



聯華食品工業股份有限公司  
LIAN HWA FOODS CORPORATION

# 2015 企業社會責任報告書

## Corporate Social Responsibility Report





## 關於報告書

### 報告書之依據與架構

#### 專業指引與原則

本報告書的內容架構依循全球報告倡議組織（GRI, Global Reporting Initiative）的 G4 版核心選項編製，參酌食品加工行業類別補充指標（Food Processing Supplement）、AA1000 當責性原則，以及參考聯合國全球盟約原則（UNGC, United Nations Global Compact）、ISO 26000 以及「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」指引進行各面向的揭露。

#### 數據來源與管理

本報告書之資料及數據係由總公司各部門與各廠提供，並由企業社會責任報告書編製小組彙整，並經行政程序審查確認符合本報告書之用途。其中，財務報告之成本及會計資訊均已經由會計師查證。

#### 編輯與定稿

本報告書由企業社會責任報告書編製小組彙整編輯初稿後，送交各相關單位依其分工項目校閱及修訂，修訂後送各部門主管複核；複核後之修訂稿，再循行政審核程序送總經理與董事長核閱後定稿出版。

### 資料範圍

本報告的內容涵蓋 2015 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日，本公司在台灣地區的總公司及各工廠之所有營運相關之活動，報告中若提及重要營運據點，亦指台灣地區。財務報表是依國際財務報導準則（International Financial Reporting Standards, IFRS）進行財務績效的揭露，財務報表數字以新台幣計算。

### 報告書之審查與查證

為提升與 GRI G4 和 ISAE 3000 之查證標準符合度，以及表現聯華食品之營運透明度，本報告書通過勤業眾信聯合會計師事務所之確信，符合 GRI G4 核心選項（Core）、「確信準則公報第一號」及「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」，由會計師出具確信意見書。

### 發行時間與週期

本次為第二年發行企業社會責任報告書，發行週期為一年，本次報告書所提供之溫室氣排放資訊，因重新鑑別排放源，更新排放量數據。報告書電子檔放置於官網中提供下載。

上一發行版本：2015 年 12 月發行

現行發行版本：2016 年 12 月發行

下一發行版本：預定 2017 年 12 月發行

### 聯絡資訊

若您對本報告書任何建議或疑問，竭誠歡迎您與我們連絡。聯絡方式如下：

聯華食品工業股份有限公司

聯絡人：公關部 汪佩吟

地址：103 台北市大同區延平北路二段 96 號 10 樓

電話：(02) 2552-1666 ext. 491      電子郵件：CSR@lianhwa.com.tw

公司網址：www.lianhwa.com.tw/

# 目錄

## Content

|       |    |
|-------|----|
| 關於報告書 | 04 |
| 董事長的話 | 06 |

自然·  
安心·  
美味·



Joy in every Bite!

02



## 1



### 永續使命

|              |    |
|--------------|----|
| 1.1 使命與願景    | 08 |
| 1.2 我們的利害關係人 | 11 |
| 1.3 永續議題回應   | 12 |

## 2



### 最佳管理，經營創新

|           |    |
|-----------|----|
| 2.1 聯華的成長 | 18 |
|-----------|----|

## 3



### 健康安心，食安保障

|          |    |
|----------|----|
| 3.1 產品創新 | 30 |
| 3.2 食在安心 | 36 |
| 3.3 品質把關 | 41 |

## 4



### 精進學習，新聯華人

|             |    |
|-------------|----|
| 4.1 培育與發展   | 49 |
| 4.2 友善職場    | 56 |
| 4.3 員工現況與照顧 | 61 |



# 5



## 溫情關懷，感恩回饋

|            |    |
|------------|----|
| 5.1 希望種子   | 68 |
| 5.2 地方社會關懷 | 70 |
| 5.3 食品健康教育 | 73 |

# 6



## 守護環境，愛護自然

|                 |    |
|-----------------|----|
| 6.1 環境永續理念      | 76 |
| 6.2 溫室氣體排放與能源管理 | 77 |
| 6.3 珍惜水資源       | 82 |
| 6.4 資源利用        | 85 |

## 附錄



|  |     |
|--|-----|
| 全球永續性報告指標GRI<br>（Global Reporting Initiative）對照表 | 90  |
| 報告書作業辦法 食品業揭露準則對應指標                              | 99  |
| GRI G4食品產業補充指標                                   | 100 |
| 會計師有限確信報告  | 101 |

## 董事長的話

聯華食品一路走來始終秉持「自然、安心、美味」的使命，致力創造優質的產品，從帶給大家歡樂的休閒食品，到以消費者健康為前提的全天然系列產品上市，提供全方位的產品滿足消費者多元需求，聯華食品歷經一甲子的奮鬥與打拼，在全體員工的攜手努力下，我們於台灣食品界具一席之地，也是陪伴著許多台灣人成長的美好記憶，身處於這個變遷快速的環境，我深信要讓企業能夠永續經營，社會責任重點在於固守本業，身為台灣食品界大廠，惟有得到消費者喜愛且信任，方能成為一家能永續經營的公司，而此共同願景早日實現的關鍵之一就是「品質」，正因我們背負著為消費者把關食品安全的責任，聯華食品引進「TQM 全面品質管理」、「全員品質意識教育訓練」，以及各種有關品質資源的投入，公司全體同仁從上到下落實「品質是製造出來的，不是檢驗出來的」精神，更是體現聯華食品『共創價值，分享利益，均霑喜悅』的來源！

除此之外，在這個最壞的時代但也是最好的時代，我們以誠信正直、學習成長、自動自發的「新聯華人」自居，並重視員工培育，講求創新思維及內部知識傳承，將企業建構為「學習型組織」，化被動為主動，不斷地自我演化，才能在 21 世紀永續經營成長茁壯。聯華食品將持續以最嚴謹的態度服務大眾，以「創新」及「學習」提升自我競爭力，自 2010 年開始我們開始投入資源建置私有雲管理平台，將內部追蹤追溯系統建置完善，2015 年聯華食品「安心履歷」正式上線，這是公司的一大里程碑，也是我們對消費者負責任的態度，更是國內食品履歷系統建置的首批示範廠商之一，我深信，做為台灣食品大廠，惟有對自己的產品做最嚴格的把關，才是對消費負責任的態度。

未來我們將持續採取負責任的態度管理品質安全、源源不斷的提供令顧客滿意的產品和服務，並用心培育員工、關心人文、環境與土地，以實踐聯華食品永續經營並善盡社會責任。





“新聯華人堅持以「誠信正直與顧客導向」為靈魂、追求「學習、成長與績效」為精神的企業文化，並據此驅動為「自我演化」的組織生命體，使能源源不斷的提供令顧客滿意的產品與服務，以實現永續經營並善盡社會責任。”

董事長

李國強





# 永續使命

## 1.1 使命與願景

- 1.1.1 企業理念
- 1.1.2 企業使命
- 1.1.3 企業願景
- 1.1.4 企業核心價值

## 1.2 我們的利害關係人

- 1.2.1 利害關係人鑑別
- 1.2.2 溝通管道

## 1.3 永續議題回應

- 1.3.1 重大議題分析方法
- 1.3.2 重大議題與範疇邊界
- 1.3.3 管理方針揭露



## 1.1 使命與願景 1.1.1 企業理念

企業能持續成長並永續經營，仰賴的並不只是漂亮的業績；我們深信「人」才是企業成長及永續經營的根源。

聯華食品重視人才培育與卓越的品質管理，以內部流程最佳化，以及企業的全面性 e 化來提高效率。

聯華食品以創新思維及持續不斷努力的精神，經營值得信賴的品牌，創造出廣受消費者喜愛的美味產品。



### 實現永續經營並盡善地球社會之責任

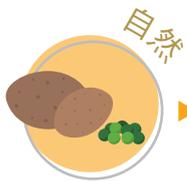




## 1.1.2 企業使命

「創造最好的產品」，就是我們的使命！

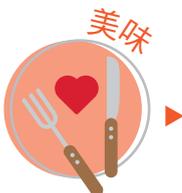
不論是過去、現在、甚至於未來，我們秉持四大承諾：



整顆切片的天然馬鈴薯、非基因改造的豌豆、產地直送的海苔… 每一項產品都是嚴選最優質新鮮的原料製成。每一口都吃得到自然，是我們的第一個承諾。



嚴格為每一項生產流程把關，追求產品品質的完美，是我們的最高原則。讓消費者以安心信賴的心情滿足地享用每一項產品是我們的第二個承諾。



不斷用心研發與創新，推出超乎消費者期待的口味與產品想到美味就想到聯華，是我們的第三個承諾。



多年以來，聯華食品的產品陪伴多人走過歡樂的時光。不只美味與安心，我們希望讓消費者吃到每一口都能感受歡樂！這是我們最大的承諾！

### 1.1.3 企業願景

#### 實現永續經營與善盡社會責任

聯華食品以擁有頂尖團隊和熱情的顧客為傲，源源不絕提供超乎消費者滿意的產品和服務，並期盼與每位「新聯華人」共同攜手實踐永續經營的理念及善盡社會責任。

#### 提供令顧客滿意的產品與服務

聯華食品有幸藉由產品與萬千素未謀面的消費者結緣，在「顧客導向」的信念引導之下，以追求品質的決心為起點，致力創造更優質的產品，更積極貼心的服務體驗。

#### 擁有以公司為榮的「新聯華人」

聯華食品期許每位員工能發揮相互扶持的手足精神，形成「家」的凝聚力，以身為團隊的一份子為榮，且能懷抱熱情，敬業負責、主動積極，一同與企業共創價值、分享利益、均露喜悅。



### 1.1.4 企業核心價值



## 1.2 我們的 利害關係人

### 1.2.1 利害關係人鑑別

2015 年企業社會責任報告書係依照聯華食品的營運與業務特性，列出所對應之利害關係人，再透過利害關係人與重大議題分析會議討論，由各部門代表填寫問卷，針對利害關係人關係程度進行評分。下表為經分析後，按關係程度依序排列之重大利害關係人。

### 1.2.2 溝通管道

聯華食品相當重視與利害關係人之溝通，故透過年報、官網與 facebook 粉絲團，以及各種客服溝通管道，傳達公司產品相關之訊息和經營理念，並藉由發行企業社會責任報告書，揭露與利害關係人溝通之關鍵議題，同時亦希望藉由資訊流通的透明性、及時性、完整性，作為與利害關係人意見回饋與持續改善的依據。

| 利害關係人類別  | 關注議題                                     | 溝通方式與頻率  |
|--|--|--|
| 通路商<br>              | 食品安全與品質管理<br>產品標示<br>行銷溝通                | 不定期與通路商之交流往來主要透過當面商談、電話聯繫、E-mail 或書面信函，期能即時溝通、提高彼此合作緊密度  |
| 員工<br>              | 食品安全與品質管理<br>員工福利與健康安全<br>產品標示之法令        | 透過公司網頁、公告資訊、函文簽呈、電話及 Email 不定期布達資訊，並與員工交流  |
| 政府機關<br>            | 申訴機制<br>法規遵循<br>產品標示<br>資訊揭露透明           | 依照相關法規於規範之時程內於公開資訊觀測站、證交所公告平台、主管機關網站等上傳、申報相關訊息；配合主管機關監理及查核活動、參與主管機關政策宣導會議或座談；亦藉由電話、Email、書面信函、工廠查核等活動與政府機關保持良好互動 |
| 媒體<br>              | 公司治理<br>行銷溝通<br>永續策略                     | 聯華不定期以電話、Email 向媒體回應公司相關訊息，並藉由媒體曝光等活動進行品牌行銷  |
| 客戶（消費者）<br>         | 食品健康與營養<br>食品安全與品質管理<br>產品標示<br>服務及客戶滿意度 | 不定期藉公司網頁更新、電視、報紙、雜誌等平面媒體、戶外媒體、廣播等方式向消費者傳達聯華食品資訊；同時客戶亦可由電話、網路（Email、FB 社群網站）、客服中心留言等方式隨時主動與我們聯繫，取得所需資訊            |
| 股東／投資人<br>          | 營運績效<br>資訊揭露透明<br>公司治理                   | 股東、投資人不定期以電話諮詢、Email 向聯華食品相關訊息了解相關訊息；同時聯華食品亦藉由更新公司官網主動向投資人揭露資訊   |
| 供應商／承攬商／<br>外包商<br> | 產品風險<br>服務品質及客戶滿意度<br>隱私保護及交易安全<br>施工安全  | 聯華食品對供應商不定期有評鑑活動、開會面談；同時以電話、Email、書面信函溝通；或經由 FB 社群網站、手機通訊軟體等方式與供應商保持密切關係   |

# 1.3 永續議題回應

## 1.3.1 重大議題分析方法

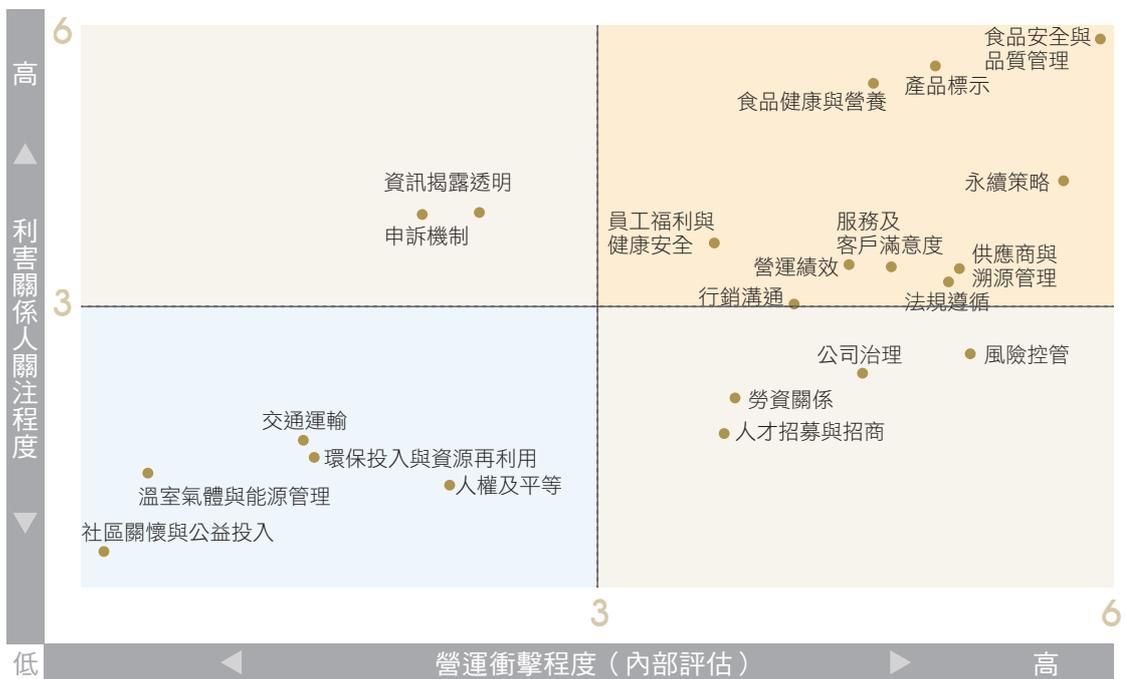
### 利害關係人關注議題

針對前述之利害關係人鑑別結果，所確認之利害關係人，透過利害關係人問卷進行調查，蒐集客戶、員工、股東、主管機關、供應商、同業、公協會及通路商等利害關係人有效問卷 188 份，進行關注議題之統計分析工作。根據問卷資料統計結果，各利害關係人對於議題關注程度之排序，如「利害關係人鑑別」中表格內所揭露之議題。



### 決定重大性

聯華食品經由高階主管衝擊議題之評估與問卷調查結果，進行 GRI 差異分析和重大議題分析，再依據營運衝擊程度與利害關係人關注程度，繪製出重大性矩陣圖，本年度鑑別之重大議題如矩陣圖右上方之區塊所示，分別為永續策略、營運績效、法規遵循、員工福利與健康安全、產品標示、服務及客戶滿意度、食品安全與品質管理、食品健康與營養、供應商與溯源管理、行銷溝通，共十項。





### 1.3.2 重大議題與範疇邊界

2015 年報告書之資訊以台灣為基準，針對各項重大性議題，檢視其對公司內外部之衝擊，同時根據 GRI G4 指引、產業特性等考量因素，藉以界定其資訊揭露邊界，以回應利害關係人之關切。

| 重大議題      | 考量面 ( 議題 )    | 組織內  | 組織外 |     |     |     |    |
|-----------|---------------|------|-----|-----|-----|-----|----|
|           |               | 聯華食品 | 員工  | 供應商 | 消費者 | 通路商 | 股東 |
| 食品安全與品質管理 | 顧客的健康與安全      | ☼    |     | ☼   | ☼   | ☼   |    |
| 食品健康與營養   | 產品及服務標示       | ☼    |     | ☼   | ☼   | ☼   |    |
| 營運績效      | 經濟績效          | ☼    |     |     |     |     | ☼  |
| 法規遵循      | 法規遵循 ( 環境 )   | ☼    |     | ☼   |     |     |    |
|           | 法規遵循 ( 社會 )   | ☼    |     | ☼   |     |     |    |
|           | 法規遵循 ( 產品責任 ) | ☼    |     | ☼   |     |     |    |
| 員工福利與健康安全 | 男女同酬          | ☼    | ☼   |     |     |     |    |
|           | 職業健康與安全       | ☼    | ☼   |     |     |     |    |
|           | 員工多元化與平等機會    | ☼    | ☼   |     |     |     |    |
| 產品標示      | 產品及服務標示       | ☼    |     |     | ☼   | ☼   |    |
| 行銷溝通      | 行銷溝通          | ☼    |     |     | ☼   | ☼   |    |
| 供應商溯源管理   | 供應商環境評估       | ☼    |     | ☼   |     |     |    |
|           | 供應商人權評估       | ☼    |     | ☼   |     |     |    |
|           | 供應商社會衝擊評估     | ☼    |     | ☼   |     |     |    |

註：此表格僅揭露對應 GRI G4 考量面之重大議題；永續策略及資訊揭露透明所揭露之訊息為一般標準揭露，故不另外列出

### 1.3.3 管理方針揭露

| 考量面                        | 管理實績與展望   | 管理機制與未來規劃  |
|----------------------------|---|--|
| <b>重大議題：營運績效</b>           |   |  |
| 經濟績效                       | 2015 年銷售額約為 65 億元，稅後淨利較 2014 年度提高 61.52%。   | 聯華食品持續朝向多元創新，健康安心食品邁進，以滿足不同年齡層的零食需求，近年來營運穩健成長。   |
| <b>重大議題：法規遵循</b>           |   |  |
| 法規遵循<br>(包含環境 / 社會 / 產品責任) | 2015 年度裁罰事件已完全改正且符合相關法令。  | 品保單位每二星期進行一次法規鑑別，將法規變動之訊息告知廠內，以便即時因應。每月舉行之食安會議中，亦將近期發生之食安事件提出，檢討案例，以降低風險。                                      |
| <b>重大議題：員工福利與健康安全</b>      |   |  |
| 男女同酬                       | 2015 年因職務類型差異，男性與女性主管與薪酬比例分別為 1.24 : 1，非主管的男女性別薪酬比例為 1.13 : 1                       | 本公司針對所有員工之敘薪皆以職能為主，對於不同之性別、國籍、種族、信仰或黨派等皆一視同仁並公平對待。   |
| 職業健康與安全                    | 聯華未來將持續不斷投入設備及流程改良，為員工提供安全友善的工作環境，2016 年規劃 13 項優化專案正在進行。                            | 聯華食品設立行政管理處勞安部及設備工程處；分別負責統籌各項勞工安全衛生相關法規規定，以及機器設備研發、改善，如省力化 - 減少員工工作負荷及省人化 - 自動化設備導入，以點、線、面全方面性打造安全、穩定、健康的工作環境。 |
| 員工多元化與平等機會                 | 2015 年全年度訓練時數共 33,908 小時，聯華重視員工多元發展，為培養員工閱讀習慣與建立共通語言及文化，故定期推出空中讀書會分享，亦設立聯華圖書館供同仁借閱。 | 為配合公司營業規模擴張，聯華將持續投入關鍵人力的培訓與養成，包含：生產、資訊、品質等專業技術人才以及各階層管理人才。   |



| 考量面                             | 管理實績與展望  | 管理機制與未來規劃   |
|---------------------------------|--|---|
| <b>重大議題：產品標示</b>                |  |   |
| 產品及服務標示                         | <p>聯華食品發展 <b>Clean Label</b> 策略：</p> <p>健康性產品：產品不含任何食品添加物。</p> <p>嗜好性產品：產品降低食品添加物之使用。</p> <p><b>2015</b> 年也規畫推出首支 <b>100%</b> 完全無人工及化學添加物的沖泡飲品「全天然什穀堅果飲」</p> | <p>讓消費者跟公司有暢通的溝通管道，除了客服專線外，也可透過官網、FB 社群網站、聯華 E 購網等方式，來傳達意見，並也定期分析與檢討，以期提供消費者更滿意的產品與服務</p> |
| <b>重大議題：食品健康與營養</b>             |  |   |
| 產品及服務標示                         | <p>聯華食品發展 <b>Clean Label</b> 策略：</p> <p>健康性產品：產品不含任何食品添加物。</p> <p>嗜好性產品：產品降低食品添加物之使用。</p> <p><b>2015</b> 年也規畫推出首支 <b>100%</b> 完全無人工及化學添加物的沖泡飲品「全天然什穀堅果飲」</p> | <p>實現對消費者自然、安心、美味的承諾。推出新品時更是會依據消費者喜好進行產品的調整，未來產品發展方向與策略，將以優異的產品研發能力開發高品質新產品以擴大市場占有率。</p>  |
| <b>重大議題：行銷溝通</b>                |  |   |
| 行銷溝通                            | <p>聯華食品關注國內外休閒食品市場的動向，秉持著 " 自然、安心、美味 " 的消費者承諾，嚴格為消費者把關。</p>  | <p>為掌控食安風險，避免銷售有爭議之產品，聯華定期召開食安會議進行風險辨識與預防，同時亦對於法規的更新及相關食安新聞進行宣導以降低食安風險。</p>               |
| <b>重大議題：食品安全與品質管理</b>           |  |   |
| 顧客的健康與安全                        | <p>聯華食品各廠取得 <b>ISO22000</b> 品質認證，以最高標準的品質管控，致力於不斷創新，帶給消費者最優質的產品。</p>   | <p>聯華食品成立食品安全委員會定期檢視食安風險，落實原物料源頭管理，進行供應商評鑑、稽核，發揮功效讓公司遠離食安危機。</p>                          |
| <b>重大議題：供應商與溯源管理</b>            |  |   |
| 供應商環境評估<br>供應商人權評估<br>供應商社會衝擊評估 | <p>聯華具有完整的供應商追蹤溯源系統，食品與相關資訊在生產、加工、流通、銷售的每一階段中，都可以向上游或下游追溯與追蹤查詢，透過原料及產品供應鏈的透明化與可追溯化，提升產品品質與安全。</p>  | <p>檢討現有供應商評核條文，未來將新增供應商企業社會責任評核條文，檢視供應商在環境、社會等面向之表現，共同落實企業社會責任影響力。</p>                    |



# 2

## 最佳管理

### • 經營創新

#### 2.1 聯華的成長

2.1.1 經營現況

2.1.2 公司治理組織

2.1.3 風險控管





## 2.1 聯華的成長

聯華食品是台灣許多世代共同的味蕾記憶。可樂果、卡迪那、寶味、萬歲牌堅果等產品歷久彌新，元本山海苔更是逢年過節受歡迎的伴手禮。嚴守品質、素材的理念，更讓聯華安度多次食品添加物風波。然而，聯華並不因多年來的成功而自滿。

聯華從營運變革與 IT 變革兩個面向做起。營運面，投入多角化經營，看準便利商店的鮮食供應需求，**2001** 年創鮮食事業部門，**2007** 年針對東方人體質推出 **KGCHECK** 凱綺萃健康食品與窈窕管理品牌。IT 面則在董事長的支持下，於 **2002** 年建立集團 ERP 系統、**2005** 年導入商業智慧管理，整合銷售、庫存、採購、財務系統，增添科技競爭力。雙管齊下，聯華業績在 **10** 年間從 **34** 億成長至 **65** 億，營收與獲利能力都有亮眼表現。

### 2.1.1 經營現況

#### 經營策略

持續追求「學習、成長與績效」並據此驅動成為「自我演化」的學習型組織是本公司內部營運與生產策略的核心。落實此策略目標，聯華食品除了在共同願景的擘劃與溝通及人員教育訓練等組織及人力資本構面不斷深化。營運及生產構面則藉由豐田生產模式 (TPS) 及全面品質管理的推行以追求精實生產、杜絕浪費和持續改善。

全面品質管理 (TQM) 於 **2009** 年啟動，師法美國品管大師菲利浦·克勞斯比「不流淚的品管」之品質 4 定理及品質改善 14 步驟。TQM 的推行使得品質意識得以深植於公司各級人員心中之心智模式，並藉以激發自主品質改善活動，舉凡產品品質、生產作業品質、以及服務品質等均能日漸精進。緊接著，本公司自 **2013** 年起推行『豐田生產模式』，追求及時生產 (JIT) 並杜絕浪費，歷經三年的努力，無論在庫存低減、空間利用、人工效率、節能減碳等面向都有顯著的進步。另外，生產幹部若有機會接受此管理典範之洗禮，其生產管理能力普遍都能得到長足進步。

## 事業部介紹

聯華食品依照不同產品線分為三大事業部，包括休閒事業部、新生活事業部及鮮食事業部。

### 休閒事業部

聯華食品旗下有可樂果、卡迪那、滿天星、萬歲牌、元本山、荷卡廚坊等諸多老少咸宜、耳熟能詳的休閒明星商品，陪伴大家的快樂童年一起成長，針對不同年齡層的消費者，聯華食品開發不同口味及風格的產品，持續創新並引領休閒零食市場趨勢。



### 鮮食事業部

為滿足消費者兼顧健康美味與便利的需求，聯華食品於2001年成立鮮食事業部，生產便當、飯糰、麵類、壽司手捲、漢堡、三明治等鮮食產品供應超商客戶。嚴密的供應鏈平台管理與原物料品質管控，全程以12°C~18°C進行溫度控管，並以7°C以下及18°C兩種溫層配送，一日理貨兩次新鮮到店，以達成生產品質與商品安心安全美味的堅持。

### 新生活事業部

聯華食品旗下保健食品品牌「KGCHECK® 凱綺萃」以身心平衡為出發點，秉持嚴謹態度研發、慎選優質原料，堅持「剔除不必要成份」的精神製作，重視消費者食用安全與產品品質。KGCHECK® 凱綺萃提供全天候24小時照顧您的機能食品，以「Keep all Good 分享健康，喚醒美好」的服務精神，並透過品牌購物網（手機/PC）、Facebook、Line@ 提供顧客完善的售前及售後服務。



註：2016 新生活事業部已併入休閒事業部。

## 營業據點分布圖



聯華食品 2015 年度合併營收淨額計新台幣 6,456,465 仟元。在經營利益方面，合併稅前淨利為新台幣 437,769 仟元，合併稅後淨利為新台幣 358,694 仟元，每股稅後盈餘新台幣 2.41 元；稅後淨利較 2014 年度提高 61.52%。

2015 年銷售額約為 65 億元，產品可區分為休閒食品與鮮食兩大類，2015 年銷售額占比分別為 54%( 休閒食品 ) 及 46%( 鮮食 )。本公司休閒產品長久以來，為大人小孩帶來無數回憶與樂趣，目前實體通路涵蓋各大量販店、超商、超市及經銷等通路，市場接受度最高的三項產品類及其 2015 年度營收佔比分別為，堅果類佔 39% 最高，休閒食品類佔 35% 次之、海苔類佔 20%；2015 年在休閒食品類更開發新產品「卡迪那北海道薯條」，利用真空油炸生產方式，深受消費者之喜愛。( 聯華近兩年財務績效表現如下表，更多詳細資訊請參考年報：

[http://fs.lianhwa.com.tw/upload/upload\\_file/file\\_name\\_97.pdf?1465868819](http://fs.lianhwa.com.tw/upload/upload_file/file_name_97.pdf?1465868819)。



單位：新台幣仟元

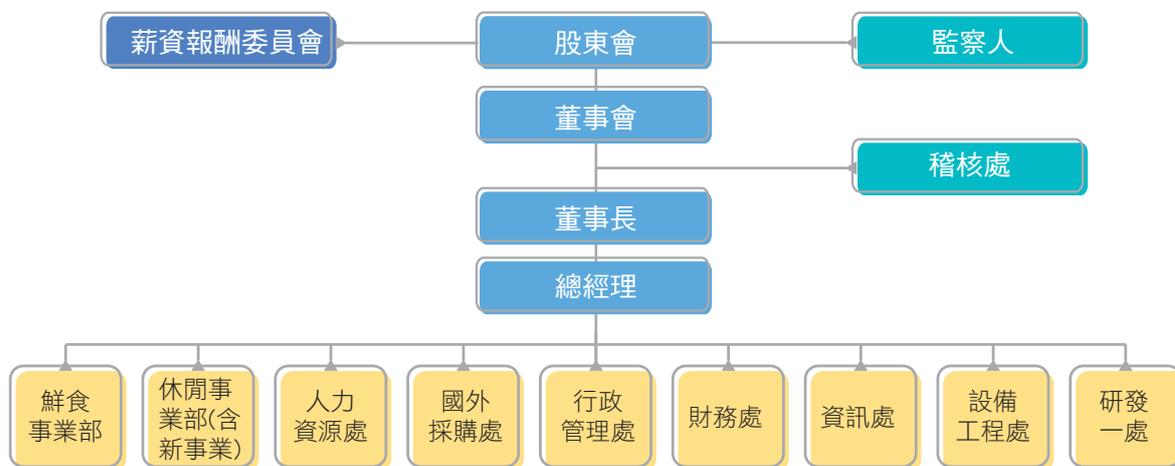
| 分析項目  |             | 年度 | 2015 年度   | 2014 年度 (重編前) |
|---|-------------|----|-----------|---------------|
| 財務收支<br> | 營業收入淨額      |    | 6,456,465 | 5,893,261     |
|   | 營業成本        |    | 5,152,725 | 4,654,789     |
|   | 營業費用        |    | 950,732   | 1,012,138     |
|   | 營業淨利        |    | 353,008   | 226,334       |
|   | 營業外收入及支出    |    | 84,761    | 36,987        |
|   | 稅前淨利        |    | 437,769   | 263,321       |
|   | 本期淨利        |    | 358,694   | 222,074       |
| 獲利能力<br> | 資產報酬率 (%)   |    | 6.11      | 4.28          |
|   | 股東權益報酬率 (%) |    | 13.22     | 8.63          |
|   | 純益率 (%)     |    | 5.56      | 3.77          |
|   | 每股盈餘 (元)    |    | 2.41      | 1.5           |

### 短中長期目標與計劃



## 2.1.2 公司治理組織

聯華食品公司組織圖



註：新生活事業部已於 2016 年納入休閒事業部

### 董事會成員

聯華食品董事會與薪酬委員會成員共有 12 人，其中董監事共 9 位，包含 2 位法人代表。董事會成員是以其專業及學經歷作為聘任考量，董事會成員其中一位為女性，其餘皆為男性。除薪酬委員會其中一人年齡區間為 40~50 歲之外，其餘 11 人皆為 50 歲以上。

聯華食品董事會指定之議事單位為財務處，負責擬訂及收集董事會議事內容。董事會每季至少召開一次，2015 年董事會共開會 5 次。聯華食品預計於 2016 年設置兩席獨立董事，以強化公司治理。

| 職稱  | 姓名                  | 主要經(學)歷 | 目前兼任本公司及其他公司之職務  |
|-----|---------------------|---------|--|
| 董事長 | 李開源                 | 中原大學    | 本公司董事長<br>成吉投資股份有限公司董事長<br>Lian Hwa Investment 董事<br>Candina Internation Holding 董事<br>北京聯華食品工業有限公司董事長<br>新疆喀什卡迪那有限公司董事長 |
| 董事  | 李開勳                 | 淡江大學    | 本公司總經理<br>成吉投資股份有限公司董事<br>Lian Hwa Investment 董事<br>Candina Internation Holding 董事<br>北京聯華食品工業有限公司董事                     |
| 董事  | 鑫德投資有限公司<br>代表人 楊肇權 | 政治大學    | 無  |
| 董事  | 陳春光                 | 淡江大學    | 銘誠有限公司董事長<br>橡木桶洋酒股份有限公司董事<br>無兼任本公司職務   |



| 職稱  | 姓名                  | 主要經(學)歷       | 目前兼任本公司及其他公司之職務                              |
|-----|---------------------|---------------|--|
| 董事  | 簡茂男                 | 臺灣大學          | 宣昶股份有限公司監察人<br>無兼任本公司職務                      |
| 董事  | 邱坤海<br>(104.3 辭任)   | 東海大學          | 無  |
| 董事  | 葉安義                 | 美國蒙他那州立<br>大學 | 國立台灣大學生物資源暨農學院食品科技研<br>究所特聘教授<br>無兼任本公司職務    |
| 董事  | 黃瓊萱                 | 臺灣大學          | 財團法人全國認證基金會、資深認證評審員<br>無兼任本公司職務              |
| 監察人 | 陳文松                 | 臺灣大學          | 陳文松律師事務所執業律師<br>光隆實業股份有限公司薪酬委員<br>無兼任本公司職務   |
| 監察人 | 國衡投資有限公司<br>代表人：張蔚誠 | 政治大學          | 資信聯合會計師事務所執業會計師<br>新疆喀什卡迪那有限公司董事<br>無兼任本公司職務 |

### 薪酬委員會

主要職掌為代表董事會以專業客觀的角度就本公司董事、監察人及經理人之薪資報酬、福利政策及制度予以評估，並向董事會提出建議，以供其決策參考。

聯華食品之薪資報酬委員會委員共計 3 人，訂定董事、監察人及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構，並定期檢討將所提建議提報董事會決議。2015 年召開會議 2 次，所有委員均 100% 出席。

| 職稱  | 姓名  | 主要現職              | 出席率  |
|-----|-----|-------------------|------|
| 召集人 | 簡文成 | 勞資雙贏企管顧問公司 總經理    | 100% |
| 委員  | 林文政 | 中央大學人力資源管理研究所 副教授 | 100% |
| 委員  | 朱建平 | 雲朗觀光集團 人資總監       | 100% |

### 稽核單位組成

本公司依照「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」之規定，成立稽核處，直屬董事會獨立運作。部門人員之組成，皆由符合金管會要求之內部稽核人員擔任，且每年亦依規定進行持續進修，以增進內部稽核能力。

稽核處依規定擬訂年度稽核計畫，包括每月應稽核之項目及受查廠區，且確實執行。每年底將年度稽核計畫提報董事會，依「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」之規定，排定各項作業循環之稽核計畫，至各單位針對其作業循環進行查核，如有重大異常事項，逕於董事會中提報說明。各項作業查核結果，亦依法於主管機關規定之資訊系統內進行申報。

## CSR 政策與委員會

為確保 CSR 策略與企業經營方向一致，聯華食品自 2015 年底成立 CSR 政策委員會，由「公司治理小組」、「食品安全暨顧客關係小組」、「員工照顧小組」、「環境永續小組」、「社會關懷小組」、「產品與研發小組」、「供應鏈與製程安全小組」六大權責小組組成，各小組委員係由聯華食品經理級以上主管兼任，各小組成員再根據議題類別由不同部門所組成，將企業資源整合，期能將 CSR 核心價值落實於每部門的策略規劃，強化執行效果

## CSR 委員會權責說明

| 角 色         | 權 責   |
|-------------|---|
| 主任委員        | 負責全公司 CSR 策略與相關決策核定   |
| 執行秘書        | 負責相關事務與聯繫   |
| 公司治理小組      | <ul style="list-style-type: none"><li>負責企業永續經營公司治理相關規劃作業</li><li>以健全組織公司治理實踐為主要工作項目</li><li>依循相關規定，注重股東權益，強化董事會運作</li></ul>           |
| 食品安全暨顧客關係小組 | <ul style="list-style-type: none"><li>確保產品符合客戶在品質、安心、美味之要求</li><li>食品履歷與原物料溯源管理</li><li>對產品與服務提供完整資訊及有效的申訴管道</li><li>客訴案件處理</li></ul> |
| 員工照顧小組      | <ul style="list-style-type: none"><li>負責員工權益、人權、人才培育之相關作業</li><li>對於薪酬及福利、教育訓練、職能災害預防等全方位員工關懷進行規劃與實踐</li></ul>                        |
| 環境永續小組      | <ul style="list-style-type: none"><li>負責產品與服務上環境永續的相關作業</li><li>提升作業中能源的使用效率並減少溫室氣體排放</li><li>考量資源利用，致力於廢棄物減量及水資源利用</li></ul>         |
| 社會關懷小組      | <ul style="list-style-type: none"><li>負責規劃並統籌相關社會參與活動</li></ul>   |
| 產品與研發小組     | <ul style="list-style-type: none"><li>負責產品研發與生產改進作業</li><li>確保生產過程能夠更加環保與低汙染</li></ul>  |
| 供應鏈與製程安全小組  | <ul style="list-style-type: none"><li>供應商評鑑、稽核與風險管理</li><li>廠區 5S 之推動</li><li>ISO 20002 之落實</li></ul>                                 |

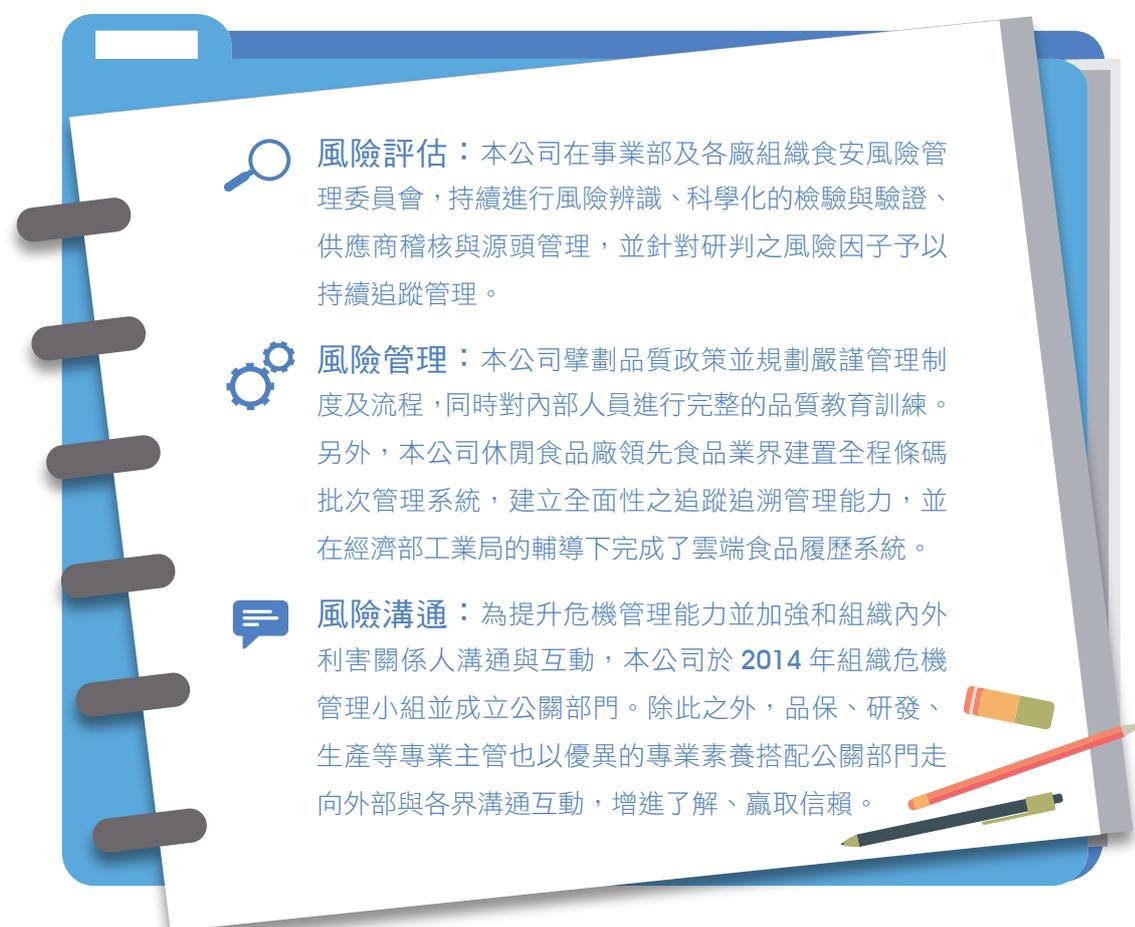


## 2.1.3 風險控管

### 食安風險

近年層出不窮的食品安全問題是本公司內部考量認為最主要的營運風險之一。受到食品安全事件頻傳影響，使得民眾對於國內加工食品信心下滑，本公司營運亦受到波及。為確保顧客健康及權益，審慎選用原料並加強工廠內部管理，避免產出異常產品。即使本公司品管或原料一切安全無慮，但因同業行為而使本公司遭外界誤傳、誤導而引發負面影響。

鑑於食安風險管理之重要，本公司遵循國際食品安全管理體系精神，依三大支柱建構管理系統，包含「風險評估」、「風險管理」及「風險溝通」。



- 風險評估：**本公司在事業部及各廠組織食安風險管理委員會，持續進行風險辨識、科學化的檢驗與驗證、供應商稽核與源頭管理，並針對研判之風險因子予以持續追蹤管理。
- 風險管理：**本公司擘劃品質政策並規劃嚴謹管理制度及流程，同時對內部人員進行完整的品質教育訓練。另外，本公司休閒食品廠領先食品業界建置全程條碼批次管理系統，建立全面性之追蹤追溯管理能力，並在經濟部工業局的輔導下完成了雲端食品履歷系統。
- 風險溝通：**為提升危機管理能力並加強和組織內外利害關係人溝通與互動，本公司於 2014 年組織危機管理小組並成立公關部門。除此之外，品保、研發、生產等專業主管也以優異的專業素養搭配公關部門走向外部與各界溝通互動，增進了解、贏取信賴。

### 氣候風險

由於全球溫室氣體排放增加，除了地球溫度不斷升高外，也使得全球氣候因此驟變，而氣候的異常對於食品產業而言，實則是影響存亡的關鍵，因為不論旱災或暴雨都可能影響原物料的供應，一旦供需失衡，全球原物料的價格將因此升高，甚至造成買家搶貨、囤積庫存。也因為原物料的採購價格對食品產業有重大影響，對此，聯華食品除了嚴密監控原物料的價格趨勢外，也會在價格相對理想且原料品質良好時適當的提高安全庫存，藉此降低原物料短缺的風險，持續供應國人優質的產品。

## 危機處理

近年來媒體及消費者對於食品安全的議題也日趨重視，許多訊息或謠言可能藉由大眾媒體、社群網站傳播渲染，以至於影響企業商譽，為迅速因應及妥善處理可能發生的媒體危機，聯華食品訂定「媒體危機處理流程」，並由總經理擔任「危機管理小組」召集人，只要發現有任何可能產生危機的因子，由公關部評估後立即回報，由該小組召集人啟動危機管理小組會議，並依各類型危機分工指揮及協調各相關部門及人員，在第一時間釐清事實真相，擬定內外溝通計畫，明確且快速地將公司對於此危機事件之態度及處理方式對外傳遞，將危機降至最低。流程如下



## 法律遵循

聯華食品恪遵食品衛生安全管理法以及食品衛生安全管理法施行細則，2015 年有 1 件因廣告涉誇張易生誤解而違反食品安全衛生管理法第 28 條第 1 項，裁罰四萬元，另有 7 件行政指導，主要乃因涉及產品原物料標示、廣告不實、未標示警語等情事，皆已完全改正且符合相關法令。

其中關於 2015 年 5 月份蘆薈素含量標示疑義案件，由於該年食藥署提出的「蘆薈食品管理」規定，並訂定標準值而未明確公告，卻在同年 5 月公布產品違規。儘管在聯華生產產品時，標準值尚未訂定，然仍依照主管機關要求進行產品回收及銷毀程序完成，現未再販售此產品。

另有一件環境裁罰，因彰化廠放置廢棄物專區未保持乾燥，依廢棄物清理法裁罰新台幣 6,000 元並已完成改善；在社會勞工方面，主要因為勞動工時、外籍員工聘用（仲介疏失）、作業空間環境改善等因素，涉及勞動基準法之裁罰事件共 5 件、職業安全衛生 7 件、就業服務法 1 件，裁罰金額共計 480,000 元，均已完成改善。

### 2.1.4 榮耀與獎項

| 公協會名稱          | 會員資格 |
|----------------|------|
| 台北市工業會         | 理事   |
| 台灣糖菓餅乾麵食工業同業公會 | 常務理事 |
| 中華民國關稅協會       | 會員   |

| 獎項名稱                 | 成果 |
|----------------------|----|
| 2016 企業永續報告獎 - 傳統製造業 | 銅獎 |





# 3

## 健康安心

### • 食安保障

#### 3.1 產品創新

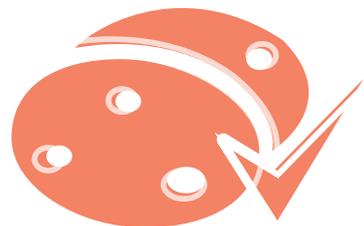
- 3.1.1 健康主張
- 3.1.2 通路管理
- 3.1.3 滿足多元客戶

#### 3.2 食在安心

- 3.2.1 安心履歷
- 3.2.2 智慧管理
- 3.2.3 原物料追蹤管理
- 3.2.4 供應商管理

#### 3.3 品質把關

- 3.3.1 安全防線-實驗室設置
- 3.3.2 品質管理



## 3.1 產品創新

“每一件交付到消費者手中的產品，  
都是我們的承諾”

### 3.1.1 健康創新

#### 產品研發

研發是公司發展的火車頭，影響公司的未來，聯華食品每年投入的研發費用，逐年增加，期以開發更多符合健康概念的產品服務消費者。同時，研發人員亦是公司重要資產，每年投入大量教育訓練，強化研發組織，成為完整的作戰團隊。近來也積極成立研發實驗工廠，配備小型實驗機台，從新產品的原型、製程條件、品質監控重點、全製程加工變化的曲線，都可以清楚掌握，對正式大量生產及原料些微變化，都能快速反應，大幅縮短產品開發時程。

近年來食安風暴影響食品產業甚鉅，產品成分是否天然及健康已經成為消費者的第一考量要素。聯華食品發展 **Clean Label** 策略如下：

## Clean Label

起源於歐盟，由通路商發起。原則上是指食品必須是天然、有機的，其中添加物愈少愈好，除非不得已，不使用添加物。

健康性產品：產品不含任何食品添加物。

嗜好性產品：產品降低食品添加物之使用。

基於上述研發理念，為守護國人的健康，聯華食品於 2015 年也規畫推出首支 100% 完全無人工及化學添加物的沖泡飲品「全天然什穀堅果飲」，採用 100% 天然食材，以穀物及堅果原粒研磨製成，完全不添加任何人工及化學添加物。包裝上採用充氮保鮮，保持堅果豐富的油脂與穀物的營養與新鮮，這項產品更提出八大安心保證：無香精/香料、無色素、無奶精、無人工甘味劑、無反式脂肪、無防腐劑、無增稠劑、無化學添加物，要讓消費者對自己吃下去的東西，感到完全安心；並於同年向國外有機廠商簽訂製作合約，期望 2016 年推出全天然沖泡飲，提供國人更優質的選擇。

在研發過程中均使用天然香料，並於進口前向政府機關取得登錄字號，確實揭露秘方原料的組成成分，務必確保所有的原料均符合國內法規標準。除此之外，進口產品也逐筆登錄於衛福部「非追不可」的系統中，消費者可安心使用。



## 健康產品

現今社會健康意識抬頭，休閒零食必須走向相對健康的零食概念，主要投入的產品創新與研發專案如下。

- ★ 可樂果為知名的本土休閒零食，早已融入消費者的日常生活當中，陪伴大家共同成長，因此擬透過專業的製程技術改進，降低可樂果產品的含油量，同時保有美味、無負擔。



### 可樂果Light系列

經典可樂果大變身，經過專業製程改善與脫油設備引進，成功將可樂果含油量降低**20%**。在降低含油量的同時，卻又能保有可樂果產品原本的香、酥、脆，美味不負擔!!

- ★ 海苔具有豐富纖維與礦物質、維生素等，是大人小孩都十分喜愛的健康零食。而堅果具有不飽和脂肪酸，更被每日飲食指南所建議，每日適量堅果可有助於人體健康。

### 海苔堅果夾心系列

成功開發出元本山海苔堅果夾心系列產品，精選元本山香脆海苔，內夾萬歲牌嚴選堅果，同時呈現海苔的健康與堅果的營養。

- ★ 根據衛生福利部國民健康署所頒布的每日飲食指南指出，每日適量堅果有益身體健康。堅果富含不飽和脂肪酸，有助於心血管疾病之預防。為避免添加物造成健康負擔，萬歲牌堅果擬推出無調味的健康烘焙系列，讓消費者真正品嚐到嚴選堅果經過細心烘焙後的香脆口感與營養，卻沒有食品添加物、香料、香精、過鹹、過甜等負擔。



### 無調味健康烘焙堅果系列

萬歲牌嚴選頂級綜合堅果，產品完全無調味，經低溫烘焙保留堅果原始果香與營養素，多種堅果富含膳食纖維可促進腸胃蠕動，堅果含有不飽和脂肪酸，能維持身體機能健康。

### 低負擔 ( 低納、低熱量 ) 的產品類別與銷售量佔比

| 產品類別                  | 銷售比例   | 備註                      |
|-----------------------|--------|-------------------------|
| 萬歲牌堅果：薄鹽堅果、薄鹽核桃、無調味堅果 | 16.68% | 低鈉 [* 每 100g 小於 120 毫克] |
| 荷卡濃湯麵                 | 100%   | 熱量宣稱，每杯熱量低於 178 大卡      |
| 荷卡輕窈纖穀飲               | 100%   | 熱量宣稱，每包熱量低於 98 大卡       |

另外，由於鮮食事業部為客戶之鮮食代工廠，隨著未來社會呈小家庭、個人化及高齡化的時代帶動需求對於鮮食市場持續秉持「安心品質」、「就近購買」、「適量包裝」等經營策略深化市場。聯華鮮食商品開發部以滿足客戶期望，看準外食商機，不斷進行產品升級，滿足國人飲食均衡營養需求。鮮食商品開發部更進一步配合客戶開發多樣化的輕食商品，希望藉由不斷創新的商品，滿足各族群的外食需求，並給予消費最新鮮、安全、美味的鮮食品味。

聯華食品公司積極進行研發作業，就是為了提供源源不絕令顧客滿意的產品與服務，今後也秉持這個理念，持續的深化本公司產品的健康比重及形象，並善盡企業社會責任。

### 3.1.2 滿足多元客戶

#### 多樣化產品

聯華食品旗下的休閒食品品牌是陪伴著許多台灣人成長的零食。正因如此聯華食品持續多元創新以滿足不同年齡層的零食需求，推出減油 20% 之可樂果 Light，讓消費者可以吃的更無負擔；堅果專家萬歲牌除了提供消費者各式各樣富含營養的堅果產品外，更於 2007 年起推出沖泡式堅果飲及燕麥堅果飲系列產品，配方經由中山醫學大學健康餐飲管理學系指導調配，內含堅果的營養及豐富的五穀，提供消費者健康營養新選擇。



Joy in every Bite!





聯華食品旗下休閒零食多元化發展，也不斷的尋求突破以滿足不同年齡層對於零食的要求，例如：小朋友雖然是零食類產品的主力食用者，但考量到健康的議題，因此推出符合兒童食用之食品規範（低糖、非油炸）的草莓甜星，讓小朋友也能選擇相對健康的休閒食品；

此外，現代人普遍面臨壓力過大的情況，尤其是出社會的這群大人們，面對各式各樣的生活壓力，紓壓的最佳選擇就是吃零食，因此卡迪那 95 度 C 薯條系列產品主張「堅持原味～我的大人味」希望開創出專屬大人味的零食品類。「大人味的零食」代表的不只是更優質的口味，更是一種能讓人感同身受的生活滋味。卡迪那 95°C 薯條，利用獨家 95°C 低溫真空工法，封存住馬鈴薯的原味，並降低了高溫油炸可能產生的危害因子（丙烯醯胺、焦黑物）。



卡迪那 95°C 對原味的堅持也希望傳遞給不同人生階段的大人們，提醒每個人都別忘了所有事物的初衷，應該試著找回心中那份堅持，就能找到屬於自己最好的大人味！



Light tv：  
<https://www.youtube.com/user/KolokoLight>

### 廣告行銷

聯華食品一直以來透過實體的活動與消費者接觸，消費者的體驗與建議是我們重要的回饋，除此之外我們也藉由大眾傳播媒體（電視、平面）傳達品牌理念，然而隨著網路科技的發達，本公司也持續透過各種社群媒體強化和消費者間的雙向溝通，除了品牌粉絲團外，可樂果更是領先各家休閒零食品牌，率先於 Youtube 上設了專屬的官方頻道 "Light TV 胆亮頻道"，有別於傳統電視廣告內容多是 "單向宣告式的內容"，Light TV 是企圖透過各種消費者喜愛的娛樂內容來建立品牌好感度。

## 溝通管道

公司為傾聽顧客聲音，讓消費者跟公司有暢通的溝通管道，因此，除了基本的客服專線外，也可透過官網、FB 粉絲團、聯華 E 購網等等的方式，來傳達意見。

對於消費者的意見我們虛心接受，也定期分析與檢討，以期提供消費者更滿意的產品與服務。

聯華食品重視客戶意見，為即時並效率處理客戶問題，本公司提供多元服務管道，當接獲客戶反應，將於工作日受理並於承辦案件當天以客戶指定方式答覆或以電話、手機簡訊、電子郵件等方式提供解決方案。

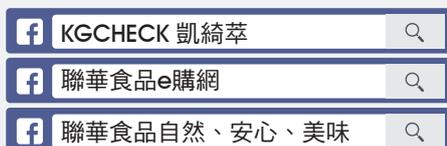
## 客戶申訴管道



0800客戶服務專線：  
0800-321-003、0800-311-023



FACEBOOK平台搜尋：



電子郵件服務信箱：  
kgcheck@lianhwa.com.tw  
service@lianhwa.com.tw



LINE通訊軟體：  
KGCHECK 凱綺萃



官方網站留言：  
KGCHECK 凱綺萃<http://shop.kgcheck.com.tw/>  
聯華食品e購網<http://shop.lianhwa.com.tw/>  
聯華官網<http://www.lianhwa.com.tw/>

## 客戶受理及回應申訴程序：



發生客戶申訴事件時，由客訴承辦人員進行申訴內容調查，並提供解決方案。

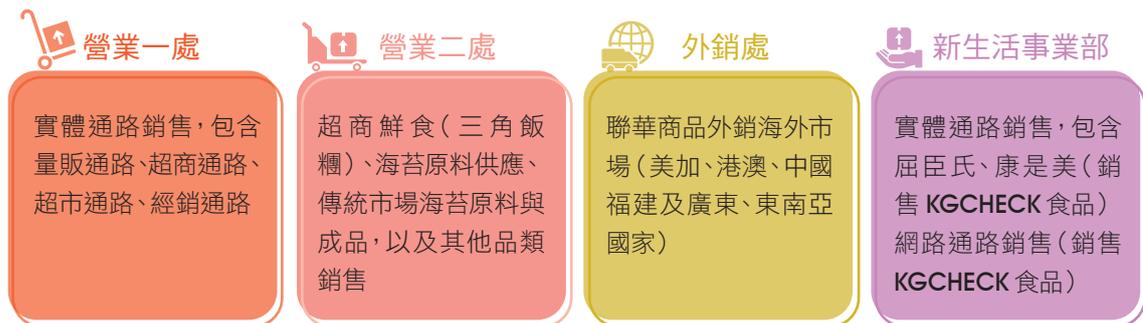


如案件需轉派相關單位，承辦人員需追蹤回覆進度及處理結果。



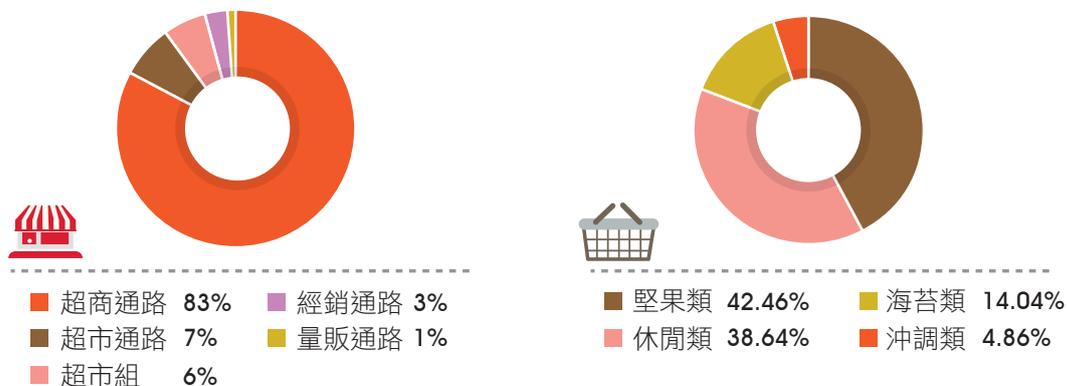
## 通路管理

為了符合不同客戶族群的消費屬性，聯華食品主要分為以下四個之營業單位，依據通路及產品線之不同，各單位之分工能有效處理商品進銷存等日常業務，並滿足客戶需求與服務品質。



## 實體通路拓展概況及經營重心變化

目前實體通路涵蓋各大量販店、超商、超市、軍公教及經銷通路等，其店數占比分配如下圖所示：



聯華食品產品可區分為四大品類，2015 年銷售額占比，以堅果類 14.1 億（42.46%）為最高，其次是休閒食品類 38.64%、海苔類 14.04%、沖調類 4.86%。其中堅果類由原本的三面封包裝調整為四面封夾鏈包，照顧到消費者取用及保存方便。

## 邁入電子商務 E-shopping

2015 下半年新事業部，通路經營重心由實體通路轉移至電子商務，新事業部門以銷售高單價保健商品為主，在面臨市場環境的變遷，實體通路經營越趨艱難。因評估購買保健食品的客戶族群忠誠度較高，此類消費者對於商品資訊依賴性也高，透過網路便捷的特性，能及時提供大量商品的資訊與快速的物流服務，可滿足這群消費者。

網路購物逐漸成為消費主流，調查報告顯示，消費者每周平均會花費 225 分鐘在網路上瀏覽商品，18% 消費者會因為在手機上看到便宜的商品而離開實體店面，28% 的線上交易發生在手機或電腦上完成。

網路購物帶給消費者更方便與資訊分享的體驗，上網購物已經成為消費購物的行為，電子商務的發展勢必成為一個很重的課題。因此新生活事業部隨著這個網路購物發展的趨勢，於 2015 年調整經營的策略，希望提供更好的購物體驗及服務給客戶。

## 3.2 食在安心

### 3.2.1 安心履歷

聯華食品除取得 HACCP、ISO22000 產品認證外，更在多年前就做到溯源管理，獲得 FSSC22000 最高等級認證，可在短時間內取得溯源管理資料。公司自 2010 年即投入資源建置私有雲管理平台，內部追溯追蹤系統建置完善，並於 2012 年向政府提出「聯華食品供應鏈安心美味升級計劃」，基於先前的基礎上順利將私有雲資料串接至公有雲，成為國內食品履歷系統建置的首批示範廠商之一。

聯華食品「安心履歷」正式宣布上線，這是公司的一大里程碑，身為食品業者須為產品的安全與品質做最嚴格的把關，才是負責的態度。除了自行檢驗項目，更需要第三方驗證資訊來強化產品的安全性，包括農藥殘留檢驗及外部實驗檢驗報告等。

食品履歷系統並非只是追求華麗的外表，而是要有全面且實質的內涵，安心履歷將所有產品資訊公開透明，讓消費者看明白自己吃進甚麼。而隨著產品的多樣性及消費者各項不同的需求變化日增，從產地源頭之原料各批次管控，廠內儲存環境、料品儲位管理，加上各個階段的製程追蹤紀錄及檢驗的大量資料，所有資訊詳實串接難度相對非常的高，而目前安心履歷涵蓋聯華食品旗下所有休閒品牌商品，總計 500 餘支產品品項，覆蓋率高達 99%，現今市面流通品項仍有 200 餘支。



Joy in every Bite!

36



### 追蹤溯源 QR code

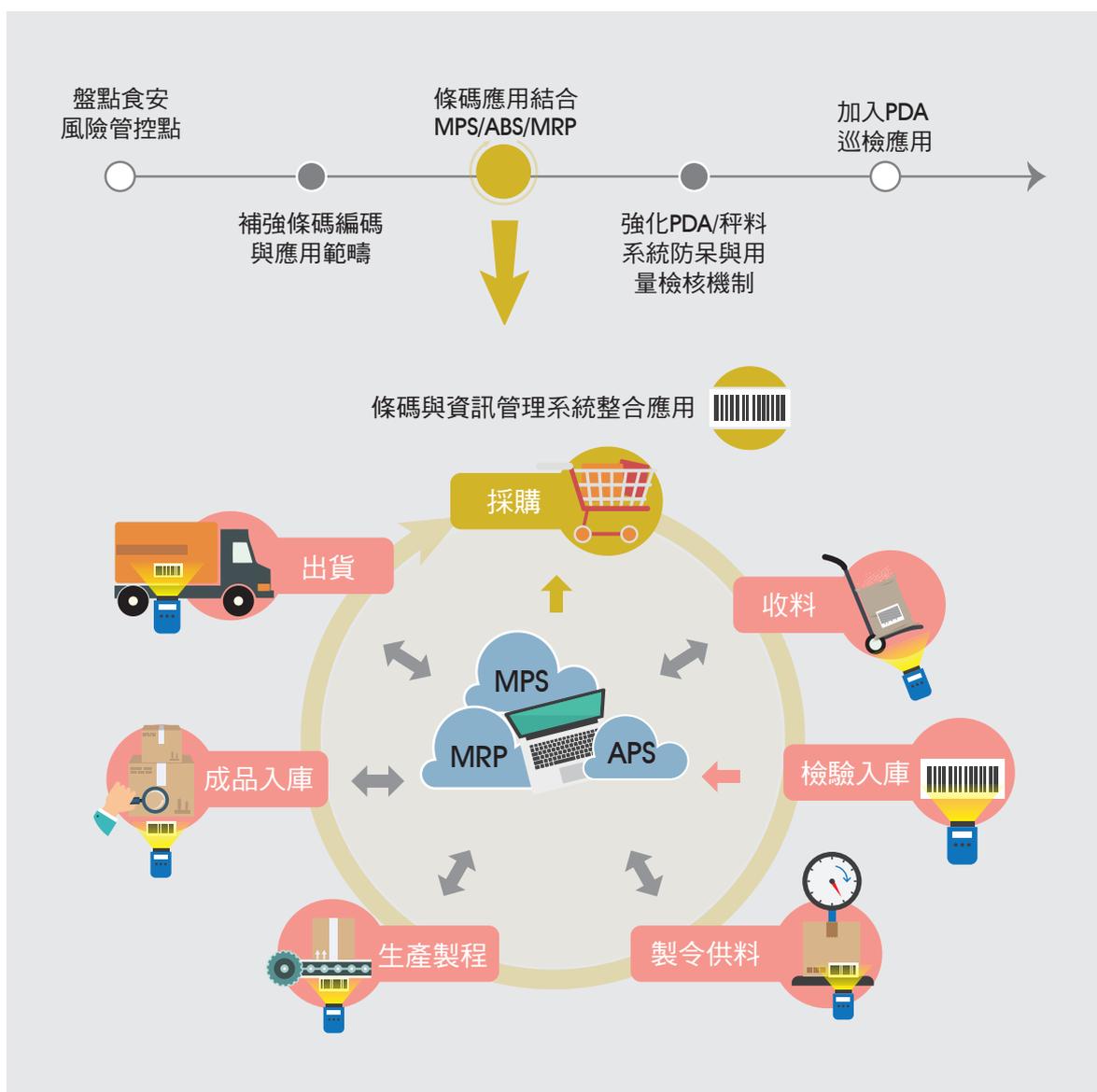
以「全天然什穀堅果飲」為例，每包產品都有身分證，只要用手機輕掃包裝 QR Code，直接連接到聯華食品「安心履歷」，產品資訊一覽無遺，包括原料來源、原料檢驗、成品檢驗內容全部透明公開。

聯華食品安心履歷：

<http://anshin.lianhwa.com.tw/AnShin/index.do>

### 3.2.2 智慧管理

聯華食品透過智慧化的管理模式取得價值鏈最佳化，對於供應商端與顧客端與公司間的價值鏈分析需進行相關價值溪流分析，以了解價值鏈最佳化的關鍵與改善課題。兩年前因為追蹤追溯推動上，已將供應商端納入，並透過供應商評鑑與條碼化作業，除了能將品質水準提升，還能降低批號管理作業的人工與時間浪費，作為與供應商端價值鏈最佳化的第一步。對於顧客端價值鏈最佳化，目前是以維持顧客庫存水準，並能預視需求為主要目標，由於公司生產採 MTS 模式，必須能自動巡檢顧客庫存，適時啟動生產、補貨等機制。







### 3.2.3 原物料追蹤管理

自 2014 年完成成品、原料、半成品全品項之批次管控後，更於 2015 年配合衛生福利部食藥署規範，與食品直接接觸之包裝容器，進行批次管控以利追蹤追溯查詢。

截至 2015 年底前已完成包裝袋、乾燥劑、PE 罐等 630 項物料及包装材料容器之批次管控，並可進行完整追蹤追溯之能力。資訊系統於 2015 年增加 PDA 退料與投料錯誤預警之檢核機制，縮短每日工單結單時間。

聯華食品藉由食品供應鏈的透明化，提高追溯食品來源與追蹤食品流向的能力，也提高食品安全。聯華食品休閒廠對於產品流向及原料來源均有相關管理制度。從原物料的來源、批號、進料檢驗、用量等，均有相關原料檢驗記錄，對於產品的生產流程亦有生產記錄，以及成品的出貨流向等，均有詳實的記錄可供查閱，配合廠內進銷存管理系統，可有效追蹤到原料源頭或末端成品，且早於政府【食安五非政策】法規規定前，聯華食品自源頭以食品級原料進口通報關即嚴格執行【非報不可】，接著從廠商來料檢驗、廠內各項自主檢驗之【非驗不可】以及通過各項第三方驗證機構之【非稽不可】，而自 2015 年 5 月前已完成食品業者登錄【非登不可】，自 2016 年 2 月起，正式於【非追不可】網站上進行資料登錄，亦有利於產品追蹤追溯之執行。

### 3.2.4 供應商管理

本公司主要採購原物料類別為海苔、開心果、杏仁果、腰果、豌豆仁及馬鈴薯。其中馬鈴薯採購主要來自為台灣地區，當國內鮮薯數量不足時，則自美國進口鮮薯，其餘品項則分別向美國、歐洲、日韓以及東南亞等國家採購。

因此，聯華食品對於國內外合作廠商的資格審核、原物料的品質規格以及生產環境的衛生狀況均嚴格把關，除了向國際知名大廠採購外，同時也要求供應商提供 TQF、HACCP、ISO、BRC 等相關的認證。另外，除了每年定期針對供應商的品質、交期進行評鑑外，本公司採購、品保、研發人員亦會不定期至國外訪查供應商，**2015 年度國外稽核達 8 次**，針對所見的缺失立即提出改善建議，確實做好為國人健康把關的任務。

由於供應商眾多，本公司為落實供應商全面稽核，採兩年輪替，**2015 年國內實際稽核占比為 38.93%**，國內稽核次數達 **58 次**，。實際供應商稽核結果合格比例為 **89.66%**，其餘主要考量製程與環境因素不合本公司規範而未納入合格供應商。

有鑑於源頭管理日益重要，因此，重新檢視現有供應商現場評核模式，改善機制從二方面著手：



#### 1 建立專責供應商稽核小組

現有供應商現場評核由資材、研發、品保三個單位組成，難免有時間衝突，造成供應商評核時間延誤，成立專責小組，則可專心做好供應商現場評核工作。



#### 2 檢討現有供應商評核條文

進行供應商評核時診斷出供應商之體質，因此重擬評核條文，經數次修改，約擬定**90**多項條文。其中包括檢視供應商的企業社會責任作為，以了解該供應商是否對環境、勞工安全有負面衝擊。

**2015 年** 休閒廠品保聘請 **SGS** 專業稽核講師，講授供應商評核相關技巧及注意事項，以強化評核人員之專業能力，並列出供應商的企業社會責任作為評核條文，未來將與供應商夥伴共同落實企業社會責任。





### 3.3 品質把關

持續精進管理手法，原料、半成品、成品到出貨由傳統表單管控，轉換科技化標籤條碼系統為主，表單為輔，大幅降低人工作業缺失。所有同仁貫徹世界品質先生 - 菲利浦·克勞士比 (Philip B. Crosby) 提出的品質四定理，以能防患未然的系統做為品管制度，砥礪聯華食品持續產出高品質的產品。

聯華食品重視同仁對於食品安全知識深化，休閒廠於 2015 年舉辦全廠食品安全衛生講習，邀請食藥署鄭維智科長主講「食品良好衛生標章認證」(GHP)，提升從業人員對 GHP 的認識，另外亦請聘請國衛院陳慧誠博士主講食品安全正確知識，食的安心，讓同仁對食品風險有基本的認識與常識。

#### 3.3.1 安全防線 - 實驗室設置

聯華食品為維護消費者飲食之安全，各廠區所產出的成品符合食品安全，聯華食品已建立食品實驗室，針對食品安全有相關影響的菌種均加以檢驗管理，例如金黃色葡萄球菌、沙門氏桿菌、腸炎弧菌、仙人掌桿菌等，以及產品的原料、半成品、成品、生產人員、空間、設備等，確保產品品質安全穩定。本公司所有廠區及其所生產食品均 100% 受到完善的食品衛生安全評估與管理。同時亦針對原料之風險項目定期抽樣送檢，落實食品安全相關管理。

##### 休閒廠實驗室設置與檢驗

聯華食品休閒林口廠為強化實驗室功能，重整精密實驗室，且為提升檢驗效率增購快速分析檢驗設備。精密實驗室重新安裝 HPLC、AA 及 GC，為未來檢驗黃麴毒素及重金屬做準備。

##### 添購檢驗儀器

| 設備名稱    | 檢驗項目        | 目的         |
|---------|-------------|------------|
| 電位差滴定儀  | 鹽分分析        | 提升檢驗準確率及效率 |
| 氧氣分析儀   | 成品殘氧量監控     | 品質監控       |
| 多重成分分析儀 | 休閒食品含油量快速檢驗 | 提升檢驗效率     |
| 純水機     | 製造純水        | 提升檢驗準確率及效率 |

單位：金額(仟元)

| 休閒廠實驗室支出    |       |       |
|-------------|-------|-------|
| 項目          | 2014年 | 2015年 |
| 消耗品         | 571   | 705   |
| 雜項購置金額      | 159   | 263   |
| 實驗室設備折舊     | --    | 238   |
| 委外檢驗費用      | 4,327 | 4,878 |
| 人力費用        | 1,730 | 1,718 |
| 合計          | 6,787 | 7,802 |
| 占休閒廠營業收入百分比 | 0.21% | 0.22% |

#### 鮮食廠實驗室設置與檢驗

鮮食事業部各廠實驗室檢驗進貨品質，原料檢出異常退貨率為 0.46%

#### 基隆廠

- 投入實驗室金額約三百餘萬元
- 檢驗項目包括總生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌和相關病原菌的檢測

#### 彰化廠

- 投入實驗室金額約四百餘萬元
- 檢驗項目：食品指標菌（總生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌）之檢驗、病原菌、水質、落菌檢驗、人員機台檢驗等

#### 中壢廠

- 投入於實驗金額約五百餘萬元
- 檢驗項目包含成品、半成品與原物料之衛生食品指標菌及病原菌檢驗，其他還包含水質、落菌及人員機台檢驗等



單位：金額(仟元)

| 鮮食廠實驗室支出    |        |        |
|-------------|--------|--------|
| 項目          | 2014 年 | 2015 年 |
| 消耗品         | 1,724  | 1,860  |
| 雜項購置金額      | 739    | 186    |
| 實驗室設備折舊     | 196    | 453    |
| 領用料品        | 3,234  | 3,835  |
| 雜費          | 1,905  | 266    |
| 委外檢驗費用(註)   | --     | 1,192  |
| 人力費用        | 4,047  | 3,707  |
| 水電(能源使用)    | 667    | 671    |
| 合計          | 12,512 | 12,170 |
| 占鮮食廠營業收入百分比 | 0.48%  | 0.41%  |

註：2014 年報告書委外檢驗費計算用併入雜費，此數據為 0

### 3.3.2 品質管理

透過食品安全系統認證，以系統化之品質管理方式，從源頭管理、原料檢驗、製程管控及成品檢驗，重重把關，以期提供消費者安心滿意的產品。

#### 源頭管理



加強供應商資格審核及供應商現場評核，汰弱留強。

#### 原料檢驗



除了例行進料檢驗，亦定期抽樣進行風險項目如農藥殘留、黃麴毒素、重金屬等之檢驗，進行原料把關。

#### 製程管理



透過 HACCP 之管理方式，以物理性、化學性及生物性之危害分析，充分掌握重要關鍵製程並進行有效之檢驗及管制，以確保製程之安全性。是安全愉快的。

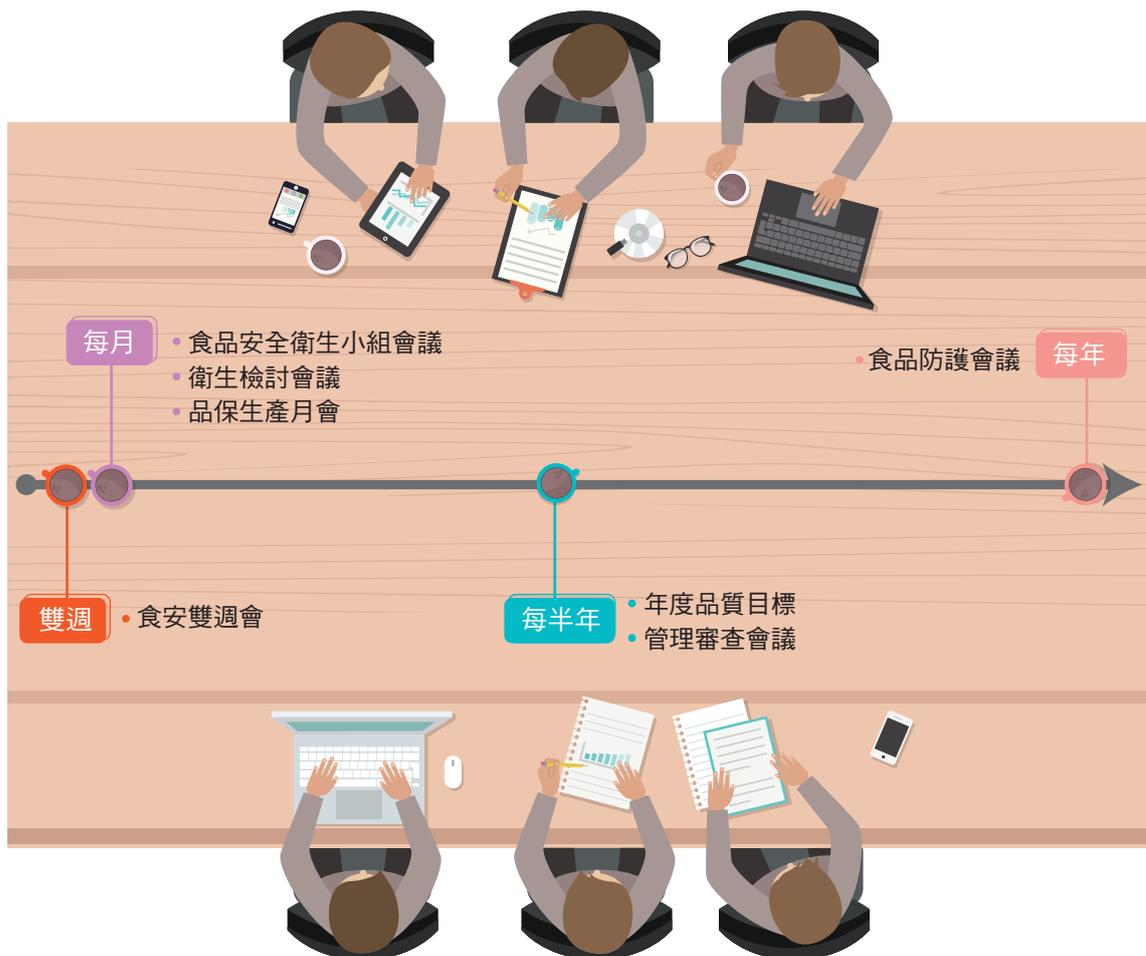
#### 成品檢驗



進行必要之衛生分析及感官品評等，確保消費者吃到的每一口都是安全愉快的。

聯華食品對食品品質控管，從新品設計開始，即進行原物料的危害分析和製程的適當性，包含人員、機械和環境的衛生，一項一項確認產品的生產步驟皆在安全的管控範圍內。並依照 HACCP 原則，檢視全製造流程，進行危害分析和設定 CCP 點，以此訂定 QC 工程圖內容包括負責人員、檢驗頻率、檢驗方法、檢驗範圍，作業人員依 QC 工程圖進行成品品質的監控，務求產品的每一個製程步驟皆符合標準。廠內並設置食安小組定期對產品製程、工廠的衛生環境、人員的教育衛生和法規的更新進行探討，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所影響之主要產品類別為百分之百。以期聯華食品隨著社會的脈動，不斷要求自我進步、管控，並因應每一項食安變化，符合消費者對食品安全的要求。

總公司針對各事業部進行品質會議，對於良好表現進行內部宣導推廣，表現不佳的部分則加以檢討、改進，並由總經理召開食品防護等會議，積極掌握食安相關風險。另外，廠內各部門定期針對品質議題進行會議，並定期舉行食安會議，將近期發生之食安事件提出，檢討案例，降低廠內發生品質問題之風險。品保單位每二星期進行一次法規鑑別，將法規變動之訊息告知廠內，以便即時因應。



## 食品安全與衛生相關認證之情形

### 休閒廠

| 食品安全系統認證  | 驗證單位 | 有效日期                |
|-----------|------|---------------------|
| FSSC22000 | SGS  | 2015/2/15-2018/2/15 |
| ISO22000  | SGS  | 2015/2/15-2018/2/15 |
| HACCP     | SGS  | 2015/2/16-2018/2/16 |



- ★ 休閒廠 (桃園廠) 於 2015/2 月取得 SGS 驗證之 FSSC22000、ISO22000 及 HACCP 三項品安全系統相關認證，其中 FSSC22000 更是 GFSI 認可之食品安全系統認證，與國際接軌。休閒食品桃園廠全廠食品安全系統認證，產品占比 100%

### 鮮食廠

| 食品安全系統認證  | 驗證單位 | 廠區         | 有效日期                |
|-----------|------|------------|---------------------|
| FSSC22000 | SGS  |            | 2015/2/15-2018/2/15 |
| ISO22000  | SGS  | 基隆廠<br>彰化廠 | 2015/2/15-2018/2/15 |
| HACCP     | SGS  |            | 2015/2/16-2018/2/16 |

- ★ 聯華食品基隆廠於每年皆通過衛生局的 HACCP 符合性查核。另於 2011 年開始獲得 ISO 22000 認證，包含便當類、壽司類、手捲類、飯糰類、調理麵包類，並於 2014 年追加燴飯類的認證。
- ★ 彰化廠自 2011 年取得 ISO22000 之認證，至今已 5 年，日後亦將持續執行，藉 ISO22000 之品質管理概念，強化廠內品質管理，確保產品品質安全無虞
- ★ 中壢廠於 2015 年 10 月取得 SGS 驗證之 ISO22000 食品安全系統認證

聯華食品取得相關食品安全與衛生相關認證，致力精進食品安全管理技術，希望能不斷提升自己，並讓消費者安心，聯華食品會持續在食品安全上把關。



**BES**



# 4

## 精進學習

### • 新聯華人

#### 4.1 培育與發展

- 4.1.1 人才培育
- 4.1.2 人才招募
- 4.1.3 創新論壇

#### 4.2 友善職場

- 4.2.1 守護安全
- 4.2.2 健康促進

#### 4.3 員工現況與照顧

- 4.3.1 人力資源
- 4.3.2 薪酬福利



聯華食品深信企業能持續成長與永續經營，仰賴的不只是漂亮的業績，「人」才是企業成長及永續經營的根源。故聯華食品的企業文化乃為追求「學習、成長與績效」的精神，透過新聯華人養成（聯華食品輔導員制度），由資深同仁進行經驗分享與傳承，確保每位新進同仁都能安心、用心的在各自工作崗位上學習和發展。此外，亦依公司願景及經營方針建立系統化與持續性人力資源發展計畫，透過完善訓練規畫及職能發展體系，引導員工自我成長、激勵、塑造共同願景，秉承著這樣的理念讓聯華食品能持續往學習型組織的理想邁進。



## 新聯華人七大核心識能

新聯華人堅持以誠信正直與顧客導向為靈魂，追求「學習、成長與績效」為精神的企業文化，並據以驅動為「自我演化」的組織生命體，使能源源不斷的提供令顧客滿意的產品與服務，已實現永續經營並善盡社會責任。



### 1 誠信正直

為人處事誠實、講信用，且言行一致，不因他人投機取巧而跟進，做事恪守原則，心性公正而剛直。



### 2 顧客導向

藉由積極瞭解內外部顧客的需求，提供所需的服務與產品，並能超越其期待，以令顧客感動。



### 3 主動積極

主動地採取行動以達成工作目標；非被動地接受任務而是積極地求取工作表現及成果。



### 4 敬業負責

對所負責的任務或工作盡其所能，持續追求完美止於至善，並樂於承擔其結果。



### 5 創新思維

不墨守成規，能跳脫現況，勇於提出並採取具獨特且開創性的想法與做法。



### 6 團隊工作

能跟他人共同合作、相互支援、彼此激勵，將團隊利益置於個人利益之上，以達成組織目標。



### 7 終身學習

竟己一生不斷學習，持續不斷地尋求機會以增進個人的知識、技能及視野、格局，以提升個人之境界及競爭力。

## 4.1 培育與發展

聯華食品視員工為公司重要的資產之一，對員工之照顧表現於開放的溝通管道，重視員工健康與安全，重視員工之多元發展，提供創新與挑戰以及自我實現的環境。每年聯華舉行優秀員工及團隊遴選，藉以表揚及鼓勵優秀之員工，讓同仁能感受到公司對其的傑出表現予以肯定，並做為同仁之表率。

2015 年全年度訓練時數共 33,908 小時，其中女性上課時數合計約為 1.7 萬小時，男性為約 1.6 萬小時。平均每人上課時數為 20.65 小時；主管上課時數則為 6,875.56 小時，平均每位主管上課時數為 77.25 小時。此外，為培養員工閱讀習慣與建立共通語言及文化，除定期推出空中讀書會分享外，亦設立聯華圖書館供同仁借閱。

### 教育訓練時數統計

| 員工教育訓練合計時數 (小時) |      | 女         | 男         | 合計時數      |
|-----------------|------|-----------|-----------|-----------|
| 課程型態            | 教室課程 | 12,805.00 | 13,817.00 | 26,622.00 |
|                 | 外訓課程 | 3,444.83  | 2,711.17  | 6,156.00  |
|                 | 數位課程 | 824.22    | 306.11    | 1,130.33  |
|                 | 合計   | 17,074.05 | 16,834.28 | 33,908.33 |
| 職務              | 主管   | 2,439.68  | 4,435.87  | 6,875.55  |
|                 | 非主管  | 14,634.12 | 12,398.32 | 27,032.44 |
| 合計時數 (小時)       |      | 17,073.80 | 16,834.19 | 33,908.00 |

### 教育訓練之教室課程

| 課程類別  | 課程名稱   | 受訓人次  | 開課時數 (小時) |
|---|--|-------|-----------|
| 經營管理職能<br> | 分初階主管、中階主管及高階主管訓練。課程以目標設定、工作改善、問題分析與解決、資訊判斷與整合、領導統御等職能為主。                              | 52    | 748       |
| 專業職能<br>   | 依據各部門 KSA 課程表以及人員績效表現與學習狀況，由主管及人資共同規劃內、外訓及數位等專業課程，使各職系同仁均能依其職務所需具備之知識、技術與能力進行階段性之學習發展。 | 6,146 | 19,133    |
| 核心職能<br>   | 新人訓練、通識訓練、生活課程、創新與改善訓練活動   | 1,123 | 5,798     |
| 內部講師<br>   | 企業透過建置完整的內部講師制度，快速培育組織所需人才，將訓練轉化成公司的案例與語言，讓同仁進行分享及討論，以提升課程之深度。                         | 45    | 315       |
| 多能工技能<br>  | 提供生產技術同仁工作所需之知識、技能及態度的訓練課程，同仁可透過這些訓練課程及技能檢定取得多樣技術能力。                                   | 999   | 628       |
| 合計  |  | 8,365 | 26,622    |



## 4.1.1 人才培育

### 提升產品研發能力

為了研發同仁的產品研發能力，**2015**年規劃一系列原料、製程基礎研究相關課程，包含胚料、調味料等等，讓研發同仁充分掌握原料及製程特性，以推出突破性新產品。此外，本公司舉辦「創新論壇競賽活動」及「創新提案」蒐集來自全公司同仁的創新想法，以產出具有創意之新產品，創造突破性成長，以期新產品落實在實際的商業模式時，能產生預期效益。(詳見 p.53 頁 創新論壇)



### 提升品牌經營與銷售能力

聯華食品長久以來不斷經營可樂果、元本山、萬歲牌等品牌，也成功建立起各品牌在國人心中的地位。但是隨著休閒市場的競爭強度與日遽增，我們勢必在品牌經營以及行銷策略要更加創新、突破，故在**2014**年針對行銷同仁規劃了「行動媒體演習營」，希望透過該課程能為聯華食品品牌行銷策略注入更多新的想法。

第一線作戰的業務人員也是推廣本公司各品牌的重要角色。一直以來，業務單位每年都會舉辦為期兩天一夜的「業務人員訓練」，為了提升業務同仁的戰力。自**2011**年起，聯華食品設計有關公司品牌定位、產品知識與生產製程等課程，由內部講師在業務大會中講授與帶領演練活動，並於大會結束後進行測驗，用以加深每位業務同仁的印象。



### 加強顧客回應與供應商管理能力

食品安全的議題是近年來持續被關注的議題。尤其是近年持續發生重大食品安全問題事件，在**2015**年將針對「供應商管理」與「顧客回應」兩大面向，分別設計「供應商管理、稽核系列課程」和「主管危機處理訓練」課程，期望藉此強化上游供應商的各項管理機制，來避免食安問題；也進一步貼近顧客聲音、回應消費者、媒體疑問，成為國人心中指標性企業。



### 培訓相關專業人才與管理人才

鮮食事業部中壢廠已於**2014**年**2**月正式量產，在**2015**年持續擴充產能，在此之前除了硬體方面的設置與準備，軟體方面的作業也刻不容緩。其中又以關鍵人力的培訓與養成最為重要。關鍵人力的各類人才包含：生產、資訊、品質等專業技術人才以及各階層管理人才。

在生產方面，複製既有鮮食兩廠的各式自辦訓練，並配合 **HACCP** 危害管制要點來設計「關鍵作業課程」與「一般作業課程」等訓練項目，務必使各生產線上重要人力能具備工作能力。

在資訊方面，由於公司資訊化程度非常高，各種資料蒐集與彙整均透過資訊系統，故會針對各種資訊系統的關鍵使用者進行培訓，舉凡產線上的報工系統、生產進出貨系統以及各式帳務系統等，以上關鍵使用者皆須透過公司投注心力來培育。

在管理人才部分，聯華食品本身為**60**年的長青企業，更深知企業的中堅命脈就是各個階層的管理人才，故在自身的訓練體系中，便投入較多的資源於管理階層別中。每年針對理級主管與課級主管分別辦理多天的管理或專業訓練課程，以利相關措施與知識的推展。



另外，針對中高階主管，本公司外派目標對象參與「企業經理人班」；針對基、中階新任主管，也安排了基礎的「**TWI**」與「**MTP**」兩種主管訓。希望透過這些措施，讓聯華的管理人才從到任開始即接受一連串有計畫性的培訓，並進一步發揮人才的潛力與實力。

## 品質管理再精進

食品安全問題如今越來越受到廣泛的關注，顧客對品質要求的提高使得食品供應鏈的業者均面臨更加嚴格的控制及要求；因此身為食品業的一份子，聯華食品以最嚴謹的態度檢視各種品質議題。

在休閒事業部與鮮食事業部之廠區取得食品安全管理系統要求之相關認證。為了讓 ISO22000 認證以及 HACCP 的概念深化在公司同仁心中，本公司每年均持續規劃相關的品質意識訓練課程深化同仁的食品安全意識及概念。

### 4.1.2 人才招募

企業面對環境的劇烈變動，產業界線越來越模糊，人力市場逐漸活絡，聯華食品近年來除了日常招募之外，也增加了校園徵才、就業博覽會、雇主說明會、以及企業實習與參訪等管道，以增加人才來源與公司曝光，強化雇主品牌。

參與官方就業博覽會與校園徵才活動：透過公開招募活動及曝光不僅增加吸引人才的管道，也能提升企業品牌形象，2015 年首度參與台北市就業博覽會與 2 場校園徵才及雇主說明會活動，除了獲得大量履歷之外，也獲得媒體曝光。

規劃企業實習與企業參訪活動：針對公司特定人才招募及培訓需求，規劃企業實習制度與活動，深耕校園，讓在學的同學透過實習體驗提早認識聯華食品，了解相關工作內容，若有符合職缺也鼓勵同學直接留任，透過產學交流，和老師共同找出學、用落差，提早培訓工作所需知識、技術與能力。2015 年實習人數共達 40 人，來自學校包括輔仁大學、淡江大學、萬能科技大學與健行科技大學等九間不同大專院校。



### 4.1.3 創新論壇

本公司從不對現況感到自滿，盡力持續進步，2011年起由本公司總經理室策略組召集研發、廠區、行銷、人資主管組成創新論壇推行委員會推動創新論壇專案，專案內容包含內部創新論壇競賽及各類提案，專案目的鼓勵員工創新思考，對不滿現況採取積極作為。

#### 創新論壇競賽

2011年6月舉辦第一屆創新論壇競賽，此後每年6月固定舉行，2015年已是第5屆，累計發出超過百萬獎金。創新論壇競賽是一種團隊競賽的機制，藉由此機制激發團隊學習，相互激盪共同探索創新機會，進而達到擴散效應以提升公司創新文化。由參賽團隊自選題目，不與過去題目重複，新產品、新製程、新商業模式等類型題目皆可。

歷屆參賽隊伍團隊組致力求多元，集結研發、行銷、生產、業務各類部門。由創新論壇推行委員會與人力資源處安排適合之創新課程，參賽隊伍需接受培訓，包含創新理論、創新技法及應用、創新經驗分享等，課程協助參賽者激發同仁思考不同的可能和發揮想像力，將想法整理轉為可行創意。

在辦理此競賽活動過程中，發現同仁已具備企劃相關能力，但在提出創新產品的同時缺少一些美學的元素，使得產出的產品口味很棒或別具特色但產品賣相欠佳；因此，今年度特別針對參與競賽的同仁規劃「天然食材與食物色彩學」與「天然香辛料與產品設計」課程，邀請餐廳主廚分享餐廳消費趨勢、天然食材應用原則、食物色彩學以及擺盤設計相關美學課程，透過異業標竿學習，促使參賽同仁將原有創新想法再加上美學思維，讓產品設計更加有吸引力，並具體訴諸於企劃案。





## 歷屆冠軍參賽題目及特色



Joy in every Bite!

### 2011 服務 3.0



創新可以不用自己想破頭，創造新的平台，讓消費者參與設計的過程。



竹炭糖、紅飽草莓、海苔鹽

### 2012 可樂果酥 Light

賦予可樂果新生命，創造出既「酥」又「light」的非油炸可樂果。

### 2013 御膳堅果饌



擴大堅果食用時機，發展出堅果入飯的概念，讓每一餐都健康。

54



### 2014 堅果百匯



開發料理感堅果讓堅果不只是解饞點心，也可以是一道美味佳餚！

### 2015 凍感什堅

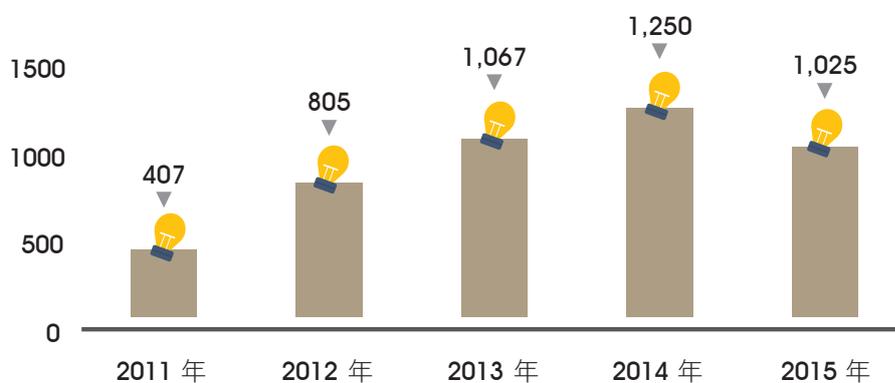


適合夏天飲用的冰涼萬歲堅果凍飲，開創堅果飲全新市場。

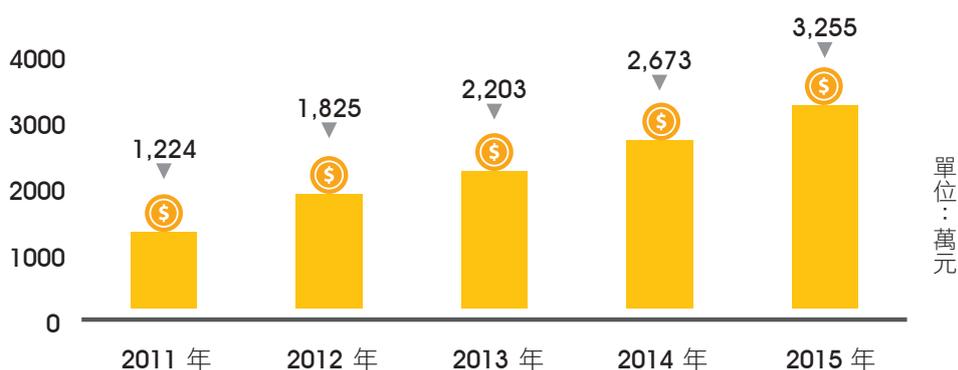
## 各類提案

分為新產品提案、品質改善提案和創新提案三類型提案，新產品提案包含全新概念產品、全新品類、新口味等提案；品質改善提案包含品質提升、成本降低、交期穩定及安全衛生等相關改善提案；創新提案為針對跨越本公司目前所提供之產品類別（休閒食品類、鮮食類）的建議案，主要包括全新的商業模式、供應鏈、價值訴求等。創新論壇推行委員會每月定期召開會議審核上述提案，依照提案效益及創意程度發放獎金。

### 2013 ~ 2015 年提案件數



### 2013 ~ 2015 年提案效益





## 4.2 友善職場

食品製造業是屬於勞力密集的產業，所以聯華食品均非常重視每位員工，將每位員工當作是公司最重要的資產，承諾遵守國家勞動及健康安全相關法律規定，持續關懷員工，打造職場安全、友善的工作環境。

### 4.2.1 守護安全

聯華食品期待每一位員工都能發揮相互扶持的手足精神，形成「家」的凝聚力，且能懷抱熱情，堅持敬業負責、主動積極，與公司一同追求完美至善。

唯有在安全、良好友善的工作環境之下，讓員工工作安全無慮不但可提升工作效率，更能增進員工的熱誠；是讓員工安心且專心工作的主要動力。

#### 消防演練

聯華食品為提升各廠對於消防意識及火災帶來的危害，勞安部於各廠於每年上半年舉辦消防知識訓練、下半年實施大型演練，並且每年會依計畫辦理消防知識訓練，提供火災案例及火災需注意短片宣導。

然而，消防知識訓練則是增加大家危機意識，真正的還是需要特過演練讓大家能夠實地參與。因此本公司於年底會依所訂腳本進行演練，演練內容有地震、火災等逃生演練。演練中會進行各廠編班分為 6 大編組演練，各自依其任務實地操作演練，過程中會依編班所需任務進行消防器材使用，如滅火班則需實地使用滅火器及消防水袋使用，救護班則需操作擔架使用進行，若人員受傷後送至安全地點。演練完成後再由各班回報實地狀況，並於疏散集合地點進行點名確認人員有無到齊，並回報指揮官。

所有演練就是為了提醒大家危機意識及習慣所有滅火器材使用，在各廠都會依據政府規定配備消防器材防患於未然



## 勞安規範與教育訓練

聯華食品嚴格訂定勞工安全作業管理辦法，內部規定廠區單位人員職掌及應所遵守事項，並以此母法訂定了相關作業規範，且對於現場工作人員加強職業病風險預防，相關措施如下：

- ★ 危害鑑別與風險評估作業規範：以此規範明定各單位主管及人員須了解各單位周遭此危險程度，並判斷危害之高、中、低風險，再將高風險優先列入先期預防及改善。
- ★ 危害標示及通識作業規範：以此規定列出本廠相關危害物質並依法規規定列出需管制之物質及須注意防範措施，標示於作業區讓使用人員清楚了解所使用物質特性，及緊急處理事宜。
- ★ 其他相關安全作業規範如用電安全作業規範，動火管制作業規範，電氣設備開關所管制作業規範。

職場工安事故的發生均與人為疏失有著密切的關係，因此強化員工教育訓練是聯華食品要求重要項目。經由每年持續不斷舉行教育訓練，來改變作業人員不安全的行為模式，進而降低職場中意外事故發生的頻率。

2015 年勞工安全教育訓練與前兩年數據差異，係因 2013~2014 年的消防訓練課程規模較大，針對「全廠員工」進行訓練，故訓練的人數、合計時數較高。

## 勞工安全衛生教育訓練

| 年份   | 2013 年 | 2014 年 | 2015 年 |
|------|--------|--------|--------|
| 場次   | 19     | 33     | 23     |
| 受訓人數 | 805    | 1,353  | 404    |
| 受訓時間 | 2,163  | 5,134  | 995    |

## 勞安巡檢

| 執行項目   | 執行內容        | 單位     | 2013 年 | 2014 年 | 2015 年 |
|--------|-------------|--------|--------|--------|--------|
| 廠區巡檢管理 | 工安課廠區巡檢     | 人次 / 月 | 279    | 461    | 552    |
|        | 廠級主管巡檢      | 次 / 月  | 72     | 111    | 50     |
|        | 高風險作業安全觀察   | 次 / 月  | 77     | 27     | 44     |
| 承攬商管理  | 廠商施工安全巡查    | % / 日  | 7      | 19     | 27     |
|        | 高風險作業全程安全監督 | 次 / 月  | 0      | 0      | 11     |

|    | 職災受傷人數 | 職災死亡人數 | 損失工作日數 | 公傷率   | 損失天數比率 | 缺勤率 |
|----|--------|--------|--------|-------|--------|-----|
| 女  | 12     | 0      | 65     | 33.34 | 4.17   | 12  |
| 男  | 19     | 0      | 116    | 59.50 | 7.44   | 19  |
| 總計 | 31     | 0      | 181    | 92.85 | 11.61  | 31  |

- 註：1. 公傷率 = 公傷總數 / 總工作時數 x 200,000  
 2. 總工作時數 = 總工作員工數 x 每日工作時數 x 一年實際工作天數  
 3. 損失天數比率 = 公傷損失天數 / 總工作時數 \* 200000  
 4. 缺勤率 = 總缺勤天數 / 總工作時數 x 200,000



為減低在生產過程員工勞力的負擔，聯華食品採取一系列之硬體設備改善措施或相關規劃，除了能夠達到省力化，降低員工疲勞度，更能提高生產效率，節省人力投入在重複性之工作。此外，針對久站工作的作業環境設計員工休息室，並依規定時間休息，讓員工能獲得充分休息。2015年共進行 18 項專案，主要包括

省力化：設計包裝站箱籃自動升降機、改良搬運設備烏龜車等，避免員工多次彎腰。

## 人因工程 - 省力化範例

本公司考量生產線的員工在作業時需彎腰提起籃子放置，造成作業人員體力負荷過重。為減輕作業人員彎腰提籃子，於是設計自動升降機，以及增設可隨重量增減且依彈力高度調整的台車，拿取高度可固定於 82~95cm 之間，適於人體作業高度，減少人員彎腰搬運作業，降低工作疲累度，避免職業傷害，穩定產線人力。

75 米單籃式自動升降機：使用於煮麵區。生產使用中。

### ▶ 減少人員彎腰搬運



## 4.2.2 健康促進

員工的身心健康是生活平衡的重要元素，亦是增進公司生產力的重點，保護勞工免受到任何因為勞工的工作內容或工作環境可能出現的健康危害，幫助達成勞工生理和心理的調整，尤其使工作更適合勞工、勞工的選配適合自己的工作，有身心健康的員工，才有可能帶著積極正面的工作情緒，發揮最大的工作能量。

### 職業健康

聯華食品廠區設有醫務室，配置職業衛生護理人員與聘僱特約職業醫學科專科醫師，每月定期安排臨廠服務，提供醫療、健康諮詢、個案管理、緊急傷病救護、體檢異常關懷等相關保健服務，方便員工臨時性休養並提供包紮換藥與緊急狀況之處置，並針對員工不同生理、心理、及精神各方面的需求，提供諮詢與協助，增進員工健康狀況，為員工健康把關，營造員工安心的工作環境，讓員工的健康照護零距離。

### 健康促進與管理

每年針對在職員工及從事特別危害健康之作業者，進行定期健康檢查及特殊健康檢查與管理，依據同仁健康檢查結果進行分析與追蹤管理，針對潛在心血管疾病風險族群進行分析，並透過醫療訪談評估，瞭解個別健康問題，進行個別指導。

### 特殊健康檢查管理措施

#### 三級管理

安排臨廠服務職業醫學專科醫師，參考歷年健檢結果與作業環境測定資料，並訪視員工現場作業情形，進行評估與建議



#### 二級管理



安排職業衛生護理人員進行健康指導

聯華食品按近幾年年度員工健康檢查結果進行分析，發現主要異常項目為代謝症候群、三高相關之指標，推出一系列健康促進活動，篩選高風險之員工，安排相關醫療訪談及衛教諮詢，並針對高風險異常的員工，安排健康飲食講座之健康促進活動。



#### 員工傷病關懷措施

為進一步重視員工健康、照顧員工，開始推動員工傷病關懷措施，透過持續對員工的關心與協助，能讓員工在傷病期間無後顧之憂，安心休養並早日恢復健康。

#### 傳染病防疫措施

法定傳染病健康管理：配合政府防疫工作（如工作場所消毒、流感疫苗接種）外，並由醫務室配合各類疾病之流行季節及地區對同仁進行宣導及衛教活動，如腸病毒、登革熱、流行性感冒等，均為每年度會進行宣導的項目。可能造成大流行之傳染性疾病管理：如 **SARS**、新型 **A** 型流感、伊波拉病毒感染、茲卡病毒感染等新型病原體或一般法定傳染病，於特定時間內可能於國內造成大規模流行，由醫務室蒐集國內外相關資料、**WHO** 及疾管局之防疫及專業醫師之建議後，依其傳染模式、癒後狀況及可能造成之影響，進行相關衛教宣導及防疫物資準備，並將相關資料留存做為日後防疫工作之參考。

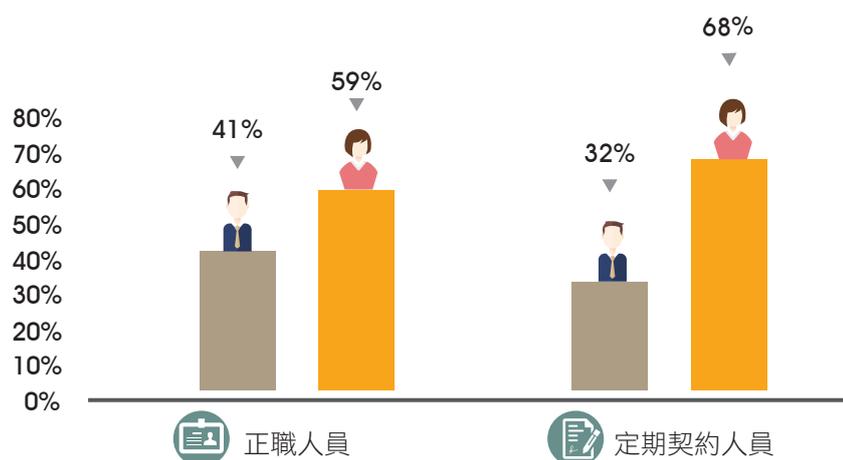
## 4.3 員工現況 與照顧

### 4.3.1 人力資源

公司針對所有員工皆以職能為主，對於不同之性別、國籍、種族、信仰或黨派等皆一視同仁並公平對待。公司遵守勞動法令之規定，雇用 17 位身心障礙人員，未雇用童工。

截至 2015 年底，聯華食品共有員工 1,642 人 (1,336 本籍；294 外籍；12 外籍配偶)，其中包含定期契約人員 77 人 (76 本籍；1 外籍配偶)；依性別區分，女性員工之比例 59%；依年齡分布，30 歲以下共佔 37%，31-40 歲次之，佔 34%；主管主要以 41-50 歲為主，共 42 人，31-40 歲次之，共 26 人；依學歷程度，因本公司營運特性，大專與高中畢業以下佔多數約為整體的 95%。

依性別依契約類型

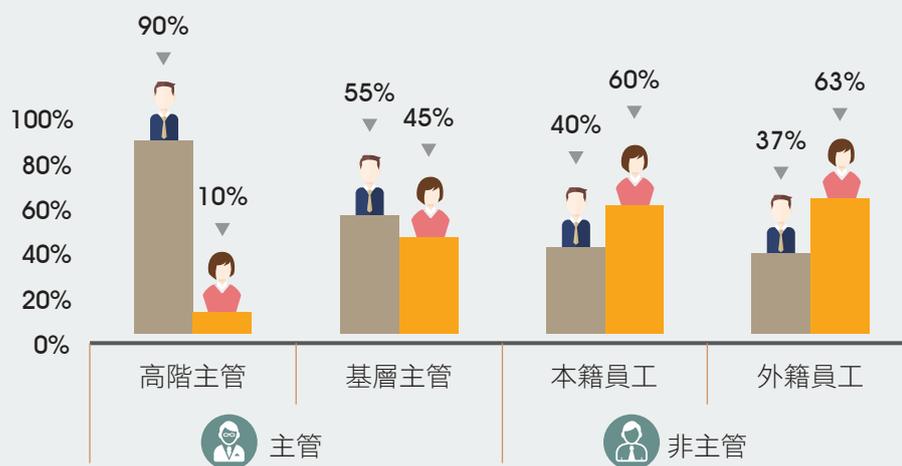


| 職位 | 主管   |      | 非主管   |      | 合計    |
|----|------|------|-------|------|-------|
|    | 高階主管 | 基層主管 | 本籍員工  | 外籍員工 |       |
| 女  | 2    | 31   | 754   | 193  | 980   |
| 男  | 18   | 38   | 493   | 113  | 662   |
| 總計 | 20   | 69   | 1,247 | 306  | 1,642 |



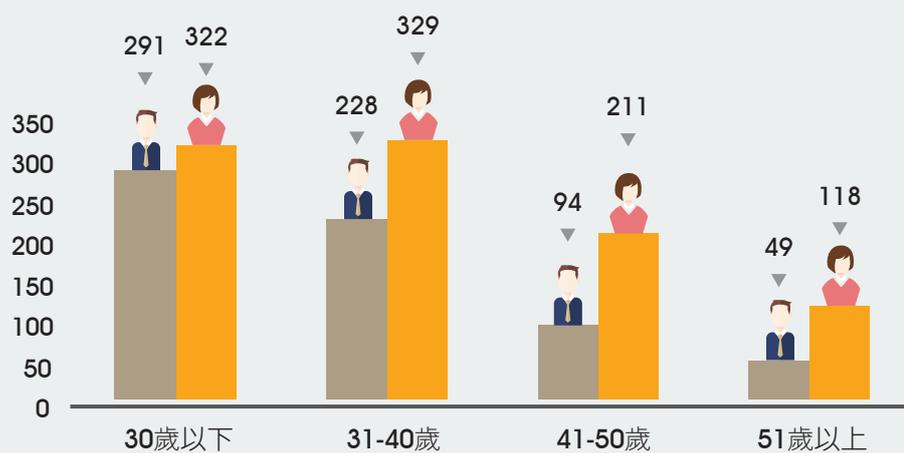
### 依性別依職級之員工人數比例

單位：人數

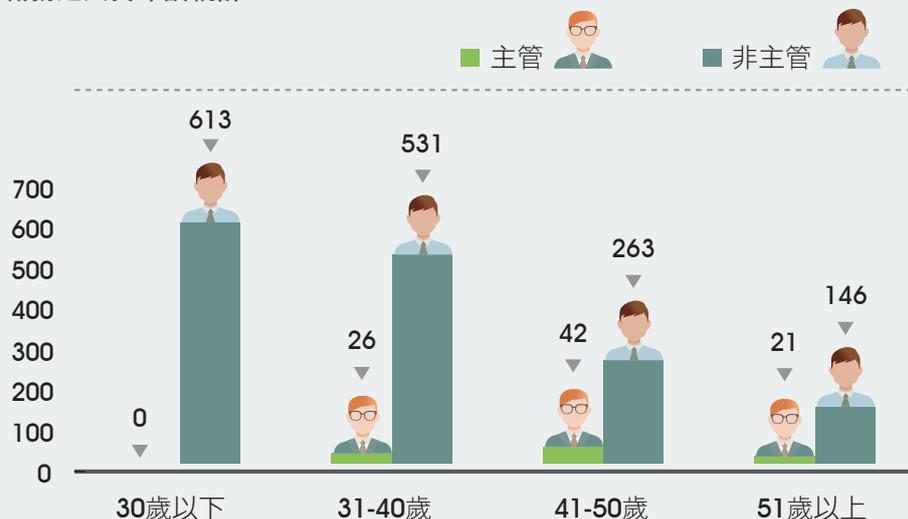


註 1：高階主管係指協理級以上。  
註 2：基層主管係指經副理級。

### 依性別之人員年齡統計



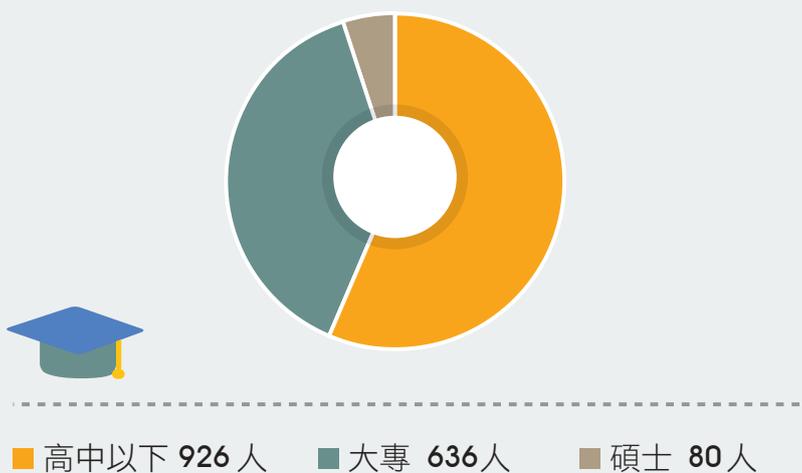
### 依職務之人員年齡統計



### 員工學歷分布

2015 年共有 624 名新進人員，其中女性為 360 人，佔新進人員之 58%，比例與正職員工之性別比例接近；依年齡組成，41 歲以上之人員仍有進用 88 人，占新進人員之 14%。

2015 年新進人員離職者共 194 人，較去年減少 85 人，主要是因為中壢廠於 2014 年 3 月正式營運至今已進入穩定狀態，尤其對第一線的作業人員來說，經過不斷的改進及調整，產線運作已建立一套標準作業流程，使員工有所依循且及適應，因而降低流動率。新進人員留任率 69%，較去年上升 5%。





|      | 性別  |     | 年齡     |         |         |        | 總計  |
|------|-----|-----|--------|---------|---------|--------|-----|
|      | 女   | 男   | 30 歲以下 | 31-40 歲 | 41-50 歲 | 51 歲以上 |     |
| 新進人員 | 360 | 264 | 340    | 196     | 73      | 15     | 624 |
| 離職人員 | 283 | 204 | 227    | 164     | 66      | 30     | 487 |

新進人員留任率 =  $(1 - (\text{年度新進人員離職人數} \div \text{年度新進人員總數}))$

聯華食品對內之各項訊息除以 mail 發送電子報之形式外，亦會公告於公司內部網站與各廠公佈欄，且每週定期舉行廠務會議，集成本國及外國勞工，宣達公司各項訊息；每季亦會召開勞資會議，針對重要 / 特殊議題進行討論及佈達。公司內部設有「員工意見信箱及專線」，確保員工的意見能充分表達，並受到合理及有效的處理。

2015 年共發生 2 起外部勞資爭議，一為員工對於公司規章制度不清楚導致誤解；另一則為公司內部作業流程的判斷疏失。針對申訴事件，公司皆重新檢視訊息佈達及作業流程的明確性及完整性，並加強權責單位與各主管宣導，避免類似事件發生。兩起申訴案件均已順利結案，結案率為 100%。

### 4.3.2 薪酬福利

聯華食品除基於相關法規，提供勞健保與給予特休等項目之外，另提供團體保險及結婚等賀金，每年提供廠區所有員工健康檢查，同時以優於法令之規定給予離職慰問金與退休金。依據職等之不同，提供兩項方案給予員工得提前申請退休，新制年資退休金除雇主每月提撥 6% 至個人專戶外，若年資滿 1 年，另計算退休金予退休員工。公司亦有成立福委會，每年辦理團康、旅遊活動，並鼓勵攜眷參加以增進交流。

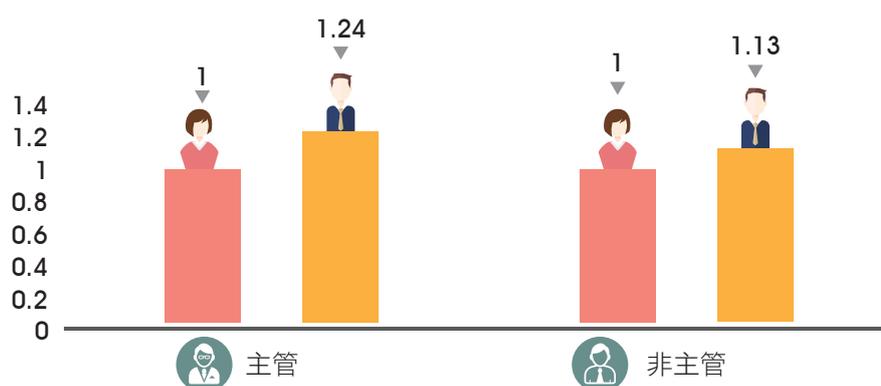
| 員工福利說明 | 公司                |             | 福委會              |                |
|--------|-------------------|-------------|------------------|----------------|
|        | 福利內容              | 使用人次        | 福利內容             | 使用人次           |
| 基本福利   | 團體保險、員購優惠、圖書館     | 所有人         | 生日、勞動節、<br>中秋節禮金 | 正職人員           |
| 補助措施   | 結婚、生育、喪葬等賀奠金      | 正職人員        | 急難救助金            | 2015 年<br>無人申請 |
| 健康檢查   | 廠區員工              | 所有人         |                  |                |
| 其它福利 1 | 離職慰問金             | 14 位        | 員工旅遊             |                |
| 其它福利 2 | 優惠退休資格<br>新制退休金發給 | 16 位<br>9 位 | 尾牙或春酒活動          |                |

## 員工福利費用

單位：新台幣仟元

| 退職後福利  | 2015 年度   | 2014 年度 |
|--------|-----------|---------|
| 確定提撥計畫 | 27,864    | 25,866  |
| 確定福利計畫 | 10,886    | 11,375  |
| 其他員工福利 |           |         |
| 薪資費用   | 796,848   | 721,796 |
| 其他員工福利 | 195,747   | 155,737 |
| 員工福利總計 | 1,031,345 | 914,774 |

聯華食品給予員工之薪資未因性別而有所差異，截至 2015 年底，男性與女性主管與薪酬比例分別為 1.24 : 1，非主管的男女性別薪酬比例為 1.13 : 1，差異主因為績效、年資與管理幅度之差異。



註：考量薪資差異較大，男性部分不含董事長、總經理

2015 年申請育嬰留停人數共計 13 人，應復職人數 8 人且均已復職，復職率 114.29%；2014 年育嬰留停復職 3 人，其中 2 人復職後持續工作一年，留存率 66.67%。

| 項目                         | 女       | 男       | 總計      |
|----------------------------|---------|---------|---------|
| A：2015 年度申請育嬰留停總人數         | 13      | 0       | 13      |
| B：申請於 2015 年復職人數           | 8       | 0       | 8       |
| C：2015 年度實際復職人數            | 8       | 0       | 8       |
| D：2015 年度應復職，申請延期人數        | 1       | 0       | 1       |
| E：2014 年該年度育嬰留停復職後持續工作一年人數 | 1       | 1       | 2       |
| F：2014 年該年度育嬰留停復職人數        | 2       | 1       | 3       |
| 復職率 % = C / (B-D)          | 114.29% | 0.00%   | 114.29% |
| 留存率 % = E / F              | 50.00%  | 100.00% | 66.67%  |

註：2015 年復職率計算包含 2014 年度應復職而延至 2015 年復職者



# 5

## 溫情關懷

### • 感恩回饋

#### 5.1 希望種子

支持勵馨反性別暴力 聯華食品百人響應  
V-Men公益路跑

春季追星亮點「連環四月蝕」兒童節登場

攜手兒少協會深入原鄉 帶領都會弱勢原住民  
孩童展開尋根之旅

#### 5.2 地方社會關懷

攜手童玩節打造歡樂夢土，邀兒少協會弱勢  
家庭共赴夏日盛會

#### 5.3 食品健康教育



## 5.1 希望種子

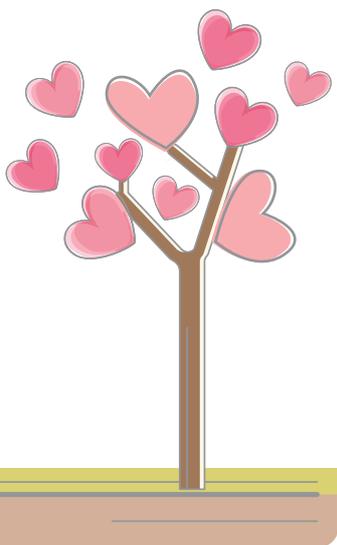
聯華食品一直以來致力秉持著自然、安心、美味的承諾，為國人的食品健康把關，並期望透過社會公益活動的參與，善盡企業社會責任，為台灣社會帶來正向力量。為了讓投入公益的資源更集中且發揮更大效果，聯華食品秉持著「雪中送炭」的信念回饋社會，對於社會資源相對來說更加缺乏的弱勢團體更加關注，也盼公司每位同仁都能身體力行，為公益投注關懷，並理解、認同公司長期、深入且多元的協助，更希望能夠藉此拋磚引玉，吸引更多民間資源投入，發揮企業之影響力，將正面能量回饋給社會。2015年投入公益贊助達 3,965,528 台幣，其中透過家扶基金會多年來定期撥款持續認養五位兒童，扶持弱勢家庭及兒童，希望藉此能給予實質幫助，讓這些孩子皆能無虞的成長自立。

### 支持勵馨反性別暴力 聯華食品百人響應 V-Men 公益路跑

聯華食品向來關注女性權益及健康議題，公司內部有半數以上皆為女性同仁，故女性權益一直是企業關注的重點，勵馨基金會長期關注受暴婦幼，提倡兩性平權及無暴力社會，每年舉辦「反性別無暴力路跑」，希望透過運動抒發情感的方式，邀請各界人士共襄盛舉，聯華食品已經連續兩年熱情響應這深具意義的反暴力路跑活動，除了經費上的支持外，還提供上千份旗下品牌【萬歲牌元氣堅果飲】，做為當天活動的營養補給品，為辛苦的跑者快速補充體力，不僅如此，更準備了近 2,000 份聯華食品明星商品「可樂果」於現場攤位免費贈送給完賽的跑者，表達對反性別暴力活動的大力支持。



Joy in every Bite!





#### 春季追星亮點「連環四月蝕」兒童節登場

了解到有許多弱勢家庭為了生計，鮮少有機會帶著孩子同遊，特別選在兒童節前夕，邀請台灣兒少協會六十多位孩童與家長，前往台北天文科學教育館，在兒童界的人氣哥哥姊姊帶領下，孩子們認識了太陽系各大行星，更對夜空中那條浩瀚銀河中的壯觀星系更加瞭解，創造一個寓教於樂的歡樂兒童節，給這群被忽視的孩子們全面的關懷照顧。

#### 攜手兒少協會深入原鄉 帶領都會弱勢原住民孩童展開尋根之旅

聯華食品長期關注台灣弱勢學童，自2015年開始長期認養位於新北市三峽區的台灣兒少協會，此協會輔導三峽、鶯歌區域的原住民孩童，在學校課餘時間提供課後輔導及家庭溝通的服務，這群身在大台北都市區的原住民孩童，身上雖然留著族人的血液，但對於自己所屬的原住民文化了解有限，為讓他們認識自己的根，聯華食品參予台灣兒少暑期所舉辦「原鄉文化交流之旅」，將這群在都會區長大的原住民孩童，帶回新竹縣尖石鄉屬泰雅族的那羅部落，由實際在部落生活領略體驗自己父母、祖父母的原鄉文化。

我們堅信，除了經費上的提供，企業能為弱勢團體做的應該更多，此活動邀請本公司的同仁熱情響應擔任志工，以隨行隊輔的角色和這群孩子們深入那羅部落，共同體驗三天兩夜部落生活！期間孩子們學習製作竹杯、體驗泰雅族狩獵的射箭體驗以及透過編織課程領略泰雅手工編織品技藝的訣竅與美感。最後一天協會讓這群孩子們拿起畫筆將自己眼中美麗山林描繪下來，著部落印象寫生的作品，孩子們在笑容中結束精彩又充實的三天兩夜原鄉探訪旅程。未來，聯華食品持續支持台灣兒少協會推動更深入且多元的活動，除了實質的經費贊助外，將貼近孩子們傾聽真實的需求，致力帶給這些孩子們各種實際受用的關懷。



## 5.2 地方社會關懷

攜手童玩節打造歡樂夢土，邀兒少協會弱勢家庭共赴夏日盛會

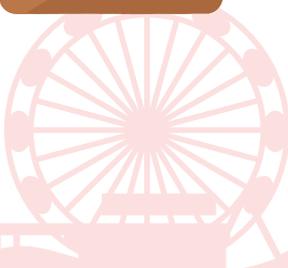
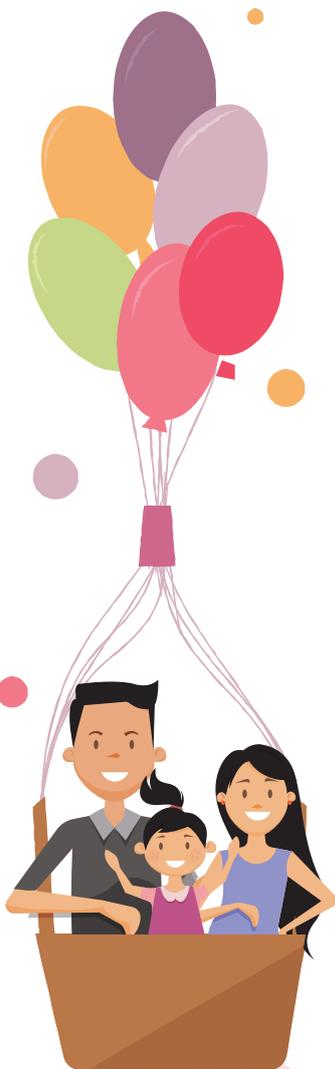
為實現在地關懷與促進地方產業發展，贊助宜蘭國際童玩藝術節，攜手宜蘭縣政府共同打造大人小孩的歡樂夢土，首度以企業名義贊助園區內同時結合水、陸遊戲設施的沙灘泳池遊戲區，並名列唯一的冠名贊助單位，沙灘區以諧音「聯華食品沙很大」的趣味命名吸引不少大小朋友們前往遊憩。

然而並非所有在台灣的孩子都能擁有體驗這藝術文化饗宴的機會，台灣兒少協會所輔導的都市原住民孩童，正是家庭資源相對匱乏的族群。我們也特別邀請 50 位協會的家長及孩子入園享受美好的親子時光，期許孩子們別受制於家庭的經濟困境，而扼殺應展翅高飛的創造與想像力，要勇敢作夢、努力築夢。我們期許小小的拋磚引玉，能夠號召更多民間資源的挹注，共同呵護宜蘭這塊耕耘歡樂的園地，守護這個地方節慶品牌能永續經營。



Joy in every Bite!

70





萬歲牌與弘道基金會合作，共同關心長者的身心健康，考量到有些長者不易食用堅果，萬歲牌提供堅果飲作為贊助，讓長者輕鬆也能吃進健康

#### 老環台鬥陣行活動贊助

- ♥ 落實在地化，活躍老化理念，由夢想大使開著不老夢想胖卡出發環台，帶動各縣市的社區或老人機構投入老人服務，創造長輩社會參與機會
- ♥ 萬歲牌提供適合長輩飲用的海苔昆布燕麥飲作為活動現場長輩的福袋補給品



#### 爺奶 Color Walk 活動贊助

- ♥ 號召白髮長者參與活動，持續鼓勵長者運動，喚起各界對高齡議題的關注
- ♥ 萬歲牌提供巧克力榛果飲做為鼓勵長者完成活動的完賽禮



#### 第五屆全國銀髮健康操大賽活動贊助

- ♥ 推廣銀髮健康促進之觀念，增加社會大眾重視銀髮體適能之觀念





### 兒童福利聯盟 歡樂親子時光活動贊助

- ♥ 兒福聯盟邀請親子放下手機，關掉電視，走出戶外，專注的陪伴孩子一整天，為孩子們創造溫馨的童年回憶
- ♥ 萬歲牌提供海苔杏仁小魚產品做為愛心企業福袋贈品



## 5.3 食品健康教育

荷卡廚坊舉辦女性輕新生活講座，邀請名人面對面分享紓解生活各種壓力的方法，身心靈的全方位平衡才是真的健康。

2015年2月14日在松山文創園區-閱樂書店舉辦『讓我們在愛裡放點輕鬆，享受戀愛 Just Light！』講座，邀請荷卡廚坊代言人蔡淑臻和知名作家肆一，與知名女人迷網站主持人二小姐，共同針對『他想的總跟我要的不一樣？在愛裡的兩三事』、『為愛情加點快樂，小撇步讓愛情 Just Light』和『我愛他 他愛你，最重要的是愛自己，愛自己也要 Just Light』三個議題，透過面對面來分享輕鬆閒談有關愛情的想法，提供給女性們一個心靈交流的活動分享，幫助女性們身心靈成長。

全家人都愛的幸福品牌元本山更是於 **BabyBoss** 建立品牌體驗館，讓小孩透過寓教於樂的方式認識大海的蔬菜 " 海苔 "





# 6

## 守護環境

### • 愛護自然

#### 6.1 環境永續理念

- 6.1.1 環境永續發展願景
- 6.1.2 環境政策

#### 6.2 溫室氣體排放與能源管理

- 6.2.1 能源政策與行動方案
- 6.2.2 溫室氣體排放量
- 6.2.3 節能策略與作法

#### 6.3 珍惜水資源

- 6.3.1 節水措施
- 6.3.2 廢水處理
- 6.3.3 限水措施

#### 6.4 資源利用

- 6.4.1 廢棄物處理
- 6.4.2 包裝材減量



## 6.1 環境永續 理念



### 6.1.1 環境永續發展願景

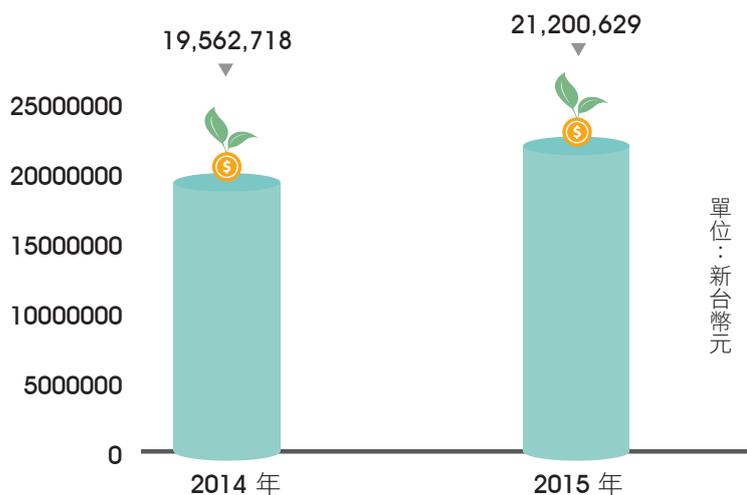
不論過去、現在及未來「以實現永續經營並善盡社會責任，創造美好的生活環境」就是聯華食品企業責任導向，為降低生產活動可能造成環境衝擊，除依照政府相關法令及規定做好廢水、空污及廢棄物相關環保工作外，並持續對於廠區內推動全面質量管理「TQM」計畫，持續進行生產製程改進及相關製程、防治設備進行汰換，提供給客戶的各項產品，其設計與製造過程亦均符合環保要求。並積極教育所有同仁，使其徹底瞭解環保的重要性，並與政府密切合作加強環境保護迄今。

### 6.1.2 環境政策

聯華食品從設廠至今致力著手進行環境保護的規劃與執行，並提出具體實施處理方案和管制作業，以符合政府相關環保政策，提升資源的利用效率。行政管理處於各廠進行環保種子培訓計畫，採自然生態工法處理廢水，降低化學藥液使用，減少環境衝擊，進而鼓勵同仁珍惜地球資源，並透過稽核及改善的循環管理模式持續推動完成環境永續經營。

下圖為近兩年聯華環保支出費用，包括汙染防制費用、環保教育訓練等項目，展現聯華在環境保護上的投入：

歷年環保支出金額



## 6.2 溫室氣體排放與能源管理

聯華食品為專業之食品製造廠，除注重食品安全衛生之外，同時體認出全球氣候變遷與溫室氣體所帶來環境衝擊，聯華食品既配合國家能源法令與國際節能減碳趨勢，努力減少能源耗用，善盡企業社會責任。

聯華食品承諾遵守下述理念與準則以落實珍惜能源與善用能源之政策，並帶動公司所有同仁共同為維護地球能源環境克盡己力。

### 6.2.1 能源政策與行動方案

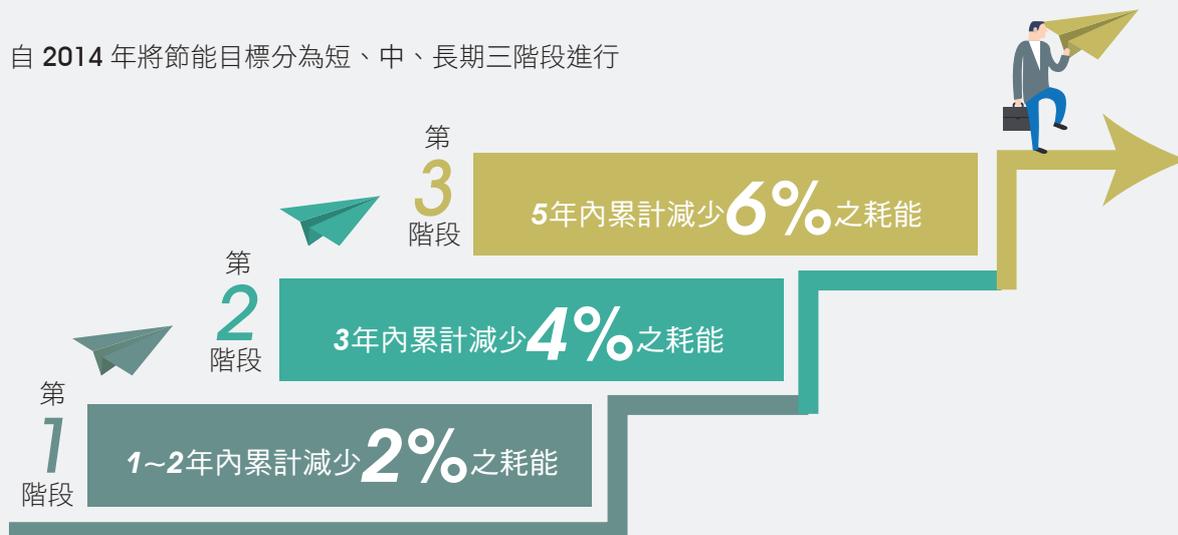
#### 目標：

- 提供能源改善資源，落實執行能源法令。
- 加強設備能源管理並減少能耗，以期達到節能目標。
- 持續進行能源減量措施，優化能源使用效率。
- 增加採購具有節能標章的設備，導入節能設計產品與製程。
- 建立合宜能源策略並帶動全員參與，促使企業永續經營。

#### 行動：

1. 設置能源管理員，定期申報能源使用狀況，並制定節能目標及執行計畫。
2. 每月 kpi 績效管理隨時檢討能源耗用量。
3. 每年定期召開「公共設施容量會議」，逐一汰換老舊耗能設備。
4. 驗證量測：每年能源申報查核。根據能源管理法規定設有能源管理人員，並定期向能源局申報能源使用狀況與制定相關節約能源目標及執行計畫。

自 2014 年將節能目標分為短、中、長期三階段進行

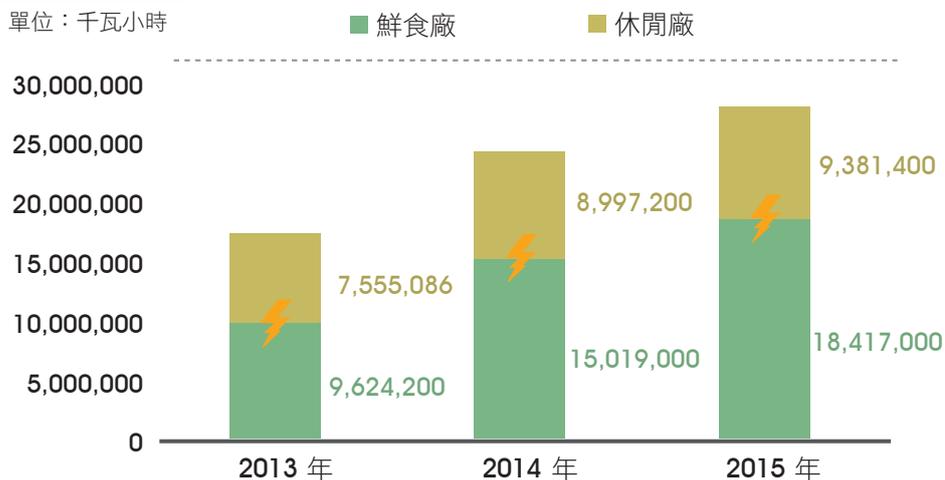


## 能源使用狀況

對於能源的使用，本公司主要為電力，其次為天然氣，其餘以液化石油氣、重油及柴油為輔。  
2014年3月中壢廠投入生產，故能源使用量於2015年明顯增加。

### 聯華食品近三年電力用量統計

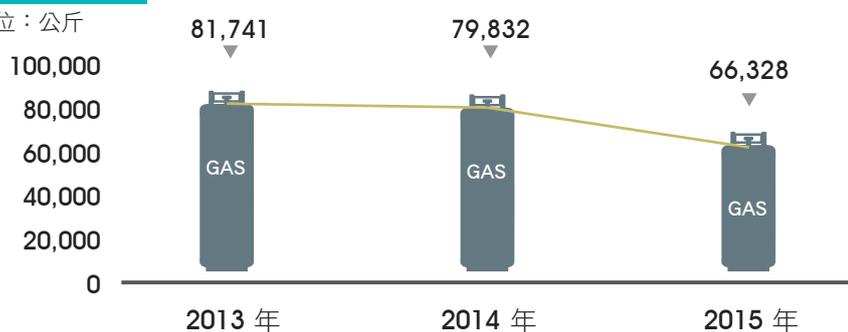
單位：千瓦小時



註：本次報告書中2014年鮮食廠含中壢廠

### 休閒廠 瓦斯近三年用量統計

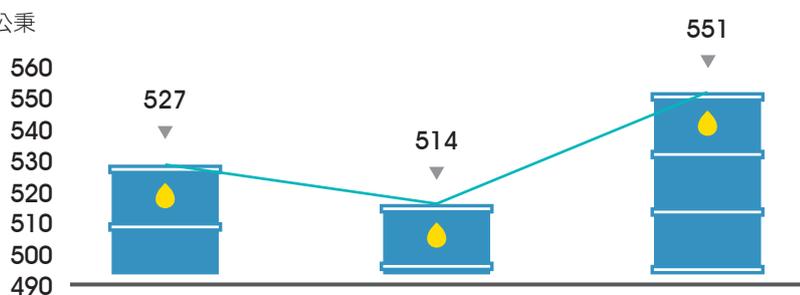
單位：公斤



註：轉換為熱值數據分別為2013年2,269,198,822,440焦耳、2014年2,216,203,378,880焦耳、2015年1,841,320,995,520.000焦耳

### 休閒廠 重油近三年用量統計

單位：公秉

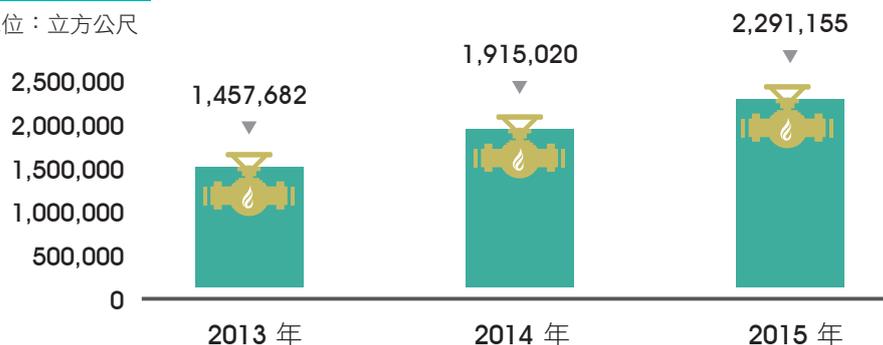


註：轉換為熱值數據分別為2013年17,198,750,400焦耳、2014年16,774,492,800焦耳、2015年17,981,995,200焦耳



### 鮮食廠 天然氣近三年用量 統計

單位：立方公尺



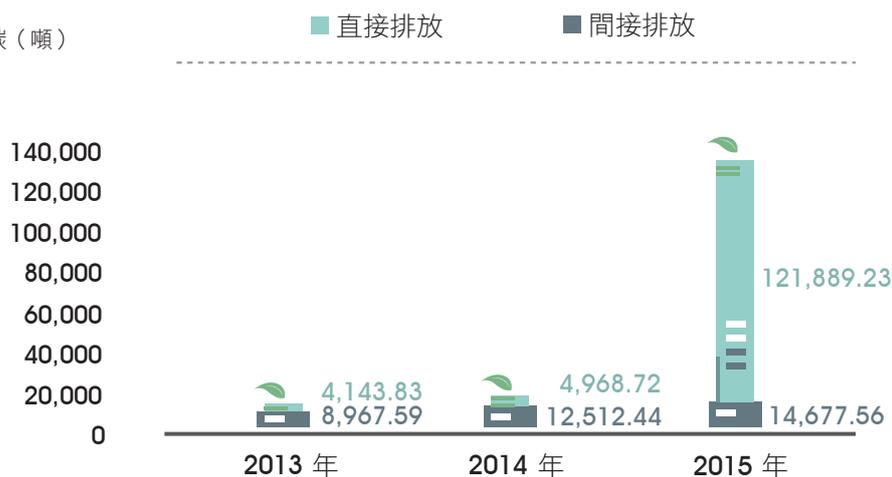
註：轉換為熱值數據分別為 2013 年 48,791,531,904 焦耳、2014 年 64,099,549,440 焦耳、2015 年 76,689,540,160 焦耳

## 6.2.2 溫室氣體排放量

聯華食品近三年溫室氣體排放量如下表所示，由於 2014 年中壢廠投入生產，故整體排放量增加。

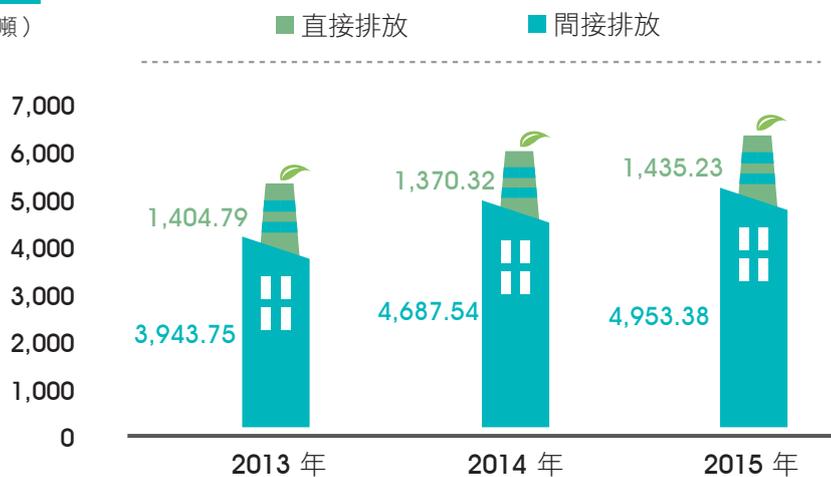
### 整體溫室氣體排放

單位：二氧化碳 (噸)



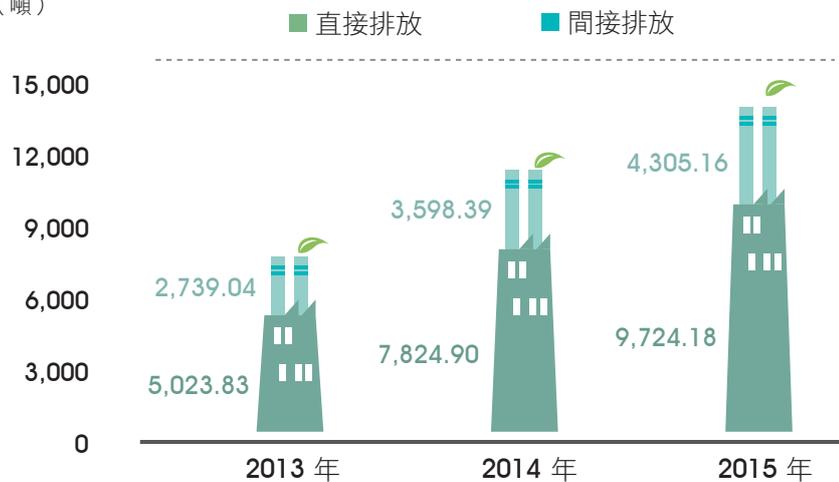
### 休閒廠溫室氣體排放量合計

單位：二氧化碳 (噸)



## 鮮食廠溫室氣體排放量合計(基隆／彰化／中壢)

單位：二氧化碳（噸）



註 1：溫室氣體排放量計算

間接排放：各廠實際使用之電力數據 \* 經濟部能源局 104 年度公布之電力排放係數

直接排放：各廠實際使用之天然氣及重油數據 \* 環保署溫室氣體排放係數管理表 6.0.1 版之排放係數 \* 各溫室氣體之 GWP 值：採 IPCC 第二次評估報告數值

註 2：本年度重新鑑別排放源，鮮食廠為天然氣，休閒廠為液化石油氣，更新排放量

### 6.2.3 節能策略與作法

隨著全球暖化與氣候變遷日益加劇，企業須在 2020 年前積極改善能源效率，以因應氣候變遷的減碳趨勢需求，聯華食品為有效管控能源使用效能與達成節能減碳的目標，由工務部統籌於各廠成立「節能減碳委員會」之跨部門能源專案小組，由總公司設備工程處協助審查委員會各項節能減碳方案之推動與執行，本公司也透過海報、標語與教育訓練課程等多元方式宣導，讓節能觀念融入開發、倉儲、生產及至辦公生活的每個細節中，並將節電成效於每週廠務會議中提出討論，使各單位主管能定期負責能源追蹤及節能改善，經過幾年運作，內部已建立完善的能源管理制度。

聯華食品為保護自然環境，提升能源之使用效率，透過能源使用之管控，逐步進行耗能設備之汰舊換新，以採用高能源效率產品，年度節省共達 1,317,783.2 度。透過節能減碳教育宣導達成節能減碳共識，並由「節能減碳委員會」之跨部門能源專案小組，進行各項節能減碳方案之推動與落實，包括「設備節能改善」、「製程節能改善」、「照明空調節能改善」及「節約能源 TQM 提案」等活動的短、中、長期目標，追蹤管理與執行成效，據以擬訂公司節能策略與執行方針。

聯華食品透過以下節能方案，各廠節電成效估計可達



## 鮮食廠節能策略與作法

| 節能策略  | 廠區別        | 節能作法  | 執行成果 |
|---|------------|---|------|
| 設備改善<br>   | 中壢廠        | 全廠熱水採用熱泵系統供應，並依季節調整熱水供應溫度。                  | ✓    |
|   | 中壢廠<br>基隆廠 | 冷卻水塔排風扇加裝溫度感應器隨水溫高低作開啟與關閉運轉，減少耗能。           | ✓    |
|   | 基隆廠        | 汰換往復式空壓機更換變頻式空壓機。                           | ✓    |
|   | 彰化廠        | 汰換中央空調系統 400RT 冷卻水塔散熱蜂巢，提高熱交換效能降低設備用電。      | ✓    |
| 空調節能<br>   | 中壢廠<br>基隆廠 | 將空調冰水主機出水溫度由原本的 5°C，調高至 10°C，減少空調耗能。        | ✓    |
|   | 彰化廠        | 適度調整產線非 24 小時生產區域之空調需求，減少空調耗能。              | ✓    |
|   | 彰化廠        | 調升辦公室空調溫度 28°C ~29°C，配合電扇使用。                | ✓    |
|   | 基隆廠        | 傳統式 T8 日光燈管逐步更換成 LED T8 燈管。                 | ✓    |
| 照明節能<br>  | 彰化廠        | T8 照明設備持續汰換成 T5 省電照明設。                      | ✓    |
|   | 中壢廠        | 適用調整鍋爐運轉時間，非生產關閉鍋爐運轉。年度省電估計可達 121,618Kwh/ 年 | ✓    |
| 製程節能<br> | 中壢廠        | 空壓機一台為定頻式，一台為變頻式，建置兩台間之自動聯結裝置，減少電力的浪費。      | ✓    |

## 鮮食廠用電比較

| 能源類別      |   | 2013 年    | 2014 年     | 2015 年     |
|-----------|---|-----------|------------|------------|
| 電力 (度)    |  | 9,624,200 | 15,019,000 | 18,417,000 |
| 營收淨額 (仟元) |  | 2,118,733 | 2,635,553  | 2,981,373  |
| 能源密度      |   | 4.54      | 5.7        | 6.18       |

## 休閒廠用電比較

| 能源類別      |   | 2013 年    | 2014 年    | 2015 年    |
|-----------|---|-----------|-----------|-----------|
| 電力 (度)    |  | 7,555,086 | 8,997,200 | 9,381,400 |
| 營收淨額 (仟元) |  | 3,268,104 | 3,257,708 | 3,475,092 |
| 能源密度      |   | 2.31      | 2.76      | 2.70      |



## 6.3 珍惜水資源

近年來台灣經濟迅速發展，生活與工商業用水需求遽增，以食品業而言，最大的挑戰是產品在製造過程中，必需直接或間接使用大量的水，因此對於水之依存度很高，本公司努力期以透過有效的經營與管理，發揮水資源之最大附加價值與經濟效益。聯華食品透過人、機、料、法等四個面向，進行減少耗水量與增加回收水量的工程改造，除要求各單位節約用水外，並進行用水設備與用水製程的改善，並對水資源風險進行營運衝擊分析與持續規劃因應，以降低缺水限水衝擊，達成珍惜使用水資源的目標。

聯華食品主要用水來源以自來水為主，其次為地下水及回收水。2015 年度鮮食廠年度用水量為 423,326 噸，休閒廠為 82,118 噸，鮮食廠占整體聯華食品 90.54% 之總用水量。本年度用水量數據來源係統計水費單統計數據及各廠區水表紀錄。

### 6.3.1 節水措施

聯華食品由各廠「節能減碳委員會」與總公司設備工程處會共同擬訂節水策略與執行方案，包括「設備節水改善」、「製程用水減量」、「製程回收水再利用」及「節約用水 TQM 提案」等活動的短、中、長期推動，也透過海報、標語與教育訓練課程等多元方式宣導，讓節水觀念融入規劃、設計、生產及至辦公生活的每個細節中。

#### 鮮食廠節水策略與作法

| 節水策略  | 廠區別        | 節水作法   | 執行成果 |
|---|------------|--|------|
| <br>回收水再利用 | 中壢廠        | 鍋爐系統增設蒸氣冷凝水回收水槽，將回收冷凝水進入鍋爐再利用，減少使用自來水。                       | ✓    |
|   | 中壢廠        | 製程廢水經過處理後之放流水回收用於次級用水，主要用於清洗污泥脫水機濾布及沖馬桶等不與人體直接接觸之用水，減少使用自來水。 | ✓    |
|   | 中壢廠        | 洗籃機沖洗槽之沖洗水回流到洗滌槽進行髒籃初清洗後排掉，減少用水。                             | 執行中  |
| <br>設備改善 | 中壢廠        | 全廠採用感應式水龍頭，節省用水。   | ✓    |
|   | 基隆廠<br>彰化廠 | 清洗機台或地板之自來水軟管加裝節水龍頭或噴水槍，節省用水。                                |      |
|   | 基隆廠        | 配膳區與調理區清洗地板使用洗地機清洗，採用潑灑取代沖水，節省用水                             | ✓    |
| <br>製程減量 | 中壢廠        | 景觀植栽自動澆花系統增設晴雨感知器，於雨天時不進行澆水。                                 | 計畫中  |
|   | 中壢廠        | 冷卻水塔排風扇加裝溫度感應器隨水溫高低作開啟與關閉運轉，減少冷卻水散逸損失。                       | ✓    |
|   | 中壢廠        | 將配膳區與調理區之水龍頭供水量減半，減少外溢之浪費。                                   | 執行中  |

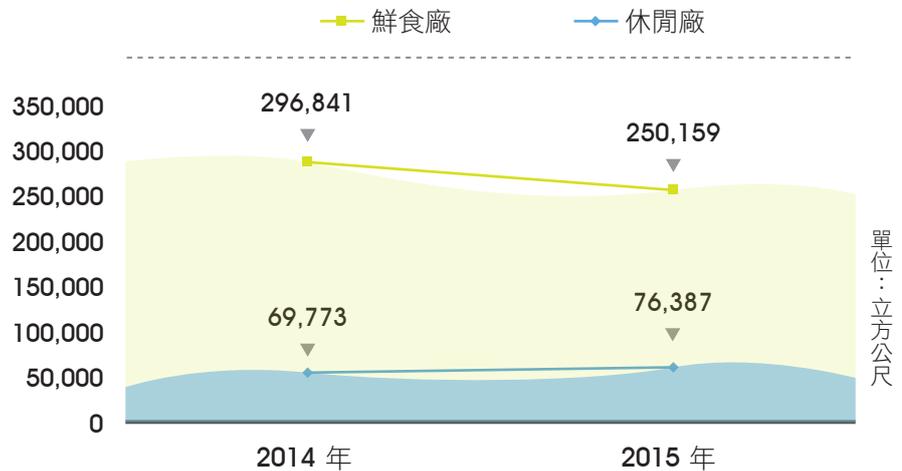
### 6.3.2 廢水處理

聯華食品廢水特性屬有機性含糖、澱粉、油脂及懸浮固體為主體，針對有機廢水(含糖及澱粉類)採用生物系統處理，透過顯微鏡觀察微生物現況，了解廢水性質(屬低負荷、即將處理良好、處理良好、高負荷)，再依食微比(F/M)依生物指標提供適當有機營養源處理廢水，如廠區油脂廢水含量大時先採用化學系統處理再進入生物系統處理。針對其他各廠依廢水性質(含油量漸少之廢水)，將逐步採用生物系統處理廢水，除可減少化學藥液使用，同時可減少污泥產出，減少環境衝擊，排放之廢水也依相關法規定期檢測，委託經環保署認證之第三方檢驗機構檢測，確保排放水質合於法規標準。



廢水處理設施也訂定了完整的作業規範進行管理並確實執行，藉由設備保養計畫表定期保養，使相關各廢水處理單元都能發揮其最大功效。

### 廢水排放處理總量



### 6.3.3 限水措施

為預防因自來水公司限水引起之生產損失並預先做好防範措施，聯華食品成立「限水應變小組」由各廠工務部主管擔任召集人，統合各相關單位並分配工作職掌，共同制定限水應變計畫，並加強緊急應變編組人員間之協調運作，當政府宣佈執行限水措施時，能立即啟動應變機制，讓缺、限水所引發的營運損失降至最低。

#### 鮮食廠限水應變計畫

| 部門別 | 應變作為  |
|-----|---|
| 工務部 | 啟用儲水設備，擴大自來水備儲量。<br>與外購水源廠商，簽訂買賣合約，確保供水量，與運水廠商訂定合理運輸費用並有效掌控運程。<br>調節全廠供水區域水量，以提供生產製程最為優先，辦公生活用水則減供。 |
| 生產部 | 調整製程及產品優先生產順序，高耗水製程進行減產。<br>對於清洗機台或地板之用水進行管制或減供。  |
| 品保部 | 對於外購水源以「收水端」作為水質管控點，由品保部負責各項水質檢驗，以確保水質安全無虞。<br>加強限水期間自來水水質檢驗與管控。                                    |

## 6.4 資源利用

聯華食品為了達到永續的環境，必須對環境利用做合理妥善的規劃，並重視公害防治與自然資源的保育，善盡永續發展或環境保護的義務與責任。基於此理念聯華訂定了相關的目標，將廢棄物(垃圾)逐年以 2% 速度減量，同時秉持永續發展的環境面，要求廠區從製程包材減量著手進行源頭管理，重視自然界的承載能力，努力保存資源及資源再利用，同時減少對環境的污染，使我們未來的子孫後代也能享受到乾淨的空氣、水、土壤，足夠能源、多樣化的生物資源以及適意的生存環境。

### 6.4.1 廢棄物處理

#### 廢棄物管理：

聯華食品廢棄物管理的觀念已由傳統的清理、處置轉化為有效綜合資源管理，設有廢棄物資源管理專責單位，將廢棄物視為有價值的資源盡量回收使用，並透過上述方式有效管理，將廢棄物減量並透過分類整理後，將有效資源回收後完成資源再利用。

#### 藉由生產製程改善，逐年減少原物料耗用：

除可從源頭減少污染排放，亦能降低公司營運成本減少資源消耗與環境衝擊。進行源頭減量外，對於廠區產出之廢棄物處理策略模式，依相關環保法規優先已可資源再利用回收為主，最終無法可回收再利用之廢棄物，以焚化方式作為最終處理。

#### 鮮食事業部為超商之代工，其產品方向及原料管理皆有其供應鏈串連及管控：

在商品開發標準，將持續配合客戶在包材方面、商品使用時以及廢棄物處理時，以能減低對於環境的負荷，並做到整體的關懷與保護。在商品開發標準，將持續配合客戶在包材方面、商品使用以及廢棄物處理時，以能減低對於環境的負荷，並做到整體的關懷與保護

目前廠區依廢棄物種類區分為一般廢棄物，及可資源再利用廢棄物兩類，處置方式如下：

#### 一般廢棄物

透過合法清除業者載運至通過政府機關驗證的處理機構處置，採焚化方式處理。



#### 可資源再利用廢棄物

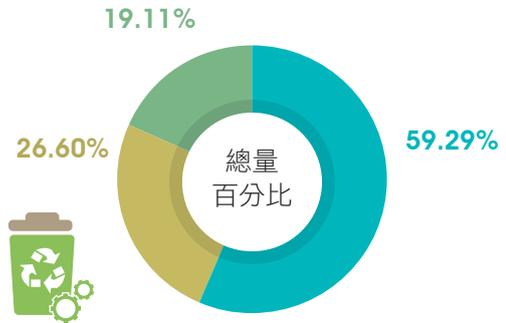
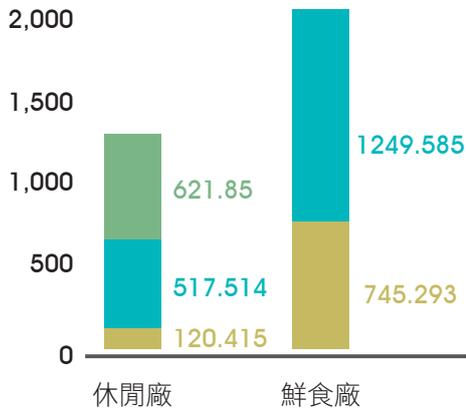
污泥：每年須通過農委會土壤檢測合格後，經由合法再利用處理業者，處理製程轉化為有機堆肥，回歸自然界。  
廢食用油：透過清除業者及處理業者回收後，將廢食用油製成生質柴油或硬脂酸產品，轉化成再生能源，運用於車輛及化工業界





### 廢棄物處理方式

單位：公噸

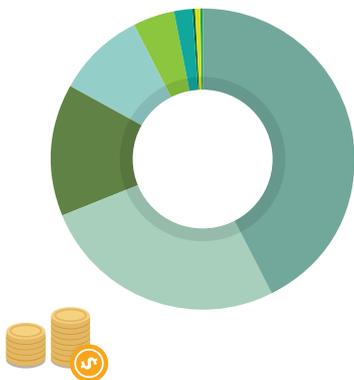


### 廢棄物處理量

單位：公噸

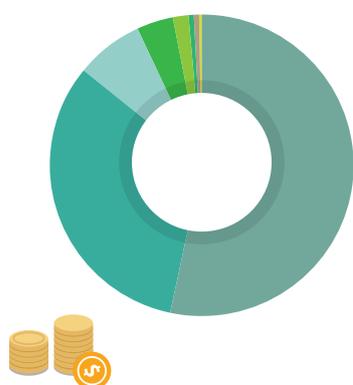


### 休閒廠環保支出占比



|                   |        |
|-------------------|--------|
| 污水處理費與相關耗材支出      | 42.73% |
| 各項廢棄物處理費          | 26.35% |
| 病蟲害防治費(病媒蚊)       | 14.21% |
| 各項防治/處理設備支出與維修/保養 | 9.28%  |
| 樹木修剪費             | 4.46%  |
| 委外檢測              | 2.04%  |
| 廢氣及污水等排放認證支出      | 0.36%  |
| 環保人員教育練費          | 0.33%  |
| 空氣污染防制費           | 0.23%  |

## 鮮食廠環保支出占比



|                     |        |
|---------------------|--------|
| ■ 各項廢棄物處理費          | 53.50% |
| ■ 污水處理廢與相關耗材支出      | 32.59% |
| ■ 病蟲害防治費（病媒蚊）       | 7.18%  |
| ■ 各項防治／處理設備支出與維修／保養 | 3.84%  |
| ■ 樹木修剪費             | 1.66%  |
| ■ 廢氣及污水放認證支出        | 0.57%  |
| ■ 委外檢測              | 0.44%  |
| ■ 環保人員教育訓練費         | 0.22%  |

### 6.4.2 包裝材減量

為善盡身為地球村一份子的責任，研發在研發新包材上堅持「開發最具經濟效益之包材」，選用最能保護內容物的最薄或最輕材質，減低對地球與環境的傷害。聯華食品包材研發自 2014 年起，即著手規劃一系列包材減量計畫，2014 年的可樂果、2015 年卡迪那系列及 2016 年的元本山海苔，都是努力研究將現有包材減薄減重，達到最環保的效益，在 2015 年積極參與政府推廣之碳足跡，與桃園市環保署一起合作進行元本山 6 束海苔的碳足跡申請，並在 2016 年 5 月獲得 BSI 查證通過與證書頒發，承諾在三年後將再降低 2% 碳排放量。

除此之外，擬定各類包裝（袋、罐、盒及紙箱）的作業規範，提供行銷及相關人員產品版面設計之標準，並讓工廠生產有所遵循，避免發生印製錯誤與生產不順而導致之包材浪費。2015 回收包裝材包括紙箱、彩盒、塑膠盒之重量達 4,435.7 公斤。

此外，在鮮食事業部方面，由於主要為代工鮮食商品，其包材伴隨鮮食產品於客戶門市供消費者購買食用，故無法針對其產品進行回收，然而考量配送過程包裝的穩固性以及需要高溫微波時食用的安全性，現階段商開部配合客戶努力測試其他包裝材質，直至目前為止都有其不穩定的因素存在。為了避免塑膠餐盒對環境的影響，客戶超商於門市鼓勵消費者進行空便當餐盒回收，目前仍持續實施中。



# 附錄

全球永續性報告指標GRI對照表

報告書作業辦法\_  
食品業揭露準則對應指標

GRI G4食品產業補充指標

會計師有限確信報告



# 附錄

## 全球永續性報告指標 GRI 對照表

| 指標     | 說明                                 | 揭露情況 | 章節 / 說明                  | 頁碼            | 備註           |
|--------|------------------------------------|------|--------------------------|---------------|--------------|
| 策略與分析  |                                    |      |                          |               |              |
| G4-1*  | 最高決策者對永續性議題與策略的聲明                  | V    | 董事長的話                    | P4-5          |              |
| G4-2   | 組織的關鍵衝擊、風險及機會                      | V    | 2.1.3 風險控管               | P25           |              |
| 組織概述   |                                    |      |                          |               |              |
| G4-3*  | 組織名稱                               | V    | 關於報告書                    | P1            |              |
| G4-4*  | 主要品牌、產品與服務                         | V    | 2.1.1 經營現況               | P18-19        |              |
| G4-5*  | 組織總部所在位置                           | V    | 2.1.1 經營現況               | P20           |              |
| G4-6*  | 營運所在的國家數量及國家名                      | V    | 關於報告書                    | P1            | 本公司之營運所在地為台灣 |
| G4-7*  | 所有權的性質與法律形式                        | V    |                          |               | 詳請參閱本公司年報    |
| G4-8*  | 所提供服務的市場                           | V    | 3.1.2 通路管理               | P32-33        |              |
| G4-9*  | 組織規模                               | V    | 2.1.1 經營現況<br>4.3.1 人力資源 | P20<br>P61-62 |              |
| G4-10* | 員工總數                               | V    | 4.3.1 人力資源               | P61-62        |              |
| G4-11* | 受集體協商協定保障之總員工數比例                   | V    |                          |               | 本公司尚無工會      |
| G4-12* | 組織的供應鏈                             | V    | 3.2.4 供應商管理              | P40           |              |
| G4-13* | 組織規模、結構、所有權或供應鏈的任何重大變化             | V    |                          |               | 無重大變化        |
| G4-14* | 組織是否具有因應之預警方針或原則                   | V    | 2.1.3 風險控管               | P25-26        |              |
| G4-15* | 經組織簽署認可，而由外部所制定的經濟、環境與社會規章、原則或其他倡議 | V    |                          |               | 無參與外部倡議      |
| G4-16* | 參與的公協會和國家或國際性倡議組織的會員資格             | V    | 2.1.4 榮耀與獎項              | P27           |              |



| 指標         | 說明   | 揭露情況 | 章節 / 說明             | 頁碼   | 備註        |
|------------|--|------|---------------------|------|-----------|
| 鑑別重大考量面與邊界 |  |      |                     |      |           |
| G4-17*     | 組織合併財務報表或等同文件中所包含的所有實體<br>是否有在組織合併財務報表或等同文件中的實體未包含在此報告書中 | V    | 關於報告書               | P.1  | 詳請參閱本公司年報 |
| G4-18*     | 界定報告內容和考量面邊界的流程<br>組織如何依循「界定報告內容的原則」                     | V    | 1.3.2 重大議題<br>與範疇邊界 | P.13 |           |
| G4-19*     | 所有在界定報告內容過程中所鑑別出的<br>重大考量面                               | V    | 1.3.2 重大議題<br>與範疇邊界 | P.13 |           |
| G4-20*     | 針對每個重大考量面，說明組織內部在<br>考量面上的邊界                             | V    | 1.3.2 重大議題<br>與範疇邊界 | P.13 |           |
| G4-21*     | 針對每個重大考量面，說明組織外部在<br>考量面上的邊界                             | V    | 1.3.2 重大議題<br>與範疇邊界 | P.13 |           |
| G4-22*     | 對先前報告書中所提供之任何資訊有進行<br>重編的影響及原因                           | V    |                     |      | 無         |
| G4-23*     | 和先前報告期間相比，在範疇與考量面<br>邊界上的顯著改變                            | V    |                     |      | 無         |
| 利害關係人議合    |  |      |                     |      |           |
| G4-24*     | 進行議合的利害關係人群體   | V    | 1.2.1 利害<br>關係人鑑別   | P.11 |           |
| G4-25*     | 就所議合的利害關係人，說明鑑別與選<br>擇的方法                                | V    | 1.2.1 利害<br>關係人鑑別   | P.11 |           |
| G4-26*     | 與利害關係人議合的方式  | V    | 1.2.1 利害<br>關係人鑑別   | P.11 |           |
| G4-27*     | 經由利害關係人議合所提出之關鍵議題<br>與關注事項，以及組織如何回應                      | V    | 1.2.1 利害<br>關係人鑑別   | P.11 |           |



| 指標      | 說明   | 揭露情況 | 章節 / 說明         | 頁碼      | 備註                      |
|---------|--|------|-----------------|---------|-------------------------|
| 報告書基本資料 |  |      |                 |         |                         |
| G4-28*  | 所提供資訊的報告期間   | V    | 關於報告書           | P.1     |                         |
| G4-29*  | 上一次報告的日期   | V    | 關於報告書           | P.1     |                         |
| G4-30*  | 報告週期   | V    | 關於報告書           | P.1     |                         |
| G4-31*  | 可回答報告或內容相關問題的聯絡人   | V    | 關於報告書           | P.1     |                         |
| G4-32*  | 選擇的「依循」選項<br>針對所擇選項的 GRI 內容索引<br>引述外部保證 / 確信報告   | V    | 關於報告書           | P.1     |                         |
| G4-33*  | 尋求外部保證 / 確信的政策與現行做法<br>若未在永續報告書附帶保證 / 確信報告，則需說明已提供的任何外部保證 / 確信的根據及範圍<br>組織與保證 / 確信雙方之間的關係<br>最高治理機構與管理階層是否參與尋求永續報告書外部認證的程序 | V    | 關於報告書           | P.1     |                         |
| 治理      |  |      |                 |         |                         |
| G4-34*  | 組織的治理結構，包括最高治理機構的委員會   | V    | 2.1.2<br>公司治理組織 | P.22-24 | 目前本公司尚未有負責環境及社會衝擊決策之委員會 |
| 倫理與誠信   |  |      |                 |         |                         |
| G4-56*  | 組織之價值、原則、標準和行為規範   | V    | 第 4 章           | P.48    | 本公司訂有「員工紀律規範」           |

| 經濟績效指標 |                           |      |            |     |    |
|--------|---------------------------|------|------------|-----|----|
| 指標     | 說明                        | 揭露情況 | 章節 / 說明    | 頁碼  | 備註 |
| 經濟績效   |                           |      |            |     |    |
| G4-EC1 | 組織所產生及分配的直接經濟價值           | V    | 2.1.1 經營現況 | P21 |    |
| G4-EC2 | 氣候變遷對組織活動所產生的財務影響及其他風險與機會 | V    | 2.1.3 風險控管 | P25 |    |
| G4-EC3 | 組織確定福利計畫義務的涵蓋範圍           | V    | 2.1.1 經營現況 | P64 |    |

| 環境績效指標 |    |      |         |    |    |
|--------|----|------|---------|----|----|
| 指標     | 說明 | 揭露情況 | 章節 / 說明 | 頁碼 | 備註 |
| 原物料    |    |      |         |    |    |

|        |             |   |             |     |   |
|--------|-------------|---|-------------|-----|---|
| G4-EN1 | 所用原物料的重量或體積 | ▲ | 3.2.4 供應商管理 | P40 | 本公司主要使用可再生原物料，包括馬鈴薯、堅果、芋頭、棕鋁由，重量約約230萬噸 |
|--------|-------------|---|-------------|-----|---|

| 能源     |              |   |                 |        |     |
|--------|--------------|---|-----------------|--------|-----|
| G4-EN3 | 組織內部的能源消耗量   | V | 6.2.1 能源政策與行動方案 | P78-79 |     |
| G4-EN5 | 能源密集度        | V | 6.2.1 能源政策與行動方案 | P81    |     |
| G4-EN6 | 減少能源的消耗      | V | 6.2.1 能源政策與行動方案 | P80-81 |     |
| G4-EN7 | 降低產品和服務的能源需求 | V |                 |        | 不適用 |

| 水      |            |   |          |     |  |
|--------|------------|---|----------|-----|--|
| G4-EN8 | 依來源劃分的總取水量 | ▲ | 6.3 珍惜水資 | P82 |  |

| 生物多樣性   |   |   |  |  |                         |
|---------|---|---|--|--|-------------------------|
| G4-EN11 | 組織所擁有、租賃、管理的營運據點或其鄰近地區位於環境保護區或其他高生物多樣性價值的地區 | V |  |  | 本公司所在之區域皆於法規規範之商業區或工業區中 |
| G4-EN12 | 組織的活動、產品及服務，對保護區或其他高生物多樣性價值的地區在生物多樣性方面的顯著衝擊 | V |  |  | 無此情事                    |
| G4-EN13 | 受保護或復育的棲息地                                  | V |  |  | 無此情事                    |



| 環境績效指標  |   |      |                            |            |   |
|---------|---|------|----------------------------|------------|---|
| 指標      | 說明  | 揭露情況 | 章節 / 說明                    | 頁碼         | 備註  |
| 生物多樣性   |   |      |                            |            |   |
| G4-EN14 | 依瀕臨絕種風險的程度，說明受組織營運影響的棲息地中，已被列入 IUCN 紅色名錄及國家保護名錄的物種總數        | V    |                            |            | 無此情事                                      |
| 排放      |   |      |                            |            |   |
| G4-EN15 | 直接溫室氣體排放  | V    | 6.2.2 溫室氣體排放量              | P79-80     |   |
| G4-EN16 | 能源間接溫室氣體排放量   | V    | 6.2.2 溫室氣體排放量              | P79-80     |   |
| G4-EN20 | 臭氧層破壞物質 (ODS) 的排放   | V    |                            |            | 本公司生產製程中未有排放相關物質                          |
| G4-EN21 | 氮氧化物、硫氧化物和其他顯著氣體的排放   | V    |                            |            | 本公司生產製程中未有排放相關物質                          |
| 廢污水及廢棄物 |   |      |                            |            |   |
| G4-EN22 | 依水質及排放目的地所劃分的總排水量   | ▲    | 6.3.2 廢水處理                 | P83-84     |   |
| G4-EN23 | 按類別及處置方法劃分的廢棄物總重量   | V    | 6.4.1 廢棄物處理                | P85        |   |
| G4-EN25 | 組織運輸、輸入、輸出被「巴塞爾公約」附錄 I、II、III、VIII 視為有害廢棄物的物質之重量，以及運往國外的百分比 | V    |                            |            | 無此情事                                      |
| G4-EN26 | 受組織放流水及其他逕流排放而顯著影響的水體及相關棲息地的特性、面積、保護狀態及生物多樣性價值              | V    |                            |            | 本公司依規排放，未有影響等情事                           |
| 產品及服務   |   |      |                            |            |   |
| G4-EN27 | 降低產品和服務對環境衝擊的程度   | V    | 6.4.1 廢棄物處理<br>6.4.2 包裝材減量 | P85<br>P87 |   |
| 法規遵循    |   |      |                            |            |   |
| G4-EN29 | 違反環境法律和法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數                           | V    | 2.1.3 風險控管                 | P27        |   |
| 整體情況    |   |      |                            |            |   |
| G4-EN31 | 按類別說明總環保支出及投資   | V    | 6.4.1 廢棄物處理                | P86-87     |   |
| 供應商環境評估 |   |      |                            |            |   |
| G4-EN33 | 供應鏈對環境的顯著實際或潛在負面影響，以及所採取的行動                                 | V    | 3.2.4 供應商管理                | P40        | 本公司預計 2016 年度修改供應商稽核辦法，將供應商環境議題納入條文及檢視項目。 |

| 環境績效指標               |  |      |                          |                  |                         |
|----------------------|--|------|--------------------------|------------------|-------------------------|
| 指標                   | 說明   | 揭露情況 | 章節 / 說明                  | 頁碼               | 備註                      |
| 環境問題申訴機制             |  |      |                          |                  |                         |
| G4-EN34              | 經由正式申訴機制立案、處理和解決的環境衝擊申訴之數量                   | V    |                          |                  | 無此情事                    |
| 社會績效指標 ( 勞動條件與尊嚴勞動 ) |  |      |                          |                  |                         |
| 指標                   | 說明   | 揭露情況 | 章節 / 說明                  | 頁碼               | 備註                      |
| 勞僱關係                 |  |      |                          |                  |                         |
| G4-LA1               | 按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工總數及比例                  | V    | 4.3.1 人力資源               | P61-64           | 所有資訊以主要營運據點台灣為主，不另外劃分地區 |
| G4-LA2               | 按重要營運據點劃分，只提供給全職員工的福利                        | V    | 4.3.2 薪酬福利               | P64-65           |                         |
| G4-LA3               | 按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例                           | V    | 4.3.2 薪酬福利               | P65              |                         |
| 職業健康與安全              |  |      |                          |                  |                         |
| G4-LA6               | 按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數 | V    | 4.2.1 守護健康               | P58              | 所有資訊以主要營運據點台灣為主，不另外劃分地區 |
| G4-LA7               | 與其職業有關之疾病高發生率與高風險的勞工                         | V    | 4.2.1 守護健康               | P56-58           |                         |
| G4-LA8               | 工會正式協議中納入健康與安全相關議題                           | V    |                          |                  | 本公司無工會                  |
| 訓練與教育                |  |      |                          |                  |                         |
| G4-LA9               | 按性別和員工類別劃分，每名員工每年接受訓練的平均時數                   | V    | 4.1 培育與發展                | P49              |                         |
| G4-LA10              | 加強員工的持續受聘能力以及協助員工管理職業退休生涯的職能管理及終生學習計畫        | ▲    | 4.1.1 人才培育<br>4.1.3 創新論壇 | P49-51<br>P53-55 |                         |
| G4-LA11              | 按性別和員工類別劃分，接受定期績效及職業發展檢視的員工比例                | V    |                          |                  | 所有員工皆定期接受績效考核           |
| 員工多元化與平等機會           |  |      |                          |                  |                         |
| G4-LA12              | 按性別、年齡層、少數族群及其他多元化指標劃分，公司治理組織成員和各類員工的組成      | V    | 4.3.1 人力資源               | P61-64           |                         |



| 社會績效指標 ( 勞動條件與尊嚴勞動 ) |  |      |            |     |                              |
|----------------------|--|------|------------|-----|------------------------------|
| 指標                   | 說明   | 揭露情況 | 章節 / 說明    | 頁碼  | 備註                           |
| 女男同酬                 |  |      |            |     |                              |
| G4-LA13              | 按員工類別和重要營運據點劃分，女男基本薪資和報酬比率                     | V    | 4.3.2 薪酬福利 | P65 |                              |
| 供應商勞工實務評估            |  |      |            |     |                              |
| G4-LA15              | 供應鏈對勞工實務有顯著實際或潛在的負面衝擊以及所採取的行動                  | V    |            |     | 本公司 2016 年規劃擬定供應商企業社會責任評核條文  |
| 勞工實務問題申訴機制           |  |      |            |     |                              |
| G4-LA16              | 經由正式申訴機制立案、處理和解決的勞工實務申訴的數量                     | V    | 4.3.1 人力資源 | P64 |                              |
| 人權                   |  |      |            |     |                              |
| 指標                   | 說明   | 揭露情況 | 章節 / 說明    | 頁碼  | 備註                           |
| 投資                   |  |      |            |     |                              |
| G4-HR1               | 載有人權條款或已進行人權篩選的重要投資協定及合約的總數及百分比                | V    |            |     | 本公司之投資計畫未有涉及重大人權議題之地區，故無相關規劃 |
| G4-HR2               | 員工接受營運相關人權政策的訓練總時數，以及受訓練員工的百分比                 | ▲    |            |     | 本公司所有新進員工皆須接受反性騷擾防治之宣導       |
| 不歧視                  |  |      |            |     |                              |
| G4-HR3               | 歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動                            | V    |            |     | 無此情事                         |
| 結社自由與集體協商            |  |      |            |     |                              |
| G4-HR4               | 已鑑別為可能違反或嚴重危及結社自由及集體協商的營運據點或供應商，以及保障這些權利所採取的行動 | V    |            |     | 無此情事                         |
| 童工                   |  |      |            |     |                              |
| G4-HR5               | 已發現具有嚴重使用童工風險的營運據點和供應商，以及採取有助於杜絕使用童工的行動        | V    |            |     | 本公司聘僱符合勞基法規範，亦選擇符合法規之供應商     |

| 人權       |                               |      |            |     |                             |
|----------|-------------------------------|------|------------|-----|-----------------------------|
| 指標       | 說明                            | 揭露情況 | 章節 / 說明    | 頁碼  | 備註                          |
| 原住民權利    |                               |      |            |     |                             |
| G4-HR8   | 涉及侵害原住民權利的事件總數，以及組織所採取的行動     | V    |            | -   | 無此情事                        |
| 評估       |                               |      |            |     |                             |
| G4-HR9   | 接受人權檢視或衝擊評估的營運據點的總數和百分比       | V    |            |     | 營運據點無涉及人權衝擊之情事              |
| 供應商人權評估  |                               |      |            |     |                             |
| G4-HR11  | 供應鏈對人權有顯著實際或潛在負面的衝擊以及所採取的行動   | V    |            |     | 本公司 2016 年規劃擬定供應商企業社會責任評核條文 |
| 人權問題申訴機制 |                               |      |            |     |                             |
| G4-HR12  | 經由正式申訴機制立案、處理和解決的人權問題申訴的數量    | V    |            |     | 無此情事                        |
| 社會       |                               |      |            |     |                             |
| 指標       | 說明                            | 揭露情況 | 章節 / 說明    | 頁碼  | 備註                          |
| 當地社區     |                               |      |            |     |                             |
| G4-SO2   | 對當地社區具有顯著實際或潛在負面衝擊的營運據點       | V    |            |     | 本公司廠區皆位於工業區內，對當地社區未有負面衝擊    |
| 公共政策     |                               |      |            |     |                             |
| G4-SO6   | 按國家和接受者 / 受益者分類的政治獻金總值        | V    |            |     | 無此情事                        |
| 反競爭行為    |                               |      |            |     |                             |
| G4-SO7   | 涉及反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律訴訟之總數及其結果 | V    |            |     | 無此情事                        |
| 法規遵循     |                               |      |            |     |                             |
| G4-SO8   | 違反法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數  | V    | 2.1.3 風險控管 | P27 |                             |



| 社會         |  |      |            |        |                             |
|------------|--|------|------------|--------|-----------------------------|
| 指標         | 說明   | 揭露情況 | 章節 / 說明    | 頁碼     | 備註                          |
| 供應商社會衝擊評估  |  |      |            |        |                             |
| G4-SO10    | 供應鏈對社會的顯著實際或潛在負面衝擊以及所採取的行動                         | V    |            |        | 本公司 2016 年規劃擬定供應商企業社會責任評核條文 |
| 社會衝擊問題申訴機制 |  |      |            |        |                             |
| G4-SO11    | 經由正式申訴機制立案、處理和解決的社會衝擊申訴之數量                         | V    |            |        | 無此情事                        |
| 產品責任       |  |      |            |        |                             |
| 指標         | 說明   | 揭露情況 | 章節 / 說明    | 頁碼     | 備註                          |
| 顧客的健康與安全   |  |      |            |        |                             |
| G4-PR1     | 為改善健康和安全而進行衝擊評估的主要產品和服務類別之比例                       | ▲    | 3.3.2 品質管理 | P43-45 |                             |
| G4-PR2     | 依結果分類，違反有關產品和服務在其生命週期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件總數      | V    | 2.1.3 風險控管 | P27    | 無此情事                        |
| 產品及服務標示    |  |      |            |        |                             |
| G4-PR3     | 依組織資訊與標示程序所劃分的產品與服務資訊種類，以及需要符合此種資訊規定的重要產品及服務類別的百分比 | V    | 3.2.1 安心履歷 | P36-39 | 本公司 100% 產品遵照食品衛生安源法進行產資訊標示 |
| G4-PR4     | 依結果類別劃分，違反商品與服務資訊標示的法規及自願性規範之事件數量                  | V    | 2.1.3 風險控管 | P27    |                             |
| 行銷溝通       |  |      |            |        |                             |
| G4-PR6     | 禁止或有爭議產品的銷售  | V    | 2.1.3 風險控管 | P27    |                             |
| G4-PR7     | 按結果類別劃分，違反有關行銷推廣（包括廣告、推銷及贊助）的法規及自願性準則的事件總數         | V    | 2.1.3 風險控管 | P27    |                             |
| 顧客隱私       |  |      |            |        |                             |
| G4-PR8     | 經證實與侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數                          | V    |            |        | 無此情事                        |
| 法規遵循       |  |      |            |        |                             |
| G4-PR9     | 因產品與服務的提供與使用而違反法律和規定被處巨額罰款的金額                      | V    |            |        | 無此情事                        |

## 報告書作業辦法\_食品業揭露準則對應指標

| 產品責任 |  |      |                    |        |   |
|------|--|------|--------------------|--------|---|
| 指標   | 說明   | 揭露情況 | 章節 / 說明            | 頁碼     | 備註  |
| 食 -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。 | V    | 3.3 品質把關           |        |   |
| 食 -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。                          | V    | 2.1.3 風險控管         | P27    |   |
| 食 -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。                                     | V    |                    |        | 本公司採購之產品皆符合採購原則；現無須符合國際標準之相關規範                        |
| 食 -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。                             | V    |                    |        | 本公司基隆廠、桃園廠、彰化廠、中壢廠均獲得安全標準驗證 ISO22000 工廠，其生產量占比為 100%。 |
| 食 -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。                                       | V    | 3.2.4 供應商管理        | P40    | 原物料供應商受機比例為 100%。2015 年受稽比例佔 38.93%                   |
| 食 -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。                          | V    | 3.2.1 安心履歷         | P36-39 | 本公司建立及執行追蹤追溯之相關作業，故為 99%                              |
| 食 -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。              | V    | 3.3.1 安全防線 - 實驗室設置 | P41-43 |   |

## GRI G4 食品產業補充指標

| 產品責任      |   |      |               |         |  |
|-----------|---|------|---------------|---------|--|
| 指標        | 說明  | 揭露情況 | 章節 / 說明       | 頁碼      | 備註   |
| 採購 / 溯源實務 |   |      |               |         |  |
| FP01      | 遵循公司採購政策之供應商的採購量比例。                                     | V    |               |         | 目前所有供應商皆符合公司採購政策與規範，百分比為 <b>100%</b>         |
| FP02      | 依據標準別，說明採購具可信度或國際標準認證之產品採購量百分比。                         | V    |               |         | 由於產業特性，所採購之產品無符合 <b>ISEAL Alliance</b> 標準之需求 |
| 勞 / 資關係   |   |      |               |         |  |
| FP03      | 依據營運據點國家別，說明歸因於勞資糾紛、罷工或停工之工時損失的百分比。                     | V    |               |         | 無此情事   |
| FP04      | 公司舉行推廣健康生活方式、預防心血管疾病、營養且可負擔之食品及改善社區之活動，這些活動之性質、範圍及有效性。  | V    |               |         | 無此情事   |
| 顧客健康與安全   |   |      |               |         |  |
| FP05      | 全公司生產量中，經由第三方公正單位依國際食品安全標準驗證的生產量佔比                      | V    | 3.3.2<br>品質管理 | P.45    |  |
| FP06      | 根據產品類別，在全公司產品銷售量中，減量飽和脂肪、反式脂肪、鈉、糖的產品銷售量佔比               | V    | 3.1.1<br>健康創新 | P.31-32 |  |
| FP07      | 根據產品類別，在全公司產品銷售量中，富含健康食材 (如膳食纖維、維他命、礦物質、功能性食材) 的產品銷售量佔比 | V    |               |         | 鮮食產品因需依照客戶要求規格進行生產，故無相關成分減量說明                |
| FP08      | 除了法令規定之外，公司對於成份及營養資訊與消費者溝通之政策及處理                        | V    |               |         |  |
| 動物福利      |   |      |               |         |  |
| FP09      | 依據物種和養殖方式，說明養育和處置的動物總數與百分比。                             |      |               |         | 不適用  |
| FP10      | 依據物種和養殖方式，說明生理結構改變或麻藥使用之政策和實務。                          |      |               |         | 不適用  |
| FP11      | 依據物種和養殖方式，說明各種圈養方式所養育和處置的動物總數與百分比。                      |      |               |         | 不適用  |



### 會計師有限確信報告

聯華食品工業股份有限公司 公鑒：

聯華食品工業股份有限公司民國 104 年度企業社會責任報告書，業經本會計師針對所選定之標的資訊執行確信程序竣事，並出具有限確信報告。本次執行確信程序之標的資訊請詳附件一「確信項目彙總表」。

#### 管理階層對企業社會責任報告書之責任

管理階層之責任係依據臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」及全球永續性報告協會（Global Reporting Initiatives, GRI）發布之第四代永續性報告指南、行業補充指南及依行業特性參採其他適用之準則編製企業社會責任報告書，且維持與編製企業社會責任報告書有關之必要控制，以確保企業社會責任報告書所列標的資訊未存有重大不實表達。

#### 會計師對企業社會責任報告書執行確信程序之責任

本會計師係依照確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」，對上開企業社會責任報告書所選定之標的資訊（詳附件一）在所有重大方面是否依照第二段所述準則編製表示意見，並提出有限確信報告。相較於合理確信，有限確信案件所執行程序之性質及時間與適用合理確信案件不同，其範圍亦較小，因是取得之確信程度明顯低於合理確信。

本會計師係基於專業判斷規劃及執行確信程序，以獲取相關標的資訊之有限確信證據，且任何內部控制均受有先天限制，因此未必能查出所有業已存在之重大不實表達。本會計師執行確信程序包括：

- 取得及閱讀企業社會責任報告書；
- 訪談管理階層及相關人員，以瞭解公司編製企業社會責任報告書有關政策

及程序；

- 訪談相關人員了解所選定標的資訊產生之流程、內部控制及資訊系統；
- 分析及以抽查方式測試標的資訊相關文件及紀錄。

### 獨立性及品質管制遵循聲明

本會計師及所隸屬會計師事務所遵循會計師執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。此外，本會計師所隸屬會計師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」，以維持完備之品質管制制度，包含與遵循執業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。

### 確信結論

依據所執行之程序及所獲取之證據，本會計師並未發現所選定之標的資訊在所有重大方面有未遵循其衡量基準暨臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」及全球永續性報告協會（Global Reporting Initiatives, GRI）發布之第四代永續性報告指南、行業補充指南及依行業特性參採其他適用之準則之情事。

勤業眾信聯合會計師事務所  
會計師 吳世宗

吳世宗



金融監督管理委員會核准文號  
金管證審字第 1010028123 號

中 華 民 國 1 0 5 年 1 1 月 1 5 日



確信項目彙總表

| 編號 | 臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」/GRI 指標編號    | 指標敘述  | 對應章節  | 衡量基準  |
|----|---|---|-------|---|
| 1. | 臺灣證券交易所「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 | 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 | 品質把關  | 針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度進行之評估與改進所影響之主要產品類別及百分比 |
| 2. | 臺灣證券交易所「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 | 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                          | 風險控管  | 違反食品安全衛生管理相關法規之裁罰次數及金額                          |
| 3. | 臺灣證券交易所「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 | 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                                     | 附錄    | 產品採購金額符合國際認可之產品責任標準者占整體採購金額百分比                  |
| 4. | 臺灣證券交易所「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 | 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                             | 品質管理  | 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           |
| 5. | 臺灣證券交易所「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 | 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                                       | 供應商管理 | 對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果                         |
| 6. | 臺灣證券交易所「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 | 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                          | 安心履歷  | 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                      |



| 編號  | 臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」/GRI 指標編號    | 指標敘述   | 對應章節       | 衡量基準  |
|-----|---|--|------------|---|
| 7.  | 臺灣證券交易所「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 | 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 | 安全防線-實驗室設置 | 食品安全實驗室及食品安全相關支出金額及其占自製產品銷售淨額之百分比               |
| 8.  | GRI G4-PR1                                  | 為改善健康和 safety 而進行衝擊評估的主要產品和服務類別之百分比                  | 品質管理       | 針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度進行之評估與改進所影響之主要產品類別及百分比 |
| 9.  | GRI G4-PR2                                  | 依結果分類，違反有關產品和服務在其生命週期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件總數        | 風險控管       | 違反食品安全衛生管理相關法規之裁罰次數及金額                          |
| 10. | GRI G4-PR4                                  | 依結果類別劃分，違反商品與服務資訊標示的法規及自願性規範之事件數量                    | 風險控管       | 違反食品安全衛生管理相關法規之裁罰次數及金額                          |
| 11. | GRI G4-FP2                                  | 總採購量中，符合國際認可之產品責任標準者占整體採購之百分比，並依標準區分                 | 附錄         | 產品採購金額符合國際認可之產品責任標準者占整體採購金額百分比                  |
| 12. | GRI G4-FP5                                  | 全公司生產量中，經由第三方公正單位依國際食品安全標準驗證的生產量佔比                   | 品質管理       | 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           |



自然·安心·美味

*Joy in every Bite!*



[www.lianhwa.com.tw](http://www.lianhwa.com.tw)

聯華食品工業股份有限公司  
地址：103台北市大同區延平北路二段96號10樓  
電話：(02)2552-1666 ext.481