



漢來美食
HI-LAI FOODS

2019 CSR

企業社會責任報告書

Corporate Social Responsibility Report



經營者的話

董事長

2020 年全球面臨 COVID-19 新冠病毒的肆虐，幾乎所有產業都遭受莫大的衝擊，漢來美食在農曆年期間即展開所有餐廳的防疫工作，隨著疫情的發展，公司也不斷提出各種開源、節流的因應措施，相信能夠在全體員工共同努力及堅持下渡過難關。漢來美食自 2017 年掛牌上櫃以來，一直秉持「誠信經營」、「創新研發」的經營理念，因此，我們在 2019 年順利開出兩個全新品牌餐廳—五梅先生與潮之鍋物。透過對社會趨勢的掌握與強大的採購體系，以及深厚的廚藝研發實力，將既有品牌

深化並拉寬顧客層。全新的兩個品牌打進了百貨美食街，不但降低投資成本，也壓低客單價，讓更多年輕客層可以認識漢來美食。

面對日趨嚴峻的經營環境，本公司始終堅持初衷，為顧客提供高品質的餐飲內容及貼心周到的服務，同時也恪守食安法規，展現自律的食安控管工作。不管大環境局勢如何演變，本公司一定會努力朝著永續經營的道路前進，在餐飲市場上站穩腳跟並開枝散葉。



董事長

陳震

總經理



2019 年是漢來美食邁向資本市場的第 3 年，隨著大環境不斷改變，屬於傳統產業的餐飲行業，也必須要快速調整。漢來美食從 2019 年起在研究發展方向即聚焦在新餐系、新品牌及新營運模式，由老班底做餐系的研究發展，加入新團隊的品牌和數位專業，找出最佳的獲利模式。

漢來美食目前擁有 17 個品牌，除了在漢來大飯店中的品牌餐廳之外，其餘餐廳都往商場體系發展，包括漢來

海港、漢來蔬食、漢來湯包、漢來軒及名人坊等五大品牌，這幾年來都陸續有新店開出，加上新品牌潮之鍋物和五梅先生的加入，2020 年，我們也不會停下研發和拓展的腳步，新的餐系會從原有的品牌中挑出我們最拿手、獲利最高的品項發展出新的營運模式。

即使餐飲業是非常傳統的行業，但漢來美食致力將數位工具運用在新通路、新工具和新關係三大層面。善用與關係企業間的合作，導入集團的 H'S 齊來卡發展點數經濟及會員經營，並且透過數據儀表板的大數據分析出顧客面向。為了鞏固顧客的忠誠度，漢來美食不斷提升訂位系統及服務流程，因為餐飲業最重要的就是經營客戶，未來的一年，我們也會將顧客關係管理報表結合商業智慧平台，分析出有效的數據提供給管理單位。

面對 2020 年突發的一場全球疫情，餐飲業受到前所未有的嚴重衝擊，所幸漢來美食的財務體質健全，加上對防疫處理的迅速反應，在大環境惡劣艱困的情況下，仍給予員工安定的工作條件和氛圍，同時也穩定的提供給顧客美味、安全的餐食。我們將會秉持一貫的努力，善盡企業的一份力量回饋社會，朝著永續經營的目標勇往直前。

總經理

林淑婷

目錄

關於本報告書.....	3	1. 利害關係人溝通與鑑別		2. 關於漢來美食	
2019 年績效亮點.....	4	1-1 利害關係人溝通	7	2-1 經營理念.....	21
2019 年得獎記錄.....	5	1-2 重大主題鑑別與管理	11	2-2 公司簡介.....	21
		1-3 2019 年重大主題與聯合國永續發展 目標 SDGs 之連結	16	2-3 公司大事紀	27
				2-4 短中長期目標及規劃	29
3. 誠信永續經營		4. 食品安全防護		5. 品牌價值提升	
3-1 公司治理	30	4-1 供應鏈管理	39	5-1 創新及差異化策略.....	53
3-2 法規遵循	35	4-2 食安及溯源管理	42	5-2 神秘客評核	54
3-3 風險管理	35	4-3 顧客健康與安全	50	5-3 行銷溝通與顧客滿意.....	55
3-4 經濟績效	38	4-4 產品與服務標示	51	5-4 客戶資訊保護	58
6. 社會環境友善		7. 職場和諧健康		8. 附錄	
6-1 關懷社會	59	7-1 員工組成.....	66	8-1 GRI Standards 揭露項目索引	83
6-2 環境理念	60	7-2 薪資福利.....	70	8-2 會計師有限確信報告	86
6-3 氣候變遷與能資源管理.....	61	7-3 勞資溝通.....	71		
6-4 廢棄物管理	63	7-3 員工安全照護	72		
		7-4 人才培育.....	80		

關於本報告書

本報告書是漢來美食股份有限公司 (以下簡稱為「漢來美食」) 第 3 年發行企業社會責任報告書 (以下簡稱為「本報告書」)，揭露漢來美食於經濟、環境與社會面向之相關議題，彙整相關績效以做適當說明。

報告期間與揭露範疇

本報告書資訊揭露期間為 2019 年 1 月 1 日至 12 月 31 日。本次揭露範圍為漢來美食之企業個體，針對全台各分公司、中央工廠，以及品牌與相關活動，內容觸及公司治理、經濟、環境、社會及產品責任等面向，且為求連續有效性表達，報告書部分績效內容涵蓋近三年之數據資訊。

撰寫與編輯原則

本報告書依循全球報告倡議組織 (The Global Reporting Initiative, GRI) 之永續性報導準則 (GRI Standards)，以核心選項(Core)進行撰寫。此外，亦參酌「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」及依循證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」之對食品加工業及餐飲業揭露要求編撰而成。

本報告書依照國際財務報導準則 (International Financial Reporting Standards, 簡稱 IFRS) 揭露營運績效數據，以新台幣為計算單位，並經會計師查證。報告書內所指之「當地」為台灣本地。漢來美食在企業社會責任之相關作為與績效，除揭露於本報告書外，相關資訊亦公開於漢來美食官網 (http://www.hilai-foods.com/zh_TW)。

內部審查

本報告書揭露內容由各任務小組搜集撰寫，經相關單位主管初步查證，再交由 CSR 統籌組進行整合、校對、勾稽及彙編，各單位主管同意職轄內容之呈現後由召集人與副召集人作最後確認。財務數據引用自會計師查核後公開之資訊，部分數據引用政府機關所公布或本公司自行統計的資料，以四捨五入為原則，並依一般慣性之數值描述方式呈現。

聯絡資訊 歡迎對漢來美食永續發展相關議題提出建議或賜教。

漢來美食股份有限公司 財務部

地址：高雄市前金區成功一路 266 號 21 樓之 1

公司網址：<http://www.hilai-foods.com>

聯絡人：王碧玲

電子郵件信箱：stock@hilai-foods.com

電話：+886-7-2135788

發行概況

首次報告發行時間: 2018 年 11 月

上次報告發行時間: 2019 年 08 月

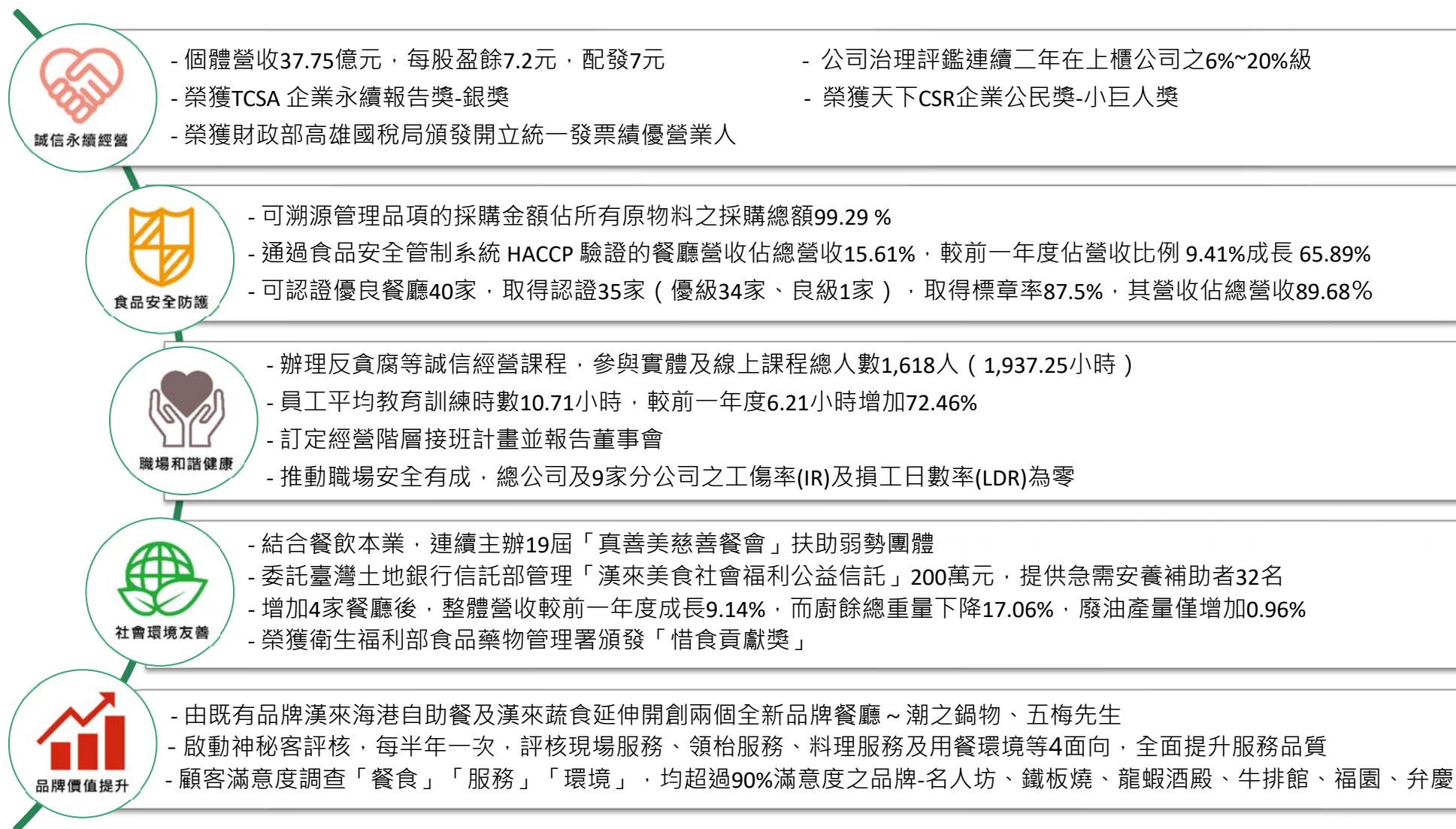
本次報告發行時間: 2020 年 07 月

下次報告預計時間: 2021 年 07 月

外部確信

本報告書由勤業眾信聯合會計師事務所進行獨立有效確信，依據 GRI 永續性報導準則及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」進行查核，本報告書之編製係符合 GRI Standards 核心選項 (Core) 之規範，由會計師出具確信意見書，確信範圍及結論請詳附錄之確信報告 (第 86 頁)。

2019 年績效亮點



2019 年得獎紀錄

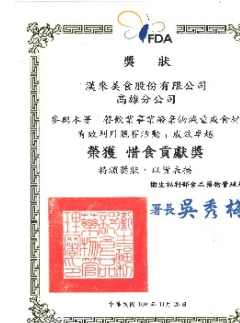
榮獲 TCSA 企業永續報告獎-銀獎 & 天下 CSR 企業公民獎-小巨人獎



榮獲財政部高雄國稅局頒發開立統一發票績優營業人



獲衛生福利部食品藥物管理署頒發「惜食貢獻獎」



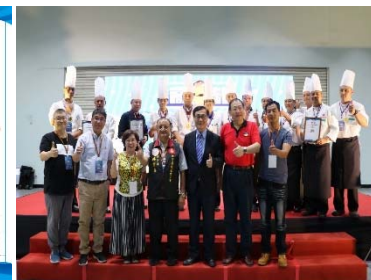
「熔岩黑金包」榮獲 2019 打狗包子爭霸賽冠軍



糕餅小舖「國宴旺來酥」榮獲 2019 高雄十大伴手禮



福園台菜海鮮餐廳推出的海味料理 榮獲 2019 高雄海味料理大賽亞軍



2019 平面媒體年菜評比 鮑蔘翅養生雞、唐朝一品香、蔥燒鯽魚等三道菜獲獎



2019 平面媒體母親節 蛋糕評比三款蛋糕奪冠



2019 平面媒體中秋月餅評比 榮獲組合類組 亞軍(冠軍從缺)



1. 利害關係人溝通與鑑別

漢來美食期待藉由 2019 年企業社會責任報告書的發行，深入與不同類別利害關係人溝通與交流，擴大溝通管道、聽取更多之意見，以了解各類利害關係人對於漢來美食在永續營運之寶貴意見，進而作為公司內部經營管理之參考重點。漢來美食以鑑別利害關係人、評估關注議題、評估衝擊議題及確認重大議題等 4 步驟，進行利害關係人與重大議題分析。



1-1 利害關係人溝通

漢來美食依據 AA1000 利害關係人議合標準之 5 大面向（責任、影響力、張力、多元觀點、依賴性），同時參考同業之利害關係人類別，由各部門進行問卷評分，得出關係程度由高至低分別為①員工、②客戶/消費者、③股東/投資人、④主管機關、⑤供應商、⑥媒體/網路社群、⑦學校、⑧公益團體及⑨社區。

漢來美食透過各種溝通途徑，與上述利害關係人進行交流與互動，並從問卷結果分析得出其主要關注本公司的永續議題。茲回應利害關係人就漢來美食在落實推動永續發展的過程中，所執行溝通之項目及相關實績。

No.	利害關係人 (依重要性排序)	對漢來美食的意義	主要關注議題 (依重視程度排序)	溝通途徑 (頻率)	2019年溝通實績
1	 員工	員工為公司維持食安及創造生產力最重要的夥伴，因此與員工充分溝通、相互理解及塑造和諧勞資關係極為重要	食品安全與品質管理 職場安全與健康促進 店面環境管理	• 勞資會議 (每季) • 職工福利委員會 (每季) • 職安會議 (每季) • 食安會議 (每季) • 店面聯合查核 (每週) • 部門會議 (視需求) • 各項管理辦法公告 (視需求) • 獎懲異動公告 (視需求) • 生活圈資訊平台 (不定期) • 員工意見反應 (即時) • 教育訓練及講座 (視需求)	• 共 5 次勞資會議 (含 1 次臨時會) • 共 4 次職工福利委員會 • 共 4 次職業安全衛生委員會議 • 共 4 次食品安全衛生管理會議 • 全台內部聯合稽查店面環境100% • 每週護理人員臨場服務、每個月醫師臨場服務、每年辦理員工健檢、不定期辦理職安講座、不定期舉辦健康促進活動 • 各類訓練課程總人數 10,919 人次、總時數 17,172.83 小時

No.	利害關係人 (依重要性排序)	對漢來美食的意義	主要關注議題 (依重視程度排序)	溝通途徑 (頻率)	2019年溝通實績
2	 客戶/消費者	客戶/消費者是公司營收及獲利最主要的來源，其訴求為市場資訊最有效取得的方式，可提供營運單位即時修正與精進服務	企業形象 店面環境管理 食品安全與品質管理	- 顧客現場反應 (即時) - 餐廳顧客意見調查表 (紙本 / 網路版) (即時) - 餐廳服務專線 (即時) - 客服信箱 (不定期) - 社群平台、通訊軟體 (即時) - 業務拜訪 / Mail (不定期)	- 官網留言平均 3-4 則/月、臉書留言平均 1-2 則/月、電話 3 通以下/年、顧客意見表平均約 25 則/月 - 每季統計分析各品牌顧客滿意度及檢討改善 2019 年啟動神秘客評核，每半年一次，評核現場服務、領枱服務、料理服務及用餐環境等 4 面向，全面提升服務品質 - 為保障消費者食的安全，持續推動 HACCP 餐廳認證，2019年申請台北敦南海港及天母海港於次年 1月取得證書，累計共7 間 (含1 工廠) 取得 2019年未有因洩露顧客隱私而導致客戶權益受損或其他申訴案之情事
3	 股東/投資人	漢來美食是由股東 / 投資人出資營運，對於出資者所關注的議題，經營團隊應適當回應與檢討改善	食品安全及品質管理 永續發展策略 企業形象	- 投資人信箱 (不定期) - 投資法人拜訪 (不定期) - 公開資訊觀測站 (法令期限內) - 股東大會 (每年至少一次) - 法說會 (每三年至少一次) - 利害關係人專區 (適時更新)	- 適時整理回覆投資人信箱，平均 1-2 封/季 - 法人電訪或來訪視有無題材而定，平均 1-2 次/季 - 全年發佈 19 則重大訊息 2019 年 5 月 23 日召開股東常會 - 預計 2021 年或 2022 年辦理法說會 - 變動時整理更新利害關係人專區
4	 主管機關	除遵循主管機關相關規範、主動配合法令政策宣導，並藉由溝通取得主管機關的信任、支持及合作，以更臻健全公司治理	企業形象 法規遵循 風險管理	- 公司治理評鑑 (每年一次) - 外部機構評鑑 (視需求) - 主管機關查核及參訪 (不定期) - 主管機關電子問卷 (不定期) - 行文、函令 (不定期)	2019 年第六屆公司治理評鑑結果，漢來美食為上櫃公司第二級距 2019 年榮獲天下企業公民小巨人獎-第 17 名 2019 年榮獲 TCSA 企業永續獎-銀獎

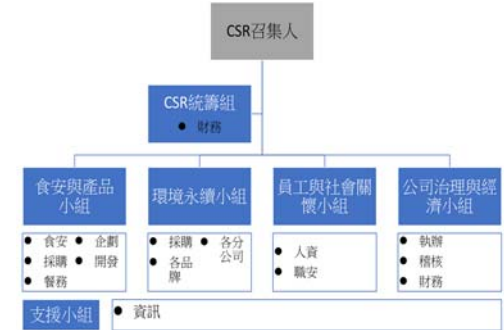
No.	利害關係人 (依重要性排序)	對漢來美食的意義	主要關注議題 (依重視程度排序)	溝通途徑 (頻率)	2019年溝通實績
				- 研討會/座談會/說明會 (不定期) - 公文往返、電話洽詢 (不定期) - 部會首長信箱 (視需求)	2019 年榮獲財政部高雄國稅局頒發開立統一發票績優營業人 2019 年獲衛生福利部食品藥物管理署頒發「惜食貢獻獎」
5	 供應商	供應商提供貨品/服務之品質、規格及性能會影響需求單位及使用者，所以漢來美食與供應商是相互關係，一方提出需求一方供給滿足，因此雙方皆需維持良好信譽及合作默契	企業形象 產品及服務標示 風險管理	- 通訊及面談 (視需求) - 廠商評核 (一年一次) - 實地訪廠 (視需求) - 開標會議 (每月一次) - 工程協調會(每個案場每周 2 次) - 廠商提供檢驗資料 (每批進貨)	- 廠商評核 729 家，全數為優良級 - 實地訪廠 37 家，全數為優等或非常優 - 開標會議 12 次 2019 年改裝 1 間、展店 4 間餐廳，每個案場每周有 2 次的工程協調會 (即每月 8 次) 2019 年廠商提供檢驗資料 1,023 份、輸入證明 254 份，共 1,277 份 2019 年食材自主檢驗 282 次、委外檢驗 93 次
6	 媒體/網路社群	媒體 / 網路社群代表的是整個社會的縮影，輿論的力量尤其不能忽視，在現今網路發達的社會裡，若企業產生負面消息即可能造成苦心經營的形象傾毀	產品與服務創新 企業形象 食品安全與品質管理	- 記者會 (視需求) - 新聞稿 (每月 / 不定期) - 網路部落客邀約 (視需求) - 社群平台 (每日) - 公司網站 (不定期)	2019 年記者會 9 次 2019 年媒體露出超過 1,821 則 2019 年網路部落客邀約 78 次(含寄送商品撰寫試吃文) - 隨時透過公司網站、facebook、line、IG 更新資訊 - 透過漢來美食首頁-利害關係人專區，食安專區可查看餐飲衛生分級評核證書、HACCP 證書、實驗室能力試驗證書等資訊

No.	利害關係人 (依重要性排序)	對漢來美食的意義	主要關注議題 (依重視程度排序)	溝通途徑 (頻率)	2019年溝通實績
7	 學校	漢來美食提供學校觀光及餐飲相關科系學生建教合作之機會，建教合作是目前企業人力中相當重要的部份，企業形象端正、優良，有助於尋找到優質的人力	法規遵循 店面環境管理 企業形象	• 就業宣導 (不定期) • 餐廳參訪 (不定期) • 校園講座 (不定期) • 產學合作 (每學期/不定期) • 實習生座談餐會 (每半年) • 內部訓練及宣導 (視需求)	• 2019 年就業宣導 47 次 • 2019 年餐廳參訪 22 次 • 2019 年校園講座 16 場 (廚房 8 場、外場 8 場) • 產學合作包含就業導向專班、雙軌旗艦計畫、產學攜手合作 • 2019年實習生座談餐會參與率上半年91.2%、下半年 87.5%；2019 年實習生留任率為 19.49% • 製作餐飲課程於漢來餐飲大學教育平台線上課程
8	 公益團體	漢來美食在經營上持續穩定獲利，對於相關聯之公益團體，亦秉持著回饋社會之精神，善盡社會公民的責任，扶弱濟貧，以作為企業之表率	客戶隱私保護 顧客健康與營養 店面環境管理	• 慈善餐會 (每年) • 愛心捐款 (不定期)	• 2019 年舉辦第 19 屆「真善美慈善餐會」，幫助弱勢團體籌募資金添購需要的設備 • 2019 年委託臺灣土地銀行信託部管理「漢來美食股份有限公司社會福利公益信託」基金，200 萬元分 12 個月，關懷在地弱勢 32 名，於 2019 年捐助金額為 64 萬元，剩餘捐助款於 2020 年發放 • 2019 年捐贈 15 家社福團體或社團法人約 25 萬元
9	 社區	漢來美食之餐廳主要位於飯店或百貨賣場中，因此與社區、飯店、百貨商場具有相依相存的互利互惠關係，在客戶方面也有一定程度的重疊性，因此，維繫彼此良好互動關係十分重要	法規遵循 職場安全與健康促進 永續發展策略	• 社區關懷 (不定期) • 活動舉辦 (不定期)	• 2019 年持續贊助中華奧林匹克委員會之運動選手營養費及網球協會共計 66 萬元 • 2019 年捐款 20 萬予國立高雄科技大學作為興學及獎助學習計劃 • 協助財政部統一發票盃路跑 (高雄場)

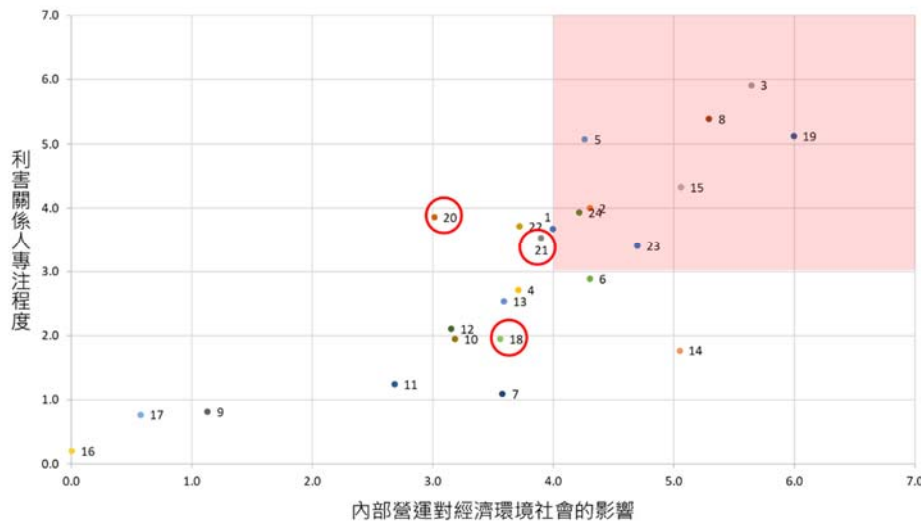
1-2 重大主題鑑別與管理

CSR 委員會

漢來美食訂定「企業社會責任實務守則」，相關部門在職責內善盡本份，均以企業社會責任及永續經營為理念。本公司 CSR 委員會由董事會授權董事長及總經理擔任正/副召集人，依單位業務性質分設功能小組。統籌組並至少按季向董事會報告執行情形，2019 年於 3/6、5/9、8/8、11/7 及 12/26，共 5 次向董事會報告公司治理及 CSR 之執行進度或結果。



重大主題分析



漢來美食依據 GRI 永續報告準則(GRI

Standards) 之各主題、產業特性及年度重要發展設計問卷，區分為公司治理、經濟、環境、社會、產品責任等五大面向，提出 24 項議題以電子問卷方式於 2019 年 12 月發放予利害關係人，次年 1 月回收有效問卷 219 份，分析利害關係人對永續議題的主要關注議題，另有紙本問卷 6 份由漢來美食高階長官依據各永續議題評估營運對經濟、環境、社會的衝擊度後，繪製重大議題矩陣。經分析後，8 個重大議題依分數高低排序分別為「企業形象」、「食品安全與品質管理」、「店面環境管理」、「法規遵循」、「職場安全衛生與健康促進」、「誠信經營與公司治理」、「行銷溝通與顧客滿意」及「客戶隱私保護」。

另外，考量顧客健康與營養為餐飲業重要議題，故亦揭露「產品與服務標示」、「顧客健康與營養」、「供應鏈及產品溯源管理」等 3 個議題。

公司治理	經濟	環境	社會	產品責任
1.永續發展策略	6.經濟績效及策略	8.店面環境管理	11.人權與平等機會	18.供應鏈及產品溯源管理
2.誠信經營與公司治理	7.當地及責任採購	9.能源耗用與管理	12.人才招聘與薪資福利	19.食品安全與品質管理
3.企業形象		10.廢棄物管理	13.人才培訓與留任	20.顧客健康與營養
4.風險管理			14.勞資關係與溝通	21.產品與服務標示
5.法規遵循			15.職場安全與健康促進	22.產品與服務創新
			16.社區關係經營	23.行銷溝通與顧客滿意
			17.社會關懷與公益	24.客戶隱私保護

重大議題對應 GRI Standards 主題

重大議題 (依重要性排序)	GRI 主題	衝擊邊界與衝擊程度	管理方針與評量機制	回應章節
企業形象	一般揭露	- 企業形象關係到員工在此工作的榮譽與尊榮感，形象差會使員工產生對公司的不信任和對工作失去衝勁，最終會影響漢來美食的營運績效。 - 企業形象關係到公司在社會上的價值與定位，優良的企業形象可能需要數十年甚至更長久的時間才能奠定，但卻有可能傾毀於一旦。	- 設置 SOP 服務流程與危機管理流程，透過各項資通工具之使用，降低員工在太多顧客接觸點可能產生服務失誤風險的機會。 - 漢來美食各餐廳主管負有風險管理責任，任何失誤發生須即時回報與處理，以維護企業形象。	3-1 公司治理 3-3 風險管理
食 品 安 全 與 品 質 管 理	顧客健康與安全	- 餐飲業首重食品安全與品質，當產生食品安全或品質疑慮時，可能會影響消費者的健康，進而影響企業形象與信譽，反應在營運績效上，亦會影響股東/投資人的信心 - 影響供應鏈的食品原物料供應商、製造商或通路商的企業信譽。	- 建立產品追溯追蹤管理制度。 - 設置食品安全實驗室及食品專業人員把關。 - 落實食品安全衛生管理政策。	4-1 供應鏈管理 4-2 食安及溯源管理 4-3 顧客健康與安全
店面環境管理	能源 排放 廢汙水和廢棄物	- 店面環境管理直接影響客戶健康與安全，若管理不當可能對品牌形象產生衝擊，亦對消費者用餐滿意度造成影響，進而影響公司營運績效。 - 店面之排水處理設施和廢棄物處理有所疑慮，可能間接影響股東與投資人的經濟利益，以及直接影響企業品牌信譽。	- 每日自主檢查並填寫餐飲衛生自主管理檢查表。 - 定期環境衛生查核。 - 客戶滿意度調查（環境）。	4-2 食安及溯源管理 5-3 行銷溝通與顧客滿意 6-3 氣候變遷與能資源管理 6-4 廢棄物管理

重大議題 (依重要性排序)	GRI 主題	衝擊邊界與衝擊程度	管理方針與評量機制	回應章節
法規遵循	有關環境保護的法規遵循 社會經濟法規遵循	- 環保法規：若未遵循而產生社區環保問題時，將影響公司信譽進而影響公司經營績效。 - 勞動法規：若未遵循勞動相關法規，會直接影響員工的權益及漢來美食的信譽及營運績效。 - 食安及產品標示法規：食品安全及誠實完整的產品標示是餐飲從業者必須遵守的底線，且在進行廣告行銷時，必須嚴格遵守法規限制，不宜過度誇大效果和價值，不當的宣傳會影響客戶/消費者購買時的判斷及權益，違反誠信經營會造成企業負面形象。	- 環境保護遵循廢棄物清理法辦理，做好廢棄物的源頭管理，善盡督導責任。 - 至少每季召開勞資會議宣導及溝通最新法令及相關應用。 - 漢來美食依相關食安法規訂定「食品安全監測計畫」，包含《食品安全衛生管理法》、《食品良好衛生規範準則》、《食品安全管制系統準則》、《食品及其相關產品追溯追蹤系統管理辦法》及《食品業者應保存產品原材料、半成品及成品來源文件之種類與期間》等。 - 每年執行稽核程序，透過稽核之方式檢核法規遵循情形。	3-2 法規遵循
職場安全衛生與健康促進	職業安全衛生	- 企業如若違反職業安全衛生法，除企業將受主管機關相關處罰及罰鍰造成企業形象受損，並可能造成員工生理上不可逆之傷害。而重視職場安全衛生可保障員工安全與健康外，也可強化員工對企業之認同感。 - 針對餐廳環境做職業安全衛生各類防護措施，如用餐環境加強防滑措施及控管化學品源頭輸入等，避免客戶及消費者因接觸本公司不安全環境或設備造成安全衛生傷害；另外，駐點在商場百貨之餐廳，配合商場辦理職業安全衛生措施，避免造成公共場所危害，影響整體營運。 - 若違反職業安全衛生法規定或發生重大職業災害公諸於媒體時，企業將遭受勞動檢查機構開	- 職安室每年設定職業安全衛生教育訓練目標及訓練之績效指標。 - 職安室每年推行及運作預防職場不法侵害、人因危害防止、異常工作負荷促發疾病預防及母性健康保護等四大計畫。 - 每季召開職業安全衛生委員會議，由董事長擔任主任委員，總經理擔任副主任委員，會議中針對職業安全衛生事件進行協調及決議。 - 工傷事件發生須通報單位主管、總公司人資部與職安室協助處理。 - 工傷發生 7 日內該單位須填寫傷害事故報告，並簽核至總公司，確認後續處理情形及災害防止對策。	7-4 員工安全照護

重大議題 (依重要性排序)	GRI 主題	衝擊邊界與衝擊程度	管理方針與評量機制	回應章節
		罰，使投資方利益損害並引起社會大眾恐慌並議論，並導致企業形象受損。		
誠信經營與公司治理	一般揭露	- 違反誠信經營，可能直接衝擊漢來美食之經營績效及商譽。 - 企業之公司治理運作不合理或不健全時可能造成經營管理不穩定，進而影響股東權益。	- 為提升公司治理、強化風險控管及建立誠信之企業文化，人資單位每年辦理誠信經營守則之相關教育宣導。 - 參考金融監督管理委員會「強化我國公司治理藍圖」之評鑑指標，輔以推動漢來美食的公司治理，每年設定評鑑排行的績效指標。 - 參加外部評比，例如天下 CSR 企業公民獎及 TCSA 企業永續報告獎，以調整精進公司治理。	2-1 經營理念 3-1 公司治理
行銷溝通與顧客滿意	一般揭露	- 消費者對於服務品質、用餐環境、餐點菜色的滿意度會直接影響漢來美食的營運績效及行銷活動。	- 首先讓員工充份了解產品，透過訓練員工說菜，在服務顧客時清楚傳達產品重點和特色，並持續研發新菜色、栽培人才提供專業具溫度的服務。 - 2019 年啟動神秘客評核制度。 - 各餐廳設置電子及紙本滿意度調查問卷（餐食、服務、環境），由行銷企劃部及業務部整合消費者的意見進行分析及檢討改善。 - 委託專業數據與網路聲量調查公司，對漢來美食及競爭品牌進行數據分析與調查，定期提供公司管理階層了解市場及消費者對於重點品牌的好感度與活動行銷效益評估。	5-1 創新及差異化策略 5-2 神秘客評核 5-3 行銷溝通與顧客滿意
客戶隱私保護	客戶隱私	- 相關業務同仁在進行會員資料管理、訂位服務及行銷工作時，都會涉及顧客個資，對於個資法的內容，員工有必要清楚了解且嚴格遵守，因客戶隱私保護直接影響企業誠信與營運績效。	- 漢來美食在對於客戶個資的保護非常嚴謹，尤其是針對聯名卡卡友的個資，都是直接由發卡銀行行員到館取件，減少經手人員。 - 嚴格控管資料存取權限，以降低客戶隱私遭到不法運用之風險。	5-4 客戶資訊保護

重大議題 (依重要性排序)	GRI 主題	衝擊邊界與衝擊程度	管理方針與評量機制	回應章節
		- 重視客戶隱私為員工必須善盡之義務，透過有效系統規範達到遵循，可使客戶提升對公司的信任感，進而促成更多的業務機會。	- 資訊室於 2019 年規劃實施 ISO 27001 教育訓練，且持續對員工加強資訊安全宣導與教育。	
產品與服務標示	行銷與標示	- 產品標示是許多消費者購買時的參考資訊，正確的標示才能讓消費者有更清楚的選擇依據；產品標示不清楚或不符規定時，可能有誤導消費者之疑慮，會直接衝擊漢來美食的品牌形象及營運績效，亦會衝擊供應商的聲譽。	- 各項包裝食品依據食品安全衛生之相關規定，黏貼成分標籤、產地標示或過敏原揭露等資訊。 - 標籤須先由營養師確認標籤內容才可印製。 - 引進「營養管家」電腦軟體，提高產品營養標示的計算準確性與正確標示過敏原資訊。	4-3 顧客健康與安全 4-4 產品與服務標示
顧客健康與營養	顧客健康與安全	- 漢來美食對食安的堅持，目的是讓消費者吃得新鮮健康、安心安全，若食品衛生管理有疑慮時，會直接對消費者健康產生影響，主管機關會對作業場所調查，並採取相關預防及輔導措施，並可能會影響股東/投資人的利益，間接也影響供應商聲譽及營運績效。	-- 每年設定自主或委外檢驗件數的目標數之績效指標。 - 每年維持通過 HACCP 之餐廳認證有效性。 - 每年維持通過優良餐廳認證有效性。 - 每年申請（或通過）優良餐廳及 HACCP 評核。	4-2 食安及溯源管理 4-3 顧客健康與安全
供應鏈及產品溯源管理	採購實務 供應商環境評估 供應商社會評估	- 若對供應商溯源無妥善規劃與管理時，會直接影響漢來美食的進貨品質、食品安全及營運績效等，並衝擊漢來美食與供應商的合作。 - 若對供應商溯源無妥善規劃與管理時，會造成無法確認產品異常及產品標示資訊錯誤，使消費者健康受損及對漢來美食食品安全的信任度受到影響，更直接影響漢來美食的企業形象及合作之供應商商譽。	- 漢來美食之菜色開發係由主廚主導，堅持取材於地方。 - 儘可能使用在地食材，除少數之蔬果、海鮮、肉品及甜點外，以台灣在地生產與製造為採購政策。 - 菜色開發由主廚主導，主廚對於食材之產季、產地及特性，更具有豐富之經驗與要求。 - 採購管理辦法明訂盡可能在地採購以確保食材新鮮度並減少運輸過程的碳排放。 - 每年對新供應商及有交易往來之供應商進行環境面與社會面的評估。	4-1 供應鏈管理

1-3 2019 年重大主題與聯合國永續發展目標(SDGs)之連結

漢來美食 2019 年鑑別分析利害關係人對永續議題的關注議題與聯合國永續發展目標(SDGs)聚焦的 17 項目標，主要有以下 10 項關聯性：

永續發展目標	主要投入	主要活動	主要產出及影響
 1 消除貧窮	▶ 本公司提供弱勢族群就業機會： - 一般身障者求職者 - 學校特殊教育學生職場見習 ▶ 2019 年捐款及扶助弱勢族群活動約新台幣 2,500 仟元。	- 透過就服站提供身障名單。 - 由學校推薦特教生進入職場實習並進行職場養成。 - 每年結合本業與慈善基金會及其他單位合作共同舉辦慈善餐會。 - 委託臺灣土地銀行信託部管理「漢來美食社會福利公益信託」，提供急需安養補助者。	- 依據身心障礙者權益保障法第 38 條之聘用人數規定，2019 年應進用身心障礙人數 19 人，實際進用人數為 32 人，超額進用人數 13 人。 - 畢業留任並給予敘職及敘薪。 - 慈善餐會所得扣除食物及人力成本後全數購置弱勢團體需要的接駁車輛或生財器具。 - 公益信託扶助對象 32 名，每人每月 5 千元，計 12 個月，2019 年補助款已發放 64 萬元，其餘款項 2020 年按月發放。
 2 消除飢餓	▶ 每年結合本業提供弱勢族群用餐。 ▶ 來自當地供應商的採購支出比例 99.54%。 ▶ 投入可溯源有機及小農之農產品採購總金額 6,654 仟元。 ▶ 投入產銷履歷之畜牧產品採購總金額 10,638 仟元。	- 提供喜憨兒基金會 500 張海港自助餐下午茶券(價值 33 萬元，並鼓勵大眾響應捐款，單筆捐款達 1,200 元即可獲贈下午茶券 1 張)。 - 招待南高雄家扶中心 25 位兒少及社工於漢來海港巨蛋店享用聖誕大餐。 - 採購有機及小農之農產品 55,554 公斤，可溯源之有機白米 3,110 公斤，有機糙米 1,492 公斤。 - 採購可溯源產銷履歷之雞蛋 2,252,961 顆。 - 本公司力求食材有效利用及在餐廳張貼惜食海報，餐務部並每月追蹤記錄全台各分公司廚房餐廳之廚餘數量。	- 本業餐飲項目可結合慈善，消除飢餓及提供社會溫暖。 - 採購主要來自當地，可減少運輸碳排放，緩和糧食危機的風險。 - 餐務部 2019 年每仟元營業額平均廚餘量分別為 173.73 克，較 2018 年的 228.61 克減少 24%。 - 2019 年榮獲衛生福利部食品藥物管理署「餐飲業事業廢棄物減量或食材有效利用競賽活動」頒發「惜食貢獻獎」。

永續發展目標	主要投入	主要活動	主要產出及影響
3 健康與福祉 	▶ 制訂人因危害防止、異常工作負荷促發疾病預防、健康管理實施辦法等計畫。 ▶ 辦理年度健康檢查及健康促進活動並投入 1,089 仟元。 ▶ 特約勞工健康服務醫師共投入 162,000 元。 ▶ 依法雇用 2 名勞工健康服務護理人員。	- 每年針對健康相關計畫，持續推行並依推行狀況進行修改，朝健康職場邁進。 - 每年免費提供員工定期健康檢查，並以 we-care 健康管理系統及伊克西曼健康管理系統分析其健康狀況，針對異常者給予健康諮詢並安排複檢，以提供個人化健康指導及管理。 - 以優於法令規範每月辦理 1~2 場次，一年 12~24 場次之頻率進行醫師臨場服務。並邀請臨場服務醫師辦廠促進講座，增進員工健康知能進而提升其健康生活型態。 - 以線上問卷方式調查員工個人健康管理方式，以及希望公司提供的健康促進活動或講座，借以瞭解未來辦理活動方向，並提供填寫小禮品，促發填寫動機。 - 勞工健康服務護理人員辦理多場健康促進活動及講座，乃針對員工於工作中常見外傷處理如燒燙傷處置與照顧、開放性傷口照護等之簡易外傷處理。	- 健康管理實施辦法更新至第 5 版，增訂健康管理分級制度及簽核管理制度，使健康服務資源能更有效率運用，並有效落實健康諮詢內容之個資管理。 - 年度健康檢查活動共計 986 人參加，並篩選出 281 位人員需進一步進行諮詢及關懷。 - 在 2019 年共執行 146 件勞工健康臨場服務，包含員工健康諮詢 63 件、異常工作負荷預防諮詢 59 件、復工評估 14 件、妊娠中、分娩後評估 4 件及肌肉骨骼不適諮詢 6 件。 - 臨場服務醫師 5 月、10 月及 11 月辦理高血壓及血脂相關健康促進講座，增進員工健康知能進而提升其健康生活型態。 - 線上問卷調查活動共計 1,320 人參與，並開辦健康專欄，以簡明方式提供相關正確健康健康管理知識，增進員工健康知能進而提升其健康生活型態。 - 燒燙傷處置與照顧及開放性傷口講座共計 69 人參加。
4 教育品質 	▶ 內部教育訓練： - 培養內部合格師資。 - 設置漢來美食專用線上培訓系統「E-Learning」。 - 內部規章（例如採購管理辦法、供應商管理政策及系統操作手冊），透過相關資訊使新進同仁盡快適應工作現況。	- 參與勞動部勞動力發展署人才發展品質管理系統（Talent Quality Management System，簡稱 TTQS）認證。 - 將各類別課程（如新進人員教育訓練、職安、食安、外語、服務禮儀等）依公司願景規劃相關同仁之內部教育訓練。 - 加入高雄市烹飪商業同業公會，配合該會排定課程鼓勵員工參與廚師講習。	- 2017 年獲得 TTQS 評核等級證書 - 優於法令規定設置共 11 位甲種業務主管、4 位職業安全/衛生管理師。 - 董事、內稽主管、財會主管暨相關代理人每位皆至少取得合規的進修時數。 - 2019 年底全台 42 家(含工廠及餐廳)，其中 3 家為咖啡廳性質、1 家龍蝦酒殿廚師可由牛排廚兼任，其餘餐廳之廚師證持證比例符合法令持證比者有 32 家。

永續發展目標	主要投入	主要活動	主要產出及影響
	▶ 外部教育訓練： - 鼓勵員工參與廚師講習課程，強化廚房作業人員對食品安全的認知。 - 職安特殊職類委由外部教育訓練機構進行，另外聘專業講員 1~2 名進行講座。 - 董事、內稽主管、財會主管暨相關代理人進修。 ▶ 2019 年投入訓練費 671 仟元。	*職安新進人員教育訓練 由職安室錄製影片，包含：職業安全衛生法規、危害通識教育、急救傷病處理流程及預防職場不法侵害等教育訓練課程，受訓人員需經考核通過。 *職安在職教育訓練 由各店長（甲種職業安全業務主管）及職安管理人員進行教育宣導，包含：職業安全衛生有關法規概要、職業安全衛生工作守則、危害性化學品標示及安全資料表、餐飲業從業人員常見的危害及預防、避難逃生及緊急救護流程、健康保護及健康促進、防火安全教育等。	未符合者有 6 家，尚未符合者主要因為人員異動尚未遞補及廚師證換證作業的時間差異。 - 2019 年各類訓練課程總人數 10,919 人次、總時數 17,172.83 小時。
	▶ 董事會成員性別平權。 ▶ 女性員工工作平權。 ▶ 制訂預防職場不法侵害計畫。 ▶ 制訂職場母性保護計畫。	- 制訂人權政策。 - 預防職場不法侵害教育訓練課程為新進員工必要完成之訓練課程，並對在職員工每年進行教育訓練，其內容包含：職業安全衛生有關法規概要、職場暴力來源及類型、各單位人員權責義務、申訴方法及流程、本公司嚴禁職場暴力聲明書等。 - 提供產後同仁友善工作環境，特設置之哺(集)乳室，提供免費母乳袋、存放母乳專用冰箱，員工於使用時由護理人員陪伴外並提供哺餵母乳相關衛教、諮詢服務，以支持產後同仁之心理及生理健康。	- 人權政策列示在公司網站/利害關係人專區。 - 董事會成員 7 位中有 2 位女性出任。 - 由女性主管擔任總經理職務，主導營運績效及公司治理良好。 - 2019 年女性主管 61 人、非主管 540 人、實習員 115 人，女性員工總數共計 716 人(佔全體員工之 44.67%) - 2019 年新進人員共 872 人、在職人員共 612 人 (15 場次) 完成預防職場不法侵害訓練課程。 - 2019 年哺 (集) 乳室共計 83 人次使用。

永續發展目標	主要投入	主要活動	主要產出及影響
7 可負擔能源 	▶ 2019 年投入新台幣 70 萬建置省電照明及 170 萬建置省電空調	- 本公司在持續展店過程，最重視的是法規的規範及遵循，如何改用節能設備，降低環境污染，定期針對機電及廚房設備進行維護保養，以期達到最佳使用狀況，節少能源浪費。並在裝修中，採用綠建材，及盡量保留自然光，如此也可減少對環境的負擔。	- 2019 年增加 4 家餐廳，整體營收較 2018 年成長 9.14%，而外購電力僅增加 7.74%。
8 就業與經濟成長 	▶ 薪資與福利制度 ▶ 完善的晉升及績效考核制度 ▶ 進用身心障礙及弱勢族群 ▶ 設置實習留任計劃 ▶ 青年就業領航計劃 ▶ 2019 年投入薪資費用 1,089,705 千元	- 每年度依區域生活水平、消費指數及同業部分層級薪資級距予以修正 2%~3.63%。 - 每半年定期進行公平公正的工作考核並依-- 各職級進行訓練及規劃透明的晉升管道。 - 對身心障礙者依法任用及超額任用。 - 設有實習留任計劃，實習期間表現優異的同學，畢業後留任公司皆予以晉升調薪。 - 參與勞動部人力發展署青年就業領航計劃，招聘有意願投入餐飲行業之青年並給予培訓。	- 2019 年總調薪人數 987 人，調薪人數佔比 61.57%，調薪幅度為 5.19-8.78%。 - 2019 年晉升（含調薪）人數計 248 人。 - 2019 年依規定應進用身障者 19 人，實際進用 32 人（超額進用 13 人）。 - 2019 年共計留任 23 人，透過留任計畫幫助學生實現自我、提升職業技能，成為公司未來各職務接班人。 - 青年就業領航計畫在 2018 年 26 人，2019 年 29 人，共計 55 人加入計劃，訓練指導費計 819 千元。
12 責任消費與生產 	▶ 漢來美食之廢棄物皆依廢棄物清理法辦理： - 一般性生活垃圾 - 廢棄物資源回收 - 廚餘管理 - 廢食用油管理	- 生活垃圾皆落實分類管理，配合各駐店之百貨/購物中心指定之區域位置儲存，再由百貨合格之清運廠商清運至焚化處理。 - 廢棄物資源回收係配合駐店百貨/購物中心之資源回收分類管理。 - 食材適量進貨、妥善儲存及有效控管。 - 食材作有效利用，例如廚房調理過程中，前處理可善用剩餘原料再利用（熬湯等），減少食材浪費。 - 率先領先同業每日做好廢棄物源頭分類管理，並張貼惜食等宣導標語。	- 2019 年增加 4 家餐廳，整體營收較 2018 年成長 9.14%，而廚餘總重量下降 17.06%，廢油產量僅增加 0.96%。 - 全台各分公司 2019 年之廢食用油之回收回饋金總計 632 千元。

永續發展目標	主要投入	主要活動	主要產出及影響
		- 餐務部每月追蹤、記錄及分析各分公司廚房餐廳之廚餘數量之合理性。 - 廢食用油皆透過專業合格清運廠商處理，交由回收業者作為製成生質柴油之原料。	
 15 陸地生態	▶ FSC 驗證紙張及大豆油墨印刷 1,763,627 元 ▶ 採購經 ECOCERT 歐盟有機認證機構認證之食材 76,740 元。 ▶ 環保紙吸管採購 220,495 元	- 選用符合 FSC 森林管理委員會認證的紙類產品，進一步落實森林的永續管理。 - 食品類包裝採用大豆油墨印刷，且使用無螢光增白劑的餐巾紙。 - 餐墊紙、產品提袋、禮盒等均盡可能採用再生紙製品。 - 使用環保紙吸管替代塑膠吸管，減少塑膠製品，落實友善環境的永續經營。	- 落實廢棄物源頭減量精神，逐漸降低一次性餐具的使用，有效減少紙類及塑膠垃圾量。 - 2019 年採購國際認證項目佔整體採購金額之 0.1%。
 16 和平與正義制度	▶ 建立行為規範及準則 ▶ 宣導誠信經營理念及強化道德 ▶ 召開勞資會議 ▶ 制定及落實人權政策	- 已制訂「董事暨經理人道德行為準則」、「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序及行為指南道德行為準則」等相關規章，要求董事、經理人及所有員工確實遵守，並且由人資部為誠信推動單位。 - 協調勞資關係、促進勞資合作，防範各類勞資爭議，並且每季召開勞資會議。 - 制訂人權政策列示於公司網站利害關係人專區，內部透過教育訓練宣導，外部重視利害關係人權益。 - 採購採用網路投標平台，供應商自行登入投標，由系統自動做價格比價，確保品項價格的公平競爭。 - 設置法務及稽核室，督促及稽核相關單位確實遵循法令及相關規範。	- 2019 年誠信經營管理實體課程計 85 人(148.75 小時)；線上學習課程計 1,533 人 (1,788.5 小時)，總計參與人數 1,618 人 (1,937.25 小時)。 - 2019 年召開 5 次勞資會議 (含 1 次臨時會議)。 - 2019 年有 2 件勞檢裁處案件，人資單位除了瞭解現場實際作業面的問題，協助釐清以外，並持續在定期召開的勞資會議上宣導最新法令及相關應用。 - 2019 年「職場暴力通報/申訴單」來自內部來源的申訴案件有 3 件，皆已協調溝通或處置完畢；申訴單並無來自外部來源的情形。 - 2019 年度稽核事項無重大異常情事，經向受查單位提出反應後，已陸續改善完成。

2. 關於漢來美食

2-1 經營理念

漢來美食堅信唯有「誠信經營」才是企業永續的根本；「創新研發」是企業維持成長不可或缺的動力來源；「共好共享」是指有滿意的員工才能有好的服務、有滿意的供應商才能提供好的產品，進而造就滿意的客戶及滿意的股東；「綠色友善」能節省碳足跡及發展在地健康農業，進而提升消費者食的安全。



2-2 公司簡介

公司名稱	漢來美食股份有限公司 (股票代碼：1268)		
產業類型	餐館業		
成立日期	2003 年 01 月 09 日	股票上櫃	2017 年 09 月 27 日
總部位置	高雄市前金區成功一路 266 號 21 樓之 1		
董 事 長	賴宗成	總 經 理	林淑婷
員工人數	1,603 人 (含實習生)	資本總額	376,527 仟元
總餐廳數	44 家 (直營 41 家及授權 3 家)	營 業 額	3,775,225 仟元

漢來美食股份有限公司設立於 2003 年，原名漢欣國際股份有限公司，2011 年 7 月變更為目前公司名稱。成立以來秉持穩健、誠信、服務、踏實之理念，經營多品牌餐廳，擁有龐大的廚師群及品牌行銷專業夥伴，且持續開發餐食、飲料及甜點等商品，搭配優質化服務及環境，以吸引不同的消費族群，於業界擁有卓越聲譽。此外，持續掌握趨勢及市場流行話題，發掘更多具潛力之餐飲業種，一方面也取得國際知名餐飲品牌之授權，強化多品牌策略。

本公司 2019 年旗下共 17 個品牌 (16 個自有品牌、1 個代理品牌)，海內外共 44 家餐廳。其中台灣直營 41 家 (包含代理米其林一星品牌「名人坊」高級粵菜 5 家)，及品牌授權海外 3 家 (包含上海 2 家及泰國曼谷 1 家)，品牌授權上海為「漢來海港」及「漢來軒」、品牌授權泰國曼谷為「漢來海港」且以合資方式經營。

基於企業社會責任，本公司落實食品安全、品質管理及環境管理，截至 2019 年底，全台取得 HACCP 認證除了中央工廠以外，在 41 家餐廳中有 4 家取得證書（另有 2 家在 2019 年申請，2020 年初取得證書）；及在可進行餐飲衛生管理分級評核的 40 家餐廳中（不含糕餅小舖），取得優級者 34 家、良級者 1 家；及高雄地區有 6 家餐廳榮獲高雄市政府農業局主辦之【綠色友善餐廳】認證。相關作為皆為保障消費者之餐飲衛生安全。

營業項目

漢來美食之主要經營型態，以提供現場烹調及調理的菜色、飲料及甜點等餐飲項目，提供消費者在店內客席食用或外帶，以及其他年節禮盒、養生禮盒、餐點或甜品禮盒等。主要之銷售比重以餐飲收入為主要來源，2019 年銷貨收入達 37.75 億元，其中餐飲收入為 36.64 億元（占總營收之 97.05%）。

產品類型	2019 年		2018 年	
	金額	比重	金額	比重
餐飲收入	3,663,917	97.05%	3,375,559	97.58%
商品收入	80,088	2.12%	68,823	1.99%
其他收入	31,220	0.83%	14,670	0.43%
銷貨合計	3,775,225	100.00%	3,459,052	100.00%



餐食

- 中式：漢來蔬食、五梅先生、漢來名人坊、國際宴會廳、福園台菜、翠園/漢來軒、紅陶上海湯包/漢來湯包餐廳、港式海鮮火鍋、潮之鍋物
- 西式：海港自助餐廳、鐵板燒餐廳、牛排館、龍蝦酒殿、池畔餐廳
- 日式：弁慶日本料理餐廳

飲品

- 大廳酒廊、咖啡廳

烘焙

- 糕餅小舖

宴會

- 婚宴專案、各式主題宴會(彌月、結婚紀念日、週歲宴..)、謝師宴、公司團體尾牙春酒宴、外燴、會議專案

禮品

- 冠軍熔岩黑金包、年節禮盒、雞汁燕窩禮盒、蔬食健康烹、XO醬、臘味禮盒、蘿蔔糕、各式餅乾、手工巧克力、國宴旺來酥、寶島奶黃酥、牛軋糖、漢來情月月餅、漢來龍王粽、漢來八寶狀元粽、鮑參翅養生雞、極品佛跳牆、乾隆一品鍋等各式禮盒

品牌介紹

漢來海港 	從新鮮、豐盛到季節嚴選、在地生產，漢來海港餐廳始終以提供最優質的食材為原則，使得漢來海港餐廳成為台灣頂級百匯的代名詞。完整規劃的九大主題餐區，供應各種中、西、日式美味料理，寬敞舒適的用餐空間，歡樂自在的美食饗宴。3 種蟹蟳類、8-10 種生魚片，大蝦、花枝、蛤蜊、淡菜、章魚、風螺、扇貝，依產季不定期更換食材，品項豐富度堪稱全台之最。
潮之鍋物 	延伸自漢來美食旗下最強大的品牌餐廳漢來海港自助餐，結合時下流行的超市火鍋營運模式，提供新鮮、自取的生鮮肉類及海鮮、火鍋料等食材，由主廚研發的三種美味湯頭(昆布、汕頭、麻辣)加上現點現做的握壽司，與市場其他火鍋餐廳作出區隔。
漢來蔬食 	廚藝精湛主廚擅以天然食材演繹跨國界食藝，堅持現點現做供應最新鮮的食材，兼顧「色、香、味、形、器」的整體表現；現場開放式廚房吃得更安心。與各地有機農場契作，採購有機稻米、葉菜、豆類及瓜果，同時也從苗栗百壽芽菜農場進用有機豆芽；為了取得優質食材，實踐時令料理的初衷，主廚每季研發新菜色，透過不同季節時令的蔬菜做出同樣品質及美味的料理。
五梅先生 	延伸自漢來蔬食餐廳，是漢來美食嘗試走進美食街、縮小營業面積並且提供簡單方便的五辛素料理專櫃。以主食麵、飯為主要餐食，搭配每日變換的涼菜和滷味。
漢來名人坊 	取得香港米其林餐廳名人坊代理權，有「隱世廚神」之稱的富哥鄭錦富，以深厚粵菜功夫、時令食材、細膩有層次的調味，創造出獨門料理，完美呈現最不平凡的私房菜色，就像到大戶人家享用私家名廚為您悉心料理的盛宴。

翠園粵菜/漢來軒



結合時尚創意的正宗粵菜。融合了滬杭點心、時令蔬果及經典粵菜，甚至結合了西餐的擺盤與呈現。菜餚上桌，給人第一個印象就是賞心悅目、乾淨俐落，讓港式飲茶給人更上層樓的精緻質感，百吃不厭。溫暖的用餐空間，不管是家庭餐敘或好友小聚；甚至宴請賓客都不失體面。

紅陶/漢來上海湯包



五星級飯店的主廚手藝。師傅手桿麵皮，捏出皮薄餡豐的上海湯包，湯包上不多不少的 18 摺，是經驗的累積，更是對美味的堅持。除了招牌的湯包系列之外，在這裡還可以同時品嚐到主廚私房菜、清燉湯品和精緻甜點。

國際宴會廳



位於漢來大飯店及漢來巨蛋會館的兩座大型宴會廳，均為南台灣首屈一指的五星級宴會場地，分別可容納 120 桌及 180 桌之大型宴會。由世界級知名設計師橋本夕紀夫團隊設計，大型主廳無樑柱空間、全廳 HD 高畫質顯示器和即時 LIVE 攝影機，兼具時尚、尊貴、華麗與媲美演唱會級的聲光設備。

福園台菜



充滿風雅貴氣的福園台菜海鮮餐廳，是南台灣最豪華舒適的台菜餐廳，除了提供道地台式料理和時令現撈海鮮，主廚私房菜更受到饕客的喜愛與推崇，同時備有貴賓包廂，貼心服務，宴客最體面。

日本料理弁慶



優雅細緻、服務親切的弁慶，由日本料理達人五味澤和實掌廚，以專業、傳統的方式呈現料理藝術。為供應日本當令海味，每週由日本空運海鮮來台，無論單點、套餐或會席料理皆依季節變換菜色，風味道地。

港式海鮮火鍋



南台灣唯一以海鮮為主要食材的專業港式火鍋料理，新鮮食材每日進貨保持鮮美，豐富的頂級進口海鮮配上主廚獨家配方湯底及沾料，主廚手工製做新鮮丸餃，以及有產地溯源的時令鮮蔬，讓人讚不絕口，備有舒適包廂。

鐵板燒 	創意半圓形鐵板檯，展演著師傅純熟廚藝。料理不添加任何醬料，結合時令食材，全憑名廚過人巧藝。日本和牛、美國頂級乾式熟成牛肉及澳洲和牛等均是檯上美味，也是南台灣少數能品嚐進口頂級海鮮的餐廳。品嚐美味同時並可欣賞窗外迷人港景，讓用餐成為視覺與味覺同時滿足的饗宴。
牛排館 	南台灣專業頂級牛排館，美式經典風格，精選進口特級牛肉及新鮮進口蔬菜沙拉吧，並供應精緻手工甜點及新鮮水果。採用特殊鐵杉炙烤方式料理，自然風味讓饕家著迷，是品嚐美國特級牛排、上等羊排的首選餐廳。
龍蝦酒殿 	是高雄知名的高樓層餐廳，位在漢來大飯店 45 層，可以欣賞高雄港的點點燈火，每晚專業琴師現場演唱。高貴典雅的陳設，是親密好友品嚐美食、啜飲醇酒、聆賞樂音及眺望港景的最佳選擇。
池畔餐廳 	位於漢來大飯店 11 樓的露天泳池旁，擁有浪漫休閒的用餐景緻，供應風味套餐、咖啡、茶水等飲品，餐點美味、價格實惠，是三五好友聚會及洽商的好地方。
大廳酒廊 / cafe 	位於漢來大飯店大廳，氣派舒適的沙發座椅、風味獨特的輕食點心、精緻下午茶及佳釀飲品，更提供專業香醇的單品咖啡，濃郁咖啡香、繽紛氣泡飲、令人微醺的雞尾酒等多項選擇，是洽商、閒談最尊貴、悠閒的場域。
糕餅小舖 	位於漢來大飯店大廳，循著糕餅香氣就能找到的溫馨小角落，映入眼簾是多款整齊陳列的麵包、蛋糕甜點，由多次獲得國際烘焙比賽金牌的名廚領軍，親製麵包、蛋糕、手工巧克力及餅乾等，招牌穀物麵包遠近馳名，提供訂製與外帶。

品牌餐廳分佈據點

全台合計餐廳數41家 (統計至2019年12月31日止)

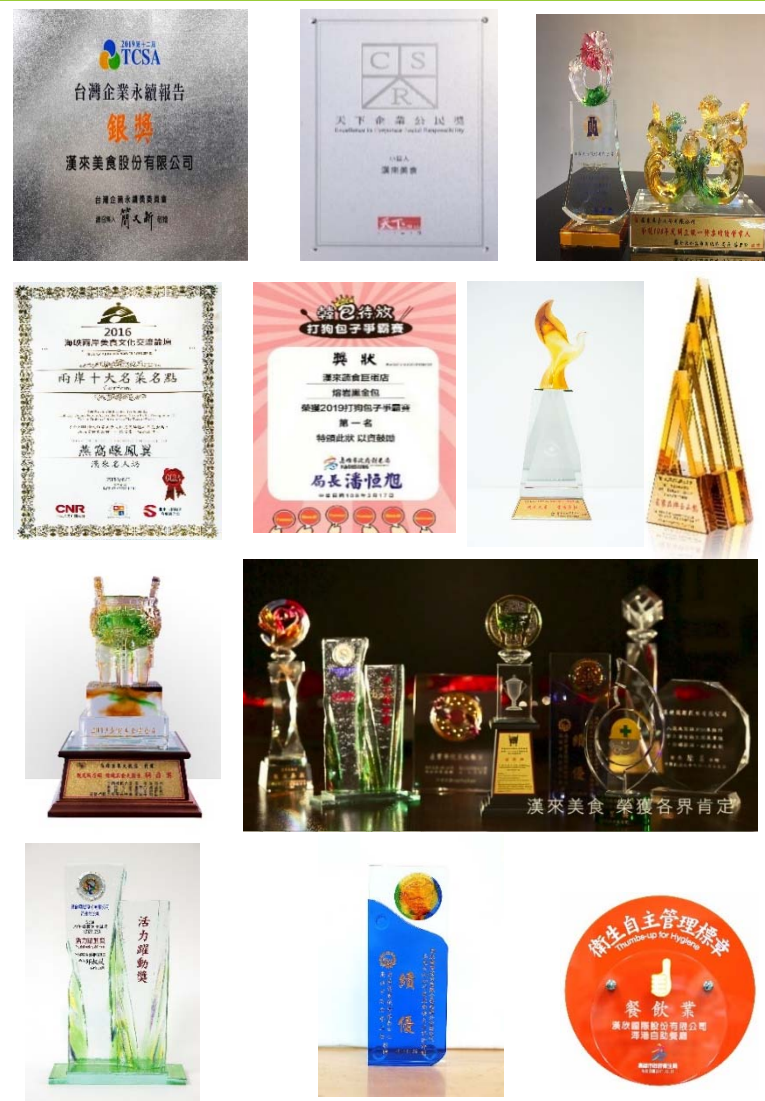


▶ 漢來海港 **7** ▶ 漢來蔬食 **7** ▶ 漢來軒(翠園) **3** ▶ 名人坊 **5** ▶ 漢來上海湯包 **4** ▶ 漢來宴會廳 **2**

2-3 公司大事紀

年度	大事記
2019	西安漢來美食有限公司停業進入清算程序
2018	成立台南東寧分公司 (位置：新光三越-新天地及南紡購物中心)
2018	成立台中三民分公司 (位置：新光三越及中友百貨)
2017	漢來美食股票正式上櫃掛牌買賣
2016	台北 101 新年燈光煙火秀倒數計時之「點亮台灣」，漢來美食響應觀光局邀約成為十大企業贊助商之一
2016	成立台北天母分公司 (位置：天母 SOGO)
2016	設立食安檢驗室及美山工廠
2015	漢來美食股票公開發行及登錄興櫃掛牌買賣
2015	成立台北敦南分公司 (位置：敦化 SOGO)
2015	與香港米其林星級餐廳「名人坊」簽訂品牌授權及營業技術移轉合約書
2014	成立台南分公司 (位置：南紡購物中心)
2014	轉投資西安漢來美食有限公司
2014	成立桃園分公司 (位置：台茂購物中心)
2013	成立台中分公司 (位置：廣三 SOGO)
2012	成立佛陀分公司 (位置：佛陀紀念館)
2011	更名為漢來美食股份有限公司
2008	成立巨蛋分公司 (位置：高雄漢神巨蛋)
2008	承辦總統就職國宴
2003	成立高雄分公司 (位置：漢來國際飯店)
2003	成立漢欣國際股份有限公司 (漢來美食前身)

歷年榮耀



公協會參與

漢來美食積極參與各項餐飲相關之組織期望透過廚師們的交流與互動，帶動專業能力之提升與產業整體成長。

參與組織名稱	組織功能說明	擔任職務/角色
法國美食協會	法國國際美食協會台灣分部，創立於 1977 年，是世界上第 76 個設立的分會。每年世界各地的法國國際美食協會都會舉辦青年廚師廚藝競賽。目前台灣有 60 幾名會員，多數集中在北部地區。每年會舉辦 5~7 場的餐會，當中有些是需著正式服裝(Black Tie)的正式晚宴；而有一些則是比較輕鬆，目的在讓大家聚在一起，一同輕鬆地享受精緻美食及品嚐美酒的輕鬆餐會。	會員
高雄市廚師職業工會	除辦理勞工保險、全民健保及工會會員團保等勞工基本生存保障外，工會亦積極拓展在職第二專長訓練以培養勞工除本職工作外，更有能力在社會上有與人競爭的能力。 配合政令輔導廚師技能檢定、換發廚師證書、辦理廚師再教育講習，皆為目前重要工作軸心	會員
高雄市餐飲業職業工會	提供學員最優質的餐飲業專業實務訓練與指導，增進學員工作職能，成為餐飲業的優秀專業人才。	會員
中華美食交流協會	致力台灣美食國際推廣活動，參與澳門美食節、香港美食節、新加坡美食節、大陸少數民族美食嘉年華活動等，並藉台灣名品展推廣台灣特色美食，年年應邀組成主廚團隊，赴美國、日本、中南美洲、歐洲各國進行台菜與小吃交流，提升台灣美食國際能見度。	會員
白帽協會	台灣國際白帽廚師協會的成立主要從事西廚相關產、官、學界及其他行業者，透過本會之永續教育訓練與相關廚藝活動等之舉辦，以創造、維護並提昇台灣專業西廚之價值與專業服務水準，並推廣負責的台灣餐飲文化與深層的烹飪系統知識，藉此總體性地提升國民餐飲文化。本會為依法設立、非以營利為目的之社會團體，以培育優秀專業餐飲人才，讓台灣西式廚師有交流與成長平台，以提升台灣餐飲及服務品質，發展台灣美食的創新價值，從而協助產業朝向國際化發展。	會員
高雄市國際工商經營研究社	IMC 是一個專門探討、研究、如何成功經營企業，並有效管理聞名國際的專精社團。高雄市國際工商經營研究社(高雄 IMC)成立於民國 59 年 9 月 9 日，創社社長為呂特興先生(高興昌鋼鐵股份有限公司董事長)，所屬社友均為企業界對工商經營研究有興趣且為企業之管理階層者。	社員
高雄烹飪商業同業公會	該會以推廣國內外餐飲文化技藝及創意美食藝術為目的，提供餐飲衛生安全之管理知識及經營管理之技術、交流、展覽，以促進餐飲經濟發展。並協助政府推行政令，協調同業關係，增進同業共同利益及矯正弊害為宗旨。	會員

2-4 短中長期目標及規劃

短中期目標

- ▶ 擴大客戶基礎、增加市場滲透力及市佔率，逐步提高平價市場客戶的比重。本公司以直營及代理模式，擴張現有品牌於台灣地區的主要城市。

※目前設定的展店品牌為漢來海港/漢來湯包/漢來蔬食/漢來軒/火鍋系列/五梅先生)，持續在全台主要都市合適的商場洽談拓店計劃。

- ▶ 加強網路行銷及透過大數據分析更加了解顧客的樣貌，達到精準行銷的目的是我們近期內要做到的工作。另外，2020 年重新設計官網及訂位系統，並且開發更大的網路商店，增加外賣品項。
- ▶ 規劃神秘客評核制度，提升各品牌服務品質、體察顧客感受，刺激各品牌良性競爭，以確保競爭優勢，與其他餐飲競爭業者作出區隔，增加公司品牌價值。

長期目標

- ▶ 中西餐研發新品牌，將新品牌推廣至潛力百貨或商場。
- ▶ 代理或併購有潛力之餐飲品牌。
- ▶ 2022 年台北南港 C2 案及 2023 年台中洲際案，漢來美食規劃多支品牌進駐。
- ▶ 成立數位行銷部門，並且將公司研發出來的即食商品上架到電商與實體販售通路，拓展營運規模與範圍。
- ▶ 強化人員培訓及建立企業文化，除了持續培育專業性人才達成經營目標外，另培養組織成員對企業文化之認同，以建立共同價值觀之組織文化，達到永續經營。
- ▶ 致力優化餐飲、服務品質及改善用餐環境是漢來美食恆久不斷努力的方向，以期獲得米其林星級評鑑的連續青睞。



進駐百貨商場



整合大數據精準行銷



提升服務品質



發展電商



人才培訓



永續經營

3. 誠信永續經營

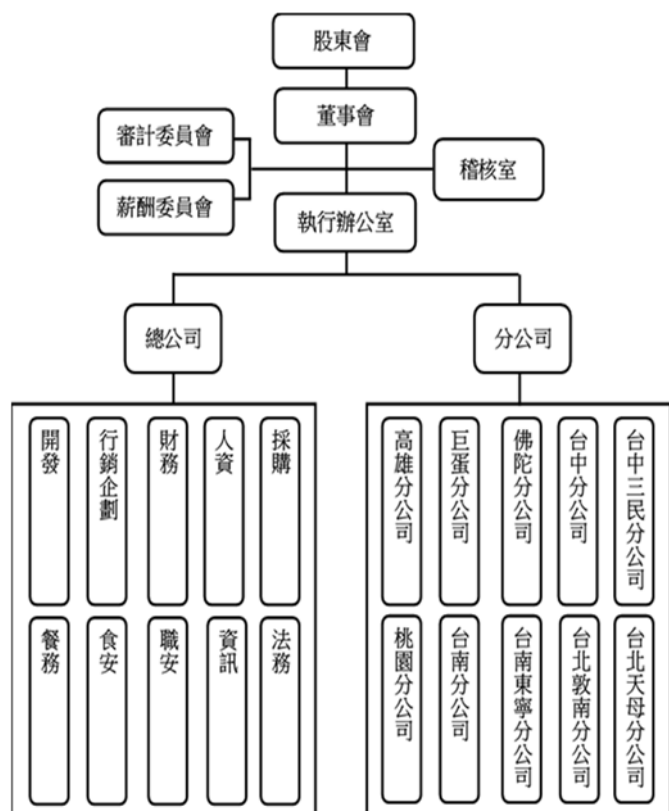
3-1 公司治理



誠信永續經營

漢來美食落實執行公司治理，審視外部要求與強化內部管理之需求，訂定「公司治理實務守則」、「企業社會責任實務守則」、「董事暨經理人道德行為準則」、「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序及行為指南道德行為準則」等相關規章，相關內容可至漢來美食官網 (http://www.hilai-foods.com/zh_TW/governance) 查詢。

組織架構



董事會

漢來美食之董事選任依公司法第 192 條之 1 規定採候選人提名制度。董事會設置 7 名董事 (含 3 名獨立董事)，任期 3 年 (2018 年 5 月 30 日至 2021 年 5 月 29 日)，以專業為基本遴選之原則，負責檢視各項營運績效，包含經濟、環境和社會主題。本公司針對董事會成員可能涉及之利益，制訂「董事暨經理人道德行為準則」，並依「公司治理實務守則」第 39 條規定，自 2018 年 12 月 1 日起為董事在任期內就其執行業務範圍依法應負之賠償責任投保責任保險，以降低並分散董事因錯誤或疏失行為而造成公司及股東重大損害之風險，2019 年 10 月 30 日續保後依規定於次月十五日前輸入公開資訊觀測站，及將其責任保險之投保金額、承保範圍及保險費率等重要內容，提最近一次董事會 2019 年 11 月 7 日報告完畢。

▶ 董事基本組成

職稱	姓名	國籍	性別	年齡 (歲)			獨董任期年資	
				60-69	70-79	80-89	< 3 年	3-6 年
董事長	賴宗成	ROC	男	V				
董事	彭邵齡	ROC	女	V				
董事	邱福枝	ROC	男	V				
董事	周水美	ROC	女	V				
獨立董事	陳 崇	ROC	男			V		V
獨立董事	陳順天	ROC	男		V			V
獨立董事	謝騰隆	ROC	男		V			V

註：具員工身份董事 1 席(佔 14%)、獨立董事 3 席(佔 43%)及女性董事 2 席(佔 29%)

► 董事會運作情形

本公司每位董事均具備執行職務所必須之知識、技能及素養，透過其實貴經驗及參與互動，使公司治理逐漸步上軌道。2019 年及 2018 年董事會分別召開 6 次 10 次，全體董事親自出席率平均分別為 90.48%及 85.71%。

職稱 姓名	產業經驗/專業	2019 年			2018 年		
		實際出席	委託出席	出席率	實際出席	委託出席	出席率
董事長 賴宗成	新竹煙波飯店 餐飲行政總主廚 高雄漢來飯店 西餐行政主廚 台北晶華飯店 利潤中心主廚 台北圓山飯店 代主廚	6	0	100%	10	0	100%
董事 彭邵齡	國揚實業 (股) 公司 總經理 漢神名店百貨 (股) 公司 董事 漢來國際飯店 (股) 公司 董事 上揚國際資產管理 (股) 公司 董事	4	2	66.67%	8	1	80%
董事 邱福枝	皇普建設 (股) 公司 董事 國揚實業 (股) 公司 董事長 漢神名店百貨 (股) 公司 董事 和鑫光電 (股) 公司 獨立董事	6	0	100%	8	2	80%
董事 周水美	水美開發實業 (股) 公司 董事長 福美開發 (股) 公司 董事長 福美酒店 (股) 公司 董事長 水美溫泉浴室企業 (股) 公司 董事長	4	2	66.67%	6	4	60%
獨立董事 陳棠	南山人壽保險 (股) 公司 董事長 如興 (股) 公司 獨立董事 臺灣土地銀行 董事長 台灣土地開發 (股) 公司 董事長	6	0	100%	9	1	90%
獨立董事 陳順天	皇翔建設 (股) 公司 獨立董事 鑫龍騰開發 (股) 公司 獨立董事 鼎基先進材料 (股) 公司 獨立董事 臺灣土地銀行 副總經理	6	0	100%	9	0	90%
獨立董事 謝騰隆	元山科技工業 (股) 公司 董事 臺灣銀行 副總經理	6	0	100%	10	0	100%

■ 績效評估機制結果

本公司為落實公司治理與提升董事會功能，已於 2016 年 3 月 15 日董事會通過制訂「董事會自我評鑑或同儕評鑑」，規範於次年第一次召開之定期董事會報告前一年度之董事會及董事評鑑，爾後分別於 2017 年 3 月 17 日、2018 年 3 月 15 日及 2019 年 3 月 6 日之董事會報告前一年度評鑑，評估對象包含董事會整體運作情形與個別董事成員績效表現，評鑑結果皆屬良好。

2019 年 3 月 6 日董事會並配合法令修訂「董事會自我評鑑或同儕評鑑」，規範績效評估結果應於次一年度第一季結束前完成，本公司 2020 年 1 月即取得董事會、功能性委員會及董事 (含獨立董事) 的 2019 年自我評核結果，並彙總結果提至 2020 年 3 月 10 日之董事會報告完畢，評鑑結果亦屬良好。此並將運用於個別董事績效、薪酬及提名續任之參考。

► 董事進修情形

漢來美食董事均具有專業背景及實務經驗，另也提供董事進修課程資訊，協助董事持續獲得公司治理及財務相關最新資訊，使其保持核心價值及專業優勢與能力，2019 年全體董事(含獨立董事)皆為續任，個別進修時數在 6~12 小時不等，符合續任者至少 6 小時之規定



職稱	姓名	主辦單位	課程名稱	進修時數	2019 年總時數
董事長	賴宗成	台灣董事學會	中堅企業永續指數:獲利成長與企業永續的雙贏關鍵	3	9
		社團法人中華公司治理協會	董監事如何督導舞弊偵防及營業秘密保護,以強化公司治理	3	
		社團法人中華公司治理協會	最新稅務治理	3	
董事	彭邵齡	社團法人中華公司治理協會	董監事如何督導舞弊偵防及營業秘密保護,以強化公司治理	3	6
		社團法人中華公司治理協會	最新稅務治理	3	
董事	邱福枝	社團法人中華公司治理協會	董監事如何督導舞弊偵防及營業秘密保護,以強化公司治理	3	6
		社團法人中華公司治理協會	最新稅務治理	3	
董事	周水美	社團法人中華公司治理協會	董監事如何督導舞弊偵防及營業秘密保護,以強化公司治理	3	6
		社團法人中華公司治理協會	最新稅務治理	3	
獨立董事	陳棠	社團法人中華公司治理協會	IFRS17 轉換及保險業因應策略	3	12
		社團法人中華公司治理協會	由浩鼎案探討內線交易與操縱市場之重要議題	3	
		社團法人中華公司治理協會	董監事如何督導舞弊偵防及營業秘密保護,以強化公司治理	3	
		社團法人中華公司治理協會	最新稅務治理	3	
獨立董事	陳順天	社團法人中華公司治理協會	董監事如何督導舞弊偵防及營業秘密保護,以強化公司治理	3	9
		社團法人中華公司治理協會	公司治理與證券法規	3	
		社團法人中華公司治理協會	最新稅務治理	3	
獨立董事	謝騰隆	社團法人中華公司治理協會	董監事如何督導舞弊偵防及營業秘密保護,以強化公司治理	3	6
		社團法人中華公司治理協會	最新稅務治理	3	

審計委員會

漢來美食為加強公司治理，自 2015 年自願設置審計委員會，設置 3 席獨立董事，原任期至 2018 年 11 月 25 日屆滿，而第二屆審計委員會配合股東常會全面改選董事，新任期自 2018 年 5 月 30 日起至 2021 年 5 月 29 日止，委員全數連任，繼續協助董事會履行其監督公司在執行有關會計、稽核、財務報導流程及財務控制上的品質和誠信度。

2019 年及 2018 年審計委員會分別召開 6 次及 8 次，全體委員親自出席率平均分別為 100%及 95.83%。

職稱	姓名	2019 年			2018 年		
		實際出席次數	委託出席次數	親自出席率	實際出席次數	委託出席次數	親自出席率
主委	陳順天	6	0	100%	8	0	100%
委員	陳棠	6	0	100%	7	1	87.5%
委員	謝騰隆	6	0	100%	8	0	100%

薪酬委員會

漢來美食自 2015 年成立薪酬委員會，原任期至 2018 年 11 月 25 日屆滿，第七屆董事會於 2018 年 6 月 14 日決議委任第二屆薪資報酬委員會委員，任期自 2018 年 6 月 14 日起至 2021 年 5 月 29 日止，委員全數續聘，繼續以專業客觀角度，協助董事會執行及評估公司整體薪酬與福利制度，同時定期檢討董事及經理人之報酬。

2019 年及 2018 年薪酬委員會分別召開 2 次及 3 次，全體委員親自出席率平均分別為 100%及 88.9%。

職稱	姓名	2019 年			2018 年		
		實際出席次數	委託出席次數	親自出席率	實際出席次數	委託出席次數	親自出席率
主委	陳棠	2	0	100%	2	1	66.7%
委員	謝騰隆	2	0	100%	3	0	100%
委員	陳順天	2	0	100%	3	0	100%

內部稽核

稽核室運作架構：

擬訂年度稽核計畫→稽核作業準備→發出稽核通知→稽核作業執行→受查單位溝通/討論→稽核報告→稽核缺失改善追蹤→追蹤報告

漢來美食設置稽核室，配置專職稽核人員 1 名，負責內部稽核事務，隸屬於董事會。稽核室每年年底擬訂次年度稽核計畫，提報董事會通過後執行。各項查核作業係依據各項作業循環之內控作業及法令遵循情形進行稽核，查核報告層簽至董事長後送各審計委員查閱，定期列席董事會報告及說明發現缺失之改善狀況。2019 年度稽核事項無重大異常情事，經稽核室向受查單位提出反應後，已陸續改善完成。

行為準則及外部評鑑

漢來美食本於廉潔、透明及負責之經營理念，制訂以誠信為基礎之行為準則，透過建立良好之公司治理與風險控管機制，期望創造永續發展之經營環境，包含 2015 年制訂「董事暨經理人道德行為準則」、「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序及行為指南」；2016 年制訂「企業社會責任實務守則」；2018 年制訂「公司治理實務守則」。截至 2019 年底，已配合最新法令及公司實際需要修訂前述之相關規範。

2019 年辦理誠信經營課程：

- ▶ **董事會**：實體課程 7 人（21 小時），參與董事為 100%。
- ▶ **員工**：實體課程 85 人（148.75 小時）、線上學習 1,533 人（1,788.5 小時），總計參與人數 1,618 人（1,937.25 小時），參與員工為 100%。



本公司加強內部稽核職能及推動公司治理人員取得證基會之「公司治理基本能力測驗合格證明書」，並且關注外部的發展趨勢，自 2018 年起參加台灣證券交易所主辦之「公司治理評鑑」，截至 2019 年已連續兩年獲得上櫃公司排名前 6~20%，且 2019 年獲得天下企業公民小巨人獎及 TCSA 台灣企業永續報告獎，皆是朝健全公司治理的方向前進。

申訴管道

漢來美食官網設置申訴檢舉信箱 audit@hilai-foods.com 與員工意見信箱 hshr.dept@hilai-foods.com，接獲意見申訴或檢舉後，由專人依事件性質轉相關單位處理，並於「誠信經營守則」及「誠信經營作業程序及行為指南」中亦特別規範受理檢舉事項之作業程序及相關保密機制，妥善針對檢舉人身份及檢舉內容加以保密，以保護檢舉人不因檢舉情事而遭不當處置之措施，除此以外，內部並且建立「職場暴力通報/申訴單」及「職場暴力追蹤調查表」來預防及矯正職場暴力行為，暴力來源包含外部（顧客、訪客）及內部（同事、上司）。

2019 年申訴案件共有 3 件，包含語言暴力、性騷擾及心理暴力各 1 件，全數來自內部來源，經通報總公司職安室後，會立刻依職場不法侵害預防計畫啟動調查，總公司人資、職安、當事人及其單位主管會參與過程調查及對質協商，必要時法務人員亦會提供意見，再依據達成協議結果進行懲處。總公司人資單位每年安排預防職場暴力行為等實體及線上課程，並持續在相關會議（例如勞資會議）進行宣導及溝通，皆為使同仁有安心的職場環境。

3-2 法規遵循

本公司遵循相關法規及內部控制制度，嚴禁不誠信或違反法令之行為，除了內部宣導、稽核室查核外，亦設置法務室預防及處理法律爭議案件，並且聘任法律顧問進行諮詢。2019 年有 2 件勞檢裁處案件，違反法令包含有勞基法第 24 條及第 36 條第 2 項之規定，共裁罰 90 仟元，總公司人資單位除了瞭解現場實際作業面的問題，協助釐清及落實勞動法規以外，並持續在定期召開的勞資會議上宣導最新法令及相關應用。除上所述，2019 年無其他違反法規而有裁罰情形。

3-3 風險管理

漢來美食對風險管理管理的信念，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，由董事會及審計委員會扮演風險管理之最高監督角色，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。且於面臨的風險與挑戰時，不僅只遵循法令和規範，更密切掌握瞭解經濟情勢及產業發展等不確定性因素，俾事先擬定公司發展策略和調整營運模式，維持公司營運績效穩健度。

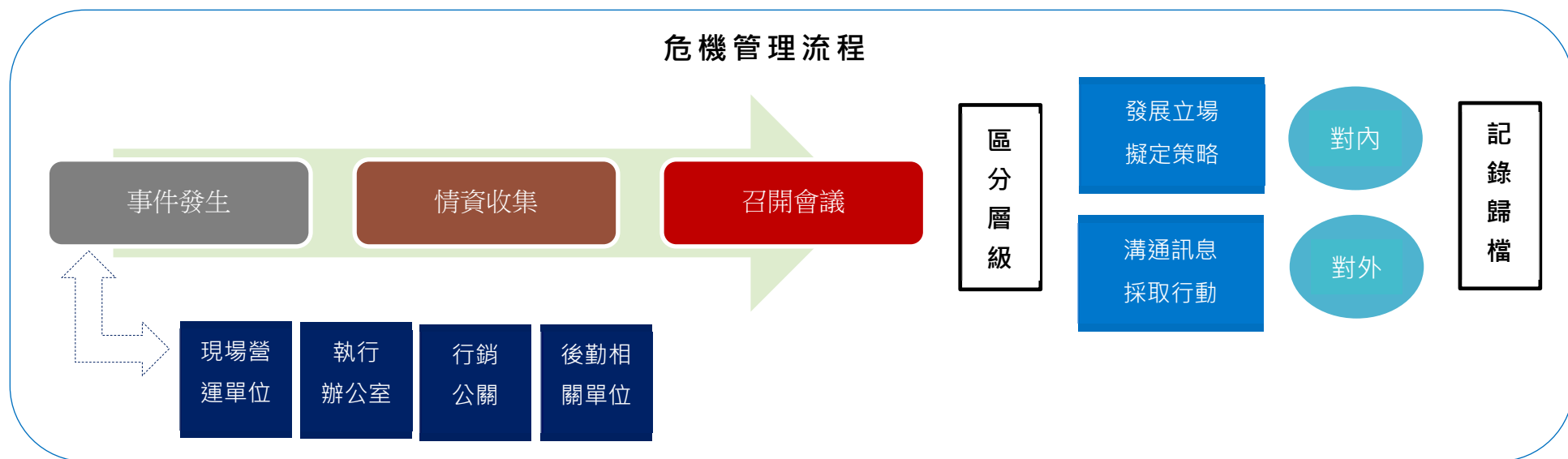
風險歸納	風險類型	重要風險事項	管控策略
環境風險	氣候變遷	▶ 原物料短缺 ▶ 原物料成本異常波動 ▶ 原物料品質不穩定	- 訂定替代方案，選用不受氣候變遷而影響產量及價格的原物料，如不同產地及不同生產方式。
	重大天災及流行病	▶ 地震或大型天然災害 ▶ 流行病或新興傳染病	- 遇地震或大型天然災害時，第一時間啟動公司防災機制並對內發布公告。 - 遇流行病或新興傳染病時，會宣導同仁身體違和時在家休養，公司並隨時掌握資訊、整合調度資源，後續並作成 SOP。
	消防及建築物安全風險	▶ 消防設施、設備失效、過期 ▶ 人員無法正確操作消防設備	- 由開發部委託合格廠商定期進行檢修，並由員工每月針對滅火器橡皮管、壓力、外觀進行檢點作業。 - 配合各地防災中心或經管處定期進行消防相關演練教育訓練，包含逃生路線、滅火器操作進行訓練。 - 全新建置或改裝餐廳時務必符合相關建築物及消防規定，設計及施工階段請具備執照之建築師、消防技師及機電技師等共同設計及重點監工。
經營風險	財務風險	▶ 自助餐券流通在外 ▶ 資金不足或營運不佳	- 出售餐券收取之金額於金融機構開立信託專戶管理，將流通在外一年以內之餐券 100%回存現金至信託專戶。 - 財務部每月報告自助餐券期初及期末流通在外餘額、銷售及回收情形及回收使用之餐券收入佔自助餐廳之營收比例，暨信託餘額。

風險歸納	風險類型	重要風險事項	管控策略
			- 與金融機構保持良好互動，且展店計畫依市場需求及財務狀況審慎評估後進行。
	食安風險	▶ 通過 HACCP 之餐廳無法維持認證有效性（含美山工廠） ▶ 全台自主或委外檢驗件數不足 ▶ 食物中毒或食材來源不安全。	- 每年安排第三方公證單位執行內部稽核；定期或不定期針對餐廳做食品安全衛生稽核及抽驗。 - 依營運狀況及發生食安風險次數調整，或依突發狀況適度調整自主或委外的檢驗項目與頻率。 - 做好源頭管理，取得進貨食材的檢驗報告。
	供應鏈風險	▶ 供應商道德風險（偷工減料、以次充好） ▶ 依賴少數關鍵供應商 ▶ 不可預測的季節性需求 ▶ 原物料價格波動	- 建立明確採購規範。 - 定期進行供應商評核。 - 建立第二供應貨源。 - 關注市場原物料趨勢。
	勞動者短缺	▶ 人力短缺 ▶ 專業能力不足 ▶ 作業流程不熟悉 ▶ 人員流動率過高	- 建立及開發多元招募管道，例如：中高齡就業、婦女二度就業、開發及維持產學合作。 - 提供弱勢族群就業機會。 - 加強員工專業能力及培訓。 - 簡化工作流程，降低勞動力需求。 - 透過教育訓練、儲訓晉升、福利計畫之配合，降低員工之流動率。
	資安風險	▶ 資訊基礎架構風險 ▶ 可獲得性風險 ▶ 機密性及存取風險	- 定期檢測維護基礎設備。 - 構築高可用(HA)備援機制。 - 相關權責人員使用權限嚴格監督控管。
市場風險	同業競爭風險	▶ 顧客流失 ▶ 優秀餐飲人才被挖角	- 漢來美食以創造顧客滿意的餐飲體驗為使命，讓顧客不僅能以實在的價格享用美食、更能體驗五星級飯店式的優質服務。 - 分析同業競品之優劣勢及可採行的因應方案，以維持品牌競爭力。 - 每年檢討及調整薪資報酬結構，提供晉升管道及各項福利留才。
	媒體報導風險	▶ 媒體捕風捉影	- 行銷公關部門每天均會針對媒體進行報導蒐集，一旦發現與營運及營收狀況不符的內容，甚至有可能損及公司形象的報導進行追蹤及處理，以降低對公司或利害關係人可能造成的傷害。 - 因不熟悉漢來美食實際情形而誤述之報導，會在公開資訊觀測站澄清誤述之部分。

風險歸納	風險類型	重要風險事項	管控策略
	智財風險	▶ 未註冊相關智慧財產	- 評估商標不享有專用權之風險發生的可能性與嚴重度，定義風險項目的優先順序與風險等級，並採取應對的風險管理方案，訂定智慧財產權管理要點，並交辦各權責單位實施控管暨定期彙報。 - 商標建立時即送交申請商標註冊，截至 2019 年已取得兩岸 20 件以上商標專用權。

▶ 危機處理

現在是全民媒體、網路發達的時代，任何的訊息都會在瞬間傳播得無遠弗屆，因此，企業面臨危機和負面評價時，必須要在最短的時間內回應和處理，否則即有可能演變成無法挽救的企業形象崩解。漢來美食完整的標準服務流程與危機管理流程，面對顧客的要求與服務標準流程間的權衡，透過各項資通工具之使用，幫助同仁更快進入狀況，避免因個人因素所造成服務上的差異，同時有效控制時間與成本，降低同仁在太多顧客接觸點可能產生服務失誤風險的機會，各組主管則相互支援。主管負有風險管理責任，任何失誤發生須即時回報與處理。此外，在不涉及同仁及顧客的隱私範圍內，漢來美食旗下餐廳均配置現場即時狀況側錄系統，當店最高主管可隨時觀看餐廳運作狀況，客訴發生時即時做出判斷與處理。各品牌亦利用即時通訊社群軟體進行溝通，隨時瞭解處理進度，互相支援。



3-4 經濟績效

直接經濟價值及分配經濟價值

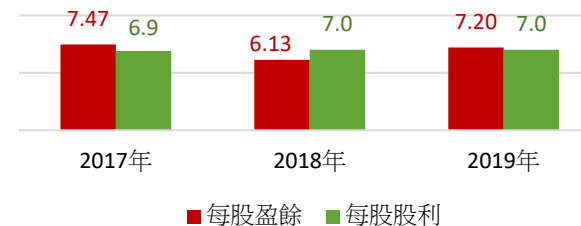
單位：新台幣仟元

	2019 年	2018 年	2017 年
直接經濟價值			
營業收入	3,775,225	3,459,052	3,230,062
營業毛利	1,665,453	1,514,290	1,397,722
稅後淨利	266,457	234,445	265,594
每股盈餘 (元) (註 1)	7.20	6.13	7.47
股東權益報酬率 (%)	17.49%	13.77%	17.14%
分配經濟價值			
營運成本	2,109,772	1,944,762	1,832,340
員工薪資和福利費用	1,089,705	1,005,591	908,140
現金股利 (註 2)	260,566	258,256	250,741
股票股利 (註 2)	0	0	11,397
債務 / 借款利息費用	0	127	804
所得稅	29,350	69,584	59,943
社區投資 (如捐贈)	4,859	3,737	584

取自政府之財務補助

本公司每年度訂有訓練計劃，除了公司每年提撥訓練預算外，亦結合政府人力提升計劃以執行各項訓練；人力除採多元管道方式招募外，亦結合勞動部勞動力發展署青年就業領航計劃招募有志投入餐飲業之青年。

每股盈餘&每股股利



漢來美食 2019 年度營業收入較 2018 年度增加 9%，除舊店受改裝及海港自助餐調升餐價等因素影響而增加 4%外，主要是台南上海湯包(2018 年 6 月)、台中中友蔬食(2018 年 7 月)、台北大直名人坊(2018 年 12 月)、敦南名人坊(2019 年 6 月)、潮之鍋物(2019 年 11 月)、五梅先生(2019 年 11 月)及桃園上海湯包(2019 年 11 月)加入營運所致。

配發率



漢來美食 2019 年每股盈餘 7.2 元，配發股利 7 元，配發率 97%。最近 3 年股利政策穩定，配發率皆在九成以上。

單位：新台幣仟元

項目	人數(2018-2019 年)	補助金額
青年就業領航計劃	55 人 (2018-2019 年)	819
人力提升計劃	專案(2019 年)	246
合計		1,065

4. 食品安全防護

4-1 供應鏈管理



食品安全防護

當地採購為主

本公司採購部對食材採購以在地供應商為主，首重採購管理與供應商管理，致力精進供應鏈的整合、採購流程優化及績效管理等各方面，並整合市場資訊、預測需求及價格變化，以提供使用單位參考，確保獲取最佳價格及優良品質，持續健全供應鏈來提高公司競爭優勢。而因應社會大眾所關注的食安議題，對於食材的採購、驗收及送至使用單位後的處理及存放，本公司有著一套規範。

- ▶ **採購**：為第一道把關，本公司對於供應商選擇標準兼顧價格、品質、信譽及服務，並以通過相關認證的廠商為優先選擇。
- ▶ **驗收**：為第二道把關，由採購部訂定「原物料驗收標準」，類別包含蔬果類、肉類、海鮮類、冷藏 / 冷凍食品 / 水產製品、乳製品 / 植物奶類、蛋類、米 / 豆製品 / 麵製品、油脂類、乾貨類及清潔用品等，明確訂定各類別進貨品項驗收的標準。
- ▶ **使用單位**：為第三道把關。由各使用單位自訂食材的篩選、處理及存放等規範，確保進貨品項符合各自的細節需求。

漢來美食在供應商的選擇以當地（台灣）為主，為的是維持食材的新鮮度、減少運輸過程所產生的碳排放及支持在地廠商。食材方面也會多選擇或指定「有機認證」品項的

食材（有機蔬菜、有機豆腐等），均是與台灣在地小農配合契作生產之有機食材，不只減少食物里程，亦希望顧客能吃得安心、吃得健康。另外，採購食材方面以「今日叫明日用」的模式，同樣是為確保食材新鮮度並控管食材使用量及需求量，可有效減少不必要的食材浪費。本公司 2019 年供應商共 729 家，包含當地廠商（台灣）727 家、非當地廠商（國外）2 家，除了少數生鮮類食材及進口高級食材（官燕、花膠）以外，其餘皆為台灣在地生產與製造。

年度	2019 年	2018 年	2017 年
來自當地供應商的採購支出比例	99.54%	98.52%	99.35%

漢來美食注重供應商企業社會責任，包含在環保、職業安全衛生或勞動人權等議題遵循相關規範，供應商簽訂的契約內容中並須包含遵守雙方之企業社會責任政策，供應商如涉及違反政策，或對供應來源社區之環境與社會造成顯著影響時，得隨時終止或解除契約之條款，此對供應商之食安要求及供貨品質上有相當大的提醒效果，期望供應商伴隨本公司成長及共同承擔社會責任。漢來美食採購部每年對有交易往來之供應商進行書面及實地評核，包含對新供應商也會進行環境面與社會面的評估，2019 年並無對環境及社會具有重大實際或潛在負面衝擊的供應商數量。

供應商稽核

年度	評鑑/分類		食材類	一般類	工程類	合計
2019 年	有交易的供應商		396	282	51	729
	書面評核	家數	396	282	51	729
		比例	100%	100%	100%	100%
	實地評核	家數	32	5	0	37
		比例	8.08%	1.77%	-	5.08%
2018 年	有交易的供應商		360	282	49	691
	書面評核	家數	360	282	49	691
		比例	100%	100%	100%	100%
	實地評核	家數	32	7	2	41
		比例	8.89%	2.48%	4.08%	5.93%
2017 年	有交易的供應商		346	266	45	657
	書面評核	家數	346	266	45	657
		比例	100%	100%	100%	100%
	實地評核	家數	21	3	1	25
		比例	6.07%	1.13%	2.22%	3.81%

► 供應商評核比率

漢來美食 2019 年有交易之供應商共 729 家，其中食材類 396 家 (54%)、一般類 282 家 (39%)、工程類 51 家 (7%)。

每年的供應商評鑑，書面評核採全面進行，實地評核則是針對主要供應商、年節餅類供應商及包裝類供應商等進行訪廠，2019 年實地訪廠 37 家，訪廠率為 5.08%。



溫度控管



新鮮食材產地直銷



貨品多元清楚標不進貨及到期



廠區寬敞且貨品分類擺放整齊



品項多元且依類型擺放



貨品確實秤重篩選整理

► 供應商評核結果

漢來美食對供應商的書面評核分為 4 等級，不合格供應商將停止交易；實地評核分為 3 等級，列為不優廠商即不再繼續合作。2019 年供應商書面評核及實地評核皆為優級以上。除了書面評核及不定期訪廠，平時供貨時亦進行日常評核，若為列入招開標中的廠商，在送貨過程中，有品項及規格有不符規定，會以口頭告誡，如口頭告誡超過三次，會以停標方式處理。

書面評核						
年度	評核	優良級	良好級	合格級	輔導級	合計
2019 年	家數	729	0	0	0	729
	比例	100%	-	-	-	100%
2018 年	家數	690	1	0	0	691
	比例	99.86%	0.14%	-	-	100%
2017 年	家數	657	0	0	0	657
	比例	100%	-	-	-	100%

實地評核					
年度	評核	非常優	優	不優	合計
2019 年	家數	8	29	0	37
	比例	21.62%	78.38%	-	100%
2018 年	家數	1	39	1	41
	比例	2.44%	95.12%	2.44%	100%
2017 年	家數	0	25	0	25
	比例	-	100%	-	100%

2019 年書面評核標準

優良級(85分以上)

- 可持續進行穩定合作之廠商

良好級(71~84分)

- 要求供應商限期改善缺失，改善完成即可繼續合作

合格級(61~70分)

- 減少供應品項且安排至現場查核加強督促其品質

輔導級(60分以下)

- 停止交易，不繼續合作

- 供應商資料評核

提供工廠登記證、商業登記證相關認證(CAS、GMP、ISO、SGS等)。

- 現場評估

現場環境清潔、工作動線及空間規劃、生產流程的規劃、內部管理制度、危機管理及改善機制。

- 供貨狀況

供貨的穩定度、供貨的時間管理、貨品的品質(依外觀、品質、標示等規範)、緊急應變能力、每月數量與金額是否符合供應商規模、報價金額正確性。

- 服務態度

貨品價格合理性、臨時訂貨供貨配合度、特殊規格及少量訂購配合度、溝通及送貨服務態度。

2019 年實地訪廠標準

非常優

- 可持續進行穩定合作之廠商

優

- 要求供應商限期改善缺失，改善完成即可繼續合作

不優

- 停止交易，不繼續合作

本公司除了重視食材供應來源以外，在拓店面，對設計師及工程廠商的遴選也是謹慎考究，店面設計師以具備資格及市場上有口碑、特色且含豐富經驗之設計團隊來提案，工程面的內裝、機電及廚具供應商，則以具備資格及市場上有口碑並且高配合度之廠商，有新工法及新的烹飪技術設備可列為優先考量之廠商名單。

4-2 食安及溯源管理

2019 年食安相關法規有《食品安全衛生管理法》、《食品良好衛生規範準則》、《食品安全管制系統準則》、《食品及其相關產品追溯追蹤系統管理辦法》及《食品業者應保存產品原材料、半成品及成品來源文件之種類與期間》等，漢來美食依相關法規訂定「食品安全監測計畫」，從供應商源頭管理、食品人員專業養成、餐廳及廚房管理、食材管理、器具/容器管理、食安查驗及推行餐廳評鑑，以各面向的食安把關來維護顧客飲食安全。食安室每

季召開食品安全衛生管理會議進行查核報告及說明缺失改善情形，並宣導食品安全衛生相關法規及食安時事，其評估與改進及所影響之產品與服務類別百分比為 100%。

源頭管理

- ▶ 選擇優良供應商
- ▶ 定期稽核供應商
- ▶ 進貨量大、風險大者提供檢驗報告
- ▶ 食材追溯追蹤

生產管理

- ▶ 食品專業
- ▶ 餐廳及廚房管理
- ▶ 食材、器具/容器管理

食安查驗

- ▶ 自檢/查核/委外檢驗
- ▶ 實驗室檢驗
- ▶ 餐廳評鑑認證

源頭管理

溯源-為食安管理重要的一環，供應商須依「應訂定食品安全監測計畫與應辦理檢驗之食品業者、最低檢驗週期及其他相關事項修正規定」，致力於為本公司提供具第三方公證單位認可之檢驗報告，且品質優良的食材。本公司自願建立食品追溯追蹤制度，將請購、採購、進貨、驗收等作業流程電子化，並且制訂「原物料驗收標準」進行驗收，如有自行進口符合《應建立食品追溯追蹤系統之食品業者》之法規強制追溯追蹤的業別，則會執行追溯追蹤，例如漢來美食高雄分公司進口花膠屬水產品食品，依法上傳非追不可並檢驗重金屬（如鉛、鎘、甲基汞）等其他衛生管理項目。

漢來美食納入溯源管理之品項包含肉類、海鮮類、水果類、蔬菜類、點心類、南北雜貨類、煙燻類、乳製品類、蛋類及月餅 / 年

年度	2019 年	2018 年	2017 年
食材可溯源比例	99.29%	99.07%	99.09%

節類等 10 大項食品類原物料。最近 3 年可溯源管理品項的採購金額佔所有原物料之採購總額皆高達 99%。

另外，衛生福利部於 2018 年依《食品安全衛生管理法》第 9 條第 2 項至第 4 項公告修正擴大「應建立食品追溯追蹤系統之食品業者」，本公司美山工廠應納入規範之業別，因此食安室於 2019 年編製適用之「食品及相關產品追溯追蹤系統管理辦法」，並於 2020 年 1 月 1 日起實施。美山工廠於 2020 年起每月 10 日前至「食品追溯追蹤管理資訊系統 (非追不可 3.0)」，以電子方式申報前 1 個月之追溯或追蹤之資料。

▶ 非追不可系統及提供申報畫面

▶ 違規產品回收及退貨

食材：採購部對於違反食安法規之食材，依照採購管理辦法中的食品安全危機處理機制辦理，且依危機處理流程，呈報上級單位及相關單位，並追溯產品之供應商，確認供貨品項是否有不合法規之項目，如確認屬實則依法進行回收及退貨程序。

成品：回收流程則依《食品及其相關產品回收銷毀處理辦法》辦理，對已實施 HACCP 食品安全管制系統的單位 (包含美山工廠、高雄鐵板燒、高雄名人坊、巨蛋蔬食、巨蛋海港、台北敦南海港、台北天母海港)，依生產製造的成品種類不同，規劃風險較高之成品，每年至少做一次模擬回收演練。

※2019 年模擬回收演練-美國「STEINBECK 鮮蘿蔓心」檢出殘留農藥含量不符規定而全數下架回收並辦理退貨

食品添加物：使用須依照「食品添加物使用範圍及限量暨規格標準」之規定，食品添加物應於外包裝明顯標示「產品登錄碼」，單方食品添加物應明顯標示「許可證字號」，如有發現供應商提供之食品添加物標示不符規定，則立即退貨不得驗收。



每年依計畫及實際需要稽核供應商，並要求廠商提供可溯源之檢驗證明；採購食品添加物時要求廠商註明，進行三專管理 (專人、專櫃、專冊)；採購牛肉要求註明原產地，使餐廳進行標示管理。同時，要求供應商送驗，選擇具財團法人全國認證基金會 (TAF) 及衛生福利部食品藥物管理署 (TFDA) 認證通過之實驗室，且需使用 TFDA 公告之檢驗方法進行檢驗，同時建議供應商向檢驗公司要求，將法規標準呈現於檢驗報告上，以利判讀。

生產管理

► 食品專業

食安室編制

最近 3 年的編制成員皆為 3 人 (食品技師、營養師、品保專員)。依《應置專門職業或技術證照人員之食品業者類別及規模規定》及《食品業者專門職業或技術證照人員設置及管理辦法》之規定，漢來美食位於漢來國際飯店之餐廳由於受「設有餐飲之國際觀光旅館業」之規範，至少應置 1 名專任專門職業人員 (食品技師或營養師)，漢來美食優於法規之要求，設置食品技師及營養師各 1 名，且另設有品保專員 1 名，係為持有乙級/丙級食品檢驗分析技術士之人員執行食品檢驗業務。

廚師持證比

法規適用之餐廳類別	漢來美食適用單位	法定持證比例
設有餐飲之觀光旅館業	高雄分公司所有餐廳	85%
承攬筵席餐廳之餐飲業	巨蛋分公司之宴會廳	75%
中央廚房式之餐飲業	美山工廠	70%
一般餐館餐飲業	公司其他餐廳	50%

依《食品業者專門職業或技術證照人員設置及管理辦法》之規定，漢來美食共有 4 類技術證照應符合法規要求，包含設有餐飲之觀光旅館業、承攬筵席餐廳之餐飲業、中央廚房式之餐飲業及一般餐館餐飲業。

2019 年底全台 42 家 (含工廠及餐廳)，其中 3 家為咖啡廳性質、1 家龍蝦酒

館廚師由同樓層之牛排廚兼任，其餘廚師證持證比例符合法規要求的有 32 家，尚未符合的有 6 家，主要因為同業挖角頻繁的人員銜接遞補或廚師證換證作業的時間差異。

因應措施：漢來美食提供各項福利留才、補助同仁講習費用、統一辦理廚師講習課程補充時數，或直接聘任持有廚師證者 (例如聘請中餐烹調技術士、西餐烹調技術士、烘焙食品技術士專業證照人員，且要求換發廚師證)，每月食安室會追蹤由人資部提供的廚師持證比。

► 餐廳與廚房管理

漢來美食的餐飲衛生由各餐廳與廚房自主管理開始，「餐飲衛生自主管理檢查表 (餐廳)」包含 4 大類 34 項；「餐飲衛生自主管理檢查表 (廚房)」包含 3 大類 38 項；食安室則依「食安室年度計畫表」執行食安管理，並訂有「食品安全衛生管理查核表」包含 3 大類 32 項稽核，以確保各餐廳之自主管理係落實執行。

餐廳自主檢查

- 用餐場所衛生清潔品質管理
- 物料儲存管理
- 員工衛生管理
- 廁所衛生管理

廚房自主檢查

- 烹調作業場所衛生管理
- 員工個人衛生管理
- 餐務管理

食安查核

- 人員衛生
- 作業區環境
- 記錄表單

▶ 食材、器具 / 容器管理

漢來美食從源頭進行食材、食品添加物、食品用洗潔劑、食品器具、食品容器及包裝等之管理，包含供應商篩選、廠商檢驗報告、原物料驗收、食品追溯追蹤及註明法定標示食材等，持續各環節之管制措施。為預防食材交叉污染，由食安室向各分公司宣導推動刀具、砧板、籃框的分色管理，且驗收區須注意蔬食、葷食籃框不得相互夾雜堆疊，調理食品所用之器具亦應保持清潔，以避免食品中毒事件發生。

葷食

砧板刀具分類標示圖



儲藏分類標示圖

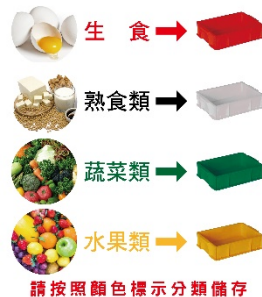


蔬食

砧板刀具分類標示圖



儲藏分類標示圖



桃園湯包-砧板分色



巨蛋翠園-刀具砧板



桃園湯包-刀具分色



天母海港-蔬菜綠色籃框



天母海港-肉品紅色、海鮮藍色籃框



敦南海港-冷凍品籃框



高雄本館 B4 驗收區籃框



高雄本館 B4 驗收區籃框

食安查驗

► 自檢/查核/委外檢驗



本公司餐廳與廚房每天落實填寫自主檢查表，每周各分公司的衛生管理人員進行衛生檢查，每半年食安室依《食品安全衛生管理法》等相關法規，如《食品良好衛生規範準則》（GHP）進行查核及抽驗（含水質、食材、成品、人員刀具砧板塗抹、落菌數等），部分餐廳依《食品安全管制系統準則》（HACCP）執行查核，並確認餐廳之成品標示符合法規，模擬衛生單位之角色及查核重點執行，使分公司落實食安管理與了解衛生單位查核標準。

每年董事長及執行辦公室代表、職安室、食安室及餐務部依頻率完成全台中央工廠及餐廳的聯合查核作業，期望透過高階主管親自帶領查核，讓所有同仁認知管理階層對於餐廳與廚房環境安全衛生之重視，全台餐廳及工廠的食安/聯合查核涵蓋率最近 3 年皆為 100%，查核後發出缺失報告，受查單位則須於時限內回覆改善措施，以確保符合法規及公司內部規定。



另外，漢來美食每年視業務需要或是受實驗室人員或設備環境等限制而無法自主檢驗之項目，不定期委託第三方專業之食品安全檢驗單位進行稽查及抽驗各分公司之餐廳，相關缺失經限期改善後，均已改善完成。

委外檢驗項目

食材進貨量 Top 5-10者

高風險食材

季節性主力菜色食材

近期食安關注新聞

網購食品

特殊需求時

► 實驗室檢驗

漢來美食為落實食品安全衛生管理法對食品業者之自主管理及要求，成立實驗室及聘請食品專業人員訂立「實驗室管理規章」，針對食品微生物進行檢測，並依本公司「食品安全監測計畫」訂定檢驗週期及檢驗項目，其檢驗結果會在每季食品安全衛生管理會議中進行檢討，作為後續追蹤改善之依據，確保供應餐飲之衛生安全。本公司 2017 年～2019 年實驗室支出分別為 2,993、3,437 及 3,462 仟元，占個體營收分別為 0.09%、0.10%、0.09%，主要包含人事費用、委外檢驗費用、設備折舊、租金支出、耗材、採樣費及雜項支出等。實驗室自主及委外檢驗情形如下：

類別	頻率	方式	2019 年		2018 年		2017 年	
			檢驗次數	合格次數	檢驗次數	合格次數	檢驗次數	合格次數
美山工廠成品	每月 每年	自主	40	40	53	53	44	43
		委外	5	5				
水質（飲用水及食用冰塊）	每季	自主	315	281	419	345	433	335
		委外	134	94				
食材	每季	自主	282	279	352	333	70	63
		委外	93	77				
餐廳成品（抽驗冷菜、飲料）	每半年	自主	262	237	358	288	165	139
		委外	136	117				
塗抹（刀具、砧板、手部等）	不定期	自主	44	41	23	23	19	19
		委外	40	31				
落菌（食品作業區）	不定期	自主	51	0	4	4	9	9
		委外	6	4				
保存性試驗	不定期	自主	0	0	0	0	18	18
合計			1,408	1,206	1,209	1,046	758	625

漢來美食 2018 年取得實驗室能力試驗通過證書（總生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌），預計每 2 年參加 1 次經財團法人全國認證基金會（TAF）認可的能力試驗執行機構所舉辦的能力試驗。實驗室每年度規劃抽驗水質、食材與成品，檢驗包含總生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌，以及農藥、動物用藥快篩檢驗，檢驗結果會出具「實驗室檢驗報告」，並公告予內部相關單位週知，自主檢驗之外並輔以委外檢驗，以確保符合相關要求之檢驗標準。近年隨著全台展店而增加檢驗次數，2019 年共執行 1,408 批次，品質異常有 202 次，合格率为 85.65%，2017 年~2018 年分別為 82.45% 及 86.52%。

美山工廠成品

- 生產成品/半成品供海港、蔬食、翠園、漢來軒、湯包、宴會廳、五梅先生使用
- 以 3M Petrifilm 總生菌數/大腸桿菌群/大腸桿菌快檢片，依據《冷凍食品類微生物衛生標準》檢驗

水質

- 美山工廠及各店之飲用水、食用冰塊皆須依《飲用水水質標準》、《冰類微生物衛生標準》檢驗生菌數及大腸桿菌群

食材

- 依《一般食品衛生標準》、《農藥殘留容許量標準》、《動物用藥殘留標準》、《食品中污染物質及毒素衛生標準》等衛生標準抽驗進貨量 TOP 20 原材料、高風險食材及食安新聞、季節性主力菜色食材與網購食品

餐廳成品

- 每半年抽驗各店風險較高成品
- 依《生食用食品類衛生標準》、《飲料類微生物衛生標準》、《一般食品衛生標準》、《生熟食混合即食食品類衛生標準》等標準檢驗

農藥/動物用藥快篩（每週）

- 以台灣尖端生產之農藥及動物用藥殘留快篩試劑來監測使用食材是否有農藥/動物用藥殘留過多之情形
- 不定期以台灣尖端之過氧化氫試劑，及皂黃、二甲基黃、二乙基黃(三合一試劑)，監測可能添加之食材

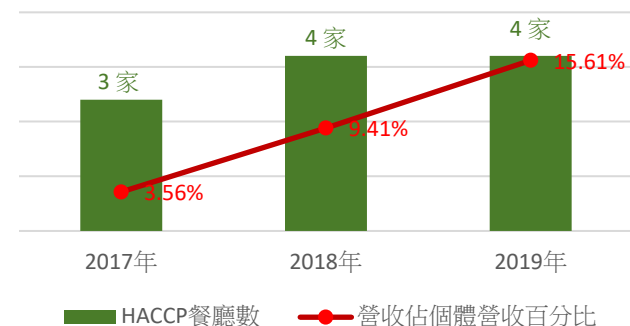
► 餐廳評鑑認證

HACCP 驗證

HACCP 已是普遍認定為目前最佳的食品安全控制方法，透過建立自主管理之制度，讓消費者吃的安全。漢來美食重視食品安全，全台截至 2019 年底有 4 家餐廳及 1 家中央工廠通過食品安全管制系統 HACCP 驗證，領先法令規範（國際級觀光旅館內應至少 1 家餐廳取得 HACCP）。最近 3 年（2017 年～2019 年）自取得 HACCP 驗證之月份起的餐廳營收，分別佔個體財報營收之 3.56%、9.41%、15.61%，逐年成長。

單位:家數

取得 HACCP 驗證	海港	名人坊	鐵板燒	蔬食	中央工廠	合計
總公司					1	1
高雄分公司		1	1			2
巨蛋分公司	1			1		2
合計	1	1	1	1	1	5



另外 2019 年申請台北天母海港餐廳及台北敦南海港餐廳 HACCP 驗證，分別於 2020 年 1 月及 2 月取得證書，其認證屬衛福部食藥署(TFDA)辦理的評鑑制度，會公告在食藥署官網上(<https://www.fda.gov.tw/TC/index.aspx>)，可提高消費者認同度。加計後本公司共有 1 家中央工廠及 6 家餐廳通過 HACCP 驗證，而 2020 年原規劃台中分公司-海港餐廳及桃園分公司-海港餐廳申請驗證，因受 COVID-19 新冠肺炎疫情影響，將延後至 2021 年視情況辦理。

餐飲衛生管理分級評核 (優良餐廳) 認證

漢來美食除了「糕餅小舖」不列入餐飲衛生管理分級評核範疇，所有餐廳皆須通過各縣市政府衛生局評核之標章認證，並以取得『優級』為目標。2017 年～2019 年符合評核範疇之餐廳各年為 32 家、36 家及 40 家，分別有 23 家、33 家及 35 家餐廳獲得餐飲衛生管理分級評核標章，取得標章率分別為 71.88%、91.67%及 87.5%，各年佔總營收比例各為 74.35%、97.71%及 89.68%。2019 年 4 家新餐廳 (敦南名人坊、高雄潮之鍋物、高雄五梅先生、桃園湯包) 開幕時間在申請認證時間之後，與另 1 家尚未取得認證的巨蛋咖啡廳皆會在 2020 年申請評核。



單位:家數

分公司 \ 餐廳	海港	宴會廳	翠園	漢來軒	火鍋	弁慶	名人坊	池畔	福園	湯包	牛排	龍蝦	鐵板燒	蔬食	大廳酒廊	Hi-Lai Cafe	合計
高雄	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1		1		13
巨蛋	1	1	1											1			4
佛陀														1		1	2
台南	1													1			2
台南東寧							1			①							2
台中	1			1										1			3
台中三民							1			1				1			3
桃園	1													1			2
台北敦南	1													1			2
台北天母	1						①										2
合計	7	2	2	1	1	1	4	1	1	3	1	1	1	7	1	1	35

註 1：紅底 2 家為 2019 年新增之優良餐廳。

註 2：2019 年 35 家獲得優良餐廳標章，包含優級 34 家、良級 1 家 (主要係因台北敦南海港硬體工程改善期間與 HACCP 評核時間重疊所致)

綠色友善餐廳認證

另在對環境友善方面，響應高雄市政府農業局推動【綠色友善餐廳】認證，漢來美食推動高雄市 3 家分公司參與綠色友善餐廳之認證，高雄分公司之福園餐廳、港式海鮮火鍋餐廳、池畔餐廳、牛排館，以及巨蛋分公司之蔬食餐廳、佛陀分公司之蔬食餐廳共 6 家，皆通過審查，取得綠色友善餐廳之認證。



4-3 顧客健康與安全

顧客健康

漢來美食持續投入研發經費開發菜色，2017 年～2019 年每年投入在 1,600 萬元～1,800 萬元之間（佔各年營收比例約 0.48%~0.52%），進行料理創新與改良，以滿足消費者需求及市場趨勢，並且注重產品營養標示，2018 年食安室購買「營養管家」電腦軟體，可提高產品營養標示的計算準確性與正確標示過敏原資訊，使民眾藉由參考營養標示的數值，能清楚了解所攝取的食物所含的營養素來源等資訊，截至 2019 年累積計算 167 項產品(含成分貼)。

食安稽核

本公司食安室在 2019 年查核全台工廠及餐廳，查核次數 20 次共 42 家，查核涵蓋率為 100%，食品安全稽核標準依據「食品安全衛生管理查核表」之內容，主要項目有【人員衛生】、【作業區環境】及【記錄表單的使用】，細項共 32 項，查核結果分成輕微、次缺、主缺及符合 4 個選項，經檢查結果不符合規定時，食安室查核後會提供受查單位缺失照片、缺失說明及建議改善事項，受查單位須於期限內改善完畢並回傳，每季食安會議報告餐廳改善情形。

回應 2019 年食安重大新聞

▶ 非洲豬瘟

- 本公司配合環保署政策，檢查廚餘回收廠商是否有高溫蒸煮設備，確認廠商落實廚餘加熱處理，可更進一步降低非洲豬瘟入侵的風險。

▶ 美國蘿蔓生菜受O157:H7型大腸桿菌污染事件

- 本公司配合食藥署政策，停止使用美國進口之蘿蔓生菜，貨源全數為台灣在地生產。



年度	台灣地區	查核家數	查核涵蓋率	查核次數
2019 年	工廠	1	100%	20 次
	餐廳	41		
2018 年	工廠	1	100%	20 次
	餐廳	37		
2017 年	工廠	1	100%	19 次
	餐廳	33		

4-4 產品與服務標示

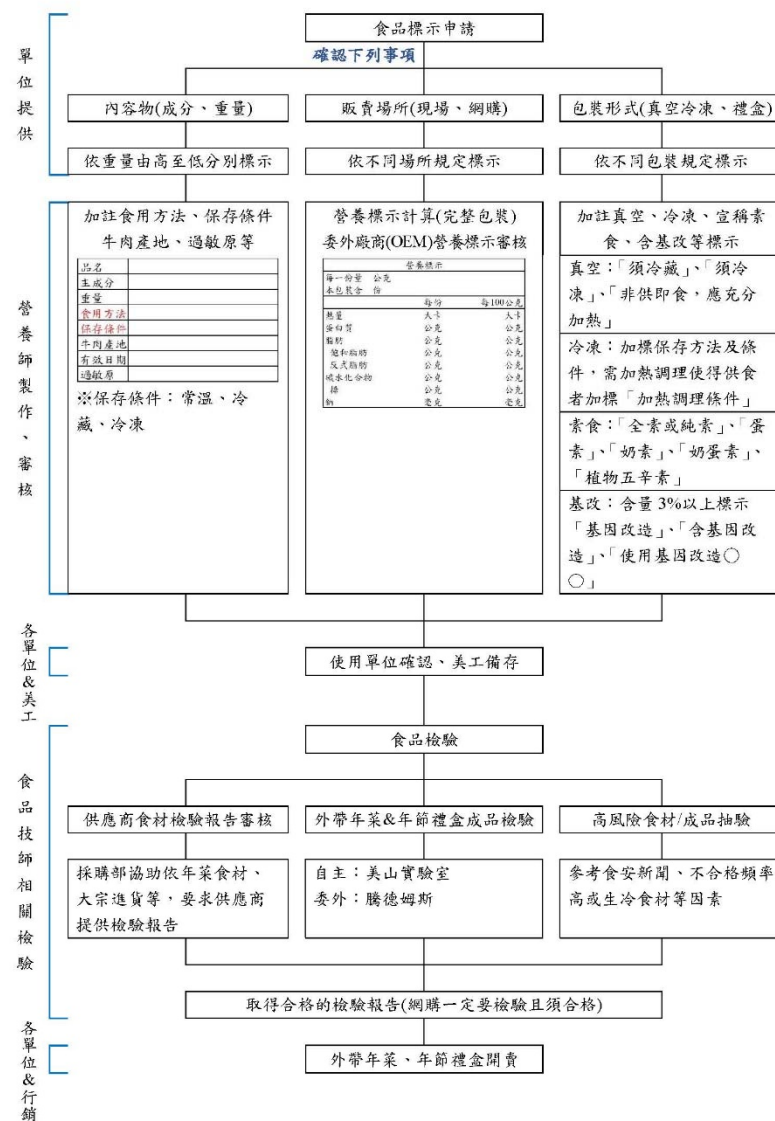
本公司食安室因應節慶食品、現場販售食品及網路販售商品數量日趨增加，各單位有食品標示製作、審核之需求，因而編製「食品標示申請流程 SOP (含檢驗)」，說明食品標示製作審核應注意事項，單位提出食品標示申請後，由營養師依據食安法規製作、審核，標示完成後使用單位確認，再由食品技師安排相關產品檢驗，取得合格的檢驗報告（網購一定要檢驗且須合格）後，產品開始銷售。

遵照食安法

漢來美食之產品標示，皆遵照《食安法》第 22 條包裝食品標示及營養標示規定，另直接供應飲食場所也遵循《食安法》第 25 條散裝食品標示規定，例如含牛肉原料之現場調理即食食品，標示牛肉原料之原產地（國），強化透明包裝食品、散裝食品資訊。另食安室每半年至各分公司進行食安查核時，會於供應場所查看是否標示含（或非）基因改造、火鍋湯底標示、含牛肉標示原產地相關規定等，列為查核重點。另外，衛生福利部 2019 年 11 月 07 日發布「液蛋衛生標準」自 2020 年 1 月 1 日施行，本公司於 2020 年 1 月即依法規檢驗未殺菌液蛋。

提前適用法規

- ▶ 衛生福利部 2018 年 8 月 21 日公告「食品過敏原標示規定」，過敏原強制標示項目由現行的 6 項蝦、蟹、芒果、花生、牛奶、蛋，調整為 11 項甲殼類、芒果、花生、牛奶及羊奶、蛋、堅果、芝麻、含麩質之穀物、大豆、魚、使用亞硫酸鹽類等，本規定自 2020 年 7 月 1 日起施行，漢來美食已於 2019 年先行標示。
- ▶ 衛生福利部 2018 年 9 月 27 日公告「食品業者應保存產品原材料、半成品及成品來源文件之種類與期間」，要求食品業者應以書面或電子化方式，完整保存收貨來源憑證或經供應者簽章紀錄等文件至少五年，並自 109 年 1 月 1 日生效。本公司優於法規已實施多年。



餐廳為直接供應飲食場所，規定的標示重點主要有 5 項：牛肉原產地標示、火鍋湯底標示、基因改造標示、重組肉標示、素食產品標示，漢來美食不使用基因改造食品原料及重組肉，故以牛肉原產地標示、火鍋湯底標示及素食產品標示為主。

符合法定標示要求			
食品添加物 (三專管理)	牛肉原產地	火鍋湯底	素食產品



豆製品有機&非基改標示

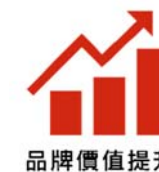


牛肉原產地標示



潮之鍋物火鍋湯底標示

5. 品牌價值提升



5-1 創新及差異化策略

漢來美食以廚藝起家，擁有五星級飯店體系內眾多餐飲業種的專業廚師，中餐、西餐、台菜、粵菜、湯包、火鍋、日本料理、自助餐、烘焙等一應俱全，各具特色。不論就主題性、食材差異化、服務流程等均有別於一般主題餐廳，透過各式多樣化的料理，滿足顧客不同的需求，是漢來美食推動之「差異化策略」，並導入包含產品創新、服務創新、經營管理創新三個構面之「創新策略」。漢來美食經營餐飲市場多年，深刻認知強化服務水準、高品質餐食、優質環境是主要之競爭優勢，亦是提升顧客滿意度與忠誠度之不二法門，2019 年持續保持品牌競爭力及創新發展。



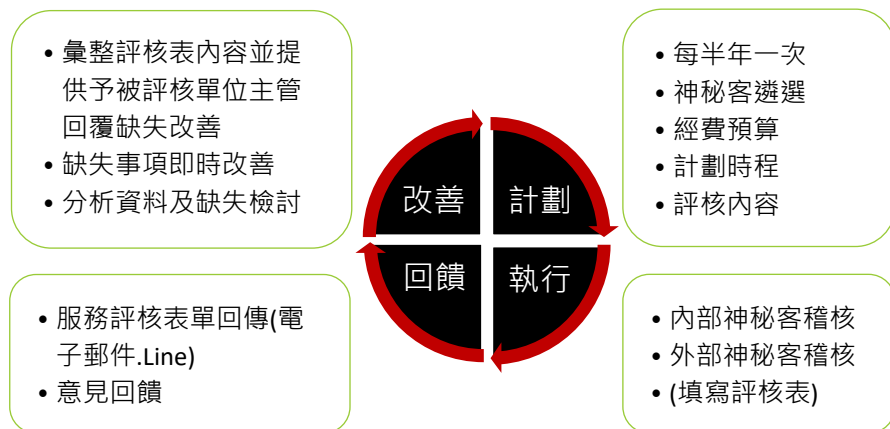
- ▶ **實體店面：**漢來美食 2019 年既有品牌除了進行舊店改裝升級，及展店搶攻外食族、家庭客與商務客以外，另外亦開創兩個全新品牌餐廳～潮之鍋物、五梅先生，雖然是全新品牌，但卻是延伸自原有品牌漢來海港自助餐及漢來蔬食，在食材可以互通、資源共享的前提下，不但可以降低新品牌切入市場的風險，也因為改變經營形態與單價，擴大了消費客層。
- ▶ **零售及電商通路：**漢來美食總是不斷因應市場的改變和消費者的需求進行產品的推進和研發，自 2019 年起即著手研發冷凍熟食、常溫食品及鮮食食材，未來將朝向零售及電商通路發展，將漢來美食的廚藝拓展到更大的市場。

5-2 神秘客評核

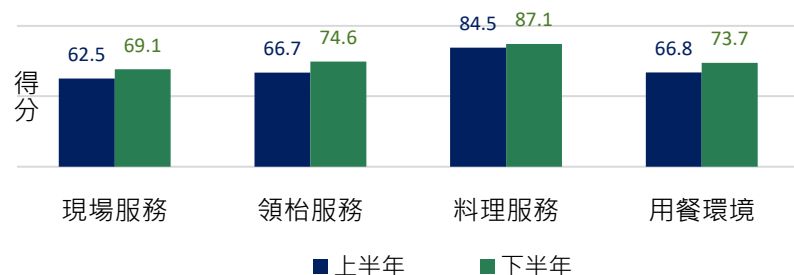
漢來美食為提升各品牌服務品質、體察顧客感受，刺激各品牌良性競爭，自 2019 年 1 月啟動規劃神秘客評核，每半年辦理一次，安排媒體部落客、學界業師及公司內部員工至現場實際體驗用餐情況並依稽核表內容予以評核，並由神秘客提出寶貴的建議及評價以作為現場自我檢視及改善的動力。神秘客評核主要項目區分為四個面向，包含現場服務、領枱服務、料理服務及用餐環境，全方位檢視餐廳內、外場執行狀況並期能提供最優質予顧客。

1.現場服務 說菜技巧 現場人員寒暄/問候 服務態度	2.領枱服務 服裝儀容/笑容 訂位流程 迎賓帶位
3.料理服務 上菜/補菜速度 料理口味 食材新鮮度	4.用餐環境 餐廳衛生/清潔 用餐氛圍 用餐動線/舒適性

神秘客評核執行流程



2019年神秘客成果分析圖



類別	缺失項目	因應方式	
		現場	人資部
現場服務	▶ 訂位流程 電話訂位/說話沒有溫度	落實電話禮儀及聲音訓練	加強稽核線上課程複訓
	▶ 酒水服務技巧 不夠專業/無主動詢問	要求點菜人員落實執行酒水銷售	線上課程複訓
	▶ 餐中(後)服務 漠不關心/無問候及詢問滿意度	主管或各區負責人落實執行滿意度調查	話術設計
	▶ 骨盤更換/空盤整理 太慢/整個餐期沒換骨盤	積極巡桌並注意客人需求	不定期服務稽核
	▶ 送客 默默離開/離席時無人致意	貴賓用餐完畢離席時各區負責人或其他同仁應表達感謝之意	不定期服務稽核
領枱服務	▶ 服務儀(笑)容 面無表情/臭臉	主管應落實服儀檢查	不定期服務稽核
用餐環境	▶ 主管寒暄/問候 少有主動問候及寒暄	現場主管訓練各區負責人員逐桌問候	不定期服務稽核

5-3 行銷溝通與顧客滿意

服務理念

漢來美食集團是出自五星級飯店的餐飲事業，因此在服務理念與設定上一向秉持五星級飯店的高標準，堅持只給顧客最好的，並承諾提供美好的用餐體驗，所以積極進行組織強化，全力培養內外場專業人員，更主動了解市場之趨勢，根據品牌定位之行銷策略以滿足顧客需求，故在餐飲業中係屬於具競爭力之公司。

食材嚴選

在食材的選擇上，從新鮮、豐盛到季節嚴選、當地採購，漢來海港餐廳始終以提供最優質的食材為原則，每年規劃訪廠評鑑，透過廠商提供檢驗證明、食安室自主檢驗及委外檢驗確保出品品質。

顧客關係管理

漢來美食已與資訊公司-漢齊科技簽定顧客關係管理表單合約，將自2020年起透過顧客消費紀錄進行顧客消費分析，將顧客的消費情況進行分類與分析。

提高用餐CP值

本公司每年至少兩次禮聘國際知名主廚或米其林餐廳主廚到店舉辦美食節活動及交流廚藝，可開展研發團隊的視野及豐富創意，並落實廚藝與服務的提升。



主廚嚴選食材研發新菜色



熔岩黑金包-榮獲 2019 年打狗包子爭霸賽冠軍



日本法式甜點名廚駒居嵩宏前來海港客座



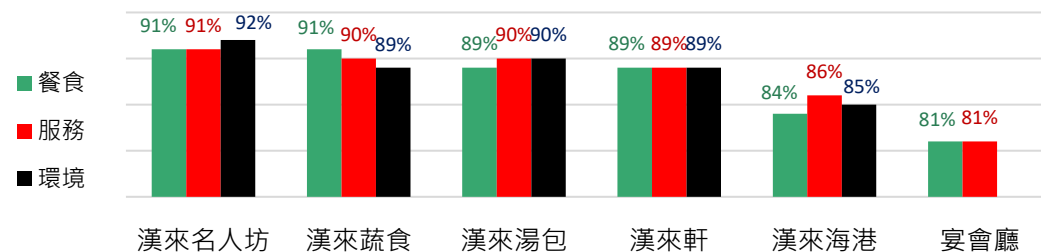
日本米其林二星名廚
Moreno Cedroni 前來海港客座

顧客溝通

漢來美食有 16 個品牌體系，除了「糕餅小舖」為外帶性質而無顧客滿意度調查，及甫於 2019 年 11 月開幕之「五梅先生」、「潮之鍋物」之問卷回收數量較少不具代表性，其他品牌在 2019 年之顧客滿意度調查區分為展店品牌及單店品牌進行分析，調查項目有餐食、服務、環境。2018 年及 2019 年的問卷回收份數分別為 20,377 份及 17,499 份（不含「五梅先生」及「潮之鍋物」）。

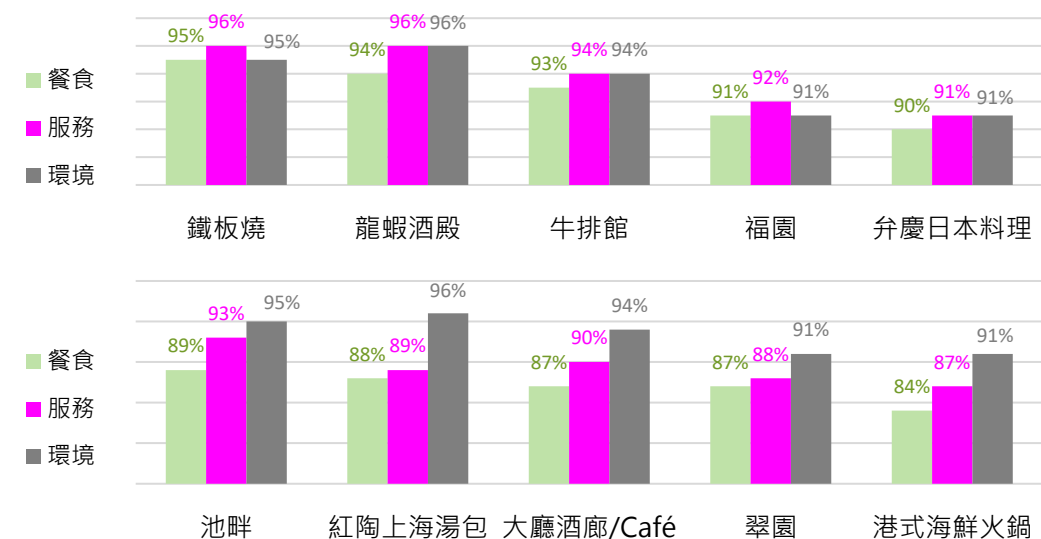
	品牌	餐食		服務		環境	
		2019 年	2018 年	2019 年	2018 年	2019 年	2018 年
展店	漢來名人坊	91%	92%	91%	92%	92%	92%
	漢來蔬食	91%	91%	90%	90%	89%	90%
	漢來湯包	89%	88%	90%	88%	90%	89%
	漢來軒	89%	92%	89%	91%	89%	91%
	漢來海港	84%	84%	86%	86%	85%	84%
	宴會廳	81%	81%	81%	82%		
單店	鐵板燒	95%	92%	96%	94%	95%	93%
	龍蝦酒殿	94%	95%	96%	97%	96%	97%
	牛排館	93%	92%	94%	93%	94%	94%
	福園	91%	94%	92%	95%	91%	93%
	弁慶日本料理	90%	89%	91%	90%	91%	89%
	池畔	89%	89%	93%	92%	92%	93%
	紅陶上海湯包	88%	89%	89%	90%	87%	89%
	大廳酒廊/Café	87%	90%	90%	91%	91%	91%
	翠園	87%	88%	88%	89%	88%	89%
	港式海鮮火鍋	84%	93%	87%	95%	86%	92%

2019年展店品牌之顧客滿意度



說明:「宴會廳」因顧客已事先認可環境，故僅調查餐食及服務；展店品牌中「名人坊」之各項滿意度最高，最近 2 年均高於 90%。

2019年單店品牌之顧客滿意度



說明:單店品牌中，位於漢來國際飯店 45 樓之「鐵板燒」、「龍蝦酒殿」及「牛排館」之滿意度最高，9 樓的福園台菜及 10 樓弁慶日本料理之各項滿意度亦均超過 90%。

漢來美食固定委託專業數據與網路聲量調查公司針對自身及競爭品牌進行數據分析與調查，定期提供公司管理階層了解市場及消費者對於重點品牌的好感度與活動行銷效益評估。

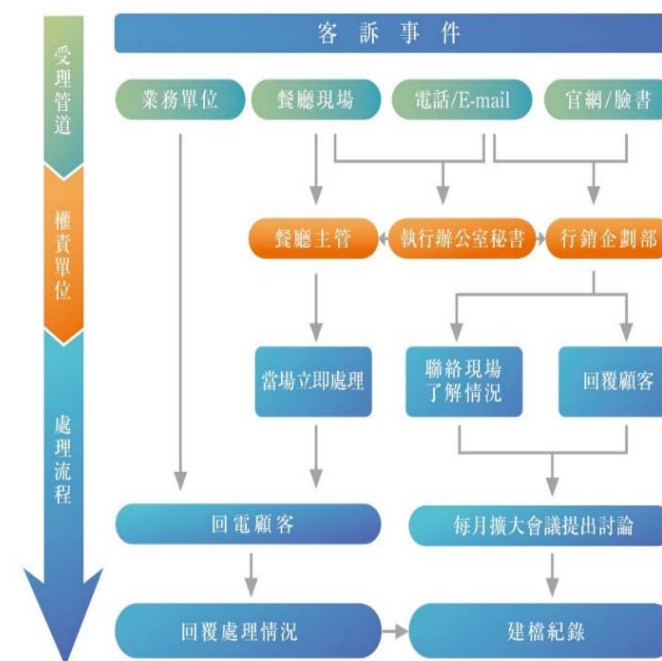
顧客申訴

漢來美食制定內外場服務與出餐 SOP，要求作業現場確切執行，遇客訴時最高層級主管均需逐筆知悉並追蹤了解處理進度與結論，針對重大缺失一律按規定嚴懲，主管連帶處分。2019 年客訴主要原因有餐點品質不穩、服務人員缺乏溫度過於制式化、線上訂位不夠人性化等，本公司之因應措施為持續辦理新舊人員教育訓練課程，及推動多元化訂位管道，例如未來將納入如 inline 等訂候位系統，官網線上訂位也將提升優化，朝服務更優質便利化努力。



漢來美食建立客訴處理機制，接受來自官網、電話、電子郵件、合作訂位平台及 Google 表單之顧客意見，若經由電話客訴，將會由禮賓接待第一時間與顧客連絡，了解狀況後再轉至各餐廳主管後續處理。現場客訴須由現場當天處理完畢；線上意見表則要求務必每天上線檢核並於兩天內回覆處理完畢，縮短客戶等待期望時間，以最短的時間重新獲取顧客滿意。

客訴處理流程



5-4 客戶資訊保護

資訊風險管理

漢來美食資訊安全之權責單位為執行辦公室轄下的資訊室，負責規劃、執行推動資安風險管理，採用【計劃-執行-檢查-行動】(Plan-Do-Check-Act, PDCA)之模式運作，在資安風險管理架構上除遵循 ISO 270001 規範之外，且參照【國家資通安全會報技術服務中心】之共通規範。在具體管理上，本公司及各地分公司均以先進安全之加密機制進行資料傳輸，除了以防火牆遏止不法入侵之外，另設置資訊行為紀錄設備並輔以流量監控以利資安稽核與降低存取風險。在資訊運作層

面，除加強對內部員工資安宣導、作業權限嚴格控管與資安稽核外，也針對不明或可疑之郵件、檔案實施隔離安全作業，以期達到電子資料之機密性、完整性、安全性之要求。為降低資安風險及強化員工對資訊安全的重視，於 2019 年規劃實施進行 ISO 27001 教育訓練課程，且持續對員工加強資訊安全宣導與教育，以固守長期以來漢來美食對個人資料保護之成效。



客戶隱私保護

資訊電子化的交易平台中，除正確性與使用效率之外，客戶隱私和資料的安全性更是不可或缺，漢來美食恪遵政府相關法令及資訊管理原則，視保障客戶及利害關係人的資訊安全為第一要務，2017 年~2019 年未有因洩露顧客隱私而導致客戶權益受損或其他申訴案之情事。

▶ 設定業務權限

在客戶資料執行往來業務保存期限內乃至安全監控影像之存續期間，漢來美食對權責人員使用授權上均加以嚴格控管，以避免客戶資料遭到非法存取，並且系統設權限，僅業務部同仁可檢視及編輯與各該業務範圍內之顧客資訊。

▶ 遵照個資法辦理

依個資法規定，所有記載有個資的文件均必須存放於專人管理且進出有記錄的密閉安全空間，當要進行銷毀時（如運送去焚燒場）亦必須由專人陪同前往（約一年執行一次），且記錄（拍照）銷毀過程。本公司自 2019 年起紙本顧客意見表由各店每月收集及清點總數量後，由專人統一以碎紙機攪碎，採細碎模式而非條狀裁切，處理過程須由主管在場監督並記錄（銷毀前及銷毀後）拍照、並確實填寫顧客意見表銷毀記錄，以示存證。

6. 社會環境友善



社會環境友善

6-1 關懷社會

成立公益信託照顧弱勢族群

▶ 2019 年委託土地銀行信託部管理「漢來美食社會福利公益信託」200 萬元，提供急需安養補助者

為台灣體育送愛，贊助運動賽事

▶ 2019 年持續贊助中華奧林匹克委員會之運動選手營養費及網球協會共計 66 萬元

興學及獎助學習

▶ 2019 年捐款 20 萬予國立高雄科技大學作為興學及獎助學習計劃

結合本業投入多項公益活動

▶ 每年投入公益活動不遺餘力，如結合本業舉辦真善美慈善餐會扶助弱勢團體，2019 年並捐贈 15 家社福團體或社團法人約 25 萬元



創世基金會舉辦親子公益園遊會，贊助海港餐券



招待南高雄家扶中心 25 位兒少及社工於漢來海港巨蛋店享用聖誕大餐



母親節心路親子歌唱大賽，贊助海港餐卷



漢來美食結合本業連續主辦 19 屆「真善美慈善餐會」。2019 年於漢來巨蛋會館席開 150 桌，約 2,000 位參與人數，透過顧客訂餐，扣除掉食物及人力成本後將所得全數購置弱勢團體需要的接駁車輛或生財器具

6-2 環境理念

綠色友善餐廳認證	產品包裝綠能概念	拓店/改裝綠建材	減少碳排放	響應惜食	廢棄物管理
有6家餐廳取得高市府農業局之綠色友善餐廳認證，創造綠色飲食低碳環境，並與有機農場合作以友善農法種植蔬果，可減少對環境（土壤、空氣、水質）的污染達永續發展。 	產品包裝符合綠能概念，使用之餐墊紙、產品提袋、禮盒等，均盡可能採用再生紙製品，包裝採用無毒環保大豆油墨印製；且年節禮盒設計站在可再利用的角度進行研發；並響應減塑*。 	持續展店過程中，改用節能設備降低環境污染，機電及廚房設備並定期維護保養，以達到最佳使用狀況，節約能源浪費；在裝修時，採用綠建材及盡量保留自然光，也可減少環境負擔。 	- 當地採購為主，可維持食材新鮮度及減少運輸過程產生碳排放。 - 選擇或指定「有機認證」品項的食材(有機蔬菜及有機豆腐)。 - 採購食材以「今日叫明日用」的模式，能確保食材新鮮度及減少不必要的食材浪費。 - 海內外餐廳溝通主要採用視訊系統，以減少非必要之出差費用。 - 紙本作業逐漸被電子化代替，降低各餐廳及辦公室紙張用量。	2019年參加衛生福利部食藥署所舉辦之餐飲業事業廢棄物減量或食材有效利用競賽活動，榮獲惜食貢獻獎。餐廳亦宣導惜食。  	- 廢棄物皆遵循廢棄物清理法辦理，包含一般性廢棄物、廢食用油及廚餘，皆非有害事業廢棄物。 - 廚房料理過程中設有油煙處理設備，而產生之廢水及廢棄物皆委外合格廠商處理。 

*環保署於2019年5月8日公告「一次用塑膠吸管限制使用對象及實施方式」，規定自2019年7月1日起政府部門、學校、百貨公司業及購物中心、連鎖速食店等4類對象，內食餐飲不得提供一次用塑膠吸管，但取得「生物可分解塑膠」環保標章及工廠出廠已附有吸管之商品，不在管制範圍。本公司已於政府公告停用塑膠吸管前陸續改用紙吸管作為替代，並於2019年7月起全面停止使用塑膠吸管。

採購國際認證項目

2019年採購國際認證項目佔整體採購金額之0.1%，2017年及2018年分別為0.09%及0.24%，比例偏低主要係因採購以生鮮肉品為主。

國際認證標準	使用項目	金額(元)	採購比例
森林管理委員會認證 (FSC)	海港餐券、潮之鍋物餐券、餐飲禮券、抽取式擦拭紙、捲筒衛生紙 (舒潔)	1,763,627	0.1%
ECOCERT 歐盟有機認證機構	淮山-有機、川芎、菊花-有機	76,740	-
合計		1,840,367	0.1%

6-3 氣候變遷與能資源管理

能資源使用

漢來美食重視氣候變遷的全球性議題，餐廳能資源的使用主要為烹調所使用之瓦斯、照明與空調，而瓦斯耗用視營業銷量增減。在持續展店的過程中，確實遵循相關法規規範，如採用節能設備、降低環境污染、定期對機電及廚房設備進行維護保養等，以達到設備最佳使用狀況及減少能資源浪費耗用。對於舊店裝修，亦盡量改用綠建材及保留自然光，如此也可減少對環境的負擔。2019 年投入新台幣 70 萬建置省電照明及 170 萬建置省電空調。

本公司參考環保署及經濟部能源局等相關規範及標準，制定有與節能減碳、溫室氣體減量、減少用水或其他廢棄物管理之「環境及能資源管理政策」，每年進行溫室氣體盤查，追蹤減排成效並公開揭露於企業社會責任報告書及網站。

▶ 使用能源統計

能源類別	計算單位 (註 1)	2019 年	2018 年	2017 年
外購電力	度	16,107,364	14,949,971	13,711,698
天然氣	度	2,354,642	2,258,347	1,944,667
液化石油氣 LPG(桶裝瓦斯)	公升	7,057.44	8,224.61	7,661.31



能源類別	計算單位 (註 2)	2019 年	2018 年	2017 年
外購電力	GJ	57,987	53,820	49,362
天然氣	GJ	78,815	75,591	65,092
液化石油氣 LPG(桶裝瓦斯)	GJ	196	228	213
總計	GJ	136,998	129,639	114,667



	2019 年	2018 年	2017 年
能源密集度 (註 3)	0.36	0.37	0.35

註 1:係依據電費單、瓦斯費單及瓦斯桶 (罐) 等明細表統計彙整。

註 2 能源使用統計包含總公司及各分店，並依據能源局 2015 年 8 月出版之能源統計手冊內之能源產品單位熱值表，各能源使用量之熱值轉換因子為電力:0.0036 GJ/度(KWhr)；天然氣:0.033472 GJ/立方公尺；液化石油氣(LPG): 0.02776084 GJ/公升。

註 3:能源密集度採漢來美食營業收入(萬元)為計算分母。

田 使用能源之溫室氣體排放情形

單位：公噸 CO₂e

	能源類別	CO ₂ 轉換係數	2019 年	2018 年	2017 年
範疇一	天然氣	1.880871333 KgCO ₂ /M ³	4,428.78	4,247.66	3,657.67
	液化石油氣 LPG(桶裝瓦斯)	1.754403588 KgCO ₂ /L	12.38	14.43	13.44
範疇二	外購電力	註	8,198.65	7,968.33	7,596.28
合計			12,639.81	12,230.42	11,267.39

註 1: 依據經濟部能源局公告之電力排放係數，上表電力排放係數自 2017 年~2019 年分別為 0.554、0.533、0.509 (KgCO₂/kwh)。

註 2: 因本公司未購買綠電，電力排放計算為地點基礎。溫室氣體盤查採用營運控制權法。

本公司最近二年度溫室氣體排放，參考 ISO 14064-1 溫室氣體盤查標準，採用環保署發布之「溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版」進行盤查計算，計算範圍為全台各分公司及中央工廠，針對內部所使用之能源統計使用量，透過排放係數轉換為溫室氣體排放量。2019 年合計之溫室氣體排放量為 12,639.81 公噸，較 2018 年之 12,230.42 公噸增加，主係因增加 4 家餐廳。

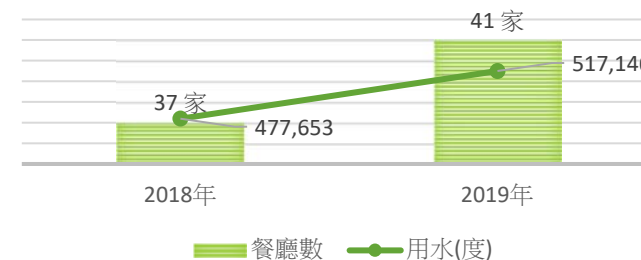
▶ 營業用水統計及其溫室氣體排放量

本公司營業用水以自來水為主，2019 年用水量 517,146 噸，較 2018 年之 477,653 噸增加 8.27%，主因為餐廳增加 4 家及營業額成長 9.14%。

能源類別	單位	2019 年	2018 年
用水	度	517,146	477,653
溫室氣體排放量	tonCO ₂ e	83	76

註 1: 係依據水費單彙整。

註 2: 台灣自來水公司配合經濟部能源局公告之轉換係數，其尚未公告之 2019 年 CO₂ 轉換係數，係沿用 2018 年公告排放係數，即 0.16 (KgCO₂/度)。



6-4 廢棄物管理

漢來美食主要產生的廢棄物有一般性廢棄物、廢水、廢食用油及廚餘，皆非有害事業廢棄物。所屬各分公司之事業廢棄物管理作業，皆由總公司餐務部主導，以確保廢棄物流向符合相關法令，同時在新設分公司時，確實評估店內產生之廢棄物種類及數量，如實填具事業廢棄物清理計畫書，將資料提交各地環保局以符合相關法規必要程序。

本公司各分店均為營業租賃，皆由出租人申領污染設施設置或污染排放許可證，並由其繳納污染防治費用及設立環保專責單位人員。本公司駐點於百貨內之餐廳會配合出租人落實資源分類回收，生活廢棄物及廢食用油交由合格廠商進行處理，餐廳廢棄物與生活垃圾、廚餘、資源回收、廢油等會依《事業廢棄物儲存清除處理辦法》及設施標準配合辦理，依其指定區域處理及儲存廢棄物，以免造成環境汙染。

一般性廢棄物管理

對於每日產生之生活垃圾，各產出之源頭皆落實垃圾分類管理，確保做好垃圾減量之措施，再配合各駐店之百貨指定之區域位置儲存，做好環境衛生管理，再由百貨合格之清運廠商清運至焚化處理。漢來美食全台依環保局之餐館業事業廢棄物清理計畫書估算生活垃圾共 489.7 公噸。

廢水、廢食用油管理

▶ 油煙油污管理

餐廳營運中會產生油煙與帶有油脂之污水；在處理油煙空氣上，我們使用水洗煙罩或在煙油罩上加上靜電機，在末端再加上水洗機設備，以確保去除異味及油粒；在廢水防治上，廚房區設有攔渣槽及油脂截油槽，將廚餘及油脂分別在攔渣槽及截油槽中被有效攔截及分離油脂，其污水再排入主幹管中，避免造成水污染，並且每年安排例行維護保養以確保該設備之效能。除了租賃之部分百貨商場會提供相關污染防治設備以外，本公司自行購置環保設備來降低對環境的衝擊，截至 2019 年底之投入設備有：

單位:新台幣仟元

設備名稱	用途及預計可能產生效益	自有數量	投資成本
水洗機	利用水霧除去油煙中的油粒子，可除油。	18 式	10,878
水洗煙罩	利用水霧除去油煙中的油粒子，可除油。	36 式	3,039
油煙靜電處理機	利用電極吸附除去油煙中的油分子，可除油除味。	39 式	3,519
截油槽排水設備	將排放水中之油脂及其他不溶性物質，避免廚餘菜渣及油脂污染水溝。	40 式	1,723

► 廢食用油統計

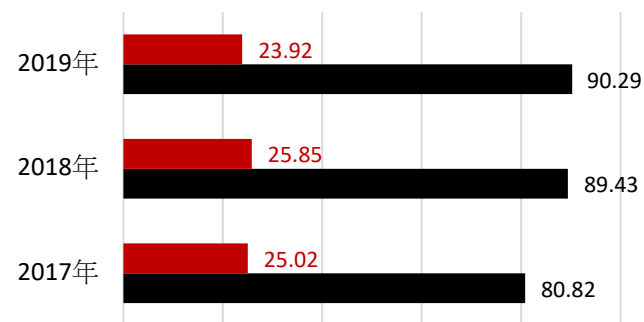


本公司產生之廢棄物與食品安全最為攸關的為廢食用油，依據《食品良好衛生規範準則》附表二中第五條「油炸用脂總極性化合物含量達 25%以上時，不得再予使用應全部更換新油」。漢來美食餐廳廚房除了落實油品之使用外，亦會遵循法規進行油炸油之檢測，將檢測結果及換油做妥善紀錄，餐務部並每月統計分析廢食用油量及與月營業額的關係是否在合理範圍。

漢來美食全台各分店餐廳廚房回收之廢食用油皆透過專業合格清運廠商處理，交由回收業者作為製成生質柴油之原料，每次回收皆依各分公司之事業廢棄物清理計劃書之內容，並以網路傳輸方式申報廢油之產出、儲存、清除、處理、再利用、輸出及輸入情形，以符合環保法規。

	單位	2019 年	2018 年	2017 年
廢食用油	噸	90.29	89.43	80.82
全年度營業額	仟元	3,775,225	3,459,052	3,230,062
每仟元營業額平均廢油量	克	23.92	25.85	25.02

*全台各分公司 2019 年之廢食用油之回收回饋金總計 632 仟元。



■ 每仟元營業額平均廢油量 (克) ■ 廢食用油 (噸)

工程廢棄物處理

本公司裝修 / 機電 / 廚具工程所產生的工程廢棄物，均委由簽約之內裝廠商和環保廢棄物運送公司處理，由委託公司先將廢棄物分類，屬於不可回收之垃圾直接運送至合法焚化廠焚燒，屬於可回收之廢棄物則回收至資源回收廠。

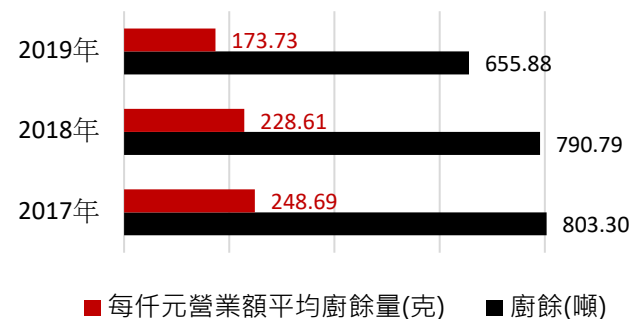


廚餘管理

本公司餐務部每月追蹤記錄各分公司廚房餐廳之廚餘數量，力求減少廚餘量，2017 年～2019 年每仟元營業額平均廚餘量分別為 248.69 克、228.61 克及 173.73 克，顯示廚餘減量應與推廣惜食觀念及食材有效利用相關。

	單位	2019 年	2018 年	2017 年
廚餘	噸	655.88	790.79	803.30
全年度營業額	仟元	3,775,225	3,459,052	3,230,062
每仟元營業額平均廚餘量	克	173.73	228.61	248.69

身為餐飲業的我們以具體行動減少餐飲消費廚餘產量，亦積極從事廢棄物減量與食材有效利用之作法，率先領先同業每日做好廢棄物源頭分類管理與減少廚房食材不必要之浪費，並落實食材適量進貨、妥善儲存及有效控管，以及廚房調理過程中，前處理可善用剩餘原料再利用（熬湯等），減少食材浪費，並配合張貼惜食等宣導標語。

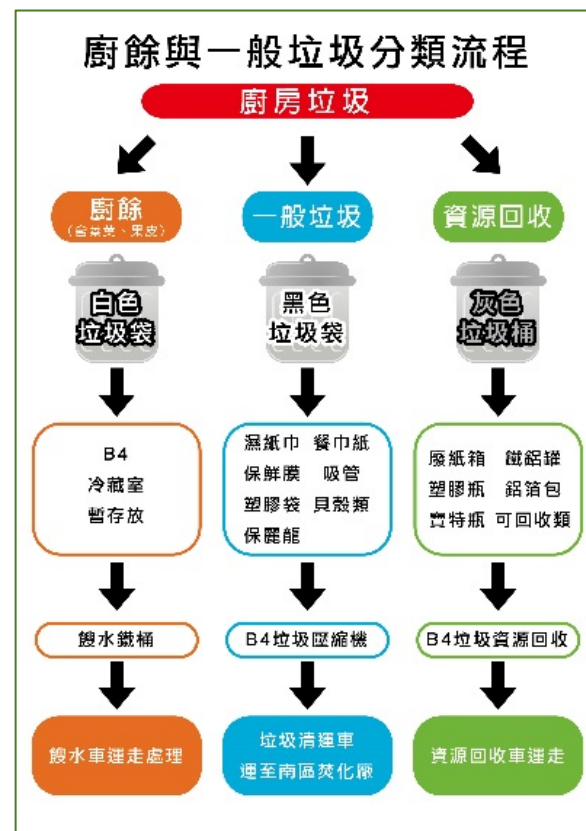


廚餘類減量作法

- 落實營業現場之垃圾源頭做分類工作。
- 減少廚房食材不必要之浪費。
- 減少客人餐桌上之廚餘量。

一般垃圾減量作法

- 減少進貨包裝資材（如紙箱與塑膠袋）或使用可再利用之塑膠儲運籃，由廠商回收再使用。
- 針對營業現場落實垃圾分類（分一般垃圾、廚餘、資源回收），以減少一般垃圾產出量。
- 營業現場庫存使用塑膠儲運籃、塑膠保鮮收納盒等可再利用之包材，減少使用塑膠袋、保鮮膜、紙箱等不可再利用之包材使用量。



7. 職場和諧健康

7-1 員工組成

員工多元化

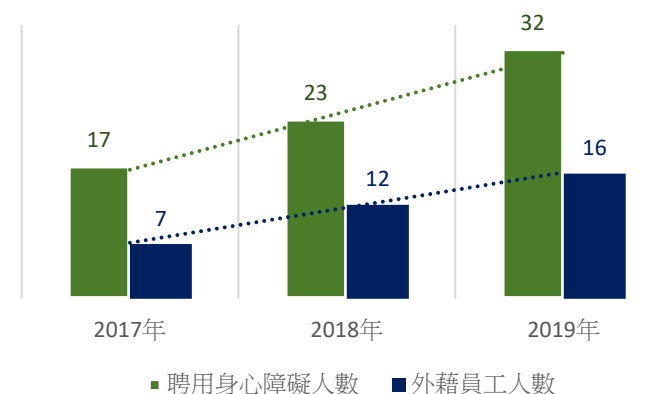
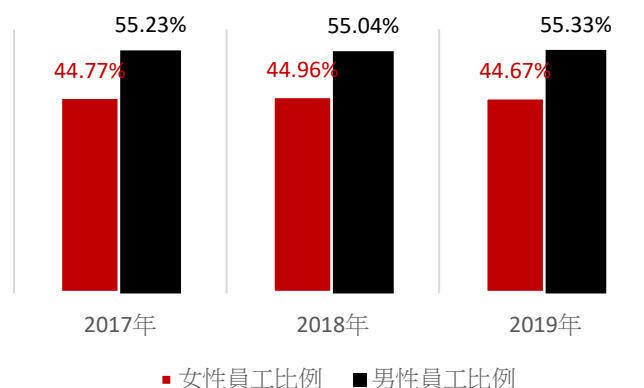


職場和諧健康



年度	女性員工		男性員工		合計		身心障礙員工		外籍員工 (註)	
2019 年	716	44.67%	887	55.33%	1,603	100%	32	2.00%	16	1.00%
2018 年	701	44.96%	858	55.04%	1,559	100%	23	1.48%	12	0.77%
2017 年	685	44.77%	845	55.23%	1,530	100%	17	1.11%	7	0.46%

註:非台灣籍



漢來美食遵循相關法規及參考國際人權公約制定人權政策，視員工為最重要的資產，用人著重在專業能力，不因性別、年齡、種族等條件而有所差異，使員工發揮所長。最近 3 年（2017 年～2019 年）之女性及男性員工佔比均約在 45% 及 55%，主係因廚師多為男性的餐飲業特性所致；另外，本公司依據「身心障礙者權益保障法」第 38 條聘用人數規定，每年皆超額進用身心障礙人數，2019 年依規定應進用 19 人，實際進用 32 人（超額進用 13 人），且逐年增加；以及本公司逐年增加聘用外籍員工，2019 年已達 16 人。以上皆足見漢來美食重視員工多元化。

(依性別及年齡區分) 員工人數	年度	性別 年齡	正職人員 (註)			實習生			總計			
			男	女	小計	男	女	小計	男	女	小計	佔比
	2019 年	30 歲以下	414	296	710	108	115	223	522	411	933	58.20%
		31-50 歲	307	251	558	-	-	-	307	251	558	34.81%
		51 歲以上	58	54	112	-	-	-	58	54	112	6.99%
		小計	779	601	1,380	108	115	223	887	716	1,603	100.00%
	2018 年	30 歲以下	402	301	703	125	140	265	527	441	968	62.09%
		31-50 歲	278	213	491	-	-	-	278	213	491	31.50%
		51 歲以上	53	47	100	-	-	-	53	47	100	6.41%
		小計	733	561	1,294	125	140	265	858	701	1,559	100.00%
	2017 年	30 歲以下	387	281	668	138	143	281	525	424	949	62.03%
		31-50 歲	276	216	492	-	-	-	276	216	492	32.16%
		51 歲以上	44	45	89	-	-	-	44	45	89	5.81%
		小計	707	542	1,249	138	143	281	845	685	1,530	100.00%



與實習生座談餐敘



定期契約員工	年度	女	男	小計	佔員工總數
	2019 年	39 人	63 人	102 人	6.36%
	2018 年	45 人	71 人	116 人	7.44%
	2017 年	17 人	25 人	42 人	2.75%

註：正職人員包含定期契約員工，其工作時數及休假同一般正職員工

(依性別及職級區分) 員工人數	年度	性別 職級	正職人員 (註)			實習生			總計			
			男	女	小計	男	女	小計	男	女	小計	佔比
	2019 年	主管	119	61	180	-	-	-	119	61	180	11.23%
		非主管	660	540	1,200	108	115	223	768	655	1,423	88.77%
		小計	779	601	1,380	108	115	223	887	716	1,603	100.00%
	2018 年	主管	121	57	178	-	-	-	121	57	178	11.42%
		非主管	612	504	1,116	125	140	265	737	644	1,381	88.58%
		小計	733	561	1,294	125	140	265	858	701	1,559	100.00%
	2017 年	主管	125	57	182	-	-	-	125	57	182	11.90%
		非主管	582	485	1,067	138	143	281	720	628	1,348	88.10%
		小計	707	542	1,249	138	143	281	845	685	1,530	100.00%

註: 主管係指副理級(含)以上員工，有 3 名外國籍，其餘 177 人 (98.33%) 皆為當地人

(依性別及學歷區分) 員工人數統計	年度	性別 學歷	正職人員 (註)			實習生			總計			
			男	女	小計	男	女	小計	男	女	小計	佔比
	2019 年	碩士	6	14	20	0	0	0	6	14	20	1.25%
		大學	326	316	642	48	46	94	374	362	736	45.91%
		專科	47	52	99	1	1	2	48	53	101	6.30%
		高中職以下	400	219	619	59	68	127	459	287	746	46.54%
		小計	779	601	1,380	108	115	223	887	716	1,603	100.00%
	2018 年	碩士	9	14	23	-	-	-	9	14	23	1.47%
		大學	290	292	582	62	72	134	352	364	716	45.93%
		專科	39	45	84	1	2	3	40	47	87	5.58%
		高中職以下	395	210	605	62	66	128	457	276	733	47.02%
		小計	733	561	1,294	125	140	265	858	701	1,559	100.00%
	2017 年	碩士	7	11	18	-	-	-	7	11	18	1.25%
		大學	278	289	567	93	97	190	371	386	757	46.80%
		專科	37	39	76	-	-	-	37	39	76	6.41%
		高中職以下	385	203	588	45	46	91	430	249	679	45.54%
		小計	707	542	1,249	138	143	281	845	685	1,530	100.00%

新進及離職員工人數統計	分類		新進員工						離職員工					
			2019 年		2018 年		2017 年		2019 年		2018 年		2017 年	
			人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例
	正職人員	男	258	33.12%	360	49.11%	387	54.74%	367	47.11%	327	44.61%	332	46.96%
		女	177	29.45%	211	37.61%	223	41.14%	222	36.94%	190	33.87%	176	32.47%
		30 歲以下	291	40.99%	431	61.31%	439	65.72%	394	55.49%	368	52.35%	323	48.35%
		31~50 歲		23.48%	123	25.05%	157	31.91%	180	32.26%	134	27.29%	168	34.15%
		51 歲以上	131		17	17.00%	14	15.73%	15	13.39%	15	15.00%	17	19.10%
		小計	435	31.52%	571	44.13%	610	48.84%	589	42.68%	517	39.95%	508	40.67%
	實習生	男	108	100.00%	192	153.60%	168	121.74%	171	158.33%	196	156.80%	120	86.96%
女		114	99.13%	198	141.43%	173	120.98%	161	140.00%	194	138.57%	125	87.41%	
30 歲以下		222	99.55%	390	147.17%	341	121.35%	332	148.88%	390	147.17%	245	87.19%	
31~50 歲		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
51 歲以上		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
小計		222	99.55%	390	147.17%	341	121.35%	332	148.88%	390	147.17%	245	87.19%	
總計		657	40.99%	961	61.64%	951	62.16%	921	57.45%	907	58.18%	753	49.22%	

網路人力銀行	校園徵才	建教合作	就業服務站
員工介紹	同業推薦	離職員工回任	實習生回任

招募流程

一般員工：缺員→招募管道→面談→簽核→報到通知→正式報到

大專院校招募：實習生需求調查表→學校企業宣導→校園徵才活動→面試→錄取通知單→確認報到回傳→發出報到通知單→正式報到

高職建教合作：建教生需求調查表→學校提出申請→學校企業宣導→協同教學→國教署現場評估→面試→錄取通知單→確認報到回傳→發出報到通知單→正式報到

漢來美食 2019 年新進人員佔年底在職人數為 40.99%，比重較 2017 年及 2018 年為低，主要是因應宴會型餐廳的尖峰營業時段，為使人力調度更具彈性而增加以部分工時人員取代正職人員的情形；2019 年離職人員佔在職人數為 57.45%，主要是因與餐飲學校建教合作，提供學生實習機會，實習期間主要以一季、半年或一年為期，實習期滿即離職返校，係餐飲業離職率較高的原因；同時因漢來美食積極展店，新餐廳開幕前後，亦是流動率較高的時點。

7-2 員工薪資福利

漢來美食的薪資待遇優於勞基法核定之最低薪資，並且在不低於同業平均薪資之水準，內部建立之績效考核制度可使員工依表現調薪，2019 年並調整薪資結構及提高薪資級距。最近 3 年非擔任主管職務之薪資平均數差異及 2019 年法令新增強制揭露之薪資中位數與前一年度的差異，主要因 2019 年總調薪人數 987 人，調薪人數佔比 61.57%，調薪幅度為 5.19-8.78%，以及績效達成情形給付獎金變動的因素影響，2017 年～2019 年的每股盈餘分別為 7.47 元、6.13 元及 7.2 元。

全職員工之福利制度

漢來美食每年固定從營業額提撥部分金額作為員工（不含臨時工）福利之用：

類型	包含項目
法定福利	勞保、健保、勞工退休金、留職停薪（含育嬰留停）、家庭照顧假、產假或陪產假、生理假、醫護室及哺集乳室、退休制度、員工持股等。
經濟福利	免費員工餐廳、制服及免費送洗、生日餐飲禮券、三節禮金（券）、年度健康檢查、員工團體保險（含人壽、醫療、意外）、員工旅遊、員工購物或用餐優惠、員工急難救助

▶ 勞工退休金-舊制

漢來美食為員工規劃之退休計畫依《勞動基準法》規定予以提撥退休準備金，每年年底委請精算師精算，以確保退休準備金準備充足，並在符合法令及員工權益的前提下，由員工自請退休或公司依法進行強制退休之作業。

單位:新台幣仟元

	2019 年	2018 年	2017 年
淨確定福利負債	36,543	36,276	39,232

▶ 勞工退休金-新制

自 2005 年 7 月 1 日起實施勞退新制，依勞工退休金條例規定，凡選擇新制者，每月提撥同仁每月工資 6%至勞工退休金帳戶，且依退休金條例之規定辦理退休相關事宜。

單位:新台幣仟元

	2019 年	2018 年	2017 年
退職後福利-確定提撥計畫	38,312	34,756	31,216

✦ 非擔任主管職務之全時員工資訊

	2019 年	2018 年	差異	2017 年
全時員工平均人數（人）	1,249	1,275	(26)	1,105
薪資平均數（千元）	535	510	25	534
薪資中位數（千元）	431	402	29	

註：係依台灣證券交易所發布「非擔任主管職務之全時員工薪資資訊申報作業說明」之規定，2018 年及 2019 年並經會計師檢視及核算。

▶ 哺(集)乳室

本公司為提供產後同仁友善工作環境，特設置哺(集)乳室，提供免費母乳袋、存放母乳專用冰箱，員工於使用時由護理人員陪伴外並提供哺餵母乳相關衛教、諮詢服務以支持產後同仁之心理及生理健康並依推行狀況進行改善，朝健康職場邁進。



7-3 勞資溝通

漢來美食本著勞資和諧之理念，建立良好互動及雙向溝通機制，明訂各項管理辦法。

- ▶ 員工薪酬：設定各層級員工之薪資級，男女同工同酬並依個人工作表現予以晉升調薪
- ▶ 禁止就業歧視力求人人工作平等
- ▶ 定期召開勞資會議（每季）
- ▶ 建立申訴管道及處理機制
- ▶ 內部相關辦法宣導



每季召開勞資會議

2019 年勞資會議說明及決議事項包含：

第一次	2019 年出勤重申規定
	ESS 排班表使用說明（基層人員、主管）
	春節期間人力出勤法令規定及提醒
第二次	延長工時作業程序流程
	臨時工時人員投保說明
	重申性騷擾防治法
	女性夜間工作規範
第三次	臨時工時人員簽到、簽退內容注意事項
	正職員工上班出勤時間認定規範宣導
臨時會	食品及飼品製造業操作工（外勞）申請條件及勞動條件討論
第四次	2020 年 4 週工時區間與休假天數
	2020 年基本工資調整說明
	第二屆勞資會議勞資代表公佈

本公司訂有人權政策列示在公司網站/利害關係人專區，除了在勞資會議宣導，並將預防職場不法侵害課程列入新進員工必要完成之訓練課程，並對在職員工每年進行教育訓練，其內容包含：職業安全衛生有關法規概要、職場暴力來源及類型、各單位人員權責義務、申訴方法及流程、本公司嚴禁職場暴力聲明書等。

- 2019 年新進人員共 872 人、在職人員共 612 人（15 場次）完成預防職場不法侵害訓練課程，總訓練時數為 767 小時，受訓比例占員工總數約 93%。



漢來美食股份有限公司

禁止工作場所職場暴力之書面聲明

本公司為保障所有員工在執行職務過程中，免於遭受身體或精神不法侵害而致身心健康，特以書面加以聲明，絕不容忍任何本公司之管理階層主管有職場霸凌之行為，亦絕不容忍本公司員工同仁間成顧客、客戶、照顧對象及陌生人對本公司員工有職場暴力之行為。

一、職場暴力定義：工作人員在與工作相關的環境中（包含通勤）遭受虐待、威脅或攻擊，以致於明顯或隱含地對其安全、福祉或健康構成影響的事件。

二、職場暴力行為類型：

- （一）肢體暴力（如：毆打、抓傷、拳打、腳踢等）。
- （二）心理暴力（如：威脅、欺凌、騷擾、辱罵等）。
- （三）語言暴力（如：霸凌、恐嚇、干擾、視視等）。
- （四）性騷擾（如：不當的性暗示與行為等）。
- （五）職場霸凌（如：加害者與被害者處於上下對下之關係等）。

三、員工遇到職場暴力怎麼辦：

- （一）向同事尋求建議與支持。
- （二）與加害者理性溝通，表達自身感受。
- （三）思考自身有無缺失，請同事誠實評估你的為人與工作表現，找出問題點。
- （四）儘可能以錄音或任何方式記錄加害者行為做為證據。
- （五）向公司提出申訴。

四、本公司所有員工均有責任協助確保免於職場暴力之工作環境，任何人目睹及聽聞職場暴力事件發生，都應立即通知本公司人事部門或職安室，本公司接獲申訴後會採取保留的方式進行調查，若被調查屬實者，將會進行懲處。

五、本公司絕對禁止對申訴者、通報者或協助調查者有任何報復之行為，若有，將會進行懲處。

六、本公司鼓勵同仁均能利用所設置之內外部申訴處理機制處理此類糾紛，但如員工需要額外協助本公司亦將盡力協助提供。

七、本公司職場暴力諮詢、申訴管道：

申訴專線電話：07-2135788 #7022/7302/7382

申訴專用信箱設置於：24F 員工餐廳公佈欄下方

申訴專用電子信箱：hshr.dept@hilai-foods.com

負責人：張貼

由董事長親簽之「禁止工作場所暴力之書面聲明」張貼至公布欄，其聲明書內詳細載明可申訴管道及方法。

7-4 員工安全照護

漢來美食重視職場安全衛生，已建構職業安全及健康照護體系，由職安室推動規畫與執行各項職業安全衛生，主要內容包含訂定安全衛生作業標準、規劃及督導符合職業安全衛生法規有關機械、器具及設備之安全管理、辨識及防止職業災害發生、推動職場健康促進與健康照護，及協助承攬商管理等。

由勞資共同組成正式的安全衛生委員會中的工作者代表參與討論及決議

漢來美食依「職業安全衛生管理辦法」第 11 條規定，2019 年委員中工作者層級分佈情形，共計 38 人。

職業安全衛生人員

- 甲種業務主管、職安管理師、職衛管理師、職安衛管理員：16人

事業內各部門之主管、監督、指揮人員

- 店長、各單位一級主管：18人

職業安全衛生有關之工程技術人員

- 開發部及工程部：2人

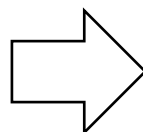
從事勞工健康服務之醫護人員

- 護士：2人



每季召開職業安全衛生管理委員會

	2019 年	2018 年	2017 年
委員會總人數	40	40	37
委員會中工作者人數	38	38	35
工作者佔比	95%	95.0%	94.6%



董事長（雇主）為主任委員，總經理為副主任委員

▶ 每年推行及運作四大計畫，分別進行職場預防不法侵害、人因性肌肉骨骼危害防止、異常工作促發疾病預防及母性健康保護，對於異常事件由勞工健康服務醫護人員、職安室或人資部進行後續追蹤及處理。

職場暴力通報申訴單

母性健康保護工作場所
環境及作業危害評估表

[illegible]

2019 年健康管理問卷

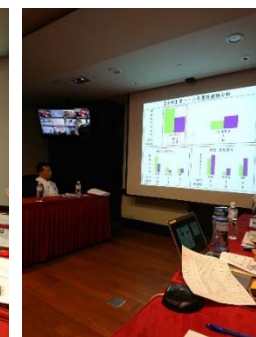
▶ 為提升新進人員對於餐飲行業相關職業安全衛生相關敏感度，公司對於新進員工之職前安全衛生教育訓練及在職員工皆需於規定時間內接受完整職場安全教育訓練並接受考核；針對在職員工每年由各分店甲種職業安全衛生人員進行辦理在職教育訓練。

數位學習平台「預防職場不法侵害」

▶ 為提升員工交通安全觀念，聘請專業交通部法規講師辦理上、下班行車安全及規定宣導。



- ▶ 每季辦理職業安全衛生委員會議，其會議內容包含新法規之修正公告、各分店常見缺失、設備危險性及常見工傷案件等進行相關改善討論。



不定期至各分店進行職業安全衛生查核，依當次缺失情形給予評分，職安室針對缺失項目給予改善建議並要求限期改善，並於期限內改善完畢後回報職安室。

[illegible][illegible]

職業安全衛生管理查核表

董事長及執行辦公室代表領軍聯合查核

健康照護

本公司視全體員工身體健康為公司重要資產，為使公司對員工的健康照護完臻妥善，設置醫護室聘任勞工健康服務醫師及護士辦理臨場服務，並針對健康檢查異常員工進行關懷、照護及追蹤管理。有關本公司員工健康照顧辦理情形如下：

- ▶ 每年定期辦理員工健康檢查，依檢查結果進行健康管理分級，依分級結果提供相關醫護建議及健康指導，並持續進行追蹤及管理。



- ▶ 本公司勞工健康服務醫師針對餐飲從業人員易發生之危害，分別開辦「S型龍骨-漫談脊椎側彎」及「漫談靜脈曲張」講座，由宣導正確觀念避免因長時間站立而造成相關危害。



- ▶ 針對三高異常之員工由本公司臨場服務護理師辦理「淺談高血壓」、「認識高血脂」專題講座，宣導員工預防三高之生活飲食並如何提升健康生活型態。



- ▶ 由醫護室開辦『健康新知情報站』，以簡單圖文方式提供簡單易懂之健康管理知識。



- ▶ 針對本公司作業特性，由臨場服務護理師分別辦理燒燙傷處置及開放性傷口照護之教育訓練。



- ▶ 辦理特殊癌症防治篩檢作業，包含大腸癌潛血篩檢、乳房攝影及子宮頸抹片篩檢。



大腸癌潛血篩檢：

本公司針對大腸癌潛血篩檢與醫院配合辦理免費及自費篩檢，並擴大開放員工眷屬參加。

乳房攝影、子宮頸抹片：

由公司護理師與轄區衛生單位洽談提供合格醫療院所，協助具符合資格者預約辦理癌症篩檢作業，並進行追蹤管理。

工傷資訊

漢來美食訂有傷害事故之通報流程，當事故發生後須通報相關單位協助處理，且於事發 2 日內通報總公司人資部與職安室，7 日內須提出傷害事故報告表經單位主管、店長簽核後，會簽至總公司職安室，說明災害發生原因、後續處理情形以及災害防止對策。

漢來美食工傷事件在 2017 年~2019 年分別為 8 件、12 件及 6 件，工傷樣態以燒燙傷及壓砸傷發生次數最多，其次為滑倒及切割傷。因應措施為制訂標準操作流程並加強人員訓練，例如：

- 制訂廚房熱水運送操作程序、端送高溫物品時需以雙手、蒸箱作業僅能由一人操作，以避免燒燙傷。
- 加強現場操作教育訓練，宣導同仁於搬運大型舞台或大型物件時，需夥同進行搬運作業，以避免壓砸傷。
- 宣導穿著防滑鞋，以避免滑倒。
- 宣導瓷器破損時應立即更換、注意切菜手勢及食材高度，以避免切割傷。

2017 年~2019 年未有員工及工作者因公死亡之情事。

員工發生職業災害需住院 8 小時網路通報流程

1. 職災發生時由店長通知各轄區職安人員

【高雄分公司→安管師 0973-731-085】

【巨蛋分公司→安管師 0973-731-087】

【其他分公司→ 職安副理 0921-256-590
安管師 0973-731-082】

安 管 師 0973-731-082

- ## 2. 決定通報與否

高雄、巨蛋分公司→請示副總

其 他 分 公 司 → 請 示 各 店 店 長

需通報時，搜尋關鍵字 8小時職災通報 🔍



百度 网络安全

网络安全

网络安全是指网络系统的安全，包括网络系统的安全性、网络系统的完整性、网络系统的可用性、网络系统的保密性、网络系统的可控性、网络系统的不可否认性、网络系统的不可抵赖性、网络系统的不可篡改性、网络系统的不可伪造性、网络系统的不可复制性、网络系统的不可删除性、网络系统的不可篡改性等。

- ### 3. 負責填寫職災申報資料人員

高雄、巨蛋分公司：轄區職安人員

其他分公司：各店甲業職安人員

- 4.填入完成後，儲存列印表單並回傳總公司，通報流程即完成

漢來美食 2019 年工傷率(IR)及損工日數率(LDR)與前二年度相較明顯下降，主要原因為職安室每季召開職安委員會就公司常見工傷案件與營業單位及後勤有關單位進行溝通討論，並且要求發生工傷單位的主管自行報告後續改善措施以確保其掌握狀況及提高警惕，職安室並且每年規劃職業安全衛生教育訓練內容，務使職場環境更臻健全及達到安心就業。

► 女性工傷情形

	工傷率			損工日數率			缺勤率		
	2019 年	2018 年	2017 年	2019 年	2018 年	2017 年	2019 年	2018 年	2017 年
總公司	-	-	-	-	-	-	0.57%	1.13%	6.99%
本館	-	0.50	0.46	-	2.59	28.47	0.82%	1.05%	2.15%
巨蛋	0.81	-	-	19.97	-	-	0.46%	0.52%	1.34
佛館	-	-	-	-	-	-	-	-	0.11%
台南	-	2.06	-	-	38.45	-	0.14%	0.38%	0.88%
台南東寧	-	-	-	-	-	-	0.26%	0.34%	-
台中	-	-	-	-	-	-	0.38%	0.44%	3.13%
台中三民	-	2.76	-	-	83.19	-	1.38%	0.61%	-
桃園	-	2.04	1.87	-	8.37	27.14	1.11%	0.47%	1.29%
台北敦南	-	2.32	-	-	114.74	-	0.66%	1.02%	1.42%
台北天母	-	4.23	-	-	72.63	-	0.30%	0.60%	0.99%

► 男性工傷情形

	工傷率			損工日數率			缺勤率		
	2019 年	2018 年	2017 年	2019 年	2018 年	2017 年	2019 年	2018 年	2017 年
總公司	-	-	-	-	-	-	1.04%	0.10%	6.22%
本館	-	1.21	0.77	-	41.42	14.51	0.23%	0.79%	1.01%
巨蛋	2.92	-	0.62	159.05	-	19.02	0.62%	0.27%	1.91%

	工傷率			損工日數率			缺勤率		
	2019 年	2018 年	2017 年	2019 年	2018 年	2017 年	2019 年	2018 年	2017 年
佛館	-	-	-	-	-	-	0.10%	0.84%	5.79%
台南	-	1.94	-	-	18.07	-	0.45%	0.26%	0.96%
台南東寧	-	-	-	-	-	-	0.53%	0.13%	-
台中	-	-	0.91	-	-	41.78	0.60%	0.72%	2.62%
台中三民	-	-	-	-	-	-	0.26%	0.96%	-
桃園	-	-	1.75	-	-	11.00	0.36%	0.07%	0.59%
台北敦南	-	-	-	-	-	-	0.08%	0.12%	1.01%
台北天母	-	1.50	2.08	-	10.65	15.34	0.17%	0.34%	0.87%

註 1: 工傷率=(工作傷害次數/實際工作總時數)X200,000

損工日數率=(工作傷害損失天數 / 表定工作總時數)×200,000

缺勤率 (AR) =缺勤損失天數 / 表定工作天數×100%，缺勤率計算包含工傷假、病假、生理假、事假

註 2: 漢來美食 2017 年～2019 年無職業病發生。

► 供應商及承攬商工傷情形

最近 3 年內，2017 年及 2019 年無工傷事件，2018 年有 1 件係承攬商維修蒸台燙傷，其因應及預防對策為管控承攬商進出，並要求承攬廠商務必填寫施工名冊及危害告知單方可進場，且承攬商進場維修時需指派一位主管擔任現場監督人員。另外，若進行大型改裝或拓店作業時，則與相關承攬商召開共同協議組織會議並簽訂承攬商駐場施工安全衛生規範，2017 年~2019 年辦理之協議組織會議分別有 11 場、12 場及 10 場。

育嬰留停



本公司落實育嬰留停，使同仁可以兼顧工作與家庭。

▶ 申請率

2019 年共有 31 人享有育嬰留停之資格，共有 15 位同仁提出申請（14 位女性、1 位男性），相較 2017 年及 2018 年申請率分別為 30.95% 及 37.14%，2019 年申請率 48.39% 有明顯成長。

▶ 復職率

2019 年育嬰留職期滿復職率為 100%，2017 年及 2018 年分別 71.43% 及 100%。

▶ 復職週年留任率

2018 年復職之 3 位同仁，因家庭因素或生涯規劃而全數於 2019 年未滿復職 12 個月離職，2017 年及 2018 年的復職週年留任率則為 100% 及 60%。

育嬰留停統計	2019 年			2018 年			2017 年		
	女	男	合計	女	男	合計	女	男	合計
該年度享有育嬰留停資格人數(A)	16	15	31	15	20	35	20	21	42
該年度申請育嬰留停人數(B)	14	1	15	11	2	13	11	2	13
預定該年度復職人數(C)	5	1	6	3	1	4	7	-	7
實際復職人數(D)	5	-	5	3	-	3	5	-	5
育嬰留職期滿復職率(D/C)	100%	-	83.33%	100%	-	75%	71.43%	-	71.43%
前一年度實際復職人數(E)	3	-	3	5	-	5	4	-	4
復職後 12 個月仍在職人數(F)	-	-	-	3	-	3	4	-	4
復職週年留任率(F/前一年度實際復職人數)	-	-	-	60%	-	60%	100%	-	100%

註：該年度享有育嬰留停資格人數為提出申請產假及陪產假之人數

7-5 人才培育

培訓理念

漢來美食本著永續經營之理念，持續發展餐飲品牌及市場定位，因應持續擴充新據點有龐大的人才需求，為注入專業之優質管理人才、維持公司既有之服務品質及水準，並使幹部層及接班得以延續，乃為本公司人資部每年規劃人才培育計劃之重點。



品牌及外場主管培訓課程



總經理勉勵培訓主管



品牌店長教育訓練

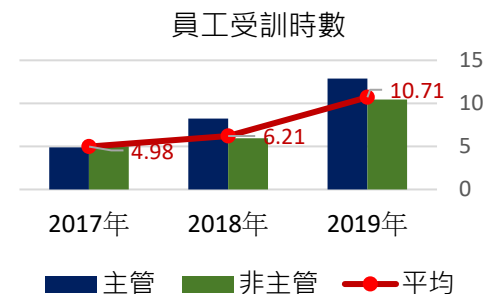


現場員工儀態訓練



訓練類型

依據各訓練內容，祈使各參訓人員得以了解職場相關規定、增加相關之專業知識及技能，並得以協助各項事務順利推展及建立上承下傳之訓練體制。漢來美食之訓練類型主要分為 4 類，除內部線上課程外，亦透過外聘講師、外派訓練或透過專案產學合作方式，提升同仁之專業能力。2019 年投入教育總受訓時數 17,173 小時，平均受訓時數 10.71 小時，較 2018 年平均 6.21 小時增加 4.5 小時，主要係因 2019 年人資單位推動實體及線上誠信課程所致。



	2019 年	2018 年	2017 年
教育訓練經費 (仟元)	671	1,007	548
總受訓時數 (時)	17,173	9,683	7,619
平均受訓時數 (時)	10.71	6.21	4.98

	2019 年			2018 年			2017 年		
	女性	男性	平均	女性	男性	平均	女性	男性	平均
主管	14.81	11.89	12.88	8.69	8.01	8.23	5.16	4.75	4.88
非主管	10.52	10.37	10.44	6.15	5.78	5.95	5.21	4.80	4.99
平均	10.89	10.57	10.71	6.36	6.09	6.21	5.21	4.80	4.98

通識課程及餐飲服務課程依基層、領班、任級及理級(含)以上設定參訓對象，強化課程及企業外訓課程則依職務的一般需求及強化需要設定參訓對象。

接班規劃

本公司著重於人才庫之培養，發掘高度潛力之員工，設有完善教育訓練制度及升遷管道，提供持續精進及發展機會，以因應未來重要管理階層接班需求。目前初步規劃重要管理階層為協理、督導、店長、品牌長、副總、總經理等正 / 副職級，再由其中培養重點接班人。

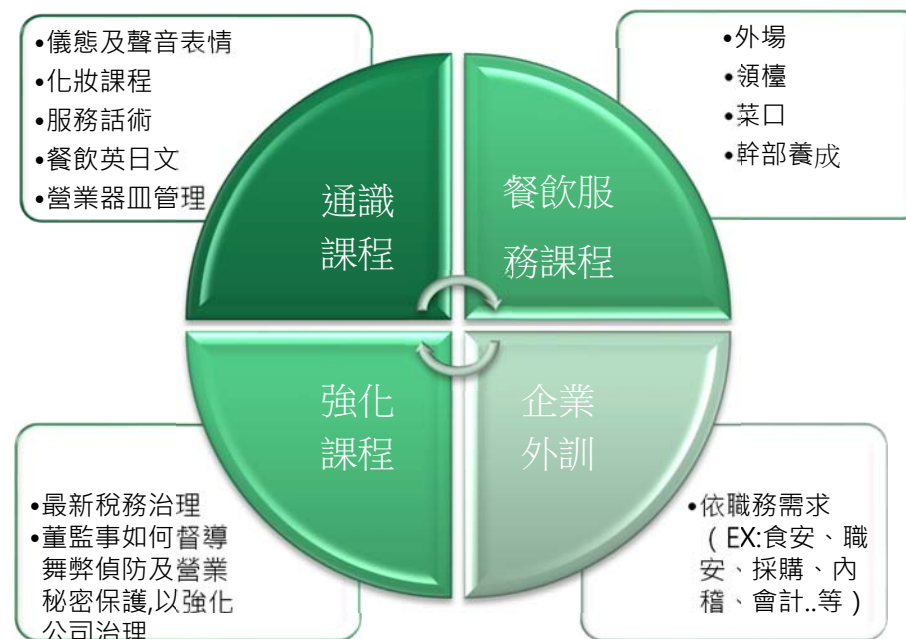
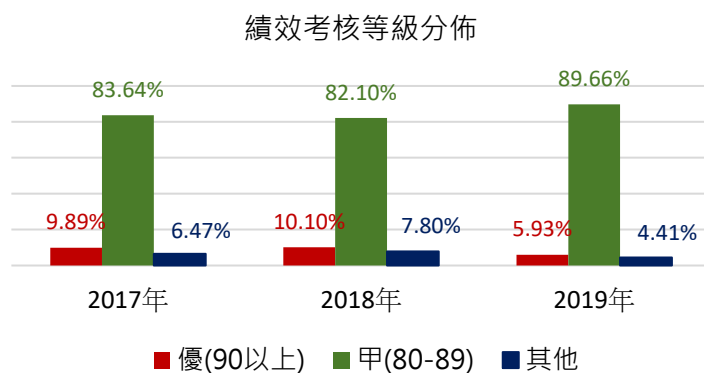
績效管理

漢來美食透過考核機制檢核同仁的績效，有助於激發同仁的潛力及自我成長，公司人力資源亦可合宜調度使職能發揮，績效考核對象包含漢來美食所屬之正職員工、全職契約人員、半職契約人員等，實習生及工作未滿半年者不列入績效考核。

人資部在每半年終了之前一個月會通知各單位進行線上績效考核，

開放由單位主管自行設定考核項目，人資部則提供缺勤、獎懲及訓練資料由各單位依核決權限進行考核。年度終了時以上下半年之綜合平均值作為年度考核之成績，作為升遷、調薪、降職、降薪及年終獎金發放等之主要依據。

本公司績效考核等級共區分五等級，2019年共1,383人進行績效考核，達到甲級以上者佔95.59%，優於2017年93.53%及2018年92.2%。



考核等級	2019 年		2018 年		2017 年	
	人數	佔比	人數	佔比	人數	佔比
優(90 以上)	82	5.93%	123	10.10%	107	9.89%
甲(80-89)	1,240	89.66%	1,000	82.10%	905	83.64%
乙(70-79)	56	4.05%	87	7.14%	63	5.82%
丙(60-69)	5	0.36%	-	0.00%	4	0.37%
丁(60 分以下)	-	0.00%	8	0.66%	3	0.28%
合計	1,383	100.00%	1,218	100.00%	1,082	100.00%

► 績效考核人數統計

	2019 年			2018 年			2017 年		
	女性	男性	合計	女性	男性	合計	女性	男性	合計
正職員工人數 A	601	779	1,380	561	733	1,294	542	707	1,249
實習生人數 (註) B	115	108	223	140	125	265	143	138	281
全體員工人數 A+B	716	887	1,603	701	858	1,559	685	845	1,530
績效考核人數									
主管	57	115	172	52	113	165	47	109	156
非主管	517	694	1,211	462	591	1,053	421	505	926
合計	574	809	1,383	514	704	1,218	468	614	1,082

註：不列入績效考核

■ 受考核比率-計算基礎為全體員工人數

	2019 年			2018 年			2017 年		
	女性	男性	平均	女性	男性	平均	女性	男性	平均
主管	93.44%	96.64%	95.56%	91.23%	93.39%	92.70%	82.46%	87.20%	85.71%
非主管	78.93%	90.36%	85.10%	71.74%	80.19%	76.25%	67.04%	70.14%	68.69%
平均	80.17%	91.21%	86.28%	73.32%	82.05%	78.13%	68.32%	72.66%	70.72%

■ 受考核比率-計算基礎為正職員工人數

	2019 年			2018 年			2017 年		
	女性	男性	平均	女性	男性	平均	女性	男性	平均
主管	93.44%	96.64%	95.56%	91.23%	93.39%	92.70%	82.46%	87.20%	85.71%
非主管	95.74%	105.15%	100.92%	91.67%	96.57%	94.35%	86.80%	86.77%	86.79%
平均	95.51%	103.85%	100.22%	91.62%	96.04%	94.13%	86.35%	86.85%	86.63%

8. 附錄

8-1 GRI Standards 揭露項目索引

GRI 102：一般揭露

編號	揭露項目	對應章節	頁碼
組織概況			
102-1	組織名稱	關於本報告書	03
102-2	活動、品牌、產品與服務	2-2 公司簡介	21-25
102-3	總部位置	2-2 公司簡介	21
102-4	營運活動地點	2-2 公司簡介	26
102-5	所有權與法律形式	關於本報告書	03
102-6	提供服務的市場	2-2 公司簡介	26
102-7	組織規模	2-2 公司簡介	21
102-8	員工及其他工作人員的資訊	7-1 員工組成	66-69
102-9	供應鏈	4-1 供應鏈管理	39-41
102-10	組織或其供應鏈的重大改變	報告期間內無重大變動	
102-11	預警原則或方針	3-3 風險管理	35-37
102-12	外部倡議	漢來美食未參與任何外部倡議。	
102-13	公協會的會員資格	2-3 公司大事紀	28
策略			
102-14	決策者的聲明	經營者的話	01
102-15	關鍵衝擊、風險及機會	1-2 重大主題鑑別與管理	12-15
		3-3 風險管理	35-37

編號	揭露項目	對應章節	頁碼
倫理與誠信			
102-16	價值、原則、標準和行為規範	3-1 公司治理	30、34
治理			
102-18	治理結構	3-1 公司治理	30
102-24	最高治理單位的提名與遴選	3-1 公司治理	30
102-27	最高治理單位的群體智識	3-1 公司治理	31
102-28	最高治理單位的績效評估	3-1 公司治理	31
利害關係人溝通			
102-40	利害關係人群體	1-1 利害關係人溝通	07
102-41	團體協約	目前無集體協商協定。	
102-42	鑑別與選擇利害關係人	1-1 利害關係人溝通	07
102-43	與利害關係人溝通的方針	1-1 利害關係人溝通	07-10
102-44	提出之關鍵主題與關注事項	1-2 重大主題鑑別與管理	11-15
報導實務			
102-45	合併財務報表中所包含的實體	關於本報告書	03
102-46	界定報告內容和主題邊界	1-2 重大主題鑑別與管理	11-15
102-47	重大主題表列	1-2 重大主題鑑別與管理	11-15

編號	揭露項目	對應章節	頁碼
報導實務			
102-48	資訊重編	已於適當章節說明	
102-49	報導改變	關於本報告書	03
102-50	報導期間	關於本報告書	03
102-51	上一次報告書的日期	關於本報告書	03
102-52	報導週期	關於本報告書	03
102-53	可回答報告相關問題的聯絡人	關於本報告書	03
102-54	依循 GRI 準則報導的宣告	關於本報告書	03
102-55	GRI 內容索引	8-1 GRI Standards 揭露項目索引	83-85
102-56	外部保證/確信	8-2 會計師有限確信報告	86

GRI 103：管理方針

103-1	解釋重大主題及其邊界	1-2 重大主題鑑別與管理	11-15
103-2	管理方針及其要素	1-2 重大主題鑑別與管理	11-15
103-3	管理方針的評估	1-2 重大主題鑑別與管理	11-15

GRI 200：經濟面向

201：經濟績效 2016			
201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	3-4 經濟績效	38
201-3	定義福利計劃義務與其它退休計畫	7-2 員工薪資福利	70
201-4	取自政府之財務補助	3-4 經濟績效	38

編號	揭露項目	對應章節	頁碼
202：市場地位 2016			
202-2	雇用當地居民為高階管理階層的比例	7-1 員工組成	68
204：採購實務 2016			
204-1	來自當地供應商的採購支出比例	4-1 供應鏈管理	39
205：反貪腐 2016			
205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	3-1 公司治理	34

GRI 300：環境面向

302：能源 2016			
302-1	組織內部的能源消耗量	6-3 氣候變遷與能資源管理	61-62
302-3	能源密集度	6-3 氣候變遷與能資源管理	61
305：排放 2016			
305-2	能源間接(範疇二)溫室氣體排放	6-3 氣候變遷與能資源管理	61-62
306：廢汙水和廢棄物			
306-2	按類別及處置方法劃分的廢棄物	6-4 廢棄物管理	63-65
307：有關環境保護的法規遵循 2016			
307-1	違反環保法規	3-2 法規遵循	35
308：供應商環境評估 2016			
308-1	採用環境標準篩選新供應商	4-1 供應鏈管理	40
308-2	供應鏈對環境的負面衝擊·以及所採取的行動	4-1 供應鏈管理	40-41

GRI 400：社會面向

編號	揭露項目	對應章節	頁碼
401：勞雇關係 2016			
401-1	新進員工和離職員工	3-1 員工組成	69
401-2	提供給全職員工的福利	7-2 員工薪資福利	70
401-3	育嬰假	7-4 員工安全照護	79
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	7-4 員工安全照護	72
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	7-4 員工安全照護	76-78
404：訓練與教育 2016			
404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	7-5 人才培育	80
404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	7-5 人才培育	81-82
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	3-1 公司治理 7-1 員工組成	30 66-67
406：不歧視 2016			
406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	3-1 公司治理	34
412：人權評估 2016			
412-2	人權政策或程序的員工訓練	7-3 勞資溝通	71
414：供應商社會評估 2016			
414-1	使用社會標準篩選之新供應商	4-1 供應鏈管理	40
414-2	供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	4-1 供應鏈管理	40-41
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	4-2 食安及溯源管理	42
416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	3-2 法規遵循	35
417：行銷與標示 2016			
417-1	產品與服務資訊與標示的要求	4-4 產品與服務標示	51-52
417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	3-2 法規遵循	35
417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	3-2 法規遵循	35

編號	揭露項目	對應章節	頁碼
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	5-4 客戶資訊保護	58
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	3-2 法規遵循	35

作業辦法第四條要求加強揭露項目

No.	內容	對應章節	頁碼
1	為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度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。	4-2 食安及溯源管理	42-45
2	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。	3-2 法規遵循	35
3	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。	6-2 環境理念	60
4	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。	4-2 食安及溯源管理	48
5	對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。	4-1 供應鏈管理	40-41
6	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。	4-2 食安及溯源管理	42
7	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。	4-2 食安及溯源管理	47
8	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。	7-2 員工薪資福利	70
9	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。	3-3 風險管理 6-3 氣候變遷與能資源管理	35、 61

8-2 會計師有限確信報告



勤業眾信

勤業眾信聯合會計師事務所
11073 台北市信義區松仁路100號20樓

Deloitte & Touche
20F, Taipei Nan Shan Plaza
No. 100, Songren Rd.,
Xinyi Dist., Taipei 11073, Taiwan

Tel +886 (2) 2725-9988
Fax +886 (2) 4051-6888
www.deloitte.com.tw

會計師有限確信報告

漢來美食股份有限公司 公鑒：

漢來美食股份有限公司民國 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財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃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）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，本會計師並未發現漢來美食股份有限公司民國 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財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃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）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 7 月 20 日

附件一

確信項目彙總表

編號	財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」	指 標 敘 述	對 應 章 節	衡 量 基 準
1.	「上櫃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。	4-2 食安及溯源管理	108 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評估與改進所影響之主要產品類別與服務與百分比。
2.	「上櫃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。	3-2 法規遵循	108 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.	「上櫃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。	6-2 環境理念	108 年度採購符合國際認可之產品責任標準者之採購占當年度總採購金額之百分比。
4.	「上櫃公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第四目	經獨立第三方驗證符合國際認證之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比。	4-2 食安及溯源管理	108 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總產品營收之百分比。
5.	「上櫃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。	4-1 供應鏈管理	108 年度對供應商進行書面及實地稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。
6.	「上櫃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有所有產品之百分比。	4-2 食安及溯源管理	108 年度產品追溯追蹤管理之產品採購金額占所有原物料採購金額之百分比。
7.	「上櫃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。	4-2 食安及溯源管理	108 年度食品安全實驗室設置、檢驗項目與結果、食品安全相關支出金額及其占營業收入淨額之百分比。



漢來美食
HI-LAI FOODS



2019 企業社會責任報告書 CSR Corporate Social Responsibility Report