



 宏亞食品股份有限公司
HUNYA FOODS CO., LTD.



2020

宏亞食品

企業社會責任報告書



關於本報告書	03
經營者的話	05
2020關鍵永續績效	07
2020特別報導— 宏亞防疫行動	08

1 2020 關鍵永續績效

利害關係人溝通	09
重大主鑑別與回應	11
宏亞永續願景與策略藍圖	15



2 國民巧克力— 永續宏亞

2.1 宏亞永續·幸福延續	22
宏亞背景與發展現況	22
營運策略與績效	25
2.2 公司治理	27
董事會運作	27
功能性委員會	29
2.3 永續風險管理	29
風險管理制度	29
氣候風險管理	30
內控與稽核制度	32
法規遵循	34

3 分享甜蜜 安心滋味

3.1 食安永續·幸福延續	38
品質管控與檢驗	38
成品管理	43
溯源管理	43
人員與衛生管理	43
3.2 創造客戶幸福	44
創新商品與服務	44
行銷與標示	47
健康與營養的產品	49
客戶關係與隱私管理	50

4 傳承清新 豐饒未來

4.1 環境永續·幸福延續	54
4.2 氣候變遷因應	56
溫室氣體排放管理	56
能源管理	59
4.3 水資源管理	63
用水管理	63
廢污水管理	64
4.4 廢棄物與污染管理	65
包裝材與廢棄物管理	66
空污與噪音管理	68

5 塑造活力 友善職場

5.1 人才永續·幸福延續	72
多元化人力結構	72
宏亞人才培育	74
5.2 創造幸福職場	77
人權管理	77
薪資與福利	79
5.3 健康工作與生活	81
工作安全	81
員工健康照顧	83

6 打造互惠 共榮關係

6.1 供應永續·幸福延續	88
供應鏈管理	88
原物料管理	92
支持在地食品與 永續供應	94

7 注入歡樂 正向能量

7.1 「巧」思永續·幸福延續	98
巧克力共和國 特色商品與服務	99
可可幸福記憶點	100
7.2 社會回饋與參與	102



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）。2020 年度報告書。宏亞食品致力經營本業與提供安心且優質的產品及服務，為了完整揭露宏亞食品企業社會責任的努力與成效，並呈現與利害關係人溝通的結果，本報告書採用由全球永續性標準理事會（Global Sustainability Standards Board, GSSB）所發布的 GRI 永續性報導準則（GRI 準則），並依循 GRI 準則的核心選項，向利害關係人報告本公司在經濟、社會及環境面等永續經營指標的策略、活動與績效，展現我們追求永續發展經營及承擔對社會大眾負責的決心。今年我們更依循「永續會計準則委員會（Sustainability Accounting Standards Board, SASB）食品加工產業指標要求進行揭露，強化與投資人相關的 ESG 資訊，接軌國際並積極呼應法規趨勢。

範疇及計算依據

本報告書涵蓋宏亞食品自 2020 年 1 月 1 日至 2020 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。本報告書中 2020 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 2020 年度年報揭露，財務部分以合併報表揭露呈現。財務數據幣值係以新台幣計算。先前 2019 年度企業社會責任報告書資訊並無重編調整情事。

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

報告書撰寫原則及綱領

宏亞食品蒐集國際間重要的治理、環境及社會議題，透過實質性分析來鑑定利害關係人會關切的議題，並經由本公司企業社會責任委員會的委員於 2020 年第一季企業社會責任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。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 2020 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：2020 年 9 月發行

本期發行版本：2021 年 9 月發行

下期發行版本：預定 2022 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 許特助

地址：台灣新北市新店區寶興路 45 巷 8 弄 3 號 5 樓

電話：+886-2-2918-0786

傳真：+886-2-2918-0706

公司網站：<http://www.hunya.com.tw>



經營者的話

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



宏亞在多年前開始致力於綠色能源和製造，初衷是為了永續之考量，做好循環利用減少浪費，宏亞食品最自豪之花生模循環使用(讓好事永續「花生」方案)也於2020年獲得經濟部工業局頒發BS 8001循環經濟獎項，原本花生膜是在製程中的廢料，但其營養價值高，經由公司巧思利用花生膜結合益生菌發酵，之後餵蚯蚓釋出蚯蚓糞，成為最佳之有機肥料。而能資源管理方面，自1992年即投入再生能源領域，投資儲冰槽、空壓機、雨水回收池及太陽能板等節能設備，目前宏亞食品每年減少的碳排放量約等同於一座大安森林公園。至於包裝塑料方面，宏亞也力行減塑政策，以紙製襪盒取代塑膠襪盒，讓顧客感受宏亞在永續循環之用心，環保、減碳是宏亞之環境(Environmental)、社會(Social)、治理(Governance)(本報告書後續以ESG做簡稱)策略，永續循環經濟才是善盡企業公民之責任，以及由財團法人台灣永續能源研究基金會頒發之第13屆台灣永續獎(TCSA)之「企業永續報告銀獎(餐飲及食品業)」。

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



董事長

張云琦

2020年 宏亞關鍵永續績效



環境面

- 太陽能系統累計發電量**1,303,932**度，相當抑低二氧化碳排放量**663.7**噸。
- 進行第二期太陽能光電系統施作，自有再生能源發電總容量高達**26.3%**。
- 廢熱發電與再生能源系統執行之成果，總計減少電力使用量**478,284**度，降低天然氣用量**115,000**立方米。
- 廢塑膠混和廢棄物相較2019年減量**17**公噸。



治理面

- 投入之研發費用逾**230**萬元，開發之新商品共計**36**項。
- 推動公司治理資訊科技轉型後，提高內部數據整合效率，減少**50%**財務數據結算時間。
- 共**11**項產品取得潔淨標章 (Clean Label) 認證，佔2020年總銷售產品項目數比例**2.8%**。
- 健康與營養產品之營業額佔比自2018的27%增加至2020年**38%**。
- 友善飼養之雞蛋採購金額佔整體雞蛋採購金額之**6.5%**。
- 當地採購金額比例達**77%**。



社會面

- 進行各項人權相關事項教育訓練，計**477**人次參與，總時數共計**95.4**小時。
- 舉辦兩次自衛消防編組/疏散演訓，讓員工學習如何預防災害及實際災害發生之緊急應變處置。
- 宏亞食品透過合作專案提供物資給**4**個公益單位。
- 與台積電基金會合作惜食專案，透過基金會惜食平台幫助需要的機構。

2020特別報導

宏亞防疫行動

宏亞公司2020年在「嚴重特殊傳染性肺炎」(COVID-19) 疫情爆發後立即發起疫祈平安活動，以「願話開的愛、甜滿你我之家」送愛到各地，用食品感謝第一線醫院防疫勇士，連手台積電基金會及台灣各處基金會，捐贈食品至各防疫醫療所。

因應疫情因素，宏亞公司巧克力共和國園區自四月開始修園整修，因此無參觀人次，而之前也做好相關防疫入園措施。而2020的兒童節，也因疫情因素，改以寄送甜蜜零食進行溫馨關懷，總計2020年上半年宏亞公司結合台積電基金會與各處基金會捐贈出物資計有乳加濃草莓14箱，歐維氏-洛神紅寶石薄片巧克力29箱，脆可穀麥39箱，77榛子杯巧克力25箱，大格酥1萬條。



1 利害關係人與重大主題鑑別

1.1 利害關係人溝通

透過企業社會責任管理委員會之委員，參酌公司內部各部門及同業之經驗，並參酌 AA1000 SES-2011 利害關係人議合標準 (Stakeholder Engagement Standard, SES) 之精神，根據五大原則 (依賴程度、責任、關注程度、影響力、多元觀點) 鑑別主要利害關係人共七類：投資人、消費者、政府機關、員工、供應商、通路商、社區及其他。

AA1000 SES- 2011 五大原則

1

依賴程度

指直接或間接依賴本公司活動與經營的利害關係人。

2

責任

指本公司現在或未來可能對這類利害關係人負有責任。

3

關注程度

指於財務、經濟、社會及環境相關議題需要本公司立即關注的利害關係人。

4

影響力

只能對本公司產生影響或具有決策能力的利害關係人。

5

多元觀點

指具不同觀點且因此能提供新見解並協助鑑別新機會的利害關係人。

宏亞為了瞭解利害關係人對公司治理面、環境面、社會面等關切議題進行內外部各式溝通會議並製作電子問卷，蒐集各利害關係人關注之重大主題，依此制訂宏亞未來行動方向與企業社會責任策略。為了讓全體員工及宏亞上下游利害關係人更能理解宏亞長期 CSR 目標，2020 年開始透過 CSR 相關媒體：聯合線上倡議家、遠見雜誌，溝通宏亞 30 年前即開始投入綠工廠的經營，並在這兩年研究出花生膜廢棄物成功轉為有機肥，實踐循環經濟的故事，期望能更凝聚利害關係人的認同，及提高消費者對宏亞品牌的認識與認同，此外更為其他食品業者拋磚引玉，鼓舞他廠一同推動 ESG，為環境共好。

經調查蒐集結果，辨識利害關係人對 23 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	利害關係人的意義	溝通議題	溝通管道	頻率	2020 年溝通成果
投資人	宏亞重視公司治理精神，提供透明及完善之經營方針，創造永續經營之基石。	營運策略與績效 公司治理 產品與服務創新 氣候變遷減緩策略	股東會 法說會 公司官網 財務報表 公司年報	每年 不定期 不定期 每季 / 年 每年	根據法令規定召開會議公告營運成果，並如實公告於公開資訊觀測站。
消費者	宏亞重視消費者產品使用安全與感受，並戮力於產品創新，提供甜蜜安心之滋味。	食品安全管理 產品與服務創新 健康與營養的產品 責任行銷 顧客關係管理	產品包裝標示 顧客滿意度調查 公司官網、 Email 信箱	定期 不定期 不定期	產品標示皆符合法規標準，使消費者清楚了解產品內容。
政府機關	宏亞遵守法規，依規定制定相關作業準則，符合主管機關要求。	能資源使用效率 法規遵循 氣候變遷減緩策略 食品安全管理	能資源盤查 法規查核 環保署官網申報專區 主管機關稽核	每年 每年或者法規更新時 依規定期限 不定期	依法規公告上傳資訊，並接受部定期稽核督導。
員工	宏亞將員工視為最重要之資產，重視人才發展與培育，創造友善工作職場。	人才培育與發展 職業安全衛生 員工薪酬與福利	福利委員會 勞資會議 薪酬管理辦法	每季 每季 定期	依規定各項溝通會議如期進行。
供應商	宏亞重視食材來源與品質，並秉持公平、公正原則，與供應商夥伴傳達永續經營概念，一同達成永續成長之目標。	永續供應鏈管理 食品安全管理	供應商評核作業指導書 輔導機制 / 稽核管理	不定期 不定期	依據宏亞公司供應商準則輔導紀錄，並稽核造冊。
通路商	通路商客戶是宏亞重要之夥伴，並與廠商建立穩固合作關係，達成互惠共榮。	風險管理 食品安全管理	通路商稽核 廠商會議	不定期 不定期	定期召開會議溝通審核合約。
社區及其他	宏亞除了不定期舉辦社會關懷活動，也重視工廠周邊社區環境維護，建立共好共存關係。	社會關懷 氣候變遷減緩策略	CSR 報告書 公司官網、Email 信箱 ISO 14001 證書	每年 不定期 每年	報告書如期公告，關懷活動因疫情雖暫停，但以捐贈物資提供給需求者。

1.2 宏亞重大主題鑑別與回應

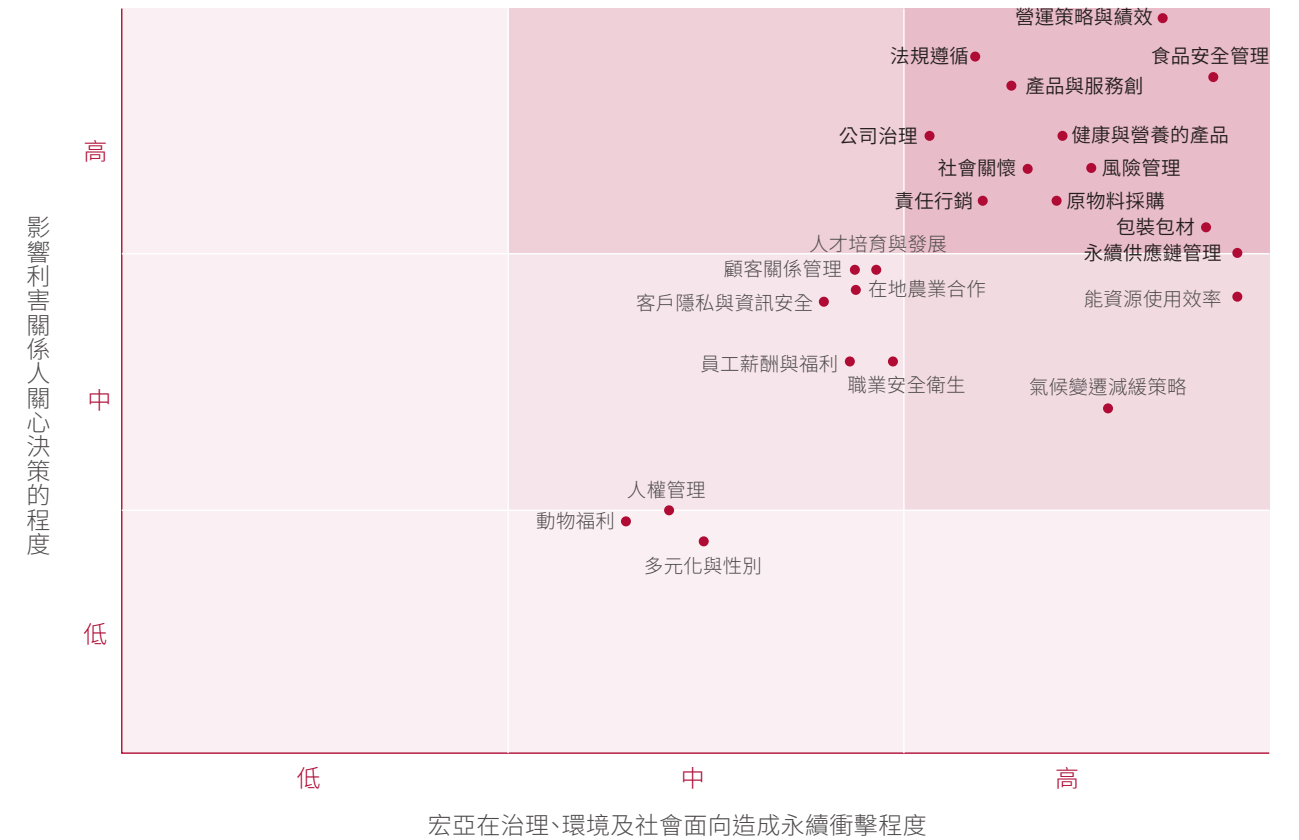
透過以下五大步驟，決定宏亞 2020 年永續報告書的重大議題。



經上述步驟完成後，2020 年從 23 項永續議題中辨識出 14 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。

2020 經重大性分析後，我們將議題整併為 14 項重大主題，為了完整回應各利害關係人之關切，我們針對 14 項重大主題，對應出 GRI 準則之特定主題，並透過企業社會責任小組討論，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。

重大主題矩陣



主題	重大主題意涵	GRI 對應準則	各主題經濟、環境、社會衝擊範圍							參考章節	
			直接造成	商業關係造成	間接關係造成						
			宏亞食品	供應商	消費者	通路商	投資人	社區及其他	政府機關		
食品安全管理	食品安全係宏亞公司最重要的使命，無時無刻皆以提供最安心的食品給予消費者。	GRI 416：顧客健康與安全	●		●	●	●		●	第三章	
公司治理	宏亞公司身為公開公司，公司治理一直恪遵法規嚴格遵從，因為完善的公司治理才能確保宏亞公司正常營運。	GRI 205：反貪腐 GRI 405：員工多元化與平等機會	●	●					●	第二章	
營運策略與績效	營運策略與績效對宏亞公司有密不可分之關係，因為對利害關係人而言，健康之營運成果才能確保宏亞公司永續經營之理念。	GRI 201：經濟績效	●	●		●	●			第二章	
法規遵循	恪守法規遵循是宏亞公司身為公開公司的職責，尤其身處食品產業，對食品安全之規定更是嚴格，法令違反不僅造成賠償損害，更是商譽莫大損失。	GRI 307：有關環境保護的法規遵循 GRI 416：顧客健康與安全 GRI 417：行銷與標示 GRI 419：社會經濟法規遵循	●	●	●	●	●	●	●	第二章	
產品與服務創新	宏亞以身為國民零食品牌自居，近年來積極在產品創新，提供消費者不同消費感受，消費者之滿足感是宏亞之目標。		●		●	●			●	第三章	
永續供應鏈管理	永續供應鏈是宏亞公司重視的領域，在永續經營的範疇裡，如何做好供應鏈管理是努力發展的方向。	GRI 308：供應商環境評估 GRI 414：供應商社會評估	●	●						第六章	
風險管理	宏亞對風險管理皆參考業內標準，在品安全、生產製造、營運管理方面都有風險因應機制，以因應突發之風險。	GRI 201：經濟績效	●	●		●				第二章	
責任行銷	責任行銷攸關宏亞公司在產品上之溝通，不實行銷會對宏亞公司造成商譽受損。	GRI 417：行銷與標示	●		●				●	第三章	
原物料採購	原物料採購對宏亞公司是重要關注議題，除了提供安全安心食品消費者，對來源管理和供應無虞之準則也明確控管做因應。	GRI 204：採購實務	●	●	●	●				第六章	
包裝包材	包裝包材之使用與環境永續議題息息相關，宏亞公司也積極再包裝包材之減塑與環保上精進。	GRI 301：物料	●	●					●	第四章	
能資源使用效率	能資源使用效率上是宏亞公司追求永續經營之關鍵因素，在生產製造端上一直以對環境友善使命邁進，也恪遵國際標準在能資源效率努力。	GRI 302：能源 GRI 303：水與放流水（2018） GRI 306：廢棄物	●						●	●	第四章
氣候變遷減緩策略	氣候變遷減緩策略的計畫已是全球永續共識，宏亞公司在該議題也遵照國際標準為氣候變遷減緩而努力。	GRI 305：排放	●					●	●	第四章	
健康與營養的產品	宏亞精神就是提供顧客安心又美味之產品，也致力於健康天然產品之推廣，並獲得潔淨標章肯定。		●		●					第三章	
社會關懷	社會關懷對宏亞公司是體現取之社會用之社會的理念，抱持與社會共好精神，對社會關懷盡一份心力。	GRI 203：間接經濟衝擊	●						●	●	第七章

宏亞永續願景與策略藍圖



願景擬定

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



品牌連結

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

LOGO 整體描述

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

品牌與願景強韌連結

宏亞食品 HUNYA FOODS

在地永續 幸福延續

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，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為宏亞食品營運的行為準則，並與全體員工對社會永續發展與善盡社會責任貢獻一己之心力。目前本公司 CSR 委員會由董事長擔任主任委員，並由 CSR 策略執行之工作單位主管擔任主要委員，並指派總經理室訂定與執行年度 CSR 策略，落實與督導與執行永續策略發展目標之規劃與執行，並在公司官網設置企業社會責任專區，揭露本公司在永續責任目標之執行成果過程。












策略藍圖

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



三大核心

- 1. 信任 Trust**
透過誠信透明的公司治理、完善的內部管理、100%安心健康食品，以及幸福員工的工作環境，打造信任品牌形象。
- 2. 熱忱 Passion**
將宏亞的熱忱與情感，結合社會、環境與經濟面行動，為我們的利害關係人創造多元價值，傳遞感動。
- 3. 創新 Innovation**
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。

SDGs 策略藍圖	對應 SDG	關鍵指標 (目標 / 績效)	2020 年績效成果	2025 年預期目標	2030 年預期目標
1 分享甜蜜安心滋味					
相關議題有：食品安全管理、健康與營養的產品、產品服務與創新					
以宏亞食品四大經營理念與嚴謹的食品安全管理為基礎，透過不斷精進向前，開創宏亞食品無限發展的可能性，帶給消費者安心又甜蜜的滋味，成為幸福食品的首選。	 	• 健康與營養新產品（如減糖 / 機能）的品項數	8 個商品數（占總品項 0.5%）	達成商品減糖比例達 5%	持續提供減糖與機能的商品數
		• 產品之食品添加物與人工色素減量比例	通過 Clean Label 認證：共 3 條生產線，共上市 11 支商品）	新品或新生產線取得通過 Clean Label 認證，持續推動改善原生產線通過 Clean Label 認證	2030 年前產品完全移除人工色素使用
		• 可溯源產品之營業額比	2020 年友善飼養雞蛋之採購總金額佔總體雞蛋採購量 6.5%	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
2 傳承清新豐饒未來					
相關議題有：能資源使用效率、氣候變遷減緩策略、包裝包材					
由全球暖化對環境影響日益提高，宏亞食品在提供優質產品的同時，體認到我們應維護地球環境的重要性，增進環境友善和永續，持續為下一代帶來幸福。	   	• 產品相關廢棄物減量項目	2020 年廢塑膠混和廢棄物 157.43 公噸，相較 2019 年減量 17 公噸	2020 年至 2025 年每年至少相較前一年度減少 5 公噸的廢塑膠混合物廢棄物	2030 年達到廠房零食物廢棄物
		• 範疇一 / 二 / 三的溫室氣體排放減量目標	2020 年成果同期比下降 5.4%	2025 年製程作業的範疇一和二的產品排放密度（每公噸產品）達成下降 2%（以 2017 年為基期）	2030 年製程作業的範疇一和二的產品排放密度（每公噸產品）下降 5%
		• 導入循環經濟思維	2020 年獲得 BS 8001 循環經濟認證	以循環經濟提升企業永續力與競爭力，採用創新設計實踐循環經濟，推動 BS 8001 循環經濟	提出符合循環經濟精神的標的產品或服務
		• 污染防治或減緩設備的投資成本與作業績效評估	空壓機廢棄熱能回收投入金額 129 萬元，佔全年投資 1.6%	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%
		• 提升再生能源發電成效與占比	2020 年桃園廠再生能源發電佔比 26.2%	桃園廠再生能源發電佔 30%	桃園廠再生能源發電佔 50%
3 注入歡樂正向能量					
相關議題有：社會關懷					
社會面上核心理念為取之於社會，用之於社會的精神，故由積極於回饋社區、長期捐助弱勢團體與偏鄉孩童等，為社會創造幸福環境，以透過永續關懷延續社會價值。此外也透過巧克力共和國創造為社會注入歡樂甜蜜能量。	 	• 食品相關知識推廣活動辦理場次	0 人次	每年 4 次，每年 500 人次	每年 4 次，每年 500 人次
		• 贊助、協辦 / 主辦關懷偏鄉或弱勢的相關活動受益人數	華山基金會（秋季獨老健康促進活動）、洞游創生（原住民青年職涯探索活動）共 75 人次	2,000 人次	2,000 人次
4 塑造活力友善職場					
相關議題有：公司治理、營運策略與績效					
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	滿意度達到 87%	95% 滿意度	持續維持 95% 滿意度
		• 預防職災（如失能傷害損失日數、工傷頻率、職業病率、損失日數率等）	失能傷害頻率：6.87 失能傷害嚴重率：71.69 總和傷害指數：0.65	新進及在職同仁安全衛生教育訓練、風險評估暨安全稽核次數	達到零重大職安事件發生
		• 員工減重活動 / 運動會參與參與率	無	每年至少 1 場運動會，參與率為 10%	每年的減重計劃或運動計劃持續進行
		• 實習名額人數	無	全體員工 2%	達全體員工 5%
5 打造互惠共榮關係					
相關議題有：永續供應鏈管理、原物料採購					
發展在地夥伴合作，支持台灣小農與社會企業以扶植相關產業的在地發展，透過此互惠合作模式創造共榮共享價值。	  	• 原料之當地採購比例	87.36%	每年維持在 79% 以上	每年維持在 82% 以上
		• 在地合作夥伴培力行動（如相關從業人員培訓課程開辦數、課程後取得相關證照人數等）	44.7%	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%
		• 生計或農業生產獲得改善的小農數或相關商家數	鮮乳坊、和好時豐農、李欽龍花生、張丹鳳桂圓乾 4 家	每年至少與 1 戶小農合作在地食品的生產	每年至少與 2 戶小農合作在地食品的生產
		• 落實原物料供應商評核	13.75%	評核完成率 20%	評核完成率 30%
		• 合作專案數	2 個公益專案	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 國民巧克力— 永續宏亞

2.1 宏亞永續·幸福延續

- 宏亞背景與發展現況
- 營運策略與績效

2.2 公司治理

- 董事會運作
- 功能性委員會

2.3 永續風險管理

- 風險管理制度
- 氣候風險治理
- 內控與稽核制度
- 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



管理方針



重大主題

公司治理、營運策略與績效、法規遵循、風險管理

優先閱讀對象

投資人、政府機關、員工

對宏亞的意義與承諾

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



信任

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



熱忱

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



創新

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



重大主題	管理方法與評估機制
公司治理	每年舉辦六場董事會評估績效
營運策略與績效	每月舉行部門經營月會 每年舉辦兩場公司策略訂定與檢討會議 每年舉辦公司經營啟始會議與方案績效會議
法規遵循	恪遵公司法、遵循誠信經營政策與證券交易法等治理法規
風險管理	每月於公開資訊觀測站依法規公告財務資訊、重大訊息等 每月出具稽核月報

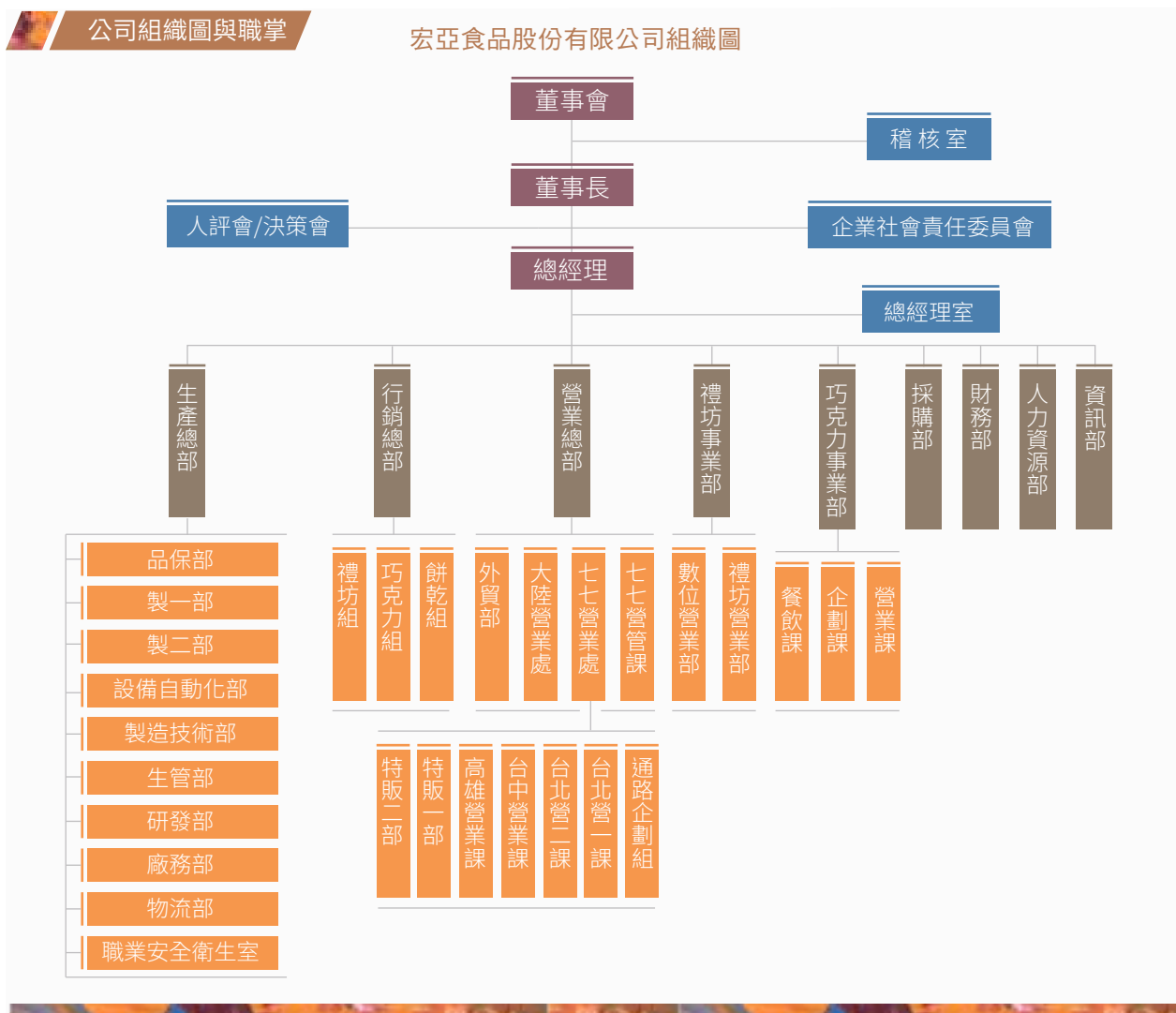
2.1 宏亞永續・幸福延續

2.1.1 宏亞背景與發展現況

公司全名	宏亞食品股份有限公司
員工人數	745 人
總資產金額	新台幣 27.64 億元
資本額	新台幣 10.83 億元
銷售額	新台幣 16.37 億元
設立日期	1976 年 6 月 14 日
主要產品與服務	77 乳加巧克力等：休閒點心，送禮良伴。 加工用巧克力：供應巧克力類產品、西點蛋糕等之製作。 禮坊訂婚禮盒：高級精緻訂婚禮盒之最佳選擇。 節慶禮盒：伴手禮、節慶送禮、應景商品。 巧克力共和國：東南亞第一座巧克力博物館，帶給顧客豐富的知性與歡樂的感受。
董事長	張云綺
總經理	張云綺
總部	台灣新北市新店區寶興路 45 巷 8 弄 3 號 5 樓
工廠	台灣桃園市八德區建國路 386 號
市場涵蓋範圍	內銷：台灣 外銷：中國、韓國、北美、東南亞、澳洲等地區
官方網站	http://www.hunya.com.tw/
所有權與法律形式	本公司為股份有限公司，亦為公開發行公司。台灣證券交易所股票代碼為 1236

註：以上所有數據統為 2020 年 12 月 31 日統計資料。





宏亞主要營運事業部

- 營業總部 (77 事業部)**
 77 事業部主要經營餅乾與巧克力類休閒食品，堅持企業經營理念，深耕目標市場、由消費者需求出發進行商品開發及品牌經營，是 77 事業部的一貫市場策略。
- 禮坊事業部**
 多年來，禮坊一直以來秉持初心，不斷努力，讓送禮的人能送出屬於自己的味道，讓收禮的人能感受到被重視的心意，2.0 禮坊秉持初心，堅持用最好的原料做出用心商品，提供努力經營關係重視禮節的消費者可以，送出屬於自己的味道，讓收禮的人能感受到被重視的心意。
- 巧克力事業部**
 本公司以前瞻、創新的企業精神，並本著善盡企業社會責任的經營思維；從擅長的巧克力領域，跨足觀光文創產業，成立東南亞第一座巧克力博物館 - 「巧克力共和國」，持續推廣巧克力與企業理念。成立首年即榮獲經濟部頒發「優良觀光工廠」的殊榮。

宏亞主要營運事業部



2.1.2 營運策略與績效

營運策略

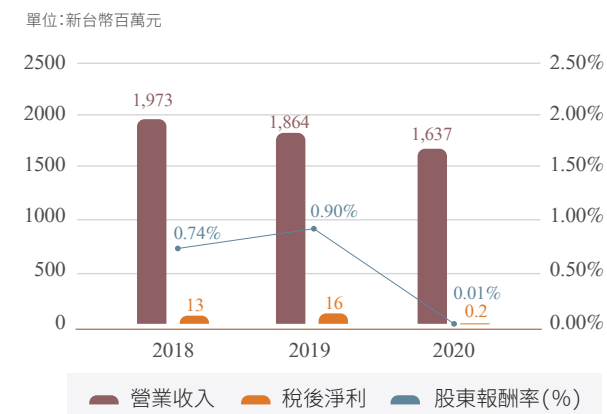
宏亞食品享有台灣國民巧克力美名，秉持著“大家都可以吃的起好吃的巧克力與餅乾”的精神，拓展投入至糖果餅乾等休閒市場，面臨新科技時代來臨，宏亞食品不僅在產品上力求推陳出新，也開始發展多策略經營型態，在研發上以健康又美味零食為產品發展策略主軸，再配合多元化的通路布局，滿足市場消費需要。另外近年來宏亞食品鼓吹食育理念，也透過巧克力共和國平台宣揚食育理念，最後，宏亞強調永續經營理念，為下一代環境努力，多年來努力在生產製程節能減碳，強調循環經濟對環境友善之製程，讓消費者除了安心享受美味，也能認知到產品是經由循環經濟製造而成，為環境盡一份心力。



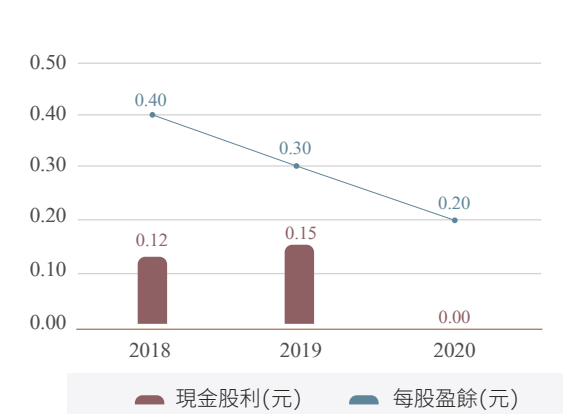
營業績效

宏亞公司 2020 年度合併營業收入淨額為新台幣 1,637 百萬元，較 2019 年度合併營業收入淨額 1,864 百萬元，同期比減少 12.18%。稅後淨利金額為新台幣 180,000 元，同期比下滑 98.86%，明顯受疫情拖累造成喜餅市場萎縮。但在疫情衝擊下，宏亞公司在 2020 年度新創數位營運部，並投入電商市場，以因應後疫情時代之衝擊考驗。2020 年宏亞食品售出產品總量共 6,478 公噸。宏亞公司主要生產線機器設備數量依事業群分，77 事業生產設備共 577 台，禮坊事業生產設備共 262 台。

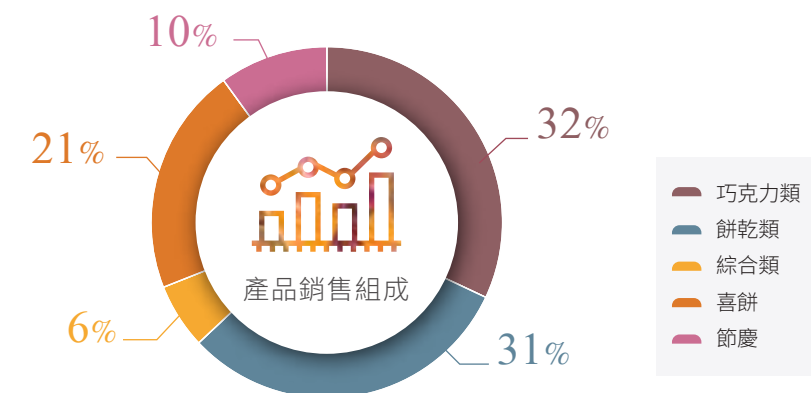
近三年度營運績效圖



近三年度每股盈餘與股利圖



產品銷售概況



宏亞食品依法規除需每月公布營收報告及每年舉辦股東常會之外，所有相關資訊皆可於本公司官網查詢。本公司另設有發言人、代理發言人和股務等單位，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。公司官網設有投資人專區，定期更新財務資訊等資料供投資人參考，投資人能透過電子郵件信箱，表達問題和建議。我們深信，所有努力將能提高本公司經營的透明度，使投資人執行投資決策時，能獲得更多相關的參考資訊。

宏亞食品官網：<http://www.hunya.com.tw>

投資人信箱：christineyu@hunya.com.tw

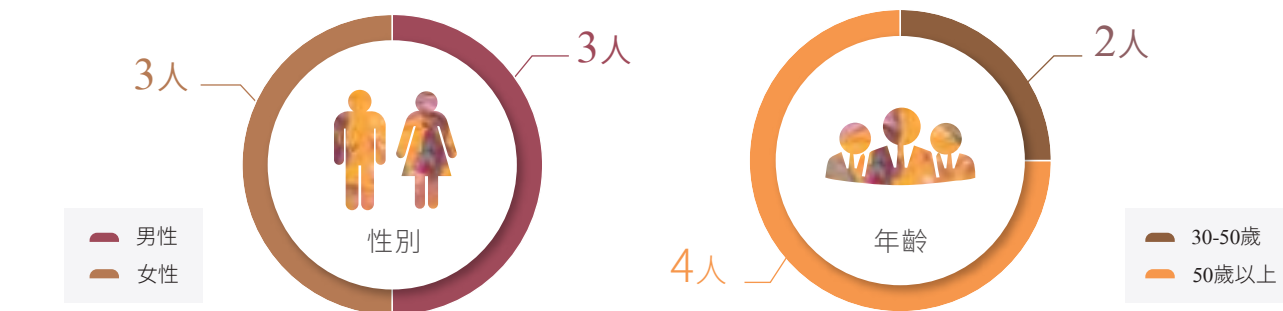
2.2 公司治理

在公司治理方面，宏亞食品秉持誠信經營之理念，積極推動營運透明化，以維護利害關係人權益為原則。另外，本公司於 2015 年通過「公司治理實務守則」、「誠信經營守則」、「企業社會責任實務守則」、「道德行為準則」，以落實強化公司治理制度，並由本公司稽核室為權責單位。除將上述相關守則，於公司內部網站公告，供員工公開閱覽之外，亦於公司月會中宣達溝通，以落實反貪腐政策。宏亞公司目前僅有誠信經營保證書，作為供應商評鑑用途，為合作往來簽屬文件，尚未制定誠信經營、倫理相關的吹哨機制與熱線，未來宏亞公司將內部評估設置誠信經營之相關訓練規劃，以期符合公司治理準則。2020 年確認無發生貪腐事件且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。

2.2.1 董事會運作

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

董事會成員資料表



董監事背景

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

董監事酬金

單位：新台幣仟元

職稱	姓名	董事酬金	兼任員工領取相關酬金
董事長	張云綺		
董事	張琇晴	330	2,824
董事	王聖鈞		
獨立董事	林大宗		
獨立董事	林燕娟	547	0
獨立董事	劉俊北		

2020 年董事會出席狀況表

年份		2018	2019	2020
董事會召開次數	次	6	6	6
全體董事平均出席率	%	83.3	100	100
獨立董事出席率	%	91.67	100	94.3

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，請參考宏亞公司 2020 年報內容。



2.2.2 功能性委員會

審計委員會

宏亞食品遵循法令設置審計委員會，協助董事會履行其監督公司在執行有關會計、稽核、財務報導流程及財務控制上的品質和誠信度，依規定審計委員會成員應由全體獨立董事組成。本公司審計委員會由三位獨立董事組成，2020 年審計委員會共召開 2 次，出席委員實際出席率 100%。



薪酬委員會

宏亞食品係自 2011 年 11 月開始設置薪酬委員會，忠實履行「訂定並定期檢討董事及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構」暨「定期評估訂定董事及經理人之薪資報酬」之職權，並將其所提建議提交董事會討論及做成決議。薪酬委員會於行使以上職權時，均本於其專業性，審酌最高治理成員與經理人之個人表現、公司績效及未來風險，並參酌同業通常水準情形，建構具競爭性且能使企業永續發展之薪資報酬機制。本公司薪酬委員會由三位獨立董事組成，2020 年薪酬委員會共召開 2 次，出席委員實際出席率 100%。

2.3 永續風險管理

2.3.1 風險管理制度

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

風險項目	對宏亞造成的衝擊	相關因應措施
 政治風險	宏亞主要銷售地點於國內，經評估因政治因素而導致的禁銷風險較小，未來持續觀察。宏亞公司生產基地集中於桃園八德廠區，主要行銷據點為國內(91%)、外銷(9%)，中國銷售所占比重相對較低，影響評估較小。	為了降低出口風險衝擊，目前積極開拓東南亞和北美市場減少過度集中單一市場之風險。
 法規風險	近年來食品法規漸趨嚴密，對溯源及生產品質管理提高，相關設備和系統需導入因應。	宏亞密切留意國內食品相關法令變動，以利確保生產之產品均遵守相關食品法規要求。

風險項目	對宏亞造成的衝擊	相關因應措施
 人口結構風險	經濟風險及社會風險，對宏亞公司經營衝擊將直接反映在營運績效成果，例如結婚對數減少，少子化社會都對禮餅市場有直接衝擊。	宏亞公司經營團隊皆以即時的應變調整組織對策來因應，以降低不利之影響。
 產品需求風險	由於健康養身理念提升，現代人對飲食健康要求也相對嚴格，由於宏亞公司屬於糖果餅乾產業，現代人對糖類產品減量勢必影響公司營運績效。	宏亞公司產品研發設計方向也因應消費者對健康養生的需求亦逐步朝向無人工添加物、健康單純食材來因應。
 供給風險	近年來全球主要風險中，氣候變遷成為最關鍵因素，由於宏亞公司之主要原物料來源屬於基礎之農業產業，易受全球氣候異常造成農產品價格波動及產量供應不穩定，對宏亞公司衝擊程度相當大。	宏亞公司為了維持原物料供應穩定，除與供應商簽訂合約保障，也進行對供應原料找尋替代原料來源及供應商，確保維持價格穩定及供貨持續不中斷，減少對宏亞公司營運之影響衝擊。
 競爭風險	因食品業進入門檻低、市場競爭激烈，顧客偏好亦變動迅速，對宏亞的營運具一定程度的衝擊。	宏亞公司透過明確的市場區隔，並重新塑造品牌形象及商品曝光度、提升消費者品牌忠誠度，及創新產品開發以規避競爭風險。
 傳染病風險	全球流行傳染病衝擊全球經濟，直接影響供應鏈、原物料供應與消費者行為的改變，顯著影響宏亞的銷售情況與營運策略，直接影響各上下游供應鏈之運作，導致相關生產、運輸、航運等因疫情封閉而導致延期交貨或缺貨、缺工等衝擊。	宏亞公司目前針對此供應鏈斷貨危機採取持續追蹤並提前備貨因應，以減少衝擊。
 氣候變遷風險	氣候變遷風險將影響宏亞營運、能資源管理、原物料及供應鏈管理，對宏亞公司在生產階段之衝擊最直接明確。	宏亞公司因應法規將逐步導入氣候相關財務資訊揭露框架 (TCFD) 方法評估於公司營運策略規劃上，並在決策過程中納入氣候變遷因子；訂定氣候變遷風險管理程序與機制，並納入整體風險管理政策；積極推動各項環保節能減碳措施、減少溫室氣體排放量、推動綠色生產及食品服務等，以減緩與調適氣候變遷所帶來之營運衝擊。氣候變遷風險因應相關措施將於 2.3.2” 氣候風險管理” 小節有更多說明。

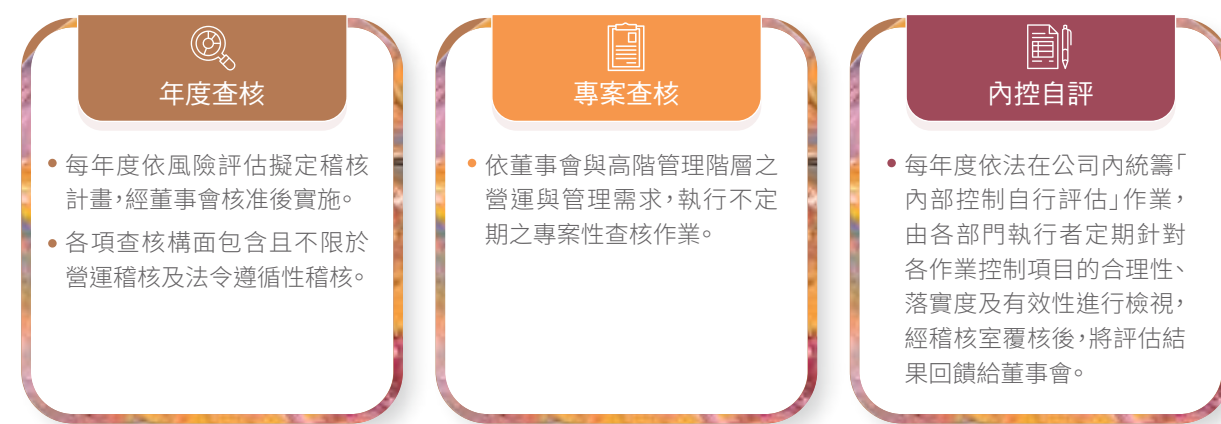
2.3.2 氣候風險管理

依 2020 年世界經濟論壇所發布全球風險報告中指出，在前 5 大風險評估中，環境議題就占據其中 3 項，這些衝擊包含氣候行動失敗、極端氣候及生物多樣性喪失，其中，又以氣候行動失敗對人類造成之衝擊較大，因這項風險不僅會帶來極端氣候事件，更將嚴重影響全球經濟體系。因此，如何妥善評估氣候變遷對企業造成的風險因子與量化其對營運造成的衝擊至關重要。宏亞為銜接國際永續趨勢，積極管理氣候風險議題，同時亦符合遵循公司治理 3.0 之強化 ESG 資訊揭露的法規，將於未來逐步導入氣候相關財務資訊揭露 (TCFD)，透過風險評估辨識氣候變遷所引致風險，強化永續報告書資訊揭露。氣候相關風險與議題由本公司的環境與能源管理組織討論與決策。

面向	揭露架構	宏亞現階段作法	揭露建議	宏亞現階段作法
治理	1. 揭露宏亞氣候風險與機會的治理機制	由本公司環境與能源管理組為治理單位，討論決策氣候變遷減緩、能源管理議題	<p>a. 描述董事會如何監管宏亞的氣候相關風險與機會</p> <p>b. 描述管理階層管理氣候相關風險與機會的權責</p>	<p>因應此議題，宏亞目前與透過外部專業顧問舉辦高階講座說明現階段全球因應氣候變遷之治理與策略和分享實際案例與董監事做溝通</p> <p>董事長兼任企業責任委員會主席，由董事長主導氣候變遷風險之對應方針</p>
策略	2. 揭露氣候風險與機會帶給宏亞的實際與潛在衝擊，以及其對宏亞營運、策略、財務規劃之影響	氣候風險在宏亞公司內評估主要是針對生產端之影響，在策略上制定是以增加替代能源方式和使用循環製程來因應	<p>a. 描述宏亞鑑別出的短、中、長期的氣候相關風險與機會</p> <p>b. 描述氣候相關風險與機會如何影響宏亞的營運、策略及財務規劃</p> <p>c. 描述在不同情境下，宏亞營運、策略及財務規劃之影響 (需包含 2 度 C 情境)</p>	<p>宏亞擬定願景策略藍圖，在傳承清新豐饒未來的主軸下，分別訂定相對應指標，以利因應相關風險與機會</p> <p>宏亞公司在氣候風險應對上，目前以減少碳排放為標準，因此自建太陽能發電售電，以因應未來將課徵之碳稅收費</p> <p>宏亞公司未來會逐步導入該情境之管理與回應</p>
風險管理	3. 揭露宏亞如何鑑別、評估與管理氣候變遷風險	目前宏亞依據自身產業特性、潛在衝擊程度，以及風險發生可能性，來鑑別未來潛在的氣候風險	<p>a. 描述宏亞鑑別與評估氣候相關風險的程序</p> <p>b. 描述宏亞管理氣候相關風險的程序</p> <p>c. 描述宏亞如何整合性管理風險架構</p>	<p>宏亞公司參照聯合國氣候變遷標準，未來將內部討論做出氣候風險衝擊之因應</p> <p>宏亞公司目前管理做法是投入太陽能發電系統建置，工廠方面也持續投資節能設備建置</p> <p>宏亞在氣候風險之管理，從內部討論建立共識，並鑑別出主要受氣候影響之風險類別，並投入資源進行因應</p>
指標與目標	4. 揭露宏亞在氣候風險與機會方面的管理目標與指標	目前宏亞公司在氣候風險制定之目標以減碳節能為主軸，相關指標以減少廢棄物，減少碳排放，增加再生能源以及導入循環經濟生產製程做為執行依據	<p>a. 說明宏亞在訂定策略及風險管理過程中，運用哪些指標評估氣候相關風險與機會</p> <p>b. 揭露範疇 1, 2, 及 3 溫室氣體排放及相關風險</p> <p>c. 描述組織管理氣候相關風險與機會時的目標</p>	<p>在氣候風險管理上，參照減少碳排放之溫室氣體指標範疇排放標準制定目標因應，並透過願景藍圖定期追蹤與管理</p> <p>溫室氣體排放相關數據於“4.2.1 溫室氣體排放管理”之小節將有更多說明</p> <p>目標上宏亞以逐年降低碳排放為主，並持續投入節能設備和增加再生能源使用比例</p>

2.3.3 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。



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。

內部稽核控制流程



危機處理機制

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

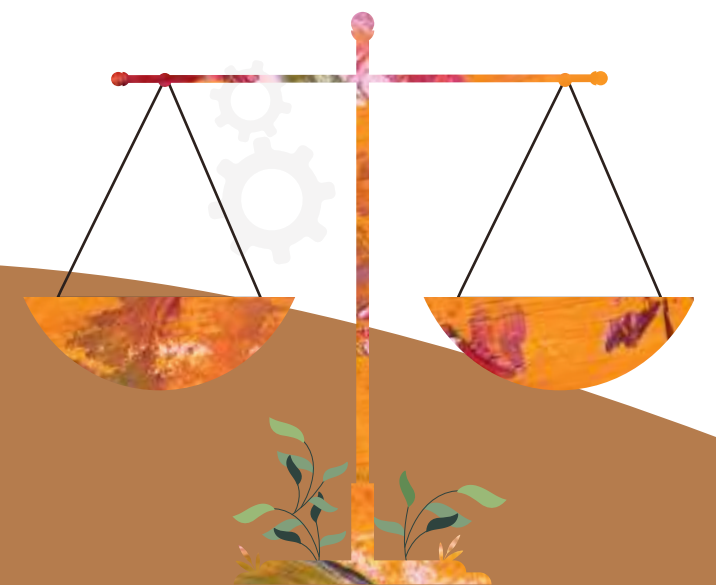


2.3.4 法規遵循

本公司不斷提升經營管理能力，包括溯源管理、供應商管理、產品品質、環境衛生安全及服務管理的能力，在經營上均遵守相關法令更提前因應。2020 年度並未收到任何食品裁罰與違規之事件，本公司針對與食安問題相關，造成社會安全衝擊之相關情事，建立 0800 免付費客訴管道，立即處理客戶有關食品上之疑問，而內部管理上也設立員工意見信箱反映職場需改善事宜，同時在公司官網設立意見反饋專區，聽取蒐集投資人和相關團體之一件回覆，2020 年度並未發生社會衝擊申訴立案之案件。環境衛生上，應揭露之排放水質相關紀錄在 2020 年皆符合法規規範，無任何違反法規、政策或排放標準之事件。

由於本公司屬食品製造業，主要遵守之法令規章有食品衛生管理法及施行細則、食品良好衛生規範、商品標示法等。同時也為食品輸入業，進口奶粉、油脂及香料等工廠內自行使用之原料，無銷售或轉贈行為。2020 年度銷售的產品並無被禁止在特定市場銷售，也無發生利害關係人質疑或有爭議性的產品銷售，造成民眾恐慌。若發生有爭議產品銷售時，依據不合格品管理程序辦理，妥善處理。本公司因應衛服部食品安全管理制度，強制執行食品安全監測計畫、強制檢驗和追蹤追溯管理系統，皆依法遵行。本公司所生產之產品 100% 通過 ISO 22000 要求，且全數符合相關法規要求，2020 年未有食品召回回收事件，也無須召回回收的食品總量的記錄。

		2020 違規事件 / 次數	裁罰單位 / 金額	改善方法與行動
環境面	水質 / 水量類	0	0	無
	其他環境裁罰類	0	0	無
治理面	食品安全相關類	0	0	無
社會面	產品標示或銷售類	0	0	無





3

分享甜蜜 安心滋味

3.1 食安永續·幸福延續

- 品質控管與檢驗
- 成品管理
- 溯源管理
- 人員與衛生管理

3.2 創造客戶幸福

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



點點善X宏亞 城市曙光計劃

作品名稱: 綻放

創作理念: 蓓蕾，在舌尖融化，綻出甜蜜，盛放芬芳，在口中綻成一朵希望之花



管理方針



重大主題

食品安全管理、產品與服務創新、責任行銷、健康與營養的產品

優先閱讀對象

消費者、投資人、通路商、政府機關

對宏亞的意義與承諾

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



信任

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



熱忱

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



創新

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



重大主題	管理方法與評估機制
食品安全管理	恪遵食品安全法規，嚴格把關生產品質，並透過定期的內部稽核，確保生產流程符合標準。
產品與服務創新	持續開創新產品並符合世界潮流，達到健康減糖之標準。
責任行銷	傳達消費者清楚訊息，明確做好食品標示。
健康與營養的產品	增加使用天然無添加人工材料之商品項目，並持續在生產線導入潔淨生產。

3.1 食安永續・幸福延續

3.1.1 品質管控與檢驗

宏亞對食安的承諾

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

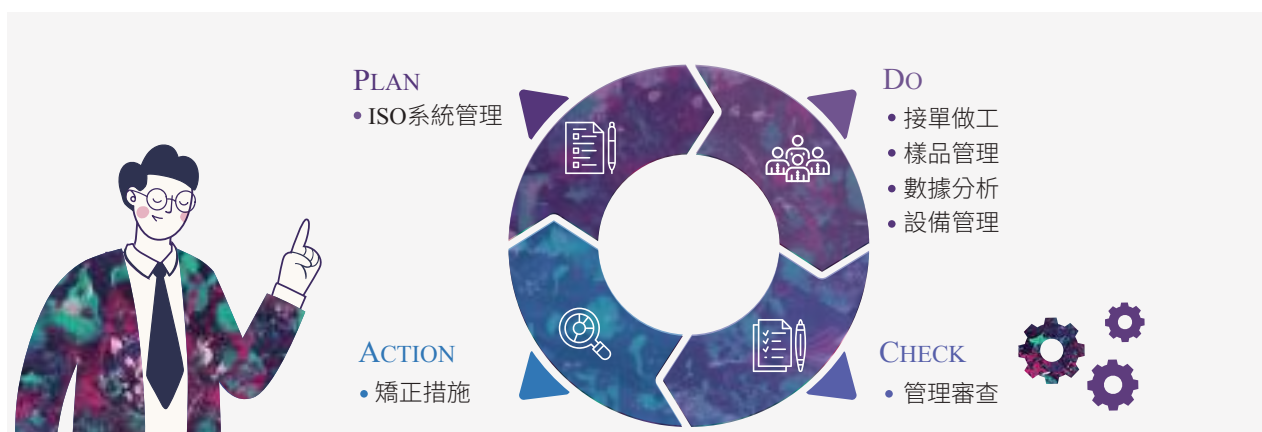
宏亞公司使用 SAP 資訊系統，提供更即時數據分析，詳細監管原物料變動，認證管理方式接恪遵 TQF 準則，作業管理方面都遵照 ISO 22000 執行要求，所有原物料皆能於每月 10 日上傳追蹤追溯系統 (非追不可平台) 資料揭露。販售之商品全數自行生產組裝，並無委外生產情形，所生產之產品 100% 通過 ISO 22000 要求且全數符合相關法規要求。

食品安全管理策略

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



註解：6S 名詞解釋 (整理、整頓、清掃、標準工作流程、持續養成良好工作習慣、安全)



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

2020 年度教育訓練課程彙整表

	製造部	品保部	研發部
食品安全防護重點	●	●	●
過敏原標示及管制重點	●	●	●
衛生安全管制重點及異物防治	●	●	●
金屬檢測機	●		
緊急應變與職業安全衛生	●	●	●
HACCP 食品安全基礎班	●	●	●
核果類 IQC 進料檢驗重點及規格之建立		●	●
可可類生產流程及 IQC 檢驗重點說明		●	●
CQE 品質管理實務訓練班		●	

2020 年宏亞內部訓練食安課程共計訓練人數 2,069 人，88 堂，2,812 小時。除公司內部提供之食安訓練，宏亞亦鼓勵員工參與外部訓練，2020 年外部訓練食安課程共計訓練人數 13 人，11 堂，合計 176 小時，獲取 2 張品質管理師證照及 2 張品質工程師證照。此外，宏亞亦派員參與衛生局或政府機關、供應商及驗證單位所舉辦研討會、法規條文說明及食品相關課程，以了解法規最新動態，並隨時掌握法規新知。

品質認證與稽核制度

宏亞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	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建立各項原料檢驗項目及標準，並主動提供原料 IQC 文件給供應商與採購，透明化交易規格及檢驗項目 2. 核對每批進料分析表與廠商原始資料之一致性。(包括產地、成分、保存方式及期限、過敏原、規格) 3. 送樣原料與現行使用之差異性檢驗 4. 庫存原料之品質檢驗 5. 配料及添加物重量的相符性查核
物料檢驗	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建立各項物料檢驗項目及標準，並主動提供物料 IQC 文件作為檢驗依據及核對 2. 物料簽樣 (限度樣品；GOLD sample) 製作，放置各檢驗現場專區，以縮減來回走動找尋核對時間 3. 庫存包材之品質檢驗
製程檢驗	<ol style="list-style-type: none"> 1. 製造現場巡迴品質檢驗 (水分、單包封口、殘氧、品評) 2. 配合新產品導入試車，收集並制定品質標準 3. 生產環境衛生及潛在污染的查染 4. QC 工程表及 IPQC 文件之製作
成品檢驗	<ol style="list-style-type: none"> 1. 成品 FQC 每批入庫品質檢驗 (封口、日期、標示、重量等) 2. 成品庫存 / 退貨等品質判定 3. 重製工商品之品質判定
微生物檢驗	<ol style="list-style-type: none"> 1. 原料進料、半成品及成品微生物檢驗 生產環境檢驗 (空間落菌、食品接觸面、手部塗抹、水質檢驗、餘氯檢驗)
量規儀器校正	<ol style="list-style-type: none"> 1. 全廠量規儀器校正計劃與執行 2. 重要管制點金屬檢測機及 X 光機之外校 3. 認證實驗室之儀器及標準件外校工作

品質保證

工作範圍	品保工作重點
HACCP 原物料及製程分析	<ol style="list-style-type: none"> 1. 依原物料及製程等流程分析危害，制定重要管制點 2. 依原物料進料項目，編列原料最低檢驗週期報告索取計畫、包材食品接觸面、成品檢驗報告等 3. OEM 商品及新品、成品週期性輪檢
營養標示	<ol style="list-style-type: none"> 1. 依 SAP 配方組成建立營養標示 2. 依各代理商需求製作外銷英版、簡體版標示和營養成分 3. 外銷配方百分比及流程圖繪製 4. 標示經內或外部審核通過，發出製作單 5. 核對標示設計稿件
保存實驗	<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 1. 依年度供應商訪廠計畫執行，增修預計合作或包材食品接觸面或年節交易商品如鹹蛋黃、豆餡自製供應商 2. 重大異物污染案件或食安事件的不通知稽核
客訴處理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 客訴原因分析及改善追蹤 2. 建立預防及矯正措施 3. 客訴回覆報告
教育訓練	<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 1. 法規文件更新、原料及成品規格書分類管理 2. 客戶通路及 TQF 平台資料維護 3. 外驗報告之登錄與維護

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

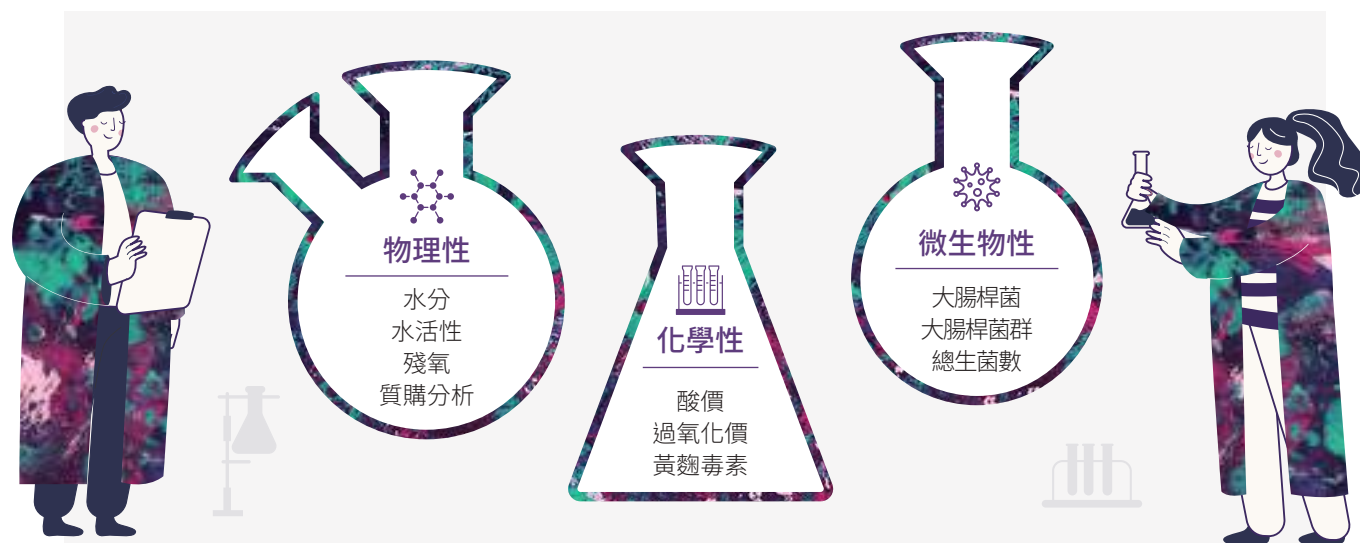
2020 年年度稽核活動結果報告：

	次數	不符合事項	觀察缺失
外部稽核	16	47	66
內部稽核	2	37	0
合計	18	84	66

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 2020 年本公司通過的認證系統包括食品 TQF、ISO 22000、中國 GB/T22000，雖目前認證雖非屬於全球食品安全 (GFSI) 主張認可，但也隨時保持關注及跟隨腳步，以上認證皆未發生重大不合格與輕微不合格產品的相關矯正措施，不合格產品率。

持續優化實驗室檢驗

宏亞食品實驗室從原料測試、生產管理、新品測試、成品階段皆為內部管控，實驗室檢驗項目分為：物性、化性及微生物性三大類，現階段以通過財團法人全國認證基金會 (TAF) 微生物檢驗認證為目標前進。



宏亞公司以嚴謹的心為消費者做品質上的把關，因此廠內驗收標準比法規上來的更加嚴苛。宏亞食品實驗室因應國際實驗室認證趨勢，於 2020 年重建實驗室，並導入 Airstream® A2 型二級生物安全櫃，通過前窗氣流來保護工作人員，空氣經多層 HEPA(ULPA) 過濾以保護樣品，排出空氣經過 HEPA(ULPA) 過濾來保護環境，符合現今環保趨勢。

2020 年度，宏亞食品實驗室共檢驗 2,372 筆微生物樣品，如下列表格：

分類	類別	2020 年檢驗結果		備註
		樣品數	合格率	
成品	國內	1400	98.43%	廠驗未符，符合法規
	外銷	135	97.78%	廠驗未符，符合法規
	巧克力糊	14	100.00%	
糕餅	國內	46	91.30%	廠驗未符，符合法規
	外銷	10	100.00%	
進料	原料	202	88.61%	
專案	研發	512	96.88%	
	比對	53	99.23%	

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

2020 年委託外部檢驗各項共 134 件，合格率为 100%，原料於 2020 年合格率为 88.61%。此外，因宏亞公司實驗室採用國際最高標準，成品以及糕餅類之合格率雖未達 100%，但接收之原物料皆符合法規標準。為確保符合法規要求及產品穩定度得到客戶肯定，2020 年在實驗室相關品質管理、檢驗費用支出逾 900 萬元，占營業收入 0.5%，較 2019 年增加 0.4%，主要花費為實驗室重新整修及儀器添購新置。

DSC 熔點測定儀
測量原料隨溫度變化的物理性質，用來表征材料的熱性能、熱穩定性等

G20 滴定儀
利用偵測過氧化價、酸價等電位差，以數位化方式管理檢驗數據，降低人工判定之誤差

Airstream® A2 型二級生物安全櫃
經國際 EN 12469 認證，具有高效節能、簡密的設計、穩定，自補償氣流、低雜訊和人體工學設計

CT3 質構儀暨原料檢驗套件組
利用不同套件組檢驗乳加、麵團等質地性質，即使回饋製程作為生產依據

3.1.2 成品管理

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

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

3.1.3 溯源管理

配合政令食安五環政策，宏亞公司建立相關食品監測計畫與追蹤追溯作業指導書，每日由品保專人收集原物料交貨 / 生產紀錄 / 成品出貨等 3 大區塊，所有產品 100% 皆透過電腦資訊系統可達成：



3.1.4 人員與衛生管理

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

類別	管理面向	管理措施	2020 年管理措施與績效
從業人員	1. 職能鑑定 2. 教育訓練 3. 健康檢查	1. 每年舉辦製程人員技術檢定，作為重點培養人才 2. 每年各部門舉辦品質衛生及重要管制點操作人員之教育訓練 3. 新進員工於報到時須提供體檢合格證明，全廠員工每年定期進行一般勞工體檢、供膳人員 (傷寒、A 型肝炎、胸腔 X 光) 檢驗	1. 2020 年生產線培訓 21 人 2. 2020 年共舉辦 18 堂金檢機課程，共 263 人次參與 3. 2020 年度健康檢查全廠員工均未檢驗出傷寒 A 型肝炎、肺結核等法定傳染疾病
作業場所	1. 噪音區防護 2. 單包封口確認 3. 單包形態的變更 4. 衛生檢查日誌	1. 針對作業環境超過 85 分貝者，提供耳塞、耳罩防護，每年健檢加做聽力檢查，並由廠護列冊關懷追蹤 2. 增加水壓機，檢測單包封口之完整性 3. 穀麥生產線產品充氮，以延長產品保存期限 4. 核果類烘烤後以真空包裝冷凍保存延長保存期 5. 乳加產品採用純鋁包材，以延長產品保存期限 6. 每日由各單位主管執行衛生日誌的查核	1. 2020 年已列表 56 人數，提供做業人員注意聽力變化 2. 生產線現階段為 7 台水壓機 3. 生產線現階段為 2 台殘氧機 4. 每週一次，週轉率 2 個月內使用完畢 5. 由保存期 8 個月改至 1 年 6. 每日確保人員衛生及作業廠所符合 GHP 要求
設施衛生管理	昆蟲捕捉係數分析	1. 製造現場出水口檢驗大腸桿菌及生菌數和餘氯 2. 針對生產線上人員進行手部衛生抽檢 3. 食品接觸面塗抹與生產線過敏原的檢測 4. 針對廠內各區域捕蟲燈，做數量及趨勢分析	1. 每 2 個月檢測一次，2020 年抽驗 6 次，最終結果均能符合廠內標準 2. 生產單位每月隨機抽檢，均能符合廠內標準 3. 2020 年接觸面塗抹共 85 點，過敏原檢測結果均合格 4. 廠區內捕蟲燈共 79 個，有效降低飛翔性蟲害
品保制度	1. 外購及被抽樣商品品質確認 2. OEM 商品之品質	1. 針對市售宏亞食品商品，取樣做品評及微生物報告 2. 比對政府抽樣及 TQF 後和廠商調查抽樣檢驗報告之相符性 3. 新品保存試驗之執行 4. 出貨 OEM 商品提供內部成品檢測報告	1. 2020 年隨機購買 4 項品項，品評及微生物檢驗均合格 2. 每年兩次比對，內部微生物檢驗結果與外部抽樣一致 3. 2020 年共測試 884 件，確保新產品上市保存期限 4. 每批提供成品檢驗報告，內部抽驗 12 次微生物均符合標準

3.2 創造客戶幸福

3.2.1 創新商品與服務

2020 年 77 與禮坊事業部持續透過觀察消費者需求趨勢，堅持使用好的原料、好的方法、做出美味產品的理念，開發各式創新商品與服務。宏亞公司在 2020 年投入之研發費用逾 230 萬元，開發之新商品共計 36 項，為與時俱進符合消費趨勢，宏亞開發之新品包含高 % 可可多酚巧克力、添加益生菌巧克力、高蛋白與高纖維餅乾、減糖之機能巧克力等，顯示在產品研發創新上皆能滿足現今消費者新時代之期待。



創新商品獲國際品質獎肯定



宏亞抓住日韓正夯的台灣珍珠奶茶手搖飲趨勢，開發黑糖珍珠奶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。

2020年禮坊持續推廣全新品牌識別及全新門市體驗式購物，提供咖啡館的舒適空間，讓消費者享受禮坊特製法點蛋糕，搭配精品級莊園咖啡或蜜香紅茶，並推出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。



將在地化精神融入創新服務

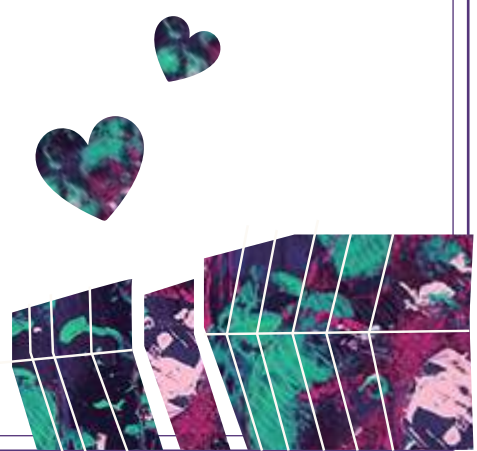
結合在地藝術家設計商品，一同為在地永續共好而努力

2020年禮坊邀請台灣新銳藝術家--吉文考古為商品設計，集傳統中式與現代法式於藝術家手繪圖騰，希望運用插畫重新詮釋，讓大眾重新認識傳統『吉祥圖案』文化，並且傳遞美好的祝福；在中秋檔期並與藝術家游雅蘭聯名推出中秋藝術禮盒『粉紅月亮』，透過藝術與禮盒的結合，讓「送禮」這件事情變得更加有溫度，與相同理念的藝術家，一同傳遞幸福，為在地永續共好。



巧克力共和國更投入食育教育，創造在地幸福場域

延續過往巧克力共和國館內許多寓教於樂的DIY課程，2020年巧共調整了經營策略，除了過往的巧克力自造體驗，並找來藝術家合作，推出「酒瓶燒切體驗」，將熱銷商品「酒糖」，所產生之廢棄酒瓶，運用複合媒材結合「巧克力」，創造獨特藝術作品，享受自造的樂趣。期望將自造、共創、體驗三大精神，注入全新的巧克力共和國，感受共創美好。



創新成長亮點故事·創造甜蜜安心滋味



甜蜜安心滋味之價值與文化

- 77結合在地小農，開發運用在地食材的商品，例如：77乳加黑金剛花生、本味誠現與鮮乳坊合作開發小農鮮乳餅。
- 禮坊亦採用在地屏東新鮮檸檬及非籠飼雞蛋，開發出法式香檸蛋糕。



甜蜜行動目標

- 宏亞期望讓消費者在享用美味甜食的同時，亦能感受及參與對台灣永續農業的支持。
- 提升動物友善福利原料使用比例佔每年營業額 2%。
- 每年至少與1戶小農合作在地食品的生產。



甜蜜安心滋味之推動成效

- 每年研發單位持續參加國際獎項競賽，在成效上宏亞公司創新產品不僅深獲大眾喜愛，77乳加黑金剛花生榮獲「2020 Monde Selection世界品質評鑑大賞銅賞」。
- 消費者也因為黑金剛花生乳加，更強化乳加品牌無可取代的『花生牛軋巧克力』產品印象。
- 2020年友善飼養雞蛋之採購總金額佔總體雞蛋採購量6.5%。
- 合作之小農有鮮乳坊、和好時豐農、李欽龍花生、張丹鳳桂圓乾4家。



未來的甜蜜安心滋味再研發

- 宏亞未來仍會持續尋求與在地小農的合作，運用於創新產品開發中，期望幫助在地農業的永續發展，同時強化宏亞國民零食的本土品牌優勢。

3.2.2 行銷與標示

宏亞食品之責任行銷一直採用最高標準來檢視，2020年除了開發健康減糖與機能產品外，也致力於潔淨生產線之擴展，並將這些價值觀與消費者密切溝通。宏亞所有產品皆完整揭露成分資訊與相關標示，同時身為糖果餅乾產業，我們注重兒童健康發展，本公司責任行銷未有任何投放廣告於12歲以下兒童族群，並有以下相關標示措施，以利兒童、消費者更能清楚產品食用安全。目前尚未針對非基因改造產品做統計紀錄，研擬自2021年開始實行，標示方面有：

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

創意溝通亮點故事·健康營養新Style



健康營養新style推動核心

宏亞遵照聯合國永續發展目標準則，推出減糖、高機能性商品給消費者，目前全球潮流在健康生活上之共識以日益增長，因此公司也持續導入更多健康營養概念在商品上，以滿足消費者之期待。



健康營養新style推動之目標

持續開發健康、減糖之食品，另外也計畫透過包材減量和以循環材質取代包裝之概念來做行銷溝通，讓消費者能深刻體認宏亞不僅在食材上之永續理念，更能在包裝上展現環境永續決心。

- 2025年達成商品減糖比例5%。
- 2025年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。



健康營養新style推動之成果

- 溝通策略上強化減糖、高機能性主軸與消費者溝通，透過公開宣傳媒體傳達永續理念。
- 高機能性和健康無添加之商品營業額也逐漸提升，顯示宏亞公司產品獲得消費者肯定。
- 經由外部顧問市調公司調查結果，宏亞食品創新健康、機能性產品獲得很好之評價與回饋，顯示宏亞食品能符合當前市場潮流取向。
- 另外在行銷媒體上也增加機能性產品廣告曝光，例如高%可可多酚、添加益生菌等巧克力產品，以及100%無添加之餅乾。
- 2020年提供健康與營養新產品(如減糖/機能)的8個品項數(占總品項0.5%)。
- 通過Clean Label認證：共3條生產線，共上市11支商品)。
- 除了透過大眾媒體與一般消費者溝通健康取向的新產品及產品利益，2020年宏亞也透過官網的更新，與股東、投資人、潛在合作廠商溝通宏亞的創新產品訊息。



健康營養新style未來規劃

- 除了持續開發新型態產品，並加深與消費者溝通宏亞在永續經營之理念，並持續往目標邁進。
- 持續和加強宣傳宏亞SDG策略，確保健康的生活方式，促進各年齡段人的福祉。

3.2.3 健康與營養的產品

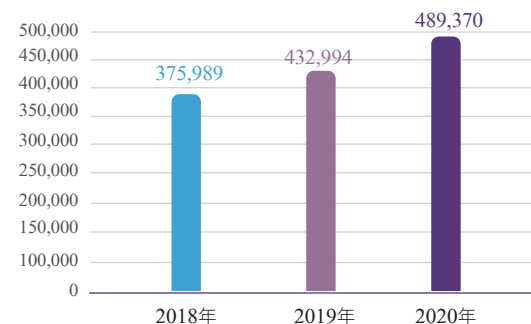
宏亞食品致力提供滿足消費者營養與期待的產品，並透過認知與教育活動積極推廣健康的生活方式，目前產品之健康減糖機能產品項目共 8 項，主要是以 77 事業群之產品為主，其 2020 年之銷售額佔 77 事業群整體營收比例係 2.2%。而在潔淨生產標章方面，截至 2021 年 5 月，宏亞公司已取得 3 條 Clean Label 之生產線標章，共 11 項商品。並透過責任行銷方式於標示中揭露健康與營養之商品內容。

持續推廣健康與營養產品

宏亞秉持『用好的原料，好的方法，做出好吃的商品』之理念，因應國內健康管理法偏向規範食品保健效果，故宏亞依據產業經驗，對於健康與營養產品的定義為健康的零食要能兼顧安心品質及美味，根據市場調查，近年來消費者對健康營養意識增高，對產品要求也趨向於少添加、高機能、少負擔之追求，故在產品開發不斷朝向優質用料、少添加、配方優化、甚至取經日本零食市場添加營養素等方向來開創產品，2018 年以來，宏亞在訴求健康與營養標籤的產品品項數目增加，營業額佔比也從 27% 持續增加到 2020 年之 38%。

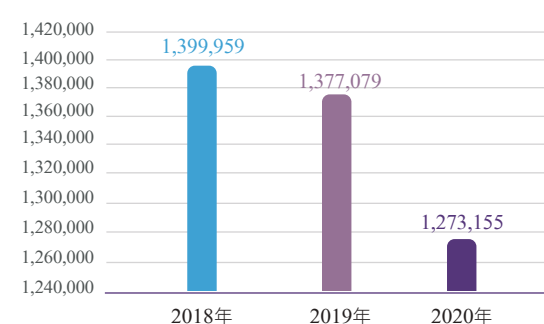
健康與營養標籤產品總淨額

單位: 新台幣仟元



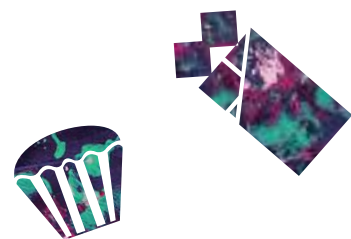
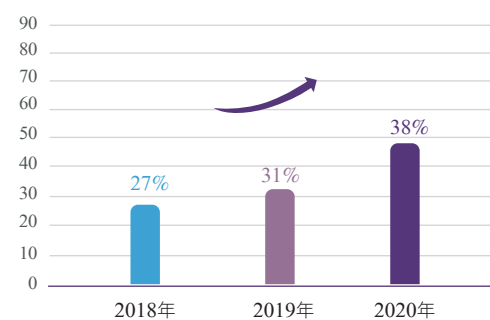
當年總淨額

單位: 新台幣仟元



營業額佔比

單位: %



2020 年看準黑巧克力為下一個黑金商機，77 事業部開發兩款機能添加的醇黑巧克力：72% 醇黑巧克力添加可可多酚、43% 牛奶巧克力添加 BC30 益生菌，在享受濃郁可可風味的同時，多點健康利益；此外在人氣商品乳加產品線，額外拓展減糖乳加及乳加益生菌加，滿足不想吃太甜或更有健康意識族群的需求。另外，從東方消費者行銷資料庫 (E-ICP) 觀察消費者購買餅乾考慮因素，健康及天然持續五年排名第二以內，宏亞也持續致力於開發少添加概念的餅乾，包括本味誠現新推出燕麥餅，新貴派大格酥推出抹茶大格酥，2020 年 77 旗下品牌有 10 支產品取得慈悅潔淨標章認證，包含本味誠現品牌、新貴派大格酥品牌、及歐維氏醇黑巧克力品牌取得潔淨標章 (Clean Label) 認證。配方符合八大不添加，佔整體 77 總營業額的 20%。未來也會持續增加有訴求健康與營養標籤的品項數，例如在巧克力品類有更多調溫巧克力的品項數，並且搭配媒體宣傳，讓更多國人瞭解黑巧克力對健康的益處。



3.2.4 客戶關係與隱私管理

本司設有 0800 免費客服電話，提供客戶關於產品任何客訴與退換貨服務，並每月出具客訴月報表，針對客戶反映問題分類，並每月於工廠月報中追蹤管理，另外在禮坊品牌通路，也積極擴展電商服務窗口，例如透過 Line、Facebook 與官網等來提供客戶不間斷之消費服務。

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



4 傳承清新 豐饒未來

4.1 環境永續・幸福延續

4.2 氣候變遷因應

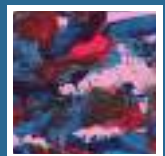
- 溫室氣體排放管理
- 能源管理

4.3 水資源管理

- 用水管理
- 廢污水管理

4.4 廢棄物與其他污染管理

- 包裝材與廢棄物管理
- 空污與噪音管理



點點善X宏亞 城市曙光計劃

作品名稱: 綻放

創作理念: 蓓蕾，在舌尖融化，綻出甜蜜，盛放芬芳，在口中綻成一朵希望之花



管理方針



重大主題

能資源使用效率、氣候變遷減緩策略、包裝包材

優先閱讀對象

投資人、消費者、政府機關、社區與其他

對宏亞的意義與承諾

宏亞食品在提供優質產品與服務的同時，體認到維護地球環境的責任，將環境保護做為持續努力的方針；宏亞於2020年通過BS8001循環經濟最佳化認證，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。本章節將介紹關於水資源應用污染防治、廢棄物減量、資源再生回收、能資源管理及節能減排之議題。



信任

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



熱忱

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



創新

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



重大主題	管理方法與評估機制
能資源使用效率	引進新設備及新技術，並改善設備效能進而提高能源使用效率，持續增加再生能源裝置，建造太陽能板。
氣候變遷減緩策略	因應減少碳排放，除了增加再生能源使用也擴大生產製程之循環能源使用，例如熱能、廢水等；另外，遵從聯合國永續發展目標方針，每年逐一減低範疇一至三之溫室氣體排放達到5%。
包裝包材	行銷端方面朝向減少包材使用設計，並尋找可循環再生之材料做替代，生產製造端則研擬廢棄包裝材之處理使用，降低對環境之衝擊。

4.1 環境永續・幸福延續

宏亞環境管理策略

宏亞食品在環境管理策略上一直秉持著對環境友善理念去生產，多年前已逐漸導入環保設備於工廠生產製程中，同時，在生產過程中致力於能源循環再利用，在環境管理策略上致力發展為五個面向，分別為水資源應用與污染防治、溫室氣體盤查與減排改善、永續能源管理、廢棄物汙染管理以及精實製程改造：

水資源應用與污染防治

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

溫室氣體盤查與減排改善

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

永續能源管理

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

廢棄物汙染物管理

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

精實製程改造

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

綠色產品設計

- 以友善環境概念設計產品並簡化包裝，選用易回收可生物分解之包材。
- 降低生命週期產品設計之初，以減少環境負面衝擊為優先的改良。

環境管理組織與權責

環安衛推行委員會

宏亞公司因法規設置環境、能源管理委員會及專責單位，實踐宏亞對環境保護的承諾，環安衛推行委員會，由董事長擔任主任委員，由製造總部主管擔任執行代表，並負責環安衛系統文件的建立、發行及活動推行，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，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。

能源管理組織

宏亞公司制定「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，目前該組織由製造總部副總擔任主任委員，各下轄部門擔任推行委員，並由主任委員挑選能源管理人員，該組織訂定節能目標，定期追蹤能源使用效率，執行內部稽核與查核執行成效，進而達到節能之目標。

環境申訴案件

為使內外部抱怨事件及各階層間意見能有效處理，訂定「環安衛諮詢與溝通管理辦法」，並建立本公司與內外部利害相關者有效溝通管道：內部員工可透過部門內部會議意見箱、電子郵件傳送各項議題意見，外部會透過客戶端稽核、供應商訪談，總機、警衛室紀錄，主動拜訪鄰近住戶、村、里長、鄰長等管道依循辦法程序，適切訊息傳達與溝通，建立內外部諮詢與溝通管制表，經管理辦法流程及管制表進行擬定對策、方案，進行改善及追蹤，並回饋處理結果給利害相關者。2020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
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
2020	1	1	設備運轉噪音改善

資料來源：環安衛異常追查矯正處理單及內外部諮詢與溝通管制表。

4.2 氣候變遷因應

4.2.1 溫室氣體排放

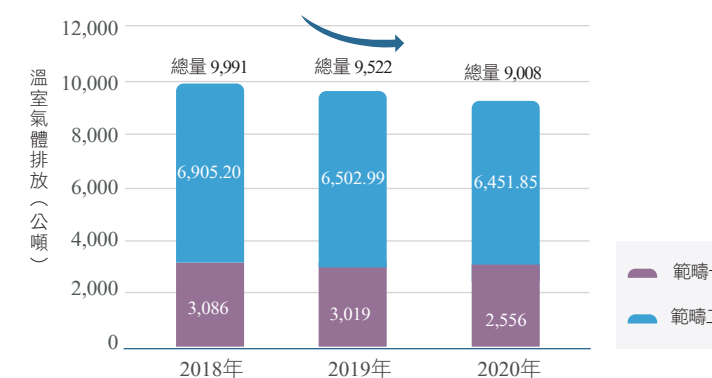
宏亞近年排放概況

本公司溫室氣體排放主要是來自於外購電力，其次是燃料使用，2020年總體碳排放9,008公噸，範疇一（燃料與冷媒）排放量2,556公噸，其中液化瓦斯佔其比重91.28%，而整理主要碳排放來源以範疇二（電力）所佔比重最高達到71.62%，整體2020年碳排放量相較2019年相比下降5.4%。排放強度方面，2020年溫室氣體排放強度為5.5（公噸CO₂e/百萬元），同期比增加7.63%。2020年因疫情因素，市場景氣影響產能量，造成機器稼動率下降，製造時數因而減低，故整體計算後反而造成氣體排放密集度略為提高，主要是產能利用率下滑所致。

近三年溫室氣體排放統計

年度	2018年	2019年	2020年
範疇一（燃料）	2,404	2,337	2,333
範疇一（冷媒）	682.027	682.027	223.12
範疇二（電力）	6,905.20	6,502.99	6,451.85
總量（公噸CO ₂ e）	9,991	9,522	9,008

範疇一與範疇二溫室氣體排放量

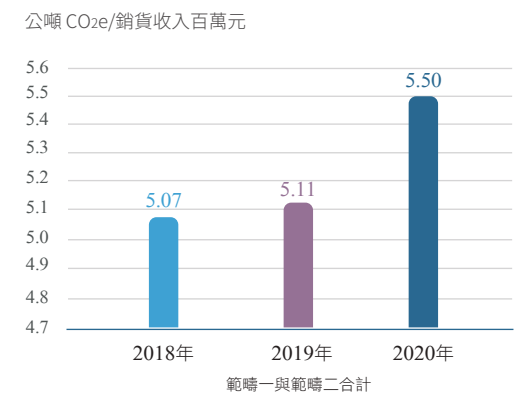


備註說明：

- 溫室氣體排放量已納入統計的氣體包括二氧化碳 (CO₂)、甲烷 (CH₄)、一氧化二氮 (N₂O)。
- 依據行政院環境保護署國家溫室氣體登錄平台所公布的溫室氣體排放係數管理表 6.0.3 版計算溫室氣體排放量。
- 天然氣溫室氣體排放量 (公斤 CO₂e) = 天然氣 (度) * CO₂ 排放係數 + 天然氣 (度) * CH₄ 排放係數 + 天然氣 (度) * N₂O 排放係數。
液化石油氣溫室氣體排放量 (公斤 CO₂e) = 液化石油氣 (公升) * CO₂ 排放係數 + 液化石油氣 (公升) * CH₄ 排放係數 + 液化石油氣 (公升) * N₂O 排放係數。
柴油溫室氣體排放量 (公斤 CO₂e) = 柴油 (公升) * CO₂ 排放係數 + 柴油 (公升) * CH₄ 排放係數 + 柴油 (公升) * N₂O 排放係數。
汽油溫室氣體排放量 (公斤 CO₂e) = 汽油 (公升) * CO₂ 排放係數 + 汽油 (公升) * CH₄ 排放係數 + 汽油 (公升) * N₂O 排放係數。
- 冷媒包含 HFC-R134a、HFC-R404a、HFC-R410a，溫室氣體排放量 (公斤 CO₂e) = 活動強度 (使用量) × 排放係數 × GWP 值。冷媒的統計僅包含桃園廠區。
- 電力排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 (2018年 0.533 公斤 CO₂e/度、2019年 0.509 公斤 CO₂e/度、2020年 0.509 公斤 CO₂e/度)。



近三年溫室氣體排放密集度

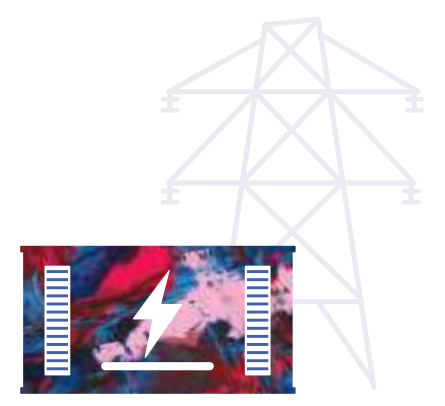
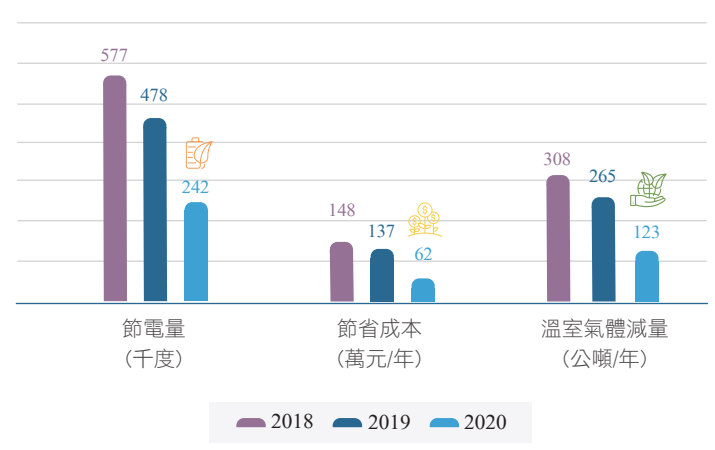


備註：
 (1) 溫室氣體排放密集度：範圍一燃料（公噸 CO₂e） + 範圍一冷媒（公噸 CO₂e） + 範圍二電力（公噸 CO₂e） / 銷貨收入（百萬元）
 (2) 銷貨收入（百萬元）資料來源參考公開資訊觀測站：<http://mops.twse.com.tw/mops/web/t164sb04>

溫室氣體減量措施

- 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。
- 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，經規劃、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。

最近三年節能方案及成果



備註說明：
 (1) 2020 年電力取得成本：以平均單價 2.55 元 / 度。參考資料：台灣電力股份有限公司
 (2) 電力(公斤 CO₂e) = 電力(度) * 排放係數(2019 年 0.533 公斤 CO₂e/度)
 天然氣(公斤 CO₂e) = 天然氣(度) * CO₂ 排放係數 + 天然氣(度) * CH₄ 排放係數 + 天然氣(度) * N₂O 排放係數
 (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) 此節能數據統計範圍 - 電力（工廠、公司、門市、分倉），天然氣（工廠）、液化石油氣（工廠）、柴油（工廠、車用）、汽油（車用）

綠色節能行動·烘焙綠色巧克力

綠色節能推動策略

從環境設備節能開始，進而逐漸擴展到整廠應用，包含製程、回收、廢棄物等

- **節能設備：**
 1. 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。
 2. 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。
- **再生能源：**
 1. 建置電力監控需量管控系統，近年積極建置光電系統及再生能源併入系統，大幅降低電力契約容量。
 2. 廠區建置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。
- **廢棄物循環利用：**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。
- **綠工廠：**目前經由工業局輔導計畫申請綠工廠認證。

綠色節能行動目標

主要指標著重在減少廢棄物、增加再生能源使用、減少包材、增加節能設備投資等，並依據參考準則制定中長期目標和量化指標，進而逐年檢視和改進。

綠色節能推動成果與績效

- 2020 年廢塑膠混和廢棄物 157.43 公噸，相較 2019 年減量 17 公噸。
- 2020 年製程作業的範圍一和二的產品排放密度 (每公噸產品) 同期比下降 5.4%。
- 空壓機廢棄熱能回收投入金額 129 萬元，佔全年投資 1.6%，2020 年桃園廠再生能源發電佔比 26.2%。
- 2020 年獲得 BS 8001 循環經濟認證。

綠色節能未來規劃

- 目前計畫搭配以自有潔淨標章生產線去申請綠色建築工廠，暨而獲得綠工廠認證。
- 追求對環境友善之生產製程，並貫徹減碳主張，期望每年遞減 5% 碳排放量，並增加再生能源使用，減少包材使用，有效再利用生產之廢棄物，強化回收水之管理利用。
- 計畫興建 Bean to Bar 展覽工廠，展現從屏東產地可可收成後直接送達宏亞工廠完成巧克力製品之過程，減少碳足跡排放。

4.2.2 能源管理

能源使用概況

2020年宏亞食品消耗能源在電網用電量比例為88.4%，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。

整體能源使用分布

消耗能源總量	2017		2018		2019	
	外部購買	宏亞自產電力	外部購買	宏亞自產電力	外部購買	宏亞自產電力
電力 (GJ)	46,648	374	46,002	1,445	45,640	2,294
電力 (仟度)	12,955	103	12,776	401	12,675	637
天然氣 (GJ)	12,781	NA	12,931	NA	14,414	NA
液化石油氣 (GJ)	20,301	NA	20,122	NA	19,313	NA
柴油 (GJ)	4,684	NA	4,143	NA	3,741	NA
汽油 (GJ)	843	NA	502	NA	414	NA
總量 (GJ)	85,257		83,700		83,522	
購自台電的用電量 占總能耗比例	54.71%		54.96%		54.64%	

節能方案推動及成果

宏亞公司自導入節能設備後，每年逐漸增加設備採購並加以整合利用，使節能效果逐漸顯示，主要是在再生能源利用上，因太陽能光電發電增加，減少碳排放，而工廠端建置之循環設備也發揮成果，固可明顯觀察出近三年節能方案良好績效表現。

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

1. 電力

桃園廠區設備主要使用能源為電力，已建置電力監控需量管控系統；近年積極建置光電系統及再生能源併入系統，且已大幅降低電力契約容量。

2. 液化石油氣

液化石油氣為生產線連續式烘焙爐使用，2020年已汰換低效能烘焙爐乙座並降低威化產線使用能源改以天然氣，有效降低碳排放。

3. 天然氣

主要使用於煎汽鍋爐及烘焙爐，每生產日均依標準作業進行效率管控。

4. 柴油

使用於緊急發電機及物流貨車，近年已將物流貨車改以租任，汰換高油耗車輛。

5. 汽油

主要用於公務車，參考能耗標準，派換高油耗車輛。

6. 空調動力

- (1)編列年度預算逐年汰換低效率冰水機組，汰換效率低於IE3感應馬達，2020年汰換240HP以上。
- (2)冰水區域泵改善以變頻擺放控制節用電力。
- (3)空調箱及感應馬達全數更換高效率等及設備。
- (4)冷卻水塔採冷水重置，變頻風量節能控制。

7. 照明控制

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

8. 空壓電力

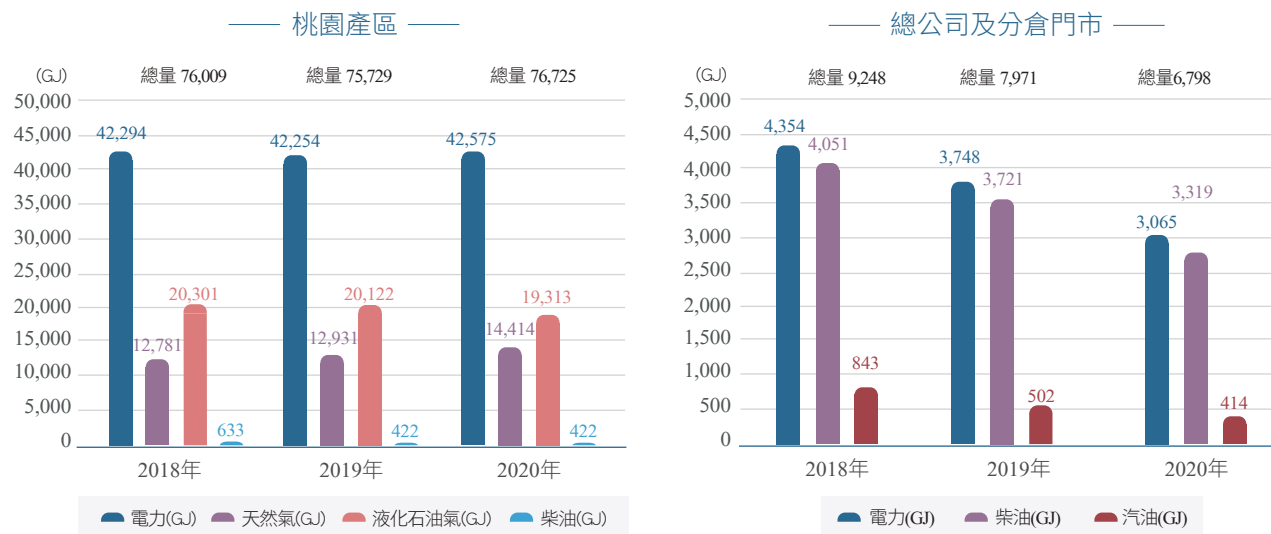
- (1)全數採高效能變頻零壓機組，並以程式管理降低待機耗損。
- (2)採流量監測及異常警示，預防保養二項手法避免使用洩漏浪費。

9. 廢熱回收

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

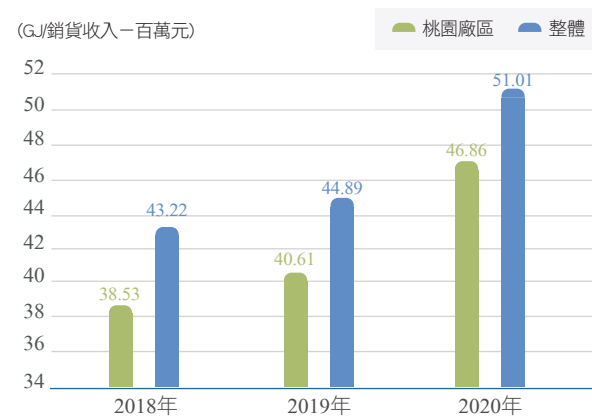
宏亞公司節能措施重視循環經濟利用，因此投入之節能設備主要是把生產中能源有效循環利用減少耗能情形，此外桃園廠區和其他區域的能耗差異較大，為更好呈現相關能源數據，以下圖表將分區域呈現能源統計結果。

近三年能源消耗



總公司及分倉門市能源消耗 (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) 在 2020 年下降主因，主要是營業策略之調整，部分門市和倉庫作地點更換或整修，故減少能源消耗，另外運輸方面也因外包因素能源消耗也明顯減少。

能源密集度



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

因為 2020 年疫情關係，銷貨量相對減少，所以導致設備稼動率受到影響，進而導致密集度上升。

循環經濟亮點行動

循環經濟推動策略

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

循環經濟行動目標

宏亞在循環經濟上之努力有目共睹，廢棄物方面目標計畫將食品廢棄物轉換成肥料飼料進入家禽和蔬菜生態鏈，並可回到巧克力共和國餐桌上，達到食物循環成果。非食物廢棄物則轉換成陶土，可做為環保建材之原料使用，可燃燒物則轉換成熱能/電能供工廠再使用。水資源使用循環水設備減少汙水排放並有效使用水資源。

循環經濟推動成效

- **經濟績效**: 利用生產環節之過程熱氣、製冰等產出，使用循環環保設備來利用，使循環再利用之經濟效益呈現，減少公司電費成本支出。
- **社會績效**: 有效利用食品廢棄物，發展出廢料可供有機土種植蔬菜使用，創造出民生價值。
- **環境績效**: 2020年獲得BS 8001循環經濟認證。
- 自1992年開始，建置廠區廢水處理系統及雨水回收池，再以回收的水澆灌植物或再利用。廠區本來是用自來水而非工業用水，因此一直有缺水的問題；並利用地勢低窪的優勢，將雨水回收區設置在巧共園區。

循環經濟未來規劃

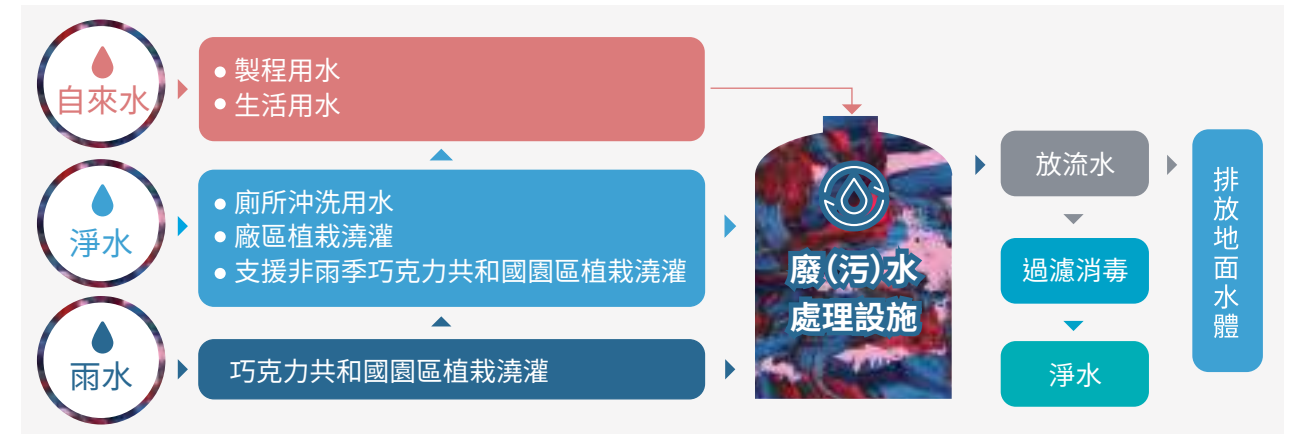
- 宏亞公司未來仍持續依據循環再利用，並呼應國際聯合國永續發展目標SDG方向前進，同時也結合工廠和巧共場域發展一個循環經濟體，讓能源、食材等皆可達成循環再使用理念。
- 未來會增加對非食品廢棄物處理之計畫，並將其再循環使用，目前會計劃以廢棄包材轉化成陶土、裂解油等，而轉換過程之熱/電將繼續回供給工廠使用。
- 未來計畫增加可循環之包材使用，例如鳳梨纖維等，而包材和原料方面也計畫增加有符合國際環境認證之供應商家數，為環境永續理念一同合作。

4.3 水資源管理

4.3.1 用水管理

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

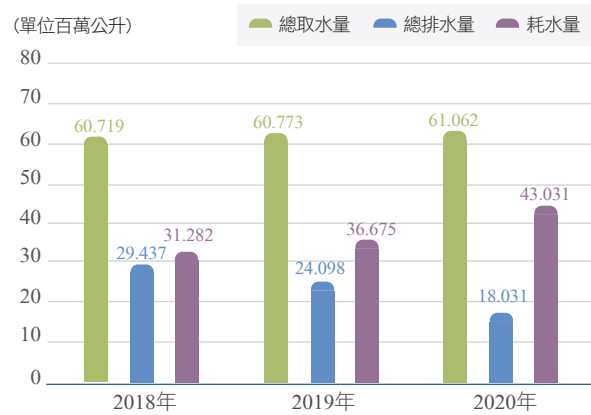
根據世界資源研究所之水資源管理工具，水資源壓力共分為十個區間，報告書揭露期間，台灣位於第五區間 2.6-3.0，屬中低水資源壓力地區，未來宏亞亦將持續關注水情變化，據以滾動式修調水管理措施。2020 年宏亞辦公室、工廠、巧共、門市... 之用水來源皆為自來水，並無使用地下水，全年總取水量為 61.062 百萬公升，皆為淡水；總排水量為 18.031 百萬公升，總耗水量為 43.031 百萬公升，並如期申報污水處理廠放流水水質、水量，最終排至茄苳溪。2020 年宏亞未發現任何違反關於水量或是水質相關的違規行為而導致處分。



4.3.2 廢污水管理

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。目前宏亞公司桃園工廠已設置二座廢(污)水處理廠，廢水處理設施總處理量 520 噸 / 日，並設置乙級廢水專責人員負責廢水處理場操作管理維護保養的工作，並定期委託環保署許可之檢測機構進行水質檢驗，檢驗結果均無違反法規標準情事。

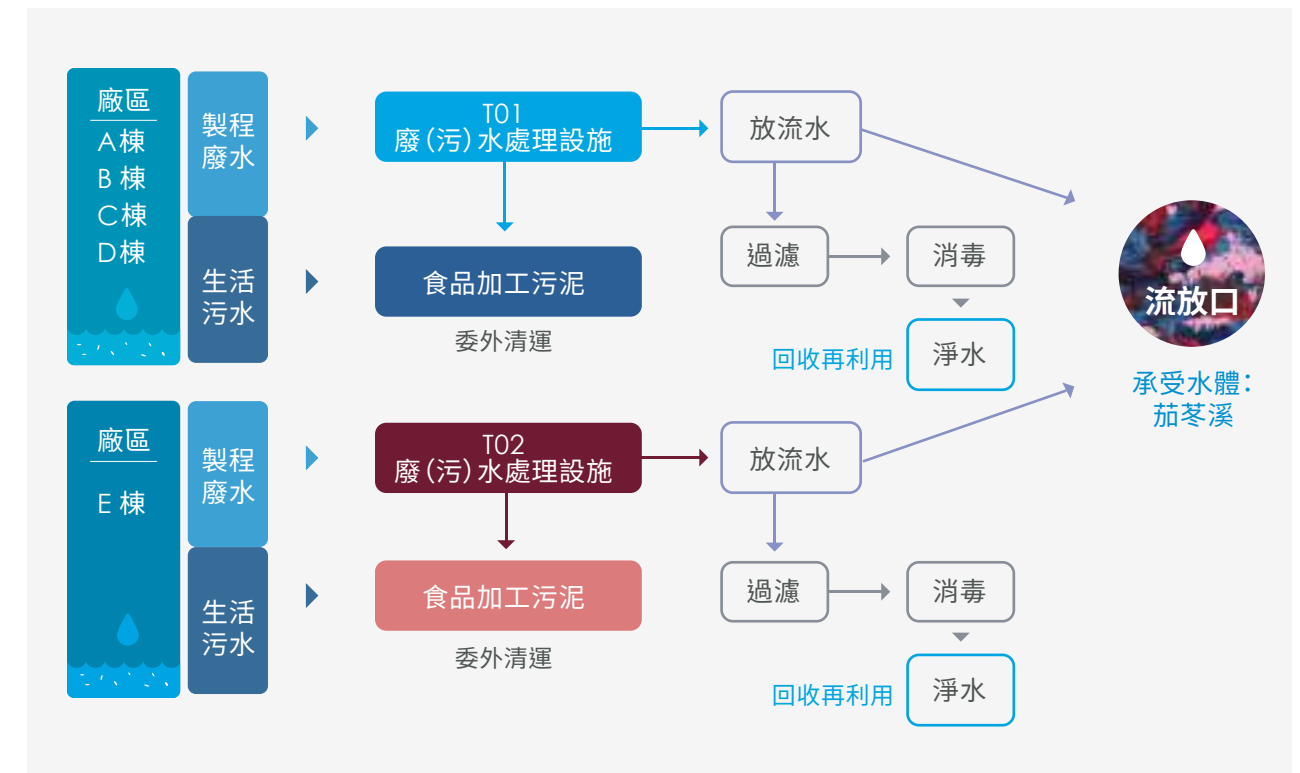
近三年取水量及排水量



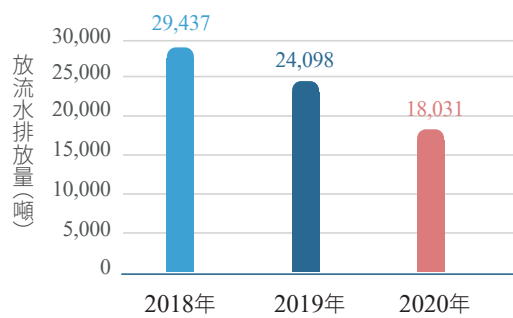
廠區用水概況

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。

廢(污)水處理流程



近三年放流水排放量

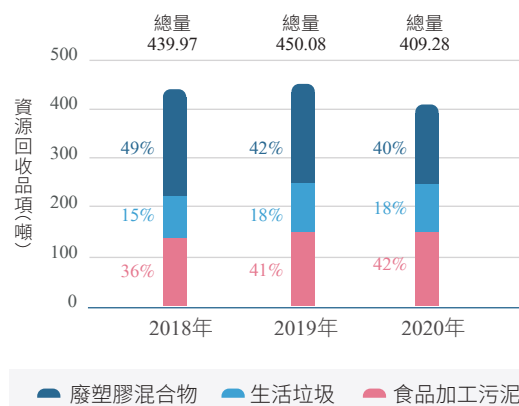


4.4 廢棄物與其他污染管理

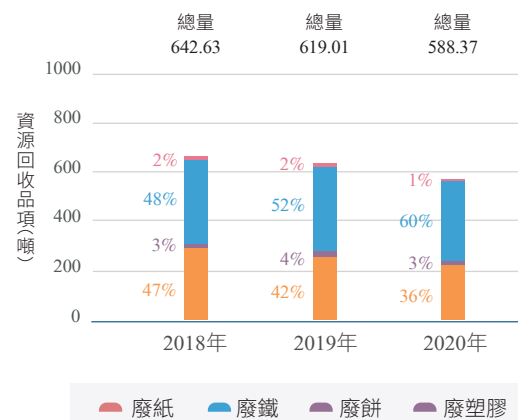
廠區主要產出之廢棄物有兩種：(一)「有害事業廢棄物」指品保實驗室產出之廢液體。(二)「一般事業廢棄物」指生活垃圾、廢塑膠混合物及食品加工污泥，上述廢棄物均委由合格之清除處理公司進行清運處理，食品加工污泥則委由合格清運商承載至專業處理廠轉換成有機肥料。

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，2020年總回收量為409.28噸。2020年度，公司並未發生嚴重洩漏事件。

近三年各項廢棄物類別



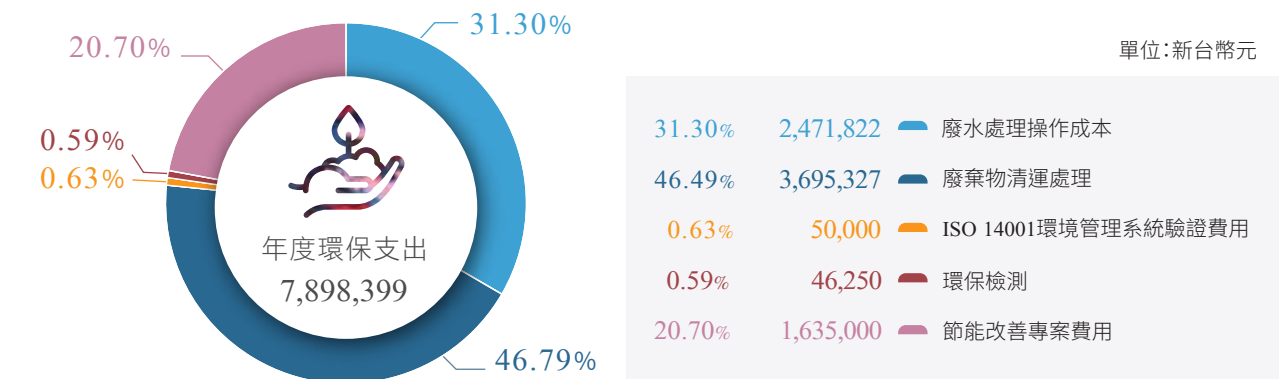
近三年各項廢棄物回收統計



環保支出

宏亞以環境友善為理念持續投入環境保護，主要投入為廢棄物處理、廢水處理及節能改善等議題，2020年總計環保支出新台幣7,898,399元。

2020年環保支出統計表



4.4.1 包裝材與廢棄物管理

減廢與資源回收為宏亞在廢棄物管理的兩大方向，主要透過減少一次性材質的使用，並加強可再利用資源的分類回收，以達廢棄物管理的目的。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。本公司2020年尚未統計向外購買包材之總重量，預計將由2021年開始執行，2020年向外購買的包材以一般塑料材質為主，並無可再生材料採購。未來將藉由內部會議溝通，倡導開始使用環保包材之產品，而包材中使用量大之襯盒也將著重在減少使用或改以可回收材質取代。



…… 產品開發落實包材減塑 · 贏得顧客認同 ……

從消費者座談會的回饋中，收集到部分消費者認為市場上的餅乾包裝使用較多塑膠，供應商應可更環保，故禮坊從2019年起，在所有的禮盒產品設計上，將塑膠內襯全數改為紙質內襯，雖然造成最終總產品成本增加，但是在門市收到消費者的正面肯定回饋，讓宏亞更堅信這樣的投資是包裝食品趨勢；2020年77事業部也決議將本味誠現的塑膠內襯去化，減少一層包裝，並將節省下來的包材成本，以更親民的促銷價格回饋給消費者，讓消費者所負擔的費用，都花在購買優質用料的美味上。



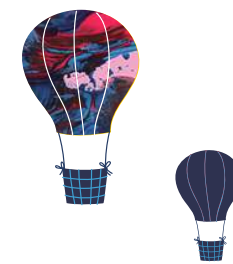
4.4.2 空污與噪音管理

空氣汙染防制

本公司桃園廠因鄰近農業用地及住宅區，並依循空氣污染防治法相關規定進行管理及申報作業。本公司以食品加工為主，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，2020年持續達成零環保申訴的目標。

噪音管理

為確保工作現場及廠區周邊利害關係人之安全，每年委託合法第三方噪音監測機關至公司實施監測2次，2020年監測結果皆屬正常，合乎法規要求。同時針對需在高噪音環境工作下之同仁，除了防噪工作裝備完善，另給予每月定期檢測，同時也在薪酬方面給予津貼。社區溝通方面，除了完善隔音措施，也減少夜間噪音工作。





5

塑造活力 友善職場

5.1 人才永續・幸福延續

- 多元化人力結構
- 宏亞人才培育

5.2 創造幸福職場

- 人權管理
- 薪資與福利

5.3 健康工作與生活

- 工作安全
- 員工健康照顧



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



管理方針



一般主題

多元化與性別平等、人才培育與發展、人權管理、員工薪酬與福利、職業安全衛生

優先閱讀對象

投資人、政府機關

對宏亞的意義與承諾

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



信任

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



熱忱

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



創新

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



職業安全衛生管理方法與評估機制

宏亞職業安全衛生管理方針皆依據法規設立，並成立職業安全衛生室，由生產總部管理，權責監督生產作業流程之職業安全規範，每月定期呈報職業傷害紀錄於地方勞工局。職業安全衛生每月定期宣導和教育訓練，並整理記錄上呈，作業流程和準則則符合法規要求。

5.1 人才永續・幸福延續

宏亞食品每年訂定年度經營策略目標，用人單位依據各部門發展之需擬定年度人力計劃，並提出人力需求。宏亞食品培訓永續經營之專業人才及提供員工多元的學習機會，承接公司使命、願景與核心價值，提供新訓課程、專業課程、管理課程等多樣化學習方案，每年度會依據組織策略、單位需求進行訓練需求調查與分析，並規劃相對應的培訓課程。同時提供多元的學習管道，包括內訓、外訓、在職訓練，讓員工能在工作時學習並充實各項知識和技能。2020年宏亞公司內部員工滿意度調查結果達到87%，期望在2025年達到95%目標。

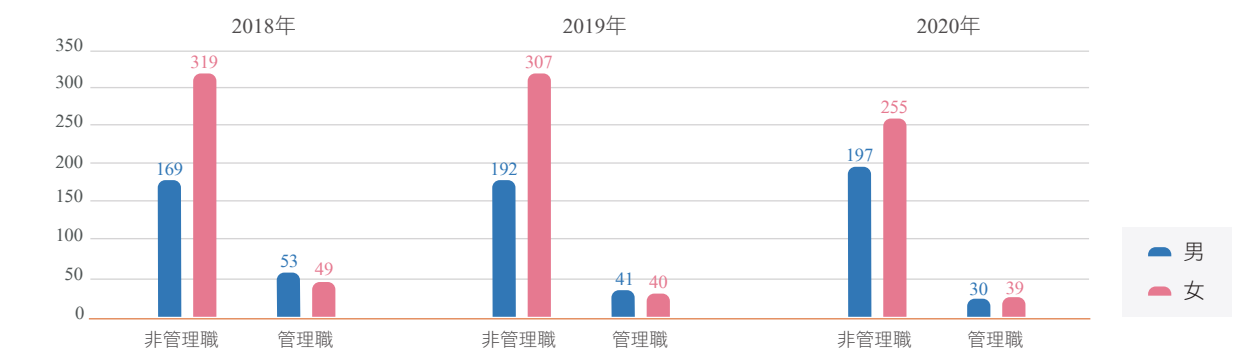
5.1.1 多元人力結構

2020年宏亞公司高階主管(理級以上)以重要營運據點聘僱為主(台灣)，現有高階主管共24人，男女比例為1:1，佔全公司總人數3.18%。2020年宏亞公司正式人力與臨時人力男女比例為1:1.39，主因為生產工廠線上作業及門市人員以女性居多，顯示宏亞公司重視女性職員，為兩性平等做出相當程度之貢獻。宏亞公司主要生產線員工以桃園市當地為主，提供在地就業市場機會，正式與臨時人力分佈皆以桃園市八德區最高，工廠外籍員工方面以越南為主，2020年宏亞公司兼職人員佔總員工人數的13.8%，主要為巧克力共和國及各重要節慶時工廠生產直接人工。

2020年人力組成結構

項目	男性人數	男性%	女性人數	女性%	合計人數	合計%
本國員工	222	33.48	335	50.53	557	84.01
外國員工	57	8.60	49	7.39	106	15.99
合計	279	42.08	384	57.92	663	100
身心障礙	2	0.3	4	0.60	6	0.9
原住民	3	0.45	2	0.30	5	0.75
30歲以下	86	12.97	109	16.45	195	29.42
30~50歲	150	22.63	216	32.58	366	55.20
51歲以上	43	6.48	59	8.89	102	15.38
合計	279	42.08	384	57.92	663	100

近三年男女性 / 管理非管理職分佈圖



2020年正式與臨時員工組成表

	正式 ¹		臨時		合計	
	人數	%	人數	%	人數	%
男	279	42.08	42	39.25	321	41.69
女	384	57.92	65	60.75	449	58.31
合計	663	100	107	100	770	100
30歲以下	195	29.41	32	29.91	227	29.48
30~50歲	366	55.20	59	55.14	425	55.20
50歲以上	102	15.39	16	14.95	118	15.32
合計	663	100	107	100	770	100

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

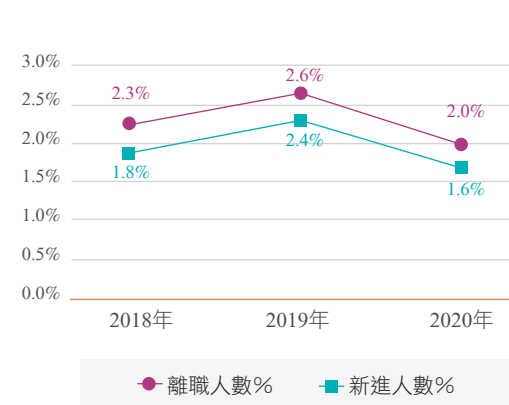
2020年新進與離職員工

	新進人員					
	2018		2019		2020	
	人數	%	人數	%	人數	%
男	61	39.61	93	39.61	59	46.83
女	93	60.39	105	60.39	67	53.17
合計	154	100.00	198	100.00	126	100.00
30歲以下	95	61.90	119	60.10	62	49.21
30~50歲	58	37.66	75	37.88	62	49.21
50歲以上	1	1.20	4	2.02	2	1.58
合計	154	100.00	198	100.00	126	100.00

說明：1. 新進人員類型為正式員工
2. 範圍為全公司

	離職人員					
	2018		2019		2020	
	人數	%	人數	%	人數	%
男	74	36.63	90	40.91	72	44.72
女	128	63.37	130	59.09	89	55.28
合計	202	100.00	220	100.00	161	100.00
30歲以下	97	45.34	106	48.18	67	41.61
30~50歲	82	40.59	90	40.91	79	49.07
50歲以上	23	11.39	24	10.91	15	9.32
合計	202	100.00	220	100.00	161	100.00

最近三年新進 & 離職率比較圖

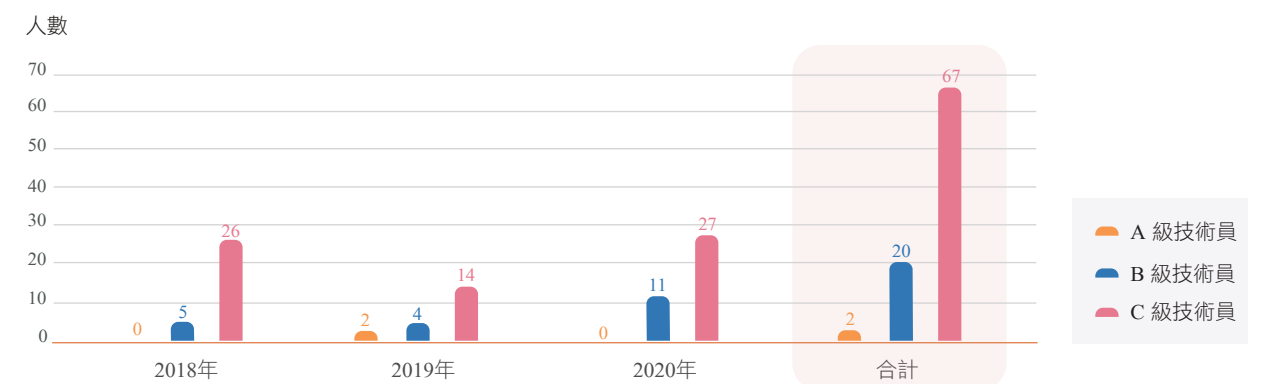


5.1.2 人才培育

績效評核與晉升

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。每年進行職等(務)晉升作業，宏亞2020年不分性別與員工類別，100%皆接受績效評估，同仁績效展現優良者，獲主管認同肯定，即可晉升職等及提高其薪資及其獎金的核發標準。培育製程技術人才方面，定期舉辦製程檢定考試，通過檢定考試者給予技術津貼，為獎勵績效卓越同仁，每年透過人評會選拔各獎項之績優員工，提供獎金及獎牌，並於春酒晚會公開接受表揚。2020年晉升人員共32人。

近三年度製程檢定通過人數



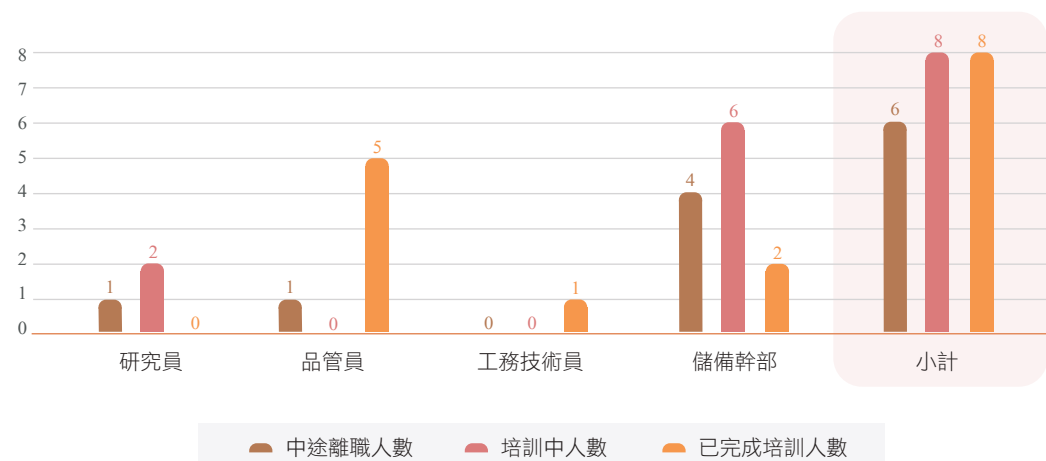
教育訓練與發展計畫

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



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，2020年實際有 22 人參訓，該年度內完成培訓 8 人。

2020年 重點新人培訓情形圖

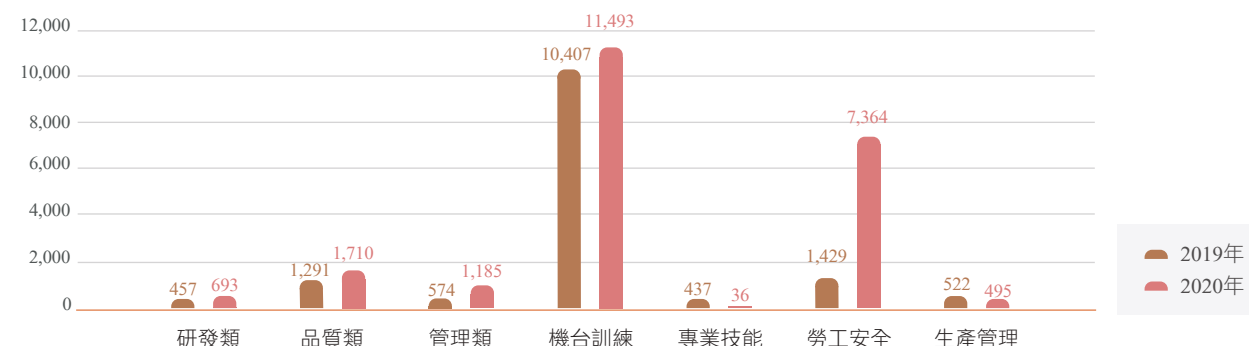


2020年教育訓練時數統計

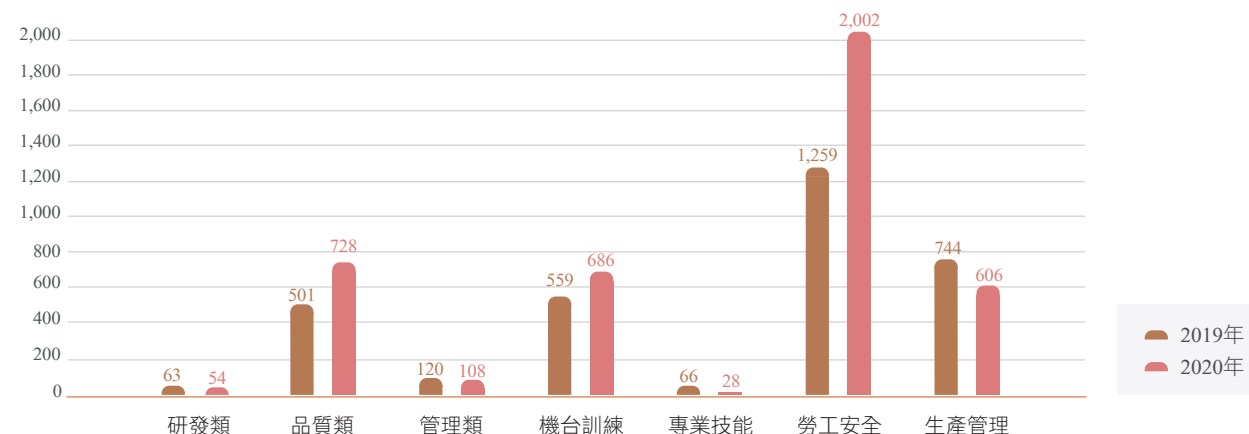
項目	女性平均訓練時數	男性平均訓練時數	全公司平均訓練時數	女性訓練時數	男性訓練時數	合計訓練時數	女生人數	男生人數	合計人數
管理人員	59.22	57.15	58.05	1,776.87	2,229.17	4,006.04	30	39	69
非管理人員	32.1	42.57	36.67	8,187.64	8,387.27	16,574.91	255	197	452
公司全部員工	34.96	44.98	39.50	9,964.51	10,616.44	20,580.95	285	236	521

宏亞公司在訓練類別是涵蓋各領域之專業技能培養，從總部之管理階層課程至工廠端實際製成操作訓練，皆有安排各部門之人員訓練規劃，整體訓練時間以機台訓練時數較其他類別訓練時數較高，總計 11,493 小時，主要原因是重視員工職場安全，和加強自動化生產，以提升產業競爭力。同時 2020 年訓練時數總計 20,580 小時，顯示宏亞公司重視人員能力的提升，為企業永續發展做準備。

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



5.2 創造幸福職場

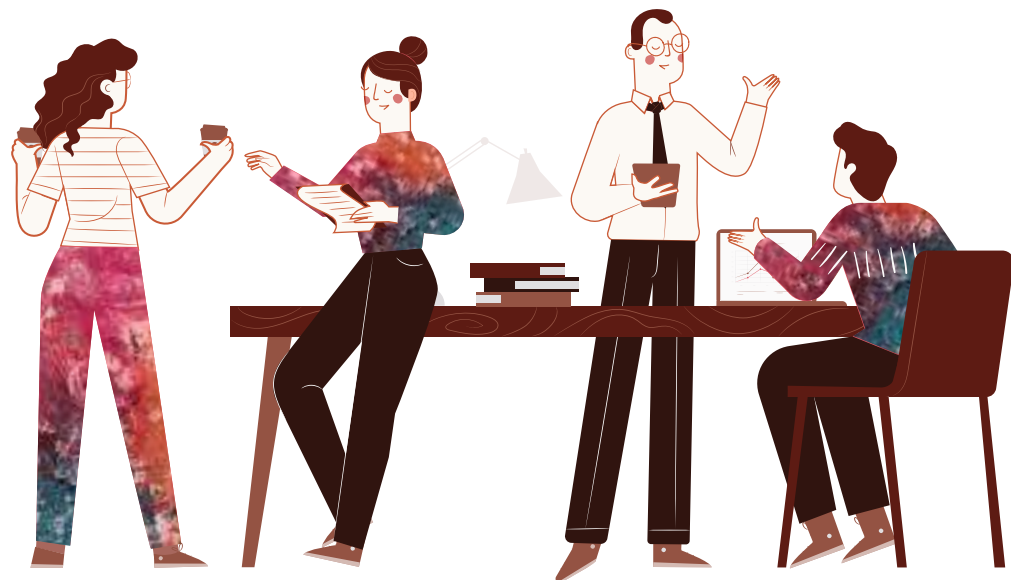
5.2.1 人權管理

持續關注人權議題

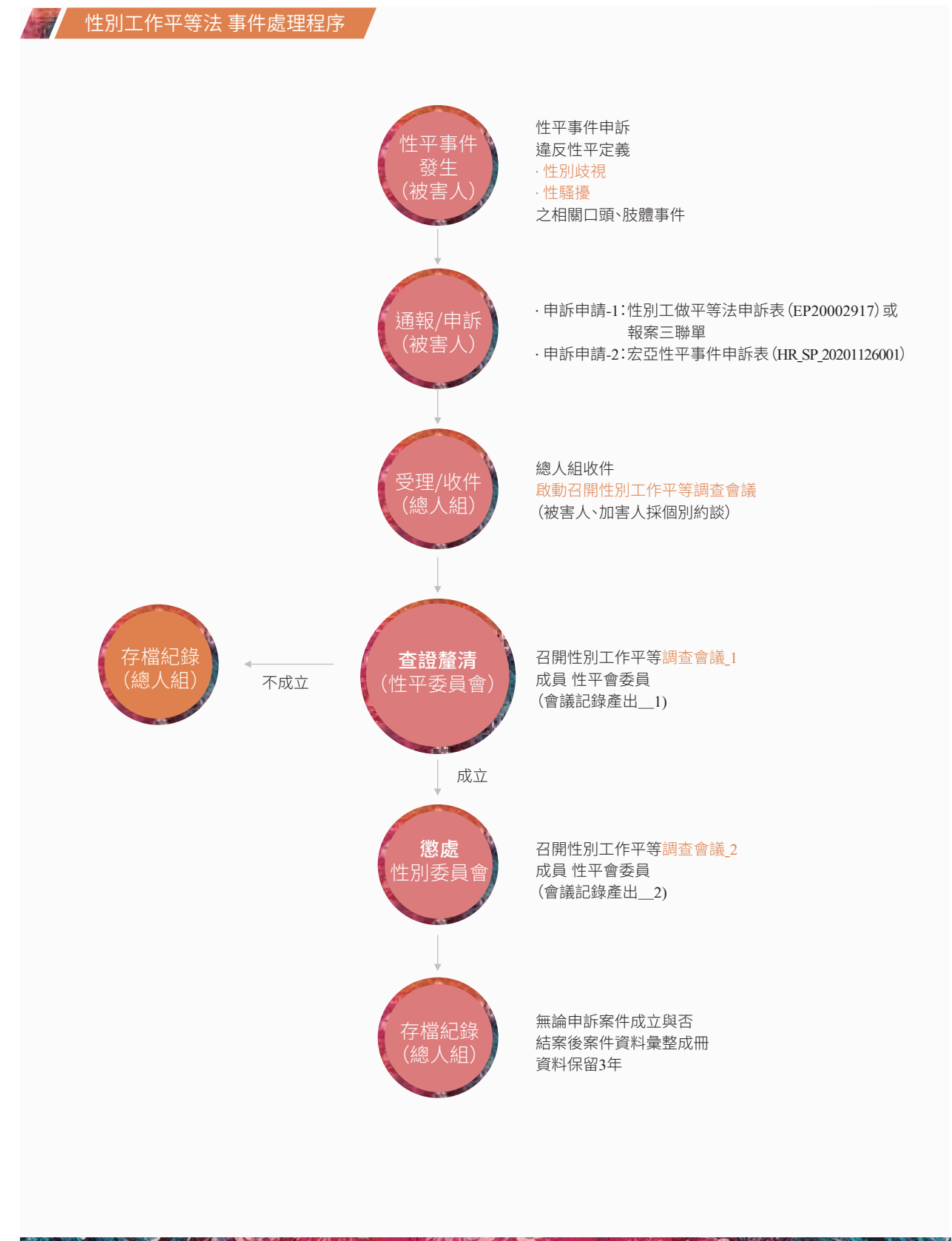
宏亞公司在人權管理上參照國際人權公約，訂定出相關管理準則，2020年宏亞公司並未發生歧視事件，亦無發生侵害原住民權利事件，也無發生人權相關申訴案件，宏亞員工的任用及績效考評不會依種族、性別、年齡、宗教或政治立場而有所區別且不聘任童工。為使同仁明確了解自身的權益，新進人員到職第一天立即安排教育訓練，課程內容涵蓋勞工權益、薪資、工時、福利等。另自2015年起將納入各項人權相關事項教育訓練例如：就業自由、人道、禁止歧視與集會自由。2020年透過公司會議進行營運相關人權及反貪腐政策宣導訓練，計477人次參與，總時數共計95.4小時。

員工權益與溝通

宏亞食品無設置工會，但宏亞食品於勞資溝通部分除遵循政府法令規範之外，定期每季召開勞資會議，維持勞資溝通管道暢通。2020年勞資會議之資方代表6人，勞方代表6人，勞方代表佔總人數50%。會議主要討論事項為：協調勞資關係、勞動條件、勞工福利、勞資會議代表選派及解任、勞資會議運作等。此外宏亞食品設立多元的溝通或申訴管道，員工可透過口頭、書面、員工信箱、功能部門的郵件信箱、宏亞食品季刊、性騷擾申訴管道等提出申訴。另每月定期由董事長主持公司月會，確保溝通管道暢通。當接獲員工申訴案件，會詳盡的調查並對申訴的內容審慎保密及積極處理，統計2020年度有一件申訴案件，並已依下方申訴流程妥善處理。



申訴流程如下：

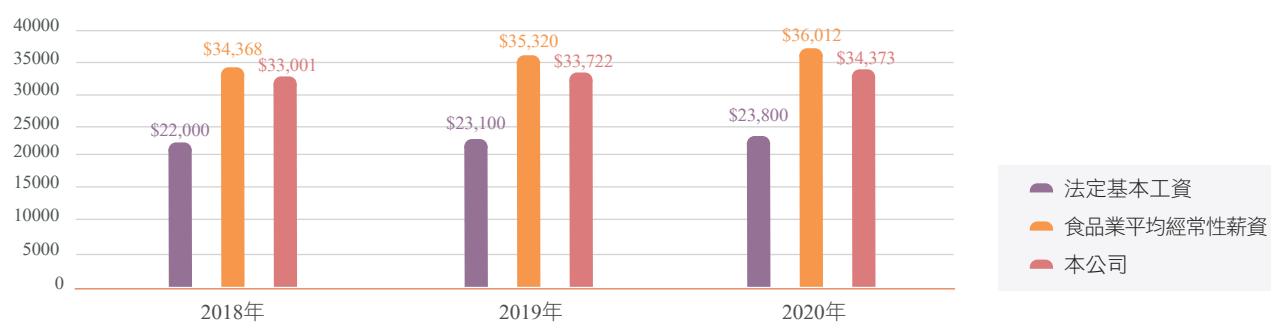


5.2.2 薪資與福利

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，2020年調薪 3.5%，基層人員起薪不論男女為法定基本工資的 1.07 倍，且基層人員每月平均經常性薪資更為法定基本工資的 1.44 倍。高階主管女性對男性的薪酬比率為 1：1.12。2020 年非擔任主管職務之全時員工人數為 623 人，全時員工薪資總額為 299,553,541 元，全時員工「薪資平均數」480,503 元。

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

最近三年基層人員平均經常性薪資比較圖



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

本公司依據勞基法等相關法令提供勞健保、陪產 / 生育 / 育嬰假、退休準備金及假勤制度。另對於派外及出差海外的同仁亦提供高額且完善之保險，讓外派同仁無後顧之憂。此外，本公司依法成立「職工福利委員會」，委員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。2020 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。

員工福利與保障



退休制度

本公司依據勞動基準法及勞工退休條例提撥退休金，2005 年 7 月 1 日起到職的員工均適用新制，而 2005 年 6 月 30 日前到職前選擇新制支員工，公司每月依規定提撥薪資的 6% 予個人退休金專戶，而舊制部份每月提撥 15% 存入中央信託局舊制退休金帳戶。

5.3 友善工作與生活

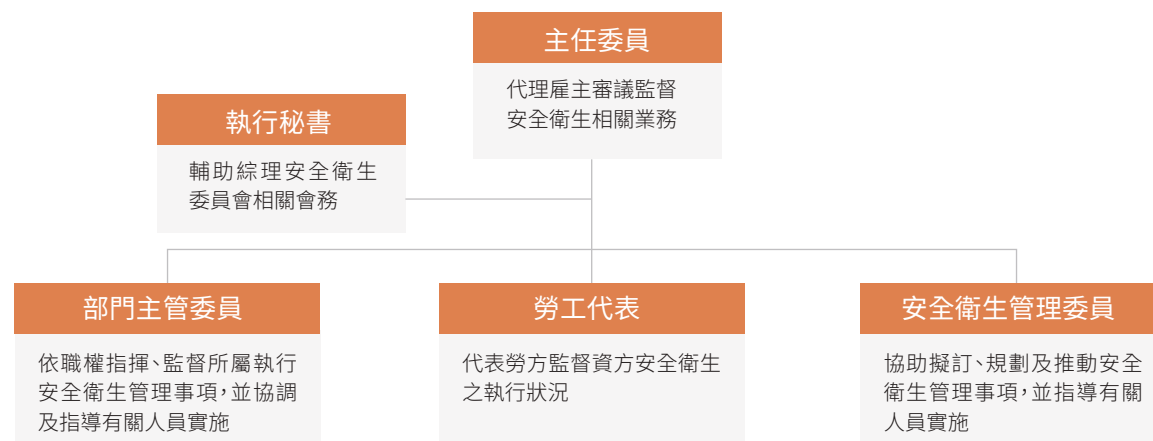
5.3.1 工作安全

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

職災預防的流程

職業安全衛生組織的運作及訓練：

- 宏亞食品設有職業安全衛生管理委員會，每季定期召開會議，針對安全衛生政策提出建議，並審議、協調及建議安全衛生相關事項，與員工息息相關之安全衛生議題（如職災之預防、教育訓練、工作環境改善）均在會議中提出討論，2020年委員會成員12名之中，勞工代表4名佔委員會三分之一，符合職業安全衛生法要求。



- 宏亞食品訂有「緊急應變處理辦法」以供員工遵循，2020年宏亞舉辦兩次自衛消防編組及緊急應變疏散演訓讓員工學習如何預防災害發生及災害發生時之緊急應變處置。



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

工作安全的提升：

- 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。
- 每年排定 ISO45000 內部稽核 2 次、外部稽核 1 次，2020 年外部稽核有 4 件次要缺失，經職安委員會推選代表針對次要缺失進行紀錄追蹤管理，並完成更正紀錄與稽核，並於時限內改善完畢。
- 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，並且每半年進行作業環境監測，提供同仁安全衛生作業環境。2020 年環境監測結果正常。
- 有關事故統計紀錄及通報系統，在宏亞食品內控辦法「職業災害事件通報、調查與處理辦法」中均有詳細說明與執行規範，提供事件通報及紀錄依循參考。

職業安全指數表

2020	員工	非員工
職業傷害造成之死亡數量	0	0
職業傷害造成之死亡比率	0	0
嚴重的職業傷害數量	0	0
嚴重的職業傷害比率	0	0
有記錄之職業傷害數量	9	0
有記錄之職業傷害比率	1.74%	0
職業傷害主要類型	被切、割、擦傷、跌倒、被捲被夾	無
工作時數	1,065,200	0

職業災害預防措施：

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

勞工健康臨廠服務：

2020年宏亞公司聘請專業醫學科醫生、勞工健康服務護理師與職安人員，針對母性保護、不法侵害、過負荷、人因工程、健康檢查異常之健康管理與指導，職災復工評估與關懷，共諮詢員工 92 人。





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ISO 45001的認證。希望以制度化、系統化之持續運作方式以期降低員工發生危害的風險，並建立注重職業安全之企業文化。此外宏亞食品格外重視作業環境的健康要求，每年兩次的作業環境測定，均委由合格之環測公司辦理，除了法規規定的噪音檢測外，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。為此宏亞食品訂有「廠區作業環境測定管理辦法」以供遵循。

供應商職業安全管理：

宏亞公司相當重視供應商職業安全管理，要求供應商均需簽署安全衛生承諾書，並訂定安全衛生事項之罰款標準供依循。2020年度廠商安全衛生教育訓練29場次(核發訓練證明)；施工申請109件，查核61件，其中有11件有不符安全衛生規定，均要求立即改善消除危害，方可進行施工。另外針對特殊作業(高處、動火、局限、有機、吊掛、電器作業)，建立特別危害作業辦法，進行作業危害告知，並於作業前進行檢點確認安全應注意項目，降低災害發生。



5.3.2 員工健康照顧

健康促進方案

- (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，也做好嚴密個人健康資訊保密，並安排有關之教育訓練及衛教宣導，以增進員工健康。
- (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。並不定期進行身心健康文宣公告，藉以教育同仁健康知識，在工作與休息之間作適時之調節。



母性員工保護

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



育嬰假

本公司員工任職滿半年可依「性別工作平等法」及「育嬰留職停薪實施辦法」之法規申請育嬰假。留停期滿之員工復職，公司會安排回任原單位及職務，或可依其意願申請至其他單位服務。2020年度育嬰留停人數為21人，復職率為50%，較2019年度底應復職人數4人提高許多，2020年有先前育嬰留停復職滿一年以上者5人。

2020年育嬰假申請狀況表

	產假人數	陪產假人數	育嬰留停人數	復職人數	留停中人數	離職人數
男	0	9	3	2	1	0
女	4	0	18	2	2	14

備註說明：範圍為本公司本國籍正式員工





6

打造互惠 共榮關係

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



點點善X宏亞 城市曙光計劃
作品名稱：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



管理方針



重大主題

永續供應鏈管理、原物料採購

優先閱讀對象

供應商

對宏亞的意義與承諾

發展在地夥伴合作，支持台灣小農與社會企業以扶植相關產業的在地發展，宏亞食品中長期目標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

宏亞食品發揮本身核心專業，並結合供應商共同在環境上努力，除提升企業品牌形象，亦與供應夥伴一同去解決社會問題，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

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



創新

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



重大主題	管理方法與評估機制
永續供應鏈管理	宏亞公司依據食品安全管理系統標準ISO 22000準則訂定供應商管理辦法，對其環境面與品質面做規範，另品保也依據台灣優良食品發展協會(TQF)認證標準查核原物料，定期抽查稽核供應商。
原物料採購	依據管理辦法實行對供應商採購之原物料紀錄管理，每月彙總成月報檢討缺失，並定期審核供應商資格做評等分類。

6.1 供應永續・幸福延續

6.1.1 供應鏈管理

供應管理政策與目標

宏亞食品公司秉持著永續經營精神，在地永續、幸福持續理念，非常重視對供應商之管理，因此公司已建立起完善之供應商評鑑管理辦法，並恪遵 ISO 20002 作業準則評鑑供應商，依其品質、交期、能力和條件等訂立評分機制，使能全面檢視供應商的產品品質進而分析與評估，有效規劃並降低風險。目前宏亞供應商主要分為原料和物料供應兩大類，原料供應商 247 家，物料供應商 97 家，2020 年總供應商數為 344 家，主要分布於台灣，皆依照公司採購相關規定提供證書、文件等，並經由品保檢測審核方可加入供應鏈，品保部定期抽查和稽核供應商，以確保符合宏亞公司供應商評鑑標準。

宏亞食品為了有效建立永續供應鏈管理架構，建立完整供應商評鑑管理辦法，並依採購產品類別，區分原料和物料之採購作業辦法，並對應各單位權責單位進行新供應商的篩選、監控到後端物流與經銷客戶的管理，進行實地評鑑、文件資料的收集及系統建檔管理外，也對供應商違反食安安全事件進行關注追蹤。若有任何違反上述事件，依照管理辦法將終止合作。2020 年宏亞食品之全部供應商，皆通過宏亞內部社會和環境責任行為準則審核，合格率皆為 100%，不合格率為 0%。

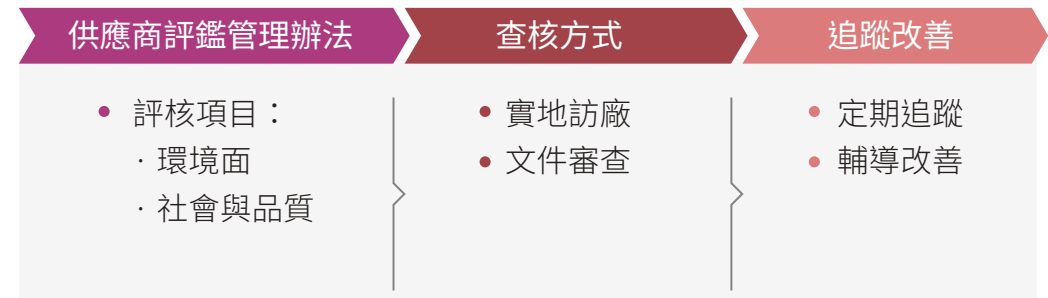
此外，除了採購符合國際產品認證的原物料外，本公司也以輔導現行供應商取得各種管理系統認證為目標。因宏亞食品的努力和政策，往來供應商通過國際系統認證家數有上升，尤其以食品安全相關管理系統 ISO22000、HACCP、FSSC 認證書大幅提升，近三年往來供應商通過國際系統認證家數統計如下表：

項次	認證名稱	2018 年		2019 年		2020 年	
		家數	佔比 (%)	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	14	4.07
2	品質管理系統驗證 (ISO 9001)	32	11.11	28	9.82	31	9.01
3	食品安全衛生管理系統認證 (ISO 22000)	63	21.88	66	23.16	64	18.60
4	危害分析重要管制點 (HACCP)	53	18.4	57	20.00	53	15.41
5	食品安全管理系統 (FSSC)*	21	7.29	22	7.72	28	8.14
6	良好生產作業辦法 (GMP)	2	0.69	2	0.70	2	0.58
7	食品安全管理系統 (BRC) *	9	3.13	8	2.81	7	2.03
8	食品安全品質標準認證 (SQF) *	2	0.69	3	1.05	7	2.03
9	台灣優良食品驗證 (TQF)	3	1.04	3	1.05	3	0.87
通過國際系統認證家數與佔比		196	68.06	197	69.12	209	60.76
總供應商家數		288	---	285	---	344	---

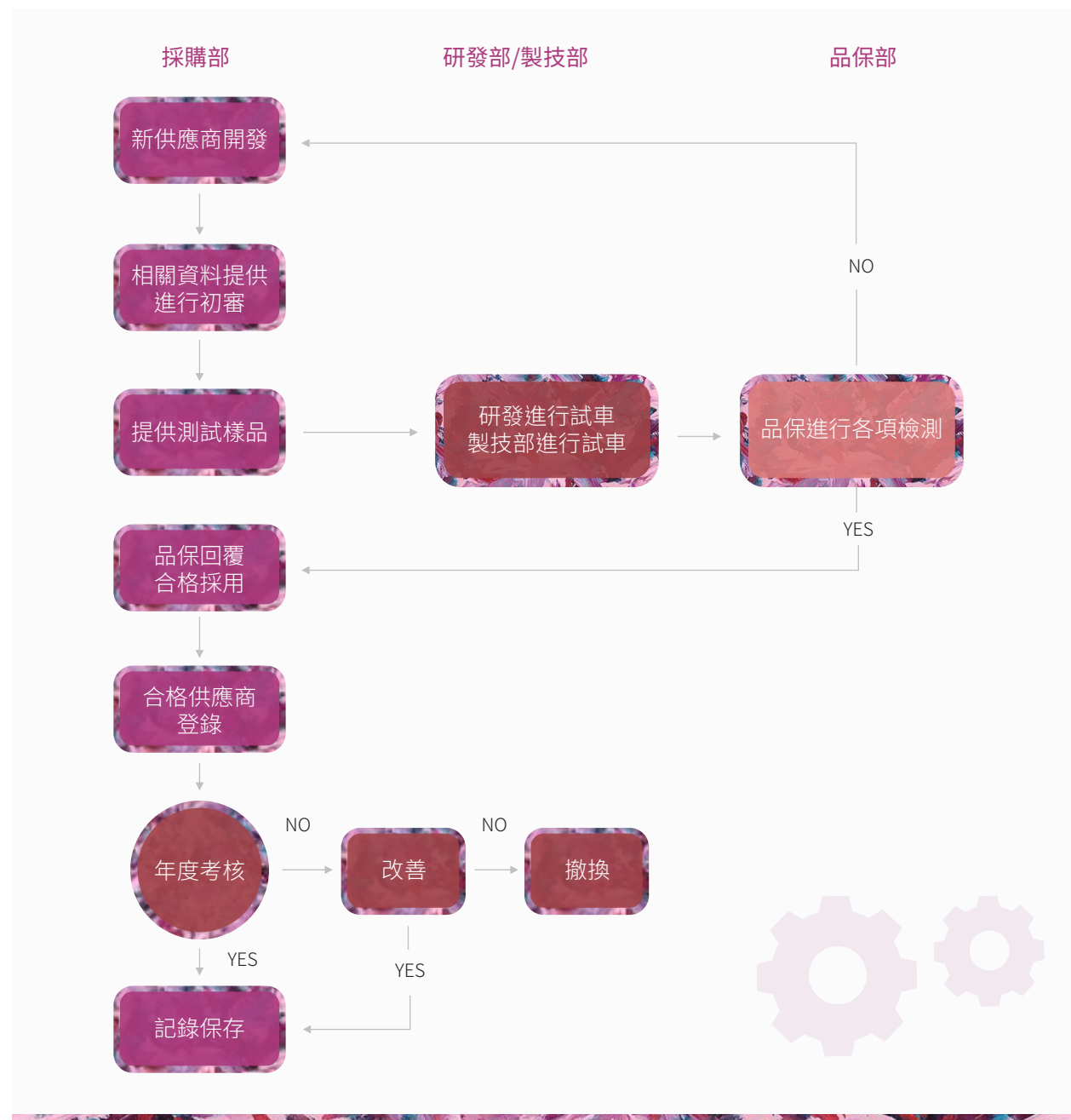
註：* 號代表符合 G FSI 認證

供應商評鑑與稽核

本公司依循供應商評鑑管理辦法，對供應商進行評鑑管理，取得各式食品安全管理系統認證者獲得優先採購權，供應商評鑑中主要以品質、交期、協調、價格、技術和即時做審核，並每年固定隨機抽查和現場稽核。其中，宏亞評鑑項目主要分為環境面與社會與品質項目，在環境面向，針對廢棄物清理與相關申報項目做檢視，社會面向，要求供應商提供回饋社會的案例。同時，宏亞透過內部訂定供應商評核等級，從優良至不合格等級皆有不同的管理措施，強化管理供應商評鑑與評核制度。2020年評核結果宏亞供應商多數落於優良等級。



供應商評鑑



評核項目



查核方式

實地訪廠

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

文件審查

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

供應商稽核

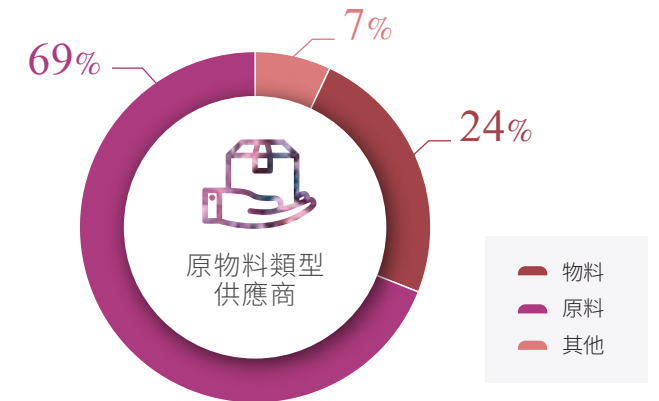
宏亞食品對於供應夥伴實地訪查、問卷等方式進行稽核，長期執行原物料供應商品質檢驗標準規範，並定期與供應商溝通訪查，根據統計近三年度宏亞食品供應商經品保部稽核結果皆 100% 符合規範。2020 年宏亞供應商稽核結果 100% 符合稽核標準，未有違反食品安全衛生管理法之情事。在稽核過程中若發現有違反食品安全衛生管理法，直接採取停止合作之處置。

年度	2018	2019	2020
廠商家數	288	285	344
稽核廠商家數	13	12	40
合格比率	100%	100%	100%
稽核家數之百分比	4.51%	4.21%	11.63%

6.1.2 原物料管理

維護產品的安全須由源頭管理做起，而原物料是產品安全的源頭。公司的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，國外採購以奶粉、可可粉、巧克力、奶油為大宗；物料則以一般包裝材料為主，供應商供料穩定。2020 年有採購交易的供應商 296 家，69% 來自於原料供應商、24% 來自於物料供應商。

原物料類型供應商分布



宏亞一級供應商的原料以進口居多，而目前 2020 年宏亞尚未對採購自一級供應商國外類型原物料之評估進行水資源壓力地區之分析，來自台灣一級供應商原物料則非來自高或極高水壓力地區。宏亞將持續與供應商溝通，將本議題納入永續發展的評估之中。並規劃 2021 年實行內部採購原物料之資料統計，包括統計在所有地區採購的原材料支出，以及原料採購地區清單進行內部差距分析，並優化原物料採購政策與計畫。根據內部分析數據定義優先原料與材料分為，高度優先 (可可、糖和奶製品) 和中等優先級棕櫚油，紙漿和紙張，其他關鍵成分和原材料：花生，堅果，麵粉，雞蛋，鋁等，做為未來 ESG 議題管理用途。

原物料採購作業管理為：

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

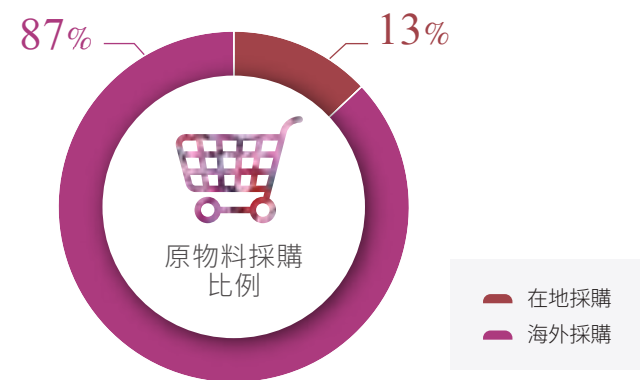
宏亞公司廠內所有相關成品所使用之原物料及加工流程，均依 HACCP 作業要求進行生物性、物理性及化學性的危害分析，並以雙 PDCA 循環執行品質監控。當有新產品上市、生產線或設備變更及法規變更時，會由各負責單位立即展開，包括人員物流動線、消防、病蟲害配置、生產流程與產品危害分析。由於輸美食品及 TQF2.0 版，皆有防護計畫要求，因此本公司於 2016 年 11 月起接受食品工業發展所輔導食品防護計畫，將生產製造場所欠缺或不足之處，特別加強改善，逐步完成各生產線的防護計畫書。由於食品防護強調蓄意危害 (FD)、非蓄意危害 (FS)、品質關鍵 (FQ) 及攙偽 (FF)，除廠內生產環境和產品依防護概念執行外，於供應商稽核中，也將此新版防護計畫導入，希望供應商也能提高品質。在宏亞公司永續發展策略中也落實原物料供應商評核，2020 年評核率達 13.75%，

在地採購

宏亞食品在永續策略上為了創造與供應商互惠共榮關係，在採購方面持續以當地企業為優先選擇，2020 年當地採購金額比例達 87%，宏亞食品在永續策略上為了創造與供應商互惠共榮關係，在採購方面持續以當地企業為優先選擇，然因宏亞產業特性，使用之原物料雖皆從本地供應商採購，多數原料為供應商進口所得。未來將更積極擴展國內採購，減少運輸的時間及碳足跡。

	在地採購	海外採購
2018 年	76%	24%
2019 年	78%	22%
2020 年	87%	13%

2020 年原物料採購比例



永續採購

在 2020 年，宏亞食品採購的原料成分中有 44.7% 已通過第三方環境和 / 或社會標準認證。代表性認證包括：美國公平貿易，雨林聯盟，永續棕櫚油圓桌會議等。

永續棕櫚油 (RSPO)：

目前宏亞食品 2020 年因成本因素尚未開始導入於產品製程，未來計畫新產品開發設計時開始採用。

大豆油墨印刷：

宏亞食品所有產品之印刷標示皆 100% 採用大豆油墨印刷，減少環境衝擊。

2020 年通過國際食品認證原物料的採購量有上升，統計 2020 年原物料採購符合全球食品安全倡議 (Global Food Safety Initiative, GFSI) 認證廠商之產品採購金額為新台幣 224,276,726 元，佔一級供應商比例 44.7%。

6.1.3 支持在地食品與永續供應

推廣在地食品

宏亞食品致力於推廣台灣在地特色農產品之風味產品，繼雲林黑金剛花生、台東洛神花等口味乳加後，2020 年與鮮乳坊企業合作，開發本味誠現品牌之小農鮮乳餅，並於永續責任倡議理念近似的全家便利商店及家樂福通路上架，另外本公司之禮坊品牌亦採用在地屏東新鮮檸檬及非籠飼雞蛋，開發出法式香檸蛋糕，希望藉由推廣在地食品之使用，提升農業合作生產者可見度與經濟效益。

而宏亞食品公司身為台灣國民巧克力之精神，對台灣可可產業關懷不遺餘力，持續與屏東當地可可農合作，未來也將陸續推出結合台灣屏東可可之巧克力商品。

關注動物福利

宏亞食品除了盡職在食品安全原料之把關，嚴格遵守原料溯源管理，也響應永續經營理念，開始關注動物福利議題，以目前公司採購原料相關之動物福利議題，主要關注點在非籠飼雞蛋採購，根據統計 2020 年採購資料，友善飼養之雞蛋採購金額佔整體雞蛋採購金額之 6.5%。





7 注入歡樂 正向能量

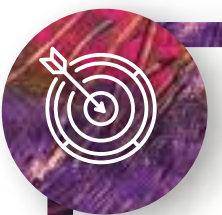
- 7.1 「巧」思永續・幸福延續
巧克力共和國特色商品與服務
可可幸福記憶點
- 7.2 社會回饋與參與



點點善X宏亞 城市曙光計劃

作品名稱：憐

創作理念：心處迷霧，則雖視而憐，唯有敞開心胸，方能撥雲見日，洞見人生



管理方針



重大主題

社會關懷

優先閱讀對象

鄰近社區、消費者、員工、政府機構

對宏亞的意義與承諾



信任

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



熱忱

商品
中期目標將以「機能性」為主產品設計，將現有高端商品重新包裝成禮盒組，並推出新品100%純可可粉，主打橘色客群(中老年族群)；長期目標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
本館推出客製化導覽，中期目標採用團體預約之收費機制，運用五感體驗強化遊客對巧克力的認知；長期目標則期盼結合親土課程，落實Seed to Bar理念，創造最特別的可可深度體驗活動。



創新

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



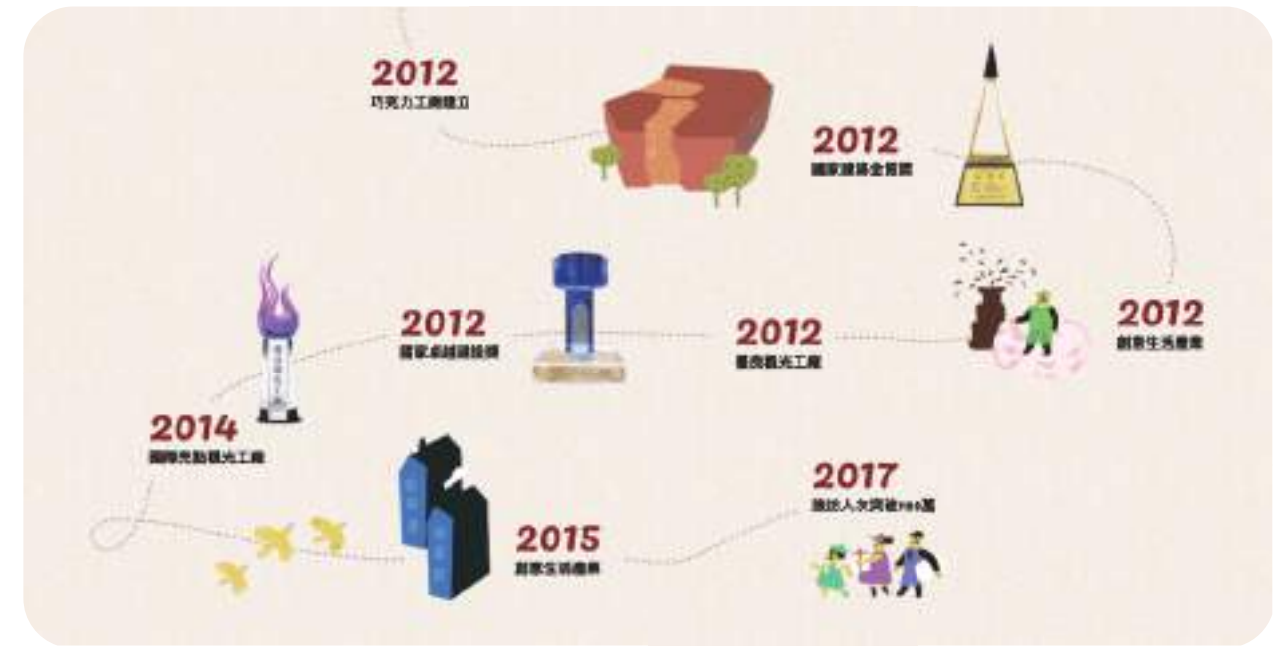
重大主題	管理方法與評估機制
社會關懷	宏亞公司除透過打造食育場域，加深與周邊社區互動傳達愛惜食物之觀念，也藉由內部開會評估投入之社會關懷標的與合作對象，期使宏亞推廣與社會共好之理念與內部資源可獲得最大程度展現。如加入台積電基金會之惜食專案計畫，發揮愛惜食物捐贈給弱勢團體，使食物不受到丟棄浪費，使永續理念可以與社會關懷做結合。



7.1 「巧」思永續，幸福延續

宏亞食品「創新」的企業經營理念，從擅長的巧克力產業，跨足觀光服務產業，延續巧克力的精神與故事，2012年成立東南亞第一座巧克力博物館—「巧克力共和國」，成立8年間，致力打造最專業之巧克力博物館，傳遞巧克力文化、知識、歷史，並結合觀光旅遊，造訪人次更是累積突破逾155萬人，校外教學合作逾4,500場，並於2020年再度榮獲優良觀光工廠認證。

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



7.1.1 巧克力共和國—特色商品與服務

巧共提供季節性、主題性、多樣性之特色創意 DIY 體驗，提供多語言、多樣性服務，提升遊園趣味性與服務溫度，於導覽時提供互動並且與時事結合。活化旅遊配套、在地性、產品服務等因素，每月主題活動推展，創造隨時入園之新鮮度，並能對應國內外不同客群，推出變化性客製行程。

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

1. DIY 體驗

配合館內主題活動推出不同系列 DIY 主題課程，聖誕屋、蜂情蜜意、巧克屋等，結合多變造型的巧克力配件，如：馬卡龍、玉米、花生、花椰菜，等，更豐富 DIY 成品視覺呈現。2020 年 DIY 主題課程舉辦總參與人數為 18,902 人次。



2. ROC 選品店

除提供集團旗下品牌 77 乳加、新貴派、蜜蘭諾等等熱賣商品外，店內以 ROC 自有品牌最為熱銷，因商品皆為巧克力共和國獨家販售，極具品牌獨特性及亮點，其中不乏許多獲獎好物，除 2018 獲選金牌好禮獎的「鐵觀音巧克力」外，2020 年「板塊巧克力-榛果花生」再度獲選金牌好禮商品。2020 年總銷售產品個數為 76,078 個，總金額為新台幣 8,449,984 元。



3. 導覽服務

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



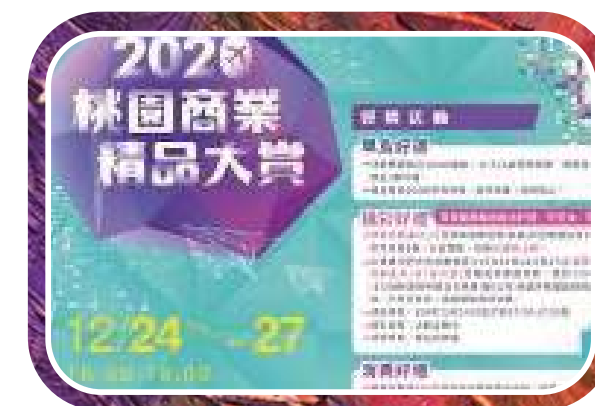
7.1.2 可可幸福記憶點

強化可可與在地連結

與政府、社區、利害關係人合作的活動 (如與桃園經發局合作婦幼展...)，強化巧共與當地社區的永續連結。

2020 桃園商業精品大賞

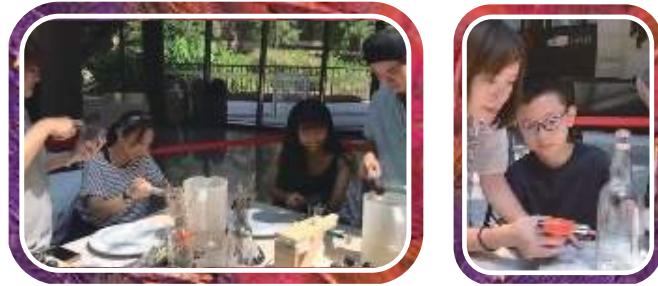
桃園市政府經發局活動，推廣宏亞與巧克力共和國，達成品牌宣傳與銷售。



可可特色主題系列活動

可可酒瓶再生活動：

利用巧克力共和國特色產品所產生的廢棄蘭姆酒瓶，邀請複合媒材藝術家吉拉斯，可可 × 酒瓶 × 複合媒材藝術家，一同透過共創體驗賦予回收品全新生命，廢棄酒瓶與巧克力的不可思議之旅，親身參與感受到自造的樂趣。



秋季獨老健康促進活動：

由華山基金會舉辦，「生活因愛而絢麗，世界因愛而美好」，一年一度的九九重陽節，華山基金會邀請了 40 位孤老一同來巧克力共和國踏青同樂，透過義工們細心熱情的陪伴，長輩們都笑顏滿溢。



原住民青年職涯探索活動：

由洄游創生有限公司舉辦，協助原住民族青年探索自我、思考未來職涯規劃並瞭解現今產業概況，邀請在地原住民來館擔任特派員，進行一日職人體驗，探索職涯興趣及拓展視野，並透過實際踏查與體驗，增進其對職場環境與產業趨勢之認識與瞭解，該場次活動參與人數共 35 人。



7.2 社會回饋與參與

宏亞食品秉持取之於社會，用之於社會的精神，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畫、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，2020 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。

2020 年社會關懷活動

捐贈單位	專案活動
華光社會福利基金會	中秋公益專案活動
兒童福利聯盟文教基金會	台積電 CSR 公益計畫
創世福利基金會	發票及物資捐贈
伊甸基金會	發票及物資捐贈

惜食計畫

宏亞食品自 2019 年加入由台積電慈善基金會發起之惜食計畫，由台積電基金會提供冷凍設備，並定期掌握、統計需要的食品數量，再由食品商直接配送格外品至需要幫助的弱勢據點，2020 年宏亞公司藉由惜食計畫平台，捐贈即期食品至 86 個單位團體。

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。
- 食育育推廣進行產官學合作，小學戶外教學食育遊程及市府衛生局食育營隊推廣。



8 附錄

GRI 準則揭露項目對照表

通用準則

GRI 準則 (2016 版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
GRI 102：一般揭露			
組織概況	102-1 組織的名稱	2.1.1 宏亞背景與發展現況	22
	102-2 活動、品牌、產品與服務	2.1.1 宏亞背景與發展現況 3.2.1 創新商品與服務	22 44
	102-3 總部位置	2.1.1 宏亞背景與發展現況	22
	102-4 營運據點	2.1.1 宏亞背景與發展現況	22
	102-5 所有權與法律形式	2.1.1 宏亞背景與發展現況	22
	102-6 提供服務的市場	2.1.1 宏亞背景與發展現況	22
	102-7 組織規模	2.1.1 宏亞背景與發展現況 5.1 人才永續，幸福延續	22 72
	102-8 員工與其他工作者的資訊	2.1.1 宏亞背景與發展現況 5.1 人才永續，幸福延續	22 72
	102-9 供應鏈	6.1 供應永續，幸福延續	88
	102-10 組織與其供應鏈的重大改變	關於本報告書 6.1 供應永續，幸福延續	88
	102-11 預警原則或方針	2.3 永續風險管理	29
	102-12 外部倡議	1.2 永續績效 - 2020 年宏亞關鍵永續 績效及「願景藍圖」	11
	102-13 公協會的會員資格	附錄	108
策略	102-14 決策者的聲明	經營者的話 2.1.1 宏亞背景與發展現況	22
公司治理	102-16 價值、原則、標準及行為規範	2.2 公司治理	27
	102-18 治理結構	1.2 CSR 委員會 2.2 公司治理	15 27
利害關係人溝通	102-40 利害關係人團體	1.1 利害關係人溝通	9
	102-41 團體協約	5.2.1 人權管理	77
	102-42 鑑別與選擇利害關係人	1.1 利害關係人溝通	9
	102-43 與利害關係人溝通的方針	1.1 利害關係人溝通	9
報導實務	102-44 提出之關鍵主題與關注事項	1.1 利害關係人溝通	9
	102-45 合併財務報表中所包含的實體	關於本報告書	3
	102-46 界定報告書內容與主題邊界	1.2 宏亞重大主題鑑別與回應	11
	102-47 重大主題表列	1.2 宏亞重大主題鑑別與回應	11
	102-48 資訊重編	今年無資訊重編情事	3
102-49 報導改變	今年無改變情事	3	

GRI 準則 (2016 版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
GRI 102：一般揭露			
報導實務	102-50 報導期間		
	102-51 上一次報告書的日期		
	102-52 報導週期	關於本報告書	3
	102-53 可回答報告書相關問題的聯絡人		
	102-54 依循 GRI 準則報導的宣告		
	102-55 GRI 內容索引	附錄— GRI 準則揭露項目對照表	103
	102-56 外部保證 / 確信	關於本報告書 - 報告書撰寫原則 及綱領及「附錄 . 獨立確信報告 書」	3
	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
食品安全管理			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		36
	103-2 管理方針及其要素	3. 分享甜蜜 安心滋味	36
	103-3 管理方針的評估		36
GRI 416：顧客健康與安全	416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	3.1.1 品質管控與檢驗	38
營運策略			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		20
	103-2 管理方針及其要素	2. 國民巧克力—永續宏亞	20
	103-3 管理方針的評估		20
GRI 205：反貪腐	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	2.2 公司治理	27
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	2.2.1 董事會運作	27
營運策略與績效			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		20
	103-2 管理方針及其要素	2. 國民巧克力—永續宏亞	20
	103-3 管理方針的評估		20
GRI 201：經濟績效	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	2.1.2 營運績效	25
法規遵循			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		20
	103-2 管理方針及其要素	2. 國民巧克力—永續宏亞	20
	103-3 管理方針的評估		20

GRI 準則 (2016 版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
法規遵循			
GRI 307：有關環境保護的法規遵循	307-1 違反環保法規	2020 年無相關違反情事	34
GRI 416：顧客健康與安全	416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	3.1.1 品質管控與檢驗	38
	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	2020 年無相關違反情事	34
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	2020 年無相關違反情事	34
GRI 419：社會經濟法規遵循	419-1 違反社會與經濟領域之法律和規定	2020 年無相關違反情事	34
產品與服務創新 (企業自訂主題)			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		36
	103-2 管理方針及其要素	3. 分享甜蜜 安心滋味	36
	103-3 管理方針的評估		36
永續供應鏈管理			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		86
	103-2 管理方針及其要素	6. 打造互惠 共榮關係	86
	103-3 管理方針的評估		86
GRI 308：供應商環境評估	308-1 採用環境標準篩選新供應商	6.1.1 供應鏈管理	88
GRI 414：供應商社會評估	414-1 使用社會標準篩選之新供應商	6.1.1 供應鏈管理	88
風險管理			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		20
	103-2 管理方針及其要素	2. 國民巧克力—永續宏亞	20
	103-3 管理方針的評估		20
GRI 201：經濟績效	201-2 氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	2.3.2 氣候風險管理	30
責任行銷			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		36
	103-2 管理方針及其要素	3. 分享甜蜜 安心滋味	36
	103-3 管理方針的評估		36
GRI 417：行銷與標示	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	2.3.4 法規遵循	34
	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件		
原物料採購			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		86
	103-2 管理方針及其要素	6. 打造互惠 共榮關係	86
	103-3 管理方針的評估		86
GRI 204：採購實務	204-1 來自當地供應商的採購支出比例	6.1.2 原物料管理	92
包裝包材			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		52
	103-2 管理方針及其要素	4. 傳承清新 豐饒未來	52
	103-3 管理方針的評估		52
GRI 301：物料	301-2 使用的可再生物料	4.4.1 包裝材與廢棄物管理	66

GRI 準則 (2016 版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
能資源使用效率			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		52
	103-2 管理方針及其要素	4. 傳承清新 豐饒未來	52
	103-3 管理方針的評估		52
GRI 302：能源	302-1 組織內部的能源消耗量		59
	302-3 能源密集度	4.2.2 能源管理	59
	302-4 減少能源消耗		59
GRI 303：水與放流水 (2018)	303-1 共享水資源之相互影響	4.3 水資源管理	63
	303-2 與排水相關衝擊的管理	4.3 水資源管理	63
	303-3 取水量		63
	303-4 排水量	4.3.1 用水管理	63
	303-5 耗水量		63
GRI 306：廢棄物	306-1 廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	4.4.1 包裝材與廢棄物管理	66
	306-2 廢棄物相關顯著衝擊之管理		66
氣候變遷減緩策略			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		52
	103-2 管理方針及其要素	4. 傳承清新 豐饒未來	52
	103-3 管理方針的評估		52
GRI 305：排放	305-1 直接 (範疇一) 溫室氣體排放		56
	305-2 能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放	4.2.1 溫室氣體排放	56
	305-4 溫室氣體排放密集度		56
	305-5 溫室氣體排放減量		56
健康與營養的產品 (企業自訂主題)			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		36
	103-2 管理方針及其要素	3. 分享甜蜜 安心滋味	36
	103-3 管理方針的評估		36
社會關懷			
GRI 103：管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界		98
	103-2 管理方針及其要素	7.1 「巧」思永續，幸福延續	98
	103-3 管理方針的評估		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	7.2 社會回饋與參與	102

SASB 指標對照索引—加工食品業

主題	指標	對應章節	頁碼
能源管理	FB-PF-130a.1 應揭露：(1) 消耗能源總量，(2) 電網用電量的百分比，(3) 使用可再生能源的百分比	4.2.2 能源管理	59
水管理	FB-PF-140a.1 應揭露涵蓋所有水源的：(1)取水總量，(2)耗水總量；以及位於高或極高水壓力地區的取水量與用水量百分比	4.3.1 用水管理	63
	FB-PF-140a.2 與排放水質和 / 或是水量相關的違規事件數 (如違反法規、政策或排放標準)	2020 年無相關違反情事	34
	FB-PF-140a.3 評估水資源管理 (包含取水、用水、排水) 過程中會有哪些風險，以及說明降低這些風險的策略與作法	4.3.1 用水管理	63
食品安全	FB-PF-250a.1 經由全球食物安全主張 (Global Food Safety Initiative, GFSI) 承認認可的認證 / 標準的審核不合格比率與相關糾正比率；並需要依重大、輕度進行區別揭露	3.1.1 品質管控與檢驗	38
	FB-PF-250a.2 來自一級供應商的原物料通過 GFSI 承認的食品安全認證標準之成本比例	6.1.2 原物料管理	92
	FB-PF-250a.3 (1) 收到食品裁罰與違規之次數 (2) 改善百分比	2020 年無相關違反情事	34
	FB-PF-250a.4 (1) 食品召回回收次數 (2) 召回回收的食品總量	2020 年未有食品召回事件，故亦無召回食品總量記錄	34
健康與營養	FB-PF-260a.1 推廣 (如產品標籤) 與推廣健康與營養產品的總收入金額	3.2.3 健康與營養的產品	49
	FB-PF-260a.2 如何鑑別與管理消費者對於健康與營養的產品與成分之討論過程	3.2.3 健康與營養的產品	49
產品標示與銷售	FB-PF-270a.1 應揭露：(1)廣告曝光對象為兒童的百分比	3.2.2 行銷與標示	47
	FB-PF-270a.2 應揭露標示(1)基因改造，(2)非基因改造產品的收入	2020 年無相關統計資料，將內部蒐集	
	FB-PF-270a.3 產品標示或銷售違反產業標準或法規的數量	2020 年無相關違反情事	34
	FB-PF-270a.4 因產品標示或銷售造成的相關法律訴訟所損失的金額	2020 年無相關違反情事	34
包裝生命週期管理	FB-PF-410a.1 應揭露：(1)向外購買的包裝 / 包材總重量，(2)由回收或可再生材料製成的百分比，(3)可回收、可重複使用或可堆肥的百分比	2020 年無相關統計資料	
	FB-PF-410a.2 說明如何減少包裝生命週期對環境造成的影響	2020 年無相關資料	
原物料供應鏈對環境和社會的影響	FB-PF-430a.1 自一級供應商採購的原料中，獲得第三方環境或社會標準認證的百分比	6.1.2 原物料管理	92
	FB-PF-430a.2 供應商社會和環境責任經外部標準或行為準則審核的 (1)不合格率(2)主要不合格和輕微不合格的相關矯正措施比率	6.1.1 供應鏈管理	88
原物料採購	FB-PF-440a.1 自一級供應商採購的原料中，來自高或極高水壓力地區的原料百分比	6.1.2 原物料管理	92
	FB-PF-440a.2 揭露食品優先原料清單，以及如何管理該原料造成的環境與社會風險		92
營運指標	FB-PF-000.A 已售出產品的總重量	2.1.2 營運策略與績效	25
	FB-PF-000.B 生產設備的數量		25

附錄一公協會參與組織

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



宏亞食品股份有限公司
HUNYA FOODS CO., LTD.

