

2014
企業社會責任
報告書

TenRen 2014
Corporate Sustainability
Report

天
仁
茶
業

天
仁
茶
業

2014
企業社會責任
報告書
TenRen 2014
Corporate Sustainability
Report

茶者南方之嘉木也一尺二尺乃至
數十尺其巴山峽川有兩人言拖步伐
而掇之其樹如瓜蓋葉如梔子花如白
蒿微實如楫櫚蒂如丁香根如胡桃其字
或法草或法木或茶木其字或法草或
法木或法石并其一名曰茶二曰標壤下者
生黃土凡藝而不實植而罕成法如種
瓜三歲可採野者上園者次陽崖陰林者上
種者次第者上芽者次茶臺上葉舒次陰山坡
者石款項堪採掇性凝滯結微疾
茶全為用味至寒為飲器宜精行儉德
其人若熱渴凝悶腦昏目渴四肢煩百節
與醴醐甘露抗衡也采不時造不精雜以
他種人
不舒聊四五啜之成疾茶為累也志精人
譽上者生上堂中者生百濟新羅下者
生高麗有生潯州易州幽州檀州者為
樂其效况非此者設服薺危使六疾
瘳知人參為累則茶累甚矣

Contents

◆ 壹 . 天仁 2.1 永續報告

1.1 前言	6
1.2 天仁永續之聲	7
董事長的話	
總經理的話	
1.3 編輯過程	8
1.4 範疇與來源	8
1.5 會計師第三方確信	8
1.6 報告製作單位	8
1.7 報告架構說明	9

◆ 貳 . 天仁之源 - 責任基礎與來源

2.1 天仁介紹	12
2.2 營運績效	15
2.3 產品簡介	18
2.4 天仁核心理念與價值	21
2.5 全球茶櫥窗	22
2.6 短中長期營運發展計劃	23

◆ 參 . 天仁之具 - 營運架構與方針

3.1 天仁永續價值與方針	26
3.2 組織架構	26
3.3 公司治理	32

◆ 肆 . 天仁之造 - 天仁重大性鑑別

4.1 利害關係人關注議題鑑別過程	40
4.2 與利害關係人溝通之方式	43
4.3 對利害關係人的一句承諾	44
4.4 各利害關係人最注重之議題績效	45
4.5 天仁之外部組織參與	45

◆ 伍 . 天仁之事 - 天仁茶歷史

5.1 天仁茶文化	48
5.2 茶經濟與茶產業	52
5.3 茶知識與茶科學	56
5.4 天仁 2.0 與天仁 2.1	59
5.5 天仁大事紀	62

◆ 陸 . 天仁之煮 - 友善製程與環保

6.1 天仁永續茶業	68
6.2 茶葉製程管理	70
6.3 節能環保綠色企業	73
6.4 氣候變遷與茶產業	77

◆ 柒 . 天仁之飲 - 產品與服務

7.1 天仁產品與品牌	80
7.2 食品安全	83
7.3 客戶滿意	88

◆ 捌 . 天仁之器 - 員工關懷

8.1 人力資源管理	92
8.2 薪酬福利	102
8.3 職涯發展	111
8.4 生活與工作平衡	113

◆ 玖 . 天仁之出 - 茶文化推廣

9.1 台灣式茶文化	120
9.2 天仁知識中心	122
9.3 天仁茶藝文化基金會	126

◆ 拾 . 附錄

10.1 GRI-G4 指標對照表	130
10.2 全球盟約對照表	138
10.3 上市公司編製與申報企業社會責任報告書 作業辦法	139
10.4 會計師獨立確信報告書	140

1.1 前言

2015 年 5 月發生的茶安事件，對整體產業與消費環境的衝擊，謹表歉意！未來天仁將以更嚴謹的標準自我要求，也期盼能與主管機關、業界朋友共同創造台灣茶葉、茶飲更健康的消費環境。同時，我們除了表達支持主管機關做好源頭管理的決心之外，也期盼主管機關執法過程能更客觀、透明，農殘標準應與國際主要市場接軌，農業政策應鼓勵產銷分工與合作，以促進茶產業的現代化與國際化。

(於本報告之 7.2 節將會有更詳盡說明)

茶是古人傳承下來的智慧，更是與大地共生共存的產業，天仁從 1.0 到 2.0 的改變，一直到未來的 3.0 時代，就是要讓社會大眾感受天仁持續不斷精進的決心！天仁 2.1 即是為天仁的第三波改造做準備，運用國際的永續思維及方式，提升天仁的永續競爭力，將「取之於茶，用之於社會」的永續思維與營運策略結合。

茶如果沒有文化，和一般飲料沒有區別。因此，天仁在 1986 年投資成立陸羽茶藝，到 2006 年的天仁茶文化館，期望將茶藝文化融入在消費者的生活當中。近年來更推動「喫茶樂活」的價值主張，提倡以健康的方式生活，吃得健康、穿得簡單、關愛世人、熱愛自然、減少浪費及汙染。

為保持同仁的積極態度，天仁以內部競爭取代外部競爭，同時秉持天然、健康、人情味的最高指導原則，所有同仁皆可隨時對公司提出建議，使天仁「家族企業」的進化為「企業家族」，天仁就是全體同仁能夠安居樂業的家。天仁不以最大自居，而以最好為目標，將所有事項細分，每一個項目都盡力達到最好。

天仁體會到茶文化的延續需要向年輕族群紮根才有未來，在

1992 年成立輕鬆小站及 2000 年的喫茶趣，除了培養更多的年輕的消費者，更吸引年輕一代的人才加入天仁的企業家族，讓茶的生命得以延續；天仁從創立至今堅持 100% 雇用本國勞工，各項外包工程也不例外；在食品安全方面，近幾年台灣的食安動盪，造成社會大眾的不安與台灣國際美食形象的受損，從天仁 2.0 開始，即致力於建立可以持續的競爭優勢，與穩定而且可以預期的成長，過程中對食品安全的堅持，寧願放棄短期的利益，並加強投資未來，讀者可從此永續報告中看見天仁對食安的努力，包含：反式脂肪酸控管與紐約同步、茶業逐批檢驗、國內唯一以全生產線通過三項驗證 (ISO 22000、HACCP、ISO 9001) 的公司等。

在環境面向，茶產業需與自然環境相生相息，天仁主張產官學應有效溝通，不可為了短期利益，對天然資源超限開發與使用，「珍惜資源、珍惜希望」是天仁對自然環境的永續承諾，也是茶產業能永續生存的最高原則。

天仁 3.0 是我們對利害關係人下一個階段努力的承諾，主要包含三大面：文化天仁、科學天仁、公益天仁。天仁 1.0 時代強調的是茶文化與創辦人的價值觀引導，天仁 3.0 將會朝無形的精神有形化，文化的天仁除了持續茶文化價值提升之外，更要將創新與創業精神注入企業文化；科學天仁除了強化茶的基礎研究與企業 e 化外，將會提升天仁的數位力與社群力，和未來的消費者接軌；公益天仁方面，強調天仁必須先符合「公義」與「公益」，無論是採購人員、研發人員、生產人員以及銷售人員的行為準則都必符合基本的公義原則，而公益的部分，天仁致力於協助弱勢孩童為焦點，期望這些孩童在成長的過程中能走向正途，未來能成為社會的正面力量，並積極回饋社會，形成一股正循環的影響力。

1.2 天仁永續之聲

董事長的話

自 1953 年「銘峰茶行」起，60 餘年來天仁茗茶本著「從傳統中出發，在創新中成長」的精神，不斷於茶產業中自我突破，開發出「茶」更多元、豐富與生活化的內涵。

從品茗茶葉、設計茶器至時尚茶飲、茶餐等，天仁承諾將永遠承擔茶業領航者的責任，使茶在台灣、華人地區以至於全世界發光發亮，讓茶香飄得更遠，茶藝傳得更深。



總經理的話

「領航台灣茶，實踐樂活心」是我們誠懇的承諾，這個承諾的意義，是未來的天仁，將在既有的紮實基礎上，不斷地自我超越，並扮演台灣與中國茶業領航者的角色，為這個台灣與中國具特色的產業開闢新的絲路，並成就一個更具意義的茶業王國。

未來，本公司將持續支持基礎研究，促進國內人力就業，增加國內投資與採購，並且不斷地在技術創新與營運創新方面努力，建構台灣天仁為全球天仁的知識中心與人才中心，並協助所有供應鏈夥伴觀念與能力的提升，為天仁茗茶創造更大的品牌價值。

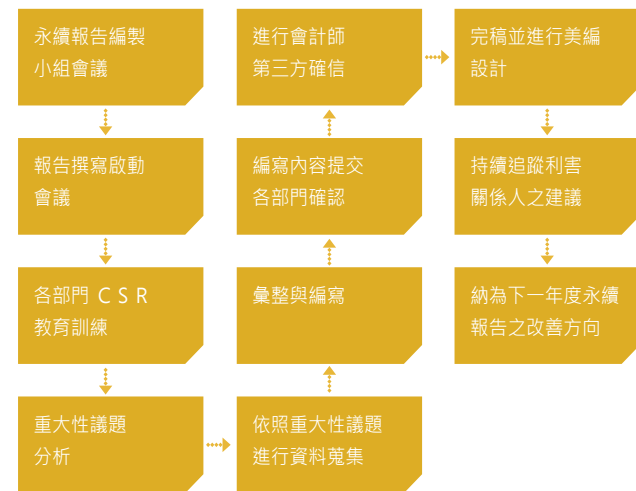
最後，再一次感謝大家的支持與愛護，未來的天仁，會超越大家的期待，以報答大家的關愛與回報我們所熱愛的園地。



1.3 編輯過程

「品味人生·由天仁茗茶開始」!天仁茗茶的永續發展代表著台灣甚至全球茶文化及茶產業的永續發展·歷經 62 個年頭·以推廣茶文化為己任·持續遵守創辦人追求天然、健康、人情味的經營理念·無論任何人或任何決策都無法抵觸此一經營理念。在經營理念及國際永續趨勢逐漸成熟的推動下·天仁茶業出版第一本永續報告·將我們如何推廣茶文化與茶經濟之發展過程作完整的描述·讓各方利害關係人更加了解天仁·貼近天仁·將天仁茶文化融入到生活當中。

◆ 報告撰寫流程：



另一方面·藉由報告撰寫的過程·全面檢視天仁茗茶的永續作為·擬定永續策略地圖·將無形的管理機制有形化·強化永續基礎。本報告依據全球永續性報告協會 (GRI) G4 版 (核心指標)、食品業補充指標、上市上櫃公司企業社會責任實務守則、ISO 26000 社會責任指引、聯合國全球盟約以及上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法·未來將每年出版與利害關係人溝通。

1.4 範疇與來源

本報告為天仁茶業出版之第一本永續報告·其範疇為台灣 108 個直營據點 (包含天仁茗茶 49 家、百貨專櫃 48 家、天仁喫茶趣 11 家) 以及 3 家業務中心·內容皆以 2014 年 1 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日為主要揭露範圍·涵蓋環境 - 天然、經濟 - 健康、社會 - 人情味三大面向·財務績效部分引用天仁 2014 年財報之資訊揭露為主·經採用國際會計準則 IFRS(International Financial Reporting Standard) 編制之財務報表·所有財務數字以新臺幣為計算單位。而在社會面向的部分·將納入天仁茗茶的關係組織天仁茶文化館、陸羽茶藝中心與天仁茶藝文化基金會。

1.5 會計師第三方確信

本報告書已委託獨立且具公信力之安永聯合會計師事務所 (EY) 依據依據會計研究發展基金會所發布之確信準則公報第一號·對天仁公司根據 GRI G4 核心選項 (Core) 所編製之 2014 年企業社會責任報告·進行有限確信 (limited assurance)·確信工作完成後·相關結果已與治理單位充分溝通·確信範圍及結論請詳本報告書附錄之會計師獨立確信報告。

1.6 報告製作單位

本報告製作單位由天仁茶業總經理直接指導與執行·隨時了解與追蹤編制過程·並與各部門進行溝通·以身作則·展現天仁茶業對第一本永續報告之重視。

聯絡單位：總經理室

電話：02-2-2773-4291

地址：10690 台北市忠孝東路 4 段 107 號 6 樓

電子信箱：joy66888.wang@gmail.com

如對本報告有任何問題·天仁茶業將誠心地邀請所有讀者給予本公司寶貴建議·我們將虛心檢討及改進。

1.7 報告架構說明

報告主軸：「天仁 2.1：千年行業 永續經營」

為何是天仁 2.1？

天仁茶業的創辦人李瑞河董事長帶領天仁進入老行業、新經營的領域·強調：

- ◆ 認識競爭而不怕競爭
- ◆ 以服務代替競爭
- ◆ 自有品牌·連鎖經營
- ◆ 以內部競爭彌補外部競爭的不足

是為天仁 1.0。

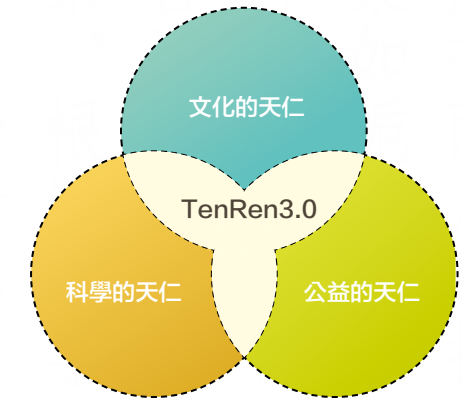
林總經理仁宗以專業經理人經營的方式進入天仁茶業後·帶領天仁走向天仁 2.0·即強調：

- ◆ 消費者導向 vs. 競爭者導向
- ◆ 最好 vs. 最大
- ◆ 不是第一·就是第二
- ◆ 競合夥伴·激盪創意

並在科技的提升與知識的累積下·激發更大的動能·超越巔峰！林總經理希望累積前人的智慧·期盼天仁茶業走向下一個永續經營的階段·為天仁 3.0 永續發展作好準備。因此·將此一階段性任務視為天仁 2.1·強調文化天仁·科學天仁與公益天仁。

天仁茗茶從創業至今的發展皆以茶為核心·其發展皆圍繞著「茶」·強調的是茶文化的永續傳承·因此天仁茶業永續報告創刊號將連貫古人 (陸羽) 的智慧與全球永續的趨勢。一方面利害關係人可藉由閱讀本公司的永續報告書·加深社會大眾對「茶經」的了解·以及天仁茶業在茶領域所扮演「領航者」的角色·另一方面藉由永續趨勢與茶經的連結·全面性地呈

現天仁茗茶即將開啟 2.1 永續經營模式·與利害關係人與社會大眾做最有效溝通。而天仁的永續經營文化亦即如千年來的茶文化一樣生生不息·並期望運用天仁茶文化提升人類的生活品質·將人類的身、心、靈與永續環境結合·造就天仁「千年行業·永續經營」·成為茶的代名詞。



每一章節封面皆會呈現茶經中經典的詞句·並加以解說·說明此段茶經詞句與該章節的關連性為何·將茶經與天仁做完美的連結·以展現天仁茗茶在全球茶領域扮演領航者的角色。

貳. 天仁之源 - 責任基礎與來源

一之源為茶經中「茶的起源」的介紹，在此章節中將介紹天仁的起源與天仁的永續責任基礎，包含營運績效、產品簡介、核心理念與價值以及全球布局，展現本公司永續發展的決心和消費導向的企業文化。

一之源（茶的起源）

茶者，南方之嘉木也

茶，是我國南方的優良樹木。

野者上

茶葉的品質，以山野自然生長的為好

陽崖陰林紫者上

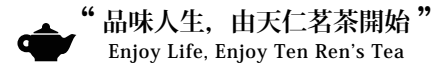
林蔭覆蓋下生長的茶樹，芽葉呈紫色的為好
筍者上

芽葉以節間長，外形細長如筍的為好

茶之為用，味至寒，為飲最宜。精行儉德之人，若熱渴、凝悶、腦疼、目澀、四支煩、百節不舒，聊四五啜，與醍醐、甘露抗衡也。

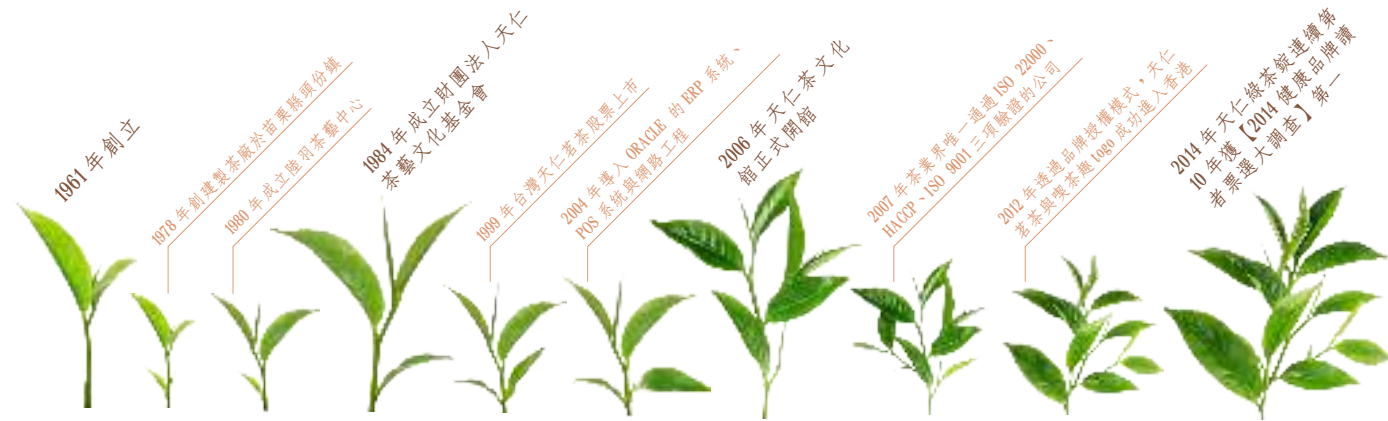
茶的功用，因為它的性質冷涼，可以降火，作為飲料最適宜。品行端正有節儉美德的人，如果發燒，口渴，胸悶，頭疼，眼澀，四肢無力，關節不暢，喝上四五口，其效果與最好的飲料醍醐、甘露不相上下。

茶者南方之嘉木也一尺二尺乃玉
數寸尺其已山峽川有兩人言拖步伐
而掘之其樹如瓜瓞葉如梔子花如白
蒿微實如栟櫚蒂如丁香根如胡桃其
或法草或法木或法木其字或法草或
實三曰護四曰茗五曰荈其地上者生
烟名不香佳
後木或草木并至名一曰茶二曰標壤
下者
生黃土凡藝而不實植而罕成法如種
瓜三歲可採野者上園者次陽崖陰林
紫者上
綠者次第者上芽者次茶者上葉舒
次陰山坡
者者石款項堪采掇性凝滯結微疾
余至為用味至寒為飲最宜精行儉德
之人若熱渴凝悶腦疼目澀四肢煩
百節
與醴醐甘露抗衡也采不時造石精
雜以香
不舒聊四五啜之成疾茶為果也
也猶人
參上者生上意中者生百濟新羅下
者
生高麗有生潯州易州幽州檀州者
為
樂其效況非此者設服薺薺使大疾
瘳知人參為果則茶果也
茶者

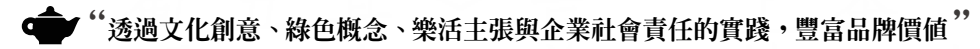


2.1 天仁介紹

天仁茗茶創立於 1961 年，前身為 1953 年岡山的銘峰茶行，1975 年正式改制為天仁茶業股份有限公司，走過一甲子的天仁，陪伴著台灣各產業的發展，創辦人李瑞河先生秉持著一份對茶葉的熱愛與執著，不斷的成長茁壯，於 2014 年已擁有海內外共 188 個直營連鎖據點。而本公司全球生產基地 - 香山製茶總廠除從事茶葉製造外，亦專注於製茶技術及流程改善，積極從事研究開發各類新產品如調味茶系列、茶相關食品，賦予茶葉新的詮釋與生命，期使茶葉成為世界性的產品。



我們認為茶是飲品與生活文化的結合，沒有了文化蘊底，茶終將成為最古老又普通的飲料，因此天仁茗茶從創立早期即積極發揚與推廣茶文化，在台灣成立陸羽茶藝中心以及天仁茶文化館。近年，更有感於社會的變遷，忙碌的工商業社會缺乏足夠的休閒空間，設立「天仁喫茶趣」現代新複合式茶館，並以「年輕、休閒、生活化」的風格提供民眾一個健康、明朗的休閒去處，同時藉由喫茶趣的年輕品牌形象，將茶文化的生活風格傳承給下一代的年輕人，這是天仁茗茶對台灣生活品質及中國茶文化傳承的永續價值與責任。

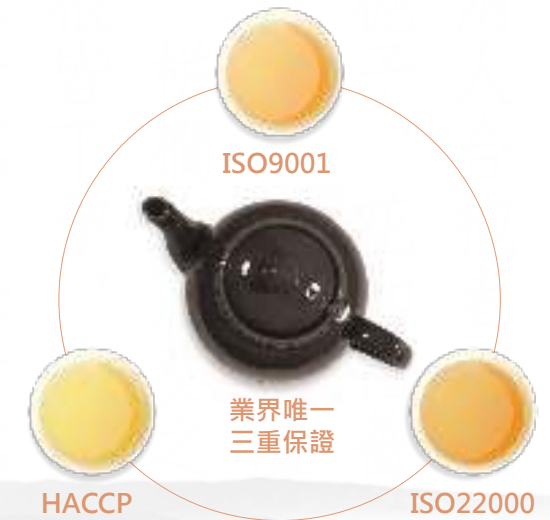


「天然、健康、人情味」是我們的經營理念，未來，我們將朝此一方向開創連鎖通路更高的經營效率與價值，並融合最新的永續經營管理方法，提高服務品質，加強產品研究發展及海外市場的開拓，為老行業注入永續發展的活力與生機，讓顧客、員工、股東等各利害關係人，均能獲得「安心、信賴、滿足」，使茶藝傳得更深，茶香飄得更遠。

天仁茗茶為使茶業銷售通路更趨完善與專業，自 1990 年起，陸續成立台北、台南、高雄等三個業務中心，負責便利商店、超市、量販等大型通路之配銷，並與全省連鎖店外務群配合，共同致力於特販及各式零售通路之經營，使天仁茗茶能藉由各式通路服務消費者。連鎖店外務群及各區業務中心，除致力於顧客服務與通路耕耘外，並將本公司的新產品打進非傳統茶葉市場，讓天仁茗茶的服務範圍更深、更廣！

天仁關係企業說明可參考：<http://www.tenren.com.tw/Content/Messagess/contents.aspx?SiteID=10&MmmID=654050560522645432>

公司名稱	天仁茶業股份有限公司
成立日期	1975 年 (前身為 1953 年李瑞河於岡山創立銘峰茶行)
產業類別	食品製造／加工
公司地址	北市大安區忠孝東路四段 107 號 6 樓
資本總額	905,919 仟元
員工人數	1,535 人 (2014 年止天仁茶業母公司) 1,558 人 (2014 年止合併各子公司)
主要業務	茶葉 54.29%、餐飲 37.06%、其他 8.65%
產品服務	茶葉、茶飲、茶點及茶膳
公司網址	天仁茗茶 www.tenren.com.tw/ 天仁喫茶趣 www.chafortea.com.tw/index.asp
天仁茗茶 找茶粉絲團	www.facebook.com/tenren60
天仁喫茶趣 粉絲團	www.facebook.com/tenrenchafortea
天仁茶文化館	www.tenren.com.tw/museum/index.asp
天仁茶藝文化基金會 (Facebook)	https://zh-tw.facebook.com/trf1984
陸羽茶藝中心	www.luyutea1980.com/



◆天仁競爭優勢

1. 專業、企業化之經營

本公司所經營的業務整合茶葉產業之中、下游，企業化之經營，具有垂直整合的綜效，且在高度 e 化與自動化的支持下，創造出獨特的競爭優勢。

2. 銷售通路優於同業

相較於國內茶葉製造業者自產自銷的經營型態，本公司在全省的 108 家營業點，海外 80 個銷售據點，與國內銷售通路最高的鋪貨率，銷售通路更顯活絡。

3. 與供應商關係良好

由於本公司穩健的財務與企業形象、技術等堅實的實力與供應商關係良好，採購方式為分散採購，能夠掌握豐富多樣的貨源，其採購技術及其長期以來建立的優勢是其他同業難以與之競爭的。

4. 安全品質要求高，生產管理技術優良

有鑑於消費者對於自身健康與權益的重視，本公司對於食品安全及品質的要求逐漸提高，對於國內外採購的茶葉原料，均送交 SGS 專業機構，以符合 CNS 國家標準的要求，逐批檢驗，並數度榮獲「衛生管理優良食品工廠獎」，且於 2000 年通過 ISO 9001 驗證，2007 年同時取得 ISO22000 及 HACCP 兩項驗證，為業界第一家取得三項國際驗證的茶業公司。

5. 自創品牌，產品不斷推陳出新

本公司秉持「老行業、新經營」的理念，以自創品牌的商品經營方式，不斷推出新產品，顯現企業之活力。目前成功開發之產品，有以喫茶趣系列商品為主，另外，以延伸產品深度與廣度，且善用品牌優勢及增加顧客對天仁茗茶品牌好感度為行銷主軸，持續開發相關之系列商品。

6. 注重基礎科學的研究發展

本公司與學術界合作投入基礎科學之研究，注重研究發展，對於新產品的開發、銷售促進等有莫大助益。



食品安全品質管理要求嚴格縝密

2.2 營運績效

◆天仁茶業公司經營模式

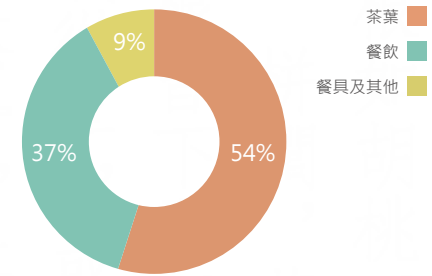
天仁品牌及通路已擴展至全世界，包含天仁茗茶、喫茶趣以及喫茶趣 togo，經營模式以直營、加盟與合資為主。

品牌	產品屬性	通路及區域		經營模式	
		通路	區域	國內	國外
天仁茗茶	茶葉	零售	台灣、美、加、日、澳洲、	直營	加盟
	茶葉、茶飲複合	批發	馬來西亞、香港、中國大陸		
喫茶趣	餐飲	零售	台灣	直營	無
喫茶趣 togo	茶飲	零售	台灣、香港、中國大陸	直營	合資、加盟

在產品及營業比重方面，以茶葉占最大宗，其他包含餐飲服務與茶具等茶產業之衍生性商品。

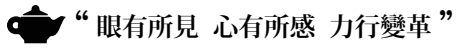
產品	產品屬性	
	2014 年	2013 年
茶葉	54.29	56.83
餐飲	37.06	34.92
茶具及其他	8.65	8.25
合計	100.00	100.00

◆ 2014 年天仁產品及營業比重



◆天仁茶業商業模式





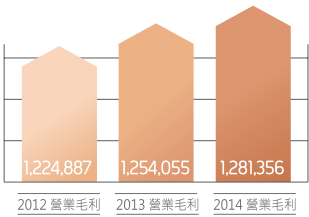
◆天仁經濟績效

天仁從創立至今，秉持著永續精神經過 2 波的組織與經營改造，持續走向穩定且可以預期的成長，以建立可以持續的競爭優勢為目標，不作投機與高風險的投資，因此經營績效數據皆呈穩定成長的狀態，使投資人、股東與同仁皆能在穩健的環境中獲得長期利潤，安居樂業，這是天仁對所有利害關係人最基本的永續責任。天仁認為要能長期穩定獲利，對於食品安全堅持是必須的，不該作的生意不作，就不會帶給企業太多潛在的風險。

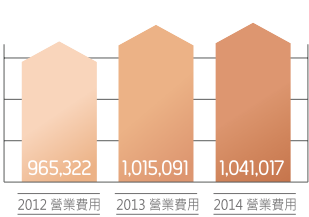
項目 / 合併報表數據	2014 年度實績	2013 年度實績	2012 年度實績
營業收入	2,149,080	2,076,258	2,051,779
營業毛利	1,281,356	1,254,055	1,224,887
營業費用	1,041,017	1,015,091	965,322
營業淨利	240,339	238,964	259,565
營業外收入及支出	38,313	38,728	27,202
稅前淨利	278,652	277,692	286,767
稅後淨利	231,846	230,577	235,979
每股盈餘	2.54	2.55	2.59
員工人數	全體 (1,558 人) 天仁 (1,535 人)	全體 (1,525 人) 天仁 (1,510 人)	全體 (含子公司未統計) 天仁 (1,500 人)

◆天仁茶業合併報表

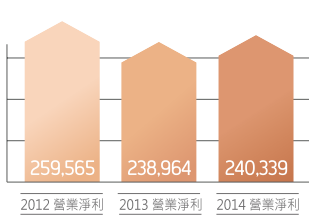
營業毛利



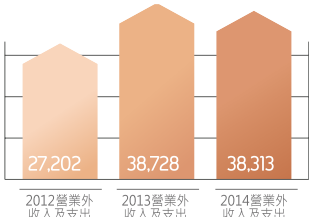
營業費用



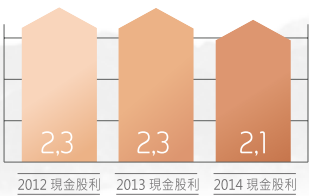
營業淨利



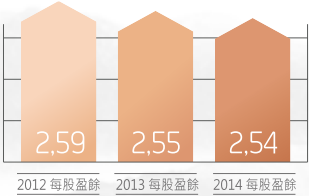
營業外收入及支出



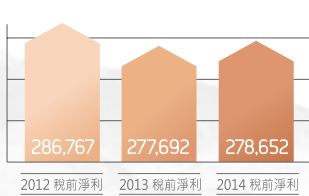
現金股利



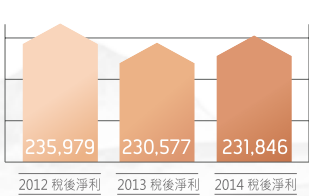
每股盈餘



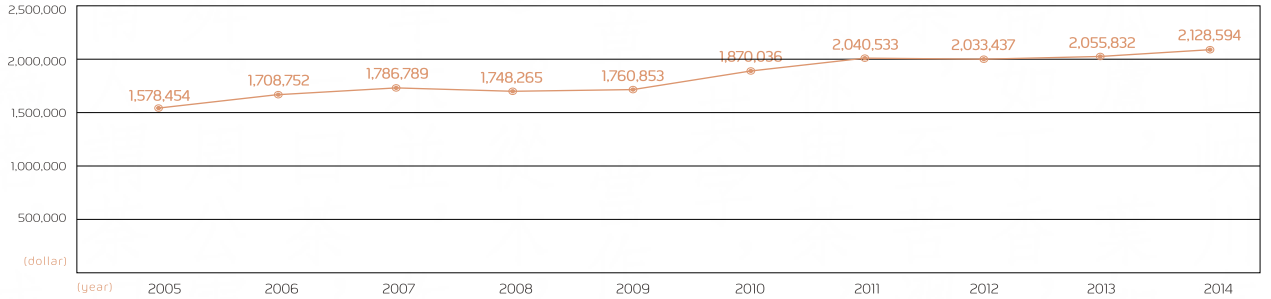
稅前淨利



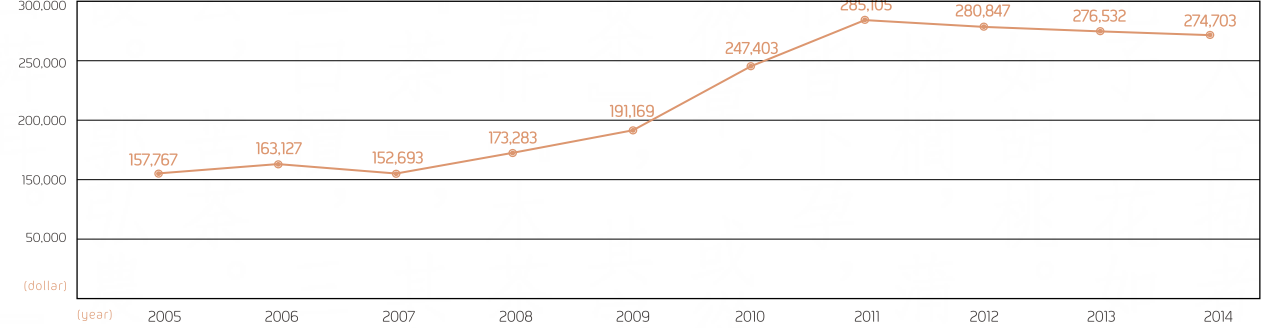
稅後淨利



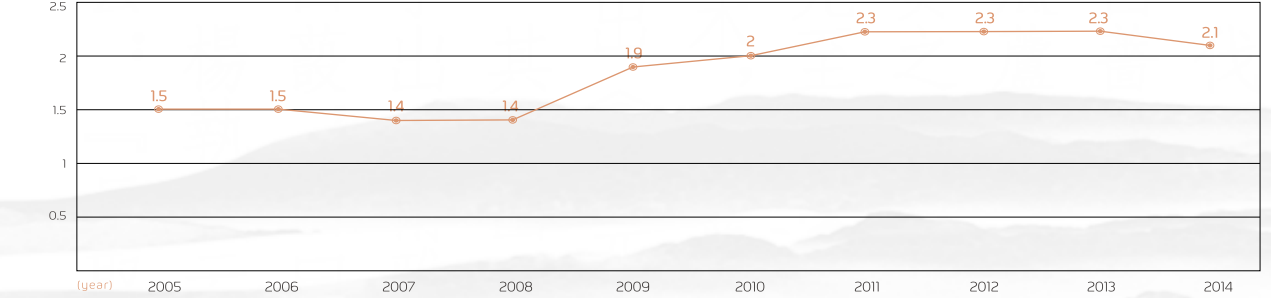
◆天仁茶業 近十年營業收入



◆天仁茶業 近十年稅前純益



◆天仁茶業 近十年分配的股息





2.3 產品簡介

◆天仁主要產品

天仁茗茶以「天然、健康、人情味」為經營理念致力於產品創新，將商品以茶為核心向各類型食品發展，將千年茶文化運用創新的方式融入到消費者的生活中，期能提供更多元化的商品服務。主要的產品如下：

天仁商品
茶葉系列商品
茶食系列商品
保健系列商品
TOGO 茶飲系列商品
喫茶趣茶膳系列商品

1. 茶葉系列商品：

天仁茶業系列商品涵蓋不同茶葉類別，從全發酵的紅茶、半發酵的烏龍茶到不發酵的綠茶，除了台灣當地的優質好茶之外，並進口世界特色茶品，如中國的普洱茶與日本的綠茶...等。包裝類別則提供了罐裝茶、袋茶、禮盒...等，滿足不同消費者的需求，其中以特色茶王與天梨茶系列最是受到消費者歡迎。



2. 茶食系列商品：

天仁依據不同茶葉的口味特性搭配不同的零嘴，創新研發出各式不同的天仁特色茶食系列商品。不管是蜜餞、花生或是鳳梨酥，與茶融合之後，美味瞬間提升。



3. 保健系列商品：

考量到現代人生活繁忙，不一定有時間可以坐下來輕鬆泡杯茶，所以為了讓消費者可以更輕易地攝取到茶葉中的營養素，天仁精心研發出綠茶錠系列，除了讓消費者可以攝取到茶葉中的抗氧化成份外，更針對不同族群推出益生菌與山茶花...等複方添加，滿足更多需求。



4.TOGO 茶飲系列商品：

天仁喫茶趣 TOGO 延續天仁以茶為本的概念，創意發想出多元化的創意茶飲，以茶入飲，創造喫茶樂趣。更提供消費者三大安心承諾，「所有產品皆使用新鮮水果製成」、「所有茶飲製作過程中，絕無添加人工香料」與「所有奶茶皆不含反式脂肪酸」，讓消費者喝的新鮮、喝的天然、更喝的健康。



5. 喫茶趣茶膳系列商品：

天仁喫茶趣提倡新茶文化，以「食養健康、以茶入膳」為概念，推出各式各樣的茶膳、茶點...等，將茶巧妙地融入食材中，不僅健康，更增添茶膳滋味。從「豐富台灣、趣味喫茶」到「豐富台灣、當令嚐鮮」，茶膳中採用台灣當令食材，讓消費者可以品嚐到台灣當地最健康美味的餐點。



◆產品創新研發

天仁茶業為鼓勵同仁研發創新的動力能源源不絕被激發，更為兼顧流行及實用性，以消費者需求為出發，將近期流行的元素與茶做緊密結合，增加消費者對茶與健康的認知，亦可輕鬆享受喫茶樂趣。天仁茗茶對創新商品的研發重點係依照「新產品開發管理程序」，並且注入年輕、休閒、生活化的核心特質。



1. 滿足或創造消費者需求：

「滿足」消費者需求是天仁茗茶研發的目標與初衷，但「創造」消費者需求才是商品研發的最高宗旨，最具代表性的創新產品為：

(1) 天仁在與顧客的互動中發現，消費者希望能攝取茶葉中的營養成份，卻沒時間好好坐下來泡杯茶，因此開發了綠茶錠系列商品，讓消費者可以輕鬆攝取到茶葉中的營養成份。綠茶錠系列商品更連續十年獲得康健雜誌 - 健康品牌大調查第一名。

(2) 天仁綠茶粉系列商品相當受到消費者的歡迎，消費族群主要為女性，所以在進行新商品研發時，我們的原則就是如何針對女性族群，創造最高的顧客滿意度。在這個原則下，我們研發出「特級膠原蛋白綠茶粉」。讓原來的綠茶粉除了健康訴求，更抓住了女生都愛美的目光，讓皮膚補充隨年齡遞減的膠原蛋白，恢復活力有彈性的年輕光澤。推出之後大受歡迎，2014 年榮獲華人第一女性時尚美妝傳媒 FashionGuide 網友評鑑【特優】商品最高榮譽！



- 滿足或創造消費者需求 -



- 與市場潮流結合 -

2. 與市場潮流結合：

天仁茗茶每年調查市場流行元素，研發並推出相關新商品，以符合市場需求，並為多數的消費者所接受，就像：

(1) 冷泡茶由於釋出較少的咖啡因，因而不易苦澀，同時釋出較多茶葉內含的有益成份，所以研發將茶葉以冷泡的方式取代熱泡，更因為沖泡方便，符合年輕人需求，遂開始流行。惟，一般的茶葉若要冷泡，費時較久，依品種不同約為 4-8 小時。天仁推出的「急沏冷泡茶系列」克服了這個障礙，透過專業切割技術讓茶湯可以快速釋出，裝在一般保特瓶中，即可輕鬆享用。

(2) 中秋節月餅的市場競爭激烈，為因應消費者多變的喜好，食品業者年年推陳出新，種類繁多。天仁約略在前一年底即會開始研發下一年度的茶月餅口味。依據當年度的市調資料，找出市場脈絡，並與餅商充分溝通，請其提供專業建議，透過反覆多次的打樣、試吃、檢討、修正，選出符合各年齡層的最愛，推出最優質的茶月餅禮盒。

新產品類別	新產品開發上市件數及營收統計 (單位: 新台幣仟元)								新產品類別
	2012 年 上市件數	2012 年 營收	2013 年 上市件數	2013 年 營收	2014 年 上市件數	2014 年 營收	2012-2014 年 上市件數	2014 年 營收合計	
茶葉	31	31,613	31	59,776	23	80,944	85	172,333	4,642
新產品類別	2014 年新產品開發上市件數及營收統計								
	套膳件數	營收	茶點件數	營收	茶飲件數	營收	2014 年喫茶趣 餐飲 上市件數	2014 年 營收合計	
喫茶趣餐飲	12	74,144	4	564	4	1,301	20	76,009	
總計							105	248,342	

投入之研發費用 (單位:新台幣仟元)				
研發項目說明		2012 年	2013 年	2014 年
1. 茶相關製品及食品研發 2. 通路產品多樣化研發 3. 喫茶趣系列商品研發 4. 茶有關之新概念商品研發		1,203	1,629	1,810

評分標準					
口感	外觀 + 盤飾 茶點外觀及裝飾	整體感 研發概念 原料成本	代表性 季節感、天然 及佐茶的感覺	可執行度 原料取得容易 製作容易 方便出餐	市場接受度 顧客接受度

在喫茶趣方面，每年皆舉辦「廚藝團隊季節茶膳茶點競賽」，除了第一名的隊伍能得到豐厚的獎金外，更有機會推出上市，上市獎金於產品推出後發給獎金獎勵。

除了同仁間的點子激盪與競賽外，天仁投入研發經費，藉由產學合作，提升茶產業的產品價值，因為天仁認為，唯有不斷地創新與進步，跟上時代的潮流，茶文化千年來帶給人們在生活上的幫助與樂活風格才能得以延續，創造更加永續的市場與生活品質。

目前開發成功之商品：天仁綠茶錠 plus 版、Midori & Tea 等系列商品、急沏冷泡茶、各式茶膳等。

2014 年茶膳茶飲競賽獎勵一覽表					
季別	參賽作品	總計	獎金	小計	總金額
春夏	作品數	43	參賽獎金	39,000	53,500
	參賽人數	39	上市獎金	14,500	
夏秋	作品數	47	參賽獎金	38,000	45,500
	參賽人數	45	上市獎金	7,500	
冬季	作品數	48	參賽獎金	38,000	48,000
	參賽人數	46	上市獎金	10,000	
小計	作品數	138	參賽獎金	115,000	147,000
	參賽人數	130	上市獎金	32,000	

◆總作品數：138 ◆參賽人數：130 人



◆ 茶膳茶點

◆未來計劃開發之新產品

不斷的創新與發展是天仁茗茶堅持的永續之路，任何產品的創新都必須有茶文化的展現，讓消費者享受喫茶的樂趣。
天仁未來產品創新方向：



未來研發計畫及預計投入之研發費用 (單位：新台幣仟元)			
年度	項目	研發內容	研發預算
2015 年	與學術單位合作	微生物實驗室設置	2,000
		FSSC 22000 認證輔導	500
	新產品開發	機能性茶包產品	500
		兒茶素口含錠保健品	500
2015 年合計			3,500
2016 年	與學術單位合作	甲基化兒茶素之相關研究	1,000
		兒茶素萃取技術開發研究	1,000
	新產品開發	茶相關保健品	500
		機能性茶粉	500
2016 年合計			3,000
2017 年	與學術單位合作	分析烏龍老茶成分轉變之研究	1,000
		茶葉成分萃取技術開發研究	1,000
	新產品開發	綠茶錠相關保健類產品	500
		機能性茶飲料	500
2017 年合計			3,000

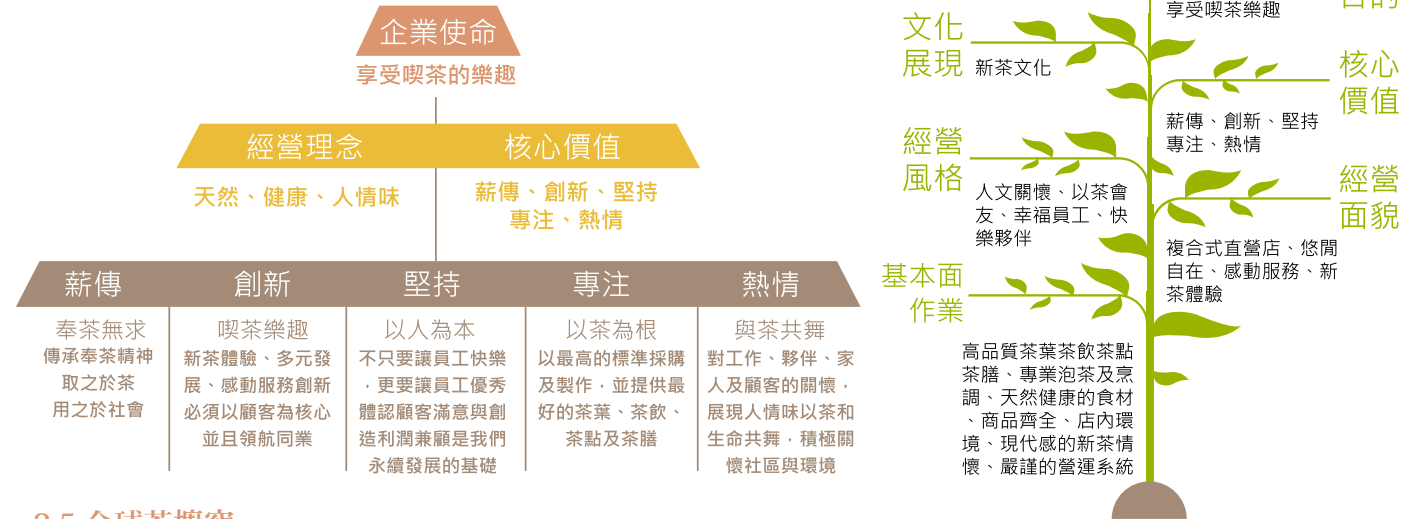
2.4 天仁核心理念與價值

「天然、健康、人情味」是天仁的經營理念，在營運的決策過程中，皆不能與此最高指導原則抵觸，期望成為茶產業中領航者的角色，帶領台灣茶文化走向全世界。本公司在 2000 年起陸續通過 ISO 9001、ISO 22000 及 HACCP 認證，是台灣茶業界第一家通過國際認證的公司，此外，所有商品皆依 CNS 國家標準逐批檢驗，確保每一個送達消費者手中的商品皆品質安全，值得信賴；更推崇人情味，只要踏入我們的門市，一定可以馬上喝到一杯暖呼呼的迎賓茶，茶香伴隨著熱情，這就是天仁茗茶奉茶無求的精神。

◆喫茶趣願景體系



◆天仁喫茶趣企業文化架構



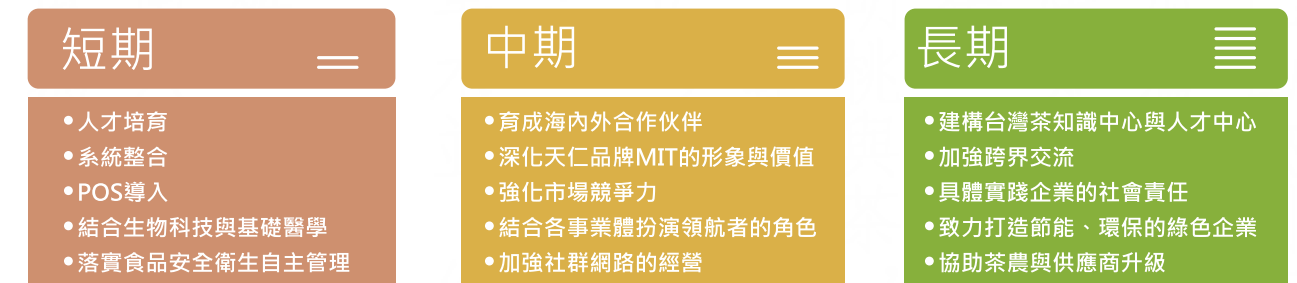
2.5 全球茶櫥窗

天仁以全世界茶產業的領航者自許，希望能實現「有人類足跡的地方，就有天仁茗茶」的目標，因此在1979年起陸續於美國洛杉磯、舊金山、紐約、法拉聖、聖蓋博市、蒙特利公園市、羅蘭崗市、馬里蘭、聖荷西；加拿大多倫多、溫哥華、卡加利；日本神戶、橫濱及馬來西亞吉隆坡、檳城、澳洲雪梨、墨爾本、香港及中國大陸的廈門、上海等都市設立 80 處營業據點，在短期內目標期望成長至 100 家，提升天仁在全球茶產業中的影響力。

(影片：台灣品牌傳奇 www.youtube.com/watch?v=YfnNiZGS9P0)



2.6 短中長期營運發展計劃



短期

1. 加速人才培育，致力於國內及跨國經營人才的培養，以奠定天仁國際化發展的基礎。
2. 發揮企業資源整合系統 (ERP)、銷售點管理系統 (POS)、天仁商業智慧系統 (TRBI)、關鍵績效指標系統 (KPI)、顧客關係管理系統 (CRM) 及「促銷管理」等功能，以提升經營績效與顧客滿意。
3. 新一代 POS 的導入，以支持營運多元發展的需求，並更具有彈性與智慧，可更精準、快速掌握市場動態。
4. 致力研發以茶為核心的商品線發展策略，除現有之茶葉、茶器、茶食等商品組合外，將結合生物科技與基礎醫學的研究結果推出茶葉保健商品。
5. 落實食品安全衛生自主管理，嚴格控管各類原物料與精選食材，並深化優質服務的精神內涵，提供感動的產品與服務。

中期

1. 全力育成海內外之合作伙伴及合作事業，以建構一個以經營技術與內涵取勝的競爭優勢。
2. 深化天仁品牌 MIT 的形象與價值，強化在地採購、在地生產的理念，承諾 100% 的工作機會留給本土勞工，並協助茶農與供應商升級，徹底實踐綠色製造、綠色消費的理念。

3. 提昇生產效能與技術升級，以更高之生產效率，強化市場競爭力。
4. 持續深化喫茶趣 togo 的經營內涵，結合天仁茗茶、天仁喫茶趣、喫茶趣 togo 等組合，在業界持續扮演領航的角色。
5. 加強社群網路的經營，以更即時、更多元的電子傳媒，連結天仁茗茶與顧客的互動，以期更貼近消費者的生活。

長期

1. 建構台灣天仁成為全球天仁的知識中心與人才中心，並強化兩岸資源共享與整合，攜手擴展全球市場。
2. 加強茶葉基礎科學及應用科學的研究工作，擴大與國內教學醫療機構的學術性合作與跨國交流，以實證研究的成果做為行銷與商品研發的基礎。
3. 持續在文化的天仁、公益的天仁理念深耕，強化公司治理，致力於創造企業的經濟的價值，也要為整體社會創造企業的社會價值，以提升『茶產業』的形象與地位，具體實踐企業的社會責任。
4. 本公司自「100% OK」、「樂活主張」，到通過 ISO 22000 與 HACCP 驗證，將深化提升為「綠色行銷」的紀元，致力打造節能、環保的綠色企業，以更積極的行動為綠色環境盡更多的努力。
5. 協助茶農與供應商升級，建立以架構取勝的競爭優勢，並徹底實踐綠色製造、綠色消費的理念。

參. 天仁之具 - 營運架構與方針

二之具為茶經中「製茶的工具」的介紹，古人云「工欲善其事，必先利其器」，而天仁茶業的續發展必須依靠完善的公司治理機制與組織結構，分工合作，各司其職，共同遵守永續方針與政策，帶領天仁茶業朝永續之路邁進。

二之具（茶葉采制工具）

簾，一曰簾，一曰籠，一曰筥。

簾，又叫藍，又叫籠，又叫筥。

以竹織之，受五升，或一門、二門、三門者，用竹編織，容積五升，或一門、二門、三門，茶人負以采茶也。

是茶農背著采茶用的。

茶者南方之嘉木也一尺二尺乃玉數十尺其已山峽川有兩人合抱去伐而掇之其樹如瓜蓋葉如梔子花如白蒿微實如栟櫚蒂如丁香根如胡桃其字或法草或法木或法其字或法草或續三曰護四曰茗五曰苻其地上者生蠟名中者生茶或法木并至名一曰茶二曰標壤下者生黃土凡藝而不實植而罕茂法如種瓜三歲可採野者上園者次陽崖陰林宗者上結者次第者上芽者次茶卷上葉舒次陰山坡者石款項堪采掇性凝滯結瘕疾茶之為用味至寒為飲器宜精行儉德之人若熱渴凝悶腦瘕目澀四肢煩百節與醯醢甘露抗衡也采不時造不精雜以卉莽飲不舒聊四五啜之成疾茶為累也志猶人參上者生上堂中者生百濟新羅下者生高麗有生潯州易州幽州檀州者為樂其效況非此者設服薺芫使六疾廖知人參為累則茶累亦矣



3.1 天仁永續價值與方針

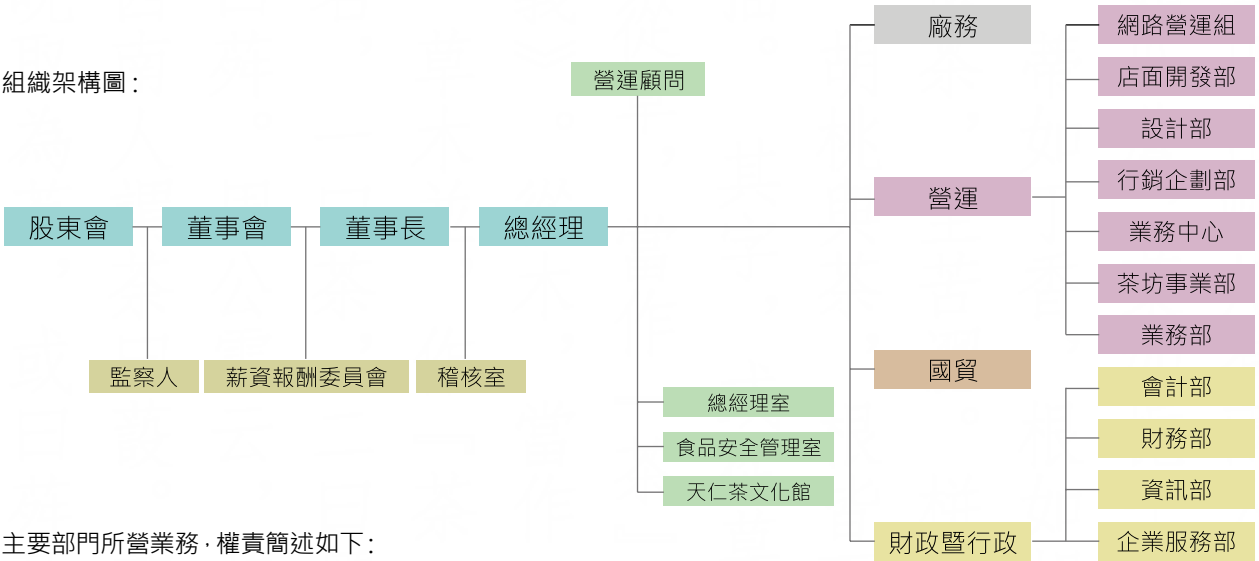
天仁茶業的永續政策與管理方針是由最高經營理念「天然、健康、人情味」延伸發展，作為本公司全體同仁擬定策略、訂立目標與執行任務的行為準則。

天仁永續方針	永續方針內容	永續主要作為
薪傳	奉茶無求 傳承奉茶精神 取之於茶，用之於社會	- 奉茶無求，一年奉茶 500 萬杯以上 『茶覺台灣味』為主題，設 9 大主題區，免費參觀，園區並栽植各種台灣特色茶種與花茶使用的花 - 茶文化的提倡，舉辦各種講座與體驗活動，並致力於將茶文化推廣走入校園
創新	喫茶樂趣 新茶體驗、多元發展、感動服務 創新必須以顧客為核心 並且領航同業	- 連鎖店通過優良服務認證 (Good Service Practice) - 天仁喫茶趣全數通過文化創意產業認證 - 喫茶趣茶館三原則：當季食材、以茶入膳、輕食樂活 - 茶膳的創新，提倡以茶入膳的輕食主張，同時也鼓勵創新文化
堅持	以人為本 不只要讓員工快樂，更要讓員工優秀 體認顧客滿意與創造利潤兼顧 是我們永續發展的基礎	100%將工作留給本土勞工（包括各項工程） - 支持進用殘障與二度就業的婦女，並透過勞委會希望工程專案，幫助需要工讀機會的學子 - 工讀生的成長計畫，鼓勵工讀生工作中的成長，包括工讀生轉正職的方案、兼職人員年終獎金方案等 - 烹飪方式 98% 採煮、蒸二種方式
專注	以茶為根 以最高的標準採購及製作，並提供 最好的茶葉、茶飲、茶點及茶膳	- 品質 OK，更要百分之百完美：原料、食材、耗材、商品、贈品，全數送檢 - 國內唯一一家全生產線通過 ISO 22000、HACCP、ISO 9001 認證 - 反式脂肪酸控管與紐約同步 ●廚房製程全部不使用味精 ●CAS 雞肉使用 - 吧枱全部使用天然食材
熱情	與茶共舞 對工作、夥伴、家人及顧客的關懷 展現人情味，以茶和生命共舞 積極關懷社區與環境	- 減少紙張使用，DM 使用環保紙張與油墨 ●支持地方特色食材的使用 - 健康筷提倡，年省超過 120 萬雙以上的竹筷 ●電源採溫控，以達到節能的效果 - 全台第一家產品有使用第二類環保標章 logo 的廠商 - 無鉛釘新式袋茶機 C-28，降低環境衝擊

3.2 組織架構

「工欲善其事，必先利其器」，我們雖以家族企業起家，但從 2001 年林總經理受天仁創辦人之邀請，擔任天仁茶業公司總經理開始，本公司已正式走向專業經理人管理制度，一律交由專業經理人負責公司營運與發展，宣示企業永續發展的決心！天仁茶業於 2011 年度新增功能性委員會：薪資報酬委員會。委員會成員組成及職掌詳 2014 年報「參、公司治理報告之“三、公司治理運作情形”之“(四) 公司薪酬委員會之組成、職責及運作情形”」。

組織架構圖：



主要部門所營業務，權責簡述如下：

1. 群主管層級（含）以上各上級主管

職稱	姓名	職掌
董事長	李明星	(1). 秉承董事會決議，領導經理人負責釐定及所有關係企業之重大決策 (2). 帶領董事會支持專業經理人之永續決策，並給予資源支持
總經理	林仁宗	(1). 秉持董事長旨意，負全公司經營成敗之責 (2). 擬訂全公司之經營理念、方針與品質政策 (3). 核定公司之品質目標，並督促所屬主管達成之
執行副總經理 兼發言人	莊遠明	掌理業務部、行銷企劃部、茶坊事業部、店面開發部、網路營運組、設計部、業務中心等相關業務
財務暨行政群 協理	陳中智	掌管營運以外之行政工作，所屬包括會計部、財務部、企業服務部、資訊部
製茶總廠廠長	蔡松欉	分別掌理採購、品管、研發、生產包裝、倉儲配送等功能，主要職務內容說明如下： (1). 廠房設備規劃及製程分析改善 (2). 健全生產管理及制度健全、檢核與改善 (3). 建立品管制度及從事業務所需之生產研發 (4). 國內、外原物料採購管理與檢核
香山廠廠長	徐文源	
營運顧問	由營業線資深主管兼任	由總經理聘任，提供公司營運上建議，作為擬定策略之參考

2. 獨立直屬董事會單位

職稱	姓名	部門	職掌
主任	林秀珠	稽核室	(1). 建立、執行與維護內部控制制度及各項管理制度之健全性、合理性及有效性。 (2). 調查評估各單位執行各項計劃或政策及指定職能之效率。

3. 群主管層級 (不含) 以下各級主管

職稱	姓名	部門	職掌
執行副總經理 (兼部門主管)	莊遠明	業務中心	分設北區、台南、高雄等三個業務中心業務開發及管理；下轄各責任區內之量販及批發業務開發。
協理	陳良遠	茶坊事業部	(1). 天仁喫茶趣之經營發展。 (2). 協助海外茶坊事業加盟店之原物料採購與新商品研發。
經理	王紅琬	國貿部	掌理進出口、海外加盟經銷系統開發、國際市場開發等功能。
經理兼代理 發言人	王文嫻	總經理室	(1). 襄助總經理處理公司事務，規劃公司整體經營。 (2). 依公司未來發展擬定計劃目標，並推行與檢核。 (3). 產業環境資訊收集分析；長期投資相關評估與管理作業。 (4). 執行總經理交付各項專案，前置作業評估與規劃。 (5). 全公司各項制度、規章之管理與維護。
主任	林心雅	食品安全 管理室	(1). 協助研發與茶葉相關之產品。 (2). 協助研發新概念商品及推展。 (3). 食安管理及監測、自主管理等計劃之執行。 (4). 各項認證稽核作業之執行。 (5). 食安相關教育訓練之執行。 (6). 食品安全實驗室之設置及運作。
經理	鄭慧馨	企業服務部	(1). 人事、薪資管理制度之建立、推行與檢核。 (2). 財產管理、法務、什項總務事宜。 (3). 員工勞健保、退休金等福利制度之執行。 (4). 公司對內、外之文件管理 (文件管制中心) 。
經理	陳漢民	資訊部	(1). 全公司資訊體系之健全。 (2). 電腦設備管理與有關人員訓練。 (3). 協助公司全面自動化，提昇管理效能。

職稱	姓名	部門	職掌
經理	陳映如	財務部	(1). 有關財務、資金之管理事宜。 (2). 各項投資之評估及管理。
經理	朱惠玲	會計部	(1). 健全會計事務處理及會計制度建立、推行與檢核。 (2). 提供各部門正確、及時的會計及財務資訊，供決策參考。
經理	蔡東鍾	業務部	(1). 提供營業單位達成營運計劃目標所需之助力。 (2). 國內部分營業單位經營分析、管理制度之建立、維護及行政管理。 (3). 顧客服務系統之經營管理。 (4). 國內新事業之開發及管理。
主任	盧柏豪	行銷企劃部	(1). 產品行銷規劃及新商品、新通路開發之研擬。 (2). 專案促銷活動擬訂、執行與評估。 (3). 市場調查及各項資料收集與分析。
副理	郭曉光	設計部	(1). 平面廣告、產品包裝、促銷用品等美工設計。 (2). 促銷賣場、特賣會及門市櫥窗設計及佈置。
經理	江國增	店面開發部	(1). 公司未來發展所需店面、辦公大樓、土地等不動產之開發。 (2). 店面裝潢作業協調、督導。
副理	潘信成	網路營運組	(1). 網路策略發展。 (2). 天仁網站建置、維護。 (3). 內部員工資訊分享平台建置、維護。 (4). POS 系統導入。
主任	陳亦若	天仁茶文化館	(1). 以推廣台灣在地珍貴茶文化，宣揚台灣茶葉優勢為設立目的。 (2). 以「茶覺台灣味」為中心理念，設計九大主題展示區，免費開放民眾入館參觀，讓參觀民眾藉由看、聞、聽、觸碰等自然體驗方式，輕鬆瞭解茶的奧秘與樂趣。 (3). 定期舉辦各類茶文化活動，開辦茶藝教室。

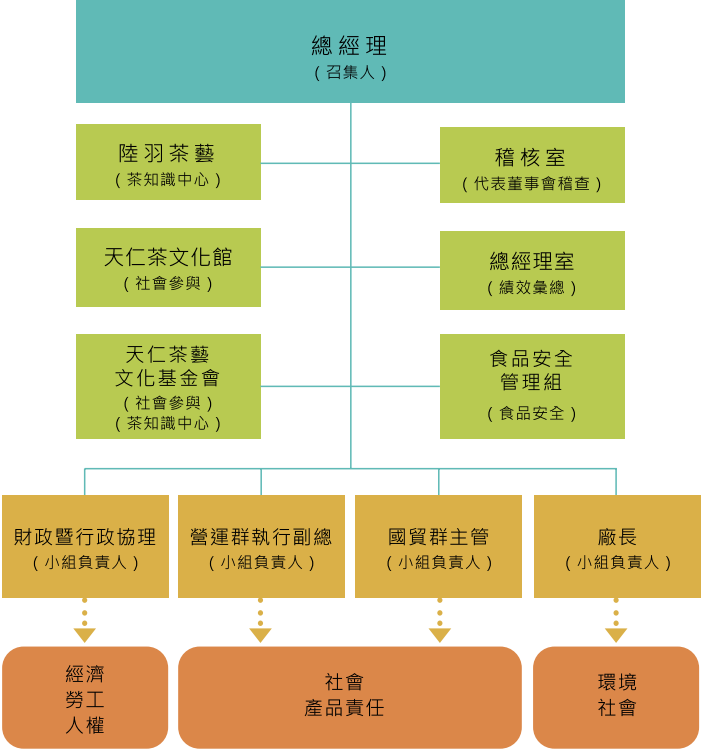
◆天仁企業社會責任 (CSR) 管理專責小組

面對全球暖化及氣候異常等自然環境變遷，以及近年來國內食安問題層出不窮，除了呼籲政府應引領企業突破困境外，本公司認為，身為地球村及食品業的一份子，應盡盡社會責任，與利害關係人共同努力，以取之於茶、用之於社會的胸懷，提升經營層次，為國人福祉及健康把關。

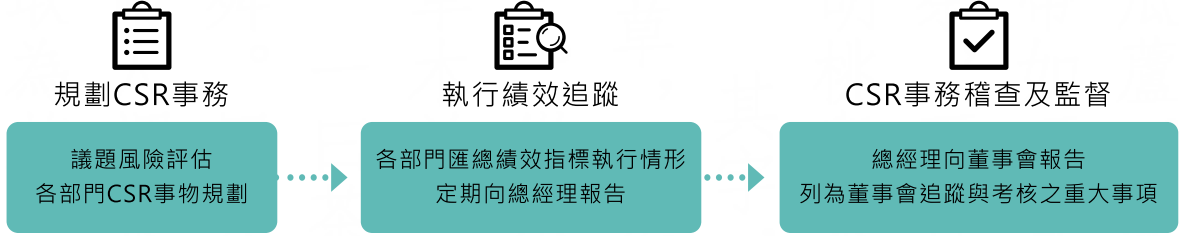
本公司依循「企業社會責任實務守則」中所揭櫫的各項方向與目標，逐步在企業內部推展落實，規劃籌設以總經理為首，及各功能群主管為主的「企業社會責任管理專責小組」，期於 CSR 起步的初期，藉由功能群主管的帶領，深化 CSR 內涵至基層，由上而下的統籌、整合及理念佈達，以務實推動本公司 CSR 各項事務。

規劃 CSR 事務執行之任務編組，主要係有關企業社會責任議題之風險評估與執行績效追蹤，由總經理為召集人，各功能群主管為以下各小組工作負責人，食品安全管理室專責為食安把關監督，總經理室為輔助執行 CSR 事務，彙總績效指標執行情形，定期向總經理報告；另，由稽核室為代表董事會，對 CSR 總體事務進行稽查及監督。

各功能群主管代表為 CSR 專責小組核心，各依類別專責統籌處理，以下各部門依其職權範圍進行評估、規劃及執行，進行整體的內部與外部溝通與管理，相關議題除需定期交付指標執行情形予總經理室外，應透過各項會議向總經理報告。在會議中，經總經理及群主管判斷具重大性議題者，再由總經理或群主管於董事會中進行報告，徵詢董事會成員意見，取得董事會許可。重大企業社會責任議題之總體績效，為各群主管之責任，並列為董事會追蹤與考核之重大事項之一。



◆CSR 專責小組運作機制



◆各專責小組所轄部門 CSR 專責分工一覽表

小組負責人	部門	主管職掌	CSR 專責分工		CSR 管理角色
			對應類別	2014 重大考量面 (專責)	
總經理 林仁宗	稽核室	林秀珠主任	全體	稽查、監督	確保各項永續管理作為按照 CSR 目標計劃進行，並向董事會報告其永續經營成果，提出改進要求。
	總經理室	王文嫻經理	全體	績效彙總及追蹤	承總經理指示，對於本公司永續整體方向，追蹤各部門所設定目標之執行成效，交稽核室進行稽查及監督。
	食品安全管理室	林心雅主任	環境、社會	供應商環境評估 供應商社會衝擊評估	對於進出口之茶葉以及產品安全性輔助品管部門進行監督、控管，對本公司內部與外部進行食品安全意識訓練，提升公司產品的食用安全，針對農藥事件全面檢討。
財務暨 行政群協理 陳中智	企業服務部	鄭慧馨經理	勞工、人權	經濟績效 市場形象 勞僱關係	確保本公司之正常行政業務，提供各利害關係人需求之資訊，並負責同仁面及投資人永續議題。
	資訊部	陳漢民經理	經濟	職業健康與安全 訓練與教育	
	財務部	陳映如經理	經濟	勞工 / 管理關係 不歧視 強迫勞動	
	會計部	朱惠玲經理	經濟	結社自由與協商 人權評估 反貪腐	

[參. 天仁之具 - 營運架構與方針]

小組負責人	部門	主管職掌	CSR 專責分工		CSR 管理角色
			對應類別	2014 重大考量面 (專責)	
執行 副總經理 莊遠明	業務中心	莊遠明執行副總經理 (兼)	社會、產品責任	健康與實惠的食品 客戶健康與安全 產品的服務與標示 遵守產品與服務相關法規	1. 觀察茶產業之全球趨勢，拓展本公司創新的永續服務模式與產品。 2. 與消費者 (客戶) 建立合理溝通管道，加強消費者 (客戶) 對本公司產業及所提供服務內涵的了解，使消費者 (客戶) 明瞭公司經營理念及使命感，強化消費者 (客戶) 對天仁產品信任度。 3. 強化本產業對於產品與服務適法性之宣傳。
	茶坊事業部	陳良遠協理	產品責任		
	業務部	蔡東鉅經理	產品責任		
	行銷企劃部	盧柏豪主任	產品責任		
	設計部	郭曉光副理	產品責任		
	店面開發部	江國增經理	產品責任		
	網路營運組	潘信成副理	產品責任		
國貿部經理 王紅琬	國貿部	王紅琬經理	產品責任		
製茶總廠 廠長 蔡松欉	總廠	蔡松欉廠長	環境、社會	採購實務 原物料管理 能源管理 環保法令遵守 供應商環境評估	負責本公司主要產品茶干之採購與品質控管，了解茶農製茶過程，確保符合客戶需求及法規規範，包含農藥施作，透過外檢及自檢機制，對於供應商提供貨源，嚴格控管，對消費者飲用之茶品安全進行管理。 負責工廠之採購與包裝，降低工廠營運過程中對環境的衝擊，並對工廠之災害應變進行預防與處理。
	香山廠	徐文源廠長	環境、社會	供應商社會衝擊評估 遵守當地法規	

3.3 公司治理

董事會為本公司最高治理機構，負責企業經營方針與專業經理人之選用，董事包含董事長共七位 (皆為男性) 與三位法人代表，監察人三位，無獨立董事之設置。

職 稱	姓 名	年 齡	主要經 (學) 歷	目前兼任本公司及其他公司之職務
董事長	李明星	60	MBA,,CLAREMONT GRADUATE UNIVERSITY,CA,USA 國立成功大學工程科學系	本公司董事長 美國紐約天仁茗茶董事長兼總經理 天仁實業 (股) 公司董事長 (本公司法人代表) 天仁茶藝文化基金會董事 陸羽茶藝 (股) 公司董事 (天欣投資法人代表)
董事	林仁宗	54	台灣大學商研所	本公司總經理 天仁實業、馬來西亞、香港、新加坡四家子公司董事 (本公司法人代表) 開曼東凌 (股) 公司獨立董事 華喬物產 (股) 公司董事 (天仁實業法人代表)

職 稱	姓 名	年 齡	主要經 (學) 歷	目前兼任本公司及其他公司之職務
董事	天福投資 (股)	35	MT. SAN ANTONIO COLLEGE	無
	代表人 李洛麟			
董事	天福投資 (股)	68	道明中學 天仁茶業 (股) 副廠長	本公司製茶總廠廠長 華喬物產 (股) 公司董事長 (天仁實業法人代表) 天仁實業 (股) 監察人 (天仁茶業法人代表) 維安投資有限公司法人董事長
	代表人 蔡松欉			
董事	天福投資 (股)	55	美國舊金山市立學院 天元陶藝 (股) 董事長 天福投資 (股) 公司監察人 天欣投資 (股) 公司董事長 天瑞投資 (股) 公司董事	陸羽茶藝 (股) 公司董事長 (天欣投資法人代表) 天仁茶藝文化基金會董事 天福開曼控股有限公司執行董事兼副董事長
	代表人 李世偉			
董事	王連源	66	東吳大學 有記名茶商行負責人 王有記茶業 (股) 公司董事	統懋投資 (股) 公司董事長 天仁茶藝文化基金會董事 台北大稻埕有記名茶 (股) 公司董事長 宏亞食品 (股) 公司董事 裕鴻投資 (股) 公司董事
董事	李建德	35	美國加州洛杉磯大學 天仁茶業 (股) 業務部經理	廈門天天佳盈餐飲管理有限公司董事長
監察人	李鴻生	62	中原大學建築系 安裕貿易有限公司負責人	裕鴻投資 (股) 公司董事 岱煒科技股份有限公司董事
監察人	曾明順	59	中原大學機械系 天心中醫院總經理 天心堂參藥 (股) 公司總經理 天福投資 (股) 公司董事	陸羽茶藝 (股) 公司監察人 (天欣投資法人代表) 天廬育樂 (股) 公司董事 太仁開發 (股) 公司董事 天仁茶藝文化基金會董事 天心堂參藥 (股) 公司董事 天福投資 (股) 公司監察人 天欣投資 (股) 公司監察人 天瑞投資 (股) 公司監察人
監察人	陳福松	66	國中 皇旗砂石 (股) 公司董事長 豐旗實業 (股) 公司董事長	綠化環保工程 (股) 公司董事長 天仁茶藝文化基金會董事

備註：2014 年林仁宗董事參與社團法人中華公司治理協會 - 公司重大訊息揭露與董監責任課程 3 小時，李鴻生監察人參與財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會 - 2014 年度上市公司內部人股權交易法律遵循宣導說明會課程 3 小時，公司持股比例可參考天仁 2014 年年報 p78~P79：http://www.tenren.com.tw/WebTools/FilesDownload.ashx?Siteid=10&Mmmid=654047273124241657&fd=Downloads_NFiles&RD=2&pname=A_201551515393.pdf



2015 年第一屆公司治理評鑑
天仁獲得 72.1 分 (將近前 20%)

本公司於 2015 年第一屆 (評鑑期間 :2014 全年度) 之公司治理評鑑分數將近所有上市櫃企業之前 20% , 我們將會依據未得分之項目進行改善 , 期望明年度之公司治理評鑑分數能大幅提升 , 以健全公司治理管理機制。

比較項目 年度	給付各項酬金總計				佔本公司 稅後純益 (%)		財務報告內 所有公司稅後純益 (%)	
	2014 年	2014 年 財務報告內 所有公司	2013 年	2013 年 財務報告內 所有公司	2014 年	2013 年	2014 年	2013 年
董事	12,364	12,963	12,321	12,433	5.381	5.335	5.641	5.383
監察人	1,596	1,596	1,705	1,705	0.694	0.738	0.694	0.738
總經理及 副總經理	7,173	7,281	6,312	6,350	3.122	2.733	3.169	2.749

備註：本公司章程第 33 條規定之盈餘分配比例：a. 股東紅利 95%、b. 董監事酬勞 2.5%、c. 員工紅利 2.5%。以上之各項酬金，係除股東紅利之外各項酬金之總計，惟，於董監事酬勞之比率依前述章程規定，各年度計算出分配總額後依董監人數平均分配；董事如因兼任公司管理職務者，則另支領薪資。

本公司總經理之固定薪酬訂定是參酌上市公司同業之標準，由董事長核定；其他經理人之固定薪酬由總經理依前述原則核定後呈董事長核備，而董事長於任期內因處理業務之需要得依本公司章程 33 條支領職務薪資，薪資之支領授權董事會依其對本公司營運之參與程度議定；因董事林仁宗兼任總經理雙重身份，其董事、總經理及副總經理給付各項酬金總計於此二項目均有計入；本公司董事兼任總經理林仁宗先生及法人董事兼製茶總廠廠長蔡松熾先生均未支領員工紅利。

◆ 薪資報酬委員會

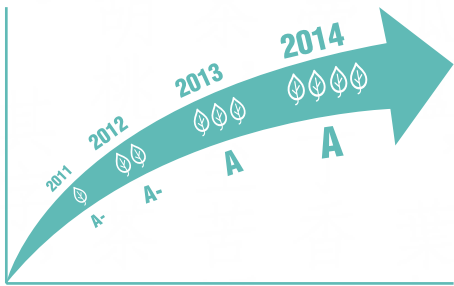
本公司之薪資報酬委員會設置 3 名委員，本屆 (第二屆) 委員任期：2013 年 08 月 12 日至 2016 年 06 月 16 日 (與董事會任期同)，會議召集情形如上表，合計本屆會議已召集 3 次 (A)，委員出席情形如下：

職稱	姓名	實際出席次數	實際出席率 (%)	備註
召集人	周輝政	3	100	無
委員	謝文銓	3	100	無
委員	鄒寶霖	2	100	1.2014/3/14 新任 2. 因鄒委員於 2014/3/14 受聘任後即於 2014/5/2 參與第一次會議，故出席率以其就任後之會議召集始列入出席率計算。
委員	何淑敏	1	100	1.2014/2/20 已辭任 2. 因何委員已辭任，於本屆會議第一次召集會議已與會，故出席率之計算以其辭任前之出席率表達。

◆ 誠信透明

資訊揭露的透明度近年來已成為國際永續企業追求的管理方式，運用透明度的提升，與利害關係人做有效地溝通，避免利害關係人在資訊不對稱的情況下，導致自身利益受損。本公司致力於將公司治理方式與財務透明不斷提升其透明度，於 2013 年與 2014 年連續兩年獲得上市櫃公司資訊揭露評鑑 A 評等，未來將努力朝向 A+ 評等而努力，讓投資人與社會大眾能在穩定安全的環境中持續獲利，負起對投資人與股東的企業社會責任。

上市櫃公司資訊揭露評鑑



◆ 反貪腐

在反貪腐方面，雖無特別針對貪腐風險進行評估，惟，本公司訂有「董事、監察人及經理人道德行為準則」以及「誠信經營守則」，導引本公司董事、監察人及經理人之行為符合道德標準。董事、監察人及經理人道德行為準則內容包含：

1. 防止利益衝突	2. 遵循法令規章
3. 避免圖私利之機會	4. 鼓勵呈報任何非法或違反道德行為準則之行為
5. 保密責任	6. 懲戒措施
7. 公平交易	8. 保護並適當使用公司資產

註：2014 年本公司無任何貪腐之情事發生。董事、監察人及經理人道德行為準則及誠信經營守則內容可參考：
<http://www.tenren.com.tw/Content/Downloads/List.aspx?SiteID=10&MmmID=654256534471220550>

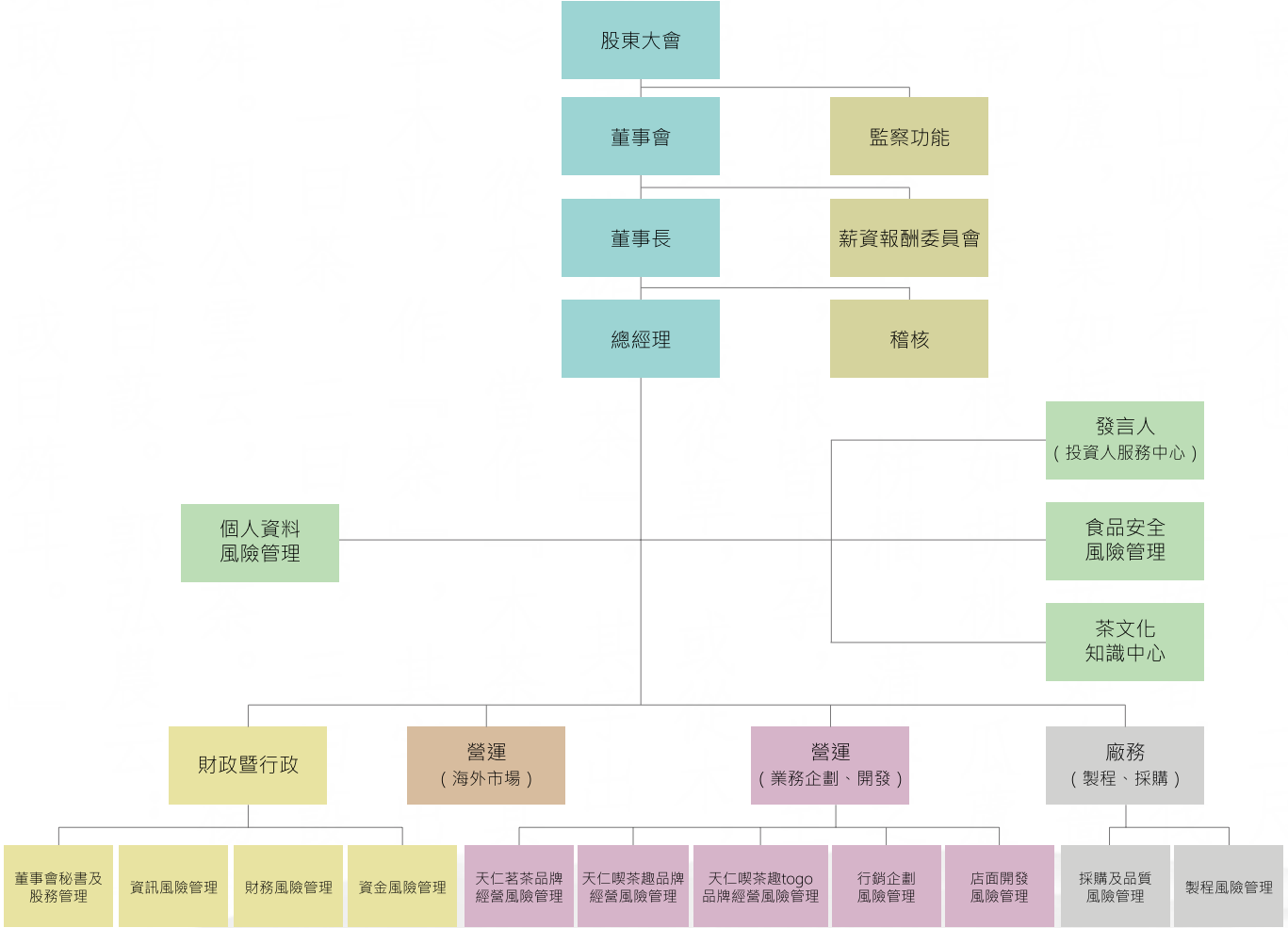
◆ 風險管理

本公司從 1990 年的天仁證券事件後，對於風險管理機制相當重視，不僅將可能遇到之風險事項進行鑑別與評估，各部門也將相關之風險議題納入工作範圍中，時時刻刻了解風險的存在，並提出預防及因應之辦法。

重要風險事項	因應措施
1. 利率、匯率變動、通貨膨脹	(1). 在銷售方面，本公司持續開發多元化商品，適時彌補當季產品遇不可抗力之季節性因素所產生之營運影響 (2). 對外整合方面，充分運用網路資源，快速搜尋各項統計及評估數據、專家研究報告等，藉以支援營運、財務、幕僚掌握市場環境訊息及可預期之風險，規劃因應對策。 (3). 對內透過全面 e 化的力量，以正確即時的資訊，提昇公司決策品質。

表格接續下頁

重要風險事項	因應措施
2. 國內外重要政策及法律變動對公司財務業務之影響	本公司於未開放茶業 (指生產、製造) 赴大陸投資前之因應措施： (1). 透過代理經銷方式將本公司生產之成品外銷至大陸，以增加當地知名度，掌握部分商機。 (2). 開拓其他外銷市場：中東、歐洲。 (3). 研擬其他與本公司營業有重要相關的核准類行業赴大陸投資的可行性。
3. 科技改變及產業變化對公司財務業務之影響	(1). 以全面 e 化的力量，來提升決策的速度與品質，發展更優質的服務並提昇整體供應鏈的效率與價值。 (2). 導入悠遊卡的小額付款機制，以提供消費者更多元的消費選擇。
4. 企業形象改變對企業危機管理之影響	對危機管理的因應措施： (1). 本公司對於危機管理的信念，以秉持維護公司投資人利益及廠商、員工福祉為最優先目標，對於可預見的經營風險，公司以內部控制之落實執行為首要管理工具，以期對管理上可能之風險提前防患於未然。 (2). 內部控制制度之執行單位為各部門，另由稽核部門主導，安排適當進度進行查核，稽核人員亦針對公司治理，設計屬於公司經營專屬管理機制的效益評估，執行成果要求權責單位主動檢討，或提出具體改善措施，確保制度有效性。 (3). 發生突發性的危機時，則由總經理責令組成機動小組 (本公司已具備完整的通報機制)，針對現況立即做出必要處置。
5. 進行併購之預期效益及可能風險	有關風險控管及因應措施：針對未來可能執行之併購，需經專業評估 (含外部專家意見)，並符合法令及本公司相關管理規定、且有利於公司產業整合、不損及本業盈餘之前題下進行
6. 擴充廠房之預期效益及可能風險	對於廠房擴充部分，短期內並無實施計劃，未遇營業規模或經營型態之重大變更時，生產單位將持續評估更新機器設備以配合提昇營運效率為主，擴充廠房等重大決策，將依規定呈報董事會及股東會決議通過後執行。
7. 進貨或銷貨集中所面臨之風險	本公司茶葉產品之生產，非單仰賴單一原料為之，且本年度已無單一供應商之進貨數量及金額超過 10% 者。



肆. 天仁之造 - 天仁重大性鑑別

三之造為茶經中「茶的製造過程」的介紹，從此章節中可描述天仁如何鑑別出本公司重要的利害關係人與重大性議題的過程，而茶的製造過程則是決定此茶好壞的關鍵，其重要程度就如同天仁茶業的重大性議題鑑別對此永續報告書的意義。

茶經：凡采茶，在二月，三月，四月之間。茶之筍者，竿爛石沃土，長四、五寸，若薇蕨始抽，凌露采焉。茶之芽者，發于叢薄之上，有三枝、四枝、五枝者，選其中枝穎拔者采焉。其日，有雨不采，晴有云不采；晴，采之、蒸之、搗之、焙之、穿之、封之、茶之干矣。

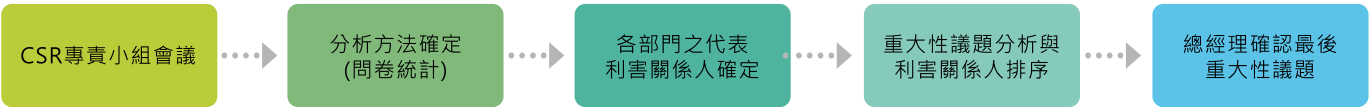
采茶都在（唐曆）二月、三月、四月間。

肥壯如筍的芽葉，生長在有風化石碎塊的土壤上，長達四至五寸，好像剛剛破土而出的薇、蕨嫩莖，清晨帶著露水采摘它。次一等的芽葉（短而瘦小），發生在草木夾雜的茶樹枝上。從一老枝上發生三枝、四枝、五枝的，選擇其中長得挺拔的采摘。當天有雨不采，晴天有雲也不采，晴天才能采，采摘的芽葉，把它們上甑蒸熟，用忤臼搗爛，放到模型裏用手拍壓成一定的形狀，接著焙乾，最後穿成串，包裝好，茶就可以保持乾燥了。

4.1 利害關係人關注議題鑑別過程

2014 年為天仁茶業永續元年，特別針對營運過程中的管理議題作重大性分析，其目的為了解永續議題對公司的營運衝擊程度以及利害關係人關心的程度；本報告將重點性揭露鑑別出的永續議題以台灣公司為考量邊界，與利害關係人做有效地溝通，期望各利害關係人能透過本報告內容更加了解天仁的永續作為，並有雙向溝通之效果，如對議題之鑑別流程與結果有任何問題，皆誠摯地歡迎各方提出建議與指教，未來將考量擴大揭露影響層面，揭露天仁茶業在全球的 CSR 績效成果。

◆重大性分析流程



●CSR 專責小組會議

本公司 CSR 專責小組由總經理室負責統籌並聯繫各部門，各部門需特別指派 1~2 位負責資料蒐集與該部門負責 CSR 管理之人員參與 CSR 專責小組會議與 CSR 教育訓練，了解永續經營對天仁的重要性，並填寫重大性分析問卷，問卷填寫人員為 14 位各部門的領導階層，初步了解永續議題對天仁營運的衝擊程度。

●分析方法確定

本次為公司第一次對各部門進行重大性議題分析，為使各部門加深了解 GRI G4 所提供的全面向 CSR 管理方式，特將 GRI G4 考量面納入問卷分析內容中，一方面可對應指標之符合性，一方面可針對未符合之指標進行管理評估與目標制訂，作為公司提升永續競爭力的思考方向。

●利害關係人與各部門代表之對應

本公司各部門在營運的過程中，皆經常性接觸與特定利害關係人溝通，長期的溝通有助於了解其相關利害關係人對天仁之期望與需求，以及對天仁議題的關心程度，因不同部門與利害關係人接觸的程度有所不同，特別將各部門所對應之相關利害關係人列出，以說明各部門與利害關係人之對應關係。

利害關係人	天仁代表部門
員工	財務及行政陳中智協理 (財務、會計、總務人事、資訊)、企業服務部鄭慧馨經理 (總務、人事)
投資人 / 股東	林仁宗總經理 (董事)、蔡松熾廠長 (董事)、營運部莊遠明副總經理 (發言人)、總經理室王文嫻經理 (代理發言人)、企業服務部鄭慧馨經理 (股務主管)
供應商 (廠商與小農)	蔡松熾廠長 (董事、茶干採購主管)、徐文源廠長 (物料及包裝採購主管、ISO 管理代表)、食品安全管理室林心雅主任 (供應商管理及稽核、對外 SGS 統籌、天仁自設實驗室主管)

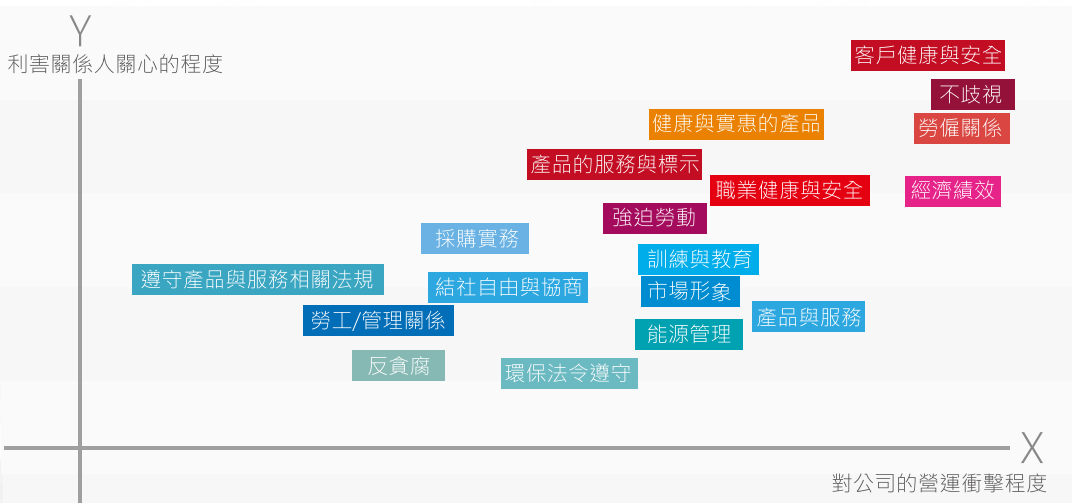
利害關係人	天仁代表部門
消費者 (客戶)	營運部莊遠明副總經理、喫茶趣陳良遠協理、國貿部王紅琬經理、業務部呂佳佳副理、行銷企劃部盧柏豪主任、喫茶趣王惠秋主任
自然環境	蔡松熾廠長 (董事)、徐文源廠長
政府	總經理室王文嫻經理 (證交所)、稽核室林秀珠主任 (證交所)、食品安全管理室林心雅主任 (食安各單位)
當地社區 (居民或社福團體)	業務部呂佳佳副理 (天仁茗茶及飲料複合店各店管理)、企劃部盧柏豪主任 (社會參與公益活動)、喫茶趣王惠秋主任 (喫茶趣各店管理)
媒體	林仁宗總經理 (董事)、營運部莊遠明副總經理 (發言人)、總經理室王文嫻經理 (代理發言人)、企劃部盧柏豪主任 (社會參與公益活動)

●重大性議題分析與利害關係人排序

重大性問卷設計完成後，由各部門之高階主管進行問卷填寫，並將各利害關係人對本公司的重要程度進行排序，前三名為消費者 (客戶)、員工以及投資人 / 股東；重大性議題分析結果依據利害關係人之重要 (排序) 程度給予權重分配。

●總經理確認最後重大性議題

重大性議題分析結果由總經理直接參與並作最後調整與確認，本公司重大性議題結果如下：



重大性考量面	組織內 (天仁重要營運據點)			組織外			
	天仁茗茶	天仁喫茶趣	天仁茶文化館	客戶	供應商	當地政府	當地社區
經濟績效	●	●	●				
市場形象	●	●	●				
原物料管理	●	●	●		●		
能源管理	●	●	●				
產品和服務	●	●	●	●			
供應商 (環境) 管理	●	●	●		●		
勞僱關係	●	●	●				
勞工 / 管理關係	●	●	●				
職業健康與安全	●	●	●				
訓練與教育	●	●	●				
不歧視	●	●	●				
結社自由與協商	●	●	●				
強迫勞動	●	●	●			●	
反貪腐	●	●	●				
健康與實惠的食品	●	●	●	●			●
客戶健康與安全	●	●	●	●			
產品的服務與標示	●	●	●	●			
遵守產品與服務相關法規	●	●	●	●		●	
採購實務	●	●	●		●		

4.2 與利害關係人溝通之方式

天仁茶業期望能藉由傾聽各利害關係人之建議與回饋，提升本公司永續發展之契機與永續競爭力，運用日常業務的機會以各種方式與利害關係人互動，利害關係人可透過下方各種管道與天仁作最直接的接觸。

利害關係人	溝通管道與頻率	相關重大性議題	對應章節
消費者 (客戶)	● 0800 顧客服務專線：不定期 ● 顧客意見函 (喫茶趣) ● 顧客滿意度調查：每年 ● 運用會員專區	客戶健康與安全 健康與實惠的食品 產品的服務與標示 產品與服務	6.2 茶葉製程管理 6.3 節能環保綠色企業 7.1 天仁產品與品牌 7.2 食品安全 7.3 客戶滿意 9.1 台灣式茶文化 9.3 天仁茶藝文化基金會
員工	● 研協會 (營業單位及總公司)：每月 ● 主管早會：每月 ● 功能群主管會：每季 ● 業務會議及企劃會議：不定期 ● 職工福利委員會年度各項福利事項規劃及活動執行：不定期 ● TR 報導及國貿報導：每月 ● mytenren.net 內部網路專區 ● 廠務會議：每月 ● 書面或 email 反應 (董事長或總經理都有私人信箱可受理) ● 運用利害關係人專區下之「員工專區」	不歧視 勞僱關係 職業健康與安全 強迫勞動 訓練與教育 結社自由與協商 勞工 / 管理關係 市場形象	8.1 人力資源管理 8.2 薪酬福利 8.3 職涯發展
投資人 / 股東	● 運用利害關係人專區下之「投資人專區」 (定期更新與公開資訊觀測站同步) ● 法說會：每 3 年	經濟績效 反貪腐	2.2 營運績效 3.3 公司治理
自然環境	● 逐步採用「無毒、無汙染」「第二類環保標章」包材 ● 低噪音 IMA C-28 袋茶無鉛釘生產線，已於 2014 年正式投產。 ● 針對營業據點展店、遷址、重新裝修、汰換設備等，均改用省電燈具及環保冷媒。	能源管理	6.3 節能環保綠色企業
供應商	● 針對食材廠商每年進行訪廠稽核：不定期 ● 抽驗委外加工茶食品：不定期 ● 逐批於進料前檢驗所有供應商茶干樣品，農殘檢驗結果需符合國家標準始能進料入庫 (1,000 公斤以上大宗進料，增加抽驗比率) ● 運用利害關係人專區下之「供應商 / 經銷商專區」	原物料管理 供應商 (環境) 管理 採購實務	6.1 天仁永續茶業

表格接續下頁

利害關係人	溝通管道與頻率	相關重大性議題	對應章節
政府	●參與政府各項法令宣導課程 ●配合食安法規，參與「台北市政府食材登錄平台」揭露吧台食材來源及檢驗報告及「高雄市政府食品追蹤追溯管理平台」登錄食材來源及成分資訊	環保法令遵守 遵守產品與服務相關法規	6.1 天仁永續茶業 7.2 食品安全
當地社區 (居民或社福團體)	●參與茶同業公會組織及例會：每季 ●配合台灣連鎖加盟協會優良店長選拔，參與社區服務：每年 ●結合行銷活動，持續支持兒福或勵馨基金會等，以關懷弱勢及兒童為主的社福團體：每年不定期 ●2014年起關注並參與公益路跑活動 ●天仁茶文化館規劃茶藝文化相關活動，於2006年起迄今持續進行：每年不定期	茶文化推廣 社區參與	9. 茶文化推廣
媒體	●股東會召集：每年 ●媒體各項主題規劃之專訪：不定期 ●行銷活動，廣告露出及上級主管專訪：不定期 ●運用利害關係人專區下之「利害關係人提問」選項		

4.3 對利害關係人的一句承諾

利害關係人	天仁永續承諾	利害關係人	天仁永續承諾
 消費者 (客戶)	奉茶無求，以茶會友	 供應商	協助茶農與供應商升級，徹底實踐綠色製造、綠色消費的理念
 員工	幸福員工、快樂夥伴 (即「不只要讓員工快樂，更要讓員工優秀」)	 當地政府	領航台灣茶、實踐樂活心 也希望政府能創造一個穩定而且可以預期的環境
 投資人/股東	喫茶樂活、經營甦活 (即「體認顧客滿意與創造利潤兼顧，是永續發展的基礎」)	 當地政府 (包含NPO/NGO)	與茶共舞，積極關懷社區與環境
 自然環境	珍惜資源、珍惜希望	 媒體	未來的天仁，一定超越大家的期待

4.4 各利害關係人最注重之議題績效

利害關係人	2014 年重點績效		
消費者 (客戶)	產品研發費用 (仟元)：1,810	規劃設立食品安全實驗室	秘密訪客人次：41
員工	茶膳茶點競賽總作品數：138	將工作留給本土勞工：100%	同仁受訓時數：12,634
投資人 / 股東	稅後淨利 (仟元)：231,846	公司治理評鑑 72.1 分	上市櫃公司資訊揭露評鑑：A
自然環境	年省超過 120 萬雙以上的竹筷	第二類環保標章 logo 使用	使用無鉛釘新式袋茶機 C-28 總用電度數：5,650,829
供應商	當地廠商採購：80.76%	稽核供應商家數：103 (47.5%)	供應商通過國際相關標準認證 (ISO、HACCP、FSSC) 共 23 家
當地社區 (包含 NPO/NGO)	天仁茶文化館參訪人數：47,175	陸羽茶藝中心茶文化活動場數：12	陸羽茶藝泡茶師累計培育 (位)：1,007 陸羽茶學研討會參與人數：9,537

4.5 天仁之外部組織參與

天仁茶業創業至今，積極參與能和產業和政府溝通的機會，藉由茶產業之相關公會，與同業交流，提升茶產業之整體價值，並運用適當管道將提升台灣茶產業之建議提供給政府組織，共同為台灣茶產業與茶文化發展而努力。

非營利組織 / 政府平台	加入時間	天仁擔任職務	網址	與本業相關
台灣區製茶工業同業公會	1978 年	會員	www.taiwantea.org.tw/	茶本業及同業，資訊及資源交流
台灣區茶輸出業同業公會	1975 年	常務理事 林仁宗總經理	www.taiwantea.org.tw/	茶本業及同業，資訊及資源交流
台北市茶商業同業公會	1975 年	會員		茶本業及同業，資訊及資源交流
新竹市工業會	1982 年	會員	www.hcia.org.tw/	了解政府經濟政策及相關法令訊息
台灣連鎖暨加盟協會	1991 年	理事 李明星董事長	www.tcfa.org.tw/	連鎖店同業、會員聯誼與經營經驗分享、人才培訓及交流、國際化推展之相互支援
創意生活產業聯盟 (經濟部工業局委託 中衛發展中心輔導創設)	2006 年	永久會員 (2012 年以後)	www.creativelife.org.tw	●通過 2006-2009 創意生活產業認證 (2006 年) ●通過 2009-2012 創意生活產業認證 (2009 年) ●通過無限期創意生活產業認證 (2012 年) ●創意生活魔法書及相關宣導刊物介紹及推薦 (2006 ~ 迄今) ●通過 2006-2009 創意生活產業認證 (2006 年)
苗栗縣認證推薦觀光工廠 (苗栗縣國際文化 觀光局輔導)	2009 年	觀光工廠 成員之一	www.mlc.gov.tw/index.asp	●苗栗縣推薦之觀光景點，登錄於觀光局網站及地圖上，並頒發觀光護照上使用之紀念章。(2009 年、2014 年) ●" 苗栗走透透 " 觀光特刊採訪報導 (2011、2014 年) ●苗栗縣觀光工廠特輯推薦 (2014 年)
台北市政府食材登錄平台	2014 年	屬政府要求 相關業者參與	foodtracer.taipei.gov.tw/	揭露吧台食材來源及檢驗報告
高雄市政府食品追蹤 追溯管理平台	2014 年	屬政府要求 相關業者參與	kh.twfoodtrace.org.tw/	登錄食材來源及成分資訊
SGS 食安家族	2015 年	白金會員	http://goo.gl/cGJUn1	即時追蹤送檢報告進度以及了解食安、法規更新等訊息

伍. 天仁之事 - 天仁茶歷史

七之事為茶經中「茶的歷史掌故」的介紹，此章節將說明天仁茗茶的歷史與文化，將這幾十年來天仁在茶業界的貢獻呈現出來，並說明天仁 2.1 的內容。

周公《爾雅》：「檟，苦茶。」《廣雅》雲：「荊巴間采葉作餅，葉老者餅成，以米膏出之，欲煮茗飲，先炙，令赤色，搗末置瓷器中，以湯澆覆之，用蔥、姜、橘子芼之，其飲醒酒，令人不眠。」

《廣雅》說：「荊州（湖北西部）、巴州（四川東部）一帶地方，采茶葉做成茶餅，葉子老的，製成茶餅後，用米湯浸泡它。想煮茶喝時，先烤茶餅，使它呈現紅色，搗成碎末放置瓷器中，沖進開水。或放些蔥、姜、橘子合著煎煮。喝了它可以醒酒，使人興奮不想睡。」



5.1 天仁茶文化

茶文化是中華民族老祖先傳承下來的智慧以及優雅怡然的生活方式，可追朔至唐朝陸羽完成「茶經」之巨作，將茶文化以文字的方式千古流傳，奠定後人將茶文化融入生活的基礎；天仁創辦人在其父親從小的耳濡目染之下，蘊藏深厚的茶文化背景，造就今日的台灣天仁與大陸天福，帶領海峽兩岸再創茶文化與茶經濟的高峰，並發揚至海外。

◆中華茶事

茶從中國西南雲貴高原一帶的原產地，隨著江河交通傳入四川巴蜀；漢時，巴蜀地區飲茶已十分普遍，在長江中下游地區紮根發展，唐朝全國統一，國力強盛，交通發達，南北經濟文化交流密切，促進了茶葉的生產與傳播。茶葉產區大致與今日相同，分佈於氣候溫熱潮濕土壤肥沃的秦嶺淮河以南地區，已初步形成了我國茶葉生產的格局，《全唐文》載“江南百姓營生，多以種茶為業”；“江淮人十二三以茶為業”，可見當時茶葉的興盛。

隋朝統一全國，飲茶風尚逐漸在北方傳播，中唐時南北經濟文化交流更密切，佛教禪宗的興盛與影響更助長飲茶習俗由南方迅速擴展到北方。

唐代宗大曆五年（770）在顧渚山（今浙江長興）設貢茶院派使監造宮廷用茶，朝廷對茶事的重視，也是唐代茶事興盛的重要原因。貞觀十五年（641）文成公主與吐蕃贊普松贊幹布通婚，將大唐餅茶帶入西藏，教導藏人飲茶成俗的故事更膾炙人口。

宋代的茶藝源於晚唐五代的飲茶風尚，戰事動盪往往產生文化交流，閩茶漸為天下所知，閩茶以嶄新的文化風貌，取代了唐皇朝苦心經營的顧渚茶，在飲茶方法上也揚棄了陸羽的煮茶法，而代之以建安的點茶法。宋朝皇室飲茶之風更盛於唐

室，宋徽宗親著《大觀茶論》，皇家對極品茶葉的需求，刺激了貢茶的發展，促成製茶技藝及品飲方法的創新，帶動鬥茶風潮。宋人鬥茶以建安北苑所產餅茶為主，在碾磨前，先以乾淨的紙包起來捶碎，碾磨後的茶末以茶羅過篩，茶末碾篩得越細勻越好，利於茶筴擊拂，點茶時泛起鮮白湯花，凝聚碗面咬蓋不散；湯花散退早，先出現水痕的鬥茶者，便是輸家。

宋代文士品茗更甚於唐，是非常普遍的文人活動，宋代一流的文士如王禹偁、蔡襄、范仲淹、歐陽修、王安石、梅堯臣、蘇軾、蘇轍、黃庭堅、陸游等，都有許多被稱頌的茶事，並各自在茶詩、茶文、茶帖及茶畫留下許多古今傳頌的佳作。是個文士領導茶文化的時代。茶坊、茶肆的風行，使茶走向世俗，融入生活文化，故世人說“茶興於唐而盛於宋”。

宋時黃淮以北的北方人飲茶習慣加乳酪、鹽花、花椒、薑或芝麻等茗飲法（調味茶），遼人飲茶雖喜加乳酪，但欣賞宋人的飲茶方法並流行於上層社會，發現於河北張家口的遼墓點茶圖壁畫，描繪的就是宋朝流行的點茶器具及點茶法。

金的版圖擴大到中原後，曾提倡種茶但所需茶葉仍來自“宋人歲貢”及與南宋之貿易，茶葉非常珍貴，女真人婚嫁時，酒宴之後“富者，瀹建茗，留上客數人啜之，或以粗者煮乳酪”，飲茶之風在各階層都很盛行，茶葉消費量大增，耗財甚鉅，金朝末年還連下多次禁茶令，限制茶葉買賣及饋贈。

元曲是元代文學的代表，詠茶的元曲（俗稱茶曲）是這一時期的創作，元代雜劇大都反映民間社會生活，其中不乏飲茶的描述，「早起開門七件事，柴米油鹽醬醋茶」更是家喻戶曉的名句，可見當時飲茶的普遍及生活化。

茶葉產製發展至元朝已轉為散茶為主，一般民間品飲的也是散茶、末茶，但進貢朝廷的仍是龍團鳳餅，當時人們仍有團餅



唐

- 江南百姓營生，多以種茶為業
- 佛教禪宗的興盛，由南方迅速擴展到北方
- 唐代宗設貢茶院派使監造宮廷用茶



宋

- 宋朝皇室飲茶之風更盛於唐室
- 宋人鬥茶以建安北苑所產餅茶為主
- 茶坊、茶肆的風行



元

- 元曲是元代文學的代表，其中不乏飲茶的描述，「早起開門七件事，柴米油鹽醬醋茶」
- 茶葉產製發展至元朝已轉為散茶為主



明

- 明朝出刊的茶書幾占中國古茶書的半數
- 代表當時世界茶葉科技的最高水準



清

- 清朝海禁開放（西元1684年）
- 十九世紀初期中國輸出品中已有六成是茶葉
- 十九世紀中葉後，阿薩姆大葉種紅茶逐漸佔據西歐市場
- 至二十世紀初中國茶漸失市場，茶葉出口萎縮不振

茶為天下第一茶的傳統觀念。入明以後太祖朱元璋認為製作龍鳳團茶“重勞民力”，因此詔命“罷造龍團，惟採茶芽以進”。由於朝廷的詔令，散茶大為盛行，元朝散茶採製以蒸青為主，自明代炒青技藝廣泛推行以後，炒青綠茶工藝精進，留下不少歷史名茶，如常州陽羨、錢塘龍井、紹興日注、蒙頂石花、福州柏岩、建州武夷、六安瓜片、徽州松蘿、嵯縣珠茶等名目繁多。

明朝出刊的茶書幾占中國古茶書的半數，除論及茶器、茗茶、品飲、茶藝、茶道外亦不乏茶樹栽培、茶葉採製技藝之宏論，呈現中國傳統茶葉科學技術的水準，也代表當時世界茶葉科技的最高水準。

滿清入主中原，對漢文化十分留意，茗飲也是漢人文化的一環，朝廷好茶，尤以康熙、乾隆為甚，康熙賜名碧螺春，乾隆到龍井看製茶、題茶詩，還在宮中命製三清茶以梅花、佛手、松子點茶，設茶宴，在茶器上題御詩賜贈群臣，宮廷設有御膳茶房供應皇室的膳食及茶飲，可見清代皇室對飲茶的重視。清朝海禁開放（西元 1684 年），康熙二十八年（1689）英屬

東印度公司直接由廈門將中國茶運往倫敦，開啟中英茶葉直接貿易的先聲，十八世紀中葉以後，英國人飲茶更為普遍，茶葉貿易數量更為龐大，十九世紀初期中國輸出品中已有六成是茶葉，鴉片戰爭清廷戰敗被迫簽訂南京條約（1842）開放五口通商，茶葉對外貿易更加迅速，光緒十二年（1886）出口達 13.4 萬噸，創歷史新高，清朝茶葉海運貿易興盛，先後與中東、南亞、西亞、西歐、東歐、北美、北非等地區 30 多個國家有茶葉貿易關係，一度壟斷整個世界茶市場，受到出口刺激，紅茶及烏龍茶迅速發展。十八世紀末十九世紀初西歐掀起飲茶風潮之際，荷蘭及英國開始在其亞洲殖民地如英屬印度、錫蘭、荷屬爪哇地區，自中國引入茶籽及製茶技工發展茶業。十九世紀中葉後，阿薩姆大葉種紅茶逐漸佔據西歐市場，以及印、錫、日發展機械化製茶，至二十世紀初中國茶漸失市場，茶葉出口萎縮不振。

◆台灣茶事

● **荷蘭人據台時期 轉口貿易的基地 (公元 1624~1662 年)**
1636 年 荷蘭人開始運用中國戎克船從福建廈門輸入茶葉到台灣，並以台灣為轉運基地，由荷蘭帆船運往伊朗、印度、雅加達等地。

1645 年 巴達維亞總督在熱蘭遮城報告中提到在台灣發現野生茶樹的蹤跡，這是台灣最早見諸史籍的野生茶樹記載，但報告中只有提到發現，並未有採摘來製茶的記載。

●清代初期 野生茶開發

台灣最早的製茶紀錄出現在清代初期，此時人們逐漸發現野生茶的價值，史籍上也有不少相關記載，這時候的茶主要產在水沙連及貓螺內山，所謂貓螺內山乃今南投、埔里、水里地區的深山；而水沙連乃自埔里的五城往集集、水沙連一直到濁水溪上游蕃地的總稱，由此觀之台灣先民早已利用野生茶焙製茶葉，但野生茶種的經濟效用較低，與台灣後來廣植的茶園茶種並無關係。

●清代中期 引進優良茶種及技術

●清代晚期 精製外銷

1860 年 淡水開港吸引洋行來大稻埕設茶廠，精製烏龍茶外銷歐美。

北京條約簽訂後，淡水開放為通商口岸，1865 年英國的茶商杜德 (John Dodd) 來到台灣調查茶葉的產銷狀況，發現台灣茶業發展的潛力很大，是生產茶葉外銷的最佳地點。於是，一方面由福建的安溪購進大量茶籽、茶苗，勸導茶農種植；另一方面對茶農舉辦「茶葉貸款」，來促進茶葉的增產。所以台北近郊地區，除了文山茶區之外，還有七星、基隆和海山各茶區均有大量茶葉的生產。

1869 年寶順洋行以兩艘帆船載運 21 萬斤烏龍茶打著「FORMOSA TEA」標誌由淡水直銷紐約，大受歡迎，開啟台茶直銷歐美市場。

●清代末期 擴張外銷

1881 年『源隆號』精製包種茶外銷，為台灣包種茶外銷之始。
1889 年 成立『茶郊永和興』，控管茶葉品質，團結業界，改良技術，共同擴大市場。

台茶發展初期，製茶種類只有台灣獨特之烏龍茶而已，一直到 1873 年發生烏龍茶供過於求而滯銷，茶商只好將茶葉運往對岸福州改製成包種茶出售，後來在光緒七年 (1881 年) 間，有一位來自福建同安的吳福老，在台北開設「源隆號」茶廠，經營製造包種茶外銷，是台灣包種茶外銷的開始。

●日治時期 加強基礎建設

1895~1945 年 殖民地政策下

1. 擴大茶園栽培面積。
2. 推廣優良地方品種。
3. 成立茶葉試驗研究機構，積極推展紅茶產製。
4. 建立茶葉外銷檢驗制度。

1899 年 三井財團之日東紅茶

(Niton) 在台北縣、桃園開拓茶園專製紅茶。

●光復初期 綠茶崛起

日據時代，為避免與日本本土的綠茶競爭，殖民政府在台灣主要以推廣紅茶的種植為主，台灣光復後，商人開始引進綠茶的產製技術，並開發中東、北非等外銷市場，綠茶的出口量持續成長，1973 年時更達到一萬兩千噸，佔全年茶葉出口量的一半以上。



●八〇年代之後 外銷轉內銷

1974 年 世界能源危機，世界經濟蕭條，台幣升值，工資上漲，勞力短缺，台茶外銷競爭力漸失。

1986 年 外銷僅一萬噸，不足總產量的 42%，台茶由外銷為主轉為內銷為重。

●化危機為轉機

1975 年 農林廳首次舉辦全省包種茶比賽及展售會，引發內銷興起，茶藝館也應運而生。

1989 年 罐裝茶飲料及泡沫紅茶店興起，帶動另一波飲茶熱潮。

1991 年 台灣茶葉進口量開始超越出口量，台灣已成為茶葉的進口國。

「當你寒冷時茶會溫暖你、當你燥熱時茶會清涼你、當你得意時茶會評鑑你、當你不如意時茶會鼓舞你」是天仁創辦人李瑞河先生對茶的見解也是一生的體驗。本公司從成立至今經歷過興衰的歷程，靠著原始的初衷「天然、健康、人情味」，致力將中國茶文化推展至全世界，並自許為「東方星巴克」，將博大精深的中國茶文化發揚至海外。
創辦人李瑞河先生從小就與茶為伍，對茶的感情特別深厚，無論是採茶、除草、做茶，都跟茶葉生活在一起，因此較傳統，講究草根性與仁義道德。從 17 歲到 56 歲一帆風順的人生，直至爆發天仁證券事件後，雖然遇到極大的挫折，但創辦人依然強調員工的薪水絕不能晚發，創辦人守誠守信與重仁重義的性格造就今日天仁的企業文化，而李瑞河先生的人生座右銘則是：成功的榮耀全體共享，失敗的責任我肩獨擔！只要是天仁人，包含熟悉天仁文化的貴賓及好友，無人不知李瑞河先生經營事業的胸襟與承擔。

◆天仁與茶的發展歷程

1935年	李瑞河出生於台灣南投縣名間鄉茶香世家
1953年	李瑞河父親李樹木在高雄岡山開設銘峰茶行
1961年	李瑞河在台南市開設第一家「天仁茗茶」門市
1968年	天仁茶業有限公司正式成立 台北第一家門市「信義店」設立
1971年	第一座茶廠台北廠開工
1975年	天仁茶業(股)公司成立
1977年	頭份天仁茶園陸羽館開幕
1980年	總公司遷址於台北市衡陽路 成立關係企業陸羽茶藝中心
1984年	成立財團法人天仁茶藝文化基金會
1992年	天仁茗茶成立茶坊事業部發展「輕鬆小站」連鎖店
1995年	天仁茗茶推動「貴賓聯誼會」系統，強化顧客滿意的服務
2000年	天仁茗茶開始發展「喫茶趣」連鎖系統
2002年	天仁茶業股份有限公司購併陸羽茶藝股份有限公司
2003年	台灣天仁茶文化大樓落成，位於台北市衡陽路
2004年	天仁茗茶導入ORACLE 的 ERP系統、POS系統與網路工程
2005年	天仁茗茶完成e化第一階段工程正式上線，提升決策速度與品質
2006年	天仁茶文化園區竣工，天仁茶文化館正式開館

5.2 茶經濟與茶產業

◆台灣茶產業概況

就整體市場看，近年來全球茶葉屬於需求大於供給的狀況。茶業已跳脫單一飲料產業的範圍，成為大型飲料集團的經營項目之一；國內如統一集團、國外如可口可樂發展 "Honest Tea"、星巴克購併 Teavana 茶葉公司等。因茶葉健康、天然的特性，已被大量使用於食品業、醫藥產品、美妝產品等。台灣茶產業發展如下：

(1). 台灣土地面積以山坡、丘陵地為主，茶為台灣山坡地重要的高經濟價值作物。

天仁主要銷售產品以茶葉為主，為國內最大、最專業之茶葉製造廠商，以自有品牌「天仁茗茶」行銷海內外。此外，近年來各項醫學研究結果顯示茶對於人體的保健功效，產業發展逐漸重視茶的相關保健食品的研發（如綠茶錠等），進而吸引學術、醫療、製藥等領域專家與業者投入茶的研發，對本產業的發展與升級具很大的影響。

(2). 生產概況

台灣種植的茶樹為常綠灌木，全年均可萌芽生長，其中春茶與冬茶的產值較高。就區域而言，北部茶區老茶園較多，種植面積持續減少；中部茶區多屬中、高海拔新興茶園，生產高級茶，售價與產量較高。根據農委會分析指出，近年政府積極輔導調整產業結構，並透過相關計畫輔導茶園復耕或新植，加上部分茶類如東方美人茶、紅茶等消費市場需求增加，惟因農村勞力及茶園老化等影響，中低海拔茶區面積趨減，致 2014 年整體種植面積減少。2015 年茶生產目標面積 12,000 公頃，較 2014 年增加 0.84%，將配合活化農地政策推動休耕地種植茶、輔導設立「農商合作集團生產區」等措施，強化茶園精緻化管理，加強鼓勵茶園更新與新增，積極拓展內外銷市場。未來產業發展將以生產優質、安全的高級茶產品並與進口茶作區隔，積極拓展內

外銷市場，並發展地區特色茶，加強國際競爭力。據農糧署預估，2015 年目標總產量約為 14,280 公噸，較 2014 年產量 14,220 公噸略增 0.42%。

2014 與 2015 年估計茶葉產量之比較

2015 年生產預測		2014 年生產		2015 年與 2014 年生產預測比較	
面積 (公頃)	產量 (公噸)	面積 (公頃)	產量 (公噸)	面積變動率	產量變動率
12,000	14,280	11,900	14,220	+0.84%	+0.42%

資料來源：2015/1 農委會「農政與農情」第 271 期之「104 年度農業生產目標」

(3). 進出口概況

進口方面，由於台灣地區罐裝茶與泡沫紅茶興起，新的消費方式非台灣茶葉可以滿足，另，普洱茶風行帶動的收藏與投資風潮，致茶葉進口價量齊揚。

出口方面，前因後 ECFA 時期關稅的優勢，總出口的價量於 2013 有明顯成長，惟，現階段因中國大陸內需趨緩及經濟面臨結構性調整之際，數量略減但，出口價值仍微幅上升。

2014 年台灣進出口茶葉重量、價值統計表

進口 (單位~數量：公噸； 價值：千美元)		出口 (單位~數量：公噸； 價值：千美元)	
數量	價值	數量	價值
32,373	61,352	3,701	42,604

資料來源：2014 年財政部關稅總局進出口資料

(4). 產業特性：屬於內銷導向型產業

近年來，台灣工商業發展，工資、土地、原物料價格節節高漲，茶葉生產的成本增加，茶葉發展朝精緻農業方向深化，復以國人追求更高的生活品質，飲茶風氣日益盛行，根據各項統計資料顯示，近三年來，台灣地區個人平均年消費量均在 1.8~1.9 公斤左右（含飲料茶在內），展望未來，台灣茶葉內需市場仍被看好。

2012-2014 年台灣茶葉總產量、進出口量、茶葉消費量統計表

統計項目	2014 年	2013 年	2012 年
總產量 (公噸)	14,220	15,312	16,800
進口量 (公噸)	32,373	30,188	29,906
出口量 (公噸)	3,701	3,782	3,126
台灣地區茶葉消費量 (公噸)	42,892	41,718	43,580

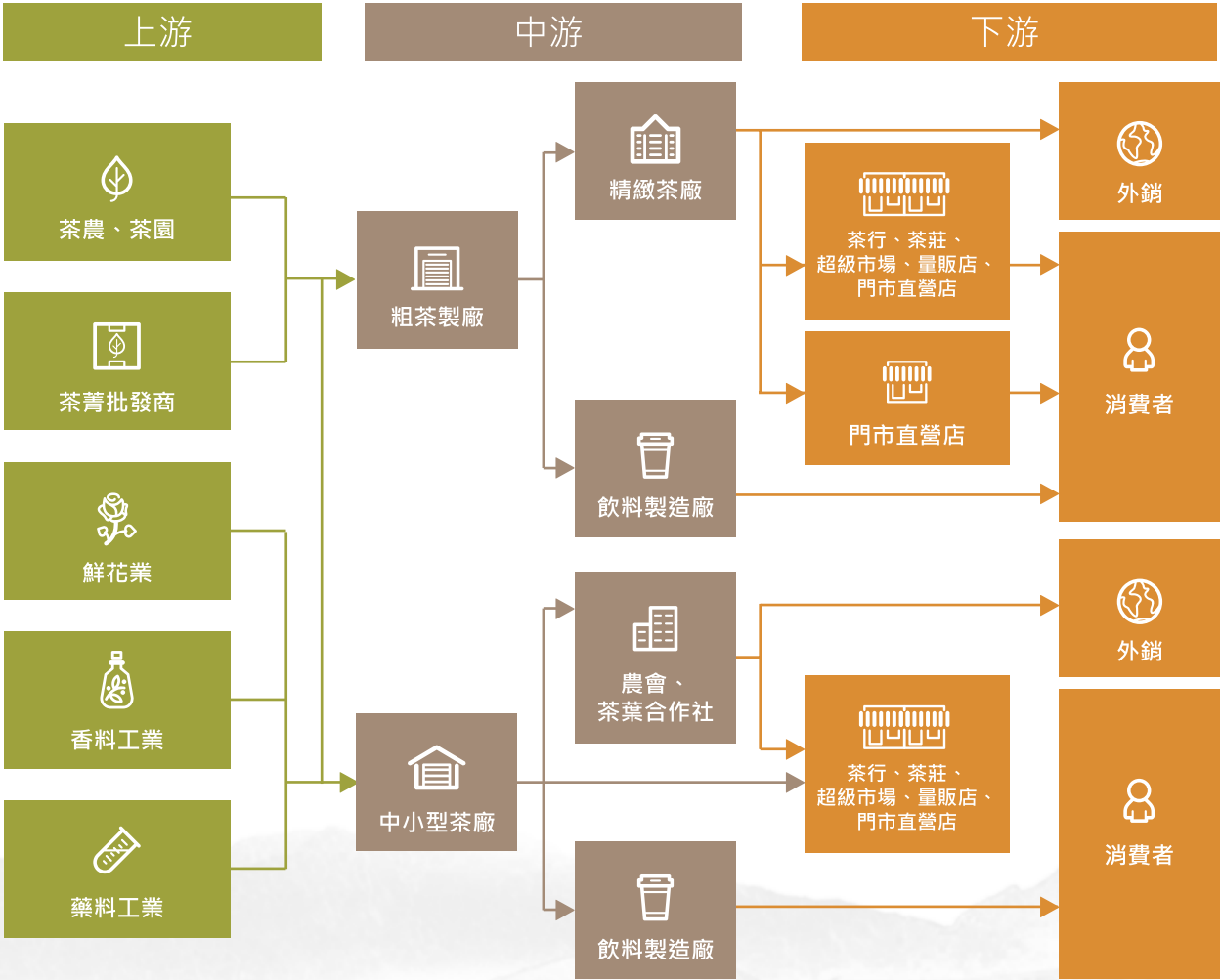
2012-2014 年台灣茶葉每人每年平均消費量

統計項目	2014 年	2013 年	2012 年
台灣地區茶葉消費量 (公噸)	42,892	41,718	43,580
台灣地區總人口數 (千人)	23,434	23,374	23,316
每人每年平均消費量 (公斤)	1.83	1.78	1.87

計算方式：最近三年度台灣茶葉產量及每人每年平均消費之計算，由於資料來源中，統計分類應排除「茶葉及其製品」之項目，故相關數據經重新計算後調整如上表；另因近年來茶葉飲料使用茶葉沖泡比率之數值不易客觀估計，與普洱茶用於消費與收藏的比例難以估算，故相關之統計略述。

資料來源：行政院農業委員會、農糧署、「海關進出口資料」等。

◆ 產業上、中、下游之關連性



若將本產業體系與產品製程結合，其上游主要從事茶菁採摘至粗製茶完成之經濟活動；中游產業負責製成精製茶至分級包裝，下游產業則為產品銷售通路；分述製茶業上、中、下游之主要活動內容及關連性如下：

A. 上游 - 屬半發酵茶之育種與製作技術具有獨特的競爭優勢。

從茶樹品種之培育、研究、種植至摘取茶菁，均須仰賴人員之技術經驗累積，而粗製過程亦因產品發酵作用之時效性更須專業人員之經驗，台灣製茶技術尤以半發酵茶最具有獨特的競爭優勢。

B. 中游 - 中小型茶廠林立。

泛指從事飲用茶葉之精製、加工及包裝之廠商，其經濟效益在使上游完成之粗製茶具有市場性及保存性，以提高茶葉之附加價值，並兼具將市場訊息傳達予上游廠商，從事品種開發或製程研發等改良，以生產符合市場需求之產品。

C. 下游 - 傳統獨資經營之茶莊、茶行林立。

飲用茶葉於經過精製、加工、包裝後即可由各通路銷售予消費者或外銷，台灣製茶業之下游近年來面臨大型量販店、電視購物等新通路之競爭，故傳統茶莊、茶行之銷售市場多有地域限制，難以符合經濟效益，漸朝利基市場發展。

天仁所營業務為整合本產業之中、下游，以企業化、永續性之經營理念，致力於自有品牌產品與自有通路之建立，產品品質之維護與製程技術之突破，扮演本產業中領航者的角色。

2013 年台灣茶產量約 15,312 公噸，僅佔全球茶產量的 0.3%(註：依據財團法人食品工業發展研究所 台灣茶產業產銷現況分析 2014)。天仁雖為台灣茶業之領導品牌，但仍需持續加強重要性與影響性，除加強海外市場開拓外，亦朝向中華茶藝、茶文化的推廣和深耕上努力，以發揮軟實力



5.3 茶知識與茶科學

◆製茶篇

「萎凋」就是讓茶青先消失一部分水分，以利空氣中的氧和葉細胞產生氧化作用，這個氧化作用就是所謂的「發酵」。萎凋過程中水分沿著葉脈往葉緣的方向散失，依水分消失的多寡來分為輕萎凋、中萎凋及重萎凋。重萎凋的茶青較為乾癟，泡開的葉底摸起來也感覺水分很少的樣子；以「白毫銀針」為例，輕微發酵、幾乎不揉捻、重萎凋的作法，讓它的水可溶物溶解的速度可以說是最慢，但茶湯滋味醇厚爽口、毫香滿盈。

「焙火」是茶葉初製完成後的一種加工，以烘烤的方式將茶變得較溫暖，是改變茶葉品質特性方式之一。有焙過火的茶乾及葉底從外觀來看，都顯得較暗不明亮、茶湯口感由淡雅變成醇厚，茶香則由清香轉為熟香；焙過火的茶風格由清揚活潑轉變成成熟穩重。以「武夷岩茶」為例，中焙火以上的茶，水可溶物溶出的速度較快，茶湯滋味醇厚回甘、岩韻悠長。

茶性屬寒，往往我們為了要喝較為溫和的茶，會將茶葉的品質特性加以改變，除了用「焙火」的方式外，也會利用「陳放」的方式來改變茶性。

「陳放」也是成茶的加工工序之一，把茶存放個五年或十年以上，使茶性變得更醇和。陳放的時間可分為短期陳放、中期陳放及長期陳放。若將茶短期陳放一年左右，使降低茶的青味、寒性，多數是以綠茶及不焙火的茶為主，陳放時需特別注意乾燥的條件。陳放五年時間則是為了改變品質特性，建議使用輕焙火以上的葉茶類，這樣在原有基礎上有空間可以變得更醇和。陳放十年以上目的在使茶葉的風格改變，讓茶多了一份老茶的風味，建議使用輕焙火葉茶類及後發酵茶。

陳放的環境，要在常溫、不抽掉空氣情況、不在冷藏室內，可

是要注意防潮、防蟲、無異味及避免日晒。陳放是為了讓茶的香、味與茶性變得較醇和、溫暖，但不能讓茶的品質下降，否則就喪失了陳放的意義了。

◆識茶評茶篇

依製造方法而分，含採青、發酵、揉捻與焙火。

分類名稱		商品名稱舉例
綠茶 (含黃茶)	銀針綠茶 原型綠茶 鬆捲綠茶 劍片綠茶 條型綠茶 圓珠綠茶	綠茶銀針、君山銀針、六安瓜片、 安吉白茶、太平猴魁、霍山黃芽、 碧螺春、徑山茶、蟠毫、龍井、 煎茶、竹葉青、雨花茶、玉露、 香片、眉茶、珠茶、蝦目、綉球
普洱茶 (黑茶類)	陳放普洱 渥堆普洱	青沱、青餅、宮廷普洱、七子餅、 康磚、六堡茶
烏龍茶 (含白茶與 青茶)	白茶烏龍 條型烏龍 球型烏龍 熟火烏龍 白毫烏龍	白毫銀針、白牡丹、壽眉、清茶(包 種)、大紅袍、鳳凰水仙、凍頂、 鐵觀音、佛手、熟火鐵觀音、熟火 岩茶、白毫烏龍(東方美人)
紅茶	條型紅茶 碎型紅茶	祁紅、滇紅、正山小種 紅小袋茶

此類分法為國際市場依消費者導向區分，把茶葉分為四大茶類：綠茶、普洱茶、烏龍茶、紅茶。



一、綠茶，為不發酵茶葉，主要以芽茶茶青為原料，而黃茶在製做時工序與綠茶相同，只是在乾燥前先悶黃，使茶葉喝起來的感覺不會那麼生，市場、產量並不多，所以把它歸入綠茶類。綠茶依製做的成型的手法而區分為：

1. 銀針綠茶：採芽心為原料，製做成型時，保持芽心原形。
2. 原形綠茶：製做成形時，輕輕撥弄幾乎維持茶葉的原形。
3. 鬆捲綠茶：製做成形時，以螺旋捲曲式輕揉成形。
4. 劍片綠茶：製做成形時，直線形來回把茶青壓成扁平狀成形。
5. 條形綠茶：製做成形時，直線來回方式，揉成針狀成形。
6. 圓珠綠茶：製做成形時，把茶青捲成圓球狀成形。

二、普洱茶，把它獨立成一類茶，因為目前產量、市場超越烏龍茶，所以獨立成一大類。

三、烏龍茶，為部分發酵茶。白茶類因產量不多，製做時是重萎凋輕發酵的做法，所以把白茶歸入烏龍茶類。

四、紅茶，佔所有茶葉生產、市場的 70%以上，是大宗茶葉。

◆泡茶篇

一、用水

一般使用的水，都含有一些礦物質，水中礦物質含量愈高，導電度愈強，水的導電度超過 300 度以上就稱為硬水，300 度以下稱為軟水，一般的飲用水都在這個標準以下。水中的礦物質總量如果太高，泡出的茶湯顏色會偏暗，香氣不明顯，口感清爽度也會降低，會干擾茶的品飲，所以泡茶用水中的礦物質總含量如果較低，是比較適合用來泡茶的。

泡茶用水導電度在 100 度以下是比較適合的。因此如果泉水中的礦物質含量適中，當然會使茶湯品質提升，但台灣的環境污染嚴重，泉水最大的安全問題是重金屬和含菌量，建議不要隨便拿來作為民生用水，甚至用來泡茶。純水不含任

何物質，導電度為 0，對泡茶沒有加分也沒有減分的效果，甚至可能影響口感，因此也比較不適合用來泡茶。

二、水溫

一般人都以為泡茶一定要用 100°C 的水才能將茶葉泡開，其實不然，不同的茶葉其沖泡溫度也不同。到底要用什麼的溫度來泡茶，要看泡什麼樣的茶來決定。我們將泡茶水溫分為：高溫、中溫和低溫三種。

1. 以高溫沖泡者



所謂高溫是指 90°C 以上的水溫，適合高溫沖泡的茶葉有：部分發酵茶的葉茶類，如：鐵觀音、岩茶、凍頂、清茶等。還有全發酵茶（如：紅茶），以及經渥堆的普洱黑茶類，都須以高溫沖泡。其中鐵觀音和普洱茶甚至可以用 95°C 以上的溫度沖泡。

2. 以中溫沖泡者

中溫是指 80~90°C 的水溫，適合中溫沖泡的茶葉有：部分發酵茶之芽茶類，如白毫烏龍；以及白茶類，如白毫銀針、壽眉等。白毫烏龍適合水溫為 85°C，白毫銀針適合以 80°C 沖泡。此外，

原本應以高溫沖泡的茶葉，如果因採製含部分芽葉而偏嫩時，或是茶葉因人為因素變得較為細碎時，則應將水溫降低，改用中溫的水來沖泡。例如凍頂、高山烏龍和包種茶有時因採製時間較早而變得較嫩，泡茶水溫不宜超過 90°C。

3. 以低溫沖泡者

低溫是指 70~80°C 之間的水溫，適合低溫沖泡的茶葉有：所有的綠茶，如龍井、碧蘿春、煎茶、玉露、香片等；以及黃茶類，如君山銀針。而原本應以中溫沖泡的茶葉，如果因採製偏嫩或是茶葉變得較為細碎時，也應將水溫降低。

泡茶時應視茶葉的種類，選擇適合的水溫沖泡，但有時也要視茶葉的茶況略做調整，調整原則為：茶葉採摘較嫩或茶葉較細碎時水溫要降低，茶葉採摘較成熟時則要提高水溫。泡茶時，水溫選擇是否正確，將首先影響茶湯的滋味，水溫過高，茶湯易苦澀，水溫太低則不易泡出應有的濃度與香氣。要如何判斷水溫呢？可以看水蒸氣的多寡及飄散情形來判斷。如果茶壺中的蒸氣很多，而且一直往上衝，水溫應在 90°C 以上。若茶壺中的蒸氣多，但有些往旁邊飄蕩，則水溫約為 80~90°C 之間。茶壺中雖有蒸氣，但都往旁邊飄散，水溫則在 80°C 以下。水溫的判斷須經多次練習才能愈來愈準確，早期訓練時可藉用溫度計來配合練習。

三、茶量

1. 茶水比例的理論基礎

要泡好一壺茶，除水溫選擇要正確之外，茶葉量與時間的控制是另一個重要的關鍵。茶葉量與時間是成反比，即茶葉量愈多，沖泡時間要愈短；茶葉量愈少，沖泡時間要愈長，才可使茶湯濃度適中。但是茶葉中可溶出的成分是一定，如果茶葉少到「太少」，即使時間再長，也不能泡出所需要的茶湯濃度。如果要沖泡出所需要的茶湯濃度，這個最少的量是多

“二十一世紀是中國人的世紀，也必將是中國茶的世紀！”

少呢？根據實驗結果發現：茶葉以(克)為單位，水以cc為單位，茶(克)：水(cc)的比例應為 1.5%，沖泡時間需十分鐘以上，才能泡出所需的濃度，而且只能沖泡一次(道)，即使時間再延長，也不會使濃度再增加。例如：以一個 180 cc 容量的蓋碗，沖水約八分滿(140 cc)，須放入約 2.1 克的茶葉，沖泡十分鐘以上，才能泡出所需要的茶湯濃度。

2. 鑑茶標準

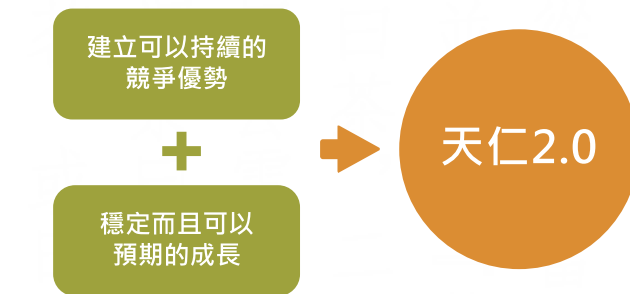
世界各地茶葉的買賣，比賽茶的評鑑，採用的是鑑定杯的泡茶方法，茶：水的比例為 2%，也就是用 3g 的茶，以 150 cc 的水來沖泡；沖泡時間為 5~6 分鐘，而且須將茶湯與茶渣分離。因為如果使用 1.5% 的茶水比例來沖泡，遇到品質較差的茶葉，會不容易沖泡出所需的濃度，因此將茶葉量略為增加，相對的時間便要縮短。但仍然只能沖泡一次(道)。

3. 小壺茶法

小壺茶泡法需多次沖泡，因此茶葉量要增加，相對的時間就要縮短。若以打算至少沖泡五次為例，茶葉的置茶量會因茶葉的揉捻程度不同而有所不同，揉捻程度較為密實的龍井茶、工夫紅茶、玉露、煎茶、香片等，置茶量約為茶壺的 1/4~1/5 壺。葉形較小或較細碎時約放 1/5 壺的茶葉，葉形較大時可放 1/4 壺。鐵觀音、凍頂烏龍、翠玉等揉捻程較為緊結的球型，茶葉置茶量約為 1/4 壺。揉成條索狀的武夷岩茶和揉捻成針狀的白毫銀針，置茶量約為 1/2 壺。揉捻成自然彎曲，較為蓬鬆的白毫烏龍、包種茶、台灣碧螺春等約放 2/3 壺的茶量。置茶量與茶葉的揉捻程度、茶葉的大小、完整或細碎有相當大的關係，應依實際茶葉狀況斟酌調整。同一種茶，如果其葉形比原來的小或較為細碎時，應斟酌減少茶葉量。

5.4 天仁 2.0 與天仁 2.1

天仁茶業在林總經理上任後，積極展開天仁 2.0「老行業新經營的第二波改造」，走向兩個營運目標，為天仁永續經營進行變革：



天仁 2.0 的策略創新

「現在的策略要在未來經得起考驗」，這是天仁發展 2.0 的策略考量，也是策略創新的依據，在天仁 2.0 以前，天仁強調的是產品創新，是為「老行業，新經營」，但產品的創新較短暫也較易被模仿，因此天仁 2.0 將策略發展思維提升，著力於中長期的發展，包含通路以及技術上的創新，創立喫茶趣以發展新通路形態，並在生產的自動化以及整體企業的 e 化下功夫，建構在長期的策略創新下，成為競爭者的進入障礙。



天仁 1.0 主要是為創造茶產業更大的餅，並讓天仁成為茶產業的領航者，因此天仁 1.0 與天仁 2.0 的差異性就在於策略導向不同，對競爭的詮釋如下：

Ten Ren 1.0	Ten Ren 2.0
認識競爭而不怕競爭	消費者導向VS.競爭者導向
以服務代替競爭	最好VS.最大
自有品牌，連鎖經營	不是第一，就是第二
以內部競爭彌補外部競爭不足	競爭伙伴，激盪創意

天仁 2.0 的具體作為：

- 企業電子化
- 支持基礎研究
- 建立以架構取勝的競爭優勢
- 全球天仁的知識中心
- 台灣天仁 VS.大陸天福 競合夥伴

◆天仁 2.1

在全球永續趨勢不斷高漲，各國國際品牌企業陸續將永續發展視為最高指導方針，以因應時代的潮流與地球之所需。天仁與天福希望攜手台灣與大陸共同推廣茶文化，將茶產業能在全球發揚並永續長存，因此天仁 2.1 即為天仁之永續整體策略作準備，也就是天仁 3.0 時代，將本公司的永續發展方向、策略及其架構在天仁 2.1 時期建置完成，以面對未來各利害關係人明瞭公司正走向永續的進程，亦藉由本永續報告的出版，將永續決心與理念分享給我們的利害關係人，期望未來能分享公司邁向永續的果實。

天仁 2.1 的發展內容將會專注於文化的天仁、科技的天仁以及公益的天仁：

1. 文化的天仁



將永續的概念融入企業文化當中，將無形的管理有形化，建立正確的價值觀，引導團隊在不同的環境下皆能遵守永續價值觀，誠信經營，將永續觀念與茶藝文化內化至同仁的行為準則當中。

2. 科學的天仁

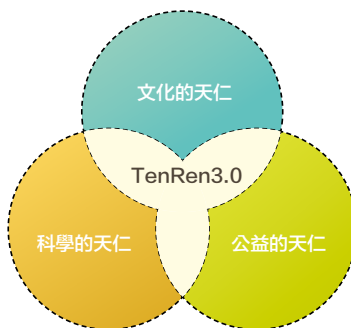


在既有的 e 化的架構下，加強天仁的數位力，並運用現有科學在社群力上提升。

3. 公益的天仁



公益的天仁亦是公義的天仁，所有的作為要符合「公益」也要符合「公義」，積極在營運過程當中帶給社會更多的正面力量，也影響更多企業與組織共同參與公益項目。



5.5 天仁大事紀

1975 年 - 天仁茶業股份有限公司登記設立，資本額新台幣 10,000 仟元。

1978 年 - 創建現代化製茶廠 - 香山製茶總廠，位於縱貫線上，為一觀光茶廠，開製茶業風氣之先。

1980 年 - 總公司由台北市信義路遷址衡陽路。

1983 年 - 製茶總廠獲省衛生處頒「衛生管理優良食品工廠獎」。

1984 年 - 製茶總廠獲頒經濟部獎狀。

1985 年 - 製茶總廠獲省衛生處頒「衛生管理優良食品工廠獎」。

1986 年 - 總公司遷至南京東路天仁大樓。

授權羅莎食品股份有限公司產銷天仁易開罐茶飲料。

製茶總廠獲省衛生處頒「衛生管理優良食品工廠獎」。

1988 年 - 製茶總廠獲省衛生處頒「衛生管理優良食品工廠獎」。

1989 年 - 獲中華民國全國工業總會表揚之優良廠商。

製茶總廠獲省衛生處頒「衛生管理優良食品工廠獎」。

1990 年 - 設立北區業務中心於五股。

獲福利總處頒發「福利品供應優良廠商獎」。

獲臺灣區製茶工業同業工會頒發象徵製茶業最高榮譽的金色獎，表揚對台茶產銷的貢獻。

1991 年 - 投資馬來西亞天仁。

台北市稅捐稽徵處審定為 1990 年度開立統一發票模範商店。

1992 年 - 總公司遷址台北市忠孝東路。

開發茶坊事業，以「輕鬆小站」為名進軍泡沫紅茶市場。

獲中華民國全國工業總會表揚為優良廠商。

1993 年 - 通過公開發行。

結束與羅莎食品股份有限公司之合作關係。

製茶總廠獲省衛生處頒「衛生管理優良食品工廠獎」。

五行壺之「火鳳凰」獲台灣省政府建設廳台灣省手工業研究所頒發手工業產品評選暨展覽佳作獎。

獲福利總處頒發「國防部福利總處福利品供應優良廠商獎」。

1994 年 - 參與中華民國兒童福利基金會發起「把愛聚起來 - 發票助學工程」，幫助失學兒童。

碧螺春綠茶獲食品評鑑會頒發「金牌獎」及「包裝設計獎」。

獲福利總處頒發「國防部福利總處福利品供應優良廠商獎」。

1995 年 - 推動「貴賓聯誼會」系統，強化顧客滿意的服務。

第七度榮獲臺灣省衛生處頒「衛生管理優良食品工廠獎」。

1996 年 - 委託法國 JOUMET 酒廠製造「919XO 茶酒」系列產品。

引進第六部 IMA C-21 自動袋茶包裝機。

獲中華民國商品條碼策進會頒發「商品條碼品質優良廠商」。

獲中華民國年度風雲商品暨企業選拔會「1996 年風雲商品」。

「鼠來寶」對壺榮獲台灣省政府建設廳手工業研究所頒發「1996 年台灣生活用品評選獎優選獎」。

中秋茶月餅，提撥定額捐給心路基金會，團圓心智障礙孩子心中的缺。

1997 年 - 本公司股票獲證管會核准上櫃，並於 3 月 18 日正式掛牌。

獲經濟部商業司頒「GSP 優良商店認證」。

通過美國駐關島陸軍採購處衛生安全檢查。

上櫃報紙平面廣告獲「時報廣告金像獎佳作」。

投資設立天仁實業(股)公司。

1998 年 - 獲證期會核准上市。

推出新產品「綠茶粉」、「原片」袋茶，廣獲市場好評。

1999 年 - 本公司股票 1 月 20 日正式於集中市場掛牌。

「卯兔得寶」壺受邀參加文建會主辦之紐約、巴黎特展，並獲永久典藏獎殊榮及獲頒總統府紀念狀褒揚。

2000 年 - 推動新茶文化，成立「天仁喫茶趣」複合茶館。

通過 ISO-9001 2000 年版驗證。

2001 年 - 與日本 Sugakico 簽約，授權加盟『天仁喫茶趣』。

榮獲 2001 年度國防部福利總處優良廠商。

2003 年 - 購入座落於台北市衡陽路「天仁茶文化大樓」，結合天仁茗茶、喫茶趣、陸羽茶藝，成為完整的茶文化旗艦店。

與可口可樂公司簽約，以品牌授權模式，推出天仁茶飲料。

天仁喫茶趣通過 2003 年經濟部工業局創意生活產業發展計劃之「創意生活事業優良案例」表揚。

2004 年 - 引進義大利 IMA C-24 型全自動袋茶包裝機。

引進日本松樂 GX-6 型保麗袋自動充填系統。

導入 ORACLE 的 ERP 系統、POS 系統與網路工程。

通過由經濟部商業司主辦的「優良服務認證」(GSP, Good Service Practice) 之總部認證。

獲財政部頒發「開立統一發票績優營業人」。

獲台北市政府頒發「優良商號」表揚。

2005 年 - 完成 e 化第一階段工程正式上線。

榮獲連鎖加盟總部評鑑特優等獎。

引進日本綠茶系列 (Midori & Tea)。

2006 年 - 配合「台灣茶藝郵票」之發行，協辦郵政博物館「喝好茶，過好年郵展」。
贊助消基會舉辦「小小快樂贏家消費營」活動，培育小朋友建立正確的消費概念及教導優良商品的選擇。
喫茶趣推出「喫茶趣健康筷」，鼓勵大家為地球保育用心。
天仁茶文化園區竣工，天仁茶文化館正式開館。

2007 年 - 增資至新台幣 905,919 仟元。
通過 ISO 22000 及 HACCP 驗證，為國內唯一以全生產線通過前述驗證，也是茶業界率先通過 ISO 22000、HACCP、ISO9001 等三項驗證的公司。
為拓展回教國家市場，取得 HALAL 認證。
與永豐信用卡公司推出「天仁茗茶聯名卡」。
天仁茶文化館入選台灣創意生活產業。
台北市外帶吧台門市及喫茶趣，全數通過北市府「飲冰品衛生抽驗」及「現場環境實地查核」等考驗，取得 OK 標章認證。
天仁喫茶趣 cha FOR TEA 形象系列包裝列獲「2007 台灣設計創作金獎」。
通過美國 COSTCO 供應商資格檢驗。

2008 年 - 通過美國可口可樂公司供應商資格檢驗。
參與經濟部委託中衛發展中心主持的「地方特色主題產業國際化輔導計劃」。
榮獲農委會頒發「2007 年度農產品外銷績優廠商」。
獲經濟部商業司頒獎，感謝本公司投入「供銷與物流整合技術發展計畫」。
獲經濟部商業司頒贈「優良企業道德獎」。

2009 年 - 本公司關懷 88 水患受災學童，全體同仁以「一日所得」及提供相關物資捐助家扶基金會，協助他們早日重返校園。

2010 年 - 支持兒童福利聯盟「沒你救不行」與心路基金會「攜手好天天—支持心路遲緩兒成長計畫」。
與心路基金會及兒童福利聯盟合作推出「點點成愛心，轉動心世界」活動，號召天仁貴賓聯誼會會員捐紅利點數做愛心。
率先導入「悠遊卡小額消費機制」。
本公司榮獲經濟部頒發 GSP 優良服務「特優標章」。
「喫茶賞」禮盒，榮獲「2010 年台灣視覺設計獎」禮盒類鉑金獎第一名。
榮獲農委會頒發「2009 年度農產品外銷績優廠商」。

2011 年 - 引進日製「金屬檢出機」，為投入生產原物料安全嚴格把關。
動員支持與支援在台舉辦的第十三屆國際無我茶會暨國際茶文化節之國際性茶文化交流活動。
「喫茶賞」禮盒繼獲得「2010 年台灣視覺設計金獎」後，於 7 月再度榮獲德國「紅點 (Red Dot)」設計獎
榮獲經濟部頒發象徵國內商業服務業的最高榮譽的「台灣商業服務業優良品牌」。
持續支持兒福、心路、勵馨等公益團體的活動，期藉此號召社會大眾對弱勢兒童與受虐婦女權益的重視與長期照護。
本公司再度獲得經濟部頒發 GSP 優良服務「特優標章」。

2012 年 - 透過品牌授權模式，天仁茗茶與喫茶趣 togo 成功進入香港。
本公司香山製茶總廠通過 COSTCO 委託 SGS「企業社會責任 CSR」稽核。
支持心路、兒福、喜憨兒與羅慧夫顱顏基金會等公益團體，號召會員共同守護弱勢孩子們的希望與未來。
支持輔仁大學 2012 年海外學習服務「2012 SHARE in Mongolia 蒙古烏蘭巴托社會型服務學習」，將台灣茶與珍珠奶茶之美，與蒙古烏蘭巴托的小朋友分享。

2013 年 - 以「天仁 60·茶現精采」為主題，展現天仁一甲子的創業精神，繼之以創新、進取的思維，持續深耕文化及公益的天仁理念。
支持愛盲基金會「點亮希望、點亮愛」與兒童福利聯盟「參與公益 讓愛延續」等公益活動。
喫茶趣 cha FOR TEA 在日本名古屋重新出發。
完成天壺與 12 把名家做古壺於天仁茶文化園區公開展示，已成為當地旅遊新亮點。
有計畫進行老茶的長期投資，以累積天仁老茶的資源，並建立天仁老茶的公信力。

2014 年 - 再度榮登康健雜誌【2014 健康品牌讀者票選大調查】綠茶錠、茶葉 / 茶粉 / 茶包等項第一，其中天仁綠茶錠連續第 10 年獲此肯定。
引進義大利 IMA C-28 型全自動袋茶包裝機，已完成投產。
自 1979 年投產首部 IMA C-21 自動袋茶包裝機正式除役，於茶文化園區再顯風華，展示為天仁生產線貢獻 35 年歲月，10 億包的袋茶，留下美好見證。
天仁「特級膠原蛋白綠茶粉」榮獲 FashionGuide 網友票選「特優」殊榮。
支持兒福聯盟公益活動，幫助每位被遺棄兒童找到溫暖的家。
天仁茶文化館為新竹縣尖石國中的畢業班同學規畫的職場體驗活動。
與兒童福利聯盟共同舉辦，喫茶趣 ToGo 公益繪愛心活動。
天仁為高雄氣爆受災同胞祈福，本公司代表全體同仁捐出一日所得，交由高雄市政府救災專戶統籌運用拓展「天仁喫茶趣 to go」於中國大陸地區的展店計劃，至 2014 年底止，分別於廈門及上海開始擴點，已有 3 家門市加入營運行列。

2015 年 - 為全台第一家產品有使用第二類環保標章 logo 的廠商。
第二部 IMA C-28 及 GX-8 進廠投產。
成立食品安全管理實驗室。

陸·天仁之煮 - 友善製程與環保

五之煮為茶經中「茶的煮法」的介紹，而天仁茶業製造的過程是永續發展重要的一環，亦是利害關係人關注的重點，如何在與環境共生共存的雙贏理念下，成就天仁茶業的經濟績效，將在此章節中說明。

候寒末之其火用炭，次用勁薪。其炭曾經燂灸，為腫膩所及，及膏木敗器不用之。古人有勞薪之味，信哉！其水，用山水上，江水中，井水下。

烤餅茶的火，最好用木炭，其次用火力強的柴（如桑、槐之類）。曾經烤過肉，染上了腥膻油膩氣味的炭，或是有油煙的柴以及朽壞的木器，都不能用。古人說：「用朽壞的木制器具燒煮食物，會有怪味」，確實如此。煮茶的水，用山水最好，其次是江河的水，井水最差。

茶者南方之嘉木也一尺二尺乃玉
數十尺其巴山峽川有兩人合抱者伐
而掇之其樹如瓜蓋葉如梔子花如白
蒿微實如楸櫚蒂如丁香根如胡桃其字
或法草或法木或法木其字或法草或
續三曰護四曰茗五曰荈其地上者生爛石中者生
石上者生黃土凡藝而不實植而罕茂法如種
瓜三歲可採野者上園者次陽崖陰林次上
綠者次笋者上芽者次茶卷上葉舒次陰山坡
者者石款項堪採掇性凝滯結瘕疾
茶之為用味至寒為飲最宜精行儉德
之人若熱渴凝悶腦疼目澀四肢煩百節
與醯醢甘露抗衡也采不時造石精雜以卉莽他
不舒聊四五啜之成疾茶為累也亦猶人
參上者生上黨中者生百濟新羅下者
生高麗有生潯州易州幽州檀州者為
樂其效況非此者設服薺芫使六疾
瘳知人參為累則茶累亦矣

6.1 天仁永續茶業

永續供應鏈的概念正在全球的企業中興起，在 CDP 與 GRI 等國際組織的推行之下，促使全球更關注供應鏈的永續發展。而全球食品業的永續發展更是與供應商密不可分，從國際食品品牌大廠到通路商，皆要求供應商必須針對永續發展提出具體作為與改善項目，以符合大眾對品牌大廠超越法律的社會責任期待。

天仁茗茶雖是台灣茶產業的領航者，但茶產業是屬於非常傳統的產業，其供應商和茶農與國際接軌程度並不高，因此天仁在 2.1 時代，不僅要針對天仁的永續管理架構進行檢討，最重要的是要提升夥伴、供應商與茶農的永續管理知識，融入與環境共生共存的概念，與茶產業中的每一個個體合作，茶產業的永續發展才得以實現；天仁 2.1 將致力於推動台灣茶產業的永續發展架構，給予所有在茶產業鏈的企業一個能夠遵循的典範，這是本公司對整個茶產業的永續承諾！

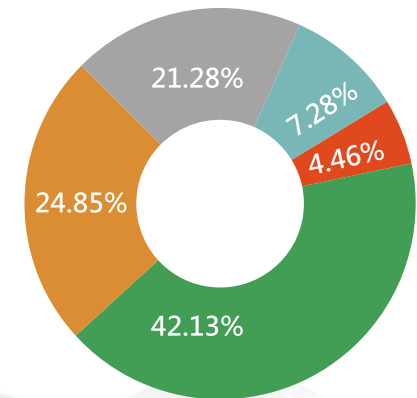
天仁茶業的供應商主要分為茶干類（再生原物料）、茶具類、茶食品類、茶飲料與茶葉成品等五大類，以茶干為最大宗佔總採購金額 42.13%，其他項目採購百分比如下：

項目	總採購					
	茶干 (含成品)	食材	包材及茶具	茶食品飲料、 保健食品	其他	總計
金額	312,987,688	184,641,069	158,143,530	54,059,588	33,106,014	742,937,889
佔總採購 比例	42.13%	24.85%	21.28%	7.28%	4.46%	100.00%

項目	當地廠商採購（台灣）					
	茶干 (含成品)	食材	包材及茶具	茶食品飲料、 保健食品	其他	總計
金額	202,407,891	166,608,823	149,935,175	48,568,403	32,493,131	600,013,422
佔總採購 比例	27.24%	22.43%	20.18%	6.54%	4.37%	80.76%

項目	非當地廠商採購（進口）					
	茶干 (含成品)	食材	包材及茶具	茶食品飲料、 保健食品	其他	總計
金額	110,579,797	18,032,247	8,208,355	5,491,185	612,884	142,924,468
佔總採購 比例	14.89%	2.43%	1.10%	0.74%	0.08%	19.24%

■ 茶干（含成品） ■ 茶食品飲料、保健食品
■ 食材 ■ 其他
■ 包材及茶具



天仁主要原物料為茶干，屬於可再生之原物料，其茶干重量與分類統計如下：

茶類	進貨量（單位：公斤）
清茶	66,357.60
紅茶	260,409.48
烏龍茶	522,760.76
其他茶類	541,298.16
合計	1,390,826.00

註：花茶和綠茶係歸入其他茶類

茶干供應商描述：

- a、自行粗製加工轉售天仁，有合格之生產者提供產地證明。
- b、無論自行粗製加工或非自行加工，在原料取得前將逐批檢驗且合格才可採購驗收，確保品質安全；同時將檢驗報告號碼登錄採購驗收單，以便溯源。

◆ 供應商管理程序與稽核

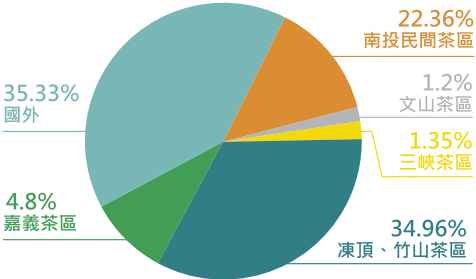
天仁茶業為求供應鏈與茶產業之永續發展，特別訂有供應商管理程序，其目的在於供應商皆能遵守本公司經營的永續原則：天然、健康、人情味，要求供應商：

- 市場評價：一般友廠、同業或市場反應評價優良者。
- 通過 ISO-9000 或 CAS；GMP；HACCP；ISO22000 等系統認證者。
- 在本公司推行 ISO-9000 品質系統前，已往來之廠商且無重大品質不良者。
- 樣品評鑑：由供應商主動提供或採購單位逕洽所取試用樣品，再由採購單位或現場使用單位依「一般原物料驗收標準」及「茶葉品質鑑定標準」鑑定其品質，並記錄於相關報告上。
- 經本公司評鑑，評核不合格，唯可特殊通融登錄：
 - > 由顧客指定之供應商
 - > 賣方獨佔市場時
 - > 評鑑分數差異不大，而一時又無法找到合適供應商時

2014 年總供應商家數 (A)	2014 年稽核供應商家數 (B)	百分比 (B/A%)
217 家	103 家	47.5%

註：2014 年總供應商家數 (A)，此處包含係 2014 年茶干（含茶葉成品）、食材、茶食品、保健品有交易之供應商總數

2014 年天仁茶干採購分布圖



對於天仁委外加工茶食品之 OEM 供應商，於「委外加工茶食品 (OEM 廠商生產) 品質管理辦法」中明訂：OEM 廠商需提供 GMP 或 CAS 或 FSSC 22000 或 ISO 22000 等食品相關認證證書，並需定期更新，提升天仁委外加供茶食品的品質，保障顧客的健康安全。本公司供應商通過國際相關標準認證 (ISO、HACCP、FSSC) 共 23 家，2014 年採購金額為 71,239 仟元，佔總採購金額 9.6%。

天仁茶業將於 2015 年訂立供應商永續管理方針，成為天仁供應商未來永續發展策略的指導綱領，與國際永續趨勢接軌，提升消費者對天仁的信賴，為台灣永續茶業樹立典範。

天仁對茶產地的環境生態保育極為重視，天仁秉持著永續經營的精神，絕對不會因茶產量不足，而超額使用土地，破壞水土保持，天仁曾因避免茶農過度開發土地，而退出霧社種植茶干的經營，還給土地一個自然平衡的發展環境。

為保障消費者食用的安心，天仁每年皆不定期對供應商或協力廠商進行稽核，不同的廠商有不同的稽核項目，於 2014 年共針對 18 家供應商進行現場稽核，其分數從 100 分到 80 分不等，整體平均為 91，對於不符合規定之廠商，天仁皆會進行輔導與監督改善，天仁本身亦應當遵守各項法令規範。

6.2 茶葉製程管理

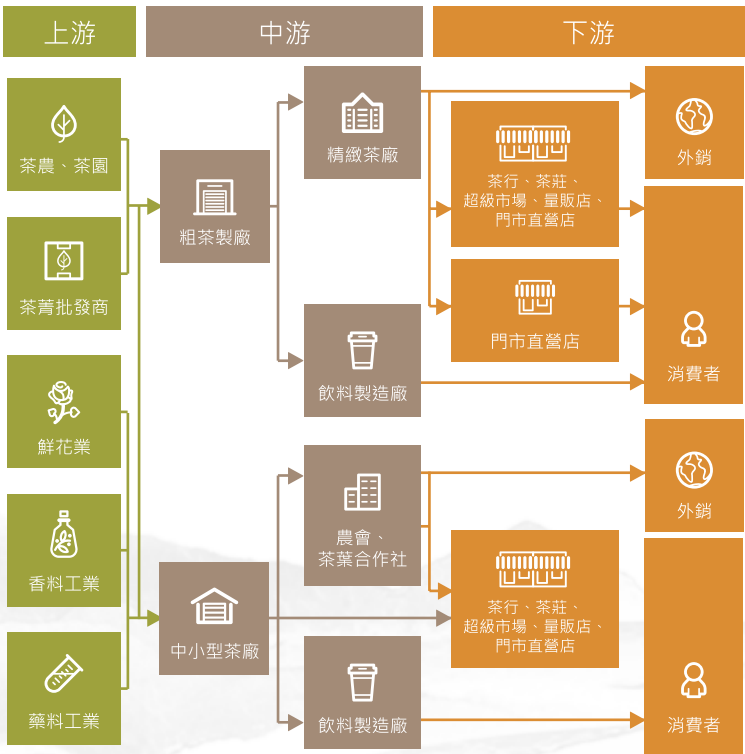
天仁所營業務之主要商品為飲用茶葉，屬製茶業。飲用茶葉為較高附加價值之農產加工品，其銷售至最終消費者之前，必須經過較繁複之產、製、銷過程；如從茶樹品種之選擇、種植、加工至銷售，每個過程均可能會影響產品之品質及價格。故擬由其產品之製造流程來說明該行業之產業關聯性。

製造過程可視茶葉品種、葉形、厚薄、所需風味及品質要求不同而作調整。

若將該行業之產業體系與產品製程結合，其上游主要從事茶菁採摘至粗製茶完成之經濟活動；中游產業負責製成精製茶至分級包裝，下游產業則為產品銷售通路；分述製茶業上、中、下游之主要活動內容及關連性如下：

(1) 上游 - 屬較勞力密集之產業，半發酵茶之產、製技巧優於其他國家

從茶樹品種之培育、研究、種植至摘取茶菁，均須仰賴人員之技術經驗累積，而粗製過程亦因產品化學作用之時



效性更須專業人員之經驗；台灣製茶業之發展甚早，早期曾為台灣賺取可觀之外匯、人類飲茶習慣及政府單位之輔導重視等因素，導致台灣地區製茶業上游蓬勃發展，尤以國人嗜喝之半發酵茶產製技巧尤為成熟。

(2) 中游 - 中小型茶廠林立。

泛指從事飲用茶葉之精製、加工及包裝之廠商；其經濟效益在使上游完成之粗製茶具有市場性及保存價值，以提高茶葉之附加價值，並兼具將市場訊息傳達予上游廠商，從事品種開發或製程研發等改良以生產符合市場需求之產品。

(3) 下游 - 傳統獨資經營之茶莊、茶行林立。

飲用茶葉於經過精製、加工、包裝後即可由各通路銷售予消費者或外銷，台灣製茶業之下游近年來面臨大型量販店等新通路盛行之競爭，惟因茶葉之消費習慣較穩定，故傳統茶莊、茶行仍普遍存在台灣銷售通路，而此類茶莊、茶行之銷售市場多有地域之限制，難以符合經濟效益。

除上所述之製茶業結構外，台灣地區製茶業因近年來政府提倡休閒農業，發展高附加價值農產品等政策，導致茶農自產自銷之情況普遍，即上、中、下游之分工情形漸不明顯，由消費者自行至各產茶區購買，惟因欠缺現代化、企業化之經營觀念，個別茶農自產自銷之經營規模不大，相關產業資訊交流及經濟效益均不易獲得有效之整合，此為該產業之瓶頸。

天仁茶業所營業務為整合該行業之中、下游，以企業化、永續性之經營理念，其理念實現於自有品牌產品之建立，產品品質之維護，及全省多達 108 個自營銷售據點負責通路維持等方面，此與該行業之其他廠商之經營不同，致於該產業中不論經驗或規模，天仁茗茶均居領導地位。

◆ 飲用茶葉之製造過程

茶菁		茶農由茶樹上摘取新嫩葉
粗製	萎凋	將茶菁暴露於空氣中，以降低含水量
	發酵	萎凋後之茶菁靜置與空氣起氧化作用
	殺青	停止發酵之過程，一般以高溫（如炒熟或蒸熟）以達保存茶葉之香氣
	揉捻	破壞茶葉之細胞組織及初步成型
精製	乾燥	使茶葉之含水量降至某一比例以下，至此步驟之茶葉，稱為「粗製茶」、「茶干」或「毛茶」
	篩分	將粗製茶篩分不同大小，以求外觀之整齊
	拔梗	利用機器撿除不具有太大效益之茶枝（副產品）
	整型	使茶葉形成特種形狀，便於消費者辨別（如消費習慣鐵觀音之捲形、烏龍茶之半球形、紅茶之細碎形等）
	風選	以風吹原理剔出製程中所造成之茶片，茶末等副產品
	加工	賦予茶葉特殊風味或特性，如焙火、薰花或摻合其他藥料、植物
	包裝	茶葉製成後，須依需要方式加以包裝，以便保存、運輸及銷售，若不當之包裝使茶葉接觸空氣致受潮，則可能降低製程中所附加之價值

製造過程接續下頁



本公司為維護生產過程的品質，每年針對食品業三大國際認證項目：ISO9001 系統認證、ISO22000、HACCP 體系驗證進行續評或複評，更自主針對回教食品 HALAL 體系作驗證，從 2005 年起認證費用支出（不含間接投入之人力及管理成本）累計逾新台幣 130 萬元。

年度	2014 年	2013 年	2012 年
管理系統驗證費用總計（新台幣）	16 萬	14 萬	8 萬

註：本公司所販售的茶葉商品，均由通過國際三大認證之廠房所生產，而茶葉佔所有產品之銷售百分比，於 2014 年為 54.29%。



品質暨食品安全政策～安心、信賴、滿足；品質承諾～全員參與持續改善、與時俱進 開拓創新、顧客滿意 經營得意。

6.3 節能環保綠色企業

茶產業是與大自然共生的產業，天仁茗茶創立至今，意識到企業的永續經營需建立在地球永續生存的條件下，靠一個人或一家企業的力量是不夠的，因此我們希望能在茶產業中建立永續典範，由天仁自身做起，帶給同產業鏈中的企業更多的永續思維，當然，企業永續需要的是不斷地持續努力才能達成，沒有終點也沒有妥協，唯有降低對環境與社會的外部成本，真正降低對環境的衝擊，才能真真實實地呈現企業價值。

本公司主要環境友善作為如下：



◆節能減碳

為減少本公司在營運過程對環境所造成的衝擊，天仁喫茶趣從 2010 年開始陸續將店內照明設備更換成 LED 燈或 T5 燈管，一方面能減少能源的使用，一方面讓同仁有更舒適的光線與工作環境。以天仁喫茶趣復興店為例，從 2010 年更換 LED 燈管至 2014 年，每年電費度數將呈現下降的狀態，表示更換 LED 燈管在於節能減碳方面確實有其功用。因此各店亦陸續完成 LED 燈管的替換，或更進一步替換高效能的燈管如 T5。

復興店	年度累計（度）
2012 年	384,640
2013 年	376,800
2013-2012 年差異	-7,840
2014 年	331,035
2014-2013 年差異	-45,765

店內燈具更換時間一覽表		
店別	LED 投射燈	T5 燈管
復興店	2010 11 月	陸續更換，最後更換時間是茗茶部 2014.11 月
內湖店	2010 年 7 月	2010/7 陸續更換，於 2015/3 賣場更換 T5 燈管
大直店	2010 年 9 月	陸續更換 T5 燈管
新竹愛買	2010 年 11 月	2010 年 11 月更換 T5 燈管
竹南店	2011 年 4 月	花二年部份更換，目前除廚房外大部份已更換 T5
台中店	2011 年 11 月	2011/11 月
高雄大遠百	2013 年 8 月	2013/8 月更換
高雄漢神巨蛋	2013 年 8 月	2013/8 月更換



在溫度調節方面，進入我們的店面絕不會感到空調過強耗費能源的問題，所有店面均控制在攝氏 27 度 C 之最佳溫度，以保持冷氣空調的最高效率。而產品在運輸的過程中，也積極減少公務車的碳排放量，陸續更換高效能符合環保期數第三期之運輸車，更計劃於 2016 年更換第五期排放標準之公務車，盡最大的力量減少碳排放。

項目	廠牌 / 年份	排氣量	使用燃油	符合環保期數	計劃改善
大卡車	國瑞 17.5 噸 2003/8 月	7,961c.c	柴油	第三期	2016 年購新車 符合第五期排放標準
小貨車	五十鈴 3.5 噸 2006/2 月	2,999c.c	柴油	第三期	2019 年購新車 符合第五期排放標準

雖然本公司尚未完成 ISO 50001 能源管理系統驗證，但對於能源管理方法積極了解與規劃，目前已針對全台灣天仁營運處進行調查全年總用電量，作為未來節能減碳的基準，每年將設定減碳目標，朝顯著且具體的作為努力。

2014 年天仁總用電量													
月份	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	總計
度數	353,482	406,615	328,705	387,899	410,752	504,712	481,307	613,217	585,939	618,675	505,745	453,781	5,650,829
年度碳排放量			2,944,081.91 kgCO2e				百萬焦耳		20,342,984.4				

備註：(1)103 年度台灣電力排放係數為 0.521 公斤 CO2e/ 度 (http://web3.moeaboe.gov.tw/ecw/populace/content/SubMenu.aspx?menu_id=114)
(2) 一度電 = 一千瓦 x3600 秒 = 3.6 百萬焦耳

◆廢棄物減量

免洗筷對環境的衝擊是我們難以想像的，除了製造過程中所添加的物質會影響我們的健康，硫磺對人類的呼吸道與胃黏膜會產生刺激作用，造成中毒，在包裝材質上也可能會有重金屬，長期下來對健康會造成重大的影響。雖然社會大眾對此一訊息都很了解，但對於如此方便的產物還是愛不釋手，經統計，台灣人每年會用掉一百億雙免洗筷，不僅要砍掉 290 萬棵樹，也會增加 5.9 萬噸的垃圾量，非常驚人。天仁喫茶趣秉持著天然、健康、人情味的原則，將以往的免洗筷轉變為提供健康筷，不僅可以照顧我們消費者的健康，也減少可觀的垃圾量處理，享受著對環境友善帶來的額外效益。天仁茶業之廢棄物處理僅有一般事業廢棄物，並無有害事業廢棄物的產生，交由專業的廢棄物處理公司進行處理。



◆強化環保意識

本公司對內亦要求同仁在工作範圍中，減少對環境的衝擊，從一般的日常生活習慣宣導，進而影響周遭的人與家庭。

1. 開會自帶環保杯
2. 訓練活動或開會，用餐要求與會人員自備環保筷
3. 對同仁宣導的節能措施
 - A. 下班電腦關機，據統計，一台電腦徹夜沒關，一晚上所消耗的電力，居然足夠印表機印出一萬張的文件；
 - B. 多使用大眾運輸系統：每使用一公升汽油，會產生 2.4 公斤二氧化碳，而搭乘大眾運輸系統使用的燃料，每 1.6 公里只 有汽車消耗量一半左右；
 - C. 隨時保持輪胎在充氣狀態，能減少 6%汽油消耗。定期保養引擎，能減少 15%至 50%汽油消耗；
 - D. 養成拔插頭的習慣，手機充好電，立刻拔掉充電器插頭，只要全球 10%行動電話使用者做到，省下的能源，相當於 6 萬戶歐洲家庭耗電量；
 - E. 每天煮東西加鍋蓋，所需要的能源消耗量能減少多達 90%；
 - F. 做好紙類回收，只要回收一公噸重的紙，就能節約 17 棵樹、2 桶油、足以供應一戶人家 5 個月所需的電力，或減少 25 公斤的空氣污染；
 - G. 隨手關燈，上下班離開公司時請隨手關掉桌上電腦的電源，或是其他沒有使用的設備，以節省能源與減少公司的開銷。如果每個人都節省一點，相信加起來的力量是驚人的喔！

◆綠色包裝

企業要減少營運過程中對環境的衝擊，包裝材的使用絕對是必要的改善議題，天仁茗茶致力於尋找在不會影響客戶對產品的品質與安全的要求下，減少包裝材在使用過後對環境的影響與減少浪費，進而改變客戶日常的環保習慣，因此我們的包材對環境友善作為如下：

1. 餐巾紙僅印製喫茶趣名稱，省略相關 LOGO 設計圖騰，減少油墨的使用
2. 餐墊紙採用再生紙及環保大豆油墨印製
3. 全台第一家產品使用第二類環保標章 logo 的廠商
 - (1) 檢核產品環保優越性
 - (2) 符合相關環保法令
 - (3) 生產工廠查核
 - (4) 確保生產製程、原料使用及品質控制機制



4. IMA C28 袋茶新機

在市場一窩蜂搶搭三角茶包熱潮之際，天仁茗茶仍將堅持善盡企業社會責任走正確的路：即所用袋茶棉紙 & 棉線皆以重環保、護地球之易分解材質為堅持首要！避免使用其材質為尼龍、或不織布之 100% 化纖材質不易分解腐化的包裝材，加重環保負擔、危害地球於無形。

目前台灣市場擁有 IMA C-21 型機達 20 部之多，為台灣袋茶生產主力！主要仍以生產有鉛釘茶包為主，本公司董監事們認為，這就是消費市場未來潮流走向，在 2004 年，本公司率先同業引進第一部 C-24 每分鐘可產出 300 包全自動無鉛釘式袋茶機，專司最大宗量販市場 100 入袋茶之生產；並於 2014 再引進第一部 C-28 後發覺更符合預期，隨即於董監事會中再度批示加快腳步汰舊換新機，全面與世界潮流接軌：向茶包無鉛釘化生產邁進！

- C-28 機台相較前 C-21 壯碩外型顯得秀氣、輕巧，重量較前 C-21 減輕 20%。
- C-28 機台運轉聲較前 C-21 顯得超安靜，提供更友善的操作環境。
- C-28 較 C-21 生產管制點更科技，可偵測、降低不良品之輸出。
- C-28 產能更高，每分鐘最高產出 180 包，較前 C-21 之 145 包約提高 25%。
- C-28 專門生產無鉛釘雙槽式袋茶包裝，未來可讓更多天仁袋茶邁入更環保、更貼近消費者安全感之認同。



目前義大利製高速袋茶機陣容、包裝型態及產能：

機型	製造國	機台	產能	包裝型態
IMA C-21	義大利 製	4 部	145 包 / 分	a. 有鉛釘雙槽包裝 b. 生產防潮包 & 無紙衣
IMA C-24	義大利 製	1 部	300 包 / 分	a. 無鉛釘雙槽包裝 b. 生產 100 入充氮防潮包 c. 自動裝盒包裝
IMA C-28	義大利 製	1 部	180 包 / 分	a. 無鉛釘雙槽包裝 b. 生產防潮包為主

備註：IMA C21 已扣除 2 部於 2014 年除役停產

義大利 IMA 製 C-21&C-28 袋茶機機型、包裝及產能比較：

機台比較	用電		產能 (包 / 分)	包裝	噪音	機重	操作
	平均	最高					
IMA C-21	3KW	4KW	145~160	鉛釘固定	高	3300Kg	較複雜
IMA C-28	1.5KW	2KW	180	棉線固定	降 50% 以上	2200Kg	較簡易 符合人體工學
C-28 型機優勢	↓ 50%	↓ 50%	↑ 25%	符合潮流	符合潮流	↓ 33%	符合潮流



預計於 2015 年分別再各進一部 C-28 型機共四部，天仁袋茶在未來 C-28 生產線建置完成後，再加上 2004 年早已引進最自動化之 C-24 將形成最堅強之袋茶生產陣容。在門市及各大通路、賣場等所有開放架上貨品等系列產品將全面改成穿棉線固定方式之無鉛釘袋茶，提昇袋茶安全、環保的獨特性。至 2016 年天仁袋茶九成以上將皆採用無鉛釘，領先同業。期讓消費大眾對天仁袋茶更覺安心、信賴、進而更滿足

6.4 氣候變遷與茶產業

氣候變遷對於農業（茶葉種植）、災害（山坡地 水土保持）、生態等方面之衝擊漸漸明顯也越來越嚴重，茶葉種植與氣候息息相關。茶樹是多年生灌木或喬木常綠作物。性喜溫暖、濕潤，不耐寒。氣象條件制約著茶樹的分佈，最適宜種植在季風型亞熱帶氣候區。尤其這些區域多雲霧地帶最適宜茶樹生長，因此有著“雲霧山中茶”的說法。

對茶農來說，全球氣候變遷不是遙遠的名詞。這幾年冬天忽冷忽熱，降雨量分布不均，原本跟著節氣生長的茶樹，因此倍受影響。就另一方面來說，茶葉是一種能夠再生的物質，有了大自然循環的力量，有助於茶農更新茶園，避免過度使用老茶樹的剩餘價值，導致香氣、滋味不再，讓茶葉能獲得再生（重生）的機會，就長遠觀點來說，對茶產業是有正面循環的影響力。

氣候變遷帶給茶產業的衝擊與解決方法

氣候變遷之衝擊	解決方法
1. 氣候變遷造成缺水問題	茶業改良場從以色列引進了滴管式的灌溉系統。此原本應用在沙漠地區的灌溉設施，用水量是傳統噴灑灌溉的一半，不僅省水，也可以讓茶葉的根系往下生長，做為農業領域對氣候變遷之調適策略。
2. 氣候變遷造成造成坡地災害之衝擊	茶業改良場發展出適當的水土保持工法，配合茶葉種植管理，可有效促進水土保持。
3. 氣候變遷所造成的生態與農業使用過度問題	氣候變遷對茶樹生長之影響會影響生態，而且造成農藥肥料等之過度使用會更對生態產生衝擊。茶業改良場發展出適當的植生管理方法，減少對農藥肥料等之使用。

備註：天仁未評估氣候變遷所造成的財務影響。(EC2)

柒．天仁之飲 - 產品與服務

六之飲為茶經中「茶的飲法」的介紹，茶的飲法如同天仁的產品，消費者如何能在飲用天仁產品的同時，對產品放心與滿意；為達到此目的，此章節將說明天仁如何能夠在近期的食安風暴中脫穎而出，成為社會大眾可信賴的品牌。

飲有粗茶、散茶、末茶、餅茶者，乃斫，乃熬，乃燂，乃舂，貯於瓶缶之中，以湯沃焉，謂之茶。或用蔥、姜、棗、橘皮、茱萸、薄荷之等，煮之百沸，或揚令滑，或煮去沫，斯溝渠間棄水耳，而習俗不已。

茶的種類，有粗茶、散茶、末茶、餅茶。（要飲用餅茶時）用刀砍開，炒，烤幹，搗碎，放到瓶缶中，用開水沖灌，這叫做「夾生茶」。或加蔥、姜、棗、橘皮、茱萸、薄荷等，煮開很長的時間，把茶湯揚起變清，或煮好後把茶上的「沫」去掉，這樣的茶無異於倒在溝渠裏的廢水，可是一般都習慣這麼做！

茶者南方的嘉木也一尺二尺乃玉數十尺其已山峽川有兩人合抱者伐而掇之其樹如瓜蓋葉如梔子花如白蒲微實如栟櫚蒂如丁香根如胡桃其字或法草或法木或茶木其字或法草或續三曰護四曰茗五曰荈其地上者生燭石中者生黃土凡藝而不實植而罕茂法如種

瓜三歲可採野者上園者次陽崖陰林次上者綠者次第者上芽者次茶棗上葉舒次陰山坡者石款項堪採掇性凝滯結痼疾茶之為用味至寒為飲最宜精行儉德之人若熱渴滯悶腦疼目澀四肢煩百節與醯醢甘露抗衡也采不時造石精雜以卉莽飲不舒聊四五啜之成疾茶為累也忘猶人參上者生上黨中者生百濟新羅下者生高麗有生潯州易州幽州檀州者為樂其效況非此者設服薺芫使六疾瘳知人參為累則茶累亦矣

7.1 天仁產品與品牌

天仁茶業從「老行業、新經營」到天仁 2.0 第二波改造歷經超過 60 餘年，針對市場與客戶的需求不斷地努力創新、求變，以因應多元消費者導向的市場，而傳統茶產業給人們的印象偏向年紀較長的消費者或愛茶人士，對於新一代年輕人的吸引力較低，因此天仁茶業在 1992 年成立輕鬆小站，到從 2000 年營運至今的喫茶趣，目的都是希望能有更多的年輕人參與，加入茶文化傳承的行列。

◆天仁茗茶品牌概念

為了加強顧客對天仁茶行的識別，天仁創辦人李瑞河先生做了許多努力與研究。例如現在許多茶行裡都掛著一串串淺綠色的塑膠葉片，就是李瑞河先生在高雄時期發明的，自己設計圖樣，請塑膠工廠開模子做出這些象徵茶菁的葉片。綠色葉片掛在天花板上，風一吹就輕輕搖曳，替茶行增添活潑的生氣，成為天仁門市的一項特色。

另外，天仁紅色菱形的商標亦是誕生於高雄時期。1966 年，李瑞河想到天仁需要一個讓消費者容易識別的商標，請台南的一家設計公司設計。要求設計公司把天仁的商標設計得簡單大方。設計公司交出來的圖案和現在的商標差不多，但是菱形中間只有一個茶杯的輪廓，李瑞河覺得這還不夠凸顯天仁茶行的特性，就要求設計公司在茶杯中央再加一片葉子，成了現在的天仁商標。

◆喫茶趣品牌概念

【關於喫茶趣】

喫茶趣以傳統與創新的精神，在店內的裝潢採用「現代多元新茶風」的風格，以年輕、休閒、生活化的「新茶文化」為概念，將現代簡潔明亮的設計與中國細緻優雅的質感融合，創造出喫茶趣多元的風貌。在天仁喫茶趣裡，我們堅持用天仁最優質的茶葉，自創出獨樹一幟的茶飲、茶點、茶膳，讓您不只是喝『茶』，生活上也可從飲食中輕鬆品嚐到『茶』的奧妙。

●命名由來

中文命名的由來：1989 年趙樸初寫茶詩：『七碗受至味，一壺得真趣。空持百千偈，不如喫茶去。』。喫茶趣的命名讓您有一種清心、陶情趣味的品茶新境。

英文命名的由來：茶是由中國傳往世界各地，各國的名稱不外乎是由廣東的 cha 或由福建話的 tay 所組成的。cha FOR TEA 即是 cha is tea，它的命名代表著天仁茗茶將中華茶文化推展至全球各地。

●窗型代表意義：窗外表示休閒自在之感覺，窗內表示人之生活。

●現代感中國茶壺代表意義：現代感中國茶壺～泡好一壺新鮮且散發無比香氣的好茶。

●煙形代表意義：煙形及香氣散發出活力及動感，猶如 youth (年輕) 第一個字母 y 之形狀。



◆天仁主要產品介紹

天仁主要產品分為五大類，十大項：



◆天仁產品項目分類與營業比重

項目	細項			佔營業比重
1. 茶葉	其他 清香烏龍茶 濃香烏龍茶 半濃香烏龍茶 綠茶 進口茶 類特色茶	清茶 龍井茶 白毫烏龍 鐵觀音 紅茶 普洱茶	濃香人參烏龍茶 半濃香人參烏龍茶 清香人參烏龍茶 花茶類 白茶類 調味茶類	54.29%
2. 餐飲類 -1 喫茶趣茶膳系列 -2 TO GO 茶飲系列	原料 器皿 用品 冰飲 熱飲	套膳 單品茶點 單點茶膳 單品麵食 其它	點心類 (甜點) 飲料 冰品類 咖啡 (豆、粉)	37.06%
3. 其他 -1 茶食 -2 保健系列商品 -3 其他 (茶具、酒類及其他)	茶具			8.65%
	其他品牌 陸羽	自有品牌茶具 港壺 (進口)	Midori 喫茶趣用品	
	茶食			
	茶糖類 蜜餞類	零嘴類 茶香糕點類	茶館原料 其他	
	保健系列商品			
	茶錠 保健茶類	保健茶類 (美健茶) 粉光參類	茶油類 其他	
	酒類			
	茶酒、紅酒	白酒	其他	
	包裝材料及贈品			

其他產品健康與安全相關資訊：(下表各品項營收數據及合計數以仟元表達)

改善健康之產品	2012	2013	2014
膠原蛋白綠茶粉 (等零售及批發等 4 項)			5,960
高纖綠茶粉 (等 3 項)	3,021	2,895	2,675
天仁綠茶錠 (等 3 項)	6,123	3,511	3,678
苦茶油 (等 2 項)	977	1,105	1,526
合計 (仟元)	10,121	7,511	13,839
天仁茶業各年營收淨額 (仟元)	2,037,996	2,055,832	2,128,594
佔營業額比例	0.50%	0.37%	0.65%

備註：本產業之主要產品 (茶葉) 含有對人體健康有益之元素，例如茶多酚與兒茶素等，但因無特別標示，因此無納入此內容中。

有營養成分標示之產品	2012	2013	2014
膠原蛋白綠茶粉 (等 4 項)			5,960
高纖綠茶粉 (等 3 項)	3,021	2,895	2,675
天仁纖多酚山茶花綠茶錠 (等 2 項)	4,570	2,297	2,072
益生菌綠茶錠 (90 入)	1,553	1,214	1,606
合計 (仟元)	9,144	6,406	12,313
天仁茶業各年營收淨額 (仟元)	2,037,996	2,055,832	2,128,594
佔營業額比例	0.45%	0.31%	0.58%

備註：各項茶食加工品均不含反式脂肪，但因茶食製作過程中無法降低飽和脂肪、鈉及糖，例：蜜餞需要高鹽高糖才能延長保期，鳳梨酥、麻糬糖度也需保持一定的程度才能存放。

7.2 食品安全

◆休閒小站事件特別說明

天仁對茶葉品質長久以來採取最高檢驗標準 - 茶葉逐批檢驗，所有產品皆需檢驗合格後才能出貨。惟，在此嚴格的標準下，卻仍然在 2015 年 5 月 4 日發生休閒小站向天仁茶業進貨的紅茶中發現農藥芬普尼超標 0.001ppm 之情事，天仁茶業對此事件責無旁貸，除在事件發生後隨即發出聲明稿與社會大眾做最即時的溝通外，亦承諾未來將對食品安全進行更加嚴格的把關，並運用天仁設立的食物安全實驗室每日進行吧檯抽檢，細至吧檯使用之冰塊等項目，同時委請第三方公正單位如 SGS 至各門市據點隨機抽樣茶原料及茶業主力商品，並將進行成果如實公告至 SGS 安心資訊平台上，以昭各方公信。

2015 年 5 月份天仁將茶葉 (含原料及產品) 委 SGS 檢驗農藥殘留共計 212 件，餐飲原料 (含食材及冰塊、生飲水、產品) 由食物安全實驗室內部自檢共計 93 件，餐飲原料 (含食材及飲品) 委 SGS 檢驗共計 29 件。

除了維持所有原料逐批檢測外，更委請 SGS 至全省門市及通路據點隨機抽驗吧檯原物料及茶葉主力商品，透過雙重把關，創造更加安心的消費環境。天仁也與 SGS 安心資訊平台合作，相關檢驗報告都可隨時於平台上查閱。

休閒小站事件發生後，新竹市衛生局於 2015 年 5 月 8 日即前往天仁香山製茶總廠對同一批茶葉 (台聖 B-4 紅茶) 進行採樣，該局送檢，經 310 項農藥多重殘留分析後，於 2015 年 6 月 16 日由台北市政府衛生局回文告知本公司，全數符合規定。而在天仁茗茶吧台原料與茶葉商品抽驗的方面，經由彰化縣、新竹市、宜蘭縣，乃至於台北市政府衛生局於 2015 年 6 月 1 日所公佈的抽驗結果，亦全數合格，未來，我們將持續以最嚴謹的態度，貫徹食品品質安全之更高標準。天仁用心，讓您放心。

後續追蹤改善

茶葉農藥殘留 委 SGS 檢驗	餐飲原料 實驗室內部自檢	餐飲原料 委 SGS 檢驗
212 件	93 件	29 件
SGS 安心資訊平台 - 天仁茶業專區 http://twap.sgs.com/sgsrip/comview.asp?cstno=18559415		





“食踐安心，茶覺幸福”

◆逐批檢驗

天仁長久以來皆採用最高標準以確保我們的食品安全，而天仁的逐批檢驗是就每一批要驗收入庫的茶干，取其相同茶樣送 SGS 檢驗，每一批茶干都要檢驗合格後才能驗收。在台灣「得檢出」與「得使用」的農藥高達 300-400 種，每年天仁送檢之費用超過新台幣 300 萬元；而一般市面上的抽樣檢驗，是企業自行訂出一定的比率，例如每年驗收 1000 批，或者針對某一種茶訂出一個抽查的比率，可能在驗收前，也可能在驗收之後，沒有一定的標準。因此，天仁長年來所使用的逐批檢驗法，為業界檢驗之最高標準，總計 2014 全年度茶干逐批檢驗送 SGS 件數達 679 件。在產品標示方面，產品皆 100% 依法規規定進行產品資訊揭露。2014 年無發生任何食品安全衛生管理相關法規之違法行為。

◆食品安全實驗室

- 實驗室成立時間：2015/4/10
- 成立實驗室目的：食踐安心，茶覺幸福
- 實驗室階段性任務規劃：依餐飲產品製作過程所使用之器具進行衛生檢測，冰塊、生飲水及餐飲成品則以快速檢測試片進行微生物檢驗
- 主要工作項目：器具 ATP 檢測、微生物總生菌數 / 大腸桿菌群 / 大腸桿菌培養、肉品類動物用藥 / 抗生素殘留快篩、蔬果農藥殘留快篩。
- 實驗室的設備名稱、用途、可應用自檢的原物料或產品名稱或類別
- 本實驗室於 2015/4/10 成立，4/13 正式收件運作，惟，2014 年尚未自設實驗室



電子防潮箱

實驗桌



萬象抽氣罩



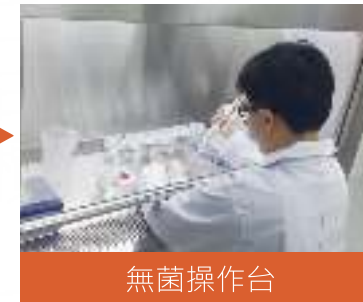
恆溫培養箱



高精度計重秤



鐵胃均質機



無菌操作台

試管振盪混合器



高溫高壓滅菌釜

桌上型洗眼器

◆產品追溯與追蹤管理

天仁茶業除了餐飲品項，因大部分涉及農、漁產產品的廠商規模及暫無嚴謹產業秩序以外，工廠生產的完整包裝產品皆可追蹤溯源。因此，可溯源之產品，佔各年度整體營收之比率如右：

產品	可溯源產品之營業比重 %		
	2014 年	2013 年	2012 年
茶葉	54.29	56.83	58.05
茶具及其他	8.65	8.25	9.52
合計	62.94	65.08	67.57

未能完整溯源之餐飲品項，本公司已於 2013/12/20 訂定「餐飲原物料 (含吧台) 品質管理辦法」，針對喫茶趣及喫茶趣 ToGo 之餐飲原物料衛生安全品質為管理要點訂定，並以供應廠商評鑑及抽樣檢驗之方式為核心，惟因辦法頒定之後，需行一個月的宣導及磨合期，2014 年尚未完整執行全體餐飲供應商之供應商評鑑，惟，對於主要食材供應商及相關原物料得於入庫前先行檢驗的工作，一直都在執行中，未來將更透過自檢 (自設食品安全管理實驗室) 及外檢逐步落實執行，本辦法之重點包含如下：

一、供應廠商評鑑方式：分為現場查核、檢驗報告及衛生安全相關認證等三個主要項目，由採購或權責單位每年至少進行一次評鑑並記錄於「餐飲供應廠商評鑑紀錄表」。

二、供應廠商評鑑重點及現場查核之規範及標準。

三、原物料管理方式規範及抽樣檢驗分為物理檢驗及化學檢驗等二個主要項目，並由採購或權責單位負責驗收執行，通過物理檢驗即可先行完成入庫程序 (另針對原料檢驗之重點亦有詳細規範)

四、餐飲產品之管理方式及重點

五、不合格品之處理規範：

1. 一經發現不合格之原物料，立即通知供應商以退貨或換貨方式處理 (方能一併進行溯源之管理)
2. 不合格包含個別之物理及化學檢驗在內。
3. 餐飲產品委外檢驗或內部自檢不合格，即通知該產品製作門市進行矯正預防措施改善，直至複檢合格為止。
除完整包裝可直接追蹤及溯源外，本公司亦會不定期進行「緊急回收演練」，針對各式產品所設定的議題進行模擬回收演練，透過演練，可實際具備產品溯源的能力，2014 年回收演練如下：

演練日期	演練回收產品	演練回收內容	回收等級	回收層面
2014/05/16	桂花綠茶 OSGRTB18	標籤紙容易與棉線脫離	第二級回收等級	消費者層面
	綠茶芥末花生 GWP75	代工廠製作該批產品使用的脫氧劑品質不良，容易破裂造成鐵粉釋出	第二級回收等級	消費者層面
2014/11/19	特級膠原蛋白綠茶粉 HGC18	因使用之膠原蛋白原料疑似動物用藥殘留超標	第二級回收等級	消費者層面
	花旗參糖 GCA250	因熬煮糖液的溫度低於標準溫度，導致產品產生黏著現象	第三級回收等級	消費者層面

◆天仁林總經理對食品安全的看法

一、重新檢視食安等相關內控制度

為強化本公司在產品品質的用心，確保消費者的安心與信賴，本公司所有茶葉原料的採購，均送 SGS 逐批檢驗，必須符合 CNS 國家標準才准予採購驗收，最近幾年接二連三的食品安全事件，本公司在食安要求不斷升級：

●2005 年我們強調「品質 OK，更要 100% 完美」

●2006 年我們針對反式脂肪酸的控管，以達到紐約的標準與管控時程為目標，也就是在 2007 年達到 0 反式脂肪酸的要求

●2007 年通過 ISO 22000、HACCP 與 HALAL 驗證，台北市外帶吧台與喫茶趣全數通過台北市政府 OK 標章認證

除了自身品保升級，加強採購實務與內控的要求之外，我們也努力協助協力廠商與茶農觀念及能力升級，徹底落實綠色製造、綠色消費的理念。

但光是這些努力是不夠的，最近幾年發生的三聚氰胺事件、順丁烯二酸事件，到最近一次的油品事件，狀況顯非常態檢驗可以把關，我們一方面落實企業的道德教育，同時也強調堅持我們「天然、建康、人情味」的經營理念，在強調 Cost Down 時，先要求 Value Up。

二、食安管理需要政府與企業攜手合作

每一次食安事件，都衝擊消費者的消費信心與消費意願，短期間營收下降，無可避免。毒澱粉事件，外帶吧檯 QQ 的消費驟減超過 2 成。消費信心與消費意願的復原，除了廠商自我管理與因應速度的要求之外，政府的處理態度，也有很大的關連。此外，這些事件也都影響到台灣商品在國際市場的形象與競爭力，甚至波及企業的海外發展，這個部分不是廠商如何努力可以解決，而是要靠政府與廠商一起來努力。譬

如：農藥殘留的標準，國與國之間的標準不一，可以理解，政府應該與主要市場儘量異中求同，但我們看到的卻是經常公布新的可以使用農藥品項，對我們擴展國際市場，難上加難。

三、我們對主管機關的建議

1. 政府應落實「就源管理」，目前政府採取由末端去管制或要求，是本末倒置的做法，對整個經濟體也是加重事件的傷害。譬如，農藥管理就要從農藥的核准與販售加強，並落實海關的邊境檢查，以棉籽油或銅葉綠素鈉為例，進口銅葉綠素鈉，進口的公司 (源頭) 可能只有兩三家，到製造商 (中游) 可能有近百家，到成品 (末端) 恐怕就牽連到數百種商品，等到成品才來處理，已經是整體經濟體的損失了。

2. 檢驗方法未公告前，不應處罰中下游廠商，也不應逕行對外界或媒體公佈。否則，對合法廠商造成很大的困擾。以 2013/11/20 商周報導牛奶檢驗為例，主管機關必須針對非官方機構逕行公布任何非標準檢驗程序報告的規範與責任，否則各方無所適從，結果會是全民皆輸。

3. 希望政府也要就台灣在國際市場的競爭力思考，譬如工業產品在【進口貨物原料產地認定標準】第 7 條對「已完成重要製程或附加價值率超過 35% 以上者」，可以認為「實質轉型」，標示原產地是「台灣」；但對於茶葉後製作與精製、包裝的過程，卻不予承認，反觀，政府在自由經貿區，來料加工再出口，卻可以認定是台灣製造，是否有改善的空間？

4. 各部會法規經常修訂，卻無整合，譬如包裝標示經常修改，勞民傷財，以茶葉為例，一下子要求要標示原產地，一下子要求要營養成分標示，一下子又取消營養成分標示，改來改去，競爭力受內耗消磨，食安依舊沒有升級。

5. 標準制定與國際接軌。台灣外貿的依存度很高，我們在制定國家標準時，應以主要市場的標準為參考依據，否則廠商無法銷售出去。以農藥標準為例，只要農藥商照標準程序向衛福部申請就准，但新公布的農藥如果不是國際主要市場可接受時，增加廠商採購難度，譬如，如果一個客戶買來要寄到日本，我們就得找符合日規的原料，要外銷歐盟的，有得備歐規的原料，要外銷美國的，得準備美規的原料，生產沒有效益，採購困難重重，過去的問題還沒有獲得改善，卻不斷有新的問題浮現。



6. 以 2014 年問題食品油事件中，我們自媒體露出之訊息發現，該廠商勞工退休金專戶餘額只有 6 萬元為例，呼籲主管機關勞動檢查時要加強查核，證交所稽核時也要檢查這一項，以保障無辜的員工。此外，如遇有勞健保費滯繳的情事，主管機關應公告周知，當作是一種預警機制，可有效減低利害關係人無辜受害的狀況。

7.3 客戶滿意

天仁茗茶為求最真實的客戶滿意度能夠完整呈現，特別設有神秘訪客制度，透過神秘訪客實際訪查各門市，記錄服務品質與紀錄缺失，給予分數，最重要的是事後的檢討與改善，提升服務品質。
本公司對於客戶之隱私亦相當重視，在天仁貴賓聯誼會之會員資料皆依個資法之規定，2014 年無侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料之情事發生。

8? 神秘訪客評比項目			
門市人員 迎賓	茗茶及吧檯 人員銷售	貴賓 聯誼會	結帳及服務 流程評估

2014 年本公司共出動 41 人次的秘密訪客，分別至北、中、南之門市進行秘密拜訪，給予分數與建議；針對分數未達 60 分之門市，需提出改善項目與方法。

2014 年 1 月 17 日 ~1 月 24 日訪查					
營業區	北二區	北三區	北四區	北五區	專櫃區
門市數	4	2	1	1	2
平均分數	47.75	58	74	88	56.5

2014 年 3 月 31 日 ~4 月 13 日訪查					
營業區	北二區	北三區	北四區	北五區	專櫃區
門市數	2	3	2	4	3
平均分數	58.5	66.67	78.5	81.25	86

2014 年 8 月 16 日 ~8 月 27 日訪查						
營業區	北一區	北二區	北三區	北四區	北五區	專櫃區
門市數	3	2	2	2	2	1
平均分數	73.67	62	75	70	66.5	65

2014 年 7 月 14 日 ~7 月 15 日訪查		
營業區	中區	南區
門市數	1	4
平均分數	67	75



捌. 天仁之器 - 員工關懷

四之器為茶經中「茶器之考究」的介紹，要成就一杯好茶，勢必要有好茶器的配合與支持，如何冶製與鍛鍊出色的茶器，與茶湯相互影響作用，亦是天仁永續發展中重要的課程。公司引導員工發揮潛能，同時運用完整的教育訓練制度與溝通管道，提供給消費者最高品質的服務；並藉由工作與生活平衡發展，健全同仁的身心靈健康，成為公司最出色的永續伙伴。

碗：碗，越州上，鼎州次，婺州次，嶽州次，壽州、洪州次。或者以邢州處越州上，殊為不然。若邢瓷類銀，越瓷類玉，邢不如越一也；若邢瓷類雪，則越瓷類冰，邢不如越二也；邢瓷白而茶色丹，越瓷青而茶色綠，邢不如越三也。

碗，越州產的品質最好，鼎州、婺州的差些，又嶽州的好，壽州、洪州的差些。有人認為邢州產的比越州好，（我認為）完全不是這樣。如果說邢州瓷質地像銀，那麼越州瓷就像玉，這是邢瓷不如越瓷的第一點。如果說邢瓷像雪，那麼越瓷就像冰，這是邢瓷不如越瓷的第二點。邢瓷白而使茶湯呈紅色，越瓷青而使茶湯呈綠色，這是邢瓷不如越瓷的第三點。

茶者南方的嘉木也一尺二尺乃玉數十尺其已山峽川有兩人言拖去伐而掇之其樹如瓜蓋葉如梔子花如白蒿微實如栢櫚蒂如丁香根如胡桃其字或法草或法木或芋木其字或法草或芋三曰護四曰茗五曰荈其地上者生燭石中者生黃土凡藝而不實植而罕茂法如種瓜三歲可採野者上園者次陽崖陰林者上綠者次第者上茅者次茶臺上葉舒次陰山坡者石款項堪採掇性凝滯結瘕疾茶之為用味至寒為飲最宜精行儉德之人若熱渴凝悶腦疼目澀四肢煩百節與醯醢甘露抗衡也采不時造石精雜煎養飲不舒聊四五啜之成疾茶為累也忘猶人譽上者生上黨中者生百濟新羅下者生高麗有生潯州易州幽州檀州者為樂其效况非此者設服薺萐使六疾瘳知人參為累則茶累亦矣

8.1 人力資源管理

天仁視同仁為最重要的利害關係人之一，同仁與公司之間的感情如同一家人般，從年輕到退休，在天仁工作的時間長達二十年至三十多年之久的同仁，分佈於公司各階層，甚至有人一路跟隨創辦至今，無論遇到任何企業營運上的起起伏伏，皆努力不懈，其原因在於天仁茗茶給予同仁們一個長期穩定的發展價值與願景，天仁茶業按照政府規定提供相關退休計劃，每月皆按時撥發同仁薪資總額之 15% 限額內提撥退休金，使同仁們的退休生活有絕對的保障。

備註：員工退休計畫請參閱天仁茶業 103 年度合併財報

為深入了解同仁們的心聲與建議，公司每年皆透過勞資會議與同仁溝通，於 2014 年共有四場勞資會議，勞方與資方代表各為三人（勞方代表佔全體員工 0.2%），每次之勞資會議皆有會議記錄，紀錄決議事項。勞資會議所決議之事項，全體天仁同仁皆受其保障，並確保無違反人權議題。

◆天仁對台灣就業市場的三大保證

堅持 100% 僱用本國籍勞工

鼓勵婦女二度就業

支持進用殘障勞工

天仁茶業全體同仁五大信條

- 一、互信互助，除私去偽，保持傳統團隊精神。
- 二、計劃目標，全力超越，是人生最大樂事。
- 三、有健全的制度，才能使公司業務不斷的發展。
- 四、合作精神，沒有地域的限制。
- 五、同心協力，共創美麗的『大天仁』。

時間	參與勞資比例	主要決議事項
2014 年 1 月 6 日	資方代表人數：3 人 勞方代表人數：3 人 勞資比例：1:1	勞工退休準備金提撥率 4.9% 調為 8% 調整日期：2014 年 1 月份起調整，提存本公司勞工退休準備金監督委員會信託專戶 - 台灣銀行
2014 年 3 月 25 日		勞工退休準備金提撥率 8% 調為 12% 調整日期：2014 年 4 月份起調整，提存本公司勞工退休準備金監督委員會信託專戶 - 台灣銀行
2014 年 9 月 24 日		修訂員工工作規則部分條文
2014 年 12 月 05 日	資方代表人數：2 人 (1 人請假) 勞方代表人數：3 人 勞資比例：3(勞):2(資)	修訂員工工作規則部分條文 勞工退休準備金提撥率 12% 調為 15% 調整日期：2015 年 1 月 1 日起調整，提存本公司勞工退休準備金監督委員會信託專戶 - 台灣銀行

本公司之勞工政策皆遵守法規規範，不違法進用童工，職場中亦無歧視與申訴之情事發生，對於員工之結社自由採取開放之態度，無強迫勞動等事件發生；鼓勵同仁參與公共事務等議題，此外，天仁茶業無提供任何政治獻金，或以公司之名義支持某政黨。我們以「天然、健康、人情味」為經營理念，對待同仁當以人情味為管理依據，避免有任何不法情事發生。

勞資會議委員數	男	女	小計
資方	3	0	3
勞方	1	2	3
小計	4	2	6

◆人力資源政策

1. 公司內部有空缺或有新職而產生人力需求時，以內部晉升或調遷為原則，有下列情形時權責單位依據公司人力資源規劃以及公司實際人力資源狀況可對外招募：
 - (1) 公司內部無適當人選時
 - (2) 內部人力不足時
 - (3) 需特殊技術或專業知識須對外招募人才時
 - (4) 期望藉對外招募方式招收不同組織文化背景之人力，以改變公司的組織氣氛時

備註：天仁為保障員工之就業權益，非必要不會進行大規模裁員。(G4-10)

2. 由權責單位負責招募作業，可經由下列方式進行：
 - (1) 人力銀行網路刊登、公司內部招募網站刊登
 - (2) 店面張貼求才佈告
 - (3) 經人介紹
 - (4) 內部推薦
 - (5) 向就業輔導中心或青輔會等單位求才
 - (6) 向學校求才
 - (7) 登報紙或雜誌等廣告

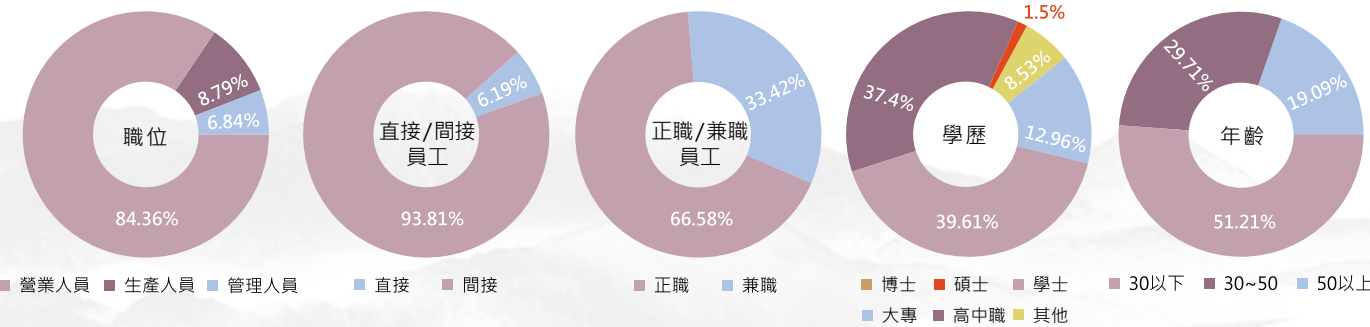
◆人力資源各項統計

2014 HR 各項數據統計表							
項目	分類	男		女		組別小計與比例	
		人數	該分類佔全體比例	人數	該分類佔全體比例	人數	佔全體比例
職位	領薪人數	562	36.61%	973	63.39%	1,535	100.00%
	管理人員	31	2.02%	74	4.82%	105	6.84%
	營業人員	473	30.81%	822	53.55%	1,295	84.36%
	生產人員	58	3.78%	77	5.02%	135	8.79%
正、兼職員工	正職	423	27.56%	599	39.02%	1,022	66.58%
	兼職	139	9.06%	374	24.36%	513	33.42%
直接 / 間接員工	直接	34	2.21%	61	3.97%	95	6.19%
	間接	528	34.40%	912	59.41%	1,440	93.81%

表格接續下頁

2014 HR 各項數據統計表							
項目	分類	男		女		組別小計與比例	
		人數	該分類佔全體比例	人數	該分類佔全體比例	人數	佔全體比例
學歷	博士	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	碩士	11	0.72%	12	0.78%	23	1.50%
	學士	238	15.50%	370	24.10%	608	39.61%
	大專	73	4.76%	126	8.21%	199	12.96%
	高中職	211	13.75%	363	23.65%	574	37.40%
	其他	29	1.89%	102	6.64%	131	8.53%
	小計	562	36.61%	973	63.39%	1,535	100.00%
新進與離職	新進	379	36.03%	673	63.97%	1,052	100.00%
	離職	374	36.24%	658	63.76%	1,032	100.00%
年齡	30 以下	314	20.46%	472	30.75%	786	51.21%
	30~50	176	11.47%	280	18.24%	456	29.71%
	50 以上	72	4.69%	221	14.40%	293	19.09%
平均年齡		32.4		35.6		34.4	
性別總計		562		973			
全部總計		1,535					

高階主管定義於本公司為：協理級以上，包含總經理、副總經理、廠長、協理等，功能群主管以上含協理之各級主管。



2013 HR 各項數據統計表							
項目	分類	男		女		組別小計與比例	
		人數	該分類佔全體比例	人數	該分類佔全體比例	人數	佔全體比例
職位	領薪人數	556	36.82%	954	63.18%	1,510	100.00%
	管理人員	26	1.72%	75	4.97%	101	6.69%
	營業人員	472	31.26%	796	52.72%	1,268	83.97%
	生產人員	58	3.84%	83	5.50%	141	9.34%
正、兼職員工	正職	422	27.95%	611	40.46%	1,033	68.41%
	兼職	134	8.87%	343	22.72%	477	31.59%
直接 / 間接員工	直接	33	2.19%	67	4.44%	100	6.62%
	間接	523	34.64%	887	58.74%	1,410	93.38%
學歷	博士	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	碩士	10	0.66%	9	0.60%	19	1.26%
	學士	219	14.50%	352	23.31%	571	37.81%
	大專	78	5.17%	123	8.15%	201	13.32%
	高中職	220	14.57%	359	23.77%	579	38.34%
	其他	29	1.92%	111	7.35%	140	9.27%
	小計	556	36.82%	954	63.2%	1,510	100.00%
新進與離職	新進	352	37.13%	596	62.87%	948	100.00%
	離職	362	38.68%	574	61.32%	936	100.00%
年齡	30 以下	310	20.53%	456	30.20%	766	50.73%
	30~50	174	11.52%	293	19.40%	467	30.93%
	50 以上	72	4.77%	205	13.58%	277	18.34%
平均年齡		32.3		35.6		34.4	
性別總計		556		954			
全部總計		1,510					

2012 HR 各項數據統計表							
項目	分類	男		女		組別小計與比例	
		人數	該分類佔全體比例	人數	該分類佔全體比例	人數	佔全體比例
職位	領薪人數	563	37.53%	937	62.47%	1,500	100.00%
	管理人員	28	1.87%	74	4.93%	102	6.80%
	營業人員	474	31.60%	781	52.07%	1,255	83.67%
	生產人員	61	4.07%	82	5.47%	143	9.53%
正、兼職員工	正職	417	27.80%	597	39.80%	1,014	67.60%
	兼職	146	9.73%	340	22.67%	486	32.40%
直接 / 間接員工	直接	35	2.33%	66	4.40%	101	6.73%
	間接	528	35.20%	871	58.07%	1,399	93.27%
學歷	博士	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	碩士	11	0.73%	8	0.53%	19	1.26%
	學士	220	14.67%	337	22.47%	557	37.13%
	大專	84	5.60%	116	7.73%	200	13.33%
	高中職	221	14.74%	360	24.00%	581	38.74%
	其他	27	1.80%	116	7.73%	143	9.53%
	小計	563	37.53%	937	62.46%	1,500	100.00%
新進與離職	新進	411	37.81%	676	62.19%	1,087	100.00%
	離職	350	35.28%	642	64.72%	992	100.00%
年齡	30 以下	330	22.00%	460	30.67%	790	52.67%
	30~50	167	11.13%	290	19.33%	457	30.47%
	50 以上	66	4.40%	187	12.47%	253	16.87%
平均年齡		31.91		35.06		33.88	
性別總計		563		937			
全部總計		1,500					

2014 新進與離職								
項目		分類	男		女		組別小計與比例	
			人數	佔全體比例	人數	佔全體比例	人數	佔全體比例
新進與離職	新進	正職	142	13.50%	158	15.02%	300	28.52%
		兼職	237	22.53%	515	48.95%	752	71.48%
	離職	正職	140	13.57%	172	16.67%	312	30.23%
		兼職	234	22.67%	486	47.09%	720	69.77%

2014 年新進與離職人數 (年齡別)												
新進人員							離職人員					
年齡組別	男		女		組別小計與比例		男		女		組別小計與比例	
	人數	佔全體比例	人數	佔全體比例	人數	佔全體比例	人數	佔全體比例	人數	佔全體比例	人數	佔全體比例
30 以下	351	33.37%	554	52.66%	905	86.03%	332	32.11%	520	50.29%	852	82.40%
30~50	25	2.38%	70	6.65%	95	9.03%	38	3.68%	81	7.83%	119	11.51%
50 以上	3	0.29%	49	4.66%	52	4.94%	5	0.48%	58	5.61%	63	6.09%
合計	379	36.03%	673	63.97%	1052	100%	375	36.27%	659	63.73%	1034	100%

2013 新進與離職								
項目		分類	男		女		組別小計與比例	
			人數	佔全體比例	人數	佔全體比例	人數	佔全體比例
新進與離職	新進	正職	135	14.24%	167	17.62%	302	31.86%
		兼職	217	22.89%	429	45.25%	646	68.14%
	離職	正職	129	13.78%	140	14.96%	269	28.74%
		兼職	233	24.89%	434	46.37%	667	71.26%

2013 年新進與離職人數 (年齡別)												
新進人員							離職人員					
年齡 組別	男		女		組別小計與比例		男		女		組別小計與比例	
	人數	佔全體 比例	人數	佔全體 比例	人數	佔全體 比例	人數	佔全體 比例	人數	佔全體 比例	人數	佔全體 比例
30 以下	321	33.86%	488	51.48%	809	85.34%	321	34.29%	468	50.00%	789	84.29%
30~50	28	2.95%	68	7.17%	96	10.13%	34	3.63%	66	7.05%	100	10.68%
50 以上	3	0.32%	40	4.22%	43	4.54%	7	0.75%	40	4.27%	47	5.02%
合計	352	37.13%	596	62.87%	948	100%	362	38.68%	574	61.32%	936	100%

2012 新進與離職									
項目		分類	男		女		組別小計與比例		
			人數	佔全體比例	人數	佔全體比例	人數	佔全體比例	
新進與離職	新進	正職	161	14.81%	204	18.77%	365	33.58%	
		兼職	250	23.00%	472	43.42%	722	66.42%	
	離職	正職	137	13.81%	164	16.53%	301	30.34%	
		兼職	213	21.47%	478	48.19%	691	69.66%	

2012 新進與離職人數 (年齡別)												
新進人員							離職人員					
年齡 組別	男		女		組別小計與比例		男		女		組別小計與比例	
	人數	佔全體 比例	人數	佔全體 比例	人數	佔全體 比例	人數	佔全體 比例	人數	佔全體 比例	人數	佔全體 比例
30 以下	381	35.05%	582	53.54%	963	88.59%	315	31.75%	540	54.44%	855	86.19%
30~50	27	2.48%	60	5.52%	87	8.00%	30	3.02%	61	6.15%	91	9.17%
50 以上	3	0.28%	34	3.13%	37	3.40%	5	0.50%	41	4.13%	46	4.64%
合計	411	37.81%	676	62.19%	1087	100%	350	35.28%	642	64.72%	992	100%

歷年身障人員進用人數			
年度	2014	2013	2012
人數	14	16	16

備註：進用之身障者從輕度至重度皆有，天仁依法足額進用；本表人數以各年度 12 月底之進用人數為準。

2012			2013			2014		
育嬰留停申請人數								
男	女	總計	男	女	總計	男	女	總計
0	4	4	0	6	6	2	7	9
育嬰復職人數								
男	女	總計	男	女	總計	男	女	總計
0	3	3	0	6	6	1	6	7
育嬰預定復職人數								
男	女	總計	男	女	總計	男	女	總計
1	3	4	0	5	5	1	8	9
各年度育嬰復職同仁於 12 個月內仍在職人數								
男	女	總計	男	女	總計	男	女	總計
0	3	3	0	5	5	0	2	2

備註：預定復職人數的計為申請「育嬰留停」者於系統上登打「預定復職日期」，但因「實際復職日」可能提前或延後、人員已離職，因此有復職人數大於預定復職人數之情事發生。育嬰留停權益人數於系統尚無統計數據；另，育嬰留停申請人數，係以至各年度 12 底止之人數為準。

公 傷

請假年度	2012		2013		2014	
性別	男	女	男	女	男	女
公傷假總時數	185.30	435.30	32.00	60.00	2,444.00	772.00
工作總時數	1,052,025.25	1,912,017.33	1,093,330.02	1,879,501.92	1,064,208.85	1,936,385.92
公傷假比率	35.23	45.53	5.85	6.38	459.31	79.74
損失日數比例	4.40	5.69	0.73	0.80	57.41	9.97

缺勤

請假年度	2012		2013		2014	
性別	男	女	男	女	男	女
缺勤總時數	4,570.30	8,158.60	4,284.50	8,971.80	5,756.90	10,491.10
工作總時數	1,052,025.25	1,912,017.33	1,093,330.02	1,879,501.92	1,064,208.85	1,936,385.92
缺勤比率	868.86	853.40	783.75	954.70	1081.91	1083.58

備註：公傷假比率 = (公傷假總時數 / 工作總時數) * 200,000

缺勤比率 = (缺勤假總時數 / 工作總時數) * 200,000

損失日數比例：將職業事故和受職業疾病影響之勞動者無法從事工作的時間表達。即總損失日數與報告期內預計總勞動時數相比為此比率。

(公傷損失天數 / 工作總時數) * 200,000；公傷損失天數 = 公傷假總時數 / 8 天仁茶業於 2014 年無發生任何職業傷害或因公死亡之事件

2014 公傷狀況							
屬性	職級	男		女		總計	
		人數	總人數	人數	總人數	人數 A	總人數 B 比率 A/B %
公傷	主管	2	91	0	71	2	162 1.23%
	一般 (正)	4	332	7	528	11	860 1.28%
	一般 (兼)	-	139	0	374	0	513 0.00%
總計	全體	6	562	7	973	13	1,535 0.85%

2013 公傷狀況							
屬性	職級	男		女		總計	
		人數	總人數	人數	總人數	人數 A	總人數 B 比率 A/B %
公傷	主管	-	94	-	72	-	166 0.00%
	一般 (正)	3	328	3	539	6	867 0.69%
	一般 (兼)	-	134	-	343	-	477 0.00%
總計	全體	3	556	3	954	6	1,510 0.40%

2012 公傷狀況							
屬性	職級	男		女		總計	
		人數	總人數	人數	總人數	人數 A	總人數 B 比率 A/B %
公傷	主管	-	96	-	74	-	170 0.00%
	一般 (正)	9	321	9	523	18	844 2.13%
	一般 (兼)	-	146	1	340	1	486 0.21%
總計	全體	9	563	10	937	19	1,500 1.27%

天仁茗茶對於資深同仁因家庭之故，需短暫離開職場也有一定的保障，於總公司共同決策權責區分表中明訂，任免含留職停薪之核准，雖然留職停薪原則需服務年資滿二年且二年內考績均 B 級以上者始能提出，時間不得超過三個月，超過以上原則時，需經上一級主管核准。於人事規定中雖有以上明文規定，但依據同仁所遭遇狀況不同，而又因本公司同仁平均年資均逾以上年資規範甚遠，故而，由上一級主管核准具申請留職停薪資格之同仁，期間逾三個月者亦十分多見，其目的在於安定同仁面對家庭，不論是自身或直系親屬的變故，在公司方面已給予基本工作保障權的部分，能無後顧之憂，基於公司現有資源及人情味的經營理念，資深同仁申請留職停薪回任率極高，也顯見公司於此細微處對於同仁的關懷，已獲得多數同仁的肯定及支持。

◆同仁溝通管道

員工意見反映管道	場所	頻率	因應措施	其他
營業單位研協會 (全省分區舉辦)	各區會議室	每月一次	由會務人員轉達權責單位回應	必要時將轉呈公司上級主管進行必要裁示後回應
總公司研協會	總公司會議室	每月一次	由會務人員轉達權責單位回應	
廠務會議	工廠會議室	每月一次	由會務人員轉達權責單位回應	
利害關係人專區下之利害關係人提問	電子郵件型式	不定期	總經理室經理為窗口，接獲相關郵件轉權責單位辦理或回應	
書面或 email 反應	電子郵件型式	不定期	可向董事長、總經理等各級主管反應由相關人員回應	

備註 1: 本公司董事長、總經理、群主管及總公司各級主管均有專用電子郵件信箱

備註 2: 利害關係人專區下之利害關係人提問網址：

<http://www.tenren.com.tw/Content/IRContactUS/Contact.aspx?SiteID=10&MmmID=654044433016605753>

(擬於 2015/12/31 前完成利害關係人專區設置，以擴大並逐步完備相關應用範圍)

天仁茶業如遇重大決策改變或會影響同仁之工作權益時 (如終止勞動契約)，員工依天仁茶業工作規則之預告期間如下：

1. 繼續工作三個月以上一年未滿者，於十日前預告之。
2. 繼續工作一年以上三年未滿者，於二十日前預告之。
3. 繼續工作三年以上，於三十日前預告之。



8.2 薪酬福利

「安居樂業」是公司對同仁的永續承諾，在不穩定的時代中求生存求安穩，讓同仁們的現在以及未來生活無虞，能夠在天仁茶文化的洗滌中，享受喫茶樂活與知足的生活氛圍，讓同仁對於公司給予穩定工作環境及人情味價值的傳遞，無形中內化為同仁的安全感，凝聚成極為強大的向心力，更近一步擴大到影響整個社會，同仁就是天仁最大資產與傳遞喫茶幸福理念的夥伴。

為讓同仁的生活與工作能達到平衡，天仁提供同仁們高於最低薪資之報酬，並成立職工福利委員會負責職工福利之相關執行項目，每三個月開會一次。

天仁職工福利委員會任務：

1. 關於職工福利事業之審議、推進及督導事項。
2. 關於職工福利金之籌劃、保管及動用事項。
3. 關於職工福利事業經費之分配、稽核及收支報告事項。
4. 其他有關職工福利事項。

天仁職工福利委員會福利金來源：

1. 創立時就事業單位資本總額提撥 5%。
2. 每月營業收入總額內提撥 0.15%。
3. 每月就每位職工薪資總額 0.5% 計算，由公司提撥（擬於本年度修訂職工福利委員會組織規章，向台北市勞工局核備）。

2014 薪酬相關比例									本公司平均薪資 與最低薪資比較 高或於 %(A-B)/B
職級	職能	男		女		總計		男及女	
		人數	平均薪資	人數	平均薪資	人數	平均薪資 A	當地最低薪資 B	
基層人員	研發	80	33,370	1	35,236	81	33,393	19,273	73.3%
	業務	190	28,201	390	27,074	580	27,443	19,273	42.4%
	管理	15	32,677	62	40,777	77	32,963	19,273	71.0%
	生產	47	31,377	75	27,332	122	28,890	19,273	49.9%
總計		332	30,098	528	28,735	860	28,703	19,273	48.9%

備註：以上人員皆為正職，所有基層人員薪資皆高於當地最低薪資，非主管級之人員皆屬之（主管：單位主管（含分公司、子店、總公司部門主管、群主管、上級）；非單位主管：除單位主管外，主任級（含）以上層級之主管），當地最低薪資定義：基本工資；以正職（月薪）2014/7/1 \$19,273 為當地最低薪資

2013 薪酬相關比例									本公司平均薪資 與最低薪資比較 高或於 %(A-B)/B
職級	職能	男		女		總計		男及女	
		人數	平均薪資	人數	平均薪資	人數	平均薪資 A	當地最低薪資 B	
基層人員	研發	77	34,104	1	35,573	78	34,123	19,047	79.2%
	業務	194	27,781	396	26,423	590	26,870	19,047	41.1%
	管理	11	32,063	62	40,451	73	39,187	19,047	105.7%
	生產	46	31,653	80	26,718	126	28,519	19,047	49.7%
總 計		328	29,952	539	28,098	867	28,799	19,047	51.2%

備註：以上人員皆為正職，所有基層人員薪資皆高於當地最低薪資，非主管級之人員皆屬之（主管：單位主管（含分公司、子店、總公司部門主管、群主管、上級）；非單位主管：除單位主管外，主任級（含）以上層級之主管），當地最低薪資定義：基本工資；以正職（月薪）2013/4/1\$19,047 為當地最低薪資

2012 薪酬相關比例									本公司平均薪資 與最低薪資比較 高或於 %(A-B)/B
職級	職能	男		女		總計		男及女	
		人數	平均薪資	人數	平均薪資	人數	平均薪資 A	當地最低薪資 B	
基層人員	研發	76	33,900	1	33,730	77	33,898	18,780	80.5%
	業務	184	26,906	381	26,052	565	26,330	18,780	40.2%
	管理	12	29,893	62	39,954	74	38,322	18,780	104.1%
	生產	49	31,543	79	26,943	128	28,704	18,780	52.8%
總 計		321	29,381	523	27,849	844	28,432	18,780	51.4%

備註：以上人員皆為正職，所有基層人員薪資皆高於當地最低薪資，非主管級之人員皆屬之（主管：單位主管（含分公司、子店、總公司部門主管、群主管、上級）；非單位主管：除單位主管外，主任級（含）以上層級之主管），當地最低薪資定義：基本工資；以正職（月薪）2012/1/1 \$18,780 為當地最低薪資

天仁茶業各級職能人員依其所屬單位或部門，再依職務屬性不同予以敘薪及考核，符合公司規定之專業能力者，可另行領取加給，營業單位主管依營業績效分級敘薪；營業單位主管除薪資外得另領取營業績效獎金；天仁茶業薪資與獎勵辦法，依公司管理規章規定辦理，規章各章節每年定期維護一次。同時考量對兼職人員的關懷，天仁茶業對兼職同仁亦有年節暨特休未休獎金辦法，慰勞兼職人員之辛勞。

高階主管如董事長、總經理、功能群主管（含副總經理、協理、廠長、副廠長等職銜），年薪及獎勵事項（功能群主管由總經理擬案），由薪資報酬委員會研議並提報董事會通過後執行。

◆天仁茗茶（含喫茶趣 togo 複店店）各營業單位

屬性	項目 / 職務別	單位主管 (含店長)	輔導長 地區經理 營業顧問	主任 (非單位主管)	業務人員	服務人員
薪資 (月)	本薪	V	V	V	V	V
	年資	V		V	V	V
	伙食津貼	V		V	V	V
	專業加給				V	V
獎勵	銷貨獎勵 (註)			V	V	V
	金杯獎勵			V	V	
	新客戶開發			V	V	
	上級特別獎勵	V				
	營業績效獎金	V				
	年節獎金	V		V	V	V
	年終獎金	V		V	V	V
	員工紅利 (年)	V		V	V	V

備註：此處之銷貨獎勵於門市服務人員部分如重點產品獎金亦屬之

◆天仁喫茶趣（含天仁茗茶、喫茶趣 togo 複合店）各營業單位

屬性	項目 / 職務別	單位主管 (店長)	督導	廚藝人員			服務人員	
				主廚	二、三廚	四廚、學徒	正職 (月)	兼職 (時)
薪資 (月)	本薪	V		V	V	V	V	
	伙食津貼	V		V	V	V	V	
	加給	V	V	V	V	V	V	
獎勵	服務獎勵						V	V
	營業績效獎金	V					V	
	年節獎金	V		V	V	V	V	
	年終獎金	V		V	V	V	V	V
	員工紅利 (年)	V		V	V	V	V	

備註：(1) 營業績效指該單位年度營業收入或純益為評估準據。(2) 2014 年由於受油電雙漲及食安事件對消費環境的衝擊，全體營運未能達到預期的經營目標，但考量全體同仁已盡最大的努力，所以，2014 年總公司、廠務部、門市、專櫃與 TA 等單位兼職同仁年節暨特休未休獎金發放辦法仍維持 2013 年的水準。

◆非營業單位之各級主管及同仁（指總公司，以下不含高階主管，董事長、總經理、功能群主管等職務）

屬性	項目 / 職務別	單位主管 (含經理、副理、主任等職銜)	各級同仁
薪資 (月)	本薪	V	V
	伙食津貼	V	V
	加給	V	V
獎勵	年節獎金	V	V
	年終獎金	V	V
	績效獎金	V	V
	員工紅利 (年)	V	V

2014 HR 各項數據統計表 - 職能							
職能	職級	男		女		總計	
		人數	平均薪資 (月)	人數	平均薪資 (月)	人數	平均薪資 (月)
研發人員	主管	1	95,034	-	-	1	95,034
	一般 (正)	80	33,370	1	35,236	81	33,393
管理人員	主管	15	100,601	12	63,938	27	84,306
	一般 (正)	15	32,677	62	40,777	77	32,963
	一般 (兼)	1	9,952	-	-	1	9,952
營業人員	主管	67	58,259	58	42,381	125	50,892
	一般 (正)	190	28,201	390	27,074	580	27,443
	一般 (兼)	138	13,801	374	16,221	512	15,569
生產人員	主管	8	75,613	1	50,896	9	72,867
	一般 (正)	47	31,377	75	27,332	122	28,890
總計	主管	91	67,168	71	46,145	162	57,954
	一般 (正)	332	30,098	528	28,735	860	29,262
	一般 (兼)	139	13,774	374	16,221	513	15,558

2013 HR 各項數據統計表 - 職能							
職能	職級	男		女		總計	
		人數	平均薪資 (月)	人數	平均薪資 (月)	人數	平均薪資 (月)
研發人員	主管	1	95,032	-	-	1	95,032
	一般 (正)	77	34,104	1	35,573	78	34,123
管理人員	主管	15	100,906	12	63,614	27	84,332
	一般 (正)	11	32,063	62	40,451	73	39,187
	一般 (兼)	-	-	1	12,099	1	12,099
營業人員	主管	69	56,924	59	41,681	128	49,898
	一般 (正)	194	27,781	396	26,423	590	26,870

2013 HR 各項數據統計表 - 職能							
營業人員	一般 (兼)	134	13,945	341	16,010	475	15,428
生產人員	主管	9	72,228	1	50,893	10	70,094
	一般 (正)	46	31,653	80	26,718	126	28,519
	一般 (兼)	-	-	1	19,917	1	19,917
總計	主管	94	65,813	72	45,464	166	56,987
	一般 (正)	328	29,952	539	28,098	867	28,799
	一般 (兼)	134	13,945	343	16,010	477	15,430

2012 HR 各項數據統計表 - 職能							
職能	職級	男		女		總計	
		人數	平均薪資 (月)	人數	平均薪資 (月)	人數	平均薪資 (月)
研發人員	主管	1	95,356	-	-	1	95,356
	一般 (正)	76	33,900	1	33,730	77	33,898
管理人員	主管	15	97,984	12	63,277	27	82,559
	一般 (正)	12	29,893	62	39,954	74	38,322
	一般 (兼)	1	4,120	-	-	1	4,120
營業人員	主管	71	55,733	61	41,212	132	49,023
	一般 (正)	184	26,906	381	26,052	565	26,330
	一般 (兼)	145	12,428	339	15,464	484	14,555
生產人員	主管	9	72,441	1	51,143	10	70,311
	一般 (正)	49	31,543	79	26,943	128	28,704
	一般 (兼)	-	-	1	20,107	1	20,107
總計	主管	96	64,314	74	44,924	170	55,874
	一般 (正)	321	29,381	523	27,849	844	28,432
	一般 (兼)	146	12,371	340	15,478	486	14,545



茶為古人養生之聖品，而天仁茗茶身為茶產業之領航者，特別重視同仁的身體健康，每年皆補助同仁進行身體健康檢查，於 2014 撥款新台幣 1,058,635 元，期望同仁在工作之餘，同時重視自己與家人的身體健康

同仁健檢補助超過
新台幣 100 萬元

單位：新台幣仟元

功能別 性質別	2014 年			2013 年		
	屬於營業成本者	屬於營業費用者	合計	屬於營業成本者	屬於營業費用者	合計
薪資費用	\$107,390	\$537,357	\$644,747	\$105,796	\$517,260	\$623,056
勞健保費用	\$11,075	\$51,519	\$62,594	\$10,546	\$47,907	\$58,453
退休金費用	\$5,887	\$25,502	\$31,389	\$5,479	\$23,321	\$28,800
其他員工福利費用	\$3,871	\$17,080	\$20,951	\$3,837	\$16,889	\$20,726
折舊費用	\$13,469	\$46,827	\$60,296	\$11,129	\$45,831	\$56,960
攤銷費用	-	\$2,184	\$2,184	-	\$627	\$627

◆天仁茶業保險種類與金額一覽表

年度	2012	2013	2014
勞工保險	26,147,067	28,377,086	31,000,664
全民健保	25,849,949	26,691,190	28,304,664
勞工退休金提撥 (含舊制及新制)	33,086,748	28,842,083	33,086,748

◆天仁喫茶趣內部考核機制

為培養同仁內部競爭文化與提升對外的服務熱忱，天仁喫茶趣實施內部考核制度，藉由考核方式，獎勵優秀的同仁，凝聚向心力，提供給消費者最優質的服務感受。天仁喫茶趣對同仁的考核制度分為兩大類：(1) 針對幹部及正職兼職團隊 與 (2) 廚師團隊

目的：1. 藉由年度評核，獎勵表現優異之同仁。
2. 建立公開公平的評核標準。

幹部及正職兼職團隊

1. 正職員工以上人員之考核成績調薪晉升級數 (1) 薪資每級調薪。 (2) 獎勵級數每級獎勵金。 (3) 正職人員以上年度至少考核一次。 (4) 正職人員以上三個月後參加新人考核。 (5) 正職人員以上之員工考核表，依其工作內容為考核依據。 (6) 副組長級以上之考核表為主管考核表。	2. 兼職人員之考核成績調薪晉升級數 (1) 每級調薪。 (2) 獎勵級數每級獎勵金。 (3) 新進兼職人員工作時數滿固定時數可參加考核。 (4) 兼職人員之員工考核表，依其工作內容為考核依據。
---	---

員工專業技術部份考核基準占比

1. 新人滿試用期（三個月）考核。 A. 員工出缺勤狀況考核。 B. 口試、筆試、實做。 C. 直屬主管面談→對新進員工學習狀況及工作情況，做一溝通了解。	2. 年度（至少一次）屬例行性考 A. 員工出缺勤狀況考核。 B. 筆試、實做（由員工工作情況中觀察）、口試。 C. 員工自我考核（口試） D. 直屬主管面談→對員工工作情形關心，並依員工工作狀況及員工能力，分派負責業務。	3. 晉升考核：正職人員（儲備幹部）→副組長（至少一個部門進階考核通過）→組長（需通過茗茶、茶館及吧台等部門進階考核通過） A. 員工出缺勤考核。 B. 筆試、口試。 C. 直屬主管及店長面談→領導統禦能力、應變能力、承受壓力程度。 D. 員工晉升考核如為副組長級（含）以上，須連同總部人員一同參與考核。
--	---	--

廚藝團隊

1. 廚藝人員 - 主廚，其考核成績調薪晉升級數 (1). 每級調薪。 (2). 廚藝人員 - 主廚每一年考核一次。 (3). 如遇特殊狀況廚師須提前考核，由主廚向該店主管提出申請，由單位主管向總部報備，提前考核廚藝人員（三廚以上），並以專案處理。	2. 廚藝人員 - 二廚、三廚，其考核成績調薪晉升級數 (1). 每級調薪。 (2). 廚藝人員 - 二廚、三廚，每一年考核一次。 (3). 如遇特殊狀況廚師須提前考核，由主廚向該店主管提出申請，由單位主管向總部報備，提前考核廚藝人員（三廚以上），並以專案處理。	3. 廚藝人員 - 學徒、四廚考核，其考核成績調薪晉升級數 (1). 每級調薪。 (2). 廚藝人員 - 學徒、四廚，每半年以上一年以下考核一次。 (3). 新進廚藝人員 - 學徒、四廚，三個月後參加新人考核。 (4). 如遇特殊狀況廚師需提前考核，由主廚向該店主管提出申請，由單位主管向總公司報備，提前前考核廚藝人員（三廚以上），並以專案處理。
---	--	---

表格繼續下頁

考核內容		
1. 主廚之考核要項 (1) 和去年度比較物料成本控管及毛利率提升。 (2) 和去年比較顧客滿意函、客訴及異物出現的高低。 (3) 四季套膳比賽參賽多寡與冠亞軍的次數。	2. 二、三廚職之考核要項 (1). 比照考核升遷表。 (2). 四季套膳比賽參賽多寡與前三名的次數。 (3). 各項產品、手工類之重量標準，準確度、美觀、速度。	3. 四廚職以下之考核要項 (1). 比照考核升遷表。 (2). 四季套膳比賽參賽多寡與入圍次數。 (3). 各項產品、手工類之重量標準，準確度、美觀、速度。 (4). 配合上級、公司之要求事項〔配合度〕。 (5). 平日之工作表現。

◆天仁茶業公司 全體員工 歷年績效獎勵受領人數統計

2014								
屬性	職級	男		女		總計		
		人數	總人數	人數	總人數	人數 A	總人數 B	比率 A/B %
績效獎勵	主管	71	91	61	71	132	162	81.48%
	一般 (正)	263	332	407	528	670	860	77.91%
	一般 (兼)	110	139	340	374	450	513	87.72%
總計	全體	444	562	808	973	1,252	1,535	81.56%

2013								
屬性	職級	男		女		總計		
		人數	總人數	人數	總人數	人數 A	總人數 B	比率 A/B %
績效獎勵	主管	72	94	58	72	130	166	78.31%
	一般 (正)	269	328	395	539	664	867	76.59%
	一般 (兼)	118	134	292	343	410	477	85.95%
總計	全體	459	556	745	954	1,204	1,510	79.74%

2012								
屬性	職級	男		女		總計		
		人數	總人數	人數	總人數	人數 A	總人數 B	比率 A/B %
績效獎勵	主管	74	96	62	74	136	170	80.00%
	一般 (正)	255	321	380	523	635	844	75.24%
	一般 (兼)	117	146	302	340	419	486	86.21%
總計	全體	446	563	744	937	1,190	1,500	79.33%

備註:以上績效評比係以各單位領有營業績效獎金含純益 (營業單位主管、業績獎金 (各級人員、例、銷貨獎勵、金杯獎勵、新客戶開發、上級特別獎勵、重點產品獎金等) 等及兼職人員領有年節獎金之人數，依據各年度之不同情況，總計受領前述定義之績效獎勵人數佔總人數之平均比率，都在 80% 左右。

8.3 職涯發展

為提升同仁自身的能力與天仁對外的總體競爭力，本公司不定時提供內部課程與外部訓練補助方案，一方面同仁可藉由訓練課程更加了解茶文化與增加對內向心力，一方面對外在競爭環境更有敏銳度，將產品與服務提升至更貼近未來市場需求。本公司於 2014 年之教育訓練投資超過新台幣 100 萬元。

2014 年天仁管理階層外部訓練課程內容與績效				
外部訓練 (秘書、茶藝 相關課程)	3,400	108	台北市大安社區大學舉辦「茶藝文化基礎班」、「茶藝文化研習班」，學習更深入的茶文化	
	4,050	16	中華國際無我茶會舉辦「茶產業參訪研習活動」，對台茶更深入認識，並了解其他茶相關週邊商品與茶席擺設佈置學習	
茶葉焙製進修訓練	7,000	7	財團法人工業技術研究院舉辦「碳焙陳年老茶技術實務研習營」，了解陳年老茶的製作技術，如何以特殊碳焙技術，提升茶葉的附加價值	
食品安全控管相關訓練	3,200	8	台灣檢驗科技股份有限公司舉辦「食品防護及生物恐怖攻擊防範訓練課程」，具備規劃與執行食品安全防護管理能力，強化對食品安全防護管理之要領	
GHP 食品良好衛生規範實務探討訓練課程	3,200	8	SGS 舉辦『GHP 食品良好衛生規範實務探討訓練課程』，了解培訓企業幹部具備規劃與執行食品衛生安全管理的能力，透過教學課程建置食品工廠之衛生設計與了解食品工業之衛生管理之要領	
服務相關訓練	-	2.5	SGS 舉辦『客訴處理黃金秘技～化危機為轉機』，打破傳統客訴迷思，重新體認服務經濟年代的新思維。	
外部訓練	-	2.5	參加 SGS 舉辦『客訴處理黃金秘技～化危機為轉機』，打破傳統客訴迷思，重新體認服務經濟年代的新思維。	

2014 年天仁管理階層外部訓練課程內容與績效			
HACCP 持續教育訓練	13,000	120	總公司及廠務部門主管及同仁（主要為食品安全小組成員，層級由執行副總經理、ISO 管理代表徐廠長以下至各級主管及有關同仁共 30 人）參加由實踐大學創新育成中心委派之專任講師，講授有關食品安全衛生管理法修正要點及食品標示規範說明及案例討論
食品安心系列課程 - 食品標示篇	3,600	14	由財團法人台灣食品產業策進會舉辦「食品安心系列課程 - 食品標示篇」培訓課程，了解現行標示法規與未來趨勢、追朔追蹤與標示及食品標示與消費爭議探討
外部訓練	9,000	28	參加捷晟企管舉辦『個別指導式演說技巧提升班』，提升個人之演說技巧，尤其現任教育訓練職務，更需強化現場之掌控力、表達力及組織力，並學習全盤性的演說技巧原則與要領，活用於工作上
稽核相關課程	3,000	6	參加由中華民國內部稽核協會舉辦『稽核人員應了解之內部控制要素與原則』，了解 COSO 內部控制 - 整合架構的內容重點，並說明相關內部控制法令規範和實務案例。
外部訓練 (秘書、茶藝相關課程)	3,400	108	參加台北市大安社區大學舉辦『茶藝文化基礎班、茶藝文化研習班』，學習茶藝文化，聽聽不同老師的授課方式。
職業安全衛生法暨 附屬法規宣導講習	-	6	參加勞動部職業安全衛生署舉辦專業課程，加強對法規內容之認識及了解。
外部訓練 (會計相關課程)	8,000	12	參加會計研究發展基金會舉辦『發行人證券商證券交易所會計主管持續進修班』，上市公司會計主管持續進修課程
外部訓練 (稽核相關課程)	6,000	12	參加會計研究發展基金會舉辦『公開發行公司內部稽核人員持續進修班』，提升稽核能力
	3,000	6	參加內部稽核協會舉辦『最新修正財務報表編製準則及相關法令對企業內控、內稽之影響』，協助稽核人員等了解相關規定，以及協助企業評估與調整內部控制與內部稽核制度
茶研習	1,800	16	參加中華國際無我茶會舉辦「茶研習活動」，對台茶更深入認識，本次以宜蘭地區茶產區為主

備註：天仁提供之教育訓練能同時協助增加離職員工在該產業發展之技能

2014 年同仁受訓時數															
男 (受訓小時數)								女 (受訓小時數)							
研發人員	業務人員	生產人員	行政人員	小計	主管	一般員工	小計	研發人員	業務人員	生產人員	行政人員	小計	主管	一般員工	小計
36	3,552	442	923.5	4,953.5	2,639.5	2,314	4,953.5	42	5,995	140	1,504	7,681	1,792	5,889	7,681

教育訓練費用：新台幣 1,093,357 元（不含間接投入成本，如：內部講師之薪酬及學員交通補貼等支出）

職能	每名員工每年平均受訓 時數 (男)	每名員工每年平均受訓 時數 (女)
研發人員	0.44	42.00
業務人員	13.82	13.38
生產人員	8.04	1.84
行政人員	30.78	20.32

職級	每名員工每年平均受訓 時數 (男)	每名員工每年平均受訓 時數 (女)
主管	29.01	25.24
一般員工	6.97	11.15



8.4 生活與工作平衡

同仁的能量如果在工作中被消耗，工作效率必然會下降，我們希望同仁們在工作之餘，也能維持生活中的正面能量補充，福委會每年皆安排各項活動，讓同仁和同仁之間除了工作外，有更多互動、增進情感與激勵的機會。

天仁茶業 2014 年福委會之活動項目如下

活動項目	參與人數
慈善強身公義路跑 V-men	19
天仁茶文化館員工一日遊	79
地球環保日 - 社區清掃	123
全國商店優良店長選拔活動	2

備註：2014 年員工旅遊總補助金額：新台幣 1,890,000 元，此補助金額非由職工福利金項下支出，係由公司另列預算支付。

◆ 2014.02.05 新春開工團拜



◆ 2014 慶生會



◆ 2014.04.17&24 員工一日遊



◆ 2015.01.20 尾牙感恩旺年會





玖. 天仁之出 - 茶文化推廣

八之出為茶經中「茶的產地」的介紹，藉由茶產地的介紹，說明天仁在社會面向如何運用人情味的力量與宗旨，影響各地飲茶的消費者愛茶、惜茶，將茶的文化推廣到世界各地，奠定天仁茗茶在全球茶產業中不可或缺的地位。

山南以峽州上，襄州、荊州次，衡州下，金州、梁州又下。

淮南以光州上，義陽郡、舒州次，壽州下，蘄州、黃州又下。

浙西以湖州上，常州次，宣州、杭州、睦州、歙州下，潤州、蘇州又下。

劍南以彭州上，綿州、蜀州次，邛州次，雅州、瀘州下，眉州、漢州又下。

浙東以越州上，明州、婺州次，臺州下。

山南地區的茶以峽州產的為最好，襄州、荊州產的次之，衡州產的差些，金州、梁州的又差一些。

淮南地區的茶，以光州產的為最好，義陽郡、舒州產的次之，壽州產的較差，蘄州、黃州產的又差一些。

浙西地區產的茶，以湖州產的為最好，常州產的次之，宣州、杭州、睦州、歙州產的差些，潤州、蘇州產的又差一些。

劍南地區的茶，以彭州產的為最好，綿州、蜀州產的次之，邛州、雅州、瀘州的差些，眉州、漢州又差一些。

浙東地區的茶，以越州產的為最好，明州、婺州產的次之，臺州產的差些。

茶者南方之嘉木也。一葉一節，

數十尺。其巴山峽川有兩人採之，

而掇之其樹如瓜，葉如梔子花，白

蒿微實如楸櫚，蒂如丁香，根如胡桃。其字

或法草或法木或法其字或法草或

續三曰護四曰茗五曰荈其地上者生烟石中者生

後木或茅木并生名一曰茶二曰標壤下者

生黃土凡藝而不實植而罕茂法如種

瓜三歲可採野者上園者次陽崖陰林次上

綠者次第者上芽者次茶棗上葉舒次陰山坡

者者石款項堪採掇性凝滯結瘕疾

茶之為用味至寒為飲最宜精行儉德

之人若熱渴凝悶腦瘧目渴四肢煩百節

與醯醢甘露抗衡也采不時造石精雜以卉莽他

不舒聊四五啜之成疾茶為累也忘猶人

參上者生上黨中者生百濟新羅下者

生高麗有生潯州易州幽州檀州者為

樂其效況非此者設服薺萐使六疾

瘳知人參為累則茶累亦矣

9.1 台灣式茶文化

博大精深的茶文化是中華民族老祖先傳承下來最寶貴的知識之一，而台灣最難能可貴的就是對文化的尊重與發揚。天仁非常幸運能身在此文化濃厚的環境中，並持續發揚台灣式茶文化，將其推廣至全世界，亦是天仁創辦人最初的創業願景。

天仁茶業公司於 2006 年在苗栗縣頭份鎮的天仁茶文化園區成立「天仁茶文化館」，定義台灣式的茶文化為「文創式茶文化」，針對一般民眾，於生活各方面置入茶文化，達到寓教於樂的目的，讓平常較少品茶、不認識茶的民眾建立對茶的基本概念，進一步接觸茶、愛上茶，並將茶文化傳承下一代。我們的具體作法：

一、取之於茶、用之於茶

天仁茶文化館採免費參觀、免費導覽、免費奉茶，實踐「取之於茶、用之於茶」的理念，為天仁實踐社會責任的積極表現。

二、五感體驗

館內設施以看、聽、聞、觸摸及品嚐這五感體驗為重點進行規劃，空間的設計、版面資訊及展品是屬於視覺的體驗；空間中撥放著與風潮音樂合作之茶相關音樂，是聽覺的饗宴；傳統的竹製焙茶籠，提供空氣中親新的茶香，讓客人一進入館內就有撲鼻地驚豔，是味覺的感動；設計可自行動手操作的茶葉轉盤、茶區按鈕、互動式多媒體機，增加觸覺體驗；



現場免費奉茶，可以品嚐一杯天仁的好茶，若意猶未盡，有外帶吧台提供高品質茶飲及知名茶園茶葉蛋，更可至天仁喫茶趣餐廳享用美味茶餐，滿足味覺體驗。



三、茶藝推廣教學

- ◎ 協助門市免費茶藝教學：輔導天仁門市對貴賓進行免費之兩堂課茶藝教學
- ◎ 館內茶道教室：提供專業的六堂課的初級班茶藝教學
- ◎ 學校、機關、團體茶藝教學：直接到學校課堂或公司團體現場的茶藝教學，長期配合的有國立聯合大學、台北醫學大學、中原大學、佛光山法寶寺等。

四、積極參與公益活動

以天仁茶文化館的軟硬體資源、無障礙空間，積極參與社會公益活動，提供各項貼心服務。我們曾經規劃過下列活動：

- ◎ 台北市身心障礙協會茶園參訪
- ◎ 台北市視障協會聽覺、觸覺認識茶
- ◎ 桃園市脊椎損傷協會無障礙空間參訪
- ◎ 苗栗縣弱勢家庭兒童夏令營認識茶葉教學
- ◎ 學生職涯體驗：協助國中應屆畢業生對於職業、職場的

- 了解，提供其升學或就業方向的參考，我們協助了新竹縣尖石國中、苗栗縣大同國中、富禮國中、內湖國中...等
- ◎ 學童茶藝教學：協助幼兒園、國小鄉土教育之認識台灣茶葉課程。

五、親茶體驗 DIY

茶不只可以喝，還可以玩，可以創作，我們規劃了多項趣味 DIY 活動，讓民眾親自參與、親手創作，可提高對茶的認識及好感。



六、交流平台建立

交流會展區定期邀請茶相關領域之創作者或老師進行展覽，讓參觀的群眾每一次到來都有新的內容可參觀，並與各個領域的老師交流，藉機蒐集各方資訊及展品，進一步提升館藏內涵。歷年曾進行的展覽包括：

植物染創作展	陸羽茶器特展
天仁行銷特展	瓷器之美特展
可以喝的骨董 - 普洱茶特展	宜興紫砂壺特展
台灣紅茶特展	台灣茶藝特展
香道特展	翁明川竹雕茶藝特展
徐兆煜柴燒創作展	手拉坯創作特展
楊莉莉青花瓷特展	

七、推動茶葉國民外交

以台灣特色的茶葉及茶藝進行國民外交，目前已有美國、加拿大、俄羅斯、挪威、瑞典、丹麥、英國、法國、德國、義大利、沙烏地阿拉伯、以色列、希臘、西班牙、南非、澳洲、巴布亞紐新幾內亞、中國、日本、韓國、菲律賓、越南、泰國、印度、馬來西亞、印尼、新加坡...等數十國家的人士參訪。

八、茶藝推廣

於特定的日子舉辦現場主題活動，加強與參觀群眾的互動，曾經舉辦過下列活動：

- ◎ 茶席展示：各式主題茶席展演
- ◎ 特殊茶藝體驗：藏族酥油茶體驗
- ◎ 世界喝茶日活動：免費茶席奉茶
- ◎ 世界奉茶日 - 無我茶會活動



九、提供創意茶飲

設立飲料吧，提供多樣天然、美味的創意茶飲，方便飲用，也提高客人對茶飲的接受度。

年度	參訪人數
2010 年	46,368
2011 年	50,689
2012 年	43,314
2013 年	51,066
2014 年	47,175

◆天仁茶文化館未來目標

一、館場設備升級與維護

1. 多媒體展示設備更新，解決展示版面資料及年表更新問題。
2. 可攜式多語言導覽系統，解決導覽人力及多國語言需求。
3. 防護性設備增加，提高館場參觀空間安全性及舒適性。

二、現有任務落實執行

1. 用心接待每一個預約參觀團體，根據個別需求彈性安排參觀流程。
2. 持續開發新展覽，讓館內資訊不斷更新與累積，並加強與業界的連結。
3. 逐步擴充館藏，包括文物及資訊，擴充文化內涵。

三、參觀效益延伸

1. 促進參觀民眾在園區現場的採購，落實 COUPON 券之發放。
2. 讓來自各地的參觀民眾對天仁的肯定，延伸回到其居住地的天仁茗茶、天仁喫茶趣，擴大參觀效益。

四、積極公益參與

1. 對於弱勢團體、偏遠地區學童等，提供天仁茶文化館資源給予協助，例如之前的身心障礙人士、視障學童、山區中的尖石國中等。
2. 提供館場空間支持公益活動進行，例如心視界樂團駐點演唱、世界喝茶日奉茶無求等。

9.2 天仁知識中心

「茶知識可以很深厚也可以很簡單！」天仁茗茶以台灣為中心點，推展茶知識至世界各地，將茶道文化與知識融入在各國不同的生活習慣中，在台灣必須有深厚的茶知識推廣中心，培養出更多茶知識人才，因此天仁創辦人李瑞河先生於 1980 投資成立陸羽茶藝中心，深入淺出的將茶文化與知識開創新的茶藝生活觀念、培養茶道師資、宏揚茶道精神。創辦人歷經 33 年的努力深耕，天福集團於北京成立陸羽茶道教室，並於福建創立「漳州科技職業學院」，兩岸同步為當代茶文化之發展而努力。



◆陸羽茶藝中心

陸羽茶藝中心是「陸羽茶藝股份有限公司」所經營的茶文化推廣中心，於 1980 年成立於台北市，從事茶道教學與茶具設計、生產等工作。

一、陸羽茶藝中心主要業務如下：

1. 茶具的研發：致力於當代茶具的設計與開發，其中流行於喝茶界的「陸電九世」，那是陸羽三十年來經過多次改良的泡茶專用電茶壺；全套陶瓷壺組也已開發至 109 世的「雅典娜」壺組。
2. 茶道教學：成立茶道教室，開設初、中、高級各種茶學研討會（請點閱陸羽茶學研討會簡介）。至 2013 年 1 月為止，已有三萬人學習茶道取得各科結業證書，每年並舉行「泡茶師檢定考試」。



3. 茶藝月刊與茶書的出版：茶藝月刊自 1980 年 12 月至 2011 年已出版至 321 期，記錄當代茶文化發展的軌跡；並有茶書、教學影帶等出版。作為教科書或茶學推廣工具。

4. 茶文化活動的舉辦：創立泡茶師檢定考試制度暨創辦無我茶會，並推動成立「泡茶師聯會」及「中華國際無我茶會推廣協會」，經常配合舉辦各種茶文化活動。是目前台灣舉辦茶文化活動頻率最高、規模最大的單位；尤以二年一屆交互舉行的「茶藝展」、「茶學研討與論文發表會」及每兩年一次在世界各地舉辦的「國際無我茶會」最受矚目。



二、 陸羽茶藝中心的飲茶新觀念：

陸羽茶藝中心致力研究當代茶道生活的各種泡茶與品飲法，並整理歸納為十大茶法：列入茶學研討會課題

十大茶法				
小壺茶法	蓋碗茶法	大桶茶法	濃縮茶法	含葉茶法
旅行茶法	抹茶法	冷泡茶法	泡沫茶法	煮茶法

2014 年陸羽茶藝中心茶文化活動

(一) 與「無我茶協」合辦每月第一個週末下午之茶學專題演講，邀請各界專家針對他的專門研究，以演講方式與茶友們分享。舉辦場次如後： 4 月 13 日「台灣原生種野生茶」 10 月 17 日「茶道的內容究竟是什麼」 12 月 6 日「台灣當代陶藝茶壺發展概論」
(二) 5 月 3 日—協辦 2014 年世界奉茶日，於大安森林公園舉行，約二百多位茶友參加。
(三) 6 月 14 日至 15 日—舉辦第 50 屆陸羽泡茶師檢定考試，本屆共計通過新科泡茶師 26 位、單項通過學科 4 位、術科 30 位，目前總計有 1,007 位陸羽泡茶師。
(四) 7 月 5 日—日本茶之湯文化學會一行 20 人來陸羽參訪，並進行茶道觀摩與交流。
(五) 7 月 24 日—浙江農林大學師生一行 6 人來陸羽參訪，並進行茶道交流。
(六) 7 月 26 日—中華國際無我茶會推廣協會師資推薦甄選考試，於陸羽茶藝中心舉行。
(七) 9 月 13 日—協辦 2014 中秋夜晚無我茶會，於台北市中山堂前廣場舉行，約 150 位茶友與會泡茶。
(八) 9 月 13 日—台北市商業處主辦「台北茶道文化季」，邀請本中心參加於 101 大樓廣場前的展售活動。
(九) 11 月 14 日至 17 日—協辦 2014 台灣國際茶業博覽會(南港展覽館)，參與舞台區茶道表演與現場教民眾泡茶活動。
(十) 12 月 14 日—慶祝陸羽 34 周年，舉辦慶生會、品茗會、回饋老客戶的全館茶葉茶具特賣等慶祝活動，集團李主席、李董事長與貴賓及二百多位茶友蒞臨同慶。

陸羽茶學研討會年度開班統計〈2014/3~2015/2〉

班別	累計期數	年度期數	人數
茶藝基礎課題研討	464	7	159
茶法與茶會研討	128	3	74
泡茶精進研討	61	3	41
評茶與賞茶研討	78	4	75
香道基礎課題研討	12	2	31
香道進階課題研討	2	1	10
陸羽茶經研討	6	1	22
短期研討	268	4	7
邀請講座與活動		6	9,118
合計		31	9,537



◆陸羽茶藝未來目標與社會承諾

(一) 舉辦各階段茶學研討會，介紹國人各種茶學知識與技藝，享受茶藝生活的樂趣。

(二) 研發各種精美茶具，提昇品茗之藝術境界，引發民眾對茶道學習之興趣。

(三) 舉辦「泡茶師檢定考試」，培訓專業泡茶師與茶道師資，以利茶道教育之推展。

(四) 與「中華國際無我茶會推廣協會」、「泡茶師聯會」、「天仁茶藝文化基金會」共同舉辦茶文化活動。

(五) 主辦或參加國際茶文化交流活動，如兩年一屆的「國際無我茶會」、「國際茶文化研討會」，期使當代茶文化更博大精深。陸羽茶藝中心已邁入第三十五年，走過了三分之一世紀，致力於茶學教育的推展，以及中華茶文化的發揚，可說是當代茶藝的發源之地。今後將秉持創業之初心，以既有之基礎經驗及創新的精神，繼續為當代茶文化開創更美好前景。



9.3 天仁茶藝文化基金會

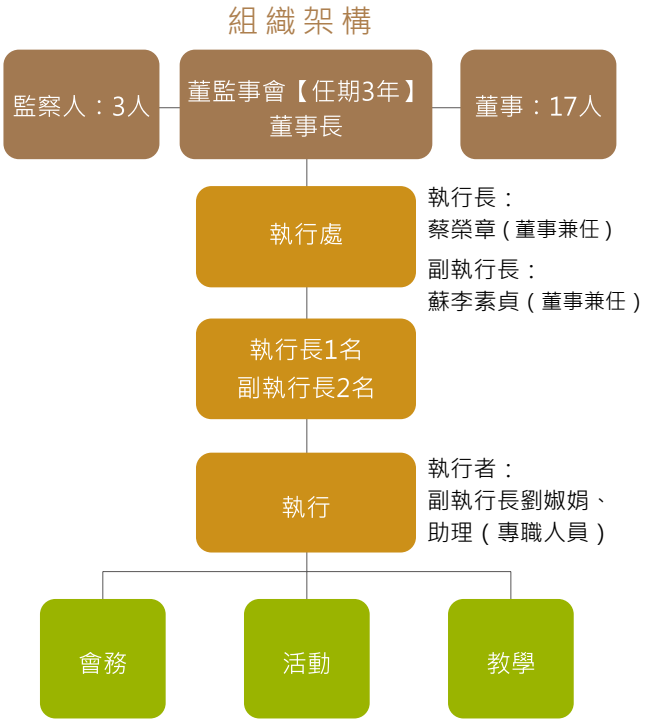
天仁創辦人李瑞河先生於 1984 年為善盡企業「取之於社會，用之於社會」的社會責任，與響應政府復興中華傳統文化的號召，成立天仁茶藝文化基金會，以加速促使茶藝文化的發揚光大為目的，從事各項有關的工作。

◆天仁茶藝文化基金會宗旨

- 一、獎助有關茶藝方面的研究與著作。
- 二、獎勵對茶藝有卓越貢獻的個人或單位。
- 三、協助國際茶藝文化工作的交流活動。
- 四、協助或舉辦茶文化活動及茶藝知識的傳播、教育工作。

活動項目與績效成果

活動項目	績效成果或費用
陸羽茶學研討會	150 堂，約 300 人
特教團體茶藝研習	參與人數約 30 人， 經費約 12,000 元
協辦伊甸基金會高雄視障朋友生活講座	參與人數 35 人， 經費 17,500 元
指導大同技術學院及福建漳州科技學院學生茶道表演	參與人數約 260 人， 經費 45,000 元
主辦「六大茶類品評鑑賞」研習會	參與人數 42 人， 經費 28,800 元
協助職訓局雲嘉區「職涯接軌」職業訓練研習會教學	參與人數 38 人
主辦「高級評茶員及高級茶藝師研習會」並於漳州科技學院	參與人數 30 人， 經費 357,000 元
天福茶學院參加考證研討會	【104 年取得雙證人數 27 人】
主辦海峽兩岸名茶交流品茗鑑賞	參與人數約 80 人， 經費 10,000 元
主辦華安鐵觀音茶區製茶研習	參與人數 35 人， 經費 216,000 元



茶者南方之嘉木也一尺二尺乃至
數十尺其巴山峽川有兩人合抱去伐
而掇之其樹如瓜蓋葉如梔子花如白
蒿微實如枿櫚蒂如丁香根如胡桃其字
或從草或從木或从木其字或從草或
從木或從木并至名一曰茶二曰標壤下者
生黃土凡藝而不實植而罕茂法如種
瓜三歲可採野者上園者次陽崖陰林次上
綠者次第者上芽者次茶卷上葉舒次陰山坡
者者不款項堪採掇性凝滯結瘕疾
茶之為用味至寒為飲最宜精行儉德
之人若熱渴凝滯腦疼目澀四肢煩百節
與醯醢甘露抗衡也采不時造不精雜以卉莽他
不舒聊四五啜之成疾茶為累也亦猶人
參上者生上堂中者生百濟新羅下者
生高麗有生潯州易州幽州檀州者為
樂其效況非此者設服薺芫使六疾
瘳知人參為累則茶累亦矣

10.1 GRI-G4 指標對照表

確信內容請參考
10.4 會計師獨立確信報告書

一般標準揭露		對應章節	頁碼	確信
策略與分析				
G4-1	組織的最高決策者對其組織與策略的永續性之相關聲明	1.2 天仁永續之聲	P.7	
組織近況				
G4-3	說明組織名稱	2.1 天仁介紹	P.12	
G4-4	說明主要品牌、產品與服務	2.3 產品介紹 7.1 天仁產品與品牌	P.18	
G4-5	說明組織總部所在位置	2.1 天仁介紹	P.13	
G4-6	組織營運所在的國家數量及國家名 (包括主要營運所在 國或與永續發展議題有關的所在國)	2.5 全球茶櫥窗	P.22	
G4-7	所有權的性質與法律形式	2.1 天仁介紹	P.13	
G4-8	說明組織所提供服務的市場 (包含地理細分、所服務的 行業、客戶 / 受惠者的類型)	2 .5 全球茶櫥窗	P.22	
G4-9	說明報告組織之規模	2.1 天仁介紹 2.2 營運績效	P.13 P.15	
G4-10	a. 依聘僱合約與性別報告員工總數 b. 依聘雇類別與性別報告正式員工總數 c. 依性別報告總 勞動人口，包括員工和協力人力 d. 依區域與性別報告總勞動人口 e. 報告該組織的勞動主要組成是否大部分由依法自聘人員或個人擔任，而不是由員工或協力人力 (包括承包商的員工及其承攬人力) f. 報告就業人數的顯著變化 (如季節性變化)	8.1 人力資源管理	P.93	
G4-11	受集體協商協定保障之總員工數比例	8.1 人力資源管理	P.92	
G4-12	描述組織的供應鏈	6.1 天仁永續茶業	P.68	
G4-13	報告揭露期間有關組織規模、架構、所有權或供應鏈之任何重要改變，包括： ・位置的改變或操作變更，包括設施啟用，關閉和擴展 ・股本結構變動及其他資本形成，維護和變更業務 (民間機構) ・供應商所在位置，供應鏈的結構，或與供應商間關係的變化，包括選擇和終止	報告其間組織規模與供應商皆無重大改變		
G4-14	說明組織是否具有因應之預警方針或原則	3.3 公司治理	P.35	

一般標準揭露		對應章節	頁碼	確信
G4-15	列出經組織簽署認可，而由外部所制定的經濟、環境與社會規章、原則或其他倡議	無簽署相關倡議		
G4-16	列出公司參與協會 (如商業協會)，和全國或國際性擁護機構的會員資格： ・在協會治理單位擔任之職位 ・參與專案或委員會，提供除了常規會費外的贊助基金 ・將參加會員資格做為策略性考量	4.5 天仁之外部組織參與		
鑑別重大考量面與邊界				
G4-17	a. 列出組織合併財務報表或等同文件中所包含的所有實體。 b. 說明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 組織可引述公開的合併財務報表或等同文件中的資訊，來報告此標準揭露項目	1.4 範疇與來源 可參考 2014 年年度報告 p.4~p.8	P.45	
G4-18	a. 界定報告內容和考量面邊界的流程 b. 組織如何依循「界定報告內容的原則」	4.1 利害關係人關注議題鑑別過程	P.40	
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	4.1 利害關係人關注議題鑑別過程	P.41	
G4-20	對每一重大考量面，報告組織內之考量面邊界，具體如下： ・報告此考量面在組織內是否為重大的 ・如果考量面對組織內所有實體不屬重大 (如 G4-17)，請選擇以下兩種方法之一，報告為： - 在 G4-17 中考量面不是重大的實體或實體群組列表， 或 - 在 G4-17 中考量面為重大的實體或實體群組列表，報告組織內任何有關考量面邊界之特定限制	4.1 利害關係人關注議題鑑別過程	P.42	
G4-21	對每一重大考量面，報告組織外之考量面邊界	4.1 利害關係人關注議題鑑別過程	P.42	
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	1.3 編輯過程	P.8	
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	1.3 編輯過程	P.8	
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	4.2 與利害關係人溝通之方式	P.43	

表格接續下頁

一般標準揭露		對應章節	頁碼	確信
G4-25	就所議合的利害關係人，說明鑑別與選擇的方法	4.1 利害關係人關注議題鑑別過程 4.2 與利害關係人溝通之方式	P.40 P.43	
G4-26	說明與利害關係人議合的方式，包含依不同利害關係群體及形式的議合頻率，並說明任何的議合程序是否特別為編製此報告而進行	4.2 與利害關係人溝通之方式	P.43	
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，包括透過報告說明提出每一關鍵議題與關注事項的利害關係人群體	4.2 與利害關係人溝通之方式	P.43	
報告書基本資料				
G4-28	所提供資訊的報告期間（如會計年度或日曆年度）	1.4 範疇與來源	P.8	
G4-29	上一次報告的日期（如果有）	1.4 範疇與來源	P.8	
G4-30	報告週期（如每年一次、兩年一次）	1.4 範疇與來源	P.8	
G4-31	提供可回答報告或內容相關問題的聯絡人	1.6 報告製作單位	P.8	
G4-32	a. 說明組織選擇的「依循」選項 b. 說明針對所擇選項的 GRI 內容索引 c. 如報告書經過外部保證 / 確信，請引述外部保證 / 確信報告 GRI 建議進行外部保證 / 確信，但並非為「依循」本指南編製的必要條件	1.3 編輯過程 1.5 會計師第三方確信	P.8	
G4-33	a. 說明組織為報告尋求外部保證 / 確信的政策與現行做法 b. 如果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 c. 說明組織與保證 / 確信雙方之間的關係 d. 說明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	1.5 會計師第三方確信	P.8	
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	3.2 組織架構 3.3 公司治理	P.27 P.32	
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	2.4 天仁核心理念與價值 3.3 公司治理	P.21 P.32	

特定標準揭露指標		對應章節	頁碼	說明	確信
經濟					
考量面：經濟績效					
管理方針		2.1 天仁介紹 2.2 營運績效	P.12 P.15		
G4-EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	2.2 營運績效 2014 年財報 p6~p9	P.15		
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	6.4 氣後變遷與茶產業	P.77		
考量面：採購實務					
管理方針		6.1 天仁永續茶業	P.68		
G4-EC9	於重要營運據點，採購支出來自當地供應商之比例	6.1 天仁永續茶業	P.69		
考量面：市場形象					
管理方針		8.1 人力資源管理	P.92		
G4-EC5	在重要營運據點，不同性別的基層人員之標準薪資與當地最低薪資的比例	8.2 薪酬福利	P.102		
G4-EC6	在重要營運據點，僱用當地居民為高階管理階層的比例	8.1 人力資源管理	P.92		
環境					
考量面：原物料管理					
管理方針		6.1 天仁永續茶業	P.68		
G4-EN1	所用原物料的重量或體積	6.1 天仁永續茶業	P.69		
考量面：能源管理					
管理方針		6.3 節能環保綠色企業	P.73		
G4-EN3	組織內部的能源消耗量	6.3 節能環保綠色企業	P.74	本公司無使用再生能源之燃料	
G4-EN6	減少能源的消耗	6.3 節能環保綠色企業	P.73		

特定標準揭露指標		對應章節	頁碼	說明	確信
考量面：溫室氣體排放					
管理方針		6.3 節能環保綠色企業	P.74		
G4-EN16	能源間接溫室氣體排放量（範疇二）	6.3 節能環保綠色企業	P.74		
考量面：產品和服務					
管理方針		6.3 節能環保綠色企業	P.74		
G4-EN27	降低產品和服務對環境衝擊的程度	6.3 節能環保綠色企業	P.74	無評估但有相關作為	
考量面：環保法令遵守					
管理方針		6.1 天仁永續茶業	P.68		
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			2014 年無相關情事	
考量面：供應商（環境）管理					
管理方針		6.1 天仁永續茶業	P.70		
G4-EN32	採用環境標準篩選新供應商的比例	6.1 天仁永續茶業	P.70	2014 年末訂定相關篩選機制	
社會					
社會 - 勞工實務與尊嚴勞動					
考量面：勞僱關係					
管理方針		8.1 人力資源管理	P.92		
G4-LA1	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	8.1 人力資源管理	P.97		
G4-LA2	按重要營運據點劃分，只提供給全職員工（不包括臨時或兼職員工）的福利	8.2 薪酬福利	P.102		
G4-LA3	按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	8.1 人力資源管理	P.99		
考量面：勞工 / 管理關係					
管理方針		8.1 人力資源管理	P.92		
G4-LA4	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	8.1 人力資源管理	P.101	天仁皆依法公告	
FP3	因為產業糾紛、罷工、停廠而造成工作時間損失的比例			2014 年無發生任何相關情事	

特定標準揭露指標		對應章節	頁碼	說明	確信
考量面：職業健康與安全					
管理方針		8.1 人力資源管理	P.92		
G4-LA5	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	8.1 人力資源管理		天仁無勞工健康與安全管理委員會	
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	8.1 人力資源管理			
G4-LA7	與其職業有關之疾病高發生率與高風險的勞工			無相關評估	
G4-LA8	工會正式協約中納入健康與安全相關議題			無工會	
考量面：訓練與教育					
管理方針		8.3 職涯發展	P.111		
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	8.3 職涯發展	P.113		
G4-LA11	按性別和員工類別劃分，接受定期績效及職涯發展檢視的員工比例	8.2 薪酬福利	P.110		
考量面：多樣性與機會平等					
管理方針		8.1 人力資源管理	P.92		
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	3.3 公司治理 8.1 人力資源管理	P.32 P.92		
考量面：勞工申訴機制					
管理方針		8.1 人力資源管理	P.92		
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	8.1 人力資源管理	P.93		
社會 - 人權					
考量面：不歧視					
管理方針		8.1 人力資源管理	P.92		
G4-HR3	歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動	8.1 人力資源管理	P.93		
考量面：結社自由與協商					
管理方針		8.1 人力資源管理	P.92		
G4-HR4	已發現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	8.1 人力資源管理	P.93		

表格接續下頁

特定標準揭露指標		對應章節	頁碼	說明	確信
考量面：童工					
管理方針		8.1 人力資源管理	P.92		
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	8.1 人力資源管理	P.93		
考量面：強迫勞動					
管理方針		8.1 人力資源管理	P.92		
G4-HR6	已發現具有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	8.1 人力資源管理	P.93		
社會 - 社會					
考量面：反貪腐					
管理方針		3.3 公司治理	P.32		
G4-SO3	已進行貪腐風險評估的營運據點總數及百分比，以及所鑑別出的顯著風險	3.3 公司治理	P.35		
G4-SO4	反貪腐政策和程序的溝通及訓練		P.35	未進行相關訓練	
G4-SO5	已確認的貪腐事件及採取的行動	3.3 公司治理	P.35	2014 年無相關情事發生	
考量面：健康與實惠的食品					
管理方針		7.2 食品安全	P.83		
FP4	任何促進健康生活方式、預防慢性疾病、取得健康營養以及負擔的起的食物、增進社區福祉的任何計畫與實際行動	7.1 天仁產品與品牌 7.2 食品安全 9.1 台灣式茶文化 9.3 天仁茶藝文化基金會	P.80 P.83 P.120 P.126		
考量面：法規遵循					
管理方針		6.1 天仁永續茶業	P.68		
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			2014 年無受罰之情事	
社會 - 產品責任					
考量面：客戶健康與安全					
管理方針		7.2 食品安全	P.83		
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比例	6.2 茶葉製程管理 7.1 天仁產品與品牌 7.2 食品安全	P.70 P.82 P.83		

特定標準揭露指標		對應章節	頁碼	說明	確信
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			2014 年無任何違法之情事	
FP5	在該地方的生產量，經過獨立第三方根據國際認證的食品安全管理系統標準的比例	6.2 茶葉製程管理	P.72		
FP6	每一項產品種類，消費品總銷售量中降低飽和脂肪、反式脂肪、鈉以及添加糖的比例	7.1 天仁產品與品牌	P.82		
FP7	每一項產品種類，消費品總銷售量中包含增加營養成分的 ex: 纖維、維生素、礦物質、植物化學物質或功能性食品添加劑的比例	7.1 天仁產品與品牌	P.82		
考量面：行銷溝通					
管理方針		七、天仁之飲 - 產品與服務	P.80		
G4-PR6	禁止或有爭議產品的銷售			2014 年無銷售爭議之產品	
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			2014 年無違反相關法規	
考量面：客戶隱私					
管理方針		7.3 客戶滿意	P.88		
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	7.3 客戶滿意	P.88		
考量面：產品的服務與標示					
管理方針		7.3 客戶滿意	P.88		
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	7.2 食品安全		2014 年無違法之情事	
G4-PR5	客戶滿意度調查的結果	7.3 客戶滿意	P.88		
FP8	超過法定要求，和顧客溝通成分與營養資訊的政策與做法			皆依法規規定	
考量面：產品的服務與標示					
管理方針		七、天仁之飲 - 產品與服務	P.80		
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			2014 年無相關重大罰款	

10.2 全球盟約對照表

類別	十項原則	報告書相關章節	頁碼
人權	在企業影響所及的範圍內，支持並尊重國際人權	8.1 人力資源管理	P.92
	企業應確保公司內部不違反人權		P.93
勞工部分	保障勞工結社之自由，並有效承認集體談判的權利	8.1 人力資源管理	P.92
	消逆所有型式強迫性的勞力		P.93
	有效廢除童工		P.93
	消逆雇用及職業上的歧視		P.92
環境部分	支持採用採取預防性措施面對環境挑戰	六、天仁之煮 - 友善製程與環保	P.77
	採取善盡更多的企業環境責任之作法		P.73
	鼓勵研發及擴散環保化科技		P.76
反貪腐	企業應努力反對一切形式之腐敗，包含敲詐及賄賂	3.3 公司治理	P.32

10.3 上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法

要求項目	對應章節	頁碼	註解
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	6.2 茶葉製程管理 7.2 食品安全	P.70 P.83	
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	7.2 食品安全	P.83	2014 年無違反相關法規
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	6.1 天仁永續茶業	P.69	
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	6.2 茶葉製程管理	P.72	
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	6.1 天仁永續茶業	P.69	
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	7.2 食品安全	P.85	
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	7.2 食品安全	P.84	2014 年尚未自設實驗室； 2015/4/10 已成立

10.4 會計師獨立確信報告

天仁茶業股份有限公司 公鑒

一、確信範圍

本事務所接受天仁茶業股份有限公司 (以下簡稱天仁公司) 之委任，對 2014 年度企業社會責任報告書中所選定之永續績效資訊進行有限確信並出具意見。有關天仁公司所選定之標的資訊及其適用基準，詳附件一

管理階層責任

天仁公司管理階層應依據適當之基礎編製 2014 年度企業社會責任報告書，包括參考全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiatives, GRI) 所發布之第四代永續性報告指南 (G4) 及行業補充指南，並應設計、執行及維護與報告編製相關之內部控制，以蒐集並揭露報告書內容。

本事務所責任

本事務所係依照財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」之要求規劃並執行有限確信工作。

二、確信工作

有限確信案件中執行程序之性質及時間與適用於合理確信案件不同，其範圍亦較小，所取得之確信程度明顯低於合理確信案件。為取得有限確信，本事務所於決定確信程序之性質及範圍時曾考量天仁公司內部控制之有效性，但目的並非對天仁公司內部控制之有效性表示意見。為作成有限確信之結論，本事務所已執行下列工作：

●與天仁公司之管理階層及員工進行訪談，以瞭解天仁公司履行企業社會責任之整體情況，以及報導流程；

●透過訪談、檢查相關文件，以瞭解天仁公司之主要利害關係人及利害關係人之期望與需求、雙方具體之溝通管道，以及天仁公司如何回應該等期望與需求；

●針對報告中所選定之永續績效資訊進行分析性程序；蒐集並評估其他支持證據資料及所取得之管理階層聲明；如必要時，則抽選樣本進行測試；

●閱讀天仁公司之企業社會責任報告書，確認其與本事務所取得關於企業社會責任整體履行情況之瞭解一致。

三、先天限制

因企業社會責任報告中所包含之非財務資訊受到衡量不確定性之影響，選擇不同的衡量方式，可能導致績效衡量上之重大差異，且由於確信工作係採抽樣方式進行，任何內部控制均受有先天限制，故未必能查出所有業已存在之重大不實表達，無論是導因於舞弊或錯誤。

四、品質管制與獨立性

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

五、結論

依據本事務所執行之程序及所獲取之證據，未發現天仁公司所選定之永續績效資訊有未依照適用基準編製而須作重大修正之情事。且本事務所未發現天仁公司 2014 年度企業社會責任報告書有未依據 G4 核心選項編製而須作重大修正之情事。

安永聯合會計師事務所

會計師：蕭翠慧

民國一〇四年十月二十八日



附件一

編號	頁次	內文標題	標的資訊	適用基準	其他說明
1		符合性確信	天仁揭露 2014 年度企業社會責任報告書係依據全球永續性報告協會所發布之第四代永續性報告指南之核心選項編製	第四代永續性報告指南核心指標	
2	72	茶葉製程管理	本公司為維護生產過程的品質，每年針對食品業三大國際認證項目：ISO9001 系統認證、ISO22000、HACCP 體系驗證進行續評或複評，更自主針對回教食品 HALAL 體系作驗證，從 2005 年起認證費用支出 (不含間接投入之人力及管理成本) 累計逾新台幣 130 萬元。2014-2012 年，管理系統驗證費用分別為 16 萬，14 萬及 8 萬	公司統計資料	「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第一目之應加強揭露績效指標
3	83	食品安全	茶葉農藥殘留委由 SGS 檢驗：212 件	公司統計資料	
4	83	食品安全	餐飲原料由內部實驗室自檢：93 件	公司統計資料	
5	83	食品安全	餐飲原料委由 SGS 檢驗：29 件	公司統計資料	
6	84	食品安全	2014 年無發生食品安全衛生管理法暨施行細則之違法行為	公司資料及食品藥物管理署食品藥物消費者知識服務網查詢系統	「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第二目之應加強揭露績效指標
7	70	供應商管理程序與稽核	本公司供應商通過國際相關標準認證 (ISO、HACCP、FSSC) 共 23 家，2014 年採購金額為 71,239 仟元，佔總採購金額 9.6%	公司統計資料	「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第三目之應加強揭露績效指標
8	72	茶葉製程管理	本公司所販售的茶葉商品，均由通過國際三大認證 (ISO9001 系統認證、ISO22000、HCCP) 之廠房所生產，而茶葉佔所有產品之銷售百分比，於 2014 年為 54.29%	公司統計資料	「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第四目之應加強揭露績效指標

表格接續下頁

編號	頁次	內文標題	標的資訊	適用基準	其他說明
9	69	供應商管理程序 與稽核	2014 年總供應商家數 (A) : 217 家 , 2014 年稽核供應商家數 (B) :103 家 , 百分比 (B/A%) : 47.5%	公司統計資料	「 上市公司編製與申報企業社會責任 報告書作業辦法 」 第四條第一項第一 款第五目之應加強揭露績效指標
10	85	產品追溯與追蹤 管理	2014 年度可溯源產品之營業比重 : 茶葉 54.29% ; 茶具及其他 8.65% , 合計 62.94%	公司統計資料	「 上市公司編製與申報企業社會責任 報告書作業辦法 」 第四條第一項第一 款第六目之應加強揭露績效指標
11	84	食品安全實驗室	本公司 2014 年度並未成立實驗室 , 但已於 2015/4/ 10 成立食品安全實 驗室	公司資料	「 上市公司編製與申報企業社會責任 報告書作業辦法 」 第四條第一項第一 款第七目之應加強揭露績效指標
12	89	客戶滿意	2014 年客戶滿意度調查狀況 期間 : 2014.08 . 16~2014.08.27	公司統計資料	
13	108	薪酬福利	2014 年度員工身體健康檢查補助 1 ,058,635 元	公司資料	

