

2021

宏亞食品永續報告書

Sustainability Report



關於本報告書	03
經營者的話	05
2021關鍵永續績效	07
2021特別報導— 宏亞防疫行動	08

1 利害關係人與 重大主題鑑別

利害關係人溝通	11
重大主鑑別與回應	13
宏亞永續願景與策略藍圖	17

2 國民巧克力— 永續宏亞

2.1 宏亞永續·幸福延續	26
宏亞背景與發展現況	26
營運策略與績效	29
2.2 公司治理	32
董事會運作	32
功能性委員會	34
2.3 永續風險管理	35
風險管理制度	35
內控與稽核制度	36
法規遵循	38

3 分享甜蜜 安心滋味

3.1 食安永續·幸福延續	42
品質管控與檢驗	42
成品管理	48
溯源管理	49
人員與衛生管理	49
3.2 創造客戶幸福	50
創新商品與服務	50
責任行銷與標示	54
健康與營養的產品	54
客戶關係與隱私管理	56

4 傳承清新 豐饒未來

4.1 環境永續·幸福延續	60
環境管理策略	60
環境管理組織與權責	61
4.2 氣候變遷因應	62
氣候風險治理	62
溫室氣體排放管理	65
能源管理	67
4.3 水資源管理	71
用水管理	71
廢污水管理	72
4.4 廢棄物與其他污染管理	73
包裝材與廢棄物管理	73
空污與噪音管理	76

5 塑造活力 友善職場

5.1 人才永續·幸福延續	80
多元人力與人權管理	80
人才培育與發展	83
5.2 創造幸福職場	86
薪資福利與員工照護	86
職業安全衛生	90

6 打造互惠 共榮關係

6.1 供應永續·幸福延續	96
供應鏈管理	96
原物料管理	99
支持在地食品與 永續供應	102

7 注入歡樂 正向能量

7.1 「巧」思永續·幸福延續	106
巧克力共和國 特色商品與服務	106
可可幸福記憶點	108
7.2 社會回饋與參與	110



關於本報告書

本永續報告書，為宏亞食品股份有限公司（以下簡稱宏亞食品）2021 年度報告書。宏亞食品致力經營本業與提供安心且優質的產品及服務，為了完整揭露宏亞食品企業社會責任的努力與成效，並呈現與利害關係人溝通的結果，本報告書採用由全球永續性標準理事會（Global Sustainability Standards Board, GSSB）所發布的 GRI 永續性報導準則（GRI 準則），並依循 GRI 準則的核心選項，向利害關係人報告本公司在經濟、社會及環境面等永續經營指標的策略、活動與績效，展現我們追求永續發展經營及承擔對社會大眾負責的決心。今年我們亦依循「永續會計準則委員會」（Sustainability Accounting Standards Board, SASB）食品加工產業指標要求，並參酌氣候相關財務揭露（TCFD）四項核心元素進行揭露，強化與投資人相關的 ESG 資訊，接軌國際並積極呼應法規趨勢。

▶ 範疇及計算依據

本報告書涵蓋宏亞食品自 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日在企業永續的績效表現。此報告書揭露營運範圍為宏亞食品台灣區據點。本報告書中 2021 年度財務經營績效數據均經由安永聯合會計師事務所(EY)查核驗證，財務數據依照 2021 年度年報揭露，財務部分以合併報表揭露呈現。財務數據幣值係以新台幣計算。先前 2020 年度永續報告書資訊並無重編調整情事。另本公司於 2021 年通過的管理系統詳列如下：

- 管理系統認證
- 環境管理系統 ISO 14001
- 職業安全衛生管理系統 OHSAS 18001
- 食品安全管理系統 ISO 22000

▶ 報告書撰寫原則及綱領

宏亞食品蒐集國際間重要的治理、環境及社會議題，透過實質性分析來鑑定利害關係人會關切的議題，並經由本公司企業社會責任委員會的委員於 2021 年第一季企業社會責任小組會議討論與篩選重大主題，並於本報告書揭露。為了提升與 GRI 準則和確信準則之符合度，以及表現我們公司的營運透明度，本報告書已委託獨立且具公信力之安永聯合會計師事務所 (EY) 依據會計研究發展基金會所發布之確信準則公報第一號，對宏亞食品根據 GRI 準則核心選項(Core)所編製之 2021 年永續報告書，進行有限確信 (limited assurance)，確信工作完成後，相關結果已與治理單位充分溝通，確信範圍及結論請詳本報告書附錄之獨立確信報告書。

▶ 發行

宏亞食品每年第四季發行永續報告書。
發行方式：為響應環保無紙化，此報告書以電子檔方式於本公司網站公告發行。
上期發行版本：2021 年 9 月發行
本期發行版本：2022 年 9 月發行
下期發行版本：預定 2023 年 9 月發行

▶ 聯絡方式

所有對宏亞食品永續經營有興趣之利害關係人，對本報告書有任何建議或疑問，您可以至本公司網站首頁上方點選「聯絡我們」，或透過以下方式與我們聯絡，聯絡資訊如下：

宏亞食品股份有限公司
聯絡人：總經理室 許特助
地址：台灣新北市新店區寶興路 45 巷 8 弄 3 號 5 樓
電話：+886-2-2918-0786
傳真：+886-2-2918-0706
公司網站：<http://www.hunya.com.tw>



經營者的話

宏亞食品以「在地永續，幸福才會延續」之永續願景，制定永續五大策略及關鍵指標，以落實聯合國呼籲全球共同實踐永續發展目標 SDGs (Sustainable Development Goals, SDGs)，並致力於五大永續策略工作推動，主要涵蓋議題：1. 分享甜蜜安心滋味；2. 傳承清新豐饒未來；3. 塑造活力友善職場；4. 打造互惠共榮關係；5. 注入歡樂正向能量，宏亞食品承諾將善盡企業社會責任，為永續環境持續努力。



宏亞在多年前開始致力於綠色能源和製造，初衷是為了永續之考量，做好循環利用減少浪費，2020年宏亞之花生膜循環專案獲得經濟部工業局頒發 BS 8001 循環經濟獎項，2021年禮坊品牌推出之永愛鳳梨酥禮盒，結合鳳梨纖維材質包材循環再利用之理念，讓宏亞永續精神呈現在送禮之禮盒上，讓消費者了解宏亞推廣永續理念之決心。而能資源管理方面，自1992年即投入再生能源領域，投資儲冰槽、空壓機、雨水回收池及太陽能板等節能設備，目前宏亞食品每年減少的碳排放量約等同於一座大安森林公園。至於包裝塑料方面，宏亞也力行減塑政策，以紙製糊盒取代塑膠糊盒，讓顧客感受宏亞在永續循環之用心，環保、減碳是宏亞之環境 (Environmental)、社會 (Social)、治理 (Governance) (本報告書後續以 ESG 做簡稱) 策略，永續循環經濟才是善盡企業公民之責任，宏亞也連續兩年獲得由財團法人台灣永續能源研究基金會頒發之第13屆和第14屆台灣永續獎 (TCSA) 之「企業永續報告銀獎 (餐飲及食品業)」。



2020年起受到疫情衝擊下，真正感受到之挑戰是供應鏈遭疫情打亂，計畫生產之製程費用原是可控制，因為斷鏈的關係，造成排程不準確，須加班或等料，造成人力閒置等問題；另外原物料備貨價格節節高升，對生產直接造成衝擊。因此自2021年起，開始思考能否少用一點包材，比如箱子共用、合身一點，或盒子小一點，讓原物料價格少一點，自己是消費者也是禮盒製造者，每年收禮時都覺得過節是一年中製造最多垃圾的時候，一直在想能否慢慢改變送禮習慣，前年起由禮坊禮盒開始，改用紙隔板取代塑膠，77乳加禮盒則將紙材修正為較合身。另一方面，宏亞也因原料問題，開始思考尋找在地供應鏈，因而在2021年推出的77乳加新口味「屏東可可」，藉由穩定支持屏東可可農，希望能支持在地小農，永續生產並藉由商化規模讓產量穩定，價格具有競爭力，也讓國人可享受屏東可可風味。

展望綠色營運之未來，宏亞食品不僅在製程上朝向綠色製造邁進對環境更友善，另外宏亞也將持續深耕食育領域推廣，將持續以「在地永續、幸福延續」為永續願景，持續深化各項領域，分享安全健康產品、愛惜食物、友善環境和照顧弱勢等舉措，只要越來越多人響應 ESG 概念，將能引發質變，讓更多人能加入共好的行列。



董事長

張云琦

2021 年宏亞關鍵永續績效



環境面

- 太陽能光電系統再生能源發電總容量高達**26.3%**，全數售予台電。
- 向外購買之塑膠包材總重量為**143.98**公噸，同期比減少**29.27%**。
- 執行溫室氣體相關減量措施，抑低二氧化碳排放量159.5噸，節省成本約**87**萬元。



治理面

- 投入之研發費用逾**870**萬元，開發之新商品共計55項。
- 共16項產品取得潔淨標章 (Clean Label) 認證，佔2021年77品牌總營業額**21%**。
- 健康與營養產品之營業額佔比自2018年的**31%**增加至2021年**40%**。
- 友善飼養之雞蛋採購金額佔整體雞蛋採購金額之**27.8%**。
- 在地採購金額比例達**88%**。



社會面

- 進行各項人權相關事項教育訓練，計**491**人次參與，總時數共計**98.2**小時。
- 內部員工滿意度調查結果為**86%**。
- 舉辦一次自衛消防編組/疏散演訓，讓員工學習如何預防災害及實際災害發生之緊急應變處置。
- 「金秋感謝祭—你挺公益，宏亞挺你」活動，榮獲Buying Power 社會共榮組特別獎。
- 與台積電基金會合作惜食專案，透過基金會惜食平台幫助需要的機構，共計**58**個社福單位。

2021 特別報導

▶ 宏亞防疫行動

宏亞公司 2021 年在「嚴重特殊傳染性肺炎」(COVID-19) 疫情期間持續參與台積電基金會防疫活動，提供相關物資給予關懷單位；另外也與超秦、桂冠公司響應捐贈物資予台北市立關渡醫院，給予前線醫護人員打氣，總計捐贈上千件餅乾箱。



第三部曲：防疫不出門，贈送食物包關懷弱勢、免於飢餓

關懷弱勢方面，台積電慈善基金會與惜食廠商奇美食品、新東陽、桂冠食品、聯華及宏亞食品合作，提供近2,000份調理包至12處社福機構的長者，並與1919食物銀行合作，除了支持其160個據點的運費外，亦提供3,000箱食物至基金會長期關懷的偏鄉據點，協助孩童安心度過疫情。

“

感謝台積電慈善基金會的協助，這些食物包對弱勢家庭而言，是多麼感動與珍貴。

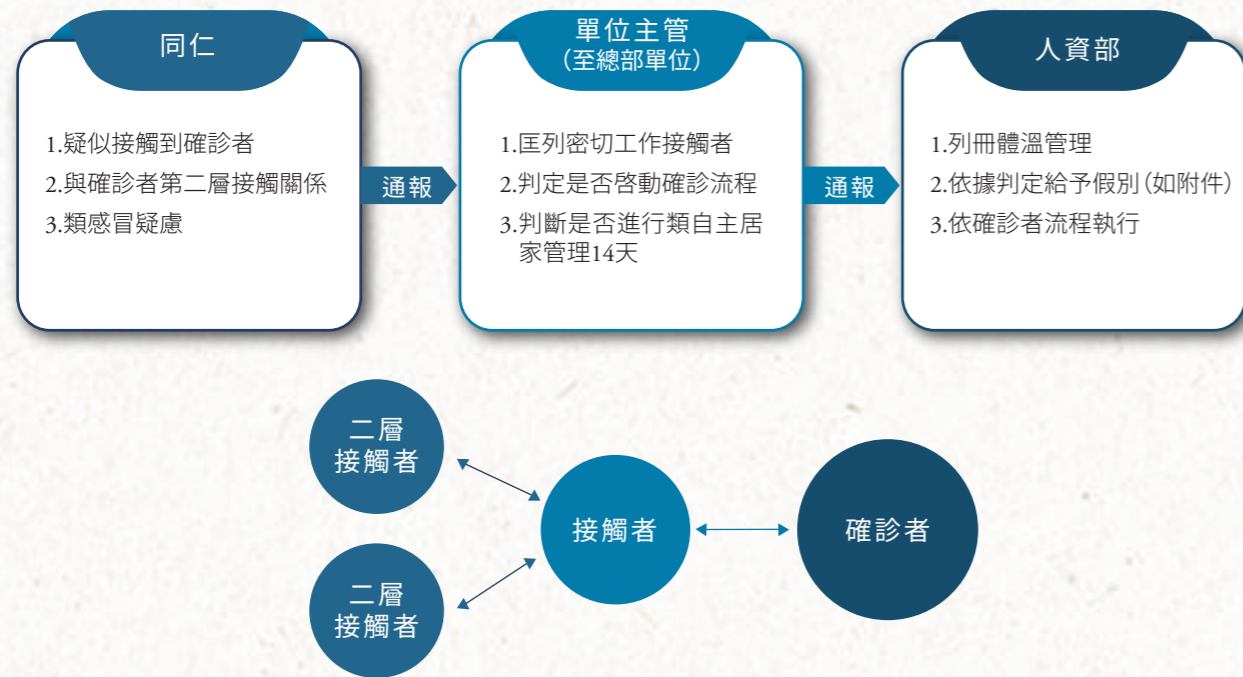
- 陳美如，社團法人台灣愛延續協會執行長

宏亞內部方面因應疫情警戒期間，分別在辦公室門市與工廠做好疫情防範措施，相關防疫行動方案說明如下：

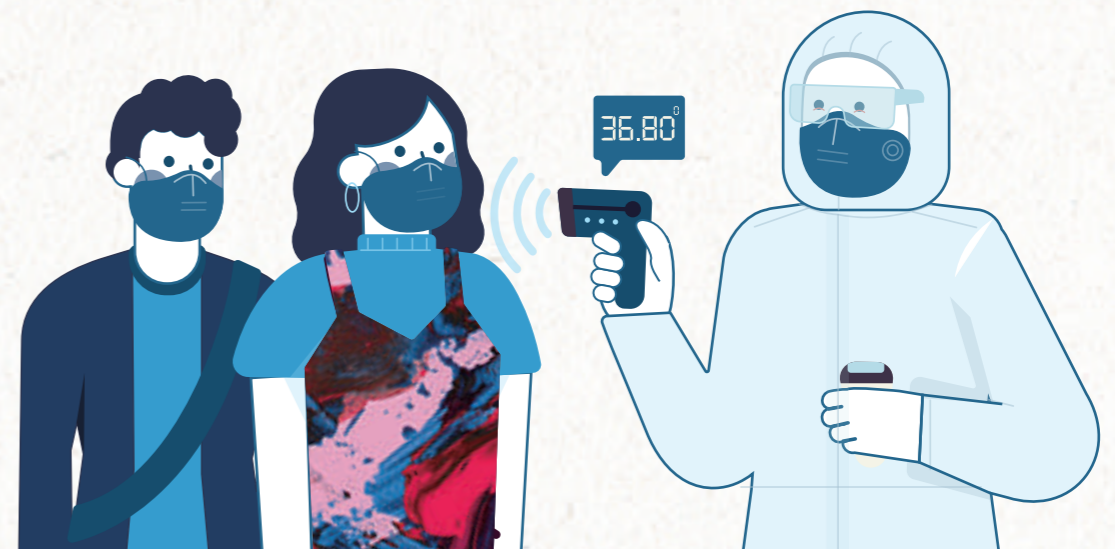
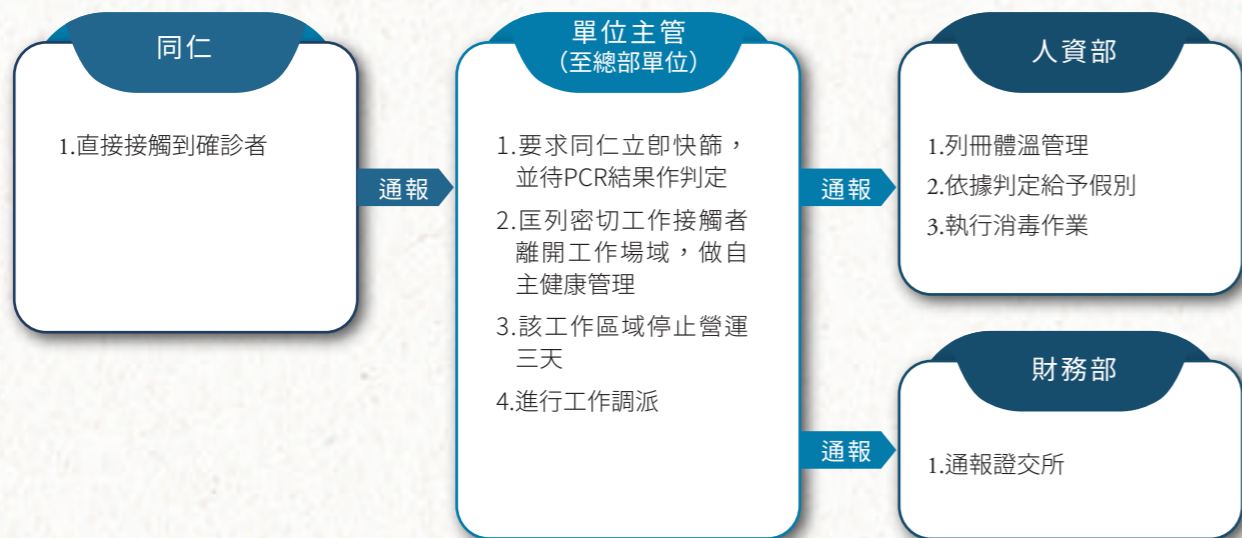
總部辦公室與門市	工廠
<ul style="list-style-type: none"> • 營業行銷部門人員分組採A/B兩組，分流上班 • 行政支援人員採居家辦公 • 每日分流進辦公室人員體溫量測並做好個人消毒與衛生管理 • 門市採分組分流上班，並採實名制和量體溫登記，並落實每日門市消毒作業 	<ul style="list-style-type: none"> • 工廠各部作業人員採分流上班 • 每日分流進工廠作業區員體溫量測並做好個人消毒與衛生管理 • 職安室安排人員定期接受快篩作業

2021 特別報導

▶ 疑似確診通報流程



▶ 確診通報流程





1 利害關係人與重大主題鑑別

1.1 利害關係人溝通

透過企業永續委員會之委員，蒐研公司內部各部門及同業之經驗，並參酌AA1000 SES-2011利害關係人議合標準(Stakeholder Engagement Standard, SES) 之精神，根據五大原則 (依賴程度、責任、關注程度、影響力、多元觀點) 鑑別出七類主要利害關係人：投資人、消費者、政府機關、員工、供應商、通路商、社區及其他。

AA1000 SES-2011五大原則

1 依賴程度	2 責任	3 關注程度	4 影響力	5 多元觀點
指直接或間接依賴本公司活動與經營的利害關係人。	指本公司現在或未來可能對這類利害關係人負有責任。	指於財務、經濟、社會及環境相關議題需要本公司立即關注的利害關係人。	只能對本公司產生影響或具有決策能力的利害關係人。	指具不同觀點且因此能提供新見解並協助鑑別新機會的利害關係人。

宏亞為了瞭解利害關係人對公司治理面、環境面、社會面等等議題關切程度，進行內外部各式溝通會議並製作電子問卷，蒐集各利害關係人關注之重大主題，依此制訂宏亞未來行動方向與企業社會責任策略。此次電子問卷發放 240 份，回覆共 164 份，為了讓全體員工及宏亞上下游利害關係人更能理解宏亞長期 ESG 目標，2021 年仍持續透過相關媒體，商業週刊、天下雜誌、今周刊等，持續溝通宏亞之花生膜循環經濟與永愛鳳梨酥禮盒案例，並輔以綠工廠的經營以及環境永續之議題，期望能更凝聚利害關係人的認同，及提高消費者對宏亞品牌的認識與認同，此外更為其他食品業者拋磚引玉，鼓舞他廠一同推動 ESG，為環境共好。

經調查蒐集結果，辨識利害關係人對 24 項之永續議題的關注程度，並進一步分析彙整既有的溝通管道如下：

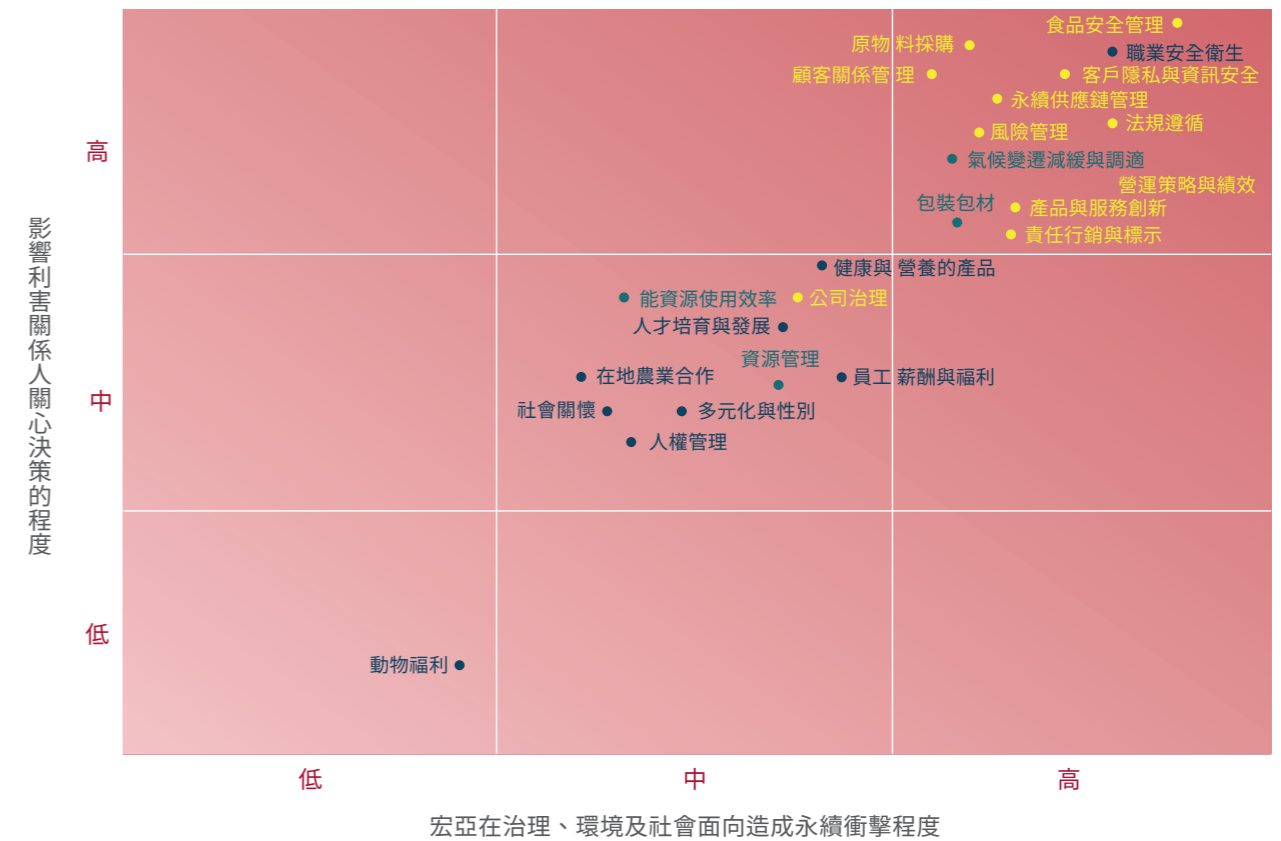
利害關係人	利害關係人的意義	關注議題	溝通管道	頻率	2021 年溝通成果
 投資人	宏亞重視公司治理精神，提供透明及完善之經營方針，創造永續經營之基石。	營運策略與績效 公司治理 產品與服務創新 氣候變遷減緩策略	股東會 法說會 公司官網 財務報表 公司年報	每年 不定期 不定期 每季 / 年 每年	根據法令規定召開會議公告營運成果，並如實公告於公開資訊觀測站。
 消費者	宏亞重視消費者產品使用安全與感受，並戮力於產品創新，提供甜蜜安心之滋味。	食品安全管理 產品與服務創新 健康與營養的產品 責任行銷 顧客關係管理	產品包裝標示 顧客滿意度調查 公司官網、Email 信箱	定期 不定期 不定期	產品標示皆符合法規標準，使消費者清楚了解產品內容。續開發符合消費者需求的健康與營養產品，其 2021 年營業額佔比已達 40%。
 政府機關	宏亞遵守法規，依規定制定相關作業準則，符合主管機關要求。	能資源使用效率 法規遵循 氣候變遷減緩策略 食品安全管理	能資源盤查 法規查核 環保署官網申報專區 主管機關稽核	每年 每年或者法規更新時 依規定期限 不定期	依法規公告上傳資訊，並接受部定期稽核督導。
 員工	宏亞將員工視為最重要之資產，重視人才發展與培育，創造友善工作職場。	人才培育與發展 職業安全衛生 員工薪酬與福利	福利委員會 勞資會議 薪酬管理辦法	每季 每季 定期	依規定各項溝通會議如期進行。
 供應商	宏亞重視食材來源與品質，並秉持公平、公正原則，與供應商夥伴傳達永續經營概念，一同達成永續成長之目標。	永續供應鏈管理 食品安全管理	供應商評核作業指導書 輔導機制 / 稽核管理	不定期 不定期	依據宏亞公司供應商準則輔導紀錄，並稽核造冊。
 通路商	通路商客戶是宏亞重要之夥伴，並與廠商建立穩固合作關係，達成互惠共榮。	風險管理 食品安全管理	通路商稽核 廠商會議	不定期 不定期	定期召開會議溝通審核合約。
 社區及其他	宏亞除了不定期舉辦社會關懷活動，也重視工廠周邊社區環境維護，建立共好共存關係。	社會關懷 氣候變遷減緩策略	CSR 報告書 公司官網、Email 信箱 ISO 14001 證書	每年 不定期 每年	報告書如期公告，關懷活動因疫情雖暫停，但以捐贈物資提供給需求者。

1.2 宏亞重大主題鑑別與回應

宏亞公司透過以下五大步驟決定 2021 年永續報告書的重大主題。



重大主題矩陣



- | | | |
|---|---|--|
| 
社會面向 | 
環境面向 | 
治理面向 |
| <ul style="list-style-type: none"> 動物福利 人權管理 多元化與性別 員工薪酬與福利 在地農業合作 | <ul style="list-style-type: none"> 社會關懷 人才培育與發展 健康與營養的產品 職業安全衛生 | <ul style="list-style-type: none"> 資源管理 能資源使用效率 包裝包材 氣候變遷減緩與調適 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> 公司治理 責任行銷與標示 產品與服務創新 營運策略與績效 風險管理 顧客關係管理 法規遵循 客戶隱私與資訊安全 原物料採購 食品安全管理 永續供應鏈管理 |

主題	重大主題意涵	GRI 對應準則	各主題經濟、環境、社會衝擊範圍						參考章節
			直接造成	商業關係造成	間接關係造成				
			宏亞食品	供應商	消費者	通路商	投資人	社區及其他	
食品安全管理	食品安全係宏亞公司最重要的使命，無時無刻皆保持提供最安心的食品給消費者之信念。	GRI 416：顧客健康與安全	●	●	●	●	●	●	第三章
法規遵循	恪守法規遵循是宏亞營運核心，尤其身處食品產業，對食品安全之規定更是嚴格，違反法令不僅會造成賠償損害，更是商譽莫大損失。	GRI 307：有關環境保護的法規遵循 GRI 416：顧客健康與安全 GRI 417：行銷與標示 GRI 419：社會經濟法規遵循	●	●	●	●	●	●	第二章
產品與服務創新	宏亞以身為國民零食品牌為傲，近年來積極開發創新產品與服務，提供消費者不同消費感受，以確保達到高度客戶滿意度。		●		●	●		●	第三章
永續供應鏈管理	永續供應鏈是宏亞公司的重點開發領域，在永續經營的範疇裡，做好供應鏈管理是我們始終堅定努力的方向	GRI 308：供應商環境評估 GRI 414：供應商社會評估	●	●	●	●	●		第六章
風險管理	宏亞對風險管理皆參考業內標準，在食品安全、生產製造、營運管理方面都有風險因應機制，以因應突發之風險。	GRI 201：經濟績效	●	●		●			第二章
責任行銷與標示	責任行銷與標示攸關宏亞公司在產品上之溝通，不實行銷售會對宏亞公司造成商譽受損。	GRI 417：行銷與標示	●		●	●		●	第三章
原物料採購	原物料採購對宏亞公司是重要關注議題，除了提供安全安心食品消費者，對來源管理和供應無虞之準則也明確控管做因應，以確保永續經營。	GRI 204：採購實務	●	●	●	●			第六章
職業安全衛生	宏亞重視員工之工作健康與安全，依循法規進行職場之衛生安全檢驗與督導，以利提供安心工作環境予員工。		●		●			●	第三章
顧客關係管理	宏亞相當重視客戶關係經營，並積極投入顧客關係之服務，並導入數位營運方式，建立與顧客更緊密之關係。		●		●				第三章
客戶隱私與資訊安全	宏亞恪遵個資法規，所有顧客之資料皆符合資訊安全規定做嚴密保管處理。		●		●			●	第三章
氣候變遷減緩與調適	氣候變遷減緩與調適已是全球永續共識，宏亞公司在該議題也參照國際趨勢與國內法規為氣候變遷減緩與調適而努力。	GRI 305：排放	●				●	●	第四章
包裝包材	包裝包材之使用與環境永續議題息息相關，宏亞公司也積極在包裝包材之減塑與環保上精進，以促進環境友善。	GRI 301：物料	●	●				●	第四章
營運策略與績效	營運策略與績效是宏亞永續營運的基礎，因為對利害關係人而言，健康之營運成果才能確保宏亞公司永續經營之理念。	GRI 201：經濟績效	●	●		●	●		第二章

宏亞永續願景與策略藍圖

願景擬定
透過宏亞食品正努力打造幸福永續企業為出發點，欲為這片土地回饋付出，為人們傳遞幸福，亦而發想出唯有「在地永續，幸福才會延續」之願景。

品牌連結
透過創意發想，將宏亞食品 logo 環扣永續發展的意念，內化於宏亞食品的 DNA 中，使 logo 除說明宏亞食品創造幸福時刻的故事外，亦明確傳遞宏亞食品打造永續企業的信念。

LOGO 整體描述

「以真誠的心為顧客創造甜美的幸福時刻，Happy Moment」，並期望幸福不僅此時此刻，亦須落實在地永續，讓幸福永遠延續下去。

品牌與願景
強韌連結

在地永續 幸福延續

策略藍圖

接續「在地永續，幸福延續」的願景，進而思考如何全面性向與我們有關係的人傳遞幸福，因此以人為出發中心點，以擬定各策略主軸。以「人」為本，建立五大策略主軸的基礎，打造永續的前景，傳遞幸福五大利害關係族群，向願景邁進。



三大核心

1. 信任 Trust

透過誠信透明的公司治理、完善的內部管理、100%安心健康食品，以及幸福員工的工作環境，打造信任品牌形象。

2. 熱忱 Passion

將宏亞的熱忱與情感，結合社會、環境與經濟面行動，為我們的利害關係人創造多元價值，傳遞感動。

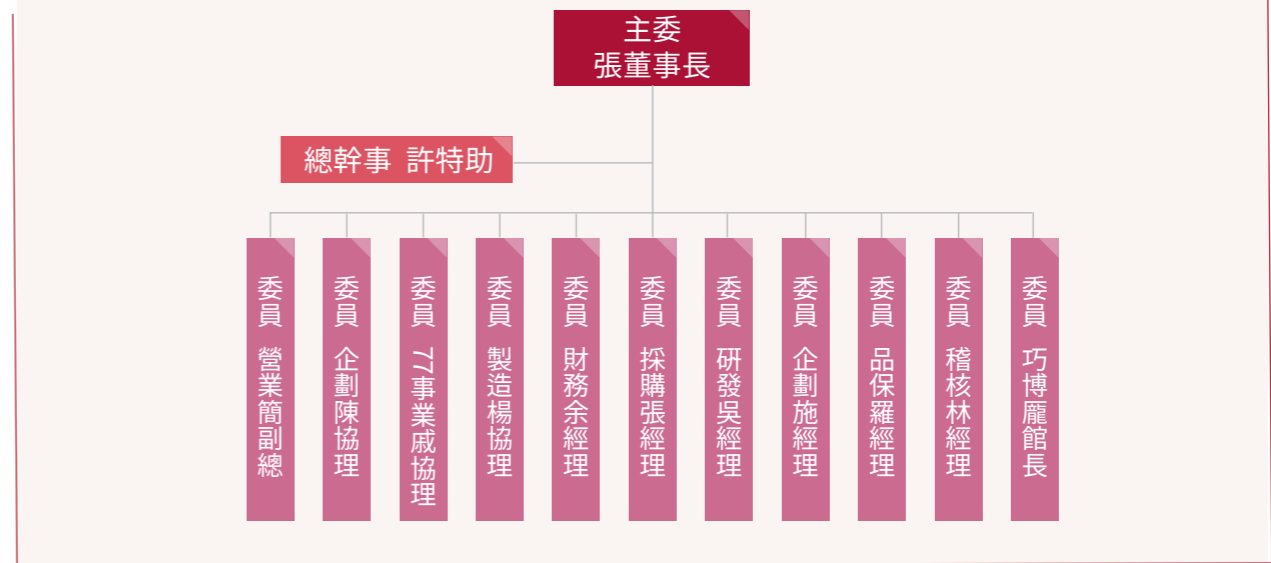
3. 創新 Innovatin

顛覆傳統商業手法，開啓創新的思維於各方面投入，透過宏亞突破自我不斷前進，型塑新的面貌，並擴大產業的新版圖。

企業永續委員會

宏亞食品體認到落實企業社會責任，是企業永續經營的重要關鍵，本公司於 2014 年 10 月正式成立企業社會責任委員會，委員會成員負責食品安全、經濟、環境、社會衝擊等相關決策，並透過總經理室落實確認。積極推動企業社會責任實務。我們相信透過有效管理與執行，ESG 行動與經營策略將內化成為宏亞食品營運的行為準則，並與全體員工對社會永續發展與善盡社會責任貢獻一己之心力。目前本公司委員會由董事長擔任主任委員，由 ESG 策略執行之工作單位主管擔任主要委員，並指派總經理室訂定與執行年度 ESG 策略，落實與督導與執行永續策略發展目標之規劃與執行，同時，宏亞亦在公司官網設置 CSR 專區，揭露本公司在永續責任目標之執行成果過程。

企業永續委員會組織圖

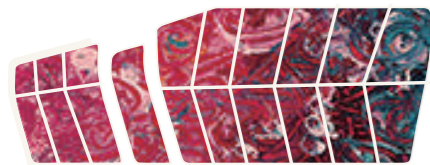


願景藍圖關鍵指標目標及推進

SDGs 策略藍圖	對應 SDG	關鍵指標 (目標 / 績效)	2021 年績效成果	2022 年目標	2025 年預期目標	2030 年預期目標
1 分享甜蜜安心滋味						
相關議題有：食品安全管理、健康與營養的產品、產品服務與創新						
以宏亞食品四大經營理念與嚴謹的食品安全管理為基礎，透過不斷精進向前，開創宏亞食品無限發展的可能性，帶給消費者安心又甜蜜的滋味，成為幸福食品的首選。	 	• 健康與營養新產品（如減糖 / 機能）的品項數	健康與營養產品之營業額佔比自 2018 年的 31% 增加至 2021 年 40%。	增加健康機能產品	達成商品減糖比例達 5%	持續提供減糖與機能的商品數
		• 產品之食品添加物與人工色素減量比例	3 條生產線通過 Clean Label 認證，共 16 項產品取得認證	新品或新生產線取得通過 Clean Label 認證	新品或新生產線取得通過 Clean Label 認證，持續推動改善原生產線通過 Clean Label 認證	2030 年前產品完全移除人工色素使用
		• 可溯源產品之營業額比	動物友善雞蛋占整體雞蛋採購金額 27.8%	持續提升動物友善原料使用比例達該品類採購金額 50%	提升動物友善福利原料使用比例達該品類採購金額 50%	持續提升動物友善福利原料使用比例
2 傳承清新豐饒未來						
相關議題有：能資源使用效率、氣候變遷減緩策略、包裝包材						
由全球暖化對環境影響日益提高，宏亞食品在提供優質產品的同時，體認到我們應維護地球環境的重要性，增進環境友善和永續，持續為下一代帶來幸福。	   	• 產品相關廢棄物減量項目	塑膠減量較 2020 年減少 59.6 公噸	相較前一年度減少 5 公噸的廢塑膠混合物廢棄物	2020 年至 2025 年每年至少相較前一年度減少 5 公噸的廢塑膠混合物廢棄物	2030 年達到廠房零食物廢棄物
		• 範疇一 / 二 / 三的溫室氣體排放減量目標	2021 年成果同期比下降 8.13%	範疇一 / 二的溫室氣體下降 2%	2025 年製程作業的範疇一和二的產品排放密度（每公噸產品）達成下降 2%（以 2017 年為基期）	2030 年製程作業的範疇一和二的產品排放密度（每公噸產品）下降 5%
		• 導入循環經濟思維	推出永愛鳳梨酥產品	增加永續商品之使用與製造	以循環經濟提升企業永續力與競爭力，採用創新設計實踐循環經濟，推動 BS 8001 循環經濟	提出符合循環經濟精神的標的產品或服務
		• 污染防治或減緩設備的投資成本與作業績效評估	污染防治投入金額 NT\$590 萬元	投資成本佔全年投資 1%	投資成本佔全年投資 1%	投資成本佔全年投資 2%
• 提升再生能源發電成效與占比	桃園廠再生能源發電佔比 26.3%	桃園廠再生能源發電佔比 30%	桃園廠再生能源發電佔 30%	桃園廠再生能源發電佔 50%		
3 注入歡樂正向能量						
相關議題有：社會關懷						
社會面上核心理念為取之於社會，用之於社會的精神，故由積極於回饋社區、長期捐助弱勢團體與偏鄉孩童等，為社會創造幸福環境，以透過永續關懷延續社會價值。此外也透過巧克力共和國創造為社會注入歡樂甜蜜能量。	 	• 食品相關知識推廣活動辦理場次	共 3 次，740 人次	每年 4 次，每年 500 人次	每年 4 次，每年 500 人次	每年 4 次，每年 500 人次
		• 贊助、協辦 / 主辦關懷偏鄉或弱勢的相關活動受益人數	共 24 次，2,295 人次受益	2,000 人次	2,000 人次	2,000 人次
4 塑造活力友善職場						
相關議題有：法規遵循、職業安全與衛生						
營造宏亞食品幸福大家庭環境，透過員工培訓與栽培、深造機會以及員工福利等，打造幸福職場，並導入現代年輕新思維以促進創造多元價值，因應未來社會趨勢。	  	• 員工滿意度調查結果	86%	87%	95% 滿意度	持續維持 95% 滿意度
		• 預防職災（如失能傷害損失日數、工傷頻率、職業病率、損失日數率等）	失能傷害頻率：6.01 失能傷害嚴重率：331 總和傷害指數：1.41	失能傷害頻率：2 失能傷害嚴重率：100 總和傷害指數：0.5	新進及在職同仁安全衛生教育訓練、風險評估暨安全稽核次數	達到零重大職安事件發生
		• 員工減重活動 / 運動會參與參與率	宏亞 22K 健走活動，累積里程數 20,900 公里	BMI 30 以上同仁個人減重 10 %	每年至少 1 場運動會，參與率為 10%	每年的減重計劃或運動計劃持續進行
		• 實習名額人數	0	2 人	全體員工 2%	達全體員工 5%
5 打造互惠共榮關係						
相關議題有：永續供應鏈管理、原物料採購						
發展在地夥伴合作，支持台灣小農與社會企業以扶植相關產業的在地發展，透過此互惠合作模式創造共榮共享價值。	  	• 原料之當地採購比例	88%	80%	每年維持在 80% 以上	每年維持在 82% 以上
		• 在地合作夥伴培力行動（如相關從業人員培訓課程開辦數、課程後取得相關證照人數等）	認證供應商佔原物料供應商家數 97.07%	認證供應商佔原物料供應商家數 85%	每年至少 1 班培訓課程，及認證供應商佔原物料供應商家數 85%	每年至少 2 班培訓課程，認證供應商佔原物料供應商家數 95%
		• 生計或農業生產獲得改善的小農數或相關商家數	1	1	每年至少與 1 戶小農合作在地食品的生產	每年至少與 2 戶小農合作在地食品的生產
		• 落實原物料供應商評核	一級原物料供應商評核率 25%	一級原物料供應商評核率 20%	一級原物料供應商評核率評核完成率 20%	一級原物料供應商評核率評核完成率 30%
		• 合作專案數	1	2	依循公益主軸，執行至少 1 個公益專案	依循公益主軸，執行至少 2 個公益專案

ESG 短中長期計畫

ESG	SDGs	短期計畫	中長期計畫
 <p>治理面</p>	<p>3 健康與福祉</p> <p>8 尊嚴勞動與經濟增長</p> <p>17 永續發展夥伴關係</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 擴大風險管理層面，恪遵相關法規。 • 加強供應鏈管理，導入供應商管理平台。 • 增加資訊安全投資，逐步導入相關資安規範。 • 加強食品安全之稽核制度與申請相關國際認證。 	<ul style="list-style-type: none"> • 建立完整風險管理組織與制度。 • 建立永續供應鏈管理制度，增加永續原物料之採購。 • 取得資訊安全相關認證 (ISO/IEC 27701)，確保顧客資訊安全。 • 取得國際食品安全認證 (FSSC 22000)，提供最高標準之產品。
 <p>環境面</p>	<p>7 可負擔與潔淨能源</p> <p>12 責任消費與生產</p> <p>13 氣候行動</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 持續推動包材減量，逐步增加永續包材使用。 • 逐步導入氣候變遷下之因應措施與方法。 • 推動工廠智慧節能管理。 	<ul style="list-style-type: none"> • 包裝設計上朝向環保永續設計，減少包材量，並擴大永續材料之使用。 • 參照全球氣候變遷相關趨勢，導入減碳措施，計算碳足跡，減少浪費。 • 增加再生能源使用，提高工廠循環經濟效益。
 <p>社會面</p>	<p>1 終結貧窮</p> <p>2 終結飢餓</p> <p>4 優質教育</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 制定宏亞永續人才培育計畫。 • 持續參與社會關懷，捐贈物資給與有需求者。 	<ul style="list-style-type: none"> • 注重人才培育發展，建立宏亞永續人才庫。 • 持續推廣食育，結合在地合作發展，創造永續經營環境。



2 國民巧克力— 永續宏亞

2.1 宏亞永續·幸福延續

宏亞背景與發展現況
營運策略與績效

2.3 永續風險管理

風險管理制度
內控與稽核制度
法規遵循

2.2 公司治理

董事會運作
功能性委員會



點點善X宏亞 城市曙光計劃

作品名稱:湧

創作理念:起心動念,靈光乍現,一場思與行的變革,簇擁著生命,不停地向上湧進





管理方針



● 重大主題

營運策略與績效 法規遵循 風險管理

● 優先閱讀對象

投資人 政府機關 員工

● 對宏亞的意義與承諾

本公司秉持一貫的「以誠信為根本、以創新為使命、以服務為宗旨、以品質為基礎」四大經營理念，對於原物料供應鏈管理，產品製程的重視，品質控管上嚴格執行，希望能夠深耕消費者的信任感而形成對未來長期經營優勢。



誠信經營一直是宏亞營運的最嚴格要求的準則，並以誠信經營為公司永續經營的根本，取得投資人信任。



宏亞食品在公司治理上，經營者始終保有求新求變之熱忱，也將新型態觀念引進董事會，使經營高層能與時俱進。



因應新科技時代演變，經營管理上宏亞公司也持續引進新觀念在日常營運管理，並諮詢外部顧問做公司內部管理強化。



重大主題	管理方法與評估機制	2021 年管理績效
營運策略與績效	<ul style="list-style-type: none"> 舉行部門經營月會 舉辦公司策略訂定與檢討會議 舉辦公司經營啓始會議與方案績效會議 	<ul style="list-style-type: none"> 舉行二十四次部門經營月會 9月與11月舉辦兩場公司策略訂定與檢討會議 8月舉辦一次公司經營啓始會議與方案績效會議
法規遵循	<ul style="list-style-type: none"> 恪遵公司法、遵循誠信經營政策與證券交易法等治理法規 	<ul style="list-style-type: none"> 2021年無違反前述法規情事發生皆恪遵各項法規
風險管理	<ul style="list-style-type: none"> 於公開資訊觀測站依法規公告財務資訊、重大訊息等 出具稽核月報 	<ul style="list-style-type: none"> 每月依規定公告財務資訊 每月出具稽核月報

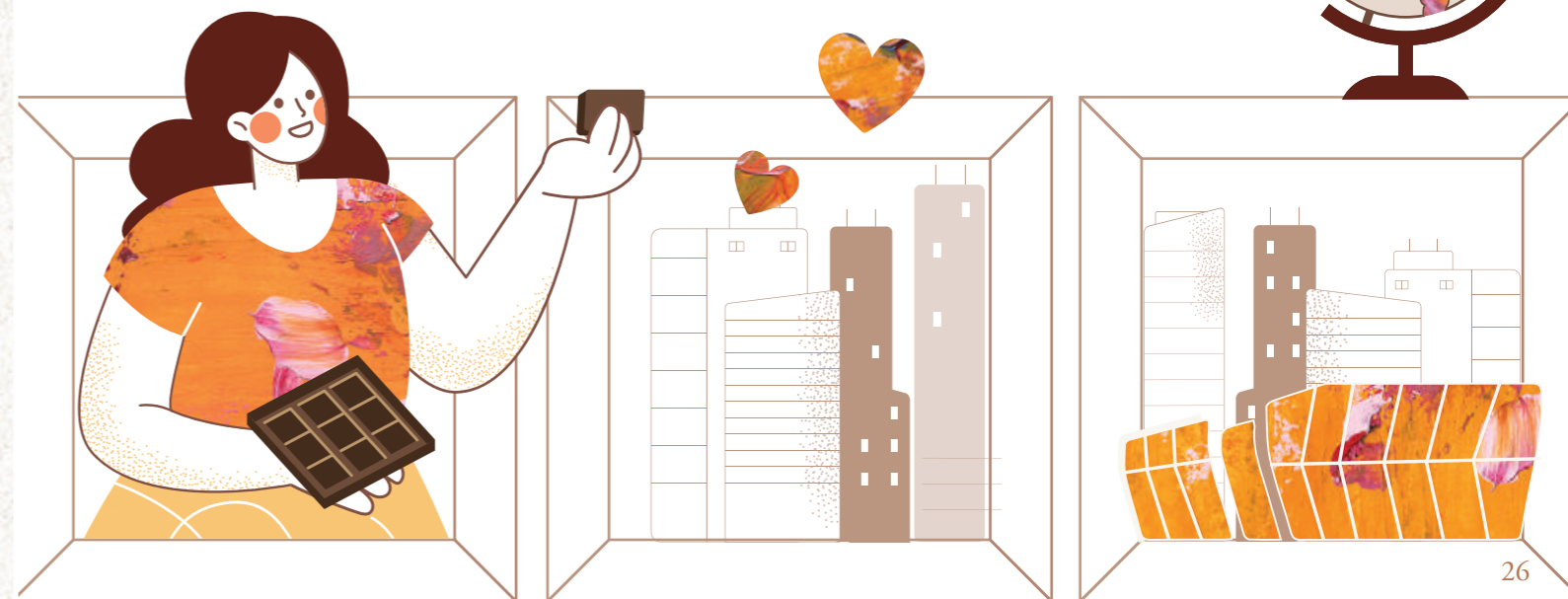
2.1 宏亞永續・幸福延續

2.1.1 宏亞背景與發展現況

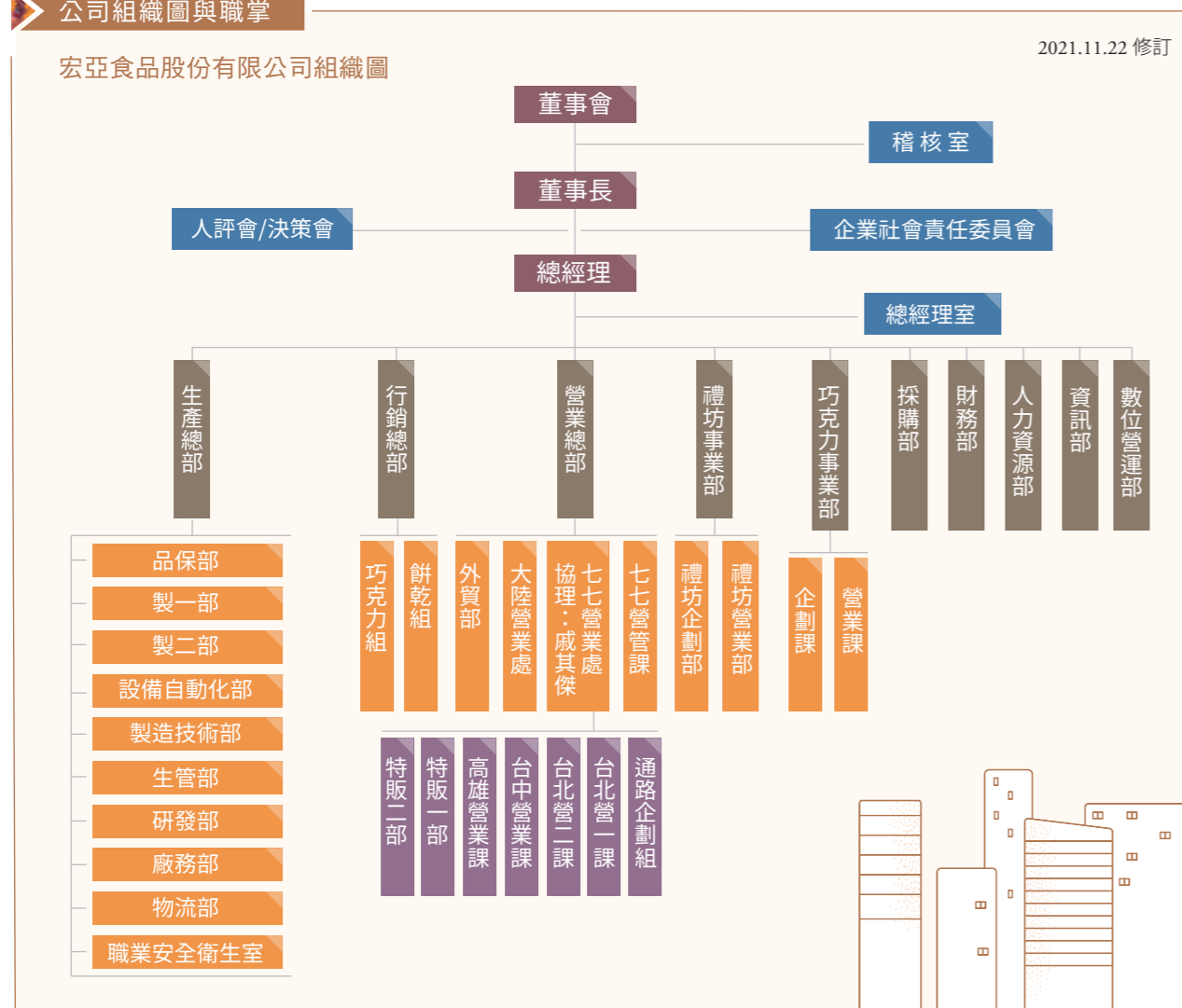
▶ 營運概況

公司全名	宏亞食品股份有限公司
員工人數	622人
總資產金額	新台幣 34.56 億元
資本額	新台幣 10.83 億元
2021 年銷售額	新台幣 17.55 億元
設立日期	1976 年 6 月 14 日
主要產品與服務	77 乳加巧克力等：休閒點心，送禮良伴。 加工用巧克力：供應巧克力類產品、西點蛋糕等之製作。 禮坊訂婚禮盒：高級精緻訂婚禮盒之最佳選擇。 節慶禮盒：伴手禮、節慶送禮、應景商品。 巧克力共和國：東南亞第一座巧克力博物館，帶給顧客豐富的知性與歡樂的感受。
董事長	張云綺
總經理	張云綺
總部	台灣新北市新店區寶興路 45 巷 8 弄 3 號 5 樓
工廠	台灣桃園市八德區建國路 386 號
市場涵蓋範圍	內銷：台灣 外銷：中國、韓國、北美、東南亞、澳洲等地區
官方網站	http://www.hunya.com.tw/
所有權與法律形式	本公司為股份有限公司，亦為公開發行公司。台灣證券交易所股票代碼為 1236

註：以上所有數據統計基準截至為 2021 年 12 月 31 日止。



公司組織圖與職掌



宏亞主要營運事業部



營業總部 (77 事業部)

77 事業部主要經營餅乾與巧克力類休閒食品，堅持企業經營理念，深耕目標市場、由消費者需求出發進行商品開發及品牌經營，是 77 事業部的一貫市場策略。



禮坊事業部

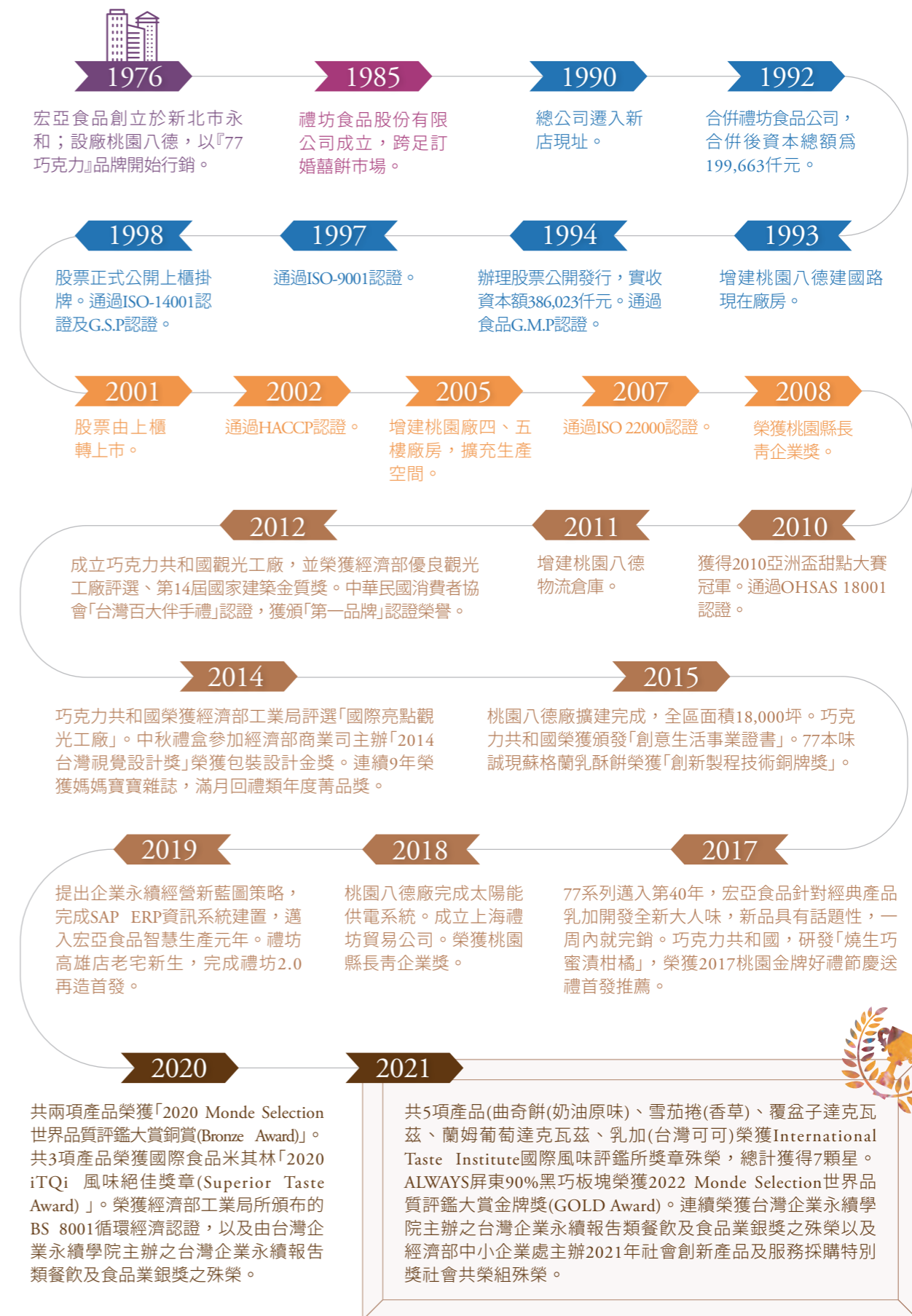
多年來，禮坊一直以來秉持初心，不斷努力，讓送禮的人能送出屬於自己的味道，讓收禮的人能感受到被重視的心意，2.0 禮坊秉持初心，堅持用最好的原料做出用心商品，提供努力經營關係重視禮節的消費者可以送出屬於自己的味道，讓收禮的人能感受到被重視的心意。



巧克力事業部

本公司以前瞻、創新的企業精神，並本著善盡企業社會責任的經營思維；從擅長的巧克力領域跨足觀光文創產業，成立東南亞第一座巧克力博物館 - 「巧克力共和國」，持續推廣巧克力與企業理念。2012 年成立首年即榮獲經濟部頒發「優良觀光工廠」的殊榮。

宏亞主要營運事業部

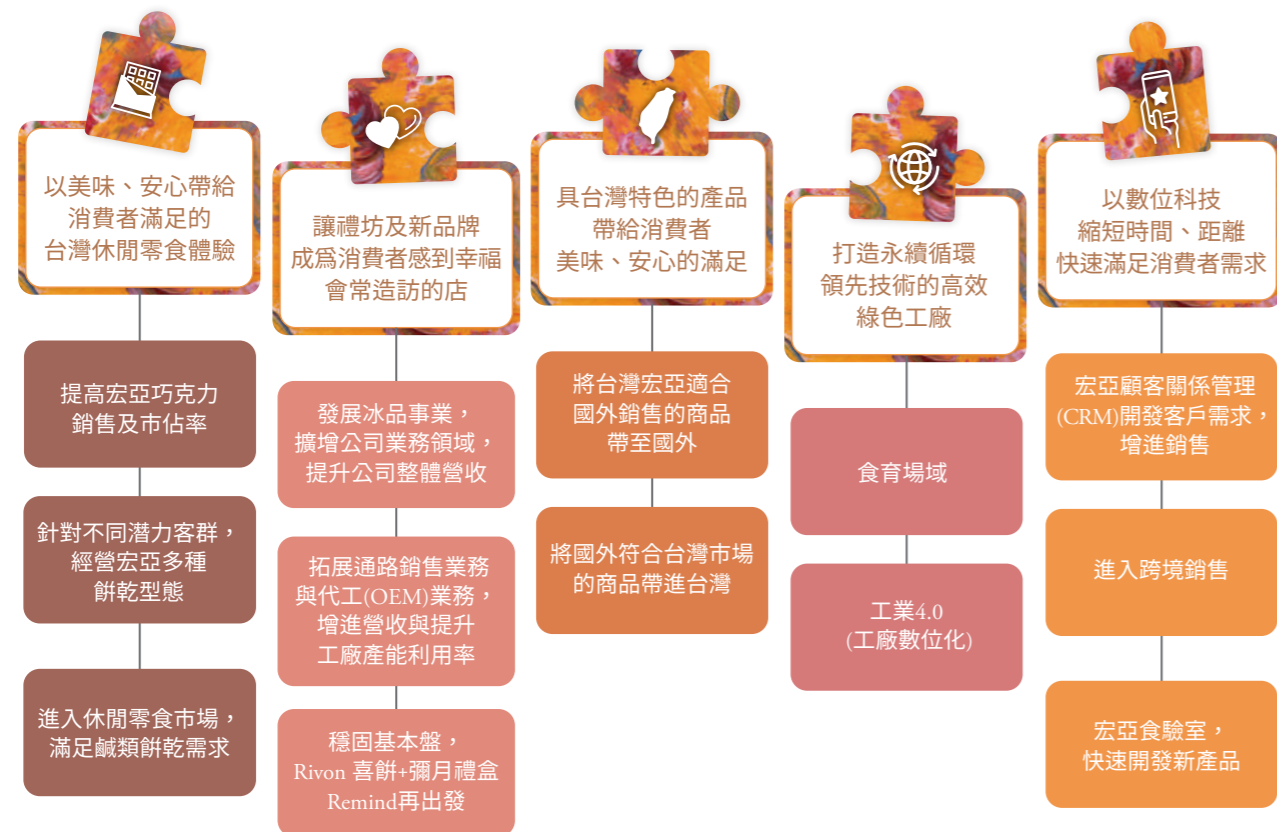


2.1.2 營運策略與績效

▶ 營運策略

宏亞食品享有台灣國民巧克力美名，秉持著“大家都可以吃的起的好吃巧克力餅乾”的精神，投入至糖果餅乾等休閒市場，面臨新科技時代來臨，宏亞食品不僅在產品上力求推陳出新，也開始發展多策略經營型態，在研發上以健康又美味零食為產品發展策略主軸，再配合多元化的通路布局，滿足市場消費需要。另外近年來宏亞食品也透過巧克力共和國平台宣揚食育理念，此外，宏亞亦強調永續經營理念，致力為下一代打造良好生存環境，多年來我們努力在生產製程節能減碳，發展如循環經濟等對環境友善之製程，讓消費者除了安心享受美味，也能認知到產品隱含環境共好理念製造而成。

因應疫情影響，宏亞面臨嚴峻市場挑戰，除了消費者行為改變，全球疫情也打亂供應鏈秩序，致使斷料風險提升，影響產品出貨的交期；為此宏亞調整經營策略，未來將更加速數位轉型工作，無論在製程上、產品開發上與管理面，冀望能快速應變外在環境，達成永續之經營目的。

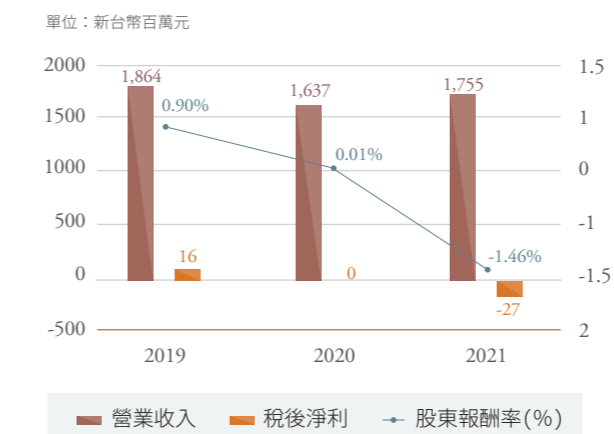


▶ 營業績效

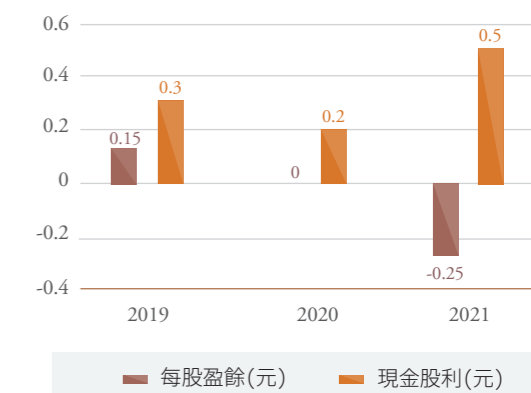
宏亞公司 2021 年度合併營業收入淨額為新台幣 1,755 百萬元，較 2020 年度合併營業收入淨額 1,637 百萬元同比增加 7.2%。但因原物料成本高漲、xxx 等因素造成營運成本增加，致 2021 年稅後淨利金額為新台幣負 27 百萬元。

自有設備部分，2021 年宏亞食品生產產品總量共 6,016 公噸。宏亞公司主要生產線機器設備數量依事業群分，77 事業生產設備共 313 台，禮坊事業生產設備共 121 台。

▶ 近三年度營運績效圖



▶ 近三年度每股盈餘與股利圖

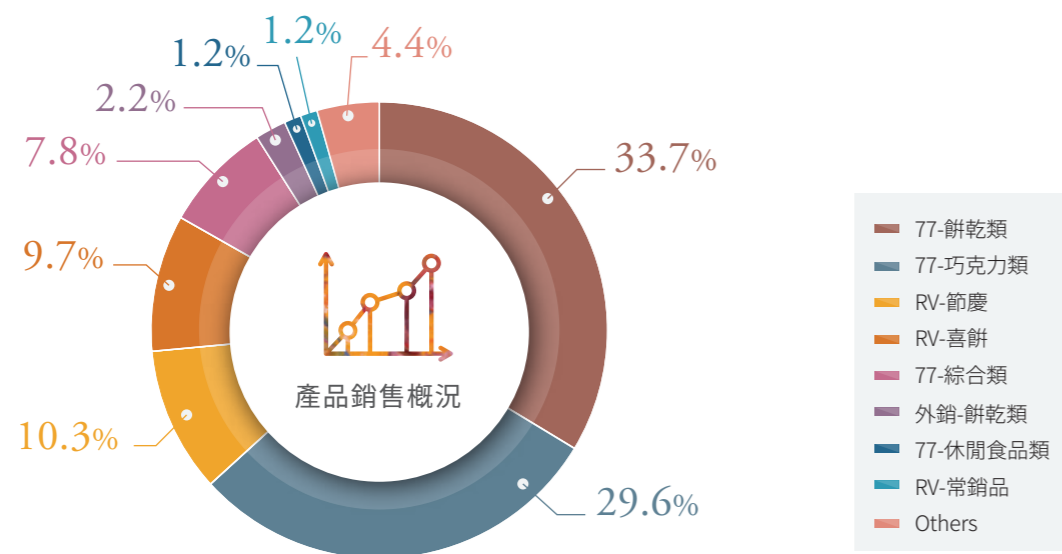


▶ 近三年財務績效

單位：新台幣百萬元

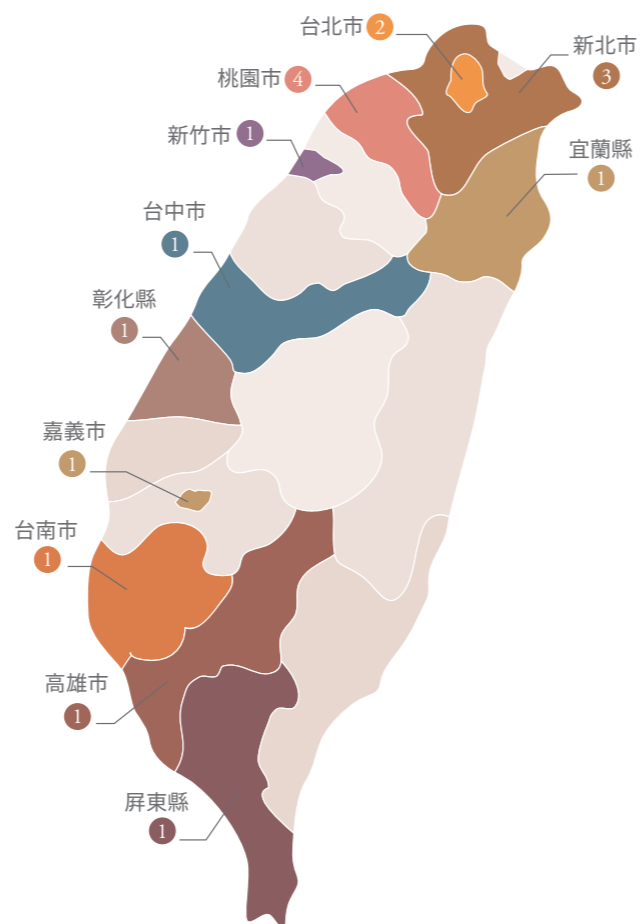
	2019	2020	2021
營業收入	1,864	1,637	1,755
營業成本	1,362	1,169	1,303
營業費用	502	480	501
所得稅	2	-0.005	-3
薪資總額	367	353	354
員工福利總額	53	36	54
退休金總額	16	15	15

▶ 產品銷售概況



▶ 地理分布情況

名稱	縣市	區	地址
總部	新北市	新店區	寶興路 45 巷 8 弄 3 號 5 樓
工廠	桃園市	八德區	建國路 386 號
巧克力博物館	桃園市	八德區	巧克力街 177 號
門市	台北市	中山區	中山北路 2 段 22-1 號
門市	台北市	信義區	忠孝東路 5 段 392 號
門市	新北市	板橋區	南門街 29 號
門市	新北市	三重區	正義北路 193 號
門市	宜蘭縣	羅東鎮	公正路 183 號
門市	桃園市	桃園區	中山路 147 號
門市	桃園市	中壢區	延平路 461 號
門市	新竹市	北區	中正路 163 號
門市	台中市	中區	三民路 2 段 132 號
門市	彰化縣	彰化市	中正路二段 149 號
門市	嘉義市	西區	中山路 543 號
門市	台南市	東區	東寧路 124 號
門市	高雄市	新興區	中正四路 34 號
門市	屏東縣	屏東市	民生路 196 號



2.2 公司治理

在公司治理方面，宏亞食品秉持誠信經營之理念，積極推動營運透明化，以維護利害關係人權益為原則。另外，本公司於 2015 年通過「公司治理實務守則」、「誠信經營守則」、「企業社會責任實務守則」、「道德行為準則」，以落實強化公司治理制度，並由本公司稽核室擔任權責單位。除將上述相關守則，於公司內部網站公告，供員工公開閱覽之外，亦於公司月會中宣達溝通，以落實反貪腐政策。宏亞公司目前僅有誠信經營保證書，作為供應商評鑑用途，為合作往來簽署文件，尚未制定誠信經營、倫理相關的吹哨機制與熱線，未來宏亞公司將內部評估設置誠信經營之相關訓練規劃，以期符合公司治理準則。2021 年確認無發生貪腐事件且無任何經濟面向的違案件。本公司營運據點主要在台灣，政經環境穩定，經評估無重大貪腐風險。

宏亞食品依法規除需每月公布營收報告及每年舉辦股東常會之外，所有相關資訊皆可於本公司官網查詢。本公司另設有發言人、代理發言人和服務等單位，負責向投資人溝通公司訊息，以確保投資人充分了解公司營運方針。股東可依公司法規定，於每年股東常會以書面提出議案。公司官網設有投資人專區，定期更新財務資訊等資料供投資人參考，投資人能透過電子郵件信箱，表達問題和建議。我們深信，所有努力將能提高本公司經營的透明度，使投資人執行投資決策時，能獲得更多相關的參考資訊。

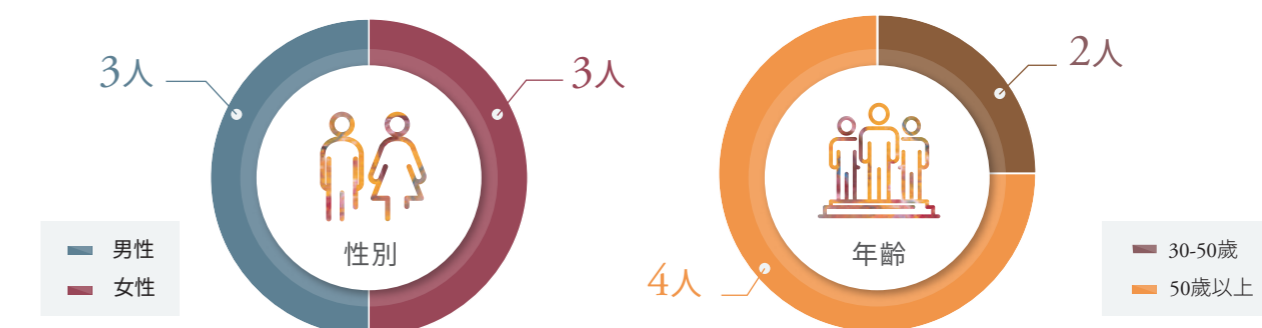
宏亞食品官網：<http://www.hunya.com.tw>

投資人信箱：christineyu@hunya.com.tw

2.2.1 董事會運作

宏亞食品依章程規定設置有 3 席董事及 3 席獨立董事，為了善盡監督責任，依循「公開發行公司董事會議事辦法」訂定「董事會議事規範」，並規範董事的利益迴避原則依法確實執行，以力求健全治理機能的完善。本公司經營階層與董事會之間維持良好的溝通管道，執行董事會的指示與營運目標，為股東創造最高的利益。

▶ 董事會成員資料表



▶ 董監事背景

職稱	姓名	主要學經歷	目前兼任本公司及其他公司之職務
董事長	張云綺	維吉尼亞大學企管碩士	本公司總經理
董事	張琇晴	溫徹斯撒藝術學院行銷管理碩士	本公司採購部高專
董事	王聖鈞	波士頓大學管理學碩士	台北大稻埕有記名茶股份有限公司董事 台灣汽電共生(股)公司董事
獨立董事	林大宗	東吳大學經濟系 巴黎銀行 / 歐文銀行 (現紐約銀行)、香港 上市公司隆成集團獨立非執行董事	
獨立董事	林燕娟	日本立教大學碩士 台灣大學會計系	信業聯合會計師事務所合夥會計師
獨立董事	劉俊北	Ateneo De Manila University MBA 統一超商服務商品部長、德記洋行總經理	統一超商股份有限公司資深經營顧問

▶ 董事會績效評估

宏亞公司董事、監察人酬勞係依公司章程規定按稅前淨利百分之二以下提撥，董事出席車馬費每次 3,000 元及獨立董事支領年度固定酬勞之外，未支領其他酬勞。

董事會績效評估

- 公司營運參與度、董事會決策品質、董事會組成結構、董事會選任及進修、內部控制等

董事成員績效評估

- 公司目標與任務掌握、董事職責認知、公司營運參與程度、內部關係經營與溝通、董事專業及進修、內部控制等

功能性委員會績效評估

- 公司營運參與程度、功能性委員會職責認知、功能性委員會決策品質、功能性委員會組成與選任、內部控制等



▶ 董事會酬金

單位：新台幣仟元

職稱	姓名	董事酬金	兼任員工領取相關酬金
董事長	張云綺		
董事	張琇晴	27	3,727
董事	王聖鈞		
獨立董事	林大宗		
獨立董事	林燕娟	200	0
獨立董事	劉俊北		

▶ 近三年董事會出席狀況表

年份		2019	2020	2021
董事會召開次數	次	6	6	8
全體董事平均出席率	%	100	100	100
獨立董事出席率	%	100	94.3	87.5

其他詳細資訊 (如選任時持有股份、現在持有股數、配偶 / 未成年子女現在持有股份、利用他人名義持有股份、具配偶或二親等以內關係之其他主管、董事或監察人) 等等細節，請參考宏亞公司 2021 年報內容。



2.2.2 功能性委員會

▶ 審計委員會

宏亞食品遵循法令設置審計委員會，協助董事會履行其監督公司在執行有關會計、稽核、財務報導流程及財務控制上的品質和誠信度，依規定審計委員會成員應由全體獨立董事組成。本公司審計委員會由三位獨立董事組成，2021 年審計委員會共召開 6 次，出席委員實際出席率 100%。

▶ 薪酬委員會



宏亞食品係自 2011 年 11 月開始設置薪酬委員會，忠實履行「訂定並定期檢討董事及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構」暨「定期評估訂定董事及經理人之薪資報酬」之職權，並將其所提建議提交董事會討論及做成決議。薪酬委員會於行使以上職權時，均本於其專業性，審酌最高治理成員與經理人之個人表現、公司績效及未來風險，並參酌同業通常水準情形，建構具競爭性且能使企業永續發展之薪資報酬機制。本公司薪酬委員會由三位獨立董事組成，2021 年薪酬委員會共召開 2 次，出席委員實際出席率 100%。

2.3 永續風險管理

2.3.1 風險管理制度

宏亞食品透過外部市調公司之資料庫以及產業顧問專家研究之報告，每年年底召開策略會議，則以蒐集採購之報告資料進行外部環境因素分析和內部營運狀況比較，並依此制定公司新一年的風險評估及因應方案，主要就總體市場、國家風險、競爭者狀態情報作比較分析，研擬各事業群策略發展目標，近幾年食品業的經營面臨各種風險，因應產業特性，宏亞食品盤點各種風險，製表如下：


風險項目	對宏亞造成的衝擊	相關因應措施
 政治風險	宏亞主要銷售地點於國內，經評估因政治因素而導致的禁銷風險較小，未來持續觀察。宏亞公司生產基地集中於桃園八德廠區，主要行銷據點為國內(98%)、外銷(2%)，中國銷售所占比重相對較低，影響評估較小。	為了降低出口風險衝擊，目前積極開拓東南亞、澳洲和北美市場減少過度集中單一市場之風險。
 法規風險	近年來食品法規漸趨嚴密，對溯源及生產品質管理提高，相關設備和系統需導入因應。	宏亞密切留意國內食品相關法令變動，以利確保生產之產品均遵守相關食品法規要求。
 人口結構風險	經濟風險及社會風險，對宏亞公司經營衝擊將直接反映在營運績效成果，例如結婚對數減少，少子化社會都對禮餅市場有直接衝擊。	宏亞公司經營團隊皆以即時的應變調整組織對策來因應，以降低不利之影響。
 產品需求風險	由於健康養生理念提升，現代人對飲食健康要求也相對嚴格，由於宏亞公司屬於糖果餅乾產業，現代人對糖類產品減量勢必影響公司營運績效。	宏亞公司產品研發設計方向也因應消費者對健康養生的需求亦逐步朝向無人工添加物、健康單純食材來因應。
 供給風險	近年來全球主要風險中，氣候變遷成爲最關鍵因素，由於宏亞公司之主要原物料來源屬於基礎之農業產業，易受全球氣候異常造成農產品價格波動及產量供應不穩定，對宏亞公司衝擊程度相當大。	宏亞公司爲了維持原物料供應穩定，除與供應商簽訂合約保障，也進行對供應原料找尋替代原料來源及供應商，確保維持價格穩定及供貨持續不中斷，減少對宏亞公司營運之影響衝擊。宏亞亦逐步導入供應鏈管理平台，以利敏捷性管理供應原物料之衝擊風險。
 競爭風險	因食品業進入門檻低、市場競爭激烈，顧客偏好亦變動迅速，對宏亞的營運具一定程度的衝擊。	宏亞公司透過明確的市場區隔，並重新塑造品牌形象及商品曝光度、提升消費者品牌忠誠度，及創新產品開發以規避競爭風險。

風險項目	對宏亞造成的衝擊	相關因應措施
 傳染病風險	全球流行傳染病衝擊全球經濟，直接影響供應鏈、原物料供應與消費者行爲的改變，顯著影響宏亞的銷售情況與營運策略，直接影響各上下游供應鏈之運作，導致相關生產、運輸、航運等因疫情封閉而導致延期交貨或缺貨、缺工等衝擊。	宏亞公司目前針對此供應鏈斷貨危機採取持續追蹤並提前備貨因應，以減少衝擊。
 氣候變遷風險	氣候變遷風險將影響宏亞營運、能資源管理、原物料及供應鏈管理，對宏亞公司在生產階段之衝擊最直接明確。	宏亞於 2021 年起逐步導入氣候相關財務資訊揭露框架 (TCFD) 方法評估於公司營運策略規劃上，並在決策過程中納入氣候變遷因子；訂定氣候變遷風險管理程序與機制，並納入整體風險管理政策；積極推動各項環保節能減碳措施、減少溫室氣體排放量、推動綠色生產及食品服務等，以減緩與調適氣候變遷所帶來之營運衝擊。氣候變遷風險因應相關措施將於 4.2.1 "氣候風險治理" 小節有更多說明。

2.3.2 內部控制與稽核制度


宏亞食品依據「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」規定，擬訂年度稽核計畫，據以檢查公司之內部控制制度，以確保內部控制制度得以持續有效實施及作為檢討修正內部控制制度之依據。宏亞食品稽核室職掌內部控制稽核，並為協助董事會與高階管理階層進行獨立、客觀地評估內部控制制度之完備性、有效性及落實性，並適時提供改善建議，以確保內部控制制度能持續有效實施。同時依董事會與高階管理階層之委任，提供相關調查、評估或諮詢服務，以協助董事會及高階管理階層履行其公司治理的責任。稽核室隸屬董事會，設稽核經理一人總管內部稽核業務，督導稽核室辦理內部稽核工作，稽核經理之任免需經董事會同意。

▶ 內部稽核範圍




年度查核

- 每年度依風險評估擬定稽核計畫，經董事會核准後實施。
- 各項查核構面包含且不限於營運稽核及法令遵循性稽核。



專案查核

- 依董事會與高階管理階層之營運與管理需求，執行不定期之專案性查核作業。



內控自評

- 每年度依法在公司內統籌「內部控制自行評估」作業，由各部門執行者定期針對各作業控制項目的合理性、落實度及有效性進行檢視，經稽核室覆核後，將評估結果回饋給董事會。

▶ 內部稽核控制流程



▶ 危機處理機制

宏亞透過內部稽核作業定期查核各項制度之遵循情形，目前尚未制定風險管理規章及相關程序，在處理危機處理狀況，本公司遭遇緊急重大事件時，將由總經理負責召集相關權責單位成立專案小組討論並決議緊急應變方法，並向董事長和董事會報告。未來將著手計畫內部評估風險管理規章與相關程序的擬定。



2.3.3 法規遵循

本公司不斷提升經營管理能力，包括溯源管理、供應商管理、產品品質、環境衛生安全及服務管理的能力，在經營上均遵守相關法令更提前因應。2021 年度因產品標示與使用到的原料標示不符，導致違反商品標示法而被裁罰，本公司在標示審核關卡進行補強，避免未來再發生。本公司針對與食安問題相關，造成社會安全衝擊之相關情事，建立 0800 免付費客訴管道，立即處理客戶有關食品上之疑問，而內部管理上也設立員工意見信箱反映職場需改善事宜，同時在公司官網設立意見反饋專區，聽取蒐集投資人和相關團體之意見回覆，2021 年度並未發生社會衝擊申訴立案之案件。環境衛生上，應揭露之排放水質相關紀錄在 2021 年皆符合法規規範，無任何違反法規、政策或排放標準之事件。

由於本公司屬食品製造業，主要遵守之法令規章有食品衛生管理法及施行細則、食品良好衛生規範、商品標示法等。同時也為食品輸入業，進口奶粉、油脂及香料等工廠內自行使用之原料，無銷售或轉贈行為。2021 年度銷售的產品並無被禁止在特定市場銷售，也無發生利害關係人質疑或有爭議性的產品銷售，造成民眾恐慌。若發生有爭議產品銷售時，依據不合格品管理程序辦理，妥善處理。本公司因應衛服部食品安全管理制度，強制執行食品安全監測計畫、強制檢驗和追蹤追溯管理系統，皆依法遵行。

本公司所生產之產品 100% 通過 ISO 22000 要求，且全數符合相關法規要求。2021 年發生一起產品「脆加起士風味」召回事件，召回原因為產品成分標示中之奶精粉末如實展開，此項產品全年銷售總量為 292,029 包，因產品全數於市場銷售完畢，故召回食品總量為 0 噸，庫存數量則以重新張貼改版成分貼紙方式處理。未來宏亞將特別留意營養標示稽核，恪遵法規規範。

		2021 違規事件 / 次數	裁罰單位 / 金額	改善方法與行動
環境面	水質 / 水量類	0	0	無
	其他環境裁罰類	共 3 件，說明如下： ● 未取得操作許可前，進行食品油炸作業程序：罰鍰新臺幣 600,000 元整，處環境講習 8 小時整。 ● 違反過度包裝法：薑餅包裝體積比值 (PVR) 為 1.43，超過資源回收再利用法所規定的 ≤ 1，罰鍰新臺幣 30,000 元整，處環境講習 2 小時整。 ● 違反過度包裝法：薑餅包裝體積比值 (PVR) 為 1.64，超過資源回收再利用法所規定的 ≤ 1，罰鍰新臺幣 30,000 元整，處環境講習 2 小時整。	桃園市環保局 / 660,000 元	1. 取得操作許可 2. 加強包裝體積比值審查機制
治理面	食品安全相關類	0	0	無
社會面	產品標示或銷售類	共 1 件，係因產品成分標示中之奶精粉末如實展開成分	桃園市衛生局 / 80,000 元	加強標示審查複核機制

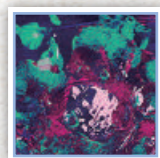
3 分享甜蜜 安心滋味

3.1 食安永續・幸福延續

- 品質控管與檢驗
- 成品管理
- 溯源管理
- 人員與衛生管理

3.2 創造客戶幸福

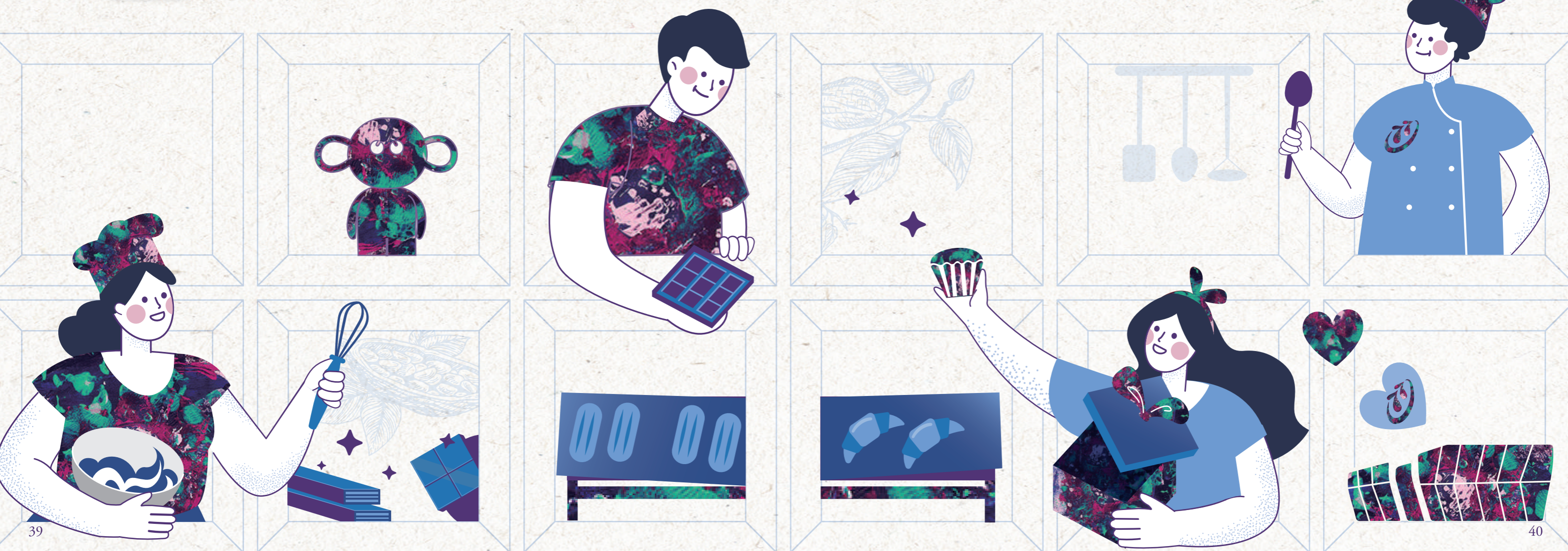
- 創新商品與服務
- 責任行銷與標示
- 健康與營養的產品
- 客戶關係與隱私管理



點點善X宏亞 城市曙光計劃

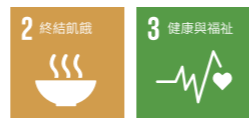
作品名稱: 綻放

創作理念: 蓓蕾，在舌尖融化，綻出甜蜜，盛放芬芳，在口中綻成一朵希望之花





管理方針



● 重大主題

食品安全管理 產品與服務創新 責任行銷與標示 客戶隱私與資訊安全 顧客關係管理

● 優先閱讀對象

消費者 投資人 通路商 政府機關

● 對宏亞的意義與承諾

宏亞食品以誠信及創新的經營理念與嚴謹的食品安全管理，以提供消費者安心又甜蜜的滋味，成為幸福食品的首選目標。自2019年起，持續推行聯合國SDGs相關主題：在2025年前達成商品減糖比例達5%，提升動物蛋白原料使用比例符合動物福利，並在2030年前產品完全移除人工色素使用。



信任

我們認為品質是設計出來的，設計新產品時，就需考慮源頭原料的選用，經由嚴密的實驗設計，找出最適的生產條件，再上線測試，經由保存實驗的驗證，確保商品上市的安全性。宏亞食品生產的商品100%通過ISO 22000要求，且全數符合相關法規要求。



熱忱

宏亞食品對研發製作食物、分享甜蜜滋味具有如初創業時的熱忱，讓客戶吃得起健康又好吃的產品是我們最大的使命。



創新

宏亞食品不斷強化創新的能力，引領市場潮流，陸續結合台灣在地食材推陳出新，讓消費者享有新奇而美味的食品。



重大主題	管理方法與評估機制	2021 年管理績效
食品安全管理	恪遵食品安全法規，嚴格把關生產品質，並透過定期的內部稽核，確保生產流程符合標準	實驗室微生物檢驗 90.81% 合格
產品與服務創新	持續開創新產品並符合世界潮流，達到健康減糖之標準	健康減糖機能產品佔 77 事業群銷售比例 6%
責任行銷與標示	傳達消費者清楚訊息，明確做好食品標示	未有任何投放廣告於 12 歲以下兒童族群 未生產基因改造之產品
客戶隱私與資訊安全	採用最新科技建置入侵防禦、反惡意軟件和應用程式控制，並設置新世代防火牆阻絕公司內外侵入，同時做好系統備份確保至關重要的營運系統安全無虞	未有任何資料外洩盜用情形 資訊稽核文件正常
顧客關係管理	全通路管道與顧客保持良好溝通與服務，提供更適切的服務與產品	整理線上線下顧客資料，並導入 CRM 系統

3.1 食安永續・幸福延續

3.1.1 品質管控與檢驗

▶ 宏亞對食安的承諾

早期台灣食品業生產管理只講求規格、看的是「成品」，往往發生問題才回去追蹤原因。而現在，食品管理則轉向「即時監控」，甚至希望能「提前預警」。2020 年年初爆發「嚴重特殊傳染性肺炎」(COVID-19)，連帶影響供應商稽核及驗證方式，實地評鑑暫停或改為上傳生產影片與相關紀錄做為生產佐證，但對於交貨的來料品質控制 (IQC) 進料品質與生產過程檢驗 (IPQC) 檢驗，均施與嚴格品質把關檢驗，不因疫情做調整改變。

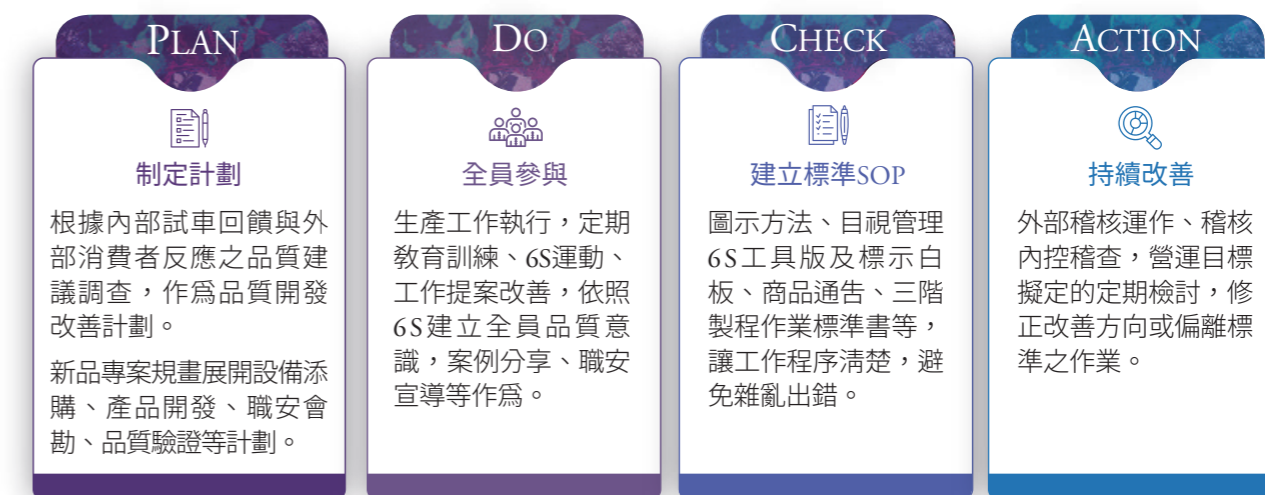
宏亞公司使用 SAP 資訊系統，提供更即時數據分析，詳細監管原物料變動，認證管理方式接恪遵 TQF 準則，作業管理方面都遵照 ISO 22000 執行要求，所有原物料皆能於每月 10 日上傳追蹤追溯系統 (非追不可平台) 資料揭露。販售之商品全數自行生產組裝，並無委外生產情形，所生產之產品 100% 通過 ISO 22000 要求且全數符合相關法規要求。

▶ 食品安全管理組織

宏亞公司主要由品保部負責掌管食品安全管理相關事宜，權責工作為負責食品安全法令之宣導與執行，以及如食品原料、添加物、產品標示之審查與稽核、作業環境之食品安全衛生督導查核；並每月製作各項稽核紀錄，同時也舉辦廠內相關食品安全衛生之教育訓練，確保宏亞所有產品皆符合最嚴厲的標準規範。

▶ 食品安全管理策略

透過 PDCA 管理手法持續改善品質，以符合公司的品質政策 - 「提供安全、衛生、高品質及符合顧客需求的食品」。



註解：6S 為整理、整頓、清掃、標準工作流程、持續養成良好工作習慣、安全。



品質管理系統能夠持續穩定及有效運作極為重要，因此每年各單位均有訂定教育訓練計畫，安排全廠員工接受品質衛生安全相關教育訓練，2021 年因應疫情管制，改將教材或影片上傳文管中心，以利每位員工皆可接收相關訓練資訊之規範。

2021 年宏亞內部訓練人數為 7,580 人，訓練時數為 19,825.8 小時；其中關於食安訓練課程共計訓練人數 2,193 人，1,862 小時。除公司內部提供之食安訓練，宏亞亦鼓勵員工參與外部訓練，2021 年外部訓練人數應為 108 人，訓練時數應為 1,356.1 小時，關於外部食安訓練課程共計訓練人數 74 人，合計 538.5 小時。此外，宏亞亦派員參與衛生局或政府機關、供應商及驗證單位所舉辦研討會、法規條文說明及食品相關課程，以了解法規最新動態，並隨時掌握法規新知。

▶ 2021 年度教育訓練課程彙整表

部門別	受訓課程	總時數	人次
製造部	食品安全防護重點、過敏原標示及管制重點、衛生安全管理重點及異物防治、食品安全緊急演練、金屬檢測機檢測作業、首件及自主檢驗作業、品質異常事件宣導與回顧	1,862	2,193
品保部	實驗室認證規範 ISO17025 訓練、質構儀教育訓練、差示掃描量熱法 (DSC) 驗收及操作教育訓練、資策會 - 線上衛生安全相關課程 (110 推動食品製造業者建置第一級品管宣導說明會)	83.5	33
研發部	感官品評教育訓練	336	24
企劃部 & 製技部	過度包裝教育訓練 (塑膠包裝規範與產業永續趨勢訓練)	119	17

▶ 品質認證與稽核制度

宏亞公司十分注重生產的品質安全和衛生管理，以持續 ISO 22000 品質管理系統認證為重點項目，並依最新 ISO 22000：2018 要求執行。本公司品保制度可分為品質檢驗及品質保證等 2 大類：

▶ 品質檢驗

工作範圍	品保工作重點	2021 年實際成果
原料檢驗	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建立各項原料檢驗項目及標準，並主動提供原料 IQC 文件給供應商與採購，透明化交易規格及檢驗項目 2. 核對每批進料分析表與廠商原始資料之一致性 (包括產地、成分、保存方式及期限、過敏原、規格) 3. 送樣原料與現行使用之差異性檢驗 4. 庫存原料之品質檢驗 5. 配料及添加物重量的相符性查核 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 新原料 IQC 文件共製作 53 件 2. 全年度原料進貨共批 5,267 次，合格率 94.89% 3. 樣品送樣檢驗 100 次，已將各檢驗結果提供研發及採購 4. 原料庫存品質檢驗 1 次 (19 項) 5. 品保部抽查配料 1,270 次，不合格 4 次，合格率 99.68% 6. 自行輸入外驗報告 8 份，檢驗結果均合格
物料檢驗	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建立各項物料檢驗項目及標準，並主動提供物料 IQC 文件作為檢驗依據及核對 2. 物料簽樣 (限度樣品 (GOLD sample) 製作，放置各檢驗現場專區，以縮減來回走動找尋核對時間 3. 庫存包材之品質檢驗 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 新品物料文件製作 450 件 2. 物料簽樣 GOLD sample 450 件 3. 開立需試車物料表 264 件 4. 庫存提報 1 次
製程檢驗	<ol style="list-style-type: none"> 1. 製造現場巡迴品質檢驗 (水分、單包封口、殘氧、品評) 2. 配合新產品導入試車，收集並制定品質標準 3. 生產環境衛生及潛在污染的查染 4. QC 工程表及 IPQC 文件之製作 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 品保部共巡檢製造現場 48,365 次，屬於內部問題 165 次，外部客訴問題 175 次，檢驗缺失 340 次 2. 新品試車報告 96 份 3. 衛生查核缺失 543 件 4. 共製作 50 份 QC 工程表
成品檢驗	<ol style="list-style-type: none"> 1. 成品 FQC 每批入庫品質檢驗 (封口、日期、標示、重量等) 2. 成品庫存 / 退貨等品質判定 3. 重製工商品之品質判定 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 成品年報檢驗 26,234 次，不良數 26 次，合格率 99.9% 2. 庫存提報 77 總盒數：921,996 盒，特採 92,0450 盒，次品 27 盒，報廢 1,159 盒 禮坊總盒數 150,059 盒，特採 149,789 盒，報廢 266 盒，冷凍品總盒數 84,907 盒，特採 84,907 盒 3. 退貨品總盒數 252,749 盒，回收 72,227 盒，次品 120,288 盒，報廢 84,948 盒 4. 重工單共 131 件
微生物檢驗	<ol style="list-style-type: none"> 1. 原料進料、半成品及成品微生物檢驗 2. 生產環境檢驗 (空間落菌、食品接觸面、手部塗抹、水質檢驗、餘氯檢驗) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 微生物檢驗分析，國內成品驗 1,665 批，外銷驗 134 批 2. 空氣落菌共檢驗 938 次，合格率 89.87% 3. 食品接觸面共檢驗 103 次，合格率 93.2% 4. 手部塗抹 239 次，合格率 94.97%，複測合格 5. 水質檢驗 35 次，其中 3 次微生物超過標準，清潔後復測合格，合格率 91.43% 6. 餘氯檢驗 35 次，合格率 100%
量規儀器校正	<ol style="list-style-type: none"> 1. 全廠量規儀器校正計劃與執行 2. 重要管制點金屬檢測機及 X 光機之外校 3. 認證實驗室之儀器及標準件外校工作 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 全廠量規儀器校正 889 次，故障送修至合格率 100% 2. 金檢機校正 28 台 X 光機 1 台，合格率 100% 3. 儀器外部校驗報告 32 份

品質保證

工作範圍	品保工作重點	2021 年實際成果
HACCP 原物料及製程分析	1. 依原物料及製程等流程分析危害，制定重要管制點 2. 依原物料進料項目，編列原料最低檢驗週期報告索取計畫、包材食品接觸面、成品檢驗報告等 3. OEM 商品及新品、成品週期性輪檢	1. HACCP 計劃書共 19 份，持續維護執行中 2. 原料外驗報告 191 份均合格，物料外驗報告 26 份均合格，成品外驗報告 145 份均合格 3. OEM 商品檢驗 8 次合格率 87.5%。內部稽核共 2 次，稽核 1103 條，缺失 40 條，不合格率 3.63%
營養標示	1. 依 SAP 配方組成建立營養標示 2. 依各代理商需求製作外銷英版、簡體版標示和營養成分 3. 外銷配方百分比及流程圖繪製 4. 標示經內或外部審核通過，發出製作單 5. 核對標示設計稿件	1. 營養標示製作 410 次 2. 外銷製作成分 % 或流程圖共 138 次 3. 製作三合一標示共 176 次 4. COA 報告共 65 次 5. 標示校稿製作 494 次
保存實驗	1. 新產品快速及常溫、運輸測試等 2. 包材更換提升，重新驗證產品保存期限	新品保測 949 次，新品量產保測 123 次，運輸測試 13 次，專案 6 次，包材保測 4 次，包材試車 1 次共 1,096 次
供應商訪廠	1. 依年度供應商訪廠計畫執行，增修預計合作或包材食品接觸面或年節交易商品如鹹蛋黃、豆餡自製供應商 2. 重大異物汙染案件或食安事件的不通知稽核	供應商訪廠次數為 41 次
客訴處理	1. 客訴原因分析及改善追蹤 2. 建立預防及矯正措施 3. 客訴回覆報告	1. 客訴共 774 件，屬製造之責共 1,77 件，22.87% 2. 提供消費者或通路客訴回覆報告共 53 份
教育訓練	1. 依年度教育訓練計畫執行內外部訓練。(包括衛生、食品防護、過敏原及重要管制點的訓練)	2021 年食安課程包括內部訓練 2,193 人共 1,862.27 小時，專業訓練 74 人共 538.5 小時
專案執行	1. 依公司政策執行各項專案改善 (電腦系統、精實生產)	SAP 系統維護
文件維護	1. 法規文件更新、原料及成品規格書分類管理 2. 客戶通路及 TQF 平台資料維護 3. 外驗報告之登錄與維護	1. 維護台灣法規 82 份，外銷 31 份 2. 全家通路新品登錄維護 47 件 3. 362 份報告登錄與管理

除了認證系統之定期追蹤查驗以外，尚接受利害關係人如政府單位、相關通路及合作廠商之二者稽核，虛心接受並確實改善稽核所見之缺失或觀察建議事項。

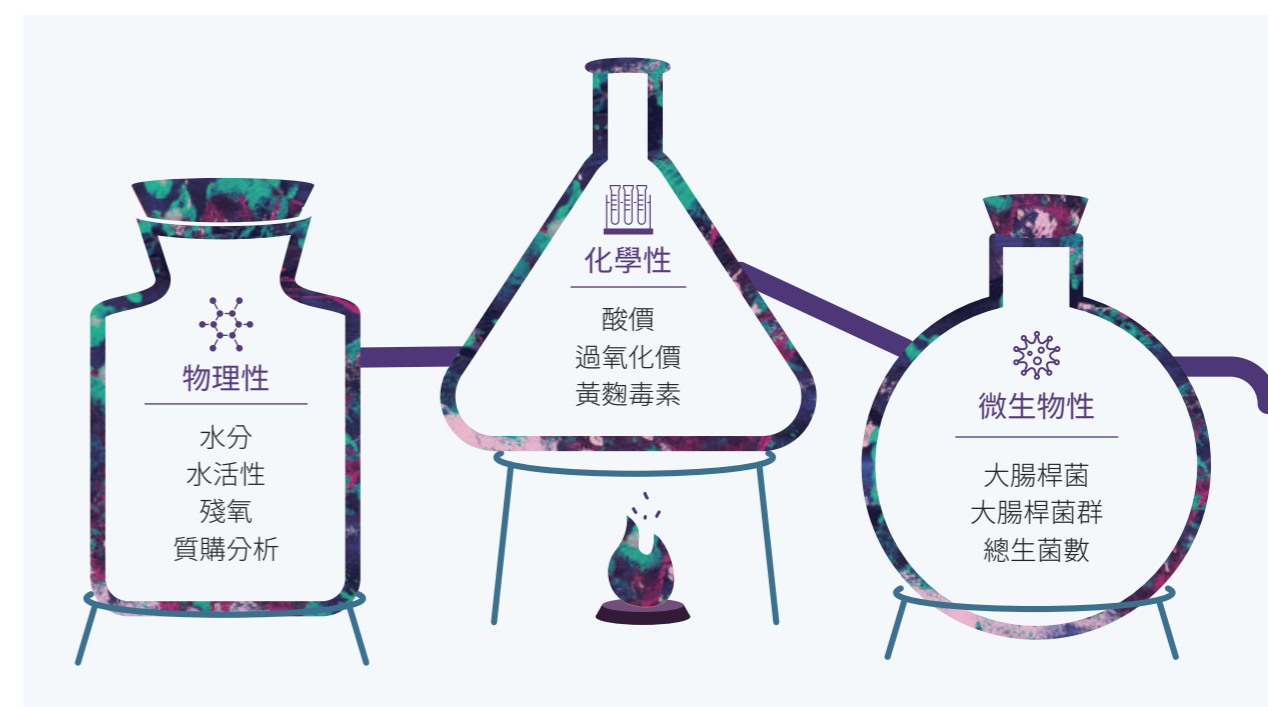
2021 年年度稽核活動結果報告：

	次數	不符合事項	改善方針	觀察缺失	改善方針
外部稽核	12	31	· 衛生及 6S 習慣之養成訓練 · 標準與異常處理之觀念及處理訓練	53	制定標準程序與查核機制
內部稽核	2	40	· 每月專人定期檢視作業辦法，發現不符合情形立即修改 · 加強人員對辦法/文件/操作之熟悉度。 · 人員離開異動提供工作交接單 · 利用工具如點檢表，避免遺漏	0	
合計	14	71		53	

近來因食品安全事件頻發，政府機關積極修訂法規條文，本公司隨時關注法規動態，遵守規定並維護品質安全，以保障消費大眾之權益。截至 2021 年本公司通過的認證系統包括食品 TQF、ISO 22000，所生產之產品 100% 通過 ISO 22000 的要求，未來內部將評估導入經由全球食物安全主張 (Global Food Safety Initiative, GFSI) 承認認證標準。

▶ 持續優化實驗室檢驗

宏亞食品實驗室從原料測試、生產管理、新品測試、成品階段皆為內部管控，實驗室檢驗項目分為：物理性、化學性及微生物性三大類，2021 已取得通過 TAF 微生物檢驗認證。



宏亞公司以嚴謹的心為消費者做品質上的把關，因此廠內驗收標準比法規上來的更加嚴苛。2021 年度，宏亞食品實驗室共檢驗 2,873 筆微生物樣品，如下列表格：

類別	2021 年檢驗結果		備註
	總檢驗次數	合格率	
外銷產品檢驗	134	96.27%	廠驗未符，符合法規
成品檢驗	1,665	97.2%	
原料進料檢驗	371	78.98%	
研發委託檢驗	253	72.33%	
月餅檢驗	76	89.5%	
專案檢驗	200	77.50%	
OEM 產品檢驗	8	87.500%	
蛋糕檢驗	51	90.2%	
巧克力糊檢驗	17	88.2%	
試俾檢驗	23	87%	
外購品檢驗	2	100.0%	
客訴樣品檢驗	1	100.0%	
衛生局產品檢驗	2	100.0%	
能力比對	30	100.0%	
外銷月餅檢驗	40	100.0%	
合計	2,873	90.81%	

備註：廠驗未符，符合法規表示供應商商品符合政府法規標準，在宏亞公司是以實驗室高標準檢驗，因此產生落差現象。

2021 年原料檢驗合格率為 78.98%。此外，因宏亞公司實驗室採用國際最高標準，成品以及糕餅類之合格率雖未達 100%，但接收之原物料皆符合法規標準。為確保符合法規要求及產品穩定度得到客戶肯定，2021 年在實驗室相關品質管理、檢驗費用支出逾 1,200 萬元，占營業收入淨額為 0.72%，較 2020 年增加 0.22%，主要花費為實驗室重新整修及儀器添購新置。



3.1.2 成品管理

生產線成品入庫前，逐批由品保人員抽驗，合格後方可入庫，成品倉庫 24 小時溫濕度控制，並由專人每日記錄查核。出貨時由理貨人員將產品批號登錄至理貨單上，以作為產品追蹤的依據，品保部會對出貨產品做先進先出之批號查核和出貨商品抽樣查核。運輸車輛也會每日清潔並做安全檢查與定期保養，以降低故障發生之機率。若為冷藏、冷凍車運輸，則會有溫度記錄與監控，避免產品失溫、造成品質變異。每半年會對運輸車輛作溫度校正，以確保溫度顯示表有效性。中、南部貨品則委由運輸公司夜間載送，避免白天溫度較高，路程較遠，導致車廂內溫度偏高，產品受熱變異。另為確保運輸產品的安全，對外來司機、運送車輛均建立車輛履歷（包含車溫、清潔度等）、司機人員履歷，以確認運送身份。

其餘逾期產品均依廢棄物處進行分類，可回收之塑膠紙類，不可食用之逾期品，當垃圾處理，減少對食物鏈之汙染衝擊。此外，回收料超過使用管制期限，依廢棄物分類廚餘管理，每日盤點數量與簽核繳交。

3.1.3 溯源管理

配合政令食安五環政策(「源頭控管」、「重建生產管理」、「加強查驗」、「加重惡意黑心廠商責任」及「全民監督食安」)，宏亞公司建立相關食品監測計畫與追蹤追溯作業指導書，每日由品保專人收集原物料交貨/生產紀錄/成品出貨等3大區塊，所有產品100%皆透過電腦資訊系統可達成：

1. 往上可追溯原料之使用批號，往下可以追蹤原料產出商品之製造日期，亦可串聯製造批號以及物流批號。

2. 整個追蹤追溯系統經內部定期實施演練，每半年一次實施模擬回收演練，2021年共執行兩次模擬回收演練，包括生管/原料/製造/品保/物流等6人協助，以確保產品異常、緊急應變的即時追蹤追溯，確認具有2小時內完成追蹤追溯的能力。

3. **外部定期稽核：**以隨機挑揀實際批號進行追蹤追溯，如：台灣優良食品發展協會認證(TQF)、好市多。外部以隨機挑揀實際批號進行追蹤追溯，如：TQF、好市多、二者客戶及衛生單位執行，2021年共執行12次，主要缺失係環境衛生未確實，表單記錄異常，改善措施在衛生及6S習慣之養成訓練，以及標準與異常處理之觀念及訓練。

4. **內部稽核：**比照外部稽核模式，選定HACCP計畫書內產品，進行追蹤追溯地確認包含原物料製程及出貨流向等各站所需之佐證資料。

3.1.4 人員與衛生管理

宏亞公司定期宣導教育作業人員做好各項品質要求準則，諸如落實添加物雙重配料檢核、生產線首件檢驗、自主檢驗、金屬檢測、倉儲溫濕度管理、車輛運輸管理等細節，一旦發現有不合標準或異常處，立即要求現場改善，以確保良好的衛生環境。同時品保部每天會對生產線之人員衛生、產品衛生、環境衛生、機械設備等項目進行查核，並且定期做水質檢測、空氣落菌的監控。針對從業人員、作業場所、設施衛生管理及品保制度進行之評估與改進。2021年各類別與面向的人員與衛生管理成果詳如下表：

類別	管理面向	管理措施	2021年管理措施與績效
從業人員	1. 職能鑑定 2. 教育訓練 3. 健康檢查	1. 每年舉辦製程人員技術檢定，作為重點培養人才 2. 每年各部門舉辦品質衛生及重要管制點操作人員之教育訓練 3. 新進員工於報到時須提供體檢合格證明，全廠員工每年定期進行一般勞工體檢、供膳人員(傷寒、A型肝炎、胸腔X光)檢驗	1. 生產線培訓64人 2. 共舉辦7堂金檢機課程，共282人次參與 3. 本籍健康檢查共364人，均未檢驗出傷寒A型肝炎、肺結核等法定傳染疾病。其中主管職共38人加驗腹部超音波

類別	管理面向	管理措施	2021年管理措施與績效
作業場所	1. 噪音區防護 2. 單包封口確認 3. 單包形態的變更 4. 衛生檢查日誌	1. 針對作業環境超過85分貝者，提供耳塞、耳罩防護，每年健檢加做聽力檢查，並由廠護列冊關懷追蹤 2. 增加水壓機，檢測單包封口之完整性 3. 穀麥生產線產品充氮，以延長產品保存期限 4. 核果類烘烤後以真空包裝冷凍保存延長保存期 5. 乳加產品採用純鋁包材，以延長產品保存期限 6. 每日由各單位主管執行衛生日誌的查核	1. 2021年已列表68人數，提供作業人員注意聽力變化 2. 生產線現階段為7台水壓機 3. 生產線現階段為2台殘氧機 4. 每週一次，週轉率2個月內使用完畢 5. 由保存期8個月改至1年 6. 每日確保人員衛生及作業廠所符合GHP要求
設施衛生管理	昆蟲捕捉係數分析	1. 製造現場出水口檢驗大腸桿菌及生菌數和餘氯 2. 針對生產線上人員進行手部衛生抽檢 3. 食品接觸面塗抹與生產線過敏原的檢測 4. 針對廠內各區域捕蟲燈，做數量及趨勢分析	1. 每2個月檢測一次，2021年抽驗6次，結果均符合廠內標準 2. 生產單位每月隨機抽檢，均能符合廠內標準 3. 接觸面塗抹共102點，分別檢驗總生菌數、大腸桿菌及大腸桿菌群，其中9點不合格，清潔消毒後復測合格。每月執行過敏原檢測共全年共48次，結果均合格未檢出 4. 廠區內捕蟲燈共79個，有效降低飛翔性蟲害
品保制度	1. 外購及被抽樣商品品質確認 2. OEM商品之品質	1. 針對市售宏亞食品商品，取樣做品評及微生物報告 2. 比對政府抽樣及TQF後和廠商調查抽樣檢驗報告之相符性 3. 新品保存試驗之執行 4. 出貨OEM商品提供內部成品檢測報告	1. 隨機購買4項品項，品評及微生物檢驗均合格 2. 每年兩次比對，內部微生物檢驗結果與外部衛生局及TQF抽樣產品微生物結果一致，均符合國內產品衛生標準 3. 共測試949件，確保新產品上市保存期限 4. 每批提供成品檢驗報告，內部抽驗6次微生物均符合標準

3.2 創造客戶幸福

3.2.1 創新商品與服務

2021年77與禮坊事業部持續透過觀察消費者需求趨勢，堅持使用好的原料、好的方法、做出美味產品的理念，開發各式創新商品與服務。宏亞公司在2021年投入之研發費用逾870萬元，開發之新商品共計55項，為與時俱進符合消費趨勢，今年宏亞更創新突破，跨品類推出膨發類休閒零食，開發脆加新品牌四層玉米餅，此外更結合在地食材，開發屏東可可巧克力、禮坊則以鳳梨纖維材質開發ESG概念的中秋禮盒，將在地精神及包材永續利用融入產品開發中，享用美味糕點同時關愛環境。

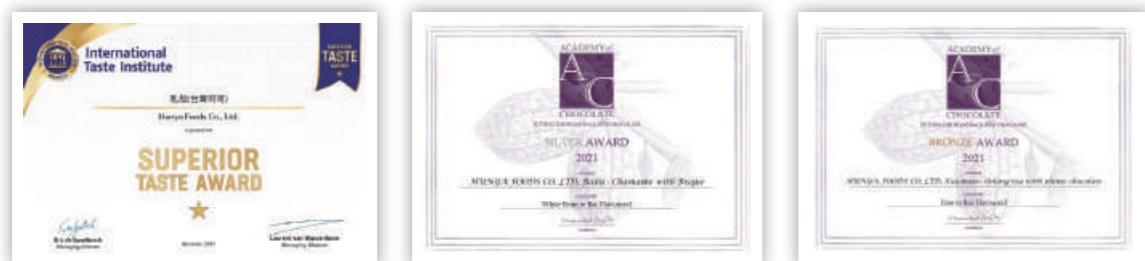
跨品類創新商品—樂創美好滋味



2021年77事業部為滿足更廣大族群對休閒零食的需求，跨足鹹口味零食品類，上市脆加新品牌四層玉米餅，在鹹零食市場中開創更多元的餅態選擇，脆加在產品上除了擁有獨特調味及熱烘技術讓口感更酥脆，更使用台灣好米及非基改玉米加入產品配方，在創新產品中融入在地思維及對安心品質的堅持。

創新商品獲國際品質獎肯定

2021年宏亞持續在巧克力品質獎上獲得殊榮，除了「70%醇黑雙堅果乳加」通過iTQI評鑑取得「Superior Taste Award風味絕佳獎章」，獲世界級專業廚師及飲品專家的認證；更以「法式濃湯茶豆仁」和「梅子烏龍」兩支巧克力，榮獲2021英國皇家學院巧克力大賽Academy Of Chocolate (AOC) 銀賞及銅賞。



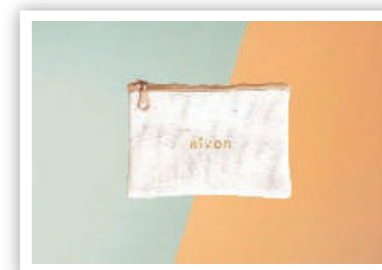
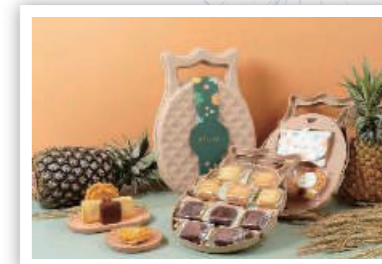
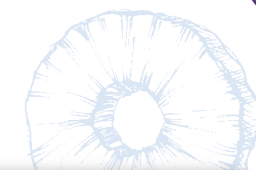
2021年禮坊持續推出全新精緻法點「達克瓦茲-蘭姆酒香葡萄」、「達克瓦茲-覆盆子果粒」，更榮獲iTQI風味絕佳獎章 1 星獎章，雪茄捲(香草)獲頒iTQI風味絕佳獎章 2 星獎章，曲奇餅(奶油原味)連續兩年獲頒iTQI風味絕佳獎章 2 星獎章。



將在地化精神融入創新服務

永續精神新食尚，賦予鳳梨從裡到外的再生價值

2021年禮坊創新推出推出引發話題的「永愛鳳梨酥禮盒」，鳳梨酥內餡精選在地土鳳梨及金鑽鳳梨，酸甜風味與細緻口感，並拌入天然奶油增加滑順感；外皮則以荷蘭菲仕蘭新鮮乳源製成天然發酵奶油，使產品保持鬆軟的口感且奶香十足。外盒材質使用鳳梨皮的纖維，經過日曬自然作用再混和100%再生紙漿製成，創新技術萃取鳳梨葉的纖維織成布包，既風尚又環保。鳳梨從果肉、果皮甚至果葉都能有所用途，減少產品製造中產生的浪費。永續概念禮盒將思念之情與關懷環境的情誼一併包裝，傳遞到更多人的心中，也在每個人心中佈下永續的種子，一起為地球的未來共好努力，在地永續，心意延續。關於永愛鳳梨酥禮盒更多資訊請見4.4.1「包裝材與廢棄物管理」小節的「創意溝通亮點故事—鳳梨變身永續包材」。



與在地共榮，賦予屏東可可新契機

透過屏東可可推廣者黃琬倫顧問的引介，2021年宏亞採購了一定規模的屏東可可，研發團隊透過多年開發巧克力的經驗，使用屏東可可搭配其他產地豆種，展現出最能呈現巧克力的最佳風味，讓消費者可以用平實的價格，品嚐到屏東可可特有的花果香味。在巧克力季陸續推出「77屏東可可雙堅果乳加」、「歐維氏屏東可可極致黑巧克力」、「禮坊Bon Bon果風濃情夾心巧克力」。未來亦規劃使用屏東可可原料的長銷商品，讓屏東可可農可有穩定的供應量，藉由支持在地小農，與在地共榮，實踐宏亞的經營理念：用好的原料，好的方法，做出人人吃得起的好吃商品。



創新成長亮點故事—屏東可可新經濟

☆ 屏東可可新經濟之價值與文化

屏東特殊風土環境，孕育出獨特的「屏東可可」，並在國際上發光發熱。以台灣屏東可可製成巧克力多以精品巧克力為定位，且於專門店販售，讓許多想一嚐在地可可風味的消費者望之卻步。為了讓消費者品嚐在地屏東可可的美好風味，並支持在地小農共榮互惠，2021年推出添加屏東可可的77乳加/歐維氏巧克力系列。

🎯 屏東可可新經濟之推動過程

此次結合屏東可可實為宏亞在企業經營上之創新突破，77巧克力系列身為國民巧克力品牌之首，追求人人都能品嚐美味巧克力之使命，因此在價格上要親民可接受；但屏東可可莊園巧克力屬於小量精心栽培，屬於可可界的精品種，價格是國外非洲迦納進口可可的10倍，而且產量相對稀少，對於想品嚐屏東可可風味的民衆相對不具吸引力，因此宏亞研發和企畫團隊思考以混豆方式，加入屏東可可開發出新產品，推出「77屏東可可雙堅果乳加」。

📄 屏東可可新經濟之推動成效

- 呼應聯合國SDGs永續指標12責任消費及生產，與在地屏東可可小農合作，選用地原料，減少碳足跡，為地球減碳盡一份心力。
- 支持在地農民，結合宏亞專業巧克力研發&製成技術，並發揮量產優勢，創造市場能見度&更多經濟價值，與在地農民共榮互惠。
- 自2021年9月推出以來至12月達成NT\$ 1,452萬業績。

👁️ 屏東可可新經濟再展望

- 先與屏東可可農每年穩定採購3千公斤，未來企劃更加開發更多系列產品，擴大屏東可可採購量。
- 未來會以互助的態度支持農民，盡量使用在地食材，特別是可可與水果，除了朝向bean to bar，以最短里程運送可可豆，讓巧克力更新鮮之外，宏亞還要努力成為更敏捷的公司，強化適應環境的能力。

3.2.2 責任行銷與標示

宏亞食品之責任行銷一直採用最高標準來檢視，2021年除了開發健康減糖與機能產品外，也致力於潔淨生產線之擴展，並將這些價值觀與消費者密切溝通。宏亞所有產品皆完整揭露成分資訊與相關標示，同時身為糖果餅乾產業，我們注重兒童健康發展，2021年並未生產基因改造之產品，亦未有任何投放廣告於12歲以下兒童族群，並有以下相關標示措施，以利兒童、消費者更能清楚產品食用安全。自2021年實行標示方面有：

1. 針對廠內使用之脫氧劑或乾燥劑，於包裝底部標示警語，注意事項及誤食急救方式。
2. 果凍類兒童食用時需有大人陪同之通知警語。
3. 洛可可熊禮盒玩偶標示符合玩具標示。
4. 過敏原資訊，提供消費者注意。
5. 提供葷素類別，供消費者選擇。

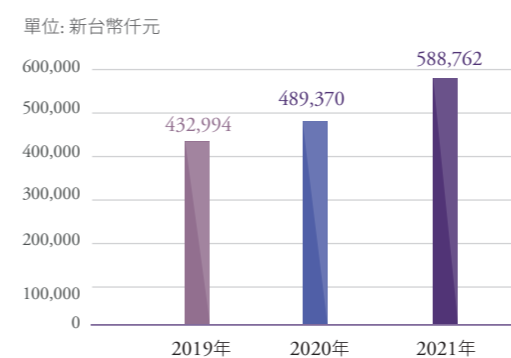
3.2.3 健康與營養的產品

宏亞食品致力提供滿足消費者營養與期待的產品，並透過認知與教育活動積極推廣健康的生活方式，目前產品之健康減糖機能產品項目共9項，主要是以77事業群之產品為主，其2021年之銷售額佔77事業群整體營收比例係6.2%。而在潔淨生產標準方面，截至2021年12月，宏亞公司已取得3條Clean Label之生產線標章，有潔淨標章的商品也提高為16項。並透過責任行銷方式於標示中揭露健康與營養之商品內容。

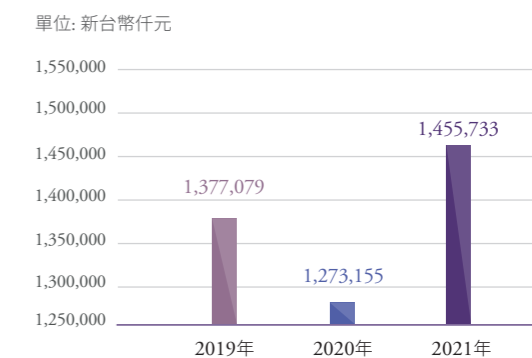
▶ 持續推廣健康與營養產品

宏亞秉持『用好的原料，好的方法，做出好吃的商品』之理念，因應國內健康管理法偏向規範食品保健效果，故宏亞依據產業經驗，對於健康與營養產品的定義為健康的零食要能兼顧安心品質及美味，根據市場調查，近年來消費者對健康營養意識增高，對產品要求也趨向於少添加、高機能、少負擔之追求，故在產品開發不斷朝向優質用料、少添加、配方優化、甚至取經日本零食市場添加營養素等方向來開創產品，2019年以來，宏亞在訴求健康與營養標籤的產品品項數目增加，營業額佔比也從31%持續增加到2021年之40%。

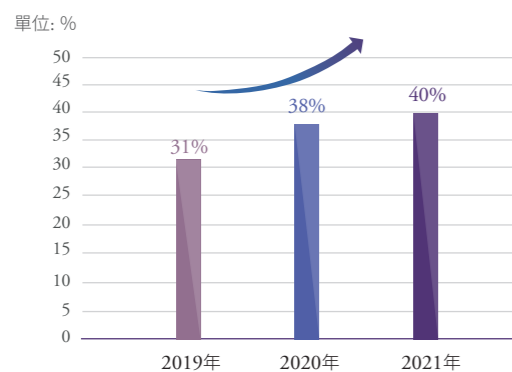
▶ 健康與營養標籤產品總淨額



▶ 當年總淨額



佔比



我們從東方消費者行銷資料庫 (E-ICP) 觀察消費者購買巧克力考慮因素，發現巧克力可可濃度從過去的第五名躍昇為第四名，77 事業部看好黑金商機，持續耕耘黑巧克力市場，除了既有的 70%、77%、85% 醇黑巧克力，2021 年更拓展更高可可膏百分比的 90% 醇黑巧克力，配方上使用哥倫比亞可可膏，透過合適的可可豆風味搭配，讓原本高%數的苦澀味也變得甘醇滑順美味。在餅乾品類，持續透過廣宣，溝通新貴派大格酥以真實食材入餡，不添加香料的美味；本味誠現則廣宣百分百無添加香料、人工色素、防腐劑的安心美味。77 旗下品牌目前共有 16 支產品取得慈悅潔淨標章認證，包含本味誠現品牌、新貴派大格酥品牌、及歐維氏醇黑巧克力品牌取得潔淨標章 (Clean Label) 認證。配方符合八大不添加，佔整體 77 總營業額的 21%。未來也會持續增加有訴求健康與營養標籤的品項數，並且搭配媒體宣傳，讓更多國人認知到 77 提供健康與營養的美味零食，吃零食也可以兼顧健康。



3.2.4 客戶關係與隱私管理

本公司導入顧客為中心的顧客關係管理系統 (CRM)，以全通路管道與顧客保持良好溝通與服務，提供更適切的服務與產品，以下為各管道說明：

- **0800 免費客服電話**：提供客戶關於產品任何客訴與退换货服務，並且將客戶分層分工維繫，顧客所負責的對應服務單位或門市會透過 0800 流通指派給權責單位，讓顧客獲得最良好的服務。
- **線上客服**：藉由不同數位管道，如 Facebook、Line、Instagram、電商服務等，專責人員線上回應顧客需求，並藉由顧客關係管理系統分派門市、事業單位、工廠，讓顧客迅速方便了解產品購買需求以及運送程度。
- **數位追蹤**：客戶情報系統建立顧客案例，即時監控營業人員服務進度，並每月出具客訴月報表，針對客戶反映問題分類，於工廠月報中追蹤管理，並開放 Google Map 商家公開評論與評等，真實並迅速反應顧客滿意度。

產品回饋：為求產品研發符合顧客期待，公司成立宏亞食驗室，針對前期研發概念產品，透過客戶試吃收集問券與取得顧客回饋，提供給產品企劃作為未來產品發展依據，讓客戶能夠真實的了解並參與產品研發的過程，建立更好的顧客體驗。



宏亞公司在資訊安全方面皆採用最新科技建置入侵防禦、反惡意軟件和應用程式控制，並設置新世代防火牆阻絕公司內外侵入，同時做好系統備份確保至關重要的營運系統安全無虞。而禮坊事業群使用之銷售時點情報系統 (POS) 對終端客戶訂單的個人資料，皆採取最嚴密之保密機制，確保資料沒有對外揭露或被竊的情形。

4 傳承清新 豐饒未來

4.1 環境永續・幸福延續

- 環境管理策略
- 環境管理組織與權責

4.3 水資源管理

- 用水管理
- 廢污水管理

4.2 氣候變遷因應

- 氣候風險治理
- 溫室氣體排放管理
- 能源管理

4.4 廢棄物與其他污染管理

- 包裝材與廢棄物管理
- 空污與噪音管理



點點善X宏亞 城市曙光計劃

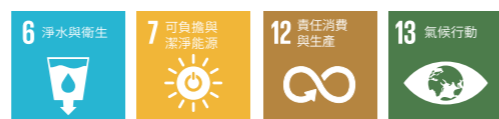
作品名稱: 浮世繪

創作理念: 人生百態, 如人飲水, 就像一盒巧克力, 你永遠不知道將嚐到什麼滋味





管理方針



● 重大主題

氣候變遷減緩與調適 包裝包材

● 優先閱讀對象

投資人 消費者 政府機關 社區與其他

● 對宏亞的意義與承諾

宏亞食品在提供優質產品與服務的同時，體認到維護地球環境的責任，將環境保護做為持續努力的方針；我們堅信以服務社會的核心價值在追求成長的同時，更應致力於環境保護。本章節將介紹關於水資源應用污染防治、廢棄物減量、資源再生回收、能資源管理及節能減排之議題。



信任

宏亞食品為落實致力於環境保護的承諾，由最高管理階層或代理人任環境管理委員會主委，依循ISO14001國際標準制訂各部門工作職掌、權責，整合資源為永續經營，創造有利空間。



熱忱

近年宏亞投入再生能源外並積極引進新技術、新設備，汰換低效能空調機組，全面使用LED高效能照明，產線空調可變風量節能，回收機組排氣廢熱以供洗滌熱水預熱，減少天然氣使用。



創新

未來將持續推動能源及廢棄物再生能源，並建置「綠色再生能源」光電系統，減少碳排放污染。



重大主題	管理方法與評估機制	2021 年管理績效
氣候變遷減緩與調適	因應減少碳排放，除了增加再生能源使用也擴大生產製程之循環能源使用，例如熱能、廢水等；另外，遵從聯合國永續發展目標方針，每年逐一減低範疇一至三之溫室氣體排放達到 5%。	溫室排放氣體同期比減少 8.13%
包裝包材	行銷端方面朝向減少包材使用設計，並尋找可循環再生之材料做替代，生產製造端則研擬廢棄包裝材之處理使用，降低對環境之衝擊。	禮坊品牌推出永愛鳳梨酥產品，包裝採用鳳梨纖維與紙盒成的循環產品

4.1 環境永續，幸福延續

4.1.1 環境管理策略

宏亞秉持對環境友善的理念，多年前已逐漸導入環保設備於工廠生產製程中，同時，在生產過程中致力於能源循環再利用，我們在環境管理策略上致力發展為六個面向，分別為水資源應用與污染防治、溫室氣體盤查與減排改善、永續能源管理、廢棄物汙染管理、綠色產品設計以及精實製程改造，相關策略與行動方案說明如下：

🌊 水資源應用與污染防治

- 擬定水資源管理方案，運用放流水回收減排再利用。
- 建立數位管理機制，為清楚掌握各供水管路、水資源使用狀況，尋找持續改善機會。
- 推動新建廠房雨水回收、防洪、滯洪方案替代冷卻水，降低自來水使用量。
- 全面清查水資源，建立用水平衡圖控系統。

🌡️ 溫室氣體盤查與減排改善

- 全面盤查溫室氣體排放，依計畫汰換非環保冷媒、冷凍機組並將製成烘培使用排碳量較高之「LPG」液化瓦斯改以排碳量相對較低之「LNG」天然氣取代，盡可能減少二氧化碳排放。

🌱 永續能源管理

- 落實能源查核制度工作，積極推動節能改善。
- 汰換老舊耗能設備，提高能源使用效率。
- 導入智能管理，應用 AI 程式管理，降低待機低負載電力損耗。

🗑️ 廢棄物汙染物管理

- 依循製程減廢、汙染預防及管末管制原則，依法妥善處理各項廢棄物。
- 落實廢棄物分類，提高資源回收再利用比例，建立流向追蹤查核機制。

💡 精實製程改造

- 優化生產流程管理、改善設備，並降低生產損耗，以提高生產效能。
- 導入清潔生產技術及方法，極大化資源使用，儘可能降低環境衝擊。

🌿 綠色產品設計

- 以友善環境概念設計產品並簡化包裝，選用易回收可生物分解之包材。
- 於產品生命週期產品設計之初進行改良，以減少環境負面衝擊。

4.1.2 環境管理組織與權責

▶ 環安衛推行委員會

宏亞因應法規，設置環境、能源管理委員會及專責單位，實踐宏亞對環境保護的承諾。本公司環安衛推行委員會由董事長擔任主任委員，由製造總部主管擔任執行代表，並負責環安衛系統文件的建立、發行及活動推行，追蹤環安衛目標之執行狀況、鑑別環境考量面、建立職安室安衛危害鑑別及規劃及執行環安衛管理活動與公司內部緊急應變計劃等，環安衛管理系統執行與管制時，相關權責部門亦提供所需人力資源、特殊專業技能以及環安衛管理所需技術及財務的資源，以利相關專案推展。

▶ 能源管理組織

宏亞制定「能源管理作業標準書」，並依規定制定能源管理查核制度，建立能源管理組織，目前該組織由製造總部主管擔任主任委員，各下轄部門擔任推行委員，並由主任委員挑選能源管理人員，該組織權責為訂定節能目標，定期追蹤能源使用效率，執行內部稽核與查核執行成效，進而達到節能之目標。

● 環境申訴案件

為使內外部抱怨事件及各階層間意見能有效處理，訂定「環安衛諮詢與溝通管理辦法」，並建立本公司與內外部利害相關者有效溝通管道：內部員工可透過部門內部會議意見箱、電子郵件傳送各項議題意見，外部會透過客戶端稽核、供應商訪談，總機、警衛室紀錄，主動拜訪鄰近住戶、村、里長、鄰長等管道依循辦法程序，適切訊息傳達與溝通，建立內外部諮詢與溝通管制表，經管理辦法流程及管制表進行擬定對策、方案，進行改善及追蹤，並回饋處理結果給利害相關者。2021 年環境衝擊申訴案件為 1 件，主要係購置之油炸設備未取得操作許可，經改善後未再發生。

年度	環境衝擊申訴的總數量	申訴案已解決的數量	因應改善方案
2018	1	1	PU 空壓管全數更新
2019	1	1	設備運轉噪音改善
2020	1	1	取得油炸設備操作許可

資料來源：環安衛異常追查矯正處理單及內外部諮詢與溝通管制表。



4.2 氣候變遷因應

4.2.1 氣候風險治理

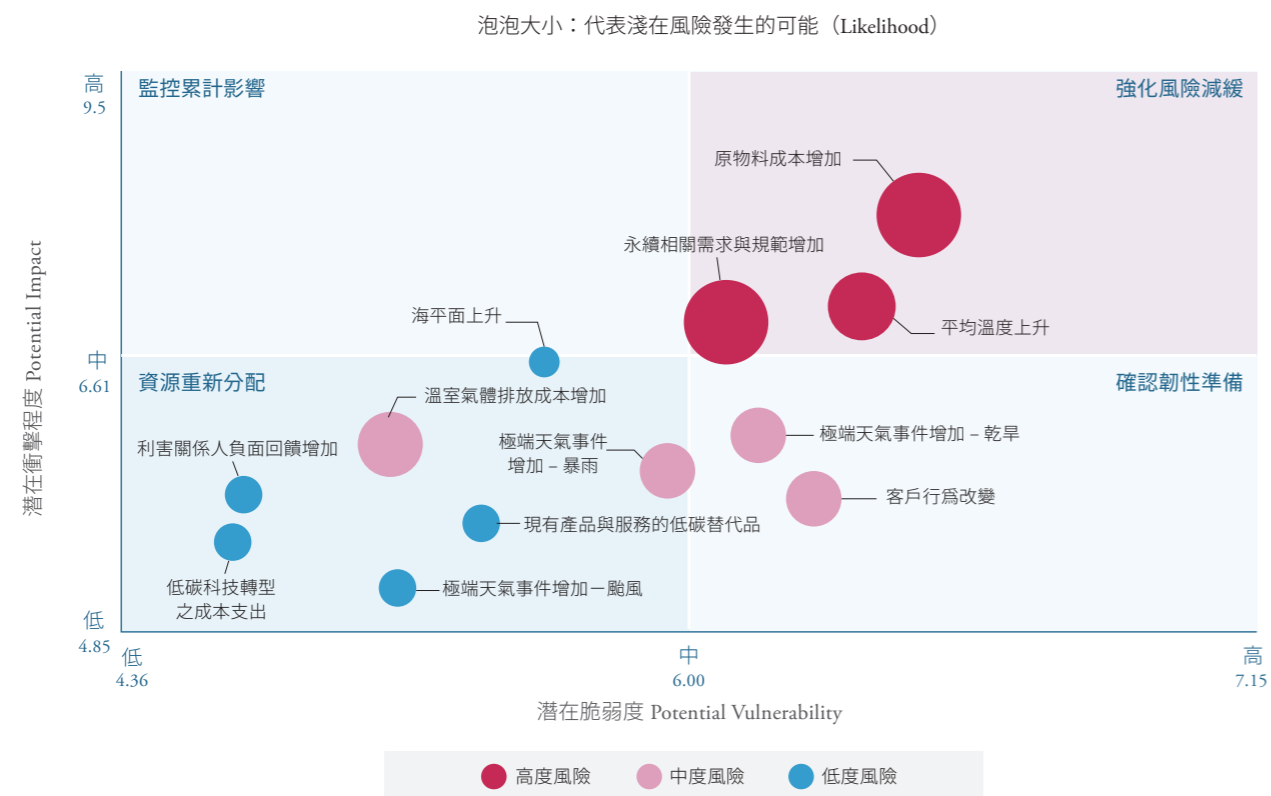
依 2021 年世界經濟論壇所發布全球風險報告中指出，在前 7 大風險評估中，環境議題就占據其中 4 項，這些衝擊包含氣候行動失敗、極端氣候、人為環境災害及生物多樣性下降，其中，又以氣候行動失敗對人類造成之衝擊較大，因這項風險不僅會帶來極端氣候事件，更將嚴重影響全球經濟體系。因此，如何妥善評估氣候變遷對企業造成的風險因子與量化其對營運造成的衝擊至關重要。宏亞為銜接國際永續趨勢，積極管理氣候風險議題，同時亦符合遵循公司治理 3.0 之強化 ESG 資訊揭露的法規，自 2021 年起逐步導入氣候相關財務資訊揭露 (TCFD)，透過風險評估辨識氣候變遷所引致風險，強化永續報告書資訊揭露。氣候相關風險與議題由本公司的環境與能源管理組織討論與決策。

面向	揭露架構	宏亞現階段作法	揭露建議	宏亞現階段作法
治理	1. 揭露宏亞氣候風險與機會的治理機制	由本公司環境與能源管理組為治理單位，討論決策氣候變遷減緩、能源管理議題	a. 描述董事會如何監管宏亞的氣候相關風險與機會 b. 描述管理階層管理氣候相關風險與機會的權責	因應此議題，宏亞目前與透過外部專業顧問舉辦高階講座說明現階段全球因應氣候變遷之治理與策略和分享實際案例與董事會溝通 董事長兼任企業責任委員會主席，由董事長主導氣候變遷風險之對應方針
策略	2. 揭露氣候風險與機會帶給宏亞的實際與潛在衝擊，以及其對宏亞營運、策略、財務規劃之影響	氣候風險在宏亞公司內評估主要是針對生產端之影響，在策略上制定是以增加替代能源方式和使用循環製程來因應	a. 描述宏亞鑑別出的短、中、長期的氣候相關風險與機會 b. 描述氣候相關風險與機會如何影響宏亞的營運、策略及財務規劃 c. 描述在不同情境下，宏亞營運、策略及財務規劃之影響 (需包含 2 度 C 情境)	2021 年宏亞鑑別出 12 項氣候風險因子，其中 3 項為高度風險、4 項中度風險、5 項低度風險 宏亞公司在氣候風險應對上，目前以減少碳排放為標準，因此自建太陽能發電售電，以因應未來將課徵之碳稅收費 宏亞公司未來會逐步導入該情境之管理與回應
風險管理	3. 揭露宏亞如何鑑別、評估與管理氣候變遷風險	目前宏亞依據自身產業特性、潛在衝擊程度，以及風險發生可能性，來鑑別未來潛在的氣候風險	a. 描述宏亞鑑別與評估氣候相關風險的程序 b. 描述宏亞管理氣候相關風險的程序 c. 描述宏亞如何整合性管理風險架構	由 CSR 委員會透過部門盤點、問卷調查挖掘 TCFD 框架所需資料，辨識衡量氣候風險因子與產出風險矩陣 宏亞公司目前管理做法是投入太陽能發電系統建置，工廠方面也持續投資節能設備建置 宏亞在氣候風險之管理，從內部討論建立共識，並鑑別出主要受氣候影響之風險類別，並投入資源進行因應
指標與目標	4. 揭露宏亞在氣候風險與機會方面的管理目標與指標	目前宏亞公司在氣候風險制定之目標以減碳節能為主軸，相關指標以減少廢棄物，減少碳排放，增加再生能源以及導入循環經濟生產製程做為執行依據	a. 說明宏亞在訂定策略及風險管理過程中，運用哪些指標評估氣候相關風險與機會 b. 揭露範疇 1, 2, 及 3 溫室氣體排放及相關風險 c. 描述組織管理氣候相關風險與機會時的目標	在氣候風險管理上，參照減少碳排放之溫室氣體指標範疇排放標準制定目標因應，並透過願景藍圖定期追蹤與管理 溫室氣體排放相關數據於「4.2.2 溫室氣體排放管理」之小節有更多說明 目標上宏亞以逐年降低碳排放為主，並持續投入節能設備和增加再生能源使用比例

► 鑑別與評估氣候風險

宏亞自 2021 年起推動 TCFD 專案討論，並依 TCFD 框架內容與需求，與各單位訪談和對應方針。氣候風險辨識則透過 CSR 委員會根據公司營運活動與環境關係，參考氣候變遷引起之潛在風險，建立出內部評估風險值，藉由外部顧問輔導與多次會議和工作坊討論，結合脆弱度、衝擊度與可能性三項參數計算，產製出氣候風險矩陣圖，2021 年宏亞總計有 12 項氣候風險因子，其中 3 項為高度風險 (包含 2 項轉型風險與 1 項實體風險)、4 項中度風險、5 項低度風險。

► 宏亞氣候風險矩陣



► 宏亞氣候變遷相關風險因子清單

高度風險	中度風險	低度風險
原物料成本增加	極端天氣事件增加 - 乾旱	現有產品與服務的低碳替代品
永續相關需求與規範增加	極端天氣事件增加 - 暴雨	低科技轉型之成本支出
平均溫度上升	溫室氣體排放成本增加	極端天氣事件增加 - 颶風
	客戶行為改變	利害關係人負面回饋增加
		海平面上升

► 宏亞關鍵氣候風險與因應措施

高度風險	對宏亞的衝擊	因應措施與行動方案
原物料成本增加	生產成本增加，侵蝕獲利空間，影響企業永續經營發展	做好產品成本面監控，一方面針對部分產品價格因應做調價，另一方面市場端也開發不同產品來因應成本增加壓力，擴展營業額
永續相關需求與規範增加	因永續議題衍生之碳費、包裝材料之永續環保法令以及能資源規範，直接提升生產成本，造成獲利減少	工廠製造端持續朝數位化轉型階段邁進，引進相關機聯網系統，導入 AI 設備，發展自動化倉儲等，減少生產浪費，符合精實生產目的 提高再生能源設備規劃，導入智能控管能源系統，同時提高能源使用效率，減少浪費
平均溫度上升	溫室效應影響農作物收成和品質，直接造成產品品質不良或有斷料危機，衝擊產品商譽和營業績效	研發團隊尋求更多替代原料之開發，以維持既有產品之風味 採購團隊尋求更多原料管道，或擬訂策略與農產品源頭契作，掌握來源穩定性

► 宏亞潛在氣候機會

機會名稱	機會描述	宏亞因應策略
禮盒包材模組化應用	開發公版之禮盒，並輔以可回收紙材利用，藉以降低重複開發紙材之資源浪費	規畫採購相關包裝設備，設計出公版禮盒輔以統一印刷包裝紙，減少禮盒產品過度紙張包裝
增加再生能源之使用	提高綠能使用，除了減少因碳費而衍生的成本，也呼應宏亞永續製造之精神	盤點工廠目前屋頂閒置空間，未來規劃增加屋頂太陽能設備裝置
開發低碳產品獲得消費者認同	主要受全球供應鏈不確定因素增加，為了穩定生產線產品，開發使用在地原料	研發單位積極尋找使用在地原料，除了繁榮地方經濟，也漸少運輸距離之碳足跡
永續材料之使用	消費者永續理念抬頭，為擴張宏亞永續之理念，將結合更多之永續原料之使用	企劃與研發單位增加永續理念之原料使用，例如 FSC 紙材、友善動物原料、可分解塑膠與 RSPO 使用等



4.2.2 溫室氣體排放

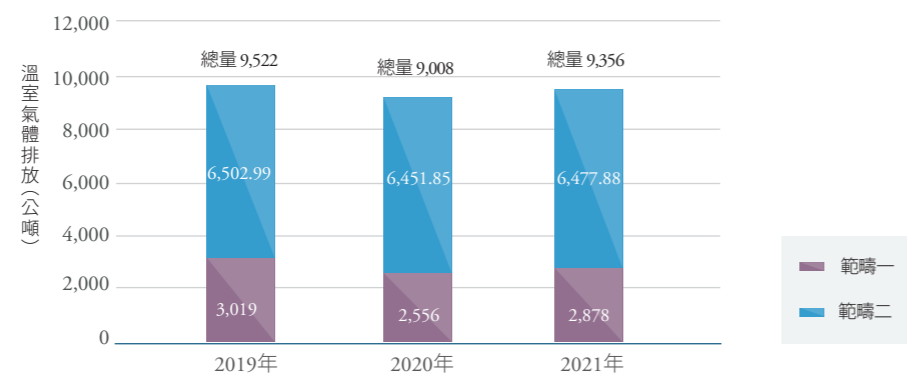
▶ 宏亞近年排放概況

本公司溫室氣體排放主要是來自於外購電力，其次是燃料使用，2021年總體碳排放 9,356 公噸，範疇一（燃料與冷媒）排放量 2,878 公噸，其中液化瓦斯佔其比重 76%，而整體主要碳排放來源以範疇二（電力）所佔比重最高達到 69.22%，整體 2021 年碳排放量相較 2020 年增加 3.9%。排放強度方面，2021 年溫室氣體排放強度為 5.31(公噸 CO₂e/ 百萬元)，同期比減少 8.13%。2021 年因產能調整增加機器稼動率，同時 2021 年營收同期比成長，故整體氣體排放密集度較同期減少。

▶ 近三年溫室氣體排放統計

年度	2019 年	2020 年	2021 年
範疇一（燃料）	2,337	2,333	2,196
範疇一（冷媒）	682.027	223.12	682.027
範疇二（電力）	6,502.99	6,451.85	6,477.88
總量（公噸 CO ₂ e）	9,522	9,008	9,356

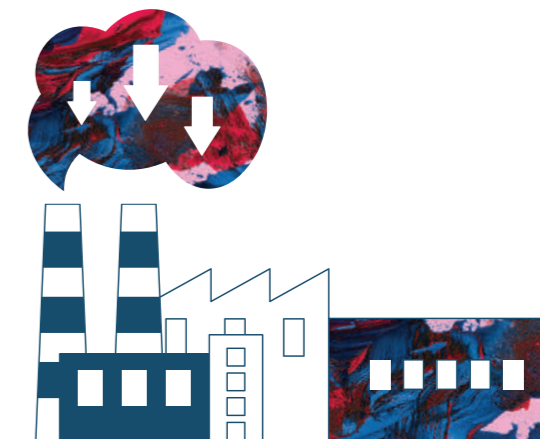
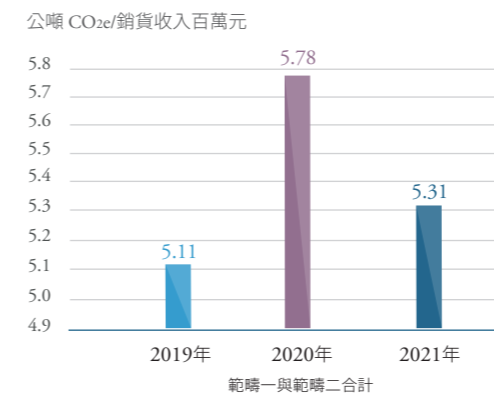
▶ 範疇一與範疇二溫室氣體排放量



備註說明：

- 溫室氣體排放量已納入統計的氣體包括二氧化碳 (CO₂)、甲烷 (CH₄)、一氧化二氮 (N₂O)。
- 依據行政院環境保護署國家溫室氣體登錄平台所公布的溫室氣體排放係數管理表 6.0.3 版計算溫室氣體排放量。
- 天然氣溫室氣體排放量 (公斤 CO₂e) = 天然氣 (度) * CO₂ 排放係數 + 天然氣 (度) * CH₄ 排放係數 + 天然氣 (度) * N₂O 排放係數。液化石油氣溫室氣體排放量 (公斤 CO₂e) = 液化石油氣 (公升) * CO₂ 排放係數 + 液化石油氣 (公升) * CH₄ 排放係數 + 液化石油氣 (公升) * N₂O 排放係數。
柴油溫室氣體排放量 (公斤 CO₂e) = 柴油 (公升) * CO₂ 排放係數 + 柴油 (公升) * CH₄ 排放係數 + 柴油 (公升) * N₂O 排放係數。
汽油溫室氣體排放量 (公斤 CO₂e) = 汽油 (公升) * CO₂ 排放係數 + 汽油 (公升) * CH₄ 排放係數 + 汽油 (公升) * N₂O 排放係數。
- 冷媒包含 HFC-R134a、HFC-R404a、HFC-R410a，溫室氣體排放量(公斤 CO₂e) = 活動強度(使用量) × 排放係數 × GWP 值。冷媒的統計僅包含桃園廠區。
- 電力排碳係數來自經濟部能源局：https://www.moeaboe.gov.tw/ECW/populace/news/Board.aspx?kind=3&menu_id=57&news_id=20933，電力溫室氣體排放量(公斤 CO₂e/度) = 電力(度) * 排放係數(2018年 0.533 公斤 CO₂e/度、2019年 0.509 公斤 CO₂e/度、2020年 0.502 公斤 CO₂e/度)。

▶ 近三年溫室氣體排放密集度



備註：

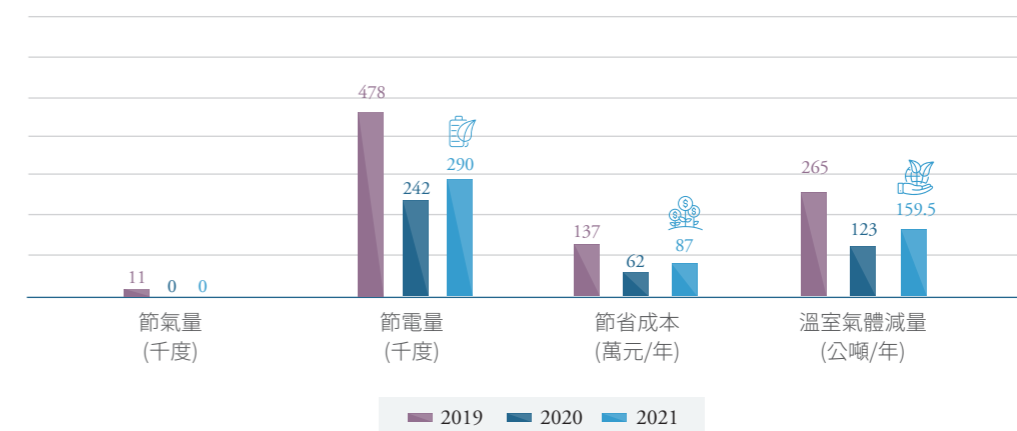
- 溫室氣體排放密集度：範疇一燃料 (公噸 CO₂e) + 範疇一冷媒 (公噸 CO₂e) + 範疇二電力 (公噸 CO₂e) / 銷貨收入 (百萬元)
- 銷貨收入 (百萬元) 資料來源參考公開資訊觀測站：<https://mops.twse.com.tw/mops/web/index>

▶ 溫室氣體減量措施

- 2021 年規劃改善工廠 E 棟低效能耗電設備、冷卻水塔、循環泵，效能提升至 IE3 等級。
- 巧克力共和國博物館空調耗用電力，導入雲端智能控制外氣空調。
- 改善威化工廠 A、F 棟膨發線空調耗能，導入 VAV 變頻可變風量節能。

以上執行後 2021 年總計達成成效電力使用量減少 290,000 度 / 年，抑低二氧化碳排放量 159.5 噸，節省成本約 87 萬元。

▶ 近三年節能方案及成果



備註說明：

- 2021 年電力取得成本：以平均單價 2.01 元 / 度。參考資料：台灣電力股份有限公司
- 電力 (公斤 CO₂e) = 電力(度) * 排放係數 (2020 年 0.502 公斤 CO₂e/度)
天然氣 (公斤 CO₂e) = 天然氣(度) * CO₂ 排放係數 + 天然氣(度) * CH₄ 排放係數 + 天然氣(度) * N₂O 排放係數
- 排放係數以此份報告撰寫時接收報告年度之能源局公告係數為主
- 此節能數據統計範圍 - 電力 (工廠、公司、門市、分倉)，天然氣 (工廠)、液化石油氣 (工廠)、柴油 (工廠、車用)、汽油 (車用)

4.2.3 能源管理

▶ 能源使用概況

2021 年宏亞食品消耗能源總量為 82,413(十億焦耳)，近年來，約 93% 的能源消耗均來自桃園廠區，其餘總公司及分倉門市等僅佔 7%。桃園廠區的能耗主要為設備用能，而總公司及分倉門市除電力使用外，亦有公務車及物流貨車之柴油、汽油使用。

▶ 整體能源使用分布

單位：十億焦耳

消耗能源總量	2019	2020	2021
電力 (GJ)	46,002	45,640	45,824
電力 (仟度)	12,776	12,675	12,726
天然氣 (GJ)	12,931	14,414	21,372
液化石油氣 (GJ)	20,122	19,313	11,819
柴油 (GJ)	4,143	3,741	3,199
汽油 (GJ)	502	414	198
總量 (GJ)	83,700	83,522	82,413
購自台電的用電量占總能耗比例	54.96%	54.64%	55.60%

2021 年電力較同期增加是因為營銷成長因素，而天然氣使用量也因減少液化石油氣而相較去年增加。

▶ 節能方案推動及成果

宏亞公司自導入節能設備後，每年逐漸增加設備採購並加以整合利用，使節能效果逐漸顯示，而工廠端建置之循環設備也發揮成果，故可明顯觀察出近三年節能方案良好績效表現。

宏亞並積極參與各類節能技術研討，藉由產學合作分享，尋求持續改善機會、制訂節能改善計劃方案目標，促使能源效益提升績效。



1. 電力

桃園廠區設備主要使用能源為電力，已建置電力監控需量管控系統；宏亞並與台電簽訂售電合約，太陽能光電產生之電力固定售回台電，2021年太陽能光電系統再生能源發電總容量高達 26.3%，累計發電量1,890,000度。



2. 液化石油氣

液化石油氣為生產線連續式烘焙爐使用，有效降低碳排放。



3. 天然氣

主要使用於蒸汽鍋爐及烘焙爐，每生產日均依標準作業進行效率管控。



4. 柴油

使用於緊急發電機及物流貨車，近年已將物流貨車改以租賃，汰換高油耗車輛。



5. 汽油

主要用於公務車，參考能耗標準，汰換高油耗車輛。



6. 空調動力

- (1) 冰水區域泵改善以變頻擺放控制節用電力。
- (2) 空調箱及感應馬達全數更換高效率等及設備。
- (3) 冷卻水塔採冷水重置，變頻風量節能控制。



7. 照明控制

- (1) 產線全數汰換高效能LED照明。
- (2) 廠區室外採太陽能蓄電及LED照明。
- (3) 公共區域採自動感應節能燈具。



8. 空壓電力

- (1) 全數採高效能變頻零壓機組，並以程式管理降低待機耗損。
- (2) 採流量監測及異常警示，預防保養二項手法避免使用洩漏浪費。

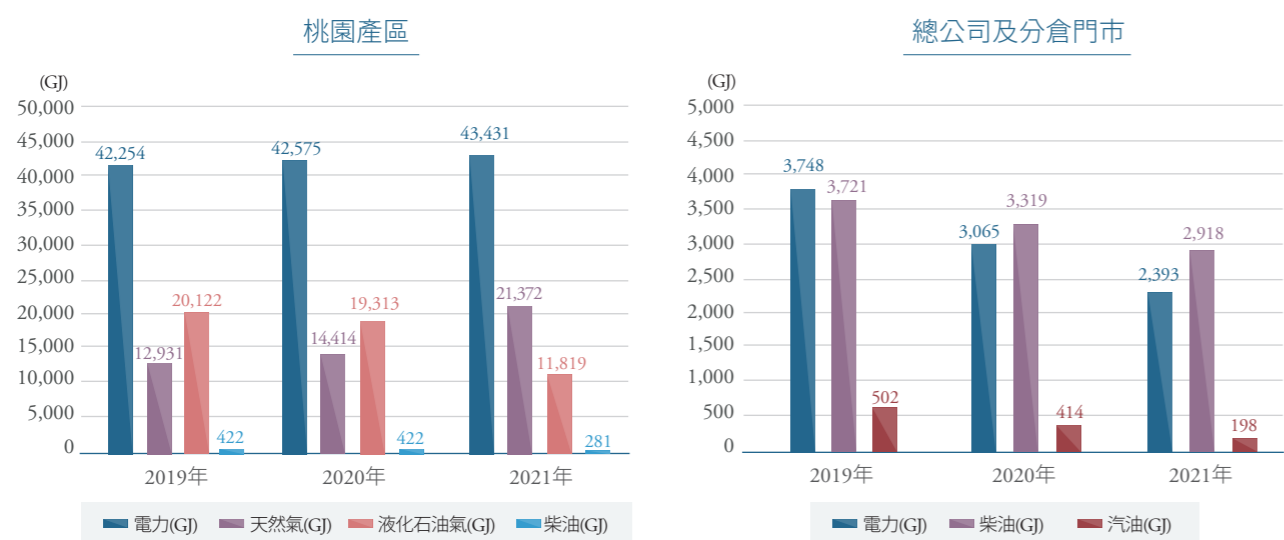


9. 廢熱回收

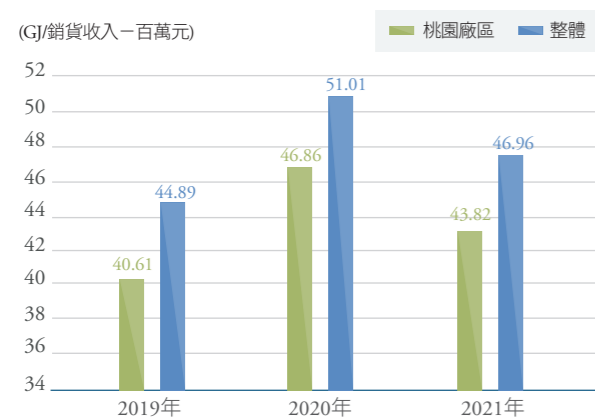
- (1) 回收空壓機排出廢熱供產線洗滌熱水使用。
- (2) 回收蒸汽凝結水循環至蒸汽鍋爐使用。
- (3) 裝置熱泵系統回收空調廢氣。
- (4) 回收電力變壓器廢熱，提供物料紙箱乾燥使用。

宏亞節能措施重視循環經濟利用，因此投入之節能設備主要是把生產中能源能有效循環利用減少耗能情形，此外桃園廠區和其他區域的能耗差異較大，為更好呈現相關能源數據，以下圖表將分區域呈現能源統計結果。總公司及分倉門市電力使用主要於辦公室及倉庫、門市空調；柴油、汽油使用在公務車及物流貨車。2021年電力使用下降，主因為2021年疫情升級因素，辦公室與門市採取分流上班和縮短門市營運時間，故減少能源消耗，另外運輸方面也因外包因素使能源消耗明顯減少。

近三年能源消耗



能源集中度



備註說明：銷貨收入資料來源參考公司資訊觀測站 (<http://mops.twse.com.tw/mops/web/t164sb04>)

循環經濟亮點行動

循環經濟推動策略

- **循環廢熱**：空壓機運用熱交換原理，將冷水變熱水，供廠房洗滌設備和器具用，回收生產製造的廢熱，透過導管將熱能運輸到需要乾燥的空間(如包材室)。
- **循環廢棄食品**：用於花生膜循環專案，透過與廢棄下腳料餅乾等，製成有機蚯蚓土來栽種蔬菜等。廠區建置廢棄物處理設備，以裂解技術將廢塑料轉換為能源，並透過分解塑料技術，轉換成熱能/電能。
- **循環用水**：建置廠區廢水處理系統及雨水回收池。透過地勢低窪的地形位置，將水回收區設置在巧克力共和國園區。雨水回收池則是利用屋頂的導管將雨水集中，澆灌巧克力共和國生態池的植栽；除此之外，宏亞也將經過處理的工廠廢汙水再利用，提供廁所沖洗和園區植栽澆灌，讓每一滴水達到最高效能的運用。

循環經濟行動目標

宏亞在循環經濟上之努力有目共睹，廢棄物方面目標計畫將食品廢棄物轉換成肥料飼料進入家禽和蔬生生態鏈，並可回到巧克力共和國餐桌上，達到食物循環成果。水資源使用循環水設備減少汙水排放並有效使用水資源。

循環經濟推動成效

- **經濟績效**：利用生產環節之過程熱氣、製冰等產出，使用循環環保設備來利用，使循環再利用之經濟效益呈現，減少公司電費成本支出。
- **社會績效**：有效利用食品廢棄物，發展出廢料可供有機土種植蔬菜使用，另外也可製成飼料，提供畜牧業者使用，創造出民生價值。
- **環境績效**：採用可分解之鳳梨纖維紙器，作為永愛鳳梨酥禮盒，傳達循環理念。
- 自1992年開始，建置廠區廢水處理系統及雨水回收池，再以回收的水澆灌植物或再利用。廠區本來是用自來水而非工業用水，因此一直有缺水的問題；並利用地勢低窪的優勢，將雨水回收區設置在巧共園區。

循環經濟未來規劃

- 宏亞公司未來仍持續依據循環再利用，並呼應國際聯合國永續發展目標SDG方向前進，同時也結合工廠和巧共場域發展一個循環經濟體，讓能源、食材等皆可達成循環再使用理念。
- 未來計畫增加可循環之包材使用，例如鳳梨纖維、FSC紙類產品、可回收塑材等，而包材和原料方面也計畫增加有符合國際環境認證之供應商家數，為環境永續理念一同合作。

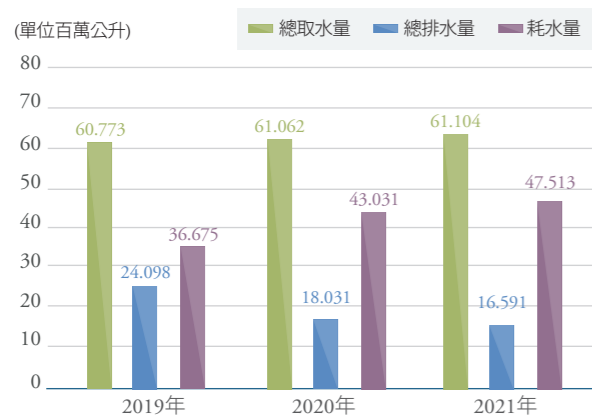
4.3 水資源管理

4.3.1 用水管理

在水資源管理上，除依循相關環境法規進行處理紀錄、申報外，亦對各種不同需求用水計量統計，以數據管理相關作業流程制定標準書，並定期稽核查驗，儘可能做到節約用水妥善處理回收再用原則。宏亞公司之生產製造工廠主要取水水源來自桃園石門水庫，宏亞的水管理參考世界資源研究所與水利署數據綜合評估水資源壓力，並持續根據水情變化執行相對應措施，透過內部用水管理系統掌握水流向，以及回收再利用的情況，未來將逐步建立水資源管理短中長期目標與措施，因現階段台灣部分水情緊張，石門水庫在全台水情燈號被歸類為減量供水地區，因此宏亞公司在水資源循環利用設備投入可以減緩水情壓力之衝擊，未來將持續關注水情，督促自身水管理的積極態度。

根據世界資源研究所之水資源管理工具，水資源壓力共分為十個區間，報告書揭露期間，台灣位於第五區間 2.6-3.0，屬中低水資源壓力地區，未來宏亞亦將持續關注水情變化，據以滾動式修調水管理措施。2021 年宏亞辦公室、工廠、巧共、門市等之用水來源皆為自來水，並無使用地下水，全年總取水量為 64.104 百萬公升，皆為淡水；總排水量為 16.591 百萬公升，總耗水量為 47.513 百萬公升，並如期申報污水處理廠放流水水質、水量，最終排至茄苳溪。2021 年宏亞未發現任何違反關於水量或是水質相關的違規行為而導致處分。2021 年取水量較 2020 年高主因為營業額增加，產量需求提升所致。

近三年取水量及排水量



廠區用水概況

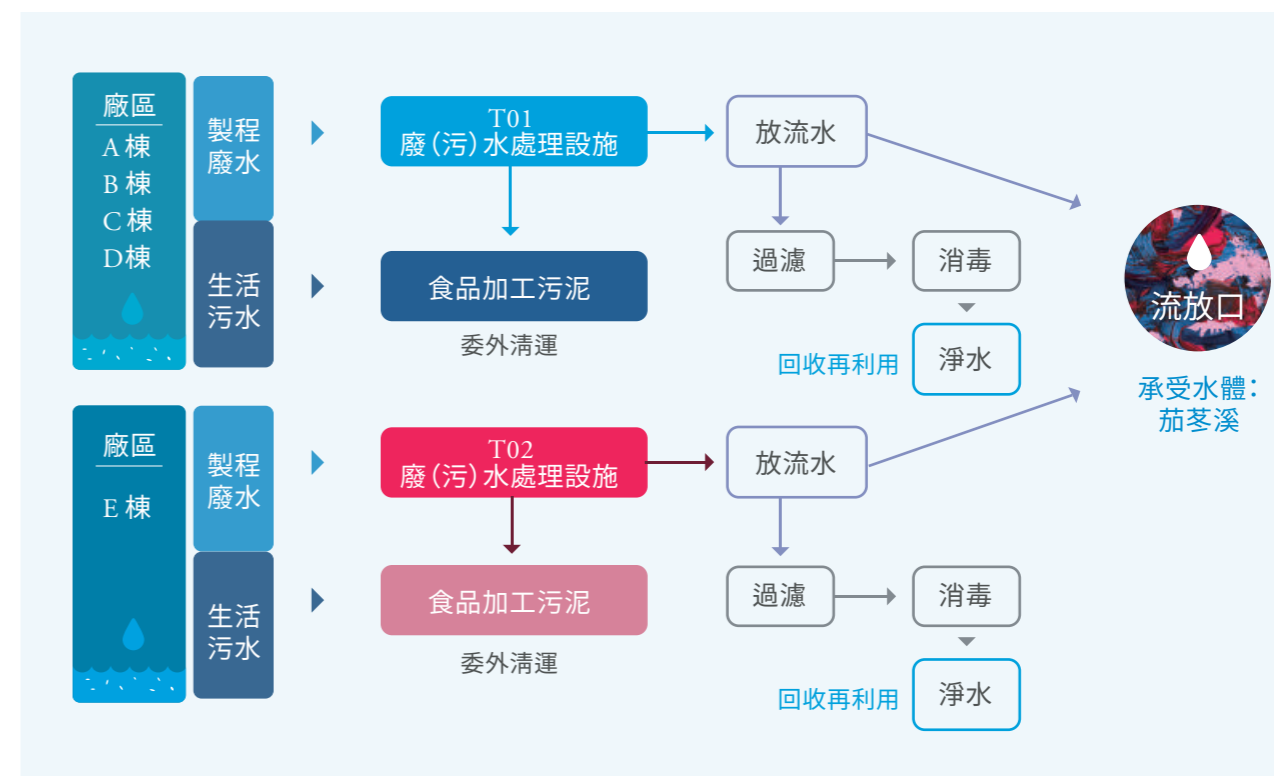
宏亞廠區廢(污)水經污水處理場處理至符合法定放流水標準後放流，並循環使用部份水體後供作廠內廁所沖洗、植栽澆灌，或做為巧克力共和國園區植栽澆灌用水。



4.3.2 廢污水管理

宏亞在生產活動中產生的廢水，與員工的生活污水接管併入廠內之廢(污)水處理場進行處理作業，並依「污水處理設備操作及保養標準書」進行操作維護保養作業，亦依循水污染防治法相關規定進行管理及申報作業。目前宏亞公司桃園工廠已設置二座廢(污)水處理廠，廢水處理設施總處理量 520 噸 / 日，並設置乙級廢水專責人員負責廢水處理場操作管理維護保養的工作，定期委託環保署許可之檢測機構進行水質檢驗，2021 年檢驗結果均無違反法規標準情事。

廢(污)水處理流程



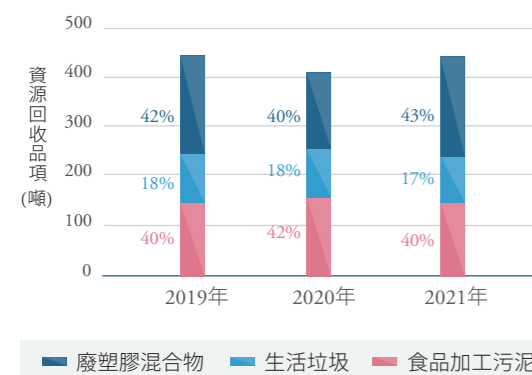
4.4 廢棄物與其他污染管理

4.4.1 包裝材與廢棄物管理

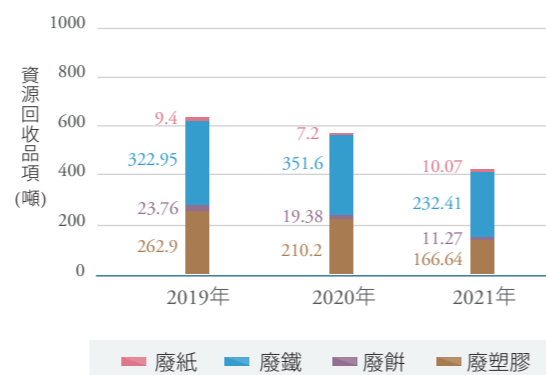
宏亞廠區主要產出之廢棄物有兩種：(一)「有害事業廢棄物」指品保實驗室產出之廢液體。(二)「一般事業廢棄物」指生活垃圾、廢塑膠混合物及食品加工污泥，上述廢棄物均委由合格之清除處理公司進行清運處理，食品加工污泥則委由合格清運商承載至專業處理廠轉換成有機肥料。

公司另訂有「事業廢棄物管理辦法」，讓廢棄物管理作業有所依循。此外，載運出廠之廢棄物均依規定追蹤流向，確保均依合約規定進行，避免因疏忽造成對環境之污染與衝擊。並依循廢棄物管理法相關規定進行管理及申報作業。另為降低對環境的影響，減少一般事業廢棄物產生量，廠區積極實施資源分類回收，回收的項目有廢紙、廢鐵、廢餅、廢塑膠等，2021年總回收量為420.39噸。2021年度，公司並未發生廢棄物嚴重洩漏事件。

▶ 近三年各項廢棄物類別



▶ 近三年各項廢棄物回收統計



減廢與資源回收為宏亞在廢棄物管理的兩大方向，主要透過減少一次性材質的使用，並加強可再利用資源的分類回收，以達廢棄物管理的目的。本公司2021年統計向外購買包材之總重量，塑膠類總計143.98公噸(同期比減少29.27%)，紙盒總計855公噸，紙箱611公噸、膠捲72,692公噸，2021年向外購買的包材無涵蓋回收或可再生材料；而2021年宏亞旗下品牌禮坊首次採用永續循環之材質開發鳳梨酥禮盒，結合鳳梨纖維合成之紙盒本身可回收與重複使用，2021年共製造出0.9噸此類包材，宏亞本身包裝材可回收、可重複使用或可堆肥的百分比為1.97%，而內部持續透過ESG會議溝通，開始倡導使用永續環保之相關包材，並研擬採用可回收與可分解之塑膠襯盒，預計未來一部份產品襯盒改以紙類取代。

創意溝通亮點故事—鳳梨變身永續包材

★ 鳳梨變身永續包材推動核心

台灣無論三節或探訪親友都時常會送上伴手禮，不僅能表達心意，更使人的關係更加緊密。台灣禮盒種類繁多，為了吸引消費者目光，設計得越發精緻，宏亞發現禮盒使用一次性耗材的比例增加，產生諸多浪費，因此發想能夠兼具創意和環保的中秋禮盒，希望在商品開發上能落實循環經濟。

🎯 鳳梨變身永續包材推動之目標

質化：藉由禮盒傳達永續循環之概念，包裝紙盒是由鳳梨纖維和紙類混製而成，裡面的鳳梨酥強調採用在地土鳳梨，使用天然製成完工，讓鳳梨整顆不浪費的概念直接傳達到消費者。

量化：讓該產品藉由節慶禮盒帶動名氣，未來更成為送禮的暢銷品，讓認同ESG的消費者持續支持該產品。

📦 鳳梨變身永續包材推動過程

以物盡其用、減少廢棄為主概念，讓鳳梨從果肉、果皮甚至果葉都融入禮盒中，研發出一款生生不息的鳳梨酥禮盒。禮盒包裝設計選用新技術，採用台灣在地小農的鳳梨皮原料，經日曬2至3個月，萃取鳳梨纖維與100%再生紙漿做結合，且不添加色素保有紙漿原色。享用完美食，還可以將禮盒作為栽種植物的盆栽，完美再利用，減少廢棄物。

採用廠商全新技術製成的鳳梨布，此為於鳳梨葉中萃取出纖維，結合特殊織法後，成為天然布料，再經過精心設計的鳳梨造型刺繡，縫製成可愛便利的零錢包，是禮盒裡的一大亮點，將廢棄原料變成每天可使用的小物，延續了鳳梨葉的價值。



創意溝通亮點故事—鳳梨變身永續包材

鳳梨變身永續包材推動成果

- 呼應聯合國SDGs永續指標12(責任消費及生產)以及宏亞永續策略藍圖五大主軸中的「傳承清新 豐饒未來」，透過運用鳳梨皮廢棄物與鳳梨纖維賦予產品包裝新概念，減少廢棄物產生與供應鏈上的糧食損失。
- 上市期間各式新聞媒體報導觸及近百萬次，提升企業品牌知名度與環保永續之正面形象。
- 在由玉山銀行、商業週刊雜誌共同舉辦的2021年「植入永續基因 綠色商戰新贏家」中，受玉山銀行指定為參加貴賓之伴手禮盒；此禮盒也獲得包括聯發科技在內的多家知名電子廠商指定為中秋員工送禮禮盒。
- 2021年8月-9月中秋節慶期間，永愛鳳梨酥禮盒的業績較以往2020年鳳梨酥禮盒的銷售額成長30%。商品創造近140萬業績，藉由節慶禮盒亦讓鳳梨酥商品推廣至更多家戶。

鳳梨變身永續包材未來規劃

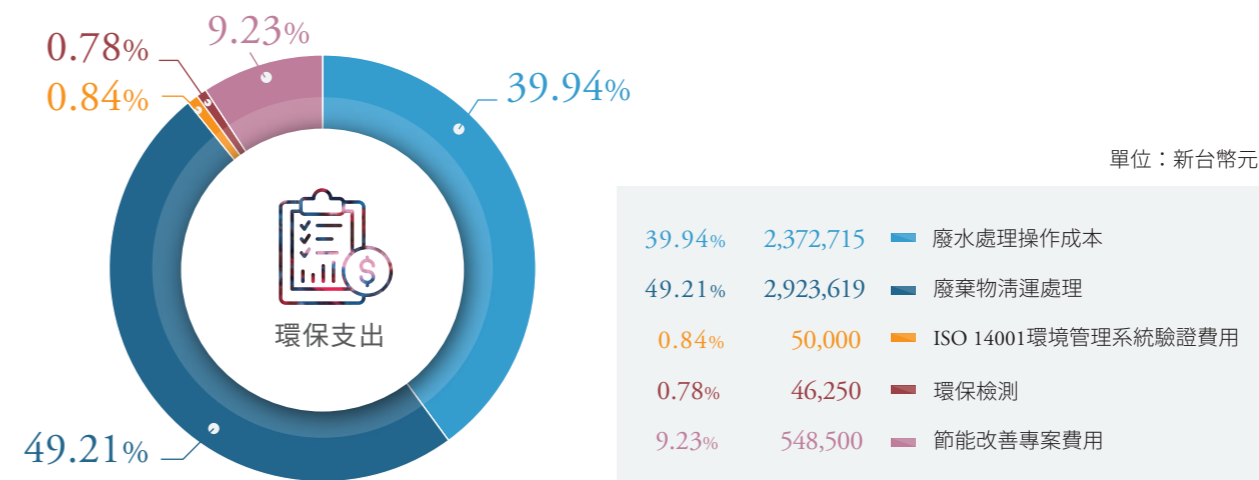
- 未來宏亞計畫嘗試將更多天然且具永續價值的原料運用於包材(包括外盒、紙襯...等)，期待透過實際行動促進更多食品與包材業者共同為永續共好貢獻一己之力。



▶ 環保支出

宏亞以環境友善為理念持續投入環境保護，主要投入為廢棄物處理、廢水處理及節能改善等議題，2021年總計環保支出新台幣 5,941,084 元。

▶ 2021 年環保支出統計表



4.4.2 空污與噪音管理

▶ 空氣汙染防制

本公司桃園廠鄰近農業用地及住宅區，並依循空氣汙染防治法相關規定進行管理及申報作業。本公司以食品加工為主，非高汙染產業，常見空氣汙染以香味逸散為主，2014年已導入各產線的烤爐排風口增設水霧噴灑以減少香味逸散。

2021年宏亞用於生產新產品增設之油炸設備，於桃園市環保局稽核廠房時，宏亞尚未完成取得設置及操作許可證即逕行設置及操作，違反空氣汙染防制法第24條第1項，空氣汙染防制法第24條第2項，該食品油炸作業程序停工並處以新台幣600,000元與處環境講習8小時整。在完成改善與繳清罰金後，經稽核通過已復工；未來宏亞在廠房設備時會更加留意法規規範，並以持續達成零環保申訴為目標。

▶ 噪音管理

為確保工作現場及廠區周邊利害關係人之安全，每年委託合法第三方噪音監測機關至公司實施監測2次，2021年監測結果皆屬正常，合乎法規要求。同時針對需在高噪音環境工作下之同仁，除了防噪工作裝備完善，另給予每月定期檢測，同時也在薪酬方面給予津貼。社區溝通方面，除了完善隔音措施，也減少夜間噪音工作。

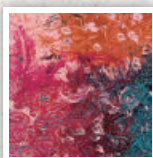
5 塑造活力友善職場

5.1 人才永續・幸福延續

多元人力與人權管理
人才培育與發展

5.2 創造幸福職場

薪資福利與員工照護
職業安全衛生



點點善X宏亞 城市曙光計劃

作品名稱：境遇

創作理念：山不轉，路轉，路不轉，人轉，轉動心念，人生境遇峰迴路轉





管理方針



● 重大主題

職業安全衛生

● 優先閱讀對象

投資人 政府機關

● 對宏亞的意義與承諾

宏亞食品深知人才力對公司永續經營的重要，打造幸福職場是永續經營的目標；本章將介紹：員工關係、員工培訓與栽培、員工福利與權益、工作安全、健康照護等議題。



信任

人才是公司最重要的資產，持續推動人才永續管理以實踐組織願景。建構核心及管理職能，透過核心職能傳達宏亞食品共識團體文化，藉以管理職能培育優質人才力，以具備組織競爭能力。



熱忱

提供友善安全的職場及樂活氛圍的工作環境，每年定期安排員工健康檢查，及各類活化組織氛圍活動及課程，確保身心健康無虞。



創新

鼓勵宏亞食品員工健康運動，辦理運動課程讓同仁親身體驗正確的運動觀念及方法；舉辦減重比賽及廠區跑步活動，促進同仁健康運動。



重大主題	管理方法與評估機制	2021 年管理績效
職業安全衛生	宏亞職業安全衛生管理方針皆依據法規設立，並成立職業安全衛生室，由生產總部管理，權責監督生產作業流程之職業安全規範，每月定期呈報職業傷害紀錄於地方勞工局。針對職業安全衛生每月進行宣導和教育訓練，並整理記錄上呈，作業流程和準則則符合法規要求。	失能傷害頻率：6.01 失能傷害嚴重率：331 總和傷害指數：1.41

5.1 人才永續・幸福延續

宏亞食品每年訂定年度經營策略目標，用人單位依據各部門發展之需擬定年度人力計劃，並提出人力需求。宏亞食品培訓永續經營之專業人才及提供員工多元的學習機會，承接公司使命、願景與核心價值，提供新訓課程、專業課程、管理課程等多樣化學習方案，每年度會依據組織策略、單位需求進行訓練需求調查與分析，並規劃相對應的培訓課程。同時提供多元的學習管道，包括內訓、外訓、在職訓練，讓員工能在工作時學習並充實各項知識和技能。2021 年宏亞公司內部員工滿意度調查滿意度達到 86%，後續將規劃展開人力培養計畫，並且持續優化相關薪酬福利制度，目標在 2025 年達到 95% 的員工滿意度。

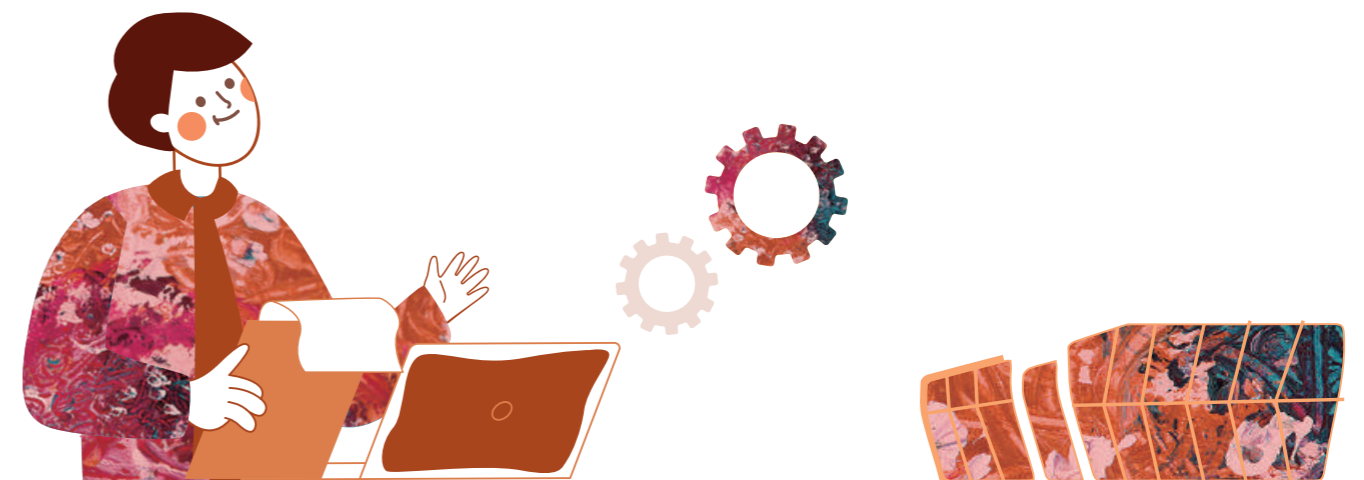
5.1.1 多元人力與人權管理

▶ 多元人力結構

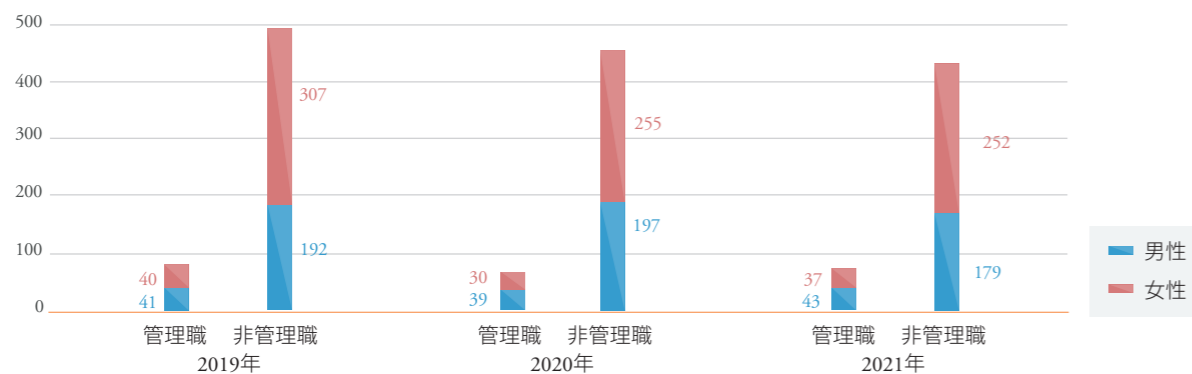
2021 年宏亞公司高階主管（理級以上）以重要營運據點聘僱為主（台灣），現有高階主管共 25 人，男女比例為 1.08：1，佔全公司總人數 4.02%。2021 年宏亞公司正式人力與臨時人力男女比例為 1：1.53，主因為生產工廠線上作業及門市人員以女性居多，顯示宏亞公司重視女性職員，為兩性平等做出相當程度之貢獻。宏亞公司主要生產線員工以桃園市當地為主，提供在地就業市場機會，正式與臨時人力分佈皆以桃園市八德區最高，工廠外籍員工則以越南為主，2021 年宏亞公司兼職人員佔總員工人數的 3.6%，主要為巧克力共和國及各重要節慶時工廠生產之直接人工所需。

▶ 2021 年人力組成結構

項目	男性人數	男性%	女性人數	女性%	合計人數	合計%
本國員工	200	32.15	329	52.90	529	85.05
外國員工	51	8.20	42	6.75	93	14.95
合計	251	40.35	371	59.65	622	100.00
身心障礙	3	0.48	3	0.48	6	0.96
原住民	3	0.48	2	0.32	5	0.80
30 歲以下	63	10.13	88	14.15	151	24.28
30-50 歲	148	23.79	218	35.05	366	58.84
51 歲以上	40	6.43	65	10.45	105	16.88
合計	251	40.35	371	59.65	622	100.00



▶ 近三年男女性 / 管理非管理職分佈圖



▶ 2021年正式與臨時員工組成表

項目	正式人數	正式 %	臨時人數	臨時 %	人數合計	合計 %
男	251	40.35	3	13.04	254	39.38
女	371	59.65	20	86.96	391	60.62
合計	622	100.00	23	100.00	645	100.00
30歲以下	151	24.28	12	52.17	163	25.27
30-50歲	366	58.84	6	26.09	372	57.67
50歲以上	105	16.88	5	21.74	110	17.06
合計	622	100.00	23	100.00	645	100.00

正式 = 正職人員 + 外籍人員；臨時 = 契約人員 + 工讀人員 + 派遣人員

▶ 近三年新進與離職員工

	新進人員					
	2019		2020		2021	
	人數	%	人數	%	人數	%
男	93	46.97	59	46.83	47	41.59
女	105	53.03	67	53.17	66	58.41
合計	198	100.00	126	100.00	113	100.00
30歲以下	119	60.10	62	49.21	42	37.17
30-50歲	75	37.88	62	49.21	69	61.06
50歲以上	4	2.02	2	1.58	2	1.77
合計	198	100.00	126	100.00	113	100.00

說明：1. 新進人員類型為正式員工
2. 範圍為全公司

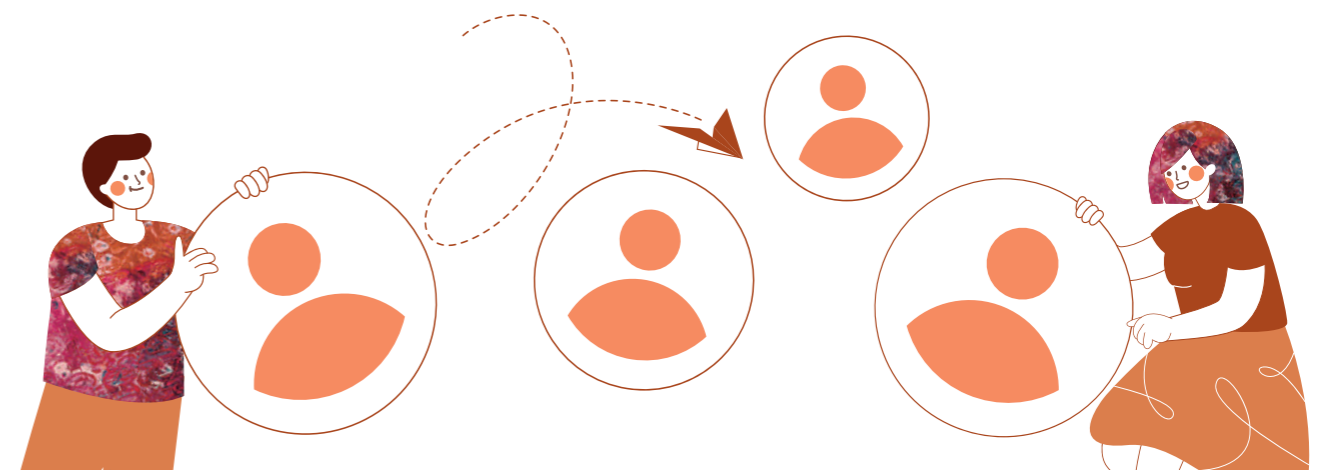
	離職人員					
	2019		2020		2021	
	人數	%	人數	%	人數	%
男	90	40.91	72	44.72	74	46.84
女	130	59.09	89	55.28	84	53.16
合計	220	100.00	161	100.00	158	100.00
30歲以下	106	48.18	67	41.61	51	32.28
30-50歲	90	40.91	79	49.07	96	60.76
50歲以上	24	10.91	15	9.32	11	6.96
合計	220	100.00	161	100.00	158	100.00

▶ 持續關注人權議題

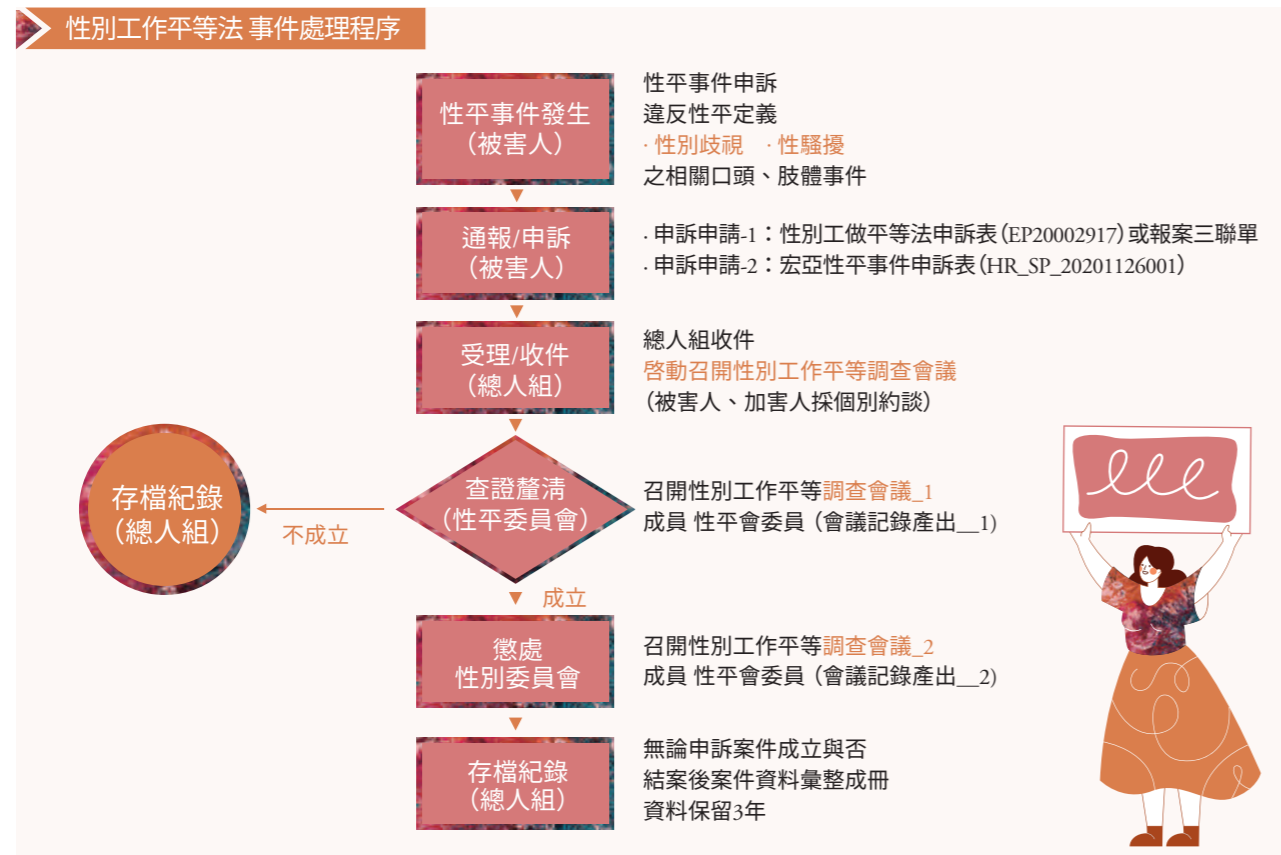
宏亞除了重視人力結構組成的多元性與兩性平等，亦重視人權的管理以利保障勞工權益，宏亞公司在人權管理上參照「國際勞工組織公約」國際人權公約國際人權公約，訂定出「人權政策」國際人權公約，訂定出相關管理準則。2021年宏亞公司並未發生歧視事件，亦無發生侵害原住民權利事件，有兩件人權相關申訴案件，詳見「員工權益與溝通」段落說明。宏亞員工的任用及績效考評不會依種族、性別、年齡、宗教或政治立場而有所區別，且不聘任童工。為使同仁明確了解自身的權益，新進人員到職第一天立即安排教育訓練，課程內容涵蓋勞工權益、薪資、工時、福利等。另自2015年，將各項人權相關議題納入教育訓練，如：就業自由、人道、禁止歧視與集會自由。2021年透過公司會議進行營運相關人權及反貪腐政策宣導訓練，計491人次參與，總時數共計98.2小時。

▶ 員工權益與溝通

宏亞食品無設置工會，但宏亞食品於勞資溝通部分除遵循政府法令規範之外，定期每季召開勞資會議，維持勞資溝通管道暢通。2021年勞資會議之資方代表6人，勞方代表6人，勞方代表佔總人數50%。會議主要討論事項為：協調勞資關係、勞動條件、勞工福利、勞資會議代表選派及解任、勞資會議運作等。此外宏亞食品設立多元的溝通或申訴管道，員工可透過口頭、書面、員工信箱、功能部門的郵件信箱、宏亞食品季刊、性騷擾申訴管道等提出申訴。另每月定期由董事長主持公司月會，確保溝通管道暢通。當接獲員工申訴案件，會詳盡的調查並對申訴的內容審慎保密及積極處理，統計2021年度有兩件申訴案件，主因係主要為因員工之間他人不當之行為或言語，造成同仁心理上的不舒服，並已依下方相關申訴流程妥善處理，並依公司規定懲處與加強教育訓練。



申訴流程如下：

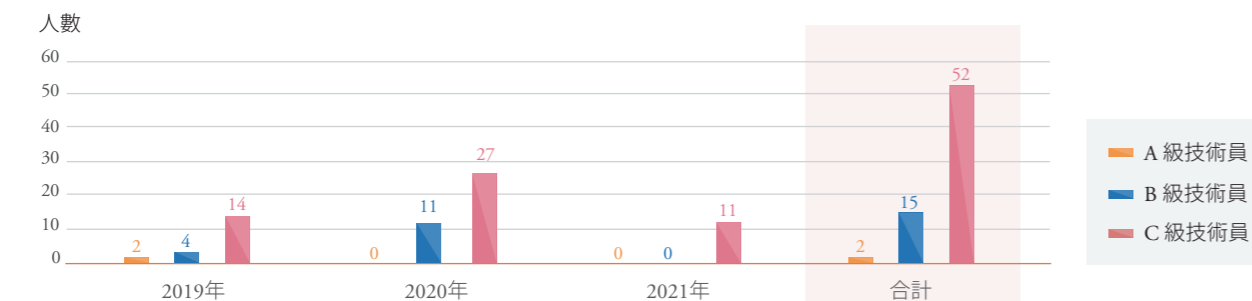


5.1.2 人才培育與發展

▶ 績效評核與晉升

本公司依全體同仁績效指標、策略指標與工作管理重點等面向，每半年實施績效考核，依其工作績效指標、策略指標、工作管理重點等，以適時檢視員工績效表現並予以輔導改善建議。另每年進行職等(務)晉升作業，2021年宏亞員工不分性別與類別，100%皆接受績效評估，同仁績效展現優良者，獲主管認同肯定，即可晉升職等及提高其薪資及其獎金的核發標準。培育製程技術人才方面，定期舉辦製程檢定考試，通過檢定考試者給予技術津貼。因現各單位編制名額十分充足，2021年A-C級技術員的通過人數相較前兩年減少。為獎勵績效卓越同仁，每年透過人評會選拔各獎項之績優員工，提供獎金及獎牌，並於春酒晚會公開接受表揚。2021年晉升人員共23人。

▶ 近三年度製程檢定通過人數



▶ 教育訓練與發展計畫

本公司人才培育計畫針對訓練、教育、發展三大功能，推動全方位學習，強化職務之專業知識並激發潛能儲備人才，以提升企業人力之結構、素質及效能，另配合員工職涯發展、公司經營目標之推動，循序漸進建立制度化課程，可區分為以下六大類：



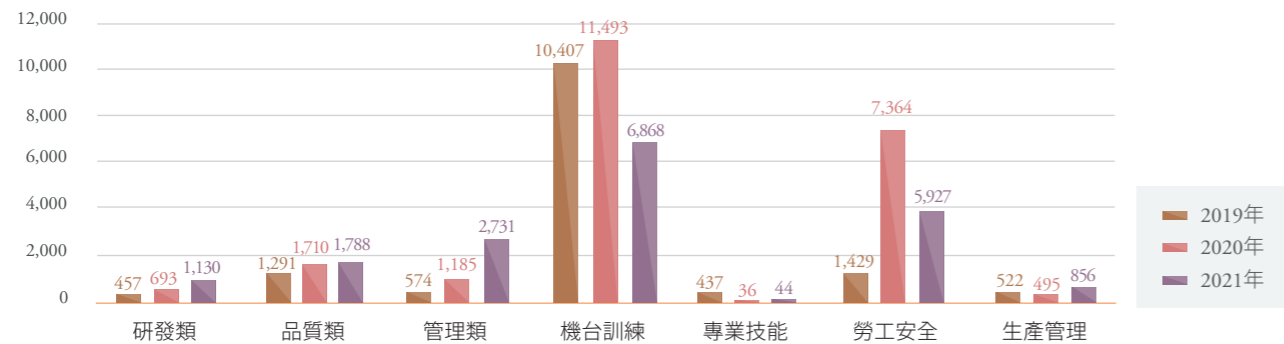
▶ 2021年教育訓練時數統計

項目	女性平均訓練時數	男性平均訓練時數	全公司平均訓練時數	女性訓練時數	男性訓練時數	合計訓練時數	女生人數	男生人數	合計人數
管理人員	40.40	51.76	46.51	1,494.94	2,225.62	3,720.56	37	43	80
非管理人員	29.86	32.72	31.05	7,525.12	5,857.51	13,382.63	252	179	431
公司全部員工	31.21	36.41	33.47	9,020.06	8,083.13	17,103.19	289	222	511

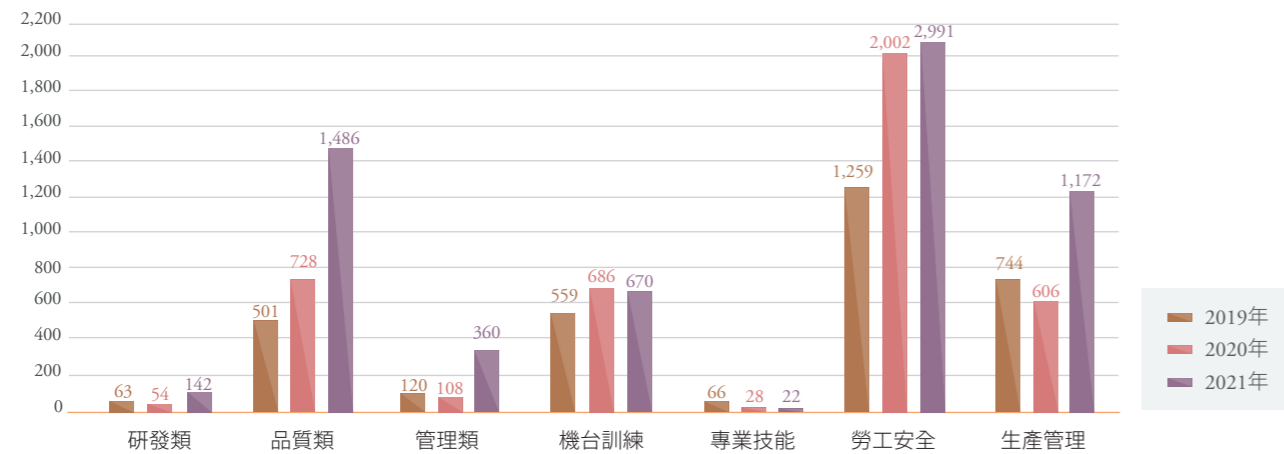
宏亞公司在訓練類別涵蓋各領域之專業技能培養，從總部之管理階層課程至工廠端實際製成操作訓練，皆有安排各部門之人員訓練規劃，整體訓練時間以機台訓練時數較其他類別訓練時數較高，總計6,868小時，主要原因是重視員工職場安全，和加強自動化生產，以提升產業競爭力。同時2021年訓練時數總計17,103小時，顯示宏亞公司重視人員能力的提升，而勞工安全更是宏亞關心現場作業人員的重點，現場作業環境須遵守各項安全準則，避免機台操作時不慎造成之傷害。而為提昇工廠端主管組織運作能力，共執行5周訓練課程，參與主管人數22人，訓練時數330小時，透過課程中觀念的引導及實作，讓主管們學習優化組織效能進而實踐。

2021年宏亞公司為促進員工健康、推動運動風氣及凝聚團隊共識，特舉辦遠征22K健走活動，讓同仁可以在工作時間訓練體能。活動為期二個月，共有70人參加，總參與時數達4,842小時，全員均5小時內完成健走22公里，總累積里程數20,900公里。活動中同仁除了可以感受自己體能的極限，更可以體驗藉由團隊的互助及支持達成目標的滋味。

▶ 近三年 各類課程訓練時數比較圖

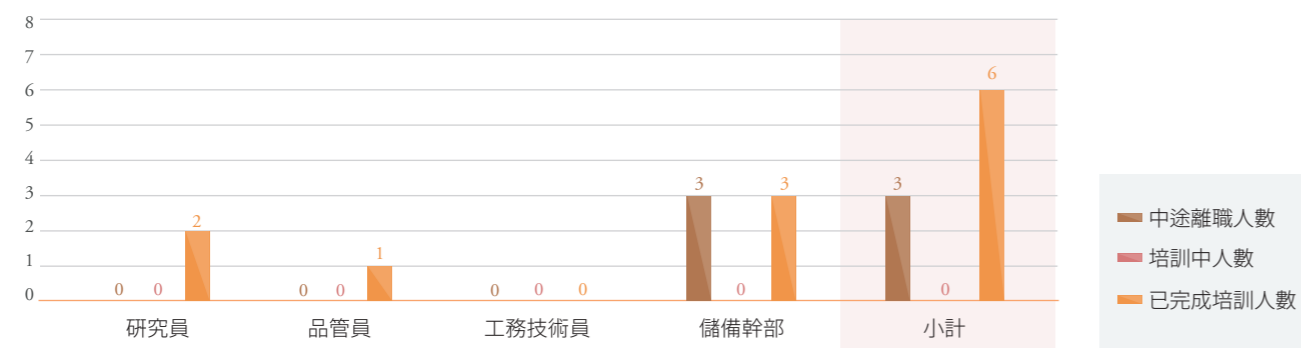


▶ 近三年 各類課程受訓人次比較圖



宏亞食品為培養新進人員成為企業的中堅份子，依職務的不同，選出合資格的重點新人並規劃出完整的訓練計劃，2021 年有 9 人參訓，其中 6 人完成培訓。

▶ 2021 年 重點新人培訓情形圖



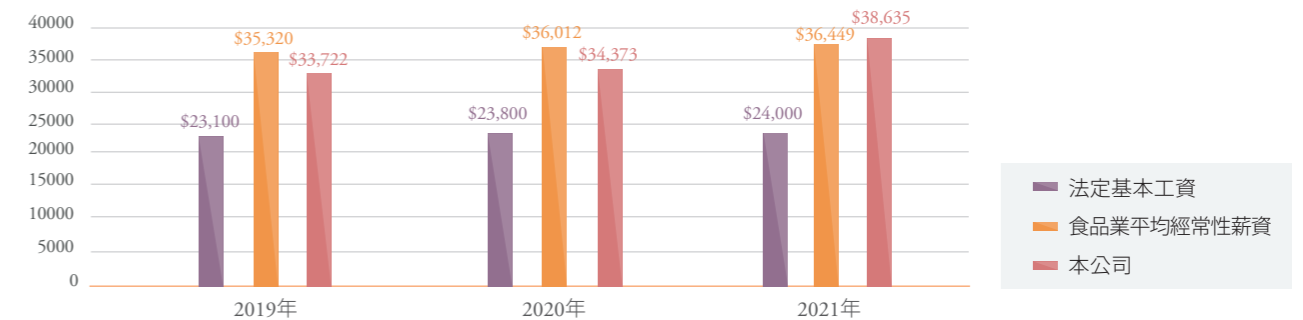
5.2 創造幸福職場

5.2.1 薪資福利與員工照護

員工是企業最大的資產，公司依據員工的學經歷、未來發展性及個人績效表現核定薪資，員工的薪資不因其性別、種族、宗教、政治立場、婚姻狀況等有所不同。近年來考量物價水準、績效相應進行薪資調整，2021 年調薪 3.65%，基層人員起薪不論男女為法定基本工資的 1.08 倍，且基層人員每月平均經常性薪資更為法定基本工資的 1.6 倍。高階主管女性對男性的薪酬比率為 1：1.06。2021 年非擔任主管職務之全時員工人數為 597 人，全時員工薪資總額為 290,456,818 元，全時員工「薪資平均數」486,527 元。

年度	非主管全時薪人數	全時員工薪資總額	全時員工薪資平均數	全時員工薪資中位數
2019	643	NT\$316,476,877	NT\$492,257	NT\$420,177
2020	623	NT\$299,553,541	NT\$480,503	NT\$424,887
2021	597	NT\$290,456,818	NT\$486,527	NT\$456,958

▶ 最近三年基層人員平均經常性薪資比較圖



備註說明：食品業平均經常性薪資數據來自行政院主計總處年度公告（以 1-5 職等平均薪資）

本公司依據勞基法等相關法令提供勞健保、陪產 / 生育 / 育嬰假、退休準備金及假勤制度。另對於派外及出差海外的同仁亦提供高額且完善之保險，讓外派同仁無後顧之憂。此外，本公司依法成立「職工福利委員會」，委員由同仁自行選舉產生，並於會議決議年度員工福利政策及規劃員工活動。2021 年福委會實際召開一次會議，會議主要討論費用支出結餘報告、各項福利事項預算計畫報告、年度旅遊相關事宜及其他臨時動議事項。





宏亞除了提供多元化福利豐富員工職場生活，亦自 2021 年起設辦開心農場，同仁可以利用閒暇時光，進行耕作，體驗農夫的生活，既可種植安全健康的蔬菜又可讓身心有適當的舒展機會。開心農場主要利用宏亞花生膜專案循環之有機蚯蚓土來栽種蔬菜，充分利用有機蚯蚓土培育有機蔬菜，讓員工有機會享受有機蔬菜之餘，更能從此活動了解宏亞推行永續循環之理念。

退休制度

本公司依據勞動基準法及勞工退休條例提撥退休金，2005 年 7 月 1 日起到職的員工均適用新制，而 2005 年 6 月 30 日前到職前選擇新制支員工，公司每月依規定提撥薪資的 6% 予個人退休金專戶，而舊制部份每月提撥 2% 存入中央信託局舊制退休金帳戶。

健康促進方案

- 每年舉辦一次的全體員工免費健康檢查，對健康檢查結果作進一步之分析以強化做好員工之健康管理及健康促進，並安排有關之教育訓練及衛教宣導，以增進員工健康。
- 對於實際工作時間較長之員工適時瞭解其工作狀況，並和其部門主管溝通，評估該員工作負荷，以避免工作過勞。並不定期進行身心健康文宣公告，藉以教育同仁健康知識，在工作與休息之間作適時之調節。



- 勞工健康臨廠服務：2021 年宏亞公司聘請專業醫學科醫生、勞工健康服務護理師與職安人員，針對母性保護、不法侵害、過負荷、人因工程、健康檢查異常等內容為員工提供健康管理與指導、職災復工評估與關懷，共有 87 名員工參與。



(4) 與桃園市衛生局合作進行流感疫苗施打、戒菸及戒檳宣導活動，使員工了解抽菸及嚼食檳榔危害。



母性員工保護

- (1) 為妊娠中、哺乳期之員工，會依其作業環境進行危害評估，了解健康狀況並適性調整工作內容；保障員工之工作權及良好工作環境，在職場上可安心工作。
- (2) 提供舒適溫馨哺集乳室供員工使用，營造友善哺育母乳的環境。
- (3) 友善車位設置、工作安全工作服辨識孕媽媽。



育嬰假

本公司員工任職滿半年可依「性別工作平等法」及「育嬰留職停薪實施辦法」之法規申請育嬰假。留停期滿之員工復職，公司會安排回任原單位及職務，或可依其意願申請至其他單位服務。2021 年度育嬰留停人數為 6 人，復職率為 17%。

2021 年育嬰假申請狀況表

2021 年	產假人數	陪產假人數	育嬰留停人數	復職人數	留停中人數	離職人數
男	0	7	1	0	1	0
女	9	0	5	1	1	3

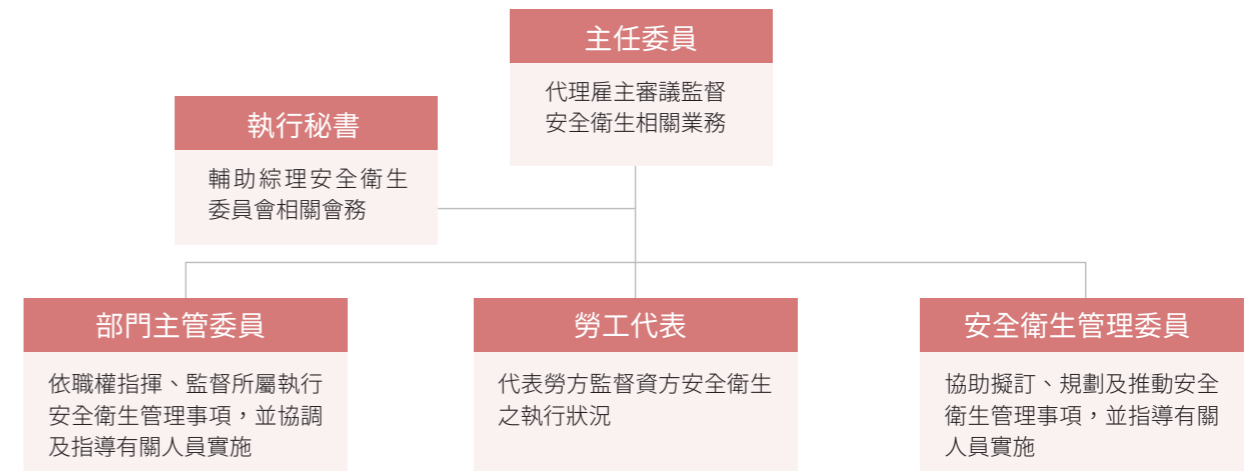
備註說明：範圍為本公司本國籍正式員工

5.2.2 職業安全衛生

宏亞重視職業安全衛生，將每一位員工的工作安全視為每日營運的基礎，透過職業安全衛生組織的運作與相關安全訓練，以提高同仁的安全意識，避免職業傷害，並將安全文化內化到日常工作中。

職業安全衛生組織的運作及訓練：

- (1) 宏亞食品設有職業安全衛生管理委員會，每季定期召開會議，針對安全衛生政策提出建議，並審議、協調及建議安全衛生相關事項，也會在會議中討論與員工息息相關之安全衛生議題 (如職災之預防、教育訓練、工作環境改善等)。2021 年委員會 12 名成員之中，4 名為勞工代表，佔委員會三分之一，符合職業安全衛生法要求。



- (2) 宏亞食品訂有「緊急應變處理辦法」供員工遵循，2021 年宏亞舉辦一次自衛消防編組及緊急應變疏散演訓，讓員工學習如何預防災害發生及災害發生時之緊急應變處置，也可應用在生活上，將防災觀念融入生活中。



(防護具穿戴實際操作及體驗)

- (3) 宏亞食品每月定期於公布欄宣導職業安全衛生新知，讓員工掌握外界即時資訊，維護自身相關權益。另若廠區發生虛驚或職災意外也會於公布欄向員工說明，希望讓員工瞭解狀況，提高警覺，防止類似意外重複發生。



- (4) 宏亞食品除針對每位新進同仁進行安全衛生教育訓練之外，另依法規規定每年對全廠所有員工實施「一般安全衛生教育訓練」，內容包含危害通識、緊急應變暨急救常識訓練。

工作安全的提升：

- (1) 為降低工作場所之安全危害，針對人因性安全危害、執行職務遭受不法侵害、異常工作負荷促發疾病以及母性勞工保護等四項已文件化並寫成辦法，將法規規範的部分納入宏亞食品管理的一環，依此落實執行對員工在職場健康上的維護。
- (2) 每年排定 ISO45000 內部稽核 2 次、外部稽核 1 次，2021 年外部稽核有 5 件次要缺失，經職安委員會推選代表針對次要缺失進行紀錄追蹤管理，並完成更正紀錄與稽核，並於時限內改善完畢。
- (3) 有關化學品使用及管理，公司訂有「化學藥劑及危險有害物質作業標準書」，使用單位及保管單位均得依規定嚴格執行相關作業流程，在安全無虞的條件下使用及保存相關化學品，以維護員工的身體健康。另每半年進行作業環境監測，提供同仁安全衛生作業環境，2021 年環境監測結果正常。
- (4) 有關事故統計紀錄及通報系統，在宏亞食品內控辦法「職業災害事件通報、調查與處理辦法」中均有詳細說明與執行規範，提供事件通報及紀錄依循參考。

職業安全指數表

	2021	
	員工	非員工
職業傷害造成之死亡數量	0	0
職業傷害造成之死亡比率	0	0
嚴重的職業傷害數量	1	0
嚴重的職業傷害比率	0	0
有記錄之職業傷害數量	7	0
有記錄之職業傷害比率	6.01%	0
職業傷害主要類型	壓 / 捲 / 夾 / 燙 / 跌倒	無
工作時數	998,400	0

職業災害預防措施：

工廠職業安全衛生室專責執行安全衛生預防評估改善、職業災害調查與預防，提升環境安全，給予同仁安全衛生的工作環境。

疾病預防：

同仁除了自己維護健康外，公司協助員工進行衛教宣導及提供醫護知識諮詢服務，使同仁知識提升，更能主動發現身體變化徵兆進而進行健康狀況改善及疾病就診，降低醫療資源浪費，亦可促進同仁健康，進而提升公司產品安全性。



醫務室專區公告疾病預防



大門警衛室公告漢他病毒預防



聽力保護計畫

健康之工作環境：

宏亞食品除了符合國家法令的各項有關職業安全衛生相關規範外，為落實工安管理、提升工安意識，積極推動職業安全衛生管理計畫，建置職業安全衛生管理系統，並訂有「廠區作業環境測定管理辦法」以供遵循。本公司亦於 2019 年能取得 ISO 45001 的認證，希望以制度化、系統化之持續運作方式以期降低員工發生危害的風險，並建立注重職業安全之企業文化。此外宏亞食品格外重視作業環境的健康要求，每年兩次的作業環境測定，均委由合格之環測公司辦理，除了法規規定的噪音檢測外，2021 年導入 10 台室內空氣品質偵測系統監測同仁作業環境空氣品質，提供員工一個健康的工作環境。

供應商職業安全管理：

宏亞公司相當重視供應商職業安全管理，要求供應廠商均須簽署安全衛生承諾書，並訂定安全衛生事項之罰款標準供依循。2021 年度廠商安全衛生教育訓練 46 場次（核發訓練證明）；施工申請 154 件，查核 61 件，不符安全衛生規定，均要求立即改善消除危害，方可進行施工。另外針對特殊作業（高處、動火、局限、有機、吊掛、電器作業），建立特別危害作業辦法，進行作業危害告知，並於作業前進行檢點確認安全應注意項目，降低災害發生。



廠商安全衛生教育訓練



施工巡查紀錄

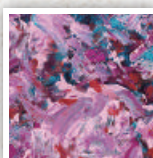


吊掛作業查核

6 打造互惠 共榮關係

6.1 供應永續・幸福延續

- 供應鏈管理
- 原物料管理
- 支持在地食品與永續供應



點點善X宏亞 城市曙光計劃

作品名稱:湧

創作理念:起心動念,靈光乍現,一場思與行的變革,簇擁著生命,不停地向上湧進





管理方針



● 重大主題

永續供應鏈管理 原物料採購

● 優先閱讀對象

供應商

● 對宏亞的意義與承諾

發展在地夥伴合作，支持台灣小農與社會企業以扶植相關產業的在地發展，宏亞食品中長期目標朝維持原料之當地採購高比例原則，並訂定與在地合作夥伴的合作目標，透過互惠合作模式創造共榮共享價值。



信任

宏亞食品發揮本身核心專業，並結合供應商共同在環境上努力，除提升企業品牌形象，亦與供應夥伴一同解決社會問題，建立平等、互惠的合作關係，透過長期合作來擴大規模與影響力，形成正向循環。



熱忱

宏亞食品整合上下游需求，將供應商及客戶皆視為企業營運價值鏈最重要的關鍵夥伴。



創新

宏亞食品結合在地農業元素，開發推廣在地農業產品之商品，除了兼具創新思維，也關懷在地農業，提攜合作關懷台灣農業發展。



重大主題	管理方法與評估機制	2021 年管理績效
永續供應鏈管理	宏亞公司依據食品安全管理系統標準 ISO 22000 準則訂定供應商管理辦法，對其環境面與品質面做規範，另品保也依據台灣優良食品發展協會 (TQF) 認證標準查核原物料，定期抽查稽核供應商。	通過國際系統認證比例為 91.07%。 稽核家數 24 家，稽核合格比率為 96%。
原物料採購	依據管理辦法實行對供應商採購之原物料紀錄管理，每月彙總成月報檢討缺失，並定期審核供應商資格做評等分類。	原料檢驗統計合格率 94.84%。 物料檢驗統計合格率 99.85%。

6.1 供應永續・幸福延續

6.1.1 供應鏈管理

▶ 供應鏈管理政策與目標

宏亞秉持著永續經營精神，在地永續、幸福持續理念，非常重視對供應商之管理，因此公司已建立起完善之供應商評鑑管理辦法，並格遵 ISO 20002 作業準則評鑑供應商，依其品質、交期、能力和條件等訂立評分機制，使能全面檢視供應商的產品品質進而分析與評估，有效規劃並降低風險。2021 年宏亞供應商總數為 403 家，其中原料供應商 210 家、物料供應商 81 家，其他供應商 112 家（文具事務、設備機器、顧問、雜項等），主要分布於台灣。本章節供應商以關鍵之原物料廠商做規範管理，所有原物料供應商皆依採購相關規定提供證書、文件等，並通過品保檢測審核方可加入供應鏈，品保部也會定期對供應商進行抽查和稽核。

宏亞為了建立永續供應鏈管理架構，制訂完整供應商評鑑管理辦法，並依採購產品類別，區分原料和物料之採購作業辦法。由各權責單位對新供應商進行篩選、監控、後端物流與經銷客戶管理，並進行實地評鑑、文件資料收集以及系統建檔管理，若供應商發生違反食安安全事件，也會持續關注追蹤。有任何違反供應商評鑑管理辦法之事件，將依法終止合作。2021 年宏亞食品之供應商，皆通過評鑑審核，僅 1 家供應商評核不合格並終止合作。

此外，除了採購符合國際產品認證的原物料外，本公司也以提供相關法規知識，追蹤其改善成果等方式輔導現行供應商取得各種管理系統認證為目標。在宏亞食品的努力和政策之下，往來供應商取得國際系統認證家數有上升，尤其以食品安全相關管理系統 ISO22000、HACCP、FSSC 認證書大幅提升，近三年往來供應商通過國際系統認證家數統計如下表：

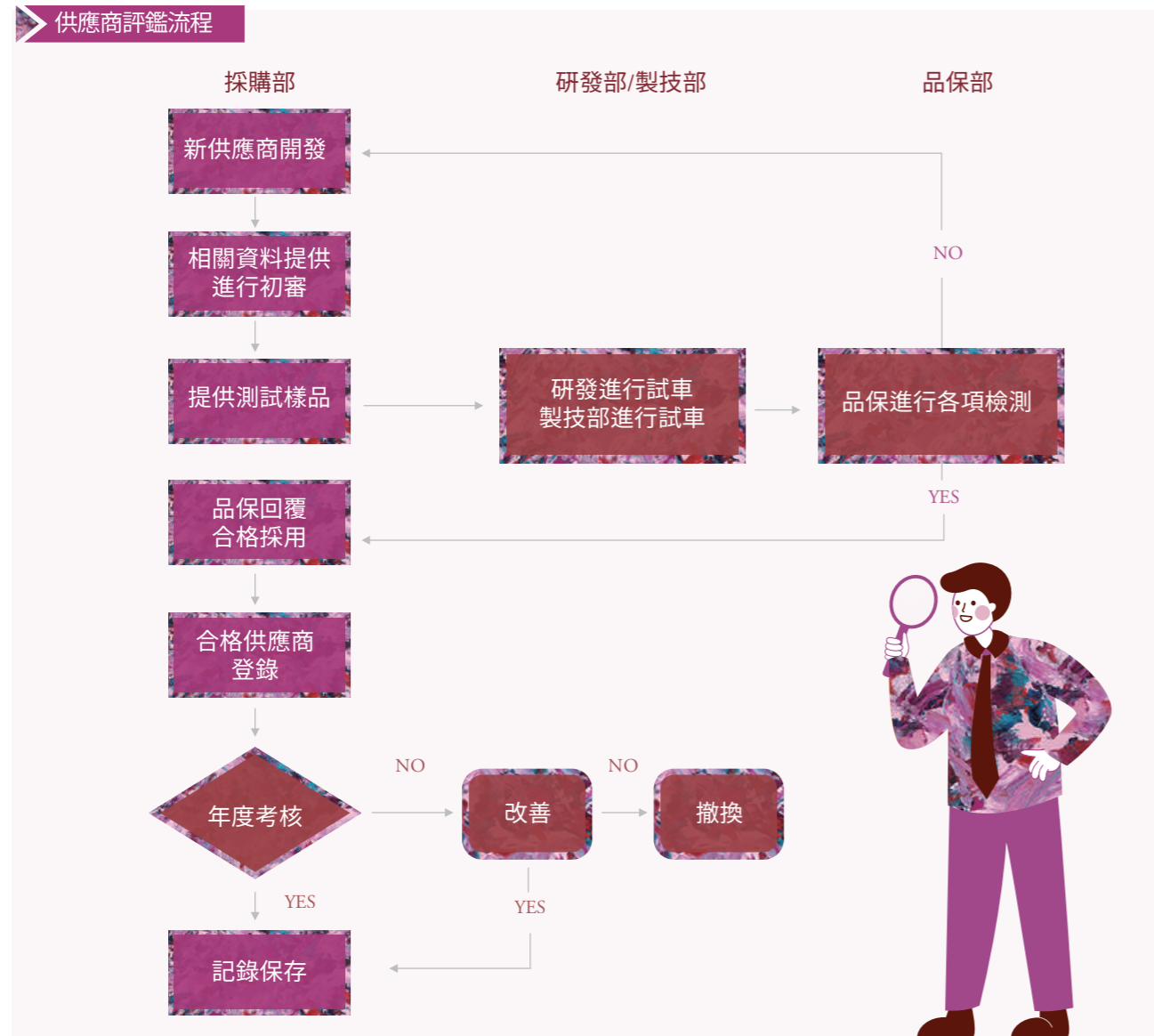
項次	認證名稱	2019 年		2020 年		2021 年	
		家數	佔比 (%)	家數	佔比 (%)	家數	佔比 (%)
1	環境管理系統驗證 (ISO 14001)	8	2.81	14	4.07	15	5.15
2	品質管理系統驗證 (ISO 9001)	28	9.82	31	9.01	40	13.75
3	食品安全衛生管理系統認證 (ISO 22000)	66	23.16	64	18.6	73	25.09
4	危害分析重要管制點 (HACCP)	57	20	53	15.41	64	21.99
5	食品安全管理系統 (FSSC)*	22	7.72	28	8.14	44	15.12
6	良好生產作業辦法 (GMP)	2	0.7	2	0.58	3	1.03
7	食品安全管理系統 (BRC) *	8	2.81	7	2.03	13	4.47
8	食品安全品質標準認證 (SQF) *	3	1.05	7	2.03	7	2.41
9	台灣優良食品驗證 (TQF)	3	1.05	3	0.87	6	2.06
通過國際系統認證家數與佔比		197	69.12	209	60.76	265	91.07
總供應商家數		285	---	344	---	291	---

註：* 號代表符合 GFSI 認證

► 供應商評鑑與稽核

本公司依循供應商評鑑管理辦法選擇合格供應商，以確保供貨品質穩定及符合食品衛生安全法規，該辦法參照 ISO 14001 環境管理標準制定，供應商評鑑主要以品質、交期、協調、價格、技術即時做審核，並每年固定隨機抽查和現場稽核，取得各式食品安全管理系統認證者可獲得優先採購權。另評鑑項目主要可分為環境面與社會與品質面，在環境面向，針對廢棄物清理與相關申報項目做檢視，社會與品質面向，除檢視供應商是否有遵守人權規定，也會要求提供回饋社會的案例。同時，宏亞透過內部評核訂定供應商等級，等級從優良至不合格，各等級皆有不同的管理措施，2021 年對原料供應商進料檢驗總計合格率 94.84%，不良率 5.16%，退貨率 1.33%，整體不良率多屬農產品，受氣候影響因素，品質未達標準，但非重大不良原料，針對不良廠商都依照供應商評鑑管理辦法評等。2021 年評核結果宏亞 A 級原料供應商比例為 26.67%，B 級供應商比例為 18.57%，C 級供應商比例為 3.33%，未分級原料供應商比例為 51.43%。在物料方面，物料供應商進料檢驗總計合格率 99.85%，退貨率 0.11%，A 級物料供應商比例為 49.38%，B 級物料供應商為 41.98%，C 級物料供應商為 1.23%，未分級物料供應商比例為 7.41%。

► 供應商評鑑流程



供應商評鑑管理辦法

環境面

- ☑ 人員及衛生管理
- ☑ 產品及原物料管理
- ☑ 食品添加物管理
- ☑ 環境衛生安全管理
- ☑ 檢驗量測管理
- ☑ 機械設備衛生管理
- ☑ 環境保護

社會與品質面

- ☑ 品保系統與客訴管理
- ☑ 搬運、貯藏和運輸
- ☑ 產品回收
- ☑ 培訓
- ☑ 人權政策(禁止聘僱童工)
- ☑ 法規符合性
- ☑ 其它

查核方式

實地訪廠

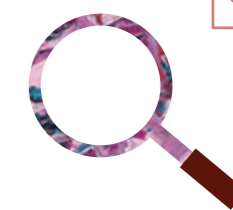
- ☑ 安全衛生
- ☑ 機械設備狀況
- ☑ 原物料管制
- ☑ 製程管制
- ☑ 成品管制
- ☑ 回收演練
- ☑ 顧客抱怨處理
- ☑ 病蟲害污染防治
- ☑ 追蹤追溯系統
- ☑ 違反環保法規

文件審查

- ☑ 工廠登記證
- ☑ 營利事業登記證
- ☑ 食品安全衛生管理法
- ☑ 員工教育訓練
- ☑ 專業人員及食品安全管制人員
- ☑ 衛生管理員之資格與回訓紀錄

追蹤改善

- 定期追蹤 (依進貨頻率約定期間追蹤改善情形)
- 輔導改善 (針對缺失部分提供標準檢驗結果和改善建議)



☑ 供應商稽核

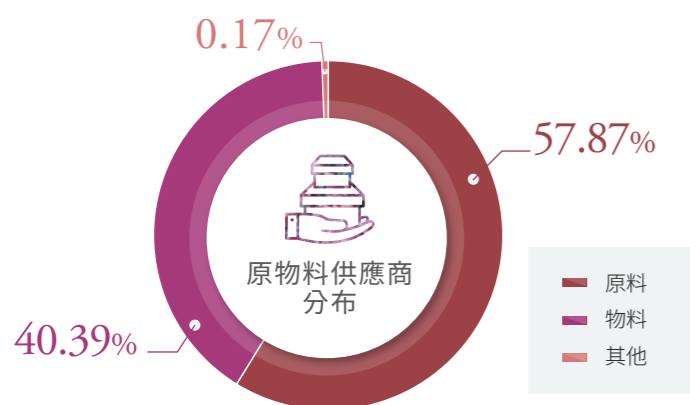
宏亞食品對於供應夥伴以實地訪查、問卷等方式進行稽核，長期執行原物料供應商品質檢驗標準規範，並定期與供應商溝通訪查。在稽核過程中若發現有違反食品安全衛生管理法，直接採取停止合作之處置。根據 2021 年宏亞供應商稽核結果，有一家供應商判定不合格，未與合作，其餘供應商稽核結果均合格，未有違反食品安全衛生管理法之情事。在宏亞公司永續發展策略中也落實原物料供應商稽核，2021 年稽核合格率达 96%，在一級原物料供應商評核比率為 25%。

年度	2019	2020	2021
原物料廠商家數	285	344	291
稽核一級廠商家數	37	36	24
合格比率	93%	100%	96%
稽核家數之百分比	13.0%	10.5%	8.2%

6.1.2 原物料管理

維護產品的安全須由源頭管理做起，而原物料是產品安全的源頭。公司的原物料分為原料及物料兩大類，原料部分國內採購以花生為大宗，國外採購以奶粉、可可粉、巧克力、奶油為大宗；物料則以一般包裝材料為主，供應商供料穩定。2021 年有採購交易的原物料供應商 291 家，57.87% 來自於原料供應商，40.39% 來自於物料供應商，1.74% 來自於其他供應商。

▶ 原物料供應商分布



宏亞自一級供應商採購的原料中，來自高或極高水壓力地區的原料百分比為 3.8%，主要是巧克力和粉類相關產品。宏亞 2021 年內部採購原物料之管理重點，主要以運送交期長的關鍵性一級原料為主（例如可可、棕櫚油）。為避免疫情導致航運中斷而產生斷料風險，宏亞根據高風險原料之對應產品的營業和製造端溝通，優先計畫性排產，以確保客戶產品如期出貨。另為加強對農產品之風險管理，擴大替代產品之來源，企劃和研發方面也建立備案配方資料庫，以因應氣候變遷相關因素導致原料品質欠佳和斷料之風險。根據內部採購數據分析定義，優先原料與材料分別為高度優先級：可可，花生，麵粉，糖和奶製品，中等優先級：棕櫚油，紙漿和紙張，其他關鍵成分和原材料，如堅果，雞蛋，鋁等，也有被納入採購策略關注議題。現行每月進行產銷溝通月會，由採購部門提報採購庫存量，同時更新市場價格行情，以對市場備貨和原料採購保持密切溝通協調，並對成本費用進行監測控管。因應宏亞公司 ESG 策略，採購團隊積極擴展永續產品，持續在內部新品會議與經營策略會議中布達，使未來商品設計上更能與 ESG 概念作結合，符合宏亞永續精神。

採購地區	原料 / 材料項目	支出金額
台灣	農產品 / 油 / 蛋 / 麵粉等	NT\$ 185 百萬元
	包材 / 紙器	NT\$ 350 百萬元
國外 (馬來西亞 / 迦納 / 澳洲)	油脂 / 奶粉 / 糖類	NT\$ 327 百萬元

原物料採購作業管理為：

1. 將原物料收貨後，經品保檢驗，合格後列印『IQC 檢驗標籤』。
2. 允收後，於資訊系統中登錄原料名稱、包裝型態、供應商名稱、品牌、原產地及有效日期之批號，以作為產品追溯之依據，並加上過敏原區分標示定位儲放。物料則針對與食品接觸面進行製造日期的建檔。
3. 倉管人員依原料儲存方式分別進行定位管理。
4. 人員領用時，倉管人員依資訊系統之信息提示，進行先進先出並核對實際發料內容的符合性，進行資訊維護並確認資料。原料則依原物料儲存期限管制辦法進行產品儲存管理，避免變質與逾期。
5. 每月進行實物盤點，同時盤查即期原料，提出長期呆滯料品質確認表。

宏亞公司廠內所有相關成品所使用之原物料及加工流程，均依 HACCP 作業要求進行生物性、物理性及化學性的危害分析，並以雙 PDCA 循環執行品質監控。當有新產品上市、生產線或設備變更及法規變更時，會由各負責單位立即展開人員物流動線、消防、病蟲害配置、生產流程與產品危害分析。由於輸美食品及 TQF2.0 版，皆有防護計畫要求，因此本公司於 2016 年 11 月起接受食品工業發展所輔導食品防護計畫，將生產製造場所欠缺或不足之處，特別加強改善，逐步完成各生產線的防護計畫書。由於食品防護強調蓄意危害 (FD)、非蓄意危害 (FS)、品質關鍵 (FQ) 及攙偽 (FF)，除廠內生產環境和產品依防護概念執行外，於供應商稽核中，也將此新版防護計畫導入，希望供應商也能提高品質。

在地採購

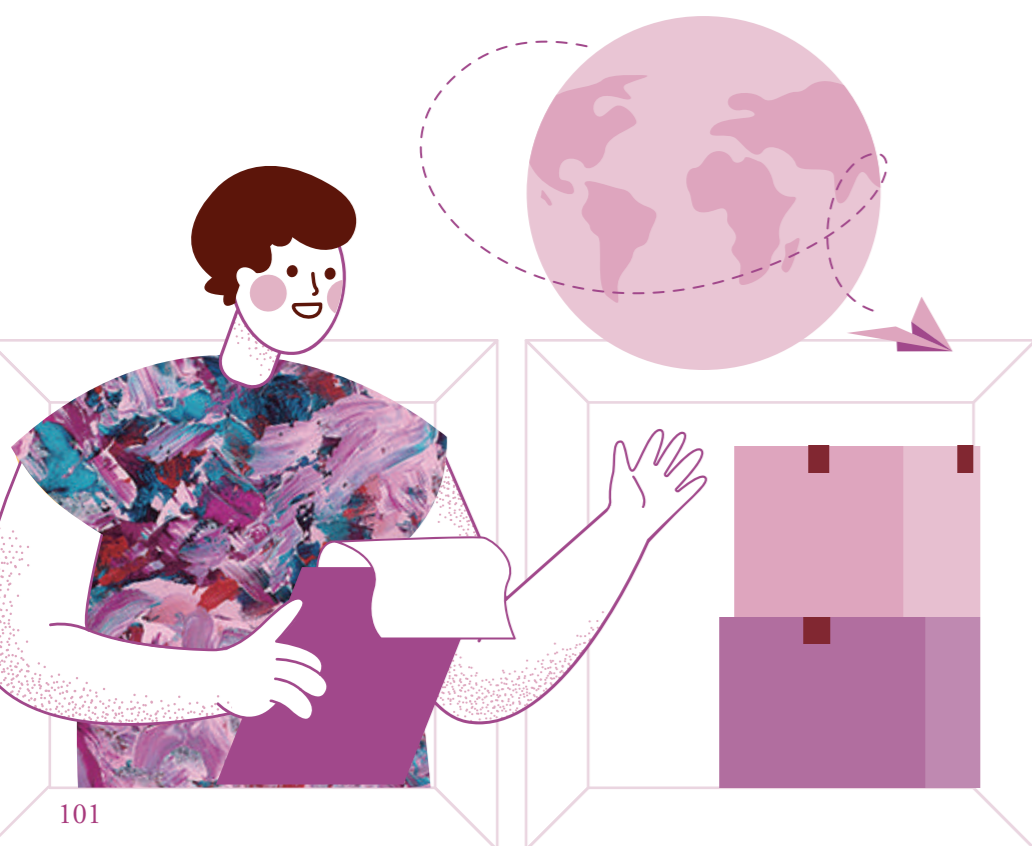
宏亞食品在永續策略上爲了創造與供應商互惠共榮關係，在採購方面持續以當地企業爲優先選擇，2021 年在地採購金額比例達 88%，在地原料採購比例爲 47%，包括農產品、奶粉類等；在地材料採購比例爲 41%，包括紙類、膠捲等，然因宏亞產業特性，使用之原物料雖皆從本地供應商採購，多數原料爲供應商進口所得。未來將更積極擴展國內採購，減少運輸的時間及碳足跡。

	在地採購	海外採購
2019 年	78%	22%
2020 年	87%	13%
2021 年	88%	12%

永續採購

在 2021 年，宏亞採購的原料成分中有 61.12% 已通過第三方環境和 / 或社會標準認證。代表性認證包括：美國公平貿易，雨林聯盟，永續棕櫚油圓桌會議等。2021 年原物料採購符合全球食品安全倡議 (Global Food Safety Initiative, GFSI) 認證廠商之產品採購金額爲新台幣 304,254,536 元，其中來自一級供應商的採購金額比例爲 45.6%。

另宏亞食品所有產品之印刷標示皆 100% 採用大豆油墨印刷，減少環境衝擊。



6.1.3 支持在地食品與永續供應

推廣在地食品

爲回應「幸福永續、在地延續」之永續願景，宏亞食品致力推廣台灣在地特色農產品，持續結合本業推出風味產品，繼雲林黑金剛花生、台東洛神花等口味乳加後，本公司之禮坊品牌亦採用在地屏東新鮮檸檬及非籠飼雞蛋，開發出法式香檸蛋糕。希望透過在地食品之使用，提升農業合作生產者可見度與經濟效益，繁榮地方經濟並減少供應鏈運輸碳排放。2021 年禮坊更開發出「永愛鳳梨酥禮盒」，貫徹整顆鳳梨完整使用不浪費之概念，利用鳳梨纖維製作可分解的循環包材，結合在地鳳梨酥推出永續 ESG 產品，成爲食品同業中之創舉，「永愛鳳梨酥禮盒」相關內容請見 4.4.1「包裝材與廢棄物管理」小節。除了希望透過使用環保包材，減輕對環境的衝擊，也希望鼓勵更多食品同業減少過度包裝，在包裝材料使用上發揮巧思，使用可分解或循環再用的材質，一起爲環境永善做出貢獻。

宏亞食品公司秉持台灣國民巧克力之精神，2021 年與屏東當地可可農合作，推出一系列與在地農業食材結合之產品。禮坊品牌推出果風濃情巧克力禮盒；77 事業方面，於暢銷品的乳加系列加入屏東可可膏，推出「77 屏東可可雙堅果乳加」，歐維氏系列則是以屏東可可搭配迦納可可，分別推出 90%、86% 高可可含量的「歐維氏屏東可可極致黑巧克力」。希望藉由宏亞量產技術優勢，擴大消費者對屏東可可之認同，支持在地農民有更穩定之供應量，創造更多經濟價值。

關注動物福利

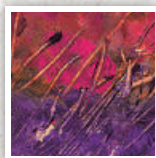
宏亞食品除了盡職在食品安全原料之把關，嚴格遵守原料溯源管理，也響應永續經營理念，關注動物福利議題。經檢視目前原料採購相關動物福利議題，鑑別出蛋雞的動物福利爲主要關注點，並透過採購非籠飼雞蛋以作回應。根據統計 2021 年採購資料，友善飼養之雞蛋採購金額佔整體雞蛋採購金額之 27.8%。





7 注入歡樂正向能量

- 7.1 「巧」思永續・幸福延續
 - 巧克力共和國特色商品與服務
 - 可可幸福記憶點
- 7.2 社會回饋與參與



點點善X宏亞 城市曙光計劃

作品名稱：懜

創作理念：心處迷霧，則雖視而懜，唯有敞開心胸，方能撥雲見日，洞見人生





管理方針



● 一般主題

社會關懷

● 優先閱讀對象

鄰近社區 消費者 員工 政府機構

● 對宏亞的意義與承諾



信任

營運模式採用三大核心精神「知識、樂趣、夢想家」，中期目標致力打造食育教育體驗，並強化場館提供之感動服務，創造幸福場域；長期目標則期盼結合工廠綠能成果，強化品牌文化，成為台灣指標性食育教育平台。



熱忱

商品

中期目標將以「機能性」為主產品設計，將現有高端商品重新包裝成禮盒組，並推出新品100%純可可粉，主打橘色客群(中老年族群)；長期目標除鎖定橘世代消費市場外，針對重視健康之族群，強化宣導巧克力營養價值，打造健康可可禮盒，送禮自用兩相宜。

服務

本館推出客製化導覽，中期目標採用團體預約之收費機制，運用五感體驗強化遊客對巧克力的認知；長期目標則期盼結合親土課程，落實Seed to Bar理念，創造最特別的可可深度體驗活動。



創新

社會回饋活動

攜手多個NPO組織，提供客製化的DIY體驗課程，由同仁自發性擔任服務志工。中期目標期望傳達同理心及深化貼心服務；長期目標希望可結合「食育教育」之理念，與NPO組織創造更多食育感動。



社會關懷管理方法與評估機制：

宏亞公司除透過打造食育場域，加深與周邊社區互動與傳達愛惜食物之觀念，也藉由內部開會評估投入之社會關懷標的與合作對象，推廣宏亞與社會共好之理念與最大程度展現內部資源。如加入台積電基金會之惜食專案計畫，發揮愛惜食物捐贈給弱勢團體。宏亞公司與周邊社區、學校、弱勢團體等，進行園區園外食育推廣，傳遞綠色永續宏亞精神外，亦推動惜食之觀念；疫情期間，宏亞推廣與社會共好之理念與善的循環，主動致贈醫療團體、警消單位物資，除此之外，邀請弱勢家庭與橘世代組織入園體驗互動。另宏亞旗下巧克力共和國，推出「惜食、食光」友善專區，讓消費者理解珍惜食物就是愛地球的表現，亦定期捐贈食品給公益團體，使食物不受到丟棄浪費，使宏亞永續理念可以與社會關懷做結合。2021年藉由館內導覽活動，推廣食育教育宣傳，共計3場，觸及740人次；而在社會關懷方面，巧克力博物館與社福團體、地方機構與鄰近社區鄰里合作，舉辦相關公益活動，總計24次，受惠2,295人次。



7.1 「巧」思永續，幸福延續

宏亞食品「創新」的企業經營理念，從擅長的巧克力產業，跨足觀光服務產業，延續巧克力的精神與故事。2012年成立東南亞第一座巧克力博物館—「巧克力共和國」，成立9年間，致力打造最專業之巧克力博物館，傳遞巧克力文化、知識、歷史，並結合觀光旅遊。近年雖受疫情影響，但造訪人次已累積突破160萬人次，校外教學合作逾4,900場，並於2021年榮獲國際亮點觀光工廠。

源自對於巧克力的專精、熱忱及夢想，巧克力共和國冀盼以共和國概念，成為世界甜蜜記憶點，創造驚喜與樂趣，透過寓教於樂的方式，讓遊客沉浸在玩不膩的國度，成為快樂的夢想家。



7.1.1 巧克力共和國—特色商品與服務

巧克力共和國提供季節性、主題性、多樣性之特色創意DIY體驗，提供多語言、多樣性服務，提升遊園趣味性與服務溫度，於導覽時提供互動並且與時事結合。2021年配合國旅市場崛起，活化旅遊配套、在地性、產品服務等因素，規劃節慶主題活動，推出客製行程，創造園區體驗之新鮮度。

掌握觀光工廠最重要的「知性導覽」、「互動體驗」、「休閒娛樂」核心關鍵，分別針對園區導覽、DIY售票、不同節慶主題慶典，輔以軟體服務的更新改善。在商品面則須落實全品牌完整性呈現，針對不同客層、節慶、檔期、外購品操作，掌握消費商機，亦藉由整體服務的提升吸引顧客回流與提升組織效益，創造符合理念之口碑宣傳，以利宏亞各品牌產品全面呈現。

1. DIY體驗

配合館內節慶主題活動推出不同系列DIY主題課程，結合多變造型的巧克力配件，如：馬卡龍、玉米、花生、花椰菜，等灌模巧克力，鼓勵學員發揮創意彩繪，更豐富DIY成品視覺呈現。2021年DIY主題課程總計24,000人次參與，並於2021年榮獲優良觀光工廠職人手作認證。



2. ROC選品店

除提供集團旗下品牌77乳加、新貴派、蜜蘭諾、RIVON禮坊等等熱賣商品外，店內以ROC自有品牌最為熱銷，因商品皆為巧克力共和國獨家販售，極具品牌獨特性及亮點，其中不乏許多獲獎好物。2021年總銷售產品個數為110,820個，總金額為新台幣 9,132,798元。



3. 導覽服務

提供嬰兒推車、輪椅租借、場域導覽等服務。場域導覽包含生態綠園區、獨家的可可溫室、巧克力的歷史文物等，配合不同客群的需求量身訂做導覽行程，藉由五感體驗，引領遊客更加認識可可的營養價值，使品味巧克力的感官體驗更為豐富。



7.1.2 可可幸福記憶點

強化可可與在地連結

與政府、社區、學校及利害關係人合作的活動，強化巧共與當地社區的永續連結。

● 與桃園市府進行合作 為海洋減塑而跑

市府海洋工程處舉辦為海洋減塑而跑路跑賽，巧克力共和國成為首位協力廠商，提供參賽選手產品及入園卷，參賽選手會後入園率高，並透過導覽及館內資訊了解宏亞食品投入綠色循環及減塑的努力。



● 在地弱勢里民活動

與桃園市里長針對弱勢里民提供入園活動，除了巧克力基礎DIY外，亦提供綠手指蚯蚓土植栽體驗，讓里民們感受溫馨及關懷。



● 歡喜學堂關懷據點

與桃園市歡喜學堂關懷據點，合作多場長者關懷活動，提供客製化適合長者的巧克力體驗活動，讓長者可以動動腦發揮創意，並與同伴共同合作。



● 校園食育及綠色循環體驗

校園推廣及館內綠色循環宣導，除提供學習單活動，亦提供參與人員綠手指蚯蚓土植栽體驗。



相關活動受益人數

團體名稱	參觀時間	人數	活動內容
社團法人台灣失智症協會	2021/1/5	47	長者關懷 巧克力體驗 & 生態循環體驗
新北家扶中心	2021/4/18	70	巧克力體驗 & 生態循環體驗
巧巧微光市集	2021/4/24、25	1500	綠色永續體驗及說明 減塑市集呈現
龍興社區發展協會	2021/4/25	81	巧克力體驗 & 生態循環體驗
關懷藻礁海洋路跑	2021/4/31	3,000	在地合作 活動贊助
模範媽媽免費入園	2021/5/1	30	在地合作 活動贊助
五月視障按摩	2021/5/1	2	關懷弱勢 職人合作
八德工坊家照中心	2021/5/5	20	巧克力體驗 & 生態循環體驗
臺北市博愛發展中心	2021/5/7	86	巧克力體驗 & 生態循環體驗
綠色天燈活動 DIY	2021/9/1	80	食育推廣體驗 DIY
兒福聯盟	2021/9/25	36	巧克力體驗 & 生態循環體驗
萬聖討糖活動	2021/10/30、31	41	在地合作 弱勢關懷
世界糧食日 巧國綠色永續植栽體驗	2021/10/16、17	60	食育推廣體驗 DIY
歡喜學堂關懷據點	2021/10/28	44	巧克力體驗 & 生態循環體驗
台北市自閉兒社會福利基金會	2021/11/26	21	巧克力體驗 & 生態循環體驗
財團法人罕見疾病基金會	2021/11/28	182	巧克力體驗 & 生態循環體驗
桃園市特殊教育學校	2021/12/21	15	巧克力體驗 & 生態循環體驗
教會活動	2021/12/23	30	巧克力體驗 & 生態循環體驗
八德瑞興里弱勢家庭聖誕公益體驗	2021/12/24	30	巧克力體驗 & 生態循環體驗
歡喜學堂關懷據點 - 中心館	2021/12/24	30	巧克力體驗 & 生態循環體驗 長者關懷
八德瑞泰里弱勢家庭公益體驗	2021/12/24	30	巧克力體驗 & 生態循環體驗
聖誕綠色生態體驗 大安國小 中國科大 瑞豐國小等	2021/12/25	600	生態循環體驗 食育推廣

可可特色主題系列活動

2021 年協助 CoEx (Cocoa of Excellence Program 卓越可可計劃) 組委會辦理台灣競賽

2021 年宏亞食品 & 巧克力共和國受 CoEx (Cocoa of Excellence Program 卓越可可計劃) 組委會邀請，協助辦理台灣競賽，台灣競賽之前三名將代表台灣參與國際可可豆大獎 (International Cocoa Awards) 競賽。競賽依照「國際可可豆大獎」賽事評審規範與流程辦理，選拔出台灣可可豆的國家隊選手，代表台灣參與「國際可可豆大獎」競賽。

7.2 社會回饋與參與

宏亞食品秉持取之於社會，用之於社會的精神，積極於回饋社區、長期捐助弱勢團體與偏鄉孩童，為社會創造幸福環境，透過永續關懷延續社會價值。宏亞食品除了與企業夥伴進行惜食計劃、贊助各類運動賽事或在商品設計使用社福團體的圖畫合作外，2021 持續對地方性透過捐贈食品進行社區關懷及捐助弱勢社福團體。

2021 年防疫、惜食捐贈暨社會關懷活動

捐贈單位	專案活動	2021 年執行績效
關渡醫院	疫情物資贈與	 <p>防疫物資餅乾 500 份</p>
部立桃園醫院 桃園市衛生局 桃園市八德區消防分局 桃園市八德區警察分局	疫情物資贈與	 <p>新貴派大格酥 600 條 ROC 草莓巧克力 100 盒 ROC 手工巧克力 200 份 ROC 板塊巧克力 200 份</p>

捐贈單位	專案活動	2021 年執行績效
桃園市衛生局	惜食捐贈	 1,000 份月餅禮盒
桃園市八德區瑞興里 瑞泰里弱勢團體	惜食捐贈	 禮坊月餅禮盒 200 盒  禮坊月餅禮盒 200 盒
聖道福利基金會	惜食捐贈	 小善中秋福袋募集 - 餅乾 243 箱
長庚醫院 台積電基金會	惜食捐贈	(總計月餅 10,000 顆)

 Buying Power 「特別獎」 - 社會共榮組！

2021 年宏亞推出「金秋感謝祭—你挺公益，宏亞挺你」專案活動，透過贈物網媒合，將外銷月餅與禮盒捐贈給社福與弱勢團體。此專案更獲得經濟部中小企業處舉辦之「Buying Power 社會創新產品及服務採購獎勵機制」肯定，榮獲社會共榮組特別獎。

▶ 專案成就

- 完成媒合 10,000 顆廣式月餅 + 932 盒海外版月餅禮盒
- 兩次媒合共嘉惠 111 間中小型社福及偏鄉學校
- 舉辦「金秋感謝祭—你挺公益，宏亞挺你」活動，贈送 300 盒禮盒予熱心公益的民眾，促進社會共好
- 社福單位/學校/民眾/協力曝光推廣 30 則
- 宏亞及禮坊品牌形象 ↑：人氣主播 x 社福 x 民眾

▶ 金秋感謝祭 禮盒寄送篇



宏亞食品 x 禮坊 蓋秋惠

放滿了郵局的籠車滿載

▶ 新生代人氣第一女主播於 FB 粉絲團力薦




▶ 社福團體誠摯的感謝









 惜食計畫

宏亞食品自 2019 年加入由台積電慈善基金會發起之惜食計畫，由台積電基金會提供冷凍設備，並定期掌握、統計需要的食品數量，再由食品商直接配送格外品至需要幫助的弱勢據點。2021 年宏亞與巧克力共和國推出惜食、食光友善專區，並持續藉由惜食計畫平台提供食品至有需求之社福團體，該平台與全台 58 個社福單位團體合作。

宏亞食品也持續透過食品業者相關公會及協會，共同倡議以下惜食活動：

- 食育教育的推廣，集合各廠的研發或廠護定期進行。
- 惜食冷藏車載運到各據點。
- 義廚志工烹煮後，供獨居長輩共餐或弱勢兒少課後餐點。
- 寒暑假偏區定點烹煮，以供弱勢兒少用餐。
- 各廠區設置食物銀行、惜食分享網和幸福保衛站，供需要者申請。



8 附錄

GRI 準則揭露項目對照表

通用準則

GRI 準則 (2016 版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
GRI 102：一般揭露			
組織概況	102-1 組織的名稱	2.1.1 宏亞背景與發展現況	26
	102-2 活動、品牌、產品與服務	2.1.1 宏亞背景與發展現況 3.2.1 創新商品與服務	27
	102-3 總部位置	2.1.1 宏亞背景與發展現況	26
	102-4 營運據點	2.1.1 宏亞背景與發展現況	31
	102-5 所有權與法律形式	2.1.1 宏亞背景與發展現況	26
	102-6 提供服務的市場	2.1.1 宏亞背景與發展現況	29
	102-7 組織規模	2.1.1 宏亞背景與發展現況 5.1 人才永續，幸福延續	27 80
	102-8 員工與其他工作者的資訊	2.1.1 宏亞背景與發展現況 5.1 人才永續，幸福延續	27 80
	102-9 供應鏈	2.1.1 宏亞背景與發展現況 6.1 供應永續，幸福延續	96
	102-10 組織與其供應鏈的重大改變	關於本報告書 6.1 供應永續，幸福延續	96
	102-11 預警原則或方針	2.3 永續風險管理	35
	102-12 外部倡議	1.2 宏亞重大主題鑑別與回應 - 宏亞永續願景與策略藍圖	13
	102-13 公協會的會員資格	附錄	119
策略	102-14 決策者的聲明	經營者的話 2.1.1 宏亞背景與發展現況	5 26
	102-16 價值、原則、標準及行為規範	2.2 公司治理	32
公司治理	102-18 治理結構	2.2 公司治理 1.2 CSR 委員會	32 18
	102-40 利害關係人團體	1.1 利害關係人溝通	11
利害關係人溝通	102-41 團體協約	5.2.1 人權管理	80
	102-42 鑑別與選擇利害關係人	1.1 利害關係人溝通	11
	102-43 與利害關係人溝通的方針	1.1 利害關係人溝通	12
	102-44 提出之關鍵主題與關注事項	1.1 利害關係人溝通	14
報導實務	102-45 合併財務報表中所包含的實體	關於本報告書	3
	102-46 界定報告書內容與主題邊界	1.2 宏亞重大主題鑑別與回應	14
	102-47 重大主題表列	1.2 宏亞重大主題鑑別與回應	15
	102-48 資訊重編	今年無資訊重編情事	
	102-49 報導改變	今年無改變情事	

GRI 準則 (2016 版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
GRI 102：一般揭露			
報導實務	102-50 報導期間		
	102-51 上一次報告書的日期		
	102-52 報導週期	關於本報告書	
	102-53 可回答報告書相關問題的聯絡人		
	102-54 依循 GRI 準則報導的宣告		
	102-55 GRI 內容索引	附錄— GRI 準則揭露項目對照表	113
	102-56 外部保證 / 確信	詳會計師確信報告	117
	103-3 管理方針的評估		7

重大主題對照之特定主題準則

GRI 準則 (2016 版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
食品安全管理			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		41
	103-2 管理方針及其要素	3. 分享甜蜜 安心滋味	41
	103-3 管理方針的評估		41
GRI 416：顧客健康與安全	416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	3.1.1 品質管控與檢驗	42
法規遵循			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		25
	103-2 管理方針及其要素	2. 國民巧克力—永續宏亞	25
	103-3 管理方針的評估		25
GRI 307：有關環境保護的法規遵循	307-1 違反環保法規	2.3.3 法規遵循	38
GRI 416：顧客健康與安全	416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	3.1.1 品質管控與檢驗	42
	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	2020 年無相關違反情事	
GRI 417：行銷與標示	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	2.3.3 法規遵循	38
GRI 419：社會經濟法規遵循	419-1 違反社會與經濟領域之法律和規定	2020 年無相關違反情事	
產品與服務創新 (企業自訂主題)			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		41
	103-2 管理方針及其要素	3. 分享甜蜜 安心滋味	41
	103-3 管理方針的評估		41

GRI 準則 (2016 版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
永續供應鏈管理			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		95
	103-2 管理方針及其要素	6. 打造互惠 共榮關係	95
	103-3 管理方針的評估		95
GRI 308：供應商環境評估	308-1 採用環境標準篩選新供應商	6.1.1 供應鏈管理	96
GRI 414：供應商社會評估	414-1 使用社會標準篩選之新供應商	6.1.1 供應鏈管理	96
風險管理			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		25
	103-2 管理方針及其要素	2. 國民巧克力—永續宏亞	25
	103-3 管理方針的評估		25
GRI 201：經濟績效	201-2 氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	4.2.1 氣候風險治理	62
責任行銷與標示			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		41
	103-2 管理方針及其要素	3. 分享甜蜜 安心滋味	41
	103-3 管理方針的評估		41
GRI 417：行銷與標示	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	2.3.4 法規遵循	38
	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件		38
原物料採購			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		95
	103-2 管理方針及其要素	6. 打造互惠 共榮關係	95
	103-3 管理方針的評估		95
GRI 204：採購實務	204-1 來自當地供應商的採購支出比例	6.1.2 原物料管理	99
職業安全衛生			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		79
	103-2 管理方針及其要素	5. 塑造活力 友善職場	79
	103-3 管理方針的評估		79
GRI 403：職業安全衛生 2018	403-3 職業健康服務	5.2.1 薪資福利與員工照護	86
	403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練	5.1.2 人才培育與發展	83
	403-6 工作者健康促進	5.2.1 薪資福利與員工照護	86
	403-9 職業傷害	5.2.2 職業安全衛生	90
顧客關係管理			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		41
	103-2 管理方針及其要素	3. 分享甜蜜 安心滋味	41
	103-3 管理方針的評估		41
GRI 416：顧客健康與安全	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	2021 年無相關違反情事	

GRI 準則 (2016 版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
客戶隱私與資訊安全			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		41
	103-2 管理方針及其要素	3. 分享甜蜜 安心滋味	41
	103-3 管理方針的評估		41
GRI 418：客戶隱私	418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	3.2.4 客戶關係與隱私管理	56
包裝包材			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		59
	103-2 管理方針及其要素	4. 傳承清新 豐饒未來	59
	103-3 管理方針的評估		59
GRI 301：物料	301-2 使用的可再生物料	4.4.1 包裝材與廢棄物管理	73
營運策略與績效			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		25
	103-2 管理方針及其要素	2. 國民巧克力—永續宏亞	25
	103-3 管理方針的評估		25
GRI 201：經濟績效	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	2.2 公司治理	29

確信報告 Assurance statement



安永聯合會計師事務所

11012 台北市基隆路一段333號9樓
9F, No. 333, Sec. 1, Keelung Road
Taipei City, Taiwan, R.O.C.Tel: 886 2 2757 8888
Fax: 886 2 2757 6050
www.ey.com/tw

會計師獨立確信報告

宏亞食品股份有限公司 公鑒

一、確信範圍

本事務所接受宏亞食品股份有限公司(以下簡稱宏亞食品)之委任，對2021年度永續報告書中所選定之永續績效資訊進行有限確信並出具報告。有關宏亞食品所選定之標的資訊及其適用基準，詳附件一。

管理階層責任

宏亞食品管理階層應依據適當之基準編製2021年度永續報告書，包括參考全球永續性報告協會(Global Reporting Initiatives, GRI)發布之GRI準則(GRI Standards)編製，參照永續會計準則委員會(Sustainability Accounting Standards Board, 簡稱SASB)針對食品加工產業所發布之揭露標準，並應設計、執行及維護與報告編製相關之內部控制，以蒐集並揭露報告書內容。

本事務所責任

本事務所係依照財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」之要求規劃並執行有限確信工作。

二、確信工作

有限確信案件中執行程序之性質及時間與適用於合理確信案件不同，其範圍亦較小，所取得之確信程度明顯低於合理確信案件。為取得有限確信，本事務所於決定確信程序之性質及範圍時曾考量宏亞食品內部控制之有效性，但目的並非對宏亞食品內部控制之有效性表示意見。

為作成有限確信之結論，本事務所已執行下列工作：

- 與宏亞食品之管理階層及員工進行訪談，以瞭解宏亞食品履行永續之整體情況，以及報導流程；
- 針對報告中所選定之永續績效資訊進行分析性程序；蒐集並評估其他支持證據資料及所取得之管理階層聲明；如必要時，則抽選樣本進行測試；
- 閱讀宏亞食品之永續報告書，瞭解其與本事務所取得關於永續整體履行情況一致。



三、先天限制

因永續報告書中所包含之非財務資訊受到衡量不確定性之影響，選擇不同的衡量方式，可能導致績效衡量上之重大差異，且由於確信工作係採抽樣方式進行，且任何內部控制均受有先天限制，故未必能查出所有業已存在之重大不實表達，無論是導因於舞弊或錯誤。

四、品質管制與獨立性

本事務所遵循審計準則公報第四十六號會計師事務所之品質管制之規範，建立並維護完備之品質管制制度，包含遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。本所亦遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及盡專業上應有之注意、保密及專業態度。

五、結論

依據本事務所執行之程序及所獲取之證據，未發現宏亞食品所選定之永續績效資訊有未依照適用基準編製而須作重大修正之情事。

安永聯合會計師事務所

會計師：徐榮煌



西元二〇二二年七月二十九日



附件一：

編號	頁次	內文標題	標的資訊	適用基準
1	048-050	成品及人員與衛生管理	針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度方面進行之評估與改進及所影響之主要產品類別之百分比為 100%。	依「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第一目之應加強揭露績效指標，公司自行統計之資訊。
2	038	法規遵循	2021 年因違反食品安全衛生管理法及施行細則而被罰款之事件一共四起，分別如下： (1)未取得操作許可前，進行食品油炸作業程序之事件一起。 (2)違反過度包裝法之事件兩起。 (3)產品成分標示中之奶精粉末如實展開成分之事件一起。	依「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第二目之應加強揭露績效指標，公司自行統計之資訊。
3	096	供應鏈管理政策與目標	宏亞食品統計 2021 年採購符合國際認可之產品占整體採購 91.07%。	依「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第三目之應加強揭露績效指標，公司自行統計之資訊。
4	038	法規遵循	宏亞食品桃園全廠區通過 ISO 22000 要求，故符合國際認可之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比為 100%。	依「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第四目之應加強揭露績效指標，公司自行統計之資訊。
5	099	供應商稽核	2021 年度供應商總數為 291 家，於 2021 年底完成為 24 家稽核。	依「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第五目之應加強揭露績效指標，公司自行統計之資訊。
6	049	溯源管理	宏亞食品非屬食品衛生安全管理法強制規定需進行追蹤追溯之特定行業。	依「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第六目之應加



編號	頁次	內文標題	標的資訊	適用基準
				強揭露績效指標，公司自行統計之資訊。
7	044-047	品質保證	宏亞食品為自願設置食品安全實驗室，2021 年度檢驗費用支出逾 12,000 仟元，佔營業額 0.72%。	依「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第七目之應加強揭露績效指標，公司自行統計之資訊。

SASB 指標對照索引—加工食品業

主題	指標	對應章節	頁碼
能源管理	FB-PF-130a.1 應揭露：(1)消耗能源總量，(2)電網用電量的百分比，(3)使用可再生能源的百分比	4.2.3 能源管理	67
水管理	FB-PF-140a.1 應揭露涵蓋所有水源的：(1)取水總量，(2)耗水總量；以及位於高或極高水壓力地區的取水量與用水量百分比	4.3.1 用水管理	71
	FB-PF-140a.2 與排放水質和 / 或是水量相關的違規事件數 (如違反法規、政策或排放標準)	2021 年無相關違反情事	71
	FB-PF-140a.3 評估水資源管理 (包含取水、用水、排水) 過程中會有哪些風險，以及說明降低這些風險的策略與作法	4.3.1 用水管理	71
食品安全	FB-PF-250a.1 經由全球食物安全主張 (Global Food Safety Initiative, GFSI) 承認認可的認證 / 標準的審核不合格比率與相關糾正比率；並需要依重大、輕度進行區別揭露	3.1.1 品質管控與檢驗	42
	FB-PF-250a.2 來自一級供應商的原物料通過 GFSI 承認的食品安全認證標準之成本比例	6.1.2 原物料管理	99
	FB-PF-250a.3 (1) 收到食品裁罰與違規之次數 (2) 改善百分比	2.3.3 法規遵循	38
	FB-PF-250a.4 (1) 食品召回回收次數 (2) 召回回收的食品總量	2.3.3 法規遵循	38
健康與營養	FB-PF-260a.1 推廣 (如產品標籤) 與推廣健康與營養產品的總收入金額	3.2.3 健康與營養的產品	54
	FB-PF-260a.2 如何鑑別與管理消費者對於健康與營養的產品與成分之討論過程	3.2.3 健康與營養的產品	54
產品標示與銷售	FB-PF-270a.1 應揭露：(1)廣告曝光對象為兒童的百分比	3.2.2 責任行銷與標示	54
	FB-PF-270a.2 應揭露標示(1)基因改造，(2)非基因改造產品的收入	3.2.2 責任行銷與標示	54
	FB-PF-270a.3 產品標示或銷售違反產業標準或法規的數量	2.3.3 法規遵循	38
	FB-PF-270a.4 因產品標示或銷售造成的相關法律訴訟所損失的金額	2021 年無相關違反情事	38
包裝生命週期管理	FB-PF-410a.1 應揭露：(1)向外購買的包裝 / 包材總重量，(2)由回收或可再生材料製成的百分比，(3)可回收、可重複使用或可堆肥的百分比	4.4.1 包裝材與廢棄物管理	73
	FB-PF-410a.2 說明如何減少包裝生命週期對環境造成的影響	4.4.1 包裝材與廢棄物管理	73
原物料供應鏈對環境和社會的影響	FB-PF-430a.1 自一級供應商採購的原料中，獲得第三方環境或社會標準認證的百分比	6.1.2 原物料管理	99
	FB-PF-430a.2 供應商社會和環境責任經外部標準或行為準則審核的(1)不合格率和 (2)主要不合格和輕微不合格的相關矯正措施比率	6.1.1 供應鏈管理	96
原物料採購	FB-PF-440a.1 自一級供應商採購的原料中，來自高或極高水壓力地區的原料百分比	6.1.2 原物料管理	99
	FB-PF-440a.2 揭露食品優先原料清單，以及如何管理該原料造成的環境與社會風險		99
營運指標	FB-PF-000.A 已售出產品的總重量	2.1.2 營運策略與績效	30
	FB-PF-000.B 生產設備的數量		30

附錄—公協會參與組織

參加之協會	說明
台灣糖果餅乾麵食工業同業公會	擔任理事長
台灣食品產業發展協會	擔任監事
桃園觀光工廠促進發展協會	擔任理事
亞太產業合作推動委員會	
桃園市工業會	
台北市進出口商業同業公會	
中華民國物流協會	
財團法人台灣連鎖暨加盟協會	
中華民國內部稽核協會	
台北市糕餅商業同業公會	
台灣董事學會	
中華民國工商協進會	
新北市工業會	
山達基世界企業協會	
桃園縣護理師護士公會	
台灣食品科學技術學會	會員
基隆市糕餅商業同業公會	
國際工商經營研究社	
中華財經策略學會	
財團法人中華民國商品條碼策進會	
台灣食品 GMP 發展協會	
桃園縣八德美食休閒產業發展協會	
中華民國觀光工廠促進協會	
台北市道德科學研究會	
台北市生命線協會	
台灣清真產業品質保證推廣協會	
台灣食品業女性經營者協會	
台灣女董事協會	
桃園市政府	市政顧問