



HeySong

112年度

永續報告書  
Sustainability Report





HeySong



# 目錄

## Contents

### CH. 1 關於報告書

1.1 報告書基本資料	07
1.2 董事長的話	08
1.3 亮點績效與肯定	10
1.4 永續管理	12

### CH. 2 公司治理

2.1 組織概況	19
2.2 治理單位及薪酬政策	26
2.3 政策承諾與申訴機制	33
2.4 法規遵循	33

### CH. 3 重大議題及利害關係人

3.1 衝擊鑑別評估 及重大議題確認	36
3.2 利害關係人溝通	42

### CH. 4 安心飲食

4.1 顧客的健康與安全	46
4.2 供應商管理	55
4.3 滿意度調查	62

### CH. 5 歡樂環境

5.1 員工發展與照顧	65
5.2 社會公益	82

### CH. 6 環境永續

6.1 氣候變遷因應 與溫室氣體管理	92
6.2 物料與能源管理	97
6.3 水資源管理	100
6.4 廢棄物管理	102
6.5 降低產品及營運衝擊	103

### 附錄

GRI 內容索引表	107
永續會計準則 SASB 非酒精飲料揭露指標	111
TCFD 氣候相關資訊及指標對照表	114
會計師有限確信報告	115



# CH.1

## 關於報告書

- 1.1 報告書基本資料
- 1.2 董事長的話
- 1.3 亮點績效與肯定
- 1.4 永續管理

### 1.1 報告書基本資料

#### ● 報告書邊界與資料計算基礎

本年度報告書邊界以黑松股份有限公司為主，涵蓋台北總公司、中壢廠與斗六廠。本報告書揭露以上營運據點112年度各項治理、社會和環境面之相關績效表現。其中財務數據均係引用經勤業眾信聯合會計師事務所查核驗證之財務報告，數據幣值以新台幣計算。ISO 22000食品安全管理系統、FSSC 22000食品安全管理系統、ISO 50001能源管理系統、ISO9001品質管理系統、ISO 14064-1溫室氣體盤查係經第三方驗證單位認證。

#### ● 報告書編撰原則與確信

本報告書業經勤業眾信聯合會計師事務所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」執行有限確信並出具有限確信報告，符合GRI Standards以及「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」之標準。確信報告請參閱本報告書附錄。

#### ● 報導期間與頻率

報導頻率：本公司每年發行一次永續報告書。本期為第10期。

報導期間：112年1月1日至112年12月31日，並適時補充113年最新資訊。

報導期間與本公司合併財務報表週期一致。

發行日期：113年8月發行

#### ● 聯絡方式

如對本報告書有任何建議或疑問，請透過以下方式與我們聯絡：

黑松股份有限公司	
聯絡部門	經營企劃室
電話	(02) 2706-2191
地址	台北市大安區信義路四段296 號3 樓
E-mail	<a href="http://www.heysong.com.tw/Contact">http://www.heysong.com.tw/Contact</a>

## 1.2 董事長的話

112年我們以多面向營運策略及快速應變力，克服通貨膨脹、原物料供應緊張、缺工等經營挑戰並掌握市場成長契機，全年稅後利益新台幣9.48億元，較前一年度成長7%；持續增進公司治理，完善公司資訊揭露品質、維護股東權益，於112年度公司治理評鑑名列上市公司組6%至20%級距。我們深知，展現經營能力的同時亦須兼顧全球環境議題與永續發展趨勢，才能為利害關係人創造長期價值，並共同攜手迎向美好未來。

致力實現「安心飲食、健康歡樂、智能營運、友善環境」之願景，持續精進食品安全管理系統運作，落實食品安全管制系統之自我查檢作業，確保無食安事件；推出9項飲料新產品，1項保健新產品，並持續以符合潔淨標章標準、健康認證標準及無糖產品開發為發展方向，提供消費者高品質與更天然、少添加的產品；促進職場環境多元與公平，管理職女性主管占比自111年15%提升至112年18%；全公司人才培訓時數較前一年增加10%，投入培訓費用增加60%；總公司及中壢廠取得「職場健康促進」標章認證，營造良好的健康工作環境。

112年投資超過6千萬元針對重要生產設備之集合包裝系統與棧板機進行汰舊換新，提升生產效率並減少人力作業負擔；使用再生能源占全公司年總能源耗用1%，並提升能資源使用效益，在類別1與類別2的範疇下，達成全公司每噸產品溫室氣體排放強度較111年減少7%，全公司水耗用率較111年減少3%；另外不遺餘力落實綠色採購，已連續9年獲得環境部頒發為綠色採購績優企業。在整合各種節能減碳、節水、綠色作為下，我們於112年成為全台第一家綠色工廠標章的飲料製造業者。

適逢黑松教育基金會成立十週年，從經驗積累淬煉出「增能-陪伴-擴散」3項行動要素，促進桃園市在地小學發展環境特色教育。「黑松綠+校園生態計畫」陪伴學校發展環境教育課程及環境改造，至今已與桃園市32所小學成為夥伴，總計取得環境部臺美生態學校中綠旗認證14面，桃園市綠旗認證數全國最多；「黑松尋.耕課程計畫」以在地特色輔導2所小學建構校本特色課程，其中觀音國小榮獲教育部教學卓越獎佳作。

未來將持續掌握ESG浪潮帶給企業革新的契機，深化同仁永續思維，形塑企業永續文化，從上而下一致落實企業永續轉型。

董事長

張斌堂



## 1.3 亮點績效與肯定

### ● 112 年營運亮點績效

#### 治理面

1. 營收淨額 **91.82** 億元，較前一年度成長 **9.11%**。
2. 上市公司組評鑑結果列為 **6% 至 20%**。市值 100 億元以上之非金融電子類評鑑結果列為 **21% 至 40%**。

#### 環境面

1. 取得「綠色工廠」標章，成為**全台第一家取得綠色工廠標章的飲料製造業者**。
2. 中壢廠生產每噸產品用水量下降至 **3.86 噸**，較前一年減少 **2.8%**；生產每噸產品用電下降至 **147 度**，較前一年減少 **5.9%**。
3. 再生能源(太陽光發電量)全年共計 **72 萬度**，再生能源使用比例為 **1.4%**。

#### 社會面

1. 黑松教育基金會協助學校發展環境教育，至 112 年服務累計觸及桃園市 **32.2% 小學**，達 **60 所**。
  - (1)黑松愛地兒點子計畫  
112年桃園市**14所**小學參與，共提出**13個**「改善桃園埤塘問題」的環境提案。累計至112年累積**50所**小學參與**127個**環境提案。
  - (2)黑松綠+校園生態計畫  
112年共協助桃園市夥伴學校取得環境部臺美生態學校認證綠旗再認證**2面**、綠旗**4面**、銅牌**3面**。累計至112年共與桃園市**32所**小學成為夥伴，協助學校發展環境教育。總計取得環境部臺美生態學校**綠旗14面**、**銀牌19面**、**銅牌27面**認證，桃園市綠旗認證數全國最多。
  - (3)黑松尋。耕課程計畫  
輔導**2所**小學，產出**2套**校本特色課程，其中**1校**榮獲教育部教學卓越獎佳作。自109年起推動至今，陪伴桃園市、新北市共**5所**小學發展了**5套**校本特色課程。
2. 辦理 **1 場** 低碳化成果廠商企業觀摩活動：112 年 10 月 25 日協助全國工業總會、桃園市工業會辦理低碳化成果廠商企業觀摩活動。介紹黑松如何執行節能減碳方案、各方案執行成效，以及未來規劃的 6 大面向，藉由能源轉型、製程改善、管理及監測，持續邁向低碳生產。

#### 產品面

1. 共推出 **9 項** 新產品，佔全公司飲料銷售淨額 **6%**。
2. 「**FIN 乳酸菌補給飲**」獲得乳酸菌協會創新產品優等獎及食創獎年度十大美味新品；「**韋恩西西里氣泡咖啡**」獲得台灣食品科學技術學會創新產品概念銅牌獎；「**黑松沙士 PLUS 強碳酸**」獲得台灣食品科學技術學會創新製程技術佳作獎。
3. **7 項** 保健產品中，**5 項** 獲得 Anti Additive 國際無添加一星驗證；**1 項** 獲得 Monde Selection 銀獎，**4 項** 具有 SNQ 國家品質標章，**1 項** 具有健康食品認證。

## 1.4 永續管理

### 1.4.1 永續發展委員會

黑松於104年2月成立CSR委員會，並於110年更名為永續發展委員會，為黑松永續發展專責單位，由總經理擔任主任委員，廠處級以上主管與直屬室主管為成員，下設執行單位永續發展推行小組。

「永續發展委員會」負責訂定、檢討永續發展政策、制度與相關管理方針。每年定期召開至少2次永續發展會議，審查永續發展年度目標與計畫，督導執行成效，並考量利害關係人關注之議題，依重大性原則，判別與公司營運相關之治理、社會和環境之風險與機會議題，制定相關策略應對。「永續發展推行小組」由相關部門主管組成，負責各項決策之執行，並透過永續發展會議檢視運作方向與執行成效。112年共召開2次會議，會議議題包含(1) 永續發展目標執行現況與未來強化執行項目；(2) 利害關係人與重大性議題鑑別及永續報告書架構。

黑松每年編寫永續報告書，經永續委員會審核發行。108年起，永續發展委員會每年向董事會報告上年度執行成果。公司董事會聽取永續發展執行的報告，並檢視相關策略作法及目標執行進展，於必要時予以建議或督促相關單位進行調整。

### 1.4.2 黑松股份有限公司永續發展政策

104年3月參考證交所「上市上櫃公司永續發展實務守則」制定CSR政策，並經董事會通過施行；111年1月經董事會修訂通過「永續發展政策」，承諾於經濟、環境與社會議題進行努力與改善。

#### ● 永續發展指引

- 一、本公司將秉持「誠實服務」之經營理念從事營運活動，致力實踐永續發展。
- 二、本公司期許成為優質生活的好伙伴，據以提供安心飲食，共創歡樂環境。
- 三、本公司所有人員須實踐「道德行為準則」之精神。

#### ● 永續發展之承諾

- 一、捍衛食品安全，提供安心及健康飲食，促進優質生活。
- 二、提升公司競爭優勢，持續強化公司治理，提高營運績效，增進股東權益及公司永續經營。
- 三、持續提供創新性產品及良好品質與服務，滿足客戶需求，開創共榮共享之經營模式。
- 四、採取適宜之措施，以因應氣候變遷對公司現在及未來的潛在風險與機會；持續推動節能減碳，提升能源使用效率及使用對環境負荷衝擊低之再生資源，降低營運對生態效益之影響。
- 五、遵守勞動與職安法規，保障員工權益，提供合理薪酬制度及福利措施，透過教育訓練提升職能。
- 六、支持尊重國內外人權，並確保公司內無違反人權之情事。
- 七、積極參與推廣社會公益活動，善盡企業公民責任。
- 八、分享交流經濟、環境、社會之永續發展實務，建立供應鏈之永續發展觀念。

### 1.4.3 永續發展目標與執行進度

黑松以「安心飲食、健康歡樂、智能營運、友善環境」為願景，以「誠實服務」為經營理念，致力落實公司治理、提升營運績效，並且積極朝永續經營邁進。114年黑松將創立100年。我們呼應聯合國永續發展目標SDGs，透過訂定黑松在「環境、健康、社會」三面向的永續發展願景，將永續治理的精神融入價值鏈管理的各個環節，自包材使用、生產耗能、廢棄物管理至產品與顧客健康，以更明確且系統性管理持續落實永續經營。

112年黑松依過往達成實績檢視每項目標達成狀況，進行2方面調整，調整如下：

#### ● 擴大目標涵蓋內容

永續目標	調整項目	調整說明
每噸產品碳排放下降數	「中壢廠」每噸產品調整為「全公司」每噸產品；基準年「109年」調整為「110年」。	111年進行110年溫室氣體盤查時，將組織邊界由中壢廠擴大為全公司。112年經永續發展委員會決議，113年(含)以後之目標設定應調整為與溫室氣體盤查組織邊界一致，並將基準年一併修正。
水耗用率下降數	「中壢廠」水耗用率調整為「全公司」水耗用率。	呼應公司願景，全面提升能資源使用效率，減低環境衝擊。
產品認證數	增列飲料產品認證數目標。	呼應公司願景，提供消費者更多潔淨標章、健康認證、糖攝取量減少之產品。

#### ● 針對 4 個目標項目展延設定 119 年 (2030 年) 中長期目標

永續目標	增列119年(2030年)目標
每噸產品碳排放下降數	在類別1與類別2的範疇下，全公司每噸產品碳排放下降至110.6公斤CO <sub>2</sub> e，相較110年減少15%。
水耗用率下降數	將全公司水耗用率(生產每噸產品用水量)降至3.74噸，相較109年減少20%。
產品平均含糖量	黑松自有品牌飲料產品平均含糖量4.8g/100ml以下。
產品認證數	保健產品取得潔淨標示13項、SNQ取得8項、維持具有健康食品認證1項；飲料產品具有健康食品認證4項。

面向	項次	112年目標	112年達成狀況	113年目標	119年(2030年)目標
環境	1	在類別1與類別2的範疇下，中壢廠每噸產品碳排放下降至124.6公斤CO <sub>2</sub> e，相較於109年減少3%。 說明：基準年109年中壢廠每噸產品碳排放128.5公斤CO <sub>2</sub> e。  呼應聯合國永續發展目標13.2、13.3	達成  1. 在類別1與類別2的範疇下，中壢廠碳排放較109年(25,046.5噸CO <sub>2</sub> e)減少1,258.2噸CO <sub>2</sub> e；每噸產品碳排放量為119.5公斤CO <sub>2</sub> e，與109年(128.5公斤CO <sub>2</sub> e)相比，每噸產品碳排放量減少7%。 2. 112年節電措施共7件，投資總金額243萬元，減碳量約972噸CO <sub>2</sub> e，總節電量約為196萬度。	在類別1與類別2的範疇下，全公司每噸產品碳排放下降至120.96公斤CO <sub>2</sub> e，相較於110年減少7%。	在類別1與類別2的範疇下，全公司每噸產品碳排放下降至110.6公斤CO <sub>2</sub> e，相較110年減少15%。 說明：基準年110年全公司每噸產品碳排放130.1公斤CO <sub>2</sub> e。
環境	2	中壢廠水耗用率(生產每噸產品用水量)降至3.95噸，較109年預估減少9%。 說明：基準年109年中壢廠水耗用率為4.34噸/噸。  呼應聯合國永續發展目標6.4	達成  112年中壢廠水耗用率(生產每噸產品用水量)降至3.86噸/噸。	全公司水耗用率(生產每噸產品用水量)降至3.98噸，較109年預估減少15%。	全公司水耗用率(生產每噸產品用水量)降至3.74噸，相較109年減少20%。(109年4.68噸降至119年3.74噸) 說明：基準年109年全公司水耗用率為4.68噸/噸。
健康	3	黑松自有品牌飲料產品平均含糖量5.5g/100ml以下。	達成  1. 黑松自有品牌飲料產品平均含糖量5.43g/100ml以下。 2. 完成3項無糖/低卡新產品上市： ① 黑松茶花一番煎茶 ② 黑松茶尋味台灣春茶 ③ 黑松FIN好菌補給飲 3. 112年無糖產品及減糖產品項數占比23.8%。 4. 112年實際投入研發金額809萬元。	黑松自有品牌飲料產品平均含糖量5.38 g/100ml以下。	黑松自有品牌飲料產品平均含糖量4.8g/100ml以下。
健康	4	保健產品維持具有健康食品認證1項；SNQ取得3項；AA無添加認證(一星)取得6項。  呼應聯合國永續發展目標2.2	部分達成  1. 保健產品維持具有健康食品認證2項： ① L-137®植物乳酸菌膠囊 ② 果寡糖順暢粉 2. SNQ新取得1項，並通過續審3項： ① 新取得：黃金B群錠 ② 通過續審：葉黃素濃縮精、人蔘精、龜鹿膠原精華膠囊 3. AA無添加認證(一星)取得4項，並通過續審1項： ① 新取得：L-137®植物乳酸菌膠囊、黃金B群錠、人蔘精、葉黃素濃縮精 ② 通過續審：龜鹿膠原精華膠囊	保健產品取得潔淨標示8項、SNQ取得5項、維持具有健康食品認證1項；飲料產品具有健康食品認證2項。	保健產品取得潔淨標示13項、SNQ取得8項、維持具有健康食品認證1項；飲料產品具有健康食品認證4項。



面向	項次	112年目標	112年達成狀況	113年目標	114年(2025年)目標
環境	5	完成再生塑料特性研究與供應商進料檢驗管理。  呼應聯合國永續發展目標12.5	部分達成 ▲ 完成三項產品不同rPET含量酯粒、瓶胚及瓶型使用性進行研究。	導入30%PET再生酯粒應用於580FIN系列產品： 3月底前線上測試取得樣本(胚與標)。 5月完成供應商評鑑與標準化。 9月可商化量產。	至少3項碳足跡產品PET瓶(胚、標)塑料中使用再生料。
環境	6	中壢廠每噸產品產生的廢棄物量降至12.4公斤/噸。  呼應聯合國永續發展目標12.5	部分達成 ▲ 中壢廠每噸產品產生的廢棄物量降至12.91公斤/噸。	中壢廠每噸產品產生的廢棄物量降至16.4公斤/噸。 說明：由於113年3月起咖啡產品配方變更，預估廢棄物量將增加。	中壢廠每噸產品產生的廢棄物重量相較109年減少14%。(由109年13.79公斤/噸降至114年11.89公斤/噸)
社會	7	1. 服務桃園市34%小學(63所)。 2. 環境教育種子教師認證7位、培育6位。 3. 持續發展3個實體及線上環境教育基地，促成環境教育資源共享： ① 輔導4所學校取得臺美生態學校綠旗認證。 ② 輔導2所學校發展校本特色課程。 ③ 開發3套在地化教材。 ④ 建立1個線上環境教育資源交流平台。  呼應聯合國永續發展目標4.7	部分達成 ▲ 1. 服務累計觸及桃園市32.2%小學(60所)。 2. 環境教育種子教師認證7位。 3. 籌備環境教育特色基地： ① 輔導6所學校取得臺美生態學校綠旗認證。 ② 輔導2所學校發展校本特色課程。	1. 服務累計觸及桃園市36%小學(67所)。 2. 環境教育種子教師認證6位。 3. 籌備環境教育特色基地： ① 輔導6所學校取得臺美生態學校綠旗認證。 ② 輔導3所學校發展校本特色課程。	透過各項環境教育計畫，至114年服務桃園市40%小學，並從中培育環境教育種子教師10位、發展環境教育基地學校2所，擴散影響力。

## 2.1 組織概況

黑松企業於民國14年由張氏家族所創立，創辦人張文杞先生受家庭環境影響，自小即有做生意的願望。民國13年末於台北後火車站鄭州路附近一家生產彈珠汽水的「尼可尼可」（ニコニコラムネ）商會有意出讓，文杞先生遂興起作汽水的念頭。

於是文杞先生籌措大部分資金，買下「尼可尼可」商會設備，七位堂兄弟合股於民國14年組成「進馨商會」，首創以「山型」為商標的「富士牌」汽水、及以三兄弟聯手創業圖案為商標的「三手牌」彈珠汽水，種下黑松企業的幼苗，當時由張文杞先生從事開發生產，其弟張有盛先生負責推銷業務，兄弟分工為汽水事業打拼，奠定黑松企業發展的基石。時序至今，黑松公司屹立台灣飲料市場近百年，始終秉持著創業第一代的經營理念，即為「誠實服務」，以核心的研發生產能力及良好的企業文化，在飲料的專業領域不斷創新及提升品質，並致力於經銷通路的經營，同時長期投入環保綠色行動，成為善盡社會責任、對環境友善的績優企業。

### 2.1.1 組織規模

公司名稱	黑松股份有限公司																					
員工人數	561人																					
設立登記時間	民國58年12月13日																					
上市日期	民國88年3月12日																					
董事長	張斌堂																					
總公司位置	台北市大安區信義路四段296號3樓																					
實收資本額	新台幣4,018,710,940元																					
所有權及法律形式	本公司為公開發行上市公司。台灣證券交易所股票代號為1234。																					
	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="6">112年股東結構</th> </tr> <tr> <th></th> <th>個人</th> <th>其他法人</th> <th>外國機構及外人</th> <th>政府機構</th> <th>金融機構</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>持股比率</td> <td>48.52%</td> <td>45.08%</td> <td>6.13%</td> <td>0.00%</td> <td>0.27%</td> </tr> </tbody> </table>					112年股東結構							個人	其他法人	外國機構及外人	政府機構	金融機構	持股比率	48.52%	45.08%	6.13%	0.00%
112年股東結構																						
	個人	其他法人	外國機構及外人	政府機構	金融機構																	
持股比率	48.52%	45.08%	6.13%	0.00%	0.27%																	
產業類別	食品工業																					
產品與服務	飲料產品：碳酸飲料、咖啡飲料、茶類飲料、運動飲料、果蔬汁、水 酒類產品：代理50度以上金門高粱酒系列、葡萄酒類、利口酒類、清酒類、人頭馬君度系列 生技保健：黑松生技H*系列																					
官方網站	<a href="https://www.heyson.com.tw/">https://www.heyson.com.tw/</a>																					

說明：以上資料為 112 年 12 月 31 日統計資料。

## CH.2 公司治理

### 2.1 組織概況

### 2.2 治理單位及薪酬政策

### 2.3 政策承諾與申訴機制

### 2.4 法規遵循

### 2.1.2 營運據點

地區		
台灣	 <p>總公司</p>	76年由原台北廠(現微風廣場)遷移至台北市信義路黑松通商大樓，建立現代化的辦公環境。多年來，黑松公司聚焦飲料專業經營，並藉由多角化經營策略，於轉投資事業拓展公司經營理念，以達到「安心飲食、健康歡樂、智能營運、友善環境」的企業願景。
	 <p>中壢廠</p>	67年竣工。產品線包裝種類包含罐裝、寶特瓶、鋁箔包等，品類包含碳酸飲料、果汁、咖啡、茶、運動補給飲料等，並自製寶特瓶容器。 102年設立製造三場，並於104年取得「綠建築」標章，同時也引進台灣第一條「無菌碳酸/非碳酸多功能寶特瓶生產線」，可生產健康、優質的飲料產品，亦可帶來節能效益。112年製造三廠更通過「清潔生產評估系統」評定，取得「綠色工廠」標章。
	 <p>斗六廠</p>	61年竣工，所生產的產品以易開罐茶類、果汁、咖啡為大宗。
中國	 <p>黑松商貿(蘇州)有限公司</p>	104年成立黑松商貿(蘇州)有限公司，主要經營食品銷售及進出口業務，銷售區域包括北京、上海、江蘇、福建等。

### 2.1.3 營運績效

經濟績效表彰公司營運狀況，為公司永續經營之基石，公司營運狀況之優劣，直接影響公司股東與員工，而合作夥伴如供應商、客戶、消費者等利害關係人亦會受到程度不一之影響。

針對每月經營狀況，本公司內部按月編製各品類產品管理報表等完整資訊供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，並不定時依據使用單位與管理單位需求，調整營運績效指標，以真實反映營運狀況。



單位：新台幣仟元，惟每股盈餘為元

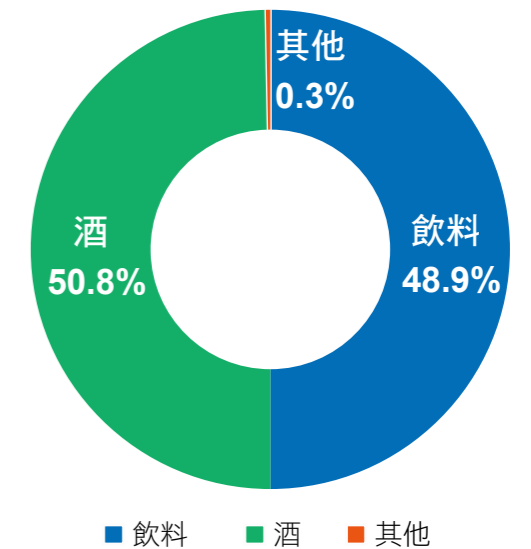
項目	110年	111年	112年
營業收入	8,197,449	8,415,623	9,182,200
營業成本	6,180,020	6,340,900	6,935,429
營業利益	592,534	556,569	641,149
稅前淨利	915,133	989,916	1,085,387
所得稅費用	118,324	103,781	136,940
稅後淨利	796,809	886,135	948,447
每股盈餘	1.98	2.21	2.36
保留盈餘	13,872,157	14,109,505	14,327,725
實收資本額	4,018,711	4,018,711	4,018,711
股東權益	18,143,912	18,345,327	18,645,915
員工薪資福利	504,664	518,648	557,495
董事酬金(含董事酬勞及每月報酬)	37,718	39,898	42,738
股東股利	683,181	723,368	763,555

說明：資料來源為 110~112 年個體財務報告。

### ● 112 年主要產品及其銷售佔比

單位：億元

類別	營業淨額	佔比
飲料	44.91	48.9%
酒	46.63	50.8%
其他	0.28	0.3%
全公司	91.82	100%



說明：  
1：資料來源為 112 年個體財務報告。  
2：「飲料」類含代工代銷、「其他」類含保健。

### ● 112 年主要產品提供總量

單位：仟打(箱、盒)

飲料產品	酒類產品	其他 <sup>註</sup>	總計
41,563	1,046	54	42,663

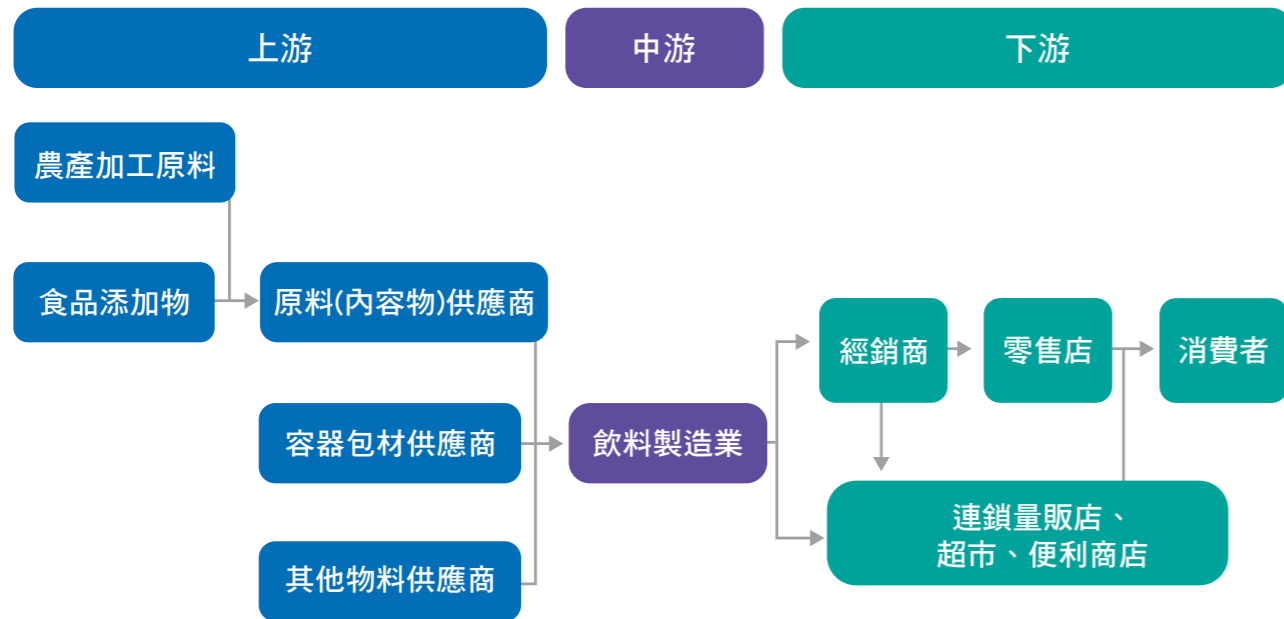
註：其他包含保健產品。

● 產業上、中、下游供應鏈之關聯性

上游：上游供應商種類繁多，舉凡原物料供應商(如內容物、包材與物料等)、服務供應商、資產供應商與其他支應公司營運之相關供應商，相關資訊請參考本報告書【4.2供應商管理】。

中游：包含本公司在內之各飲料製造廠商。

下游：為通路商，本公司通路分類及定義請參考本報告書【2.1.4銷售模式】。



說明：關於產業上、中、下游之詳細說明請參考 112 年年報第 116~118 頁。

● 主要品牌

作為消費者優質生活的好夥伴，黑松致力提供各類產品以滿足消費者的期待與多元需求，目前產品類別涵蓋飲料、生技保健及酒類產品。我們嚴格把關產品品質，確保所有產品皆經過原料溯源管理、原料進廠檢驗、風險物質檢驗、成品檢驗等四大關卡，以確保產品安全無虞。

目前飲料共有12個品牌，其中11個為自有品牌、1個為代工代銷品牌，提供消費者包括碳酸、咖啡、茶類、果蔬汁、水及運動飲料等多元產品。在酒類產品的部分，我們代理及經銷超過 23 個酒類品牌，依不同場合提供各式酒類產品，滿足消費者的飲用需求。涵蓋酒品類型包括中式白酒 50 度以上金門高粱酒系列、葡萄酒類、利口酒類、清酒類、以及人頭馬君度系列等。

此外，我們亦有1個生技保健品牌，專為消費者研發各式機能性與保健產品，包含黑松L-137®植物乳酸菌膠囊、黑松人蔘精、黑松葉黃素濃縮精、黑松龜鹿膠原精華膠囊、黑松青汁酵素益生菌、黑松御樟芝複方膠囊、黑松黃金B群錠共計7項產品。

黑松自有品牌飲料、生技保健及代理酒品完整資訊，請參閱本公司官網 [產品介紹](#)

自有品牌飲料



代工代銷飲料



生技保健品牌



代理及經銷酒類品牌



## 2.1.4 銷售模式

### ● 專業分工的經銷商體系遍布全台各縣市

本公司主要銷售市場為台灣，於各縣市構建綿密的經銷商體系。

#### 經銷商專業型態分類

直營經銷商

常溫經銷商

常溫餐飲  
經銷商

軍公教特約  
經銷商

酒類特約  
經銷商

### ● 遍佈各類店型態，滿足各地消費者需求

由各縣市的經銷商將本公司製造/代銷/代理等產品鋪銷至全國各通路，滿足各地消費者需求。

通路別	鋪銷主要店型態客戶
KA通路	<ul style="list-style-type: none"> <li>量販店(家樂福、大潤發、愛買等)</li> <li>超市(全聯、美廉社、楓康等)</li> <li>便利商店(7-11、全家、萊爾富、OK)</li> <li>藥妝店(屈臣氏、康是美等)</li> </ul>
GT+SC通路	地區型超市、傳統店、便利商店、藥妝店、中盤、旅館、學校、菸酒專賣店等
EC通路	<ul style="list-style-type: none"> <li>購物平台(PChome、MOMO、東森購物等)</li> <li>外送平台(熊貓超市、酷澎等)</li> </ul>
餐飲通路	中式餐廳、快炒店、小吃店、火鍋店、日式料理店等
VM通路	交通站點(例如：桃園/松山機場)、休閒、學校(含補習班)、醫院、辦公大樓、工廠等

### ● 持續經營 B to C 的商業模式，切合現代消費者的消費趨勢 (保健)

以黑松生技自有官網為主要銷售通路，消費者於官網下單就可以用宅配、超商取貨等方式快速收到產品，並建置「健康研究所」網頁提供消費者正確的保健知識，搭配客服專線即時協助消費者的需求；此外還與電商平台合作、並透過直營經銷商以及團購等模式，具有多樣化的線上、線下作業提供消費者便利的購買流程。

通路別	主要型態客戶
EC通路	自有品牌官網、購物平台 (MOMO、PChome、蝦皮、東森)
線下通路	直營經銷商、團購、KA通路 (愛買、大樹藥局、屈臣氏)

### ● 精耕台灣、進銷全球

近年來，除精耕台灣市場與立足中國大陸外，更以台灣為主要生產基地，擴大進銷亞洲地區(港澳、新加坡、馬來西亞、日本、菲律賓)、美洲地區(美國、巴拉圭、阿根廷、智利)、大洋洲及南半球區(澳洲、紐西蘭、南非)等國家，112年飲料產品內銷約佔97.9%，外銷約佔2.1%<sup>註</sup>。

註：關於銷售量值請參考 112 年年報第 124 頁。

### ● 參與公協會

本公司積極參與相關的公協會，透過與同業交流學習、互助合作，共同為食品安全與健康、永續發展共同努力。112年黑松參與公協會共計26個，除擔任一般會員外，也擔任部分團體的董事長、常務理事、常務監事、理事、監事等職務如下：

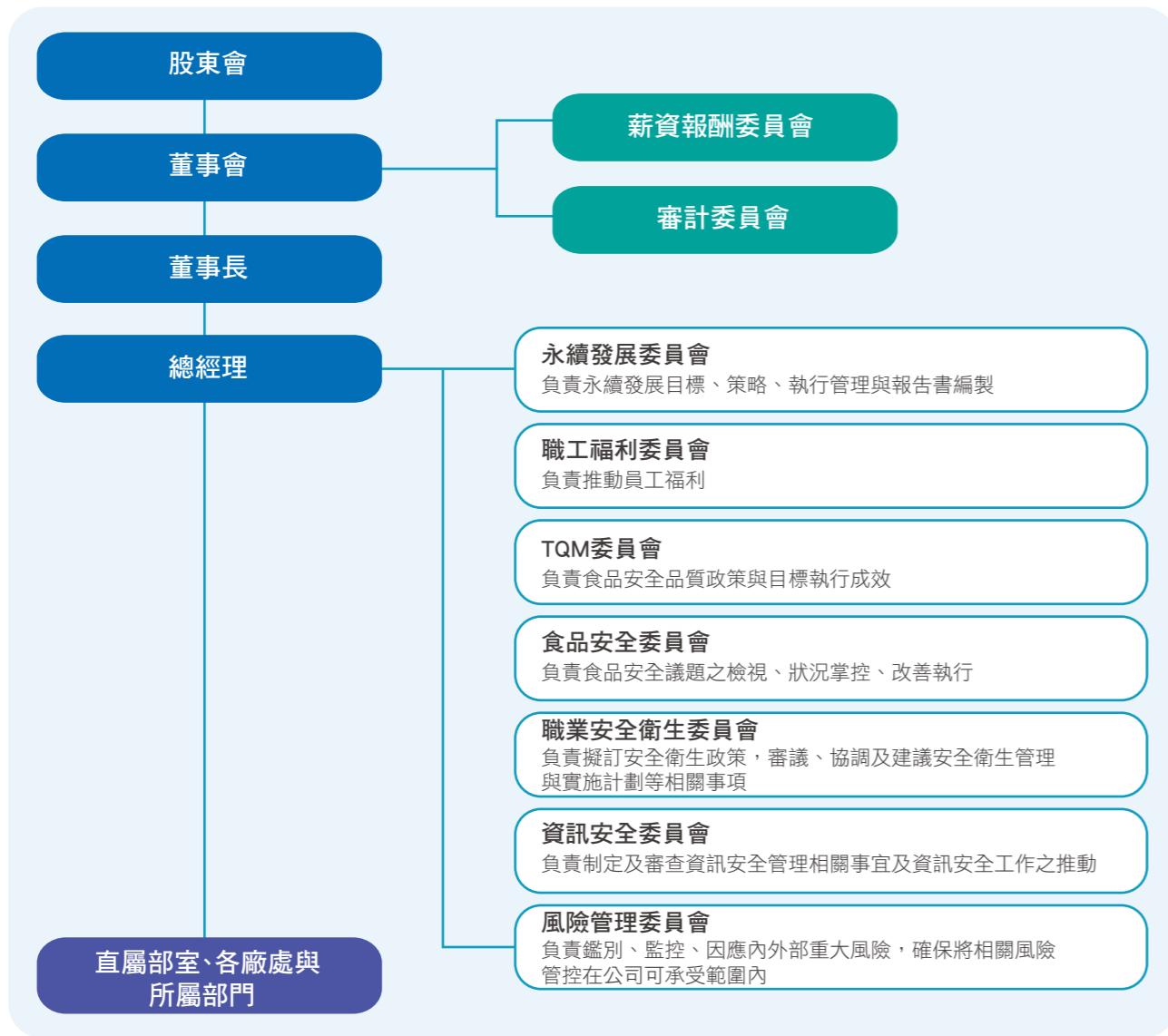
112 年參與學協會	參與身份
台灣食品產業策進會	董事長
台灣食品產業發展協會	常務理事
食品工業發展研究所	
台灣優良食品發展協會	常務監事
台灣國際生命科學會	
台灣區飲料工業同業公會	理事
台灣保健營養食品工業同業公會	
台灣乳酸菌協會	
中壢工業區廠商協進會	
紙包裝食品推廣協會	理事、監事
台灣食品保護協會	監事

## 2.2 治理單位及薪酬政策

### 2.2.1 治理結構

本公司建立公司治理制度，參考證交所「上市上櫃公司治理實務守則」制定「公司治理實務守則」，除遵守相關法令及章程之規定外，並致力維護股東權益、平等對待股東、強化董事會結構與運作、提升資訊透明度及落實企業社會責任，以建置有效的公司治理架構。

公司治理實務守則



#### ● 董事會

##### 董事會提名與遴選

董事會為本公司最高治理機構，主席為董事長，本公司未設置提名委員會，董事之提名依董事性質有不同考量及流程。

獨立董事遴選為依據公司產業特性、企業文化(誠實服務)及公司治理等面向作為考量；設定3名獨立董事於專業及經歷上應分別具備有產業知識、公司治理、法律及財會等專長。遴選管道主要透過董事推薦或業界風評進行人員名單蒐集，董事長並依設定面向進行人選評估、意願探詢及擇定，再由公司治理主管進行後續接洽及選任所需文件蒐集及程序規劃。

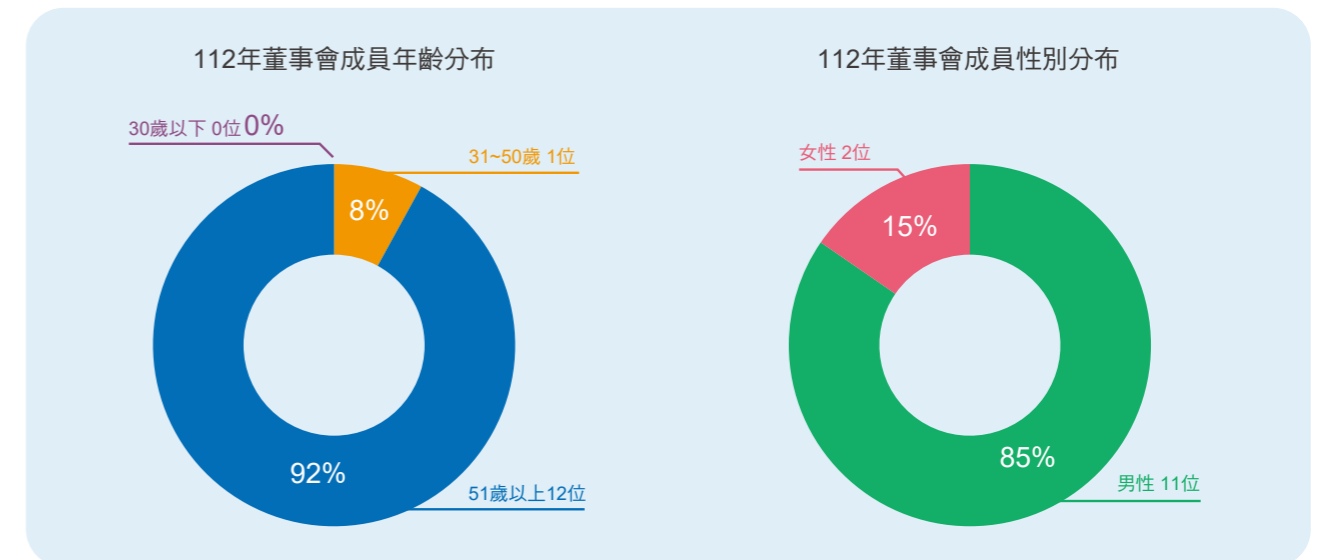
一般董事之提名除考慮董事專業性、多元性外亦將大股東結構納入考量，以維持穩定的董事結構及運作模式，確保公司中長期策略、願景及政策發展與規畫能順利展開執行。

另每年董事會績效評估結果亦作為董事提名及遴選之參考，獨立董事及一般董事之提名名單均會提報董事會審查。

##### 董事會成員多元性

本公司於「公司治理守則」中明訂董事會成員組成應考量多元化，不限制性別、種族及國籍，除應具備執行職務所必須之知識、技能及素養，為達到公司治理之理想目標，董事會整體應具備之能力包括(1) 營運判斷能力(2) 經營管理能力(3) 會計及財務分析能力(4) 危機處理能力(5) 產業知識(6) 國際市場觀(7) 領導能力(8) 決策能力等多元化專業背景。

目前席設13席董事(含3席獨立董事)，由股東會就有行為能力之人中選任，任期均為3年。截至112年底，本公司具員工身分之董事有2位，董事會平均年齡為65歲，女性董事2名(佔全體董事15.4%)。董事會成員具備財金、商務及法律等領域之豐富經驗與專業，協助經營團隊擬定公司的重大策略，以提高公司績效。董事會成員詳細背景、專業能力、目前兼任本公司及其他公司之職務等資料請參閱本公司112年年報第15~25頁。



##### 董事會成員專業性

公司每年均會自辦3場次董事進修課程，課程中除安排與公司經營及發展相關之最新議題外，永續發展之相關議題亦為近年主要安排之課程，故除透過進修管道來提升董事群體智識、技能及經驗外，公司亦會安排永續發展委員會執行秘書每年於董事會報告計畫及執行成果，協助董事瞭解公司永續發展推行情形。112年每位董事平均受訓8.5小時。董事之學經歷、進修情形等資訊，請參閱本公司官網[https://www.heyson.com.tw/investor/board-of-directors?tx\\_category=2023](https://www.heyson.com.tw/investor/board-of-directors?tx_category=2023)。

##### 利益衝突迴避

公司訂定公司治理實務守則、道德行為準則、誠信經營守則及誠信經營作業程序與指南，明訂誠信經營商業活動及利益迴避與禁止內線交易之規定。

董事會召開會時，公司治理主管均會於會議前檢視議案內容並彙整需利益迴避事項、人員與董事長，於議案討論前提醒與議案有利害衝突之董事進行利益迴避。112年董事對利害關係議案迴避之執行情形請參閱本公司112年年報第34~35頁。

## ● 董事會績效評估

為有效提升董事會職能，本公司於109年3月25日通過「董事會績效評估辦法」，109年11月11日完成第1次修訂。113年1月完成112年度董事會、個別董事成員及功能性委員會(審計委員會、薪酬委員會)績效自評，評估情形於113年3月4日薪酬委員會及3月14日董事會報告在案。112年度績效自評結果介於4.7~5.0分(4分以上為優良)，顯示董事會及各功能性委員會整體運作完善，符合公司治理要求，各功能性委員會亦均能克盡職責，有效提升董事會職能。

## ● 董事與經理人的薪酬政策

### 薪酬政策

#### ● 董事會薪酬分報酬及酬勞

- 報酬：新任董事當選時由薪酬委員會審議提董事會決議，採每月定額給付。
- 酬勞：依公司章程及獨立董事職責範疇規則(獨立董事不參與董事酬勞分派)，由薪酬委員會審議提董事會決議，依盈餘獲利數額每年給付。

#### ● 高階主管薪資報酬政策

員工之薪酬主要包括本薪(含主管加給)、伙食津貼、專員津貼、職務(證照)津貼等，另設有年終績效獎金、員工獎勵金及員工酬勞。高階主管退休保障事宜請參閱本報告書【5.1.3 薪酬及福利計畫】。

##### — 薪酬政策制定原則

- (1) 薪資參照薪資市場行情、公司營運狀況及組織結構，訂定「員工薪資管理辦法」。並適時視市場薪資動態、整體經濟及產業景氣變動、政府法令規定之必要而有所調整。
- (2) 員工薪資係依據其學經歷、專業知識及技術、專業年資經驗及個人績效表現而定。
- (3) 依公司營運績效及員工個人績效表現發放獎金。

##### — 員工薪酬之政策、訂定薪酬之程序與經營績效或成果之關聯性

- (1) 經理人之薪資報酬，係依據公司經營策略、獲利狀況、績效表現及職務貢獻等因素，並參考薪資市場水準，由薪資報酬委員會提出建議案經董事會通過後執行。
- (2) 黑松股份有限公司提供員工獎勵制度，以激勵員工工作表現。依據公司所訂之經營績效目標及獲利狀況，考核員工個人績效表現發給年終績效獎金、員工獎勵金及員工酬勞。

##### — 獎金與利潤分享

本公司獎金類別包含年終績效獎金、獎勵金與員工酬勞，其依公司營業利益、個人考績及出勤狀況、同仁職位、職等權數來核算，110-112年每年平均約3.5~4.5個月的本薪。

### 薪酬決定流程

- 經理人之薪資報酬(含年終績效獎金、員工獎勵金及員工酬勞)，係依據公司經營策略、獲利狀況、績效表現及職務貢獻等因素，並參考薪資市場水準，由薪資報酬委員會提出建議案經董事會通過後執行。其中公司當年度如有獲利，依公司章程規定，提撥不低於百分之一為員工酬勞。
- 其前項「薪資報酬政策、制度、標準與結構」暨「薪資報酬」，依其對本公司營運參與程度及績效評估做整體考量，考量面向包含財務與業務經營績效指標、持續進修與對永續經營之參與，並衡量其他特殊貢獻或重大負面事件，納入績效評核與薪酬發放考量。

## ● 薪資報酬委員會

100年12月19日成立薪資報酬委員會，本屆由3名獨立董事擔任成員(任期111年6月24日-114年6月23日)，職權事項如下：

- 定期檢討本規程並提出修正建議。
- 訂定並定期檢討董事及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構。
- 定期評估並訂定董事及經理人之薪資報酬。

112年薪資報酬委員會共召開3次，出席委員實際出席率100%，重要決議事項請參閱本公司官網<https://www.heysong.com.tw/investor/compensation-committee/>。

## ● 審計委員會

108年6月24日成立審計委員會，第2屆審計委員會委員由全體獨立董事組成，任期同本公司第27屆董事(自111年06月23日至114年06月22日止)，職權事項如下：

- 依證交法第十四條之一規定訂定或修正內部控制制度。
- 內部控制制度有效性之考核。
- 依證交法第三十六條之一規定訂定或修正取得或處分資產、從事衍生性商品交易、資金貸與他人、為他人背書或提供保證之重大財務業務行為之處理程序。
- 涉及董事自身利害關係之事項。
- 重大之資產或衍生性商品交易。
- 重大之資金貸與、背書或提供保證。
- 募集、發行或私募具有股權性質之有價證券。
- 簽證會計師之委任、解任或報酬。
- 財務、會計或內部稽核主管之任免。
- 第一季、第二季、第三季財務報告及年度財務報告。
- 其他公司或主管機關規定之重大事項。

112年審計委員會共召開5次，出席委員實際出席率94%，重要決議事項請參閱本公司官網<https://www.heysong.com.tw/investor/auditcommittee/>。

## ● 公司治理主管

公司治理主管於109年12月22日董事會通過。公司治理主管職掌包括「依法辦理董事會及股東會之會議相關事宜」、「製作董事會及股東會議事錄」、「協助董事就任及持續進修」、「提供董事執行業務所需之資料」、「協助董事遵循法令」及「其他依公司章程或契約所訂定之事項等」。112年公司治理主管參與公司治理有關之進修與訓練時數達23小時。

## ● 內部稽核組織

本公司董事會設稽核室，置主管一名，協助董事會及經理人檢查及覆核內部控制制度之缺失及衡量營運之效果及效率，並適時提供改進建議，以確保內部控制制度得以持續有效實施及作為檢討修正內部控制制度之依據。

內部稽核單位除按月定期將稽核報告與改善追蹤報告送請獨立董事查閱外，稽核主管至少每季向審計委員會、董事會報告內部稽核業務執行情形。若檢查發現內控缺失及異常現象，除揭露於稽核報告外，並加以追蹤至改善為止。

112年共計78件稽核報告及0件缺失改善追蹤結案報告。

## 2.2.2 組織之價值、原則、標準和行為規範

### ● 道德行為準則

94年3月23日訂定公告，後依證交法第十四條之四規定設置審計委員會替代監察人，於109年3月25日經董事會通過修正，並於109年6月23日提股東常會報告。主要導引本公司董事及廠處級以上主管、財務部門與會計部門主管等經理人之行為符合道德標準，防止利益衝突、避免圖私利機會、善盡保密責任、遵循法令並適當運用公司資產等。

### ● 誠信經營守則與誠信經營作業程序及行為指南

104年3月24日經董事會通過施行，並送各監察人，於同年6月22日提股東常會報告。本守則為落實誠實服務的經營理念，並建立良好商業運作之架構，健全企業之永續經營及發展，爰參酌臺灣證券交易所股份有限公司「上市上櫃公司誠信經營守則」訂定，規範誠信經營相關活動(如法令遵循、誠信經營商業活動、禁止行賄及收賄、防範產品或服務損害利害關係人、禁止不合理禮物、款待或其他不正當利益等)。另為具體規範本公司人員於執行業務時應注意之事項，於同年11月4日經董事會通過實施誠信經營作業程序及行為指南。

109年11月董事會制定「檢舉制度實施辦法」，並於公司網站及內部網站建立並公告內部獨立檢舉信箱、專線，供本公司內部及外部人員使用，同時將誠信經營納入員工績效考核與人力資源政策中，並設立明確有效之獎懲及申訴制度。111年起除將本公司檢舉信箱、專線增列於契約外，並制定「供應商行為規範協議書」，納入誠信經營與環境、職安、人權相關條款，當供應商違反時，得終止或解除契約。112年辦理誠信經營及內線交易宣導教育訓練2場次。

本公司指定總務處為推動企業誠信經營專責單位，負責協助董事會及管理階層制定及監督誠信經營政策與防範方案，確保誠信經營守則之落實。113年3月14日向董事會報告112年度誠信經營執行情形及推動成效，並提出未來改善行動或計畫。112年無貪腐、賄絡和違反誠信經營作業程序相關事件。

## 2.2.3.資訊系統安全與管理

### ● 資訊安全委員會

本公司109年設置資訊安全委員會，以利資訊安全工作之推動，確保本公司資訊資產的安全。此委員會由總經理擔任主任委員，每年至少召開一次會議，由主任委員依議案內容召集相關廠處主管、部門主管及指定人員出席，若主任委員因故無法出席，得由主任委員指派代理人主持會議。

委員會設以下執行小組，負責資訊安全業務之執行，另由稽核室負責資訊安全相關作業之稽核。

- 一、個人資料保護推動小組：負責建置個人資料保護體系，執行並督導個人資料保護相關事宜。
- 二、營業秘密管理推動小組：統籌管理本公司營業秘密相關事宜。
- 三、資訊系統安全維護小組：由總務處資訊部負責資訊系統安全管理之規劃與實施。

### ● 資訊安全政策與處理程序及資安事件因應

本公司資訊安全政策主要聚焦以下三大面向，以維護本公司資訊安全，強化人員、設備、系統、資料及網路等資訊資產之安全管，免於因外在威脅或內部人員不當的管理，遭受洩密、破壞或遺失等風險。

- 一、落實本公司個人資料檔案之安全維護與管理，預防個人資料檔案發生被竊取、竄改、毀損、滅失、洩漏等缺失，及規範業務終止後個人資料處理方式。
- 二、保障並妥善管理本公司營業秘密檔案，防止重要資訊外流。
- 三、為確保公司資訊資產安全無虞之目的，建置適當的資訊設備及系統安全架構。

本公司以資訊安全政策為資訊安全管理指導準則，從健全資訊安全組織架構、取得管理階層支持、落實各項資訊安全管理措施、委外資安健檢等各方面來確保資訊安全，近三年度未發生任何重大資安事件，致公司遭受損失或對營運產生不利影響。

### ● 112 年資訊安全管理達成情形

- 個人資料外洩 / 侵害事件 0 件。
- 營業秘密外洩 / 侵害事件 0 件。
- 資訊系統可用性 99.98%。
- 電子郵件社交工程演練，郵件連結點閱率 0.65%，附件點閱率 3.39%。
- 企業資安評級 B 級。

### ● 顧客 ( 消費者 / 廠商 ) 個資保護管理

本公司制定有「黑松股份有限公司個人資料檔案安全維護計畫實施要點」等相關規章，規範本公司蒐集、處理、利用個人資料之合法性；並確保公司作業符合法定之個資保護計畫，如定期盤點/風險評估、教育訓練、保留個資異動軌跡、委外蒐集處理利用個資之查核等，以達形式及實質管控個資安全。112年本公司無發生個資外洩相關事件。

- 一、消費者提供任何形式資料時，黑松會告知個資蒐集目的與使用方式，並確認消費者同意個人資料使用同意聲明隱私權條款。
- 二、消費者提供之個人資料儲存於系統並經過加密程序處理，由專人設定存取與使用權限至個人，消費者個資內容亦會依目的性進行去識別化處理。
- 三、個人資料使用期限依蒐集目的或完成活動之必要期間為準，屆期後黑松會定期刪除，消費者亦可依照個資法主動申請刪除。
- 四、外部合作廠商皆簽訂個人資料保密協議書，不可使用、公開、轉移或販賣任何資料，並定期實施個資委外查核作業。

## 2.2.4.風險管理

### ● 衝擊管理

本公司每年會舉辦策略研討會擬訂公司目標及策略，高階管理階層及相關單位主管會進行當年度目標、策略執行成果檢討與未來突破性作為提報，策略擬定過程中內部董事亦會參與；會議擬定之下一年度經營目標、策略及KPI將提報董事會討論，並依董事反應意見進行調整。

相關策略擬訂除考量公司願景、產業環境變化、永續發展目標外，亦會將平時董事反應及溝通建議納入規劃考量範疇；對於中長期重大策略，董事長會在各種場合密切與各董事(含獨立董事)充分溝通公司營運近況與計畫方針，並適時召開董事座談會向董事說明報告，以提升董事會成員參與，並於董事會定期向董事報告執行情形，協助董事監督組織營運以落實盡職調查。



## ● 風險管理政策與程序

本公司為良好因應及管控各項可能影響營運活動之潛在風險，設置風險管理機制，111年12月22日修訂並經董事會通過「風險管理政策與程序」，為公司風險管理的管理依據，用以提升全體員工對於各項營運活動有關事件之風險意識，將風險管控在公司可承受範圍內，以維持穩健營運與經營效益。

## ● 風險管理組織

本公司設置風險管理委員會，由總經理擔任召集人，經營企劃室主管為執行秘書，廠處級(含)以上主管、相關管理範疇項目之部室主管為組員，以執行風險管理業務之規劃與運作。

## ● 風險管理範疇及管理機制

黑松公司風險管理涵蓋營運活動相關之環境、社會、經濟與其他面向之潛在風險，風險管理範疇包括但不限於營運風險、財務風險、食品安全風險、職業安全衛生風險、資訊安全風險，及環境、氣候變遷與自然災害風險等。

每年風險管理委員會透過風險管理會議，審視相關風險管理範疇之風險項目，進行風險議題辨識、分析，並依重大性原則評量優先處置順序，以選定高風險議題，並對過往已核定之高風險議題因應處置作法之執行情形進行審查，確保風險管理機制能充分處置公司面臨之風險。

風險管理委員會選定之高風險議題，接續由相關部門承接擬訂因應計畫、執行、管理，並由每季TQM委員會會議監控階段性執行情形及改善，確保公司持續性之風險控管與因應。

風險管理委員會每年定期向董事會報告選定之下一年度高風險議題，並報告上一年度高風險議題之因應處置情形。本公司113年1月18日向董事會報告112年高風險議題因應計畫與成果，以及113年公司高風險議題。

113年風險管理委員決議增列3項高風險議題進行因應控管，訂定相關風險管理政策或策略如下：

風險議題	風險管理政策或策略
氣候變遷對原料影響	(1) 避免單一供應來源。 (2) 建立原料供應預警機制。 (3) 建立配方調整應變機制。 (4) 新產品研發採取共用料或在地原料。
永續供應採購未完善	(1) 制定供應商需符合的環境及永續規定與準則。 (2) 持續增加採購環保標章、較低碳的原物料、設備、資產等。
碳費及節能減碳政策規範	(1) 每年執行全公司溫室氣體盤查與查證，並制定減量目標與計畫。 (2) 建立內部作業標準，確保本公司所有人員及作業確實遵守相關法令規範。

## 2.3.政策承諾與申訴機制

### ● 政策承諾與落實

黑松為符合法律與規範、尊重人權、保護環境與公眾的健康與安全、打擊貪腐、遵守納稅義務、執行盡職調查等，制定相關政策承諾並經董事會通過後施行應用於組織全部。各項政策請參閱本公司官網<https://www.heysong.com.tw/investor/rule/>。

### ● 檢舉制度

當發現本公司營運或商業關係的錯誤行為或有犯罪、舞弊或違反法令之虞，而有礙本公司健全經營者，本公司設有檢舉管道，明定處理流程，對於檢舉人或參與調查人員予以保密及保護，避免遭受不公平對待或報復。檢舉制度實施辦法、檢舉管道，請參閱本公司官網<https://www.heysong.com.tw/whistleblowing/>。

## 2.4.法規遵循

法規遵循可避免公司經營曝於風險，免於違法造成之額外損失並確保良好企業形象、商譽、顧客忠誠度、消費者滿意度及永續經營。

本公司恪守政府法規規範，並期透過「法規遵循相關規章」、「法規資料庫系統」、「法學教育訓練」、「法規遵循專案組織(如資訊安全委員會、個人資料保護推動小組、營業秘密管理推動小組)」之建置與更新，建立同仁法遵觀念及避免法律風險；另鑒於消費者對食安問題的重視，除既有商品包裝標示SOP因應法規變動持續更新外，本公司亦成立食品安全委員會專責統籌管理食安議題，下轄「法規研究組」、「溯源管理組」與「因應執行組」分別就食安法規、原料與成品追溯追蹤、以及相關回收機制之建置與執行定期開會討論，亦可能視實際需求召集會議。成立食安專責部門，定期搜尋國內外食品安全法規及食安訊息變動狀況，評估與篩選可能有影響公司食安法遵及產品規範之變動訊息，並通報公司各相單位進行因應事項盤查與對策擬定。112年專責部門-食品安全分析部共立案19件食安訊息通報並追蹤執行結果。

截至112年底，1件違反食品安全衛生管理法，1件違反健康食品管理法，1件水污染防治法，共計3件違反法規事件。無發生有關產品與服務的健康和安全法規事件及重大違規事件，亦無接獲超過100萬元以上之重大罰鍰。

### ● 法遵事件統計

項次	112年違反法規事件說明	制裁方式	後續改善與避免再發生之措施
1.	6/21北市衛食藥字第1123041813號函黑松葉黃素濃縮精外包裝標示與實際成分及營養標示不同，依食品安全衛生管理法裁罰新台幣40,000元。	罰款	已完成包裝改版及舊版下架回收1次，下架產品總重量0.03公噸，並確認所有品項之產品標示無問題。未來將更審慎進行產品包裝標示檢核，以避免相同問題再次發生。
2.	7/27北市衛食藥字第11230482372號函茶花綠茶廣告內容涉違反健康食品管理法標示或廣告虛偽不實、誇張及宣稱醫療效能。於本公司主動下架廣告並向衛生局說明創意概念後，未遭裁罰。	無裁罰	未來廣告創意發想階段即詢問食安部及法務課意見調整內容，降低可能觸法風險及競品惡意攻擊。
3.	中壢廠111年度排入中壢工業園區專用污水下水道系統之水量大於許可核准量800CMD，違反水污染防治法第18條所定水污染防治措施及檢測申報管理辦法第4條規定，裁決罰鍰新台幣12,000元	罰款	113年6月底前完成向桃園市環保局水措變更(排放水量由800CMD變更為1,500CMD)

### ● 近 2 年支付違反法規罰款的總數和金額

項次	111年	112年
支付違反法規罰款的總數(件)	2	2
支付違反法規罰款的金額(元)	120,000	52,000

我司應遵循食品安全衛生管理相關法規之母法及影響重大之法規命令條列如下：

法律母法	影響重大之法規命令
1. 食品安全衛生管理法	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 食品安全衛生管理法施行細則</li> <li>2. 食品良好衛生規範準則</li> <li>3. 一般食品衛生標準</li> <li>4. 飲料類微生物衛生標準(110.06.30廢止)</li> <li>5. 食品工廠建築及設備設廠標準</li> <li>6. 食品添加物使用範圍及限量暨規格標準</li> <li>7. 農藥殘留容許量標準</li> <li>8. 食品器具容器包裝衛生標準</li> <li>9. 包裝食品營養標示應遵行事項</li> <li>10. 食品安全管制系統準則</li> <li>11. 食品及其相關產品追溯追蹤系統管理辦法</li> <li>12. 食品業者專門職業或技術證照人員設置及管理辦法</li> <li>13. 食品製造工廠衛生管理人員設置辦法</li> <li>14. 食品及其相關產品回收銷毀處理辦法</li> </ol>
2. 健康食品管理法	<ol style="list-style-type: none"> <li>15. 健康食品管理法施行細則</li> <li>16. 健康食品工廠良好作業規範</li> <li>17. 健康食品衛生標準</li> </ol>

我司應遵循菸酒管理相關法規之母法及影響重大之法規命令條列如下：

法律母法	影響重大之法規命令
1. 菸酒管理法	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 菸酒管理法施行細則</li> <li>2. 酒產製工廠設廠標準</li> <li>3. 酒盛裝容器衛生標準</li> <li>4. 酒製造業良好衛生標準</li> <li>5. 酒類標示管理辦法</li> <li>6. 酒類衛生標準</li> <li>7. 進口酒類查驗管理辦法</li> </ol>



## CH.3

# 重大議題及利害關係人

3.1. 衝擊鑑別評估及重大議題確認

3.2. 利害關係人溝通

### 3.1. 衝擊鑑別評估及重大議題確認

黑松依循GRI Standards 2021重大性鑑別流程，定義重大議題鑑別方法，以「衝擊顯著程度」判別主題是否具重大性，鑑別黑松對於外部經濟、環境、人群有重大衝擊的議題。

在今年的重大性鑑別過程中，我們依前一年的永續議題為基礎，經檢視行業關聯性高的永續議題與趨勢、台灣法規政策、公司願景與營運活動等，彙整出23項議題進行議題衝擊評估。並透過問卷調查重要利害關係人關注議題，充分瞭解黑松造成的衝擊及利害關係人的期待。112年永續議題經永續發展委員會討論確認議題涵蓋項目適足，與前一年度的永續議題一致。



#### 3.1.1. 議題鑑別

##### ● 永續議題鑑別

黑松依據GRI Standards報導原則定義永續報告書內容，以前一報告週期重大主題為基礎，參考國際指標與準則(GRI、TCFD、SASB)、全球風險報告、聯合國永續發展目標SDGs、台灣法規政策、產業趨勢與規範、同業及異業標竿、黑松永續發展政策、利害關係人關注議題，統整出23項議題。

##### ● 依產業特性、永續願景與GRI準則揭露項目統整出23個議題如下：



##### ● 利害關係人鑑別

黑松重視利害關係人的意見，回應利害關係人亦是黑松持續推動永續發展之基礎。本公司考量產業特性並依據AA1000利害關係人鑑別原則，採用責任、影響力、張力、多元觀點與依賴性，透過內部問卷調查利害關係人與黑松之關係程度，經陳報本公司永續發展委員會核可，確立9大重要利害關係人，其結果如下：

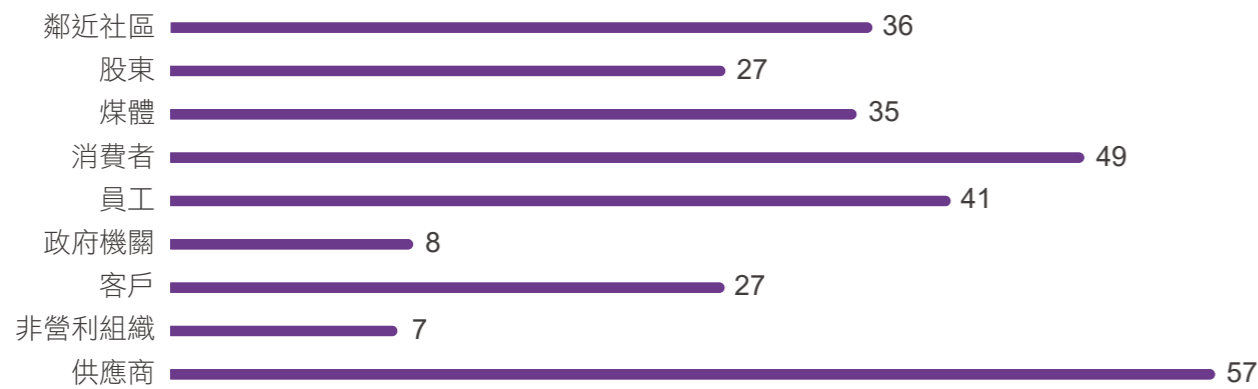


關係人類別	利害關係人對黑松的重要性
消費者	消費者的意見是黑松產品和服務精進的基礎，黑松以提供消費者好喝、高品質的產品為己任，滿足消費者的期待與多元需求。
員工	員工是黑松的重要資產，亦是永續經營的根本，黑松致力提供良好的工作環境與學習成長的空間，促進人才留任，創造友善工作職場。
政府機關	政府透過政策、法規引導各產業發展，黑松亦積極回應相關要求，制定作業準則，確保黑松營運依法合規。
客戶	黑松重視服務品質與客戶滿意度，妥善維護客戶關係，有利穩定合作，互惠共榮。
供應商	原料供應為產品安全的第一道關卡，亦是提升產品品質與競爭力的關鍵。
股東	股東提供資金協助黑松營運與永續發展，黑松亦須透明揭露公司治理與經營表現。
媒體	媒體是黑松對外溝通及傳播訊息的重要媒介。
鄰近社區	黑松重視工廠周邊社區環境維護，並與當地社區保持良善關係，落實對社區回饋及鄰近居民關懷。
非營利組織	黑松秉持著永續經營的精神，取之社會、用之社會，期望透過各項公益活動，以企業之力，為社會投入更多的心力。

### 利害關係人問卷調查

以問卷方式進行重要利害關係人意見調查，回收有效問卷287份，並加入利害關係人權重計算利害關係人對各項永續議題關注程度。

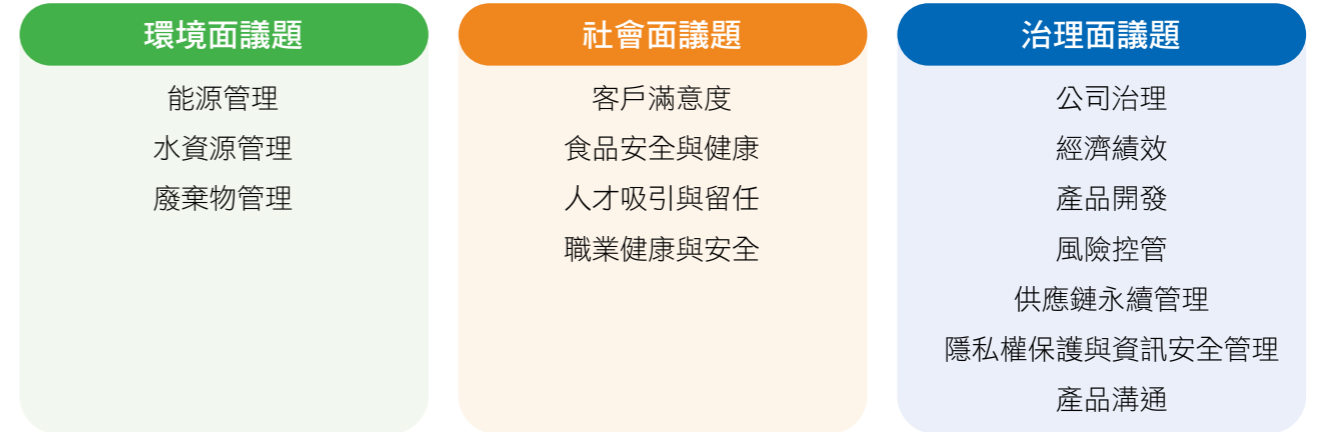
#### 利害關係人有效問卷回收數量



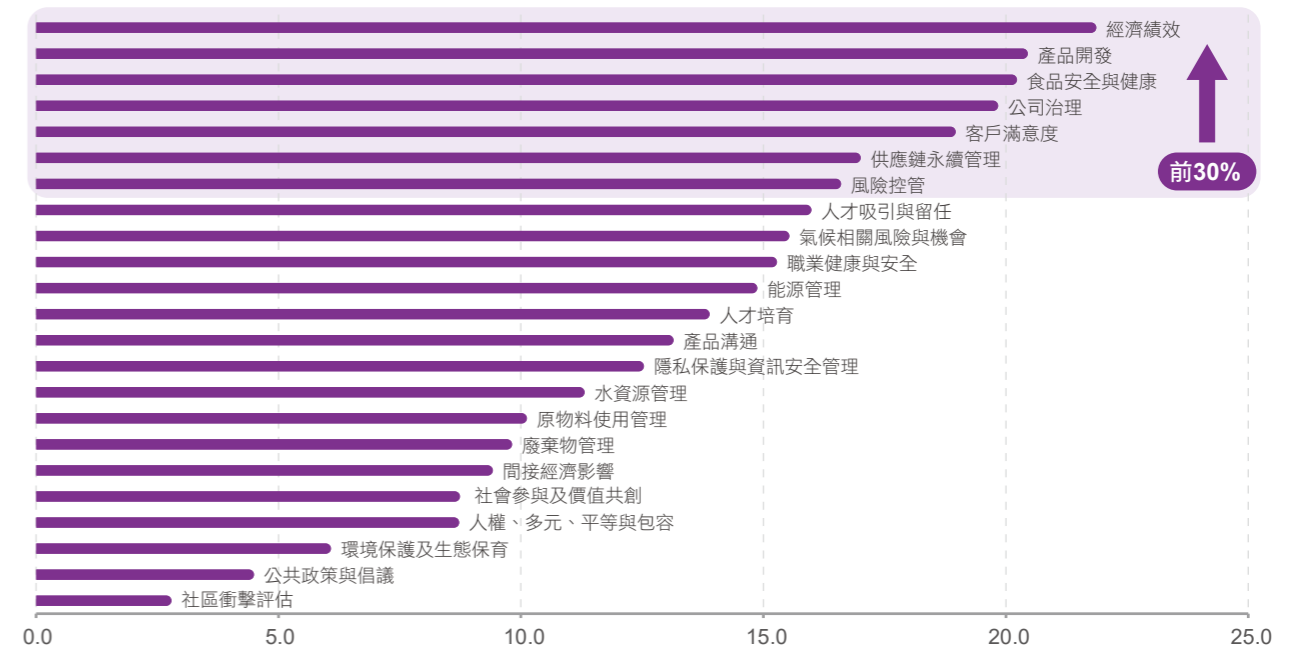
### 3.1.2. 議題衝擊評估與排序

#### 衝擊顯著性評估與排序

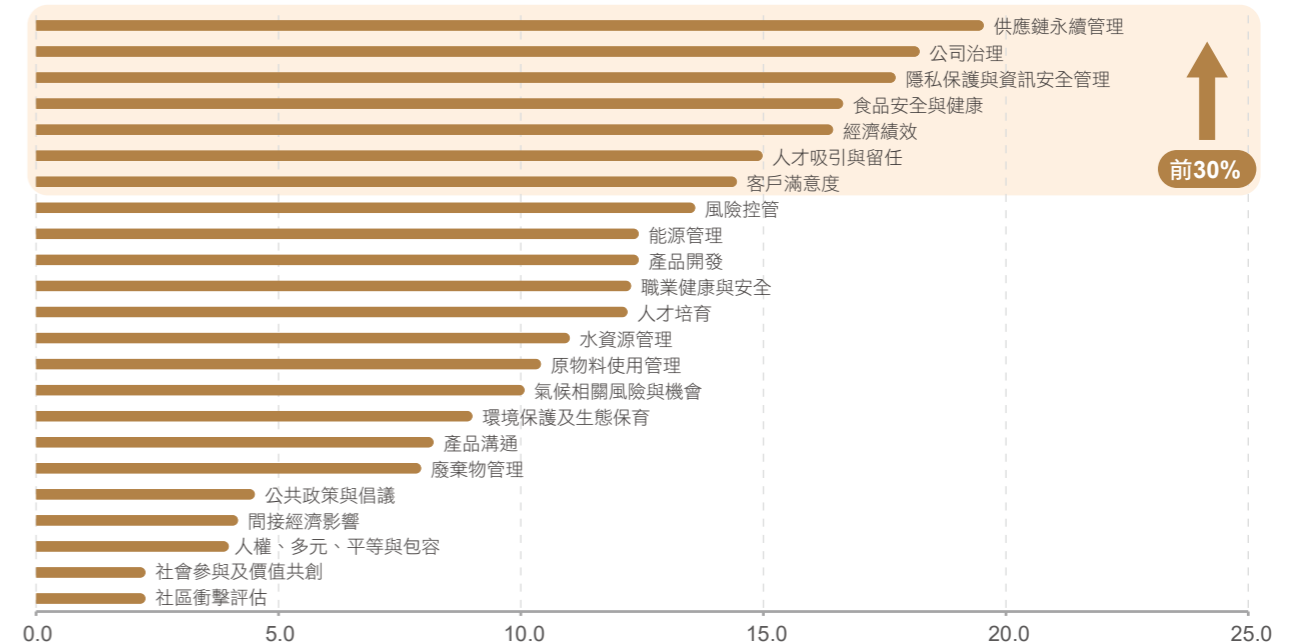
黑松永續發展委員會評估23項永續議題對經濟、環境和人群產生的正向及負向衝擊，以及影響程度和發生可能性，判別永續議題的顯著程度。定義當顯著程度高至低排序前30%，即列為重大議題。考量水資源管理及能源管理對我司實屬重大，經高階主管核定增列納入重大議題。另外，我們也將利害關係人問卷結果作為是否調整重大議題的依據，其中「產品溝通」、「職業健康與安全」、「廢棄物管理」議題為利害關係人關注程度高但屬黑松中度重大性議題，考量該議題未來管理趨勢，為使確實回應利害關係人關注議題，將之納入。



#### 正向衝擊顯著程度



#### 負向衝擊顯著程度



### 3.1.3. 重大議題確認

經高階主管核定確認14項議題具重大性。112年之重大議題較上一個報導期間減少3項議題，分別為「人才培育」、「氣候相關風險與機會」、「社會參與及價值共創」。依據GRI準則，逐一對應至重大主題，收集資訊進行揭露。

#### ● 衝擊描述、重大議題回應與黑松價值鏈關係

面向	重大議題	衝擊描述		GRI主題準則與SASB準則	上游		下游		回應章節
		正面衝擊	負面衝擊		採購	公司營運	製造	產品使用	
環境	能源管理	透過良好的能源管理、分析，能有效實施節能措施，降低能源使用，若使用再生能源更能有效減少能源使用對環境的影響。	未積極管理能源耗用或進行能源轉型、提高能源使用效率，不僅提高營運產生之碳排放量，同時也會增加環境負荷。	GRI302 能源 FB-NB-110a.1 FB-NB-130a.1		●			6.2 物料與能源管理
	水資源管理	提升水資源使用效率不僅有助於減少營運成本並降低廢水排放，亦能減少水資源短缺的衝擊。	若未確實節水、提升用水效率，並盡廢水排放管理責任，將對環境造成負面影響。	GRI303水與放流水 FB-NB-140a.1 FB-NB-140a.2		●			6.3 水資源管理
	廢棄物管理	妥善處理與回收將能減少環境汙染、提升再利用的成效，並減少新的資源不斷被開發使用。	若無妥善處理、回收、再利用將造成環境汙染，或造成環境品質惡化。	GRI306 廢棄物		●		●	6.4 廢棄物管理
社會	客戶滿意度	滿意的顧客才有可能有高度的重複購買行為與忠誠度，增加顧客對公司的信任度並提升企業獲利。	無法滿足顧客需求或未及時處理客戶疑慮，可能導致消費者放棄交易或轉向競爭對手購買同質產品，也造成顧客對公司印象不佳。	GRI2一般揭露		●	●		4.3 滿意度調查
	食品安全與健康	食品安全管理措施良好能保護消費者免受食物中毒的侵害、提供顧客安心飲用的產品，並建構具信任感的消費環境。	食品安全及消費者健康福利是食品飲料製造的根基，若稍有不甚影響層面重大。	GRI416 顧客健康與安全 FB-NB-260a.1 FB-NB-260a.2		●	●		2.4 法規遵循 4.1 顧客的健康與安全
	人才吸引與留任	人才是公司重要資產，能夠適當地留任、吸引、激勵優秀人才，將有助於提升公司競爭力，並建立良好的雇主品牌。	未有健全的留才機制、較低的薪資福利水準等，將導致高流動率，造成經驗無法傳承，並影響工作士氣。	GRI2一般揭露 GRI202 市場地位 GRI401 勞雇關係 GRI405 員工多元化與平等機會		●			2.2 治理單位及薪酬政策 5.1 員工發展與照顧
	職業健康與安全	重視員工安全、健康及幸福感，並以更具主動性的傷病預防措施或健康促進進行動關心員工，將有助於提升公司生產力、確保生產品質與顧客滿意度。	若未盡應盡之注意、未維護員工工作環境的安全，提供必要之訓練、知識與相關防護措施導致工傷，不僅損及員工權益亦可能影響公司名譽。	GRI403職業健康與安全		●			5.1 員工發展與照顧

面向	重大議題	衝擊描述		GRI主題準則與SASB準則	上游		下游		回應章節	
		正面衝擊	負面衝擊		採購	公司營運	製造	產品使用		廢棄與回收
治理	公司治理	公司內部運作結構、財務與制度透明度、股東保護制度等優良有助於提高公司經營績效，為公司取得較低的資金成本，也可以提高公司價值。	發生違反法遵與舞弊貪腐事件，將造成個人或企業法律訴訟、成本增加、聲譽受損等影響。	GRI2一般揭露		●	●			2.2 治理單位及薪酬政策 2.3 政策承諾與申訴機制
	經濟績效	公司賺取收入以支應經營成本以及提供員工薪資福利，並將盈餘分配給股東或進行社區投資，創造更高的經濟價值。	經營績效不佳可能導致虧損、組織調整或影響投資人決策與利害關係人對公司的信心。	GRI201經濟績效			●			2.1 組織概況
	產品開發	不斷提升產品品質與新產品開發，不僅提升市場競爭力，更有助於企業持續獲利。納入綠色設計作為產品研發考量逐漸成為許多企業品牌重塑的重點，政府及消費者對於環境保護意識逐漸提高，未來綠色產品將可能更受歡迎。	若未積極投入產品設計、持續進行產品改善與創新，不僅無法符合消費者期望，更可能弱化市場優勢。	-		●	●	●	●	4.1 顧客的健康與安全 6.5 降低產品及營運衝擊
	風險控管	良好的風險控管有助於公司在第一時間啟動應變措施，降低因經營環境變動造成的重大損失，亦有助於公司洞察市場機會，取得先機。	缺乏對於風險和危機的掌握與調適，以及未預先發展控制機制，將發生應變不及造成重大損失並降低經營韌性。	GRI2一般揭露		●	●			2.2 治理單位及薪酬政策
	供應鏈永續管理	良好的供應鏈管理不僅能確保原物料品質及供應穩定，並降低食安風險。若將環境與社會因子納入考量，除自身可控制的資源浪費與污染排放，與供應商攜手更能有效降低經濟活動對環境和人類健康的影響。	供應鏈不穩定將導致公司生產營運不穩，發生經營風險或品質不穩定。若未注意供應商環境與社會面的作為，亦有可能促成負面的衝擊。	GRI2一般揭露 GRI204採購實務 GRI308供應商環境評估 GRI414供應商社會評估 FB-NB-430a.1 FB-NB-440a.1 FB-NB-440a.2		●	●			2.1 組織概況 4.2 供應商管理
	隱私保護與資訊安全管理	完善的資料治理、良好的數據管控與隱私保護，以及有效運用資料，不僅讓公司取得客戶、消費者等各方信任，並能提升公司長期價值與形象。	若發生敏感資訊被竊取、癱瘓裝置、軟體或服務等，將可能導致個人的身份被盜用與詐騙，甚至是企業的重要資料外流或無法正常營運等問題，亦會嚴重影響商譽。	GRI418客戶隱私		●	●	●		2.2 治理單位及薪酬政策
	產品溝通	充足的產品資訊有助於消費者判斷及選購適合自己的產品，除了法規要求，隨著消費者對於產品資訊需求提升，如能提供環保標示、碳足跡...等其他資訊，不僅有助於建立公司形象，亦可能成為消費者選購依據。	未符合產品標示法規規定將導致裁罰，未透明的資訊可能造能消費者選購到不適合的產品(如過敏原等)，將無法讓消費者安心選購。	GRI417行銷與標示 FB-NB-270a.1 FB-NB-270a.2 FB-NB-270a.3 FB-NB-270a.4			●	●	●	2.4 法規遵循

### 3.1.4. 持續檢視

完成編製報告書後，經永續發展委員進行檢視及審閱，由高階主管進行最終核可，確保永續報告書揭露資訊無不當表達。黑松持續追蹤、檢討前一報告週期重大主題作為，作為下一報告週期之議題鑑別與評估資訊。

## 3.2. 利害關係人溝通

利害關係人類別	溝通管道	溝通頻率	112年溝通/活動實績
1. 消費者	1. 消費者服務專線 (TEL: 0800-211080)	不定期	<ul style="list-style-type: none"> <li>年度受理意見反映共計2,255件</li> <li>消費者滿意度調查達82分</li> <li>每年公布永續報告書</li> </ul>
	2. 黑松官網/黑松官網聯絡信箱 ( <a href="https://www.heyson.com.tw/contact/">https://www.heyson.com.tw/contact/</a> )	不定期	
	3. 消費者滿意度調查	每年1次	
	4. 消費者調查(如A&U、廣告效果等)	不定期	
	5. 永續報告書/年報/財務報告	每年/每季1本	
	聯絡窗口：公關部主管 (E-mail: PublicRelations@heyson.com.tw)		
2. 員工	1. 內部公佈欄	不定期	<ul style="list-style-type: none"> <li>發布2份黑松電子報</li> <li>勞資會議總公司及中壢廠區各4場</li> <li>聯合會2場福委會會議、中壢廠區4場福委會會議及斗六廠2場福委會會議。</li> <li>申訴信箱個案共0件</li> <li>接受年度績效考核的員工比率達99%</li> <li>年度訓練總時數共13,597小時</li> <li>年度訓練總人次共3,755人次</li> <li>工會參與比率達99%</li> </ul>
	2. 職工福利委員會各項活動(如旅遊、聚餐等)	不定期	
	3. 教育訓練 / 員工輪調	不定期	
	4. 績效考核與面談	每年2次	
	5. 內部溝通機制	不定期	
	6. 勞資會議	每季1次	
聯絡窗口：人資室主管(E-mail:HR@heyson.com.tw)			
3. 政府機關	1. 政府函詢	不定期	<ul style="list-style-type: none"> <li>發布函令</li> <li>參與政府舉辦之活動、說明會</li> <li>每年發布永續報告書</li> </ul>
	2. 行政院公報資訊網	不定期	
	3. 電話 / e-mail / 行政溝通管道	不定期	
	聯絡窗口：總務部主管 (E-mail: GeneralAffairs@heyson.com.tw)		

利害關係人類別	溝通管道	溝通頻率	112年溝通/活動實績
4. 客戶	1. 經銷商業務研討/座談會	每季1次	<ul style="list-style-type: none"> <li>飲料經銷商滿意度調查81分</li> <li>金高經銷商滿意度調查94分</li> <li>重點通路客戶滿意度調查85分</li> </ul>
	2. 經銷商年會	每年1次	
	3. 電子資訊平台	不定期	
	4. 通路商業績會議	每年1次	
	5. 顧客滿意度調查	每年1次	
	6. 日常電話/e-mail/面訪	不定期	
	聯絡窗口：業務推廣部主管 (E-mail: Sales@heyson.com.tw)		
5. 供應商	1. 供應商實地評鑑會議與成果	每年1次	<ul style="list-style-type: none"> <li>執行73家供應商實地評鑑</li> <li>執行113家供應商季評鑑</li> </ul>
	2. 供應商品質季評鑑成果	依評鑑類別，於每季或每月依規劃進行	
	3. 日常電話/e-mail/面訪	不定期	
	聯絡窗口：採購部主管 (E-mail: Purchasing@heyson.com.tw)		
6. 股東	1. 官方網站投資人專區	不定期	<ul style="list-style-type: none"> <li>每季公布財務報表</li> <li>發布17則重大訊息</li> <li>1場法人說明會</li> <li>1場股東會</li> <li>每年公布永續報告書</li> </ul>
	2. 股東常會	每年1場	
	3. 法說會	每年1場	
	4. 永續報告書 / 年報 / 財務報告	每年/每季1本	
	聯絡窗口：總務部主管 (E-mail: GeneralAffairs @heyson.com.tw)		
7. 媒體	1. 新聞稿	不定期	<ul style="list-style-type: none"> <li>新聞稿 25 則</li> <li>媒體餐敘 2 場</li> <li>媒體專訪 3 場</li> </ul>
	2. 記者會	不定期	
	聯絡窗口：公關部主管 (E-mail:PublicRelations@heyson.com.tw)		
8. 鄰近社區	• 產學合作	不定期	<ul style="list-style-type: none"> <li>參觀飲料博物館共6,650人次</li> <li>參觀黑松世界共25,411人次</li> </ul>
	聯絡窗口： • 總務部主管(E-mail:GeneralAffairs@heyson.com.tw) • 中壢廠廠務部主管(E-mail: PlantAffairs@heyson.com.tw)		
9. 非營利組織	1. 公益活動： • 黑松愛地兒點子計畫 • 黑松綠*校園生態計畫 • 黑松尋。耕課程計畫 • 其他公益贊助	每年1次 每年1次 每年1次 不定期	<ul style="list-style-type: none"> <li>服務累積觸及桃園市32.2%小學(60所)</li> <li>培育環境教育種子教師7位</li> <li>輔導6所學校取得臺美生態學校綠旗認證</li> <li>輔導2所學校發展校本特色課程</li> </ul>
	聯絡窗口：基金會主管 (E-mail: hsef@heyson.com.tw)		

● 利害關係人關注議題

利害關係人類別	關注議題	回應章節
1. 消費者	1. 廢棄物管理	6.4廢棄物
	2. 食品安全與健康	2.4法規遵循、4.1顧客的健康與安全
	3. 產品溝通	2.4法規遵循
2. 員工	1. 人才吸引與留任	2.2治理單位及薪酬政策、5.1員工發展與照顧
	2. 食品安全與健康	2.4法規遵循、4.1顧客的健康與安全
	3. 職業健康與安全	5.1員工發展與照顧
3. 政府機關	1. 客戶滿意度	4.3滿意度調查
	2. 食品安全與健康	2.4法規遵循、4.1顧客的健康與安全
	3. 廢棄物管理	6.4廢棄物
4. 客戶	1. 食品安全與健康	2.4法規遵循、4.1顧客的健康與安全
	2. 客戶滿意度	4.3滿意度調查
	3. 隱私保護與資訊安全管理	2.2治理單位及薪酬政策
5. 供應商	1. 食品安全與健康	2.4法規遵循、4.1顧客的健康與安全
	2. 隱私保護與資訊安全管理	2.2治理單位及薪酬政策
	3. 客戶滿意度	4.3滿意度調查
6. 股東	4. 經濟績效	2.1組織概況
	5. 食品安全與健康	2.4法規遵循、4.1顧客的健康與安全
	6. 公司治理	2.2治理單位及薪酬政策、2.3政策承諾與申訴機制
7. 媒體	1. 食品安全與健康	2.4法規遵循、4.1顧客的健康與安全
	2. 隱私保護與資訊安全管理	2.2治理單位及薪酬政策
	3. 廢棄物管理	6.4廢棄物
8. 鄰近社區	1. 人才吸引與留任	2.2治理單位及薪酬政策、5.1員工發展與照顧
	2. 職業健康與安全	5.1員工發展與照顧
	3. 食品安全與健康	2.4法規遵循、4.1顧客的健康與安全
9. 非營利組織	1. 產品開發	4.1顧客的健康與安全、6.5降低產品及營運衝擊
	2. 產品溝通	2.4法規遵循
	3. 社會參與及價值共創	5.2社會公益



## 4.1.顧客的健康與安全

食品與人體健康息息相關，若食品之研發或製造未衡量消費者健康安全導致消費者受創，將直接影響消費者信心與企業信譽，更甚者可能遭受巨額罰款以及後續退貨帶來的賠償損失，嚴重程度不言而喻。

為提供國人健康美味方便的飲食需求，提升國人健康的飲食生活水準，黑松公司長期以來致力於下列各項活動，並配合政府法規與作業需求調整更新本公司作業標準，以滿足國人對健康的期待與需求，如經典產品「黑松沙士」一直以來使用的「焦糖糖漿」是採用砂糖加水，不添加任何化學添加物，長時間熬煮而成，不同於使用化學藥劑生產的「焦糖色素」。

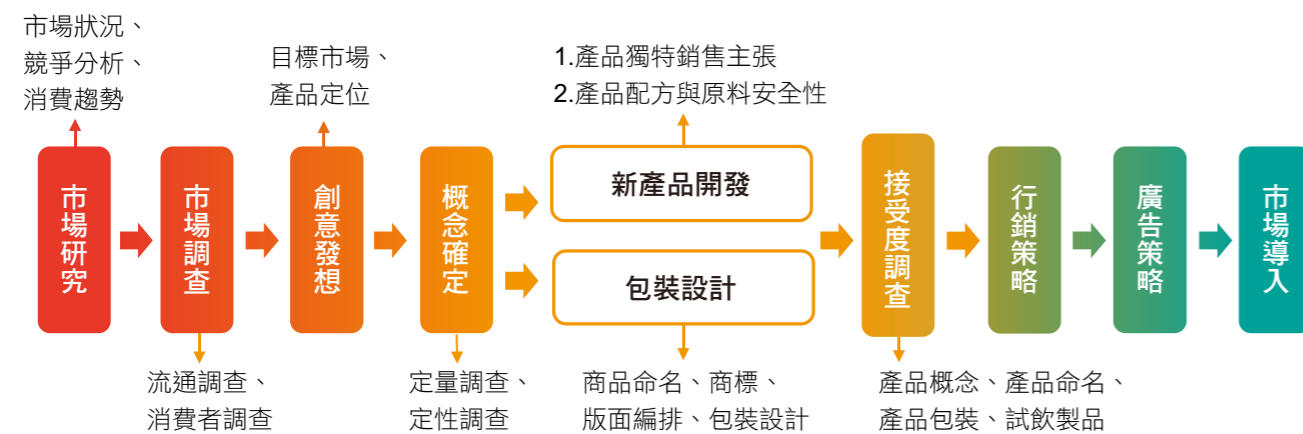
保健事業方面，黑松生技H\*延續黑松集團「優質生活的夥伴」理念，致力成為「健康生活的夥伴」，針對不同人生階段的身體狀況，致力於開發多方思考的保健食品，打造適合全家人的全方位產品線。更以「全家人的健康管理」為品牌核心理念，於官網建立「健康研究所」，以提供消費者正確的保健食品相關知識。

### ● 產品概念與研發

- 1 朝向「天然素材應用、減糖產品」努力。
- 2 既有產品配方及製程優化。
- 3 符合「食品安全衛生管理法」、「健康食品管理法」…等相關法規。
- 4 建置「產品健康指數」，用以衡量檢視黑松產品的健康程度。

### ● 產品開發流程

遵循內部系統性方法進行新產品上市規劃，並透過每月定期會議，管控新產品研究開發進度、分享市場銷售趨勢及討論其他相關事項。



### ● 產品製造

- 中壢廠、斗六廠通過 TFDA(衛福部食藥署) 食品業者衛生安全管理系統驗證及通過國際與國內品質與食品安全相關系統之驗證與規範，確保本公司營運及生產符合國際 / 國內食品安全標準。本公司已取得之驗證包含：
  - ISO 22000(食品安全管理系統)、
  - FSSC 22000(食品安全系統)、
  - TQF(台灣優良食品)、
  - GHP(食品良好衛生規範準則)等。
- 定期召開全面品質管理 (TQM) 會議：
  - 審視年度食品安全品質政策與食品安全品質目標之適切性並予以適當修正。
  - 確認品質與食品安全管理系統和其流程有效改善，及為達成食品安全品質政策/目標，所採取之因應執行方案。
  - 確認因應顧客需求及法規變更的產品改進事項。

#### 4.1.1.產品健康組合

### ● 產品健康指數

本公司參考衛福部包裝食品營養宣稱應遵行事項，擬定黑松產品健康指數盤查原則，於99年起開始盤查自我品牌的飲料的的健康指數，評估方法依總糖比例、添加物種類、香料有無添加、反式脂肪、飽和脂肪、鈉含量、認證宣稱訴求、熱量、營養素含量、其他天然來源的營養素等十項進行評分，並以三種燈號 (紅燈、黃燈、綠燈) 標示，分數愈高或燈號為綠燈的品項數愈多代表本公司產品有更好的健康形象。每季亦針對既有產品盤查健康指數，提供現有產品相對性健康指數的差異比對，進而作為產品優化之參考標準。

產品健康指數亦不定期更新調整衡量項目及燈號分數區間，以確保產品健康指數可隨時符合現代消費者對於健康定義之需求。最近一次調整於110年，為更明確反映產品健康與營養相關指標之重要性，進行健康指數評分公式調整，主要增加評分項目及細分區間，再依重要程度調整加權比例。

### ● 開發更健康之新產品：

新產品開發初期，透過衡量項目盤查各產品之健康指數，遵守少油、少鹽、少糖的飲食原則，以少添加，低脂、低鈉、低熱量為佳。

### ● 黑松產品健康指數：

年度	110年	111年	112年	燈號
碳酸飲料	62	61	61	●
茶	80	80	81	●
咖啡	62	62	62	●
運補	68	68	68	●
水	84	84	84	●
果汁	60	61	61	●
全產品	69	68	69	●

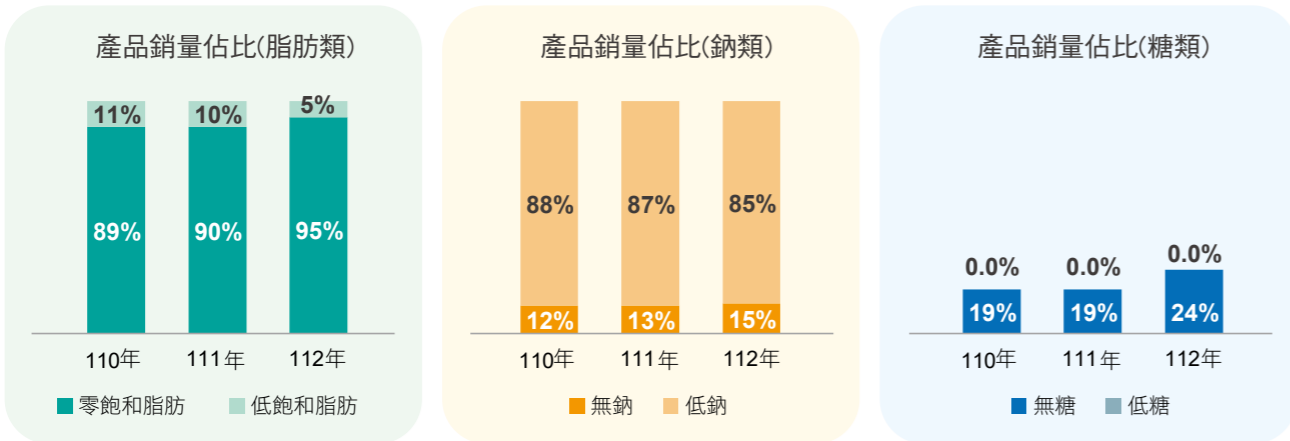
說明：  
 1：計算內容不包含代工品項 (立頓、三得利)。  
 2：產品類別健康指數以產品出廠公升數加權，保健食品產品特性不同，不適用於此，故全產品健康指數不納入。  
 3：健康指數與對應燈號

分數	燈號
<60分	紅燈
60分(含)-70分(含)	黃燈
>70分	綠燈



● 「低飽和脂肪 / 無反式脂肪 / 低鈉 / 低糖」產品

為滿足國人健康美味方便的飲食需求，提升國人健康的飲食生活水準，本公司長期以來致力於天然來源的素材應用，低鈉、低糖產品的開發、銷售與推廣，以及既有產品的配方改良，以滿足國人對健康的期待與需求。



說明

1：本公司近3年銷售產品皆不含反式脂肪。

2：產品類別定義參考衛福部訂定之「包裝食品營養宣稱應遵行事項」

項目	說明
低飽和脂肪	每 100ml 液體中飽和脂肪含量低於 0.75 公克且飽和脂肪之熱量須在該食品總熱量之 10% 以下。
低鈉	每 100ml 液體中鈉含量低於 120 毫克。
低糖	每 100ml 液體中糖含量低於 2.5 公克。

4.1.2.食品品質相關驗證

● ISO 22000、FSSC 22000

為鑑別食品安全危害因素並有效控管發生風險，強化食品安全的管制能力，本公司自96年起中壢廠、斗六廠通過國際標準食品安全管理系統 ISO 22000之驗證並持續維持有效，102年起中壢廠、斗六廠亦通過國際標準食品安全系統FSSC 22000之驗證並持續維持有效。

中壢廠、斗六廠取得ISO 22000：2018驗證，驗證有效期自111年5月26日至114年5月26日；中壢廠、斗六廠取得FSSC 22000 V5.1驗證證書，驗證有效期自111年5月26日至114年5月26日。

通過 ISO 22000 及 FSSC 22000 的生產量佔比

年度	110年	111年	112年
中壢廠	100%	100%	100%
斗六廠	100%	100%	100%
總計	100%	100%	100%

說明：

- 1：本公司取得 SGS 公司 ISO 22000：2018 驗證證書編號為 TW13/10391(中壢廠)、TW13/10393(斗六廠)。
- 2：本公司取得 SGS 公司 FSSC 22000 v 5.1 驗證證書編號為 TW13/10392(中壢廠)、TW13/10394(斗六廠)。
- 3：以公司 ERP 報表統計通過驗證之產品產量除以總產量計算佔比。

● TQF

本公司中壢廠與斗六廠生產線皆通過台灣優良食品驗證(TQF驗證)，112年黑松所生產的產品取得TQF驗證標章之比率達99.9%註，確保產品品質、安全與衛生，保障消費者及製造者之共同權益。

註：產品取得 TQF 驗證標章之比率 = 取得 TQF 驗證標章產品年度產量 / 產品年度總產量。部分產品期間限定販售即下市，無進行 TQF 產品驗證。

驗證工廠生產系統編號

- 中壢廠：01003、01219、16022、16102、16104、16112
- 斗六廠：01014、16006

● 食品認證

健康食品認證		
飲料		 黑松茶花綠茶 (PET1230,PET980,PET580) 雙項健康食品認證： ① 調節血脂功能 ② 不易形成體脂肪功能 衛署健食字第A00204號
保健		 L-137®植物乳酸菌膠囊 雙項健康食品認證： ① 輔助調整過敏體質功能 ② 免疫調節功能 衛部健食字第A00322號

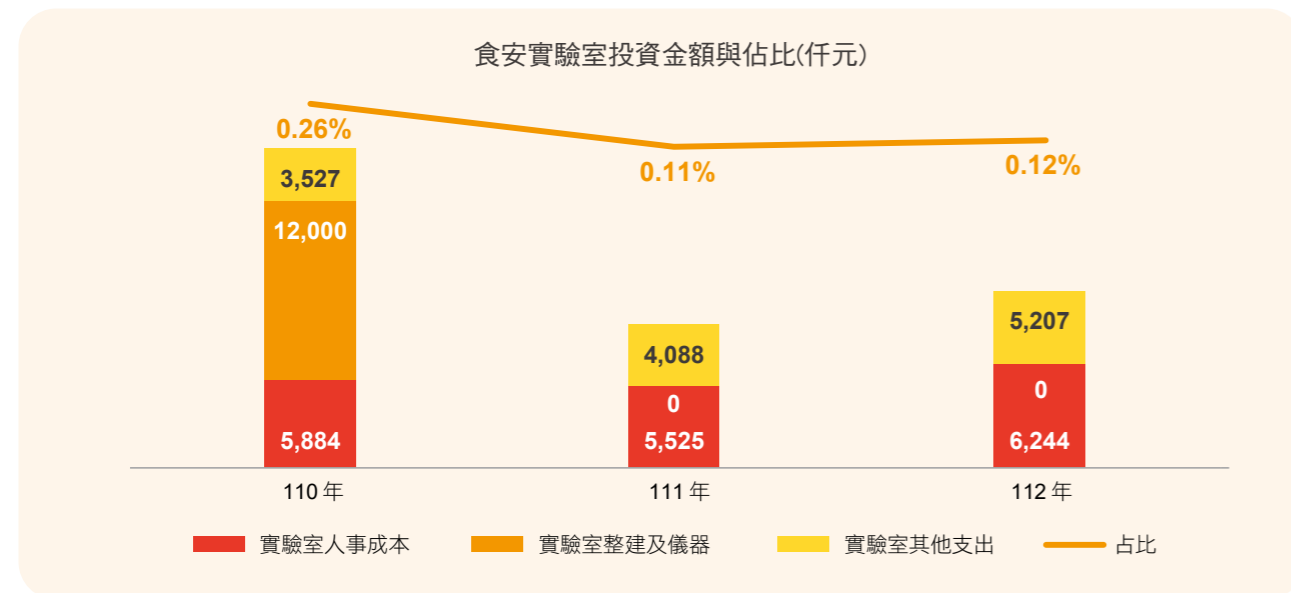
SNQ國家品質標章		
保健		 黑松葉黃素濃縮精 SNQ國家品質標章 國品字第B01047號
		 黑松人蔘精 SNQ國家品質標章 國品字第P080032號
		 黑松龜鹿膠原精華膠囊 SNQ國家品質標章 國品字第P080004號
		 黑松黃金B群錠 SNQ國家品質標章 國品字第P080107號

### 4.1.3. 食品安全實驗室

衛福部於104年10月15日訂定「應設置實驗室之食品業者類別及規模」，並於105年12月31日生效，本公司符合該法規第一條第十項食品業者類別，為茶葉飲料之製造、加工、調配業者，公司規模亦符合第二條規範辦理工廠登記且資本額一億元以上者，因此依法須設置實驗室並從事自主檢驗。

惟本公司早於法規要求，自願設置食品安全實驗室，自101年籌備實驗室並採購相關儀器，包括LC/MS/MS、ICP/MS及附屬設備、實驗室整建及相關儀器等，並於102年3月26日正式成立食品安全分析部管理實驗室，並將實驗室名稱取為食品安全實驗室，主要任務為進行原料及成品精密檢驗分析，期許為產品安全把關。

#### ● 食安實驗室投資金額與佔比



單位：仟元

年度	110年	111年	112年
實驗室人事成本	5,884	5,525	6,245
實驗室整建及儀器	12,000 註	0	0
實驗室其他支出	3,527	4,088	5,207
總計	21,411	9,613	11,452
營業淨額	8,197,449	8,415,623	9,182,200
佔比	0.26%	0.11%	0.12%

註：新添購設備液相層析串聯質譜儀 TQXS(LC/MS/MS) 及光二極體陣列式檢測器 PDA。

食品安全實驗室的管理及儀器設備的維護均符合ISO 17025的規範，每年檢送精密儀器設備至公正單位校正合格，亦藉由相關認證準備以符合國際標準與規範強化實驗室檢驗能力，為產品品質嚴格把關。

黑松食品安全實驗室112年可檢測項目包含化學領域536項及微生物領域10項。亦取得衛生福利部TFDA實驗室認證2項及全國認證基金會TAF的實驗室認證15項測試檢驗認證。

#### ● TAF 實驗室認證

- 103年4月：重金屬(鉛、砷、鎘)、三聚氰胺。
- 104年7月：咖啡因、雙酚A、塑化劑、重金屬(銅、錫、銻、汞)。
- 105年6月：赭麴毒素A、重金屬(以鉛計)、總生菌數。
- 106年4月：通過測試項目認證展延共9項、新增3項(包含黴菌、酵母菌、及大腸桿菌群)。
- 107年6月：酒類衛生標準為測項包括重金屬鉛、防腐劑(苯甲酸及己二烯酸)、乙醇、甲醇、二氧化硫及葉黃素等6項。
- 109年4月：通過實驗室認證管理系統轉版及測試項目認證展延共17項。
- 112年4月：通過測試項目認證展延共15項。

#### ● TFDA 實驗室認證

- 104年5月：包裝水重金屬(鉛、砷、鎘、銅、鋅、汞)、三聚氰胺。
- 107年4月：通過包裝水重金屬(鉛、砷、鎘、銅、鋅、汞)、三聚氰胺認證展延。
- 110年4月：通過包裝(盛裝)飲用水及食用冰塊中重金屬(鉛、鎘、汞、砷、銻)認證展延。
- 112年9月：通過飲料中咖啡因認證項目。

#### ● 112 年有效認證項目

TAF實驗室認證項目	TFDA實驗室認證
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 飲料重金屬(砷、鉛、銅、錫、銻)</li> <li>• 微生物3項：生菌數、大腸桿菌群、黴菌及酵母菌數</li> <li>• 三聚氰胺</li> <li>• 雙酚A</li> <li>• 咖啡因</li> <li>• 赭麴毒素A</li> <li>• 重金屬以(鉛)計</li> <li>• 酒類6項：重金屬鉛、防腐劑、乙醇、甲醇、二氧化硫、葉黃素</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 包裝(盛裝)飲用水及食用冰塊中重金屬(鉛、鎘、汞、砷、銻)</li> <li>• 飲料中咖啡因</li> </ul>

#### ● 實驗室可檢測項目

實驗室持續強化檢驗能力，增加可檢測項目。截至112年我司實驗室可檢測項目有：

領域	測項分類
化學領域 (536項)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 酒類相關測項：14 項 甲醇、乙醇、葉黃素、防腐劑 2 項 ( 苯甲酸、己二烯酸)、鉛、二氧化硫、風味成分 7 項 ( 乙酸乙酯、乙縮醛、正丙醇、異丁醇、正丁醇、異戊醇、乳酸乙酯)。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 水質相關測項：25 項 重金屬 8 項 ( 砷、鉛、鎘、銅、錫、銻、汞、鋅)、微量金屬元素 9 項 ( 鋁、鐵、錳、鎳、銀、硒、鉍、硼、鉻)、巨量金屬元素 4 項 ( 鈣、鉀、鎂、鈉)、溴酸鹽、甲醛、乙醛、丙醛。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 食品容器相關測項：14 項 塑化劑 6 項 (DBP、BBP、DEHP、DEHA、DINP、DIDP)、雙酚 A、蒸發殘渣、高錳酸鉀消耗量、總酚、福馬林、鎘、鉛、銻。</li> </ul>

領域	測項分類
化學領域 (536項)	<ul style="list-style-type: none"> <li>食品 / 飲料 / 原物料相關成分測項：42 項 營養標示 8 項 ( 熱量、蛋白質、碳水化合物、粗脂肪、飽和脂肪、反式脂肪、鈉、糖類)、總糖 6 項 ( 葡萄糖、果糖、蔗糖、半乳糖、乳糖、麥芽糖)、異麥芽寡糖 3 項 ( 異麥芽二糖、異麥芽三糖、潘糖)、兒茶素 8 項 (EGC、EC、ECG、C、CG、GC、GCG、EGCG)、水分、粗灰分、維生素 C、咖啡因、亞鐵、總類黃酮、總多酚、茶胺酸、單寧酸、總皂苷 ( 以 Rb<sub>1</sub> 計)、γ- 胺基丁酸 (GABA)、麩胺酸鈉 (MSG)、β- 葡聚糖、飲料中乙醇、牡荊素、異牡荊素、水溶性膳食纖維。</li> <li>食品 / 飲料 / 原物料相關污染物或衛生指標測項：441 項 重金屬 7 項 ( 砷、鉛、鎘、銅、錫、銻、汞)、重金屬 ( 以鉛計)、塑化劑 9 項 (DMP、DEP、BBP、DBP、DNOP、DIDP、DIBP、DEHP、DINP)、防腐劑 3 項 ( 苯甲酸、己二烯酸、對羥基苯甲酸)、農藥殘留 410 項、蔥醌、三聚氰胺、丙烯醯胺、二氧化硫、赭麴毒素 A、黃麴毒素 4 項 (B1、B2、G1、G2)、黃麴毒素 M1、棒麴毒素。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>微生物相關測項：10 項 總生菌數、黴菌及酵母菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、嗜高溫腐敗菌、硫化腐敗菌、乳酸菌、嗜熱嗜酸性桿菌 ( 代謝物：愈創木酚)、腸桿菌科、大腸桿菌群 ( 濾膜法)。</li> </ul>
微生物領域 (10項)	

### ● 基本檢驗

原物料進廠時先行檢驗。如檢驗結果與管制標準不符合，則通知廠商予以退貨。

### ● 進階檢驗：風險物質自主監測

除法規規範之相關衛生指標強制檢驗事項外，亦對原物料中之風險物質進行自主監測檢驗，112年共126件，合格率為100%。如三聚氰胺、赭麴毒素A、黃麴毒素、黃麴毒素(M1)、丙烯醯胺、殘留農藥、原料重金屬等。

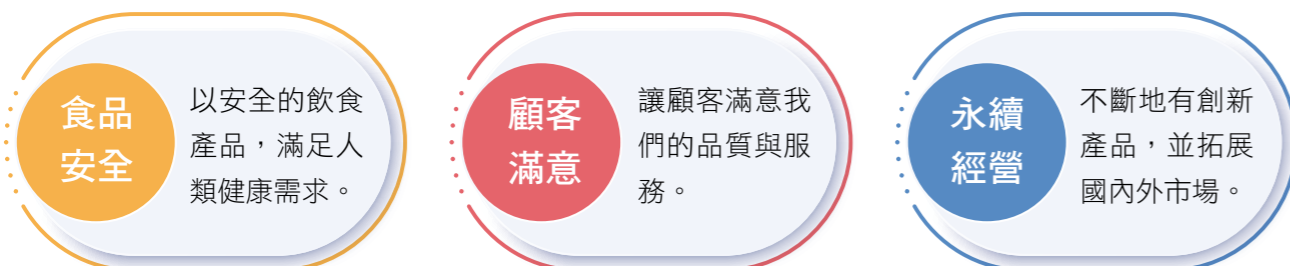
說明：合格與否為參照法規標準、企業指引或內部控管。

## 4.1.4. 食品安全衛生管理

### ● 食品安全品質政策

本公司願景為「安心飲食、健康歡樂、智能營運、友善環境」，因此制定食品安全品質政策「食品安全、顧客滿意、永續經營」為全公司最高指導原則，每年設置食品安全品質目標，並加以宣導，要求全體員工確實執行，以確保旗下產品無食品安全疑慮。

食品安全品質政策：



### 112 年食品安全品質目標與執行狀況

目標	執行狀況
● 食品安全事件 0 件。	1~12月食品安全事件0件。
● 常溫飲料產品不良率低於 240ppm。	1~12月常溫飲料產品不良率為232ppm。
● 產品品質相關客訴發生率低於 0.07ppm。	1~12月產品品質相關客訴發生率低於0ppm。

### 113 年食品安全品質目標

- 食品安全回收事件 0 件。
- 產品品質客訴發生率低於 0.07ppm。
- 常溫飲料產品不良率低於 238ppm。
- 溝通訓練全員參與度達 80% 以上。

### ● 食品安全委員會

為建立本公司食品安全管理系統，保障食品安全，103年特成立食品安全委員會，並制定「食品安全委員會設置辦法」，綜理全公司食品安全管理有關事項，由總經理擔任主任委員，定期召開會議，視議題內容，請相關廠處主管、部門主管及指定人員出席。本委員會轄下分設3組「法規研究組」、「溯源管理組」、「因應執行組」，各組分別就食安法規、原料與成品追溯追蹤、以及相關回收機制之建置與執行定期開會討論。112年共召開2次會議。

### ● 全面品質管理委員會 (TQM 委員會)

依據食品安全品質政策，每年制定年度食品安全品質目標，並定期於全面品質管理委員會(TQM委員會)中討論訂定、修訂與專案提報。

每季定期召開TQM委員會會議，審查品質與食品安全管理系統，以確認其持續適用性、適切性和有效性。審查內容與相關決策與因應措施如下：

#### TQM 委員會會議審查內容

- |                               |                              |
|-------------------------------|------------------------------|
| (1) 驗證活動結果的分析。                | (7) 上一次【TQM 委員會】會議決議追蹤事項。    |
| (2) 內(外)部稽核結果。                | (8) 可能影響品質與食品安全管理系統運作的相關事宜。  |
| (3) 顧客回饋資訊，包括顧客滿意度調查和客訴處理之資訊。 | (9) 可能影響食品安全之任何變動。           |
| (4) 供應商(原料、代工產品)評鑑及檢討改進措施。    | (10) 緊急狀況、意外及產品回收。           |
| (5) 流程績效與產品符合性。               | (11) 內外部風險與機會議題與採取行動的有效性之檢討。 |
| (6) 預防和矯正措施的狀況。               | (12) 改善建議。                   |

#### 相關決策與因應措施

- (1) 品質與食品安全管理系統和其流程之有效改善，及為達成食品安全品質政策 / 目標，所採取變更之措施。
- (2) 與顧客及法律、法規要求有關的產品的改進事項。
- (3) 所須提供之資源。

● 培育員工相關技能與經驗

本公司依據法令規定，各工作職位之技術職人員皆具備專業證照，以生產符合品質之產品，另外為強化相關人員專業知能，亦提供適當之教育訓練及建置相關辦法鼓勵員工自我進修。

● 食品安全衛生與品質相關教育訓練

每年提供現場作業人員食品安全衛生與品質要求相關之教育訓練，112年中壢廠與斗六廠合計受訓65小時、629人次。

食品安全衛生與品質相關教育訓練統計

	110年		111年		112年	
	小時	人次	小時	人次	小時	人次
中壢廠	57	1,616 註	38	479	51	498
斗六廠	13	112	19	171	14	131
總計	70	1,728	57	650	65	629

註：教育訓練人次較多主係舉辦 HACCP 複訓教育訓練課程 12 小時。

專業證照津貼獎勵員工自我進修：

- 制定專業證照津貼發給要點，鼓勵員工持續精進專業。
- 食品技師證照數：110年7張、111年7張、112年7張。

說明：110~112年食品技師證照分布：台北2張、中壢4張、斗六1張。

● 定期執行內部稽核，維持食品安全系統 (ISO 22000, FSSC 22000, TQF) 及品質管理系統 (ISO9001) 有效。

● 食品安全訊息通報系統

由研究處觀察國內外食品安全重要訊息及法規變動並發給相關權責單位，使同仁掌握正確重要之食安事件與安全衛生相關法規訊息。

● 對從業人員、作業場所、設施衛生管理的標準

本公司為確保各項飲料產品供銷消費者，除了專注於原物料的安全監測，更致力於產品生產過程的管控。從產品製程設計開始，即進行生產環境危害分析和製程的適切性，包含從業人員、作業場所、設施衛生的管理，確認產品製程各步驟皆在安全的管控範圍。循食品安全衛生管理法之要求，完成建築與設施、工作空間與員工設施、空氣、水、能源供應、廢棄物及污水處理、機器設備清潔、維護與預防維修、原物、交叉污染預防量測、清潔與衛生、蟲害、人員衛生之管制，力求每一步驟皆符合要求。廠內設有各管制小組定期對產品製程、廠區環境衛生、人員衛生作業、設備清潔衛生進行討論。黑松公司並嚴格要求食品添加物之檢驗，因應市場上相關食品安全之要求，符合消費者對產品之期望。

上述食品安全衛生管理相關措施涵蓋範圍包括中壢廠、斗六廠所生產的所有產品類別，佔比為100%。

4.2. 供應商管理

原料供應為產品安全的第一道關卡，因此，對於供應鏈有系統的管理和查核，即是達成本公司願景「安心飲食、健康歡樂」的關鍵要素。本公司透過「供應商評鑑查核」、「追溯追蹤管理」確保供應鏈上游(內容物、包材、委外代工供應商)品質供應無虞；對外自104年起陸續與供應商進行「社會衝擊評估」、「環境衝擊評估」，於合約中加入永續發展條款、對內則致力「責任採購」與「在地採購」，希冀以此提高供應商重視永續議題，以及促進台灣當地經濟發展。

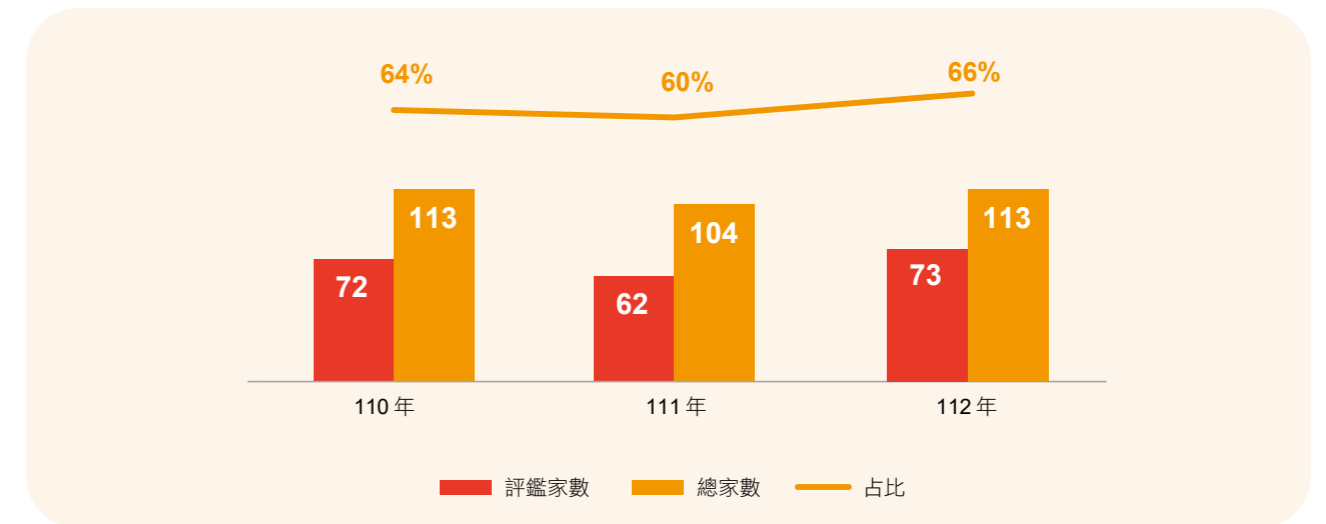
4.2.1. 供應商評鑑查核

● 供應商實地評鑑

本公司針對內容物、包材、委外代工供應商分別制定標準書進行實地評鑑作業，評鑑項目著重食品安全面向，例如生產製造是否依政府食品管理相關法規運作並留存紀錄、是否建立客訴、成品回收與追溯追蹤等管制措施與紀錄...等，權責部門每年1月制定供應商查核計畫表並依計畫進行稽核，亦會因應新增原料供應商購置新原料之情事，新增實地評鑑計畫(即首次評鑑)。

近三年評鑑結果

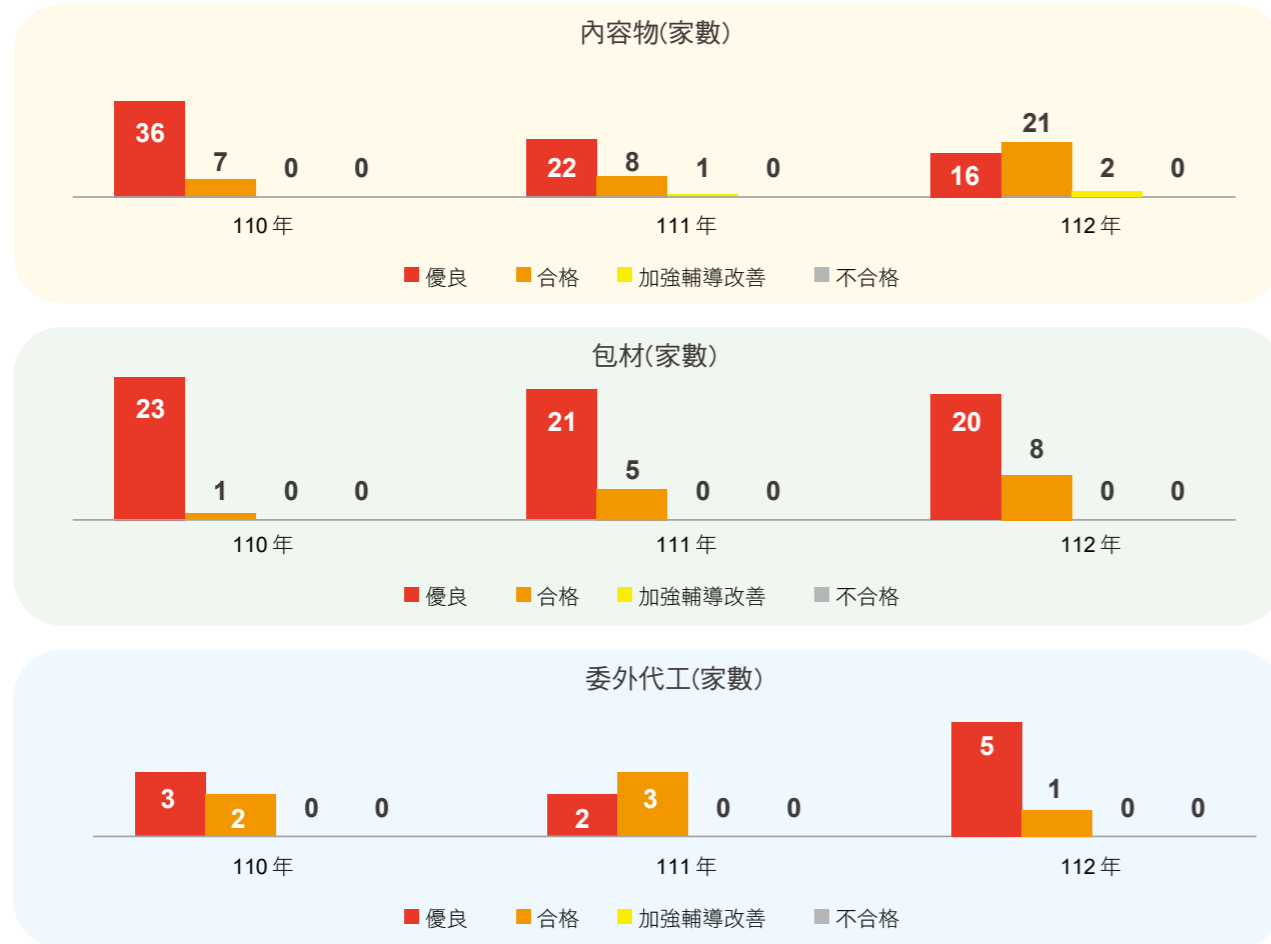
- 實地評鑑家數與佔比



說明：

- 1：評鑑結果優良及合格之供應商規範兩年一次的評鑑頻率。111年評鑑合格及優良，112年不必進行稽核供應商共計29家。
- 2：佔比計算方式：評鑑家數 / 該類別全部供應商家數。

● 實地評鑑結果



說明：

1：供應商分級標準為：

分數區間	評鑑結果
>85分	優良
75分(含)~85分(含)	合格
60分(含)~75分	加強輔導改善
<60分	不合格

2：評鑑後為「加強輔導改善」廠商之原料品項後續未使用。

因應措施

- 實地勘查評鑑後，討論確認廠商待改善部分並要求執行後續改善措施(如補足書面文件資料等)。依供應商缺失程度決定後續因應措施：
  - 輕微缺失：評鑑日後 2 週內提出及補足書面文件複查。
  - 嚴重缺失：6 個月內進行第 2 次評鑑作業之複查，若複查不合格者，本公司得不予採購、或使用替代原料 / 替代供應商等手段因應。
- 每次進行實地評鑑時，皆會再確認前次缺失改善是否落實執行。

修訂採購合約，發揮強制力

104年2月起，修訂長期採購合約納入食品安全相關條款，除要求提供之原物料必須遵守食品安全衛生相關法令外，更要求供應商配合本公司作業標準，不得拒絕本公司進入該公司製造或倉儲等場所進行查核。

● 供應廠商季評鑑

評鑑項目

黑松公司每季對所有往來之內容物、包材、委外代工供應商執行評鑑查核，評鑑面向包括品質、交期、價格、服務…等，評鑑結果將供應商區分為 A、B、C、D 四個等級，並於每季 TQM 委員會中檢視評鑑結果。

評鑑類別	內容物/包材	委外代工
評鑑項目	(1) 退貨特採批數	(1) 退貨特採批數
	(2) 異常客訴	(2) 異常客訴
	(3) 交期	(3) 交期
	(4) 包裝及標示	(4) 包裝及標示
	(5) 價格合理性	(5) 價格合理性
	(6) 交貨配合度	(6) 交貨配合度
	(7) 溝通協調度	(7) 溝通協調度
	(8) 品質異常發生次數	
	(9) 品質抱怨改善效率	

計分方式

1 季評 1 次，滿分 100 分。4 季平均分數於 90 分(含)以上者，為當年度 A 級供應商；4 季平均分數於 80 分(含)以上未滿 90 分者，為當年度 B 級供應商，依此類推。

分級標準

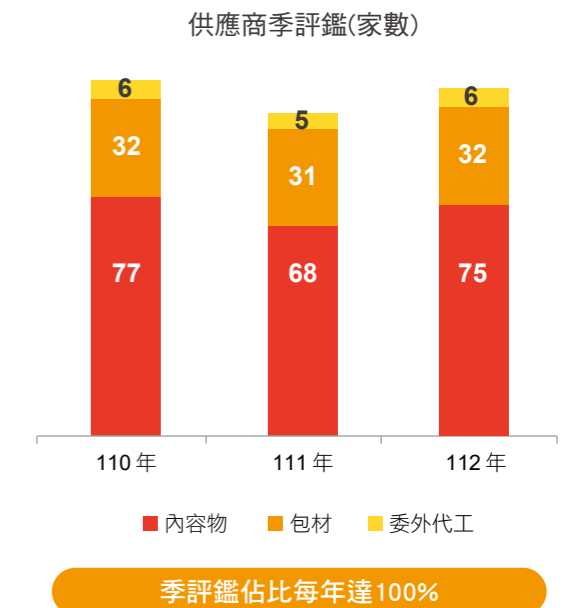
級別	分數區間
A 級	≥ 90 分(含)
B 級	80 分(含)~90 分以下
C 級	70 分(含)~80 分以下
D 級	<70 分

近三年評鑑結果

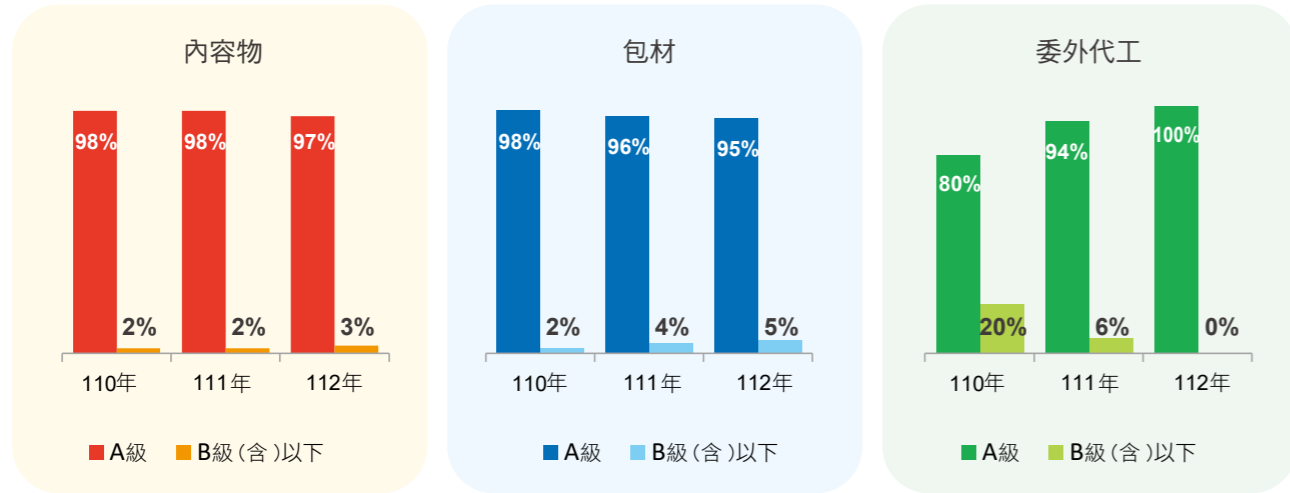
● 季評鑑家數與佔比

供應商類別	家數/佔比	110年	111年	112年
內容物	評鑑家數	77	68	75
	佔比	100%	100%	100%
包材	評鑑家數	32	31	32
	佔比	100%	100%	100%
委外代工	評鑑家數	6	5	6
	佔比	100%	100%	100%

說明：占比計算方式為該類別已評鑑家數 / 該類別全部供應商家數。



● 季評鑑結果佔比



說明：  
 1：占比計算方式為每季家數加總 / 該類別每季全部供應商家數加總。  
 2：若供應商在該季度有超過 1 項評鑑項目，則以各項評鑑結果平均分數做計算。

因應措施

評鑑結果為B級(含)以下之供應商，其應提出問題原因與因應措施進行改善對策，另外，針對C、D級供應商，本公司亦可採取減少採購量或停止合作關係之行動方案因應。每年年底或次年年初邀請前年度評鑑結果有重大缺失者參與「供應商評鑑與檢討會議」共同檢討問題改善成效或再對策、研擬改善對策，以期提升生產效能、共創業績成長。

供應商評鑑結果	A	B	C	D
本公司因應措施				
酌予增加交易數量	√	-	-	-
要求提出問題原因與因應措施	若有缺失，就須提出問題原因與因應措施			
減少採購量(非必要手段)	-	-	√	√
停止合作關係(非必要手段)	-	-	√	√
要求參與「供應商評鑑與檢討會議」	-	-	評鑑結果有重大缺失者	

4.2.2. 追溯追蹤管理

● 自願進行：

黑松公司自103年4月起，主動規劃導入電子化追溯追蹤系統。107年12月3日起全產品列入追蹤管理。109年1月1日起公司自製全產品列入電子化申報。

本公司追溯追蹤系統範圍，包含從原料收料、原料檢驗、半成品製造、調配、成品製造、出貨等流程，透過每「站」之間的資訊串聯，可以很快地掌握從供應商原料追蹤到產品的出貨流向，或是從在外流通的產品追溯至供應商原料。

● 法規要求：

依103年10月27日衛福部公告之訂定應建立食品及相關產品追溯追蹤系統之食品業者，本公司屬第一項第六款之食品添加物輸入業者，應自104年2月5日建立追溯追蹤系統，本公司於104年1月重新檢視本公司系統並進行演練測試，確認有關輸入之食品添加物的產品資訊、供應商資訊、產品流向及內部追溯追蹤都符合法規要求。

另衛福部於104年7月31日公告應建立追溯追蹤系統之食品業者，本公司屬第三項第十六款之包裝茶葉飲料製造業者，應自104年7月31日建立追溯追蹤系統，且自105年1月1日電子化申報追溯追蹤資料，自106年1月1日使用電子發票，本公司皆遵循法規要求之項目與時程，配合導入並持續運行相關作業。

納入追溯追蹤系統之產品佔所有產品之百分比

類別	110年	111年	112年
法令規範：			
飲料產品	100%	100%	100%
自願追蹤：			
保健產品	100%	100%	100%
酒類產品	100%	100%	100%
總計	100%	100%	100%

4.2.3. 供應商環境與社會衝擊評估

本公司現行對於供應商的社會衝擊評估多著重在食品安全部分，惟針對新供應商部分，自104年起參考聯合國全球盟約以及實施可行性，陸續於所簽訂合約中新增對應之永續經營條款；110年正式制定「供應商行為規範協議書」，其中包含3條誠信經營、3條社會責任及1條環境友善條款，內容涵蓋誠信經營、環境、職安、人權等面向，透過與供應商間的協議簽訂，展現將永續經營政策落實於企業營運之決心。

● 永續經營條款

誠信經營條款

1. 供應商應本於誠信經營原則，以公平與透明之方式進行商業活動。
2. 任何一方知悉有人員收受佣金、回扣或其他不正當利益時，應立即據實將此等人員之身分、提供、承諾、要求或收受之方式、金額或其他不正當利益告知他方，並提供相關證據且配合他方調查。一方如因此而受有損害時，得向他方請求契約金額一定比例之損害賠償，並得自應給付之該契約價款中如數扣除。任何一方於商業活動如涉有不誠信行為之情事，他方得隨時無條件終止雙方簽訂之所有契約。
3. 雙方同意將遵守所有適用之有關反貪腐及反賄賂之相關法律及規範，並同意其本身及其代表人或代理人，就合作相關事務，不會直接或間接支付款項或移轉任何有價值的物品與下述之人，而以貪腐或不正當手法以取得或保留任何有關交易之機會或優勢：
  - (1) 任何政府官員或雇員 (包括國有和政府控制的公司及公共國際組織的雇員)；
  - (2) 任何政黨、黨員或公職候選人；
  - (3) 任何仲介機構，包括但不限政府官員的代理人或家屬，藉以支付款項給任何政府官員；及
  - (4) 任何相關人士或主體。任一方如違反上開反貪腐及反賄賂條款，他方得隨時無條件終止或解除雙方簽訂之所有契約。

4. 如有本條所定情事，供應商應透過下述管道告知本公司：

- (1) 檢舉專線：(02)2706-2191分機560
- (2) 檢舉網址：www.heysong.com.tw/whistleblowing/
- (3) 檢舉信箱：106427台北市大安區信義路4段296號3樓 黑松檢舉制度受理單位收

#### 社會責任條款

1. 保證在企業影響所及範圍內，支持並尊重國際人權，並確保不違反人權。
2. 供應商僱用人員應遵循相關法令規範，禁止強迫勞動與任何形式之歧視，並應符合勞工健康與職業安全衛生相關法令規範。
3. 供應商支付本案相關人員酬勞應遵循法令標準，包括相關費用。

#### 環境友善條款

供應商同意遵守環境保護相關法令，並積極以綠色環保、節能減碳為目標，降低自然環境之衝擊與危害。

#### ● 新合約使用社會、環境衝擊標準 (永續經營條款) 篩選的比率

110年	111年	112年
100%	100%	100%

#### 4.2.4.在地採購

供應商類別	110年	111年	112年
原料	79%	81%	82%
物料	83%	85%	88%
成品	96%	96%	97%
自販機	0%	0%	100%
服務	100%	100%	100%

說明：  
1. 黑松自行進口為國外採購，其餘為在地採購；以未稅金額計算。  
2. 服務包含保健。

#### 4.2.5.綠色採購

##### ● 飲料產品紙盒包裝採 FSC 認證紙材及 ASI 認證鋁層原料：

本公司自有品牌飲料產品紙盒包裝自112年起僅有康美包一種，其包材已全面通過森林管理委員會 (Forest Stewardship Council, FSC) 認證及 ASI (Aluminium Stewardship Initiative) 認證，代表紙盒包裝用紙來源100%受FSC森林認證系統嚴謹控管，且確保鋁層原料的負責任生產、採購和管理與鋁價值鏈的可持續性，落實永續管理概念，平衡對林木等資源的耗用。

#### FSC 紙盒及紙箱包裝採購金額佔比：

項目	110年	111年	112年
康美包佔比	100%	100%	100%
利樂包佔比 <sup>註</sup>	100%	100%	-

註：本公司 112 年已不再使用利樂包公司的利樂皇包材 (Tetra Rex)。  
說明：本公司紙盒包裝飲料之康美包為 SIG 康美包 ( 股 ) 公司產品，屬於無菌紙盒包材之一。

#### 符合環境部綠色採購標章之紙箱採購金額佔比：

項目	110年	111年	112年
紙箱	-	-	59.4% <sup>註</sup>

註：本公司 112 年起開始採購符合環境部綠色採購標章之紙箱。

#### ● 電腦設備採環保標章認證產品

因應全球溫暖化可能危及並導致地球氣候異常、自然生態環境惡化等衝擊，本公司使用之電腦設備多選用榮獲環保標章之產品。第一類環保標章產品符合預先設定之規格標準，並經過第三者驗證(例如：財團法人環境與發展基金會)，通過審核後頒發專用之標章，表示該產品對整體環境具有優越性。

#### 環保標章電腦設備採購佔比

項目	110年	111年	112年
個人電腦設備佔比	100%	100%	100%

#### ● 辦公用紙採 PEFC 認證紙材

自105年起總公司辦公用紙改用森林驗證認可計畫 (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes; PEFC) 與森林管理委員會 (Forest Stewardship Council, FSC) 認證紙材。112年通過認證之辦公室用紙均為PEFC，占比為99.5%。

#### PEFC 辦公用紙採購佔比

項目	110年	111年	112年
總公司辦公用紙佔比	99.4%	98.8%	99.5%

#### ● 綠色採購績優單位

本公司自103年至111年連續9年獲環境部表揚為綠色採購績優單位。(112年尚未公布)

### 4.3.滿意度調查

#### 4.3.1.消費者溝通

本公司秉持「誠實服務」的經營理念，以提供消費者好喝、高品質的產品為己任，同時，對於產品相關諮詢服務與消費者意見回饋也格外重視。77年即成立消費者服務專線，設置專責人員負責接聽、回覆消費者詢問並將客戶意見提供各專責單位進行改善及後續追蹤管理。消費者亦可透過網路客戶服務信箱進行意見反應，並皆由專人與相關單位進行瞭解及處理。

另外，我們也建構電子化客戶服務系統管理，著實記錄每位顧客的寶貴意見，即時追蹤處理狀況，嚴謹釐清異因並落實問題改善。

#### 4.3.2.消費者客訴處理流程



#### 4.3.3.消費者滿意度調查

為提供更完善的產品與服務，黑松公司每年委託外部市調公司分別針對消費者及經銷商進行滿意度調查，調查內容為企業形象、企業滿意度、產品價值/滿意度、作業配合等項目，並依據調查結果各部門提出改善對策，且定期追蹤改善進度與成果，以提供消費者及經銷商更完善的產品與服務，自111年起增加重點通路客戶(Key Account)客戶之調查範疇。

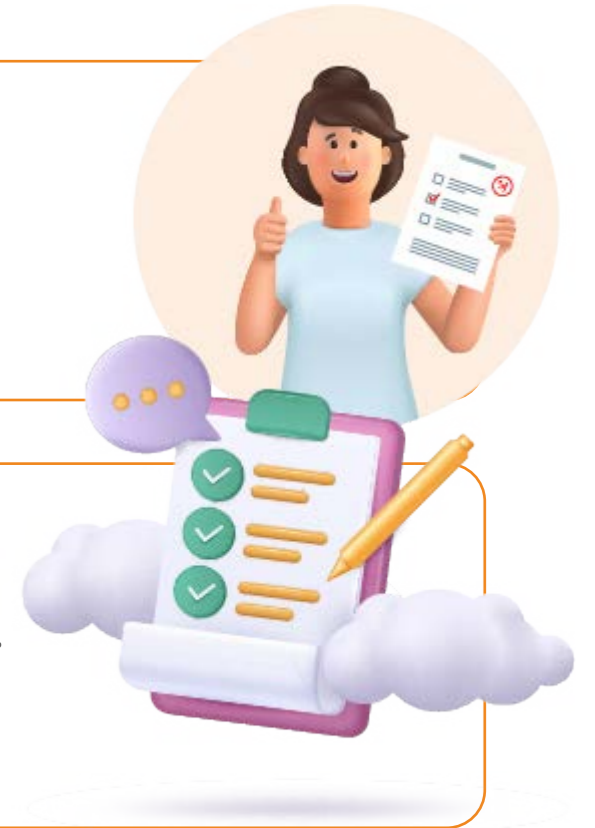
分數衡量方式	調查對象滿意度	110年	111年	112年
百分量表	消費者	81	82	82
	飲料經銷商	81	79	81
	金高經銷商	89	90	94
	重點通路客戶	-	77	85

說明：平均分數 70~79 分代表普通滿意、80~89 分代表高滿意、90 分以上則為超高滿意。

#### ● 112 年調查方法

##### — 消費者滿意度：

調查區域：台北地區、台中地區、高雄地區。  
 調查方式：面對面訪問法。  
 調查對象：18-59歲的消費者。  
 樣本大小：320份有效樣本(男、女各160份)。



##### — 飲料 / 金高經銷商滿意度

調查區域：黑松全省經銷商/黑松金高經銷商。  
 調查方式：第一階段郵寄問卷訪問法，第二階段電話訪問法。  
 調查對象：經銷商之實務經理人(由黑松公司提供名單)。  
 樣本大小：54份/14份。

##### — 重點通路客戶滿意度

調查區域：全台連鎖性通路客戶。  
 調查方式：第一階段郵寄問卷訪問法，第二階段電話訪問法。  
 調查對象&樣本大小：重要通路客戶之業務窗口，發出10份、回收8份。





# CH.5 歡樂環境

- 5.1. 員工發展與照顧
- 5.2. 社會公益

## 5.1. 員工發展與照顧

企業為「止」於「人」的事業，意指企業之一切活動係以「人」為本。黑松深知「同仁」是本公司最大的資產，亦是永續經營的根本，我們重視每一位同仁，致力提供良好的工作環境與學習成長的空間。

為型塑多元、平等、和諧的職場，我們支持並認同「聯合國世界人權宣言」、「聯合國全球盟約」、「聯合國企業與人權指導原則」與「國際勞工組織工作基本原則與權利宣言」等各項國際人權公約所揭示之人權保護精神與基本原則，訂定「人權政策」，透過宣導、教育訓練，要求內部人及員工遵守，確保員工公平與安全的工作環境。

### 人權政策

黑松依職位需要任用具備相關職能之人才，不因國籍、種族、性別、殘疾狀況、政治立場等而有差別待遇；為維護勞工權益，相關管理政策與程序皆遵循國際人權公約，並依性別平等法、相關勞動法規制定工作規則，杜絕任何職場霸凌、歧視、騷擾等行為。為提升職場主管及員工對於多元、平等、包容理念的認識和理解，112年辦理「認識與理解DEI」教育訓練課程共2場次。

為持續吸引、成長、留才，我們建置多樣化的培育制度，施予教育訓練強化同仁職能，配合定期實行績效考核，適時給予獎酬福利並拔擢人才，以激發同仁潛能，提升組織經營績效。

黑松公司屹立台灣飲料市場近百年，我們以優質產品、與時俱進的行銷手法深獲消費者認同，成為台灣在地品牌代表之一，並持續傳承產業知識與經驗。黑松公司部門級以上主管100%皆由本國人擔任，透過聘僱當地員工強化公司營運活動以符合當地需求，同時促進當地就業機會。我們堅信唯有打造歡樂環境，建立幸福職場，方能完整呈現品牌價值。



「認識與理解DEI」教育訓練課程

### 5.1.1. 員工的人數與組成

#### ● 依聘僱類型及按性別及地區分類的員工總數

	110年		111年		112年		
	男	女	男	女	男	女	
當年底全職員工人數	總公司	115	77	114	80	116	92
	中壢廠	250	74	251	75	258	71
	斗六廠	18	6	18	6	18	6
	小計	383	157	383	161	392	169
	合計	540		544		561	
當年底兼職員工人數	總公司	1	0	0	1	0	0
	中壢廠	0	0	0	0	2	0
	斗六廠	0	0	0	0	0	0
	小計	1	0	0	1	0	0
	合計	1		1		2	

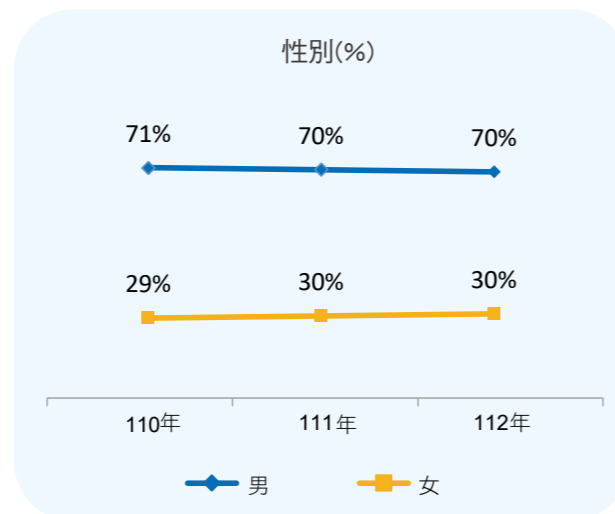
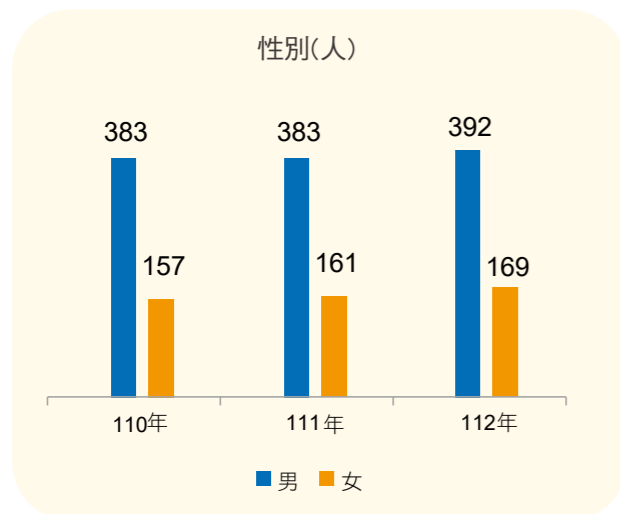
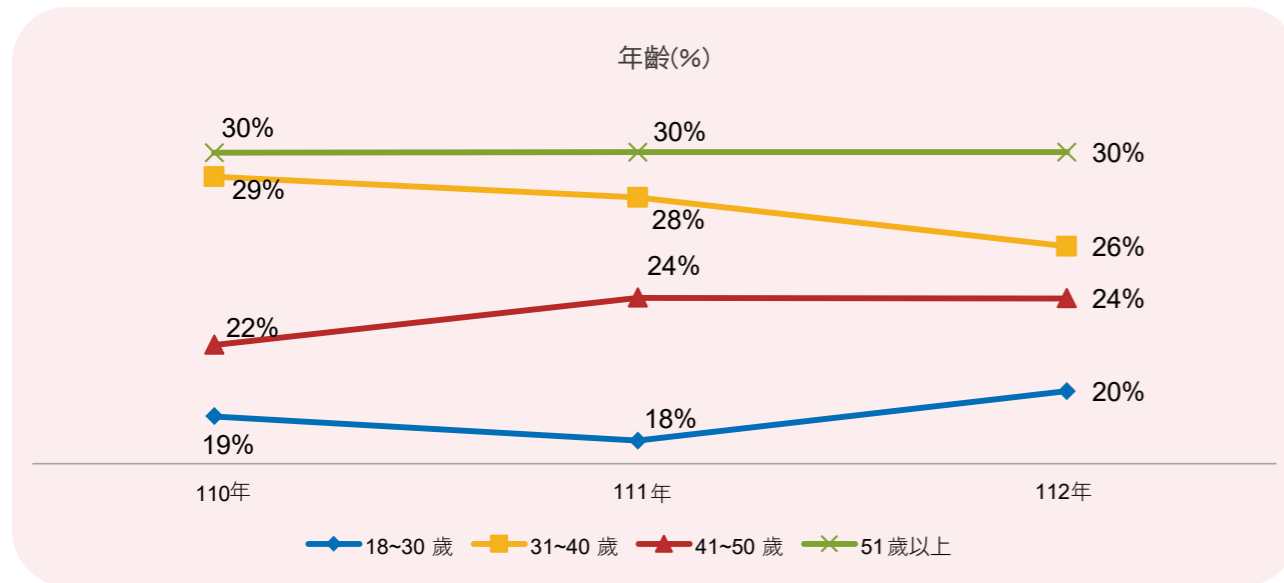
說明：112年全職員工人數及兼職員工人數相較以前年度無顯著波動。

● 依聘僱合約及按性別及地區分類的員工總數

		110年		111年		112年	
		男	女	男	女	男	女
當年底正式員工人數	總公司	115	77	114	80	116	92
	中壢廠	250	74	251	75	258	71
	斗六廠	18	6	18	6	18	6
	小計	383	157	383	161	392	169
	合計	540		544		561	
當年底派遣人數	總公司	9	5	5	9	11	3
	中壢廠	0	0	0	0	0	0
	斗六廠	0	0	0	0	0	0
	小計	9	5	5	9	0	0
	合計	14		14		14	

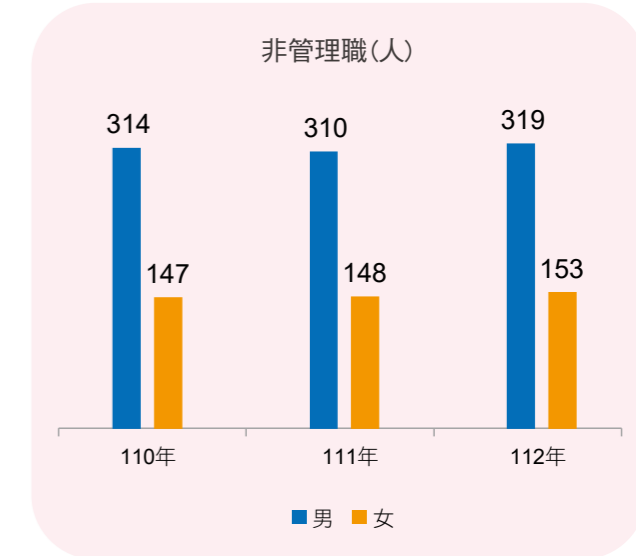
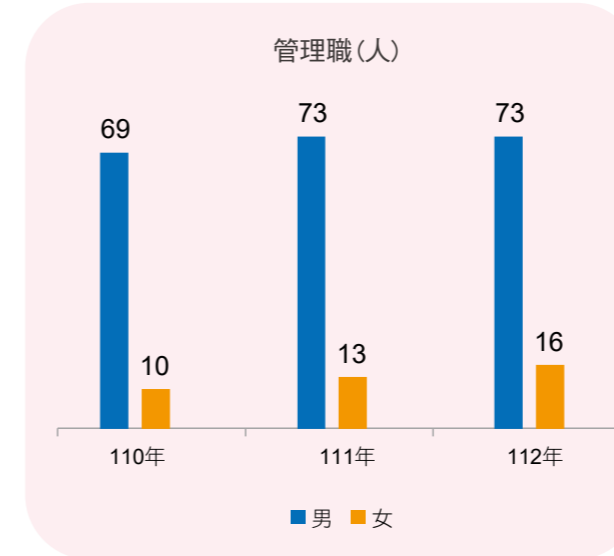
說明：112年正式員工人數及派遣人數相較以前年度無顯著波動。

● 依年齡及性別分類

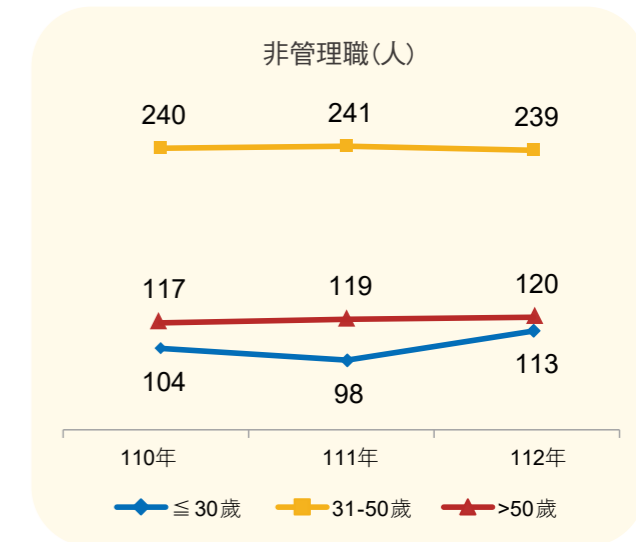
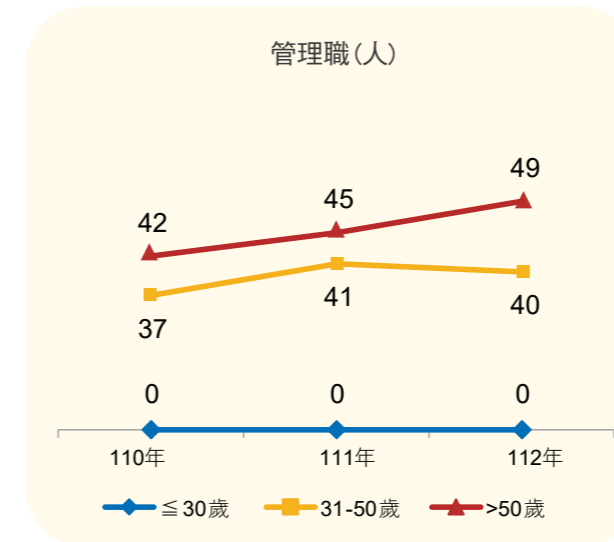


說明：含固定契約人員(110年2位、111年2位、112年2位)。

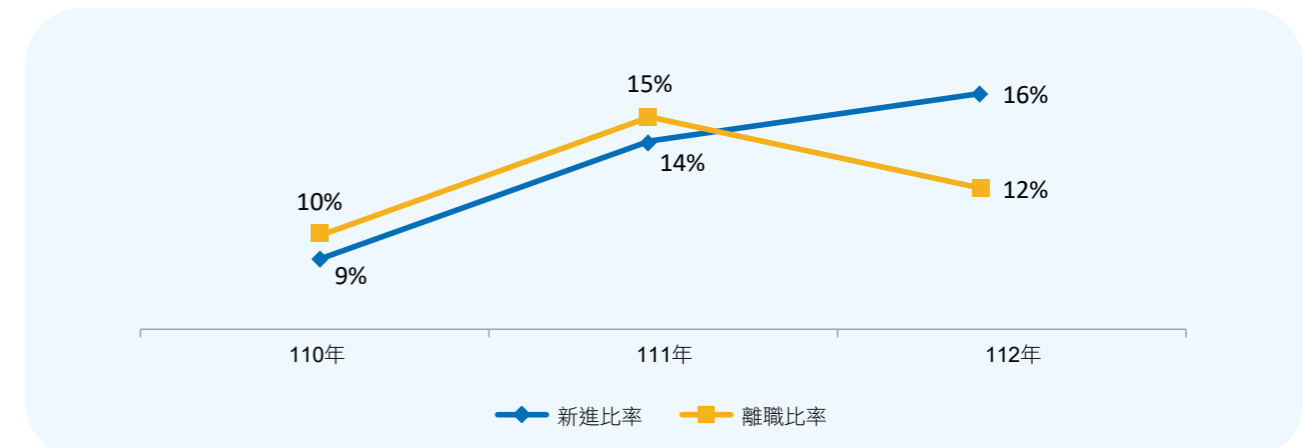
● 依職級與性別分類



● 依職級與年齡分類



● 員工流動與新進員工總數及比率



		110年	111年	112年
在職人數	(a)	540	544	561
年初與年底之平均員工數	(a1)	546	542	553
新進人數	(b)	47	77	91
離職人數	(c)	53	84	68
新進比率		9%	14%	16%
離職比率		10%	15%	12%

說明：新進比率 = 年新進人數 / 年初與年底之平均員工數；  
離職比率 = 年離職人數 / 年初與年底之平均員工數。

### 112年新進員工總數及比率

性別	年齡	總公司		中壢廠		斗六廠	
		人數	新進率	人數	新進率	人數	新進率
男性	30歲以下	12	2.2%	20	3.6%	0	0%
	30~50歲	7	1.3%	25	4.5%	0	0%
	50歲以上	1	0.2%	2	0.4%	0	0%
女性	30歲以下	16	2.9%	0	0%	0	0%
	30~50歲	4	0.7%	3	0.5%	0	0%
	50歲以上	0	0.0%	1	0.2%	0	0%
合計		40	7.2%	51	9.2%	0	0%

說明：新進率 = 新進人數 / 年初與年底之平均員工數

### 112年離職員工總數及比率

性別	年齡	總公司		中壢廠		斗六廠	
		人數	離職率	人數	離職率	人數	離職率
男性	30歲以下	5	1%	7	1%	0	0%
	30~50歲	9	2%	20	4%	0	0%
	50歲以上	4	1%	8	1%	0	0%
女性	30歲以下	7	1%	1	0%	0	0%
	30~50歲	1	0%	3	1%	0	0%
	50歲以上	0	0%	3	1%	0	0%
合計		26	5%	42	8%	0	0%

說明：離職率 = 離職人數 / 年初與年底之平均員工數

### ● 多元組成

	110年		111年		112年	
	人數	比率	人數	比率	人數	比率
原住民員工	2	0.2%	1	0.2%	2	0.4%
身心障礙員工	5	0.9%	6	1.1%	6	1.0%
外籍員工	7	1.3%	16	2.9%	34	6.1%
一般員工	526	97.6%	521	95.8%	519	92.5%
合計	540	100.0%	544	100.0%	561	100.0%

### ● 非員工的工作者

工作者類型	與黑松的契約關係	執行的工作類型	當年底非員工的工作者人數		
			110年	111年	112年
派遣人員	人才派遣合約	1. 量販及超市連鎖通路商品上架、陳列 2. 黑松世界展場導覽	14	14	14
承包商	承攬	總公司清潔、門禁 <sup>註1</sup>	1	1	1
承包商	承攬	中壢廠清潔	8	8	8
保全	保全合約	中壢廠保全業務	6	6	6
保全	保全合約	斗六廠保全業務	5	5	5
承包商	承攬	常溫產品出貨作業 <sup>註2</sup>	8	8	0
仲介人員	人力仲介合約	人工棧板轉換、酒類產品包裝、外銷標貼等業務	21	18	20
合計			63	60	54

註1：總公司清潔、門禁承包商均為同1人承攬，修正110年、111年為1人。

註2：112年起常溫產品出貨作業附屬於運輸合約，相關人員僅負責出貨(上車)並由貨運公司管理，故無常溫產品出貨作業人員。

### 5.1.2. 招募

人才為組織競爭之關鍵，黑松透過多元招募管道，包含人力銀行網站、學校系所網站職缺張貼、企業說明會、就業博覽會、產學合作及內部推薦等，增加職缺曝光度，提升招募效能，滿足組織人才需求。針對產線技術及產品發展推行產業訓儲替代役及產業高階人才培訓計畫，網羅研發專業人才，強化生產與研發強度；另訂定「大學(含二技、四技)以上的實習生轉任技術員獎勵要點」，積極留住表現優秀之技術實習生留任黑松。

### ● 產學訓合作計畫

自106年起針對廠區技術人才與勞動力發展署、龍華科技大學及健行科技大學建立產學訓合作關係，給予實習生至製造部門及工務部門見習，培養其設備操作及維修技能，並提供實習津貼，迄今共培育8名實習生，並經主管考核轉為正職人員共計2名。

### 110-112年度產學訓合作成果

類別	110年	111年	112年
龍華科技大學電機工程系	3	2	0
健行科技大學機械工程系	1	0	0
中國文化大學電機工程系	0	0	2
合計	4	2	2
正式任用人數	0	2	0

註：實習單位為製造部門、工務部門。

### 5.1.3.薪酬及福利計畫

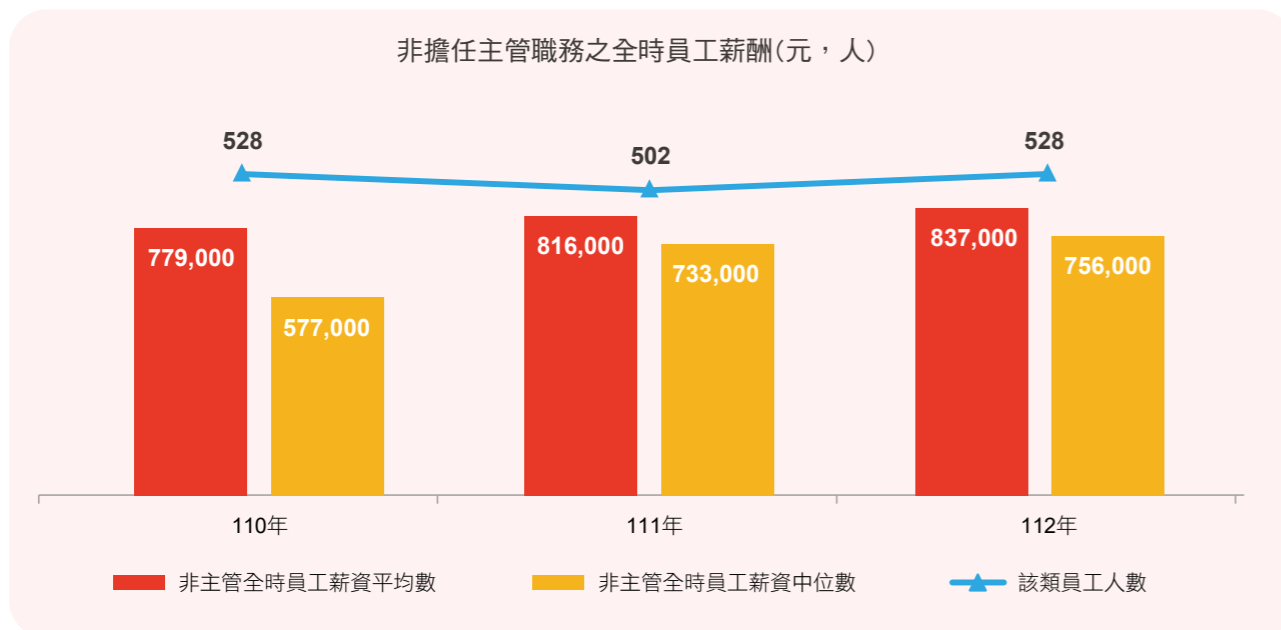
#### ● 112 年度總薪酬比率

類別	比率
年度總薪酬比率	469%
年度總薪資報酬變化比率	167%

說明：

1. 年度總薪酬比率計算方式：組織薪酬最高個人之年度總薪酬除以所有員工（不包括該薪酬最高之個人）之年度總薪酬中位數。
2. 年度總薪資報酬變化比率計算方式：組織薪酬最高個人之年度總薪酬增加百分比除以所有員工（不包括該薪酬最高之個人）之年度總薪酬中位數增加百分比。

#### ● 非擔任主管職務之全時員工薪酬



#### ● 全職員工福利項目

公司

- 勞工保險
- 全民健康保險
- 勞工退休準備金提撥
- 勞工退休金提繳
- 伙食補助
- 員工持股信託
- 育嬰假
- 業務人員團體保險
- 結婚補助
- 喪葬補助
- 賀奠儀
- 離職金
- 撫恤金
- 工作服 (限廠區)
- 單身宿舍 (中壢廠)
- 年度健康檢查
- 旅行平安險 (限因公出國同仁)
- 業務同仁油費及話費補貼
- 每日 15 分鐘健康操

#### 職工福利委員會

- 圖書室借閱
- 文康室
- 企業包場電影欣賞
- 三節禮品、禮券及生日禮券
- 國內外旅遊活動
- 球類活動
- 慶生活動
- 獎助學金
- 傷病住院補助
- 喪葬補助
- 退休戒指

說明：每年福利金收入來源：營業額提撥 0.15%、員工薪資提撥 0.5%、下腳變價提撥 40%。另資本增資時，由增資額提撥 3%。

#### 企業工會

- 結婚賀禮
- 喪亡補助
- 住院慰助
- 退休禮
- 五一勞動節禮金 / 禮品

說明：總公司、中壢廠、斗六廠皆成立企業工會，確保員工集會結社自由，並行使工會職權，提供福利。本公司 93% 的員工參加黑松公司企業工會。112 年工會未提出團體協約之協商要求，爰並未簽訂團體協約。

#### ● 獎金與利潤分享

本公司獎金類別包含年終績效獎金、獎勵金與員工酬勞，其依公司營業利益、個人考績及出勤狀況、同仁職位、職等權數來核算，110-112年每年平均約3.5~4.5個月的本薪。

#### ● 退休保障

##### 勞工退休準備金 (舊制退休金)

公司依據政府法令，民國75年11月成立勞工退休準備金監督委員會，每月依薪資總額2%提撥退休準備金儲存於台灣銀行專戶，由勞資雙方代表共同監督退休準備金運用與保管。並自75年9月制定「勞工退休辦法」，工作年資滿十五年、年齡滿五十五歲，或工作年資滿二十五年，或工作年資滿十年且年齡滿六十歲，即可申請退休。另104年起每年依勞動基準法規定估算符合退休條件員工之退休金金額與專戶餘額之差額，並於次年3月底前足額提撥至退休準備金專戶；110年3月起因應專戶餘額已超額提足實際需求，為保障員工未來退休金權益仍持續按月依薪資總額2%提撥退休準備金至政府指定專戶。

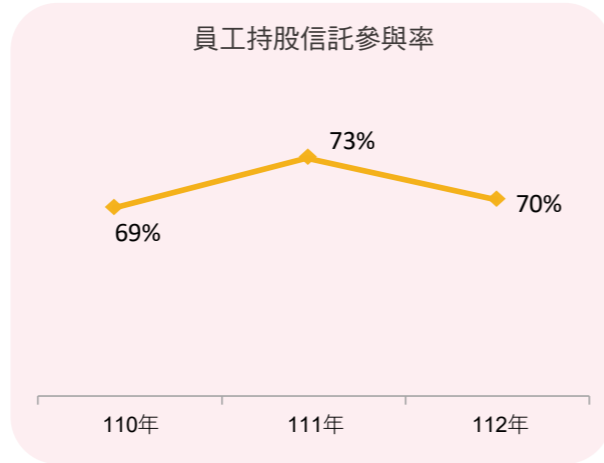
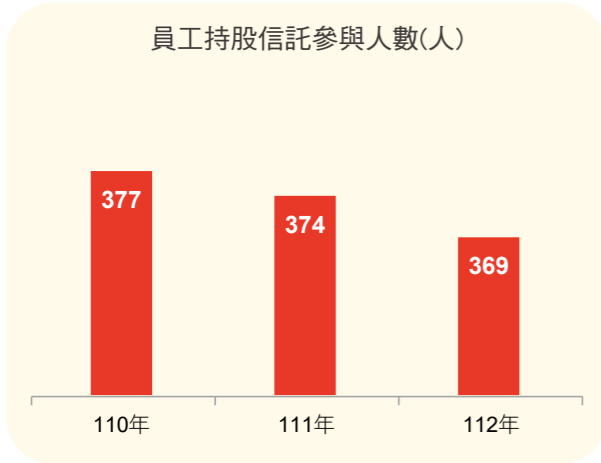
##### 勞工退休金提繳 (新制退休金)

自94年7月起配合「勞工退休金條例」施行，公司依據勞工保險局發布的「勞工退休金月提繳分級表」，每月提撥員工工資的6%至員工個人退休金專戶。

說明：勞工退休準備金及退休金提繳金額請參考本公司 112 年年報第 179~180 頁。

##### 員工持股信託制度

基於照顧員工，利潤共享理念，103年5月起鼓勵員工參加「持股信託會」，約定每月固定自薪資提存一定金額(自提金)，額外加上公司提撥30%獎助金(即公提金)，委託金融機構，持續於市場上買入公司之股票累積在信託專戶內，於達到退會條件時，將信託財產交付同仁。112年年底參與率為70%。



### ● 其他照護福利

#### 供應餐食及員工餐廳

- 總公司及斗六廠每日中餐由職工福利委員會委由外部合格餐飲公司提供餐盒。
- 中壢廠區備有員工餐廳，亦由職工福利委員會委由外部合格餐飲公司進廠烹煮供應餐食。

#### 節慶產品贈禮

- 春節、勞動節、端午節、中秋節贈送同仁公司飲料或代理產品。

#### 年終聚餐晚會

每年12月舉辦全公司年終聚餐活動，邀請所有同仁參與，並安排精彩的藝人和樂團表演，以及摸彩活動，增進總公司與廠區同仁間之交流，凝聚黑松大家庭的團聚歡樂氣氛。

#### 其他補助

員工本人或眷屬之傷病住院、喪葬及員工之婚慶與大學(含)以下子女就學之獎助學金等職工福利委員會皆予補助。

### ● 表揚與獎賞

#### 表揚與獎賞

全勤同仁獎狀及獎品、中元節及春節賣場支援出勤表揚及獎勵等。

#### 同仁推薦辦法

制定同仁推薦獎勵要點，定期公告相關訊息，鼓勵同仁推薦適合人選至公司服務。

#### 員工旅遊活動

- 總公司、中壢廠區與斗六廠每年由職工福利委員會舉辦國內外之員工旅遊活動。

#### 慶生會活動

- 總公司由職工福利委員會於每季辦理一次，請外燴廠商提供餐食點心並舉辦摸彩活動，同時為當月壽星之同仁慶生並邀請新進同仁自我介紹，認識彼此，而駐外同仁則分區自辦聚餐活動。
- 中壢廠區與斗六廠則由職工福利委員會針對各月份之壽星同仁發給禮券。

#### 圖書室借閱時間

總公司每周二、五16:00-16:30為圖書室借閱時間，中壢廠則每日12:30~13:00，公司同仁可自行前往圖書室借閱。

#### 工作表現

職務上表現優異，行政上予以功績記載並給予獎金獎勵。

### 5.1.4. 打造性別平等環境

本公司遵循「性別工作平等法」第7條至第11條規定，不對員工進行性別歧視，因此有關員工績效、部門績效以及薪資制度制定相關作業標準，不因性別而有差別待遇。

#### ● 建立性騷擾防治措施

- 制定相關規章並加以宣導，保護員工不受性侵害及性騷擾之威脅
  - 「工作場所性騷擾防治措施申訴及懲戒規範」
  - 「工作場所性騷擾防治、申訴及調查處理」
- 提供補助鼓勵員工參與外部性騷擾防治教育訓練
  - 提供公差登記及經費補助鼓勵員工參與性侵害及性騷擾防治相關之外部教育訓練。
- 新人引導訓練中提供職場性騷擾防治措施之解說
- 建置性騷擾申訴管道
  - 提供電話、傳真與電子信箱受理性騷擾申訴。
  - 若接獲申訴將指定專責處理人員協調處理，同時設置性騷擾申訴處理調查委員會，女性委員不低於二分之一，主任委員由總經理擔任。

類別	110年	111年	112年
性騷擾事件數	0	0	0

#### ● 致力打造性別工作平等環境

##### 員工招募、陞遷、薪資、解僱等，不因性別或性傾向而有差別待遇

公司於工作職務上不因性別或性傾向有差別待遇，而以適才適所為主要考量；對於新進人員的敘薪標準，本公司皆以個人服務年資、學經歷及專業能力等條件進行綜合考量，若新進人員具有相關工作經驗或證照，亦會提供合理的薪酬調整。

##### 基層人員女男薪酬比

類別	110年		111年		112年	
	女	男	女	男	女	男
基層作業員	1	1	1	1	1	1
基層專業人員	1	1	1	1	1	1
基層技術人員	1	1	1	1	1	1

##### 工作環境上考慮女性特別需求

- 懷孕前後職務輕重調整。
- 育嬰哺集乳需求，設置哺集乳室。

育嬰留職停薪請假及復職情形

育嬰留職停薪請假及復職情形	男	女
112年符合育嬰留職資格人數	3	1
112年總申請育嬰留職人數	3	1
預計於112年復職人數(A)	4	1
實際於112年復職人數(B)	3	0
111年實際復職人數(C)	3	4
111年育嬰留職停薪復職後工作超過一年人數(D)	1	4
回任率%(B÷A)	75%	0%
留任率%(D÷C)	33%	100%

5.1.5. 多樣化培訓制度

自106年11月開始啟動「黑松學苑」人才培育方針，並執行各項職能指標與人才培育計畫，包括「新進人員一般職前訓練」、「階層別教育訓練」及「職能別教育訓練」課程，依公司教育訓練體系採行工作中訓練(OJT)及工作外訓練(OFF-JT)，除於公司內部自行訓練外，並派赴國內、國外專業機構、學術團體進行研習、參訪與考察；另制訂「就讀國內研究所實施要點」，以鼓勵同仁自我發展與學習，營造主動學習氣氛，提升人員素質。

職級	工作中訓練(OJT)	工作外訓練(OFF-JT)										
		公司內部				公司外部		自我發展				
		階層別訓練	職能別訓練		派外訓練	海外訓練	自我學習					
廠處級主管	依專業職能人才培育表單實施	高階主管訓練	專業職能	核心職能	管理職能	通識職能	派外訓練	國外考察進修	研究所在職進修	語言精進	線上學習(E-learning)	其他(讀書會、電腦技能)
部(課)級主管		中基層主管訓練										
一般人員												
新進人員		一般職前訓練										

說明：  
 1. 專業職能：證照複訓、部門內專業訓練  
 2. 核心職能：個人特質、態度與價值觀  
 3. 管理職能：潛力人才、中基層主管、高階主管  
 4. 通識職能：新人職前訓練、健康紓壓樂活、產業與市場趨勢、名人講座

● 新進人員

引導訓練

所有新進人員於報到當日皆會由專職人員進行引導訓練，時間約2-3.5小時(視每人吸收程度)，內容包含公司簡介影片欣賞、公司理念、組織架構、管理規章講解並解說職場性騷擾防治措施、申訴制度及權益義務相關宣導。

專業職前訓練

各部門針對需求，規劃新進同仁到職一個月內各週的訓練重點，協助瞭解工作流程與適應工作環境。

一般職前訓練

一年舉行兩次，由公司內部資深主管擔任課程講師授課，分別於中壢廠、總公司上課，內容為產品研發、生產流程、品質管理，並安排參觀飲料生產線、倉儲設備及環境保護設施、經營發展及理念、行銷管理、業務經銷通路及一般專業知識(個人資料保護法、營業秘密法、資訊會計流程等)等，並於課程結束後與高階主管(董事長、總經理)進行意見交流座談會。

● 一般人員

部門專業訓練

各部門視職務需求自行舉辦，由內部講師授課或由人資單位委託外部教育訓練機構來公司開設內部課程。

跨部門共通訓練

由人資單位統一規劃執行，如內部稽核人員訓練、廠區勞工安全衛生訓練、個人資料保護法、健康活力主題講座、AED+CPR基礎急救訓練等。

人權相關教育訓練

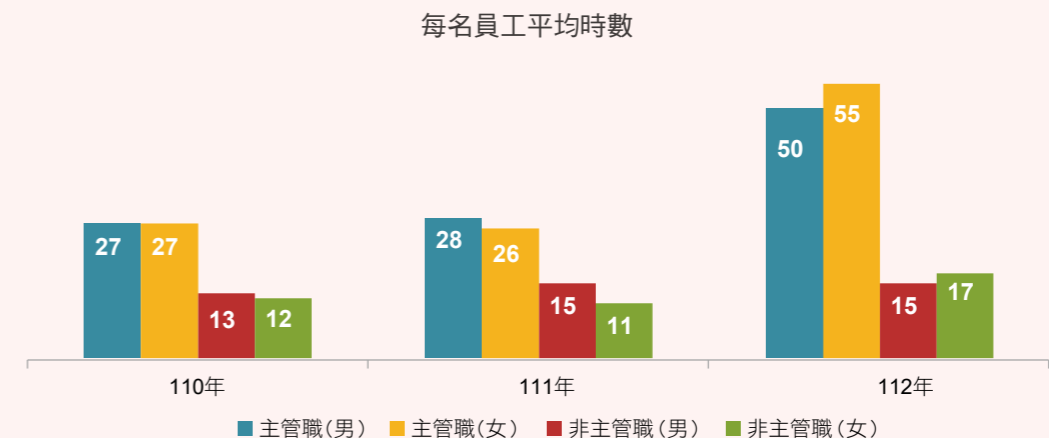
透過每年人權教育教育訓練，涵蓋新進人員引導訓練中人權訓練、勞動法令、職場霸凌、職業安全、輔導部屬等課程，宣導人權政策、職場平等與禁止任何霸凌行為。112年全公司人權訓練數(含新進人員引導訓練)共3,437小時，941人次，整體員工受訓率<sup>註</sup>為98%。平均全體同仁每人受訓時數為6小時；佔全體自辦訓練人時31%。

註：整體員工受訓率 = 全體實到總數人數 / 全體應到人數

● 主管訓練

主管與儲備主管的訓練，強化主管的管理職能；高階主管另外安排「高階主管名人講堂」，邀請知名學者、各行業代表人士座談，以擴展高階主管視野。實務訓練則透過職務輪調、參與跨部門專案活動、賦予代理主管職責，來培養實際管理經驗。

● 員工教育訓練時數



● 派外訓練

派外訓練

同仁依職務需要申請外部機構受訓，經公司審核與工作的相關性後，公司全額支付費用。參與外部訓練後須繳交心得報告，並向部門發表受訓心得。

國外考察進修

每年派員參與國外食品展覽，考察了解飲料趨勢與市場或進行技術訓練，由公司全額支付費用。

● 自我學習

制定規章鼓勵同仁校園進修

制定「就讀國內研究所實施要點」，鼓勵同仁繼續進修，攻讀在職專班碩士學位，以增進專業知識與能力。

提供學費優惠，鼓勵同仁進修外語

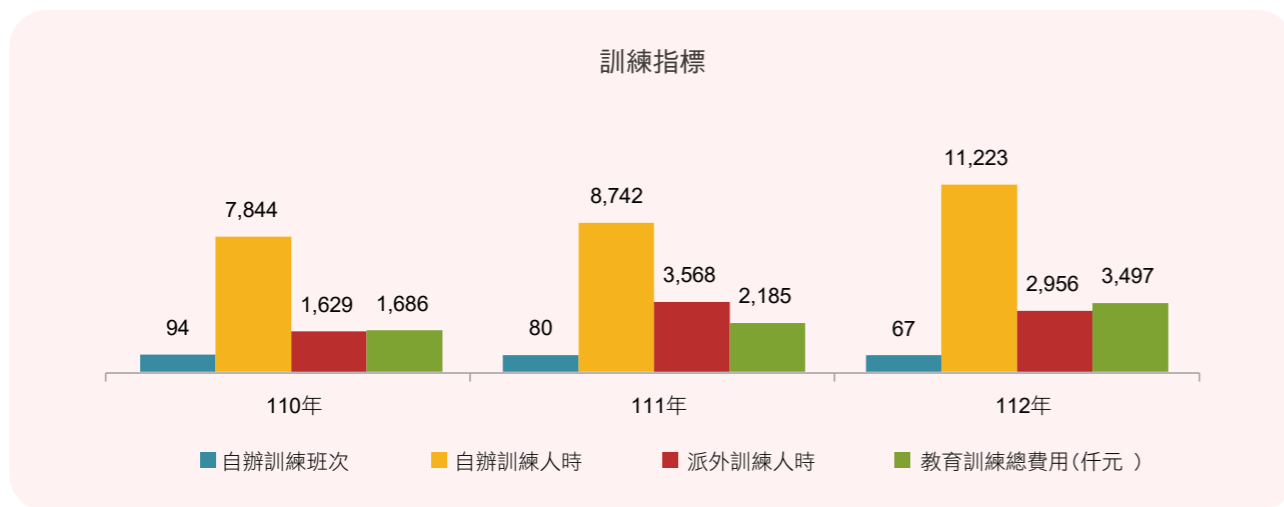
因應相關部門同仁職務上需要，本公司與財團法人語言訓練測驗中心合作，提供學費優惠，鼓勵同仁進修外語。

提供書籍補助，鼓勵同仁成立讀書會

制定「讀書會管理要點」，由公司補助書籍費用，鼓勵員工利用工作之餘吸收新知並提升工作品質。

類別		110年			111年			112年		
職位	性別	接受訓練 總時數	員工 總人數	每名員工 接受訓練 的平均 時數	接受訓練 總時數	員工 總人數	每名員工 接受訓練 的平均 時數	接受訓練 總時數	員工 總人數	每名員工 接受訓練 的平均 時數
管理職	男	1,850	69	27	2,023	73	28	3,615	73	50
	女	273	10	27	336	13	26	885	16	55
非 管理職	男	3,957	314	13	4,549	310	15	4,638	319	15
	女	1,764	147	12	1,627	148	11	2,592	153	17
合計	男	5,807	383	15	6,572	383	17	8,253	392	21
	女	2,037	157	13	1,963	161	12	3,477	169	21

### ● 近三年教育訓練統計



### 5.1.6. 績效管理

公司每年透過績效考核之目的，提升組織與員工績效。以明確的績效指標及評核制度並定期進行檢視，再藉由評核結果落實獎酬差異化及升遷參考依據，用以激勵員工以有效達成公司營運目標。

### ● 定期接受績效考核員工數及百分比 (依性別)：

性別	110年			111年			112年		
	定期接受 考核員工人數	員工 總人數	比率	定期接受 考核員工人數	員工 總人數	比率	定期接受 考核員工人數	員工 總人數	比率
男	372	383	97%	365	383	95%	391	392	99%
女	145	157	92%	155	161	96%	164	169	97%
合計	517	540	96%	520	544	96%	555	561	99%

### ● 定期接受績效考核員工數及百分比 (依職位)：

職位	110年			111年			112年		
	定期接受 考核員工人數	員工 總人數	比率	定期接受 考核員工人數	員工 總人數	比率	定期接受 考核員工人數	員工 總人數	比率
主管職	77	79	97%	86	86	100%	89	89	100%
非主管職	440	461	95%	434	458	95%	466	472	99%
合計	517	540	96%	520	544	96%	555	561	99%

說明：執行比率非 100%，係因當年度服務未滿三個月新進人員、當年度不在職之留停員工、留停復職未滿三個月人員等無進行績效考核。

### 5.1.7. 職業健康與安全

健康安全的工作環境為公司同仁正常運作的基礎，因此本公司依循政府安全衛生相關法規，以多元方式期望建立員工安心工作、遠離危險的作業環境。

本公司對於保護員工的人身安全，將秉持持續改善的精神，藉由有效的管理與稽核制度，不斷地追求進步與改善，落實工安三護－監護、自護、互護，期許達成「工安零災害」的最終目標。

### ● 職業安全衛生管理系統

依國家標準CNS45001建置適合本公司之職業安全衛生管理系統，且依職業安全衛生管理辦法於台北總公司、中壢廠及斗六廠設置安全衛生組織及人員，負責擬訂、規劃、督導及推動安全衛生管理事項，指導有關部門實施，實現安全衛生管理目標，並藉由透過規劃(Plan)、執行(Do)、查核(Check)與改善(Act)的管理循環模式提升安全衛生管理績效，中壢廠將於114年申請ISO45001系統驗證，115年申請TOSHMS系統驗證。

### ● 危害辨識、風險評估、及事故調查

本公司職業危害辨識與風險評估流程為：

- (1) 以部/課級為單位，每年實施風險評估。
- (2) 清查所有作業活動(如製程、行政、訪客...等)。
- (3) 將作業活動進行解析，找出作業步驟。
- (4) 從危害型態分析作業步驟中可能潛在的危害。
- (5) 辨識出來的危害依可能性、嚴重性、現行管控措施評估其風險等級。
- (6) 依風險等級進行管控或實施安全管理專案進行改善。

本公司確保上述流程品質之作法：

本公司訂定「危害風險辨識、評估、控制管理辦法」，以課為單位實施危害辨識與風險評估，由部級主管初審後提交安衛室(組)複審，並於當季安衛委員會討論，再提報審核，確保職業危害辨識與風險評估流程的品質。

本公司風險等級與風險控制：

安全衛生風險評估依據【安全衛生危害鑑別表】進行安全衛生風險評估，藉以鑑別出安全衛生危害項目，並考量發生頻率、嚴重性及風險加權後，計算風險評分以判斷風險等級，作為制定政策及目標與標的之依據。

風險等級	高度風險	中度風險	低度風險	輕微風險
風險控制	1. 制/修訂作業標準 2. 增加監督量測、溝通及訓練頻率 3. 優先納入安衛目標/方案管理考量	1. 制/修訂作業標準 2. 加強監督與量測、溝通及訓練管制	維持現有作業管制	可接受風險，仍需訂定工作守則

本公司職業事故調查流程說明如下：

1. 啟動調查	<ul style="list-style-type: none"> <li>在事故發生 24 小時內必須要展開調查，由事故發生單位主管、安衛管理人員、工會代表共同調查，必要時請相關專業人員協助，調查重點為找出事故發生的真因及其潛在的風險。</li> </ul>
2. 調查報告	<ul style="list-style-type: none"> <li>事故發生單位負責撰寫事故調查表，並於 3 個工作日內完成調查報告，分析事故發生之直接原因、間接原因、基本原因（管理系統上之缺失）及潛在風險擬定有效之矯正措施。</li> </ul>
3. 報告呈核	<ul style="list-style-type: none"> <li>一般事故由廠/處主管審核，如為重大事故則需呈至董事長核准。</li> <li>事故調查報告會辦人事管理單位以作為公傷假之判別依據。</li> <li>事故調查報告於當季職業安全衛生委員會報告（必要時可召開臨時會議），由委員得針對事故調查報告提出適當的建議。</li> </ul>
4. 改善追蹤	<ul style="list-style-type: none"> <li>事故發生單位，使其依矯正措施進行改善，一般改善期限為 7 個工作日，有特殊原因得向安衛管理單位申請延長改善期限。</li> <li>事故依其輕重、大小進行列管，由安衛管理人員於列管期間不定期追蹤矯正措施之執況及成效，無法達到預期成效者應請事故發生單位另採取其他措施。</li> </ul>
5. 事故結案	<ul style="list-style-type: none"> <li>由事故發生單位彙整矯正措施執行結果提交安衛管理單位，由安衛管理人員於事故調查表核定後 14 天內完成事故結案報告，結案報告由安衛管理單位存檔，其檔案保存年限為 15 年。</li> </ul>

為確保員工安全，本公司透過職安教育訓練提高同仁的安全意識，依職業安全衛生法第18條之規定，員工執行職務發現有立即發生危險之虞時，得在不危及其他工作者安全情形下，自行停止作業及退避至安全場所，並立即向直屬主管報告。本公司不會對採取迴避危險的員工予以解僱、調職、不給付停止作業期間工資或其他不利之處分。

● 職業健康服務

本公司重視全體員工之身心健康，依據「職業安全衛生法」及「勞工健康保護規則」，以及員工作業環境特性及性質，訂有「勞工健康服務管理辦法」，並規劃年度執行計畫、目標與預算，推動及執行各項健康服務，協助員工達成工作與生活平衡，使員工擁有完整健康照護。

- 台北總公司特約從事勞工健康服務之醫師及特約從事勞工健康服務之護理人員，中壢廠特約從事勞工健康服務之醫師及僱用從事勞工健康服務之護理人員。
- 優於法規每年舉辦一次員工健康檢查，主動分析員工健康檢查結果，護理師針對高風險族群安排由職醫進行健康諮詢或至醫院進一步詳細檢查，並定期追蹤健檢異常同仁的健康狀況。

廠區	112年員工健康檢查參與人數(不含當年度新進人員)	參與率
台北	201人	96%註
中壢	308人	100%
斗六	23人	100%
合計	532人	96%

註：因台北總公司含派駐中國人員，無法如期返台健檢，以及團體健檢日缺席同仁尚未自行到院健檢，半年內補檢完畢。

- 中壢廠每年辦理特殊作業健康檢查，112年特殊作業人數共計 81 人，提供個人健康指導、健康追蹤檢查及相關管理措施。
- 執行一般員工工作負荷問卷調查，並針對中高齡工作者進行工作適能評估以確保其安全及健康，採分批方式展開工作適能評估。
- 中壢廠 112 年 11 月 6 日配合衛生所辦理流感疫苗施打，合計 60 人施打。
- 針對多數同仁擁有之三高及肥胖問題，辦理講座課程及健康減重獎勵活動。
- 依法配置急救人員、醫療箱及 AED 等器材並取得安心場所認證（有效期至 114 年 2 月 24 日）。
- 總公司及中壢廠 111 年 1 月取得職場健康啟動標章認證（有效期至 113 年 12 月 31 日），112 年 1 月取得健康促進標章（有效期至 114 年 12 月 31 日）。

● 工作者對於職業安全衛生之參與、諮商與溝通

本公司於內部資訊系統設有安全衛生資料庫、知識文件中心、法規資料庫、電腦開機畫面，提供各單位安全衛生相關知識，並鼓勵同仁對提升工作環境安全衛生改善能夠提出可行之建議，並通過內部或公佈欄分享安全衛生相關資訊。

本公司依法設置職業安全衛生委員會，每三個月召開會議乙次，委員會主任由總經理(總廠長)擔任，並由安全衛生室(組)主管擔任執行秘書，負責委員會業務處理與規劃，並協助主任委員推行安全衛生工作；其餘委員組成包含安全衛生管理人員、職業安全衛生相關工程技術人員、勞工健康服務醫護人員及勞工代表，其中工會代表佔全體委員人數達三分之一以上。委員會權責為擬訂安全衛生政策，並審議、協調及建議安全衛生管理與實施計劃等相關事項，如遇有爭議之事項，由主任委員進行裁決。

● 工作者職業安全衛生教育訓練

本公司依照法規要求及作業需求提供職業健康與安全相關教育訓練，例如職災事故預防與調查處理教育訓練、安全衛生工作守則教育訓練、噪音特殊作業安全衛生教育訓練等，112年參與人數共399人次，上課時數共674小時。

● 工作者健康促進

- 本公司不定期配合衛生所或區域醫院推廣相關衛教活動，例如健檢報告說明會、心血管疾病預防...等。112年共辦理 6 場次，主題包含胃食道逆流預防與處理、肥胖預防與減重、菸害防治與安寧器官捐贈、紓解工作壓力衛教宣導、黑松減重班、八段錦 + 十巧手及中醫談失智症。



肥胖預防與減重宣導



- 舉辦員工健康體位獎勵活動：
  - 總公司 44 人參加 BMI 指數  $\geq 24$  健康減重活動，共有 10 人達標，達標率 22.7%，另有 11 位同仁減重 5% 以上。
  - 中壢廠健康減重活動 BMI 指數  $\geq 24$  共有 182 人，5 人 BMI 指數降至正常 ( $< 24$ )，另有 6 位同仁減重 5% 以上。
  - 斗六廠則有 23 人參加減重活動，無人達標。

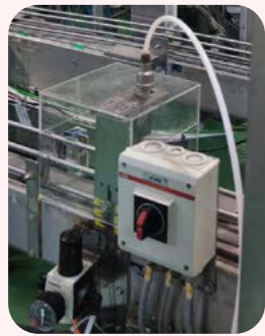
### ● 預防及降低與企業直接關聯者之職業安全衛生衝擊

本公司於 110 年依照勞動部公告的勞工健康保護四大計畫指引，制定工作場所母性健康保護、人因性危害預防、異常工作負荷促發疾病預防及執行職務遭受不法侵害預防等作業規章，並透過教育訓練方式讓員工及承攬商作業人員對安全衛生意識有所提升，以保護共同工作的員工安全。

針對廠區承攬作業人員除要求其雇主必須依作業風險因子提供適當的個人防護具如高空作業提供防墜器、焊接提供護目鏡等，並於施工前召開協議組織會議，確認承攬商之安全施工方法作業，包含施工工法及防護作業等，另要求監工單位務必留意施工安全狀況，安衛人員亦不定期稽核作業狀況，以確保其作業人員之安全。

本公司依法督導承攬商各項安全管制措施，112 年承攬商工傷事件為 0 件。

### ● 112 年工作空間改善案例



- P#15 小字體油墨吹乾裝置以壓克力板製作蓋板阻絕噴氣嘴噪音傳播。隔間內區域噪音由 87 分貝降至 82 分貝。

### ● 112 年職業傷害統計

全職員工

機構別	總公司	中壢廠	斗六廠
總經歷工時(單位：小時)	397,520	692,637	46,260
職業傷害造成之死亡人數	0	0	0
職業傷害造成之死亡比率	0	0	0
嚴重職業傷害件數 <sup>註1</sup>	0	0	0
嚴重職業傷害比率	0	0	0
可記錄之職業傷害人次 <sup>註2</sup>	0	1	0
可記錄之職業傷害比率(失能傷害頻率(FR))	0	1.443	0
失能傷害嚴重率(SR) <sup>註3</sup>	0	1	0
職業傷害的主要類型	割傷		

### 其他 (含派遣員工、承攬商等)

機構別	總公司	中壢廠	斗六廠
總經歷工時(單位：小時)	0	48,329	0
職業傷害造成之死亡人數	0	0	0
職業傷害造成之死亡比率	0	0	0
嚴重職業傷害件數 <sup>註1</sup>	0	0	0
嚴重職業傷害比率	0	0	0
可記錄之職業傷害人次 <sup>註2</sup>	0	0	0
可記錄之職業傷害比率(失能傷害頻率(FR))	0	0	0
失能傷害嚴重率(SR) <sup>註3</sup>	0	0	0
職業傷害的主要類型	無		

說明：不含上、下班交通安全事故數據

註 1：嚴重職業傷害係指職業傷害而導致工作者無法、難以於 6 個月內恢復至受傷前的健康狀態。

註 2：可記錄之職業傷害比例 (失能傷害頻率 (FR)) = (失能傷害人數 × 1,000,000) ÷ 總經歷工時。  
失能傷害頻率不含現場自行處理的輕傷人數。

註 3：失能傷害嚴重率 (SR) = (失能傷害損失日數 × 1,000,000) ÷ 總經歷工時。

### 工傷事件說明

廠別	時間	工傷損失日數	工傷事件	改善措施
中壢廠	112.4	1	從事包裝機調整作業，右手小指手背被割傷。	1. 教育訓練宣導強化危害意識。 2. 配戴防護具作業。 3. 事故點邊角倒角研磨及用軟性泡棉貼覆。 4. 改以搖臂連結調整機構，使手部有較大作業空間。

### 工傷通報制度

為使發生職業災害時，能即時採取通報與處理，本公司訂有「事故通報處理與調查」作業標準書，藉由完整的調查辦法以使事故調查更有效率，並確認事實和情況、鑑定原因和決定改善行動，以降低事故再發生之機率。

另符合職業安全衛生法第 37 條重大職業災害項目時則於八小時內通報勞動檢查機構。

### 使用分級管控，消除其他職業傷害並將風險降至最低，所採取或即將採取的行動

經內部評估鑑別，中壢廠的主要健康危害風險是噪音作業。針對危害作業環境我們每半年實施環境監測，監測其環境暴露量並評估其健康危害程度，以尋求消除或減輕噪音對員工健康的潛在危害影響，持續加強集體防護設備 (CPE) 和 / 或個人防護設備 (PPE)。

112 年度噪音作業造成的員工職業傷害件數為 0 件。

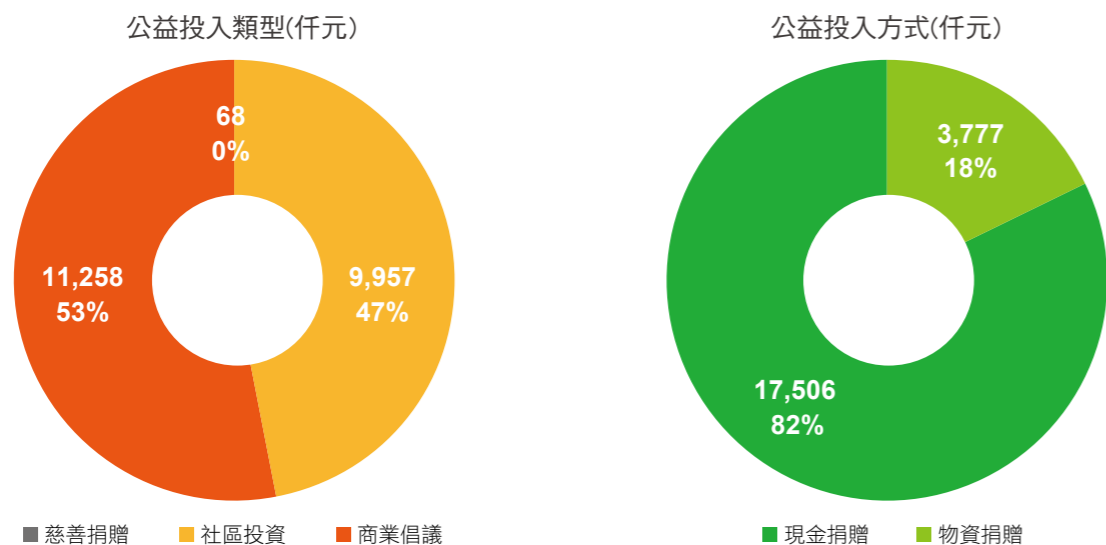
## 5.2. 社會公益

### 5.2.1. 公益投入

黑松秉持著永續經營的精神，取之社會、用之社會，期望以企業之力，為社會投入更多的心力。長期以來，黑松對於環境、社會、文化、教育等領域的關懷不遺餘力，除了對股東負責，亦擴及組織自身營運以外的範圍，設置公益場館，投資基礎設施於公司營運，達到間接經濟貢獻。同時，我們也持續支持環境教育、贊助校園運動賽事、捐贈非營利組織等各項公益活動，落實對社區回饋及鄰近居民關懷。

作為民眾安心信賴的生活好夥伴，黑松面對社會重大急難事件時，亦於企業能力所及範圍內對於公眾及時提供援助，新冠肺炎期間捐贈市值千萬元以上物資，慰勞第一線防疫人員辛勞。

#### ● 112 年黑松公益投入



單位：元

公益類型	現金捐贈	物資捐贈	金額
慈善捐助	68,400	-	68,400
社區參與註	9,307,385	649,150	9,956,535
商業促進	8,130,714	3,127,460	11,258,174
總計	17,506,499	3,776,610	21,283,109

說明：

- 慈善捐助：臨時或一次性的捐贈，包含因外部機構請求協助而進行之捐助，屬於非經常性且不具計畫性與預期回報，例如：公益善款、一次性/臨時性政府贊助、急難救助等。
- 社區參與：屬長期性、主動、有策略性地與公益團體或在地社區合作，主要是為了解決特定的問題或產生特定影響，並且促進公司營運發展與社會大眾之公共利益，例如：支持校隊發展、學生運動賽事、地方創生、環境保育等。
- 商業促進：能宣傳公司品牌、產品相關之行銷活動且同時產生社會貢獻者屬之，對公司或品牌、產品有正向助益且又能推動產業發展與社會進步，例如：具廣告曝光之賽事贊助、藝文推廣、產學合作、學術論壇、公協會活動等。

註：包含捐贈黑松教育基金會新台幣 900 萬元。

#### 支持學生運動發展

黑松長年支持台灣基層運動發展，協助學校培育年輕運動員。因應多元體育運動時代，黑松每年贊助籃球、棒球、排球、拔河等各項運動賽事及高中校隊，挹注企業資源協助促進校際間體育交流，提升運動環境與賽事品質，透過運動賽事氣氛活絡校園運動風氣，提升學生對運動的關注與興趣。

#### ● 全年贊助超過 8 場以上學生賽事及 4 個高中校隊，贊助金額超過 470 萬元

- 112 學年度 UBA 大專籃球聯賽
- 112 年謝國城盃全國少棒 / 青少棒錦標賽
- 大專校院 3X3 籃球錦標賽、大專排球聯賽
- 112 學年度 HBL 高中籃球聯賽
- 松山高中、陽明高中籃球隊校隊贊助
- 第 11 屆徐生明少棒錦標賽
- 景美女中拔河隊、排球隊校隊贊助
- 112 年全國社區學生棒球大賽



黑松長期支持松山高中及陽明高中籃球校隊



黑松贊助謝國城盃賽事，推動國內運動發展

#### 支持產學合作交流

黑松鼓勵學生展現創意與熱情，支持各項產學合作活動。112年透過文化大學廣告系畢業展覽、第21屆ATCC全國大專院校商業個案大賽，第20屆STP種子人才培訓計畫等產學合作及贊助，希望增進產學交流、提升學生實務知能、培育專業人才。其中，STP更是一項為期6個月的公益培訓，由企業贊助計畫費用，並擔任導師指導學員執行專案。黑松與學生進行討論後，擬定以水資源為主題進行專案。專案前期以保護水資源為目的，由黑松品保部主管作為專案負責人，帶領學生參觀中壢廠水處理設備，並指導學生進行節水方案的分析與探討，培養學生具備解決實際問題和應對挑戰的能力。



黑松贊助 STP 種子人才培訓計畫，培養學生成為未來企業人才



黑松長期協助文化大學廣告系舉辦畢業展覽



黑松贊助 ATCC 國大專院校商業個案大賽

支持藝文發展

黑松回饋在地，長期支持藝文發展。112年贊助台北電影節、高雄電影節、一村喜事沉浸式劇場等藝文活動，希望透過支持藝術和文化的創新發展，豐富民眾生活，同時促進文化交流與理解，幫助社會發展和進步。



贊助台北電影節 (圖片為台北電影節提供)



贊助高雄電影節 (圖片為高雄電影節提供)



贊助一村喜事沉浸式劇場

● 飲料博物館

成立緣由與過程

85年  
黑松文物館

84年適逢本公司70週年慶，當時舉辦「徵人、徵物、徵作品」活動，結合本公司自行保存的歷史文物，85年成立國內第一座飲料博物館—「黑松文物館」，記錄台灣飲料的一頁發展史。



94年  
黑松飲料博物館

94年整修黑松文物館並更名為黑松飲料博物館，104年新增多媒體設備使展覽內容更具豐富有趣；112年規劃參觀走道展區，讓學齡遊客更容易瞭解飲料知識。



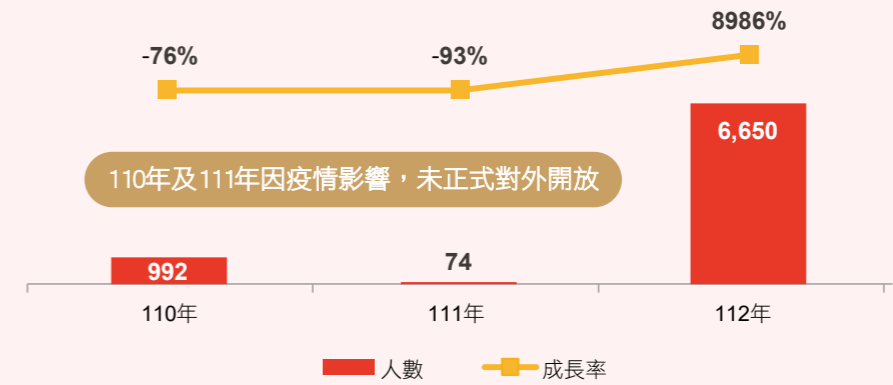
免費專人導覽

飲料博物館主要有27個展區，內容包含黑松創業由來、飲料產品與廣告發展歷史，另亦提供專人免費導覽解說服務，可採電話或線上預約，參觀者經由館內各區的展示內容能充分認識與瞭解：

- 台灣飲料市場的發展過程。
- 黑松的起源與經營歷程。
- 家喻戶曉產品黑松沙士與汽水的由來。
- 飲料生產設備的演變，由早期半自動化發展到現今最新全自動生產設備之介紹。
- 各時期台灣飲料包裝與包材使用狀況。
- 黑松經銷通路與飲料市場之變革與發展。
- 黑松廣告、促銷活動之行銷手法。
- 黑松產品銷售推廣之作為。
- 黑松節能減碳、環保綠化及回饋社會之成果介紹。

黑松飲料博物館自94年開放參觀至今，每年皆吸引各類團體與民眾蒞廠參觀，並與地方政府共同推動地方觀光休閒文化的發展，已成為桃園地區文化產業不可或缺的一個旅遊景點。

參觀統計



說明：111年受疫情影響，全年度未開放預約申請入館，僅提供給特殊團體參觀；故修正111年人數合計為74人，成長率為-93%。112年1月重新開放。

飲料博物館參訪滿意度調查

為持續提升飲料博物館服務品質，參觀者到飲料博物館參訪後，填答參訪本次的滿意度問卷。

	110年	111年註	112年
滿意度	4.9	-	4.9

說明：滿意度問卷採5點尺度量表評比，1分為非常不滿意，5分為非常滿意。  
註：111年因疫情期間暫停開放參觀，無實施滿意度調查。



● 黑松世界

成立緣由與過程

「微風廣場」原為本公司台北廠，為了讓黑松與台灣社會一齊成長的記憶能留存於本公司發源地，因此90年設立「黑松世界」，提供民眾免費自由參觀；另於100年斥資整修，應用多媒體設計豐富的虛實互動遊戲，展現黑松品牌文化資產與在地文化價值。

主要展區介紹

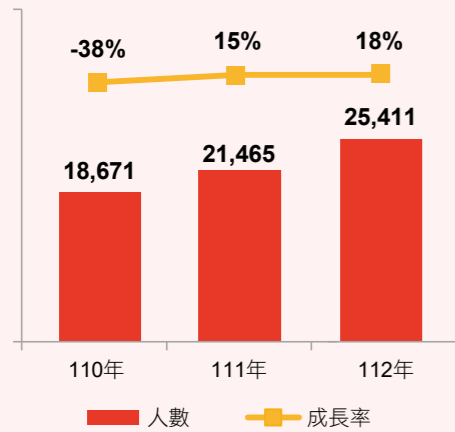
- 黑松汽水 V.S 台北大事紀區：黑松汽水歷年包裝演進與台北市90年來大事紀對照。
- 浮空螢幕互動區：透過 PK 動態遊戲，將黑松主要產品的特色、透過互動的有趣方式傳遞給消費者。
- 多媒體拍照區：可與黑松代言人合照，並透過 e-mail 傳送照片留作紀念。
- 互動遊戲區：運用互動感應設計撈金魚、彈珠迷宮、開瓶蓋等，讓人懷念的古早童玩。
- 柑仔店區：60年代「柑仔店」門口所懸掛的黑松瓶蓋瑠璃招牌與菸酒專賣招牌，回憶舊時光。
- 廣告影片欣賞區：重溫曾經伴隨我們一起長大的經典廣告。
- 112年新增黑松教育基金會10週年特展區，讓更多人瞭解黑松在環境教育的投入及夥伴學校的具體成果。



### 親子活動

定期舉辦多樣的親子講座活動，藉由講師們生動活潑的引導，搭配環保手作DIY活動，讓參與的民眾學習更多的生活知識，民眾可透過線上報名免費參加。

### 參觀統計



### 5.2.2.黑松教育基金會



### 黑松教育基金會

黑松教育基金會於102年成立，我們從「教育」著手，協助在地小學發展環境特色教育，讓孩子看見家鄉所擁有的美好與獨特，並從十年的經驗中淬煉出「增能-陪伴-擴散」三項行動要素陪伴教育夥伴發展。

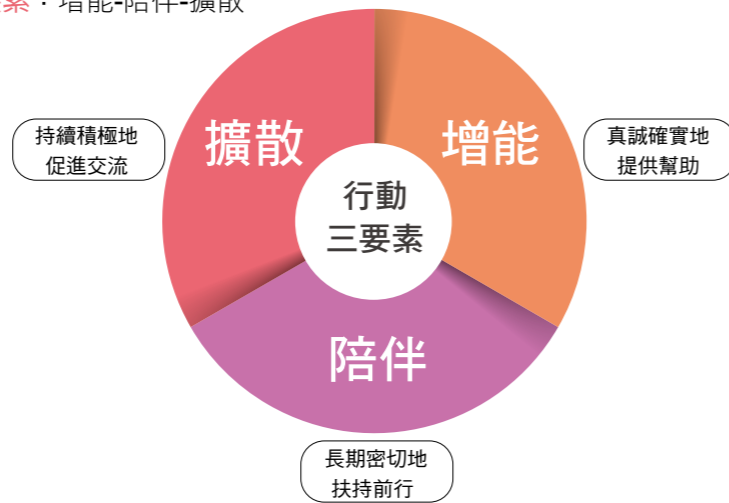
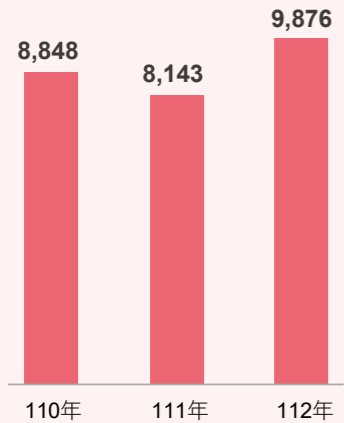
**使命：**促進在地小學發展環境特色教育。

**願景：**讓孩子以在地為榮，實現環境與社會永續。

**服務對象：**兒童及青少年。

**行動要素：**增能-陪伴-擴散

黑松教育基金會總投入金額 (仟元)



### ● 服務內容：

我們以三大計畫與學校合作，陪伴在地小學發展環境特色教育，並透過影響力擴散，讓更多人看見學校的永續行動，進而加入我們的行列！

### 黑松愛地兒點子計畫

—計畫簡介：112 學年度以「永續愛地球，在地埤塘留」為主題，透過辦理教師社群及現場觀課，陪伴教師運用創新教學方法「愛地兒5步驟」，培養孩子的環境素養及問題解決力。



- Step.1 探索主題** 「以人為本的出發，透過談、觀察方式換位思考，找出使用者真正的需求」
- Step.2 定義問題** 「將探索主題蒐集到的資訊，經過系統化方法整理，對問題進行更深入的定義」
- Step.3 發想點子** 「用天馬行空的創意，發想任何可能解決問題的方案」
- Step.4 測試點子** 「將點子具體化，用最快速、簡單的方式做出來，驗證點子的可行性」
- Step.5 分享宣言** 「找出能讓行動擴散、傳承的方式，和他人分享，發揮影響力」

—執行成果：

#### 增能—提供環境教育資源

1. 提供教師自編教材《黑松愛地兒：教學點子手冊》、《黑松愛地兒：5步驟小書》。
2. 辦理說明會暨教師工作坊，帶老師們認識環境教育的內涵。

#### 陪伴-協助學校創造環境課程提案

1. 112年「黑松愛地兒點子計畫」以創新教學法「愛地兒5步驟」實作工作坊。
2. 自104至112年，共有50所小學參與，提出127個解決環境問題的提案。

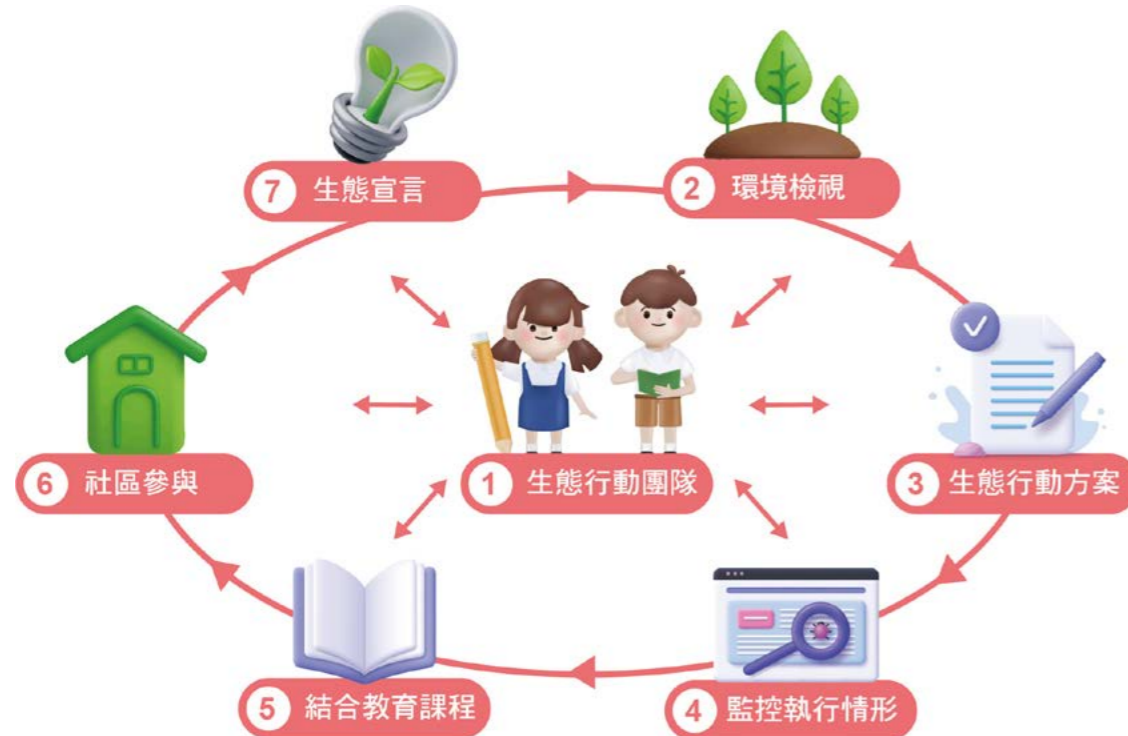
#### 擴散-成果交流與提案分享

1. 辦理教師分享會，讓參賽老師分享教學教案，與其他學校交流學習。
2. 邀請5校師生至桃園市虛實跨境媒體發展中心「哇！你是怎麼做到的」分享提案。



### 黑松綠+校園生態計畫

一計畫簡介：運用國際環境教育基金會 (FEE) 的「生態學校 (Eco-Schools) 模式」陪伴學校組成生態行動團隊，以七大步驟搭配 12 項途徑展開環境行動，陪伴學校發展課程、環境改造，取得環境部臺美生態學校認證。



一執行成果：

#### 增能-教師課程

1. 透過教師研習及校際交流活動，讓教師了解生態學校的運作實務。
2. 112年度辦理校園環境盤點4場，由生態專家提供學校發展建議。

#### 陪伴-環境輔導與夥伴關係經營

1. 透過夥伴學校校際交流，夥伴學校間共同交流執行經驗。共計辦理校際交流會1場、校長社群9場、認證輔導會7場。
2. 生態學校參訪：實地踏查外縣市環境教育標竿學校與場域，分享交流。

#### 擴散-生態學校成果分享

1. 於生態學校頒獎典禮展現年度成果，並透過媒體報導擴散環境特色課程。
2. 112年共協助桃園市夥伴學校取得環境部臺美生態學校認證綠旗再認證2面、綠旗4面、銅牌3面。
3. 105~112年總計取得環境部臺美生態學校綠旗14面、銀牌19面、銅牌27面認證，桃園市綠旗認證數全國最多。
4. 獲得認證項目的夥伴學校：
  - 綠旗再認證：社子國小、忠福國小
  - 綠旗：文華國小、上湖國小、美華國小、溪海國小
  - 銅牌：大華國小、內柵國小、內海國小



### 黑松尋。耕課程計畫

一計畫簡介：陪伴學校教師以在地生態、環境、人文、產業特色，建構一~六年級系統性校本特色課程，發展成為環境教育特色小學。

一執行成果：

#### 增能-核心團隊培力

依課程發展需求舉辦核心共學坊，提升學校核心團隊的領導與創新經營能力，共計辦理4場次。

#### 陪伴-課程研討與專家輔導

由課程發展專家帶領教師共同討論課程發展主軸，針對學校發展課程需求進行課程輔導，共計辦理8場次。

#### 擴散-校際成果交流分享

1. 辦理8場課程輔導、1場成果交流分享會、4場核心共學坊、1場校際交流會。
2. 112年共輔導2所小學，產出2套校本特色課程，其中觀音國小榮獲教育部教學卓越獎佳作。

夥伴學校	課程主題
桃園市觀音區 觀音國小	觀見未來素養行動家
桃園市大溪區 美華國小	美華自然永續 走讀在地美華 創藝美華



### 影響力發展計畫

一計畫簡介：有感於發揮社會影響力的重要，我們透過「環境教育品牌經營、理念推廣及成果展現、夥伴關係發展」等方式連結更多教育資源，共同投入學校環境特色教育的發展。

一執行成果：

#### 社群媒體互動平台

1. 以Facebook粉專作為互動平台，定期分享基金會動態、活動資訊，促成夥伴學校間的交流，並吸引對環境教育有興趣的師長共同向孩子們推廣環境教育，相關資訊請參考：<https://www.facebook.com/heysong.hsef>
2. 彙整基金會環境教育課程內容並發佈於官方網站，相關資訊請參考：<https://heysong.org.tw/>

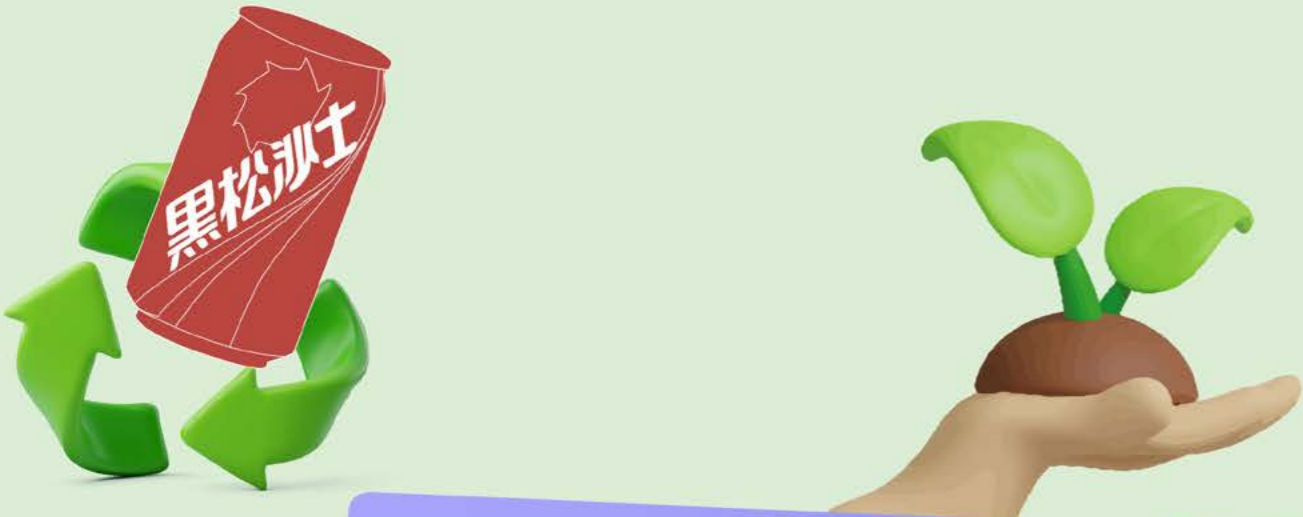
辦理10週年年會：以「在地學成，永續未來」為主題，辦理10週年特展，活動分為「在地永續論壇」與「學校嘉年華」

1. 在地永續論壇：邀請環境議題專家及夥伴學校老師，以論壇分享實踐環境教育的方法。
2. 校園成果嘉年華：邀請夥伴學校擺攤，讓學生透過活動分享學校環境特色課程。
3. 共計11所學校擺攤交流、共計441人次參加。

#### 建立夥伴共好

1. 贊助公益團體：補助第十一屆徐生明少棒錦標賽活動飲品，800人次受益。
2. 協辦「生態學校跨領域教學研討會」1場，共37人參與。
3. 種子教師：認證7位種子教師，共辦理2場培訓。
4. 黑松教育基金會「綠+校園生態計畫」榮獲「親子天下教育創新100」。





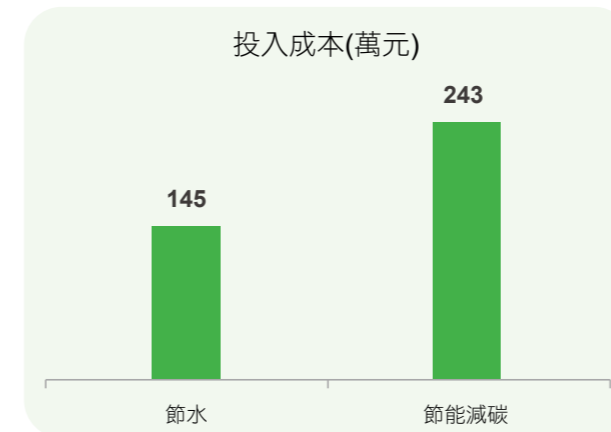
# CH.6 環境永續

- 6.1. 氣候變遷因應與溫室氣體管理
- 6.2. 物料與能源管理
- 6.3. 水資源管理
- 6.4. 廢棄物管理
- 6.5. 降低產品及營運衝擊



環境各項主題包含氣候、溫室氣體排放、物料、能源、水、廢棄物等與企業永續經營息息相關，若企業營運損害自然環境，則可能伴隨而來鄰近社區健康受損、企業經營成本提高、企業形象嚴重受損等，是此，與環境類別相關的主題皆屬重大。

## ● 112 年環保改善支出



說明：節水投入成本包含購置智慧水錶、裝置水流量計、冷卻機水量調節配管工程等；節能減碳投入成本包含空氣輸送帶截彎取直、更新馬達泵浦等節能支出。

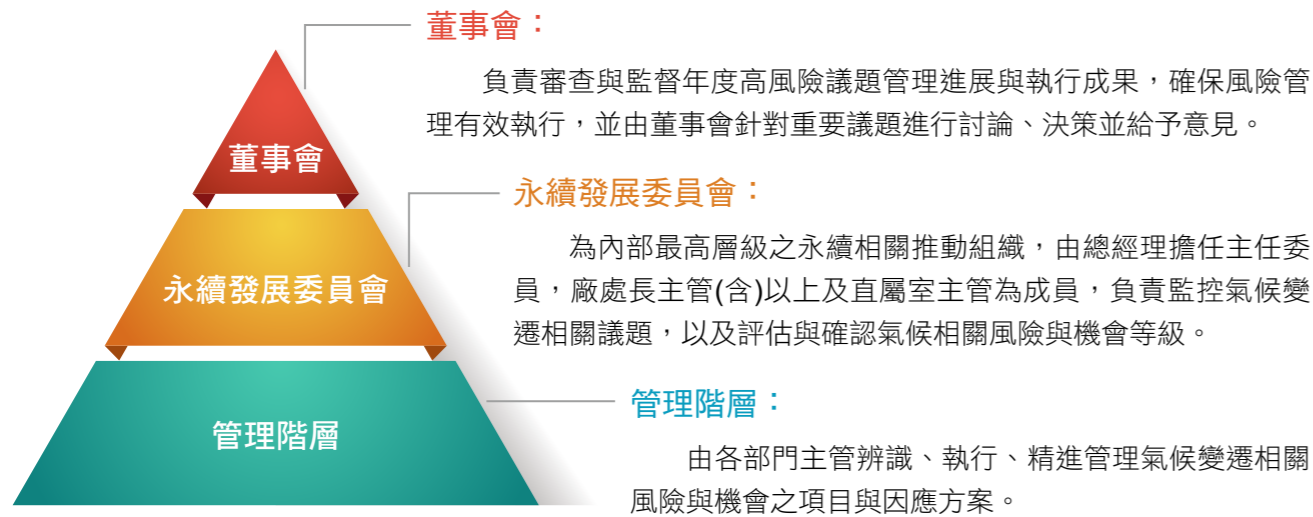
### 112年能源改善行動計畫案例

- 方案名稱：品二課 2 處沉水式攪拌機馬達加裝變頻器。
- 說明：降低馬達轉速與負載達節電之效且符合水質處理需求。
- 作法：加裝 2 台變頻器調整馬達運轉頻率以漸進式下調至品保部認可水質處理需求最低頻率值。
- 成效：由負載 55A 降至 40A，年節電量約 16.1 萬度。



## 6.1. 氣候變遷因應與溫室氣體管理

### ● 治理



### ● 策略

黑松鑑別各項營運活動之氣候相關風險與機會議題，定性評估可能產生的財務與非財務衝擊。未來將依管理需求，考慮不同氣候情境的彈性策略為後續評估執行項目，納入氣候變遷管理之程序。

主題	氣候相關風險/機會議題	對業務、策略及財務之影響	影響期間	風險/機會評價	因應目標、策略及作為
風險—政策和法規	溫室氣體排放管制與碳費徵收	政府為協助溫室氣體減量，112.01.10三讀通過《氣候變遷因應法》，將2050淨零排放目標入法，新增碳費機制。此外，能源相關法規可能要求增加再生能源使用比率。未來政府對於溫室氣體減量及管理之推動將更為積極，相關能源政策與配套措施可能造成公司能源成本上升、產生機台汰換之購機成本、營運成本增加，或因違反法規須繳納罰款。	短中	高	相關永續目標及達成狀況請參考【1.4.3永續發展目標與執行進度】。 其他因應策略及作為： ● 每年進行溫室氣體盤查，落實減量計畫與管理。 ● 製造三場建構能(水)資源監測系統。 ● B#17產線相關設備規劃與更新工程。 ● 建置一定容量之太陽光發電系統並啟用。
	淨零排放趨勢	配合政府推動「臺灣2050淨零排放」，公司必須檢視生產鏈自設計、採購、生產、包裝、運輸、行銷、服務至產品廢棄，規劃各項減碳措施及碳排抵換，以達成企業淨零目標，將造成營運成本上升，影響公司損益。未積極因應淨零排放趨勢，亦可能不符合利害關係人期待，影響市場名譽。	中長	低	● 112年中壢廠區仍使用R22製冷劑冰水與冷凍機組有10台，預計於119年之前全數更換機台或置換環保冷媒。 ● 自109年起，陸續報廢自動販賣機HCFC(R-22)冷媒機台，至112年累計報廢HCFC(R-22)冷媒機台801台(尚餘1,289台將陸續報廢)。 ● 採購新設備要求使用環保冷媒。

主題	氣候相關風險/機會議題	對業務、策略及財務之影響	影響期間	風險/機會評價	因應目標、策略及作為
風險—技術	開發低碳產品與服務	政府配合低碳、永續產品的趨勢制定相關政策與法規，以規範及引導廠商轉型。消費者的永續意識高漲，購買選擇會更聚焦符合永續價值的產品。 未來通路商可能針對低碳產品進行相關要求。為取得低碳、減塑的技術與原料如rPET必須仰賴外部廠商，公司主導性低且現階段取得成本高，投資風險亦高，相關效益無法掌控。	短中	中	相關永續目標及達成狀況請參考【1.4.3永續發展目標與執行進度】。 其他因應策略及作為： ● 設置專責單位針對產品相關政策與法規進行管理、規劃與推動。 ● 產品研發、技術研發及生產單位隨時掌握飲料食品產業新趨勢與新技術，並進行研究與測試。 ● 持續進行包材輕量化，針對保特瓶身、瓶蓋、伸縮模、收縮膜減少使用量，並進行rPET測試，降低非再生塑膠使用。 ● PET600黑松沙士具環境部產品碳足跡減量標籤。PET600黑松沙士、PET580FIN補給飲料、PET580茶花綠茶具環境部產品碳足跡標籤。
風險—市場	原料供應、代理產品供貨與管理	氣候變遷、戰爭、自然災害、傳染疾病等因素影響原料生產及供應、代理產品供貨及價格穩定性，將可能導致原料供應鏈與代理產品供貨中斷、價格及管理成本上升。	短中	高	因應策略及作為： ● 掌握原物料漲跌、供需及輸補趨勢，運用供貨獎勵、年度採購或預購、期貨概念、供應商競價、尋找新供應來源等採購策略，有效管控採購成本。 ● 與具規模原廠合作，其貨量較穩定且應變能力佳。 ● 避免代理產品僅限單一國別/廠商/產區，適度提增突發事件產區庫存量，預防發生缺貨。 ● 新產品開發流程制定原物料供應盤點表，進行原物料供應風險評估，依供應風險評估後得到風險值，進行開發第二供應商、緊急提高進貨數量因應。 ● 提高單一來源之原材料安全庫存，並與供應商簽訂整年需求量契約。

主題	氣候相關風險/機會議題	對業務、策略及財務之影響	影響期間	風險/機會評價	因應目標、策略及作為
風險—天氣(立即性)	單一極端天氣事件如乾旱、水災、颱風等	單一天災事件發生頻率或嚴重程度提高，將導致無預警停水、停電造成生產中斷或公共設施損壞，亦可能造成交通中斷，影響原料、產品運輸。	短	低	相關永續目標及達成狀況請參考【1.4.3永續發展目標與執行進度】。 其他因應策略及作為： (1)水資源管理： ●調整水處理設備定期清洗頻率及生產排程管理，減少非產品用水的耗損。 ●提升可回收再利用水量；監控廠區水資源使用效率。 ●管控主要產品耗水資訊、進行分析，提出耗水基準，制定每噸產品用水量。 ●持續優化廠區水資源使用效率並推動節水方案。 (2)能源管理： ●持續推動每年節電率1%以上節電方案措施。 ●提高夏月離峰用電量，降低夏月尖峰用電量進而降低契約容量與用電成本。 ●制定水源、能源供應缺乏無法滿足正常生產排程時之因應作業程序。 (3)食品安全管理： ●執行原料、包材、委外代工供應商評鑑制度，維護食品安全與品質源頭管理。 ●制定原料進料檢驗規範，確保產品鏈之品質與安全維護。 ●監控原料風險物質檢測，管控品質與安全指標之變異風險。
風險—氣候(長期性)	極端氣候與全球暖化	降雨模式變化如梅雨鋒面減少、極端降雨頻次提升，將影響水資源供給或造成缺水、限水、淹水危機，導致生產中斷，影響供貨。冬夏季節長度改變、氣溫上升將使用電量及排碳量上升以維持產品品質穩定與營運效率。極端氣候與全球暖化亦會造成消費者行為改變，影響季節性商品的需求與銷售。	中長	低	因應策略及作為： ●每年進行溫室氣體盤查，落實減量計畫與管理。 ●112年節電方案共7件減少能源耗用與提升能源使用效率合併111年跨年度節電率約6.1%。
機會—資源效率	使用更高效率的生產與配銷流程	建構能源管理系統，透過溫室氣體盤查，掌握高碳排作業，制定節能措施與改善生產與配銷流程，減少能源耗用，並加強能源管理，提升能源使用效率，將降低營運成本，實現低碳綠色品牌。	短中	高	相關永續目標及達成狀況請參考【1.4.3永續發展目標與執行進度】。 其他因應策略及作為： ●安裝水計量計，防止不當耗用。 ●C#8冷卻機水量調節，減少淋灑用水量，預估年節水4,800噸。 ●B#16 ACT滅菌降溫用水回收循環使用，預估年節水1,054噸。
	提升資源使用效率	推動減塑減廢，透過減量、回收、再利用，減少資源消耗與廢棄物產生，將減少生產成本及降低回收清除處理費等費用支出，降低營運對環境的衝擊。	短中	中	
	減少用水量和耗水量	建立水資源管理系統，透過追蹤各廠房/生產線的用水量變化數據，針對高耗水量的產線或設備，積極管控、規劃，以提高用水效率，降低用水及耗水費等水資源費用支出，並擬具水資源缺乏應變措施，強化供水穩定，以穩定產品的生產供應。	短中	中	

### ● 風險管理

黑松將氣候相關風險與其他各項營運風險整合於整體風險管理程序之中，111年董事會修訂通過「風險管理政策與程序」，設置風險管理機制，作為公司風險管理之依據，管理範疇亦涵蓋環境、氣候變遷與自然災害風險，以標準化流程進行辨識、分析、評量、因應管理與監控。經評量為高風險與機會者由相關部門承接擬訂因應計畫、執行、管理，確保公司持續性之風險控管與因應。

其中，氣候相關風險與機會議題由永續發展委員會進行評估與監督管理。黑松參考TCFD建議和指引，辨識及評估營運過程的各種氣候變遷實體風險、轉型風險與機會，針對風險與機會可能產生的財務與非財務衝擊擬訂因應對策，並納入年度策略規劃執行作業。

永續發展委員會監控氣候變遷相關風險與機會之執行成果、審視溫室氣體排放與查證，以及評估與確認氣候相關風險與機會等級，每年定期向董事會報告選定之下一年度高風險議題，並報告上一年度高風險議題之因應處置情形。

### ● 指標和目標

黑松針對能資源使用制定管理政策及執行標準，設定相關永續目標，同時透過溫室氣體盤查檢視自身營運活動直接或間接溫室氣體排放量，並設定相關減量目標，以改善、精進能源使用情形及推動溫室氣體減量相關措施。

### ● 溫室氣體管理

本公司自98年起成立專案單位，執行溫室氣體盤查、產品碳足跡、產品水足跡等業務，以維護公司環境管理政策。溫室氣體盤查不但可掌握明確的排放量，並發掘減量空間與機會，因此自111年起，本公司將原針對中壢廠每三年進行盤查並取得ISO 14064-1：2018 (組織型溫室氣體排放量盤查) 查證聲明書，調整為每年進行全公司，包含總公司、中壢廠及斗六廠，進行盤查並取得ISO 14064-1：2018 (組織型溫室氣體排放量盤查) 查證聲明書，並計畫於115年將盤查及查證範圍調整為集團(包含母公司、經銷商及黑松商貿)。





## 112 年直接與間接溫室氣體排放

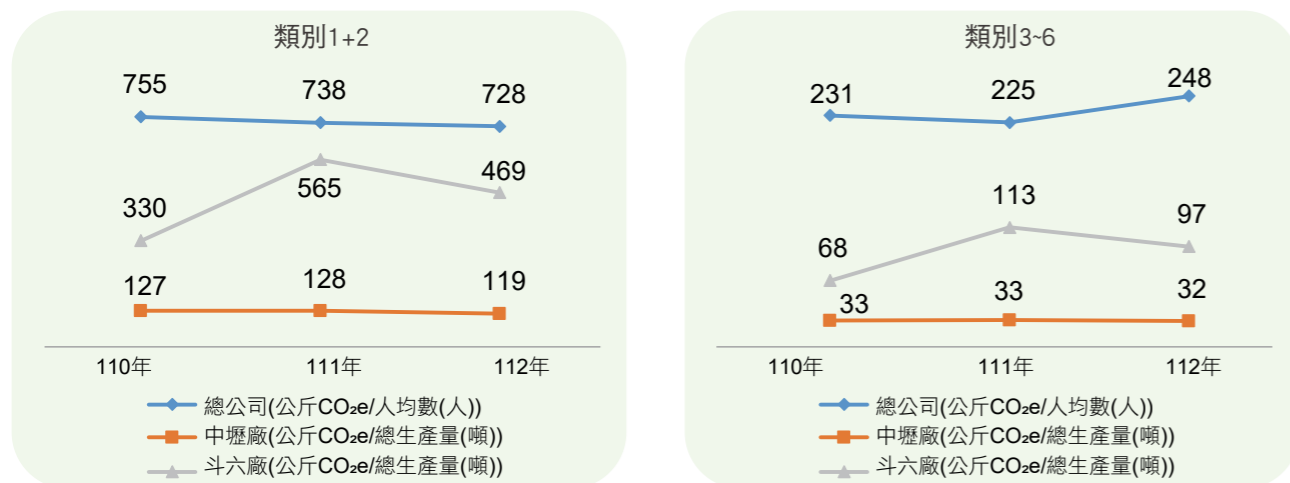
單位：公噸 CO<sub>2</sub>e

溫室氣體盤查議定書 (Greenhouse Gas Protocol, GHG Protocol)	ISO 14064-1 : 2018	排放類型	總公司	中壢廠	斗六廠	合計
範疇一	類別1	直接	47	9,366	143	9,556
範疇二	類別2	間接	100	14,422	215	14,737
範疇三	類別3		NS	NS	NS	NS
	類別4		50	5,176	74	5,300
	類別5		NS/NA	1,288	NS/NA	1,288
	類別6		NA	NA	NA	NA
總計(公噸CO <sub>2</sub> e)			197	30,253	432	30,881
112年總生產量(噸)			-	199,306	764	200,070
112年每月人均數(人)			202	-	-	-
碳排放強度	公斤CO <sub>2</sub> e/總生產量(噸)		-	152	565	154
	公斤CO <sub>2</sub> e/人均數(人)		975	-	-	-

說明：

- 1：全球暖化潛勢 (GWP) 引用 IPCC 2021 第六次評估報告之全球暖化潛勢值。
- 2：排放係數資料庫來源：
  - (1) 直接溫室氣體排放：行政院環境部溫室氣體排放係數管理表 6.0.4。
  - (2) 間接溫室氣體排放：電力引用經濟部能源局 112 年公布之 111 年電力排碳係數 0.495 kg CO<sub>2</sub>e/度計算。
  - (3) 二級資料庫引用產品碳足跡資訊網、SimaPro Ecoinvent 3。
- 3：112 年盤查組織邊界設定涵蓋台北總公司、中壢廠與斗六廠。以 110 年為溫室氣體盤查之基準年，並取得 SGS 公司查驗意見。111 年(含)以前之溫室氣體排放，請參閱本公司官網 <https://www.heysong.com.tw/corporate-social-responsibility/csrreport/>。
- 4：組織邊界設定方法為「營運控制權法」，針對溫室氣體(包含 ISO 14064 所規定的人為排放之二氧化碳(CO<sub>2</sub>)、甲烷(CH<sub>4</sub>)、氧化亞氮(N<sub>2</sub>O)、三氟化氮(NF<sub>3</sub>)、氫氟碳化物(HFCs)、全氟碳化物(PFCs)及六氟化硫(SF<sub>6</sub>)共 7 種溫室氣體)排放量進行盤查彙總。組織範圍內所有排放源皆為黑松公司完全擁有。
- 5：NS 表示不具顯著性、NA 表示不適用。

## 近 3 年各廠區溫室氣體排放強度



## 全公司近 3 年溫室氣體排放情況

項目	單位	110年	111年	112年
類別1	公噸CO <sub>2</sub> e	9,167	9,171	9,556
類別2		15,151	15,087	14,737
類別3~6		6,256	6,302	6,588
溫室氣體排放總量		30,574	30,560	30,881
類別1+2 溫室氣體排放密集度	公斤CO <sub>2</sub> e/總生產量(噸)	130	130	121
類別3~6 溫室氣體排放密集度		33	34	33

## 6.2. 物料與能源管理

### 6.2.1. 物料

為提高物料使用效率與經濟效益，本公司依據市場銷售與生產需求進行適量的物料請購以降低物料報廢數量，另亦持續優化生產程序降低物料耗損，並針對耗損異常物料提出檢討改善防止再發，確實做到物盡其用降低生產成本。

### ● 物料重量

單位：公噸

項目	110年	111年		112年	
	中壢廠	中壢廠	斗六廠	中壢廠	斗六廠
可再生物料	23,176	23,015	144	23,908	111
不可再生物料	8,365	8,651	79	8,002	91

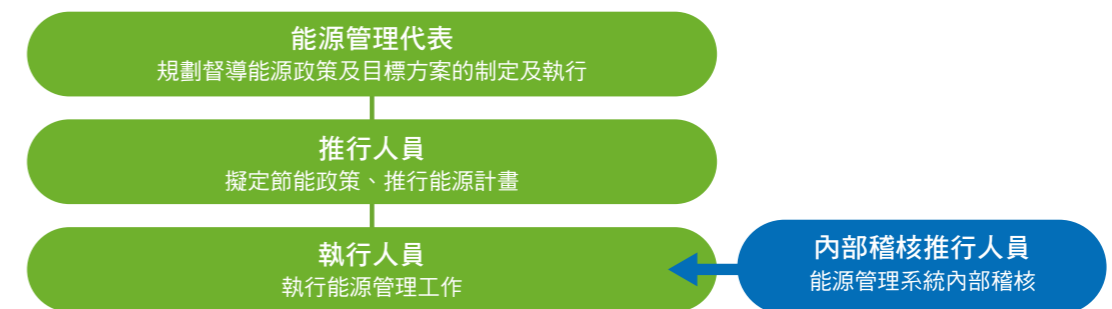
說明：

- 1：物料包含內容物及包材。
- 2：可再生物料定義：可再生物料可由許多來源取得，這些來源可藉由生態循環或農業過程迅速恢復，因此由這些來源或其他相關資源產生的服務不會短缺，並可供未來世代持續使用。
- 3：不可再生物料定義：短期內不可再生的資源，如礦物、金屬、石油、天然氣、煤等。
- 4：自 111 年起納入斗六廠數值，以利生產管理的完整性。

### 6.2.2. 能源

為管控能源使用效率，降低環境衝擊，本公司中壢廠成立「能源管理委員會」，103年12月通過 ISO 50001：2011能源管理系統驗證；109年9月中壢廠 ISO 50001：2011驗證改版為 ISO 50001：2018驗證，有效期為112年12月3日至115年12月3日。

### ● 能源管理委員會組織架構



### ● 黑松能源政策

本公司依ISO50001能源管理手冊制訂以下能源政策：

- 遵行政府法令，符合能源相關趨勢，達到降低能源用量之目標。
- 所有員工同心協力設計、製造高品質產品，並盡可能降低其對環境的影響與傷害，以兼顧利害相關者需求、環境考量與能源有效利用。
- 深化全體員工對能源績效的認知與當責，提供適切的溝通諮詢管道及參與機制，以確保能源管理系統之有效運作。
- 持續提昇能源使用效率，並推展適當的管控與減量措施，支持採購具改善能源績效之產品，致力減少對環境的衝擊。

## ● 須遵守之能源規定與政策

- (1) 本公司屬於「能源管理法」列管之能源用戶，因此須每年回報能源用戶節約能源查核制度申報表。
- (2) 本公司遵循地方政府固定污染源操作許可證之許可條件使用執行中壢廠與斗六廠鍋爐，包括依法定頻率申報空氣汙染物之檢測結果等(許可證字號：操證字第H2457-05號、府環空操證字第P0210-05號)，相關依循法規如下：
- 「空氣汙染防制法」
  - 「固定污染源設置與操作許可證管理辦法」
  - 「公私場所固定污染源空氣汙染物排放量申報管理辦法」

## ● 組織內部能源消耗量

### 非再生能源消耗量

能源類別	對象	單位	廠別	111年	112年
電力	用電量	度	總公司	193,120	201,760
			中壢廠	28,930,800	29,312,811
			斗六廠	697,814	457,300
		GJ	總計	29,821,734	29,971,871
天然氣	用天然氣量	度	中壢廠	4,267,458	4,470,039
			斗六廠	61,939	53,488
		GJ	總計	4,329,397	4,523,527
柴油	用柴油量	公升	中壢廠	930	1,497
			斗六廠	0	0
		GJ	總計	930	1,497
汽油	用汽油量	公升	總公司 <sup>註1</sup>	18,360	19,825
			中壢廠	875	712
			斗六廠	2,366	563 <sup>註2</sup>
		GJ	總計	21,601	21,100
非再生能源消耗量總計		GJ	總計	271,688	278,132

說明：

- 1：電力、天然氣、柴油使用數據以相關費用單據進行統計，汽油使用數據以相關費用單據及全國汽油均價進行估計。
- 2：天然氣熱值採用中油提供之月平均熱值進行加權平均。中壢廠 112 年天然氣熱值 8,940.75kcal\* 4.186(KJ) =0.037426 GJ；斗六廠 112 年天然氣熱值 9,806kcal\* 4.186(KJ) =0.041048 GJ
- 3：柴油、汽油熱值參考環境部公告之「溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版」，柴油熱值為 8,400 kcal/L，汽油熱值為 7,800 kcal/L，1 kcal = 4.186\*10<sup>(-6)</sup> GJ

註 1：總公司公務車用汽油量含基金會用汽油量 416 公升。

註 2：斗六廠因業務調整，112 年 7 月起不再配置公務車，故汽油使用量減少。

## 再生能源消耗量

本公司除使用太陽能板預熱器將鍋爐用水預熱，另因屬用電大戶，依經濟部《再生能源發展條例》規範，於斗六廠建置自發自用574瓩太陽光發電系統，供中壢廠及斗六廠用電。

能源類別	單位	廠別	111年	112年
太陽能板預熱設備	GJ	中壢廠	1,224	1,227
太陽光發電系統	度	斗六廠	84,239	724,035
	GJ	1度電 = 0.0036 GJ	303	2,607
再生能源消耗總量	GJ	總計	1,527	3,834

說明：

- 1：太陽能板預熱設備能源使用數據以出入水溫差及水量進行估計。
- 2：太陽能發電系統能源使用數據以相關電力發電紀錄進行統計。

## 能源使用情形

能源消耗總量	GJ	總計	281,966
外購電力占比	%	總計	38.72%
再生能源使用率	%	總計	1.36%

## 每噸產品消耗之能源

類別	單位	111年	112年
每噸產品用天然氣	度	23	23
每噸產品用電	度	160	150
每噸產品用能源	GJ	1.5	1.4
總生產量	噸	185,966	200,070

說明：

- 1：黑松生產主要使用能源為電力、天然氣。
- 2：以生產重量為基礎計算能源密集度，計算方式為全公司(總公司、中壢廠、斗六廠)能源消耗總量除以中壢廠、斗六廠之生產重量所消耗之比值。

## ● 組織節能措施

- 響應節能減碳、善盡環境保護之全球化趨勢，本公司積極推動各項節約措施。
- 中壢廠換增天然氣鍋爐與使用太陽能板預熱設備所節省之效益
    - 中壢廠 106 年重油鍋爐全面汰換為天然氣鍋爐，可降低空污及溫室氣體排放量。天然氣鍋爐搭配節煤器提高鍋爐燃燒效率，且改用天然氣鍋爐不需要預熱，可降低用電量。
    - 中壢廠區鍋爐用水使用 2 套太陽能設備預熱以提高用水溫度，可減少天然氣耗用量、空氣汙染物 PM2.5、NOx 排放量以及碳排放量。

節省效益	單位	110年	111年	112年
天然氣耗用產生能量	GJ	1,633	1224	1,238
空氣汙染物NOx	公斤	0.52	0.39	74
約當碳排放	公噸	82	61	62

說明：

- 1：節能基線為在沒有任何減量活動下，預期的天然氣消耗量及其排放。
- 2：節省效益計算方式：當年度太陽能使用量換算成產生同能量時使用天然氣排放的空氣汙染物量與碳排放量。
- 3：空氣汙染物檢測係數依【附表一 公私場所固定污染源申報空氣汙染防制費之硫氧化物及氮氧化物排放係數】數值，天然氣排放係數 NOx：2.243KG/千 M<sup>3</sup> 計算。
- 4：碳排放計算之二氧化碳排放係數依據行政院環境部氣候變遷署事業溫室氣體排放量資訊平台溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版中「固定源 - 天然氣」之排放係數：1.8790 Kg CO<sub>2</sub>e/m<sup>3</sup>。

• 其他節能措施

廠別	節能措施
中壢廠	1. 製造一部B#11空氣輸送帶載彎取直 2. P#15充填機壓縮空氣供應源改由製造三場供給 3. C#8包裝材料轉換(鐵罐轉換為鋁罐)，不需離線箱打檢 4. 儲二(包裝)課成品棧板轉換改為B#11線上 5. 品一課後段水處理供水泵浦馬達汰舊更新為IE3 6. 品二課沉水式攪拌機加裝變頻器控制降低馬達輸出功率 7. C#8後殺品項冷卻機原使用六槽改為1槽

除了持續優化改善中壢廠生產設備或製程，總公司亦透過午休時間關閉辦公區域電燈1小時，張貼節約用電標語、走動管理，時時提醒同仁隨手關閉電源，以達到減電節能。

同時，為落實減碳，減少資源浪費，本公司持續推動：

- (1) 宣導使用電子表單、事務機雙面列印、廢紙背面再利用，以減量紙張使用；
- (2) 同仁出差盡可能以大眾運輸為選擇，減少自行駕車；
- (3) 鼓勵同仁用餐時自備餐具避免使用一次性免洗餐具；
- (4) 優先購置選用符合環保標章及碳足跡登錄之環保產品，如洗潔精、FSC 認證紙張等。

### 6.3.水資源管理

水是飲料生產的核心，為維護食品安全衛生，本公司高度重視水源品質檢驗管控。同時，為降低用水對環境衝擊及提升企業整體的環境意識，本公司串連內部各部門展開行動，提升水資源的管理層級，並召開管理會議，體現企業對於水資源風險的掌控能力，制定相關水處理系統之操作與保養作業標準。

因應未來產業用水需求，配合政府機關各項節水措施，監控廠區製程用水點用水量、減少處理廢水，進而精進運水效率，使整體製程更加友善環境。例如：將水處理系統排放水、洗瓶水等較高清潔度的排放水配合增設分流管制設備，循環、淨化、再利用，以提高水循環利用率。

此外，本公司也採用世界資源研究院 (WRI) 的水風險評估工具，鑑別目前台灣營運據點，所有據點皆未位於高水資源壓力地區。

為確保本公司所排放的廢水水質達到國家規定的放流標準，並降低環境負荷，本公司制定並落實廢水處理設備操作及保養作業標準，確保所排放的廢水經過嚴格的檢驗與控管符合放流標準後，才排放至工業區廢水處理系統或當地河川。相關的作業標準書亦會配合政府法規與作業需求進行調整更新。

### ● 水資源使用情況

單位：百萬公升

類別	110年			111年			112年			
	總公司	生產據點		總公司	生產據點		總公司	生產據點		
		中壢廠	斗六廠		中壢廠	斗六廠		中壢廠	斗六廠	
取水量	地下水	0	287	46	0	274	37	0	257	31
	第三方的水： 自來水	2	476	0	2	467	0	2	514	0
	總取水量	2	763	46	2	741	37	2	771	31
回收/再利用總量	N/A	207	2	N/A	182	1	N/A	219	1	
回收/再利用比率(%)	N/A	27%	4%	N/A	25%	3%	N/A	28%	3%	
排放量	N/A	412	29	N/A	395	24	N/A	405	17	
耗水量	N/A	351	17	N/A	346	13	N/A	366	14	

說明：

- 1：淡水 ( $\leq 1,000$  mg/L 總溶解固體)；其他的水 ( $> 1,000$  mg/L 總溶解固體)
- 2：總公司取水來源為自來水、中壢廠取水來源為自來水與地下水、斗六廠取水來源為地下水。
- 3：總公司總取水量是依自來水帳單並包含分攤用水量，廠區總取水量計量方式依抄表紀錄統計，回收水計量方式則以抄表紀錄統計及採水率計算統計。
- 4：中壢廠總排水量計量方式依中壢工業區服務中心繳款單據統計，斗六廠總排水量計量方式則依抄表紀錄統計。

### ● 排放水質

#### 排放水質皆符合法定排放標準

項目	排放標準	廠區	110年	111年	112年
生化需氧量 BOD	320 mg/L	中壢廠	34	29	29
	30 mg/L	斗六廠	1	1	2
化學需氧量 COD	480 mg/L	中壢廠	66	54	55
	100 mg/L	斗六廠	11	6	10
懸浮固體 SS	320 mg/L	中壢廠	20	22	26
	30 mg/L	斗六廠	5	2	7

說明：

- 1：排放標準制定依據：
  - 中壢廠：依中壢工業區廢(污)水排入污水處理廠限值表(107年2月3日修正)
  - 斗六廠：水污染防治法第七條第二項規定訂定之放流水標準(108年4月29日修正)
- 2：水質數據來源：中壢廠每月由中壢工業區服務中心污水廠抽驗2次提供平均值，表內每年數字為12個月平均值；斗六廠每半年委外檢驗1次，表內每年數字為上半年與下半年平均值。

## 6.4. 廢棄物管理

因應全球廢棄物減量、塑膠減量及循環經濟發展趨勢，本公司積極關注相關議題並配合政府推動各項事業廢棄物相關政策，並依廢棄物清理法訂有「廢棄物處理作業標準書」確保廢棄物管理皆有所依循。對於所產生的廢棄物積極實施資源回收分類，提升資源可再利用性，以降低對環境造成的影響。可回收廢棄物，委由合約之承購商來廠載運，承購商來廠載運前先行開立下腳出售單，再進行裝載、過磅及簽核、付款作業完成後，承購商再將下腳品載運至處理廠回收再利用。對於無法回收再利用之廢棄物，亦透過具合格證照之專業處理商進行處置，並追蹤處置方式及流向。廢棄物處理作業須檢視必要之相關憑證，如出廠單、下腳出售單、磅單等資料，每月並依磅單將廢棄物數量填入廢棄物統計表內。中壢廠每年至少一次查訪汙泥、茶渣、麥渣、咖啡渣及毒化物清除及處理廠，瞭解其委託之廢棄物貯存、清除、處理、再利用之操作管理情形，並作成紀錄。112年訪查3家可回收廢棄物處理商(2家汙泥處理商及1家茶渣處理商)，其皆依規定貯存、處理，將廢棄物焚化後轉為熱能/電能供應或作為再利用之有機肥料，達到循環經濟再利用。

廢棄物來源類型與項目	營運活動產生的廢棄物項目	廢棄物實際與潛在造成的衝擊	預防及管理衝擊之措施
因營運產生之廢棄物，且非屬可回收廢棄物及有害廢棄物。	垃圾	垃圾如未妥善處置，將造成環境髒亂，有礙觀瞻，並造成土壤、空氣和水污染，甚至可能引發病媒危害健康。	選定合格清除處理商，追蹤並稽核其處置方式，取得處理商事業廢棄物妥善清理紀錄書面文件確保事業廢棄物被妥善清理。
因營運產生之廢水	汙泥	如任意棄置將造成土壤、水源汙染，或引發惡臭滋生細菌病媒，對環境及健康造成危害。	選定合格清除處理商，追蹤並稽核其處置方式，取得處理商事業廢棄物妥善清理紀錄書面文件確保事業廢棄物被妥善清理。
原物料： 茶葉 咖啡 大麥	茶渣 咖啡渣 麥渣	廢棄物任意棄置或回流至食品鏈，造成環境污染及食安問題。	選定合格清除處理商，追蹤並稽核其處置方式，取得處理商事業廢棄物妥善清理紀錄書面文件確保事業廢棄物被妥善清理。
包材： TRX紙盒 鋁箔紙盒 包裝紙 PE膜 糖內袋 PET瓶 鋁罐 鐵罐	廢鋁箔紙盒 廢紙 廢PE膜 廢糖內袋 廢PET瓶 廢鋁罐 廢鐵	廢棄物任意棄置，造成環境污染。	選定合格下腳回收商，並與之簽訂合約。
實驗等產生之廢液	實驗廢液	實驗廢液屬有害廢棄物，任意棄置將造成土壤或水源汙染，影響農作物生長，甚至通過食物鏈進入人體，危害健康。	選定合格清除處理商，追蹤並稽核其處置方式，取得處理商事業廢棄物妥善清理紀錄書面文件確保事業廢棄物被妥善清理。

## ● 廢棄物的產生與處置

單位：公噸

廢棄物種類	廢棄物項目	處置方式	110年		111年		112年	
			中壢	中壢	斗六	中壢	斗六	
一般廢棄物	垃圾	焚化處理	74	87	19	59	11	
	汙泥	處理廠再利用做肥料	643	630	0	688	5	
	茶渣、咖啡渣	處理廠再利用做肥料	1,342	1,110	11	1,302	2	
	廢紙	處理廠再利用	286	305	60	324	94	
	麥渣	處理廠再利用做飼料/肥料	15	0	0	0	0	
	廢鐵	處理廠再利用	38	13	2	14	7	
	廢PE膜	處理廠再利用做塑膠袋	75	65	2	57	4	
	其他回收品註1	處理廠再利用	97	89	0.3	89	0	
	廢鋁箔紙盒	處理廠再利用	12	8	0	9	0	
	廢PET瓶	處理廠再利用做衣服/鞋子	20	19	0.06	20	0.07	
廢鋁罐	處理廠再利用	11	8	0.2	13	0.1		
	小計		2,540	2,248 <sup>註2</sup>	76	2,515	112	
有害廢棄物	實驗廢液	焚化處理	0.8	0.6	0	0	0	
合計			2,615	2,335	95	2,574	123	
回收率(%)			97	96	80	98	91	

說明：

1：有害廢棄物處理方式：經由具合格證照之專業處理廠以焚化處理有害廢棄物。

2：各項廢棄物重量係依磅單彙整計算。

3：自 111 年起納入斗六廠數值，以利生產管理的完整性。

註 1：其他回收品為非經常有或數量少之項目，例如塑膠棧板、原料空桶、廢太空袋、電纜線等。

註 2：因四捨五入，小計及總計存在尾差。

## ● 廢棄物廠商訪查紀錄

廢棄物項目	查核次數
汙泥	2
茶渣	1

## 6.5. 降低產品及營運衝擊

### 6.5.1. 產品碳足跡

產品碳足跡為整個產品生命週期過程中直接與間接產生的溫室氣體排放量，相較於企業及產業溫室氣體排放指的是製造相關的排放，產品碳足跡排放尚包含產品自原物料、製造、配送、消費者使用，到廢棄回收處理時所產生的溫室氣體排放量。

環境部(前行政院環保署)於98年12月正式發布「台灣碳標籤」圖示，推動我國碳標籤制度，本公司隔年度(99年)代表性產品「PET600ml 黑松沙士」與「PET580ml 黑松茶花綠茶」取得環境部第一批產品碳足跡標籤證書，以瞭解本公司產品溫室氣體排放與對環境衝擊程度，105年10月「PET580ml黑松FIN補給飲料」取得環境部產品碳足跡標籤證書，111年2月「PET600ml 黑松沙士」另外取得環境部產品碳足跡減量標籤證書。100年至今，「PET600ml 黑松沙士、PET580ml 黑松茶花綠茶及PET580ml 黑松FIN補給飲料」持續取得環境部產品碳足跡標籤證書。

● 本公司共 3 支產品取得環境部產品碳足跡標籤證書。

產品	產品碳足跡數據	產品碳足跡標籤	產品碳足跡減量標籤
 PET600ml 黑松沙士	320g CO <sub>2</sub> e/瓶		
 PET580ml 茶花綠茶	260g CO <sub>2</sub> e/瓶		
 PET580ml FIN補給飲料	260g CO <sub>2</sub> e/瓶		

說明：

項目	產品	證書有效期間
產品碳足跡標籤	PET600ml 黑松沙士 PET580ml 茶花綠茶 PET580mlFIN 補給飲料	111/01/16 ~ 116/01/15 111/01/16 ~ 116/01/15 111/11/25 ~ 116/11/24
產品碳足跡減量標籤	PET600ml 黑松沙士	111/02/15 ~ 116/02/14

6.5.2.包材輕量化

年度	包材輕量化程度	內容
103年	23%	<ul style="list-style-type: none"> <li>PET1230ml 耐熱飲料瓶</li> <li>PET975ml 耐熱飲料瓶</li> <li>PET500ml 碳酸飲料瓶</li> <li>PET580ml FIN 系列產品飲料瓶</li> </ul>
105年	2%	<ul style="list-style-type: none"> <li>抗 UV 白色碳酸瓶胚</li> <li>無菌碳酸瓶胚</li> </ul>
106年	3%	<ul style="list-style-type: none"> <li>PET580ml 無菌飲料瓶</li> <li>PET535ml 無菌飲料瓶</li> </ul>
107年	11%	<ul style="list-style-type: none"> <li>碳酸飲料塑蓋</li> </ul>
108年	26%	<ul style="list-style-type: none"> <li>伸縮膜</li> </ul>
109年	31%	<ul style="list-style-type: none"> <li>伸縮膜</li> <li>收縮膜</li> </ul>

說明：103年 B#16 開始生產短蓋產品取代長蓋產品，故該年包材輕量化程度達 23.4%。

6.5.3.自販機開立電子發票

112年共完成200台聯網機台開啟逐筆開立發票功能，主要於交通站點如高鐵/台鐵車站月台、松山/小港機場及風景遊樂區如台北花博公園等場域開立發票功能，且為減少紙張浪費，全面採用雲端電子發票，於機台螢幕上及周圍皆顯示「本機僅開立雲端發票」字樣。若消費者未有載具，則可選擇捐贈單位或是點選直接捐贈於指定機構，若無任何操作，亦會於倒數30秒後自動捐贈於指定機構。目前為避免爭議，僅設定「聯合勸募中心」作為指定捐贈機構，未來若黑松有與其他公益組織合作，亦可指定其為直接捐贈單位。



6.5.4.綠色工廠-中壢廠

104 年黑松中壢廠製造三廠取得「綠建築」標章，112年中壢廠通過「清潔生產評估系統」評定，取得「綠色工廠」標章，成為全台第一家取得綠色工廠標章的飲料製造業者。

● 綠建築標章 - 製造三場

本公司自 102 年起投入超過 22 億元興建之綠建築廠房「製造三場」，其「無菌碳酸 / 非碳酸多功能寶特瓶生產線」，是國內唯一可將高營養源素材（如牛奶、乳酸、果汁）加進碳酸或非碳酸液體，不須後段殺菌、不須添加防腐劑即可生產高營養價值的碳酸飲料設備。此外，製造三場涵蓋許多節能設計，亦導入廢氣廢液管理，運用設備中和還原廢氣與廢液後再行排放，降低營運對環境之衝擊，於110年6月延續取得內政部綠建築銀級標章，實現在地永續經營的承諾。



● 綠色工廠標章 - 中壢廠

本公司112年6月取得綠色工廠標章，符合廠房建築物取得綠建築標章並於生產營運管理通過清潔生產評估系統。黑松藉由申請綠色工廠標章，全面檢視中壢廠生產體質，做為未來持續改善方向。重視品質及食安管理，同時透過能資節約、生產製程改善、節能、節水、汙染物控管、廢棄物減量、環境友善設計、綠色管理與社會責任等清潔生產措施，致力生產出高品質的產品並降低營運活動對環境產生的衝擊。





# 附錄

GRI 內容索引表

永續會計準則 SASB 非酒精飲料揭露指標

TCFD 氣候相關資訊及指標對照表

會計師有限確信報告

## GRI內容索引表

GRI準則	揭露項目	頁碼	對應章節及備註說明
	一般揭露		
	1. 組織及報導實務		
2-1	組織詳細資訊	19-20	2.1組織概況
2-2	組織永續報導中包含的實體	7	1.1報告書基本資料
2-3	報導期間、頻率及聯絡人	7	1.1報告書基本資料
2-4	資訊重編	-	無
2-5	外部保證/確信	115-117	附錄-外部確信
	2. 活動與工作者		
2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	22-25	2.1組織概況
2-7	員工	65-66	5.1員工發展與照顧
2-8	非員工的工作者	69	5.1員工發展與照顧
	3. 治理		
2-9	治理結構及組成	26-27	2.2治理單位及薪酬政策
2-10	最高治理單位的提名與遴選	26-27	2.2治理單位及薪酬政策
2-11	最高治理單位的主席	26	2.2治理單位及薪酬政策
2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	31-32	2.2治理單位及薪酬政策
2-13	衝擊管理的負責人	12 31-32	1.4永續管理 2.2治理單位及薪酬政策
2-14	最高治理單位於永續報導的角色	12	1.4永續管理
2-15	利益衝突	27	2.2治理單位及薪酬政策
2-16	溝通關鍵重大事件	12 31-32	1.4永續管理 2.2治理單位及薪酬政策
2-17	最高治理單位的群體智識	27	2.2治理單位及薪酬政策
2-18	最高治理單位的績效評估	28	2.2治理單位及薪酬政策
2-19	薪酬政策	28	2.2治理單位及薪酬政策
2-20	薪酬決定流程	28	2.2治理單位及薪酬政策
2-21	年度總薪酬比率	70	5.1員工發展與照顧
	4. 策略、政策與實務		
2-22	永續發展策略的聲明	8-9 13-17	1.2董事長的話 1.4永續管理
2-23	政策承諾	12-17 26、30、32 33 65	1.4.永續管理 2.2.治理單位及薪酬政策 2.3政策承諾與申訴機制 5.1.員工發展與照顧

GRI 2:  
一般揭露  
2021

GRI準則	揭露項目	頁碼	對應章節及備註說明	
一般揭露				
4. 策略、政策與實務				
GRI 2: 一般揭露 2021	2-24	納入政策承諾	12-17 26、30、32 33 65	1.4.永續管理 2.2.治理單位及薪酬政策 2.3政策承諾與申訴機制 5.1.員工發展與照顧
	2-25	補救負面衝擊的程序	42-43	3.2利害關係人溝通
	2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	33 59-60	2.3政策承諾與申訴機制 4.2.供應商管理
	2-27	法規遵循	33-34	2.4法規遵循
	2-28	公協會的會員資格	25	2.1組織概況
	5. 利害關係人議合			
	2-29	利害關係人議合方針	37-38 42-44	3.1衝擊鑑別評估及重大議題確認 3.2利害關係人溝通
2-30	團體協約	-	112年工會未提出團體協約之協商要求，爰並未簽訂團體協約。	
GRI 3：重大主題 2021				
GRI 3： 重大主題 2021	3-1	決定重大主題的流程	36-39	3.1衝擊鑑別評估及重大議題確認
	3-2	重大主題列表	40-41	3.1衝擊鑑別評估及重大議題確認
	3-3	重大主題管理	40-41	3.1衝擊鑑別評估及重大議題確認
主題準則				
GRI 201 經濟績效 2016	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	20-21	2.1組織概況
	201-3	確定給付制義務與其他退休計畫	71	5.1員工發展與照顧
GRI 202 市場地位 2016	202-2	雇用當地居民為高階管理階層的比例	65	5.1員工發展與照顧
GRI 203 間接經濟 衝擊 2016	203-1	基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	82-89	5.2社會公益
GRI 204 採購實務 2016	204-1	來自當地供應商的採購支出比例	60	4.2供應商管理
GRI 302 能源 2016	302-1	組織內部的能源消耗量	98-99	6.2物料與能源管理
	302-3	能源密集度	99	6.2物料與能源管理
	302-4	減少能源消耗	14-15	1.4永續管理
GRI 303 水與放流 水2018	303-1	共享水資源之相互影響	100-101	6.3水資源管理
	303-2	與排水相關衝擊的管理	100-101	6.3水資源管理
	303-3	取水量	101	6.3水資源管理
	303-4	排水量	101	6.3水資源管理
	303-5	耗水量	101	6.3水資源管理

GRI準則	揭露項目	頁碼	對應章節及備註說明	
主題準則				
GRI 305 排放2016	305-1	直接（範疇一）溫室氣體排放	96	6.1氣候變遷因應與溫室氣體管理
	305-2	能源間接（範疇二）溫室氣體排放	96	6.1氣候變遷因應與溫室氣體管理
	305-3	其它間接（範疇三）溫室氣體排放	96	6.1氣候變遷因應與溫室氣體管理
	305-4	溫室氣體排放強度	96	6.1氣候變遷因應與溫室氣體管理
	305-5	溫室氣體排放減量	96	1.4 永續管理
GRI 306 廢棄物 2020	306-1	廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	102-103	6.4廢棄物
	306-2	廢棄物相關顯著衝擊之管理	102-103	6.4廢棄物
	306-3	廢棄物的產生	103	6.4廢棄物
GRI 308 供應商環境 評估2016	308-1	使用環境標準篩選新供應商	60	4.2供應商管理
GRI 401 勞雇關係 2016	401-1	新進員工和離職員工	67-68	5.1員工發展與照顧
	401-2	提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	70-72	5.1員工發展與照顧
GRI 403 職業健康與 安全2018	403-1	職業安全衛生管理系統	77	5.1員工發展與照顧
	403-2	危害辨識、風險評估及事故調查	77-78	5.1員工發展與照顧
	403-3	職業健康服務	78-79	5.1員工發展與照顧
	403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通	79	5.1員工發展與照顧
	403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	79	5.1員工發展與照顧
	403-6	工作者健康促進	79-80	5.1員工發展與照顧
	403-7	預防和減緩與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	80	5.1員工發展與照顧
GRI 404 訓練與教育 2016	403-9	職業傷害	80-81	5.1員工發展與照顧
	404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	75-76	5.1員工發展與照顧
	404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	76-77	5.1員工發展與照顧
GRI 405 員工多元化 與平等 機會2016	405-1	治理單位與員工的多元化	27 65-68	2.2治理單位及薪酬政策 5.1員工發展與照顧
	GRI 414 供應商社會 評估2016	414-1	使用社會標準篩選新供應商	60
GRI 416 顧客健康與 安全2016	416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	48	4.1顧客的健康與安全
	416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	33-34	2.4法規遵循
GRI 417 行銷與標 示2016	417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	33-34	2.4法規遵循
GRI 418 客戶隱私 2016	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	31	2.2治理單位及薪酬政策

揭露項目	描述	頁碼	對應章節及備註說明
上市公司編製與申報永續報告書作業辦法第4條第一項附表一之一			
一	為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度方面進行之評估與改進及所影響之主要產品類別與百分比	52-54	4.1顧客的健康與安全
二	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、產品下架次數及下架產品總重量	33-34	2.4法規遵循
三	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	60-61	4.2供應商管理
四	經獨立第三方驗證符合國際認可之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比	48	4.1顧客的健康與安全
五	對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果	55-58	4.2供應商管理
六	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	58-59	4.2供應商管理
七	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	50-52	4.1顧客的健康與安全
八	消耗能源總量、外購電力百分比、再生能源使用率	99 111	6.2 物料與能源管理 附錄-永續會計準則 SASB 非酒精飲料揭露指標
九	總取水量及總耗水量	101 111	6.3水資源管理 附錄-永續會計準則 SASB 非酒精飲料揭露指標
十	售出產品重量、生產設施場所數量	-	飲料(自產自銷)：1.68億升 飲料(委外代工自銷)：0.32億升 飲料(代工代銷)：0.29億升 飲料(僅代工)：0.03億升 酒類(代理及經銷)：0.07億升 保健品(委外代工自銷)：6.26公噸 生產設施場所包含中壢廠與斗六廠(共兩廠)
上市公司編製與申報永續報告書作業辦法第 4-1 條第一項附表二			
	氣候變遷對公司造成之風險與機會及公司採取之相關因應措施	92-95	6.1氣候變遷因應與溫室氣體管理
	溫室氣體盤查及確信情形與減量目標、策略及具體行動計畫	14-15 96	1.4.永續管理 6.1氣候變遷因應與溫室氣體管理
GRI食品加工業補充指標			
FP05	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	48	4.1顧客的健康與安全

## 永續會計準則 SASB 非酒精飲料揭露指標

一、永續揭露主題和揭露指標					
揭露主題	指標編號	揭露指標	性質	測量單位	數據
車隊燃料管理	FB-NB-110a.1	車隊的燃料消耗(GJ)與再生能源使用比率(%)	量化	GJ 百分比(%)	總公司、中壢廠、斗六廠共計 689GJ，可再生燃料使用比率為 0%。
能源管理	FB-NB-130a.1	(1)營運的能源消耗(GJ)	量化	GJ	總公司、中壢廠、斗六廠共計 281,277GJ。 說明：能源消耗總量為非再生能源消耗量及再生能源消耗量加總，但不含車隊的燃料消耗量。
		(2)來自電網的電力使用百分比(%)	量化	百分比(%)	總公司、中壢廠、斗六廠共計 38%。
		(3)再生能源使用比率(%)	量化	百分比(%)	總公司、中壢廠、斗六廠再生能源使用比率1%。
水管理	FB-NB-140a.1	(1)總取水量	量化	立方公尺 (m <sup>3</sup> )	804千噸(36%地下水；64%自來水)。 說明： 1. 總公司：2千噸(100%自來水)。 2. 中壢廠：771千噸(33%地下水；67%自來水)。 3. 斗六廠：31千噸(100%地下水)。
		(2)總用水量，在「基線水壓力」高或極高的區域中所占的百分比	量化	百分比(%)	0%。 說明：參考世界資源研究所的「渡槽水風險地圖集」，顯示台灣為 Low - Medium(1-2)，故並無在高或極高的區域取水。
水管理	FB-NB-140a.2	描述水管理風險，並且討論減輕這些風險的策略和實踐方式	討論與分析	n/a	若發生乾旱造成限水減供，策略和實踐方式為： 1. 中壢廠： (1)廠內水情預警應變：持續關注石門水庫蓄水量，依水情彈性調控蓄水池蓄水量及地下水使用量。 (2)增加用水點計量設施，釐清分析用水量，減少異常水量耗用，監控產線用水效率。 2. 斗六廠：水源全部取自地下水，每日1口井使用足以供應廠區與製造用水，另備用2口井無停水風險。
健康與營養	FB-NB-260a.1	(1)零卡及低卡產品收入	量化	報導貨幣	162,397萬元。
		(2)無添加糖產品收入	量化	報導貨幣	40,984萬元。
		(3)添加人工代糖產品收入	量化	報導貨幣	35,776萬元。



一、永續揭露主題和揭露指標					
揭露主題	指標編號	揭露指標	性質	測量單位	數據
健康與營養	FB-NB-260a.2	描述如何識別和管理消費者所關注與營養及健康相關的產品及成分的過程	討論與分析	n/a	<p>本公司關注消費趨勢，透過流通調查及消費者調查了解消費者所關注與營養及健康相關的產品及成分，並透由對應之部門承接執行，以回應消費者關注項目例如：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>針對特定碳酸品類訂定減糖目標。</li> <li>持續開發零卡、低卡類產品。</li> <li>生產線導入投料電子化系統，確保營養及健康成分之含量足夠。</li> <li>定期檢測成品中的營養及健康成分(膳食纖維、維生素C等)含量以確保產品與標示內容一致。</li> </ol> <p>另外中壢廠、斗六廠通過TFDA(衛福部食藥署)食品業者衛生安全管理系統驗證及通過國際與國內品質與食品安全相關系統之驗證與規範，確保本公司營運及生產符合國際/國內食品安全標準。</p>
產品標示與行銷	FB-NB-270a.1	廣告曝光次數百分比	量化	百分比(%)	0%。
		(1)廣告曝光對象為兒童(12歲(含)以下)的百分比	量化	百分比(%)	0%。
	FB-NB-270a.2	(2)對兒童宣傳符合飲食指南的產品的廣告曝光次數百分比	量化	報導貨幣	因本公司無使用基因改造之食品原料，部分產品內容物成分原料玉米(高果糖)糖漿雖使用基因改造玉米製成，但已不含轉殖基因片段或轉殖蛋白質，產品得免標示，故本指標不適用。
		(1)標示含有基因改造產品收入	量化	報導貨幣	2件。 說明：法遵事件說明請參考本報告書【2.4 法規遵循】。
	FB-NB-270a.3	(2)標示非基因改造產品收入	量化	報導貨幣	4萬元。
	FB-NB-270a.4	違反產品標示或行銷法規的事件數	量化	數字	4萬元。
包裝生命週期管理	FB-NB-410a.1	與行銷或標示有關之法律訴訟所造成的財務損失總額	量化	報導貨幣	4萬元。
		(1)包材總重量	量化	公噸(t)	兩廠使用包材總重量13,324公噸。
		(2)由回收材料或再生材料製成的百分比	量化	百分比(%)	26.52%。
		(3)可回收、可再利用或可用作堆肥的百分比	量化	百分比(%)	97.5%。


一、永續揭露主題和揭露指標					
揭露主題	指標編號	揭露指標	性質	測量單位	數據
包裝生命週期管理	FB-NB-410a.2	描述如何減少包裝生命週期對環境影響的策略	討論與分析	n/a	自有品牌飲料產品紙盒包裝採FSC認證紙材；持續進行包材輕量化，針對保特瓶身、瓶蓋、伸縮模、收縮膜減少使用量，並進行rPET測試，降低非再生塑膠使用；促銷活動以瓶蓋或瓶標上印QR Code替代SP貼紙；對於可回收再利用的包材重複利用，以減少包裝廢棄物產生。
原物料供應鏈對環境和社會的影響	FB-NB-430a.1	供應商的社會和環境責任審計	量化	比率	本公司已制定供應商行為規範協議書。為確保供應鏈之安全、恪守產業倫理道德及敦促履行企業永續經營等目的，要求供應商遵守協議書，同時遵守其經營所在國與地區的法律和法規，亦鼓勵要求其上游供應商、承包商和服務提供商及其他協力廠商認同並採用本協議書內條款。同時，並制定供應商品管查核作業標準、評鑑與稽核，確保食品安全、環境安全與衛生。每年皆對供應商進行實地評鑑，112年進行評核之供應商100%符合社會和環境責任規範。
		(1)不合格比率	量化	比率	
		(2)相關矯正措施比率	量化	比率	
		I. 重大不合格的相關矯正措施比率	量化	比率	
		II. 輕微不合格的相關矯正措施比率	量化	比率	
原物料採購	FB-NB-440a.1	飲料原物料採購自「基線水壓力」高或極高的區域的百分比	量化	佔成本的百分比(%)	0%。 說明：大部分飲料原物料均自台灣供應商採購，僅部分奶粉由紐西蘭自辦進口。
	FB-NB-440a.2	表列優先採購食品原料清單及描述因環境或社會因素而產生的採購風險	討論與分析	n/a	每年皆針對供應商掌握國內外供需狀況，針對高風險原料開發替代料或新的供應商，避免供貨不穩與斷貨風險。並透過「供應商評鑑查核」、「追溯追蹤管理」確保內容物、包材、委外代工供應商品質供應無虞；與供應商進行「社會衝擊評估」、「環境衝擊評估」，於合約中加入永續發展條款以此提高供應商重視永續議題。

二、活動指標				
揭露指標	指標編號	性質	測量單位	數據
產品銷售的數量	FB-NB-000.A	量化	億升 公噸	飲料(自產自銷)：1.68億升 飲料(委外代工自銷)：0.32億升 飲料(代工代銷)：0.29億升 飲料(僅代工)：0.03億升 酒類(代理及經銷)：0.07億升 保健品(委外代工自銷)：6.26公噸
生產設備的數量	FB-NB-000.B	量化	工廠數量	生產設施場所包含中壢廠與斗六廠(共兩廠)。
車隊行駛總里程	FB-NB-000.C	量化	公里	總公司、中壢廠、斗六廠公務車行駛共計219,502公里。

# TCFD 氣候相關資訊及指標對照表

揭露項目		頁碼	對應章節及備註說明
治理	a 描述董事會對氣候相關風險與機會的監督情況	92	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
	b 描述管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會的角色	92	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
策略	a 描述組織所鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會。	92-94	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
	b 描述組織在業務、策略和財務規劃上與氣候相關風險與機會的衝擊。	92-94	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
	c 描述組織在策略上的韌性，並考慮不同氣候相關情境(包括2°C或更嚴苛的情境)。	-	黑松後續將評估執行不同氣候情境的彈性策略，納入氣候變遷管理之程序。
風險管理	a 描述組織在氣候相關風險的鑑別和評估流程。	95	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
	b 描述組織在氣候相關風險的管理流程。	95	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
	c 描述氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程如何整合在組織的整體風險管理制度。	95	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
指標和目標	a 揭露組織依循策略和風險管理流程進行評估氣候相關風險與機會所使用的指標。	95	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
	b 揭露範疇1、範疇2 和範疇3 (如適用) 溫室氣體排放和相關風險。	95-96	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
	c 描述組織在管理氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目標的表現。	92-94	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理

# 會計師有限確信報告



**勤業眾信**  
 聯合會計師事務所  
 11007 台北市信義區松仁路100號20樓  
 02-8789 5100  
 201 King Men Plaza  
 20th Fl., Xinyi Dist., Taipei 11007, Taiwan  
 Tel: 886 (0) 2 8789 5100  
 Fax: 886 (0) 2 8789 5101  
 www.deloitte.com.tw

**會計師有限確信報告**

黑松股份有限公司 公鑒：

黑松股份有限公司民國 112 年度永續報告書，業經本會計師針對黑松股份有限公司所選定之績效指標執行確信程序後，並出具有限確信報告。

**確信標的資訊與適用基準**

黑松股份有限公司所選定之績效指標（以下簡稱標的資訊）與適用基準，請詳附件「確信項目彙總表」。

**管理階層之責任**

管理階層之責任係依照臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」、全球永續性報告協會（Global Reporting Initiative, GRI）發布之適用原則、行業準則及主題準則編製標的資訊，且維持與標的資訊編製有關之必要內部控制，以確保標的資訊亦存有等因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

**會計師之責任**

本會計師之責任係依照確信準則 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」規畫及執行有限確信案件，基於所執行之程序與所獲取之證據，對標的資訊（詳附件）是否存有重大不實表達取得有限確信，並出具有限確信報告。相較於合理確信案件，有限確信案件所執行程序之性質及時間不同，其範圍亦較小，故對於有限確信案件所取得之確信程度及透明顯低於合理確信案件中取得者。

本會計師係基於專業判斷規畫及執行確信程序，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：

- 對參與編製標的資訊之管理階層及相關人員進行查詢，以瞭解編製標的資訊之政策、流程、內部控制及資訊系統，以辨認可能存有重大不實表達之領域；

中華民國 113 年 8 月 16 日

會計師 吳怡君

吳怡君

● 對標的資訊選取樣本進行檢查、驗算、重新執行、觀察及分析性程序等程序，以取得有限確信之證據。

**先天限制**

由於諸多確信項目係屬非財務資訊，相較於財務資訊之確信受有更多先天限制，故該等資訊之相關性、重大性與正確性之解釋可能涉及更多管理階層之重大判斷、假設與解釋，不同利害關係人對該等資訊亦可能有不同之理解。

**獨立性及品質管理規範**

本會計師及所隸屬會計師事務所已遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，請規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及專業上應有之注意、保密與專業行為。

本會計師所隸屬會計師事務所適用品質管理準則 1 號「會計師事務所之品質管理」，該品質管理準則規定會計師事務所設計、付諸實行及執行品質管理制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令有關之政策或程序。

**確信結論**

依據所執行之程序與所獲取之證據，本會計師並未發現標的資訊在所有重大方面未有未依照適用基準編製而須修正之情形。

**其他事項**

本確信報告出具後，黑松股份有限公司對任何確信標的資訊或適用基準之變更，本會計師不負責任該等資訊重新執行確信工作之責任。

勤業眾信聯合會計師事務所

會計師 吳怡君

吳怡君

中華民國 113 年 8 月 16 日

確信項目彙總表

編號	標的資訊	對應章節	適用基準	作業辦法第4條產業別永續報告指標
1	<p>1. 食品安全委員會</p> <p>為建立本公司食品安全管理系統，保障食品安全，103 年正式成立食品安全委員會，並制定「食品安全管理政策」，經本公司食品安全管理委員會、總經理擔任主任委員，定期召開會議，視議題內容，請相關處室主管、部門主管及指定人員出席。本委員會轄下分設 3 組「法規研究組」、「溯源管理組」、「因應執行組」，各組分別就安全法規、原料與成品追溯追蹤、以及相關回收機制之建置與執行定期開會討論，112 年共召開 2 次會議。</p> <p>2. 食品品質管理委員會 (TQM 委員會)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>依據食品品質管理政策，每年制定年度食品品質管理目標，並定期於食品品質管理委員會 (TQM 委員會) 中討論訂定、修訂與專業提報。</li> <li>每年定期召開 TQM 委員會會議，審查品質與食品安全管理系統，以確認其持續適用性、適切性和有效性，審查內容與相關決策與因應措施如下：                     <ul style="list-style-type: none"> <li>TQM 委員會會議審查內容                             <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 驗收活動結果的分析。</li> <li>(2) 內 (外) 部稽核結果。</li> <li>(3) 顧客回饋資訊，包括顧客滿意度調查和客訴處理之資訊。</li> <li>(4) 供應商 (原料、代工產品) 評鑑及檢討改善建議。</li> <li>(5) 法規與標準符合性。</li> <li>(6) 預防和矯正措施的情況。</li> <li>(7) 上一次【TQM 委員會】會議決議追蹤事項。</li> <li>(8) 可能影響品質與食品安全管理系統運作之相關事宜。</li> <li>(9) 可能影響食品之任何變動。</li> <li>(10) 緊急狀況、意外及產品回收。</li> <li>(11) 內外稽核與會議應與採取行動的有效性之檢討。</li> <li>(12) 改善建議。</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>相關法規與因應措施                             <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 品質與食品安全管理系統和其過程之有效改善，及為達成食品品質管理政策/目標，所採取變更之措施。</li> </ul> </li> </ul>	4.1 顧客的健康與安全	為改善食品衛生、安全與品質，而針對採購人員、作業場所、設施衛生管理及其品質制度等方面進行之評核與改進及所影響之主要產品與服務之品質與顧客滿意度。	臺灣證券交易所「上市公司永續報告書編製與申報作業辦法」第一條第一項

編號	標的資訊	對應章節	適用基準	作業辦法第4條產業別永續報告指標															
2	<p>(2) 與顧客及法律法規要求有關的產品的改進事項。</p> <p>(3) 所採設備之選擇。</p> <p>3. 培育員工相關技術經驗</p> <p>本公司依據法令規定，各工作職位之技術人員皆具備專業證照，以生產符合品質之產品。另外為強化相關人員專業知能，促進產品之教育訓練及建置相關辦法鼓勵員工自我進修。</p> <p>4. 食品安全衛生與品質相關教育訓練</p> <p>每年提供現場作業人員食品衛生與品質相關之教育訓練，112 年中職職與年六職合計全訓 65 小時、629 人次。</p> <p>5. 專業證照培訓員工自我進修</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>制定專業證照培訓給發處，鼓勵員工持續進修專業。</li> <li>112 年培訓證照數：112 年 7 張。</li> <li>說明：112 年食品品質證照分布：台北 2 張、中壢 4 張、斗六 1 張。</li> </ul> <p>6. 定期執行內部稽核，維持食品安全系統(ISO 22000, FSSC 22000, IQR)及品質管理系統(ISO9001)有效。</p> <p>7. 食品安全訊息通報系統</p> <p>由研究發展部國內外食品安全重要資訊及法規變動並傳於相關業務單位，使同仁掌握正確重要之食安事件與安全衛生相關法規訊息。</p>																		
<table border="1" style="margin: auto;"> <thead> <tr> <th colspan="3">112 年</th> </tr> <tr> <th>小時</th> <th>人次</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>中壢廠</td> <td>51</td> <td>498</td> </tr> <tr> <td>斗六廠</td> <td>14</td> <td>151</td> </tr> <tr> <td>總計</td> <td>65</td> <td>629</td> </tr> </tbody> </table>					112 年			小時	人次		中壢廠	51	498	斗六廠	14	151	總計	65	629
112 年																			
小時	人次																		
中壢廠	51	498																	
斗六廠	14	151																	
總計	65	629																	

編號	內容	對應章節	適用標準	作業辦法第4條 產製別永續 發展指標																				
8	<p>對從業人員、作業場所、設施衛生管理之稽核</p> <p>●本公司為確保各項飲料產品品質與安全，除了專注於原料的安全監測，更致力於產品生產過程之管理，從產品製程設計開始，即進行生產環境衛生分析和管理之稽核，包含從業人員、作業場所、設施衛生之管理，確認產品製程各步驟皆在安全之管理範圍內，符合食品衛生管理法之要求，完成建築防塵設施、工作空間與員工設施、空氣、水、能源供應、廢棄物及污水處理、廢棄物管理、消毒與預防措施、原料、交叉污染預防管理、清潔與衛生、蟲害、人員衛生之管制，力求每一步驟皆符合要求，廠內設有專責小組定期對產品製程、廠區環境衛生、人員衛生作業、設備清潔衛生進行討論，並由公司選派專員赴各工廠之稽核，因應市場上相關食品安全之要求，符合消費者對產品之期望。</p> <p>●上述食品衛生管理相關稽核範圍包括：中藥廠、牛六廠所生產之所有產品類別，佔比為100%。</p>																							
9	<p>截至112年底，1件違反食品衛生管理法及1件違反健康食品管理法。</p> <p>1. 關於健康食品管理法：總代理與委託代理商不遵守，依食品衛生管理法裁罰罰鍰40,000元。</p> <p>2. 已完成舊版包裝下架回收1次，下架產品總重0.03公噸。</p> <p>3. 茶花牌茶葉內容容涉及健康食品管理法標示及廣告違規不實，將依法向衛生局申報，本公司主動下架廣告並向衛生局說明免罰後，未遭裁罰。</p>	2.4 法規遵	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之「編號九」	<table border="1"> <tr><th colspan="2">單位：百萬公升</th></tr> <tr><th colspan="2">112年</th></tr> <tr><th>類別</th><th>總公司</th></tr> <tr><td>地下水</td><td>257</td></tr> <tr><td>第三方的水</td><td>514</td></tr> <tr><td>自來水</td><td>771</td></tr> <tr><td>總取水量</td><td>366</td></tr> <tr><td>耗水量</td><td>14</td></tr> </table>	單位：百萬公升		112年		類別	總公司	地下水	257	第三方的水	514	自來水	771	總取水量	366	耗水量	14				
單位：百萬公升																								
112年																								
類別	總公司																							
地下水	257																							
第三方的水	514																							
自來水	771																							
總取水量	366																							
耗水量	14																							
10	<p>1. 自製產品重量</p> <p>飲料(自產自銷): 1.68 億升</p> <p>飲料(委外代工自銷): 0.32 億升</p> <p>飲料(代工代銷): 0.29 億升</p> <p>飲料(代工): 0.03 億升</p> <p>酒類(代理及經銷): 0.07 億升</p> <p>罐頭食品(委外代工自銷): 6.26 公噸</p> <p>2. 生產設施場所包含中藥廠與牛六廠(共兩廠)。</p>	4.2 供應商管理	GRI 414-1: 2016 使用社會標準篩選	<table border="1"> <tr><th colspan="2">單位：百元</th></tr> <tr><th colspan="2">112年</th></tr> <tr><th>類別</th><th>總公司</th></tr> <tr><td>飲料(自產自銷)</td><td>1,680,000,000</td></tr> <tr><td>飲料(委外代工自銷)</td><td>320,000,000</td></tr> <tr><td>飲料(代工代銷)</td><td>290,000,000</td></tr> <tr><td>飲料(代工)</td><td>30,000,000</td></tr> <tr><td>酒類(代理及經銷)</td><td>70,000,000</td></tr> <tr><td>罐頭食品(委外代工自銷)</td><td>626,000,000</td></tr> <tr><td>總計</td><td>2,716,000,000</td></tr> </table>	單位：百元		112年		類別	總公司	飲料(自產自銷)	1,680,000,000	飲料(委外代工自銷)	320,000,000	飲料(代工代銷)	290,000,000	飲料(代工)	30,000,000	酒類(代理及經銷)	70,000,000	罐頭食品(委外代工自銷)	626,000,000	總計	2,716,000,000
單位：百元																								
112年																								
類別	總公司																							
飲料(自產自銷)	1,680,000,000																							
飲料(委外代工自銷)	320,000,000																							
飲料(代工代銷)	290,000,000																							
飲料(代工)	30,000,000																							
酒類(代理及經銷)	70,000,000																							
罐頭食品(委外代工自銷)	626,000,000																							
總計	2,716,000,000																							
11	<p>112年所合約使用社會、環境與經濟(永續經營)條款)的比率為100%。</p>	4.2 供應商管理	GRI 414-1: 2016 使用社會標準篩選	<table border="1"> <tr><th colspan="2">單位：百元</th></tr> <tr><th colspan="2">112年</th></tr> <tr><th>類別</th><th>總公司</th></tr> <tr><td>飲料(自產自銷)</td><td>1,680,000,000</td></tr> <tr><td>飲料(委外代工自銷)</td><td>320,000,000</td></tr> <tr><td>飲料(代工代銷)</td><td>290,000,000</td></tr> <tr><td>飲料(代工)</td><td>30,000,000</td></tr> <tr><td>酒類(代理及經銷)</td><td>70,000,000</td></tr> <tr><td>罐頭食品(委外代工自銷)</td><td>626,000,000</td></tr> <tr><td>總計</td><td>2,716,000,000</td></tr> </table>	單位：百元		112年		類別	總公司	飲料(自產自銷)	1,680,000,000	飲料(委外代工自銷)	320,000,000	飲料(代工代銷)	290,000,000	飲料(代工)	30,000,000	酒類(代理及經銷)	70,000,000	罐頭食品(委外代工自銷)	626,000,000	總計	2,716,000,000
單位：百元																								
112年																								
類別	總公司																							
飲料(自產自銷)	1,680,000,000																							
飲料(委外代工自銷)	320,000,000																							
飲料(代工代銷)	290,000,000																							
飲料(代工)	30,000,000																							
酒類(代理及經銷)	70,000,000																							
罐頭食品(委外代工自銷)	626,000,000																							
總計	2,716,000,000																							

- 5 -

編號	內容	對應章節	適用標準	作業辦法第4條 產製別永續 發展指標																												
4	<p>112年通過 ISO 22000 (SGS) 及 FSSC 22000 (SGS) 的生產量佔比</p> <table border="1"> <tr><th>類別</th><th>112年</th></tr> <tr><td>中藥廠</td><td>100%</td></tr> <tr><td>牛六廠</td><td>100%</td></tr> <tr><td>總計</td><td>100%</td></tr> </table>	類別	112年	中藥廠	100%	牛六廠	100%	總計	100%	4.1 顧客安全	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之「編號四」																					
類別	112年																															
中藥廠	100%																															
牛六廠	100%																															
總計	100%																															
5	<p>1. 供應商實地稽核</p> <p>●稽核項目</p> <p>本公司針對內容物、包裝、委外代工等應分別制定標準進行實地稽核作業，稽核項目包含食品安全面向。</p> <p>●實地稽核結果</p> <table border="1"> <tr><th>項目</th><th>112年</th></tr> <tr><td>評鑑家數</td><td>73</td></tr> <tr><td>總家數</td><td>111</td></tr> <tr><td>占比</td><td>66%</td></tr> </table> <p>●實地稽核結果</p> <table border="1"> <tr><th>項目</th><th>內容物 (家數)</th><th>包裝 (家數)</th><th>委外代工 (家數)</th></tr> <tr><td>優良</td><td>16</td><td>20</td><td>3</td></tr> <tr><td>合格</td><td>21</td><td>8</td><td>1</td></tr> <tr><td>加碼</td><td>2</td><td>-</td><td>-</td></tr> <tr><td>不合格</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr> </table>	項目	112年	評鑑家數	73	總家數	111	占比	66%	項目	內容物 (家數)	包裝 (家數)	委外代工 (家數)	優良	16	20	3	合格	21	8	1	加碼	2	-	-	不合格	-	-	-	4.2 供應商管理	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之「編號五」	
項目	112年																															
評鑑家數	73																															
總家數	111																															
占比	66%																															
項目	內容物 (家數)	包裝 (家數)	委外代工 (家數)																													
優良	16	20	3																													
合格	21	8	1																													
加碼	2	-	-																													
不合格	-	-	-																													
6	<p>1. 112年 FSC 紙金包裝(非美包)採購金額佔比為100%。</p> <p>2. 112年 PEFC 辦公用紙採購佔比為99.5%。</p>	4.2 供應商管理	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之「編號三」																													

- 6 -

編號	內容	對應章節	適用標準	作業辦法第4條 產製別永續 發展指標																				
8	<p>1. 能源海耗總量: 291,966 GJ</p> <p>2. 非屬電力百分比: 38.27%</p> <p>3. 再生能源使用率: 1.36%</p>	6.2 物料與能源管理	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之「編號八」																					
9	<p>1. 自製產品重量</p> <p>飲料(自產自銷): 1.68 億升</p> <p>飲料(委外代工自銷): 0.32 億升</p> <p>飲料(代工代銷): 0.29 億升</p> <p>飲料(代工): 0.03 億升</p> <p>酒類(代理及經銷): 0.07 億升</p> <p>罐頭食品(委外代工自銷): 6.26 公噸</p> <p>2. 生產設施場所包含中藥廠與牛六廠(共兩廠)。</p>	4.2 供應商管理	GRI 414-1: 2016 使用社會標準篩選	<table border="1"> <tr><th colspan="2">單位：百元</th></tr> <tr><th colspan="2">112年</th></tr> <tr><th>類別</th><th>總公司</th></tr> <tr><td>飲料(自產自銷)</td><td>1,680,000,000</td></tr> <tr><td>飲料(委外代工自銷)</td><td>320,000,000</td></tr> <tr><td>飲料(代工代銷)</td><td>290,000,000</td></tr> <tr><td>飲料(代工)</td><td>30,000,000</td></tr> <tr><td>酒類(代理及經銷)</td><td>70,000,000</td></tr> <tr><td>罐頭食品(委外代工自銷)</td><td>626,000,000</td></tr> <tr><td>總計</td><td>2,716,000,000</td></tr> </table>	單位：百元		112年		類別	總公司	飲料(自產自銷)	1,680,000,000	飲料(委外代工自銷)	320,000,000	飲料(代工代銷)	290,000,000	飲料(代工)	30,000,000	酒類(代理及經銷)	70,000,000	罐頭食品(委外代工自銷)	626,000,000	總計	2,716,000,000
單位：百元																								
112年																								
類別	總公司																							
飲料(自產自銷)	1,680,000,000																							
飲料(委外代工自銷)	320,000,000																							
飲料(代工代銷)	290,000,000																							
飲料(代工)	30,000,000																							
酒類(代理及經銷)	70,000,000																							
罐頭食品(委外代工自銷)	626,000,000																							
總計	2,716,000,000																							
10	<p>1. 自製產品重量</p> <p>飲料(自產自銷): 1.68 億升</p> <p>飲料(委外代工自銷): 0.32 億升</p> <p>飲料(代工代銷): 0.29 億升</p> <p>飲料(代工): 0.03 億升</p> <p>酒類(代理及經銷): 0.07 億升</p> <p>罐頭食品(委外代工自銷): 6.26 公噸</p> <p>2. 生產設施場所包含中藥廠與牛六廠(共兩廠)。</p>	4.2 供應商管理	GRI 414-1: 2016 使用社會標準篩選	<table border="1"> <tr><th colspan="2">單位：百元</th></tr> <tr><th colspan="2">112年</th></tr> <tr><th>類別</th><th>總公司</th></tr> <tr><td>飲料(自產自銷)</td><td>1,680,000,000</td></tr> <tr><td>飲料(委外代工自銷)</td><td>320,000,000</td></tr> <tr><td>飲料(代工代銷)</td><td>290,000,000</td></tr> <tr><td>飲料(代工)</td><td>30,000,000</td></tr> <tr><td>酒類(代理及經銷)</td><td>70,000,000</td></tr> <tr><td>罐頭食品(委外代工自銷)</td><td>626,000,000</td></tr> <tr><td>總計</td><td>2,716,000,000</td></tr> </table>	單位：百元		112年		類別	總公司	飲料(自產自銷)	1,680,000,000	飲料(委外代工自銷)	320,000,000	飲料(代工代銷)	290,000,000	飲料(代工)	30,000,000	酒類(代理及經銷)	70,000,000	罐頭食品(委外代工自銷)	626,000,000	總計	2,716,000,000
單位：百元																								
112年																								
類別	總公司																							
飲料(自產自銷)	1,680,000,000																							
飲料(委外代工自銷)	320,000,000																							
飲料(代工代銷)	290,000,000																							
飲料(代工)	30,000,000																							
酒類(代理及經銷)	70,000,000																							
罐頭食品(委外代工自銷)	626,000,000																							
總計	2,716,000,000																							
11	<p>112年所合約使用社會、環境與經濟(永續經營)條款)的比率為100%。</p>	4.2 供應商管理	GRI 414-1: 2016 使用社會標準篩選	<table border="1"> <tr><th colspan="2">單位：百元</th></tr> <tr><th colspan="2">112年</th></tr> <tr><th>類別</th><th>總公司</th></tr> <tr><td>飲料(自產自銷)</td><td>1,680,000,000</td></tr> <tr><td>飲料(委外代工自銷)</td><td>320,000,000</td></tr> <tr><td>飲料(代工代銷)</td><td>290,000,000</td></tr> <tr><td>飲料(代工)</td><td>30,000,000</td></tr> <tr><td>酒類(代理及經銷)</td><td>70,000,000</td></tr> <tr><td>罐頭食品(委外代工自銷)</td><td>626,000,000</td></tr> <tr><td>總計</td><td>2,716,000,000</td></tr> </table>	單位：百元		112年		類別	總公司	飲料(自產自銷)	1,680,000,000	飲料(委外代工自銷)	320,000,000	飲料(代工代銷)	290,000,000	飲料(代工)	30,000,000	酒類(代理及經銷)	70,000,000	罐頭食品(委外代工自銷)	626,000,000	總計	2,716,000,000
單位：百元																								
112年																								
類別	總公司																							
飲料(自產自銷)	1,680,000,000																							
飲料(委外代工自銷)	320,000,000																							
飲料(代工代銷)	290,000,000																							
飲料(代工)	30,000,000																							
酒類(代理及經銷)	70,000,000																							
罐頭食品(委外代工自銷)	626,000,000																							
總計	2,716,000,000																							

- 9 -

編號	內容	對應章節	適用標準	作業辦法第4條 產製別永續 發展指標																
12	<p>截至112年底，1件違反食品衛生管理法、112年違反法規事件說明：委託製茶葉內容容涉及違反法規事件，委託製茶葉內容容涉及違反法規事件，委託製茶葉內容容涉及違反法規事件。</p>	2.4 法規遵	GRI 416-2: 2016 違反法規事件	<table border="1"> <tr><th colspan="2">單位：百元</th></tr> <tr><th colspan="2">112年</th></tr> <tr><th>類別</th><th>總公司</th></tr> <tr><td>地下水</td><td>257</td></tr> <tr><td>第三方的水</td><td>514</td></tr> <tr><td>自來水</td><td>771</td></tr> <tr><td>總取水量</td><td>366</td></tr> <tr><td>耗水量</td><td>14</td></tr> </table>	單位：百元		112年		類別	總公司	地下水	257	第三方的水	514	自來水	771	總取水量	366	耗水量	14
單位：百元																				
112年																				
類別	總公司																			
地下水	257																			
第三方的水	514																			
自來水	771																			
總取水量	366																			
耗水量	14																			
13	<p>截至112年底，1件違反健康食品管理法、112年違反法規事件說明：委託製茶葉內容容涉及違反法規事件，委託製茶葉內容容涉及違反法規事件，委託製茶葉內容容涉及違反法規事件。</p>	2.4 法規遵	GRI 416-2: 2016 違反法規事件	<table border="1"> <tr><th colspan="2">單位：百元</th></tr> <tr><th colspan="2">112年</th></tr> <tr><th>類別</th><th>總公司</th></tr> <tr><td>地下水</td><td>257</td></tr> <tr><td>第三方的水</td><td>514</td></tr> <tr><td>自來水</td><td>771</td></tr> <tr><td>總取水量</td><td>366</td></tr> <tr><td>耗水量</td><td>14</td></tr> </table>	單位：百元		112年		類別	總公司	地下水	257	第三方的水	514	自來水	771	總取水量	366	耗水量	14
單位：百元																				
112年																				
類別	總公司																			
地下水	257																			
第三方的水	514																			
自來水	771																			
總取水量	366																			
耗水量	14																			
14	<p>112年通過 ISO 22000 (SGS) 及 FSSC 22000 (SGS) 的生產量佔比</p> <table border="1"> <tr><th>類別</th><th>112年</th></tr> <tr><td>中藥廠</td><td>100%</td></tr> <tr><td>牛六廠</td><td>100%</td></tr> <tr><td>總計</td><td>100%</td></tr> </table>	類別	112年	中藥廠	100%	牛六廠	100%	總計	100%	4.1 顧客安全	GRI 416-2: 2016 違反法規事件									
類別	112年																			
中藥廠	100%																			
牛六廠	100%																			
總計	100%																			

- 10 -

編號	內容	對應章節	適用標準	作業辦法第4條 產製別永續 發展指標																																									
6	<p>● 稽核家數與佔比</p> <table border="1"> <tr><th>類別</th><th>家數/佔比</th><th>112年</th></tr> <tr><td>內容物</td><td>評鑑家數</td><td>75</td></tr> <tr><td></td><td>佔比</td><td>100%</td></tr> <tr><td>包裝</td><td>評鑑家數</td><td>32</td></tr> <tr><td></td><td>佔比</td><td>100%</td></tr> <tr><td>委外代工</td><td>評鑑家數</td><td>6</td></tr> <tr><td></td><td>佔比</td><td>100%</td></tr> </table> <p>● 稽核結果佔比</p> <table border="1"> <tr><th>項目</th><th>內容物 (%)</th><th>包裝 (%)</th><th>委外代工 (%)</th></tr> <tr><td>A 級</td><td>97%</td><td>95%</td><td>100%</td></tr> <tr><td>B 級(含)以下</td><td>3%</td><td>5%</td><td>0%</td></tr> </table> <p>納入追溯系統之產品所有產品之百分比</p> <table border="1"> <tr><th>類別</th><th>112年</th></tr> <tr><td>自製產品</td><td>100%</td></tr> <tr><td>委託製茶</td><td>100%</td></tr> <tr><td>總計</td><td>100%</td></tr> </table>	類別	家數/佔比	112年	內容物	評鑑家數	75		佔比	100%	包裝	評鑑家數	32		佔比	100%	委外代工	評鑑家數	6		佔比	100%	項目	內容物 (%)	包裝 (%)	委外代工 (%)	A 級	97%	95%	100%	B 級(含)以下	3%	5%	0%	類別	112年	自製產品	100%	委託製茶	100%	總計	100%	4.2 供應商管理	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之「編號六」	
類別	家數/佔比	112年																																											
內容物	評鑑家數	75																																											
	佔比	100%																																											
包裝	評鑑家數	32																																											
	佔比	100%																																											
委外代工	評鑑家數	6																																											
	佔比	100%																																											
項目	內容物 (%)	包裝 (%)	委外代工 (%)																																										
A 級	97%	95%	100%																																										
B 級(含)以下	3%	5%	0%																																										
類別	112年																																												
自製產品	100%																																												
委託製茶	100%																																												
總計	100%																																												

- 7 -

編號	內容	對應章節	適用標準	作業辦法第4條 產製別永續 發展指標																																																
7	<p>1. 本公司於102年3月26日正式成立食品安全分銷管理實驗室，並將實驗室名稱取為食品安全實驗室。</p> <p>2. 委託食品安全實驗室 112 年可檢項目包含化學品 536 項及微生物領域 10 項，請參閱報告書「實驗室可檢項目」，亦可詳見本廠材料 TEDA 實驗室認證 2 項及全國經濟基金會 TAF 的實驗室認證 15 項測試檢驗。</p> <table border="1"> <tr><th colspan="2">TAF 實驗室</th><th colspan="2">TFDA 實驗室</th></tr> <tr><td>● 飲料類(茶、咖啡、奶、糖、糖、糖)</td><td>● 包裝(袋裝)飲料</td><td>● 包裝(袋裝)飲料</td><td>● 包裝(袋裝)飲料</td></tr> <tr><td>● 微生物(菌、生菌數、大腸桿菌、霉菌及黴菌)</td><td>● 水及食用冰塊中</td><td>● 水及食用冰塊中</td><td>● 水及食用冰塊中</td></tr> <tr><td>● 三聚氰胺</td><td>● 茶葉類(粉、茶、茶、茶)</td><td>● 茶葉類(粉、茶、茶、茶)</td><td>● 茶葉類(粉、茶、茶、茶)</td></tr> <tr><td>● 雙酚 A</td><td>● 咖啡類</td><td>● 咖啡類</td><td>● 咖啡類</td></tr> <tr><td>● 雙酚 A</td><td>● 罐頭食品</td><td>● 罐頭食品</td><td>● 罐頭食品</td></tr> <tr><td>● 雙酚 A</td><td>● 罐頭食品</td><td>● 罐頭食品</td><td>● 罐頭食品</td></tr> <tr><td>● 雙酚 A</td><td>● 罐頭食品</td><td>● 罐頭食品</td><td>● 罐頭食品</td></tr> </table> <p>3. 檢驗</p> <p>(1) 基本檢驗：原料檢驗時先行檢驗，如檢驗結果與管制標準不符合，則通知廠商予以退貨。</p> <p>(2) 進廠檢驗：原料檢驗時先行檢驗，如檢驗結果與管制標準不符合，則通知廠商予以退貨。</p> <p>4. 實驗室投資金額與佔比</p> <table border="1"> <tr><th colspan="2">單位：千元</th></tr> <tr><th colspan="2">112年</th></tr> <tr><td>實驗室人事成本</td><td>6,245</td></tr> <tr><td>實驗室設備及儀器</td><td>-</td></tr> <tr><td>實驗室其他支出</td><td>5,207</td></tr> <tr><td>總計</td><td>11,452</td></tr> <tr><td>營業淨額</td><td>9,182,200</td></tr> <tr><td>佔比</td><td>0.12%</td></tr> </table>	TAF 實驗室		TFDA 實驗室		● 飲料類(茶、咖啡、奶、糖、糖、糖)	● 包裝(袋裝)飲料	● 包裝(袋裝)飲料	● 包裝(袋裝)飲料	● 微生物(菌、生菌數、大腸桿菌、霉菌及黴菌)	● 水及食用冰塊中	● 水及食用冰塊中	● 水及食用冰塊中	● 三聚氰胺	● 茶葉類(粉、茶、茶、茶)	● 茶葉類(粉、茶、茶、茶)	● 茶葉類(粉、茶、茶、茶)	● 雙酚 A	● 咖啡類	● 咖啡類	● 咖啡類	● 雙酚 A	● 罐頭食品	● 罐頭食品	● 罐頭食品	● 雙酚 A	● 罐頭食品	● 罐頭食品	● 罐頭食品	● 雙酚 A	● 罐頭食品	● 罐頭食品	● 罐頭食品	單位：千元		112年		實驗室人事成本	6,245	實驗室設備及儀器	-	實驗室其他支出	5,207	總計	11,452	營業淨額	9,182,200	佔比	0.12%	4.1 顧客安全	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之「編號七」	
TAF 實驗室		TFDA 實驗室																																																		
● 飲料類(茶、咖啡、奶、糖、糖、糖)	● 包裝(袋裝)飲料	● 包裝(袋裝)飲料	● 包裝(袋裝)飲料																																																	
● 微生物(菌、生菌數、大腸桿菌、霉菌及黴菌)	● 水及食用冰塊中	● 水及食用冰塊中	● 水及食用冰塊中																																																	
● 三聚氰胺	● 茶葉類(粉、茶、茶、茶)	● 茶葉類(粉、茶、茶、茶)	● 茶葉類(粉、茶、茶、茶)																																																	
● 雙酚 A	● 咖啡類	● 咖啡類	● 咖啡類																																																	
● 雙酚 A	● 罐頭食品	● 罐頭食品	● 罐頭食品																																																	
● 雙酚 A	● 罐頭食品	● 罐頭食品	● 罐頭食品																																																	
● 雙酚 A	● 罐頭食品	● 罐頭食品	● 罐頭食品																																																	
單位：千元																																																				
112年																																																				
實驗室人事成本	6,245																																																			
實驗室設備及儀器	-																																																			
實驗室其他支出	5,207																																																			
總計	11,452																																																			
營業淨額	9,182,200																																																			
佔比	0.12%																																																			

- 8 -



HeySong





*HeySong*

