



2019年度鮮活控股

仁為義

企業社會責任報告書

股票代碼：1256
版權所有：鮮活控股股份有限公司



關於本報告書

報告書期間

本報告書為鮮活控股股份有限公司 (鮮活控股) 所發行之第七本企業社會責任 (Corporate Social Responsibility, CSR) 報告書, 所揭露數據及內容以 2019 年度 (2019 年 1 月 1 日至 12 月 31 日) 的資料為主, 部分績效數據將會追溯 2019 年前資訊或延伸至 2020 年最近資訊。鮮活控股並將自 2014 年起, 每年發行一本 CSR 報告書。

報告書邊界與範疇

本報告書所揭露資訊以鮮活控股股份有限公司旗下主要營運所在地之鮮活果汁有限公司、鮮活果汁工業 (天津) 有限公司和廣東鮮活果汁生物科技有限公司 (併稱『本公司』) 為主, 財務績效等指標則涵蓋整個合併集團。確信項目之邊界與範疇請詳確信項目彙總表之說明。天津、廣東廠尚未完整建立數據統計機制, 部分數據僅揭露昆山廠數據, 並於報告書中註明。

資料計算基礎

本報告書之各項資訊及統計數據, 財務數據係採用經會計師簽證後之公開資訊, 以新臺幣為計算單位; 其他數據皆來自自行統計與調查的結果, 各項統計數據以公制單位表示。

參考指南

本報告書參照全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiative, GRI) 於 2016 年頒布之 GRI 準則 (GRI Standards) 進行鑑別、執行與揭露本公司履行 CSR 的相關資料, 並依循核心揭露選項進行報告書編製。報告書後包含 GRI 指標索引, 以供快速檢索及查詢。

報告書確信

本報告書係委任勤業眾信聯合會計師事務所 (Deloitte) 按照中華民國會計研究發展基金會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」執行有限確信, 確信報告附於本報告書附錄。

聯絡單位

鮮活控股股份有限公司 總經理室 企業社會責任小組

地址: 中國江蘇省昆山市張浦鎮俱進路 10 號

郵編: 215321

電話: 86-512-5751-5501

傳真: 86-512-5751-5503

E-mail: CSR@sunjuice.com.cn

網站: www.myfreshjuice.com

茶烟袅細香
飲罷方舟去



珍珠奶茶的內容物主要以茶、糖漿、水果、奶和口感顆粒構成。

自古以來，茶是國人的飲品，是國粹的一部分。從唐朝時期，就有詩人用詩詞來寫茶和喝茶的意境，「朱唇啜破綠雲時，咽入香喉爽紅玉」這些詩詞也演變成今日茶飲的品項或是茶葉的名稱。宋朝時期，人們給予茶更豐富的內涵，我們熟知的范仲淹、朱熹等都以茶入詩詞，千年以來茶文化的傳承與我們的生活有著千絲萬縷的關係。

時至今日，茶的標準，更能夠透過中央廚房或者是工業化標準來達到茶萃取液或濃縮液的品質，而標準主要在於可溶性固形物、咖啡因及多酚。多酚有很多種，有些在適當的溫度及時間下能夠穩定存在，溫度不適宜時會自然分解，所以你能嚐到、聞到茶的甘美與芳香主要來自於多酚。標準化的萃取液或濃縮液中也有我們不想要的，比如茶乳，它會在 pH 值不對的情況下，使茶湯變黑、變混濁，比如單寧，它會帶來苦澀的口感。茶的多樣性能形成珍珠奶茶的多樣性，從單一的工藝可以延伸出更多的可能與想像力。

第二道內涵是糖漿，我們常常稱奶茶的靈魂是糖漿。從早期用蔗糖和砂糖來熬煮糖漿，製作成糖人、動物糖畫，在特定的溫度與蛋白質結合，製作成明爐烤鴨、烤乳豬，通過梅納反應的應用讓它產生甜感、香氣、焦糖色，並產生許多不同的特點。

糖漿延伸至今，包含天然的蜂蜜、果糖、黑糖，以及新一輪運用的健康糖。使用純淨的冰糖糖漿，可以凸顯飲品的新鮮口感；進一步透過炒糖，可以讓白糖、黃糖、紅糖、黑糖產生不同的香氣；而健康糖抑制胰島素分泌的特點，使人們對攝取糖可以是零熱量，例如阿拉伯糖、甜菊、羅漢果來製成糖漿，是糖尿病患者及不喜歡熱量的人士最好的糖替代物。

糖與奶、咖啡、茶及水果的結合，能使飲品呈現不同的特徵及香型，糖不僅是甜感和風味的來源，更是「顏值」的重要組成部分。黑糖加入鮮奶裡，因為溶解較慢且攪拌的時候會產生旋渦，進而形成高顏值的掛壁，而提升飲品顏值的同時，也能與珍珠結合產生不同的特質。其中，變化最多的是與水果的結合，不同的水果會產生不同的酸甜感，結合糖漿的甜感會產生不同的特徵，這種能創造美妙體驗的酸甜比例稱為黃金比例。而每種水果茶都有不同的黃金比例，這也是每個品牌自身的秘密。

水果的進場進一步形成市場上新的引爆點，產生新鮮、健康的元素及新的價值感。不只是好喝，還要高顏值。人們不僅僅是要喝一杯好喝的水果茶，而且要與這杯水果茶合照，所以會誕生現在的網紅、網紅店。但是，新鮮水果的標準化是一件高難度的事情，如何能夠讓新鮮水果與茶飲形成美妙的結合，鮮榨汁的標準化會是很好的選擇，我們通常用非濃縮還原果汁—NFC 來構成其中的銜接點。克服食品安全障礙以及對新鮮水果的管制點，讓各種鮮榨果汁都能夠與果肉、茶產生不一樣的新鮮感和健康元素，這是我們目前正在做的事。

新茶飲中還有一個重要的角色：奶。過去以來我們一直使用的奶精方便好用，但是奶精中的反式脂肪酸分解性差，容易在人體造成積累或導致肥胖。在人們對奶精有心理訴求時，會有相應的替代物產生，例如常溫牛奶、冷藏鮮奶、優格和益生菌，能增添茶飲的健康元素。鮮活在行業上關注的是：「我們是否能夠穿透行業限制，讓年輕人的喜好與目前環境及聯合國訴求的可持續生產的終極價值結合？」我們鼓勵大家使用全豆利用的植物奶，我們可以讓豆奶有不同的固形物含量，也能讓它的蛋白質含量比鮮奶還高，使豆奶的應用範圍更廣泛，全豆利用進一步地解決了排放豆渣的問題，是更健康、更環保的奶。在植物奶的基礎上，可以開發多種口味的植物優格或植



董事長的話

珍珠奶茶的五道內涵

物型養樂多，長遠來看，植物奶的開發是可以實現且具有優勢的。

最後一道內涵是口感顆粒。在全球化的背景下，珍珠奶茶很普遍，珍珠是第一代口感顆粒，接著出現了不同口味的椰果、布丁、豆花，以及芋圓和仙草凍。進一步，我們通過不同的製程能製作出不同外觀、風味及口感的口感顆粒，例如含有咖啡、茶、原汁、糖漿萃取液的包心晶球，甚至可以與水果進行複合，晶球的多樣化也賦予了茶飲豐富的顏值。

過去一杯珍珠奶茶的價值是人民幣 1 元或 8 元，通過這五道內涵的演變及相互搭配，它能成為新鮮、健康、天然的高顏值產品。進一步通過標準化，一杯珍珠奶茶或是水果茶可以賣到人民幣 25 元、30 元，甚至是 60 元。所以，今日的新茶飲能與年輕人的喜好相結合，變成全球化的潮流。

鮮活創辦人 黃國晃



目錄 CONTENTS

01

01 | 關於鮮活

- 公司規模與背景
- 經營策略與風險管理
- 公司治理
- 利害關係人溝通與重大議題

02

02 | 活力職場

- 落實員工關懷
- 人才培訓與升遷獎勵
- 勞工安全衛生
- 促進勞資和諧

03

03 | 深耕社會

- 基地農場創造鮮活與社區雙贏
- 社區互助與關懷救助
- 外部參與行業協會活動

04

04 | 安心產品

- 系統性的安全評估
- 負責任的供應鏈
- 品質持續進化

05

05 | 客戶互動

- 客製化服務與關係培養
- 客戶滿意度

06

06 | 永續環境

- 永續環境政策
- 能資源管理
- 污泥防治與排放

07

07 | 附錄

- 指標索引
- 依台灣證券交易所「上市公司編制與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項(以下簡稱「作業辦法」)加強揭露資訊與確信項目彙總表
- 會計師有限確信報告

關於鮮活
ABOUT FRESH JUICE

营业收入净额

35.21 亿元 ↑ 9.30%

营业收入净额达新台币 35.21 亿元，较 2018 年度增加 9.30%。

呆帳比率

0%

呆帳比率趨近於 0

稅後淨利

5.48 亿元 ↑ 23.98%

稅後淨利達新台币 5.48 亿元，较 2018 年度增加 23.99%。



壹 · 關於鮮活

全員品質、安全第一、美味創新、客戶滿意

1.1 公司規模與背景

1.1.1 公司簡介

鮮活控股股份有限公司係於 2010 年 1 月 12 日設立於開曼群島，為第一上市之主體，而本公司主要營運據點係位於中國大陸之鮮活果汁有限公司、鮮活果汁工業（天津）有限公司及廣東鮮活果汁生物科技有限公司。公司總部為鮮活果汁有限公司，位於江蘇省昆山市張浦鎮俱進路 10 號。

本公司為一多元化果汁飲品原料供應商，主要產品包含有濃縮果汁、果粉及果粒等果汁飲品調製材料，主要係用以作為各式果汁飲品之基底及口感食材。產品銷售範圍自各式連鎖餐飲業至食品加工廠，並同時透過地區經銷商作為通路的方式，將產品推廣至中國大陸各地區。另本公司藉由引進全球各產區優質果汁原漿及水果物料，以嚴謹之製程、多年開發之技術、先進殺菌系統及潔淨冷灌裝加工生產，提供客戶安全及多樣化之產品選擇，作為餐飲業及外賣飲料店調配果汁飲品之材料，或食品工廠用於生產水果風味食品使用之添加原料。



昆山廠（2011 年 3 月開始營運）



天津廠（2015 年 1 月開始營運）



廣東廠（2015 年 6 月開始營運）

公司名稱	鮮活控股股份有限公司
公司及營運地	鮮活果汁有限公司 設立日期：西元 2009 年 9 月；江蘇省昆山市
	鮮活果汁工業（天津）有限公司 設立日期：西元 2014 年 5 月；天津市
	廣東鮮活果汁生物科技有限公司 設立日期：西元 2014 年 10 月；廣東省肇慶市

主要營運項目

果汁、果粒、果粉類等產品之生產與銷售
集團年度銷量 73,111 公噸

成立日期

2010/1/12

實收資本額

新臺幣 338,422 仟元

董事長

黃國晃

員工總數（三廠）

768 人（截至 2019.12.31）



1.1.2 重要里程碑 與榮譽迹事

2012年09月
本公司正式於證券櫃檯買賣中心掛牌上櫃

2014年05月
於天津市成立
鮮活果汁工業(天津)有限公司

2014年10月
於廣東省成立
廣東鮮活果汁生物科技有限公司

2016年03月
本公司正式於臺灣證券交易所櫃轉市掛牌

2017年04月
於江蘇省昆山市成立
蘇州鮮南食品有限公司

2018年12月
「鮮活果汁工業(昆山)有限公司」
更名為「鮮活果汁有限公司」

2019年11月
協辦「中國飲料工業協會新零售飲品分會」成立大會

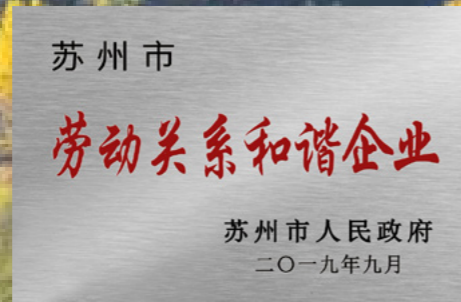
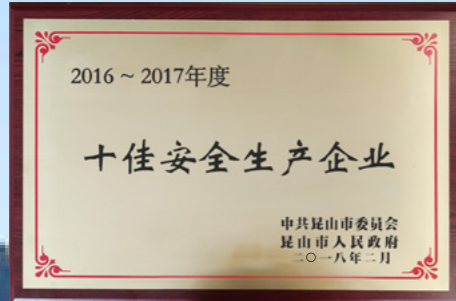
1998年02月
於江蘇省昆山市成立
鮮活實業(昆山)食品工業有限公司

2010年05月
提供世博會園區多家餐飲企業
特製飲料產品

2010年12月
與昆山市張浦鎮姜杭村經濟合作社於張浦鎮合資成立昆山姜杭生態農業科技開發有限公司

2011年03月
正式遷廠至中國大陸江蘇省
昆山市張浦鎮俱進路

1.1.2 榮譽與證書



- 2020年03月，鮮活果汁（昆山）榮獲昆山市「十佳和諧勞動關係企業」
- 2019年09月，鮮活果汁（昆山）榮獲蘇州市「勞動關係和諧企業」
- 2019年08月，連續五年榮獲臺灣天下雜誌「CSR企業公民獎－小巨人」獎
- 2019年01月，鮮活果汁（昆山）被評定為蘇州市「市級農業產業化聯合體」
- 2019年01月，鮮活果汁（昆山）榮獲昆山市「十佳成長型台資企業」
- 2018年02月，鮮活果汁（昆山）榮獲昆山市「十佳安全生產企業」
- 2017年09月，鮮活果汁（昆山）被評定為江蘇省「農業產業化省級重點龍頭企業」
- 2017年08月，鮮活果汁（昆山）榮獲昆山市「勞動關係和諧企業」
- 2017年07月，鮮活果汁（昆山）取得 HACCP 體系認證
- 2017年07月，鮮活果汁（昆山）取得 ISO9001 質量管理體系認證
- 2017年01月，鮮活果汁（昆山）榮獲「江蘇省信用管理示範企業證書」

1.1.3 鮮活產品

本公司一直關注餐飲市場的潮流趨勢與飲料行業的蓬勃發展，持續不斷研發新品，為客戶提供量身定做的專屬客製化產品與服務。目前的產品主要是專供中國大陸連鎖餐飲系統及食品加工廠的濃縮果汁、風味糖漿或相關果醬、天然果粉等，作為現調果汁風味飲品之原料。因應市場變化，加強維護客戶關係，貼近服務市場，推出新系列糖漿、高果肉原汁、口感顆粒等新產品，以及更好服務於當地連鎖系統客戶的客製化產品。消費者對果汁飲品之口感要求將更加挑剔，原汁含量高及含有果肉等新鮮口感的果汁飲品將會較受消費者喜愛，複合口味的果汁、果泥、冷凍果汁等產品逐漸受到連鎖品牌的歡迎。

中國大陸餐飲產業及市場概況：

在傳統通路的飲品，市面上已經持續有長達百年的傳承，隨著餐飲業的興起，年輕人需求多樣化，他們的口味需求不再受到局限。餐飲市場的崛起，普遍使用到茶、果汁、咖啡、口感顆粒的流行趨勢。近年來象徵新鮮與健康的果汁及飲品，更受到重視且市場逐漸擴大。居民收入增長帶來享受型消費增加，外出就餐代替家庭做飯是趨勢，即消費升級趨勢。城鎮化將帶來居民收入的提升、消費觀念的轉變，推動行業的發展。





已取得之專利項目共 28 項

其中發明專利 5 項 實用新型專利 23 項

1.1.4 公司專利

鮮活目前已取得之專利項目共 28 項，其中發明專利 5 項，實用新型專利 23 項。如下為近期獲取之專利明細

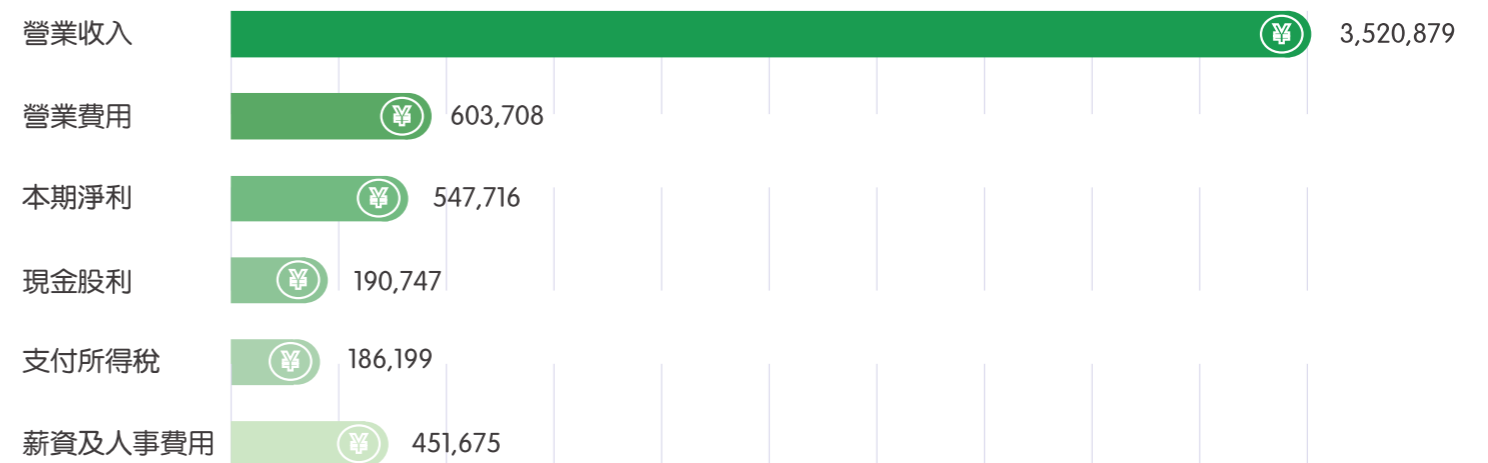
專利名稱及說明	專利號（申請號）	申請地區	專利類型	取得日期
一種帶低溫可控的冷卻循環裝置的濃縮設備	201820675518.9	中國大陸	實用新型專利	2019-1-22
一種分鍋分散乳化多種膠體的裝置	201820676223.3	中國大陸	實用新型專利	2019-1-22
可移動式堆肥製作裝置	201920003838.4	中國大陸	實用新型專利	2019-8-30
可移動式堆肥製作裝置	201920003772.9	中國大陸	實用新型專利	2019-8-30
一種新型鋁箔感應封口機	201920707837.8	中國大陸	實用新型專利	2019-12-27
一種多功能自動捆包機	201920700451.4	中國大陸	實用新型專利	2019-12-27
一種便於操作的封箱機	201920700453.3	中國大陸	實用新型專利	2019-12-27
一種貼標機	201920700359.8	中國大陸	實用新型專利	2019-12-27
一種多功能型水果清洗機	201920707965.2	中國大陸	實用新型專利	2019-12-27

1.1.5 財務績效

本公司多年來所建立的經營團隊、獲利模式與風險控管機制，均能妥善因應市場景氣變動所帶來的系統性風險，以穩健的步伐推動業務。2019 年本公司稅後淨利達新臺幣 5.48 億元，與

中國大陸的餐飲業共同成長。公司的銷售額持續增長，並且隨著大陸城鎮化發展，交通體系擴展越來越廣，高鐵站結合城市地鐵進駐，形成商業中心，吸引優質餐飲業者進駐。從廣大的中國大陸內需市場來看，餐飲市場行情較為樂觀，期盼未來能帶動公司更高的成長空間。

2019 年合併財務績效摘錄如下：



單位：新臺幣仟元

1.1.6 政府補助

本公司遵循政府法令宣導及政策新規，並即時關注財政補助、研究開發補助與政策性補助項目，於 2017 年至 2019 年分別取得政府補助新臺幣 14,144 仟元、28,476 仟元及 18,097 仟元，包含：十佳安全生產企業、創新轉型先進企業、優秀成長型企業、高新技術企業獎勵、工程專項資金獎勵、現代農業項目補助、工業機器人自動化補助、省級龍頭企業補助、昆山科技服務補助、研發專項補助、農業關鍵技術創新工程補助、創新能力建設科技服務補助等。

1.2 經營策略與風險管理

1.2.1 經營策略

發展以水果製品研發為核心，創建公司成為專業的餐飲行業供應鏈，致力研究市場流行趨勢，推出更具時尚特色的新產品，為引領產品朝更加天然、健康、營養、美味的方向而努力。同時秉持為客戶解出問題的經營理念，不斷提升經營效率和品質水準，以追求營收及獲利的成長，也創造出更多的股東價值。



1.2.2 風險管理

本公司有關重大營運政策、投資案、背書保證、資金貸與及銀行融資等重大議案，皆經適當權責部門評估分析及依董事會決議執行。董事會稽核室亦參考風險評估結果及公司營運需要擬定年度稽核計畫，對各單位及各項內部控制作業加以稽查，並形成稽核報告提供董、監事及高階主管進行決策參考，以落實公司治理精神，強化董事會監督管理機制，有效降低公司經營風險。此外，本公司業已建立各項有效之內部控制制度，並經董事會決議通過，由公司管理階層及各職能部門不定期進行檢討改善及執行各項風險評估工作。

風險議題	風險因數	對營運的衝擊	因應作為	機會效益
食品安全	食品安全法規變化	消費者對安全、健康、美味、營養的產品提出更多訴求。	積極延聘食品領域專業人才，強化研發團隊的創新及專利開發能力並提供積極激勵措施。	強化研發團隊的創新及專利開發能力並提供積極激勵措施，以保持技術領先。
同業競爭	上游供應商直接進入終端管道，國際大公司進入飲品行業。	需持續提供價格競爭優勢之產品外，更需為客戶提供穩定、安全的產品品質及多樣化產品選擇。	引進全球優質水果原料及原汁，且提供多樣化的品項及客製化產品，並持續研發新品，以提供具競爭力之產品。	本公司與通路商已建立長期合作夥伴關係，強化內部管理提高工作效能及自身的競爭能力。
中國大陸人工成本上升	中國大陸近年持續改善經濟環境，企業紛紛調漲工資。	中國大陸政府推行之「十三五」規劃，使近年來企業勞動成本持續上升。	改善生產流程，逐步導入自動及半自動化設備，提升自動化水準，增進生產效率。	薪資普遍上漲的趨勢下，人民的消費能力亦隨之增長，將帶動內需產業成長，本公司業績可望受惠。
原物料採購	全球相關資源與物資上漲影響。	主要原物料受到氣候或季節變化，影響供貨之品質及價格。	綜合考量市場和業務需求，並設有完善的預估採購機制，與供應商簽訂長期合約。	精準預估年度用量，在低價位或量產季節鎖定年度需求量，爭取價優品優。
資訊安全	資訊系統使用日益普及，須嚴防資訊外洩、駭客、或資訊系統硬體功能不足造成資訊安全風險。	資訊系統若出現異常，可能將影響生產、庫存、訂單處理等營運管控。	自建機房擁有規範的供電、防雷、空調、應急電源系統，採用防火牆、備分軟體等系統，並配合上網行為管理設備及企業防毒系統，設置嚴謹的訪問策略，防止駭客侵入及病毒感染。制定《災難復原計劃》，不定期演練模擬，檢驗資訊人員的實際應變能力。	導入客製化 ERP 系統，提高企業資訊管理效能，提升生產效率並降低營運成本。未來將持續強化資訊安全管理，維持資訊系統高效率運作。



1.2.3 特殊風險議題因應 – 新型冠狀肺炎病毒疫情

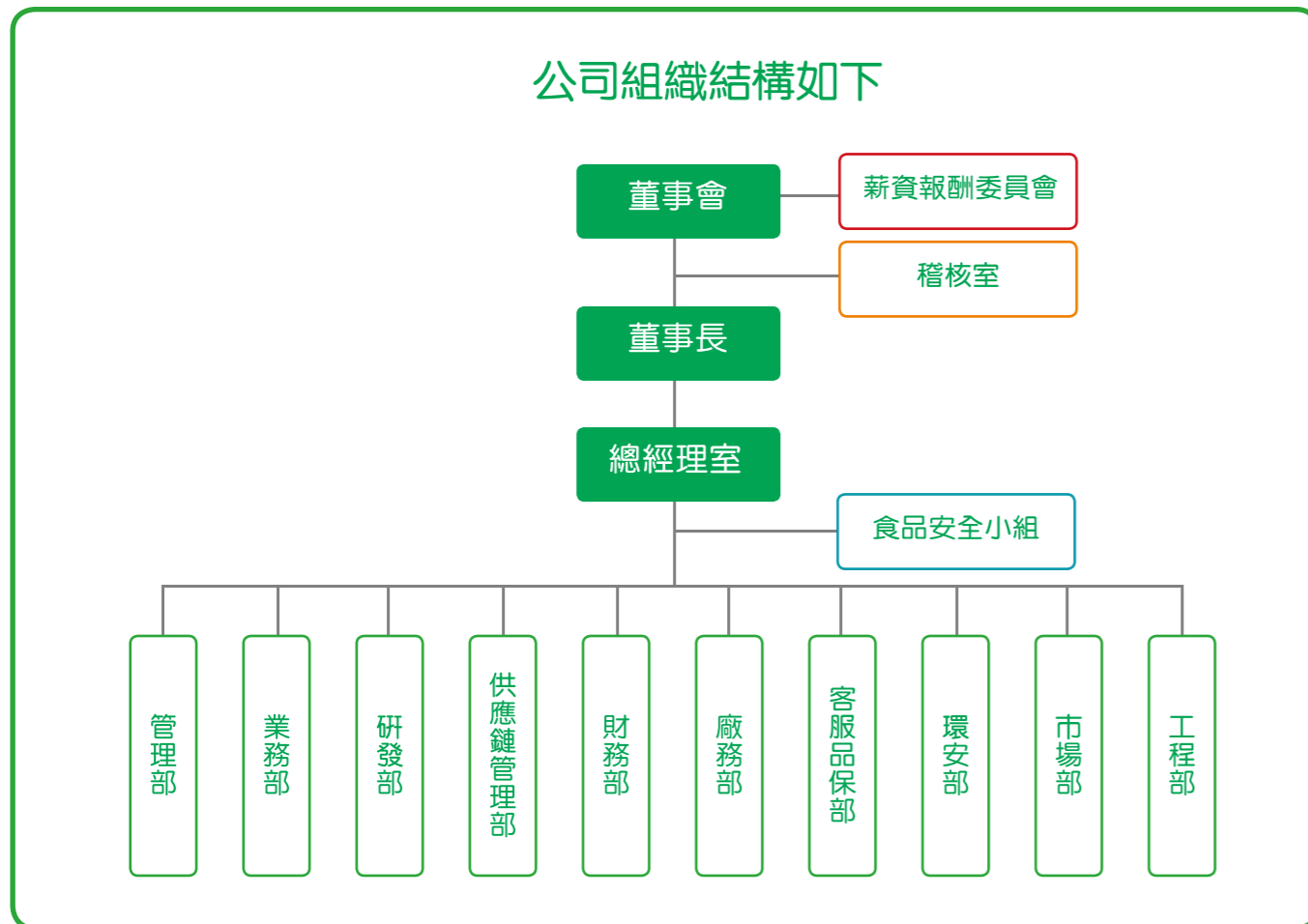
為預防新冠肺炎疫情的發生，降低疫情安全隱患，公司第一時間成立疫情防控小組，負責疫情防控全面工作，小組設有（副）總指揮、（副）執行長及 6 個小組，且每組設有專職組長。疫情期間每天召集疫情會議，確保各組工作安全，零風險。員工健康及出行動態盤查，並設有隔離室，對異常情況應急處理；公司防護用品採購與發放管理並確保一定的安全庫存；公司環境與食堂用餐消毒；收集政府疫情相關資料，及時共享並宣傳防控相關知識；全員參與，全員防護；對外來人員、車輛及工程管理同樣嚴格排查，盡可能降低交叉感染風險。

新冠肺炎疫情期間，為配合各省政府防疫工作以及保護員工健康，本公司各廠之春節復工日期由原定二月三日延遲至二月底至三月初，復工出期，公司為確保員工健康安全，控制上班人員數量，同時採取居家辦公方式安定員工就業。在中國大陸整體大環境下，安定就業、保障員工權益係企業重要之社會層面作為。

物流方面，所有外來車輛運輸人員需要提供 15 日的活動軌跡、蘇城碼，健康承諾書、體溫監測、佩戴口罩，運輸車輛入廠要全車消殺等，車輛司機入廠後車輛貼封條、禁止司機下車，途經疫情風險地區禁止入廠。

1.3 公司治理

在公司治理方面，鮮活一直秉持誠信經營之理念，積極推動營運透明化，透過健全公司治理機制，使公司營運能夠獲得有效管理及監控，以維護各利害關係人權益為原則，使經營更有效率及績效，落實公司治理機制。



本公司本屆董事會設董事 8 人(含獨立董事 3 人)，監察人 3 人，擁有財會、法律、餐飲等專業背景，其中獲得博士學位者 3 人。董監事選舉採候選人提名制度，由股東就候選人名單中選任之。董事會成員平均年齡為 53 歲，並有兩位女性董事及一位女性監察人，董事會每季召開一次，2019 年度共召開 6 次董事會，董事出席率達到 98%(不含委託出席)。本公司設有三席獨立董事且依照「公開發行公司獨立董事設置及應遵循事項辦法」規定辦理。

本公司定期於公司網站更新董事會架構，請詳：<http://www.myfreshjuice.com/>

董事會成員：

男性8

女性3

共11人

薪資報酬委員會

董事會下設立薪酬委員會(2011年11月)。依本公司之經營績效，評核最高治理成員與高階經理人薪酬，力求健全治理機能的完善，規範董事的利益回避原則，依法確實執行。目前三席委員，均為公司獨立董事，每年至少召開 2 次會議。薪酬委員會之職權範圍為擬訂下列各款事項之建議案，並將所提建議提交董事會討論議決。包括訂定董事、監察人之薪資報酬；訂定董事長、總經理暨經理人之薪資報酬；其他由董事會交議之案件。

薪酬委員會成員：

博士2

大學1

共3人

董監事進修情形

鮮活注重管理層綜合素質的提升，協助其與工作貢獻與未來職涯發展做相應連結，公司的高階主管定期會進修，2019 年通過參加各專題課程，增強本公司誠信經營與企業社會責任的意識，加強風險管控，並不斷落實與發展；並針對管理層規劃了一系列管理層相關課程，協助管理團隊清楚辨識人才特徵，以便更瞭解團隊成員的發展需求，進而提升其工作意願及訓練成效。

董事會成員之簡介與修課情形請參考鮮活 2019 年度年報之參、公司治理報告：
http://www.myfreshjuice.com/investor/financial_info.htm

1.3.1 誠信經營

公司的經營團隊皆以公司治理實務守則之綱要執事，目前選任三席獨立董事、三席監察人及配備充足並適任之內部稽核人員，依內部控制制度執行定期檢核，以落實公司治理之運作及推動。訂定道德行為準則，要求員工以負責任的態度遵循各項行為規範及倫理準則，並貫徹落實於員工訓練教育中。在公司同仁一致努力下，本公司獲得信用管理示範企業證書、誠信守法先進企業證書、企業信用管理貫標證書與重合同守信用企業證書。建立員工意見交流管道如匿名管理部意見箱、員工意見調查等，提供員工意見反應管道，相關部門負責人根據員工的意見作出及時的處理。

在反貪腐方面，本公司稽核部門已鑑別出反貪腐風險專案，對可能產生風險項目進行溝通和培訓。除公司管理層及其他員工進行監督外，稽核室在進行採購、銷售、不動產、廠房及設備等作業查核時，也將反貪腐作為重要之查核項目，列出相應之稽核程序驗證相關作業是否存在貪腐行為及內控程序有效性，2019 年度稽核未發現貪腐的現象。另外稽核室每年亦不定期對公司各部門進行內部控制相關知識的培訓，並於公司網站上設立違反從業道德行為舉報系統，提供公開檢舉管道及保密方式將公司相關人員不恰當行為直接反饋至管理層。

作為細分行業的領導者，本公司在中長期營運計劃的訂定及自身的成長過程中，致力於行業的共同成長，嚴格遵守各項法律法規，倡導公平競爭、共同成長的行業氛圍。公司從成立至今無任何涉及不正當競爭、壟斷或其他類似行為的訴訟。

本公司網站之公司治理專頁：<http://www.myfreshjuice.com/investor/governance.htm>



1.4 利害關係人溝通與重大議題

在追求永續經營的目標下，我們瞭解與利害關係人間的關係是共存共榮、休戚與共的。因此，我們對於與利害關係人間的溝通極為重視，我們希冀能與其建立透明有效的多元溝通，以作為瞭解利害關係人需求及其對本公司期許的管道，藉以擬定未來企業社會責任政策與相關方針計劃的重要參考。

「企業社會責任小組」是本公司企業社會責任相關事務的責任單位，由總經理及各部門主管組成，定期召開會議，並形成記錄，並負責將企業社會責任的概念推展至各單位和部門間的溝通協調，收集企業社會責任報告書的相關資訊，積極推動企業社會責任實務的落實執行。每年度 CSR 報告書完成後，會向董事會報告相關內容。

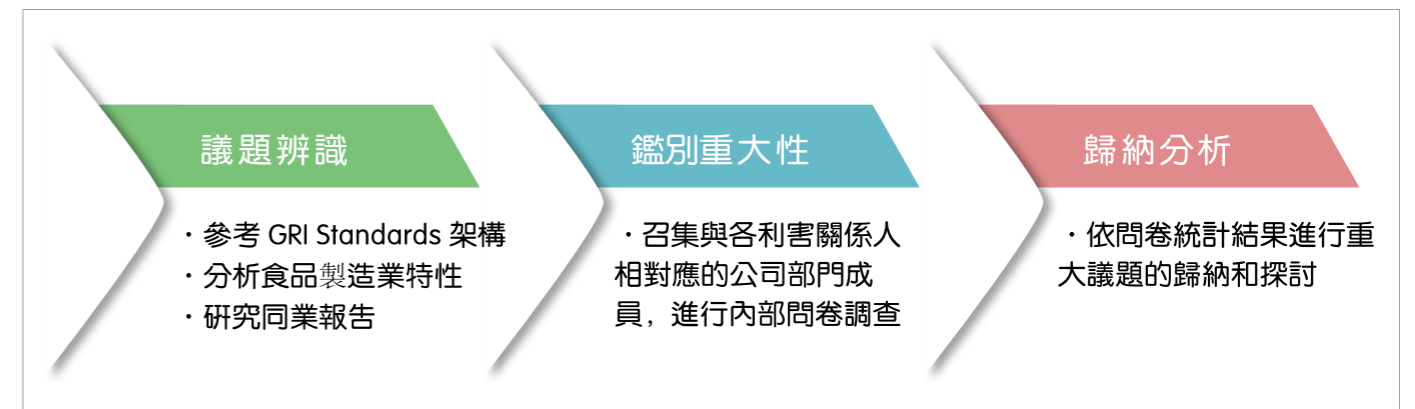


1.4.1 利害關係人辨識

為了能與利害關係人進行更有效的溝通，首要工作是辨別本公司的利害關係人。我們透過內部討論鑑別出：股東、主管機關、客戶、供應商、員工、社區居民和媒體等七大族群的利害關係人。

1.4.2 利害關係人議合與鑑別重大主題

爲了辨識利害關係人關注議題，我們透過公司內部討論和外部專家的協助，參考 GRI Standards、分析食品製造產業特性及研究同業報告，依經濟、環境與社會等不同面向，篩選出各利害關係人可能關注的議題，並以問卷方式進行評估調查，共 106 份問卷回收納入分析，其中有效問卷 92 份。我們歸納彙總各利害關係人所關心議題，並經由日常營運中不同管道與各利害關係人進行議合與溝通，希望透過這本企業社會責任報告書，回應各利害關係人所關注的議題。

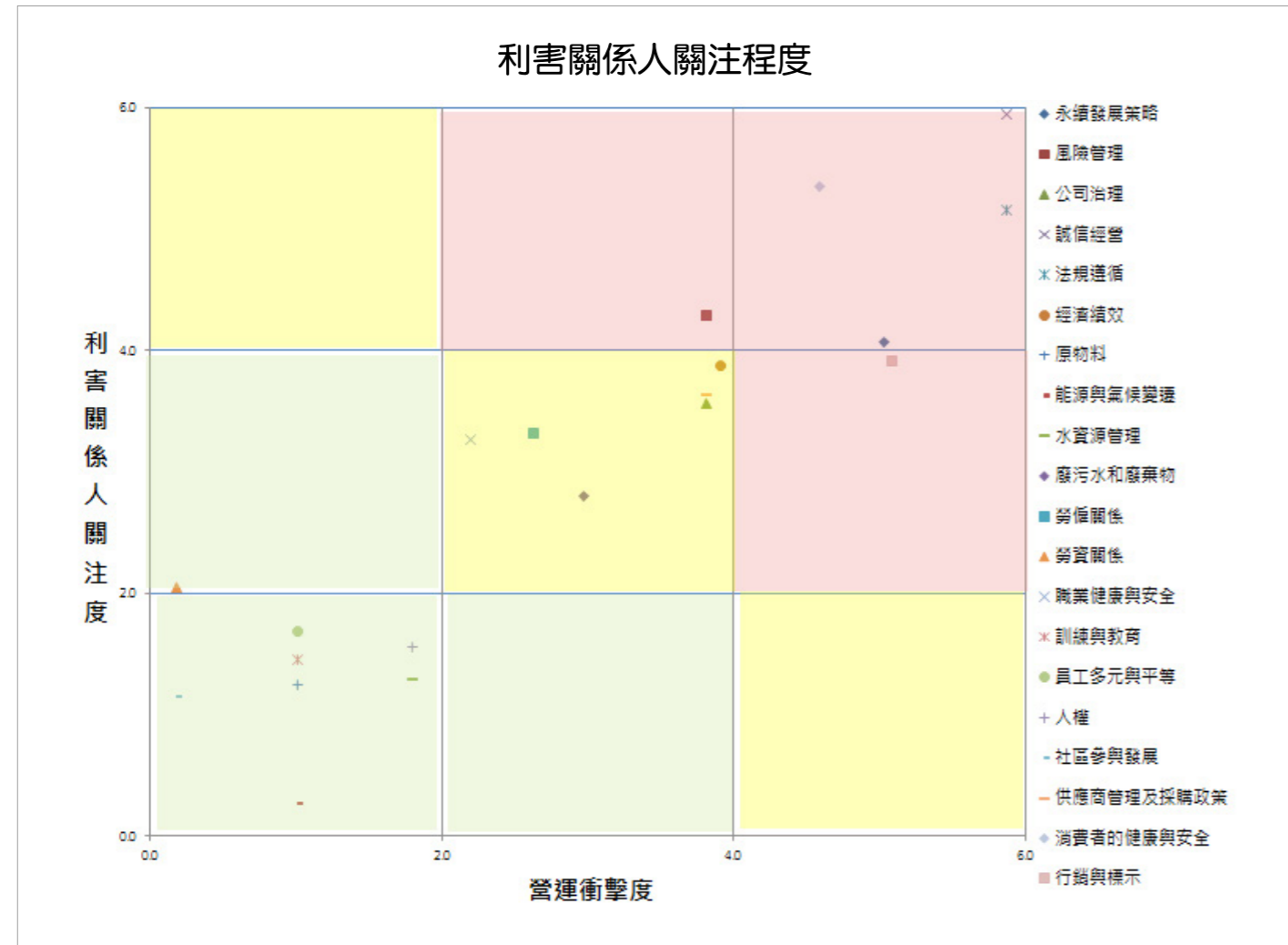


利害關係人溝通與重大議題

利害關係人	關注議題	議合方式及頻率
主管機關	永續發展策略 風險管理 誠信經營 法規遵循 消費者的健康與安全	<ol style="list-style-type: none"> 配合主管機關監理及查核，提供相關資訊（不定期）。 配合遵循主管機關政策，適時安排知識教育（不定期）。
員工	誠信經營 法規遵循 勞僱關係 職業健康與安全 消費者的健康與安全	<ol style="list-style-type: none"> 建立各部門定期會議制度，瞭解員工對公司的建議及改善方向（例：周會、月會、季度會議）。 內部電子郵箱及員工信箱設置，瞭解員工需求與建議，進而採納與貼近員工心聲（隨時）。 依工會法成立工會組織，建立內部溝通平臺（即時）。 各項管理辦法、獎懲異動公告（即時）。 公司內部徵才及員工不定期輪調。
客戶	永續發展策略 誠信經營 法規遵循 原物料 消費者的健康與安全	<ol style="list-style-type: none"> 制定拜訪計劃，與客戶保持密切聯繫（每週一次）。 每年舉辦經銷商大會，邀請餐飲業品牌資深業者暢享經驗（每年一次）。 每年夏、冬兩季舉辦新品推廣會，爲一線客戶進行新品現場推廣。 以客戶爲中心，及時、迅速協調訂單、樣品、出貨、貨款等跟蹤，及時回覆客戶詢問（每天、隨時）。 年度客戶滿意度調查表（每月一次，年度匯總平均）。 微信平臺及網站留言（網站留言隨時）。

利害關係人	關注議題	議合方式及頻率
供應商	永續發展策略 風險管理 誠信經營 法規遵循	<ol style="list-style-type: none"> 通過電話、郵件、通訊軟體等方式及時溝通（≥ 1 次 / 月）。 定期與不定期接待供應商拜訪（≥ 30 次 / 年）。 透過供應商定期評估制度，瞭解供應商狀況，及時給予輔導（≥ 12 次 / 年）。 不定期組織雙方技術人員溝通交流及當地訪廠安排（≥ 10 次 / 年）。
股東	永續發展策略 公司治理 誠信經營 法規遵循 消費者的健康與安全	<ol style="list-style-type: none"> 設有發言人、代理發言人及在台訴訟、非訟代理人，代表公司對外發言或處理與利害關係者各項事宜。 每年召開股東會及每年至少一次召開法人說明會。 依主管機關規定公告重大訊息，財務報表及年報等資訊。 公司網站訊息揭露（不定期）。
社區居民	廢污水和廢棄物	<ol style="list-style-type: none"> 公司爲昆山市臺灣同胞投資企業協會的會員單位，透過該會發布刊物及電子郵件，瞭解社區周邊消息。 網站設有企業社會責任小組之電子郵箱及聯繫方式，及時獲取社會群眾之回饋意見（即時）。 發行年度企業社會責任報告書。 參與產業研討會及講座（不定期）。
媒體	風險管理 經濟績效 勞僱關係 消費者的健康與安全 行銷與標示	<ol style="list-style-type: none"> 官網訊息揭露（即時）。 社會媒體採訪（不定期）。

我們透過平時與利害關係人之溝通，以及問卷調查之統計結果，歸納出利害關係人最關心之議題；同時經由與外部顧問交流 CSR 議題、內部舉行 CSR 工作會議及研討會，辨認對營運衝擊程度之影響。經過前述的鑑別程序，本公司共歸納出 20 個議題，並繪製出重大議題矩陣圖如下：



公司治理與經濟層面：

1. 永續發展策略
2. 風險管理
3. 公司治理
4. 誠信經營
5. 法規遵循
6. 經濟績效

環境層面：

7. 原物料
8. 能源與氣候變遷
9. 水資源管理
10. 廢污水和廢棄物

社會層面：

11. 勞僱關係
12. 勞資關係
13. 職業健康與安全
14. 訓練與教育
15. 員工多元與平等
16. 人權
17. 社區參與發展
18. 供應商管理及採購政策
19. 消費者的健康與安全
20. 行銷與標示

本年度的重大議題有 6 項，分別為：誠信經營、法規遵循、消費者的健康與安全、永續發展策略、行銷與標示、風險管理。對於上述各大重大議題之對應內容，請參見本報告各章節。此外，針對部分非重大議題之項目，鮮活亦秉持完整揭露原則，盡可能加以補充揭露。

編號	重大議題	重大議題內容	重大議題對鮮活之意義	對應 GRI 準則 重大主題	對應章節	衝擊邊界			
						組織內	股東	供應商	客戶
1	誠信經營	組織之價值、原則、標準和規範；對倫理與合法行為徵詢意見的內、外部機制；舉報有違倫理、不合法行為和誠信問題的內、外部機制；公平競爭；尊重智慧財產權；反貪腐政策和程序的溝通、訓練、評估及採取的行動	建立良好的商業運作及誠信企業文化，以健全企業經營，並落實公司治理。	一般揭露 205 反貪腐 206 反競爭行為	1.3.1 誠信經營	●	○	○	○
2	法規遵循	重大違反環境法規事件及處罰總金額或非金錢方法處罰事件數量	嚴格遵循法規為企業經營的基本原則。	307 有關環境保護的法規遵循 419 社會經濟法規遵循	6.1.3 法規遵循	●	○	○	○
3	消費者的健康與安全	顧客健康與安全；產品與服務標示	產品自農場至餐桌的生產製程依照食品安全管控制落實執行，提升顧客對企業的信賴度與滿意度。	416 顧客健康與安全	4.1 系統性的安全評估 4.3 品質持續進化	●	○		●
4	永續發展策略	最高決策者推動的永續策略與未來目標	強化公司治理及企業社會責任，以提升經營品質，達到永續發展。	一般揭露	經營者的話	●	○	○	○
5	行銷與標示	標示產品內容、成分提供者及對環境社會可能之影響	產品遵循產品標示相關法令，提供真實、客觀的營養資訊和產品特性。	417 行銷與標示	4.3.3 產品標示	●	○		●
6	風險管理	對於各類風險之預警方針或原則	確實落實風險管理，將企業資源做最有效的運用，以降低或預防營運風險。	一般揭露	1.2.2 風險管理	●	○	○	○

註：組織外報告邊界涵蓋股東、供應商和客戶等三大族群之利害關係人。○代表間接衝擊，●代表直接衝擊。

重大主題管理方針

重大議題	管理方針內容	評估機制 / 結果
誠信經營	1. 建立完善、有效的內部控制制度來規範各項作業，包括可能涉及貪腐的各項作業，定期查核各項制度遵循情形並將結果送董事及監察人查閱，以落實誠信經營，避免舞弊情形發生。 2. 設立舉報機制，包括公司網站、內部信箱、內部稽核部門等舉報管道，接受供應商、客戶、員工或其他人員的舉報，並在接到舉報後，及時委派具真正獨立性之人員進行調查。 3. 在與供應商、客戶或其他人員訂定合同或其他交易行為時，表明不行賄、不受賄之立場，也要求對方遵循相應之立場。 不定期安排董事及監察人之誠信經營進修，透過內、外部教育訓練向員工宣導與誠信經營議題相關之法規遵循、食品衛生與安全、內控制度等課程。	公司管理層及內部稽核部門定期或不定期對高風險的作業進行檢查，確認是否存在貪腐的風險。
法規遵循	獲取環保法律法規等相關要求，組織相關部門評定其適用性，並追蹤新頒布的法律、法規、標準和其它要求；保存適用的環保法律法規並傳達至相關部門。	定期追蹤法規遵循情形。2019 年並無重大違法事件。
消費者的健康與安全	依據國內法規及 ISO9001、HACCP 等要求，建立《綜合管理手冊》以： 1. 證實本公司有能力保證產品品質，控制食品安全危害，穩定地提供滿足顧客要求和適用的法律法規要求的終產品，確保其提供給人類消費的食品是安全的； 2. 通過體系的有效應用，持續改進，包括更新體系的過程，增強顧客滿意； 3. 確信本公司能符合所聲明的食品安全管理方針，並持續改進管理體系。	定期辦理管理審查會議，確認食品健康安全相關落實情形。
永續發展策略	每週由總經理主持集團主管會議，召集各廠及各部門主管綜合檢討營運結果，並針對營運變化即時進行專題報告，確保永續發展策略與企業營運方向一致。	每年定時出版企業社會責任報告書，彙整年度永續發展績效。
行銷與標示	公司企劃、研發部與客服品保部充分掌控法規變動，包含審核產品標籤標示內容（如配料表、保質期、營養成分等）、到貨檢驗及標籤異常處理與報廢審核。	2019 年無違反行銷與標示相關法規之事件。
風險管理	1. 治理層及管理層建立完善的內部控制制度，確保公司各項目標的實現，從內部控制流程、組織架構、企業文化等各個層面管控風險。 2. 每年度制訂詳細之營運計劃，並經董事會核准，並依據公司營運情況及時調整營運計劃。每月進行預算的核對與分析，進行有效的預算管控。 3. 每月召開財務及稽核會議，董事長、總經理及其他高階管理層均親自參與並討論各項營運數據，及時發現可能存在的風險並確定如何應對風險。 4. 總經理每週主持召開主管會議，各部門及各子公司及時報告各項營運情況，並討論解決公司營運中存在的問題。	每年度組織各部門及各子公司進行內部控制的自我評估，出具《內部控制自行評估報告》，對各項作業的內部控制執行情形、可能存在的風險進行評估，及時發現高風險項目並進行有效管控。



活力職場
DYNAMIC WORKPLACE

离职率

11.3%

离职率为 11.3%，较市场平均水平低。

安全生产委员会劳方代表比率

89.5%

安全生产委员会劳方代表比率 89.5%

缺勤率

1.64%

2019 年三厂平均缺勤率 1.64%

依法设立工会

100%

依法设立工会，员工参加工会比率 100%



貳 · 活力職場



鲜活是一个大家庭，“家”的感受體現在公司制度、員工關懷、職場氛圍與企業文化上，鲜活將每一位員工都視為自己的家人，為員工設計多項保護與福利制度。職場氛圍更是鲜活的一大特色，每天進入公司大門各位同仁都會互問早安。“家”的概念是鲜活特色的企業文化，鲜活秉持著對家人的關心，落實對員工及對客戶的關懷。

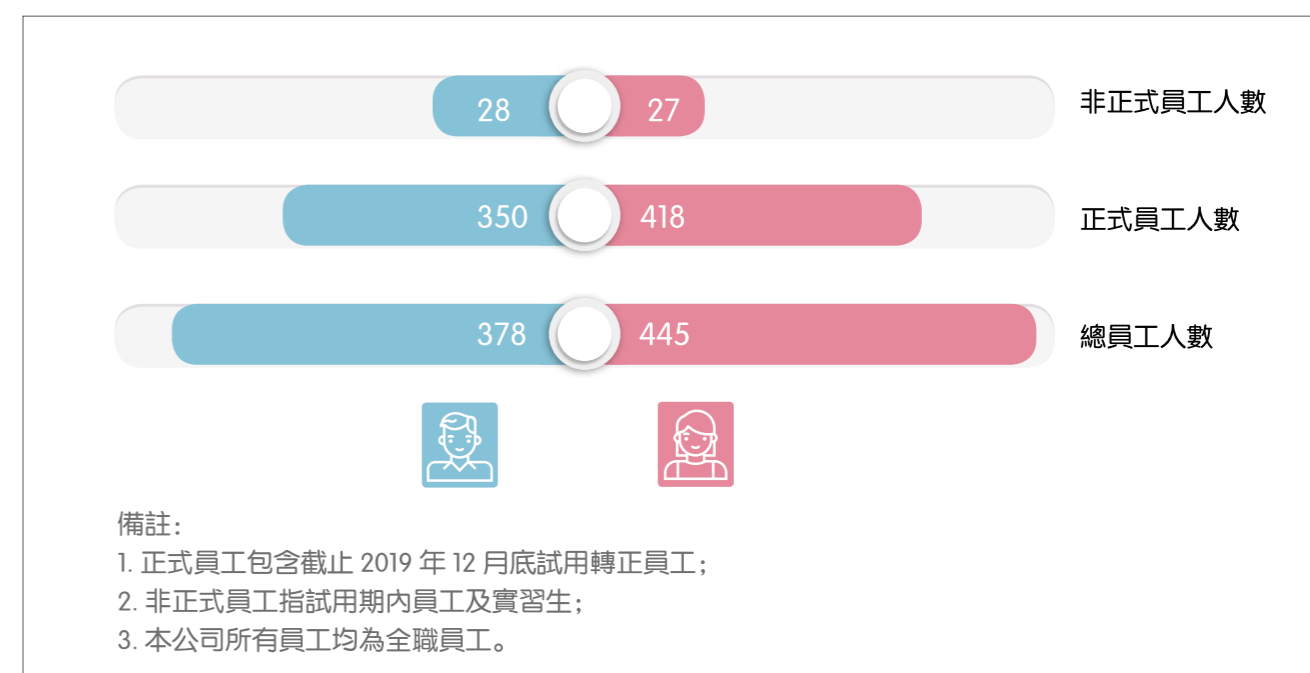
2.1 落实员工关怀

2.1.1 鲜活夥伴

員工是公司最寶貴的資產，公司一直秉持著“以人為本”的理念，讓員工充分享受企業經營的成果，不斷完善員工薪酬及福利制度，讓同仁以身在幸福企業工作為榮。提供所有員工更好的工作環境及條件，是本公司多年來不變的堅持，而這項堅持也實現在：



2019.12.31 依聘僱合約及性別分析員工總數



員工分析

2019 全體員工 性別占比

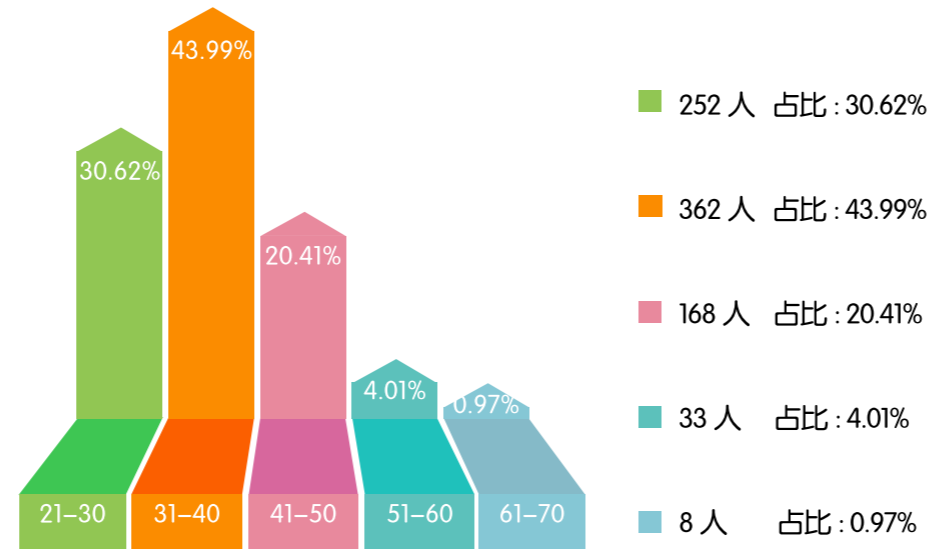


女
總人數：445
占比：54.07%



男
總人數：378
占比：45.93%

2019 全體員工年齡分析



(2) 依職級、性別、年齡組別等多元化指標分析員工總數

鮮活的員工男女比例相當，年齡主要分佈在 20-40 歲較年輕化，領導層的男女比例也較為合理。

員工類別	<30 歲			30-50 歲			>50 歲			合計
	男	女	合計	男	女	合計	男	女	合計	
副經理及以上員工人數	0	0	0	16	12	28	9	1	10	38
課長、副課長人數	4	3	7	24	24	48	1	1	2	57
組長、副組長人數	7	11	18	29	27	56	1	0	1	75
一般員工人數	94	120	214	180	234	414	14	11	25	653
總員工人數	105	134	239	249	297	546	25	13	38	823



(3) 離職和新進員工分析

鮮活新進員工及離職員工皆以年輕人為主，然總體離職率低於市場平均。另若因部門崗位需求，部門可與即將退休之員工協商是否可返聘，若員工同意返聘，公司維持該員工現有薪酬待遇，並予其辦理僱主責任險，簽訂返聘協議。

新進年齡：

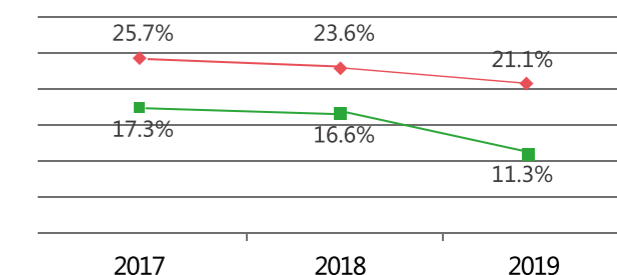
新進員工總數及比例

性別	年齡	2017			2018			2019		
		應屆生	有經驗者	占比	應屆生	有經驗者	占比	應屆生	有經驗者	占比
男	<30歲	15	85	56.5%	13	86	59.6%	7	87	45.9%
	30-50歲	0	73	41.2%	0	67	40.4%	0	111	54.1%
	>50歲	0	4	2.3%	0	0	0.0%	0	0	0.0%
	合計	15	162	49.2%	13	153	49.7%	7	198	50.9%
女	<30歲	43	63	57.9%	23	66	53.0%	26	63	45.0%
	30-50歲	0	75	41.0%	0	78	46.4%	0	108	54.5%
	>50歲	0	2	1.1%	0	1	0.6%	0	1	0.5%
	合計	43	140	50.8%	23	145	50.3%	26	172	49.1%
合計		58	302		36	298		33	370	

離職年齡：

性別	年齡	2019	占比
男	<30歲	84	48.8%
	30-50歲	86	50.0%
	>50歲	2	1.2%
	合計	172	
女	<30歲	44	35.8%
	30-50歲	78	63.4%
	>50歲	1	0.8%
	合計	123	
合計		295	

鮮活員工離職率（正式員工）：



◆ 製造業員工離職率
■ 鮮活平均離職率

年度離職率 = 年離職員工總數 / (本年度期初人數 + 年期末人數) / 2 * 100%
市場平均離職率來源於前程無憂人力資源調研中心報告



2.1.2 薪酬与福利

鮮活的員工起薪優於法定基本薪資，員工同時享有共同薪資與福利，不會因身分(男女、種族、信仰等)而有所差別。本公司制定了考核獎金、年終獎金的福利制度，依公司業績與員工個人的績效考核，為公司員工帶來更穩定的收入，提高員工滿意度。另已建構完善的福利制度，讓員工安心在工作崗位服務。

福利項目	2019 年享有人數	條件
社會保險(工傷險、失業險、生育險、 養老險、醫療險)	695	正式員工
住房公積金	695	正式員工
退休福利(退休金)	4	合法辦理退休之人員
婚假	24	進入公司後領取結婚證 公司給予員工結婚福利十三天
產假/哺乳假	35	正式員工
護理假	12	正式員工
員工分紅	88	副課長級及以上人員
三節禮品	823	全體員工

2.1.2.1 依性別分析公司起薪優於法定基本工資 %

單位：新臺幣仟元

年份	2017		2018		2019	
	男	女	男	女	男	女
性別						
公司平均起薪(含獎金)	25.87	22.51	30.60	27.09	36.38	31.48
公司每月基本薪資(A)	16.91	16.27	18.74	17.82	17.28	17.21
法定每月基本薪資(B)	8.85	8.85	9.21	9.21	9.05	9.05
比率(A/B)	191%	184%	203%	194%	191%	190%

註：此數據僅為昆山廠數據

下表為整體員工平均薪酬之男女比例，顯示鮮活不因性別在薪酬上有所差異。

薪酬比例	女	男
非主管	99.60%	100%

備註：

- 1) 公司每月基本薪資是指員工每月所獲薪資(不包含獎金)
- 2) 法定基本薪資來源於昆山市人力資源與社會保障局
- 3) 主管人員指副課長及以上人員

2.1.2.2 員工所享有的其他福利待遇

鮮活員工比賽項目

為培養員工團結友愛精神，公司每年舉辦各項比賽如乒乓球、羽毛球、釣魚和廚藝比賽。伴隨著比賽辛勞的汗水及激烈的競爭，培養同仁堅強和努力不懈的意志。

員工旅遊

為了讓公司全體員工感受中國的大好風景，增強公司員工團隊意識，提高員工身體素質，營造健康向上的企業文化氛圍，鮮活每年組織一次員工集體旅遊。2019 年的旅遊新增加團建的環節，透過此環節促進員工之間的團結協作，增加了旅遊的趣味性。

節慶晚會活動

公司每年組織各項節慶晚會，如中秋晚會、春節聯歡晚會，豐富員工生活，同仁們積極參與活動主持及節目表演，更主動邀請員工眷屬參加，讓同仁的眷屬也能瞭解公司，增強員工的歸屬感及向心力。

員工圖書室

為鼓勵員工利用閒暇時間進修，公司設有圖書專區提供同仁們借閱圖書雜誌，並於 2018 年設立專門的員工圖書室，以及建立自助掃碼借閱系統。圖書室藏書約 2,700 本，分為兒童書籍（佔 55.6%）及成人書籍（佔 44.4%）。



員工子女關懷

公司以員工子女為主體，積極開展多樣化活動、組建英語班、董事長個人出資設立獎學金，給員工子女帶來親切關懷，並鼓勵他們努力成為社會有用之才。

兒童節禮物發放

公司每年為員工子女準備兒童節禮物。由公司代表父母發放到留守在老家的員工子女手中，為孩子們送上一份節日問候，感受到父母對其濃濃的愛。

鮮活英語班

由公司同仁自發組建，並外聘專業英語師資，於每週日固定舉辦課程，自 2012 年開辦至今，已有超過 100 名員工子女參與相關課程，為員工子女營造良好的英語學習氛圍。

鮮活員工子女獎學金

為鼓勵員工子女積極向學，公司開設多項員工子女獎學金。2019 年度加設成績優異獎學金，共 8 人獲取。本年度鮮活員工子女獎學金共計發放新臺幣 98,112 元。

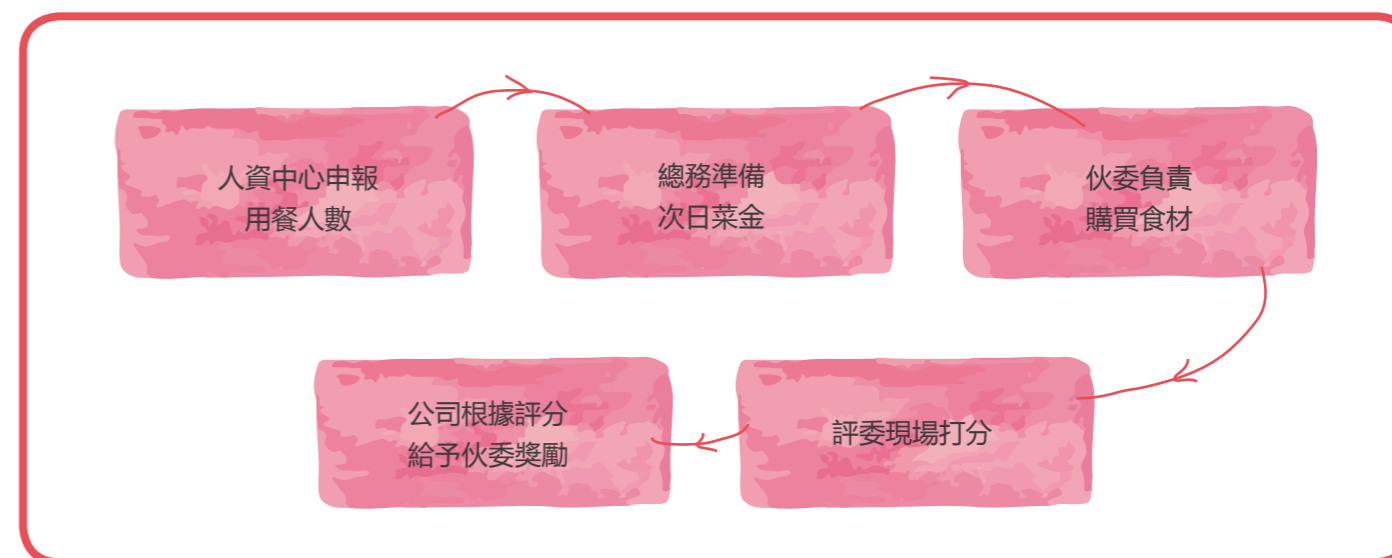
員工子女繪畫比賽

鮮活於 2019 年 7 月份開展員工子女繪畫手工創作作品徵集，小朋友們熱情積極的參加了本次活動。短短的兩周時間收到了來自員工子女 31 份作品，其中繪畫作品佔了大部分，通過此次活動也發掘了不少繪畫小天才，公司也為每位參加的小朋友們發放了一份小禮物，感謝小朋友們的熱情參與。



员工餐厅

為了保障公司每日之伙食能夠準時供應，保證食品品質與營養安全，本公司實行規範的夥委制度，由員工自主參與及評分，除降低成本外，更保證員工享用美味健康安全新鮮的食材。公司宣導員工用餐時遵循儉省節約的原則，不浪費糧食並定時檢查各種煤氣、電源開關做好安全工作。



7. 員工生日會

每月舉辦員工生日會，贈送生日禮物，部門主管親自書寫員工生日賀卡，送上生日祝福，生日會現場除了好吃的生日大餐還少不了趣味性的互動小遊戲，大家共享生日會的快樂氛圍及祝福，讓同仁切身感受在大家庭的暖意。



員工小故事分享

2017 年底我從安徽蚌埠來到江蘇昆山，進入鮮活市場部企劃設計課工作。

陌生的城市，陌生的關係網，陌生的面孔，除了家人和同事沒有一個認識的人，一切都要從頭開始，好在領導親切開明，同事可愛熱情，讓自己逐漸擺脫焦躁和不安，特別是在完成某項工作獲得肯定之後，更加堅定了我要從事這一行業的信心。

不知不覺已過去兩年多了。

在這些年裡公司實現了重大變革與快速發展，公司的大跨步為我們年輕一代提供了更好的施展平臺和更多的發展機會，同時也帶來更大的挑戰與更嚴格的要求。市場部由原先依附於業務部的一個課別發展成為可以“獨當一面”的前鋒部門，自己也由一個職業規劃都模稜兩可的“佛系青年”成長為能夠獨立擔當項目活動的策劃人。

驀然回首，時光如水歲月如歌，回憶起在這裡工作的每一天，都讓人受益匪淺。

期間曾有過委屈的淚水，亦有過收穫的喜悅；在不斷的實踐與學習中，在面對一個個“硬骨頭”堅定信心把它啃下的時候，那種百折不撓終會成功的釋然與成就感，無不激勵著自己更進一步更勝一籌，跟著鮮活走向更高更遠的前方。

不要在該努力工作的年紀談佛系！努力工作，是因為它能讓你更有底氣選擇自己想做的事。

感謝鮮活給予我平臺發揮專業所長，亦感謝在鮮活這個大家庭中一起生活過、努力過的領導們、同事們，是你們的鼓勵與支持、關愛與幫助讓我有如此精彩而難忘的奮鬥時光。

市場部企劃設計課
史正楠



2.2 人才培訓與升遷獎勵

人才是企業成長的基石，公司向來秉持著「終身學習、職涯發展、全人教育」等教育訓練理念，致力於提高企業人力素質，儲訓未來經營管理人才，塑造經營風格及良好的企業文化，以創造公司更高的經營績效。

2.2.1 教育訓練及職涯

人才培育是一項長期、有系統且專業的工作，本公司重視全體同仁終身學習，依員工的學習經歷、潛能、專業技能與管理層級，擬定長期而有系統的年度培訓計劃，包括公司內部培訓與外部培訓，舉辦各項培訓課程，施以不同層次的教育與訓練，為員工架構一展長才的環境。



新進員工岗前培訓

為新員工安排培訓老師，讓員工瞭解公司沿革、目標與使命、參觀工廠，熟悉工作環境與相關規章制度，讓新進員工加快瞭解工作環境及自身權益，使其加快融入群體。透過培訓老師制度，給予新進員工適切關懷與照顧，凝聚向心力，塑造和樂的工作環境。同時我們也為表現優異的導師提供相應的獎金。



在職訓練

結合公司發展策略，組織內部及外部培訓，提升員工專業能力。重點培養員工的職業技能，並且鼓勵員工考取職能證照，依各部門需求不定期派員外訓。每年不定期邀請行業專家顧問到公司進行技術交流指導培訓，理論與實踐並重，充實員工應用技能。



培訓老師培訓

透過組織公司內部的培訓老師分享會及外訓後同仁在部門內的交流分享，不斷完善及組建內部培訓老師隊伍，促進由外而內的學習交流。



管理文章分享

定期內部傳閱管理文章，分享知識與經驗，促進學習成長。

2019 年在職員工教育訓練平均時數						
性別	男性			女性		
員工類別	總受訓時數 (小時)	總人數 (人)	平均受訓時數 (小時/人)	總受訓時數 (小時)	總人數 (人)	平均受訓時數 (小時/人)
副經理及以上	231.4	21	11.02	290.2	11	26.38
課長、副課長	876.9	25	35.08	1,436.0	23	62.43
組長、副組長	392.1	19	20.64	646.1	19	34.01
一般員工	2,729.2	178	15.33	3,648.3	242	15.08
合計	4,229.6	243	17.41	6,020.6	295	20.41

註：1. 此數據僅為昆山廠數據；2. 數據不含新人岗前培訓時數。
2019 年在職員工每人平均在職訓練時數達到 37 小時，其中岗前培訓學時共計 9,700 小時。

部門輪調

為開發員工多種能力及考察員工的適應性，發展有潛力的年輕之才，提供人才之新的挑戰與歷練機會，開發不同崗位之技能，以儲備公司未來之管理職位需求。

員工晨操、晨劍練習

員工每天上班前定時的晨操、晨劍練習，讓員工平常忽視的身體部位得到鍛煉運動，活動筋骨。公司為鼓勵全員運動的精神，採用健康積分制度，參與晨操與劍道練習，記健康積分，並制定獎勵制度。



公司為員工建立活動中心，設立羽毛球和乒乓球等運動場地，讓員工在運動娛樂的同時強身健體。鼓勵員工參與劍道練習，藉由劍道練習修煉自省能力，進而淬煉員工堅定的意志與強健的體魄，每年組織國際認可的劍道升等考試，建立員工努力向上的觀念。

2.2.2 儲備幹部

課級幹訓班參與人次 31 人，理級幹訓班參與人次 19 人

人才是企業發展的關鍵，關鍵人才是企業競爭的制高點，本公司為了實現企業超常規、跨越式發展的需求，進一步地加強後備幹部隊伍建設，實現本公司戰略發展的目標。公司不定期組織開展相關幹部培訓項目。

幹部培訓旨在培養出公司發展所需的中高層管理幹部，加強公司高階管理人才隊伍的建設。提升員工的積極性，實現公司可持續發展。課級幹訓班培訓內容側重跨部門相關作業流程以及初級管理能力等；理級幹訓班培訓內容涵蓋管理能力、危機處理能力等。同時也組織受訓同仁去各大企業進行參訪學習，通過參訪標竿企業學習經驗，應用實踐到各自的領域。

2019 年度公司舉辦課級和理級幹部培訓班，課級干訓班參與人次 31 人，理級干訓班參與人次 19 人，共計 50 人。全部培訓課程結束後進行結業答辯，答辯旨在鑑別學員是否具備管理技能，課級干訓班答辯通過人數為 11 人，理級干訓班通過人數為 7 人。答辯通過的成員為公司管理幹部的後備人選。



2.2.3 員工學歷提升專項培訓

為提升員工素質及學歷，鮮活於 2018 年上半年開展員工學歷提升專項培訓項目，此次項目針對滿 3 年的員工由公司出資大部分費用。2019 年度共報名 18 人，專業涵蓋食品質量與安全、工商管理等實用類專業。每年公司預計承擔學員學費新臺幣 319,872 元。



2.2.4 NPS 培訓

經營理念、公司方針、5S 管理活動、洗手消毒流程及禮貌用語

公司於 2019 年度開展全員 NPS 管理培訓，主要內容包含 NPS 相關基本管理理念及基本行為訓練，其中基本行為訓練主要包括公司的經營理念、公司方針、5S 管理活動、洗手消毒流程及禮貌用語等，期望透過此訓練提升員工的基本素質及加強員工對公司文化的理解。



2.2.5 資深員工頒獎

春酒晚會為工齡滿十年及十五年的資深員工進行頒獎

公司於每年的春酒晚會舉辦資深員工的頒獎儀式，受頒對象為工作滿十年及十五年的資深員工，以此鼓勵並感謝同仁們為公司付出的點點滴滴。



2.2.6 績效管理

公司為提升管理效益，充分調動員工的積極性，實現各項目標良好達成，特設立公司目標考核專案，包括公司目標考核、部門 KPI（關鍵績效指標）考核及個人考核。同時啟動並建立了改善專案活動，確保公司各項 KPI 得以持續改善和提升，實現「力創高績效」之目標。同時為讓員工感受與公司一起成長，設立了年終獎金，每月額外發放固定的生活補貼及保密津貼予員工，提高員工的月收入。

員工個人考核

為加強員工的績效管理和績效考核工作，激勵員工更好的履行工作職責，建立不同崗位及不同職務的量化考核表。公司每年二次為員工進行晉升調薪，通過個人績效考核的過程管理，使員工不斷改善及進步，實現績效提升和強化。

考核比例	主管	非主管
男	75.00%	100.00%
女	96.30%	100.00%

註：

1) 整體員工參與考核百分比為 97.83%，少數高階主管不納入考核。

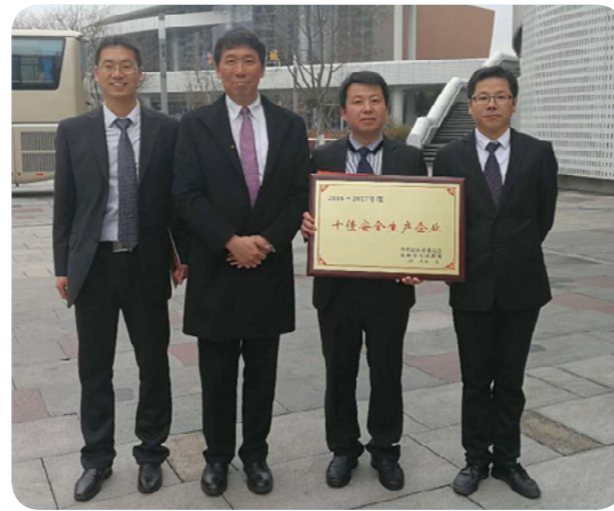
2) 上述參與考核之數據為昆山廠數據。

2.3 勞工安全衛生

2.3.1 安全生產委員會

為保障全體員工能在安全與衛生無虞的環境下安心工作，公司遵循勞動安全衛生法成立了「安全生產委員會」，分別來自環安部和各部門推選的安全委員代表，目前共有 14 名推派安全委員代表，安全委員勞方代表比率達到 89.5%，委員會成員主要由特定職級或職掌的員工擔任，安全委員代表每月到各個部門檢查環境安全狀況，並向安委會彙報。

昆山廠、廣東廠、天津廠安全生產委員會皆個別設有一位總負責人，並由各部門組成委員會成員（如下表）：



廠別	主要參與部門
昆山廠	環安部、總經理室、管理部、業務部、研發部、供應鏈管理部、財務部、廠務部、客服品保部、市場部、工程部、稽核室
廣東廠	安全部、人力資源中心、廠務部、研發中心、品保部、供應鏈管理部、財務部、業務部、管理部
天津廠	倉庫、工務部、環安部、廠務部、品技部

2.3.2 職場安全與健康

鮮活為協助員工關於嚴重疾病之教育訓練、諮詢、預防及風險控制計劃，每月針對公司全體員工開展安全生產培訓，並在崗前培訓中積極宣導安全生產的重要性。另按照法律規定每月針對特殊工種加強安全培訓，確保員工工作與生活安全，樹立安全意識，防患於未然。

公司積極導入安全生產標準化，通過審核及獲領二級安全生產標準化證書，提升車間作業人員的生產品質及意識。同時，公司組織安全員參加安監局組織的安全員培訓，並獲得了安全員證書，環安部每天定期檢查



車間生產安全狀況，透過檢查降低車間安全生產隱患，將“本質安全”理念貫穿並落實於安全生產全過程，全面提高安全防護能力，切實防範安全生產事故發生，保障公司員工人身與財產安全。

2019 年共發生 9 起工傷事故（昆山廠 8 件，男性 4 件、女性 4 件；廣東廠 1 件係男性），無因公死亡事件。發生工傷後，公司相關部門迅速調查工傷發生原因並制定預防及改善措施：1、車間內的大件物品及重物需用叉車來移動；2、加強車間安全工作的宣導，謹防此類事件再次發生。

2019 年	失能傷害頻率	職業病發生率	失能傷害嚴重率	因公死亡事故數	損失日數	缺勤率
昆山鮮活	5.58	0	117.70	0	126.5	1.60
廣東鮮活	3.28	0	532.27	0	162.5	0.65
天津鮮活	0	0	0	0	0	2.68

(1) 失能傷害頻率 = 傷亡人數合計 *1,000,000/ 經歷工時；

(2) 職業病發生率 = 職業病總數 *1,000,000/ 經歷工時；

(3) 失能傷害嚴重率 = 損失日數 *1,000,000/ 經歷工時；

(4) 缺勤率 = (事假天數 + 病假天數 + 工傷假天數) / 總工作天數 *100%；

(5) 損失日數：受傷之日隔天開始計算，包含假期；

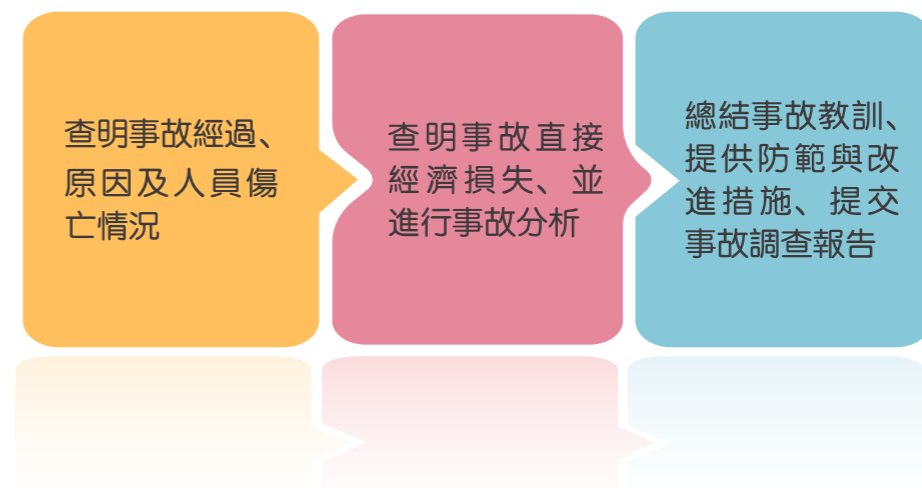
(6) 承包商無發生傷害事件；

(7) 受傷類別：摔倒骨折，輕傷未納入統計，2019 年度無交通事故。

(8) 因工時統計尚無區分性別之資訊，本年度尚無法揭露依性別區分之失能傷害頻率、職業病發生率、損失日數、缺勤率等數據。

事故通報制度

鮮活制定事故管理辦法，目的係規範生產安全事故報告、調查處理和應急救援等，當發生安全事故後，採取緊急措施，並報告環安部，情況緊急時，直接向當地安監局報告。





員工健康檢查：

為符合職業健康與工業安全需求，每年定期辦理換發健康證，在公司就職滿一年的員工會進行一年一次的健康檢查，涵蓋一般健康檢查、特殊健康檢查等項目，另外特殊健康檢查包括駕駛員入職崗位體檢、特殊工種規定需要體檢的專案等，公司承擔所有員工檢查與健康證換發的費用，不定期邀請醫師到公司為員工進行專題健康講座。

消防演習

為增強員工的安全防火意識，公司每年內部組織與邀請昆山市消防大隊對員工進行消防培訓與演習，增強員工在火災中互救與自救的意識，學習保護自己和家人的生命財產安全。

危化品管控：

公司重視對危化品的管控，指派具有危化品管控資格的專人負責管理，對危化品購買及出入庫進行嚴格管理。

防治蟲鼠害：

在廠區佈置三道防線防治蟲鼠害，由專業防治蟲害機構定期監控及向公司同仁宣導防治工作，達到有效防治目的維護工作環境清潔衛生。

響應政府健康宣導：

本公司積極回應江蘇省昆山市衛生局宣導的全民健康生活方式行動示範創建活動，推動員工的健康生活方式的開展，積極號召員工進行身體健康活動，包括晨操與劍道的練習，開展爬山、體育比賽等群體性健身活動，積極組織與社區的健康教育活動，為員工開展健康知識講座進行健康知識的宣導，讓員工時刻關注自身身體狀況，積極推進全民健身，創建健康活力的示範單位。



2.4 促進勞資和諧

本公司自創建以來，一直維持良好及和諧的勞資關係，並且在此基礎上，持續成長茁壯。良好及和諧的勞資關係維持，在於勞資雙方互相信任、尊重，工會組織的有效領導，勞資溝通管道暢通等。本公司於2019年獲蘇州市政府評為「蘇州市勞動關係和諧企業」，以及昆山市張浦總工會評為「工會工作先進集體」。



為構建和諧員工關係，預防糾紛發生，防止矛盾激化，促進勞資和諧，2018年在張浦總工會支持下，公司成立了調解委員會，以便更好開展糾紛調解工作。



2.4.1 工會組織

本公司依照《中華人民共和國工會法》設立工會，公司所有員工在進入公司工作並自動成為工會成員。工會以解決員工所遭遇的問題及滿足其需求，致力於員工福利措施的改善，每年年初協商調薪。在公司、工會組織的攜手努力下，我們不斷改善員工的衣、食、住、行、育、樂等軟、硬體設施之品質，包括為員工提供舒適的員工宿舍、物美價廉的餐飲、員工健康檢查輔助及給予福利分享等，建構這些完善的福利制度，使員工能安心的在工作崗位貢獻心力。

工會成立緊急救難金項目，旨在為部分家中困難且突然急需用錢的員工提供救助。該項目的成立，解決了部分家庭較困難的員工的一些緊急需求，讓員工感受到了鮮活這個大家庭的溫暖。

2.4.2 勞資溝通無障礙

為鼓勵員工與管理階層直接進行溝通，公司除設立員工意見箱及食堂交流園地等管道外，並實施員工抽樣調查與員工家訪活動，進行有效的整理與及時回饋。公司於2018年度推出微信公眾平臺、增設意見箱，並進行員工滿意度調查，為員工增設意見反饋之平臺。

公司高層領導高度關注員工工作與生活狀況，定期對員工進行家訪，正式員工家訪原則上至少每兩年進行一次，新進人員家訪一般安排在新人入職的次月進行，旨在促進員工與上級之間的交流，主管也能夠更多的瞭解員工的家庭狀況。2019年度昆山廠家訪費用支出為新臺幣177,856千元。

有關公司重大營運變化最短預告期，不論員工職級，公司符合中國大陸勞動法相關通知要求，皆於勞動合同中載明為一個月。有關工作變動最短通知時間，公司符合中國勞動法相關通知程序，提供同仁緩衝時間，如繼續工作三個月以上一年未滿者，於十日前預告之；繼續工作一年以上三年未滿者，於二十日前預告之；而繼續工作三年以上者，於三十日前預告之。

2.4.3 員工滿意度調查

鮮活為增進與員工的溝通，定期進行員工滿意度調研，昆山廠2019年度共發出問卷232份，回收有效問卷205份，有效問卷填答率88%。滿意度調查內容包括四大構面：工作本身、工作回報、工作環境、工作群體。問卷結果表明員工對工作內容及工作群體滿意度較高，部門內部同事相處和諧。透過定期的滿意度調研，促進了公司與員工之間的溝通交流，對於員工滿意度較低之部分，公司盡力改進。公司未來計劃至少每年進行一次員工滿意度調查，針對問卷結果中的相關建議和問題，成立相關改善專案，專人負責實施改進及成果驗收。



雇用農民薪資發放

7,517 仟元 / 新臺幣

2019年藍莓園長期就業的農民工為29人，年度發放農民工(含臨時工)工資新臺幣7,355仟元，人均年工資收入為新臺幣188仟元

藍莓園採摘旅遊

21,000 人次 / 累計 與 2018 年持平

2018年累計接待21,000人次

向草莓種植戶採摘草莓

336.5 噸

收購草莓累計336.5噸，惠及草莓種植戶1,500個

提供劍道教學

100 人 / 平均每周

公司員工為鄰近社區居民提供劍道教學，平均每周培訓100人次



叁 · 深耕社會

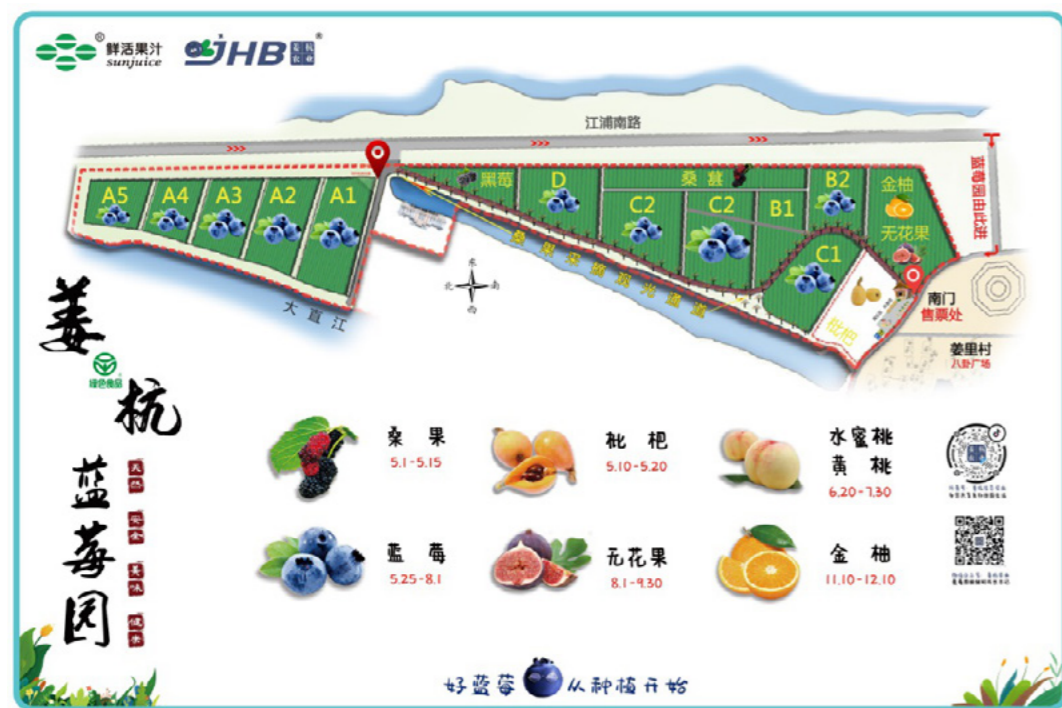
鮮活注重與社區互動及居民生活水準的提升，以期與社區雙贏。

公司與當地社區共同投資建立的 160 畝藍莓種植基地，帶動社區農民直接就業；基地經過多年的努力，已經實現盈利，2019 年第 6 次分紅予社區農民新臺幣 379 仟元。

3.1 基地農場創造鮮活與社區雙贏

鮮活在昆山市張浦鎮投資建立 160 畝的藍莓園，豐富當地的農業觀光市場，解決附近村落的富餘勞動力，給當地農民增收、創收，引導本地區農業的綠色生態種植模式，創造鮮活與社區雙贏。

藍莓園佈局圖



3.1.1 經濟層面

鮮活每年租用社區農民土地，並向農民繳納土地租金，另外鮮活與社區農村土地股份合作社合作，每年將藍莓園盈餘的 25% 分配給合作社農民，2019 年藍莓園長期就業的農民工為 29 人，年度發放農民工（含臨時工）工資新臺幣 7,355 仟元，人均年工資收入為新臺幣 188 仟元，高於蘇州市農村居民人均純收入的新臺幣 140 仟元。

註：數據來源於《2019 年蘇州市國民經濟和社會發展統計公報》

2017-2019 年藍莓園帶動社區農民就業情況表

年份	帶動社區農民工就業數 (人)	農民工人均工資收入 (新臺幣仟元)	農民工人均工資增長率	年發放農民工工資 (新臺幣仟元, 含臨時工工資)
2017	26	174	9%	7,750
2018	28	174	0%	7,517
2019	29	188	8%	7,355



3.1.2 環境層面

藍莓園的各種水果，按照綠色食品標準種植，遵循自然界生態規律，除草全部採用人工方式，病蟲害採取物理防治或生物防治，施肥儘量用自製有機肥。藍莓園的綠色生態種植模式，推廣至附近南港、錦溪、花橋等 3 個城鎮，種植果桑、水蜜桃和藍莓近 300 畝。

藍莓園內的 20,000 平方米的池塘，保持著原生態模式，池塘水清澈無污染，吸引著幾百隻白鷺和野鴨前來棲息安家。

藍莓園環境

2019 年藍莓園發酵生產有機肥 50 噸，應用於藍莓、水蜜桃、桑葚、枇杷等果樹，節省肥料購買投入。將果皮果渣、豆皮、咖啡渣、枯樹枝樹葉混合進行堆肥發酵，發酵完成後放養紅蚯蚓再次進行分解，最終產生的蚯蚓糞等有機肥即可用於果樹和蔬菜種植生產。有機肥經過協力廠商檢測機構的營養成分檢測、重金屬含量檢測，結果符合農業部《有機肥料標準 NY525-2012》。



綠色產品開發：

呼應中國政府頒發“農業龍頭企業”的榮譽及《中國落實 2030 年可持續發展議程國別方案》的發展理念，以農業為本，結合經濟、社會、環境綜合協調發展，從事原料在地化及產品差異化的價值再造，強化產品全生命週期綠色管理，推進綠色設計及開發綠色產品，並自 2016 年起取得綠色食品認證證書。



姜杭“萊格西藍莓”



姜杭“奧尼爾藍莓”



3.1.3 社會層面

鮮活帶動高齡農民的二次就業，在藍莓園工作的農民工，來自於張浦鎮下屬的3個村落（姜杭村、趙陵村、新涇村），年齡在55歲-70歲之間，為退休工人或農民，既減輕社會負擔，又穩定當地社會秩序。

另外藍莓園開放市民觀光採摘，藍莓園內種植有藍莓、黑莓、桑葚、水蜜桃、黃桃等8種水果，鋪設有6,000平方米的硬質路面，涵蓋20,000平方米的湖面。節假日，社區居民可以帶小孩到藍莓園採摘觀光休閒，拓展各種水果種植知識。2019年，藍莓園第六年對當地市民開放觀光採摘旅遊，當年累計接待21,000人次，與2018年持平。

公司每年在藍莓園舉辦員工釣魚比賽，藍莓園內湖達30畝，處於純天然狀態，野生水鳥成群，野生魚蝦頗多。公司每年秋季舉辦釣魚比賽，2012-2019年，公司在藍莓園已成功舉辦八次釣魚比賽。



藍莓園工人合影



遊客在藍莓園採摘藍莓



2019年，第七屆“鮮活果汁杯”員工釣魚比賽集體合影

科普教育：

鮮活公司利用自身的優勢，在水果採摘期，將藍莓園開放給教育機構和學校作為科普教育基地，教授藍莓、桑葚等水果的種植知識，並且讓他們體驗一把水果採摘的樂趣和辛苦。同時公司還開展果樹認養活動，讓更多家庭參與其中，讓小朋友可以跟著爸爸媽媽一起認養一棵果樹，在過程中也讓小朋友們深刻的感受到“汗滴禾下土、粒粒皆辛苦”。



3.1.4 鮮活健康農場

鮮活健康農場，是鮮活公司從2017年8月份開始，在藍莓園舉辦的以親近自然為主題，以家庭為單位，進行果蔬種植的親子課程。為員工創造與家庭成員共處的環境，促進家庭和睦；創造與自然接觸的機會，促進人與自然和諧相處。2019年共有118組家庭參與。

鮮活健康農場第六期



鮮活健康農場第七期



期別	啟動日期	參與家庭	活動期間
第1~4期土地租賃	2017年8月~2018年9月	120組	每期3-5個月
第5期土地租賃	2019年3月	40組	3個月
第6期桃樹認養	2019年4月	38組	4個月
第7期土地租賃	2019年9月	40組	5個月

3.2 社區互助與關懷救助

3.2.1 水果基地管理

對於水果基地的管控重點：①基地必須嚴格按照實際情況記錄田間管理，如用藥施肥等農事操作記錄。透明的種植管理制度，使農產品品質安全可追溯。②公司基地管控專員每年安排對各家基地草莓鮮果取樣檢測農藥殘留，確保農產品健康安全，監督種植戶合理規範使用農藥。宣導新鮮水果的綠色有機種植方式。③每兩年對基地的土壤和灌溉水源取樣進行重金屬等污染物檢測，監督基地肥料、除草劑等合理使用，確保水果品質安全。④基地管控專員對每個基地進行不定期的突擊巡檢，監督種植戶不能使用違禁農藥，田間管理記錄必須據實登記。增強種植戶的食品安全管理意識。

水果種類	基地位置	基地面積	效益
草莓鮮果	上海市青浦區白鶴鎮	7,000 畝	2019 年共收購草莓 336.5 噸，惠及 1,500 個草莓種植戶
胡柚鮮果	浙江省衢州市常山縣	1,800 畝	2019 年共收購胡柚 120 噸，較 2018 年增長 69%
金桔鮮果	廣西省桂林市陽朔縣	5,000 畝	2019 年共收購金桔 9.9 噸
芋頭	廣西省桂林市荔浦縣	2,000 畝	2019 年共收購芋頭 12 噸
臍橙鮮果	江西省贛州市崇義縣	6,000 畝	2019 年共收購臍橙 55 噸，以“企業+農戶”的合作社模式，拉動鉛廠鎮、思順鄉社區的農民就業



浙江衢州常山縣胡柚基地



浙江常山縣浙茂胡柚基地



廣西桂林荔浦縣芋頭基地



廣西桂林陽朔縣金桔基地



上海青浦區草莓基地



江西贛州崇義縣臍橙基地

3.2.2 慈善活動

3.2.2.1 貴州扶貧

鮮活想的不僅僅是自身獲利，還希望能在自身能力範圍內做些事情來回饋社會，2018年正好有這樣一個機會。2018年崑山政府提出“攜手奔小康行動”，鮮活公司立即回應，與貴州省銅仁市壩黃鎮結成幫扶協議。俗語說“授人以魚不如授人以漁”，鮮活在幫扶這方面有同樣的想法，所以提供苗木、技術等幫助，讓壩黃鎮人民建立一個藍莓種植基地，靠自身的努力，脫貧致富。

2019年，鮮活免費提供壩黃鎮藍莓種植基地藍莓苗木13,500株，共計人民幣76,550元。2020年7月的高壩田村，流淌著甜蜜、洋溢著幸福，7月12日，高壩田村藍莓採摘節拉開帷幕，遊客紛至沓來。“藍莓從6月份開始上市，到現在共賣3,000多斤，全部賣往碧江。”銷售剩餘藍莓將由結對幫扶的鮮活以每斤不少於10元的價格包銷，讓農民吃下定心丸。

崑山·碧江：探索藍莓產業聯動新模式助力脫貧攻堅(貴州省人民政府):

http://www.guizhou.gov.cn/xwdt/dt_22/df/tr/202006/t20200602_60829113.html?from=timeline



3.2.2.2 慈善捐助

1. 慈善機構捐贈

2019年8月，鮮活向崑山市融合慈善基金會捐贈人民幣10,000元，用於支持其幫助崑山臺企困難員工家庭，開展愛心助學項目。鮮活在全力經營事業的同時，不忘慈善精神，秉著取之於昆、用之於昆的發展理念不斷回饋社會。

2. 《鉅亨網》愛心專案

隨著社會貧富差距拉大，許多孩童不得不承受家庭困境帶來的一系列問題。弱勢家長為了工作無法陪同、甚至更多弱勢孩童生活辛苦，需要提早扛起家計。為了關愛孩童，鮮活積極響應《鉅亨網》的號召，於2019年捐贈新臺幣6萬元，希望能幫助孩童有個快樂的童年。

3. 小市場，大愛心

2019年8月，鮮活積極組織並動員全體職工參與“跳蚤市場義賣活動”。活動由員工提供家庭閒置物品進行義賣，有需要的員工可以友誼價購買，義賣所得以及員工捐贈的全新物品皆捐贈予崑山市福利院，共計人民幣5,000元。除捐贈物品外，還有市場部同事調配的飲品用於義賣，通過一系列小活動讓員工都能參與到慈善事業中。

3.2.3 大學生實習計劃

公司每年定期至周邊學校進行專業人才招聘，制定大學生實習培訓計劃，使在讀學生能夠提前踏入社會、接觸社會，為以後的職業生涯做好鋪墊，也能協助學校培養企業需求人才。2019年公司共錄用大學實習生15名，提供學生認知企業文化、管理制度及鍛煉自身的機會，也成為讓企業更理解新鮮人對職場規劃的雙向管道。

3.2.4 臺灣研習生計劃

公司積極響應臺北經營管理研究院主辦的台灣研習生培訓計劃，2019年接受2位臺灣大學在讀學生至公司開始為期一個半月的研習計劃，提供研習生鍛煉和成長的機會。對於即將步入社會的臺灣大學生學子，提前赴大陸交流，瞭解大陸事務與經營環境，並進行實務性研習工作，將更積極而正面的促進兩岸交流。



3.2.5 劍道推廣

劍道是公司企業文化的組成要素之一，多年來發展，培養了諸多劍道好手。“十年磨一劍”的劍道精神在於信念、堅持、不屈不撓的韌性。劍道是培養心志之道，每個人都必須持續不斷地進步，不進則退，企業也是一樣。要以“毅力與堅持”為核心，同時也是企業的命脈。

玉山會是由董事長及幾位劍道同好共同創立，至今擁有國際劍道聯盟認可的劍道升級審查資格及超過百名的會員，向社會貢獻一批又一批熱愛劍道的人才。公司指導社區居民子女劍道學習，推廣劍道運動，平均每週培訓達 100 人次；周日開設青少年劍道班，重點培養孩子們對劍道的愛好，舉辦如五一親子營活動、劍道教室課等活動；此外，我們還會向公司客戶展示劍道文化，積極邀請他們參與劍道基礎練習體驗。2019 年度劍道升級及升段審查通過人數 106 人，練習劍道成員人數（員工及員工子女、社區居民）369 人，並於每年組織參加蘇州國際劍道公開賽、北京大學“北大杯”全國劍道邀請賽、中國大韓體育會長杯劍道賽等劍道比賽。

不定期邀請臺灣的高段位劍道老師蒞臨指導，使學員能獲得與劍道好手交流的機會，從而不斷提高劍道水準和技巧。正是這種開放包容的態度使得活水不斷注入，並回流到社會，加大企業的社會影響力，這是我們對劍道的傳承與發展。



羿華杯上海劍道交流大會



劍道八段老師來我道館交流指導



劍道愛好會劍道交流



2019 劍道班練習



2019 劍道班升級審查



2019 客戶劍道體驗

3.2.6 張浦企業籃球賽

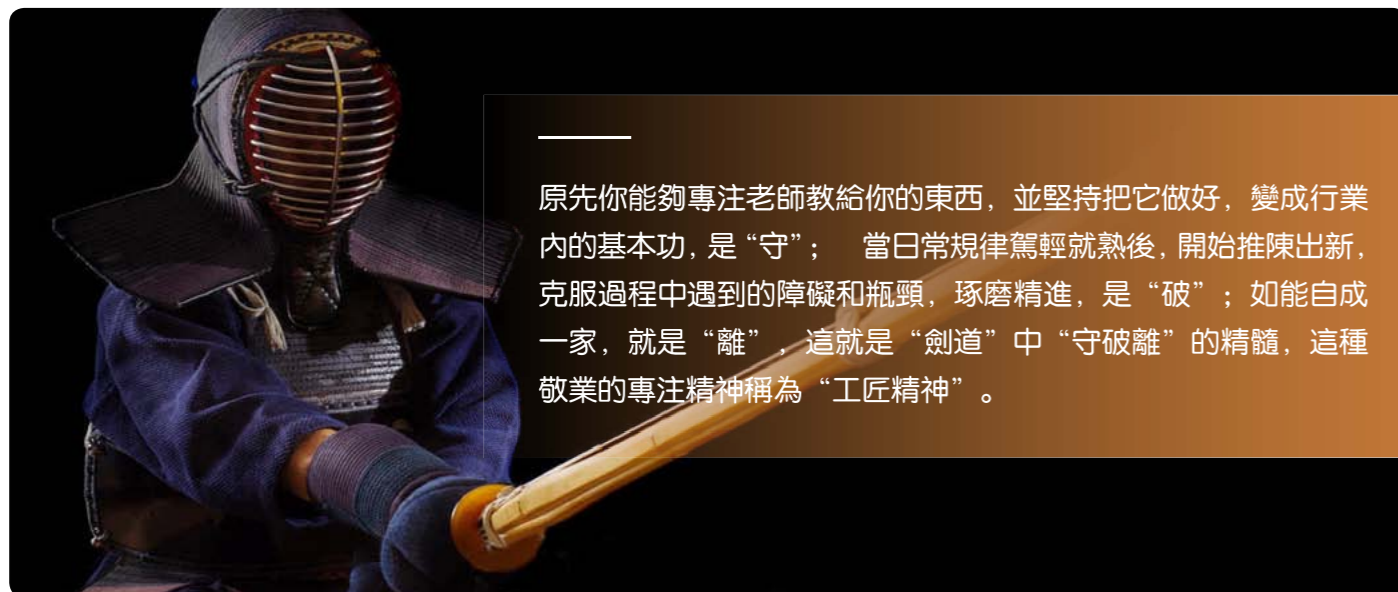
2019 年工會積極組織員工參與張浦政府組織的企業籃球賽，大家積極參與，配合默契，在賽場上揮汗如雨，展現團結協作的精神。



3.3 外部參與行業協會活動

公司參與的行業協會和組織的會員資格如下：

協會名稱	主要活動
傑出大陸台商聯誼會會員	組織並贊助兩岸經營創業有成企業之活動、擔任創新論壇主講嘉賓，參與會員大會。
外貿協會行銷專案處奶茶聯盟會員	拓展台灣手搖杯產業的海外業務
台灣區飲料工業同業公會榮譽會員	參加台灣飲料工業公會會員大會
江蘇省餐飲行業協會供應商專業委員會	參加協會日常工作
江蘇省食品安全生產協會	參加省食品安全生產協會組織的培訓和交流會議
蘇州市農業產業化龍頭企業協會	參與協會日常工作
中國茶葉流通協會茶飲咖啡專業委員會	參加協會經濟年會活動，並代表果蔬汁行業發表演講，對行業內發展趨勢進行分享報告。
中國飲料工業協會會員	參與新零售飲品分會籌備和成立工作，參與協會組織的國家標準的研討和建議。
中國茶葉流通協會茶飲咖啡專業委員會	參加協會經濟年會活動，並代表果蔬汁行業發表演講，對行業內發展趨勢進行分享報告。
中國飲料工業協會會員	參與新零售飲品分會籌備和成立工作，參與協會組織的國家標準的研討和建議。



原先你能夠專注老師教給你的東西，並堅持把它做好，變成行業內的基本功，是“守”；當日常規律駕輕就熟後，開始推陳出新，克服過程中遇到的障礙和瓶頸，琢磨精進，是“破”；如能自成一派，就是“離”，這就是“劍道”中“守破離”的精髓，這種敬業的專注精神稱為“工匠精神”。



協辦中國飲料工業協會新零售飲品分會成立大會

2019年11月20日，中國飲料工業協會新零售飲品分會成立大會在上海成功舉行，標誌著中國新零售飲品領域第一個全國性行業組織終於在各方期待中順勢而生。鮮活作為協辦方全程參與，且鮮活果汁有限公司黃國晃董事長被授予分會首屆常務副會長一職。

茶飲消費趨勢的變化反映出茶飲從追求口感到追求口味層次豐富、產品天然健康的變化。而更大的變化是，茶飲的角色從“飲品”過渡到了“社交品”。

對年輕消費者喜好的深刻洞察和把握，增強了新式茶飲與年輕一代之間的黏性，更為新式茶飲產業帶來了全新的全球商機——由於具備了年輕、時尚等重要屬性，茶可以與同為“世界三大飲品”的咖啡和可樂展開競爭。新式茶飲將擔負起“讓茶文化走向全球”的重任。

新起點，新征程，新零售飲品分會的正式成立將極大鼓舞行業的從業者聚力集智，攜手與共，行穩致遠，共同發展；新征程，2019年中國新零售飲品發展論壇的成功召開為企業未來發展提供了新思路 and 借鑒方案。



ISO22000 認證體系內審

86%

2019 年度符合食品安全管理體系 ISO 22000 認證之廠房營業收入，佔所有生產產品廠房營業收入 86%。

產品追溯與召回管理

100%

產品可於 2 小時內完成追溯與召回管理

原物料採購

90.87%

原物料採購 88% 自中國境內

符合國際認證標準之原物料採購金額

91%

符合 ISO22000、HACCP、FSSC22000、ISO9001 等國際認證標準之採購，占原輔料採購金額的 91%



肆 · 安心產品



4.1 系統性的安全評估

4.1.1 嚴謹把關產品安全

公司對於產品可能產生食品安全危害的風險，從原物料管控到生產過程管控，皆透過食品安全管理體系管理，並嚴格遵守最新法規。鮮活透過風險評估小組組織風險評估會議對食品安全問題進行風險評估，與會人員為公司各部門管理階層人員，有效管控產品食品安全。本公司生產廠房業經取得中國大陸食品企業生產許可 SC 認證，取得 ISO 22000 食品安全管理體系認證、FSSC 22000 食品安全管理體系認證、HACCP 管理體系認證及 ISO 9001 品質管理體系認證。

本公司 2019 年度所生產產品 100% 受鮮活食品安全管理系統所涵蓋，另 86% 由經過食品安全管理體系 ISO 22000 認證之廠房所生產。

廠區	認證證書	取得時間	有效期
昆山廠	{糧食加工品、飲料[茶(類)飲料、果蔬汁類及其飲料、蛋白飲料、固體飲料、其他飲料]、其他方便食品、冷凍飲品、速凍其他食品、果凍、水果製品、澱粉糖}生產許可證	2019/01/04	2021/11/27
昆山廠	ISO 22000 食品安全管理體系	首次發證 2012/03/06	2021/02/03
昆山廠	FSSC 22000 食品安全管理體系	本次發證 2020/03/10	2021/11/15
昆山廠	ISO 9001 品質管理體系	首次發證 2015/12/07	2023/03/01
昆山廠	HACCP 管理體系	本次發證 2018/11/16	2023/03/08
天津廠	{飲料[果蔬汁類及其飲料、蛋白飲料、固體飲料、其他飲料]、其他方便食品、水果製品}生產許可證	首次發證 2017/07/21	2021/10/16
廣東廠	{[果蔬汁類及其飲料、蛋白飲料、其他飲料、水果製品]}生產許可證	本次發證 2020/03/02	2023/02/10
廣東廠	ISO22000 食品安全管理體系	首次發證 2017/07/19	2022/10/17
廣東廠	HACCP 管理體系	本次發證 2020/03/09	2022/10/17

本年度廣東廠進行遷廠，故重新進行驗證。舊廠驗證有效期限為 2017/5/17~2020/5/16，涵蓋 2019 全年



產品自農場至餐桌的生產製程依照食品安全管控及嚴謹審核制度落實執行，從食品安全防控至確保產品品質持續改進，致力於建立完善的流程評估及系統。

1

食品安全防控

品質安全管理制度，原料檢驗標準中規定水果供應商每年至少一次提供農藥殘留、污染物限量的協力廠商檢驗報告，執行結果為 100%。對於生產使用的添加劑，每日對使用量、庫存量進行盤點，嚴格規範添加劑的使用。

成品的遵循國家標準及企業標準，如產品出廠檢驗項目、型式檢驗項目，對成品進行外檢，包含物理指標、微生物、重金屬、農藥殘留以及色素等指標。

每天對車間空氣落菌、工器具、出料口、人員手部菌落總數進行抽檢，留存原始記錄；每年兩次送外檢測生活飲用水。

5

生產過程品質管控

對產品生產工藝進行危害分析，其中添加劑配料、殺菌、金屬探測、灌裝四個工序被確定為關鍵控制點並進行監控，建立相應關鍵控制點監控計劃。生產使用《生產計劃單》包含配方資訊、生產參數以及工藝流程，明確產品生產加工步驟及相關參數。

2

廠區、車間環境管理

建立《衛生清洗 SOP》、《CIP 清洗 SOP》，對車間環境清洗，人員、設備清洗消毒進行規範。制度要求每天生產前使用酒精對混合機、包裝機進行消毒，每天生產結束後使用消毒液對混合機、包裝機進行擦洗，每月最後一周對磨糖機拆卸，使用消毒液擦洗，留存相關記錄。

6

產品出廠品質管控

建立成品質量檢驗管理相關制度，制定產品的內控品質標準，產品出廠每批進行感官、可溶性固形物、蛋白質（配製型含乳飲料）、PH 值、大腸菌群、細菌總數、黴菌、酵母菌等項目檢測，抽查不同生產日期的檢驗記錄。

3

採購品質管理

建立完善的採購管理規定，制定《採購控制管理程序》、《供應商評鑑控制管理程序》，對採購流程、供應商引入、劃分及評價工作進行明確，執行結果詳見 4.2 節。

7

產品品質持續改進

各廠每週召開品質會議，對產品品質問題進行專項溝通、研究，成立專門的落實小組，專人對會議制定的舉措的實施進行跟蹤，留存相關記錄。

公司規範所有供應商物料提供出廠檢驗報告以及檢驗所提供的協力廠商檢驗報告，並形成相應的果汁及果醬 HACCP 計劃，因應不同製程建立標準作業流程 (SOP)，確保食品安全管理系統之有效運行。

對所有生產成品進行食品安全的檢測，必須在全部檢驗合格後才進行銷售，在產品銷售時隨貨提供檢驗報告予客戶。

4

原輔材料品質把控

建立各類原輔材料檢驗標準，對每個入廠原料的檢驗項目、協力廠商檢測報告驗證項目進行明確規定，要求水果供應商對原料水果的農藥殘留、污染物限量送協力廠商進行檢測。制定《檢驗 SOP》，對各個檢驗項目、檢驗操作方法進行詳細說明。

8

倉儲管理

建立白糖庫、添加劑庫、冷凍庫、冷藏庫、成品庫等存儲庫房，建立《倉儲管理規定》對物料的裝卸、存放、帳目管理等工作進行規範要求，制定倉儲環境控制相關制度，對庫房溫度、監控頻次進行明確規定，留存相應記錄。

4.1.2 品質保證檢驗

公司建立品質安全管理制度，制定相關產品內控品質標準，產品出廠每批次感官評定、理化指標、水質等項目檢測，委請外部機構完成產品安全檢驗機制。

- 一、**供應商管控**：對於原物料供應商資質及檢驗報告認定。
- 二、**原物料檢驗**：品保部門要求供應商提供出廠檢驗紀錄，品保人員對物料到貨進行來料檢驗並記錄。
- 三、**產品生產過程管控**：按 HACCP 進行關鍵控制點 (CCP) 管控及記錄。
- 四、**內部實驗室檢驗**：4. 公司品保部下設實驗室，符合國家品保標準，加強對食品安全的自主檢驗能力，依危害分析與重要管制精神及風險控管原則等，持續完善實驗室設備及規模，主要設備儀器有：折光率儀、粒徑分佈儀、紫外分光光度計、pH 計、多參數快速測定儀、氣相色譜質譜聯用儀、水分活度檢測儀、可見分光光度計、精密分析天平、環形反射率量測儀器、影響測量儀、液體密度計、農藥殘留速測儀、液體密度計、農藥殘留速測儀、紙箱抗壓強度測試儀等。2019 年新增超淨工作臺，優化微生物檢驗室操作環境；新增全自動定氮儀、旋轉蒸發儀，以提高檢驗的時效性和準確性。

2019 年度品保實驗室的支出金額約新台幣 20,384 仟元，占全年度合併營收淨額 0.58%。主要支出項目包括：1. 產品委外檢驗費用、2. 儀器設備購置費用、3. 年度設備儀器校正費、4. 檢驗室藥品耗材費用、5. 外訓課程培訓費用、6. 勞保、辦公用品、修繕費、7. 實驗室人員薪資。

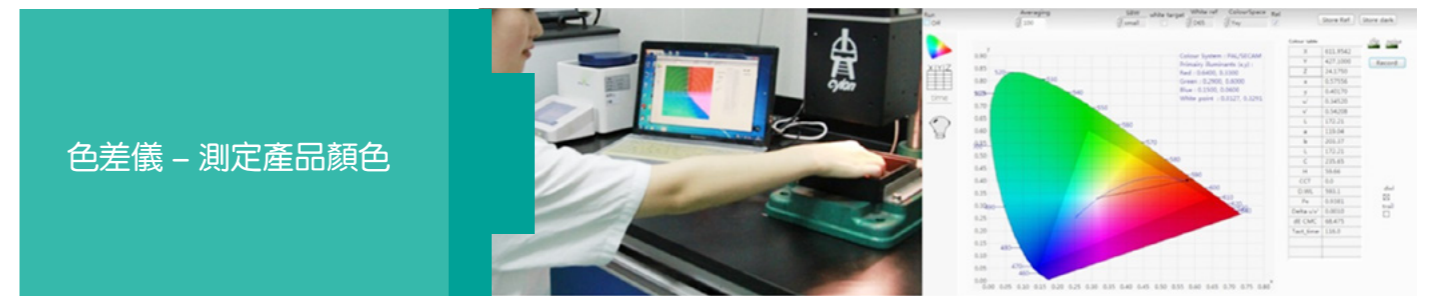


提供給客戶的出廠檢驗包含感官評定、物理檢驗、微生物檢驗。2019 年每個項目檢驗合格率皆較 2018 年進步，主要是持續落實對產品食品安全的各項檢驗、對供應商原物料的標準建立及品質要求。

各項檢驗方法、檢測目的，及按照對應國家衛生標準和企標符合法令法規要求判斷合格標準，說明如下：2019 年度三廠依國家標準規定所執行之檢驗項目 (可溶性固形物、固形物、菌落總數、大腸菌群、蛋白質、水分、外觀與風味) 未發現有異常 (不符合國家標準限值) 之情形。

2019 年成品檢驗資料統計分析								
檢驗結果 (註)	理化檢測			微生物檢測		水分	感官要求	
	理化檢測	微生物檢測	水分	感官要求	大腸菌群		外觀	風味
國標匯總	0	0	0	0	0	0	0	0
總檢測次數 (項數)	1,310	387	447	13,634	13,670	1,724	13,670	13,670
異常匯總 (項數)	0	0	0	0	0	0	0	0

註：本表所揭露之檢測結果係國家標準之限值判定，檢測所依據之國標包含 GB/T 17325、GB/T 22474、GB/T 21732、GB/T 29602、GB/T 31121、GB 2759、GB/T 31326、GB 19640。



五、外部檢驗：因應客戶特殊要求提供成品出廠之重金屬、農藥殘留以及色素之協力廠商檢驗報告，確保無生物及物理性危害，公司產品每年送交國家認證檢驗機構檢驗。

2019 年委外成品檢驗資料統計	
委外檢驗	成品檢驗
產品品項	食品工業用濃縮液（汁、漿）、冷凍飲品、豆奶和豆奶飲料、生活飲用水、沖調穀物製品、含乳飲料、茶飲料、果醬、固體飲料、咖啡類飲料、果蔬汁及其飲料、植物飲料、大豆粉、飲料濃漿（食品加工用）、風味飲料、速凍果醬及其製品系列、方便食品
主要檢驗依據	GB 17325、GB 2759、GB/T 30885、GB 5749、GB/T 2760、GB 19640、GB/T 21732、GB/T 21733、GB/T 22474、GB/T 29602、GB/T 30767、GB/T 31121、GB/T 31326、Q/WXXH 00010S、Q/WXXH 0003S、Q/WXXH 0004S、Q/WXXH 0008S、Q/14A2021S、Q/14A2027S、Q/XHSW 0001S、Q/XHSW 0002S、Q/XHSW 0003S、Q/XHSW 0004S、Q/XHSW 0007S
2019 年檢驗結果	2019 年總計檢測成品：檢測 585 次，未出現不合格。

六、食品安全管理體系審核：6. 公司各廠分別定期進行體系內審一年兩次、管理評審一年一次。2019 年昆山廠接受政府單位飛行檢查共兩次，三廠每年接受公司食品安全飛行檢查小組飛行檢查四次。

七、積極培養品保實驗室人員：積極培養品保實驗室人員：實驗室人員要求具有食品工藝及檢驗，生物化學、儀器分析、資料統計分析等方面的知識，並具有食品檢驗檢疫資格。透過培訓不斷熟悉有關食品檢驗標準，及時瞭解行業動態和資訊，以提高食品檢測技術水準。





4.1.3 产品追溯与召回管理

公司 100% 果汁、果粒、果粉類產品皆可進行追溯與追蹤管理，已建立自上一階供應商到下一階產品出貨客戶之表單或電子文件，建立以產品條碼追溯系統，成品採用二維條碼進行可追溯管理。另依循 ISO22000 可追溯性系統執行產品撤回執行計劃，以確保能夠識別由最終成品查到該批次原物料批次使用、生產和交付記錄的關係，以及直接供方的進料和終產品首次分銷途徑，完成從原料至成品的關鍵過程與用料追溯。2019 年執行 19 次模擬產品追溯及 3 次模擬產品召回，作為當潛在不安全產品發生撤回時能夠及時處置的能力建置訓練。2019 年昆山、天津、廣東模擬結果的回收率分別為 10.1%、100%、21.87%，未回收部分為客戶已經銷售產品，客戶出具了已銷售完畢說明。

4.1.4 法令合规

品保部門定時收集與食品安全相關最新的法規、檔案及其他重要資訊，制訂「法律法規及標準清單」，法令包括產品標準、衛生標準、實驗方法標準、罐頭及容器國家標準、食品添加劑使用標準、國家衛生部、質量監督檢驗檢疫總局公告等，及時回饋予相關人員。確認有關食品安全的政策、作業規範及時有效傳達於相關人員，內容發生變化時及時利用郵件、會議、培訓等方式告知，向從事食品安全的關鍵職位員工進行定期專業培訓。

鮮活為食品工業，所遵循之食品安全衛生管理相關法律法規可參照國家市場監督管理總局 (<http://www.samr.gov.cn/>)，以及地方江蘇省藥品監督管理局 (<http://da.jiangsu.gov.cn/>)、廣東省食品藥品監督管理局 (<http://mpa.gd.gov.cn/>) 廣東省市場監督管理局 (<http://amr.gd.gov.cn/>)、天津市市場監督管理委員會 (<http://scjg.tj.gov.cn/>) 所公告有關食品製造業類別之法令規章。2019 年度未有違反上述法令規章之情事。

2019 年發佈重大法律法規

序號	檔案名稱	文件編號	發文單位	發佈日期	實施日期
1	市場監督總局關於發佈《食品中羅丹明 B 的測定》等 3 項食品補充檢驗方法的公告	2019 年第 9 號	國家市場監督管理總局	2019/03/06	2019/03/06
2	關於發佈《綠色產品標識使用管理辦法》的公告	2019 年第 20 號	國家市場監督管理總局	2019/05/07	2019/06/01
3	中華人民共和國食品安全法實施條例	國務院令 第 721 號	國務院	2019/11/01	2019/12/01
4	消費品召回管理暫行規定	國家市場監督管理總局令 第 19 號	國家市場監督管理總局	2019/11/21	2020/1/1
5	食品生產許可審查通則	國家食品藥品監督管理總局令 第 103 號	國家食品藥品監督管理總局	2016/08/10	2016/10/01
6	飲料生產許可審查細則 (2017 版)	食藥監總局令 2017 年第 166 號	國家食品藥品監督管理總局	2017/12/26	2017/12/26

4.2 負責任的供應鏈

4.2.1 供應商採購原則

公司建立完善的採購管理規定，如《採購控制管理程序》、《供應商評鑑控制管理程序》，對採購流程、供應商引入、供應商劃分、供應商評價工作進行明確。每半年對供應商供貨品質、到貨及時率、服務品質等進行評價，制定評分標準，留存評價記錄，只向通過國家生產許可證認證的供應商採購。定期對《合格供應商名單》進行更新評估，呈部門主管及總經理簽核確認後實施採購。

評分級別如下：

分數	級別	評分結果
80 分以上	A 級	納入合格供應商，列為優先合作對象
70-79 分	B 級	納入合格供應商，同意合作
60-69 分	C 級	改善後可納入合格供應商
50-59 分	D 級	不列入合格供應商，不予合作

4.2.2 符合認證標準之採購

誠信、正直是選擇供應商的首要條件，供應商的素質更是原物料管理的關鍵，公司積極建立與供應商溝通管道之順暢及保持良好夥伴關係。由供應商評鑑小組按照計畫執行「年度供應商評鑑計劃」及「供應商品質安全評估通用標準」實施及記錄，確保評鑑過程的客觀與真實。

供應商評鑑計畫的制定原則，主要從七大方面進行管控，此外每年度會依據評鑑控制管理程序考量供應商之交易金額、交易異常頻率或有其他部門指定需評鑑等因素，選取供應商執行年度定期評鑑或進行不定期評鑑。

此外，評鑑中確認從事食品生產的人員全部有健康證、工人要有健康證、特定工作性質工人要有上崗證等。對於評鑑結果反饋供應商進行改善措施並由評鑑人員確認改善結果，作為供應商考核記錄存檔。現階段未進行勞工實務評估，未來將依實際情況納入 CSR（環境、勞動人權、社會等衝擊評估）稽核之計畫。

篩選原則	評分結果
1. 年度交易金額前 10 大之供應商	每年一次
2. JIT 及時供貨之供應商	
3. 評鑑結果（同供應商評分級別）為 A 級的供應商	三年一次
4. 供應商有取得 ISO22000、FSSC22000 等相關資質認證	
5. 供應商屬於行業類知名企業	
6. 其他部門指定需評鑑的供應商	特殊指定
7. 所供物料不直接接觸產品之供應商（如標籤供應商等）及貿易商	不需評鑑

供應商 6 大評估面向



公司每半年（1 月及 7 月）100% 針對上半年有交易之供應商進行評分，評分較低或異常頻率高的供應商，公司安排品保、技術人員前往工廠進行現況評鑑考核，對不符合項向供應商發出《供應商考核改善通知書》，協助並輔導供應商及時改善，2019 年共發出供應商考核通知書 13 家，12 家及時完成改善。經由確實的評鑑管理制度進行更新評估，以期逐年提升供應商的營運品質，創造與供應商共存、共榮、共贏的夥伴關係。

2019 年公司完成供應商到廠評鑑共 29 家，評鑑結果為 A 級供應商 16 家，B 級供應商 13 家，占 2019 年度有交易原物料 [鮮活之原物料包含食材原料、添加物輔料及包材。] 供應商家數的 7.57%。

廠別	級別	A 級		B 級		C 級	
		數量	比例	數量	比例	數量	比例
昆山	上半年	190	77.2%	56	22.8%	0	0%
	下半年	176	71.0%	72	29.0%	0	0%
天津	上半年	104	80.0%	26	20.0%	0	0%
	下半年	95	67.9%	45	32.1%	0	0%
廣東	上半年	32	22.7%	107	75.9%	2	1.4%
	下半年	34	24.6%	102	73.9%	2	1.4%





4.2.3 在地採購

公司在當地採購原物料的比例為 90.87%，在中國境內以各區域水果產地優勢採購原物料（如下圖），配合產地農民採收季節，提供合理價格，提高農戶收入，與當地水果生產基地建立良好互動和合作，瞭解各地水果原物料的優勢，縮短原物料運送里程，保證水果原料新鮮度。

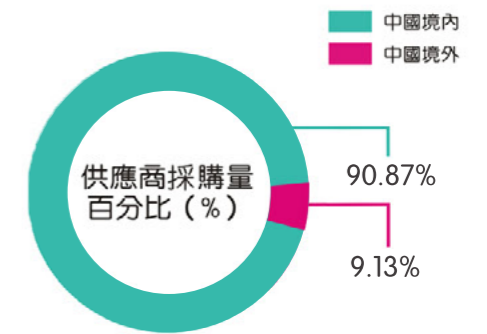
此外，結合南北方水果種植的差異，本公司在天津就近開發選擇雪梨、哈密瓜、水蜜桃等凍果的供應商，節約運輸與原料成本以降低採購價格。而在應對遠距離的添加劑供應運輸問題，則建立備用供應商，以防冬季天氣原因造成添加劑臨時短缺。



4.2.4 符合認證標準之採購

2019 年公司採購原輔料供應商中通過如 ISO22000、HACCP、FSSC22000 等國際認證的共計 151 家，採購金額約 218,879 仟元，占原輔料採購金額的 91%。

為支援負責任的永續森林管理，且確實執行對環境保護的參與，公司要求紙箱供應商向有“森林管理委員會 (FSC)”認證的原紙生產商採購紙板製作公司紙箱，2019 年度採購經 FSC 認證之紙箱金額占全年度紙箱採購總金額為 46.93%。



4.2.5 供應商分享

為提升產品市場競爭力，定期向供應商收集行業資訊及國內外市場新品資訊供內部關聯部門參考，並定期邀請優質供應商夥伴前來分享專業知識及行業資訊，2019 年度共計有 12 家廠商來公司做分享和交流。通過廠商提供的行業資訊分享和交流，促使研發創意及推出產品。



4.2.6 綠色採購

本公司的檸檬、胡柚、贛南臍橙、金桔等新鮮水果都是直接從農戶手中購買，以確保水果的風味與品質。選取風味最佳的生產基地，並於不同時節，到基地實際勘察，堅持把最好的原料帶到工廠，生產新鮮美味的果汁。

此外，鮮活與農戶之間互助合作，指導農戶的種植與土壤培養，不使用化學肥料污染環境，手工除草方式使土壤得到好的保養與改善，維護良好生態平衡。同時為產品安全與食品健康，採購的凍果、原汁要求供應商不添加任何添加劑與防腐劑。

4.3 品質持續進化

4.3.1 改善產品品質

ISO22000 食品安全管理系統的持續改善

公司每年組織二次審核計劃，檢討食品安全管理體系 ISO 22000 在內部運作的符合性、有效性，2019 年度第一次內審結果，檢查共 485 項，不符合項共 25 項。第二次內審結果，檢查共 511 項，不符合項共 26 項。所列出查核建議改善事項已於 2020 年 3 月前全數完成。二次審核範圍與結果涵蓋 100% 生產產品類別。

食品加工工廠客戶認證稽核

公司自 2011 年搬遷新廠後，每年接受食品工廠客戶的認證與稽核。進行現場評估檢查，從食品安全防控、廠區及車間環境管理、採購品質評鑑、原輔材料品質把關、生產製程至出廠的品質管控、倉儲管理、產品質量持續改進等。昆山、天津及廣東三廠每月共同召開品質會議，對產品品質議題進行專項溝通及調查，留有會議記錄，成立專責小組對會議制定的措施落實，追蹤結果並記錄留存。通過大廠認證稽核，依據要求檢討改善，進一步推動各類產品品質優化及升級。2019 年針對客戶 - 大家樂審核提出 3 個缺失項目 (滅蠅燈運作、器材擺放、不合格區域標示) 已 100% 完成改善。

4.3.2 萬級無塵室及實驗型設備資本投入

4.3.2.1 萬級無塵室生產車間投產

公司採用一萬級無塵室的生產車間，室內牆壁為不銹鋼牆壁，室內溫度大於 30°C 時，以打開空調系統進行降溫，控制車間環境對溫、濕度的要求。每天生產前開啓車間空氣淨化系統，經過系統處理得到符合規格之潔淨空氣，即空氣中 (每立方米) 微粒的最大濃度限值。對作業人員的手部消毒、著裝及風淋室進出等嚴格要求，達到控制低污染水準的環境如灰塵污染、空氣傳播的微生物等，提供高潔淨安全的車間環境。



4.3.2.2 實驗型無菌灌裝設備

實驗工廠引進義大利最先進 BIB (Bag In Box) 盒中袋無菌灌裝設備，在常溫狀態下進行灌裝，最大限度減少飲料的受熱時間，產品維生素損失很少，營養更豐富，保持了飲料產品的原味。在不使用防腐劑的情況下，能夠讓產品有更好的保鮮度。



中試車間無菌灌裝設備

4.3.2.3 冷凍速凍技術的產品應用

每年公司研發人員積極投入核心技術的開發，從微乳技術、實驗工廠、果糖複配技術、無菌冷灌裝技術等，引領產品應用技術的不斷優化及品質的提升。

速凍果蓉系列開發源起是滿足客戶飲食需求，提供新鮮、健康、綠色無添加產品，適用於製作霜淇淋、慕斯、飲品、冰沙等。每項產品在開發過程中以不同產地的原料優勢，分析風味、色澤、粘度、口感等，一一對比，在此基礎上進行複配調試，確保調試出產品以最佳風味及狀態呈現給客戶。產品生產採用無菌冷灌裝技術，更大限度保留其風味、色澤和營養，將灌裝的產品迅速通過冷凍隧道，跨越產品結晶區，控制其結晶顆粒大小，使其口感更好。

4.3.3 產品標示

公司業務的成長帶動產品在各地快速流通及能見度提升，產品標籤加入「二維碼」及「客戶服務電話」，有助於市場秩序及產品流通管理，提供及時溝通方式。公司 100% 產品遵循產品標示相關法令，標籤上標明產品飲用方式、營養成分及營養素參考值 (NRV)，提供真實、客觀的營養資訊和產品特性。對固體飲料類及含乳飲料類產品標籤標註過敏原資訊。

4.3.4 健康提升

反式脂肪酸對人體健康的危害引起高度重視，中國大陸法規 GB 28050-2011《食品安全國家標準預包裝食品營養標籤通則》中規定「食品配料含有或生產過程中使用了氫化或部分氫化油脂時，在營養成分表中還應標示出反式脂肪酸的含量」。公司自 2012 年起對使用含有反式脂肪酸植脂末產品及所有粉體飲料系列進行升級，替換成不含反式脂肪酸的植脂末，讓客戶品嚐到健康、安全的飲品。2019 年零反奶精產品銷售量達 409.5 噸，占總奶精產品銷售量的 63.52%，共計消耗零反奶精 370.6 噸。

隨著健康食品越來越受廣大消費者的喜愛，本公司對新產品開發上趨於天然健康的方向。對於防腐方面，公司投入研發天然防腐劑和不添加防腐劑的產品；對於抗氧化盡量使用天然或物理的方法進行，使用高阻隔氧瓶，對於果汁含量比較高的產品，達到較好的抗氧化效果。

客戶互動
CUSTOMER INTERACTION

客戶總數 / 銷量

786 家 73,000 噸

客戶總數約六百八十九家，達到了六萬八千噸。

連鎖餐飲客戶

123 個品牌 30,000 多家門店

連鎖餐飲客戶總計 123 個品牌，30,000 多家門店。

產品推廣會

132 場

舉辦夏季推廣會 77 場和冬季推廣會 55 場

客戶滿意度

92.9 分

客戶滿意度達 92.9 分



伍·客戶互動



果汁逐漸成為人們生活中時尚與流行的必不可少的元素，為了讓客戶能夠有更愉悅的用戶體驗，鮮活不斷地提出創新服務，帶領著果汁行業朝著更加天然、健康、時尚的方向發展。鮮活的經銷商、連鎖餐飲系統、工廠以及現調機都在持續蓬勃發展，與鮮活簽約的客戶也不斷的增加，鮮活為客戶特製精緻的服務，與客戶形成良性的有效互動。未來，鮮活也將持續努力，不斷提出更優質的服務，以滿足客戶的需求。

5.1 客製化服務與關係培養

鮮活的客戶按通路主要分為經銷商、連鎖餐飲和工廠，鮮活秉持著“用創新打造客戶滿意品質，以卓越品質打造全員福祉”的品質政策和方針，致力於服務客戶與關係的培養，提升客戶滿意度。

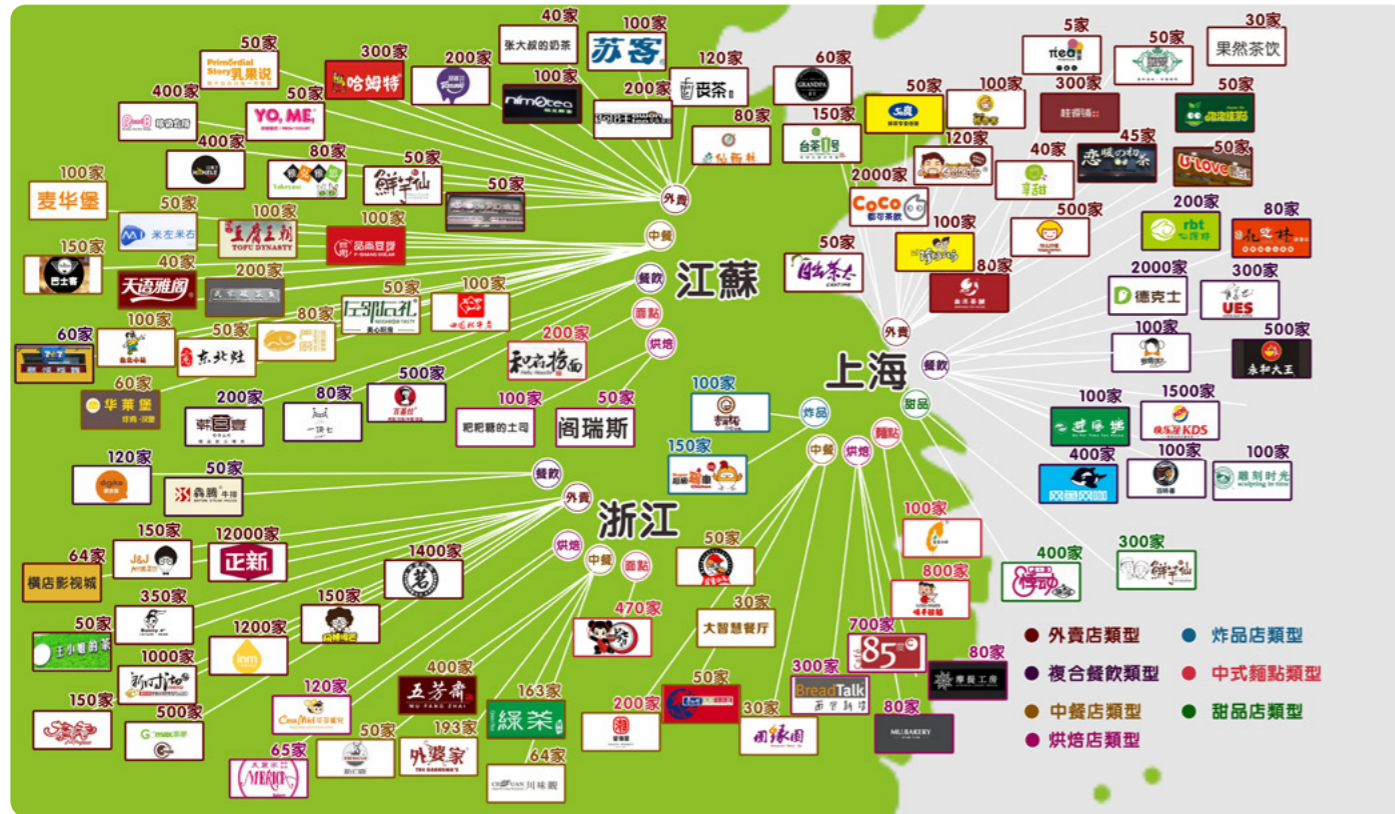
5.1.1 客戶分佈概要

5.1.1.1 各區域經銷商合作時間穩定長久

鮮活在各個區域有著長期合作且關係良好的客戶，2019 年公司客戶總數約七百八十六家，銷售噸數有明顯的增加，達到了 7.3 萬噸。鮮活與經銷商客戶一直保持著良好的關係，合作的經銷商客戶也在互利共贏的合作關係中，與鮮活持續共同發展。

5.1.1.2 關係培養與管理

鮮活的連鎖餐飲客戶遍佈全國各地，其中全國性餐飲連鎖系統客戶鮮活品牌滲透率約六成，如 2019 年連鎖餐飲店華東地區的分佈圖，帶動著各個區域的連鎖餐飲店的發展與擴大，在有序經營的基礎上，提升鮮活的知名度與品牌形象，與鮮活共同進步。



5.1.2 關係培養與管理

良好的客戶關係是本公司生存與發展的重要資源，通過改善、維持和發展我們的客戶關係，提高企業在市場的核心競爭力，達到競爭致勝，快速成長的目的。我們以“一對一”的服務模式，滿足不同價值客戶的個性化需求，提高客戶的忠誠度和滿意度，實現客戶價值的持續性貢獻，從而提高企業的整體優勢。

5.1.2.1 協助客戶開發產品及市場

鮮活透過市場部的專業技術人員協助業務人員進行市場開發，在產品使用和搭配上，為客戶與消費者作點對點的指導、培訓，推廣新產品與市場，確保即時快速的反應機制。針對新品研發，公司要求十個工作日內完成並將樣品送至客戶，並提供客制化的特色服務。



專欄

2019 年推動重點

隨著客戶對產品品質越來越重視，以及市場上多元化產品的需求，鮮活以過去優勢技術為基礎，並進行更進一步的研究。

2019 年鮮活加強對產品品質的重視，藉以提升產品品質與增加產品特色及附加價值，促使其更符合市場發展的趨勢需要，也更加體現鮮活市場形象的品質定位，另外對於產品的包裝進行優化，從瓶桶、紙箱、標籤著手提升包材的質感，並加強對一線作業人員提高包裝品質的宣導，從生產源頭提升品質意識。

此外，鮮活也致力於產品研發，2019 年共收到 495 項客戶對新品需求，每年大約有 217 個新產品的開發，以客戶對產品多樣化的需要。公司擁有自行研發之果汁乳化核心技術等發明專利申請超過 20 項，未來在專利佈局的方向將著重於將獨特技術應用的產品進行專利申請保護，強化本公司競爭力，延續優勢，維護公司的最大利益。

另一方面，做為鮮活的重要分支，廣東分廠與天津分廠的穩健發展一直為鮮活的騰飛添磚添瓦。

兩廠結合當地區域特色，貼合市場需求，著力投入產品的創新開發，全方面賦能經銷商系統、連鎖餐飲系統、工廠系統以及現調機系統四大客戶業務，為客戶提供優質、客製化的產品及貼心的服務，最終實現互贏。

5.1.2.2 經銷商大會、推廣會、培訓與技術交流會

鮮活召開的年度經銷商大會，為經銷商客戶提供專業技術交流平臺，並邀請業內菁英對市場最新行情與動態交流，與客戶現場進行新品的應用講解與實際操作。同時聘請相關行業資深講師進行課程培訓，提升客戶能力，並規劃企業未來方向、政策發展的說明及新品發布。另外根據所有客戶前一年的整體表現狀況，評選出優秀的客戶並進行獎勵。



2019 年經銷商大會現場



獲獎經銷商頒獎

鮮活在全國召開多場夏季與冬季的新品推廣會，在人力、物料、資金等方面支援下屬經銷商向其客戶開展新產品推廣，公司的專業市場技術團隊展示新品配方，提供推廣方案，為客戶打開當地市場，把握飲品發展趨勢，提升客戶實作能力。2019 年執行夏季推廣會共計 77 場，冬季推廣會共計 55 場，2019 年推廣費資金支持費用達新臺幣 1,052 仟元。



2019 年昆明夏季推廣會



2019 年南通冬季推廣會

鮮活通過各種各樣的形式為客戶提供服務，包括經銷商客戶來我司培訓並獲得培訓證書。同時，業務人員制定客戶拜訪計畫，協助當地客戶發展合適的新品配方與推廣方案，在整體宣傳設計、佈局上，協助客戶進行形象美化，鮮活每年度推出企業畫冊，每半年推出產品的菜單畫冊，並針對新品特製說明畫冊，以此提升企業與客戶之間的溝通、認可，並提升客戶的專業能力，並協助經銷商開發終端消費客戶群，為技術人員進行專業飲料調配培訓。

此外，公司積極參與各類大型食品、餐飲等專業的行業展會，現場建立品牌形象店，進行產品展示、新品推廣、客戶溝通、現場體驗，展示研發能力並冠名業內賽事如咖啡師比賽，獲得不錯的成績。



2019 年上海烘焙展



2019 年廣州酒店展

5.1.2.3 市場價格保護政策與措施

“維持市場健康秩序，促進區域協調發展”作為鮮活市場管理的重要方針，同時為全國管制網路平臺產品的銷售秩序，特成立了網路維護小組，主要是對產品進行統一零售定價，規範網路店家的經營行為，以此穩定整體價格秩序。鮮活與專業的網路維護公司簽訂合約，委託其對本公司的產品在網路上的低價銷售情況進行管制。2019 年關於商標侵權共投訴賣家 238 起，處理侵權連結 597 個，90% 以上投訴成功。

5.1.2.4 設立實驗型的中試車間

公司設立實驗型的中試車間，通過中試車間完成產品研發創意、成本分析到產品製程的一貫化過程。客戶可以從產品生產製程更快地瞭解鮮活產品並給予回饋意見，協助客戶培養品管人員，促進客戶與公司的協調發展。



5.2 客戶滿意度

5.2.1 竭誠提供滿意服務

5.2.1.1 重視客戶資料的保護

公司重視對客戶資料的保護，在前端設有 ERP 管控系統進行保護，針對客戶獨有的產品及配方，鮮活特別為其客製化，產品上印有客戶的 LOGO 或專屬標示，確保此類產品不會賣給其他客戶。在後端，研發部設有嚴格的保密管理制度，嚴防資料的外洩。雙管齊下，公司在遺失顧客資料而遭投訴的次數為零，贏得了公司所有客戶的一致好評。

5.2.1.2 微信與客戶互動

2019 年微信發佈數 86 篇、微信關注人數 32,641 人，透過微信後臺留言及微信評論，增加與客戶的互動。



5.2.1.3 客戶體驗

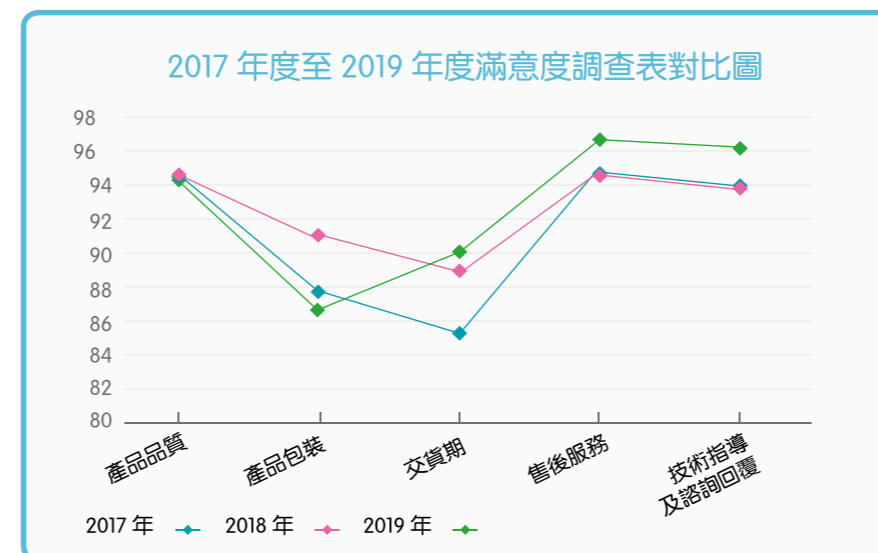
現調機體驗中心為客戶提供更好的產品體驗與交流。在此，客戶能全面瞭解到各系列果汁的特性及體驗各款現調機的使用方式，經由現調機的一鍵打杯客戶能夠快捷地品嚐到另一種餐飲行業的飲品解決方案。



5.2.2 客戶滿意度調查

5.2.2.1 調查的對象、方式、頻率

公司每年執行的客戶滿意度調查，就公司產品品質、產品包裝、交貨期、售後服務、技術指導、諮詢回復及諮詢應答等多方面收集客戶回饋意見，近三年客戶滿意度總體評分如下圖。透過滿意度調查表向客戶瞭解並挖掘影響客戶滿意度的關鍵因素，更有效改善公司產品及服務品質，為能達到客戶的滿意提供更好的創造力量。對低於目標分數值 85 分的者，需由權責部門進行確定糾正及預防措施，並予以回復覆客戶。



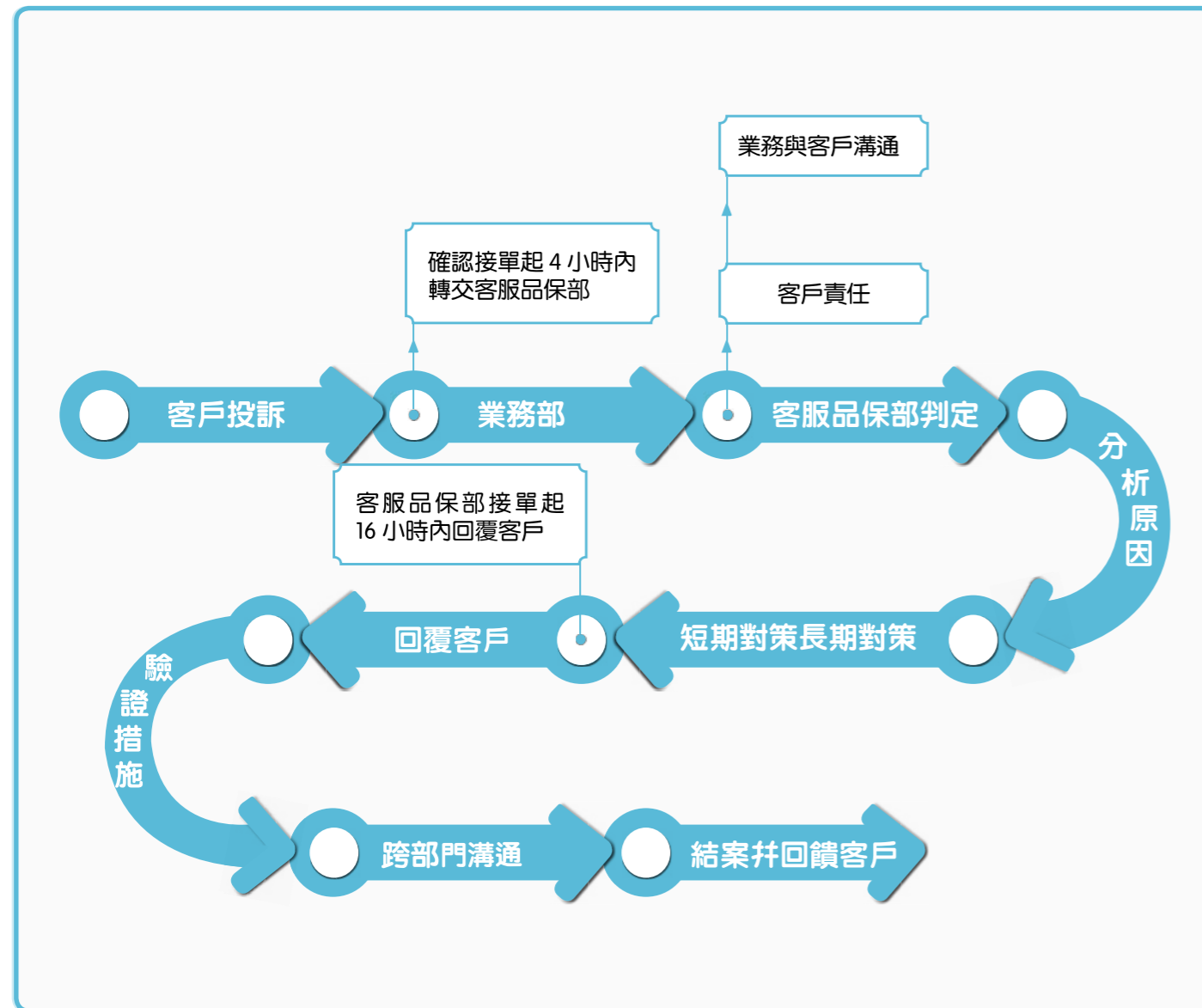
5.2.3 市場調研

2019 年，鮮活分別在客戶行銷年會、上海 FIC 展、上海酒店展、上海焙烤展、北京酒店展、廣州酒店展等展會，對當季新品等展開調研活動，搜集問卷 452 份。通過調研，及時瞭解市場動態及客戶需求，為後續產品開發、通路發展等，提供市場發展的參考方向。



5.2.4 客訴

5.2.4.1 客訴標準處理流程



5.2.4.2 客訴件數、處理結果

2019 年共計回饋 144 起客訴，客服品保部於第一時間立案處理，並全部已結案。針對 2019 年客訴狀況，主要原因為感官及包裝問題。客服品保部針對客訴情況，召集權責部門進行分析和改進，每週召開品質會議進行追蹤和檢討，並定期進行統計分析，追蹤改善進度，驗證管控方案，以期降低客訴率及防止再發。透過客訴機制，不斷完善和提升產品品質，為客戶提供天然、健康、美味、安全的產品。



積極應對新型冠狀病毒衝擊

自 2019 年年底疫情爆發至今已半年有餘，各個產業逐漸復工，在所有人的努力下，我們似乎很快就能看到一個“全員解放”的未來。回顧這一切，這場黑天鵝事件也讓鮮活面臨了前所未有的挑戰，挑戰當前，鮮活人是如何應對的？

線上疫情團隊培訓

“攘外必先安內”，兼顧團隊工作效率和身心健康，成為在疫情期間做好團隊管理的警醒。員工遠端在家工作，面對疫情期間的突發事件、處理客戶的特殊需求，穩定和團結內部員工以保持團隊的正常運營成為鮮活必須放至首位考量。期間許多身處市場一線崗位的員工得到了高強度的訓練，針對產品負責人及一線市場人員組織內部線上產品 & 市場趨勢培訓，做到大家都是多面手，銷售的人才也需要瞭解市場運營。在可預見的未來，鮮活人態度是“與其抱怨，不如學會擁抱變化”。

線上直播活動

在困難之時向客戶伸出援助之手並積極地幫助合作夥伴非常重要，大疫當前，與其發展新客戶，不如“患難見真功夫”，進一步發展與既有客戶的合作關係，延長合作時間，豐富合作方式。鮮活發揮自己的資源優勢，疫情期間組織了十多場免費公開的線上直播活動，說明客戶學習產品知識和洞察市場趨勢。危機時刻鮮活能夠正常運營並提供附加服務，進一步穩固和加深了與客戶的長期信任關係。

碳排量

2019 年 CO2 排放當量 12,194.410 噸

排放水 COD 濃度

121.92 mg/L

可再生原物料占比

87%

2018 年，原物料使用 32,740,843 公斤，其中可再生 28,483,851 公斤，約占總原料的 87%



6.1 永續環境政策

6.1.1 溫室氣體盤查

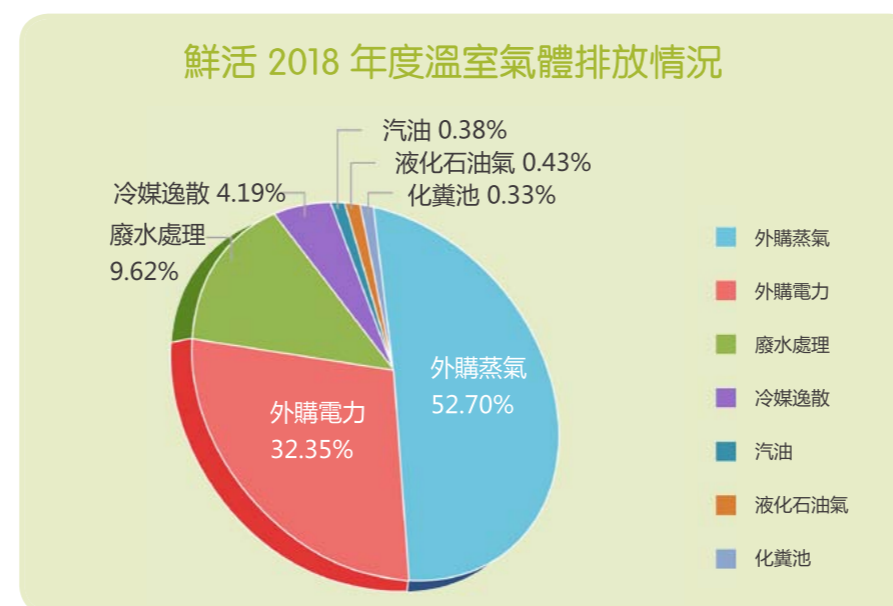
鮮活已於 2018 年開展 ISO14000 環境認證管理體系專案，並於 2019 年 3 月 12 日取得認證證書。此外，為積極應對氣候變化的低碳經濟，因應中國碳交易市場對於公司碳資產管理的自主盤查，檢視公司內部能耗資料，作為日後設定年度減排目標參考依據。公司於 2018 年 2 月成立溫室氣體盤查專案小組。2019 年進一步針對氣候變遷相關風險進行初步鑑別，並研擬因應方針。

氣候變遷風險	因應方針
農產品供應穩定性下降	開發更多的產品供應基地
能源成本提升	推動節能減排措施
產品儲運風險與成本提升	強化產品與物料儲備及儲存管理，並發展對應的應急預案，確保品質及物流

鮮活公司採營運控制權法，針對溫室氣體排放或移除量匯總。盤查溫室氣體範疇包括範疇一及範疇二之溫室氣體排放。盤查標準採用 ISO 14064-1，同時採用 2014 年 IPCC 第五次評估報告所公佈之 GWP 值作為本次盤查計算之依據。鮮活採用“排放因數法”計算各排放源產生的溫室氣體排放量，其中活動因數主要

引用國家發改委公佈之《中國食品、煙草及酒、飲料和精製茶企業溫室氣體排放核算方法與報告指南（試行）》、《工業其他行業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南（試行）》及《省級溫室氣體清單指南（試行）》之缺省值與推薦值，以及國際 IPCC 之排放因數所計算。已完成 2016-2019 年度溫室氣體盤查並取得 CQC(2016-2018) 及勤業眾信聯合會計師事務所 (2019) 認證。

鮮活主要的排放源為生產活動時所使用的蒸汽、電力，以及污水厭氧處理之甲烷逸散。溫室氣體排放主要為二氧化碳（CO₂）、甲烷（CH₄）、氧化亞氮（N₂O）及氫氟碳化物（HFCs）等。公司積極回應並符合當地政府環境相關法令法規，量化管理目標，於碳管理過程中進一步發現新機會，制定相應的節能減碳、溫室氣體減量、減少用水或其他廢棄物管理政策。



2016-2019 年度溫室氣體年排放量

	2016 年度 排放量公噸 CO ₂ e 每年	2017 年度 排放量公噸 CO ₂ e 每年	2018 年度 排放量公噸 CO ₂ e 每年	2019 年度 排放量公噸 CO ₂ e 每年
範疇一	723.437	1,180.859	1,833.377	1,823.636
範疇二	5,417.797	5,398.216	6,530.338	10,370.774
總排放量	6,141.234	6,579.075	8,363.715	12,194.410



公司後續管理措施：

1. 未來以碳中和為努力目標，藉由碳匯或碳權方式抵銷鮮活本身之碳排放。
2. 審視聯合國可持續發展目標 (如 SDG 13 氣候變遷及 SDG 12 負責任的消費等目標與期待)，以更全面的角度思維本業在氣候變遷議題的回應與作為。

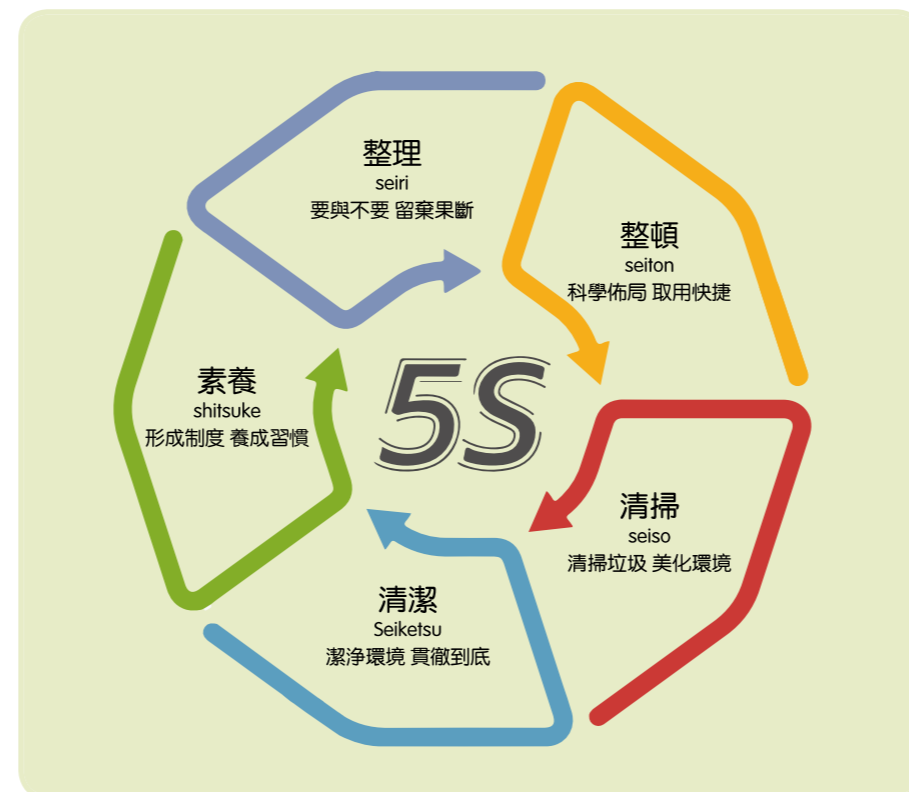


6.1.2 環境政策

6.1.2.1 5S 活動

鮮活在企業發展的同時，認識到“發展永續環境”為企業所必須面對的挑戰。我們堅持保護和改善環境，以落實對保護這片土地的社會責任。

公司內部推動全員 5S 運動及標竿車間管理，養成員工良好的生活與工作習慣，共建整齊清潔環境，減少浪費，提升工作效率。



6.1.2.2 清潔生產

清潔生產是對產品的生產過程、產品及服務採取預防污染的策略來減少污染物產生的生產模式。

公司通過制定持續清潔生產的工作計畫和目標，促進公司的生產技術和管理水準整體提升，從源頭和生產全程序控制污染物的產生，提高資源綜合利用水準，增加企業效益，實現企業經濟、環保、社會效益的可持續發展。

6.1.3 環保投資支出

2017-2019 年環保支出

年份	環保成本項目	金額
2017	污水處理設備	8,782
2018	污水處理、新增設備設施及其他投入	17,412
2019	污水處理	10,027

單位：新臺幣仟元

2019 年污水處理成本支出為新臺幣 10,027 仟元，包括藥劑、能耗、人工、固廢處置、在線監控等各項投入。廢水處理單位成本方面，由於新設備的投入及穩定運行，2019 年較往年有少許下降。

6.1.4 法規遵循

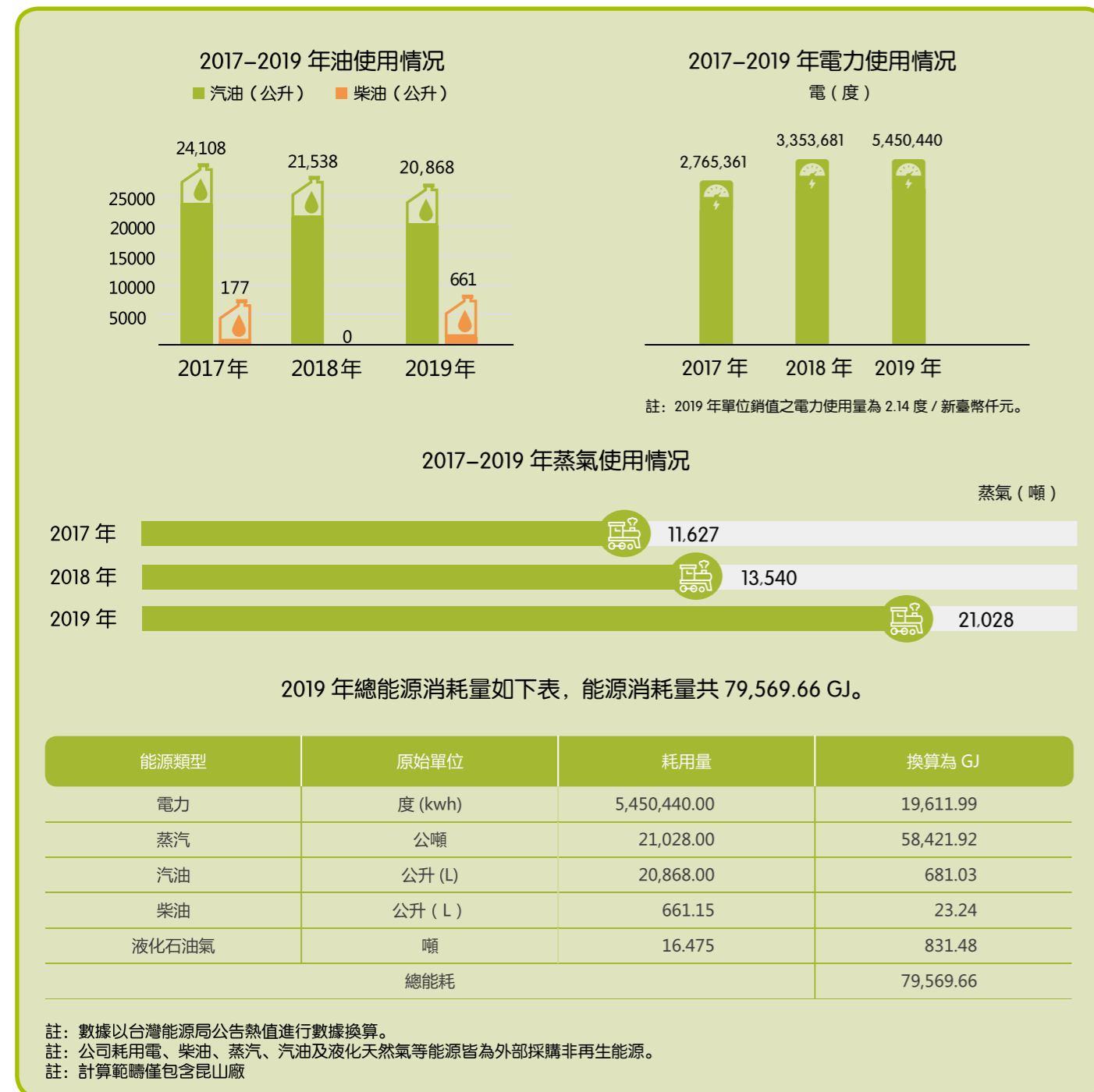
公司生產經營嚴格遵循《中華人民共和國環境保護法》，2017-2019 年，污水及廢棄物排放無被政府警告或懲罰事件。

6.2 能資源管理

6.2.1 能源管理

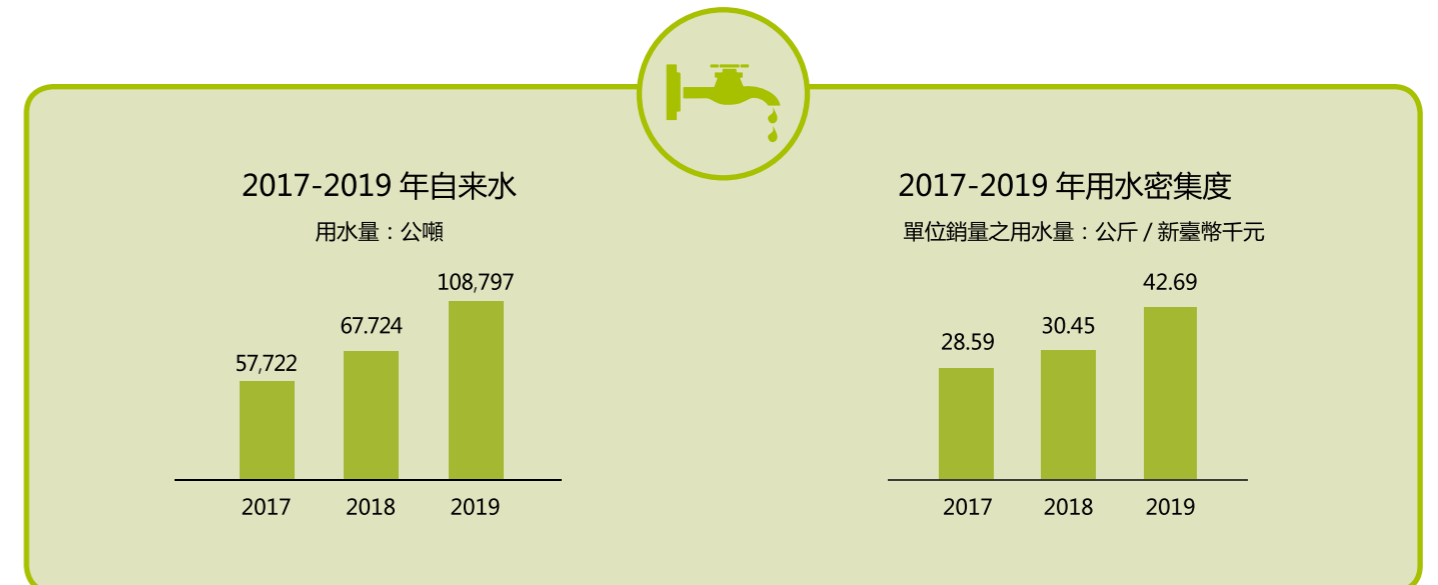
在節能管理方面，我們透過能源節約改善，建立標準生產效率，制定合理生產安排，穩定生產效率，減少生產後管路設備清洗系統能源（水、電、蒸汽）的耗用，並定期向車間生產人員倡導節約用電。另持續規劃與執行生產廢材回收再利用，對已報廢的舊機器或設備由工務再次拆解重組做最大的利用。

鮮活能源使用主要有三種：① 電力，主要用於辦公設備、照明和機器設備；② 蒸汽，③ 油，包括汽油和柴油，柴油主要用於應急發電，汽油主要用於公務車輛。2017-2019 年，能源使用情況如下：



6.2.2 水資源管理

水是我們珍貴的資源，不論產品的生產與設備清洗，均需要大量用水，2016 年公司年度用水量為 50,539 噸，2017 年公司年度用水量為 57,722 噸，2018 年公司年度用水量為 67,724 噸。因此，調整對水資源的管理方式，力行用水減量與循環利用，降低廢水排放對環境的影響，是營運中重要的環節。



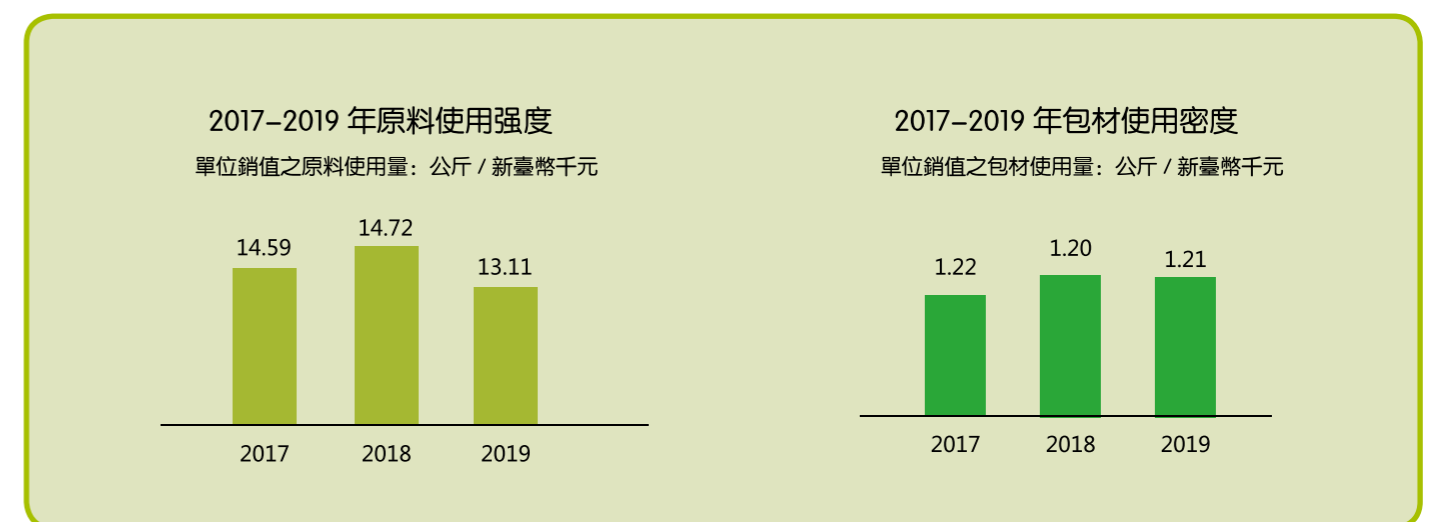
2019 年用水密集度為 42.69 公斤 / 新臺幣仟元，較 2018 年上升，主要係因增設新產品線車間，耗水量較大所致。

註：公司生產用水 100% 來自自來水，以上資料來自於水費單記錄。

6.2.3 原料及包材使用量

伴隨著公司年產值的成長，原料使用量保持平穩增長。2019 年原料使用量為 33,417,858 公斤，其中可再生原料為 29,496,668 公斤，占總原料使用量約 88.3%。

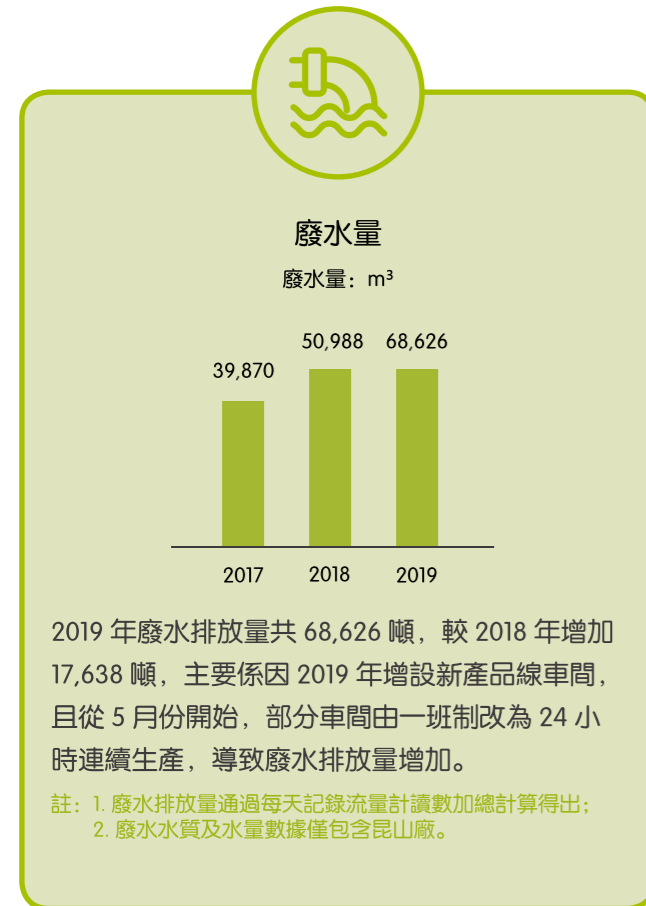
2019 年產品包材使用量為 3,086,103 公斤，其中可再生包材為 1,402,564 公斤，占總包材使用量約 45.4%。



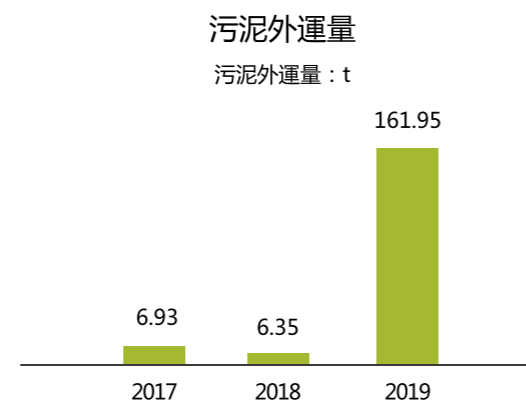
6.3 污泥防治与排放

6.3.1 废水

鲜活生产所排放的废水，委由专业废水处理公司执行完整的废水处理程序，经过废水处理系统处理后，确保水质达到国家规定的放流标准，排放至当地市政指定的污水管网，降低对环境造成的污染。



公司廢水處理採用的是生化處理法，因此在處理過程中會產生一定量的副產物：生化污泥。公司產生的污泥交由有污泥處置資質的單位進行外運和焚化處置。2019 年污泥外運量較前兩年有大幅增加，一是因為廢水量增大，水中有機物含量較高，污水處理系統運行情況良好，好氧產泥大幅增加，排泥及時；二是因為脫水後的污泥含水率較高（80% 左右）。



6.3.2 廢棄物

公司產生的非有害廢棄物以塑膠、廢五金及紙箱為主。2019 年，廢棄物總量 528.7 噸，主要委託有資質單位處置或售賣至廢品回收站。

公司產生的危險廢棄物主要包括品保檢驗室產生的危化品試劑瓶、廠務車間清洗產生的城袋以及廢水站廢水處理所用藥劑的包裝袋等，這些危險廢棄物由環安部危廢管理人員統一收集儲存在危險廢棄物倉庫，最後交由有資質的危險廢棄物處置單位進行處置。2019 年，危險廢棄物產生量為 507 公斤，由於公司每年危險廢棄物產生量較少，所以會在積累到一定量之後再進行危廢轉移和處置。

廢棄物種類	廢棄物名稱	2018 年產生量 (噸)	2019 年產生量 (噸)	處理方式
一般固體廢棄物	一般固廢垃圾（紙板 / 塑膠 / 砂糖袋）	175.6	232.4	外賣（回收）
	廢金屬	43.9	28.4	外賣（回收）
	飲料生產固廢（果皮、果渣、報廢原料、報廢成品及半成品）	233.7	267.9	委託有資質單位處置（焚化）
危險廢棄物	廢空瓶	0.0237	0.028	委託有資質單位處置（其他）
	廢包裝袋	0.0545	0.479	委託有資質單位處置（其他）

2020 以前年度一般固體廢棄物係由人工估算取得，2020 年起廢棄物數據已有實際稱重記錄。為了強化數據合理性，2018 年估算方式有所調整，故與上年度揭露數據不同。2019 年因產量增加及生產工藝調整（原置於產品中的果籽皆作為廢棄物處理），較 2018 年一般固廢垃圾量有所增加；非金屬的產生主要來源於機器設備報廢，故每年數據變化無特定規律。

2020 年公司將強化廠內垃圾分類回收，對員工進行垃圾分類培訓，將生產垃圾，廚餘垃圾，紙箱從車間及辦公室等源頭進行分類，減少因垃圾分類不當產生的資源浪費和儲存空間浪費，改善廠區環境，提高物品的可回收率。

THE APPENDIX
附錄



7.1 GRI Standards 指標索引

GRI 102 : 一般揭露 2016

102-1	組織名稱	1.1.1 公司簡介	P6
102-2	活動、品牌、產品與服務	1.1.3 鮮活產品	P10
102-3	總部位置	1.1.1 公司簡介	P6
102-4	營運據點	1.1.1 公司簡介	P6
102-5	所有權與法律形式	1.1.1 公司簡介	P6
102-6	提供服務的市場	1.1.3 鮮活產品 5.1 客製化服務與關係培養	P1 P78
102-7	組織規模	1.1.1 公司簡介 1.1.5 財務績效	P6 P11
102-8	員工與其他工作者的資訊	2.1.1 鮮活夥伴	P26
102-9	供應鏈	4.2 負責任的供應鏈	P69
102-10	組織或其供應鏈的重大變化	報告期間內無重大變化	
102-11	預警原則或方針	1.2.2 風險管理	P13
102-12	外部倡議	尚未簽署相關規章、原則或倡議	
102-13	公協會的會員資格	3.3 外部參與行業協會活動	P58
102-14	決策者的聲明	董事長的話	
102-16	價值、原則、標準和行為規範	1.3.1 誠信經營	P19
102-18	治理結構	1.3 公司治理	P16
102-40	利害關係人團體	1.4.1 利害關係人辨識	P20
102-41	團體協約	鮮活與所有正式員工有簽訂工資專項集體合同	

102-42	鑑別與選擇利害關係人	1.4.1 利害關係人辨識	P20
102-43	與利害關係人溝通的方針	1.4.2 利害關係人議合與鑑別重大主題	P20
102-44	提出之關鍵主題與關注事項	1.4.2 利害關係人議合與鑑別重大主題	P20
102-45	合併財務報表中所包含的實體	合併財務報表所包含個體請詳本公司 2019 年度股東會年報；本報告書揭露資訊鮮活控股股份有限公司旗下主要營運所在地之鮮活果汁工業（天津）有限公司和廣東鮮活果汁生物科技有限公司（併稱『本公司』）為主。	
102-46	界定報告書內容與主題邊界	1.4.2 利害關係人議合與鑑別重大主題	P20
102-47	重大主題表列	1.4.2 利害關係人議合與鑑別重大主題	P20
102-48	資訊重編	無資訊重編情事	
102-49	報導改變	無重大主題或主題邊界的顯著改變	
102-50	報導期間	關於本報告書	
102-51	上一次報告書的日期	2019 年 6 月 21 日	
102-52	報導週期	每年出版	
102-53	可回答報告書相關問題的聯絡人	關於本報告書	
102-54	依循 GRI 準則報導的宣告	關於本報告書	
102-55	GRI 內容索引	GRI Standards 指標索引	
102-56	外部保證 / 確信	關於本報告書	
GRI 103: 管理方針 2016			
103-1	解釋重大主題與其邊界	1.4.2 利害關係人議合與鑑別重大主題	
103-2	管理方針與其組成部分	1.4.2 利害關係人議合與鑑別重大主題	
103-3	管理方針的評估	1.4.2 利害關係人議合與鑑別重大主題	
GRI 201: 經濟績效 2016			
201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	1.1.5 財務績效	P11
201-4	取自政府之財務補助	1.1.6 政府補助 股權結構中，政府機構並未持股。	P12

GRI 202: 市場地位 2016			
202-1	不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	2.1.2 薪酬與福利	P29
GRI 203: 間接經濟衝擊 2016			
203-1	基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	3.1 基地農場創造鮮活與社區雙贏 3.2 社區互助與關懷救助	P46 P51
GRI 204: 採購實務 2016			
204-1	來自當地供應商的採購支出比例	4.2.1 供應商採購原則	P69
GRI 205: 反貪腐 2016			
205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	1.3.1 誠信經營	P19
GRI 206: 反競爭行為 2016			
206-1	反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	1.3.1 誠信經營	P19
GRI 301: 物料 2016			
301-1	所用物料的重量或體積	6.2.3 原料及包材使用量	P95
301-2	使用的可再生物料	6.2.3 原料及包材使用量	
GRI 302: 能源 2016			
302-1	組織內部的能源消耗量	6.2.1 能源	P95
302-3	能源密集度	6.2.1 能源	P95
GRI 303: 水 2016			
303-1	依來源劃分的取水量	6.2.2 水資源管理	P96
GRI 305: 排放 2016			
305-1	直接（範疇一）溫室氣體排放	6.1.1 溫室氣體盤查	P91
305-2	能源間接（範疇二）溫室氣體排放	6.1.1 溫室氣體盤查	P91
GRI 306: 廢污水和廢棄物 2016			
306-1	依水質及排放目的地所劃分的排放量	6.3.1 廢水	P90

306-2	按類別及處置方法劃分的廢棄物	6.3.2 廢棄物	P98
GRI 307: 有關環境保護的法規遵循 2016			
307-1	違反環境法規	6.1.4 法規遵循 2018 年本公司無環境裁罰	P94
GRI 401: 關係 2016			
401-1	新進員工和離職員工	2.1.1 鮮活夥伴	P26
401-2	只提供給全職員工 (不包括臨時或兼職員工) 的福利	2.1.2 薪酬與福利 鮮活未提供人壽保險、員工持股之福利	P37
GRI 402: 勞 / 資關係 2016			
402-1	關於營運變化的最短預告期	2.4.1 工會組織 2.4.2 勞資溝通無障礙	P43 P44
GRI 403: 職業安全衛生 2016			
403-1	由勞資共同組成正式的安全衛生委員會中的工作者代表	2.3.1 安全生產委員會	P39
403-2	傷害類別, 傷害、職業病、損工日數、缺勤等比率, 以及因公死亡件數	2.3.2 職場安全與健康	
GRI 404: 訓練與教育 2016			
404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	2.2.1 教育訓練及職涯	P35
404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	2.2.5 績效管理	P38
GRI 405: 員工多元化與平等機會 2016			
405-1	治理單位與員工的多元化	1.3 公司治理 本公司董事會成員有 27% 為女性、73% 為男性。年齡分布上, 30-50 歲為 18%、50 歲以上為 82 %。 2.1.1 鮮活夥伴	P16
405-2	女性對男性基本薪資加薪酬的比率	2.1.2 薪酬與福利	P29
GRI 413: 當地社區 2016			
413-1	經當地社區溝通、衝擊評估和發展計畫的營運活動	3.1 基地農場創造鮮活與社區雙贏 3.2 社區互助與關懷救助 目前鮮活昆山廠已進行完整當地社區溝通與衝擊評估, 佔營運據點比例為 33%	P46 P51

GRI 416: 顧客健康與安全 2016			
416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	4.1.1 嚴謹把關產品安全 4.1.2 品質保證檢驗 4.3.1 改善產品品質	P60 P63 P73
416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	4.1.4 法令合規	P67
GRI 417: 行銷與標示 2016			
417-1	產品和服務資訊與標示的要求	4.3.3 產品標示	P76
417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	4.1.4 法令合規	P67
417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	報告期間無違反相關法規情事	
GRI 418: 客戶隱私 2016			
418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	5.2.1.1 重視客戶資料的保護	P86
GRI 419: 社會經濟法規遵循 2016			
419-1	違反社會與經濟領域之法律和規定	2019 年無違反相關法規情事	

食品加工業補充指標

揭露項目	對應章節	頁碼	
G4-FP1	向符合公司採購政策的供應商購買的採購比率	4.2.1 建立供應商合格名單 鮮活 100% 採購來自符合公司採購政策之供應商	P69
G4-FP2	購買符合國際認證責任產品標準的採購比率	4.2.4 符合認證標準之採購	P70
G4-FP5	經獨立第三方驗證符合國際認證之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比	4.1.1 嚴謹把關產品安全	P60
G4-FP6	依產品類別, 減少飽和脂肪、反式脂肪、鈉含量和添加糖的消費品之總銷售量百分比	4.3.4 健康提升	P76

上市公司編製與申報企業社會責任報告書 作業辦法指標索引

揭露項目	對應章節	頁碼
第四條第一項第一款第一目	為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度等方面進行之評估與改進及所影響之主要產品與服務類別與百分比	4.1.1 嚴謹把關產品安全 4.1.2 品質保證檢驗 4.3.1 改善產品品質 鮮活針對 100% 產品與服務類別皆落實相關管理與改善
第四條第一項第一款第二目	違反有關產品與服務之健康與安全法規及未遵循產品與服務之資訊與標示法規之事件類別與次數	4.1.4 法令合規
第四條第一項第一款第三目	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，並依標準區分。	4.2.4 符合認證標準之採購
第四條第一項第一款第四目	經獨立協力廠商驗證符合國際認證之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比。	4.1.1 嚴謹把關產品安全
第四條第一項第一款第五目	對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。	4.2.2 供應商評鑑
第四條第一項第一款第六目	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。	4.1.3 產品追溯與召回管理
第四條第一項第一款第七目	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。	4.1.2 品質保證檢驗
第四條第一項第四款第二目	企業非擔任主管職務之全時員工人數、非擔任主管職務之全時員工薪資平均數及中位數，及前三者與前一年度之差異	因鮮活為第一上市公司，無揭露相關資訊
第四條第一項第四款第二目	企業對氣候相關風險與機會之治理情況、實際及潛在與氣候相關之衝擊、如何鑑別、評估與管理氣候相關風險及用於評估與管理氣候相關議題之指標與目標。	6.1.1 溫室氣體盤查



會計師有限確信報告

鮮活控股股份有限公司 公鑒：

鮮活控股股份有限公司民國 108 年度企業社會責任報告書，業經本會計師針對所選定之標的資訊執行確信程序竣事，並出具有限確信報告。本次執行確信程序之標的資訊請詳附件一「確信項目彙總表」。

管理階層對企業社會責任報告書之責任

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

會計師對企業社會責任報告書執行確信程序之責任

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

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

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

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

獨立性及品質管制遵循聲明

本會計師及所隸屬會計師事務所遵循會計師執業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及盡專業上應有之注意、保密及專業態度。此外，本會計師所隸屬會計師事務所遵循審計準則公報第四十六號「會計師事務所之品質管制」，以維持完備之品質管制制度，包含與遵循執業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。

確信結論

依據所執行之程序及所獲取之證據，本會計師並未發現鮮活控股股份有限公司民國 108 年度企業社會責任報告書中所選定之標的資訊在所有重大方面有未遵循其衡量基準暨臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」及全球永續性報告協會（Global Reporting Initiatives, GRI）發布之 GRI 準則（GRI Standards）、行業補充指南及依行業特性參採其他適用之準則之情事。

勤業眾信聯合會計師事務所

會計師 陳 盈 州

陳盈州



金融監督管理委員會核准文號
金管證審字第 1050024633 號

中 華 民 國 109 年 8 月 14 日

附件一

確信項目彙總表

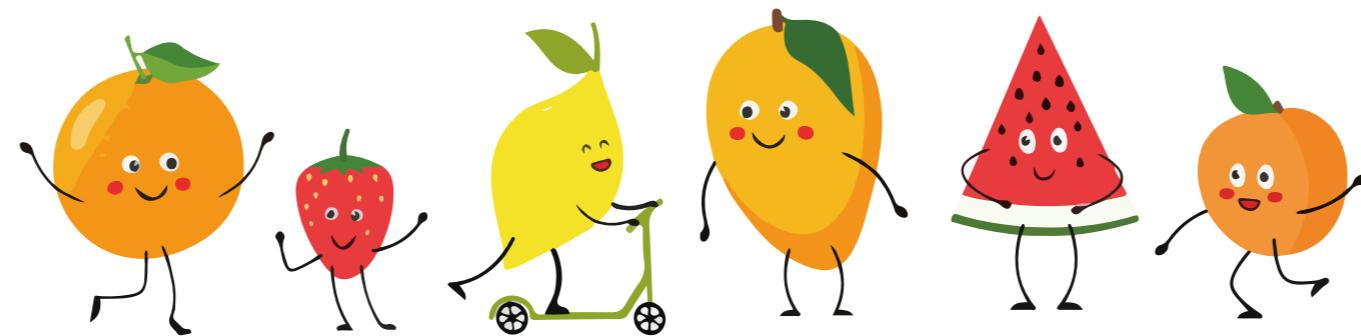
編號	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」/GRI 指標編號	指標敘述	對應章節	衡量基準
1.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第一目	為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度等方面進行之評估與改進及所影響之主要產品與服務類別與百分比。	4.1.1 嚴謹把關產品安全 4.1.2 品質保證檢驗 4.3.1 改善產品品質 GRI Standards 指標索引	2019 年度針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度進行之評估與改進所影響之主要產品類別及百分比。
2.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第二目	違反有關產品與服務之健康與安全法規及未遵循產品與服務之資訊與標示法規之事件類別與次數。	4.1.4 法令合規	2019 年度違反食品安全衛生管理相關法規及未遵循產品與服務之資訊與標示法規之事件類別與次數。
3.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第三目	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，並依標準區分	4.2.4 符合認證標準之採購	2019 年度採購金額符合國際認可之各類別產品責任標準者占當年度整體採購金額之百分比。
4.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第四目	經獨立協力廠商驗證符合國際認證之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比	4.1.1 嚴謹把關產品安全	2019 年度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營收占當年度廠房所生產總產品營收之百分比。
5.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第五目	對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果	4.2.2 供應商評鑑	2019 年度對有交易且與生產有關之國內供應商進行實地稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。
6.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第六目	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	4.1.3 產品追溯與召回管理	2019 年度產品追溯追蹤系統管理之原料來源和出貨流向及相關產品占所有產品之百分比。
7.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第七目	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	4.1.2 品質保證檢驗	2019 年度食品安全實驗室設置情形、食品安全檢驗測試項目、測試結果、相關支出金額及其占營業收入淨額之百分比。
8.	G4-FP6	依產品類別，減少飽和脂肪、反式脂肪、鈉含量和添加糖的消費品之總銷售量百分比	4.3.4 健康提升	依產品配方表確認非使用反式脂肪產品項目，並依 2019 年度銷售紀錄統計其占該類別產品銷售之百分比。

(接次頁)

(承前頁)

編號	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」/GRI 指標編號	指標敘述	對應章節	衡量基準
9.	自訂指標一	產品追溯與召回模擬次數、以及辦理結果	4.1.3 產品追溯與召回管理	2019 年度產品追溯與召回年度模擬紀錄統計辦理次數及結果。
10.	自訂指標二	產品委外檢驗品項、次數與結果	4.1.2 品質保證檢驗	2019 年度產品委外檢驗紀錄統計檢驗品項、次數及檢驗結果。
11.	GRI 302-1	組織內部的能源消耗量	6.2.1 能源	依廠內能源耗用相關紀錄統計 2019 年度總能源消耗量。
12.	GRI 305-1	直接(範疇一)溫室氣體排放	6.1.1 溫室氣體盤查	依據 GRI Standards 直接溫室氣體排放(範疇一)、中國「食品、煙草及酒、飲料和精製茶企業溫室氣體排放核算方法與報告指南(試行)」等相關規範確認 2019 年度溫室氣體範疇一排放量。
13.	GRI 305-2	能源間接(範疇二)溫室氣體排放	6.1.1 溫室氣體盤查	依據 GRI Standards 能源間接溫室氣體排放(範疇二)、中國「工業其他行業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南」等相關規範確認 2019 年度溫室氣體範疇二排放量。
14.	GRI 404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	2.2.6 績效管理	2019 年度昆山廠接受定期績效及職業發展檢核佔昆山廠總員工的百分比。

鮮活連續五年獲得天下雜誌企業公民獎



鮮活控股股份有限公司

Sunjuice Holdings Co., Limited

本公司網址：<http://www.myfreshjuice.com>

鮮活昆山總公司

廠址：江蘇省昆山市張浦鎮俱進路 10 號（源浦路 500 號）

電話：0512-57515501

傳真：0512-57515503

鮮活上海分公司

地址：上海市閔行區七莘路 3599 弄華商時代廣場 9 號樓 508 室

電話：021-54934755

傳真：021-54934766

鮮活果汁工業（天津）有限公司

廠址：天津開發區漢沽現代產業區高山路 99 號

電話：022-58532966

傳真：022-58532988

廣東鮮活果汁生物科技有限公司

廠址：廣東省肇慶市高新區科技大街東 1 號

電話：0758-3981796

傳真：0758-3981788