

2022

漢來美食永續報告書

Corporate Sustainability Report



漢來美食
HI-LAI FOODS

Contents 目錄

關於報告書	3
經營者的話	4
2022年永續績效	5
獲獎實績	6
永續組織與發展	7
利害關係人溝通	9

1 誠信永續經營	16
1.1 公司簡介	18
1.2 公司治理	24
1.3 法規遵循	30
1.4 風險管理	32
1.5 經營績效	35

2 食品安全防護	37
2.1 供應鏈管理	39
2.2 食安及溯源管理	42
2.3 顧客健康與安全	52
2.4 產品與服務標示	53

3 品牌價值提升	54
3.1 品牌策略	56
3.2 行銷溝通與顧客滿意	60
3.3 客戶資訊保護	63

4 社會環境友善	65
4.1 關懷社會	67
4.2 環境理念	71
4.3 氣候變遷與能資源管理	73
4.4 廢棄物管理	77

5 職場和諧健康	80
5.1 人力資源概況	82
5.2 薪酬與福利	89
5.3 勞資溝通與職場安全照護	92
5.4 人才培育	99

附錄

GRI指標索引表	103
SASB指標索引表	108
作業辦法第四條要求加強揭露項目	109
會計師有限確信報告	111

關於報告書 About

GRI : 2-1、2-2、2-3、2-5

本報告書是漢來美食股份有限公司 (以下簡稱「漢來美食」) 第6年發行永續報告書 (以下簡稱為「本報告書」)，揭露漢來美食在經濟、環境與社會三大面向的績效表現、作為及未來規劃。

報告書期間、報告書邊界與範疇

漢來美食每年發行永續報告書，本次報告書資訊揭露期間為2022年1月1日至12月31日。報告書揭露範疇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之資訊。

撰寫與編輯原則

本報告書依循全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiative, GRI) 2021年GRI準則、「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」對食品加工業及餐飲業揭露要求，及永續會計準則委員會 (Sustainability Accounting Standards Board, SASB) 針對餐廳(Restaurant)發布的標準進行編製，並對應聯合國永續發展目標 (SDGs)，回應利害關係人關於公司的永續發展策略、目標及達成情況。

報告書並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，且經會計師查證。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 (<https://www.hilai-foods.com>)。



內部審查

本報告書揭露內容由企業社會責任委員會各任務小組蒐集撰寫，經相關單位主管初步查證，再交由統籌組進行整合，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限確信，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3000號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」進行確信，本報告書之揭露係符合2021年版GRI準則之要求，由會計師出具確信報告，確信範圍及結論請詳附錄之確信報告 (第111頁)。



發行概況及聯絡資訊

本次報告發行時間: 2023年07月

報告窗口: 漢來美食股份有限公司財務部

地址: 高雄市前金區成功一路266號21樓之1

電話: 886-7-2135788 分機: 7205

官網: <http://www.hilai-foods.com>

電子信箱: stock@hilai-foods.com

經營者的話

GRI : 2-22

進入2023年，全球可以說是和COVID-19正式進入和平共處模式。隨著旅遊、觀光的開放，餐飲市場也終於一掃陰霾，出現久違的熱絡人潮；甚至3、4月也呈現淡季不淡的暢旺景象。然而國際通膨和食材價格上漲的情況卻也未見緩和，造成營運成本不斷提高，加上缺工問題日益嚴重，餐飲業的經營仍處在困難的環境。

3年的疫情雖然是一場艱辛的戰疫，但也促使我們加快多元發展與數位轉型的腳步。從單純實體店面的經營積極投入電商市場；不斷投入產品研發和通路開拓，同時也將既有品牌重新檢視、調整，即便是疫情最嚴峻的時候，依舊開出全新的品牌餐廳搶攻年輕消費市場。

近年來，漢來美食除了拓展新的品牌、投入電商產品和通路開發，更沒有忽略強化作業系統的數位升級，從採購流程、財務系統到人資考勤等全面升級為行動化簽核，節省流程時間也讓主管即便是出差也能在行動裝置上完成簽核工作。

2022年7月，屬於漢來美食與顧客溝通的數位工具「來美食APP」正式上線，這是漢來美食投入數位轉型的重大變革，歷時半年多的開發建置，「來美食APP」提供了集點、訂位和優惠下載等一站式的美食消費體驗，堪稱是目前所有餐飲集團中，優惠最多、獎勵最豐的APP。而透過這個數位工具，也可以讓我們了解消費者的消費軌跡和偏好，進而做到精準行銷及顧客服務的工作。

2023年，漢來美食將結合台北漢來大飯店的開幕擴大台北市場版圖，將陸續開出7個營運單位（餐廳），10月份率先開幕的包括全台最大的無樑柱宴會廳、升級版海港自助餐廳-海馥、頂級粵菜-東方樓和大廳酒廊、糕餅小舖。

回首過去3年艱困的疫情，雖然是一場前所未有的危機，但也讓我們學會了時時保持警醒和敏捷的反應，我們相信，只要堅持好的品質、堅持服務的初衷，並且懷抱樂觀和積極的心態走在這條永續經營的道路上，必然能具體反映在未來的獲利和成長，持續再創高峰。



總經理

林淑婷

董事長

張宗成

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

2022年永續績效



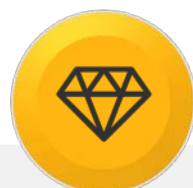
誠信永續經營

- 獲「2022第15屆TCSA台灣企業永續獎」永續報告書銅級，連續4年獲獎。
- 第9屆「公司治理評鑑」90.37分，獲上櫃公司第二級距。
- 持續以教育訓練具體推動誠信經營，2022年並配合最新法令修訂相關規範。
- 2022年營收年增率28%，稅後淨利1.3億元，近5年市場占有率穩定維持在0.40%~0.47%之間。



食品安全防護

- 2022年可溯源管理品項採購金額佔所有原物料採購總額98.92%。
- 優於法規自主申請餐廳HACCP驗證，2022年營收占比達25.68%。
- 2022年共40家餐廳獲得優良餐廳評核標章，取得比率90.91%較2021年88.37%提升；營收占比則受衛生局表訂認證停辦影響為58.85%，較2021年75.04%下降。
- 持續以取得實驗室能力試驗通過證書及食安查驗落實食品安全衛生管理；食安室2022年查核全台工廠及餐廳次數共19次計46家，查核涵蓋率為100%。



品牌價值提升

- 2022年開出新品牌餐廳溜溜酸菜魚，成功搶進年輕人飲食市場。
- 2022年會員數位工具「來美食APP」上線，截至年底已有18萬會員。
- 福園、紅陶上海湯包及台中名人坊榮登2022年米其林入選餐廳。
- 名人坊高級粵菜餐廳榮獲2022年第19屆國家品牌玉山獎「最佳人氣品牌獎」。
- 漢來蔬食佛館及巨蛋店榮獲2022年綠色友善餐廳「年度綠色卓越獎」。
- 宅美食系列「來拌麵」及「心裡有嗜」蛋捲2022年獲ITI比利時優秀味覺獎章1星認證。



社會環境友善

- 2022年贊助壽山動物園改建經費250萬，開園後並推出「動物聯萌鐵盒餅乾」回饋動物園認養專戶，支持提升民眾動保意識。
- 2022年與高雄市總圖合作舉辦「品好書，讀好味—典藏山珍海味」主題書展，落實閱讀多元平權。
- 入選高雄市「111年度推展社會教育有功團體獎」，響應以教育創造前進的動能及人民良好的素養。
- 2023年即將進駐的南港漢來飯店取得綠建築及智慧建築雙標章，配合投入建置成本約1,063萬；整體投入省電照明及省電空調金額約6,747萬。
- 2022年完成14064-1盤查導入規劃，2023年1月啟動盤查，預計2023年完成高雄本館及美山工廠盤查報告書。



職場和諧健康

- 2022年高雄本館含夢時代餐廳獲得SGS審查通過「ISO 45001:2018 職業安全衛生管理系統標準」驗證。
- 營造友善職場，2022年獲選高雄市勞工局幸福企業大型企業組標章。
- 持續良好的建教合作及實習機制，2022年合作學校涵蓋北中南共53家，年度新進實習生達385人，積極參與政府青年培育計畫並承辦教師公民營。
- 建立薪酬與經營績效連結的考核制度，給予員工實質之利潤回饋，2022年薪資平均數較上年度提高5%。
- 2022年進用身心障礙人員24名，近5年均超額進用。

獲獎實績

第19屆
國家品牌玉山獎
最佳人氣品牌獎

- 名人坊高級粵菜



ITI風味絕佳獎

- 來拌麵LAI NOODLE
- 心裡有嗜蛋捲EGG ROLLS



高雄市教育局
111年度推展社會
教育有功團體獎



2022
米其林指南
入選餐廳

- 福園台菜餐廳
- 紅陶上海湯包
- 台中名人坊



ISO45001
職業安全衛生
管理系統

- 驗證通過



2022第十五屆
TCSA台灣企業永續獎
永續報告書銅級

- 連續4年獲獎



2022
綠色友善餐廳
年度綠色卓越獎

- 漢來蔬食 佛館店/巨蛋店



111年度
高雄市勞工局
幸福企業標章

- 大型企業組



第9屆
公司治理評鑑
上櫃公司第2級距

- 第5年參與

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

2016

第13屆國家品牌玉山獎
最佳人氣品牌獎
• 海港自助餐廳

2017

IPO

2018

第5屆公司治理評鑑
第2級距

2019

第12屆TCSA銀獎
天下企業公民獎小巨人獎
第6屆公司治理評鑑
第2級距

2020

第13屆TCSA銅獎
第7屆公司治理評鑑
第2級距

2021

第14屆TCSA銀獎
第8屆公司治理評鑑
第1級距

2022

第15屆TCSA銅獎
第9屆公司治理評鑑
第2級距

永續組織與發展

GRI : 2-9、2-12、2-13、2-14、2-24

企業能永續經營，在時代更迭、典範轉移起伏中，仍能固守核心價值，才是企業經營的最高境界。

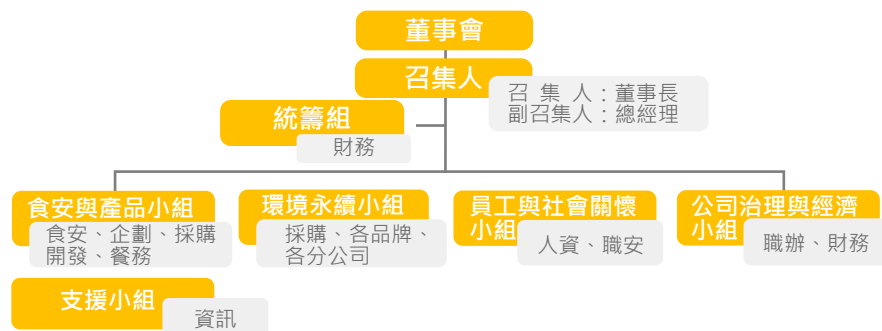
核心與願景

漢來美食以永續經營為願景，並以「誠信經營、創新研發、共好共享、綠色友善」為經營理念及核心價值。漢來美食堅信，唯有「誠信經營」才是企業永續的根本；而「創新研發」是企業維持成長不可或缺的動力來源；「共好共享」則是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产品，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。

永續發展組織架構

漢來美食訂有「永續發展實務守則」，107年5月10日並由董事會通過成立永續發展委員會及建立功能小組案，授權董事長及總經理擔任正副召集人，由財務部擔任統籌組，相關部門依職掌進行功能分組，包含食安與產品小組、環境永續小組、員工與社會關懷小組、公司治理與經濟小組、支援小組等，統籌組並於每月內部經管會、依排程於董事會進行ESG永續報告，說明工作計畫、執行情形及相關法令更新，由董事會督導相關策略之執行，必要時並向委員會提出建議進行調整。





各永續發展項目之管理方針及目標如下：

永續發展項目	管理方針	目標
誠信永續經營	以誠信經營、創新研發、共好共享、綠色友善的經營理念作為政策及承諾。	- 以積極穩健的展店計畫、維持競爭力建立市場區隔。 - 以穩定獲利的營運績效回應股東的期待。 - 以公司治理評鑑精進公司治理。 - 推動零裁罰與法遵承諾。
食品安全防護	重視採購管理及供應商管理，食品安全從採購、驗收、運送至處理及存放全面完整規範。	- 落實產品追溯追蹤管理。 - 提升供應商對永續發展的共同重視及遵守。 - 透過食安查驗及推行餐廳評鑑提升食品安全衛生管理。 - 加強食品標示審核，確實遵循產品標示規範。
品牌價值提升	維持差異化優勢，並以產品創新、服務創新、經營管理的創新策略維持品牌競爭力。	- 透過優質餐飲服務、掌握顧客滿意度及落實客戶資訊保護建立品牌形象及口碑。 - 持續投入研發經費開發菜色，進行料理創新與改良，以滿足消費者需求及市場趨勢。
社會環境友善	參與社會公益、協助地方發展，重視氣候變遷議題，在營運管理上致力於節省能源及廢棄物減量。	- 結合本業並配合地方發展參與公益、回饋社會。 - 配合拓店或改裝計畫編列採購節能設備預算。 - 落實綠色採購並提升供應商對永續發展的共同遵守。 - 各項環境及能資源統計數據達成管理目標逐年下降。
職場和諧健康	本著勞資和諧的理念建立良好互動及雙向溝通的機制，建構完整的職業安全衛生及健康照護體系，打造安心職場。	- 打造性別平等、人才充足及人員穩定的工作環境。 - 建立良好的溝通機制。 - 建構安全健康職場，無職業病且無重大職災。 - 培育接班人，使企業永續經營。

各功能小組之永續發展職掌範圍如下：

功能小組	永續發展項目
食安與產品小組	食品安全防護、品牌價值提升、社會環境友善
環境永續小組	誠信永續經營、社會環境友善
員工與社會關懷小組	職場和諧健康
公司治理與經濟小組	誠信永續經營、社會環境友善

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

核心與願景

永續發展組織架構

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

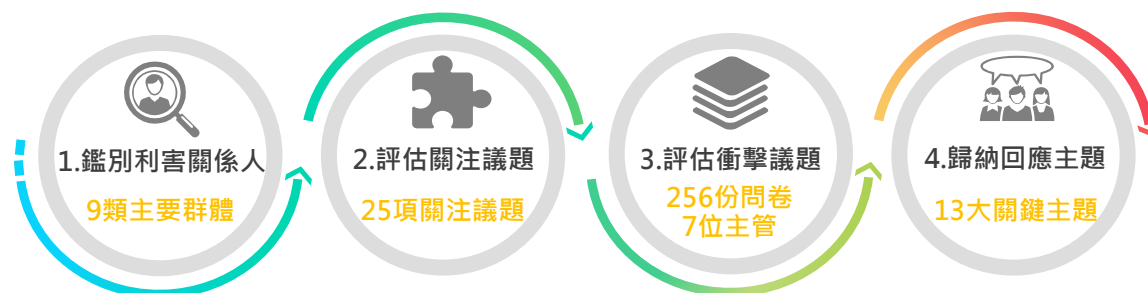
5.職場和諧健康

附錄

利害關係人溝通

GRI：2-29、3-1、3-2、3-3

漢來美食期待藉由永續報告書的發行，深入與不同類別利害關係人溝通交流，以了解各類利害關係人對於漢來美食在永續營運的寶貴意見，進而作為公司內部經營管理的參考重點。利害關係人溝通以鑑別利害關係人、評估關注議題、評估衝擊議題及歸納回應主題等4步驟進行。



鑑別利害關係人

2022年由高階主管依據AA1000 SES利害關係人議合標準5項考量因子（責任、影響力、張力、多元觀點、依賴性），盤點10大類利害關係人，評估利害關係人與公司的關係程度，最終選出9類群體進行議合。9類利害關係人關係程度由高至低為**①**顧客、**②**員工、**③**股東/投資人、**④**供應商/業主、**⑤**政府機關、**⑥**媒體/網路社群、**⑦**學校、**⑧**社區、**⑨**公益團體。

評估關注議題

永續發展小組2022年依循2021年版GRI通用準則，參考問卷系統蒐集的DJSI道瓊永續指數企業議題庫屬餐飲業的65項指標，考量國際永續趨勢、同業關注議題及所屬行業的永續脈絡，篩選出25項關注議題。

評估衝擊議題

25項關注議題經展開為對外造成的正面或負面的衝擊敘述後作為問卷調查的項目。2022年總計發送256份問卷，由利害關係人填寫就關注議題的「影響程度」及「發生的能性」評估給分，作為重大性分析之依據。

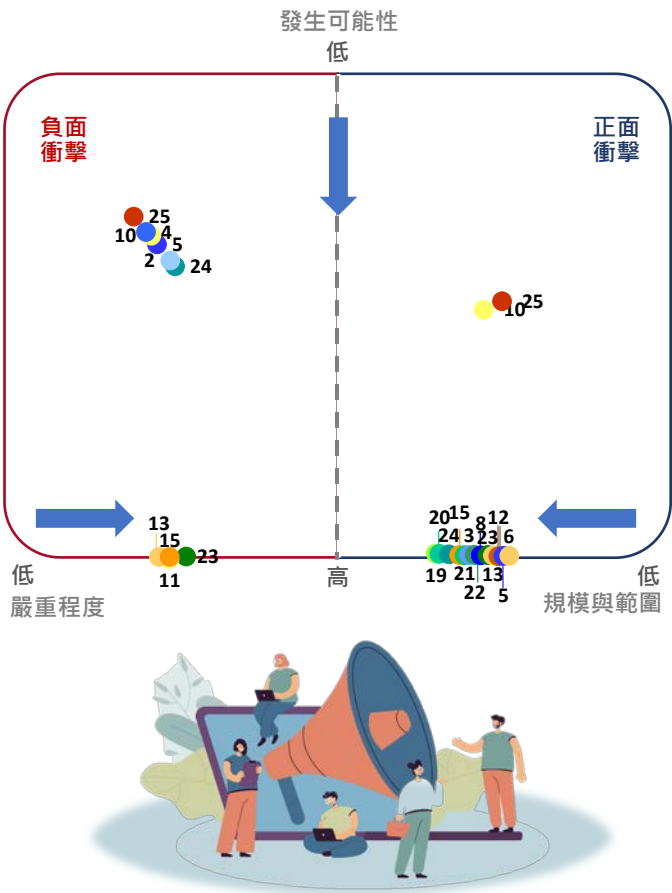
利害關係人	問卷	關注議題
顧客	59	店面環境管理
員工	78	食品安全與品質管理
股東/投資人	47	食品安全與品質管理
供應商/業主	40	食品安全與品質管理
政府機關	3	法規遵循、顧客健康與營養
媒體/網路社群	12	店面環境管理、顧客健康與營養
學校	5	當地及責任採購、顧客健康與營養
社區	2	社會關懷與公益、社區關係經營
公益團體	10	廢棄物管理

歸納回應主題

關注議題經利害關係人就「影響程度」及「發生的能性」評估衝擊性給分後，另發出7份問卷由漢來美食高階主管給予利害關係人權重，做為不同利害關係人問卷結果的相對重要性依據。永續發展小組最終以利害關係人給分經加總、平均化及加乘權重後所得的分數作為落點數據繪製衝擊分析圖如下。

漢來美食依衝擊程度高低排序選出12項重大議題進行回應，並與高階主管問卷結果比對後增加「經濟績效與策略」議題揭露。重大議題依治理面、社會面及環境面三大面向分類如下，並於報告書對應章節說明管理方針及績效成果。本年度重大議題與上一年度比較，治理面同樣有3項但其中1項有變動；社會面新增2項；環境面同樣有7項但其中1項有變動，對照情形如下表。

治理面	<u>2022重大議題</u> 3.企業形象 5.法規遵循 6.經濟績效與策略	<u>2022回應章節</u> 1.誠信永續經營 3.品牌價值提升 4.社會環境友善	<u>2021重大議題</u> 2.誠信經營與公司治理 3.企業形象 5.法規遵循
	<u>2022重大議題</u> 15.職場安全與健康促進 13.人才培訓與留任 12.人才招募與薪資福利	<u>2022回應章節</u> 5.職場和諧健康	<u>2021重大議題</u> 15.職場安全與健康促進
	<u>2022重大議題</u> 19.食品安全與品質管理 20.顧客健康與營養 24.客戶隱私保護 21.產品與服務標示 22.產品與服務創新 8.店面環境管理 23.行銷溝通與顧客滿意	<u>2022回應章節</u> 2.食品安全防護 3.品牌價值提升 4.社會環境友善	<u>2021重大議題</u> 19.食品安全與品質管理 20.顧客健康與營養 24.客戶隱私保護 21.產品與服務標示 18.供應鏈與產品溯源管理 8.店面環境管理 23.行銷溝通與顧客滿意



- 關於報告書
- 經營者的話
- 2022年永續績效
- 獲獎實績
- 永續組織與發展
- 利害關係人溝通
 - 鑑別利害關係人
 - 評估關注議題
 - 評估衝擊議題
 - 歸納回應主題
 - 利害關係人溝通管道
 - 重大議題對應GRI主題
 - 永續發展目標
 - 1.誠信永續經營
 - 2.食品安全防護
 - 3.品牌價值提升
 - 4.社會環境友善
 - 5.職場和諧健康
- 附錄

利害關係人溝通管道

漢來美食重視與利害關係人的溝通，透過各種溝通管道與利害關係人進行交流與互動，藉以瞭解利害關係人關注的議題，並於本報告書相關章節回應。漢來美食與利害關係人的溝通內容如下。

利害關係人	對漢來美食的意義	主要關注議題	溝通管道/頻率		回應章節
 顧客	顧客是公司營收的主要來源，取得的市場資訊主要提供營運單位迅速修正及回應，進而調整營運策略	● 店面環境管理 ● 顧客健康與營養 ● 企業形象	➢ 顧客現場反應(即時) ➢ 顧客意見調查表(即時) ➢ 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)	2.食品安全防護 3.品牌價值提升
 員工	漢來美食視員工為重要的資產，重視員工意見、並積極塑造和諧的勞資關係及營造優質的工作環境	● 食品安全與品質管理 ● 企業形象 ● 行銷溝通與顧客滿意	➢ 公告(視需求) ➢ 教育訓練(不定期) ➢ 會議(每週/月/季)	➢ 臨場健康服務管理(定期) ➢ 健康促進講座(視需求) ➢ 員工意見反應(即時)	2.食品安全防護 3.品牌價值提升 5.職場和諧健康
 股東/投資人	公司由股東/投資人出資營運，對於出資者所關注的議題，經營團隊均適當回應及檢討改善	● 食品安全與品質管理 ● 顧客健康與營養 ● 客戶隱私保護	➢ 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(時限內) ➢ 股東會及年報(每年)	➢ 永續報告書(每年) ➢ 法說會(每三年至少一次) ➢ 官網(適時更新)	1.誠信永續經營 2.食品安全防護 3.品牌價值提升
 供應商/商場業主	漢來美食與供應商以互惠的關係，一方提出需求一方供給滿足，雙方均致力於維持良好信譽及合作默契	● 食品安全與品質管理 ● 顧客健康與營養 ● 產品與服務標示	➢ 通訊/面談(依需求) ➢ 廠商評核/實地訪廠(每年) ➢ 開標會議(每月)	➢ 工程協調會(各案場每周2次) ➢ 檢驗資料(每批進貨) ➢ 雙方專責人員溝通(不定期)	2.食品安全防護
 政府機關	漢來美食主動掌握政府政策並遵循法規，以健全及強化公司治理	● 顧客健康與營養 ● 法規遵循 ● 經濟績效及策略	➢ 法遵查核(每年) ➢ 風險評估(每年) ➢ 公司治理評鑑(每年)	➢ 問卷、行文、函令(不定期) ➢ 查核、參訪、電話洽詢(不定期) ➢ 說明會(不定期)	1.誠信永續經營 2.食品安全防護 4.社會環境友善
 媒體/網路社群	媒體 / 網路社群是社會的縮影，網路評價不容忽視，也是企業對外溝通的重要媒介	● 店面環境管理 ● 顧客健康與營養 ● 企業形象	➢ 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) ➢ 官網(不定期)	1.誠信永續經營 2.食品安全防護 4.社會環境友善
 學校	漢來美食以實習生計畫培育儲備人力、支持地方教育及在地就業	● 當地及責任採購 ● 顧客健康與營養	➢ 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)	1.誠信永續經營 2.食品安全防護 5.職場和諧健康
 社區	漢來美食營業店面均設於飯店及百貨賣場，與社區、飯店、百貨商場互利互惠	● 社會關懷與公益 ● 社區關係經營	➢ 溝通會議(不定期) ➢ 社區關懷(不定期) ➢ 活動舉辦(不定期)		4.社會環境友善 5.職場和諧健康
 公益團體	漢來美食致力於參與社會公益、配合地方發展，作為取之社會、用之社會的展現	● 廢棄物管理 ● 職場安全與健康促進	➢ 慈善餐會(每年) ➢ 愛心捐款(不定期)		4.社會環境友善 5.職場和諧健康

重大議題對應GRI Standards主題

有關本年度重大議題、對應GRI主題、管理方針、對應SDGs及衝擊邊界彙整如下。

重大議題	GRI主題	管理方針對應章節	關鍵衝擊之風險/機會	SDGs	衝擊邊界 組織內 組織外	
企業形象	GRI 2 一般揭露	1.2 公司治理 3.2 行銷溝通與顧客滿意 4.1 關懷社會	- 企業形象會直接影響員工的認同感，良好的企業形象，可帶給員工正面的責任感；反之，員工可能因為企業形象不佳而產生職業倦怠。 - 企業形象關係到公司的價值與定位，優質的企業形象需長期經營及維護，但仍可能遭受負面衝擊。	  	2 10	1 3 9
法規遵循	GRI419 社會經濟法規遵循	1.3法規遵循	- 未遵循經營、環保、食安或勞動相關法規，將遭致行政處分或司法判決，影響企業形象、造成社會負面影響也影響利害關係人權益。 - 落實法規遵循有利營運穩定。	 	2 10	5
經濟績效與策略	GRI201 經濟績效	1.1公司簡介 1.5經營績效	- 經營績效不佳可能影響股東/投資人投資意願。 - 良好的經營績效可使公司營運持續正向發展。		2 10	3
職場安全與健康促進	GRI403 職業安全衛生	5.3 勞資溝通與職場安全照護	- 企業違反職業安全衛生法，除受主管機關裁罰，事件並可能造成員工生理上的傷害；重大職業災害成為新聞事件時，將損及投資人利益並引起社會大眾恐慌或議論，影響企業形象。 - 重視職場安全衛生除可保障員工安全與健康，提升員工認同感外；提升餐廳環境防護措施或配合商場職業安全衛生措施，並可提升顧客安全，避免發生公共場所危害影響營運。	   	2 10	1 5 6
人才培訓與留任	GRI404 訓練與教育 GRI405 員工多元化與平等機會	5.1人力資源概況 5.4人才培育	- 人才培育會影響公司服務品質的維持，及幹部或團隊的接班傳承。 - 培訓有助員工了解職場相關規定、增加專業知識技能、協助營運事務推展，及建立上承下傳的體制。	  	2 10	1
人才招募與薪資福利	GRI401 勞雇關係	5.1人力資源概況 5.2薪酬與福利	- 餐飲業因工時長致招募不易，薪資福利條件會直接影響人員從業意願。 - 良好的薪資福利可以提升招募優勢，產學合作的人才招募政策可培育儲備人力、支持地方教育及在地就業。	  	2 10	5 7 8

註：組織內外衝擊邊界：①顧客②員工③股東/投資人④供應商/業主⑤政府機關⑥媒體/網路社群⑦學校⑧社區⑨公益團體⑩公司

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

鑑別利害關係人

評估關注議題

評估衝擊議題

歸納回應主題

利害關係人溝通管道

重大議題對應GRI主題

永續發展目標

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

關於報告書	重大議題	GRI主題	管理方針對應章節	關鍵衝擊之風險/機會	SDGs	衝擊邊界 組織內 組織外	
經營者的話	食品安全 與品質管理	GRI416 顧客健康 與安全	● 2.1 供應鏈管理 ● 2.2 食安及溯源管理 ● 2.3 顧客健康與安全 ● 2.4 產品與服務標示	▶ 重大食安問題違反法規，將導致行政處分；若成為新聞事件，更將損及投資人利益、引起社會大眾恐慌或議論，影響企業形象。 ▶ 食品安全或品質發生疑慮時，可能影響顧客健康或權益，進而影響公司經營績效。	2 消除飢餓 3 健康與福祉 11 永續城市	2 10	1 5 6
2022年永續績效					12 責任消費與生產 13 氣候行動		
獲獎實績							
永續組織與發展	顧客健康 與營養	GRI416 顧客健康 與安全	● 2.2 食安及溯源管理 ● 2.3 顧客健康與安全	▶ 食品衛生管理有疑慮會直接對顧客健康產生影響，主管機關也會對作業場所展開調查並採取相關輔導措施。 ▶ 食安的堅持是以讓消費者吃得健康安心為目的。	3 健康與福祉 12 責任消費與生產	2 10	1 5 6
利害關係人溝通							
鑑別利害關係人							
評估關注議題	客戶隱私保護	GRI418 客戶隱私	● 3.3 客戶資訊保護	▶ 客戶隱私保護直接影響企業誠信，若疏於保管造成個資洩漏可能引發訴訟或行政裁罰。 ▶ 重視客戶隱私並將客戶個資做最安全隱密的保護為公司必須善盡的義務。	12 責任消費與生產 16 和平與正義制度	2 10	1 5 6
評估衝擊議題							
歸納回應主題							
利害關係人溝通管道	產品與 服務標示	GRI417 行銷與標示	● 2.3 顧客健康與安全 ● 2.4 產品與服務標示	▶ 產品標示不清楚或不符規定，可能有誤導消費者的疑慮，直接衝擊公司品牌形象及營運績效，也衝擊供應商信譽。 ▶ 正確的產品標示才能讓消費者購買時有清楚的參考資訊作為選擇依據。	3 健康與福祉 12 責任消費與生產	2 10	1 5 6
重大議題對應GRI主題							
永續發展目標							
1.誠信永續經營	產品與 服務創新	GRI 2 一般揭露	● 3.1 品牌策略	▶ 多元競爭環境下必須持續創新以維持產品差異化、服務提升及經營管理優化的領先優勢。 ▶ 品牌經營與企業形象連動，也關乎企業永續經營。	8 就業與經濟成長	2 10	1
2.食品安全防護							
3.品牌價值提升							
4.社會環境友善	店面環境 管理	GRI302能源 GRI305排放 GRI306廢棄物 GRI416 顧客健康 與安全	● 2.2食安及溯源管理 ● 4.2環境理念 ● 4.3氣候變遷與能資源管理 ● 4.4廢棄物管理	▶ 良好的環境管理可創造安心的用餐環境及良好的品牌形象，直接影響顧客用餐滿意度、健康與安全。 ▶ 管理不當可能違反環境相關法規，影響公司信譽。	6 淨水與衛生 7 可負擔能源 12 責任消費與生產 13 氣候行動 14 海洋生態 15 陸地生態	2 10	1 5
5.職場和諧健康							
附錄							
	行銷溝通 與顧客滿意	GRI 2 一般揭露	● 3.1 品牌策略 ● 3.2 行銷溝通與顧客滿意	▶ 餐飲服務是一種體驗式的服務，尤其在網路發達、人人都是傳媒的現代，顧客的負評可能引發網路負面聲量，企業應謹慎應對。 ▶ 運用APP數位工具提供一站式的美食消費體驗，可提升客戶服務，也掌握顧客消費軌跡和偏好，進而做到精準行銷及顧客服務的工作。	8 就業與經濟成長 10 減少不平等	2 10	1 6

註：組織內外衝擊邊界：❶顧客❷員工❸股東/投資人❹供應商/業主❺政府機關❻媒體/網路社群❼學校❽社區❾公益團體❿公司



永續發展目標

漢來美食2022年永續發展執行成果及短中長期目標。

面向	重大議題	對應之GRI主題	重要性說明	2022年達成情形	短中期規劃	長期規劃
Governance 公司治理	企業形象	GRI 2 一般揭露	企業形象關係到公司的價值與定位，優質的企業形象需長期經營及維護	- 第9屆公司治理評鑑獲上櫃公司第二級距 - 第15屆TCSA永續報告書銅級	- 公司治理評鑑提升 - 外部評鑑獲獎	透過評鑑及指標達成提升公司治理的全面性及機制的完整性
	法規遵循	GRI419 社會經濟法規遵循	落實法規遵循有利企業營運穩定，避免遭致行政處分或司法判決，影響企業形象也造成社會負面影響	- 辦理2022年內部控制自評及法令遵循評估 - 內部稽核、食安、職安、餐務均完成2022年度查核計畫執行	持續透過稽核方式檢核法規遵循情形，並以查核報告作為評估結果依據	推動零裁罰與法遵承諾
	經濟績效與策略	GRI201 經濟績效	良好的經營績效有助企業營運持續正向發展	2022年稅後淨利1.3億元 2022年按月按季完成財務資訊公告申報	以專注研發、外帶外賣、發展電商、數位轉型作為營運策略	- 以積極穩健的展店計畫核心競爭力建立市場區隔 - 以穩定獲利的營運績效回應股東的期待
Social 社會	職場安全與健康促進	GRI403 職業安全衛生	重視職場安全可保障員工安全與健康、提升員工認同感；同時提升顧客安全，避免公共場所危害影響營運	2022年高雄本館含夢時代餐廳獲得SGS審查通過「ISO 45001：2018 職業安全衛生管理系統標準」驗證 2022年獲選高雄市勞工局幸福企業/大型企業組標章	- 每年透過驗證改善追蹤事項，讓正確的安全工作觀念成為日常 - 以職業安全衛生管理計畫建構良好的職業安全及健康照護體系	安全健康職場，無職業病且無重大職災
	人才培訓與留任	GRI404 訓練與教育 GRI405 員工多元化與平等機會	人才培育有助公司服務品質的維持及接班傳承，並提升員工了解作業規則、增加專業知識技能、協助營運事務推展	2022年全新HRD系統上線 2022年底女性占比為47%；女性主管占比為34% 2022年聘用身心障礙員工24人近5年均超額進用	- 以優化的數位工具從方案設計、學習發展到成效評估，更有效率展開人才培訓計劃 - 持續員工多元化任用政策	- 建立多元人力就業的工作環境，穩定生活及經濟發展 - 建立完整培育及升遷制度以因應組織拓展，使企業永續經營
	人才招募與薪資福利	GRI401 勞雇關係	產學合作的人才招募政策可培育儲備人力、支持地方教育及在地就業；良好的薪資福利可以提升招募優勢	2022年合作學校涵蓋北中南共計53家，實習生新進共385人 2022年薪資平均數較上年度提高5%	- 持續以實習生計畫、產學合作及參與政府青年培育計畫增加招募管道 - 持續檢討經營績效與考核制度連結情形，給予員工實質利潤回饋並提升招募優勢	- 以良好的實習機制及建教合作建立多元招募管道 - 以良好的薪資福利打造人員穩定的工作環境

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

鑑別利害關係人

評估關注議題

評估衝擊議題

歸納回應主題

利害關係人溝通管道

重大議題對應GRI主題

永續發展目標

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

關於報告書	面向	重大議題	對應之GRI主題	重要性說明	2022年達成情形	短中期規劃	長期規劃
經營者的話	Environmental 環境	食品安全與品質管理	GRI416 顧客健康與安全	顧客健康與營養是餐飲服務最主要的堅持及目的，食品安全或品質疑慮可能影響客戶健康或權益，進而影響公司經營績效	2022年實驗室支出3,123千元，自主及委外檢驗1,274批次，合格率93.33% - 食安室2022年查核次數19次共46家，涵蓋率100% 2022年可溯源管理品項採購金額佔所有原物料採購總額98.92%	- 維持實驗室能力試驗資格及食品專業人員把關 - 持續產品追溯追蹤管理制度、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 - 落實食品安全衛生管理政策	- 以消費者吃得健康安心作為食安的堅持及目的，各面向落實食品安全衛生管理以維護顧客飲食安全 - 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，確保食品安全
2022年永續績效		顧客健康與營養	GRI416 顧客健康與安全				
獲獎實績		客戶隱私保護	GRI418 客戶隱私	客戶隱私保護是企業應善盡的義務，也直接影響企業誠信	2022年申請加入TWCERT/CC會員，並配置專責資安主管及資安人員 2022年未有顧客隱私受損情事	持續強化客戶隱私保護具體管理方案包括員工資訊安全宣導與教育、個資管理及投入防護資源	持續提升資安防護品質以降低客戶隱私遭到不法運用之風險
永續組織與發展		產品與服務標示	GRI417 行銷與標示	產品標示會影響消費者購買判斷，標示問題也會影響公司品牌形象、營運績效及供應商信譽	- 產品銷售均依「食品標示申請流程SOP(含檢驗)」辦理 - 自製產品由廚師確實填寫食品生產內容物分析表	落實遵循食品標示規定	提供消費者正確的標示及清楚的選擇依據
利害關係人溝通		產品與服務創新	GRI 2 一般揭露	產品服務創新是差異化競爭優勢的來源	2022年投入研發經費1,861萬(占營收比例0.5%) 2022年成功開出新品牌溜溜酸菜魚	- 多元品牌拓店計畫 - 菜色研發及電商品項開發 - 米其林及各類料理評比 - 以APP深化顧客關係管理	樹立同業無法超越的廚藝技能與創意理念，使公司在國內餐飲的技術層次居於領導地位
鑑別利害關係人		店面環境管理	GRI302能源 GRI305排放 GRI306廢棄物 GRI416 顧客健康與安全	安心的用餐環境直接影響顧客滿意度、健康、安全及品牌形象	2022年取得HACCP的餐廳營收占比25.68% 2022年共40家餐廳獲得優良餐廳評核標章，取得比率90.91%，營收佔比58.85% - 食安室2022年查核次數19次共46家，涵蓋率100%	- 持續增加HACCP評鑑餐廳及優良餐廳評核 - 持續每日餐飲衛生自主管理及定期環境衛生查核 - 持續客戶滿意度調查(環境) - 持續落實環境及能資源管理並導入碳盤查及查證工作	- 全面改用節能設備，降低環境污染 - 設定管理目標降低溫室氣體排放及改善環境
評估關注議題		行銷溝通與顧客滿意	GRI 2 一般揭露	顧客滿意度是公司建立口碑形象及獲取競爭優勢的來源	2022年7月來美食APP正式上线 2022年整體客戶滿意度較前兩年度提升	- 提供集點、訂位和優惠下載等一站式美食消費體驗提升顧客用餐便利性 - 透過優惠活動增加會員消費次數、提升會員回流意願並培養忠誠會員	- 強化顧客溝通客戶服務品質 - 以會員數據掌握顧客樣貌及消費軌跡，驅動品牌核心價值，達到精準行銷，以區隔其他餐飲競爭業者
評估衝擊議題							
歸納回應主題							
利害關係人溝通管道							
重大議題對應GRI主題							
永續發展目標							
1.誠信永續經營							
2.食品安全防護							
3.品牌價值提升							
4.社會環境友善							
5.職場和諧健康							
附錄							



PART ONE **1**

誠信永續經營

1 誠信永續經營

重大議題 企業形象、法規遵循、誠信經營與公司治理

1.1 公司簡介 | 1.2 公司治理 | 1.3 法規遵循 | 1.4 風險管理 | 1.5 經營績效



政策與承諾

漢來美食的經營理念是，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。



目標

1. 持續以積極穩健的展店計畫及五星級飯店的高品質餐飲與優質環境建立市場區隔。
2. 持續以穩定獲利的營運績效回應股東的期待。
3. 公司治理評鑑結果以第一級距（前5%）為目標。
4. 零裁罰與法遵承諾。



特定行動與 亮點績效

1. 2023年公布第9屆「公司治理評鑑」90.37分，獲上櫃公司第二級距。
2. 獲「2022第15屆台灣企業永續獎」永續報告書銅級，連續4年獲獎。
3. 持續以教育訓練具體推動誠信經營，2022年並配合最新法令修訂相關規範。
4. 2022年營收年增率28%，稅後淨利1.3億元，近5年市場占有率穩定維持在0.40%~0.47%之間。



申訴機制

公司網站設有永續發展專區，提供利害關係人尋求資訊的管道。



評估方式

1. 櫃檯買賣中心公司治理評鑑及其他外部評比。
2. 透過稽核方式檢核法規遵循情形，並以每年出具的內控聲明書、內稽報告作為公司內稽評估的結果。
3. 委外會計師的財務報表查核，並出具合理意見，提供投資大眾判斷的依據。



1.1 公司簡介

GRI：2-1、2-6、2-7、201-1 | SASB：FB-RN-000.A、FB-RN-000.B

漢來美食設立於2003年，原名漢欣國際股份有限公司，2011年7月變更為目前公司名稱。

漢來美食股份有限公司（股票代碼：1268，簡稱：漢來美食）

📍 總部位置	高雄市前金區成功一路266號21樓之1
👥 員工人數	1,647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
💰 資本額	新台幣427,237仟元
📍 總餐廳數	47家（含台灣自營39家及代理6家；上海授權2家）

1.1.1 經營理念

漢來美食出自五星級飯店餐飲事業體系，誠信經營，優質的企業文化深植員工心中。經營者以提供優質餐飲服務為企業理念，員工自然接受正向企業文化的薰陶，以創造顧客滿意的餐飲體驗為使命，讓顧客不僅能以實在的價格享用美食，更能體驗五星級飯店式的優質服務，同時在競爭的市場中脫穎而出，建立第一品牌形象及口碑，獲取競爭優勢。

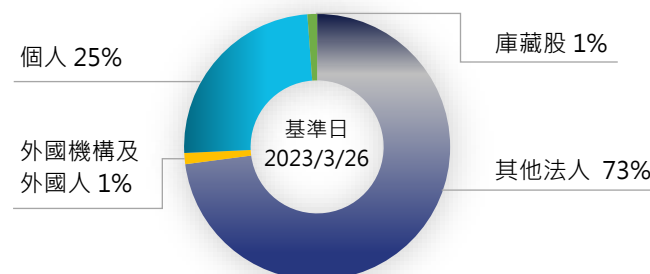
1.1.2 營業項目及經營模式

漢來美食屬GICS全球行業分類標準之25301040餐廳，主要經營型態是以現場烹調的菜色、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，另有年節禮盒、養生禮盒、常溫/冷凍食品或甜品禮盒等產品，銷售比重以餐飲收入為主要來源。2020~2022年餐飲市場受新冠疫情衝擊，漢來美食2022年全年仍服務來客數4,121千人，創造銷貨收入37.57億元，其中餐飲收入為35.58億元（占總營收之95%）。

經營模式

自營	承租輕資產 (飯店/百貨)
代理	香港名人坊 (支付權利金)
授權	商標使用 (收取權利金)

股權結構



營業比重



關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

1.1公司簡介

1.2公司治理

1.3法規遵循

1.4風險管理

1.5經營績效

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

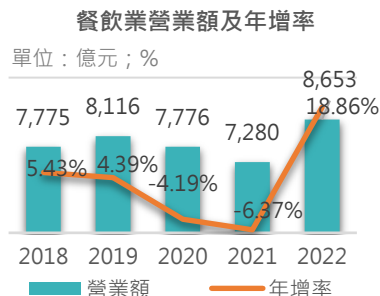
4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

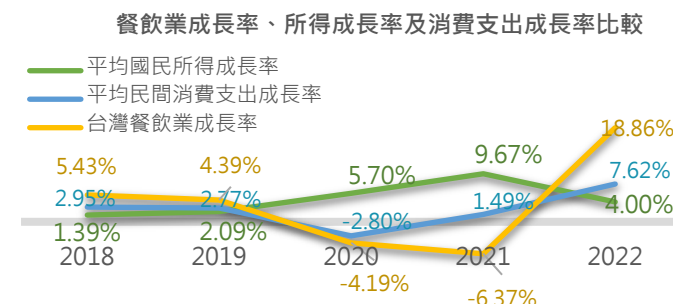
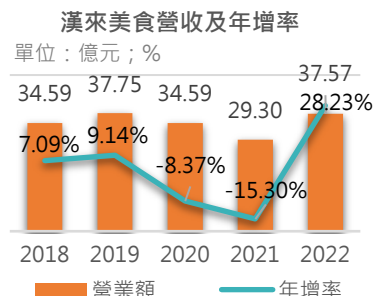
而根據行政院主計總處「中華民國行業標準分類」的定義，餐飲業係指「從事調理餐食或飲料供立即食用或飲用」之行業。台灣趨勢研究公司「餐飲業發展趨勢（2023年）」一文指出，餐飲業具有低進入門檻、同質性高、容易模仿等特性，因此處於高度競爭的環境，產業內的家數眾多，競爭壓力迫使業者不斷推陳出新，藉由差異化的產品或服務體驗強化品牌形象、建立市場區隔，獲取更大的利潤空間。漢來美食係透過嚴格把關原物料供應商的供貨品質並合宜控制食材成本，延攬優秀廚師不斷研發新菜色，務求餐飲衛生、口味及用餐氣氛能維持客戶高滿意度，定位品牌並搭配行銷策略進而提升回客率。

在餐飲業銷售額方面，經濟部統計處及行政院主計總處統計資料顯示，國內經濟景氣在2020年以前呈穩定成長，國人可支配所得及消費支出也隨之逐年增加，受到疫情影響，民間消費支出在餐廳及旅館業方面2020及2021年陷入低迷，而隨著防疫解封後消費逐步復甦，2022年則超過疫情前水準達到近年新高。漢來美食2018~2022年營收平均年增率為4.16%，同期間餐飲業營業額平均年增率為3.62%，趨勢受景氣及疫情影響程度相當。漢來美食因屬大型餐廳，疫情期間受避免群聚效應或禁止內用的衝擊較大，所幸2022年下半年起邁入與病毒共存的新疫後時代，伴隨防疫政策的鬆綁，民眾掀起報復性消費潮，外加各項政府振興措施的介入，餐飲業的銷售額出現巨幅增長，公司總結營收年增率28.23%亦較餐飲營業額年增率18.86%為高，近5年市場占有率並穩定維持在0.40%~0.47%之間。



資料來源：整理自經濟部統計處及本公司財報

年度	台灣餐飲業營業額(億)	台灣餐飲業年增率	漢來美食營業額(億)	漢來美食年增率	漢來美食市場占有率
2018	7,775	5.43%	34.59	7.09%	0.44%
2019	8,116	4.39%	37.75	9.14%	0.47%
2020	7,776	-4.19%	34.59	-8.37%	0.44%
2021	7,280	-6.37%	29.30	-15.30%	0.40%
2022	8,653	18.86%	37.57	28.23%	0.43%



資料來源：經濟部統計處、行政院主計處及本公司整理

年度	平均每人國民所得(元)	平均國民所得成長率	平均每人民間消費支出(元)	平均民間消費支出成長率
2018	677,201	1.39%	407,568	2.95%
2019	691,326	2.09%	418,844	2.77%
2020	730,744	5.70%	407,134	-2.80%
2021	801,377	9.67%	413,201	1.49%
2022	833,445	4.00%	444,703	7.62%

1.1.3 品牌介紹

漢來美食2022年旗下共18個品牌（17個自有品牌及1個代理品牌），海內外共47家餐廳。其中台灣直營45家（自營39家，員工1,193人；代理米其林一星品牌「名人坊」高級粵菜6家，員工224人），及海外品牌授權2家（上海「漢來海港」及「漢來軒」），經營版圖遍及全台六大城市，餐飲業態囊括歐式自助百匯、大型宴會廳、中式、日式、西式、蔬食、火鍋等，強化多元品牌策略。基於永續發展及落實食品安全，截至2022年底，全台1家中央工廠及6家餐廳獲得HACCP認證；可進行餐飲衛生管理分級評核之44家餐廳中，共40家獲得認證（佔90.91%）。

HARBOUR
漢來海港餐廳
漢來海港

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

漢來蔬食
Hui Lai Vegetarian Restaurant
漢來蔬食

主廚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。

名人坊
Celebrity Cuisine
高級粵菜
漢來名人坊

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。

漢來上海湯包
SHANGHAI DUMPLING
紅陶上海湯包
SHANGHAI DUMPLING
上海湯包

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，這裡還可以同時品嚐到主廚私房菜、清燉湯品和精緻甜點。

漢來軒
翠園
Han-Lai Xuan
翠園/漢來軒

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

國際宴會廳
Banquet
國際宴會廳

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。

福園
TAINANESE RESTAURANT
福園
福園台菜

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。

日本料理弁慶
JAPANESE RESTAURANT
日本料理弁慶

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。

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

1.1公司簡介

1.2公司治理

1.3法規遵循

1.4風險管理

1.5經營績效

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

1.1公司簡介

1.2公司治理

1.3法規遵循

1.4風險管理

1.5經營績效

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄



由專精川粵滬菜系的五星級飯店主廚團隊精心研發，獨家秘製配方，不僅有川菜獨有的香麻，特製酸菜的鮮酸滋味更是一絕，每一口都是溜溜的好滋味。



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。



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，給予饕客多元菜色選擇，歡迎您來上菜找尋屬於你的菜！



Welcome home！如家一般舒適溫暖的牛排館餐廳！以直火炙燒搭配高溫爐烤，鎖住鮮甜肉汁，滿足每位賓客的喜好，擁有賓至如歸的感受。



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。



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。



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。



「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。



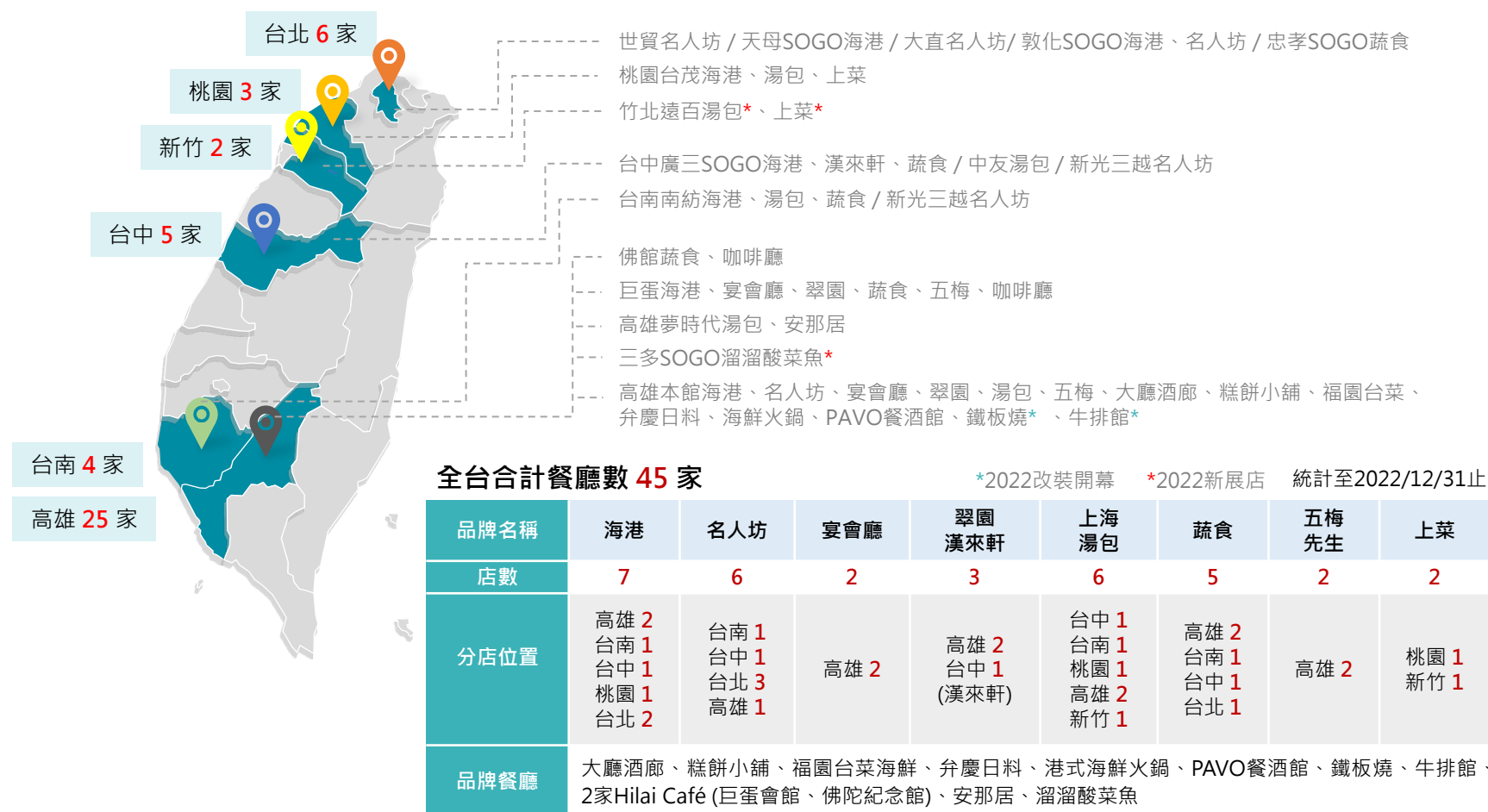
充滿南洋殖民風的PAVO Lounge Bistro，有著如其美名「孔雀」的尊貴、華麗與優雅氛圍。主廚精選上等食材，以創意新潮料理手法，呈現令人驚豔的異國佳餚，還有調酒師的專屬特調雞尾酒，是適合三五好友聚餐共享的好去處。



餐點多選用台灣在地食材，並融合中、西、日式元素，以原味烹調呈現食材本身新鮮風味，將料理放入屬於家的記憶與溫暖，期待透過廚師精湛手藝，勾起每位賓客味蕾深處美好回憶。

1.1.4 營運據點

漢來美食看好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，在全台各大主要城市包括高雄、台南、台中、新竹、桃園和台北，以百貨及購物商城為主要選址策略。



關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

1.1公司簡介

1.2公司治理

1.3法規遵循

1.4風險管理

1.5經營績效

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

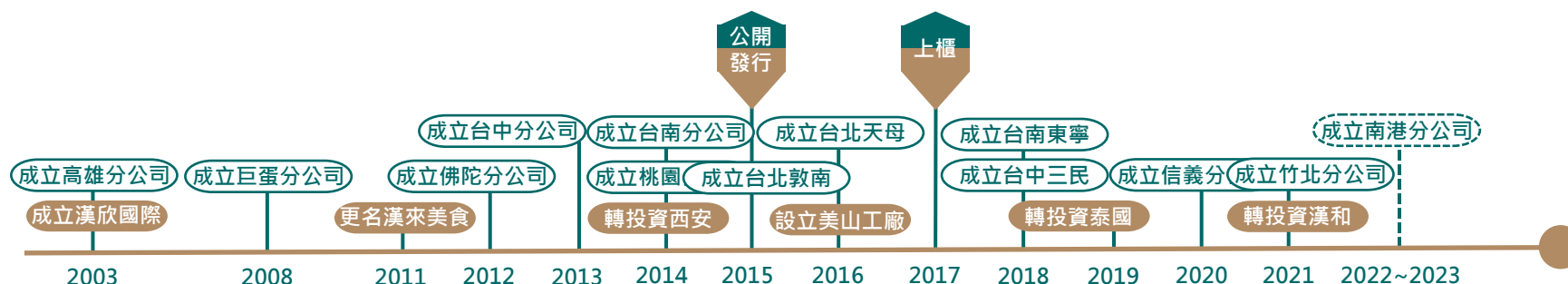
4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

1.1.5 展店策略

漢來美食出自五星級飯店餐飲事業部，隨著不斷拓展營業範圍，公司營運發展區分為五星級飯店路線及百貨購物中心路線。既有的五星級飯店主題式餐飲品牌以穩定經營、深化顧客服務為主；商場內的展店品牌則加強與廣大的年輕客層溝通品牌精神，以提供美食與美好的服務體驗，讓品牌更深入到顧客的生活。此外，新品牌未來展店觸角將更觸及到街邊店，讓平價優質的美食成為社區的好鄰居。



國內展店持續以直營及代理模式擴張現有品牌；海外佈局則著重品牌授權及受託管理。2022年起品牌經營主要著眼於台北南港漢來飯店新品牌規劃，及年輕新品牌持續展店。



南港漢來大飯店將於2023年10月開幕，位在南港經貿園區、南港捷運站，緊鄰南港展覽館的據點是台北市少數匯聚科技、商業、金融、文化的產業園區，具有深厚的發展潛力與消費力道。將結合現有名人坊經營台北中餐頂級客層、南港園區的商務客層及龐大的展覽人流，規劃7個既有品牌及新品牌餐廳進駐。



2022年9月成功開出新品牌「溜溜酸菜魚專賣店」，未來規劃與「上菜片皮鴨專賣店」以每年2-3家持續展店，以逐步提高平價、年輕客戶的占比，擴大市場滲透力及市佔率。

專注研發、外帶外賣、發展電商、數位轉型

- 專注研發：以既有菜系核心產品為主軸延伸開發新品牌
- 外帶外賣：因應疫情以來的市場變化加重外帶外賣
- 發展電商：尋求優質合作廠商開發來拌麵及宅美食商品
- 數位轉型：以來美食APP深化會員經營、培養忠誠會員

漢來蔬食 → 「五梅先生」輕蔬食
翠園 → 「上菜片皮鴨」
漢來軒 → 「溜溜酸菜魚」
漢來海港 → 南港店升級版全新品牌
名人坊



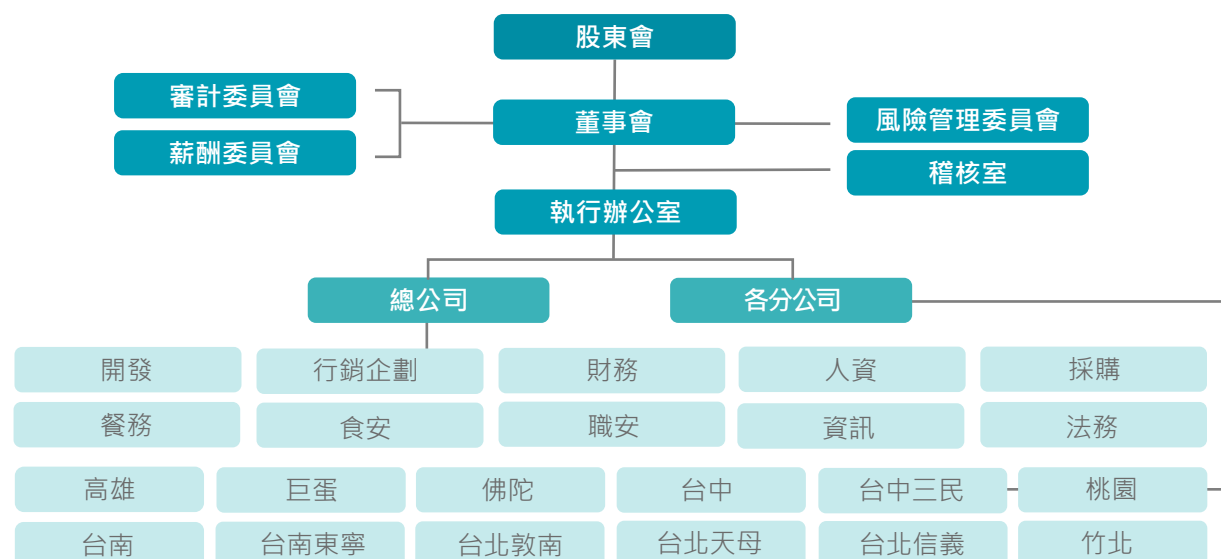
南港漢來大飯店宴會廳戶外婚禮

1.2 公司治理

GRI : 2-9、2-10、2-11、2-12、2-13、2-15、2-16、2-17、2-18、2-19、2-20、2-28、405-1、406-1

漢來美食落實公司治理，對外遵守法規要求，對內訂定「公司治理實務守則」、「永續發展實務守則」等相關規章，以誠信經營及穩健的營運績效作為企業永續的根本。

1.2.1 組織架構



1.2.2 董事會



漢來美食董事選任依公司法第192條之1採候選人提名制度，由股東會就候選人名單中選任董事7名（含3名獨立董事），任期3年（本屆為2021年8月25日~2024年8月24日），並互選1人為董事長。董事會成員組合係考量整體配置的多元性，包括「基本條件與價值」及「專業知識技能」兩大面向標準，以使董事會整體具備適當能力，達到公司治理之理想目標。董事會負責檢視各項營運績效，包含經濟、環境和社會主題。

漢來美食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造成公司及股東重大損害之風險。

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

1.1公司簡介

1.2公司治理

1.3法規遵循

1.4風險管理

1.5經營績效

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

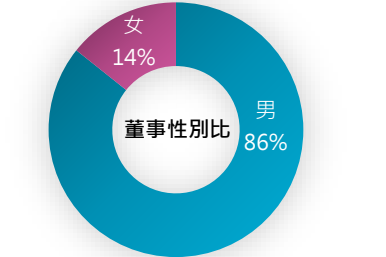
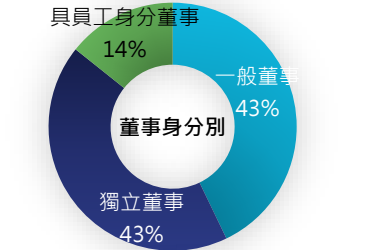
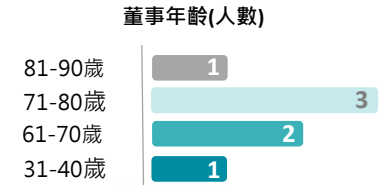
附錄

董事會運作情形

漢來美食董事具備豐富產業經驗且彼此互補，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，持續推動公司朝營運目標前進，進而提升公司治理成效。最高治理單位董事會之主席賴宗成董事長並未兼任其他部門之高階管理職位。

董事對於董事會會議事項，與其自身有利害關係時，在討論及表決時均予以迴避，相關迴避情形請參閱公司111年度年報【3.4.1.董事會運作情形資訊(2)董事對利害關係議案迴避之執行情形】。

董事會	2020	2021	2022
開會次數	6次	8次	6次
出席率(%)	93	91	90



姓名	條件	國籍	主要學經歷	專業資格與經驗
旺董有限公司 代表人： 賴宗成	董事會/董事長		新竹煙波飯店 餐飲行政總主廚 台北晶華飯店 利潤中心主廚 Royal Roads University MBA	賴宗成董事長為廚師出身，從基層跨足採購及營運等事務，熟稔餐飲業務及管理。
固邦(股)公司 代表人： 彭邵齡	董事會/董事		國揚實業 總經理 漢來飯店 董事 東南技術學院休閒管理系	彭邵齡董事建設業經驗豐富，精於展店及店面裝修等見解，長於領導、營運判斷、經營管理。
國協(股)公司 代表人： 侯淳涓	董事會/董事		漢齊科技 董事長 漢來飯店 董事 加拿大皇家大學企管碩士	侯淳涓董事為企管專業，具觀光業管理經驗，且為科技公司負責人，有助公司數位轉型及資訊化管理等相關營運策略。
陳肇隆	董事會/董事		高雄長庚紀念醫院 院長 醴基生醫公司 董事長 高雄醫學大學醫學士	陳肇隆董事為醫界翹楚，曾任金融機構獨立董事並為生醫公司負責人，對餐飲業關注之新興傳染病或食源性疾病議題具專業助益。
陳棠	董事會/獨立董事 風險管理委員會/主委 審計委員會/委員 薪資報酬委員會委員		南山人壽保險 董事長 南山產物保險 董事 臺灣土地銀行 董事長 國立中興大學森林學系	陳棠獨董為資深金融專業人士，曾任保險公司董座，保險業尤其重視風險控管，為風險管理及財務金融專長。
陳順天	董事會/獨立董事 審計委員會/主委 薪資報酬委員會委員 風險管理委員會/委員		皇翔建設 獨立董事 鑫龍騰開發 獨立董事 鼎基先進材料 獨立董事 杜魯門大學工業教育研究所 國立成功大學會計統計系	陳順天獨董為財會背景，金融業資歷完整且歷任營運高階及稽核主管，對經營管理實務經驗豐富。
謝騰隆	董事會/獨立董事 薪資報酬委員會/主委 審計委員會/委員 風險管理委員會/委員		元山科技工業 董事 臺灣銀行 副總經理 國立台中商專銀行保險科	謝騰隆獨董為金融保險專長及公務體系背景，曾任金融機構高階主管，擅長公司治理、內部控制等相關領域。

關鍵重大事件之溝通

漢來美食各權責單位係依實務運作或法規需求，將公司營運計畫、財務報告、內部控制制度及辦法規章修訂等重大議案定期或不定期呈報董事會鑒察或審議，以利董事會知悉或進行討論。2022年董事會重要決議事項如下：

第八屆第五次 (2022.02.24)	第八屆第六次 (2022.04.14)	第八屆第八次 (2022.08.11)	第八屆第十次 (2022.12.22)
1. 110年度內部控制制度自行評估有效性案 2. 110年度內部控制制度聲明書案 3. 110年度營業報告書案 4. 110年度財務報告案 5. 委任會計師提供專業服務之主要報酬及服務內容案 6. 110年度員工酬勞及董事酬勞提撥案 7. 110年度員工酬勞及董事酬勞總額分派案 8. 110年度經理人員員工酬勞及董事酬勞個別金額分派案 9. 修訂企業社會責任實務守則案 10. 修訂公司治理實務守則案 11. 修訂取得或處分資產處理程序 12. 修訂公司章程案 13. 訂定111年股東常會日期及召集事由等相關事宜案	1. 110年度盈餘分派案 2. 與關係人簽訂租賃合約取得使用權資產案 3. 增列111年股東常會召集事由案 4. 修訂會計制度案 5. 近期拓店案 6. 執行辦公室協理解任案	1. 111年第二季財務報表報告 2. 向金融機構續約融資額度案 3. 修訂內部控制制度案 4. 修訂內部稽核實施細則案 5. 修訂內部控制制度自行評估作業程序案 6. 執行辦公室總監任命案 7. 企業社會責任委員會更名案	1. 112年公司營運計畫(112年度預算)案 2. 審查112年度稽核計畫案 3. 112年度委任會計師提供專業服務之獨立性及適任性評估案 4. 南港裝修工程案 5. 本公司經理人112年薪資報酬案 6. 本公司112年度薪資報酬之標準與結構 7. 112年發放111年度年終獎金之主要政策
	第八屆第七次 (2022.05.05)	第八屆第九次 (2022.11.10)	
	1. 111年第一季財務報告案 2. 溫室氣體盤查及查證時程規劃案	1. 111年第三季財務報表報告案 2. 修訂內部重大資訊處理作業程序案	

董事會/個別董事績效評估機制及結果

漢來美食為落實公司治理及提升董事會功能，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」。公司依辦法規定，於每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，評估項目包含會議整體運作情形及個別董事成員績效表現，並運用在個別董事績效、薪酬及提名續任之參考。2022年績效評估結果於2023年2月23日提報董事會，並在第一季結束前向主管機關完成申報。

董事進修情形

漢來美食董事均具有專業背景及實務經驗，公司並參考公司治理中心規劃之董事進修地圖適時安排相關課程，協助董事持續獲得公司治理及法令等相關最新資訊，以提升董事之專業能力及對公司治理之重視，進而強化董事職能及董事會運作。2022年全體董事均符合續任者至少6小時之進修時數規定，並依規定期限完成相關申報。

董事會整體績效評估		個別董事成員績效評估	
5大構面共45題	評估結果(平均)	6大構面共23題	評估結果(平均)
1. 對公司營運之參與程度(共12題)	4.92	1. 公司目標與任務之掌握(共3題)	5.00
2. 董事會決策品質(共12題)	5.00	2. 董事職責認知(共3題)	5.00
3. 董事會組成與結構(共7題)	5.00	3. 對公司營運之參與程度(共8題)	4.84
4. 董事之選任及持續進修(共7題)	5.00	4. 內部關係經營與溝通(共3題)	5.00
5. 內部控制(共7題)	5.00	5. 董事之專業及持續進修(共3題)	5.00
		6. 內部控制(共3題)	5.00

註：評估結果分為5個等級：1極差(非常不同意)；2差(不同意)；3中等(普通)；4優(同意)；5極優(非常同意)。

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

1.1公司簡介

1.2公司治理

1.3法規遵循

1.4風險管理

1.5經營績效

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

1.2.3 功能性委員會



漢來美食為加強公司治理，自2015年起自願設置審計委員會。配合股東常會全面改選第八屆董事，第三屆審計委員會任期自2021年8月25日起至2024年8月24日止，委員由3席獨立董事全數連任，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。

審計委員會開會及委員出席統計如下。

職稱	姓名	2020			2021			2022		
		實際 出席	委託 出席	親自 出席率	實際 出席	委託 出席	親自 出席率	實際 出席	委託 出席	親自 出席率
主委	陳順天	6	0	100%	7	0	100%	6	0	100%
委員	陳棠	5	1	83%	6	1	86%	3	3	50%
委員	謝騰隆	6	0	100%	7	0	100%	6	0	100%

最近3年全體委員親自出席率平均分別為94%、95%及83%。

註：評估結果分為5個等級：1極差(非常不同意)；2差(不同意)；3中等(普通)；4優(同意)；5極優(非常同意)。

審計委員會整體績效評估	
5大構面共22題	評估結果(平均)
1. 對公司營運之參與程度(共4題)	5.00
2. 功能性委員會職責認知(共5題)	5.00
3. 功能性委員會決策品質(共7題)	5.00
4. 委員會組成及成員選任(共3題)	5.00
5. 內部控制(共3題)	5.00



漢來美食自2015年成立薪酬委員會，第八屆董事會於2021年9月23日決議委任第三屆薪資報酬委員會委員，任期自2021年9月23日起至2024年8月24日止，委員由3席獨立董事全數連任，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。

薪酬委員會開會及委員出席統計如下。

職稱	姓名	2020			2021			2022		
		實際 出席	委託 出席	親自 出席率	實際 出席	委託 出席	親自 出席率	實際 出席	委託 出席	親自 出席率
主委	謝騰隆	4	0	100%	4	0	100%	3	0	100%
委員	陳棠	3	1	75%	3	1	75%	2	1	67%
委員	陳順天	4	0	100%	4	0	100%	3	0	100%

最近3年全體委員親自出席率平均分別為92%、92%及89%。

註：評估結果分為5個等級：1極差(非常不同意)；2差(不同意)；3中等(普通)；4優(同意)；5極優(非常同意)。

薪酬委員會整體績效評估	
4大構面共19題	評估結果(平均)
1. 對公司營運之參與程度(共4題)	4.75
2. 功能性委員會職責認知(共5題)	5.00
3. 功能性委員會決策品質(共7題)	5.00
4. 委員會組成及成員選任(共3題)	5.00



漢來美食為落實公司治理並健全風險管理制度，自2020年12月24日成立風險管理委員會，負責風險管理相關運作機制之監督，對董事會負責，並將所提建議提交董事會討論。2021年3月11日董事會並決議新增成員至5人且半數以上(3人)為獨立董事。公司已於網站及公開資訊觀測站揭露風險管理委員會組成及運作情形。

職稱	姓名	2020			2021			2022		
		實際 出席	委託 出席	親自 出席率	實際 出席	委託 出席	親自 出席率	實際 出席	委託 出席	親自 出席率
主委	陳棠	1	0	100%	0	1	0%	0	1	0%
委員	陳順天	1	0	100%	1	0	100%	1	0	100%
委員	謝騰隆	1	0	100%	1	0	100%	1	0	100%
委員	吳若寧							1	0	100%
委員	劉子銘							1	0	100%

1.2.4 薪酬政策及薪酬決定流程

董事酬金

- 1) 獨立董事支領固定報酬；
- 2) 其餘董事酬金依公司章程第18條及第21條規定辦理，並綜合考量各董事所擔負之職責、風險、投入時間、股權、個別董事自我評核結果及公司整體經營績效等因素，每年由薪資報酬委員會審議並提案酬金給付政策，經董事會討論通過後施行。
- 3) 董事依「董事會績效評估辦法」規定執行的評鑑，評核項目包含提升公司治理及檢視經營團隊管理績效，董事會依公司「永續發展實務守則」並負有督導永續發展工作計畫、執行情形及適時提出建議之權責。

經理人酬金

- 1) 經理人酬金主要包含薪資、獎金、員工酬勞及員工認股權等；
- 2) 薪資主要依所擔任職務及參考同業水準訂定；
- 3) 獎金及酬勞按本業績貢獻度而定，本業績貢獻度依公司「績效考核暨考評辦法」之評核結果為依據，評核範圍包含業績達成率、利潤達成率、執行力及工作態度等指標，執行力評核係涵蓋永續發展職掌範圍之年度執行成效；
- 4) 員工酬勞依公司章程第21條規定辦理；
- 5) 員工認股權依公司章程第7條規定授權董事會分次發行；
- 6) 經理人相關酬金由薪資報酬委員會提案，經董事會討論通過後施行。

1.2.5 內部稽核

漢來美食設置稽核室，配置專職稽核人員1名，係取得國際內部稽核師證書資格，負責協助各部門建立作業流程、管理辦法、評估各作業之風險、執行稽核計劃及審查內控自評等，隸屬於董事會。

2022年稽核事項無重大異常情事，缺失經向受查單位提出後已陸續改善完成。內部稽核主管與獨立董事溝通情形如表：

溝通頻率	溝通管道	溝通方式
每月	稽核報告	送交獨立董事核閱
每季	缺失改善追蹤報告	送交獨立董事核閱
每季	審計委員會	➢向獨立董事進行稽核業務報告，包含稽核結果及追蹤情形 ➢討論及決議前，請管理階層先行離席，增加獨立董事與稽核主管單獨溝通之機會
每季	董事會	向董事及獨立董事報告內部稽核業務執行情形
視需要	不限	稽核主管與獨立董事隨時可直接相互聯繫

1.2.6 公司治理主管設置及進修情形

漢來美食為提升公司治理，109年12月經董事會決議通過委任柯柏良先生擔任公司治理主管，負責督導及辦理董事會、功能性委員會及股東會開會、公告申報等相關事宜，以及協助董事(含獨立董事)就任、進修、執行業務及遵循法令；此外並定期向董事會報告ESG作為、公司治理評鑑及外部評比等，以提升公司治理成效。2022年進修總時數為24小時。



關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

1.1公司簡介

1.2公司治理

1.3法規遵循

1.4風險管理

1.5經營績效

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

1.2.7 外部公協會參與

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
白帽協會	主要為從事西廚相關產官學界及其他行業者，透過協會之永續教育訓練與相關廚藝活動等之舉辦，創造、維護並提升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，發展台灣美食的創新價值，從而朝向國際化發展。	會員
高雄市廚師職業工會	係鑑於本業廚師勞工朋友應該擁有一個屬於本業的勞工團體，以提升就業及生活水平，享有勞動者基本保障與權益而成立。除辦理勞工勞健保業務外，並積極訓練勞工在職第二專長、輔導廚師技能檢定，提升其競爭力。	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，台灣分部也計畫自行舉辦或與其他組織協辦該類型競賽，以了解台灣現今之青年廚師之手藝。	會員
拾穗扶輪社 北區扶輪社 華山扶輪社	為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
中華美食交流協會	協會長年致力產業交流，以及參訪學習活動的舉辦，建構政策與產業對話的平台，同時積極投入台灣美食的國際行銷工作，帶動觀光、促進商機，已成為台灣美食餐飲產業最具影響力的民間社團。	會員
高雄市餐飲業職業工會	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
高雄市烹飪商業同業公會	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。	理事
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

1.3 法規遵循

GRI : 2-23、2-24、2-26、2-27、205-2、416-2、417-2、417-3| SASB : FB-RN-250a.2

1.3.1 法規遵循

漢來美食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，並設置法務室預防及處理法律爭議案件，及聘任法律顧問進行諮詢。2022年除下列裁罰事件外，並無其他違反環境、產品標示、產品行銷，及社會與經濟領域相關之法律及/或法規之情事。

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
台南市	2022.08.18	員工受傷住院接受治療未於8小時內通報勞動檢查機構	職業安全衛生法第37條第2項第3款	6萬元	勞動部職業安全衛生署	➢加強員工於作業場所作業之危害辨識及預防(含跌倒、感電)。 ➢加強工作場所設備維護(含合梯梯腳等)。
桃園市	2022.10.20	消防安全設備缺失	建築法第77條第1項	1萬2千元	桃園市政府建築管理處	➢防火門門弓器鬆脫等缺失問題已於時限內委請廠商維修更換並經複檢通過。

1.3.2 行為準則及誠信經營推動實績

漢來美食本著廉潔、透明及負責的經營理念，制訂以誠信為基礎之行為準則，透過建立良好的公司治理與風險控管機制，為企業永續發展不遺餘力。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「永續發展實務守則」；2018年制訂「公司治理實務守則」，並配合最新法令及公司實際需要修訂前述相關規範。

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，由專人於接獲意見申訴或檢舉後，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。此外，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」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）。

2022年申訴案件共有3件，包含言語暴力2件、性騷擾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，使同仁有安心的職場環境。



關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

1.1公司簡介

1.2公司治理

1.3法規遵循

1.4風險管理

1.5經營績效

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

2022年誠信經營推動實績



員工

溝通

- 對新進員工除在勞動契約中具體約定保密條文由員工簽署外，並於職前訓練安排誠信數位學習課程。【全體員工(100%)】
- 財務部統籌於每月內部經管會進行ESG永續報告，2022/7/28報告主題為「誠信經營相關規範」，對與會主管宣導誠信經營作業程序及行為指南。【主管30~35人(15%~18%)】
- 後勤單位不定期於會議或以MEMO通知所有員工有關產品或服務維護及法規遵循等相關事宜。【全體員工(100%)】

*主管指副理級(含)以上員工，2022年底全體員工1,647人；其中主管為195人；非主管1,452人。

訓練

	課程主題	以誠信經營守則談ESG
	課程時數	實體課程：2小時 數位課程：68分鐘
	課程內容	誠信經營之基本定義/集團企業組織/行為主體/不誠信行為/利益(含股價操縱)/內部管控/責任(含炒作股價及內線交易)
	參加人數	實體課程：主管102人(52%) (2022/9/20，59人；2022/9/27，43人) 數位課程：主管96人(49%)；非主管1,444人(99%) (2022/11/7~11/30合計1,540人)

- 供應商溝通部分，本公司往來廠商均須簽訂誠信廉潔暨保密承諾書，以確保採購、發包或營業等活動均在遵守誠信、廉潔暨保密等義務和操守之情形下進行。2022年有交易之供應商共873家，全數(100%)簽有誠信廉潔暨保密承諾書。採購部並制訂「供應商永續發展自評表」，作為公司發展自行評估採購行為對供應商所處社區環境與社會影響的依據，並與供應商在永續議題上共同努力。



治理單位

- 新任董事及經理人除於就任5日內簽署「確知內部人相關法令聲明書」，股務窗口並依聲明書內容詳加說明以確保其知悉相關規範。【全體董事7人(100%)】
- 財務部統籌於每季董事會進行ESG永續報告，說明工作計畫、執行情形及相關法令更新，2022/2/24報告「公司治理評鑑自評結果及111年指標修正」，特別宣導財報公告前封閉期間禁止交易相關規定。【全體董事7人(100%)】
- 2022/2/24董事會通過「修訂公司治理實務守則案」，包含新增董事於財報公告前之封閉期間禁止交易之規定。【全體董事7人(100%)】
- 股務人員在禁止交易封閉期的開始日前均以email提醒內部人及董事，2022年分別於4/20、7/25及10/24共3次寄發封閉期防範內線交易之通知，提醒相關人員避免誤觸相關規範。【全體董事7人(100%)】

課程主題 董監對內部控制與風險管理制度之建立與監督

課程時數 實體課程：3小時

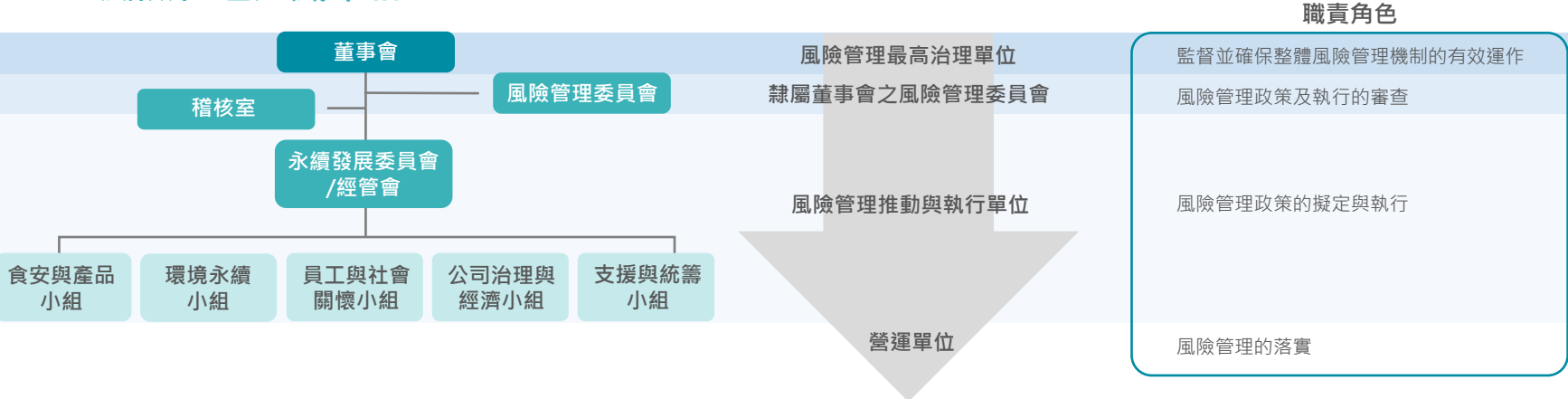
課程內容 風險管理的重要性(含公司治理實務守則等法令遵循及辨識舞弊風險)/風險管理趨勢分析/風險管理國內監管要求(含公司治理實務守則)/風險管理制度建置方式及困難與挑戰/風險管理實務分享

參加人數 2022/11/10【董事6人(86%)】
內部人5人/ 主管6人/ 稽核1人

1.4 風險管理

漢來美食董事會109年11月5日通過制訂「風險管理政策與程序」；109年12月24日訂定「風險管理委員會組織規程」。風險管理組織架構包括董事會、風險管理委員會、永續發展委員會/經管會、功能小組、稽核室，目的係透過完善的風險管理架構，考量可能影響企業目標達成的各類風險加以管理，並透過將風險管理融入營運活動及日常管理過程，達成穩健經營業務並朝企業永續發展目標邁進。

1.4.1 風險管理組織架構



1.4.2 管理政策及評估程序

漢來美食的風險管理係依公司相關政策、內控制度等，由各營運單位依據業務相關的風險特性與影響程度予以辨識、分析、衡量、監控、回應、報告風險及因應措施。風險評估係每年定期辦理，由各營運單位填寫自行評估表、稽核室彙整提報功能小組統籌組後，再由統籌組整合向風險管理委員會及董事會報告。

公司風險管理範疇包括但不限於環境風險、經營風險、市場風險與其他可能使公司產生重大損失之風險。各單位依其職掌管理之議題進行風險管理，並持續注意國際與國內風險管理之發展情形，辨識新興風險。

環境風險	經營風險	市場風險
- 氣候變遷 - 重大天災及流行病 - 消防及建築物安全風險 - 職業安全衛生風險 - 其他	- 策略風險 - 營運風險 - 法遵風險 - 誠信風險 - 財務風險 - 食安風險 - 供應鏈風險 - 合作夥伴風險 - 勞動力短缺風險 - 資安風險 - 其他	- 同業競爭風險 - 媒體報導風險 - 網路抹黑、酸民文化 - 智慧財產權風險 - 其他

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

1.1公司簡介

1.2公司治理

1.3法規遵循

1.4風險管理

1.5經營績效

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

1.4.3 風險評估結果

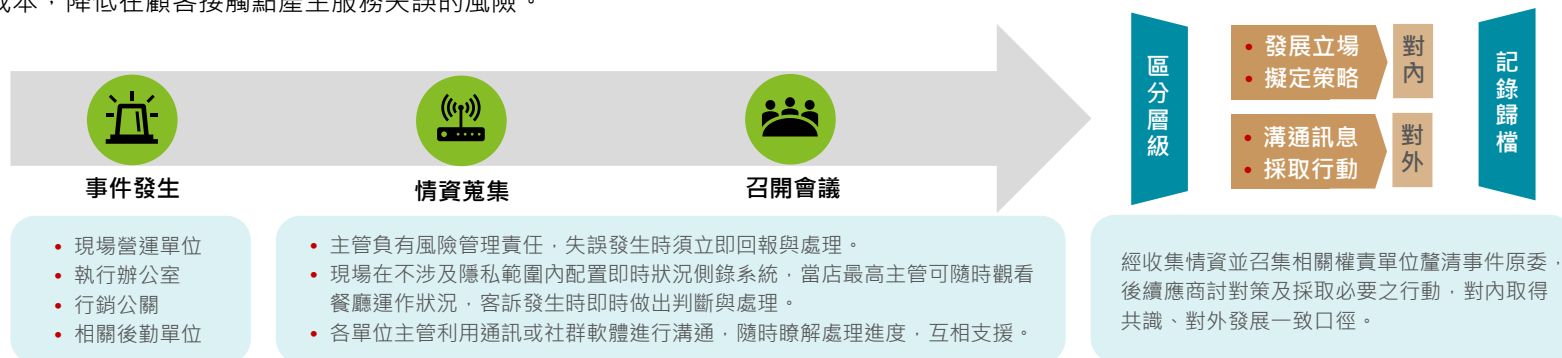
2022年本公司前場及後勤單位對內控進行風險自評作業，以發生可能性及影響程度評估各項目風險值，並提出因應措施後評估殘餘風險。風險項目辨識結果歸納如表。

風險歸納	風險類型	重要風險事項	管控策略
環境風險	氣候變遷	▶ 實體風險—極端降雨與乾旱 平均溫度改變 ▶ 轉型風險—再生能源法規 ▶ 轉型風險—低碳技術轉型成本 ▶ 轉型風險—顧客行為轉變 ▶ 轉型風險—原物料成本上漲	▶ 菜單調整、改變料理方式或使用替代食材 ▶ 內部規劃節電政策以因應缺水缺電 ▶ 配合政策法规進行工作規劃及推動，如碳盤查及氣候變遷風險與機會評估 ▶ 編列研發預算，符合低碳轉型的蔬食系列品牌研發如以未來肉為食材等菜色 ▶ 禮盒、電商產品或外帶外送的包材朝回收或再生材料製成之包材選用進行規劃 ▶ 加強供應商管理，透過合約穩定供貨、品質與價格 ▶ 加強廢棄物管理如規劃剩食捐獻、飼料堆肥等措施
	溫室氣體管理 (碳排放)	▶ 轉型風險—淨零碳排趨勢 ▶ 轉型風險—低碳技術轉型成本	▶ 因應規定於期限內完成盤查及查證 ▶ 氣候變遷因應法已通過，持續關注並提出因應措施 ▶ 研發替代食材、包材，採用環保節能設備並加強節能節電 ▶ 提倡員工運用大眾運輸系統上下班減少碳排
經營風險	勞動力短缺	▶ 少子化、人力市場改變在地員工短缺 ▶ 競爭者增加、同業挖角從業人員意願低落 ▶ 基本工資調漲人事成本增加	▶ 多元管道掌握就業市場人力來源，例如:中高齡就業、婦女二度就業、提供弱勢族群就業機會等，適時補足人力 ▶ 提醒用人單位人員穩定、人員管理及人力規劃的重要性，減少人員流動率 ▶ 維持產學合作，積極留下實習生 ▶ 透過教育訓練及考核機制，提升員工專業能力及競爭力 ▶ 調整料理方式、營業型態或簡化工作流程，降低勞動力需求
市場風險	地緣政治風險 (戰爭)	▶ 資源和貿易糾紛、恐怖主義、國與國間之暴力衝突	▶ 持續透過產品創新策略及供應商管理機制降低地緣政治風險對原物料取得的影響
	智慧財產權 風險	▶ 產品技術被模仿 ▶ 流程管理知識(如宴會結構等)外流	▶ 評估商標無專用權之風險並採取對應的風險管理方案 ▶ 由法務依智慧財產權管理要點申請商標註冊、進行控管並定期彙報 ▶ 透過權責分工分散風險

1.4.4 危機處理

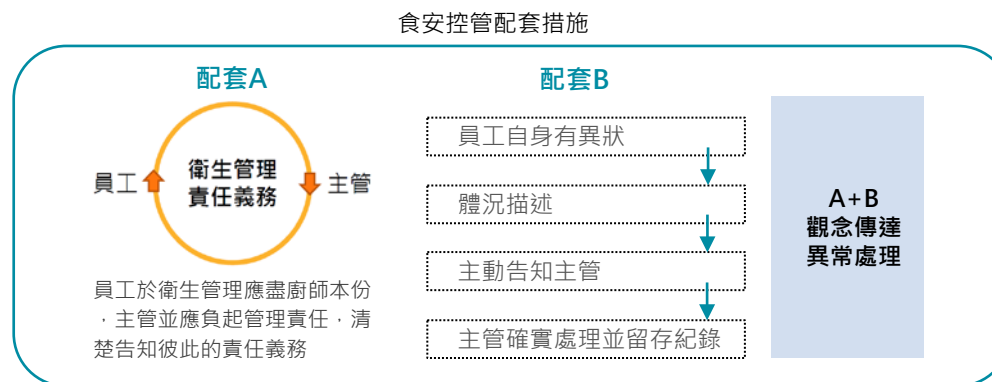
危機管理流程

全民媒體、網路發達的時代，為避免危機或負面評價迅速擴大成企業形象崩解的重大事件，公司必須在最短的時間內予以回應及處理。漢來美食的危機管理流程，能在回應顧客需求與標準服務流程間取得平衡，並透過資訊工具應用協助服務人員更快掌握狀況、避免服務差異、有效控制處理時間與成本，降低在顧客接觸點產生服務失誤的風險。



COVID-19因應說明

2019年底爆發新型冠狀病毒 (COVID-19) 疫情，2020~2022年餐飲市場受新冠疫情衝擊，本公司採取之因應措施如下：



註：相關表單含「食品從業人員應遵循事項告知單」、「餐飲衛生自主管理檢查表」、「員工自主健康管理紀錄表」。

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

1.1公司簡介

1.2公司治理

1.3法規遵循

1.4風險管理

1.5經營績效

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

1.5 經營績效

GRI：201-1、201-4

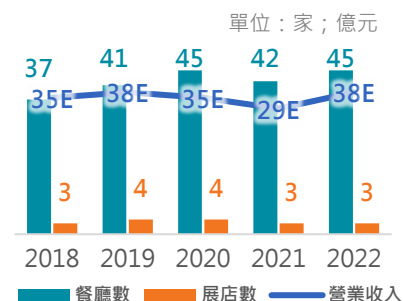
自2019年底爆發新型冠狀病毒（COVID-19）疫情，2020~2022年餐飲市場均受新冠疫情衝擊，從疫情初期嚴謹的防疫政策到禁止內用，2022年發展為民眾自主防疫意識升高減少在餐廳用餐，其間漢來美食因屬大型餐廳，衝擊尤甚，所幸2022年下半年起邁入與病毒共存的新疫後時代，漢來美食靠著不斷創新研發，以電商商品及外帶方案積極與客人保持連結，同時審慎進行品牌調整及展店計畫，在第三季開出全新品牌「溜溜酸菜魚專賣店」，成功為集團營運升溫添火，不但穩住第三季營運，第四季更在振興券的帶動下大幅回補營收缺口，全年營收最終順利拉回接近2019年的歷史高點。

直接經濟價值及分配經濟價值

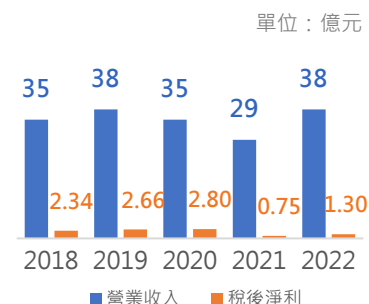
單位：千元

項目	2020	2021	2022
直接經濟價值			
營業收入	3,459,267	2,929,855	3,756,874
營業毛利	1,496,739	1,167,671	1,527,058
稅後淨利	279,579	75,343	130,052
每股盈餘（元）	7.51	2.01	3.08
股東權益報酬率（%）	17.04%	4.04%	6.76%
分配經濟價值			
營運成本	1,962,528	1,762,184	2,229,816
員工薪資和福利費用	1,105,399	1,016,599	1,195,456
現金股利	260,566	126,671	126,671
股票股利	0	0	0
債務／借款利息費用	0	819	127
所得稅	36,245	13,364	11,150
社區投資（如捐贈）	663	4,428	3,925

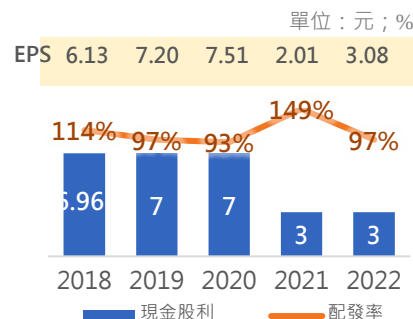
餐廳數、展店數及營業收入



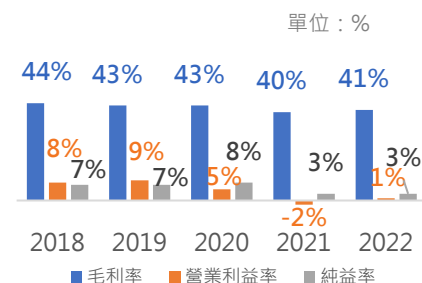
營業收入及稅後淨利



近5年EPS及股利配發情形



毛利率、營業利益率及純益率



響應政府政策之財務補助

漢來美食除響應政府推動之人才培育、弱勢就業及職場安全計畫，2020~2022年新冠疫情期間更配合穩定就業政策，透過部分補助以充實營運，達到不裁員、不減薪，保障員工生計之經營成果。各項計畫申請及補助明細如下：

單位：新台幣千元

項目	補助單位	2020	2021	2022	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	59,000	-	漢來美食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政策，而向政府申請取得薪資補貼款。
	經濟部商業司	-	2,820	1,191	漢來美食因疫情及三級警戒影響宴會廳營運，而向政府申請取得宴會廳訂單取消或延期損失之補貼款。
受疫情影響事業基本工資補貼方案	經濟部	-	-	821	經濟部推出「受疫情影響事業基本工資補貼方案」，符合資格且總營收減少達指定標準的業者可以申請補貼。
台中市餐飲安心吃振興補貼	台中市政府經發局	-	-	10	台中市政府為振興疫情期間受影響的餐飲業，開放餐飲業者申請「台中市餐飲安心吃振興補貼」
青年就業領航計劃	勞動部勞動力發展署	2,273	1,753	1,648	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	1,067	304	
人力提升計劃	勞動部勞動力發展署	-	-	246	
大港青年實習媒合計畫	高雄市政府青年局	-	-	75	
人才加值培訓計劃	經濟部	365	232	-	
超額進用身心障礙獎勵金	市政府勞工局	130	185	-	本公司提供弱勢族群就業機會，2020~2022年分別超額進用4人、5人及11人。
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	152	270	2020~2022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
推動工作與生活平衡補助計畫	勞動部	-	-	13	響應勞動部以補助推動員工「工作與生活平衡」，建立友善勞動環境，支持中高齡員工退休準備與調適，使勞工安心效率工作，提升企業生產力，達到勞資雙贏。
教師公民營	高雄餐旅大學附屬餐旅高級中等學校	-	-	436	教師公民營是教育部為鼓勵教師赴產業研習以強化教師實務教學經驗的機制；教師的意見回饋，也可作為公司營運策略調整的參考。
合 計		73,344	65,209	5,014	

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

1.1公司簡介

1.2公司治理

1.3法規遵循

1.4風險管理

1.5經營績效

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄



PART TWO
2

食品安全防護



2 食品安全防護

重大議題

2.1供應鍵管理 | 2.2食安及溯源管理 | 2.3顧客健康與安全| 2.4產品與服務標示

食品安全與品質管理、店面環境管理、產品與服務標示、顧客健康與營養、供應鏈及產品溯源管理



政策與承諾

漢來美食重視採購管理與供應商管理，力求以最佳價格及優良品質建立健全的供應鏈、提高競爭優勢，達成永續經營。因應社會大眾關注的食安議題，公司對食材的採購、驗收及運送至使用單位後的處理及存放，都有完整的規範。



目標

1. 供應商以在地廠商及有機認證食材為優先。控管食材使用量及需求量，以減少浪費及運輸過程產生的碳排。
2. 以價格、品質、信譽、服務、企業社會責任五大項目為基準，提升供應商對永續發展的共同重視及遵守。
3. 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，各面向落實食品安全衛生管理以維護顧客飲食安全。
4. 加強食品標示製作審核程序，以確實遵循食安法產品標示規範。



特定行動與亮點績效

1. 2022年可溯源管理品項採購金額佔所有原物料採購總額98.92%。
2. 2022年實驗室支出3,123千元，自主及委外檢驗共執行1,274批次，合格率为93.33%。
3. 自主申請HACCP認證，2022年取得HACCP的餐廳營收占比為25.68%。
4. 2022年共40家餐廳獲得優良餐廳評核標章，取得比率90.91%，營收佔比58.85%。
5. 食安室2022年查核全台工廠及餐廳，查核次數19次共46家，查核涵蓋率為100%。



申訴機制

申訴檢舉信箱: audit@hilai-foods.com。



評估方式

1. 供應商評鑑、食品安全衛生管理及食安檢驗。
2. 參與HACCP、優良餐廳等評鑑認證。



2.1 供應鏈管理

GRI：2-23、204-1、308-1、308-2、414-1、414-2 | SASB：FB-RN-250a.2、FB-RN-430a.1

漢來美食重視採購管理與供應商管理，不僅透過管理提升採購效率，更追求食品的安全及環境的保護。對外致力於供應鏈整合、採購流程優化及績效管理；對內整合市場資訊、預測需求及價格變化提供使用單位參考，力求以最佳價格及優良品質建立健全的供應鏈、提高競爭優勢，達成永續經營。

2.1.1 採購管理

因應社會大眾關注的食安議題，漢來美食採購政策以採購、驗收及送至使用單位後的處理及存放作為進貨品項的三道把關，訂定相關規範。

採購政策

• 採購

供應商選擇以通過認證的廠商為優先，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

• 驗收

訂定「原物料驗收標準」做為驗收人員驗收依循

• 使用單位

訂定使用單位食材篩選、處理及存放規範

漢來美食對於供應商的選擇，以「價格、品質、信譽、服務、企業社會責任」五大項目為基準，以通過CAS、HACCP、ISO等認證的廠商為優先，並於主要供應商契約列入遵守雙方企業社會責任政策之條款，供應商如違反政策且對供應來源社區環境與社會造成顯著影響時，得隨時終止或解除契約，據以提升供應商對永續發展的共同重視及遵守。

此外供應商選擇以在地廠商為主，且以「有機認證」食材為優先。配合上以「今日叫明日用」的模式，控管食材使用量及需求量，以減少食材浪費、維持食材新鮮度，並減少運輸過程產生的碳排。使用單位有新品項需求時，採購部會請廠商提供樣品及報價，由使用單位確認品質規格後決定是否使用，以有效降低需求與採購規格落差。

2022年扶植在地優質小農(產銷履歷產品及有機農業產品)共20家。

年度	來自當地供應商的採購支出比例
2020	100.00%
2021	100.00%
2022	99.39%



項目	2022年
採購可溯源有機及小農之農產品共35,626公斤 (含有機白米1,658公斤，有機糙米910公斤)	2,551千元
採購產銷履歷之畜牧產品 (含有機皮蛋2,320粒；可溯源產銷履歷雞蛋2,321,200顆)	11,640千元

2.1.2 供應商管理

漢來美食採購部每年均對有交易往來之供應商進行書面及實地評核，主要評估項目為「供應商資料完整度、廠商環境現場評估、供貨狀況及服務態度」，並對所有新供應商進行環境面與社會面的評估。2022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。每年供應商評鑑，書面評核採全面進行，2022年針對食材類502家（佔57%）、一般類322家（佔37%）、工程類49家（佔6%），共873家有交易之供應商進行書面評核。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，2022年受疫情影響實地訪廠10家，訪廠率為1%。

書面評核項目	供應商資料評核	現場評估	供貨狀況	服務態度	
	- 工廠登記證 - 商業登記證相關認證 (CAS、GMP、ISO、SGS等)	- 現場環境清潔 - 工作動線及空間規劃 - 生產流程規劃 - 內部管理制度 - 危機管理及改善機制	- 供貨穩定度及時間管理 - 貨品品質(外觀、品質、標示等) - 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	- 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	
實地評核項目	自主管理	廠區環境	器具與設備管理	產品品質管理	服務品質
	- 公司設立相關登記文件 - 提供適當檢驗文件 - 提供適當產品認證 - 以顧客為中心 - 持續改善品質 - 產品具有市場性	- 作業現場清潔 - 機械設備乾淨 - 現場照明設施光度充足 - 隨時保持取出所需產品狀態 - 消防設備完善	- 設置防治措施(含覆蓋) - 調查有無病媒跡象	- 品質規格是否符合要求 - 包裝標示是否符合規範 - 原物料及倉庫管理是否適當 - 運輸作業控管是否適當	- 價格合理 - 臨時訂貨配合度 - 服務態度 - 意見反映改善 - 少量訂購配合



豬肉加工廠作業區環境明亮



製麵廠產線規劃合宜



契作蔬菜溫室控管



供應商倉儲環境巡檢

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

2.1供應鏈管理

2.2食安及溯源管理

2.3顧客健康與安全

2.4產品與服務標示

3.品牌價值提升

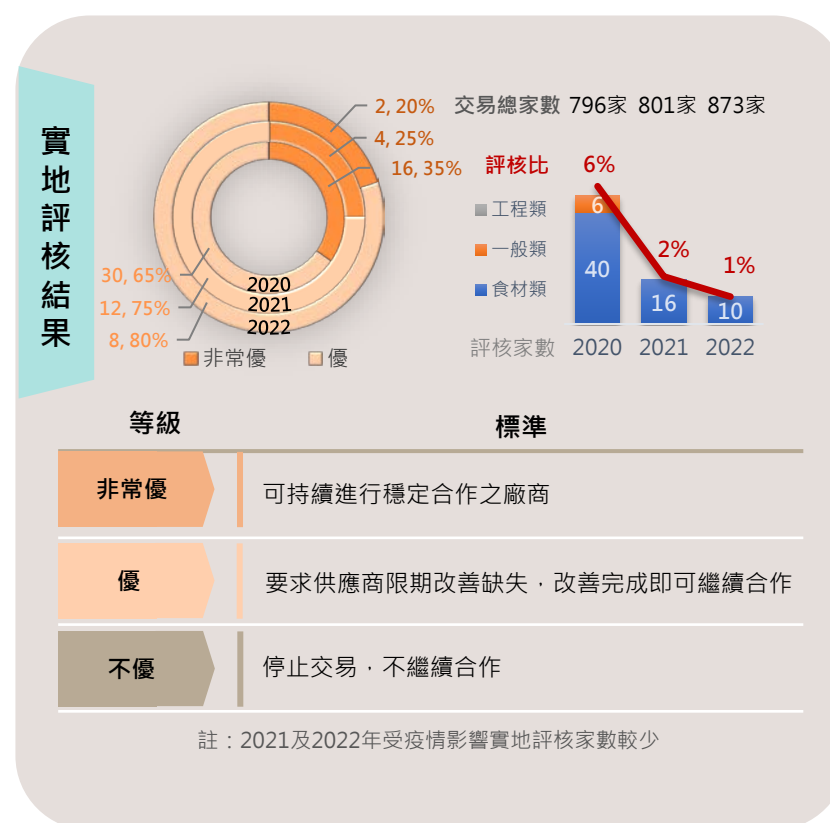
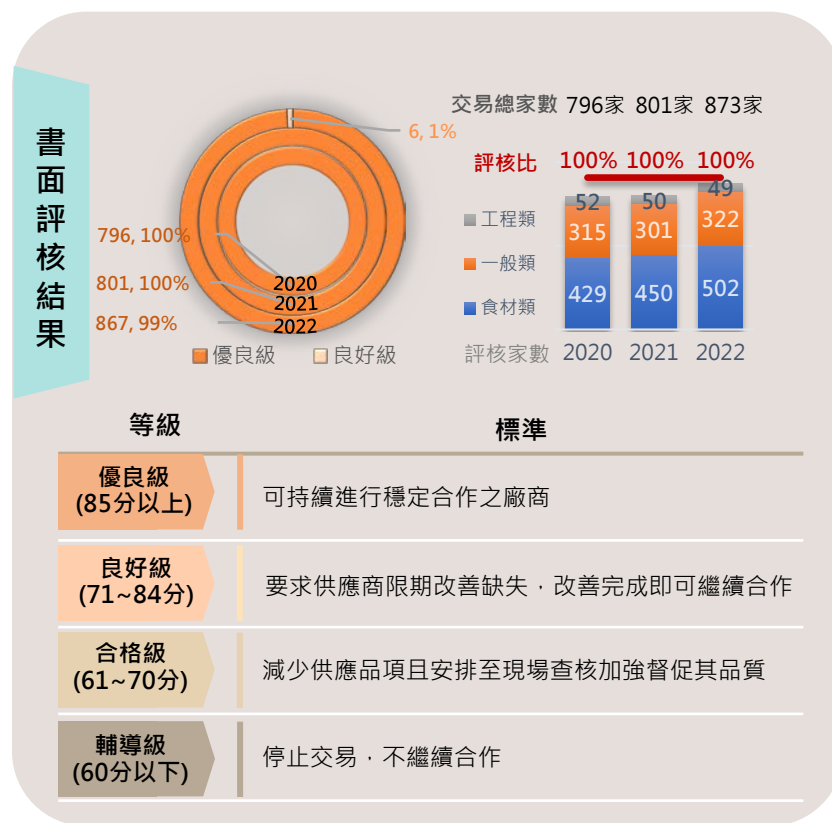
4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

2.1.3 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，應評為輔導級即屬不合格供應商，將停止交易；實地評核分為3等級，經評核為不優廠商即不再繼續合作。除書面評核及不定期訪廠，平時供貨時也會進行日常評核，列入招開標中的廠商，送貨過程中如有品項及規格不符規定，會以口頭告誡，口頭告誡超過三次，即以停標方式處理。除重視食材供應來源以外，在拓店所需的工程廠商及設計師遴選同樣審慎評估。店面設計師由具備資格及市場口碑、特色且經驗豐富之設計團隊進行比案；內裝、機電及廚具工程供應商則以具備資格、市場口碑且高配合度高的廠商為考量，提出創新工法或創新烹飪技術設備者則列為優先名單。



2.2 食安及溯源管理 GRI : 416-1 | SASB : FB-RN-250a.1

針對消費者最關注的食安議題，漢來美食以優於法規的做法，參考《食品安全衛生管理法》及食品相關法規，依自身產業特性導入風險評估及危害分析的精神，訂定食品安全監測計畫。

漢來美食的食品安全監測是從供應商源頭管理、生產管理、到食安查驗及推行餐廳評鑑，各面向落實食品安全衛生管理，以維護顧客飲食安全。食安室每季召開食品安全衛生管理會議，進行查核報告、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的產品與服務類別百分比為100%。

食品安全監測

• 源頭管理

- 1) 選擇優良供應商並定期稽核
- 2) 作業流程可配合食品追溯追蹤
- 3) 要求進貨量大、風險大廠商提供檢驗報告

• 生產管理

- 1) 食品專業 / 廚師持證比
- 2) 餐廳及廚房管理
- 3) 食材、器具/容器管理

• 食安查驗

- 1) 自檢/查核/舞外檢驗
- 2) 實驗室檢驗
- 3) 餐廳評鑑認證

2.2.1 源頭管理

溯源是食安管理重要的一環，漢來美食的供應商須依「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」，提供具第三方公證單位認可的檢驗報告且品質優良的食材。

漢來美食並自願建立食品追溯追蹤制度，將請購、採購、進貨、驗收等作業流程電子化，並制訂「原物料驗收標準」進行驗收。如有自行進口符合《應建立食品追溯追蹤系統之食品業者》法規強制追溯追蹤的業別，則會執行追溯追蹤，例如漢來美食高雄分公司進口花膠屬水產品食品，依法上傳非追不可並檢驗重金屬（如鉛、鎘、甲基汞）等其他衛生管理項目。

「採購管理辦法」食品溯源管理規定

1. 供應商提供基本資料、食品業者登入字號、認證證書等。
2. 產品標示、包裝、保存的有效日期、有效天數等是否正確、完整並符合規範。
3. 取得檢測資料或輸入許可及檢疫等證明、取得添加物明細及添加物許可認證。
4. 設定檢驗標準，定期做自主檢驗。
5. 定期一年一次對供應商評核。
6. 訂定危機處理流程。

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

2.1供應鏈管理

2.2食安及溯源管理

2.3顧客健康與安全

2.4產品與服務標示

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

2.1供應鏈管理

2.2食安及溯源管理

2.3顧客健康與安全

2.4產品與服務標示

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

漢來美食採購管理辦法對貨品的來源與品質訂有大宗品項食品溯源管理規定，將肉類、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納入溯源管理。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以零用金購買的原物料。

漢來美食美山中央工廠係屬「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之遵循，特訂定「食品及其相關產品追溯追蹤系統管理辦法」。美山中央工廠係透過ERP資訊系統執行追溯追蹤，項目包含食品、特殊營養食品、食品添加物、食品器具、食品容器或包裝及食品用洗潔劑等，在每月10日前將上月工廠生產產品追溯追蹤食材進貨廠商資料，上傳至食品追溯追蹤管理資訊系統（非追不可），確認已建立資料之完整性。

工廠資料



產品資訊



產品違規回收及退貨管理

供應商食材

漢來美食對於違反食安法規的食材，依照採購管理辦法中的《食品安全危機處理機制》辦理，追溯產品供應商確認供貨品項是否有不合法規項目，確認屬實則依法進行回收及退貨程序。2022年有1件供應商違反食安法規回收食材之紀錄。

食品安全危機處理機制

- 1) 關注傳播媒體之食品安全相關資訊
- 2) 食品危害訊息呈報上級及食安單位
- 3) 問題品項停用及下架回收
- 4) 與供應商釐清及確認檢驗文件
- 5) 持續關注議題及檢討改善

2022年回收情形

- 哈根達斯香草口味冰淇淋
- 海關查驗農藥環氧乙烷殘留
- 收到函文當天採購部立即轉知各館驗收人員，確認及回報數量並下架辦理退貨
- 回收數量36.65公升

食品添加物

漢來美食對食品添加物使用均依照「食品添加物使用範圍及限量暨規格標準」規定，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符合法規不得購買或使用，同樣依照採購管理辦法中的「食品安全危機處理機制」處理。公司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）。

成品

漢來美食針對已執行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），為確保作業場所食品衛生安全與品質、維護消費者健康，訂定《成品回收標準作業》作為問題產品下架回收行動準則，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(含食材)，每年至少做一次模擬回收演練。

2022年模擬回收

- 鼎玖油花生
- 模擬檢出黃麴毒素B1超標
- 全數下架回收並辦理退貨
- 回收數量5.403公斤

成品回收處理流程圖



關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

2.1供應鏈管理

2.2食安及溯源管理

2.3顧客健康與安全

2.4產品與服務標示

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

2.2.2 生產管理

食品專業

漢來美食依「食品業者專門職業或技術證照人員設置及管理辦法」及「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」，位於漢來國際飯店的餐廳受「設有餐飲之國際觀光旅館業」規範，至少應配置1名專任專門職業人員（食品技師或營養師）。漢來美食優於法規要求，設置食安室，最近3年均編制食品技師及營養師各1名，另設品保專員1名，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

依《食品業者專門職業或技術證照人員設置及管理辦法》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。

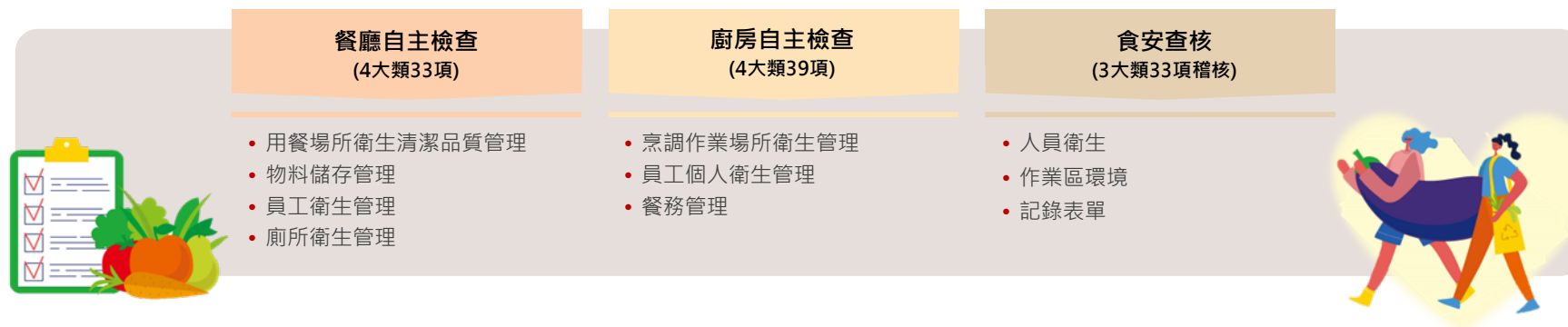
2022年底全台有1家工廠及45家餐廳，其中3家為咖啡廳不列入統計，其餘廚師證持證比例符合法規要求的有34家，尚未符合的有9家，主要原因為受新冠肺炎疫情影響，衛生單位及公會等機關辦理講習課程場次減少，影響部分廚師人員換證作業，及部分人員異動尚未遞補的時間差異因素。因應措施為統一辦理廚師講習課程補充時數、直接聘任持有廚師證者或持有丙級、乙級技術士證者（要求換發廚師證）。

法規適用之餐廳類別	漢來美食適用單位	法定持證比	餐廳數	未符合	符合
設有餐飲之觀光旅館業	高雄分公司所有餐廳	85%	12家	6家	6家
承攬筵席餐廳之餐飲業	巨蛋分公司宴會廳	75%	1家	1家	-
中央廚房式之餐飲業	美山工廠	70%	1家	-	1家
一般餐館餐飲業	公司其他餐廳	50%	29家	2家	27家
合 計			43家	9家	34家



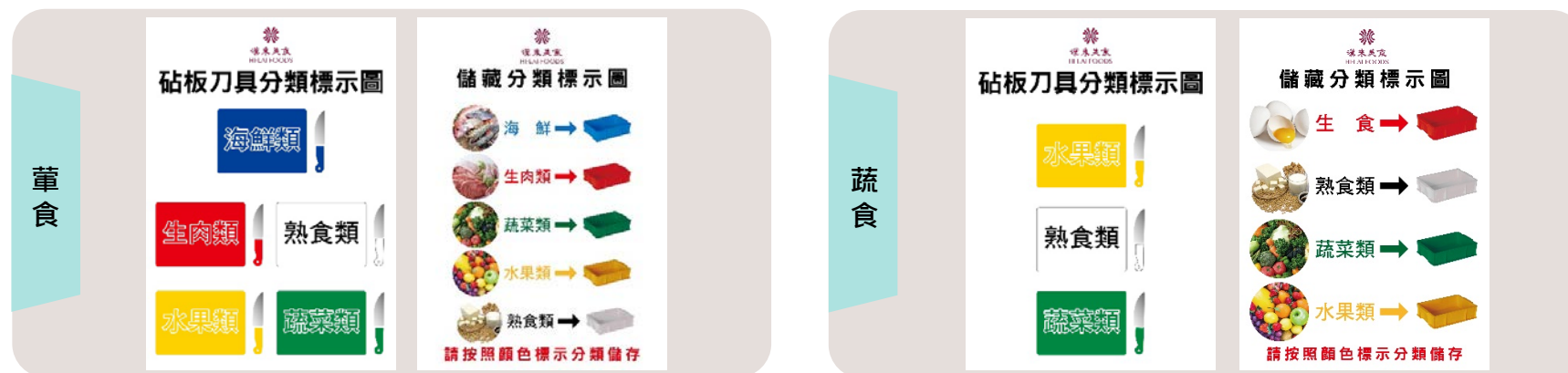
餐廳與廚房管理

漢來美食的餐飲衛生由各餐廳與廚房每天營業前自主管理開始，依所屬「餐飲衛生自主管理檢查表」執行；食安室則依「食安室年度計畫表」執行食安管理，訂有「食品安全衛生管理查核表」包含3大類33項稽核，以確保各餐廳落實自主管理的執行。



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，持續各環節的管制措施。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，調理食品所用器具並應保持清潔，以避免食品中毒事件的發生。



關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

2.1供應鏈管理

2.2食安及溯源管理

2.3顧客健康與安全

2.4產品與服務標示

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

2.2.3 食安查驗

自檢/查核/委外檢驗

每日	各廳廚主管 衛生自主檢查	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	衛生管理人員 衛生檢查	各分公司的衛生管理人員每周進行衛生檢查。
每季	食安室 食安會議	食安室每季召開食安會議，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，並針對內部食安議題提出討論。
每半年	食安室 食安查核	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，並確認餐廳的成品標示符合法規、模擬衛生單位的角色及執行重點查核，使分公司落實食安管理與了解衛生單位查核標準。
每年	執辦主導 聯合查核	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	專業第三方 委外檢驗	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的項目，不定期委託第三方專業的食品安全檢驗單位進行稽查及抽驗各分公司餐廳，相關缺失經限期改善後，均已改善完成。



實驗室檢驗

美山實驗室能力試驗通過證書



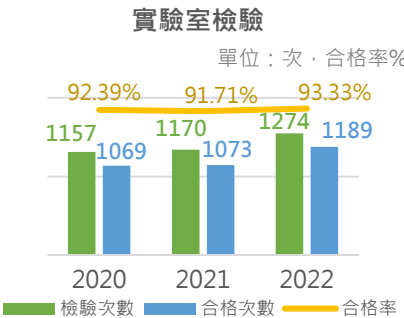
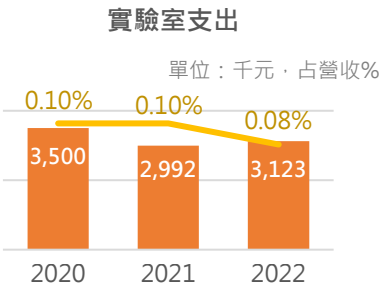
- 台美檢驗科技公司認證
- 2022/9/7發證，無效期

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，成立美山實驗室並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。美山實驗室2022年續取得實驗室能力試驗通過證書，係每2年參加1次的能力試驗，負責能力試驗的執行機構並經財團法人全國認證基金會（TAF）認可。

2020～2022年美山實驗室支出分別為3,500千元、2,992千元及3,123千元，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、勞務費及雜項支出等，2022年並投入29萬引進MDS病原菌檢測儀，可提升實驗室自主快篩病原菌能力，以達更多檢驗量。

美山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」公告內部相關單位週知，自主檢驗之外並輔以委外檢驗，以確保符合相關檢驗標準。2022年自主及委外檢驗共執行1,274批次，品質異常有85次，合格率为93.33%。

類別	頻率	檢驗單位	2020		2021		2022	
			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	自主	56	56	41	41	48	48
	每年	委外	6	6	13	13	4	4
水質 (飲用水及食用冰塊)	每季	自主	237	212	199	172	271	258
		委外	133	96	160	134	222	204
食材	每季	自主	311	307	327	321	287	283
		委外	65	60	46	35	65	51
餐廳成品 (冷菜、飲料)	每半年	自主	191	185	153	145	165	144
		委外	114	104	180	163	141	128
塗抹 (刀具、砧板、手部等)	不定期	自主	11	11	19	17	35	33
		委外	8	7	3	3	5	5
落菌 (食品作業區)	不定期	自主	24	24	29	29	31	31
		委外	0	0	0	0	0	0
保存性試驗	不定期	委外	1	1	0	0	0	0
合計			1,157	1,069	1,170	1,073	1,274	1,189



關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

2.1供應鏈管理

2.2食安及溯源管理

2.3顧客健康與安全

2.4產品與服務標示

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

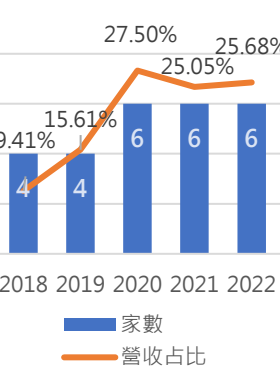
餐廳評鑑認證

• HACCP驗證

漢來美食為完善食安管理及強化預警機制，依《食品安全管制系統準則》(HACCP)進行原材料的化學性、物理性及生物性危害分析、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2022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，並持續規劃新增桃園海港、台中海港驗證申請。

HACCP是一套包含廚房、廚餘、垃圾、病媒管制等有關環境層面的食安管理系統，漢來美食僅高雄鐵板燒為法規強制實施HACCP的業別（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，希望透過建立優於法規的自主管理制度，讓消費者吃得安心。為推廣、宣導、提升HACCP管理，2021年申請成為中華食品安全管制系統協會團體會員，藉以規劃2022年HACCP訓練業務及進行經驗交流。漢來美食2020～2022年取得HACCP的餐廳營收分別占個體財報27.50%、25.05%、25.68%。

HACCP餐廳數及營收占比



美山工廠HACCP證書



- 環球國際驗證公司認證
- 2022/5/12~2025/5/23
- 效期3年

高雄鐵板燒
HACCP立牌

- 高雄市政府衛生局核發
- 2016/12通過
- 無效期



巨蛋海港
HACCP證書

- 食品工業發展研究所認證
- 2021/11/4~2024/8/23
- 效期3年



巨蛋蔬食
HACCP證書

- 食品工業發展研究所認證
- 2020/8/6~2023/8/7
- 效期3年



高雄名人坊
HACCP證書

- 食品工業發展研究所認證
- 2020/7/2~2023/8/7
- 效期3年



台北敦南海港
HACCP證書

- 衛福部食藥署認證
- 2022/2/1~2024/1/31
- 效期2年



台北天母海港
HACCP證書

- 衛福部食藥署認證
- 2022/1/16~2024/1/15
- 效期2年



關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

2.1供應鏈管理

2.2食安及溯源管理

2.3顧客健康與安全

2.4產品與服務標示

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

• 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，所有餐廳均須通過各縣市政府衛生局評核的標章認證，並以取得『優級』為目標。2022年符合評核範疇的餐廳有44家，共40家獲得標章，取得標章率90.91%較2021年88.37%提升；惟2021年因疫情影響，衛生局表訂認證停辦，致有13家餐廳於2022年12月31日認證有效開始，影響優良餐廳營收占比之計算較2021年75.04%下降。



註：40家中優級39家，良級1家(台中漢來軒)

	海港	宴會廳	翠園	漢來軒	火鍋	升慶	名人坊	PAVO	福園	湯包	牛排	鐵板燒	蔬食	大廳酒廊	Hi-Lai Cafe	上菜	五梅先生	高夢湯包	安那居	溜溜酸菜魚	合計
高雄	1	1	1		1	1	1		1	1	1			1			1	1	1		14
巨蛋	1	1	1										1		1		1				6
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											2
桃園	1									1							1				3
台北敦南	1						1						1								3
台北天母	1																				1
竹北										1							1				2
合計	7	2	2	1	1	1	4	0	1	5	1	1	5	1	2	2	2	1	1	0	40

註1：紅底6家為2022年新增之優良餐廳。

• 綠色友善餐廳認證



• 漢來蔬食 佛館店/巨蛋店

漢來美食旗下品牌漢來蔬食、福園台菜海鮮餐廳以及精緻海鮮火鍋一舉奪得「綠色友善餐廳」認證，其中漢來蔬食佛館及巨蛋店更獲得「年度綠色卓越獎」殊榮。顯示漢來美食即使面對疫情衝擊，仍然堅持以對環境最友善的方式經營，從在地食材的使用到環保健康的烹調方式，響應用綠色經營之路擁抱永續價值。

高雄市農業局推動綠色友善餐廳，結合在地農民與餐廳業者，主打從產地到餐桌安全食材，2022年以「誠食」為宗旨出發，經高雄餐旅大學7個月評鑑，嚴謹多元的指標包括「能源節省、環境保護、綠色安心飲食、綠色行動、永續經營及衛生安全」六大構面，針對45家餐廳首度頒發7項大獎，並舉辦「高雄好味祭」，推出在地食材餐會、尋寶隊等，響應永續餐飲運動。在消費者日漸重視飲食安全的今日，綠色友善餐廳正符合消費者追求安全、環保、健康飲食的潮流所需。



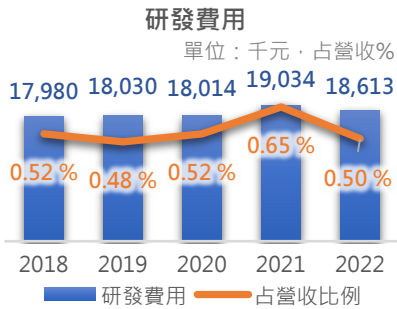
2.3 顧客健康與安全

顧客健康

漢來美食重視顧客健康與安全，定期由高階主管率領食安室、職安室及餐務部就各自職責進行聯合查核，每年對全台餐廳及工廠查核涵蓋目標為100%。查核後發出缺失報告，受查單位須於時限內回覆改善措施，每季並召開管理會議彙整說明追蹤改善情形。此外持續投入研發經費開發菜色，2020~2022年每年投入約1,800萬元~1,900萬元（占各年營收比例約0.52%~0.65%）進行料理創新與改良，以滿足消費者需求及市場趨勢。

食安室利用「營養管家」電腦軟體精確製作營養標示，使顧客得以藉由營養標示了解攝取食品所含營養素來源。2020~2022年累積涵蓋產品數量共616項（含成分貼）。

年度	營養標示 計算品項
2020	152項
2021	228項
2022	236項

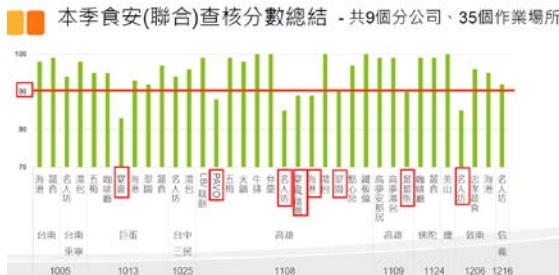


食安稽核

漢來美食食安室在2022年查核全台工廠及餐廳，查核次數共19次計46家，查核涵蓋率為100%。2022年查核結果無嚴重違規的餐廳。食安室查核係依據食品良好衛生規範準則(GHP)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，另出具改善報告予窗口，協助缺失改善後回傳至食安室留存。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法規新制及食安時事。

年度	台灣地區	全台家數	查核涵蓋率	查核次數
2020	工廠	1	97.83%	20次
	餐廳	45		
2021	工廠	1	93.33%	21次
	餐廳	44		
2022	工廠	1	100%	19次
	餐廳	45		

食品安全衛生查核 項目評分標準			
查核評分	主缺9分	次缺3分	輕微1分
缺失項目	1. 未提具新進人員體檢/員工健康報告	1. 食品添加物、清潔及消毒等化學物質，應符合三專管理	1. 作業區環境清潔
	2. 技術士證/廚師證持證率未達標準	2. 發現腐爛(老舊腐、蟻蟻)	2. 未落實倉儲管理
	3. 食品或食品添加物逾有效日期等	3. 廢油未專區存放，未經置食品桶或專區等	3. 洗手設備未完善
	4. 其他違反《食安法》可直接裁罰之情事	4. 日本食品標示未確實	4. 員工、打掃等物品專區存放
		5. 日本食品標示未確實	5. 食品標示(含供應商之貨品)
		6. 菜單標示與實際用料不符	6. 分色管理
備註	主缺2項以上不合格		
	3項次缺累積1項主缺		
	3項輕微累積1項次缺		



關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

2.1供應鏈管理

2.2食安及溯源管理

2.3顧客健康與安全

2.4產品與服務標示

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

2.4 產品與服務標示 GRI : 417-1

產品標示

漢來美食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。

相關年菜標示及檢驗報告並可於官網/永續發展專區/食安專區查閱。

服務標示

漢來美食的產品標示均遵循《食安法》第22條包裝食品標示及營養標示規定，旗下餐廳也遵循《食安法》第25條散裝食品標示規定，現場調理含牛肉、豬肉原料即食食品均標示原產地（國）；菜單有宣稱日本產地之食材並標示食材產地，強化透明本公司包裝食品、散裝食品資訊。

食安室每半年至各分公司至各廳進行食安查核時，會查看是否確實執行含（或非）基因改造標示、火鍋湯底標示、牛肉原產地標示等，列為查核重點。餐廳為直接供應飲食場所，規定的標示重點主要有5項：牛豬肉原產地標示、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，故以牛豬肉原產地標示、火鍋湯底標示及素食產品標示為主。

食品標示申請流程

- 1) 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；
- 2) 由營養師依據食安法規製作、審核，標示完成後交使用單位確認；
- 3) 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）
- 4) 產品開始銷售。

符合法定標示要求

牛豬肉原產地



火鍋湯底



素食產品





PART THREE 3

品牌價值提升

3 品牌價值提升

3.1 品牌策略 | 3.2 行銷溝通與顧客滿意 | 3.3 客戶資訊保護

重大議題 企業形象、店面環境管理、行銷溝通與顧客滿意、客戶隱私保護



政策與承諾

漢來美食以廚藝起家，擁有五星級飯店體系內眾多餐飲業種的專業廚師，中餐、西餐、台菜、粵菜、湯包、火鍋、日本料理、自助餐、烘焙...等一應俱全，各具特色。不論就主題性、食材差異化、服務流程等均有別於一般主題餐廳，具有差異化優勢；此外並以產品創新、服務創新、經營管理的創新策略維持品牌競爭力。



目標

1. 透過產品創新及經營管理創新，創新並優化品牌及產品，維持市場競爭優勢。
2. 透過優質餐飲服務、掌握顧客滿意度及落實客戶資訊保護建立品牌形象及口碑。
3. 持續投入研發經費開發菜色，2020~2022年每年均投入約1,800萬元至1,900萬元（佔各年營收0.50%~ 0.65%）進行料理創新與改良，以滿足消費者需求及市場趨勢。



特定行動與亮點績效

1. 2022年成功開出新品牌溜溜酸菜魚。
2. 2022年漢來美食與顧客溝通的數位工具來美食APP上線。
3. 福園、紅陶上海湯包及台中名人坊榮登2022年米其林入選餐廳。
4. 名人坊高級粵菜餐廳2022年榮獲第19屆國家品牌玉山獎的「最佳人氣品牌獎」。
5. 漢來蔬食佛館及巨蛋店榮獲2022年綠色友善餐廳「年度綠色卓越獎」。
6. 宅美食系列「來拌麵」及「心裡有嗜」蛋捲2022年獲ITI比利時優秀味覺獎章1星認證。



申訴機制

1. 顧客滿意度調查QR Code及紙本。
2. 線上顧客滿意度調查統計。
3. 客服信箱 service@hilai-foods.com。



評估方式

1. 研發經費占比及年度開發產品。
2. 各類餐廳評比。
3. 顧客滿意度調查。



3.1 品牌策略

漢來美食以廚藝起家，擁有五星級飯店體系內眾多餐飲業種的專業廚師，及中餐、西餐、台菜、粵菜、湯包、火鍋、日本料理、自助餐、烘焙…等一應俱全的多元餐飲型態，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。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。

品牌策略

• 產品創新

- 1) 多元拓店計畫：新品牌/主力品牌
- 2) 菜色研發/電商品項開發
- 3) 米其林專案計劃及各類料理評比

• 服務創新

- 1) 以來美食APP深化顧客關係管理
- 2) 線上訂餐
- 3) 外帶外賣

• 經營管理創新-數位轉型

- 1) 來美食APP 會員經營
- 2) HRD人力資源發展系統
- 3) BI商業智慧

3.1.1 產品創新

多元拓店計畫



新品牌研發 - 溜溜酸菜魚



主廚團隊研發開出的首家川菜料理專賣店，專攻酸香鮮美、麻辣爽口的酸菜魚(豬、牛)料理，加上創意小點，搶攻重口味年輕人市場。



舊品牌升級 - 海港、名人坊



台北漢來大飯店預計2023年開幕，規劃升級版海港餐廳-海馥及頂級粵菜-東方樓，提供消費者不同產品及定位的品牌選擇。



電商宅美食



2020年起透過成立電商部門及專業採購，將產品量產後進入通路銷售，成功推出來拌麵、流芯蛋捲、冷凍宅美食及端粽/月餅禮盒等。

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

3.1品牌策略

3.2行銷溝通與顧

客滿意

3.3客戶資訊保護

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

研究發展管理

漢來美食是重視廚師價值與技術的餐飲集團，旗下所有餐廳均由具備20年以上廚齡的主廚負責及帶領，涵蓋的中、西、日式餐廳品牌各有其產品特性及消費族群定位，每年編有研發及考察預算，並且定期由各餐廳主廚提出季節性新菜色，讓回頭客有新鮮感。各餐廳均建置有一套縝密的廚藝訓練內容，因此奠定本公司在國內餐飲界地位，也樹立了其他同業無法超越的廚藝技能與創意理念，使公司在國內餐飲的技術層次居於領導地位。

定期推出新菜單	廚藝交流及舉辦美食活動	持續深化漢來餐飲大學	主廚領軍	研發與拓展並重	市場調研與新事業開發
每月或每季設定新菜單試菜工作，由品牌長、店長及各廳主廚負責研發次月或換季新菜單，並舉行試菜。	每年邀請國外知名大廚到店客座及舉辦海港甜點季。	每年編列預算舉辦中、西餐廚藝競賽、創意料理，外場服務人員並有托盤競賽、說菜競賽等。	品牌系列經營係透過「主廚領軍」，結合利潤中心制，提供誘因給擅長餐飲成本管控及廚房管理的主廚管理餐廳。	洞察市場訊息及發展，在拓展品牌之餘同時兼顧產品的研發與創新，以既有菜系的核心產品為主軸開發新市場。	關注餐飲及零售費市場資訊，增加外帶及電商比重，調整組織、研發進程，加重中央工廠半成品比例、尋求合作廠商配合開發宅美食商品。

2022年開發成功的技術或產品

餐食類	糕點類	飲料類
- 名人坊：雲翠雪花牛肉、啫啫鮮筍龍蝦煲、酸湯浸龍膽魚片、松茸海皇蒸蛋白、清湯芥菜牛肉丸 - 漢來蔬食：藤椒酸菜鉢、蒲燒如意捲 - 福園台菜：四季馬加鮮魚酥、椰盅燉龍膽 - 巨蛋翠園：避風塘骨柳、蓮子鮮鮑雞粥 - 漢來軒：蒜香菌菇牛肉粒、瑤柱干貝海鮮粥、香滑鮮帶子腸粉 - 上菜：香橙汁燒豬豚柳、糯米椒炒松阪豬 - 溜溜：招牌酸菜魚、香辣吮指骨、川椒雙味催淚蛋 - 五梅先生：韓式蔬菜卷 - 安那居：白鯧芋香米粉湯 - PAVO：酥炸芫荽香料椰奶雞翅、越式油封鴨醬	- 名人坊：極品牛沙拉蓋、芋夾南瓜餅、伊比利火腿海皇餃 - 漢來蔬食：芋頭流心酥 - 巨蛋翠園：胡麻奶酪 - PAVO：巧克力卡魯瓦香蕉塔	- 上菜：芭樂芭、葡萄沙瓦 - PAVO：PAVO週年紀念蘭姆酒荔枝仕女、泰泰吃豆乳、仙芭掌



溜溜 招牌酸菜魚

特選雲林農家自種自醃的酸菜沖洗去鹹後，以豬油拌炒帶出濃厚香氣，加上小米泡椒、朝天椒、和以雞骨、蔬菜熬煮的高湯，層層工序最後成就香、麻、辣共治一鍋的「溜溜」獨門酸菜湯底。

米其林專案計畫及各類料理評比



2022年8月米其林公布《臺北、臺中、臺南 & 高雄米其林指南 2022》完整名單，漢來美食福園、紅陶上海湯包及台中名人坊榮登米其林入選餐廳。

《米其林指南》一直是世界重要的餐飲指南，其餐廳評級及內容，受到業界領導者、精緻餐飲與美食愛好者、旅行行家、在地專家以及全球大廚們的關注。《米其林指南》分為3個不同位階的評比標準：米其林星級、米其林入選餐廳及必比登推介。米其林入選餐廳由米其林餐盤改名，列在其中的餐廳同樣是評審員認同的美食。



漢來美食獨家代理的香港米其林星級品牌「名人坊高級粵菜餐廳」，2022年榮獲第19屆國家品牌玉山獎的「最佳人氣品牌獎」，國家品牌玉山獎是由行政院核定，被視為國內最高品質榮譽的獎項。

該品牌獎評核內容包括品牌實績、品牌策略、競爭優勢、市場調查等四大標準，由專家、學者、業界代表組成的評審團，嚴格審查以票選方式選出，顯現名人坊在漢來美食融入五星級飯店的經營管理與服務標準，透過精湛創新廚藝，以及在地安全且優良食材下，完整傳承了名人坊「用心呈現最不平凡的私房菜色」的精神。



高雄市農業局推動綠色友善餐廳，2022年以「誠食」為宗旨出發，針對45家餐廳首度頒發7項大獎，響應永續餐飲運動，漢來蔬食佛館及巨蛋店榮獲「年度綠色卓越獎」殊榮。

在消費者日漸重視飲食安全的今日，綠色友善餐廳正符合消費者追求安全、環保、健康飲食的潮流所需。漢來美食即使面對疫情衝擊，仍然堅持以對環境最友善的方式經營，從在地食材的使用到環保健康的烹調方式，響應綠色經營之路擁抱永續價值。

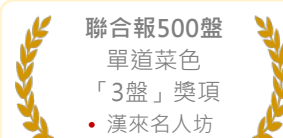


漢來美食「來拌麵」參加2022年「International Taste Institute 比利時優秀味覺獎章」評鑑，獲得風味絕佳2星認證；除了來拌麵外，漢來宅美食系列「心裡有嗜」蛋捲，則獲得1星認證。

iTQi風味絕佳獎是由比利時布魯塞爾的國際風味暨品質評鑑所 (International Taste & Quality Institute，簡稱iTQi) 舉辦的評鑑，由200多位評審團委員包含廚師、侍酒師等專業人士，評選根據第一印象、視覺、嗅覺、味覺、質地、餘韻共6大項給分，過程專業嚴謹，被媒體譽為「食品界的米其林」。



經濟部推動「臺菜餐廳」徵選，2022年以「山海臺菜」為主軸，鼓勵業者以臺灣在地食材入菜，漢來美食福園台菜海鮮餐廳從全國報名餐飲業者榮獲入選餐廳，展現台菜豐富樣貌與滋味！



由聯合報系旗下《500輯》舉辦的第一份台灣人觀點的美食評鑑，邀請50位背景多元卻都愛吃懂吃的重量級評審，共同完成這份精彩舌尖品味的名單。漢來名人坊以片皮鴨、燕窩釀鳳翼、金銀蒜長春捲獲得評選推薦。

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

3.1品牌策略

3.2行銷溝通與顧客滿意

3.3客戶資訊保護

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

3.1.2 服務創新

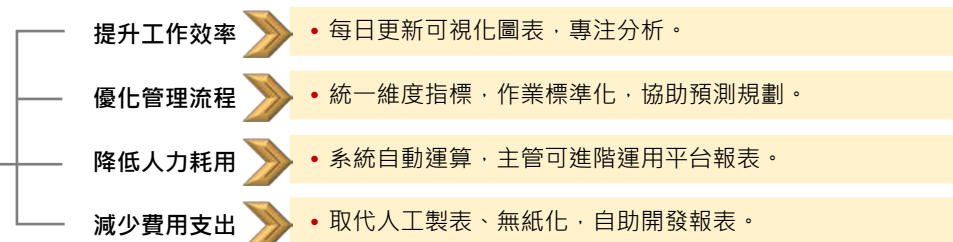
漢來美食從2020年疫情初期開始推出多款外帶外賣，整合各品牌餐廳運用數位工具，結合最多人使用的LINE帳號線上點餐、支付，在餐廳和百貨一樓打造得來速取餐小舖；到2021年推出宅美食冷凍食品系列，讓各品牌餐廳變身中央工廠，架起電商平台，在既有的來拌麵之外發展線上商機；2022年7月，屬於漢來美食與顧客溝通的數位工具「來美食APP」正式上線，這是漢來美食投入數位轉型的重大變革，歷時半年多的開發建置，「來美食APP」提供了集點、訂位和優惠下載等一站式的美食消費體驗，堪稱是目前所有餐飲集團中，優惠最多、獎勵最豐的APP。而透過這個數位工具，也可以讓我們了解消費者的消費軌跡和偏好，進而做到精準行銷及顧客服務的工作。



3.1.3 經營管理創新 - 數位轉型



漢來美食專案管理辦公室因應數位轉型，以目標導向分別成立專案小組推動相關計畫。BI商用智慧專案於2022年啟動，規劃運用BI結合內部不同資料工具，在龐大的資料中挖掘數據進行商業分析，並製成視覺化儀表板，以協助組織聚焦企業管理，專注數據應用及決策。



3.2 行銷溝通與顧客滿意

3.2.1 服務理念

漢來美食出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。



2022年7月來美食APP正式上線，目標將以會員數據驅動品牌核心價值，強化客戶服務品質，達到精準行銷，以區隔其他餐飲競爭業者，增加公司價值。行銷企劃部除固定委託專業數據與網路聲量調查公司，協助提供每日競品及新聞剪報，藉以掌握自身及競爭品牌的相關數據外；同時持續統計APP使用情形藉以擬定優惠方案。每月定期會議均針對重點品牌的市場反應、消費者好感度及行銷活動效益等資訊進行報告說明，提供品牌餐廳及管理階層共同了解及關注。



3.2.2 顧客溝通

漢來美食有18個品牌45個營業單位，為即時瞭解顧客意見及回饋、提升顧客滿意度，各品牌餐廳均設有顧客滿意度調查QR code，依品牌及餐廳別分為展店及單店，項目分為餐食、服務及環境，每月統計、彙整並進行負評管理。問卷匯整為表單、每日即時處理。現場主管、品牌督導、店長均能即時掌握顧客意見及滿意度狀況，每月匯整簽核，並與前期比較，2022年整體各廳顧客滿意度均有提升。

餐食	服務	環境
注重客戶反映與意見、市場調查及競爭者的市場表現、分析最適化的商品提供。	配合客戶多元化、新型態需求所產生的服務內容進行常態性訓練。	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



類別	品牌	餐食			服務			環境		
		2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
展店	漢來名人坊	91%	91%	92%	92%	93%	91%	93%	92%	92%
	漢來蔬食	88%	91%	89%	87%	91%	89%	88%	91%	89%
	漢來湯包	89%	90%	91%	90%	91%	90%	89%	90%	85%
	翠園/漢來軒	93%	87%	91%	93%	89%	89%	93%	88%	90%
	漢來海港	83%	84%	83%	86%	88%	87%	85%	86%	86%
	宴會廳(註)	82%	82%	82%	82%	83%	82%	-	-	-
	五梅先生	84%	85%	81%	86%	85%	82%	79%	87%	83%
單店	上菜	77%	80%	89%↑	71%	67%	91%↑	81%	73%	89%↑
	鐵板燒(2022改裝開幕)	92%	89%	89%	94%	92%	89%	92%	93%	95%
	龍蝦酒殿(已改裝新品牌)	96%	-	-	95%	-	-	94%	-	-
	牛排館(2022改裝開幕)	91%	92%	88%	91%	92%	95%	92%	92%	94%
	福園	87%	93%	94%	89%	97%	96%	83%	94%	94%
	弁慶日本料理	50%	90%	100%	40%	90%	100%	50%	90%	100%
	池畔(已改裝新品牌)	92%	-	-	95%	-	-	95%	-	-
	紅陶上海湯包	86%	89%	92%	90%	94%	93%	89%	91%	93%
	大廳酒廊/Café	91%	94%	93%	93%	96%	93%	92%	94%	93%
	翠園	90%	94%	94%	92%	94%	94%	91%	95%	94%
	精緻海鮮火鍋	69%	90%	97%	71%	100%	90%	66%	90%	83%
	潮之鍋物(已停止營業)	93%	-	-	93%	-	-	94%	-	-
	安那居	84%	-	82%	84%	-	79%	88%	-	83%
	PAVO餐酒館	-	-	93%	-	-	94%	-	-	97%
	溜溜酸菜魚(2022新品牌餐廳)	-	-	93%	-	-	92%	-	-	94%

註：宴會廳顧客已事先認可環境，故滿意度僅調查餐食及服務。

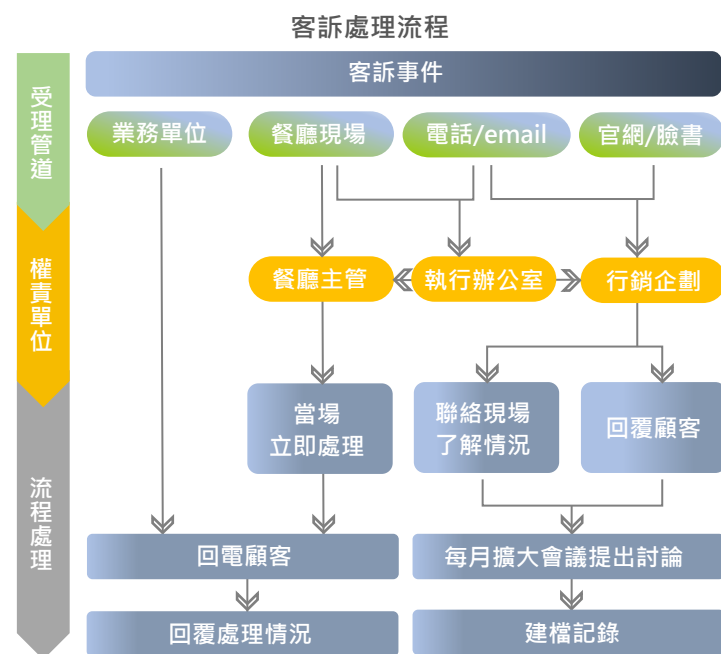
3.2.3 顧客申訴

漢來美食已建立客訴處理機制，由客訴處理群組針對顧客抱怨判別客訴爭點、責任歸屬及要求相關單位提出對策，妥適回應消費者以保障其權益，並做成書面記錄。相關申訴管道如下：

- 各餐廳設置顧客滿意度調查QR Code及紙本，分別針對餐飲品質、服務品質及環境品質調查；
- 以GOOGLE表單及網路訂位合作廠商提供之線上顧客滿意度調查統計，每月分析統計數據並在業務推廣會議檢討改善；
- 官網永續發展專區設置客服信箱 service@hilai-foods.com，與顧客保持良好的溝通管道；
- 2022年上線的來美食APP已完成前台顧客意見表功能建置，以強化客戶服務品質及顧客溝通。

消費者重大申訴的處理，公司係第一時間即召集現場營運單位及相關配合部門釐清事件全貌與事實，針對申訴問題及需求所對應的研發、採購、生產、作業及服務流程進行討論與因應，並協商處理後續事宜，以確保消費者權益，最後再將事件整理建檔並歸檔存查。

公司並擬定獎懲制度，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。



為加強及提升服務品質，2022年針對旗下可能受到米其林評鑑之餐廳，加強外場相關訓練課程，包含說菜服務技巧、領檯服務、餐飲服務標準用語等，完成訓練後並進行考評。



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，並每月邀約部落客或美食家至旗下品牌餐廳用餐試菜，針對菜色出品及服務提出建議。



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。

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

3.1品牌策略

3.2行銷溝通與顧客滿意

3.3客戶資訊保護

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

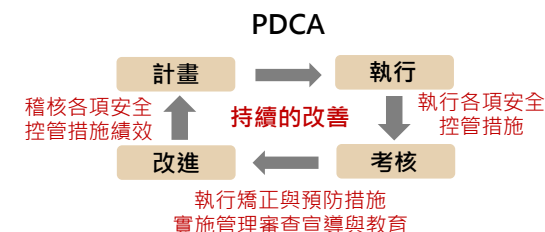
附錄

3.3 客戶資訊保護 GRI : 418-1

3.3.1 資訊安全風險管理架構及政策

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，在資安風險管理架構上除遵循ISO270001規範外，並參照【國家資通安全會報技術服務中心】的共通規範，採用【計劃-執行-考核-改進】(Plan-Do-Check-Act, PDCA)模式運作，經評估分析，相關資安風險及其因應措施如下：

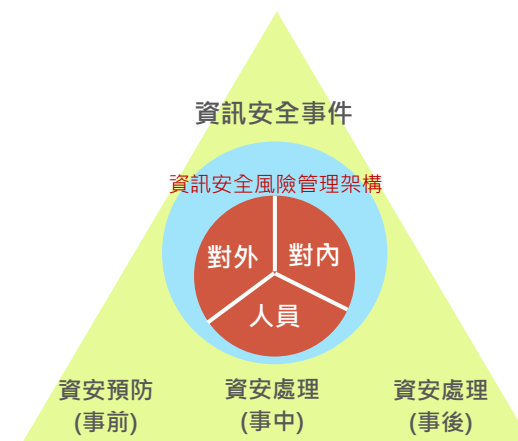
資安風險評估分析	因應措施
▶ 資訊基礎架構風險	▶ 定期檢測維護基礎設備
▶ 可獲得性風險	▶ 構築高可用(HA)備援機制
▶ 機密性及存取風險	▶ 相關權責人員使用權限嚴格監督控管



3.3.2 客戶隱私保護具體管理方案

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，2020~2022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。

設定個資存取權限	依法執行個資管理	持續投入防護資源
漢來美食對客戶資料在執行往來業務保存期限內至安全監控影像存續期間，在使用授權上均嚴格控管以避免非法存取，並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。	漢來美食紙本顧客意見表係由各店依個資法規定管理，每月由專人收集及清點總數量後，統一以碎紙機採細碎模式(非條狀裁切)攪碎，處理過程須由主管在場監督並記錄(銷毀前及銷毀後)拍照，並確實填寫銷毀記錄以示存證。	針對資訊機房伺服器、網路設備、PC及雲端AWS資訊做對內對外的防護，2022年並申請加入TWCERT/CC會員，並於內部配置專責資安主管及資安人員，以利接收資安情資後由資安人員依情資內容進行風險評估，強化外部威脅防護。

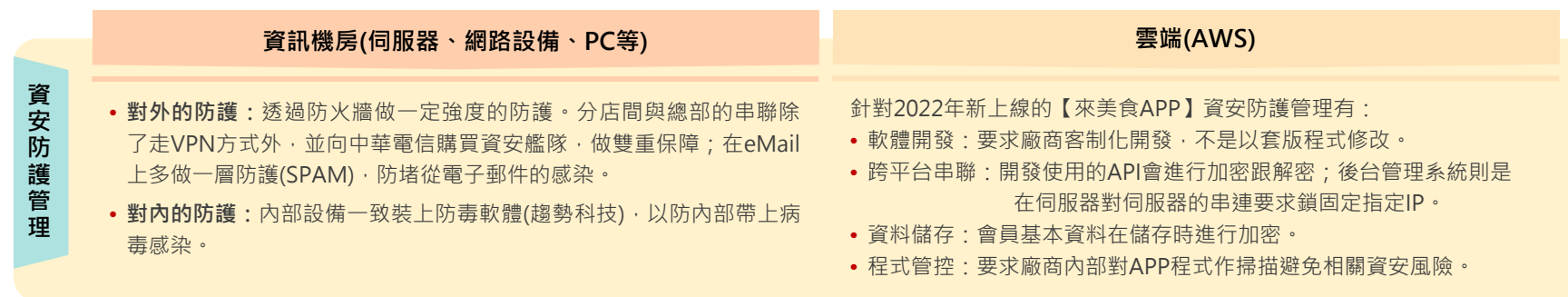


3.2.3 投入資通安全管理的資源

漢來美食為強化資安防護及管理，2022年3月申請加入台灣電腦網路危機處理暨協調中心(TWCERT/CC)會員，該中心可提供資安事件諮詢及協調處服務，使公司有效接收及傳遞資安情資；4月配置專責資安主管及資安人員，並於公開資訊觀測站完成申報。此外為強化資安防護能力，年度視需求安排廠商執行白帽駭客滲透測試，以各式手法分析可能遭遇駭客攻擊的漏洞與情境，包含架構檢視、網路活動測弱點掃描與滲透試安全設定合規，並針對檢測結果中的高風險項目均會進行改善透過強化措施持續提升資安防護品質。

投入資通安全管理之資源包括：

- 人員：強化各系統存取權限管控、教育訓練、宣導。
- 設備：強化內部端點設備的防毒軟體合規率、Windows Update合規率、Windows OS無後續支援服務合規率、弱點檢測(有高度潛在風險)合規率、高風險服務埠使用、外接裝置檢測等監測防護。
- 備援：強化備份機制2.0，規劃還原演練測試的環境與演練計畫，隨時修正改善，確保備份計劃可以正確運行，災難發生時亦可以快速復原，減少營運中斷的時間。



關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

3.1品牌策略

3.2行銷溝通與顧客滿意

客滿意

3.3客戶資訊保護

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

附錄

PART FOUR 4

社會環境友善



4 社會環境友善

重大議題 企業形象、店面環境管理、法規遵循

4.1 關懷社會 | 4.2 環境理念 | 4.3 氣候變遷與能資源管理 | 4.4 廢棄物管理



政策與承諾

漢來美食對參與社會公益、配合地方發展不遺餘力，同時重視氣候變遷的全球性議題，在營運管理上致力於節省能源，及營運產生的廢水、廢食用油及廚餘等非有害事業廢棄物減量。公司參考環保署及經濟部能源局等相關規範及標準，訂有與節能減碳、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」，每年進行盤查及成效追蹤。



目標

1. 持續結合本業並配合地方發展參與公益、回饋社會。
2. 配合拓店或改裝計畫編列採購節能設備預算，餐廳用紙及年節禮盒並每年持續環保設計及相關採購。
3. 落實綠色採購，以減少浪費及運輸過程產生的碳排，並提升供應商對永續發展的共同重視及遵守。
4. 各項環境及能資源統計數據達成管理目標逐年下降，並規劃碳盤查及查證相關進度。



特定行動與亮點績效

1. 2022年贊助壽山動物園改建經費250萬，開園後並推出「動物聯萌鐵盒餅乾」公益回饋動物園認養專戶，支持提升民眾動保意識。
2. 2022年與高雄市立圖書館異業合作，舉辦「品好書.讀好味—典藏山珍海味」主題書展及美食講座，落實閱讀多元平權。
3. 2022年入選高雄市政府教育局「111年度推展社會教育有功團體獎」，響應以教育創造前進的動能及人民良好的素養。
4. 2023年即將進駐的南港漢來飯店取得綠建築及智慧建築雙標章，配合智慧建築投入的建置成本約1,063萬；整體投入省電照明及省電空調金額約6,747萬。
5. 已完成14064-1盤查導入專案時程規劃，並於2023年1月啟動盤查，預計2023年9~11月完成高雄本館及美山工廠碳盤查報告書。



申訴機制

申訴檢舉信箱: audit@hilai-foods.com。



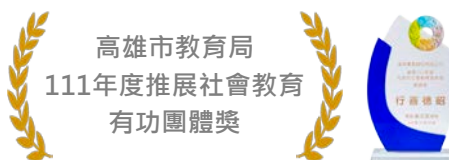
評估方式

1. 環境及能資源管理數據統計(含能源使用、排放、一般廢棄物、廢水、廢食用油及廚餘)。
2. 綠色採購資訊彙整。



4.1 關懷社會

餐飲業是與「人」最為有關的行業，更是取之社會、用之社會的行業，漢來美食對參與社會公益、配合地方發展始終不遺餘力。



2022年漢來美食入選高雄市政府教育局「111年度推展社會教育有功團體獎」，接受表揚。教育部推動社會教育有功獎項的理念是：一個國家的強大，不是取決於疆域的大小，而是社會有多進步。而想要長久的進步，是離不開教育的；教育是生命影響生命的歷程。「把燈提高一點，可以照亮更多人。」愈多人投入社會教育，社會教育就能越成功。社會教育越成功，代表人與人間的影響越能充分發揮、影響也越深遠，整個國家充滿著前進的動能、人民也擁有著良好的素養。漢來美食秉持取之社會、用之社會的理念，一點一滴累積，在活動中發揮影響力，也讓更多員工直接或間接投入，因而入選並獲獎。

項目	2022年投入金額(千元)
現金捐贈	3,664
物資捐贈	261
行銷贊助	4,550
合計	8,475



漢來美食 x 高雄壽山動物園

【現金捐贈250萬元】

高雄壽山動物園2021年啟動開園以來最大規模的動物園升級計畫，以提升動物福祉為目標，投入大量工程經費改善獸舍的採光及通風排水、極大化動物的活動範圍，並以廊道、欄網的設計，降低對動物的干擾，讓動物展現最自然舒適的姿態。遊客透過多重體驗動物生活環境，更能體會動物與人類友善共存的重要性。動物園也將創造更多美好故事，延續跨世代共同回憶。

漢來美食2021、2022連續兩年分別贊助整建經費250萬元響應活動計畫，開園後並推出「動物聯萌鐵盒餅乾」，每盒公益回饋10元至動物園認養專戶，持續支持專戶「提升民眾動保意識，及為原生物種復育盡心力」的計畫目標。



漢來美食 x 高市圖 品好書・讀好味

【現金捐贈30萬元】

美食與書香無論在哪个時空背景下，總是息息相關。

2021年是高雄改制更名屆滿100年，漢來美食以自身餐飲品牌的豐富資歷，與全國公圖標竿高雄市立圖書館跨界攜手，推廣台菜獨特的餐飲文化，舉辦「高雄一百。台菜之美」系列書展及台菜宴，讓民眾藉由味覺的體會產生文化的延續，漢來美食也發揮企業的力量，對社會有不同的回饋。2022年為支持閱讀，第二年與總圖合作特展，以「品好書，讀好味—典藏山珍海味」主題書展及美食講座，將書籍中的各菜系深層價值、台灣與各國飲食文學及食材寶藏知識提供給讀者，同時開啟味蕾與書香間音符，藉以推動閱讀風氣、提升教育，落實閱讀多元平權。



漢來美食 x 喜憨兒 募款方案

【行銷贊助款37萬元】

喜憨兒的偏鄉送愛計畫已經持續10幾個年頭，由庇護工場配送新鮮餐盒至部落，除了支持憨兒從烘焙訓練中習得一技之長、掌握機會翻轉人生，也為偏鄉學童送上滿溢的關懷，帶來盼望與歡笑。2022年漢來美食不畏疫情未歇，持續第三個年度與喜憨兒合作，以漢來海港午茶餐券500張等物資及喜憨兒喜穀豐藏禮盒號召愛心捐款支持偏鄉送愛計畫，讓憨兒的烘焙手藝成為偏鄉學童課餘時間的補給，實踐「一份愛心，兩份幫助」的想望，也陪伴憨兒與偏鄉學童在成長路上閃閃發光！



漢來美食 x 鹽埕區公所 獨居老人送暖

考量弱勢民眾年節前格外需要關懷，2022年初漢來美食準備年節應景禮盒260組，每組內含旺來酥禮盒及富貴糕，委請高雄市鹽埕區公所轉贈行政區弱勢民眾，為獨居老人送暖。

【行銷贊助款14萬元】



漢來美食 x 肝病防治學術基金會

漢來美食響應2022年世界肝炎日，呼籲民眾重視腹部超音波的重要性，捐贈財團法人肝病防治學術基金會。

【現金捐贈10萬元】



關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

4.1關懷社會

4.2環境理念

4.3氣候變遷與能

資源管理

4.4廢棄物管理

5.職場和諧健康

附錄

漢來美食 x 中華基督教救助協會 財團法人台灣關愛基金會

【物資捐贈26萬元】

櫃買中心自2013年起，連續10年與1919食物銀行合作，2022年邀集上櫃及興櫃公司一起做公益，捐助總金額349.76萬元及3,600公斤白米等愛心物資，幫助經濟弱勢及陷入急難的家庭。

漢來美食積極實踐企業社會責任，適逢疫情考驗發展電商與外賣商品，研發的乾拌麵品牌「來拌麵」受到消費者喜愛，2022年結合本業共捐助中華基督教救助協會陪讀班來拌麵80箱、衛生福利部南區兒童之家來拌麵10箱，及財團法人台灣關愛基金會來拌麵70箱。

中華基督教救助協會的「弱勢家庭兒童課後陪讀計劃」，提供弱勢家庭兒童免費參加課業輔導、品格教育、才藝課程與家庭關懷，讓孩子身心靈體得到足夠的餵養與關顧，家長並得以安心工作進而改善家庭經濟與生活品質。漢來美食期盼以細水長流的愛心，協助協會持續照亮社會的每個角落。



漢來美食 x 城中城 週年法會

【現金捐贈20萬元】

2021年10月高雄市鹽埕區城中城大樓大火是高雄史上傷亡最慘重火警，漢來美食捐助社會救助金100萬元協助市府災後重建，並參與佛光山急難救助關懷服務。2022年10月高雄市政府禮請佛光山協助對年佛事，漢來美食持續提供超薦佛事供品，善盡企業社會責任。



漢來美食 x 善導書院 「漢」你一起開心過聖誕

【行銷贊助款4萬元】

由陳文靜院長創辦的屏東慈惠善導書院，以「培育弱勢不再弱勢」為職志，開辦免費課後輔導班，施予補救教學及品德、農事、家事等多元教育。漢來美食為回饋社會，在2022年聖誕夜前夕贊助海港晚餐40客，邀請陳文靜院長帶領老師、義工媽媽和院生前來體驗美好的料理與服務，藉著享受大餐讓大家在生活中緩一口氣、減輕照顧與被照顧者的壓力，也讓孩子們看見為他們服務的大哥哥大姐姐工作的狀況，長大後有機會可以選擇加入漢來美食，一起提供美好的體驗給更多需要的人！



漢來美食 x 阿魁斯 高雄海神職業籃球隊

【行銷贊助款400萬元】

2021年東京奧運後，各界即發起呼籲政府協助運動產業與企業資源接軌，共同投入資源發展運動產業並培育優秀運動人才。經歷過COVID-19的試煉，部分國家的公共政策轉變為視人民健康為國家最大的資產，台灣政府也結合跨部會資源為國民健康努力。集團為推動高雄籃球運動發展，以「深耕在地建立高雄籃球文化」為目標，成立「高雄海神職業籃球隊」。球隊除為高雄爭取榮耀，賽事之餘以學校巡迴教學、推動公益活動、提供賽務見習實作將資源回饋在地，2022年熱情參與台灣文博會、海洋派對、旗津風箏節及台灣設計展等活動與市民同樂，進而建立在地凝聚力。

漢來美食2022年贊助球隊2021-22年賽季賽事，包括贊助球隊用餐、中場球迷活動及與高雄捷運合作全家海神高捷杯競賽等相關活動等，行銷贊助款總價值共400萬。海神第一個賽季共完成30場例行賽及5場季後賽，並在總冠軍賽奪得2021-22年賽季年度總冠軍。



活動名稱	活動時間	活動內容	活動份數
雄海派免費喝	2022/6/4 18:00-21:30	本館LB免費送咖啡/瑪芬	外帶200份/內用137份
全省海港2人同行一人免費	2022/6/5	2人同行一人免費	總來客數5734人合計1679人免費
全品牌餐系內用8折	2022/6/5-6/12	餐廳內用8折	8天來客數52,888人營收4,484萬



關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

4.1關懷社會

4.2環境理念

4.3氣候變遷與能

資源管理

4.4廢棄物管理

5.職場和諧健康

附錄

4.2 環境理念

SASB : FB-RN-430a.1

4.2.1 環境管理制度及政策

漢來美食參考環保署及經濟部能源局等相關規範及標準，經董事會通過訂有「環境及能資源管理政策」，透過管理作為及設定管理目標來降低溫室氣體排放及改善環境；餐飲部分並依循《食品安全衛生管理法》及各項食品相關法規訂定食品安全監測計畫，落實食品安全衛生管理，各單位秉持重視廚房及店面的環境管理及致力創造綠色飲食低碳環境，分別負責源頭管理、生產管理及食安查驗等各項工作。

漢來美食環境及能資源管理政策

管理策略

- 內部宣導節約能源：例如節約用水用電，紙張回收再利用及多使用電子化檔案等。
- 廢棄物管理：含一般性廢棄物、廢水、廢食用油及廚餘管理。
- 綠色採購：包括當地採購以運輸過程產生碳排，及創造綠色飲食低碳環境，與有機農場合作。
- 環境理念：包含產品包裝符合綠能概念、拓店/改裝綠建材，及環境管理要求供應商遵守雙方企業社會責任政策條款等。
- 推動餐廳評鑑：包含綠色友善餐廳認證、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）。



管理目標及達成情形

指標	管理目標	2022年達成情形
溫室氣體排放量	每年碳排量以不增加為原則（企業營運範圍未變動之同基期前提）	2022年整體用量較2021年增加13%，扣除新增營運範圍(5家餐廳*)排放量後增加6%，未達成目標。惟2022年營收成長28%，是以能源密集度減少約12%。
用水量	每年統計每千元營業額平均用水量，在正常營運之前提下，以不高於前一年度為原則	2022年整體用量較2021年減少2%，每千元營業額平均用水量較2021年減少24%，達成目標。
廢棄物產生量	每年統計每千元營業額平均產出廢食用油量及廚餘量，在正常營運之前提下，以不高於前一年度為原則	2022年每千元營業額平均產出廢食用油量及廚餘量，分別較2021年減少5%及增加13%，廢食用油達成目標，廚餘未達成目標，相關單位已著手檢討改善。

*2022年新展店3家及改裝開幕2家

其他管理策略執行情形

漢來美食響應政府淨零排放規劃的建議措施，持續落實如採購國際認證項目等環境友善作為，執行情形說明如下：

產品包裝 綠能概念

- 持續使用通過FSC認證之擦拭紙及餐飲禮券等，2022年採購金額3,037千元。
- 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。
- 年節禮盒設計以可再利用的角度進行研發；空盒可再利用作為收納盒、面紙盒或托盤等。
- 餐具、提袋以紙類或可自然分解之PLA材質產品替代，例如便當手提袋。
- 響應政府環保政策，旗下咖啡廳自備飲料杯享折扣優惠。

拓店/改裝 綠建材

- 新展店及舊店裝修均採用節能設備，2022年投入建置省電照明及省電空調金額約1,430萬。
- 品牌餐廳2023年即將進駐的南港漢來飯店，全案係取得綠建築及智慧建築雙標章，配合智慧建築投入的建置成本約1,063萬；整體投入省電照明及省電空調金額約6,747萬。
- 機電及廚房設備定期維護保養，以達到最佳使用狀況、減少能源浪費。
- 裝修採用綠建材及盡量保留自然光，減少環境負擔。

氣候變遷 與能資源管理

- 全省各餐廳溝通主要採用視訊系統，減少非必要之出差費用。
- 行政作業全面升級電子簽核，包含BPM、HRM、HRD等電子系統，減少紙張用量。
- 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。
- 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。
- 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，減少送貨次數及碳排放量。

病蟲害管理

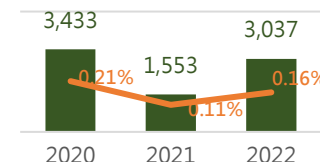
- 秉持餐飲衛生第一，總公司衛生管理人員定期或不定期至各店每家餐廳進行環境衛生清潔稽查外，每日皆做好自主環境衛生管理，減少病蟲害滋生。
- 旗下餐廳均委託專業合格廠商及技術人員施做防治消毒，並做好蟲鼠害之自主防治工作，記錄追蹤病蟲害種類與習性，找出滋生源，徹底解決蟲鼠害。
- 每季餐務部召開環境衛生管理簡報會議，檢討病蟲害防治工作，以維護營業現場環境清潔衛生及食品安全，確保顧客舒適愉快之用餐環境。

廢棄物管理

- 廢棄物處置依廢棄物清理法辦理，含一般性廢棄物、廢食用油及廚餘，均非有害事業廢棄物。
- 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。
- 廚餘以適量進貨之源頭管理、全食材運用之調理方式及加強惜食宣導等策略進行減量管理。
- 一般垃圾以減少一次性進貨包材、使用塑膠儲運籃，或由廠商回收再使用等方式進行減量。

綠色採購

漢來美食2020-2022年採購國際認證項目之金額佔整體採購金額分別為0.21%、0.11%及0.16%。



認證名稱	認證項目	採購量/金額(千元)
	海港餐券	94,000 本 1,983
	餐飲禮券	85,000 張 223
	咖啡券	1,000 本 45
	抽取式擦拭紙	780 卷 172
	捲筒衛生紙	802 箱 417
	紅棗-有機	611 KG 197
合計		3,037

綠建築/智慧建築

漢來美食品牌餐廳2023年即將進駐的南港漢來飯店，全案係取得綠建築及智慧建築雙標章，採用西門子的智慧建築管理系統，將冷凍空調、照明、能源管理等建築內子系統整合於單一平台，較傳統機組節能性高出20-50%，可有效節省建築營運能耗及電力成本。配合智慧建築投入的建置成本約1,063萬；整體投入省電照明及省電空調金額約6,747萬。

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

4.1關懷社會

4.2環境理念

4.3氣候變遷與能

資源管理

4.4廢棄物管理

5.職場和諧健康

附錄

4.3 氣候變遷與能資源管理

GRI：201-2、302-1、302-3、305-1、305-2、305-4|SASB：FB-RN-130a.1、FB-RN-140a.1

4.3.1 氣候變遷管理

氣候變遷是目前投資者最為關注的ESG議題，關於此議題，企業同時也可能面對供應鏈的監督、主管機關的要求，及來自投融資的資源及力量，必須正視淨零碳排的執行並訂定目標。上市櫃公司依金管會發布之「上市櫃公司永續發展路徑圖」規範，應依時程完成溫室氣體相關資訊揭露；此外國際金融穩定委員會（FSB）在2015年成立的氣候相關財務揭露小組也擬訂氣候相關財務揭露建議TCFD，協助投資者與決策者瞭解組織重大風險、準確評估氣候相關之風險與機會，高度專注組織邁向低碳經濟轉型之情形。

氣候相關財務揭露架構(TCFD)



TCFD		執行說明
治理	1.描述董事會對氣候相關風險與機會的監督狀況。 2.描述管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會的角色。	漢來美食參考TCFD架構，將氣候議題的治理係納入永續發展委員會運作，由董事會擔任最高治理層級，負責監督與指導公司對氣候相關風險與機會之管理情形；管理階層則依永續發展委員會組織架構及運作頻率，負責氣候相關風險與機會之策略規劃、執行及管理，並向董事會報告。
策略	1.描述組織所鑑別的短中長期氣候相關風險與機會。 2.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。 3.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)。	漢來美食經蒐集氣候風險與機會議題，評估其發生可能性及影響程度後，辨識出可能對公司造成重大財務影響之氣候相關風險與機會，說明如下： (1)為因應再生能源法規、淨零碳排趨勢及平均溫度改變，公司需增加減碳設備建置預算並展開減碳策略規劃以控制運轉成本增加的可能性； (2)為因應原物料成本上漲、低碳技術轉型成本及顧客行為轉變，公司需持續投入研發創新及加強供應商管理，以確保能以合約穩定供貨、即時調整菜單或推出符合低碳轉型的品牌菜色、改變製作流程提高生產效率等確保營運動能； (3)為因應極端降雨與乾旱，除落實風險管理及災害應變管理，需結合上述研發創新等投入以提升應變能力。
風險管理	1.描述組織在氣候相關風險的鑑別與評估流程。 2.描述組織在氣候相關風險的管理流程。 3.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。	漢來美食氣候相關風險與機會經評估與鑑別後，係整合於風險管理制度加以衡量、監控、回應、報告風險及因應措施，並於每年定期執行後向風險管理委員會及董事會報告。2022年風險自評作業辨識氣候相關風險項目如再生能源法規、淨零碳排趨勢、原物料成本上漲、低碳技術轉型成本、顧客行為轉變、極端降雨與乾旱及平均溫度改變等7項風險事項，並提出因應措施如盤查減量規劃、研發及設備建置經費投入、災害管理及供應商管理等。相關風險辨識及對應策略報告並於2023年2月23日提報風險管理委員會及董事會。

TCFD		執行說明
指標和目標	1.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。 2.揭露範疇1.2.3溫室氣體排放和相關風險。 3.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。	漢來美食以溫室氣體排放量、用水量及廢棄物產生量作為管理指標，每年碳排量在企業營運範圍未變動之同基期前提以不增加為原則；每年統計每千元營業額平均用水量，在正常營運之前提下，以不高於前一年度為原則；每年統計每千元營業額平均產出廢食用油量及廚餘量，在正常營運之前提下，以不高於前一年度為原則。2022年已規劃啟動ISO14064-1導入專案，以更明確掌握溫室氣體排放狀況，發掘減量空間與機會並進行有效管理。

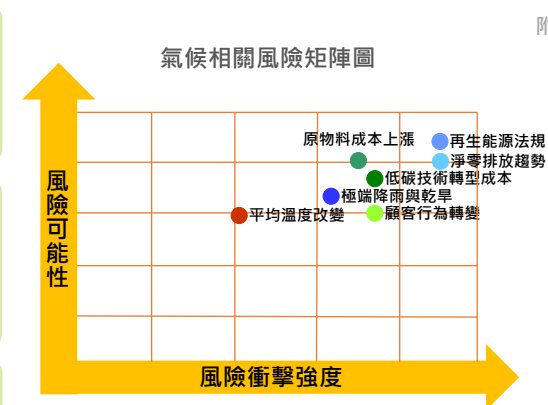
氣候相關風險及排序

漢來美食經蒐集氣候風險與機會議題，評估其發生可能性及影響程度後，辨識出可能對公司造成重大財務影響之氣候相關風險與機會，說明如下：

類型	項目	氣候相關風險	潛在財務影響
轉型風險	政策和法規	- 再生能源法規 - 淨零排放趨勢	- 國際間或國內有關再生能源的法規，可能影響到目前與未來的能源來源、組成、價格等 - 國際間或國內政府制訂有關環境的相關法規和管制，特別與溫室氣體或氣候變遷有相關者
	技術	低碳技術轉型的成本	因為氣候變遷議題的因素，在現有條件下採用創新製程或處理程序，或改變服務的提供方式，而造成財務的支出
	市場	- 顧客行為轉變 - 原物料成本上漲	- 因為全球或地區性的永續意識抬昇，使顧客在選擇產品或服務時，產生與過去不同的考量 - 因為全球或地區性的自然資源改變，包括原物料的擁有、庫存、減少、分配、取得、轉換等
實體風險	立即性	極端降雨與乾旱	因為全球或地區性的極端降雨與乾旱，而引發的直接或間接災害
	長期性	平均溫度改變	因為全球或地區性的平均溫度改變，包括增加或降低，而引發的直接或間接災害

氣候風險及轉型行動對財務的影響

- 再生能源法規 - 淨零排放趨勢 - 平均溫度改變	公司需增加減碳設備預算，展開減碳策略規劃以控制運轉成本增加的可能性。	品牌餐廳2023年即將進駐的南港漢來飯店，配合取得綠建築及智慧建築雙標準投入建置成本約1,063萬；整體投入省電照明及省電空調金額約6,747萬；此外已啟動ISO14064-1導入專案，以更明確掌握溫室氣體排放狀況，發掘減量空間與機會並進行有效管理。
- 原物料成本上漲 - 低碳技術轉型 - 顧客行為轉變	公司需持續研發創新及加強供應商管理，以確保能以合約穩定供貨、即時調整菜單或推出符合低碳轉型的品牌菜色等確保營運動能。	每年持續投入營收比重0.36%~0.65%的研發經費預算，研究料理流程調整並開發符合低碳轉型之品項(本公司有蔬食系列品牌，並已開發以未來肉為食材之品項)；每年持續符合國際認證標準(FSC/ECOCERT)品項之採購。
極端降雨與乾旱	落實風險管理及災害應變管理	結合上述節能減碳及研發創新等投入以提升應變能力。



關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

4.1關懷社會

4.2環境理念

4.3氣候變遷與能

資源管理

4.4廢棄物管理

5.職場和諧健康

附錄

4.3.2 能資源使用

漢來美食能資源使用主要為烹調使用的瓦斯、照明與空調。瓦斯耗用雖主要隨營運量增減；但管理上主要響應政府淨零排放規劃的建議措施，如新展店或舊店裝修均採用節能設備、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；裝修工程以綠建材及保留自然光概念出發，力求減少對環境的負擔。

漢來美食有關氣候議題的治理係納入永續發展委員會運作，由管理階層依永續發展委員會組織架構及運作頻率，負責氣候相關風險與機會之策略規劃、執行及管理，並向董事會報告。2022年8月已完成14064-1盤查導入專案顧問選定及時程規劃，並於2022年10月成立碳管理小組；2023年1月啟動盤查，預計2023年9~11月完成高雄本館及美山工廠碳盤查報告書。此外依公司「環境及能資源管理政策」，每年持續自行執行溫室氣體盤查統計，追蹤減排成效並公開揭露於永續報告書及網站。

能源類別	計算單位 (註1)	2020	2021	2022	計算單位 (註2)	2020	2021	2022	能源 密集度	2020	2021	2022
外購電力	度	16,387,730	15,636,052	18,441,048	GJ	58,996	56,290	66,388	每萬元 營業收入 消耗量	0.41	0.44	0.43
天然氣	度	2,426,082	2,151,363	2,519,937		81,206	72,010	94,891				
液化石油氣LPG (桶裝瓦斯)	公升	5,332.44	4,644.63	3,877.83		148	129	108				
						-	-	139				
汽油	公升	-	-	4,252	總計	140,350	128,429	161,526				
					年度營業額 (萬元)	345,927	292,986	375,687				

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；汽油以2022年平均油價推估使用量；柴油因用量微小未列入計算。

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：

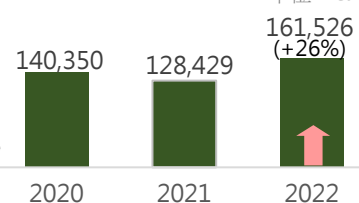
- 電力：0.0036 GJ/度(KWhr)；
- 天然氣：0.037656 GJ/立方公尺；
- 液化石油氣(LPG)：0.02776084 GJ/公升；
- 汽油：0.0326352 GJ/公升。

註3：2022年末使用再生能源，來自電網(外購電力)的能源消耗占總能源消耗41.10%。



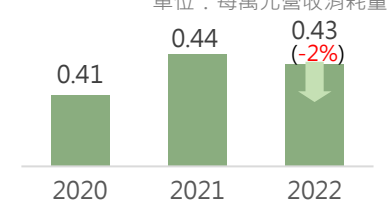
能源消耗量

單位：GJ



能源消耗密集度

單位：每萬元營收消耗量



註：2022年營運範圍與2021年相較，計新展店3家及改裝開幕2家。2022年營收成長約28%，能源消耗量增加26%，是以能源密集度減少2%。

4.3.3 溫室氣體排放

漢來美食資本額未達50億元，依上市櫃永續發展路徑圖規定尚不須揭露盤查或確信情形。最近三年度溫室氣體排放統計，係參考ISO14064-1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，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氣體排放總量；所計算的溫室氣體包含二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、氫氟碳化物、全氟碳化物、六氟化硫、三氟化氮。2022年合計溫室氣體排放量為14,143.01公噸，較2021年12,013.34公噸增加18%。

能源類別		CO ₂ 轉換係數	2020	2021	2022
範疇一	天然氣	1.880871333 KgCO ₂ /M ³	4,563.15	4,046.44	4,739.68
	液化石油氣LPG (桶裝瓦斯)	1.754403588 KgCO ₂ /L	9.36	8.15	6.80
	汽油	2.361397905 KgCO ₂ /L	-	-	10.04
範疇二	外購電力	註	8,226.64	7,958.75	9,386.49
合計			12,799.15	12,013.34	14,143.01
年度營業額		萬元	345,927	292,986	375,687

註：經濟部能源局尚未公告2022年電力排碳係數，故2022年以公告2021年電力排碳係數計算，2020~2022年之排放量係根據2019~2021年之電力排碳係數進行計算，分別為0.502、0.509、0.509 (KgCO₂/kwh)。

註：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。

4.3.4 營業用水統計

漢來美食營業用水以自來水為主，2022年總取水量453,973度較2021年減少約2%；因各據點排水納入所屬商場大樓，未另行統計排水量，故耗水量計算方式為取水量等於排水量，並無耗水量產生。2022年每千元營業額平均取水量0.1208度(或立方公尺m3)，較2021年減少約24%，公司內部持續配合政府政策推行節約用水宣導及管理。

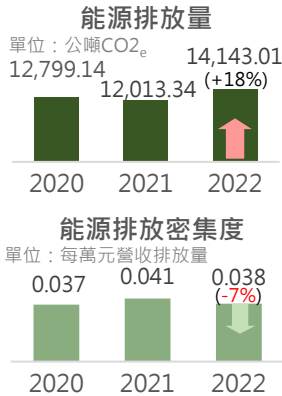
能源類別	單位	2020	2021	2022
取水量	度	483,124	464,988	453,973
每千元營業額平均取水量	(或立方公尺m3)	0.1397	0.1587	0.1208

註1：係依據水費單彙整。

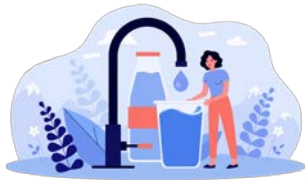
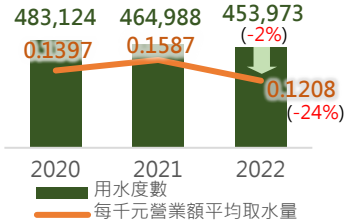
註2：依據WRI Aqueduct顯示之台灣地區水資源壓力情形，目前為低水資源壓力地區。

能源 密集度	2020	2021	2022
每萬元 營業收入 排放量	0.037	0.041	0.038

2022年溫室氣體排放量14,143.01公噸，較2021年12,013.34公噸增加2,129.67公噸(+18%)，包含新增營運範圍(5家餐廳，2022年新展店3家及2021年12月下旬改裝開幕2家)及新增能源類別(汽油)統計之影響數。又2022年營收較2021年成長28%，是以能源排放密集度較2021年減少約7%。



總取水量及每千元營業額平均取水量



關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

4.1關懷社會

4.2環境理念

4.3氣候變遷與能

資源管理

4.4廢棄物管理

5.職場和諧健康

附錄

4.4 廢棄物管理

GRI：306-1、306-2、306-3 | SASB：FB-RN-150a.1

餐飲服務業係從取得原物料、週邊設施、廚務生產而至末端消費者食用，漢來美食係屬產業中游將各類原料包含各類蔬菜、肉類和水產等食材，透過各式烹飪和料理等加工方式，販售給來店消費大眾。營運主要產生的廢棄物有一般性廢棄物、廢水、廢食用油及廚餘，均非有害事業廢棄物。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，以免造成環境汙染。

為確保廢棄物流向符合相關法令，各分公司事業廢棄物均以合約委由合格廠商處理，並由總公司餐務部統籌相關管理作業。除新設分公司時，均依規定確實評估店內產生之廢棄物種類及數量，填具事業廢棄物清理計畫書提交各地環保局外，餐務部並持續每月追蹤記錄各餐廳廢食用油及廚房廚餘量，力求透過管理及推廣減少廢棄物。

廢棄物統計

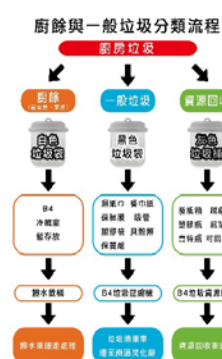
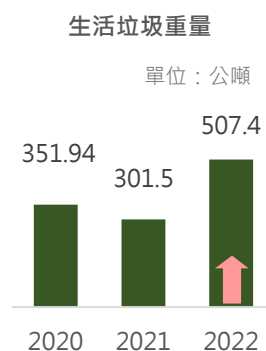
廢棄物類別	單位	2020		2021		2022	
		重量	%	重量	%	重量	%
一般性廢棄物	公噸	351.94	38%	301.50	38%	507.40	42%
廢食用油		96.59	10%	88.40	11%	107.71	9%
廚餘		486.36	52%	404.70	51%	583.79	49%
合計		934.89	100%	794.60	100%	1,198.90	100%

註：廢食用油及廚餘屬食物廢棄物，廢食用油均交由回收業者製成生質柴油；廚餘均由廠商清運廚餘至畜牧場作為養豬使用，2020~2022年食物廢棄物佔廢棄物總量及廢棄物再回收、處理佔廢棄物總量均為62%、62%及58%。

4.4.1 一般性廢棄物管理

漢來美食對每日產生的生活垃圾，均自源頭落實垃圾分類管理，確實做好垃圾減量，並配合駐店百貨指定的區域儲存，做好環境衛生管理，再由百貨合格的清運廠商清運及焚化處理。

漢來美食依環保局之餐館業事業廢棄物清理計畫書估算近年全台生活垃圾重量比較情形如圖表。



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。

4.4.2 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。漢來美食在處理油煙空氣上，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，污水再排入主幹管中，避免造成水污染，且每日營運結束後均清理攔渣槽或截油槽並記錄，每年則安排例行維護保養以確保該設備之效能。除租賃之部分百貨商場提供相關污染防治設備外，公司並自行購置環保設備以降低油煙及油汙對環境的衝擊，截至2022年底之投入設備有：

單位：千元

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	55式	3,298
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

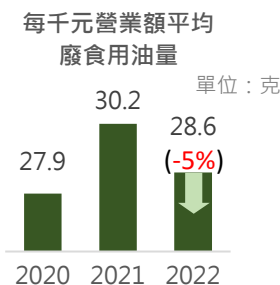


廢食用油統計

漢來美食營運產生的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」，各餐廳廚房除落實上述油品使用外，並遵循法規進行油炸油檢測，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。

漢來美食全台各餐廳廚房回收之廢食用油均透過專業合格的清運廠商處理，交由回收業者作為製成生質柴油原料，每次回收均依各分公司事業廢棄物清理計劃書內容，以網路傳輸方式申報廢油產出、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	2021	2022
廢食用油	噸	96.59	88.40	107.71
年度營業額	千元	3,459,267	2,929,855	3,756,874
每千元營業額平均廢食用油量	克	27.9	30.2	28.6
全台各分公司回收回饋金	千元	741	903	1,657



關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

4.1關懷社會

4.2環境理念

4.3氣候變遷與能

資源管理

4.4廢棄物管理

5.職場和諧健康

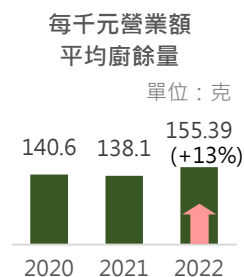
附錄

4.4.3 廚餘管理

漢來美食公司全台各餐廳廚餘均以合約委由專業合格的廠商清運，餐務部並每月追蹤記錄各餐廳廚房廚餘量，力求透過管理及推廣減少廚餘，2020～2022年每千元營業額平均廚餘量分別為140.60克、138.10克及155.39克。

廚餘減量與推廣惜食觀念及食材有效利用相關，漢來美食以具體行動減少餐飲消費廚餘產量，領先同業以廢棄物源頭分類管理、落實食材適量進貨、妥善儲存且有效控管，及調理過程中善用剩餘原料（例如熬湯等）以減少食材浪費，並張貼惜食宣導標語等作為減量策略及行動。

	單位	2020	2021	2022
廚餘	噸	486.36	404.70	583.79
年度營業額	千元	3,459,267	2,929,855	3,756,874
每千元營業額 平均廚餘量	克	140.60	138.10	155.39



廚餘減量源頭 管理策略

- 適量進貨
- 規劃食材供應品質
- 設定食材儲存條件
- 建立倉儲管理規章

食材調理廢棄物 減量策略

- 善用全食材運用之觀念
- 減少油炸食品
- 適當處理及製作食物，避免因汙染或腐壞而丟棄
- 調理前進行烹飪量評估

販賣階段廢棄物 減量策略

- 加強惜食宣導
- 調整及規劃供餐型態

廚餘分類清運工作流程



廚餘清運後力求再利用，由廚餘廠商每日至冷藏室清運廚餘至畜牧場作為養豬使用。(畜牧場須依政府規定依法須高溫蒸煮後方能餵豬)

4.4.4 工程廢棄物處理

漢來美食裝修 / 機電 / 廚具工程所產生的工程廢棄物，均委由簽約的內裝廠商及環保廢棄物運送公司處理，由委託公司先將廢棄物分類，屬於不可回收的垃圾直接運送至合法焚化廠焚燒，屬於可回收的廢棄物則回收至資源回收廠。

PART FIVE 5

職場和諧健康



5 職場和諧健康

5.1人力資源概況 | 5.2薪酬與福利 | 5.3勞資溝通與職場安全照護 | 5.4人才培育

重大議題 人才吸引與留任、勞資溝通與職場安全照護、人才培育與發展



政策與承諾

漢來美食視員工為最重要的資產，除建立完整培育及升遷制度，本著勞資和諧的理念建立良好互動及雙向溝通的機制，並制定人權政策及具體管理方案有尊嚴地對待員工。同時相當重視職場安全衛生，建構完整的職業安全衛生及健康照護體系，推動職場健康促進及承攬商管理，打造安心職場。



目標

1. 打造性別平等、人才充足及人員穩定的工作環境。
2. 建立良好的溝通機制。
3. 建構安全健康職場，無職業病且無重大職災。
4. 培育接班人，使企業永續經營。



特定行動與亮點績效

1. 打造健康安全職場，2022年高雄本館含夢時代餐廳獲得SGS審查通過「ISO 45001:2018 職業安全衛生管理系統標準」驗證。
2. 營造友善職場，2022年獲選高雄市勞工局幸福企業/大型企業組標章。
3. 良好的建教合作及實習機制，2022年共辦理就業宣導34場、學校參訪9場及校園講座6場，合作學校涵蓋北中南共計53家。
4. 完整的培育及接班規劃，同時積極參與政府青年培育計畫，2022年承辦教師公民營。
5. 薪酬與經營績效連結的考核制度，給予員工實質之利潤回饋，2022年薪資平均數較上年度提高5%。



申訴機制

1. 申訴專線電話：07-2135788#7022.7302.7382。
2. 意見表達信箱：hshr.dept@hilai-foods.com。
3. 福委例會、勞資會議。



評估方式

實習生人數、工作事故統計及人才盤點。



5.1 人力資源概況

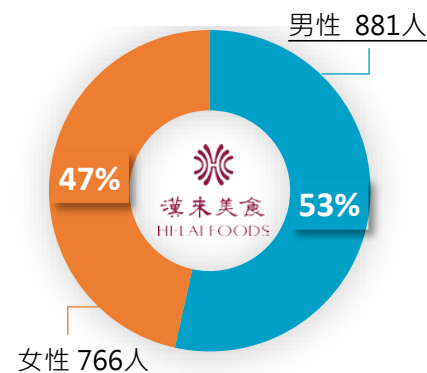
GRI : 2-7、2-8、202-2、401-1、405-1 | SASB : FB-RN-310a.1

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。

5.1.1 員工組成與多元性

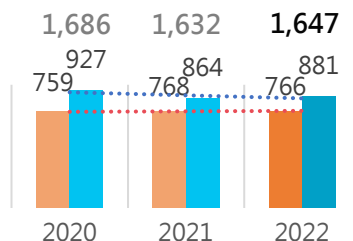
漢來美食截至2022年12月31日止員工人數為1,647人，數據蒐集區域範圍為台灣的全職員工；另本公司為臨時性業務需求及工作人員上班意願考量，進用兼職人員491人；本公司並未進用無時數保證之員工。全體員工中，非本國籍員工15人，占員工總人數0.91%；年度任用含實習生在內的非本國籍員工則有99人，分別為來自中國、日本、加拿大、緬甸、香港、馬來西亞、印尼、斯里蘭卡等地的多元化人才。本公司的非員工工作者含間接聘僱各餐廳餐廚洗滌人員，依全時等量法計算約64~78人，及機動性視現場需求調派的公共區域暨廚房清潔維護人員，依全時等量法計算約19~22人，分別由13家外包廠商負責。漢來美食依「身心障礙者權益保障法」規定應聘用身心障礙人數13人，實際進用24人，近5年均超額進用。全體員工中女性員工為766人，占員工總人數47%，男性佔比較高係餐飲業廚師多為男性的特性所致。

漢來美食持續致力於打造性別平等、人才充足及人員穩定的工作環境。



總計	2021		2022	
	全職員工	正式員工：1,257人 約聘員工：375人	全職員工	正式員工：1,301人 約聘員工：346人
	兼職人員	257人	兼職人員	491人
	非員工工作者	76~91人	非員工工作者	83~100人

漢來美食近3年員工人數



註：近3年員工人數並無顯著波動，主要係新冠疫情期間更配合穩定就業政策，以不裁員、不減薪保障員工生計、穩定就業的成果。惟2022年疫情解封消費復甦後，在大環境缺工的情形下多以兼職人員支應人力需求；非員工工作者增加則係2022年新展店餐廳之洗滌及清潔人力需求。



關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

5.1人力資源概況

5.2薪酬與福利

5.3勞資溝通與職

場安全照護

5.4人才培育

附錄

員工依雇用合約及雇用類型區分

全職員工可分為簽訂不定期契約的正式員工及簽訂定期契約的約聘員工。截至2022年12月31日止，漢來美食全體員工中約聘員工為346人，占員工總人數21%，係當年度新進簽訂一年期契約的中高齡員工53人及簽訂定期契約之實習生293人，其工作時數及休假等與一般正職員工相同；除全職員工外，公司另有兼職人員491人。員工依雇用合約、雇用類型及性別區分如下：



員工職級及年齡層分析

漢來美食以副理級(含)以上員工為管理階層，截至2022年12月31日止，全體員工中管理職人數為195人，占員工總人數11.84%；其中2人為外國籍，其餘193人為當地居民，占比為99%。高階管理階層係包含副總經理級(含)以上主管、財會部門主管及執行辦公室主管，2022年12月31日止共9人，全數為當地居民，占比為100%。實習生人數為293人，占員工總人數17.79%，漢來美食非常重視實習生，提供的實習職缺可以讓學生在就業前了解職場，快速融入餐飲行列；此外員工年齡層主要為30歲以下，計885人，占員工總人數53.73%。員工職級及年齡層依性別區分如下：



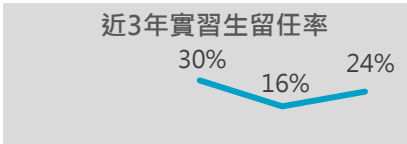
5.1.2 人才招募與留任

漢來美食以「培育優質人才」做為核心招聘理念，透過多元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，若無適當人選或有特殊技術或專業需求時，則採取對外徵才。徵才管道主要透過積極投入產學合作，以實習計畫讓學生在校期間至公司實習，畢業後可選擇留任，無縫職場接軌。產學合作同時有助於培育公司儲備人力、支持地方教育及在地就業，是學生、企業及社區多贏的合作方案。

招募管道



截至2022年底漢來美食合作學校涵蓋北中南全台共計53家(高職13家及大專院校40家)，2022年共辦理就業宣導34場、學校參訪9場及校園講座6場。



實習生	2020	2021	2022
留任人數	34	22	32
具資格人數	113	137	135
留任率	30%	16%	24%

註：實習生留任比率主要受學生升學進修規劃及外籍生返國等因素影響。

類別	地區	學校	人數	期間
產學合作	南部	屏東科技大學等19家	149	一年或半年實習
	中部	環球科技大學等6家	56	
	北部	明新科技大學等14家	34	
建教合作	南部	中山工商等4家	165	高中3年輪調 一年建教實習
	中部	慈明高中等2家	30	
	北部	永平工商等3家	42	
產學攜手	南部	正修科技大學等7家	22	半工半讀 以正職聘用
	北部	萬能科技大學等3家	4	
合計	共53家(扣除5家多方案合作學校)		502	

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

5.1人力資源概況

5.2薪酬與福利

5.3勞資溝通與職

場安全照護

5.4人才培育

附錄

2022年人資專案

實習生計畫

- 實習生招募：
半年一次共新進385人
- 實習生餐敘：
全年11場共269人參加

漢來美食提供的實習職缺能協助學生快速融入職場並支持地方教育及在地就業。公司非常重視實習生，除配合學校表揚實習優秀學員，給予餐飲券及實習結業證書外，實習期間並設置輔導人員隨時協助實習生，每半年舉辦一次實習生海港下午茶餐會，邀請實習單位主管及人資列席參與，讓學生分享實習心得並由主管即時回饋。漢來美食鼓勵實習生留任，除提供晉升調薪外並加贈名片匣以資紀念。

111年下半年度實習生座談會參與人數

公司別	應到人數	實到人數	回收問卷數	參與率	回收問卷率
高雄	33	32	32	97.0%	97.0%
台中三民	28	27	25	96.4%	89.3%
桃園	22	22	22	100.0%	100.0%
竹北	20	17	17	85.0%	85.0%
台南改竹南車學	38	33	33	86.8%	86.8%
台中改竹中三民	80	70	78	87.5%	97.5%
竹北	11	8	11	72.7%	100.0%
桃園	26	21	26	80.8%	100.0%
台北改南改竹義	25	22	22	88.0%	88.0%
台北天母	12	11	11	91.7%	91.7%
合計	301	269	283	89.4%	94.0%

實習生問題反映與建議

■ 其他		總結	建議單位改善方式
公明	單位	外場主管(經理)對實習生標準前高，一點小錯就會被罵罵對峙。	應創造更多、更寬裕的進場人場場，用一致的標準去對待所有員工。
竹北	上翠片皮鴨	新進員工訓練，以盡快熟悉工作。	調整新進員工訓練。
竹北	潮包廚	希望可以加薪。	協助爭取調整機會。
高雄	牛排館餐敘	餐敘時客人講話很難。	1.單位會有說話的語法教學，群組上也會有語法訓練時間。 2.建立實習生的信心，有難的請與你溝通結客人。
高雄	禮堂宴會	想來轉運卻難，因為宴會廳太累了女生也拿紅盒子。	3.以溫和起見，對客人提出的建議，不該了解，很多人與你商量並教學，若遇到此情況，應轉請客人稍等一下「我請客人來為您服務」。
高雄	禮堂宴會	想來轉運卻難，因為宴會廳太累了女生也拿紅盒子。	儘可能調整工作內容，但無法完全避免。
高雄	翠園	教導新人以一對一的方式有耐心。	需持續關心工作狀況。

桃園

實習生感謝

單位	感謝對象	感謝內容
海運廳	黃嘉嘉	1.非常照顧人。 2.幫助我很多。 3.他是主任中對我最好的。 4.在未來不管我在內、外場，有問題問他，他都會給我很好的意見，教我人場場。
	經理和主管	1.幫助的地方不同，但都很有幫助。 2.位新人都會幫助我們。 3.謝謝，我會我做事的經驗。
海運廳	林曉風	謝謝，我會我做事的經驗。
	黃嘉嘉	每天幫我記住。
海運廳	劉曉軒	因為他會教我做任何事，而且很包容。
	陳粉村	謝謝比較了解我。
海運廳	劉曉軒	謝謝比較了解我。
	陳粉村	謝謝比較了解我。
上翠片皮鴨	陳欣欣	謝謝比較了解我。
	陳欣欣	謝謝比較了解我。
上翠片皮鴨	陳欣欣	謝謝比較了解我。
	陳欣欣	謝謝比較了解我。
上翠片皮鴨	陳欣欣	謝謝比較了解我。
	陳欣欣	謝謝比較了解我。



高雄市政府教育局
建教合作機構
考核一等證明書

青年就業領航計畫



● 參與人數：41人

青年就業旗艦計畫



● 參與人數：5人

大港青年實習媒合計畫



● 參與人數：7人



實習生餐敘



教師公民營

- 主辦單位：高雄餐旅大學附屬餐旅高級中等學校
- 計畫期程：111/7/4~ 7/15 共計10天
- 研習對象：全國高中職餐飲科教師，共計20人
- 見習單位：點心房、福園、宴會廳、翠園、湯包、名人坊、海港、牛排館、鐵板燒

教師公民營是教育部為鼓勵教師赴產業研習以強化教師實務教學經驗，縮短學用落差，並藉由教師與機構交流，協助開發學生就業市場的機制。

漢來美食藉由活動辦理具體展現公司運作及企業精神，透過參與教師的意見回饋，也可作為營運策略調整的參考。

教師回饋

- 業界隨時在變化，產品必須不斷求新求變，教學的內容也一樣，必須不斷做調整，這就是公民營的價值和精神。
- 漢來美食的教育制度非常完善，不會因為是基礎人力，就只是負責倒水、收盤子，好比在我第一次跑菜時，主管就帶著我到櫃台前指導我：「我們要訓練自己，站在這裡看著全部，培養具備一望即知的能力。」
- 感謝漢來美食不只營利，還做了很多社會回饋。讓老師們來業界學習真的是一個善的循環，因為我們來到這裡，看到業界的實際情況和組織規劃，再把經驗帶回去學界，學生就能獲得更多的體悟、減少學用落差，將來也才有更多的人力投入這個行業。
- 在總經理身上我們看到餐飲業的精神，就是貼心、用心和認真，也看到業界很多新的東西，例如師傅對食材的掌握、廚房的衛生管理等，從公民營回去後，我們可以清楚說明工作進行的流程，學生們不再依賴死背，我想這就是公民營想帶給老師的體驗。



關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

5.1人力資源概況

5.2薪酬與福利

5.3勞資溝通與職

場安全照護

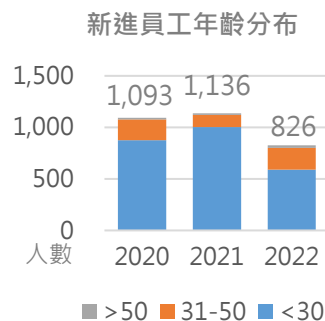
5.4人才培育

附錄

新進及離職員工人數統計

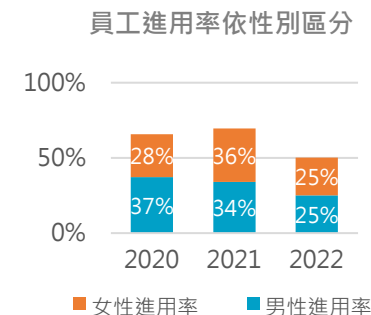
漢來美食2022年新進員工占年底員工總人數50%，較2020年65%及2021年70%減少，主要係受展店時點對人力需求的影響。新進員工依年齡及性別區分如下：

年齡	2020	2021	2022
<30	876	1,003	591
31-50	201	116	210
>50	16	17	25
新進員工合計	1,093	1,136	826
年底員工人數	1,686	1,632	1,647
占比	65%	70%	50%



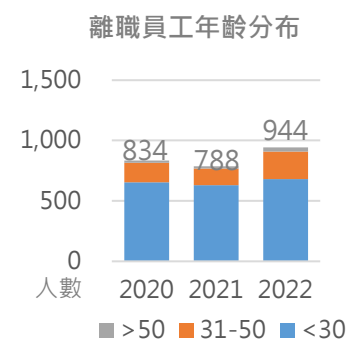
性別	2020	2021	2022
女	463	581	413
男	630	555	413
新進員工合計	1,093	1,136	826
年底員工人數	1,686	1,632	1,647
女性進用率	28%	36%	25%
男性進用率	37%	34%	25%

註：進用率=新進女性或男性員工/當年底員工總人數。

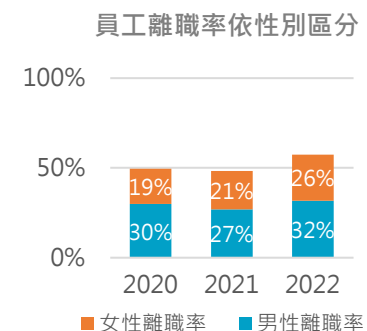


2022年離職人員占在職人數為57%，較2020年49%及2021年48%增加，主要係新冠疫情期間人員流動率較低，且公司為保障員工生計，並未施行裁員減薪政策。另整體流動率普遍受實習生實習及期滿離職返校或回國影響。2022年離職人員中，自願離職者936人，非自願離職者8人，分別占年底員工總人數56.83%及0.48%：

年齡	2020	2021	2022
<30	654	631	680
31-50	161	138	228
>50	19	19	36
離職員工合計	834	788	944
年底員工人數	1,686	1,632	1,647
占比	49%	48%	57%



性別	2020	2021	2022
女	328	348	420
男	506	440	524
離職員工合計	834	788	944
年底員工人數	1,686	1,632	1,647
女性離職率	19%	21%	26%
男性離職率	30%	27%	32%



留才策略及缺工因應策略

在經濟發展與勞工意識抬頭的趨勢下，從事餐飲服務的從業人員流動率極高，加上工時長而招募不易，餐飲相關科系或背景的學生實際從事餐飲服務的意願極低，對需才孔急的餐飲業而言是極為嚴重的問題。漢來美食深知餐飲業的成功除了要有持續的研發、服務品質的堅持外，管理、人才、國際化經驗更是重要的策略資產。良好的企業文化及健全的福利制度更是留才的關鍵。漢來美食多年來已建立完整的人力資源體系，留才策略並朝工作與生活平衡、團隊企業文化深耕等多元方案進行。

留才策略

實習留任 員工回任	薪資福利	晉升盤點	教育訓練	工作與 生活平衡	團隊企業 文化深耕
- 實習生餐敘 - 實習生畢業留任 - 留職停薪 - 離職面談 - 離職人員資料庫	- 各職級級距調整 - 派任/職務加給 - 利潤獎金 - 額外福利	- 盤點人力缺員 - 盤點潛力人員 - 盤點接班名單 - 跨部門晉升 - 儲備人力資料庫	- 外場服務應對 - 內場廚藝研發 - HRD系統學習履歷 - 超前學習獎勵	- 紓壓活動 - 競賽活動 - 海神籃球賽 - 職醫職護臨場服務 - 健檢追蹤	- 年度巡迴計畫 - 團隊共識 - 員工關懷 - 學習成長 - 文化塑型

缺工因應策略

降低 招募困境	提升 招募優勢	簡化作業流程	IT優化 及數位運用
- 強化現場管理 - 降低離職率 - 人力盤點、缺口預測 - 建教合作 - 公部門管道 - 離職員工回任	- 薪資福利 - 獎酬/訓練 - 企業形象 - 風評口碑	- 優質餐巾紙替代口布 - 餐具擺盤簡化 - 廚房設備升級 - 菜單設計優化 - 外包OEM	- APP訂位訂餐 - 平板手機點餐 - 機器人帶位送餐卸餐 - 行動支付 - BI商業智慧系統管理 - SRM智能物流管理



關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

5.1人力資源概況

5.2薪酬與福利

5.3勞資溝通與職

場安全照護

5.4人才培育

附錄

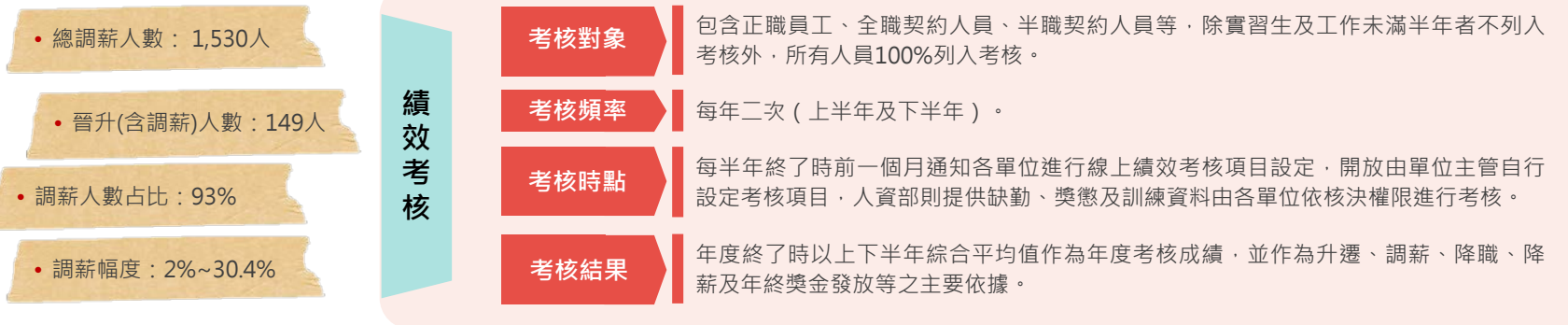
5.2 薪酬與福利

GRI：2-21、201-3、401-2、401-3、404-3

漢來美食已建立完整的人力資源體系，包括完整的新資獎金制度、透明流暢的升遷管道、完整紮實的教育訓練規劃、及各項員工福利，讓優秀、有企圖心的同仁擁有寬廣的發展空間，共同肩負公司之發展。

5.2.1 員工薪資概況

漢來美食以優於勞基法的條件敘薪，內部並建立績效考核制度，每半年對員工進行一次績效考核，考核結果連結公司經營績效後，會合理反映在個別薪資、獎金及酬勞，給予員工實質的利潤回饋。2022年除配合勞基法調整薪資結構及提高薪資級距，並依考核結果調薪。



漢來美食近3年經會計師檢視及核算，非擔任主管職務之全時員工薪資平均數及薪資中位數結果如表，薪資平均數及中位數主要受本業績達成及獎金發放變動影響。

餐飲業業績自2020年以來即受COVID-19疫情影響下滑，2021年更受三級警戒禁止內用衝擊，2022年則面對與疫情共存的陣痛，近3年營業損益分別為淨利161,936千元、淨損66,227千元及淨利29,429千元。惟為配合穩定就業政策，本公司透過部分補助充實營運，甚至持續調整員工薪資獎金，達到不裁員、不減薪、積極保障員工生計的成果。

非擔任主管職全時員工	2020	2021	2022	近兩年差異
平均人數(人)	1,317	1,272	1,333	61 ↑
薪資平均數(千元)	518	524	550	26 ↑
薪資中位數(千元)	422	447	462	15 ↑

註1：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。

註2：所稱「非擔任主管職務之全時員工」，係指企業全體受僱員工扣除擔任主管職務者及部分工時員工。

2022年度總薪酬比率資訊如右表，總薪酬係彙總主管職人員年度薪資、職務加給、離職金各種獎金、獎勵金、車馬費、特支費、各種津貼、宿舍、配車等實物提供及其他報酬金額。

2022年度薪酬最高個人之年度總薪酬為員工薪資中位數之826%；薪酬最高個人之年度總薪酬增加率為員工薪資中位數增加率之447%。

項目	計算基礎	2022
年度總薪酬比率	$\frac{\text{薪酬最高個人(A)之年度總薪酬}}{\text{所有員工(不含A)之年度總薪酬中位數}}$	826%
年度總薪酬變化比率	$\frac{\text{薪酬最高個人(A)之年度總薪酬增加百分比}}{\text{所有員工(不含A)之年度總薪酬中位數增加百分比}}$	447%

5.2.2 員工福利措施

漢來美食每月固定從營業額提撥部分金額作為全職員工（不含兼職人員）福利之用。



法定福利
勞保、健保、勞工退休金及退休制度、留職停薪（含育嬰留停）、家庭照顧假、產假或陪產假、生理假。



福利活動、禮金(獎金)
▶制服及免費送洗服務。
▶三節禮金(券)及生日餐飲禮券。
▶員工旅遊。
▶員工用餐及購物優惠。
▶StayFun福利平台優惠活動。



安全健康
▶依勞基法災害補償規定辦理致死亡、殘廢、傷害或疾病等職業災害損害。
▶以人才培育政策提升專業能力。
▶提供員工急難救助。
▶員工餐廳方便、衛生、營養的免費餐點。
▶員工團體保險（含人壽、醫療、意外）。
▶員工健康檢查。
▶哺集乳室提供產後員工良好哺乳環境。
▶員工關懷與諮商輔導。



權益維護
▶成立職工福利委員會統籌辦理員工各項福利措施。
▶編制職安室及醫護室推動員工職業安全衛生管理及維護。
▶定期辦理勞資會議促進勞資關係和諧。
▶員工育嬰留職停薪申請。

5.2.3 退休制度

漢來美食舊制勞工退休金係依勞動基準法規定提撥退休準備金，每年年底委請精算師精算，確保退休準備金準備充足，並在符合法令及員工權益前提下，由員工自請退休或公司依法進行強制退休之作業；新制勞工退休金係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，按月提撥同仁每月工資6%至勞工退休金帳戶，並依退休金條例之規定辦理退休相關事宜。

項目	2020	2021	2022
淨確定福利負債(千元)	35,945	35,785	31,297
確定提撥計畫(千元)	39,246	40,386	43,278

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

5.1人力資源概況

5.2薪酬與福利

5.3勞資溝通與職場安全照護

5.4人才培育

附錄

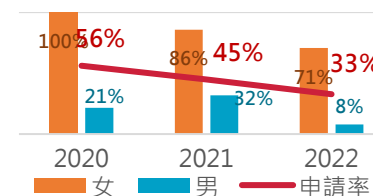
5.2.4 育嬰留停

漢來美食落實育嬰留停，使同仁可以兼顧工作與家庭。

育嬰留停	2020			2021			2022		
	女	男	合計	女	男	合計	女	男	合計
享有育嬰留停資格人數	11	14	25	7	22	29	17	26	43
申請育嬰留停人數	11	3	14	6	7	13	12	2	14
應復職人數(A)	5	2	7	3	1	4	3	1	4
實際復職人數(B)	3	1	4	1	1	2	2	0	2
育嬰留職期滿復職率(B/A)	60%	50%	57%	33%	100%	50%	67%	0%	50%
復職後12個月仍在職人數(C)	5	0	5	3	1	4	1	1	2
復職週年留任率(C/前一年B)	100%	0%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

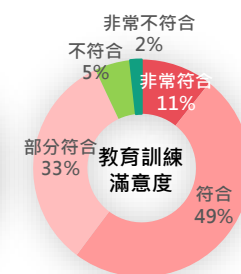
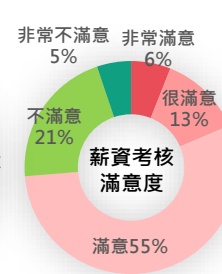
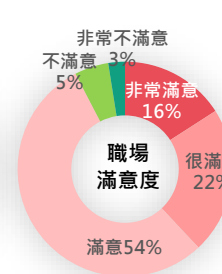
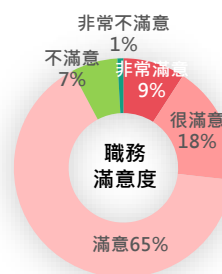
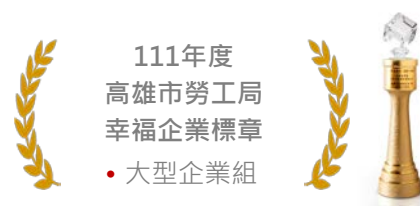
註：享有育嬰留停資格人數為提出申請產假及陪產假之人數。

育嬰留停申請率



- 近3年申請率在33%~56%間；其中女性在71%~100%間；男性在8%~21%間，申請率下降主係男性申請率下降所致。
- 近3年復職率在50%~57%間。
- 近3年留任率為100%。

5.2.5 員工滿意度調查



為提供員工一個滿意的工作環境，漢來美食2022年針對職務滿意度、職場滿意度、薪資考核滿意度、教育訓練滿意度及餐食福利滿意度等5個面向發出1,359份員工滿意度調查問卷，透過問卷了解員工需求並建立溝通管道。員工滿意度調查結果總計回收1,256份有效問卷(回收率92%)，大部分面向整體滿意度達90%以上；薪資考核滿意度達74%，顯示員工多表認同，未來人資部將考量區域消費水平及人力招募等因素予以修正。漢來美食2022年獲選高雄市勞工局幸福企業/大型企業組標章，評選依據包含「工資及福利」、「工時及休假」、「性平及友善職場」、「企業社會責任」4大評比，由50多家企業經資格篩選、專家學者評分及1萬4887位民眾網路票選，最後產生12家幸福企業。主辦單位高雄市勞工局希望透過表揚活動豎立標竿，讓更多事業單位見賢思齊，共同致力於營造職場勞動條件、工作環境及勞資關係優於法令的友善職場。

5.3 勞資溝通與職場安全照護

GRI：2-23、403-1、403-2、403-3、403-4、403-5、403-6、403-7、403-8、403-9、406-1

漢來美食為善盡企業社會責任，保障全體同仁、客戶及利害關係人的基本人權，遵循《聯合國世界人權宣言》、《聯合國全球盟約》及《聯合國國際勞動組織》等國際人權公約所揭櫫的原則與精神，制定人權政策及具體管理方案，適用於所屬各級單位，有尊嚴地對待員工、客戶，以落實對國際公認基本人權的尊重，包括關懷弱勢族群、消除僱傭與就業歧視等，並恪守公司所在地的勞動相關法規，持續提升與改善人權相關議題之管理。



人權政策	提供公平的工作環境	致力維護薪資與升遷機會等管理機制的公平性，確保同仁不因社經地位、年齡、婚姻、家庭狀況、語言、宗教、黨派、國籍、容貌、五官、身心障礙等，遭受任何歧視、騷擾或任何不公平之對待。
	保障及關心弱勢族群	支持身心障礙人士就業，提供相對之工作機會。善盡社會責任，每年辦理慈善活動關心弱勢族群。
	建構健康安全職場	為避免潛在的健康安全風險，定期檢視員工健康安全，並遵守相關規定。透過解決已識別的事故、人身傷害或健康風險，提供安全、健康、具生產力的工作場所，並依辨識結果進行改善計畫。
	建立勞資協商機制	建立溝通管道，並定期召開勞資會議確保勞資雙方權益。
	資訊安全及隱私保護	為充分保障員工、客戶及所有利害關係人的隱私權，建置完善的資訊安全管理機制並遵循嚴格的管控規範與防護措施。

具體管理方案	職場安全	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措施，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。
	健康照護	漢來美食視全體員工身體健康為公司重要資產，為使員工的健康照護完臻妥善，設置醫護室並特約職病科專科醫師及專任職護辦理臨場健康服務，針對健康檢查異常員工進行關懷、照護及追蹤管理。
	申訴管道及處理機制	漢來美食於官網設置意見表達信箱hshr.dept@hilai-foods.com及申訴檢舉信箱audit@hilai-foods.com，由專人依事件性質轉相關單位處理，並妥善保護檢舉人；內部並建立「職場暴力通報/申訴單」及「職場暴力追蹤調查表」預防及矯正職場暴力行為。

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

5.1人力資源概況

5.2薪酬與福利

5.3勞資溝通與職

場安全照護

5.4人才培育

附錄



- 評估/溝通管道及減緩措施：
 - 1) 每季勞資會議
 - 2) 漢來美食工作規則及人權政策
 - 3) 出勤管理
 - 4) 異常工作負荷促發疾病預防計畫



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，2022年勞資會議決議及事項包含：

2022/3/1	2022/5/30	2022/8/29	2022/11/29
• 勞動法規新制上路宣導 • 產檢假、陪產假/育嬰留停 • 家庭照顧假/失業給付	• 特休遞延管理 (含年度結清及展延規定)	• 兼職人員排班方式 (遵照一例一休規定)	• 112年四週變形工時及 休假天數 • 基本工資調整說明



- 評估/溝通管道及減緩措施：
 - 1) 申訴專線
 - 2) 漢來美食人權政策
 - 3) 每月擴大推廣會議_實習生工作概況報告
 - 4) 預防職場不法侵害教育訓練

七、本公司職場暴力諮詢、申訴管道：
申訴專線電話：07-2135788 #7022/ 7302/7382
申訴專用信箱設置於：24F 員工餐廳公佈欄下方
訴專用電子信箱：hshr.dept@hilai-foods.com

2022年職場不法侵害預防教育訓練		
• 新進員工	771人	398小時

預防職場不法侵害課程已列入新進員工必要完成課程內容及在職員工每年職業安全衛生教育訓練，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。

- 2022年內部職場暴力申訴案件共3件，包含言語暴力2件、性騷擾1件，經通報總公司職安室後，均已進行調查並協調溝通及處置，並將處理情形及結果通知申訴人。





• 評估/溝通管道及減緩措施：

職業安全衛生管理系統

- 1) 每季職業安全衛生委員會議
- 2) 定期及不定期職業安全衛生查核
- 3) 定期及不定期職業安全衛生教育訓練
- 4) 每年健康檢查
- 5) 定期健康服務管理
- 6) 不定期健康促進講座及活動
- 7) 職業傷害通報
- 8) 承攬商管理

漢來美食努力打造「安穩工作」、「安心職場」及「安全勞動」之「3安」的工作職場，高雄本館含夢時代餐廳2022年12月15日獲得國際驗證機構台灣檢驗科技(股)公司(SGS)專業稽核團隊審查通過「ISO 45001:2018 職業安全衛生管理系統標準」驗證（效期至2025年12月15日），成為全台第一家獲得驗證的國內大型餐飲集團，後續將每年透過驗證改善追蹤事項，並透過正確的安全工作觀念植入每位員工的心中並成為日常，實踐企業ESG永續目標。

漢來美食建構的職業安全及健康照護體系，係由職安室依職業安全衛生管理辦法12-1條及「職業安全衛生管理規章」，每年編定「職業安全衛生管理計畫」進行職業安全衛生管理，適用全台營運範圍內符合職業安全衛生法定義之所有工作者，並視法令現況及公司運作情形不定期更新。2020年參加衛生局辦理之健康職場認證計畫獲得健康啟動標章（效期至2023年12月31日）；2021年獲得健康促進標章（效期至2024年12月31日），持續向績優健康職場邁進。

每季職業安全衛生委員會議

- 漢來美食依「職業安全衛生管理辦法」第 11 條規定，由勞資共同組成正式的職業安全衛生委員會。
- 2022年委員中工作者層級共43人；董事長（雇主）為主任委員，總經理為副主任委員，每季召開職業安全衛生委員會議，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。



項目	2020	2021	2022
委員會總人數	45	45	43
委員會中工作者人數	43	43	41
工作者佔比	96%	96%	95%

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

5.1人力資源概況

5.2薪酬與福利

5.3勞資溝通與職

場安全照護

5.4人才培育

附錄

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

5.1人力資源概況

5.2薪酬與福利

5.3勞資溝通與職

場安全照護

5.4人才培育

附錄

定期及不定期職業安全衛生查核

- 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8大項目進行查核，依當次缺失情形給予評核，分為三級由優至劣為A、B、C，各等級採行措施如下表，另外針對B、C級嚴重缺失項目列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。2022年全年共11次計55家次餐廳。

定期及不定期職業安全衛生教育訓練

- 為提升從業人員對餐飲相關職業安全衛生敏感度，依法：
 - 對新進人員進行職前安全衛生教育訓練；
 - 對在職人員進行每3年至至少3小時一般安全衛生在職教育訓練並接受考核；
 - 不定期針對高風險危害事項進行教育訓練及宣導。
- 特殊職類如職業安全衛生管理人員、甲種職業安全衛生業務主管、急救及小型鍋爐操作人員等，每年派至勞動部合格訓練機構進行複訓，以維持各種子人員對新修法規之新知及遇緊急狀況時之應變處理能力。



查核項目

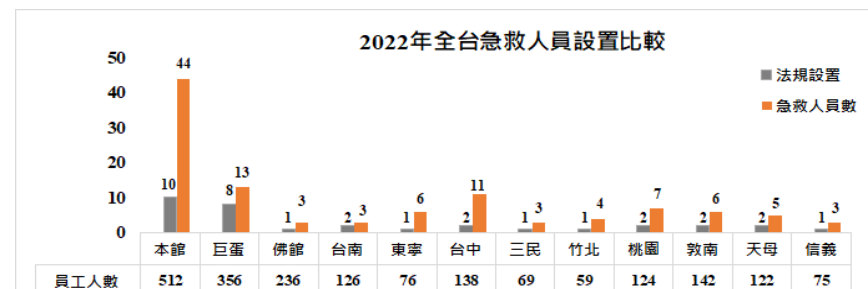
等級

處理措施

1.備查管理	A	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
2.健康管理		
3.教育訓練		
4.自動檢查	B	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
5.化學品管理		
6.工作環境安全衛生管理	C	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設備，並增加查核頻率
7.承攬商管理		
8.消防安全		

頻率	對象	類型	場次	人次及時數
定期	新進員工 在職員工	職前教育訓練 一般安全衛生在職教育訓練	29場次	710 人 (841 小時)
不定期	在職員工	職業安全衛生講座 在職人員職場安全教育訓練	15場次	646人 (640.5小時)
年度	特殊職類 人員	職業安全衛生管理人員		複訓共3人
		甲種職業安全衛生業務主管		初訓/複訓共4人
		急救人員		初訓/複訓共24人
		小型鍋爐操作人員		初訓/複訓共3人

上述派訓頻率皆優於法令規定，使各特殊職類員工能夠每年吸收最新專業新知，並回饋於公司及顧客；其中急救人員設置數量優於法令規定之要求，詳細統計如下圖。



每年健康檢查 / 定期健康服務管理 / 不定期健康促進講座及活動

- 為使對員工的健康照護更臻妥善，漢來美食每年定期辦理員工健康檢查，篩選異常者給予健康諮詢並安排複檢，並推行及運作四大計畫，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，由醫護室特約4位職病科專科醫師及3位專任職護辦理臨場健康服務，針對健康檢查異常員工及異常事件進行關懷、照護及追蹤管理。2022年健康照護辦理情形如下：

2022年度健康檢查



• 共1,220人參與

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

2022年度健康管理計畫



• 共175人參與

以we-care健康管理系統及伊克西曼健康管理系統分析員工健康檢查結果，篩選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。

2022年特殊健康檢查



• 共185人參與

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。

2022年臨場健康服務管理



• 共153場次，500件

職護119場次、職醫34場次，總計服務案件500件。對於風險較高員工由職病科醫師進行諮詢，後續由專任職護進行追蹤、訪視及管理，若員工因職醫建議需調整職務或工作內容，則轉由單位主管、職安人員及人資等部門協助辦理。

哺集乳室及衛教諮詢



• 使用86人次

推行職場母性保護計畫，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、專用冰箱，使用時由護理人員陪伴外並提供相關衛教、諮詢，以支持產後同仁心理及生理健康。2022年起並針對懷孕員工以通訊軟體給予即時孕期資訊。

2022年健康促進講座及活動



• 「您不可不知的痠痛解撇步」系列講座共3場，92人次參與



• 「苔球課程」等健康促進活動共6場，208人次參與



2022年邀請外聘講師「您不可不知的痠痛解撇步」系列講座共3場，實作正確肩頸、下背及手指與手腕舒緩方法；及辦理減重一點點，健康多一點、苔球課程、天氣瓶、科技體適能測驗及茶樹抗菌皂&肥皂玩創意等健康促進活動共6場，除以講座及活動增進員工健康知能及提升員工健康生活型態外，並參與衛生福利部辦理之健康職場促進標章認證，以推動並建立健康的工作環境。醫護室每季並編撰「健康新知情報站」，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。

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

5.1人力資源概況

5.2薪酬與福利

5.3勞資溝通與職

場安全照護

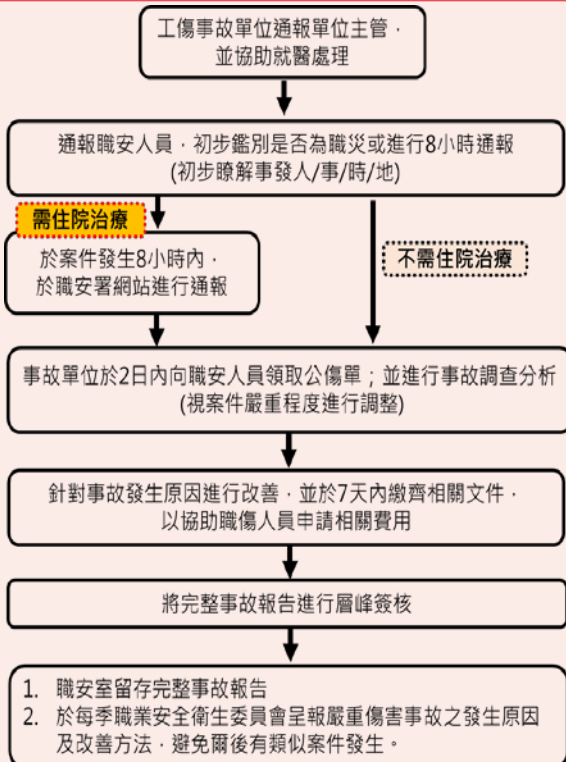
5.4人才培育

附錄

職業傷害通報 / 承攬商管理

- 為職業安全及災害發生時能由下至上快速反應考量，漢來美食制定職業安全衛生工作守則及緊急通報流程及公告於明顯處，以確保工作安全及傷害事故通報順暢，並迅速協助災害發生後防止對策的實施。
- 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協議組織會議並簽訂承攬商駐場施工安全衛生規範。

職業傷害通報流程



施工安全衛生工作守則



2020~2022年辦理之協議組織會議分別有14場、15場及1場。

緊急避難逃生流程



為使全體人員在安全環境及設備下作業，職安室規劃各據點緊急避難逃生流程公告周知，並加裝安全防捲夾防護設備，設備運作並列入職業安全衛生查核項目中，以確保其運作有效性。各勞動場所內有立即發生危險疑慮時，單位主管應依內部職業安全衛生管理規章規定，立即要求停止作業並退避至安全處所；員工也可依工作守則進行緊急應變並注意自身安全。

職業傷害

2022年度漢來美食共有20人因公務受傷，員工除因公務及交通意外受傷外，整年度職傷人數上升，主因為疫情逐漸趨緩，整體營運狀況逐漸轉佳造成人力需求較為2021年增加，但因新進人員對於現場作業較不熟稔，造成工傷情況增加。漢來美食給予員工符合法定標準的工傷假，同時協助員工辦理勞保職災理賠，此外並統計所有受傷人數及時數，以便管理職災工傷情形，並透過職業安全教育與交通安全教育宣導提醒，竭力控管並降低職業災害率。

• 近年工作事故統計

全公司	職業災害		總工作時數	損失工作日數	工傷總數	缺勤總天數	工傷率	缺勤率	損失工作日比
	受傷人數	死亡人數							
2020	12	0	3,172,262	492	12	3,090.56	0.76	1,467.33	31.02
2021	9	0	3,381,524	346	9	4,770.10	0.53	2,347.68	20.46
2022	20	0	3,239,491	463	20	3,429.86	1.23	1,672.68	28.58

2022年工傷類別與改善說明：跌倒4件、碰撞2件、切割4件、燒燙6件、身體不適1件、壓砸傷1件、扭傷1件、墜落1件。

說明：

- 工傷事故種類及嚴重分級的定義，均依職業安全衛生署公告發布內容進行分類。
- 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。
- 缺勤率計算依據為員工因失去勞動能力而缺勤，不限於工作傷害或疾病。不包括經核准的假期，如節慶假日、受訓、產假/陪產假和喪假。
- 損失工作日數指勞動者因職業事故或職業疾病而不能從事日常工作「損失」的時間「日數」。
- 員工職業病的認定係經醫院職業醫學科專業醫生診斷。
- 上表各欄計算公式說明如下，須包含正式與非正式員工：
 1. 工傷率= 工傷總數 / 總工作時數 x 200,000
 2. 總工作時數= 總工作員工數 x 每日工作時數 x 一年實際工作天數
 3. 缺勤率= 總缺勤天數 / 總工作天數 x 200,000
 4. 損失工作日比= 工傷損失天數 / 總工時 * 200,000
- 漢來美食 2020年~2022 年無職業病發生及未有員工及工作者因公死亡之情事。



• 2022年工作事故統計

類別	項目	件數(比率)
工傷事故種類	跌倒	4 (0.25)
	碰撞	2 (0.12)
	切割	4 (0.25)
	燒燙	6 (0.37)
	其他	4 (0.24)
工傷嚴重分級	暫時部分失能	20 (1.23)
	永久部分失能	-
	永久失能	-
	死亡	-
年底員工人數		1,647

關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

5.1人力資源概況

5.2薪酬與福利

5.3勞資溝通與職

場安全照護

5.4人才培育

附錄

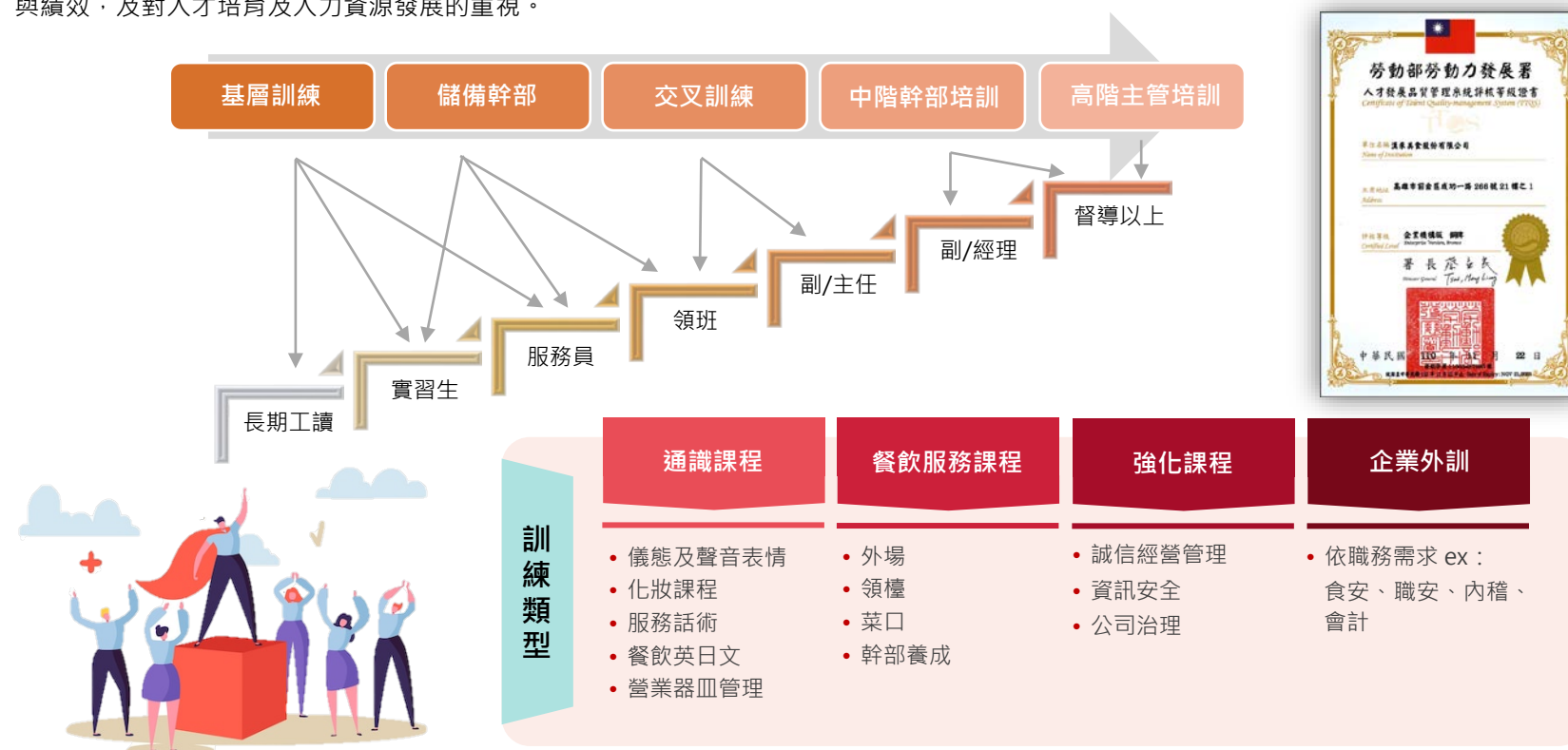
5.4 人才培育

GRI : 2-10、404-1、404-3

5.4.1 培訓理念

漢來美食本著永續經營的理念，為餐飲品牌發展、市場定位及持續擴充新據點的人才需求，以「注入專業優質人才、維持公司服務品質水準，並使幹部層及接班得以傳承延續」作為人才培育計畫之重點，人才培育計畫與接班計畫並列為人資部年度重點工作。

2021年參加勞動部勞動力發展署制定的TTQS人才品質發展系統認證，榮獲企業機構版-銅牌(有效期限至2024年11月21日)，見證本公司辦訓能力與績效，及對人才培育及人力資源發展的重視。



5.4.2 培訓目標

漢來美食各項訓練計畫目的在使參訓人員了解職場相關規定、增加相關專業知識及技能、並得以協助各項事務推展，及建立上承下傳之訓練體制。訓練類型主要分為4類，除內部線上課程外，並透過外聘講師、外派訓練或專案產學合作方式，提升同仁專業能力。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。

2022/9/19.9/26

酒水服務進階課程



2022/8/30

潮菜廚藝分享課程



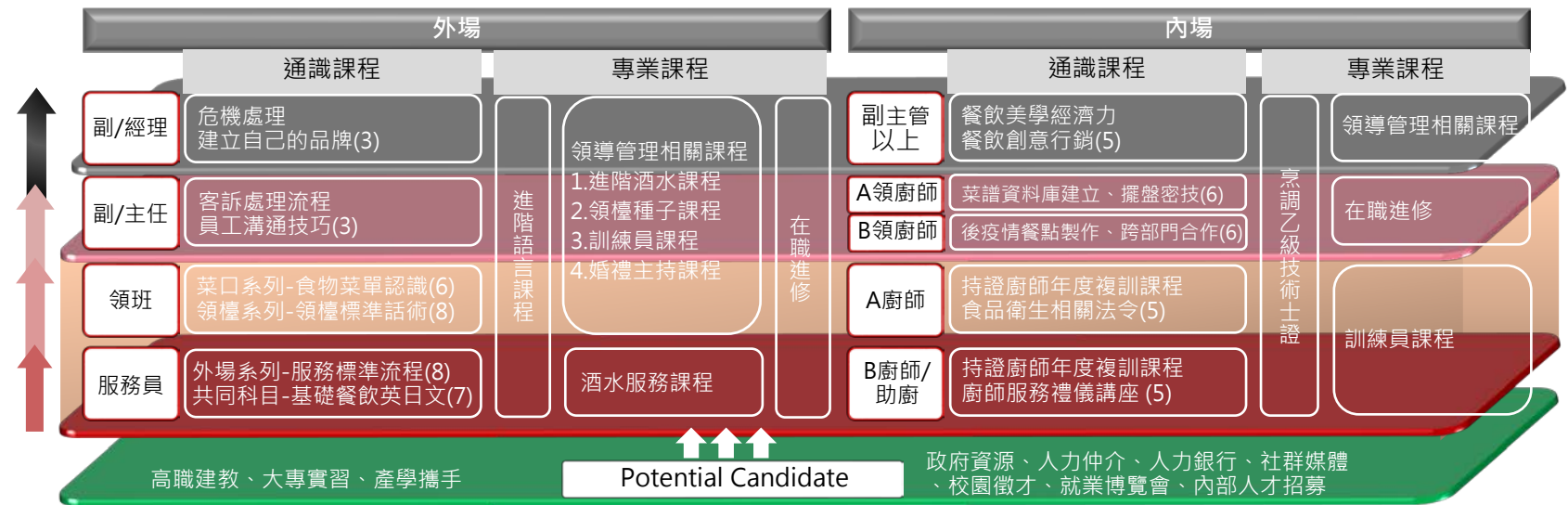
2022/8/22.8/29.9/13

內部講師培訓課程



2022/7/18-8/16

餐飲英文課程



關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

5.1人力資源概況

5.2薪酬與福利

5.3勞資溝通與職

場安全照護

5.4人才培育

附錄

2022年9月，漢來美食全新人力資源發展系統上線，以更優化的數位工具協助公司從營運目標展開人才培訓計劃，員工以e化系統進行學習及職能提升更具便利性，人資單位從方案設計、學習發展到成效評估也更有效率，正向的企業人才訓練與績效發展循環有助於公司培養現在及未來的人才需求，進而即時因應多變的市場挑戰，也持續開創組織營運績效。



系統功能

線上學習

- 手機APP
- 線上直播
- 證照管理
- 線上簽到簽退

訓練課程

- 行動微學習
- 進度追蹤
- 線上問卷
- 儲備人才庫

績效管理

- 誠信經營管理
- 資訊安全
- 公司治理



2022年投入教育總受訓時數8,354小時，平均受訓時數6.17小時；
投入教育訓練經費548千元。

項目	2020				2021			2022		
	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	675	548	主管	9.19	8.61	8.82	6.24	5.96	6.06
總受訓時數 (時)	14,856	8,354	7,548	非主管	9.00	8.65	8.81	6.19	6.19	6.19
平均受訓時數 (時)	8.81	6.17	4.58	平均	9.02	8.64	8.81	6.20	6.15	6.17

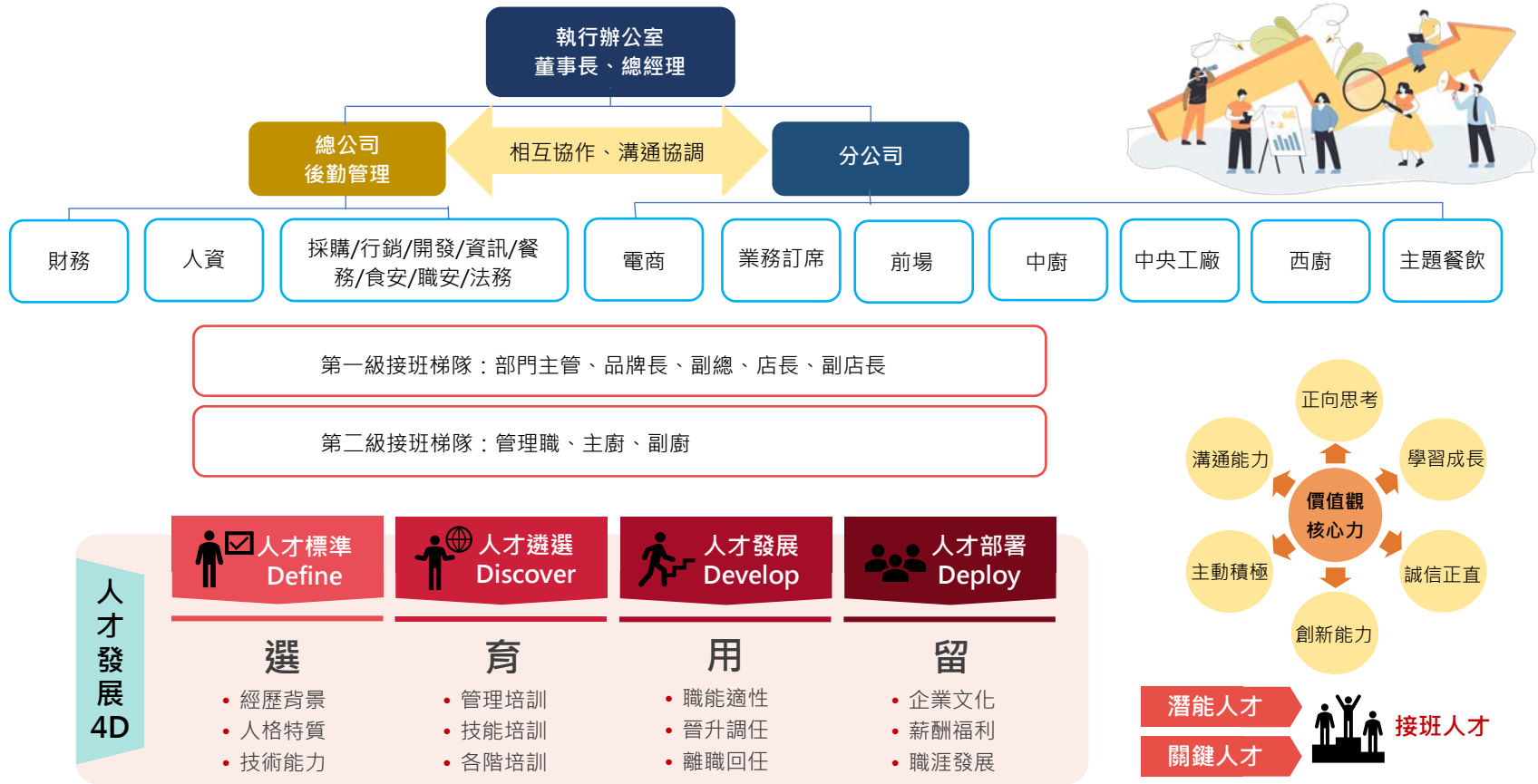
5.4.3 接班規劃

董事會成員之接班規劃

漢來美食董事的選任，係考量董事會整體配置，以達公司運作可持續的均衡發展，並適合本身運作、營運型態及發展需求。公司「董事選任程序」第三條及「公司治理守則」第三章訂有董事多元方針，確保董事成員的多元性，此外董事選舉係採用「候選人提名制度」，要求設定董事會成員組合時應考量整體配置的多元性，包括「基本條件與價值」及「專業知識技能」兩大面向標準，最終並按人選的長處及可為董事會提供的貢獻而作決定。另依「董事會績效評估辦法」規定，每年定期執行相關評估作業，評估結果並作為遴選或提名董事的參考依據。接班規劃以使董事會整體具備適當能力，及達到公司治理的理想目標為目的。

管理階層之接班規劃

漢來美食著重於人才庫的培養及發掘高度潛力的員工，透過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。在規劃接班計畫中，接班人除了具有專業能力及卓越的工作績效表現外，價值觀及核心職能更必須與公司一致。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。此外公司按組織分層配置，各部門設有高階及中階主管，適時培養中階主管作為高階主管的職務代理人。另每半年執行一次員工績效考核(考核機制參見5.2.1員工薪資概況相關說明)，透過平日觀察及績效評估面談，了解員工應加強或改善之處及個人期望，考核結果作為接班人計劃參考依據，並運用HRD數位工具，建構人才發展4D管理。



關於報告書

經營者的話

2022年永續績效

獲獎實績

永續組織與發展

利害關係人溝通

1.誠信永續經營

2.食品安全防護

3.品牌價值提升

4.社會環境友善

5.職場和諧健康

5.1人力資源概況

5.2薪酬與福利

5.3勞資溝通與職

場安全照護

5.4人才培育

附錄

附錄-全球永續性報告指標GRI Standards索引表(1)

GRI1：基礎2021

揭露	描述
GRI 1	本報告書依循 2021 年版 GRI 永續報告準則編製，報告書資訊揭露期間 2022年 1 月 1 日至 12 月 31 日。

GRI2：一般揭露2021

揭露	描述	對應章節	頁碼
GRI 2-1	組織詳細資訊	關於報告書、1.1 公司簡介	3、18
GRI 2-2	組織永續報導中所包含的實體	關於報告書	3
GRI 2-3	報導期間、報導頻率與聯絡人	關於報告書	3
GRI 2-4	資訊重編	無重編情形	
GRI 2-5	外部保證 / 確信	關於報告書	3
GRI 2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	1.1 公司簡介	19
GRI 2-7	員工	1.1 公司簡介、5.1 人力資源概況	18、82
GRI 2-8	非員工工作者	5.1 人力資源概況	82
GRI 2-9	治理結構及組成	永續組織與發展、1.2 公司治理	7-8、24-25
GRI 2-10	最高治理單位的提名與遴選	1.2 公司治理、5.4 人才培育	24-25、101
GRI 2-11	最高治理單位的主席	1.2 公司治理	24-25
GRI 2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	永續組織與發展、1.2 公司治理	7-8、24-25
GRI 2-13	衝擊管理的負責人	永續組織與發展、1.2 公司治理	7-8、24-25
GRI 2-14	最高治理單位於永續報導的角色	永續組織與發展	7-8
GRI 2-15	利益衝突	1.2 公司治理	24-25
GRI 2-16	溝通關鍵重大事件	1.2 公司治理	26

附錄-全球永續性報告指標GRI Standards索引表(2)

GRI2：一般揭露2021

揭露	描述	對應章節	頁碼
GRI 2-17	最高治理單位的群體智識	1.2 公司治理	25
GRI 2-18	最高治理單位的績效評估	1.2 公司治理	26
GRI 2-19	薪酬政策	1.2 公司治理	28
GRI 2-20	薪酬決定的流程	1.2 公司治理	28
GRI 2-21	年度總薪酬比率	5.2 薪酬與福利	89-90
GRI 2-22	永續發展策略的聲明	經營者的話	4
GRI 2-23	政策承諾	1.3 法規遵循、2.1 供應鏈管理、5.3 勞資溝通與職場安全照護	30、39、92
GRI 2-24	納入政策承諾	永續組織與發展、1.3 法規遵循	7-8、30
GRI 2-25	補救負面衝擊的程序	各主題申訴機制	17、38、55、66、81
GRI 2-26	尋求建議與提出疑慮的機制	1.3 法規遵循	30
GRI 2-27	法規遵循	1.3 法規遵循	30
GRI 2-28	公協會的會員資格	1.2 公司治理	29
GRI 2-29	利害關係人議合方針	利害關係人溝通	9-11
GRI 2-30	團體協約	無簽訂團體協約	-

GRI3：重大主題2021

揭露	描述	對應章節	頁碼
GRI 3-1	重大主題決定流程	利害關係人溝通	9-10
GRI 3-2	重大主題清單	利害關係人溝通	10
GRI 3-3	重大主題管理	利害關係人溝通	12-15

附錄-全球永續性報告指標GRI Standards索引表(3)

特定標準揭露

GRI200：經濟面

主題	揭露	描述	對應章節	頁碼
GRI 201 經濟績效 2016	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	1.1 公司簡介、1.5 經濟績效	18、35
	201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	4.3 氣候變遷與能資源管理	74
	201-3	定義福利計劃義務與其他退休計畫	5.2 薪酬與福利	90
	201-4	取自政府之財務補助	1.5 經濟績效	36
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	5.1 人力資源概況	83
GRI 204 採購實務 2016	204-1	來自當地供應商的採購支出比例	2.1 供應鏈管理	39
GRI205 反貪腐 2016	205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	1.3 法規遵循	31

GRI300：環境面

主題	揭露	描述	對應章節	頁碼
GRI 302 能源 2016	302-1	組織內部的能源消耗量	4.3 氣候變遷與能資源管理	75
	302-3	能源密集度	4.3 氣候變遷與能資源管理	75
GRI 305 排放 2016	305-1	直接(範疇一)溫室氣體排放	4.3 氣候變遷與能資源管理	76
	305-2	能源間接(範疇二)溫室氣體排放	4.3 氣候變遷與能資源管理	76
	305-4	溫室氣體排放密集度	4.3 氣候變遷與能資源管理	76

附錄-全球永續性報告指標GRI Standards索引表(4)

特定標準揭露

GRI300：環境面

主題	揭露	描述	對應章節	頁碼
GRI 306 廢棄物 2020	306-1	廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	4.4 廢棄物管理	77-79
	306-2	廢棄物相關顯著衝擊之管理	4.4 廢棄物管理	77-79
	306-3	廢棄物的產生	4.4 廢棄物管理	77-79
GRI308 供應商環境評估 2016	308-1	採用環境標準篩選新供應商	2.1 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	2.1 供應鏈管理	39-41

GRI400：社會面

主題	揭露	描述	對應章節	頁碼
GRI401 勞雇關係 2016	401-1	新進員工和離職員工	5.1 人力資源概況	87
	401-2	提供全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	5.2 薪酬與福利	90
	401-3	育嬰假	5.2 薪酬與福利	91
GRI 403 職業安全衛生 2018	403-1	職業安全衛生管理系統	5.3 勞資溝通與職場安全照護	94-98
	403-2	危害辨識、風險評估及事故調查	5.3 勞資溝通與職場安全照護	94、97-98
	403-3	職業健康服務	5.3 勞資溝通與職場安全照護	96
	403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	5.3 勞資溝通與職場安全照護	93-94
	403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	5.3 勞資溝通與職場安全照護	95
GRI 403 職業安全衛生 2018	403-6	工作者健康促進	5.3 勞資溝通與職場安全照護	96
	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	5.3 勞資溝通與職場安全照護	97

附錄-全球永續性報告指標GRI Standards索引表(5)

特定標準揭露

GRI400：社會面

主題	揭露	描述	對應章節	頁碼
GRI 403 職業安全衛生 2018	403-8	職業安全衛生管理系統所涵蓋之工 作者	5.3 勞資溝通與職場安全照護	94
	403-9	職業傷害	5.3 勞資溝通與職場安全照護	98
GRI 404 訓練與教育 2016	404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	5.4 人才培育	101
	404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	5.2 薪酬與福利、5.4 人才培育	89、102
GRI 405 員工多元化 與平等機會 2016	405-1	治理單位與員工的多元化	1.2 公司治理、5.1 人力資源概況	25、82-83
GRI 406 不歧視 2016	406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	1.2 公司治理、5.3 勞資溝通與職場安全照護	30、93
GRI414 供應商社會評估 2016	414-1	使用社會標準篩選之新供應商	2.1 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	2.1 供應鏈管理	39-41
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	2.2 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	1.3 法規遵循	30
GRI 417 行銷與標示 2016	417-1	產品與服務資訊與標示的要求	2.4 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	1.3 法規遵循	30
	417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	1.3 法規遵循	30
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	3.3 客戶資訊保護	63

附錄-永續會計準則委員會SASB指標索引表

揭露主題	指標代碼	描述	對應章節	頁碼
能源管理	FB-RN-130a.1	(1)總能源消耗 (2)來自電網的比例 (3)來自再生能源的比例	4.3 氣候變遷與能資源管理	75
水管理	FB-RN-140a.1	(1)總取水量 (2)總耗水量以及在高度水資源壓力的區域中取水比例	4.3 氣候變遷與能資源管理	76
食品、包材與廢棄物管理	FB-RN-150a.1	(1)廢棄物總量 (2)食物廢棄物比例 (3)廢棄物再回收、處理比例	4.4 廢棄物管理	77-79
食品安全	FB-RN-250a.1	(1)由食品安全監督機構檢查的餐廳百分比 (2)受到嚴重違規的餐廳比例	2.2 食安及溯源管理	42-52
	FB-RN-250a.2	(1)產品回收的事件數量 (2)產品回收的總數	1.3 法規遵循、2.1 供應鏈管理	30、43-44
勞動實踐	FB-RN-310a.1	(1)自願離職率 (2)非自願離職率	5.1 人力資源概況	87
	FB-RN-310a.3	(1)違反勞動相關法規的損失總金額 (2)違反就業歧視相關法規的損失總金額	本年度無此情事	30
供應鏈管理及食品採購	FB-RN-430a.1	(1)採購符合環境或社會標準的食材比例 (2)採購符合第三方認證的環境或社會標準的食材比例	2.1 供應鏈管理、4.2 環境理念	39、72
餐廳規模	FB-RN-000.A	(1)公司自有及(2)特許經營的餐廳數量	1.1 公司簡介	20
	FB-RN-000.B	(1)公司自有及(2)特許經營的餐廳員工人數	1.1 公司簡介	20

附錄-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	2.2 食安及溯源管理	42-51
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	1.3 法規遵循	30
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	4.2 環境理念	72
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	2.2 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	2.1 供應鏈管理	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有產品之百分比	2.2 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	2.2 食安及溯源管理	48
8	消耗能源總量、外購電力百分比、再生能源使用率	4.3 氣候變遷與能資源管理	75
9	總取水量及總耗水量	4.3 氣候變遷與能資源管理	76
10	售出產品重量、生產設施場所數量	1.1 公司簡介	20

附錄-作業辦法第四條要求加強揭露項目-氣候相關資訊

No.	項目	對應章節	頁碼
1	敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理	4.3 氣候變遷與能資源管理	73-74
2	敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務(短期、中期、長期)	4.3 氣候變遷與能資源管理	73-74
3	敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響	4.3 氣候變遷與能資源管理	73-74
4	敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度	4.3 氣候變遷與能資源管理	73-74
5	若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響	無	-
6	若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標	無	-
7	若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎	無	-
8	若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證(RECs)以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證(RECs)數量	無	-
9	溫室氣體盤查及確信情形	4.3 氣候變遷與能資源管理	76

附錄-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) 2725-9888
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 111 年度永續報告書，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」。

管理階層對永續報告書之責任

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）發布之通用準則、行業準則及主題準則編製永續報告書，且維持與編製永續報告書有關之必要控制，以確保永續報告書所列標的資訊未存有重大不實表達。

會計師對永續報告書執行確信程序之責任

本會計師係依照確信準則 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」規劃及執行有限確信工作，對上開永續報告書所選定之標的資訊（詳附件一）在所有重大方面是否未存有重大不實表達取得確信，並出具有限確信報告。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：

- 取得及閱讀永續報告書；
- 訪談管理階層及相關人員，以瞭解公司編製永續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讀。

獨立性及品質管理遵循聲明

本會計師及所隸屬會計師事務所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，該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、保密及專業行為。此外，本會計師所隸屬會計師事務所遵循品質管理準則 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、專業準則及適用之法令規範相關之政策或程序。

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 111 年度永續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）發布之通用準則、行業準則及主題準則編製而須作修正之情事。

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 方 涵 妮



方涵妮

中 華 民 國 112 年 7 月 31 日

附錄-會計師有限確信報告附件一「確信項目彙總表」

附件一

確信項目彙總表

編號	確信項目（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永續報告書作業辦法」）	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永續報告書作業辦法」第四條第一項附表一之一 編號一	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。	2.2 食安及溯源管理	針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度進行之評估與改進所影響之主要產品類別及百分比。
2	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永續報告書作業辦法」第四條第一項附表一之一 編號二	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。	1.3 法規遵循	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、產品下架次數及下架產品總重量。
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永續報告書作業辦法」第四條第一項附表一之一 編號三	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。	4.2 環境理念	採購具森林管理委員會（FSC）認證、歐盟有機農業認證（ECOCERT）之產品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永續報告書作業辦法」第四條第一項附表一之一 編號四	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。	2.2 食安及溯源管理	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（HACCP、GHP）之廠房所生產產品營收占當年度總營收之百分比。
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永續報告書作業辦法」第四條第一項附表一之一 編號五	對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。	2.1 供應鏈管理	對當年度有交易之供應商進行書面評鑑和實地評鑑之家數及百分比、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永續報告書作業辦法」第四條第一項附表一之一 編號六	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。	2.2 食安及溯源管理	可溯源管理之食材採購金額占所有食材採購金額之百分比。
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永續報告書作業辦法」第四條第一項附表一之一 編號七	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。	2.2 食安及溯源管理	食品安全實驗室設置情形、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。
8	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永續報告書作業辦法」第四條第一項附表一之一 編號八	消耗能源總量、外購電力百分比、再生能源使用率。	4.3 氣候變遷與能源管理	能源（電力、天然氣、液化石油氣、汽油）消耗總量、外購電力百分比及再生能源使用率。

編號	確信項目（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永續報告書作業辦法」）	指標敘述	對應章節	衡量基準
9	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永續報告書作業辦法」第四條第一項附表一之一 編號九	總取水量及總耗水量。	4.3 氣候變遷與能源管理	依取水來源（第三方的水-自來水）之總取水量及總耗水量。
10	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永續報告書作業辦法」第四條第一項附表一之一 編號十	售出產品重量、生產設施場所數量。	1.1 公司簡介	2022 年底餐廳總家數及餐廳總員工人數。

2022

漢來美食永續報告書

Corporate Sustainability Report

