



JIU ZHEN NAN
SINCE 1890

舊振南食品股份有限公司

2019 年企業社會責任報告書

目 錄

| | |
|--------------------|----|
| 目 錄 | I |
| 編輯方針 | 1 |
| 經營者的話..... | 2 |
| 一、再續百年傳承 | 3 |
| 1.1 利害關係人鑑別 | 3 |
| 1.2 與利害關係人的互動..... | 6 |
| 二、當責治理 | 7 |
| 2.1 關於舊振南..... | 7 |
| 2.2 營運績效 | 16 |
| 2.3 歷年活動紀事..... | 20 |
| 2.4 法規遵循 | 22 |
| 三、食品道德..... | 23 |
| 3.1 採購承諾 | 23 |
| 3.2 原物料管理..... | 26 |
| 3.3 食品管理精進..... | 27 |
| 四、環境永續..... | 33 |
| 4.1 環保永續 | 33 |
| 4.2 環境保護 | 38 |
| 4.3 污染防治 | 42 |
| 五、社會參與..... | 43 |
| 5.1 公益慈善 | 44 |
| 5.2 社會參與 | 47 |
| 5.3 人才培育..... | 51 |
| 六、漢餅文化推廣 | 58 |
| 6.1 漢餅文化 | 59 |
| 6.2 文化推廣 | 63 |
| 七、快樂職場..... | 71 |
| 7.1 人才結構與政策 | 71 |

| | |
|---|----|
| 7.2 勞資關係 | 73 |
| 7.3 員工福利 | 75 |
| 7.4 人才培訓 | 77 |
| 附錄一：全球永續性報告書指標 GRI-G4 對照表 | 79 |
| 附錄二：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」 | 85 |
| 附錄三：聯合國全球盟約對照表 | 86 |
| 附錄四：ISO26000 社會責任標準指南對照表 | 87 |

編輯方針

■關於本報告書

舊振南食品股份有限公司(在本報告書中簡稱舊振南或本公司)，2019 年報告書為舊振南第五本發行之企業社會責任報告書。自創始以來，舊振南一直致力於本業之經營，除了提供優質美味的產品，對於環境保護、社會關懷上遵循法規並積極參與，未來將持續秉持社會公民的精神，善盡企業社會責任。舊振南透過 2019 年企業社會責任報告書依序揭露舊振南經營績效，包含：公司治理、員工安全與福利，及 CSR 四大議題：「食品道德」、「環境永續」、「社會參與」、「漢餅文化推廣」所做之努力與績效。

企業社會責任報告書於正式發行前，CSR 推行小組會將報告書呈報董事長，經由董事長審核認可後方可發行。

■報告期間與範疇

本報告書涵蓋舊振南自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日在經濟、食安、環境、社會及文化推廣等五大面向的績效展現及推動永續發展的努力。報告範疇以舊振南台灣地區相關公司與工廠營運之活動為主，包括：舉辦第一屆漢餅新星烘焙競賽、取得 FSSC22000 驗證、榮獲「天下 CSR 企業公民獎—小巨人組新秀獎」、舉辦舊振南漢餅文化館「圓 Circle of Love-餅與喜事的情感連結」展覽。本報告書中 2019 年相關數據均採用國際通用指標呈現，若有推估之情形，會於各相關章節註明。

■報告書撰寫綱領

本報告書參照全球永續性報告倡議組織 (Global Reporting Initiative) GRI-G4 版中之核心揭露內容，並參酌食品加工行業揭露指南及台灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」及「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」，分析出此企業社會責任報告書要揭露的永續性主題、相關策略、目標和措施，並依所列之指導方針及架構撰寫。

現行版本：2020 年 5 月發行

■聯絡方式

您可以在舊振南官網企業社會責任專區下載取得完整報告。如果您對舊振南「2019 年企業社會責任報告書」有任何建議與指教，我們十分希望您能分享寶貴的意見，讓我們出版的下一年度企業社會責任報告書能更貼近利害關係人的需求，提供利害關係人想瞭解的資訊。您可以透過以下方式跟我們聯絡：

報告書負責單位：舊振南食品股份有限公司

聯絡電話：(07) 701-5697

聯絡人：簡珮琳

信箱：service_jzn@jzn.com.tw

經營者的話



創立於西元 1890 年(清光緒 16 年)的舊振南，至今已邁入第 131 個年頭。流淌百年的歲月長河中，舊振南始終秉持著「喜悅、信任」的精神，藉由手作的精緻漢式糕點，體現漢餅文化的底蘊與傳遞對消費者的尊重與關心。製作過程中，堅持純手工製餅的原則，提供給消費者「食的安心」、「值得信任」的商品，是百年來對消費者不變的承諾。

面對糕餅市場的西化浪潮，百年餅店如何在傳統中尋求創新就是當前的最大挑戰。透過在地化經營，以做好本業為經營核心，調整品牌定位，為百年老店添加創新元素，融合成新舊好滋味，賦予傳統漢式糕餅新的生命。舊振南目前在全國共有 20 個營業據點，擁有自營的電商，並逐漸在國際通路上拓展，在國際機場的免稅商店也可以買到舊振南的鳳梨酥，已經是亞洲知名的漢餅品牌。「Taste local, link global」，體驗台灣、接軌國際，舊振南不會因目前的些許成就而自滿，期望未來可以更加努力，將漢餅的好滋味傳遞至世界各地。

一、再續百年傳承

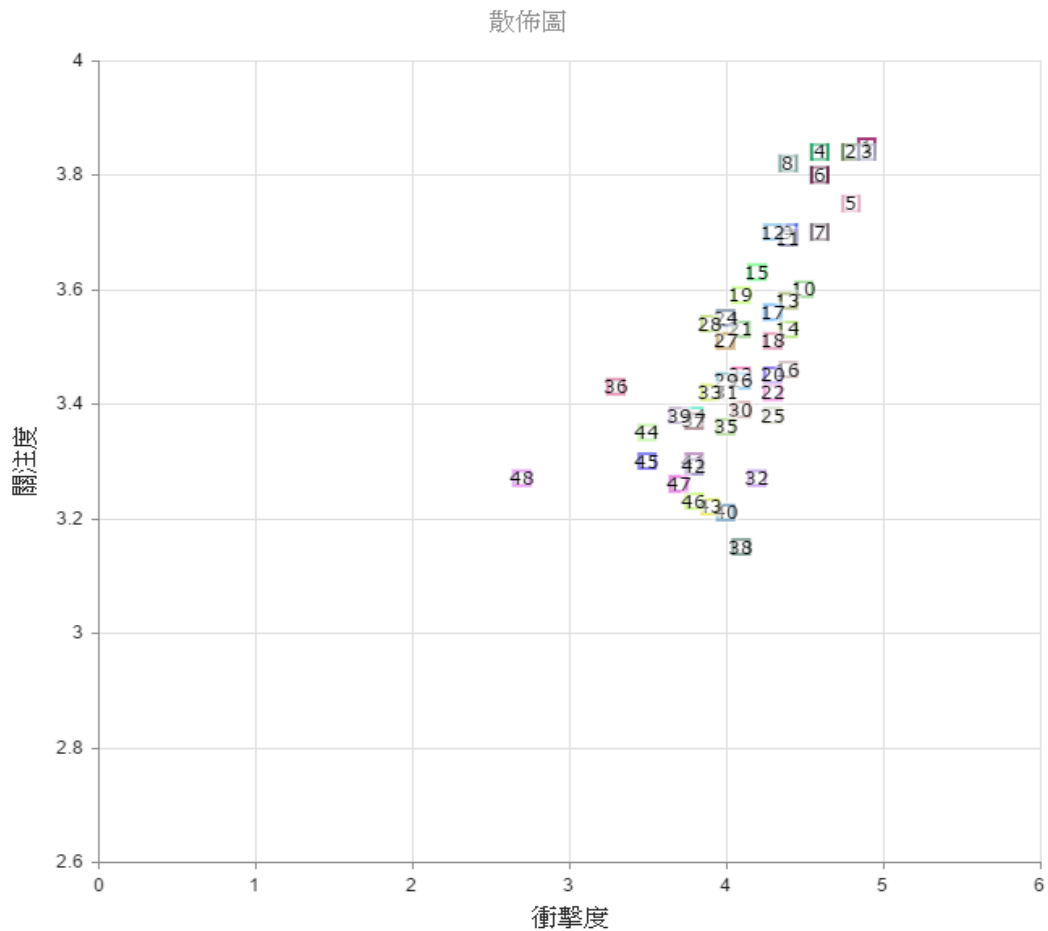
近年來的食安問題層出不窮，2018 年黑心液蛋和過期蛋等蛋品安全問題，過去被稱為美食王國的光景早已不復存在。多年來舊振南為了讓消費者吃得安心，在產品品質上不遺餘力，從 2016 年開始正式啟用臨廣現代化工廠，全省 20 個據點產品皆委由中央工廠統一生產控管品質，並於 2017 年取得 ISO22000 & HACCP 雙重驗證，2018 年再通過複驗、成立自主品管實驗室，2019 年更取得 FSSC22000 驗證，就是為了要為消費者的食品安全做最嚴格的把關。此外，舊振南一直以來每年都固定提撥部分營收回饋社會，包括：與伊甸基金會合作發起的「慢飛天使圓夢計畫」，2018 年擴大捐款及公益服務協助、每年攜手高雄市立美術館邀請大小朋友一起「聽胖叔叔說台灣節慶習俗故事」、與臺大實驗林合作啟動「30 年植樹造林計畫」等等。未來，舊振南將持續秉持誠信經營、落實食品道德、推動環境永續、構築友善職場、傾聽利害關係人聲音、回饋社會並傳承漢餅美學文化，以「深耕台灣，再續百年傳承」為目標。

1.1 利害關係人鑑別

企業社會責任考量面與重大性分析，包含「鑑別利害關係人」、「企業社會責任議題歸納」、「關注議題調查」、「重大考量面鑑別」及「審查與討論」等 5 大步驟，以決定重大考量面與重大性排序（依 2015 年問題調查報告分析資料）。

| 重大性分析步驟 | | |
|------------|--|---------------|
| 1 鑑別利害關係人 | 舊振南依據「AA1000 利害關係人議合標準」所議五大原則：依賴性(dependence)、責任性(responsibility)、緊密度(tensions)、影響(influence)、多元期望(diverse perspectives)等判別方法，進行利害關係人鑑別。鑑別結果以員工、客戶/消費者、供應商/承攬商、通路商、股東、鄰廠以及高階主管等七大類利害關係人。 | 7 大類利害關係人 |
| 2 CSR 議題歸納 | 議題的蒐集主要以 GRI-G4 所出版之多項指標作為議題蒐集之基礎，歸納出 48 項企業社會責任考量面，做為問卷設計方針。 | 48 項企業社會責任考量面 |
| 3 關注議題調查 | 採用問卷發放方式，進行各利害關係人關注議題與公司主管對公司永續經營有重大影響調查，並同步對於主管級管理者進行問卷調查，做為考量面排序之參考。2015 年共回收問卷 123 份，其中關注度問卷回收 113 份，衝擊度問卷回收 10 份。 | 回收問卷 123 份 |
| 4 重大考量面鑑別 | 透過問卷分析，將各考量面之關注度得分及公司管理階層對於永續經營之衝擊程度得分，進行矩陣分析，並與 CSR 小組討論後，制定揭露優先排序，共鑑別出 14 個重大考量面，並針對各考量面訂定有效之管理方針。 | 14 個重大考量面 |
| 5 審查與討論 | 經分析後之重大考量面排序、回應章節與邊界分析，將持續加強管理並將相關資訊揭露於企業社會責任報告書中，未來將每年檢討重大考量面是否有需要調整的必要。 | CSR 報告書 |

重大考量面分析圖



| | | | |
|------------|---------------|---------------|--------------|
| 1 產品與服務標示 | 13 產品及服務 | 25 原物料 | 37 整體情況 |
| 2 顧客的健康與安全 | 14 教育與訓練 | 26 生物多樣性 | 38 水 |
| 3 產品法規遵循 | 15 當地社會 | 27 供應商社區衝擊評估 | 39 交通運輸 |
| 4 職業健康與安全 | 16 環境問題申訴機制 | 28 供應商環境評估 | 40 能源 |
| 5 勞僱關係 | 17 經濟績效 | 29 動物福利 | 41 童工 |
| 6 行銷溝通 | 18 勞工實務問題申訴機制 | 30 員工多元化與平等機會 | 42 供應商人權評估 |
| 7 採購實務 | 19 不歧視 | 31 市場形象 | 43 結社自由與集體協商 |
| 8 顧客隱私 | 20 社區衝擊問題申訴機制 | 32 人權問題申訴機制 | 44 原住民權利 |
| 9 環境法規遵循 | 21 健康與價格合理的食品 | 33 強迫與強制勞動 | 45 評估 |
| 10 勞資關係 | 22 投資 | 34 供應商勞工實務評估 | 46 女男同酬 |
| 11 社會法規遵循 | 23 廢汙水及廢棄物 | 35 反競爭行為 | 47 保全實務 |
| 12 間接經濟衝擊 | 24 反貪腐 | 36 排放 | 48 公共政策 |

重大永續議題排序與邊界判別

●表示具有重大性，相關資訊與管理方針揭露於本報告書中。

| 排序 | 重大永續議題 | 管理方針(DMA) 對應章節 | 組織內 | 組織外 | | | | |
|----|----------|-----------------------|-----|---------|----|--------|-----|----|
| | | | 舊振南 | 供應商/承攬商 | 鄰廠 | 客戶/消費者 | 通路商 | 股東 |
| 1 | 產品與服務標示 | 3.3.2 食安認證 | ● | ● | | ● | ● | ● |
| 2 | 顧客的健康與安全 | 3.3 食品管理精進 | ● | ● | | ● | ● | ● |
| 3 | 產品法規遵循 | 2.4 法規遵循 | ● | ● | | ● | ● | ● |
| 4 | 職業健康與安全 | 7.2.3 員工職場安全 | ● | ● | | ● | | ● |
| 5 | 勞僱關係 | 7.2 勞資關係 | ● | | ● | | | ● |
| 6 | 行銷溝通 | 2.4 法規遵循 | ● | | | ● | ● | ● |
| 7 | 顧客隱私 | 2.2.3 營運風險與誠信管理 | ● | | | ● | ● | ● |
| 8 | 環境法規遵循 | 4.3 污染防治 | ● | ● | | ● | | ● |
| 9 | 勞資關係 | 7.2 勞資關係 | ● | | ● | | | ● |
| 10 | 社會法規遵循 | 2.4 法規遵循 | ● | | ● | ● | | ● |
| 11 | 產品及服務 | 2.1.3 主要產品與服務 | ● | | | ● | ● | ● |
| 12 | 教育與訓練 | 7.4 人才培訓 | ● | | | ● | | ● |
| 13 | 當地社會 | 5. 社區影響力 6. 漢餅文化推廣 | ● | | | ● | | ● |
| 14 | 經濟績效 | 2.2 營運績效 | ● | ● | | | | ● |

1.2 與利害關係人的互動

舊振南對於企業的永續發展須聆聽利害關係人想法，作為永續發展的重要參考依據。舊振南內部透過利害關係人的辨識與溝通，確切地瞭解利害關係人對於公司之經濟、環境、社會三大面向的想法，以確認利害關係人所關注之議題。

| 舊振南與利害關係人的溝通議題與管道 | | | |
|-------------------|--|-----------------------|--|
| 利害關係人 | 溝通管道 | 頻率 | 首要關切議題 |
| 股東/投資人 | 股東會 年報/財報 外部溝通信箱 | 不定期 定期 不定期 | 產品與服務標示 產品法規遵循 環境法規遵循 經濟績效 |
| 客戶/消費者 | 官網利害關係人專區 顧客滿意度調查 直接溝通 外部溝通信箱 | 即時 不定期 即時 即時 | 產品與服務標示 顧客的健康與安全(食安) 產品法規遵循 行銷溝通 顧客隱私 環境法規遵循 產品及服務 當地社會 |
| 供應商/承攬商 | 座談會/教育訓練 外部溝通信箱 面對面溝通 | 不定期 即時 不定期 | 產品與服務標示 顧客的健康與安全 產品法規遵循 職業健康與安全 環境法規遵循 經濟績效 |
| 通路商 | 公文往來 討論會議 外部溝通信箱 | 不定期 不定期 即時 | 產品與服務標示 顧客的健康與安全 產品法規遵循 行銷溝通 顧客隱私 產品及服務 |
| 鄰廠 | 外部溝通信箱 鄉里社區拜訪 負責人員現場溝通 | 即時 不定期 不定期 | 勞僱關係 勞資關係 社會法規遵循 |

二、當責治理

2.1 關於舊振南

舊振南餅店創立於清光緒 16 年(西元 1890 年)，百年來堅持遵循祖訓手工製餅，傳承至今已踏實走過兩個甲子。在台灣餅業人文史上，舊振南是第一個把百年做餅製程寫進祖訓裡的老字號，並致力於提昇歲食文化與構築漢餅美學，用心將餅藝永續傳承。

舊振南基本資料

| | |
|--------|---------------------------|
| 公司名稱 | 舊振南食品股份有限公司 |
| 公司地址 | 高雄市大寮區捷西路 298 號 |
| 負責人 | 李雄慶 |
| 成立日期 | 93 年 06 月 29 日 |
| 上市年度 | 未上市 |
| 資本額 | 新台幣 2,941 萬元 |
| 員工人數 | 210 人 |
| 行業別 | 食品製造服務業 |
| 主要產品 | 中式伴手禮、喜餅、中式手工糕點、批發及烘焙零售服務 |
| 統一編號 | 27386978 |
| 營運總部 | 高雄市大寮區捷西路 298 號 |
| 登記機關 | 高雄市政府經濟發展局 |
| 其他營業據點 | 全省 20 個據點(門市、百貨、高鐵) |
| 網址 | www.jzn.com.tw |

資料統計至 2019 年 12 月 31 日止

2.1.1 公司簡介

■ 公司願景：傳遞幸福的華人飲食文化品牌

作為一個飲食文化品牌，我們開發食品、製造食器以及傳承以飲食為基礎的文化禮俗。舊振南的產品無論是伴手禮或是喜餅，都是用來傳遞幸福與喜悅的媒介。我們體驗台灣、接軌國際，並期望深入到全球華人的生活當中。

■ 核心價值：漢餅文化傳承

漢餅的豐富滋味，不僅在於產品本身，其背後豐富的文化意涵、民俗經典與造型美學，更是讓消費者感到驚豔的體驗來源。產業要永續發展，就一定要讓消費者感覺到特色。舊振南致力於漢餅美學與文化推廣，打造一份屬於在地的文化情感與驕傲，要讓所有海內外的華人消費者都能品嚐、見識台灣味道與在地特色。

■ 企業文化：用心做好該做的事 Do the Right Thing

不管是服務消費者，或是做任何一件事，最重要的就是誠意務實地把事情做好做對，並堅持下去、永續傳承，這就是企業成功的核心。「用心」是堅持傳統手工口味的舊振南最大特色，從嚴選材料、揉麵、製餡、烘烤、包裝、送達顧客手中，舊振南都堅持以體貼的心，提供顧客最好的服務，給顧客最滿意的味覺享受，讓收到禮贈的人感受到舊振南給予的最高誠意與尊崇。

■ 品牌精神：喜悅、信任

當新人結婚，要共同成立新家庭時，贈送喜餅就是在分享他們的喜悅。拜訪親友或節慶問候，贈送伴手禮，也是在分享美好和喜悅之情。漢餅業，是很幸運的行業，也是洋溢著喜悅的產業，「喜悅」便是舊振南的品牌精神。秉持消費者對於舊振南品牌與產品的「信任」，舊振南會持續不懈的優化產品和服務品質，提供最精緻美味的手作糕餅，希望讓每一位送禮者和收禮者，都能感受到舊振南的品牌精神。

■ 經營理念



2.1.2 公司沿革

| 年代 | 事蹟 |
|--------|--|
| 1890 年 | 最早於台南府城街內開設菓子製造業。 |
| 1920 年 | 阿祥師傅喬遷高雄創立「振南餅舖」，成為舊振南在高雄的起始店。 |
| 1940 年 | 阿祥師傅退休後由陳光裕接手製餅事業，並將店址遷到高雄新興街，改名為「舊振南餅舖」。 |
| 1950 年 | 舊振南輝煌時期，是地方仕紳的喜餅首選。 |
| 1960 年 | 節慶少不了中式糕餅的紅龜、壽桃、紅圓，舊振南師傅在一天之內須製作 500 台斤的節慶商品。 |
| 1970 年 | 每逢中秋，鎮店招牌 - 綠豆椪成為爭相排隊購買的必備伴手禮。 |
| 1996 年 | 第四代經營者李雄慶董事長接手，開始進行品牌的擴張。 高雄中正路旗艦店成立，並首度進駐高雄 SOGO 百貨，開始了百貨據點的經營。 |
| 1998 年 | 再度回到台南開設台南店。 |
| 2001 年 | 獲頒第 13 屆中華民國優良食品金牌獎及最佳包裝設計獎；榮獲全國消費精品獎。 台北第一間據點成立-太平洋 SOGO 百貨忠孝館。 |
| 2003 年 | 榮獲台灣經濟部 GSP 認證 (Good Store Practice) 。 |
| 2007 年 | 開始進駐台灣高鐵車站，與國際機場通路商合作，大大增加了品牌知名度。 |
| 2009 年 | 榮獲經濟部優良服務作業 GSP 認證。 |
| 2010 年 | 榮獲經濟部國際貿易局主辦—「台灣優良品牌」。 |
| 2011 年 | 榮獲經濟部評選為「優良百年老店」以及消費者滿意金品獎。 |
| 2012 年 | 榮獲高雄市政府 2012 高雄精品獎。 導入雲端顧客關係管理(CRM)系統，邁向數位化管理。 成為亞洲萬里通夥伴商戶。 |
| 2013 年 | 通過高雄市政府衛生局「業者衛生自主管理認證」；並與法國 LVMH 集團的香港 DFS 免稅店合作，成為首度進駐香港機場的台灣糕餅品牌。 |
| 2014 年 | 獲頒財政部國稅局「優良納稅企業」獎。 翻修高雄中正旗艦店，恢復歷史建築的昔日光輝；進駐五星級飯店 - 台北晶華酒店。 |
| 2015 年 | 獲頒數位時代「2015 網路人氣賣家 100 強」第 53 名。 |
| 2016 年 | 舊振南臨廣現代加工廠正式啟用，漢餅文化館暨企業總部落成。 |
| 2017 年 | 鳳梨酥獲頒碳足跡證書。 國立中山大學舊振南品牌研究中心成立。 通過 ISO22000 & HACCP 雙重驗證。 榮獲第 26 屆國家磐石獎。 漢餅文化館獲得「黃金級綠建築」認證標章。 |
| 2018 年 | 成立舊振南人資學院。 鳳梨酥獲 Monde Selection 世界品質評鑑大賞銀質獎。 與臺大實驗林合作啟動 30 年植樹造林計畫。 獲財政部、高雄國稅局頒發 107 年度開立統一發票績優營業人獎。 台南店遷址林森路，成立台南旗艦店舉辦開幕茶會。 |

| | |
|--------|---|
| | <p>出版中英文版「漢餅」專書，於德國法蘭克福世界書展發表。</p> <p>參加廈門「第十一屆海峽兩岸文化博覽交易會」。</p> <p>與高雄餐旅大學烘焙系、中廚系合作開設「漢餅」課程，傳承漢餅技藝。</p> <p>舊振南漢餅文化館獲經濟部工業局頒發「2018 創意生活事業」。</p> <p>舊振南漢餅文化館首次舉辦「參與式劇場」- 烏金戀歌。</p> <p>舊振南招牌商品 75g 綠豆椪通過 SGS 碳足跡驗證。</p> |
| 2019 年 | <p>榮獲「天下 CSR 企業公民獎-小巨人組新秀獎」。</p> <p>核桃杏香酥獲 Monde Selection 世界品質評鑑大賞銀質獎。</p> <p>「漢餅」專書獲得世界美食家大獎「最佳休閒類」及「最佳甜點類」肯定。</p> <p>通過 FSSC22000 認證。</p> <p>舉辦第一屆舊振南「漢餅新星烘焙競賽」。</p> <p>與光華管理基金會合辦「《管理個案評論》品牌個案專刊」，徵集品牌相關論文。</p> <p>喜事好合禮盒獲「2019 金點設計獎」(傳達設計類)。</p> <p>舊振南漢餅文化館獲得「2019 綠建築榮譽獎」。</p> <p>舊振南漢餅文化館「圓 Circle of Love-餅與喜事的情感連結」展覽開幕。</p> |

2.1.3 主要產品與服務

舊振南的產品主要為中式伴手禮及喜餅，總銷售量以伴手禮為大宗。產品以內銷為主，近年來也積極拓展海外市場，透過跨境電商及國際機場免稅店經銷商，將舊振南優質美味的手作糕餅推廣至海外市場。

伴手禮系列

| 產品種類 | 產品圖示 | 產品描述 |
|------|---|--|
| 綠豆椪 |  | <p>綠豆椪為舊振南的鎮店招牌，經祖訓精製，採用嚴選中顆粒飽滿之綠豆，遵古七道工法製成酥鬆綿密的清香綠豆沙餡，包覆在老師傅手桿的千層餅皮中，烘烤後層次分明、入口即化，香氣清新淡雅，為舊振南經典的送禮首選。</p> <p>綠豆椪(李白)：招牌的原味的綠豆椪，滿滿綿密沙餡，烘烤後次分明，入口即化(奶素)。</p> <p>綠豆椪(蛋黃)：精選在地鴨蛋製成紮實鹹蛋黃，滋味鹹甜，口感清新(奶蛋素)</p> <p>綠豆椪(蘇東坡)：即魯肉綠豆椪，遵古七道工法製成細緻沙餡，加入祕傳手工精緻魯肉(葷)</p> <p>綠豆椪(香椪)：特選台灣本土幼嫩香菇，配上清香豆沙，綿田爽口(奶素)。</p> |

| 產品種類 | 產品圖示 | 產品描述 |
|--------|---|---|
| 鳳梨酥 |  | <p>嚴選產於嘉南平原日照充足的台南關廟鳳梨為底。在入餡前充分研磨細桿鳳梨纖維，外層酥皮使用高品質雞蛋與新鮮奶油拌入，再加上獨家配方乳酪粉調和而成。進爐後由師傅以「雙面烤」技術烘烤，奶香風味濃醇誘人、口感溫柔滑順，為全年熱賣指定伴手禮。</p> <p>此產品為奶蛋素。</p> |
| 核桃杏香酥 |  | <p>手工製作的杏香酥，透過師傅的巧手慢火烘烤，務必外皮軟硬兼備，一口咬下，滿滿都是捨不得吞下的清新滋味。外皮採用奶香濃郁的天然無水奶油，紮實飽滿但又柔順，與杏仁香氣完美融為一體，輕巧地滑入喉間。內餡加入核桃，增添了讓人一吃就停不下來的爽脆口感，酥鬆生勁。此產品為奶蛋素。</p> |
| 紅豆 Q 餅 |  | <p>嚴選來自台灣頂級粒粒飽滿、口感柔綿的紅豆，透過多道繁複手工程序，製成滑潤富豆香的綿密內餡，搭配上圓糯米捶打製成特選 Q 彈麻糬，口感酥綿。</p> <p>此產品為奶蛋素。</p> |
| 鴛鴦餅 |  | <p>獨特白鳳豆沙餡，結合 Q 甜不膩手工黑糖麻糬，融合在芝麻香氣酥鬆清香的手工千層餅皮之中。</p> <p>此產品為奶素。</p> |
| 漢餅 |  | <p>舊振南堅持遵循祖訓以手工製餅的中式喜餅，訴求不添加防腐劑的品質保證，將溫暖手感揉入餅皮內餡中。講究皮薄餡多之完美比例、注重烤餅火候，紮實內餡晶瑩剔透、香氣飽滿，口口雙喜呈現，日日雙喜臨門。</p> |
| 糕點 |  | <p>舊振南的糕點是用天然食材研磨而製，糕點口感綿密細緻，三種不同的口味裡都有包黑芝麻內餡，更增添芝麻的濃郁香氣。糕點不含防腐劑，純天然風味是非常適合搭配茶、咖啡的點心。</p> <p>綠豆糕因內層有夾帶黑芝麻品嚐起來的口感，會有淡淡的花生粉的香味。</p> <p>鹹糕因均勻的拌入百草粉，鹹中帶甜的口感，裡面加了芝麻，吃得到傳統的味道。</p> <p>梅子糕製作時拌入梅粉並加入天然的蘿蔔紅色素使得梅子糕在視覺上會讓人感到討喜。</p> <p>綠豆糕為全素/鹹糕為全素/梅子糕為全素。</p> |

| 產品種類 | 產品圖示 | 產品描述 |
|--------|---|---|
| 太陽餅 |  | <p>舊振南的太陽餅，有別於一般其他市售的太陽餅，在於它的餅皮除了以麵粉製成之外，更灑上小麥胚芽粉，更添健康美味，內餡則是濃郁奶油麥芽，甜而不膩，和香酥的餅皮搭配在一起非常可口，當作下午茶、點心，配上一杯好茶或咖啡，是很不錯的選擇。</p> <p>此產品為奶素。</p> |
| 杏仁牛軋糖 |  | <p>杏仁牛軋糖，咀嚼起來不黏牙，入口時吃得到大顆的杏仁顆粒，口感豐富，Q 軟不硬同時又有濃郁的奶香味與杏仁清淡的香味。</p> <p>此產品為奶蛋素。</p> |
| 豆沙 Q 餅 |  | <p>酥脆紮實夏威夷豆，搭配上特製的 Q 彈麻糬，雙重滋味包覆於綿密手工烏豆沙餡內，絕妙甜鹹口感在嘴裡交疊舞動，大口咬下滿滿幸福好享受。</p> <p>此產品為奶蛋素</p> |
| 棗泥核桃糕 |  | <p>黑棗加上麥芽糖一起製作：在加上滿滿烤過的核桃果仁，味道香甜不黏牙，嚴選黑棗製成的棗泥，拌入麥芽糖製作而成，摻入其中的核桃堅果仁更增添了口感及香味，吃起來甜而不膩，恰到好處的比例，讓 Q 軟的棗泥核桃糕吃起來不黏牙，老少咸宜。</p> <p>此產品為全素。</p> |
| 南瓜子酥 |  | <p>將嚴選厚實飽滿南瓜子翻炒至熟後，撒入後味香醇的白芝麻，並淋上甜而不膩的精質麥芽，南瓜子清香紮實飽滿，口感酥脆不黏牙，為品茗必備小點心。</p> <p>此產品為奶素。</p> |
| 杏仁酥 |  | <p>舊振南杏仁酥需要耗費多時熬煮精質麥芽糖漿，與杏仁片一同翻炒至熟，引出濃郁香氣，並混入精選白芝麻，凹凸有致的清脆糖衣，配上杏仁溫潤甘甜的香氣為清新宜人的首選小點。</p> <p>此產品為奶素。</p> |

| 產品種類 | 產品圖示 | 產品描述 |
|-------|---|--|
| 芝麻花生糖 |  | <p>採用精挑細選的嚴選花生，包裹著甜而不膩的麥芽糖，搭配著薄薄的白芝麻，讓人每一口幾乎都可以吃到花生的香甜，更加上芝麻麥芽的襯托，更加凸顯粒粒花生的豐富口感，絕對讓人一口接著一口。</p> <p>此產品為全素。</p> |
| 沙琪瑪 |  | <p>舊振南的沙琪瑪吃起來，跟坊間一般的沙琪瑪不太一樣的地方，在於口感香脆，加上外層裹上甜而不膩的麥芽糖，香脆爽口又不會黏牙，讓人覺得越吃越順口，回味無窮。有黑糖與原味兩種口味的選擇，原味經典、黑糖口味則是多增添了黑糖濃郁的香氣，各有特色也都十分可口。</p> <p>此產品為奶蛋素。</p> |

喜餅系列

| 產品種類 | 產品圖示 | 產品描述 |
|-------|---|--|
| 喜事緣禮盒 |  | <p>舊振南喜事緣禮盒以大紅時尚優雅的圓型禮盒包裝，搭配米菓、中式漢餅等精緻美味的手工喜餅，每一塊圓弧都是珍藏心意，隨著心跳旋律幻化音符分裝入盒，多重滋味，傳遞圓滿的祝福。</p> |
| 喜事好合 |  | <p>喜事有禮，天作之合，喜事好合禮盒使用高級進口浪紙，雙層組裝大方精緻、喜氣高雅的紅色禮盒，內容豐富多變，以紅色緞帶繫起浪漫，呈現給新人最純真的幸福與喜悅。</p> |
| 喜事圓滿 |  | <p>幸福小事，人生大事，愛情是百看不膩的永恆經典，舊振南喜事圓滿禮盒，以典雅喜氣的紅色禮盒盛裝著口味經典的中式喜餅，以一份圓，分享甜蜜愛戀。</p> |
| 花開富貴 |  | <p>以牡丹紅象徵情人愛情落落花開的美麗成果，舊振南花開富貴禮盒，以多樣化的手工喜餅組合，傳遞漫天綻放的濃濃喜慶。</p> |
| 花開良緣 |  | <p>每一對新人都是天賜的幸福良緣，舊振南花開富貴良緣禮盒，納入成對的圓形中式喜餅，祝福新人雙雙對對、圓滿富貴。</p> |
| 花開喜圓 |  | <p>花語，是為了向你訴說情話而存在，舊振南花開富貴喜圓禮盒，以牡丹花象徵富貴圓滿，是深受長輩喜愛的中式喜餅選擇。</p> |

2.1.4 營業據點

舊振南以台灣為主要營運據點，總部設立於高雄大寮，並在台北、新北、桃園、新竹、台中、嘉義、台南及高雄等八個縣市，共設有 20 個營業據點。

| 名稱 | 地址 | 登錄項目 | 食品業者登錄字號 |
|------------------|-------------------------------------|-----------------|--|
| 台北晶華店 | 台北市中山區中山北路二段 39 巷 3 號 B2 | 販售場所 | A-127386978-00008-6 |
| 台北 SOGO 忠孝店 | 台北市大安區忠孝東路四段 45 號 B2(忠孝 SOGO 百貨 B2) | 販售場所 | A-127386978-00004-2 |
| 台北新光三越南西店 | 台北市中山區南京西路 12 號 B2 | 販售場所 | A-127386978-00023-3 |
| 台北新光三越信義新天地 A4 店 | 台北市信義區松高路 19 號 B2 (信義新天地 A4 館 B2) | 販售場所 | A-127386978-00022-2 |
| 新北板橋環球店 | 新北市板橋區縣民大道二段 7 號 1F | 販售場所 | F-127386978-00024-9 |
| 桃園中壢 SOGO 店 | 桃園市中壢區元化路 357 號 B1 (中壢 SOGO 店 B1) | 販售場所 | H-127386978-00009-4 |
| 高鐵桃園站 | 桃園市中壢區高鐵北路一段 6 號一樓 | 販售場所 | H-127386978-00020-7 |
| 高鐵新竹站 | 新竹縣竹北市高鐵七路 6 號 2 樓 | 販售場所 | J-127386978-00025-4 |
| 台中新光三越店 | 台中市西屯區台灣大道三段 301 號 B2(台中新光三越百貨 B2) | 販售場所 | B-127386978-00010-0 |
| 高鐵台中店 | 台中市烏日區三和村站區二路 8 號 | 販售場所 | B-127386978-00013-3 |
| 高鐵嘉義店 | 嘉義縣太保市高鐵西路 168 號 | 販售場所 | Q-127386978-00016-1 |
| 高鐵台南店 | 台南市歸仁區歸仁大道 100 號 | 販售場所 | D-127386978-00014-6 |
| 台南新光三越新天地店 | 台南市中西區西門路一段 658 號 B2(台南新光三越新天地店 B2) | 販售場所 | D-127386978-00011-3 |
| 台南店 | 台南市東區林森路二段 184 號 | 販售場所 | D-127386978-00003-4 |
| 高鐵左營店 | 高雄市左營區高鐵路 105 號 2 樓 | 販售場所 | E-127386978-00015-8 |
| 高雄漢神巨蛋店 | 高雄市左營區博愛二路 777 號 B1 | 販售場所 | E-127386978-00018-1 |
| 高雄中正店 | 高雄市前金區中正四路 84 號 | 販售場所 | E-127386978-00021-5 |
| 衛武營店 | 高雄市鳳山區三多一路 1 號 3 樓 (樹冠大廳) | 販售場所 | E-127386978-00026-0 |
| 高雄 SOGO 店 | 高雄市前鎮區三多三路 217 號 B2 (高雄 SOGO 百貨 B2) | 販售場所 | E-127386978-00012-5 |
| 漢餅文化館 | 高雄市大寮區捷西路 298 號 | 公司/商業登記 販售場所 | E-127386978-00000-2 E-127386978-00021-5 |

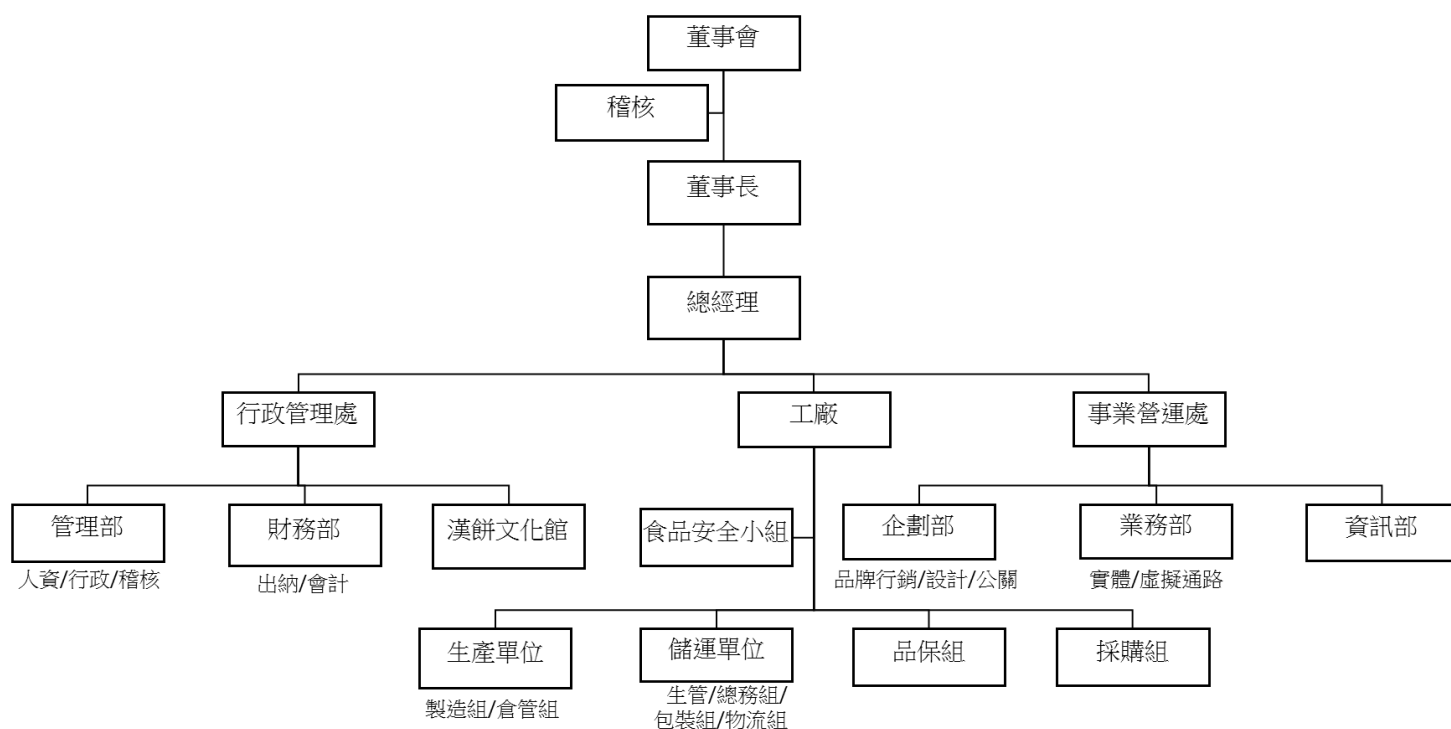
2.2 營運績效

2.2.1 治理結構

舊振南食品有限公司依章程規定設置有 3 席董事。為了善盡監督責任，依循「公開發行公司董事會議事辦法」訂定「董事會議事規範」，並規範董事的利益迴避原則，依法確實執行，以力求治理機能的完善。本公司由董事長帶領各部門經理，鑑別對於環境、社會、經濟具有衝擊影響的利害關係人，並制定相關的因應方案。

| 職稱 | 姓名 | 性別 | 持股比例 | 主要學經歷 | 目前主要兼任本公司及其他公司之職務 |
|------------|-----|----|------|------------------------------|--------------------------------|
| 董事長兼總經理/股東 | 李雄慶 | 男 | 68% | 中山大學 EMBA 畢業 | 舊振南食品股份有限公司董事長、永興亨投資有限公司董事長 |
| 營運長/股東 | 李立元 | 男 | 16% | 加拿大英屬哥倫比亞大學-行銷系 台灣大學 EMBA | 舊振南食品股份有限公司營運長、元亨盛投資有限公司負責人 |
| 臨廣分公司經理/股東 | 李博元 | 男 | 16% | 加拿大多倫多大學-財務經濟系 中山大學 EMBA | 舊振南食品股份有限公司臨廣分公司經理、永利新創有限公司負責人 |

為了因應公司的成長與後續發展規劃，舊振南調整組織架構如下圖。



2.2.2 財政績效

經濟績效表現公司營運狀況，為公司永續經營之基礎。針對每月營運狀況，舊振南內部每月編製各品項產品管理報表等完整資訊，提供給管理階層對結果做出評鑑與後續發展追蹤，以及時對公司營運狀況之優劣做出適當控制和處置，調整營運績效指標，以迅速反映營運狀況。

| 舊振南 2019 年度財務資訊 (簡明損益表) | |
|---------------------------|---------|
| 單位：新台幣千元 | |
| 收入 | |
| 營業收入 | 433,291 |
| 營業外收入 | 897 |
| 收入合計 | 434,188 |
| 支出 | |
| 營業成本 | 264,038 |
| 營業費用 | 146,507 |
| 營業外費用 | 2,063 |
| 所得稅費用 | --- |
| 支出合計 | 412,608 |
| 淨利 | 21,580 |
| 淨利率 | 4.98% |

■ 股東權益報酬率

| 市場績效指標 | 計算單位 | 2016 年 | 2017 年 | 2018 年 | 2019 年 |
|---------|------|--------|--------|--------|--------|
| 營業收入 | 百萬元 | 275.9 | 353.8 | 389.3 | 433.3 |
| 稅後淨利 | 百萬元 | 12.1 | 17.3 | 24.1 | 15.4 |
| 股東權益報酬率 | % | 17% | 18% | 21% | 14% |

■ 相關補助與捐獻

本公司於 2019 年向高雄市政府經濟發展局申請「108 年度體感科技園區計畫補助」，總計取得新台幣 124 萬元。

2.2.3 營運風險與誠信管理

為使利害關係人瞭解公司人員執行職務時應遵守之道德行為標準，舊振南公司明訂不得收受廠商及客戶之饋贈。另於員工手冊明訂工作規則，實施教育訓練，讓從業人員瞭解公司所規範之行為準則，以避免員工疏失而發生違法犯紀事件。另外，公司內部亦建立制度化的溝通與申訴管道，並對員工工作上疑慮與期許做合理的答覆與處理。

■ 反貪腐

本公司於員工手冊-工作規則中明訂：員工承辦業務，不得因職務上之行為或違背職務之行為，收受招待、餽贈（回扣）或其他不法利益。違者，視為重大違反本公司工作規則，本公司將依法辦理，並得立即解僱。

2019 年內並無發生違反法規、被處巨額罰款的事件、勞資糾紛及經由正式申訴機制立案的社會衝擊申訴之事件。

■ 隱私保護

本公司重視客戶資訊保密及隱私權問題。在產品與服務上，2019 年無抱怨關於隱私權侵犯和資料外洩的事件發生。

■ 風險管理

凡因天災、人禍、疾病、外部因素，造成火災、淹水、公共設施中斷、主要設備故障、生產人力不足、產品遭下毒、流行疾病感染、消費者產生食物過敏反應等意外或緊急狀況等，足以影響本公司營運或對產品安全造成危害時，均屬於風險管理之範圍。

為確保意外風險或緊急突發事件發生時能迅速採取適當的應變措施，以避免或減輕事件對人員傷害、設施損失、產品安全、公司聲譽造成危害，本公司於 2016 年依據 ISO22000-P05 緊急事件準備與回應程序，召集各部門主管分析、比較、確認各項風險與緊急狀況，擬定緊急應變處理程序。在個人隱私保護部份，亦訂有個資安全應變辦法。管理部於每年定期於市場需求較低時期，安排一次宣導演練，以強化員工的安全意識及應變能力；並在緊急狀況發生時，督導及協助相關單位執行緊急應變措施。



內容出自於：ISO22000-P05 緊急事件準備與回應程序，本公司於 2017 年 7 月通過 ISO22000、HACCP 驗證，2019 年通過 FSSC22000 驗證，持續精進中。

■ 氣候變遷風險與機會

近年來，各國積極投入新能源與替代能源開發，並推動碳足跡查證及環境績效相關驗證，節能減碳議題與企業所提供的商品及服務緊密結合，直接或間接影響到企業的營運與消費者的消費行為。為因應全球暖化與極端氣候，節能觀念與環保意識逐漸高漲，產業界面對此嚴峻之議題，必須審慎思考與處理。對於食品業而言，氣候異常所造成的原物料與能源的價格波動，對於企業的營運更帶來重大的威脅。因此，未來將針對氣候變遷所產生的風險與影響，將擬訂相關的調適策略與行動，逐步降低企業營運的能資源消耗量，以降低氣候變遷所帶來的風險。

| 風險類別 | 風險辨識 | 策略行動 |
|------|---|--|
| 法規風險 | <ul style="list-style-type: none"> 溫室氣體排放相關法規 節約能資源相關法規 | <ul style="list-style-type: none"> 進行碳足跡盤查 定期監控能資源的消耗量 |
| 成本風險 | <ul style="list-style-type: none"> 原物料價格波動 能源成本提高 | <ul style="list-style-type: none"> 提高當地食材採購率 導入節能設備與技術 |

2.3 歷年活動紀事

2.3.1 歷年獎項

舊振南第四代經營者保留傳統又兼具創新時代的餅藝，讓舊振南在台灣奠定了屹立不搖的根基。展望未來，舊振南仍將一步一腳印努力耕耘，提煉傳統文化中的精緻元素，建構食趣風華氛圍，傳承百年不變經典。

| 年度 | 獲獎紀錄 |
|--------|--|
| 2001 年 | 第 13 屆中華民國優良食品金牌獎及最佳包裝設計獎、全國消費精品獎 |
| 2005 年 | 高雄市政府主辦 - 「高雄十大特色伴手禮」 |
| 2006 年 | 高雄市觀光協會主辦 - 「大高雄市民最愛雄好吃、雄好玩十大精選名店」 |
| 2007 年 | 高雄市政府主辦 - 「高雄十大特色伴手禮」 |
| 2008 年 | 經濟部商業司主辦 - 「台灣夠禮數」全台 15 大伴手禮 高雄市政府推薦 - 「台灣製造產品名店」 |
| 2009 年 | 榮獲德國 IF 設計傳達大獎(包裝類) 榮獲高雄市政府主辦-「高雄特色伴手禮」 榮獲 經濟部商業司主辦-第二屆「服務業優良品獎」 經濟部優良服務作業 GSP 認證 |
| 2010 年 | 再度榮獲德國 IF 設計傳達大獎(包裝類) 榮獲經濟部國際貿易局主辦-「台灣優良品牌」 |
| 2011 年 | 榮獲 Golden Pin Design Mark 金點設計標章(包裝設計類) 榮獲德國 Red Dot 紅點設計獎 榮獲消費者滿意金品獎 榮獲經濟部評選為「優良百年老店」 |
| 2012 年 | 榮獲高雄市政府 2012 高雄精品獎 |
| 2013 年 | 榮獲經濟部 2013 第二屆台灣 OTOP 優質企業獎 通過高雄市政府衛生局「業者衛生自主管理認證」 榮獲高雄巿市長陳菊頒發「高雄之光」獎牌 |
| 2014 年 | 獲頒財政部國稅局「優良納稅企業」獎。 |
| 2015 年 | 數位時代 - 「2015 網路人氣賣家 100 強」第 53 名。 |
| 2016 年 | 參與「RED DESIGN 品牌傑出影響力設計展」 獲頒財政部國稅局「優良納稅企業」獎。 |
| 2017 年 | 鳳梨酥獲頒碳足跡證書 春節禮盒榮獲德國 iF 設計獎(包裝設計類) 通過 ISO22000、HACCP 雙驗證 榮獲第 26 屆國家磐石獎 漢餅文化館獲黃金級綠建築標章 |
| 2018 年 | 鳳梨酥獲 Monde Selection 世界品質評鑑大賞銀質獎 ISO22000、HACCP 複驗通過 獲臺大實驗林頒發企業貢獻獎 |

| | |
|--------|---|
| | 獲財政部、高雄國稅局頒發「107 年度開立統一發票績優營業人」獎 舊振南漢餅文化館獲經濟部工業局頒發「2018 創意生活事業」 |
| 2019 年 | 榮獲「天下 CSR 企業公民獎—小巨人組新秀獎」。 核桃杏香酥獲 Monde Selection 世界品質評鑑大賞銀質獎。 「漢餅」專書獲得世界美食家大獎「最佳休閒類」及「最佳甜點類」肯定。 通過 FSSC22000 認證。 喜事好合禮盒榮獲「德國 iF 設計獎(包裝設計類)」、「金點設計獎(傳達設計類)」。 舊振南漢餅文化館榮獲「2019 綠建築榮譽獎」。 |

2.3.2 參與組織

舊振南積極參與產業相關各種組織，期望能透過參與協會、公會的各项活動，與業界相互交流，彼此共同成長，為台灣糕餅業貢獻一份力量。舊振南在 2019 年共參加國內外 14 個公會、產業(協)會。

| 項次 | 組織名稱 | 參與身份 |
|----|--------------------|------|
| 1 | 台北市進出口商業同業公會 | 團體會員 |
| 2 | 臺灣精品品牌協會 | 團體會員 |
| 3 | 台灣食品產業發展協會(TFIDA) | 團體會員 |
| 4 | 台灣優良食品發展協會(TQF) | 團體會員 |
| 5 | 台灣服務優良品牌協會 | 團體會員 |
| 6 | 百年暨一甲子老店聯誼會 | 團體會員 |
| 7 | 中華民國全國中小企業總會磐石獎聯誼會 | 團體會員 |
| 8 | 財團法人台灣觀光協會 | 團體會員 |
| 9 | 台灣董事學會 | 團體會員 |
| 10 | 高雄市糕餅公會 | 團體會員 |
| 11 | 亞太文化創意產業協會 | 個人會員 |
| 12 | 臺港經濟文化合作策進會 | 個人會員 |
| 13 | 財團法人中山管理教育基金會 | 個人會員 |
| 14 | 國立中山大學舊振南品牌研究中心 | 諮詢委員 |

2.4 法規遵循

舊振南在公司營運上遵循政府各項法規，設有稽核部門，以確保各單位恪守相關法令之規定，並提供員工相關教育訓練，以確保每個人都了解相關法規與原則。2019 年內並無發生重大違反法規、被處巨額罰款的事件。本公司整理相關法規遵循如下表所示：

| 項目 | 描 述 |
|----------|---|
| 產品法規 | 本公司產品皆要求符合當地法規與客戶要求相關規定，包含健康食品管理法、食品安全衛生管理法、藥事法、糧食管理法。 |
| 人權 | 人權不只是員工在工作場所的權利，更是國際公約和社會立法及準則的關鍵要求之一，本公司秉持著人權平等的原則，故在報告期間內無歧視事件發生。 |
| 無進用童工 | 本公司並未於相關辦法中明定「聘僱時宣告禁用童工」此項條文，但以內部教育訓練或會議時會明確告知相關部門主管公司禁用 16 歲以下及未滿 18 歲之未成年者。 |
| 無員工加班 | 本公司無強迫員工超時加班之情事，若有配合加班之情形，均有符合勞基法之規定。 |
| 無侵犯原住民權利 | 本公司於 2019 年度內無涉及侵害原住民權利之情事發生。 |

三、食品道德

隨著經濟社會不斷進步，經濟全球化不斷深入發展，食品安全問題成為備受人們關注的熱門話題；食品產業的社會責任主要體現於食品的安全問題。「食品安全」一直是舊振南最重視的一環，「實在信任、食在安心」是舊振南百年來對消費者不變的承諾。本公司秉持為消費者健康和企業永續發展著想，落實產品各環節檢驗程序，嚴格執行食品安全相關管理作業，透過內、外部稽核作業維持並精進品質控管機制，並依循 PDCA 管理循環持續改善，以達到更高品質的生產水準。

3.1 採購承諾

供應商品質是食品業掌握優質產品的關鍵。本公司嚴格把關合作供應商的資格審核、原物料的品質規格，以及生產環境的衛生狀況。合作之供應商必須具有營業登記證或工廠登記證、原物料來源正當、公司必須符合勞基法等政府相關法令事宜，並且公司內部每年度皆會進行供應商評鑑，針對原物料交期與品質進行統計分析，依評分結果作為日後是否繼續採購或中止交易之依據。

3.1.1 供應鏈概況

掌握供應商品質是食品製造業業者確保產品品質安全的一大關鍵。本公司合作供應商之資格審查，由採購人員會同品管人員依公司採購制度化程序評鑑，就其經營理念、製程、品質管制、食品相關認證、財務及穩定供應能力進行稽核評估，以確認供應商有能力提供本公司要求之原物料，並隨時針對供應商之價格、交貨情況、品質穩定度及生產場所整潔度等項目，進行稽核。

■ 支持在地採購、綠色採購

原物料採購，本公司優先支持向在地供應商採購，以期建立長期之合作關係；若品項國內產量不足或品質未達舊振南食品標準或未生產，則採國外進口。在地食材的選用不僅可以享有及時與完善的售後服務、具有新鮮優勢，也有助於扶植在地供應商帶動當地經濟，並可大幅縮短運輸程序達到節能減碳之目的。

2019 年在地採購在 163 項的原物料中，有 99.1% (161 項) 的品項來自台灣，包括飽滿的萬丹紅豆、日照充足的關廟鳳梨等等。同時，綠色採購占當年度採購比率 44%，購買環保棧板、環境友善包材，印刷也採用大豆印刷或水墨印刷。

3.1.2 供應商管理

選擇良好的供應商是食品公司長久營運的關鍵。為了穩定控制產品的品質，我們要求配合之供應商需提供原物料檢驗合格證明，並將符合 SQF (食品安全品質標準)、ISO22000 (食品安全衛生管理系統)、HACCP (危害分析重要管制點)、FSSC 22000 (食品安全系統驗證標準)、GMP (優良製造標準)、TQF (台灣優良食品驗證制度) 等國際認證廠商列為優先選擇。並遵循舊振南公司供應商管理辦法，公司每年依照相關規定評核供應商是否合乎規範：

1. 每年定期安排公司品管和採購人員前往供應商現場實施稽核評鑑，也會不定期安排第三方公正單位前往供應商現場實施稽核，合格者才會被列入該年度的合格供應商一覽表中。
2. 檢測供應商提供之產品是否符合公司以及食品法規之要求，若收貨驗收時發現供應商之產品規格不符合公司原物料規格表就會立即退貨，並開出矯正處理單交由供應商填寫完矯正措施後收回備查。
3. 供應商提供的檢驗項目和報告必須符合 TFDA (台灣食品藥物管理局) 要求，公司會額外定期抽驗廠商原物料去實施確效等動作。
4. 針對每間供應商評分，如數次達不到標準，立即替換供應商。評鑑的級別分為：86~100 分以上列為優良，71~85 分列為良，61~70 分列為持續評估 (如無法在限期內改善重要缺失將會被從該年度的合格供應商中除名)，60 分以下為差 (立即停用)。
5. 隨時預備其他供應商，以免突發狀況需緊急替換供應商。

通過上述初步審核通過的供應商，本公司採購人員會聯繫供應商提供樣品及規格送至品保處，由其檢驗原料之適用性；廠商之樣品若不適用，則取消該次之樣品，並通知廠商改善，待改善完成後，再次執行樣品測試。如此重覆檢驗與改進，直到樣品合格後，才會將之排入生產線試用。因此，本公司向符合公司採購政策供應商進行採購的比例為 100%。

供應商稽核及評鑑結果：

| 國內供應商稽核比率統計 | |
|----------------|------|
| 2019 年有交易總供應商數 | 109 |
| 實地稽核供應商數 | 109 |
| 不合格供應商數 | 0 |
| 稽核比率 | 100% |
| 合格率 | 100% |

2019 年，原物料供應商在食品安全相關認證中符合 HACCP 的有 22 家，符合 ISO22000 的有 21 家，SQF 認證的有 2 家，主要原物料都有取得 ISO22000 & HACCP 的驗證。為了提供給消費者更安心的產品，公司每年持續尋找原物料新供應商，以備原物料來源不中斷，並持續嚴格把關與強化對供應商的管理。

舊振南各項採購皆須符合政府採購法相關程序規定辦理，以達到透明、公開之成效。公司合作供應商皆須符合法規及合約規定，以下為供應商買賣合約說明。

■ 供應商買賣合約

甲方將不定期將乙方交付之產品進行送檢，相關產品檢驗費用將由乙方負責。

| 項目 | 契約內容 |
|-----|--|
| 第五條 | 產品之單價、數量、交貨日期、地點、運送、包裝及其他注意事項均以甲方每次所下訂單內容為準。乙方於接到甲方訂單通知後，應即開始正式製造。 |
| 第六條 | 乙方應按甲方指定之方法包裝、運送，由甲方初步驗收。如乙方製造之產品，因品質瑕疵、包裝不良、數量短少或其他不合約定者，而被甲方退回或拒收時，乙方應自接獲甲方通知時起三日內全部重換送齊受驗。甲方對乙方未依限運回之不合格品不負保管責任，可任意處理或廢棄，乙方不得異議；乙方對此項不合格產品，不得出售於第三者。因退換貨品所發生之各項費用及甲方損失由乙方負擔。因退貨品而致逾原交貨日期者，仍以逾期論。 |
| 第七條 | 原料來源、產品配方及製程條件： 乙方應依照甲方指定或確認之原料來源、產品配方及製程條件開始製造。乙方正式生產後，原料來源、產品配方或製程條件如需更改，應經雙方同意。又乙方於簽定本買賣合約之同時應提出每一產品之原料成份及比例明細及製程步驟給甲方。 |
| 第八條 | 乙方保證其為合格之食品、原物料製造廠商，領有政府核發之有效證照，於本約存續期間並應依法令規定更新、維持各項證照期限。本約原物料全部由乙方負責提供，並應提供產地、來源證明。乙方需附上公司登記表及工廠登記證號予甲方。 |
| 第九條 | 批號登記：乙方應登記產品之生產批號於產品包裝上並應於出貨單上註明。 |
| 第十條 | 原料(含成品)驗收規格及品質異常罰則： 成品品質規格 - 乙方所提供之各項產品均不能含有防腐劑及霉菌之成份，及違反政府食品法規之規定(含添加物的使用需於中華民國政府相關法令之標準內)。或其他異物。 檢驗報告 - 乙方所交付之各項產品，乙方需於每季(1 月、4 月、7 月、10 月之十號)前提出經政府核准之檢驗機構所核發之相關檢驗報告，檢驗項目：防腐劑三項、丙酸、大腸桿菌及大腸桿菌群以及農藥殘留、黃麴毒素。 |

3.2 原物料管理

維護產品的安全需由源頭管理做起，而原物料即是產品安全的源頭。舊振南公司對食品安全的掌控採源頭管理，從供應商的最上游開始做溯源管理的嚴格把關。同時，每年採購人員與品管人員會事先預告及不定時地訪查供應商，以期對他們能有更深的認識，並確保能持續地提供安全無虞之原料，凝聚並強化日後雙方繼續合作的共識。

3.2.1 原物料使用

■ 健康食品

舊振南除了重視食品安全、衛生，我們堅信營養是健康的基礎，而健康是人生最大的幸福。本公司所有產品絕不添加防腐劑，去除氫化油、人工甘味劑，並減鹽(預防高血壓)製作，產品之營養標示在每 100g 標示下，鈉含量指數性質都屬於極低鈉產品(低鈉產品為每 100g 重的產品鈉含量低於 120mg 以下)。目前本公司自製產品為中、低鈉含量之產品約總產品數量的 80%以上。

奶油部份，於製程中所使用的奶油皆屬於天然，100%牛奶製成，並無使用人造奶油。天然奶油的反式脂肪可預防肥胖、動脈硬化、抗癌等作用，這些作用歸功於天然反式脂肪中的共軛亞麻油酸 (CLA) 成分，對健康無負面影響。

綠豆仁部份，綠豆基本上分為油綠豆及毛綠豆，其中又以油綠豆為最大宗，最大產地為緬甸及澳洲，早期泰國油綠豆數量也很多，近年來數量減少且品質參差不齊；而毛綠豆以印尼為最大宗且品質與台灣毛綠豆最為接近，其香氣較油綠豆更香醇，口感也較為鬆軟。所以本公司即採用從印尼進口毛綠豆仁為綠豆椪製造頂級原料，製造出最好的產品。

本公司於 2019 年度使用之原物料(使用在銷售量較高的商品)

| 原物料 | 使用量 |
|------|-----------|
| 無水奶油 | 52,230kg |
| 麵粉 | 153,956kg |
| 豬後腿肉 | 14,573kg |
| 無鹽奶油 | 30,100kg |
| 有鹽奶油 | 20,050kg |
| 綠豆仁 | 18,120kg |
| 鹹蛋黃 | 790,070 粒 |

註：上表為本公司 2019 年，使用在銷售量較高的商品之主要原物料。

■ 高標準原物料檢測

本公司相當重視食品安全，定期將不同原物料抽樣送交 SGS (台灣檢驗科技股份有限公司) 及騰得姆斯等第三方公正單位檢驗，檢驗項目如一般微生物、農藥殘留、黃麴毒素、防腐劑、漂白劑、人工甘味料等，確保原物料使用之添加物都在標準值以內，嚴格杜絕不良品進廠。



※ 舊振南 SGS 安心平台：

https://msn.sgs.com/VIP_zone.aspx?cstno=WTF0cktqZmkyR2F3U2tmZlhzVkZsZz09#bg

3.2.2 原物料及包材溯源管理

舊振南購買的原物料及包材，皆會要求供應商提供其上一層製造商之資訊，並登錄公司內部系統，掌握其原料來源，同時配合政府食品追溯管理資訊系統之政策推行，以期提供給消費者安心食用產品。透過進貨記錄、現場標示卡、領用紀錄、投料紀錄、分裝紀錄、出貨單...等多種表單進行即時的紀錄，實施溯源管理。本公司已於 2018 導入 ERP 系統，進行少紙化管理，將表單紀錄全轉為系統紀錄。

3.3 食品管理精進

3.3.1 食安把關

「民以食為天，食以安為先」，舊振南身為食品製造業，一直把產品品質放在第一位。為確保產品品質穩定安全無虞，公司嚴格遵循 HACCP 規範，設立自主品管實驗室，嚴格執行產品品質、衛生安全管控，致力於品質管理及衛生安全的提升。

■ 人員、器具及環境檢驗

為確保食品衛生安全，生產過程中除原物料本身是重要關鍵外，人員、器具以及環境亦扮演關鍵角色。以下分別針對人員、器具及環境檢驗做更進一步的說明：

1. **現場作業人員**：每位產線人員進廠區前都必須先經過手部清潔的動作才能將浴塵室的門開啟。品管人員會定期進行人員手部塗抹來確認現在作業人員清潔度是否落實。另外，公司亦會對人員進行每年例行之健康檢查。
2. **器具及機械**：每項會接觸到食品的器具及機械，包括內包裝區的各式機台、生產用的各式烘烤器具在每天使用前，作業中，均需經過酒精擦拭消毒。使用過後的器具會先進行清洗，再送入高溫消毒箱殺菌烘乾。品管人員會使用 ATP 冷光儀去查核機台設備於作業中和清潔後的清潔度是否有達到標準。
3. **廠區環境**：從原物料倉儲區、生產製餅區、冷卻室到內包裝區，每區域均設有不同的檢測標準，確保每項產品的品質穩定一致，以下針對不同檢測內容做更詳細的說明：

A. 空中落菌數

公司於廠區環境中會定期放置培養皿，培養皿裡放有培養基收集落菌數，將培養基送驗，確定廠區環境有符合高標準 (例如：每 15 分鐘落菌數不得超過 15 CFU / 培養皿)。

B. 恆溫恆濕環境(例如:溫度標準：21°C±4°C；濕度標準：≤75%RH)

從原物料倉儲區到生產製餅區、冷卻室、內包裝區，每個地區均設有溫溼度測量儀，由每個區域的操作人員確認當下的溫溼度落在合格的標準內，若發現溫溼度超出標準則需要立即透過空調系統調整，確保每項產品的品質穩定一致。

C. 水質檢測

公司每年會請第三方公正單位來現場採樣送驗一次，確認工廠水質符合飲用水衛生標準。截至目前為止的每次檢驗均符合標準。公司同時也會定期自主性檢驗水質，確保水質的標準。

■ 高規格成品安全檢驗

舊振南公司為使消費者能安心選購公司產品，除了原物料檢驗外，對於成品部份，除了在生產包裝過程在如同藥廠等級的無塵室環境內進行，並經過高靈敏度的金屬檢驗機檢測通過，確認產品安全無虞才能入盒包裝、出貨；並依據產品風險特性抽樣至第三公正單位進行檢驗，檢驗項目如生菌數、大腸桿菌、大腸桿菌群、農藥殘留 311 項、黃麴毒素、防腐劑 13 項、戴奧辛、多氯聯苯、塑化劑、重金屬、漂白劑、人工甘味料、三聚氫胺&廠區水質

檢驗 (PH 值、大腸桿菌、大腸桿菌群、自由有效餘氯、總菌落數、重金屬) …等，檢驗項目都需符合規範，沒有超標。

2018 年起，凡本公司送往 SGS 檢驗的產品各項報告均放置於 SGS 安心平台，此平台是由 SGS 維護，消費者均可自行於平台上查閱。(舊振南 SGS 安心平台網址：http://twap.sgs.com/sgSSIP/VIP_zone.aspx?cstno=WTF0cktqZmkyR2F3U2tmZlhzVkZsZz09#bq)

■ 實驗室設置

為維護消費者食品安全，廠區及其所生產食品均 100% 受到完善食品衛生安全評估與管理。本公司於 2017 年 12 月成立自主品管實驗室，聘用具專業能力之檢驗人員，加強各項原物料及食品品質檢驗措施，確保出貨品質，為消費者提供更嚴密的食品安全把關。



■ 衛生講習及課程

本公司定期聘請外部講師向同仁說明最新食品法規、衛生管理、食品營養標示等重要規範課程，並全額補助品保人員參與食品安全外訓課程，如：HACCP 初階班、HACCP 進階班、儀器校正、稽核員課程……等等。

對於新進人員管理，報到前都要事先提供膳型體檢報告，並告知服裝儀容標準條件(指甲/工作鞋/制服/香水/指甲油等事項)。報到後，由權責人員與管理人員教導工作上應注意之事項及進入現場的清潔消毒步驟，始可進入生產線進行工作。生產單位主管隨時注意新進人員是否遵行規範，若有違反衛生標準時將予以導正，以養成生產製程人員的衛生習慣。

3.3.2 食安認證

舊振南公司矢志成為消費者值得信賴的食品公司，建立完善的品保制度，於 2016 年 9 月起導入國際標準 ISO22000 食品安全衛生管理系統驗證及 HACCP 危害分析重要管制點，制訂 79 個產品的作業流程標準，以及重要「管制點」；於 2017 年 5 月全面落實管制點管理，以達到食品不良率≤3.50%及食品安全零召回為目標，並於 2017 年 7 月通過雙重驗證。

公司於 2018 年 6 月中旬 ISO22000 及 HACCP 複驗通過，並於 2019 年通過 FSSC22000 驗證。我們所提供予消費者的各項產品，其營養標示與說明皆符合相關法規規範。

麵粉 (高筋 / 中筋 / 低筋)

| 認證 | 數量比重 |
|----------|------|
| ISO22000 | 100% |
| HACCP | 100% |
| HALAL | 100% |
| TQF | 100% |
| SQF | 100% |

沙拉油

| 認證 | 數量比重 |
|-------------|------|
| FSSC 22000 | 100% |
| SQF Level 3 | 100% |

砂糖

| 認證 | 數量比重 |
|----------|------|
| ISO22000 | 50% |
| TQF | 25% |

| | | |
|---|---|---|
|  |  |  |
| ISO22000 | ISO 9001 | HACCP |
|  |  |  |
| TQF | FSSC22000 | SQF |

■ 落實產品標示

本公司確實執行針對每項產品揭露必要之資訊，在每項產品之商品包裝上皆詳列各種原料、成分、有效日、儲存條件等重要資訊，使消費者能清楚知道產品之成分與存放方式、期限，並提供消費者服務專線，為所需之顧客耐心地一一解答。

舊振南 2019 年所有商品皆抽樣送驗並通過檢測，產品標示比例為 100%，無違反「食品安全衛生管理法」標示不實之違規案件。

3.3.3 客戶滿意

「注重顧客服務品質」是舊振南公司的核心價值之一，從產品標示開始到行銷廣告、顧客服務，都是我們和消費者溝通的管道。本公司非常重視客戶的聲音，提供消費者與公司暢通的溝通聯繫管道，除基本的客服專線外，消費者亦可透過各據點銷售員、電子郵件、FB 粉絲專頁、Instagram、LINE@等方式來表達意見。當接獲客戶反應，定於當日受理及答覆，也定期分析與檢討，以期提供客戶最滿意的產品與服務。

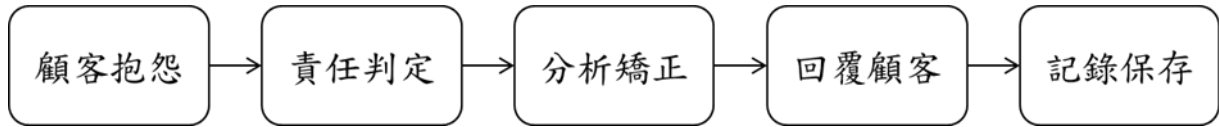
| | |
|-------------|--|
| 客服專線 | (07) 701-5186 |
| 電子郵件服務信箱 | service_jzn@jzn.com.tw |
| Facebook 平台 | 舊振南餅店 JZN Taiwan Pastry 舊振南漢餅文化館 Jiu Zhen Nan Han Pastry House |
| Instagram | @jzntaiwanpastry @jiuzhennanpastry |
| LINE 通訊軟體 | @jzn1890 |

對於消費者的保護，公司有投保產品責任險，消費者購買舊振南系列商品皆受到產品責任保護，提供保險期間內最高 60,000,000 元理賠金。

為滿足客戶認同的價值與需求，提升客戶對公司整體的滿意度，強化顧客對公司的忠誠度，公司每年皆定期實施「客戶滿意度調查」，其內容涵蓋「產品運送(交期)」、「產品品質」、「客戶服務」、「客戶建議」等四大項。基於每年度之客戶滿意度調查之趨勢及客戶建議，本公司責成相關單位做出改善計劃與調整，以符合客戶對我方之期許，並持續深耕，以達到雙贏之目標並建立長久之客戶關係。

■ 客訴受理及回應申請程序

發生客戶申訴事件時，由客訴承辦人員建立個案，進行申請內容調查，通報主管，並在時效內提供解決方案。如案件需轉派相關單位，承辦人員需持續追蹤回覆進度及處理結果，最後做結案檢討記錄。



四、環境永續

氣候變遷造成的全球災害日益嚴重。身為食品製造業的舊振南公司體認有義務加強管理及重視環境保護議題，推動落實節能減碳，朝低碳企業方向不斷努力。為減少環境負擔，保育生態，本公司向來配合政府推行環保政策，對環保維護工作不遺餘力，除了實施環境管理及環保設備檢查外，針對各項使用能源、電量、用水量、廢棄物產生量...等相關項目，建立指標並予以隨時監控。

4.1 環保永續

4.1.1 環保設計

因舊振南為食品產業，包材不會回收再利用，隨著環保消費意識抬頭，近年來本公司陸續將旗下產品塑膠包裝容器全面改為 PLA 容器以減少石化材料的使用，PLA 可自然分解，在兼顧衛生的同時，也能為環境保護盡一份心力。在產品包裝上，依環保署「限制產品過度包裝」法規審核，力求包裝減量，以避免產生過度廢棄物，環保救地球。

■ 貨品儲放設備-環保材質

工廠區內部的貨品儲放區，本公司選用廢保特瓶 PE 瓶蓋(約 5,605 個)製造出來的塑膠棧板，放在工廠供貨品墊底使用，其強度與耐用度都與用新料做成的棧板相同，取消使用木製棧板，以減少森林砍伐，有效降低溫室效應的威脅。



■ 食品包裝容器-環保材質

本公司配合政府綠色環保訴求，陸續將塑膠內包裝、試飲杯容器全面改為 PLA 容器以減少石化材料的使用，PLA 可自然分解，不會產生有毒物質或造成環境負擔。



■ 禮盒包裝容器-環保材質

在禮盒的外包裝容器方面，部份的商品禮盒也採用環保無毒可回收 PP 簾及再生紙板作為商品包裝。

環保再生紙板

2019 年榮獲 iF 設計獎的喜事好合禮盒，禮盒基底的灰紙板採用廢紙為原料，經過圓網機所抄成之再生紙版，送禮之餘又兼具循環利用的環保意識。



PP 塑膠仿藤提籃

禮饗好年提籃採用環保塑膠 PP 製成，具有無毒可回收的特性，並通過 SGS 食品容器檢驗，貼近自然質感，美觀耐用。耐熱可至 100 度並能水洗再利用，與一用即丟棄的包材，更具循環使用的環保意識。



■ 各式包材及印刷品-FSC 紙品、環保油墨

產品採用大豆油墨印刷與水墨印刷。大豆油墨 (Soy Ink)，是以大豆油為材料所製成的工業印刷油墨。相較於傳統以石油為材料的油墨，大豆油墨被認為較為環保而且利於廢紙回收再生工程，在印刷上也具有色彩鮮明及省油墨的優點。水性油墨是一種環保型油墨，含有很少有機溶劑，沒有揮發性有機物(Volatile Organic Compounds, VOCs)污染排放問題。



森林管理委員會 (Forest Stewardship Council，以下簡稱 FSC) 主要成立宗旨是藉推動其永續森林驗證標章之使用，來鼓勵對森林之永續經營管理與使用。FSC 的木業產品(含紙張)是對"森林友善"的產品。

目前本公司相關文宣 DM，自 2014 年起均已採用 FSC 紙品以及環保油墨印刷，兼顧環保與美感，如：2019 年春節檔期等宣傳 DM。

■ 減少產品重量與包裝材料

依環保署「限制產品過度包裝」法規執行，禮盒縮減非必要空間係數，力求包裝輕量化，避免產生過多廢棄物。



因應市場趨勢與環保需求，將產品產型縮小，避免浪費。



■ 行銷活動-邀請顧客一起環保愛地球

舊振南今年歡度 130 週年慶，為履行企業社會責任，為環境永續貢獻心力，舊振南希望將植樹、綠生活的態度傳達給更多的人們。因此計畫將舊振南「綠色小禮」分送給眾多的消費者，預計送出 4,000 份「綠色小禮」，讓更多人與舊振南為了地球共襄盛舉。

由再生紙與天然植物纖維紙漿包裝而成的羅勒種子球株苗，種子球植入土壤後，於羅勒慢慢成長時，紙漿便會分解回歸土地，不會對環境造成任何傷害。



■ 員工制服-環保材質

本公司員工制服選用咖啡渣環保機能紗線製成的衣服，其材質特性：異味控制、速乾、紫外線防護及涼感，且每件衣服袖口上皆會標示是用多少咖啡渣及寶特瓶等等之環保材質製作而成。



4.2 環境保護

本公司為提升能源使用效率，落實節能減碳政策，內部推動各種節約能源措施，除提醒員工養成隨手關燈習慣外，空調溫度設定 25~26 度，照明設備全面汰換成節能燈具(LED)，並使用省水馬桶。

■ 節能減碳

在節能減碳部份，本公司具體行動：

■ 綠建築企業總部-舊振南漢餅文化館

2016 年落成的漢餅文化館暨企業總部採綠建築概念建造，位於高雄市大寮捷運站前，建物主體具有良好的自然通風及採光，四週除了植物栽種的綠化設計，為減少用電及碳排放，除了內部採用節能燈具，也於頂層設置隔熱層、全熱交換器、採用透水鋪面，並建置太陽能設備，每年發電量達 23,800 度，減少碳排放 14,600 公斤；漢餅文化館於 2017 年 12 月獲得「黃金級綠建築」標章，2019 年 12 月榮獲「2019 綠建築榮譽獎」。



■ 臨廣加工出口區-漢餅工廠

2016 年落成的國際標準工廠，內部建有太陽能光電板、LED 節能燈具、兩段式馬桶、感應式小便斗、腳踏水龍頭等。2019 年，工廠推動太陽能板專案，所產出之電力每月回饋廠區新臺幣 12,000 元，一年共可回饋新臺幣 144,000 元。



■ 台灣綠色生產力基金會節能輔導

2016 年委託台灣綠色生產力基金會輔導企業總部及工廠節能減碳，包括提醒員工隨手關燈、空調溫度設定 25~26 度、使用省水馬桶及全面更換 LED 節能燈具，減少電力之使用。



■ 啟動 30 年植樹造林計劃

2018 年 5 月，舊振南與臺大實驗林合作，啟動 30 年「減碳森活·從心開始」植樹造林計劃，於南投水里鄉植栽 10 公頃 15,000 棵珍貴的台灣原生種肖楠，每年減碳 67.92 公噸，以實際行動種樹愛護地球，除落實企業綠色環保理念，也象徵百年企業傳承的意義，為環境永續經營盡一份心力。希望這樣一個追求永續環境的精神，可以號召更多的人加入一起永續愛地球，為後代子孫致力打造環境永續的居住環境！



■ 產品碳足跡驗證

在產品生產部份，本公司透過碳足跡分析，證明致力於減少日常營運對環境影響的努力。2017 年公司明星商品「鳳梨酥」，通過碳足跡認證，從原料開採到廢棄處理過程所產生之碳排放量，通過 SGS 碳足跡查證，獲頒碳足跡證書，取得 190g 碳足跡標章；2018 年則是四款 75 g 招牌綠豆椪，通過 SGS 碳足跡驗證。2019 年取得 170g 杏香酥碳足跡標章。



■ 響應 Earth Hour 關燈 1 小時

自 2013 年起每年參與 Earth Hour，響應全球同步關燈 1 小時公益活動，藉此公益活動的參與，表達共同愛護地球村及環保維護的重視。



2019 年，所有商品、原物料或人員的運輸等均無造成重大環境衝擊影響。

■ 能源管理

在能源使用部份，由於柴油長時間作為能源使用，容易增加溫室氣體的排放，額外準備的儲油槽更會危及人員在工作上的安全，因此本公司工廠自 2016 年開始改用天然瓦斯作為替代的能源。2019 年，本公司使用能源以電力為主，其次是天然氣；電力使用量為 699,897 度，佔能源總耗用量 65%，天然瓦斯耗用量為 35,551 度，佔能源總消耗量 35%。

工廠能源耗用統計表

| 能源類別 | 單位 | 2017 年 | 2018 年 | 2019 年 |
|-------------|---------|-------------|-------------|-------------|
| 直接排放 | | | | |
| 天然瓦斯 | 度 / 年 | 31,194 | 33,329 | 35,551 |
| 間接排放 | | | | |
| 電 | 度 / 年 | 628,416 | 658,877 | 699,897 |
| 合 計 | | | | |
| 能源總耗用量 | MJ | 3,438,130.7 | 3,625,921.4 | 3,842,334.4 |
| 能源強度 | MJ/千元營收 | 9.72 | 9.31 | 8.85 |

在水資源部份，本公司取水源主要來自南化水庫，經自水廠直接供應給臨廣工業廠區使用，並無對當地水源有重大之影響；2019 年公司自來水總用水量約為 5,276 度，因業務關係，舊振南非用水大戶，取用水量有限，不因取水而影響水源，故無進行水資源回收，亦無裝置污水處理設備。

4.3 污染防治

舊振南公司在廢棄物管理上依循「事業廢棄物貯存清除處理方法及設施標準」第四十三條規則，建立廢棄物管理辦法，落實運作與持續監控及改善。公司之廢棄分類，主要分為「一般廢棄物」、「食材資源回收廢棄物」。廠內一般廢棄物均委由高雄市政府環境保護局南區資源回收廠辦理，並委託合法清除機構將廢棄物運至資源回收廠，2019 年投入經費 45,612 元處理廢棄物及辦理相關環境保護工作；2019 年無有害廢棄物產生，並且無發生重大環境洩漏污染事件。

■ 降低食品報銷率

為降低食材浪費，善加利用資源，提升可再利用價值，「食材資源回收廢棄物」則委由屏東縣政府檢核通過的廢棄物再利用廠商進行回收。由公司與合作廠商簽訂廢棄物用途僅限於製作飼料，所有損耗產品都會經過熬煮過後拿去餵豬，不會銷毀當成垃圾處理，並由公司每年定期前往廠商檢核。2017 年產品報廢率設定為工廠總生產量的 4%，實際損耗率則為 2.75%，2018 年度產品損耗率目標將調降為總生產量的 3.75%，實際損耗率則為 1.47%，2019 年度產品損耗率目標將調降為總生產量的 3%，實際損耗率則為 1.64%。2020 年產品損耗率目標將調整為總生產量的 3.00%。

■ 環境申訴

本公司對於工作環境，不僅要求符合相關法令並致力於跟隨國際先進國家之環保及安全衛生標準，承諾提供及維持一個符合法令、環保與安全衛生並重的工作環境，於 2019 年並無發生與環境有關之申訴情事。

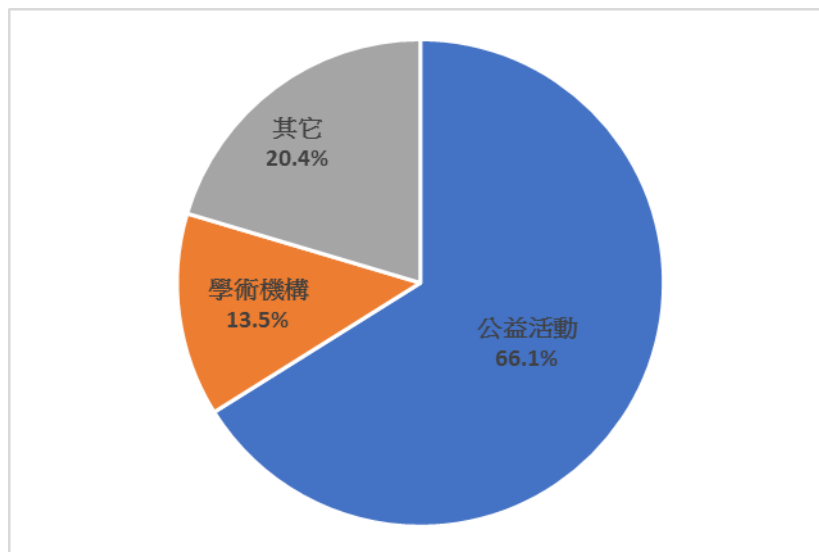
五、社會參與

舊振南公司一直以來都相當重視企業應有的社會責任與使命，除了提供消費者優質、信賴又營養的產品、重視環境保護、創造幸福職場、照顧員工外，也積極參與社會公益、關懷弱勢等活動，並與在地大專院校合作，培育人才。我們落地生根在台灣這塊土地，對這社會具有使命感，了解在社會各個角落有許多需要協助的人們，不管是災民、獨居老人、身心障礙人士或低收入戶等，充分運用公司資源，長期且持續參與捐贈或贊助計畫。

2019 年度投入社會參與經費達 358 萬

2019 年參與公益慈善及贊助學術機構 (人才培育) 活動總計 15 項，回饋贊助金額達 358 萬元，其中公益活動佔 66.1%，學術機構佔 13.5%，其它占 20.4%，這些捐贈對社會弱勢團體的協助、藝文提升、學術研究、人才培育，都有所貢獻。

2019 年公益贊助款分配比率



近三年，公司投入公益贊助經費如表：

| 贊助類別 | 2017 年 | 2018 年 | 2019 年 |
|------|------------------|-----------------|-------------------|
| 公益慈善 | 1,072,948 (20%) | 2,713,465 (40%) | 2,363,665 (66.1%) |
| 學術機構 | 3,922,000 (73%) | 3,265,393 (49%) | 483,099 (13.5%) |
| 其他單位 | 350,000 (7%) | 733,532 (11%) | 730,000 (20.4%) |
| 總金額 | 5,344,948 (100%) | 6,712,390(100%) | 3,576,764(100%) |

5.1 公益慈善

舊振南始終秉持著「取之於社會、用之於社會」，持續參與各項公益活動，回饋社會並為促進地方繁榮盡一份心力。公益慈善主要參與方式主要分為兩種，一為產品物資捐助，另一種為現金捐助。

■ 挺伊甸慢飛天使·獻愛一整年

舊振南自 2013 年開始伊甸基金會弱勢兒童服務計劃，至今捐助超過 200 萬元，幫助了 1,400 個慢飛天使家庭，提供 6,655 人次早期療育服務，讓慢飛天使能在 0~6 歲黃金療育期得到完整的協助。

2018 年起，舊振南更擴大計畫規模，啟動「愛幸福·伊甸慢飛天使圓夢計畫」，每售出一款喜餅禮盒，就捐款 5 元予伊甸慢飛天使圓夢計畫，讓每對結婚的新人除了分享新婚的喜悅，還可一起將愛傳遞出去，讓慢飛天使的家庭感受到「愛」與「幸福」。至 2019 年底為止，總計捐贈 1,448,900 元。



2019年5月4日，伊甸基金會為募集弱勢兒童服務經費，於高雄市國立師範大學演藝廳舉行2019「相信有愛、慢飛無礙」感恩音樂會，以音樂、歌曲和舞蹈多元演出；7月26日，舉行「愛與夢想」畢業典禮。舊振南也一同出席慈善音樂會活動以及畢業典禮，藉此讓更多民眾看見特殊家庭的需要。



2019年，舊振南啟動「愛幸福志工服務計畫」，鼓勵同仁在工作之餘投入社會服務，透過身體力行體會「施比受更有福」的真義，未來更能持續付出關懷，為社會帶來更多溫暖。2019年，總計志工時數1,340小時，換算平均每位員工付出9小時志工服務。

在今年春節前夕，舊振南邀請伊甸基金會鳳山早療中心的慢飛天使及他們的家人，前來漢餅文化館進行春節活動，管理不同仁與慢飛天使們一起寫春聯、拓印紅包，以及手作漢餅。慢飛天使也用歌聲、笑聲、感恩的話，向長期支持、愛護他們的企業表達感恩，期盼每一位慢飛天使都能在大家的細心呵護下，平安健康長大。

3 月時，舊振南同仁特別利用週末假期，南下屏東縣東港早療中心，擔任油漆志工，協助內部空間粉刷，期盼孩子們能享有更舒適的學習環境。



■ 宗教、弱勢與偏鄉關懷

1. 春節、中秋公益回饋

舊振南每逢佳節，為了讓更多弱勢家庭、團體，及偏鄉小朋友能品嚐漢餅美味，感受佳節喜悅，總會分享給相關慈善團體作為公益回饋。今年，舊振南員工們，特別至高雄市無障礙之家，共同度過元宵佳節。今年特別分享至佛光山、伊甸基金會、創世基金會、永安兒童之家、長泰教養院、中山工商、中山附中、中義國小、溪寮國小...等相關公益團體及大寮地區鄰近學校。



2019/02/18 高雄市社會局無障礙之家-慶元宵

2. 高雄市捷運公益路跑(2019/12/01)

舊振南贊助「2019 高捷公益路跑活動」，與光陽工業、聯邦銀行、台灣虎航等多家企業，共同攜手傳愛，活動結餘金額由高捷公司捐予創世基金會。今年公益路跑在百世新天地十鼓文創園區登場，總計 3,102 位跑者參與。



3. 佛誕餅

被譽為佛教盛事的佛誕節，每年總是吸引眾多信徒前往參與佛誕節浴佛法會。本公司自 2007 年開始，每年總會提供佛光山及各分院佛誕餅，至今已捐贈將近 5 萬顆佛誕餅，讓前來參加法會的信眾，藉由浴佛洗滌心靈，並可獲得佛誕餅，祈求人人心靈平安、吉祥如意，也為舊振南全體同仁祈福保平安。2019 年佛誕節，贊助佛光山本山、慧慈寺、南屏別院、普覺寺等佛誕餅共計 12,000 顆。



5.2 社區影響力

舊振南長期深耕高雄，身為社區長期可靠的大家長，我們重視與社區的連結與互動，運用企業豐沛的人才與資源，積極發展社會參與關係。2019年，在全體員工熱情的投入之下，舊振南的社會參與總額達585萬，為企業盈餘的9.7%，以實際的行動與資源投入，支持地方的繁榮與發展。

■ 親子活動

■ 學齡前「親子英語唱跳班」

2018年7月開始，漢餅文化館於每周三上午，提供大寮附近居民免費的英語互動課程，作為大寮週邊社區的親子交流平台，讓經濟弱勢的孩童能夠得到英語學習機會。至2020年1月底為止，總計舉辦共82場，累計參與共2,435人次。



■ 春節、中秋「胖叔叔說故事」活動

延續過去五年與高雄市立美術館合辦的「胖叔叔說故事」活動，2019年仍依照往例在兒童美術館舉行，邀請高雄地區的大朋友及小朋友們來聽故事。今年春節故事，是以「耳朵的幸福·嘴巴的滋味」做為年節故事，舊振南則是提供棗枝給來參與的小朋友，做為傳統文化所要傳達的「喫甜甜，好過年」過年氣氛。中秋節，則是以「嫦娥奔月」、「竹林公主」，作為主題，舊振南讓參與活動的孩子們皆能品嚐蛋黃酥月餅的美味。



■ 母親節，「美麗濃情不凋花 DIY」活動

漢餅文化館於母親節前舉辦「美麗濃情不凋花 DIY」體驗活動，邀請民眾親作一份濃情花盆，表達對媽媽滿滿的愛。



■ 兒童節，「兒食技藝·舊來畫畫」體驗活動。

在 4 月 4 日兒童節，於漢餅文化館舉辦兒童寫生活動。除了完成寫生作品，還可至烘焙教室體驗迷你綠豆椪手作烘焙，體驗美好的親子時光。



■ 藝文贊助

支持國內藝文團隊，延續文化薪火；並長期與 NSO 國家交響樂團、高雄市政府文化局、高雄市立美術館、巴洛克獨奏家樂團等單位合作，贊助世界級展演，提供頂級藝文饗宴，提升高雄人精神生活。

■ 參加「2019 高雄設計節」活動

「2019 高雄設計節」於駁二藝術特區登場，今年以「Rethink 設計大高雄」為題。除駁二的展覽外，高雄設計節同時以「創意逛大街」與在地 60 個文創店家做串連，舊振南漢餅文化館也參加了文創店家串連活動，傳播漢餅文化之美。



■ 贊助國家交響樂團《From Formosa 音樂展演》演出

2019 年，舊振南贊助 NSO 國家交響樂團進行海外演出，支持國內藝文團體得以站上國際舞台，此外，NSO 國家交響樂團全年度辦手禮也使用舊振南產品。



■ 贊助巴洛克獨奏家樂團 X 五嶋龍《崇高之美》演出

舊振南長年贊助在地藝文團體—巴洛克獨奏家樂團演出，2019 年也贊助其與國際小提琴家五嶋龍在台灣的公演。



5.3 人才培育

人才，是舊振南公司最重要的資產，我們相信「唯有員工成長」，公司才得以永續成長。公司透過多元化的教育訓練及學習環境，促進全體同仁職能的提升，造就卓越的經營團隊，強化公司的競爭優勢。

5.3.1 產學合作，深耕校園

由於產業環境變動快速及服務業特性，為避免人才供需不平衡日趨嚴重，舊振南識別各職缺人才來源管道，並訂定相對應的人才策略。歸納出深耕校園是公司極為重要的人才招募重點。因此，秉持著回饋在地以及培育人才的精神，近年來積極與銷售據點所在地之各大專院校配合招募人才及產學合作（中山大學、高雄餐旅大學、高雄應用科技大學、高雄第一科技大學、實踐大學），提供青少年工作體驗機會，並且透過企業實習（德明財經科技大學、文藻外語大學、和春技術學院、屏東科技大學），讓學生透過實境與職場體驗，協助其穩定的職涯發展與核心就業力的養成，協助培訓人才技能。近年來與共全台 10 間大專院校合作提供學生實習機會，累積實習人數達 84 人，晉用人數已達 24 人。

近三年，各校實習人數統計：

| 學校單位 | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
|----------|--------|------|------|------|------|------|
| | 實習人數 | 晉用人數 | 實習人數 | 晉用人數 | 實習人數 | 晉用人數 |
| 和春技術學院 | 8(外籍生) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 高英工商 | 2(新住民) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 文藻外語大學 | 3 | 0 | 5 | 0 | 7 | 0 |
| 德明財經科技大學 | 5 | 1 | 8 | 1 | 6 | 3 |
| 樹德科技大學 | 0 | 0 | 0 | 0 | - | - |
| 高雄第一科技大學 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 高雄科技大學 | 2 | 2 | 10 | 1 | 1 | 0 |
| 高雄餐旅大學 | - | - | - | - | 2 | 0 |
| 屏東科技大學 | - | - | 2 | 0 | 4 | 1 |
| 國立中山大學 | 2 | 0 | 1 | 0 | 2 | 0 |
| 總計 | 23 | 3 | 26 | 2 | 22 | 4 |

■贊助女排選手•培育體育人才

舊振南捐贈國立中山大學「女排運動獎學金」，這是全國第一個由企業捐贈的入學獎學金，中山大學女牌校隊中，有多位來自單親、清寒家庭學生，為練球參加比賽放棄打工機會，幸好有公司的贊助及校方提供獎學金的支持，同學可以無後顧之憂的專心比賽。



■ 國立中山大學舊振南品牌研究中心

2017 年，舊振南提供一千萬元成立「中山大學舊振南品牌研究中心」，推廣與研究品牌議題，同時也協助中山大學建置軟硬體、提供獎助學金，為南台灣第一個頂尖大學與企業共同創設的品牌研究中心。



■ 舊振南品牌趨勢論壇：

舊振南品牌研究中心自 2017 年 10 月起開始舉辦「品牌趨勢論壇」(Brand Trends Forum, BTF)，至 2019 年共舉辦 11 場論壇，總參與人數高達 2,126 人，場場爆滿，總共邀請了 20 餘位產業界知名人士，向南部企業人士及年輕學子分享企業品牌發展的實務經驗，受到非常大的迴響及鼓勵，各大媒體也爭相報導，共計有 43 篇露出；2018 年開始，也與《天下雜誌》合作，於其官網開設專欄進行報導，專欄文章總瀏覽數高達 103,691 人次。



| 活動日期 | 品牌趨勢論壇主題 | 邀請來賓 |
|------------|----------|--|
| 2017.10.27 | 新媒體·新公關 | <ul style="list-style-type: none"> □ 主講人 王馥蓓 (奧美公關董事總經理) 許景泰 (SmartM 世紀智庫創辦人) □ 與談人： 蔡文智 (馬玉山食品工業股份有限公司執行總監) |

| 活動日期 | 品牌趨勢論壇主題 | 邀請來賓 |
|------------|--------------|--|
| 2017.11.17 | 新零售·新通路 | <ul style="list-style-type: none"> □ 主講人 楊明芳 (91APP 總經理) 林惠君 (亞馬遜全球開店台灣區總經理) □ 與談人： 郭美璘 (聚和國際股份有限公司經理) 李立元 (舊振南食品股份有限公司營運長) |
| 2017.12.28 | 新三創：創客、創業、創新 | <ul style="list-style-type: none"> □ 主講人 程天縱 (創客創業導師) □ 與談人： 何飛鵬 (城邦媒體控股集團首席執行長) |
| 2018.03.09 | 品牌與公關危機 | <ul style="list-style-type: none"> □ 主講人 盛治仁 (雲朗觀光集團總經理) 沈春華 (金鐘主播主持人) □ 主持人 廖達琪 (國立中山大學政治學研究所教授) |
| 2018.06.01 | 品牌與國際行銷 | <ul style="list-style-type: none"> □ 主講人 隋台中 (興勤電子總裁) 陳英俊 (康揚行動輔具董事長) □ 與談人 曾光華 (國立中正大學企管系教授) |
| 2018.09.28 | 品牌、文創、生活風格 | <ul style="list-style-type: none"> □ 主講人 陳立恆 (法藍瓷股份有限公司總裁) 林安鴻 (品家家品董事長) □ 主持人 尤子彥 (商業周刊副總主筆) □ 與談人 曾光華 (國立中正大學企管系教授) |
| 2018.11.14 | 音樂之旅：與曾宇謙面對面 | <ul style="list-style-type: none"> □ 主講人：曾宇謙 (音樂家) □ 與談人：焦元溥 (樂評人) □ 主持人：李美文 (國立中山大學藝文中心主任) |
| 2018.12.21 | 品牌·成長與永續 | <ul style="list-style-type: none"> □ 主講人 葛望平 (歐萊德董事長) 李永川 (雅博股份有限公司董事長) □ 主持人 尤子彥 (商業周刊副總主筆) |
| 2019.03.15 | 品牌與時尚 | <ul style="list-style-type: none"> □ 主講人 官政能 (實踐大學榮譽講座教授) 李靜芳 (遠東零售暨規劃總部執行長) □ 主持人 賴香菊 (台灣師範大學國際時尚 EMBA 執行長) |
| 2019.05.09 | 心靈畫境 | <ul style="list-style-type: none"> □ 主講人 李萬全 (旅法畫家) □ 主持人 林芬慧 (國立中山大學舊振南品牌研究中心主任) |
| 2019.05.17 | 品牌 X 運動行銷 | <ul style="list-style-type: none"> □ 主講人 陳尚義 (柏文健康事業股份有限公司董事長) 程鯤 (歐都納股份有限公司董事長) |

| 活動日期 | 品牌趨勢論壇主題 | 邀請來賓 |
|------|----------|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> 主持人 林芬慧 (國立中山大學舊振南品牌研究中心主任) |

此外，國立中山大學舊振南品牌研究中心也參與及贊助校內外學術藝文活動。

| 日期 | 活動名稱 | 說明 |
|---------------|-------------------------|--|
| 2018.03.18 | 程天縱新書發表會 | 前中國惠普副總裁、創客創業導師程天縱先生，高雄新書發表會，共約 200 位賓客參與。 |
| 2018.04.6~7 | 中山大學劇藝系畢業公演《女兒紅》 | 贊助演出，兩場總共約 1069 位觀眾。 |
| 2018.05.10 | 中山大學 AIESEC 春季覺醒論壇 | 贊助活動，與年輕世代對話，鼓勵年輕學子勇於踏出舒適圈。 |
| 2018.09.19 | 高雄美術館《裸：泰德美術典藏》展覽 | 贊助資管系 60 位師生前往高雄美術館參觀展覽，透過藝術涵育人文美學素養。 |
| 2018.10.07 | 《李宗偉：敗者為王》電影包場贊助 | 此部電影由中山大學傑出校友馬逸騰執導，講述馬來西亞傳奇運動員李宗偉的故事，邀請中山大學馬來西亞學生及校友觀影。 |
| 2018/11/12-14 | 中山大學 38 週年校慶活動 | 適逢中山大學 38 週年校慶，特舉辦一場校園自然美景與人文環境結合之市集，讓參與者感受亞洲與台灣的喜慶氣氛 |
| 2018.12.8~9 | 中國化學年會 | 中山大學今年主辦台灣最具有學術指標性的中國化學年會，邀請相關領域之國際級專家學者、全台各地學者與學生齊聚一堂，總計參加者約 2,000 人。 |
| 2018.12.09 | 中山大學文學院飲食劇場 | 國立中山大學文學院與舊振南合作之實驗教學專案，邀請業界專業人士培訓中山劇藝系學生演出技巧、提升演出品質。 |
| 2018.12.19 | E 之獨秀—2018 第二屆 EMBA 熟創秀 | 贊助由高雄市產業發展協會主辦之「E 之獨秀—第二屆 EMBA 熟創秀」，為南臺灣最大的創業活動，期望串起人才與產業的交流融合，群聚產官學資源，共創豐厚利基。 |
| 2019.06.09 | 《管理個案評論》品牌個案專刊 | 與財團法人光華管理策進基金會合辦，贊助「品牌」為主題的教學個案撰寫，並於 2019 年 6 月出版。 |
| 捐贈 | 中山大學 EMBA 中心 | 捐贈中山大學管理學院，興建 EMBA 中心。 |
| 捐贈 | 中山大學學務處帆船採購 | 捐贈中山大學學務處，採購帆船設備，提升校內基礎建設，嘉惠學子。 |
| 捐贈 | 中山大學逸仙館修繕 | 捐贈中山大學藝文中心，添購場館設備，健全校內展演硬體建設。 |

以下彙整舊振南 2019 年社區影響力的努力活動成果相片。

2019 社區影響力活動照片



與伊甸基金會合作，共同推廣弱勢兒童的服務計畫，幫助遲緩兒。

長期回饋佛光山佛誕餅超過 5 萬顆，及資助相關活動



年節關懷獨居老人、弱勢族群

定期捐助偏遠山區兒童、育幼院、兒童之家等



舊振南企業志工

學齡前「親子英語唱跳班」

2019 社區影響力活動照片



高美館「胖叔叔說故事」



5/17 品牌趨勢論壇：品牌 X 運動行銷



贊助興建中山大學仁武校區醫學院



6/19《管理個案評論》品牌個案專刊_頒獎典禮暨研討會



巴洛克獨奏家樂團 X 五嶋龍《崇高之美》演出



NSO 國家交響樂團

六、漢餅文化推廣

舊振南的企業使命：「以漢餅分享喜悅，以服務傳遞人情味，以品質獲取信任，以文化呈現生活美學！」舊振南公司身為漢餅製造業者，致力延續、傳承漢餅美學文化，為企業核心價值及使命！以重視文化禮儀、推廣漢餅歲食節慶文化、參與人文藝術活動、傳承漢餅工藝為企業社會責任，期望透過這些活動，讓舊振南與台灣這塊土地更緊密聯結。

舊振南 2016 年建造的漢餅文化館，旨在漢餅美學文化傳承推廣，藉由五感體驗的環境，開放供遊客及企業團體參觀及體驗手作漢餅，了解漢餅的美學文化。2019 年來自各地的團體參訪活動共 121 場，總人數為 3,819 人；舉辦節慶檔期活動（包含：春節、端午、夏令營）12 場，參與人數 213 人；個人報名手作體驗總人數 1,578 人；幼兒週歲《古禮抓週趣》活動，總共辦理了 75 場次，535 組家庭參加，場場爆滿。在公益方面，辦理了 8 場弱勢團體及學生團體漢餅推廣手作免費體驗活動，共計約 345 人參與，傳遞傳統文化與漢餅技藝，促進企業與在地良好的連結互動。

對外推廣漢餅文化部份，本公司 2018 年與高雄餐旅大學烘焙系及中式廚藝系合作開設「漢餅」課程，由舊振南首席師傅張晉源工房長親自教授傳統清仔皮漢餅、油酥皮漢餅、鹹糕、米香餅，共四堂課，將近 100 位學生參加。2019 年，更舉辦第一屆「漢餅新星烘焙競賽」，共有來自全台烘焙相關科系超過 40 組同學參與，培育下一代中式烘焙人才，將專業職人的精神代代相傳。

漢餅文化館經營成效

| | 2017 年 | 2018 年 | 2019 年 |
|-----------------------------|--------------|--------------|---------------|
| 企業包場 (場次/人數) | 34 場/1,060 人 | 89 場/2,800 人 | 121 場/3,819 人 |
| 公益場數 (場次/人數) | 39 場/900 人 | 36 場/1,000 人 | 8 場/345 人 |
| 檔期活動 (春節、端午、夏令營) (場次/人數) | 10 場/530 人 | 11 場/300 人 | 12 場/213 人 |
| 個人手作體驗人數 | 430 人 | 850 人 | 1,578 人 |
| 抓週趣 (場數/人數) | ----- | 25 場/210 組 | 75 場/535 組 |

※以上參訪數據，為經活動報名程序之來訪人數，不含自由參觀之人數。

6.1 漢餅文化

漢餅，之所以被視為漢人飲食文化的象徵，在於它一路伴隨著華人的生命禮俗和歲時節令。從初生、成年、婚慶、祝壽、祭儀，甚至是傳統的二十四節令、逢年過節、中秋賞月等，漢餅無處不在。老一輩人對漢餅十分講究，他們不只將漢餅視作禮品，同時也有著一種世代傳承的象徵寓意。將傳統中華文化承襲給下一代子孫，是每代人寄託在漢餅中的珍貴信仰！

6.1.1 漢餅文化

中國傳統糕餅可溯源商周時代。《周禮》中有所謂「糗餌、粉粢」，二者皆是由稻米粉、黍米粉製成。據東漢鄭玄考證，將兩者整盤合蒸即為「餌」，就是糕點的一種；而作成餅狀則稱為「粢」(或作「糞」、「糍」)。最早在周代已有所謂的「餌食」，也可說明當時便有將米、麥磨成粉，製成餅與糕點食用的先例，正是中國傳統糕餅的雛型。

漢餅，這個名稱可追溯回漢代，原本乃為了與胡餅(胡食)相區別。胡漢民族在歷史變遷中，幾經融合、分裂，中原飲食習性受到外來飲食影響，彼此飲食文化交匯之後，胡漢分野逐漸消弭，成為百姓們習以為常的日常飲食。當時「漢餅」是一種對於麵食的泛稱，包含廣義麵類、糕點、餅食等。隨著餅食發展演進，糕餅形式、意涵與麵類開始有所區別，加以漢民族自我認同，直至今日，身為炎黃子孫的我們，仍然視「漢餅」作為中華飲食文化的代表而倍感榮耀！

臺灣的歲時文化承襲了中華民族的傳統。孩子出生三日或滿月時，要宴請親朋好友吃湯餅(類似湯麵)，又稱「湯餅會」。富貴人家有的會訂製大餅分贈親友。當嬰孩滿四個月，家人會舉辦收涎儀式，婆家也會準備牲禮、紅龜粿、酥餅等祭祀，另外也會準備十二個(或二十四、三十六等)收涎餅，以紅線串起，掛在嬰兒脖子上，請長輩取下餅，在嬰孩的嘴邊輕拭，並講幾句吉祥話以表祝福。當孩子長到十六歲時，會準備諸如十六歲龜、壽桃、香餅、發粿、九層粿等，用以祭祀，除了祈求神明庇佑，也標誌著成年長大，期盼未來人生平安順遂之意。

傳統漢人婚俗中，有所謂問名、送定、完聘、親迎、歸寧等。一連串的婚儀中，漢餅通常是不可或缺的角色。尤其在訂婚時，男方所準備的聘禮中，分有大聘及小聘，通常包含了中式漢餅(如龍鳳喜餅)，以達謝女方家長養育之恩，並用以分贈親朋好友。此外，也包含了米香餅、四色糖(冬瓜糖、桔糖、冰糖和金棗)。女方長輩則通常告誡新娘不可吃自己的喜餅，否則日後會「大面神」，在閩南人的習俗中，大面神意味著厚臉皮、不會謙遜之意。

儘管婚俗隨著時代演進，幾經變遷、簡化或西化，現代人結婚時，挑選喜餅仍舊是重要一環，許多人結合了中西合璧的方式，在喜餅內容的選擇上除了傳統大餅，也加入了西式餅乾作為搭配。傳統龍鳳大餅在寓意上象徵永結兩姓之好，漢餅的精神價值充分體現在婚儀上。



以餅祝壽淵源已久。許多古老的餅模上，也會刻有壽字，主要是為了製作壽餅而用。臺灣傳統的賀壽儀式，兒孫們會準備紅龜粿或壽桃、壽龜，以為長輩們添壽，並祝福老人家們健康、喜樂、幸福。即使當人邁向生命的最後一程，「生，事之以禮；死，葬之以禮、祭之以禮」這樣的觀念仍舊存在於中華民族的信仰中。臺灣早期喪禮習俗中，喪家們會做糕以達謝前來弔唁的親屬，儘管現在此習俗已不復存在，人們在祭祀先祖時，仍舊會準備發粿、米糕等，一方面其實也是為了祈求後代子孫的平安和發達。



一整年中，四時節氣乃至於神明生日或中元普渡，都有各式應景的漢餅、糕點或粿類相伴。其中春節過年與中秋更是家家戶戶準備漢餅過節的大日子。《續修臺灣府志》中曾記載：「正月元旦，家製紅白米糕以祀神。於四、五鼓時，拜賀親友。」年糕、發粿、菜頭粿、生仁、麻糍等更是新年餐桌或供桌上的必備品，寓意著年年高昇、飛黃騰達、好彩頭和喜氣。此外，中秋團圓吃月餅賞月正是中華文化千百年延續至今的傳統，《帝京景物略》說：「八月十五日祭月，其祭果餅必圓，分瓜必牙錯瓣刻之，如蓮華。」又說：「月餅月果，戚屬饋相報，餅有徑二尺者。」有關月餅的描述，在戲曲小說中更得相見，大多述說一大家人團聚，擺上各式珍饈佳釀，同啖月餅共賞嬋娟。《紅樓夢》中就曾百果桂花餡子的月餅。

農曆九月九日重陽節時吃重陽糕的禮俗自古即有，《西京雜記》中，講述了西漢首都長安的遺文軼事，當中提道：「九月九日，佩茱萸，食蓬餌。」其中，「蓬餌」指的就是「蓬蒿餅」。《東京夢華錄》中也有說，九月重陽時節，酒家們會以菊花妝點門戶，京城裡的人紛紛到郊外登高。此前一兩日，他們會以粉麵蒸糕來相互饋送。

中華飲食文化中，四時寒暑皆有所相宜相忌者，古人智慧深遠，飲食之間往往隱含著天地陰陽與五行的形而上學之概念，何時吃、如何吃、搭配著什麼而吃？這些都有著高深莫測的學問。

6.1.2 漢餅文化館

近年來，受到西方文化的影響，漢餅對年輕族群而言，有著「長輩吃的甜點」、「觀光客買的伴手禮」等刻板印象，使得漢餅在華人社會中的角色逐漸模糊與淡化。舊振南身為台灣漢餅領導品牌，為了能讓民眾對於漢餅的價值與文化有更深的體認，特別於 2016 年打造了「舊振南漢餅文化館」，致力於延續漢餅美學文化。佔地 4,421 平方公尺的空間裡，融合了企業總部、品牌故事館、漢餅房、烘焙廚藝體驗空間、食光書塔等，供民眾參觀、閱讀、手作體驗及品嚐漢餅，透過五感體驗，享受漢餅的美味及「依節氣、食當令」的歲食文化。

舊振南漢餅文化館是以現代綠建築手法呈現出傳統三合院的氛圍，並大量運用舊振南品牌的文化圖騰、製作糕餅的餅模在空間設計當中，將傳統融合時尚。

- **喜事臨門大廳**：特別邀請到台灣新銳藝術團隊－豪華朗機工以臺式筵席「囍事」為創作概念，製作大型的木雕裝置藝術。作品並融入新媒體元素，將特別的影像，投影在單純的木作品上，呈現其時間性與生氣蓬勃的意像，傳達舊振南堅持傳統文化又不斷創新求變的精神。
- **食光書塔**：以特殊的書塔造型，創造獨特的視覺張力。其中典藏了中式糕餅相關歷史文化、中西式烘焙料理書、台灣傳統節慶、飲食及歲食文化等經典書籍，希望來到此處的民眾可以透過閱讀相關書籍，了解更多飲食相關的知識、藝術與文化。
- **漢餅房**：為舊振南所推出的全新體驗型門市，在木質調的優雅氣氛中，除了既有的中式手工喜餅及伴手禮選購外，還可與親朋好友坐下來細細品嚐漢餅的特色與美味，享受美好的喫餅配茶時光。漢餅房共有約 36 個座席空間，可以選擇個人喜好的漢

餅套餐，或是禮盒，搭配手沖咖啡或是頂級精選茶，坐下來細細品嚐，或是在我們的食光書塔挑選一本好書，餅香伴隨著書香，享受片刻的寧靜。

- **JZN Cooking Lab**：是一個專業的烘焙廚藝體驗空間，延續舊振南所重視的「依節氣、食當令」的歲食文化，JZN Cooking Lab 循著季節的變換，選用當季的食材，提供各式料理及烘焙課程，讓民眾在輕鬆愉快的氛圍下，體驗手作烘焙的樂趣，享受飲食的美好與文化，更希望在品嚐美味的同時，可以感受到每個季節，大地帶給我們最天然、豐富的寶藏。

2018 年漢餅文化館獲經濟部工業局評選為「2018 創意生活事業」。「創意生活事業」是來自經濟部工業局推動的「創意生活產業發展計畫」，其目的是希望推動創意生活產業發展，藉由評選創意生活事業，樹立標竿學習模範；其著重產業「核心知識」、「高質美感」、及「深度體驗」等特質，經由專家評選挖掘出優秀的創意生活業者。



舊振南漢餅文化館



喜事臨門大廳



時光書塔



漢餅房



JZN Cooking Lab

6.2 文化推廣

6.2.1 漢餅文化傳承

■ 漢餅傳承·文化體驗活動

■ 「圓 Circle of Love - 餅與喜事的情感連結」展覽

為了慶祝品牌邁入 130 週年，以喜餅起家的舊振南餅店特別於高雄大寮的漢餅文化館全新策畫「圓 Circle of Love - 餅與喜事的情感連結」展覽，展覽以「**喜事臨門**」、「**自由戀愛**」、「**數位愛情**」三大主題呈現不同時代的愛情觀、喜餅趨勢與婚俗文化，透過沉浸式情境設計與多媒體互動，打造好拍好玩的展覽內容。此外，展覽也搭配了一款漢餅文化館專屬的 AR (擴增實境) 導覽 APP，讓所有來到場館參觀的民眾，可以透過智慧型載具，以驚奇與有趣的方式來認識漢餅的文化與特色。



大紅燈籠高高掛 體驗大宅門前提六禮的隆重

彩繪師現場創作 3D 透視祠堂，搭配隆重的文定儀式十二禮，感受華人古禮結婚儀式的慎重與精緻，現場並展示舊振南典藏超過 70 年歷史的謝籃與木盛盒，想見過去大戶人家吃餅的重量與風光排場；透過 AR APP，木製餅模上的各式吉祥圖紋栩栩如生重現，還可化身新娘子身歷古禮結婚儀式場景，滿足感官上的饗宴。



復古冰果室談戀愛 重溫手寫情書的老派浪漫

邀請高雄在地插畫家「黃湘」，以繽紛色彩復刻八零年代最熱門的情侶約會地點－冰果室，冰果室是舊時人們聯絡情感的所在，在初嚐戀愛的年代，一碗碗繽紛的水果冰，承載著酸酸甜甜的無限回憶；現場還有充滿著各個年代經典示愛語錄的情書摺紙設計，或是留下說不出口的相思冰，來到這裡可以重溫純愛時期的舊時浪漫！



多媒體互動測驗 挖掘最奇幻的未來愛情樣貌

未來，隨著 5G 跟人工智慧的發展，數位愛情會是什麼樣貌？這個展區，人們將能進入到未來的愛情實驗室裡，將你最難以預測及掌握的愛情透過掃描成像及性格分展示出來，挖掘最奇幻的愛情樣貌。當若科技藝術以流體（fluid）、不斷變化的球狀色彩，塑造空間的奇幻未來感，並使用 RealSense 3D 攝影機跟互動問答，將民眾的影像、對愛情的想法數據化，在持續地計算跟驗證之中，得出每個人的愛情樣貌。無論是嚮往奇幻無重力的愛情，還是喜歡甜膩在一起，或是追尋老派的安全感等，透過愛情方程式的運算分析，開啟人們對數位時代愛情與幸福的想像。

■ 第一屆「漢餅新星烘焙競賽」

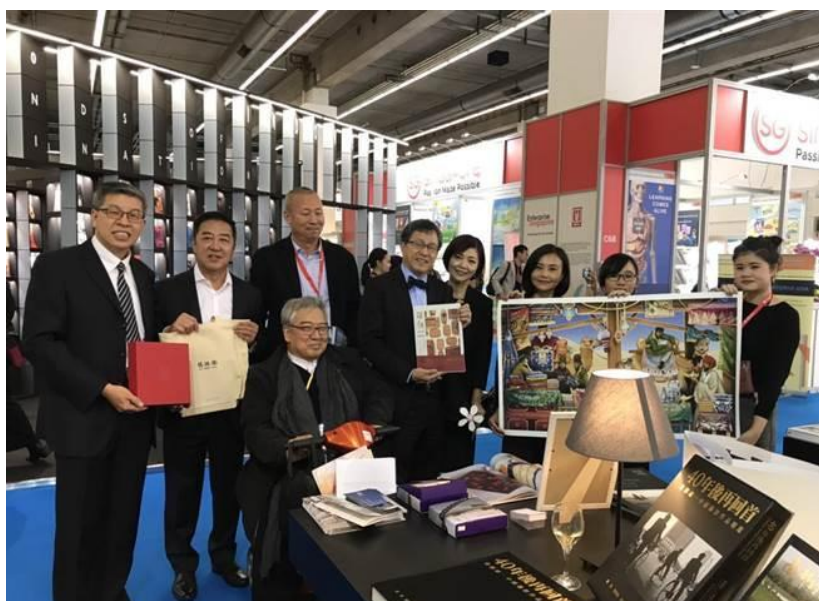
2018 年，為讓漢餅文化向下扎根、傳承漢餅技藝，舊振南舉辦全台第一場中式漢餅競賽，運用台灣豐富的在地食材與傳統漢餅做結合，透過競賽激發食材的應用與研發，為台灣烘焙界培育下一代人才，也讓在校的年輕族群可以多多接觸有關漢餅的相



■ 出版《漢餅》專書

舊振南出版全世界第一本中英文對照《漢餅》專書。內容包含漢餅文化的起源脈絡、漢餅與生活美學、漢餅製作食譜、及漢餅文化館介紹等，將傳統食譜帶入人文與藝術色彩，成為一本整合性的漢餅飲食文化專輯。

於 2018 年 10 月，參加「2018 德國法蘭克福世界書展」發表，並榮獲「2019 世界美食家大獎（Gourmand Awards 2019）」、「最佳休閒類」及「最佳甜點類」兩項大獎。



■ 2019 舊振南小小烘焙師夏令營

舊振南漢餅文化館於 8 月 25、26 日一連兩天舉辦「小小烘焙師夏令營」的活動，主要活動對象為 6~12 歲的國小學童。今天為迎接即將到來的中秋節，在兩天的活動中，特別安排體驗蛋黃酥、小漢餅兩款經典的手作烘焙課程，除了示範外皮的製作過程外，也讓孩童親手包餡，體驗製作糕餅的樂趣。除了手作漢餅，也特別帶領學員們手作蝶谷巴特水壺袋及立體繡貼創意筆袋，讓孩童們在暑假的尾聲除了獨一無二的手作品外，也留下美好難忘的回憶。



■ 漢餅烘焙課程

JZN Cooking Lab 推出多款手作漢餅課程，讓參與者親手製作綠豆椪、太陽餅、鳳梨酥等舊振南招牌中式糕餅，糕餅製作使用食材有 73% 的品項來自台灣，扶植在地供應商、帶動地方經濟。

除了讓一般民眾報名參與，舊振南餅店也邀請銀髮族、待業勞工、弱勢及偏鄉孩童，參訪舊振南漢餅文化館，體驗 DIY 手作漢餅。



■ 節慶活動

■ 古禮抓週趣

2018年1月起，漢餅文化館每月定期舉辦幼兒抓週禮活動，自活動曝光、宣傳以來，不少舊振南過去的喜客、新手爸媽紛紛來電詢問活動內容及報名，場場爆滿，反應非常熱烈。



■ 春節：迎春剪剪紙，創意福氣丸

在農曆年前，漢餅文化館應景舉辦「迎春剪剪紙，創意福氣丸」活動，邀請五八剪剪的 Wuba 現場教導，帶領民眾剪出屬於自己的「春」字，以及創意糰類 DIY 體驗，做出獨具特色的創意福氣丸，提前感受過年的氣氛。



■ 端午節，舉辦「六月慶端午·種夏樂悠遊」活動

舊振南漢餅文化館在端午節前夕舉辦「六月慶端午·種夏樂悠遊」活動。端午節當天帶領各位大小朋友種下羅勒種子球，一起用愛讓地球種子球發芽，永續愛地球。種完羅勒後，製作象徵節節糕升的梅子糕，炎夏端午親手製作梅子糕，清熱又退火。



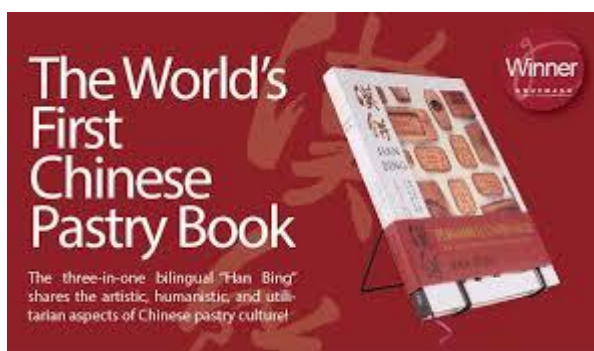
2018 漢餅文化推廣活動照片



「圓 Circle of Love - 餅與喜事的情感連結」展覽開幕茶會



第一屆舊振南漢餅新星烘焙競賽



《漢餅》專書榮獲世界美食家兩項大獎



漢餅文化館定期舉辦幼兒抓週禮活動，共舉辦 25 場，210 組家庭參加，反應非常熱烈。

2018 漢餅文化推廣活動照片



漢餅手作課程吸引國內外遊客，與產官學界團體前來參訪



伊甸基金會漢餅文化館參訪活動



華山基金會感恩茶會



張老師基金會公益包場



高雄市永安兒童之家公益參訪



紅十字會育幼院公益活動

七、快樂職場

7.1 人才結構與政策

員工為舊振南最大最重要的資產，公司愛惜每位與公司共同成長、茁壯的員工，除了提供最基本的職業健康安全，確保同仁健康無虞，更重要的是選擇適合同仁擔任適當職務，給予合理獎酬福利；且不因性別、膚色、黨派、宗教、年齡、性別、身心障礙、國籍而有差異；提供教育訓練強化同仁專業職能，激發潛能，提升組織經營績效，且設有員工意見箱，讓員工有暢通的申訴管道並能適時提供意見，方能奠定公司長遠發展之重要基石。

本公司於 2019 年期間未發生任何歧視事件、性騷擾事件、侵犯人權事件與社會衝擊事件，亦未違反勞工法令。若本公司有重大營運變化，將依據相關法令規定辦理勞資協商。

■ 人力結構

舊振南公司截至 2019 年底總員工人數共計 210 人，包含主管 32 人（含據點組長）及行政人員 35 人。所有員工大部份僱用自台灣地區，僱用原則以專業能力及經驗為依據，並受勞動基準法的保障，女男比例趨近 85：15，本公司對於僱用、薪資、考績或獎勵皆不會因性別而有所差異；高階主管皆為本國人（台灣），比例為 100%（以上資料截至 2019 年底）。

| 2019 年員工組成 | | |
|----------------|----|-----|
| | 男 | 女 |
| 主管 | 7 | 25 |
| 職員(行政人員) | 4 | 31 |
| 營業單位人員(據點銷售人員) | 2 | 68 |
| 生產人員 | 12 | 20 |
| 包裝人員 | 2 | 39 |
| 合計 | 27 | 183 |

| 全體員工男女年齡比例 | | |
|------------|-------|--------|
| 年齡層 | 男生 | 女生 |
| 18-20 歲 | 0.00% | 0.95% |
| 21-30 歲 | 4.76% | 40.00% |
| 31-40 歲 | 1.43% | 23.81% |
| 41-50 歲 | 3.81% | 15.24% |
| 51-60 歲 | 0.95% | 6.67% |
| 60 歲以上 | 1.90% | 0.48% |

| 主管級佔全體員工比例 | | |
|------------|-------|-------|
| 年齡層 | 男生 | 女生 |
| 18-20 歲 | 0.00% | 0.00% |
| 21-30 歲 | 0.48% | 4.76% |
| 31-40 歲 | 1.43% | 3.81% |
| 41-50 歲 | 0.00% | 0.48% |
| 51-60 歲 | 0.48% | 0.48% |
| 60 歲以上 | 0.95% | 0.48% |

■ 晉用與關懷族群

本公司嚴格遵守勞動法規，嚴禁錄取和僱用年齡未滿 18 歲之人員。為保障弱勢及相關族群平等就業機會，在身心障礙者僱用上，達成「身心障礙者權益保護法」之相關規定。目前公司任用身心障礙者 2 名（占總員工數 1%），符合法律進用規定。

| 弱勢族群聘用人數 | | |
|----------|----|----|
| | 男生 | 女生 |
| 原住民 | 0 | 3 |
| 身障人士 | 0 | 2 |

■ 多元文化

對於外籍勞工管理，包括：工時與薪資福利、工作環境、人員訓練等等，與本國勞工一致。目前公司任用之外籍人士共 20 名（占總員工數 9.52%），符合中央規定傳統產業之製造業外勞人數建議 15% 以內。

| 工廠聘用人數 | | |
|--------|----|----|
| | 男生 | 女生 |
| 本籍人士 | 18 | 56 |
| 外籍人士 | 0 | 20 |

■ 結社自由

本公司尊重員工於法律上所賦予之集會結社自由與權利，並致力於提供暢通的溝通管道，以期能整合所有資源，朝向共同追求的目標，並進而改善內部顯性或隱性的缺失。

7.2 勞資關係

7.2.1 績效管理

公司的員工(不分男性、女性，主管職、非主管職)皆有定期接受考核，考核的比例100%。每季做績效考核、職能評量；除門市、專櫃計時人員及實習生到職三個月後，會有一次考核外，其他部門之工讀生、實習生...等非正職人員未併入考核對象。

7.2.2 人力資源

舊振南相當重視員工工作環境品質、職涯發展及勞工權益，每年都會依照業務的需求，替補新進人員，促進事業永續發展；因行業別的關係，每年春節及中秋節會有短期人員需求，故人員流動率偏高。

2019 年度人力變動

| 年齡層 | 男 | | | 女 | | |
|---------|------|------|------|------|------|------|
| | 在職人數 | 新進人數 | 離職人數 | 在職人數 | 新進人數 | 離職人數 |
| 18-20 歲 | 0 | 6 | 6 | 2 | 13 | 11 |
| 21-30 歲 | 10 | 16 | 21 | 84 | 76 | 75 |
| 31-40 歲 | 3 | 1 | 2 | 50 | 24 | 29 |
| 41-50 歲 | 8 | 4 | 2 | 32 | 13 | 16 |
| 51-60 歲 | 2 | 2 | 5 | 14 | 9 | 9 |
| 60 歲以上 | 4 | 2 | 3 | 1 | 0 | 0 |

■ 營運變更公告期

本公司依照勞基法第 11 條或第 13 條但書規定終止勞動契約者，其預告期間依下列規定辦理：

1. 繼續工作三個月以上未滿一年者，於十日前預告之。
2. 繼續工作一年以上未滿三年者，於二十日前預告之。
3. 繼續工作三年以上者，於三十日前預告之。

註：任職未滿三個月者，於七日前預告之。按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數。

7.2.3 員工職場安全

關於職場安全，舊振南除了提供勞工意外險、火險等保險外，為防止意外事故之發生，定期統計與分析意外事故之災害經過、災害類型及媒介物，並告知可能接觸或再次發生相同情事之員工，以防止類似或相同事故發生。本公司 2019 年工殤死亡人數為 0，舊振南將會持續維持工作零傷亡之目標。2017-2019 年員工職場安全績效指標比較如下表所示：

| 員工職場安全績效指標比較 | | 2017 | 2018 | 2019 |
|--------------------|----------------------------|--------|-------|-------|
| 工殤率(IR) | (總計失能傷害件數/總經歷工時)*200,000 | 0.62 | 0.12 | 0.04 |
| 職業病比率(ODR) | (職業病總數/總經歷工時)*200,000 | 0 | 0 | 0 |
| 誤工率(LDR) 損失天數比例 | (總計損失工作天數/總經歷工時)*200,000 | 107.48 | 6.33 | 0.65 |
| 缺勤率 | 缺勤天數/(全體員工全年工作總天數)*100% | 1.69% | 0.91% | 0.80% |
| | 女性缺勤天數/(女性員工全年工作總天數)* 100% | 1.82% | 0.92% | 0.89% |
| | 男性缺勤天數/(男性員工全年工作總天數)* 100% | 1.03% | 0.84% | 0.24% |
| 年死亡人數 | - | - | - | |

■ 員工安全衛生教育訓練

為提升員工對職場安全的知識和觀念，加強員工面對災害和意外的因應能力，我們定期舉辦職安的教育訓練和災害演練。

- 每年 2 次火災預防教育訓練，包含各部門所屬工作區域火災緊急應變及滅火器實際操作教育訓練（全員參與）
- 依法定期實施在職人員安全衛生教育訓練
- 危險性機械設備作人員安全衛生教育訓練

7.3 員工福利

7.3.1 薪酬與福利

■ 員工福利與權益

本公司依據員工的學經歷、未來發展性及個人績效表現核定薪資，薪資不因其性別、種族、宗教、政治立場、年齡、婚姻狀況、或身心障礙等差異有所不同，並優於勞基法基本薪資 6-8%。

本公司目前無成立任何工會，但公司會於每季定期召開勞資關係會議，由參與的各級主管回報該部門的員工概況，遇有需調整或改善之事項進行討論並決議。

員工於公司內有建議之事項或有值得獎勵之事件卻無管道可予以公開表揚時，可以透過董事長個人信箱提出建議，會由董事長進行了解並回應同仁，且進行改善或獎勵。

本公司根據性別平等法訂定性騷擾防治措施及懲戒辦法，並提供員工申訴管道信箱，針對同仁的信件內容，將由董事長親自指派人員展開調查以防治就業場所性騷擾，維護兩性工作平等及人格尊嚴。

另外，為鼓勵員工同仁育兒生子，公司提供最長兩年育嬰假且為其保留職缺，並在營運總部設有育嬰室提供同仁使用。



7.3.2 退休制度

本公司目前尚無提供退休員工的終生學習計畫，但為了讓員工在離開職場後皆能有一筆儲蓄金可使用，於 2015 年度第二季正式成立「舊振南福利儲蓄基金會」，鼓勵凡任職滿二年之同仁加入，在一定的區間內只要員工存入一定的金額，公司就會跟著存入等同的金額，其目的為培養員工投資理財觀念，協助累積財富；至今已有 28% 同仁加入此福儲會，獲利率約 7~15%。

另外，依照勞基法按月提撥投保金額 6% 至員工個人退休金專戶，除雇主固定提撥 6% 之退休金外，員工另可依個人意願選擇提撥 0%~6% 不等之退休金，提存至個人退休金專戶中。

7.3.3 育嬰福利

公司依勞基法給予各種假別(如事假、病假、產假等等)，同仁若因育嬰，需要較長時間休假時，得以申請留職停薪，期間屆滿後再申請復職。

2019 年本公司有 5 名員工申請育嬰留職停薪，回任率為 80%。

7.3.4 健康與關懷

本公司雖無成立勞工安全委員會，但照顧員工的健康是企業的責任。近年來本公司積極經營職場健康管理，為預防重大疾病危害員工健康，每年定期辦理健康檢查以維護同仁健康，包含：一般健康檢查、物理檢查、血液常規檢查等 14 種項目，由專業醫療院所醫師提供諮詢，並針對健檢異常之同仁進行追蹤、輔導；因舊振南為食品業，故產業特性不會有高風險的疾病發生。各項檢查內容如下：

| 檢查項目 | 內容 | 檢查項目 | 內容 |
|----------|--|-------------|--|
| 1.一般體格檢查 | <ul style="list-style-type: none"> ●身高、體重 ●血壓 ●聽力 ●視力、色盲 ●腰圍 | 8.血糖檢查 | <ul style="list-style-type: none"> ●飯前血糖 AC |
| 2.物理檢查 | <ul style="list-style-type: none"> ●血液循環系統 ●泌尿系統 ●皮膚 ●呼吸系統 ●自覺症狀 ●眼睛 ●消化系統 ●心臟 | 9.血脂肪檢查 | <ul style="list-style-type: none"> ●總膽固醇 CHO ●三酸甘油脂 TG ●高密度膽固醇 HDL ●低密度膽固醇 LDL |
| 3.尿液檢查 | <ul style="list-style-type: none"> ●尿糖 GLU ●尿蛋白 PRO ●尿潛血 OB | 10.胸部 X 光檢查 | <ul style="list-style-type: none"> ●胸部 X 光(數位) |
| 4.血液常規檢查 | <ul style="list-style-type: none"> ●血色素 HB ●白血球 WBC ●紅血球 RBC ●血球容積比 HT ●血小板 PLT | 11.A 型肝炎 | <ul style="list-style-type: none"> ●A 型肝炎表面抗體:Anti-HAV IgM |

| | | | |
|---------|------------------|---------|-------------|
| | ●平均紅血球容積 MCV | | |
| | ●平均紅血球血紅素 MCH | | |
| | ●平均紅血球血紅素濃度 MCHC | | |
| 5.肝功能檢查 | ●丙酮轉氨基酶 SGPT | 12.傷寒檢查 | ●傷寒檢查:WIDAL |
| 6.腎功能檢查 | ●肌酸肝 Crea | 13.心電圖 | |
| 7.腹部超音波 | ●肝臟 | 14.腸癌篩檢 | |
| | ●膽囊 | | |
| | ●胰臟 | | |
| | ●脾臟 | | |
| | ●腎臟 | | |

7.4 人才培訓

本公司重視全體同仁的職能提升與管理知識，每年皆會不定期安排同仁接受教育訓練，以強化公司的競爭力。於人力發展部分，本公司亦有編撰相關辦法並納入員工手冊，因員工數遍佈於全省，故相關政策宣導由各部門主管負責，以下針對教育訓練規劃、設備、型態及教育訓練佔薪資總額之比率做進一步的說明：

1. 訓練規劃

公司每年提撥費用安排同仁參加內、外部教育訓練，且依照部門別安排相關課程，如：行銷企劃、設計、食品安全、資訊、服務品質與經營管理等課程；亦透過專業書籍的購買及晨間分享增進員工的軟實力與硬實力。

| | 計算單位 | 2017 年 | 2018 年 | 2019 年 |
|----------------|-------------|---------|---------|---------|
| 員工訓練總金額 | 新台幣百萬元 | 1.03 | 1.30 | 1.25 |
| 員工訓練總時數 | 小時 | 4,406 | 3,975 | 95,979 |
| 員工訓練總金額 / 總營收 | % (至小數點第二位) | 0.29% | 0.33% | 0.29% |
| 員工訓練總金額 / 總員工數 | 新台幣元 / 人 | 4,968 元 | 5,744 元 | 5,999 元 |
| 員工訓練總時數 / 總員工數 | 小時 / 人 | 21 | 18 | 457 |

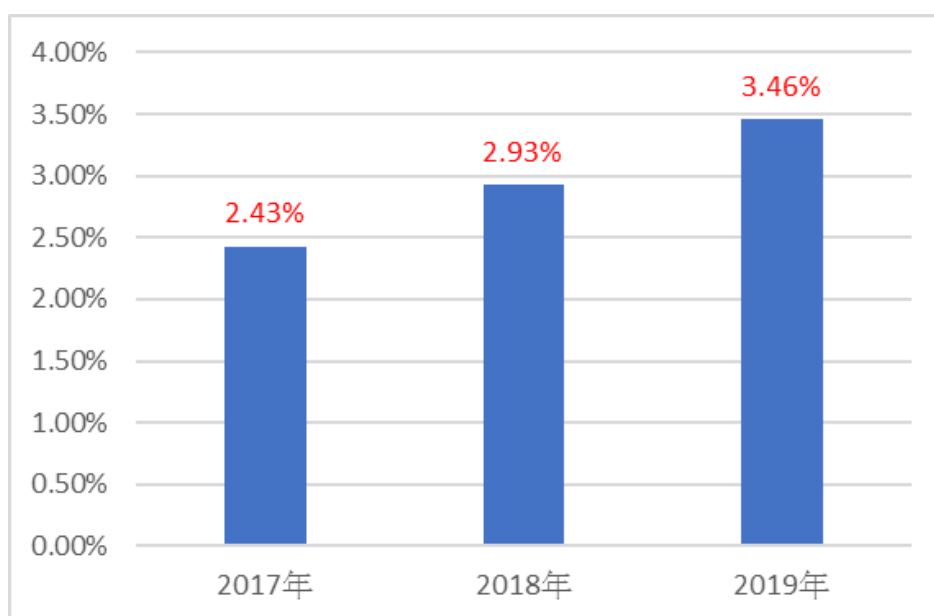
2. 訓練設施與設備

舊振南企業總部共設有 2 間會議室，分別可容納 8 人與 20 人，皆備有投影設備、電話會議設備、視訊音響設備。另設有一間多功能視聽教室，可容納約 150 人及一間可容納 30 人的烘焙教室，備有烘焙專用廚具。

3. 訓練型態

| 訓練型態 | 訓練內容 | 效益 |
|---------------------|--|------------------------------------|
| A.新人訓練 (為期 3 個月) | 公司簡介(文化、品牌精神、組織架構、工作規則等)、產品介紹(商品種類、禮盒包裝、系統操作等) | 協助新進同仁認識與瞭解工作環境，加快適應腳步，順利於職位上發揮所長。 |
| B.基礎訓練 | 依照企劃部、業務部、管理部、工廠等部門所需技能安排教育訓練課程。 | 新到任專職人員能精準且快速了解份內工作內容及注意事項。 |
| C.管理職能訓練 | 依中高階主管安排管理意識及管理技巧進行課程訓練。 | 提升各項管理能力，如：溝通協調、團隊領導、成本分析、策略擬訂之能力。 |

4. 教育訓練經費占薪資總額比率



附錄一：全球永續性報告書指標 GRI-G4 對照表

| 類別/考量面 | 編號 | GRI 指標內容 | 對應章節 | 頁碼 | 備註 |
|----------------------|-------|---------------------------------------|-------------------------------|----------|----|
| 1.策略與分析 | | | | | |
| 核心 | G4-1 | 組織的最高決策者對其組織與策略的永續性之相關聲明 | 經營者的話 一、再續百年傳承 | 2 3 | |
| 全面 | G4-2 | 組織對關鍵衝擊、風險及機會之簡單陳述 | 一、再續百年傳承 | 3 | |
| 2.組織簡介 | | | | | |
| 核心 | G4-3 | 企業的名稱 | 2.1 關於舊振南 | 7 | |
| 核心 | G4-4 | 主要品牌、產品和服務 | 2.1.3 主要產品與服務 | 10 | |
| 核心 | G4-5 | 企業總部所在位置 | 2.1.4 營業據點 | 15 | |
| 核心 | G4-6 | 公司營運所在國家數及國家名 | 2.1 關於舊振南 | 7 | |
| 核心 | G4-7 | 所有權性質與法律形式 | 2.2.1 治理結構 | 16 | |
| 核心 | G4-8 | 提供服務的市場 | 2.1.4 營業據點 | 15 | |
| 核心 | G4-9 | 報告公司之規模 | 2.3 歷年活動記事 | 20 | |
| 核心 | G4-10 | 員工組成簡介 | 7.1 人才結構與政策 | 71 | |
| 核心 | G4-11 | 受勞資雙方共同協議保障之員工比例 | 7.1 人才結構與政策 7.3.1 薪酬與福利 | 71 75 | |
| 核心 | G4-12 | 描述組織的供應鏈 | 3.2.1 原物料使用 | 26 | |
| 核心 | G4-13 | 報告報告期間有關組織規模、架構、所有權或供應鏈之任何重要改變 | 2.2.1 治理結構 2.2.3 營運風險與誠信管理 | 16 17 | |
| 核心 | G4-14 | 說明組織是否具有因應之預警方針或原則 | 2.2.3 營運風險與誠信管理 | 17 | |
| 核心 | G4-15 | 列出經公司簽署或認可，由外部產生發起的經濟、環境和社會憲章、原則或其他倡議 | 2.3.1 歷年獎項 5 社會參與 | 20 43 | |
| 核心 | G4-16 | 列出公司參與協會(如商業協會)，和全國或國際性擁護機構的會員資格 | 2.3.2 參與組織 | 21 | |
| 3.鑑別的重大考量面及邊界 | | | | | |
| 核心 | G4-17 | 組織合併財務報表所包含的實體 | 2.2.2 財政績效 | 17 | |
| 核心 | G4-18 | 界定 6 報告內容和考量面邊界的流程 | 編輯方針 1.1 利害關係人鑑別 | 1 3 | |
| 核心 | G4-19 | 列出所鑑別的所有重大考量面 | 1.1 利害關係人鑑別 | 3 | |
| 核心 | G4-20 | 針對每個重大考量面，說明組織內部在考量面上的邊界 | 1.1 利害關係人鑑別 | 3 | |
| 核心 | G4-21 | 針對每個重大考量面，說明組織外部在考量面上的邊界 | 1.1 利害關係人鑑別 | 3 | |
| 核心 | G4-22 | 報告在以前報告中所提供資訊任何重編的影響及重編原因 | 編輯方針 | 1 | |
| 核心 | G4-23 | 報告與前個報告期在範圍和考量面邊界的顯著改變 | 編輯方針 | 1 | |

| 類別/考量面 | 編號 | GRI 指標內容 | 對應章節 | 頁碼 | 備註 |
|-------------------|--------|--|-----------------|----|----|
| 4.利害關係人的參與 | | | | | |
| 核心 | G4-24 | 利害關係人列表 | 1.2 與利害關係人互動 | 6 | |
| 核心 | G4-25 | 鑑別和選擇利害關係人的基礎 | 1.2 與利害關係人互動 | 6 | |
| 核心 | G4-26 | 利害關係人參與的方法 | 1.2 與利害關係人互動 | 6 | |
| 核心 | G4-27 | 利害關係人參與所提出之關鍵議題與關注事項，及組織回應 | 1.2 與利害關係人互動 | 6 | |
| 5.報告參數 | | | | | |
| 核心 | G4-28 | 報告期間 | 編輯方針 | 1 | |
| 核心 | G4-29 | 最近一次報告的日期 | 編輯方針 | 1 | |
| 核心 | G4-30 | 報告週期 | 編輯方針 | 1 | |
| 核心 | G4-31 | 針對報告書及其內容有問題時的聯絡人 | 編輯方針 | 1 | |
| 核心 | G4-32 | 報告之"依循選項"及外部查證 | 編輯方針 | 1 | |
| 核心 | G4-33 | 對本報告尋求外部保證的政策和現行作法 | 編輯方針 | 1 | |
| 6.公司治理 | | | | | |
| 核心 | G4-34 | 組織的治理架構，包括最高治理單位的委員會。鑑別任何對經濟、環境和社會衝擊負有決策責任之委員會 | 2.2.1 治理結構 | 16 | |
| 全面 | G4-38 | 最高治理單位及其委員會的組成 | 2.2.1 治理結構 | 16 | |
| 全面 | G4-39 | 最高治理單位的主席是否亦為公司執行長 | 2.2.1 治理結構 | 16 | |
| 全面 | G4-43 | 發展和強化最高治理單位的經濟、環境和社會議題之集體知識所採取的措施 | 2.2.1 治理結構 | 16 | |
| 全面 | G4-48 | 正式審查和批准該組織永續報告之最高委員會或職位，並確保涵蓋所有重大考量面 | 編輯方針 | 1 | |
| 7.道德與誠信 | | | | | |
| 核心 | G4-56 | 組織的價值觀、原則、標準和行為規範，如行為準則與道德守則 | 2.1.1 公司簡介 | 7 | |
| 全面 | G4-57 | 尋求道德和法律行為意見及組織誠信相關事宜之內部和外部機制 | 2.2.3 營運風險與誠信管理 | 17 | |
| 全面 | G4-58 | 對不道德或非法行為及組織誠信相關事宜關注之內部和外部機制 | 2.2.3 營運風險與誠信管理 | 17 | |
| 經濟績效指標 | | | | | |
| 經濟績效 | G4-DMA | 管理方針 | 2.2 營運績效 | 16 | |
| | G4-EC1 | 產生和分配的直接經濟價值 | 2.2.2 財政績效 | 17 | |
| | G4-EC2 | 氣候變遷導致組織活動對財務之影響及其他風險與機會 | 2.2.2 財政績效 | 17 | |
| | G4-EC3 | 組織界定福利計劃義務的範圍 | 7.3.2 退休制度 | 75 | |
| | G4-EC4 | 接受政府之財政補助 | 2.2.2 財政績效 | 17 | |
| 市場形象 | G4-EC5 | 依性別報告組織的新進人員薪資與當地最低薪資的比例 | 7.3.1 薪酬與福利 | 75 | |

| 類別/考量面 | 編號 | GRI 指標內容 | 對應章節 | 頁碼 | 備註 |
|----------------------|---------|---|--------------------|----------|----|
| | G4-EC6 | 重要營運據點當地資深管理階層雇用數量與比例 | 7.1 人才結構與政策 | 71 | |
| | G4-EC7 | 基礎設施的投資與服務所產生之發展和衝擊 | 5 社會參與 6 漢餅文化推廣 | 43 58 | |
| 採購實務 | G4-EC9 | 對於重要營運據點當地供應商之支出比例 | 3.1.1 供應鏈概況 | 23 | |
| 環境績效指標 | | | | | |
| 原物料 | G4-EN1 | 使用的原料之重量或體積 | 3.2.1 原物料使用 | 26 | |
| 能源 | G4-EN3 | 組織內部之能源消耗量 | 4.2 環保永續 | 38 | |
| | G4-EN6 | 能源消耗量減量 | 4.2 環境保護 | 38 | |
| | G4-EN7 | 產品和服務的能源需求減量 | 4.2 環境保護 | 38 | |
| 水 | G4-EN8 | 依來源別的總出水量 | 4.2 環境保護 | 38 | |
| | G4-EN9 | 因取水而有重大影響之水源 | 4.2 環境保護 | 38 | |
| | G4-EN10 | 水回收及再利用的總量及比例 | 4.2 環境保護 | 38 | |
| 排放 | G4-EN19 | 溫室氣體減排量 | 4.2 環境保護 | 38 | |
| 廢汙水與廢棄物 | G4-EN22 | 污水排放的污染程度及流向終點 | 4.2 環境保護 | 38 | |
| | G4-EN23 | 廢棄物的總量，按種類及處理方式描述 | 4.3 污染防治 | 42 | |
| | G4-EN24 | 重大洩漏的次數與數量 | 4.3 污染防治 | 42 | |
| | G4-EN26 | 明顯受組織排放水和徑流影響之水體和相關棲息地的特徵，規模，保護狀況和生物多樣性價值 | 4.2 環境保護 | 38 | |
| 產品與服務 | G4-DMA | 管理方針 | 2.1.3 主要產品與服務 | 10 | |
| | G4-EN27 | 產品和服務的環境衝擊之減緩影響程度 | 4.2 環境保護 | 38 | |
| | G4-EN28 | 售出的產品及包裝材被要求回收的比例 | 4.1 環保永續 | 33 | |
| 環境法規遵循 | G4-DMA | 管理方針 | 4.3 污染防治 | 42 | |
| | G4-EN29 | 重大違反環境法條規定的事件及所處罰款總金額，或非金錢方式的處罰 | 2.4 法規遵循 | 22 | |
| 交通運輸 | G4-EN30 | 商品、原料或人員的輸送所造成的重大環境衝擊 | 4.2 環境保護 | 38 | |
| 整體情況 | G4-EN31 | 按種類揭露環境保護的總費用與投資 | 4.3 污染防治 | 42 | |
| 供應商環境衝擊評估 | G4-EN32 | 使用環境準則篩選之新供應商比例 | 3.1.2 供應商管理 | 24 | |
| | G4-EN33 | 在供應鏈具顯著實際和潛在之負面環境衝擊和採取的行動 | 3.1.2 供應商管理 | 24 | |
| 環境問題申訴機制 | G4-EN34 | 藉由正式的抱怨機制提出對環境衝擊的立案、處理、並解決之數量 | 4.3 污染防治 | 42 | |
| 勞工實踐與合理工作績效指標 | | | | | |
| 勞僱關係 | G4-DMA | 管理方針 | 7.2 勞資關係 | 73 | |
| | G4-LA1 | 按年齡、性別和區域區分計算新進員工總人數、比例與員工離職總人數和離職率 | 7.2.2 人力資源 | 73 | |
| | G4-LA2 | 在重要營運據點對全職員工提供之福利 | 7.3.1 薪酬與福利 | 75 | |
| | G4-LA3 | 按性別報告育嬰假後恢復工作和留存率 | 7.3.3 育嬰福利 | 76 | |
| 勞資關係 | G4-DMA | 管理方針 | 7.2 勞資關係 | 73 | |

| 類別/考量面 | 編號 | GRI 指標內容 | 對應章節 | 頁碼 | 備註 |
|---------------|---------|--|--|-------------|----|
| | G4-LA4 | 針對不論是否在團體協約內容之營運變更的最短預告期 | 7.2.2 人力資源 | 73 | |
| 職業健康與安全 | G4-DMA | 管理方針 | 7.2.3 員工職場安全 | 74 | |
| | G4-LA5 | 勞資雙方代表參加的正式聯合勞工健康安全委員會之勞工比例 | 7.3.4 健康與關懷 | 76 | |
| | G4-LA6 | 依區域與性別分析傷害類型及工傷率、職業疾病發生率、損失天數比例、缺勤率以及與工作有關的死亡總人數 | 7.2.3 員工職場安全 | 59 | |
| | G4-LA7 | 與其職業有關疾病高發生率與高風險之作業人員 | 7.2.3 員工職場安全 | 59 | |
| | G4-LA8 | 健康及安全相關議題被列於工會正式協議文件中 | 7.3.4 健康與關懷 | 61 | |
| | | G4-DMA | 管理方針 | 7.4 人才培訓 | 77 |
| 教育與訓練 | G4-LA9 | 依員工類別與性別計算單一雇員每年接受的平均訓練時數 | 7.4 人才培訓 | 77 | |
| | G4-LA10 | 員工職能管理和終生學習計劃以協助員工持續受雇之能力及其退休計畫 | 7.3.2 退休制度 | 75 | |
| | G4-LA11 | 依員工類別與性別接受定期績效及生涯發展審查的員工比例 | 7.2.1 績效管理 | 73 | |
| | | G4-LA12 | 依性別、年齡層、少數族群和其它多樣性指標報告公司高階管理層和按員工類別的員工組成 | 7.1 人才結構與政策 | 71 |
| 員工多元化與平等機會 | | | | | |
| 女男同酬 | G4-LA13 | 依員工類別與重要營運據點的女性與男性之基本薪資和薪酬比率 | 7.3.1 薪酬與福利 | 75 | |
| 供應商勞動條件評估 | G4-LA14 | 使用勞動條件準則篩選之新供應商比例 | 3.1.2 供應商管理 | 24 | |
| | G4-LA15 | 在供應鏈具顯著實際和潛在之負面勞動條件衝擊和採取的行動 | 3.1.2 供應商管理 | 24 | |
| 勞動問題申訴機制 | G4-LA16 | 藉由正式的申訴機制提出對勞動條件的立案、處理、並解決之數量 | 4.3 污染防治 | 42 | |
| 人權績效指標 | | | | | |
| 相關投資與人權 | G4-HR1 | 載有人權條款或經過人權篩選之重大投資協議與合約的總件數和比例 | 3.2.2 原物料及包材溯源管理 | 27 | |
| | G4-HR2 | 報告員工接受與營運相關人權考量面之人權政策或程序訓練的總時數及接受訓練的員工比例 | 7.4 人才培訓 | 77 | |
| 不歧視 | G4-HR3 | 歧視事件發生之總數和已採取的矯正行動 | 2.4 法規遵循 | 22 | |
| 結社自由與集體協商 | G4-HR4 | 已辨識可能造成危害或違反結社自由及團體協約之營運據點及供應商，和支持這些權利所採取之措施 | 7.1 人才結構與政策 | 71 | |
| 童工 | G4-HR5 | 已辨識有顯著童工事件風險之營運據點及供應商，和對有效廢除童工做出貢獻所採取的措施 | 2.4 法規遵循 | 22 | |

| 類別/考量面 | 編號 | GRI 指標內容 | 對應章節 | 頁碼 | 備註 |
|-----------------|---------|--|--------------------|----------|----|
| 強制與強迫勞動 | G4-HR6 | 已辨識有強迫或強制性勞動風險的營運據點及供應商，和對消除所有形式強迫勞動做出貢獻所採取的措施 | 2.4 法規遵循 | 22 | |
| 原住民權利 | G4-HR8 | 侵犯當地原住民人權事件之總數量和已採取之行動 | 2.4 法規遵循 | 22 | |
| 評估 | G4-HR9 | 受到人權審查或影響評估的營運據點總數和比例 | 2.4 法規遵循 | 22 | |
| 供應商人權評估 | G4-HR10 | 使用人權準則篩選之新供應商比例 | 3.1.2 供應商管理 | 24 | |
| | G4-HR11 | 在供應鏈具顯著實際和潛在之負面人權衝擊和採取的行動 | 3.1.2 供應商管理 | 24 | |
| 人權問題申訴機制 | G4-HR12 | 經由正式申訴機制提出對人權的立案、處理和解決的數量 | 2.4 法規遵循 | 22 | |
| 社會績效指標 | | | | | |
| 當地社會 | G4-DMA | 管理方針 | 5 社會參與 | 43 | |
| | G4-SO1 | 實施當地社區參與、影響評估和發展方案的營運活動之比例 | 5 社會參與 6.2 文化推廣 | 43 63 | |
| | G4-SO2 | 對當地社區具顯著實際和潛在之負面衝擊的營運活動 | 5 社會參與 6.2 文化推廣 | 43 63 | |
| 反貪腐 | G4-SO3 | 報告已評估貪污風險之營運據點的數量和比例，和已辨識之顯著風險 | 2.2.3 營運風險與誠信管理 | 17 | |
| | G4-SO4 | 反貪污政策和程序上的溝通和培訓 | 2.2.3 營運風險與誠信管理 | 17 | |
| | G4-SO5 | 證實之貪污事件和採取的行動 | 2.2.3 營運風險與誠信管理 | 17 | |
| 公共政策 | G4-SO6 | 按國家和收款者/受惠者報告政治捐獻的總價值 | 2.2.2 財政績效 | 17 | |
| 反競爭行為 | G4-SO7 | 針對反競爭行為、反托拉斯及獨佔等情形採取法律行動之總數和其結果 | 2.4 法規遵循 | 22 | |
| 社會法規遵循 | G4-DMA | 管理方針 | 2.4 法規遵循 | 22 | |
| | G4-SO8 | 不遵從法律及規定之貨幣罰款及非貨幣之重大懲罰總量 | 2.4 法規遵循 | 22 | |
| 供應商社會衝擊評估 | G4-SO9 | 使用社會衝擊準則篩選之新供應商百分比 | 3.1.2 供應商管理 | 24 | |
| | G4-SO10 | 在供應鏈具顯著實際和潛在之負面社會衝擊和採取的行動 | 3.1.1 供應鏈概況 | 23 | |
| 社會問題申訴機制 | G4-SO11 | 藉由正式的申訴機制提出對社會衝擊的立案、處理、並解決之數量 | 2.4 法規遵循 | 22 | |
| 產品責任績效指標 | | | | | |
| 顧客的健康與安全 | G4-DMA | 管理方針 | 3.3 食品管理精進 | 27 | |
| | G4-PR1 | 健康和 safety 衝擊被評估改善的重要產品和服務類別的百分比 | 3.3.1 食安把關 | 27 | |
| | | | 3.3.2 食安認證 | 30 | |

| 類別/考量面 | 編號 | GRI 指標內容 | 對應章節 | 頁碼 | 備註 |
|----------------------------|--------------|--|-----------------|----|----|
| | G4-PR2 | 依結果種類報告產品與服務在生命週期內違反健康及安全法規和自願性規範的事件數量 | 2.4 法規遵循 | 22 | |
| 產品與服務標示 | G4-DMA | 管理方針 | 3.3.2 食安認證 | 30 | |
| | G4-PR3 | 依組織的產品與服務資訊和標示程序要求之產品與服務資訊類型及需要這些訊息的重要產品和服務類別之比例 | 3.3.1 食安把關 | 27 | |
| | | | 3.3.2 食安認證 | 30 | |
| | G4-PR4 | 依結果種類報告產品與服務資訊和標示違反法規及自願性規範的事件數量 | 2.4 法規遵循 | 22 | |
| G4-PR5 | 衡量客戶滿意度調查的結果 | 3.3.3 客戶滿意 | 31 | | |
| 行銷溝通 | G4-DMA | 管理方針 | 2.4 法規遵循 | 22 | |
| | G4-PR6 | 被禁止或有爭議的產品銷售 | 2.4 法規遵循 | 22 | |
| | G4-PR7 | 依結果種類報告產品與服務違反市場溝通法規及自願性規範，包括廣告、促銷、贊助等活動數量 | 2.4 法規遵循 | 22 | |
| 顧客隱私 | G4-DMA | 管理方針 | 2.2.3 營運風險與誠信管理 | 17 | |
| | G4-PR8 | 客戶抱怨關於隱私權侵犯，和資料外洩等事件的總數 | 2.2.3 營運風險與誠信管理 | 17 | |
| 產品法規遵循 | G4-DMA | 管理方針 | 2.4 法規遵循 | 22 | |
| | G4-PR9 | 產品與服務的提供與使用，違背法律與規定導致重大罰款之貨幣價值 | 2.4 法規遵循 | 22 | |
| GRI G4 食品加工行業揭露績效指標 | | | | | |
| 採購實務 | G4-FP1 | 向符合公司採購政策之供應商採購的數量百分比 | 3.2 原物料管理 | 26 | |
| | G4-FP2 | 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 | 3.3.1 食安把關 | 27 | |
| 3.3.2 食安認證 | | | 30 | | |
| 勞資關係 | G4-FP3 | 因產業爭議、罷工、封廠所損失工作時間的百分比 | 2.4 法規遵循 | 22 | |
| 顧客的健康與安全 | G4-FP5 | 由獨立第三方根據國際認可的食品安全管理體系標準認證的生產產品所占產量的百分比 | 3.3.1 食安把關 | 27 | |
| | | | 3.3.2 食安認證 | 30 | |

附錄二：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」

| 編號 | 條款 | 指標內容 | 對應章節 | 衡量基準 | 頁碼 |
|----|--------------|--|---|---|----------------|
| 1 | 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。 | 3.3 食品管理精進 | 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。 | 27 |
| 2 | 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。 | 3.2.1 原物料使用 3.3.2 食安認證 | 違反食品安全衛生管理相關法規之裁罰次數及金額。 | 26 30 |
| 3 | 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。 | 3.1 採購承諾 3.3.2 食安認證 | 本公司向符合公司採購政策供應商進行採購比例為 100% | 23 30 |
| 4 | 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。 | 3.2.1 原物料使用 3.3.1 食安把關 3.3.2 食安認證 | 經獨立第三方驗證符合國際認可之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品品項佔當年度總產品品項之百分比。 | 26 27 30 |
| 5 | 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。 | 3.1.2 供應商管理 | 對當年度有交易之供應商進行實地稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。 | 27 |
| 6 | 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。 | 3.2.2 產品及包材溯源管理 | 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。 | 27 |
| 7 | 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。 | 3.3.1 食安把關 | 食品安全實驗室及食品安全相關支出金額及其立營業淨額之百分比。 | 26 |

附錄三：聯合國全球盟約對照表

| 項次 | 條文 | 對應章節 |
|--------------|--------------------------|-----------------|
| 人權部分 | | |
| 1 | 在企業影響所及範圍內，支持並尊重國際人權 | 2.4 法規遵循 |
| 2 | 企業應確保公司內不違反人權 | 2.4 法規遵循 |
| 勞工部分 | | |
| 3 | 保障勞工集會結社之自由，並有效承認集體談判的權利 | 7.1 人才結構與政策 |
| 4 | 消彌所有形式之強迫性勞動 | 2.4 法規遵循 |
| 5 | 有效廢除童工 | 2.4 法規遵循 |
| 6 | 消彌雇用及職業上的歧視 | 2.4 法規遵循 |
| 環境部分 | | |
| 7 | 支持對環境挑戰採取預防性措施 | 4.1 環保永續 |
| 8 | 採取善盡更多的企業環境責任之作法 | 4.1 環保永續 |
| 9 | 鼓勵研發及擴散環保化的科技 | 4.1 環保永續 |
| 反貪腐部分 | | |
| 10 | 企業應致力於反貪腐活動，其中包含敲詐及賄絡 | 2.2.3 營運風險與誠信管理 |

附錄四：ISO26000 社會責任標準指南對照表

| 項次 | 條文 | 對應章節 |
|------------------|------------------------------|----------------------|
| 1.組織治理 | | |
| 1.1 | 組織於執行目標時下決策與實施決定的系統 | 2.2.1 治理結構 |
| 2.人權 | | |
| 2.1 | 符合法規並避免因人權問題造成之風險之查核 | 2.4 法規遵循 |
| 2.2 | 人權的風險處境 | 2.4 法規遵循 |
| 2.3 | 避免有同謀關係—直接、利益及沉默等同謀關係(共犯的避免) | 2.4 法規遵循 |
| 2.4 | 解決委屈(解決牢騷埋怨) | --- |
| 2.5 | 歧視與弱勢族群 | 2.4 法規遵循 7.1 人才結構 |
| 2.6 | 公民與政治權 | 2.4 法規遵循 |
| 2.7 | 經濟、社會與文化權 | 2.4 法規遵循 |
| 2.8 | 工作的基本權利 | 2.4 法規遵循 |
| 3.勞動實務 | | |
| 3.1 | 聘僱與聘雇關係 | 7.2 勞資管理 |
| 3.2 | 工作條件與社會保護 | 7 快樂職場 |
| 3.3 | 社會對話 | 5 社會參與、6.2 文化推廣 |
| 3.4 | 工作的健康與安全 | 4.1 健康與關懷 |
| 3.5 | 人力發展與訓練 | 7.4 人才培訓 |
| 4.環境 | | |
| 4.1 | 污染預防 | 4.3 污染防治 |
| 4.2 | 永續資源利用 | 4.1 環保永續 |
| 4.3 | 氣候變遷的減緩與適應 | 2.2.3 營運風險與誠信管理 |
| 4.4 | 環境保護與自然棲息地的保護與恢復 | 4.1 環保永續 |
| 5.公平的經營實務 | | |
| 5.1 | 反貪腐 | 2.2.3 營運風險與誠信管理 |
| 5.2 | 負責任的政治參與 | 2.2.2 財政績效 |
| 5.3 | 公平競爭 | 2.4 法規遵循 |
| 5.4 | 促進影響範圍內的社會責任 | 5 社會參與、6.2 文化推廣 |
| 5.5 | 尊重智慧財產權 | --- |
| 6.消費者議題 | | |
| 6.1 | 公平的行銷、資訊與契約的實務 | 3.1.2 供應商管理 |
| 6.2 | 保護消費者的健康與安全 | 3 食安道德 |
| 6.3 | 永續消費 | 2.2.3 營運風險與誠信管理 |
| 6.4 | 消費者服務、支援、抱怨與爭議解決 | 3.3.3 客戶滿意 |
| 6.5 | 消費者資料保護與隱私 | 2.2.3 營運風險與誠信管理 |
| 6.6 | 提供必要的服務 | 2.1.3 主要產品與服務 |
| 6.7 | 教育與認知 | 2.1.3 主要產品與服務 |
| 7.社會參與與發展 | | |
| 7.1 | 社區參與 | 5 社會參與、6.2 文化推廣 |
| 7.2 | 教育與文化 | 5 社會參與、6.2 文化推廣 |
| 7.3 | 增加就業與技術發展 | 5 社會參與、6.2 文化推廣 |
| 7.4 | 科技發展 | --- |
| 7.5 | 增加財富與收入 | --- |
| 7.6 | 健康 | 5 社會參與、6.2 文化推廣 |
| 7.7 | 社會投資 | 5 社會參與、6.2 文化推廣 |