



2018

企業社會責任報告書



經營者的話 03

關於本報告書 04

1	2018 永續績效亮點	1.1 2018永續績效表現	08
		1.2 2018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	35
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
風險管理	34

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 安心製程管理	45
原物料管理	46
溯源管理	48
製程管理	46
成品管理	48
3.3 食品安全與品質管理	51
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	59
環保支出	54
4.2 氣候變遷因應	59
能源管理	59
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 製程優化管理	74
4.5 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 人才永續	76
5.2 福利與權益	82
薪資與福利	82
育嬰假	83
退休制度	84
員工權益	84
5.3 人才培育	85
5.4 友善工作與生活	87
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
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/本公司）2018年度報告書，為本公司發行之第5本「企業社會責任報告書」。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2018年1月1日至2018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2018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2018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2017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2018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2018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:2018年12月發行

本期發行版本：2019年9月發行

下期發行版本：預定2020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

近年全球氣候變遷加遽，聯合國呼籲全球共同實踐永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs) 的行動，由國際至國內之永續發展潮流，驅動各界積極推動SDGs行動，2018年宏亞也將以共同落實 SDGs的努力與決心，作為公司願景發展的主軸。

宏亞2018年，正努力打造幸福永續企業為出發點，亦欲為這片土地回饋付出，為人們傳遞幸福，進而發想出唯有「在地永續，幸福才會延續」之願景；並以此定為宏亞推動永續的主軸，宏亞對「永續」的堅持，提出永續5大策略更是宏亞食品持續推動永續經營的基石，積極的透過治理、環境、安全、社會，以及品牌產品研發體驗等多面向發揮影響，作為形塑幸福生活的重要推手。

2018年我們透過創意發想，將宏亞logo環扣永續發展的意念，內化於宏亞的DNA中，使logo除說明宏亞創造幸福時刻的故事外，亦明確傳遞宏亞打造永續企業的信念。



「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。

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「2018 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。

展望未來，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 2018 永續績效亮點

- 1.1 2018永續績效表現
- 1.2 2018創新商品與服務

1.1 2018 永續績效表現



創新面



分享甜蜜 安心滋味

2018年在展現創新及少量多樣客製化能力；推出各式創新口味的乳加，減糖醇黑Always巧克力，嚴選食材蛋黃餅及蜂蜜薄餅，以真食材入餡的新貴派大格酥餅乾風味濃郁、清爽及無油膩同時也關心消費者健康，深獲得市場實值肯定。



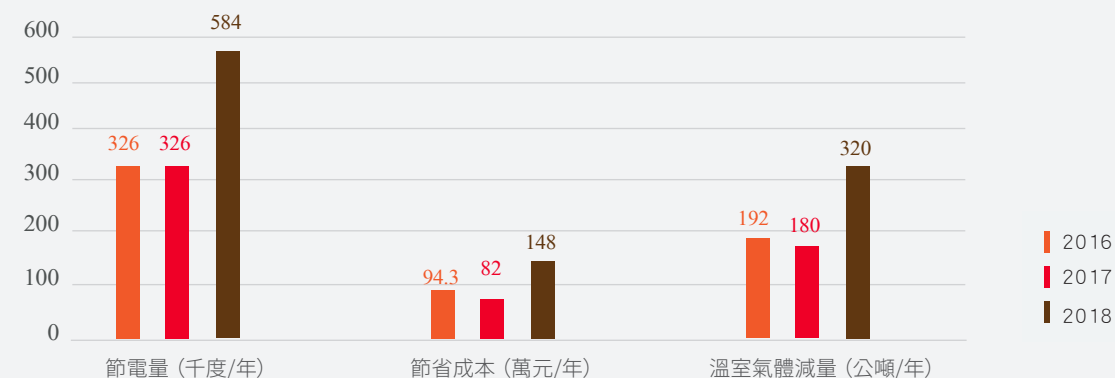
環境面



傳承清新 豐饒未來

2018年冷卻水塔節能和太陽能光電，二項節(減)碳方案，總計達成電力使用量減少**584**千度/年，節省成本**148**萬元/年，CO2e減量**320**噸/年，約當**0.84**座大安森林公園。

最近三年節能方案及成果



備註說明：(1) 2018年電力取得成本：2.54元/度
(2) 電力(公斤CO₂e)=電力(度)*排放係數(2018年0.554公斤CO₂e/度)
(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。
(4) 每公頃森林一年可吸碳15公噸換算，一座大安森林公園有25.8公頃森林。

治理面



塑造活力 友善職場

獲頒第12屆桃園市績優企業卓越獎。



社會面



注入歡樂 正向能量

結合點點善社企「**天空創意節**」之展品，共同打造憨兒們「天空草原遊戲室」，延續展品生命也讓更多到訪宏亞巧克力共和國館區的朋友認識憨兒的世界，響應公益融入生活。



1.2 2018創新商品與服務

77 乳加推出創新口味，2018年成為條棒狀巧克力的第一品牌。

77乳加跟77 歐維氏新品成功提升品牌市佔率。

開發優良品質餅乾產品，以符合消費者健康需求趨勢，本味誠現與新貴派大格酥系列，上市後深獲消費者喜愛，全通路銷售成長。

優質餅乾產品符合消費需求，本味誠現與新貴派大格酥系列跨通路成長強勁。

禮坊推出全新法式手工喜餅，心藝伴手禮系列，積極佈局電商及零售店通路，開展禮坊不只是喜餅的品牌定位及形象。

巧克力共和國邀請來自荷蘭的藝術家Fleks，在入口處打造高7層樓、號稱北台灣最「巨」型的彩繪藝術牆，更成為桃園全新打卡拍照景點。

巧克力共和國參與社會企業點點善之「城市曙光」計畫，與視友們共同創作的味覺作品。





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
永續大事記

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
風險管理



點點善X宏亞 城市曙光計劃

作品名稱：湧

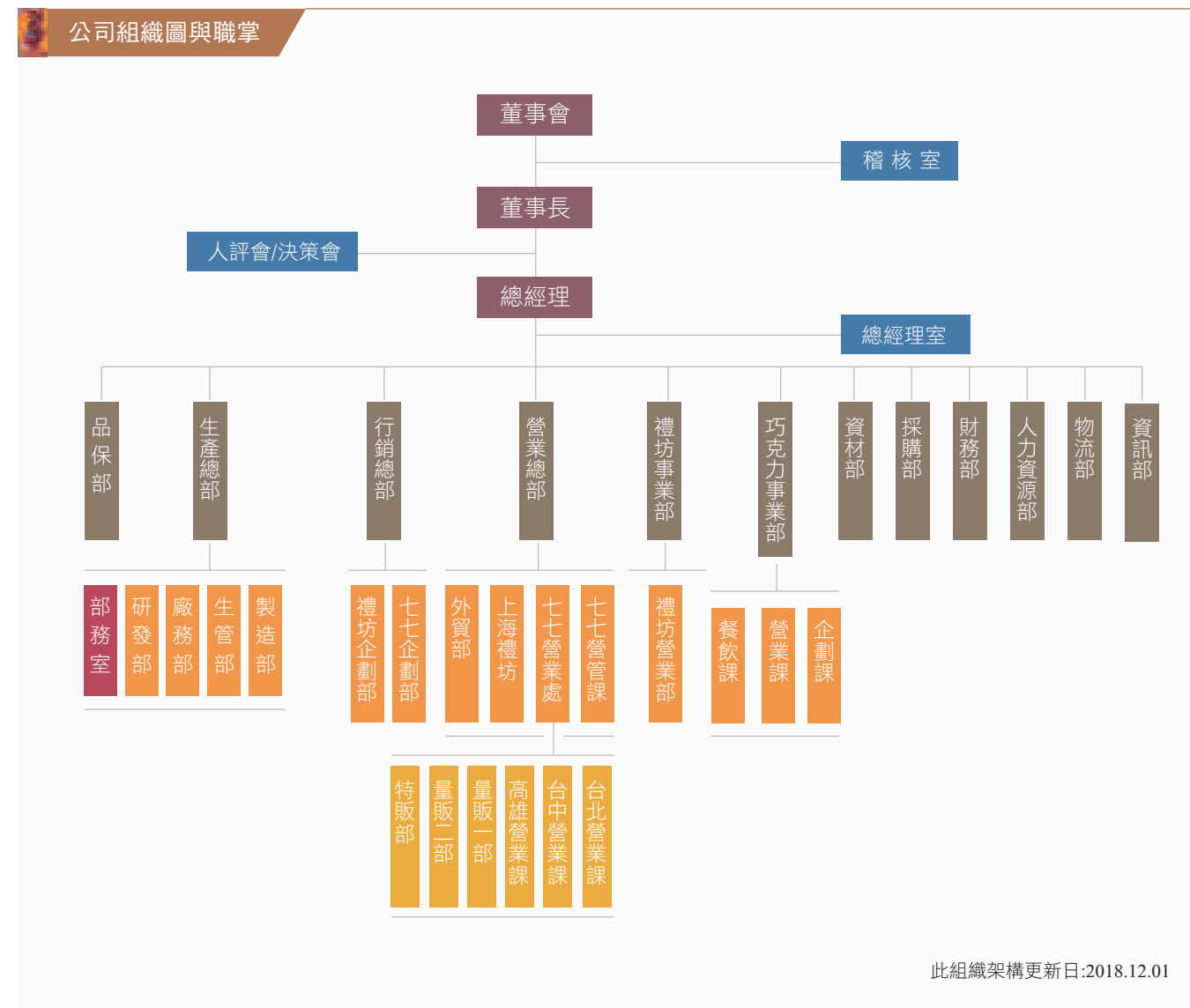
創作理念：起心動念，靈光乍現，一場思與行的變革，簇擁著生命，不停地向上湧進

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	787 人
總資產金額	新台幣 27.92 億元
資本額	新台幣 10.83 億元
銷售額	新台幣 19.7 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	張豪城 (2019.6 董事長改選後由張云綺擔任董事長)
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 交易所股票代碼為 1236

註:以上所有數據統為2018年12月31日統計資料。



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
	上海禮坊	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
	餐飲課	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	製造部	各系列產品之生產、製造管制
	生管部	生產計畫及人力排定，產銷協調，原物料倉之管理
	廠務部	工廠人事、總務及教育訓練、環安維安之督導執行
	工務部	製程、設備維護
	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
資訊部		資訊系統建置、督導、教育訓練
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
採購部		原料、一般商品及國外機器設備之採購
資材部		物料採購

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，2018 禮坊進行 2.0 的品牌定位轉型，〔喜，是有你〕，開展禮坊不只是喜餅的品牌定位及形象。2.0禮坊秉持初心，堅持用最好的原料做出可口的商品，由內到外展現面面俱到的細節用心，在乎送禮時的體面，收禮時的重視，提供努力經營關係重視禮節的消費者可以放心送，開心送，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。

巧克力事業部

2012 年本公司以前瞻、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，2014 年、2017 年連續通過兩屆「國際亮點觀光工廠」評鑑。「巧克力共和國」融合多元的豐富知識、趣味的互動體驗，吸引廣大消費族群，成為台灣休閒觀光的新亮點。2018 年以「經典薄片巧克力 - 50% 鐵觀音」獲選桃園金牌好禮之殊榮。

2.1.2 永續願景與策略藍圖

願景擬定

宏亞以打造永續幸福企業為出發點，取之社會用之社會，企業需對社會回饋盡力，並為創造幸福盡心，故發想出唯有「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 Logo 環扣永續發展的意念，內化於宏亞的 DNA 中，使 Logo 除說明宏亞創造幸福時刻的故事外，亦明確傳遞宏亞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



宏亞願景與SDGs策略藍圖



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



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



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



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

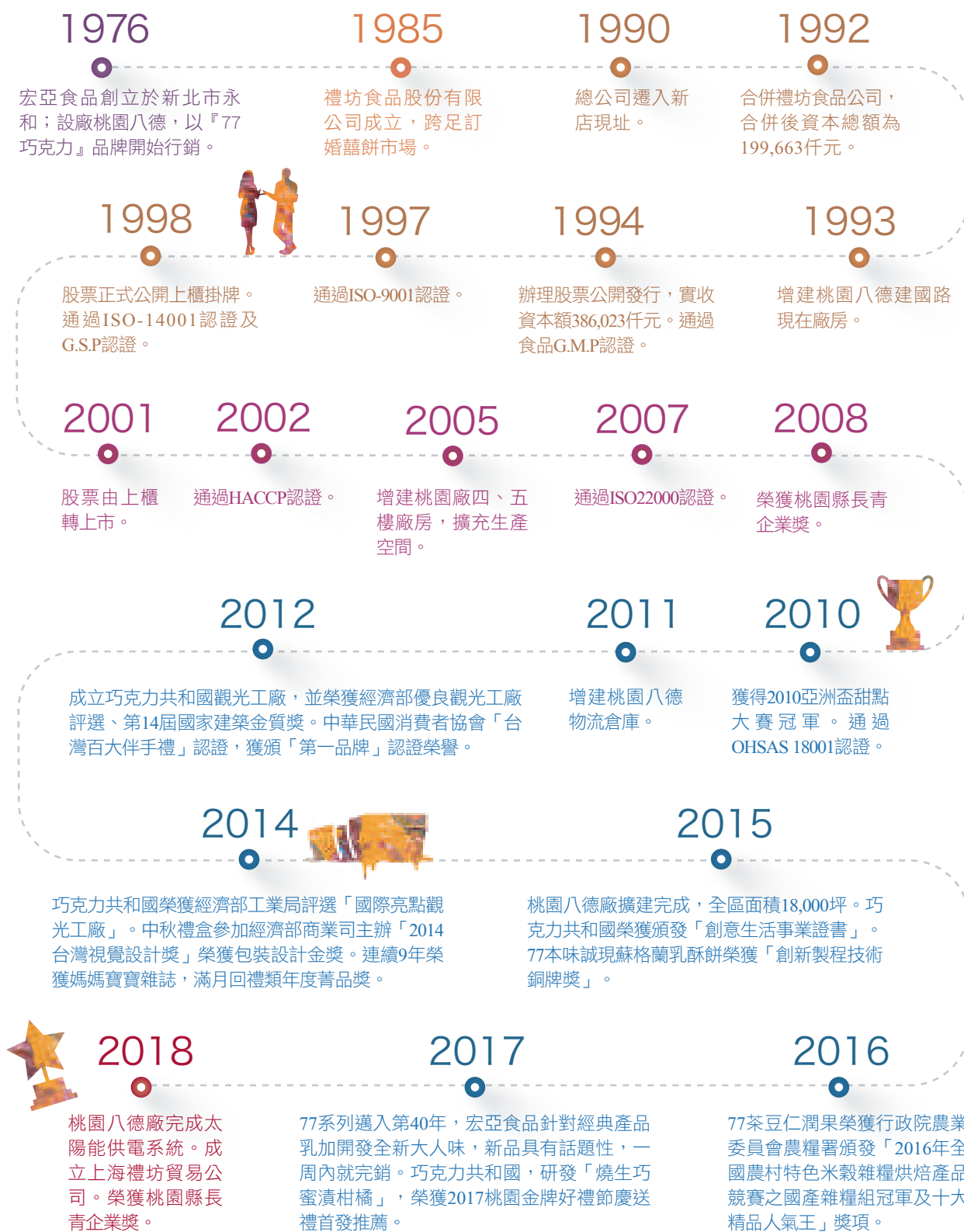


發展在地夥伴合作，支持台灣小農與社會企業以扶植相關產業的在地發展，透過此互惠合作模式創造共榮共享價值。

相關議題：在地夥伴合作發展、扶植本土產業

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，2018年雖未與外部簽訂相關經濟、環境、社會規章相關倡議，但仍積極參與相關協會活動，為糖果、糕餅及觀光產業提升貢獻心力。

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

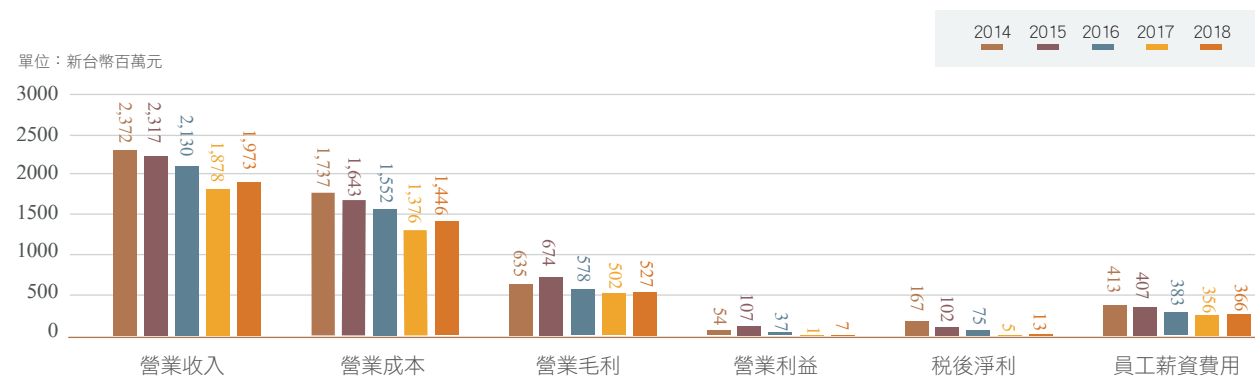
宏亞食品配合響應政府推動經濟發展政策，轉投資藥華醫藥股份有限公司並符合生技新藥產業發展條例自2016年至2020年共可抵減稅110萬元，除可抵減稅外無其他政府補助。

本公司2018年度合併營業收入淨額為新台幣1,972,592千元，較2017年度合併營業收入淨額1,878,973千元，增加93,619千元，成長4.98%。稅後淨利金額為新台幣13,267千元，較2017年度年度稅後淨利5,067千元，小幅成長8,200千元，成長161.83%。

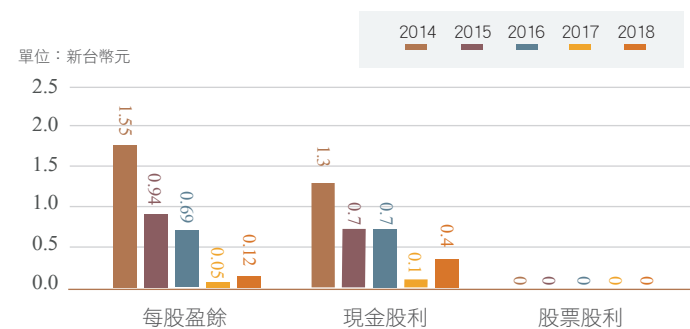
近年來食安議題持續成為社會大眾最重視的議題，促使食品法規更嚴謹，本公司戰戰兢兢不斷提升經營管理能力，包括溯源管理、供應商管理、產品品質、環境衛生安全及服務管理的能力，在經營上均遵守相關法令更提前因應，無不利的影響。本公司針對社會衝擊相關問題，建立申訴管道，包括員工意見信箱，以及官網的意見反饋專區，以列管與宏亞相關之內外部利害關係人社會衝擊問題之管理，2018年度並未發生社會衝擊申訴立案之案件。

在研究發展方面，非基因改造、非反式脂肪、非人工添加等健康意識早已納入產品發展策略主軸，再配合多元化的通路布局，期望在與時俱進的組織及策略發展中不斷成長茁壯；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力道。近年來國人結婚對數與生育率持續下降，加上伴手禮業者與傳統地方餅鋪搶食大餅，國內喜餅及彌月禮市場日趨競爭，本公司的禮坊品牌除強化「最有心的禮」這個承諾外，透過專業與無微不至的禮品顧問諮詢服務角色，讓送禮者及收禮者皆感受到幸福的滿足及愉悅，成為「傳遞幸福的專門店」。並持續開發高級糕點，豐富伴手禮市場產品線，以提升高價喜餅占有率。在總體經營環境方面，行動網路與科技進展推動市場變遷，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	2018年	2017年
資產報酬率(%)	0.61	0.34
股東權益報酬率(%)	0.74	0.28
營業利益佔實收資本額(%)	0.62	0.01
稅前純益佔實收資本額(%)	1.65	0.85
純益率(%)	0.67	0.27
每股稅後盈餘(元)	0.12	0.05

依各項獲利能力指標顯示，本公司2018年均較2017年微幅改善，主係營收與獲利情況進展所致。



宏亞所處於食品製造產業景氣走勢主要維繫在國內消費需求仍否延續成長態勢，受到國人實質薪資停滯、購屋房貸壓力沉重、生活工作步調加快和養兒防老觀念逐漸式微等因素影響，以致國人結婚和育兒意願持續下滑，國內喜餅和彌月禮盒銷售情勢仍舊相對偏弱；食品通路業者均將持續引進日韓等國之進口餅乾、糖果和巧克力等產品，且頻繁折價促銷方案，而考量日韓進口餅乾口味多變，符合部分民眾之嘗鮮需求，此恐排擠國產糖果、餅乾和巧克力等產品之銷售情勢。而為迎合國人健康飲食之消費趨勢，所進行新款產品開發策略，多以富含水果、牛奶、抹茶、堅果等健康素材為主，有效符合國人健康飲食消費趨勢。

尤其對於市場趨勢發展，消費者對食品的期待是安心、健康、小確幸，本公司在產品與品牌的經營上精進包裝/豐富口味/提升品牌價值、體驗；無糖/減甜、天然原料/真食材；重視原料、產地、產品標示(Clean Label)，來全面符合消費需求與期待。近年食品安全的重視及相關法規的訂定，確實對業績發展及成本的控制上形成相當的經營壓力，但本公司秉持一貫的「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 2018 年永續報告書的重大議題。



利害關係人鑑別

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。

利害關係人的溝通機制

宏亞經由 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 30 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：

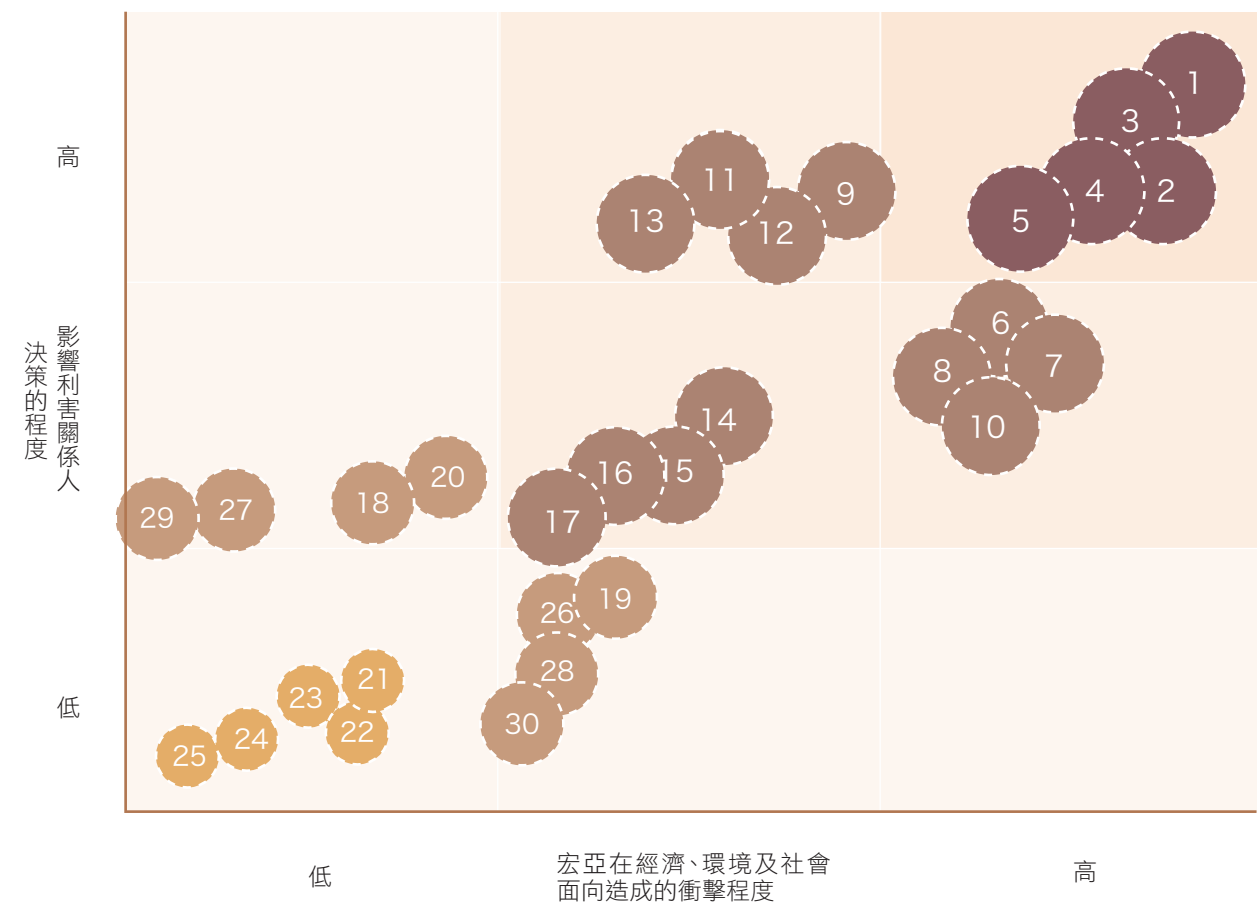
利害關係人	溝通議題	溝通管道及頻率
 投資人	● 營運策略 ● 公司治理 ● 營運績效 ● 商業倫理與誠信 ● 風險管理 ● 反貪腐 ● 組織擴展 ● 員工薪酬福利 ● 產品價格	股東會(年) 法說會(不定期) 公司官網(不定期) 財務報表(季) 公司年報(年)
 消費者	● 食品安全 ● 產品與服務品質 ● 創新服務 ● 顧客關係 ● 市場定位 ● 行銷溝通 ● 原物料使用 ● 顧客健康與安全 ● 顧客隱私 ● 在地發展 ● 資訊科技運用	公司官網(不定期) 品牌官網(不定期) 產品包裝標示(不定期) 顧客滿意度調查(不定期)
 政府機關	● 法規遵循 ● 能資源使用效率 ● 環境污染 ● 食品安全 ● 實驗室管理 ● 公司治理	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	● 勞動權益保障 ● 職業安全衛生 ● 人才任用與發展 ● 員工薪酬與福利 ● 營運績效 ● 教育訓練 ● 多元化與性別平等	宏亞薪酬管理辦法(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	● 採購政策 ● 反貪腐 ● 供應商管理 ● 風險管理	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	● 市場定位 ● 食品安全 ● 風險管理 ● 反貪腐	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	● 環境污染 ● 社區關懷 ● 環保支出	公司官網(不定期) ISO 14001證書(年) 社區或社團活動(不定期)

辨識重大主題制

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。2018 辨識 17 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. 勞動權益保障	8. 創新服務	9. 顧客關係	10. 職業安全衛生
11. 人才任用與發展	12. 供應商管理	13. 員工薪酬與福利	14. 社會關懷	15. 顧客健康與安全
16. 能資源使用效率	17. 氣候變遷減緩策略	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

重大主題邊界鑑別與回應

經重大性分析後，我們將議題區分為 17 項重大主題及 13 項持續關心主題，為了完整回應各利害關係人之關切，我們針對 17 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。

				各主題經濟、環境、社會衝擊範圍						
				宏亞直接造成衝擊	透過與宏亞商業關係造成衝擊			透過與宏亞其他間接關係發生		
主題	GRI 對應主題	對應章節	章節碼	宏亞	消費者	供應商	通路商	投資人	鄰近社區	政府機關
食品安全	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	3.3	●	●	●	●			●
		安心製程管理	3.2	●						●
產品與服務品質	GRI 417：行銷與標示	食品安全與品質管理	3.3	●		●	●			●
營運策略	無直接對應	經營者的話			●	●	●			●
		永續策略與目標	2.1.2	●				●	●	●
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	公司治理	2.4							
		品質管控	3.3.3							
		環境管理策略	4.1.1							
		環保支出	4.1.2	●		●	●	●	●	●
		福利與權益	5.2							
		工作安全	5.4.1							
		健康照顧	5.4.2							
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	●		●	●	●		●
勞動權益保障	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	●	●	●	●	●		
顧客關係	GRI 417：行銷與標示 GRI 418：客戶隱私 GRI 419：社會經濟法規遵循	客戶關係管理	3.1.2	●	●		●			●
職業安全衛生	GRI 403：職業安全衛生	工作安全	5.4.1	●		●	●			●
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	人才永續	5.1	●						●
		福利與權益	5.2	●						●
		人才培育	5.3							
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	●		●	●			
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 GRI 405：員工多元化與平等機會	人才永續	5.1	●						●
		福利與權益	5.2	●						●
社會關懷	GRI 203：間接經濟衝擊	社會回饋與參與	6.2	●	●	●	●		●	●
顧客健康與安全	GRI 416：顧客健康與安全	品質管控	3.3.3	●		●	●			
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	4.2.2	●		●	●			●

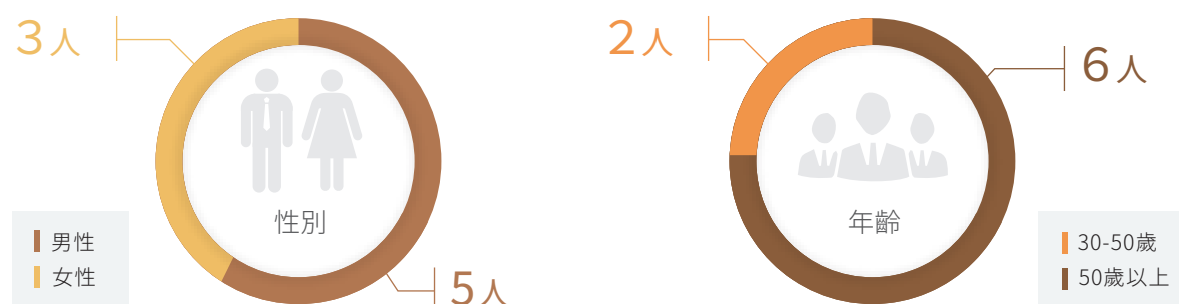
2.4 公司治理

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。2018 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。2018 年也無任何經濟面向的違法案件。本公司營運據點皆在台灣，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。

董事會

宏亞食品依章程規定設置有 5 席董事及 3 席監察人，2016 年 6 月董監事改選並新設 2 席獨立董事。2018 年和 2017 年相比無變動，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。董事會的首要責任是監督公司守法、財務透明、即時揭露重要訊息等。其次，第二個責任是指導經營團隊，每季定期安排營業、財務、稽核等經營團隊報告，並適時敦促經營團隊作調整。第三個責任是評量經營團隊之績效及任免經理人，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 2018 年報內容。

2018 年董事會出席狀況表(共計召開 6 次)

職稱	姓名	實際出席次數	委託出席次數	實際出席率%	備註
董事長	張豪城	3	3	50	連任
董事	承添投資股份有限公司代表人：張云綺	6	-	100	新任
董事	懋投資股份有限公司代表人：王聖鈞	6	-	100	新任
獨立董事	林大宗	5	1	83	新任
獨立董事	林燕娟	6	-	100	新任
監察人	呂淑如	3	-	50	連任
監察人	楊清長	4	-	67	連任
監察人	陳健吉	4	-	67	連任

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。

2018 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2016.6.30)
召集人	林大宗	2	-	100	連任
委員	林燕娟	2	-	100	新任
委員	戴嘉棟	2	-	100	新任

備註：本屆委員任期：2016年6月30日至2019年6月21日

稽核室

稽核室職掌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。

CSR 委員會

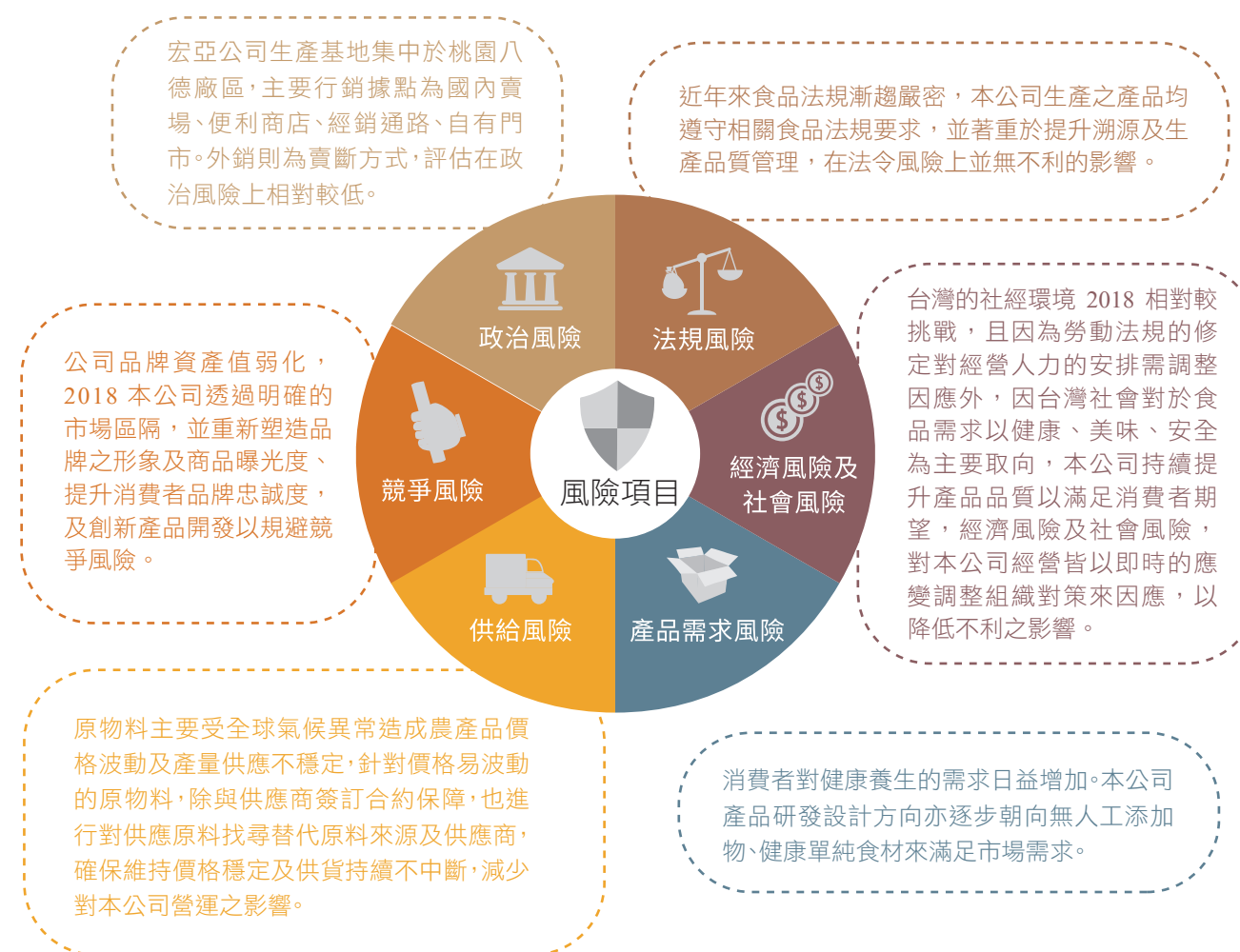
2018 年，CSR 委員會組織圖為因應 CSR 的策略藍圖，調整對應的負責組織。

CSR委員會組織圖



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：





3 分享甜蜜安心 滋味

3.1 創造客戶幸福

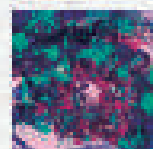
品牌故事與創新研發
客戶關係管理

3.2 安心製程管理

原料料管理
溯源管理
製程管理
成品管理

3.3 食品安全與品質管理

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: 糖昔，在舌尖融化，綻出甜蜜，釋放芬芳，在口中綻成一朵希望之花

宏亞四大經營理念與嚴謹的食品安全管理，在不斷精進中帶給消費者新鮮口味且安心又甜蜜的滋味，本章中將介紹關於宏亞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

100%通過ISO 22000要求，且全數符合相關法規要求，2018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 食品安全系統認證〉，〈中國GB/T22000認證〉，〈農產品產銷履歷〉。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。



熱忱

宏亞對研發製作食物分享甜蜜滋味具有如起初創業時的熱忱，在內部不斷研究不同口味食材的變化，2018年宏亞最具代表的經典乳加，因著我們的熱忱持續每個月在各通路推出各式創新口味的乳加：香蕉乳加、熱帶水果、焦糖瑪奇朵、義式濃縮咖啡和萬聖節限定的南瓜乳加；不僅滿足消費者喜好嚐鮮的慾望也滿足我們食品製作的火熱。禮坊則以現代優雅的法式禮盒設計呈現送禮的心意，更秉持初心，堅持用最好的原料創作各種美味糕點。由內而外展現細節用心，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。



創新

宏亞食品不斷強化創新的能力，為使消費者有安全食用及降低疾病風險，2018年開發減糖產品-歐維氏70%巧克力，創新的研磨及精鍊技術將含糖比例由29.5%降至4%，研製出兼具黑巧克力的美味同時也減少糖的攝取。

2018年以大格酥及本味誠現品牌來推展潔淨標章(Clean Label)產品，大格酥品牌產品主張無添加(無香料、無色素及非氫化油脂)，以無添加香料、色素及使用優質非氫化油質，將大格酥內餡比例增加20%以上，餅乾風味濃郁、清爽及無油膩口感。本味誠現品牌產品堅持天然及簡單成分，創新的研發技術利用油脂先與雞蛋結合製程，使餅乾本身蛋黃香氣提升。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。

3.1 創造客戶幸福

3.1.1 品牌故事與創新研發

2018年，我們除聽出消費者想要的本質心聲，對於新奇期待、便利、新鮮感，也頗有興趣，因此乳加產品，持續開發香蕉乳加、熱帶水果、焦糖瑪奇朵、義式濃縮咖啡和萬聖節限定的南瓜乳加，期望消費者能有更多的選擇。同時跟上最新流行的本位呈現-蛋黃餅，鹹口味的義式起酥餅乾；將現有巧克力調整為低糖70%和85%黑巧克力，降低糖量攝取等等，都是為迎合各族群消費者的期望。2019年我們仍會繼續往消費者想要的健康方向、願意多愛自己一點、友善、永續或在地食材、有故事性的原料結合開發。

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：2018年延續前一年乳加大人味系列的上市，持續推出各式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出蛋黃餅及蜂蜜薄餅；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。



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。2017年推出〈本味誠現〉品牌，主要品牌承諾就是給消費者餅乾優質用料的美味。全系列產品以優選原料加上最適的烘焙工法，完美呈現餅乾本味。牛奶餅：選用紐西蘭優質乳源，滴水不加，100%全牛乳。2018年全新推出蛋黃餅，選用AA級優質雞蛋，呈現100%真實雞蛋的濃郁香氣。蜂蜜薄餅則是選用百分百天然龍眼蜜，清爽不甜膩，薄脆美味！



3

結合重點通路開發主題性商品

近年來以開發主題式活動創造需求來做為重點通路之經營策略，宏亞掌握此通路趨勢並配合消費者需求，2018年持續推出草莓季的草莓乳加、茶季錫蘭奶茶乳加、夏季限定水果茶乳加與香蕉乳加、及冬季限定的咖啡乳加，並嚴選在地食材用於商品開發中，滿足休閒食品目標客群喜愛嚐鮮、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

積極經營健康取向巧克力

宏亞看準台灣人口結構未來高齡化趨勢及健康意識逐漸高漲，2018年以歐維氏品牌重新推出70%低糖、77%、85%醇黑巧克力，較低比例的糖份及黑巧克力本身抗氧化的功能利益，期望吸引並培養出一群穩定的消費族群。



5

多元化通路布局

隨著台灣網路購物市場日趨成熟及消費者需求日漸分眾化，宏亞除了傳統連鎖大型通路，更積極佈建多元化通路如：電子商務、有機健康通路，並針對這些特殊通路開發符合客群需求的商品，以滿足多元消費者需求。期望在與時俱進的通路策略發展中，成為台灣最優質的食品廠商。

禮坊事業部

禮坊, 是烘焙禮品職人。近年來, 從喜餅、彌月禮盒到伴手禮系列, 不但以現代優雅的法式禮盒設計深受消費者喜愛, 更秉持初心, 堅持用最好的原料創作各種美味可口的中西式糕點。禮坊的烘焙禮品, 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:

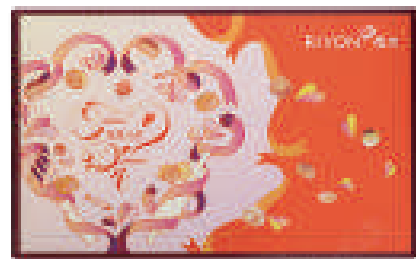
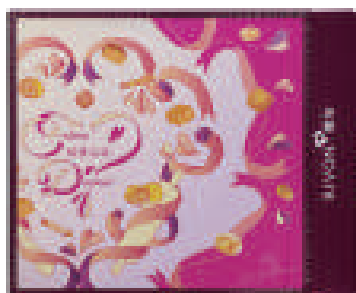
1

豐富多元的包裝設計來滿足不同送禮者的需求

手提式喜餅禮盒設計, 節省新人婚宴現場禮盒裝袋時間: 凡爾賽洛可可禮盒。



中秋” 焙愛心語 ” 禮盒系列



2

具收藏價值的節慶禮盒

與本土藝術家洪易合作推出: 有狗旺, 中秋手作瓷器禮盒, 可代表送禮品味與鑑賞美學。



3

推出各式禮盒伴手禮

融入在地食材, 創新的中西式糕點禮盒



● 法式手工喜餅禮盒



● 心藝伴手禮系列: 水果酥禮盒

4

貼心的附加服務

- 2018年舉辦彌月抓週活動, 配合台灣習俗與客戶一同歡慶寶貝一歲生日。
- 門市提供結婚禮俗諮詢服務, 並附有介紹禮俗的DM文宣。
- 結訂婚禮俗的道具租借服務。



5

社會關懷公益捐款

2018年春節與中秋禮盒推出兒童福利聯盟文教基金會義賣款禮盒, 將銷售所得10%捐贈予此單位, 作為弱勢孩童的照護與教育基金; 2018年中秋兒福聯盟公益新台幣88萬元。

巧克力共和國

1

「巧克力共和國」冀盼成為世界甜蜜記憶點

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。

2

全台最巨型彩繪牆，震撼遊客視覺

2018年6月下旬，本館積極落實產業創新之理念，滿足多元化旅遊的市場需求，以彩繪藝術呈現巧克力之歷史故事，期盼藉此貼近年輕族群，並塑造此為在地打卡新亮點-「桃園心藝象」，提升產業轉型之價值。

本館於入口處高32米(7層樓高)、寬21米之牆面打造北台灣最「巨」型彩繪藝術牆，並將可可從馬雅文明至今的演變繽紛呈現於遊客眼前，為原本黯淡無光的牆面注入新生命，成為遊客心中最深刻的入口意象。

此座裝置藝術與NPO非營利組織之「藝青會(臺北多元藝術空間青少年發展促進會)」旗下「城市記號創意行銷工作室」合作規劃，也邀請到荷蘭籍藝術家與在地職人，共同以「夢想」為主軸，踏上這趟充滿巧克力神話的奇幻旅程，歷時一個月的汗水與顏料，終於繽紛完工。誠如館名欲傳達的意念，館內集結了各國的巧克力，於展區內各自精彩；本次異國合作的初衷也是如此，荷蘭籍藝術家-Fleks無畏高牆與技術上之困難，淺淺說了句「Do what you love and love what you do.」，用成果證明了「藝術無國界」的理想。



3

顛覆傳統！2D平面展區進化為3D互動體驗

2018年12月上旬，為使「歷史神話區」可充份發揮場域價值，以入口意象彩繪牆延伸，藉由導覽進行串聯，將寇諦斯冒險故事為主軸，由平面2D展覽空間轉化為3D互動體驗-「勇闖可可島」。本館秉持定期更新場域內容，創造舊客再訪、新客來館。



4

夢想X公益，打造最溫暖的巧克力王國

2018下半年度，為發揮宏亞教育精神，攜手「台北視障協會(台北市視障者家長協會)」共創經紀「點點善社會企業」，聯手改造原「創意遊戲室」空間，以公益回饋為概念，規劃充滿故事性之「天空草原遊戲室」，並以此區為起點，將故事延續至「巧克力天文台(DIY下午茶區)」，成為3F全新導覽點，讓遊客更加認識憨兒與視障者的世界；2019年也將開發與點點善聯名之商品，不僅可協助弱勢，更是提供視障者展演平台。

食材創新研發

宏亞公司不斷強化產品創新與食品安全、人民健康結合，將結合公司品保部門及國際認證檢驗單位配合，從原料、製程進行嚴格把關，將食安風險降至最低。

稻米是全世界重要的糧食作物，亦為國人的主食之一，但受飲食西化與麵食多元化的影響，國人的稻米消費量已從1980年的80公斤降至48公斤以下逐年減少，亦使我國的糧食自給率僅約三成左右，實為糧食產業應正視的重要課題。

烘焙產品的普及性及接受度與日俱增，深受國人青睞，傳統的烘焙產品是以麵粉為主要原料，但麵粉中具有麩質（Gluten），其實就是我們俗稱的面筋，是一種存在於黑麥、大麥和小麥內的蛋白質，但現今環境及氣候影響，人民愈來愈多對麩質（Gluten）過敏，此症狀稱為麩質過敏症（Celiac Disease），指小腸對麩質高度敏感，導致消化不良的一種腸道疾病，也曾被稱為“乳糜瀉”。

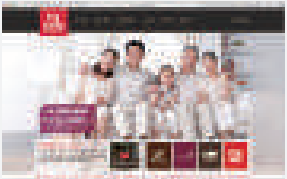
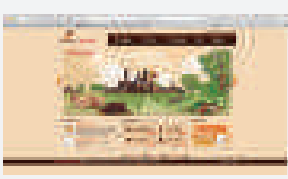
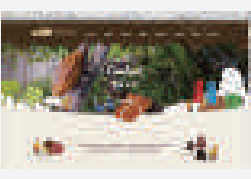
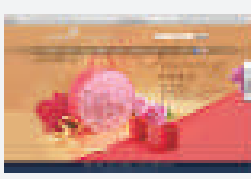
為增加國產稻米使用量及減少消費者麩質過敏症之影響，本公司已研發米穀粉取代麵粉之蛋糕，克服製程操作相關問題及蛋糕口感問題，未來計劃將禮坊蛋糕系列逐步推動使用，讓國產稻米食用量增加及消費者有麩質過敏症有選擇方向。

3.1.2 客戶關係管理

宏亞食品產品100%皆在食品安全管理系統ISO 22000要求條件下所生產，完全符合國家法令的標準。並致力為顧客提供最健康、安心、高品質的食品，與多元豐富知識、趣味的互動體驗。宏亞食品重視消費者權益，從食材選樣設計到產品包裝提供完整的資訊供客戶選擇時參考，產品售出後給予消費者提出建議及反應相關問題的管道，每一項商品於單包或外盒上皆標註消費者免付費專線：0800-060515，消費者若對商品有任何疑慮，可撥打專線諮詢或申訴。另外在本公司官網設置有「線上客服表單」機制。所有申訴相關資料包括消費者的個資隨電子表單建檔，但嚴禁被任意使用或取得，以符合個資保護法之要求。2018年本公司並未發生侵犯顧客隱私權，或遺失顧客資料的記錄；在銷售過程中亦無違反推銷、廣告之開罰記錄。

我們也期許以用「在地永續，幸福永續」的服務理念，透過市場資料的分析，幫助我們設計符合及適合消費者的產品，在服務場域：巧克力共和國與禮坊全台門市，努力創造提供專業貼心、確保消費者各項權益為前提，推動各項服務措施，並提供準確和適當的溝通。

顧客意見回饋管道表

免付費專線 0800-060-515	
官網 宏亞食品  http://www.hunya.com.tw/contact_us.aspx	77  http://www.77.com.tw/index.aspx
禮坊  http://www.rivon.com.tw/contactUs.asp	巧克力共和國  http://www.republicofchocolate.com.tw/contact.aspx
FB粉絲團  77粉絲團 https://www.facebook.com/77DoubleLucky/  巧博粉絲團 https://www.facebook.com/RepublicofChocolate  禮坊粉絲團 https://www.facebook.com/rivonfans	

以上各種溝通管道皆有客服人員即時服務。消費者所反映之事件內容，則由客服人員開立電子客訴表單，經由客訴管理系統針對客訴案件進行管理，即時會簽相關單位進行追查分析，並提出改善對策，再由客服人員回覆消費者，直到獲得消費者滿意方能結案。本公司重視與顧客建立絕對信任關係，並以同理心體貼顧客的需求。展望未來，我們仍將持續與消費者溝通，並一如既往的繼續在產品開發、技術服務與品質提升上進行創新與精進。

3.2 安心製程管理

3.2.1 原物料管理

本公司自2008年通過ISO 22000以來，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，當有新產品上市、生產線或設備變更及法規變更時，會立即展開危害分析。由於輸美食品需附有防護計畫書，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，並製作一本完整的防護計畫書以備查。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為：

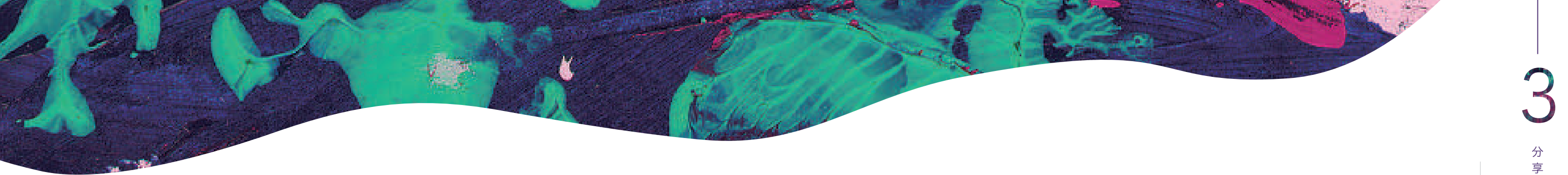
- 1.將原物料收貨後，每批皆經由品保人員檢驗，品質不合格者退貨;若規格稍不符合，而不影響品質檢驗者，則以特採允收，但其比例微少。
- 2.允收後，於資訊系統中登錄原料名稱、包裝型態、供應商名稱、品牌、原產地及有效日期之批號，以作為產品追溯之依據。物料則針對食品接觸面(單包膠捲、內板、烤盤紙、脫氧劑等)進行製造日期的建檔。
- 3.倉管人員依原料儲存方式分別進行定位管理。
- 4.人員領用時，倉管人員依資訊系統之信息提示，進行先進先出並核對實際發料內容的符合性，進行資訊維護並確認資料。原料則依原物料儲存期限管制辦法進行產品儲存管理，避免變質與逾期。2018年原料共進料5190批，合格允收5004批，合格率96.42%，2017年原料共進料5656批，合格允收5395批，合格率95.39%，原料允收率增加1.03%；分析原因應為:供應商已明確得知宏亞品質驗收標準及品質水準。

3.2.2 溯源管理

由於採購流程到倉庫收料、品保驗收、定位發料、配料、生產、出貨等階段，皆有電腦系統管理作業，因此產品單包上的有效日期或內部管控碼，可以分辨出產品的製造日期、使用的原料批號明細、出貨日期到哪個分倉或經銷商手中，皆可立即得知，以縮短時品安全事件發生時，內部追蹤作業的時間。2018年實施2次回收演練，確保產品異常、緊急應變的即時追蹤追溯。對供應商稽核查廠時，也都有實際進行追蹤追溯的演練，確保其符合2小時內完成回收的能力。宏亞食品從源頭監控產品品質，以符合食品安全衛生管理法規要求，未來在電腦系統作業上會再強化內部資訊的串連，務必將所有的資訊以公開、透明、迅速為主要目標。

3.2.3 製程管理

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、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、作業場所與設施衛生管理及品保制度等三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。



影響產品	要求項目	改善項目或改善之措施名稱	說明改善方式	影響金額	主要產品總金額	金額百分比
 77 巧克力類	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。	860,721	860,721	100%
	作業場所	噪音區 單包封口確認 單包形態的變更 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寄包裹，以延長保存期限。 5.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。			

影響產品	要求項目	改善項目或改善之措施名稱	說明改善方式	影響金額	主要產品總金額	金額百分比
 禮坊訂婚喜餅及烘焙類	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.每年舉辦全廠性品質衛生及重要管制點操作人員之教育訓練。	549,289	549,289	100%
	作業場所	作業區加裝紫外燈 單包封口確認 衛生檢查日誌	1.蛋糕及漢餅清淨室加裝紫外燈，下班開啟進行空間殺菌。 2.增加水壓機，檢測單包封口之完整性。 3.每日由各單位主管執行衛生日誌的查核。			
	設施衛生管理	1.機台清潔度 2.自來水出口檢驗 3.外銷禮盒微生物	1.食品接觸面每兩個月進行塗抹及微生物確認。 2.製造現場出水口每2個月檢驗大腸桿菌及生菌數。 3.生產線上人員手部每月抽檢2名。 4.外銷禮盒每批抽驗微生物。			
	品保制度	單包查核	1.針對高水活性商品，每批加放脫氧劑及檢知劑，翌日收縮做封口收縮確認。 2.比對二者或三者抽樣檢驗報告之微生物相符性。 3.新品保存試驗之執行。			

備註說明:本公司的商品分類如下：
1.七七巧克力類包含：77乳加、77新貴派、蜜蘭諾鬆塔、歐維氏巧克力、巧菲斯、片裝巧克力、巧克力醬及各式禮盒。
2.禮坊訂婚喜餅及烘焙類：禮坊「洛可可」、「愛情旅行箱」、「時尚瑪蕾」、「永恆珍愛」、「囍沁」喜餅禮盒、生日、彌月蛋糕、中秋月餅、節慶禮盒及甜點零售商品等。

1.食品從業人員部分

- 新進員工於報到時即須體檢合格，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。
- 人員進入生產現場，需經過更衣室並依規定進行手部清潔，穿著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汙染。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，找出最易汙染點並確時清潔即可，已不需微生物的檢驗，2018年外銷品未有微生物不合格遭受銷毀的記錄。

3.品保制度

- 本公司的品保體系是依據 ISO 22000及GHP要求自主管理和供應商要求，建立相關的作業辦法及指導書，展開品保工作。主要的工作內容有原料檢驗、物料檢驗、製程巡迴檢驗、成品及出貨檢驗、產品標示製作、新品及包材測試、化驗及微生物檢驗、文書上傳及法規查詢、品質系統之查核與維護、供應商稽核訪廠、衛生查核、儀器校正、感官品評、客訴、異常處理等，定期接受認證單位的外部稽核和客戶端二者稽核，政府機關的抽驗查廠等，以確認品質系統運作適宜性。

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 溯源管理

本公司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，但為落實食安，除通過ISO 22000認證外，並建立追溯資訊系統，以強化產品源頭管理機制。對於每批原物料，在資訊系統登錄原物料名稱、包裝型態、供應商名稱、品牌、原產地。製造命令單成立後，將產生配料清單，配料清單上會自動註記每項原料之有效批號，原料倉庫之配料人員需逐項比對配料清單上所註記的有效批號與原料包裝上的有效批號是否完全符合，如有不符，需在配料清單上予以修正，始可發料，此日期符合性亦納入品保每日查核項目。

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，產品繳至成品倉庫，出貨時倉管人員將在理貨單登錄每一出貨品項之批號。藉由此系統，可以由產品的生產日期或批號往前追溯，查知所使用之原料的有效批號及相關資訊。倘若其中某項原料有不符事項產生，可依此追溯系統查出該批原料所生產的所有相關產品，並予以管制。倘若其中某項產品有不符事項也可掌握該批號之產品流向，全數回收管制。

3.3 食品安全與品質保證

3.3.1 品質認證管理

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。一個新產品上市前需經研發、企劃、採購、品保、製造、物流等重重關卡，方可出貨至消費者手上。依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

NO	工作範圍	品保工作重點
1.	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。
2.	物料檢驗	1.物料進料檢驗品質檢驗項目(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
3.	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查核。
4.	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/再製等品質判定 3.成品出貨品質及先進先出查核。
5.	微生物檢驗	1.各階段(分別取樣新品、原料、成品、外銷) 2.生產環境檢驗(空間落菌、食品接觸面、手部)
6.	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

NO	工作範圍	品保工作重點
1.	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。
2.	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。 5.包材首批進料，核對產品標示以確保100%符合食品衛生法規，2018年確實未曾發生衛生局或民眾檢舉標示不符案件。
3.	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。
4.	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。
5.	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。
6.	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)
7.	專案執行	1.依公司政策執行專案改善(資訊系統、精實生產)
8.	文件維護	1.法規文件更新、原料及成品規格書分類管理。 2.全家、產銷及TQF、7-11平台資料維護。
9.	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。2018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。

本公司一直秉持誠信經營理念，嚴格貫徹法規之要求。2018年經衛生局入廠執行專案查驗共4次，雖有違反食品安全衛生管理法及施行細則，主要原因為(1)添加物實盤數量與電腦帳目不符合，改善方式為每月改成每周實盤並校正電腦帳目數量，不定期抽驗以避免再發，(2)清機不完全殘留餅屑或孳生病媒，以加強每日衛生清潔與查核落實5S管制避免再發，由於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，故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。

新台幣元					
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
食品安全衛生管理法及施行細則	衛生局	所有產品	無	良好	0
食品良好衛生規範	衛生局	所有產品	4	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

未來本公司仍會秉持此嚴謹的生產作業態度，站在風險評估角度分析，做好食品業者的本分，避免造成消費者恐慌與不安。

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，2018年均未發生使用不合格原料或是產品使用不安全事件。

程序作業名稱	是	否	備註
產品原件/成份的來原或服務的供應者			● 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 ● 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			● 公告可能產生危害或環境衝擊過大之原料不使用 ● 遵守綠色設計開發，避免過度包裝
產品的使用安全			1.針對廠內使用之脫氧劑，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。
產品的後續處置及其環境/社會衝擊			逾期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，減少對食物鏈之污染衝擊。

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，2018年也未有發生食品安全事件需下架的記錄。

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2018年本公司已通過的各項產品或國際系統認證如右上表：

食品TQF	● 乳加線: 27.8%(5/18=27.8%) ● 成型巧克力線:10.53%(2/21=9.5%) ● 威化線: 21.74%(5/25=20%)
ISO 22000食品安全管理系統認證	● 全廠全品項100%。
中國GB/T22000認證	● 烘焙食品(蛋黃芝麻餅、漢式餅、鳳梨酥、西餅、威化、起酥餅)、糖果(乳加類)、巧克力及製品的製造。
農產品產銷履歷	● 履歷巧克力鳳梨酥 ● 履歷香蕉巧克力冰
里仁認證商品	● 紅茶小格酥、紅玉紅茶乳酥餅、無添加工坊巧克力醬、70%黑巧克力、代可可脂巧克力黑

備註:由於TQF認證方式是以產品分別提出申請，故非屬全廠全品項100%認證。

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二者稽核、衛生單位稽核。2018年外部驗證稽核共計稽核5次(包括SGS、中國質量認證中心、台灣優良食品TQF驗證*2次、產銷履歷農產品驗證)，客戶稽核共9次(好市多、7-11、里仁、大潤發)，不符合事項除好市多要求的離牆45公分和原料供應商未完全提供第3方稽核報告外，此為好市多特別條款目前工廠因廠所規畫無法與近期內改善完畢，供應商因規模大小與管理模式亦無法100%短期內取得認證並提供二者報告，其餘缺失全已改善完畢，未來規劃先以離牆離地符合台灣法規五公分為主，供應商正向鼓勵申請品質管理系統為主，優先採購具品質管理系統之供應商。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。

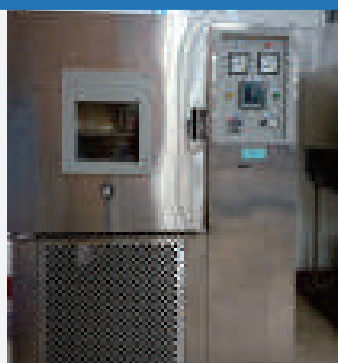
3.3.2 品質監測系統

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。該實驗室雖未有實驗室認證，但微生物檢驗能力符合檢驗機構舉辦之能力比對試驗結果，具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。在檢驗設備方面，除了已建置鹵素分析儀及一般檢驗分析、GC氣相層析儀等設備外，光線變敗機、產品壽命測試機及恆溫恆濕機等，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，於檢驗設備上也新增新式檢測儀，如:水活性儀提供具有效率的檢測；質構分析儀為確認產品組織硬度。

新的水活性儀



HRM-80FA恆溫恆濕機



氣相層析儀



YM式光線變敗試驗機



殘氧機



微生物操作實驗室



質構儀操作



2018年廠內自行檢驗原料/半成品/成品項目及次數，統計如下表

法規衛生指標	檢驗項目	檢驗次數	合格率
	原料-總生菌數	157	100%
	原料-大腸桿菌	157	100%
	原料-大腸桿菌群	157	100%
	原料-黴菌及酵母菌	157	100%
	台灣成品-大腸桿菌	187	100%
	台灣成品-大腸桿菌群	187	100%
	台灣成品-總生菌數	187	100%
	台灣成品-黴菌及酵母菌	187	100%
	外銷成品-總生菌數	157	99.4%
	外銷成品-大腸桿菌	157	100%
	外銷成品-大腸桿菌群	157	100%
	外銷成品-黴菌及酵母菌	157	99.4%
	研發委託-大腸桿菌	287	100%
	研發委託-大腸桿菌群	287	100%
	研發委託-總生菌數	287	100%
	研發委託-黴菌及酵母菌	287	100%
廠內自行監控	檢驗項目	檢驗次數	合格率
	水分測定	4971	98.73%
	殘氧測定	692	100%
	水活性	415	100%
	ATP(生物冷光儀)	9	100%
	脂含量測定	44	100%
	鹽度測定	60	100%
	沙門氏菌	1	100%
	金黃色葡萄球菌	1	100%
	PH值	76	99.4%
	恆溫恆濕(保存測試)	1307	100%
	上昇熔點測試	74	100%
	黃麴毒素	77	99.4%
	酸價	101	100%
	過氧化價	177	100%
	過敏原確效	15	100%

備註說明：違反法規衛生指標之大腸桿菌群，合格率未達100%，乃因外銷產品超過廠內標準，後段因已出貨，且外銷抽驗整體禮盒的微生物狀況，成品未被抽驗不合格。

2018年委外檢驗項目及次數，統計如下表

檢驗項目	次數	檢驗項目	次數
大腸桿菌及菌群	54	沙門氏菌	17
防腐劑	23	金黃色葡萄球菌	3
甜味劑	23	標示審查	2
二氧化硫	23	抗氧化劑	5
黃麴毒素	24	重金屬	5
人工色素	10	動物用藥	0
八大營養素	3	漂白劑	0
著色劑	10	動物成分	0

備註說明：送外檢驗之各項結果，合格率为100%。

3.3.2 品質管控

品質管理系統能夠維持穩定及持續運作極為重要，因此品保部每年均擬定教育訓練計畫，安排負責品管及檢驗相關人員接受教育訓練，以更專業的技術來完成品質檢測及品質保證的任務。2018年外部訓練食安課程共計訓練人數20人，18堂，合計189.5小時，內部訓練食安課程共計訓練人數635人，34堂，1417.2小時，並隨時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。

為確保符合法規要求及產品穩定度得到客戶肯定，2018年在實驗室相關品質管理、檢驗費用支出共計6,590,111元，佔營業額0.334%(2018年營業額1,972,592仟元)，較2017年0.418%減少0.08%。

在品質管理實務上，除通過ISO 22000食品安全管理系統認證之外，分析廠內所有生產的產品，並透過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，是我們的責任」。

本公司為股票上市公司，作業規範均依主管機關規定辦理。在食品安全衛生方面，主要採取與政府食品安全衛生法規同步措施，依循法規要求嚴格落實食品安全衛生管理，並嚴謹檢視供應商遵循狀況並進行查核，且定期將原料送外部檢驗。對於最重要的溯源管理，要求供應商須符合最新法規要求；不符合供應商管理規定者，厲行汰換制度(2018年未汰換廠商)。2018年共計訪廠查核44家，總計改善事項達184件。

宏亞食品2018年度交易供應商共計288家，其中包括油脂類10家、肉類4家、乳品類14家、食品添加物類36家、糖類20家、蛋品類6家、豆餡類5家、麵粉類4家，均屬法規要求須強制登錄於衛福部平台的17類食品業者。本公司並要求此類供應商除須負自主管理之責外，尚須實際施行訂定食品安全監測計畫和符合食品安全管制系統。目前通過FSSC 22000供應商(共21家)、ISO 22000供應商(共63家)、HACCP供應商(共53家)、清真認證 (HALAL) (15家)、SQF(2家)所生產之原料進行採購。公司進貨的原料，均依食品衛生法規的最低檢驗週期，將原料定期送外部檢驗或由廠商提供第三公正單位檢驗報告(2018年度總計經第三公正單位檢驗137份)。進口原料除要求供應商提供進口報單輸入許可證明之外，品保單位須核對每批進貨原料與進口報單(食品用)屬同一批號，並依據進料檢驗辦法進行檢測驗收。108年生產的成品，經自主管理送第三公正單位檢驗共54份。

食品添加物屬原料，供應商依法規提供組成分、添加物許可證，由品保部查詢確認，是否為該供應商販售之合格添加物，若有成份、產地、標示等變更，需事先報備並經核准，方可進料。為確保配方正確性，除配料人員進行配料作業外，尚經主管二次覆核和品保抽驗，合格後方可送料使用。

為維護及保障消費者健康、避免誤用過期原料，本公司倉管人員須依公司「倉儲作業管理辦法」規定，進行原料先進先出之管理。每月針對原料庫存進行清查盤點，確保原料效期及數量的正確性。

3.3.4 行銷與標示

產品標示屬食品安全衛管理法重點稽核項目之一，除了衛生主管機關食品志工、一般民眾消費者、公益團體等均可主動於市面流通場所進行檢視，若有標示不符合事項，可依法檢舉若查證屬實，則進行罰鍰並限期改正，因此我們公司將標示列為重點管理，由源頭供應商提供之原料資料，到成品配方乃至行銷設計均經由品保部再三審核，遇有可能發生消費爭議或誤導之虞將要求企劃部更改版面字眼，強調設計排版均有佐證資料可符合產品標示，2018全年未發生標示不符合案件，也教導所有負責單位必須清楚明白法規及商品標示等要求。

4 傳承清新 豐饒未來

4.1 致力守護環境

環境管理策略
環保支出

4.2 氣候變遷因應

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 製程優化管理

4.5 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，公司已將環境保護做為公司持續努力的方針。宏亞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。



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：

- **資源節用、安全衛生**
持續改善使用設備及管理方法，以提高能資源使用效率，並降低各項危害因子。
- **守法**
遵守環境、安全衛生等相關法規。
- **教育、宣導**
落實員工教育訓練及供應商宣導，強化整體環保及安全衛生意識，並預防傷害與疾病。
- **減廢**
持續推動製程減廢、降低製程衍生之廢棄物、廢水、廢氣等環境衝擊，並落實污染預防工作。
- **綠色設計**
簡化包裝材料使用以提升環境管理績效。

2.環境管理機制

設置環境、能源管理委員會及專責單位，依循ISO14001、ISO45001國際標準要求，制定組織活動、一切行為規範標準，定期進行內部外部(驗證單位)稽核，召開審查會議檢討，持續改善，實踐宏亞對環境的承諾。

3.環境申訴案件

本公司為使內外部之抱怨事件及各階層間之意見能夠有效的處理，訂定「環安衛諮詢與溝通管理辦法」，並依此建立本公司與內外部利害相關者有效溝通之管道：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做好有效適切訊息傳達與溝通，建立內外部諮詢與溝通管制表，並經由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。2018年環境衝擊申訴案件為2件。

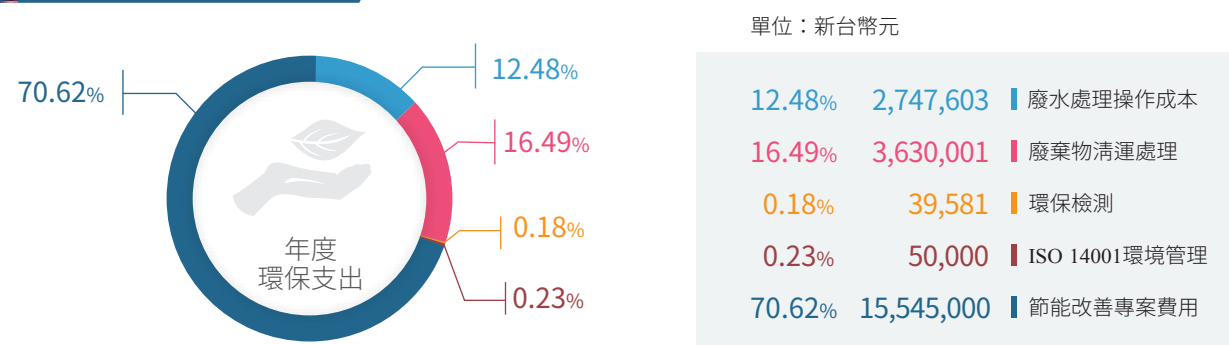
年度	環境衝擊申訴的總數量	申訴案已解決的數量	因應改善方案
2017	1	1	霧氣清洗溢散氣味
2018	2	2	1.廠區設置隔音牆 2.更新排風設備

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。

4.1.2 環保支出

宏亞食品一向對於環保議題相當重視，除了遵循法規要求之外，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。2018年度，公司並未發生嚴重洩漏事件。

2018年環保支出統計表



4.2 氣候變遷因應

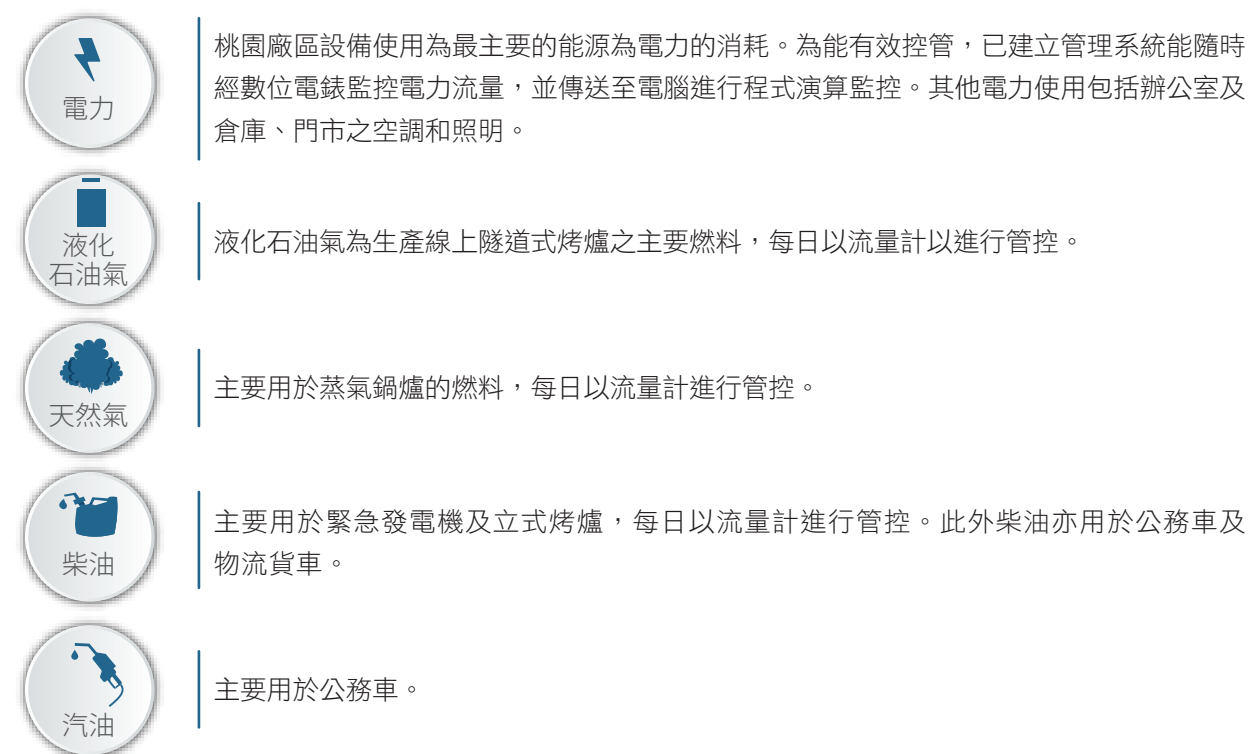
本公司透過風險評估辨識氣候變遷所引致風險，重大風險包括旱季自來水供應量不足導致限水，及夏季高溫供電備載不足導致供電品質降低二項最為顯著。我們已依鑑別結果規劃具體因應措施。在未來也會持續檢視氣候變遷相關風險和契機，並檢視因應措施是否需進行調整或強化。2018年二氧化碳排放量減量目標65公噸，實際完成減量123公噸。未來將以總用電量1%以上二氧化碳排放量為減碳排放目標，持續改進生產設備效力。

氣候變遷風險評估表

風險	財務衝擊	營運相關程度	風險項目	2018年因應策略與成效統計
氣候異常引起水資源缺乏	低	中	● 自來水公司限水、停水	● 雨水回收再利用：360噸。 ● 放流水回收再利用：25,377噸。 ● 增加自主水儲存量240噸/足夠二天用水量。
供電品質降低分區限電	低	中	● 營運成本提高。 ● 發電廠夏季用電高負荷進行限電措拖。	● 機動調整生產時段，降低尖峰用電需求用電成本 ● 提高能源利用效率： 1.冷卻水塔節能改善計劃，2018年節用120千度。 2.太陽能光電系統建置計劃，2018年節用457千度。

4.2.1 能源管理

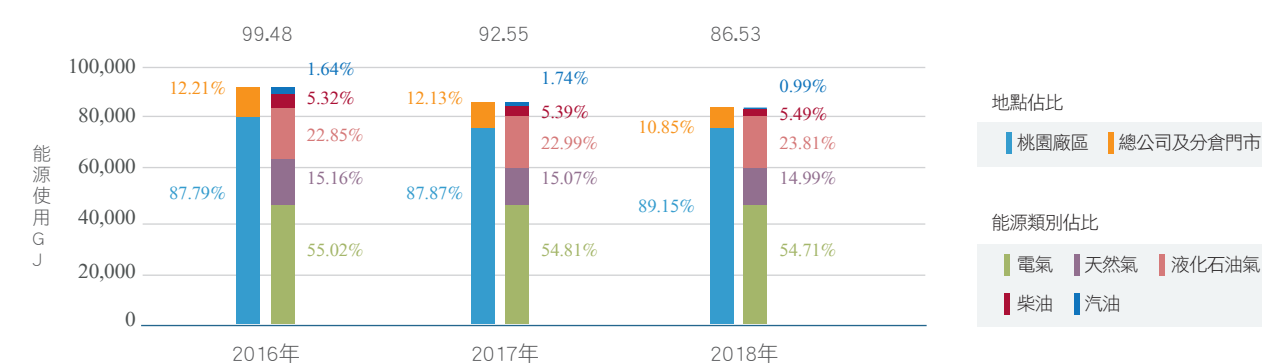
本公司依循能源管理法相關規定進行管理及申報作業，管控過程中，如有異常情形發生，依「能源管理作業標準書」進行處置。為提升環境績效，現正加速舊型、耗能設備汰換外並積極與國內研究學產界交流分享，尋求持續改善機會，以促進和檢視能源效益提升的績效。



1. 能源消耗

近年來，約89%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11%。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。

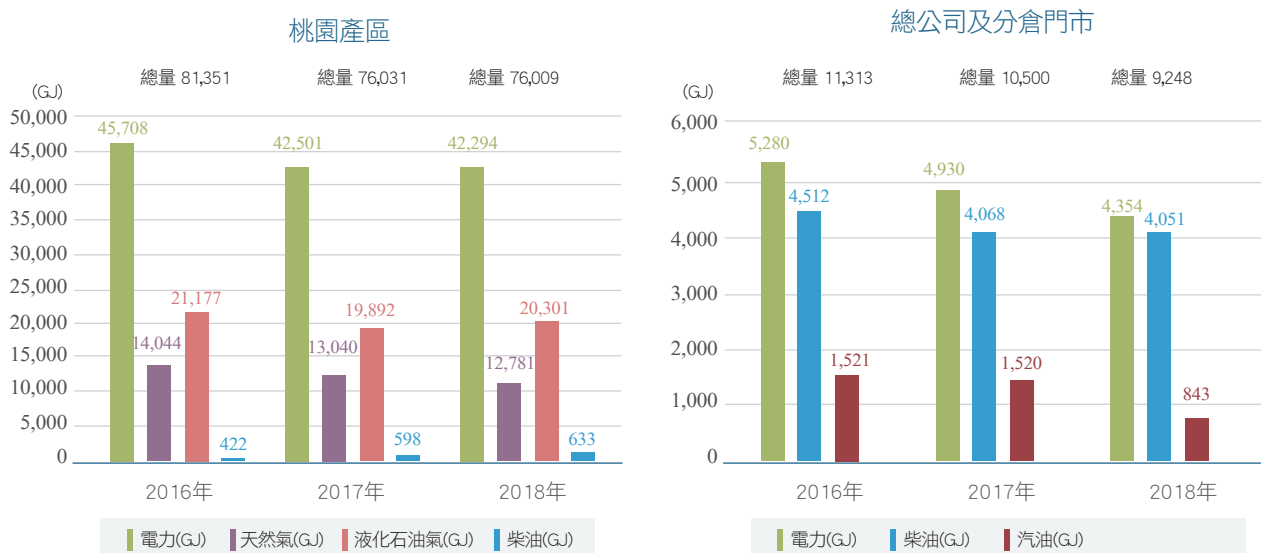
整體能源使用分佈



	2016	2017	2018
電力 (GJ)	50,988	50,988	50,988
電力 (仟度)	14,161	14,161	14,161
天然氣 (GJ)	14,044	14,044	14,044
液化石油氣 (GJ)	21,177	21,177	21,177
柴油 (GJ)	4,934	4,934	4,934
汽油 (GJ)	1,521	1,521	1,521
總量 (GJ)	92,664	92,664	92,664

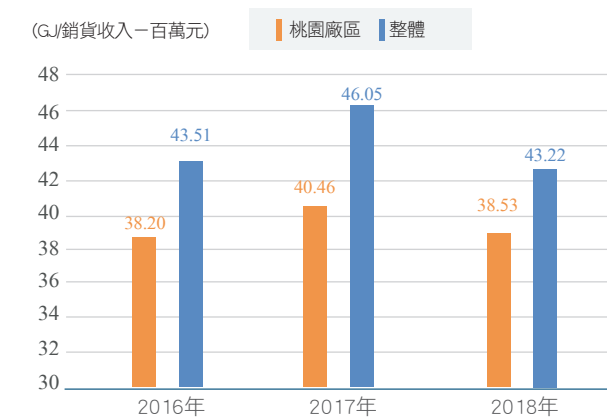
由於桃園廠區和其他區域的能耗差異較大，為更好呈現相關能源數據，後續將分區域統計呈現。

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、汽油使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

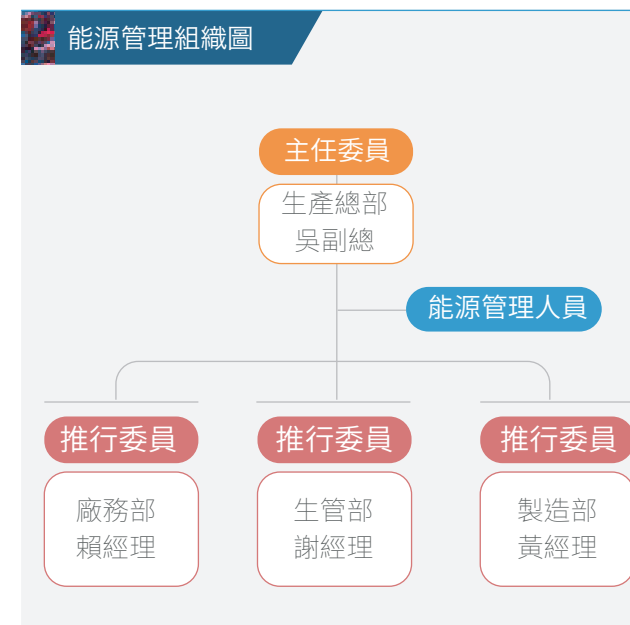
<http://mops.twse.com.tw/mops/web/t164sb04>

2016年至2018年銷貨收入分別為2,130、1,879、1,973百萬元。

2018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，主要因市場景氣影響，產能利用力偏低外，現正將生產排程調整合理化，降低損耗。

3. 能資源查核

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，並訂定節能目標，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，廠區電力供配、儲冰空調、冷凍冷藏、污水處理、用水供應處理、空氣壓縮、照明、蒸汽鍋爐、升降梯、自來水使用量和回收水系統等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、用水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

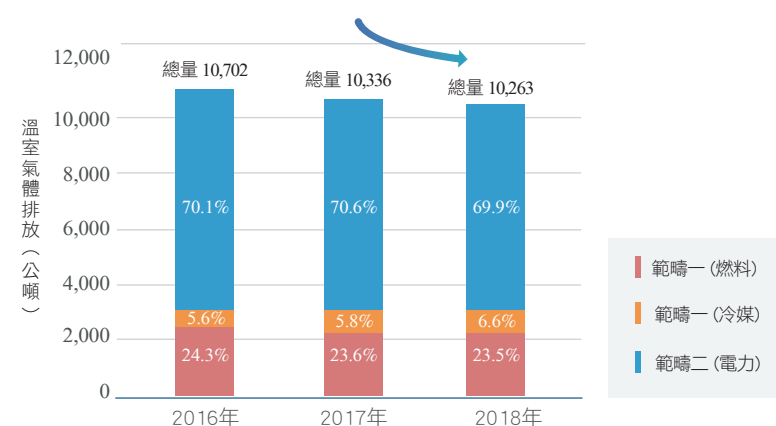
職 稱	工 作 職 掌
主任委員	- 綜理有關能源管理工作之計畫執行與目標達成。 - 審核與頒佈能源供應情形和單位產品能源耗用基準。 - 審查能源改善案件及節約執行效果。 - 汲取國內、外新節約能源技術，以提升廠內能源節約成效。
能源管理人員	- 推動能源查核制度。 - 訂定並執行節約能源目標及計畫。 - 定期檢查並改進各使用能源設備之效率。 - 配合節約能源目標，檢討各使用能源設備之能源消費量。 - 宣導節約能源知識，並舉辦有關節約能源活動。 - 主管機關通知辦理之有關能源事務。
推行委員	- 負責定期統計相關資料，彙報能源管理人員。 - 推行節約能源各項作業。 - 查核機器設備使用效率和處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

4.2.2 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（間接排放），其次是燃料使用（直接排放）及空調設備使用冷媒的逸散量；桃園廠空調系統及冷凍機組45%使用環保冷媒，依冷媒逸散率計算溫室氣體排放量約601噸CO₂e，目前廠內還有55%機組使用蒙特婁議定書所管制物品，自2012年起依設備汰換R-22非環保冷媒，改採R134a，R404A，R407A等環保冷媒。計劃2025年前將全數汰換非環保冷媒冷凍空調系統。員工交通通勤溫室氣體排放不列入統計。

近三年溫室氣體排放



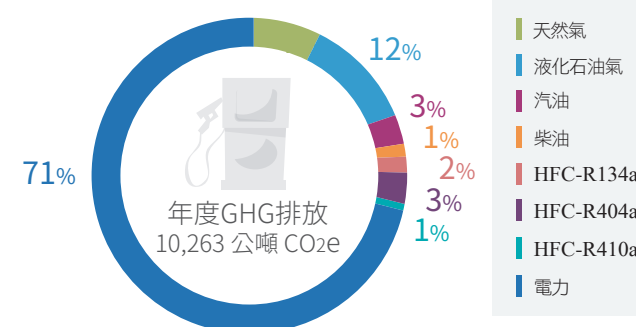
近三年度溫室氣體統計表

年度	2016	2017	2018
範疇一 (燃料)	2,595	2,437	2,404
範疇一 (冷媒)	601.402	601.402	682.027
範疇二 (電力)	7,505.24	7,297.72	7,177.26
總量 (公噸 CO ₂ e)	10,702	10,336	10,263

備註說明：

- 溫室氣體排放量已納入統計的氣體包括CO₂、CH₄、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。
- 電力排放係數來自經濟部能源局：https://www.moeaboe.gov.tw/ecw/populace/content/ContentDesc.aspx?menu_id=6989，電力溫室氣體排放量（公斤CO₂e/度）=電力（度）*排放係數（2016年0.530公斤CO₂e/度、2017年0.554公斤CO₂e/度、2018年0.554公斤CO₂e/度）。

2018 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 ₂ e）
範疇一	燃料	天然氣	度	381,574	716.991
		液化石油氣	公升	730,809	1,281.057
		柴油	公升	133,185	347.097
		汽油	公升	25,825	58.447
	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	12,955.338	7,177	

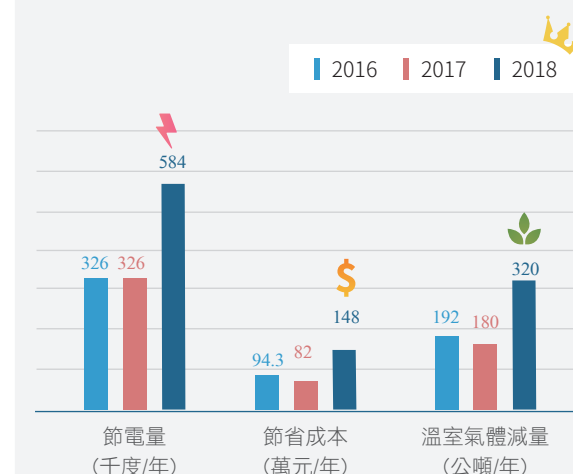
備註說明：依據行政院環境保護署國家溫室氣體登錄平台所公布的溫室氣體排放係數管理表6.0.3版計算溫室氣體排放量。其他計算方式請參看上一個表的註解。

2. 溫室氣體排放減量措施

本公司為能有效降低溫室氣體排放及管制能源的使用，自2007年起成立能源管理組織，並依循能源管理法規進行節能管理與提案改善。每年制定節能目標及方案，降低能源使用量及汰換低效率設備，提高能源價值。如：增加高效率冰水主機設備，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。

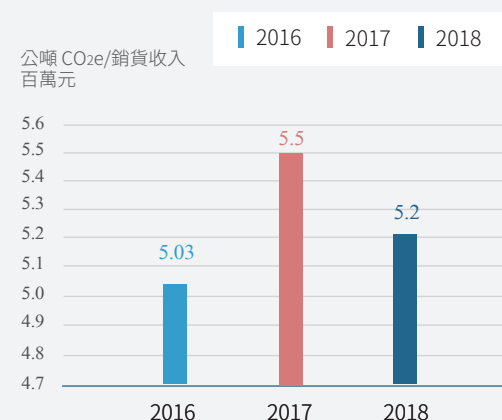
繼2016年之傳統照明汰換、預冷庫冷能回收節能、蒸汽鍋爐節能、空調主機節能，及2017年的產線照度及空調可變風量節能方案，本公司在2018年制定冷卻水塔節能改善計劃和太陽能光電系統建置計劃等二項節（減）碳方案，歷經兩年規劃，內外部溝通、參訪、會議檢討、測試和驗證過程，執行後總計達成成效電力使用量減少584千度/年，節省成本148萬元/年，CO₂e減量320噸/年，也連帶降低2018的溫室氣體排放密集度。

最近三年度節能方案及成果



備註說明：(1) 2018年電力取得成本：2.54元/度
(2) 電力（公斤CO₂e）=電力（度）*排放係數（2018年0.554公斤CO₂e/度）
(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



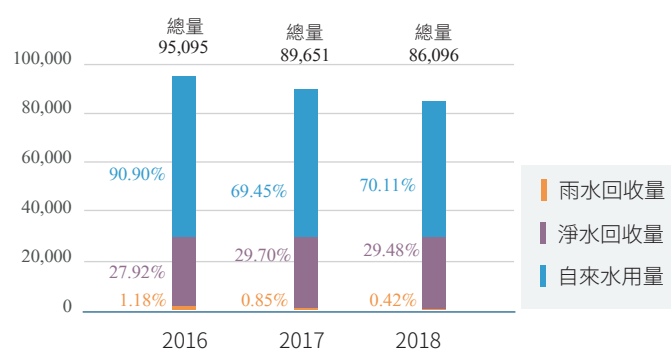
4.3 水資源管理

因應氣候變遷造成水資源供給不穩定並長期極可能趨近匱乏，水資源已是21世紀人類所面臨最重要的課題之一。有鑑於此，本公司在水資源管理上，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）

本公司早於2007年起，即對於廠區水資源做最有效率的調配和管理，不但有效減少浪費，也提升使用效率。除將廠區廢（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、植栽澆灌之用；並設置雨水回收池，作為巧克力共和國園區植栽澆灌用水。

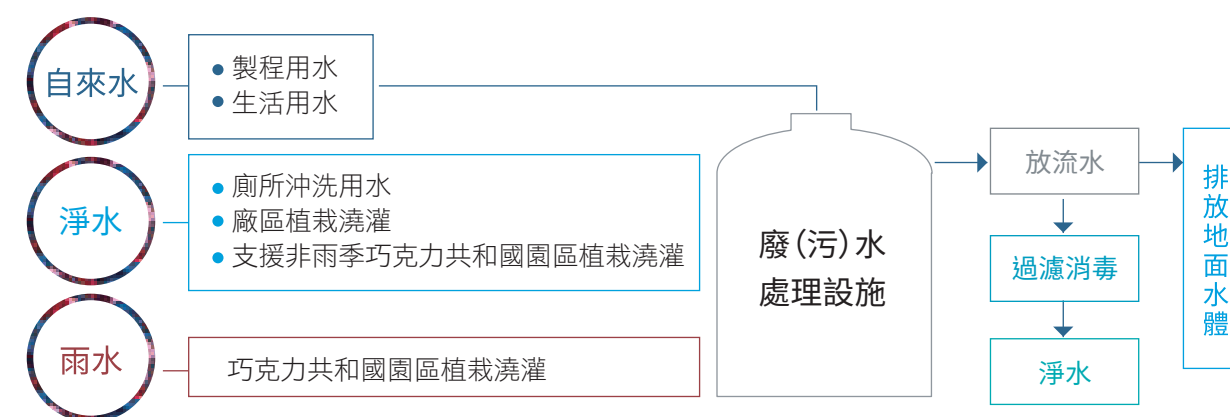
近三年使用水源及水量



年度	2016	2017	2018
自來水用量	67,424	62,262	60,359
淨水回收量	26,551	26,629	25,377
雨水回收量	1,120	760	360

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。

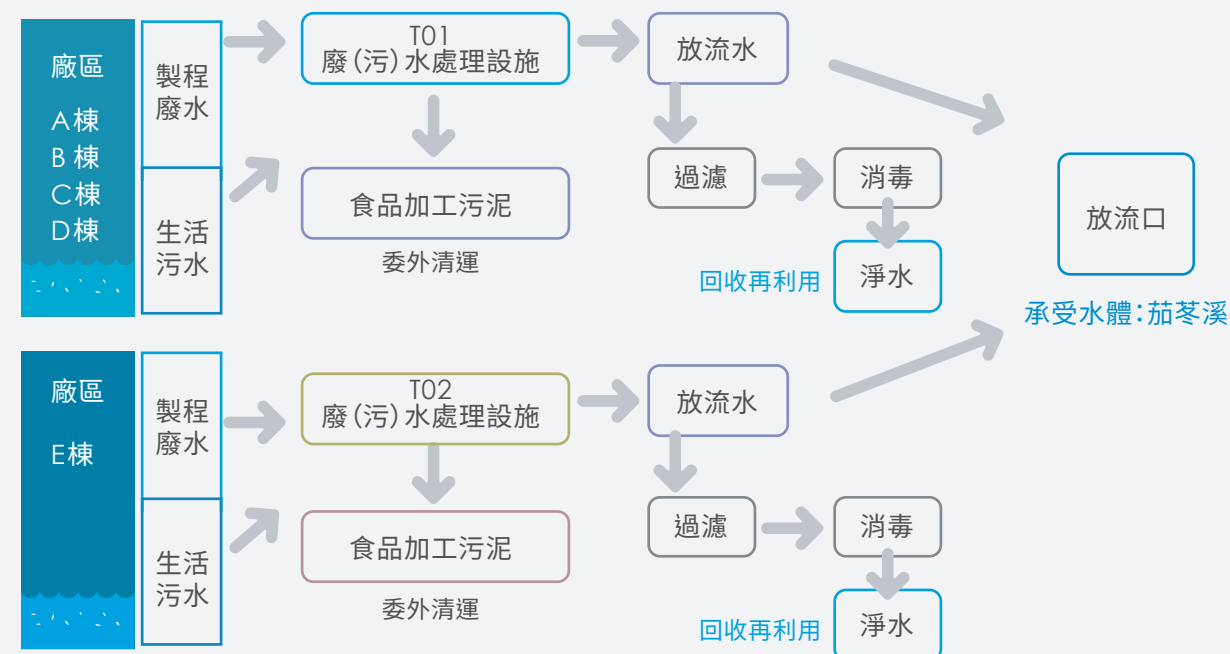
廠區用水概況



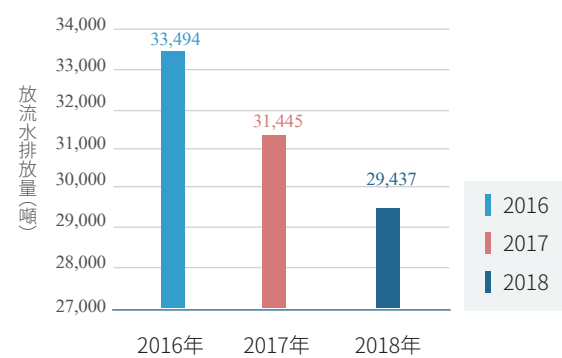
4.3.2 廢污水管理（GRI 306-1）

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，依處理流程：一級化學處理及生物處理，且符合食品製造業之放流水標準排放至廠外排水溝。且將部份處理過的放流水，經砂濾塔過濾及漂白水加藥殺菌後進行回收再利用。導引作為廠內植物澆灌、廁所沖洗，以達水資源循環再利用。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。



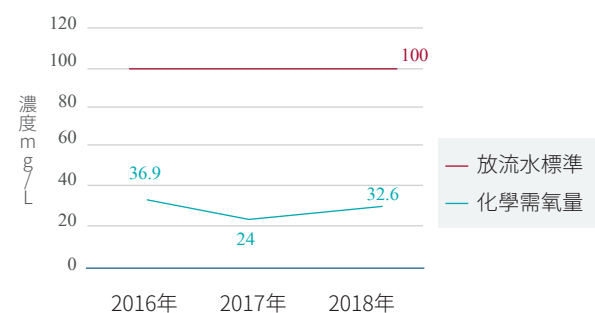
最近三年放流水排放量



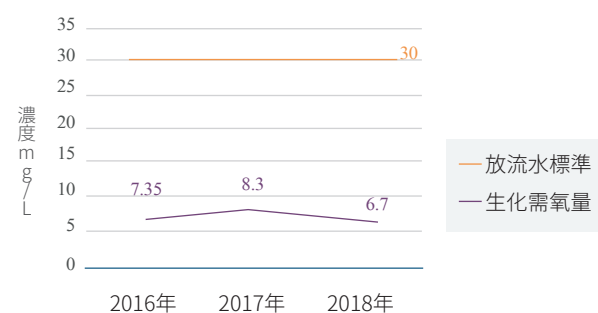
放流水水質

2018年放流水水質平均值為化學需氧量32.6mg/L，生化需氧量6.7mg/L，懸浮固體6.4mg/L，油脂3.3mg/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）。

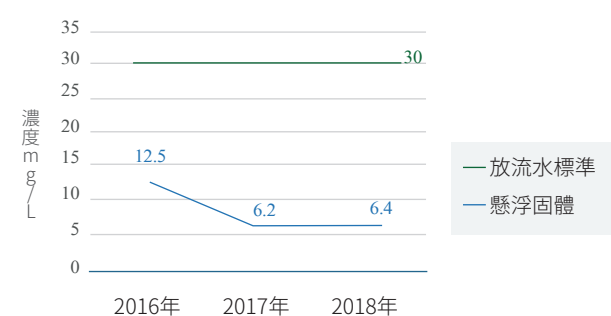
最近三年放流水水質－化學需氧量



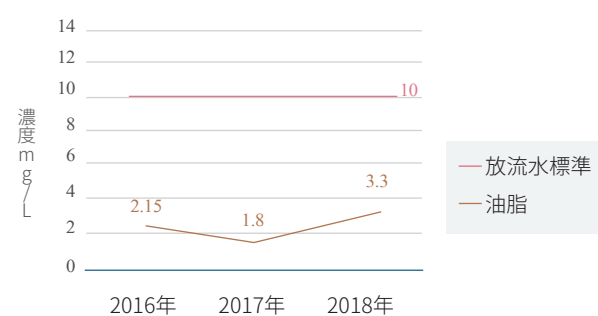
最近三年放流水水質－生化需氧量



最近三年放流水水質－懸浮固體



最近三年放流水水質－油脂

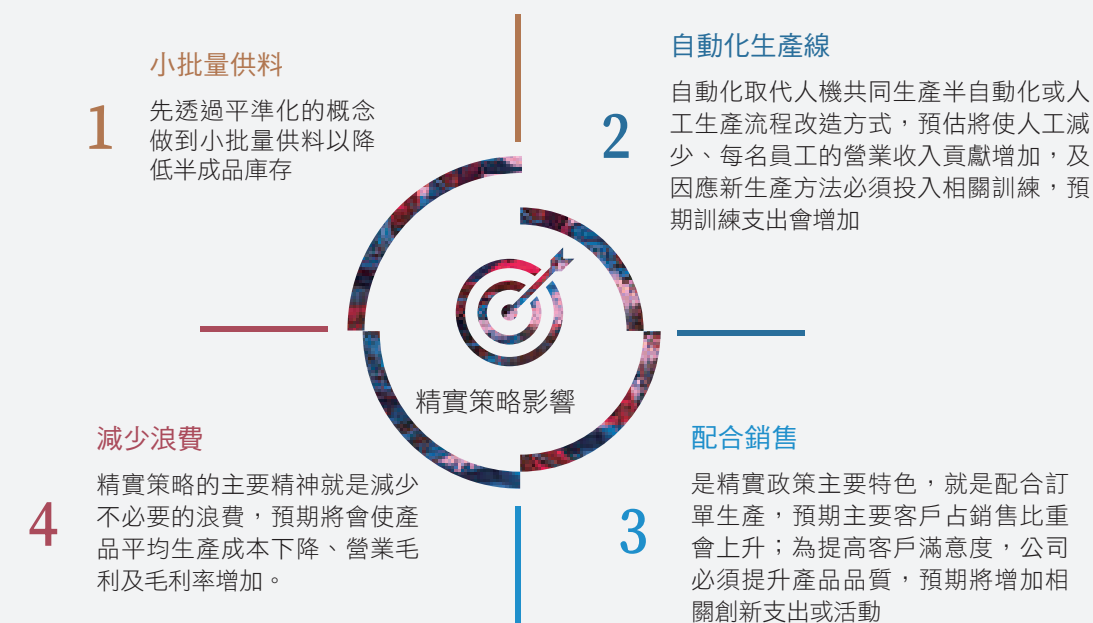


4.4 製程優化管理

為因應食品產業現況內外部面臨的挑戰，及達成SDG 12責任消費與生產：確保永續消費及生產模式，2018實行精實生產，藉由全廠品質管理(TQM)，全面設備保養(TPM)以及精實生產(TPS)改革的推動，以精實生產管理方式達到生產資源最佳化、友善人機協同環境、彈性敏捷生產、預測製造管理等，進而提高生產效率與品質。生產流程順暢化、生產品質穩定化、生產管理精緻化、以有效垂直整合工廠和企業管理流程，並以水平方式透過網路與外部供應鏈結合。

- 1.外部挑戰：**食品時尚和零售業的快速變化給整個供應鏈帶來了複雜性。舉例來說，超商專案架每四週一檔，每次皆有操作主題，像是抹茶季、草莓季等。因超商顧客多半具有嚐鮮特性特質，在這種複雜情況下經營，同時要保持盈利，公司應有各種策略來應對這些挑戰。精實管理是幫助這些挑戰的技術方案之一。
- 2.內部挑戰：**原物料無論是大至天災人禍、小至下雨、溫度起伏都易受影響。精實管理方法其中一項為：重視過程績效的監控和控制，以便在原材料變化成為不合格產品之前採取糾正措施。

為達永續消費及生產模式策略目標，精實生產主要聚焦在四個面向：



4.5 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。

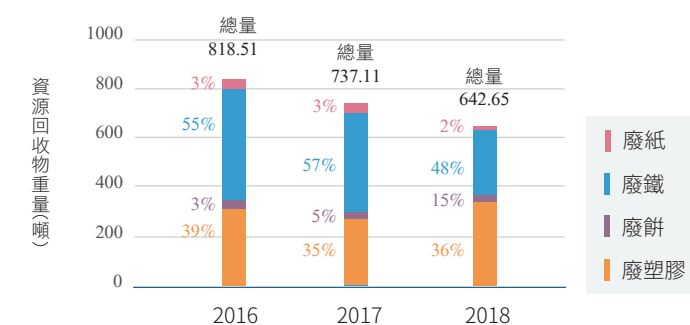
4.5.1 廢棄物資源管理（GRI 306-2）

廠區主要產出之廢棄物有兩種，一、「有害事業廢棄物」：C0301 廢液(閃火點小於60℃)，均來自品保實驗室產出。二、「一般事業廢棄物」：D1801生活垃圾、D0299廢塑膠混合物及R0902食品加工污泥，上述C、D類廢棄物均委由合格之清除處理公司進行清運及焚化處理R類廢棄物--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，並依規定上網申報。

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，將廢紙、廢鐵、廢餅、廢塑膠分類存放，並委由資源回收商回收再利用。

近三年資源回收類別(桃園廠區)



最近三年度資源回收品項統計表

資源回收品項(噸)	2016年	2017年	2018年	處理方式
廢紙	322.42	259.26	303.63	回收再利用
廢鐵	23.77	34.06	17.80	回收再利用
廢餅	451.04	423.56	308.24	回收再利用
塑膠廢餅	21.28	20.23	12.96	回收再利用

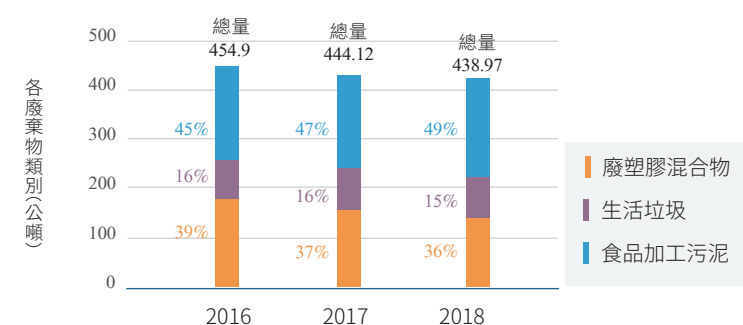
4.5.2 空氣污染管理

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，2018年持續達成零環保申訴的目標。

4.5.3 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，2018年監測結果皆屬正常，合乎法規要求。

近三年廢棄物類別(桃園廠區)



各廢棄物類別 (公噸)	2016	2017	2018	處理方式
廢塑膠混合物	177.56	164.59	158.02	焚化處理
生活垃圾	73.97	71.18	66.28	焚化處理
食品加工污泥	203.37	208.35	214.67	公告再利用

5 塑造活力 友善職場

5.1 人才永續

5.2 福利與權益

薪資與福利
育嬰假
退休制度
員工權益

5.3 人才培育

用水管理
廢污水管理

5.4 友善工作與生活

工作安全
健康照顧



黏點善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，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。2018年更新總公司的辦公環境，建置先進的工作設備，提供同仁更佳安適的工作環境。



創新

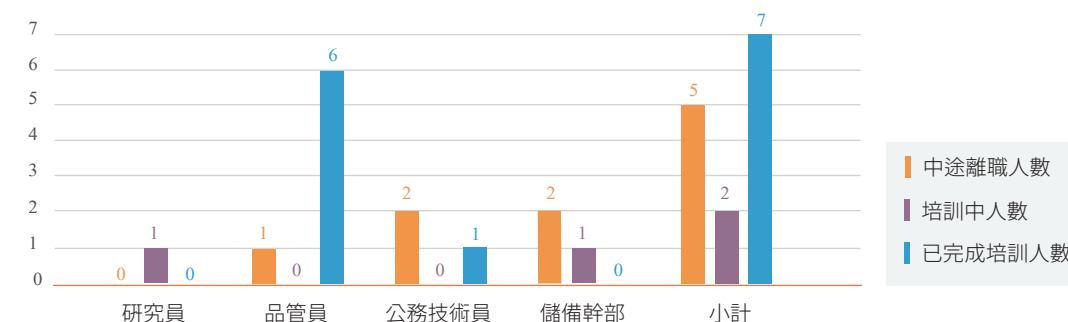
2018年培養宏亞員工正能量，營造快樂活力工作職場，舉辦各項營造節慶氛圍活動，如：歲末祝福同樂會，促進同仁互助友愛合作職人精神。舉辦社企職人講座：如點點善分享解決社會問題讓公益融入企業經營及1982創業故事，激勵宏亞同仁在問題觀察及解決層面上具啟發及正向的轉型的趨動力。

5.1 人才永續

公司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，培養員工成為產業的菁英。2018年公司建置職能，透過各階層主管及同仁的研討產出核心職能及管理職能，依據職能招募人才及培育人才，以實踐組織的願景及共識的團隊文化。2018年共有107人次主管職人員參加職能共識營清楚瞭解核心職能所要求的行為標準，及各階層主管須具備的管理職能。對於提昇部屬人才力即可聚焦於關鍵能力的培養，以符合公司長期組織目標應具有的競爭能力。

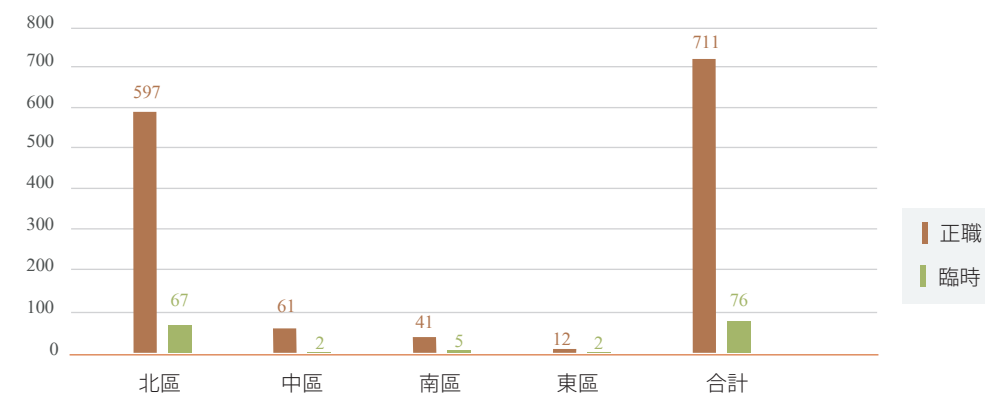
此外本公司為培養重點新進人員能成為企業發展的中堅份子，依職務的不同，規劃出完整的重點新人訓練計劃，2018年實際有14人參訓，該年度內完成培訓7人。

2018年 重點新人培訓情形圖



本公司用人以在地人為主，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。

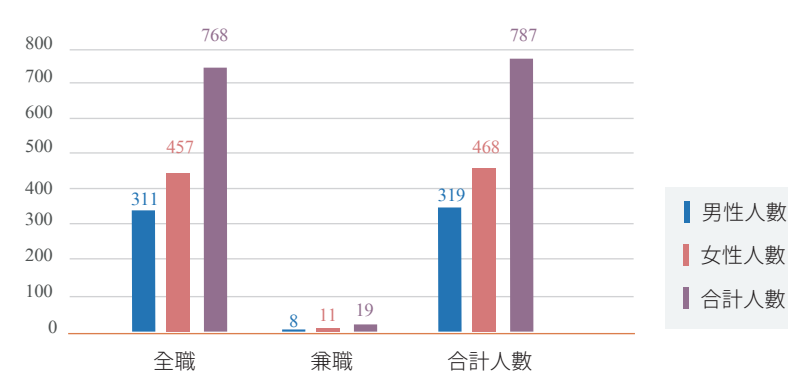
2018年 正式/臨時人力分佈區域比較圖



說明：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)

本公司兼職人員佔總人數的2.41%，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。

2018年 全職人力與兼職人力的性別比較圖

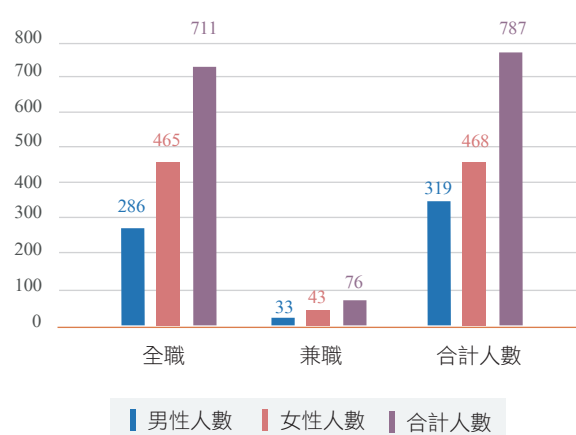


2017年推動「當責」企業文化，透過影片的欣賞、教育訓練課程及每月月會鼓勵主管分享同仁當責案例並公開表揚，讓同仁積極展現當責行為，提昇職場良好文化。宏亞食品每年訂定年度經營策略目標，用人單位依據各部門發展之需擬定年度人力計劃，並提出人力需求。人力資源部門則運用多元徵才管道招募人才，並依勞基法聘用人才。本公司用人適才適所，讓同仁可發揮其專才，並提供企業內優秀人才輪調之機會，面談時即將工作內容、雇用條件...等，讓應徵者明瞭。並透過職務再設計，提供身心障礙人士適合之工作環境，並確保同工同酬。另外，本公司與多所大專院校產學合作(包括國立台北商業大學、元培科技大學、健行科技大學、萬能科技大學、銘傳大學)，持續提供學生實習課程及就業機會。

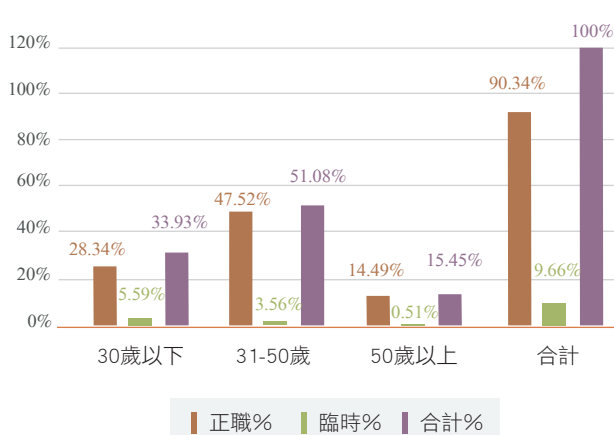
本公司高階主管以重要營運據點聘僱為主(台灣)，現有高階管理階層23人，佔全公司總人數3.23%。(註：高階管理階層係指理級以上主管人員男11人、女12人)

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。

2018年 正式人力與臨時人力的性別比較圖



2018年 正職/臨時人力年齡分佈圖



2018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	222	31.22%	368	51.71%	590	82.98%
外國員工	64	8.91%	57	8.12%	121	17.02%
合計	286	40.13%	468	59.87%	711	100.00%
30歲以下	95	13.36%	2512	18.0%	223	31.36%
30-50歲	139	19.54%	823	33.0%	374	52.61%
51歲以上	52	7.31%	562	58.72%	114	16.03%

說明：為使百分比總和為100%，黃色區百分比有微調

其中身心障礙者有9人；原住民有6人

	正式		臨時		合計	
	人數	%	人數	%	人數	%
男	286	40.22%	33	43.42%	319	40.53%
女	425	59.78%	43	56.58%	468	59.47%
合計	711	100.00%	76	100.00%	787	100.00%
30歲以下	223	31.36%	44	66.03%	267	33.93%
30-50歲	374	52.61%	28	26.42%	402	51.08%
51歲以上	114	16.03%	4	7.55%	118	14.99%
合計	711	100.00%	76	100.00%	787	100.00%
北區	597	83.97%	67	88.16%	664	84.37%
中區	61	8.58%	2	2.63%	63	8.01%
南區	41	5.77%	5	6.58%	46	5.84%
東區	12	1.68%	2	2.63%	14	1.78%
合計	711	100.00%	76	100.00%	787	100.00%

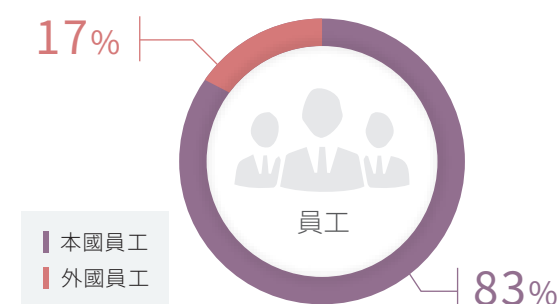
說明：1.為使百分比總合為100%，故上表黃色區百分比欄數值有微調

2.正式=正職+外勞；臨時=契約+工讀+派遣

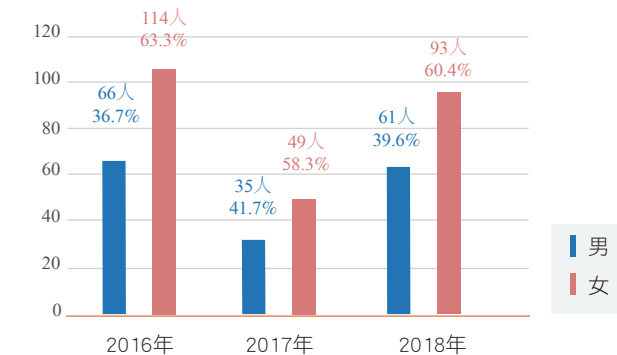
3.北區(新北、台北、桃園、新竹、苗栗、連江)；中區(台中市、南投、彰化、雲林、嘉義)

南區(台南市、高雄、屏東)；東區(宜蘭、台東、花蓮)

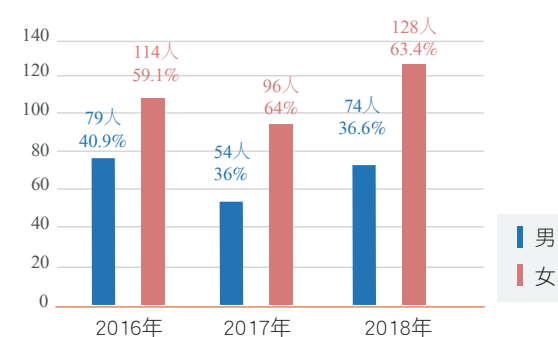
2018年本/外籍員工人數比例圖



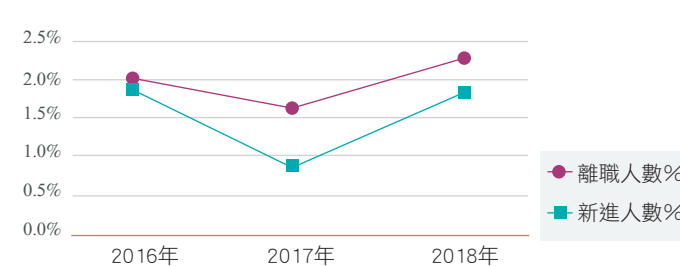
最近三年新進人數與比率



最近三年離職男女人數與比率



最近三年離職男女人數與比率



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AS400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

	新進人員					
	2016		2017		2018	
	人數	%	人數	%	人數	%
男	66	36.67%	35	41.67%	61	39.61%
女	114	63.33%	49	58.33%	93	60.39%
合計	180	100.00%	84	100.00%	154	100.00%
30歲以下	12	71.11%	52	61.90%	95	61.69%
30-50歲	84	27.22%	31	36.90%	58	37.66%
51歲以上	93	1.67%	1	1.19%	1	1.20%
平均在職人數	801		772		723	
北區	164	91.12%	71	84.52%	121	78.57%
中區	6	3.33%	8	9.52%	17	11.04%
南區	8	4.44%	3	3.57%	11	7.14%
東區	2	1.11%	2	2.83%	5	3.25%
合計	180	100.00%	84	100.00%	154	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。
 2.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)

	離職人員					
	2016		2017		2018	
	人數	%	人數	%	人數	%
男	79	40.93%	54	36.00%	74	36.63%
女	114	59.07%	96	64.00%	128	63.37%
合計	193	100.00%	150	100.00%	202	100.00%
30歲以下	100	51.82%	68	45.34%	97	45.34%
30-50歲	82	42.49%	65	43.33%	82	40.59%
51歲以上	11	5.69%	17	11.33%	23	11.39%
平均在職人數	801		772		723	
北區	172	89.13%	135	90.00%	162	80.20%
中區	9	4.66%	7	4.67%	2	9.90%
南區	9	4.66%	7	4.67%	011	5.45%
東區	2	1.55%	1	0.66%	9	4.45%
合計	193	100.00%	150	100.00%	202	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。
 2.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)

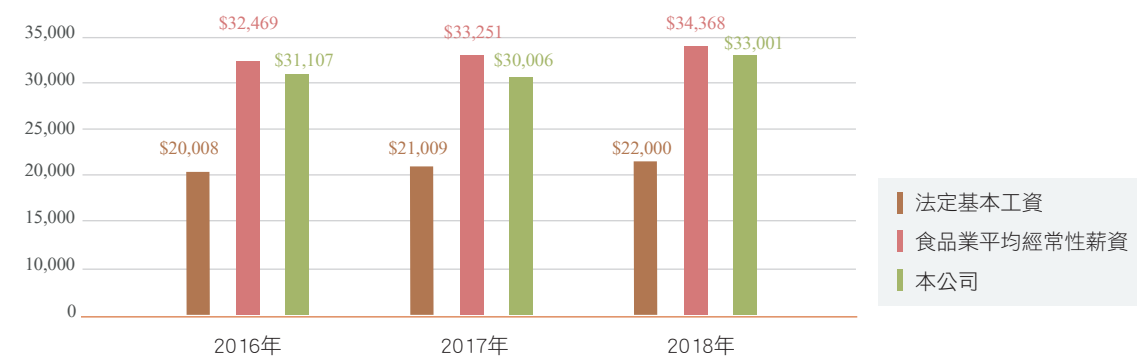
5.2 福利與權益

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，2018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。2018年非擔任主管職務之全時員工人數為671人，全時員工薪資總額為307,181,737元，全時員工「薪資平均數」457,797元。

年 度	2016	2017	2018
法定基本工資	\$20,008	\$21,009	\$22,000
食品業平均經常性薪資	\$32,469	\$33,251	\$34,368
本公司	\$31,107	\$30,006	\$34,368

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源自行政院主計處年度公告(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。2018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



5.2.2 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。全體同仁在公司的宣導下，對於政府的相關措施均能充分瞭解，本公司也為體恤員工，創造一個友善溫馨的工作環境目標努力不懈。2018年度育嬰留停人數為18人，復職率為83.3%(截至2018年度底應復職人數為6人)。2018年末有先前育嬰留停復職滿一年以上者。

2018年育嬰假申請狀況表

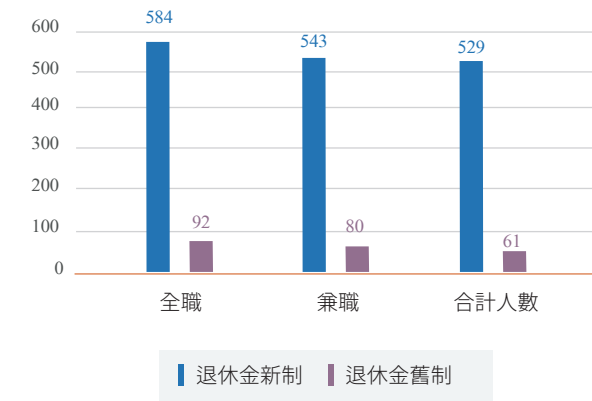
2018年	產假人數	陪產假人數	育嬰留停人數	復職人數	復職人數	離職人數
男	0	10	2	1	0	1
女	17	0	16	4	9	3

備註說明：範圍為本公司本國籍正式員工

5.2.3 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2018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2018年度，應計退休金負債帳列數為64,655仟元。

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	2016年	2017年	2018年	員工參與退休計劃程度
退休金新制	584	543	529	100% (不含外勞)
退休金舊制	92	80	61	

5.2.4 員工權益

本公司無設置工會，但公司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。此外本公司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2018年度並無申訴案件。

2018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，且本公司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，2018年本公司督導3位參與宣導訓練。2018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207人次參與，總時數共計41.4小時。

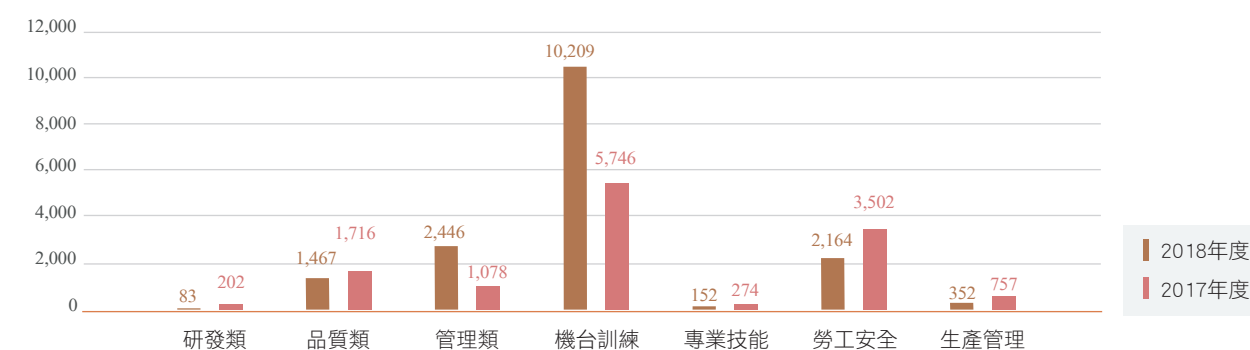
5.3 人才培育

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。

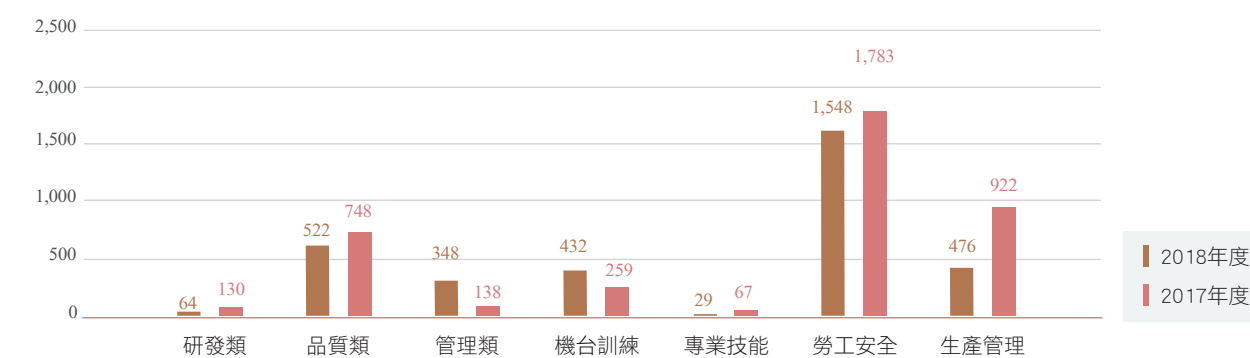
另配合員工職涯發展、公司經營目標之推動，循序漸進建立制度化課程，可區分為以下六大類：



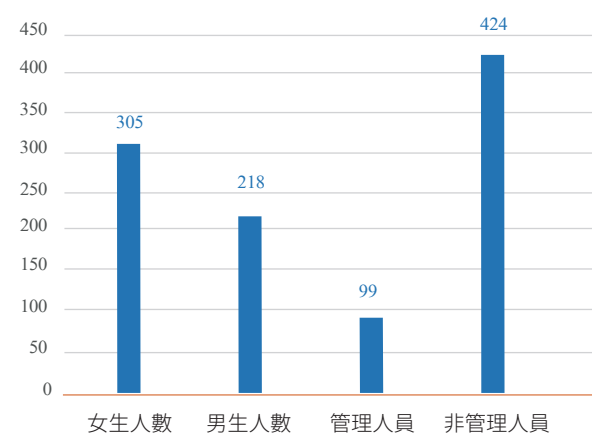
近二年 各類課程訓練時數比較圖



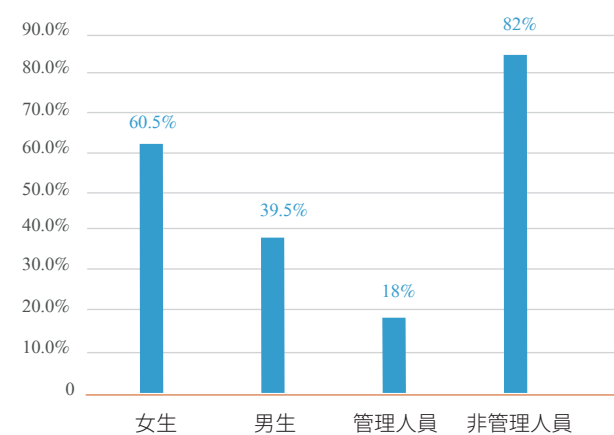
近二年 各類課程受訓人次比較圖



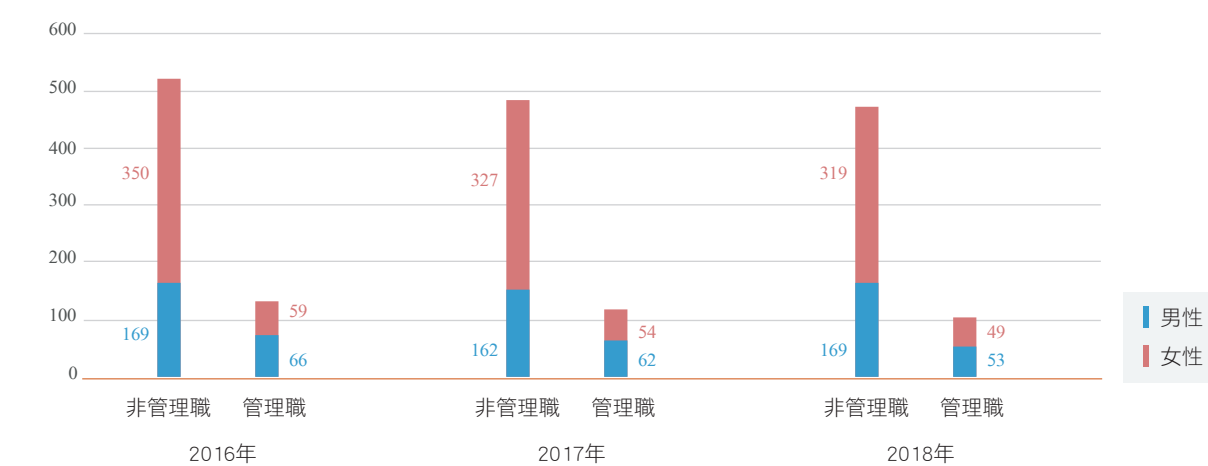
2018年度 男/女性上課人數暨管理/非管理人員上課人數 比較圖



2018年度 男/女上課總時數暨管理/非管理人員上課總時數百分比圖



近三年定期考核男女性/管理非管理職分佈圖



5.4 友善工作與生活

5.4.1 工作安全

安全衛生組織的運作及訓練：

- 1.本公司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.公司訂有「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.公司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公司管理的一環，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，2018年有關安全危害的缺失，外部稽核有1件(次要缺失)；是有關感電預防措施已立即改善完畢。
- 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，在公司內控辦法「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。

2018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	1	1	1.96	1.96
		被捲被夾	2	6	3.92	11.76
	女	被切、割、擦傷	0	0	0.00	0.00
		被捲被夾	3	16	4.43	23.63

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

2018職災統計較2017呈現下降，因公司在工作環境及安全皆有進行宣導教育之加強。

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 ODR	損失日數率 LDR(%)	缺勤率 AR(%)	因公死亡件數
2018	男	233	510,722	3	7	1.17	0	2.74	0.42	0
	女	309	677,310	3	16	0.89	0	4.72	1.06	0
2017	男	249	552,710	0	0	0.00	0	0.00	0.55	0
	女	336	745,826	7	104	1.88	0	27.89	0.97	0
2016	男	245	568,065	4	58	1.41	0	20.42	0.33	0
	女	340	788,335	14	67	3.55	0	17.00	0.72	0

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

5.4.2 健康照顧

健康之工作環境

本公司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 OHSAS 18001並取得認證。預計108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。此外公司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(CO2)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。為此公司訂有「廠區作業環境測定管理辦法」以供遵循。

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，對於檢查異常同仁要求主管積極安排入院詳盡檢查，以確保同仁健康無虞。
- 2.定期安排合格之執業醫師實施臨廠之安全衛生服務，除提供員工之健康諮詢外，更進一步深入工作現場實地觀察，提供必要之改善或防護的建議，保障員工職場之工作安全。
- 3.設置有駐廠護士，除提供員工平日之健康照顧及緊急傷害處理外；對員工之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。
- 4.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

宏亞企業經營理念為取之於社會，用之於社會的精神，在本章我們將介紹如何藉由巧克力共和國為社會注入歡樂甜蜜能量，以及回饋社區、為社會創造幸福值等相關活動。



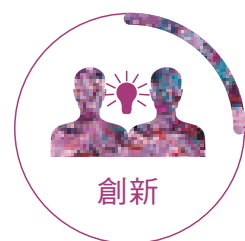
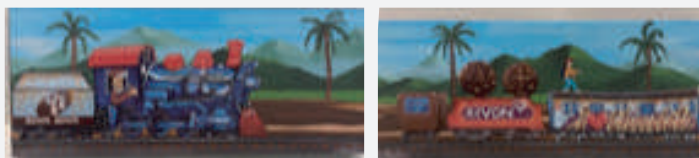
信任

本館秉持「知識、樂趣、夢想家」精神，並透過貼心服務，盼帶給遊客溫暖與歡笑聲。在團隊內建立當責文化，從「分層負責，充分授權」到「分層當責，充分賦權」，顛覆傳統消極的「事後追究責任」，提升至積極正面而公開的「事前承擔責任」。提倡「走動式管理」，走出辦公室、走入現場，親近第一線夥伴，更可深入觀察客戶與市場需求。本館連兩屆獲選「國際亮點觀光工廠」，2018年度積極配合政府新南向政策，共受邀至三個國家進行「心願可可果」DIY展演與特色商品展示，地點分別為東京食品展、泰國旅展、馬來西亞旅展；也創造東南亞各國知名網紅參觀踩線，共有泰國、日本、香港等國家。



熱忱

以「夢想」為主題，開發入口意象彩繪牆週邊商品，將牆面上繪畫的列車，改良為歐維氏77%巧克力新包裝，共設計兩種款式，分別代表「出發」、「挑戰」。2018年度進行ROC Cafe外場服務優化，聘請飲品顧問教學特色飲品調製、精簡菜單料理數，改善食材去化問題，更將餐廳服務流程調整為消費者自助式流程，並新增獎勵制度。



創新

2018以「幸福早點到」為主題，讓巧克力共和國做為在地創新，讓八德區居民可以於早餐時段享用早餐及如後花園的館景，餐點來自宏亞創作食物職人精神融入主廚特製的創意料理，提供營養健康的可可豆漿，讓顧客飽食後漫步在芬多精中，享受身心靈的滿足又美好。2018下半年，團隊處於研發準備期，展望2019年，預計將醞釀轉為行動，除全新DIY課程外，也將開發食玩類商品。



6.1 巧克力共和國



6.1.1 品牌故事

宏亞食品自民國六十五年以來創立「77乳加」，已走過四十年的歷史，一直以「誠信、創新、品質、服務」為我們的企業經營理念。面對國內外食品界激烈角力，以經營者前瞻的視野，「創新」的企業精神，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，成立東南亞第一座巧克力博物館—「巧克力共和國」。

巧克力共和國提供巧克力文化、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，台灣最新地標。「巧克力共和國」冀盼以共和國概念，成為世界甜蜜記憶點，成為國際市場追求永恆的亮點。

營業時間&票價

營業時間

周二至周五09:30-17:00 (售票至15:30)

周六至周日09:30-18:00 (售票至16:30)

休館時間：每周一休館(依季節、節日調整時間)

(如遇館內維護期間，休館時間另行公佈)。

成人票

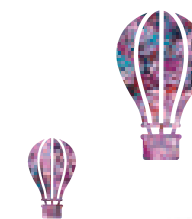
200元 (含抵用券\$100元) / 優待票：100元 (含抵用券\$50元)

(優惠票適用4至12歲兒童，65歲(含)以上長者，與身心障礙者)

免費入館

未滿4歲兒童免費入館。

凡桃園市八德區市民憑身分證明，於周二至周五及非國定假日、連續假期時間入館，一律享門票半價優惠。



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、現場導覽、DIY課程報名、勇闖可可島船票購買等服務；其中DIY課程又分為下列三種供遊客選擇，其中以心願可可果課程最具特色，獨特的手搖模方式，使用雙手加上模具，完成可可果外殼後，再盡情塗鴉巧克力豆，豐富的課程內容也使心願可可果課程成為熱銷TOP 1。



蜂情蜜意(基礎)

蜂情蜜意(進階)

2.ROC選品店：除提供集團旗下品牌77乳加、禮坊熱賣商品外，店內以ROC自有品牌巧克力最為熱銷，因商品皆為巧克力共和國獨賣，極具品牌獨特性，更因此創造遊客消費力，2017年與2018年皆榮獲金牌好禮之殊榮。未來也將持續開發文創類商品及趣味性商品，鞏固商品競爭力。



2017年金牌好禮
燒生巧克力-密漬柑橘

2018年金牌好禮
經典薄片巧克力-50%鐵觀音

巧克力扭蛋機

2.ROC Café：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；菜單定期更新，並依各檔活動，研發相關料理，如：主題式下午茶、早午餐、巧克力豆干等期間限定商品。



ROC Caf 空間照

可可果聖代

幸福早點到

6.1.3 創造幸福記憶點

Jan

「大成國中」創客育成公益DIY，學生分組設計&親手製作巧克力，並於館內實際進行義賣，銷售所得於年末結算並回饋予在地弱勢學生來館體驗DIY課程。



Feb

在地書法協會於本館進行書法展活動，創造春節特色話題。



Mar

經發局來館舉辦節「能減碳成果發表記者會」，並以宏亞食品工廠為成果參觀範例。



Jun

抓周夏季場。



Apr

週年慶Cosplay免門票活動，響應兒童節並創造驚喜樂趣。



Jun

「桃園心意象」彩繪牆揭幕記者會，共達18家報章媒體記者大篇幅報導。



Jul

暑假檔期以「運動會」為概念，戶外新增小火車體驗設施，大廳設置充氣足球場，吸引大批遊客來館體驗。



Sep

中秋檔期活動以「賞月」為主題，打造大月球高掛大廳，並以QRcode進行互動遊戲。



Jul

八德警察分局於本館舉辦青少年高關懷活動，巧克力共和國協辦。



Sep

贊助NPO組織-臺北多元藝術空間青少年發展促進會之「烏干達街舞塗鴉藝術教學公益活動」。



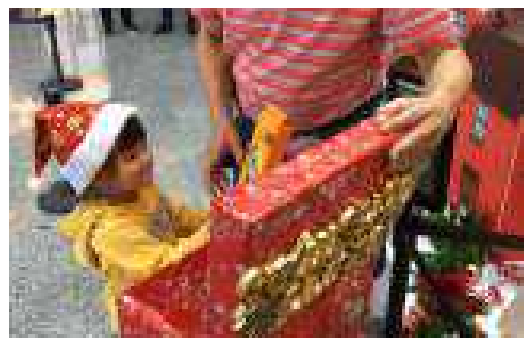
Dec

抓周活動冬季場。



Dec

年末感恩活動，打造冬季雪景拍照區及拉雪橇活動，使大小朋友玩的不亦樂乎。



Dec

「蘆洲國中」創客育成公益DIY，學生分組設計&親手製作巧克力，並於館內實際進行義賣，銷售所得於年末結算並回饋予在地弱勢學生來館體驗DIY課程。



6.2 社會回饋與參與

最近三年 員工職災頻率及損失日數統計表

2018職災統計較2017呈現下降，因公司在工作環境及安全皆有進行宣導教育之加強。

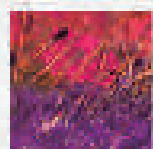
2018 捐贈(贊助)登錄表			
日期	單位	事由	贈品
1/5	桃園市企業創新協會	寒冬送暖活動	糖果餅乾一批
2/22	桃園市八德國際青商會	元宵節活動	糖果餅乾一批
6/1	華光社會福利基金會	公益	餅乾12箱
8/13	華光社會福利基金會	公益	月餅5箱
9/6	華光社會福利基金會	公益	月餅3箱
9/27	華光社會福利基金會	公益	月餅3箱
3/5	傑瑞老人安養中心	公益	餅乾一批
4/3	傑瑞老人安養中心	公益	餅乾一批
5/4	傑瑞老人安養中心	公益	餅乾一批
5/31	傑瑞老人安養中心	公益	餅乾一批
8/8	傑瑞老人安養中心	公益	餅乾一批
5/25	八德區公所	八德區運動會	糖果餅乾一批
9/7	八德區義交	中秋晚會	月餅一批
9/17	瑞興里	中秋晚會	月餅一批
11/28	趙正宇服務處	寒冬送暖活動	糖果餅乾一批
12/26	兒福	中秋公益款	880,000



7 打造互惠 共榮關係

7.1 永續供應鏈

7.2 永續夥伴關係



點點善X宏亞 城市曙光計劃

作品名稱：懼

創作理念：心處迷霧，則難視而懼，唯有敞開心胸，方能撥雲見日，洞見人生

為了與在地夥伴關係可以透過互惠合作共榮共享價值，本章節將圍繞在闡述與供應商的管理及與社會企業的合作關係發展主題。

相關議題：在地夥伴合作發展、扶植本土產業



信任

鑑於社企具有對欲解決社會問題的洞察以及創新能力，而宏亞則有較具經營制度與較多資源，因此宏亞與共同擁有永續願景、價值觀、使命的社企團隊合作，不但可發揮宏亞本身核心專業、提升企業品牌形象，亦期許與社企團隊一起去解決社企所耕耘的社會問題，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

宏亞從三個面與社會企業合作:包括倡議、培育、整合等服務。

倡議：主題講座，主題策展。

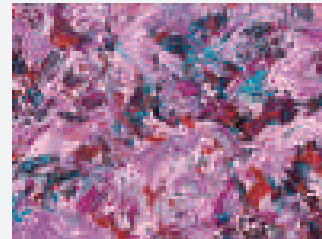
培育：以企業資源，培育新創業家，增添社企軟實力。

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

攜手社企夥伴「點點善」，於宏亞巧克力共和國園區聯手打造「天空草原遊戲室」與「巧克力天文台」，並展示視障朋友畫作，搭配導覽講說，使民眾更深入體會視友無限的世界。



7.1 永續供應鏈

回顧台灣食安事件的發展脈動與民眾關注的面向，2016～2018年這三年的食安議題已持續在轉變中，除了食品廠的生產之外，已進一步擴增到食物源頭的防疫與污染問題，甚至是難以掌握的「非台灣境外議題」，包含非洲豬瘟、日本核食進口、禽流感、中國戴奧辛大閘蟹等議題，都是因為全球化發展而衍生之議題，製造工廠的食品安全防护，也不僅限於製作了；甚至原料假冒、攙偽、殘留超標等源頭管控議題都成為各製造商管理重點，因此我們將供應商和物流商，同時納入品保管理體系，除每個月分析進料品質的良率外，對於進料、生產所發現之不良，皆有記錄並回饋至供應商，力求找出根本發生原因並防止再發。物流運輸階段，則增加車廂清潔確認、運送溫度記錄和車輛保養等，人員的服務態度，倉儲環境衛生皆受品保監控外，我們更主動關心經銷商的儲放環境及品質意識。

本公司為股票上市公司，作業規範均依主管機關規定辦理。在食品安全衛生方面，主要採取至少需與政府食品安全衛生法規同步的措施，嚴格落實食品安全衛生管理。對於最重要的溯源管理、邊境管制與輸入管理，供應商須符合最新法規要求；不符合供應商管理規定者，屬行汰換制度(2018年未發生需汰換事件)。我們一直深信，有問題或風險的供應商，採不合作只是保全我們自己公司不被波及，但對整個食品安全，並無改善，因此我們的訪廠重點除確認法規符合性外，一直再加強溝通和輔導，藉由專案的知識，提供良善的管理做法，期望達到雙贏的局面，而非一味地利用低價策略，犧牲應有的品質和罔顧消費者的健康安全，如此謹慎的從事各項作業，乃因我們深知一旦失去消費者的信心，再好的商品，再便宜的價格，一樣也引不起消費者的青睞和關注。重點是還會引起消費者的恐慌，對公司所生產的所有品牌、商品都有不確定性、不安全感。CSR報告書的揭露，也已邁入第6個年頭，目前並未發生禁止銷售或爭議產品之。很幸運的我們公司即使遭受任何困難皆未被打敗，能屹立不搖的原因不外是品質第一的生產理念。

■ 供應商國際認證管理

2018年有採購供應商僅288家，公司期許除了提供讓社會大眾食的安心的產品外，更期望為維護地球環境盡一份心力，因公司的努力和政策，2018年通過國際品認證原物料的採購量有上升，統計2017至2018年原物料採購符合國際認證之產品，如下表：

採購原物料近二年已通過國際產品認證統計表

認證項目	2017年		2018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	1,293,591	1	1,623,998
棕櫚油永續發展圓桌會議驗證(RSPO)	2	3,755,693	0	0
清真認證(HALAL)	45	31,595,767	15	184,821,396

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。因宏亞的努力和政策，2018年往來供應商通過國際系統認證家數有上升，2017和2018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	2017年		2018年	
		家數	佔比(%)	家數	佔比(%)
1	環境管理系統驗證 (ISO 14001)	13	4.21	11	3.82
2	品質管理系統驗證 (ISO 9001)	46	14.89	32	11.11
3	食品安全衛生管理系統認證(ISO22000)	57	18.45	63	21.88
4	危害分析重要管制點 (HACCP)	49	15.86	53	18.40
5	食品安全管理系統(FSSC)	21	6.80	21	7.29
6	良好生產作業辦法(GMP)	3	0.97	2	0.69
7	食品安全管理系統(BRC)	4	1.29	9	3.13
8	食品安全品質標準認證(SQF)	3	0.97	2	0.69
9	台灣優良食品驗證(TQF)	0	0	3	1.04
通過國際系統認證家數與佔比		196	63.43	196	68.06
總供應商家數		309	100%	288	100%

7.1.1 供應商評鑑

本公司依循供應商管理辦法對供應商進行評鑑，包括新合作廠商、既有供應商、OEM廠商。新廠商則為研發部測試通過的新原料供應商，既有的供應商即長期合作夥伴，OEM廠商則為供應禮盒搭配品之供應商、預計合作廠商。評鑑內容包括廠房環境衛生、品質系統文件、廢棄物清運、環境保護及員工身心面等相關項目，如歧視、童工、工時、勞安等之查核，決不與違法的地下工廠、來路交代不清的原料及使用過期、發生食品安全事件的廠商合作。

1. 新供應商評鑑分為兩個部分：

類別	評鑑程序
全新原料	由企劃提出商品構想→研發試作商品找尋新原料(供應商須提供原料規格書、工廠登記證或營利登記證，若為原料製造商須提供食品業者登錄字號，若為輸入廠商須提供輸入許可證及進口報單)→新品會議經試吃合格後，可直接發行新原料通告，將該供應商/原料名稱、電話、地址、聯絡人等納入資訊系統及合格供應商名冊。
既有原料	由採購部針對獨家原料或大宗原料進行第二家以上供應商品質比較，採購部會請新供應商提供原料樣品→由品保部進行樣品檢驗及核對規格表，若符合廠內要求時再轉由研發部試做→判定合格時，則由採購部會同品保部擇期訪廠，訪廠審查作法同既有供應商→報告判斷是否合格，若合格則知會採購部納入合格供應商之列。

(1)所有供應商皆須配合宏亞食品CSR政策，不貪腐、不使用童工、不歧視人權，善盡社會及環境友善並簽署同意書，不做違反法規法令之事項，有採取CSR系列關注環境人權的公司，可獲得加分優先採購。

(2)評核項目同供應商評核表稽核項目，雖非將各項稽核項目占比明顯劃分稽核比例，但稽核項目包括全面整體查核:

每家供應商基本要求查核 (環境因素)	公司管理、人才培育治理及營運方向查核 (社會因素)
- 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	4品保系統與客訴管理 4搬運、貯藏和運輸 - 產品回收 - 培訓 - 人權 - 法規符合性 - 其它

已取得ISO22000食品安全管理系統認證者，可獲得加分優先採購。

2018年度新增國內供應商3家，訪廠評核結果均為合格，並且納入合格供應商管理，其餘雖未進行實際訪廠，但相關文件均符合廠內標準。

2. 既有及OEM供應商考核:

● 實際訪廠：

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。

■ 實際巡視廠房及週邊環境：主要評核項目為人員衛生管理、產品衛生管理、廠區環境衛生安全管理、HACCP基本要求表、供應商自主檢驗能力項目的確認、是否有實驗室、檢測儀器及人員資格、檢測報告是否符合最新要求等。

■ 環保法規：

- (1)供應訪廠前會針對環境衝擊部分到環保主管機關進行查詢，是否有被處分紀錄。
- (2) 汙水排放處理，產製無害有機生物汙泥，由合格清運商/業者處理，進行堆肥或回收再利用。
- (3)廢棄物清理，是否分類固定場所存放（資源回收流程作業），資源回收處理並依法規規定委合格廠商清運並申報。
- (4) 是否定期申報空氣污染、水污染、廢棄物及化學品之記錄。

CSR查核：

由於人權高漲，公司希望與重視勞工權益的工廠合作，故對勞工權益部分進行抽查，抽查項目如下：

- (1)是否有禁止使用童工,無歧視女性，無職場暴力。
- (2)是否有貪腐發生現象。
- (3)是否有超時工作或加班記錄。
- (4)是否有工作安全衛生管理、工安事件調查。

● 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，會開立進料品質異常回饋追蹤單，並知會採購部，要求供應商找尋發生原因及提出矯正預防對策。2018年開立品質異常單責任歸屬為原料供應商共12件、物料供應商4件，較2017年2件多增14件，乃因內部員工自主品管能力增加可發現供應商品質水準下降，未造成失敗成本增加和造成消費者危害。

● 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，以確保供應鏈的品質。對於既有供應商評核，具體成效如下：

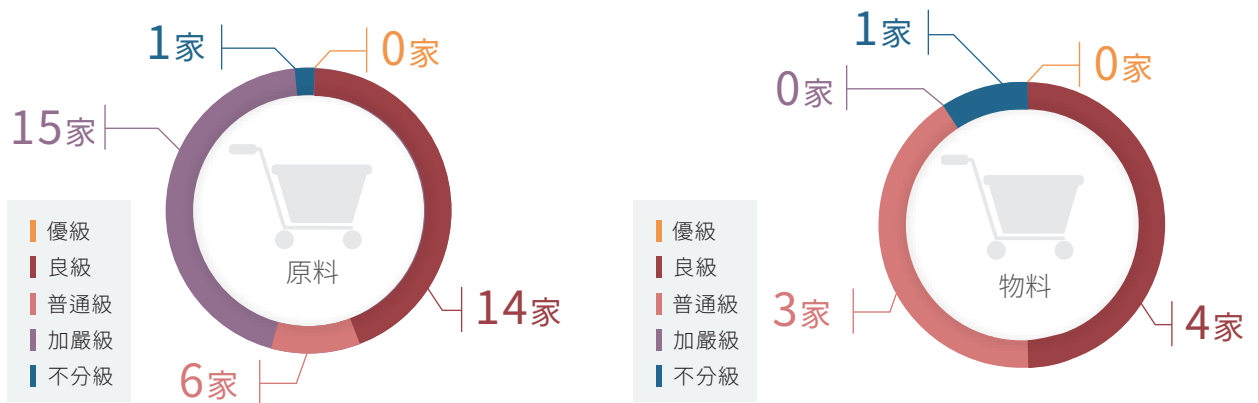
2018年度交易供應商總數為288家，依年度供應商訪廠計劃執行實地評核如下表：

2018年原物料供應商評核	原料供應商		物料供應商	
	家數	次數	家數	次數
國內實地查核	36	37	8	8
國外問卷	0	0	0	0
合計	36	37	8	8

備註:1.原料國內供應商家數評核比為18.56% (36/194)
2.原料國外供應商家數評核比為0% (0/13)
3.物料國內供應商家數評核比為9.88% (8/81)

在稽核過程中若發現有違反食品安全衛生管理法(使用過期原料或造成食品不安全事件之事實者)，直接採取停止合作之處置。2018年並未發生違反食品安全衛生管理法之供應商。供應鏈經供應商評核鑑別後並無顯著實際或潛在負面的社會衝擊新聞事件產生。原料評核36家共稽核37次，均符合本公司的要求。在物料稽核的8家8次中，主要是針對食品接觸面的膠卷與內襯，以及提供春節、中秋節、訂婚、彌月禮盒內搭配品瓷器，稽核著重在生產環境及品質管理，稽核結果全數合格。

2018年實際稽核家數結果等級如下表



備註說明：稽核結果不分級之廠商，為問卷及農產品。

7.1.2 供應商管理

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。公司的供應鏈區分原料及物料兩大類，原料部分以生花生仁、奶油、國內採購為主，奶粉、可可粉、巧克力用油為國外採購；物料則以一般包裝材料為主，供應商供料穩定。此報告揭露期間，供應鏈結構有所變更，2018年有採購交易的供應商288家，較2017年309家減少19家，其中減少的供應商可能因無原料需求暫停交易，當然也有新產品新增的原料供應商，如大湖農莊草莓酒、海藻糖、雀巢咖啡粉。對於供應商的選擇以合法為優先及重視食品安全等各項品質管理為審核的條件，絕不向不符合法規之供應商採購。針對已往來之供應商，透過供應商稽核進行管理，品保部每月在品質月報中彙總當月份廠商進貨品質不良分析表，提供給採購部參考。每年底擬定年度供應商訪廠稽核計劃，選擇高風險及有自行生產的原物料供應商進行稽核與審查。評量供應商是否符合相關法令規範，並確認缺失是否已改善完成，確實進行供應鏈之風險管理。本公司堅信只有在符合法規、良好衛生作業條件，加上配合政府機關監督、認證查核、還有業者自主管理的要求下，才能確保食品安全。

除台灣無法直接供應之原物料採進口之外，配合政府扶植本土產業之需求，採購以台灣本土企業為優先選擇，2016年在當地採購金額達483,800,210元，2017年當地採購金額則為443,126,493元，2018年在當地採購金額達408,554,549元，雖然交易金額逐年下降，但國外原料採購用量未明顯減少。未來仍會努力朝向當地採購為開發方向，減少運輸的時間及成本。

宏亞食品供應商評核表稽核項目：



	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%

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，以外幣計價自行辦理進口則稱為國外採購。在物料包材主要是紙盒、紙箱、膠卷等，100%是當地採購。2018年物料採購總金額為398,635,212元。

2018年原料供應商分級統計表

分級項目 \ 供應商		原料供應商					
		國內			國外		
		現有家數	稽核家數	%	現有家數	稽核家數	%
A. 原料屬 政府公告 之高風險 業別	油脂	8	1	12.5%	2	0	0%
	肉類	4	0	0%	0	0	0%
	乳品	11	2	18.18%	3	0	0%
	水產品	0	0	0%	0	0	0%
	食品添加物	36	5	13.89%	0	0	0%
	麵粉	4	2	50%	0	0	0%
	糖	20	3	15%	0	0	0%
	豆類、豆餡	5	3	60%	0	0	0%
	蛋	6	5	83.33%	0	0	0%
	合計	94	21	22.34%	5	0	0%
B. 前一年之採購金額超過一百萬元		27	5	18.52%	7	0	0%
C. 屬新供應商及委外加工廠商		19	6	31.58%	0	0	0%
D. 其他		54	5	9.26%	0	0	0%
合計		194	37	19.07%	13	0	0%

近四年度國內外原物料供應商家數表

年度 \ 供應商類別	國內原料	國外原料	國內物料	國外物料	合計
2015年	198	16	98	8	311
2016年	199	19	85	0	303
2017年	207	15	87	0	309
2018年	194	13	81	0	288

備註：2018原料供應商統計原則如下：

1. 國外稽核係採用問卷調查方式，由代理商與原廠共同回覆。
2. A、B、C、D各級之間，不互相重疊。分級方式以A級優先，不屬於A級的，再分B、C、D級。

最近四年原物料供應商稽核統計表

供應商類別 \ 年度	原料	物料	總計
2015年	32	8	40
2016年	33	11	44
2017年	36	9	45
2018年	37	8	45

7.2 永續夥伴關係

宏亞與供應商的合作關係建立在品質管理制度基礎上，因我們在乎消費者，而消費者不僅關心民生、經濟議題外，對自身的健康議題越來越有意識和想法，關於反式脂肪、添加物等，都會希望往本質、少用添加物方向使用，因此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。如此也才與供應商建立長久又能共享的夥伴關係。

落實三級品管制度：

級別	品管制度
第一級 自主管理	1.健全實驗室管理，將廠內使用之原料及所製造之成品，依據微生物檢驗辦法、原料檢驗辦法、成品檢驗辦法規定由品保部取樣檢測微生物及水份等，檢驗合格後，方能收貨或出廠。實驗室微生物總檢驗次(2018年度總計原料157次/成品187次/研發委託檢驗287次)，不合格1次，總體合格率99.90%。測試項目不合格時依據不合格品管理程序執行。 2.供應商管理，2018年持續落實企業社會責任要求，透過供應商訪廠稽核表執行調查，並依據供應商訪廠辦法實施查核，抽查生產留樣品以便執行產品之追蹤追溯和不合格品之管理及處置流向，查看廢棄物清運合約和上網查詢是否有違法罰款紀錄。 3.供應商依最新公告的最低檢驗週期，每季或每批及食品衛生法規每年提供第三公正單位檢測法規公告項目(如茶葉、黃豆、麥、玉米的農藥殘留，麵粉的真菌毒素，醬油單氯丙二醇，蛋品動物用藥殘留)報告。 4.本公司所有的產品原物料、成品出貨流向(含直接供應商至客戶端之產品)，經由內部追溯系統鑑別管理上傳至7-11、全家、農委會生產履歷，未上傳平台之產品，皆可透過內部資訊系統維持追蹤追溯功能。
第二級 品管獨立機構驗證	2018年外部驗證稽核共計稽核5次(包括SGS、中國質量認證中心、台灣優良食品TQF驗證*2次、產銷履歷農產品驗證)，客戶稽核共9次(好市多、7-11、里仁、大潤發)，缺失項目皆已依據政府法規及公司經營管理要求完成改善。
第三級 品管制度	2018年度桃園衛生局稽查5次，總計9項缺失建議，已改善並回饋與主管機關結案。

宏亞從三個面與社會企業合作:包括整合、培育、倡議等服務的合作及連結。

在倡議方面：2018宏亞自辦「從40到40+之路：創業家思維養成」講座活動，透過安侯永續發展顧問公司，媒合6家社企夥伴，用創業家講座方式擴大社企影響力，也藉由分享他們長年在企業經營、社會企業及社會問題解決這條道路上的實戰經驗與所觀察到的社會現象，希望透過這樣的年度性講座，讓宏亞在歷經轉型時期激勵主管在經營策略上具有啟發，並在問題觀察及解決層面上帶給同仁正向思維。

2018年合作案例包括：

- 點點善：善的願景如何影響及實現。



- 1982 de glacée法式冰淇淋：以大自然的恩惠所進行的美味「食」驗。



未來宏亞在培育方面，可充分運用企業品牌及通路資源，協助社企創業者進行更快成功塑造體質良好的企業經營。舉凡做企業導師、請宏亞主管上課，甚至總經理親自指導，都是宏亞能提供的協助。不只幫助社企增添軟實力，宏亞更計劃透過與理念相同的在地食物創業家或生活喜樂美善設計創意家合作，持續不斷將概念化為具體行動，透過宏亞的企業資源，協助社企取得必備的資源，一起走更遠的路。

在整合方面：宏亞計劃將與社會企業整合進自身的業務中，包括讓社會企業成為自己的供應商或客戶，可提供專案客製化產品；並將社企當成供應商，不只採購社企商品，更於員工訓練時參與社企活動，針對人力不足的社企，提供志工協助。宏亞計劃於上下游整合社企服務，為社會企業創造更活絡、更具彈性的資金來源。

不僅如此上述計劃，宏亞更進一步與點點善展開合作行動，成為永續合作夥伴，共同連結「善」的一環，透過參與社會企業計劃模式，共同創造更高的價值。

1.2018年末，巧克力共和國與點點善攜手合作，將點點善於2017年台北「天空創意節」之展品，移至巧克力共和國三樓場域，共同打造「天空草原遊戲室」，延續展品生命也讓更多遊客認識憨兒的世界。此空間內每一個圖樣及設施，皆為憨兒們天馬行空的創作，沒有規則、沒有侷限。籃球架不是筆直的、足球門不是規則的、桌球桌也不是方正的，因為在憨兒的小宇宙，其實沒有直線，只有滿滿的想像力。



2.2018年於巧克力共和國DIY教室，開拓全新空間-「巧克力天文台」，空間內延續公益精神，與「台北視障協會」合作「城市曙光計劃」，透過手工巧克力進行五感中-味覺繪畫創作，視障朋友利用獨特的感官天賦，一筆一劃勾勒出令人驚豔的畫作，本館則於畫作公益拍賣會，支持點點善城市曙光計劃，共6幅畫作，並分享展示於巧克力天文台區。

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	13
	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	13 36
	102-3 總部位置	2.1.1 公司背景與產業發展現況	13
	102-4 營運據點	2.1.1 公司背景與產業發展現況	13
	102-5 所有權與法律形式	2.1.1 公司背景與產業發展現況	13
	102-6 提供服務的市場	2.1.1 公司背景與產業發展現況	13
	102-7 組織規模	2.1.1 公司背景與產業發展現況 5.1 人才永續	13 75
	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 人才永續	13 75
	102-9 供應鏈	2.1.1 公司背景與產業發展現況 7.1永續供應鏈	13 102
	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	03 102
	102-11 預警原則或方針	2.4 公司治理	29
	102-12 外部倡議	2.1.3 永續大事紀	19
	102-13 公協會的會員資格	2.1.3 永續大事紀	19
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	05 13
公司治理	102-16 價值、原則、標準及行為規範	2.4 公司治理	29
	102-18 治理結構	2.4 公司治理	29
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	23
	102-41 團體協約	5.2 福利與權益	80
	102-42 鑑別與選擇利害關係人	2.3 利害關係人議合	23
	102-43 與利害關係人溝通的方針	2.3 利害關係人議合	23
	102-44 提出之關鍵主題與關注事項	2.3 利害關係人議合	23

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	03
	102-46 界定報告書內容與主題邊界	2.3 利害關係人議合	23
	102-47 重大主題表列	2.3 利害關係人議合	23
	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	03
	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	GRI 內容索引	111
	102-56 外部保證/確信	詳會計師確信報告	116
GRI 103：管理方針			
管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界	重大主題邊界鑑別與回應	27
	103-2 管理方針及其要素	各重大主題下揭露	27
	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	21
	103-3 管理方針的評估	2.2 營運績效	21
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	21
	201-4取自政府之財務補助	2.2 營運績效	21
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	13
	103-3 管理方針的評估	2.1.1 公司背景與產業發展現況	13
無直接對應指標			

GRI 準則 (2016版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
法規遵循			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	2.4 公司治理	29
	103-3 管理方針的評估	2.4 公司治理	29
GRI 307：有關環境保護的法規遵循	307-1 違反環保法規	4.5 廢棄物與污染管理	71
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	44 48
	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	3.3 食品安全與品質管理	49
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	3.3 食品安全與品質管理	49
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	29
		3.1.2 客戶關係管理	43
公司治理			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	2.4 公司治理	29
	103-3 管理方針的評估	2.4 公司治理	29
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	29
	205-2 有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	2.4 公司治理	29
	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	2.4 公司治理	29
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	29
人才任用與發展			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	5.1 人才永續	75
		5.3 人才培育	83
	103-3 管理方針的評估	5.1 人才永續 5.3 人才培育	75 83
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 人才永續	75
GRI 401：勞雇關係	401-1 新進員工和離職員工	5.1 人才永續	75
GRI 404：訓練與教育	404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	5.3 人才培育	75
	404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	5.3 人才培育	75
員工薪酬與福利			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	5.2 福利與權益	80
	103-3 管理方針的評估	5.2 福利與權益	80
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	80
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	80

GRI 準則 (2016版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
員工薪酬與福利			
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	80
	401-3 育嬰假	5.2 福利與權益	80
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	80
社會關懷			
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	98
	103-3 管理方針的評估	6.2 社會回饋與參與	98
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	98
勞動權益保障			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	5.2 福利與權益	98
	103-3 管理方針的評估	5.2 福利與權益	98
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	82
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	82
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	82
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	82
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	82
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	82
職業安全衛生			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	5.4.1 工作安全	85
	103-3 管理方針的評估	5.4.1 工作安全	85
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	5.4.1 工作安全	85
	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	5.4.1 工作安全	85
顧客健康與安全			
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	49
	103-3 管理方針的評估	3.3 食品安全與品質管理	49
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	44 48
	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	3.3 食品安全與品質管理	49
顧客關係			
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	43
	103-3 管理方針的評估	3.1.2 客戶關係管理	43

GRI 準則 (2016版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
顧客關係			
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	43
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	43
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	43
食品安全			
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	44 48
	103-3 管理方針的評估	3.2.3 製程管理 3.2.4 成品管理	44 48
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	44 48
產品與服務品質			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	7.1永續供應鏈	102
	103-3 管理方針的評估	7.1永續供應鏈	102
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	43
創新服務			
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	36
	103-3 管理方針的評估	3.1.1品牌故事與創新研發	36
無直接對應指標			
供應商管理			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	7.1永續供應鏈	102
	103-3 管理方針的評估	7.1永續供應鏈	102
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	102
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	102
	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	102
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	102
	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	102
能資源使用效率			
	103-2 管理方針及其要素	4.2.1能源管理	62
		4.3.1用水管理	67
		4.4 製程優化管理	70
		4.5 廢棄物與污染管理	71
GRI 103：管理方針	103-3 管理方針的評估	4.2.1能源管理	62
		4.3.1用水管理	67
		4.4 製程優化管理	70
		4.5 廢棄物與污染管理	71

GRI 準則 (2016版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
能資源使用效率			
GRI 302：能源	302-1 組織內部的能源消耗量	4.2.1能源管理	62
	302-3 能源密集度	4.2.1能源管理	62
GRI 303：水	303-1 依來源劃分的取水量	4.3水資源管理	67
	303-3 回收及再利用的水	4.3水資源管理	67
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水量	4.3.2廢污水管理	68
		4.5 廢棄物與污染管理	71
	306-2 按類別及處置方法劃分的廢棄物	4.3.2廢污水管理	68
		4.5 廢棄物與污染管理	71
氣候變遷減緩策略			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	4.2 氣候變遷因應	61
	103-3 管理方針的評估	4.2 氣候變遷因應	61
GRI 305：排放	305-1 直接（範疇一）溫室氣體排放	4.2.2溫室氣體排放管理	65
	305-2 能源間接（範疇二）溫室氣體排放	4.2.2溫室氣體排放管理	65
	305-4 溫室氣體排放密集度	4.2.2溫室氣體排放管理	65
	305-5 溫室氣體排放減量	4.2.2溫室氣體排放管理	65

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	44 48	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法規，及上市公司違反上述法規之事件類別與次數。	3.2.2	44	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	102	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。	3.3	49	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	102	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	44	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。	3.3	49	詳會計師確信報告



安永聯合會計師事務所

11012 台北市基隆路一段333號5樓
5F, No. 333, Sec. 1, Keelung Road
Taipei City, Taiwan, R.O.C.

Tel: 886(0)275718888
Fax: 886(0)275718258
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 2018 年度企業社會責任報告書中所選定之水續績效資訊進行有限確信並出具意見。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2018年度企業社會責任報告書，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)及行業補充指南、議題設計、執行及維護與報告編製相關之內部控制，以真實並揭露報告書內容。

本事務所責任

本事務所係依照財團法人中華民國會計師研究發展基金會所發布之確信準則公報第一號之要求規劃並執行有限確信工作。

二、確信工作

有限確信條件中執行程序之性質及時間與適用於合理確信條件不同，其範圍亦較小，所取得之確信程度明顯低於合理確信條件。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企業社會責任之整體情況，以及報導過程；
- 透過訪談、檢查相關文件，以瞭解宏亞食品之主要利害關係人及利害關係人之期望與需求，雙方具體之溝通管道，以及宏亞食品如何回應該等期望與需求；
- 針對報告中所選定之水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；
- 閱讀宏亞食品之企業社會責任報告書，確認其與本事務所取得關於企業社會責任整體履行情況之瞭解一致。



三、先天限制

因企業社會責任報告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，無論是肇因於舞弊或錯誤。

四、品質管制與獨立性

本事務所遵循會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水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，且本事務所未發現宏亞食品 2018 年度企業社會責任報告書有未依據 GRI 準則(GRI Standards)核心議題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：張正通

張正通

西元2019年9月3日



附件一

編號	頁次	內文標題	標的資訊	適用基準
1		符合性確信	宏亞食品揭露 2018 年度企業社會責任報告書係依據全球永續性報告協會所發布之 GRI 準則 (GRI Standards) 之核心選項編製。	GRI 準則 (GRI Standards) 核心指標
2	045-046	製程與成品管理	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核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。
3	051	品質保證	2018 年並無違反食品安全衛生管理法及施行細則而被罰款事件發生。	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。
4	103	國際認證系統管理	宏亞食品統計 2018 年採購符合國際認可之產品占整體採購 68.06%。	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。
5	052	品質保證	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場所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。
6	105-106	供應商評鑑	2018 年度供應商總數為 188 家，於 2018 年底完成為 44 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。
7	048	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許行業。	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強揭露績效指標，公司自行統計之資訊。
8	053	品質保證	宏亞食品為自願設置食品安全實驗室，2018 年度檢驗費用支出共 6,590 仟元，佔營業額 0.334%。	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。