

# 2019

## 宏亞食品 企業社會責任報告書



宏亞食品  
企業社會責任報告書



關於本報告書	04
經營者的話	03

1 2019 永續績效亮點	08
1.1 2019 永續績效表現	08
1.2 2019 創新商品與服務	19

## 2 永續宏亞

2.1 關於宏亞食品	28
公司背景與產業發展現況	31
永續願景與策略藍圖	33
永續大事紀	33
2.2 營運績效	30
2.3 利害關係人與重大主題	31
利害關係人鑑別	31
利害關係人的溝通	33
重大主題鑑別	33
重大主題邊界鑑別與回應	34
2.4 公司治理	35
董事會	31
薪酬委員會	33
稽核室	33
CSR委員會	34
永續風險管理	34
2.5 法規遵循	35

## 3 分享甜蜜 安心滋味

3.1 創造客戶幸福	39
品牌故事與創新研發	46
客戶關係管理	48
3.2 食品安全與品質管理	45
原物料管理	46
溯源管理	48
製程優化管理	46
成品管理	48
品質認證管理	46
品質監測系統	48
品質管控	46

## 4 傳承清新 豐饒未來

4.1 致力守護環境	58
環境管理策略及制度	59
環保支出	54
4.2 氣候變遷因應	59
氣候風險治理	54
能源管理	54
溫室氣體排放管理	54
4.3 水資源管理	68
用水管理	69
廢污水管理	72
4.4 廢棄物與污染管理	74
廢棄物資源管理	69
空氣污染管理	72
噪音管理	72

## 5 塑造活力 友善職場

5.1 人才任用與培育	76
員工組成	82
員工培育	83
5.2 福利與權益	82
薪資與福利	82
員工權益	83
5.3 友善工作與生活	85
工作安全	87
健康照顧	87

## 6 注入歡樂 正向能量

6.1 巧克力共和國	76
品牌故事	82
商品與服務	83
創造幸福記憶點	84
6.2 社會回饋與參與	82

## 7 打造互惠 共榮關係

7.1 永續供應鏈	76
供應商評鑑	82
供應商管理	83
7.2 永續夥伴關係	82

## 關於本報告書

本企業社會責任報告書，為宏亞食品股份有限公司（以下簡稱宏亞食品）。2019 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。

### 範疇及計算依據

本報告書涵蓋宏亞食品自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日止，在企業社會責任的績效表現。此報告書揭露營運範圍係以宏亞食品台灣區為主。於此報告期間，公司並無如廠房、設備變更，及股本變更等營運變更情形。本報告書中 2019 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 2019 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；另外本公司通過的管理系統有環境管理系統 ISO 14001、職業安全衛生管理系統 OHSAS 18001 及食品安全管理系統 ISO 22000，並經由台灣檢驗科技股份有限公司 (SGS Taiwan Ltd.) 認證通過。先前 2018 年度 CSR 報告書資訊並無重編調整情事。

### 報告書撰寫原則及綱領

宏亞食品蒐集國際間重要的經濟、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 2019 年第一季 CSR 小組會議討論並篩選重要議題。篩選之重要議題於本報告書揭露。本報告書參照 GRI 永續性報導準則（GRI 準則）的內容進行撰寫。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 2019 年企業社會責任報告，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企業社會責任報告書。

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：2019 年 9 月發行

本期發行版本：2020 年 9 月發行

下期發行版本：預定 2021 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」，也歡迎您與我們聯絡，聯絡資訊如下：

宏亞食品股份有限公司

聯絡人：總經理室 簡特助

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

2019 年宏亞食品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) 為公司 CSR 願景發展及推動的主軸。

以「在地永續，幸福才會延續」之永續願景，制定永續 5 大策略及關鍵指標，規劃 2030 年的達成目標，宏亞食品將持續以推動永續經營，積極透過治理、環境、安全、社會，品牌、產品研發、客戶體驗等多面向發揮影響，作為幸福生活的重要推手。

永續經營的經營環境，一直是宏亞食品持續在做的工作之一，而本公司發行的「2019 年企業社會責任報告書」主要縈繞在以下幾個議題上：

- 1. 提供消費者 甜蜜安心 滋味食品
- 2. 承諾在環境面 讓下一代有豐饒的環境資源
- 3. 為社會注入 歡樂正向能量
- 4. 塑造員工活力 友善職場
- 5. 打造與合作夥伴 共榮互惠關係

宏亞食品承諾將善盡企業公民之社會責任，不遺餘力。



宏亞綠工廠



展望未來，CSR 能確實做到永續，同時與企業核心結合，轉變成「搖籃到搖籃」（簡稱 C2C）的循環概念。在面對氣候變遷的風險，公司早在 1992 年直至今有引進儲冰槽、空壓機、雨水回收池及太陽能板等設備，投資再生能源領域，打造「綠工廠」製造；2019 年更擴展到生物循環利用的實驗研究，讓生產製程過程所留下的廢棄食材，變成為有機肥料，以達實踐循環經濟，在 2020 年正式導入 BS8001 循環經濟與經濟部工業局推動產業綠色成長計畫。在消費者甜蜜安心滋味，我們持續製作如本味誠現系列商品，尋找優質用料，講求無香料，無色素，無防腐劑，簡單純粹成份，呈現食品美好的本味；並承諾 2025 年前達成商品減糖比例達 5%，提高動物蛋白原料使用符合動物福利來源。

宏亞食品將持續以「在地永續、幸福永續」為永續願景，持續深化各項舉措，期望可向國內外分享宏亞食品的永續經驗與食品工藝，協助台灣食品業界夥伴及新加入新創者在食品舞台上持續發光發熱，並再接再厲為利害關係人打造幸福共融的環境，以成為台灣食品業邁向幸福永續的領航標竿與影響者！

董事長

張云琦



# 1 2019 永續績效亮點

1.1 2019永續績效表現

1.2 2019創新商品與服務

## 1.1 2019 永續績效表現



- 宏亞抓住日韓正夯的台灣珍珠奶茶手搖飲趨勢，開發黑糖珍珠QQ可可球，忠實還原台灣時下手搖杯代表的黑糖珍珠奶茶口感，並於台灣、韓國市場同步推出，創下市場搶購熱潮。

2020年該項產品也榮獲國際Monde Selection銅獎。



- 發揮在地食材特色，推出採用雲林鮮採黑金剛花生的黑金剛花生乳加。

2020年該項產品也榮獲國際Monde Selection銅獎。



- 2019年宏亞食品積極跨品類與超商攜手合作，推出草莓乳加牛乳、新貴派花生牛乳、及乳加口味的霜淇淋，讓老品牌玩出新創意，更於銷售期間創造網路IG打卡熱潮及零食飲料化話題。
- 2019年禮坊以全新品牌識別及全新式門市體驗式購物，提供咖啡館的舒適空間，享受禮坊特製法點蛋糕，搭配精品級莊園咖啡或蜜香紅茶。心鳥圖騰經典伴手禮系列：以法式奶油雪茄捲，曲奇餅，讓消費者送出禮坊伴手禮的體面美好。

2020年曲奇餅(奶油原味)：獲頒iTQI風味絕佳獎章2星獎章，雪茄捲(香草)：獲頒iTQI風味絕佳獎章1星獎章。



## 環境面

- 2019國內面臨燃煤火力發電導致空氣汙染問題，宏亞排除各項困難，自籌資金建構第一期379.42KW太陽能光電系統，已累計發電量505,416度，相當減少二氧化碳排放量277.8噸。
- 2020年進行第二期303.3KW太陽能光電系統施作，完成後自有再生能源發電量總容量高達26.3%，未來將導入排氣廢熱再生發電線能設備。
- 2019為了可以永續取得台灣好花生作為生產原料，將生產乳加過程中產生的花生膜變成有機肥，再度回到花生的生產鏈中，讓廢物成為資源，2020年將這套方法率先分享給契作的花生農，實踐循環經濟。



## 治理面

- 2019年宏亞推動公司治理資訊科技轉型，2019年7月正式完成ERP:SAP(企業資源管理軟體與解決方案)正式上線，以利公司營運績效及治理。
- 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。



## 社會面

- 2019年10月，宏亞食品舉辦零浪費\*零飢餓，將即期品及格外品透過福利社推出並將所得捐贈福利機構。
- 2019年與台積電基金會合作惜食專案 - 將格外品透過台積電惜食平台幫助需要的機構，並號召其他食品公司共同響應加入。

## 1.2 2019創新商品與服務

- 持續推出各式創新口味的巧克力：梅酒乳加、櫻花蜜桃乳加、與在地夥伴合作：太和殿聯名的麻辣乳加、雲林黑金剛花生乳加。2019年以全世界第四種稀有可可豆- 紅寶石(Ruby)開發-歐維氏紅寶石巧克力，創新的研磨及精鍊技術，並結合台東洛神花食材，讓消費者能體嚐兼具在地特色與天然莓果風味的獨特粉紅巧克力。
- 將乳加大人味系列作全新升級，推出濃乳加，透過可可與牛奶比例的增量，給予消費者更濃更滿足的乳加體驗!蜜蘭諾派類餅乾開拓全新鹹口味的義式起司薄鬆塔，以鬆塔類領導品牌的角色，幫助擴大整體精緻甜餅乾市場。
- 2019年宏亞積極跨品類與超商攜手合作，推出草莓乳加牛乳、新貴派花生牛乳、及乳加口味的霜淇淋。
- 禮坊自2019年也全面優化門市及服務體驗，讓每位來到禮坊的消費者，都能感受到禮坊以禮維繫關係的熱忱。



# 2 永續宏亞

## 2.1 關於宏亞食品

- 公司背景與產業發展現況
- 永續願景與策略藍圖
- 永續大事紀

## 2.2 營運績效

## 2.3 利害關係人與重大主題

- 利害關係人鑑別
- 利害關係人的溝通
- 重大主題鑑別
- 重大主題邊界鑑別與回應

## 2.4 公司治理

- 董事會
- 薪酬委員會
- 稽核室
- CSR委員會
- 永續風險管理

## 2.5 法規遵循



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

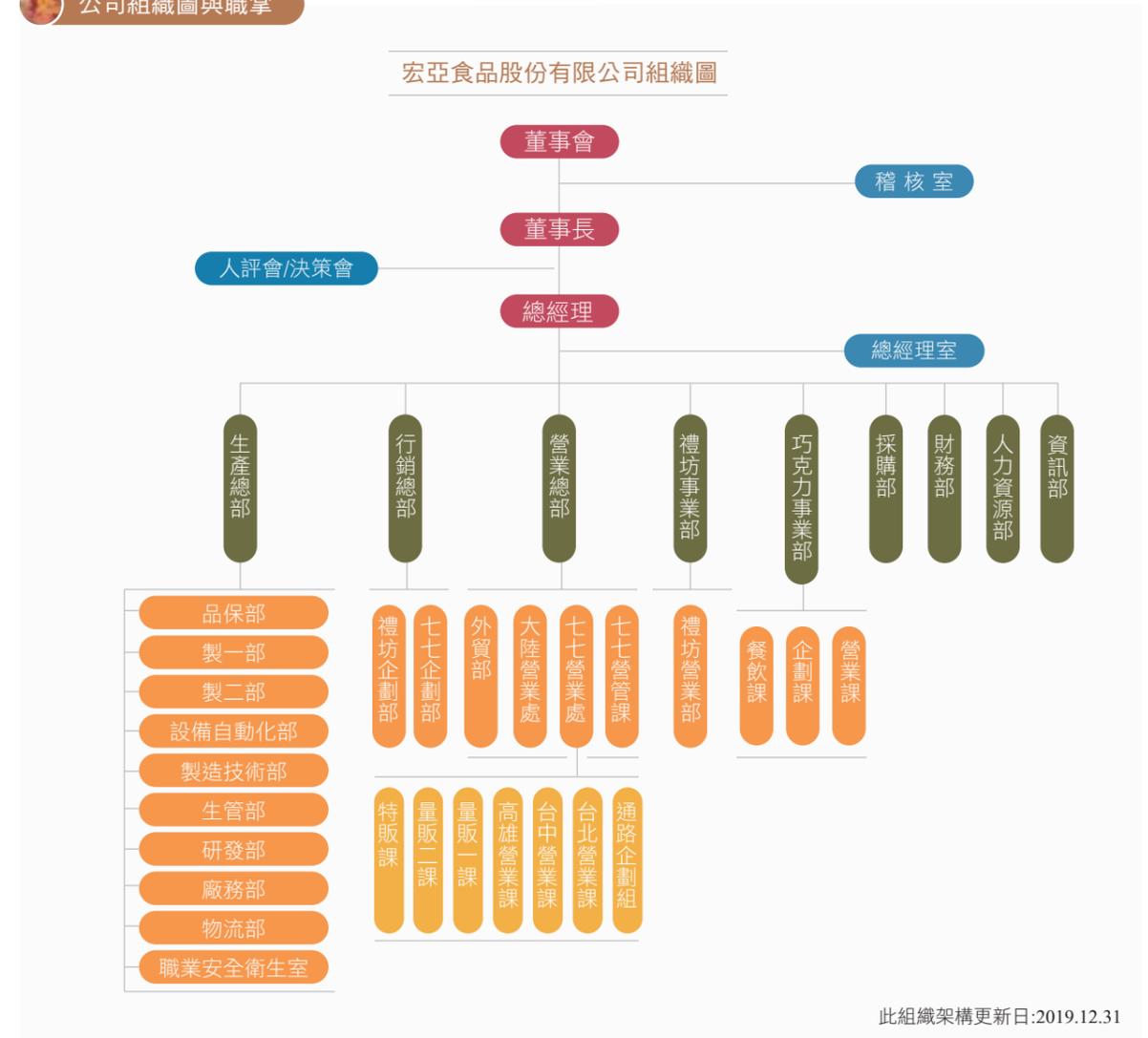
## 2.1 關於宏亞食品

### 2.1.1 公司背景與產業發展現況

公司全名	宏亞食品股份有限公司
員工人數	755 人
總資產金額	新台幣 27.36 億元
資本額	新台幣 10.83 億元
銷售額	新台幣 18.6 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 (2019.06)
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	<a href="http://www.hunya.com.tw/">http://www.hunya.com.tw/</a>
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：以上所有數據統為 2019 年 12 月 31 日統計資料。

公司組織圖與職掌



主要部門職掌

部門	主要職掌	
稽核室	內部作業稽核，異常之分析及追蹤改善	
總經理室	產業發展、經營管理之規劃及督導控管	
營業總部	77 外貿部	國際行銷業務。
	77 營業處	國內巧克力、餅乾產品銷售業務
	大陸營業處	中國市場巧克力、餅乾及禮坊品牌產品銷售業務
行銷總部	七七企劃處	巧克力、餅乾系列產品行銷企劃
	禮坊企劃部	糕(喜)餅產品通路行銷企劃
禮坊事業部	營業部	糕(喜)餅產品銷售
巧克力事業部	企劃部	巧克力博物館行銷及活動企劃
	營業課	巧克力博物館業務推展及服務
	餐飲課	巧克力博物館餐飲服務
生產總部	廠務部	工廠人事、總務及教育訓練、環安維安之督導執行
	設備自動化部	製程、設備維護
	製一,二部	各系列產品之生產、製造管制
	製造技術部	改善生產作業流程，以提高生產力
	生管部	生產計畫及人力排定，產銷協調，原物料倉之管理
	研發部	新產品、新原料及生產技術之研究開發及改良
	品保部	原物料及生產產品之檢驗並執行品質管制相關業務
	物流部	成品倉庫之管理及配輸運送
	職業安全衛生室	規劃及推動安全衛生管理，並指導監督實施
	財務部	資金調度、預算及財務報表編製及成本分析
人力資源部	人事、總務、教育訓練及規章制度之訂定、執行	
資訊部	資訊系統建置、督導、教育訓練	
採購部	原料、物料採購、一般商品及國外機器設備之採購	

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。成立首年即榮獲經濟部頒發「優良觀光工廠」的殊榮。

2.1.2 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。



### 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。



### 三大核心元素

<p>1. 信任 Trust</p>	<p>2. 熱忱 Passion</p>	<p>3. 創新 Innovation</p>
<p>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。</p>	<p>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。</p>	<p>顛覆傳統商業手法，開啟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。</p>

### 宏亞願景與SDGs策略藍圖

分享甜蜜 安心滋味



以宏亞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。

相關議題：產品面，如食品安全管理、市場行銷與品牌發展

傳承清新 豐饒未來



由全球暖化對環境影響日益提高，宏亞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。

相關議題：環境保護，如水汙染與廢棄物管理、能源

注入歡樂 正向能量



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。

相關議題：社會關懷，如回饋社區、捐助弱勢團體與偏鄉孩童、社會公益

塑造活力 友善職場



營造宏亞幸福大家庭環境，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。

相關議題：員工關係，如員工培訓與栽培、員工福利與權益、工作安全、健康照護

打造互惠 共榮關係



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。

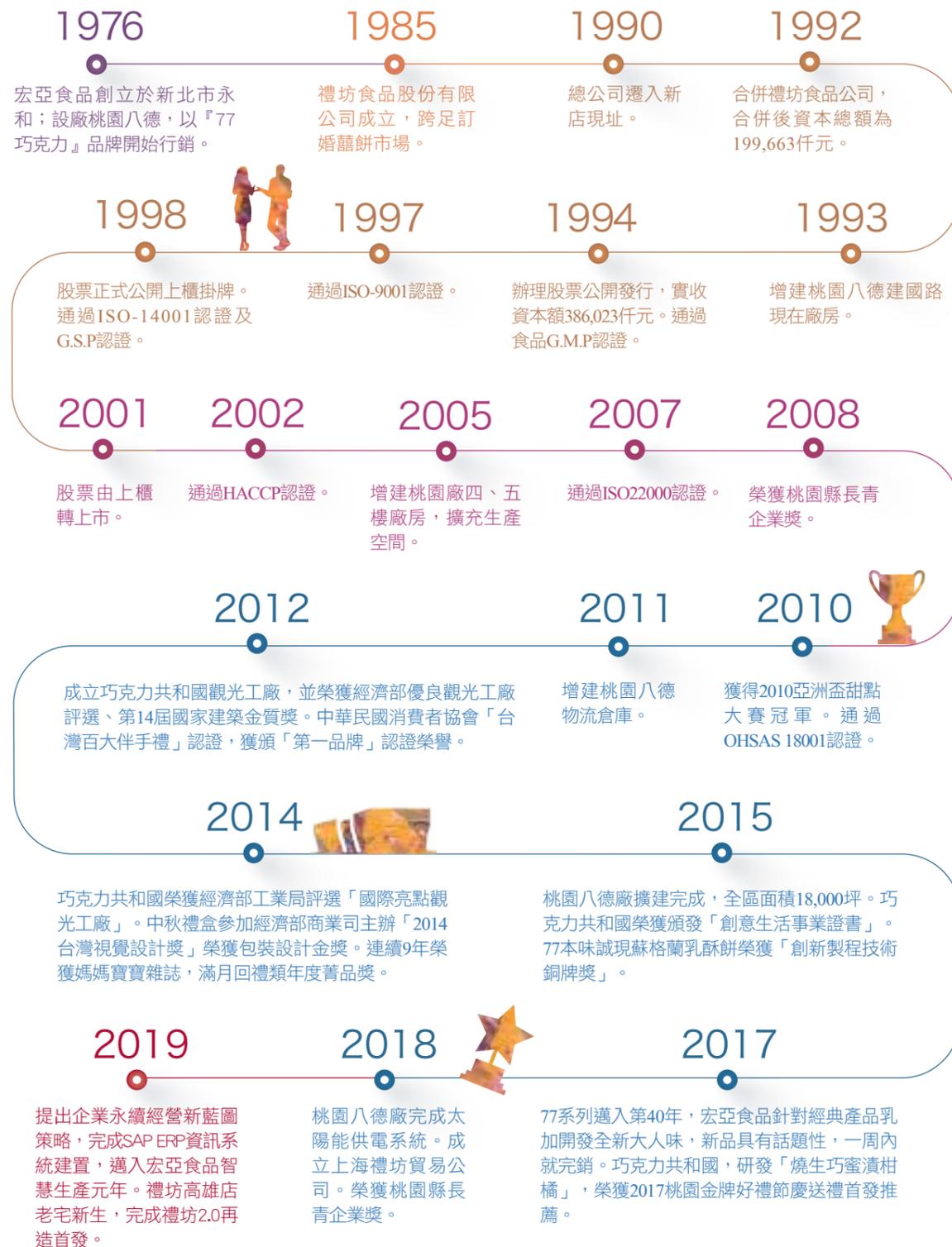
相關議題：在地夥伴合作發展、扶植本土產業

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)	2025 年 預期目標	2030 年預期目標	2019 年進度
<b>1 分享甜蜜安心滋味</b>					
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	達成商品減糖比例達 5%	持續提供減糖與機能的商品數	盤點品項數、食材研發中
		• 產品之食品添加物與人工色素減量比例	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	通過 Clean Label 認證：共 3 條生產線，共上市 10 支商品 (不限規格)。 包含： * 本味誠現產線，2019 共上市 3 支：蛋黃餅、牛奶餅、乳酥餅 * 歐維氏產線，2019 共上市 3 支：77%、85% 黑巧克力 * 新貴派大格酥產線：2019 共上市 5 支：花生、檸檬、巧克力、芝麻豆奶、草莓大格酥
		• 可溯源產品之營業額比	提升動物友善福利原料使用比例佔每年營業額 2%	持續提升動物友善福利原料使用比例	發展在地農產品食品： 雲林黑金剛花生乳加，洛神 Ruby 巧克力
<b>2 傳承清新豐饒未來</b>					
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	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	2019 年廢塑膠混和物廢棄物較 2018 年相差 25.08 公噸
		• 範疇一 / 二 / 三的溫室氣體排放減量目標	和 2017 年相比，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%	和 2017 年相比，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%	和 2017 年相比， 2018 為 0.03 % 下降 2019 為 0.05 % 下降
		• 導入循環經濟思維	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	多年研究將生產乳加衍生的花生膜循環經濟，目前小規模試點
		• 污染防治或減緩設備的投資成本與作業績效評估	廢氣回收及廢塑膠的鋁箔投資成本佔全年投資 1%	投資成本佔全年投資 2%	2019 年進行低效率空調主機汰換、空壓機排熱回收二項節能改善方案
		• 提升再生能源發電成效與占比	桃園廠再生能源發電佔 30%	桃園廠再生能源發電佔 50%	2018 ~ 2019 年桃園廠投資太陽能發電，2019 年桃園廠再生能源發電佔 17%
<b>3 注入歡樂正向能量</b>					
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	每年 4 次，每年 500 人次	每年 4 次，每年 500 人次	鳳鳴國中食品知識分享 :20 位國中生及其他老師，共 36 位
		• 贊助、協辦 / 主辦關懷偏鄉或弱勢的相關活動受益人數	2,000 人次	2,000 人次	華山基金會的七夕老寶貝，受眾 :40 人次 北健電視台的唐氏症寶愛心活動，受眾 :40 人次 真愛寶貝的關懷活動，受眾 :91 人次 聖誕節兒童醫院關懷活動，受眾 :30 人次
<b>4 塑造活力友善職場</b>					
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	95% 滿意度	持續維持 95% 滿意度	研擬施行員工滿意度調查措施
		• 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)	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	落實與強化人因性安全危害、職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
		• 員工減重活動 / 運動會參與參與率	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	減重比賽及體育運動課程列入 2019 年度活動中
		• 實習名額人數	全體員工 2%	達全體員工 5%	1%
<b>5 打造互惠共榮關係</b>					
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	每年維持在 79% 以上	每年維持在 82% 以上	原料之當地採購比例達到 78.33%
		• 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)	每年至少 1 班培訓課程，及認證供應商佔總供應商家數 85%	每年至少 2 班培訓課程，認證供應商佔總供應商家數 95%	認證供應商佔總供應商家數 73%
		• 生計或農業生產獲得改善的小農數或相關商家數	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	發展合作之小農或在地社企
		• 落實原物料供應商評核	評核完成率 20%	評核完成率 30%	評核率 :15.94%
		• 合作專案數	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	2 個以上

### 2.1.3 永續大事紀

#### 大事紀 & 歷年獲獎紀錄



#### 參與組織

宏亞食品重視產業發展，配合政府或相關團體活動推廣，積極參與相關協會活動，為產業提升貢獻心力。

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	
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	



會員

備註說明：理監事主要職責係扮演產業界與政府法規間之溝通協調角色，整合意見並反映解決產業界之問題。

## 2.2 營運績效

宏亞食品除每月發布營收報告、每年舉辦股東常會之外，所有相關資訊皆可於公司官網查詢。本公司另設有發言人、代理發言人和股務等單位，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。除此之外，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，更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](mailto:christineyu@hunya.com.tw)

宏亞食品配合響應政府推動經濟發展政策，轉投資藥華醫藥股份有限公司並符合生技新藥產業發展條例自2016年至2020年共可抵減稅110萬元，除可抵減稅外無其他政府補助。預計2019年可以適用智慧機械投資金額約18,091千元，如獲准申請可抵減稅54萬元。

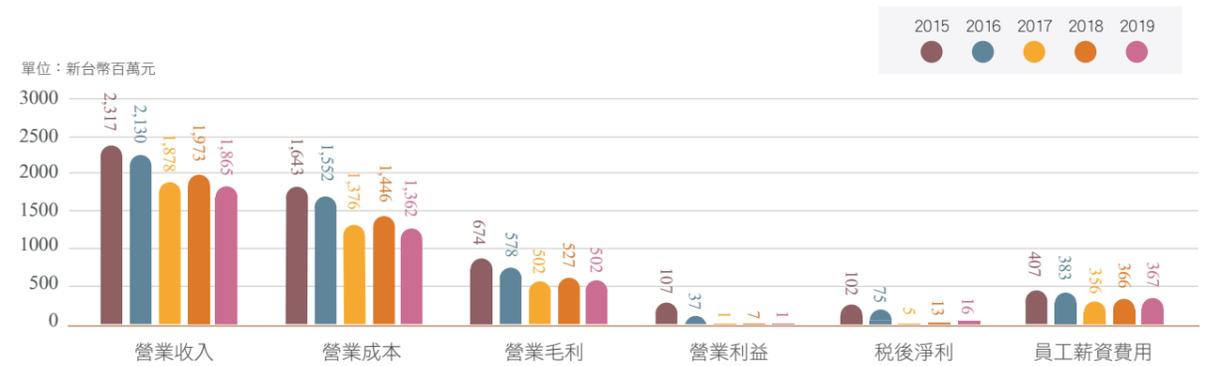
本公司2019年度合併營業收入淨額為新台幣1,864,663千元，較2018年度合併營業收入淨額1,972,592千元，減少107,929千元，衰退5.47%。稅後淨利金額為新台幣15,779千元，較2018年度年度稅後淨利13,267千元，小幅成長2,512千元，成長18.93%。

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，無不利的影響。本公司針對社會衝擊相關問題，建立申訴管道，包括員工意見信箱，以及官網的意見反饋專區，以列管與宏亞食品相關之內外部利害關係人社會衝擊問題之管理，2019年度並未發生社會衝擊申訴立案之案件。

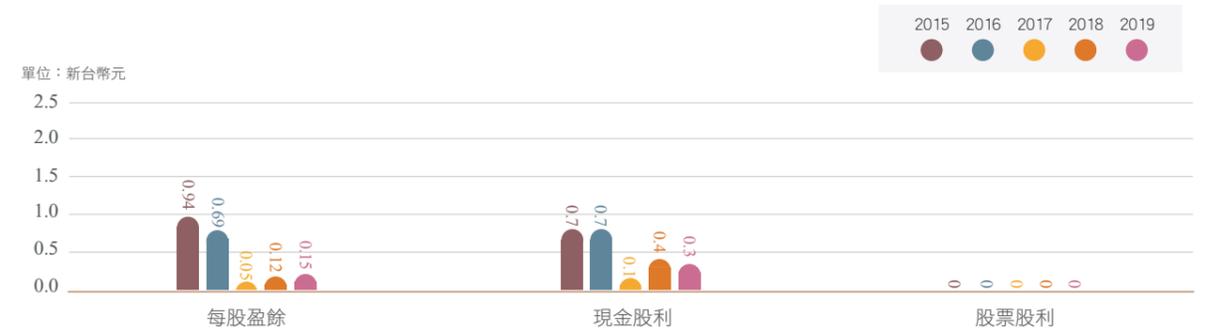
在研究發展方面，健康又美味零食為產品發展策略主軸，再配合多元化的通路布局，期望營運績效及長期策略發展，不斷成長茁壯；除滿足市場消費需要之外，更要突顯公司產品特色，挖掘不同階層及族群的潛在消費群。在總體經營環境方面，我們的產品訴求末端消費者，終究回歸到產品力及品牌的價值，並無不利影響。至於國內資金供給寬裕，資金成本低檔，財務結構穩健，均有利於公司未來的發展。



### 最近五年度營運績效圖



### 最近五年度每股盈餘與股利圖



### 獲利能力分析

項目	2019年度	2018年度
資產報酬率(%)	0.71	0.61
股東權益報酬率(%)	0.90	0.74
營業利益佔實收資本額(%)	0.09	0.62
稅前純益佔實收資本額(%)	1.63	1.65
純益率(%)	0.85	0.67
每股稅後盈餘(元)	0.15	0.12



依各項獲利能力指標顯示，本公司2019年均較2018年微幅改善。

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，對於原物料供應鍊管理，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。

## 2.3 利害關係人與重大主題

透過「鑑別利害關係人」、「永續議題蒐集」、「調查利害關係人關注議題」、「主題重大性分析」、「審查與結果」等五大步驟，決定 2019 年永續報告書的重大議題。



### 2.3.1 利害關係人的溝通機制

透過企業社會責任管理委員會之委員，經衡量企業社會責任國際趨勢、產業特性，CSR 報告書標竿學習，並透過平日與利害關係人之互動經驗及利害關係人對公司營運之關注程度及影響，鑑別出宏亞食品之主要利害關係人。宏亞食品利害關係人如下：投資人、消費者、政府機關、員工、供應商、通路商、鄰近社區及其他。

### 2.3.2 利害關係人的溝通機制

宏亞食品經由 CSR 委員會之委員代表主要利害關係人，進行問卷議題調查蒐集，辨識利害關係人對 15 個辨識出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：

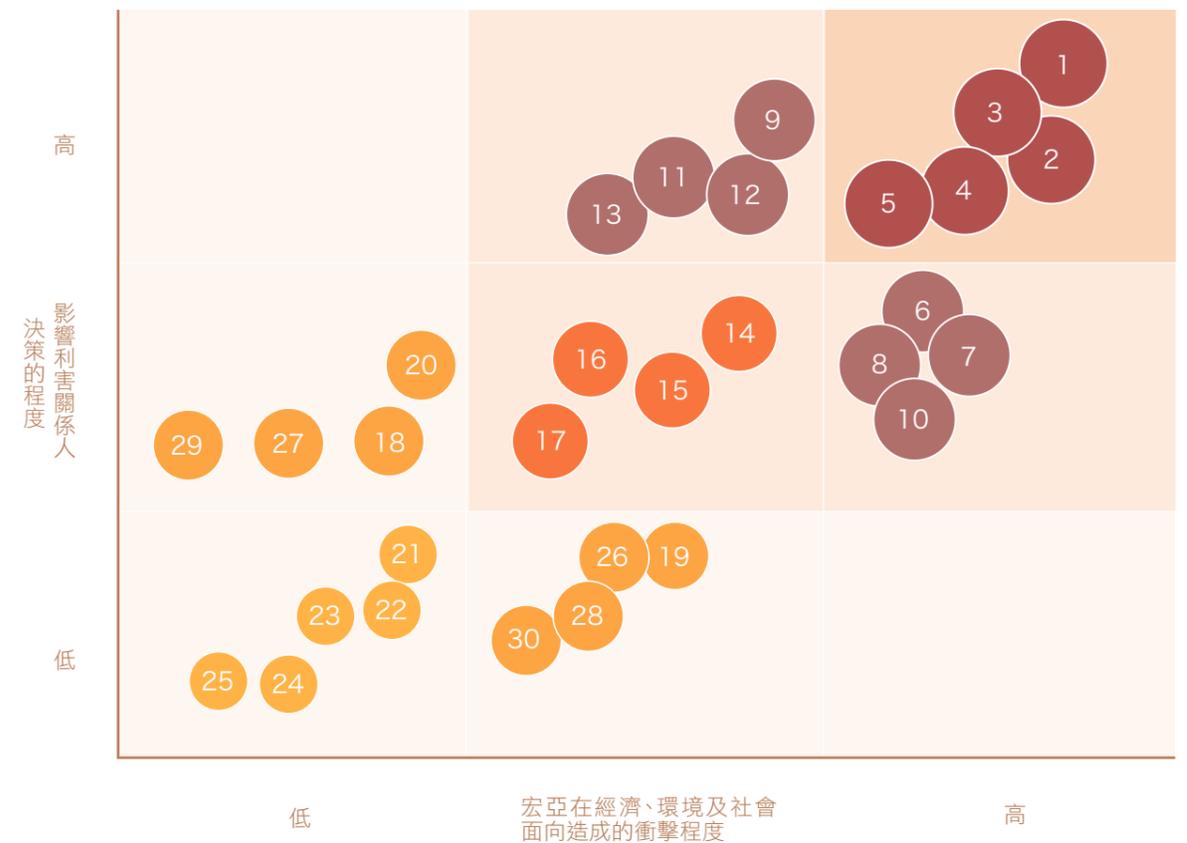
利害關係人	溝通議題	溝通管道及頻率
 投資人	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 營運策略</li> <li>● 公司治理</li> <li>● 營運績效</li> <li>● 產品與服務品質</li> <li>● 氣候變遷減緩策略</li> <li>● 供應商管理</li> <li>● 人才任用與發展</li> <li>● 員工薪酬與福利</li> <li>● 創新服務</li> </ul>	股東會(年) 法說會(不定期) 公司官網(不定期) 財務報表(季) 公司年報(年)
 消費者	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 食品安全</li> <li>● 產品與服務品質</li> <li>● 創新服務</li> <li>● 顧客健康與安全</li> <li>● 供應商管理</li> <li>● 顧客健康與安全</li> <li>● 法規遵循</li> </ul>	公司官網(不定期) 品牌官網(不定期) 產品包裝標示(不定期) 顧客滿意度調查(不定期)
 政府機關	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 法規遵循</li> <li>● 能資源使用效率</li> <li>● 氣候變遷減緩策略</li> <li>● 食品安全</li> <li>● 職業安全衛生</li> <li>● 公司治理</li> </ul>	能資源盤查(年) 法規查核(每年或者法規更新時) 環保署官網申報專區(依規定期限) 主管機關稽核(不定期)

利害關係人	溝通議題	溝通管道及頻率
 員工	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 員工薪酬與福利</li> <li>● 職業安全衛生</li> <li>● 人才任用與發展</li> <li>● 公司治理</li> <li>● 營運績效</li> <li>● 教育訓練</li> </ul>	宏亞食品薪酬管理辦法(月) 工作規則(不定期) 福利委員會(季) 財務報表(季) 新人及專業訓練(不定期) 勞資會議(季) 案例或者會議宣導(不定期) 員工體檢(年)
 供應商	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 供應商管理</li> <li>● 氣候變遷減緩策略</li> <li>● 食品安全</li> <li>● 法規遵循</li> </ul>	供應商評核作業指導書(不定期) 財務報表(季) 輔導機制/稽核管理(不定期)
 通路商	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 市場定位</li> <li>● 食品安全</li> <li>● 風險管理</li> <li>● 反貪腐</li> </ul>	廠商會議(不定期) 合約(年) 通路商稽核(不定期)
 鄰近社區及其他	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 氣候變遷減緩策略</li> <li>● 社會關懷</li> <li>● 能資源使用效率</li> </ul>	公司官網(不定期) ISO 14001證書(年) 社區或社團活動(不定期)

### 2.3.3 辨識重大主題

企業社會責任管理委員會委員除鑑別各議題影響利害關係人決策之程度外，亦評估宏亞食品於各議題對經濟、環境和社會造成的衝擊程度，並以矩陣方式辨識兼具高關注程度和高衝擊程度議題之重大主題。2019 辨識 15 項重大主題，此報告書依照此分析結果，進行重大主題報告並規劃未來之努力方向。

#### 關注議題重大性分析結果



1. 食品安全	2. 產品與服務品質	3. 營運策略	4. 法規遵循	5. 公司治理
6. 營運績效	7. 創新服務	8. 職業安全衛生	9. 人才任用與發展	10. 供應商管理
11. 員工薪酬與福利	12. 社會關懷	13. 顧客健康與安全	14. 能資源使用效率	15. 氣候變遷減緩策略
16. 顧客關係	17. 勞動權益保障	18. 風險管理	19. 原物料使用	20. 採購政策
21. 行銷溝通	22. 實驗室管理	23. 環保支出	24. 組織擴展	25. 多元化與性別平等
26. 資訊衝擊與資訊透明化	27. 在地食材合作	28. 產品價格	29. 教育訓練	30. 市場定位

### 2.3.4 重大主題邊界鑑別與回應

2019 經重大性分析後，我們將議題整併為 15 項重大主題，為了完整回應各利害關係人之關切，我們針對 15 項重大主題，對應出 GRI 準則之特定主題，並透過 CSR 小組討論，決定各重大主題之邊界，並由相關單位蒐集既有之管理和執行績效資訊於企業社會責任報告書中完整揭露。

#### 重大主題 15 項

主題	GRI 對應主題	對應章節	章節碼	各主題經濟、環境、社會衝擊範圍						
				宏亞食品直接造成衝擊	透過與宏亞食品商業關係造成衝擊			透過與宏亞食品其他間接關係發生		
					宏亞食品	消費者	供應商	通路商	投資人	鄰近社區
食品安全與顧客健康	GRI 416：顧客健康與安全	永續供應鏈	7.1	●		●	●			●
		食品安全與品質管理	3.2	●	●	●	●			●
產品與服務品質	GRI 417：行銷與標示 GRI 418：客戶隱私 GRI 419：社會經濟法規遵循	創造客戶幸福	3.1	●	●		●			●
		無直接對應								
		經營者的話								
營運策略	無直接對應	永續願景與策略藍圖	2.1.2	●	●	●	●	●	●	●
		法規遵循	2.5							
法規遵循	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	品質管控	3.2.7							
		環境管理策略及制度	4.1.1							
		環保支出	4.1.2	●		●	●	●	●	●
		福利與權益	5.2							
		工作安全	5.3.1							
		健康照顧	5.3.2							
公司治理	GRI 205：反貪腐 GRI 405：員工多元化與平等機會	公司治理	2.4	●		●	●			●
營運績效	GRI 201：經濟績效	營運績效	2.2	●		●	●	●		●
員工薪酬與福利	GRI 201：經濟績效 GRI 202：市場地位 GRI 401：勞雇關係	福利與權益	5.2	●						●
勞動權益保障	GRI 405：員工多元化與平等機會 GRI 406：不歧視 GRI 407：結社自由與團體協商 GRI 408：童工 GRI 410：保全實務 GRI 411：原住民權利 GRI 412：人權評估	福利與權益	5.2	●						●
創新服務	無直接對應	品牌故事與創新研發	3.1.1	●	●	●	●	●		
職業安全衛生	GRI 403：職業安全衛生	友善工作與生活	5.3	●		●	●			●
人才任用與發展	GRI 202：市場地位 GRI 401：勞雇關係 GRI 404：訓練與教育	人才任用與培育	5.1	●						●
供應商管理	GRI 204：採購實務 GRI 308：供應商環境評估 GRI 414：供應商社會評估	永續供應鏈	7.1	●		●	●			
社會關懷	GRI 203：間接經濟衝擊	社會回饋與參與	6.2	●	●	●	●		●	●
能資源使用效率	GRI 302：能源 GRI 303：水 GRI 306：廢汙水和廢棄物	氣候變遷因應	4.2							
		水資源管理	4.3	●		●	●			●
		廢棄物與污染管理	4.5							
氣候變遷減緩策略	GRI 305：排放	溫室氣體排放管理	4.2.3	●		●	●			●

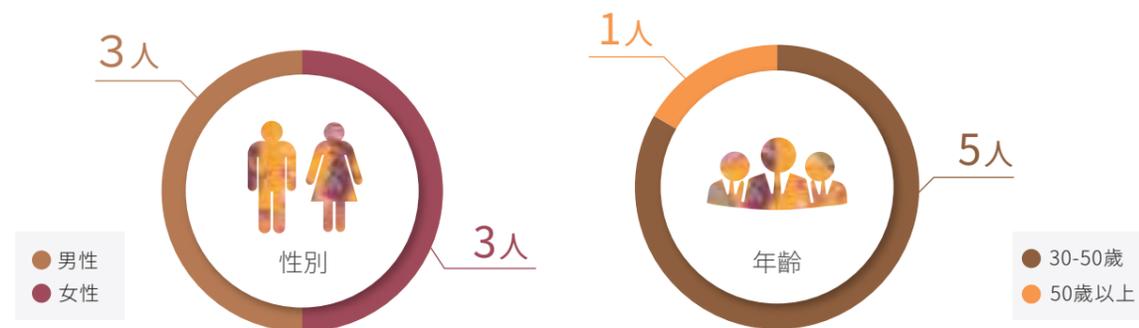
## 2.4 公司治理

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。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，並於公司月會中宣達溝通，以落實反貪腐政策。2019 年確認無發生貪腐事件；也無員工因貪腐事件而被解僱或受到紀律處分的事件；因貪腐違規行為與商業夥伴終止合約或未續約的事件皆未發生；報告期間內，所有針對組織或組織員工貪腐行為的公開法律案件數為零。2019 年也無任何經濟面向的違法案件。本公司營運據點主要在台灣，政經環境穩定，貪腐風險低，故並未針對貪腐相關風險進行評估，也無重大貪腐風險。另新進人員訓練項目要求，亦包含上述守則訓練實施。

### 2.4.1 董事會

宏亞食品依章程規定設置有 3 席董事及 3 席獨立董事，2019 年 6 月董監事改選並由全體獨立董事組成取代監察人職能成立審計委員會。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。至於其他各項業務功能，亦均設有完整的作業辦法及管控機制。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



其他的詳細的資訊 (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 2019 年報內容。

#### 2019 年董事會出席狀況表 (共計召開 6 次)

職稱	姓名	實際出席 (列) 席次數 B	委託出席 次數	實際出席 (列) 席率 (%) [ B / A ] (註 2)	備註
董事長	張豪城	0	3	0	舊任
董事長 / 董事	承添投資股份有限公司 代表人：張云綺	6	-	100	新任 / 連任
董事	統懋投資股份有限公司 代表人：王聖鈞	6	-	100	連任
董事	張琇晴	3	-	100	新任
獨立董事	林大宗	6	-	100	連任
獨立董事	林燕娟	6	-	100	連任
獨立董事	劉俊北	3	-	100	新任
監察人	呂淑如	2	-	67	舊任
監察人	楊清長	2	-	67	舊任
監察人	陳健吉	2	-	67	舊任

### 2.4.2 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。

#### 2019 年薪酬委員會出席狀況表 (委員 3 人，共計召開 2 次)

職稱	姓名	實際出席次數	委託出席次數	實際出席率 (%)	備註 (改選日期 2019.6.21)
委員	林大宗	2	-	100	連任
委員	林燕娟	2	-	100	連任
委員	戴嘉棟	1	-	100	舊任
召集人	劉俊北	1	-	100	新任

備註：本屆委員任期：2019 年 6 月 21 日至 2022 年 6 月 20 日

### 2.4.3 內部控制與稽核制度

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。

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。

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。

### 2.4.4 CSR 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。公司自創立以來，從事社會公益活動從不落人後。如環保活動、生態保育、人文藝術、健康關懷等，以善盡企業公民責任為己任。近年來除致力於落實節能減碳及溫室氣體減量策略之外，並引進歐洲環保節能機器設備，以降低公司營運對自然環境的衝擊。為了將企業社會責任的永續經營理念落實於每日的營運中，本公司於 2014 年 10 月正式成立企業社會責任委員會，CSR 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，CSR 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。

2019 年，CSR 委員會組織圖為因應 CSR 的策略藍圖，調整對應的負責組織。

CSR 委員會組織圖



### 2.4.5 永續風險管理

宏亞食品透過外部資料庫及專家研究之報告，每年年底策略會議，則進行外部環境因素分析，並依此制定公司新一年的風險評估及因應方案，近幾年食品業的經營以面臨環境風險為最大威脅，宏亞食品也不例外，而最容易遭受損失的環境風險來源，主要區分如下表：



### 2.5 法規遵循

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。2019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 2019 衛服部食品安全管理制度再擴大，主要是針對資本額達三千萬以上的食品工廠，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，本公司皆依法遵行。

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，2019 年也未有發生食品安全事件需下架的記錄。





# 3

## 分享甜蜜 安心滋味

食品安全管理

- 3.1 創造客戶幸福
  - | 品牌故事與創新
  - | 客戶關係管理
- 3.2 食品安全與品質管理
  - | 原物料管理
  - | 溯源管理
  - | 製程優化管理
  - | 成品管理
  - | 品質認證管理
  - | 品質監測系統
  - | 品質管控

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



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。

本章中將介紹關於宏亞食品致力成為幸福食品的首選的管理及發展議題。如食品安全管理、市場行銷與品牌發展等。



#### 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，2019年也未有發生食品安全事件需下架的記錄。取得的國際認證：〈食品TQF〉，〈ISO 22000 食品安全管理系統認證〉，〈中國GB/T22000認證〉，〈農產品產銷履歷〉。



#### 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，在內部不斷研究不同口味食材的變化，2019年因應年輕消費者喜愛嚐鮮的需求，持續在各通路推出各式創新口味的巧克力。針對消費者對優質產品的需求：2019年持續推廣符合潔淨標章 (Clean Label) 的新貴派大格酥及本味誠現。大格酥以無添加香料、色素及使用優質非氫化油質，內餡增加讓餅乾風味濃郁、清爽及無油膩口感。本味誠現蜂蜜薄餅嚴選100%天然龍眼蜜與油脂結合作為餅乾基底，利用千層派製程將蜂蜜香味更濃厚及具多層次口感，創造全新薄餅風味。禮坊自2019年也全面優化門市及服務體驗，讓每位來到禮坊的消費者，都能感受到禮坊以禮維繫關係的熱忱。



#### 創新

宏亞食品不斷強化創新的能力，引領市場潮流。2019年以全世界第四種稀有可可豆- 紅寶石 (Ruby)開發-歐維氏紅寶石巧克力，創新的研磨及精鍊技術，並結合洛神花食材，讓消費者能體嘗兼具在地特色與天然莓果風味的獨特粉紅巧克力。新食感商品的上市-禮坊黑糖QQ奶茶酥和黑糖珍奶QQ球乳加掀起一陣搶購熱潮。以獨特可可鹹醬製成的可可五香滷豆干、可可披薩更是顛覆了消費者對巧克力產品的想像。

## 3.1 創造客戶幸福

### 3.1.1 品牌故事與創新研發

宏亞食品在77與禮坊兩大事業部的品牌經營上，持續以顧客為中心：堅持使用優質用料、減少塑膠包材使用、開發具在地特色符合顧客需求的產品。同時，因應顧客購買方式的改變，在實體門市提升客戶體驗、並跨大電商通路布局經營。巧克力共和國事業部，2019年研發出可可五香滷豆干、可可披薩及可可豆漿；更是美味與營養兼具的口碑商品。

#### 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，對未來發展有下列幾個方向：



#### 1 持續開創符合消費者需求的休閒食品

77以烘焙餅乾及巧克力兩大品類為開發主軸，近年因應消費趨勢改變更積極提升熱銷品牌產品利益點及延伸產品線：2019年將乳加大人味系列作全新升級，推出濃乳加，透過可可與牛奶比例的增量，給予消費者更濃更滿足的乳加體驗！此外持續推出創新口味的升級乳加，滿足消費者喜好嚐鮮的慾望；因應餅乾市場對天然與健康利益的日趨重視，持續耕耘本味誠現品牌並推廣蛋黃餅，蜂蜜薄餅，及乳酥餅；此外亦將訴求無香料、以真食材入餡的新貴派大格酥推廣至更廣大銷售通路。同時為蜜蘭諾派類餅乾開拓全新鹹口味的義式起司薄鬆塔，以鬆塔類領導品牌的角色，幫助擴大整體精緻甜餅乾市場。



## 2 堅持以最好的原料供應美味產品

近年來消費者對好品質及潔淨標章 (Clean Label) 越來越重視，宏亞食品始終秉持『只選用優質及實在的原料，開發美味的休閒食品給消費者』之精神，在產品品質上持續優化，以簡單配方開發，透明標示。2019年陸續為本味誠現品牌、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，未來將透過包裝上的標章，更直接與消費者溝通安心優質美味！



## 3 發揮在地特色並結合重點通路開發主題性商品

近年來因應通路主題檔期需求，同時期望發揮品牌的在地優勢，持續開發主題式專案商品作為與重點通路共創雙贏的策略，2019年陸續推出採用雲林鮮採黑金剛花生的黑金剛花生乳加、嚴選南投鐵觀音茶葉開發的鐵觀音乳加、與台灣知名麻辣火鍋店『太和殿』聯名合作，加入其獨家調製麻辣油的麻辣乳加，滿足零食目標客群喜愛嚐鮮、求新求變的需求，及持續提升消費者對乳加品牌的好感度。



## 4 內外銷同步推廣台灣特色零食

宏亞食品抓住日韓正夯的台灣珍珠奶茶手搖飲趨勢，開發黑糖珍珠奶QQ可球，忠實還原台灣時下手搖杯代表的黑糖珍珠奶茶口感，並於台灣、韓國市場同步推出，創下市場搶購熱潮，其他國家皆陸續企盼能引進上架。為宏亞食品巧克力成功開拓新的市場區隔及消費族群，亦幫助拓展機場伴手禮店等利基通路。



## 5 跨界異業行銷吸引更廣大客群

2019年宏亞食品積極跨品類與超商攜手合作，推出草莓乳加牛乳、新貴派花生牛乳、及乳加口味的霜淇淋，讓老品牌玩出新創意，更於銷售期間創造網路IG打卡熱潮及零食飲料化話題；本味誠現乳酥餅，亦與CAMA連鎖咖啡店異業合作，以乳酥餅小紅車出沒於台北CAMA連鎖咖啡店門口，藉由產品派樣及消費者拍照打卡活動，增進消費者與產品接觸機會，同時創造口碑建立品牌知名度。



禮坊  
事業部

禮坊，是烘焙禮品職人。2019年禮坊以全新品牌識別，秉持「總是在乎你」的初衷，從門市改造、體驗服務、產品創作全面升級，期待每位來到禮坊的客人，都能深刻感受到「因為有你，每件事都是值得慶祝的喜事/ You Are My Happiness」的品牌精神。在禮坊，我們永保創作烘焙禮物的熱情，讓禮坊烘焙禮由內而外展現面面俱到的細節用心，讓送禮者能送出自己的味道，讓收禮者能感受到被重視的心意。

以「禮」維繫關係，傳遞喜悅：禮坊將持續以下的經營方向：

1

禮坊品牌心鳥圖騰經典伴手禮系列

以法式奶油雪茄捲為首，呈現一系列精緻法式點心、蛋糕，讓消費者送出禮坊伴手禮的體面美好。



2

喜餅設計融入現代時尚概念，並新增客製化組合，滿足年輕族群需求。



3

將藝術融入禮盒設計

與本土藝術家洪易合作：豬事圓滿手作瓷器禮盒，送出烘焙美味與美學品味。



4

舒適超值的門市體驗購物

- 高雄旗艦店：提供咖啡館的舒適空間，享受禮坊特製法點蛋糕，搭配精品級莊園咖啡或蜜香紅茶。喜餅/彌月品鑑同步升級。
- 門市提供結婚禮俗諮詢服務，並提供結婚訂婚禮俗的道具租借服務。



5

持續社會關懷公益捐款

禮坊自2011年起，與〈兒童福利聯盟文教基金會〉合作推出義賣款中秋禮盒。2019年讓孩童描繪出心中「最好的朋友」製作緣夢公益禮盒，以愛結緣。2019年共捐贈銷售額10%，新台幣88萬元予此單位，作為弱勢孩童的照護與教育基金。



巧克力共和國是源自對於巧克力的專精、熱忱及夢想，場館提供巧克力知識，巧克力事業部並結合觀光旅遊，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甜蜜，成為快樂的夢想家。

### 1 在地複合食材，蹦出新火花

巧克力共和國與桃園在地百年品牌「大房豆干」聯名開發「可可五香滷豆干」，ROC獨家研發可可鹹醬，與豆干一拍即合，搭配花生、香菜，打造出濃濃台灣味，每一口都嚐得到濃郁香氣，不僅顛覆消費者對巧克力的想像，此商品亦成為在地複合食材之最佳範例。



### 2 巧克力PIZZA職人自造樂趣

由巧克力共和國主廚親自帶領遊客，於窯烤PIZZA貨櫃屋內體驗窯烤PIZZA之樂趣，鹹甜共享，課程結束後還可即時品嚐手做的美味成果。



### 3 營養價值大提升up+

特色飲品-「可可豆漿」，使用100%可可粉搭配無糖豆漿，藉由機能性商品，傳達食育教育。每周末皆熱銷一空，為爸媽心中的安心飲品NO.1。



### 3.1.2 客戶關係管理

宏亞食品的客戶關係管理，所含蓋之資訊，不單只有直接交易之通路客戶，也包含無形的服務，包含：原料、物料、機械、零件、清潔用品、經銷商、通路廠商，服務面外包人力、實驗室品項、耗材、校正服務、教育訓練等廠商，均納入管理。各供應商在交易前，須了解交易規格與品質標準，及其內部管理，含勞工權益，宏亞食品徹底執行施工廠商入廠前的職業安全衛生管理相關教育訓練，避免工安事故的發生，以提供安全的操作與製作場所，均屬於我們對客戶的承諾。

本公司一直秉持誠信經營理念，嚴格貫徹法規之要求。2019年經衛生局入廠執行專案查驗共4次，雖有2次違反食品良好衛生規範 GHP，但因缺失屬較輕微且態度良好，故以輔導限期改善方式進行，以上缺失皆於期限內改善完成，並未受到裁罰金額事件發生。未來仍會秉持好還要更好的做事態度，除做好食品業者的本分，也重新努力開發更符合消費者安全、健康、人道、環保意識方面的產品。

法規或自願性準則名稱	裁罰單位 (主管機關)	產品	違反情況	結果	罰款金額 / 新台幣元
食品安全衛生管理法及施行細則	衛生局	所有產品	0	限期改善	0
食品良好衛生規範	衛生局	所有產品	2	限期改善	0
桃園市食品添加物管理自治條例	桃園市政府	所有產品	無	良好	0
中華人民共和國食品安全法	當地相關政府機關	外銷產品	無	良好	0

本公司秉持嚴謹的生產作業態度，持續完善風險評估分析，善盡食品業者責任。

針對產品及服務標示，我們在所有商品源頭開發與企劃設計上，均參考下列程序作業，2019年，未發生使用不安全原料或是不安全產品服務事件。

產品及服務序作業	是	否	備註
產品原件 / 成份的來源或服務的供應者			1. 參考可供食用使用原料彙整一覽表和一般公認安全原料當作廠內商品的原料 2. 參考流行健康元素的開發
產品內容物成份，特別是可能產生環境或社會衝擊的物質			1. 不使用公告可能產生危害或環境衝擊過大之原料 2. 遵守綠色設計開發，避免過度包裝
產品或服務的使用安全			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。 6. 若發現產品有任何問題，請勿食用，並至禮坊各門市換取，或撥消費者服務專線，立即送醫。 7. 茶包沖泡注意方式。 8. 咖啡包沖泡注意方式。
產品的後續處置及其環境 / 社會衝擊			1. 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。 2. 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。

本公司桃園廠，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，2019年也未有發生食品安全事件需下架的記錄。

## 3.2 食品安全與品質管理

近十多年來，食品安全議題受到世界各國所關切，我國近年來多起食安事件，引發國人對食品安全的重視。公司於 2019 年 7 月正式導入 SAP 資訊系統，提供更即時數據分析，以利於每月 10 日上傳追蹤追溯系統 (非追不可平台) 資料揭露。

### 3.2.1 原物料管理

本公司自 2019 年通過新版 ISO 22000:2018 版，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，包括人員物流動線、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 2016.11 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，於供應商稽查過程中，也將此新版防護計畫導入，希望供應商也能提高品質。現行原物料管理作業管理為：

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。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。

2017年-2019年原物料供應商檢驗統計表

年度	原料		物料	
	合格率	退貨率	合格率	退貨率
2019年	97.52%	0.26%	99.37%	0.45%
2018年	96.42%	0.29%	98.68%	0.91%
2017年	95.39%	0.48%	98.59%	0.82%

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，宏亞食品每年皆能有效維持合格率。

### 3.2.2 溯源管理

本公司建立相關監測計畫與追蹤追溯，透過資訊系統可達成：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，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：TQF、好市多。

### 3.2.3 製程優化管理

秉持不產出不良品之要求，透過落實產線首件檢驗、自主檢驗、成品檢驗、製程品管（IPQC）巡檢、出貨包裝檢驗進行產品品質管理。生管部發出製造命令單後，原料倉庫之配料人員需逐項比對配料清單，製造現場依配料清單所配置原料生產出成品，並標示有效批號後，繳至成品倉庫。在生產製造方面，所有的生產設備均遵守食品良好衛生規範準則（GHP）條文要求。此外為控制食品衛生、安全與品質，本公司針對從業人員、作業場所、設施衛生管理及品保制度等四個方面進行評估與改進，影響產品種類明細如下表所示，而只要執行過程發現有不符合處，立即要求現場改善，以確保產品安全。

2019 年本公司針對從業人員、作業場所、設施衛生管理及品保制度進行之評估與改進，影響產品種類為全工廠生產之產品。

要求項目	改善項目或改善之措施名稱	說明改善方式
從業人員	1 職能鑑定 2 教育訓練	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。
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. 核果類以添加抗氧化劑包裹，以延長保存期限。 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。
設施衛生管理	昆蟲捕捉係數分析	1. 製造現場出水口每 2 個月檢驗大腸桿菌及生菌數。 2. 生產線上人員手部每月每股抽檢 2 名。 3. 針對廠內各區域捕蟲燈，做捕捉數量及趨勢分析。 4. 增加清潔過敏原的檢測。
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. 比對二者或三者抽樣檢驗報告之相符性。 3. 新品保存試驗之執行。 4. 出貨 OEM 商品每批提供內部成品檢測報告。

#### 1. 食品從業人員部分

- 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健康檢查，項目包含一般勞工體檢、供膳人員（傷寒、A 型肝炎、胸腔 X 光）等，若未於健檢當日檢驗，則需於一周內置合格特約醫院進行健康檢查，進入生產線後，則由製造部每日進行衛生檢查，品保部每週施行衛生檢查一次。
- 各更衣室均提供個人內務櫃及鎖頭和門禁，擺放衣物及私人物品，惟不得放置食物，並嚴禁於更衣室飲食，需於休息室飲食。
- 人員進入生產現場，需經過更衣室並依規定進行手部清潔，換穿規定工作服及換鞋並將手錶及所有的飾品卸除。作業人員不得蓄留指甲、化妝等，員工也需進行自我健康管理，避免飛沫傳染。若遇手部有傷口時，須主動提報單位主管，不得從事與食品直接接觸之工作。
- 品保部定期針對線上作業人員手部清潔消毒做檢驗，以確認其是否落實手部清潔，每月每股 2 人。

#### 2. 作業場所及設施衛生管理

- 生產管制各工作站，均設有自主檢驗表及設備的一級點檢表等進行首件檢查。若在製程中發現不符合標準時，除須立即通報單位主管及品保部門進行品質確認及後續處理方式之外，並在表單中詳實記錄。在製造流程中，每一條生產線皆具備金屬檢測機，平均每 1~2 小時作一次功能性的確認，避免產品受金屬異物的污染。若有金屬異物時，必會追查其來源並實施防止再發對策。生產現場及倉儲區禁止玻璃製品、木製棧板等可能危害產品之材質進入，針對生產線上玻璃窗戶、燈罩及機台防護罩等，每日亦納入完整性點檢。各項器具則實施專人管理及定位儲放。
- 廠區委由環保署核可之環境消毒公司，使用合格的藥品及具有證照的人員，每月對廠房週邊及倉庫、製造現場進行消毒，並做病媒防制。倉庫及製造場所並設置自動捲門、防蟲簾、捕蟲燈、鼠餌站等設施，避免飛翔性蟲害及鼠害入侵，並做昆蟲入侵調查趨勢分析圖，以掌握主要入侵途徑，針對重要的出入口，加強管制。
- 品保部每週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。由於法規變更有所放寬，根據歷史數據及經驗，找出最易污染點並確時清潔即可，已不需微生物的檢驗，2019 年未有微生物不合格遭受銷毀的記錄。

### 3.2.4 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。

### 3.2.5 品質認證管理

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 2019 年本公司已通過的各項產品或國際系統認證如下表



除了認證系統之定期追蹤查驗以外，尚接受相關通路及合作廠商之第三者稽核、衛生單位稽核。本公司除自行認證 TQF、ISO 22000 及 GB/T22000 認證之外，遵行內控 PDCA 循環外，也接受政府單位、客戶委託或客戶自行執行供應商稽核，虛心接受並確實改善稽核所見之缺失或觀察建議事項。

2019 年外部驗證稽核共計稽核 5 次。為了確保食品安全，堅持從產品設計開始進行成分配方檢視及測試，製造及成品出貨各階段均有品保監測，以確認生產品質符合要求。

### 3.2.6 品質監控系統

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」。



### 3.2.7 品質管控

本公司十分注重自我生產的品質安全和衛生管理，持續認證 ISO 22000 品質管理系統，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：

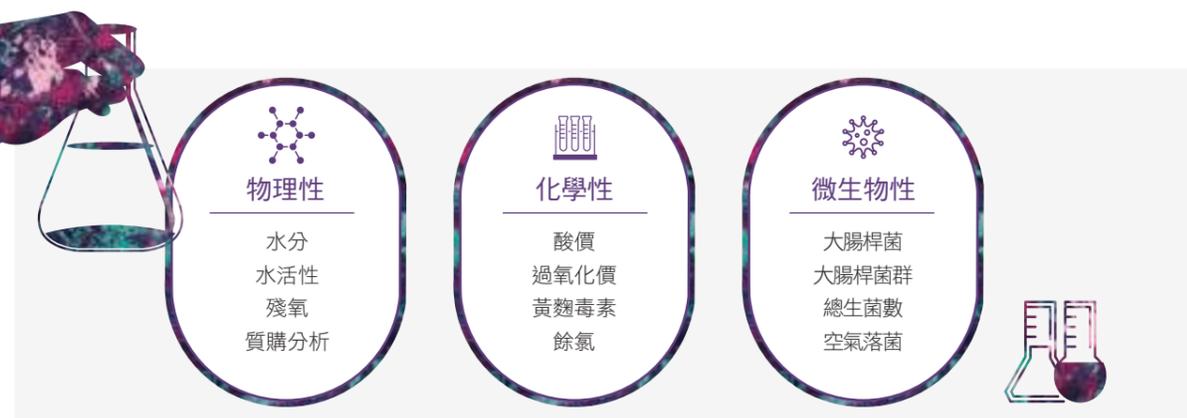
#### 品質檢驗

工作範圍	品保工作重點
原料檢驗	1. 建立各項原料檢驗項目及標準。 2. 核對每批進料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。
物料檢驗	1. 物料進料之品質檢驗項目(外箱強度、內膠捲的電眼距及厚度、乾燥劑重量、產品標示) 2. 庫存包材之品質檢驗
製程檢驗	1. 製造現場巡迴品質檢驗(水分、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茶染。
成品檢驗	1. 成品每批入庫品質檢驗(封口、日期、標示) 2. 成品庫存/退貨等品質判定 3. 成品出貨品質及先進先出查核。
微生物檢驗	1. 依各階段成品取樣 2. 生產環境檢驗(空間落菌、食品接觸面、手部)
量規儀器校正	1. 全廠量規儀器校正計劃與執行 2. 重要管制點之校正確校

#### 品質保證

工作範圍	品保工作重點
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，編列最低檢驗週期索取報告計畫、食品接觸面、成品檢驗報告等。
營養標示	1. 依原料組成分及營養值建立成品標示及營養成分。 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. 標示經內外部審核通告，發出製作。 4. 校正標示設計稿件。
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。
供應商訪廠	1. 依年度供應商訪廠計畫執行，增修預計合作或重大品質異常事件的突發稽核。
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。
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)
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、
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。
病蟲害防治	1. 依蟲害防治合約書定期執行施作。 2. 製作昆蟲捕捉分析趨勢圖。

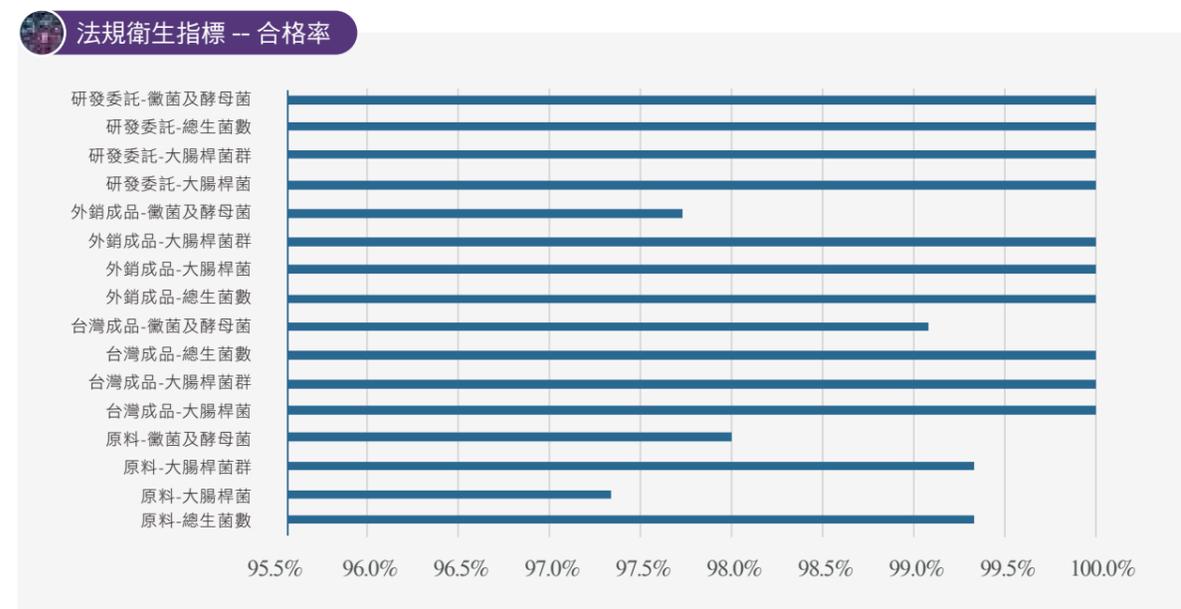
本公司非屬食品衛生安全管理法強制規定檢驗之業者，但自主監控原料進料及成品品質，有自設實驗室監測品質相關檢驗。包括物性、化性及微生物類三大類。



宏亞食品實驗室皆為內部管控，從原料測試、入廠、生產到出貨階段，可協助制定產品保存期限的設定，同時因應新增之產品，需快速有效得到檢驗結果皆能分析及掌控產品特質，確保出貨的品質衛生安全且 2019 年底擬定 2020 年通過 TAF 微生物檢驗認證 3 項，以認證實驗室運作各項檢驗，確保有穩定可靠的檢驗能力，可即時執行所有必要的安全衛生檢驗項目，縮短委外檢驗之等待時間並提升品質管制能力，對各項產品具有更優良的品質保證。測試結果說明：2019 年廠內自行檢驗原料 / 半成品 / 成品合格率为：100%，唯下列 2 項合格率未達 100%，(1) 原料葡萄乾進料檢驗微生物超過廠內標準，以加工去除微生物含量改善。(2) 外銷 - 達克瓦茲成品：黴菌及酵母菌含量，合格率未達 100%，為避免產品未來下架，於廠內檢驗後針對該葡萄乾及達克瓦茲產品建立相關處理程序，以免不良再發生。另 2019 年委外檢驗各項結果，合格率为 100%。為確保符合法規要求及產品穩定度得到客戶肯定，2019 年在實驗室相關品質管理、檢驗費用支出共計 7,160,957 元，佔營業額 0.3%。



2019 年廠內自行檢驗原料 / 半成品 / 成品項目合格率，統計如下表



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，以更專業的技術來完成品質檢測及品質保證的任務。

2019 年外部訓練食安課程共計訓練人數 18 人，15 堂，合計 117 小時，內部訓練食安課程共計訓練人數 978 人，35 堂，825 小時，並隨時掌握法規新知，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。訓練課程包括：

- 1 客訴、製程重工、異物防止原因
- 2 食品安全防護管制重點
- 3 食品過敏原管理
- 4 衛生安全管制重點及異物防治
- 5 ISO22000: 2018 條文說明
- 6 食品製造業者執行第一級品管與追溯追蹤
- 7 食品製造業者 GHP 說明會等，持續教育、深耕品質意識



# 4

## 傳承清新 豐饒未來

4.1 致力守護環境  
| 環境管理策略及制度  
| 環保支出

4.2 氣候變遷因應  
| 氣候風險治理  
| 能源管理  
| 溫室氣體排放管理

4.3 水資源管理  
| 用水管理  
| 廢污水管理

4.4 廢棄物與污染管理  
| 廢棄物資源管理  
| 空氣污染管理  
| 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

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，已將環境保護做為持續努力的方針。2021年前建置完成「綠色再生能源」占總用電容量30%以上並獲得LEED金級以上認證。2025年前完成10項製程廢棄物循環使用並通過BS8001認證。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。本章節將介紹關於環境保護，如水汙染與廢棄物管理、能源之議題。



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，回收機組排氣廢熱供洗滌熱水預熱，減少天然氣使用。



創新

2019國內面臨燃煤火力發電導致空氣汙染問題，宏亞排除各項困難，自籌資金建構第一期379.42KW太陽能光電系統，已累計發電量505,416度，相當抑低二氧化碳排放量277.8噸。現已進行第二期303.3KW太陽能光電系統施作，完成後自有再生能源發電量總容量高達26.3%，未來將導入排氣廢熱再生發電綠能設備。



## 4.1 致力守護環境

### 宏亞為達到友善、愛護環境的責任：

- 減少浪費、廢棄物資源回收再利用
- 為睦鄰，改善溢散氣味、噪音汙水和廢棄物處理

### 為降低宏亞風險，考量氣候變遷：

- 為了減緩氣候變遷而提升能源效益減少排放
- 可能水資源、能源、物料供給不穩定，故需提升相關使用效益



## 4.1.1 環境管理策略及制度

本公司於2007年開始積極導入ISO 14001環境管理系統，遵循ISO系統指令以及PDCA的管理流程，擬訂環境政策目標的推動與落實；並透過作業管制措施與監督量測追蹤，定期進行內部稽核及外部查察，用以確保系統確實執行。

### 1. 環安衛政策

本公司追求高品質、堅持企業經營、環境保護、預防傷害與疾病並重的理念，持續改善在製程中所產生的廢水、空氣、噪音、安全危害及一般事業廢棄物的污染，以符合適用性相關法規，並藉由環境安全衛生目標，致力於提高能源效率、降低污染及危害之預防，善盡國際公民責任，我們承諾環境安全衛生政策。為達此績效的承諾，採取以下策略：



### 2. 環境與能源管理組織與權責

本公司制定「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，並訂定節目標，包括鍋爐運行滿載效率90%以上，並定期追蹤能源使用效率、內部稽核、查核執行成效，為使管理效能提升，各項設備均已連線中央監控系統，藉由程式管理，落實紀錄分析每日用電、燃氣等數據與生產排程產量之合理性。以期達到能源、設備、產能最佳化的管理，進而降低生產成本提高競爭力，減緩溫室氣體之排放並持續檢討設備運轉效率，汰換低效率高耗能設備，管控待機電力及啟閉時機以減少損耗。轉移尖峰電力與需量控制，抑低尖峰容量與契約容量檢討等優化措施。



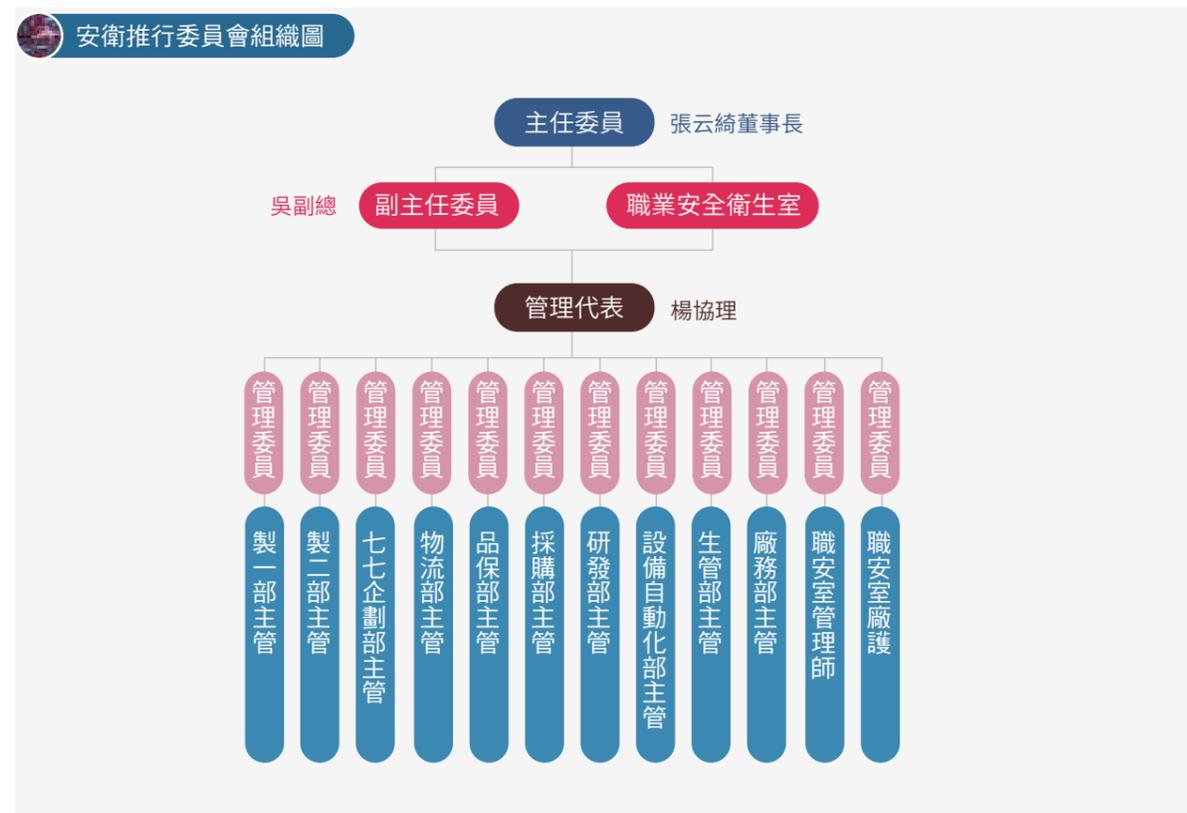
能源管理組織工作職掌表

職稱	工作職掌
主任委員	1. 綜理有關能源管理工作之計畫執行與目標達成。 2. 審核與頒佈能源供應情形和單位產品能源耗用基準。 3. 審查能源改善案件及節約執行效果。 4. 汲取國內、外新節約能源技術，以提升廠內能源節約成效。
能源管理人員	1. 推動能源查核制度。 2. 訂定並執行節約能源目標及計畫。 3. 定期檢查並改進各使用能源設備之效率。 4. 配合節約能源目標，檢討各使用能源設備之能源消費量。 5. 宣導節約能源知識，並舉辦有關節約能源活動。 6. 主管機關通知辦理之有關能源事務。
推行委員	1. 負責定期統計相關資料，彙報能源管理人員。 2. 推行節約能源各項作業。 3. 查核機器設備使用效率和處理異常狀況。 4. 研定各項設備操作維護基準與記錄表格。 5. 督導使用能源設備操作員，定時記錄各設備之操作與維修情況，及能源實際消耗量。

3. 環境管理機制

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。

安衛推行委員會組織圖



環安衛組織權責

組織	權責說明
環安衛管理委員會	1. 由環安衛推行小組權責人員，並應每年召開一次環安衛管理委員會。 2. 負責相關環安衛系統文件的建立、發行及活動推行，並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；規劃及執行環安衛管理活動與公司內部緊急應變計劃等。
管理代表	1. 負責督導環安衛管理系統有效實施。 2. 負責環安衛政策的擬定，年度環安衛管理目標及目標達成擬定之主導，內稽結果之審核及管理審查會議之召集。 3. 向管理階層報告環安衛管理系統的績效，以供審查及改進環安衛管理系統之依據 4. 為對外溝通之連絡窗口。
文件管理中心	負責文件之編號、發行、回收、作廢之管理。
環安衛稽核小組	負責內部稽核工作之執行。
各部門主管	負責按規定實施與運作，並有效建立相關工作說明書教導相關人員正確執行。
製造部	產品實現過程相關環安衛衝擊之控制與管制，確保產品之生產過程無混入或污染，產品之檢驗與量測儀器管理，異常分析與改善。
廠務部	人力資源規劃與管理。

環安衛管理系統執行與管制時，相關權責部門應提供所需人力資源、特殊專業技能以及環安衛管理所需技術及財務的資源，以利活動推展。

4. 環境申訴案件

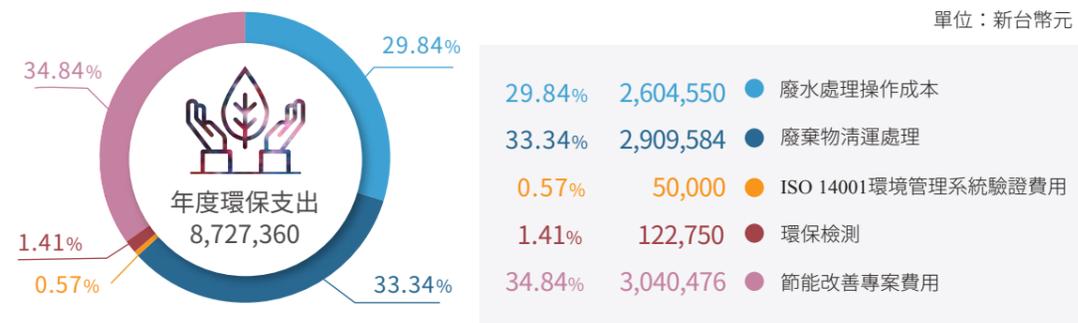
為使內外部抱怨事件及各階層間意見能有效處理，訂定「環安衛諮詢與溝通管理辦法」，並建立本公司與內外部利害相關者有效溝通管道：內部員工可透過部門內部會議意見箱、電子郵件傳送各項議題意見，外部會透過客戶端稽核、供應商訪談，總機、警衛室紀錄，主動拜訪鄰近住戶、村、里長、鄰長等管道依循辦法程序，適切訊息傳達與溝通，建立內外部諮詢與溝通管制表，經管理辦法流程及管制表進行擬定對策、方案，進行改善及追蹤，並回饋處理結果給利害相關者。2019年環境衝擊申訴案件為1件，經改善後未再發生。

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
2017	1	1	霧氣清洗溢散氣味
2018	2	2	1. 廠區設置隔音牆 2. 更新排風設備
2019	1	1	PU 空壓管全數更新

## 4.1.2 環保支出

在事業廢棄物的回收處理上，選擇可回收再利用的方式，除了可以降低清除處理費用，也能符合環保的目的。2019 年度，公司並未發生嚴重洩漏事件。

### 2019 年環保支出統計表



## 4.2 氣候變遷因應

### 4.2.1 氣候風險治理

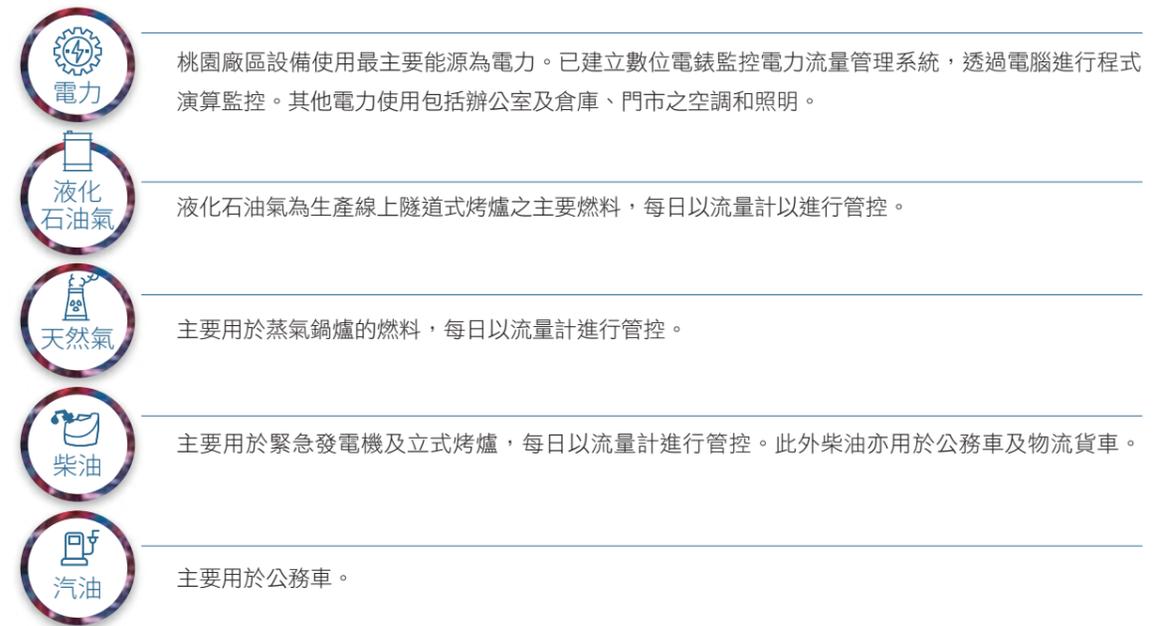
依 2019 年世界經濟論壇所發布全球風險報告中指出「氣候變遷減緩與調適失敗」及「極端氣候事件」為年度發生機率高且影響程度大的風險，氣候變遷帶來的風險層面甚廣，影響企業營運更是甚鉅。宏亞食品體認氣候議題對於產業的直接影響與重要性，透過風險評估辨識氣候變遷所引致風險，鑑別出水資源因氣候異常致供應匱乏及能源使用碳排放對環境的影響最為顯著。氣候相關風險與議題將由宏亞的環境與能源管理組織討論與決策。

### 氣候相關風險之衝擊與對策

主要風險類別	風險意涵	相關因應措施及作為	指標與目標
旱災或大颱風風險	農作物短缺	重要大宗原料分散採購	減少因原料短缺的生產中斷
平均溫度升高	儲存及運輸需要冷煉運輸成本增加	發展可以耐熱商品	減少營運費用
能資源短缺	水電力供應匱乏或相當高昂，無法支付	發展再生能源 (電, 水)	提高能源效率
溫室氣體排放居高	各項減緩措施法規因應	減碳行動 發展循環經濟專案	減少溫室氣體排放 導入智能工廠管理

## 4.2.2 能源管理

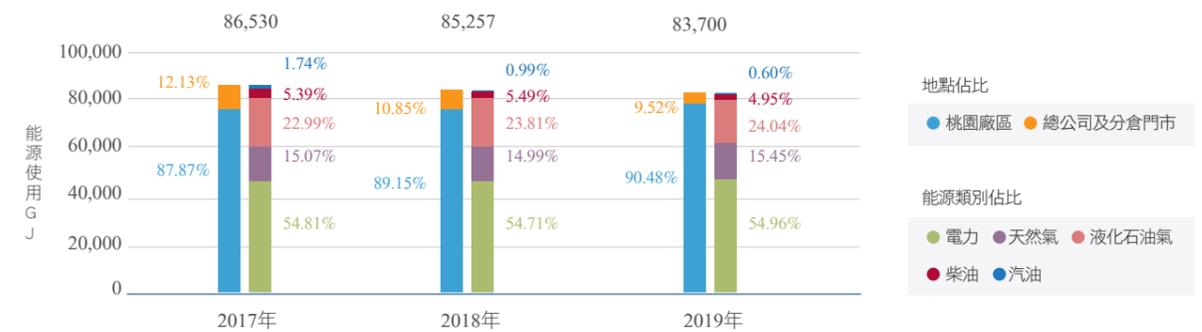
宏亞食品依循能源管理法及相關規定進行能源申報審查作業外，並積極參與各類節能技術研討，藉由產學合作分享，尋求持續改善機會、制訂節能改善計劃方案目標，促使能源效益提升績效。



### 1. 能源消耗

近年來，約 88% 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 12%。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。

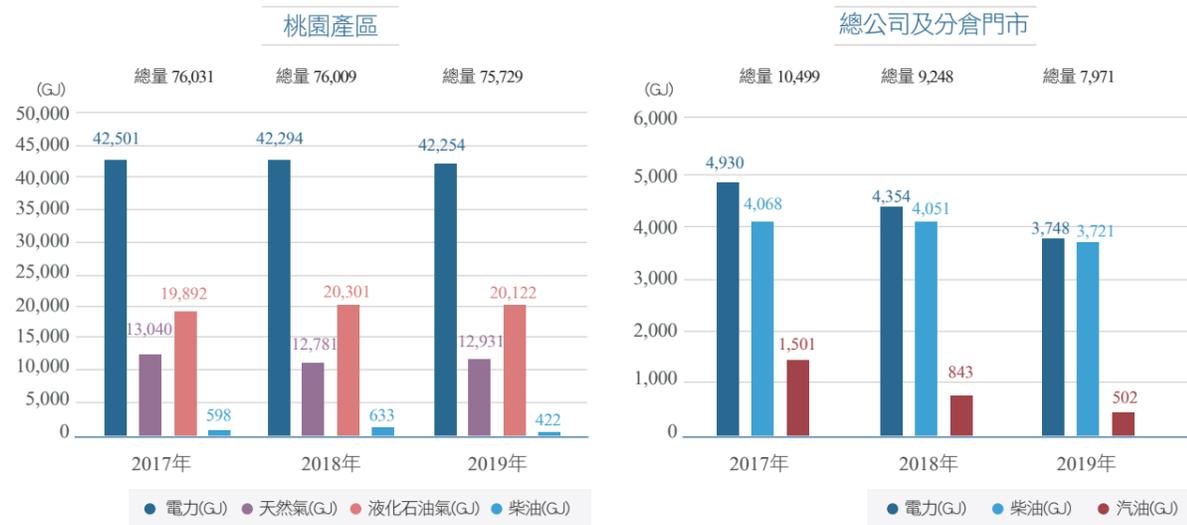
### 整體能源使用分佈



	2017	2018	2019
電力 (GJ)	47,431	46,648	46,002
電力 (仟度)	13,173	12,955	12,776
天然氣 (GJ)	13,040	12,781	12,931
液化石油氣 (GJ)	19,892	20,301	20,122
柴油 (GJ)	4,666	4,684	4,143
汽油 (GJ)	1,502	843	502
總量 (GJ)	86,530	85,257	83,700

由於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，後續將分區域統計呈現。

### 近三年能源消耗



備註說明：電力使用在辦公室及倉庫、門市空調。柴油、汽油用在公務車及物流貨車。

## 2. 能源密集度



備註說明：銷貨收入資料來源可參考公開資訊觀測站  
<http://mops.twse.com.tw/mops/web/t164sb04>

未來將持續改進生產設備提高能源使用效率，有效降低碳排放量並積極導入再生能源開發、廢熱回收技術，儘可能降低能源使用。

2019年宏亞的能源密集度為43,221，相較前2年能源密集度略為降低，雖受市場景氣影響，部份產線產能利用力偏低，但主因是近2年致力將生產排程調整合理化，降低損耗。



## 循環經濟行動亮點故事－花生膜堆肥

近年來我們積極建置「綠色再生能源」導入循環經濟管理模式。推動廢棄物資源化，如汙泥、下腳料廢餅製成有機肥。廢棄花生膜養殖蚯蚓，蚯蚓產製肥份種植花生及其他蔬果。支持契作小農，以友善環境方式耕作提供原料農產品，減少化學肥料、農藥使用。藉以降低石化能源的依賴，提升環境變遷的調適能力。

### 循環經濟行動專案

#### 花生膜再利用（離地籃耕）－循環經濟、永續發展

2011年，為提升77乳加「花生」巧克力品質，宏亞食品添購設備自行炒花生豆，自行炒豆後所產出的廢料如花生膜，原作為垃圾丟棄，2019年創辦人張添靈機一動，讓員工們開始研究花生膜做堆肥的方式。主要就是看中花生膜經過萃取後，有極高營養價值，與其丟棄，不如賦予它全新生命。

### 專案目標

預計達到花生不需要使用化學肥料，並從蚯蚓肥擴展到供花生農契作的肥料，並透過花生膜變成有機肥回到生產鏈，實現循環經濟。

### 專案行動項目

自2018年開始，以花生膜等製程下腳廢料養殖蚯蚓並生產蚯蚓肥，再以之做為花生、茴香、羅勒等生產原料所需的肥料。

1.花生膜再利用：本專案起初遇到相關瓶頸與困境，由於花生膜無法更進一步的分解，直至2019年成效才比較顯現。

將花生膜、花生下腳料（挑選出品質不好的花生）與餅乾毛邊（宏亞食品餅乾生產線中，必然會出現餅乾碎片）混合，並加入益菌發酵產生粉狀的有機質；將有機質餵食土壤中的蚯蚓後，蚯蚓所產生的蚯蚓糞土就成為有機肥料。

2.離地籃耕：有機肥料的耕種目前正在宏亞食品廠房頂樓實驗中。將廠房廢棄的塑膠籃再利用，以巧克力共和國（宏亞食品巧克力觀光工廠）園區內定期修剪的樹枝打成木屑，作為基底，中間鋪上發酵過後的有機質並餵養蚯蚓，最上方為一般泥炭土再播種種菜。蚯蚓排泄的蚯蚓糞土供給蔬菜營養，此方法不會下農藥也不刻意施肥。



目前花生膜再利用的耕作方式，已在廠房旁的農地做耕作示範，預計下半年分享給契作的花生農，等待技術成熟、可規模化耕種後，即可讓花生膜回到花生種植的循環經濟。

#### 相關紀事

- 2018年6月：完成花生膜箱式及袋式堆肥再利用方案測試。
- 2019年3月：完成花生膜及製程下腳廢料養殖蚯蚓生產蚯蚓肥。
- 2019年6月：測試蚯蚓肥對可可樹生成結果測試。
- 2019年7月：測試以花生膜及下腳廢料養殖蚯蚓並種植花生。
- 2020年3月：投入機械化設備提高花生膜循環使用產能。

專案推動  
成果

目前共有3個示範區，每個示範區約6平方米(約2坪)，透過投入2千公斤花生膜後有其環境與社會效益：

環境效益：

避免花生使用大量的化學肥料，現今每年使用500噸花生，希望未來可以擴大到乳加使用的花生都是使用此循環友善耕作的方式種植出來的花生。

社會與經濟效益：

目前已達成完全不需要化肥即可種植花生的程度，也避免了將近12,000KG/年的花生膜被丟棄。此外，建立了示範區，希望可以對契作農民產生示範與領導作用，說服農民未來也可以改採友善環境的種植方式。

相關紀事

2019年10月：辦理2019年經濟部工業局產業綠色成長推動計畫「民生產業循環經濟座談」，與業界共同分享推動成效。

2019年11月：以花生膜養殖蚯蚓，餵食下腳料以離土藍耕方式種植，現生產原料中茴香、羅勒等農產品。

2020年2月：以花生膜有機肥提供花生種植農戶施作基肥、液肥。

2020年4月：增加花生膜種植花生、其他原料植栽面積及架設網室種植蔬菜。

未來規劃

目前已種植玉米、花生、空心菜等，未來會持續推廣羅勒、其他香草等產品會使用到的原料。未來會規畫約36坪的網室空間，提供更多大眾參觀學習的機會。更遠期的規劃是配合國科會加入Food AI技術。預計2020年下半年和契作的花生農分享這套方法。

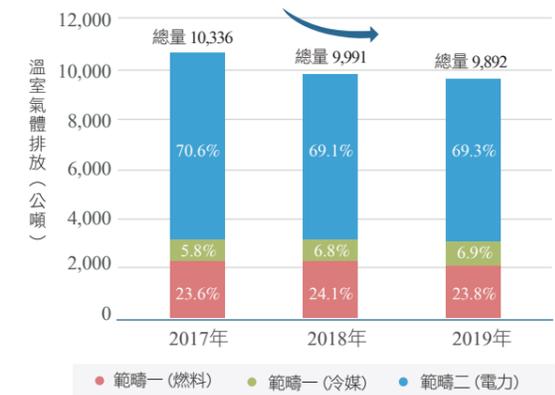
- 待技術成熟、足以規模化後，讓花生膜回到生產鏈中，實踐循環經濟。
- 有意將花生膜運用至生技產業，開發花生膜萃取物。

4.2.3 溫室氣體排放管理

1. 溫室氣體共排放

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，桃園廠區空調冷凍系統箱型機組使用非環保冷媒，估算排放量 682 噸，自 2012 起汰換，預計 2025 年全數汰換完成，員工交通通勤溫室氣體排放部列入統計。

近三年度溫室氣體排放



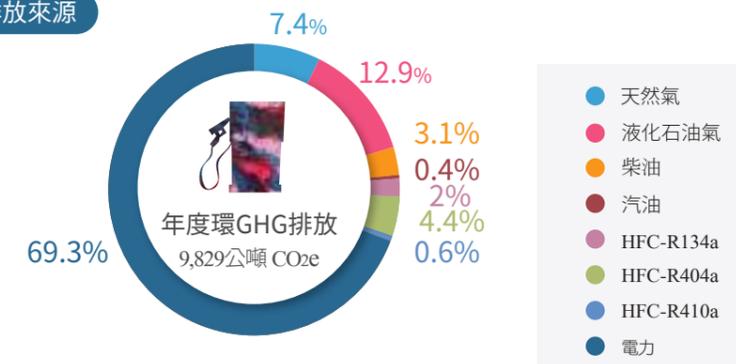
近三年度溫室氣體統計表

年度	2017年	2018年	2019年
範疇一(燃料)	2,437	2,404	2,337
範疇一(冷媒)	601.402	682.027	682.027
範疇二(電力)	7,297.72	6,905.20	6,809.62
總量(公噸 CO <sub>2</sub> e)	10,336	9,991	9,829

備註說明：

- (1) 溫室氣體排放量已納入統計的氣體包括 CO<sub>2</sub>、CH<sub>4</sub>、N<sub>2</sub>O。
- (2) 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。
- (3) 天然氣溫室氣體排放量(公斤 CO<sub>2</sub>e) = 天然氣(度) \* CO<sub>2</sub> 排放係數 + 天然氣(度) \* CH<sub>4</sub> 排放係數 + 天然氣(度) \* N<sub>2</sub>O 排放係數。  
 液化石油氣溫室氣體排放量(公斤 CO<sub>2</sub>e) = 液化石油氣(公升) \* CO<sub>2</sub> 排放係數 + 液化石油氣(公升) \* CH<sub>4</sub> 排放係數 + 液化石油氣(公升) \* N<sub>2</sub>O 排放係數。  
 柴油溫室氣體排放量(公斤 CO<sub>2</sub>e) = 柴油(公升) \* CO<sub>2</sub> 排放係數 + 柴油(公升) \* CH<sub>4</sub> 排放係數 + 柴油(公升) \* N<sub>2</sub>O 排放係數。  
 汽油溫室氣體排放量(公斤 CO<sub>2</sub>e) = 汽油(公升) \* CO<sub>2</sub> 排放係數 + 汽油(公升) \* CH<sub>4</sub> 排放係數 + 汽油(公升) \* N<sub>2</sub>O 排放係數。
- (4) 冷媒包含 HFC-R134a、HFC-R404a、HFC-R410a，溫室氣體排放量(公斤 CO<sub>2</sub>e) = 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。
- (5) 電力排放係數來自經濟部能源局：[https://www.moeaboe.gov.tw/ecw/populace/content/ContentDesc.aspx?menu\\_id=6989](https://www.moeaboe.gov.tw/ecw/populace/content/ContentDesc.aspx?menu_id=6989)，電力溫室氣體排放量(公斤 CO<sub>2</sub>e/度) = 電力(度) \* 排放係數(2017年 0.554 公斤 CO<sub>2</sub>e/度、2018年 0.533 公斤 CO<sub>2</sub>e/度、2019年 0.533 公斤 CO<sub>2</sub>e/度)。

2019 溫室氣體排放來源



排放類型及來源			使用量	溫室氣體排放 (公噸 CO <sub>2</sub> e)
燃料	天然氣	度	386,057	725.415
	液化石油氣	公升	724,350	1,269.736
	柴油	公升	117,814	307.038
	汽油	公升	15,378	34.805
冷媒	HFC-R134a	公斤	1,639	191.742
	HFC-R404a	公斤	544	429.212
	HFC-R410a	公斤	159	61.074
範疇二	電力	千度	12,776.02	6,810

備註說明：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。其他計算方式請參看上一個表的註解。

### 3. 溫室氣體排放減量措施

冰水主機設備，增設儲冰槽轉移尖峰電力；使用變頻式空壓系統及連結 PLC 聯控系統，降低能源損耗；提高機械設備運轉效率，進而有效減少溫室氣體排放量。

繼 2017 年的產線照度及空調可變風量節能方案，本公司在 2018 年制定冷卻水塔節能改善計劃和太陽能光電系統建置計劃等二項節(減)碳方案，2019 年進行低效率空調主機汰換、空壓機排熱回收二項節能改善方案，歷經 6-8 個月評估規劃、排產變更調整、相關部門協調、溝通、配合技術人員教育訓練後得以順利完成。2019 太陽能總發電量 401,484 度，二氧化碳抑低排放量 255,745。2020 年規劃液化瓦斯烘焙產出廢熱發電及第二、三期太陽能系統、再生能源設備裝設系統評估。歷經規劃，內外部溝通、參訪、會議檢討、測試和驗證過程，執行後總計達成成效電力使用量減少 478,284 度 / 年，降低天然氣用量 115,000 立方米，抑低二氧化碳排放量 276.533 噸，節省成本約 60.8 萬元。

### 最近三年度節能方案及成果



備註說明：  
 (1) 2019 年電力取得成本：以使用時段尖峰、半尖峰平均單價 3.38 元 / 度，天然氣節約量依市府竣工報告。  
 (2) 電力(公斤 CO<sub>2</sub>e) = 電力(度) \* 排放係數(2019 年 0.533 公斤 CO<sub>2</sub>e / 度)  
 天然氣(公斤 CO<sub>2</sub>e) = 天然氣(度) \* CO<sub>2</sub> 排放係數 + 天然氣(度) \* CH<sub>4</sub> 排放係數 + 天然氣(度) \* N<sub>2</sub>O 排放係數  
 (3) 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。

### 最近三年溫室氣體排放密集度



## 4.3 水資源管理

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。

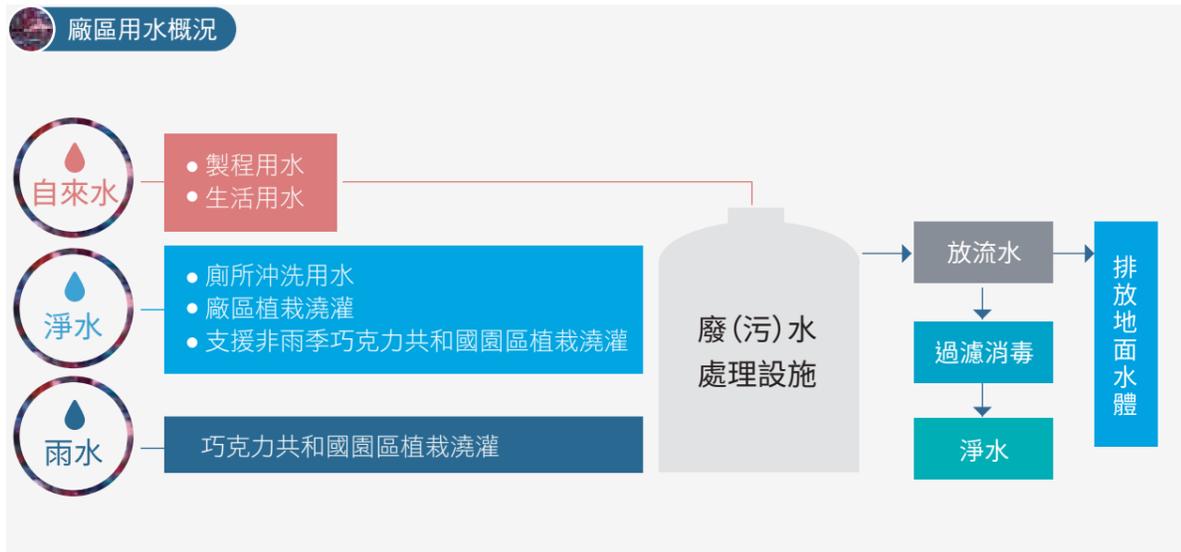
### 4.3.1 用水管理 (GRI 303-1、303-3)

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，做為巧克力共和國園區植栽澆灌用水。



年度	2017年	2018年	2019年
自來水用量	62,262	60,359	59,643
淨水回收量	26,629	25,377	27,336
雨水回收量	760	360	1,130

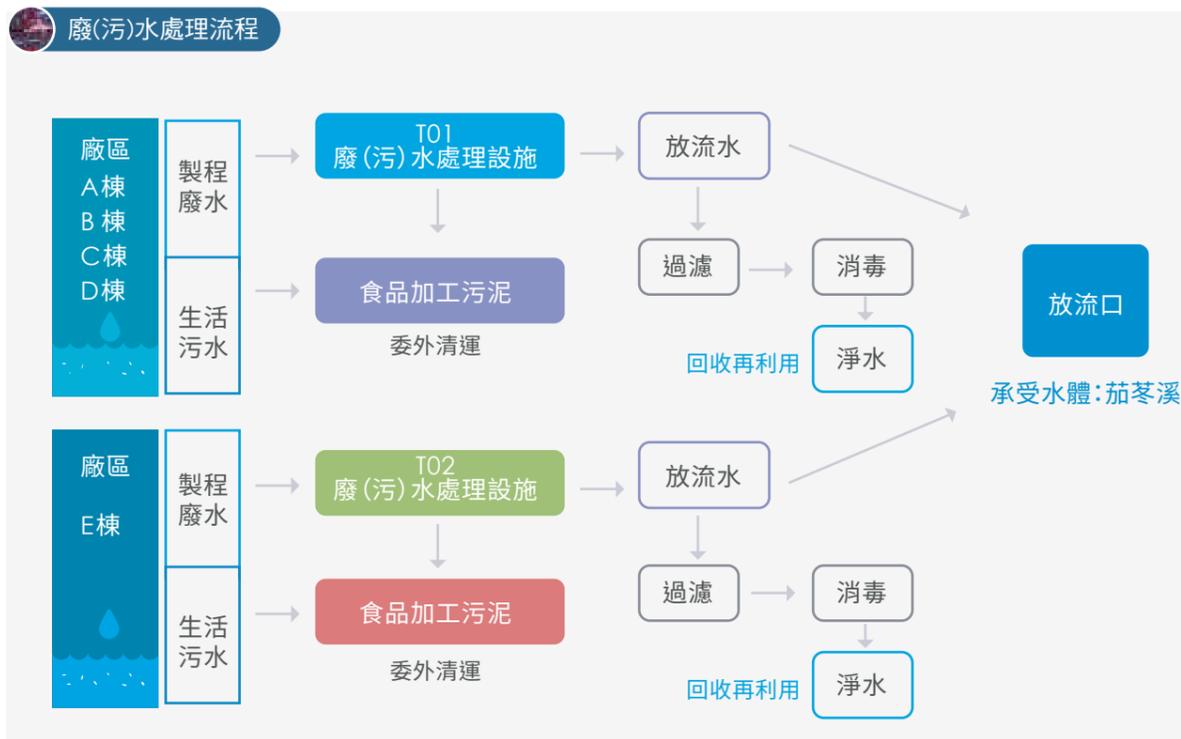
備註說明：  
 (1) 淨水係經廢(污)水處理系統處理完成符合放流水標準，再經過濾、消毒處理回收再利用水。  
 (2) 雨水回收量是以桃園氣象站雨量統計 10 毫米以上為雨水回收水池滿液位為 20 噸計。



### 4.3.2 廢污水管理

桃園廠已設置二座廢(污)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，並定期委託環保署許可之檢測機構進行水質檢驗。

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，本公司依「污水處理設備操作及保養標準書」進行操作維護保養作業，並依循水污染防治法相關規定進行管理及申報作業。



### 最近三年放流水排放量



### 放流水水質

2019 年放流水水質平均值為化學需氧量 21.6mg/L，生化需氧量 4.6mg/L，懸浮固體 2.8mg/L，油脂 4mg/L，全數遠低於環境保護署對食品製造業要求之放流水標準（化學需氧量 < 100 mg/L，生化需氧量 < 30 mg/L，懸浮固體 < 30 mg/L，油脂 < 10 mg/L）。

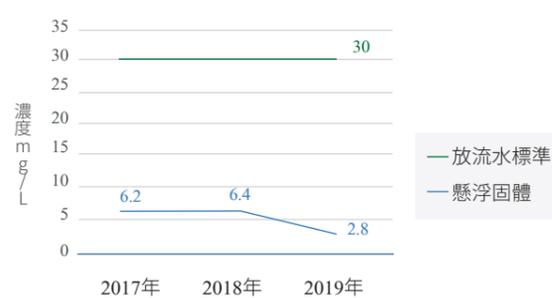
### 最近三年放流水水質 - 化學需氧量



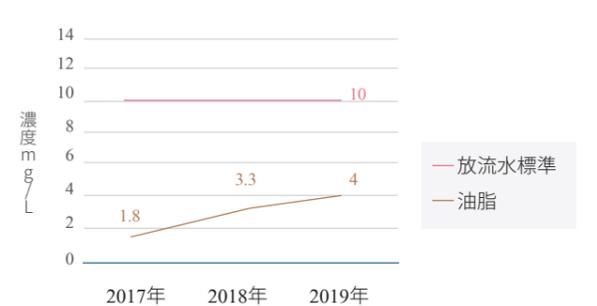
### 最近三年放流水水質 - 生化需氧量



### 最近三年放流水水質 - 懸浮固體



### 最近三年放流水水質 - 油脂



## 永續水管理行動亮點故事－廠區水管理系統



水管理專案

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；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。



專案目標

透過淨水處理與雨水回收，節省用水



專案行動項目

- 1992年：完成廠區廢水處理系統建置。
- 2012年：完成廠區雨水回收池建置。
- 雨水回收池可做為巧克力共和國園區植栽澆灌用水。
- 廢水處理系統可做為園區植栽澆灌及廁所沖洗用水，符合標準之放流水可排放至地面水體。



專案推動成果

- 2017年：已完成二座廢水處理廠，每日處理總處理量520噸。
- 放流水水質皆符合規定。
- 透過水回收系統也復育生態池，強化巧共力共和國園區及週邊生態效益與生態多樣性，復育鳥類昆蟲約有100種以上。

## 4.4 廢棄物與污染管理

減廢與資源回收為我們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。同時，我們亦依相關環保法規規範控制與改善空氣、污水、噪音等可能產生的污染。

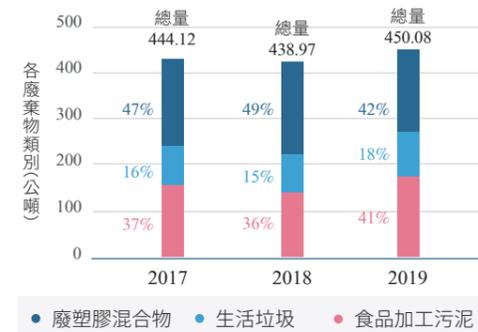
### 4.4.1 廢棄物資源管理

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。

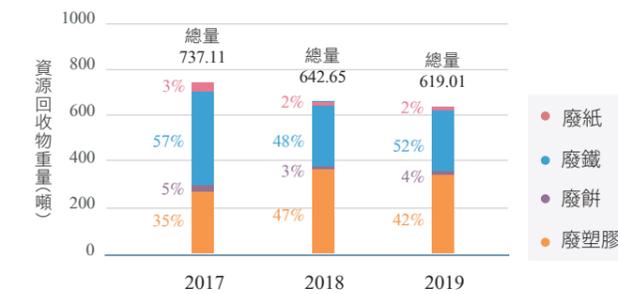
另為降低對環境的影響，減少一般事業廢棄物產生量，廠區積極實施資源分類回收，回收的項目有廢紙、廢鐵、廢餅、廢塑膠等，2019年總回收量為619.01噸。

### 近三年廢棄物類別



各廢棄物類別	2017年	2018年	2019年	處理方式
廢塑膠混合物	164.59	158.02	183.1	焚化處理
生活垃圾	71.18	66.28	79.31	焚化處理
食品加工污泥	208.35	214.67	187.67	公告再利用

### 近三年資源回收類別



### 最近三年度資源回收品項統計表

資源回收品項 (噸)	2017年	2018年	2019年	處理方式
廢紙	259.26	303.634	262.902	回收再利用
廢鐵	34.06	17.809	23.760	回收再利用
廢餅	423.56	308.245	322.947	回收再利用
廢塑膠	20.23	12.962	9.400	回收再利用

### 4.4.2 空氣污染管理

本公司桃園廠因鄰近農業用地及住宅區，以食品加工為主，並依循空氣污染防治法相關規定進行管理及申報作業。本公司非高污染產業，常見空氣污染以香味逸散為主，至2014年導入各產線的烤爐排風口增設水霧噴灑以減少香味逸散後，2019年持續達成零環保申訴的目標。

### 4.4.3 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，2019年監測結果皆屬正常，合乎法規要求。



# 5

## 塑造活力 友善職場

- 5.1 人才任用與培育
  - 員工組成
  - 員工培育
- 5.2 福利與權益
  - 員工福利
  - 員工權益
- 5.3 友善工作與生活
  - 工作安全
  - 健康照顧



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

宏亞食品深知人才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，如員工培訓與栽培、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，確保健康無虞。2019年公司更換資訊系統，建置先進軟硬體設備，提供同仁更優質的工作設備。



### 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。

## 5.1 人才任用與培育

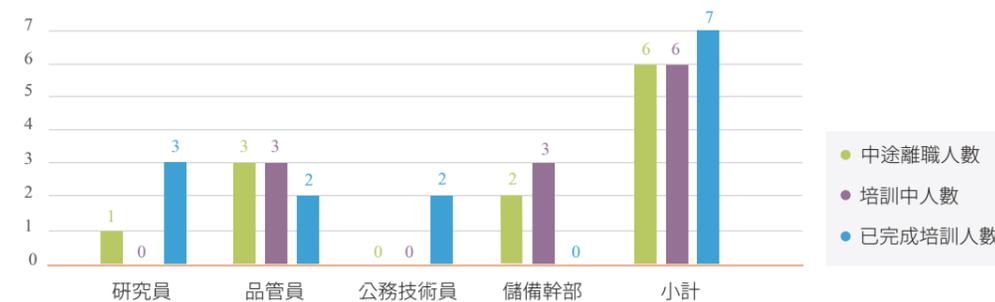
宏亞食品每年訂定年度經營策略目標，用人單位依據各部門發展之需擬定年度人力計劃，並提出人力需求。人力資源部門則運用多元徵才管道招募人才，並依勞基法聘用人才。本公司用人適才適所，讓同仁可發揮其專才，並提供企業內優秀人才輪調之機會，面談時即將工作內容、雇用條件…等，讓應徵者明瞭。並透過職務再設計，提供身心障礙人士適合之工作環境，並確保同工同酬。另外，本公司與多所大專院校產學合作(包括國立台北商業大學、元培科技大學、健行科技大學、萬能科技大學、銘傳大學)，持續提供學生實習課程及就業機會。

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。2019年持續推動宏亞食品核心職能，共舉辦五場宣導會計約350人參與，讓同仁更清楚核心職能須展現的行為標準，並結合績效考核制度。透過要求提昇部屬行為展現符合組織文化。

### 5.1.1 員工組成

此外宏亞食品為培養重點新進人員能成為企業發展的中堅份子，依職務的不同，規劃出完整的重點新人訓練計劃，2019年實際有19人參訓，該年度內完成培訓7人。

2019年重點新人培訓情形圖



本公司用人以在地人為重，正式與臨時人力分佈皆以八德區最高，佔主因為生產基地在八德區及全國禮坊門市。

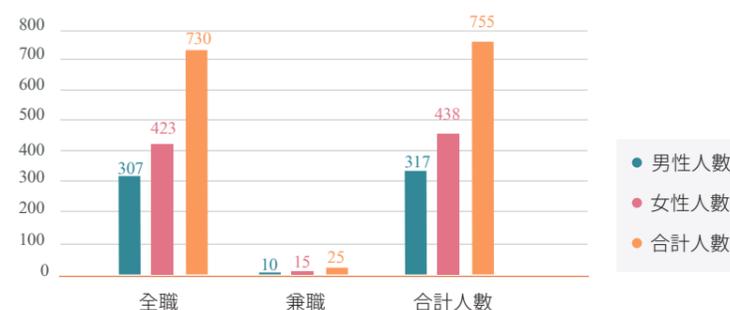
2019年正式/臨時人力分佈區域比較圖



- 說明：
- 正式 = 正職 + 外勞；臨時 = 契約 + 工讀 + 派遣
  - 北區(新北、台北、桃園、新竹、苗栗、連江)；中區(台中市、南投、彰化、雲林、嘉義)；南區(台南市、高雄、屏東)；東區(宜蘭、台東、花蓮)
  - 後面的圖表之分區定義與此表相同。

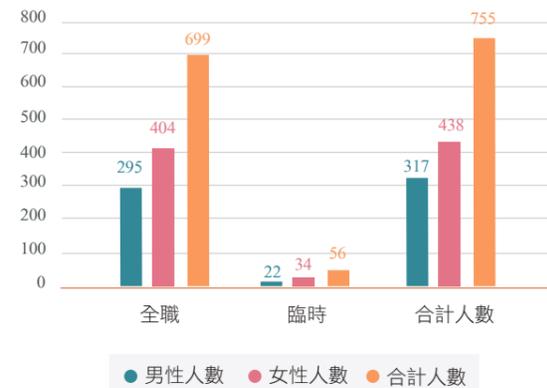
本公司兼職人員佔總人數的3.31%，主要用在巧克力共和國及各重要節慶時工廠生產直接人工。

2019年全職人力與兼職人力的性別比較圖

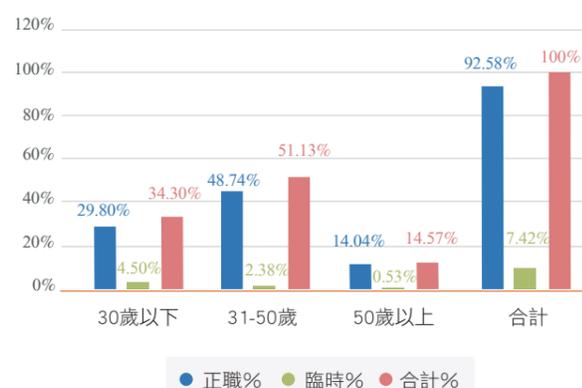


本公司高階主管以重要營運據點聘僱為主(台灣)，現有高階管理階層 24 人，佔全公司總人數 3.18%。(註：高階管理階層係指理級以上主管人員男 12 人、女 12 人)。本公司正式人力與臨時人力男女比例為 1:1.47，主因為生產工廠線上作業及門市人員以女性居多。

2019 年 正式人力與臨時人力的性別比較圖



2019 年 正職 / 臨時人力年齡分佈圖



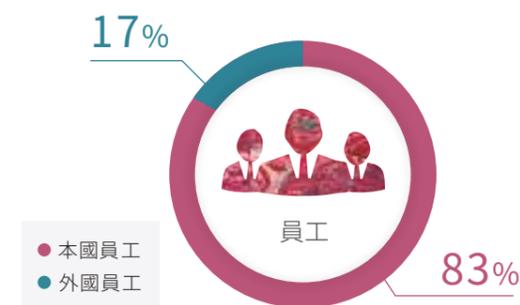
2019 年多元化的員工組成 (員工皆為正式員工，區域以台灣區為主)

項目	男性人數	男性%	女性人數	女性%	合計人數	合計%
本國員工	230	32.90%	350	50.07%	580	82.97%
外國員工	65	9.29%	54	7.72%	119	17.03%
合計	295	42.20%	404	57.80%	699	100%
身心障礙	4	0.57%	4	0.57%	8	1.14%
原住民	3	0.42%	2	0.28%	5	0.71%
30歲以下	98	14.02%	127	18.16%	225	32.20%
30~50歲	152	21.74%	216	30.90%	368	52.64%
51歲以上	45	6.43%	61	8.72%	106	15.16%

	正式		臨時		合計	
	人數	%	人數	%	人數	%
男	295	40.22%	22	39.29%	317	41.99%
女	404	59.78%	34	60.71%	438	58.01%
合計	699	100.00%	56	100.00%	755	100.00%
30歲以下	225	31.36%	34	66.03%	259	34.30%
30~50歲	368	52.61%	18	26.42%	386	51.13%
50歲以上	106	15.16%	4	7.55%	110	14.57%
合計	699	100.00%	56	100.00%	755	100.00%
北區	584	83.55%	54	96.43%	638	84.50%
中區	64	9.16%	0	0.00%	64	8.48%
南區	42	6.01%	2	3.57%	44	5.83%
東區	9	1.29%	0	0.00%	9	1.19%
合計	699	100.00%	56	100.00%	755	100.00%

說明：1. 為使百分比總合為 100%，故上表黃色區百分比欄數值有做微調

2019 年本 / 外籍員工人數比例圖



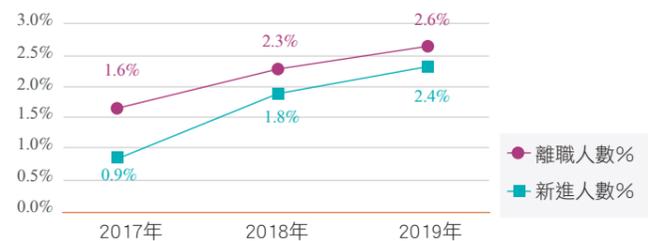
最近三年新進人數與比率



最近三年離職人數及比率



最近三年新進 & 離職率比較圖



備註說明：1. 新進比率計算公式：平均新進人數 / 平均在職人數  
2. 離職率計算公式：平均離職人數 / 平均在職人數  
3. 平均在職人數：資料來源人資系統中之「新進離職人員統計月報」  
4. 新進及離職人數用「員工多元化與平等機會表」中數值

	離職人員					
	2017		2018		2019	
	人數	%	人數	%	人數	%
男	35	41.67%	61	39.61%	93	46.97%
女	49	58.33%	93	60.39%	105	53.03%
合計	84	100.00%	154	100.00%	198	100.00%
30歲以下	52	61.90%	95	61.69%	119	60.10%
30~50歲	31	36.90%	58	37.66%	75	37.88%
50歲以上	1	1.19%	1	1.20%	4	2.02%
平均在職人數	772		723		701	
北區	71	84.52%	121	78.57%	168	84.85%
中區	8	9.52%	17	11.04%	18	9.09%
南區	3	3.57%	11	7.14%	10	5.05%
東區	2	2.38%	5	3.25%	2	1.01%
合計	84	100.00%	154	100.00%	198	100.00%

說明：1. 新進人員類型為正式工 2. 範圍為全公司 3. 為使加總百分比為 100%，故黃色區塊之百分比有做微調。

	離職人員					
	2017		2018		2019	
	人數	%	人數	%	人數	%
男	54	36.00%	74	36.63%	90	40.91%
女	96	64.00%	128	63.37%	130	59.09%
合計	150	100.00%	202	100.00%	220	100.00%
30歲以下	68	51.82%	97	45.34%	106	48.18%
30-50歲	65	42.49%	82	40.59%	90	40.91%
50歲以上	17	5.69%	23	11.39%	24	10.91%
平均在職人數	772		723		701	
北區	135	90.00%	162	80.20%	188	85.45%
中區	7	4.67%	20	9.90%	14	6.36%
南區	7	4.67%	11	5.45%	13	5.91%
東區	1	0.67%	9	4.46%	5	2.27%
合計	150	100.00%	202	100.00%	220	100.00%

說明：1. 新進人員類型為正式工 2. 範圍為全公司 3. 為使加總百分比為 100%，故黃色區塊數值之百分比有做微調。

### 5.1.2 人才培育

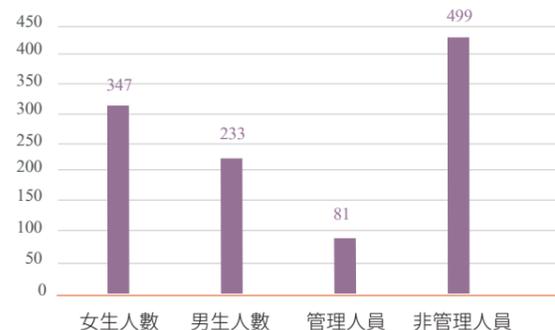
本公司全體同仁每半年實施績效考核，以適時檢視員工績效表現並予以輔導改善建議。根據本公司教育訓練規劃，結合人才培育中訓練、教育、發展三大功能，推動全方位學習，強化職務之專業知識並激發潛能儲備人才，以提升企業人力之結構、素質及效能。

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：

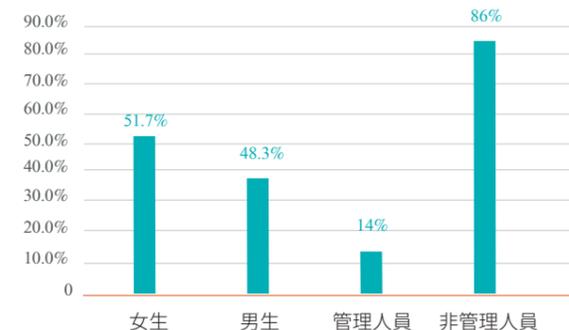


### 教育訓練時數統計

2019年度男/女性上課人數暨管理/非管理人員上課人數比較圖



2019年度男性/女性上課總時數暨管理/非管理人員上課總時數百分比圖



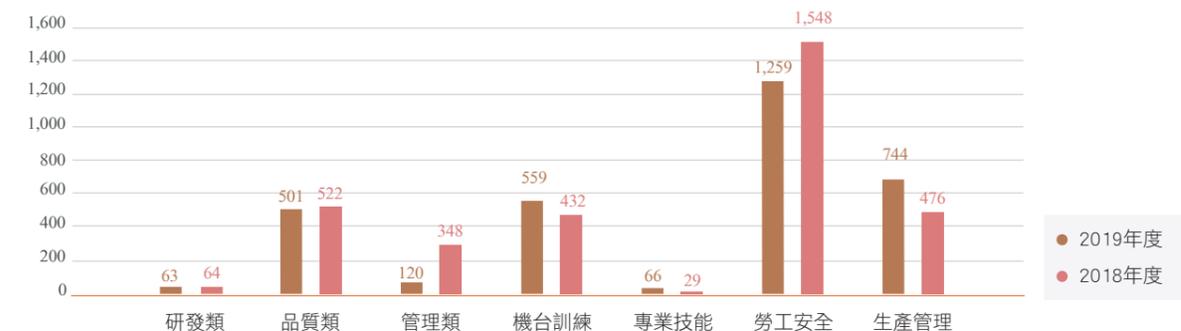
近二年各類課程訓練時數比較圖



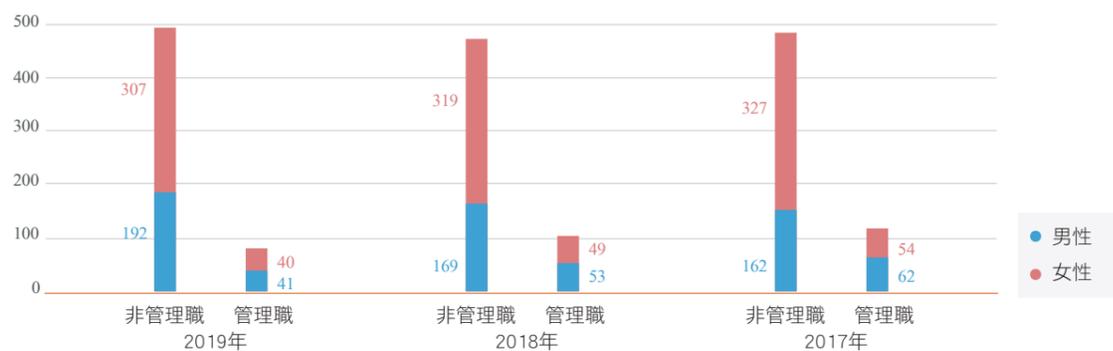
機台訓練時數較其他類別訓練時數較高有以下原因：

1. 重視員工職場安全。
2. 加強自動化生產，以提升產業競爭力。
3. 人員能力的提升，為企業永續發展做準備。

近二年各類課程受訓人次比較圖



近三年男女性 / 管理非管理職分佈圖



## 5.2 福利與權益

### 5.2.1 薪資與福利

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，2019年調薪(2.1%)，基層人員起薪不論男女為法定基本工資的1.16倍，且基層人員每月平均經常性薪資更為法定基本工資的1.43倍。高階主管女性對男性的薪酬比率為1:1.12。2019年非擔任主管職務之全時員工人數為643人，全時員工薪資總額為316,476,877元，全時員工「薪資平均數」492,257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
2018	671	307,181,737	457,797	406,241
2019	643	316,476,877	492,257	420,177

年度	2017年	2018年	2019年
法定基本工資	\$21,009	\$22,000	\$23,100
本公司	\$30,006	\$33,001	\$33,722

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)

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」，委員是由同仁自行選舉的方式產生的，並於會議決議年度員工福利政策及規劃員工活動。2019年福委會實際召開一次會議。

本公司每年提供員工旅遊補助款，鼓勵員工於工作閒暇之餘走向戶外，除放鬆心情外更能增進身心健康。此外為鼓勵員工增加家庭情感交流，更提供眷屬免費參觀巧克力共和國之福利，並不定期舉辦社團活動，除培養興趣之外，更可學習工作專業以外之技能與嗜好。公司提供開心農場，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。

員工福利一覽表



### 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。2019年度育嬰留停人數為19人，復職率為83.3%(截至2019年度底應復職人數為6人)。2019年有先前育嬰留停復職滿一年以上者3人。

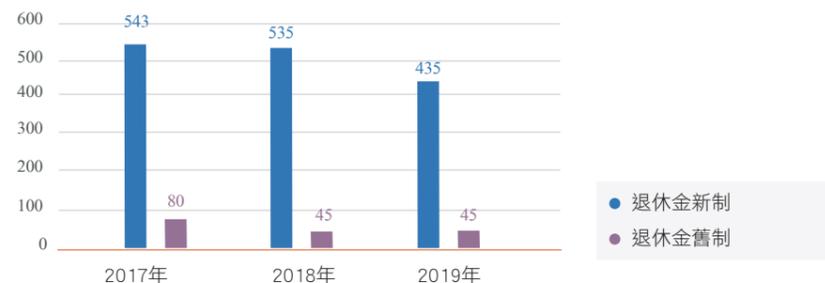
2019年	產假人數	陪產假人數	育嬰留人數	復職人數	留停中人數	離職
男	0	4	0	0	0	0
女	12	0	19	5	12	2

備註說明：範圍為本公司本國籍正式員工

## 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，公司每月依規定提撥薪資的6%予個人退休金專戶，另2005年6月30日前到職前依新制之規定每月提撥薪資的6%予個人退休金專戶，其舊制部份每月提撥15%存入中央信託局舊制退休金帳戶，另每年請精算師計算舊制退休金準備是否充裕，截止2019年底退休金帳戶足以支應舊制退休人員退休金。經精算師計算2019年度，應計退休金負債帳列數為29,234千元。

最近三年度員工退休金新舊制人數圖



宏亞食品最近三年度員工退休金新舊制人數表

年度	2017年	2018年	2019年	員工參與退休計劃程度
退休金新制	543	529	535	100% (不含外勞)
退休金舊制	80	61	45	

### 5.2.2 員工權益

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。會中資方代表6人，勞方代表6人，勞方代表佔總人數50%，優於法規要求。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。此外宏亞食品並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2019年度並無申訴案件。

### 申訴流程如下



2019年並未發生歧視事件，亦無發生侵害原住民權利事件，也無發生人權相關申訴案件，也未使用童工，且宏亞食品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(含供應商)。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年起將納入各項人權相關事項教育訓練例如：就業自由、人道、禁止歧視與集會自由。除本公司直接任用的員工外，派駐本公司的保全公司員工每年接受人權教育訓練，2019年本公司督導6位參與宣導訓練。2019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248人次參與，總時數共計49.6小時。

## 5.3 友善工作與生活

### 5.3.1 工作安全

#### 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，與員工息息相關之安全衛生議題(如職災之預防)均會在會議中討論，委員會成員10名之中，工作者代表有4名佔40%，皆為員工。
- (2) 宏亞食品訂有「緊急應變處理辦法」以供員工遵循，每年舉辦兩次自衛編組消防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。
- (3) 每月定期於公布欄公告廠區發生虛驚或職災意外之狀況說明，及宣導職業安全衛生新知，既能讓員工一方面瞭解廠區近期發生職災之狀況，防止類似意外重複發生，另一方面也能掌握外界即時資訊，維護自身相關權益。
- (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，另外依法規規定排定時程對全廠所有員工實施一般安全衛生教育訓練。

## 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、職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 OHSAS 18001 內部稽核 2 次、外部稽核 1 次，2019 年外部稽核有 2 件 (次要缺失)，是有關自動檢查計畫執行及化學品分級管理，均已於時限內改善完畢
- (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。並在安全無虞的條件下使用及保存，以維護員工的身體健康。
- (4) 有關事故統計紀錄及通報系統，在宏亞食品內控辦法「事件調查管理辦法」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。

## 2019 年工傷類別、頻率、損失日數比例

地區	性別	工傷類別	失能傷害次數	失能傷害損失日數	工傷頻率 FR	損失日數比例 SR
工廠	男	被切、割、擦傷	0	1	0.00	1.98
		跌倒	1	3	1.98	5.93
		被捲被夾	0	6	0.00	11.86
	女	被切、割、擦傷	2	13	3.04	19.79
		跌倒	2	7	3.04	10.65
		被捲被夾	1	3	1.52	4.57

備註說明：本表不包含交通事故

## 最近三年 員工職災頻率及損失日數統計表

因為 2019 年新進人員及臨時工增多故職災數增多，將增強職前訓練。

年度	性別	人數	總經歷工時	失能傷害次數	失能傷害損失日數	傷害率 IR(%)	職業病率 ORD	損失日數率 LDR(%)	缺勤率 AR(%)
2019	男	244	505878	1	3	0.40	0	1.19	0.58
	女	317	657226	7	126	2.13	0	38.34	0.86
2018	男	233	510,722	3	7	1.17	0	2.74	0.42
	女	309	677,310	3	16	0.89	0	4.72	1.06
2017	男	249	552,710	0	0	0.00	0	0.00	0.55
	女	336	745,826	7	104	1.88	0	27.89	0.97

備註說明：基礎資料來源～勞動部職業安全衛生署職災申報統計 [https://injury.osha.gov.tw/unit\\_main.aspx](https://injury.osha.gov.tw/unit_main.aspx)

## 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於 2019 年能取得 ISO45001 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，自 2012 年陸續導入空氣品質 (CO<sub>2</sub>) 及微量有機溶劑的檢測，藉由檢測報告提供安衛單位做為人員防護及環境改善之依據，為的就是提供所有員工一個健康的工作環境。為此宏亞食品訂有「廠區作業環境測定管理辦法」以供遵循。

## 5.3.2 員工健康照顧

### 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) 提供舒適溫馨哺乳室供員工使用，營造友善哺育母乳的環境。

### 健康照顧及健康促進

- (1) 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，如安排有關之教育訓練及衛教宣導，以及節慶歡樂聚餐活動，促進關心互動及增進員工身心健康。
- (2) 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。並定期於全體員工參加之月會中，宣達健康新知與叮嚀員工注意身心健康，在工作與休息之間作適時之調節。





# 6

## 注入歡樂 正向能量

### 6.1 巧克力共和國

- 品牌故事
- 商品與服務
- 創造幸福記憶點

### 6.2 社會回饋與參與



點點善X宏亞 城市曙光計劃

作品名稱：浮世繪

創作理念：百花齊放爭奇鬥艷，萬紫千紅交織成畫，層疊遞進，蘊藏勃勃生機



## 信任

## ● 品牌故事

巧克力共和國是源自對於巧克力的專精、熱忱及夢想，場館提供巧克力知識，並結合觀光旅遊，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甜蜜，成為快樂的夢想家。

## ● 管理方針

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。

## ● 重點績效

榮獲桃園經發局選定於本館舉辦第八屆桃園婦幼展，帶來可觀人流及經濟效益；而今年也積極展現出團隊研發力，研發出可可茶包，提供予公部門回饋社會之巧克力DIY課程；並同步增加媒體曝光率，2019年受邀食尚玩家、綜藝三國智電視團隊，採點拍攝、推廣本館。



## 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；長期目標將精準鎖定橘世代消費市場，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

本館推出深度品評導覽，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。

## ● 研發創新

2019年研發重點於「精實生產」，結合甜點師傅製作超擬真翻玩系列巧克力，如：馬卡龍、玉米、花生、花椰菜，能夠精準量產，亦不失美味。

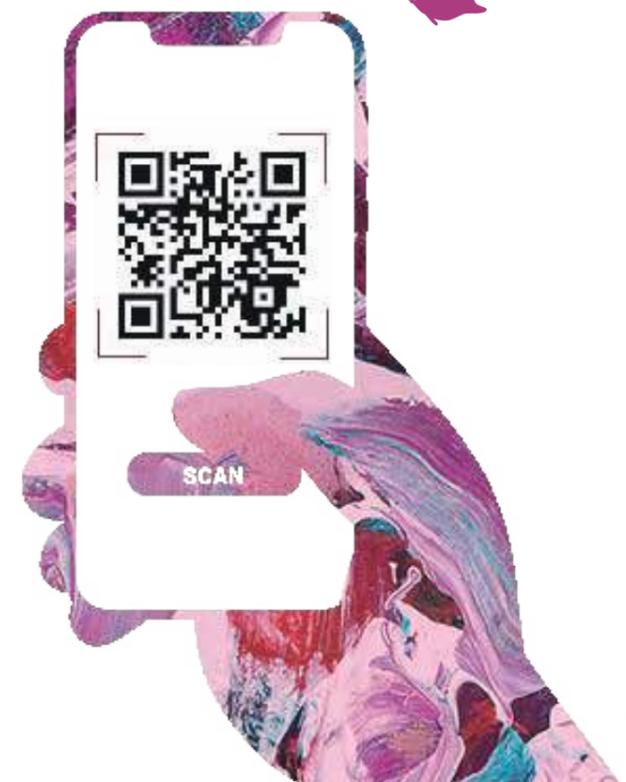


## 6.1 巧克力共和國

### 6.1.1 品牌故事

宏亞食品巧克力共和國成立8年，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，期許成為寓教於樂的巧克力殿堂。「巧克力共和國」於2019年重新創造場域生命力，如水塗鴉牆、PIZZA貨櫃屋、影音撥放室等；亦積極經營公部門脈絡，重視產官學合作。

官網：<http://www.republicofchocolate.com.tw/>



## 6.1.2 商品與服務

### 1. 客服中心

提供嬰兒推車、輪椅租借、簡易醫護站、場域導覽、DIY課程報名及勇闖可可島船票購買等服務；今年度亦推出全新深度導覽-可可品評之旅，藉由五感體驗，引領遊客更加認識可可的營養價值。



### 2. ROC選品店

除提供集團旗下品牌77乳加、蜜蘭諾等熱賣商品外，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，更因此創造遊客消費力。2019年推出Cocoa plus+禮盒，主打健康及伴手禮市場；迷你食驗室系列，風格以療癒甜點為主要訴求；77%歐維氏夢想系列，乘載的職人的精神，盼將勇敢作夢的理念傳遞給消費者。



cocoa plus+ 禮盒

迷你食驗室

77%歐維氏黑巧克力(夢想系列-出發/挑戰)

### 3. ROC Café

由多位主廚精心研發，提供美味餐點與特色飲品，堅持貼心、關心、愛心、耐心、開心，期望打造五「心」級餐廳，使遊客感受到賓至如歸的溫暖，並於2019年推出「可可五香豆干」，結合在地食材與經典巧克力醬，打造熱銷團購商品；亦結合檔期活動推出「草皮野餐下午茶」，打造不一樣的用餐體驗。



ROC Café



草皮野餐下午茶



可可五香豆干

## 6.1.3 創造幸福記憶點



「愛盲協會DIY」愛盲協會邀請視障者一同來製作巧克力DIY，宏亞食品集團不分部門全體動員，共同體驗擔任愛的小助手，讓整場活動，充滿了愛與歡樂。



「粉紅party」營造出最浪漫的情人節，將心願可可果改造成浪漫粉紅色，設立粉紅商品專櫃，吸引年輕人目光。



「一起go party」歡慶七週年活動，搭配現場佈置營造出歡樂氣氛，並推出圍裙組合包，讓大、小朋友們可以化身為小小甜點師傅，盡情的製作巧克力。



5月

「泰國網紅與巧克力的甜蜜交流」，藉由網路無國際的傳播特性，將獨家DIY心願可可果宣傳至國外。



6月



「巧克力迎福抓週趣-夏季場」為寶寶舉辦一場難忘的抓週回憶。



7月

「暑假檔期-可可英雄聯萌」，於館內各區打造最萌、最可愛的互動體驗專區，設立可可糾察隊、海上尋寶、捕捉可可怪獸等活動。



8月

「愛鄰久久」唐氏症寶寶與巧克力的第一次邂逅。



9月

「桃園婦幼商品展覽」與桃園市政府經濟發展局共同合作，提供萬坪基地設置攤位，邀請準新人與媽咪們一同共襄盛舉。



10月

「不一樣的雙十節」，結合甜點師傅，推出戶外野餐組，並舉辦館內活動炒熱現場氣氛，帶給遊客不一樣的節慶體驗。



12月

「可可暖心饗宴」寒冷的冬天，不僅提供好聽的音樂會，還邀請到了愛心氣球達人，一起來到現場折氣球給小朋友們，帶給遊客們一個充滿愛的聖誕節。

## 6.2 社會回饋與參與

宏亞食品取之於社會，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。

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，2019 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。

### 回饋社區

捐贈 / 贊助單位	地區	備註
天主教華光社福機構 部落關懷	新竹縣關西鎮	黑糖 QQ 球 40 包 迷你鳳梨酥 10 箱 香蕉冰棒 40 箱 月餅一批 黑糖 QQ 奶茶酥一批 蛋糕 14 盒、葛蕾特 36 盒、巧克力餅乾 10 箱 綠茶堅果 4 盒、金桔酥 4 盒及黑糖 QQ 奶茶酥 151 顆 香蕉蛋糕 7 盒
龍友里里民關懷	桃園八德區龍友里	迷你鳳梨酥 10 箱 蛋糕 11 盒及大餅 10 個 香蕉冰棒 8 箱 年輪蛋糕 10 盒及大餅 20 盒 蛋糕 14 盒、葛蕾特 36 盒 綠茶堅果 4 盒、金桔酥 4 盒及黑糖 QQ 奶茶酥 151 顆 香蕉蛋糕 7 盒 18 盒蛋糕及巧克力餅乾
陸光里里民關懷	桃園龜山區陸光里	香蕉冰棒 5 箱
瑞興里里民關懷	新北市土城區瑞興里	中秋節原味乳加 2006 條 相思麻糬 3 盒及香柚葛蕾特 9 盒，葛蕾特 17 盒 蛋糕 13 盒、葛蕾特 12 盒

### 社會關懷活動參與

#### Stp 種子 人才培訓計畫

2019，參與2期計劃-  
共會談過10組同學

地區：台北市



藉由高層主管與在學生與  
面對面溝通、互動。協助  
在學生生涯規劃。

#### 食品相關 知識推廣活動

鳳鳴國中，20 位國中生及  
其他老師，共36 位

地區：桃園市



透過中學生烘焙課程推廣  
食品知識。

#### 聖誕節醫院 院童關懷

地區：台北市



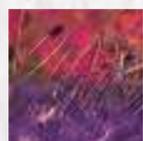
透過活動及食物分享活動，  
關懷病童。



# 7 打造互惠 共榮關係

7.1 永續供應鏈  
| 供應商評鑑  
| 供應商管理

7.2 永續夥伴關係



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

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，並定訂在地合作夥伴合作目標，透過此互惠合作模式創造共榮共享價值。

**信任**

宏亞食品與共同擁有永續願景、價值觀、使命的企業及非營利組織團隊合作，不但可發揮宏亞食品本身核心專業、提升企業品牌形象，亦期許與其他企業組織一起去解決社會問題，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**

宏亞食品從三個方面與其他企業組織合作:包括倡議、培育、整合等服務。

倡議：主題講座，主題策展。

培育：以企業資源，培育新創業家，增添軟實力。

整合：整合上下游需求，將供應商及客戶皆視為企業營運價值鍊最要的關鍵夥伴。

**創新**

2019年宏亞食品與社會企業(點點善)合作推出2020年春節公益商品，2019年10月，宏亞食品舉辦零浪費\*零飢餓，將格外品透過福利社販售並將所得捐贈福利機構。2019年與台積電基金會合作惜食專案，利用此平台提供給需要的機構並號召其他食品公司共同響應加入及與在地農產結合，如黑金剛花生製成暢銷乳加及洛神花製成的紅寶石巧克力。

## 7.1 永續供應鏈

從近年來國際大型的品牌廠商、聯合國的倡導以及國際評鑑的要求中，我們發現國際上對於所謂良好的供應鏈管理，不單僅是速度、效率、價格，而是以永續經營、環境友善、負起社會責任的角度，希望企業能全面檢視供應鏈的治理，透過對供應鏈之經濟、環境、社會面的深入了解，進而進行分析與評估，有效規劃並降低風險，同步建立起供應鏈因應全球氣候變遷的能力，與各供應商共同成長。

宏亞食品為了有效建立永續供應鏈管理架構，從新供應商的篩選、監控到後端物流與經銷客戶的管理，除實地評鑑、文件資料的收集及系統建檔管理外，對於任何新聞、網路、消費團體，所發布之信息或關注報導，皆有觀察是否有不符合項目，以維持合格供應鏈身份。

### 7.1.1 供應商評鑑

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。供應鏈經供應商評核鑑著重在生產環境及品質管理，2019年未有發生違反食品安全衛生管理法之供應商，稽核結果全數合格。

根據統計近五年度國內外原物料供應商家數表如下顯示：宏亞食品對於供應夥伴實地訪查、問卷等方式進行稽核，維持長期穩定的合作關係，2019 變化不大。

	原料			物料		
	國內	國外	稽核比	國內	國外	稽核比
2015	198	16	14.95%	89	8	8.25%
2016	199	19	15.14%	85	0	12.94%
2017	207	15	16.22%	87	0	10.34%
2018	194	13	17.87%	81	0	9.88%
2019	195	12	15.94%	80	0	11.25%

2019 年稽核結果等級如下表：(稽核結果不分級之廠商，為農產品)

	原料供應商						
	原料			物料			
	供應商數	稽核數	稽核 %	供應商數	稽核數	稽核 %	
A. 原料屬政府公告之高風險業別	油脂	8	0	0	2	0	0
	肉類	4	2	50	0	0	0
	乳品	13	3	23.08	3	0	0
	水產品	0	0	0	0	0	0
	食品添加物	35	4	11.43	0	0	0
	麵粉	5	3	60	0	0	0
	糖	19	4	21.05	0	0	0
	豆類、豆餡	4	2	20	0	0	0
	蛋	7	3	42.86	0	0	0
	合計	95	21	22.11	5	0	0
B. 前一年之採購金額超過一百萬元	22	6	27.27	7	1	14.29	
C. 屬新供應商及委外加工廠商	8	2	25	0	0	0	
D. 其他	70	3	4.29	0	0	0	
合計	195	32	16.41	12	1	8.33	

2019 年原料供應商分級統計表

	優級	良級	普通級	不合格	不分級	問卷	合計
原料	0	15	2	1	3	12	33
物料	0	3	4	0	0	2	9

### 7.1.2 供應商管理

本公司依循供應商管理辦法：對供應商進行評鑑（含新供應商及既有供應商），並讓取得 ISO22000 食品安全管理系統認證者獲得優先採購權。

## 評核項目

#### 環境構面

- 1.人員及衛生管理
- 2.產品及原物料管理
- 3.食品添加物管理
- 4.環境衛生安全管理
- 5.檢驗量測管理
- 6.機械設備衛生管理
- 7.環境保護

#### 社會與品質構面

- 8.品保系統與客訴管理
- 9.搬運、貯藏和運輸
- 10.產品回收
- 11.培訓
- 12.人權
- 13.法規符合性
- 14.其它

宏亞食品對供應商進行評鑑（含新供應商及既有供應商）將檢視品質、如期交貨、價格、服務、公司治理與環境、社會等構面

查核方式：

實地訪廠：品保部每年會針對供應商的安全衛生、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、違反環保法規及 CSR 查核等進行實地評鑑。包括下列事項：

文件審查：審查工廠登記證、營利事業登記證等文件，以證明是合法的工廠。並依食品安全衛生管理法要求，確認是否已完成食品業者登錄。員工教育訓練、職能生涯規劃、專業人員及食品安全管制人員、衛生管理員等之資格與回訓紀錄。

追蹤改善方式：

定期追蹤：品保部每月在品質月報中彙總當月廠商進貨品質不良分析表，提供給採購部作為購買之參考。使用中若發現有重大品質問題時知會採購部，要求供應商找尋發生原因及提出矯正預防對策。

輔導改善：實際訪廠後，要求供應商對於所發現的缺失限期改善，若遲未改善者則暫停合作，本公司亦會分析廠商實況，協助輔導改善，並依風險評估是否維持購買。

供應商國際認證管理

2019 年通過國際品認證原物料的採購量有上升，統計 2018 至 2019 年原物料採購符合國際認證之產品，如下表：

認證名稱	2018 年		2019 年	
	家數	採購金額 (元)	家數	採購金額 (元)
汎歐森林驗證體系 (PEFC)	1	1,623,998	1	705,200
清真認證 (HALAL)	15	184,821,396	17	131,474,878

此外，除了採購符合國際產品認證的原物料外，本公司也以輔導現行供應商取得各種管理系統認證為目標。因宏亞食品的努力和政策，2019 年往來供應商通過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，2018 和 2019 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	2018 年		2019 年	
		家數	佔比 (%)	家數	佔比 (%)
1	環境管理系統驗證 (ISO 14001)	11	3.82	8	2.81
2	品質管理系統驗證 (ISO 9001)	32	11.11	28	9.82
3	食品安全衛生管理系統認證 (ISO22000)	63	21.88	66	23.16
4	危害分析重要管制點 (HACCP)	53	18.40	57	20.00
5	食品安全管理系統 (FSSC)	21	7.29	22	7.72
6	良好生產作業辦法 (GMP)	2	0.69	2	0.70
7	食品安全管理系統 (BRC)	9	3.13	8	2.81
8	食品安全品質標準認證 (SQF)	2	0.69	3	1.05
9	台灣優良食品驗證 (TQF)	3	1.04	3	1.05
通過國際系統認證家數與佔比		196	68.06	197	69.12
總供應商家數		288	---	285	---

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。公司的供應鏈區分原料及物料兩大類，原料部分國內採購大宗為花生、奶油、國外採購以奶粉、可可粉、巧克力為大宗；物料則以一般包裝材料為主，供應商供料穩定。

2019 年有採購交易的供應商 285 家，較 2018 年 288 加減少 3 家，其中減少的供應商因無原料需求暫停交易。

為永續策略打造互惠共榮關係，採購以當地企業為優先選擇，2018 年當地採購金額達 408,554,549 元，2019 年在當地採購金額達 439,770,277 元，當地原料採購用量上升，由 75.6% 增加 2.73%，達減少運輸的時間及碳足跡。

	當地採購 - 台幣計價	國外採購
2015 年	76%	24%
2016 年	79.2%	20.8%
2017 年	79.9%	20.1%
2018 年	75.6%	24.4%
2019 年	78.33%	21.67%

備註：原物料採購只要是以台幣計價，不論廠址是否設立在國外，仍稱為當地採購

## 7.2 永續夥伴關係

宏亞食品自 2019 年加入由台積電慈善基金會發起：惜食計劃，目前該基金會 23 個以上需要幫助的弱勢據點（含尖石鄉，屏東，花蓮，霧峰等地方），由台積電提供冷凍設備，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。目前已加入台積「惜食夥伴」，一起把美味，送到孩子們面前。

宏亞食品目前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可以定期進行。
- 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。

### 宏亞與地區社福團體及食物銀行之惜食活動

惜食活動單位	地區	備註
創世基金會 零浪費零飢餓計劃		宏亞零浪費 * 零飢餓 將即期品及格外品透過福利社推出並將所得捐贈福利機構 2019/11 總金額為：12,779 元 2019/12 總金額為：14,722 元
幸福基金會友愛家園		香蕉夾餡 9 盒及年輪蛋糕 1 盒
八德教養院	桃園市八德區	香蕉蛋糕 16 盒 葛蕾特 12 盒 黑糖 QQ 奶茶酥 39 顆 金桔酥 10 盒及懷特 10 盒 黑糖 QQ 奶茶酥 14 盒 巧克力餅乾 10 箱 蛋糕 12 盒
景仁殘障教養院	桃園市八德區	葛蕾特 27 盒及草莓懷特 4 盒 金桔酥 10 盒及懷特 10 盒 黑糖 QQ 奶茶酥 15 盒 金桔酥 10 盒及葛蕾特 10 盒
華光 (馬五都院區)	新竹縣關西鎮	黑糖 QQ 奶茶酥 27 盒，巧克力餅乾 10 箱，餅乾一批
崇德基督長老教會	花蓮縣秀林鄉	餅乾一批
基督長老教會	花蓮縣秀林鄉	餅乾一批
八德教養院	桃園市八德區	餅乾一批
景仁殘障教養院	桃園市八德區	巧克力餅乾 10 箱及蛋糕 12 盒
崇德基督長老教會	花蓮縣秀林鄉崇德村	巧克力餅乾 6 大箱
基督長老教會	花蓮縣秀林鄉富士村	巧克力餅乾 6 大箱
花蓮縣府食物銀行	花蓮市文苑路	巧克力餅乾 6 大箱，餅乾一批

### 與社會企業 (點點善) 合作開發 2020 年節公益品項透過 CVS 販售



## 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 公司背景與產業發展現況	
	102-2 活動、品牌、產品與服務	2.1.1 公司背景與產業發展現況 3.1 創造客戶幸福	
	102-3 總部位置	2.1.1 公司背景與產業發展現況	
	102-4 營運據點	2.1.1 公司背景與產業發展現況	
	102-5 所有權與法律形式	2.1.1 公司背景與產業發展現況	
	102-6 提供服務的市場	2.1.1 公司背景與產業發展現況	
	102-7 組織規模	2.1.1 公司背景與產業發展現況 5.1 人才任用與培育	
	102-8 員工與其他工作者的資訊	2.1.1 公司背景與產業發展現況 5.1 人才任用與培育	
	102-9 供應鏈	7.1 永續供應鏈	
	102-10 組織與其供應鏈的重大改變	關於本報告書 7.1 永續供應鏈	
	102-11 預警原則或方針	2.4 公司治理	
	102-12 外部倡議	2.1.2 永續願景與策略藍圖	
	102-13 公協會的會員資格	2.1.3 永續大事紀	
策略	102-14 決策者的聲明	經營者的話 2.1.1 公司背景與產業發展現況	
公司治理	102-16 價值、原則、標準及行為規範	2.4 公司治理	
	102-18 治理結構	2.4 公司治理	
利害關係人溝通	102-40 利害關係人團體	2.3 利害關係人議合	
	102-41 團體協約	5.2 福利與權益	
	102-42 鑑別與選擇利害關係人	2.3 利害關係人議合	
	102-43 與利害關係人溝通的方針	2.3 利害關係人議合	
	102-44 提出之關鍵主題與關注事項	2.3 利害關係人議合	

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	102-45 合併財務報表中所包含的實體	關於本報告書	
	102-46 界定報告書內容與主題邊界	2.3 利害關係人議合	
	102-47 重大主題表列	2.3 利害關係人議合	
	102-48 資訊重編		
	102-49 報導改變		
	102-50 報導期間		
	102-51 上一次報告書的日期	關於本報告書	
	102-52 報導週期		
	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 內容索引		
102-56 外部保證 / 確信	詳會計師確信報告		
GRI 103：管理方針			
管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界	2.3.4 重大主題邊界鑑別與回應	
	103-2 管理方針及其要素	各重大主題下揭露	
	103-3 管理方針的評估		

## 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
營運績效			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	2.2 營運績效	
	103-3 管理方針的評估	2.2 營運績效	
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 營運績效	
	201-4 取自政府之財務補助	2.2 營運績效	
營運策略			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	經營者的話 2.1.1 公司背景與產業發展現況	
	103-3 管理方針的評估	2.1.1 公司背景與產業發展現況	
無直接對應指標			



GRI 準則 (2016 版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
<b>法規遵循</b>			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	2.4 公司治理	
	103-3 管理方針的評估	2.4 公司治理	
GRI 307：有關環境保護的法規遵循	307-1 違反環保法規	4.4 廢棄物與污染管理	
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	3.2 食品安全與品質管理	
	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	3.2 食品安全與品質管理	
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	3.2 食品安全與品質管理 3.1.2 客戶關係管理	
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	2.4 公司治理 3.1.2 客戶關係管理	
<b>公司治理</b>			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	2.4 公司治理	
	103-3 管理方針的評估	2.4 公司治理	
GRI 205：反貪腐	205-1 已進行貪腐風險評估的營運據點	2.4 公司治理	
	205-2 有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	2.4 公司治理	
	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	2.4 公司治理	
GRI 405：員工多元化與平等機會	405-1 治理單位與員工的多元化	2.4 公司治理	
<b>人才任用與發展</b>			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	5.1 人才任用與培育	
	103-3 管理方針的評估	5.1 人才任用與培育	
GRI 202：市場地位	202-2 雇用當地居民為高階管理階層的比例	5.1 人才任用與培育	
GRI 401：勞雇關係	401-1 新進員工和離職員工	5.1 人才任用與培育	
GRI 404：訓練與教育	404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	5.1 人才任用與培育	
	404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	5.1 人才任用與培育	
<b>員工薪酬與福利</b>			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	5.2 福利與權益	
	103-3 管理方針的評估	5.2 福利與權益	
GRI 201：經濟績效	201-3 定義福利計劃義務與其它退休計畫	5.2 福利與權益	
GRI 202：市場地位	202-1 不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	5.2 福利與權益	
GRI 401：勞雇關係	401-2 提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	5.2 福利與權益	
	401-3 育嬰假	5.2 福利與權益	
GRI 405：員工多元化與平等機會	405-2 女性對男性基本薪資加薪酬的比率	5.2 福利與權益	

GRI 準則 (2016 版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
<b>社會關懷</b>			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	6.2 社會回饋與參與	
	103-3 管理方針的評估	6.2 社會回饋與參與	
GRI 203：間接經濟衝擊	203-1 基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	6.2 社會回饋與參與	
<b>勞動權益保障</b>			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	5.2 福利與權益	
	103-3 管理方針的評估	5.2 福利與權益	
GRI 406：不歧視	406-1 歧視事件以及組織採取的改善行動	5.2 福利與權益	
GRI 407：結社自由與團體協商	407-1 可能面臨結社自由及團體協商風險的營運據點或供應商	5.2 福利與權益	
GRI 408：童工	408-1 營運據點和供應商使用童工之重大風險	5.2 福利與權益	
GRI 410：保全實務	410-1 保全人員接受人權政策或程序之訓練	5.2 福利與權益	
GRI 411：原住民權利	411-1 涉及侵害原住民權利的事件	5.2 福利與權益	
GRI 412：人權評估	412-2 人權政策或程序的員工訓練	5.2 福利與權益	
<b>職業安全衛生</b>			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	5.3 友善工作與生活	
	103-3 管理方針的評估	5.3 友善工作與生活	
GRI 403：職業安全衛生	403-1 由勞資共同組成正式的安全衛生委員會中的工作者代表	5.3 友善工作與生活	
	403-2 傷害類別，傷害、職業病、損工日數、缺勤等比率，以及因公死亡件數	5.3 友善工作與生活	
<b>顧客健康與安全</b>			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	3.3 食品安全與品質管理	
	103-3 管理方針的評估	3.3 食品安全與品質管理	
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	3.2.3 製程管理 3.2.4 成品管理	
	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	3.1.2 客戶關係管理	
<b>顧客關係</b>			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	3.1.2 客戶關係管理	
	103-3 管理方針的評估	3.1.2 客戶關係管理	
GRI 417：行銷與標示	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	3.1.2 客戶關係管理	
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	3.1.2 客戶關係管理	
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	3.1.2 客戶關係管理	



GRI 準則 (2016 版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
<b>食品安全</b>			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	3.2.3 製程管理 3.2.4 成品管理	
	103-3 管理方針的評估	3.2.3 製程管理 3.2.4 成品管理	
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	3.2.3 製程管理 3.2.4 成品管理	
<b>產品與服務品質</b>			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	7.1 永續供應鏈	
	103-3 管理方針的評估	7.1 永續供應鏈	
GRI 417：行銷與標示	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	3.1.2 客戶關係管理	
<b>創新服務</b>			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	3.1.1 品牌故事與創新研發	
	103-3 管理方針的評估	3.1.1 品牌故事與創新研發	
無直接對應指標			
<b>供應商管理</b>			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	7.1 永續供應鏈	
	103-3 管理方針的評估	7.1 永續供應鏈	
GRI 204：採購實務	204-1 來自當地供應商的採購支出比例	7.1 永續供應鏈	
GRI 308：供應商環境評估	308-1 採用環境標準篩選新供應商	7.1 永續供應鏈	
	308-2 供應鏈對環境的負面衝擊，以及所採取的行動	7.1 永續供應鏈	
GRI 414：供應商社會評估	414-1 使用社會標準篩選之新供應商	7.1 永續供應鏈	
	414-2 供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	7.1 永續供應鏈	
<b>能資源使用效率</b>			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	4.1 致力守護環境	
	103-3 管理方針的評估	4.1 致力守護環境	
GRI 302：能源	302-1 組織內部的能源消耗量	4.2.2 能源管理	
	302-3 能源密集度	4.2.2 能源管理	
GRI 303：水	303-1 依來源劃分的取水量	4.3 水資源管理	
	303-3 回收及再利用的水	4.3 水資源管理	
GRI 306：廢汙水和廢棄物	306-1 依水質及排放目的地所劃分的排放量	4.3.2 廢汙水管理 4.4 廢棄物與污染管理	
	306-2 按類別及處置方法劃分的廢棄物	4.3.2 廢汙水管理 4.4 廢棄物與污染管理	

GRI 準則 (2016 版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
<b>氣候變遷減緩策略</b>			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	4.2.3 溫室氣體排放管理	
	103-3 管理方針的評估	4.2.3 溫室氣體排放管理	
GRI 305：排放	305-1 直接（範疇一）溫室氣體排放	4.2.3 溫室氣體排放管理	
	305-2 能源間接（範疇二）溫室氣體排放	4.2.3 溫室氣體排放管理	
	305-4 溫室氣體排放密集度	4.2.3 溫室氣體排放管理	
	305-5 溫室氣體排放減量	4.2.3 溫室氣體排放管理	

## 上市公司編制與申報企業社會責任報告書作業辦法 第四條應加強揭露事項

項目	條文	參考章節	頁碼	確信
1	為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、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與百分比。	3.2.3 3.2.4	P49~50	詳會計師確信報告
2	上市公司應遵循之食品安全衛生管理相關規，及上市公司違反上述法規之事件類別與次數。	3.1.2	P47	詳會計師確信報告
3	上市公司採購符合國際認可之產品責任標準者占整體採購之百分比。	7.1.2	P104~105	詳會計師確信報告
4	經獨立第三方驗證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。	3.1.2 3.2.5	P48 P51	詳會計師確信報告
5	上市公司對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。	7.1.1	P102~103	詳會計師確信報告
6	上市公司依法規要求或自願進行產品追溯與追蹤管理之情形及相關產品占所有產品之百分比。	3.2.2	P49	詳會計師確信報告
7	上市公司依法規要求或自願設置食品安全實驗室之情形、測試項目、測試結果、相關支出及其占營業收入淨額之百分比。	3.2.7	P51~54	詳會計師確信報告