厉打击侵权行为。公司品牌传播素材、标签设计在面世前均严格遵循审核流程，确保信息符合法律法规要求。我们定期对员工进行知识产权宣传与培训，增强员工的专业度与知识产权保护意识，维护公司品牌声誉。近年来，公司共计发布专利、论文近千项。



供应商ESG管理

康師傅重视供应商的可持续发展，深刻理解自身行为对供应商的引领和带动作用。我们已建立并不断优化供应商管理体系，对供应商的准入资质、生产经营、社会责任等多个方面实施监管，不断精进供应商管理能力，致力于携手价值链上下游企业共同为广大消费者提供高品质的产品。

康師傅可持续发展委员会高度重视供应链可持续发展，定期对供应链ESG管理工作目标、报告披露及相关重大事项进行审议与决策，并向董事会汇报工作进展，确保供应商日常管理各项工作始终遵循可持续发展原则。

在供应商筛选和聘用方面，康師傅根据供应商的类型制定覆盖全体供应商的开发管理办法，明确并细化供应商引入流程和要求。我们建立供应商基本信息档案，并依照《供应商评鉴-资料评鉴表》对其进行资质评估，将企业环境管理情况、商业道德履行情况、劳工标准执行情况等ESG因素纳入供应商筛选标准，同时依据供应商的支出占比与可替代性评估其业务相关性，确保筛选维度完整覆盖环境、社会、治理及业务相关四大方面，并综合考虑供应商所在国家、所处行业及其提供的产品的潜在风险，系统识别国家特定风险、行业特定风险与特定商品风险。我们对供应商的质量及食品安全认证体系证书、SC/QS生产许可证书、ISO 14001环境管理体系认证、ISO 45001职业健康安全管理体系认证、FSSC 22000食品安全管理体系认证等资质进行严格审查，并开展供应商现场审核工作，对其厂房及设施、生产及品质管理、废弃物排放、环境及职业健康安全水平、用工政策进行考察和评价，在同等条件下，优先选用ESG绩效表现更好的供应商。为评估供应商食安管理水平，我们在实地考察阶段进行抽样检查，同步使用第三方检测机构外检和康師傅自检的方式进行严格筛查。上述各评估环节均合格者方可成为康師傅合格供应商。

在供应商日常管理方面，康師傅持续完善《供应商考核作业办法》，加强供应商监管，对各供应商的供货品质、交期、服

务、配合度等方面进行考察，定期进行考核定级，并拟定供应商辅导对策，实施奖惩措施。我们根据法律法规、《GB 14881食品生产通用卫生规范》《GB 31647 食品添加剂生产通用卫生规范》等标准及供应商要求对供应商开展现场审核，要求供应商针对年审和日常飞行检查中发现的问题进行纠正和改善，并在五个工作日内回复改善对策，三个月内完成改善并回传改善材料，再由内部审核员进行实地复核确认改善状况。对于复核不合格的供应商，我们将停止与其进一步的合作。

此外，公司还通过举办可持续发展生态大会、引入第三方可持续发展咨询机构培训等多元形式，聚焦供应商管理制度，为采购人员及内部利益相关方开展供应链 ESG 管理培训，助力相关人员清晰界定其在可持续供应链管理体系中的职责角色，从而不断提升康師傅可持续供应链管理水

平。2025年，公司在供应商管理方面开展了全面且深入的工作⁴，共筛选出96家重要供应商⁵。在评估审核环节，公司通过资料审核（案头评估）、现场评估等多种方式，对其中60家重要供应商进行了评估审核，覆盖率达62.50%。经过严谨评估，认定1家重要供应商存在重大实际或潜在负面影响，该供应商已制定纠正措施及改进计划，整改覆盖率达到100%。此外，基于综合评估结果与未来合作的长远考量，公司未与任何重要供应商终止合作。在供应商能力建设方面，公司积极推动供应商提升综合实力，共有50家重要供应商参加了相关能力建设项目，占重要供应商总数的52.08%。

同时，我们采用年审、日常飞检、产季溯源及品质改善辅导等方式促进供应商表现提升，并定期组织供应商培训，对国家标准、公司管理要求进行宣导。公司组织原物料供应商召开供应商大会，对食品安全质量管理要求和红线条款进行培训；针对部分供应商，我们安排专家进行专题培训和驻厂辅导，包括进行设备诊断与指导等，以提升供应商专项管理能力。

公司构建供应商信息共享机制，积极推动供应商在ESG领域持续投入与发展，在供应商年度大会上，采购部门会展示ESG方面表现优异的供应商案例，让其他供应商了解优秀同行表现，激励各方共同提升；针对供应商节能减排、降克减重等优秀实践，我们会邀请相关供应商到事业部门进行经验分享，共同推动供应链高质量发展。此外，我们还鼓励供应商与康師傅一同提升供应链的发展活力。若供应商积极参与康師傅推动的技术或服务创新，并成功创造实际经济效益，我们将在年度考核中给予额外加分，激发供应商的创新积极性。

在供应商环境与社会风险管理政策与实践方面，本年度我们修订了《康師傅供应商环境与社会合规基础协议书》（以下简称《协议书》），将对供应商在环境及社会范畴的底线要求「九项必须项要求」升级为「十四项必须项要求」，涵盖最低就业年龄、强迫性与束缚性用工、职业健康与安全、工作条件、反歧视与骚扰、结社自由与集体谈判、污染物与废弃物管理、温室气体与能源消耗、资源使用、生物多样性与生态保护、反腐败、反利益冲突、反不正当竞争行为以及食品安全。康師傅明确要求供应商杜绝贿赂、垄断、串通投标等违规行为，建立内部反腐败监控机制，定期审计高风险业务环节，确保供应商严守廉洁合规底线。公司将供应商接受并签署《协议书》作为与康師傅建立供应合作关系的前置条件，若供应商存在任何违反「十四项必须项要求」的行为，公司将终止双方业务往来。通过签署《协议书》并持续监督《协议书》履行情况，康師傅向供应商明确社会责任管理的底线要求，引导供应商运营符合公司标准，并鼓励其遵循联合国全球契约（UNGC）原则，保障员工基本权利，营造公平劳动环境，推动绿色生产与资源循环利用，抵制商业腐败行为。

康師傅尤为重视供应商的商业道德管理。在本年度修订的《协议书》中，我们明确要求供应商杜绝任何形式的腐败行为、全面禁止招聘及工作环境中任何形式的歧视或骚扰行为、主动识别并避免可能与康師傅利益产生冲突的行为或

关系，并严禁供应商实施任何限制市场竞争的行为。为进一步提高供应商的商业道德水平，打造透明、廉洁的合作关系，我们通过与全体供应商签订《反商业贿赂承诺书》的方式，将公司在商业道德方面的要求有效传递给供应商。

康師傅以数字化驱动提升企业综合实力。我们运用数字化手段建立智能化供应商管理体系，贯穿上下游采购、运输、生产等各个环节。我们通过供应商关系管理（Supplier Relationship Management，简称SRM）系统整合，实现由供应商数据共享中心统一管理供应商资料，简化数据管理。该系统还可以实现包括发布招标、供应商引入、底价签批、采购招投标、决标审批等覆盖整个招标作业流程的数字化管理，达成无纸化作业，降低供应商管理成本，加强供应商全流程协同和整合，提升价值链的透明度和敏捷性。我们对供应商和康師傅相关人员开展SRM系统的培训，强化受训人员操作系统的能力，并持续提升该系统的利用效率。此外，我们继续推动实施MRP系统，自动计算原物料需求，减少人工计算原物料需求计划的人力成本并提升准确性。我们按照计划进行采购，合理安排生产线作业，实现平稳生产，避免产线超负荷或闲置，增加排产的灵活性，提高生产效率，提升服务质量。此外，公司持续迭代升级采购协同平台，深化工厂与供应商之间的业务协同，并同步对接物流系统，依托数据分析优化协作流程，实现供应链上下游数据的信息共享与实时交互，提升供应链协同效率。

按地区划分的供应商数量

供应商所在地区	供应商数量
中国大陆地区	947
中国港澳台地区	2
国外地区	2

⁴公司供应商管理工作涵盖方便面事业、康師傅饮品事业、糕饼事业部的全部供应商，百事饮品事业供应商由百事中国直接管理。

⁵重要供应商指与公司具有重要业务相关性或按年度采购额排序占总额超过60%的一级供应商。

反贪污和职业道德管理

康师傅深知诚信经营与合规守法方使企业长治久安，努力打造廉洁、诚信、透明的职场环境。公司严格遵守《中华人民共和国刑法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国反洗钱法》等法律法规，制定《员工廉洁自律行为管理办法》《合约检审管理办法》《董事与员工内幕信息与证券交易管理办法》等管理制度，并在公司官网公布了《反贪腐政策》，持续优化反贪污管理体系，严格遵照监管机构要求对公司资金流向实施全流程规范管理，避免出现任何直接或间接的贪污腐败、贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱等商业违法行为。同时，公司反贪污相关制度中明确规定，禁止擅自向与公司内外部有直接或间接关系的个人或组织给予任何形式的利益与好处，严格避免出现以贿赂为目的的捐赠、赞助（包括政治捐赠及慈善捐助）等情况。

康师傅禁止董事及所有员工从事任何违法或不道德的经济行为并从中牟取利益，宣导全体员工遵守职业道德和人格底线。我们要求员工、供应商、经销商签署《反商业贿赂承诺书》，明确声明不行贿、不受贿，共同维护良好的工作环境。公司不断强化员工面对相关问题时的处理应对能力，提高员工反贪污、反腐败意识，持续建设和倡导企业廉洁文化。我们在重要节日前夕面向全体员工发布廉洁倡议书，筑牢全员廉洁防线，同时通过企业微信平台、飞书平台、线上学习平台发布文章、分享反舞弊案例，向全体员工宣导康师傅的廉洁文化及相关规范，向高阶管理层及董事发送《稽核舞弊调查报告》，不断强化董事及员工的廉洁合规意识。同时，我们利用企业微信平台，向全体员工（包括全职及兼职员工）发布多期内控文化简报，内容涵盖法律法规知识分享、公司道德红线解读、反舞弊案例分析、廉洁文化与制度规范宣导，以及舞弊举报渠道的学习与宣传等方面。我们亦通过线上形式，为本集团董事提供包括反贪污及商业道德议题的ESG相关培训。公司向管理层宣导风险管理三线模型，推动运营管理层对舞弊风险实施有效管控与防范，最大限度防止舞弊事件发生。2025年，我们将反舞弊文化建设与廉洁知识教育纳入员工培训规划，在新员工培训课程中强化对

行为红线、廉洁纪律与职业自律的专项讲解，从入职源头筑牢思想防线；我们通过公司企业微信「康师傅乐享」平台向公司董事与全体员工发布「康小文倡廉《双节同庆，廉行致远》」廉洁文化主题视频，分享廉洁自律规定重点与案例讲解，深化全员对廉洁合规理念的认知。在进行员工绩效评估时，我们将其行为合规性纳入考虑范围，对违反相关行为准则的员工持零容忍态度，并视情节严重程度依《员工奖惩管理方法》给予其警告、记过、辞退处分。

针对商业贿赂、舞弊等违法违规行为，康师傅建立了专门的举报机制，开通防舞弊检举电话、邮箱、微信及飞书平台等多元化的举报渠道，并通过内部培训、企业官网公示、飞书平台推送，提升员工对举报渠道的认知与运用能力，鼓励内外部人员互相监督，共同参与到公司商业道德及合规文化建设当中，抵制不良行为。我们在公司官网公布了《检举受理原则及奖励规定》、检举专线电话与邮箱、检举微信，鼓励员工、供应商及各关联方参与实名检举。同时，举报人也可通过12315、12345等政府监管热线及各级市场监督管理局等外部独立渠道进行举报，确保举报机制的公允与多元。检举专员每日对检举及投诉案件进行记录、处理与追踪，确保举报案件得到及时和妥善处置。在接到违规行为立案后，公司对相关违规违纪案件线索进行全面核查，若情况属实，将依照公司相关制度处理问责相关人员，并全额追缴非法所得；对于违法犯罪行为，移送有关部门处置。我们将违规违纪案例及处理结果在公司内部通报，以示警戒。

稽核部门每年针对全公司范围内的重大风险管理及内部控制的有效性进行审核，并提出改进建议，避免发生员工利用制度漏洞进行舞弊等违规违法行为。

公司稽核部门下设企业安全组，专职负责检举案件的分析、调查、结案与改善追踪工作，并制定《检举管理办法》，规范举报处理流程、奖励原则及保护举报人的相关要求，对举报人信息严格保密，严格禁止对举报人任何形式的打击报复，如有泄露举报人信息的情形，经查证后依照《员工

奖惩管理办法》进行处置。稽核部门人员每年签署《稽核室人员职业道德规范暨纪律准则》承诺书，承诺履行职责时严格遵循保密性原则。2025年度未发生举报人信息曝露情况。

2025年，公司稽核室共完成22个舞弊及专案调查，并针对全集团内部控制及风险管理、合法合规管理、税务及会计核算管理、采购管理、供应商食品安全管理等板块开展专项稽核作业，审核相关项目所涉及商业道德和职业操守等管控系统的有效性，全面强化公司反贪污、反舞弊管理。



检举受理官网：

<https://www.masterkong.com.cn/contactus/index.shtml>

《检举受理原则及奖励规定》：

<https://www.masterkong.com.cn/contactus/20150527/32285.shtml>

2025年，公司涉及反贪污、反舞弊的审结诉讼案件共2起，2名涉案人员均因犯职务侵占罪，均被判处有期徒刑。公司未受到由贪污或腐败导致的罚款处罚。我们持续完善内部管理机制，强化廉洁风险防控，同时常态化开展警示教育，筑牢全员廉洁从业底线，坚决杜绝此类问题再次发生。

2025年，公司未出现勒索、欺诈、内幕交易、利益冲突及洗钱等商业违法行为，未发生以贿赂为目的的捐赠、赞助行为及相关支出，也未向任何以政治活动为目的的组织、协会及非营利组织进行捐赠。



检举专线电话

021-31753602



检举受理邮箱

jianju@masterkong.com.cn



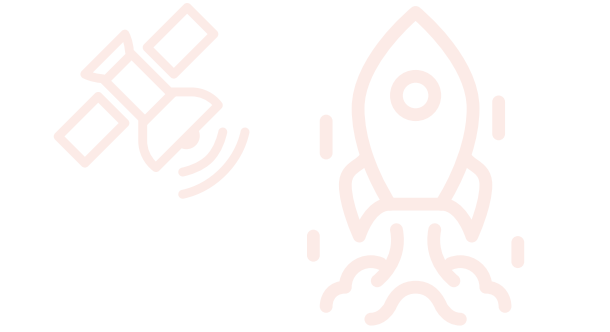
检举邮寄地址

上海市闵行区吴中路1688号A栋201103
康师傅控股运筹中心稽核室 检举专员

品牌力突破

对接航天标准 对标航天品质

自2017年成为中国航天事业合作伙伴以来，康师傅始终追求航天标准、严控产品品质，将航天精神和航天科技融入产品。2025年，康师傅凭借航天专利温控技术实现精准控温，并以「天选好面」为核心锚点，锚定国家航天事业的重大里程碑，构建了「政企媒联动、线上线下共振」的全链路营销生态，将品牌发展与国家战略深度绑定，持续提升品牌价值与社会影响力，为行业打造一条「家国同频、品效双赢」的营销新路径。2025年上半年，康师傅携手中国航天基金会，向酒泉卫星发射基地暖心捐赠「天选好面」，树立航天科技民用转化、民生品牌助力航天事业的行业标杆。下半年，康师傅成为行业首个进驻酒泉卫星发射中心的品牌，开设「酒泉基



地面馆」，以优质餐饮服务为航天工作者提供坚实的后勤保障，将一碗面打造为连接国民情感与航天事业的情感纽带，提升品牌社会价值。

洞察粉丝兴趣 贴近热点话题 激发自主传播

康师傅借势年度体育大事件，入驻「苏超」官方赞助商名列，影响力覆盖全国；创新饮品「冻冻茶」联名《疯狂动物城》，实现成功破圈；联动「国风说唱」进行创新营销活动，从而占领消费者饮用心智，成功掀起风潮；深度洞察粉丝兴趣行为，举办了「好面自有好面相 吃面还得康师傅x「美味代言人」郭



▲ 老母鸡汤面x「国民歌手」周深



▲ 红烧牛肉面x《喜人奇妙夜2》



▲ 「喝开水中式饮水智慧」创新营销活动



▲ 「冻冻茶」联名《疯狂动物城》实现破圈传播



▲ 「好面自有好面相 吃面还得康师傅」x「美味代言人」郭麒麟

2025年，康师傅以「食·裳——塑说新生 万象循环」ESG主题时装秀为核心，打造「冰红茶」与「茉莉茶」品牌年轻化与可持续形象升级标杆，推动品牌从「国民饮品」向「潮流符号」跃迁。本次「衣食跨界」碳中和时装秀将「冰红茶」、「茉莉茶」废弃瓶再生为秀场面料，形成从废弃包装到再生时装的完整闭环，全网传播量超1,000条，覆盖人群逾1,000万；还获得联合国全球契约组织官方认可，被纳入联合国全球契约组织「GDI for SDG」试点行动年度项目。康师傅正将可持续发展的「中国样本」推向世界。



▲ 「食·裳——塑说新生 万象循环」ESG主题时装秀

康师傅热心社会公益，通过公益推广活动提升品牌影响力。2025年，康师傅饮品事业持续开展公益推广专案，线下通过中高考赞助、抗洪救灾、夏日送清凉活动等形式，多维度诠释「安心力量」。全年共进行350场捐赠，捐赠数量37,361箱，线下触达超547万人次，获得社会各界的广泛好评。



▲ 中高考助考公益活动

Day 1 常青： 拓展绿色足迹， 净享「欢乐饮食, 美好生活」

设定环境管理目标	63
节能节水管理	64
减排减碳管理	68
减塑与包装物管理	70
数字化生产管理	73
应对气候变化	75
保护生物多样性	81
可持续原物料采购	88
环境关键绩效指标	89



作为中国食品饮料行业的领军企业，康师傅深刻践行长期主义理念，将绿色低碳视为企业高质量发展的核心。在严格遵守国家环境保护相关法律法规的基础上，公司积极承担环保责任，围绕环境目标设定、节能节水、减排减碳、减塑与包装物管理、数字化生产、应对气候变化、保护生物多样性和可持续原料采购等环境管理关键领域，持续完善相关内部政策、制度和体系，不断推进各项专案实践，降低自身对环境的负面影响，为实现「家园常青，健康是福」不懈努力。报告期内，公司未发生违反环境法律法规并受到经济处罚的事件。我们开展环境管理体系内外部审核，通过开展能源审计、废

弃物审计等，识别并确定改善能源绩效和废弃物绩效的机会。2025年，公司工厂ISO 14001环境管理体系认证覆盖率达95%。

在环保意识培训提升方面，各事业定期组织覆盖所有员工的培训宣贯，开展包括能源效率提升、废弃物减量化及资源化、水资源管理等主题的环保培训，强化员工气候变化意识，助力公司降耗增效、推动资源循环利用、有效提升水资源使用效率，促进企业绿色可持续发展。

设定环境管理目标⁶

在公司可持续发展理念的指导下，我们基于自身生产运营的实际情况，结合对过往环境数据的分析和对未来企业发展的规划，订立了公司环境发展目标，具体包括：

能耗和水耗

- 到2025年，每百万元收益综合能源消耗保持在63.18兆瓦时/百万元人民币。
2025年目标进展：每百万元收益综合能源消耗为59.79兆瓦时/百万元人民币，目标已达成。2026年，公司将继续以此为目标，开展能耗管理工作。
- 以2017年为基准年，2025年每百万元收益取水量（立方米/百万元人民币）下降20%。
2025年目标进展：每百万元收益取水量（立方米/百万元人民币）相较2017年下降27.21%，目标已达成。公司现将目标更新为，以2025年为基准年，2030年每百万元收益取水量（立方米/百万元人民币）下降8%。

废弃物

- 主要生产型原料废弃物回收率（实际售卖量/理论产生量）不低于97%。
2025年目标进展：目标已达成。2026年，公司将继续以此为目标，开展废弃物管理工作。

排放物

- 到2025年，每百万元收益温室气体（范围一、范围二）排放保持在27.36吨/百万元人民币。
2025年目标进展：每百万元收益温室气体（范围一、范围二）排放为24.32吨/百万元人民币，目标已达成。2026年，公司将继续以此为目标，开展温室气体排放管理工作。
- 所有工厂主要大气污染物（氮氧化物、硫氧化物、烟尘）排放浓度达到或优于国家标准。
2025年目标进展：目标已达成。2026年，公司将继续以此为目标，开展大气污染物管理工作。
- 废水（COD）排放浓度达到或优于国家标准。
2025年目标进展：目标已达成。2026年，公司将继续以此为目标，开展废水管理工作。

康师傅将对上述环境目标的达成进度保持持续监督，定期检讨并汇报环境目标的完成情况。

⁶ 康师傅于2017年起正式披露包括温室气体排放在内的环境关键绩效指标，故选取2017年为基准年制定环境管理目标。

节能节水管理

康师傅可持续发展委员会由公司董事长与CEO担任主任委员，负责统筹监督公司能源与水资源策略和绩效表现。可持续发展委员会下设的饮品资源、方便面资源工作组分别由各事业高级管理人员负责，专注于节能节水管理、事业用能用水策略与绩效等事务，重点推动节能降耗、水资源循环利用等专案，提升公司能效水耗管理水平。各事业供应链中心根据可持续发展委员会及各工作组于年初制定的规划安排，在其生产基地实施节能节水专案并设置专职管理人员。

康师傅制定《能源管理办法》《能源单耗考核评比方法》《能源管理小组制度》及《能源管理绩效处罚制度》等管理办法作为节能工作的政策指导，明确各相关单位的职责范围。各事业不断优化生产工艺，推进重点节能专案，以减少能源消耗。各事业工厂均已建立能耗管理绩效指标体系，以更好地评估节能措施落实情况，并将节能降耗成果纳入相关岗位绩效考核，与季度奖金等激励措施相结合，进一步提升相关岗位员

工对节能工作的重视程度。工厂成立专案小组，开展能源管理健康检查，每天追踪生产能耗情况，诊断指标异常并落实整改；每月将生产能耗指标对照同期及预算指标进行检查分析，及时优化调整用能方式。我们组织相关培训，开展节能经验交流分享，推广能耗管理系统（Energy Management System, EMS）应用，不断提升公司节能管理水平。同时，公司持续投资创新和研发，以精细化管理能源消耗，进一步优化能源使用效率。康师傅全部核心产品的生产工厂均已实施节能降碳管理，包括优化空气压缩和蒸汽系统、实施余热余冷回用技术、安装场内分布式光伏项目等举措，节能降碳效果显著。

2025年，康师傅饮品事业21家工厂和百事饮品事业9家工厂凭借各自优异的节能管理成果荣获中国饮料工业协会评选的「节能优秀企业」荣誉称号。



143万立方米

方便面事业成都、重庆、西安工厂推进生产设备设施优化工作，将原有的低效锅炉替换为热效率更高的低氮冷凝锅炉，每年可减少天然气使用143万立方米，减少温室气体排放2.2万吨，节省运营成本约900万元。



60.7万立方米

康师傅饮品事业廊坊工厂开展锅炉烟气余热利用改造项目，利用锅炉高温烟气为锅炉风机进气及给水预热，提高锅炉能源使用效率，每年节省天然气使用约60.7万立方米，减少二氧化碳排放约1,200吨。



1,377吨

百事饮品事业广州工厂通过加装板式换热器回收高压机余热，提升系统热交换效率，每年可节约蒸汽使用1,377吨。



案例 方便面事业推广低压高效空压机

方便面事业联合设备领域专业厂家合作研发低压高效空压机,通过优化设备比功率,降低运行能效。截至报告期末,该类型空压机已在全国工厂完成80台部署,每年可减少电力使用约1,103万度,减少温室气体排放6,595吨,同时节省运营成本约772万元。



▲ 方便面事业低压高效空压机

康师傅制定了系统化的水风险管理计划,风险评估同时涵盖与依赖性相关的水风险和与影响相关的水风险:前者关注公司运营所需的水量与水质是否充足、取水许可与用水配额、员工清洁饮水和卫生设施保障等;后者关注公司取水与排水对当地水体、下游用户及周边社区的影响。风险评估还前瞻性地纳入对未来可用水量的评估、对未来水质相关风险的评估、对当地利益相关方影响的评估,以及对地方层面未来可能发生的监管变化的评估,评估范围覆盖自有运营、供应链及产品使用阶段。

康师傅在取用水源前会进行用水分析与评估,对建设项目所在区域水资源开发利用状况、开发项目对水资源的影响等进行分析,及时了解公司所在区域的水风险变化,从而制定有效的应对措施。康师傅采用世界资源研究所(World

Resources Institute, WRI)开发的水资源管理工具Aqueduct水风险地图(Water Risk Atlas)作为基础分析工具。作为全球公认的水资源风险评估权威框架,该工具可支撑不同场景下水资源相关风险的识别、量化与应对决策。结合业务实际,我们构建了「风险维度-业务关联」双层分析逻辑:在风险维度上,覆盖现状风险、结构性风险及不确定性风险三类核心范畴;在业务关联性上,锚定运营稳定性、合规成本管控、ESG表现提升三大核心关切。基于上述框架,我们选取了水资源压力(Baseline water stress)、水枯竭(Baseline water depletion)、年际变化度(Interannual variability)三项核心物理风险指标,对全部工厂的水资源风险开展量化分析。我们将这三类水资源物理风险指标类型在WRI Aqueduct水风险地图中为「极高」或「高」的运营地定义为「位于水压力地区的运营地」。

水环境评估步骤：

- **第一步 获取水风险数据集：**导出Aqueduct水风险地图工具数据集,包含流域地图数据和流域水风险数据。
- **第二步 定位工厂经纬度坐标：**通过第三方地图 API 服务获取地理编码所需的应用程序编程接口;基于该接口,对康师傅工厂实体地址进行标准化解析与空间化转换,批量完成工厂地理位置向高精度经纬度坐标的精准匹配。
- **第三步 匹配水风险指标：**基于工厂经纬度坐标点位,精准定位工厂所属流域,实现工厂坐标与水风险指标的关联匹配与精准输出。

截至2025财年末,在全部康师傅自有工厂中,共有30家位于水压力地区,位于水压力地区的康师傅自有工厂用水量为23,127,402立方米。针对处在较高用水风险地区的工厂,我们实施更为严格的水资源精细化管控标准,对其各类节水专案的完成进度与落地成效进行重点跟踪,并制定供水中断应急预案,保障生产运营的连续稳定。

针对位于水资源紧张地区的工厂与场所,公司适用更为严格的水风险管理政策与应急措施。我们在工厂设置专人进行内部供水设施巡视检查,各工厂配备蓄水罐供停水期间使用,每月对水质进行检验,每年至少邀请一次外部专业第三方进行水质检测,依据检测结果对储水设备进行危害分析和清洗消毒。我们高度重视员工清洁饮水与卫生设施保障问题,定期委托有资质的第三方机构开展饮用水检测,确保安全卫生的饮用水供应。2025年,康师傅未发生与用水有关的重大负面事件。

在节水管理方面,康师傅制定《节水管理制度》以指导节水工作的开展,并要求生产人员严格按照制度规范作业。我们将节水降耗指标列入各工厂厂长的重点主管绩效考核指标,确保节水管理责任落实。各工厂定期开展「水平衡测试」,对供水管网及各用水单元的用水情况进行系统审查与分析,识别用水量较大的活动与职能,确定具有用水效率提升潜力的环节,评估

用水合理性并采取相应措施。我们加强细节管控,利用先进的管理工具挖掘水资源节约潜力,通过安装节水型器具与分区计量水表、优化高耗水设备和工艺、回收利用冷却塔工艺用水、收集利用雨水等措施,持续减少生产运营所需水量,相关重点节水专案已在全国范围内的工厂推广,覆盖100%生产工厂。

在提升用水效率的同时,我们高度重视外排废水质量,从源头工艺改进、废水监测与定期取样、废水处理工艺优化、排水控制以及定期检查与审计等方面着手,持续改善各工厂废水水质,确保稳定达标排放。

我们积极推进污水处理后的中水回用,将废水经处理后在同一工艺中再利用或为其他工艺循环使用,提高水资源循环利用水平。我们积极开展水资源节约意识培育培训及节水技术方法宣贯工作,持续促进全国工厂间交流和经验分享,努力将「珍惜水、节约水、保护水」的理念融入日常生产工作的各个方面。同时,我们正在推进将水耗管理模块融入EMS能耗管理系统,促进资源综合管理水平全面提升。2025年,康师傅共回收再利用中水634,070.67吨,中水回用率为7.88%。

2025年,康师傅饮品事业20家工厂和百事饮品事业9家工厂凭借优秀的管理实践再度荣获中国饮料工业协会「节水优秀企业」荣誉称号。



冰水机冷却塔升级

2,298吨

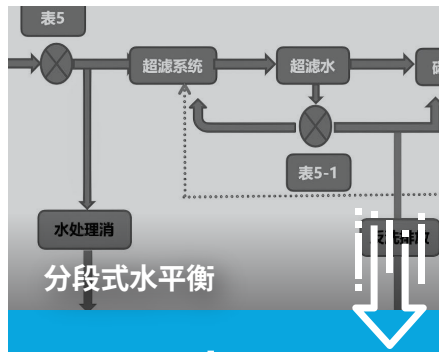
方便面事业对19台冰水机冷却塔进行升级,新冷却塔飘水率较原冷却塔下降约86%,每年可减少水资源消耗2,298吨。此外,使用新冷却塔后,冷凝器进水水温降低3摄氏度,减少机组能耗,每年节省电力约53万度。



水效提升

418万吨

康师傅饮品事业各工厂通过制定提升水利用率目标、推进重点节水案、节水绩效评比等措施大幅提升水资源利用率,单位产品耗水量下降10.53%,2025年度总用水量减少约418万吨。



分段式水平衡

15万吨

百事饮品事业各工厂通过引入分段式水平衡图,系统评估了各生产环节的用水状况,精准定位节水潜力点并实施针对性优化措施,有效提升了用水效率层级,累计实现节水量约15万吨。

在自身运营之外，我们运用Aqueduct水风险地图对供应商面临的水相关风险敞口进行系统评估与绘图，将供应链水资源压力纳入采购风险管理。2025年，我们针对供应链上游核心蔬菜原材料供应商开展水压力专项分析，结果显示，本次纳入调研范围的供应商中，约40%坐落于水压力地区。针对

位于水压力地区的关键一级供应商，我们与其建立常态化合作机制，围绕与水量和水质相关的风险、与监管变化或定价结构变化相关的风险，在节水降耗、水质提升、替代性水源开发、水资源利益相关方沟通、用水政策与水价波动应对等方面提供技术支持并开展合作，共同提升产业链水资源韧性。

关注水源地保护

康师傅积极开展节约用水和保护水资源活动，在天然水厂所在地严格落实水源地保护措施，并积极配合政府主管部门工作，践行企业责任。公司天然水厂在选址时认真计算开采水量和补水量，经过论证达标后确定选址，建厂时严格落实水源地保护措施，包括：

- 建厂初期办理采矿证，根据《水污染防治条例》《地下水资源管理条例》和地方有关水资源保护规划，科学合理地开展利用水资源，对取水量进行监控和保护，严禁超量开采；
- 划定水源地保护范围，在水井周围设立一级保护区，做好保持清洁相关提示，对垃圾临时堆放点进行防渗处理并及时清运；
- 完善建设期的污水收集系统，严禁向地表水体或农田排污；
- 生产用水取水点执行门禁上锁管理，非工作人员禁止入内；
- 工厂积极开展节水宣传日活动，提高全员节水意识。

我们亦关注生产运营所在地区的流域水回补，与合作伙伴共同改善周边生态环境，促进水资源的可持续利用，共建美好水生环境。公司参考国内外饮品工厂的先进经验和最佳实践，持续开展水保育行动，提升用水效率。本年度，康师傅与百事公司 (PepsiCo) 持续保持紧密合作，协作开展包材改进

项目、水回补项目、减碳减塑等项目，致力于共同推进可持续发展。双方建立了常态化协作机制，每季度召开可持续发展专题研讨会，集中分享在可持续实践中的成果与经验，研讨并规划后续行动。通过持续深化在绿色低碳、资源高效利用等领域的合作，双方携手提升产业链的整体可持续发展水平。



▲ 与百事公司合作水保育项目



▲ 与百事公司定期研讨交流

减排减碳管理



在废气、温室气体、废水和废弃物排放管理方面，公司严格遵守国家及运营所在地相关法律法规，包括《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等。我们对于不同类型的排放物均制定了相应的内部管理制度，并将其作为管控依据，明确相关岗位的管理职责，应用先进的管理工具，持续提升排放管理水平。各工厂优化生产工艺，引入前沿环保设施和技术，开展各项环保

专案，减轻生产运营对环境的影响。我们委托有资质的第三方单位定期进行环境监测，建立异常情况应急响应机制，确保各类污染物达标排放。针对产生的有害废弃物，我们均委托有资质的专业单位对其进行合规处置；针对无害废弃物，我们努力从源头上减少废弃物产生，并促进资源化回收利用。同时，我们提升相关人员技能，落实处理装置维保工作，确保废水废气处理系统稳定运行。



制面废气处理系统升级

方便面事业杭州、郑州、西安、成都工厂升级制面废气处理系统性能，通过应用效率更高的处理技术增强废气处理效果，使得废气中的臭气浓度优于排放标准约64%。



SMS智慧污水系统

康师傅饮品事业杭州、苏州、长沙工厂建设SMS智慧污水系统，可实时在线监测污水处理各环节的进出水水质，及时预警水质指标异常情况，在精准控制污水处理的资源消耗的同时保证排放合规。



有机废气处理系统

百事饮品事业郑州工厂在生产工序中配置挥发性有机废气处理系统，有效控制了生产过程中的有机废气排放，每年可减少非甲烷总烃排放约3.22吨。

减塑与包装物管理

康师傅积极响应国家减塑政策及要求，支持有关环保政策，基于「减少、重复使用和回收」的循环经济3R原则，制定绿色包装战略，以降低产品包装带来的环境影响。公司将包装物轻量化作为研究重点，在充分保证产品外形美观实用、包装严密紧实、符合国家相关标准的前提下，对部分产品品项减少或优化包装物料的使用，并将促进包装物重复使用与循环再生作为下一阶段的重点研究方向。一方面，我们扩大可回收、可生物降解或可重复使用包装物的使用规模，使得产品本身使用可持续包装材料；另一方面，我们鼓励消费者回收废弃包装，积极与相关供应商建立伙伴关系，合作进行包装废弃物收集、加工处理或再生产，并通过研发及投资创新技术等方式，最大限度降低包装废弃物的环境影响。此外，公司积极开展减塑与包装物管理相关的内部培训，提升员工废弃物减量化及资源化方面的意识。

在产品生产阶段，我们制定《原物料超耗标准》等内部管理制度，并将超耗率作为工厂绩效管理的重要指标之一，强化包材等原材料的使用管理。公司深入研究产品包装物的各组成部分，提出精进方案，开展减塑减重工作，使用更环保的包材材质，从源头减少包材使用和废弃物产生。

在产品运输阶段，我们分析产品货物转运流程，推动包装模式向集约化转型，采用大包装或罐车运输替代小包装，减少物流过程中不必要的包装物使用。

在废弃物回收处置方面，我们制定《工厂废品管理办法》等制度，规范废弃物管理工作。我们按照不同材质和种类对废弃物进行分类、整理和存放，将废弃包材交给有资质的废物处置单位进行回收、二次加工和利用，以及无害化处理。2025年，我们共使用590,249.04吨塑料包装物、580,431.81吨纸类包装物、42,381.63吨金属包装物、2,580.43吨玻璃包装物，其中由再生材料制作的纸类包装物占比约为100%。我们已使用的塑料包装材料中，明确可以回收再利用的废弃塑料包装物有PET瓶、PP塑料碗、热缩膜等，其占比为99.51%，无可堆肥的废弃塑料包装物。

除原材料由包装袋运输改为罐车运输、原材料包装由小规格包装袋改为吨袋等常规行动外，本年度我们开展的减塑与包装物管理重点工作包括：

方便面事业

- 部分产品纸桶包装克重由280 g降低至240 g，年使用纸桶13.3亿只
- 与原物料生产厂商协商回收利用吨袋和塑料桶，提高原物料运输包装材料使用效率
- 进行纸箱回收，减少包装材料浪费

康师傅饮品事业

- 300 mL碳酸产品开展瓶身降克重工作，2025年减少PET粒子使用约210吨
- 450 mL及500 mL多个产品开展瓶身降克重工作，2025年减少PET粒子使用约950吨
- 推广低楞率瓦楞纸箱使用，2025年减少纸箱用纸约670吨
- 优先采购再生铝，促进包装材料中再生铝的比例提升

百事饮品事业

- 部分工厂使用可回收的塑料隔层替代纸质隔层，2025年减少废纸产生约682吨
- 部分工厂300 mL产品PET瓶身克重由18 g降低至16.5 g，500 mL产品PET瓶身克重由22 g降低至21 g，2025年减少PET材料使用约500吨
- 采用再生铝材替代原生铝材制造易拉罐，2025年使用再生铝材4,176吨

康师傅鼓励上游供应商使用绿色能源，在生产阶段积极使用绿电，并减少下游产品零售环节中产生的碳排放。我们在价值链各阶段开展温室气体减排行动：

- 在原材料生产阶段，我们与农业供应商合作，通过基于自然的解决方案 (Nature-Based Solution, NBS) 提高能源效率、减少温室气体排放。我们联合供应商引入智慧农业技术，采用「AI自动化农业」运作模式，在蔬菜种植、收割、加工的全过程中，提升能源和资源使用效率，实现蔬菜全程不落地，并创新使用了可降解地膜技术，废弃的一次性地膜在埋入土地数月后，能够完全自然降解为有机质，对环境零污染，从源头确保了产品的安全与品质。我们通过自有生态茶园的碳汇抵消产品的碳排量，以实现产品碳中和，也是国内首款获得认证的碳中和茶类饮料。我们还参考领先的可持续采购项目，以主要核心产品红烧牛肉面和冰红茶为支点，与原料供应商合作，通过优化配方减少碳足迹，并量化其减碳影响，上述项目覆盖主要核心产品和相关原材料供应商。
- 对于产品原物料供应商，方便面事业食品原物料供应商已有4家工厂获得碳中和认证，已安装屋顶分布式光伏的总装机容量超100兆瓦，每年可产生约9,300万度光伏电力，减少温室气体排放约5.3万吨。
- 对于生产运营活动，我们大力推进光伏项目建设，积极参与绿电交易。2025年，方便面事业杭州工厂建成总装机容量6.58兆瓦的光伏发电项目，减少温室气体排放3,260吨；西安和天津工厂共购买绿电1,546万度，减少温室气体排放1.1万吨。康师傅饮品事业杭州和苏州工厂完成屋顶分布式光伏建设，每天可为工厂提供光伏电力约7万度。百事饮品事业北京和揭东工厂年采买592万度绿色电力，广州工厂通过光伏项目自发绿色电力179万度；哈尔滨、长春、北京和揭东工厂共采买绿证电量1,750万度，覆盖工厂100%用电。
- 对于下游分销渠道，康师傅饮品事业积极推动分销中心和商店更换智能高能效冰箱，推进绿色高效制冷。相较传统冰箱，智能冰箱可减少能耗和能源相关碳排放40%以上。2025年，康师傅饮品事业持续优化制冷系统，实现智能冰箱能效优于一级能效标准约30%。截至2025年底，康师傅饮品事业的AIOT智能冰箱覆盖占比已达到其投放至下游全部分销商冰箱总数的90%，并计划于2030年实现100%的全覆盖。未来，康师傅将进一步提升智能冰箱的能效水平，计划在2026年实现智能冰箱满足新国标一级能效标准，能耗在2025年的基础上再降低约40%。此外，百事饮品事业推广使用全球增温潜势 (Global Warming Potential, GWP) 更低的低碳冷媒，截至2025年底已覆盖全国投放冰箱的95%以上；与供应商共同研发新一代节能现调机，已实现运行能耗相较原机型降低50%的目标。

公司的生产运营过程中，受工艺损耗、供应调整等客观因素影响，会产生原物料废料、临期产品等废弃食物料。康师傅秉承减少食品损失与浪费的原则，严格遵循运营当地政策，将废弃原物料及食品交由有相关资质的公司进行处理和二次利用，例如用于饲料制作、堆肥、生物柴油制作等用途，确保此类废弃物得到妥善处理 and 利用。

我们提倡包装物回收利用,与合作伙伴共同开展PET循环利用研究工作。2025年,康师傅饮品事业对约1,800吨PET废料进行加工处理,制成非食品级PET瓶、纤维以及rPET员工工服;百事饮品事业将废PET瓶交由具有塑料再生资质的单位

进行回收,由其制成再生聚酯切片、工服等环保再生制品,共计减少了21.9吨废弃塑料的产生,制造了3,339件工服和115件白大褂供员工使用。

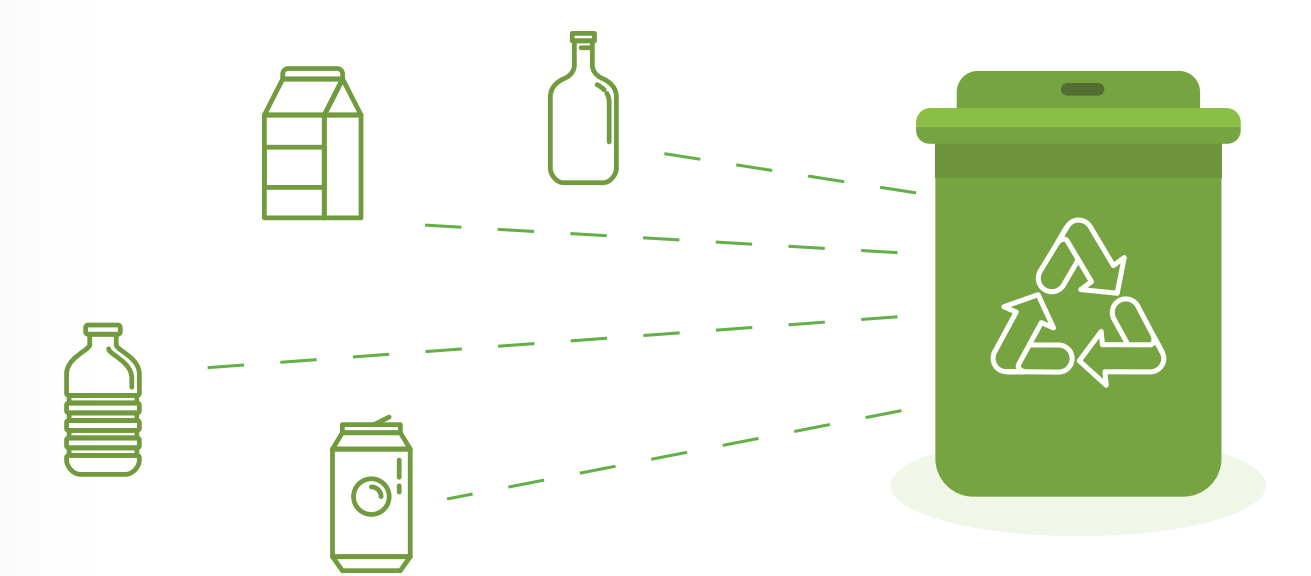
本年度,我们针对减塑与包装物管理,从**减少使用(Reduce)**、**循环利用(Recycle)**、**替代应用(Replace)**和**创新引领(Innovation)**四大方向,完成了关键技术储备并制定了未来规划和目标:

减少使用（Reduce）	
关键技术储备	• 方便面产品方面:2025年,我们已完成面桶用淋膜纸原料高挺纸项目,预估减少纸张用量3,600吨/年;已完成面桶用扇片原料白卡的推广等减量化项目,预估全年可实现降低纸张用量9%; • 饮品产品方面:2025年,我们已完成瓶盖与PET瓶轻量化(如鲜绿茶瓶减重20%、无菌盖减重7%)、缩膜减长2%等项目,预计全年可累计减少塑料使用约3,000吨。此外,通过无标签、电子标签设计、纸箱减纸等减量化项目,预计可累计减纸约500吨。
未来规划和目标	• 方便面产品方面:计划2026年及未来长期继续进行方便面包装减量化、轻量化项目,覆盖全部方便面产品; • 饮品产品方面:计划2026年继续进行PET瓶、HDPE盖轻量化,及PETG标签、BOPP标签材质推广等项目,覆盖全部饮品产品。

循环利用（Recycle）	
关键技术储备	• 方便面产品方面:2025年,我们通过技术升级,将拌面产品容器中的PS材质全部切换为环保可回收PP材质,实现拌面产品的整容器可回收再利用; • 饮品产品方面:2025年,我们已在食品级rPET的技术储备和实际应用测试方面取得进展。
未来规划和目标	• 方便面产品方面:计划2026年测试优化叉子、PE桶等生物塑料(生物基替代塑料基)可替代项目,预估可实现减塑2万吨/年,覆盖全部方便面产品; • 饮品产品方面:未来,我们将遵循国家相关政策的发布和实施情况,届时积极推行食品级rPET专案的实施。

替代应用（Replace）	
关键技术储备	• 方便面产品方面:2025年,我们已完成方便面桶用扇片中,印刷油墨推广植物基体系油墨替代矿物油油墨的项目,把原占比20%-30%的矿物油成分替换成植物油成分,助力减少VOC排放。 • 饮品产品方面:2025年,我们已完成再生PETG标签、BOPP标签项目,逐步替代PVC标签;进行PETG标签在喝开水品项及出口品项上的推广、验证将回收料应用于提把产品等项目。
未来规划和目标	• 方便面产品方面:计划2026年推行白膜替代印刷油墨项目,覆盖全部方便面产品;此外,计划在2028年实现方便面产品面桶全部使用植物基油墨,覆盖全部方便面产品。 • 饮品产品方面:计划2026年继续进行PETG标签、BOPP标签材质推广等项目,覆盖全部饮品产品。

创新引领（Innovation）	
关键行动	2025年,康师傅作为主要起草单位之一,发布以下双碳国家标准和团体标准: • 国家标准方面:《温室气体产品碳足迹量化方法与要求 塑料制品》等; • 团体标准方面:《温室气体产品碳足迹量化方法与要求 塑料包装制品》《企业光伏项目碳减排量核算方法学》《饮料行业零碳工厂建设规范》等。
未来规划和目标	2026年,康师傅作为主要起草单位之一,计划推动产品水足迹、产品碳足迹、再生包装、数字化工厂等国家和团体标准制定和发布。



数字化生产管理

我们致力于将数字化融入企业运作中,持续优化数智化供应链系统,应用科学的工具及管理方式,逐步推进数字化生产管理转型,从而提升企业绩效,促进上下游的高效协作,实现和谐共赢。

康师傅已完成工厂设备改造及日常业务信息化改造,实现了设备状态实时监控、管理和维修,以及能源数据的实时采集及自动分析。在原料采购环节,我们通过SRM系统整合供应商资料并统一管理供应商数据,实现合格供应商资源跨事业分享,降低各事业在供应商资料管理方面的成本。在

生产环节,我们增加智能化设备的使用,同时实现了调配环节的产品追溯,提高了调配作业的准确性和现场的可视化程度,并推广EMS能耗管理系统的应用,实现资源消耗实时监控管理。在产品品质管理环节,我们推进电子表单的应用,并整合视觉识别入库、电子签约和物流运输等环节的信息传递,提升与承运商和客户的信息共享程度,提高产品质量可追溯性。如今,数字化工厂的建立赋能康师傅全面收集与品质相关的各项数据,实时监控从投料到出货的全生产流程,建成企业的品质数据库,实现品质的全生命周期追溯。

案例

方便面事业引入煮酱机器人

酱包是产品品质及风味的关键要素之一。方便面事业为酱包制作建立了严格的工艺标准体系,并在核心的「煮酱」环节引入智能煮酱机器人,依托自动化装备与制造执行系统(Manufacturing Execution System, MES)的深度协同与无缝集成,将传统烹饪技艺转化为数字化标准,实现了煮酱工艺的全流程自动化,在保障地道风味的同时,大幅提升了生产效率与产品品质的稳定性。



▲ 方便面事业煮酱机器人

康师傅升级了智能物流运输管理系统 (Transportation Management System, TMS), 将其与北斗、「师傅通」等系统完成对接, 并与第三方物流机构合作引入智能调度系统和新能源货车, 建立可实现多种功能的信息化、自动化、智能化物流管控体系, 实现城区配送智能排线和物流配送绿色可持续, 有效提升在物流运输运费、效率、成本及服务方面的管理水平, 促进绿色运输的发展。目前, 智能物流运输管理系统已应用到公司全部事业及全部工厂。



本年度，各事业在低碳物流运输方面的优化措施和工作成效如下：

方便面事业	- 优化仓储和物流网络, 整并低效物流库, 增加工厂直配客户路线, 本年度节省运输距离 890 万公里, 减少碳排放 0.7 万吨; - 推广低碳运输方式, 逐步汰换柴油车, 探索公转铁多式联运, 本年度汰换柴油车 56 辆, 实现铁路货运量 268 万箱, 本年度减少碳排放 1,286 吨; - 简化原物料运输车辆的厂内周转流程, 并将普通周转筐升级为可拆分折叠筐, 提升返筐装载量与运输效率, 本年度减少碳排放约 2,000 吨; - 推行电子回单专案, 取消纸张使用, 本年度减少 152 万份出货单据打印, 减少碳排放 155 吨。
康师傅饮品事业	继续推进 TMS、WMS 等系统在物流管理中的应用, 提升作业效率; 优化物流网络及配送结构, 减少配送车次; 推广新能源运输工具及多元化运输模式; 通过这些举措, 每年可减少碳排放约 1.46 万吨。
百事饮品事业	- 利用 TMS 系统智能调度车辆, 匹配最优车型并规划最佳行驶路线, 提高物流运输效率, 减少碳排放; - 优化配送路径, 增加工厂直配客户路线, 同时提高大车配送占比, 减少二次配送; - 推广铁路运输、新能源车辆运输等低碳运输模式。
糕饼事业部	- 优化配送路径, 增加工厂直配经销商路线, 并升级配送车辆容量, 每年有效节省配送所需的柴油量; - 通过产能改善、经销配合、仓储整合等方式, 将本年度车辆周转频次降低 5.26%; - 协同供应商缩短运输距离, 并采用新能源厢式货车执行运输作业。

我们应用图片识别入库系统, 借助摄像头识别产品外箱 EAN 码 (European Article Number, EAN) 及喷码信息, 匹配生产订单号实现自动入库, 有效提高入库准确率。通过连接 TMS 和图片识别入库系统合理安排装卸工作, 可使经销商实时查询订单物流节点, 在保障了服务质量的同时, 极大地提升了用户体验。我们引入以原料外包装条码为载体的 QRTS 配料防错追溯系统 (QR code Traceability System,

QRTS), 利用工业物联网技术实现设备互联, 实时监控生产过程, 并判断作业的准确性, 达到过程防错、作业记录和原料追溯目的, 进一步提高了生产作业效率。2025 年, 康师傅饮品事业在「师傅通」系统中加入 AI 自动识别功能, 显著降低了一线业务员在货品陈列检查方面的人工投入, 使工作效率提升约 50%。

应对气候变化

康师傅积极响应国家「双碳」目标，不断完善气候变化相关管理工作。围绕公司自身运营及上下游价值链，我们完善气候变化相关的风险管理与机遇把握，搭建治理架构，制定应对策略，识别与评估气候变化相关的风险及机遇，科学构建并动态管理气候变化相关指标与目标，促进企业的低碳绿色发展。

治理

为有效应对气候相关风险和机遇，我们将节能减碳、低碳转型等气候相关因素纳入集团战略布局、可持续发展相关的决策考量，以务实举措强化气候韧性，夯实绿色发展根基。

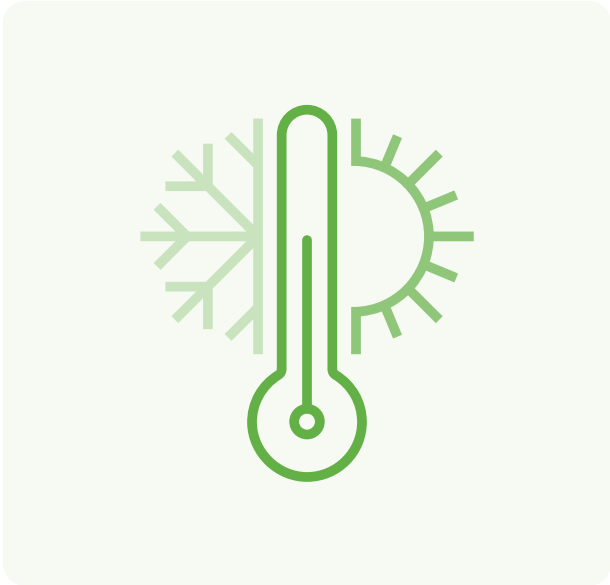
我们的气候变化治理遵循公司整体的ESG管治架构。公司董事会对气候变化事宜负最终责任。可持续发展委员会负责监督和管理气候变化的策略及工作进展，并每年向董事就会气候相关工作进行汇报，包括但不限于气候目标制定和完成情况、气候策略制定、工作计划、风险与机遇识别和管控。各事业高级管理人员负责其职能范围内的气候变化议题的管理与实践，并指导下属部门进行气候变化相关的数据统计与信息收集。我们将能耗管理等气候相关关键绩效纳入管理人员绩效考核体系。

为确保董事会及可持续发展委员会有效履行气候风险监督职能，董事会及可持续发展委员会的人员构成已充分考虑专业背景、可持续发展洞察等因素。同时，公司聘请具有气候相关专业知识的专业外部顾问，就气候相关风险和机遇管理情况提供建议，并定期向董事会及可持续发展委员会成员开展气候相关培训，帮助其强化气候相关事宜的理解和胜任能力。

策略

康师傅识别并评估气候变化可能对公司资产及业务带来的物理风险、转型风险及机遇，并采取有效措施以缓解或适应气候变化的影响，我们识别的气候相关关键风险、机遇及应对措施详见下表。

我们基于政策、经济、自然条件及技术发展等合理假设，结合行业特性与运营实际，系统评估自然条件、政策法规、市场动态及技术革新等不确定因素，参照与最新气候变化国际协议相一致的联合国政府间气候变化专门委员会 (IPCC) 共享社会经济路径 (SSP1-2.6, SSP5-8.5) 情景，并在评估行业适配性基础上，参照央行与监管机构绿色金融网络 (NGFS) 当前政策情景 (Current Policies) 及国际能源总署 (IEA) 2050 年净零排放情景 (NZE 2050)，系统性评估康师傅主营业务活动在气候物理风险及转型风险下的适应能力。



风险类型及描述 ⁷			不同情景假设下的风险敞口						应对策略	当期及预期财务影响
			高排放情景组合			低排放情景组合				
			2023	2050	2060	2030	2050	2060		
物理风险	急性风险 - 台风 / 暴雨 (短期)	台风暴雨等导致厂房破坏,车间、仓库漏水、厂区积水,造成工厂资产和物料受损。 暴雨及洪涝灾害等天气严重影响产品及原物料运输,造成爆仓、货物及车辆受损、物流中断,影响产品交付及原物料供应。 2026年至2027年可能发生的超强厄尔尼诺现象,或导致极端天气频发。公司已对此予以高度关注,将持续密切监测,做好应对准备。	低	中	中	低	低	低	提升物理韧性: 厂房、仓库加固,厂区围墙增设防洪挡板,升级备用电力系统,完善设备与库存防护等,开展应急演练等。 快速响应机制: 制定落实应急预案,常备并妥善使用应急物资。 推动数字化风险监控: 通过数字化手段,实时监控天气预测动态,调整生产计划,获取精准预警。	当期财务影响: 经评估,暂无重大财务影响,2025 年存货及房屋设备受损、停工的直接和间接损失金额与 2025 年年报「其他经营费用」科目相关联。相关损失已通过商业保险完成赔付。 预期财务影响: 若极端天气频发,可能使得公司生产、仓储、设备等资产损毁、生产停工等直接或间接损失增加。
	慢性风险 -平均温度上升 (中期、长期)	温度上升导致办公及工厂运营场所的空调系统及冷却系统能耗增加。 持续高温导致产品及原物料的运输和储存环节的品控难度增大,带来冷库等温控设施的用能成本增加。	低	低	低	低	低	低	能效提升: 持续推进制冷系统设备的更新与技术改造,有效提升制冷运行效率,降低单位能耗。 制冷系统技术升级: 采用更高效能的制冷设备与自然冷源利用等先进技术,提升系统能效,降低温升导致的额外能耗。 强化设备预防性维护: 适当增加对制冷系统、供电设备等关键资产的检修频次与深度,防范因极端天气导致的故障风险。	当期财务影响: 经评估,暂无重大财务影响,2025年为应对高温天气,发放的防暑降温物资福利支出与2025年年报「行政费用」「分销成本」科目相关联。 预期财务影响: 若平均气温持续升高,为满足仓库及运营制冷的温控要求,需要使用更多的电力,运营成本增加。
	干旱 (长期)	干旱气候导致地下水变少,影响天然水厂地下水的供给。 干旱导致面粉、果糖等原物料减产供应不足,引发价格上升,采购成本增加。	低	中	中	低	低	低	库存策略优化: 增加库存储备,协调周边工厂补充,设立卫星工厂,前进仓等。 长协与期货: 签订长期采购合同锁定基础供应,同时利用期货市场对冲高波动风险。	当期财务影响: 经评估,暂无财务影响。 预期财务影响: 若干旱频发,可能导致供水中断,造成康师傅产品交付周期不稳定和原材料供应不足,导致销售收入下滑和采购成本增加。

风险类型及描述 ⁷			不同情景假设下的风险敞口						应对策略	当期及预期财务影响
			高排放情景组合			低排放情景组合				
			2023	2050	2060	2030	2050	2060		
转型风险	政策和法律风险 (短期、中期)	部分工厂被纳入中国地方碳市场,碳价波动及碳市场政策将影响其碳配额的履约成本。 政府可能出台更加严格的环保法规和信息披露政策,公司面临合规披露要求趋严,运营成本增加。	低	低	中	低	中	中	加强碳资产管理: 追踪碳市场动态,制定并持续优化交易策略。 技术升级与能效提升: 推进设备升级与改造,提高能源利用效率;回收利用蒸汽余热,减少能源浪费。 优化能源结构: 大力发展分布式光伏等清洁能源,提高可再生能源使用比例。	当期财务影响: 经评估,暂无重大财务影响。当前少数工厂被纳入中国地方碳市场,碳配额交易总支出与2025年年报「分销成本」科目相关联。 预期财务影响: 若碳配额持续缩减、碳价不断上涨,预期碳配额费用可能增加。
	技术风险 (中期、长期)	公司能否迭代和使用低碳技术存在不确定性,如公司未能及时更新迭代节能环保技术及设备,可能导致能源利用效率低下,运营成本增加。	低	低	中	低	中	中	绿色生产: 追踪技术革新,及时汰换高耗能设备,积极建设绿色工厂,推进电气化改造,优先使用清洁能源。 加强管理: 加强能源管理和统计,实施节能降耗绩效考核,定期对绿色生产情况进行进展追踪和审阅。	当期财务影响: 本公司无法将该风险的财务影响与其他因素单独区分,因此暂未提供相关财务影响的量化数据。2025年节能技改投入与2025年年报「物业、机器及设备」科目相关联。 预期财务影响: 为持续开发和使用节能低碳设备,公司相关的研发及应用支出增加。

机遇类型及描述		不同情景假设下的机遇敞口						应对策略	当期及预期财务影响
		高排放情景组合			低排放情景组合				
		2023	2050	2060	2030	2050	2060		
能源及资源效率 (短期、中期)	低碳能源技术的进步以及可再生能源市场准入的扩大,为康师傅带来清洁能源机遇。 通过探索资源的循环利用和再生利用,提高资源利用效率,降低生产成本。	低	低	中	低	中	中	公司将绿色循环理念融入产品生产、包装、运输、回收再利用的全生命周期,制定产品及包材的轻量化目标。 开展节能技改,提高能源利用效率,大力发展光伏等可再生能源,深化绿电合作,提升可再生能源利用比例。	当期财务影响: 因涉及商业敏感信息,因此暂未提供相关财务影响的量化数据。投资光伏的成本投入与2025年年报「物业、机器及设备」科目相关联。 预期财务影响: 未来更高效的设备和低碳技术发展迅速,有助于提升能源效率,降低能源成本。
市场 (中期、长期)	利用公共激励政策等渠道可能获得额外收益、补贴等经济支持。	低	低	中	低	中	中	积极响应公共激励政策(财政补贴、税收优惠、绿色工厂奖励、研发补助等),获得公共补贴/经济支持。	当期财务影响: 因涉及商业敏感信息,因此暂未提供相关财务影响的量化数据。利用公共激励政策为集团带来的额外补贴与2025年年报「其他净收入」科目相关联。 预期财务影响: 未来如积极推进自身低碳转型,有助于获取更多经济支持。

⁷综合考虑核心业务规划、社会低碳发展目标时间范围、气候相关披露标准与管理建议等,公司将气候变化的影响周期及时间范围界定为报告期结束后1年以内,含1年(短期);报告期结束后1年至5年,含5年(中期);报告期结束后5年以上(长期),以对公司不同时间段的业务发展受气候影响的情况进行合理评估。

我们对影响财务状况、财务表现及现金流量的气候相关风险与机遇进行评估,系统评估和分析各项风险和机遇因素对康师傅的生产运营造成的实质性财务影响。基于现有评估,预计在下一报告期内,这些因素不会对资产及负债的账面价值产生重大调整。我们将持续监测相关风险状况,并审慎评估其对集团长期财务韧性的潜在影响。

本部分陈述包括前瞻性视角,但不对未来事件构成任何形式的保证、预测或承诺。公司在分析中已纳入经济环境、政策法规、市场动态、地缘政治局势及气候模式演变等多重不

确定性变量,然而需明确,这些评估受限于数据可获得性、方法论完整性以及潜在未识别因素或主观判断的干扰。公司将持续跟踪内外部变化,并在业务模式或核心假设出现重大调整时更新情景分析结论。基于上述不确定性,综合考量单独识别预期财务影响的可能性、跨风险整合披露财务影响的可行性、公司能力及资源现状,我们决定暂以定性方式披露气候变化等可持续议题的预期财务影响。



风险管理

康师傅将气候相关风险全面纳入公司风险管理体系，建立覆盖「识别、评估、应对、监控与评价、监督与改进」的管理闭环，并通过业务部门自主管理与审计监督跟进的模式确保流程有效落实。

风险识别:我们以TCFD建议的气候风险和机遇分析框架为基准，结合同业实践，通过行业分析以梳理气候风险和机遇长清单；组织重点部门专题访谈，系统收集气候风险和机遇相关信息；同步征询外部行业专家与学者的意见，补充外部视角。在此基础上，公司结合业务实际，识别出可能对运营产生重大影响的物理风险与转型风险，形成并定期更新风险清单。

风险评估:公司通过对重点部门的访谈、专家判断、气候情景分析等方式，对已识别风险的发生概率与影响程度进行分析与排序，并评估其在不同时间范围内对商业模式及价值链的潜在影响，明确风险应对优先级，以协助公司制定更完备的应对措施，提升气候韧性。

风险应对:公司针对评估结果，尤其是重大风险，制定包括战略、目标与具体行动在内的应对方案，旨在承担、规避或降低风险，减少潜在损失。

风险监控与评价:公司将应对措施的目标与指标分解至执行层面，持续跟踪完成情况，并定期评价措施的有效性，据此对管理策略进行优化调整。

监督与改进:公司董事会及可持续发展委员会定期审查风险状况及应对措施的执行效果，确保风险得到有效缓解，并对残余风险及时修订管理方案，以实现气候风险管理的持续改进。

指标与目标

气候相关指标:

基于国际通行的《温室气体核算体系:企业价值链(范围三)核算与报告标准(2011年)》，我们系统评估公司价值链中15类范围三排放源，结合数据可获得性、排放贡献度及管理优先级，筛选出9个排放类别开展专项碳盘查。本年度温室气体排放的详细情况请参见环境关键绩效指标。

公司基于气候相关风险与机遇的识别与评估，重点分析其对资产和业务活动的潜在影响，明确气候管理重点。整体而言，公司设备、存货等资产更易受到气候物理风险的影响，为24,679百万元，总资产45%；公司的设备类资产更易受到转型风险的影响，为21,029百万元，总资产38%。

气候相关目标及进展:

为减缓、适应气候变化的影响，我们科学设置并动态管理气候变化相关目标，积极跟踪和评估目标的达成进展。为保障碳目标有效落实，我们针对性地制定并执行减碳举措，同时董事会定期对目标进行监督、审阅与指导，并在适时研究引入独立第三方验证机制的可行性。

最新气候变化国际协议，我们已制定覆盖上海康师傅大楼及各事业直接管理的境内全部工厂⁸的基于单位营收与碳排放总量的强度目标。经测算，2025年碳排放强度目标已超额完成。基于业务增长预期及减排技术潜力分析，我们现已制定2026年减碳目标。

基于业务实际发展与可持续发展规划，参考《巴黎协定》等

目标 ⁹	到 2025 年，每百万元收益温室气体（范围一、范围二）排放保持在 27.36 吨 / 百万元人民币。
2025 年进度	2025 年,每百万元收益温室气体(范围一、范围二)排放为 24.32 吨 / 百万元人民币,目标已达成。
2026 年目标	到 2026 年，每百万元收益温室气体（范围一、范围二）排放保持在 27.36 吨 / 百万元人民币。

我们在持续推动公司运营降碳的同时，已完成康师傅冰红茶和红烧牛肉面等核心产品「从摇篮到大门」的碳足迹核算，并将逐步扩大核算范围至下游价值链，最终实现全价值链碳排放降低。我们目前的碳减排计划涉及可持续采购、生

产节能、绿色物流与运输、可持续包装、分销商绿色制冷等，并将在未来设计更多减碳项目、涵盖价值链更多环节，带动产业链和供应链低碳发展与转型升级。

⁸康师傅各事业直接管理的境内工厂，涵盖方便面事业、康师傅饮品事业、糕饼事业位于境内的全部工厂，以及百事饮品事业涵盖哈尔滨、长春、北京、郑州、南昌、重庆、广州、揭东的境内工厂。

⁹气候相关目标以二氧化碳当量计算，包括二氧化碳、甲烷及氧化亚氮等温室气体。公司未采用行业脱碳法得出温室气体排放目标，且暂未计划使用碳信用抵销温室气体排放以实现任何温室气体排放净额目标。



保护生物多样性

作为一家负责任的企业，康师傅深刻认识到自身运营及价值链活动对自然生态系统的依赖与影响，将生物多样性保护纳入公司可持续发展的核心议题。公司严格遵循《中华人民共和国环境保护法》等法律法规要求，参考自然相关财务披露工作组 (Task-force on Nature-related Financial Disclosures, TNFD) 建议的定位、评价、评估、准备 (Locate, Evaluate, Assess, Prepare, LEAP) 四步法，对康师傅自身运营进行了生物多样性风险和机遇评估，致力于在业务运营范围内减轻对生态系统的压力，推动人与自然和谐共生。

生物多样性评估步骤：

- **第一步 价值链定位:** 设定生物多样性评估范围，本次评估将包括康师傅旗下全部自有工厂、工厂运营周边区域及部分上游核心供应商。
- **第二步 依赖和影响评价:** 通过问卷调研，收集康师傅运营现状及生产运营地信息，如运营地坐标、各工厂环境评估报告，并汇总其地理分布信息，识别评估其运营地与自然的关联；基于康师傅提供的资料和外部工具检索，对各业务场景的自然依赖和影响因子进行重要性评估，识别对自然资本和生态系统的重要性非常高的依赖因子和影响因子。
- **第三步 风险和机遇评估:** 识别重要性高的依赖和影响因子对康师傅的业务稳定性风险和机遇，总结风险和机遇清单。
- **第四步 准备:** 针对识别出的风险事项，结合TNFD建议，从规避、减少、修复、抵消的角度提供应对策略建议，指导康师傅未来自然保护战略及措施落地。



生物多样性风险评估

康师傅建立了覆盖全价值链的生物多样性风险评估机制，将依赖性评估与影响性评估相结合，融入公司整体风险管理流程，以识别、评估和管理与生物多样性相关的风险与机遇。

公司基于特定位置的方法，使用生物多样性综合评估工具 (Integrated Biodiversity Assessment Tool, IBAT)、生物多样性影响评估工具 (Biodiversity Impact Assessment Tool, BIA) 识别并评估康师傅自身运营全部69家自有工厂及上游供应链 (包含主要上游蔬菜供应商) 的生态敏感性。我们分别对自身运营地及上游供应链运营地周边2公里及10公里区域范围内的保护区 (Protected Area, PA) 和关键生物多样性区域 (Key Biodiversity Area, KBA) 进行识别与统计。我们将10公里区域范围内存在保护区 (PA) 或关键生

物多样性区域 (KBA) 的运营地作为具有高生态敏感性的运营地，定期识别并监测其周边生态环境情况。此外，我们使用探索自然资本机会、风险和敞口 (Explore Natural Capital Opportunities, Risks, and Exposure, ENCORE) 工具识别了康师傅自身运营活动生物多样性依赖与影响因子。结合 ENCORE 分析结果以及康师傅业务实际，我们综合评估了价值链生物多样性依赖与影响。评估过程参考了公司的全面风险管理流程，由可持续发展工作组牵头，联合多部门和外部专业机构协同推进，确保评估结果的科学性与管理有效性。我们优先高度关注14个具有高生态敏感性的自身运营地对周边栖息地和物种的影响，制定针对性生物多样性管理计划，并开展有效的风险防范措施。

高生态敏感性运营地识别结果

生态敏感区评估指标	数量
具有高生态敏感性的运营地数量	14
其中, 2公里内有保护区的运营地数量	0
其中, 2公里内有关键生物多样性区域的运营地数量	2
其中, 10公里内有保护区的运营地数量	11
其中, 10公里内有关键生物多样性区域的运营地数量	4

此外，我们系统识别与梳理了自身运营地及上游供应链运营地周边2公里及10公里区域范围内存在世界自然保护联盟 (International Union for Conservation of Nature, IUCN) 濒危物种红色名录「极危 (CR)」以及《中华人民共和国野生动物保护法》规定的 I 级保护动物的运营地数量，定期识别并监测其周边的濒危野生物种情况，评估自身业务对周边生态系统的潜在影响。

生态敏感区评估指标	数量
2公里内存在IUCN极危野生物种的运营地数量	2
2公里内存在国家 I 级保护动物的运营地数量	7
10公里内存在IUCN极危野生物种的运营地数量	17
10公里内存在国家 I 级保护动物的运营地数量	26

生物多样性风险和机遇评估及应对准备

基于上述评估,我们进一步评估了短期、中期和长期自然相关的风险和机遇类型,根据TNFD建议的风险和机遇分类框架,总结对业务的潜在影响,确保对自然相关风险实施有效管理,以实现业务的长期稳定发展。

风险 / 机遇	类别	名称	时间范围	对业务 / 生态的潜在影响	应对举措
物理风险	急性风险	排污风险	短期	- 生产端排污风险:饮料生产过程中会产生含有糖类等营养物质的废水,若处理不当直接排放,会造成周边水体富营养化、土壤肥力失衡,破坏区域水生态、影响周边居民用水安全,企业也将面临环保处罚、停产整改的合规风险。 - 上游种植端排污风险:农作物种植过程中若氮肥、磷肥、粪肥等施用不合理,残留的营养物质会随雨水冲刷进入河流、渗入土壤,引发水体富营养化、土壤板结等问题,既会破坏种植区域的生态环境,也可能导致原料农残、重金属含量超标,影响原料品质。	- 通过生产工艺优化减少废水产生量,推广低糖、健康的产品配方,从源头降低废水中的有机物浓度; - 配备高标准污水处理系统,建立应急响应机制,一旦出现水质异常立即启动备用处理预案,杜绝不达标废水排出厂区; - 优化施肥技术,施用生物有机肥,减少土地对化学肥料的依赖,减少残留营养物质流入水体与土壤。
	慢性风险	水资源风险	中长期	水质方面: - 生产端水质净化风险:如果区域自然生态的自净能力不足,水源地水质的化学组分、杂质含量可能无法达到生产进水标准,企业需要额外投入大量成本进行水处理,还可能因水质不达标影响产品质量;同时若区域水体纳污能力不足,企业生产废水达标排放后仍可能造成周边水环境污染,面临合规风险。 - 上游种植端水质净化风险:如果种植区域的自然水净化功能退化,灌溉用水的污染物超标,不仅会导致农作物的农残、重金属含量不达标,影响原料品质;还会加剧农业面源污染,进一步破坏区域水质,反过来制约后续种植活动的正常开展。	- 定期对用水水质进行检验,并邀请外部专业第三方进行水质检测,并依据检测结果对储水设备进行危害分析和清洗消毒; - 要求合作种植基地定期检测灌溉水质,重点筛查重金属、农药残留等指标,避免不合格原料进入供应链; - 针对面临较高水风险的供应商,我们在水质提升方面提供技术支持并开展合作,共同提升产业链水资源韧性。
				供水方面: - 生产端供水风险:食品饮料生产高度依赖稳定的水资源供给,若厂区所在地出现水资源短缺、取水配额收紧、水源地水质不达标等情况,将直接影响生产原料用水、设备清洁及卫生消杀等环节的正常开展,甚至可能面临停产、限产风险。 - 上游种植端供水风险:农作物种植高度依赖灌溉用水,若原料产地出现干旱、流域水量减少、灌溉水质污染等问题,不仅会	- 跟踪所在地取水政策变化,动态调整用水计划,提前做好年度用水配额拆解,对取水量进行监控和保护,严禁超量开采; - 实施严格的水资源精细化管理标准,对工厂各类节水专案的完成进度与落地成效进行重点跟踪; - 推广滴灌、喷灌等节水灌溉技术,提升干旱期作物供水保障能力;

风险 / 机遇	类别	名称	时间范围	对业务 / 生态的潜在影响	应对举措
				直接导致作物减产、原料供应不稳定,还可能因水质不达标影响原料品质,进而传导至生产环节。	针对面临较高水风险的供应商,我们在节水降耗、替代性水源开发等方面提供技术支持并开展合作,共同提升产业链水资源韧性。
				水流调节方面: 生产端水流调节风险:食品饮料生产耗水量大,高度依赖稳定的水资源供给,若流域生态的水流调节能力下降,丰水期可能面临洪水冲毁厂区及配套设施的风险,枯水期则可能出现供水不足、优质水源缺口,直接影响生产连续性。 上游种植端水流调节风险:农作物种植对水量稳定性要求高,若流域生态的调蓄功能退化,干旱期会出现灌溉用水短缺,直接导致水稻减产、原料供应不足;汛期则可能出现洪水冲毁种植基地、淹没农田的情况,造成原料供应中断,同时还可能导致作物品质下降。	- 与运营所在地政府部门建立联动预警机制,提前获取汛情、旱情预警信息; - 评估区域洪水风险,厂区围墙增设防洪挡板; - 评估区域干旱风险,各工厂配备蓄水罐,供停水期间使用。
转型风险	政策风险	短期	政府及资本市场对企业环境保护信息的透明性要求逐步提升,如不能及时合规披露,将对企业带来合规风险。	及时、有效披露企业生物多样性保护、水资源保护等自然保护政策及实践,回应政府及资本市场信息披露要求。	
	声誉风险	短期	社会对企业环境友好和可持续经营日益关注,若环境治理与生态保护管理不善,可能会丧失利益相关者的信任,使得企业信誉和声誉受损,降低公司品牌价值,并可能降低消费者购买意愿。	加强与投资者、消费者针对自然保护的专题的沟通,如发布自然保护行动专题报告,提升企业自然治理的透明度。	
机遇	融资/资本机遇	中长期	资本市场对企业提出更多生态友好和生态适应韧性的要求,并给予低成本融资机遇,或对符合要求的项目降低融资门槛。	- 考虑搭建可持续金融框架,明确可持续融资理念、目标和融资后的资金用途,并制定披露计划; - 关注国内外生态友好和可持续转型相关债券和信贷产品的融资机会。	
	声誉机遇	中长期	全社会对生态保护日益关注,践行资源平等与回馈的企业更容易获得公众的支持。	借助ESG报告、专题报告及官网等沟通和传播渠道,向合作伙伴及消费者传递可持续发展价值观和管理成果。	

生物多样性缓释措施

康師傅遵循生物多样性缓解层次框架 (Mitigation Hierarchy), 按照「避免—减少—再生—恢复—转型」的优先顺序, 系统开展生物多样性缓解行动, 最大限度地减少对自然产生负面影响, 并积极为自然带来可衡量的正面成果。

1) 避免: 从源头杜绝自然破坏风险。生态敏感区是生物多样性保护、生态系统服务供给的核心载体, 一旦遭到破坏将造成不可逆的生态损失。康師傅始终将生态保护放在运营决策的优先位置, 从源头筑牢生态保护防线。

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《关于划定并严守生态保护红线的若干意见》等法律法规及政策要求, 严守国家「生态保护红线」政策, 将「不破坏」作为工厂建设和运营的首要原则。在工厂选址阶段设立明确的环保门槛, 在项目启动前对拟建基地进行严格的环境影响评价和论证, 主动避开具有全球或国家生物多样性丰富区域、湿地、森林、野生动物栖息地等生态敏感区, 确保不涉及破坏生态的业务活动。同时, 在供应链管理中, 公司优先选择具有可持续性认证的供应商, 避免从高风险区域采购原材料。

2) 减少: 最大化降低生态负荷。工厂建设与施工环节是降低生态扰动、落实生态保护要求的关键节点。康師傅将生态保护要求嵌入项目建设全流程, 从施工细节入手降低对周边生态的干扰。

公司旗下各事业工厂严格遵守《建设项目环境影响评价报告》要求, 明确工厂选址、土地利用、资源使用、废弃物管理、生态保护及生态恢复等方面的管理要求, 通过多元举措最小化运营活动对生态系统的干扰。各工厂在项目施工期间采取严格的防治措施以减少水土流失, 尽量缩短土地裸露时间, 加快工程项目建设进度。工厂严格执行「施工一段、覆土恢复一段、绿化实施一片」的原则, 防止开挖面造成大面积裸露导致严重水土流失, 同时在废渣、废料和临时建筑拆除、清理后, 及时平整场地、恢复植被。

3) 再生: 激活生态系统再生能力。康師傅通过土壤改良与地力提升, 将生物多样性保护延伸至工厂周边的农业环境, 以修复退化土地, 增强生态系统的再生能力, 显著提升厂区周边区域的土壤肥力与微生物群落多样性。

在上游供应链方面, 公司针对受干扰的土地和生态系统, 采取生态系统结构恢复措施, 在土壤修复的基础上重建生态系统的结构和功能。在陕西神木地区, 康師傅携手脱水蔬菜供应商与农科院专家团队, 以煤泥生物发酵技术为核心, 将工业废渣转化为富含有机质的生物有机肥, 通过科学还田、微生物调控与轮作体系, 系统性改良土壤结构、显著降低盐碱度, 将盐碱地变为肥沃耕地。

在自身运营方面, 公司积极开展厂区土壤改良行动。康師傅方便面事业杭州工厂对行政楼草坪进行专门施肥, 提升土壤活力, 实现了草坪长势茂盛翠绿生态效果; 昆明工厂针对厂区施工回填土土壤肥力差、高原水分蒸发快等问题, 投入约90万元开展厂区生态改造, 添加红土、腐殖土提升土壤肥力, 新建草坪浇灌系统, 使用中水浇灌草坪, 显著改善厂区土壤肥力; 康師傅饮品事业天津工厂所在区域原为盐田, 土壤盐碱化程度高, 工厂投产后累计投入180万元开展绿化建设, 土壤盐碱化问题已得到显著改善, 逐步形成良好的生态植被与环境景观。

4) 恢复: 重建区域生态系统功能。受人类活动干扰的生态系统需要针对性的人工辅助修复, 才能逐步恢复自然功能、提升生物多样性。康師傅从厂区内内部绿化到周边生态修复, 因地制宜开展植被恢复行动, 为本土物种重建适宜的栖息环境。

康師傅饮品事业兰州工厂在黄河流域开展厂区周边植树造林项目, 栽种女贞、冬青等绿植, 增加城市绿化率; 长沙工厂在金洲湿地公园开展修复行动, 通过种植树木和草皮保护生物栖息地; 重庆工厂在工厂草坪使用马尼拉草等节水性作物代替传统作物进行种植, 有效节约水资源。百事饮品事业揭东工厂在厂区内栽种当地常绿阔叶树种 (包括小叶榕), 形成立体树木隔音屏障, 恢复因生产运营受干扰的环境生态。

在水生态修复方面, 公司关注生产运营所在地区的流域水回补。2025年, 康師傅与百事公司持续保持紧密合作, 协作开展水回补项目, 致力于共同践行「净水正持」承诺。双方建立了常态化协作机制, 每季度召开可持续发展专题研讨会, 集中分享在可持续实践中的成果与经验。根据合作规划, 计划到2025年在百事公司高水风险地区将运营用水效率提高25%, 到2030年将生产过程中使用的水资源100%回馈至原水域。

5) 转型: 推动系统性变革。变革性行动对于解决自然丧失的根本驱动因素至关重要。康師傅通过与供应链伙伴、行业协会、社区及政府部门的深度合作, 推动全系统变革, 促进自

然保护的主流化。

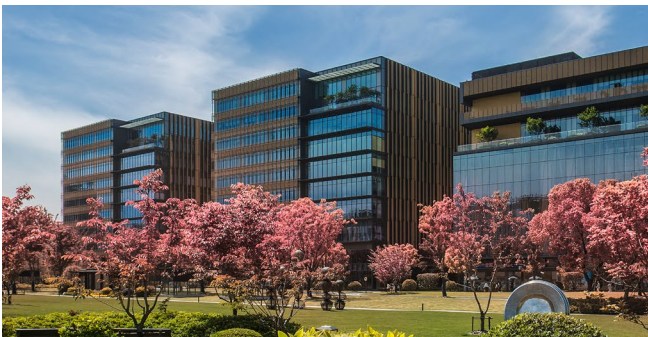
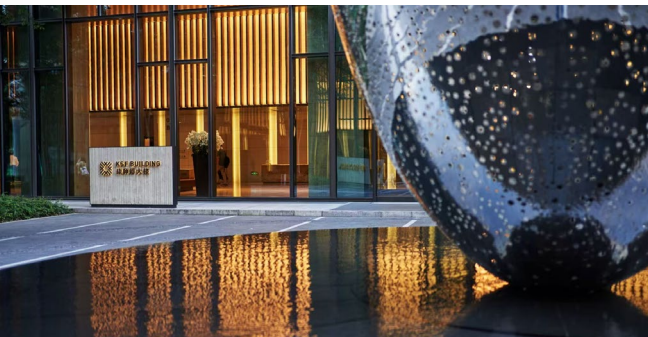
在全球零毁林法规逐步收紧的背景下, 棕榈油和纸制品是当前全球供应链中与毁林风险关联度极高的两类大宗商品。康師傅高度重视纸品、棕榈油等原材料生产过程中可能存在的毁林风险及其对原材料产地的生物多样性的潜在威胁。在筛选此类原材料的供应商时, 公司优先选择具有可持续性相关认证的供应商, 并鼓励供应商加强对原材料的溯源及认证, 希望通过可持续、负责任的采购减少原材料对自然资源、环境及社会的负面影响。关于原物料认证的详细信息, 请参阅本章「可持续原物料采购」小节。



生态价值链延伸

康師傅将生物多样性保护的理念从生产运营延伸至下游价值链及社会层面, 通过打造生态友好型城市空间、组织员工自然保护行动等方式, 扩大生物多样性保护的社会影响力。

康師傅上海总部园区 (W Square), 地处闵行区吴中路虹井路口, 是一个占地55,000平方米的城市多功能综合体。园区绿化面积接近4万平方米, 栽种大树超过1,850棵, 每天可吸收780公斤二氧化碳, 制造585.1公斤清新的氧气。



▲ W Square

园区通过精心选材设计，将高效的节能科技落实到每一个细节之中，获得国际权威的LEED绿色建筑认证。特殊的窗台回风系统设计使大楼整体空调能耗减少14%；建筑顶部1,100片光伏电板每年可发电47.6万度，相当于238户家庭年用电量，每年可减少457吨燃煤的二氧化碳排放量；配备雨水回收系统，每年累积可回收2,880立方米雨水，可浇灌相当于285个标准足球场面积的绿植。



▲ W Square

得益于康师傅对自然生态的尊重与保护，W Square打造出四季有景、开放包容的生态绿化空间，不仅是周边居民休闲漫步的好去处，更吸引众多猫、貉等多种陆生动物，以及三十余种野生鸟类在此驻足，包括戴胜、红嘴蓝鹊、丝光椋鸟、灰喜鹊等，成为上海城区内宝贵的城市生物多样性栖息地，为国内城市公共空间开发打造了人与自然和谐共生的新样本。



▲ 戴胜



▲ 红嘴蓝鹊



▲ 丝光椋鸟



▲ 灰喜鹊



▲ 貉

康师傅积极组织员工参与自然保护公益活动，将生物多样性保护理念融入企业文化。2025年12月，百事饮品事业郑州百事饮料有限公司携手郑州市经开区潮河办事处，在郑州蝶湖森林公园成功开展「守护蓝色家园，共筑生态屏障」公益净滩活动。员工及其家属子女携手行动，细致清理河道散落的塑料瓶、包装袋、烟头等废弃物，以实际行动守护美丽家园。本次活动是企业与社会联动推进环保公益的生动实践，为社区力量参与生态环境保护搭建了协作平台，通过亲身参与将绿色理念转化为自觉担当。



▲ 「净滩守护」公益活动

可持续原物料采购

我们在选择供应商时，关注其产品或服务的环境效益，在同等条件下，优先选取环境友好型产品。我们尤其重视纸品、棕榈油等部分原材料的生产过程中可能存在的可持续性风险，在筛选此类原材料的供应商时优先选择具有可持续性相关认证的供应商，并鼓励供应商加强对原材料的溯源及认证，希望通过可持续、负责任的采购减少原材料对自然资源、环境及社会的负面影响。康师傅的纸箱、纸盒等纸类供应商均持有森林管理委员会 (Forest Stewardship Coun-

cil, FSC) 认证证书。方便面事业100%的棕榈油供应商已获得可持续棕榈油圆桌倡议组织 (Roundtable on Sustainable Palm Oil, RSPO) 认证，100%的面粉、牛肉、猪肉及家禽制品供应商已获得FSSC 22000认证。康师傅饮品事业和百事饮品事业的白糖供应商中，占总供货比40%的供应商获得了可持续白糖Bonsucro认证。糕饼事业部100%的油脂供应商获得RSPO认证。



环境关键绩效指标

2025年, 康师傅环境类关键绩效指标列示如下。除另行说明, 环境类数据⁽¹⁾统计边界涵盖上海康师傅大楼及各事业直接管理⁽²⁾的境内全部工厂, 境外办事处因规模较小暂不包括在统计范围内, 未来将根据实际情况适时统计披露。

温室气体排放总量 (范围一及范围二) ⁽³⁾ (万吨)	192.31
范围一 温室气体排放量 (万吨)	15.99
范围二 温室气体排放量 (万吨)	176.32
温室气体排放总量 (范围三) ⁽⁴⁾ (万吨)	1,115.95
百万元人民币收益温室气体排放量 (吨/百万元人民币收益)	24.32
综合能源消耗总量 ⁽⁵⁾ (兆瓦时)	4,727,811.81
百万元人民币收益综合能源消耗量 (兆瓦时/百万元人民币收益)	59.79
电力 ⁽⁶⁾ (兆瓦时)	1,655,934.58
百万元人民币收益电力消耗量 (兆瓦时/百万元人民币收益)	20.94
汽油和柴油 (兆瓦时)	2,605.48
天然气和煤炭 (兆瓦时)	813,878.38
液化石油气 (兆瓦时)	417.78
外购蒸汽 (兆瓦时)	2,254,975.59
用水总量 ⁽⁷⁾ (立方米)	46,670,534.97
百万元人民币收益用水量 (立方米/百万元人民币收益)	590.26
产品包装材料使用总量 ⁽⁸⁾ (吨)	1,215,642.91
百万元人民币收益产品包装材料使用量 ⁽⁸⁾ (吨/百万元人民币收益)	15.37
化学需氧量 (Chemical Oxygen Demand, COD) 排放总量 ⁽⁹⁾ (吨)	178.09
有害废弃物总量 (吨)	481.11
百万元人民币收益有害废弃物排放量 (吨/百万元人民币收益)	0.01
无害废弃物总量 (吨)	193,705.68
百万元人民币收益无害废弃物排放量 (吨/百万元人民币收益)	2.45

- 

(1) 基于康师傅的业务性质, 2025年主要气体排放为温室气体, 主要源自使用由化石燃料转化的电力及燃料。相较2024年度, 康师傅进一步减少天然气及煤炭等化石燃料的使用, 同时伴随二氧化硫 (SO₂) 与氮氧化物 (NO_x) 排放量的继续降低, 影响微小, 因此本年度不作为主要气体排放物予以披露。
- 

(2) 康师傅各事业直接管理的境内工厂, 涵盖方便面事业、康师傅饮品事业、糕饼事业部位于境内的全部工厂, 以及百事饮品事业涵盖哈尔滨、长春、北京、郑州、南昌、重庆、广州、揭东的境内工厂。
- 

(3) 康师傅范围一、二的温室气体核算范围主要涵盖二氧化碳、甲烷及氧化亚氮。温室气体排放数据乃按二氧化碳当量呈列。范围一涵盖由公司运营直接产生的温室气体排放; 范围二来自公司内部消耗 (购买获得或取得的) 电力及外购蒸汽所引致的「间接能源」温室气体排放。温室气体排放核算遵循国际通行标准, 包括《温室气体核算体系: 企业核算与报告标准》(2004年版) 和《联合国政府间气候变化专门委员会 (Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC) 2006年国家温室气体清单指南 2019修订版》。购买获得或取得的电力的温室气体排放计算采用中华人民共和国生态环境部《关于发布2023年电力二氧化碳排放因子的公告》的全国电力平均二氧化碳排放因子。
- 

(4) 范围三遵循《温室气体核算体系: 企业价值链 (范围三) 核算与报告标准 (2011年)》进行核算。范围三包含购买的商品和服务 (产品原材料及包材)、上游运输和配送、运营产生的废弃物、商务差旅、员工通勤、下游运输和配送、售出产品的使用、产品最终处置、下游租赁资产。
- 

(5) 综合能源消耗量是通过直接与间接能源消耗量, 根据中华人民共和国国家标准《综合能耗计算通则》(GB/T 2589-2020) 换算因子计算得出。
- 

(6) 电力包括外购电力采购量 (包括可再生及不可再生电力采购量) 和自发自用的可再生能源发电量 15,798兆瓦时。
- 

(7) 用水量为统计范围内的生产用水及雇员办公生活用水。我们在求取适用水源上不存在问题。
- 

(8) 产品包装材料用量为康师傅各事业全部品项产品的主要包装材料用量总和。
- 

(9) COD排放总量为统计范围内全部工厂所产生的COD, 经市政污水处理厂处理后最终的排放量总和。

Day 1 成长： 铸就卓越职场， 共享「欢乐饮食、美好生活」

人才是公司实现可持续发展的核心根基。我们始终坚持以人才为中心，致力于为员工打造安心、舒心、放心的工作环境，让每一位康师傅人的努力与成绩能够被看见、被尊重、被认可。我们倡导员工秉持「为自己拼」的主人翁心态，敢想、敢干、敢赢，将个人成长深度嵌入公司发展脉络，持续以有温度的人力管理，驱动公司行稳致远，实现长期高质量发展。

深耕人力资本，打造卓越职场	93
促进员工成长与发展，打造智慧职场	97
保障员工健康与安全，打造安心职场	99
建设企业文化，打造美好职场	102
人力关键绩效指标	105



深耕人力资本 打造卓越职场

康师傅严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国妇女权益保障法》《中华人民共和国未成年人保护法》《中华人民共和国残疾人保障法》《残疾人就业条例》《禁止使用童工规定》及相关法律法规，并据此制定《人员招募办法》《劳动合同管理办法》《人事核决权限》《出勤管理办法》《员工晋升管理办法》《员工离职管理办法》《同仁试用期考核办法》《员工奖惩管理办法》等内部制度，并严格遵守国际劳工标准 (International Labor

Standards，简称ILS)等国际劳工组织相关公约。各事业依据实际运营情况制定并持续优化人力资源相关制度办法，规范劳动合同的签订与解除，确保在招募、试用期、离职等雇佣各环节有据可依、严格遵循，切实保障员工的合法权益。公司已实施一系列劳工风险缓释举措，并作出劳工实践相关承诺，在全面涵盖公司自身的业务运营环节的同时，亦延伸至我们的承包商及合作伙伴。

平等雇佣

公司坚持平等雇佣的原则，为所有人员提供公平的就业机会，反对一切形式的用工歧视、骚扰等行为，不因候选人的民族、种族、性别、宗教信仰等区别对待。我们反对一切形式的强制劳工及雇佣童工，在人力资源有关制度中明确禁止此类情形，招聘时严格审核身份证件信息。若发现强制劳工或雇佣童工的情况，我们将严格遵照当地劳动局的要求处理，并立即停止其工作。公司内控及稽核等部门不定期对招聘及用工进行检核，以避免强制劳工的情况发生。若发现任何以暴力、威胁等方式强迫劳动的行为，公司将依法依规处理。此外，公司要求所有合作的第三方派遣或承揽业务公司遵守相关规定，以避免公司自身运营及合作供应商出现雇佣童工或使用强制劳工现象。我们的员工培训涵盖员工行

为准则、反歧视政策、职场骚扰预防等内容，并提供前述违规行为的报告通道，员工可通过邮件、电话、面谈等方式向集团检举窗口、有关职能部门进行反映。当面临大规模解雇等特殊情形时，公司会设定最低协商或通知期限，为员工提供必要的过渡缓冲时间。2025年，公司未发生重大歧视、骚扰和不平等事件。

公司持续招聘一定比例的残疾员工，为其提供公平的就业机会及薪资福利保障，积极开展助残公益活动，以实际行动传递公司关怀。本年度公司残疾员工共计543人，新招聘员工9,371人。内部员工应聘招聘岗位的比例为50.04%，公司平均人力招聘成本为1,771.95元。

新入职男性雇员人数：7,623人
新入职女性雇员人数：1,748人
年龄30岁(不含)以下的新入职雇员人数：6,163人

年龄30岁至50岁(含)的新入职雇员人数：3,202人
年龄50岁(不含)以上的新入职雇员人数：6人

多元职场

公司致力于打造多元融合的职场氛围，坚决反对和禁止任何形式针对性别、年龄、民族、种族、地域、宗教信仰、身体情况的歧视、骚扰或不当行为，充分尊重员工的文化背景、政治信仰、宗教信仰及民族习惯。公司鼓励管理层及员工性别多元化，关注女性员工在职场中可能遇到的困难并给予支持，包括发布《女员工劳动保护办法》，设定同工同酬的薪资结构，落实婚假、产假、哺乳假等假期，并支持女性员工职场

发展。公司依法为女性员工提供孕检假、产假、哺乳假等假期，设置育婴室，充分给予女性员工人文关怀。2025年，公司女性员工占31.9%。公司初级管理人员、中级管理人员及高级管理人员中分别有女性695人、368人、23人，占比分别为12.93%、23.71%、11.06%；公司任管理职位的销售、生产人员中女性有442人、188人，占比分别为10.19%、9.16%，研发人员中有女性员工128人，占比为44.91%。

休息与休假权益

康师傅严格依照国家相关法律法规，在劳动合同中明确约定员工的工作时间及假期，并为员工提供带薪年假、事假、病假、婚假、丧假、产假、工伤假、陪产假、哺乳假、育儿假、探亲假等多种假期权益。公司积极落实政府相关政策要求，同时根据各地新出台的规定修订内部规章制度，倡导员工按需安排休假计划，保障员工能够享受带薪年假，且休假期间福利待遇不受任何影响。各事业定期通过内部系统核实员工工作时长，力求减少不必要的加班，同时依据法律规定设定员工最长工作时间标准，严格管控加班时长，并依法为加班员工支付加班费或安排调休。

公司根据岗位特点，安排部分员工采用不定时工作制，并在必要情况下安排员工居家办公，提供灵活且人性化的工作模式。



薪酬及福利

康师傅拥有完整的薪资福利配套体系，制定《薪酬管理办法》《绩效奖惩办法》《年薪制配套办法》《员工福利管理办法》《异地调动福利办法》等员工工资、绩效、年终奖等薪资管理办法，并严格按照《中华人民共和国社会保险法》《住房公积金管理条例》等国家法律法规要求为员工足额缴纳「五险一金」。

2025年，公司建立定薪委员会商议流程，对新入职人员提供客观公平薪资福利条件。我们为员工提供具有市场竞争力的薪酬，并依据政策规定每年及时调整保险、公积金缴费比例、工资标准，不断提升薪资待遇。各事业依据自身情况，制定具体的员工工资、各类津贴、绩效奖金、年终奖等薪资管理办法及员工福利管理办法，实施灵活多元的员工激励方案，采用月、季、年奖等不同奖励激发员工工作热情。此外针对异地办公员工，公司已配套提供租房补贴、调迁津贴等多重福利保障。

公司定期监测和评估员工性别薪酬差异，贯彻落实同工同酬原则，坚决消除性别歧视，确保薪酬分配公平公正。本年度，公司同一岗位不同性别的平均性别薪酬差距、性别薪酬差距中位数、平均奖金差距、奖金中位数差距均为零。

公司组建工会，定期发放员工福利，包含年度体检产品、文体用品、休闲娱乐用品、食品等。2025年，公司大幅增加工会福利，在节假日为员工送上生活用品及消费卡等暖心福利。公司为员工提供食堂餐饮服务，保障食品安全和膳食营养。公司还设有独立的阅读区，供员工闲暇之余阅读书刊使用，鼓励员工持续学习，不断充实自我。我们为广大员工提供高温/高寒、采暖、租房等额外补贴，亦提供旅游、生日礼金、节日福利、健康体检等福利。2025年，康师傅各级工会员工覆盖率达100%。

绩效评估

公司依据岗位设定多维度绩效考核方式，每半年从员工的工作目标、工作能力（包括关键行为指标）及发展计划等角度开展员工评价，不同岗位考核侧重项目不同。在此基础上，公司融入了基于团队的绩效评估模式，从团队目标达成、成员协作程度及对业务成果的贡献等多方面，综合评估员工在团队中的作用与价值，激励员工增强团队协作，推动团队和公司业务发展。

为提升考核的动态适应性，公司引入「敏捷对话」这一绩效评估方式，要求主管与员工定期开展一对一深度交流，根据业务进展和员工表现及时给予反馈、指导与调整建议，帮助员工快速明确工作方向，提升工作效能。针对主管层级员工，公司设有360多维度考核机制，邀请不同层级员工对同事进行评价，确保考核公平、公正。同时，各事业依据情况细

化绩效管理办法，分群组对员工实施年度、季度、月度的绩效薪酬激励，引导员工实现能力提升与职业发展。

此外，康师傅在员工绩效奖金和年终奖评定中纳入可持续发展相关表现，将 ESG 指标纳入管理层考核，推动ESG与员工激励机制的深度整合。公司员工年终奖评定与公司年度可持续发展目标（如减碳、环保、消防安全、事故等）挂钩，如出现重大风险事件（如员工伤亡等），将依规定比例扣除年终奖；在绩效奖金方面，为一线销售人员设置箱皮回收专项激励，鼓励售后回收箱皮并二次加工利用，实现资源循环与节能减排，设置水电汽单耗KPI、环保/消防/合法合规重大事件达成率、节能降耗指标完成率、未发生工伤事故达成率、职业健康培训参与度及考核通过率等多项指标，通过节能降耗、降本提效、安全生产推动可持续发展。

人力资源数字化转型

康师傅积极推进人力资源数字化转型，持续优化人事与薪资工作流程，实现线上一站式作业，简化作业流程。公司上线人力资源BI数据可视化看板，搭建智能报表，通过打通财务与业务系统数据，推动人事报表的标准化与电子化，实现数据的自动抓取、生成及交叉分析，提升人力资源管理效率与科学决策水平；公司持续优化电子人事档案系统，提升档案管理效率、效能，推动无纸化办公；公司大力推进电子签约，在提升公章审批及使用效率的同时，减轻员工工作负担；公司依托AI智能检索功能，上线人力资源AI小助手，自动解答员工常见咨询问题，简化人事重复性工作，提升人力资源工作效率。

此外，为助力员工更快适应职场中的数字化工具与工作流程，公司积极推进多元化的员工数字化转型培训项目。2025年，集团总部开展15场数字化赋能专项培训，涵盖数据治理、OA人事流程、BI报表等内容，夯实人事部门的数字化业务能力；方便面事业开展《AI赋能表格制作》专项培训，鼓励员工依托AI能力制作数据多维表格，并与绩效数据体系打

通关联，实现跨表数据联动查询、关键信息动态追踪等功能，相关工作效率提升7%；康师傅饮品事业组织开展飞书工具/AI应用等培训，助力员工掌握智能技术，提升工作效率与创新能力，推动企业数字化转型进程。



▲ 工会组织员工活动



▲ 女神节活动

爱心暑托班

2025年，康师傅饮品事业与爱心暑托班合作，为异地调动员工子女提供公益性暑假看护服务，员工在工作期间可将子女交由专业看护人员照看；百事饮品事业协调上海市小学生爱心暑托班资源，由具备合格看护资质的老师及志愿者为员工子女提供公益性看护服务，有效缓解了员工子女的暑期看护压力，解决员工的后顾之忧。



▲ 数字化培训

促进员工成长与发展 打造智慧职场

康师傅始终践行「以人为本」的理念，高度重视人才的发展与培养。公司制定《教育训练标准作业办法》《内部讲师管理办法》《各功能培训体系管理办法》《员工晋升管理办法》等内部制度，持续推进公司人才培养体系的规范化、体系化，不断完善员工晋升机制，促进员工与企业的共同成长。

公司与包括多家全球顶尖机构在内的外部专业培训机构长期合作，共同打造针对康师傅实际需求的培训项目，为员工提供具有前瞻性、科学性的知识和技能，并通过课后追踪培训效果，形成全流程闭环管理。我们采用案例教学的培训方式，设置多种培训课程与专案。公司持续赋能内部讲师，强化授课技巧与专业能力，并每年度举行内部讲师表彰及评选活动，进一步提升培训教学的质量和效果。此外，公司积极关注气候变化可能对员工就业和技能需求带来的影响，通过系统化培训帮助员工适配产业绿色转型带来的岗位能力变化。2025年累计培训总时长达715.4万小时，人均受训时长达118.7小时，在员工培训方面投入金额11,560.47万元。

公司积极拓展线上培训形式，引入课程直播的方式开展线上教学，持续更新移动端学习资源。员工可通过企业微信课堂、公司官网学习平台等渠道，方便、快捷地参与课程学习、强化自身能力。

公司成立集团干部赋能中心 (Leadership Empowerment Center, 简称LEC)，系统提升干部管理能力，建立以学员为中心的支持系统、「铁三角」机制、「训战合一」双轨制、企业内部教练认证机制等，将「学以致用、知行合一」落实到生意经营中，塑造「勤、廉、能」的全方位优秀人才。本年度，公司开展管理干部专项赋能，通过科学评估、测评反馈，精准制定管理者个人发展及团队管理计划，全方位提升干部管理能力。此外，公司还为管理层开设在岗选修课，为高管提供经营管理、销售、金融系统、数智出海等各类不同主题的线下课程与外部交流机会，全方位提升管理层专业与治理能力。

我们依据员工的职务层级、职业发展阶段、功能岗位，开展涵盖专业能力、管理技能、通识素养的多元化专项培训，系统性、针对性提升员工综合能力与专业素质。公司每季度开展战略人才盘点 (Strategic Talent Review, 简称STR) 会议，推动关键岗位人才发展，构建战略人才梯队，完善各层级人才发展平台，落实现有岗位及储备梯队的高、中、基层主管的个人与团队发展培育方案。

针对新入职员工，公司开展多样化入职培训项目，助力其快速融入集体、掌握岗位必备技能。公司开展师徒带教和新人练习生项目，新员工入职后签订师徒证书，由师傅/导师一对一带教，全程跟踪讲解并指导操作规范与业务流程，帮助新人快速掌握岗位理论与实操技能。同时，组建员工学习小组，每组由4-5名跨体系、潜力互补的员工组成，采用双月度线下培训与线上协作结合的方式，提升员工软技能及专业技能。

公司注重员工跨文化教育及培训，提升员工对不同文化背景、习俗及观点的认知、理解与尊重。方便面事业开展清真管理培训，立足跨文化教育视角，系统解析清真饮食规范背

后的文化渊源、宗教习俗与社会价值观，在尊重差异的基础上，提升员工对多元文化背景的认同；康师傅饮品事业持续倡导多元包容的企业文化，针对内部主管、专员及外部引进人才，定期举办多元赋能研讨会，通过案例分享、文化工作坊等形式，促进不同背景人才的深度交流与思维碰撞，加速文化融合与创新协同，全面提升团队协作效能与组织活力。

此外，针对产假结束重返职场的女性员工，康师傅饮品事业还为其贴身打造过渡培训项目。直属主管和HR会与该员工开展深入沟通，帮助其梳理当前工作进展、部门KPI变动内容以及组织架构调整等相关信息，协助其快速回归工作岗位。

公司员工晋升依照晋升管理办法作业，为员工提供「双通道」的职业发展路径，员工可根据自身的职业生涯规划选择主管或专员的职业发展通道，员工可以在专业发展通道内实现自己的职业抱负，也可以选择跨通道的横向发展机会，在管理领域获取更广阔的发展空间。员工在职务晋升的同时，薪资、福利相应提高。



▲ 集团干部赋能中心

康师傅饮品事业带教项目

2025年，为降低新人离职率，除常规的新人培训外，康师傅饮品事业安排老员工对技能尚不熟练的新员工进行专项辅导。接受辅导的新员工成长迅速，深切感受到公司在资源上的倾斜和扶持，有效满足新员工的职业发展需求。近一年来，新员工离职率已降至1.1%。

保障员工健康与安全 打造安心职场

康师傅严格遵守《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》《中华人民共和国消防法》《工作场所职业卫生监督管理规定》等相关法律法规，出台适用于公司所有全职、兼职员工及所有承包商的内部管理办法及应急预案，如《工厂环境健康安全程序》《工厂环境健康安全政策及原则》《危害识别及风险评估依据及方法标准》《工伤事故处理办法》等，为安全生产和职业病防治工作提供制度性保障。



健全管理体系

EHS

Environment Health and Safety

公司始终将生产安全放在首位。公司以「预防为主、全员参与、持续改进」为核心，建立覆盖全体员工及全作业流程的职业健康安全管理体系。可持续发展委员会是公司EHS (Environment, Health and Safety, 简称EHS) 管理工作的最高执行和负责机构，定期听取各事业EHS工作汇报。公司职业健康与安全政策经可持续发展委员会批准，并由员工代表参与协商制定。我们通过科学评估优先事项、制定并审

阅量化目标、严格落实安全生产责任等措施，定期评估并持续优化职业健康风险管理体系的有效性。

康师傅各事业建立健全健康与安全管理系统，并设置EHS专职管理人员负责制定EHS年度计划、目标、改进方案，并指导、监督各项安全专案的执行情况。为进一步夯实基层生产安全管理，落实安全监督检查工作，各工厂均设置有EHS工作小组。EHS工作小组由安全主管与安全员组成，负责安全策略的承接与执行、工厂EHS合规运营、日常安全培训与隐患排查治理等工作，严格落实生产安全责任。

2025年，公司工厂ISO 45001职业健康安全管理体系认证覆盖率达95%。各事业严格执行职业健康管理体系要求，明确生产安全中长期管理目标和核心举措，进一步降低生产安全风险。

落实安全责任

康师傅严格落实安全责任制，建立完整的作业规范和紧急处理机制，对安全责任、事故调查处理、伤员善后、责任人惩处等做出严格规定，以确保妥善处理突发的安全事件。康师傅饮品事业制定并严格执行事故管理相关制度和综合应急预案，各层级人员签订安全生产承诺书，同时增设安全委员，严格落实企业雇主安全责任，明确「全员参与，全程责任制」的

安全管理机制；百事饮品事业健全以安全过程管理为核心的EHS管理系统，修订《工伤管理办法》，明确事故报告第一责任人，进一步强化管理层的现场安全责任；糕饼事业部建立全员《安全生产责任制》，设立「安全组」负责安全管理措施的落实与督导，要求全员签订《安全生产责任书》，并与全体承包商签订《安全协议》，保障承包商安全生产。

设定健康与安全目标

康师傅制定了覆盖全体员工及全体承包商的健康与安全目标，每年度对目标完成情况进行检讨并更新设定下一年度目标。2025年，康师傅制定了全公司范围内实现职业病发生率为零、因工亡事故为零的总体目标。此外，各事业还制定了具体的目标：

- **方便面事业** 年度损失工时事故率 (lost time incident rate, 简称LTIR) 较2024年持平，并实现职业病发病率为零的目标；
- **康师傅饮品事业** LTIR较2024年下降10%，并实现职业病发病率为零的目标；
- **百事饮品事业** LTIR较2024年下降10%，并实现职业病发病率为零的目标；
- **糕饼事业部** 未发生重大伤亡事故，并达成职业病发病率为零的目标。

2026年，各事业将继续致力于实现职业病发生率为零、因工亡事故为零的总体目标。同时，百事饮品事业设定了LTIR较2025年下降10%的年度目标。



保障员工安全

康师傅严格遵守相关法律法规，持续加大安全硬件设施投入，保障员工作业安全。公司按照法律法规要求使用特种设备，定期进行检查、维修、保养，消除安全隐患。对于有职业病风险或安全风险较高的一线作业人员，公司定期发放劳动保护用品，例如眼罩、化学防护手套、耳塞、安全工服等；对于可能受到职业病危害的人员，公司组织开展入离职及定期职业健康体检，预防职业病发生；对于一线业务人员，我们发放安全头盔、防霾口罩，冬季定制羽绒服、配备护膝、冲锋衣等防寒设备，夏季发放防暑饮品、药品，有效降低因

健康与安全意识培养

公司重视对员工进行健康与安全方面的宣导及培训，增强员工的安全防范意识。公司定期进行安全宣导、加强职业病危害因素监测、积极开展覆盖厂级、车间级、班组级的三级安全教育培训，全面提高员工安全意识与自我防护能力。各生产基地亦设立EHS专员持续开展安全教育，定期组织EHS技能培训及竞技。此外，公司定期进行消防安全演习，进行消防器材实操演练，提高员工消防安全意识及自我防护能力。2025年，方便面事业、康师傅饮品事业、百事饮品事业均开展百日安全主题活动，方便面事业、康师傅饮品事业对活动前三名员工进行表彰，通过奖金及荣誉激励的方式提升员工安全意识。

工作场合和环境给员工带来的健康影响；对于特殊工种员工要求持证上岗，保证安全生产运营。公司在厂区布局时综合考量安全因素，配套各项安全设施并设置安全醒目标识，张贴职业危害告知卡、安全操作规程、警示提醒标识，确保员工在安全的环境下工作。此外，公司要求全体员工在通过「三级岗位安全教育培训」后方可上岗，同时要求所有第三方劳务及业务外包单位进入公司前进行安全知识培训及考试，全面保障公司运营区域内员工安全。本年度，公司实现作业场所危害检测率100%。

关注员工健康

方便面事业根据员工健康监测数据，建立员工健康档案，实现员工健康分析跟踪、异常预警与健康干预，及时排查并发现员工潜在的健康风险，改善员工健康状态。

公司还为员工打造温度适宜、照明充足、绿化率高的办公区域，同时设置阅读休息区，为员工提供舒适、温馨的工作环境，缓解工作压力。此外，公司为员工提供健身房，倡导员工积极锻炼，同时和专业机构协作开展员工的健康咨询、膳食营养知识分享等服务，关怀员工身心健康。公司与专业公司合作上线员工心理咨商平台-康心驿站，通过数字化平台向员工科普、分享心理健康知识，并为员工提供一对一的心理咨商服务，邀请专业心理咨询师对员工进行心理辅导，帮助大家化解负面情绪、减轻工作压力、调整心态。同时公司在内部设置「康师傅人心理健康关爱大使」，鼓励员工通过专业心理测评软件和线上身心健康平台主动反馈心理困扰及异常感受，帮助大家化解负面情绪、调整心态，营造信任、尊重、包容的组织氛围。

建设企业文化 打造美好职场

企业的行稳致远，始终以深厚的文化底蕴为核心支撑。公司持续推动企业文化与核心价值观的迭代升级，打造上下联动的文化建设联动矩阵。公司文化建设委员会由董事会主席公司董事长魏宏名、首席执行官魏宏丞担任主任委员，其他九位核心高层管理者担任委员，确保企业文化理念从顶层设计转化为全员践行的行动准则。

公司以「康师傅之道」(KSF WAY)为指引，以事业生意为依归，打造「一主多元，扛责自驱」的生态文化体系，在系统性归纳和解读康师傅使命、愿景、经营理念、康师傅人与核心价值的基础上，发挥关键干部文化变革的驱动力，促进企业管理提升和转型升级。在此基础上，我们以「回归创业第一天的精神」(Back to Day 1)为思想抓手，为康师傅重燃创业初期的高效敏捷与拼搏精神，把「客户第一」深植为全员的行动准则，打造多劳多得的绩效激励文化，厚植员工「为自己拼」的主人翁意识。

公司秉持「寓教于乐、潜移默化、润物细无声」的文建原则，以非说教式的柔性方式推动企业文化深度渗透。为精准赋能新生代员工，我们结合不同层级员工需求，搭建分层分类、全面立体的文化赋能体系。本年度，依托内外部国际职业培训师

(Training the Trainer to Train, 简称TTT)资源，对现有课程体系进行系统性迭代升级，创新性引入剧本杀、游戏化学习及AI互动等学习形式，显著提升员工的学习体验与效率。集团各层级已累计培养国际职业培训师认证文建讲师326名，实现前线文建检核100%覆盖，并将文建融入管理层培训体系，赋能1,469名主管；新进员工和基层员工企业文化培训覆盖9,892人。

2025年，公司各事业开展了各具特色的活动：方便面事业举办年度决胜大会，以「聚力出击，重返荣耀」之心，激励全体员工坚定信心、协同奋进，同时特别策划「康面红人馆」，以文化赋能销售，为实现业绩突破与品牌焕新注入强劲动能；康师傅饮品事业举办第五届「非凡之路」，表彰171位奋战一线的优秀主管，向全国一线员工展现对高绩效员工的认可与肯定，同步启动工作文化革新项目，传递康师傅精神及康师傅饮品事业的Core&More文化理念；百事饮品事业以「四有」文化为核心推动团队行为准则落地，启动年度敬业度调研精准诊断组织状态、挖掘突破方向与发展机会点，通过「荣耀之路」盛典表彰一线员工杰出贡献、树立精英标杆，以「锐变训练营」为载体系统培养供应链文化领导力，激发员工活力，推动文化真正成为业务突破与组织进化的内生动力。



▲ 方便面事业年度决胜大会



2025年,公司围绕「变革」与「敏捷」两大关键词,以「变革破局 敏捷制胜」为主题,举办康师傅年度最高级别文化盛会,董事长携124位核心高管出席;打造《KSF WAY极速赛道展厅》敏捷文化长效展览,面向内部员工与外部来宾开放参观,展厅运营以来,累计开展导览活动16场,接待观展人员超800人;举办「821·共庆康师傅33周年活动」,通过线上、线下多元的福利形式,惠及公司全体员工;以「三送文化到

前线」为核心举办前线宣导会,通过开放内购产品权益、宣导康心驿站心理咨询服务、宣讲模范事迹等形式,为一线员工送福利、送健康、送正念,将文化关怀与发展理念传递至一线岗位;开展康师傅人践行「敏捷·变革」典范行为征集与表彰工作,累计收到员工自主提报事迹4,525件,较2024年同比增长9.66%,员工参与热情持续攀升。



▲ 敏捷文化展览

康师傅始终秉持「成为受尊崇的企业」愿景与「真诚、务实、创新」理念,将员工福祉与组织发展深度融合,以多元包容的文化氛围与卓越的人力资源实践,赋能超6万名员工实现价值成长,践行当责共赢价值观,推动文建品牌化建设。2025年11月,康师傅连续三年斩获行业重磅荣誉——2025多元公平包容大奖 (Belonging Awards);2025年12月,康师傅首次荣膺2026年杰出雇主认证 (Top Employer China 2026),跻身行业卓越雇主行列,其中公司在商业战略领域斩获100%满分,彰显企业清晰且极具感召力的发展愿景。

康师傅重视员工沟通,工会定期视察一线员工工作条件,并派工人代表定期沟通,切实了解员工最真实的感受,并对提出的意见与建议督促相关责任部门落实。2025年,百事饮品事业开展员工敬业满意度调研,围绕工作目标导向、工作

满意度、员工幸福感、职场压力感知等议题,搭建「有方向、能干好、想干好、有环境」四大评估维度。基于调研结果,我们梳理员工核心诉求,建立完整闭环管理机制,形成可落地的年度改善清单,并明确责任主体与实施节点,并将调研数据、问题整改落地结果纳入人力组织规划与管理层的KPI考核中,以员工真实反馈持续迭代组织管理,稳步提升员工敬业度与满意度。

康师傅品牌离不开每一位康师傅人的深耕笃行与坚守,更离不开业界同仁的认可与同行。未来,在「康师傅之道」的指引下,我们将持续践行「文建服务前线,助力生意」的理念,推动企业文化内核与生产经营深度绑定,以文化向心力筑牢企业长期发展之基,用文化软实力为行业标杆品质注入持久动能。



▲ 连续三年蝉联全球领先的雇主品牌研究机构雇主品牌研究所颁发的「多元公平与包容大奖」



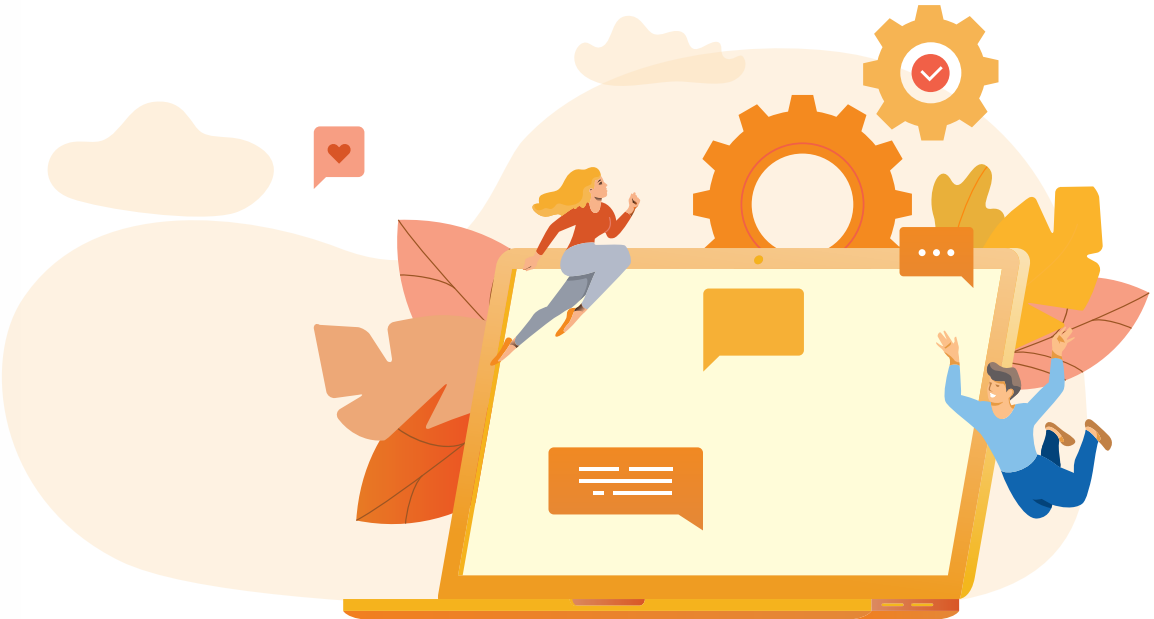
▲ 荣获2025雇主品牌创意大赛「员工体验创新奖」、「最佳校园项目奖」、「最佳雇主品牌平面设计奖」



▲ 荣获杰出雇主调研机构发布的「2026杰出雇主认证」



▲ 荣获智联主办的「2025中国年度最佳雇主」-「最佳雇主校招案例奖」



人力关键绩效指标

雇佣类指标⁽¹⁾

指标	数据	
员工总人数 ⁽²⁾	60,720	
按性别划分员工人数	男	41,340
	女	19,380
按年龄划分的员工人数	年龄30岁(不含)以下	15,833
	年龄30岁至50岁(含)	43,406
	年龄50岁(不含)以上	1,481
按管理层级划分的员工人数	初级管理层人数	5,375
	中级管理层人数	1,603
	高级管理层人数	230
按雇佣类型划分的员工人数	全职员工	60,720
	兼职员工	0
按地区划分的员工人数	华北地区员工	12,022
	东北地区员工	5,869
	西北地区员工	6,177
	华东地区员工	13,317
	华中地区员工	6,670
	华南地区员工	9,846
	西南地区员工	6,763
	国外地区员工	56
按民族划分的员工人数	汉族	56,824
	壮族	421
	回族	737
	满族	696
	苗族	242
	其他民族	1,800

(1) 雇佣类指标统计口径与「管理层讨论与分析-人力资源章节」保持一致。

(2) 员工总人数的统计范围为康师傅控股及其附属公司的全体员工人数。

指标	数据	
员工总流失率 ⁽³⁾	22.6%	
员工主动流失率 ⁽⁴⁾	18.8%	
按性别划分的员工流失比率	男	24.4%
	女	18.8%
按性别划分的员工主动流失比率	男	20.9%
	女	14.3%
按年龄划分的员工流失比率	年龄30岁(不含)以下	41.2%
	年龄30岁至50岁(含)	15.9%
	年龄50岁(不含)以上	20.7%
按年龄划分的员工主动流失比率	年龄30岁(不含)以下	36.9%
	年龄30岁至50岁(含)	12.5%
	年龄50岁(不含)以上	12.4%
按地区划分的员工流失比率	华北地区	26.7%
	东北地区	19.0%
	西北地区	26.4%
	华东地区	19.6%
	华中地区	23.5%
	华南地区	21.0%
	西南地区	22.2%
	国外地区	23.2%
按地区划分的员工主动流失比率	华北地区	21.7%
	东北地区	14.0%
	西北地区	22.3%
	华东地区	17.4%
	华中地区	19.2%
	华南地区	18.4%
	西南地区	19.7%
	国外地区	23.2%

(3) 员工流失率=汇报年度离开工作岗位(含主动离职、退休、辞退、亡故)的员工人数/汇报年度员工总人数×100%。

(4) 员工主动流失率=汇报年度主动离职的员工人数/汇报年度员工总人数×100%。

健康与安全类指标

康师傅

指标	2025年	2024年	2023年
因工亡故人数 ⁽⁵⁾	0	0	0
因工亡故比率 ⁽⁶⁾	0.000%	0.000%	0.000%

承包商

指标	2025年	2024年	2023年
承包商因工亡故人数 ⁽⁷⁾	1	2	/
承包商因工亡故比率 ⁽⁸⁾	0.0106%	0.0179%	/

(5) 工亡数据统计为过去三年因安全生产事故造成的员工亡故情况。

(6) 因工亡故比率=因工亡故人数/当年期末员工总人数×100%。
本年度因工伤造成损失的工作日数为11,738天, 损失工作日率(LWD) 为19.48%。

(7) 承包商工亡数据统计为2025年因安全生产事故造成的承包商员工亡故情况。

(8) 承包商因工亡故比率=承包商因工亡故人数/当年期末承包商员工总人数×100%。
本年度承包商因工伤造成损失的工作日数为15天, 损失工作日率(LWD) 为15.98%。

培训类指标

指标 ^{(9) (10)}	数据	
按员工性别划分的受训百分比	男	99.9%
	女	99.8%
按员工层级划分的受训百分比	高级管理层受训百分比	100.0%
	中级管理层受训百分比	99.9%
	其他员工受训百分比	99.9%
按性别划分的人均受训时数 (小时)	男	119.3
	女	117.5
按员工层级划分的人均受训时数 (小时)	高级管理层受训小时数	111.2
	中级管理层受训小时数	144.1
	其他员工受训小时数	118.1

(9) 按员工类别划分的受训百分比=某类别受训员工人数/某类别员工总人数×100%。

(10) 按员工类别划分的人均受训时数=某类别员工受训总时数/某类别员工总人数。

Day 1 回馈： 创造服务价值， 汇聚「欢乐饮食, 美好生活」

康师傅始终以服务社会为己任, 长期关注社区所需, 将社区投资、公益实践与自身业务有机结合, 高质量承担企业社会责任。2025年, 公司参与应急救援与爱心捐赠, 支持体育事业发展, 开展食安科普与水教育公益活动, 助力乡村振兴, 深化校企合作, 通过切实服务社会、创造可持续价值, 与社会各界的伙伴同享「欢乐饮食, 美好生活」, 实现行业价值引领。

聚焦社会关怀	112
体育公益	115
食安科普	117
水教育	118
乡村振兴	119
校企合作	119



关键绩效指标

2025年社区投资金额：

约**6,776**万元

2025年员工志愿者活动时长：

约**3,304**小时



聚焦社会关怀

康师傅积极参与社会与社区建设，增进民生福祉。我们持续聚焦社会需求与难题，向困难地区施以援手。2025年，康师傅在应急赈灾、慈善公益等方面及时有效为受灾群众提供帮助，让城市更具温度、社会更加正能量。



应急救灾

康师傅作为快消品行业的领军企业，将社会责任视为重要使命，大力弘扬「一方有难，八方支援」的精神。2025年，广东怀集、西藏日喀则、贵州榕江等地遭遇地震、台风、暴雨等自然灾害，为解决战斗在一线的救援人员、政府工作人员及受灾群众的用餐问题，公司迅速调集救灾物资，使用康师傅

自行研发改装「水电气」全自备的「急难救助车」前往灾区深处，克服用水用电限制，第一时间把方便面、瓶装水、饼干等应急救灾物资送到前线，为后续抗洪救灾提供坚实的后勤保障。



▲ 康师傅支援救灾一线

爱心捐赠

康师傅持续关注社会所需,为社会服务群体送上关怀。本年度,康师傅积极开展公安民警、消防员、公交调度员、保洁慰问活动,持续关爱支援新型基层劳动者,感谢他们为社会做出的卓越贡献。



▲「爱心冰柜」夏日送清凉公益活动

2025年6月,康师傅与美团闪购合作,向5个城市超过12,000名外卖骑手、环卫工人等基层工作者发放免费的方便面。酷暑时期,康师傅携手华商报为西安地区的户外工作者捐赠爱心水100箱。



▲ 美团闪购合作公益活动

2025年9月至11月,康师傅在全国主要城市的核心区域设立「1平米暖心鸡汤馆」,为深夜奔波的打工人送上一碗免费的汤面。本次公益活动设立线上和线下的交互机制,陌生人可以在暖心鸡汤馆里边吃面边分享感悟与寄语,与他人达成心灵共济。



▲「1平米暖心鸡汤馆」公益活动



2025年,康师傅糕饼事业持续开展公益推广专案,通过赞助饼干产品为上海合作组织天津峰会工作人员、志愿者及保障团队提供了坚实的后勤支持,确保他们能在高强度工作中及时补充能量。



体育公益

康师傅积极响应国家体育总局印发的《「十四五」体育发展规划》，全面助力「体育强国」和「健康中国」建设，为国家体育事业发展做好后勤保障和支持工作。公司已经连续8年成为「马拉松运动营养膳食合作伙伴」，从顶级赛事到群众体育，我们倡导科学膳食理念，为百万跑者提供了包含康师傅喝开水、佳得乐、方便面等产品在内的赛前赛后能量补给服务，激发全民跑步热情并传递健康马拉松理念。本年度，我们支持了在云南、北京、上海、浙江、湖北、江西等地的马拉松赛事，激发全民跑步热情，传递「吃动平衡」的膳食文化。



▲ 上海徐汇滨江长跑节



▲ 2025荆州马拉松

2025年，康师傅还支持了多地的公益骑行赛事、龙舟赛事、足球赛事、网球赛事、篮球赛事、羽毛球赛事、高尔夫赛事、游泳赛事、帆船赛事等，利用体育活动推广全民运动，助力体育事业发展。未来，康师傅将继续为中国体育发展保驾护航，推动全民运动健康有序发展。



▲ 2025年郑州市足球联赛

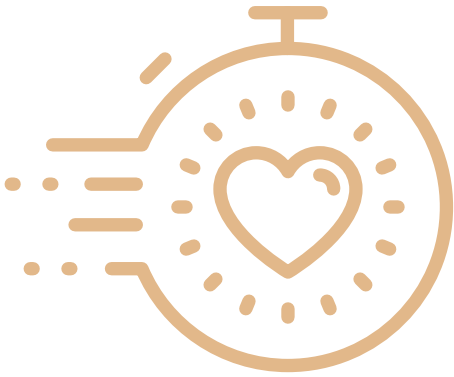


▲ 2025年中国初中篮球联赛

2025年，康师傅与国内著名滑雪社群——AC滑雪俱乐部达成「年度绿色低碳战略合作」，旨在共同定义绿色、健康、充满活力的滑雪生活新范式。



▲ 康师傅「暖心补给站」



食安科普

提高公众科学素养、普及食品安全知识是抵御食安类谣言的有效方式。多年来，康师傅积极响应国家食品安全战略，不断探索食安科普教育方式，传递食安知识与食安理念，与价值链上下游伙伴一道，共同推动食安社会共治。康师傅始终秉持开放、透明与责任的核心原则，将食品安全公众沟通与知识普及视为企业社会责任的重要一环。

2025年，康师傅方便面事业以年度「食品安全月」为核心载体，在全事业范围内发起并组织了形式多样、层次丰富的主题宣传与公益活动，积极构建与消费者、社区、政府及行业伙伴的信任纽带。本年度活动以「筑牢食安防线，激发消费活力——好品质选康师傅」为主题，系统性推行「走出去、请进来」双向互动策略。我们组织专业人员深入社区、校园、商超、乡村及企业，开展242场食安科普宣传活动，传播食品安全知识。我们邀请政府监管部门、媒体、高校师生、消费者代表及合作伙伴等超百个团体实地参观，通过透明化展示从原料到成品的全链条生产过程与严苛管控体系，直接对话，增进理解与信任。

本年度食安主题活动的广度、深度与创新性均显著提升，实现了从单一宣传向深度互动、从普及知识向塑造透明信任的跨越，并将食安文化延伸至价值链合作，有效提升了公众食品安全素养。



▲ 315主题活动

2025年5月至7月，康师傅饮品事业在全国各地开展食安月主题活动超860场次，涵盖食安培训、食安知识竞赛/技能比武、食安英雄评选、食安金点子评选、食安主题绘画等，活动获多家权威媒体报道，显著提升企业公信力与品牌形象。



▲ 郑州工厂食品安全月活动



▲ 长沙工厂「呜呜很忙」总部交流活动

2025年3月，康师傅受邀参加天津市滨海新区「守护合法权益、共筑满意消费」315主题活动。活动现场，康师傅通过陈列展示及赠送公司产品、发放宣传手册等方法，向消费者普及食品安全知识，提升了产品在消费者心中的形象和品牌认可度。

水教育

「水教育」科普项目是由中国饮料工业协会携包装饮用水企业发起的一项行业公益活动，已连续十一年开展，旨在培养小学生形成良好的饮水和用水习惯，做「知水、爱水、节水」的积极实践者和传播者。康师傅通过进校园、进课堂等多元形式，将水资源保护与健康饮水理念融入青少年成长过程，助力提升青少年环保意识与科学素养。2025年，「水教育」科普项目在延续既有课程体系与互动形式的基础上，进一步强化「政、企、校」多方协同机制，持续推动水教育公益行动在校园端的系统化、常态化开展。



案例 康师傅举行「水教育第一课·2025 康师傅水教育进校园全国启动仪式」

2025年3月，康师傅在上海市闵行区龙柏第一小学举行了「水教育第一课·2025康师傅水教育进校园全国启动仪式」，进行了水教育项目合作签约仪式。「水教育」科普项目的长期开展，彰显了康师傅作为饮料行业领军企业在履行社会责任方面的积极态度，更展示了其积极响应国家政策、推动生态文明建设的决心与担当。



▲ 水教育第一课·2025康师傅水教育进校园全国启动仪式暨签约仪式

2025年，康师傅「水教育」科普项目相继在多地校园开展线下公益活动，先后走进上海市闵行区诸翟学校、天津市和平区上海道小学、上海闵行虹桥中心小学等，不仅提升了青少年对水资源保护的认知水平，也更广泛地社会层面持续传递节水护水理念，推动形成关注水资源、珍惜水资源的良好社会氛围。



▲ 康师傅水教育进校园活动



2025年，水教育项目同步推进线上传播，通过MG动画等形式进行数字化呈现，并在多个线上平台进行传播，扩大水教育公益项目的传播半径与覆盖范围。9月，「喝开水」与《新华思政学堂》节目开启以「喝开水的健康密码」为主题的健康饮水科普之旅，推出八集系列科普三维动画，向广大青少年普及饮水健康知识、传播科学饮水观念。该系列科普动画节目已覆盖全国31个省（自治区、直辖市）的近14万所中小学校，每集平均触达约5,000万名青少年观众。

「喝开水的健康密码」健康饮水科普动画 ▶

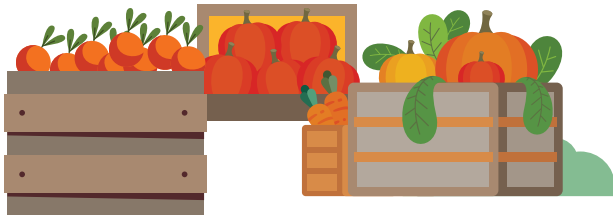


乡村振兴

作为食品行业深加工龙头企业，康师傅践行「永续经营，回馈社会」的宗旨，积极响应国家加快建设农业强国、全面推进乡村振兴的号召，充分发挥企业自身优势，因地制宜发展农村特色产业，培育农村新产业、新业态，助力农村现代化发展。

2025年，康师傅持续参与乡村振兴建设。我们立足本地、服务「三农」，长期稳定采购茶叶、蔗糖、果汁等大宗农产品，助

力乡村农业经济发展。参与「企村结对」帮扶行动，向对口帮扶地区捐赠爱心产品，为当地送去关怀与温暖。



校企合作

康师傅始终以「健康中国、教育强国」为目标，致力于为行业与社会输送业务能力专精、实战经验丰富、「深耕中国，面向世界」的新一代复合型人才。康师傅聚焦人才引进与产教融合，通过多层次校企协同举措践行企业社会责任。

面对复杂经济与就业形势，康师傅响应国家稳就业、促人才政策，多措并举保障就业、培育人才。2025年招募应届毕业生2,800余人（其中，本科及以上1,900余人），为基层注入新鲜血液；同步接收实习生近千名，搭建实践育人平台，助力实用型人才成长。

康师傅秉持产教融合的可持续发展理念，将人才培养与企业社会责任深度融合，持续推进校企协同。2025年增加985、211高校的校企合作，强化高水平人才培养与产学研融合的ESG价值，在全国范围内开展职业发展培训、高管进校园授课、营销大赛等多元化活动，赋能青年就业能力，推动教育公平与人才高质量发展，彰显教育支持与人才建设的社会责任。

本年度，康师傅持续与国内高校合作开展食品安全、生产制程与技术、应用开发等研究，支持高校创新成果和核心技术产业化。我们与河南工业大学共同研究「方便面的营养健康趋势及关键技术研究」项目，投入费用43万元，聚焦营养健

康型方便面的关键技术研究；与扬州大学合作开展「红烧牛肉面饮食」研究项目，投入30万元，重点挖掘红烧牛肉面的健康属性；与上海中医药大学开展联合研发，共计投入60万元，主要研究中式养生类产品的具体功效，旨在为消费者开发具有实际作用的中式养生水饮产品。

康师傅聚焦顶尖高校产学研深度融合，推进科研协同与人才共育。2025年，我们与北京大学元培学院合作开展思政实践与社会实习，联合清华大学推进海外市场调研（IPP）项目，与上海交大安泰数智零售行业社群班及教授、复旦大学教授共研生成式AI在零售营销中的应用及数智化评估方法论。同时，康师傅代表出席上海交大安泰数智零售论坛进行分享，进一步深化校企多维度合作。此外，本年度我们搭建哈佛大学学生代表团与国内高校的交流桥梁，携手斯坦福大学实施GMIX暑期实习及全球访学项目；纽约大学GFI暑期项目团及上海纽约大学计算学院师生分批参访康师傅，围绕新零售趋势、数字化赋能、AI驱动供应链升级等展开交流。同时，康师傅在多所高校设立奖学金与奖教金，开展讲座教授捐赠、支持前沿领域科研，通过开放课程共享、师生互访等形式，赋能学科建设与高素质人才培养。2025年，康师傅为北京大学、清华大学等院校捐赠近3,577.40万元人民币，用于学术研究、奖学金计划、产学研交流等。



▲ 与顶尖高校实习生座谈



▲ 参加清华大学经管学院交流活动

▲ 斯坦福商学院全球访学之旅



▲ 与上海交大安泰学院交流



▲ 与纽约大学交流活动

附录 1 2025年度社会认可 及获奖情况	
序号	奖项名称
1	入选「福布斯中国 2025 ESG50 强」榜单
2	入选「福布斯中国 2025 ESG 启发案例」
3	入选 2025 年《财富》中国 500 强
4	荣登 2025 年《财富》中国 ESG 影响力榜
5	入选联合国全球契约组织「25 链主联盟优秀案例集」
6	入选「新华网 2025 乡村振兴实践案例」
7	被上海市经济和信息化委员会、上海市节能宣传周组委会办公室授予「绿色低碳合作伙伴」称号
8	荣获上海市国际贸易促进委员会授予的 2025 上海国际碳中和博览会「绿色影响力奖」
9	荣获 2025 年香港环境、社会及管治报告大奖 (HERA)「优秀新力军奖杯」
10	入选《商业周刊》彭博绿金「2026 值得关注榜」,荣膺「ESG 领军企业」称号
11	入选「2025 企业家博鳌论坛·《世界品牌年鉴 2025》」
12	连续 13 年位列「中国消费者首选品牌榜单」前三甲
13	入选 2025「生态品牌认证」榜单,并获授「突破者」称号
14	荣获财联社「2025 致远奖·环境友好(E)先锋企业奖」
15	入选「2025 金旗奖」年度最具社会价值品牌 50 强」
16	入选人民日报社「人民美好生活共创共享计划」
17	荣获《人民日报》「2025 中国品牌创新案例」称号
18	入选标普全球《可持续发展年鉴(中国版)2025》,并荣获中国食品行业唯一「行业最佳进步企业」
19	荣获《哈佛商业评论》「2025 拉姆·查兰管理实践奖」
20	荣获「白玉琮杯」(上海)第十二届优秀公共关系案例卓越案例奖
21	荣膺第二十一届中国公共关系行业最佳案例大赛「企业社会责任类金奖」
22	荣获 WRCA「世界卓越的航天专利方便面」

序号	奖项名称
23	荣获「绿水青山杯」2025 饮料行业节水 / 节能优秀企业
24	康师傅控股上海康识食品科技有限公司荣获「中国节能协会创新奖—节能减排科技进步奖」(碳中和领域)一等奖
25	康师傅旗下产品「9.0 电解碱性水」和「茶的传人」荣获第五届碳中和博鳌大会指定饮品荣誉
26	「合麵」荣获「2024-2025 年度中国方便食品行业科技与产业创新趋势代表案例」
27	「穿越娘的现代奇遇」ESG 传播项目荣获「2025 金旗奖「全场大奖」
28	「味来馆」项目荣获「2025 金旗奖「企业公关传播案例金奖」
29	康师傅入选第十六届金旗品牌大赏「企业社会责任品牌 50 强」
30	荣获凤凰卫视「最具品牌影响力上市公司」奖
31	康师傅方便面事业荣获美团闪购「2025 年度金闪奖」
32	康师傅饮品事业「喝开水中式饮水智慧」营销项目荣获「2025 年金投赏社交营销类金奖」、「2025 年 Topdigital 社交营销铜奖」
33	康师傅「pH9.0 电解碱性水」荣获「2025 ITI 国际美味大奖满星奖章」
34	连续三年获得多元、公平、包容大奖、连续三年获雇主品牌创意大赛最佳校园项目奖
35	荣获 2026 年杰出雇主认证、智联招聘主办的「2025 中国年度最佳雇主」-「最佳雇主校招案例奖」
36	荣获 2025 德勤中国税务大会「二十载长伴共进」纪念奖
37	荣登 2026 年《财富》最受赞赏的中国公司行业明星榜

附录 2 | GRI 可持续发展报告标准索引表

	披露项目内容	披露位置
GRI 1: 基础	要求1: 应用报告原则	报告说明
	要求2: 报告GRI 2: 一般披露2021中的披露项	详见GRI 2
	要求3: 确定实质性议题	利益相关方沟通和关键 议题重要性评估
	要求4: 报告GRI 3: 实质性议题 2021中的披露项	详见GRI 3
	要求5: 对每个实质性议题, 报告GRI议题标准披露项	详见GRI 3
	要求6: 对于组织无法遵守的披露项和要求, 提供从略的原因	-
	要求7: 发布GRI内容索引	附录2: GRI可持续发展 报告标准索引表
	要求8: 提供使用说明	报告说明
	要求9: 通知GRI	-
GRI 2: 一般披露	披露项2-1 组织详细情况	关于康师傅
	披露项 2-2 纳入组织可持续发展报告的实体	-
	披露项 2-3 报告期、报告频率和联系人	关于康师傅
	披露项 2-4 信息重述	-
	披露项 2-5 外部鉴证	-
	披露项 2-6 活动、价值链和其他业务关系	-
	披露项 2-7 员工	Day1 成长: 铸就卓越职场, 共享「欢乐饮食、美好生活」
	披露项 2-8 员工之外的工作者	供应商ESG管理; 可持续原物料采购
	披露项 2-9 管治架构和组成	关于康师傅
	披露项 2-10 最高管治机构的提名和遴选	-
	披露项 2-11 最高管治机构的主席	关于康师傅
	披露项 2-12 在管理影响方面, 最高管治机构的监督作用	ESG 管治架构与行动
	披露项 2-13 为管理影响的责任授权	-

	披露项目内容	披露位置
GRI 2: 一般披露	披露项 2-14 最高管治机构在可持续发展报告中的作用	ESG 管治架构与行动
	披露项 2-15 利益冲突	反贪污和职业道德管理
	披露项 2-16 重要关切问题的沟通	利益相关方沟通和关键 议题重要性评估
	披露项 2-17 最高管治机构的共同知识	-
	披露项 2-18 对最高管治机构的绩效评估	-
	披露项 2-19 薪酬政策	深耕人力资本,打造卓越 职场
	披露项 2-20 确定薪酬的程序	深耕人力资本,打造卓越 职场
	披露项 2-21 年度总薪酬比率	深耕人力资本,打造卓越 职场
	披露项 2-22 关于可持续发展战略的声明	康师傅可持续发展理念
	披露项 2-23 政策承诺	-
	披露项 2-24 融合政策承诺	-
	披露项 2-25 补救负面影响的程序	反贪污和职业道德管理; 服务消费者
	披露项 2-26 寻求建议和提出关切的机制	利益相关方沟通和关键 议题重要性评估
	披露项 2-27 遵守法律法规	-
	披露项 2-28 协会的成员资格	-
	披露项 2-29 利益相关方参与的方法	利益相关方沟通和关键 议题重要性评估
	披露项 2-30 集体谈判协议	-
GRI 3: 实质性议题	披露项 3-1 确定实质性议题的过程	利益相关方沟通和关键 议题重要性评估
	披露项 3-2 实质性议题清单	利益相关方沟通和关键 议题重要性评估
	披露项 3-3 实质性议题的管理	利益相关方沟通和关键 议题重要性评估

披露项目内容			披露位置
GRI 201： 经济绩效	GRI 103: 管理方法披露	经济绩效管理方法	-
	议题专项披露	201-1 直接产生和分配的经济价值	-
		201-2 气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇	应对气候变化
		201-3固定福利计划和其他退休计划	深耕人力资本，打造卓越职场
		201-4 政府给予的财政补贴	-
GRI 202： 市场表现	GRI 103: 管理方法披露	市场表现的管理方法	-
	议题专项披露	202-1 按性别的标准起薪水平工资与当地最低工资之比	深耕人力资本，打造卓越职场
		202-2 从当地社区雇佣高管的比例	-
GRI 203： 间接经济影响	GRI 103: 管理方法披露	间接经济影响的管理方法	-
	议题专项披露	203-1 基础设施投资和支持性服务	-
		203-2 重大间接经济影响	-
GRI 204： 采购实践	GRI 103: 管理方法披露	采购实践管理方法	食品安全管控与建设； 供应商ESG管理； 反贪污和职业道德管理； 可持续原物料采购
	议题专项披露	204-1 向当地供应商采购支出的比例	-
GRI 205： 反腐败	GRI 103: 管理方法披露	反腐败的管理方法	反贪污和职业道德管理
	议题专项披露	205-1 已进行腐败风险评估的运营点	反贪污和职业道德管理
		205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	反贪污和职业道德管理
		205-3 经确认的腐败事件和采取的行动	反贪污和职业道德管理
GRI 206： 不当竞争行为	GRI 103: 管理方法披露	不当竞争行为的管理方法	反贪污和职业道德管理
	议题专项披露	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	反贪污和职业道德管理
GRI 301： 物料	GRI 103: 管理方法披露	物料的管理方法	可持续原物料采购
	议题专项披露	301-1 所用物料的重量或体积	环境关键绩效指标
		301-2 所用循环利用的进料	
		301-3 再生产品及其包装材料	减塑与包装物管理

披露项目内容			披露位置
GRI 302： 能源	GRI 103: 管理方法披露	能源管理方法	节能节水管理； 环境关键绩效指标
	议题专项披露	302-1 组织内部的能源消耗量	环境关键绩效指标
		302-2 组织外部的能源消耗量	-
		302-3 能源强度	环境关键绩效指标
		302-4 降低能源消耗量	节能节水管理
		302-5 降低产品和服务的能源需求	节能节水管理
GRI 303： 水资源和污水	GRI 103: 管理方法披露	水资源和污水管理方法	节能节水管理
	议题专项披露	303-1组织与水作为共有资源的相互影响	节能节水管理
		303-2管理与排水相关的影响	减排减碳管理
		303-3取水	节能节水管理
GRI 304： 生物多样性	GRI 103: 管理方法披露	生物多样性管理方法	保护生物多样性
	议题专项披露	304-1 组织在位于或邻近保护区和保护区外生物多样性丰富区域拥有、租赁、管理的每个运营点	保护生物多样性
		304-2 活动、产品和服务对生物多样性的重大影响	保护生物多样性
		304-3 受保护或经修复的栖息地	保护生物多样性
		304-4 受运营影响区域的栖息地中已被列入 IUCN 红色名录及国家保护名册的物种	保护生物多样性
GRI 305： 排放	GRI 103: 管理方法披露	排放管理方法	减排减碳管理
	议题专项披露	305-1 直接（范畴1）温室气体排放	环境关键绩效指标
		305-2 能源间接（范畴2）温室气体排放	环境关键绩效指标
		305-3 其他间接（范畴3）温室气体排放	环境关键绩效指标
		305-4 温室气体排放强度	环境关键绩效指标
		305-5 温室气体减排量	减排减碳管理； 环境关键绩效指标
		305-6 臭氧消耗物质（ODS）的排放	-
		305-7 氮氧化物（NOX）、硫氧化物（SOX）和其他重大气体排放	减排减碳管理

披露项目内容			披露位置
GRI 306： 废弃物	GRI 103: 管理方法披露	废弃物管理方法	减塑与包装物管理； 减排减碳管理
	议题专项披露	306-1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响	减排减碳管理
		306-2 废弃物相关重大影响的管理	减塑与包装物管理； 减排减碳管理
		306-3 产生的废弃物	环境关键绩效指标
		306-4 从处置中转移的废弃物	减排减碳管理
		306-5 进入处置的废弃物	减排减碳管理
GRI 306： 污水和废弃物	GRI 103: 管理方法披露	污水和废弃物管理方法	减排减碳管理
	议题专项披露	306-3 重大泄漏	-
GRI 308： 供应商环境评估	GRI 103: 管理方法披露	供应商环境评估的管理方法	供应商ESG管理
	议题专项披露	308-1 使用环境评价维度筛选的新供应商	-
		308-2 供应链的负面环境影响以及采取的行动	-
GRI 401： 雇佣	GRI 103: 管理方法披露	雇佣管理方法	深耕人力资本, 打造 卓越职场
	议题专项披露	401-1 新进员工雇佣率和员工流动率	人力关键绩效指标
		401-2 提供给全职员工（不包括临时或 兼职员工）的福利	深耕人力资本, 打造 卓越职场
		401-3 育儿假	深耕人力资本, 打造 卓越职场
GRI 402： 劳资关系	GRI 103: 管理方法披露	劳资关系的管理方法	深耕人力资本, 打造 卓越职场
	议题专项披露	402-1 有关运营变更的最短通知期	-
GRI 403： 职业健康与安全	GRI 103: 管理方法披露	职业健康与安全的管理方法	保障员工健康与安全, 打造安心职场
	议题专项披露	403-1职业健康安全管理体系	保障员工健康与安全, 打造安心职场
		403-2危险识别、风险评估和事故调查	保障员工健康与安全, 打造安心职场
		403-3职业健康服务	-
		403-4职业健康安全事务：工作者的参与、意见征询和沟通	保障员工健康与安全, 打造安心职场

披露项目内容			披露位置
GRI 404： 培训与教育	GRI 103: 管理方法披露	培训与教育管理方法	促进员工成长与发展， 打造智慧职场
	议题专项披露	404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	促进员工成长与发展， 打造智慧职场
		404-2 员工技能提升方案和过渡援助方案	促进员工成长与发展， 打造智慧职场
		404-3 定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比	-
GRI 405： 多元化与平等机会	GRI 103: 管理方法披露	多元化与平等机会的管理方法	深耕人力资本，打造 卓越职场
	议题专项披露	405-1 管治机构与员工的多元化	深耕人力资本，打造 卓越职场
		405-2 男女基本工资和报酬的比例	深耕人力资本，打造 卓越职场
GRI 406： 反歧视	GRI 103: 管理方法披露	反歧视的管理方法	深耕人力资本，打造 卓越职场
	议题专项披露	406-1 歧视事件及采取的纠正行动	-
GRI 407： 结社自由与集体谈判	GRI 103: 管理方法披露	结社自由与集体谈判的管理方法	-
	议题专项披露	407-1 结社自由与集体谈判权利可能面临风险的运营点和供应商	-
GRI 408： 童工	GRI 103: 管理方法披露	童工方面的管理方法	深耕人力资本，打造 卓越职场
	议题专项披露	408-1 具有重大童工事件风险的运营点和供应商	-
GRI 409： 强迫或强制劳动	GRI 103: 管理方法披露	强迫或强制劳动方面的管理方法	深耕人力资本，打造 卓越职场
	议题专项披露	409-1 具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商	-
GRI 410： 安保实践	GRI 103: 管理方法披露	安保实践的管理方法	-
	议题专项披露	410-1 接受过人权政策或程序的培训的安保人员	-
GRI 411： 原住民权利	GRI 103: 管理方法披露	原住民权利的管理方法	-
	议题专项披露	411-1 涉及侵犯原住民权利的事件	-

披露项目内容			披露位置
GRI 413: 当地社区	GRI 103: 管理方法披露	当地社区的管理方法	Day1 回馈：创造服务价值，汇聚「欢乐饮食,美好生活」
	议题专项披露	413-1 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	乡村振兴
		413-2 对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点	-
GRI 414: 供应商社会评估	GRI 103: 管理方法披露	供应商社会评估的管理方法	食品安全管控与建设； 供应商 ESG 管理； 反贪污和职业道德管理
	议题专项披露	414-1 使用社会评价维度筛选的新供应商	-
		414-2 供应链的社会负面影响以及采取的行动	-
GRI 415: 公共政策	GRI 103: 管理方法披露	公共政策的管理方法	反贪污和职业道德管理
	议题专项披露	415-1 政治捐助	反贪污和职业道德管理
GRI 416: 客户健康与安全	GRI 103: 管理方法披露	客户健康与安全的管理方法	Day1 匠心：守护营养健康，乐享「欢乐饮食,美好生活」
	议题专项披露	416-1 评估产品和服务类别的健康与安全影响	Day1 匠心：守护营养健康，乐享「欢乐饮食,美好生活」
		416-2 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	-
GRI 417: 营销与标识	GRI 103: 管理方法披露	营销与标识的管理方法	负责任营销
	议题专项披露	417-1 对产品和服务信息与标识的要求	负责任营销
		417-2 涉及产品和服务信息与标识的违规事件	-
		417-3 涉及营销传播的违规事件	-
GRI 418: 客户隐私	GRI 103: 管理方法披露	客户隐私管理方法	服务消费者 信息与网络安全
	议题专项披露	418-1 涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉	-

附录 3 | 联合国全球契约十项原则

联合国全球契约十项原则			披露位置
人权	原则1	企业应该尊重和维护国际公认的各项人权	Day1 成长：铸就卓越职场，共享「欢乐饮食,美好生活」
	原则2	企业决不参与任何漠视与践踏人权的行為	Day1 成长：铸就卓越职场，共享「欢乐饮食,美好生活」
劳工标准	原则3	企业应该维护结社自由，承认劳资集体谈判的权利	Day1 成长：铸就卓越职场，共享「欢乐饮食,美好生活」
	原则4	企业应该消除各种形式的强迫性劳动	Day1 成长：铸就卓越职场，共享「欢乐饮食,美好生活」
	原则5	企业应该支持消灭童工制	Day1 成长：铸就卓越职场，共享「欢乐饮食,美好生活」
	原则6	企业应该杜绝任何在用工与职业方面的歧视行为	Day1 成长：铸就卓越职场，共享「欢乐饮食,美好生活」
环境	原则7	企业应对环境挑战未雨绸缪	回归 Day1 初心：满足消费者「欢乐饮食，美好生活」，实现企业与社会的可持续发展 Day1 常青：拓展绿色足迹，净享「欢乐饮食,美好生活」
	原则8	企业应该主动增加对环保所承担的责任	回归 Day1 初心：满足消费者「欢乐饮食，美好生活」，实现企业与社会的可持续发展 Day1 常青：拓展绿色足迹，净享「欢乐饮食,美好生活」
	原则9	企业应该鼓励开发和推广环境友好型技术	回归 Day1 初心：满足消费者「欢乐饮食，美好生活」，实现企业与社会的可持续发展 Day1 常青：拓展绿色足迹，净享「欢乐饮食,美好生活」
反腐败	原则10	企业应反对各种形式的贪污，包括敲诈勒索和行贿受贿	反贪污和职业道德管理

附录 4 | ISO 26000：社会责任指南（2010）索引表

核心主题和议题		披露位置
核心主题： 组织治理		公司治理
核心主题： 人权	议题1：尽职审查	-
	议题2：人权风险状况	-
	议题3：避免同谋	反贪污和职业道德管理
	议题4：处理申诉	反贪污和职业道德管理； 服务消费者
	议题5：歧视和弱势群体	深耕人力资本，打造卓越职场
	议题6：公民权利和政治权利	深耕人力资本，打造卓越职场
	议题7：经济、社会和文化权利	深耕人力资本，打造卓越职场
	议题8：工作中的基本原则和权利	深耕人力资本，打造卓越职场
核心主题： 劳工实践	议题1：就业和雇佣关系	深耕人力资本，打造卓越职场
	议题2：工作条件和社会保护	深耕人力资本，打造卓越职场； 保障员工健康与安全，打造安心 职场
	议题3：社会对话	深耕人力资本，打造卓越职场； 利益相关方沟通和关键议题重要 性评估
	议题4：工作中的健康与安全	保障员工健康与安全，打造安心 职场
	议题5：工作场所中人的发展与培训	促进员工成长与发展，打造智慧 职场
核心主题： 环境	议题1：防止污染	减排减碳管理
	议题2：资源可持续利用	节能节水管理
	议题3：减缓并适应气候变化	应对气候变化
	议题4：环境保护、生物多样性和自然栖息地恢复	可持续原物料采购

核心主题和议题		披露位置
核心主题： 公平运行实践	议题1：反腐败	反贪污和职业道德管理
	议题2：负责任的政治参与	反贪污和职业道德管理
	议题3：公平竞争	反贪污和职业道德管理； 广告和知识产权管理
	议题4：在价值链中促进社会责任	供应商ESG管理
	议题5：尊重产权	知识产权管理
核心主题： 消费者问题	议题1：公平营销、真实公正的信息 和公平的合作实践	知识产权管理； 反贪污和职业道德管理
	议题2：保护消费者健康与安全	食品安全管控与建设； 健康营养产品研发与拓展
	议题3：可持续消费	可持续原物料采购
	议题4：消费者服务、支持和投诉及 争议处理	服务消费者
	议题5：消费者信息保护与隐私	服务消费者
	议题6：基本服务获取	聚焦社会关怀
	议题7：教育和意识	食品安全管控与建设； 健康理念传播 食安科普； 水教育； 校企合作

核心主题和议题		披露位置
核心主题： 社区参与和发展	议题1：社区参与	利益相关方沟通和关键议题重要性评估； Day1 回馈：创造服务价值，汇聚「欢乐饮食,美好生活」
	议题2：教育和文化	食品安全管控与建设； 健康理念传播； 食安科普； 水教育； 校企合作
	议题3：就业创造和技能开发	聚焦社会关怀； 校企合作； 供应商ESG管理
	议题4：技术开发与获取	供应商ESG管理； 健康营养产品研发与拓展
	议题5：财富与收入创造	聚焦社会关怀
	议题6：健康	健康营养产品研发与拓展； 体育公益； 保障员工健康与安全，打造安心职场
	议题7：社会投资	可持续发展理念； Day1 回馈：创造服务价值，汇聚「欢乐饮食,美好生活」