

2023

永續報告書

Sustainability
Report



漢來美食
HI-LAI FOODS

Contents 目錄

關於報告書	3
經營者的話	4
2023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	10

1 誠信永續經營 18

1.1 公司簡介	19
1.2 公司治理	25
1.3 法規遵循	31
1.4 風險管理	34
1.5 經營績效	37

2 食品安全防護 39

2.1 供應鏈管理	40
2.2 食安及溯源管理	46
2.3 顧客健康與安全	56
2.4 產品與服務標示	57

3 品牌價值提升 58

3.1 品牌策略	59
3.2 行銷溝通與顧客滿意	65
3.3 客戶資訊保護	68

4 社會環境友善 70

4.1 關懷社會	71
4.2 環境理念	76
4.3 氣候變遷與能資源管理	80
4.4 廢棄物管理	86

5 職場和諧健康 89

5.1 人力資源概況	90
5.2 薪酬與福利	97
5.3 勞資溝通與職場安全照護	100
5.4 人才培育	107

附錄

GRI指標索引表	111
SASB指標索引表	114
作業辦法第四條要求加強揭露項目	115
會計師有限確信報告	116



— 關於報告書 —

GRI : 2-2、2-3、2-5

漢來美食股份有限公司每年發行永續報告書，本次為第7年發行，報告書揭露漢來美食在永續發展推動的績效表現，並回應利害關係人關注的議題，以及公司對應的發展策略、目標及達成情況。

報告書期間、報告書邊界與範疇

本次報告書資訊揭露期間為2023年1月1日至12月31日。報告書揭露範疇為漢來美食的企業個體，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、人群(包含其人權)等面向之資訊。

撰寫與編輯原則

本報告書依循GRI準則、上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法，並參採SASB準則進行編製。報告書中財務資訊引用自會計師查核後公開之資訊，並以新台幣為計算單位。漢來美食在永續發展的績效表現除揭露於本報告書外，相關資訊亦公開於官網 (<https://www.hilai-foods.com>)。

內部審查

本報告書揭露內容由漢來美食永續發展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，並提報董事會通過。

外部確信

本報告書由勤業眾信聯合會計師事務所依據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」，進行有限等級確信，確信範圍及結論請詳附錄「會計師有限確信報告」(第116頁)。

漢來美食股份有限公司財務部

本次報告發行時間: 2024年8月
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

揮別疫情後的2024年，全球雖然在旅遊、交通和餐飲市場上已快速恢復正常，但也因為烏俄戰爭方興未艾，全球能源緊縮，加上就業市場人力短缺，餐飲業的經營環境依舊處在鬱結未解的情況，剛走過的第一季，台灣市場即面臨食安問題層出不窮的窘境，蘇丹紅、邦克列酸等「食」的危機，一再造成餐飲市場的動盪不安，但身為資本市場的一員，我們負有更重大的社會使命。

漢來美食一向在食材溯源及扶植在地小農上不遺餘力，透過採購人員定期走訪產地及訪廠，目前大約有60家優質廠商及農家的合作，並每年持續增加。此外，為落實食材永續及推動綠色消費，本公司將於2024年加入AMOT台灣農業跨領域發展協會食材溯源餐廳的評鑑，希望能夠透過此評鑑，展現本公司對於維護地球生態發展的決心和對ESG工作的重視。



董事長

林淑婷

歷經10年的籌備和建構歷程，台北漢來大飯店終於在2023年10月正式對外營業，漢來美食在飯店內設立的大型宴會廳、島語自助餐廳、東方樓頂級粵菜餐廳，以及大廳酒廊和日日烘焙坊，都已開始營運。其中升級版的新品牌「島語自助餐廳」因一餐檯一餐飲的獨特性和新鮮豐富的頂級食材廣受好評，開業以來幾乎天天客滿、一位難求；而本公司在中菜市場深耕多年，對食材和菜品同樣本著高規格要求，使得旗下中菜品牌包括台北漢來大飯店中的新品牌東方樓，得以在深受饕客喜愛之餘穩定成長。為持續擴大消費客層，新品牌「溜溜」酸菜魚專賣店在2022年因應而生且快速展店，至今已有4家分店，成為公司近年來主力拓展的品牌之一，也成功吸引年輕客層的關注。

近年來漢來美食除了拓展新的品牌，也沒有忽略民眾受疫情影響衍生的外送外賣和採購冷凍食品需求，持續投入電商產品和通路的開發，已為公司開拓出一條穩定且可以持續成長的第二曲線。而屬於漢來美食與顧客溝通的數位工具「來美食APP」，是漢來美食投入數位轉型的重大變革，歷時一年半多的經營，目前會員數已經達到40餘萬人。「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，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。

展望2024年，將會是餐飲業充滿機會和突破的一年，人力短缺、能源及物價不斷上漲，在在都在考驗著經營者的耐力和智慧，但我們相信透過精準的市場佈局和品牌產品的研發，我們將在永續發展的道路上，不斷向前邁進。

2023年永續績效



誠信永續經營

- 榮獲「2023第16屆TCSA 台灣企業永續獎」永續報告書金獎。
- 第10屆公司治理評鑑90.88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，2023年並配合法令修訂關係人交易管理辦法及公司治理實務守則。
- 2023年營收49.18億成長30.92%，優於餐飲業年增率18.79%；稅後淨利3.21億元，成長1.5倍；市占率0.48%為近5年新高。



食品安全防護

- 2023年參與「經濟部建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫」，建置「雲端採購管理系統」及「供應鏈BI儀表板」，推動永續性的公共採購流程。
- 持續支持在地優質食材，推廣永續食材、採購國際認證產品及投入包裝綠能概念。
- 持續以供應商管理、食安查驗及餐廳評鑑落實食品安全衛生管理。2023年漢來蔬食榮獲綠·蔬食評鑑指南二星餐廳，及綠色餐飲指南有機友善食材運用獎。



品牌價值提升

- 台北漢來大飯店2023年10月開幕試營運，開出升級版新品牌「島語自助餐廳」及「東方樓」，提供消費者不同產品及定位的品牌選擇。
- 福園、紅陶上海湯包榮登2023年米其林入選餐廳。
- 漢來海港榮獲網路溫度計2023年網路口碑之星共享運具類策略卓越獎。
- 持續投入數位轉型，2023年數據共享計畫並獲經濟部商業發展署遴選為數位轉型最佳廠商代表。



社會環境友善

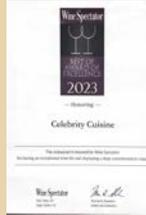
- 台北漢來大飯店建築案經共同投入，取得綠建築及智慧建築雙標章。
- 與高市圖合作「走讀在地好美味」活動，帶給民眾深入的文化饗宴。
- 響應社會創新產品及服務採購，獲經濟部中小及新創企業署 Buying Power參獎。
- 使用集保eNotice平台，支持政府政策響應全球減碳趨勢。
- 持續 ISO14064-1 盤查推動，完成158人次253小時教育訓練。



職場和諧健康

- 高雄本館含夢時代餐廳第2年通過ISO45001驗證。
- 榮獲職安署2023年「企業永續報告公開職業健康與安全指標主動評比」績優企業。
- 2023年榮獲勞動部勞動力發展署TTQS人才品質發展系統企業機構版銅牌。
- 榮獲 1111 人力銀行 2023幸福企業票選金獎。
- 響應「2024 TALENT, in Taiwan，台灣人才永續行動聯盟」，為每一位工作人創造更好的未來。

獲獎實績

<p>第19屆國家品牌玉山獎 最佳人氣品牌獎</p> <p>名人坊高級粵菜</p> 	<p>2023米其林指南 入選餐廳</p> <p>福園台菜餐廳 紅陶上海湯包</p> 	<p>2023經濟部 當代台菜餐廳</p> <p>福園台菜餐廳</p> 	<p>綠·蔬食評鑑指南 二星餐廳</p> <p>漢來蔬食</p> 	<p>2023綠色餐飲指南 有機友善食材運用獎</p> <p>漢來蔬食</p> 
<p>2023酒單評鑑大賞 卓越之最獎</p> <p>世貿名人坊</p> 	<p>2023美旗林 最佳餐廳</p> <p>焰 牛排館</p> 	<p>網路口碑之星 策略卓越獎</p> <p>漢來海港 自助餐廳</p> 	<p>勞動部職安署 主動評比</p> <p>績優企業</p> 	<p>勞動力發展署 TTQS認證</p> <p>企業機構版 銅牌</p> 
<p>經濟部中小企業署 Buying Power採購獎</p> <p>參獎</p> 	<p>1111人力銀行 2023幸福企業票選</p> <p>金獎</p> 	<p>ISO45001 職業安全衛生 管理系統 驗證通過</p> 	<p>2023TCSA 台灣企業永續獎 永續報告書金級 連續5年獲獎</p> 	<p>第10屆 公司治理評鑑 上櫃公司第2級距</p> <p>第6年參與</p>

2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023

<p>第13屆國家品牌玉山獎 最佳人氣品牌獎 --> 海港自助餐廳</p>	<p>IPO</p>	<p>第5屆公司治理評鑑 第2級距</p>	<p>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</p>	<p>第13屆TCSA 銅獎 第7屆公司治理評鑑 第2級距</p>	<p>第14屆TCSA 銀獎 第8屆公司治理評鑑 第1級距</p>	<p>第15屆TCSA 銅獎 第9屆公司治理評鑑 第2級距</p>	<p>第16屆TCSA 金獎 第10屆公司治理評鑑 第2級距</p>	<p>第19屆國家品牌玉山獎 最佳人氣品牌獎 --> 名人坊高級粵菜</p>
--	------------	---------------------------	--	---	---	---	--	---

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產品，進而造就滿意的客戶及滿意的股東；「綠色友善」能節省碳足跡及發展在地健康農業，進而提升消費者食的安全。

經營理念

漢來美食是以服務為主的企業，「讓客人開心，是我們最大的榮幸」，對公司來說，「以人為本」是經營理念，也是扶持企業站穩和成長的關鍵。所以公司的經營策略規劃，都必須考量「人」的因素，想盡辦法將員工照顧好、把顧客服務好、把公司經營好並與利害關係人共好，讓服務內化為企業文化的DNA，透過「以人為本」的管理思維，樹立永續發展的重要根基。



誠信經營



創新研發

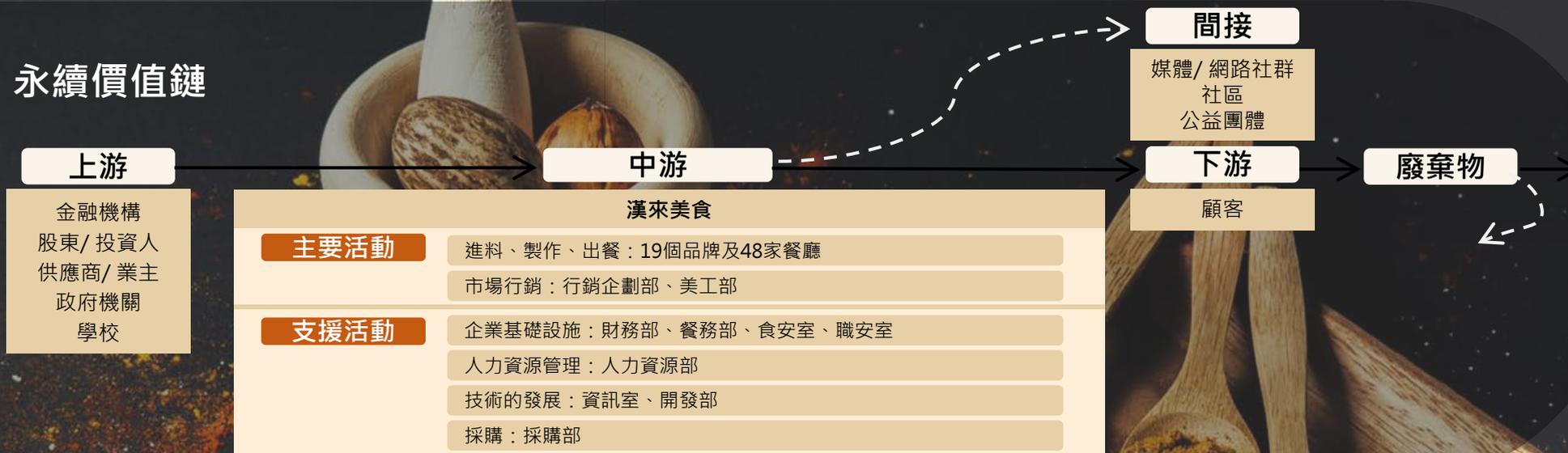


共好共享



綠色友善

永續價值鏈



永續發展組織架構

漢來美食訂有「永續發展實務守則」，2018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，各部門依職掌進行功能分組，負責永續發展政策及目標的推動與執行。統籌組每月在內部經營管理會議說明永續工作計畫、執行情形及相關法令更新，並依排程於董事會進行ESG永續報告，由董事會負責督導，必要時並向委員會提出建議進行調整。



永續發展政策及管理方針

1. 誠信永續經營

落實公司治理，對外遵守法規要求，對內依循公司管理制度，以誠信經營及穩健的營運績效作為企業永續的根本。



2. 食品安全防護

重視採購管理與供應商管理，力求以品質優良的供應鏈提高競爭優勢，達成永續經營。食品安全從採購、驗收、運送至處理及存放，全面完整規範。



3. 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。



4. 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，營運管理致力於節省能源及廢棄物減量、落實綠色採購，並號召供應商共同響應永續行動。



5. 職場和諧健康

本著勞資和諧的理念雙向溝通，制定人權政策，致力於打造 DEI 職場。同時重視職場安全衛生，以完整的職安照護體系建立安心職場。



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，鑑別頻率兩年一次，2022年執行情形說明如下：



歸納回應主題

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。2022年重大議題與2021年比較，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。2023年度採用2022年的鑑別結果，針對確認的重大議題與利害關係人進行溝通，並持續關注重大議題管理的完善狀況。

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

註：■字體顏色指2022年新增之重大議題



利害關係人問卷結果12項+高階問卷增加1項= 共**13**項重大議題

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情形如下：



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。

主要關注議題

- 店面環境管理
- 顧客健康與營養
- 企業形象

回應章節

- 2. 食品安全防護
- 3. 品牌價值提升

溝通管道/頻率

- 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

溝通實績

- ✓ 來美食APP結帳集點自動派發問卷並以抽獎提高回饋率。
- ✓ 2023年各品牌客戶滿意度介於82%~96%。



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。

主要關注議題

- 食品安全與品質管理
- 企業形象
- 行銷溝通與顧客滿意

回應章節

- 2. 食品安全防護
- 3. 品牌價值提升
- 5. 職場和諧健康

溝通管道/頻率

- 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

溝通實績

- ✓ 2023年投入教育訓練總時數11,193小時，平均受訓時數6.62小時；投入教育訓練經費997千元。
- ✓ 2023年舉辦8場健康促進講座；159件場臨場健康服務管理。
- ✓ 1111人力銀行2023幸福企業票選金獎。



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。

主要關注議題

- 食品安全與品質管理
- 顧客健康與營養
- 客戶隱私保護

回應章節

- 1. 誠信永續經營
- 2. 食品安全防護
- 3. 品牌價值提升

溝通管道/頻率

- 投資人服務信箱 / 每日
- 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

溝通實績

- ✓ 2023年5月24日召開股東常會。
- ✓ 公告申報、年報、永續報告書於時限內上傳公開資訊觀測站及官網。



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。

主要關注議題

- 食品安全與品質管理
- 顧客健康與營養
- 產品與服務標示

回應章節

- 2. 食品安全防護

溝通管道/頻率

- 廠商評核或實地訪廠 / 每年
- 廠商提供檢驗資料 / 每批進貨
- 工程協調會 / 各案場每周2次
- 雙方專責人員溝通 / 不定期

溝通實績

- ✓ 2023年書面評核958家。
- ✓ 2023年實地訪廠35家。
- ✓ 2023年廠商提供檢驗資料464份、輸入許可證20份。



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。

主要關注議題

- 顧客健康與營養
- 法規遵循
- 經濟績效及策略

回應章節

- 1.誠信永續經營
- 2.食品安全防護
- 4.社會環境友善

溝通管道/頻率

- 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、電話洽詢 / 不定期
- 說明會 / 不定期

溝通實績

- ✓ 2023年第10屆公司治理評鑑為上櫃公司第二級距。
- ✓ 2023年TCOA永續報告書金級。
- ✓ 2023年裁罰事件均已啟動處理機制並結案。



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。

主要關注議題

- 店面環境管理
- 顧客健康與營養
- 企業形象

回應章節

- 1.誠信永續經營
- 2.食品安全防護
- 4.社會環境友善

溝通管道/頻率

- 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

溝通實績

- ✓ 漢來海港榮獲網路溫度計2023網路口碑之星策略卓越獎。
- ✓ 溜溜酸菜魚榮獲網路溫度計評選全台10大熱門酸菜魚第二名。



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。

主要關注議題

- 當地及責任採購
- 顧客健康與營養

回應章節

- 1.誠信永續經營
- 2.食品安全防護
- 4.社會環境友善

溝通管道/頻率

- 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

溝通實績

- ✓ 2023年度合作學校涵蓋北中南全台共計47家。
- ✓ 2023年共辦理就業宣導53場、學校參訪13場及協同教學17場。
- ✓ 實習生招募半年一次，2023年共新進246人。



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。

主要關注議題

- 當地及責任採購
- 顧客健康與營養

回應章節

- 4.社會環境友善
- 5.職場和諧健康

溝通管道/頻率

- 溝通會議 / 不定期
- 社區關懷 / 不定期
- 活動舉辦 / 不定期

溝通實績

- ✓ 2023年2~4月響應觀光局演唱會季活動提供餐飲優惠。
- ✓ 2023年贊助10所學校校園徵才及餐會活動、2地社區里民活動及捐助AED給在地單位。



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。

主要關注議題

- 廢棄物管理
- 職場安全與健康促進

回應章節

- 4.社會環境友善
- 5.職場和諧健康

溝通管道/頻率

- 慈善餐會 / 每年
- 愛心捐款 / 不定期

溝通實績

- ✓ 第3年與高市圖合作閱讀公益，2023年現金捐贈30萬元。
- ✓ 第4年與喜憨兒合作送愛到部落計畫，2023年物資捐贈48萬元。
- ✓ 第3年贊助高雄海神職業籃球隊，2023年行銷贊助229萬元。

重大議題對應GRI Standards主題 有關重大議題對應GRI主題、關鍵衝擊之風險與機會、對應SDGs、衝擊邊界、對應永續發展政策及回應章節。

重大議題	對應GRI主題	關鍵衝擊之風險/機會	對應SDGs	重大議題衝擊邊界			管理方針 對應章節
				上游	漢來美食	下游、間接	
治理面	企業形象	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	  	金融機構 股東/投資人	公司 員工	顧客 媒體/社群 公益團體	1.2 公司治理 3.2 行銷溝通 與顧客滿意 4.1 關懷社會
	法規遵循	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	 	金融機構 政府機關 股東/投資人	公司 員工	顧客 媒體/社群	1.3 法規遵循
	經濟績效與策略	<ul style="list-style-type: none"> 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。 		金融機構 股東/投資人	公司 員工	-	1.1 公司簡介 1.5 經營績效
社會面	職場安全與健康促進	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	   	政府機關 股東/投資人	公司 員工	顧客 媒體/社群	5.3 勞資溝通與 職場安全照護
	人才培訓與留任	<ul style="list-style-type: none"> 人才培育會影響公司維持服務品質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，建立上承下傳的體制。 	  	股東/投資人	公司 員工	顧客	5.1 人力資源概況 5.4 人才培育
	人才招募與薪資福利	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	  	政府機關 股東/投資人 學校	公司 員工	社區	5.1 人力資源概況 5.2 薪酬與福利

重大議題對應GRI Standards主題 有關重大議題對應GRI主題、關鍵衝擊之風險與機會、對應SDGs、衝擊邊界、對應永續發展政策及回應章節。

重大議題	對應GRI主題	關鍵衝擊之風險/機會	對應SDGs	重大議題衝擊邊界			管理方針 對應章節	
				上游	漢來美食	下游、間接		
環境面	食品安全與品質管理	GRI416 顧客健康與安全	<ul style="list-style-type: none"> 重大食安問題違反法規將遭致行政處分；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。 	    	政府機關 股東/投資人 供應商/業主	公司 員工	顧客 媒體/社群	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
	顧客健康與營養	GRI416 顧客健康與安全	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	 	政府機關 供應商/業主	公司 員工	顧客 媒體/社群	2.2 食安及溯源管理 2.3 顧客健康與安全
	客戶隱私保護	GRI418 客戶隱私	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	 	政府機關 股東/投資人	公司 員工	顧客 媒體/社群	3.3 客戶資訊保護
	產品與服務標示	GRI417 行銷與標示	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	 	政府機關 股東/投資人 供應商/業主	公司 員工	顧客 媒體/社群	2.3 顧客健康與安全 2.4 產品與服務標示
	產品與服務創新	GRI 2 一般揭露	<ul style="list-style-type: none"> 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。 		股東/投資人	公司 員工	顧客	3.1 品牌策略
	店面環境管理	GRI302能源 GRI305排放 GRI306廢棄物 GRI416顧客健康與安全	<ul style="list-style-type: none"> 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。 	     	政府機關 股東/投資人 供應商/業主	公司 員工	顧客 媒體/社群 社區	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
	行銷溝通與顧客滿意	GRI 2 一般揭露	<ul style="list-style-type: none"> 餐飲服務是一種體驗式的服務，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。 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。 	 	股東/投資人	公司 員工	顧客 媒體/社群	3.1 品牌策略 3.2 行銷溝通與顧客滿意

永續發展目標規劃 重大議題對應漢來美食永續發展目標、2023年執行情形及短中長期規劃，2023年底並將2024年目標提報董事會。

	重大議題	GRI主題	重要性及永續發展策略	2023年達成情形	短期目標	中長期規劃
治理面	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，對應漢來美食的誠信永續經營政策，目標為以評鑑精進治理成果。	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 第10屆公司治理評鑑獲上櫃公司第二級距。 ✓ 第16屆TCSA永續報告書金級。 	<ul style="list-style-type: none"> • 2024年公司治理評鑑結果維持上櫃公司第二級距以上。 • 逐年增加外部評鑑參與項目。 	<ul style="list-style-type: none"> • 透過不同評比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	落實法規遵循有利營運穩定，避免遭致行政處分或司法判決；違反法規則影響企業形象也造成社會負面影響。對應漢來美食的誠信永續經營政策，目標為推動零裁罰與法遵承諾。	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 辦理2023年內控自評及法令遵循評估。 ✓ 內部稽核、食安、職安、餐務均完成2023年度查核計畫執行。 	<ul style="list-style-type: none"> • 2024年法規遵循以零裁罰為目標。 • 持續透過稽核檢核法規遵循情形，並以查核報告作為評估結果依據。 	<ul style="list-style-type: none"> • 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營運正向發展。對應漢來美食的誠信永續經營政策，目標為以穩定獲利的營運績效回應股東的期待。	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2023年稅後淨利3.21億元。 ✓ 2023年按月按季完成財務資訊公告申報。 	<ul style="list-style-type: none"> • 2024年營收獲利以年度預算為目標。 • 以專注研發、外帶外賣、發展電商、數位轉型作為營運策略。 	<ul style="list-style-type: none"> • 以積極穩健的展店計畫、維持競爭力建立市場區隔。
社會面	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。對應漢來美食的職場和諧健康政策，目標為建構完整的職業安全衛生及健康照護體系，打造安心職場。	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2023年高雄本館含夢時代餐廳，第二年通過「ISO 45001：2018 職業安全衛生管理系統標準」SGS驗證。 ✓ 2023年獲選職安署「企業永續報告公開職業健康與安全指標主動評比」績優企業。 	<ul style="list-style-type: none"> • 2024年工傷率低於0.84。 • 2024年ISO45001驗證通過。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。 	<ul style="list-style-type: none"> • 打造安全健康職場，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。對應漢來美食的職場和諧健康政策，目標為注入專業優質人才、維持公司服務品質水準，並使幹部層及接班得以傳承延續。	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2023年榮獲勞動部勞動力發展署TTQS企業機構版銅牌。 ✓ 2023年在全新HRD系統的輔助下，以更優化的數位工具提升員工學習的便利性及人資部門的辦訓效率。 ✓ 2023年底女性員工占比為47%；女性主管占比為33%。 ✓ 2023年聘用身心障礙員工23人，近5年均超額進用。 	<ul style="list-style-type: none"> • 2024年員工離職率低於51%。 • 2024年人資數位轉型專案規劃人臉辨識系統、人力資源BI及HRD二階功能，預計將職務說明書、績效指標、職涯地圖及職能等系統化，並將結合BI落實人力資源盤點。 • 持續員工多元化任用政策。 	<ul style="list-style-type: none"> • 留才策略朝工作與生活平衡、團隊企業文化深耕等多元方案創造吸引力，以健全的福利制度及良好的企業文化作為留才關鍵。 • 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。對應漢來美食的職場和諧健康政策，目標為本著勞資和諧的理念建立良好互動及雙向溝通的機制，打造性別平等、人才充足及人員穩定的工作環境。	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2023年獲選1111人力銀行幸福企業票選金獎。 ✓ 2023年非主管職平均薪資數較上年度提升14%。 ✓ 2023年合作學校涵蓋北中南共計47家，新進實習生246人。 	<ul style="list-style-type: none"> • 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。 	<ul style="list-style-type: none"> • 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。

永續發展目標規劃 重大議題對應漢來美食永續發展目標、2023年執行情形及短中長期規劃，2023年底並將2024年目標提報董事會。

重大議題	GRI主題	重要性及永續發展策略	2023年執行情形	短期目標	中長期規劃	
環境面	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。對應漢來美食的食品安全防護政策，目標為落實產品追溯追蹤管理，並提升供應商對永續發展的共同重視及遵守。	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 漢來蔬食2023年獲得「綠蔬食評鑑指南二星餐廳」及「綠色餐飲指南有機友善食材運用獎」。 ✓ 2023年自主及委外檢驗共執行1,285批次，品質異常有92次，合格率为93%。 ✓ 2023年可溯源管理品項採購金額占所有原物料採購總額99%。 	<ul style="list-style-type: none"> • 2024年訂定強化食安管理新政策落實執行。 • 2024年申請加入AMOT食材溯源餐廳及環保餐廳的評鑑。 • 2024年可溯源管理品項採購金額占99%以上；供應商訪廠30家以上。 	<ul style="list-style-type: none"> • 以產銷履歷的保證系統讓消費者吃得放心，並持續朝節省碳足跡、發展在地健康農業，進而提升消費者食的安全的目標前進。 • 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。 	
	顧客健康與營養	GRI416 顧客健康與安全				
	客戶隱私保護	GRI418 客戶隱私	客戶隱私保護是企業應盡的義務，也直接影響企業誠信。對應漢來美食的品牌價值提升政策，目標為確保客戶隱私和資料的安全性。	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2023年申請加入中華民國資訊軟體協會成立的資安長聯誼會，加強資安情資分享及互動交流。 ✓ 2023年未有顧客隱私受損情事。 	<ul style="list-style-type: none"> • 2024年規劃導入ISO270001，以達到系統性檢驗組織資安風險，並設計全面的控管建置及程序。 • 2024年規劃第三方安檢，完成弱點修補及追蹤管理。 	<ul style="list-style-type: none"> • 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。
	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。對應漢來美食的食品安全防護政策，目標為符合法令規範以維護顧客權益。	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 產品銷售依食品標示申請流程SOP辦理。 ✓ 自製產品由廚師確實填寫食品生產內容物分析表。 	<ul style="list-style-type: none"> • 落實遵循食品標示規定。 	<ul style="list-style-type: none"> • 提供消費者正確的標示及清楚的選擇依據。
	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。對應漢來美食的品牌價值提升政策，目標為以多元品牌計畫及菜色研發維持競爭優勢。	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2023年10月開出升級版新品牌「島語自助餐廳」及「東方樓」。 ✓ 2023年導入品牌會員雲端服務優化計畫。 	<ul style="list-style-type: none"> • 2024年米其林評鑑/綠色友善餐廳評鑑/綠蔬食評鑑一項以上獲獎。 	<ul style="list-style-type: none"> • 樹立同業無法超越的廚藝技能與創意理念，使餐飲技術層次居於領導地位。
	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。對應漢來美食的社會環境友善政策，目標為透過評鑑實踐公司「綠色友善」的核心價值，透過盤查發掘能資源使用減量空間，及透過管理及資源化達成廢棄物減量。	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2023年HACCP餐廳營收占比上升至25.89%。 ✓ 2023年共39家餐廳獲得優良餐廳評核標章，取得比率85%，營收占比72%。 ✓ 2023年食安查核次數共25次計46家，查核涵蓋率94%，查核結果無嚴重違規餐廳。 	<ul style="list-style-type: none"> • 2024年優良餐廳取得比率89%以上。 • 2024年食安查核涵蓋率99%以上。 • 2024年完成全台餐廳碳盤查。 • 2024年每千元營業額廢食用油量、廚餘量及用水量不高於2023年。 	<ul style="list-style-type: none"> • 透過盤查設定設備汰換及能資源使用管理目標，降低溫室氣體排放及改善環境。 • 提升廢棄物減量管理成果並規劃更具資源化效益的處理方式。
	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，對應漢來美食的品牌價值提升政策，目標為以數位工具維持競爭優勢。	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 溜溜酸菜魚榮獲2023年網路溫度計「全台10大熱門酸菜魚」第二名。 ✓ 漢來海港榮獲網路溫度計2023年網路口碑之星策略卓越獎。 ✓ 2023年品牌會員雲端服務優化計畫增加線上購物、線上支付、優惠券發送/兌換/轉贈、消費互動遊戲及線上問卷等功能。 	<ul style="list-style-type: none"> • 2024年APP會員數達50萬。 • 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。 	<ul style="list-style-type: none"> • 強化顧客溝通及客戶服務品質。 • 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。



PART ONE

1

誠信永續經營

管理方針 漢來美食落實公司治理，對外遵守法規要求，對內依循公司管理制度，以誠信經營及穩健的營運績效作為企業永續的根本。

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

1.1 公司簡介

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

漢來美食股份有限公司 (TPEX:1268) 成立於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。漢來美食出自五星級飯店餐飲事業體系，以提供優質餐飲服務為企業理念，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。

漢來美食總部位在臺灣，2023年旗下共19個品牌（18個自有品牌及1個代理品牌），海內外共50家餐廳。其中台灣直營48家（自營43家，員工1,523人；代理米其林一星品牌「名人坊」高級粵菜5家，員工167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。

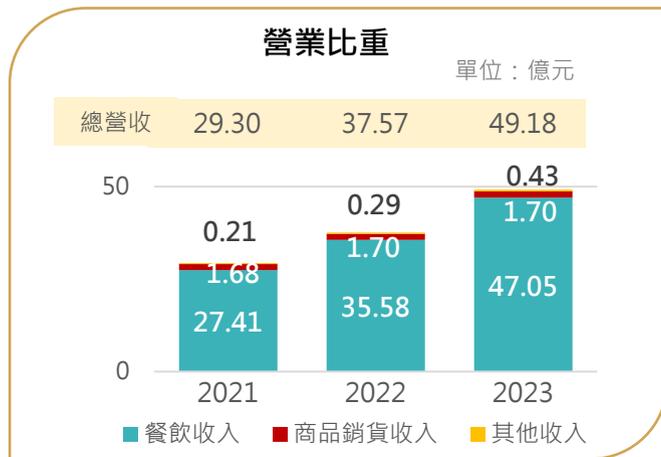
漢來美食股份有限公司 (股票代碼：1268，簡稱：漢來美食)

📍 總部位置	台灣 (高雄市前金區成功一路266號21樓之1)
👥 員工人數	1,690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422,237仟元
🏠 總餐廳數	50家 (含台灣自營43家及代理5家；上海授權2家)



主要產品及服務

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。2023年台灣餐飲市場進入後疫情時代，漢來美食全年服務來客數5,254千人，創造銷貨收入49.18億元，其中餐飲收入為47.05億元（占總營收之96%）。



台灣餐飲業營業額近10年成長率超過一倍，2020年~2022年間受新冠肺炎疫情干擾，營業額連續兩年度大幅下滑，2023年疫後消費力道強勢反彈，營業額首次突破兆元大關達到1.02兆，較2022年增加18.79%，其中餐館類更首次突破8,000億大關。

餐飲業自2022年以來即同時面臨了營業成本、食材、人事及租金等成本上升的困境，是以業者陸續以調價、推出外帶外送、開發電商平台將點餐數位化等經營策略因應市場變化。2024年第一季以來，台灣市場更接連爆出食安議題。展望未來，生態友善、綠色減碳、包裝減量等永續議題將更受到消費者重視，帶動消費風氣轉向重視餐飲品質的提升，同時考驗業者接軌ESG的企業永續力。



品牌介紹

● 中式餐食：



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。



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。



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



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。



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。



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！



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。

●中式餐食：



東方樓
(1家)

由五星級飯店主廚團隊帶領，以數十年精深的廚藝，幻化食材成珍饈。在日以繼夜的爐火中，傳承並賦予創新面貌。每個走進東方樓的賓客，必定細細品味而至念念不忘。



五梅先生
MAY SENSEI
五梅先生
(線上品牌)

「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。

●西式餐食：



漢來海港餐廳
(7家)

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。



島語
(1家)

島語連結在地頂級食材，精心搜羅各色當令風味，青翠鮮活、芳郁有味，讓食材原味真味盡顯，從土地到味蕾，連結和共鳴。



焗
FLAMMA STEAK HOUSE
牛排館
(1家)

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。



鐵板燒餐廳
(1家)

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。



PAVO餐·酒館
(1家)

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。

● 日式餐食：



日本料理弁慶
(1家)

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。

● 烘焙：



糕餅小舖 / 日日
烘焙坊(2家)

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。

● 禮品類：



野生烏魚子禮盒、年節禮盒、雞汁燕窩禮盒、蔬食健康烹、XO醬、臘味禮盒、蘿蔔糕、各式餅乾、手工蛋捲禮盒、手工巧克力、國宴旺來酥、水晶餅、牛軋糖、漢來情月月餅、漢來龍王粽、漢來八寶狀元粽、端粽大禮包、鮑參翅養生雞、極品佛跳牆等各式禮盒。

● 飲品：



大廳酒廊/café
(4家)

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。

● 宴會：



國際宴會廳
(3家)

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，為台灣首屈一指的五星級宴會場地。

● 宅美食：

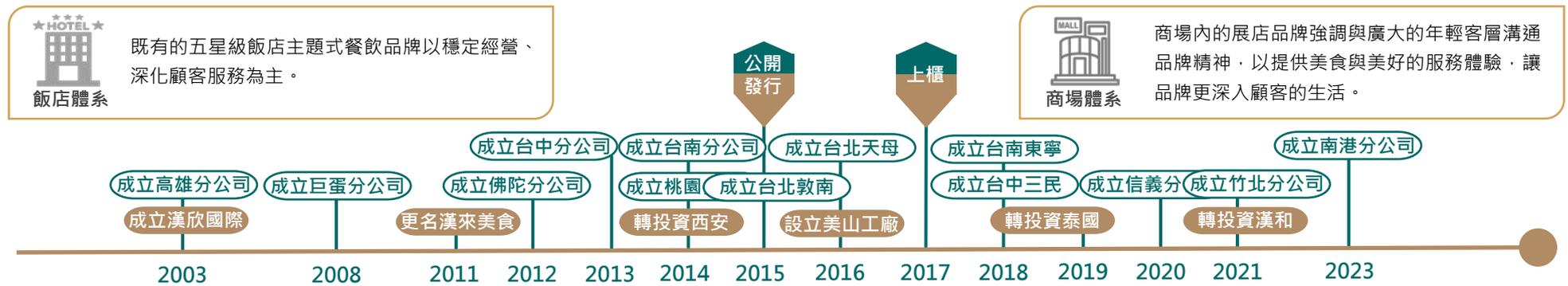


冷凍食品：豬腳禮盒、獅子頭、滷肉豆腐、海鮮羹等。
常溫食品：來拌麵(乾拌麵)、黑豆煎餅(點心類)、雙蔥餅(點心類)等

漢來美食經歷疫情期間的各種階段，從禁止大型集會、禁止內用到逐步開放與疫情共存，不斷調整步伐與節奏。對應市場的快速變化，短期布局從開發常溫及冷凍商品到發展外賣外帶；中長期為投入新品牌的研發，陸續開出上菜片皮鴨專賣店和溜溜酸菜魚專賣店，2023年10月台北漢來飯店開幕，漢來美食更開出升級版品牌餐廳等共5家餐廳。疫情教會我們一件事：快速、改變是常態，公司經營要更有彈性、快速應變。

營運據點及展店策略

漢來美食事業群主力品牌屬於高投入、高營收、高獲利餐飲品牌，年輕外食族則大多習慣在商場消費平價餐飲，是以經營策略發展出五星級飯店體系及百貨購物中心體系兩種不同路線。展店策略以品牌多角化發展出發，並以核心競爭力及市場對位持續催生新品牌。漢來美食擁有堅強的廚藝研發團隊，可以從眾多餐系中選擇精準的產品、發展出一套展店模式。



台北漢來大飯店在2023年10月正式對外營業，漢來美食在飯店內一次開出大型宴會廳、島語自助餐廳、東方樓頂級粵菜餐廳，以及大廳酒廊和日日烘焙坊；而為持續擴大消費客層，新品牌「溜溜」酸菜魚專賣店在2022年因應而生且快速展店，成為公司近年來主力拓展的品牌之一，也成功吸引年輕客層的關注。未來的展店佈局將以「輕資產、單一品項、簡化流程、掌握關鍵調味」為發展品牌的重要策略，除了飯店及商場體系，考量街邊店彈性大、營業時間不受限制、更容易深入社區與家庭，街邊店展店也會同步併行。

漢來美食的展店策略為多品牌經營，以舊店改裝提升品牌價值，並以創新研發催生升級版品牌或新品牌。同時依獲利達成情形評估是否退場。2023年拓展店及退場情形如下：

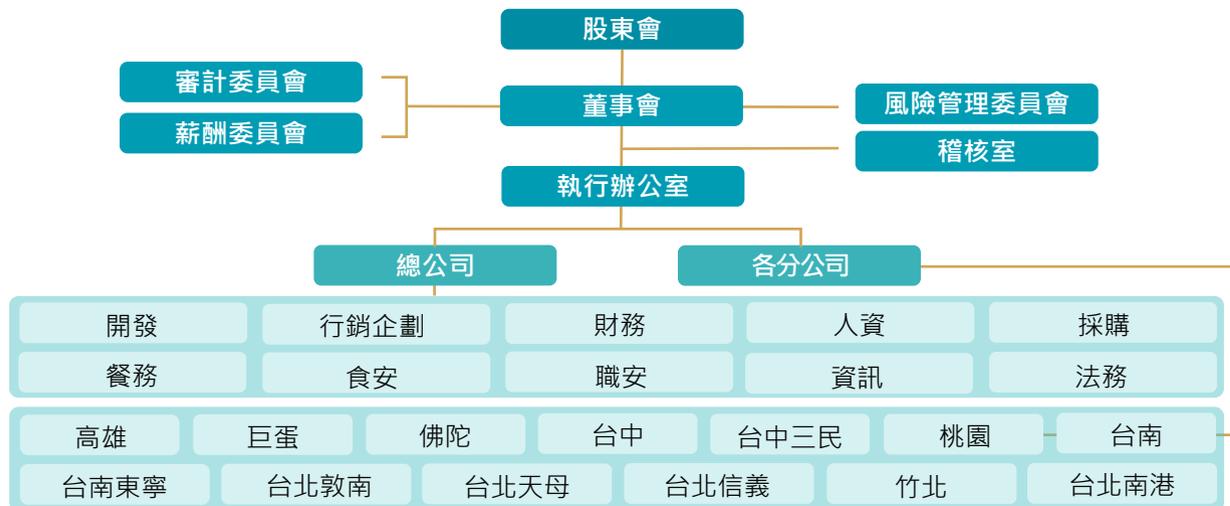
- 升級版品牌：島語1家、東方樓1家。
- 拓展店：台北南港大廳酒廊1家、日日烘焙坊1家、台北南港宴會廳1家、溜溜酸菜魚2家(含1家街邊店)。
- 退場：安那居1家、五梅先生2家(轉線上品牌)、天母名人坊1家(受商場終止營業影響)。

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

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。此外持續響應政府推動公司治理的政策，在股東會運作及資訊揭露上採行新制如：董事選舉採候選人提名制、股東會採行電子投票及議案逐案表決、逐案揭露，並逐年增加股東會開會資料英文版、提升年報及永續報告書等公開資訊內容等，以強化公司治理並維護股東權益；2023年並採用集保eNotice平台，讓股東享受更便捷、高效率的股務數位服務，並響應全球減碳趨勢。

組織架構



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、環境和和人群衝擊主題。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。

董事會運作情形

漢來美食董事具備豐富的產業經驗，每位成員均擁有執行職務所需之知識、技能及素養，透過參與董事會持續推動公司營運及治理的成效。

其中獨立董事於提名、選任時及任職期間，均由公司治理主管定期檢視其專業性及獨立性，確認符合相關法令規章規範並向董事會報告；2023年底最高治理單位(董事會)主席賴宗成董事長並未兼任其他部門的高階管理職位。

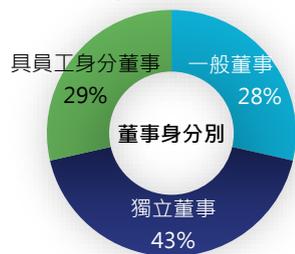
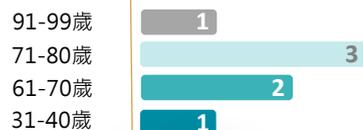
董事對於董事會會議事項，與其自身有利害關係時，在討論及表決時均予以迴避，相關迴避情形請參閱公司112年度年報【3.4.1.董事會運作情形資訊(2)董事對利害關係議案迴避之執行情形】。

年報



董事會	2021	2022	2023
開會次數	8次	6次	7次
出席率(%)	91	90	96

董事年齡(人數)



姓名	職稱	國籍	年齡	任期	主要學經歷	兼任其他公發公司獨董家數	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		61~70	5~10	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	0	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		61~70	5~10	國揚實業 總經理 漢來飯店 董事 東南技術學院休閒管理系	0	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：侯淳湧	董事會/董事		31~40	5~10	漢齊科技 董事長 漢來飯店 董事 加拿大皇家大學企管碩士	0	侯淳湧董事為企管專業，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營運策略。
陳肇隆	董事會/董事		71~80	<5	高雄長庚紀念醫院 院長 醱基生醫公司 董事長 高雄醫學大學醫學士	3	陳肇隆董事為醫界翹楚，擔任金融業獨董及生醫公司負責人，對餐飲相關新興傳染病或食媒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		91~99	5~10	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	0	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		71~80	5~10	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	3	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		71~80	5~10	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	0	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。2023年董事會重要決議事項如下：

更多資訊請參閱官網
永續發展/公司治理/董事會議/董事會重要決議



1. 通過向非關係人購買新北市汐止區之不動產交易案。
2. 通過設立「漢來美食股份有限公司台北南港分公司」案。
3. 通過修訂「股東會議事規則」、「風險管理政策與程序」、「公司治理實務守則」、「關係企業相互間財務業務相關作業規範」、「內部控制制度」、「內部稽核實施細則」等案。
4. 通過訂定庫藏股註銷減資基準日案。
5. 通過設立「漢來美食股份有限公司台北南港分公司」案。

6. 通過本公司品牌總經理/副總經理任命案。
7. 通過本公司對關係人捐贈案。
8. 通過本公司各季財務報告案。
9. 按季進行溫室氣體盤查執行進度報告。
10. 針對永續發展推動、訂定指標目標、利害關係人溝通、智慧財產權管理及實施情形、資通安全管理及實施情形，及風險辨識及對應策略等項目進行報告。

董事會績效評估

漢來美食為落實公司治理及提升董事會功能，制訂「董事會績效評估辦法」，於每年第一次召開之董事會，報告前一年度董事會、功能性委員會及董事評鑑結果，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。2023年績效評估結果於2024年2月29日提報董事會，並在第一季結束前向主管機關完成申報。

董事會整體績效評估

5大構面共45題 評估結果(平均)

1. 對公司營運之參與程度(共12題)	4.92
2. 董事會決策品質(共12題)	5.00
3. 董事會組成與結構(共7題)	5.00
4. 董事之選任及持續進修(共7題)	5.00
5. 內部控制(共7題)	5.00

個別董事成員績效評估

6大構面共23題 評估結果(平均)

1. 公司目標與任務之掌握(共3題)	5.00
2. 董事職責認知(共3題)	5.00
3. 對公司營運之參與程度(共8題)	4.93
4. 內部關係經營與溝通(共3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

- 董事會
- 功能性委員會
- 個別董事成員

- 董事會內部自評
- 功能性委員會內部自評
- 個別董事成員自評



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)。

董事進修情形

漢來美食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。2023年全體董事均符合續任者至少6小時的進修時數規定，並依規定期限完成相關申報。

功能性委員會



審計委員會

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	2021			2022			2023		
		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
召集人	陳順天	7	0	100%	6	0	100%	7	0	100%
委員	陳棠	6	1	86%	3	3	50%	7	0	100%
委員	謝騰隆	7	0	100%	6	0	100%	7	0	100%

最近3年全體委員親自出席率平均分別為95%、83%及100%。

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



薪酬委員會

漢來美食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	2021			2022			2023		
		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
召集人	謝騰隆	4	0	100%	3	0	100%	3	0	100%
委員	陳棠	3	1	75%	2	1	67%	3	0	100%
委員	陳順天	4	0	100%	3	0	100%	3	0	100%

最近3年全體委員親自出席率平均分別為92%、89%及100%。

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



風險管理委員會

漢來美食為落實公司治理並健全風險管理制度，2020年12月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	2021			2022			2023		
		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
召集人	陳棠	0	1	0%	0	1	0%	1	0	100%
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%	1	0	100%
委員	劉子銘				1	0	100%	1	0	100%

薪酬政策及薪酬決定流程

董事酬金

本公司獨立董事支領固定報酬，一般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。

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

經理人酬金包含薪資、獎金及員工酬勞等。其中獎金及酬勞係按績效貢獻度由薪資報酬委員會提案，經董事會討論通過後施行。績效貢獻度包含提報董事會的永續發展年度目標，依職掌歸屬各單位經理人並檢視執行成效。

績效貢獻度
「績效考核暨考評辦法」
評核結果

- 業績達成率(工作績效)
- 利潤達成率(貢獻度)
- 計劃執行力(含永續發展年度目標執行成效)
- 跨部門溝通能力
- 管理能力

內部稽核

漢來美食設置稽核室，配置專職稽核人員1名，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。

2023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 > 審計委員討論及決議前，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

公司治理主管設置及進修情形

漢來美食為提升公司治理，2020年12月經董事會決議通過公司治理主管委任案，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，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。公司治理主管2023年進修總時數為24小時。



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	主要活動	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、維護並提昇台灣專業西廚之價值與專業服務水準，並推廣負責的台灣餐飲文化與深層的烹飪系統知識，藉此總體性地提升國民餐飲文化及培育優秀專業餐飲人才，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、2-25、2-26、2-27、205-2、406-1、416-2、417-2、417-3 | SASB : FB-RN-250a.2、FB-RN-310a.3

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，除內部宣導、稽核室查核、每年由各單位依權責執行法令遵循自評外，並配置法務人員預防及處理法律爭議案件，另聘任法律顧問進行諮詢。2023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/法規情事。

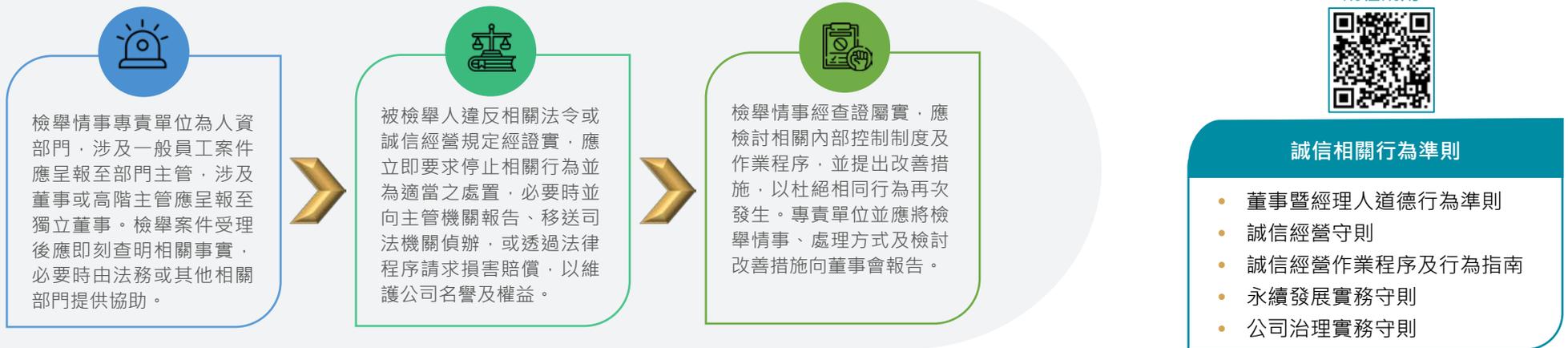
地區	裁罰日期	裁罰事由	違反法規條文	裁罰金額	開罰單位	改善措施
台北市	2023.05.25	延長工作時間超過法令規定。 延長工作時間未依規定加給工資。	勞動基準法第32條第2項 勞動基準法第24條第1項	10萬元	台北市政府 勞動局	除在會議宣導各單位作業務必遵守法令規定外，並研擬以資訊作業進行異常工時通報之管控。2024年度並啟動人臉辨識系統導入專案，改善工時管理情形。
台北市	2023.10.02	通道等未保持安全狀態或防跌等預防措施。 未施以必要安全衛生教育及訓練。	職業安全衛生設施規則第21條 職業安全衛生法第6條第1項第13款 職業安全衛生教育訓練規則第17條第1項 職業安全衛生法第32條第1項	6萬元	台北市政府 勞動檢查處	1.洗滌區洗衣機修復，地板並增設塑膠止滑墊。 2.洗滌區防滑設施檢討列入2024專案改善評估。 3.相關人員除離職者外2024/4已完成教育訓練。
高雄市	2023.05.24	事業單位勞動場所發生災害之罹災人數在一人以上，且需住院治療之職業災害時，雇主未於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	-	高雄市政府	1.完成補通報及職災申報。 2.改善職災通報機制，所有店內或交通事故發生第一時間須通報主管及職安單位，並著手事故分析調查。
台南市	2023.06.05	未為所屬勞工辦理投保、退保手續； 投保薪資金額以多報少或以少報多， 或未於期限內通知月投保薪資之調整。	勞工職業災害保險及保護法第12條 勞工職業災害保險及保護法第17條	4萬元	勞動部 勞工保險局	責成用人單位主管落實員工入職投保，並透過會議加強宣達員工保險權益及保障；另依部分工時薪資設算及調整投保級距，據以改善投保情形。
高雄市	2023.10.17	來拌麵椒麻醬香(五辛素)產品內容物標示未依照生產使用量由多至少排序及全展開。	食品安全衛生管理法第22條第1項第2款	3萬元	高雄市政府 衛生局	不符法規之商品全數銷毀，並更新產品內容物排序，重新生產。

商業道德與誠信經營推動實績

漢來美食本著廉潔、透明及負責的經營理念，制訂防範利益衝突的誠信相關行為準則，並配合最新法令隨時修訂，2023年修訂包括關係人相互間財務業務相關作業規範、關係人特定公司及集團企業交易管理辦法，及公司治理實務守則。公司內部由人資部負責推動誠信經營，包括規劃宣導及訓練課程使員工確實瞭解及遵守，並向董事會報告實施成果；另由稽核單位負責監督，透過有效的會計制度及內控制度，每年依風險評估結果擬訂稽核計畫及執行查核，並定期向董事會報告查核結果。此外並以明確的獎懲及申訴制度確保政策落實執行。

申訴管道

漢來美食依「誠信經營作業程序及行為指南」，於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，公司依職業安全衛生法等相關法規建立「執行職務遭受不法侵害預防計畫書」，訂定職場暴力處理流程包含職場暴力通報/申訴、職場暴力追蹤調查、危害鑑別與職安衛風險及機會評估，及職場暴力風險評估調查等相關機制。公司任何員工目睹及聽聞職場暴力事件發生，都應立即通知人事部、職安室或撥打員工申訴專線，並由職場暴力處理小組採取保密方式進行調查，若調查屬實則依公司管理規章進行懲處。總公司人資單位每年應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。2023年並無接獲執行職務遭受不法侵害的申訴案件。

2023年誠信經營推動實績

治理單位

溝通

- ▶ 每年定期於年度最後一次董事會總結推動誠信經營報告。
【全體董事7人(100%)】
- ▶ 依「公司治理實務守則」第10條規定，內部人包含董事在財報公告前的封閉期間禁止交易。2023年有財報討論案的董事會，股務窗口均在封閉期開始日前以email提醒內部人及董事，分別在1/19、4/25、7/24及10/24共4次寄發通知，提醒避免違反相關規範。
【全體董事7人(100%)】

訓練

課程主題	公司經營權之法令及實務
課程時數	實體課程：3小時
課程內容	董事會之運作與爭議/ 經營權爭奪案例說明/ 內線交易規範與實務
參加人數	2023/4/13，董事6人/內部人9人/主管3人/稽核1人 【全體董事7人(100%)】

員工

溝通

- ▶ 新進員工除在勞動契約約定保密條文由受僱人簽署外，並在職前訓練安排誠信數位學習課程。
【全體員工(100%)】
- ▶ 後勤單位不定期於會議或以MEMO通知所有員工，有關產品、服務維護及法規遵循等相關事宜。
【全體員工(100%)】

訓練

課程主題	從舞弊案談如何強化風險管理與內部控制-上
課程時數	數位課程：42分鐘
課程內容	何謂舞弊/ 職場舞弊類型/ 反舞弊方法/ 案例分析 (含重大不實陳述/ 內控機制對舞弊機會的降低效果/財報舞弊等各式案例)
參加人數	數位課程：2023/12/2-16，1,731人次【全體員工(100%)】

供應商

溝通

- ▶ 供應商溝通部分，漢來美食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。2023年有交易之供應商共958家，全數(100%)簽有誠信廉潔暨保密承諾書。
- ▶ 採購部制訂「供應商永續發展自評表」，作為公司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。

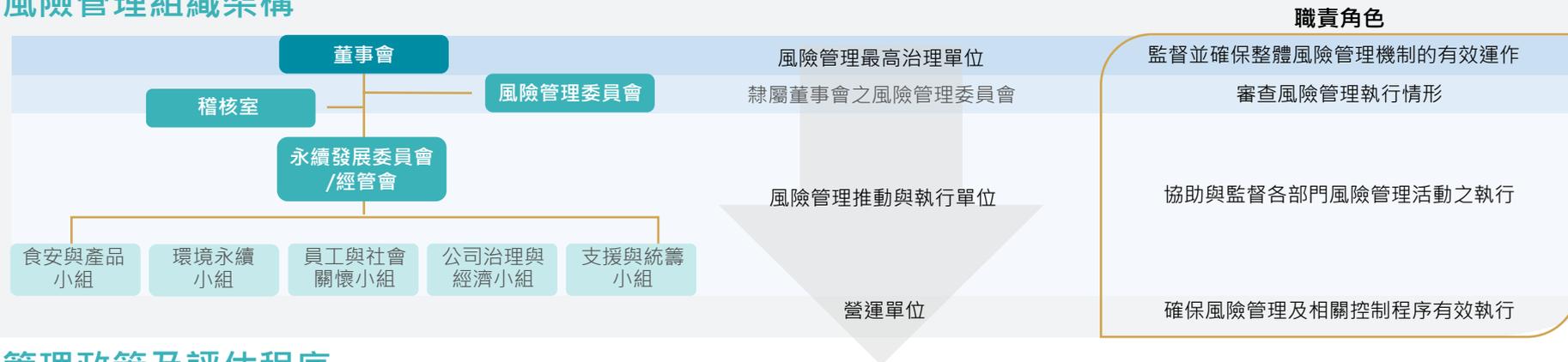
2024年 推動規劃

- 1 持續辦理誠信經營管理之相關課程
- 2 持續推動員工數位學習，強化誠信經營觀念
- 3 誠信經營案例、議題及資訊分享
- 4 透過勞資會議，傳達誠信經營理念

1.4 風險管理

如何應對社會、經濟、產業等各種經營環境的瞬息萬變，是現代企業的挑戰與課題。企業經營應超前部署，以韌性為基礎強化風險管理，才能擁有足夠的應變能力。漢來美食董事會2020年11月5日通過制訂「風險管理政策與程序」；2020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。

風險管理組織架構



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。



風險評估結果

2023年永續發展委員會功能小組依「風險管理政策與程序」執行2024年度風險辨識及對應策略結果，茲列舉主要評估結果及管控策略如下：

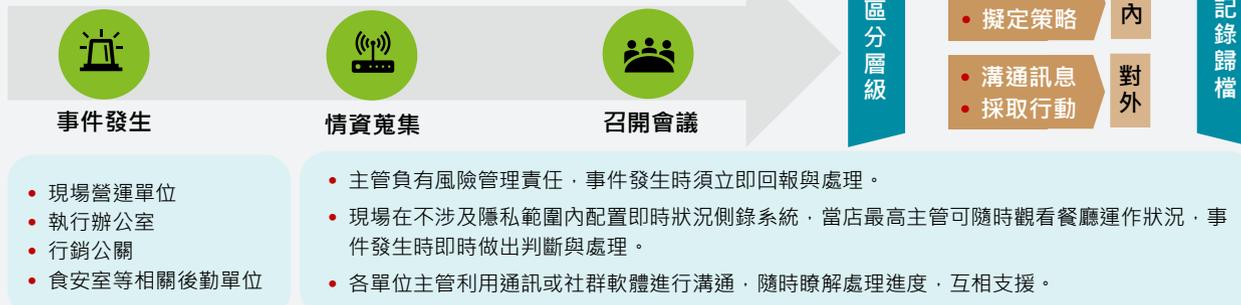
風險歸納	風險類型	重要風險事項	管控策略
 環境風險	新興傳染病 (如新冠肺炎)	▶ 影響營運	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 依據「員工健康管理程序書」傳染病預防管理程序進行控管。 ▶ 增加外帶或宅配商品、提升電商銷售及網路行銷。 ▶ 配合政府政策施打疫苗、落實防疫規範，並加強員工自主健康管理、衛生宣導及環境消毒。
	 經營風險	勞動力短缺	▶ 少子化、人力市場改變及從業人員意願低落致在地員工短缺，影響餐食或服務品質
 市場風險		食安風險	▶ 供應商食材管理或食材添加物管理不確實致發生食安事件
	 氣候變遷風險	同業競爭風險	▶ 市場競爭情形對營運策略的影響
 氣候變遷風險		實體風險_立即性_極端降雨與乾旱	▶ 颱風、洪水等極端天氣事件嚴重程度提高影響營運或造成供應鏈中斷
	轉型風險_市場_原物料成本上漲	▶ 因為自然資源改變，使能源、水的取得成本或廢棄物處理成本增加	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 發展指標目標，汰換節能設備提升能源使用效能。 ▶ 養成節約能源習慣，並尋找減少廢棄物產生及原物料浪費的方法。 ▶ 加強廢棄物管理或增加循環再利用的機會，如多使用環保材質或可回收再利用之物品、規劃剩食捐獻、飼料堆肥等措施。

危機處理

現今全民媒體、網路發達的時代，為避免危機或負面評價迅速擴大、損害企業形象，公司面對重大事件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規定，公司遇有重大風險事件發生時，應即收集情資及召集相關權責單位釐清事件原委、商討對策及採取必要之行動，對內取得共識、對外發展一致口徑。

危機管理流程



食安事件及新冠疫情因應說明

台灣餐飲市場2024年在蘇丹紅、邦克列酸等一連串「食」的危機衝擊下，引發消費者關注及餐飲市場的動盪不安，漢來美食旗下島語自助餐廳及漢來海港巨蛋店2024年4月也分別發生新聞事件。其中島語自助餐廳3人嘔吐腹瀉事件，經衛生局證實病原菌檢驗結果為陰性；漢來海港巨蛋店50多人用餐後腹瀉不適事件，疾管署調查期間表示傾向是細菌造成。現場單位兩次事件過程中均以危機管理流程迅速處理，除對內通報、對外回應外，並配合主管機管檢查、致電關心客人、彙整事件影響程度，並立即啟動保險理賠機制及擬定後續賠償事宜。此外，台灣在2019年底爆發新型冠狀病毒（COVID-19）疫情，使餐飲市場2020~2022年反覆受疫情衝擊，漢來美食除在疫情期間擬定防疫措施外，食安事件後也重啟防疫等級相關健康管理規範。

食安管控配套措施



1.5 經營績效

GRI: 201-1、201-4

台灣餐飲業營業額近10年成長率超過一倍，2021~2022年間受新冠肺炎疫情干擾，營業額連續兩年大幅下滑，2023年疫後消費力道強勢反彈，漢來美食受惠聚餐及宴席需求強勁回升，旗下主力品牌海港及宴會廳營收均成長逾3成，加上第四季在台北漢來大飯店開出4家餐廳及1宴會廳，以及全新品牌餐廳溜溜酸菜魚展店，全年營收成長幅度達31%，優於全台餐飲業整體營業額年增率18.79%。

財務報表



直接經濟價值及分配經濟價值

單位：千元

項目	2021	2022	2023
直接經濟價值			
營業收入	2,929,855	3,756,874	4,918,533
營業毛利	1,167,671	1,527,058	2,195,914
稅後淨利	75,343	130,052	321,148
每股盈餘(元)	2.01	3.08	7.61
股東權益報酬率(%)	4.04%	6.76%	16.04%
分配經濟價值			
營運成本	1,762,184	2,229,816	2,722,619
員工薪資和福利費用	1,016,599	1,195,456	1,442,770
現金股利	126,671	126,671	295,566
股票股利	0	0	0
債務/借款利息費用	819	127	194
所得稅	13,364	11,150	64,276
社區投資(如捐贈)	4,428	3,925	4,581

餐廳數及營業收入

單位：家；億元



營業收入及稅後淨利

單位：億元



近5年EPS及股利配發情形

單位：元；%



毛利率、營業利益率及純益率

單位：%



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，2021~2022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；2023年則積極投入數位轉型響應政府數據共享計畫。各項計畫申請及補助明細如下：

項目	補助單位	2021	2022	2023	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	59,000	-	-	漢來美食為確保員工工作權及生計，2021年新冠疫情期間不裁員不減薪，依政府政策申請補貼款度過難關。
	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，依政策向政府申請取得宴會廳訂單取消或延期損失之補貼款。
建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫	經濟部商業發展署	-	-	6,400	透過數據驅動與數位科技導入，達到供應鏈管理優化及採購流程電子化，進而推動降低作業成本、倉儲成本及食材耗損。
青年就業領航計劃	勞動部勞動力發展署	1,753	1,648	1,470	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，並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	1,067	304	-	
人力提升計劃	勞動部勞動力發展署	-	246	363	
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	232	-	-	
產學合作計畫	勞動部勞動力發展署	-	-	184	
教師公民營	高雄餐旅大學附屬餐旅高級中等學校	-	436	596	
受疫情影響事業基本工資補貼方案	經濟部	-	821	99	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。
超額進用身心障礙獎勵金	市政府勞工局	185	-	100	本公司提供弱勢族群就業機會，2021~2023年分別超額進用5人、11人及10人。
臨場健康服務補助計畫	勞動部職業安全衛生署	152	270	210	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。
其他		-	23	-	係台中市餐飲安心吃振興補貼10千元及勞動部推動工作與生活平衡補助13千元。
合計		65,209	5,014	9,422	

PART TWO

2

食品安全防護

管理方針 漢來美食重視採購管理與供應商管理，力求以品質優良的供應鏈提高競爭優勢，達成永續經營。因應食安議題，除立即展開行動外，並正面檢討訂定強化管理新政策。

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



2.1 供應鏈管理

GRI : 2-23、204-1、308-1、308-2、414-1、414-2 | SASB : FB-RN-150a.2、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。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。



供應商選擇

採購作為進貨品項的第一道把關，在供應商選擇的理念及管理方針說明如下。

支持在地優質食材

漢來美食對於供應商的選擇，以通過CAS、HACCP、ISO等認證的廠商為優先，並以「價格、品質、信譽、服務、企業社會責任」五大項目為基準，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，所有新供應商在往來交易前均須完成供應商評核。與主要供應商簽訂的契約內容中，列入「遵守雙方之企業社會責任政策，供應商如違反政策且對供應來源社區之環境與社會造成顯著影響時，得隨時終止或解除契約」之條款，據以提升供應商對永續發展的共同重視及遵守。

此外基於節能減碳考量，在供應商的選擇上會以在地廠商為主，並以「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。

來自當地供應商的採購支出比例



參獎

台灣的餐飲發展雖然走向大者恆大、連鎖化搶食市場，但近年也面臨新冠疫情的衝擊、食材成本波動及人力短缺等挑戰，漢來美食在食安的永續策略因而更著眼在永續環保、綠色友善、惜食愛物上。漢來美食認為，回應顧客支持最好的做法，就是以產銷履歷的保證系統讓消費者吃得放心，也透過餐廳為在地小農和優質顧客間建立隱形系統並創造良性循環，將小農栽培的用心新鮮直送到餐桌上，真正做到縮短食材與餐桌間的距離。

扶植在地優質小農 **22家**
(產銷履歷產品及有機農業產品)

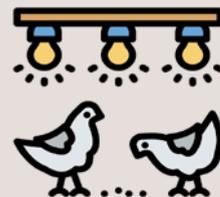


採購可溯源有機及小農農產品 **33,283公斤**
採購金額 **2,891千元**



- 有機小農農產品 17,750公斤
- 有機豆製品 5,761公斤
- 有機黃豆 6,698公斤
- 有機豆漿 1,475公斤
- 有機白米 590公斤
- 有機糙米 1,009公斤

採購產銷履歷之畜牧產品 **14,978千元**



- 有機皮蛋 996顆
- 可溯源雞蛋 2,576,700顆

支持推廣永續食材

漢來美食以實際行動支持推廣永續食材，2023年舉辦人道標章豬肉及植物肉廚藝交流會及永續海鮮嘉年華推廣活動。

推廣永續食材_人道標章豬肉及植物肉廚藝交流會

邀請台畜肉品分享重視動物福利也以精確管理兼顧肉品品質、零藥物殘留的「好欣豬」，及植物肉品「一植肉」；漢來美食則由海港主廚巧手料理出葷素難辨的植物肉菜色，讓內場師傅認識更多優質食材，也帶給顧客更深刻的用餐體驗。

2023年8月舉辦《台畜x漢來廚藝交流會》



推廣永續食材_響應永續海鮮推廣活動

與AIT美國在台協會合作的永續海鮮嘉年華，希望透過料理拉近永續食材和消費者的距離，在維護海洋生態平衡及確保海洋資源永續的前提下，將海鮮與美味的料理完美結合。漢來美食包括全台海港、翠園、海鮮火鍋和PAVO餐酒館都推出不同的菜色響應。

2023年10月舉辦《美國永續海鮮嘉年華》



採購國際認證項目

漢來美食除了在食材方面響應在地永續，在產品使用上也持續落實採購國際認證項目的環境友善作為，包括選用符合Forest Stewardship Council森林管理委員會認證的紙類產品、符合歐盟有機認證機構標準的有機紅棗等，2021~2023年採購國際認證項目的金額分別佔整體採購金額的0.11%、0.16%及0.15%。



認證名稱	認證項目	採購量	採購金額(千元)
森林管理委員會 認證(FSC)	海港餐券	99,000 本	2,389
	餐飲禮券	80,000 張	216
	咖啡券	2,600 本	126
	抽取式擦拭紙	990 卷	218
	捲筒衛生紙	969 箱	504
合計			3,453

產品包裝綠能概念

漢來美食持續落實的產品包裝綠能概念包括：

- 餐墊紙、紙袋、禮盒等採用再生紙製品，包裝並採用無毒環保大豆油墨印製。
- 年節禮盒以可再利用角度設計；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。



而近年來受疫情影響及消費者習慣改變，網路銷售金額逐年攀升，環保署呼籲業者除採用包裝材料添加一定比例的回收或再生原料、包裝重量符合商品比值規範外，並朝包裝材料逐年減重的目標前進，以減輕環境負荷，貢獻淨零排放目標。

漢來美食響應綠色消費網購服務，以2023年7~12月為基準年，統計網路購物包裝材料資訊如下，包材並符合符合禁用PVC、紙類包材含90%回收紙及塑膠包材符合25%再生料限制。

$$\left[\begin{array}{l} \text{年度網際網路購物} \\ \text{包裝材料總重量} \\ \text{網際網路銷售件數} \end{array} \right] \frac{913.46352\text{KG}}{2224\text{件}} = \text{平均網際網路購物包裝材料重量：} 0.41073\text{KG}$$

供應管理

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，主要供應商並以「永續發展自評表」對所處社區環境與社會進行採購行為的影響評估，與供應商在永續議題上共同努力。2023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，2023年針對食材類533家（佔56%）、一般類375家（佔39%）、工程類50家（佔5%），共958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，2023年實地訪廠35家，訪廠率為3.65%，達成內部環境及能資源管理政策所訂目標。

書面評核項目

01 供應商資料評核

- 工廠登記證
- 商業登記證相關認證 (CAS、GMP、ISO、SGS等)

02 現場評估

- 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

03 供貨狀況

- 供貨穩定度及時間管理
- 貨品品質
- 緊急應變能力
- 數量與金額是否符合規模
- 報價金額正確性

04 服務態度

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

實地評核項目

01 自主管理

- 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

02 廠區環境

- 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

03 器具與設備管理

- 設置防治措施(含覆蓋)
- 調查有無病媒跡象

04 產品品質管理

- 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

05 服務品質

- 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



牛肉加工廠無塵室作業區



電商年節商品供應商作業區



電商年節商品供應商作業區

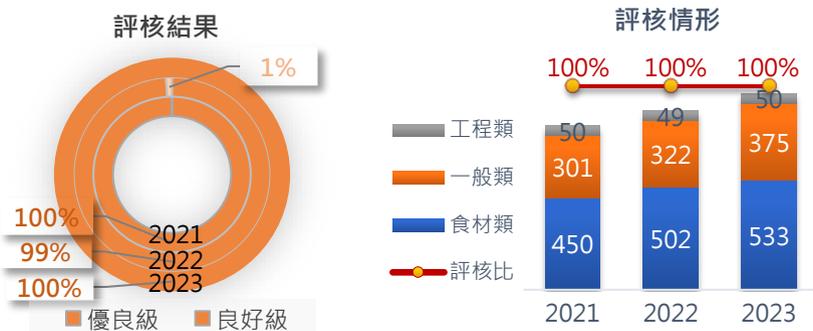


豬肉加工廠作業區

供應者評核

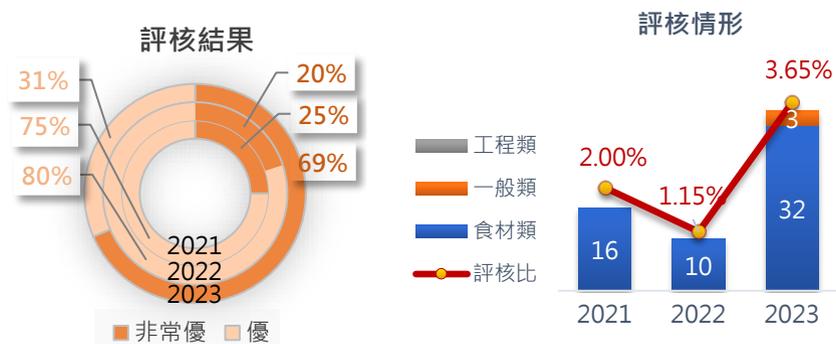
漢來美食對供應者的書面評核分為4等級，應評為輔導級即屬不合格供應者，將停止交易；實地評核分為3等級，經評核為不優廠商即不再繼續合作。除書面評核及不定期訪廠，平時供貨時也會進行日常評核，列入招開標中的廠商，送貨過程中如有品項及規格不符規定，會以口頭告誡，口頭告誡超過三次，即以停標方式處理。除重視食材供應來源以外，在拓店所需的工程廠商及設計師遴選同樣審慎評估。店面設計師由具備資格及市場口碑、特色且經驗豐富之設計團隊進行比案；內裝、機電及廚具工程供應商則以具備資格、市場口碑且高配合度高的廠商為考量，提出創新工法或創新烹飪技術設備者則列為優先名單。

書面評核結果



優良級 85分以上	可持續進行穩定合作之廠商
良好級 71~84分	要求供應商限期改善缺失，改善完成即可繼續合作
合格級 61~70分	減少供應品項且安排至現場查核加強督促其品質
輔導級 60分以下	停止交易，不繼續合作

實地評核結果

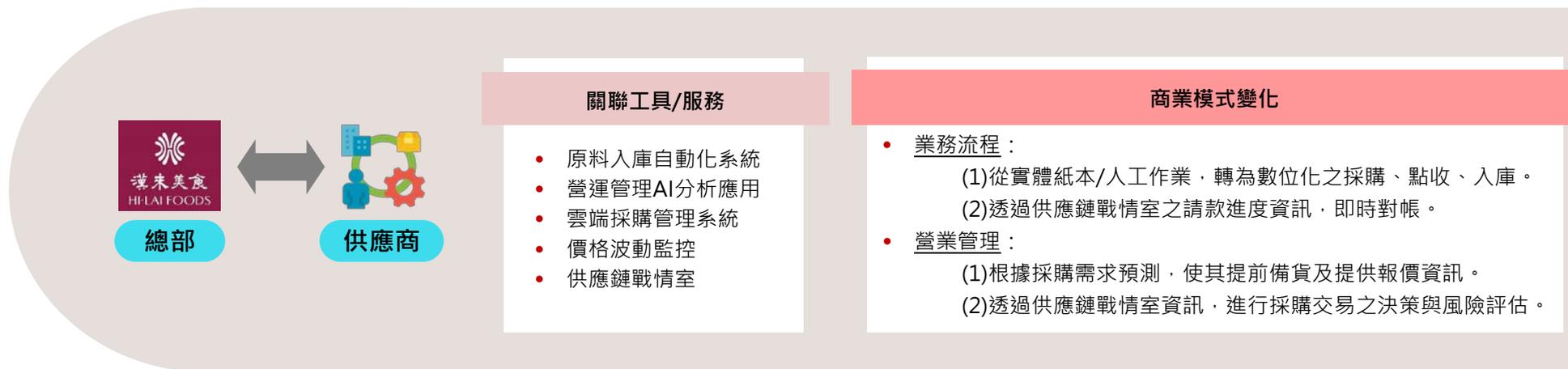


非常優	可持續進行穩定合作之廠商
優	要求供應商限期改善缺失，改善完成即可繼續合作
不優	停止交易，不繼續合作

註：2021及2022年受疫情影響，實地評核家數較少。

供應鍊數據共享計畫

漢來美食2023年透過「經濟部建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫」補助申請，導入供應鍊數據共享計畫，建置「雲端採購管理系統」及「供應鍊BI儀表板」，以系統進行採購活動與銷售預測數據共享，實現供應鍊體系對市場與原物料需求透明化，進而推動庫存與採購管理優化、提升執行效率及減少食材耗損與浪費。計畫偕同漢來美食供應商共202家(生鮮116家、設備86家)，開標種類共17項；導入後並預計增加15家小農供應商，支持在地小農，優先購買有產銷履歷之在地農產品，保障小農收入，活絡地方經濟，一同永續美好。漢來美食期望以自身的轉型規劃，呼應國家數位創新與韌性成長的永續發展目標。



關聯工具/服務

- 原料入庫自動化系統
- 營運管理AI分析應用
- 雲端採購管理系統
- 價格波動監控
- 供應鍊戰情室

商業模式變化

- 業務流程：
 - (1)從實體紙本/人工作業，轉為數位化之採購、點收、入庫。
 - (2)透過供應鍊戰情室之請款進度資訊，即時對帳。
- 營業管理：
 - (1)根據採購需求預測，使其提前備貨及提供報價資訊。
 - (2)透過供應鍊戰情室資訊，進行採購交易之決策與風險評估。

執行成效

計畫推動預計產生的效益有：

01 強化供應鍊韌性

透過需求透明化，降低對市場預期的不確定性，提升供貨及價格穩定度，並降低庫存成本。

02 營運管理數位化

使用AI技術完成庫存採購/銷售預測，總部與供應商可據以提前備貨及採購，降低庫存成本。

03 降低環境成本

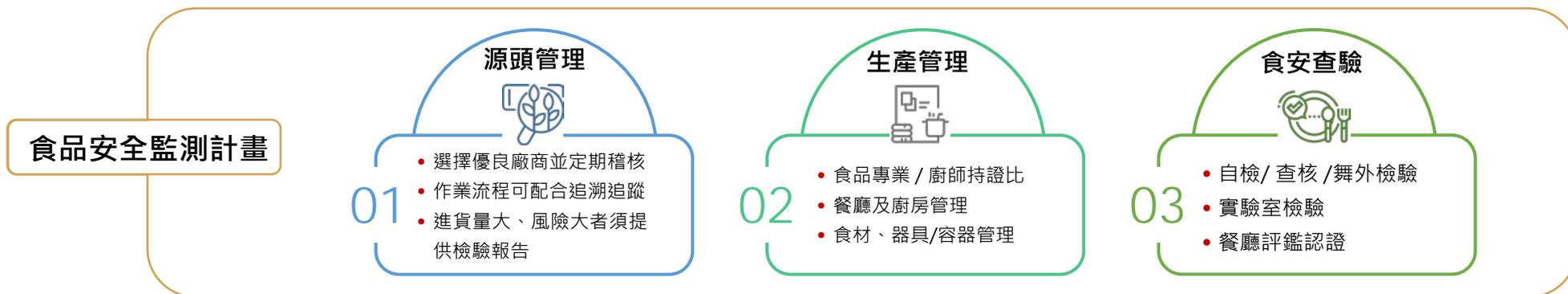
採購流程電子化，可大量減少紙張耗用；依預測數據提前因應，可減少食材耗損或浪費。

- ✓ 帶動合作成員 **202**家 (70%以上為中小企業)
- ✓ 系統服務使用人次 **2,348**人次 (供應商使用人次)
- ✓ 增加小農採購家數 **15**家

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。2024年因應食安事件，除立即展開配合回收、下架、危機處理等行動外，並正面檢討內部機制，訂定強化食安管理的新政策。食安室則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及百分比為100%。



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。



「採購管理辦法」對食品溯源管理要求

- ✓ 供應商應提供基本資料、食品業者登入字號、認證證書等。
- ✓ 應確保產品標示、包裝、保存有效日期、天數等是否正確、完整並符合規範。
- ✓ 應取得檢測資料、輸入許可及檢疫、添加物明細及許可認證等證明。
- ✓ 應設定檢驗標準，定期做自主檢驗。
- ✓ 應定期一年一次對供應商評核。
- ✓ 應訂定危機處理流程。



食品追溯追蹤

漢來美食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。

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。

食材可溯源比例



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

工廠資料

食品業登記字號: E-100352343-0001-1

工廠/製造場所規模: 100以上 50-99人 * 20-49人 10-19人 6-9人 5

工廠登記: * 有 無

工廠登記編號: 04007462

工廠/製造場所名稱: 漢來商業股份有限公司

工廠/製造場所地址: [高雄市] [鳥松區] [仁美里美山路77巷23號]

郵遞區號: 833

電話號碼: 07-7322322

傳真號碼: 07-7322300

工廠/製造場所聯絡人: 洪富雄

工廠/製造場所聯絡人職稱: 品質專員

工廠/製造場所聯絡人Email: kuweihung@hiale-foods.com

營業狀態: * 營業中 停業 歇業

產品資訊

產品資訊

序號	序號	來源	產品名稱	儲存溫度
01	1	製造	香茅油	冷凍≤-18°C
02	2	製造	薑黃粉	冷凍≤-18°C
03	3	製造	冰球香料類	冷凍≤-18°C
04	4	製造	十力麥芽糖	冷凍≤-18°C
05	5	製造	海梅(海鹽)	冷凍≤-18°C
06	6	製造	XO醬	冷凍≤-18°C
07	7	製造	佛二時	冷凍≤-18°C
08	8	製造	芋頭丁	冷凍≤-18°C
09	9	製造	蒜香包	冷凍≤-18°C
10	10	製造	蔥油丁	冷凍≤-18°C
11	11	製造	檸檬酥	冷凍≤-18°C
12	12	製造	巧克力	冷凍≤-18°C
13	13	製造	薯香包	冷凍≤-18°C
14	14	製造	甜子醬	冷凍≤-18°C

產品違規回收及退貨管理

01 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。2023年未發生供應商違反食安法規回收食材之情形。

- 1) 關注傳播媒體食品安全相關資訊
- 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

食品安全危機處理機制

02 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）。

03 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。

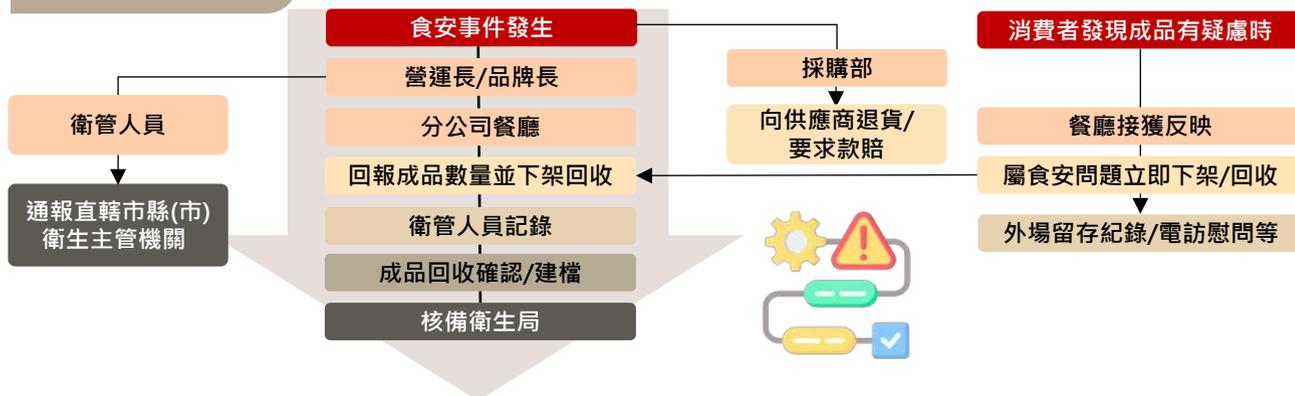
2023年成品回收情形

- ✓ 產品：來拌麵椒麻醬香/醬香肉燥(五辛素)
- ✓ 回收原因：產品內容物標示未依生產使用量由多至少排序及全展開，及醬料包未有熱穿透報告而販售
- ✓ 處理情形：全數下架回收並銷毀
- ✓ 回收數量：268.788公斤

2024年供應商食材及成品回收情形

2024年供應商食材因含有蘇丹紅，配合回收退貨包括飛馬白胡椒粉、咖哩粉、辣椒粉及香辣椒粉50包/盒，並自行銷毀半成品包含燒賣餡50包、健康烹(小)96包及健康烹(大)38包。

成品回收處理流程圖



生產管理

食品專業及廚師持證比

食安室設置

法規：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》

內容：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

應有配置	至少1名專任專門職業人員（食品技師或營養師）
實際配置	<p>設置食安室，最近3年均編制：</p> <ul style="list-style-type: none"> 食品技師及營養師各1名，2023年南港並新增1名專任食品技師。 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

法規：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

內容：依餐廳類別規範廚師持證比

法規適用之餐廳類別	漢來美食適用單位	法定持證比	餐廳數	實際配置	
				符合	不符合
設有餐飲之觀光旅館業	高雄及南港分公司餐廳	85%	16家	10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%	27家	26家	1家
合計			45家	38家	7家

2023年底全台有1家工廠及48家餐廳，其中4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38家，尚未符合的有7家，主要原因為位於飯店的持證比率要求較高，及人員異動未及遞補的時間差異因素。持續於每周後勤會議追蹤改善進度並訂定改善時程。



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。

01 餐廳自主檢查 (4大類33項)

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

02 廚房自主檢查 (4大類39項)

- 烹調作業場所衛生管理
- 員工個人衛生管理
- 餐務管理

03 食安查核 (3大類33項稽核)

- 人員衛生
- 作業區環境
- 記錄表單

New

2024年食安新聞事件後強化食安管理新政策

- 針對環境、客桌椅、抹布及工作檯等衛生清潔品質管理項目訂定所屬清潔濃度及作業時間。
- 規定調配漂白水需使用濃度測試計檢測並紀錄於檢測表。
- 新增冰箱溫度記錄表異常處理流程。

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。

01 原物料驗收

- 驗收人員應依「原物料驗收標準」檢查品名、數量、規格後並確實入庫。

New

- 導入數位驗收系統，落實食材效期紀錄。

02 高風險食材監測

- 填寫原材料、半成品、成品之品質及衛生檢查紀錄表。

New

- 每餐期測量果汁溫度。
- 生魚片1小時未食用即報廢。
- 解凍須在冷藏冰箱進行並填寫流水、冷藏解凍紀錄表。

03 食品器具管理

- 刀具砧板分色
- 食材分色分籃
- 遵循5要原則
- 定期食安查核(每半年一次)

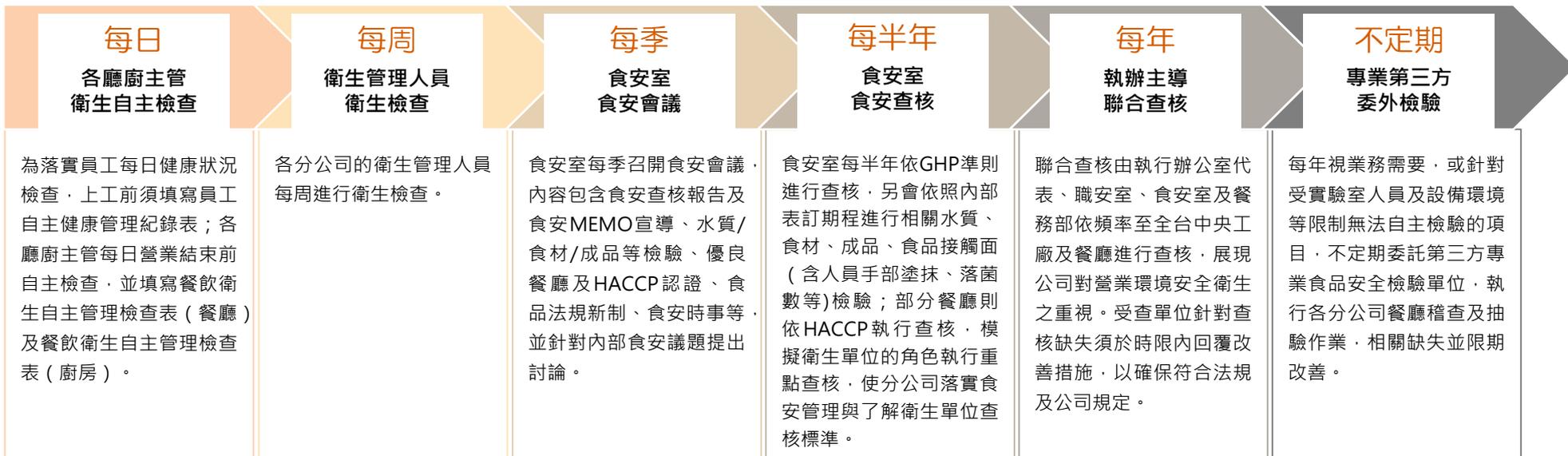
New

- 單位主管加強視察管理、教育宣導及提高衛檢頻率。



食安查驗

自檢/查核/委外檢驗



New

2024年食安新聞事件後強化食安管理新政策

- 將簡易版員工自主健康異常紀錄表更改為詳細版員工自主健康管理紀錄表。
- 新進人員食安訓練改為受訓完成後始可進入作業現場。
- 規劃導入食安數位管理系統，建立第三方食安稽核制度。
- 擴編人力加強定期食安查核。

實驗室檢驗

漢來美食為落實食品安全衛生管理法對食品業者之自主管理及要求，成立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。

2021~2023年美山實驗室支出分別為2,992千元、3,123千元及3,455千元，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，近3年總支出金額逐年增加，其中2022年投入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。2023年自主及委外檢驗共執行1,285批次，品質異常有92次，合格率为93%。

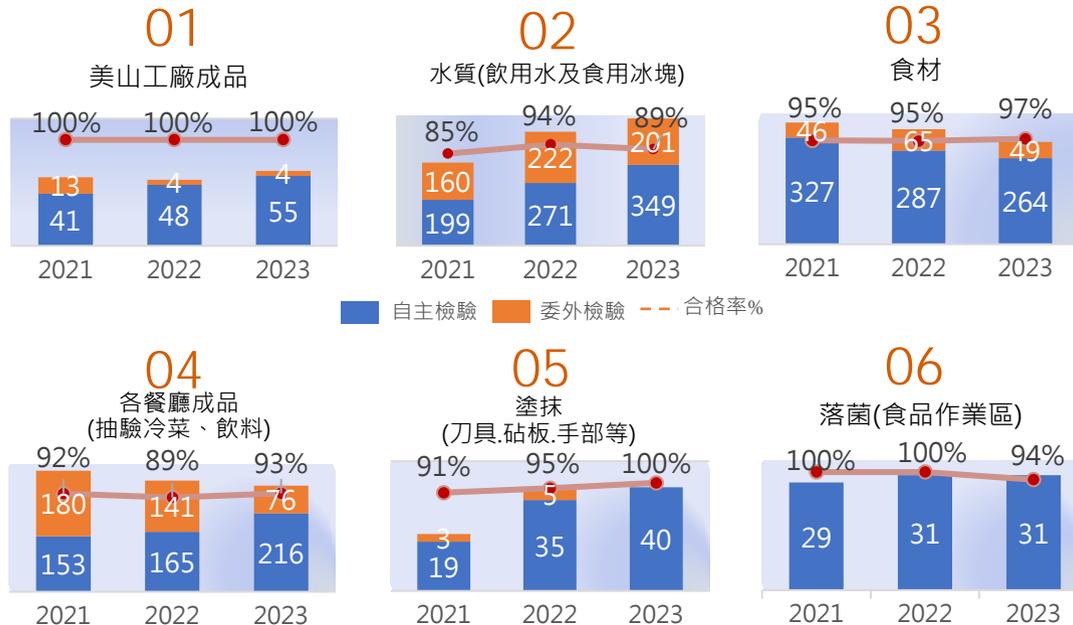
實驗室支出



實驗室檢驗統計



實驗室檢驗項目執行情形



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



實驗室各檢驗項目說明如下：



以3M Petrifilm總生菌數/大腸桿菌群/大腸桿菌快檢片，檢驗美山工廠生產成品。

【美山工廠成品/半成品係提供旗下餐廳使用，實驗室每月隨機抽驗4品項進行微生物檢驗，每年則至少一次委外檢驗，以確保產品符合《食品中微生物衛生標準》。】

以台灣尖端生產的農藥及動物用藥殘留快篩試劑來檢片，檢驗美山工廠生產的食材是否有農藥/動物用藥殘留過多情形。

美山工廠及各店的飲用水、食用冰塊均須依《飲用水水質標準》、《食品中微生物衛生標準》檢驗生菌數及大腸桿菌群。

1. 依《食品中微生物衛生標準》《農藥殘留容許量標準》《動物用藥殘留標準》《食品中污染物質及毒素衛生標準》等，隨機抽驗高進貨量、高風險食材及食安新聞、季節性主力菜色食材與網購食品，以確品符合法規衛生標準。
2. 依《食品相關之檢驗項目及限量標準Memo》加強向供應商要求檢驗報告。
3. 依《食品標示製作審核注意事項 Memo》及其附件執行網購食品檢驗。

至少每半年抽驗各店風險較高的成品，並依《食品中微生物衛生標準》等相關衛生標準檢驗成品，確保消費者食品安全。

當原檢驗週期其衛生項目不合格時；或主管機關、食安新聞等關注風向與本公司相關時，便會立即增加本公司水質、食材、成品等的檢驗次數。

快篩藥劑檢驗項目

品名	檢驗項目			
	總生菌數	大腸桿菌	沙門氏菌	金黃色葡萄球菌
刺蔥	●	●	●	●
菜油	●	●	●	●
菜油	●	●	●	●
菜油	●	●	●	●
菜油	●	●	●	●
菜油	●	●	●	●
菜油	●	●	●	●
菜油	●	●	●	●
菜油	●	●	●	●
菜油	●	●	●	●



食品相關之檢驗項目及限量標準Memo

委外檢驗項目

- ✓ 食材進貨量 Top 5-10
- ✓ 高風險食材
- ✓ 網購食品
- ✓ 近期食安關注新聞
- ✓ 季節性主力菜色食材
- ✓ 特殊需求時



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2023年底有6家餐廳及1家中央工廠維持通過食品安全管制系統HACCP驗證，並持續規劃新增旗下餐廳如島語及東方樓等之驗證申請。

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，並持續安排相關人員參與HACCP人員複訓。漢來美食2023年取得HACCP的餐廳營收分別占個體財報25.89%，較2022年25.68%提升，達成內部環境及能資源管理政策所訂目標。

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	巨蛋海港 HACCP證書	巨蛋蔬食 HACCP證書	高雄名人坊 HACCP證書	台北敦南海港 HACCP證書	台北天母海港 HACCP證書
<ul style="list-style-type: none"> • 高雄市政府衛生局核發 • 2016/12通過 • 無效期 	<ul style="list-style-type: none"> • 食品工業發展研究所認證 • 2021/11/4~2024/8/23 • 效期3年 	<ul style="list-style-type: none"> • 食品工業發展研究所認證 • 2023/7/25~2026/8/7 • 效期3年 	<ul style="list-style-type: none"> • 食品工業發展研究所認證 • 2023/8/2~2026/8/7 • 效期3年 	<ul style="list-style-type: none"> • 衛福部食藥署認證 • 2024/1/31~2027/1/31 • 效期3年 	<ul style="list-style-type: none"> • 衛福部食藥署認證 • 2024/1/15~2027/1/15 • 效期3年

• 餐飲衛生管理分級評核 (優良餐廳) 認證

漢來美食除了「糕餅小舖及日日烘焙坊」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。2023年符合評核範疇的餐廳有46家，共39家獲得標章，取得標章率85%，未取得者包括2023年在台北漢來大飯店開幕試營運的4家餐廳及下半年開幕的溜溜酸菜魚2家；營收占比72%較2022年59%提升，達成內部環境及能資源管理政策所訂目標。



- ✓ 共39家餐廳獲得標章
- ✓ 取得標章率：85%
- ✓ 優良餐廳營收占比72%

註：39家中優級37家，良級2家。

• 綠色友善餐廳認證



高雄市農業局推動的綠色友善餐廳，主打從產地到餐桌安全食材，每2年複查一次。2022年以「誠食」及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」六大構面進行評鑑，頒發7項大獎。漢來美食除旗下品牌包括漢來蔬食、福園台菜海鮮餐廳及精緻海鮮火鍋同獲「綠色友善餐廳」認證外，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。

- 漢來蔬食 佛館店/巨蛋店

經歷疫情衝擊、食材成本波動及人力短缺等挑戰，漢來美食食安的永續策略因而更著眼在永續環保、綠色友善、惜食愛物上。除了在採購上重視產銷履歷、小農、有機認證食材的使用；也以社群行銷提倡蔬食理念、邀請KOL代言，增加非素食者的消費意願。旗下品牌積極參與綠色餐廳評鑑，其中漢來蔬食2023年即獲得「綠蔬食評鑑指南二星餐廳」及「綠色餐飲指南有機友善食材運用獎」的殊榮。為擴大透過評鑑實踐公司「綠色友善」的核心價值，除持續參與綠色友善餐廳評鑑外，並規劃2024年加入AMOT食材溯源餐廳及環保餐廳的評鑑，持續朝節省碳足跡、發展在地健康農業，進而提升消費者食的安全的目標前進。

New

• 食材溯源餐廳及環保餐廳評鑑



溯源餐廳是台灣農業跨領域發展協會(簡稱AMOT協會)2013年起與農業部合作，建構食材追溯從產地到餐桌的管理機制；環保餐廳則是以環境友善為理念，提供環保、低碳之供餐及用餐環境，以減少對環境的衝擊，也呼應氣候變遷、食品安全、循環經濟等議題。

漢來美食品牌餐廳將於2024年分別申請加入AMOT食材溯源餐廳及環保餐廳的評鑑，希望透過評鑑，展現公司對維護地球生態發展的決心，和對ESG工作的重視。

• 綠蔬食評鑑指南



• 綠色餐飲年度評鑑

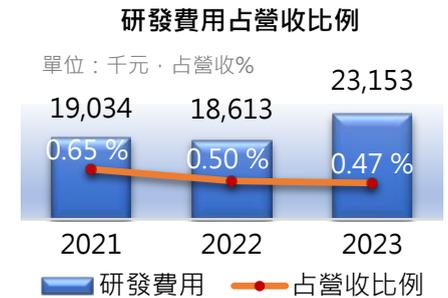
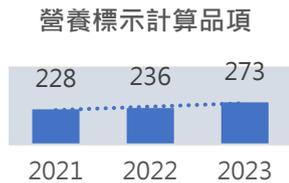


2.3 顧客健康與安全

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，2021~2023年每年投入約1,900萬元~2,300萬元（占各年營收比例約0.47%~0.65%）進行料理創新與改良，以滿足消費者需求及市場趨勢。

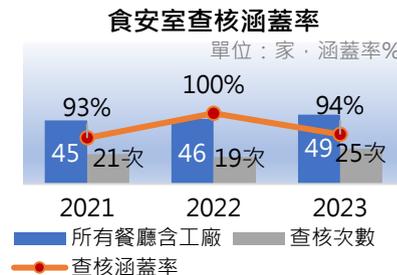
食安室利用「營養管家」電腦軟體精確製作營養標示，使顧客得以藉由營養標示了解攝取食品所含營養素來源。2021~2022年累積涵蓋產品數量共737項（含成分貼）。



食安稽核

漢來美食食安室2023年查核全台工廠及餐廳，查核次數共25次計46家，查核涵蓋率為94%，未查核者為2023年10月在台北漢來大飯店開幕試營運之餐廳。2023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。



2023年食安MEMO宣導

- 原料、半成品、成品之品質及衛生檢查紀錄表填寫。
- 分裝及自製品標示規定。
- 食品中毒防範措施告知。
- 重申農曆年節食安注意事項暨疑似食品中毒處理流程。
- 重申諾羅病毒風險危害及防範措施告知。

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。食安室每季召開食品安全衛生管理會議並宣導食品安全衛生法規新制及食安時事。

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。

牛豬肉原產地



火鍋湯底



素食產品



2023年食安MEMO宣導

- 包裝食品內容物與生產配方更改注意事項。
- 有機名稱標示規定。
- 包裝蜂蜜及其糖漿類產品標示規定。

符合法定標示要求

PART THREE

3

品牌價值提升

管理方針 漢來美食以廚藝起家，眾多餐飲業種一應俱全、各具特色，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，著眼數位發展及維持品牌競爭力。

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



3.1 品牌策略

疫情期間，餐飲業經歷苦撐、物價飛漲和缺工議題等洗禮，市場也不斷快速變化，主要現象包括餐飲M型化更加明顯，連鎖集團要發展多品牌多分店降低成本、擴大營運規模以提升營運效率；單店經營的主題性餐飲品牌則要量小質精，以差異化做出區隔。此外健康、環保、永續發展議題愈來愈被重視。而如何運用數位工具、科技化行銷達到數位轉型和會員經營，降低營運成本更是未來重要的策略。綜合上述趨勢，漢來美食發展的品牌策略包含產品創新、服務創新、經營管理創新三個構面。



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 - 島語、東方樓



台北漢來大飯店2023年10月開幕試營運，開出升級版新品牌「島語自助餐廳」及「東方樓」提供消費者不同產品及定位的品牌選擇。

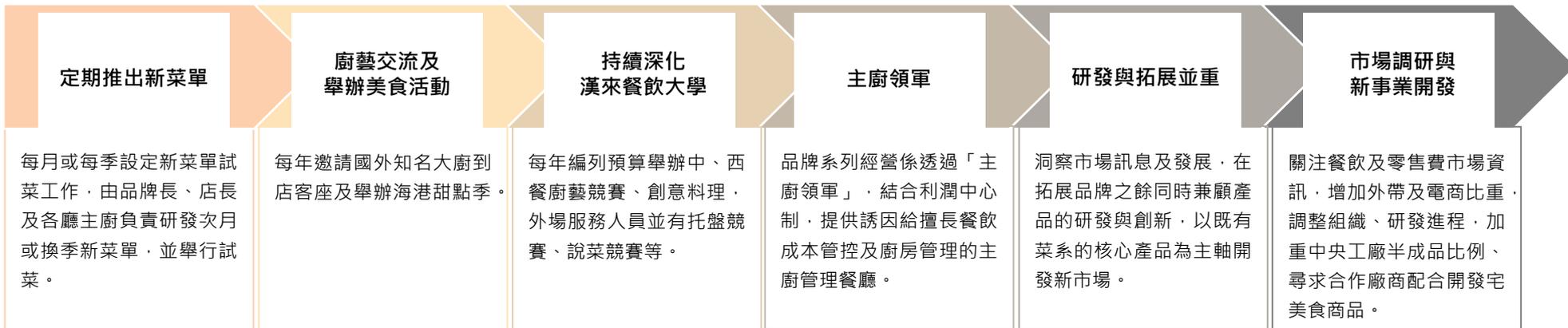
電商宅美食



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。

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。



2023年開發成功的技術或產品

餐食類

- 名人坊：魚香明蝦球、蔥油灼加拿大桂花蚌、如意上素煎堆、金粟玉兔餃
- 翠園：麻香水煮魚、金煌龍蝦湯
- 巨蛋翠園：紫薯黃金起司球、泰汁檸檬魚、宮保猴菇四季豆
- 漢來軒：糯米椒豬五花鮮魷、湖南剁椒蒸豆腐
- 上菜：酸菜饅餅夾肉絲、蝦干辣味炒廣東芥蘭



餐食類

- PAVO：南洋香料白酒蛤蜊米行麵、奇波雷帝王蟹大蝦三明治
- 牛排館：小捲麵線芋頭濃湯、馬賽海鮮盤
- 鐵板燒：炙燒干貝小卷絲佐魚子奶油白酒醬、鴨肝味噌起司布丁
- 溜溜：麥香胡麻中卷、鳳梨油醋鴨胸片

飲料類

- PAVO：純淬、泡泡迷



米其林專案計畫及各類料理評比

2023 米其林指南

入選餐廳

- 福園/紅陶上海湯包



《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。漢來美食福園及紅陶上海湯包2022及2023年連續兩年榮登米其林入選餐廳。

2023 綠·蔬食評鑑指南

二星餐廳

- 漢來蔬食



綠·蔬食評鑑指南是為提高蔬食文化價值、降低蔬食年齡層建立的評級制度，透過結合消費者的肯定，鼓勵更多蔬食業者在蔬食料理上做出擄獲人心的美味食物。除了發掘全台灣大街小巷中的蔬食餐廳外，綠·蔬食評鑑指南也加入「低碳飲食」為評分項目，例如：減少使用一次性餐具、使用在地及當季食材等以減少碳的排放，鼓勵業者以行動來關心氣候變遷、地球暖化議題。

漢來蔬食2023年在全台150家蔬食餐廳中脫穎而出，榮獲二星餐廳的殊榮。

2023 綠色餐飲指南

有機友善食材運用獎

- 漢來蔬食



綠色餐飲指南由台北市文化探索協會發起，推行綠食宣言運動，並透過年度評鑑讓台灣的綠色餐廳在全球取得更多關注。漢來蔬食巨蛋店在第三屆評鑑同時入圍「年度最佳永續經營獎」及「有機友善食材運用獎」，最終並榮獲有機友善食材運用獎，獲獎理由：「積極採用有機食材，豆製品全為非基改，很高比例為有機黃豆製品。大型規模蔬食餐廳願意在友善食材方面下功夫，且十年來一直極受消費者歡迎，實屬不易」。

2023美旗林 最佳餐廳

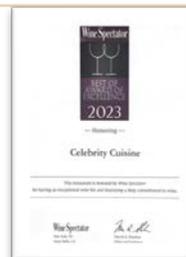
- 焰牛排館



美旗林餐廳指南是由美國肉類出口協會推出的評選制度，評選標準包括色、香、味、形、創意等方面，要讓美牛愛好者更深入地了解美國牛肉的品質和多樣性，也確保餐廳品質帶給消費者的用餐體驗。漢來美食焰牛排館獲選2023最佳餐廳。

2023 酒單評鑑大賞 卓越之最獎

- 世貿名人坊



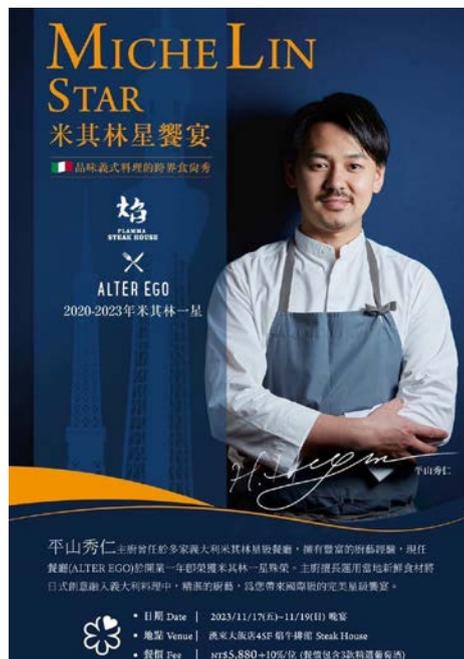
Wine Spectator為美國權威葡萄酒專業媒體，酒單評鑑大賞共分為3個等級，評選項目包含侍酒服務專業、葡萄酒供應的廣度、深度、價格多樣性及酒單與菜單搭配之和諧性等。漢來美食世貿名人坊榮獲2支酒杯的卓越之最獎。

漢來美食每年透過邀請國外知名大廚到店客座及舉辦海港甜點季，透過廚藝交流開展研發團隊的視野及豐富創意，並落實廚藝與服務的提升。



2023.4.22-5.14海港Boom啾甜點季

日本金牌甜點師小熊亮平以法式甜點為基礎，使用了臺灣特有鳳梨、芒果、香蕉及台灣之光葛馬蘭威士忌等在地食材做為甜點的設計主軸，為漢來海港量身打造12款精緻的法式甜點，帶來充滿療癒感的甜蜜火花。



2023.11.17-19 焰牛排館 米其林星饗宴

來自東京的米其林星級平山主廚，透過對台灣新鮮食材馬頭魚、紅魷魚的巧妙運用，呈現義式料理的精髓，使每道菜展現食材在味蕾中的獨特角色，完美呼應主廚「呈現食材最原始風味」的烹飪理念。



2023. 12.1-17島語菓漾盛宴甜點祭

日本的金牌甜點師西山未來擅長運用天然食材，完整呈現糕點的自然風味，本次以多元的水果元素，通過巧手結合造型設計專長，推出多款層次豐富的甜品，將平凡的食材化為一道道繽紛奪目的精品甜點。



2023.8.18-9.14富哥見面會

在香港連續12年獲得米其林星級榮譽的「隱世廚神」-鄭錦富主廚善於利用細緻且新穎的手法及健康烹調方式，演繹以粵菜為主的高級菜餚，透過見面會邀請台灣饕客一起品嚐富哥對粵菜的創新呈現。

服務創新



APP行銷活動

- 常態會員禮遇。
- 跨品牌行銷活動。
- 期間限定會員活動。
- 異業合作行銷活動。

來美食APP服務會員人數37萬人

漢來美食從2020年疫情初期開始推出多款外帶外賣，運用數位工具以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，是公司投入數位轉型的重大變革。「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。截至2023年底，來美食APP服務會員人數為37萬人。

品牌會員雲端服務優化計畫

為提升來美食APP會員體驗，漢來美食2023年透過「經濟部建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫」補助申請，導入品牌會員雲端服務優化計畫。除增加服務功能讓消費者可以線上購買宅配人氣美食、提供線上支付外，也將優惠券改為電子發送，並開發轉贈功能；另透過專案提升會員消費數據分析、掌握顧客的消費歷程與行為偏好，有效達成會員分群推行差異化行銷，配合主動推播不同品牌餐廳或符合顧客偏好的優惠券，有助提升會員回訪意願及品牌的好感度。



品牌會員雲端服務優化計畫

- 增加線上購物及線上支付。
- 紙本優惠券轉為載具發送及兌換，並開發轉贈功能。
- 優化分眾行銷成效。
- 新增消費互動遊戲及線上問卷。

2023網路口碑之星 策略卓越獎

漢來海港
自助餐廳



漢來海港榮獲網路溫度計2023網路口碑之星策略卓越獎

《DailyView網路溫度計》有鑑於社群口碑對民眾生活的影響力，以網路口碑排行榜調查年度主題項目的網路聲量及好評影響力，傳遞最即時行銷科技及產業動態給企業。

餐飲業中吃到飽Buffet在疫後市場強勢增長，且品牌經營深受社群網路聲量影響。漢來海港自助餐廳2023年抓準疫後餐飲市場復甦契機，善用官方粉專宣傳餐廳主題活動累積高互動，官方臉書粉專聲量較去年成長108%；另與海神籃球隊以跨界合作方式，攜手推出許多應援優惠活動，幫助彼此共同增加曝光，年度聲量成長42%，也幫助品牌正面聲量年成長大增4.6倍，榮獲網路溫度計2023網路口碑之星策略卓越獎。



經營管理創新-數位轉型



根據經濟部統計處對餐飲業者的調查，營業成本、食材成本、人事成本的上升為餐飲業者前三大問題，在通膨、消費型態與偏好改變及少子化等因素下，智慧化成為餐飲業者的解方，例如連結ERP、CRM與SCM，大量使用會員數據分析，從供應端到顧客端改善效能、減少營業成本、增強精準行銷技術，甚至未來連結AI做擬人服務。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，透過活用市場上成熟的數位工具，達到輔助管理、提升營運效率及降低成本等效果，優化企業長期獲利結構，也成為保持競爭力的基礎建設。

漢來美食2022年啟動BI商業智慧專案；2023年透過經濟部專案申請，在採購面導入供應鏈數據共享計畫，建置「雲端採購管理系統」及「供應鏈BI儀表板」兩項系統，在行銷面導入品牌會員服務優化計畫；2024年將就前述專案，規劃延伸推進人力資源BI及HRD二階功能、人臉辨識系統、導入智能物流及完成SRM供應商關係管理平台，並因應需求導入制服管理系統。

2023會員數據驅動品牌價值與營運優化計畫

採購	供應鏈數據共享計畫：強化供應鏈韌性、營運管理數位化、降低環境成本。
行銷	品牌會員雲端服務優化計畫：增加會員服務功能、優化分眾行銷成效。



3.2 行銷溝通與顧客滿意

服務理念

漢來美食是台灣唯一由五星級飯店分割的餐飲連鎖集團，擁有扎實的廚藝和專業研發能力。五星級飯店品牌、專業經理人及主廚領軍是漢來美食的核心競爭優勢。經營上以提供優質餐飲服務為企業理念，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。

食材嚴選



新鮮食材產地直銷

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

顧客關係管理



以將心比心的態度著手宴會環節

客製化商品設計提供優質服務、詳實記錄客戶需求與可加值之服務範圍、增加商品觸角服務多元化客群。顧客關係管理概分喜宴/一般商宴/社團/春酒尾牙等大類，再做細部規劃及發展。

提供用餐VP值



島語自助餐連結在地頂級食材

品牌餐廳在設定上，不管是食材品質、菜色呈現或環境規畫，都以提供消費者更高的VP值(Value Performance Ratio)取代CP值，追求價值感受。島語即訴求讓食材原味真味盡顯，從土地到味蕾，產生連結和共鳴。

2022年7月來美食APP正式上線，目標為以會員數據驅動品牌核心價值，強化客戶服務品質，並以精準行銷區隔競爭業者、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。

顧客溝通

漢來美食有19個品牌48個營業單位，為即時掌握顧客意見及回饋、提升顧客滿意度，原先以QR code進行的滿意度調查，在來美食APP上線後，新增結帳集點時自動派發功能，並以辦理抽獎提高問卷回饋率。

滿意度調查項目分為餐食、服務及環境，每月統計、彙整並進行負評管理。問卷匯整為檔案後並每日即時以系統派送給現場主管、品牌督導、店長，使其即時掌握顧客意見及滿意度狀況；每月並匯整呈送總部高階主管簽核。



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。



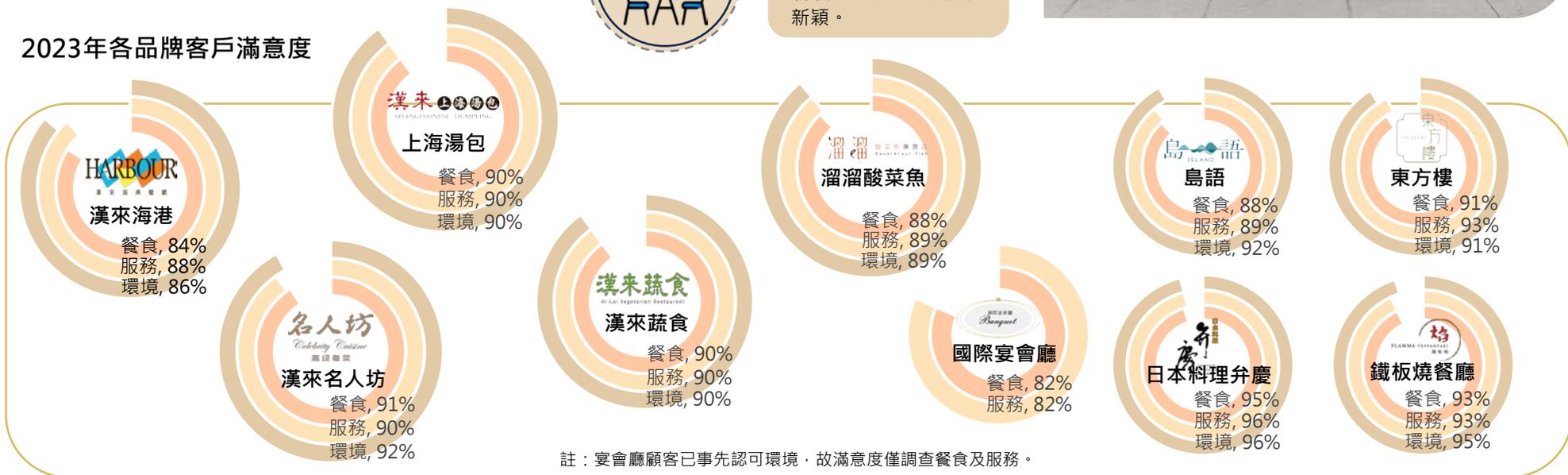
配合客戶多元化、新型態需求所產生的服務內容進行常態性訓練。



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。



2023年各品牌客戶滿意度



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：



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，每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。

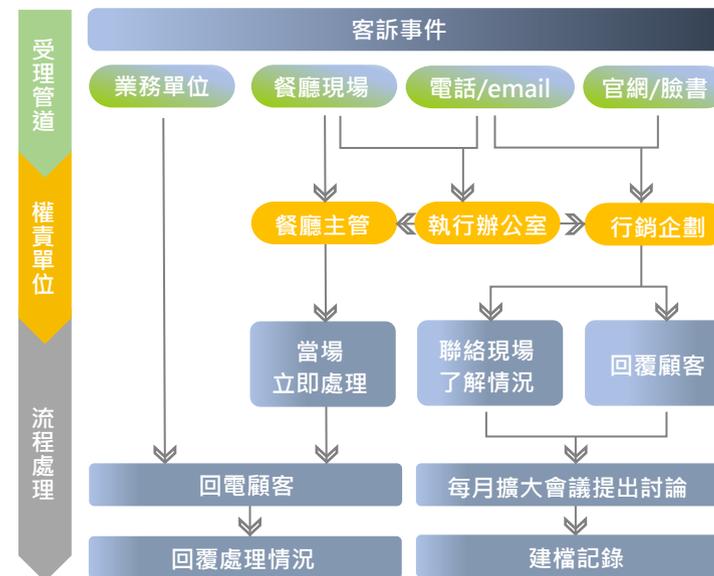


為穩定各品牌餐廳之產品及服務品質，人資訓練主管與行銷企劃主管不定時前往品牌餐廳進行餐食與服務考核，並每月邀約部落客或美食家至旗下品牌餐廳用餐試菜，針對菜色出品及服務提出建議。



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。

客訴處理流程



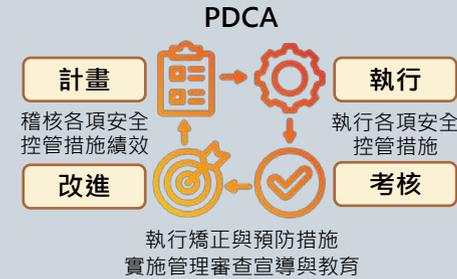
3.3 客戶資訊保護

GRI : 418-1

資訊安全風險管理架構及政策

漢來美食資訊安全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，在管理上訂有「資訊安全管理辦法」，並遵循ISO270001規範及參照【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)模式持續改善資訊安全環境，以保障客戶資訊安全。經評估分析，相關資安風險及因應措施如下：

資安風險	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	嚴格監督控管人員使用權限



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，保護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，2021~2023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。

01 設定個資存取權限

對客戶資料從業務往來保存期限內到安控影像存續期間，均嚴格控管使用授權避免非法存取，並統設權限僅業務部可檢視及編輯業務範圍內的顧客資訊。

02 依法執行個資管理

紙本顧客意見表由各店依個資法規定管理，每月並由專人依程序清點、監毀及記錄（以碎紙機細碎、過程由主管監毀、前後須拍照並填寫銷毀記錄以示存證）。

03 持續投入防護資源

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年起配置專責資安主管及人員並加入TWCERT/CC會員，以強化風險評估及外部威脅防護。



投入資通安全防護的資源

漢來美食為強化資通安全防護及管理所投入的資源如下：



人員

強化各系統存取權限管控、規劃安排資訊安全宣導課程，提升資安意識及安全認知。



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。

政策面及管理面

- 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。
- 2022年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。
- 2023年8月由資安主管申請加入由中華民國資訊軟體協會成立的資安長聯誼會，加強資安情資分享及互動交流。

New

- 規劃2024年導入ISO270001，以達到系統性檢驗組織資安風險、設計全面的控管建置及程序，確保相關控管持續符合公司的資安需求。
- 規劃2024年執行第三方安檢：由具認證資格的資安廠商定期執行弱點掃描、滲透測試及社交工程郵件，完成弱點修補及追蹤管理。

技術面

- 資訊機房(伺服器、網路設備、PC等)

對外防護

透過防火牆做一定強度的防護；分店間與總部的串聯除了走VPN方式外，並向中華電信購買資安艦隊，做雙重保障；在eMail上多做一層防護(SPAM)，防堵從電子郵件的感染。

對內防護

內部設備一致裝上防毒軟體(趨勢科技)，以防帶上病毒感染。

2023年強化端點防護

執行端點防護，透過掌握內網各終端內容、識別設備分類，給予不同網路存取權限與合規性檢測；利用多種控制方式包括阻斷、隔離、限制、提醒、矯正等，保護內部網路安全性；迅速連動資安防護設備，達到資訊共享互助聯防，使設備可用度達到最高。

- 雲端(AWS)：針對【來美食APP】設定的資安防護管理措施有：

- 軟體開發：要求廠商客制化開發，不是以套版程式修改。
- 跨平台串聯：開發使用的API進行加密跟解密；後台管理系統要求伺服器間的串連鎖固定指定IP。
- 資料儲存：會員基本資料在儲存時進行加密。
- 程式管控：要求廠商內部對APP程式作掃描避免相關資安風險。



PART FOUR

4

社會環境友善

管理方針 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廢棄物減量、落實綠色採購，並號召供應商共同響應永續行動。

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

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。活動都是內外場動員，尤其邀請主廚走出廚房、用專業與公益結合，也讓員工在工作中為公益盡一己之力。期盼以具體行動號召支持者的關注，共同為公益投注心力。

關懷弱勢與孩童

持續數年攜手喜憨兒基金會，邀請社會大眾共同支持「送愛到部落計畫」；並由主廚提供料理指導支持憨兒工作培力。

支持文化與教育

與高市圖連續數年合作，提撥贊助金從飲食文化書展到走讀美味活動，由主廚親自至產地料理小農在地食材，參與社區活動。推廣飲食文化相關書籍。

綠色友善、惜食愛物

發展蔬食品牌提倡蔬食，採購產銷履歷、小農、有機認證食材，並參加各項綠色餐廳認證，以實際行動支持永續。以自家食品贊助公益團體，實踐惜食愛物理念。

公益理念

2023年投入情形：

現金捐贈 **141**萬 / 物資捐贈 **88**萬 / 行銷贊助 **229**萬



高雄市教育局
2022年度推展社會教育
有功團體獎



漢來美食2022年入選高雄市政府教育局「推展社會教育有功團體獎」，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。

漢來美食以一點一滴累積公益及號召員工共同投入、發揮影響力而獲獎，也把「支持文化與教育」做為企業公益理念，長期耕耘並持續行動。

支持文化與教育

漢來美食 x 高市圖 品好書・讀好味【現金捐贈30萬元】

「2023品好書・讀好味」是漢來美食與高市圖邁入第3年的閱讀公益合作，有別以往主題書展型態，今年以「走讀」模式深入美濃、彌陀區，實地走一趟當地山海風味，並結合行動書車裝載時下最夯美食系列專書，闡述從產地到餐桌的健康概念。

活動目的

漢來美食向來秉持食材有機及在地化，致力將「綠色友善」的概念帶給消費者，本次活動除了提供料理過程的深入體驗及菜色品嚐，更透過走讀帶領讀者了解社區的活力與生命力，進而感受餐桌背後隱藏的文化力量和歷史淵源，展現漢來美食推動在地文化與社會教育的責任。

活動設計

- 美濃分館的「好食蓮蓮」走讀活動，包含野蓮採收體驗及探訪敬字亭、白馬名家、菸樓等當地客家文化歷史古蹟。漢來福園台菜海鮮餐廳主廚王誌雄以美濃特有的美濃147號米、美濃板條帶領民眾演繹2道台灣傳統美食料理，串聯美濃在地人文特色與生鮮食材，帶給民眾深入體驗走讀與美食結合的文化饗宴。
- 「彌陀海味」走讀以養殖漁業、斗笠兩大特色規劃，包含認識瀑底山、斗笠DIY、漁夫體驗，帶領讀者從產地到餐桌的食魚體驗，展現彌陀農漁村的多層次文化風貌。高市圖特別邀請百大漁青張博仁6月3日在岡山講堂，分享回到家鄉彌陀創業，養殖虱目魚的心路歷程。



關懷弱勢與孩童

漢來美食 x 喜憨兒 送愛到部落【物資捐贈48萬元】

喜憨兒庇護工場不僅是憨兒夢想實現的基地，更是偏鄉孩童需求的補給站。2023年漢來美食持續第4年力挺喜憨兒基金會「送愛到部落」計畫，期盼透過支持募款計畫，讓大眾了解憨兒工作培力的重要性，並號召大眾一起為憨兒實現夢想、點亮偏鄉希望。

活動目的

工作訓練是憨兒參與社會的第一步，透過送愛到部落計畫，這份努力能轉化為成就自我、創造生命價值的契機，更成為偏鄉學童的溫暖祝福。漢來美食透過與喜憨兒基金會攜手合作，期盼一份幫助可以成就兩份希望！

活動設計

- 提供來拌麵-酸辣粉、黑豆煎餅禮盒作為活動宣傳抽獎贈品外，並以700張漢來海港下午茶買一送一餐券暖心應援、贊助募款。
- 安排旗下人氣吃到飽品牌-漢來海港自助餐廳的主廚前往相同型態的喜憨兒創作料理庇護餐廳為憨兒加油打氣，透過廚藝的交流，與憨兒們互相交換餐飲工作上的心得及菜色教學試做，協助憨兒們挑戰更多的料理技巧。



活動成效

- 募得總款項超過200萬元。

關懷弱勢與孩童 漢來美食 x 永安兒童之家 讓愛飛翔聖誕音樂會 【物資捐贈3萬】

漢來美食積極持續投入關懷在地弱勢與孩童，2023年聖誕節為讓兒童之家的孩童們歡度佳節，特別攜手愛加佩音樂工作室舉辦「讓愛飛翔聖誕音樂會」，傳遞「只要願意分享愛與關懷，人人都可以成為別人生命中的聖誕老公公」的理念，也展現漢來美食對於社會的責任與承諾。

活動目的

在耶誕夜當天，由漢來美食準備聖誕禮物，攜手愛加佩音樂工作室小樂手們的音樂會演出，傳遞愛與關懷，讓永安兒童之家的孩子們歡度專屬的音樂會，也完成孩子們學習拉小提琴的願望。

活動設計

- 由愛加佩音樂工作室的孩子在老師的帶領下，演出一系列包含宮崎駿及迪士尼電影配樂的聖誕組曲；安排繪本「千千萬萬個聖誕老公公」聆賞，傳遞分享的力量；並分組進行小提琴體驗課，完成永安兒童之家孩子們學習拉小提琴的願望。
- 漢來美食準備美味的花生好運禮盒、火鍋湯底等美食作為聖誕禮物，活動最後帶入SDGs有獎徵答，呼應繪本分享愛與關懷的理念，帶動孩子們傾聽地球、北極熊及貧窮國家對改變現狀的願望。



綠色友善、惜食愛物 漢來美食 x 中華基督教救助協會、芥菜種會、善導書院 【物資捐贈13萬元】

漢來美食積極實踐企業社會責任，2023年第2年響應「櫃買家族攜手挺公益，送愛1919食物銀行」公益活動落實惜食永續行動，並擴大捐贈行動與芥菜種會合作，以自家電商產品做為公益團體物資支援。

活動目的

中華基督教救助協會的1919服務內容，涵蓋食物銀行、重大災難救助及陪讀計畫等。其中1919食物銀行不僅補助弱勢家庭基本民生必需品，也執行惜食計畫回應糧食不浪費的議題，讓食材在效期內被食用，並持續推動永續。

活動設計

- 漢來美食支持綠色友善及惜食愛物，為響應活動，以疫情期間所發展深受消費者喜愛的電商產品，結合本業捐助1919食物銀行，並不定期主動與中華基督教救助協會陪讀班合作，捐贈物資支持陪讀班照顧弱勢家庭兒童的行動，使孩子在課業、品格教育、才藝課程與家庭關懷得到足夠照顧，也使家長得以安心工作進而改善家庭經濟與生活品質。
- 2023年擴大捐贈行動，增加與芥菜種會的合作，同樣以自家電商產品做為物資支援，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。



贊助體育賽事

漢來美食 x 阿魁斯 高雄海神職業籃球隊 【行銷贊助款229萬元】

2023年漢來美食第3年投入經費贊助高雄海神職業籃球隊。2021年東京奧運後，各界即呼籲政府協助運動產業與企業資源接軌，共同發展運動產業並培育優秀運動人才。經歷過COVID-19的試煉，部分國家公共政策視人民健康為最大資產，台灣政府也結合跨部會資源為國民健康努力。國揚集團以「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」，漢來美食響應集團對運動產業的關注，持續以行動支持球隊賽事及相關活動。



活動目的

球隊致力於推動高雄籃球運動發展、為高雄爭取榮耀，同時結合在地學生籃球體系、從下到上垂直整合並持續深化發展，進而建立在地凝聚力。

活動設計

- 球隊賽事之餘以學校巡迴教學、公益活動及提供實務見習實作將資源回饋在地。漢來美食投入經費用於贊助球隊賽事、中場球迷活動及與高雄捷運合作全家海神高捷杯競賽等活動。
- 高雄捷運為推廣城市籃球風氣舉辦的「全家海神高捷盃3對3籃球賽」，2023年報名隊數近700隊，逾2500名以上選手齊聚一堂切磋球技，是南台灣最受歡迎也最具指標性的籃球盛事。



會員專屬活動

漢來美食為深化與顧客的連結，針對APP會員推出一系列增添親子互動或生活儀式感的體驗課程，讓會員透過活動，深入體驗料理技巧及美食知識，提升美食為生活帶來的滿足感，也讓孩子透過實作理解料理與餐食的關聯，認同惜食愛物的觀念。



日期	活動內容	漢來大飯店	報名費
3/18 (六)	一日手沖咖啡師 ●咖啡基本知識 ●咖啡器具、濾杯介紹 ●咖啡萃取、賞飲心得	22F廚藝教室	\$800/位
4/15 (六)	繽紛動物園 ●一日科學高級烘焙師	22F廚藝教室	\$800/組 (親子兩人一組)
5/13 (六)	母親節限定 ●西華感恩凍花體驗	22F廚藝教室	\$1,200/位
7/15 (六)	小小麵包師傅 ●EAT紅麩上海湯包	10F紅麩上海湯包	\$800/組 (親子兩人一組)
10/21 (六)	微醺實驗室 ●0酒精釀造酒體驗	11F PAVO	\$1,000/位
12/16 (六)	繽紛聖誕節 ●HOLIDAY聖誕蛋糕	22F廚藝教室	\$1,000/組 (親子兩人一組)

其他公益活動

漢來美食2023年現金捐贈除捐助高市圖閱讀公益款30萬元以外，其他現金捐贈社福團體及協會共111萬元；物資捐贈除捐助喜憨兒、永安兒童之家、中華基督教救助協會、芥菜種會及善導書院商品價值64萬元外，其他物資捐贈予學校徵才及社區活動共24萬元。

- 2023年2~4月為迎接高雄演唱會季，高市府推出「加食延暢」活動，與店家合作祭出優惠方案促進演唱會經濟，漢來美食響應觀光局活動規劃提供憑演唱會門票享餐飲優惠。
- 2023年贊助10所學校校園徵才及餐會活動、2地社區里民活動及捐助AED給在地單位。
- 2023年10月派員參與高雄食品展SDGs講座，分享ESG作為響應推動食品永續。
- 每年舉辦聖誕報佳音活動，邀請學校樂團或合唱團小朋友代表分享平安與祝福，並一同享用海港自助餐。



4.2 環境理念

SASB : FB-RN-430a.1

| 環境管理制度、政策及目標

面對全球暖化現象，氣候變遷及環境議題日益受到重視，不僅聯合國SDGs永續發展目標涵蓋多個環境項目，世界經濟論壇WEF全球風險報告中，環境風險也囊括前十大風險多個項目。漢來美食為落實環境正義及善盡企業社會責任，參考行政院環保署溫室氣體減量及管理法、廢棄物清理法、餐館業事業廢棄物再利用管理辦法及經濟部能源署等規範及標準，制定公司與節能減碳、溫室氣體減量、減少用水及其他廢棄物管理等攸關環境的「環境及能資源管理政策」，透過設定管理目標及落實管理作為來降低溫室氣體排放及改善環境。

漢來美食環境及能資源管理政策

01 內部宣導節約能源



內部溝通主要採用視訊系統，持續推動數位轉型專案導入電子化系統，宣導管理水電等能資源使用情形。

02 廢棄物管理



訂定一般性廢棄物、廢水、廢食用油及廚餘管理政策，廢棄物處理並朝資源化努力。

03 綠色採購



包含當地採購以減少運輸過程產生的碳排，及扶植小農、採購有機履歷食材，創造綠色飲食低碳環境。

04 環境理念



包含產品包裝符合綠能概念；拓店/改裝採用綠建材；及環境管理要求供應商遵守雙方永續發展政策條款等。

05 推動餐廳評鑑



包含綠色友善餐廳認證、綠蔬食評鑑指南、綠色餐飲指南及HACCP衛生評鑑、優良餐廳評鑑等。

漢來美食環境及能資源管理目標

- **進行溫室氣體盤查：**每年追蹤減排成效並公開揭露，溫室氣體排放減量目標為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）。
- **廢棄物減量：**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。
- **減少用水：**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。
- **訪查供應商環境：**每年針對主要供應商、年節餅類供應商及包裝類供應商進行訪廠，在正常營運之前提下，以不低於30家為原則。
- **進行餐廳評核：**優良餐廳及取得HACCP評鑑餐廳之取得認證後營收占公司總營收之比例，在正常營運之前提下，以不低於前一年度為原則。

環境管理落實情形

漢來美食落實環境友善，2023年的管理作為如下：

環境理念-拓店採用綠建材

台北漢來大飯店取得黃金級綠建築標章



- 完成時間：2023/10開幕試營運
(共4家餐廳及1家宴會廳)
- 投入金額：7,810萬
- 具體效益：
建築案取得黃金級綠建築標章證書，取得綠建築評定之建築物，原則可保證未來大約40年的使用階段提供使用者省電20%、省水30%的效益。

- 闊葉大喬木栽種面積大於4000平方公尺以上。
- 基地保水：促進基地透水設計並廣設貯留滲透水池，促進大地水循環能力、緩和都市高溫化現象。
- 綠地面積大於1750平方公尺以上；花園土壤面積大於850平方公尺以上；滲透側溝總長度大於150公尺以上。
- 日常節能：建築外殼節能、空調系統節能、照明系統節能。
- 空調系統節能效率EAC值小於0.59。採用具備冷卻水飛散蒸發排放之節水型冷卻水塔。空調冷凝水回收系統。
- 建築物設計採平面規則性、耐久化設計、輕量化設計，減少構造建材生產過程產生的二氧化碳排放量。
- 廢棄物減量：四大營建污染源排放數值小於廢棄物減量基準值。
- 室內環境：儘量減少室內裝修量，並盡量採用具有綠建材標章低污染、低逸散性、可循環利用之健康建材。
- 室內空間總表面積及綠建材使用面積達 60%以上。
- 各空間照明明電密度(LPD 值)不大於7W/m²，採用具節能標章的T5 燈管並搭配電子式安定器，或採用 LED 光源。
- 設置二段式省水標章衛生器具及雨水回收設施供景觀噴灌。
- 污水垃圾改善：專用洗衣廚房浴室雜排水、冷藏冷凍壓縮垃圾前置處理設施、垃圾分類回收、垃圾集中場。
- 針對生活雜排水配管系統介入檢驗評估，以確認生活雜排水導入污水系統。
- 建築設計重視垃圾處理空間的景觀美化，以提昇生活環境品質。
- 設置垃圾回收室，包含垃圾子母車、資源回收桶及垃圾冷藏壓縮處理設備。

環境理念-產品包裝綠能概念

響應網購包裝減量計畫



- 執行期間：2023/7~2026/12
- 投入金額：70萬
- 具體效益：近年來網路銷售金額逐年攀升，環保署推動網購包裝重量限制、包材符合禁用PVC、紙類包材含90%回收紙及塑膠包材符合25%再生料限制，並推動分年減量減重達25%、30%及35%的目標，以減輕環境負荷，貢獻淨零排放目標。漢來美食配合法規啟動相關專案，落實產品包裝綠能概念。

節約能源-數位轉型專案

數據共享創新服務計畫

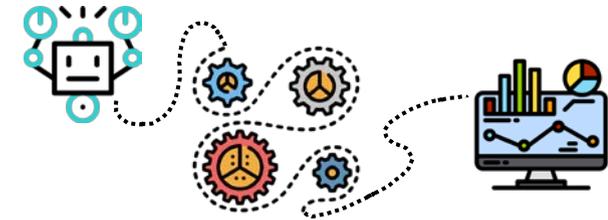


- 完成時間：2023/6~2024/6
- 投入金額：1,600萬
- 具體效益：建置雲端採購管理系統及供應鏈BI儀表板，達到供應鏈管理優化及採購流程電子化，降低作業成本、倉儲成本及食材耗損(專案取得補助640萬)。



- 完成時間：2023/12 (業務及財務)
- 投入金額：1,000萬
- 具體效益：透過科技的導入運用，以自動化取代人工報表及無紙化，提升整合分析的能力、促進策略制定及營運效率。

- **RPA流程自動化機器人**：2023/12~2024/5 | 投入金額：176萬
具體效益：流程優化、標準化
- **酒水即時庫存**：2023/9~2024/2 | 投入金額：81萬
具體效益：酒水庫存即時化、價量分析
- **合約文件管理系統**：2023/8~2024/4 | 投入金額：74萬
具體效益：合約流程及ISO文件管理整合。



綠色採購及推動餐廳評鑑



經濟部中小企業署
Buying Power採購獎
參獎



Buying Power社會創新產品及服務採購獎勵機制，是經濟部中小及新創企業署為持續提升國內對於社會創新組織及相關議題的重視、帶動臺灣責任生產與消費，及增加工商各界對責任採購的重視而推動，透過串聯有理念的供需兩端共同合作，落實責任消費與生產。漢來美食響應經濟部推動的採購獎勵機制，2023年獲得Buying Power採購獎參獎。



2023
綠·蔬食評鑑指南
二星餐廳
• 漢來蔬食



2023
綠色餐飲指南
有機友善食材運用獎
• 漢來蔬食



漢來美食除了在採購上重視產銷履歷、小農、有機認證食材的使用，旗下品牌均積極參與綠色餐廳評鑑，其中漢來蔬食2023年並獲得低碳飲食及友善食材的相關獎項。為擴大透過評鑑實踐公司「綠色友善」的核心價值，2024年更規劃加入AMOT食材溯源餐廳及環保餐廳的評鑑，持續朝節省碳足跡、發展在地健康農業，進而提升消費者食的安全的目標前進。

廢棄物管理

廢食用油回收高值化



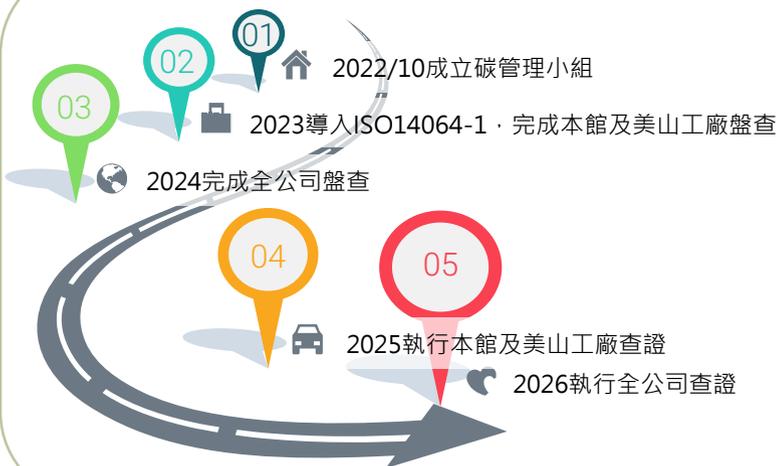
- 漢來美食廢棄物含一般性廢棄物、廢食用油及廚餘，均非有害事業廢棄物，且處置均依廢棄物清理法辦理。
- 廢食用油原係交由回收業者製成生質柴油，2024年5月起高雄本館、巨蛋及南港3處主要量體更與業者合作，開啟廢食用油回收高值化的新模式，經智慧機台回收後精煉轉成永續航空燃料(Sustainable Aviation Fuel, SAF)的原料，不僅提升回收效率、降低碳排；更做到精準追溯油品產源履歷，嚴格把關食品問題。

病蟲害管理



- 漢來美食秉持餐飲衛生第一，旗下餐廳除落實每日自主環境衛生管理，並委託專業合格廠商及技術人員施做防治消毒，找出孳生源徹底解決蟲鼠害，做好蟲鼠害自主防治。
- 各廳2024年起並增添調製漂白水使用的濃度測試計及驅鼠器等配備，提升環境清潔管理成效。
- 總公司餐務部衛生管理人員定期或不定期至各廳進行環境衛生清潔稽查，每季並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。

環境理念-溫室氣體盤查



- 漢來美食資本額未達50億元，依上市櫃永續發展路徑圖尚不須揭露盤查或確信情形，自行規劃的盤查查證進度則持續推進中。目前每年依自訂的「環境及能資源管理政策」，參考ISO14064-1溫室氣體盤查標準，計算並揭露母公司個體含全台各分公司及中央工廠之溫室氣體排放量。
- 2023年已完成本館及美山2022年度ISO14064-1盤查，規劃2024年底完成全公司2023年度盤查，並推進2026年完成全公司查證。
- 2023年除完成本館及美山盤查，產出盤查報告書，並完成分公司盤查教育訓練總計15場次/158人次/253小時，涵蓋總公司及12家分公司(佛陀分公司除外)種子人員。
- 2023年4月全面盤點各廳空調溫度設定情形，並執行溫度統一設定。
- 2023年完成全公司照明採用LED燈具。
- 2024年1月增加碳盤查專責人員編制。
- 2024年3月啟動「ESG&EMS能源管理」專案評估。

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

氣候變遷管理

氣候變遷是目前投資者最關注的ESG議題，關於這項議題，企業須面對來自供應鏈的監督、主管機關的要求及投融資的資源及力量，正視淨零碳排的執行並訂定目標。在國內，金管會已發布永續發展路徑圖規範上市櫃公司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年成立工作小組，也擬定氣候相關財務揭露建議(TCFD)，協助組織評估及管理邁向低碳經濟轉型的風險與機會並發展符合建議的揭露資訊。漢來美食參考TCFD架構執行氣候變遷管理情形如下。



董事會

漢來美食將氣候議題的治理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的管理情形。

永續發展委員會

漢來美食將氣候議題的治理納入永續發展委員會運作，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。



關於情境分析

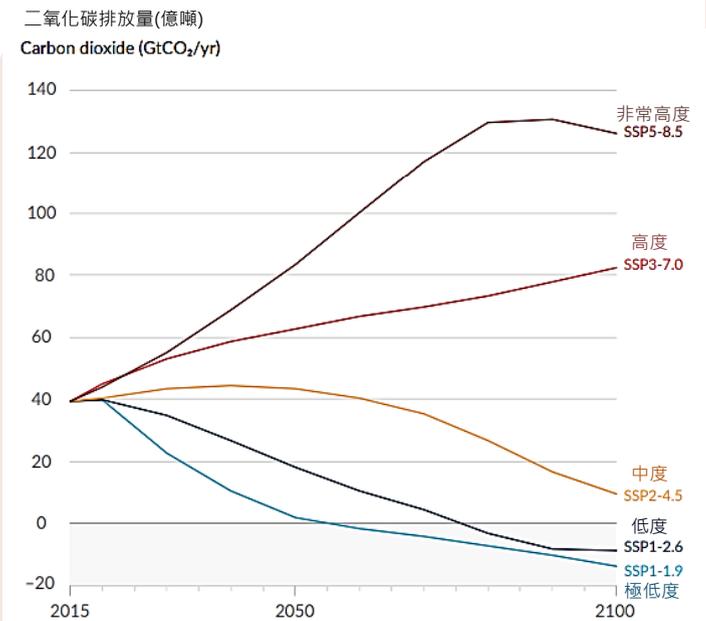
評估氣候變遷風險一般係採用情境分析，推測不同情境下人為的溫室氣體排放對地球氣候的影響。

聯合國政府間氣候變遷專門委員會IPCC第六次評估報告AR6，以社會經濟路徑模擬了5個路徑(SSP1~SSP5)及5個SSPx-y情境(SSP1-1.9、SSP1-2.6、SSP2-4.5、SSP3-7.0、SSP5-8.5)。

註：SSPx代表納入社會經濟考量的途徑；y代表輻射強度(單位為每平方米瓦特)。

- SSP1：走向綠色之路，達到永續性
- SSP2：中間路線，改善緩慢
- SSP3：崎嶇之路，區域對立
- SSP4：分裂之路，不平等加劇
- SSP5：走上高速公路，透過化石燃料達成發展

臺灣氣候變遷科學團隊2021年也據以發布了「IPCC氣候變遷第六次評估報告之科學重點摘錄與臺灣氣候變遷評析更新報告」，提供摘要整理及最新的臺灣氣候變遷推估。



資料來源：IPCC AR6 Working Group 1: Summary for Policymakers, Figure SPM.4(P.13)

科技部發布之「IPCC氣候變遷第六次評估報告之科學重點摘錄與臺灣氣候變遷評析更新報告」所提供的摘要整理及最新的臺灣氣候變遷推估結果列示如下：



漢來美食經蒐集氣候風險與機會議題並參考相關資訊，評估議題發生的可能性後選出前5大項目，辨識其影響程度及對財務業務的影響：



上述辨識出的氣候相關風險與機會對公司業務、策略及財務的影響說明如下：

風險/機會類型	重要風險/機會事項及影響	因應策略
R6實體風險_立即性_極端降雨與乾旱	▶ 颱風、洪水等極端天氣事件嚴重程度提高，對營運或供應鏈中斷可能產生立即性影響，導致營收減少或成本提高。	▶ 運輸或供應鏈問題以「第二供應貨源」機制及菜單調整或替代食材方式因應。 ▶ 營運面應發展用水用電備援機制並關注環境變化。 ▶ 自建不斷電系統，防止因天災造成的供電失常。 ▶ 設定庫存安全值，留意原料供應狀況，避免產品停售。
R5轉型風險_市場_原物料成本上漲	▶ 市場方面，原物料成本則可能因為自然資源改變，使能源、水的取得成本及廢棄物處理成本增加。	▶ 公司需發展指標目標，汰換節能設備提升能源使用效能。 ▶ 公司應養成節約能源習慣，並尋找減少廢棄物產生及原物料浪費的方法。 ▶ 公司應加強廢棄物管理或增加循環再利用率，如多使用環保材質或可回收再利用之物品、規劃剩食捐獻、飼料堆肥等措施。
O1機會_資源效率_提升資源使用效率	▶ 開發替代原物料或採購節能設備提升資源使用效率、降低成本。	▶ 公司可透過碳盤查提升設備管理負責人對能源耗用的掌握情形及節能設備更新的評估。 ▶ 公司應持續編列研發預算，開發符合低碳轉型的品牌、菜色及食材。
R2轉型風險_法規_現有產品和服務的要求與監督	▶ 政策及法規上，政府可能針對現有產品和服務，制訂與環境相關法規和管制，強化對公司的要求與監督，增加維運成本。	▶ 公司需配合政策法規進行工作規劃及推動，如溫室氣體盤查減量。 ▶ 公司可配置企業永續專員等專責人員負責溫室氣體盤查及查證時程作業執行。 ▶ 公司應推動紀錄包材使用情形，避免過度包裝，並考慮容器包材改採可分解材質。
R3轉型風險_技術_低碳技術轉型成本	▶ 技術方面，為低碳轉型，可能需增加研發支出的投入，創新製程或改變服務的提供方式。	▶ 公司應持續編列研發預算，開發符合低碳轉型的品牌、菜色及食材。 ▶ 公司網購包材雖已符合法規使用一定比例的再生材料，尚須逐年推動減量目標。其他包材持續朝回收或再生材料選用進行規劃。

環境風險

- 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

漢來美食的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，由各營運單位填寫自行評估表，依據業務相關之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，由稽核室彙整提報功能小組統籌組，再由統籌組整合向風險管理委員會及董事會報告。2023年依「風險管理政策與程序」執行2024年度風險辨識及對應策略結果，2024年2月29日提報風險管理委員會及董事會，並揭露於公司網站。



因應氣候變遷，漢來美食依循內部環境及能資源政策轉化的轉型行動如下：

1. 節約能源部分，以數位轉型計劃提升效率、減少浪費；
2. 廢棄物管理部分，持續依法處理、再回收處理並提升循環利用；
3. 綠色採購部分，持續當地採購及國際認證標準採購政策；
4. 環境理念部分，規劃硬體配置採用節能設備、啟動網購包裝減量計畫及推進碳盤查專案，並持續投入營收比重0.36%~0.65%的研發經費預算，研究料理流程調整並以既有蔬食品牌開發推動低碳轉型；
5. 餐廳評鑑部分，實踐公司「綠色友善」的核心價值，從綠色餐廳評鑑，規劃擴大加入AMOT食材溯源餐廳及環保餐廳的評鑑。

相關具體行動方案、目標、投入及效益列示如下，並請參閱本報告書4.2環境理念/環境管理落實情形：

政策類型	行動方案	完成時間	投入金額	具體效益
環境理念	台北漢來大飯店餐廳及宴會廳	2023/10	7,810萬	配合建築案取得黃金級綠建築標章證書，投入含中央環控系統建置約1,063萬及省電照明空調建置約6,747萬。原則可保證未來大約40年具有省電20%、省水30%的效益。
節約能源	數據共享計畫	2023/6~2024/6	1,600萬	建置雲端採購管理系統及供應鏈BI儀表板，達到供應鏈管理優化及採購流程電子化，可降低作業成本、倉儲成本並減少食材耗損。(本案取得補助款640萬)
	BI商業智慧	2023/12	1,000萬	透過科技的導入運用，以自動化取代人工報表及無紙化，提升整合分析的能力、促進策略制定及營運效率。
	RPA流程自動化機器人	2023/12~2024/5	176萬	流程優化、標準化。
環境理念	磁浮式冰水主機汰換	2024/7	158萬	巨蛋分公司配合百貨規劃共同投入，估計可節省主機年度電費25%。
	網購包裝減量計畫	2023/7~2026/12	70萬	配合法規推動網購包裝重量限制、包材符合禁用PVC、紙類包材含90%回收紙及塑膠包材符合25%再生料限制、並推動分年減量減重達25%、30%及35%的目標。
	碳盤查專案	2024/12	25萬	2023年已完成本館及美山2022年度ISO14064-1盤查及全台所有分公司教育訓練，預計2024年底完成全公司2023年度盤查，發掘減量空間與機會並進行有效管理。



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。瓦斯耗用主要隨營運量增減；其他硬體配置持續響應淨零排放建議措施，如裝修工程採用綠建材及設計力求保留自然光、照明及空調採用節能設備、定期對機電及廚房設備進行維護保養等，以減少能資源浪費耗用並保持設備最佳使用狀況。

漢來美食有關氣候議題的治理已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10月成立碳管理小組後均每季向董事會報告盤查進度；2023年已完成高雄本館及美山工廠2022年ISO14064-1盤查並出具碳盤查報告書，規劃2024年底完成全公司2023年度盤查，並推進2026年完成全公司查證。

公司依「環境及能資源管理政策」每年自行執行之溫室氣體盤查統計結果揭露如下：

能源使用類型	計算單位(註1)	2021用量	2022用量	2023用量	計算單位(註2)	2021用量	2022用量	2023用量	耗用密集度	2021	2022	2023
外購電力	度	15,636,052	18,441,048	20,242,117	GJ	56,290	66,388	72,872	萬元營收 消耗量 GJ	0.44	0.43	0.36
天然氣	度	2,151,363	2,519,937	2,707,014		72,010	94,891	101,935				
液化石油氣LPG(桶裝瓦斯)	公升	4,560	3,807	5,149		126	105	143				
汽油	公升	-	4,252	5,245		-	139	171				
總計						128,426	161,523	175,121				
年度營業額(萬元)						292,986	375,687	491,853				

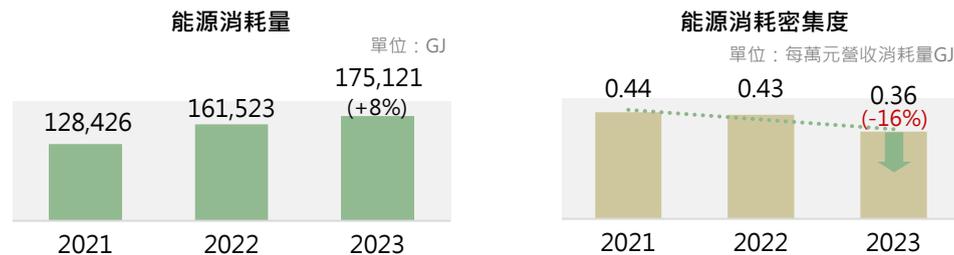
註1：係依據電費單、瓦斯費單及瓦斯桶(罐)等明細表統計彙整；汽油以年平均油價推估使用量；柴油因用量微小未列入計算。

註2：能源使用統計包含總公司及各分店，並依據能源署2015年8月出版之能源統計手冊內之能源產品單位熱值表計算。

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3：2023年未使用再生能源，來自電網(外購電力)的能源消耗占總能源消耗42%。



註：2023年營運範圍與2022年相較，新增7家餐廳，減少4家餐廳，營運範圍擴大。2023年營收成長約31%，能源消耗量增加8%，是以能源耗用密集度減少16%。近3年能源消耗密集度呈持續下降趨勢。

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尚不須揭露盤查或確信情形，相關工作則依規畫逐步推進中。溫室氣體排放統計係每年依自訂「環境及能資源管理政策」，參考ISO14064-1溫室氣體盤查標準，及採用環保署發布之「溫室氣體排放係數管理表6.0.4版」計算，排放係數及全球暖化潛勢係採用IPCC第5次評估報告AR5之GWP值。前述統計範圍為全台各分公司及中央工廠，依內部統計的能源使用量透過排放係數轉換為溫室氣體排放總量，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。

2023年統計溫室氣體排放量為15,132.99公噸，較2022年增加9%，惟營收成長約31%，是以能源排放密集度減少約17%，近3年能源排放密集度呈持續下降趨勢。

能源類別		CO ₂ 轉換係數	2021排放量	2022排放量	2023排放量
範疇一	天然氣	1.880871333KgCO ₂ /M ³	4,046.44	4,739.68	5,091.55
	液化石油氣LPG(桶裝瓦斯)	1.754403588 KgCO ₂ /L	8.15	6.80	9.20
	汽油	2.361397905 KgCO ₂ /L	-	10.04	12.39
範疇二	外購電力	註	7,958.75	9,128.32	10,019.85
合計(公噸CO ₂ e)			12,013.34	13,884.84	15,132.99
年度營業額(萬元)			292,986	375,687	491,853

註：經濟部能源署尚未公告2023年電力排碳係數，故2023年以公告2022年電力排碳係數計算。

2021~2023年使用的電力排碳係數分別為0.509、0.495、0.495 (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。



能源密集度	2021	2022	2023
萬元營收 排放量 公噸CO ₂ e	0.041	0.037	0.031



2023年溫室氣體排放量較2022年增加1,248.15公噸(+9%)，其中2023年新增7家餐廳，減少4家餐廳，且2022年有3家餐廳營運未滿一年，排除營運範圍差異影響數約800.09公噸後，排放量實際增加約448.06公噸(+3%)。

營業用水統計

漢來美食營業用水以自來水為主，2023年每千元營業額平均取水量0.0981度(或立方公尺m³)，較2022年減少約19%，達成環境及能資源管理政策所訂目標，近3年取水密集度均維持下降趨勢，將持續推行節約用水宣導及管理。

漢來美食因各據點排水納入所屬商場大樓，未另行統計排水量，耗水量計算方式為取水量等於排水量，並無耗水量產生。

能源類別	單位	2021	2022	2023
取水量	度	464,988	453,973	482,438
每千元營收 取水量	(或立方公尺 m ³)	0.1587	0.1208	0.0981



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。

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、廚務生產到末端消費者食用，漢來美食屬產業中游將各類原料包含蔬果、肉類和水產海鮮等食材，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。

各分公司的事業廢棄物管理均由總公司餐務部主導，以確保廢棄物流向符合相關法令；同時在新設分公司時，會確實評估店內產生的廢棄物種類及數量，如實填具事業廢棄物清理計畫書提交各地環保局以符合相關法規必要程序。漢來美食營運據點均為營業租賃，故由出租人負責申領污染設施設置或污染排放許可證、繳納污染防治費用及設立環保專責單位人員，漢來美食各廳人員則配合出租人落實資源分類回收。所有廢棄物均依《事業廢棄物儲存清除處理辦法》及設施標準辦理，以免造成環境汙染；生活廢棄物及廢食用油則交由合格廠商處理，餐務部並持續每月追蹤記錄各餐廳廢棄物產生量，力求透過管理及推廣減少廢棄物。

近3年廢棄物總量增加，後續依廢棄物類型分析千元營收產生重量並說明管理情形。廢棄物中廢食用油及廚餘屬食物廢棄物，2021~2023年「食物廢棄物占廢棄物總量」，及「廢棄物再回收處理占廢棄物總量」均為62%、58%及54%。

一般性廢棄物管理及工程廢棄物處理

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。

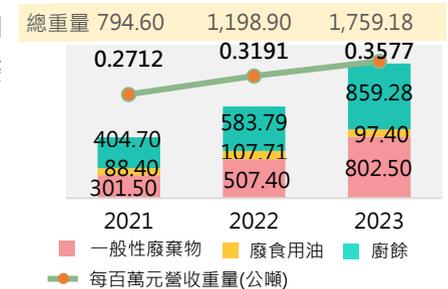
近3年依環保局餐館業事業廢棄物清理計畫書估算近年全台生活垃圾重量比較如右圖。2023年每千元營收生活垃圾重量為0.163公斤，較2022年增加約21%，未達成環境及能資源管理政策所訂目標，相關單位將檢討減量措施，目前一般垃圾減量的推動政策如表列說明。

至於裝修/機電/廚具工程所產生的工程廢棄物，係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。



廢棄物統計及密集度

單位：公噸·每百萬元營收重量(公噸)



生活垃圾產生量及密集度

單位：公噸；每千元營收重量(公斤)



一般垃圾減量作法

- 減少進貨包裝(如紙箱與塑膠袋)或使用塑膠儲運籃，由廠商回收循環再使用。
- 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。
- 營業現場庫存採用塑膠儲運籃、塑膠保鮮收納盒等可循環使用之包材，減少塑膠袋、保鮮膜、紙箱等一次性包材用量。

| 廢水、廢食用油管理

油煙油污管理

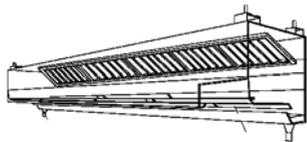
餐廳營運中會產生油煙與帶有油脂之污水。漢來美食在處理油煙空氣上，使用水洗煙罩或在煙油罩上加上靜電機，在末端再加上水洗機設備，以確保去除異味及油粒；在廢水防治上，廚房區設有攔渣槽及油脂截油槽，將殘渣及油脂分別在攔渣槽及截油槽中被有效攔截及分離油脂，污水再排入主幹管中，避免造成水污染，且每日營運結束後均清理攔渣槽或截油槽並記錄，每年則安排例行維護保養以確保該設備之效能。除租賃之部分百貨商場提供相關污染防治設備外，公司並自行購置相關設備以降低油煙及油汙對環境的衝擊。2023年環保設備投入成本、修繕及清潔支出相關資訊如下：

水洗機



利用水霧除去油煙中的油粒子，可除油

水洗煙罩



靜電機



利用電極吸附除去油煙中的油分子，可除油除味

截油槽



防止高濃度的脂肪和油脂從廢水進入下水道系統

2023年底環保設備帳面投入成本 **35,603千元**

2023年環保設備維修費 **1,151千元**

2023年環保設備清潔費 **6,619千元**

廢食用油管理

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油量是否在合理範圍。2023年廢食用油產生量及千元營收重量均較2022年減少，達成環境及能資源管理政策所訂目標。

漢來美食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。2024年5月起高雄本館、巨蛋及南港3處主要分公司更與業者合作，開啟廢食用油回收高值化的新模式，經智慧機台回收後精煉轉成永續航空燃料(Sustainable Aviation Fuel, SAF)的原料，不僅提升回收效率、降低碳排；更做到精準追溯油品產源履歷，嚴格把關食安問題。



廢食用油產生量及密集度

單位：公噸；每千元營收重量(公斤)



回饋金
(千元)

2021 903
2022 1,657
2023 1,369

廢食用油(公噸)

每千元營收重量(公斤)

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廳廚餘量，力求透過管理及推廣減少廚餘，2023年每千元營收廚餘產生量為174.70克，較2022年增加約12%，未達成環境及能資源管理政策所訂目標。

廢油及廚餘屬食物廢棄物，參考循環經濟為生物循環規劃的循環路徑，可以著手推動資源循環的生命週期包括3個階段：



針對廚餘，除持續以源頭管理、調理過程廢棄減量管理及販賣階段廢棄減量管理外，目前主要以清運後再利用方式處理，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)，並思考其他資源化解方。

漢來美食廚餘減量政策

01 源頭管理

- 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

02 調理廢棄減量管理

- 善用全食材運用觀念(熬湯)
- 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

03 販賣廢棄減量管理

- 加強惜食宣導
- 調整及規劃供餐型態：
 1. 新鮮食材現點現做
 2. 熟食少量多次動態供應
 3. 餐食力求美味，減少用餐剩食
- 糕餅特定時段及電商即期品促銷

廚餘清運作業流程





PART FIVE

5

職場和諧健康

管理方針 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，並本著勞資和諧的理念雙向溝通、制定人權政策，致力於打造DEI職場。同時重視職場安全衛生，以完整的職安照護體系建立安心職場。

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

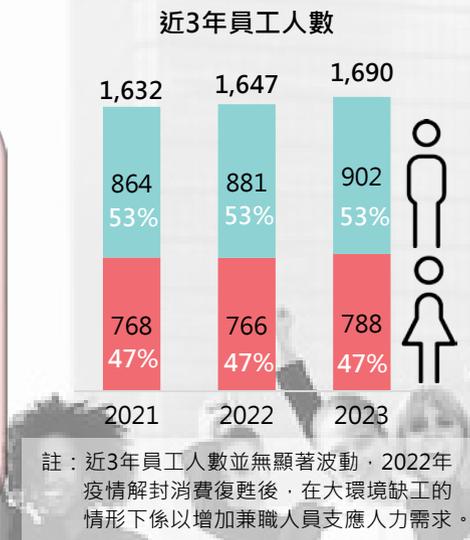
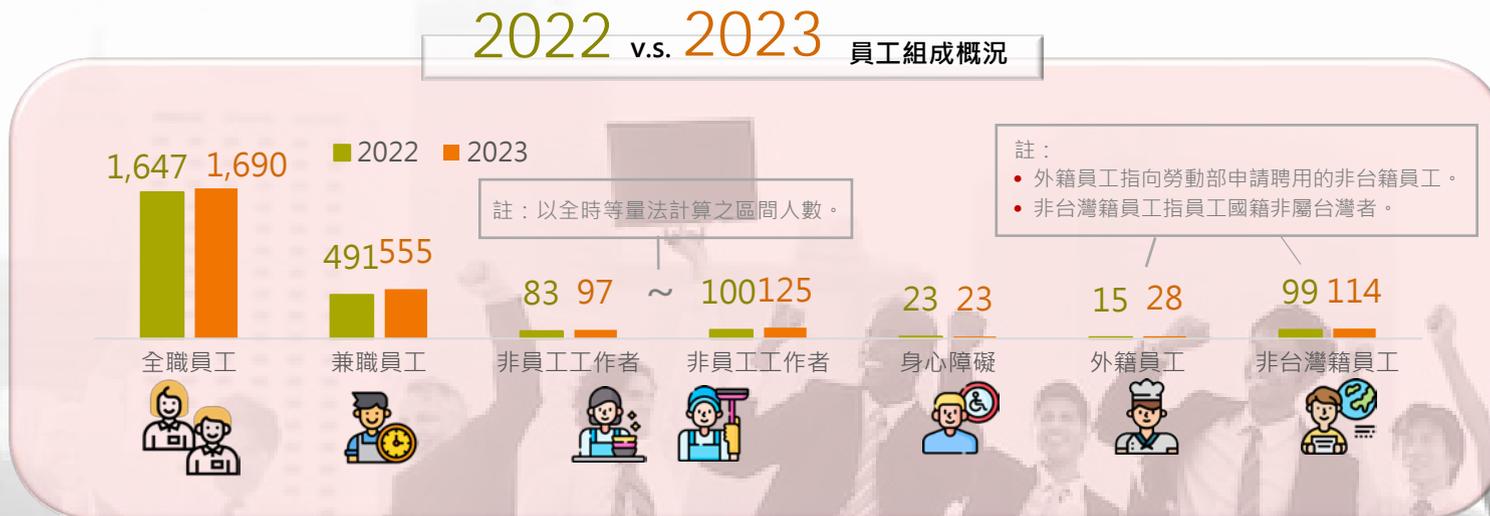
5.1 人力資源概況

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

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。漢來美食透過多元的招募管道，任用來自不同國籍的多元化人才，對於打造多元平等包容的環境十分重視，也以創造性別平等、人才充足及人員穩定的工作環境為目標。2024年響應「2024 TALENT, in Taiwan，台灣人才永續行動聯盟」，持續以行動支持，和 天下學習、Cheers快樂工作人、人才永續頻道、及400+聯盟夥伴推動倡議，為每一位工作人創造更好的未來。

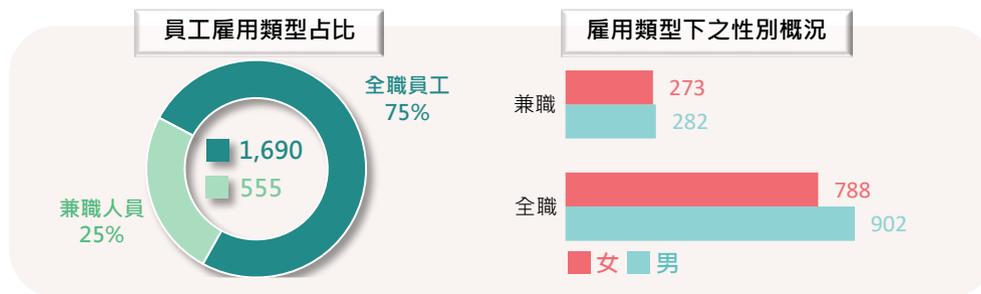
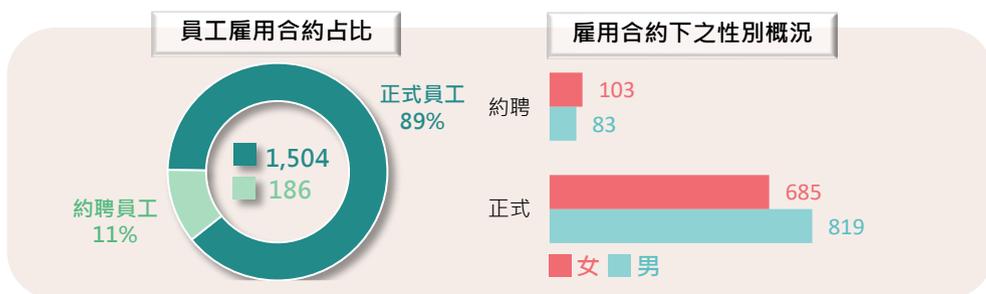
員工組成與多元性

漢來美食2023年截至12月31日員工人數為1,690人，區域範圍為台灣的全職員工；另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555人，未進用無時數保證之員工。全體員工中，外籍員工28人，占員工總人數1.66%；含實習生在內的非台灣籍員工則有114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。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74~91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23~34人，分別由13家外包廠商負責。公司依「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23人，近5年均超額進用。全體員工中女性員工為788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。



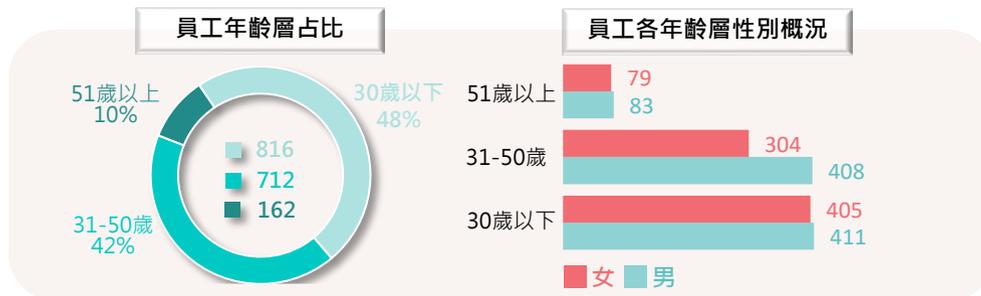
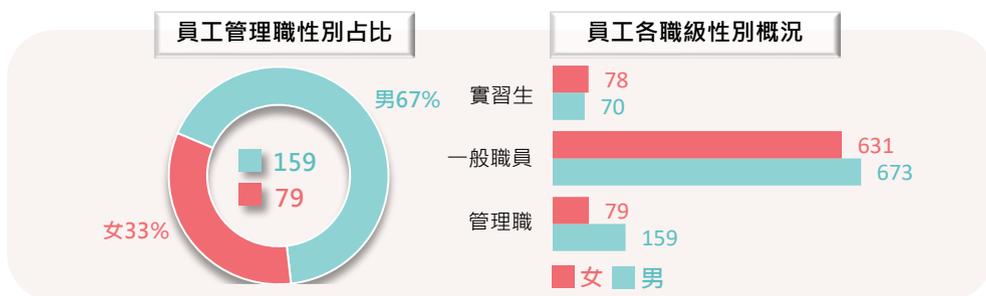
員工依雇用合約及雇用類型區分

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2023年12月31日止，漢來美食全體員工中約聘員工為186人，占員工總人數11%，係外籍專業人員38人及簽訂定期契約之實習生148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555人。員工依雇用合約、雇用類型區分及性別概況如下：



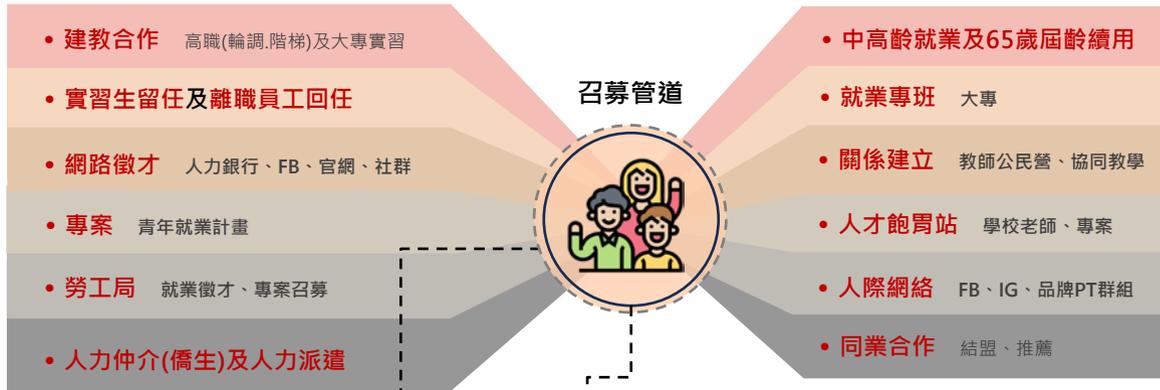
員工職級及年齡層分析

漢來美食以副理級(含)以上員工為管理階層，截至2023年12月31日止，全體員工中管理職人數為238人，占員工總人數14%；其中2人為外國籍，其餘236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，2023年12月31日止共11人，全數為當地居民，占比為100%。實習生人數為148人，占員工總人數9%，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816人，占員工總人數48%。員工職級、年齡層及性別概況如下：



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及專業需求時，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。近年因少子化及僑生引進受限等政策因素，使實習生進場人數減少，公司除致力於提升實習生留任比率及中高齡任用比率外，並持續新增FB、line群組等多元管道以為因應。



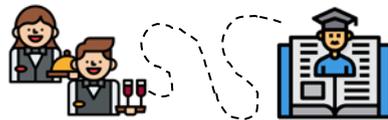
實習生留任情形



註：高職生通常考量升學因素，留任比例會較低，整體而言近3年實習生人數增加且留任率呈上升趨勢。

合作學校

2023年度漢來美食合作學校涵蓋北中南全台共計47家(高職12家及大專院校35家)，2023年共辦理就業宣導53場、學校參訪13場及協同教學17場。



類別	地區	學校	人數	期間
產學合作	南部	屏東科技大學等16家	93	一年或半年實習
	中部	僑光科技大學等6家	27	
	北部	台北城市科技大學等11家	16	
建教合作	南部	中山工商等5家	59	高中3年輪調 一年建教實習
	中部	慈明高等2家	9	
	北部	永平工商等5家	34	
產學攜手	南部	正修科技大學等5家	94	半工半讀 以正職聘用
	北部	萬能科技大學等3家	15	
共47家(扣除6家多方案合作學校)			347	

2023年人資專案_實習生計畫

計畫內容

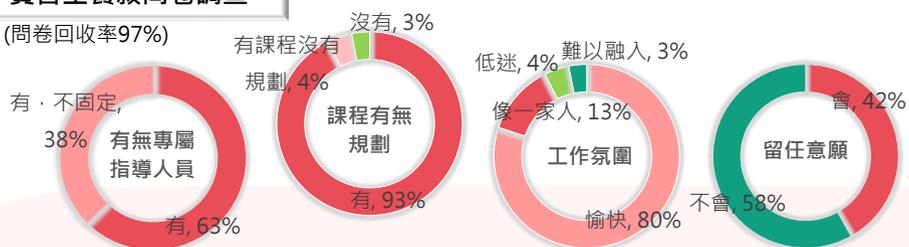
- **實習生招募：**
半年一次，2023年共新進246人
- **實習生餐敘：**
全年8場，共161人參加(參與率92%)

計畫介紹

漢來美食在產學合作方面，特別重視實習生計畫。實習生計畫提供的職缺能協助學生快速融入職場，實習生中因為有較高比例的外籍生，實習期間特別配置輔導人員隨時協助。公司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，每半年並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部門列席參與，讓學生分享實習心得並由主管即時回饋。此外實習生有多元管道可即時向學校或單位主管反映工作問題，人資部門受理問題反映後透過訪談、溝通、資料蒐集掌握狀況並提供協助，並每月彙整統計資料在內部會議宣導分享、推動改善。漢來美食以年資接續及晉升調薪鼓勵實習生留任。

實習生餐敘問卷調查

(問卷回收率97%)



實習生心得

- ✓ 師傅們都很熱情的傾囊相授、並教導人生觀，與做人處事。
- ✓ 對於我這樣的外籍生，語言是我最大的障礙，但主管總會在工作中關心我，並提醒工作辛苦不能忘記吃飯。
- ✓ 除了教導工作上的事情外，還會教導如何與客人應對進退。
- ✓ 與同事的相處就如同家人一般，人資也會傾聽我的心聲。
- ✓ 感謝主管教會了我很多做人處世的態度。
- ✓ 感謝主管很有耐心的教我，讓我克服對工作的害怕。

• 不留任原因：
離家太遠、有其他規劃、繼續升學、返鄉就業



2023年人資專案_教師公民營

計畫內容

- 主辦單位：高雄餐旅大學附屬餐旅高級中等學校
- 計畫期程：2023/7/3~ 7/14 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：翠園、湯包、名人坊、海港、牛排館、鐵板燒



計畫介紹

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

- ✓ 讓老師了解業界現行營運模式/狀況。
- ✓ 參加活動老師回到學校可以分享及傳承貼近業界的實際經驗。
- ✓ 學校、業界可以一起努力，培育更多具餐飲熱忱的年輕學子。
- ✓ 研習活動為教學注入新想法，可讓學生了解職場現狀，減少畢業後就職產生的落差。
- ✓ 了解工作型態轉變、人力不足以及企業如何讓內場人員走出廚房。
- ✓ 公司人員專業專工，有職人精神。

2023年人資專案_協同教學

協同教學是學校為學生在進入職場實習及就業前做好準備而規劃，漢來美食應邀時會安排主管前往分享傳授業界專業知識技能，教學內容包含面試技巧、餐飲專業技能、調飲專業實務、廚藝課程、社群行銷、餐桌擺設與桌邊服務等課程。

參與場次：17場



2023年人資專案_青年就業領航計畫

漢來美食致力於培育青年習得一技之長，配合教育部與勞動部政策推行，鼓勵高中職畢業生先就業再升學，以「先僱後訓」為概念的計畫模式，依各項工作需要的知識與技能，擬定工作崗位訓練計畫，安排職場導師，提供工作上的指導與協助。

參與人數：27人

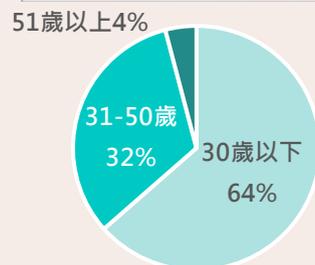


新進及離職員工人數統計

漢來美食2023年新進員工占年底員工人數63%，較去年增加13%，主要係受展店對人力需求的影響。近3年新進員工依年齡及性別區分如下，其中中高齡員工進用人數及比率逐年增加，性別占比則相當：

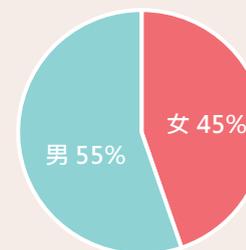
2023年新進人員年齡分布

年齡	2021	2022	2023
<30	1,003	591	671
31-50	116	210	343
>50	17	25	43
新進員工合計	1,136	826	1,057
年底員工人數	1,632	1,647	1,690
新進員工占比	70%	50%	63%



2023年新進人員性別占比

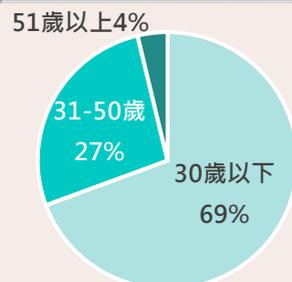
性別	2021	2022	2023
女	581	413	473
男	555	413	584
新進員工合計	1,136	826	1,057
年底員工人數	1,632	1,647	1,690
女性進用率	36%	25%	28%
男性進用率	34%	25%	35%



2023年離職員工占年底員工人數56%，與去年相當，但較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期滿離職返校或回國影響。2023年離職人員中，自願離職者929人，非自願離職者10人，退休4人，分別占年底員工總人數54.97%、0.59%及0.24%。其中非自願離職主要情形為營業據點結束依員工意願不接受調派所致，非自願離職均依法規給付資遣費：

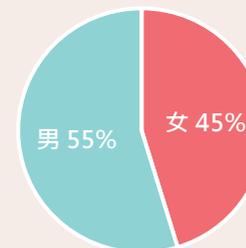
2023年離職人員年齡分布

年齡	2021	2022	2023
<30	631	680	654
31-50	138	228	254
>50	19	36	35
離職員工合計	788	944	943
年底員工人數	1,632	1,647	1,690
離職員工占比	48%	57%	56%



2023年離職人員性別占比

性別	2021	2022	2023
女	348	420	427
男	440	524	516
離職員工合計	788	944	943
年底員工人數	1,632	1,647	1,690
女性離職率	21%	26%	25%
男性離職率	27%	32%	31%



留才策略及缺工因應策略

餐飲服務業在少子化、職場多元選擇及同業競爭等因素下，近年面對嚴重的缺工議題。「以人為本」是漢來美食的經營理念，漢來美食深知人才是重要的策略資產，也是扶持企業站穩和成長的關鍵，多年來已建立完整的人力資源體系，招募及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創造吸引力，將健全的福利制度及良好的企業文化視為留才關鍵，想辦法將員工照顧好，進而讓服務內化為企業文化的DNA，透過「以人為本」的管理思維，樹立永續發展的重要根基。

留才策略



企業文化深耕活動

每半年規畫北中南區多場次活動，創造參與活動成員心得分享與意見交流的機會，藉由活動讓員工了解公司的文化，也深刻體認共同的信念與價值觀。企業文化深耕活動目的在提升員工的認同感與歸屬感，實現超尊榮的員工、超負責的幹部及超活力企業，也達到凝聚團隊共識、傳承企業文化的效益。

缺工因應策略



5.2 薪酬與福利

GRI : 2-21、201-3、401-2、401-3、404-3

漢來美食建構的人力資源體系，包括完整的薪資獎金制度、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，以健全的福利制度照顧員工，也讓優秀、有企圖心的同仁擁有寬廣的成長空間，共同肩負公司之發展。

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。2023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。

績效考核制度



考核對象

包含正職員工、全職契約人員、半職契約人員等，除實習生及工作未滿半年者不列入考核外，所有人員100%列入考核。



考核頻率

每年二次
(上半年及下半年)



考核時點

每半年終了前一個月通知各單位進行線上考核項目設定，人資部則提供缺勤、獎懲及訓練資料由各單位依核決權限進行考核。



考核結果

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

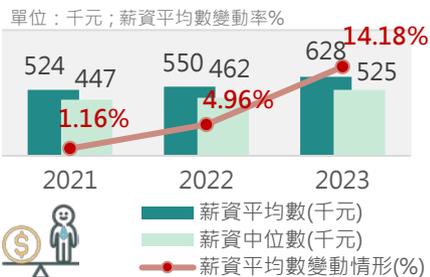


2023調薪概況

- 總調薪人數：1,335人
- 晉升並調薪人數：387人
- 調薪人數占比：71%
- 調薪幅度：2.04%~29.31%

漢來美食近3年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效達成及獎金發放變動影響，近3年非主管職員工薪資平均數及中位數均逐年成長，展現公司合理公平的薪資獎金制度運作成果，並充分反映員工共享經營績效的實際狀況。

非主管職員工薪資



非擔任主管職全時員工 2021 2022 2023 近兩年差異

項目	2021	2022	2023	近兩年差異
平均人數	1,272人	1,333人	1,306人	-27人 ↓
薪資平均數(千元)	524	550	628	+78 ↑
薪資中位數(千元)	447	462	525	+63 ↑

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」規定計算，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。

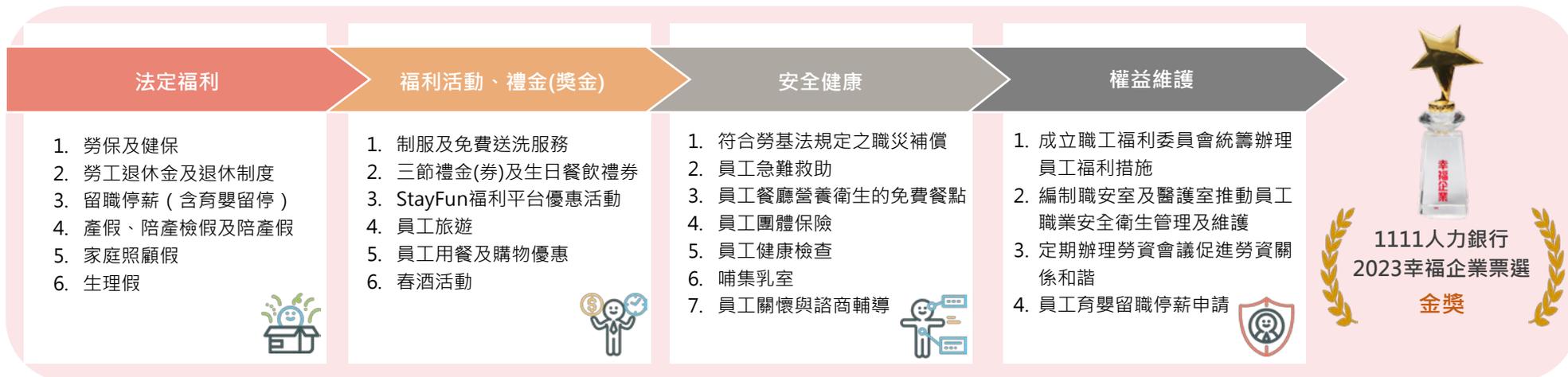
2023年度總薪酬比率相關資訊如右表，最高薪者的薪資為員工薪資中位數的10.13倍，較2022年8.26倍上升；但最高薪者薪資的增加率為員工薪資中位數增加率的2.91倍，較2022年4.47倍下降，顯示2023年員工薪資增加幅度較最高薪者的為大，員工受惠經營利潤回饋的比重增加。

註：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。

項目	計算基礎	2022	2023
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%	1,013%
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%	291%

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。



1111人力銀行為吸引年輕人更願投入各產業，同時激勵業者提供更好的福利及願景吸引更多優秀人才，進而緩解企業因少子化所受的人才短缺衝擊，特舉辦最喜愛幸福企業票選活動，2023年參與廠商逾3200家，經由初選、網路票選、秘密客評比，和最終幸福企業活動小組綜合各項評比，最終取前15~20%頒贈金獎。評比過程除審核資訊正確性、福利制度、勞資關係公開資訊，並以ESG企業永續為加分題，邀集人力資源、企業管理專家學者共同響應活動參任顧問團，強化活動的專業度與公正性。漢來美食榮獲餐飲服務類別「2023幸福企業金獎」肯定。

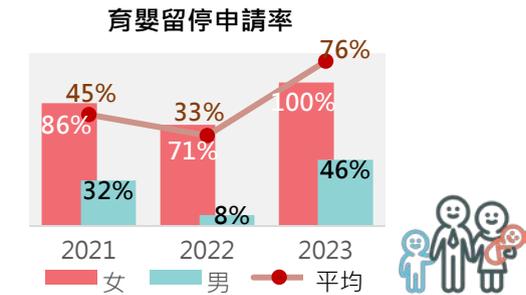
育嬰留停

近年來，少子化成為世界各國最受關注的社會議題，其中亞洲國家出生率降低的情形更加顯著，台灣從2020年起已連續3年人口呈現負成長。少子化也牽動勞動力不足、高齡化及人口結構改變等社會問題，各國政府為扭轉生育趨勢，主要採取育兒補助政策鼓勵生育，但托育政策催生聯盟認為，政策讓家長有更多機會兼顧職場和照顧小孩，才能真正解決低生育率的問題。漢來美食落實育嬰留停，使同仁可以兼顧工作與家庭，也關注政府彈性育嬰留停的相關政策，持續推動打造友善職場。

育嬰留停	2021			2022			2023		
	女	男	合計	女	男	合計	女	男	合計
享有育嬰留停資格人數(註1)	7	22	29	17	26	43	16	13	29
申請育嬰留停人數	6	7	13	12	2	14	16	6	22
應復職人數(A)	3	1	4	3	1	4	3	1	4
實際復職人數(B)(註2)	1	1	2	2	1	3	3	1	4
育嬰留職期滿復職率(B/A)	33%	100%	50%	67%	100%	75%	100%	100%	100%
復職後12個月仍在職人數(C)	3	1	4	1	1	2	2	1	3
復職週年留任率(C/前一年B)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

註1：享有育嬰留停資格人數為提出申請產假及陪產假之人數。

註2：更正修訂2022年育嬰留停復職男性同仁應為1人(原為0人)。



- ✓ 2023年人數及申請率均大幅增加；男性申請率亦有所提升。
- ✓ 近3年復職率逐年提升。
- ✓ 近3年留任率均為100%。

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。2023年申請退休計4人，均依法規給付退休金。

項目	2021	2022	2023
淨確定福利負債(千元)	35,785	31,297	31,378
確定提撥計畫(千元)	40,386	43,278	48,498

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。



人權議題管理情形

漢來美食本於勞資和諧的理念，建立良好互動及雙向溝通機制，每季定期舉辦勞資會議，2023年決議事項包含：

勞動條件



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

2023/3/19

- 四週變形工時
- 法令宣導一例一休規定
- 相關工時規定
 1. 延長工時
 2. 輪班制休息時間
 3. 休息日加班

2023/6/20

- 勞工請假規則修正
- 部分工時人員僱用規定

2023/9/26

- 2023年度基本工資調整說明
- 性別平等工作法部分條文修正說明

2023/12/1

- 2024年度四週變形工時區間
- 休假天數討論及調移

反歧視



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

職場暴力申訴情形

漢來美食已依職業安全衛生法等相關法規建立「執行職務遭受不法侵害預防計畫書」，訂定職場暴力處理流程包含職場暴力通報/申訴、職場暴力追蹤調查、危害鑑別與職安衛風險及機會評估，及職場暴力風險評估調查等相關機制，使同仁有安心的職場環境。

- 2023年並無接獲申訴案件

職場不法侵害預防教育訓練

預防職場不法侵害已列為新進員工必修訓練課程，及在職員工每年職業安全衛生教育訓練課程，內容含：

1. 職業安全衛生有關法規概要
2. 職場暴力來源及類型
3. 各單位人員權責義務
4. 申訴方法及流程
5. 嚴禁職場暴力聲明書

- 2023年新進員工訓練情形：1,031人/533小時



• 評估/溝通管道及減緩措施：

職業安全衛生管理系統

工作環境
安全及健康



- 1) 工作環境或作業危害的辨識/評估/控制
- 2) 機械、設備或器具之管理
- 3) 危害性化學品的分類/標示/通識/管理
- 4) 職業傷害通報
- 5) 承攬商管理
- 6) 健康檢查、管理及促進
- 7) 每季職業安全衛生委員會議
- 8) 定期及不定期職業安全衛生查核
- 9) 定期及不定期職業安全衛生教育訓練



漢來美食努力打造「安穩工作」、「安心職場」及「安全勞動」3安的工作職場，高雄本館含夢時代餐廳2022/12/15獲得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；2023/12/18並完成第二年驗證通過，持續透過驗證改善追蹤事項，並宣導正確的安全工作觀念，實踐企業ESG永續目標。

勞動部職業安全衛生署為鼓勵企業積極展現職業健康安全績效，舉辦「企業永續報告公開職業健康與安全指標主動評比」，漢來美食2023年獲選為「其他」類別績優企業。

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法第23條第二項規定，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不定期更新。為推動健康的工作環境及營造健康職場，漢來美食高雄分公司及巨蛋分公司並參加衛福部健康職場認證計畫，獲得健康促進標章及健康啟動標章，持續向績優健康職場邁進。

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，由勞資雙方共同組成正式的職業安全衛生委員會。

2023年委員中工作者層級共75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。

漢來美食職業安全委員會組成概況



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，不定期至各廳依9大項目進行查核，違反或不足的缺失列入缺失彙整表進行追蹤改善，缺失件數及類別將個別統計分析並列報於職業安全衛生委員會中檢討，避免相同問題再次發生。

2023年全年共13次計49家次餐廳，總計59件缺失均已完成追蹤改善。

9大查核項目

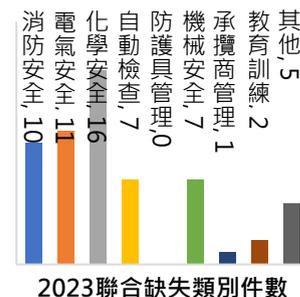
1. 備查管理
2. 健康管理
3. 教育訓練
4. 自動檢查
5. 化學品管理
6. 工作環境安全衛生管理
7. 承攬商管理
8. 消防安全
9. 其他安全衛生事項

3種等級

主缺
違反法規及重大缺失且有立即危害之風險，將要求立即處理並提出有效之改善措施

次缺
違反職安管理系統之規範，須提出有效之改善措施並提供預計改善時程

建議
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。



職業安全衛生教育訓練

漢來美食為提升員工對餐飲相關職業安全衛生敏感度，依法：

- 1) 對新進人員進行職前安全衛生教育訓練；
- 2) 對在職人員進行每3年至至少3小時的一般安全衛生在職教育訓練並接受考核；
- 3) 不定期針對高風險危害事項進行教育訓練及宣導。

2023年辦理新進人員教育訓練參與人數677人次、總時數2,031小時；在職人員職業安全衛生訓練6場次，參與人數318人次、總時數636小時。

另針對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，均依法定期外派至勞動部等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。

職業安全人員配置

漢來美食職安人員編制共18人



教育訓練統計

頻率	對象	類型	場次	人次及時數
到職	新進人員	職前教育訓練	不定期	677人次 (2,031 小時)
每年	在職人員	職業安全衛生講座 在職人員職場安全教育訓練	6場次	318人次 (636小時)
依法	特殊職類人員	甲種職業安全衛生業務主管 急救人員 小型鍋爐操作人員	外訓	初訓1人/複訓10人 初訓8人/複訓37人 初訓2人/複訓10人



員工健康照護活動

為妥善照護員工健康，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。2023年健康照護辦理情形如下：

健康檢查 1,251 人



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。

特殊健康檢查 169人



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。

職護健康管理 554人



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。

醫師臨場服務 159件



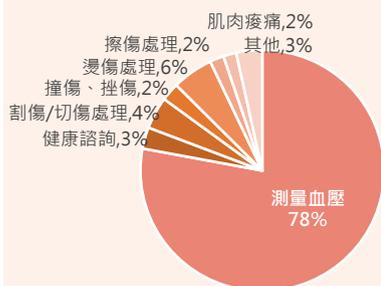
對於高風險、母性保護、復工同仁，由職醫進行諮詢，並由職護追蹤、訪視及管理，若經職醫建議需調整職務內容，則轉由單位主管、職安及人資等部門協助辦理，總計服務34場次159人。

哺集乳室及醫護室使用 698人次

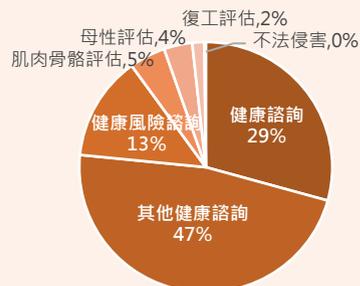


設置醫護室及哺集乳室，以推動職場母性保護計畫及友善工作環境。哺集乳室提供免費母乳袋、專用冰箱，使用時由護理人員陪伴並提供衛教諮詢。

醫護室使用類別



職護管理諮詢類別



2023年員工諮詢比例達27%

健康促進講座

2023年共8場 233 人次

- 2/16 AED、止血及燒燙傷處理
- 5/10 手作紓壓課程(流體熊)
- 5/25 慢性病防治
- 8/16 職場心健康-紓壓Fun輕鬆
- 9/21 健康在動
- 11/30 肌肉骨骼防護
- 12/7 緊急應變外傷處理處置
- 12/21 肌肉骨骼防護



衛教專欄

醫護室每季並編撰「健康新情報站」，以簡單圖文並茂方式提供清楚之健康管理知識，並公告於佈告欄。



承攬商管理

漢來美食為防止各分公司承攬廠商作業發生重大事故，訂有承攬商安全管理政策，包含承攬管理程序書等相關規範。承攬商進行維修業務時須遵循施工安全衛生規範及安全管理規則、填具工作安全承諾書及危害告知單方可進場，危險作業並應填具相關許可申請單，且進場維修時需指派一位主管擔任現場監督人員；大型改裝或拓店作業時施工前須與承攬商召開共同協議組織會議及填具施工申請單，施工期間並應落實每日施工安全衛生檢查表檢點，權責單位在施工期間以現場巡查確認作業情形，若有違反時以工安缺失改善單及承攬商罰款單處理。

開立協議組織會議

承攬商教育訓練

施工現場監工查核

發包

權責單位：採購部 / 開發部

權責單位：採購部 / 開發部 會同單位：職安室 / 工程部

會議討論溝通要點：

1. 危害告知單
2. 施工名冊
3. 工程意外險
4. 施工承諾書
5. 動火申請單
6. 特殊作業證書要求

每年預計安排一場大型承攬商共同協議會議簽署，同時進行教育訓練。

現場監工作業要點：

1. 承攬商安全防護用電安全
2. 高架作業安全
3. 承攬商施工安全作業查核

驗收

施工安全衛生工作守則



2021~2023年辦理之協議會議分別有15場、3場及7場。

緊急避難逃生流程



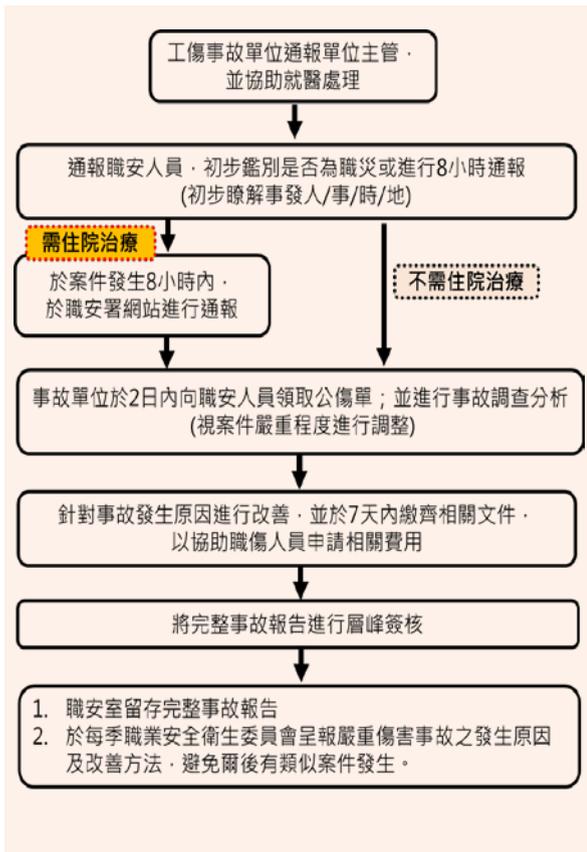
為使全體人員在安全環境及設備下作業，職安室規劃各據點緊急避難逃生流程公告周知，並加裝安全防捲夾防護設備，設備運作並列入職業安全衛生查核項目中，以確保其運作有效性。

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

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。公司內部同時宣導職災發生後，主管務必掌握同仁傷勢及後續醫療狀況包含回診時間日期，並由職護協助針對個案持續關懷。

職業傷害通報流程



近年工作事故統計

漢來美食2023年不含交通之工傷件數共24件，員工因公務受傷，主要係拓展店使人力需求增加，但現場因人員流動及新進人員對現場作業尚未熟悉造成工傷個案增加。漢來美食除給予同仁符合法定標準的工傷假，協助辦理勞保職災理賠外，並針對工傷類型、品牌餐廳發生頻率等進行統計分析，持續於每周後勤會議及每月經營管理會議追蹤報告，並透過職業安全教育與交通安全教育進行宣導提醒，多管齊下以降低工傷率。漢來美食 2021~2023 年並無職業病發生，且未有員工及工作者因公死亡之情形。

年度	受傷人數	死亡人數	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
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
2023	24	0	3,523,408	243	24	3,854.63	1.36	1,832.00	13.79

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 = 總工作人員工數 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

工傷總數及工傷率



2023年工作事故統計

類別	項目	件數(比率)
工傷事故種類	跌倒	6 (0.341)
	物體飛落	2 (0.114)
	切割	8 (0.454)
	燒燙	7 (0.397)
工傷嚴重分級	不當動作	1 (0.057)
	暫時部分失能	24 (1.362)
	永久部分失能	-
	永久失能	-
	死亡	-
年底員工人數		1,690

資料說明如下：

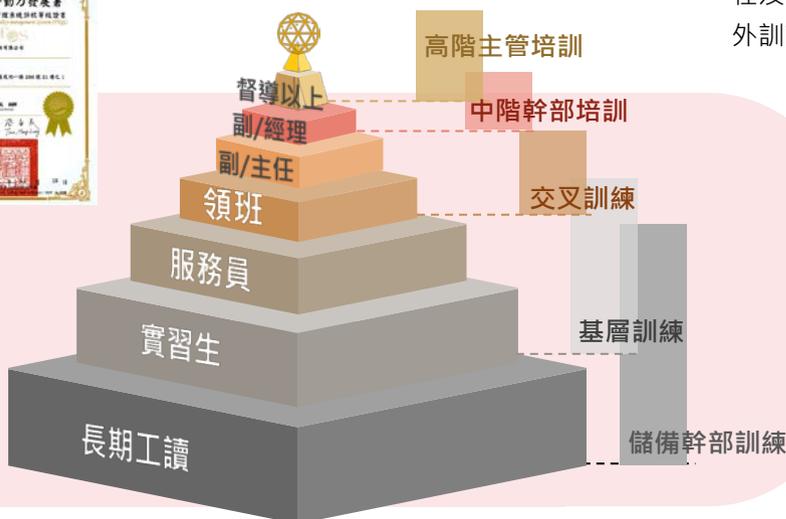
- 工傷事故種類及嚴重分級的定義，均依職業安全衛生署公告發布內容進行分類。
- 供應商及承攬商作業型態多為短時間、短期作業，難以詳實記載其工時因此未列入職業傷害統計中。
- 缺勤率計算依據為員工因失去勞動能力而缺勤，不限於工作傷害或疾病，不包括經核准的假期，如節慶假日、受訓、產假/陪產假和喪假。
- 損失工作日數指勞動者因職業事故或職業疾病而不能從事日常工作「損失」的時間「日數」。

5.4 人才培育

GRI : 2-10、404-1、404-3

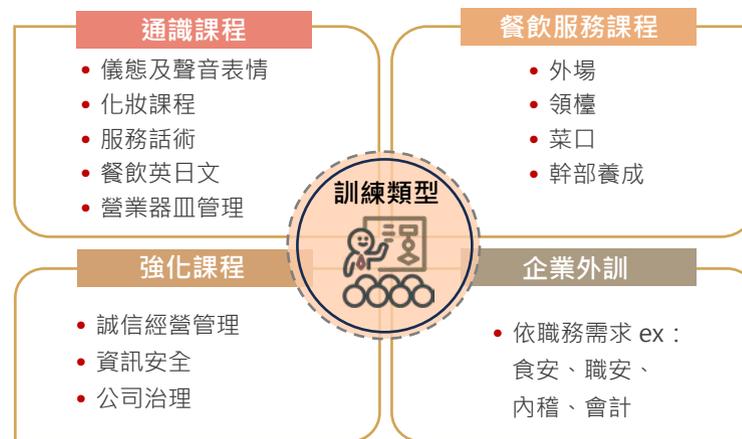
培訓理念

沒有人才，企業就無法永續。漢來美食以「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」作為人才培育的理念，在人力資本的投資策略上，以建立人才庫發掘高度潛力的員工，透過教育訓練系統及員工職涯藍圖安排明確培訓課程，並以完整的薪資獎金制度、透明流暢的升遷管道，對潛能人才隨時以晉升、調任作為實質的肯定，讓優秀、有企圖心的同仁擁有寬廣的發展空間。漢來美食2023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2025年11月14日)，見證公司的辦訓能力與績效，及對人才培育及人力資源發展的重視。



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。

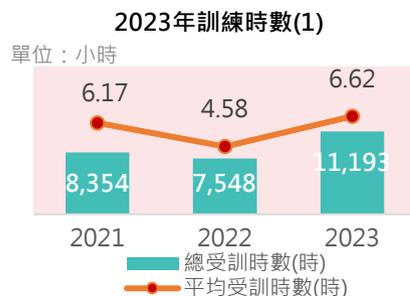


2023年舉辦的多元訓練課程：

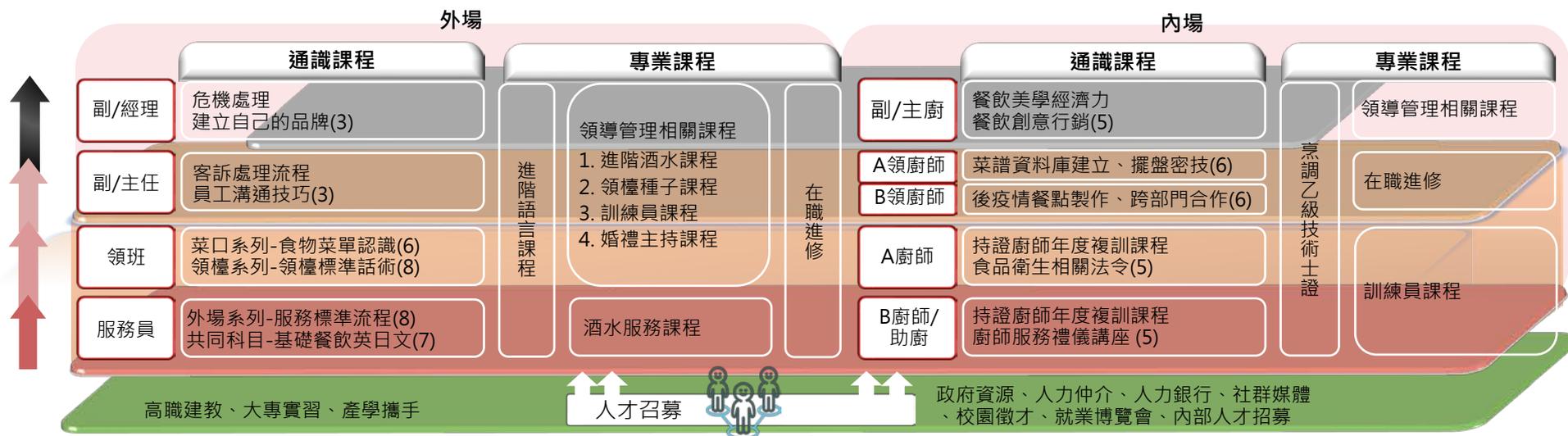


2023年投入教育訓練總時數11,193小時，平均受訓時數6.62小時；投入教育訓練經費997千元。

項目	2021	2022	2023
教育訓練經費(千元)	675	548	997
總訓練時數(時)	8,354	7,548	11,193
平均訓練時數(時)	6.17	4.58	6.62



漢來美食2023年在全新人力資源發展系統的輔助下，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。2024年人資數位轉型專案規劃推進人臉辨識系統、人力資源BI及HRD二階功能，其中HRD二階功能目標為職務說明書、績效指標、職涯地圖及職能等的系統化，並將結合BI落實人力資源盤點。



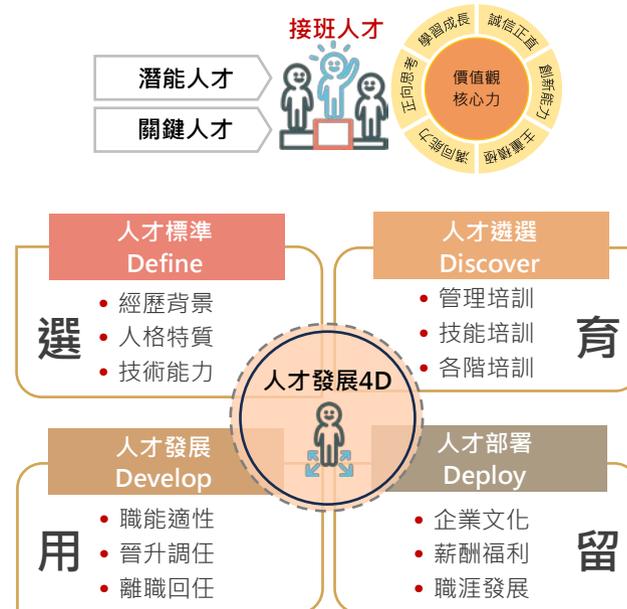
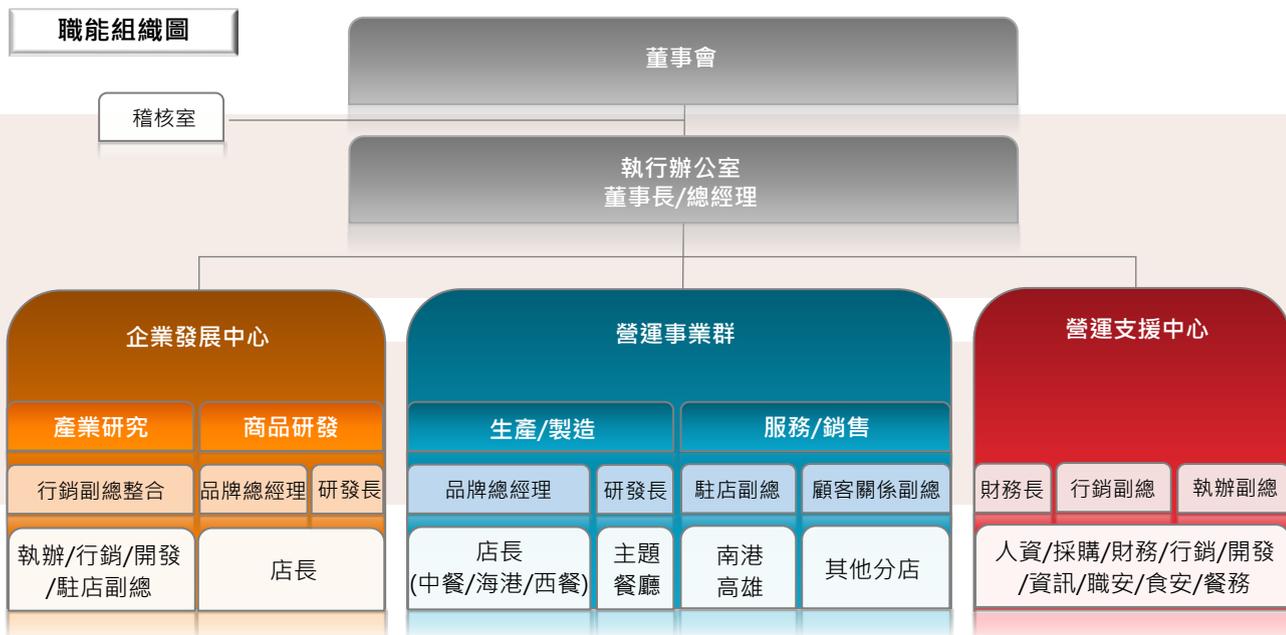
接班規劃

董事成員之接班規劃

漢來美食董事的選任，是考量董事會整體配置，以達公司運作可持續均衡發展，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，此外董事選舉採行「候選人提名制度」，要求設定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，最終並按人選長處及可提供貢獻決定。另依「董事會績效評估辦法」規定，並將每年定期執行的成員評估結果作為遴選或提名的參考依據。董事成員的接班規劃以「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

接班計畫以人才庫的建立及人才培育作為相關機制，並因應重要管理階層的接班需求。接班人除需具備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。重要管理階層為協理、督導、店長、品牌總經理、總經理等正 / 副職級。公司依組織分層，各部門設有高階及中階主管，透過培養中階主管擔任高階主管的職務代理人，作為人才庫的建立；另每半年執行一次員工績效考核，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，人才培育除以考核結果作為參考依據，並運用HRD數位工具，建構人才發展4D管理。接班計畫為人資部重點工作項目。



GRI指標索引表

使用聲明	本報告書依循 2021 年 GRI 永續報告準則編製，資訊揭露期間為 2023 年 1 月 1 日至 12 月 31 日		
使用的GRI 1	GRI 1：基礎2021		
GRI 準則揭露項目	對應章節	頁碼	
GRI 2：一般揭露 2021			
2-1	組織詳細資訊	<u>1.1 公司簡介</u>	19
2-2	組織永續報導中所包含的實體	<u>關於報告書</u>	3
2-3	報導期間、報導頻率與聯絡人	<u>關於報告書</u>	3
2-4	資訊重編	桶裝瓦斯用量原依中油物質安全資料表密度推算，調整為採能源署熱值表計算	84
2-5	外部保證/確信	<u>關於報告書</u>	3
2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	<u>1.1 公司簡介</u>	20
2-7	員工	<u>1.1 公司簡介</u> 、 <u>5.1 人力資源概況</u>	19、90
2-8	非員工工作者	<u>5.1 人力資源概況</u>	90
2-9	治理結構及組成	<u>永續組織與發展</u> 、 <u>1.2 公司治理</u>	7-9、25-26
2-10	最高治理單位的提名與遴選	<u>1.2 公司治理</u> 、 <u>5.4 人才培育</u>	25-26、110
2-11	最高治理單位的主席	<u>1.2 公司治理</u>	25-26
2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	<u>永續組織與發展</u> 、 <u>1.2 公司治理</u>	7-9、25-26
2-13	衝擊管理的負責人	<u>永續組織與發展</u> 、 <u>1.2 公司治理</u>	7-9、25-26
2-14	最高治理單位於永續報導的角色	<u>永續組織與發展</u>	7-9

GRI準則揭露項目		對應章節	頁碼
GRI 2：一般揭露2021			
2-15	利益衝突	<u>1.2 公司治理</u>	25-26
2-16	溝通關鍵重大事件	<u>1.2 公司治理</u>	27
2-17	最高治理單位的群體智識	<u>1.2 公司治理</u>	26
2-18	最高治理單位的績效評估	<u>1.2 公司治理</u>	27
2-19	薪酬政策	<u>1.2 公司治理</u>	29
2-20	薪酬決定的流程	<u>1.2 公司治理</u>	29
2-21	年度總薪酬比率	<u>5.2 薪酬與福利</u>	97-98
2-22	永續發展策略的聲明	<u>經營者的話</u>	4
2-23	政策承諾	<u>1.3 法規遵循</u> 、 <u>2.1 供應鏈管理</u> 、 <u>5.3 勞資溝通與職場安全照護</u>	32、40、100
2-24	納入政策承諾	<u>永續組織與發展</u> 、 <u>1.3 法規遵循</u>	7-9、32
2-25	補救負面衝擊的程序	<u>1.3 法規遵循</u>	32
2-26	尋求建議與提出疑慮的機制	<u>1.3 法規遵循</u>	32
2-27	法規遵循	<u>1.3 法規遵循</u>	31
2-28	公協會的會員資格	<u>1.2 公司治理</u>	30
2-29	利害關係人議合方針	<u>利害關係人溝通</u>	10-13
2-30	團體協約	無簽訂團體協約	-

GRI準則揭露項目	對應章節	頁碼
GRI 3 : 重大主題2021		
3-1 重大主題決定流程	利害關係人溝通	10-11
3-2 重大主題清單	利害關係人溝通	11
3-3 重大主題管理	利害關係人溝通	14-17
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 經營績效	20、37
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	82
201-3 定義福利計劃義務與其他退休計畫	5.2 薪酬與福利	99
201-4 取自政府之財務補助	1.5 經營績效	38
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	91
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	40
GRI 205 : 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	33
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	84
302-3 能源密集度	4.3 氣候變遷與能資源管理	84

GRI準則揭露項目	對應章節	頁碼
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	85
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	85
305-4 溫室氣體排放密集度	4.3 氣候變遷與能資源管理	85
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	86-88
306-2 廢棄物相關顯著衝擊之管理	4.4 廢棄物管理	86-88
306-3 廢棄物的產生	4.4 廢棄物管理	86-88
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	40-42
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	40-44
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	95
401-2 提供全職員工的福利 (不包含臨時或兼職員工)	5.2 薪酬與福利	98
401-3 育嬰假	5.2 薪酬與福利	99
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	102-106
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	102、105-106

GRI準則揭露項目	對應章節	頁碼	GRI準則揭露項目	對應章節	頁碼
GRI 403 : 職業安全衛生 2018			GRI414 : 供應商社會評估 2016		
403-3 職業健康服務	5.3 勞資溝通與職場安全照護	104	414-1 使用社會標準篩選之新供應商	2.1 供應鏈管理	40-42
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	101-102	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	44
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	103	GRI 416 : 顧客健康與安全 2016		
403-6 工作者健康促進	5.3 勞資溝通與職場安全照護	104	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	46
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	105-106	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	31
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	102	GRI 417 : 行銷與標示 2016		
403-9 職業傷害	5.3 勞資溝通與職場安全照護	106	417-1 產品與服務資訊與標示的要求	2.4 產品與服務標示	57
GRI 404 : 訓練與教育 2016			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	31
404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	5.4 人才培育	108	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	1.3 法規遵循	31
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	97、110	GRI 418 : 客戶隱私 2016		
GRI 405 : 員工多元化與平等機會 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	68
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	26、90-91			
GRI 406 : 不歧視 2016					
406-1 歧視事件以及組織採取的改善行動	1.3 法規遵循 5.3 勞資溝通與職場安全照護	32、101			

SASB指標索引表

SASB指標項目	對應章節	頁碼	SASB指標項目	對應章節	頁碼
能源管理			勞動實踐		
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	84	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	95
水管理			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	1.3 法規遵循	31
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	85	供應鏈管理及食品採購		
食品、包材與廢棄物管理			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	40-42
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	86-88	餐廳規模		
FB-RN-150a.2 1. 包裝總重量 2. 包裝由回收或再生材料製成比例 3. 包裝可回收、重複利用或可堆肥的比例	2.1 供應鏈管理	42	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	19、21-23
食品安全			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	19
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 2.3 顧客健康與安全	46-56			
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	31、48			

作業辦法第四條要求加強揭露項目

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	46-55
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、產品下架次數及下架產品總重量	1.3 法規遵循 2.2 食安及溯源管理	31、48
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	2.1 供應鏈管理	42
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	54-55
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	44
6 依法規要求或自願進行產品追溯與追蹤管理之情形及相關產品占所有產品之百分比	2.1 供應鏈管理 2.2 食安及溯源管理	41、47
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	52-53
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	84
9 總取水量及總耗水量	4.3 氣候變遷與能資源管理	85
10 售出產品重量、生產設施場所數量	1.1 公司簡介	19-20
氣候相關資訊		
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	80-83
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	80-83
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	80-83
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	80-83
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	4.3 氣候變遷與能資源管理	80-83
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	4.3 氣候變遷與能資源管理	80-83
9 溫室氣體盤查及確信情形與減量目標、策略及具體行動計畫	4.3 氣候變遷與能資源管理	85

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
110016 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 110016, Taiwan

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

會計師有限確信報告

漢來美食股份有限公司 公鑒：

漢來美食股份有限公司民國 112 年度永續報告書，業經本會計師針對漢來美食股份有限公司所選定之績效指標執行確信程序竣事，並出具有限確信報告。

確信標的資訊與適用基準

漢來美食股份有限公司所選定之績效指標（以下簡稱標的資訊）與適用基準，請詳附件一「確信項目彙總表」。

管理階層之責任

管理階層之責任係依照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」編製標的資訊，且維持與標的資訊編製有關之必要內部控制，以確保標的資訊未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

會計師之責任

本會計師之責任係依照確信準則 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」規劃及執行有限確信案件，基於所執行之程序與所獲取之證據，對標的資訊（詳附件一）是否未存有重大不實表達取得有限確信，並出具有限確信報告。相較於合理確信案件，有限確信案件所執行程序之性質及時間不同，其範圍亦較小，故於有限確信案件所取得之確信程度亦明顯低於合理確信案件中取得者。

本會計師係基於專業判斷規劃及執行確信程序，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：

- 對參與編製標的資訊之管理階層及相關人員進行查詢，以瞭解編製標的資訊之政策、流程、內部控制及資訊系統，以辨認可能存有重大不實表達之領域；
- 對標的資訊選取樣本進行檢查、驗算、重新執行及分析性程序等程序，以取得有限確信之證據。

先天限制

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

獨立性及品質管理規範

本會計師及所隸屬會計師事務所已遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，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、保密與專業行為。

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

確信結論

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

其他事項

本確信報告出具後，漢來美食股份有限公司對任何確信標的資訊或適用基準之變更，本會計師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 謝明忠

謝明忠



中華民國 113 年 8 月 16 日

附件

確信項目彙總表

編號	標的資訊	對應章節	適用基準	作業辦法第4條產業別永續揭露指標	
1	食安室則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及百分比為100%。	2.2 食安及溯源管理	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	附表一之一 編號一	
2	裁罰事由 來拌麵椒麻醬香(五辛素)產品內容物標示未依照生產使用量由多至少排序及全展開。	違反法規條文 食品安全衛生管理法第22條第1項第2款	1.3 法規遵循 2.2 食安及溯源管理	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	附表一之一 編號二
	2023年成品回收情形 ●產品：來拌麵椒麻醬香/醬香肉燥(五辛素) ●回收原因：產品內容物標示未依照生產使用量由多至少排序及全展開，及醬料包未有熱穿透報告而販售 ●處理情形：全數下架回收並銷毀 ●回收數量：268,788公斤				
3	選用符合 Forest Stewardship Council 森林管理委員會認證的紙類產品，2023年採購國際認證項目的金額佔整體採購金額的0.15%。	2.1 供應鏈管理	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	附表一之一 編號三	

編號	標的資訊	對應章節	適用基準	作業辦法第4條產業別永續揭露指標	
4	● HACCP 驗證 截至2023年底有6家餐廳及1家中央工廠維持通過食品安全管制系統 HACCP 驗證。 漢來美食2023年取得HACCP的餐廳營收分別占個體財報25.89%。 ● 餐飲衛生管理分級評核(優良餐廳)認證 2023年符合評核範圍的餐廳有46家，共39家獲得標章，取得標章率85%。 優良餐廳營收佔比72%。	2.2 食安及溯源管理	線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	附表一之一 編號四	
5	● 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。每年供應商評鑑，書面評核採全面進行，2023年針對食材類533家、一般類375家、工程類50家，共958家有交易之供應商進行書面評核。2023年實地訪廠35家，訪廠率為3.65%。 ● 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； ● 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。 ● 書面評核結果：2023年優良級100% ● 實地評核結果：2023年非常優69%；優級31%。	2.1 供應鏈管理	對供應商進行稽核之百分比及稽核項目及結果	附表一之一 編號五	
6	2023年食材可溯源比例：99.16%。	2.2 食安及溯源管理	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	附表一之一 編號六	
7	● 2023年自主及委外檢驗共執行1,285批次，品質異常有92次，合格率为93%。 ● 實驗室檢驗項目執行情形	2.2 食安及溯源管理	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	附表一之一 編號七	
	編號	類別	檢驗單位	檢驗次數	合格率
	1	美山工廠成品	自主檢驗 委外檢驗	55 4	100%
2	水質(飲用水及食用冰塊)	自主檢驗 委外檢驗	349 201	89%	

編號	標的資訊	對應章節	適用基準	作業辦法第4條產業別永續揭露指標		
3	3 食材	自主檢驗 委外檢驗	264	97%		
			49			
			4 各餐廳成品(抽驗冷菜、飲料)	自主檢驗 委外檢驗	216	93%
					76	
			5 塗抹(刀、砧板、手部等)	自主檢驗 委外檢驗	40	100%
					0	
6 落菌(食品作業區)	自主檢驗 委外檢驗	31	94%			
		0				
8	● 2023年美山實驗室支出為3,455千元，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，實驗室支出佔營收0.07%。 ● 2023年能源消耗量為175,121 GJ。 ● 2023年未使用再生能源，來自電網(外購電力)的能源消耗佔總能源消耗42%。	4.3 氣候變遷與能源管理	消耗能源總量、外購電力百分比、再生能源使用率	附表一之一 編號八		
9	● 2023年取水量為482,438度。 ● 漢來美食因各據點排水納入所屬商場大樓，未另行統計排水量，耗水量計算方式為取水量等於排水量，並無耗水量產生。	4.3 氣候變遷與能源管理	總取水量及總耗水量	附表一之一 編號九		
10	● 漢來美食海內外共50家餐廳。其中台灣直營48家(自營43家，員工1,523人；代理米其林一星品牌「名人坊」高級粵菜5家，員工167人) ● 漢來美食2023年截至12月31日員工人數為1,690人。	1.1 公司簡介 5.1 人力資源概況	售出產品重量、生產設施場所數量	附表一之一 編號十		

2023

永續報告書

Sustainability Report



漢來美食

HI-LAI FOODS