

2017  
企業社會責任報告書

  
宏亞食品股份有限公司  
HUNYA FOODS CO., LTD.

在地永續 幸福延續



經營者的話 03

關於本報告書 04

# 1

## 宏亞食品公司概况

<b>1.1 公司背景與產業發展現況</b>	<b>08</b>
– 公司組織圖與職掌	09
– 77 事業部	11
– 禮坊事業部	13
– 巧克力共和國	16
<b>1.2 永續大事紀</b>	<b>19</b>
– 大事紀	19
– 參與組織	20
– 歷年獲獎紀錄	21
<b>1.3 利害關係人議合</b>	<b>22</b>
– 利害關係人鑑別	22
– 報告實質範圍界定	22
– 利害關係人的溝通機制	23
– 重大主題邊界鑑別與回應	24

# 2

## 公司治理

<b>2.1 營運績效</b>	<b>28</b>
<b>2.2 公司治理</b>	<b>30</b>
– 董事會	31
– 薪酬委員會	33
– 稽核室	33
– CSR 委員會	34
– 風險管理	35
<b>2.3 客戶關係管理</b>	<b>35</b>
<b>2.4 產品創新</b>	<b>36</b>

# 3

## 食品安全管理

<b>3.1 品質保證</b>	<b>39</b>
<b>3.2 供應商管理</b>	<b>45</b>
– 供應商國際認證管理	46
– 供應商評鑑	48
<b>3.3 原物料管理</b>	<b>51</b>
<b>3.4 製程與成品管理</b>	<b>52</b>
– 製程管理	52
– 成品管理	56
<b>3.5 溯源管理</b>	<b>56</b>

# 4

## 環境保護

<b>4.1 環境保護策略</b>	<b>58</b>
<b>4.2 環境管理</b>	<b>59</b>
– 能資源管理	59
– 節能減碳	54
– 溫室氣體盤查	65
<b>4.3 污染防治</b>	<b>68</b>
– 水污染防治	69
– 廢棄物資源再利用	72
– 空氣污染管理	73
– 噪音管理	73
– 環保支出	74
<b>4.4 環境申訴案件</b>	<b>74</b>

# 5

## 員工關係與社會關懷

<b>5.1 人才永續</b>	<b>76</b>
<b>5.2 福利與權益</b>	<b>82</b>
– 薪資與福利	82
– 育嬰假	83
– 退休制度	84
– 員工權益	84
<b>5.3 教育訓練</b>	<b>85</b>
<b>5.4 工作安全</b>	<b>87</b>
– 安全衛生組織的運作及訓練	87
– 工作安全的提升	87
<b>5.5 健康照顧</b>	<b>88</b>
– 健康之工作環境	88
– 健康照顧及健康促進	88
<b>5.6 社會回饋</b>	<b>89</b>
– 社會公益	89
– 社區回饋	89
– 縣市政府合作及回饋	89

# 6

## 附錄

GRI 準則揭露項目對照表	91
會計師獨立確信報告	97



## 經營者的話

過去數十年來的全球暖化現象已經嚴重衝擊了世界的生態環境，暖化的結果帶來地表溫度的持續上升，降雨型態的大幅改變，極端的氣候變化正以更快的頻率、更高的強度影響世界各地，氣候變遷也影響食材選用思考及食品的保存方式，加上影響消費者飲食偏好，對糖的攝取量減少，因此在產品上轉型相當重要。宏亞須在產品研發上努力朝健康走向，思考如何減少零食負面形象，包含減糖、減油等，以因應現今消費者的健康意識；面對市場人口結構變化，宏亞須思考未來自身產品在市場上的走向。

當然沒有一間公司能獨自實現整個產業的永續發展目標；達成永續發展目標需要各企業建立起一個跨產業、跨經濟系統的新合作模式。宏亞食品將 2018 年規劃積極也參與食品產業相關公會協會與同業一起尋求產業的未來發展，在產品面不僅參照國外製作方法，且積極融入台灣本土食品原料與方法，促使產品更能廣泛地被接受與經典化，將國際化、本土化以及連結創新於產品呈現。讓國內外消費者知道宏亞食品為健康、營養又能帶給人幸福的食品。

總經理

張慶功



有鑑於宏亞食品在家族企業經營，經營權穩定基礎下，獲得社會信任，員工忠誠等無形資源之傳承與延續，在重大經營決策上展現對組織長期經營考量，而非追求短期績效的亮麗，維持宏亞食品在客戶心中 40 年的品牌聲譽。然而邁入宏亞下一個階段，因應市場競爭，需從家族經營轉型，於 2017 年在公司治理推行制度化以及延攬專業人才加入組織以提升管理，也期許未來專業管理人才的特質融合宏亞倫理文化，提升組織應變速度與能力，促使企業整體內部凝聚，2017 年推行強化資訊科技及流程管理，推出一系列大人味新品，對利害關係人注入宏亞價值觀念，建立熱誠、安全可信的品牌特性。

然而我們也認為：當前可持續發展問題是人類不可迴避，急需解決的問題，人類要實現可持續性發展，就需要重新界定人與自然的關係。企業要永續發展亦需重新審視環境，利害關係人，食材物資與企業的關係，以尊重與愛的組織文化，創意及傳承兼容的品牌精神，在 2018 年宏亞在永續經營的策略主張為：在地永續、幸福永續，持續協同價值鏈（如客戶、商業夥伴、通路商等）來倡議或推動永續發展，對應公司的營運策略，並發揮最大影響力。

長久以來，我們努力做好企業社會責任相關工作，但相信仍有許多進步空間。希望藉由這份企業社會責任報告書的發行，讓我們能夠持續與外部溝通，傾聽各界指教，以達到社會大眾對我們的期待。

總經理

張云綺



## 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）2017 年度報告書，為本公司發行之第 4 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，創立至 2017 已滿 40 週年。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 2017 年 1 月 1 日至 2017 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 2017 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 2017 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 2016 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 2017 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：2017 年 12 月發行

本期發行版本：2018 年 12 月發行

下期發行版本：預定 2019 年 12 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>

### 封面故事

住在由巧克力、餅乾和糖果所打造的糖果屋是所有小朋友的夢想，宏亞正是實現願望的推手，旗下 77 乳加、新貴派等商品是許多人童年中記憶的味道，延續小時候對幸福的記憶，宏亞商品不斷創新、與品質的提升，陪伴消費者一同成長。

以宏亞「在地永續、幸福延續」的 CSR 核心精神，延伸出「巧克力夢工廠」的主視覺畫面，闡述宏亞藉由多樣化巧克力產品的推出，打造宛若童話般的世界，巧克力河流中調製美味的小船、載著巧克力原物料的列車，共築成一幅美好的世外桃源，再望向後方的山群中，坐落著最早種植巧克力的瑪雅建築，前方的巧諦克蒂，默默守護著宏亞所打造的巧克力共和國，一個乘載夢想與幸福的企業。



## 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	860 人
總資產金額	新台幣 29.33 億元
資本額	新台幣 10.83 億元
銷售額	新台幣 18.7 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：帶給顧客豐富的知性與歡樂的感受。
董事長	張豪城
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 .. 等地區
官方網站	<a href="http://www.hunya.com.tw/">http://www.hunya.com.tw/</a>
所有權與法律形式	本公司為股份有限公司，亦為公開發行公司。台灣證券交易所股票代碼為 1236

註：以上所有數據統為 2017 年 12 月 31 日統計資料。

最近二年度生產量值表

年度	2016 年			2017 年		
	產能	產量	產值	產能	產量	產值
主要商品						
乳加巧克力類	750,000	388,832	215,900	750,000	348,976	228,724
威化巧克力類	3,000,000	1,290,103	470,112	3,000,000	1,282,930	448,732
糕(糖)餅類(盒)	5,600,000	3,921,764	625,285	5,600,000	3,173,063	519,633
其他	650,000	210,758	170,549	650,000	390,725	177,957
合計	-	-	1,481,846	-	-	1,375,046

宏亞食品深耕台灣已邁入第 40 年，我們勇於面對市場變化的挑戰，持續秉持著「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。重視食品安全，2017 年研究消費趨勢，以推廣食物本身為訴求，堅持以「安心、用心，真心」三心研發推出健康、真食入口產品傳遞給客戶，宏亞食品也推動多項節能專案，降低對環境的影響，從源頭改善能源使用效率，減少無謂的浪費，為環保盡一份心力。隨著消費趨勢與習慣改變，社會及顧客對宏亞食品的期許亦越來越高，我們堅持用心的初衷，秉持基本經營方針，全面延伸企業永續的理念，內化企業社會責任，不斷提升顧客忠誠、員工滿意與環境友善，創造更大的價值，以此來回饋支持宏亞食品的廣大消費者，並以消費經驗出發，與銷售通路建立夥伴合作關係，開展多銷售通路，帶給客戶值得信賴的品牌價值，以掌握有利商機，深耕宏亞食品品牌。

# 01 宏亞食品公司概況

### 1.1 公司背景與產業發展現況

公司組織圖與職掌

- 77 事業部
- 禮坊事業部
- 巧克力共和國

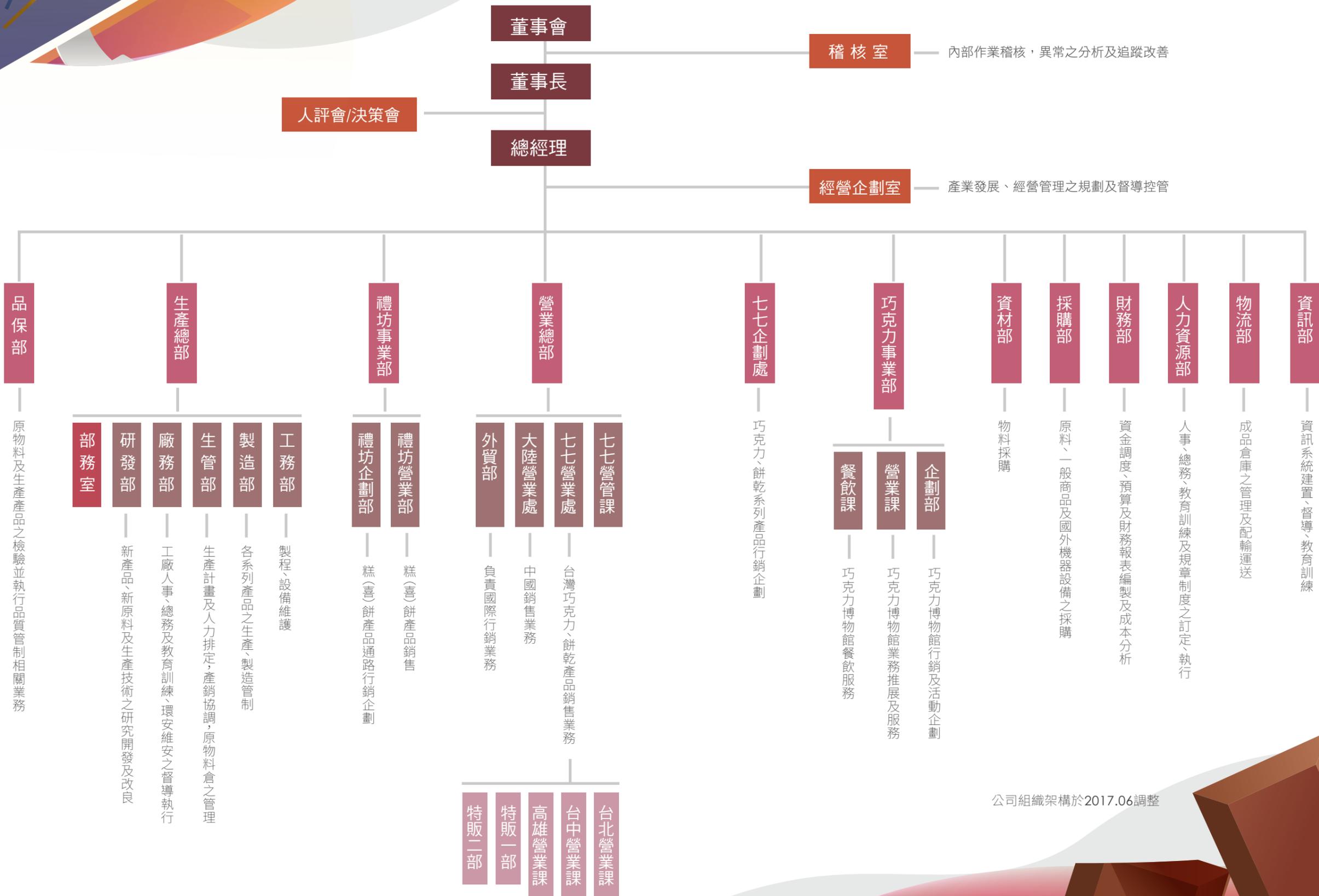
### 1.2 永續大事紀

- 大事紀
- 參與組織
- 歷年獲獎紀錄

### 1.3 利害關係人議合

- 利害關係人鑑別
- 報告實質範圍界定
- 利害關係人的溝通機制
- 重大主題邊界鑑別與回應

公司組織圖與職掌



公司組織架構於2017.06調整

**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：2017 年推出包含整顆杏仁的大人味乳加、使用 100% 天然奶油的蜜蘭諾皇家系列、無香料吃出真實內餡香氣的新貴派大小格酥。



**2** 堅持以最好的原料供應美味產品

近年來食安風暴頻傳，宏亞始終秉持『只選用最好品質及實在的原料，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配方。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，呈現每種餅乾令人滿足的美味。牛奶餅：選用紐西蘭優質乳源，滴水不加，100% 全牛乳。乳酥餅：選用荷蘭皇室認證天然奶油。可可牛奶餅：採用頂級迦納可可膏。



**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，相繼推出草莓季的草莓乳加、夏季限定芒果乳加、以及阿薩姆紅茶乳加，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。



**4** 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

多年來，禮坊堅持：可以提供彈性的創意組合；用料實在，嚴格品質；顧問式的貼心服務。在生活每個歡樂時刻伴隨帶給消費者超乎期待的感動，不管是在專業上提供訂、結婚禮俗的顧問；於寶寶滿月時，替客戶傳遞喜悅；過年過節時，為親友團聚時刻帶來甜蜜幸福；中秋時令，提供專屬心意的月餅禮盒，禮坊因分享及參與消費者的重要時刻而覺得榮幸！

為實現「最有心的禮」這個品牌承諾，以多樣化與獨特性的核心價值，切入情感與生活連結的消費市場，滿足不同目標族群的需求；禮坊每年不斷思考如何提供具「附加價值」的小巧思，以傳達送禮者的專屬心意與品味，禮坊將持續以 6 項準則作為附加價值的思考方向：

### 1 讓包裝也可以是藝術品：

與本土藝術家洪易合作推出以狗年吉利旺來及獨創心意的手作瓷器禮盒，可代表送禮品味與鑑賞美學。



禮盒內附有裝有巧克力的蛋型瓷器，蛋型瓷器內可種植植物作為小盆栽綠化環境使用：蛋生彌月禮盒。

### 2 呈現專屬心意的設計：

每個禮盒上以不同花語祝福作為設計概念，每款禮盒代表不同祝福含意：

花語洛可可彌月系列：愛的小太陽彌月禮盒

繡球花：希望  
香根鳶尾花：純潔，好運，深深祝福  
鈴蘭：幸福的到來  
火絨草：重要的回憶  
雛菊：純真  
紅玫瑰：熱情，表達敬意  
白玫瑰：純真，尊敬  
向日葵：勇敢追求幸福



### 3 有意思的訊息傳遞方式：

與插畫家克里斯多聯手開發的彌月禮盒，畫作中總是充滿幸福與溫暖，帶給人們療癒般的真切感動，讓人們慢下腳步、注意身邊原有的美好，換個愉悅正面的心態看待生活。加上翅膀的車子造型，可以讓小朋友遊戲、收藏。

典藏手繪系列：追夢飛翔號、幸福蘑菇屋



### 4 貼心的包裝設想：

手提式禮盒設計，節省新人婚宴現場禮盒裝袋時間：四代粉紅洛可可禮盒。



5 貼心的附加服務：

2017 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。

巧克力共和國

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。

2017 年巧克力共和國活動摘錄彙整如下：

雞年吉利好康遊 年貨大街裝置藝術



春遊闖關趣 風車美陳，闖關節目合作



6 社會關懷公益捐款

2017 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：

- ▲ 2017 年童樂禮盒捐贈 1,000,000 元
- ▲ 2017 年中秋兒福聯盟公益 1,000,000 元



因為心裡有你，禮坊嚴選素材、用心烘培。  
 因為心裡有你，禮坊讓對方感受你的用心。  
 因為心裡有你，禮坊讓心意變得更有新意。  
 因為心裡有你，禮坊讓關係有了新的意義。



涼夏水花節 與在地學校樂團合作舉辦音樂會



與禮坊合作舉辦 2 場抓週 (6 月、12 月)



7 有此禮 光點兒童重症扶助協會舉辦生日嘉年華



巨型扭蛋活動

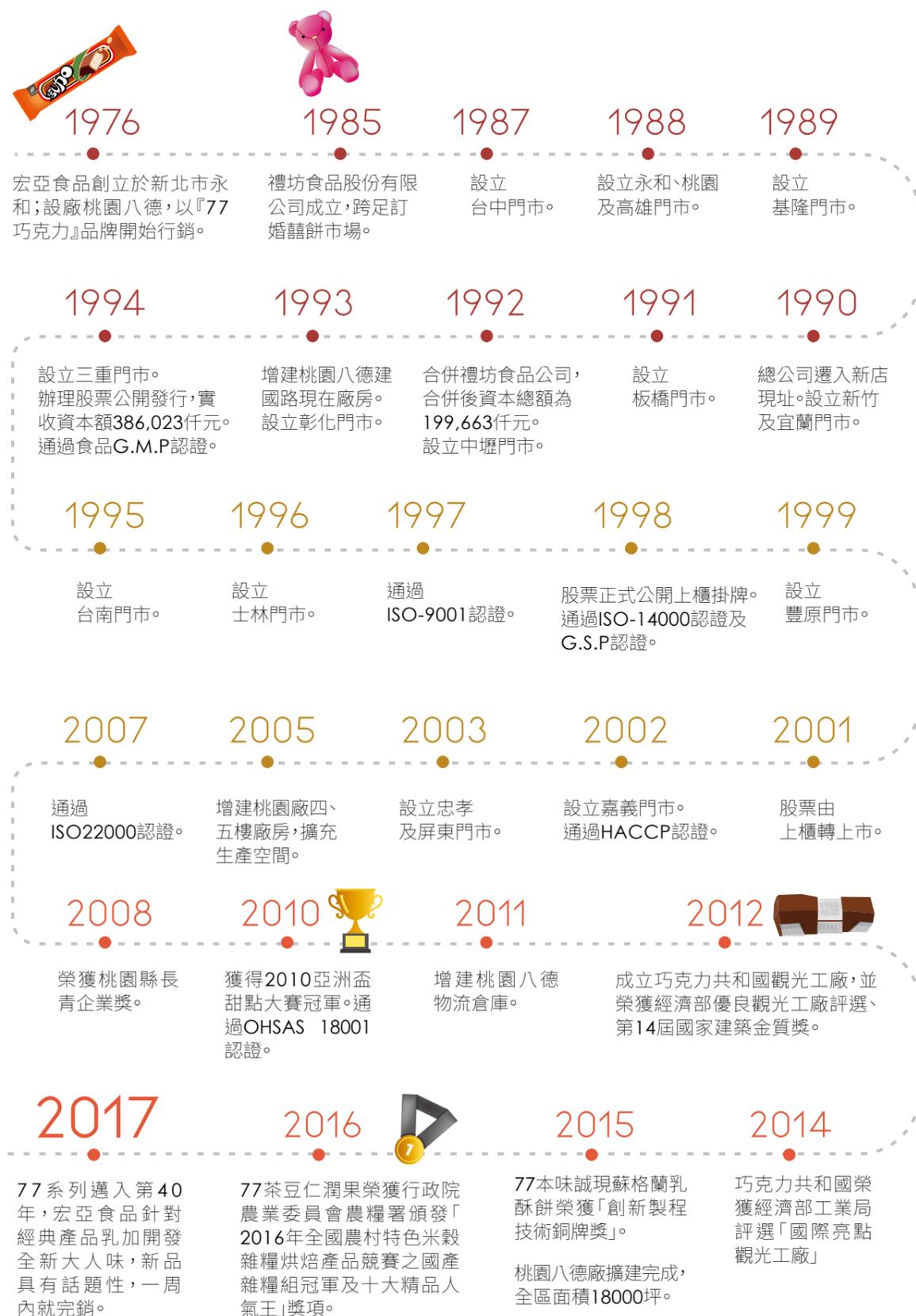


眾星雲集 感謝有鄰 感恩季記者會



## 1.2 永續大事紀

## 大事紀



## 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，2017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	● 副理事長	
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		●
桃園市工業會		●
台北市進出口商業同業公會		●
中華民國物流協會		●
財團法人台灣連鎖暨加盟協會		●
中華民國內部稽核協會		●
台北市糕餅商業同業公會		●
台灣董事學會		●
中華民國工商協進會		●
新北市工業會		●
山達基世界企業協會		●
桃園縣護理師護士公會		●
台灣食品科學技術學會		●
基隆市糕餅商業同業公會		●
國際工商經營研究社		●
中華財經策略學會		●
財團法人中華民國商品條碼策進會		●
台灣食品 GMP 發展協會		●
桃園縣八德美食休閒產業發展協會		●
中華民國觀光工廠促進協會		●
台北市道德科學研究會		●
台北市生命線協會		●
台灣清真產業品質保證推廣協會		●

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。



- 2010 — 新加坡世界盃(亞洲區)甜點大賽,巧克力甜點冠軍
- 2012 — 國家卓越建設獎 (最佳施工品質類 / 休閒建築類) -巧克力共和國
- 2012 — 國家建築金質獎-巧克力共和國
- 2012 — 績優企業卓越獎
- 2012 — 創意生活產業
- 2012 — 優良觀光工廠認證
- 2012 — 桃園縣十大伴手禮- 巧諦可蒂巧克力醬禮盒
- 2012 — 桃園縣金牌好店- ROC Café
- 2012 — 企業特別貢獻獎
- 2012 — 第六屆桃園縣服務品質卓越獎
- 2012 — 中華民國消費者協會「台灣百大伴手禮」認證,獲頒「第一品牌」認證榮譽
- 2013 — 第四屆台灣百大名店
- 2006-2014 — 連續9年榮獲媽媽寶雜誌商品大調查,滿月回禮類,年度菁品獎
- 2014 — 中秋禮盒參加經濟部商業司主辦「2014台灣視覺設計獎」選拔,榮獲包裝設計金獎
- 2014 — 國際亮點觀光工廠-巧克力共和國
- 2015 — 77本味誠現蘇格蘭乳酥餅獲創新製程技術銅牌獎
- 2015 — 通過經濟部工業局的創意生活事業評審標準,並榮獲頒發「創意生活事業證書」

- 2016 — 77茶豆仁潤果榮獲行政院農業委員會農糧署頒發「2016年全國農村特色米穀雜糧烘焙產品競賽之國產雜糧組冠軍及十大精品人氣王」獎項



- 2017 — 巧克力共和國,研發「燒生巧蜜漬柑橘」,榮獲2017桃園金牌好禮節慶送禮首發推薦



77乳加巧克力驚奇更衣室行銷廣告,獲第四十屆時報廣告金像獎-華文獎環境媒體運用類互動別銅像獎

## 1.3 利害關係人議合

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 2017 年永續報告書的重大議題。

### 鑑別利害關係人

- 透過宏亞內部/CSR小組會議討論,以共識決的方式辨識利害關係人之類別。

### 永續議題蒐集

- 透過標竿趨勢分析和討論調查,羅列共30個與宏亞相關之永續議題。

### 調查利害關係人關注議題

- 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,辨識利害關係人對各永續議題之關注程度,以及宏亞於各永續議題對經濟、環境跟社會造成的影響衝擊程度。

### 主題重大性分析

- 針對各永續議題,綜合評估利害關係人的關注程度及宏亞可能造就的經濟、環境和社會衝擊影響程度,透過矩陣辨識宏亞的重大主題。

### 審查與結果

- CSR委員會審查結果,針對重大主題進行報告書揭露。

### 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

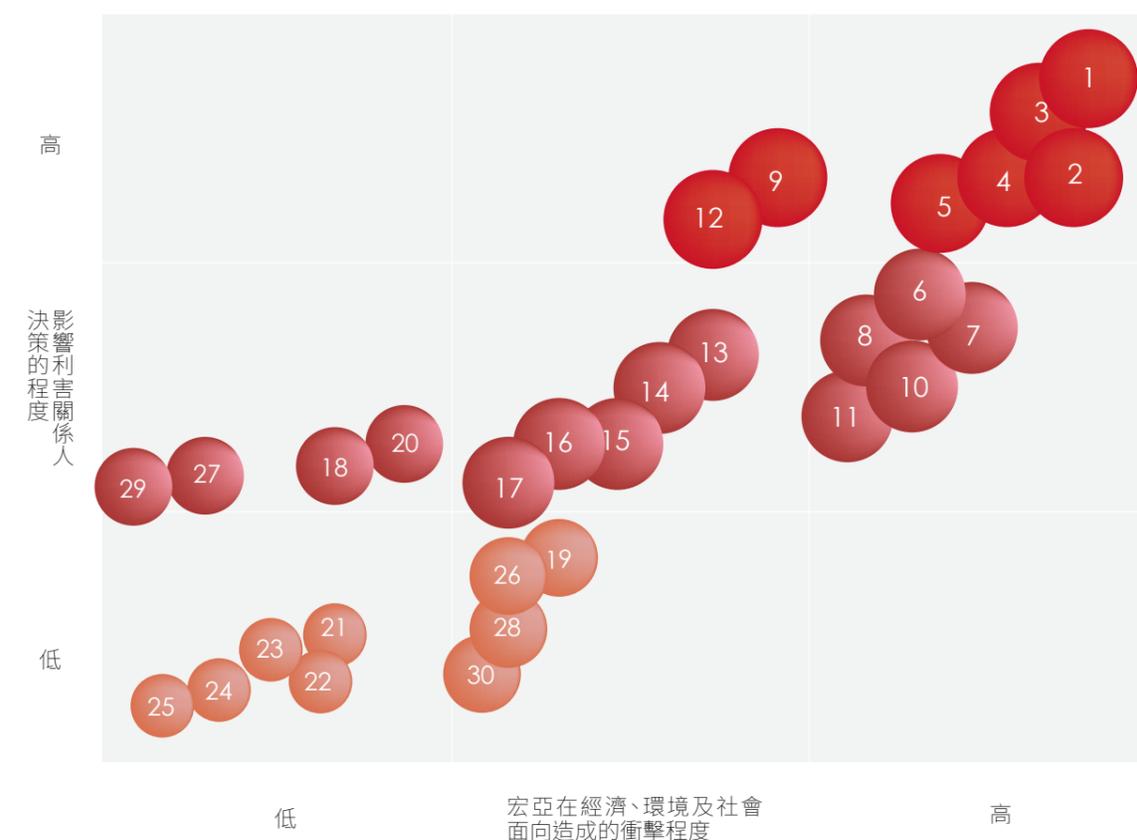
宏亞經由 CSR 委員會之委員代表主要利害關係人，進行問卷議題調查蒐集，辨識利害關係人對 30 個辨識出之永續議題的關注程度，並進一步分析彙整既有的溝通管道如下：

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)
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

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。今年共辨識出 17 項重大主題，和去年的主要差異為將利害關係人關心的議題面向從 20 個主要議題匯整成 17 項重大主題，此差異主要來自公司在整體方向面可以更聚焦資源執行，但大致而言 2017 重主題清單與以往並無重大異動。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。

主題	GRI 對應主題	對應章節	章節碼	各主題經濟、環境、社會衝擊範圍						
				宏亞直接造成衝擊	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		
				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	供應商管理	3.2	●	●	●				●
		原物料管理	3.3	●	●	●	●			●
		製程與成品管理	3.4	●	●		●			●
產品與服務品質	GRI 417：行銷與標示	品質保證	3.5	●	●	●	●			
營運策略	無直接對應	經營者的話		●					●	
		永續策略與目標	1.1							●
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	2.2							
		三級品管制度	3.1							
		環境保護策略	4.1							
		環境申訴案件	4.4	●	●	●	●	●	●	●
		福利與權益	5.2							
		工作安全	5.4							
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	2.2	●		●	●			●
		營運績效	GRI 201：經濟績效	2.1	●		●	●	●	
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	產品創新	2.4	●	●	●	●	●		
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	顧客關係	2.3	●	●		●			
職業安全衛生	GRI 403：職業安全衛生	工作安全	5.4	●						●
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	●						●
		教育訓練	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	供應商管理	3.2	●	●	●	●			
員工薪酬與福利	GRI 201：經濟績效 GRI 202：市場地位 GRI 401：勞雇關係 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	5.6	●					●
顧客健康與安全	GRI 416：顧客健康與安全	法規符合	3.1	●	●		●			
能資源使用效率	GRI 302：能源 GRI 303：水 GRI 306：廢汙水和廢棄物	環境管理	4.2	●					●	●
		污染防治	4.3	●					●	●
		氣候變遷減緩策略	GRI 305：排放							



# 02 公司治理

## 2.1 營運績效

## 2.2 公司治理

董事會  
薪酬委員會  
稽核室  
CSR委員會  
風險管理

## 2.3 利害關係人議合

## 2.4 產品創新

## 2.1 營運績效

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

宏亞食品官網：<http://www.hunya.com.tw>

投資人信箱：[christineyu@hunya.com.tw](mailto:christineyu@hunya.com.tw)

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

本公司 2017 年度合併營業收入淨額為新台幣 1,878,973 仟元，較 2016 年度合併營業收入淨額 2,129,720 仟元，減少 250,747 仟元，衰退 11.77%。稅後淨利金額為新台幣 5,067 仟元，較 2016 年度年度稅後淨利 74,978 仟元，減少 69,911 仟元，衰退 93.24%。主因係節慶時間挪移、國人結婚和新生嬰兒人數均呈現衰退態勢，以致國內送禮、婚宴和彌月等糕餅禮盒市場消費需求持續轉弱再加上原物料中奶油及可可成本大幅上揚侵蝕利潤所致。

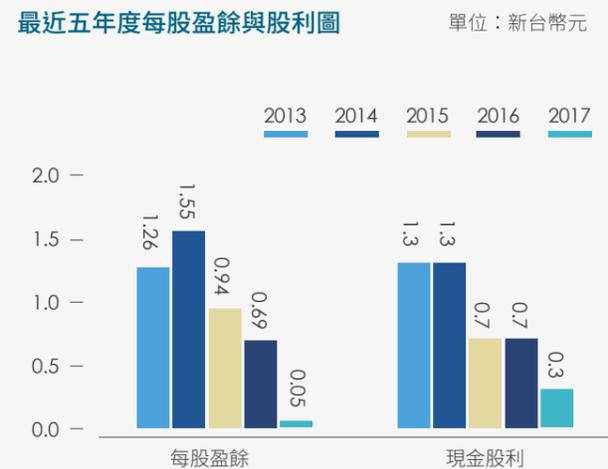
近年來食安議題持續成為社會大眾最重視的議題，促使食品法規更嚴謹，本公司戰戰兢兢不斷提升經營管理能力，包括溯源管理、供應商管理、產品品質、環境衛生安全及服務管理的能力，在經營上均遵守相關法令更提前因應，無不利的影響。本公司針對社會衝擊相關問題，建立申訴管道，包括員工意見信箱，以及官網的意見反饋專區，以列管與宏亞相關之內外部利害關係人社會衝擊問題之管理，2017 年度並未發生社會衝擊申訴立案之案件。

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



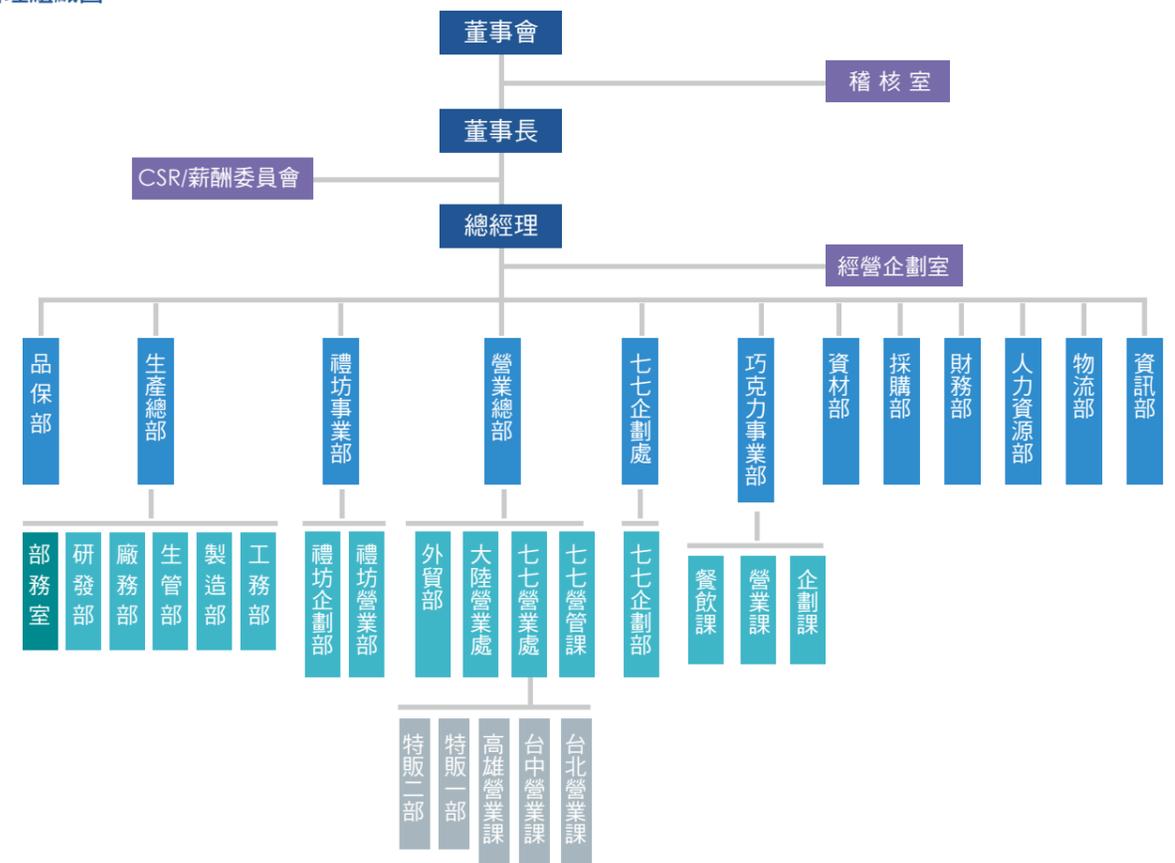
最近五年度每股盈餘與股利圖



## 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。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。2017 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。2017 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。

治理組織圖



### 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。2017 年和 2016 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。

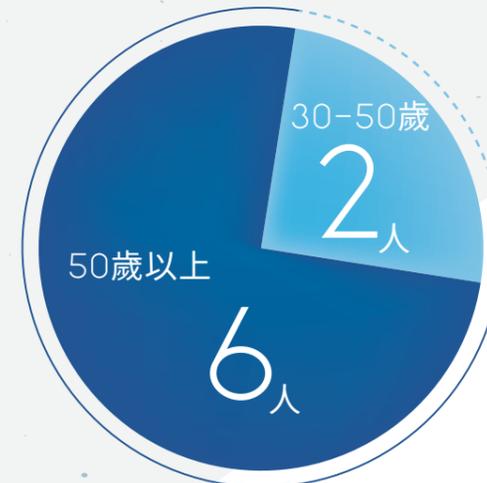
## 董事會成員資料表

宏亞食品組織治理單位的成員配比說明

性別佔比



年齡層分佈：



職稱 (註1)	國籍或 註冊地	姓名	性別	選(就) 任日期	年齡層	初次選任 日期 (註2)	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		主要經(學)歷 (註3)	目前兼任本 公司及其他 公司之職務	具配偶或二親等以內關係之其他 主管、董事或監察人		
							股數	持股比率	股數	持股比率	股數	持股比率	股數	持股比率			職稱	姓名	關係
董事長	ROC	張豪城	男	105.6.22	50歲以上	65.06.14	11,288,897	10.42%	5,788,897	5.34%	2,436,553	2.25%	-	-	美國 COMMONWEALTH UNIVERSITY / 曾任台北市國際工商經營研究社社長 / 北市糕餅公會 11 屆理事長	禮坊投資(股)公司董事長	監察人	呂淑如	兄弟配偶
董事	ROC	承添投資(股)公司	女	105.6.22	(30-50歲)	105.6.22	2,740,000	2.53%	10,291,000	9.50%	0	-	-	-	維吉尼亞大學企管碩士	本公司總經理	-	-	-
		代表人： 張云綺					1,472,760	1.36%	2,216,760	2.05%	88,390	0.08%	-	-					
董事	ROC	統懋投資(股)公司	男	105.6.22	(30-50歲)	105.6.22	129,658	0.12%	143,658	0.13%	0	-	-	-	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	-	-	-
		代表人： 王聖鈞					3,440,295	3.18%	3,440,295	3.18%	0	-	-	-					
獨立 董事	ROC	林大宗	男	105.6.22	50歲以上	105.6.22	0	-	0	-	0	-	-	-	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	ROC	林燕娟	女	105.6.22	50歲以上	105.6.22	0	-	0	-	0	-	-	-	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	-	-	-
監察人	ROC	呂淑如	女	105.6.22	50歲以上	83.11.01	1,058,600	0.98%	556,600	0.51%	666	-	-	-	淡水工商會統科	-	董事長	張豪城	配偶之兄弟
監察人	ROC	楊清長	男	105.6.22	50歲以上	83.11.01	841,980	0.78%	841,980	0.78%	0	-	-	-	桃園縣糕餅公會監事	-	-	-	-
監察人	ROC	陳健吉	男	105.6.22	50歲以上	105.6.22	92,441	0.09%	92,441	0.09%	1,728	-	-	-	日通汽車貨運公司董事	-	-	-	-

## 2017 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	6	-	100	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	統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	6	-	100	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	3	-	50	連任
監察人	陳健吉	2	-	33	新任

## 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。

## 2017 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	連任
委員	戴嘉棟	2	-	100	連任

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。

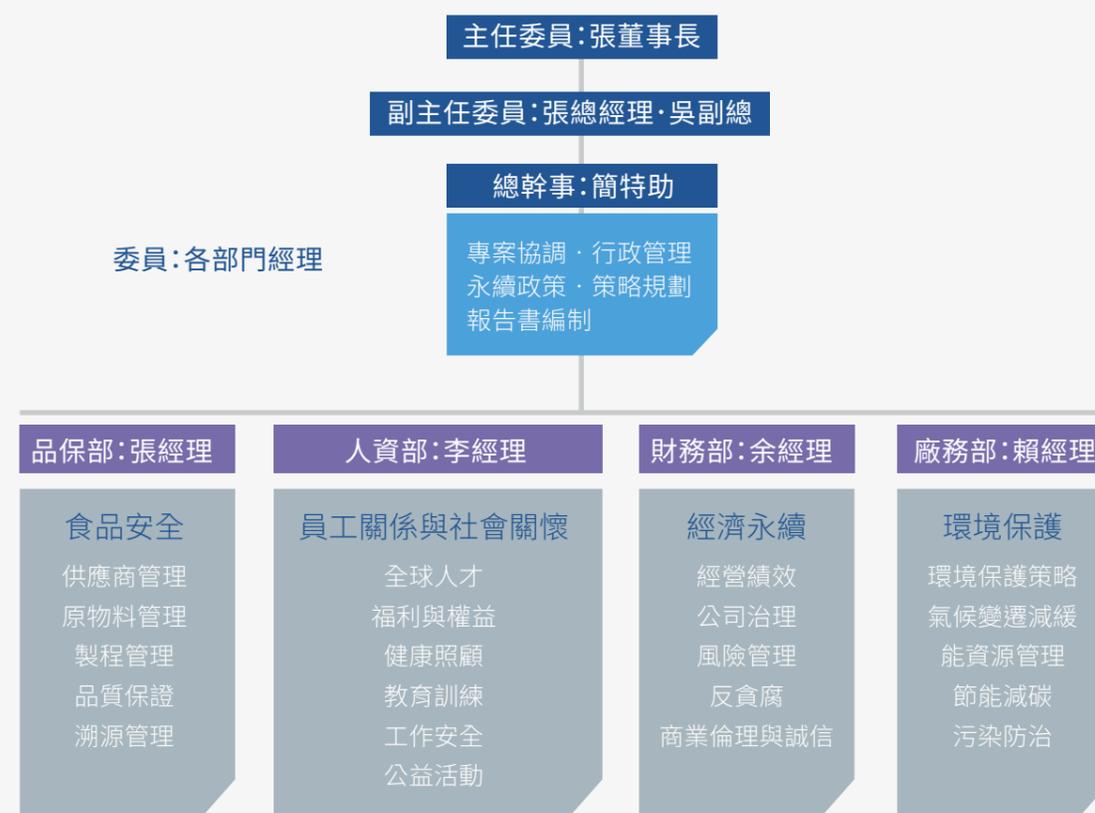
專案查核：依董事會與高階管理階層之營運與管理需求，執行不定期之專案性查核作業。

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

## CSR 委員會組織圖



宏亞食品體認到落實企業社會責任，是企業永續經營的重要關鍵。公司自創立以來，從事社會公益活動從不落人後。如環保活動、生態保育、人文藝術、健康關懷等，以善盡企業公民責任為己任。近年來除致力於落實節能減碳及溫室氣體減量策略之外，並引進歐洲環保節能機器設備，以降低公司營運對自然環境的衝擊。為了將企業社會責任的永續經營理念落實於每日的營運中，本公司於 2014 年 10 月正式成立企業社會責任委員會，CSR 委員會成員負責食品安全、經濟、環境、社會衝擊等相關決策，並透過總經理室落實確認。積極推動企業社會責任實務。我們相信透過有效管理與執行，CSR 行動與經營策略將內化成為宏亞食品營運的行為準則，並與全體員工對社會永續發展與善盡社會責任貢獻一己之心力。

## 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：

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賣場、便利商店、經銷通路、自有門市。外銷則為賣斷方式，評估在政治風險上相對較低。

近年來食品法規漸趨嚴密，本公司生產之產品均遵守相關食品法規要求，並著重於提升溯源及生產品質管理，在法令風險上並無不利的影響。



公司品牌資產值弱化，2017本公司透過明確的市場區隔，並重新塑造品牌之形象及商品曝光度、提升消費者品牌忠誠度，及創新產品開發以規避競爭風險。

台灣的社經環境2017相對較挑戰，且因為勞動法規的修定對經營人力的安排需調整因應外，因台灣社會對於食品需求以健康、美味、安全為主要取向，本公司持續提升產品品質以滿足消費者期望，經濟風險及社會風險，對本公司經營皆以即時的應變調整組織對策來因應，以降低不利之影響。

原物料主要受全球氣候異常造成農產品價格波動及產量供應不穩定，針對價格易波動的原物料，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，減少對本公司營運之影響。

消費者對健康養生的需求日益增加。本公司產品研發設計方向亦逐步朝向無人工添加物、健康單純食材來滿足市場需求。

## 2.3 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，皆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。2017 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「因為心裡有你」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



官網與FB粉絲團留言



巧克力共和國  
粉絲團  
<https://www.facebook.com/RepublicofChocolate>

77粉島  
<https://www.facebook.com/77DoubleLucky/>

禮坊粉絲團  
<https://www.facebook.com/rivonfans>

公司治理

宏亞食品

[http://www.hunya.com.tw/contact\\_us.aspx](http://www.hunya.com.tw/contact_us.aspx)

七七

<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>

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。

## 2.4 產品創新

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。

現今人民對健康觀念抬頭，為使消費者有安全食用及降低心血管疾病風險，已全面採用非氫化油脂專案，因常溫下液態的植物油中的不飽和脂肪酸容易氧化、不耐長時間高溫烹調，為了提高油的穩定度，便以氫化 (Hydrogenated) 方式加工處理，使其轉為半固態的形式，而成為氫化油。目前市售氫化脂肪中含有反式脂肪，這是一種由於植物油氫化的副反應而形成的物質，目前多數學者認為其對人體健康不利、比飽和脂肪更會增加心臟病 (如心肌梗塞、動脈硬化等心血管疾病) 的發病幾率。

此專案由研發單位啟動經採購部門找尋非氫化油脂及製造部門協助，已經克服非氫化操作不易之相關問題，將大格酥、新貴派及蜜蘭諾品牌產品全面使用非氫化產品，讓消費者可以更安心食用。

## 03

# 食品安全管理

## 3.1 品質保證

三級品管制度

## 3.2 供應商管理

供應商國際認證管理  
供應商評鑑

## 3.3 原物料管理

## 3.4 製程與成品管理

製程管理  
成品管理

## 3.5 溯源管理

## 3. 食品安全管理

本公司自 1977 年成立以來，已經歷 40 個年頭，期間的生產都以品質第一為核心主軸進行，不把賺錢當作唯一目的。CSR 報告書的揭露，也已邁入第 5 個年頭，皆無發生禁止銷售或爭議產品之銷售事件和違反有關食品安全衛生管理法規及自願性準則的事件。

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。生產商品不是單靠宏亞公司就可以獨力完成，對於原物料的供應和物流端的配送，皆需輔助。只有製造品質好，沒有好的原料，同樣也製造不出好產品。好產品若未經細心防護運送，消費者收到時也不一定是好產品。因此我們對於供應商和物流商，同時納入品保體系管理，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，則增加車廂清潔度、運送溫度記錄和車輛乾淨保養等，人員的服務態度，倉儲環境衛生皆受品保監控。

消費者除關心民生、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，就需考慮原料的選用和反覆驗證，以確保原料和商品 100% 無品質瑕疵。

2017 年，我們聽出消費者想要的本質心聲，陸續推出威化大格酥系列 (花生、檸檬草、巧克力口味)，受到廣大的回應，再推出小格酥一口系列 (抹茶、迦納、紅玉紅茶和草莓)，乳加產品，則是選擇更具健康的杏仁入料，搭配抹茶、紅茶、北海道牛奶和迦納乳加，期望消費者能有更多的選擇。2018 年我們仍會繼續往消費者想要的好產品開發。

### 3.1 品質保證

本公司十分注重自我生產的衛生管理，持續認證 ISO 22000 品質管理系統，一個新產品上市前需經下列幾步驟：

NO	工作階段	品保工作重點
1.	產品開發階段	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 新原料需提出輸入許可證、添加物許可證、品質認證書及第三公正單位檢測報告、原料規格表及分析表等基本文件。</li> <li>2. 新原料送樣檢測，品質需符合廠內規格，必要時實際拜訪原料生產工廠或代理商工廠。</li> <li>3. 供應商聯絡資訊及原料規格、重量、檢驗標準，以比對是否符合進料標準。</li> </ol>
2.	產品試做階段	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 產品進行保存測試，包括快速與常溫測試，測試項目依產品品質設計，建立品質關鍵點。</li> <li>2. 依據配方進行產品標示及審核，當更改原料時會再次重新確認或製作。</li> </ol>
3.	小鍋試俾	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 原物料首批進料檢驗及標示查核。</li> <li>2. 收集試俾數據及制訂品質規格和出具試俾報告。</li> <li>3. 試俾後召開檢討會中，各單位提出意見討論，修正作業程序或改善，必要時進行第 2 次試俾。</li> </ol>
4.	正式量產	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 依製程說明書及品質工程表生產驗證各項生產數據之符合性 ( 溫度、規格、重量、水份、殘氧等 )。</li> <li>2. 產品取樣保存留樣及首批保存試驗。</li> </ol>
5.	成品入庫	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 成品標示、封口、外觀等查核。</li> </ol>
6.	成品出貨	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 先進先出之查核。</li> <li>2. 成品出貨之品質 ( 標示、封口 ) 查核。</li> </ol>
7.	改善措施	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 收集後製程資訊，是否有不良或需改善事項。</li> </ol>

由於本公司屬食品製造業，國內主要遵守之法令規章有食品衛生管理法及施行細則、食品良好衛生規範等；國外主要遵從中華人民共和國食品安全法和美國、加拿大輸入國之食品法規和輸入法規。2017 年度市售的產品經衛生局糾正關於營養標示不符合事項共 4 件，不符合食品良好衛生規範共 3 次，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。

法規或自願性準則名稱	裁罰單位 ( 主管機關 )	產品	違反情況	結果	罰款金額 / 新台幣元
食品安全衛生管理法及施行細則	衛生局	所有產品	4	限期改善	0
食品良好衛生規範	衛生局	所有產品	3	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，2017 年均未發生使用不合格原料或是產品服務使用不安全事件。

	是	否	備註
產品原件/成份的來源或服務的供應者	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	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
產品內容物成份，特別是可能產生環境或社會衝擊的物質	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	公告可能產生危害或環境衝擊過大之原料不使用
產品或服務的使用安全	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<ol style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>2. 果凍類兒童食用時需有大人陪同之通知警語。</li> <li>3. 洛可可熊禮盒玩偶標示符合玩具標示。</li> <li>4. 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。</li> </ol>
產品的後續處置及其環境/社會衝擊	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	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，當飼料處理，減少對空氣環境之汙染衝擊。

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，2017 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 2017 年本公司已通過的各項產品或國際系統認證如下表



食品TQF

乳加線: 50.0% (5/10=50.0%)  
成型巧克力線: 10.53% (2/19=10.53%)  
威化線: 21.74% (5/23=21.74%)



清真認證  
(HALAL)

2017年8月證書到期，因業務尚無需求，故而取消續約。



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)、巧克力及製品的製造。



ISO 22000  
食品安全管理  
系統認證

全廠全品項100%



農產品產銷履歷

履歷巧克力鳳梨酥  
履歷香蕉巧克力冰

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。2017 年上述各項入廠稽核共 22 次，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，其餘已改善完畢。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，已確認生產品質符合要求。

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。

### 新的水活性儀



新的水活性儀



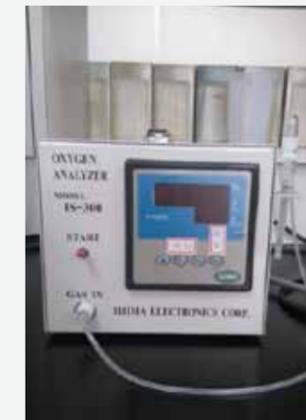
HRM-80FA 恆溫恆濕機



TH-300 觸控式恆溫恆濕機



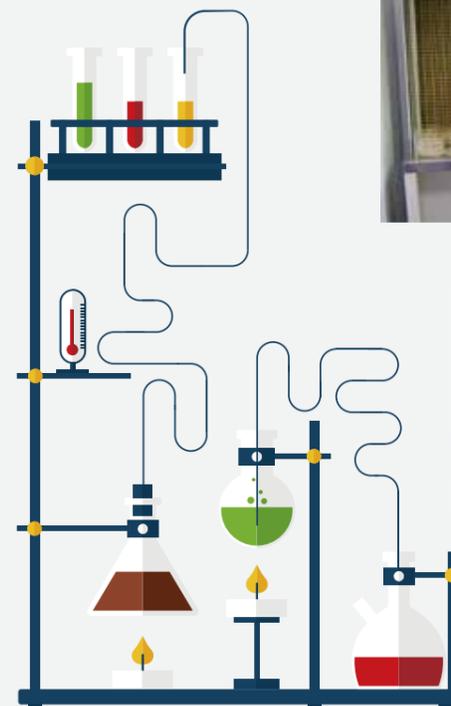
YM 式光線變敗試驗機



殘氧機



QV-007 高壓蒸氣殺菌釜



微生物操作實驗室



結構分析儀

2017 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	廠內自行監控	檢驗項目	檢驗次數	合格率
	原料 - 總生菌數	184	100%		水分測定	5844	99.50%
	原料 - 大腸桿菌	184	100%		殘氧測定	171	100%
	原料 - 大腸桿菌群	184	100%		水活性	447	100%
	原料 - 黴菌及酵母菌	184	100%		ATP(生物冷光儀)	47	82.98%
	台灣成品 - 大腸桿菌	141	100%		脂含量測定	51	100%
	台灣成品 - 大腸桿菌群	141	100%		鹽度測定	63	100%
	台灣成品 - 總生菌數	141	100%		沙門氏菌	9	100%
	台灣成品 - 黴菌及酵母菌	141	100%		金黃色葡萄球菌	9	100%
	外銷成品 - 總生菌數	197	100%		PH 值	84	100%
	外銷成品 - 大腸桿菌	197	100%		恆溫恆濕 (保存測試)	828	100%
	外銷成品 - 大腸桿菌群	197	100%		上昇熔點測試	86	100%
	外銷成品 - 黴菌及酵母菌	197	100%		黃麴毒素	71	100%
	研發委託 - 大腸桿菌	529	100%		酸價	135	100%
	研發委託 - 大腸桿菌群	529	100%		過氧化價	360	100%
研發委託 - 總生菌數	529	100%					
研發委託 - 黴菌及酵母菌	529	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%，乃因原料進料超過廠內標準，後段因有殺菌，成品檢驗均可合格。

2017 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	63	沙門氏菌	8
防腐劑	34	金黃色葡萄球菌	4
甜味劑	27	標示審查	4
二氧化硫	17	抗氧化劑	5
黃麴毒素	17	重金屬	4
人工色素	17	動物用藥	1
八大營養素	10	漂白劑	1
著色劑	7	動物成分	1

備註說明：送外檢驗之各項結果，合格率为 100%。

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。2017 年外部訓練食安課程共計訓練人數 8 人，18 堂，合計 131.5 小時，並隨時派員參與衛生局或政府機關所舉辦研討會、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，2017 年在實驗室相關品質管理、檢驗費用支出共計 7,852,714 元，佔營業額 0.418%(2017 年營業額 1,878,973 仟元)，較 2016 年增加 0.033%。

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，嚴格落實食品安全衛生管理。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，屬行汰換制度 (2017 年未汰換廠商)。2017 年共計訪廠查核 45 家，總計改善事項達 184 件。

宏亞食品 2017 年度交易供應商共計 309 家，其中包括油脂類 11 家、肉類 2 家、乳品類 12 家、食品添加物類 22 家、糖類 12 家、蛋品類 5 家、豆餡類 4 家、麵粉類 3 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。由於本公司於 2016 年 08 月有 13 項商品通過清真認證 (HALAL)，在採購政策方面，除鼓勵各供應商都能將各種原料申請哈拉認證，且不會任意更換原料品牌及供應商，研發選擇新原料時，也以具有清真認證 (HALAL) 之原料優先考慮。目前通過 FSSC 供應商 (共 21 家)、ISO 22000 供應商 (共 57 家)、HACCP 供應商 (共 48 家)、清真認證 (HALAL) (7 家)、SQF(3 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 (2017 年度總計經第三公正單位檢驗 301 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。

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。

### 三級品管制度

公司於 2017 年接獲衛生局 4 件與標示不符有關之公文函文、3 件 GHP 查核限期改善函，以上均已於期限內改善完成，未有罰款記錄。

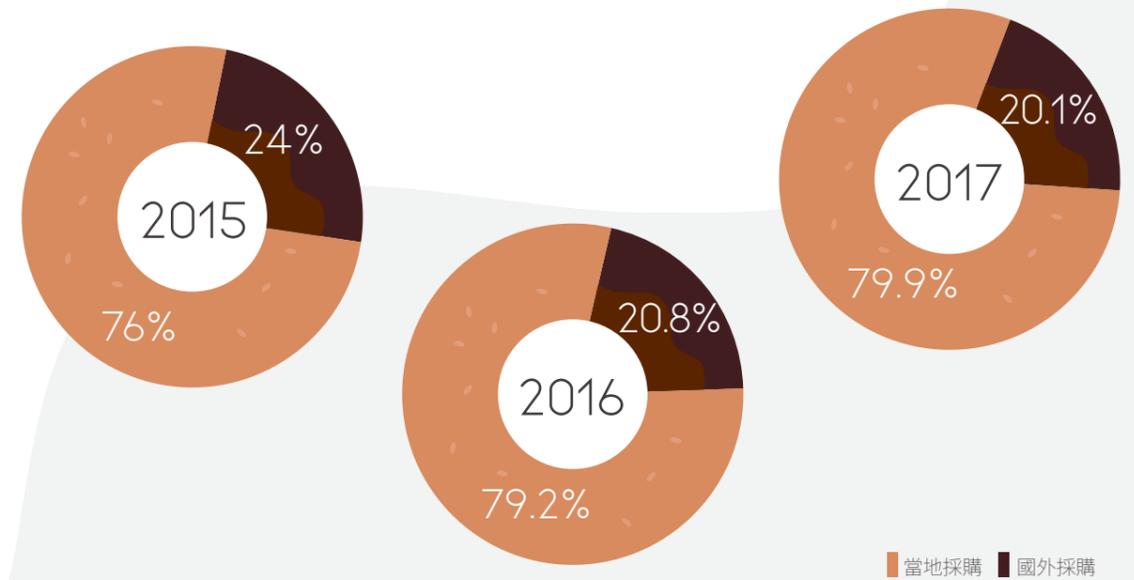
落實三級品管制度：

級別	品管制度
第一級 自主管理	<ol style="list-style-type: none"> <li>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 1298 次 (2017 年度總計原料 184 次 / 成品 141 次 / 研發委託檢驗 529 次)，不合格 2 次，總體合格率 99.85%。測試項目不合格時依據不合格品管理程序執行。</li> <li>供應商管理，2017 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。</li> <li>供應商依最低檢驗週期每季或每批、每年提供第三公正單位檢測法規公告項目 (如糖類檢測二氧化硫、澱粉的順丁烯二酸、蛋品重金屬、動物用藥殘留等) 報告。</li> <li>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。</li> </ol>
第二級 品管獨立機構驗證	2017 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 1 次)，客戶二者稽核共 12 次 (7-11 委託暉凱或自行稽核 *5 次、里仁 *4 次好市多 1 次、六福皇宮 1 次、全家 1 次)，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	2017 年度桃園衛生局稽查 5 次，總計 7 項缺失建議，已改善並回饋與主管機關結案。

## 3.2 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、砂糖國內採購為主，奶粉、可可粉、巧克力油脂為國外採購；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，2017 年有採購交易的供應商 309 家，較 2016 年增加 7 家，其中原料有新增 17 家供應商，乃因農產品產銷履歷 2 支商品香蕉及鳳梨醬供應商，里仁新品龍眼乾、桂圓餡供應商等。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，雖然交易金額未有增加，但在當地採購佔比有逐年升高。



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。2017 年物料採購總金額為 443,126,493 元。

### 供應商國際認證管理

2017 年有採購供應商達 309 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，2017 年通過國際品認證原物料的採購量有上升，統計 2016 和 2017 年原物料採購符合國際認證之產品，如下表：

採購原物料二年已通過國際產品認證統計表

年度 認證項目	2016 年		2017 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	1,136,528	1	1,293,591
棕櫚油永續發展圓桌會議驗證 (RSPO)	3	36,167,304	2	3,755,693
清真認證 (HALAL)	4	19,368,040	5	31,595,767

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，2017年往來供應商通過國際系統認證家數有上升，2016和2017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	2016年		2017年	
		家數	佔比 (%)	家數	佔比 (%)
1	環境管理系統驗證 (ISO 14001)	12	3.96	13	4.21
2	品質管理系統驗證 (ISO 9001)	47	15.51	46	14.89
3	食品安全衛生管理系統認證 (ISO22000)	50	16.50	57	18.45
4	危害分析重要管制點 (HACCP)	43	14.19	49	15.86
5	食品安全管理系統 (FSSC)	21	6.93	21	6.80
6	良好生產作業辦法 (GMP)	3	0.99	3	0.97
7	食品安全管理系統 (BRC)	2	0.66	4	1.29
8	食品安全品質標準認證 (SQF)	2	0.66	3	0.97
9	台灣優良食品驗證 (TQF)	1	0.33	0	0
通過國際系統認證家數與佔比		181	59.73	196	63.43
總供應商家數		303	100	309	100

### 2017年原料供應商分級統計表

供應商	分級項目	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%	3	0	0%
	肉類	2	2	100%	0	0	0%
	乳品	10	2	18.18%	2	0	0%
	水產品	0	0	0%	0	0	0%
	食品添加物	22	3	13.63%	0	0	0%
	麵粉	3	0	0%	0	0	0%
	糖	12	3	25%	0	0	0%
	豆類、豆餡	4	3	75%	0	0	0%
	蛋	5	1	20%	0	0	0%
	合計	66	15	19.70%	5	0	0%
B. 前一年之採購金額超過一百萬元		33	6	18.18%	9	1	11.11%
C. 屬新供應商及委外加工廠商		28	7	25%	0	0	0%
D. 其他		80	8	10%	1	1	100%
合計		207	36	17.39%	15	2	13.33%

### 近三年度國內外原物料供應商家數表

年度	國內原料	國外原料	國內物料	國外物料	合計
2015	198	16	89	8	311
2016	199	19	85	0	303
2017	207	15	87	0	309

備註：2017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。

### 最近三年度原物料供應商稽核統計表

年度	原料	物料	總計
2015年	32	8	40
2016年	33	11	44
2017年	36	9	45

### 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，包括既有供應商、新合作廠商、OEM廠商。既有的供應商即長期合作夥伴，新廠商則為研發部測試通過的新原料供應商、預計合作廠商，OEM廠商則為供應禮盒搭配品之供應商。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. 既有供應商考核：

##### 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。

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。2017年開立品質異常單責任歸屬為原料供應商共1件、物料供應商1件，較2016年減少3件，乃因與供應商反覆溝通使其了解宏亞品質驗收標準，進而提升自己內部的品質水準，而這些異常的原物料，均在製造過程中被發現並處置，未造成消費者衝擊。

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：

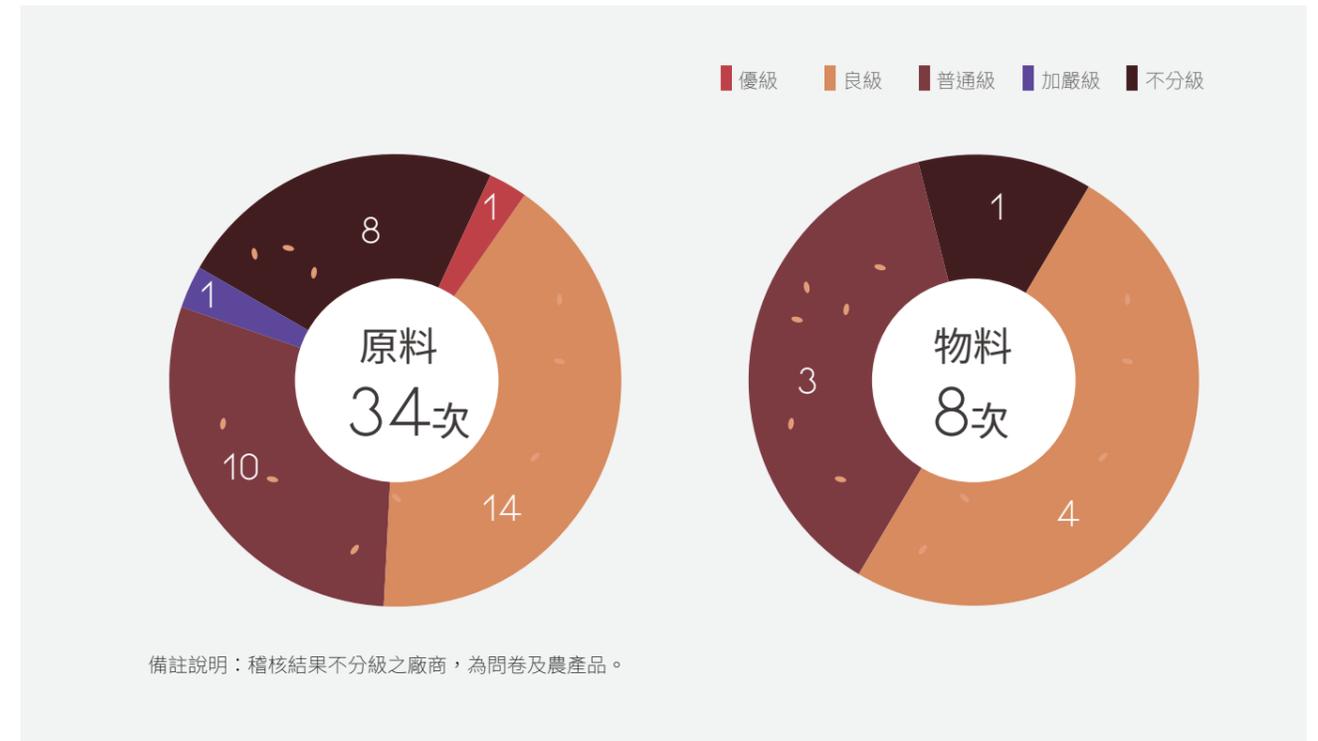
2017年度交易供應商總數為309家，依年度供應商訪廠計劃執行實地評核如下表：

2017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	32	34	8	9
國外問卷	2	2	0	0
合計	34	36	8	9

備註：1. 原料國內供應商家數評核比為 15.38%(32/208)  
2. 原料國外供應商家數評核比為 14.29%(2/14)  
3. 物料國內供應商家數評核比為 9.20%(8/87)。



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。2017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42家共稽核45次，均符合本公司的要求。在物料稽核的8家共稽核9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。

**2017年實際稽核家數結果等級如下表：****2. 新供應商評鑑：**

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)
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 人員及衛生管理</li> <li>■ 產品及原物料管理</li> <li>■ 食品添加物管理</li> <li>■ 環境衛生安全管理</li> <li>■ 檢驗量測管理</li> <li>■ 機械設備衛生管理</li> <li>■ 環境保護</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 4 品保系統與客訴管理</li> <li>■ 4 搬運、貯藏和運輸</li> <li>■ 產品回收</li> <li>■ 培訓</li> <li>■ 人權</li> <li>■ 法規符合性</li> <li>■ 其它</li> </ul>

3. 已取得 ISO22000 食品安全管理系統認證者，可獲得加分優先採購。
4. 2017 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。

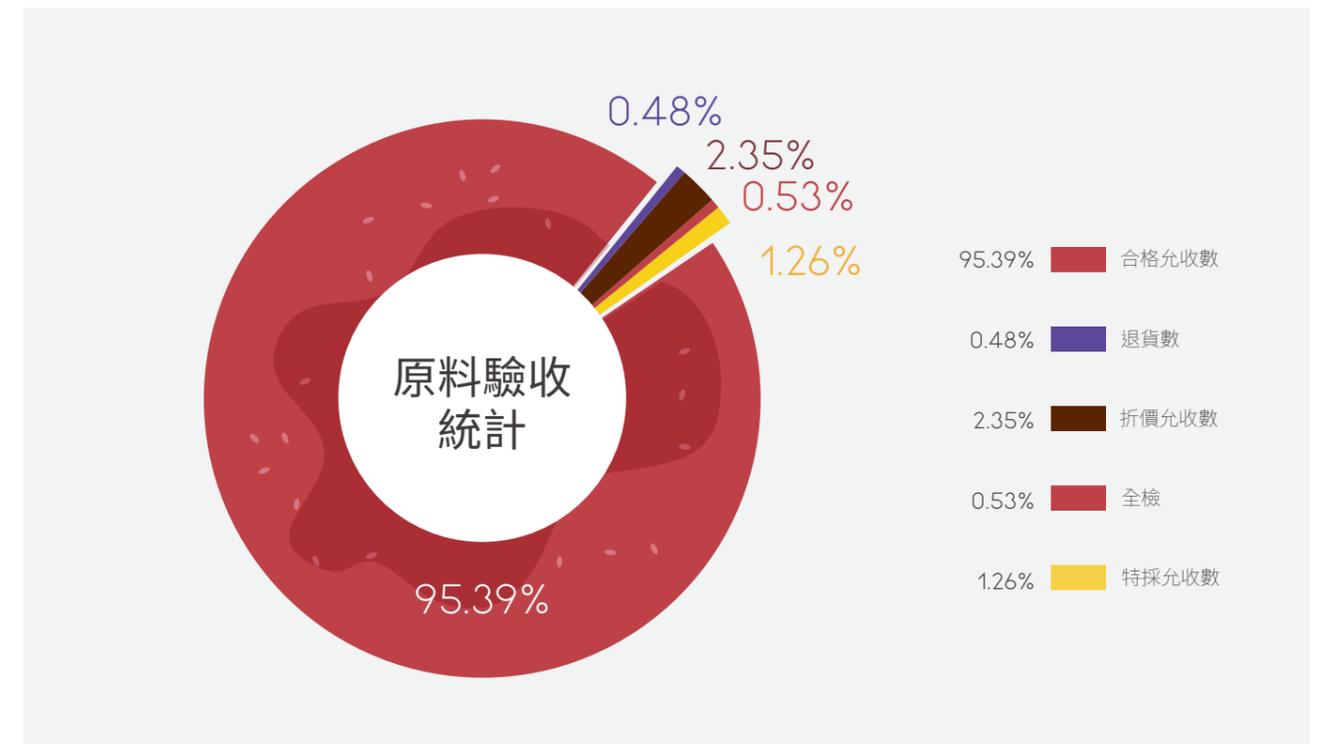
### 3.3 原物料管理

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 105.11 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。2017 年原料共進料 5656 批，合格允收 5395 批，合格率 95.39%，2016 年原料共進料 6260 批，合格允收 6012 批，合格率 96.04%，原料允收率減少 0.65%；分析有幾項原因：其自宏亞 2017 新產品增加，其中嚴選專用原料來源亦增多，進口原料易發生未足 1/3 庫存期限、因氣候變遷影響，農產品原料品質不穩定所致。

2017 年原料驗收狀況統計圖：



### 3.4 製程與成品管理

#### 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、設施衛生管理及品保制度等四個方面進行評估與改進，影響產品種類明細如下表所示，而只要執行過程發現有不合處，立即要求現場改善，以確保產品安全。

2017 年本公司針對從業人員、作業場所、設施衛生管理及品保制度進行之評估與改進，影響產品種類明細表。

單位：新台幣仟元

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。	855,413	855,413	100%
	作業場所	噪音區 單包封口確認 單包形態的變更	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。			
	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。			
	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。	519,633	519,633	100%
	作業場所	作業區加裝紫外燈	蛋糕及漢餅清淨室加裝紫外燈，下班開啟進行空間殺菌。			
	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。 5. 增加清潔過敏原的檢測。			
	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：

- 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。
- 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污染。若有金屬異物時，必會追查其來源並實施防止再發對策。生產現場及倉儲區禁止玻璃製品、木製棧板等可能危害產品之材質進入，針對生產線上玻璃窗戶、燈罩及機台防護罩等，每日亦納入完整性點檢。各項器具則實施專人管理及定位儲放。
- 廠區委由環保署核可之環境消毒公司，使用合格的藥品及具有證照的人員，每月對廠房週邊及倉庫、製造現場進行消毒，並做病媒防制。倉庫及製造場所並設置自動捲門、防蟲簾、捕蟲燈、鼠餌站等設施，避免飛翔性蟲害及鼠害入侵，並做昆蟲入侵調查趨勢分析圖，以掌握主要入侵途徑，針對重要的出入口，加強管制。
- 品保部每週會對生產線之人員衛生、產品衛生、環境衛生、機械設備等項目進行查核，並且定期做水質檢測、空氣落菌的監控。由於法規變更有所放寬，根據歷史數據及經驗，找出最易污染點並確時清潔即可，已不需微生物的檢驗，2017 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，以確認品質系統的運作適宜性。

### 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。

## 3.5 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。

2017 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，2017 年並無發生禁止銷售或爭議產品之銷售事件，2017 年無發生未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件，及違反有關食品安全衛生管理法規及自願性準則的事件。

# 04 環境保護

## 4.1 環境保護策略

### 4.2 環境管理

能資源管理  
節能減碳  
溫室氣體盤查

### 4.3 污染防治

水資源管理  
水汙染防治  
廢(污)水處理  
廢棄物資源再利用  
空氣污染管理  
噪音管理  
環境申訴案件

### 4.3 環保支出

近年來溫室效應與能源議題對地球環境的影響日益升高，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，公司各經營面向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。

## 4.1 環境保護策略

由於全球暖化及氣候變遷，導致食品產業未來勢必得面對原料供應缺乏的衝擊。因此如何因應環境變化所造成能源短缺的問題，便成為人類無法迴避的課題與挑戰。本公司藉由環境管理系統手法與作為，以期達到資源管理效率化，予以循環運用與節約，進而增進環境友善與永續生存。

本公司於 2007 年積極導入 ISO 14001 環境管理系統開始，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。

### 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。

## 4.2 環境管理

本公司對於降低二氧化碳排放量目標，2017 年制定減量 180,929 公斤 CO<sub>2</sub>e。在未來也會持續朝著節能、減碳的目標前進。此外，對於氣候變遷所帶來的環境風險與對應之機會（因應策略），已完成鑑別，並依鑑別結果規劃具體措施。

### 氣候變遷風險評估表

環境風險	財務衝擊	營運相關程度	風險項目	2017 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。	1. 雨水回收再利用：760 噸。 2. 放流水回收再利用：26,629 噸。
能源成本提高	高	高	▲營運成本提高。 ▲發電廠夏季用電高負荷進行限電措施。	提高能源利用效率： 1. 持續汰換低效能傳統照明，選用高效率 LED 燈具，2017 年節用 167,703KWH。 2. 產線製程空調可變風量節能暨轉移尖峰降低用電成本計劃，2017 年節用 158,884KWH。  2016 年平均每度電力取得成本 2.530 元 / 度 2017 年平均每度電力取得成本 2.524 元 / 度 每度電力降低 0.006 元，降幅 0.24%。

### 能資源管理

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。

#### ■ 電力

對桃園廠區設備使用來說是大量的能源消耗，隨時可經數位電錶監控電力流量，並傳送至電腦進程式演算監控。

#### ■ 液化石油氣

生產線上的隧道式烤爐皆是以液化石油氣為主要燃料，每日以流量計進行管控。

#### ■ 天然氣

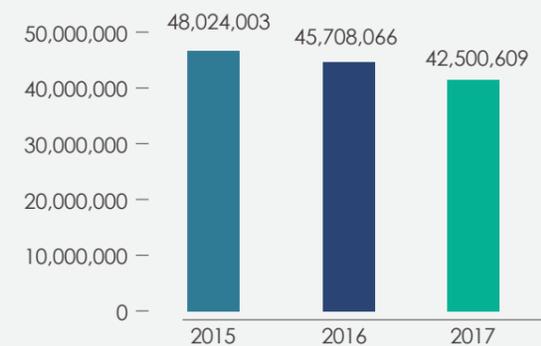
主要的使用為蒸氣鍋爐的燃料，每日以流量計進行管控。

#### ■ 柴油

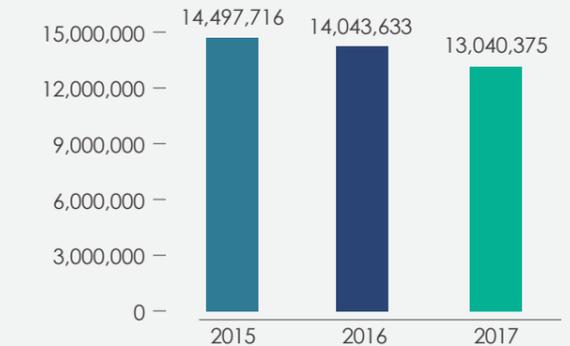
是使用了在緊急發電機及立式烤爐，每日以流量計進行管控。

### 1. 能源消耗

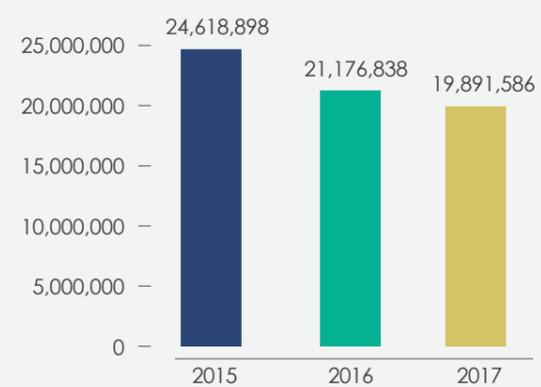
最近三年度電力消耗量 (MJ) 統計圖 - 桃園廠區



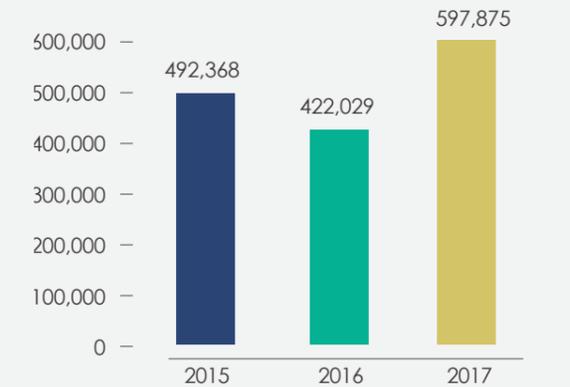
最近三年度天然氣消耗量 (MJ) 統計圖 - 桃園廠區



最近三年度液化石油氣消耗量 (MJ) 統計圖 - 桃園廠區



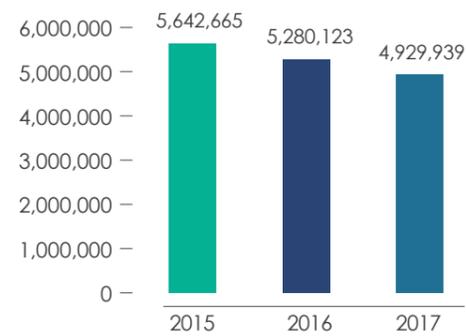
最近三年度柴油消耗量 (MJ) 統計圖 - 桃園廠區



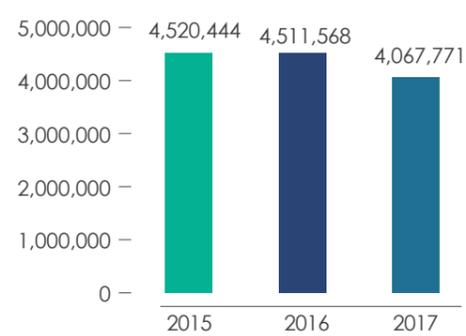
最近三年度能源耗損統計表 - 桃園廠區

能源別	2015 年				2016 年				2017 年			
	電力 (度)	天然氣 (度)	液化石油氣 (公升)	柴油 (公升)	電力 (度)	天然氣 (度)	液化石油氣 (公升)	柴油 (公升)	電力 (度)	天然氣 (度)	液化石油氣 (公升)	柴油 (公升)
小計	13,337,600	432,840	886,228	14,000	12,694,400	419,283	762,321	12,000	11,803,600	389,330	716,055	17,000
百萬焦耳 (MJ)	48,024,003	14,497,716	24,618,898	492,368	45,708,066	14,043,633	21,176,838	422,029	42,500,609	13,040,375	19,891,586	597,875

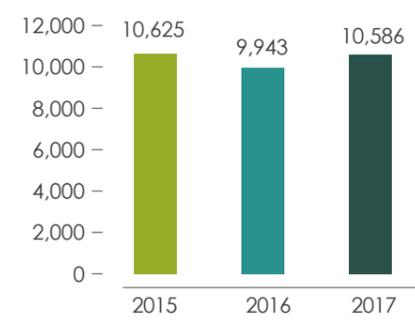
最近三年度電力消耗量 (MJ) 統計圖 - 總公司及分倉門市



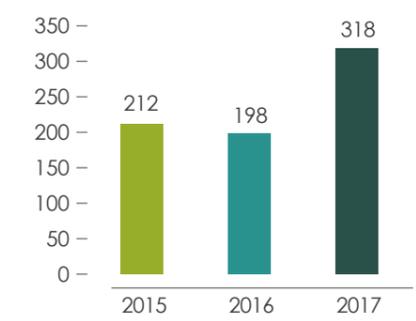
最近三年度柴油消耗量 (MJ) 統計圖 - 總公司及分倉門市



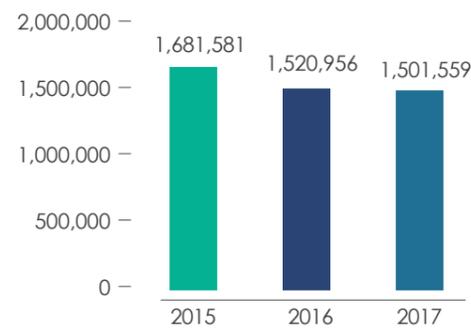
最近三年度能源密集度 (MJ/銷貨收入 - 百萬元) - 液化石油氣統計圖



最近三年度能源密集度 (MJ/銷貨收入 - 百萬元) - 柴油統計圖



最近三年度汽油消耗量 (MJ) 統計圖 - 總公司及分倉門市



能源密集度 - 桃園廠

能源密集度		2015 年	2016 年	2017 年
電力	(MJ/銷貨收入 - 百萬元)	20,726	21,462	22,619
天然氣	(MJ/銷貨收入 - 百萬元)	6,257	6,594	6,940
液化石油氣	(MJ/銷貨收入 - 百萬元)	10,625	9,943	10,586
柴油	(MJ/銷貨收入 - 百萬元)	212	198	318

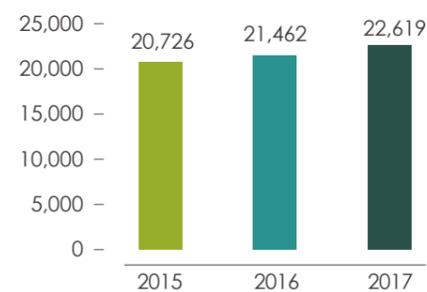
備註說明：銷貨收入資料來源：公開資訊觀測站 <http://mops.twse.com.tw/mops/web/t05st34>

最近三年能源耗損統計圖 - 總公司及分倉門市

能源別	2015 年			2016 年			2017 年		
	電力 (度)	柴油 (公升)	汽油 (公升)	電力 (度)	柴油 (公升)	汽油 (公升)	電力 (度)	柴油 (公升)	汽油 (公升)
耗用量	1,567,125	128,534	51,492	1,466,437	128,282	46,574	1,369,181	115,663	45,980
百萬焦耳 (MJ)	5,642,665	4,520,444	1,681,581	5,280,123	4,511,568	1,520,956	4,929,939	4,067,771	1,501,559

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。

最近三年度能源密集度 (MJ/銷貨收入 - 百萬元) - 電力統計圖



最近三年度能源密集度 (MJ/銷貨收入 - 百萬元) - 天然氣統計圖



## 2. 能源使用

2017 年桃園廠之電力能源密集度為 22,619(MJ/銷貨收入 - 百萬元) 與 2016 年 21,462(MJ/銷貨收入 - 百萬元) 相較之下略為上升，主要為景氣低靡導致產能利用率下降。

## 3. 燃料使用

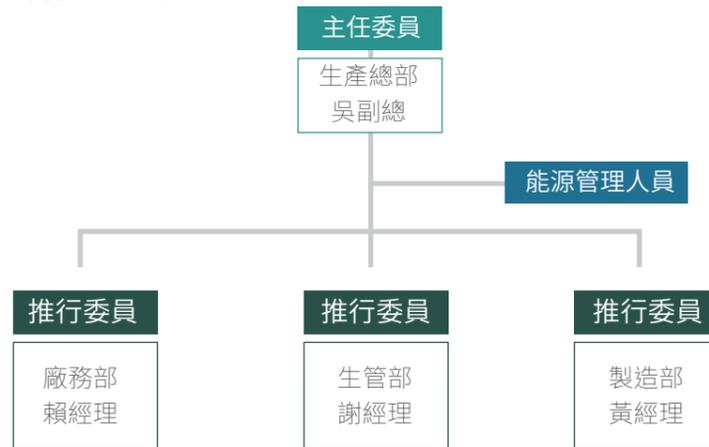
2017 年桃園廠的液化石油氣用量為 71.6 萬公斤，相較於 2016 年 76.2 萬公斤的使用量，減少了 6.0%；2017 年桃園廠的天然氣用量為 38.9 萬度，相較於 2016 年 41.9 萬度的使用量，減少了 7.2%；原因在於產量減少，以致燃料使用量下降。



#### 4. 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。

能源管理組織圖



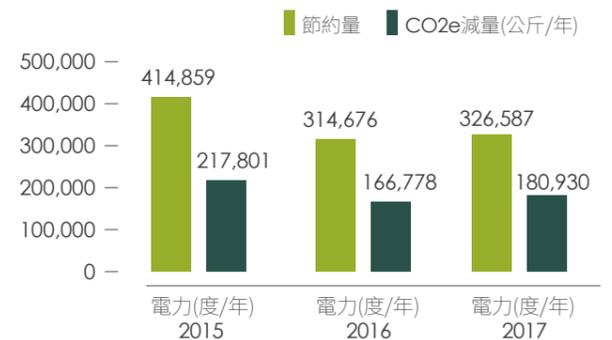
能源管理組織工作職掌表

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

#### 4.2.2. 節能減碳

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。

最近三年度節能方案及節能成果表



本公司在 2017 年制定二項節能方案，總計達成成效電力使用量減少 326,587 度 / 年，節省成本 824,305 元 / 年，CO2e 減量 180,930 公斤 / 年。

最近三年度節能方案及節能成果表

年度	節能方案	節能成果	節省成本 (元 / 年)	CO2e 減量 (公斤 / 年)
2015	使用 LED 高效率燈具	節約量：電力 117,804 度 / 年	327,260	61,847
	廠區待機電力控制	節約量：電力 114,175 度 / 年	317,178	59,942
	低效率冷凍機組汰換	節約量：電力 182,880 度 / 年	508,041	96,012
2016	高耗電傳統照明汰換	節約量：電力 86,960 度 / 年	220,009	46,089
	A、C 預冷庫冷能回收節能改善	節約量：電力 169,068 度 / 年	427,742	89,606
	蒸汽鍋爐節能改善	節約量：天然氣 13,537 度 / 年	148,772	25,437
	400RT/Hr 空調主機節能改善	節約量：電力 58,648 度 / 年	148,379	31,083
2017	產線照度暨節能改善計劃	節約量：電力 167,703 度 / 年	423,283	92,908
	產線製程空調可變風量節能暨轉移尖峰降低用電成本計劃	節約量：電力 158,884 度 / 年	401,023	88,022

備註說明：1、2015 年電力取得成本：2.778 元 / 度

2016 年電力取得成本：2.530 元 / 度，天然氣取得成本：10.99 元 / 度

2017 年電力取得成本：2.524 元 / 度

2、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

電力 (公斤 CO2e) = 電力 (度) \* 排放係數 (2015 年 0.525 公斤 CO2e / 度)

(2016 年 0.530 公斤 CO2e / 度)

(2017 年 0.554 公斤 CO2e / 度)

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，本報告書更新時，更正前年度數據。

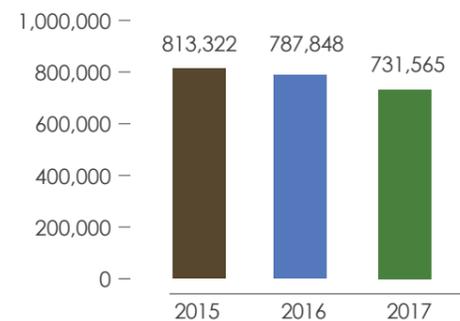
### 4.2.3. 溫室氣體盤查 (GRI305-1)

溫室氣體共分三個範疇：

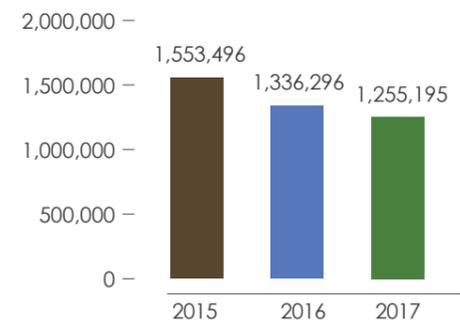


本公司溫室氣體排放主要是來自於外購電力（間接排放），其次是燃料使用（直接排放）及空調設備使用冷媒的逸散量；桃園廠空調系統及冷凍機組 45% 使用環保冷媒，依冷媒逸散率計算溫室氣體排放量約 601 噸 CO<sub>2</sub>e，目前廠內還有 55% 機組使用蒙特婁議定書所管制物品，自 2012 年起依設備汰換 R-22 非環保冷媒，改採 R134a，R404A，R407A 等環保冷媒。員工交通通勤溫室氣體排放不列入統計。

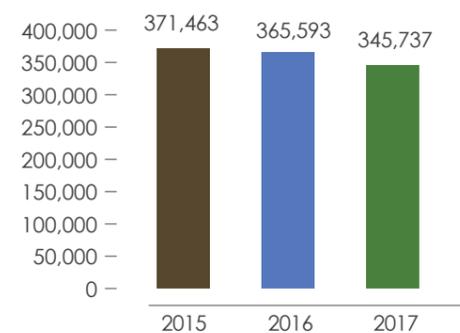
最近三年度天然氣－溫室氣體排放 (公斤 CO<sub>2</sub>e)



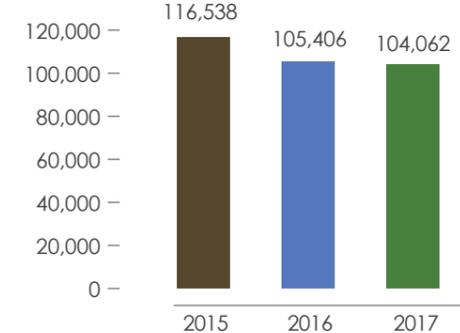
最近三年度液化石油氣－溫室氣體排放 (公斤 CO<sub>2</sub>e)



最近三年度柴油－溫室氣體排放 (公斤 CO<sub>2</sub>e)



最近三年度汽油－溫室氣體排放 (公斤 CO<sub>2</sub>e)

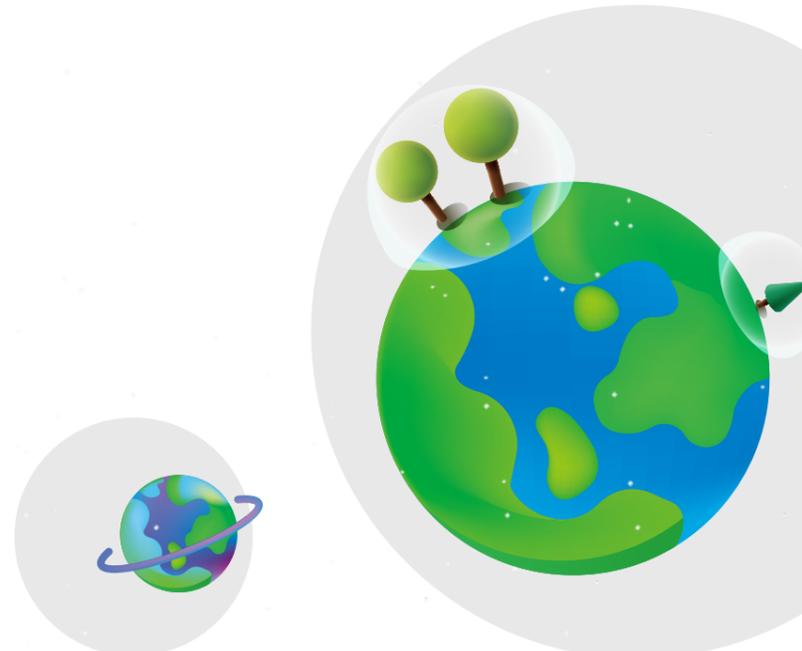
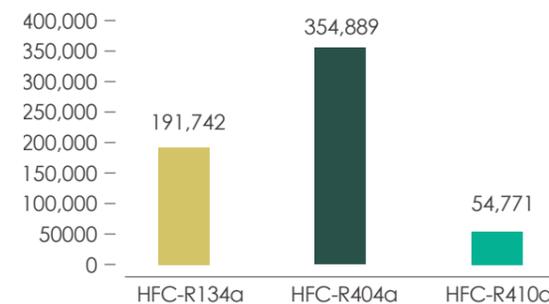


最近三年度範疇一 - 溫室氣體統計表

年度	2015 年				2016 年				2017 年			
	天然氣 (度)	液化石油氣 (公升)	柴油 (公升)	汽油 (公升)	天然氣 (度)	液化石油氣 (公升)	柴油 (公升)	汽油 (公升)	天然氣 (度)	液化石油氣 (公升)	柴油 (公升)	汽油 (公升)
使用量	432,840	886,228	142,534	51,492	419,283	762,321	140,282	46,574	389,330	716,055	132,663	45,980
溫室氣體排放量 (公斤 CO <sub>2</sub> e)	813,322	1,553,496	371,463	116,538	787,848	1,336,296	365,593	105,406	731,565	1,255,195	345,737	104,062

備註說明：1、溫室氣體排放量已納入統計的氣體包括 CO<sub>2</sub>、CH<sub>4</sub>、N<sub>2</sub>O。  
 2、依據行政院環境保護署國家溫室氣體登錄平台所公布的溫室氣體排放係數管理表 6.0.3 版計算溫室氣體排放量。  
 3、天然氣溫室氣體排放量 (公斤 CO<sub>2</sub>e) = 天然氣 (度) \* CO<sub>2</sub> 排放係數 + 天然氣 (度) \* CH<sub>4</sub> 排放係數 + 天然氣 (度) \* N<sub>2</sub>O 排放係數  
 液化石油氣溫室氣體排放量 (公斤 CO<sub>2</sub>e) = 液化石油氣 (公升) \* CO<sub>2</sub> 排放係數 + 液化石油氣 (公升) \* CH<sub>4</sub> 排放係數 + 液化石油氣 (公升) \* N<sub>2</sub>O 排放係數  
 柴油溫室氣體排放量 (公斤 CO<sub>2</sub>e) = 柴油 (公升) \* CO<sub>2</sub> 排放係數 + 柴油 (公升) \* CH<sub>4</sub> 排放係數 + 柴油 (公升) \* N<sub>2</sub>O 排放係數  
 汽油溫室氣體排放量 (公斤 CO<sub>2</sub>e) = 汽油 (公升) \* CO<sub>2</sub> 排放係數 + 汽油 (公升) \* CH<sub>4</sub> 排放係數 + 汽油 (公升) \* N<sub>2</sub>O 排放係數

2017 年溫室氣體排放 (公斤 CO<sub>2</sub>e)

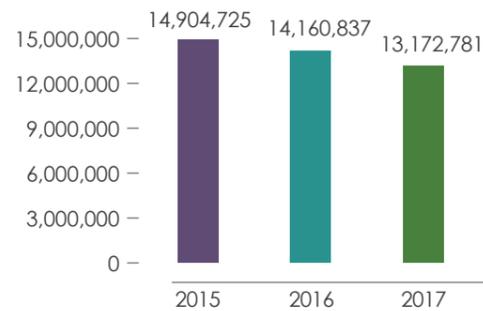


範疇一 - 2017 年設備主機使用冷媒造成溫室氣體排放量 - 桃園廠 (依逸散量計算)

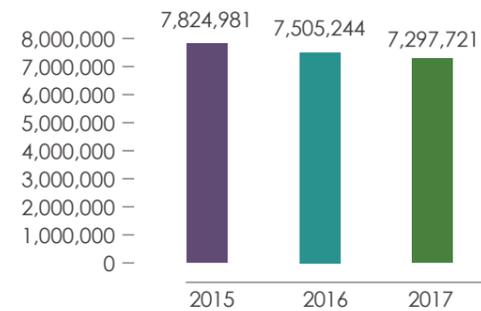
冷媒種類	使用量 (公斤)	GWP 值	溫室氣體排放量 (公斤 CO <sub>2</sub> e)
HFC-R134a	1,639	1,300	191,742
HFC-R404a	544	3,260	354,889
HFC-R410a	159	1,725	54,771
合計			601,402

備註說明：1、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。  
 2、溫室氣體排放量 (公斤 CO<sub>2</sub>e) = 活動強度 (使用量) × 排放係數 × GWP 值

範疇二 - 最近三年度電力使用度數



範疇二 - 最近三年度電力-溫室氣體排放量 (公斤 CO2e/ 度)

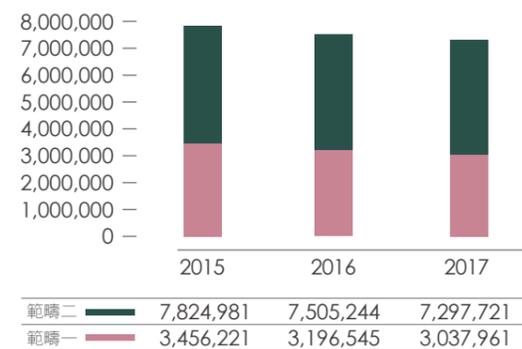


範疇二 - 最近三年度溫室氣體排放量

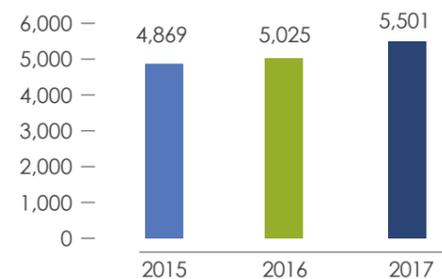
間接能源	2015 年	2016 年	2017 年
電力 (千度)	14,904,725	14,160,837	13,172,781
溫室氣體排放量 (公斤 CO2e/ 度)	7,824,981	7,505,244	7,297,721

備註說明：1、經濟部能源局：[https://www.moeaboe.gov.tw/ecw/populace/content/ContentDesc.aspx?menu\\_id=6989](https://www.moeaboe.gov.tw/ecw/populace/content/ContentDesc.aspx?menu_id=6989)  
 2、溫室氣體排放量 (公斤 CO2e/ 度) = 電力 (度) \* 排放係數 (2015 年 0.525 公斤 CO2e/ 度)  
 (2016 年 0.530 公斤 CO2e/ 度)  
 (2017 年 0.554 公斤 CO2e/ 度)

最近三年度各範疇溫室氣體排放量



最近三年度溫室氣體排放強度 (公斤 CO2e/ 銷貨收入 (百萬元))



最近三年度溫室氣體排放強度

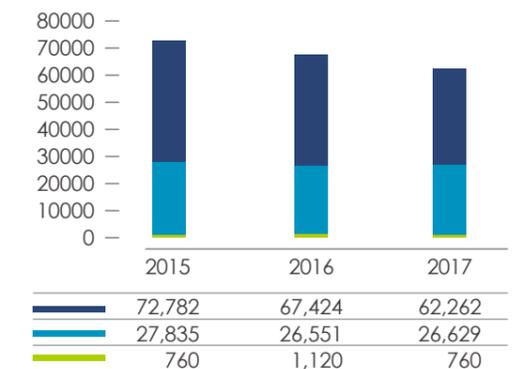
能源別	2015 年		2016 年		2017 年	
	溫室氣體排放 (噸 CO2e)	銷貨收入 (百萬元)	溫室氣體排放 (噸 CO2e)	銷貨收入 (百萬元)	溫室氣體排放 (噸 CO2e)	銷貨收入 (百萬元)
範疇一	3,456,221	2,317	3,196,545	2,130	3,037,961	1,879
範疇二	7,824,981		7,505,244		7,297,721	
溫室氣體排放強度 (噸 CO2e/ 百萬元)	<b>4,869</b>		<b>5,025</b>		<b>5,501</b>	

### 4.3 污染防治

#### 水資源管理

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。

雨水回收量(噸) | 淨水回收量(噸) | 自來水回收量(噸)



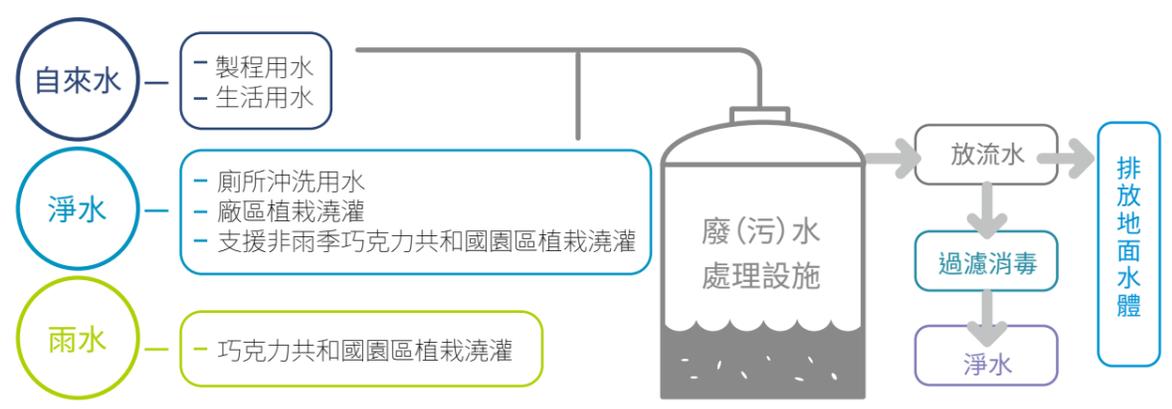
最近三年使用水源、水量

	2015 年	2016 年	2017 年
自來水用量 (噸)	72,782	67,424	62,262
淨水回收量 (噸)	27,835	26,551	26,629
雨水回收量 (噸)	760	1,120	760
合計	101,377	95,095	89,651

註：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。  
 註：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。

### 水污染防治

#### 廠區用水概況

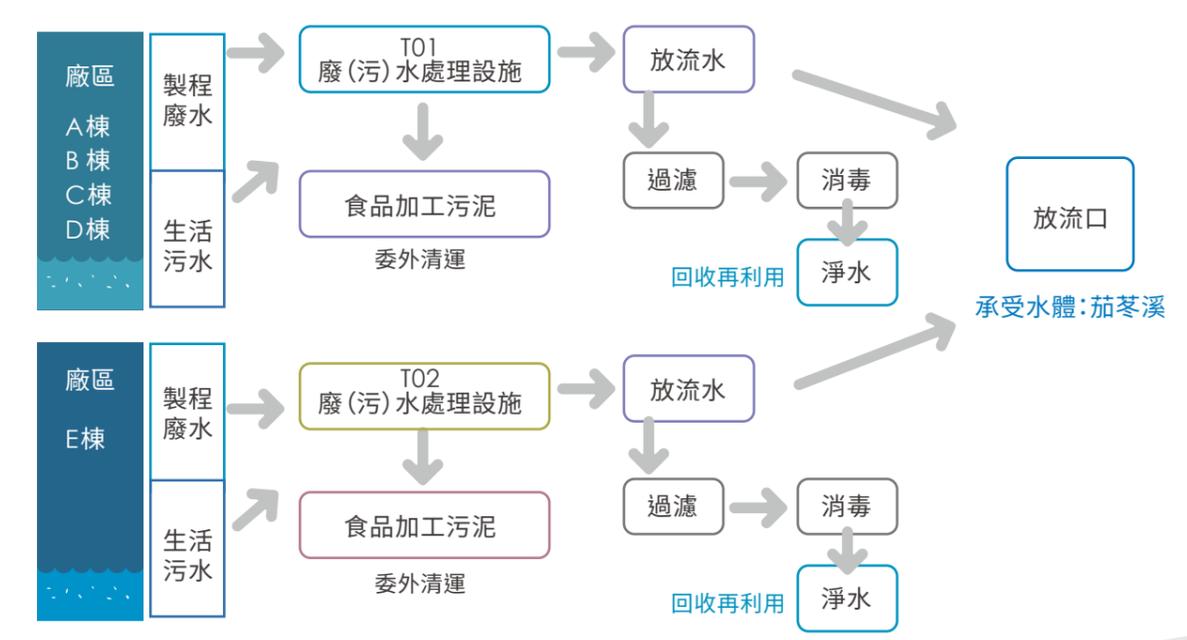


### 廢(污)水處理

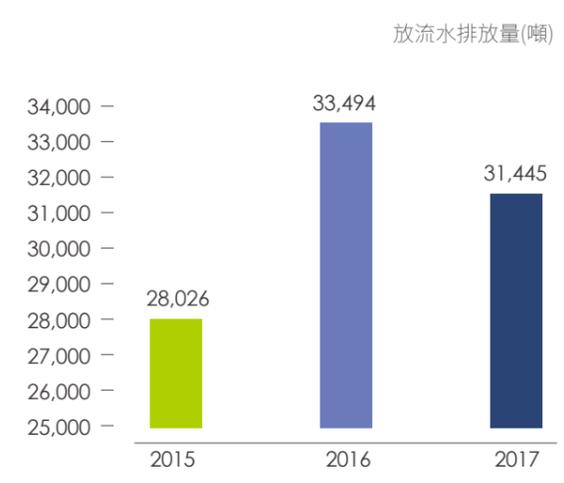
桃園廠已設置二座廢(污)水處理設施總處理量 520 噸 / 日，並設置乙級廢水專責人員負責廢水處理場操作管理維護保養的工作，並定期委託環保署許可之檢測機構進行水質檢驗。

在生產活動中產生的廢水，與員工的生活污水接管併入廠內之廢(污)水處理場進行處理作業，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。

#### 廢(污)水處理流程



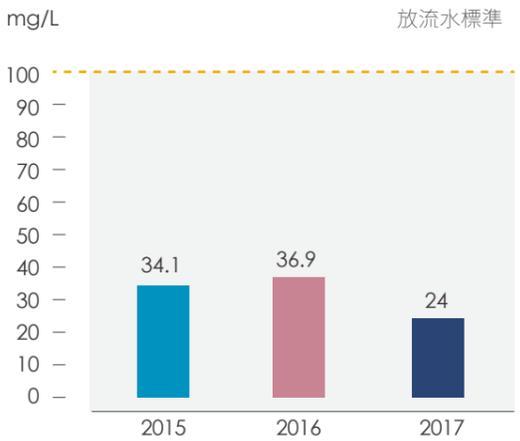
#### 最近三年放流水排放量



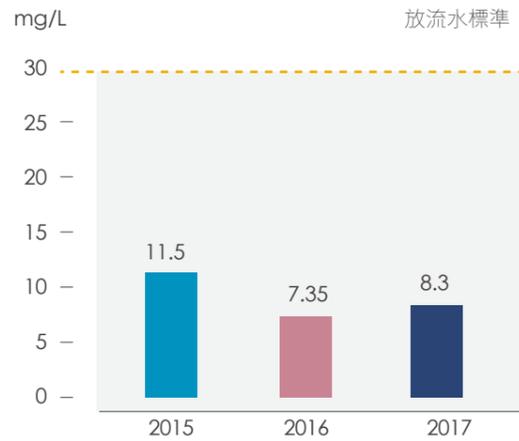
#### 放流水水質

2017 年放流水水質平均值為化學需氧量 24mg/L，生化需氧量 8.3mg/L，懸浮固體 6.2mg/L，油脂 1.8mg/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



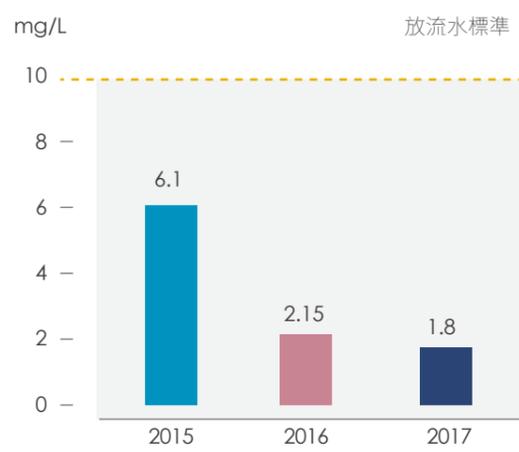
最近三年放流水水質－生化需氧量



最近三年放流水水質－懸浮固體



最近三年放流水水質－油脂



最近三年放流水水質

	2015年	2016年	2017年
化學需氧量 (mg/L)	34.1	36.9	24
生化需氧量 (mg/L)	11.5	7.35	8.3
懸浮固體 (mg/L)	7.8	12.5	6.2
油脂 (mg/L)	6.1	2.15	1.8

廢棄物資源再利用

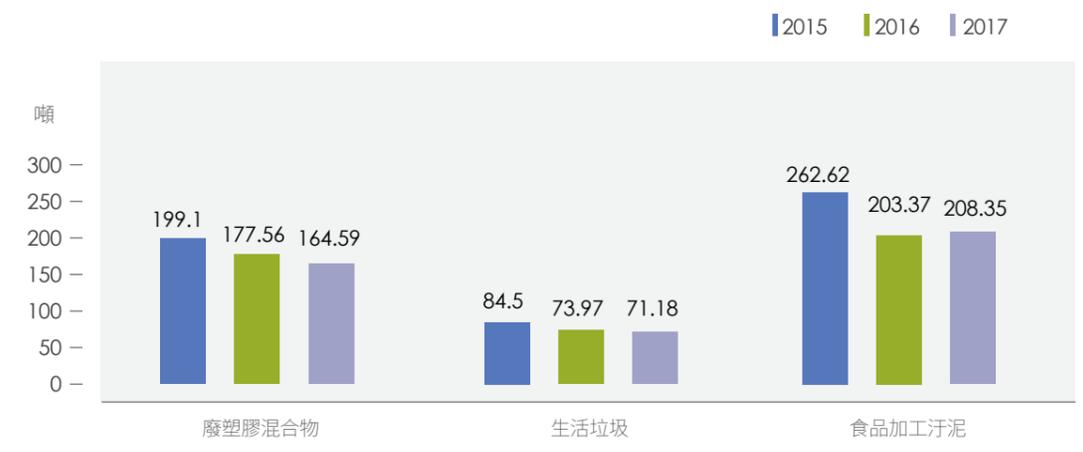
廠區主要產出之廢棄物有兩種，一、「有害事業廢棄物」:C0301 廢液 (閃火點小於 60°C) 由品保實驗室產出。二、「非有害廢棄物」:D1801 生活垃圾、D0299 廢塑膠混合物及 R0902 食品加工污泥，C、D 類均委由合格之清除處理公司進行清運及焚化處理，並依規定上網申報。污水處理場產出之 R 類廢棄物 -- 食品加工污泥，則委由合格清運商承載至專業處理廠轉換成有機肥料。公司另訂有「事業廢棄物管理辦法」，讓廢棄物管理作業有所依循。且載運出廠之廢棄物均依規定追蹤流向，確保依合約規定進行，避免因疏忽造成對環境之汙染與衝擊。並依循廢棄物管理法相關規定進行管理及申報作業。



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。



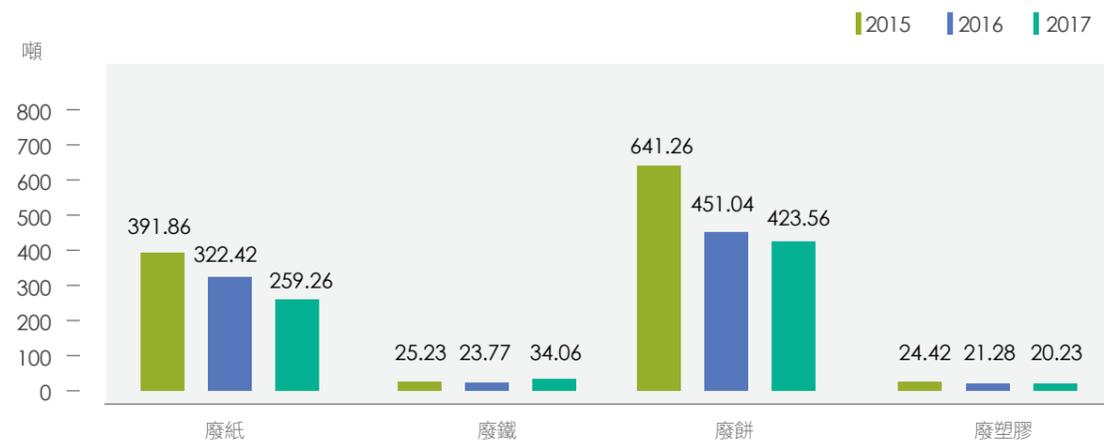
最近三年度廢棄物類別統計圖 (噸)



最近三年度廢棄物類別統計表 - 桃園廠

廢棄物類別	總重量 (噸)			處置方法
	2015 年	2016 年	2017 年	
廢塑膠混合物	199.1	177.56	164.59	焚化處理
生活垃圾	84.5	73.97	71.18	焚化處理
食品加工污泥	262.62	203.37	208.35	公告再利用

最近三年度資源回收品項統計圖



最近三年度資源回收品項統計表

資源回收品項	總重量 (噸)			處置方法
	2015 年	2016 年	2017 年	
廢紙	391.86	322.42	259.26	回收再利用
廢鐵	25.23	23.77	34.06	回收再利用
廢餅	641.26	451.04	423.56	回收再利用
廢塑膠	24.42	21.28	20.23	回收再利用

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，2017 年持續零環保申訴為目標。

噪音管理

為確保工作現場及廠區周邊利害關係人之安全，每年委託合法第三方噪音監測機關至公司實施監測 2 次，2017 年監測結果皆屬正常，合乎法規要求。

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，於是建立本公司與外部利害相關者有效溝通之管道，並訂定「環安衛諮詢與溝通管理辦法」，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。2017 年環境衝擊申訴案件為 1 件。

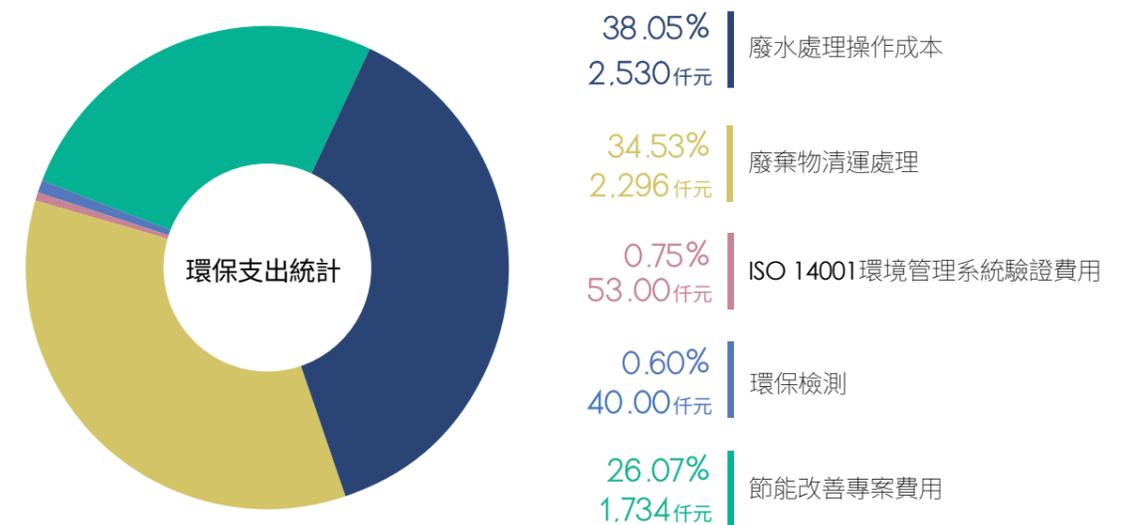
年度	環境衝擊申訴的總數量	申訴案已解決的數量
2016	0	0
2017	1	1

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

4.4 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。在本公司的努力下，自 1993 年建廠迄今未有環保主管機關告發違反環境法規而導致罰款之事件發生。2017 年度，公司並未發生嚴重洩漏事件。

宏亞食品 2017 年度環保支出統計圖 (單位：新台幣仟元)



2017 年環保支出統計表 (單位：新台幣元)

環保支出	金額	%
節能改善專案費用	1,734,030	26.07
廢水處理操作成本	2,530,299	38.05
廢棄物清運處理	2,296,275	34.53
ISO 14001 環境管理系統驗證費用	50,000	0.75
環保檢測	39,581	0.60
合計	6,650,185	100

## 05

# 員工關係與 社會關懷

## 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 教育訓練

## 5.4 工作安全

安全衛生組織的運作及訓練  
工作安全的提升

## 5.5 健康照顧

健康之工作環境  
健康照顧及健康促進

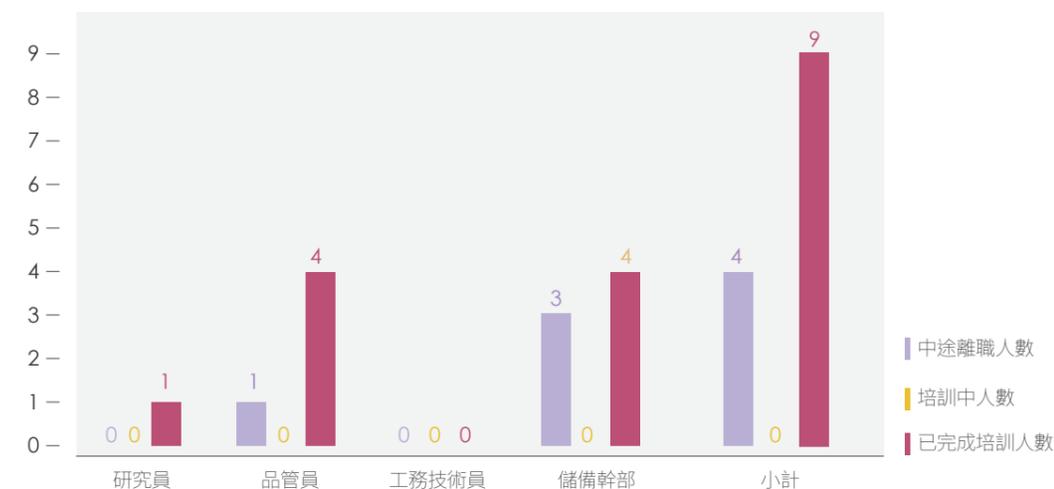
## 5.6 社會回饋

社會公益  
社區回饋  
縣市政府合作及回饋

## 5.1 人才永續

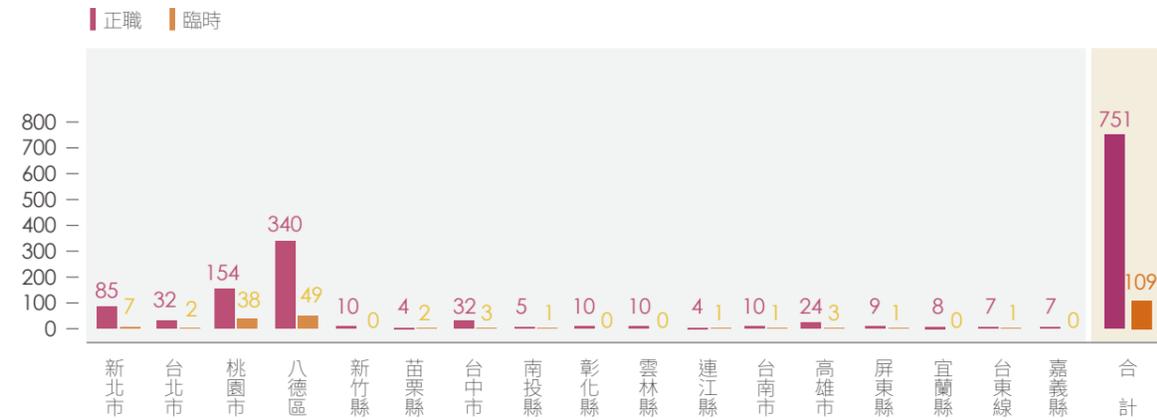
公司培訓永續經營之專業人才及提供員工多元的學習機會，承接公司使命、願景與核心價值，提供新訓課程、專業課程、管理課程等多樣化學習方案，每年度會依據組織策略、單位需求進行訓練需求調查與分析，並規劃相對應的培訓課程。同時提供多元的學習管道，包括內訓、外訓、在職訓練，讓員工能在工作時學習並充實各項知識和技能，培養員工成為產業的菁英。此外本公司為培養重點新進人員能成為企業發展的中堅份子，依職務的不同，規劃出完整的重點新人訓練計劃，2017年實際有13人參訓，該年度內完成培訓9人。

2017年 重點新人培訓情形圖



本公司用人以在地人為主要，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。

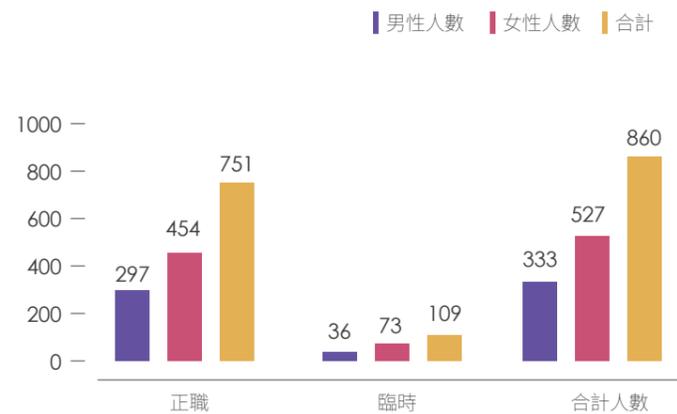
2017年正式/臨時人力分佈區域比較圖



本公司兼職人員佔總人數的 2.5%，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。

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、創新科技大學、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。

2017年正式人力與臨時人力的性別比較圖



本公司高階主管以重要營運據點聘僱為主（台灣），現有高階管理階層 24 人，佔全公司總人數 3.19%。（註：高階管理階層係指理級以上主管人員男 13 人、女 11 人）

本公司正式人力與臨時人力男女比例為 1：1.58，主因為生產工廠線上作業及門市人員以女性居多。

2017年正職/臨時人力年齡分佈圖



2017年多元化的員工組成  
(員工皆為正式員工，區域以台灣區為主)

項目	男性人數	男性%	女性人數	女性%	合計人數	合計%
本國員工	230	30.62	393	52.34	623	82.96
外國員工	67	8.91	61	8.13	128	17.04
<b>合計</b>	<b>297</b>	<b>39.53</b>	<b>454</b>	<b>60.47</b>	<b>751</b>	<b>100.00</b>
30歲以下	98	13.04	143	19.05	241	32.09
30-50歲	141	18.77	244	32.50	385	51.27
51歲以上	58	7.72	67	8.92	125	16.64

其中身心障礙者有 5 人；原住民有 4 人

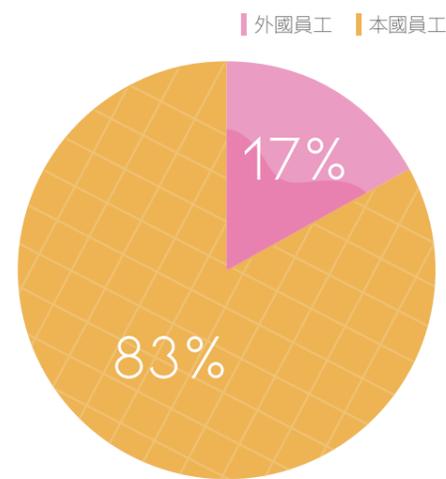
	正式		臨時		合計	
	人數	%	人數	%	人數	%
男	297	39.55%	36	33.03%	333	38.72%
女	454	60.45%	73	66.97%	527	61.28%
<b>合計</b>	<b>751</b>	<b>100.00%</b>	<b>109</b>	<b>100.00%</b>	<b>860</b>	<b>100.00%</b>
30歲以下	240	32.96%	62	56.88%	302	35.12%
30-50歲	386	51.27%	41	37.62%	427	49.65%
51歲以上	125	16.64%	6	5.50%	131	15.23%
<b>合計</b>	<b>751</b>	<b>100.00%</b>	<b>109</b>	<b>100.00%</b>	<b>860</b>	<b>100.00%</b>
新北市	85	9.88%	7	0.81%	92	10.70%
台北市	32	3.72%	2	0.23%	34	3.95%
桃園	154	17.91%	38	4.42%	192	22.33%
八德區	340	39.53%	49	5.70%	389	45.23%
新竹縣	10	1.16%	0	0.00%	10	1.16%
苗栗	4	0.47%	2	0.23%	6	0.70%
台中	32	3.72%	3	0.35%	35	4.07%
南投	5	0.58%	1	0.12%	6	0.70%
彰化	10	1.16%	0	0.00%	10	1.16%
雲林	10	1.16%	0	0.00%	10	1.16%
連江	4	0.47%	1	0.12%	5	0.58%
台南	10	1.16%	1	0.12%	11	1.28%

說明：為使百分比總合為 100%，故上表百分比欄數值有做微調

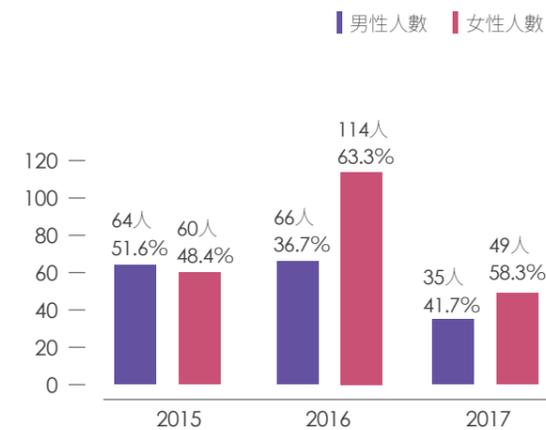
	正式		臨時		合計	
	人數	%	人數	%	人數	%
高雄	24	2.79%	3	0.35%	27	3.14%
屏東	9	1.05%	1	0.12%	10	1.16%
宜蘭	8	0.93%	0	0.00%	8	0.93%
台東	7	0.81%	1	0.12%	8	0.93%
嘉義	7	0.81%	0	0.00%	7	0.81%
<b>合計</b>	<b>751</b>	<b>87.3%</b>	<b>109</b>	<b>12.7%</b>	<b>860</b>	<b>100.0%</b>

說明：為使百分比總合為 100%，故上表百分比欄數值有做微調

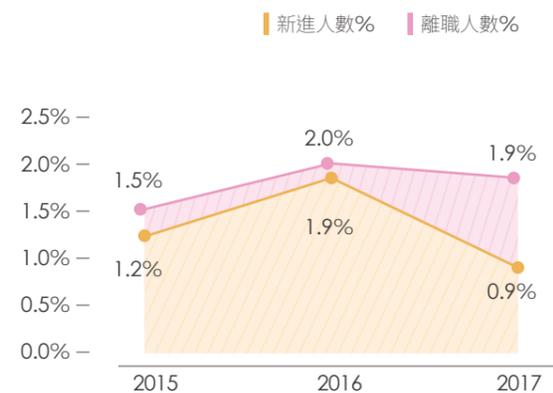
2017 年本 / 外籍員工人數比例圖



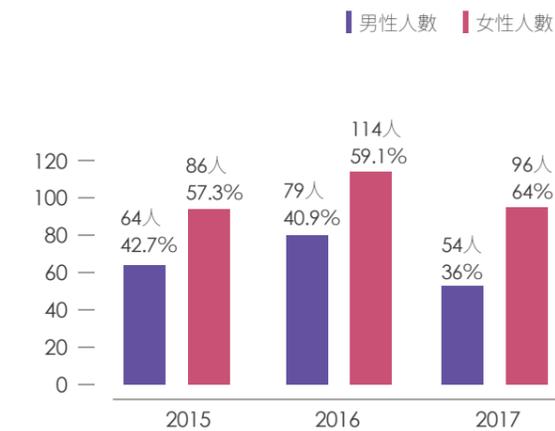
最近三年新進男女人數 & 比率比較圖



最近三年新進及離職率比較圖



最近三年離職男女人數 & 比率比較圖



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					
	2015		2016		2017	
	人數	%	人數	%	人數	%
男	64	51.61%	66	36.67%	35	41.67%
女	60	48.39%	114	63.33%	49	58.33%
<b>合計</b>	<b>124</b>	<b>100.00%</b>	<b>180</b>	<b>100.00%</b>	<b>84</b>	<b>100.00%</b>
30 歲以下	98	79.03%	128	71.11%	52	61.90%
30-50 歲	25	20.16%	49	27.22%	31	36.90%
50 歲以上	1	0.81%	3	1.67%	1	1.20%
<b>平均在職人數</b>	<b>827</b>		<b>801</b>		<b>772</b>	
新北市	18	14.52%	21	11.67%	15	17.86%
台北市	7	5.65%	14	7.78%	7	8.33%
桃園	23	18.55%	19	10.56%	11	13.10%
八德區	53	42.74%	105	58.33%	35	41.67%
新竹縣	0	0.00%	3	1.67%	2	2.38%
苗栗市	1	0.81%	2	1.11%	0	0.00%
台中	5	4.03%	6	3.33%	5	5.95%
南投	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
彰化	0	0.00%	0	0.00%	2	2.38%
雲林	1	0.81%	0	0.00%	1	1.19%
連江	1	0.81%	0	0.00%	1	1.19%
台南	6	4.84%	2	1.11%	2	2.38%
高雄	1	0.81%	5	2.78%	1	1.19%
屏東	3	2.42%	0	0.00%	0	0.00%
宜蘭	2	1.61%	2	1.11%	2	2.38%
台東	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
嘉義	3	2.42%	1	0.56%	0	0.00%
<b>合計</b>	<b>124</b>	<b>100.00%</b>	<b>180</b>	<b>100.00%</b>	<b>84</b>	<b>100.00%</b>

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%，故有部份分項數值之百分比有做微調。

離職人員						
	2015		2016		2017	
	人數	%	人數	%	人數	%
男	64	42.67%	79	40.93%	54	36.00%
女	86	57.33%	114	59.07%	96	64.00%
<b>合計</b>	<b>150</b>	<b>100.00%</b>	<b>193</b>	<b>100.00%</b>	<b>150</b>	<b>100.00%</b>
30歲以下	70	46.67%	100	51.82%	68	45.34%
30-50歲	71	47.33%	82	42.49%	65	43.33%
50歲以上	9	6.00%	11	5.69%	17	11.33%
<b>平均在職人數</b>	<b>827</b>		<b>801</b>		<b>772</b>	
新北市	19	12.67%	23	11.92%	30	20.00%
台北市	5	3.33%	9	4.66%	6	4.00%
桃園	29	19.33%	21	10.88%	26	17.33%
八德區	63	42.00%	116	60.10%	67	44.67%
新竹縣	2	1.33%	2	1.04%	3	2.00%
苗栗市	1	0.67%	1	0.52%	1	0.67%
台中	7	4.67%	4	2.07%	5	3.33%
南投	0	0.00%	1	0.52%	0	0.00%
彰化	3	2.00%	0	0.00%	0	0.00%
雲林	1	0.67%	3	1.55%	2	1.33%
連江	1	0.67%	0	0.00%	2	1.33%
台南	1	0.67%	2	1.04%	2	1.33%
高雄	10	6.67%	4	2.07%	3	2.00%
屏東	1	0.67%	3	1.55%	2	1.33%
宜蘭	3	2.00%	3	1.55%	0	0.00%
台東	1	0.67%	0	0.00%	1	0.67%
嘉義	3	2.00%	1	0.52%	0	0.00%
<b>合計</b>	<b>150</b>	<b>100.00%</b>	<b>193</b>	<b>100.00%</b>	<b>150</b>	<b>100.00%</b>

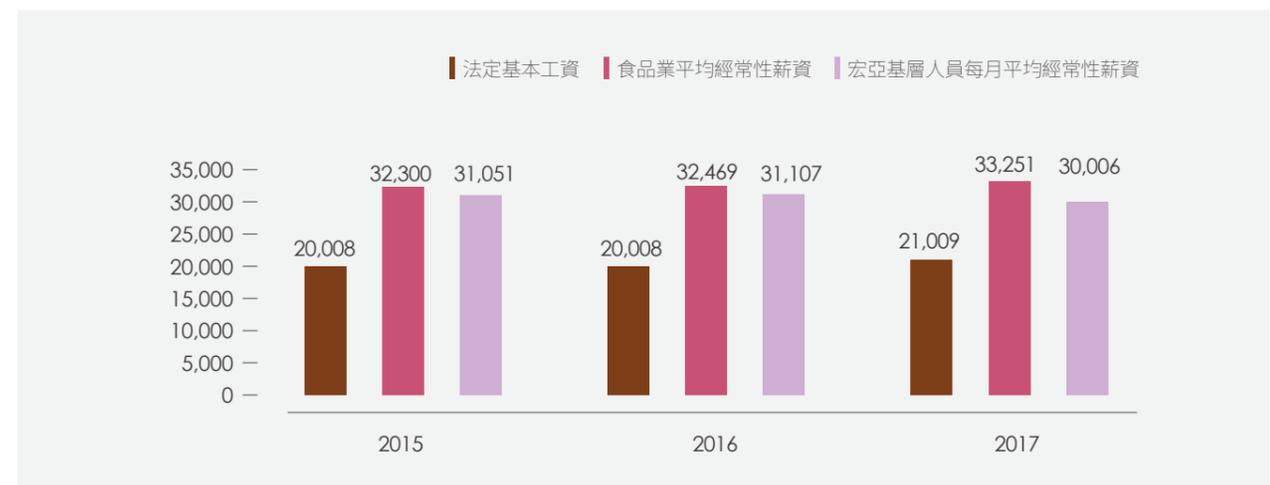
說明：1. 新進人員類型為正式工 2. 範圍為全公司 3. 為使加總百分比為 100%，故有部份分項數值之百分比有做微調。

## 5.2 福利與權益

### 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，2017年調薪(1.67%)，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。

### 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，各委員為增加同仁保障，投保團體保險，將員工的福利擴大。2017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

- 本人結婚補助
- 慶生會(生日禮物)
- 團保
- 哺乳室
- 住院慰問金
- 特約廠商優惠
- 家屬喪葬補助
- 社團補助
- 生育補助
- 三節禮金
- 子女教育獎助
- 本人死亡喪葬補助
- 年度旅遊補助
- 競賽活動補助

## 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。2017 年度育嬰留停人數為 15 人，復職率為 44.4%(截至 2017 年度底應復職人數為 9 人)。2017 年未有先前育嬰留停復職滿一年以上者。

## 2017 年育嬰假申請狀況表

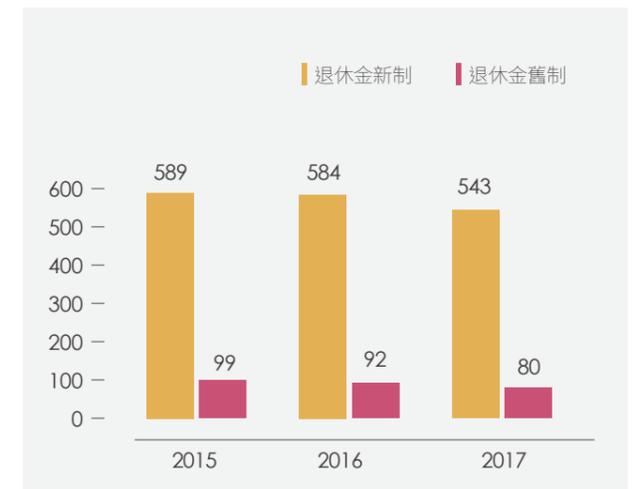
2017 年	產假人數	陪產假人數	育嬰留停人數	復職人數	留停中人數	離職人數
男	0	8	1	0	0	1
女	23	0	14	4	6	4

備註說明：範圍為本公司本國籍正式員工

## 退休制度

本公司依據勞動基準法及勞工退休條例提撥退休金，2005 年 7 月 1 日起到職的員工均適用新制，公司每月依規定提撥薪資的 6% 予個人退休金專戶，另 2005 年 6 月 30 日前到職前依新制之規定每月提撥薪資的 6% 予個人退休金專戶，其舊制部份每月提撥 15% 存入中央信託局舊制退休金帳戶，另每年請精算師計算舊制退休金準備是否充裕，截止 2017 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 2017 年度，應計退休金負債帳列數為 4,395,868 元。(相關資訊估算期間、依據、預先提撥支付程度參閱公司 2017 年度年報 P167)

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	2015 年	2016 年	2017 年	員工參與退休計劃程度
退休金新制	589	584	543	100% (不含外勞)
退休金舊制	99	92	80	

## 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 2017 年度並無申訴案件。

2017 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，2017 年本公司督導 5 位參與宣導訓練。2017 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 教育訓練

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。

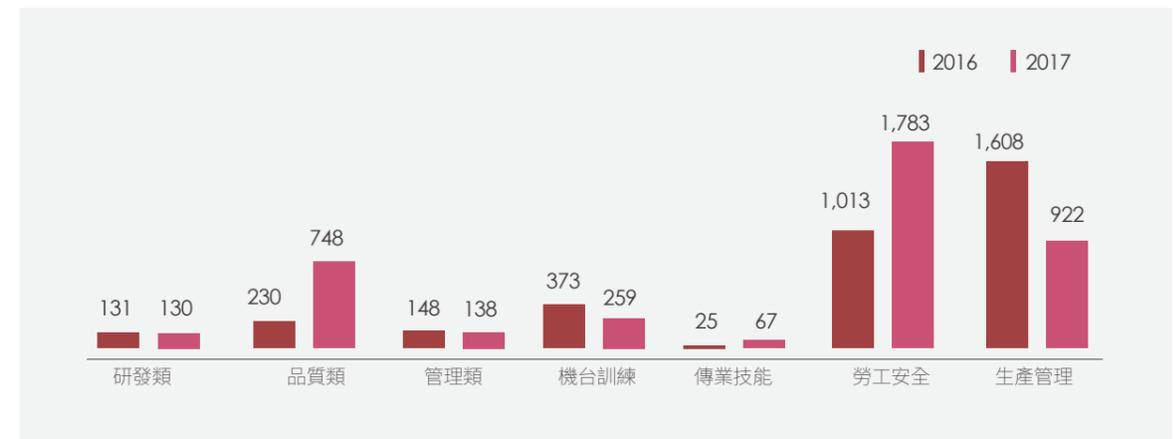
另配合員工職涯發展、公司經營目標之推動，循序漸進建立制度化課程，可區分為以下六大類：



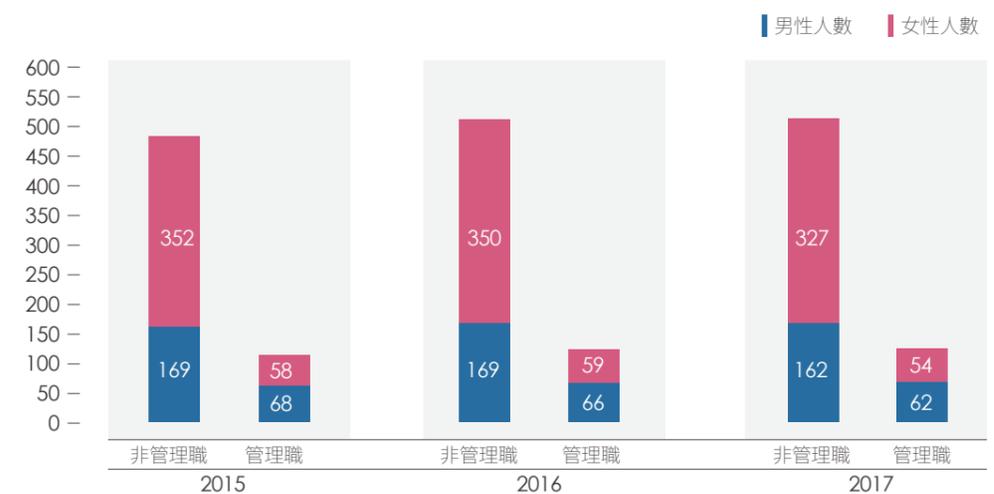
近二年 各類課程訓練時數比較圖



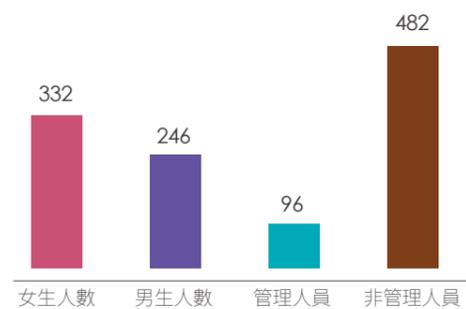
近二年 各類課程受訓人次比較圖



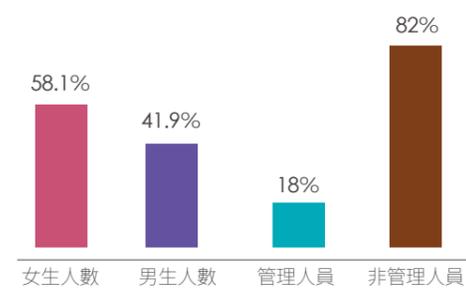
近三年定期考核男女性 / 管理非管理職分佈圖



2017 年度 男 / 女性上課人數暨管理 / 非管理人員上課人數 比較圖



2017 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



## 5.4 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於 2017 年寫入環安衛管理方案 (10603) 制訂管理程序並安排定時由安全衛生人員至現場查核，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，2017 年有關安全危害的缺失，外部稽核有 1 件 ( 次要缺失 )；是有關職災事件調查紀錄不完整 ( 缺勞工代表會簽 )，已立即改善。
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。

### 2017 年工傷類別、頻率、損失日數比例

地區	性別	工傷類別	失能傷害次數	失能傷害損失日數	工傷頻率 FR	損失日數比例 SR
工廠	男	被切、割、擦傷	0	0	0.00	0.00
		物體飛落	0	0	0.00	0.00
		跌倒	0	0	0.00	0.00
	女	被切、割、擦傷	1	12	0.77	9.24
		物體飛落	1	9	0.77	6.93
		跌倒	1	18	0.77	13.86

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

2017 職災統計較 2016 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
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
2015	男	244	566,276	8	74	2.83	0	26.14	0.44	0
	女	355	823,884	9	181	2.18	0	43.94	0.87	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](https://injury.osha.gov.tw/unit_main.aspx)

## 5.5 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。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。

### 5.6 社會回饋

宏亞食品在追求營運成長與永續經營的同時，我們持續用心於社會回饋，並透過關懷弱勢、社區回饋及配合縣市政府活動之參與回饋呈現，以善盡社會責任。本公司並無直接和間接提供之財務及實物性的政治獻金。

#### 社會公益：

2017 年本公司參與社會公益活動如下：

2017.1.9  
寒冬送暖活動  
趙正宇辦公室

- 捐贈物資
- 乳酸球(750g)50箱
- 受贈對象
- 興仁里里民

2017.3.9  
台北靈糧堂兒少牧區

- 捐贈物資
- 新貴派、大富翁遊戲組
- 受贈對象
- 弱勢兒童

2017.4.24  
EVAC終止兒童受暴公益倡導活動  
世界展望會

- 捐贈物資
- 歐維氏BAR 960小盒
- 受贈對象
- 各展望會中心兒童



2017/5/20  
宏亞食品親子活動日  
石門水庫健走及生態導覽  
參加對象

- 宏亞食品員工及家屬約150人

2017.7.11  
傑瑞老人安養中心

- 捐贈物資
- 牛奶餅乳酥餅共400小盒
- 受贈對象
- 安養中心老人

2017.9.22  
傑瑞老人安養中心

- 捐贈物資
- 手工餅乾200包
- 受贈對象
- 安養中心老人

2017.6.29  
台北靈糧堂兒少牧區

- 捐贈物資
- 牛奶餅、杯子吊飾
- 受贈對象
- 弱勢兒童

2017.8.30  
關懷身障活動  
華光育幼院

- 捐贈物資
- 巧克力28包餅乾1批
- 受贈對象
- 院童

春節與中秋  
春節與中秋義賣款禮盒  
兒童福利聯盟文教基金會

- 捐贈物資
- 銷售所得10%贈與
- 受贈對象
- 弱勢兒童與家庭



## 6. 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	1.1 公司背景與產業發展現況	8
	102-2 活動、品牌、產品與服務	1.1 公司背景與產業發展現況 3.5 溯源管理	8 56
	102-3 總部位置	1.1 公司背景與產業發展現況	8
	102-4 營運據點	1.1 公司背景與產業發展現況	8
	102-5 所有權與法律形式	1.1 公司背景與產業發展現況	8
	102-6 提供服務的市場	1.1 公司背景與產業發展現況	8
	102-7 組織規模	1.1 公司背景與產業發展現況 5.1 人才永續	8 76
	102-8 員工與其他工作者的資訊	1.1 公司背景與產業發展現況 5.1 人才永續	8 76
	102-9 供應鏈	1.1 公司背景與產業發展現況 3.2 供應商管理	8 45
	102-10 組織與其供應鏈的重大改變	關於本報告書 3.2 供應商管理	4 45
	102-11 預警原則或方針	2.2 公司治理	30
	102-12 外部倡議	1.2 永續大事紀	19
	102-13 公協會的會員資格	1.2 永續大事紀	19
策略	102-14 決策者的聲明	經營者的話 1.1 公司背景與產業發展現況	3 8
	102-16 價值、原則、標準及行為規範	2.2 公司治理	30
公司治理	102-18 治理結構	2.2 公司治理	30
	102-40 利害關係人團體	1.3 利害關係人議合	22
利害關係人溝通	102-41 團體協約	5.2 福利與權益	82
	102-42 鑑別與選擇利害關係人	1.3 利害關係人議合	22
	102-43 與利害關係人溝通的方針	1.3 利害關係人議合	22
	102-44 提出之關鍵主題與關注事項	1.3 利害關係人議合	22

GRI 準則 (2016 版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
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	4
	102-46 界定報告書內容與主題邊界	1.3 利害關係人議合	22
	102-47 重大主題表列	1.3 利害關係人議合	22
	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	4
	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	91
102-56 外部保證 / 確信	詳會計師確信報告	96	
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	25
	103-2 管理方針及其要素	各重大主題下揭露	25
	103-3 管理方針的評估		25

### 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	2.1 營運績效	28
	103-3 管理方針的評估	2.1 營運績效	28
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 營運績效	28
	201-4 取自政府之財務補助	2.1 營運績效	28
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 1.1 公司背景與產業發展現況	3 8
	103-3 管理方針的評估	1.1 公司背景與產業發展現況	8
無直接對應指標			
法規遵循			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	2.2 公司治理	30
	103-3 管理方針的評估	2.2 公司治理	30

GRI 準則 (2016 版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
GRI 307：有關環境保護的法規遵循	307-1 違反環保法規	4.3 污染防治	68
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	3.4 製程與成品管理	52
	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	3.1 品質保證	39
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之事件	3.1 品質保證	39
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	2.2 公司治理	30
		2.3 客戶關係管理	35
公司治理			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	2.2 公司治理	30
	103-3 管理方針的評估	2.2 公司治理	30
GRI 205：反貪腐	205-1 已進行貪腐風險評估的營運據點	2.2 公司治理	30
	205-2 有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	2.2 公司治理	30
	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	2.2 公司治理	30
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 公司治理	30
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	76
		5.3 教育訓練	85
	103-3 管理方針的評估	5.1 人才永續	76
		5.3 教育訓練	85
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	76
GRI 401：勞雇關係	401-1 新進員工和離職員工	5.1 人才永續	76
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 教育訓練	85
	404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	5.3 教育訓練	85
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	82
	103-3 管理方針的評估	5.2 福利與權益	82
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	82
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	82
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	82
	401-3 育嬰假	5.2 福利與權益	82

GRI 準則 (2016 版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
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	82
社會關懷			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	5.6 社會回饋	89
	103-3 管理方針的評估	5.6 社會回饋	89
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	5.6 社會回饋	89
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	82
	103-3 管理方針的評估	5.2 福利與權益	82
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 工作安全	87
	103-3 管理方針的評估	5.4 工作安全	87
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 工作安全	87
	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 工作安全	87
	403-3 高職業疾病發生率與高職業風險的工作者	5.5 健康照顧	88
顧客健康與安全			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	3.1 品質保證	39
	103-3 管理方針的評估	3.1 品質保證	39
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	3.4 製程與成品管理	52
	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	3.1 品質保證	39
顧客關係			
GRI 103：管理方針	103-2 管理方針及其要素	2.3 客戶關係管理	35
	103-3 管理方針的評估	2.3 客戶關係管理	35
GRI 417：行銷與標示	417-3 未遵循行銷傳播相關法規之事件	2.3 客戶關係管理	35

GRI 準則 (2016 版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
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	2.3 客戶關係管理	35
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	2.3 客戶關係管理	35
食品安全			
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	3.4 製程與成品管理	52
	103-3 管理方針的評估	3.4 製程與成品管理	52
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	3.4 製程與成品管理	52
產品與服務品質			
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	3.2 供應商管理	45
	103-3 管理方針的評估	3.2 供應商管理	45
GRI 417: 行銷與標示	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	2.3 客戶關係管理	35
創新服務			
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	2.4 產品創新	36
	103-3 管理方針的評估	2.4 產品創新	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	3.2 供應商管理	45
	103-3 管理方針的評估	3.2 供應商管理	45
GRI 204: 採購實務	204-1 來自當地供應商的採購支出比例	3.2 供應商管理	45
GRI 308: 供應商環境評估	308-1 採用環境標準篩選新供應商	3.2 供應商管理	45
	308-2 供應鏈對環境的負面衝擊，以及所採取的行動	3.2 供應商管理	45
GRI 414: 供應商社會評估	414-1 使用社會標準篩選之新供應商	3.2 供應商管理	45
	414-2 供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	3.2 供應商管理	45
能資源使用效率			
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	4.2 環境管理	59
		4.3 污染防治	68
	103-3 管理方針的評估	4.2 環境管理	59
GRI 302: 能源	302-3 能源密集度	4.3 污染防治	68
		4.2 環境管理	59
GRI 303: 水	303-1 依來源劃分的取水量	4.2 環境管理	59
		4.3 污染防治	68
GRI 303: 水	303-3 回收及再利用的水	4.2 環境管理	59
		4.3 污染防治	68

GRI 準則 (2016 版本)	揭露項目	揭露章節	頁碼
GRI 306: 廢汙水和廢棄物	306-1 依水質及排放目的地所劃分的排放量	4.3 污染防治	68
	306-2 按類別及處置方法劃分的廢棄物	4.3 污染防治	68
	306-3 嚴重洩漏	4.3 污染防治	68
氣候變遷減緩策略			
GRI 103: 管理方針	103-2 管理方針及其要素	4.4 環境申訴案件	74
	103-3 管理方針的評估	4.4 環境申訴案件	74
GRI 305: 排放	305-1 直接 (範疇一) 溫室氣體排放	4.2 環境管理	59
	305-2 能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放	4.2 環境管理	59
	305-4 溫室氣體排放密集度	4.2 環境管理	59
	305-5 溫室氣體排放減量	4.2 環境管理	59

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。	3.4	052	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。	3.5	056	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。	3.2	045	詳會計師確信報告
4	經獨立第三方驗證符合國際認可之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比。	3.1	039	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。	3.2	045	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。	3.5	056	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。	3.1	039	詳會計師確信報告

### 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 2017 年度企業社會責任報告書中所選定之永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2017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，並應設計、執行及維護與報告編製相關之內部控制，以蒐集並揭露報告書內容。

#### 本事務所責任

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

#### 二、確信工作

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

為作成有限確信之結論，本事務所已執行下列工作：

- 與宏亞食品之管理階層及員工進行訪談，以瞭解宏亞食品履行企業社會責任之整體情況，以及報導流程；
- 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永續績效資訊進行分析性程序；蒐集並評估其他支持證據資料及所取得之管理階層聲明；如必要時，則抽選樣本進行測試；
- 閱讀宏亞食品之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，無論是導因於舞弊或錯誤。

#### 四、品質管制與獨立性

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

#### 五、結論

依據本事務所執行之程序及所獲取之證據，未發現宏亞食品所選定之永續績效資訊有未依照適用基準編製而須作重大修正之情事。且本事務所未發現宏亞食品 2017 年度企業社會責任報告書有未依據 GRI 準則(GRI Standards)核心選項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：張正道

張正道



西元2018年11月30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 2017 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	053-054	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估與改進及所影響之主要產品類別之百分比為 100%。	依「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第一目之應加強揭露績效指標，公司自行統計之資訊。
3	040	品質保證	2017 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	047	國際認證系統管理	宏亞食品統計 2017 年採購符合國際認可之產品占整體採購 63.43%。	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	041	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廠房所生產產品之百分比為 100%。	依「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第四目之應加強揭露績效指標，公司自行統計之資訊。
6	049-050	供應商評鑑	2017 年度供應商總數為 309 家，於 2017 年底完成為 42 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	056	溯源管理	宏亞食品非屬食品衛生安全管理法強制規定需進行追蹤追溯之特定行業。	依「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第六目之應加強揭露績效指標，公司自行統計之資訊。
8	044	品質保證	宏亞食品為自願設置食品安全實驗室，2017 年度檢驗費用支出共 7,853 仟元，佔營業額 0.418%。	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。