



味王股份有限公司 105 年度

企業社會責任報告書

Corporate Social Responsibility

Report 2016

目 錄

經營團隊.....	3
前言一〃關於本報告書之簡述.....	4
前言二〃致利害關係人.....	5
第一章 公司概况與經營績效.....	7
1.1 公司簡介.....	7
1.1.1 公司概述.....	7
1.1.2 公司沿革.....	7
1.1.3 公司產品服務.....	8
1.2 公司治理.....	9
1.2.1 組織運作之單位與結構.....	9
1.2.2 董事會運作.....	9
1.2.3 薪酬委員會運作.....	10
1.2.4 CSR 執行委員會運作.....	10
1.3 經營績效.....	11
1.3.1 營運成果.....	11
1.3.2 短、中、長期營業目標.....	11
1.3.3 市場對策與行動.....	12
1.3.4 對食品產業趨勢分析.....	13
1.4 風險管理與危機處理.....	14
1.4.1 風險管理.....	14
1.4.2 危機處理原則.....	14
1.4.3 食品安全處理原則.....	14
1.4.4 客戶信用管控原則.....	14
1.4.5 內稽內控處理原則.....	14
第二章 利害關係人與關心議題鑑別溝通.....	15
2.1 利害關係人辨識.....	15
2.2 利害關係人關切議題、溝通管道與頻率.....	15
2.3 實質性議題考量面邊界與重大議題界定.....	17
第三章 產品責任與食品健康安全維護.....	18
3.1 食品製造的信念與堅持.....	18
3.2 食品安全管理之驗證.....	22
3.3 原物料來源分布與管控.....	23

3.4 食品健康訴求	26
3.5 產品標示作業	27
3.6 產品保存期限設定	29
3.7 產品追溯與追蹤管理	30
3.8 維護食品安全實際做法	30
3.9 客戶滿意狀況	33
3.10 法規遵循	34
第四章 人力資源僱用與培育	35
4.1 人員僱用與溝通	35
4.2 重視職場作業環境安全與健康	36
4.3 訓練與教育	39
4.4 福利措施	40
4.5 人權	40
4.6 倫理與誠信	40
第五章 社會關懷與環境重視	41
5.1 社會互動與回饋	41
5.2 保護環境的努力	42
5.3 能資源使用	43
5.4 報廢原物料、廢污水、廢棄物與氣體排放處理	45
第六章 附錄	49
附錄一 GRI G4 對照表	49
附錄二 查證聲明書	54



經營團隊



名譽董事長 穎川建忠

(擔任董事長期間：92年6月~104年6月；並自104年7月起擔任名譽董事長)



董事長 陳清福

(任期：104年6月~107年6月)



總經理 陳恭平

公司經營團隊主要主管成員

職 稱	姓 名	學 歷	工作職掌
副總經理	李啟隆	東吳大學畢業	負責子公司泰國味王有限公司營運事宜
協 理	鄭絢彰	美國萊特大學 MBA 畢業	協助本公司國內、外營運事宜
協 理	張博舟	東吳大學畢業	協助本公司國內、外營運事宜
經 理	魏璟雄	東吳大學畢業	負責本公司秘書作業事宜
經 理	郭長城	文化大學畢業	負責本公司財務、會計作業事宜
廠 長	林火義	中興大學畢業	負責子公司泰國味王有限公司生產作業事宜
廠 長	鄭明堂	屏東農專畢業	負責本公司豐田廠生產作業事宜

前言一 || 關於本報告書之簡述

內容撰述原則

105 年度企業社會責任報告書是味王股份有限公司（以下簡稱味王公司）第三次發行，係採用 GRI G4 永續性報告指南核心依循選項，遵循一般標準揭露、特定標準揭露，GRI 食品加工業揭露及台灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」特別指定事項等規範，揭露味王公司在 105 年度的成果，讓關心本公司的利害關係人，除能看到我們實踐對公司永續經營發展面向的用心與決心外，並能進一步更加了解味王公司平時的努力。

內容範疇

本報告書涵蓋內容以台北市總公司與雲林縣豐田廠為基礎，在民國 105 年 1 月至 105 年 12 月間利害關係人所關切議題，根據 GRI G4 一般標準、經濟、環境及社會指標，GRI 行業特定標準食品加工業補充說明及台灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」特別指定揭露事項等規範，就經營管理層面實際落實執行，對企業社會責任之具體行動與績效表現予以揭露。

本報告書僅揭露個體經營績效之財務資訊，其他營運財務績效請於公開資訊觀測站參閱本公司個體暨合併財務報表。

第三方驗證（確信）

本報告書經勤業眾信聯合會計師事務所依據中華民國會計研究發展基金會發佈之「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」確信，提出『有限確信』意見書，符合 GRI G4 核心指標之規範。

發行

味王公司將依據台灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」所規定之網站上申報揭露，同時於本公司網站上公開發行公佈，且以每年一次之週期定期發行企業社會責任報告書。

現行版本發行日：106 年 10 月公佈

上一版本發行日：已於 105 年 10 月公佈，下一版本發行日：預定 107 年 10 月公佈。

聯絡管道：

有關本報告書電子檔可於本公司網站 www.vewong.com 首頁右上標示「企業社會責任」處之連結鍵點入或直接以路徑 http://www.vewong.com/ec99/ushop20069/profile_12.asp 進入下載，如對本報告書內容有任何疑問或建議，歡迎利用下列管道與我們聯絡，您的意見是我們成長的動力。

CSR 執行委員會推動小組：陳榮顯副理

電話：(02)2571-7271 # 825 電子郵件信箱：niel@vewong.com.tw

前言二||致利害關係人

努力與成果

由於去年度外界環境相對安定，加上經營階層及全體員工的共同努力，本公司尚能穩健發展且維持成長，展望今年度，則應努力追求更好，不論台灣食品本業，或是海外轉投資事業，均應先求穩定，再逐步向上發展。

因肩負企業永續經營使命，為使公司擁有發展願景，善盡企業社會責任，未來將以強化公司競爭力為經營重心，利用良好的財務體質，逐年編列資本支出計畫，陸續更新汰換老舊生產設備，藉由最新設備與技術的導入，強化核心技術價值，俾能增進生產效率，為同仁打造更友善的工作環境。為此：

一、在業績方面：

本公司 105 年度合併營業收入淨額，合計新台幣（以下同）陸拾參億肆仟陸佰柒拾陸萬柒仟元。其中銷貨成本肆拾陸億壹仟伍佰零肆萬玖仟元，營業費用玖億捌仟壹佰陸拾參萬柒仟元，營業外收入及支出淨利柒仟零捌拾捌萬貳仟元，稅前淨利捌億貳仟零玖拾陸萬參仟元，預估所得稅費用壹億玖仟零柒拾貳萬玖仟元，則本期淨利為陸億參仟零貳拾參萬肆仟元，淨利率 10%。

二、在研究發展方面：

- 1.引進日本製造醬油種麴，使製麴良好，再篩選優良酵母菌，在密封溫度分段控制下醱酵，釀造優良生醬液，生產優良醬油。
- 2.嚴選非基因改造黃豆片製造醬油，醱酵優質生醬油，符合消費者市場需求，生產美味、健康之產品。
- 3.聘請專業廚師針對調理快餐，指導調理技術，調理生產美味、健康之產品。
- 4.研究設計速食麵麵體，使麵體更加有彈性 Q 度，提昇口感及耐泡性，符合消費者喜愛。
- 5.研發創新產品，延伸既有品牌之產品形象，提高產品附加價值。

未來短、中、長期發展策略

105 年度台灣食品本業業績及獲利持續維持，已經突破 21 億元的目標。自去年初豐田廠增設 20 萬食速食麵自動化生產線之後，已發揮擴大產能及提升生產效率之效果，該生產線之產量已達成預期目標，因而帶動速食麵整體營收。為繼續耕耘速食麵市場，使新增設備之效益極大化，將陸續推出新產品，讓產品更多樣化，以滿足不同消費族群之需求。

因本公司現有醬油設備產能已達飽和，部分製程甚至出現生產瓶頸，且機器亦已老舊，故設備亟待更新，惟為減輕公司財務負擔，將採「整體評估，分階段實施」原則，逐步汰換及

增設新設備，並藉此機會訓練幹部，精進技術層次，以應付未來生產挑戰。為持續台灣食品本業業績，依下列方向進行：

- 1.持續開發新品及新客戶，以維持銷售能量。
- 2.設備更新，針對醬油部份，以整體規劃、分階段實施，汰舊醬油舊設備，以提供消費者更好的醬油產品。
- 3.加強原物料控管，以保障產品安全，讓消費者安心
- 4.閒置資產開發，目前正加速申請作業流程，以期盡早開發。
- 5.國外投資事業，正結合當地通路，相互投資以不同產品拓展不同市場，創造更高業績。

因應總體經營環境、外部競爭環境及法規環境之影響

由於台灣內需市場成長幅度遲緩，因而造成產品推廣之阻力，惟為突破外在經營環境困境，藉由生產設備更新，將引進最新生產方式，以利研發新產品，不僅迎合市場趨勢，也能創造業績拓展機會。

而勞動法令修正後實施「一例一休」新制，對本公司人事成本亦形成壓力，為配合政府政策，將以調整生產計畫、調配人力等方式加以因應，以減少加班費用對公司成本之衝擊。

目前台灣的食品法規雖無重大變更，但細部規範則不斷修正，因此本公司包裝標示之改版也從未間斷。本公司不因符合國內法規之規範而滿足，為符合國際趨勢、未來法規需求、回應消費者期待，以及對於產品品質的自我要求，因此於 105 年度敦請食品工業發展研究所至本公司豐田廠進行食品防護的相關輔導。除了持續以往對食品品質(Food Quality)的追求外，也努力朝食品安全(Food Safety)、食品防禦(Food Defense)及食品攙偽(Food Fraud)等全面性的食品防護機制(Food Protection)之目標邁進。這些努力不僅僅為了味王公司本身，更是食品企業所應盡的社會責任，讓味王公司為食品安全盡一份心力。

董事長：陳清福



總經理：陳恭平



第一章 公司概况與經營績效

1.1 公司簡介

1.1.1 公司概述

公司概况簡表	
公司全名	味王股份有限公司
設立日期	民國 48 年 7 月
資本額	新台幣 24 億元
性質與法律形式	為台灣股票上市公司 (股份有限公司)
員工人數	694 人 (以 105 年 12 月 31 日截止之員工總人數)
員工國籍分佈	本國籍員工 678 人，外國籍員工 16 人，未使用派遣員工。
總部設立位置	台北市中山區中山北路二段 79 號 6 樓
名譽董事長	穎川建忠
董事長	陳清福
總經理	陳恭平

1.1.2 公司沿革

年度 (民國)	公司大事紀 事項
48	1.本公司原名「中國醱酵工業股份有限公司」，四月於台北成立。 2.同年九月於樹林鎮籌建味精廠乙座，命名為台北廠，並與日本協和醱酵株式會社技術合作，引進該公司發明之醱酵法專利技術和全套自動化設備，翌年八月台北廠建廠完成，開始生產味精。
53	首次增資，擴建設備，增加產量，並將公司股票申請上市，成為公開上市之大眾投資公司。
59	1.更名為「味王醱酵工業股份有限公司」，使公司名稱與產品商標一致。 2.與日本明星株式會社合作製造速食麵應市，邁向多角化經營之途徑。
61	鑒於多角化經營之策略，原在樹林鎮之台北廠設備已不敷使用，該年於雲林縣豐田工業區籌建新廠，命名為豐田廠。
64	豐田廠第一期建廠計劃如期完成，同年十月開工生產速食麵、紫菜湯、罐頭飲料，並繼續進行第二期建廠計劃，籌建高級釀造醬油生產工廠。
67	為謀求一元化，促進經營合理化，並配合政府鼓勵企業合併發展工業之政策，合併「味王醬油罐頭工業股份有限公司」，並將該公司工廠更名為「味王公司三重廠」。同年七月豐田廠開始生產金味王醬油供應消費大眾。
68	再更名為「味王股份有限公司」。
72	自日本引進 Retort Pouch(殺菌調理包,又名利多袋)設於豐田廠，推出採用該包裝之金味王紅燒牛肉麵，推出後深獲消費大眾好評。
73	同年八月間，於台北廠推出金味王 IG 味精、豐田廠推出調理食品 (速食名菜系列)。
81	本公司速食麵「強強滾」系列產品，分別榮獲 1992 年行銷傳播卓越獎 - 中華民國第 1 名及國際 MCEI 首獎。
87	元月本公司豐田廠榮獲 ISO-9002 國際品保認證。
91	四月本公司豐田廠榮獲 ISO-9001：2000 年版國際品保認證。
95	七月本公司豐田廠醬油、速食麵、調理快餐、罐裝飲料、速食湯、味精、風味調味料等七大類產品通過經濟部標準檢驗局 ISO-22000(ISO-9001 及 HACCP)食品安全管理系統驗證。
102	美國食品藥物管理局(USFDA) 查廠,速食麵廠與醬油廠通過管理作業考核。

1.1.3 公司產品服務

本公司主要從事食品製造生產、銷售及進出口貿易等業務，主要產品為味精、速食麵、醬油、速食品及飲料罐頭等五大類，主要品牌有味王、金味王、婦友、麴正宗、王子 PRINCE 等著名商標。

本公司國內生產工廠設置於：雲林縣大埤鄉豐田工業區。



▲國內生產據點雲林豐田廠區▲

本公司國內服務市場分佈於全省有：

營業所：有 16 所

發貨中心：有 4 所

代銷商：分布於宜蘭、花蓮、台東、南投及澎湖。

經銷商：有醬油經銷商及飲料分銷商。



▲國內營業據點分佈圖▲

除台灣市場外，國外服務市場遍佈於，如下：

- 1、北美洲：美國(代理商)、加拿大(代理商)。
- 2、中美洲：巴拿馬(代理商)、哥斯大黎加(代理商)、薩爾瓦多(代理商)。
- 3、南美洲：智利。
- 4、歐洲：法國(代理商)、西班牙(代理商)、拉斯巴馬斯(代理商)、英國(代理商)；荷蘭、瑞士、瑞典、德國、比利時。
- 5、澳洲：澳大利亞(代理商)。
- 6、亞洲：馬來西亞(代理商)、新加坡、印尼、大陸、香港、澳門、菲律賓、越南。
- 7、非洲：南非、迦納(代理商)。
- 8、大洋洲：新喀里多尼亞(經銷商)、帛琉、土拉喀(TRUK)、馬紹爾群島。



▲國外服務市場分佈圖▲

1.2 公司治理

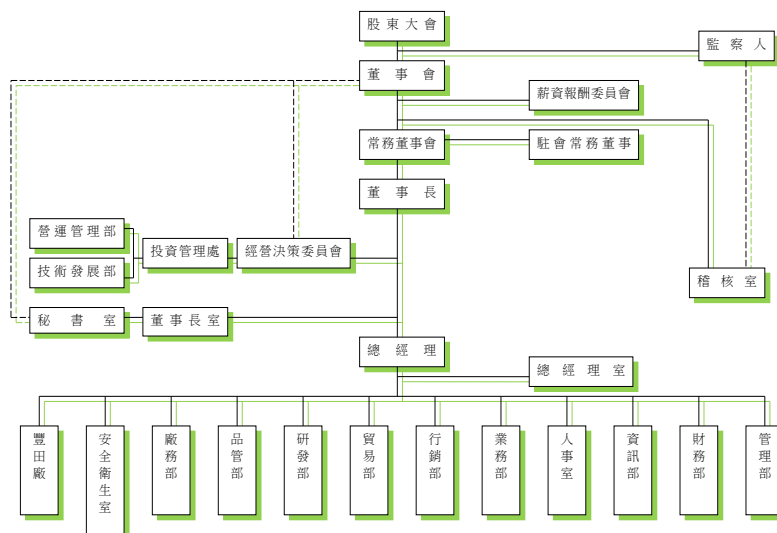
1.2.1 組織運作之單位與結構

本公司董事會下設稽核室、董事長下設董事長室、董事長室下設秘書室、經營決策委員會下設投管處及總經理下設總經理室。另分別設立管理部、財務部、資訊部、人事室、業務部、行銷部、貿易部、研發部、品管部、廠務部、安全衛生室、豐田廠等一級單位。

▼業務一級單位設立圖▼



▼味王公司組織結構圖▼



1.2.2 董事會運作

本公司設董事十五人(依證券交易法規定，本公司於104年6月23日股東常會中選任獨立董事三人，以強化董事會職能)，由股東會就有行為能力之人選任之，任期三年，連選得連任。董事組織董事會，依公司法規定互選常務董事五人，並由常務董事互選一人為董事長。

依章程規定，本公司得視實際需要以同一方式互選一人為副董事長，且得互選若干人為駐會常務董事，但本屆董事會並未互選副董事長及駐會常務董事。本公司設監察人三人，並由監察人互推一人為常駐監察人。

董事、監察人任期及105年董事會成員明細：

第20屆董事任期自民國104.6.23起迄民國107.6.22止

第21屆監察人任期自民國104.6.23起迄民國107.6.22止

職稱	姓名	性別	出席率	職稱	姓名	性別	出席率
董事長	陳清福	男	100%	董事	葉啟昭	男	100%
常務董事兼總經理	陳恭平	男	100%	董事	吳俊模	男	100%
常務董事	甘錦裕	男	75% (另委託出席1次)	董事	林德盛	男	100%
常務董事	穎川萬和	男	50% (另委託出席2次)	獨立董事(常務董事)	廖季方	男	100%
董事	穎川建忠	男	75%	獨立董事	許俊明	男	50% (另委託出席2次)
董事	穎川浩和	男	50% (另委託出席2次)	獨立董事	郭功全	男	100%
董事	楊坤洲	男	0% (另委託出席4次)	常駐監察人	杜恒誼	男	100%
董事	周海國	男	100%	監察人	胡東晃	男	100%
董事	賴其里	男	100%	監察人	陳月鳳	女	100%

備註：1、董、監事年齡分佈在40~50歲有1人、50歲以上有17人。

2、105年度本公司董事會開會總計4次。

3、實際出席(列)席次數/年度開會次數=實際出席(列)席率(%)

1.2.3 薪酬委員會運作

本公司設有薪資報酬委員會，置委員三人，任期與董事會相同，105 年度薪資報酬委員會共開會 3 次。薪酬委員定期衡量公司規模、行業特性、業務性質、經營績效、市場行情、未來風險及歷年薪資報酬發放情形，訂定本公司董事、監察人及經理人之薪資報酬，並定期檢討本公司董事、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。委員任期及出席率如下表所示：

▼ 薪酬委員會出席率及任期情形 ▼

職稱	姓名	實際出席 次數(B)	委託出席 次數	實際出席率 (%)(B/A)	備註
召集人	廖季方	3	-	100%	連任，104.06.30 改選
委員	陳啟昌	3	-	100%	連任，104.06.30 改選
委員	郭功全	3	-	100%	連任，104.06.30 改選

說明：(1) 本公司之薪資報酬委員會委員計 3 人。

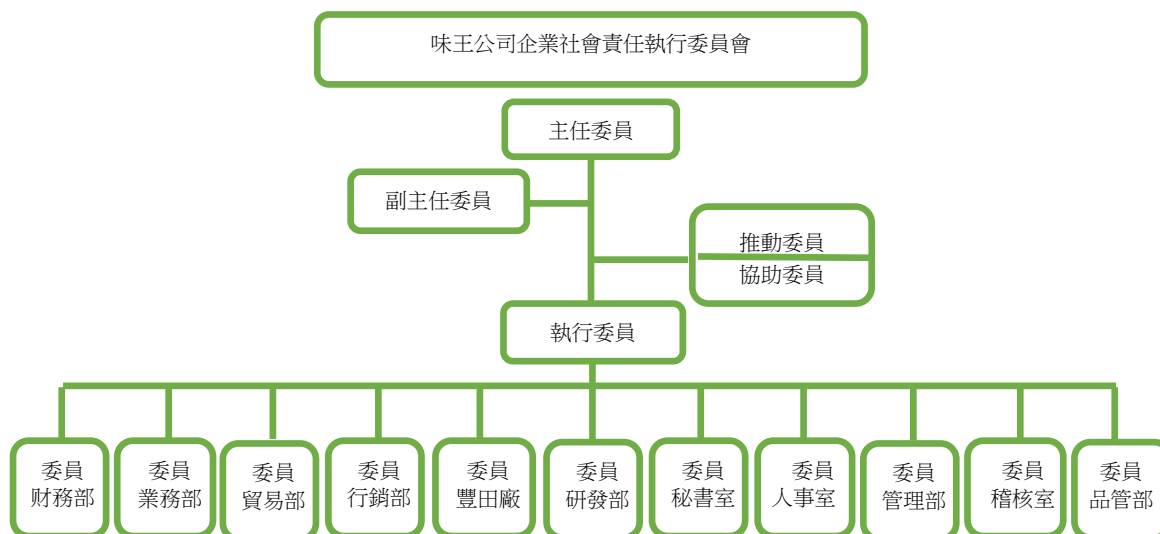
(2) 本屆委員任期：104 年 6 月 30 日至 107 年 6 月 22 日。

(3) 105 年度薪資報酬委員會開會 3 次。

1.2.4 CSR 執行委員會運作

本公司於 104 年 2 月 24 日招集各單位正式成立「企業社會責任執行委員會」組織，針對利害關係人所關心的議題，進行收集、溝通、改善與執行之運作，並將每年度實際作業情況編製成企業社會責任報告書，提交第三方公正單位並依法公布揭露。而本委員會主任委員由總經理擔任，兩位協理擔任副主任委員協助之，總經理室負責本委員會作業推動事宜。

▼ 本公司 CSR 執行委員會組織圖 ▼



1.3 經營績效

1.3.1 營運成果

本年度營業收入為 21.82 億元，僅較去年度微幅成長 1.85%，稅後淨利則因海外投資事業表現亮眼，達到新台幣 4.23 億元。薪資費用為新台幣 3.54 億元較去年增加 1.37%，所得稅費用為新台幣 0.63 億元較去年增加 37.41%，股利為新台幣 2.4 億元。其他營運財務績效請於公開資訊觀測站參閱本公司個體暨合併財務報表。



1.3.2 短、中、長期營業目標

短期市場目標

持續加速各類產品汰換、品質精進、改善費用並降低生產成本，同時開發具競爭力、市場發展潛力與利潤空間的新產品，並重塑品牌形象；在通路經營上則力求突破暨有現代通路與軍福通路之業績成長，並持續精耕通路深度，加強各式業務用市場、團膳通路、公司行號與社區團購、網路通路等之開拓；廣宣經營則聚焦主力及潛力產品，投資行銷資源，重建品牌知名度並爭取消費者認同，提升市佔及追求公司獲利持續成長

中、長期市場目標：

食品本業，持續進行業務組織強化，精耕傳統、業務、現代、軍福及網路虛擬通路，並加重各通路商化規劃。

產品面：在既有品類以外，迎合全球消費趨勢與健康環保概念，運用生技及營養專業，結合食品美味與健康維持的新品開發方向開發高附加價值產品，如：常溫米飯的開發、手工麵與滷味麵，配合現有調理包菜餚、湯品，同時藉網路購物平台提供熟齡銀髮族或行動不便者的方便攝食與營養；近幾年並積極轉型介入酒類、食品代工等極具市場發展潛力的不同業態經營，逐步擴大業種領域及營業規模。

生產面：關於熱能使用也逐步規劃使用污染較低的天然氣來取代重油、汰換老舊耗能的設備以節能；期以全球工廠概念來開發符合國內、外市場需求的產品，提昇長遠業務效能與競爭利基，並善盡社會責任並追求永續經營發展。

1.3.3 市場對策與行動

競爭利基：本公司不僅擁有穩健財務面及國內、外優秀的經營團隊，更具有引領市場的優勢醱酵設備與生產技術、遍佈全省的營業所及物流配送系統等競爭利基；不論都會、鄉野或深山裡的每一個溫暖家庭，都能在短暫時間內享用到味王公司以專業與社會責任所精心調製出的各類優質、安全、方便、美味食品。未來跨境的網路交易法規漸趨成熟後，更可將此優質產品帶到無遠弗屆的世界各角落。

商品經營：面對食品產業嚴峻的經營環境，本公司持續著眼以舊品重新定位、提高品質、降低生產成本、開發利基新品、擴增新通路與行銷模式，並積極強化通路商化活動，務期掌握各時間點之商機，突破困境並創造營利空間。

隨著生活型態變遷，不僅外食人口急速增加，家用調味料的需求量隨之降低，且包裝型態亦呈現少量多樣化。其中味王味精之主要客戶-家用市場更是明顯式微，故一方面除了固守傳統市場銷量外，近年更積極強化第二代、第三代調味料之設備暨品質精進與市場拓展，並持續鎖定用量大宗的餐廳團膳和食品加工等業務通路經營；積極進行家用風味調味料不同口味及容量別的產品延伸。醬油產品則除了加強業務用醬油之推廣，亦積極開拓現代及軍福通路，陸續推出諸如「XO 醬油」、「紅麴 XO 醬油」、「麴正宗醬油」、「婦友上等醬油」及其他純釀造高優質醬油系列產品，經營「麴正宗」與「金味王」醬油品牌知名度，推出系列化產品來爭取消費者認同，提升整體市佔、營業額及利潤。針對日益風潮的有機及非基因改造農作概念，非基因改造黃豆純釀造的醬油亦逐步規劃推出相關新品或舊品升級。

速食麵戰場，仍持續處於生產成本飛漲及各方激烈衝擊中，為了避免整體速食麵市場規模加速下滑，除了不斷進行品質精進努力外，味王亦毅然陸續進行生產線自動化、設備添購及麵體麵質改造工程，並力推符合消費者期待新品，如推出「王子滷味寬麵」，給消費者吃滷味之另一種選擇。此外，推出「大食客」桶麵系列商品，提供各有不同的特色滋味，滿足喜歡多元口味的消費者。再者加強賣場商化陳列，及持續賣場試吃活動推廣，期能於競爭激烈環境中，力求穩定成長。為使零嘴多樣化，推出「小王子麵_麥喀奇系列產品」，香甜可可、濃郁香椿、辣味莎莎三種口味。

味王調理包除鞏固原有燴飯系列領導品牌，且進一步將產品朝口味多元化、高附加價值、輕食健康等更深更廣的方向來發展，推出「麻油猴頭菇」及「紅燒獅子頭」年菜系列、搭配手工麵條的「番茄牛肉麵」、「紅燒牛肉麵」希望能突破現況，將調理包目前家用市場推廣至送禮市場，期以打造常溫調理食品第一品牌為目標。

除上述產品類別外，為擴充公司整體營業額與利潤並經營不同通路，味王透過市場專家推薦精選引進多款國外優質「紅酒」在台販售，深獲目標族群喜愛，為味王經營酒類通路奠下良好基礎。

面對大環境嚴峻考驗，每一步履確實充滿艱辛挑戰，但在強化研發創新、業務積極勤奮、與行銷不斷努力下，期以美味又健康的好產品來服務社會大眾，繼續朝創造營業額與提高公司整體利潤之雙重目標邁進。

1.3.4 對食品產業發展趨勢分析

依據《ITIS 產業評析--2016 年第四季及全年我國食品產業回顧與展望》指出，2016 年全年我國食品業產值估計約為新台幣 6,184 億元，較去年 增加 2%；其中麵條粉條類食品業、製糖業、冷凍冷藏肉類業及烘焙炊蒸食品業產值增加幅度 較大。2016 年雖全球經濟發展較停滯，國際研究機構下修全球經濟成長率，但屬民生食品的食品產業因應環境、消費需求及餐飲市場動能等變化，產值仍能持續提升，但經營壓力增 加，轉型動作亦更積極。

2016 年我國食品出口值較去年增加 8.91%，整體表現較第四季佳。2016 年出口表現相對 亮眼的有酒精性飲料、脫水食品、碾製品、冷凍食品、醃製食品及茶等。進口方面，全年食品飲料進口值為 2,346 億元，成長 2.39%。虛擬通路行銷活動活絡，帶動相關進口產品銷售及能 見度增加，給予部分進口產品成長力量。

我國連續發生重大食品事件，已嚴重影響國家與企業形象以及價值創造，消費者信心與品牌價值亟待重建；加上重組肉、基改原料及過敏原強制標示、預計 2018 年全面禁用反式脂肪等多項產品標示新規範陸續實施；還有提升產業與產品品質新規範，如：食品追溯追蹤制度管理規範，分階段執行、上市櫃食品業須自設實驗室，落實自主管理等相關要求，廠商可能投入大量心力於基礎的穩固，間接減弱產品創新動力。雖目前在政府之國際溝通與廠商自主管理下，部分產品已陸續回歸正常軌道，但部分產品消費習慣改變、進口產品取代或品牌洗牌現象正在發生；預期仍需一定的時間及相當作為，產業才能回復原來成長的軌道。

行政院預估，在這世界競爭熱點的加值效應帶動下，2020 年時，「生物經濟」對臺灣 GDP 貢獻將達 14%。在五大核心應用領域中的「食品與農業」，針對食品產業規劃：(1)優化產業供應鏈、(2)強化食品防護、(3)潔淨標示、(4)高齡食品及食品生技等科技研發。預期經由該方案之推動，除因應各界對食品安全、安心及高齡化社會飲食之需求外，亦將引領食品產業朝高值化與國際化發展。

創新產品及服務不斷開發，加上跨業積極對食品產業的投入，未來整體食品產業表現仍受期待。根據食品所 ITIS 預估，2017 年整體食品產業產值估計可達 6,185 億元(增加 2.44%；產值的增加，除與經濟成長相關外，開發及提供消費者意想不到的創新產品及服務，有效的跨業合作及串連，拓展海外新市場等，皆是帶動產業持續成長的關鍵。

國際食品相關規範標準持續調整已為常態，市場運作規則不斷調整；國際創新創業風潮瞄 準食品產業，具破壞式創新力道及大規模資金投注的食品生態圈，變革正在持續進行。即時關 注與因應，攸關國內食品產業未來國際角色定位及商機變化。如近年各國家在營養健康、過敏 原及溯源資訊等法規規範的調整，歐盟及日本等要求食品標籤需詳註營養資訊及來源國等，隨 時抓緊國際法規動向，可彈性且快速因應調整，在 2017 年更顯重要。

科技及生活模式的精進，不斷改變食品餐飲供需面貌。不論新食品原料的開發、機器人、大數據、電商或新零售等，食品創新價值的展現，已非單一加工製造或通路即可完成。2017 年能加入更多的跨業力量，導入更多的國際合作或消費者需求互動，即有機會在未來市場蘊釀 及培養更多的創新及核心能量，注入產業及企業新活力及新商機。

1.4 風險管理與危機處理

1.4.1 風險管理：

本公司重大營運決策皆經適當權責部門評估分析及依董事會決議執行。稽核室亦依風險評估結果擬訂其年度稽核計劃，運用風險評估查核模式並確實執行，協助公司內部各單位及關係企業檢視風險項目，協助制度規劃及流程設計，改善營運及管理風險以增加組織價值。

1.4.2 危機處理原則：

為迅速因應及妥適處理公司經營上的各類型之危機，俾利於各單位遵循，已訂危機處理作業標準。遇有發生各類型之危機時，依權責分工立即處理展開行動，於第一時間負責協調及指揮各相關部門及人員，並隨時彙整處理進度，密切與發言人聯繫。

1.4.3 食品安全處理原則：

本公司依據危機處理作業標準，若發生食安問題能即時通報並採取適當因應措施。以在多年之前（103 年度）問題油品事件為例，事件發生立即啟動食安危機處理機制，針對相關產品做預防性下架、停產並進行檢驗，檢驗結果除公告在 www.vewong.com 企業網站外，亦於賣場及報章媒體公告，提供消費大眾查詢，並全面先回收有疑慮的產品。並採取改善對策，全面更換原物料且檢驗無危害物質檢出後，再正式生產，重新上市。

1.4.4 客戶信用管控原則：

內銷市場：為能確實執行信用限額管控，訂定信用限額管理辦法執行，且由各營業所之營業人員確實調查客戶信用狀況並建立資料，並每年定期依客戶實際交易情形，確實評估其信用狀況，檢討調整信用額度，務必控制在新評定之信用限額範圍內，以減低營運風險。

外銷市場：新產品開發：建議客戶提供當地國外市場較有興趣的產品來開發，避免無謂損失。

新客戶開發：一般新客戶以預收貨款或開立信用狀(L/C)為主，降低風險。

代理商：經市場銷售量與信用況評估後，分別給予不同的信用額度。

1.4.5 內稽內控處理原則：

內部控制之實施為一持續性之作業，經由對各項經營與管理作業的不斷檢查，發覺與公司政策、作業程序、既定目標或預期標準乖離之事實，藉回饋系統反應至適當之管理階層，並針對問題採取必要之修正行動，以確保企業之經營遵循原規劃之方向進行。並藉內部牽制手段達到勾稽之目的，以防止作業弊端之發生。

風險與危機管控處理分工表	風險類型	負責單位	管控風險方式
	財務風險、流動性風險、信用風險、法律風險	■ 財務部 ■ 管理部法務股 ■ 稽核室	● 訂定各項策略並執行 ● 分析變化及採取各項因應措施 ● 持續評估及管控 ● 風險評估查核模式
	市場風險	■ 總經理 ■ 各部、室 ■ 危機處理小組 ■ 發言人	● 訂定各項策略並執行 ● 分析變化及採取各項因應措施 ● 針對可能發生之市場風險危機進行管控及處理
	策略及營運風險	■ 投管處	● 策略營運事前的風險評估及事後績效追蹤
	環境風險	■ 總經理 ■ 各部、室、廠 ■ 危機處理小組 ■ 發言人	● 環境變化影響評估作業 ● 追蹤潛在影響範圍 ● 提出適當的回應措施

第二章 利害關係人與關心議題鑑別溝通

針對利害關係人所關心之實質性議題，參酌公司治理、責任與營運方針，以「利害關係人關切度」、「造成公司營運衝擊度」面向，參考前年所歸納之利害關係人、實質性議題考量面與重大議題，以問卷方式由本公司各單位予以考量評分後，歸納出在各面向之議題重要性的辨識鑑別與排序，評估出目前本公司最重要的議題。

2.1、利害關係人辨識

本公司依據平時與社會大眾、商業往來間之實際互動，就其與本公司有唇齒相依、或能相互影響、或須遵循其意志行事、或認同接受本公司服務、或關切本公司營運等對象，分別歸類為股東與董事會、員工與工會、消費者與社區與贊助對象、供應商與通路商與委託代工商、政府機關、媒體及銀行等7大面向最具關鍵影響力的利害關係人。詳如右圖所示。



▲本公司利害關係人圖▲

2.2、利害關係人關心實質性議題、溝通管道與頻率

由於，本公司提供多元的溝通管道及資訊揭露，與利害關係人保持良好的對話與溝通，



▲本公司利害關係人關心議題圖▲

根據重大性和利害關係人包容性原則，由各單位依平時與相關利害關係人溝通及服務實務上往來經驗，找出關心味王公司之 18 項實質性議題。

該些議題溝通管道、頻率與應對單位分別如下列表述。

▼利害關係人關心實質性議題、溝通管道與頻率，及本公司應對單位表▼

利害關係人	關心實質性議題	溝通管道	溝通頻率	應對單位
員工、工會	1.福利與薪資	勞資會議 工會理監事會議 工會會員代表大會	季	人事室
	2.訓練發展		季	
	3.經營績效		年	
	4.公司形象			
	5.健康安全			
股東	1.經營績效	股東大會 公開資訊網站 公司網站 通訊（如電話、電子郵件）	年	發言人 管理部 秘書室
	2.未來發展		月	
	3.風險管理		不定期	
	4.公司形象		不定期	

▼利害關係人關心實質性議題、溝通管道與頻率，及本公司應對單位表▼

利害關係人	關心實質性議題	溝通管道	溝通頻率	應對單位
供應商	1.採購政策	通訊（如電話、電子郵件、電子採購系統）	不定期	管理部
	2.經營績效	訪廠	不定期	
	3.供應鏈管理	公司網站	不定期	
	4.法令遵循與符合	公開資訊網站	月	
消費者	1.產品責任	公司網站 0800 客服電話	不定期	業務部 品管部 豐田廠 行銷部
	2.健康安全的產品	客戶滿意度調查	年	
	3.法令遵循與符合	公開資訊網站	月	
	4.公司形象	賣場試吃面銷	不定期	
通路商與委託 代工商	1.產品責任	公司網站 0800 客服電話	不定期	業務部 品管部 豐田廠 行銷部
	2.健康安全的產品	客戶滿意度調查	不定期	
	3.法令遵循與符合	公開資訊網站	年	
	4.公司形象	營業人員面銷	月	
	5.經營績效		不定期	
銀行	1.經營績效	公開資訊網站	月	財務部
	2.未來發展	公司網站		
	3.風險管理	業務面訪	不定期	
	4.公司治理	電話通訊	不定期	
	5.法令遵循與符合		不定期	
政府	1.法令遵循與符合	公開資訊網站	月	人事、採購、財 務、生產、行銷 與銷售相關單位
	2.環境汙染管理	公司網站		
	3.產品社會責任	業務面訪		
	4.安全衛生管理	電話通訊	不定期	
	5.公司治理	函文通訊	不定期	
	6.節能減碳		不定期	
	7.綠色產品研發		不定期	
社區與贊助對 象	1.環境汙染管理	通訊（如電話、電子郵件）	不定期	豐田廠、行銷部 與業務部相關單 位
	2.法令遵循與符合	社區會議		
	3.產品社會責任		不定期	
	4.公司形象			
	5.社會公益與回饋			
董事會	1.經營績效	董事會	季	發言人 管理部 秘書室
	2.未來發展	公開資訊網站	月	
	3.風險管理	公司網站	不定期	
	4.公司形象	通訊（如電話、電子郵件）	不定期	
媒體	1.經營績效	公開資訊網站	月	發言人 秘書室
	2.未來發展	公司網站	不定期	
	3.公司治理	通訊（如電話、電子郵件）	不定期	
	4.公司形象	記者會	不定期	
	5.法令遵循與符合			

2.3、實質性議題考量面邊界與重大議題界定

本公司利害關係人所關切議題之資訊，以問卷方式由本公司各部門就平時與利害關係人間的服務、交涉與往來互動實務經驗，依據之前所關切之實質性議題，溝通方式與互動情況，再依據由 16 單位對該些利害關係人所關切之程度與衝擊之程度，以高=3 分、中=2 分、低=1 分、無=0 分四種強度分析給與分數，辨識出具實質性、重要性、影響力與迫切性的重大議題與關聯性，其關切度與衝擊度經加總平均，平均分數落入 3~2 分(含)間屬於高度範圍、分數落入 2(不含)~1 分(含)間屬於中度範圍、分數落入 1(不含)~0 分間屬於低度範圍，界定出味王公司的利害關係人所關注的重大議題，藉此呼應所有利害關係人的認同與肯定。

利害關係人關心議題經鑑別界定後，將實質性議題以矩陣圖歸納表示重大性程度。

利害關係人關心議題重大性程度矩陣圖				
關切度	高		公司形象 未來發展	產品責任、公司 治理、法規符 合、經營績效、 健康安全、供應 鏈管理
	中	節能減碳 綠色產品	風險管理、廣告 行銷、福利與薪 資、社會公益、 訓練發展	採購政策 環境污染管理 勞資關係
	低			
		低	中	高
		衝擊度		

▼實質性議題考量面邊界▼

實質性議題	GRI G4 考量面	邊界		重大性 程度	對應本報告書 章節
		組織內	組織外		
產品責任	社會—顧客健康和安績效指標	*	* (消費者、通路商與委託代工商)	重要議題	3.2~3.8
公司治理	一般標準—公司治理績效指標	*		重要議題	1.2
法規符合	環境、社會與產品責任績效指標	*	* (政府、銀行)	重要議題	3.10、4.5、4.6、5.4
經營績效	經濟—經濟績效指標	*		重要議題	1.3
健康安全	社會—職業健康與安全、產品責任績效指標	*		重要議題	3.4~3.8、4.2
供應鏈管理	經濟—採購實務指標	*	* (供應商)	重要議題	3.3
採購政策	經濟—採購實務指標	*	* (供應商)	重要議題	3.3
環境汙染管理	環境—環境績效指標(廢污水和廢棄物)	*		重要議題	5.4
勞資關係	社會—勞資關係	*		重要議題	4.1~4.6
公司形象	社會—產品責任績效指標	*		重要議題	3.1、3.9
未來發展	一般標準—策略分析	*		重要議題	前言二、1.3
風險管理	一般標準—公司治理績效指標	*		次要議題	1.4
廣告行銷	社會—產品責任績效指標(行銷溝通)	*		次要議題	3.10
福利與薪資	社會—勞工實務與尊嚴勞動	*		次要議題	4.4
社會公益	環境—環境績效指標(產品及服務)	*	* (社區與贊助對象)	次要議題	5.1
訓練發展	社會—勞工實務與尊嚴勞動	*		次要議題	4.3
節能減碳	環境—環境績效指標(排放)	*		一般議題	5.2~5.3
綠色產品	環境—環境績效指標(排放)	*		一般議題	5.2

備註：表中 * 之符號係為顯示實質性議題項目對應到邊界之狀況。

第三章 產品責任與食品健康安全維護

3.1 食品製造的信念與堅持

供應美味、衛生、健康及安全食品

隨著消費者健康意識抬頭，在開發美味食品的同時，本公司將以「美味健康，品質第一」食品安全政策、「品質、創新、交期」食品安全目標為依歸，及以顧客至上的承諾，積極進行設備改進、管理精進等措施，憑著務實、良心與專業進行食品製造，本公司更相信企業積極、創新、負責任的一顆心，才是我們最好的調味品，期能在食用產品供應上，讓消費者吃的美味外更得到安全健康。

醬油類產品：本公司生產醬油產品，製造過程均嚴格管控，成品以不含 3-單氯丙二醇（3-MCPD）化合物，及不添加防腐劑為訴求。

醬油是每個家庭必備的烹調調味料，具有增加食物色、香、味的功能，係以豆麥為主原料醱酵製造之「生醬液」產品，其生產有「純釀造醬油」、「非純釀造醬油」二種方式。

- (1) **純釀造醬油：**經由微生物自然醱酵，亦即在豆麥主原料中加入麴菌，使其產生的酵素，將原料中的蛋白質及碳水化合物加以分解醱酵，再經熟成、調煮、殺菌、澄清及過濾而製得。由於製程費時，所需的時間長達 6 個月，雖所需成本較高，但具有自然優良香味的含鹽釀造調味料。



有關本公司「純釀造醬油」產品製作

本公司醬油生產設備，採用全國唯一全室內密閉式恆溫控制發酵槽，具優良衛生管理條件，在製造過程中不沾染灰塵污物，該設備除原有 50 噸醱酵槽共計 69 槽外，於民國 98 年再投資新增室內密閉式恆溫控制 100 噸醱酵槽 12 槽，其生產過程係經過 180 天醱酵管理，除了顧及生產作業及產品食用上安全衛生外，亦讓醬油的風味更具獨特性。

醬油品牌有「金味王」及「婦友」二大類，其中純釀造醬油成品有 XO 巧之饌醬油、陳年醬油、醇



釀醬油、珍宮釀醬油、紅麴 XO 醬油、麴正宗醬油、婦友純釀醬油等產品上市，堅持 100% 純豆麥釀造，絕不添加防腐劑及人工香料及色素。在內外銷產品生產總品項中，僅「味王紅麴醬油」添加有功能性紅麴素之醬油調味品，內含 Monacolin K，完美結合養生與美味。

本公司針對消費者近年來關切之黃豆基因改造議題，在 104 年度著手開發非基改豆片進行醬油釀造工程，並以漸進式的方式，逐漸增加非基改醬油之品項，在 105 年非基改醬液量佔總量的 15.3%，並預計規劃增建專屬於非基因改造醬油生產廠區與設備。

(2) 非純釀造醬油：胺基酸液

使用加酸分解速釀法，亦即在製作過程中，需使用食品級鹽酸將原料「高蛋白質黃豆片」中的蛋白質水解為胺基酸，再經鹼中和、過濾後所製作而成之醬液，稱為胺基酸液，因製造時間只需幾天，生產量可隨需求隨時調節。然而，該化學方法分解蛋白質的製造過程，卻容易產生可能對於動物體產生癌症的 3-單氯丙二醇 (3-MCPD) 化合物，對人體的健康具有潛在的危險性，產生此化合物的來源為脫脂大豆中殘存的油脂與鹽酸作用而形成，因此製造過程需鹼化，去除製造過程中 3-單氯丙二醇 (3-MCPD) 的生成。

因此，本公司均嚴格控管製作，每年皆會抽驗送第三公正檢驗單位檢驗「3-單氯丙二醇 (3-MCPD)」含量，經歷年檢測皆符合國家規範標準。然，本公司為減少環保廢棄物及水資源浪費，自 104 年 12 月起停止生產胺基酸液，改為外購，每一批均嚴格控管品質及「3-單氯丙二醇 (3-MCPD)」零檢出。

另外，醬油產品依釀造與加工方法的不同，可分為純釀造、非純釀造、濃色醬油、淡色醬油等。其中非純釀造產品，本公司依據市場上需求，推出有婦友上等醬油、金味王甘甜醬油...等混和醬油產品（內含純釀造醬液及胺基酸醬液）上市。

速食麵類產品

本公司生產速食麵產品以不添加防腐劑、方便性、美味自然口味為訴求



本公司速食麵生產絕不添加防腐劑，是以油炸方式排除麵身中的水分，使麵身的水分降到微生物無法生存的環境之原理製作，如此一來，微生物在缺乏水分的環境下，自然無法生長繁殖，進而達到保存目的。

另外，速食麵是否安全衛生，則與使用油脂及保存方法有正向關係。因此製造速食麵必須使用穩定性良好的精製食用油脂，成品不能暴露於高溫或日曬，必須儲存於陰涼乾燥處才能避免引起不良變化，而且一經拆封，就要儘快食用。營養專家建議常吃速食麵的人，最好加雞蛋、肉絲和青菜一起煮食，則不但能夠增進風味，而且能夠攝取平衡的營養和纖維素。

本公司推出速食麵系列產品：

麵食點心類產品：有「王子麵」、「小王子麵」等多款產品。

滷味類產品：有「王子滷味麵」等產品。

沖泡類產品：有「京御滿堂」系列、「經典小館」系列、「巧食齋」、「味王乾麵達人」等多款產品。



調理食品類產品

公司調理食品以消費者方便性、不添加防腐劑、經商業滅菌處理後能在常溫下保存為訴求

處在忙碌的工商社會中，能在家烹煮的時間越來越少，為此，本公司了解社會上忙碌者的心聲，推出能在常溫下保存之系列調理食品，希望能夠成為大眾便利餐飲選擇方案之一，不僅方便保存攜帶、食用簡潔且衛生經濟；無論是帶便當、居家休閒、郊遊、登山、露營、健行、餽贈、拜拜、航海、國內、外旅遊，或颱風期間儲備皆宜之最方便的即食美饌。

該些調理食品是經過高溫滅菌技術來消滅會危害人體健康的微生物，並輔以適當的包裝技術，採用不透氣、不透光的多層鋁箔袋(Retort Pouch)，經密封、高溫(攝氏 121 度)高壓殺菌，且經食品工業發展研究所熱穿透試驗，確已達到滅菌之條件及效果，故能在常溫下保存，不需要添加防腐劑。所以生產過程的每一個程序都經過嚴謹及周詳的前置作業，另外操作機器的人員須先取得食品工業研究所的滅菌釜操作合格證書。



▲ 殺菌釜 ▲

另本公司亦相當重視農產品原料使用安全，其中有關農藥殘留及動物用藥問題，在原料每批進廠立即進行下列必要之檢驗，最主要的目的是要給所有的消費者吃的安心、吃的健康：

生鮮、乾燥蔬菜：除向供應商索取檢驗報告外，自行檢驗農藥殘留（快速農藥殘毒生化檢驗，抑制率 34%以下），另外送第三公正單位檢驗（1 次/年）。

肉品：則向供應商索取檢驗報告（動物用藥無殘留證明、屠宰證明）或自行送第三公正單位檢驗。如廠商無送驗報告者請廠商提供切結書，以為證明。

本公司在調理食品類產品計有：

速食調理食品系列—紅燒牛腩、香菇肉煨、咖哩雞肉、筍絲焢肉、咖

哩豬肉、咖哩牛肉、蔬燴什錦、咖哩燴洋菇等產品，提供不同口味且又方便又美食的調理食品。



大包裝調理食品—家傳蕃茄牛肉麵、家傳紅燒牛肉麵。

年菜—麻油猴頭菇及紅燒獅子頭。



味精類產品

本公司味精產品以調味鮮美、食用衛生安全為訴求

麩胺酸鈉也稱為 MSG 或味精，是一種麩胺酸的鈉鹽，屬於自然形成的最豐富胺基酸之一。美國食品和藥品管理局已把味精（MSG）歸入為一般認為安全（GRAS）之列，而歐盟則視其為一種食品添加劑。

味王是以調味品味精起家，在為使消費者能有食用衛生安全且更鮮美之調味料的前提下，本公司精益求精的提升生產製造技術，努力研發推出更鮮美的調味料產品。

味精生產技術的演進

第一代食品調味料

- **早期味精**：味精生產是從天然的食物材料中萃取而得到，例如將海帶以熱水煮過，取其湯液濃縮後即可獲得含有味精濃縮液或調味粉。
- **中期味精**：以蛋白質水解為主要生產之方法，其中以小麥麵筋蛋白進行水解為主要之材料，由於每20公斤小麥麵粉大約可產出1公斤的味精，可見早期生產味精之不易。
- **現在味精**：利用微生物醱酵生產味精，主要利用葡萄糖、果糖、蔗糖或是利用玉米澱粉進行糖化作用，提供製作過程中所需成份「糖」的來源，經由特別篩選的味精生產菌種吸收代謝後，合成大量的麩胺酸，為生物合成的天然胺基酸。

第二代食品調味料

- **高鮮味精**
 - 全由天然原料所提煉製造而成，更講求天然健康與美味共存為兩大主要特色的產品，產品為顆粒狀防潮性更高，主要成份為核苷酸，也是人體本來就有且也是所需要的物質之一。
- **味王產品**
 - 鮮寶、高鮮、高鮮Plus等品牌

第三代食品調味料

- **風味調味料**
 - 精心嚴選高品質原料，在加入多種調味料調製而成，更能取代味精及鹽的使用量，主要成份含有人體所需之核苷酸及胺基酸，更以讓消費者達到健康與美味間故為目標之食品調味料。
- **味王產品**
 - **味之家品牌**：鯉魚、香菇、雞汁等3種口味
 - **食在對味品牌**：鮮雞、香菇、海鮮蔬果等4種口味



3.2 食品安全管理之驗證

第三方驗證：

本公司深切體認在食品生產的任何階段，都可能隱藏有食品安全危害因素，故對食品製作過程之安全事項非常重視，更秉持著企業社會責任與良心，要求在原料供應、食品生產、設備操作和成品儲存配送作業上，進行非常嚴謹、嚴格的控制，供給最終消費者食用安全之產品，並落實「美味健康，品質第一」食品安全政策，另為了向消費大眾，證明本公司有能力控制食品安全危害和排除影響食品安全的因素，早已提請第三方公正驗證相關單位，對本公司進行食品安全管理等相關驗證，期望能讓消費者感受到，味王公司的用心、務實、誠信、真誠與專業，對本公司產品購買的放心與吃的安心。

本公司 105 年度 354 項產品中，經第三方公正單位驗證有 352 項，比率為 99.44%。

經第三方公正單位驗證產品比率表			本公司通過第三方公正單位驗證 情 況 表	
項 目	104 年度	105 年度	1、ISO22000 食品安全管制系統 / HACCP 危害重要管制系統	
產品總品項數 (A)	383	354	2、ISO9001 品質管理系統	
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項數 (B)	381	352		
經第三方公正單位驗證產品比率 (B / A)	99.48%	99.44%		

本公司 105 年度通過食品業者衛生安全管理系統驗證



驗證之意涵：

有關第三方公正單位驗證作業相當嚴謹，其中 HACCP 系統的五個初始步驟和七個原理，是目前全球各界確保食品安全的基礎，其作用是防止食品生產過程（包括製造、儲運和銷售）中食品有害物質的產生。HACCP 不是依賴對最終產品的檢測來確保食品的安全，而是將食品安全建立在對加工過程的控制上，以防止食品產品中的可知危害發生或減少潛藏危害存在的程度。

3.3 原物料來源分佈與管控

採購政策與原則

本公司採購資材，係指原料、副原料、機械、儀器、配件、備品材料、工具用品、包裝材料、醫藥衛生材料、文具、生材器具、建築材料及運輸設備等，其採購地區分為國內採購與國外採購，所以僅就食品原料、副原料來說，凡國內、外廠商，需經當地政府核准設立登記有案，能產製符合本公司需用規格或取得第三方公正單位品質驗證，且經安全認證或可提供食品添加物證明、衛生檢驗報告書...等之廠商，且能符合本公司對品質要求條件之規定者，均為公司採購對象。其採購政策為：

- (1) 依據研發及生產需求，基於公平原則及安全為前提以適時、適地採購提供適質、適量及適價之原物料。
- (2) 供應商評鑑合乎法規標準，並要求配合本公司採購政策，以確保本公司原物料供應來源管控，且能符合本公司對品質要求條件之規定。
- (3) 採購原物料應依據食品安全衛生管理法規之規定辦理。

在地化採購

根據上述原則，供應商區分為國內與國外採購比例，本公司係以國內供應商為主，如下所示。



國內外供應商家數與比例				
供應商	104 年度		105 年度	
	家數	比例	家數	比例
國內	193	96.50%	183	96.32%
國外	7	3.50%	7	3.68%
合計	200	100.00%	190	100.00%

以國內供應商交貨品項結構相關佔比，呈現如下：



國內供應商以交貨品項區分比例				
品項	104 年度		105 年度	
	家數	比例	家數	比例
原物料	152	78.76%	146	79.78%
包材	41	21.24%	37	20.22%
合計	193	100.00%	183	100.00%

備註：採購供應商係以食品之原物料及相關包材為主，其他機械、備品、運輸設備、工具用品等供應商不包括在內。

以國內外採購金額結構佔比，呈現如下：



供應商查訪之實績

本公司採購資材，其中有關原料及包材之供應商，實際交易總家數為 196 家(含代工廠商)，因對原料來源之重視及謹慎，由本公司相關單位組成一至數人之評核小組針對物料管理、製程管制、食品安全與追溯管理及服務等項目進行抽查稽核，於評核時會依廠商狀況進行評分，再進行總評並將參與評核人之評核成績進行平均，依照成績判定受評廠商為何種級別之協力廠商，不及格者則剔除於合格名單內，不再交易，如需重新交易則需再次進行評核。於 105 年度間評核共 71 家，評鑑結果分別列為合格廠商共 70 家及不合格廠商 1 家，其中有實際交易之合格廠商計 69 家，占供應商家數之 35.20%。

當供應廠商經評核結果成績被列為不合格時，於確認後隨即停止交易，105 年度剔除率占總供應家數之 0.51%，並另尋其他新供應商針對物料管理、製程管制、食品安全與追溯管理及服務等項目，使用社會對食品安全重視與法令規範之標準來嚴格評核篩選，避免造成食安衝擊。另，符合本公司採購政策之供應商採購量為百分之百。

105 年度實際交易供應商狀況表		
	104 年度	105 年度
供應商數	207	196
實地查訪	62	69
查訪比例	29.95%	35.20%

採購品項中有國際認證比例

本公司有關採購品項，在 105 年度中經過國際認證有「森林管理委員會(Forest Stewardship Council 簡稱 FSC) 認證」計有 2 家供應商，其採購金額佔包材總採購金額比例為 5.76%。另通過「哈拉 (HALAL) 認證」計有 7 家供應商。

備註說明：

- 1、「哈拉 (HALAL) 認證」是要求食品加工處理過程符合回教教義，且必需經過清潔、衛生、健康等檢驗標準的產品認證，可獲授權標示清真 (حلال) 之標記。
- 2、「森林管理委員會 (Forest Stewardship Council 簡稱 FSC) 認證」係為森林管理提出一套環境認證標準，主要概念在於：顧全人與森林能夠在環境、社會、經濟三方面的互動模式中取得平衡。

國內供應商通過第三方公證認證比例

在 105 年度國內採購供應商家數(183 家)通過認證約為 35.52%(共計 65 家)，佔比如下圖所示。第三方公證認證為 ISO22000 / HACCP、ISO9001。



由源頭為食品安全把關

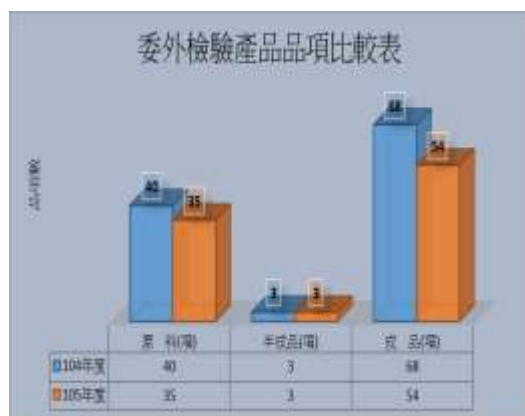
本公司 105 年度內外銷產品生產總品項：醬油 91 項，味精 61 項，速食麵 129 項，調理快餐 36 項，罐頭飲料 6 項，委外代工產品 31 項，總計 354 項。其各項產品所使用之原物料將針對安全性進行風險評估，亦即依原物料之特性進行必要之檢驗。另，為求能落實源頭管理，針對原料來源與生產方式進行安全與風險性評估，確實要求供應商成分展開，並預計導入食品防護以建立更佳完善的危害分析，確保能提供消費者更為安心、健康與美味之產品。

因此，我們秉持食品製造良心，以消費者健康與安全立場為出發點，遵循食品製造安全衛生之相關法令規範，針對各項產品所使用之原物料的安全性進行風險評估與把關、瞭解與監測，於原物料進廠時經其必要性之檢驗合格後才予以投料生產。

有關必要性之檢驗方式，除採自行抽樣檢驗外，亦視實際需要與狀況，將樣本自動委外送檢，而且，每年依協力廠商評核等級建立「供應商再評鑑計畫」，並要求原料供應廠商填寫安全衛生保證書。如此，盡其所能以確保產品食用之健康安全。

原物料檢驗項目表						
原物料類別	原物料名稱	自主檢驗項目	檢驗頻率	加強檢驗項目(委外)	檢驗頻率	合格比率%
包材	包裝材料	尺寸、外觀檢查、版面設計內容	每批	廠商送驗：材質試驗、塑化劑、溶出試驗	每年	100%
醬油	小麥	水分、粗蛋白	每批	味王送驗：黃麴毒素 廠商送驗：黃麴毒素、赭麴毒素、農藥殘留	每年	100%
	高 蛋 白 豆 片	水分、粗蛋白	每批	味王送驗：黃麴毒素 廠商送驗：黃麴毒素、農藥殘留、重金屬	每年	100%
	食 品 加 工 用鹽、鹽酸	水分、氯化鈉含量、水不溶解物、波美度、純度	每批	味王送驗：鹽檢驗重金屬鹽酸檢驗汞 廠商送驗：鹽檢驗重金屬	每年	100%
	純鹼	純度	每批	味王送驗：汞及六價鉻		100%
	活性碳			味王送驗：鉛	每年	100%
	酒精	一般性狀、純度、夾雜物	每批	味王送驗：甲醇	每年	100%
	生醬油	食鹽、總氮、糖度、酸鹼度、色澤、風味、夾雜物	每批	味王送驗：果糖酸、3-MCPD、塑化劑、4-MEI、防腐劑、重金屬	每年	100%
	胺基酸液	食鹽含量、總氮、酸鹼度、風味	每批	味王送驗：3-MCPD、塑化劑	每年	100%
	紅麴素	一般性狀、溶解度、官能試驗	每批	味王送驗：橘黴素	每年	100%
速食麵	麵粉	水份、粗蛋白、夾雜物、灰分、顆粒粒徑、濕麵筋、漂白劑	每批	味王送驗：麵體順丁烯二酸 廠商送驗：黃麴毒素、赭麴毒素、農藥殘留	每年	100%
	油脂	酸價、過氧化價、熔點、水分、夾雜物、油脂安定試驗(OSI)	每批	廠商送驗：總黃麴毒素、重金屬	每年	100%
味精	味精	水分、酸鹼度、總氮、T(%)、氯化物、鈣含量總生菌數、大腸桿菌、異物、異味	每批	味王送驗：重金屬(以鉛計)、砷 廠商送驗：重金屬(以鉛計)、砷	每季	100%
調理食品	冷 凍 肉 (豬、牛、雞)	水分、精度、裁切規格、官能檢查、生菌數、大腸桿菌、中心溫度、收率等	每批	廠商送驗：動物用藥殘留	每年	100%
	生鮮蔬菜	尺寸、官能檢查、農藥殘留快篩	每批	廠商送驗：農藥殘留	每年	100%
飲料	蔬果汁	可溶性固形物、可滴定酸度、夾雜物、灰分、生菌數、大腸桿菌群、農藥殘留甲醛態氮、pH 值、農藥殘留量快篩、官能試驗	每批	味王送驗：重金屬(以鉛計)、塑化劑	每年	100%

本公司有關原物料委外簡驗產品類別與費用狀況表，及原物料品項比較圖詳如下列：



3.4 食品健康訴求

本公司對於農藥及動物用藥殘留之管控非常重視，尤其近年有關中藥農藥殘留量之食安問題，對保護消費者的健康特別關注，因此，在食材上採用中藥之產品，於進行小批量生產時，立即將製造成品送驗第三公證單位進行農藥檢驗、重金屬檢驗，其檢驗結果均符合法規標準。

然，本公司在開發美味食品時，以盡量減少食品添加物的含量，儘可能使用單方的原料，雖然目前尚未有關於減糖、低鈉、低飽和脂肪、低反式脂肪之產品。但在開發美味食品時，以盡量減少食品添加物與鈉鹽的含量，並儘可能使用單方的原料。

反式脂肪的調整，衛生福利部前於 104 年 9 月 7 日依據食品安全衛生管理法(下稱食安法)第 17 條，預告訂定「食用氫化油衛生標準」草案，實施日期預訂為 107 年 7 月 1 日。因此，本公司事先進行調整，使用之原料採用以不含氫化油為主，以符合法規規範，變更品項配方如下：

速食麵類	鮮蝦湯麵(碗)、鮮蝦湯麵、蠔活海味(碗)、豚骨海鮮湯麵(碗)	佔速食麵品項 3.10%
調理食品類	蔬燴什錦	佔調理食品品項 1.64%
味精類	食在對味—蔬食原味	佔味精類品項 2.78%

讓消費者吃下肚的東西更安全、更安心，另於 106 年規劃調整及簡化配方之目標，詳如下表。

產品別	產品名稱	規劃調整目標之內容
速食麵類	點心麵體	不添加食品添加物(品質改良劑、黏稠劑)之單純配方
味精類--風味調味料	食在對味 (鮮雞)、食在對味 (香菇)、食在對味 (海鮮)	減少使用食品添加物
醬油類	金味王純釀造(非基因改造醬油)780mL 特選純釀造(非基因改造醬油)5L	減少使用食品添加物，升級非基因改造醬油

紅麴是具有可降血壓、降膽固醇、抗氧化的優良食材，本公司依此以健康、平價的概念進行商品開發推出味王紅麴 XO 醬油，特別添加紅麴元素，因屬天然紅麴素內含 Monacolin K，完美結合養生與美味，另為避免紅麴原料含橘黴素(*citrinin*)污染之問題，依「食品中真菌毒素限量標準」規範入廠驗收標準，其中橘黴素限量於紅麴色素為 200 ppb 以下。

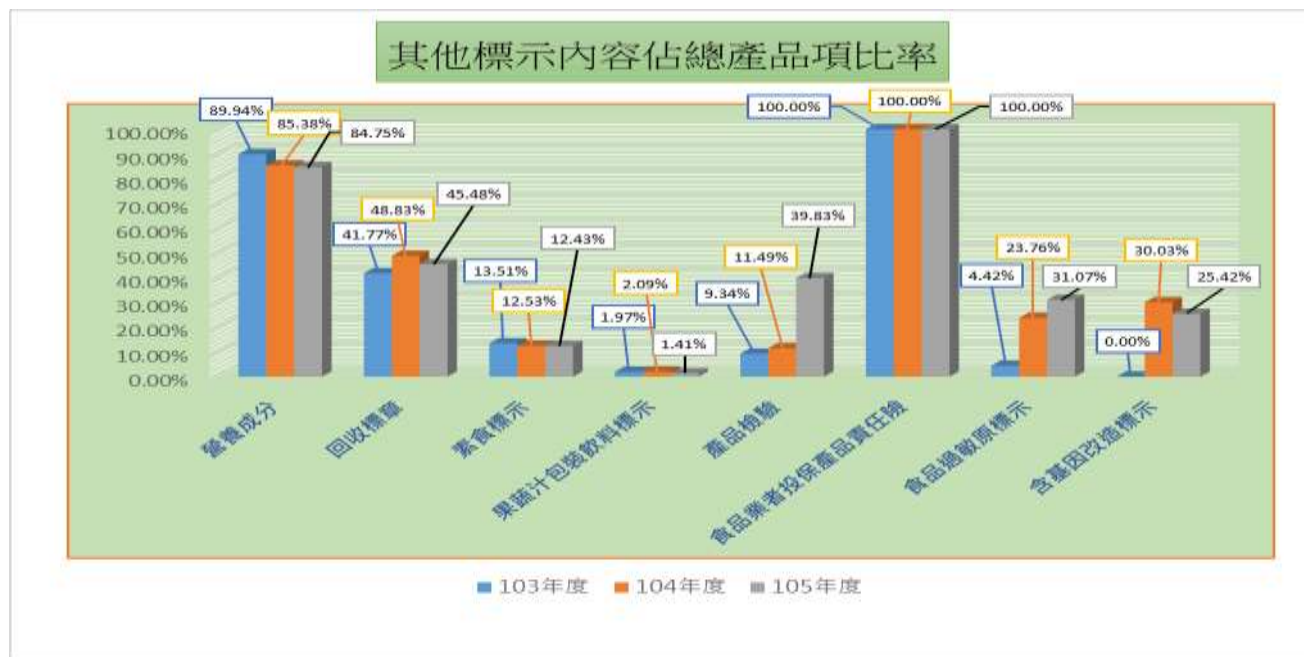
為達減少麵體油含量，本公司推出新麵體「乾麵達人手工意麵」系列，傳承古法手工精製，天然日曬乾燥製出的麵體 Q 彈可口且成分單純無添加物(僅麵粉、食鹽)，相較一般油炸泡麵，每 100 公克麵體的油脂含量更減少約 97%。

3.5 產品標示作業

味王公司 105 年度生產產品品項合計 354 項，均依作業標準「設計與開發作業程序」、「商品包裝設計標示作業標準」及「產品標示注意事項作業標準」作業，並恪遵「食品安全衛生管理法」、「商品標示法」等食品標示相關法規，嚴謹進行產品之包裝標示，並尊重每一位消費者的「知」的權利。



另本公司在產品品項上標示作業，應符合食品相關法令規範之其他標示內容詳如下表。



本公司對於能增加消費者食用上方便，在包裝標示調理方式或需注意事項，詳如下表。

各類產品包裝	皆標示有免付費客服電話及公司網址	
醬油類產品	標示與品質均符合 CNS423 N5006 國家標準規範。	
速食麵類產品	清楚標示調理使用的方式 詳如：京御滿堂碗麵標示： 1. 禁止微波圖示 2. 小心燙手圖示 3. 碗蓋撕開方向性	
風味調味料	清楚標示產品組成分，及調理菜單說明。 本公司貼心設計標示有 1. 食用方法 2. 建議用量 3. 注意事項 4. 調理範例	
調理袋	清楚標示調理使用的方式及警語。 如：曾有消費者反應食用咖哩雞肉調理包時，偶有發現雞骨，隨即利用供應商評鑑機會，實地訪視與供應商溝通改善，另為了避免日後消費者食用受傷，特別在調理包的彩色盒上標註「雞肉可能含有雞骨，請小心食用」字樣，提醒選購的消費者注意食用安全性。快餐調理袋的加溫食用方式也有特別圖文說明，提供消費族群選擇使用。詳如：紅燒牛腩標示 1. 食用方法 2. 拆袋微波 3. 膨包或破損時，請勿食用。	

本公司對於食用會引起特殊體質過敏反應之特定食物，自願性在包裝標示揭露內容，詳如下表。

產品別	產品名稱	自願性揭露內容	產品品項數量
速食麵類	乾麵達人-手工意麵(炸醬)	本產品含有牛奶、蠶豆	6
	乾麵達人-墨西哥香辣拌麵(袋)	本產品含有牛奶、蠶豆	
	京御滿堂燻肉麵(大碗麵)	本產品含有牛奶、蠶豆	
	紅麴素牛肉湯麵(碗)	本產品含有牛奶、蠶豆	
	椒麻牛肉湯麵(碗/袋)	本產品含有牛奶、蠶豆	
	十三麻辣乾拌麵(袋)	本產品含有牛奶、蠶豆	
調理食品類	紅燒牛腩	本產品含有蠶豆	2
	家傳牛肉麵(紅燒牛肉麵)	本產品含有蠶豆	

3.6 產品保存期限設定

本公司各類產品保存期限設定如下：

產品別		保存期間	說明	執行率
調理食品 (常溫調理袋)	快餐	二年	經攝氏 121 度高溫高壓殺菌處理，並經食研所熱穿透測試，軟性罐頭 F 值達到國家標準 6 以上，外包材使用可阻隔氣體與遮光性良好的殺菌軟袋包裝，不添加防腐劑，可在長溫下保存兩年。	100%
	家傳牛肉麵	10 個月		
速食麵類		六個月	速食麵使用穩定性良好的精製食用油，油包並嚴格控管水活性，粉包也使用阻隔性良好的鋁箔材質，不添加防腐劑。食用速食麵者，可添加入雞蛋、肉絲、青菜一起烹煮，不但能增進風味，且能攝取均衡的營養和纖維質。	100%
飲料類	鐵罐包裝	二年	主要產品以蘆筍飲料、芭樂汁、柳橙汁、礦泉水、杯水等產品項目為主，符合清淡無負擔的訴求。	100%
	PET 瓶裝蘆筍飲料、一瓶水及 PE 杯裝純水	一年		
	PET 瓶裝芭樂汁、柳橙汁	九個月		
味精、風味調味料		五年、十八個月	味精不但是營養所需的胺基酸，由於滋味鮮美，日常膳食受人喜愛的調味品，只要一點點就可以帶出食物的風味。	100%
醬油類	油膏類醬油系列、紅麴 XO 醬油、PE 桶裝醬油系列	二年	以豆麥為原料，加上良好的釀造條件與設備，嚴格的品管，才能製造出色、香、味俱全的好醬油。味王系列的醬油不但品質優良，獨家採用密閉式的醱酵槽釀造，衛生條件最好，在製造過程中不沾染灰塵污物，可安心使用。	100%
	PET 瓶、玻璃瓶裝清醬油系列	三年		
速食湯類、年菜系列		一年	主要產品為紫菜湯使用紫菜、鰹魚切片調味而成的湯品，另有推出之蔬食紫菜湯，內容豐富、沖泡方便。年菜系列(紅燒獅子頭、麻油猴頭菇等)	100%

本公司有鑑於食品之「有效日期」會受到其原料、製造過程、運輸、儲存、包材及販售環境等因素的影響，在產品開發同時均依據產品特性與個別情況設計保存試驗，據以研訂保存期限。故在每批產品架存試驗與新產品保存試驗達成率皆達 100%。

另為讓消費者對於食品的保存期限沒有疑慮，本公司在產品的生命週期階段會進行審慎的觀察評估，會依據不同產品來測試，每批生產的產品也皆有架存試驗，並將保存情況予以登錄於記錄表中控管，降低引起健康和安全的風險的疑慮，以確保產品品質在販售期間內之衛生與安全。

105 年本公司上市新產品之保存試驗完成測試狀況表

產品別	產品名稱	完成(完成打✓)
速食麵類	香菇肉燥湯麵(桶麵)、蒜香豚骨湯麵(桶麵)、蔥燒牛肉湯麵(桶麵)	✓
調理食品類	家傳牛肉麵(紅燒牛肉麵)、家傳牛肉麵(番茄牛肉麵)	✓
醬油類	金味王純釀造(非基因改造醬油)780mL、特選純釀造(非基因改造醬油)5L	✓

3.7 產品追溯與追蹤管理

依照食品安全衛生管理法規定，本公司自 95 年起建立所有產品原材料、半成品與成品供應來源及流向之「產品之識別與追溯作業程序」，且本公司為 ISO-9001 及 ISO-22000 之驗證合格廠商，故每年度均會隨機抽檢一項產品進行撤回演練，以確認產品追溯狀況。**105 年度之撤回演練係從五大類（醬油、速食麵、調理快餐、罐頭及味精）品項各進行一次成品回收演練，占總產品 354 品項比率 1.41%。**追蹤追溯及自主通報等動作均符合法規及本公司自訂標準之規範。

本公司產品生產過程自原物料檢驗合格入廠即進行批號管理，製程中依 ERP 作業系統進行領料、用料、檢驗與退料管控，最終產品以入庫單進行品項與數量入庫作業。所有產品之最小販售單位包裝上皆有押印有效期限，並藉以進行營業地點出貨紀錄。**因此可達到 100%的追溯追蹤管理。**另設有「產品之識別與追溯追蹤管理作業程序」，自 105 年起配合衛生福利部所訂定「應建立食品追溯追蹤系統之食品業者」公告之規範，除了將原本「回收演練」至少一次改為「五大類產品每年至少「回收演練」各一次外，更在原有 ERP 系統中增設「批號管理」程式，確實掌控原材料來源及產品販售之流向；在追溯方面，原物料入廠即輸入進廠日廠為批號，可藉由「批號異動追蹤表」追溯至領用單號、數量、生產品項等。在追蹤方面，以押印保存有效日期為批號，由成品入庫追蹤至最終販賣地點，藉以加強食品安全衛生管理。

3.8 維護食品安全實際做法

設立基礎實驗室

產品品質控管除了在生产線上的品管監控外，更需從原物料進料至成品產出流程步驟上，輔以專業的分析實驗室協助檢驗，以確保產品百分百的安心。本公司長久以來，一直很重視食品安全的自我管理與監視檢測，且深知只有務實的檢測，才是探討或瞭解各相關事件真相非常重要的一個手段，也是維護食品安全不可或缺的必要條件，故依**食品安全衛生管理法及食品工廠建築及設備標準**所設置之「日常檢驗型」實驗室進行自主檢驗，檢驗項目從原料到成品依相關法令規定皆有嚴格的把關機制，為本公司產品的原料與成品品質進行嚴格篩選與把關。本公司更以誠實服務的宗旨，期盼持續提供給消費者安心與高品質的優良商品。

本公司 105 年非儀器設置檢驗項目表

生菌數(Viable Count)	檸檬酸消耗量	總糖(TS)	酸度(醬油、飲料等)
大腸桿菌群(Coliform)	鹼度(CIP 殘留)	氨態氮(NH ₃ -N)	鹽度(醬油、烏醋等)
嫌氣性乳酸菌	懸浮固體量(SS)	甲醛態氮(FN)	酸味料純度
病原菌(五種)	污泥體積(SV30)	直接還原糖(DS)	鹽酸純度
真菌	水中溶氧量(DO)	色度	氨基乙酸純度
水質總硬度	生物需氧量(BOD)	油脂酸價(AV)	維生素 C
水質氯化物(Chloride)	味精鈣含量	油脂過氧化價(POV)	
水質高錳酸鉀消耗量	柴魚組織胺	SO ₂ 漂白劑檢驗	



檢驗相關儀器設備

本公司所設置之儀器及適用檢驗項目表					
儀器名稱	檢驗項目	儀器名稱	檢驗項目	儀器名稱	檢驗項目
電子水分天平	水分	攜帶式溫度計	溫度	捲尺、鋼尺	尺寸
高效液相層析儀(HPLC)	維生素 E 純度	水分活性儀	水活性	厚薄計	厚度
凱氏氮蒸餾裝置	粗蛋白、總糖、酒精含量	罐頭真空測定器	罐頭真空度	耐壓機	耐壓強度
分光光度計	透光度、吸光值	臥式高壓蒸氣滅菌釜	滅菌	導電度計	導電度
過濾器	黑點、水不溶物	索氏油脂萃取器	粗脂肪含量	游標卡尺	外徑、內徑
油脂安定測試儀	油脂 OSI 穩定性	桌上型拉壓試驗機	罐蓋、鋁箔袋拉力	乾燥箱	水分
油脂總極性測試儀	油脂總極性	赤外線水分計	水分	測微器	厚度
農藥殘毒生化光學試驗機	農藥殘留抑制率	電子天平	稱重	鹽度計	鹽度
水質分析儀	廢水 COD	竹筷水份計	竹筷水分	高度規	高度
破裂機	破裂強度	粘度計	粘度	測微器	厚度
數字型糖度計	糖度	pH 計	pH 值	分析天平	秤重
熔點測定器	熔點	灰化爐	灰分	乾熱滅菌箱	滅菌
三次元振動實驗篩	粒度	比重計	比重	靜壓試驗機	靜置壓力試驗
菌落計數器	菌落數	殘氯測定器	水質有效餘氯		

農藥殘留檢測儀-製麵組 (105 年新增)	直立式高壓滅菌釜-製麵組(105 年新增)
	
桌上型濁度計-醬油組 (105 年新增)	熱風循環烘箱-速食品組 (105 年新增)
	



▲ 紙箱抗壓試驗機 ▲



▲ 微電腦電動破裂強度試驗機 ▲



▲ 油脂萃取器 ▲

對於食品衛生、安全與品質之投入

為確保原材料、半成品、成品品質而進行的檢驗量測分析作業，105 年全廠總計檢驗藥品費用約 69 萬元，一般檢驗器材費用約 88 萬元，總計相關檢驗器材及費用約 200 萬元，人事費用約 160 萬元，各佔個體財報銷售淨額 21 億元之 0.095% 及 0.076%。



食品衛生、安全與品質之投入費用與佔比（單位：元）								
項目	人事費用		藥品費用		儀器增修費用		委外檢驗	
年度	104 年	105 年	104 年	105 年	104 年	105 年	104 年	105 年
費用	14,103,103	16,128,193	773,458	692,222	969,634	1,309,588	1,185,295	1,046,472
占比	0.68%	0.74%	0.04%	0.03%	0.05%	0.06%	0.06%	0.05%
備註：								
105 年度佔比 = (費用 / 個體財報銷售淨額 21.8 億) * 100%								
104 年度佔比 = (費用 / 自製產品銷售淨額 20.7 億) * 100%								

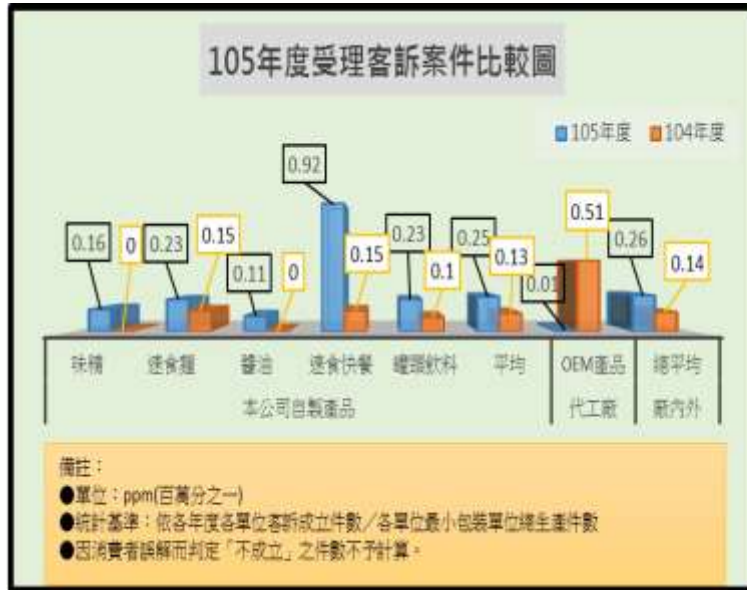
掌握食品衛生、安全與品質之其他實際做法

項目	為改善食品衛生、安全與品質之控管	影響之主要產品類別	佔主要產品類別比率
從業人員	本公司依法為所有員工投保勞健保，定期實施健康檢查，工作場所全面禁煙，改善作業環境，並派員接受安全衛生教育相關訓練，遇有法定傳染疾病，立即依相關作業程序處理與治療追蹤，且不得接觸食品製作作業與人員無相互傳染之安排。	全廠自製產品	100%
作業場所與設施衛生管理	1、本公司依據食品良好衛生規範準則，嚴格實施生產廠區全廠良好衛生作業環境與管理； 2、除了建築與設備符合設廠標準並注意環境衛生外，每季委請專業公司進行全廠病媒防治。		
品保制度	1、依法令產品製程相關紀錄至少保存 5 年 2、原材料、半成品及成品倉庫分別設置倉儲管制或予以適當區隔以有效防止交叉污染； 3、運輸車輛於裝載食品前進行清潔衛生檢查，堆疊時保持穩固並有適當防護。 4、在廠內成立 0800 客訴處理中心以進行產品申訴案件之處理及紀錄。 5、五大類產品每年進行一次成品回收演練作業。		

3.9 客戶滿意狀況

產品客訴受理案件

本公司受理產品客訴案件，依總體客訴件數佔各類產品總生產件數比雖然不及1ppm，但由於消費者對於產品品質關切之消費意識抬頭，雖然總體客訴件數平均不及1ppm，但味王公司仍會以「顧客至上，品質第一」的原則，秉持戰戰兢兢之態度，持续提升產品品質，確實為消費者飲食安全把關。



客戶滿意調查

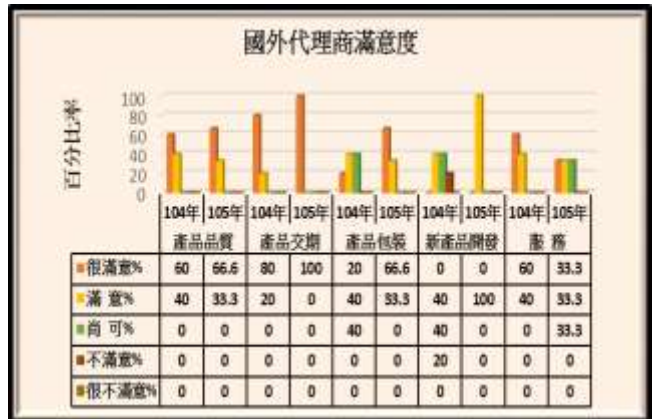
本公司每年度均會依照作業標準進行顧客滿意度調查，顧客分為「一般消費者」、「國內商家」及「國外代理商」，進行調查後分析並進行檢討及改善追蹤。由下列各圖表可知本公司非常重視各顧客之反應，也期望由顧客滿意度中找到顧客對公司之期盼、改進及努力之方向。故每年度持續進行顧客滿意度查並持續改進，期望能聽到顧客的聲音並永續經營。



▲一般消費者滿意度圖▲



▲國內商家滿意度圖▲



▲國外代理商滿意度圖▲

3.10 法規遵循

本公司在 105 年度食品產製均符合食品安全衛生管理法、食品良好衛生規範準則、食品衛生標準等食品安全衛生管理相關規定，無違反法規之事件。

對產品販售，絕不使用誇大或易生誤解之詞彙或廣告來使產品之銷售量增加，並秉持食品製造良心，用務實的態度及良好的品質來面對每一位消費者；且在行銷作業促銷贈獎活動中，維護顧客隱私與權益，對所有參與之顧客資料均嚴守個人資料保密規定作業，故在 105 年度內未有因違反法規而被處巨額罰款的事件，並在行銷推廣(包括廣告、推銷及贊助)上，亦無違反法規或自願性準則的事件。

105 年度法規遵行與產品責任執行實績說明表

績效指標	內容說明	達成率
本公司依法建立相關產品之「 年度檢驗計畫 」	依據衛生福利部公告：修正「應辦理檢驗之食品業者、最低檢驗週期及其他相關事項」規範事項作業。	100%
本公司依法建立相關產品之「 產品之識別與追溯追蹤管理作業程序 」	依據衛生福利部公告：訂定「應建立食品追溯追蹤系統之食品業者」規範事項作業。	100%
本公司依法「 設置實驗室 」	依據衛生福利部於中華民國 104 年 10 月 15 日部授食字第 1041303415 號公告訂定「應設置實驗室之食品業者類別及規模」規範事項作業。	100%
本公司依法完成相關產品之「 登錄 」作業	依據衛生福利部於中華民國 104 年 9 月 18 日部授食字第 1041303127 號公告修正「應申請登錄始得營業之食品業者類別、規模及實施日期」規範事項作業。	100%
本公司依法完成相關產品之「 食品安全管制系統準則 」建立 HACCP 計畫書進行相關危害分析與重要管制點管控制作業	依據衛生福利部於中華民國 104 年 6 月 4 日部授食字第 1041102901 號公告訂定「食品添加物、特殊營養食品及乳品加工食品業者應取得衛生安全管理系統驗證」規範事項作業。	100%
本公司依法完成相關產品之「 包裝食品、食品添加物、散裝食品含基因改造標示 」作業	依據衛生福利部於中華民國 104 年 5 月 29 日部授食字第 1041301628 號公告修正「包裝食品含基因改造食品原料標示應遵行事項」、「食品添加物含基因改造食品原料標示應遵行事項」及「散裝食品含基因改造食品原料標示應遵行事項」規範事項作業。	100%
未違反食品輸出規範	台灣地區目前仍被世界衛生組織(WHO)列為口蹄疫疫區尚未除名，故相關肉類加工品，如：肉類調理包及含肉精粉的速食麵，本公司均主動遵照規範禁止銷售至美國市場。	
未違反行銷推廣規範	本年度行銷推廣(包括廣告、推銷及贊助)並無違反法規或自願性準則的事件，且由政府之違規資料查詢之違規數為 0。	
未侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料	本年度營業及促銷贈獎活動所搜集顧客資料或公告中獎均遵守個資保密規定，並無來自(1)組織外群體的投訴或來自(2)監管機關的投訴。	
無爭議產品回收與銷毀	本年度無爭議產品回收與銷毀事件。	
未違反食品安全衛生管理相關法令規範	本年度在食品製造控管作業，均符合食品安全衛生管理法、食品良好衛生規範準則、食品衛生標準等食品安全衛生管理相關規定，無違反法規之事件。	
無產品受食安事件衝擊影響狀況	本年度無任何產品受到食安事件衝擊與影響。	
未違反產品標示作業	本年度無違反商品與服務資訊標示之違規行為。	

第四章 人力資源僱用與培育

4.1 人員僱用與溝通

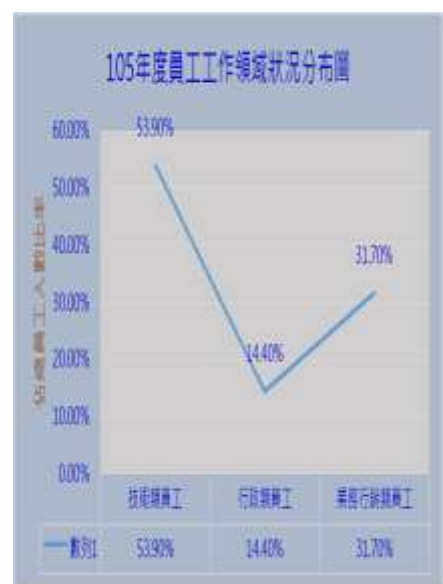
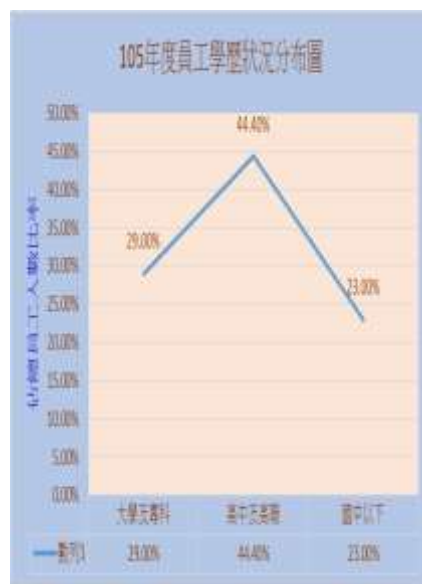
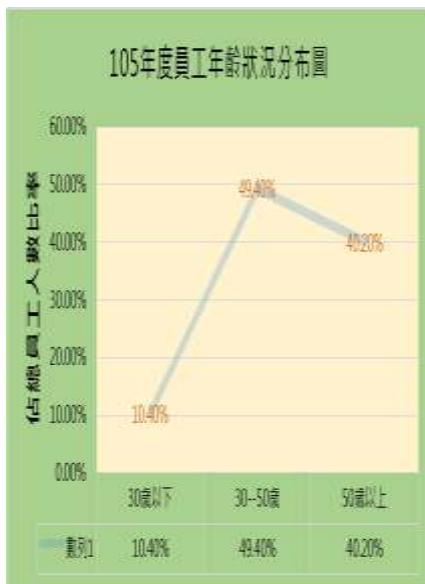
員工雇用狀況與分布

本公司 105 年度雇用正式員工人數 694 人，其中本國籍員工 678 人，外國籍員工 16 人，並未使用派遣員工與童工，並依法足額進用身心障礙者。

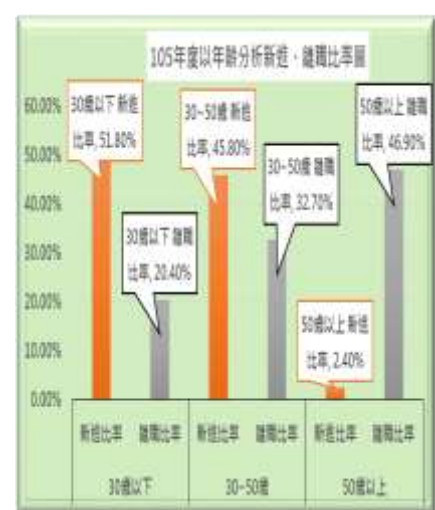
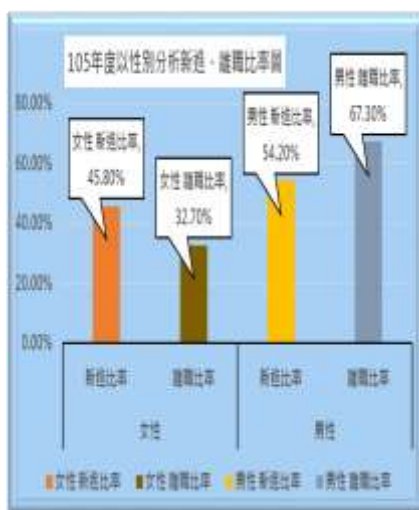
以性別區分：女性員工約佔員工總數 47.6%，男性約佔 52.4%；

以國籍區分：本國籍員工約佔 97.7%，外國籍員工約佔 2.3%。

以管理階層區分：高階管理階層全數僱用本國籍員工，管理階層工約佔員工人數之 5.5%，男性管理階層人員約佔管理階層之 89.5%，女性則為 10.5%。



本公司 105 年度新進人數 83 人，遞補率約 11.96%；離職人數 49 人，離職率約 7.06%



員工溝通管道

本公司與工會雖未簽訂集體協定，惟透過勞資會議、工會理監事會議、工會代表大會等定期或不定期之會議，全面推行勞工參與制度並維護員工權益，進而共同商討公司發展，未來仍本此精神，促進勞資和諧。員工亦可透過專線電話、信件或電子郵件信箱等管道提出申訴。

於 105 年度無重大營運變化而須資遣員工。假設，如遇有需資遣員工時，在本公司重視員工的理念下，均會依大量解雇勞工保護法及勞動基準法相關規定所定程序預告勞工處理，故在該年度內無勞資糾紛、罷工或停工事件造成損失。

豐田廠員工有籌組企業工會，每年召開會員代表大會，會前製作會員代表大會手冊，內容詳列工會參與安全衛生組織及安全衛生措施，並由大會主席於會中向出席代表做會務工作報告，會務工作報告內容共有 7 大項，其中職業健康與安全議題有 2 大項（安全衛生組織及安全衛生措施），佔比為 28%，會後將會員代表大會手冊送雲林縣政府備查。

4.2 職場作業環境安全與健康

本公司特別注重工作場所的作業環境安全與健康，期能讓每位員工在安全的作業環境中安心工作，且定期安排有關職場安全之訓練課程，並依規定必須取得相關證照。

安全衛生委員會組織與運作

本公司在豐田廠依法設置安全衛生委員會，設置委員 21 人，由廠方推舉 14 人，成員包括廠長、副廠長、各單位主管、安全衛生人員、護理人員、技術人員、防火管理人及保安監督人。工會推舉 7 人，佔委員會 1/3 名額，符合法規規定。

安全衛生委員會每三個月召開一次，討論勞工安全衛生事項，並做成會議紀錄，會中提案決議事項由執行秘書追蹤執行情形，並於下次會議提出執行成效報告，期能降低員工之危害風險。



員工職業傷害與出缺勤狀況

本公司正式員工 694 人中，在 105 年度出缺勤狀況、損失日數比例 (LDR) 及缺勤率 (AR) 以右表列及下圖說明。



105 年全公司出勤狀況及缺勤率						
項目	總公司		營業所		工廠	
	男	女	男	女	男	女
上班總日數	9477	7776	42525	8505	36565	70568
表訂工作時數	75816	62208	340200	68040	227456	454910
缺勤日數	48.5	42	190.5	83	732	818.5
因失能傷害損失日數	1	0	10	31	202.5	129
總經歷工時	76406	61888	338676	67376	286663	557994
缺勤率	0.512%	0.540%	0.448%	0.976%	2.002%	1.160%
職業病比率	0	0	0	0	0	0
事故件數	0	0	1	1	5	2
事故死亡件數	0	0	0	0	0	0
工傷率	0.000	0.000	0.591	2.968	3.488	0.717
損失日數比例	2.638	0.000	5.879	91.123	178.056	56.715
*備註：						
一、缺勤率(%)=缺勤日數/上班總日數*100%						
二、工傷率=(工作傷害次數/總經歷工時)*200,000，105 年與工作相關事故件數：						
1、總公司並無發生與工作相關事故。						
2、營業所共 2 件(男性員工 1 件、女性員工 1 件)：1 件為工作時發生傷害(肌肉拉傷)，1 件為工作時間執行職務外出途中發生傷害。						
3、工廠共 7 件(男性員工 5 件、女性員工 2 件)為工作時發生傷害(燙傷 3 件、跌倒 1 件、割傷 1 件、撞傷 2 件)						
三、職業病比率=(職業病發生次數/總工作時數)*200,000，105 年度並無發生任何被判定為職業病之案例						
四、損失日數比例=(工作傷害損失日數/表訂工作時數)*200,000						

員工育嬰留職停薪與復職狀況：

本公司依「性別工作平等法」之規定辦理員工「育嬰留職停薪」。103 年有 1 名員工申請，復職率為 100%，留任率為 100%；104 年則有 2 名員工申請，復職率為 50%，留任率為 0%；105 年無員工提出申請，留任率為 100%。其異動狀況詳如下表。

年度	103 年		104 年		105 年	
性別	男	女	男	女	男	女
可申請育嬰留職停薪人數	12	7	14	6	17	3
申請育嬰留職停薪人數	0	1	0	2	0	0
申請育嬰留職停薪復職人數	0	1	0	1	0	0
育嬰留職後復職 12 個月仍在職人數	無男性員工申請	1	無男性員工申請	0	無男性員工申請	1
復職率	無男性員工申請	100%	無男性員工申請	50%	無男性員工申請	無女性員工申請
留任率	無男性員工申請	100%	無男性員工申請	0%	無男性員工申請	100%
備註						
*1.復職率(%)=育嬰假後實際復職的員工數/育嬰假後應該復職的員工數*100						
2.留任率(%)=育嬰假後復職 12 個月仍在職的員工數/前一年育嬰假後復職的員工數*100						

工作環境與員工人身安全的保護措施：

為保障員工安全，本公司總公司及廠區等工作場所，有門禁措施，夜間及假日均有守衛及保全公司維護廠區安全。本公司依法為所有員工投保勞健保，定期實施健康檢查，工作場所全面禁煙，改善辦公環境，並派員接受安全衛生教育相關訓練，以提供員工健康之工作環境。

本公司豐田廠每半年委託勞動部認可之環境測定機構，實施噪音作業環境監測，每年對噪音超過 85 分貝場所工作員工，實施噪音特殊健康檢查，105 年受檢人數 53 人，有 21 人屬第二級管理，其佔受檢人數比率為 39.62%，依勞工健康保護規則第三條規定，第二級管理為特殊健康檢查或健康追蹤檢查結果，部分或全部項目異常，經醫師綜合判定為異常，而與工作無關者。基於對員工的關懷，屬第二級管理員工安排由臨廠健康服務醫師實施聽力保護及噪音危害預防講座，或由豐田廠專任護士實施健康指導。

本公司豐田廠自去年(104 年)起，每半年委託勞動部認可之環境測定機構，實施作業環境化學性因子監測，監測項目為：甲醇、正己烷、三氯甲烷、乙醚、硫酸、鉻酸鉀、重鉻酸鉀等七項，監測結果均在法定容許濃度以下。

另針對從事鉻酸及其鹽類特別危害健康作業員工實施特殊健康檢查，105 年受檢人數 7 人，全部屬於第一級管理（所謂第一級管理：係指在特殊健康檢查或健康追蹤檢查結果，全部項目正常，或部分項目異常，而經醫師綜合判定為無異常者）。

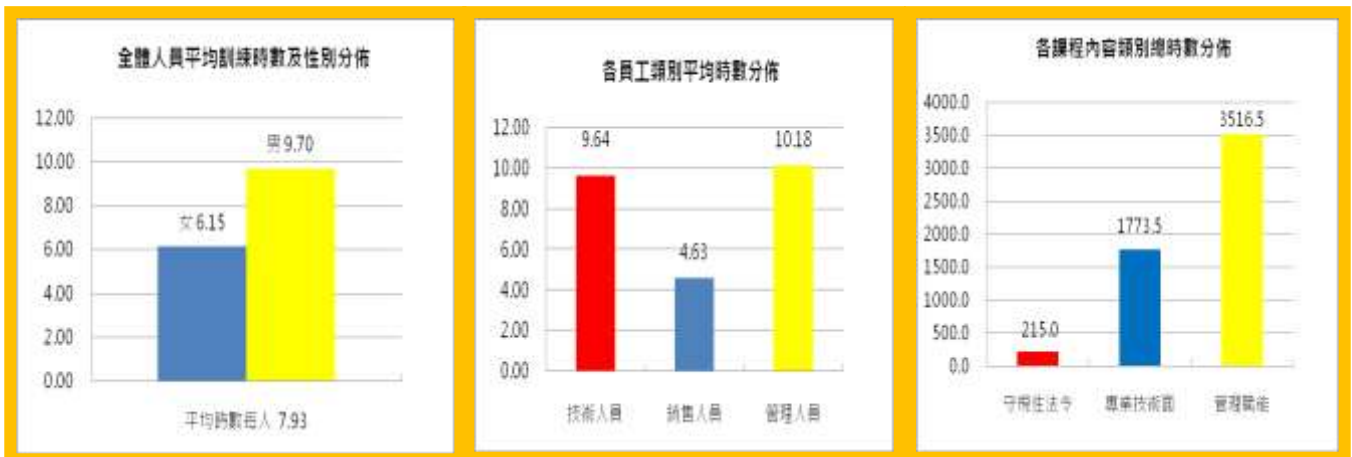
本公司對中高齡勞工、需輪班勞工與母性勞工之關照，工廠已訂定有「職場中高齡勞工健康促進計畫」、「異常工作負荷促發疾病預防計畫」、「母性勞工健康保護計畫」並確實執行。

依據母性勞工健康保護計畫，請臨廠健康服務醫師針對懷孕員工實施「妊娠及分娩後勞工之健康危害評估及工作適性安排」；另依職場中高齡勞工健康促進計畫，請臨廠健康服務醫師優先對 60 歲以上員工實施「職場中高齡健康管理評估」；並依異常工作負荷促發疾病預防計畫，對需輪班員工實施「輪班工作健康管理評估」。

4.3 訓練與教育

員工為公司重要資產，為提升員工職能，強化組織效能，本公司定期舉辦各項員工進修及教育訓練，以提升人力優質資本及工作品質，藉由各種教育訓練來強化員工技能及提升公司競爭力，並協助員工規劃個人生涯，使員工個人期望能與公司組織的需求相互配合。

105 年度教育訓練，守規性法令課程 215 小時，專業技術課程 1,773.5 小時，管理職能課程 3,516.5 小時，每人平均約 7.93 小時（女性員工 6.15 小時，男性員工 9.7 小時），其中技術類職能之員工每人平均 9.64 小時，銷售類職能之員工每人平均 4.63 小時，管理類職能之員工每人平均 10.18 小時。。



▲ 105 年度 本公司內部訓練課程上課實景 ▲

4.4 福利措施

薪資制度

本公司基層人員最低起薪標準均達基本工資以上，新進員工敘薪標準係依員工之學經歷、專業能力及所擔任之職務核定，基層人員男女最低起薪標準相同，105 年度正式新進員工平均起薪（註）為基本工資之 1.2 倍。

（註：正式新進員工平均起薪 = 新進任用資格起薪總和 / 新進任用資格數）

本公司員工除固定薪資外，另有全勤獎金、中秋獎金等，如有加班情形，則發給加班費或以換休方式處理。直接員工女性及男性基本薪資比率約為 81.2%，間接員工女性及男性基本薪資比率約為 91.9%。

退休制度

本公司依勞動基準法之規定訂有退休辦法，退休金制度優於勞動基準法，屬確定給付退休辦法，本公司按月依薪資總額之 15% 提撥退休金，並專戶存於台灣銀行信託部。

「勞工退休金條例」自 94 年 7 月 1 日起施行，屬確定提撥退休辦法，勞工得選擇繼續適用「勞動基準法」有關之退休金規定，或適用該條例之退休金制度，並保留適用該條例前之工作年資，如員工選擇舊制，則依上述退休金制度辦理，選擇新制員工，則由公司依法按勞工每月工資百分之六提繳退休金至勞工保險局「勞工個人帳戶」退休金專戶內。本公司 105 年度共支付員工舊制退休金 33,191 千元，提撥新制退休金 10,711 千元。其他退休金資訊請參閱本公司 105 年度年報財務狀況之員工退休金（第 190~192 頁）揭露內容。

福利措施

本公司設有職工福利委員會，另有社團活動、旅遊補助、三節禮品、婚喪禮儀等各項福利措施，且本公司章程已修訂有關員工酬勞之規定，公司年度如有獲利，應提撥員工酬勞百分之二為員工酬勞，105 年度分派員工酬勞金額為 10,247 千元。本公司係以與鄰近幼稚園簽約方式提供員工托兒服務優惠措施。本公司定期選拔優秀勞工並予表揚。本公司持續改善辦公環境及設備，提供員工安全與健康之舒適之工作環境。

4.5 人權

本公司依性別工作平等法之規定訂有「性騷擾防制、申訴及懲戒辦法」，以維護員工、派遣勞工及求職者工作權益及隱私，提供免遭性騷擾之工作環境，對性騷擾事件，採取適當之預防、糾正及懲處措施。105 年度並無提出申訴，並未發生任何歧視事件。

本公司依勞動基準法有關工時、休息、休假等規定排定上班時間，如有加班需求，均取得工會及員工本人同意，本公司 105 年度並無涉及強迫與強制勞動之情事。105 年度並無僱用童工勞動之情事，同時，105 年度並無涉及侵害原住民權利之情事。

4.6 倫理與誠信

本公司已制訂「誠信經營守則」，規範相關行為及倫理守則，且內部積極要求員工恪遵法令並堅守誠信倫理，遇有媒體報導其他公司有違倫理或不合法行為時，亦會發文提醒員工注意，以避免違法情事發生。為此，為了維持違反誠信行為通報管道之暢通，並加強內部控制、降低公司風險，確保經營目標持續、穩定發展，防止損害公司行為發生，已於 106 年 6 月 9 日訂定「違反誠信行為之案件處理原則」並公告之，可透過該處理原則揭露「通報管道與方式」之通報專線或電子郵件信箱反映或檢舉倫理與誠信相關問題。故在 105 年度內無發生貪腐行為與被罰款事件。另，在 105 年度本公司無負面衝擊的營運據點，並無與當地社區衝擊及需議合情事發生，且無涉及反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為之情事。

第五章 社會關懷與環境重視

5.1 社會互動與回饋

公會與社會團體為同業或產學界菁英共同組織之團體，藉由組織之力量作為政府與同業、同業與同業間之橋樑，從事各項聯繫、協調工作，產業調查統計及研究發展事項、相關領域之國際合作推廣事項、教育推廣及業務講習之舉辦事項。

105 年度本公司所參加之公會與社會團體組織			
項次	公會名稱	項次	公會名稱
1	台灣優良食品發展協會 GMP→TQF	13	台灣食品科學技術學會
2	中華民國工商協進會	14	台灣胺基酸工業同業公會-甲類及乙類
3	社團法人中華民國工業安全衛生協會	15	台灣區飲料工業同業公會
4	中華民國公開發行股務協會	16	台灣糖菓餅乾麵食工業同業公會-甲類
5	中華民國包裝飲用水發展協會	17	台灣罐頭食品工業同業公會
6	中華民國全國工業總會	18	台灣區釀造食品工業同業公會
7	中華企業會計協會	19	台灣農業化學會
8	財團法人中華民國會計研究發展基金會	20	財團法人食品工業研究所
9	台北市米穀商業同業公會	21	雲林縣工業會
10	台北市不動產開發商業同業公會	22	社團法人雲林縣勞資關係協會
11	台北市進出口商業同業公會	23	豐田工業區廠商聯誼會
12	台灣食品產業發展協會		

另對於企業生根的土地付出一份心力是味王抱持的初衷，公司始終抱著感恩與回饋社會之愛心，秉持著延續優良社會倫理之傳統美德，參與各項活動均不遺餘力。期能藉由參與活動，經營社區人文及關懷環境，培育下一代重視感恩回饋的心。

105 年度本公司回饋參與社會活動統計表			
參與活動	贊助物資	參與活動	贊助物資
「阿不拉的三個女人」特映會	本公司產品	2016 年第 39 屆全國小學生柔道邀請賽	本公司產品
第 34 屆新光摩天大樓登高賽	本公司產品	雲林縣警察局冬令救濟活動	本公司產品
2016 高雄愛河端午嘉年華暨龍舟錦標賽	本公司產品	雲林縣政府社會處母親節模範母親表揚活動	本公司產品
PChome24h 購物 夏日好食同樂會	本公司產品	雲林縣政府社會處父親節、模範父親、好人好事代表表揚活動	本公司產品
2016 國際冬季旅遊展	本公司產品	雲林縣政府社會處模範老人、孝親楷模表揚活動	本公司產品
愛心捐血活動—彰化鹿港地區	本公司產品	雲林縣大埤鄉老人會重陽節敬老活動	本公司產品
AMMPE Taiwan Chpater 30 週年慶	本公司產品	工業區廠商聯誼會愛心關懷活動	本公司產品
2016 東吳國際超級馬拉松	本公司產品		

5.2 保護環境的努力

身為地球的一份子，味王與消費大眾生長在同一片土地上，除了致力於生產優質產品，也為環境保護盡一份心力，減碳愛地球一直是很重要的環保議題，也努力在這一方面著手。為此，進行碳足跡設計包材，未來計劃是從減少包材顏料、採取較環保包裝方式、使用再生包材、包材減量之包裝方式，減少對環境的衝擊著手，希望透過長期漸進式的行動，為保護環境努力，提供給消費者更低碳環保的產品選擇。

本公司在產品生產過程中對環境保護努力績效有：

- 1、本公司 105 年度採購使用之包材—紙箱，內含有再生紙之材質占比為 93.53% (104 年度為 91.07%)。
- 2、味王 XO590 醬油產品通過碳足跡認證，為首家獲頒碳足跡證書醬油產品。

碳足跡標章

本公司於 103 年度內，推動頂級醬油「XO 巧之饌醬油 / 590ml」產品，參加台灣環境管理協會「103 年度建立加工食品碳足跡排放係數計畫」。經 SGS 國際驗證服務部兩階段盤查，並於 103.12.23 通過行政院環境保護署推動碳足跡標示審議委員會查核小組會議審查，產品碳足跡排放量為 1.4Kg CO₂e/瓶。於 104.1.14 取得「產品碳足跡標籤證書」，也是國內醬油類產品第一家取得碳足跡標籤證書，有效期間自 104 年 1 月 15 日至 107 年 1 月 14 日。(證書與標籤如右)



3、使用可回收再利用包裝材料：

本公司產品包材方面包括紙箱、玻璃瓶、PET 瓶、PE 桶、包裝紙、紙杯、PSP 碗、紙袋、彩色盒、馬口鐵罐等，105 年度用量大約 4,084 噸 (104 年約 3,900 噸)。皆經由評核乙等以上之合格供應商交貨。再依產品規格細分說明使用包材之可回收再利用。

本公司使用可回收再利用之產品包材狀況詳如下表所列

產品類別	產品規格	使用包材	可回收再利用狀況說明
醬油	1 噸、20L 及 10 L 大容量 	HDPE 塑膠桶包材	皆可藉廢棄物分類回收體系降低對環境衝擊
	150ml、300ml、396ml、500ml、590ml 等容量 	玻璃瓶	
	780ml、1000ml、1.6L 等容量 	PET 瓶	
飲料及罐頭食品		鐵罐或 PET 瓶	

5.3 能資源使用

本公司能資源使用，總公司以水、電及車輛燃料為最大消耗；至於，本公司豐田廠在生產製程中以燃料油、水、電及液化石油氣為最大消耗，另包括豆片蒸煮、製麴發酵保溫、調配殺菌、麵條蒸熟、麵塊油炸、飲料調配殺菌、肉品滷煮、調理包殺菌、調味料乾燥等作業，所需加熱設備之熱源主要為蒸氣。故在能資源統計計算依據：(1)每月電費收據使用電量加總計算耗電度數、(2)每月中油車隊卡月結明細費用加總計算柴、汽油使用量、(3)每月燃油蒸氣使用及產量記錄表加總計算燃料油使用量、(4)每月以水表度數統計計算消耗之水量、(5)每月以各使用單位領料單加總計算瓦斯使用量。

電及燃料使用

本公司(含總公司及豐田廠)主要能資源使用及消耗為電力及燃料油，經統計狀況詳如右表：

本公司(含總公司及豐田廠)主要能資源使用及消耗		
項 目	104 年度	105 年度
電力密集度	4.109 千度/佰萬	3.996 千度/佰萬
燃料油密集度	1.079 公秉/佰萬	1.074 公秉/佰萬
備註：能源密度 = 年度能源使用及消耗量 / 年度營業淨額。		
104 年自製產品營業淨額約\$20.739 億元		
105 年自製產品營業淨額約\$21.132 億元		

本公司(含總公司及豐田廠)在能資源使用量上，經統計狀況詳如下表：

本公司 (含總公司及豐田廠) 能資源使用狀況表						
能源種類		使用量	油當量值	單位 *	換算結果(kLOE)	百分比
燃料油	104 年	2,238.223 公秉	1.0667	kLOE/公秉	2,387.510	50.71%
	105 年	2,270.031 公秉	1.0667		2,421.440	50.20%
車用汽油	104 年	22.790 公秉	0.8667	kLOE/公秉	19.752	0.43%
	105 年	19.606 公秉	0.8667		16.993	0.35%
柴油	104 年	248.738 公秉	0.9333	kLOE/公秉	232.147	5.03%
	105 年	531.620 公秉	0.9333		496.161	10.29%
液化石油氣(LPG)	104 年	23.200 公秉	0.7372	kLOE/公秉	17.103	0.37%
	105 年	25.600 公秉	0.7372		18.872	0.39%
外購電力	104 年	8,522.878 千度	0.2251	kLOE/千度	1,918.500	41.93%
	105 年	8,443.823 千度	0.2215		1,870.307	38.77%
備註：1.液化石油氣換算係數為：1 公噸=1.818 公秉 (依據 105 年能源統計手冊-能源產品單位熱值表) 。						
2.油當量值係依據 105 年能源統計手冊-能源產品單位熱值表及電力消費單位換算表。						
3.KLOE = 公秉油當量。						

本公司對節約能資源實際作為，則盡其微薄之力。

在 105 年推動計有 18 項減少能源方案，節約電力能源使用有 241,802.28 度電 (範疇二)；節約燃料油使用有 2.55 公秉 (範疇一)，總計節能 56.28kLOE(註)。

106 年度預計推動節能改善目標計劃 3 項，預計節能 25.038kLOE。(註：kLOE = (節約電力量×油當量值) + (節約燃油消耗量×油當量值))

項次	106 年度預計推動節約改善目標計劃
1	機電組動力股鍋爐用 20HP 進水泵汰舊換新
2	製麵組 100 噸冰水機用冷卻水塔更新
3	製麵組 80 噸冰水機用 100 噸冷卻水塔散熱片劣化冷卻後冷卻水溫度達 42 度更新散熱片後水溫降為 32 度

另，在 105 年本公司推動

之減碳方案：減少排放量 (公噸 CO₂e 排放當量) 合計 135.631 公噸 CO₂e

【備註：105 年度採用 104 年電力排放係數 (1 度電=0.528 公斤二氧化碳當量)】

水資源使用

水是食品產業永續生產必須的關鍵性資源，因在產品生產及設備的清洗，都需要使用大量的水；在豐田廠設廠之初即申請合法設置深水井，由於本公司深知水資源之寶貴與影響，皆在許可水權範圍內節約使用。

本公司(含總公司及豐田廠)水體來源及用水量						
水源別	自來水(噸)		地下水(噸)		總用水量(噸)	
	104 年度	105 年度	104 年度	105 年度	104 年度	105 年度
取用量	2,222	2,741	421,811	322,285	424,033	325,026
佔 比	0.52%	0.84%	99.48%	99.16%	100%	100%

5.4 報廢原物料、廢污水、廢棄物與氣體排放處理

有關所使用原物料報廢作業，及影響環境之空污、水污、廢棄物等問題，本公司遵照食品製造業規定，訂定作業管理程序進行控管與污染防治，除於組織架構中豐田廠單位下設立「環保課」專責執行環境管理作業外，另聘有水污處理、空污處理及廢棄物處理等各一名專責人員執行相關之環境管理業務。

溫室氣體排放控制

溫室效應所導致的全球氣候暖化現象，除了會使全球氣溫升高外，對人類糧食的取得亦造成威脅，所以溫室氣體減量是刻不容緩的議題。

有關本公司在直接溫室氣體排放量、間接溫室氣體排放量、及溫室氣體總排放量統計表詳如本頁各表。該些統計表係以各能源種類使用量依照溫室氣體排放係數表，計算 CO₂、CH₄ 及 N₂O 之排放量並合計揭露二氧化碳氣體總排放量。(說明：溫室氣體排放量係依據經濟部能源局公佈之「溫室氣體排放係數管理表(6.0.3 版本 106 年 1 月)」建議值，進行各燃料排放係數表進行排放量計算(CO₂、CH₄ 及 N₂O 排放係數表)。

本公司(含總公司及豐田廠)直接溫室氣體排放量(公噸 CO ₂ e 為二氧化碳當量噸)			
能源種類	年度	使用量 (公秉、千度、公噸、總工時/年)	溫室氣體排放量 (公噸 CO ₂ e / 年)
燃料油(公秉)	104 年	2,238.220	6,985.450
	105 年	2,270.030	7,084.720
柴油(公秉)	104 年	248.738	650.384
	105 年	531.620	1,390.050
汽油(公秉)	104 年	22.790	51.764
	105 年	19.606	44.532
瓦斯(公秉)	104 年	23.200	40.702
	105 年	25.600	44.913
合 計	104 年		7,728.301
	105 年		8,564.215

本公司(含總公司及豐田廠)間接溫室氣體排放量 (公噸 CO ₂ e 為二氧化碳當量噸)			
能源種類	年度	使用量 (千度/年)	溫室氣體排放量 (公噸 CO ₂ e / 年)
外購電力用電量	104 年	8,522.878	4,440.419
	105 年	8,443.823	4,458.339
備註：104 年度係用 103 年電力排放係數：一度電=0.521 kg CO ₂ e； 105 年度採用 104 年電力排放係數(1 度電=0.528 kg CO ₂ e)			

本公司(含總公司及豐田廠)溫室氣體總排放量(公噸 CO ₂ e 為二氧化碳當量噸)					
年度	直接溫室 氣體排放量	間接溫室 氣體排放量	溫室氣體總排放量 (公噸 CO ₂ e/年)	自製產品營業淨額 (百萬元)	溫室氣體排放 強度
104 年	7,728.301	4,440.419	12,168.720	2,073.968	5.867
105 年	8,564.215	4,458.339	13,022.554	2,113.219	6.162
備註：溫室氣體排放強度=年度總溫室氣體排放量(公噸 CO ₂ e/年)/ 自製產品營業淨額(百萬元)					

廢污水處理

本公司對於在食品製造過程產生廢水之處理非常重視，早於民國七十三年起，即與日本協同工程公司簽約，規劃工廠設置廢水處理設備；豐田廠在七十七年四月完成並順利運轉，亦即廠內設立一座污水處理場，採用處理方式為好氧性活性污泥處理法作業。

該污水處理場主體為 2 座曝氣槽，處理容積各為 1,000 立方公尺，採交叉應用，附屬設備有抽水站、篩濾機、油水分離槽、過濾槽、移送槽、鼓風機、污泥槽、污水脫水機，並依環保署規定設立獨立電表及專用放流水流量表每月累計流量，並每半年委託外部環保署立案之水質檢測公司進行廢水處理後之放流水檢測，放流水檢測均合法規規範，經處理後之放流水則直接放流至工業區地下污水道，105 年統計全年度放流水排放量為 196,174 立方公尺 (104 年度為 186,580 立方公尺)。

本公司放流水委外檢測數據						
檢測項目	104 年度委外檢測數據		105 年度委外檢測數據		環保署放流水標準	檢驗方法
	104/6/01	104/11/24	105/5/26	105/11/24		
化學需氧量 (mg/L)	45.4	61.2	43.2	47.3	100 以下	NIEA W517.52B
生化需氧量 (mg/L)	9.6	4.3	9.0	12.1	30 以下	NIEA W510.55B
懸浮固體物 (mg/L)	4.6	5.0	3.0	3.9	30 以下	NIEA W210.58A
水溫(攝氏)	33.1	31.9	33.1	27.9	攝氏 35 度以下	NIEA W217.51A
PH 值	7.1	7.1	7.2	7.4	6.0 - 9.0	NIEA W424.52A
油脂(mg/L)	3.4	8.9	<2.5(1.8)	<2.5(0.5)	10 以下	NIEA W505.51C

排放廢 (污) 水於地面水體之放流水水質，本公司依法設置乙級廢 (污) 水處理專責人員處理。105 年統計全年度放流水排放量為 196,174 立方公尺



廢棄物處理

本公司豐田廠廠區在南側遠離生產區域處，設有一處廢棄物資源回收堆放專用場，分門別類劃分專屬區塊放置，並與資源回收商合作，將可回收物品運回再利用。

至於不可回收之廢棄物，則委託環保署立案之清除業運至合法焚化場銷毀。

105 年事業廢棄物數量統計表 (單位：公噸)								
處理 方法 類別	焚化(1)		掩埋(2)		再利用(3)		【總和】(1~3)	
	104 年	105 年	104 年	105 年	104 年	105 年	104 年	105 年
有害	0	0	0	0	0	0	0	0
一般	208.07	214.40	0	0	238.54	230.00	446.61	444.40
報廢品	47.77	0	0	0	0	0	47.77	0

報廢原物料處理

本公司所使用之原物料報廢處理作業，為避免進入其他食品供應及加工系統，皆採取進入合法焚化廠銷毀，依法申報。包裝材料使用皆以可回收再利用處理為原則，且依行政院環保署廢棄物法規辦理，如資源回收商願意回收，則依再利用處理；若不願意回收，則以一般事業廢棄物處理，以降低對環境造成影響。

本公司原物料報廢狀況表 (單位：噸)			
項目	104 年報廢量	105 年報廢量	回收狀況
原料(含生鮮及非生鮮)	0.63856	0.2598	不回收
紙箱	2.79505	1.452	可回收
寶特瓶	0	0	可回收
包裝袋	14.12408	5.5047	不可回收
玻璃瓶	0	0	可回收
空罐	0	0	可回收
PE 桶	0	0	可回收
紙杯	0.68467	0	可回收

環保資本支出與法規遵循

基於近來環保意識之普遍提升，及永續經營之理念，本公司對於防治污染及環境工作已視為企業經營之責任；未來三年改善設備預算費用約 510 萬元。

本公司環境污染處理設施/設備投資 (單位：萬元)					
新增設施/設備		更新設施/設備		改良設施/設備	
104 年	105 年	104 年	105 年	104 年	105 年
0	0	29.0	0	125.3	18.7

本公司環保支出 (單位：萬元)						
名稱 項目	廢棄物		空污		水污	
	104 年	105 年	104 年	105 年	104 年	105 年
污染處理成本	125.4	92.2	0	0	241.3	257.5
環保規費	0	0	13.4	11.7	3.5	4.0
檢測費用	0	3.2	10.6	10	2.8	1.4
資源回收	0	0	0	0	0	0
節能減碳	0	0	264.5	340.2	0	0

在環境維護作業本公司均依據法令規章執行，故在 105 年全年無發生化學品、油料、燃料、之嚴重洩漏事件而遭受環保機關罰鍰。

本公司 105 年度因環保違規事件受罰鍰共計三件：

- 一、由於毒性化學核可文件負責人應於 60 日內辦理變更完成，且在該期限內經豐田廠持續向承包之環保顧問公司跟催，但該承包之環保顧問公司作業仍然疏忽導致延誤送件，而遭環保局依據毒性化學管理法裁處罰鍰六萬元，該比罰鍰後續由環保顧問公司繳納。
- 二、本公司因在廢棄物申報管理系統在申報時發生質量不平衡事實，導致遭環保局依據廢棄物清理法裁處罰鍰六仟元。後續經由豐田廠廢棄物專責人員與承辦人員兩人至環保局廢棄物管理科瞭解才知誤解貯存量應每月累計量，則立即改善將申報資料修改正確。
- 三、本公司醬油製程產出之植物性廢渣，經再利用未登載於廢棄物清理計畫書內且未依規定申報，導致遭環保局依據廢棄物清理法裁處罰鍰一萬兩仟元整。改善處理：即刻尋找環保署認可之再利用處理機構並依規定辦理申報完成。

另在營運據點或其鄰近地區，無位於環境保護區或其他高生物多樣性價值的地區，故組織的活動、產品及服務，對在生物多樣性方面的無顯著衝擊。

投訴管道

本公司於豐田廠設有 0800-221121 之消費者免付費申訴專線電話，並在守衛室備有「民眾申訴表」，對於周邊環境若有造成不良影響時，可作為溝通和處理之依據。在 105 年全年無經由正式申訴機制立案、處理和解決的環境衝擊申訴之案件。

味王股份有限公司豐田廠民眾申訴表	
姓名	
電話	
住址	
性別	男 ☐ 女 ☐
申訴內容：	

第六章 附錄

附錄一：GRI G4 版、GRI 補充指標及金管會指定揭露項目對照表指標索引

揭露 GRI 指標	一般標準揭露內容	揭露 章節	對應特別說明	頁碼
策略分析				
G4-01	機構最高決策者對於永續性與策略之相關聲明	前言二 第一章	致利害關係人 1.3 經營績效	5 11~13
G4-02	描述關鍵衝擊、風險及機會。	前言二 第一章	致利害關係人 1.3 經營績效 1.4 風險管理與危機處理	5 11~14
組織概況				
G4-03	組織名稱	第一章	1.1 公司簡介	7~8
G4-04	主要品牌、產品與服務			
G4-05	組織總部所在位			
G4-06	組織營運所在的國家數量及國家名			
G4-07	所有權的性質與法律形式			
G4-08	組織所提供服務的市場			
G4-09	說明組織規模	第一章 第三章	1.1 公司簡介、1.3 經營績效 3.1 食品製造的信念與堅持	7~8，11 18~21
G4-10	員工總數	第一章 第四章	1.1 公司簡介 4.1 人員僱用與溝通	7 35
G4-11	受集體協商協定保障之總員工數比例	第四章	4.1 人員僱用與溝通	35~36
G4-12	描述組織的供應鏈	第三章	3.3 原物料來源分布與控管	23~24
G4-13	組織規模、結構、所有權或供應鏈的任何重大變化	本公司在 105 年度內無重大變化		
G4-14	說明組織是否具有因應之預警方針或原則	第一章	1.4 風險管理與危機處理	14
G4-15	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。	本公司在 105 年度內未簽署外部所制定之規章、原則或其他倡議		
G4-16	參與的公協會（如產業公協會）和國家或國際性倡議組織的會員資格	第五章	5.1 社會互動與回饋	41
G4-17	列出組織合併財務報表或等同文件中所包含的所有實體	前言一 第一章	關於本報告書之簡述 1.3 經營績效	4 11
鑑別重大考量面與邊界				
G4-18	界定報告內容和考量面邊界的流程	第二章	2.3 實質性議題考量面與重大議題界定	17
G4-19	列出所有在界定報告內容過程中所鑑別出的重大考量面。			
G4-20	說明組織內部在考量面上的邊界			
G4-21	說明組織外部在考量面上的邊界			
G4-22	說明對先前報告書中所提供之任何資訊有進行重編的影響及原因。	104 年度企業社會責任報告書無重編的影響及原因		
G4-23	說明和先前報告期間相比，在範疇與考量面邊界上的顯著改變	105 年度在範疇與考量面邊界上無顯著改變		
利害關係人議合				
G4-24	列出組織進行議合的利害關係人群體。	第二章	2.1 利害關係人辨識	15
G4-25	就所議合的利害關係人，說明鑑別與選擇的方法。			
G4-26	說明與利害關係人議合的方式，			
G4-27	說明經由利害關係人議合所提出之關鍵議題與關注事項，以及組織如何回應這些關鍵議題與關注事項		2.2 利害關係人關心實質性議題、溝通管道與頻率	15~16

揭露 GRI 指標	一般標準揭露內容	揭露 章節	對應特別說明	頁碼
報告書基本資料				
G4-28	所提供資訊的報告期間	前言一	關於本報告書之簡述	4
G4-29	上一次報告的日期（如果有）。			
G4-30	報告週期（如每年一次、兩年一次）。			
G4-31	提供可回答報告或內容相關問題的聯絡人。			
G4-32	說明組織選擇的「依循」選項。			
G4-33	說明組織為報告尋求外部保證/確信的政策與現行做法			
公司治理				
G4-34	說明組織的治理結構，包括最高治理機構的委員會。鑑別哪些委員會分別負責經濟、環境及社會衝擊的決策。	第一章	1.2 公司治理	9~10
G4-38	說明最高治理機構及其委員會的組成。			
倫理與誠信				
G4-56	描述組織之價值、原則、標準和行為規範，如行為準則和倫理守則。	第四章	4.6 倫理與誠信	40
G4-57	說明對倫理與合法行為徵詢意見及組織誠信相關事務之內外部機制，如服務專線或諮詢專線。			
G4-58	說明對於舉報有違倫理或不合法行為及組織誠信相關問題的內、外部機制，如透過直屬管理向上報告、舉報機制或是專線。			

揭露 GRI 指標	特定標準揭露內容--經濟	揭露章節	對應特別說明	頁碼
經濟績效指標				
G4-EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值。	第一章	1.3 經營績效	11
G4-EC3	組織確定福利計畫義務的範圍。	第四章	4.4 福利措施	39~40
市場形象績效指標				
G4-EC5	不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比例。	第四章	4.4 福利措施	39~40
G4-EC6	僱用當地居民為高階管理階層的比例。	第四章	4.1 人員僱用與溝通	35
採購實務指標				
G4-EC9	於重要營運據點，採購支出來自當地供應商之的比例。	第三章	3.3 原物料來源分佈與管控	23

揭露 GRI 指標	特定標準揭露內容--環境	揭露 章節	對應特別說明	頁碼
環境績效指標--原物料				
G4-EN2	使用再生原物料的百分比	第五章	5.2 保護環境的努力	42~43
環境績效指標--能源				
G4-EN3	組織內部的能源消耗量	第五章	5.3 能資源使用	43~44
G4-EN5	能源密集度			
G4-EN6	減少能源的消耗			
環境績效指標--水				
G4-EN8	依來源劃分的總取水量	第五章	5.3 能資源使用	44

揭露 GRI 指標	特定標準揭露內容--環境	揭露 章節	對應特別說明	頁碼
環境績效指標--排放				
G4-EN15	直接溫室氣體排放(範疇一)	第五章	5.4 報廢原物料、廢汙水、廢棄物與氣體排放處理	45
G4-EN16	能源間接溫室氣體排放量（範疇二）			
G4-EN18	溫室氣體排放強度			
G4-EN19	減少溫室氣體的排放量			
環境績效指標--廢汙水及廢棄物				
G4-EN22	依水質及排放目的地所劃分的總排水量	第五章	5.4 報廢原物料、廢汙水、廢棄物與氣體排放處理	46~48
G4-EN23	按類別及處置方法劃分的廢棄物總重量			
G4-EN24	嚴重洩漏的總次數及總量			
環境績效指標--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	第五章	5.4 報廢原物料、廢汙水、廢棄物與氣體排放處理	48
環境績效指標--整體情況				
G4-EN31	按類別說明總環保支出及投資	第五章	5.4 報廢原物料、廢汙水、廢棄物與氣體排放處理	48
環境績效指標--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	第五章	5.4 報廢原物料、廢汙水、廢棄物與氣體排放處理	48
揭露 GRI 指標	特定標準揭露內容--社會	揭露 章節	對應特別說明	頁碼
勞工實務與尊嚴勞動績效指標--勞雇關係				
G4-LA01	按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工的總數及比例	第四章	4.1 人員僱用與溝通	35
G4-LA02	按重要營運據點劃分，只提供給全職員工的福利	第四章	4.4 福利措施	39~40
G4-LA03	按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	第四章	4.1 人員僱用與溝通	37
勞工實務與尊嚴勞動績效指標--勞資關係				
G4-LA04	是否在集體協商中具體說明有關重大營運變化的最短預告期	第四章	4.1 人員僱用與溝通	36
勞工實務與尊嚴勞動績效指標--職業健康與安全				
G4-LA05	在正式的勞工健康與安全管理委員會中，協助監督和建議職業健康與安全相關規劃的勞方代表比例	第四章	4.2 重視職場作業環境安全與健康	36~38
G4-LA06	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			
G4-LA07	與其職業有關之疾病高發生率與高風險的勞工			
G4-LA08	工會正式協約中納入健康與安全相關議題			
勞工實務與尊嚴勞動績效指標--訓練與教育				
G4-LA09	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	第四章	4.3 訓練與教育	39

揭露 GRI 指標	特定標準揭露內容--社會	揭露章節	對應特別說明	頁碼
	勞工實務與尊嚴勞動績效指標--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	第四章	4.1 人員僱用與溝通	35
	勞工實務與尊嚴勞動績效指標--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	第四章	4.5 人權	40

揭露 GRI 指標	特定標準揭露內容--社會	揭露章節	對應特別說明	頁碼
	人權績效指標--不歧視			
G4-HR03	歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動	第四章	4.5 人權	40
	人權績效指標--強迫或強制勞動			
G4-HR06	已鑑別為具嚴重強迫或強制勞動事件風險的營運據點和供應商，以及有助於減少任何形式的強迫或強制勞動的行動	第四章	4.5 人權	40
	人權績效指標--原住民權利			
G4-HR08	涉及侵害原住民權利的事件數，以及組織所採取的行動	第四章	4.5 人權	40

揭露 GRI 指標	特定標準揭露內容--社會	揭露章節	對應特別說明	頁碼
	社會績效指標--法規遵循			
G4-SO05	已確認的貪腐事件及採取的行動	第四章	4.6 倫理與誠信	40
G4-SO08	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			

揭露 GRI 指標	特定標準揭露內容--社會	揭露 章節	對應特別說明	頁碼
產品責任績效指標--顧客的健康與安全				
G4-PR01	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	第三章	3.3 原物料來源分布與管控 3.4 食品健康訴求 3.6 產品保存期限設定 3.8 維護食品安全實際做法	25~27 29 30~32
G4-PR02	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		3.10 法規遵循	34
產品責任績效指標--產品及服務標示				
G4-PR03	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	第三章	3.5 產品標示作業	27~28
G4-PR04	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		3.5 產品標示作業 3.10 法規遵循	27~28 34
G4-PR05	客戶滿意度調查的結果		3.9 客戶滿意	33
產品責任績效指標--行銷溝通				
G4-PR06	禁止或有爭議產品的銷售	第三章	3.10 法規遵循	34
G4-PR07	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			

揭露 GRI 指標	特定標準揭露內容--社會	揭露章節	對應特別說明	頁碼
	產品責任績效指標--顧客隱私			
G4-PR08	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	第三章	3.10 法規遵循	34
	產品責任績效指標--法規遵循			
G4-PR09	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	第三章	3.10 法規遵循	34

揭露 GRI 補充指標	GRI 補充指標揭露內容	揭露章節	對應特別說明	頁碼
	社會--勞資關係			
FP3	說明由於勞資糾紛、罷工和/或停工造成的工時損失百分比	第四章	4.1 人員雇用與溝通	36
	社會--客戶健康和 safety			
FP5	由獨立協力廠商根據國際認可的食品安全管理系統標準認證的產地占總產量的百分比	第三章	3.2 食品安全管理之驗證	22

金管會指標	「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」指定指標揭露內容	揭露章節	對應特別說明	頁碼
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。	第三章	3.3 原物料來源分布與管控 3.4 食品健康訴求 3.6 產品保存期限設定 3.8 維護食品安全實際做法	25~27 29 30~32
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。	第三章	3.10 法規遵循	34
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。	第三章	3.3 原物料來源分佈與管控	23~24
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。	第三章	3.2 食品安全管理之驗證	22
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。	第三章	3.3 原物料來源分佈與管控	24
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。	第三章	3.7 產品追溯與追蹤管理	30
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。	第三章	3.3 原物料來源分佈與管控 3.8 維護食品安全實際做法	25~26 30~32

Deloitte

勤業眾信

勤業眾信聯合會計師事務所
10596 台北市民生東路三段156號12樓

Deloitte & Touche
12th Floor, Hung Tai Financial Plaza
156 Min Sheng East Road, Sec. 3
Taipei 10596, Taiwan

Tel : +886 (2) 2545-9988
Fax : +886 (2) 4051-6888
www.deloitte.com.tw

會計師有限確信報告

味王股份有限公司 公鑒：

味王股份有限公司民國 105 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，有限確信案件所執执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，本會計師並未發現味王股份有限公司民國 105 年度企業社會責任報告書中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



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 106 年 10 月 6 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.	「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。	產品責任與食品健康安全維護	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.	「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。	產品責任與食品健康安全維護	違反食品安全衛生管理相關法規之裁罰次數及金額。
3.	「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。	產品責任與食品健康安全維護	包材採購符合國際認可之產品責任標準者之採購金額占當年度包材總採購金額之百分比。
4.	「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。	產品責任與食品健康安全維護	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品項佔當年度總產品品項之百分比。
5.	「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。	產品責任與食品健康安全維護	對供應商進行實地評鑑之家數及百分比、稽核項目及結果。
6.	「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。	產品責任與食品健康安全維護	產品追溯追蹤系統管理之原料來源和出貨流向及相關產品占所有產品之百分比。
7.	「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。	產品責任與食品健康安全維護	食品安全實驗室及食品安全相關支出金額及其占營業淨額之百分比。
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。	產品責任與食品健康安全維護	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。	產品責任與食品健康安全維護	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。	產品責任與食品健康安全維護	違反商品與服務資訊標示的法規之事件次數。
11.	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。	產品責任與食品健康安全維護	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品項佔當年度總產品品項之百分比。