



2020

漢來美食企業社會責任報告書

CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY REPORT

目錄

	經營者的話	1		3. 誠信永續經營	26		6. 社會環境友善	59
				3-1 公司治理	26		6-1 關懷社會	59
				3-2 法規遵循	32		6-2 環境理念	62
				3-3 風險管理	32		6-3 氣候變遷與能資源管理	63
				3-4 經濟績效	37		6-4 廢棄物管理	65
	2020年績效亮點	2						
	關於本報告書	3						
	1. 利害關係人溝通與鑑別	4		4. 食品安全防護	39		7. 職場和諧健康	68
	1-1 利害關係人溝通	4		4-1 供應鏈管理	39		7-1 員工組成	68
	1-2 重大主題鑑別與管理	8		4-2 食安及溯源管理	42		7-2 員工薪資福利	73
	1-3 2020年重大主題與聯合國 永續發展目標(SDGs)之連結	13		4-3 顧客健康與安全	52		7-3 勞資溝通	74
				4-4 產品與服務標示	53		7-4 員工安全照護	75
							7-5 人才培育	82
	2. 關於漢來美食	19		5. 品牌價值提升	54		8. 附錄	86
	2-1 公司簡介	19		5-1 品牌策略	54		8-1 GRI Standards揭露項目索引	86
	2-2 重要大事紀	23		5-2 行銷溝通與顧客滿意	55		8-2 會計師有限確信報告	90
	2-3 永續目標及規劃	25		5-3 客戶資訊保護	58			

經營者的話



董事長



2021 年全球各國雖然已開始施打 COVID-19 疫苗，但疫情的威脅仍難在短期內解除，國家的門戶也無法正常打開，商務的往來更是窒礙重重，消費環境原被網綁於內需市場，也因 5 月中旬本土疫情爆發而受到嚴重影響，對於餐飲產業而言

只能努力堅持，設法開源節流。

回顧 2020 年，本公司在品牌拓點的工作上，並未受到疫情影響而停下腳步，名人坊、漢來上海湯包及蔬食品牌之五梅先生都開出新的分店，新的品牌「上菜」片皮鴨專賣店也順利在桃園開出；且因著疫情的發生，本公司也順勢發展電商產品，透過公司強大的廚師研發團隊和採購尋訪優質的代工廠商，讓漢來美食的優良產品能夠以常溫或冷凍包裝型式走進消費者的家中，因此 2020 年仍交出亮麗的成績單。

漢來美食自成立以來，一直秉持「誠信經營」、「創新研發」、「共好共享」、「綠色友善」的經營理念，面對日趨嚴峻的經營環境，也始終堅持將最高品質的餐飲內容提供給消費者，我們也有信心能夠在這條永續經營的道路上，穩健的向前邁進。

董事長

總經理



2020 年全球迎來了史無前例的重大疫情，餐飲業蒙受超過 2003 年 SARS 疫情所帶來的衝擊。所幸，漢來美食的財務體質健全，在所有員工共同努力下，我們不但沒有減薪、裁員，更維持住與 2019 年度相同的獲利。

漢來美食的發展策略，是本業經營與新事業發展雙向並進。本業上針對舊店進行改裝和調整，面對新市場、新競爭、新品牌，以穩健經營和進化轉型站穩本業基礎。面對疫情帶來的衝擊，我們在最短的時間內，創造出多項宅美食商品，透過研究發展、專案執行的過程，整合漢來美食在新產品、新製程、新夥伴、新市場的核心能力，拓展產品線、加強通路佈局，快速發展電商新事業。

漢來美食擁有近 2,000 名員工，每年服務超過 500 萬人次顧客，做為一個肩負企業社會責任的公司，我們在經濟、環境、社會等各個面向堅守企業承諾，對員工努力營造安心安全的工作環境，對供應商推動產銷履歷、引進小農及溯源產品，對顧客提供優質的餐食與服務，此外，更致力於公益慈善。我們將持續強化體質、克盡本份，推動良善的正面循環，以成為最受消費者喜愛的餐飲品牌為目標。

總經理

2020 年績效亮點



誠信永續經營

- 回饋股東，連續三年配發現金股利7元
- 排名公司治理評鑑前5%之上櫃公司，為上市櫃公司唯一進入第一級距之餐飲公司
- 獲「2020第十三屆TCSA企業永續報告獎」銅獎，為連續二年獲獎
- 成立「風險管理委員會」
- 設置公司治理主管



食品安全防護

- 可溯源管理品項的採購金額佔所有原物料之採購總額99.2%
- 通過HACCP 驗證的餐廳營收佔總營收比例27.5% (較2019年成長76.2%)
- 可認證優良餐廳取得標章率88.6%，其營收佔總營收92.3%(較2019年成長2.9%)
- 持續取得實驗室能力試驗通過證書



品牌價值提升

- 推出兩個全新品牌餐廳「安那居」、「上菜」
- 成立電商部門，研發推出電商食品"來拌麵"及冷凍食品，以因應宅經濟
- 展店品牌-"名人坊"、"漢來軒"之顧客滿意度調查，『餐食』『服務』『環境』均超過90%
- 台中名人坊獲米其林餐廳推薦名單
- 台中漢來軒主廚獲米其林名廚肯定



社會環境友善

- 結合本業，與喜憨兒基金會攜手合作年度公益活動及提升憨兒職場技能
- 「漢來美食社會福利公益信託」提供急需安養補助者，2020年補助款為128萬元
- 採購國際認證項目之採購金額較2019年成長86.53%
- 每仟元營業額平均廚餘量較2019年減少19.1%



職場和諧健康

- 通過衛生局核發之健康啟動標章認證，並持續朝健康促進標章認證邁進
- 優於法令規範之頻率辦理醫師及職護臨場服務
- 建教合作，提供校園實習生520個職缺(較2019年成長134.2%);並獲2020產學合作績優實習機構
- 育嬰留停復職週年留任率100%
- 應進用身心障礙人員16名，實際進用20名，超額進用4名

關於本報告書



本報告書是漢來美食股份有限公司(以下簡稱為「漢來美食」)第4年發行企業社會責任報告書(以下簡稱為「本報告書」)，揭露漢來美食於經濟、環境與社會面向之相關議題，彙整相關績效以做適當說明。

■ 發行概況

首次報告發行時間: 2018年11月

上次報告發行時間: 2020年07月

本次報告發行時間: 2021年07月

下次報告預計時間: 2022年07月

■ 報告期間與揭露範疇

本報告書資訊揭露期間為2020年1月1日至12月31日。本次揭露範圍為漢來美食之企業個體，針對全台各分公司、中央工廠，以及品牌與相關活動，內容觸及公司治理、經濟、環境、社會及產品責任等面向，且為求連續有效性表達，報告書部分績效內容涵蓋近三年之數據資訊。

■ 撰寫與編輯原則

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

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

■ 內部審查

本報告書揭露內容由各任務小組搜集撰寫，經相關單位主管初步查證，再交由CSR統籌組進行整合、校對、勾稽及彙編，各單位主管同意職轄內容之呈現後由召集人與副召集人作最後確認。財務數據引用

自會計師查核後公開之資訊，部分數據引用政府機關所公布或本公司自行統計的資料，以四捨五入為原則，並依一般慣性之數值描述方式呈現。

■ 外部確信

本報告書由勤業眾信聯合會計師事務所進行獨立有效確信，依據GRI永續性報導準則及財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」進行查核，本報告書之編製係符合GRI Standards核心選項(Core)之規範，由會計師出具確信意見書，確信範圍及結論請詳附錄之確信報告(第90頁)。

■ 聯絡資訊

對本報告書有任何疑問，歡迎建議或賜教。

漢來美食股份有限公司

聯絡單位：財務部

聯絡人：王碧玲

地址：高雄市前金區成功一路266號21樓之1

電子郵件信箱：stock@hilai-foods.com

公司網址：<http://www.hilai-foods.com>

電話：+886-7-2135788 分機 7205

1. 利害關係人溝通與鑑別



漢來美食藉由 2020 年企業社會責任報告書的發行，深入與不同類別利害關係人溝通與交流，擴大溝通管道、聽取更多之意見，以了解各類利害關係人對於漢來美食在永續營運之寶貴意見，進而作為公司內部經營管理之參考重點。漢來美食以每三年重新鑑別利害關係人與重大議題的頻率進行問卷發放，透過鑑別利害關係人、評估關注議題、評估衝擊議題及確認重大議題等 4 步驟，進行利害關係人與重大議題分析。本年度採用 2019 年之結果，針對鑑別出的重大議題與利害關係人進行持續性的溝通。

1-1 利害關係人溝通

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

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

No.	利害關係人 (依重要性排序)	對漢來美食的意義	主要關注議題 (依重視程度排序)	溝通途徑 (頻率)	2020年溝通實績
1	 員工	提供美味餐飲與優質服務 乃為漢來美食最高的營運 方針，而員工是提供溫馨 及感動式服務優質服務重 要的本體，因此，漢來美食 視員工為重要的資產，重 視員工意見、塑造和諧勞	食品安全與品質管理 職場安全與健康促進 店面環境管理	<ul style="list-style-type: none"> • 食安會議 (每季) • 食安相關時事、新知佈達 (不定期) • 職業安全衛生委員會議 (每季) • 職業安全衛生查核 (定期及不定期) • 各項職安宣導及辦理公告 (視需求) • 職業安全衛生教育訓練 (不定期) • 臨場健康服務管理 (定期) 	<ul style="list-style-type: none"> • 共 4 次食品安全會議 • 全台內部聯合稽查店面環境涵蓋率 100% • 共 4 次職業安全衛生委員會議 • 全台內部稽查店面職業安全衛生環境，共計 12 次 • 職業安全衛生講座/教育訓練共 20 場次，參與人數為 1,480 人次、總時數 25 小時

No.	利害關係人 (依重要性排序)	對漢來美食的意義	主要關注議題 (依重視程度排序)	溝通途徑 (頻率)	2020年溝通實績
		資關係及營造優質工作環境是經營管理中極為重要的一環		<ul style="list-style-type: none"> • 健康促進講座/活動 (視需求) • 獎懲異動公告 (視需求) • 勞資會議 (每季) • 職工福利委員會 (每季) • 員工意見反應 (即時) • 部門會議 (視需求) 	<ul style="list-style-type: none"> • 職護臨場服務 445 場次、醫師臨場服務 36 場次、總計服務案件 417 件 • 健康檢查活動參加人數共計 1,167 人次 • 健康促進講座/活動共 5 場次、共 282 人參加 • 共 4 次勞資會議 • 共 4 次職工福利委員會 • 隨時接收處理員工意見反應、電話、mail、LINE 等、全年期 20 件反應及回覆
2	 客戶/消費者	客戶/消費者是公司營收及獲利最主要的來源，其訴求為市場資訊最有效取得的方式，可提供營運單位即時修正與精進服務	企業形象 店面環境管理 食品安全與品質管理	<ul style="list-style-type: none"> • 顧客現場反應 (即時) • 餐廳顧客意見調查表 (紙本 / 網路版) (即時) • 餐廳服務專線 (即時) • 客服信箱 (不定期) • 社群平台、通訊軟體 (即時) • 業務拜訪 / Mail (不定期) 	<ul style="list-style-type: none"> • 本公司設有官方網站及公司、品牌臉書、LINE@，各餐廳並設有服務專線，消費者可隨時透過以上管道留言表達意見，本公司也有專人每日定時上網回覆顧客詢問及留言 • 各餐廳均提供紙本或網路顧客意見調查表，鼓勵顧客用餐後填寫用餐滿意度，並提供餐飲禮券答贈 • 本公司利害關係人專區設置客服信箱 service@hilai-foods.com，可與顧客保持良好溝通管道
3	 股東/投資人	漢來美食是由股東 / 投資人出資營運，對於出資者所關注的議題，經營團隊應適當回應與檢討改善	食品安全及品質管理 永續發展策略 企業形象	<ul style="list-style-type: none"> • 投資人服務信箱 (每日) • 投資法人拜訪 (不定期) • 公開資訊觀測站 (法令期限內) • 股東大會 (每年至少一次) • 股東會年報 (一年一次) • 企業社會責任報告書 (一年一次) • 法人說明會 (每三年至少一次) • 利害關係人專區 (適時更新) 	<ul style="list-style-type: none"> • 每日接收投資人服務信箱 stock@hilai-foods.com • 每季平均 1 次法人拜訪 • 全年發佈 24 則重大訊息 • 2020 年 5 月 28 日召開股東常會 • 2020 年 5 月 8 日年報上傳公開資訊觀測站及官網 • 2020 年 7 月 22 日 CSR 報告書上傳公開資訊觀測站及官網 • 預計 2021 年或 2022 年辦理法人說明會 • 變動時整理更新利害關係人專區

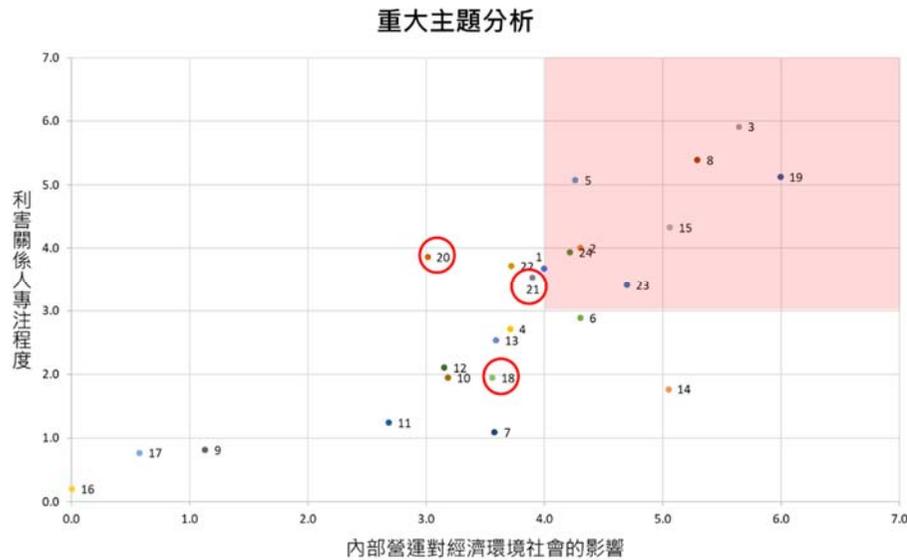
No.	利害關係人 (依重要性排序)	對漢來美食的意義	主要關注議題 (依重視程度排序)	溝通途徑 (頻率)	2020年溝通實績
4	 主管機關	除遵循主管機關相關規範、主動配合法令政策宣導，並藉由溝通取得主管機關的信任、支持及合作，以更臻健全公司治理	企業形象 法規遵循 風險管理	<ul style="list-style-type: none"> • 法遵查核 (每年一次) • 風險評估 (每年一次) • 公司治理評鑑 (每年一次) • 外部機構評鑑 (視需求) • 主管機關查核及參訪 (不定期) • 主管機關電子問卷 (不定期) • 行文、函令 (不定期) • 公文往返、電話洽詢 (不定期) • 部會首長信箱 (視需求) 	<ul style="list-style-type: none"> • 內部稽核每年依法規進行一次法規遵循查核 • 公司每年一次風險自評，並向風險管理委員會報告 • 2020 年第七屆公司治理評鑑結果，漢來美食為上櫃公司前 5%，在第一級距 • 2020 年榮獲 TCSA 企業永續報告獎-銅獎 • 配合主管機關稽核或來函給予及時回覆，並盡可能配合主管機關舉辦之活動 • 更新餐券應記載不得記載事項 • 回覆辦理消保會來文消費爭議
5	 供應商	供應商所提供的貨品品質、規格及性能等，會影響使用單位及使用者，因此漢來美食與供應商是互相的關係，一方提出需求一方供給滿足，雙方皆需維持良好信譽及合作默契	企業形象 產品及服務標示 風險管理	<ul style="list-style-type: none"> • 通訊 (依需求) • 面談 (依需求) • 廠商評核 (一年一次) • 實地訪廠 (視需求) • 開標會議 (每月一次) • 工程協調會 (每個案場每周 2 次) • 廠商提供檢驗資料 (每批進貨) • 雙方專門職業人員溝通 (不定期) 	<ul style="list-style-type: none"> • 廠商評核 796 家，全數為優良級 • 實地訪廠 46 家，全數為優等或非常優 • 開標會議 12 次 • 2020 年改裝 6 間、展店 4 間餐廳，每個案場每周有 2 次的工程協調會 • 2020 年承攬商駐場施工協議組織會議共 14 場 • 2020 年廠商提供檢驗資料 1,185 份、輸入許可證 354 份，共 1,539 份 • 2020 年食材自主檢驗 301 次、委外檢驗 72 次
6	 媒體/網路社群	媒體 / 網路社群代表的是整個社會的縮影，輿論的力量尤其不能忽視，在現今網路發達的社會裡，若企業產生負面消息即可能造成苦心經營的形象傾毀	產品與服務創新 企業形象 食品安全與品質管理	<ul style="list-style-type: none"> • 記者會 (視需求) • 新聞稿 (每月 / 不定期) • 網路部落客邀約 (視需求) • 社群平台 (每日) • 公司網站 (不定期) 	<ul style="list-style-type: none"> • 展店時均會於新分店舉辦媒體餐敘，透過大眾媒體傳播，讓消費者得知展店訊息 • 每月揭露營運績效時均會受邀平面及網路媒體發布新聞稿 • 不定期邀請網路知名部落客或美食家到餐廳試菜

No.	利害關係人 (依重要性排序)	對漢來美食的意義	主要關注議題 (依重視程度排序)	溝通途徑 (頻率)	2020年溝通實績
					<ul style="list-style-type: none"> 本公司透過公司網站、社群平台(FB、IG、LINE@)發布最新餐飲訊息及優惠，與消費者互動
7	 <p>學校</p>	<p>本公司本著培育餐飲菁英之理念，提供學校觀光及餐飲相關科系學生建教合作之機會，並依學校合作規定、學生實習需求及法規遵循作為經營過程中溝通交流之重點</p>	<p>法規遵循 店面環境管理 企業形象</p>	<ul style="list-style-type: none"> 就業宣導 (不定期) 餐廳參訪 (不定期) 校園講座 (不定期) 實習生餐敘 (每半年) 產學合作 (每學期/不定期) 	<ul style="list-style-type: none"> 就業宣導 45 場 學校參訪 15 場 主管參與校園講座 9 場 實習生餐敘全台 18 場 建教合作 69 間 (高職 11 間、大專 58 間)
8	 <p>公益團體</p>	<p>本公司取之於社會、用之於社會，理應做更多利之於社會的事，因此對於參與社會公益、配合地方發展一向不遺餘力</p>	<p>客戶隱私保護 顧客健康與營養 店面環境管理</p>	<ul style="list-style-type: none"> 慈善餐會 (每年) 愛心捐款 (不定期) 	<ul style="list-style-type: none"> 本公司結合本業自公司設立起每年均以慈善餐會方式為弱勢團體募集資金購買輔具及生財器具。(2020 年因新冠疫情暫停此活動) 結合本業，與喜憨兒基金會攜手合作年度公益活動及提升憨兒職場技能 2019 年委託臺灣土地銀行信託部管理「漢來美食社會福利公益信託」，提供補助急需安養補助者，2020 年之補助款為 128 萬元
9	 <p>社區</p>	<p>漢來美食之營業店面皆設於飯店及百貨賣場中，與社區、飯店、百貨商場具有相依相存的互利互惠關係，維持彼此良好互動及建立和諧關係極為重要</p>	<p>法規遵循 職場安全與健康促進 永續發展策略</p>	<ul style="list-style-type: none"> 溝通會議 (不定期) 社區關懷 (不定期) 活動舉辦 (不定期) 	<ul style="list-style-type: none"> 本公司不定期與分店所處之百貨賣場進行公共安全、行銷規劃、營運管理等溝通會議 2020 年捐贈 11 家社福團體或社團法人及高雄市消防局約 66 萬元 本公司與高雄市互愛關懷協會共同舉辦《回家》公益電影放映活動，以推廣「在宅醫療」的觀念，加強「家醫照護」的重要性，吸引近 120 人到場觀影

1-2 重大主題鑑別與管理

▪ CSR 委員會

漢來美食訂定「企業社會責任實務守則」，相關部門在職責內善盡本份，均以企業社會責任及永續經營為理念。本公司 CSR 委員會由董事會授權董事長及總經理擔任正/副召集人，依單位業務性質分設功能小組。統籌組並至少按季向董事會報告執行情形，2020 年於 3/10、5/7、8/6 及 12/24，共 4 次向董事會報告 ESG 執行進度或結果。



2019 年度，漢來美食依據 GRI 永續報告準則 (GRI Standards) 之各主題、產業特性及年度重要發展設計問卷，區分為公司治理、經濟、環境、社會、產品責任等五大面向，提出 24 項議題以電子問卷方式於 2019 年 12 月發放予利害關係人，2020 年 1 月回收有效問卷 219 份，分析利害關係人對永續議題的主要關注議題，另有紙本問卷 6 份由漢來美食高階長官依據各永續議題評估營運對經濟、環境、社會的衝擊度後，繪製重大議題矩陣。2020 年度漢來美食將 2019 年鑑別之重大議題分析結果進行進一步的管理，並持續關注重大議題管理的完善狀況。

經重大議題分析後，8 個重大議題依分數高低排序分別為「企業形象」、「食品安全與品質管理」、「店面環境管理」、「法規遵循」、「職場安全衛生與健康促進」、「誠信經營與公司治理」、「行銷溝通與顧客滿意」及「客戶隱私保護」。

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

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

▪ 重大議題對應 GRI Standards 主題

重大議題 (依重要性排序)	GRI 主題	衝擊邊界與衝擊程度	管理方針與評量機制	回應章節
企業形象	一般揭露	<ul style="list-style-type: none"> 企業形象關係到員工在此工作的榮譽與尊榮感，良好的企業形象，對員工而言也會有良性的責任感產生；反之，員工可能會因為不良企業而產生職業倦怠 企業形象關係到公司在社會上的價值與定位，優良的企業形象可能需要數十年甚至更長久的時間才能奠定，但卻有可能傾毀於一旦 	<ul style="list-style-type: none"> 建立優良、專業的企業品牌形象，提升公司治理及取得外部評比認可，並積極參與公益及社會活動 為了避免負面的口碑及客訴擴大效應影響公司形象，一旦發生客訴，就必須立刻處理，彌平顧客的不滿意 	3-1 公司治理 3-3 風險管理 5-2 行銷溝通與顧客滿意 6-1 關懷社會
食品安全與品質管理	顧客健康與安全	<ul style="list-style-type: none"> 若食品安全或品質有發生疑慮時，可能對消費者的健康產生衝擊，亦對公司的營運績效造成衝擊，進而影響股東/投資人的信心，及直接影響食品原物料供應商、製造商或通路商的企業信譽 	<ul style="list-style-type: none"> 建立產品追溯追蹤管理制度 設置食品安全實驗室及食品專業人員把關 落實食品安全衛生管理政策 	4-1 供應鏈管理 4-2 食安及溯源管理 4-3 顧客健康與安全 4-4 產品與服務標示
店面環境管理	能源 排放 廢汙水和廢棄物	<ul style="list-style-type: none"> 店面環境管理直接影響客戶健康與安全，店鋪環境維護是為創造安心的用餐環境 若店面環境管理不當，可能對品牌形象產生衝擊，亦對消費者用餐滿意度造成影響，進而影響公司營運績效 	<ul style="list-style-type: none"> 每日自主檢查並填寫餐飲衛生自主管理檢查表 定期環境衛生查核 客戶滿意度調查（環境） 落實「環境及能資源管理政策」 	4-2 食安及溯源管理 5-2 行銷溝通與顧客滿意 6-2 環境理念 6-3 氣候變遷與能資源管理 6-4 廢棄物管理

重大議題 (依重要性排序)	GRI 主題	衝擊邊界與衝擊程度	管理方針與評量機制	回應章節
法規遵循	有關環境保護的法規遵循 社會經濟法規遵循	<ul style="list-style-type: none"> 若未遵照各類與經營相關法規，恐涉行政處分或司法判決，將招致經濟上不利益，影響投資人、公司利益，更破壞企業形象，造成社會負面影響 未遵循食品安全、產品標示等法規，會影響客戶/消費者購買的產品品質及權益，進而影響公司經營績效 未遵循環境保護法規，會產生社區的環保問題，將影響公司信譽 未遵循勞工相關法規，員工權益將受影響 	<ul style="list-style-type: none"> 推動誠信經營相關課程，並每年執行稽核程序，透過稽核之方式檢核法規遵循情形 漢來美食依相關食安法規訂定「食品安全監測計畫」，包含《食品安全衛生管理法》、《食品良好衛生規範準則》、《食品安全管制系統準則》、《食品及其相關產品追溯追蹤系統管理辦法》及《食品業者應保存產品原材料、半成品及成品來源文件之種類與期間》等 環境保護遵循廢棄物清理法辦理，做好廢棄物的源頭管理，善盡督導責任 至少每季召開勞資會議宣導及溝通最新法令及相關應用 	<p>3-1 公司治理 3-2 法規遵循 4-2 食安及溯源管理 6-4 廢棄物管理 7-3 勞資溝通</p>
職場安全衛生與健康促進	職業安全衛生	<ul style="list-style-type: none"> 企業如違反職業安全衛生法，除企業將受主管機關相關處罰及罰鍰造成企業形象受損，並可能造成員工生理上不可逆之傷害。而重視職場安全衛生可保障員工安全與健康外，也可強化員工對企業之認同感 針對餐廳環境做職業安全衛生各類防護措施，如用餐環境加強防滑措施及控管化學品源頭輸入等，避免客戶及消費者因接觸本公司不安全環境或設備造成安全衛生傷害；另外，駐點在商場百貨之餐廳，配合商場辦理職業安全衛生措施，避免造成公共場所危害，影響整體營運 若違反職業安全衛生法規定或發生重大職業災害公諸於媒體時，企業將遭受勞動檢查機構開 	<ul style="list-style-type: none"> 職安室每年設定職業安全衛生教育訓練目標及訓練之績效指標 職安室每年推行及運作預防職場不法侵害、人因危害防止、異常工作負荷促發疾病預防及母性健康保護等四大計畫 每季召開職業安全衛生委員會議，由董事長擔任主任委員，總經理擔任副主任委員，會議中針對職業安全衛生事件進行協調、審議及決議 工傷事件發生須通報單位主管、總公司人資部與職安室協助處理 工傷發生 7 日內該單位須填寫傷害事故報告，並簽核至總公司，確認後續處理情形及災害防止對策 	<p>7-4 員工安全照護</p>

重大議題 (依重要性排序)	GRI 主題	衝擊邊界與衝擊程度	管理方針與評量機制	回應章節
		罰，使投資方利益損害並引起社會大眾恐慌及議論，而導致企業形象受損		
誠信經營與公司治理	一般揭露	<ul style="list-style-type: none"> 違反誠信經營，可能直接衝擊漢來美食之經營績效及商譽 企業之公司治理運作不合理或不健全時可能造成經營管理不穩定，進而影響股東權益 	<ul style="list-style-type: none"> 為提升公司治理、強化風險控管及建立誠信之企業文化，人資單位每年辦理誠信經營守則之相關教育宣導 參考金融監督管理委員會「強化我國公司治理藍圖」之評鑑指標，輔以推動漢來美食的公司治理，每年設定評鑑排行的績效指標 參加外部評比，例如天下 CSR 企業公民獎及 TCSA 企業永續報告獎，以調整精進公司治理 	<p>2-1 公司簡介</p> <p>3-1 公司治理</p>
行銷溝通與顧客滿意	一般揭露	<ul style="list-style-type: none"> 餐飲業的服務是一種體驗式的服務，尤其是在網路發達、人人都是傳媒的現代，顧客一點點的不滿意就有可能散播在網路上，企業不得不謹慎 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客滿意度調查問卷（餐食、服務、環境），由行銷企劃部及業務部整合消費者的意見進行分析及檢討改善 委託專業數據與網路聲量調查公司，對漢來美食及競爭品牌進行數據分析與調查，定期了解市場及消費者對於重點品牌的好感度與活動行銷效益評估 針對可能受到米其林評鑑之餐廳，訂定訓練項目及課程，並於完成訓練之後進行考評 	<p>5-1 品牌策略</p> <p>5-2 行銷溝通與顧客滿意</p>
客戶隱私保護	客戶隱私	<ul style="list-style-type: none"> 相關業務同仁在進行會員資料管理、訂位服務及行銷工作時，都會涉及顧客個資，對於個資法的內容，員工有必要清楚了解且嚴格遵守，因客戶隱私保護直接影響企業誠信與營運績效 	<ul style="list-style-type: none"> 本公司有義務將客戶的個資做最安全及隱密的保護，所有與個資有關之表單，在統一集中保管期限到後，即會送往焚燒場銷毀，並拍照存證 漢來美食聯名卡卡友的個資，都是直接由發卡銀行行員到館取件，減少經手人員 	5-3 客戶資訊保護

重大議題 (依重要性排序)	GRI 主題	衝擊邊界與衝擊程度	管理方針與評量機制	回應章節
		<ul style="list-style-type: none"> 重視客戶隱私為員工必須善盡之義務，透過有效系統規範達到遵循，可使客戶提升對公司的信任感，進而促成更多的業務機會 	<ul style="list-style-type: none"> 嚴格控管資料存取權限，以降低客戶隱私遭到不法運用之風險 持續對員工加強資訊安全宣導與教育 	
產品與服務標示	行銷與標示	<ul style="list-style-type: none"> 產品標示是許多消費者購買時的參考資訊，正確的標示才能讓消費者有更清楚的選擇依據 產品標示不清楚或不符規定時，可能有誤導消費者之疑慮，會直接衝擊漢來美食的品牌形象，及營運績效，亦會衝擊供應商的聲譽 	<ul style="list-style-type: none"> 自製產品由廚師確實填寫食品生產內容物分析表 遵循食品標示規定，黏貼成分標籤、產地標示或過敏原揭露等資訊 	<p>4-2 食安及溯源管理</p> <p>4-3 顧客健康與安全</p> <p>4-4 產品與服務標示</p>
顧客健康與營養	顧客健康與安全	<ul style="list-style-type: none"> 漢來美食對食安的堅持，目的是讓消費者吃得新鮮健康、安心安全，若食品衛生管理有疑慮時，會直接對消費者健康產生影響，主管機關也會對作業場所調查，並採取相關預防及輔導措施 	<ul style="list-style-type: none"> 每年維持實驗室能力試驗資格 每年維持通過 HACCP 之餐廳認證有效性 每年維持通過優良餐廳認證有效性 每年申請（或通過）優良餐廳及 HACCP 評核 	<p>4-2 食安及溯源管理</p> <p>4-3 顧客健康與安全</p>
供應鏈及產品溯源管理	採購實務 供應商環境評估 供應商社會評估	<ul style="list-style-type: none"> 對內若對供應商溯源無妥善規劃與管理時，會直接影響漢來美食的進貨品質、食品安全及營運績效等，並衝擊漢來美食與供應商的合作。 對外若對供應商溯源無妥善規劃與管理時，會造成無法確認產品異常及產品標示資訊錯誤，使消費者健康受損及對漢來美食食品安全的信任度受到影響，更直接影響漢來美食的企業形象及合作之供應商商譽。 	<ul style="list-style-type: none"> 菜色開發係由主廚主導，堅持取材於地方 除少數之蔬果、海鮮、肉品及甜點外，以台灣在地生產與製造為採購政策 菜色開發由主廚主導，主廚對於食材之產季、產地及特性，更具有豐富之經驗與要求 採購管理辦法明訂盡可能在地採購以確保食材新鮮度並減少運輸過程的碳排放 每年對新供應商及有交易往來之供應商進行環境面與社會面的評估 	<p>4-1 供應鏈管理</p> <p>4-2 食安及溯源管理</p>

1-3 2020 年重大主題與聯合國永續發展目標(SDGs)之連結

漢來美食 2020 年鑑別分析利害關係人對永續議題的關注議題與聯合國永續發展目標(SDGs)聚焦的 17 項目標，主要有以下 14 項關聯性：

永續發展目標	主要投入	主要活動	主要產出及影響
 <p>1 消除貧窮</p>	<ul style="list-style-type: none"> 提供弱勢族群就業機會： <ul style="list-style-type: none"> -一般身障者求職 -學校特殊教育學生職場見習 2020 年捐款及扶助弱勢族群 	<ul style="list-style-type: none"> 透過就服站提供身障名單 由學校推薦特教生進入職場實習並進行職場養成 全力配合慈善團體舉辦募款餐會 委託臺灣土地銀行信託部管理「漢來美食社會福利公益信託」，提供急需安養補助者 	<ul style="list-style-type: none"> 依據身心障礙者權益保障法第 38 條之聘用人數規定，應進用身心障礙人數 16 人，實際進用人數為 20 人，超額進用人數 4 人；特教生留任 1 人，畢業留任並給予敘職及敘薪 2020 年承接公益性質餐會及活動約 3,300 人次，本公司以贊助場租、部份宴會桌次、餐費折讓的方式，投入相當於 20 萬元物資及成本 自 2019 年起，公益信託扶助對象 32 名，每人每月 5 千元，計 12 個月，2020 年補助款 128 萬元
 <p>2 消除飢餓</p>	<ul style="list-style-type: none"> 每年結合本業提供弱勢族群用餐或募款 投入可溯源有機及小農之農產品採購總金額 4,572 仟元 投入產銷履歷之畜牧產品採購總金額 10,118 仟元 	<ul style="list-style-type: none"> 贊助喜憨兒基金會送愛到部落海港餐券 12 萬元，並攜手合作年度公益活動，結合漢來海港與糕餅小舖之品牌，提供海港餐券獎勵捐款，拋磚引玉，募得公益款項合計 66 萬 與漢神百貨合作舉辦“幫助弱勢家庭兒童陪讀計劃”愛心公益下午茶會，贊助所有餐食及飲料，總價值約 10 萬元。 採購有機及小農之農產品 44,345 公斤，可溯源之有機白米 2,176 公斤，有機糙米 1,326 公斤，有機皮蛋 6,292 粒 	<ul style="list-style-type: none"> 本業餐飲項目可結合慈善，消除飢餓及提供社會溫暖 採購主要來自當地，可減少運輸碳排放，緩和糧食危機的風險 2020 年每仟元營業額平均廚餘量分別為 140.60 克，較 2019 年的 173.73 克減少 19%

永續發展目標	主要投入	主要活動	主要產出及影響
		<ul style="list-style-type: none"> 採購可溯源產銷履歷之雞蛋 2,249,100 顆 本公司力求食材有效利用及在餐廳張貼惜食海報，餐務部並每月追蹤廚餘數量 	
 <p>3 健康與福祉</p>	<ul style="list-style-type: none"> 制訂人因危害防止、異常工作負荷疾病預防、健康管理實施辦法等計畫 辦理年度定期健康檢查投入 1,283,700 元 特約勞工健康服務醫師投入 874,739 元 辦理健康促進活動投入 10,753 元 依法專職僱用 3 名勞工健康服務護理人員 	<ul style="list-style-type: none"> 每年針對健康相關計畫，持續推行並依推行狀況進行修改，朝健康職場邁進 每年免費提供員工定期健康檢查，並以 we-care 健康管理系統及伊克西曼健康管理系統分析其健康狀況，針對異常者給予健康諮詢並安排複檢，以提供個人化健康指導及管理 為保護全台員工健康及確保臨場健康服務品質，由 2020 年起全面進行職醫、護臨場健康服務，醫師由職病科專科醫師及專任職護進行臨場服務，以建置更全面的員工職場安全健康防護網 部分低於 100 人以下分公司，以優於法令規範之頻率辦理一年 3 場次之醫師臨場服務及一年 36 場次的職護臨場服務，以保障全體員工健康 邀請臨場服務醫師及外聘講師辦理健康促進講座，增進員工健康知能，進而提升其健康生活型態 辦理健康促進活動或講座時提供有獎徵答禮品，提升參與活動動機及課堂參與度 參與衛生福利部辦理之健康職場啟動標章認證，以推動並建立健康的工作環境 	<ul style="list-style-type: none"> 年度健康檢查活動共計 1,167 人參加，並篩選出 187 位人員需進一步進行諮詢及關懷 在 2020 年共執行 445 場次，417 件勞工健康臨場服務，包含員工健康諮詢 176 件、異常工作負荷疾病預防諮詢 104 件、復工評估 14 件、妊娠中、分娩後評估 15 件、不法侵害輔導 1 件、肌肉骨骼不適 11 件及其他健康問題 96 件 1 月與高醫合作辦理流感疫苗接種作業，由職護篩選出高感染風險員工進行接種，共計 34 人參加 9 月通過衛生局核發之健康啟動標章認證，並持續朝健康促進標章認證邁進 臨場服務醫師 11 月辦理「肌肉骨骼改善預防講座」，增進員工健康知能進而提升其健康生活型態 11 月邀請義大醫院戒菸管理師辦理「菸害防制講座」，提供戒菸平台給同仁，宣導正確戒菸方式及途徑

永續發展目標	主要投入	主要活動	主要產出及影響
 <p>4 教育品質</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 內部教育訓練： <ul style="list-style-type: none"> -培養內部合格師資 -設置漢來美食專用線上培訓系統「E-Learning」 -參與經濟部人才加值培訓計劃 • 外部教育訓練： <ul style="list-style-type: none"> -鼓勵員工參與廚師講習課程，強化廚房作業人員對食品安全的認知 -特殊職類委由外部教育訓練機構進行 	<ul style="list-style-type: none"> • 將各類別課程(如新進人員教育訓練、職安、食安、餐飲服務、酒水課程、客訴處理及銷售技巧等)依公司願景規劃相關同仁之內部教育訓練 • 由職安室錄製新進人員於進入職場前應瞭解餐飲工作環境相關之職業安全衛生注意事項；在職員工職場安全衛生教育訓練，則由各店店長(甲種職業安全業務主管)及職業安全衛生管理人員，進行職業安全衛生相關教育訓練宣導活動 • 食安室每年委託食品藥物管理署認可之教育訓練機構，辦理食品安全管制系統(HACCP)課程 • 加入高雄市烹飪商業同業公會，配合該會排定課程鼓勵員工參與廚師講習 • 董事、內稽主管(含代理人)、財會主管(含代理人)及公司治理主管每年至少取得合規的進修時數 	<ul style="list-style-type: none"> • 內部講師資格人數共計 33 人 • 各類訓練課程總人數 12,449 人次；總時數 14,856 小時 • 參與經濟部人才加值培訓計劃共獲 365,400 元補助 • 2020 年新進員工總計 849 人進行職安線上訓練及考試；由各店長(甲種職業安全業務主管)及職業安全衛生人員辦理之講座共計 23 場次，917 人參加 • HACCP 管制小組成員授課率 100%，另提供名額予高雄地區持證廚師參加 • 2020 年全台廚師證持證比例達符合法令持證比店面 23 間，未達持證比例店面有 16 間，未達持證比之主因係新冠肺炎疫情影響衛生單位及公會等機關未能辦理講習課程，證換證作業延宕 • 董事、內稽主管(含代理人)、財會主管(含代理人)、公司治理主管外部進修時數共計 345 小時
 <p>5 性別平等</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 職場母性保護計畫推行 • 董事會成員性別平權 • 女性員工工作平權 	<ul style="list-style-type: none"> • 制訂及落實人權政策 • 妊娠中及分娩後未滿一年之女性員工進行母性健康及工作場所危害等保護評估措施 • 本公司為提供產後同仁友善工作環境，設置哺(集)乳室，提供免費母乳袋、存放母乳專用冰箱 • 促進女性同仁有公平的機會全面參與公司營運 	<ul style="list-style-type: none"> • 針對職場妊娠中、分娩後母性健康保護工作環境及作業危害評估共 15 件 • 2020 年哺(集)乳室共計使用 260 次 • 董事會成員包含 2 席女性；2013 年起至今聘任女性主管擔任總經理職務；2020 年新增一名女性副總經理 • 2020 年正職女性主管 67 人、女性非主管 534 人，女性實習員 158 人，總數共計 759 人(佔全體員工之 45.02%)，較 2019 年增加 6%

永續發展目標	主要投入	主要活動	主要產出及影響
 <p>6 淨水與衛生</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 店舖水資源有效利用 	<ul style="list-style-type: none"> • 持續導入省水標章馬桶、水龍頭等設備 	<ul style="list-style-type: none"> • 2020 年合計之用水度數 483,124 度，較 2019 年之 517,146 度減少約 6.6%
 <p>7 可負擔能源</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 2020 年投入新台幣 874 萬建置省電照明及 357 萬建置省電空調 	<ul style="list-style-type: none"> • 本公司在持續展店過程，最重視的是法規的規範及遵循，如何改用節能設備，降低環境污染，定期針對機電及廚房設備進行維護保養，以期達到最佳使用狀況，節少能源浪費。並在裝修中，採用綠建材，及盡量保留自然光，如此也可減少對環境的負擔。 	<ul style="list-style-type: none"> • 2020 年增加 4 家餐廳，增幅 9.76%，而外購電力僅增加 1.74%
 <p>8 就業與經濟成長</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 薪資與福利制度 • 完善的晉升及績效考核制度 • 進用身心障礙及弱勢族群 • 設置實習留任計劃 • 青年就業領航計劃 • 青年就業旗鑑計劃 • 2020 年投入薪資費用 1,105,399 千元 	<ul style="list-style-type: none"> • 每年度依區域生活水平、消費指數及同業相同層級予以修正薪資級距 • 每半年定期進行公平公正的工作考核並依各職級進行訓練及規劃透明的晉升管道 • 對身心障礙者依法任用及超額任用 • 公司設有實習留任計劃，實習期間表現優異的同學，畢業後留任於公司皆予以晉升調薪，透過留任計畫幫助學生實現自我、提升職業技能，成為公司未來各職務接班人 • 參與勞動部勞動力發展署計劃，招聘有意願投入餐飲行業之青年並給予培訓 	<ul style="list-style-type: none"> • 2020 年總調薪人數 643 人，調薪人數佔比 38.14%，調薪幅度為 3.85%-10.53% • 2020 年晉升（含調薪）人數計 148 人 • 2020 年身心障礙員工共計任用 20 人，超額任用 4 人 • 2020 年實習生留任共計 34 人 • 青年就業領航至 2020 年共計 60 人加入計劃，訓練指導費共計 2,272,838 元 • 青年就業旗鑑至 2020 年共計 15 人，補助款計 327,600 元

永續發展目標	主要投入	主要活動	主要產出及影響
 <p>10 減少不平等</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 宣導誠信經營理念及強化道德 • 召開勞資會議 	<ul style="list-style-type: none"> • 透過教育訓練持續宣導同仁由上而下身體力行，恪守各項法令與規範 • 藉由勞資會議進行雙向溝通、減少衝突、協調勞資關係、促進勞資合作，並防範各類勞資爭議，使雙方達成共識以促進勞資和諧、提高工作效率。 	<ul style="list-style-type: none"> • 2020 年線上學習課程「從舞弊案談如何強化風險管理與內部控制」計 1,555 人 (1,088.5 小時) 參加；另有 26 人 (96 小時) 參加誠信經營相關外訓課程 • 2020 年共召開 4 次勞資會議
 <p>11 永續城市</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 降低在地人口流失、穩定在地人口就業及經濟收入，讓城市永續發展 • 本公司對於參與社會公益、配合地方發展一向不遺餘力 • 在產品規劃上，堅持取材於地方，儘可能使用在地食材 	<ul style="list-style-type: none"> • 提供駐店各區域在地人員工作機會、學校學生實習及工讀機會 • 配合高雄市政府推廣在地美食“滷肉飯” • 協助推廣國產黑豬肉 • 選擇供應商會以在地廠商為主 	<ul style="list-style-type: none"> • 已在五都開設分店 (台北、桃園、台中、台南、高雄) • 為配合高雄市政府推廣在地美食“滷肉飯”，提供可容納 500 人之宴會廳場地作為活動競賽及頒獎之用，並有 6 名主廚協助擔任現場評審工作 • 配合漢神百貨與優質的食材供應商共同推廣黑毛豬養殖成為六堆特色產業，漢來美食藉由主廚現場解說及示範，與試吃民眾共同參與，深入體驗地方特色食材 • 2020 年來自當地供應商的採購支出比例為 100%
 <p>12 責任消費與生產</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 漢來美食之廢棄物皆依廢棄物清理法辦理： <ul style="list-style-type: none"> - 一般性生活垃圾 - 廢棄物資源回收 - 廚餘管理 - 廢食用油管理 	<ul style="list-style-type: none"> • 生活垃圾皆落實分類管理，配合各駐店指定之區域位置儲存，再由合格之清運廠商清運至焚化處理 • 廢棄物資源回收係配合各駐店之資源回收分類管理 • 食材作有效利用，例如廚房調理過程中，前處理可善用剩餘原料再利用 (熬湯等)，減少食材浪費 • 率先領先同業每日做好廢棄物源頭分類管理，並張貼惜食等宣導標語 • 餐務部每月追蹤、記錄及分析各分公司廚房餐廳之廚餘數量合理性 	<ul style="list-style-type: none"> • 2020 年整體營收較 2019 年減少 8.37%，而廚餘總重量下降 25.85% (廚餘與營收相關) • 2020 年增加 4 家餐廳，增幅 9.75%，而廢食用油增加 6.98% (廚食用油與餐廳家數相關) • 2020 年全台各分公司廢食用油之回收回饋金總計 741 千元

永續發展目標	主要投入	主要活動	主要產出及影響
		<ul style="list-style-type: none"> 廢食用油皆透過專業合格清運廠商處理，交由回收業者作為製成生質柴油之原料 	
<p>13 氣候行動</p> 	<ul style="list-style-type: none"> 能資源使用在持續展店的過程中，確實遵循相關法規規範 當地採購為主，可維持食材新鮮度及減少運輸過程產生碳排放 	<ul style="list-style-type: none"> 如採用節能設備、降低環境污染、定期對機電及廚房設備進行維護保養等，以達到設備最佳使用狀況及減少能資源浪費耗用 對於舊店裝修，亦盡量改用綠建材及保留自然光，如此也可減少對環境的負擔 大宗採購廠商之配送，減少送貨次數有利減少碳排放量 	<ul style="list-style-type: none"> 2020 年投入新台幣 874 萬建置省電照明及 357 萬建置省電空調 海內外餐廳溝通主要採用視訊系統，以減少非必要之出差費用 紙本作業逐漸被電子化代替，降低各餐廳及辦公室紙張用量 2020 年來自當地供應商的採購支出比例為 100%
<p>15 陸地生態</p> 	<ul style="list-style-type: none"> FSC 驗證紙張及大豆油墨印刷 3,081,005 元 採購經 ECOCERT 歐盟有機認證機構認證之食材 351,900 元。 環保紙吸管採購 154,800 元 	<ul style="list-style-type: none"> 選用符合 FSC 森林管理委員會認證的紙類產品，進一步落實森林的永續管理 食品類包裝採用大豆油墨印刷，且使用無螢光增白劑的餐巾紙 餐墊紙、產品提袋、禮盒等盡可能採用再生紙製品 落實廢棄物源頭減量精神 	<ul style="list-style-type: none"> 2020 年採購國際認證項目佔整體採購金額之 0.21% 減少進貨及庫存之包裝資材（如紙箱與塑膠袋）或使用可再利用之塑膠儲運籃，由廠商回收再使用 針對營業現場落實垃圾分類（分一般垃圾、廚餘、資源回收），逐漸降低一次性餐具的使用，有效減少紙類及塑膠垃圾量，以減少一般垃圾產出量
<p>16 和平與正義制度</p> 	<ul style="list-style-type: none"> 制訂職場不法侵害預防計畫並推行。 建立行為規範及準則 	<ul style="list-style-type: none"> 新進員工必須完成「職場不法侵害預防」教育訓練課程；另外每年針對在職員工進行本課程教育複訓 制訂「董事暨經理人道德行為準則」、「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序及行為指南道德行為準則」等相關規章，要求董事、經理人及所有員工確實遵守，並且由人資部為誠信推動單位 採購採用網路投標平台，供應商自行登入投標，由系統自動做價格比價，確保品項價格的公平競爭 制定內外合約規範並增訂協力廠商行為準則、規範漢來美食員工，避免不正利益關係產生 	<ul style="list-style-type: none"> 2020 年內部職場暴力申訴案件有 3 件，皆已進行調查，並協調溝通及處置 2020 年新進員工共計 849 人完成「職場不法侵害預防」課程，另外針對在職員工共辦理 26 場次，共計 1,441 人參加 設置法務及稽核室，督促及稽核相關單位確實遵循法令及相關規範

2. 關於漢來美食

2-1 公司簡介

▪ 公司概况

公司名稱	漢來美食股份有限公司 (股票代碼：1268)
員工人數	1,686 人 (含實習生)
成立日期	2003 年 01 月 09 日
股票上櫃	2017 年 09 月 27 日
董事長	賴宗成
總經理	林淑婷
總部位置	高雄市前金區成功一路 266 號 21 樓之 1
資本總額	新台幣 377,237 仟元
總餐廳數	47 家 (含自有、代理及授權)
營業額	3,459,267 仟元

▪ 經營理念



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

▪ 經營模式

自營

- 承租方式
 - 輕資產
- 地點優勢
 - 百貨/購物中心

代理

- 米其林品牌
 - 香港名人坊
- 優質餐飲品牌
 - 尋找中
- 支付權利金

授權

- 授權範圍
 - 商標使用
 - 管理督導
- 獲利方式
 - 權利金
 - 技術服務金

▪ 營業項目

漢來美食之主要經營型態，以提供現場烹調及調理的菜色、飲料及甜點等餐飲項目，提供消費者在店內客席食用或外帶，以及其他年節禮盒、養生禮盒、餐點或甜品禮盒等。主要之銷售比重以餐飲收入為主要來源，2020 年銷貨收入達 34.59 億元，其中餐飲收入為 33.21 億元 (占總營收之 96%)。

	2020 年		2019 年	
	金額	比重	金額	比重
餐飲收入	3,320,840	96.00%	3,663,917	97.05%
商品收入	118,351	3.42%	80,088	2.12%
其他收入	20,076	0.58%	31,220	0.83%
合計	3,459,267	100.00%	3,775,225	100.00%

▪ 品牌介紹

<p>漢來海港</p>	<p>從新鮮、豐盛到季節嚴選、在地生產，漢來海港餐廳始終以提供最優質的食材為原則，使得漢來海港餐廳成為台灣頂級百匯的代名詞。</p>
	

<p>漢來蔬食</p>	<p>廚藝精湛主廚擅以天然食材演繹跨國界食藝，透過不同季節時令的蔬菜，堅持現點現做最新鮮的食材，兼顧「色、香、味、形、器」的整體表現；與各地有機農場契作採購優質食材，實踐時令料理的初衷。</p>
	

<p>漢來名人坊</p>	<p>取得香港米其林餐廳名人坊之代理權，有「隱世廚神」之稱的富哥鄭錦富，以深厚粵菜功夫、時令食材、細膩有層次的調味，創造出獨門料理，完美呈現最不平凡的私房菜色，就像到大戶人家享用私家名廚為您悉心料理的盛宴。</p>
	

<p>紅陶/漢來上海湯包</p>	<p>承自五星級飯店的主廚手藝。師傅手桿麵皮，捏出皮薄餡豐的上海湯包，是經驗的累積，更是對美味的堅持。除了招牌的湯包系列之外，在這裡還可以同時品嚐到主廚私房菜、清燉湯品和精緻甜點。</p>
	

<p>翠園粵菜/漢來軒</p>	<p>結合時尚創意的正宗粵菜。融合了滬杭點心、時令蔬果及經典粵菜，甚至結合了西餐的擺盤與呈現，讓港式飲茶給人更上層樓的精緻質感，百吃不厭。</p>
	

<p>國際宴會廳</p>	<p>由世界級知名設計師橋本夕紀夫團隊設計，兼具時尚、尊貴、華麗與媲美演唱會級的聲光設備，為南台灣首屈一指的五星級宴會場地。</p>
	

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

<p>日本料理弁慶</p>	<p>優雅細緻、服務親切的無菜單料理，有著日本職人精神的板前割烹料理，堅持每週從日本空運時令海鮮，依季節變化菜色，為客人帶來視覺與味覺的盛宴。</p>
	

<p>精緻海鮮火鍋</p>	<p>南台灣唯一以海鮮為主要食材的高檔精緻火鍋，豐富的頂級海鮮配上獨家配方湯底及沾料，主廚手工製做新鮮丸餃，以及有產地溯源的時令鮮蔬，讓人讚不絕口。</p>
	

鐵板燒	創意的半圓形鐵板檯，展演著師傅純熟的廚藝。料理不添加任何醬料，結合時令頂級食材，全憑名廚過人巧藝，將山珍海味淋漓呈現。品嚐美味同時並可欣賞窗外迷人港景，讓用餐成為視覺與味覺滿足的饗宴。
	

牛排館	美式風格的牛排館，經驗豐富的主廚以簡單的方式炭烤頂級牛肉與新鮮海鮮，完整呈現食材的鮮美滋味，更有結合在地蔬果及有機鮮蔬的豐盛鮮美沙拉吧！
	

龍蝦酒廊	位在漢來大飯店 45 層，從高樓俯視窗外星光燦爛，海面漁火點點；室內燭光搖曳，琴韻低沉醉人。高貴典雅的陳設，瀟灑著雅緻浪漫的韻味。
	

池畔餐廳	位於漢來大飯店 11 樓的露天泳池旁，擁有浪漫休閒的用餐景緻，供應風味套餐、咖啡、茶水等飲品，餐點美味、價格實惠，是三五好友聚會及洽商的好地方。
	

大廳酒廊 / cafe	位於漢來大飯店大廳，氣派舒適的沙發座椅、風味獨特的輕食點心、精緻下午茶及佳釀飲品，是洽商、閒談最尊貴、悠閒的場域。
	

糕餅小舖	位於漢來大飯店大廳，映入眼簾是多款整齊陳列的麵包、蛋糕甜點，由多次獲得國際烘焙比賽金牌的名廚領軍親製，提供訂製與外帶。
	

潮之鍋物	延伸自漢來海港餐廳，以超市火鍋營運模式，提供新鮮自取的肉類、海鮮、火鍋料等食材，由主廚研發湯頭加上現點現做的握壽司，與市場作出區隔。
	

五梅先生	「五梅先生」致力深耕輕蔬食市場，堅持採用有機與非基改黃豆製品、與當季最新鮮食材，烹調出道道健康、美味、料多實在的五星餐點。
	

安那居	傳承老祖宗智慧與新潮料理手法，推出平價個人燉湯，除活力雞湯、燉排骨湯，另可搭配各式主廚特製的經典台菜小食，可以一個人吃得滿足，快速補充能量，也可以和好友一起分享共食。
	

上菜	遵循傳統工序並從中積極探索創新，完美演繹片皮鴨的美味、與各式川粵菜、港點，給予饗客多元菜色選擇，歡迎您來上菜找尋屬於你的菜！
	

展店策略—考量百貨商圈擁有評估完善、管理良好、人流量大、周轉率高等優勢，因此在全台各大主要城市以百貨、購物商城為主要選址策略。

品牌餐廳分佈據點



國貿大樓



台北SOGO
敦化



忠孝



天母



大直ATT



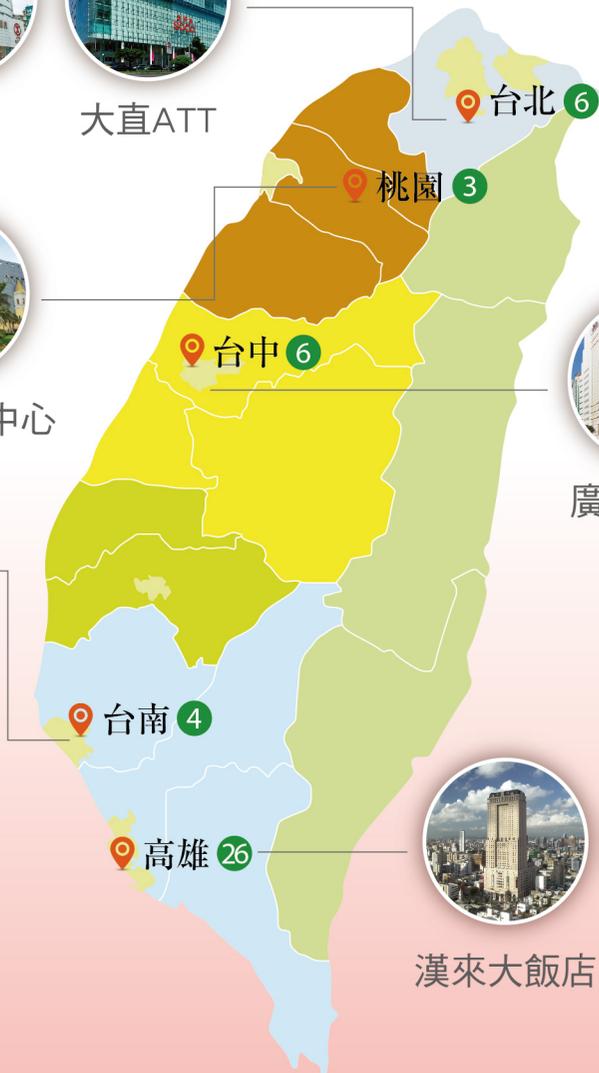
台茂購物中心



新光三越



南紡購物中心



廣三SOGO



中友百貨



新光三越



漢來大飯店



漢神巨蛋



佛陀紀念館



統一夢時代

全台合計餐廳數**45**家

(統計至2020年12月31日止)

▶ 漢來海港 **7**

▶ 漢來蔬食 **5**

▶ 漢來軒(翠園) **3**

▶ 名人坊 **6**

▶ 漢來上海湯包 **5**

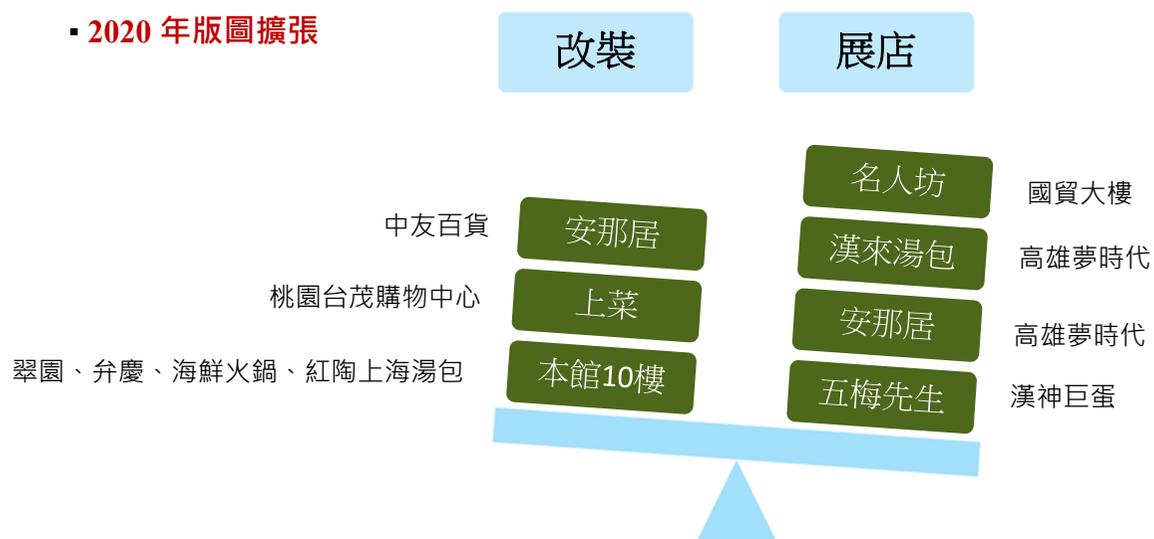
▶ 漢來宴會廳 **2**

2-2 重要大事紀

年度	大事記
2020	西安漢來美食有限公司完成清算
2020	成立台北信義分公司 (位置：國貿大樓)
2018	成立台南東寧分公司 (位置：新光三越-新天地及南紡購物中心)
2018	成立台中三民分公司 (位置：新光三越及中友百貨)
2017	漢來美食股票正式上櫃掛牌買賣
2016	成立台北天母分公司 (位置：天母 SOGO)
2016	設立食安檢驗室及美山工廠
2015	漢來美食股票公開發行及登錄興櫃掛牌買賣
2015	成立台北敦南分公司 (位置：敦化 SOGO)

年度	大事記
2014	成立台南分公司 (位置：南紡購物中心)
2014	轉投資西安漢來美食有限公司
2014	成立桃園分公司 (位置：台茂購物中心)
2013	成立台中分公司 (位置：廣三 SOGO)
2012	成立佛陀分公司 (位置：佛陀紀念館)
2011	更名為漢來美食股份有限公司
2008	成立巨蛋分公司 (位置：高雄漢神巨蛋)
2003	成立高雄分公司 (位置：漢來國際飯店)
2003	成立漢欣國際股份有限公司 (漢來美食前身)

▪ 2020 年版圖擴張



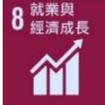
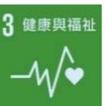
本公司經營高雄餐飲市場多年，一向以提供優質食材及服務為消費者所知，一般消費者對本公司品牌好感度極強，2013 年起跨出台中、桃園、台南及台北等市場皆獲好評回應，而公司也將持續以高品質、平實價位、高 CP 值為訴求，以五星級飯店的餐飲與服務品質建立市場區隔，以降低餐飲商品可替代性高之風險。

▪ 公協會參與

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

參與組織	組織功能說明	職務	參與組織	組織功能說明	職務
白帽協會	主要從事西廚相關產、官、學界及其他行業者，透過白帽協會之永續教育訓練與相關廚藝活動等之舉辦，創造、維護並提昇台灣專業西廚之價值與專業服務水準，並推廣負責的台灣餐飲文化與深層的烹飪系統知識，藉此總體性地提升國民餐飲文化；及培育優秀專業餐飲人才，讓台灣西式廚師有交流與成長平台，提升台灣餐飲及服務品質，發展台灣美食的創新價值，從而協助產業朝向國際化發展。	會員	中華美食交流協會	致力台灣美食國際推廣活動，參與澳門美食節、香港美食節、新加坡美食節、大陸少數民族美食嘉年華活動等，並藉台灣名品展推廣台灣特色美食，年年應邀組成主廚團隊，赴美國、日本、中南美洲、歐洲各國進行台菜與小吃交流，提升台灣美食國際能見度。	會員
高雄市廚師職業工會	除辦理勞工保險、全民健保及工會會員團保等勞工基本生存保障外，工會亦積極拓展在職第二專長訓練以培養勞工除本職工作外，更有能力在社會上有與人競爭的能力。配合政令輔導廚師技能檢定、換發廚師證書、辦理廚師再教育講習，皆為目前重要工作軸心。	會員	高雄市餐飲業職業工會	提供學員最優質的餐飲業專業實務訓練與指導，增進學員工作職能，成為餐飲業的優秀專業人才。	會員
法國美食協會	法國國際美食協會台灣分部，創立於 1977 年，是世界上第 76 個設立的分會。每年世界各地的法國國際美食協會都會舉辦青年廚師廚藝競賽。目前台灣有 60 幾名會員，多數集中在北部地區。每年會舉辦 5~7 場的餐會，目的在讓大家聚集一起，一同輕鬆地享受精緻美食及品嚐美酒的輕鬆餐會。	會員	高雄市烹飪商業同業公會	以推廣國內外餐飲文化技藝及創意美食藝術為目的。提供餐飲衛生安全之管理知識及經營管理之技術、交流、展覽，以促進餐飲經濟發展。並協助政府推行政令，協調同業關係，增進同業共同利益及矯正弊害為宗旨。	會員
拾穗扶輪社	依循國際扶輪的規章所成立的地區性社會團體，以增進職業交流及提供社會服務為宗旨，原則上在固定的時間及地點每週召開一次例行聚會（但每個月至少開兩次例會即可）。每個扶輪社都是獨立運作的社團。	社員	高雄市國際工商經營研究社	高雄市國際工商經營研究社(高雄 IMC)成立於民國 59 年 9 月 9 日，創社社長為呂特興先生(高興昌鋼鐵股份有限公司董事長)，IMC 是一個專門探討、研究、如何成功經營企業，並有效管理聞名國際的專精社團。所屬社友均為企業界對工商經營研究有興趣且為企業之管理階層者。	社員
			北區扶輪社	依循國際扶輪的規章所成立的地區性社會團體，以增進職業交流及提供社會服務為宗旨，原則上在固定的時間及地點每週召開一次例行聚會（但每個月至少開兩次例會即可）。每個扶輪社都是獨立運作的社團。	社員

2-3 永續目標及規劃

ESG	對應 SDGs	短中期規劃	長期規劃
Environmental 環境	    	<ul style="list-style-type: none"> • 導入從農田到餐桌的概念，加強原材料抽驗，確保產品安全 • 減少使用一次性餐具 • 減低貨物運送碳排放 • 增加契作小農的食材使用 • 增加國際認證之產品 • 維持餐飲業食品安全管制系統 (HACCP) 衛生評鑑，及餐飲衛生管理分級評核 (優良餐廳) 	<ul style="list-style-type: none"> • 持續增加 HACCP 評鑑餐廳及優良餐廳評核 • 擴大原材料、成品、半成品等食品自主或委外檢驗項目及頻率，目標每年 1,200 件以上，確保食品安全 • 全面改用節能設備，降低環境污染 • 電子化降低紙本作業 • 落實「環境及能資源管理政策」，設定管理目標來降低溫室氣體排放及改善環境
Social 社會	   	<ul style="list-style-type: none"> • 結合本業投入公益活動 • 維護女性員工工作平權 • 全面照護育齡期及生育階段女性員工，及增加哺(集)乳室友善配置，如電動集乳器、產婦禮包等 • 提供在地工作機會及建教學校實習機會 • 建立合理公平薪酬、獎懲制度 	<ul style="list-style-type: none"> • 持續關懷弱勢，善盡企業社會責任 • 積極參與社會活動，協助各項活力及永續城市之推動 • 推動工作平權，禁止職場性別歧視及工作歧視 • 持續於全台主要城市開設分店，創造當地就業機會 • 持續推動誠信經營相關課程
Governance 公司治理 (含經濟面)	    	<ul style="list-style-type: none"> • 公司治理評鑑前二級距 • 電商產品發展多樣化，增加市佔率 • 提升餐食及服務品質，增加米其林評鑑的機會 • 取得職場健康促進標章認證 • 拓展產學合作，培育新生代 • 弱勢族群就業保障 	<ul style="list-style-type: none"> • 公司治理評鑑第一級距 • 代理或併購有潛力的餐飲品牌 • 獲得米其林星級評鑑的連續青睞 • 建置職業安全衛生管理系統申請認證 • 因應公司展店人才需求，連結產學合作，長期教育訓練，規劃員工職涯發展 • 提供弱勢族群就業及所得收入機會、多元人力就業、穩定生活及經濟發展

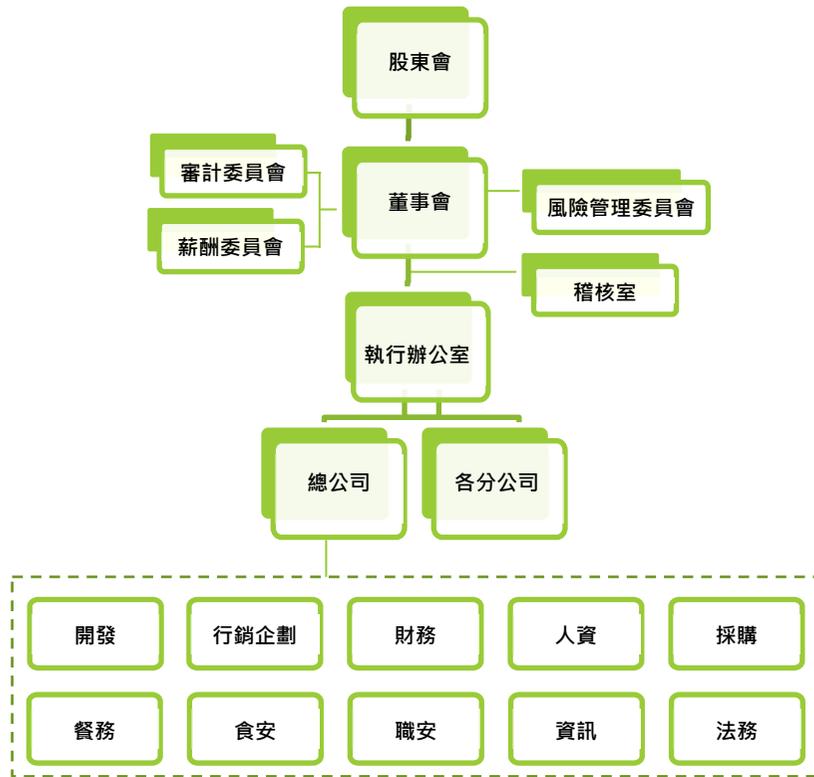
3. 誠信永續經營



3-1 公司治理

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

■ 組織架構



註：截至 2020 年底，共 11 家分公司，請詳第 23 頁。

■ 董事會

漢來美食之董事選任依公司法第 192 條之 1 規定採候選人提名制度。董事會設置 7 名董事 (含 3 名獨立董事)，任期 3 年 (2018 年 5 月 30 日至 2021 年 5 月 29 日)，以專業為基本遴選之原則，負責檢視各項營運績效，包含經濟、環境和社會主題。本公司針對董事會成員可能涉及之利益，制訂「董事暨經理人道德行為準則」，並依「公司治理實務守則」第 39 條規定，為董事在任期內就其執行業務範圍依法應負之賠償責任投保責任保險，以降低並分散董事因錯誤或疏失行為而造成公司及股東重大損害之風險，2020 年 10 月 30 日續保後依規定於次月十五日前輸入公開資訊觀測站，及將其責任保險之投保金額、承保範圍及保險費率等重要內容，提最近一次董事會 2020 年 11 月 5 日報告完畢。

▶ 董事基本組成

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

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

▶ 董事會運作情形

本公司董事員具備豐富產業經驗且彼此互補，賴宗成董事長為廚師出身，熟稔餐飲業務；彭邵齡董事之建設業經驗豐富，精於展店及店面裝修等見解，長於領導、營運判斷；邱福枝董事曾為建設公司董座且具有證券經驗，熟悉資本市場規則；周水美董事嫻熟觀光休閒產業與餐飲的連結；陳棠獨董為保險公司董座，善於風險管理之內控；陳順天獨董及謝騰隆獨董曾為金融機構的高階主管，擅於金融業務。

由上述可知，董事會每位成員均具備執行職務所必須之知識、技能及素養，透過其實貴經驗及參與互動，持續推動本公司朝營運目標前進，使各面向的公司治理亦逐漸步上軌道。2020年及2019年董事會皆分別召開6次，全體董事親自出席率平均分別為92.86%及90.48%。

職稱 姓名	產業經驗/專業	2020年			2019年		
		實際出席	委託出席	出席率	實際出席	委託出席	出席率
董事長 賴宗成	新竹煙波飯店 餐飲行政總主廚 高雄漢來飯店 西餐行政主廚 台北晶華飯店 利潤中心主廚	6	0	100%	6	0	100%
董事 彭邵齡	國揚實業(股)公司 總經理 漢神名店百貨(股)公司 董事 漢來國際飯店(股)公司 董事	5	1	83.33%	4	2	66.67%
董事 邱福枝	皇普建設(股)公司 董事 國揚實業(股)公司 董事長 和鑫光電(股)公司 獨立董事	6	0	100%	6	0	100%
董事 周水美	水美開發實業(股)公司 董事長 福美開發(股)公司 董事長 福美酒店(股)公司 董事長 水美溫泉浴室企業(股)公司 董事長	5	1	83.33%	4	2	66.67%
獨立董事 陳棠	南山人壽保險(股)公司 董事長 南山產物保險(股)公司 董事 臺灣土地銀行 董事長	5	1	83.33%	6	0	100%
獨立董事 陳順天	皇翔建設(股)公司 獨立董事 鑫龍騰開發(股)公司 獨立董事 鼎基先進材料(股)公司 獨立董事 臺灣土地銀行 副總經理	6	0	100%	6	0	100%
獨立董事 謝騰隆	元山科技工業(股)公司 董事 臺灣銀行 副總經理	6	0	100%	6	0	100%

績效評估機制結果

本公司為落實公司治理與提升董事會功能，於2016年3月15日董事會通過制訂「董事會自我評鑑或同儕評鑑」，2020年11月5日並更名為「董事會績效評估辦法」。

本公司依「董事會績效評估辦法」之規定，於次年第一次召開之定期董事會報告前一年度之董事會、功能性委員會及董事評鑑，評估包含會議整體運作情形與個別董事成員績效表現，將運用在個別董事績效、薪酬及提名續任之參考。

2020年績效評估結果於2021年3月11日提報董事會，並於第一季結束前向主管機關進行申報完成。

▶ 董事進修情形

漢來美食董事均具有專業背景及實務經驗，另也提供董事進修課程資訊，協助董事持續獲得公司治理及財務相關最新資訊，使其保持核心價值及專業優勢與能力，2020 年全體董事(含獨立董事)皆為續任，個別進修時數均符合至少 6 小時之規定



職稱	姓名	主辦單位	課程名稱	進修時數	2020 年進修總時數
董事長	賴宗成	社團法人中華公司治理協會	風險評估與管理	3	6
		社團法人中華公司治理協會	公司經營權之競爭行為規範與實務案例解說	3	
董事	彭邵齡	社團法人中華公司治理協會	風險評估與管理	3	6
		社團法人中華公司治理協會	公司經營權之競爭行為規範與實務案例解說	3	
董事	邱福枝	社團法人中華公司治理協會	風險評估與管理	3	6
		社團法人中華公司治理協會	公司經營權之競爭行為規範與實務案例解說	3	
董事	周水美	社團法人中華公司治理協會	風險評估與管理	3	6
		社團法人中華公司治理協會	公司經營權之競爭行為規範與實務案例解說	3	
獨立董事	陳棠	社團法人中華公司治理協會	風險評估與管理	3	7
		財團法人保險事業發展中心	公平待客原則解析	1	
		社團法人中華公司治理協會	公司經營權之競爭行為規範與實務案例解說	3	
獨立董事	陳順天	社團法人中華公司治理協會	風險評估與管理	3	6
		社團法人中華公司治理協會	公司經營權之競爭行為規範與實務案例解說	3	
獨立董事	謝騰隆	社團法人中華公司治理協會	風險評估與管理	3	6
		社團法人中華公司治理協會	公司經營權之競爭行為規範與實務案例解說	3	

▪ 審計委員會

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

2020 年及 2019 年審計委員會皆分別召開 6 次，全體委員親自出席率平均分別為 94.44%及 100%。

職稱	姓名	2020 年			2019 年		
		實際出席次數	委託出席次數	親自出席率	實際出席次數	委託出席次數	親自出席率
主委	陳順天	6	0	100%	6	0	100%
委員	陳棠	5	1	83.33%	6	0	100%
委員	謝騰隆	6	0	100%	6	0	100%

▪ 薪酬委員會

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

2020 年及 2019 年薪酬委員會分別召開 4 次及 2 次，全體委員親自出席率平均分別為 91.67%及 100%。

職稱	姓名	2020 年			2019 年		
		實際出席次數	委託出席次數	親自出席率	實際出席次數	委託出席次數	親自出席率
主委	謝騰隆	4	0	100%	2	0	100%
委員	陳棠	3	1	75%	2	0	100%
委員	陳順天	4	0	100%	2	0	100%

▪ 風險管理委員會

漢來美食自 2020 年 12 月 24 日成立風險管理委員會，任期至 2021 年 5 月 29 日止，旨在協助董事會審視風險管理政策、風險管理架構、重大風險管理策略及重大風險議題，並督導改善機制。

職稱	姓名	2020 年		
		實際出席次數	委託出席次數	親自出席率
主委	謝騰隆	1	0	100%
委員	陳棠	1	0	100%
委員	陳順天	1	0	100%

■ 內部稽核

- 稽核室運作概況
- 協助各部門建立作業流程、管理辦法。
 - 於每年度期末依據各作業循環及各部門當年運作情況評估各作業之風險，依風險程度訂定次年度的稽核計劃，計劃呈報董事會通過。
 - 確實執行稽核計劃，經查核各作業後作成稽核報告，如有發現問題，會持續追蹤改善結果，並作成改善追蹤報告，稽核報告及改善追蹤報告除交付各審計委員會委員外，並定期向董事會報告。
 - 每年度至少一次由稽核部門主導各部門（含各子公司）作內控自評，稽核部門審查自行評估的結果作成查核報告報董事會，由董事會據此出具內控聲明書。

漢來美食設置稽核室，配置專職稽核人員 1 名，其取得國際內部稽核師證書，負責內部稽核事務，隸屬於董事會。2020 年稽核事項無重大異常情事，經稽核室向受查單位提出反應後，已陸續改善完成。

■ 行為準則及外部評鑑

漢來美食本於廉潔、透明及負責之經營理念，制訂以誠信為基礎之行為準則，透過建立良好之公司治理與風險控管機制，期望創造永續發展之經營環境，包含 2015 年制訂「董事暨經理人道德行為準則」、「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序及行為指南」；2016 年制訂「企業社會責任實務守則」；2018 年制訂「公司治理實務守則」。截至 2020 年底，皆配合最新法令及公司實際需要修訂前述之相關規範。

- ▶ 2020 年第七屆「公司治理評鑑」，本公司獲得上櫃公司排名前 5%，在第一級距。
- ▶ 本公司獲「2020 第十三屆 TCSA 企業永續報告獎」銅獎，為連續二年獲獎。
- ▶ 本公司 2020 年設置公司治理主管。



▶ 2020 年誠信經營推動實績：

內訓合計 1,088.5 小時

▶ 從舞弊案談如何強化風險管理與內部控制		
時間	2019 年 8 月	2020 年 11-12 月
層級	董事 (7 人 · 100%) 主管 (7 人 · 3.89%)	主管 (172 人 · 90.53%) 非主管 (1,383 人 · 92.45%)
方式	實體課程	線上課程
時數	42 小時	1,088.5 小時

外訓合計 96 小時

▶ 重大金融弊案與法律風險	• 1 員 (6 小時)
▶ 風險評估及管理	• 11 員 (33 小時)
▶ 企業初任內部稽核人員職前訓練研習班	• 1 員 (18 小時)
▶ 公司經營權之競爭行為規範與實務案例解說	• 11 員 (33 小時)
▶ 公司法施行後之實務運作與最新解釋函令解析	• 2 員 (6 小時)

▪ **申訴管道**

漢來美食官網設置申訴檢舉信箱 audit@hilai-foods.com 與員工意見信箱 hshr.dept@hilai-foods.com，接獲意見申訴或檢舉後，由專人依事件性質轉相關單位處理，並妥善針對檢舉人身分及檢舉內容加以保密，以保護檢舉人不因檢舉情事而遭不當處置之措施，除此以外，內部並且建立「職場暴力通報/申訴單」及「職場暴力追蹤調查表」來預防及矯正職場暴力行為，暴力來源區分為外部（顧客、訪客）及內部（同事、上司）。

2020 年申訴案件共有 3 件，包含言語暴力 2 件、肢體暴力 1 件，全數來自內部來源，經通報總公司職安室後，即立刻依職場不法侵害預防計畫啟動調查，總公司人資、職安、當事人及其單位主管會參與過程調查及對質協商，必要時法務人員亦會提供意見，再依據達成協議結果進行懲處。總公司人資單位每年安排預防職場暴力行為等實體及線上課程，並持續在相關會議（例如勞資會議）進行宣導及溝通，皆為使同仁有安心的職場環境。

3-2 法規遵循

本公司遵循相關法規及內部控制制度，嚴禁不誠信或違反法令之行為，除了內部宣導、稽核室查核外，亦設置法務室預防及處理法律爭議案件，並且聘任法律顧問進行諮詢。2020 年有二件罰款事件：

地區	裁罰日期	裁罰事由	違反法規條文	裁罰金額	開罰單位	改善措施
台北市	2020.01.15	安全梯間有堆積雜物情事	建築法第 77 條第 1 項	12 萬元	台北市政府都市發展局	嚴格管制安全梯間禁止堆積雜物，並加強稽查措施。
桃園市	2020.09.14	違反防止通道、地板或階梯等引起之危害，應有符合規定之必要安全衛生設備及措施	職業安全法第 6 條第 1 項	3 萬元	桃園市政府勞動檢查處	加強工作場所職業安全衛生之各類防護措施，如將貨物放置其他適當地區，及針對事故現場及其他易濕滑區域鋪設止滑墊等之環境改善，以避免再有滑倒事件發生。

註：2020 年無違反環境、健康安全、產品行銷相關之法律及/或法規之情事。

3-3 風險管理

漢來美食對風險管理之信念以秉持維護公司利害關係人權益為最優先目標，由風險管理委員會擔任最高監督角色。對於可預見的經營風險，本公司以內部控制之落實執行為首要管理工具，以對管理上可能之風險提前防患於未然，且於面臨風險與挑戰時，不僅遵循法令和規範，更密切掌握瞭解經濟情勢及產業發展等不確定性因素，俾事先擬定發展策略和調整營運模式，維持公司營運績效穩健度。

■ 風險類型及項目

2020 年本公司前場及後勤單位對內控進行風險自評作業，總共辨識了 15 個風險項目，歸納為三大風險類型：

風險類型	風險項目	重要風險事項	管控策略
環境風險	氣候變遷	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 原物料產量減少或無法進口 ▶ 原物料價格異常波動 ▶ 原物料品質不穩定 	<ul style="list-style-type: none"> - 訂定替代方案，例如不同產地及不同生產方式 - 菜單調整或依生產季節開發新菜色 - 透過合約穩定供貨與價格 - 稽核供應商

風險類型	風險項目	重要風險事項	管控策略
	重大天災及流行病	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 地震、颱風或其他天然災害之停止營業 ▶ 流行病 (如諾羅病毒) 或新興傳染病 (如新冠肺炎) 之停止營業 	<ul style="list-style-type: none"> - 啟動防災機制及整合調度資源 - 進行防護、衛生宣導及環境消毒 - 開拓外帶或宅配商機、開發電商食品，加強網路行銷 - 保留訂金以確保延期辦理的宴程
	消防及建築物安全風險	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 消防設施、設備失效、過期 ▶ 人員無法正確操作消防設備 ▶ 建照及使用執照取得延誤 ▶ 資料毀損風險 	<ul style="list-style-type: none"> - 委託合格廠商定期保養檢修消防設施，員工則每月點檢滅火器之橡皮管、壓力、外觀等 - 定期進行消防演練教育訓練，包含逃生路線、滅火器操作等 - 全新建置或改裝餐廳時務必符合相關建築物及消防規定，設計及施工階段由具備執照之建築師、消防技師及機電技師等共同設計及重點監工 - 密切注意建照及使用執照取得進度，以減少開辦費產生 - 進行資料異地備份
	職業安全衛生風險	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 職災案件未進行申報之罰鍰風險 ▶ 化學品申報項目或使用量缺漏之罰鍰風險 ▶ 承攬商施工安全危害 ▶ 工作場域感電、捲夾、滑倒等風險 	<ul style="list-style-type: none"> - 職安室提前追蹤提醒未申報單位於期限內完成申報 - 職災案件發生後，指派專責負責追蹤後續相關措施 - 職安室每年與採購部門配合清查所有化學品並列表造冊 - 職安室不定期發佈公告化學品物私自購買使用之嚴重性，並將化學品使用狀況列入查核項目 - 施工前與承攬商召開「施工安全衛生協議組織」規範須遵守事務 - 由開發部人員於現場監督作業 - 全面檢視高功率電器使用情形，並依現況汰舊換新 - 針對廚房具危害之機械設備加裝防護設施 - 保持地板乾燥及建置防滑設施
	病蟲害及廢棄物管理	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 餐廳及廚房環境衛生未落實 ▶ 各分公司廢棄物處理未遵守環保法規 	<ul style="list-style-type: none"> - 各單位對環境衛生自主防治、餐務部定期稽查、蟲害防治廠商定期施作 - 餐務部督導各分公司依廢棄物清理計劃書內容辦理，做好各類項目之分類、儲存、清除、處理之工作

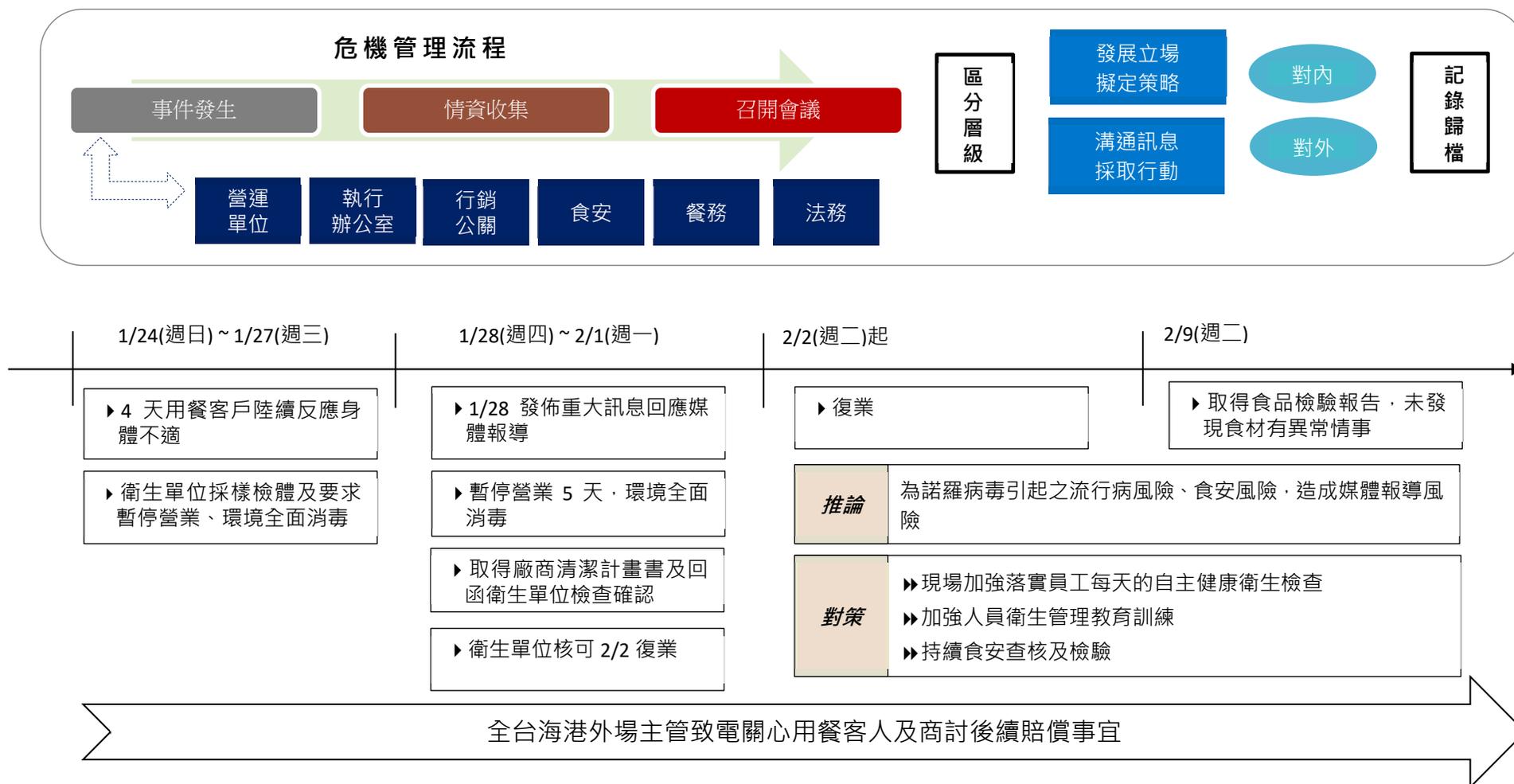
風險類型	風險項目	重要風險事項	管控策略
經營風險	財務風險	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 自助餐券流通在外 ▶ 資金不足或營運不佳 	<ul style="list-style-type: none"> - 出售餐禮券收到之款項存入金融機構開立之信託專戶專款專用，保證期間自出售日起算至少一年 - 出售超過一年之餐券由公司自行保證，除於餐禮券上清楚說明無使用期限外，財務部每月檢視帳上流通在外餘額及信託專戶信託餘額，並定期檢視帳上可變現之資產及有效之未使用銀行借款額度是否足夠支應帳上預收餐禮券款，以確保消費者權益 - 每天審視營運資金及與金融機構保持良好互動
	投資風險	展店風險 投資有價證券風險	<ul style="list-style-type: none"> - 展店計畫依市場需求及財務狀況審慎評估後進行 - 本公司「取處」規定投資之有價證券標的應以本業或與本業相關，惟屬於理財型投資標的者則不受限制 - 本公司「取處」規範總額及個別限額，董事會亦會在限額內適當調整授權
	食安風險	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 現場作業人員製備操作不當，產生交叉污染，引發食品中毒 ▶ 器皿清潔度不足，導致病原性微生物孳長 ▶ 原材料未符合衛生標準，導致食品品質劣敗 ▶ 過敏原、肉品疫病 ▶ 食品保存未依規定 	<ul style="list-style-type: none"> - 定期與不定期安排廚房安全衛生稽核及抽驗；每年安排第三方公證單位執行外部稽核一次 - 定期與不定期針對食品用器具進行衛生抽查；每年委外檢測餐具器皿殘留微生物一次 - 每年由採購部門執行供應商稽核；要求供應商提供產品檢驗報告；定期委外安排食材檢測 - 明確標示過敏原及產地來源 - 食材先進先出；拆封散裝貼上到期日標籤；自主檢查保存期限；食安室不定期稽查
	供應鏈風險	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 供應商道德風險（偷工減料、以次充好） ▶ 依賴少數關鍵供應商 ▶ 不可預測的季節性需求 ▶ 原物料價格波動 	<ul style="list-style-type: none"> - 建立明確採購規範及進行供應商評核 - 建立第二供應貨源 - 關注市場原物料趨勢 - 透過合約穩定供貨與價格
	合作夥伴風險	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 廠商供貨質量與實際不符或未如期交貨 ▶ 物流廠商未如期送達商品 ▶ 物流廠商運輸中溫度不穩，導致品質裂變 	<ul style="list-style-type: none"> - 依照原物料驗收標準辦理；進行供應商評核；注意工程進度以減少開辦費產生 - 配送日期依物流淡旺季彈性調整，避開送貨高峰期 - 定期要求廠商清潔、保養、確認物流現況

風險類型	風險項目	重要風險事項	管控策略
		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 寄外倉儲風險 ▶ 通路商風險-與商場（房東）合作意願破裂 	<ul style="list-style-type: none"> - 定期盤點，預估好庫存量 - 條件面明文條列（包含主要及次要條件）；簽約前詳細評估
	勞動者短缺	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 少子化 ▶ 人力短缺 ▶ 專業能力不足 ▶ 作業流程不熟悉 ▶ 同業挖角 	<ul style="list-style-type: none"> - 維持產學合作，積極留下實習生 - 建立多元召募管道，例如：人力銀行、員工轉介、PT 晉用、外籍人士就業、中高齡就業、婦女二度就業、提供弱勢族群就業機會等 - 透過教育訓練，培訓員工專業能力 - 簡化工作流程，降低勞動力需求 - 每年檢討及調整薪資報酬結構，提供晉升管道及各項福利留才
	資安風險	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 資訊基礎架構風險 ▶ 可獲得性風險 ▶ 機密性及存取風險 	<ul style="list-style-type: none"> - 定期檢測維護基礎設備 - 構築高可用(HA)備援機制；進行資料異地備份 - 相關權責人員使用權限嚴格監督控管
市場風險	同業競爭風險	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 同質性餐廳之顧客多場地選擇 ▶ 顧客容易喜新厭舊 	<ul style="list-style-type: none"> - 分析同業競品之優劣勢及可採行的因應方案，以維持品牌競爭力 - 計畫性客戶網絡經營，且除強化菜色出品及服務品質，並適時改裝餐廳、整修門面以維持新穎
	媒體風險	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 顧客投訴及消費爭議 ▶ 媒體捕風捉影 ▶ 網路抹黑、酸民文化 	<ul style="list-style-type: none"> - 由行銷公關部門即時整合資訊對應媒體，以維護顧客信任度並避免事端擴大 - 若有與實際狀況有重大不符的內容，會在公開資訊觀測站澄清誤述之部分 - 遇特殊事件即時處理並內部檢討；且藉由持續的公益活動提升企業形象，以減少社群網站惡意負評
	智慧財產權風險	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 未註冊相關智慧財產 	<ul style="list-style-type: none"> - 評估商標不享有專用權之風險發生的可能性與嚴重度，定義風險項目的優先順序與風險等級，並採取應對的風險管理方案 - 訂定智慧財產權管理要點，交辦權責單位實施控管暨定期彙報 - 商標建立時即送交申請商標註冊

■ 危機處理

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

▶ 2021 年 1 月台中海港事件說明



▶ COVID-19 因應說明

2019年底爆發新型冠狀病毒（COVID-19）疫情，在2020年造成全球大流行，對餐廳業績產生重大衝擊，本公司2020年採取之因應措施：

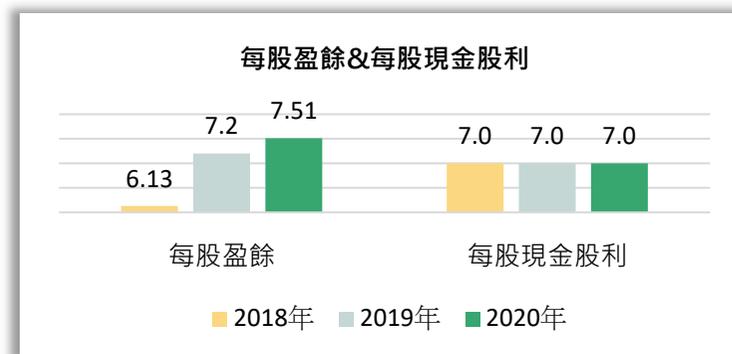
- **開源**：努力開發外賣商品佈局通路及經營餐廳常客來因應疫情期間消費者的餐飲需求，並利用這段期間改裝店面及提升各項軟體實力，努力在疫情過後不只新客層到來、舊客戶回流，還能擴大市場佔有率。
- **節流**：主要為與全台營業據點之商場業主洽談租金折減、供應商折讓及鼓勵員工休假。
- **紓困**：申請政府推出的「保薪資」方案。

3-4 經濟績效

▪ 直接經濟價值及分配經濟價值

單位：新台幣仟元

	2020年	2019年	2018年
直接經濟價值			
營業收入	3,459,267	3,775,225	3,459,052
營業毛利	1,496,739	1,665,453	1,514,290
稅後淨利	279,579	266,457	234,445
每股盈餘(元)	7.51	7.20	6.13
股東權益報酬率(%)	17.04%	17.49%	13.77%



	2020年	2019年	2018年
分配經濟價值			
營運成本	1,962,528	2,109,772	1,944,762
員工薪資和福利費用	1,105,399	1,089,705	1,005,591
現金股利	260,566	260,566	258,256
債務 / 借款利息費用	0	0	127
所得稅	36,245	29,350	69,584
社區投資(如捐贈)	663	4,859	3,737

▪ 取自政府之財務補助

單位：仟元

項目	補助單位	2019 年	2020 年	說明
經濟部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難產業事業紓困振興辦法	經濟部商業司	-	69,979	本公司為確保員工工作權及生計，堅持於新冠疫情期間不施行裁員、減薪及無薪假政策，而向政府申請取得薪資及營運資金補貼款
青年就業領航計劃	勞動部勞動力發展署	819	2,273	本公司每年度訂有訓練計劃，除了公司每年提撥訓練預算外，亦結合政府計劃以執行各項訓練
青年就業旗艦計劃	勞動部勞動力發展署	-	328	
人力提升計劃	勞動部勞動力發展署	246	-	
人才增值培訓計劃	經濟部	-	365	
超額進用身心障礙獎勵金	高雄市政府勞工局 台北市政府勞工局	-	130	本公司提供弱勢族群就業機會，2019 年超額進用 13 員、2020 年超額進用 4 員
中小企業改善安全衛生設施及器具補助作業要點辦法	勞動部職業安全衛生署	-	154	台南以北分公司計 18 台攪拌機護罩加裝
臨場健康服務補助計畫	勞動部職業安全衛生署	-	115	2020 年總公司僱用專任職護人員，符合「臨場健康服務補助計畫」所述申請資格
	合計	1,065	73,344	

4. 食品安全防護



4-1 供應鏈管理

本公司採購部門首重採購管理與供應商管理，致力精進供應鏈的整合、採購流程優化及績效管理等各方面，並整合市場資訊、預測需求及價格變化，提供使用單位參考，以便獲取最佳價格，確保優良品質，建立優質健全的供應鏈，提高競爭優勢，達成永續經營。

因應社會大眾所關注的食安議題，本公司對於食材的採購、驗收及送至使用單位後的處理及存放，都有著一套規範。

▪ 採購

作為進貨品項的第一道把關，對於供應商的選擇，會以通過相關認證的廠商為優先選擇，並要求供應商在環保、職業安全衛生或勞動人權等議題遵循相關規範。於主要供應商簽訂的契約內容中，需包含遵守雙方之企業社會責任政策，及供應商如涉及違反政策，且對供應來源社區之環境與社會造成顯著影響時，得隨時終止或解除契約之條款，此對供應商有相當大的提醒效果。

本公司選擇供應商會以在地廠商為主，為的是能維持食材的新鮮度，同時減少運輸過程所產生的碳排放。食材方面也傾向選擇或指定「有機認證」品項的食材。另外，採購食材方面以「今日叫明日用」的模式，同樣是為能確保食材新鮮度並控管食材使用量及需求量，有效的減少不必要的食材浪費。若使用單位有新品項需求，會先請廠商提供樣品給使用單位，並報價至採購部，由使用單位確認品質及規格後決定使用與否，可以有效降低規格建立的錯誤。

▪ 驗收

為進貨品項最為重要的第二道把關，有訂定了一套依各類別品項驗收的標準「原物料驗收標準」，類別包含蔬果類、肉類、海鮮類、冷藏 / 冷凍食品 / 水產製品、乳製品 / 植物奶類、蛋類、米 / 豆製品 / 麵製品、油脂類、乾貨類及清潔用品等，明確訂定各類別進貨品項驗收的標準。

▪ 使用單位

為第三道把關。對於進貨品項的新鮮度及是否符合使用標準，這些細項的部分沒有人可以比使用者更了解。因此，對於食材的篩選、處理及存放，使用單位會訂定出一套屬於使用單位的規範。



漢來美食採購部每年對有交易往來之供應商進行書面及實地評核，主要以「供應商資料完整度、廠商環境現場評估、供貨狀況、服務態度」作為廠商評核的大項標準，並包含對所有的新供應商進行環境面與社會面的評估。2020年並無對環境及社會具有重大實際或潛在負面衝擊的供應商數量。

年度	2020年	2019年	2018年
來自當地供應商的採購支出比例	100%	99.54%	98.52%

▪ 供應商稽核

年度	評鑑/分類		食材類	一般類	工程類	合計
2020 年	有交易的供應商		429	315	52	796
	書面評核	家數	429	315	52	796
		比例	100%	100%	100%	100%
	實地評核	家數	40	6	0	46
		比例	9.32%	1.90%	-	5.78%
2019 年	有交易的供應商		396	282	51	729
	書面評核	家數	396	282	51	729
		比例	100%	100%	100%	100%
	實地評核	家數	32	5	0	37
		比例	8.08%	1.77%	-	5.08%
2018 年	有交易的供應商		360	282	49	691
	書面評核	家數	360	282	49	691
		比例	100%	100%	100%	100%
	實地評核	家數	32	7	2	41
		比例	8.89%	2.48%	4.08%	5.93%

- 供應商評核比率

漢來美食 2020 年有交易之供應商共 796 家，其中食材類 429 家（53.90%）、一般類 315 家（39.57%）、工程類 52 家（6.53%）。每年的供應商評鑑，書面評核採全面進行，實地評核則是針對主要供應商、年節餅類供應商及包裝類供應商等進行訪廠，2020 年實地訪廠 46 家，訪廠率為 5.78%。



契作蔬菜溫室控管



確保養殖池海鮮新鮮度



麵廠作業區環境明亮



麵廠人員著裝完善

- 供應商評核結果

漢來美食對供應商的書面評核分為 4 等級，不合格供應商將停止交易；實地評核分為 3 等級，列為不優廠商即不再繼續合作。2020 年供應商書面評核及實地評核皆為優級以上。除了書面評核及不定期訪廠，平時供貨時亦進行日常評核，若為列入招開標中的廠商，在送貨過程中，有品項及規格有不符規定，會以口頭告誡，如口頭告誡超過三次，會以停標方式處理。

書面評核						
年度	評核	優良級	良好級	合格級	輔導級	合計
2020 年	家數	796	0	0	0	796
	比例	100%	-	-	-	100%
2019 年	家數	729	0	0	0	729
	比例	100%	-	-	-	100%
2018 年	家數	690	1	0	0	691
	比例	99.86%	0.14%	-	-	100%

實地評核					
年度	評核	非常優	優	不優	合計
2020 年	家數	16	30	0	46
	比例	34.78%	65.22%	-	100%
2019 年	家數	8	29	0	37
	比例	21.62%	78.38%	-	100%
2018 年	家數	1	39	1	41
	比例	2.44%	95.12%	2.44%	100%

2020 年書面評核標準

優良級(85分以上)

- 可持續進行穩定合作之廠商

良好級(71~84分)

- 要求供應商限期改善缺失，改善完成即可繼續合作

合格級(61~70分)

- 減少供應品項且安排至現場查核加強督促其品質

輔導級(60分以下)

- 停止交易，不繼續合作

2020 年實地訪廠標準

非常優

- 可持續進行穩定合作之廠商

優

- 要求供應商限期改善缺失，改善完成即可繼續合作

不優

- 停止交易，不繼續合作

- 供應商資料評核

提供工廠登記證、商業登記證相關認證(CAS、GMP、ISO、SGS等)。

- 現場評估

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

- 供貨狀況

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

- 服務態度

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

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

4-2 食安及溯源管理

2020 年食安相關法規有《食品安全衛生管理法》、《食品良好衛生規範準則》、《食品安全管制系統準則》、《食品及其相關產品追溯追蹤系統管理辦法》及《食品業者應保存產品原材料、半成品及成品來源文件之種類與期間》等，漢來美食依相關法規訂定「食品安全監測計畫」，從供應商源頭管理、食品人員專業養成、餐廳及廚房管理、食材管理、器具/容器管理、食安查驗及推行餐廳評鑑，以各面向的食安把關來維護顧客飲食安全。

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

源頭管理

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

生產管理

- 食品專業
- 餐廳及廚房管理
- 食材、器具/容器管理

食安查驗

- 自檢/查核/委外檢驗
- 實驗室檢驗
- 餐廳評鑑認證

源頭管理

食	供應商提供基本資料、食品業者登入字號、認證證書等。
品	產品標示是否正確且符合規範、產品包裝是否完整且符合規範、產品保存的有效日期、有效天數等是否符合規範
溯	取得檢測資料或輸入許可及檢疫等證明（定期更新）、取得添加物明細及添加物許可認證（確保合法）
源	設定檢驗標準，定期做自主檢驗
管	定期一年一次對供應商評核
理	訂定危機處理流程

溯源-為食安管理重要的一環，供應商須依「應訂定食品安全監測計畫與應辦理檢驗之食品業者、最低檢驗週期及其他相關事項修正規定」，致力為本公司提供具第三方公證單位認可之檢驗報告。本公司配合食品追溯追蹤制度，將請購、採購、進貨、驗收等作業流程電子化，並且制訂「原物料驗收標準」進行驗收。

漢來美食納入溯源管理之品項包含肉類、海鮮類、水果類、蔬菜類、點心類、南北雜貨類、煙燻類、乳製品類、蛋類、年節類、代工等食品類原物料。最近 3 年可溯源管理品項的採購金額佔所有原物料之採購總額皆高達 99%，其餘極少數無法追蹤管理主要係使用單位因特殊或緊急狀況而自行以零用金購買所致。

年度	2020 年	2019 年	2018 年
食材可溯源比例	99.20%	99.29%	99.07%

本公司係屬「辦有工廠登記且資本額新臺幣三千萬元以上者，應建立食品追溯追蹤系統之食品業者-(二十四)其他食品業別之製造、加工、調配業者。」，為落實食品及其相關產品追溯追蹤有所遵循，特訂定「食品及其相關產品追溯追蹤系統管理辦法」，目前適用於美山中央工廠。

美山中央工廠係透過資訊系統 ERP 執行追溯追蹤，項目包含食品食材、食品添加物、食品器具/容器/包裝、食品用清潔劑等，透過 ERP 系統可追溯追蹤相關原食材進貨廠商資料，並於每月 10 日前上傳前 1 個月追溯追蹤資料至食品追溯追蹤管理資訊系統（非追不可）完成。

非追不可系統及提供申報畫面

工廠資料

序號	來源	產品名稱	儲存條件
1	製造	杏露排	冷凍(≤-18°C)
2	製造	素肉排	冷凍(≤-18°C)
3	製造	冰鎮吉列豬	冷凍(≤-18°C)
4	製造	十方嫩湯料	冷凍(≤-18°C)
5	製造	檸檬(個)醬	冷凍(≤-18°C)
6	製造	XO醬	冷凍(≤-18°C)
7	製造	脆三絲	冷凍(≤-18°C)
8	製造	芋頭丁	冷凍(≤-18°C)
9	製造	黑金包	冷凍(≤-18°C)
10	製造	香脆丁	冷凍(≤-18°C)
11	製造	芋頭糕	冷凍(≤-18°C)
12	製造	荷葉飯	冷凍(≤-18°C)
13	製造	糯米包	冷凍(≤-18°C)
14	製造	獅子頭	冷凍(≤-18°C)

產品資訊

- 違規產品回收及退貨

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

2020 年供應商有 1 件違反食安法規：

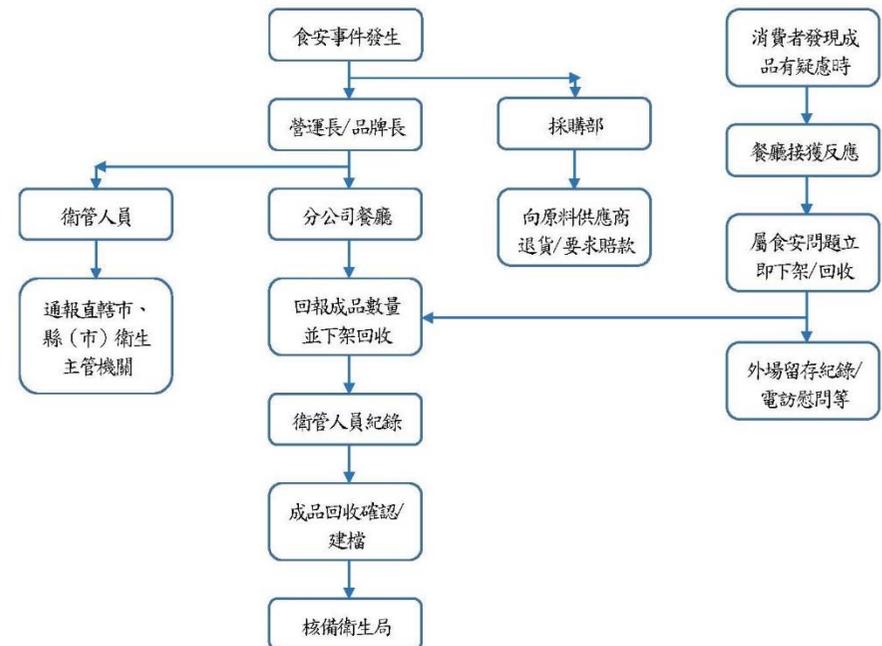
富豐公司使用逾期原料肉再製培根產品，遭桃園衛生局全數封存，其於 2020 年 3 月發函下游廠商回收成品，收到函文當天，本公司採購部人員立即轉知各館驗收人員，確認及回報問題培根之數量，隨即下架辦理退貨。

成品：問題產品下架回收流程依《成品回收標準作業》辦理，對已執行 HACCP 食品安全管制系統的單位(包含美山工廠、高雄鐵板燒、高雄名人坊、巨蛋蔬食、巨蛋海港、台北敦南海港、台北天母海港)，如當年度未發生問題產品下架回收一事，則依生產製造的成品種類，規劃風險較高之成品，每年至少做一次模擬回收演練。

食安室 2020 年因應衛生單位抽驗海鮮類如蝦、蟹、貝類等食材頻繁，故自主加強抽驗海鮮類，檢驗項目包含高風險物質如動物用藥殘留、重金屬等，並對有疑慮項目提高抽驗頻率，如有不合法規之情形立即告知相關單位共同分析原因、討論，並持續追蹤抽驗。

食品添加物：使用須依照「食品添加物使用範圍及限量暨規格標準」之規定，食品添加物應於外包裝明顯標示「產品登錄碼」，單方食品添加物應明顯標示「許可證字號」，如遇食材及添加物不合法規不得購買或使用的情形，會依照採購管理辦法中的食品安全危機處理機制，進行危機處理。依危機處理流程，呈報上級單位及相關單位，並追溯產品之供應商，確認供貨品項是否有不合法規之項目，如確認屬實則依法進行回收及退貨程序。

每年依計畫及實際需要稽核供應商，並要求廠商提供可溯源之檢驗證明；採購食品添加物時要求廠商註明，進行三專管理(專人、專櫃、專冊)。



▪ 生產管理

- 食品專業

食安室編制

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

廚師持證比

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

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

2020 年底全台 46 家(含工廠及餐廳)，其中 4 家為糕餅/咖啡廳、2 家(池畔、

龍蝦酒殿) 暫停營業，其餘廚師證持證比例符合法規要求的有 24 家，尚未符合的有 16 家，主要原因為受 2020 年新冠肺炎疫情影響，衛生單位及公會等機關未能辦理講習課程，致廚師證換證作業延宕，另亦有人員異動尚未遞補的時間差異因素。



因應	統一辦理廚師講習課程補充時數、直接聘任持有廚師證者或持有丙級、乙級技術士證者 (要求換發廚師證)，預計 2021 年 6 月底止，可全數符合廚師證持證比例。
措施	



- 餐廳與廚房管理

漢來美食的餐飲衛生由各餐廳與廚房自主管理開始，「餐飲衛生自主管理檢查表（餐廳）」包含 4 大類 33 項；「餐飲衛生自主管理檢查表（廚房）」包含 3 大類 39 項；食安室則依「食安室年度計畫表」執行食安管理，並訂有「食品安全衛生管理查核表」包含 3 大類 33 項稽核，以確保各餐廳之自主管理係落實執行。

餐廳自主檢查	廚房自主檢查	食安查核
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 用餐場所衛生清潔品質管理 ▪ 物料儲存管理 ▪ 員工衛生管理 ▪ 廁所衛生管理 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 烹調作業場所衛生管理 ▪ 員工個人衛生管理 ▪ 餐務管理 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 人員衛生 ▪ 作業區環境 ▪ 記錄表單

- 食材、器具 / 容器管理

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

葷食	蔬食
<p>砧板刀具分類標示圖</p> <ul style="list-style-type: none"> 海鮮類 (Blue) 生肉類 (Red) 水果類 (Yellow) 熟食類 (White) 蔬菜類 (Green) <p>儲藏分類標示圖</p> <ul style="list-style-type: none"> 海鮮類 (Blue) 生肉類 (Red) 蔬菜類 (Green) 水果類 (Yellow) 熟食類 (White) <p>請按照顏色標示分類儲存</p>	<p>砧板刀具分類標示圖</p> <ul style="list-style-type: none"> 水果類 (Yellow) 熟食類 (White) 蔬菜類 (Green) <p>儲藏分類標示圖</p> <ul style="list-style-type: none"> 生食 (Red) 熟食類 (White) 蔬菜類 (Green) 水果類 (Yellow) <p>請按照顏色標示分類儲存</p>

▪ 食安查驗

- 自檢/查核/委外檢驗



頻率	工作說明
每天：	本公司為落實員工每日健康狀況檢查，上工前須填寫員工自主健康管理紀錄表；各廳廚主管每日營業結束前自主檢查，並填寫餐飲衛生自主管理檢查表（餐廳）及餐飲衛生自主管理檢查表（廚房）。
每周：	各分公司的衛生管理人員進行衛生檢查。
每季：	召開食安會議，內容包含食安查核報告及食安 MEMO 宣導、水質/食材/成品等檢驗、優良餐廳及 HACCP 認證、食品法規新制、食安時事等，另每季亦會針對內部食安議題提出討論。
每半年：	食安室依《食品安全衛生管理法》等相關法規（如《食品良好衛生規範準則》（GHP））每半年進行查核及檢驗（含水質、食材、成品、食品接觸面含人員手部塗抹、落菌數等），部分餐廳依《食品安全管制系統準則》（HACCP）執行查核，並確認餐廳之成品標示符合法規，模擬衛生單位之角色及查核重點執行，使分公司落實食安管理，與了解衛生單位查核標準。
每年：	執行辦公室代表、職安室、食安室及餐務部依頻率完成全台中央工廠及餐廳的聯合查核作業，期望透過高階主管親自帶領查核，讓所有同仁認知管理階層對於餐廳與廚房環境安全衛生之重視，全台餐廳及工廠的食安/聯合查核涵蓋率最近 3 年皆為 100%，查核後發出缺失報告，受查單位則須於時限內回覆改善措施，以確保符合法規及公司內部規定。
不定期：	漢來美食每年視業務需要或是受實驗室人員或設備環境等限制而無法自主檢驗之項目，不定期委託第三方專業之食品安全檢驗單位進行稽查及抽驗各分公司之餐廳，相關缺失經限期改善後，均已改善完成。

實驗室檢驗

漢來美食為落實食品安全衛生管理法對食品業者之自主管理及要求，成立實驗室及聘請食品專業人員訂立「實驗室管理規章」，針對食品微生物進行檢測，並依本公司「食品安全監測計畫」訂定檢驗週期及檢驗項目，在 2020 年續取得實驗室能力試驗通過證書，此係每 2 年參加 1 次經財團法人全國認證基金會 (TAF) 認可的能力試驗執行機構所舉辦的能力試驗，為確保供應餐飲之衛生安全。

本公司 2018 年~2020 年實驗室支出分別為 3,437、3,462 仟元及 3,500 仟元，占個體營收分別為 0.10%、0.09%及 0.10%，主要包含人事費用、委外檢驗費用、設備折舊、租金支出、耗材、採樣費及雜項支出等。

實驗室每年度規劃抽驗水質、食材與成品，自主檢驗包含總生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌，以及農藥、動物用藥快篩檢驗，檢驗結果會出具「實驗室檢驗報告」，並公告予內部相關單位週知，自主檢驗之外並輔以委外檢驗，以確保符合相關要求之檢驗標準。2020 年自主及委外檢驗共執行 1,157 批次，品質異常有 88 次，合格率为 92.39%，2018 年~2019 年分別為 86.52%及 85.65%。

委外檢驗項目

食材進貨量 Top 5-10者

高風險食材

網購食品

近期食安關注新聞

季節性主力菜色食材

特殊需求時

類別	頻率	方式	2020 年		2019 年		2018 年	
			檢驗次數	合格次數	檢驗次數	合格次數	檢驗次數	合格次數
美山工廠成品	每月 每年	自主	56	56	40	40	53	53
		委外	6	6	5	5		
水質	每季	自主	237	212	315	281	419	345
		委外	133	96	134	94		
食材	每季	自主	311	307	282	279	352	333
		委外	65	60	93	77		
餐廳成品	每半年	自主	191	185	262	237	358	288
		委外	114	104	136	117		
塗抹	不定期	自主	11	11	44	41	23	23

類別	頻率	方式	2020 年		2019 年		2018 年	
			檢驗次數	合格次數	檢驗次數	合格次數	檢驗次數	合格次數
		委外	8	7	40	31		
落菌	不定期	自主	24	24	51	0	4	4
		委外	0	0	6	4		
保存性試驗	不定期	委外	1	1	0	0	0	0
合計			1,157	1,069	1,408	1,206	1,209	1,046

檢驗說明：

美山工廠成品
<ul style="list-style-type: none"> 生產成品/半成品供應餐廳 葷：海港、翠園、漢來軒、上菜、湯包、名人坊、宴會廳等 素：蔬食、五梅先生等 以 3M Petrifilm 總生菌數/大腸桿菌群/大腸桿菌快檢片，依據《冷凍食品類微生物衛生標準》檢驗美山成品

水質
<ul style="list-style-type: none"> 美山工廠及各店之飲用水、食用冰塊皆須依《包裝飲用水及盛裝飲用水微生物衛生標準》、《冰類微生物衛生標準》檢驗生菌數及大腸桿菌群

食材
<ul style="list-style-type: none"> 本公司依《一般食品衛生標準》、《農藥殘留容許量標準》、《動物用藥殘留標準》、《食品中污染物質及毒素衛生標準》等相關衛生標準抽驗進貨量 TOP 20 的原材料，高風險食材及食安新聞、季節性主力菜色食材、委外代工與網購食品，以確品產品符合法規標準 - 加強向供應商要求檢驗報告

餐廳成品
<ul style="list-style-type: none"> 至少每半年抽驗各店風險較高之成品，如生魚片、涼拌菜等生冷菜餚，依《生食用食品類衛生標準》、《飲料類微生物衛生標準》、《一般食品衛生標準》、《生熟食混合即食食品類衛生標準》等相關衛生標準檢驗本公司之成品，確保消費者食品安全

農藥/動物用藥快篩 (每月)
<ul style="list-style-type: none"> 本公司使用台灣尖端生產之農藥及動物用藥殘留快篩試劑，來檢測原料是否有不合法規之殘留超標，並因應含萊克多巴胺美豬進口，加強我司進口牛肉、豬肉萊克多巴胺自主快篩檢測 另不定期以台灣尖端之過氧化氫試劑，及皂黃、二甲基黃、二乙基黃(三合一試劑)，監測可能添加之食材

定期/不定期檢驗水質、食材、成品
<ul style="list-style-type: none"> 本公司除了訂定最低檢驗週期監測風險外，另參考衛生主管機關之專案稽查或市場抽驗風向，以及食安新聞、網路關注品項，或自主檢驗不合格率偏高等因素，立即可增加高風險性產品之檢驗次數

- 餐廳評鑑認證

HACCP 驗證

為完善食安管理及強化預警機制，本公司依《食品安全管制系統準則》(HACCP)進行原材料之化學性、物理性及生物性之危害分析、供應商管理、環境與製程衛生管控及最終成品之檢驗，建立良好的食安管理制度。截至 2020 年底有 6 家餐廳及 1 家中央工廠取得（維持）食品安全管制系統 HACCP 驗證，分別為美山工廠、高雄鐵板燒、高雄名人坊、巨蛋蔬食、巨蛋海港、台北敦南海港、台北天母海港；另桃園海港、台中海港預計 2021 年開始實施。

本公司僅高雄鐵板燒為法規強制實施 HACCP 之業別（國際觀光旅館內，應有一廳以上實施 HACCP），其餘屬自願性申請 HACCP 認證，期透過建立優於法規的自主管理制度，讓消費者吃的安心。漢來美食最近 3 年（2018 年~2020 年）自取得 HACCP 驗證之月份起的餐廳營收，分別佔個體財報營收之 9.41%、15.61%、27.50%，逐年成長。

單位:家數

取得 HACCP 驗證	海港	名人坊	鐵板燒	蔬食	中央工廠	合計
總公司					1	1
高雄分公司		1	1			2
巨蛋分公司	1			1		2
台北天母分公司	1					1
台北敦南分公司	1					1
合計	3	1	1	1	1	7



■ HACCP餐廳營收佔總營收比例



2020 年新增取得台北天母海港餐廳及台北敦南海港餐廳 HACCP 驗證，此屬衛福部食藥署(TFDA)辦理的評鑑制度，會公告在食藥署官網上(<https://www.fda.gov.tw/TC/index.aspx>)，可提高消費者認同度。

餐飲衛生管理分級評核 (優良餐廳) 認證

漢來美食除了「糕餅小舖」不列入餐飲衛生管理分級評核範疇，所有餐廳皆須通過各縣市政府衛生局評核之標章認證，並以取得『優級』為目標。2020年符合評核範疇之餐廳為 44 家，共 39 家獲得餐飲衛生管理分級評核標章，取得標章率為 88.64%，佔總營收比例 92.32%。

本公司 39 家獲得標章之餐廳包含優級 38 家、良級 1 家，良級為台北敦南海港，係因 2019 年評核時與 HACCP 硬體工程改善期間重疊，故委員檢查環境、硬體設備缺失較多所致。另有 5 家餐廳未進行認證，包含敦南名人坊、信義名人坊、巨蛋五梅先生、高雄夢時代湯包及安那居，皆係因開幕時間已過商場申請優良餐廳期限之故。

單位:家數

分公司	餐廳	海港	宴會廳	翠園	漢來軒	火鍋	弁慶	名人坊	池畔	福園	湯包	牛排	龍蝦	鐵板燒	蔬食 (註 2)	大廳 酒廊	Hi-Lai Cafe	潮之 鍋物	五梅 先生	合計
高雄		1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1		1		1	1	15
巨蛋		1	1	1											1		1			5
佛陀															1		1			2
台南		1													1					2
台南東寧								1			1									2
台中		1			1										1					3
台中三民								1			1				1					3
桃園		1									1				1					3
台北敦南		1													1					2
台北天母		1						1												2
合計		7	2	2	1	1	1	4	1	1	4	1	1	1	7	1	2	1	1	39

註 1：紅底 4 家為 2020 年新增之優良餐廳。

註 2：2020 年台中三民蔬食改裝為安那居、桃園蔬食改裝為上菜餐廳，因原先 2 家蔬食餐廳之認證仍有效，故列入統計

4-3 顧客健康與安全

顧客健康

漢來美食持續投入研發經費開發菜色，2018年~2020年每年皆投入約1,800萬元（佔各年營收比例約0.48%~0.52%）進行料理創新與改良，以滿足消費者需求及市場趨勢，並且由食安室利用「營養管家」電腦軟體協助更精確地計算營養標示，使民眾藉由參考營養標示的數值，能清楚了解所攝取食品所含的營養素來源等資訊，2018年-2020年累積計算319項產品（含成分貼）。

營養標示計算品項數量如下：

2018年	2019年	2020年
100項	67項	152項



食安稽核

本公司食安室在2020年查核全台工廠及餐廳，查核次數20次共45家，查核涵蓋率為97.83%，未達100%主要係因桃園上菜餐廳的開幕時間晚於該地區的查核時間所致。

食安室查核係依據食品良好衛生規範準則(GHP)之標準進行查核，將查核發現事項記錄於食品安全衛生管理查核表，查核結束後告知現場主管缺失內容及建議事項，當下確認簽名，另會出具改善報告予窗口，協助缺失改善後回傳至食安室留存。

2020年食安重大新聞及回應

- 衛福部開放進口含萊克多巴胺之豬肉

- 本公司為因應政府政策，於內部舉辦[認識萊克多巴胺]及[快篩基礎知識]教育訓練，原先不定期進行進口牛肉及進口/本地豬肉之自主快篩檢驗，除增加自主檢驗頻率外，也在內部推廣豬肉之自主快篩檢測，並輔導各店及販售之商品做好豬肉產地清楚標示，以符合現行法規並提升員工專業及增加自主篩檢之能力。食安室也於2021年每季食材檢驗增加牛豬肉品-乙型受體素之檢驗樣品數，加強自主管理，並做好清楚標示之原則。

年度	台灣地區	全台家數	查核涵蓋率	查核次數
2020年	工廠	1	97.83%	20次
	餐廳	45		
2019年	工廠	1	100%	20次
	餐廳	41		
2018年	工廠	1	100%	20次
	餐廳	37		

4-4 產品與服務標示

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

■ 遵照食安法

漢來美食之產品標示，皆遵照《食安法》第 22 條包裝食品標示及營養標示規定，另直接供應飲食場所也遵循《食安法》第 25 條散裝食品標示規定，例如含牛肉、豬肉原料之現場調理即食食品，標示牛肉、豬肉原料之原產地（國），強化透明本公司包裝食品、散裝食品資訊。另食安室每半年至各分公司進行食安查核時，會於供應場所查看是否標示含（或非）基因改造、火鍋湯底標示、含牛肉標示原產地相關規定等，列為查核重點。

■ 提前適用法規

衛福部於 2020 年 9 月 17 日公告「直接供應飲食場所供應食品之豬肉及豬可食部位原料之原產地標示規定」，本公司即於法規公告後自主製作豬肉產地標示，放置於各餐廳明顯處，另本館 10F 翠園、湯包、弁慶、火鍋；高雄夢時代湯包、安那居；台南湯包及桃園湯包共 8 家自主申請農委會「台灣豬」標章(附圖)，台中湯包、安那居則申請中。



符合法定標示要求

食品添加物 (三專管理)	牛肉原產地	火鍋湯底	素食產品
-----------------	-------	------	------

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

5. 品牌價值提升

5-1 品牌策略

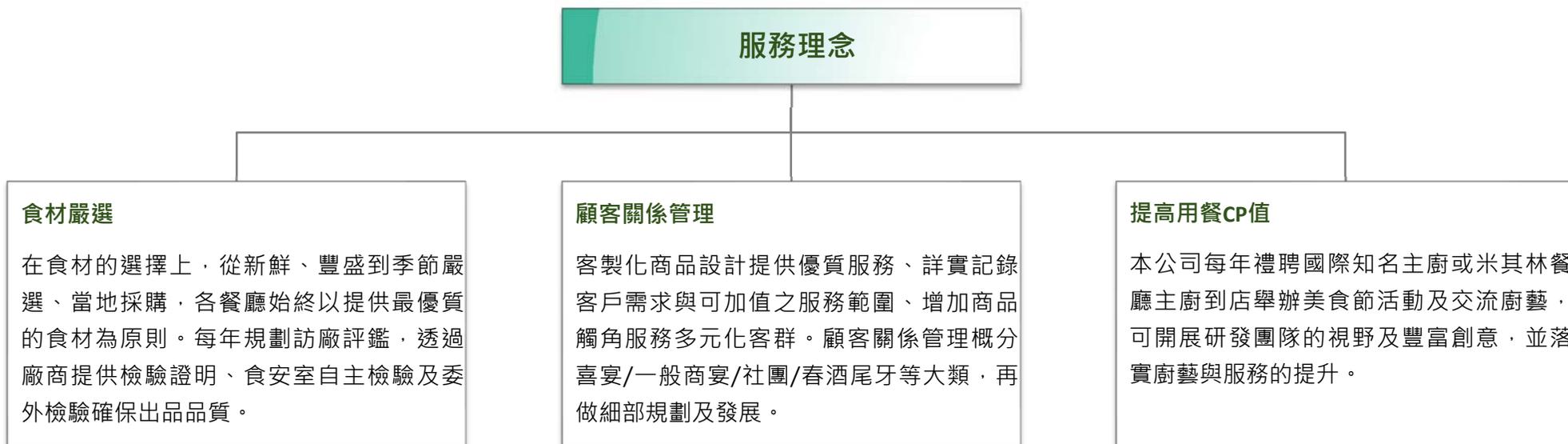
- **差異化策略**：漢來美食是以廚藝起家，擁有五星級飯店體系內眾多餐飲業種的專業廚師，中餐、西餐、台菜、粵菜、湯包、火鍋、日本料理、自助餐、烘焙...等一應俱全，各具特色。不論就主題性、食材差異化、服務流程等均有別於一般主題餐廳，具有差異化優勢。
- **創新策略**：網路資訊傳播的快速發展，對各行業均造成質變，其中餐飲型態的多元化與創新化，競爭更加激烈。在多元競爭環境下，要維持領先優勢，就必須持續創新，漢來美食的創新策略包含產品創新、服務創新、經營管理創新三個構面。



5-2 行銷溝通與顧客滿意

■ 服務理念

本公司出身自五星級飯店之餐飲事業體系，長期正派經營，素以正統自居，優質的企業文化已深植在每位員工心中，經營者以提供優質餐飲服務為企業理念，員工自然接受正面企業文化的薰陶影響，以創造顧客滿意的餐飲體驗為使命，讓顧客不僅能以實在的價格享用美食、更能體驗五星級的優質服務。在混亂的競爭市場中脫穎而出，建立第一品牌形象及口碑，獲取競爭之優勢。



新鮮食材產地直銷



每場宴會當成自己的活動在處理，將心比心的態度處理每個宴會環節



新冠疫情期間研發便當菜色，繼續服務客戶



米其林星級甜點名廚平塚牧人前來客座

顧客溝通

漢來美食截至 2020 年底有 19 個品牌，除了「糕餅小舖」為外帶性質而無顧客滿意度調查，其他品牌之顧客滿意度調查區分為展店品牌及單店品牌進行分析，調查項目有餐食、服務、環境。2020 年的問卷回收份數為 15,742 份。本公司並固定委託專業數據與網路聲量調查自身及競爭品牌之數據分析，定期提供公司管理階層了解市場及消費者對於重點品牌的好感度與活動行銷效益評估。

	品牌	餐食			服務			環境		
		2020 年	2019 年	2018 年	2020 年	2019 年	2018 年	2020 年	2019 年	2018 年
展店	漢來名人坊	91%	91%	92%	92%	91%	92%	93%	92%	92%
	漢來蔬食	88%	91%	91%	87%	90%	90%	88%	89%	90%
	漢來湯包	89%	89%	88%	90%	90%	88%	89%	90%	89%
	漢來軒	93%	89%	92%	93%	89%	91%	93%	89%	91%
	漢來海港	83%	84%	84%	86%	86%	86%	85%	85%	84%
	宴會廳 (註 1)	82%	81%	81%	82%	81%	82%	-	-	-
	五梅先生	84%	-	-	86%	-	-	79%	-	-
	安那居 (註 2)	84%	-	-	84%	-	-	88%	-	-
單店	鐵板燒	92%	95%	92%	94%	96%	94%	92%	95%	93%
	龍蝦酒殿	96%	94%	95%	95%	96%	97%	94%	96%	97%
	牛排館	91%	93%	92%	91%	94%	93%	92%	94%	94%
	福園	87%	91%	94%	89%	92%	95%	83%	91%	93%
	弁慶日本料理	50%	90%	89%	40%	91%	90%	50%	91%	89%
	池畔	92%	89%	89%	95%	93%	92%	95%	92%	93%
	紅陶上海湯包	86%	88%	89%	90%	89%	90%	89%	87%	89%
	大廳酒廊/Café	91%	87%	90%	93%	90%	91%	92%	91%	91%
	翠園	90%	87%	88%	92%	88%	89%	91%	88%	89%
	港式海鮮火鍋	69%	84%	93%	71%	87%	95%	66%	86%	92%
	潮之鍋物	93%	-	-	93%	-	-	94%	-	-
	上菜 (註 2)	77%	-	-	71%	-	-	81%	-	-

註 1：顧客已事先認可環境，故「宴會廳」僅調查餐食及服務

註 2：為 2020 年新品牌餐廳

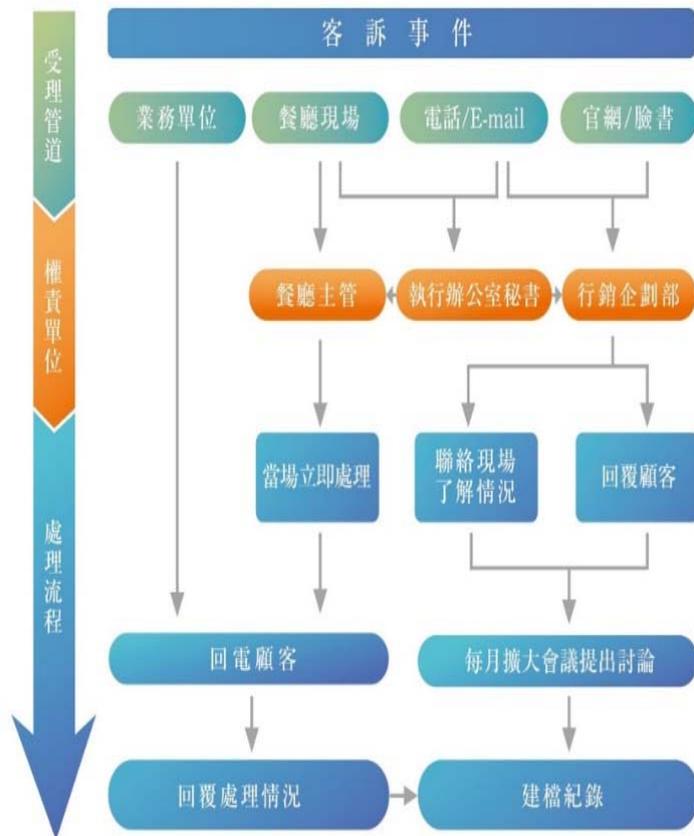
餐食	服務	環境
<ul style="list-style-type: none"> 注重客戶反映與意見、市場調查及競爭者的市場表現、分析最適化之商品提供 	<ul style="list-style-type: none"> 常態性訓練配合客戶多元化新型態需求所產生的服務內容 	<ul style="list-style-type: none"> 定期稽核檢點環境，並迎合消費者喜好翻新裝修使環境維持新穎



服務訓練

顧客申訴

客訴處理流程



本公司已建立客訴處理機制，針對顧客抱怨會判別問題所在、責任歸屬及要求相關單位提出對策，並妥適回應消費者以保障其權益；除各餐廳設置之顧客滿意度調查 QR Code 及紙本，分別針對餐飲品質、服務品質及環境品質調查，另有 GOOGLE 表單及網路訂位合作廠商所提供之線上顧客滿意度調查統計，每月統計數據後會在召開業務推廣會議時分析檢討改善。

本公司有客訴處理群組可即時反應消費者抱怨或客訴情形，相關單位人員會立即回應消費者，並做成書面記錄；本公司利害關係人專區亦設置客服信箱 service@hilai-foods.com，可與顧客保持良好的溝通管道。

本公司在面對消費者重大申訴時之處理，於第一時間即會召集現場營運單位及相關配合部門，釐清事件全貌與事實，並且針對申訴問題及需求所對應之研發、採購、生產、作業及服務流程進行討論與因應，及協商處理後續事宜，以確保消費者權益，最後再將事件整理建檔並歸檔存查。本公司亦擬定獎懲制度，服務績優者予以公佈獎勵；針對重大缺失，一律按規定嚴懲，主管並連帶處分。

- 為體現服務價值，持續進行服務稽核，落實營業前之檢核作業以確保準備工作完善及掌握服務資訊，辦理全台各店溫感服務巡迴訓練共計 11 場次、應參與人數 603 人，實際人數 573 人，參與率 95%，經過服務訓練後顧客滿意有顯著提升，客訴頻率明顯下降。
- 為加強及提升服務品質，在服務妝容部分進行異業合作，安排專業彩妝及髮妝講師進行現場巡迴教學並顯著提升人員外在素質及觀感：彩妝計 5 場次，參與人數 73 人；髮妝計 5 場次，參與人數 66 人。
- 為穩定各品牌餐廳之產品及服務品質，人資訓練主管與行銷企劃主管不定時前往品牌餐廳進行餐食與服務考核，尤其是針對台北與台中有可能受到米其林評鑑之餐廳，更訂定訓練項目及課程，並於完成訓練之後進行考評。

5-3 客戶資訊保護

■ 資訊風險管理

漢來美食資訊安全之權責單位為執行辦公室轄下的資訊室，負責規劃、執行推動資安風險管理，採用【計劃-執行-檢查-行動】(Plan-Do-Check-Act, PDCA)之模式運作，在資安風險管理架構上除遵

循 ISO 270001 規範之外，且參照【國家資通安全會報技術服務中心】之共通規範。在具體管理上，本公司及各地分公司均以先進安全之加密機制進行資料傳輸，除了以防火牆遏止不法入侵之外，另設置資訊行為紀錄設備並輔以流量監控以利資安稽核與降低存取風險。在資訊運作層面，除加強對內部員工資安宣導、作業權限嚴格控管與資安稽核外，也針對不明或可疑之郵件、檔案實施隔離安全作業，以期達到電子資料之機密性、完整性、安全性之要求。為降低資安風險及強化員工對資訊安全的重視，持續對員工加強資訊安全宣導與教育，以固守長期以來漢來美食對個人資料保護之成效。

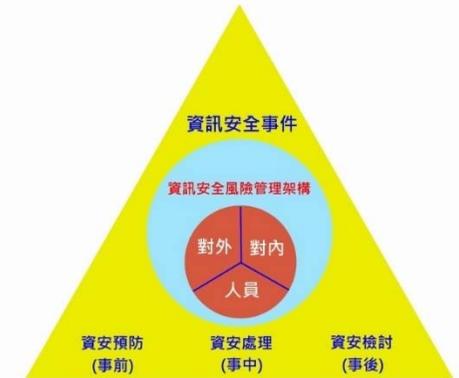


■ 客戶隱私保護

資訊電子化的交易平台中，除正確性與使用效率之外，客戶隱私和資料的安全性更是不可或缺，漢來美食恪遵政府相關法令及資訊管理原則，視保障客戶及利害關係人的資訊安全為第一要務，2018年~2020年未有因洩露顧客隱私而導致客戶權益受損或其他申訴案之情事。

- 設定業務權限

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



- 遵照個資法辦理

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

6. 社會環境友善



本公司所屬餐飲業本身即是一個與“人”最為有關的行業；更是一取之於社會、用之社會的行業，理應做更多利之於社會的事。因此，本公司對於參與社會公益、配合地方發展一向不遺餘力。

6-1 關懷社會

關 懷 弱 勢

【成立公益信託】

本公司於2019年委託臺灣土地銀行信託部管理「漢來美食社會福利公益信託」，提供補助急需安養補助者，2020年之補助款為128萬元。

【幫助喜憨兒學習】

漢來美食與喜憨兒基金會攜手合作年度公益活動，結合漢來海港與糕餅小舖之品牌，提供海港餐券獎勵捐款，拋磚引玉，募得公益款項合計66萬，下半年度更深入合作，由漢來主廚與憨兒共同推出愛心餅乾，讓我們的客人在享受美味點心之餘也能做愛心，此外，更同步進行烘焙品的技術指導與教學，讓憨兒職場技能更加提升。



敬 老 慈 幼

【關懷失智照護】

漢來美食與高雄市互愛關懷協會共同舉辦《回家》公益電影放映活動，以推廣「在宅醫療」的觀念，加強「家醫照護」的重要性，吸引近120人到場觀影。



【1919兒童陪讀計畫】

本公司與漢神百貨合作舉辦“幫助弱勢家庭兒童陪讀計畫”愛心公益下午茶會，贊助該場活動所有餐食及飲料，總價值約10萬元。



其他公益

【承接公益性質餐會及活動】

2020年承接公益性質餐會及活動約3,300人次（包含兒童發展中心 1,000人次、腦麻協會1,800人次、生命線300人次、志願服務協會200人次），本公司以贊助場租、部份宴會桌次、餐費折讓的方式，投入相當於20萬元物資及成本。

【助學獎勵】

- ▶ 贊助建教合作學校招募活動餅乾禮盒15盒，及建教表現優良實習員海港午餐券28張。
- ▶ 大專技能比賽海港晚餐券6張、海港午餐券6張、下午茶券10張，總計41,130元。

【捐贈及贊助】

- ▶ 2020年捐贈11家社福團體或社團法人及高雄市消防局約66萬元。
- ▶ 2020年贊助喜憨兒基金會送愛到部落海港餐券12萬元。



企業參與

【銀色野餐派對-推動高齡友善環境】

漢來美食與台灣高齡化政策暨產業發展協會合作，響應「10/1聯合國的國際老人日」，希望透過有趣的活動，破除銀髮族的迷思、呼籲大眾提早為超高齡社會做準備。捐贈來拌麵100組(4入)做為派對活動贈品。



【我的打卡生活攝影比賽】

本公司贊助佈展場地、獎品及記者會，價值約48,400元，得獎作品在漢來海港餐廳天母店展出，傳達個人對生活的觀察與體會，鼓勵民眾或是學生主動探索社會中的各個角落，進而能產生新觀點。



鼓勵員工參與

【協助推廣國產黑豬肉】

漢來美食配合漢神百貨，與優質的食材供應商"東寶"共同舉辦賣場展演推廣活動：地方牧場以多角化經營不遺餘力的推廣六堆黑毛豬，使黑毛豬養殖成為六堆特色產業，漢來美食亦藉由主廚現場解說及示範，與試吃民眾共同參與，深入體驗地方特色食材。



【協助推廣高雄在地美食】

為配合高雄市政府推廣在地美食"滷肉飯"，提供可容納500人之宴會廳場地作為活動競賽及頒獎之用，本公司鼓勵6名主廚協助擔任現場評審工作。



6-2 環境理念

產品包裝綠能概念

- 產品包裝符合綠能概念，使用之餐墊紙、產品提袋、禮盒等，均盡可能採用再生紙製品。
- 包裝採用無毒環保大豆油墨印製；且年節禮盒設計站在可再利用的角度進行研發；空盒可再利用作為收納盒、面紙盒等。
- 積極推動減少使用一次性餐具、塑膠提袋及塑膠包裝等，或改用可自然分解之PLA材質產品替代，例如便當手提袋。



拓店/改裝綠建材

- 持續展店過程中，改用節能設備降低環境污染，機電及廚房設備並定期維護保養，以達到最佳使用狀況，節少能源浪費；在裝修時，採用綠建材及盡量保留自然光，也可減少環境負擔。
- 2020年投入新台幣874萬建置省電照明及357萬建置省電空調。



減少碳排放

- 當地採購為主，可維持食材新鮮度及減少運輸過程產生碳排放。
- 在地廠商以「今日叫明日用」的模式，每日叫貨，確實管理食材用量，減少食材不必要的浪費。
- 外地廠商採用大宗採購，廠商以定期（每個禮拜兩次）方式配送，減少送貨次數有利減少碳排放量。
- 使用有機食材及水耕食材減少農藥對環境（土壤、空氣、水質）的傷害。
- 海內外餐廳溝通主要採用視訊系統，以減少非必要之出差費用。
- 紙本作業逐漸被電子化代替，降低各餐廳及辦公室紙張用量。



病蟲害管理

- 秉持餐飲衛生第一，總公司衛生管理人員定期或不定期至各店每家餐廳進行環境衛生清潔稽查外，每日皆做好自主環境衛生管理，減少病蟲害滋生。
- 每月各家餐廳皆委託專業合格廠商與合格之專業技術人員施做防治消毒外，本身各餐廳廚房亦做好蟲鼠害之自主防治工作，並記錄追蹤病蟲害種類與習性，找出滋生源，徹底解決蟲鼠害之滋生。
- 每季餐務部召開環境衛生管理簡報會議，共同努力做好病蟲害之防治工作，予以維護營業現場環境清潔衛生及食品安全，讓顧客有舒適愉快之用餐環境。



廢棄物管理

- 廢棄物皆遵循廢棄物清理法辦理，包含一般性廢棄物、廢食用油及廚餘，皆非有害事業廢棄物。
- 廚房料理過程中設有油煙處理設備，而產生之廢水及廢棄物皆委外合格廠商處理。

廚餘



■ 採購國際認證項目

漢來美食 2018 年-2020 年採購國際認證項目之金額佔整體採購金額分別為 0.24%、0.10%及 0.21%，且 2020 年採購金額較 2019 年成長 86.53%。2020 年採購符合 FSC 者有海港餐券、餐飲禮券、咖啡券、抽取式擦拭紙、捲筒衛生紙（舒潔）；符合 ECOCERT 者有紅棗-有機。

國際認證標準	2020 年		2019 年		2018 年	
	金額(元)	採購比例	金額(元)	採購比例	金額(元)	採購比例
森林管理委員會認證 (FSC)	3,081,005	0.19%	1,763,627	0.10%	3,986,308	0.23%
ECOCERT 歐盟有機認證機構	351,900	0.02%	76,740	-	175,448	0.01%
合計	3,432,905	0.21%	1,840,367	0.10%	4,161,756	0.24%



6-3 氣候變遷與能資源管理

■ 氣候變遷

氣候變遷對於漢來美食營運來的影響，主要有需求食材的短缺及食材成本的異常波動。如發生氣候變遷而導致食材品質不良或食材短缺時，會採用可替代產品供現場單位使用。如蔬果類品項，因天候問題，持續雨季導致產量銳減，改用溫室及水耕栽培的蔬果作為替代。另外，因主要的採購類別採用投標方式，訂定區間(半個月、一個月、兩個月及三個月)，可有效穩定因氣候變遷導致的成本異常波動。

■ 能資源使用

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

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

- 使用能源統計

能源類別	計算單位 (註 1)	2020 年	2019 年	2018 年
外購電力	度	16,387,730	16,107,364	14,949,971
天然氣	度	2,426,082	2,354,642	2,258,347
液化石油氣 LPG(桶裝瓦斯)	公升	5,332.44	7,057.44	8,224.61



能源類別	計算單位 (註 2)	2020 年	2019 年	2018 年
外購電力	GJ	58,996	57,987	53,820
天然氣	GJ	81,206	78,815	75,591
液化石油氣 LPG(桶裝瓦斯)	GJ	148	196	228
總計	GJ	140,350	136,998	129,639



	2020 年	2019 年	2018 年
能源密集度 (註 3)	0.41	0.36	0.37

註 1:係依據電費單、瓦斯費單及瓦斯桶(罐)等明細表統計彙整。

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

註 3:能源密集度採漢來美食營業收入(萬元)為計算分母。

註 4: 2020 年末使用再生能源。

田 使用能源之溫室氣體排放情形

單位：公噸 CO₂e

	能源類別	CO ₂ 轉換係數	2020 年	2019 年	2018 年
範疇一	天然氣	1.880871333 KgCO ₂ /M ³	4,563.15	4,428.78	4,247.66
	液化石油氣 LPG(桶裝瓦斯)	1.754403588 KgCO ₂ /L	9.36	12.38	14.43
範疇二	外購電力	註	8,341.35	8,198.65	7,968.33
合計			12,913.86	12,639.81	12,230.42

註 1: 經濟部能源局尚未公告 2020 年電力排放係數，故 2020 年以公告之 2019 年電力排放係數計算，電力排放係數自 2018 年至 2020 年分別為 0.533、0.509、0.509 (KgCO₂/kwh)。

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

本公司最近二年度溫室氣體排放，參考 ISO 14064-1 溫室氣體盤查標準，採用環保署發布之「溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版」進行盤查計算，計算範圍為全台各分公司及中央工廠，針對內部所使用之能源統計使用量，透過排放係數轉換為溫室氣體排放量。2020 年合計之溫室氣體排放量為 12,913.86 公噸，較 2019 年之 12,639.81 公噸增加，主係因增加 4 家餐廳。

營業用水統計

本公司營業用水以自來水為主，2020年用水量為483,124度，較2019年用水量517,146度減少約6.6%，主因是營業額減少及節約用水。

能源類別	單位	2020年	2019年	2018年
用水	度	483,124	517,146	477,653
每千元營業額 平均用水量	度	0.1397	0.1370	0.1381

註：係依據水費單彙整。



6-4 廢棄物管理

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

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

一般性廢棄物管理

對於每日產生之生活垃圾，各產出之源頭皆落實垃圾分類管理，確保做好垃圾減量之措施，再配合各駐店之百貨指定之區域位置儲存，做好環境衛生管理，再由百貨合格之清運廠商清運至焚化處理。漢來美食2020年全台依環保局之餐館業事業廢棄物清理計畫書估算生活垃圾共351.94公噸。

環保署104年5月13日環署廢字第1040036484號函釋略以：「有關設置於百貨公司或零售式量販業內之連鎖速食店或餐館業，如為廢棄物清理工法第31條第1項第1款及第2款之指定公告事業，應由連鎖速食店或餐館業自行辦理檢具事業廢棄物清理計畫書及上網申報廢棄物；若未達列管門檻，則併入百貨公司或零售式量販業辦理。」

一般垃圾減量作法：

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



▪ **廢水、廢食用油管理**

- **油煙油污管理**

餐廳營運中會產生油煙與帶有油脂之污水：在處理油煙空氣上，我們使用水洗煙罩或在煙油罩上加上靜電機，在末端再加上水洗機設備，以確保去除異味及油粒；在廢水防治上，廚房區設有攔渣槽及油脂截油槽，將廚餘及油脂分別在攔渣槽及截油槽中被有效攔截及分離油脂，其污水再排入主幹管中，避免造成水污染，並且每年安排例行維護保養以確保該設備之效能。

除了租賃之部分百貨商場會提供相關污染防治設備以外，本公司自行購置環保設備來降低對環境的衝擊，截至 2020 年底之投入設備有：

單位:新台幣仟元

設備名稱	用途及預計可能產生效益	數量	投資成本
水洗機	利用水霧除去油煙中的油粒子，可除油	18 式	10,878
水洗煙罩	利用水霧除去油煙中的油粒子，可除油	50 式	3,039
油煙靜電處理機	利用電極吸附除去油煙中的油分子，可除油除味	31 式	3,104
截油槽排水設備	將排放水中之油脂及其他不溶性物質，避免廚餘菜渣及油脂污染水溝	40 式	1,723

- **廢食用油統計**



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

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

	單位	2020 年	2019 年	2018 年
廢食用油	噸	96.59	90.29	89.43
餐廳數量	家	45	41	37
每家餐廳平均廢油量	公斤	2,146	2,202	2,417
全台各分公司回收回饋金	仟元	741	632	584

廚餘管理

本公司餐務部每月追蹤記錄各分公司廚房餐廳之廚餘數量，力求減少廚餘量，2018 年~2020 年每仟元營業額平均廚餘量分別為 228.61 克、173.73 克及 140.60 克，廚餘減量除了與推廣惜食觀念及食材有效利用相關，也與營業額相關。

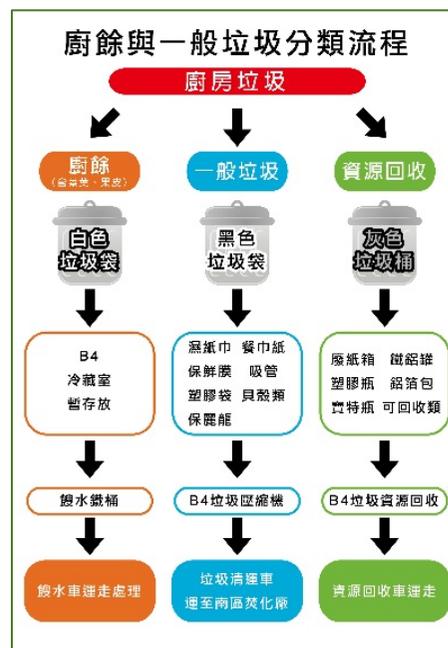
	單位	2020 年	2019 年	2018 年
廚餘	噸	486.36	655.88	790.79
全年度營業額	仟元	3,459,267	3,775,225	3,459,052
每仟元營業額 平均廚餘量	克	140.60	173.73	228.61

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



廚餘類減量作法：

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



工程廢棄物處理

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

7. 職場和諧健康



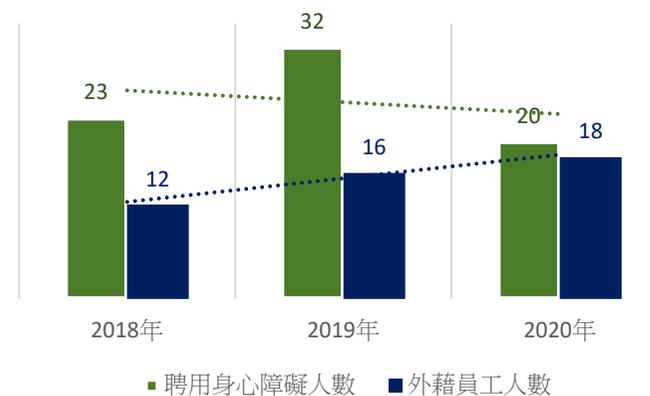
7-1 員工組成

年度	女性員工		男性員工		合計	
2020年	759	45.02%	927	54.98%	1,686	100%
2019年	716	44.67%	887	55.33%	1,603	100%
2018年	701	44.96%	858	55.04%	1,559	100%

年度	身心障礙員工		外籍員工 (註)	
2020年	20	1.19%	18	1.07%
2019年	32	2.00%	16	1.00%
2018年	23	1.48%	12	0.77%

漢來美食遵循相關法規及參考國際人權公約制定人權政策，視員工為最重要的資產，用人著重在專業能力，不因性別、年齡、種族等條件而有所差異，使員工發揮所長。

- 最近3年(2018年~2020年)之女性及男性員工佔比均約在45%及55%，主係因廚師多為男性的餐飲業特性所致。
- 本公司依據「身心障礙者權益保障法」第38條聘用人數規定，每年皆超額進用身心障礙人數，2020年依規定應進用16人，實際進用20人，超額進用4人。
- 本公司逐年增加聘用外籍員工，2020年已達18人，足見漢來美食重視員工多元化。



(依性別及年齡區分)
員工人數

年度	性別 年齡	正職人員 (註)			實習生			總計			
		男	女	小計	男	女	小計	男	女	小計	佔比
2020 年	30 歲以下	401	281	682	128	158	286	529	439	968	57.41%
	31-50 歲	335	258	593	-	-	-	335	258	593	35.17%
	51 歲以上	63	62	125	-	-	-	63	62	125	7.42%
	小計	799	601	1,400	128	158	286	927	759	1,686	100.00%
2019 年	30 歲以下	414	296	710	108	115	223	522	411	933	58.20%
	31-50 歲	307	251	558	-	-	-	307	251	558	34.81%
	51 歲以上	58	54	112	-	-	-	58	54	112	6.99%
	小計	779	601	1,380	108	115	223	887	716	1,603	100.00%
2018 年	30 歲以下	402	301	703	125	140	265	527	441	968	62.09%
	31-50 歲	278	213	491	-	-	-	278	213	491	31.50%
	51 歲以上	53	47	100	-	-	-	53	47	100	6.41%
	小計	733	561	1,294	125	140	265	858	701	1,559	100.00%



與實習生座談餐敘



定期契約員工

年度	女	男	小計	佔員工總數
2020 年	64	65	129	7.65%
2019 年	39	63	102	6.36%
2018 年	45	71	116	7.44%

註：正職人員包含定期契約員工，其工作時數及休假同一般正職員工

(依性別及職級區分)
員工人數

年度	性別 職級	正職人員 (註)			實習生			總計			
		男	女	小計	男	女	小計	男	女	小計	佔比
2020年	主管	123	67	190	-	-	-	123	67	190	11.27%
	非主管	676	534	1,210	128	158	286	804	692	1,496	88.73%
	小計	799	601	1,400	128	158	286	927	759	1,686	100.00%
2019年	主管	119	61	180	-	-	-	119	61	180	11.23%
	非主管	660	540	1,200	108	115	223	768	655	1,423	88.77%
	小計	779	601	1,380	108	115	223	887	716	1,603	100.00%
2018年	主管	121	57	178	-	-	-	121	57	178	11.42%
	非主管	612	504	1,116	125	140	265	737	644	1,381	88.58%
	小計	733	561	1,294	125	140	265	858	701	1,559	100.00%

註: 主管係指副理級(含)以上員工, 2020年有3名外國籍, 其餘187人(98.42%)皆為當地人

(依性別及學歷區分)
員工人數統計

年度	性別 學歷	正職人員 (註)			實習生			總計			
		男	女	小計	男	女	小計	男	女	小計	佔比
2020年	碩士	7	15	22	-	-	-	7	15	22	1.30%
	大學	332	309	641	37	55	92	369	364	733	43.48%
	專科	51	48	99	2	3	5	53	51	104	6.17%
	高中職以下	412	226	638	89	100	189	501	326	827	49.05%
	小計	802	598	1,400	128	158	286	930	756	1,686	100.00%
2019年	碩士	6	14	20	-	-	-	6	14	20	1.25%
	大學	326	316	642	48	46	94	374	362	736	45.91%
	專科	47	52	99	1	1	2	48	53	101	6.30%
	高中職以下	400	219	619	59	68	127	459	287	746	46.54%
	小計	779	601	1,380	108	115	223	887	716	1,603	100.00%
2018年	碩士	9	14	23	-	-	-	9	14	23	1.47%
	大學	290	292	582	62	72	134	352	364	716	45.93%
	專科	39	45	84	1	2	3	40	47	87	5.58%
	高中職以下	395	210	605	62	66	128	457	276	733	47.02%
	小計	733	561	1,294	125	140	265	858	701	1,559	100.00%

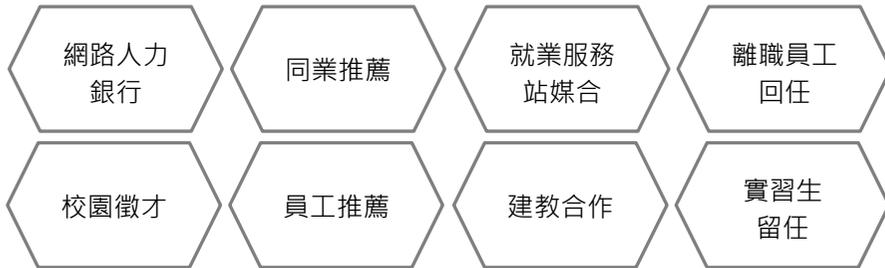
新進及離職員工人數統計

分類		新進員工						離職員工					
		2020 年		2019 年		2018 年		2020 年		2019 年		2018 年	
		人數	比例										
正職人員	男	381	47.68%	258	33.12%	360	49.11%	339	42.43%	367	47.11%	327	44.61%
	女	192	31.95%	177	29.45%	211	37.61%	180	29.95%	222	36.94%	190	33.87%
	30 歲以下	356	52.20%	291	40.99%	431	61.31%	339	49.71%	394	55.49%	368	52.35%
	31~50 歲	201	33.90%	131	23.48%	123	25.05%	161	27.15%	180	32.26%	134	27.29%
	51 歲以上	16	12.80%	13	11.61%	17	17.00%	19	15.20%	15	13.39%	15	15.00%
	小計	573	40.93%	435	31.52%	571	44.13%	519	37.07%	589	42.68%	517	39.95%
實習生	男	249	194.53%	108	100.00%	192	153.60%	167	130.47%	171	158.33%	196	156.80%
	女	271	171.52%	114	99.13%	198	141.43%	148	93.67%	161	140.00%	194	138.57%
	30 歲以下	520	181.82%	222	99.55%	390	147.17%	315	110.14%	332	148.88%	390	147.17%
	31~50 歲	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	51 歲以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	小計	520	181.82%	222	99.55%	390	147.17%	315	110.14%	332	148.88%	390	147.17%
	總計	1,093	64.83%	657	40.99%	961	61.64%	834	49.47%	921	57.45%	907	58.18%

漢來美食 2020 年新進人員佔年底在職人數為 64.83%，較前一年度之 40.99% 高出許多，主要是因展店增加正職人員及實習生的因素；2020 年離職人員佔在職人數為 49.47%，較前一年度之 57.45% 減少，主要是因新冠疫情期間之人員流動率較低，且公司為保障員工之生計，並未施行裁員、減薪及無薪假政策，另實習生因實習期滿離職返校亦為流動的主要因素。

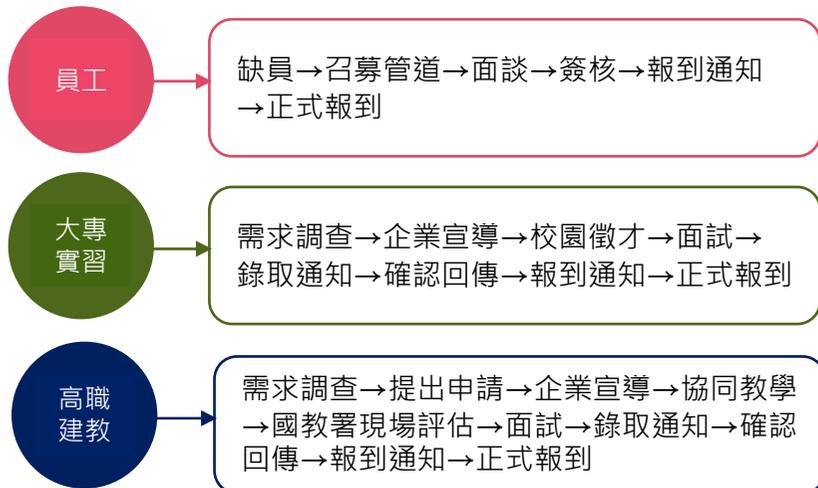
漢來美食以【培育優質人才】做為核心招聘理念，透過多元的管道，積極招募對餐飲有興趣及能力的人才、建立完整培育及升遷制度以因應組織拓展。公司在缺額待補時，以內部晉升或調任為優先，若內部無適當人選、人手不足或需特殊技術或專業知識時，採取對外徵才。

招募管道:



實習生座談餐敘

招募流程:



2018年~2020年實習生留任率



7-2 員工薪資福利

漢來美食的薪資待遇優於勞基法核定之最低薪資，並且在不低於同業平均薪資之水準，內部建立之績效考核制度可使員工依表現調薪，2020 年並調整薪資結構及提高薪資級距，2020 年總調薪人數 643 人，調薪人數佔比 38.14%，調薪幅度為 3.85%-10.53%。

漢來美食經會計師檢視及核算非擔任主管職務之薪資平均數及薪資中位數，2020 年全時員工平均人數為 1,317 人，較 2019 年增加 68 人；2020 年薪資平均數 518 千元，較 2019 年減少 17 千元；2020 年薪資中位數 422 千元，較 2019 年減少 9 千元。本公司薪資平均數及中位數主要因本業績效達成情形給付獎金變動的因素影響，2019 年及 2020 年營業淨利分別為 342,544 千元及 161,936 千元，營業淨利率分別為 9%及 5%，2020 年本業業績大幅大滑，主要係因 COVID-19 重創餐飲業所致。本公司為保障員工，而依「經濟部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難產業事業紓困振興辦法」取得薪資及營運資金補貼款共計 69,979 千元。

■ 非擔任主管職務之全時員工資訊

	2020 年	2019 年	差異	2018 年
全時員工平均人數(人)	1,317	1,249	68	1,275
薪資平均數(千元)	518	535	(17)	510
薪資中位數(千元)	422	431	(9)	402

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

■ 全職員工之福利制度

漢來美食每年固定從營業額提撥部分金額作為員工（不含臨時工）福利之用：

經濟福利
免費員工餐廳、制服及免費送洗、生日餐飲禮券、三節禮金(券)、年度健康檢查、員工團體保險(含人壽、醫療、意外)、員工旅遊、員工購物或用餐優惠、員工急難救助

法定福利
勞保、健保、勞工退休金、留職停薪(含育嬰留停)、家庭照顧假、產假或陪產假、生理假、醫護室及哺乳室、退休制度、員工持股等。

- 勞工退休金-舊制

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

單位:新台幣千元

	2020 年	2019 年	2018 年
淨確定福利負債	35,945	36,543	36,276

- 勞工退休金-新制

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

單位:新台幣千元

	2020 年	2019 年	2018 年
確定提撥計畫	39,246	38,312	34,756

- 哺(集)乳室

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



7-3 勞資溝通

漢來美食本著勞資和諧之理念，建立良好互動及雙向溝通機制，明訂各項管理辦法。

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

2020 年勞方陳情事件 1 件，因疫情期間暫緩排定部分工時人員排班工作申訴，經調解依法給付資遣費 6 萬元。

漢來美食本於勞資和諧之理念，建立良好互動及雙向溝通機制，每季定期舉辦勞資會議，2020 年勞資會議決議及事項包含：

日期	議題
2020.01.07	女性夜班工作規範
	重申性騷擾防治法
	春節期間人力出勤法令提醒
	勞動事件法宣導
2020.04.06	新冠肺炎防疫期間規範
	加班、補休申請規範
2020.06.29	禁止工作場所職場暴力
2020.10.05	2021 年度基本工資調整說明
	台北信義分公司第一屆勞資會議勞資代表公佈
	工作規則編修
2020.11.23	2021 年 4 週工時區間與休假天數
	台北天母分公司第二屆勞資會議勞資代表公佈



- 問卷樣本數(含實習生)共計 1,731 份
- 有效問卷回收數 1,462 份
- 平均回收率 84%

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

2020年新進員工共計 849 人 (439 小時) 完成該課程，另外針對在職員工共辦理 26 場次職場不法侵害預防教育訓練課程計 1,441 人 (745 小時) 參加，總訓練時數為 1,184 小時，而減除離職人數 906 人後，受訓人數佔期末員工總數約 82%。



漢來美食股份有限公司

禁止工作場所職場暴力之書面聲明

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

- 一、職場暴力定義：工作人員在與工作相關的環境中（包含通勤）遭受虐待、威脅或攻擊，以致於明顯或隱含地對其安全、福祉或與健康構成影響的事件。
- 二、職場暴力行為類型：
 - (一) 肢體暴力(如：毆打、抓傷、拳打、腳踢等)。
 - (二) 心理暴力(如：威脅、欺凌、騷擾、辱罵等)。
 - (三) 語言暴力(如：霸凌、恐嚇、干擾、歧視等)。
 - (四) 性騷擾(如：不當的性暗示與行為等)。
 - (五) 職場霸凌(如：加害者與被害者處於上對下之關係等)。
- 三、員工遇到職場暴力怎麼辦：
 - (一) 向同事尋求建議與支持。
 - (二) 與加害者理性溝通，表達自身感受。
 - (三) 思考自身有無缺失，請同事誠實評估你的為人與工作表現，找出問題點。
 - (四) 儘可能以錄音或任何方式記錄加害者行為做為證據。
 - (五) 向公司提出申訴。
- 四、本公司所有員工均有責任協助確保免於職場暴力之工作環境，任何人目睹及聽聞職場暴力事件發生，都應立即通知本公司人事部門或職安室，本公司接獲申訴後會採取保密的方式進行調查，若被調查屬實者，將會進行懲處。
- 五、本公司絕對禁止對申訴者、通報者或協助調查者有任何報復之行為，若有，將會進行懲處。
- 六、本公司鼓勵同仁均能利用所設置之內部申訴處理機制處理此類糾紛，但如員工需要額外協助本公司亦將盡力協助提供。
- 七、本公司職場暴力諮詢、申訴管道：
申訴專線電話：07-2135788 #7022/73027382
申訴專用信箱設置於：24F 員工餐廳公佈欄下方
申訴專用電子信箱：hshr.dept@hilai-foods.com

負責人：張子以

7-4 員工安全照護

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

■ 職業安全衛生管理系統

漢來美食各據點規模未達職業安全衛生管理辦法 12-2 條所述，因此目前依職業安全衛生管理辦法 12-1 條，編定「職業安全衛生管理計畫」及「職業安全衛生管理規章」進行職業安全衛生管理，且視法令現況及公司內部實際運作情形不定期更新，在 2022 年為使職業安全衛生管理至臻完善，將導入 ISO45001 管理系統進行管理。

■ 危害辨識、風險評估及事故調查

職安室依「職業安全衛生法」制訂職業安全衛生查核制度，不定期至各分公司依『備查管理』、『健康管理』、『教育訓練』、『自動檢查』、『化學品管理』、『工作環境安全衛生管理』、『承攬商管理』及『消防安全』等八大項目進行職業安全衛生查核，依當次缺失情形給予評核，評核分為三級由優至劣為 A、B、C，各等級採行措施如下：

針對 A 級將繼續維持相關管理措施，並針對該次缺失給予建議並要求改善；B 級將檢視部分管理措施是否需進行改善，並針對該次缺失需增加防護設備並於限期內改善完畢；C 級將全面重新檢視相關管理措施是否需進行改善，並要求缺失設備、器具於限期內進行工程改善及增加防護



▲職業安全衛生查核現況

設備，並增加查核頻率，另外針對 B、C 級嚴重缺失項目將列舉呈報於職業安全衛生委員會中共同討論，避免相同問題再次發生。

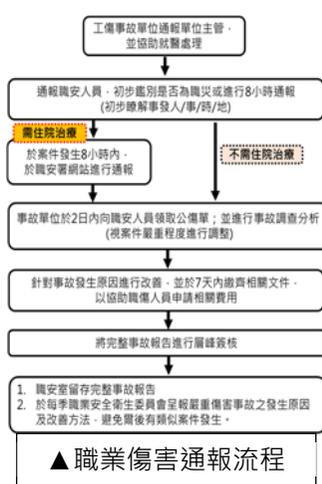
為防止各分公司承攬廠商進行維修業務時發生重大事故，各承攬人員於入場前必須填寫施工名冊及危害告知單方可進場，且進場維修時需指派一位主管擔任現場監督人員；另外，若進行大型改裝或拓店作業時，則與相關承攬商召開共同



▲攪拌機安全防護罩設置

協議組織會議並簽訂承攬商駐場施工安全衛生規範，2018 年~2020 年辦理之協議組織會議分別有 12 場、10 場及 14 場；另外，為使全體人員於安全環境及設備下作業，職安室依不同據點規劃緊急避難逃生流程公告周知，另外於 109 年進行全台清查老舊之設備其安全防護裝設情形，並配合政府補助資源進行安全防捲夾防護設備加裝，使員工於安全環境下

進行作業。為使職業災害發生時能由下至上快速反應，制定緊急通報流程並公告於明顯處，以確保針工作傷害事故通報通暢並及早協助災害防止對策實施。



▲職業傷害通報流程

員工發生職業災害需住院 8 小時網路通報流程

1. 職災發生時由店長通知各轄區職安人員
【高雄分公司→安管部 0973-731-085】
【嘉義分公司→安管部 0973-731-087】
【其他分公司→職安室 0921-256-590】
安管部 0973-731-082
2. 決定通報與否
高雄、巨港分公司→請示副總
其他分公司→請示各店店長
需通報時，撥專機號字 8小時職業災害通報
3. 負責填寫職災申報資料人員
高雄、巨港分公司：轄區職安人員
其他分公司：各店專業職安人員
4. 填入完成後，儲存列印表單並回傳總公司，通報流程即完成

▲8 小時職業傷害通報流程

職業健康服務

本公司視全體員工身體健康為公司重要資產，為使公司對員工的健康照護完臻妥善，本公司設置醫護室並特約 4 位職病科專科醫師及 3 位專任職護辦理臨場健康服務，並針對健康檢查異常員工進行關懷、照護及追蹤管理。有關本公司工健康照護辦理情形如下：

- 每年定期辦理員工健康檢查，依檢查結果進行健康管理分級，依分級結果參採職醫護建議辦理諮詢及健康指導，並持續進行追蹤及管理。

- 辦理特殊健康檢查作業，檢查項目包括大腸癌潛血篩檢、乳房攝影及子宮頸抹片篩檢。

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



乳房攝影、子宮頸抹片篩檢：由公司職護與愛汝診所，協助符合國健局免費篩檢女性員工由職護預約辦理癌症篩檢作業，並進行追蹤管理。

有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通

漢來美食依「職業安全衛生管理辦法」第 11 條規定，2020 年委員中工作者層級分佈情形，共計 43 人；董事長（雇主）為主任委員，總經理為副主任委員。主任委員及各委員應對職業安全衛生事項進行討論、審議及



決議，會議中若有重要宣示事項或決議事項，由主任委員擔任之；另外本公司每季召開職業安全衛生管理委員會，會議內容包括新修法規之推行、各分公司常見缺失、設備危險性及職業災害案件等進行相關改善討論及決議。

	2020 年	2019 年	2018 年
委員會總人數	45	40	40
委員會中工作者人數	43	38	38
工作者佔比	96%	95%	95.0%

■有關職業安全衛生之工作者訓練

為提升新進人員對於餐飲行業相關職業安全衛生相關敏感度，公司對於新進人員之職前安全衛生教育訓練及在職人員皆需於規定時間內接受完整職場安全教育訓練並接受考核；針對在職人員每年由各分公司甲種職業安全衛生業務主管進行在職教育訓練，並不定期針對高風險危害事項進行教育訓練及宣導。



5kg 瓦斯安裝安全訓練



全台高消耗功率電氣用品使用安全規範

為提升員工交通安全觀念，聘請警察局經舉組組長辦理上、下班行車安全規定及各項交通安全宣導，計 2 場次。



2020 年全台共辦理在職人員職業安全衛生教育訓練課程，計 20 場次。

2020 年聘請外部講師辦理針對職場不法侵害、異常工作負荷疾病預防及肌肉骨骼重複性動作傷害預防教育訓練。



■工作者健康促進

本公司視全體員工身體健康為公司重要資產，為使公司對員工的健康照護完臻妥善，本公司設置醫護室並特約 4 位職病科專科醫師及 3 位專任職護辦理臨場健康服務，並針對健康檢查異常員工進行關懷、照護及追蹤管理。有關本公司員工健康照護辦理情形如下：

- 每年推行及運作四大計畫，分別進行職場不法侵害預防、人因性肌肉骨骼危害預防、異常工作負荷疾病預防及母性健康保護等，對於異常事件由職病科醫師及專任職護、

職安人員及各單位主管等，進行後續追蹤、訪視及管理。



- 本公司職病科專科醫師針對餐飲從業人員易發生之危害，辦理「肌肉骨骼改善預防講座」，增進員工健康知能進而提升其健康生活型態，並宣導正確觀念避免因長時間站立、重複性動作而造成肌肉骨骼危害。



- 藉由年度健康檢查問卷進行吸菸族群統計並辦理菸害防治宣導會，者進行戒菸指導。
- 針對該族群及想戒菸進入秋冬季節流行性感冒高峰期前，由職護篩選出高感染風險人員後與轄區衛生所及高醫合作辦理接種流感疫苗作業。



- 每季由醫護室撰寫『健康新情報站』，以簡單圖文並茂方式提供清楚之健康管理知識，並公告於佈告欄。



■預防和減輕與業務關係直接相關聯之職業安全衛生衝擊

風險項目	重要風險事項	改善措施
職業安全衛生風險	職災案件未進行申報之罰鍰風險	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 職安室提前追蹤提醒未申報單位於期限內完成申報。 ▪ 職災案件發生後，指派專責負責追蹤後續相關措施。
	化學品申報項目或使用量缺漏之罰鍰風險	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 職安室每年與採購部門配合清查所有化學品並列表造冊。 ▪ 職安室不定期發佈公告化學品物私自購買使用之嚴重性，並將化學品使用狀況列入查核項目。
	承攬商施工安全危害	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 施工前與承攬商召開「施工安全衛生協議組織」規範須遵守事務。 ▪ 由開發部人員於現場監督作業。
	工作場域感電、捲夾、滑倒等風險	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 全面檢視高功率電器使用情形，並依現況汰舊換新。 ▪ 針對廚房具危害之機械設備加裝防護設施。 ▪ 保持地板乾燥及建置防滑設施。

■ 職業傷害

歷年各分公司工作事故統計

		總公司			本館			巨蛋			佛館			台南			東寧		
		2020 次(比率)	2019 比率	2018 比率	2020 次(比率)	2019 比率	2018 比率	2020 次(比率)	2019 比率	2018 比率	2020 次(比率)	2019 比率	2018 比率	2020 次(比率)	2019 比率	2018 比率	2020 次(比率)	2019 比率	2018 比率
工傷事故種類	跌倒	-(-)			-(-)			1(0.39)			-(-)			-(-)			-(-)		
	捲夾	-(-)	-	-	-(-)	-	男(1.21) 女(0.50)	-(-)	男(0.81) 女(2.92)	-	-(-)	-	-	-(-)	-	男(1.94) 女(2.06)	-(-)	-	-
	切割	-(-)			1(0.22)			1(0.39)			-(-)			-(-)			-(-)		
	燒燙	-(-)			3(0.65)			1(0.39)			-(-)			-(-)			-(-)		
工傷嚴重分級	暫時全失能	-(-)	-	-	4(0.86)	-	-	3(1.18)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-
	永久部分失能	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-
	永久失能	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-
	死亡	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-
實際工作時數		261,718	-	-	925,121	-	-	506,670	-	-	24,292	-	-	179,602	-	-	126,474	-	-
工作者人數		136	-	-	485	-	-	280	-	-	24	-	-	95	-	-	65	-	-

		台中			三民			桃園			敦南			天母			信義		
		2020 次(比率)	2019 比率	2018 比率	2020 次(比率)	2019 比率	2018 比率	2020 次(比率)	2019 比率	2018 比率	2020 次(比率)	2019 比率	2018 比率	2020 次(比率)	2019 比率	2018 比率	2020 次(比率)	2019 比率	2018 比率
工傷事故種類	跌倒	-(-)			-(-)			2(1.85)			1(0.81)			-(-)			-(-)		
	捲夾	1(0.84)	-	-	-(-)	-	男(0) 女(2.76)	-(-)	-	男(0) 女(2.04)	-(-)	-	女(2.32)	-(-)	-	男(1.50) 女(4.23)	-(-)	-	-
	切割	-(-)			-(-)			-(-)			-(-)			1(0.94)			-(-)		
	燒燙	-(-)			-(-)			-(-)			-(-)			-(-)			-(-)		
工傷嚴重分級	暫時全失能	1(0.84)	-	-	-(-)	-	-	2(1.85)	-	-	1(0.81)	-	-	1(0.94)	-	-	-(-)	-	-
	永久部分失能	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-
	永久失能	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-
	死亡	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-	-(-)	-	-
實際工作時數		239,388	-	-	114,918	-	-	216,017	-	-	246,027	-	-	213,566	-	-	118,469	-	-
工作者人數		126	-	-	58	-	-	114	-	-	133	-	-	107	-	-	63	-	-

2020年工作事故統計總計

		2020年 工傷事故總計 次(比率)
工傷事故種類	跌倒	4(0.25)
	捲夾	1(0.06)
	切割	3(0.19)
	燒燙	4(0.25)
工傷嚴重分級	暫時全失能	12(0.76)
	永久部分失能	-
	永久失能	-
	死亡	-
實際工作時數		3,172,262
工作者人數		1,686

註1: 工傷率=(工作傷害次數/實際工作總時數)X200,000

註2: 公傷事故種類及嚴重分級之定義，皆依職業安全衛生署公告發布內容進行分類。

註3: 供應商及承攬商作業型態多為短時間、短期作業，難以詳實記載其工時因此未列入職業傷害統計中。

註4: 漢來美食 2018 年~2020 年無職業病發生及未有員工及工作者因公死亡之情事。

本公司 2020 年共 12 件工傷事件：

NO.	分公司	單位	原因	改善措施
1	高雄	福園廚	作業時不慎踢到熱湯導致燙傷	改善作業方式
2	高雄	大廳酒廊	不安全行為導致燙傷	加強宣導標準作業程序
3	高雄	海港廳	不安全環境導致跌倒	作業時放置警示立牌
4	高雄	海港廚	物品破裂遭割傷	加強宣導使用工具車作業
5	巨蛋	宴會廳	地板濕滑導致滑倒	作業時放置警示立牌
6	巨蛋	宴會廚	不安全行為導致割傷	重新進行教育訓練，並宣導使用正確工具進行作業
7	巨蛋	宴會廚	搬運湯品不慎燙傷	重新宣導搬運高溫物品時注意事項，並使用防護具
8	台中	海港廚	進行清洗作業時遭夾傷	重新規範標準作業程序
9	桃園	海港廚	地板濕滑導致滑倒	規範地面需經常保持乾燥，並鋪設防滑地墊
10	桃園	海港廚	通道堆放雜物，人員未注意絆倒	加強規範及宣導人員經常走動通道嚴禁堆放雜物
11	台北敦南	海港廳	人員進行搬運作業時遭通道突出物品絆倒	加強規範通道嚴禁堆放雜物
12	台北天母	海港廚	作業時不慎切傷	重新進行用刀安全宣導及教育

- 漢來美食工傷事件在 2018 年~2020 年分別為 12 件、6 件及 12 件。

▪ 育嬰留停



本公司落實育嬰留停，使同仁可以兼顧工作與家庭。

- 申請率

2020 年共有 25 人享有育嬰留停之資格，共有 14 位同仁提出申請（11 位女性、3 位男性），2018 年-2020 年申請率分別為 37.14%、48.39%及 56%，逐年成長。

- 復職率

2020 年育嬰留職期滿復職率，女性 60%、男性 50%。

- 復職週年留任率

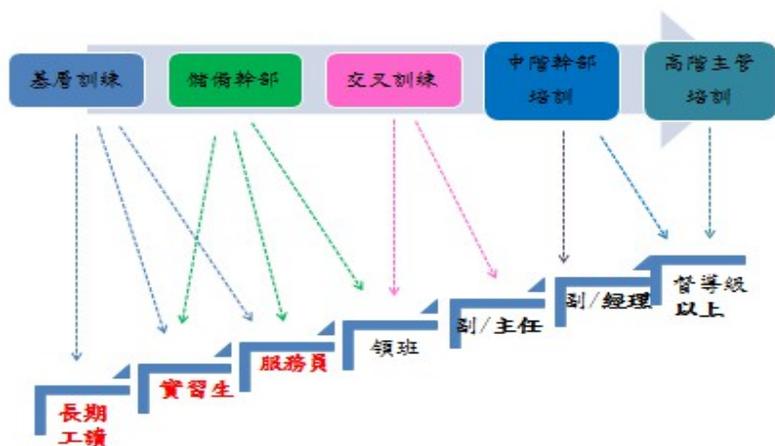
2019 年復職之 5 位同仁，全數於 2020 年復職 12 個月仍在職，留任率 100%。

育嬰留停統計	2020 年			2019 年			2018 年		
	女	男	合計	女	男	合計	女	男	合計
該年度享有育嬰留停資格人數(A)	11	14	25	16	15	31	15	20	35
該年度申請育嬰留停人數(B)	11	3	14	14	1	15	11	2	13
預定該年度復職人數(C)	5	2	7	5	1	6	3	1	4
實際復職人數(D)	3	1	4	5	-	5	3	-	3
育嬰留職期滿復職率(D/C)	60%	50%	57.14%	100%	-	83.33%	100%	-	75%
前一年度實際復職人數(E)	5	-	5	3	-	3	5	-	5
復職後 12 個月仍在職人數(F)	5	-	5	-	-	-	3	-	3
復職週年留任率(F/前一年度實際復職人數)	100%	-	100%	-	-	-	60%	-	60%

註：該年度享有育嬰留停資格人數為提出申請產假及陪產假之人數

7-5 人才培育

培訓進階圖



計劃目標

依據各訓練內容，祈使各參訓人員得以了解職場相關規定、增加相關之專業知識及技能，並得以協助各項事務順利推展及建立上承下傳之訓練體制。

培訓理念

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

職級	通識課程		進階語言課程	專業課程	
	外場	內場		在職進修	訓練員課程
(副)經理	危機處理、建立自己的品牌...等3堂課		在職進修	領導管理相關課程	訓練員課程
(副)主任	客訴處理流程、員工溝通技巧...等3堂課			進階酒水課程 領檯種子課程 訓練員課程 婚禮主持課程	
領班	菜口系列 食物菜單認識...等6堂課 領檯系列 領檯標準話術...等8堂課			酒水服務課程	
服務員	外場系列 服務標準流程...等8堂課 共同科目 基礎餐飲英日文...等7堂課				
副主廚以上		餐飲美學經濟力、餐飲創意行銷...等5堂課	烹調乙級技術士證	領導管理相關課程	訓練員課程
A領		擺盤密技、菜譜資料庫建立...等6堂課		在職進修	
B領		後疫情餐點製作、跨部門合作(內外場溝通技巧)...等6堂課			
A廚		持證廚師年度複訓課程、食品衛生相關法令...等5堂課			
助廚、B廚		廚師服務禮儀講座、持證廚師年度複訓課程...等5堂課			

漢來美食之訓練類型主要分為 4 類，除內部線上課程外，亦透過外聘講師、外派訓練或透過專案產學合作方式，提升同仁之專業能力。2020 年投入教育總受訓時數 14,856 小時，平均受訓時數 8.81 小時，而投入教育訓練經費 1,179 仟元，較 2019 年增加 76%。

	2020 年	2019 年	2018 年	2020 年			2019 年			2018 年			
				女性	男性	平均	女性	男性	平均	女性	男性	平均	
教育訓練經費(仟元)	1,179	671	1,007										
總受訓時數 (時)	14,856	17,173	9,683										
平均受訓時數 (時)	8.81	10.71	6.21										
				主管	9.19	8.61	8.82	14.81	11.89	12.88	8.69	8.01	8.23
				非主管	9.00	8.65	8.81	10.52	10.37	10.44	6.15	5.78	5.95
				平均	9.02	8.64	8.81	10.89	10.57	10.71	6.36	6.09	6.21

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

■ 接班規劃

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



■ 績效考核

漢來美食透過考核機制檢核同仁的績效，用以激發同仁的潛力及自我成長，以提升管理效率及員工的積極性。

- 考核對象

包含漢來美食所屬之正職員工、全職契約人員、半職契約人員等，實習生及工作未滿半年者不列入績效考核。

- 考核頻率

每年二次（上半年及下半年）。

- 考核時點

每半年終了時前一個月通知各單位進行線上績效考核項目設定，開放由單位主管自行設定考核項目，人資部則提供缺勤、獎懲及訓練資料由各單位依核決權限進行考核。

- 考核結果及依據

年度終了時以上下半年之綜合平均值作為年度考核之成績，作為升遷、調薪、降職、降薪及年終獎金發放等之主要依據。

考核等級	2020 年		2019 年		2018 年	
	人數	佔比	人數	佔比	人數	佔比
優 (90 以上)	74	5.83%	82	5.93%	123	10.10%
甲 (80-89)	1,102	86.84%	1,240	89.66%	1,000	82.10%
乙 (70-79)	89	7.01%	56	4.05%	87	7.14%
丙 (60-69)	4	0.32%	5	0.36%	-	0.00%
丁 (60 分以下)	-	-	-	-	8	0.66%
合計	1,269	100.00%	1,383	100.00%	1,218	100.00%



- 績效考核人數統計

	2020 年			2019 年			2018 年		
	女性	男性	合計	女性	男性	合計	女性	男性	合計
正職員工人數 A	601	799	1,400	601	779	1,380	561	733	1,294
實習生人數 (註) B	158	128	286	115	108	223	140	125	265
全體員工人數 A+B	759	927	1,686	716	887	1,603	701	858	1,559
績效考核人數									
主管	65	123	188	57	115	172	52	113	165
非主管	498	591	1,089	517	694	1,211	462	591	1,053
合計	563	714	1,277	574	809	1,383	514	704	1,218

註：不列入績效考核

▶ 受考核比率-計算基礎為全體員工人數

	2020 年			2019 年			2018 年		
	女性	男性	平均	女性	男性	平均	女性	男性	平均
主管	97.01%	100.00%	98.95%	93.44%	96.64%	95.56%	91.23%	93.39%	92.70%
非主管	71.97%	73.51%	72.79%	78.93%	90.36%	85.10%	71.74%	80.19%	76.25%
平均	74.18%	77.02%	75.74%	80.17%	91.21%	86.28%	73.32%	82.05%	78.13%

受考核比率-計算基礎為正職員工人數

	2020 年			2019 年			2018 年		
	女性	男性	平均	女性	男性	平均	女性	男性	平均
主管	97.01%	100.00%	98.95%	93.44%	96.64%	95.56%	91.23%	93.39%	92.70%
非主管	93.25%	87.43%	90.00%	95.74%	105.15%	100.92%	91.67%	96.57%	94.35%
平均	93.68%	89.36%	91.21%	95.51%	103.85%	100.22%	91.62%	96.04%	94.13%

8. 附錄



8-1 GRI Standards 揭露項目索引

GRI 102：一般揭露

編號	揭露項目	對應章節	頁碼
組織概況			
102-1	組織名稱	關於本報告書	03
102-2	活動、品牌、產品與服務	2-1 公司簡介	19-21
102-3	總部位置	2-1 公司簡介	19
102-4	營運活動地點	2-1 公司簡介	22
102-5	所有權與法律形式	關於本報告書	03
102-6	提供服務的市場	2-1 公司簡介	22
102-7	組織規模	2-1 公司簡介	19
102-8	員工及其他工作人員的資訊	7-1 員工組成	68-71
102-9	供應鏈	4-1 供應鏈管理	39-41
102-10	組織或其供應鏈的重大改變	報告期間內無重大變動	
102-11	預警原則或方針	3-3 風險管理	32-37
102-12	外部倡議	漢來美食未參與任何外部倡議。	
102-13	公協會的會員資格	2-2 重要大事紀	24
策略			
102-14	決策者的聲明	經營者的話	01
102-15	關鍵衝擊、風險及機會	1-2 重大主題鑑別與管理	09-12
		3-3 風險管理	32-37

編號	揭露項目	對應章節	頁碼
倫理與誠信			
102-16	價值、原則、標準和行為規範	3-1 公司治理	26、30
治理			
102-18	治理結構	3-1 公司治理	26
102-24	最高治理單位的提名與遴選	3-1 公司治理	26
102-27	最高治理單位的群體智識	3-1 公司治理	27
102-28	最高治理單位的績效評估	3-1 公司治理	27
利害關係人溝通			
102-40	利害關係人群體	1-1 利害關係人溝通	04
102-41	團體協約	目前無集體協商協定。	
102-42	鑑別與選擇利害關係人	1-1 利害關係人溝通	04
102-43	與利害關係人溝通的方針	1-1 利害關係人溝通	04-07
102-44	提出之關鍵主題與關注事項	1-2 重大主題鑑別與管理	08-12
報導實務			
102-45	合併財務報表中所包含的實體	關於本報告書	03
102-46	界定報告內容和主題邊界	1-2 重大主題鑑別與管理	08-12
102-47	重大主題表列	1-2 重大主題鑑別與管理	08-12

編號	揭露項目	對應章節	頁碼
報導實務			
102-48	資訊重編	無資訊重編之情事	
102-49	報導改變	本年度無報導改變之情事	
102-50	報導期間	關於本報告書	03
102-51	上一次報告書的日期	關於本報告書	03
102-52	報導週期	關於本報告書	03
102-53	可回答報告相關問題的聯絡人	關於本報告書	03
102-54	依循 GRI 準則報導的宣告	關於本報告書	03
102-55	GRI 內容索引	8-1 GRI Standards 揭露項目索引	86-88
102-56	外部保證/確信	8-2 會計師有限確信報告	90

GRI 103：管理方針

103-1	解釋重大主題及其邊界	1-2 重大主題鑑別與管理	08-12
103-2	管理方針及其要素	1-2 重大主題鑑別與管理	08-12
103-3	管理方針的評估	1-2 重大主題鑑別與管理	08-12

GRI 200：經濟面向

201：經濟績效 2016			
201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	3-4 經濟績效	37
201-3	定義福利計劃義務與其它退休計畫	7-2 員工薪資福利	73
201-4	取自政府之財務補助	3-4 經濟績效	38

編號	揭露項目	對應章節	頁碼
202：市場地位 2016			
202-2	雇用當地居民為高階管理階層的比例	7-1 員工組成	70
204：採購實務 2016			
204-1	來自當地供應商的採購支出比例	4-1 供應鏈管理	39
205：反貪腐 2016			
205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	3-1 公司治理	31

GRI 300：環境面向

302：能源 2016			
302-1	組織內部的能源消耗量	6-3 氣候變遷與能資源管理	63-65
302-3	能源密集度	6-3 氣候變遷與能資源管理	64
305：排放 2016			
305-2	能源間接(範疇二)溫室氣體排放	6-3 氣候變遷與能資源管理	64
306：廢汙水和廢棄物			
306-2	按類別及處置方法劃分的廢棄物	6-4 廢棄物管理	65-67
307：有關環境保護的法規遵循 2016			
307-1	違反環保法規	3-2 法規遵循	32
308：供應商環境評估 2016			
308-1	採用環境標準篩選新供應商	4-1 供應鏈管理	39
308-2	供應鏈對環境的負面衝擊·以及所採取的行動	4-1 供應鏈管理	39-41

GRI 400：社會面向

編號	揭露項目	對應章節	頁碼
401：勞雇關係 2016			
401-1	新進員工和離職員工	7-1 員工組成	71
401-2	提供給全職員工的福利	7-2 員工薪資福利	73
401-3	育嬰假	7-4 員工安全照護	81
403：職業安全衛生 2018			
403-1	職業安全衛生管理系統	7-4 員工安全照護	75
403-2	危害辨識、風險評估、及事故調查	7-4 員工安全照護	75-76
403-3	職業健康服務	7-4 員工安全照護	76
403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	7-4 員工安全照護	76-77
403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	7-4 員工安全照護	77
403-6	工作者健康促進	7-4 員工安全照護	77-78
403-7	預防和減輕與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	7-4 員工安全照護	78
403-9	職業傷害	7-4 員工安全照護	79-80
404：訓練與教育 2016			
404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	7-5 人才培育	83
404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	7-5 人才培育	84-85
405：員工多元化與平等機會 2016			
405-1	治理單位與員工的多元化	3-1 公司治理 7-1 員工組成	26 68-70
406：不歧視 2016			
406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	3-1 公司治理	31

編號	揭露項目	對應章節	頁碼
412：人權評估 2016			
412-2	人權政策或程序的員工訓練	7-3 勞資溝通	75
414：供應商社會評估 2016			
414-1	使用社會標準篩選之新供應商	4-1 供應鏈管理	39
414-2	供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	4-1 供應鏈管理	39-41
416：顧客健康與安全 2016			
416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	4-2 食安及溯源管理	42
416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	3-2 法規遵循	32
417：行銷與標示 2016			
417-1	產品與服務資訊與標示的要求	4-4 產品與服務標示	53
417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	3-2 法規遵循	32
417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	3-2 法規遵循	32
418：客戶隱私 2016			
418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	5-3 客戶資訊保護	58
419：社會經濟法規遵循 2016			
419-1	違反社會與經濟領域之法律和規定	3-2 法規遵循	32

作業辦法第四條要求加強揭露項目

No.	內容	對應章節	頁碼
1	為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度等方面進行之評估與改進及所影響之主要產品與服務類別與百分比。	4-2 食安及溯源管理	42-46
2	違反有關產品與服務之健康與安全法規及未遵循產品與服務之資訊與標示法規之事件類別與次數。	3-2 法規遵循	32
3	採購符合國際認可之產品責任標準者占整體採購之百分比，並依標準區分。	6-2 環境理念	63
4	經獨立第三方驗證符合國際認證之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比。	4-2 食安及溯源管理	50
5	對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。	4-1 供應鏈管理	40-41
6	依法規要求或自願進行產品追溯與追蹤管理之情形及相關產品占所有產品之百分比。	4-2 食安及溯源管理	43
7	依法規要求或自願設置食品安全實驗室之情形、測試項目、測試結果、相關支出及其占營業收入淨額之百分比。	4-2 食安及溯源管理	48-49
8	企業非擔任主管職務之全時員工人數、非擔任主管職務之全時員工薪資平均數及中位數，及前三者與前一年度之差異。	7-2 員工薪資福利	73
9	企業對氣候相關風險與機會之治理情況、實際及潛在與氣候相關之衝擊、如何鑑別、評估與管理氣候相關風險及用於評估與管理氣候相關議題之指標與目標。	3-3 風險管理 6-3 氣候變遷與能資源管理	32、63

8-2 會計師有限確信報告

Deloitte.

勤業眾信

勤業眾信聯合會計師事務所
11073 台北市信義區松仁路100號20樓

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

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

會計師有限確信報告

漢來美食股份有限公司 公鑒：

漢來美食股份有限公司民國 109 年度企業社會責任報告書，業經本會計師針對所選定之標的資訊執行確信程序竣事，並出具有限確信報告。本次執行確信程序之標的資訊請詳附件一「確信項目彙總表」。

管理階層對企業社會責任報告書之責任

管理階層之責任係依據財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」、全球永續性報告協會（Global Reporting Initiatives, GRI）發布之 GRI 準則（GRI Standards）及依行業特性參採其他適用之準則編製企業社會責任報告書，且維持與編製企業社會責任報告書有關之必要控制，以確保企業社會責任報告書所列標的資訊未存有重大不實表達。

會計師對企業社會責任報告書執行確信程序之責任

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

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

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

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

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解釋。

獨立性及品質管制遵循聲明

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

確信結論

依據所執行之程序及所獲取之證據，本會計師並未發現漢來美食股份有限公司民國 109 年度企業社會責任報告書中所選定之標的資訊在所有重大方面有未遵循其衡量基準暨財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」、全球永續性報告協會（Global Reporting Initiatives, GRI）發布之 GRI 準則（GRI Standards）及依行業特性參採其他適用之準則之情事。

其他事項

本確信報告出具後，貴公司對任何確信標的或適用基準之變更，本會計師將不負就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 陳 盈 州

陳盈州



中 華 民 國 110 年 7 月 23 日

附件一

確信項目彙總表

編號	確信項目	指標	敘述	對應章節	衡量基準
1.	財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第一目	為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度等方面進行之評估與改進及所影響之主要產品與服務類別與百分比。	4-2 食安及溯源管理	109 年度針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度進行評估與改進所影響之主要產品與服務類別與百分比。	
2.	財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第二目	違反有關產品與服務之健康與安全法規及未遵循產品與服務之資訊與標示法規之事件類別與次數。	3-2 法規遵循	109 年度違反食品安全衛生管理相關法規及未遵循產品與服務之資訊與標示法規之事件類別與次數。	
3.	財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第三目	採購符合國際認可之產品責任標準者占整體採購之百分比，並依標準區分。	6-2 環境理念	109 年度採購符合國際認可之產品責任標準者之採購占當年度總採購金額之百分比。	
4.	財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第四目	經獨立第三方驗證符合國際認證之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比。	4-2 食安及溯源管理	109 年度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營收占當年度總產品營收之百分比。	
5.	財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第五目	對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。	4-1 供應鏈管理	109 年度對供應商進行書面及實地稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。	
6.	財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第六目	依法規要求或自願進行產品追溯與追蹤管理之情形及相關產品占所有產品之百分比。	4-2 食安及溯源管理	109 年度產品追溯與追蹤管理之產品採購金額占所有原物料採購金額之百分比。	
7.	財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第七目	依法規要求或自願設置食品安全實驗室之情形、測試項目、測試結果、相關支出及其占營業收入淨額之百分比。	4-2 食安及溯源管理	109 年度食品安全實驗室設置、檢驗項目與結果、食品安全相關支出金額及其占營業收入淨額之百分比。	

2020

漢來美食企業社會責任報告書

CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY REPORT

