

丰收日（集团）股份有限公司

2023 年度

社
会
责
任
报
告

二〇二四年十一月

目 录

一、高管致辞

二、编制说明

三、公司简介

(1) 公司概况

(2) 公司企业文化利益相关方的识别与沟通

(3) 公司荣誉

四、企业社会责任的核心内容

(1) 组织治理

(2) 人权

(3) 劳工实践

(4) 环境

(5) 公平运行实践类消费者问题

(6) 社区参与和发展

五、未来展望与发展战略



一、高管致辞

为贯彻落实党的二十大关于建设中国特色社会主义总布局中经济建设、文化建设、社会建设、生态文明建设五位一体的方针，推进文明单位的创建工作。丰收日（集团）股份有限公司根据国家发布的《社会责任指南》标准，充分认识开展社会责任报告的重要意义。公司领导高度重视，周密部署，严格把关，认真做好本单位社会责任报告的编制和撰写工作。

《丰收日（集团）股份有限公司 2023 社会责任报告》，围绕社会责任的七大核心主题，以认真、负责的态度，客观、公正的视角，综合地反映了公司在 2023 年对社会责任的担当和其取得的成效。我们对报告内容的真实性、准确性和完整性作出庄严的承诺，愿意接受社会公众的监督。

2020 年至今，我们通过产品结构和经营服务的创新、流程设计和内部管理的提效，让“丰收日集团”的发展更趋稳健。过去的几年，受新冠疫情的影响，全国经济发展滞缓，特别是餐饮行业，受到致命的影响。丰收日的经济效益出现同比下降，此时，丰收日全体员工没有放弃，积极研讨新的营销策略，发展线上营销。全体丰收人积极抗疫，共同度过难关。在抗疫期间，丰收日集团不忘履行社会责任，向抗战一线的英雄配送爱心便当，向红十字会捐款，我们倡导丰收人要担当更多的社会责任，做杰出的企业公民，提高员工整体素质，积极培养企业文化，构建和谐劳动关系，将其发展与社会进步、环境改善、人文关怀等有机结合起来，充分体现社会主义核心价值观的本质特征。

公司董事总经理：

2023 年 11 月 13 日

二、编制说明

1、编制依据

参照国家 2015 年 6 月发布的《社会责任指南》(GB/T36000-2015)、《社会责任报告编写指南》(GB/T36001-2015) 和《社会责任绩效分类指引》(GB/T36002-2015) 等标准编写。

2、报告范围

本报告以丰收日(集团)股份有限公司为主体部分, 涵盖丰收日旗下丰收日、丰和日丽、云系列餐厅、鱼米乡、京云华、京国屋以及丰收日食品所属的各家门店。

3、报告周期

本报告为年度报告, 报告时间范围为 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日。

4、报告数据来源

本年度报告所引用的数据主要来源于集团年度统计数据库以及集团职能部门所提供的专项数据, 均为初步统计数据, 可能与最终数据略有差距。

5、报告原则

本报告遵循报告质量的客观性、公正性、透明性、易读性、可验证性的原则。本报告在陈述中, 尽量以客观公正的事实说明我集团为社会所履行的责任、绩效以及今后努力的方向。表述方法上, 尽可能多地使用数据、图片, 并且以报告期内所获社会荣誉、典型事例以及上级主管部门对我集团的有关肯定加以佐证。

三、公司简介

1、公司概况

丰收日(集团)股份有限公司创始于 1999 年, 是一家以餐饮为主的大型餐饮连锁企业, 现已发展成为国内首屈一指的大型餐饮生活服务集团, 是中国十大餐饮品牌之一。

集团业务涉及餐饮、酒店、食品等众多板块, 在大中华地区运营超过 80 家大型餐饮门店, 辐射华东、华北等区域。集团自创立以来锐意创新、坚实进取, 本着“让美食演绎幸福”的宗旨, 致力于“持续为顾客创造价值”。

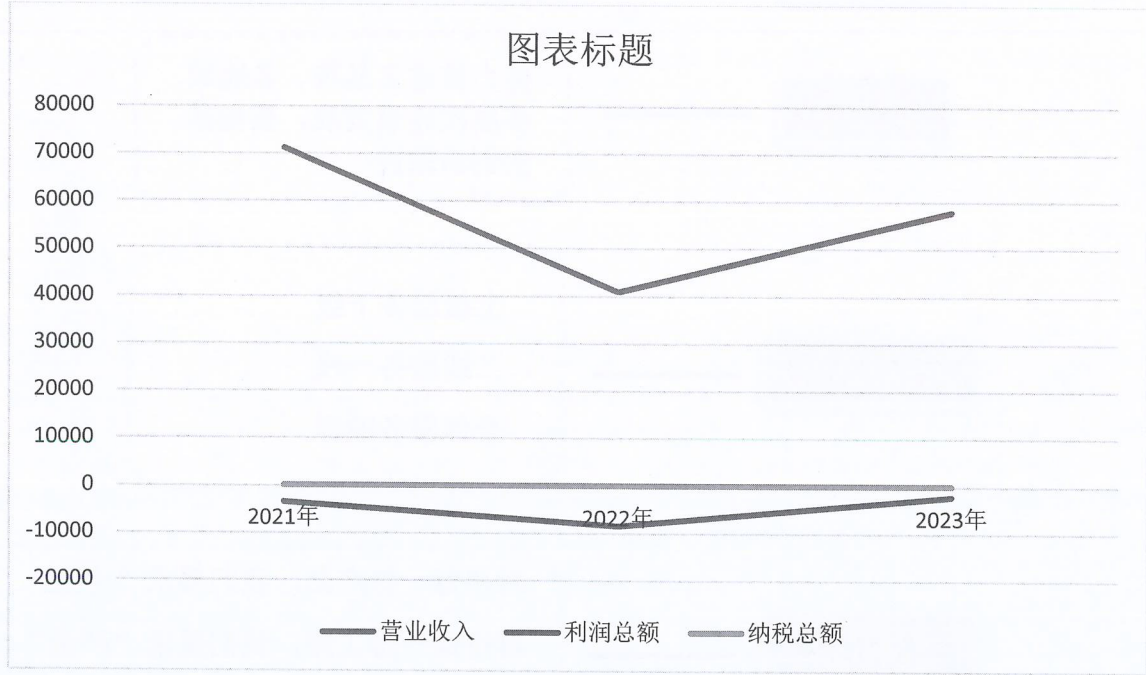
丰收日集团不但在传统餐饮业务上扎实耕耘、服务大众, 也不断寻求新的市场机会点与顾客需求点。近 2 年来, 拓展了多种餐饮品牌和经典菜肴, 比如京云华烤鸭川菜点心、横丁日式风情美食街、牛昌苑日式烤肉、岚拉面、丰收日食品、巧妇私厨、高木京锅屋、日日是好日精致便当等。

丰收日集团在品牌与市场拓展上也成绩显著, 时尚年轻的中餐品牌“丰和

日丽”在这一年中经历了华丽的蜕变与成长，不仅发展势头迅猛而且已经发展出了自己独特的风姿，“一店·一个故事”的呈现方式、“真材实料·道地烹饪”的产品理念，让这一品牌迅速打开了新一代消费者的市场。与此同时，丰收日更加积极的与现代生活方式对接，依托强大的中央厨房产能、过硬的食品安全保证、贴心的便捷餐具设计，借助主流送餐平台之力，将“白领午餐外送”做的风生水起。我们用心去安抚上班族饥肠辘辘的肠胃，白领们回馈以我们持续不断的支持。思维的开拓需要团队的协作、专业的技能、创新的思维，这一年我们广开思路，不仅取得了全上海市非常稀缺的外烩牌照之一，让我们有机会按需为顾客定制上门宴会，从VIP私人宴到2000人大型宴会不一而足。更将业务拓展到酒店以外的产业，例如温泉、电子商务平台等等。

2020年至今，集团受新冠疫情影响，没有扩大经营范围，而是趁经济滞缓阶段加强内部管理，增强内部培训，查缺补漏，解决现有门店存在的经营弊端。

2022年，又迎来疫情高发期，给社会按下了暂停键，经过一年的修整，截止到2023年底，经济状况略有恢复。丰收日集团资产总额57657.24万元，利润总额负2194.81万元，全年营业收入达57872.56万元，纳税总额0.45万元；下面是丰收日集团近三年来经营状况：



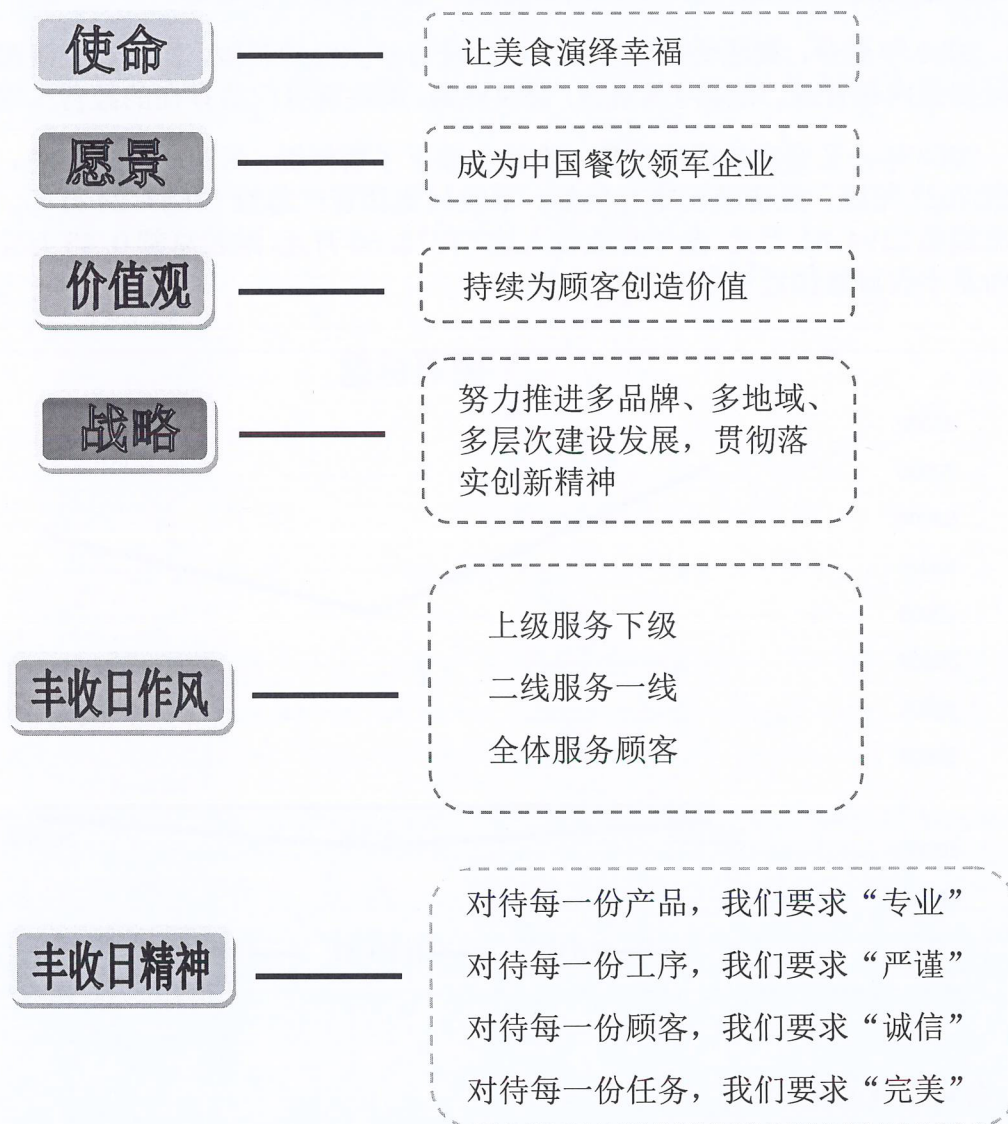
2、公司企业文化

1999年，丰收日集团携东海海鲜的新鲜美味登陆上海，以创新的浙江菜式而蓬勃发展。20多年间，坚持传承与创新的发展理念，为传统的浙江饮食文化带来了全新的面貌，并朝着多业态、多品牌的方向迈进，集团的主要业务板块现已涉及餐饮、酒店和食品生产。拥有丰收日、丰和日丽、云餐厅、京云华、鱼米乡等多个连锁品牌。

丰收日集团在自身发展的同时，不忘企业肩负的社会责任。一直秉承“植根民众”的观念，积极支持公益事业。促进和谐社会与推进可持续发

展与已被纳入企业的核心价值观。为此，集团加入和创立了多个公益型基金，致力于提高和改善所在城市居民的生活质量和生活环境。

我们相信对于美食的体验，是获得幸福感的源泉。让每一位消费者通过丰收日集团出品的美食，全面的提升幸福感，是我们努力不懈的追求。



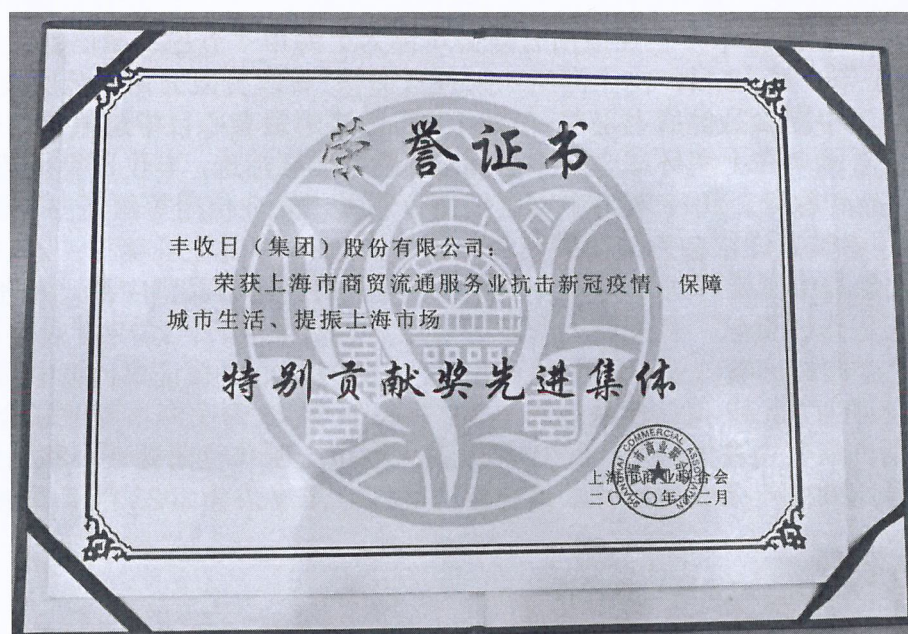
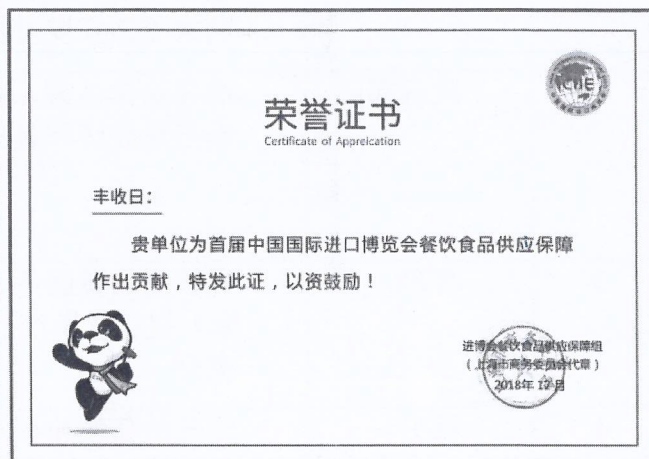
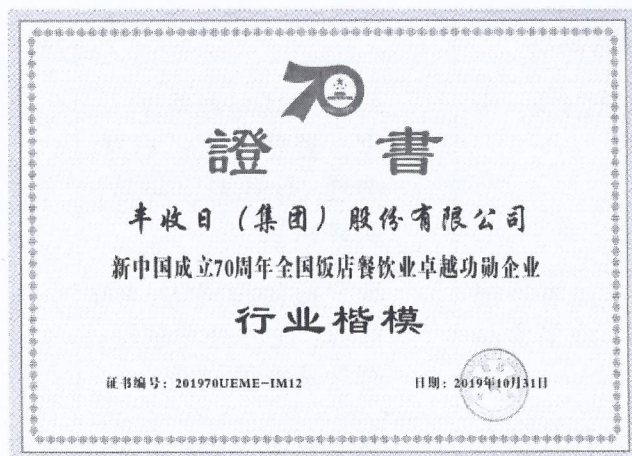
3、利益相关方的识别与沟通

序号	利益相关方	期望目标	沟通机制与形式
1	投资方	诚信守法、规范运作、提高盈利水平、实现可持续发展	股东会、董事会
2	政府部门	遵守法律法规、依法纳税、带动当地经济和就业	政策法规与规章制度；监督检查；日常沟通；行政窗口对接；统计报表
3	客户	提供高品质服务、满足客户需求，提供优质产品、注重食品安全	客户接待与回访；400热线；投诉管理制度；客户满意度调查
4	员工	合理的薪酬和福利、有效的奖励政策、良好的职业发展、满意的工作环境、健全的晋升通道、职工权益等到保障	职工代表大会；谈话沟通机制；员工关怀计划；公司微信平台；工会活动；员工满意度调查
5	同行业	推动行业健康发展、公平竞争、优化发展环境、带动创新能力	行业组织；交流活动；项目合作；行业网站和报刊
6	供应商	遵守商业道德、遵守责任要求、按时支付货款	签订合作协议、招标管理、协商洽谈

4、公司荣誉

2015年丰收日被上海东方企业信用有限公司评为上海市“五星级诚信创建企业”。早在2011年8月18日，由上海第一财经（微博）传媒有限公司，艺康集团联合举办的首届“中国食品健康七星奖·信赖100”、暨消费者心目中最值得信赖的100个品牌调查榜单在上海环球金融中心揭晓。经过层层筛选，丰收日集团荣获了“信赖100”品牌称号。2016年，中国烹饪协会颁发“企业信用等级证书AAA级”，2017年，中国烹饪协会为集团颁发“中国餐饮30年卓越企业奖”；2018年，丰收日集团参与中国国际进口博览会，有幸成为进博会的食品供应商，为进博会的食品保障工作作出贡献，且荣获上海商务委颁发的荣誉证书。2019年被中国饭店协会授予“全国饭店餐饮业卓越功勋企业”，并颁发行业楷模证书；被中国保护消费者基金会评为“3.15诚信体系优秀单位”；2020年12月上海市商业联合会颁发抗疫“特别贡献奖先进集体”；2021年颁发上海市文明单位荣誉证书和先进党组织荣誉称号。2023年荣获美团外卖最佳标杆奖；2024年荣获2023年度卓越贡献奖。

“金杯银杯，不如老百姓的口碑”，丰收日集团有幸从激烈的竞争和角逐中脱颖而出，足以见得广大消费者对丰收日品牌的认可和信赖。这份信赖源自于我们对自身责任的坚定履行，源自于我们远高于行业一般要求的自律意识。“绿色、健康、专业、严谨”我们会永远坚持，高度的社会责任感我们会永远铭记。

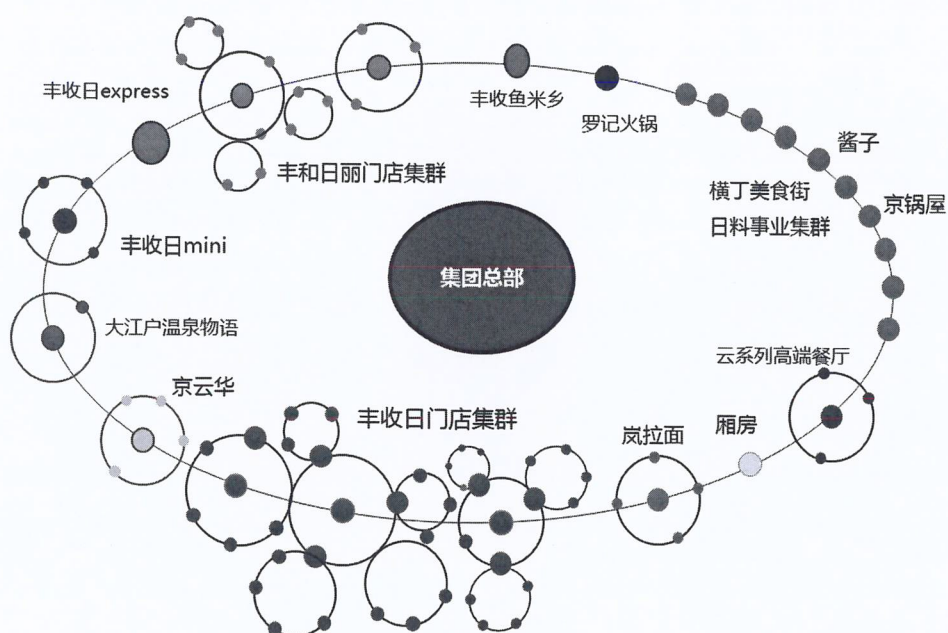
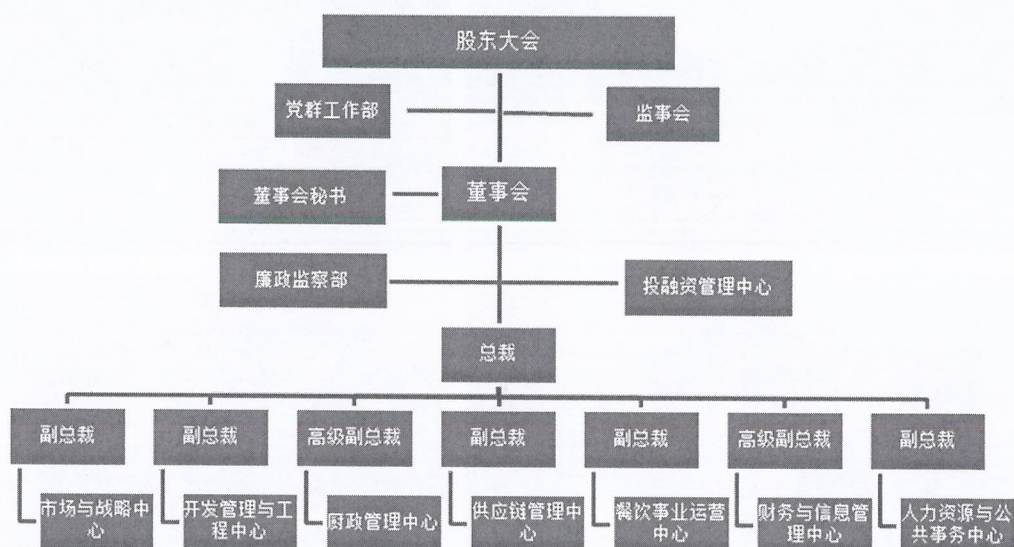


四、企业社会责任的核心内容

1、 组织治理

1.1 组织结构与决策

丰收日集团的最高决策机构为股东大会，下设董事会，总裁办公会议是董事会决策的执行机构，也是企业日常经营管理的最高权力机构，集团总部层面设置了党群工作部、廉政监察部及七个职能中心，各个职能中心管理并服务于各个子公司及分支机构，各个子公司及分支机构直接向集团高级管理人员汇报。



丰收日党支部在吴书记的带领下，于2023年3月27日—29日踏上了英雄城市，开展了武汉红色之旅活动，参观了二七大罢工纪念馆、武汉革命博物馆、辛亥革命纪念馆等全国爱国主义教育示范基地。

感受着红色教育，让我们充分感受到前辈们在当时贫困的生活和险峻的军事环境，在艰苦的岁月里革命先烈不屈不挠的革命斗志，忍受严寒酷暑，保卫红色政权；作为革命的后继者，作为党员，我们要珍惜今天的幸福，要紧密团结在以习近平为核心的党中央的周围，不忘初心，牢记使命，凝心聚力，奋发图强。



2、 人权

2.1 公民和政治权利

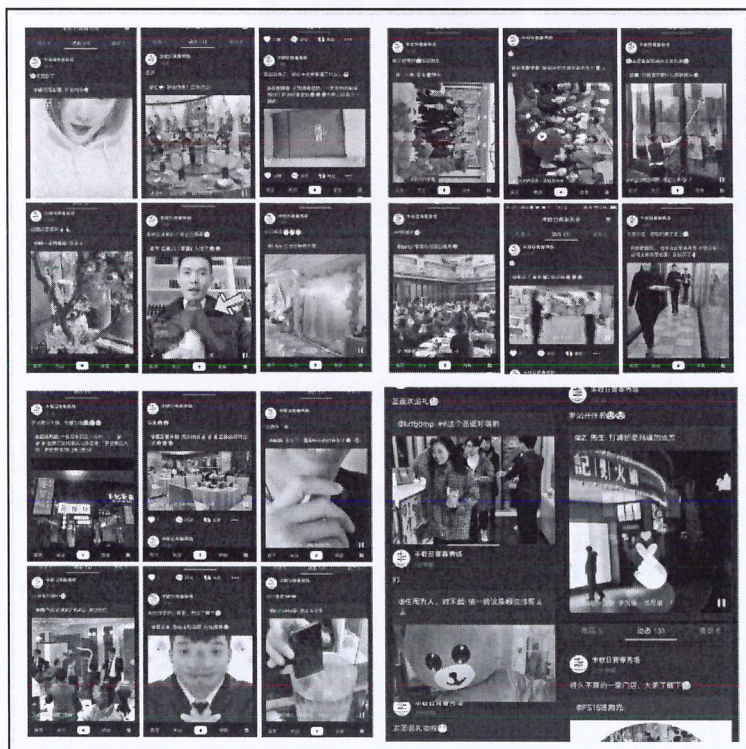
(1) 尊重生命权并支持和促进其实现的措施及结果

a、集团每年 2 次、每次为期 100 天的生命动力体验式培训项目。项目以培训也著名的“生命动力课程”及“NLP 课程”为基础，倡导人本教练模式，以激情、感恩、负责人、共赢、感召、欣赏、信任、付出、可能性为核心要素，组织下属各分公司子公司中高级管理人员共同参与、体验、学习、分享。实现了长效的尊重生命、尊重员工为首的共同行为准则。



(2) 尊重言论自由权并支持和促进其实现的措施和结果

A、集团设立员工关爱平台（微信公众号、抖音号），其中设置照片墙、留言板等自由且公开展示、交流的平台。员工在上面积极互动，同时也设立专用私密反应通道。



(3) 尊重和平集会和结社自由权并支持合促进其实现的措施及结果

A、公司设立工会组织，在黄浦区总工会的指导下开展工作。在各个分子公司设立工会，由员工代表组织发展。

B、公司允许员工自发开展各类集体活动与兴趣爱好社团，并会适当播出经费给予活动开支。



2.2 经济、社会和文化权利

丰收日集团下属丰收日品牌是大型中餐门店。通过宴会形式承接各类社会组织及家庭的经济、社会与文化交流活动。我们以实体场地平台形式，为社会经济活动、文化活动提供必要场地和餐饮服务，并保护相关活动的隐私与安全环境。

2.3 工作中的基本原则和权利

公司对于青年与老年工作者就业创造积极环境。

公司 35 岁以下员工（外来务工者）占比超过 59%

公司 36-45 岁员工（外来务工者）占比达到 14%

公司 46 岁以上外来务工者占比超过 27%

3、劳工实践

3.1. 就业和劳动关系

（1）依法用工，公平公正规范有序。

在创建和谐劳动关系的工作中，集团人力资源部坚持以维护劳动者与企业的合法权益，促进劳动关系和谐稳定为目标，依法规范企业的用工行为，推进了劳动合同制度的实施。

（2）劳动合同签订率

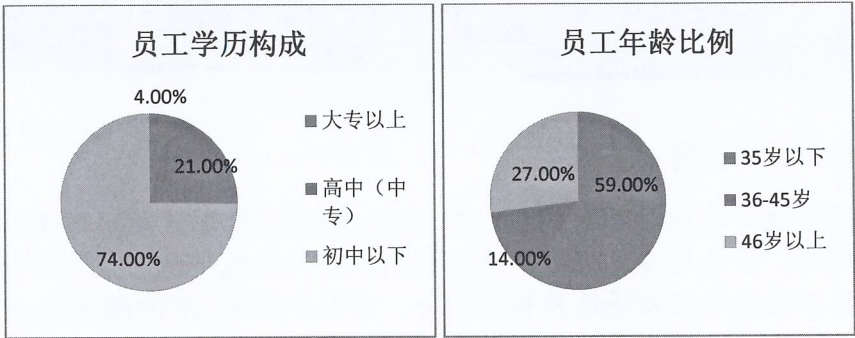
为了贯彻实施国家新颁布的《劳动合同法》，集团人力资源部，研究制定了全员宣传、学习《劳动合同法》工作计划，贯彻实施《劳动合同法》工作方案和《劳动合同法》监督检查实施办法。我们依据《劳动合同法》等法律法规，以法律为准绳对《员工手册》、集团的用工管理和相关的规章制度进行了修订和完善，对劳动合同文本依法作了修改和补充。2015 年 8 月工会职工代表大会在丰收日豫园店召开。丰收日（集团）行政方代表、党支部书记、工会主席、基层各门店工会主席、职工代表等出席了会议。工会主席就《工资集体协议（草案）》、《集体合同（草案）》、《女职工专项集体合同（草案）》的主要内容进行说明，与会代表对重点条款进行了讨论和意见交流，并在此次职工代表大会上，双方首席代表正式签署了

三项合同。《工资集体协议》、《集体合同》、《女职工专项集体合同》三项合同的再次通过签订，将进一步推动企业建立规范有序、公正合理、互利共赢、和谐稳定的新型劳动关系，公司荣获“黄浦区劳动关系和谐企业示范单位”。

(3) 本单位正式员工、派遣制职工和外来务工人员的情况

丰收日集团正式员工为 93%、另 7%为实习生。其中沪籍员工 3 %、外来务工人员占 97%。

(4) 公布企业员工学历构成比例、员工年龄段比例



(5) 杜绝使用童工，不得安排未成年工从事禁忌劳动，公开用工年龄段的比例

我们依据《劳动合同法》等法律法规，严格规范企业用工管理制度，并在招聘启示和员工录用审批过程中严格把关。

(6) 自觉保护员工的隐私权

无论是对于员工因工作需要不得不透露给单位的个人隐私，还是单位因工作需要要在员工不知情的情况下有意探知的员工个人隐私，公司都负有不可推卸的管理责任和义务。在此，集团高度重视，寄望各级管理者，应该像重视企业的商业秘密保护一样，重视员工的个人隐私，适用科学的隐私管理，充分尊重员工的隐私权利，做到人事档案管理专人负责，实行权限查看制度，只有被授予特定权限的人事部门的相关人员才有权限查看，其他人员一律不得知晓。并做到查看前有审批，查看时有监督，查看后有登记，最大程度上促进和谐劳资关系持续、健康发展。

3.2. 工作条件和社会保护

员工满意度较5年前显著提升（宿舍、员工餐、薪资仍是最大机会点）

序号	同类评价项	选项	2017年	2012年	上升度
1	门店文化建设及团队活动	A、做得很好	64%	20%	44%
2	平等的晋升机会	A、是，很公平	82%	50%	32%
3	上级的管理和领导能力	A、完全有	80%	55%	25%
4	齐心协力为顾客服务	A、我们很团结	80%	51%	29%
5	一级责任人“以身作则”	A、可以	89%	65%	24%
6	责任人交叉协作、有效沟通	A、是的，他们经常沟通	80%	53%	27%
7	前厅和后厨是否紧密合作	A、配合非常好	68%	40%	28%
8	员工保留	A、及时了解员工动态，经常沟通面谈	80%	51%	29%
9	灌输“全员营销”意识	A、有，定期培训营销意识	76%	55%	21%
10	及时传达集团各类信息	A、是的	74%	43%	31%
11	除薪酬外，员工最看重：	A、提高自己能力的机会	66%	49%	17%
12	工作紧迫性	A、很紧迫	42%	32%	10%
13	能力得到充分发挥	A、已尽我所能	69%	41%	28%
14	待遇是否满意	A、很满意	34%	12%	22%
15	受到多重领导	A、是的	54%	31%	23%

社会保障和保险实施情况良好

2021 年，集团通过积极的薪酬制度建设和管理运作，进一步优化薪酬绩效体系，提高薪酬的内部公平性和外部竞争力，增强员工归属感。根据员工个性化需求及内外部管理实践，设置完备全面的福利体系：除法定社会保险和公积金外，还为员工提供补充养老保险、员工人身意外保险、带薪休假、长期服务奖励及假期等多元化的福利形式和保障体系，以解决员工后顾之忧，让员工感受温暖，充分体现我司“以人为本、人文关怀”的企业文化和人力资源管理理念。

集团始终贯彻“以人为本”的理念，把关爱员工摆上重要议事日程。通过论坛、健康知识讲座、文化娱乐活动等，鼓励员工追求健康的生活方式，引导员工重视健康管理、情绪管理和压力管理，给员工创造良好的身心健康与安全保障条件。

关注员工特殊需求。当个别员工发生重大疾病时，部门领导和同事上门慰问，进行精神鼓励，并辅以物质慰问；为发生疾病的员工提供便利，如适当休假措施；节假日、特殊时期，单位领导携同事到员工家里与员工家属进行交流；鼓励员工自行选择参加公司组织的日常健身活动或各类保健项目；为兴趣俱乐部等提供场地折扣谈判及场地开拓等便利服务，通过对健身的奖励，协助促进员工对健康的重视。

实行员工健康定期检查制度

早在 2009 年公司就已聘请上海长征医院贵宾诊疗科宋主任为公司的医疗顾问，2011 年由丰收日集团参股的“寓医馆”体检中心投入使用，真正做到为员工的健康保驾护航；定期为在岗的员工安排体检（员工均持有健康证）。

3.3. 职业健康安全

集团高度关注对员工的安全保护，将公司人身安全、财务安全、财产安全作为公司安全的核心指标，予以责任落实，人防技防措施到位，效果明显，先后获得多项荣誉。

（1）安全管理落实到位，安全宣传教育氛围良好

丰收日集团始终视“安全责任重于泰山”，高度重视和加强消防安全工作，针对餐饮行业人员和财产较为集中，安全问题尤其是火灾隐患易发高发的状况制订了《安全管理制度》、《安全生产规章制度》、《安保部岗位规章制度》、《突发事件应急预案》、《消防安全管理制度》、《火灾应急预案》等制度。同时，在员工中加强经常性的安全宣传教育，开展消防安全演练、内部自查互查、班组学习等增强员工安全意识。制订并落实了“丰收日各部门交通安全教育工作实施计划”。

集团每年都投入大笔资金在一线员工中开展安全生产和服务教育，制定安全生产和服务培训制度和计划，组织员工接受安全生产和服务、食品安全法律法规、诚信道德、规范标准和操作规程教育和培训，掌握工作所需要的安全生产和服务以及食品安全知识技能。开展消防安全演练、内部自查互查、班组学习等，使员工树立起“安全第一，生产必须安全，安全为了生产”的思想，不断提高员工识别、判断、预防和处理事故的本领，确保在工作中能严格执行各项安全管理规定和安全生产的

各项规章制度。同时，提高员工的安全自我保护意识，做到“三不伤害”，即不伤害自己、不伤害他人、不被他人伤害；严格杜绝“三违”行为，即不违章指挥、不违章作业、不违反劳动纪律。

(2) 建立应急管理体系，公布定期检查员工安全、操作结果

集团党政班子充分认识到安全生产工作的极端重要性，加强对生产过程的监控和检查。根据相关法律法规要求和产品的特点，制定了工艺流程和操作规程，集团与子公司、公司部门主要负责人签订了“2022年安全生产责任书”；每天做好对设备的清洁工作，无油污及保持清洁；每周做好对设备的保养工作，设备专人负责；从事特种作业的人员均须取得有效特种作业操作资格证书；员工必须持有效的健康证方可上岗，每日进行晨检，了解每一位员工的身体状况，确保产品的食品安全工作；不定时地对生产过程进行检查，及时发现和找出生产过程中的隐患和薄弱环节，并加以改进。真正做到安全工作有人抓，重点目标有人管，重要岗位重点管的管理责任机制，以确保将隐患消除在萌芽之中。

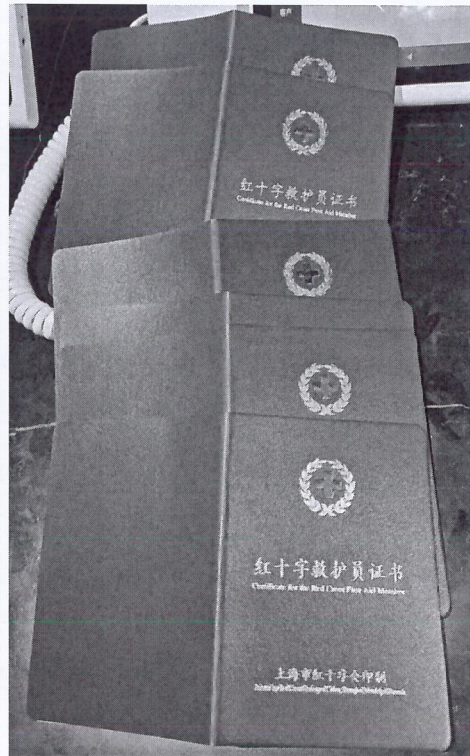
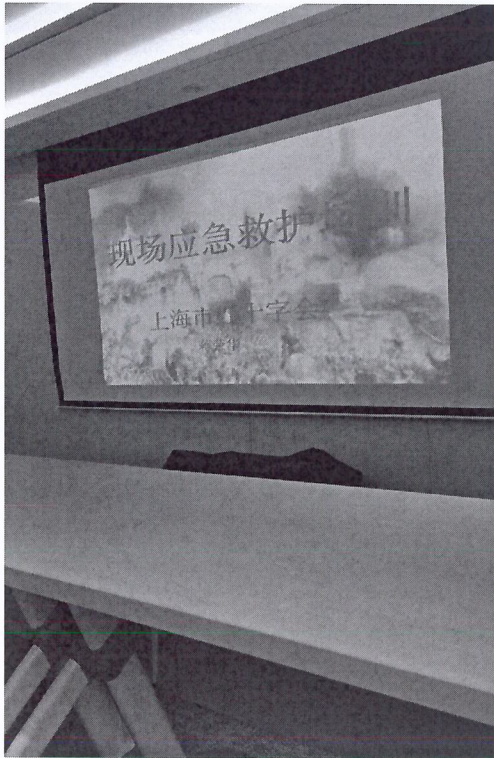
(3) 公布较大及以上安全事故、重大设备事故和一般设备事故

通过上下努力，丰收日呈现出一派平安、祥和、繁荣的景象，2023年期间，没有发生过一起公共安全事件，为“平安企业”作出了贡献。

3.4. 工作场所中人的发展与培训



同年，丰收日党员和积极份子于 2023 年 4 月参加了红十字服务总站组织的相关救援的培训，学习应急救援的专业知识，以进一步服务好志愿者的相关工作。



4、环境

4.1. 污染防治

丰收日将环保作为可持续发展的重要保障，大力推进节约型企业建设，提倡低碳生活，广泛采用节能技术，提高全体员工的节能和环保意识，不仅公司环境整洁、美丽，而且各种环保制度日益健全，环保措施有力。这既为顾客创造了良好的就餐环境，也为降低企业成本，提高企业效益起到了良好的推动作用。

我们深知，要成为一个受到国家重视和社会尊敬的优秀企业，那就要责无旁贷的承担它对于社会和环保的责任：节能降耗、服务社会、减少污染、造福子孙。

4.1.1 环境管理

(1) 履行环保管理体系规范并通过环境管理认证：作为一家大型中餐连锁企业，丰收日集团开办每一家门店都认真协助工商部门核名并配合环保部门检查，在符合环保要求后再办理卫生、消防、工商等其他证照。

(2) 环保治理绩效：任何一家丰收日集团门店在油烟、餐饮废水和噪声等环境问题的处理设备上都是投入巨大的，首先在硬件设备上做好保障，然后配以有效的流程机制，排除环保隐患，切切实实的做好环保治理工作，因而我们每开一家门店都能确保它完全符合国家环保标准。

由于集团公司规模比较大，分店多，每天产生大量的餐厨垃圾，如果不处理好，将严重影响环境卫生，对此，公司予以高度重视，我们委托各分店周边地区负责垃圾清理的环卫部门统一处理。分店所有的垃圾箱均为分类垃圾箱，对废弃电池一类

的有害垃圾，设置了专门的有害垃圾回收箱，统一回收到指定地点，防止有害垃圾污染环境。

4.1.2 环保形象

(1) 环保宣传教育氛围良好：丰收日是最早响应上海餐饮行业号召，倡导“绿色消费”的门店，提倡适量点菜，剩菜打包回家，减少餐厨垃圾。每家门店都会对员工反复强调环保的重要性，并在门店的企业文化宣传栏中张贴环保要求和通知。尤其在在党中央八项规定的号召下，餐桌“光盘”已蔚然成风。丰收日集团志愿者也积极参与其中，开展宣传，并为消费者提供点餐建议，他们除了在消费者就餐时发放《餐桌上的艺术》小贴士，宣传“光盘”理念外，这支志愿者队伍还将结合餐饮服务的岗位操作规范要求，在消费者预订时提示理性确定消费标准；点餐时提示按人数适量点餐；就餐结束时提示剩菜打包并主动提供打包服务，免费提供打包盒，从而杜绝“舌尖上的浪费”。

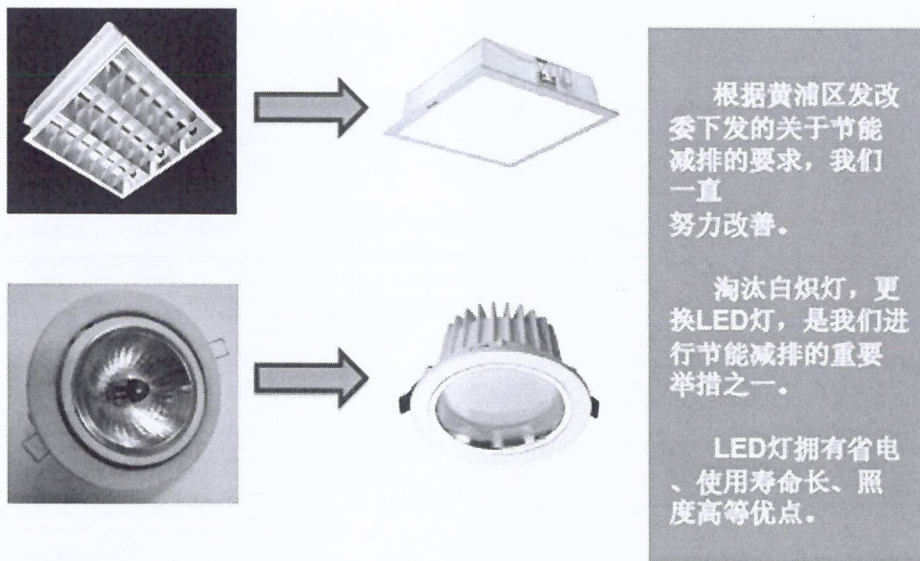
另外，丰收日积极落实《上海市生活垃圾管理条例》要求，餐厅内禁止使用一次性筷子、不可降解的一次性塑料餐具（刀、叉、勺）、不可降解的一次性塑料吸管等。并将“减塑生活、拒绝白色污染”的海报置于店内宣传。丰收日所有门店积极提倡并践行“公筷公勺”行动，做到“一菜一筷，一汤一勺”。

(2) 新店开张的环境影响评估：每家门店都会在取得环保部门认可后，再进行新店开张的其他证照办理。

(3) 无环保违规负面信息：关于环保的负面报道为零。

4.2 可持续资源利用

节能是被纳入集团绩效考核体系的，原则是：在满足正常的运营条件下，对于水、电、煤等能源要秉持节约使用的理念并给出标准。比如丰收日集团所有门店已对照明灯完成了节能灯改造，虽然价格是普通灯具的三倍，但日常的能耗可以大大降低，且门店中的灯实行了严格的分时段分区域的开关制度，而每位员工都养成了随手关掉水龙头、关掉包房电灯的习惯。公司各门店原材料每天需消耗 80 吨左右、按体积算约 120 立方米。2020 年，我们采取了有效的节约措施与提高利用率后节省的原材料在 10% 左右，使用的原材料在可循环再造物料中所占的比例约为 5% 左右。



门店以往使用的光源

我们正在及即将使用的光源

集团公司各门店主要能源的消耗为电、天然气和水，电量的消耗方面，按每个店用电量为 23 万度/年核算，则丰收日公司用电量为 874 万度/年，折算成标准煤为 2336 吨，天然气的消耗，按每个店用天然气为 3.8 万立方米/年核算，则丰收日公司使用天然气为 144 万立方米/年，折算成标准煤为 198 吨；水的使用情况：按每个店用水量为 1.1 万立方米/年核算，则丰收日公司全年用水量为 41 万立方米目前暂无非直接能源的消耗。

2022 年度，在节能环保方面采取的措施主要有以下几个方面：

- 1、照明灯具使用 LED 灯光及其他节能灯具；
- 2、空调使用大金变频空调，并进行定期清洗；
- 3、厨房使用节能灶具、高效率蒸箱等；
- 4、门店推举节能管理专员负责节能减排工作。

目前丰收日各门店未使用替代能源，无循环用水或再生水。

丰收日各门店废水、废气的排放，严格按照国家规定标准，到目前为止未发现重大溢漏事件：

废水的排放量：目前按照用水量的 90% 计算，则 $32 \times 0.9 = 28.8$ 万立方米。

废气排放量：厨房炉灶的废气是通过空气净化器进行排放；每天废气排放量为：64 万立方米。

固体废弃物排放总量以及国家规定为有毒废弃物的数量；固体废弃物排放总量每天约 4 吨左右。无国家规定的有毒废弃物排放。

在产品 & 包装材料回收方面：产品与包装材料可回收的比例为 1:1。

废弃油处理：目前丰收日所有门店都与所在区域的环卫所或所在物业根据各店实际排放废油数量签订废弃油处理协议，相关部门会根据协议规定按时上门回收。

上海市餐厨废弃物油脂收运协议

编号: 黄浦 2020 年 0000910
沪餐证字: 2020 第 11111111 号

委托方(甲方): 上海三益环保科技有限公司

收运方(乙方): 上海三益环保科技有限公司

根据《中华人民共和国合同法》、《上海市市容环境卫生管理条例》及《上海市餐厨废弃物油脂收运管理办法》(上海市人民政府第97号令)等有关法律法规,经甲乙双方友好协商,本着诚实、守信、平等合作、互惠互利的原则,甲乙双方就餐厨废弃物油脂的收运相关事项订立如下协议:

- 甲方委托乙方负责本单位所有餐厨废弃物油脂的收运处理,甲方不得擅自处理或销售给第三方。
- 甲方应设置密闭的收集容器存放餐厨废弃物油脂。
- 甲方应指定相关工作人员,协助乙方清运作业,为乙方作业提供便利。
- 甲乙双方经协商确定餐厨废弃物油脂服务频率、具体时间和服务地点。
服务频率: 每日/每周/每月/每季度/每年 具体日期: 2020年1月1日至2020年12月31日
服务地点: 黄浦区南京路1234号
- 乙方应遵照要求按时、保质、保量做好收运清运工作,实行密闭运输,确保作业过程中不产生或漏出环境污染,运输不滴漏、洒落。
- 乙方作业人员应穿戴统一工作服,佩戴口罩进行收运,作业过程不得妨碍甲方正常的生产和经营活动中循环使用物品、设备应照价赔偿。
- 乙方应建立收运台账,收运作业完成后应统计所收运的餐厨废弃物油脂的数量,由甲方指定的相关工作人员签字确认,每日汇总后乙方应将汇总表复印件交甲方留存。
- 以上协议未尽事项,甲乙双方另行协商确定。
- 甲方需要乙方提供餐厨废弃物油脂定期清理或清运等服务项目的,甲乙双方另行商定有关的劳务费用。
- 本协议自 2020 年 1 月 1 日起至 2020 年 12 月 31 日止,本协议一式三份,甲乙双方各执一份,报甲方所在地街道办事处管理部门备案一份。

甲方(盖章): 上海三益环保科技有限公司 乙方(盖章): 上海三益环保科技有限公司
法定代表人(签字): 张三 法定代表人(签字): 李四
地址: 黄浦区南京路1234号 地址: 黄浦区南京路1234号
电话: 30901582 13701245582 电话: 30901582 13701245582
日期: 2020年1月1日 日期: 2020年1月1日

普陀区餐厨废弃物油脂收运委托协议

编号: 0015053

甲方: 上海三益环保科技有限公司 (产生单位)

乙方: 上海三益环保科技有限公司 (收运单位)

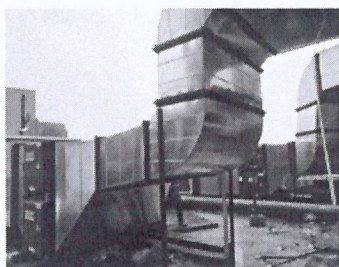
根据上海市人民政府令第97号《上海市餐厨废弃物油脂收运管理办法》的规定,甲乙双方就餐厨废弃物油脂收运相关事项订立如下协议:

- 甲方委托乙方负责本单位所有餐厨废弃物油脂的收运处理。
- 甲方应遵照属地化管理原则,发现非收运餐厨废弃物油脂等违法违规行为,及时举报。
- 普陀区绿化和市容管理局 投诉电话: 62858916 62859309
普陀区城管物管所 举报电话: 62048695 62143670
- 甲方应遵守法律法规,餐厨含油废水分离存放,保持收集容器完好,并负责管理本单位油水分离设施,不得由非本作业区域中企业收运本单位产生的餐厨废弃物油脂。
- 甲方有权利要求乙方为本单位餐厨废弃物油脂收运情况提供相应的取单确认,并建立相应的台账记录。
- 甲乙双方经协商确定餐厨废弃物油脂服务频率、具体时间和服务地点。
服务频率: 每日/每周/每月/每季度/每年 具体日期: 2020年1月1日至2020年12月31日
服务地点: 黄浦区南京路1234号
- 乙方有义务按照双方约定的时间、地点、频率为甲方提供餐厨废弃物油脂收运服务,并保持收运场地环境整洁,收运车辆实行密闭运输,做到不滴漏、不洒落。
- 乙方应根据相关行业规定,统一收运车辆、统一收集容器、统一作业服装、统一持证上岗,作业过程不得妨碍甲方正常的生产和经营活动中循环使用物品、设备应照价赔偿。
- 以上协议未尽事项,甲乙双方应协商解决。
- 本协议自 2020 年 1 月 1 日起至 2020 年 12 月 31 日止,本协议一式三份,甲乙双方各执一份,报收运服务所在地区绿化和市容管理部门备案一份。

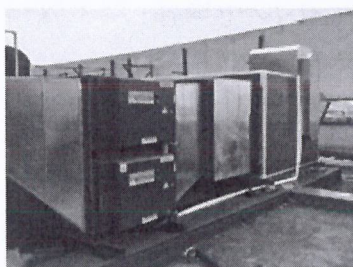
甲方(盖章): 上海三益环保科技有限公司 乙方(盖章): 上海三益环保科技有限公司 备案方: 普陀区城管物管所
法定代表人(签字): 张三 法定代表人(签字): 李四 地址: 黄浦区南京路1234号
地址: 黄浦区南京路1234号 电话: 30901582 13701245582
电话: 30901582 13701245582 日期: 2020年1月1日 日期: 2020年1月1日 日期: 2020年1月1日

普陀区绿化和市容管理局制

油烟净化器的改造



更换后现场实景



更换后现场实景

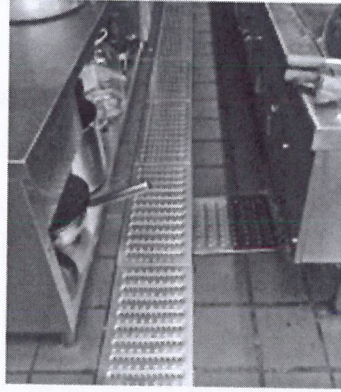
作为一家有社会责任的企业,我们响应区政府的号召,对黄浦区五家门店的油烟净化设备进行了改造升级,得到了区政府资金补贴。

改造后的设备排烟效率更高、更环保,各项指标均高于国家标准。

各门店地沟改造



现使用地沟盖板



计划使用地沟盖板

我们选择不锈钢地沟盖板的四大理由：

- 1.持久耐用：
- 2.便于清洗：
- 3.安全防滑：
- 4.明亮美观。

丰收日（集团）股份有限公司 2023 年度无违反环境法的情况，环保总支出每年为 211 万元，其中：垃圾清运费 108.7 万元；城市绿化护养费 8.8 万元；环保总投资约 93.5 万元左右。

5、公平运行实践类

5.1 反腐败

为了提高集团的社会形象和中高级管理人员在公司员工中榜样作用，集团要求中高级管理人员加强廉洁自律，正确处理好责、权、利三者关系，以保证公司发展战略的圆满完成，特制定如下规定。

一、集团要求：

- 1、必须自觉遵守国家的法律和法规，严格执行公司的各项管理制度，秉公办事，廉洁奉公；
- 2、在执行工作任务中，必须忠实履行职务，以维护公司利益为己任；
- 3、公司倡导以诚相待，坦诚布公的工作氛围；小局服从大局，个人服从组织；
- 4、公司倡导“以人为本”的人力资源管理原则，关心和爱护员工，鼓励优秀员工与企业同成长。

5、严格履行集团公司《年度经营者绩效考核目标责任书》各项要求。

二、集团禁止：

1、不得自营或参与经营与公司同类的经营业务或者从事有损于本公司利益的活动；

2、不得利用职权以本人或亲友的名义在业务合作单位收取挂名，工资、奖金、红利和其他收入，不得利用职务便利损公肥私；

3、业务活动中，个人不得收取回扣、佣金、手续费、咨询费、劳务费、奖金等各种名义的收入；在以维护企业合法利益为前提，收取后应上缴给公司，如实入帐，按规定处理；

4、在业务交往中，不得索要和接受礼金、有价证券及信用卡，对难以拒收的礼品，凡属于贵重的物品等一律上缴给公司，统一保管；

5、在业务活动中进行招待和礼仪活动，要本着合理，需要和不铺张浪费的原则，不得用公款参与高消费的娱乐活动；

6、不得利用企业资金或设备为个人谋私利，不得以企业的资产为个人作任何担保；

7、在公司的行政管理和经营活动中，不得以任何方式干预和施加个人影响；

5.2. 在价值链中促进社会责任

（1）维护企业产权人合法权益，平等对待所有产权人

集团所有股东（产权人）均享有平等的权利，比如表决权、对集团经营活动提出建议权、批评权、查阅集团章程和财务收支情况权等。定期召开股东会，及时向股东报告集团经营及财务等情况；同时，在股东大会闭会期间，集团严格遵守我国现行公司法人制度，由董事会对公司重大事务作出决策，绝不产生个别产权人越权或滥权现象。

（2）兑现债权人承诺，安排相应的债权人利益保障措施

在运营过程中，丰收日集团董事会注重公司重大事项、重要信息及重要资料和报告的及时公开。同时，我们本着共同发展、共同成长的理念，与各供应商保持稳定且融洽的合资关系；十分注意诚信经营、规范经营，维护中小供应商的合法权益；严格要求各相关部门，即要把好质量关，也决不拖欠、克扣供应商的货款。丰收日集团行政部下属的法务咨询部门，在普及合法经营行为、协调矛盾冲突上起到了重要作用。在法务部门员工的努力下，公司在与外界合作经营过程中，不合规、不合法的行为已基本杜绝，且从未发生与供应商之间的法律诉讼。

（3）采购责任制度及方针

丰收日集团采购部切实落实采购个人责任制，将需采购物品按大类划分且要求专人负责。我们于去年调整了部分工作程序，增加了采购复核环节，采取由采购部经理在采购人员对原材料、设备询比价的基础上进行复核，再由采购总监进一步审核，实行了“采购部的两级价格复核机制”。通过这一复核环节，最大程度地保障了采购过程中的廉洁和高效。同时，我们不断完善采购流程与机制，为供应商创造良好的竞争环境。公司的设备采购，推行公开招标和阳光采购，对设备投标企业进行公平、公正评估，杜绝暗箱操作、商业贿赂和不正当交易等情形。

（4）保障供应商、分包商与客户经销商合法权益

丰收日集团一直以产品口味的稳定性而自豪。而保证产品口味稳定性的基础便是我们拥有稳定的原材料供应商。通过多年经营和积累，丰收日集团拥有了一批值得信赖且合作关系良好的供应商、分包商和客户经销商，并每年对他们进行评分评级。在项目合作过程中，双方都能严格遵守合同条款、认真履行各自义务，最终达成互利双赢的目的。

1、加强协同性建设，尊重供应商的合理利益需求，共克时艰。

集团重视供应链关系的维护，致力于建设相互信任、相互协作、利益共享、风险共担的供应链。着手搭建高层互动平台，以更直接的模式，加强双方的交流和互动，深入与供应商的合作关系，提高协同的积极性。

随着人工等生产成本变高，大部分供应商前期生产成本过高，供应商毛利被相应挤压。集团注意协助供应商维护其合理毛利，通过提高采购价格、协助供应商与上游公司谈判等方式提高供应商收入，同时，集团主动修改合同条款，增加现金支付比例，与广大供应商共渡难关。

2、筹建供应商管理中心，搭建与供应商沟通的优质平台。

2012年集团建立了供应商管理中心，以供应商评估为客观基础，结合供应商在开发、货期、品质、成本上的表现，相互平衡淡旺季的产能和订单需求，调整不同定位、不同类型的合同条款，实现供应商管理的精细化和差异化。借此，集团在保证供应链优化的同时，也能够保障双方相互的经济利益和发展机会，实现共赢。

（5）公开对供应商和经销商的政策及承诺

丰收日集团严格贯彻合同和标准，坚持内部廉洁建设，为供应商创造公平公正的竞争环境。2015年，集团系统建设进一步与供应商系统对接，大大提升了公司付款、物流、质检的效率，与供应商建立标准的业务沟通程序，防止苛责和不合理要求。同时集团基于数据的供应商评价体系进一步完善，招投标流程及事后审计得到坚决贯彻，投诉及沟通渠道保持畅通，杜绝个人寻租空间，为供应商创造公平高效的竞争环境。

在与新的供应商和经销商达成合作意向之前，我们会告知我们的政策，通过协商和谈判，并最终达成书面协议，政策和承诺也会一并写在合同书中。此外，我们将对供应商和经销商的政策及承诺通过集团即将上线的食品公司网站公布。

（6）积极参与与本单位相关的协会

自丰收日落户上海的第一天开始，丰收日便与中国饭店协会、上海餐饮协会和上海烹饪协会等行业协会保持着密切联系（现在“上海餐饮协会”和“上海烹饪协会”合并为“上海市餐饮烹饪行业协会”）。丰收日集团积极参加行业协会的各项活动，带头遵守并积极推广行业规范。由于丰收日集团在上海餐饮烹饪行业中表现卓越、贡献显著，屡获行业协会的嘉奖，这些荣誉包括“国际餐饮名店”、“国际美食质量金奖”、“中国十大餐饮品牌”、“中国十佳婚宴接待单位”、“全国绿色餐饮企业”、“中国饭店协会功勋会员”等荣誉。

6、消费者问题

6.1. 保护消费者健康安全

丰收日一直以来把食品安全作为公司的生命来对待，我们持续深入贯彻食品安全、生产安全管理工作，通过内外部合力监督、细化日常自查优化，确保送到消费者手中的每一样产品都健康、安全、绝无后顾之忧。

为进一步规范管理，树立行业标准，集团不断深化管理体系：1. 率先引进先进的 POS 系统，确保收入精准，规范税收，以高效的业务管理流程方案，完善以财务为核心的数据统计分析；2. 建立完善的 CRM 系统，在销售、营销、客户服务与支持、渠道方面给予了优化的数据支持，通过智能分析来帮助决策，进一步理解客户和市场以加强菜品选择、客户管理策略，不断提升客户满意度；3. 设计先进的 ERP 系统运用于采购管理，建立原料追溯机制，完善中央厨房的生产与物流标准，取得各项资质认证。ERP 与供应链、采购系统的有效集成，整合、优化供应链上的企业内部各个部门、材料供应商等各种资源，这不仅提高了企业采购活动中物流、资金流与信息流的运转效率，同时使食品安全从采购链开始把控。2015 年丰收日集团全面推进食品安全追溯系统，实现了从采购、运送、加工全环节全覆盖。4. 门店上线 BOM 系统，财务部门成立专门小组，对门店每日输单情况、重点原料申购、验货标准、一菜一格执行情况进行检查，对异常情况及时与厨师长沟通，起到了很好的警示效果。

集团一贯注重原材料的新鲜健康，2010 年 1 月符合 HACCP 以及 ISO9001 标准的全新的丰收日集团食品公司正式投入运营，她为丰收日的产品保驾护航。原材料的安全性是首当其冲应予以保障的环节，在对原料供应商进行验资审核的基础上，配送中心专设部门对原材料进行抽样检查，检测部门每天会对蔬菜类、猪肉类等原材料进行农药残留和瘦肉精检测。厨房生产加工卫生操作是配送工作的重中之重，企业针对加工工作流程制定了相关的“卫生操作要求”，产品生产种类细分化，每个加工半成品都由专人专做，这样稳定了产品的质量，同时有力保障了安全生产。全国人大常委会副委员长桑国卫、市质监局副局长郑光辉市领导沈晓明、翁铁慧一行视察了“上海丰收日食品有限公司”。视察中桑国卫、沈晓明等领导听取了我公司的食品安全工作汇报，并现场对加工的产品进行抽检，各项指标均符合标准。他们对我公司的风险预警及食品安全意识予以充分肯定。

2017 年，启动可视化项目建设。可视化管理是通过流程看板/电子屏/视频/幻灯/二维码等方式把文件上、脑子里或现场等管理重点展示出来，便于员工及时掌握运营、管理要求及现状，对运营目标、管理重点等一目了然，从而能快速制定并实施应对措施。

标准操作流程 (SOP):制作看板、张贴上墙,员工也可通过扫码观看视频自主学习,大大提高了培训的效率和效果。

丰收日 Harvest Festival

打荷岗操作流程

1. 打荷岗岗位职责: 协助厨师长完成厨房日常工作, 负责食材的整理、切配、摆盘等工作。

2. 准备工作: 检查食材质量, 确保食材新鲜、无变质。

3. 切配要求: 根据厨师要求, 准确切配食材, 保证规格统一。

4. 摆盘要求: 摆盘美观大方, 符合菜品要求。

5. 卫生要求: 保持工作区域整洁, 个人卫生良好。

个人照片及签名:

丰收日 Harvest Festival

口罩清洁消毒

清洁频率: 工作结束后 25分钟

清洁步骤:

1. 将口罩摘下后使用流动水冲洗干净
2. 使用一次性纸巾将口罩擦干
3. 使用喷雾将75%的医用酒精喷洒在口罩内侧
4. 将消毒好的口罩挂在墙上自然风干

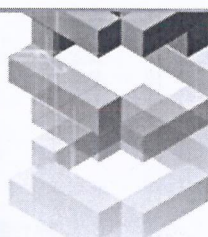
丰收日 Harvest Festival

油炸炉操作规范

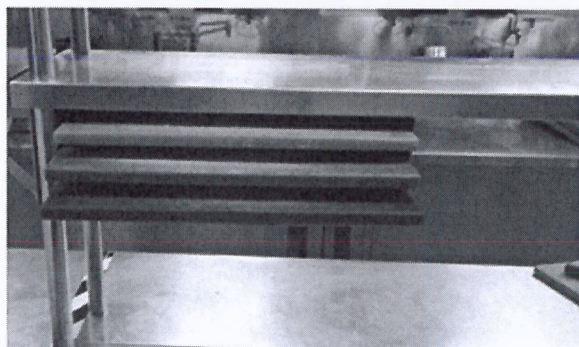
操作规范:

1. 检查油温: 确保油温达到规定标准。
2. 食材处理: 食材处理干净, 无水分。
3. 油炸时间: 严格按照规定时间油炸。
4. 控油: 油炸完成后, 将食材控油。
5. 摆盘: 摆盘美观大方。
6. 卫生: 保持油炸炉周围整洁。

规范管理—可视化管理示范门店



2018年目标: 每区增设样板店



丰收日共有 12 家门店获得上海市食品药品监督管理局第二批食品安全 ABC 规范化管理达标单位。截止目前, 丰收日旗下所有门店均在上海市食品安全网上申报了放心餐厅。

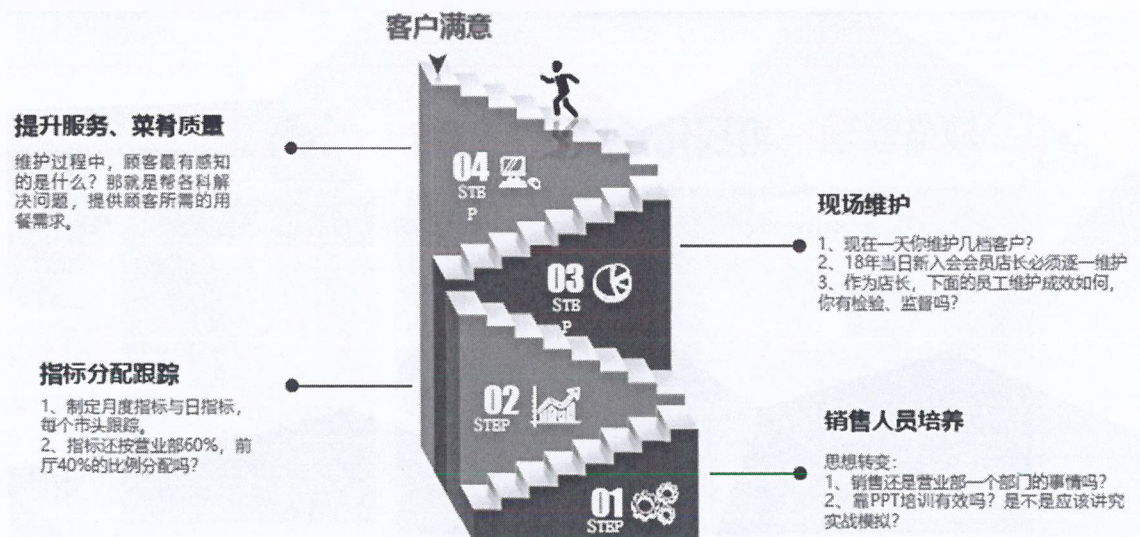
6.2. 消费者服务与争议处理

丰收日旗下所有门店在日常营销过程当中，秉承“透明、公开、平等”的原则，所有的促销信息均以公开、清晰的方式告知顾客（包括门店内展示、公司网站、第三方网站、公司微博、微信、短信、报刊杂志、广播、电视等）。对于消费中可能存在的风险或疑问，也提前整理出“Q&A”实现告知消费者。做到“按需消费、明白消费”。

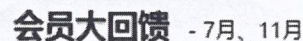
丰收日的发展离不开广大消费者的关心与支持，公司十分重视消费者所提出的意见和建议，耐心处理相关投诉与争议，秉持积极态度，不断提高顾客和消费者的满意度。

对客户的投诉，客服中心严格按照有关规定在规定的时间内予以回复。2020年各基层分店都能及时妥善处理，总公司客服中心且再次跟进并及时回访，顾客（投诉者）反馈达到满意度90%。

为了不断提高客户满意度，公司在运营方面不断的努力改进：



会员升级



主 题：会员消费大回馈

针对群体：所有会员客户

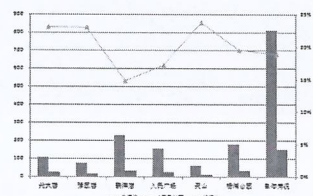
活动细则：持卡消费满赠

例如：
消费满2次金额满1000元以上，赠送相框一个
消费满3次金额满2000元以上，赠送土鸡蛋一份
消费满.....

为了及时了解客户满意情况，公司会定期调取和评估客户满意度数值

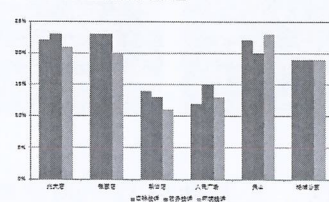
7月-9月大众点评客户满意度情况

- 总体上满意度达到80%以上
- 天山、豫园、光大满意度仅达到77%左右

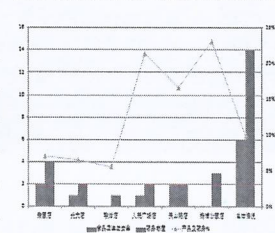


7-9月点评各门店不满意诉求

光大店、豫园店口味的投诉尤为突出
人民广场、天山服务的投诉比较凸显



400客户意见反馈中，对产品及服务的投诉仅占10%



投诉率情况

- 整体投诉率为0.94%

门店投诉统计

		投票数量					得票率	
		联洋店					53	6829
		天山路店					27	5195
新华书店	大众点评好评	400好评	门店好评	投诉占比	差评率	人民广场店	41	4200
天山路店	37	5	8	53	6929	0.78%		
人民广场店	16	6	6	27	5195	0.27%		
松云路店	37	5	9	41	6200	0.93%	52	5048
松云路店	41	5	6	52	5048	1.03%		
		豫园店					321	95646
		光大店					473	46726
豫园店	大众点评好评	400好评	门店好评	投诉占比	差评率	光大店	973	103644
光大店	249	31	41	31	3864	0.80%		
	380	47	42	47	46726	1.03%		
		光大店					973	46726
		投诉占比					差评率	
							473	103644

监督方案

- 为提高门店对顾客满意度的整改行为的落实, 建议采用以下方法

- 大众点评维持在4.5星以上的门店给予奖励
- 每月客诉超过10起的门店，季度KPI客户满意度为0分处理
- 增加暗访频次，监督门店落实

7、社区参与和发展

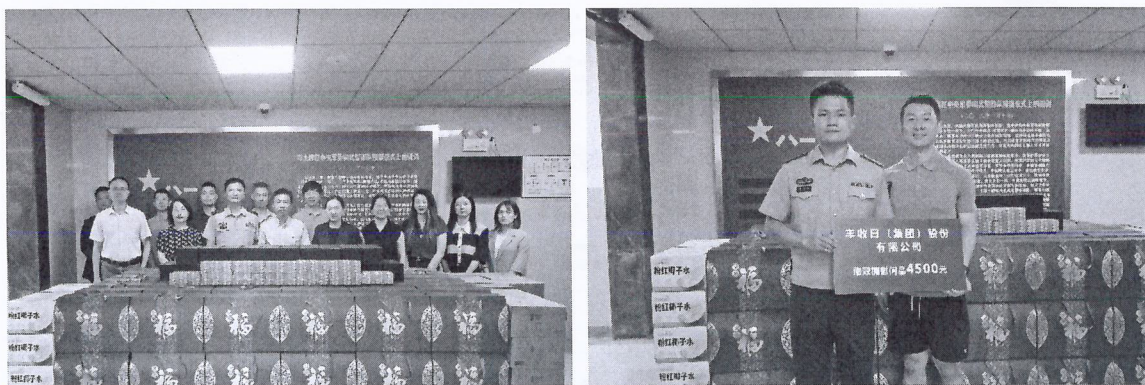
7.1. 社区参与

党支部与豫园街道党委签订了区域化党建服务项目“双向认领”协议书。积极开展“党员到社区、人人做公益”的志愿者行动。参加公交、地铁站点、环境整治、帮困助学、慰问孤老、春节组织困难老人吃年夜饭以及“践行绿色生活”等社会公益活动，进一步做好与社区之间的沟通联系，共享资源、共建共赢，切实做到服务发展、服务社会、服务群众。

党支部开展“用心感恩、用爱回报”文明修身系列活动：慈善献爱心，温情送老人；践行文明交通，清洁家园展风采；军政军民同呼吸、共命运、心连心。



党支部十分重视双拥工作，始终将双拥工作作为企业文化建设、企业精神文明建设的一项重要内容来抓，发动各分店与驻地部队结对共建、定期慰问部队官兵、开展军地两用人才厨艺培训等活动形式多样的拥军活动。多次被评为“黄浦区拥军优属示范单位”。



党支部积极开展“党员到社区、人人做公益”的志愿者活动；参加公交、地铁站点、环境整治、帮困助学、慰问孤老、春节组织老人吃年夜饭以及“践行绿色生活”等社会公益活动，“因地制宜开展形式多样的为老服务活动”已成为丰收日志愿者服务的品牌。

2022年，疫情爆发期间，党支部积极组织志愿者在工作之余下到社区，在抗疫前线做保障工作。



7.2. 社会投资

(1) 设有救灾与慈善捐助的实施部门，开展救灾与慈善捐助活动

一方有难、八方支援，是中国的传统美德，也是中华民族团结的象征。

丰收日集团不忘回报社会，积极投身社会公益和慈善事业，形成帮困救助，奉献爱心工作制度化。长期来，公司领导层高度重视社会帮困捐赠工作，建立了专项帮困救助、助学结对帮困捐赠、重大突发事件捐赠、重要节点向社会捐赠以及员工家庭发生重大困难或变故启动内部帮困救助等机制。并有公司党支部、工会具体加以实施。

2020 年是特殊的一年，突如其来的疫情给企业的经营带来了巨大冲击，但关键时刻，丰收日集团管理层和党组织引领企业主动出击，她们抛开自身经营者的身

份，把社会责任放在了首要位置。1月28日丰收日公益送餐队伍开始为各大医院免费提供伙食，员工们放弃休息，加班加点，将精心准备的“爱心工作餐”用保温箱装好，并联系配送车辆第一时间送到疫情相关医疗机构以及第一线的医护人员手中，确保送到医务人员手中的饭菜依旧是热乎的、有营养的。抗疫期间，已累计走访了26家医院、10家社区卫生中心、2家养老院、片区警署等单位以及援鄂医务人员家庭，共计送出10000多份套餐，总价值超过50万元。2月14日当天，丰收日集团董事长又前往上海市红十字会，向防疫一线的华山、瑞金、中山三家医院定点捐赠了200万元现金，支援医务工作者们抗击新冠肺炎疫情。丰收日集团的党员和员工们本着为社会服务的质朴初心，在企业中以身作则的标准，在抗疫期间无偿为社会公益活动奉献着时间与精力，在企业广大的员工中起到了模范标兵的示范作用。丰收日集团通过疫情期间的社会活动，也充分锻炼了团队的凝聚力与向心力，再次展示了集团纪律严明、高效的风采。



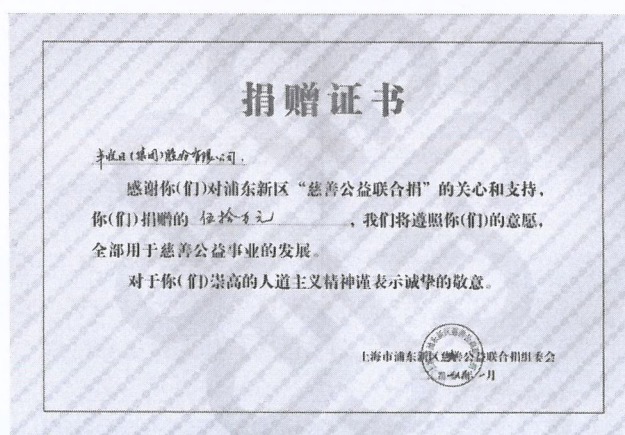
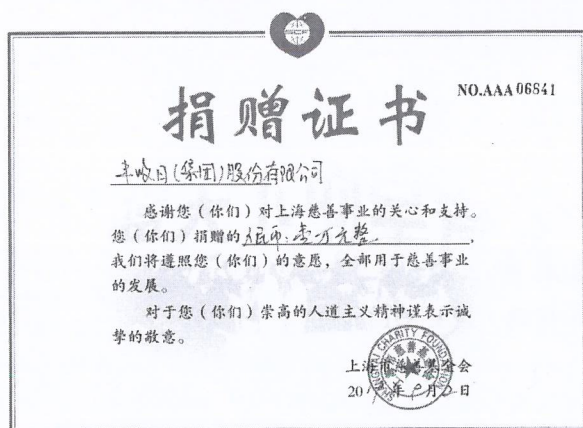
(2) 积极参加扶贫帮困、助老助残、便民服务等各类社区服务活动

“丰收日”黄浦学子青春励志助学基金是由丰收日（集团）股份有限公司与共青团黄浦区委员会共同设立，已投入资金 100 万元，自 2007 年起，基金每年为 20 名黄浦学子提供每人 5000 元的助学款。用于帮助学习、生活在黄浦区内家境困难、品学兼优的高中学生解除后顾之忧，健康快乐成长。

助学行动开展以来，每年公司志愿者都要举办“丰收日”黄浦学子青春励志训练营，在为困难家庭学生送上新学期的助学金的同时，组织他们走进社区托老所、阳光之家，开展助老、助残等公益服务，增强回报社会的意识。这一系列活动的开展，让受助学生获得自信、收获感悟。因而该助学项目与其他慈善项目不同的是，它不仅仅是向受助学生提供物质上的支持，更给予他们精神上的鼓励和鼓舞。

此项目不仅是丰收日志愿者服务的品牌，也是丰收日精神文明建设的特色。得到共青团上海市委、黄浦区团委、市区慈善基金会和市区文明委好评。

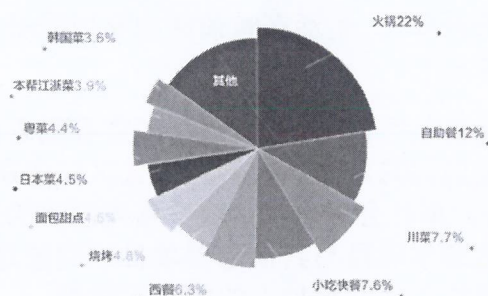
自 2002 年以来豫园街道商会会员自发捐款成立“豫园爱心助学金”十多年来，丰收日集团积极参与，累计捐款上百万余元，资助豫园社区的困难学生，企业的善举给豫园和谐社区建设增添了一道亮丽的风景线，被广大社区居民群众称为关心老城厢下一代的“好心人、热心人”。



五、未来展望与发展策略

未来的餐饮市场逐渐趋于年轻化、快餐简洁化、形式多样化，丰收日会紧跟市场趋势，瞄准更大众的市场。

I. 火锅占据22%的市场份额，
但阵亡率也最高；



V. 小吃快餐品牌化

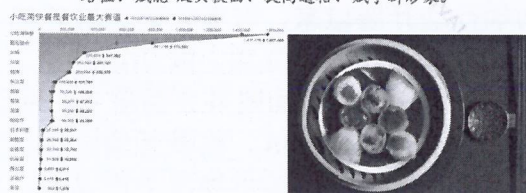
品牌市场份额：

a. 第一阵营：米线/麻辣烫/面/盖浇饭/黄焖鸡米饭/炸鸡/包子饺子馄饨

b. 第二阵营：煲仔饭/鸭脖卤味/沙县小吃/生煎汤包/豆皮肉夹馍

“市场中有，心智中无”成为当前餐饮业最大的品牌机会

路径：赋能-改头换面、提高逼格、赋予新形象。

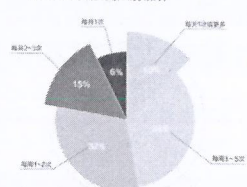


IV. 频次：47%的人群每周高于3次；

V. 时段：25%的订单产生于非正餐时段，下午茶、夜宵等休闲品类开始冒尖；



2015-2016
中国在线外卖活跃用户消费频次

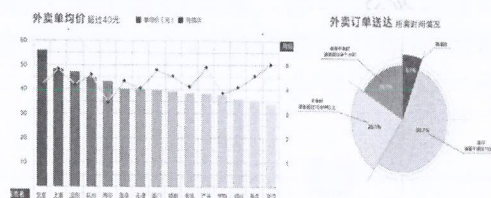


VI. 均价：外卖单均价超过40元，每单以2-4人用餐占据主流；

VII. 关注点：a. 准时率-消费者最关心送餐速度

b. 品质（即温度和产品形态）

-只要能吃的好、享受到好服务，越来越舍得在外吃上花钱



1.1 丰收日发展方向

——瞄准更大众的市场

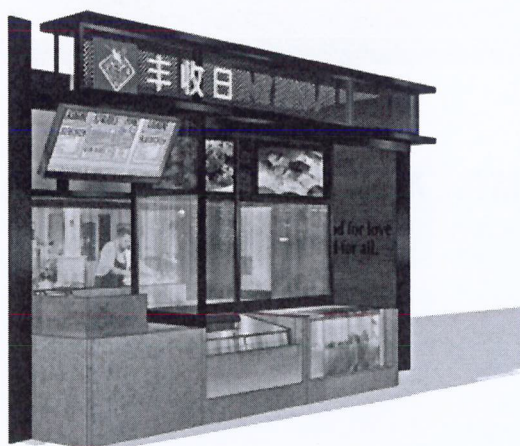
I. 横丁 日式风情美食街

II. 丰收鱼米乡 江南美食市集

III. 李小锅 生煎

IV. 京云华 烤鸭·川菜·点心

V. 丰收日MINI 盒马鲜生专门店



うまいもん 横丁
日|式|風|情|美|食|街
UMAIMON YDECHO

丰收鱼米乡
江南美食市集

京雲華
烤鸭·川菜·點心
YUN CHINOIS



丰收日 × 盒马
MINI

让美食演绎幸福

1.2 丰收日发展方向

——规划员工晋升途径与薪资标准



0个月-刚入职的新员工-服务员，通过培训了解企业背景与文化，熟悉日常工作内容与技能。



3个月-考核评估合格后-部长级，同时调薪



6个月-在部长岗位上工作满6个月且通过双重评估后与培训考核后-主管级，同时调薪

1.3 丰收日发展方向

——从“一个人的公司”到“一群人的公司”

- 确立与市场直接挂钩的部门核算制度
- 培养具有经营者意识的人才
- 让第一线的每一位员工都成为主角
- 主动参与经营实现全员参与经营

2.1 丰收日发展战略

——明确经营层面目标

丰收日品牌

经营层面目标

1.获新

2.维护次新会员

3. 发掘工作日用餐机会

丰和日丽品牌

经营层面目标

1.获新

2.维护次新会员

3. 提高午市上座率

2.2 丰收日发展战略

——明确品牌层面目标

丰收日 品牌：进一步加强情感连接

丰和日丽品牌：进一步凸显浙菜典藏的卖点

2.3 丰收日发展战略

——推广知名度

制造活动，吸引年轻族目光